

徐州日报

2026年5月10日

农历丙午年三月廿四 星期日 [今日4版] 国内统一连续出版物号 CN 32-0051 第16069期
中共徐州市委机关报 徐州报业传媒集团出版

市委理论学习中心组召开学习会，交流学习贯彻习近平总书记参加今年全国人代会江苏代表团审议时重要讲话精神调研成果

下功夫研究新情况解决新问题 推动学习贯彻走深走实见行见效

宋乐伟主持并讲话

本报讯（记者 魏宁）5月9日，市委理论学习中心组召开学习会，交流学习贯彻习近平总书记参加今年全国人代会江苏代表团审议时重要讲话精神调研成果。市委书记宋乐伟主持会议并讲话。

今年全国人代会闭幕后，市委围绕学习贯彻习近平总书记参加江苏代表团审议时的重要讲话精神，结合落实省委部署要求，组织相关市领导牵头，围绕20个课题开展调查研究，形成阶段性成果。会上，大家作了交流发言。

在交流发言结束后，宋乐伟指出，这次集中调研全面对标对表习近平总书记重要讲话精神，与贯彻落实党中央

决策部署和省委、省政府工作要求紧密结合，聚焦“十五五”时期需要重点研究的新情况、解决的新问题，深入一线摸实情、挖根源、找症结，提出了很多针对性和操作性强的思路举措，进一步深化对总书记重要讲话精神的学习领会，进一步谋细谋实贯彻落实举措和工作思路，达到了预期效果。要结合徐州实际研究新情况、解决新问题，立足阶段性特征稳扎稳打、稳中求进，把握结构性变化改革攻坚、提质增效，强化全局性观念勇挑大梁、多作贡献，推动学习贯彻走深走实、见行见效。

宋乐伟强调，推动学习贯彻习近平总书记重要讲话精神不断走深走实，要

在深学细悟上下实功，进一步深刻领会总书记重要讲话的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，找准破解现实难题的思路办法，明晰突破发展瓶颈的关键路径，凝聚攻坚克难的强大合力。要在成果转化上求实效，充分运用调研成果，加快转化为推动高质量发展的务实举措，筹备开好市委全会，有序推进“十五五”专项规划编制。要在干事创业上出实招，把开展树立和践行正确政绩观学习教育与推动中心工作紧密结合，提高研究新情况、解决新问题的能力本领，锚定年度目标任务，凝心聚力抓产业、上项目、促转型、惠民生，奋力实现“十五五”良好开局。

■镇街擂台赛 有招你就来

一块板材的“逆袭”

——看铜山区三堡街道板材特色产业的崛起之路

本报记者 胡明慧

走进铜山区三堡街道胜阳工业园，机器声隆隆，但车间里不见人头攒动。在徐州奕菲家居全屋定制工厂内，一条4.0智能生产线正高速运转，智能开料机将裁切误差控制在0.1毫米以内……效率提升超过50%，而工人数目却与改造前持平。

“去年投了4000万元做智慧工厂，今年又追加了500万元进行‘智改数转’。投入不少，效果也是立竿见影，以前一天能生产10套定制家居产品，现在一天能生产30套。粗略估算，今年的产值比去年能实现倍增。”企业负责人介绍。

说起板材产业，三堡街道曾有过辉煌的历史。

作为国内最早做胶合板产业的地标之一，这里曾站上产业之巅——20多年前的鼎盛时期，60家企业集聚，生产的胶合板供应全国60%的市场。然而，盛极而衰几乎是所有传统产业的宿命。市场饱和、同质化竞争、环保政策收紧……一个产业越是依赖单一产品、单一市场，它的抗风险能力就越弱。三堡的板材企业很快发现：继续在低端板材的红海里拼价格，只有死路一条。

于是，一场“断舍离”开始了。以胜阳集团为代表的龙头企业选择全面“出海”，在非洲和拉脱维亚布局产

业，就地选材、加工，去全球产业链上寻找新位置。

但并非所有企业都能“走出去”。留下来的，必须回答一个更棘手的问题：传统产业转型升级，出路在哪里？

三堡街道给出的答案是：向产业链下游延伸，从“板材初加工”走向“全屋定制+智能家居”。这是一个从“卖材料”到“卖产品”、从低附加值到高附加值的跃升。

目前，三堡街道已形成以31家板材企业为上游、20多家深加工企业为下游的完整产业链。从板材到定制家具、木门，再到金属家居、宠物家居，产品形态越来越丰富，价值链越来越长。

走进位于新何村的徐州科姆勒橱柜有限公司，这个5年前看中这里产业集聚、物流便捷的企业，主营产品与木制板材没有半点关系。

“我们这些看似木制的橱柜家具，其实都是不锈钢材质的，只不过模拟了木纹，并喷了漆。”徐州科姆勒橱柜有限公司总经理孙正豪指着一款不锈钢橱柜告诉记者，“这个产品一体折弯成型，产品上市后迅速赢得市场青睐，今年销量较去年上涨约50%。”

