

欢欢喜喜过大年 国潮汉风年 文韵醉彭城

在彭城七里感受年味

本报记者 刘俊豪



户部山历史文化街区人流熙攘。 本报记者 刘俊豪 摄

春节假期,彭城七里沿线节点上游人如织,来自全国各地的游客纷至沓来,赏民俗、品美食、观文脉、打卡留念,徐州以市井烟火气与厚重文化味,迎来新春文旅消费开门红。

彭城七里是徐州纵贯南北的历史文化主轴,串联起黄楼、文庙、回龙窝、快哉亭公园、户部山、徐州博物馆等历史文化节点,是徐州历史文脉的集中展示区。

今年春节,徐州以“彭城七里 YUE 千年”为主题,推出集民俗展演、沉浸互动、美陈打卡、非遗体验于一体的系列活动,让静态历史“活”起来,让传统年味“潮”起来,文商旅深度融合的新场景,吸引八方游客纷至沓来。

“土城汉风”片区入口处的“马上有钱花”展陈吸引游客驻足拍照。沿路向北走,“彭城七里·新春奇妙会”正在热闹举行,从徐州饮食文化博物馆广场到泰康庵广场,一路上,摊位云集,特色文玩、美味小吃、沉浸互动项目一应俱全,吸引众多游客驻足体验。

徐州饮食文化博物馆的影门楼前,独占鳌头鱼灯流光溢彩,凤栖七里彩灯璀璨夺目,还有融合紫薇花元素与徐州剪纸等非遗文化的灯影天幕,既承载着千年汉韵,又饱含新年的福气。

徐州饮食文化博物馆内,定期上演的精彩表演赢得观众阵阵欢呼。来自河南洛阳的游客林女士第一次来徐州,她说:“早就听说徐州历史文化底蕴深厚,今天在户部山逛累了就来这里品尝地道的徐州美食,刚还看了一场精彩的魔术表演,热闹的节日气氛让人特别开心。”

而在剪纸股票市前,“马上有好市”福马市集同样吸引了众多游客驻足。漫步于街道,

人们能直观感受城市更新带来的新变化。市民李先生被剪纸股票市里陈列的老照片吸引,他说:“这些老照片让我想起了小时候的情景,你看那张照片里的电视机,以前电视还没普及,过年的时候还会去邻居家‘蹭’电视看春晚呢。”

在户部山历史文化街区,游客络绎不绝。时有身着汉服的年轻人衣袂飘飘,移步换景间,仿佛穿越千年。春节期间,第十四届户部山民俗文化节热闹开幕,民俗演出轮番上演,舞龙舞狮、传统戏曲、民乐演奏接连登场。在月光集市,汉服巡游、玩偶互动定时亮相,红灯笼、马年饰品、非遗剪纸、手作文创琳琅满目,市民与游客穿梭

其间,选购年货、体验民俗,处处洋溢着喜庆祥和的节日氛围。

在文创店里,来自苏州的大学生小唐和朋友们正在打卡册上盖章。“我们专程来徐州‘打卡’,没想到这里既有传统的民俗表演,又有文创市集,汉服巡游也特别有氛围,感觉传统文化‘活’起来了。”小唐笑着说。

一步一景致,一眼阅千年。马年新春,彭城七里不仅让游客感受到徐州深厚的历史文化底蕴,更以创新的表达方式让传统民俗焕发新生。历史与现代在这里交融,烟火气与文化味在这里共生,成为八方游客读懂徐州、爱上徐州的生动窗口。

数字为媒,读懂彭城底蕴

——打卡彭城七里数字体验馆,解锁新春文化新体验

本报记者 王思恒 周翔宇

新春佳节,年味正浓,彭城七里数字体验馆内人头攒动,众多游客趁着假期前来打卡,在沉浸式体验中触摸彭城千年文脉,感受不一样的新春乐趣。

作为我市传承历史文脉、展示城市魅力的重点数字文化场馆,该体验馆位于彭城七里的“彭城之源”片区,总面积超过1000平方米,展线总长170米。体验馆以“穿行彭城”为设计主题,循着时间线,打造了“纪年之轴”“长河古卷”“穿越彭城”“七里图鉴”四大篇章,给游客以沉浸式的体验。

上午9点刚开馆,体验馆内就已热闹起来。工作人员李宇涵早早换上工装,站在展厅入口的引导台上,脸上挂着亲切的笑容,耐心接待着每一位游客。

“您好,欢迎参观,祝您新年快乐!”“前面不远处就是热门的飞行影院,广播会提前十分钟通知大家排队哦。”

