

长期护理保险，被称为社保“第六险”，是应对人口老龄化、破解失能群体照护难题的重要民生制度。3月25日，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《关于加快建立长期护理保险制度的意见》（以下简称《意见》），标志着这项社会保障制度

从局部试点正式走向全国推行。

当全国长护险建设进入全面铺开的关键阶段，徐州已凭借八年先行先试的本土化探索，构建起覆盖全民、特色鲜明、运行稳健的保障体系，为全国制度落地提供了可复制的地方实践样本。

详见 02 版

2026年4月7日

农历丙午年二月二十 星期二 [今日8版] 国内统一连续出版物号 CN 32-0051 第16036期
中共徐州市委机关报 徐州报业传媒集团出版

“加长版”假期，徐州文旅春正好

本报记者 张瑾

惠风和畅，人间清明。从春山上的缅怀追思，到公园里的亲子欢笑；从乡间的烂漫花海，到城外的依依杨柳……今年，首个中小学春假与清明假期无缝衔接，形成长达6天的“加长版”假期。徐州处处春意盎然、生机涌动。都市漫游情绪释放，文化体验韵味悠长，乡村田园亲子狂欢、一幅欣欣向荣的春日文旅新图景，在徐州大地生动铺展。

据江苏智慧文旅平台监测，清明假期期间（截至4月6日下午4时）：全市旅游景区、乡村旅游重点村、夜间消费集聚区、文博场馆、休闲街区、度假区去重后共接待游客总量达212.93万人次，同比增长16.62%，据测算，游客总消费20.55亿元，增速16.45%。

据美团、同程平台数据显示，徐州接待游客总量同比增速均居全省第一。

据电信平台监测，清明假期期间外地游客占比75.01%，省外游客占比61.57%。

据电信平台监测，彭城七里清明假期（4月4日至4月6日下午5时）去重后共接待游客67.06万人次，游客银联消费1.25亿元。

春山守望，寄长思

清明时节的徐州凤凰山麓，淮海战役烈士纪念馆巍然矗立。塔前，来自全国各地的游客手捧鲜花，排起长队，静静等待向英烈献上心中那份敬意。

三天春假，徐州市各中小学相继开展“清明祭英烈”教育活动，把思政课堂搬进烈士陵园。实地祭扫、红色宣讲、实践研学……庄重的仪式与生动的讲述，让革命历史变得可触可感，红色信仰在少年心中悄然扎根。

清明假日，许多外地游客、烈士亲属也特意赶来。“我的父亲是抗日老兵，参加过淮海战役。”来自四川的高先生带着全家前来献花。塔前，人们将

手中的菊花轻轻放下，深深鞠躬。一岁一清明，一年一追思，慎终追远的传统为假日出行增添了厚重的意义。

春假与清明假期相连，淮海战役纪念馆适时推出“铭记”主题社教活动，在一场场公益讲解、英烈故事宣讲、烈士家书诵读中，红色基因在人们心中生根发芽。

据淮海塔管理中心数据，3月30日至4月5日的7天里，淮海塔园林累计接待游客23.31万人次。来自五湖四海的游客，在淮海塔之下用自己的方式感悟革命精神，传承红色基因。

汉韵“徐”行，快哉

汉服游园、古风巡游……清明假期，数十场沉浸式文旅体验在徐州火热上演。游客们在丰富的活动和极具氛围感的场景布置中，感受这座历史文化名城的独特魅力。

云龙公园燕子楼前，“快哉花朝且

徐行”汉服游园会上，演员奏响汉代鼓乐，十二花神吉礼凸显沉浸式体验，吸引全国近200位汉服爱好者加入，原创国风音乐人奇然带来主题曲《且徐行》，歌声婉转治愈。

彭城七里以“春生万象”为主题，推出非遗体验、亲子互动、城市打卡等活动。古风巡游中，“汉韵巾帼·飒立彭城”的彭城王妃、解忧公主等NPC吸引游客争相合影，每天4轮巡场，让游客一秒穿越古代街巷。

徐州博物馆打造沉浸式文化课堂，春假三天接待学生1.2万人次，同比增长545%。“假期延长，游客行程更松弛，到店听戏、消费的人也多了。”回龙窝国潮汉服馆负责人吴波感慨。

