

县区新观察
挖潜基层可复制可推广的鲜活经验

从“吸睛”到“留客”，首发经济不止于新

本报记者 王春元

让首发经济『首』在其新『发』在其远
王春元

消费是畅通国内大循环的关键环节，也是满足人民美好生活需要的直接抓手。徐州积极布局首店、首秀、首展，不仅激发了消费潜能，更重构了商业生态，走出了一条从“吸睛”到“留客”、从流量到“留量”的高质量发展之路。

首发经济兼具时尚、品质、新潮等特征，是契合消费升级趋势和高质量发展要求的经济形态。因地制宜推进首发经济，需坚持系统思维、强化综合施策，不断营造支持首发经济健康发展的良好环境。

首发经济是需要“持续发力”的系统工程。一段时间以来，一些城市把首店数量当作“KPI”，却忽视了后续培育，最终陷入“开业即巅峰”的困境。徐州把首发经济嵌入创建消费中心城市的总体棋局：商务、文旅、城管等多部门协同推出“政策包”，在规划、资金、活动、宣传等方面形成闭环。事实证明，只有把首店从单一“营销事件”升级为完整“产业生态”，才能避免“昙花一现”的尴尬。

首发经济不是“简单复制”，而是“因地制宜”的差异化探索。徐州深悟“首店”之“首”，核心在于“人无我有、人有我优”的独特价值。邳州中钰购物中心锚定县域青年消费需求，把国际潮流元素与在地审美相融合；鼓楼区八里产业园聚焦智能家居细分赛道，让“巧夺天工”红木家具江苏首店成为传递中式美学体验新高地；SuningPro 绿地城市广场店一次引入 200 余个头部品牌，将家电、家装、家居整合为“一站式”生活解决方案……这种“差异化选品+场景化运营”的模式，让首店不再是简单的“复制粘贴”，而成为撬动消费升级的“支点”，充分体现了“徐州所长”与“市场所需”的精准对接。

首发经济更非“孤立盆景”，而是“众木成林”的生态圈。从单一首店到首店集群，再到城市级消费生态，徐州的实践表明：流量的终点不应是拍照打卡，而应是持续复购；首店的价值不仅在于“第一次”的新鲜感，更在于“每一次”的体验感。消费连着民生福祉，也连着城市发展。首发经济的价值，最终要体现在对城市能级的提升和居民生活质量的改善上。从追求“短期体验”到赢得“长期信赖”，徐州正在形成开放共赢、持续创新的商业生态系统。期待徐州能将首发经济这块“试验田”种成“高产田”，让每一次“首”字号的亮相，都成为人民美好生活的新注脚，让首发经济不仅“首”在其新，更“发”在其远，持续为消费升级和城市发展新动能。

彭城新语



市民在邳州中钰购物中心驻足选购。 通讯员 索晓飞 摄



金马鲜生的鲜花售卖区域。 本报记者 王春元 摄

新面孔，激发消费潜能

近日，在邳州中钰购物中心，一家集合男女休闲服装、化妆品、内衣等品类的品牌首店，吸引了不少市民驻足选购。市民张女士说：“这是该品牌在邳州的首家门店，其中的衣服很符合年轻人的审美，饰品也很漂亮，逛起来心情特别好。”

这家门店自去年 12 月进驻邳州市以来，人气持续高涨。门店负责人介绍说：“开店以来，主要以年轻消费群体为主。每天客流量在 3000 到 5000 人之间，销售额在徐州同级门店中位居前列。”

大力发展“首发经济”，是打造消费型城市、提升居民幸福指数的重要举措。近年来，邳州市加快构建现代经济体系，推动服务业规模扩张与业态创新，持续增强经济软实力，吸引了众多知名品牌和零售商业纷纷落户。截至目前，中钰购物中心已引进 80 多家行业首店，为城市发展注入新动能。

中钰购物中心工作人员康乐介绍：“首店的稀缺性为商场带来了大量客流，在促进消费的同时，也为商场带来了显著的经济效益。目前商场每天客流量约 5 万人次。”