一句句贴心的问候、一声声细致的指引,让游客们刚入场就感受到了浓浓的暖意,也为这场文化体验增添了几分温馨。

在馆内各类特色体验项目中,飞行影院凭借独特的沉浸式体验方式,成为最受游客青睐的打卡地。飞行影院前,游客排起了长队,工作人员有序引导大家检票入场、系好安全扣。

银幕上,大彭民国的远古风貌、泗水捞鼎的历史场景、楚汉争雄的壮阔画卷、苏轼抗洪的为民情怀等彭城经典文化记忆依次铺展,逼真的画面搭配震撼的音效,再加上座椅随镜头实时变换角度,让游客仿佛穿梭于彭城千年历史长河,与历史对话、与文脉同行。

“太震撼了!真的像坐着时光机,亲眼见证了徐州城所经历的岁月变迁,画面、音效、体感都特别到位!”游客李女士体验结束后,连连赞

叹,“这绝对是我这个春节最特别、最难忘的一次体验!”

一场精彩的体验,离不开每一位工作人员的默默坚守。春节假期里,彭城七里数字体验馆全体工作人员主动放弃与家人团聚的时光,几乎全员在岗值守。

为全力应对假期客流高峰,保障参观体验质量,馆内每日安排两至三位志愿者进行引导,及时解答游客疑问、引导参观秩序、提供贴心服务,用细致周到的服务保障每一位游客的参观体验,让游客们在感受文化魅力的同时,也能感受到家一般的温暖。

据了解,彭城七里数字体验馆目前每日平均接待游客500人次,已成为市民游客了解徐州历史、传承彭城文化的重要场所。

云龙文旅商融合的“出圈”密码

礼派送、幸运迎财神等活动暖心上线……

数据见证活力:春节假期期间,辖区重点监测的10家商贸流通企业合计销售额超1亿元,用实打实的数据印证了区域消费的旺盛活力。

除了热闹的高圈零售,春节的幸福,离不开舌尖上的滋味。这个假期,辖区内餐饮企业精准把握团圆消费需求,推出一系列暖心活动,从实惠的支付立减到精致的外卖家宴,覆盖不同消费场景,全方位满足市民“在家吃得舒心、出门吃得尽兴”的需求。

“从大年初一到初六,包间提前3天订满,员工忙得连轴转。”云龙区一家本土餐饮店负责人的感慨,道出了餐饮市场“排队旺、翻台高、消费热”的火热景象。春节期间,全区重点监测的5家餐饮企业,累计实现营业收入500余万元,接待客流量近5万人次,舌尖上的新春消费,充分彰显云龙消费市场的蓬勃生机与强劲活力。

零售旺、餐饮热,文旅消费同样亮点纷呈。这个假期,彭城七里示范段整体人气持续攀升,网络曝光量超1200万次。其中,徐州饮食文化博物馆作为核心业态,销售额达240万元。

“我买了不少徐州特产和文创产品,准备送给亲戚朋友做伴手礼,既有年味又有心意。”来自河南商丘的张先生在徐州饮食文化博物馆里逛得尽兴。数据显示,春节期间,户部山历史文化街区累计文旅消费3544万元,同比增长11%;回龙窝历史文化街区累计文旅消费2201万元,同比增长6%。文旅商融合的魅力持续释放,成为云龙消费市场的一大亮点。

全链条服务暖心惠民 提升城市“留量”

文旅聚人气,服务留人心。云龙区以文旅商融合为抓手,深耕“食住行游购娱”全场景,用细

致服务暖民心,让每一位市民游客都能感受到云龙的温度。

春节前,针对大学生返乡客流增多,云龙区在徐州火车站前广场开展暖心活动,为返乡学子送上“云龙文旅官方地图”与“云铁”文旅惠民消费券,让学子一踏上故土便感受到家乡温情。

留住人,既要靠温情,更要靠业态。这个假期,本土文旅IP“汉符云游记”持续发力,与徐州热门品牌联动的形象展示空间亮相徐州东站,将彭城千年文脉与徐州当代文旅融入新春浪潮,实现文旅宣传与商业价值双向赋能。惠民的景区票价、省心便捷的出行攻略、低门槛即可领取的文创好礼……“汉符云游记”大幅降低文化体验门槛,让文旅惠民落到实处。如今,手持“汉符”畅游云龙各大景区,沉浸式感受汉文化的独特魅力,已成为市民游客的新潮流。