汉文化名片不仅融于景区，更走进了城市日常。假日期间，徐州地铁站务、安检人员身着汉服上岗，多家乐园、景区纷纷举办NPC汉服游园会，成为流动的风景。

（下转 06 版）

这场“碳水节”为何让人如此“上头”？

本报记者 彭佳一

“这趟来徐州，太值了！”傍晚时分，徐州杉杉奥特莱斯广场上灯光渐起，来自山东的游客赵义刚，左手提着购物袋，右手握着一只夹满羊盘肠的烧饼，发出由衷的感叹。

4月1日至6日，由徐州市商务局指导，徐州报业传媒集团、南京灯盟文化传媒有限公司联合举办，深蓝汽车徐州和平大道店、深蓝汽车徐州金山桥店特约支持的“难得食睡·中式碳水节”（以下简称“碳水节”），在杉杉奥特莱斯火热开场。

这场汇集全国50余家特色美食摊位、销售额超150万元、引爆徐州人朋友圈的碳水节，到底有什么魅力？

一地尝遍南北味

“后面的顾客稍等，这一锅生煎马上就好！”在“小张家拇指生煎”的摊

位前，摊主一边麻利地转动煎锅，一边向蜿蜒的队伍喊道：不远处，来自南京的许阿姨糕团摊位前，等待的队伍拐了一个弯，许多年轻人边排队边刷着手机，比对网上的“打卡攻略”。

此刻，这里俨然成了一个微缩版的“中国风味地图”。表皮酥脆掉渣的西安老潼关肉夹馍、鲜甜的潮汕蚝烙、酸甜焦香的沈阳醋喷鸡架、散发着独特香气的大理白族非遗烤乳扇……天南海北的碳水美食在这里汇聚。

徐州本地知名品牌，郭记辣饼摊位前同样人气满满，刚出炉的辣饼金黄酥脆、辣香扑鼻。摊位主理人刘云娟一边麻利地打包，一边笑着说：“我们郭记辣饼在徐州做了这么多年，老顾客特别多。这次来参加中式碳水节，不光本地人爱吃，不少外地游客尝过都说够味、够香。能把徐州地道的碳水味道带到这场盛会，

让更多人记住徐州的烟火气，我们也特别开心。”

“我们原本是来买换季衣服的，结果进来就‘出不去了’。”市民李娟和女儿手里已经拎了好几袋小吃，她笑道，“这哪是逛街，手里的东西越来越多，逛街直接变‘炫饭’。”

作为本次碳水节特约品牌，深蓝汽车也成为现场一道亮眼风景，搭载多点位精准按摩与零重力座椅，舒适的驾乘体验与热闹的美食氛围相映成趣，为这场烟火盛会增添了别样质感。

巨大的“碳水”流量，不仅让各个摊位忙得不可开交，更显著带动了商场内零售店铺的人气。消费者们穿梭于美食摊与品牌店之间，构成了“味蕾引领消费”的鲜活图景。社交平台上，“#徐州碳水节#”话题下，满是美食照片与满足的分享，将线下的火热延续到网络空间。

一口唤醒烟火情

在快餐、外卖日益普及的今天，一场以碳水为主角的美食节，为何能激发如此广泛的参与热情？

“这次我们不仅带来了最正宗的沈阳醋喷鸡架，还为了迎合徐州消费者，新增了香辣和五香口味，收获了大家的一致好评。”在沈阳醋喷鸡架的摊位前，主理人金娜正忙得不可开交。

糕团、夹馍、烧饼等中式碳水，承载着地域的味觉密码和集体的成长记忆。碳水节上，各个摊位前排起的长队，正是本地食客用舌尖完成的一场集体狂欢。

除了情感联结，成功还源于精心的场景设计。“杉杉奥特莱斯本身是购物目的地，碳水节的举办，完美串联起‘逛、吃、玩、购’四大需求，创造了‘1+1+1+1>4’的复合体验。”（下转 07 版）



