

推进文化强国建设，是全面建设富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的重要方面。

党的二十大和二十届三中全会对文化强国建设作出部署。2024年10月，中共中央政治局就建设文化强国进行第十七次集体学习，习近平总书记在主持学习时强调，建设文化强国，事关中国式现代化建设全局，事关中华民族复兴大业，事关提升国际

竞争力。

立足新阶段，阔步新征程，我们要深入学习实践习近平文化思想，深刻把握中国特色社会主义文化建设的内在规律，坚持以人民为中心的工作导向，不断满足人民日益增长的精神文化需求，加快建设文化强国，为建设物质文明和精神文明协调发展的中国式现代化提供强大精神动力。

详见中国徐州网、汉风号 APP

敢当弄潮儿 奋力挑大梁

62家重点商贸企业实现销售额 17.4 亿元，同比增长 7.27%

双节假期徐州消费市场活力奔涌

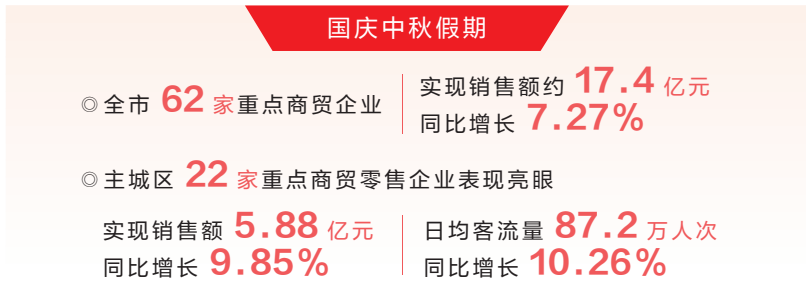
本报记者 郑微

云龙湖畔人流如织，彭城七里古风新韵，餐饮店门前排起长队，商圈停车场里鲁、豫、皖车牌随处可见……2025年国庆中秋假期，徐州消费市场持续升温，全市开展各类促消费活动317场，政银企联动投入资金近9000万元，超千家商户参与。市商务局监测数据显示，国庆中秋假期，全市62家重点商贸企业实现销售额约17.4亿元，同比增长7.27%。主城区22家重点商贸零售企业表现亮眼，实现销售额5.88亿元，同比增长9.85%；日均客流量87.2万人次，同比增长10.26%。交出了一份亮眼的假日消费答卷。

新地标聚人气
热点消费“燃”全城

双节期间，徐州消费市场新地标表现抢眼。彭城七里项目以焕然一新的面貌和沉浸式互动体验，吸引了众多市民、游客前来打卡。

首店经济的加持，让这片新地标更具吸引力。假期期间，好利来、



达美乐等知名品牌徐州首店相继开业，凭借品牌影响力与徐州消费市场的旺盛需求，创下亮眼业绩——两店开业首日销售额均创系统内门店新高。好利来徐州区域负责人介绍：“自9月30日开业以来，连续3天创下全国门店同期新纪录，完全超出预期。徐州对首店经济的政策支持和浓厚的商业氛围，让我们对后续发展充满信心。”而10月1日开业的达美乐比萨，首日销售额68万元，创下门店单日销售“全球第一”。整个假期，达美乐比萨累计销售4.5万份，好利来半熟芝士卖出3.4万份，成为年轻人追捧的消费

爆款。

首店效应持续外溢，带动周边业态同步升温。彭城七里沿线的小康人家、什一等本土餐饮品牌借势发力，推出融合传统与创新的特色菜品，迎来客流高峰，营业额日均增长超200%。

除了商业新地标，赛事与节庆热点同样激活消费潜力。我市重点商贸企业紧扣“苏超”主场赛事与中秋团圆主题，推出“看球赛享折扣”“中秋团圆礼特惠”等特色活动。数据显示，10月5日“苏超”徐州队主场比赛当日及中秋当天，22家重点商贸企业销售额同比分别增长

9.06%、9.43%，彰显热点IP对消费的拉动作用。

商圈消费多点开花
外来客流“旺”市场

作为区域商业重镇，徐州主城消费格局正加速向“一枝独秀”向“多点开花”转变。

中心商圈9家企业实现销售额2.83亿元，同比增长1.11%，日均客流量46.92万人次，同比增长10.09%。

西部商圈（金鹰人民广场店、杉杉奥特莱斯等）实现销售额9427.75万元，同比增长22.86%；东部商圈（云龙万达、环球港、宜家等）销售额12516.32万元，同比增长13.48%；南部商圈（三胞国际广场、铜山万达、金桥超市等）销售额4517.29万元，同比增长16.57%。三大商圈合计销售额26461.36万元，同比增长17.20%，占比45%，较去年同期提升1个百分点，区域消费均衡发展态势愈发明显。

（下转 02 版）

■“十一‘铜’玩攻略”系列报道

2025年国庆中秋双节叠加，铜山文旅市场活力迸发，亮点纷呈。10月1日—7日，全区重点监测的13家单位共接待游客148.7万人次、实现旅游直接收入8031.8万元，同比分别增长9.6%、10.1%，在去年高位基础上实现稳进向好。全区开展各类促消费活动70场，2家重点监测商贸企业实现销售额3596万元，同比增长21.5%；总客流量61.3万人次，同比上升13.58%。