春节假期里,云龙区持续优化公共文化服务供给,推动公共文化服务与文旅消费深度融合,让市民游客有处可去、有乐可寻。云龙区图书馆及各街区、景区、商超等处推出民俗体验等文化惠民活动丰富体验场景,让游客从“愿意来”变为“愿意留”,从“留一时”变为“留更久”。

除此之外,云龙区各部门高效联动、协同发力,全链条做好旅游服务保障工作,让市民游客在云龙游玩放心、消费安心、体验舒心,以良好的城市口碑,让“来过云龙”成为“留在云龙”“推荐云龙”的理由。

春启新程,马跃华章。这个假期,169.13万人次的到访,是认可更是期许;全线飘红的消费数据,是成效更是底气。云龙区将以更加开放的姿态、更加多元的业态、更加优质的服务,持续优化“食住行游购娱”全链条服务品质,不断深化“以文塑旅、以旅彰文、以商富民”的发展格局,以文旅商高质量发展赋能现代化建设新征程。

《马上铜山·新春纪》系列报道之七

从“地球伤疤”到“文旅高地”

——铜山区柳泉镇北村村农文旅融合的振兴新篇

本报记者 胡明慧 通讯员 魏朝星 高庆迎

弃石向绿 唤醒古村原生价值

“十多年前这里还是碎石遍地的废弃宕口,如今成了年轻人的婚纱摄影基地。”站在梅谷观景台,村党委书记刘广铎指向连片绽放的3000株梅花。

十多年前的北村村,是远近闻名的“采石村”。18座山头被挖得千疮百孔,宕口裸露、尘土飞扬,村民“晴天一身土,雨天一身泥”,守着微山湖却难见清水岸,靠着青山却难享绿意。村党委书记刘广铎回忆,当时全村近千户人家靠采石为生,炮声取代了鸟鸣,矿渣掩盖了乡愁,生态透支让村庄陷入发展困局。

破局之路,始于生态场景的彻底焕新。北村村坚持“绿水青山就是金山银山”理念,以“生态愚公”的韧劲启动全域生态修复工程:削坡减载、覆土复绿,修复破损山体,栽植花木50万株,让荒山重披绿装;退塘还湖3000亩,清理河道、净化水质,打造万亩观荷园,让湖水重现碧波;废弃矿坑变身渔村主题公园,宕口峭壁变身观景崖壁,乱石堆变成亲水平台,让生态伤疤变成旅游亮点。

从“卖石头”到“卖风景”,北村村的生态蝶变有目共睹。如今漫步村间,青山层叠叠翠,5.4公里旅游环线串起湖光山色,黄金沙滩白浪逐沙,月季花海姹紫嫣红,蝶恋花梅谷暗香浮动。柳泉水寨、观荷园、月季花海、蝶恋花梅谷、黄金沙滩、游船码头等景观节点,构建起“一寨七园一碧湖”的生态文旅格局。昔日尘土飞扬的采石场,如今变成四季有景、步步皆画的近郊度假胜地。2024年,北村村获评中国传统村落,村集体经营性收入达220万元,生态优势彻底转化为发展胜势。

“以前天和石头打交道,满脸灰尘过日子;现在守着湖光山色开饭店、办民宿,西装革履当老板。”村民刘学金的转型,是北村村生态蝶变的真实写照。他和儿子经营了600多平方米的湖鲜民宿饭店,仅夏季餐饮营业额就达20万元,曾经的采石匠稳稳吃上“旅游饭”。

如今,北村村的石头房变身精品民宿、渔家乐、文创工坊,闲置农房变成增收资产,生态修复与古村保护同频共振,为文旅发展筑牢最美底色。

场景造浪 激活文旅流量密码

文旅兴村,流量为王。北村村精准把握近郊微度假消费趋势,以节俭活动为引爆点、特色场景为吸引力,打造常态化、多元化、体验式文旅产品,让古村从“一季火”变“全年旺”,新春系列活动更是成为引流破圈的核心抓手。

