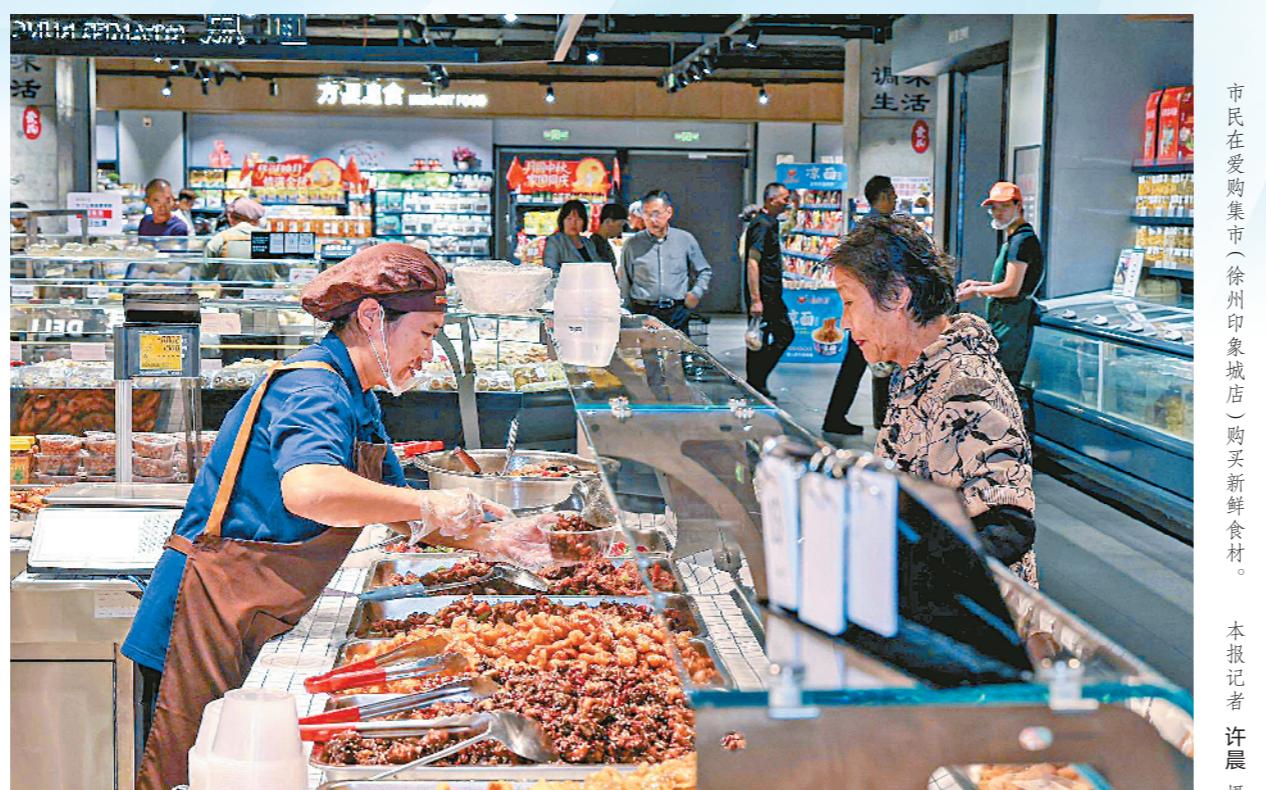


# 新店首店密集落地，连锁品牌加速布局

徐州商业呈现『中心辐射、多点开花』新格局

本报记者 刘淑婷



市民在爱购集市（徐州印象城店）购买新鲜食材。  
本报记者 许晨 摄

## 中心商圈焕发新貌 首店集聚效应显著

作为徐州商业的地标，中心商圈始终担当着城市消费“引领者”的角色。今年，在“大力提振消费”政策推动下，以金鹰国际、苏宁广场、彭城壹号为代表的商业主体，持续巩固商贸核心地位，推动业态升级与品牌焕新，将中心商圈打造为融合国际视野与本土特色的多元生活空间，勾勒出充满活力、创新不断的消费图景。

首店经济作为衡量城市商业活力的关键指标，正以前所未有的速度在徐州扩张。金鹰国际今年成功引进

Lululemon、TOMFORD、NARS等苏北首店，并积极推进品牌焕新计划，FILA全新V6形象 / 全国首家高尔夫店中店、萨洛蒙最新形象店等运动品牌升级门店陆续亮相，进一步强化了其在高端美妆、运动休闲等领域的业态集聚。苏宁广场则围绕餐饮业态打造首店集群，梅果、NEED、达美乐、好利来等知名品牌相继入驻，带来旺盛人气，不断刷新销售与客流纪录，持续放大首店效应。