在邳州欢乐买宏大店，一家新入驻的炒货店也吸引了不少市民光顾。该店销售的冷鲜板栗、果脯等休闲食品，以新鲜的口感满足了消费者的需求。欢乐买宏大店工作人员表示：“在首店的带动下，宏大店的客流量明显增加。随着超市人气的提升，消费者的消费热情也被充分激发起来。”

徐州杉杉奥莱的 HEAD 海德江苏首店，通过组建“头号玩家俱乐部”，免费为顾客提供球拍穿线服务。一位消费者说：“本来只想看看球拍，结果全家都消费了。”这种“磁力效应”正在改变传统商业逻辑。首店不再是单纯的销售点，而是流量入口和体验中心。它们吸引消费者到店，然后通过跨界融合、场景创新，激发二次消费、关联消费。

新格局，释放虹吸效应

在鼓楼区八里产业园，一场由首发经济引领家居产业变革焕“新”的消费新场景正在上演。园

区以“首”字为核心，从家居产业商圈升级到消费场景焕新，不仅为消费者带来全新体验，更催生了家居消费新业态。

前不久，“巧夺天工”红木家具品牌入驻八里产业园华隆家具城，成为该品牌入驻江苏的首家店铺。走进“巧夺天工”江苏首店二楼展厅，25 个不同风格场景的红木家具样板间令人眼前一亮，古朴典雅的造型设计、精雕细琢的家具摆件、淡雅气息的木质香味，将红木家具的中西美学展现得淋漓尽致，尽显高端大气。

今年，鼓楼区出台了《2025 年全区十大重点工作实施方案》，重点提出了“大力发展首发经济”，为八里产业园提档升级指明了发展方向：聚焦“智能家居”等差异化赛道，避免与综合商场陷入同质化泥潭；以“首发经济”为引擎，成功举办设计师大赛、新品品鉴等活动，提升园区在高端行业内的知名度与影响力，让卖场成为新品首发的权威平台；规划建设“首发体验馆”，借助场景化设计让新品功能触手可及，重塑家居消费新格局。

瞄准个性化家居消费市场，今年以来，八里产业园联合园区企业通过举办“3.15FUN 肆嗨购节”“春暖花开相购市集”“苏超联赛 618”等特色促消费活动 60 余场，增加消费新体验，让首发经济更有活力、更可持续，也让更多国际、国内大牌慕名而来，实现品牌与园区的“双向奔赴”。

首发经济的蓬勃态势，离不开制度保障的“强磁场”。徐州市政府工作报告明确“每年落户区域首店、行业首牌 100 家以上”，《徐州市创建国际消费中心城市实施方案》专章部署本土品牌提升，市商务局将首店招引纳入年度重点，形成政策闭环。

这种精准施策正在结出硕果。今年以来，60 余家新首店落户徐州。截至目前，800 多家首店星罗棋布，徐州首发经济正展现蓬勃图景。即将开业的德基广场，17 万平方米商业空间将引入 150 余个首入品牌，包括 50 余家区域首店、50 余家国际名品及 20 余家高端餐饮，预计年客流量 3000 万人次、销售额破 50 亿元。而苏宁广场、金鹰国际等商业体的持续升级，更让首店集群有了优质载体。

新升级，重构商业生态

8 月 15 日，又一家首店项目——徐州 Suning-Pro 绿地城市广场店在云龙区庆丰路试营业，并将于 9 月 29 日正式营业。作为苏宁易购旗下专业家电家居连锁品牌，该项目总体量超 8000 平方米，汇聚 200 余个头部家电 3C 品牌，为消费者带来家电家居一站式解决方案。

作为徐州东最大家电购物体验中心，SuningPro 绿地城市广场店位于云龙区核心商圈万达广场，周边居民对高品质家电、数字家居的焕新需求旺盛。

据苏宁易购相关负责人介绍，门店提供家电、家装、家居定制化服务，全场景一站式置家解决方案。同时，超过 200 个头部品牌商将进驻门店，其中 COLMO、卡萨帝等高端家电品牌将在店内打造新品首发专区。海信、创维等大屏电视新品也将依托 SuningPro 实现徐州首发首销，进一步丰富当地超大屏电视市场的产品供给，各品类全新的前沿科技产品也将在此同步亮相。