春节期间,北村村精心策划的文旅活动覆盖全年龄段游客:大年初一至初三,专业舞者翩跹起舞、杂技演员精彩献艺,用视听盛宴点燃新

春氛围;大年初四戏曲专场,资深演员登台献艺,经典唱腔与创新演绎交织,让传统年味更有文化厚度;大年初五、初六,歌唱爱好者踊跃献声,民歌、流行曲、贺岁歌轮番唱响,用歌声传递新春祝福;贯穿全程的互动游戏区,唤起童年记忆,拉近亲子距离,让游客在欢声笑语中感受乡村年味。搭配湖鲜美食、特产展销、消费抽奖等配套环节,形成“赏景、看戏、游玩、购物、美食”一站式消费闭环,持续激活文旅消费潜力。

除新春盛宴外,北村村还依托四季景观打造特色节会IP:春季月季赏花节、夏季荷花文化体验季、秋季采摘丰收节、冬季民俗年味季,搭配研学游、亲子游、水上体验等常态化项目,持续吸引人气。2025年五一假期,北村村接待游客逾10万人次,带动周边200余名村民就业,村集体收入同比增长40%。舞蹈、戏曲、游戏、美食、游乐等多元场景,让古村既有传统韵味,又有现代活力,成为徐州及周边市民春节出游、周末休闲的首选地,真正实现“以节造势、以势聚客、以客富民”。

从“一季火”到“四季旺”,北村村以文旅场景焕新激活消费新动能,年接待游客超100万人次,真正让微山湖的渔韵风光变成了富民资本。

共富筑基 铺就强村富民坦途

发展文旅产业,最终落脚点是强村富民。北村村创新推行“村委会+合作社+农户”发展模式,构建“旅游+农业+水产+电商”全产业链,让资源变资产、资金变股金、农民变股东,实现村集体增收与村民致富的双向奔赴。

村民刘赛早年外出务工,返乡后在水街开起第一家渔家饭店,500平方米的店面旺季月入十几万元,还带动了周边养殖户增收;刘学金从采石匠转型民宿老板,餐饮+民宿一年营收超300万元;刘畅经营游船、采摘园,兼做电商直播销售水产杂粮,家庭年经营收入突破50万元。村里注册了“楼山湾”农产品品牌,通过电商平台销售螃蟹、鸭蛋、荷叶茶,年交易额超3500万元。

如今,北村村800多户、1500多人从事旅游相关行业,旅游业年收入近亿元,村民人均年收入超5万元,村集体年经营性收入突破200万元。从“单打独斗”到“抱团发展”,产业场景的焕新让村民彻底告别采石生计,端稳了“旅游金饭碗”,实现了生态美与百姓富的有机统一。

夜幕下的黄金沙滩,篝火映照游客欢舞的身影。刘广铎轻抚修复后的山岩:“当年放炮炸石时,哪敢想石头缝里能开出梅花?”靠着山吃山的“采石村”,到农文旅融合的“全国乡村旅游重点村”,北村村用10年完成三级跳。当新春的欢乐荡漾在微山湖湖面时,那些在梅谷写生的孩子、直播带货的新农人、民宿里品茶的老人,共同奏响的是新时代的“渔光曲”。这片曾被炸药撕裂的土地对于发展有了更深刻的理解:最动人的风景,永远是人与自然共同执笔的共生画卷。

累计实现销售额 12056.69 万元

睢宁春节消费市场“马”力十足

本报记者 武佩剑 通讯员 白晓飞

金马昂首,新春纳福。从智能焕新到首店打卡,从年货采买到家宴团圆,从城市商圈到乡村市集,一幕幕火热的消费场景,勾勒出睢宁消费市场提质升级的新图景。

数据显示,睢宁春节消费市场交出亮眼答卷,累计实现销售额12056.69万元,同比增长24.08%;累计客流量151.76万人次,同比增长3.76%;智能化、绿色化、年味化,成为这个春节睢宁县域消费的新关键词。

春节期间,睢宁县各商业综合体紧扣马年元素打造专属主题活动,有效将客流人气转化为实际消费动能。其中,睢宁万达广场、兴美城市广场、太平洋商场3家城市综合体累计实现销售额5589.7万元,同比增长15.01%。

睢宁万达广场以“年在万达”为主题,举办外婆相亲会、醒狮开门红、NPC游园会等系列活动,持续点燃市民消费热情。兴美城市广场则以“好运加马”为主题,推出民俗表演、红包、新春赛马、财神送财等特色活动。同时,各综合体还结合网红经济、情绪经济推进业态升级,通过NPC巡游、一日店长等活动形式,进一步吸引年轻消费者参与。