空间的贯通也为商圈注入新

活力。随着金鹰B1层改造完成，这里与文庙、苏宁广场及彭城广场地铁站实现地下连通。便捷的消费场景不仅带动客流量增长，也进一步强化了中心商圈的辐射力，促进各商场品牌能级提升。

此外，彭城壹号于今年焕新开街，8月1日开业时首店占比达42%。茶颜悦色、O'eat、民谣集、拾叁唐等首进品牌，为这一商业“老地标”构建起新颖多元的消费场景，为市民与游客带来全新体验，增强了徐州商业对苏皖鲁豫省际交界地区消费者的吸引力。

## 消费力助推商业外拓 多商圈百花齐放

在中心商圈持续升级的同时，我市商业格局正从“一枝独秀”向“多点开花”转变，向西区、东区、南区加速扩散，形成均衡发展的新局面。

今年国庆中秋双节期间，中心商圈监测企业销售额占全市监测数据的48.10%，其他商圈承接外溢消费，成为增长重要引擎：西区商圈销售额9427.75万元，同比增长22.86%；东区商圈销售额12516.32万元，同比增长13.48%；南区商圈销售额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%。

具体来看，近两年徐州杉杉奥特莱

斯凭借“品牌折扣+主题活动”的优势，外来消费占比持续保持在50%左右，成为周边城市消费者跨城购物的首选；云龙万达、淮海环球港、宜家等通过业态互补，满足家庭消费、潮流购物、家居体验等多元需求；铜山万达、三胞广场则聚焦区域学生与居民消费升级，持续优化品牌组合，带动人气与销售稳步增长。

值得一提的是，作为西区商圈的重要商业体，徐州杉杉奥莱依托云龙湖、徐州乐园等城市资源，积极融合商业与文旅、非遗、国潮、明星等元素，打造“玩在徐州、购在杉杉”的消费闭环。目

前其销售规模仅次于金鹰国际和苏宁广场。在10月22日至27日的三周年庆典期间，客流同比提升24%，销售额同比提升87%，10月22日、25日、26日连续刷新开业以来销售纪录，其中多家品牌夺得全国销售第一。

在消费活力与城市辐射力的双重支撑下，连锁品牌加快向外布局，助力各商圈百花齐放。以茶颜悦色、达美乐为例，两大品牌在苏宁广场、彭城壹号开店后人气高涨，短短数月，茶颜悦色宝龙广场店、淮海环球港店开业在即，达美乐云龙万达店、贾汪吾悦店、铜山万达店也已进入筹备阶段。

## 线上线下协同并进 县域商业稳步发展

品牌与城市的“双向奔赴”，同样体现在县域商业的快速发展中。通过与本地企业合作，不少品牌加速下沉布局，精准满足不同场景消费需求，也进一步扩大了在区域内的市场份额。

便利店作为“小而美”的商业形态，是城市商业崛起的生动写照。2023年，罗森、7-Eleven两大外资便利店巨头先后进入徐州，两年间持续重仓布局，并逐步向县域市场拓展。目前，罗森已在沛县新开三家、在丰县新开一家门店；7-Eleven沛县两家新店即将开业，丰县店已于国庆前营业。

“去年年中还说罗森不会来，现在丰县已经集齐了罗森和7-Eleven。”家住丰县的秦女士近日发现家门口又将添新店，充满期待，“以前想买他们的面包还得专门开车去徐州，现在丰县有了门店，方便多了！”

如今，走进丰县、沛县、新沂等地的商业中心，喜茶、古茗、星巴克、名创

在消费模式不断更新的今天，一座商业蓬勃发展的城市能创造多少新纪录？达美乐徐州首店单日销售额突破68万元、刷新全球纪录，茶颜悦色双月夺得全国单店销售额榜首，Lululemon、TOMFORD等高端品牌相继在徐落户苏北首店……2025年，徐州商业以昂扬之势，演绎着“中心辐射、多点开花”的发展新篇章。

今年以来，我市依托强劲的消费潜力、完善的商业生态与优质的营商环境，吸引了众多首店、新店密集落地。与此同时，连锁品牌加快发展布局，推动城市商业从中心商圈向全域延伸，一幅多层次、高品质的商业新画卷正徐徐展开。

优品、鸿蒙智行体验中心等知名连锁品牌随处可见，消费业态覆盖餐饮、娱乐、零售、文化等多个领域。从市区到县区，从首店到新店，品牌集聚可以有效地助力新进品牌迅速打开局面。