近年来，随着新场景、新模式、新技术的不断涌现，越来越多尘封的历史重新走进我们的生活。彭城七里也因此成为本地人常来、外地游客必到的“网红打卡地”和“文旅新地标”。

在彭城七里，数字技术让尘封的历史“活”了过来。你可以触摸远古先民的制陶烟火，置身楚汉战场的金戈铁马，感受文人雅士的家国情怀，凝视汉代文物的岁月痕迹。这里不是“看历史”，而是“走进历史”，赴一场穿越千年的彭城之约。

走进彭城七里数字体验馆，沿着长廊缓步向馆内行进，“长河古卷”篇章蜿蜒铺展。投影、灯光与文字介绍巧妙融合，讲述着徐州先民筚路蓝缕的开拓故事。制陶畜牧、繁衍生息……一幕幕远古生活场景跃然眼前，令游客仿佛穿越回新石器时代的淮阳大地。不少家长牵着孩子的手，驻足在光影变幻的壁画前，轻声讲解着脚下的土地曾如何孕育出最初的文明。

行至深处，不远处传来金戈铁马声。循声走去，原来是“楚汉风云”战场体验区。该区域以楚汉争霸为历史底色，打造了沉浸式综合游戏空间。游客可借助号角、战鼓、旌旗三种道具，通过体感交互，沉浸式参与经典战役。

来自山东临沂的冯女士带着8岁的儿子专程驱车赶来。“我们家孩子觉得最神奇的就是‘楚汉风云’战场体验区，互动感很强，感觉楚汉两军就在身边厮杀。”冯女士笑着说，“我觉得非常有趣，孩子全程都没走神。体验完以后，我俩对楚汉相争的故事特别好奇，打算去戏马台再好好转转。”

穿过“盛世一隅”故事阅览区，一块10米LED长屏铺开，彭城烟火“动态数字长卷再现了明代徐州的七大场景：广运仓、码头、户部山街道、马市街、城隍庙、茶楼、彭城驿。车马穿行，商贾叫卖，古运河上帆影点点，一幅活色生香的明代市井图在眼前缓缓流动。

更令人惊喜的是，游客只需扫描屏幕旁的二维码，便可将自己的形象“穿越”长卷之中，化身码头搬运的工人，或成为茶楼听书的看客。（下转 07 版）

科技赋能，一眼千年

——在彭城七里，成为历史的「参与者」

本报记者 吴一凡

以数字技术激活千年文脉

郑徽

文脉绵延千年，科技焕新当下。徐州立足深厚历史文化底蕴，以数字化为突破口，打破文旅、体育、商业的发展壁垒，让沉睡的文化遗产活起来、零散的资源聚起来、单一的业态融起来，走出了一条独具特色的文旅体商深度融合之路，为城市高质量发展注入了强劲动能。

文化是城市的灵魂，传承文脉既要坚守根脉，更要创新表达。传统文旅模式多停留在走马观花的“看景”，厚重的汉文化、秀美的山水风光，难以真正走进大众心底。徐州巧用VR虚拟、全息投影、数字孪生等前沿技术，让博物馆里的文物走出展柜，让汉画像石中的场景鲜活再现，让云龙湖的山水之美以全新视角呈现。

从《彭城风华》实景演出演绎历史传奇，到汉俑在城市巨幕上跳起潮流舞步，数字化让千年文脉摆脱时空束缚，变得可感、可触、可体验，让游客从旁观者变成参与者，让文化传承有了更生动的载体、更广泛的受众。发展的活力，源于资源的整合与价值的再造。数字化不仅是场景创新的工具，更是激活资源、催生新业态的核心引擎。徐州精准把握数字经济发展趋势，将零散的文旅点位、商业资源、体育要素串珠成链，打造出“天空之眼”低空旅游、数字球幕影院等全新场景，构建线上线下联动的消费生态。在数字化的助力下，实现了文化资源向发展资产的转变，让流量变销量、人气变财气，彰显了“文旅体商”融合发展的强大生命力。

城市发展，贵在融合，赢在创新。徐州的实践充分证明，唯有打破边界、整合要素，才能释放叠加效应；唯有紧跟时代、善用科技，才能激活内生动力。当前，高质量发展文化旅游业，丰富融合业态，已是时代大势。徐州牢牢抓住数字化这一关键抓手，既守护好历史文化根脉，擦亮城市文化名片，又推动产业跨界融合，拓展消费新空间，让古老彭城既有历史厚重感，又有时代新鲜感。