“没想到家门口也能逛到这么潮的超市,集购物、休闲、餐饮、体验等于一体。”市民张女士欣喜地说。定位3.0版本的旭旺悦生活超市,春节期间单店销售额突破500万元,接待客流超10万人次。百盛润家超市开设抖音直播间,春节期间累计直播时长超108小时,同时联合美团、抖音等即时零售平台,线上销售额超400万元。

春节假期,旭旺、百盛润家等重点超市实现营收6364万元,同比增长33.15%;接待客流68.28万人次,同比增长9.93%。两家超市精心打造“年货大集”,推荐优势特色产品、推广自主品牌,切实让利消费者,同时结合春节走亲访友需求,推出特色礼包,不断提升消费体验,进一步活跃了节日消费市场氛围。

首店经济、新业态的落地,为睢宁春节消费注入新活力。2月7日,7-Eleven在睢宁连开两家门店,成为年轻人热门打卡地。乐荟仓城市奥莱采用“品牌直采+限时特卖”形式,在爱尚城二楼开门迎客,受到广大消费者热烈追捧。太平洋商场打造的“蓝梦空间”,构建起全龄友好的家庭消费新场景,“亲子乐园+室内潮玩”的全链条产品,在春节期间接待家庭超3万人次。

随着2026年消费品以旧换新政策的落地,睢宁掀起新一轮的消费热潮。春节期间,全县144家参与以旧换新的家电数码企业,共销售家电数码产品4764部(台),实现销售额1342.19万元。其中,智能产品销售实现较大突破,春节期间共销售手机、平板4669台,环比增长125.89%。

返乡潮的到来,不仅带来消费回流,更推动消费理念升级。春节期间,睢宁全县酒店累计接待住宿人次2.54万人次,同比增加4.5%;入住高峰集中在正月初二至初四,全县主要酒店入住率均超过85%,其中亚朵、开元名庭等酒店入住率更是突破95%,彰显了返乡消费的强劲活力。

(上接01版)

依托多元文旅资源,云龙区构建起“白+黑”全时段文旅矩阵,让假期欢乐不打烊。白天,市民游客漫步市集、体验非遗手作,在烟火气中感受新春暖意;夜晚,灯展璀璨、骏马呈祥,沉浸式体验活动吸引八方游客纷至沓来,让云龙成为春节热门旅游打卡地。“全天都有惊喜,带着孩子玩得特别尽兴。”来自临沂的游客张先生笑着说。

丰富的文旅供给催生亮眼的市场成效:春节假期,云龙区重点监测A级旅游景区、旅游度假区共接待游客46.62万人次,同比增长16.48%,门票收入同比增长63.59%。重点文旅街区接待量再创新高,其中,户部山历史文化街区接待游客70.88万人次,彭城七里、云龙万达广场三大城市潮流中心,以多元业态点燃市民游客新春消费热情。

云龙万达广场内,非遗火壶表演、财神巡游、汉服打卡、冰雪嘉年华等活动轮番上演;徐州印象城“彭城非遗民俗年”带来吴桥杂技、老式年味体验、消费补贴等实惠与惊喜;招商花园城“超值年货节”推出诚意满满的消费满减、满额抽奖等福利,还带来非遗有料市集、祥狮送福等特色活动,为新春消费市场再添活力;美的广场打造“马力全开,马福福过新年”主题活动,观影特惠、现金福

多业态融合精彩纷呈 激活消费“增量”

活动热、场景旺,最终转化为实实在在的消費热潮。马年春节,云龙区零售、餐饮、文旅消费全线飘红,各大商圈、餐饮门店及文旅场所精准发力,将福利优惠、非遗韵味与民俗乐趣深度融合,打造“逛玩购”一站式体验。热门IP“蛋仔派对”携Q萌治愈的形象与超强社交基因落地德基广场、彭城七里、云龙万达广场三大城市潮流中心,以多元业态点燃市民游客新春消费热情。

云龙万达广场内,非遗火壶表演、财神巡游、汉服打卡、冰雪嘉年华等活动轮番上演;徐州印象城“彭城非遗民俗年”带来吴桥杂技、老式年味体验、消费补贴等实惠与惊喜;招商花园城“超值年货节”推出诚意满满的消费满减、满额抽奖等福利,还带来非遗有料市集、祥狮送福等特色活动,为新春消费市场再添活力;美的广场打造“马力全开,马福福过新年”主题活动,观影特惠、现金福