

“奔县游”怎么火？

文/本报记者 郑微

图/本报记者 齐浩 蔡思祥

当消费的聚光灯不再只打向大城市时，县域正成为扩内需、促消费的重要主场。

去新沂沭河畔听一场没有围栏的“河畔演唱会”，去邳州邢楼镇看农民扛着锄头走“农具秀”，去丰县看少年逐浪骑行，去沛县看一场“村界杯”，去睢宁双沟镇逛5天不重样的群众晚会……一场场热气腾腾的“奔县”浪潮，正在彭城大地徐徐展开。

近日，商务部等9部门印发《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》，提出深化“千集万店”改造、促进城乡“同质同享”、推动商农文旅体融合。在此背景下，徐州县域消费如何接待年轻人的“奔县游”，打造烟火与新潮共生的全新目的地？

破圈生长

县域打开差异化流量入口

过去提到县城，想到最多的是集市与庙会。如今的徐州县域消费，变得越来越潮。

河畔音乐会、农具秀、村界杯轮番登场，在徐州，各个县域正结合自身禀赋，培育起风格迥异的消费IP，多点开花，各有看点。

新沂凭借河畔演唱会刷屏网络。沭河沿岸、文博广场、花厅水街，没有门票、没有围栏，民间乐队、普通市民随时登台，百余场露天演出接连上演，上千人自发合唱，手机灯光汇成星河。

依托2500年钟吾礼乐文脉，新沂把河道水环打造成开放式亲水展演平台，新沂大剧院、新体育中心投用，免费的街头舞台和专业的演艺殿堂互为补充，搭建起多层次的音乐空间。

“没有人只是观众，每个人都可以成为舞台主角。”新沂市文体广旅局相关负责人介绍，政府做好配套保障，修缮步道、增补照明、保障网络安全，守护这份民间自发的情绪价值。据当地商业体统计，音乐会期间商场整体客流环比提升27%，周边餐饮业态翻台率提高了50%。推动“商贸文旅城市”成为小城发展的核心引擎之一。

“奔县游”的魅力，还在于那份独一无二的“土味”自信。在苏鲁交界的邳州市邢楼镇，一场别开生面的“农具秀”迅速出圈。数十位本地村民扛着锄头、簸箕，走上T台。“接地气、带泥土味”的走秀活动，让农民成为乡村舞台的主角，激活了边界乡镇夜经济，让偏远的边界乡镇成为跨省消费的目的地。

同样活力迸发的，还有沛县鹿楼镇的农民足球赛。球场设在鹿楼镇七堡村和八堡村两村交界，球员

是本村农民、返乡青年，奖品是农产品，上万名观众自发观赛。就是这样一个赛事，入选了全国首批群众“三大球”精品赛事案例。

“我们不收门票，不收报名费，来的都是客。老百姓喜欢看，我们就办。”“村界杯”相关负责人介绍。赛事品牌效应带动了地方消费和文旅发展，今年“五一”期间，沛县游客接待量同比增长12%，初步形成“体育引流、文旅变现”的良性循环。

8月17日，在柳新镇“姑妈趣味篮球赛”上，乡村妇女脱下围裙站上球场，选手王娟感慨道：“平日里我是媳妇、是妈妈，站在球场上，我只为自己奔跑。”赛事的热闹，不光在球场之内。现场同步开设非遗文化市集，展位前人流不断，把乡村的烟火气与文化味拉得满满。

在丰县举办的2026年大运河小铁人三项赛，吸引了全国近200名小选手参赛，以赛事为媒，推介汉文化、生态旅游资源，让全国各地的参赛选手与游客，走进丰县，感受县域的红色底蕴与自然风情。睢宁双沟镇举办的“乐在双沟”2026年群众文化晚会，集文艺演出、义诊、露天电影、家电以旧换新为一体，吸引城市游客前来近郊微度假。

一个个鲜活案例印证，县域不必追求大而全。音乐、足球、农事、生态、赛事，任何一个本土特质，都可以成为吸引流量的入口。

供给迭代

家门口解锁品质新生活

以往，县域消费被贴上“选择少、档次低”的标签。如今，精品咖啡、社交小馆、连锁品牌纷纷扎根徐州各县域，城市的消费潮流向下浸润，年轻人的情绪价值需求被充分接住，城乡消费“同质同享”一步步照进现实。

在邳州议堂镇龚湖村，田野边的“半隐田野”乡村咖啡馆，让手冲咖啡走进乡村。农闲时分，村民与游客坐于窗前，在田园风光里享受慢生活，“村咖”成为乡村文旅的新符号。

品牌连锁也加速向县域布局。新沂文博广场的Tims咖啡门店内，前来打卡的年轻人络绎不绝。市民赵凯感慨道：“没想到在县城，也能喝到和大城市一样口味的品牌咖啡。”

如今，睢宁已构建起多座大型商业综合体，形成南北呼应的商贸格局。兴美城市广场相关负责人介绍，商场大力发展首店经济，引入网红餐饮、潮流娱乐业态，把客流转化为实实在在的销售额。

近来，在新沂市马陵山和窑湾景区，成功落户了罗森、德克士、筱满客栈等20多家国内外知名品牌，有效推动了景区的商业业态转型，形成了“古镇+现代商业”的生态圈。

“这不仅丰富了景区的消费场景，还通过品牌联动，延长了游客的停留时间，为打造‘两天一夜’微度假目的地夯实基础。”新沂骆马湖旅游发展有限公司相关负责人表示，今年“五一”期间，马陵山景区和窑湾古镇游客人数再创新高，景区及周边民宿酒店生意兴隆，一房难求。

“潮味业态持续落地，文体IP深度赋能，流通网络不断织密，徐州的县域消费正站在从出圈到扎根的关键路口。”市商务局相关负责人表示。当一个个县城找到自身的文化辨识度，并培育出内生动力，同时把供给做实、服务做细、特色做足，打造更多元的消费场景、更浓郁的烟火气息，“奔县游”就不再是一阵风，而是一条城乡融合、产业兴旺的可持续发展新路。