以融合为翼，持续深耕数字创新，不断深化文旅体商融合，定能让千年文脉在新时代薪火相传、熠熠生辉，让徐州在高质量发展征程上步履铿锵、行稳致远。

彭城新语

6天假期，徐州12345热线处置诉求超2.7万件 “事事有回音”提升群众满意度

本报讯（记者 郑徽）今年春假与清明假期叠加，形成6天小长假，市民游客出行、祭扫、游玩需求集中。记者从市数据局获悉，3月31日16时至4月6日16时，市12345政务服务便民热线共接洽各类诉求27373件，通过“提前预判、快速处置、筑牢底线”，全天候响应群众需求，有效保障了节日期间市场秩序与民生服务。

为应对双节叠加的服务高峰，市12345热线节前周密部署，制定专项应急

保障方案，组建假期工作专班，全面梳理文旅、交通、消费等领域风险点，完善涉旅知识库，强化人员培训，规范办理流程。

小长假期间，热线坚持“7×24小时”人工服务不打烊，联合重点部门集中办公，构建全方位服务保障体系。严格管控诉求办理时限，全程督办工单落实回访，确保群众来电“接得快、分得准、办得好”。节后及时开展数据分析与复盘总结，为部门监管与政府决策提供精准支撑。

数据显示，小长假期间，12345热线共受理旅游相关诉求153件，较去年同期清明假期下降44.61%。诉求内容主要集中在酒店入住、景区管理、停车服务、公共交通、消费维权等方面。

其中，酒店住宿投诉49件，占比32.03%，主要反映价格涨幅过高、酒店卫生条件差、虚假宣传、退费纠纷等问题。景区管理诉求34件，占22.22%，集中在黄牛倒票、工作人员服务态度差等。（下转 06 版）

消费新观察

清明小长假，徐州处处涌动着消费热潮，中心商圈人声鼎沸、烟火氤氲。漫步其间，除了美食的鲜香与咖啡的醇厚，一抹抹独特香气悄然弥漫——越来越多市民游客停下脚步，为心仪的气味买单。日常洗护用品按香型精细分类，命名别致的香调成为新卖点，香味不再是附加值，已然成为可消费、可体验、可共情的独立商品。

这股悄然兴起的“寻香热”背后，是“嗅觉经济”这一新兴赛道在徐州加速崛起，成为拉动消费升级、丰富民生体验的新亮点。

“寻香”而来，“疗愈”而归 首店出圈激活消费新动能

位于鼓楼区苏宁广场一楼的之植苏北首店，今年2月正式开门迎客，一开业

闻香而来 逐韵而行 “嗅觉经济”激活消费新活力

本报记者 吴云 通讯员 徐鼓宣

便交出亮眼成绩单：首日销售额突破10万元，用一缕清香点燃了消费市场的热度。

“很多顾客都是循着香味走进店里的，接触后才发现，除了基础的清洁洗护功能，‘疗愈感’才是最大的惊喜。”之植店长张小双介绍，清香能舒缓身心、慰藉情绪，让奔波的人们在氤氲香气中找到片刻安宁。“我们店客单价在300至800元之间，首月销售额远超预期，如今越来越多的人愿意为这份‘情绪疗愈’买单。清明假期，不少外地游客也循着香气而来，成为我们的新顾客。”

据悉，该店最受青睐的香型当属檀

香、玫瑰香与兰花香，其中木质调檀香受众最广，檀香调身体乳更是常年稳居“单品王”宝座；玫瑰与兰花香型则精准契合女性消费者的喜好，成为不少人的“心头好”。

嗅觉，是具有情感穿透力的感官，能在潜移默化中触动人心。“走进店里，满室清芬扑面而来，内心的浮躁瞬间消散，渐渐平静下来。”顾客刘女士已是兰花香型的忠实粉丝，她坦言，线下选香就像“开盲盒”，每一次尝试都有新惊喜，这种沉浸式的疗愈体验，是线上购物难以替代的。（下转 07 版）

