

消费,是观察经济运行的一扇窗口。

今年上半年,徐州社会消费品零售总额达 **2354.7 亿元**,同比增长 **4.4%**,增幅 **居全省首位**。继 2025 年社消零增速领跑全省之后,徐州消费再交亮眼答卷。

数据背后,一连串问题亟待解答:4.4%的增长,动力来自哪里?领跑优势靠什么支撑?未来能否持续?建设区域消费高地,徐州还存在哪些现实瓶颈?

本报记者 郑微 于阅章 实习生 谷周羽

傍晚 6 点,彭城广场商圈地下车库已是一位难求。苏 J、鲁 R、皖 L、豫 N……外地牌照车辆随处可见。

金鹰国际购物中心(彭城广场店)负一楼,滨寿司门店前排起长队。来自山东临沂的宋霄霄,驱车两小时,只为那一口区域独有的限定口味。

这是徐州跨城消费最鲜活的注脚。

一座非省会城市,连续一年半消费增速跑赢全省。苏皖鲁豫周边的购买力,源源不断流向徐州。在各地争相出台促消费举措的大背景下,徐州这份成绩单背后藏着怎样的发展逻辑?

谁在花钱? 三成外地客赴徐消费

端午假期,杉杉奥莱停车场,半数车辆挂着外省号牌。据介绍,上半年,商场客流同比上涨 20%,销售额增幅达 35%,外地消费者占比高达 45%。

消费领跑,先看增量从哪来。

徐州地处苏皖鲁豫四省交界,坐拥千万级人口的消费底盘,辐射周边超 6500 万人口,外来购买力成为拉动消费的第一大“蓄水池”。

监测显示,彭城广场中心商圈集聚 2800 多家商贸企业,年客流量突破 8000 万人次,市外消费占比超 30%。

“去南京新街口距离太远。徐州地处四省几何中心,天然承接周边城市的消费外溢。”宿迁市民王先生表示,对宿迁、枣庄、商丘等地居民来说,在徐州,可以一站式选购品牌商品、打卡特色美食、体验多元文旅场景,是周边短途消费的最优解。

安徽游客谢女士走遍周边城市商圈后,为徐州点赞:“这里业态足够齐全,高端商场、特色夜市、历史街区一应俱全,不用辗转奔波,一站就能满足全部休闲需求。”

如今,跨城来徐州休闲,已经成为周边群众常态化的悦己消费选择。

密集落地的新品牌、新业态,搭配历史街区、音乐节、市集、赛事等潮流场景,精准契合年轻人消费偏好,吸引外地青年游客慕名而来。

县域消费同样加速崛起。上半年,铜山区(高新区)、邳州市、新沂市、鼓楼区等板块“社零”增速表现突出。

与此同时,以旧换新政策释放红利,汽车家电大宗消费势头向好。上半年,徐州以旧换新累计投入资金 6.36 亿元,直接撬动消费 65.39 亿元。异地购车、本地置换双向发力,进一步做大消费增量。

外来客流、年轻消费群体、县域进城消费、大宗消费,四股购买力叠加,共同绘就徐州向上的消费增长曲线。

他们为何『排队』来徐州 Shopping?



苏宁广场

钱花在哪?

餐饮 IP 成为增长引擎

暮色降临,富国街、户部山、民富园夜市烟火升腾、人头攒动。大批游客奔赴而来,钱流向哪里?拆解徐州消费结构,餐饮是最坚实的增长“压舱石”。

上半年,徐州餐饮收入 260.5 亿元,同比增长 9.4%,增速位列全省第三,各类美食深入人心,构筑起难以复制的餐饮经济优势。

今年“苏超”热度高涨。镇江球迷陆先生看完比赛,专门打卡地锅鸡。看球赛、吃美食、逛景点,一趟出行体验感拉满。

美食串联起商圈、赛事、文旅资源,把单次打卡,变成链式消费,持续放大餐饮 IP 的带动作用。

首店经济,则代表消费升级的新亮点。“十四五”以来,徐州累计落地各类首店 805 家;其中,今年上半年新增品牌首店 73 家,包含 2 家全国首店、6 家

江苏首店。不少新店一经开业便迅速走红,销售额跻身全国同类型门店前列。

“发展首店经济,本质是推动供给侧升级。通过引入独家、优质、多元业态,持续强化区域消费吸引力。”徐州市商务局副局长王永知说。随着德基广场加速建设,更多高端标杆品牌即将落户,徐州商品消费将持续提质扩容,夯实区域消费中心地位。

文旅融合消费实现跨越式提升。上半年,全市 A 级景区等重点场所接待游客 3629.81 万人次,同比增长 12.59%;旅游消费 343.31 亿元,同比增长 12.12%,游客量与旅游收入两项增速双双位居全省第一。

首店带来新鲜体验,餐饮带动高频消费,商圈支撑大额消费,文旅留住人气,四条赛道互相引流,构成徐州消费增速全省第一的核心底气。

在哪消费?

全域打造立体消费场景

今年 4 月,盒马旗下“超盒算 NB”3 家门店同步落地泉山区、徐州经开区、沛县。每一家新店门口都排起长队,单店首日客流破万。

四面八方的游客赶来,在何处完成消费?

如今的徐州,核心商圈引领、多片区错位竞争、夜经济延长消费时间、县域商业补齐末梢短板、文商旅深度融合,做到随时随地、全域可消费。

以彭城广场为核心,各大特色商圈各有侧重。东边云龙万达、淮海环球港主打年轻潮流消费;南边铜山万达、壹方城服务城南居民;西边杉杉奥莱聚焦平价品牌;北边依托鼓楼老城更新打造市井烟火街区……

各个商圈借力高铁、高校、景区资源错位布局,客流互相流转,覆盖不同群体的消费需求。

夜间经济,打破白天消费的时间局限。节假日期间,夜间消费占文旅消费的比重突破 60%。户部山、回龙窝、彭城壹号等省级夜间消费集聚区

持续升温。

县域商业不断下沉,打通消费“最后一公里”。核心商圈、县域网点、文旅街区,织就一张互相引流的完整消费网络。

亮眼的增速之下,短板同样不容忽视。

上半年,徐州住宿业收入 28.9 亿元,同比增长 7.5%,增速排全省第四。在批零住餐四大板块里,住宿业的总量、增速双双垫底。

餐饮、文旅吸引了源源不断的客流,不少到访者只是短途一日或两日游,深度沉浸式体验产品仍然欠缺。

数据显示,来徐游客复游占比 23.7%,苏皖鲁豫四省游客复游率更是高达 42.8%。游客愿意反复来徐州,为何不愿多停留一晚?

“如何把‘过路客’转化为‘过夜客’,把‘短期打卡’变为‘持续性消费’,是徐州消费提质升级的关键考题。”江苏师范大学商学院教授刘增焯说。

徐州建设区域消费中心,既要持续做大外部流量,更要练好内功。唯有不断优化体验、丰富供给、补齐短板,进一步放大虹吸效应、激活全域消费活力,才能让“到徐州消费,在徐州停留”真正成为周边群众的共识,稳稳守住消费增速领跑的势能。

本报记者 刘冰 摄



每到周末和节假日,杉杉奥莱停车场里很多都是挂着外省号牌的车辆。