县域商业网络也在持续优化。商业设施日益完善，农产品批发市场实现县域全覆盖，物流企业积极向农村延伸供应链，推动“实体店+互联网”融合发展。借鉴市区经验，街坊中心模式逐步推广，新建商业综合体服务功能不断提升，更好满足居民一站式消费需求。

在政策支持下，县区商业服务模式不断创新，农村物流配送效率显著提高。健全“县—镇—村”三级配送网络，各县（市）探索特色统一配送模式，完善县级物流中心、乡镇公共配送点和村级末端网点，有效畅通农村物流“最后一公里”。睢宁家具、新沂皮草化妆品、丰沛邳农副产品、铜山玻璃制品、邳州

实木家具等五大电商特色产业集聚区逐步形成。电子商务进农村综合示范工作持续深化，农村电商新基建与县域商业深度融合，为乡村振兴注入新动力。

从中心商圈的能级跃升，到区域商圈的特色崛起；从首店经济的流量带动，到连锁品牌的深度布局；从政策环境的持续优化，到消费场景的迭代创新——徐州商业正迈入高质量发展新阶段。一个个新项目推进、一个个新品牌入驻，不断拓展着徐州商业的广度与高度。

徐州市商务局相关负责人表示，我市将继续以建设区域消费中心城市为目标，持续加强商业载体建设，优化品牌培育生态，完善全域商业布局。未来，随着更多首店、新店落地生根，连锁品牌进一步深耕，徐州商业将不断释放“中心辐射、多点开花”的发展动能，为城市经济高质量发展注入更强动力，推动商业能级持续跃升。

“文艺直通车”发车，12场好戏送到家门口

## 徐州市优秀群众文艺作品巡演在睢宁启幕

本报讯（记者 武佩剑 通讯员 杨丹晨）“这支舞跳得真精彩，既有咱睢宁的味儿，又透着丰收的喜劲儿！”12月5日下午，睢宁县九月广场上掌声雷动、笑语飞扬。伴随着非遗舞蹈《落子舞》欢快的节奏，“强国复兴有我”徐州市2025“国潮汉风·动感彭城——文艺直通车”优秀群众文艺作品巡演在此拉开帷幕，近千名群众现场共享文化盛宴。

此次巡演由徐州市文化广电和旅游局主办，睢宁县柳琴剧团承办，徐州文化馆、睢宁县文体广电和旅游局等单位协办。巡演节目精选睢宁县柳琴剧团的多部获奖佳作，涵盖音乐、舞蹈、戏曲、曲艺等多个艺术门类，内容贴近百姓生活，饱含浓郁地方特色，洋溢着鲜明的时代气息。

舞台上，演员们精神饱满，用精湛的技艺和真挚的情感，将每一个节目都演绎得淋漓尽致。其中，徐州市五星工程奖获奖作品舞蹈《蒲草青青·子扇情》，以灵动扇影勾勒江南水乡的温婉意境，舞姿曼妙、韵味悠长；曾获华东六省一市小戏小品大赛银奖的柳琴小戏《问瓜》，凭借生活化的剧情和扎实演技，直击人心，引发全场共鸣；江苏

省第三届小戏小品大赛优秀剧目奖获奖作品柳琴小戏《断荫凉》，则以诙谐幽默的台词和接地气的表演，传递出和睦相处的传统美德。此外，二胡合奏《战马奔腾》、女声独唱《玛尼情歌》、小品《退彩礼》、女声合唱《石榴开花红似火》等精彩节目接续上演，将现场气氛一次次推向高潮。巡演在舞蹈《万紫千红》中落下帷幕。

“出门遛弯就能看到这么高质量的演出，越看越觉得咱睢宁的文化有魅力、有底蕴。”看完演出后，市民仝光意犹未尽地说。

睢宁县柳琴剧团团长董琴介绍，剧团始终以传承发展地方戏曲为己任，深耕本土文化，近年来创排了一批优秀作品，先后斩获江苏省文华奖等多项荣誉，用群众喜闻乐见的艺术形式，不断满足大家日益增长的精神文化需求。

徐州文化馆副馆长杨洋表示，此次“文艺直通车”巡演将陆续走进徐州各县（市、区），计划开展12场演出，通过集结优秀文艺精品，搭建群众喜闻乐见的展示平台，既鼓励群众文艺创作热情，激发基层文化活力，又让群众在家门口就能享受高质量的文化服务。