近日，“小红书”本地生活苏皖鲁豫区域运营中心项目落户铜山街道，标志着“小红书”本地生活徐州首店正式成立。借助小红书平台的引流作用，不仅能促进徐州商圈消费增长，还能为市民带来全新购物体验，助力业态升级与转型。

首发经济的价值不止于“网红效应”，更在于重构消费生态。钟书阁云东文化街区店作为苏皖鲁豫交界首店，将阅读空间与地域文化融合，成为文旅消费新地标；彭城广场、户部山月光市集等夜间经济集聚区的 800 余家商户，与首店形成业态互补，让“首店流量”转化为“商圈留量”。中心商圈外来消费占比常年超 30%、节假日突破 50%，徐州对区域消费的辐射力正持续增强。

从单一门店的“新鲜体验”，到消费生态的“系统升级”，再到城市能级的“全面跃升”，徐州首发经济正走出一条从量变到质变的发展路径，不仅要“引得来”，还要“留得住”“活得好”。未来，随着更多首店落地与本土品牌崛起，这座区域消费高地，将在开放与创新中，持续探索商业繁荣与城市发展的新可能。

水下养虾，泥里挖藕

丰县顺河镇荷塘“捞”出生态富民路

本报记者 马永康

金秋九月，丰县顺河镇的田野上正上演着别样的丰收交响曲。白庙村的藕农们在泥水中弯腰“淘金”，一根根一米多长的“鄂莲六号”莲藕破水而出；齐庙村的荷塘里，村民们踩着晨露采摘“太空莲 36 号”莲蓬，田埂边的桃树上已结出青果，水下小龙虾正穿梭于荷梗间觅食。

两种创新种养模式在顺河镇这片土地上，交织出一幅“一水两用、一田多收”的生态农业画卷，成为乡村振兴的生动实践。



齐庙村依托荷塘开展的研学游项目。 本报记者 马永康 摄

洼地突围 种养循环变“废”为宝

“以前这地方，秋粮十种九不收。”白庙村党支部书记董志泉的感慨，道出了当地曾经的困境。由于地势低洼，雨季积水常导致传统作物绝收。后来，村里通过土地流转试水“藕虾共作”，将 80 亩洼地改造成荷塘。如今，种植基地已扩展至 400 亩，亩产莲藕超 3000 斤，来年三月还能收获一季小龙虾。

同样的蜕变发生在齐庙村。今

年 3 月份，在省委驻乡村振兴工作队的协调支持下，村里盘活村集体土地资源，利用 40 亩土地种植“太空莲 36 号”水果莲，创新推出“莲蓬+小龙虾+桃树”立体种养模式。

齐庙村党支部书记张敏敏算了一笔账：“莲蓬亩产 700 多斤，市场价最高时每斤能到 20 元出头，最低也有 7 元。仅莲蓬一项，亩均收益就比单一种植翻几倍，我们还有莲藕、荷叶的附加值，荷塘里的小龙虾、四周的桃树也是额外收益，这样算下来，综合效益十分可观。”

科技领航 小种子焕发产业新生机

在白庙村的丰收现场，品种创新成为高频词。白庙村经多年实践选育的“鄂莲六号”，以粉糯清甜的口感征服市场。“这根藕比人还高！”种植户朱广民举起 1.7 米长的莲藕满脸自豪。该品种适应性强，在浅水区也能高产，引得山东经销商李兆明跨省采购：“北京、天津的超市就认这个品质！”齐庙村则依托科技力量，引进航天育种技术培育的“太空莲 36 号”。

链式发展 荷塘经济激活“一池春水”

产业链延伸让传统农事焕发新活力。白庙村的藕农们手持高压水枪作业，这种现代化的采收方式不仅提高了效率，还减少莲藕损伤。工人多是本村或邻村村民，经短期培训就能上岗，日收入可达百元。