这个双节假期，铜山C位出圈，成为城市人争相奔赴的“远方”。这不是偶然，而是一场深层次的文化与地理共振。铜山的出圈，靠的是一锤子买卖的“快闪消费”，而是引起人们内心深处对土地、对自然、对美好生活的深切渴望。

从“景观”到“场景”

铜山的出圈，胜于其不再将乡村视为静态的风景画，而是将其转化为可参与、可体验、可共鸣的“生

10月1日—7日，13家重点监测单位接待游客148.7万人次、实现旅游直接收入8031.8万元

铜山，何以C位出圈

本报记者 胡明慧

活场景”。

“蛙·两季”南瓜主题节、迦南农场萌宠互动、探险鸭野趣农场亲子探险……这些项目之所以能引爆流量，是因为它们不是简单的“农家乐”升级，而是将现代都市人的审美、情感和生活方式，无缝植入乡村肌理。在这里，稻田不仅是农作物，更是咖啡座的背景板；乡村不仅是故乡，更是可以安放身心、实现自我表达的“第三空间”。

这实则印证了一种观念的转变——乡村不再是城市的“他者”，而是与城市平行、互补的另一处空间。铜山的出圈表明，乡村振兴的关键，不在于复制城市，而在于激活乡村本身独有的“时空魅

力”——那种缓慢的、亲密的、与自然节律同频的生活质感。

从“流量”到“留量”

铜山的另一个智慧，在于它找到了“流量”变“留量”的正确方式。不追求短期的眼球效应，而是通过文旅深度融合，积极构建让游客“停下来、住下来、还想再来”的正向循环。

“梁堂村拉松”“乐跑娇山湖”“村BA”篮球赛……这些赛事的意义远超体育本身，将乡村的“过客”转化为赛事的“参与者”。当人们在乡间小路上奔跑，在湖边竞技，他们与土地的关系就从“观看”变成了“融入”。

体育“破圈”，文旅“接棒”，消费“生根”。赛事聚集的人气流向民宿、餐饮、市集，形成了“一日比赛，多日停留；一人参赛，多人消费”的良性循环。这背后是一种“活动即内容，内容即消费”的现代文旅逻辑。铜山用实践表明，真正的“留量”，不是靠硬件设施的生硬挽留，而是靠情感共鸣和深度体验的自然留存。

从“乡土”到“新土”

铜山的出圈，还得益于一场年轻人与乡村的“双向奔赴”——一方面是城市人对乡村的向往，另一方面是年轻一代带着知识、审美和创造力“回乡”创业。

（下转 07 版）

近日，九里湖畔，粉黛乱子草竞相绽放，连绵成片的粉紫色花穗如云似雾，在秋风中摇曳生姿，吸引了众多市民和游客纷至沓来，拍照打卡。

通讯员 高刚 摄

■新沂经济观察——“镇”有一套

盘活闲置地 织就惠民网 激活新动能

新沂市墨河街道跑出高质量发展“加速度”

本报记者 王海春 蔡思祥 通讯员 胡冰洁

在新沂市墨河街道，发展的故事每天都在更新。工业园区塔吊林立，纺织厂房拔节生长；田野间菌菇飘香，采购商身影穿梭不息。那些曾被遗忘的角落——脏乱的废品站、沉寂的工地，已蝶变为便民市集与致富车间。

而在这幅生机勃勃的画卷背后，一条“民情直通车”正悄然穿行于街巷阡陌，将矛盾化解在萌芽，把温暖送到心坎。墨河街道以创新盘活闲置资源为突破，以筑牢信访维稳防线为根基，在高质量发展之路上跑出了惠民安民的“加速度”。

“墨河服务”硬核支撑
项目建设加速推进

作为新沂经济发展的重要一环，墨河街道紧握“项目为王”金钥匙。今年以来，街道赴北京、长三角等地招商8次，成功签约落地2个重点产业项目，北京车车险、上海飞凯材料项目正加速对接。

项目落地生根，离不开“墨河服务”的硬核支撑。新组建的招商办打造“信息收集—手续代办—要素保障”全链条服务，跑出“签约即落地、落地即开工”新速度。

金秋时节，记者来到荣鼎纺织新材料项目现场。项目所在地原是一块荒废许久的空地，投资人段东云深有感触地说：“从立项到开工，‘保姆式’服务全程相伴，难题不过夜。我们有把握12月份投产。”38亩土地上，25000平方米厂房拔地而起，24条高端生产线蓄势待发，一期冲刺12月投产，二期明年5月竣工，达产后年产值将突破1.65亿元。

重大项目落地的背后，是“土地管家”的攻坚身影。墨河街道创新“政策透明+情感疏导+民生兜底”工作法，晓星碳纤维、绿色印染等20余个重大项目顺利落地。

（下转 03 版）

“蓝色风景”骑出文旅新体验

哈啰共享电单车串联起城市的美好