活动现场。本报记者 武佩剑 摄

## 专家学者会聚江苏师范大学

## 研讨苏轼文化与汉文化共融发展

本报讯（记者 张瑾）12月5日，“苏轼文化与汉文化共融发展”学术报告会在江苏师范大学举行。活动由江苏师范大学、徐州市苏轼文化研究会主办，中国矿业大学苏轼研究院、徐州工程学院人文学院协办。相关部门负责人、社团组织成员以及江苏师范大学师生代表共百余人参加了活动。

报告会上，4位专家学者分别从各自研究领域作了主旨发言。江苏省大运河文化带建设研究院理事长周琪

从文明进程的塑造意义；江苏师范大学文学院院长王立增教授列举了苏轼诗文对汉代文学的传承与发扬的事例，强调这种“继承—创新—反哺”的过程，正是文化共融的生动写照；徐州生物工程职业技术学院教授周奎生回顾了苏轼对徐州汉代遗迹和遗风进行的考察、探究、梳理，同时将苏轼研究与当代徐州彭城七里城市更新、文化强市建设紧密结合，阐释了传统文化的时代价值。

“文化的生命力在于传承与交融。”中国苏轼研究学会副会长、徐州市苏轼文化研究会会长陈新生表示，研讨活动以地域为根凝聚了共融之力、以典籍为媒奠定了共融之基、以实践为桥拓宽了共融之路，期待专家学者继续深耕细作，打破学科壁垒，推出更多有深度、有分量的研究成果，赋能徐州城市发展。

## 村支书“导游”讲民俗，主播引客卖好物

### 邢楼大集迎来“焕新”行动

本报讯（记者 周洪涛 通讯员 王敏）在邳州西北部苏鲁交界处，坐落着素有“一脚踏两省，鸡鸣闻四县”之称的邢楼镇。这里不仅承载着悠久的边界商贸历史，更藏着一个延续几代人生活记忆与烟火温情的邢楼大集。

12月6日，这个传统乡村大集迎来一场“焕新”行动：通过短视频预热、直播带动，组织本土主播、村支书与官方共同导览，围绕“早市烟火”“戏曲传承”“乡愁记忆”等多个维度展开呈现，让老集市碰撞新流量，为乡村振兴注入鲜活的文化动力与消费活力。

从朝阳斜照进集市，村支书便带领村民沉浸式解锁早市的忙碌与温情：“香满楼”的包子在铁锅上煎得滋滋作响，金黄微焦；炸油条的阿姨手中面坯在面板上“啪啪”作响，轻飘飘甩入油锅，瞬间翻滚膨胀；掰开红枣豆糕，馅料的香味瞬间溢满鼻腔；冰糖葫芦裹着琥珀色糖壳，在孩童手中闪闪发光；爆米花机“嘭”的一声巨响，白雾弥漫中满是欢笑声；卖香油的老奶奶敲着梆子，一声声“纯香油嘞”唤醒了儿时记忆……热闹的现场，渲染出真实浓烈的人间“烟火气”。

走进汉风路上的戏曲小院，唱大鼓、弹琴、快板、唱戏等表演轮番上演，表演者专注投入，观众喝彩不断，生动诠释了“民生服务+民俗传承”的理念。

为让村民享实惠，大集管理中心特别推出“50元能买什么”挑战活动，0.5元一个的肉包子、5元一斤的草莓等“惊喜价格”，展现了大集实实在在的惠民本质。

邢楼大集邀请网红现场直播，带领网民线上逛大集：在西泇河鱼摊前，讲述“水好出好鱼”的故事；在砸鞋匠、捏泥人等充满年代感的摊位前，重拾往昔岁月；在村集体农产品摊位前，展示本土物产的丰富；在江沟酒厂的海碗旁、印着“邢楼黑土”的面粉袋边，修鞋铺与剃头匠的摊位前，寻找记忆中的老手艺……镜头前，村支书用“家长里短”的亲切话语，解读集市背后的风物人情、产业特色与文化传承，让线上观众身临其境感受纯正的“邢楼味道”。

大集升级不仅提升了当地品牌认知度，还显著提升了线下人流量与商户销售额，通过村支书的深度参与，既强化了本土认同感，更赋能基层干部与群众同心聚力。“我们希望通过新颖的内容和宣传方式，让邢楼大集真正‘火起来、活起来、传开来’。”邢楼镇副镇长刘婉向记者表示。

当清晨的第一缕阳光照在邢楼大集的门头，当热腾腾的蒸汽与诱人香气再次弥漫，这个传统的集市正搭载着短视频与直播的翅膀，将积蓄了几代人的烟火温情与蓬勃活力，传播得更远、更广。

润云川  
天然偏硅酸 水中软黄金

产品标准号: GB 8537  
服务热线:  
0516-8234 5678  
徐经理: 13852445674  
刘经理: 15190665557