科技领航 小种子焕发产业新生机

齐庙村更是将荷塘变成“自然课堂”，开发亲子研学项目。暑假期间，孩子们在这里学习生态循环原理、体验莲蓬采摘。这种文旅融合模式不仅为村庄带来人气，还催生了导游、讲师、手工艺品制作等新职业。

从白庙到齐庙，顺河镇以生态农业为基，走出了一条“一水多用、效益多元”的振兴之路。据了解，顺河镇下一步将继续推广“荷塘经济”标准化体系，规划种养示范区，配套建设加工物流中心，让“顺河莲藕”“顺河龙虾”被更多人了解，全力打造绿色农产品供应基地。

铜山区房村镇：好品质带来好“钱景”

本报记者 胡明慧

在不久前我市举办的“中秋好物大集”上，铜山区房村镇八王村的白莲藕卖爆了，一天两次回村拉货，“这种卖断货的感觉太好了！还是得品质好，好品质才能带来好“钱景”。”八王村党支部书记李桂侠的话语里，满是丰收又增收的喜悦。

八王村的莲藕为啥这么受欢迎？李桂侠给出答案：“除了品种本身优质，更得益于运料河水质改善。”

近年来，为改善运料河水质，房村镇加大治理力度，分类制定整治措施、整治标准，有效阻断了污染源，同时将整治后的河道纳入常态化管理，成功打造出优质水环境。八王村抓住紧靠运料河的优势，于 2022 年 1 月流转了运料河两侧 560 亩土地，专门发展优质莲藕种植。为方便管理和销售，成立徐州市铜山区霞书安谷物种植专业合作社，由村党支部牵头，推动小田入股、合作经营、利益共享，进一步壮大新型村级集体经济。

“八王村的莲藕口感清脆微甜，深受市场欢迎，一斤能卖到 3 元钱。只要村里一出藕，我就第一时间来拉，国庆、中秋期间销售势头更火。”正在装车的商贩张玉发说。

不止八王村的浅水藕，秋日的房村镇处处是丰收在望的景象。走进田间地头，连片庄稼地在绿意中透着微黄，一幅生动的乡村好“丰”景跃然眼前。

来到李庄村的葡萄种植基地，空气中弥漫着清甜的果香，一幅喜人的丰收画卷正徐徐展开。一串串葡萄饱满的果粒紧密相依，沉甸甸地压弯了枝头，颜色翠绿微黄，在阳光的照射下晶莹透亮。种植大

户郝兴华正手拿剪刀穿梭在葡萄架下，小心翼翼地挑选、采摘，每一个动作都流畅而专注，脸上洋溢着丰收的喜悦。

“我的葡萄园全用羊粪施肥，不用尿素和复合肥，虽然结的果个头不算大，但含糖量高、香味浓、颜色好，吃了都说好。”郝兴华说，种植中他采用水肥一体化、施用农家肥、生物防治等技术，产出了优质的葡萄。为错峰销售，基地还种植了阳光玫瑰，还有夏黑、巨峰等十多个品种的葡萄，经过精心培育，葡萄品质上乘，销售价格是同品种价格的 2 倍，且供不应求。

“今年秋季梨长势特别好，均价每斤 2.6 元，一亩地能收入超万元。”徐州市官品果品合作社负责人张强随手摘下一个梨告诉记者，“国庆、中秋节临近，现在每天能卖出 2 万斤左右。”

为了产出更好品质的梨，合作社规定每亩施用有机肥的量不能低于 1000 公斤，并采用诱虫灯、粘虫板、迷向丝等生物防治技术，确保果品的绿色无公害。这几年，合作社通过与高校合作，成为试验示范基地，新的技术、新的品种都会优先在这里试验，实现绿色环保种植。合作社的梨在江苏省组织的优质果品评比中屡获金奖，基地被评为江苏省现代农业产业技术体系铜山（梨）推广示范基地，合作社被授予“国家级合作社”称号。

乡村振兴，产业振兴是基础。房村镇在守牢粮食安全的基础上，因地制宜发展浅水藕、葡萄、梨等特色优势产业，通过提高品质来增加村民收入，让丰产增收落到实处，沉甸甸地压弯了枝头，颜色翠绿微黄，在阳光的照射下晶莹透亮。种植大