

来徐州，清凉一“夏”

文/本报记者 王莹 图/本报记者 郑思宇

进入暑期，持续攀升的气温，催热了徐州的夏日“亲水经济”。今年夏天，徐州市将“踏浪徐州 清凉水世界”作为八大重点文旅系列之一，整合亲水资源，丰富“亲水经济”业态，吸引众多市民游客前来消暑体验，为暑期文旅消费注入丝丝凉意与蓬勃活力。

水上乐园狂欢日夜不停歇

今年，徐州各大水上乐园纷纷提档升级，以IP赋能、业态融合的方式将日间戏水与夜间演艺串联，打造全天候亲水游玩体验。

7月19日下午，徐州方特水上乐园人声鼎沸、水花四溅。造浪池里层层巨浪裹挟着欢笑声扑面而来，螺旋滑道上尖叫声此起彼伏。

“我们实行全天候水质监测，确保每一位游客玩得尽兴、游得安心。”该乐园相关负责人介绍，今年园区依托“熊出没”IP，打造沉浸式童趣玩水胜地，汇集大喇叭、彩虹滑道、熊出没水寨等水上项目。

“带孩子来了三次，每次他都不肯走。”市民刘雯一家三口刚从“彩虹滑道”上飞驰而下，又急着奔向下一场水

上竞技。“晚上还要去电音节，大人小孩都能玩尽兴。”

徐州乐园加勒比水世界的水上飞龙特技表演、专属亲子戏水池、网红造浪池联动DJ电音派对等项目，有效延长了游客停留时间，带动二次消费。截至7月22日，累计接待客流22万人次，营收1400万元。

此外，欧乐堡海洋极地世界、云龙湖水世界等也携丰富水上项目清凉迎客。

徐州市文广旅局以“来徐州 尝一夏”为统一IP，推出百余项夏日文旅活动。其中的“踏浪徐州 清凉水世界”板块，专门针对亲水消暑需求，串联全市多元亲水场景。同时，联合苏皖鲁豫四省十城推出跨省旅游线路，拓展客源半径，掀起夏日文旅热潮。



徐州乐园加勒比水世界

近郊山野亲水业态人气不减

山林间的漂流、溯溪凭借清幽的自然环境与沉浸式体验，成为市民游客躲避酷暑、亲近自然的新选择。

“水花溅起的瞬间，夏天的燥热全没了！”入夏以来，贾汪区督公山漂流持续火热。皮划艇首尾相接，欢笑声回荡在峡谷之间。

漂流全长5.1公里，河道从督公山上部树林中盘旋而下，天然河谷、丛林绿树和平湖风光尽收眼底。河道内设置多处开放式水仗互动区。

督公山漂流营销负责人柯存威介绍，暑期日均客流量达2000人次以上，“水仗互动区是游客反馈最热烈的环节，为保障游客安全，河道两岸部署了50余名安全员，全程值守。”

在新沂市马陵山景区，药王谷、小龙沟内溪水清澈见底，游客挽起裤脚沉浸式捕鱼捉虾，在峡谷秘境中感受清幽凉爽。

“溪水冰冰凉凉的，孩子蹲在那里捞鱼一玩就是半天，比窝在空调房里有意思多了。”游客陈先生蹲在溪边，看着7岁的女儿用网兜捞起一只小虾，兴奋得直拍手。

景区工作人员告诉记者，进入暑假以来，这种沉浸式的捕鱼捉虾体验极受欢迎，日均客流量稳定在2000人次至3000人次之间。

大景山漂流、茱萸谷空中彩虹玻璃漂流等项目也迎来消费高峰。人们在山郊水边溯溪解锁的，不仅是一份清凉，更是一种回归自然的夏日生活方式。

废弃矿坑变亲水打卡地

铜山区张集镇玫瑰山废弃宕口采用“政府引导+市场运作”的模式，严守生态保护底线，通过水系治理与业态植入，将废弃矿坑改造为“蓝湖瀑布”，成为市民游客夏日溯溪、露营的网红打卡地。

“抖音刷到的，专门从连云港开车过来。”95后游客李雨桐身着碎花裙，在瀑布前拍照留念，“听说马上还要建游泳池，下次再来可以待一整天。”

景区工作人员介绍，入夏以来游客量持续攀升，年轻客群占比最高，很多

人专门来拍照打卡。游泳池即将建成投用，届时亲水体验将更加丰富。

为持续激活暑期文旅消费市场，徐州市发放超430万元文旅消费券，覆盖景区门票、餐饮住宿等场景；推出30余项学生专属优惠，精准撬动暑期家庭客群。

“丰富的亲水业态有效串联起吃住行游购娱等消费环节。亲水经济不仅丰富了暑期的产品供给，更成为拉动文旅消费、激发文旅市场活力的重要增长点。”市文广旅局相关负责人表示。



国寿营销30周年 服务明星评选



荣耀30载 服务“鑫”征程

自1949年10月20日成立以来，中国人寿与国同行，阔步发展。2026年，中国人寿迎来个险营销30周年里程碑。30载风雨耕耘，一代代国寿营销人秉持“成己为人，成人达己”的初心，奔走千家万户，以专业规划保障、以暖心服务托付，把一纸保单化作万千家庭的安稳屏障。

2026年“7·8全国保险公众宣传日”，我们更加坚定“保险让前行更有底气”的初心使命。为弘扬以客户为中心的服务精神，树立一线服务标杆，中国人寿保险股份有限公司徐州市分公司特举办营销30周年服务明星评选活动。诚邀广大客户朋友为身边的国寿守护者点赞；一同甄选更专业、更暖心的保险服务伙伴！期待您的共同参与！