对新材料和新技术的极致追求，让科姆勒熬过了落户三堡头3年的市场“寒冬”，从2023年起，稳步走上了发展的快车道。

“我们正在研发新镁铝材质家具的定制生产，这种新材料不仅抗腐蚀，更耐用，且成本仅为304不锈钢的三分之一。我们正在加紧推进数字化生产的硬件及软件研发，未来两到三年，数字化生产全线打通后，这款产品可以完全‘平替’木质家具，将成为企业新的利润增长点。”孙正豪信心满满地表示。

科姆勒靠新材料、新技术转型，奕菲家居转型之路，牢牢绑定“智改数转”。

走进奕菲智能新工厂，自动化生产场景令人眼前一亮。全套智能设备矩阵实现从原料筛选到成品检测的全流程可控。去年，奕菲家居4.0智能生产线正式投产运行，通过智能化升级实现了生产效率、产品品质与交付速度的同步跃升。

“去年产值增加1000万元，交付周期缩短30%，大单承接能力显著增强。今年，企业又追加了‘智改数转’的投资，产值将进一步放大。”企划部部长魏楠告诉记者。

“智能化不是‘要不要做’的选择题，而是‘怎么做’的生存题。在这个行业洗牌的时代，效率即生死。没有‘智改数转’，就没有未来。因为当利润薄到像纸一样，每一分成本浪费、每一次效率损失，都可能成为压垮企业的‘最后一根稻草’。”（下转04版）

积极响应“全灾种 大应急”战略

徐工智能化装备亮相长三角应急展

本报讯（记者 王正喜）5月7日，第五届长三角国际应急减灾和救援博览会在国家会展中心（上海）盛大开幕。徐工集团以“用科技守护生命”为主题，携城市火灾救援、洪涝救援、地质灾害救援、森林消防等多场景智能化装备重磅亮相，引发行业专家、国内外观众及央视等媒体广泛关注。

作为徐州市现代化产业体系中安全应急产业集群的链主企业，徐工积极响应国家“全灾种、大应急”战略，布局“5+1+1”现代化产业体系，逐步构建覆盖高层救援、工业火灾、地质灾害、城市内涝、森林消防、深井矿山、冰雪灾害、交通事故救援、机场消防等关键领域的成套化、智能化应急救援装

备集群。展会现场，云梯消防车、排烟消防车、远程供排水抢险车、救援机器人等多款“救援利器”齐聚徐工展区。其中，国内最紧凑的云梯消防车YT18K1凭借仅约7米的车长和7.75米的转弯半径，轻松穿梭于狭窄街巷，有效破解老旧小区等空间救援中“进不去、展不开、靠不近”的难题。而行业首款子母式正负压排烟消防车PY10G2，能承受280℃高温、实现300米超远距排烟，排烟量高达36000立方米/小时，可满足地下车库、地铁站等密闭空间的火灾处置与排烟降温需求。针对洪涝救援场景，徐工GP40X2

远程供排水抢险车集成3种排水模式、6种供水模式，既能大流量排水，又能远距离供水，适用于地下停车场、地铁站等低矮环境应急排水及森林消防等远距离供水救援。

无人化智能装备同样成为焦点。XUV25伴随机器人总负重达800公斤，可在海拔5500米、-40℃至50℃的极端环境中稳定作业，续航超210公里，能为无人机、无人狗等装备充电。XUV35多功能模块化救援机器人最高时速不低于50公里，支持水陆空全域投送，2人20分钟内即可完成拆装，可在地质灾害、交通事故、森林消防等现场完成侦查、排险、破障等任务。

胜负之外皆是热爱

王春莹

徐州队与宿迁队再度相逢，比分定格在1比2，输赢终有定数，但奔跑不会停歇，热爱也不会退场。

赛场上，两队把“拼”字写到了极致。90分钟鏖战，双方寸土必争、攻防拉满，每一次冲刺、每一次对抗、每一次倒地后的迅速起身，都写满了两个字：拼搏。

这样的相逢，也让人不禁想起去年徐州队与宿迁队的首次对决：医疗队19次进场、6名球员被担架抬离，一幕幕仿佛还在眼前。每一次交锋，都是一次更深的认识；每一次重逢，都是一次更近的理解。

徐州队踢出了硬朗与坚定，宿迁队展现了灵动与顽强。被球迷称作“‘苏超’双子星”的苗润东与张桐瑞，更以场上的奔跑与场下的互动，诠释了“场上拼的是胜负，场下守的是情谊”的鲜活模样——这是足球最质朴的底色，也是江苏大地上热血与汗水浇灌出的真实风景。

而这场比赛的热度，不只在终场哨响时被点燃，而是从开场起就已经升温。比赛前夕，宿迁市新闻传媒中心主持人彭静受邀跨城加盟直播，与徐报主持人“若林”同框畅聊。这不仅是一次足球盛宴的赛前预热，更是一次“徐宿一家亲”跨城联动的生动实践。

徐工参与的开场表演，更让这场足球盛会多了几分“硬核”气质，也让徐州这座老工业城市的力量感、工业底蕴与城市活力被更多人看见。

徐州队与宿迁队这一战，留下的不只是比分，还有彼此成就的尊重与温度。两地球迷在看台上的热情互动，呼喊声穿过夜空，落在彼此心里，让这场对决有了超越竞技本身的意义。

看台之外，第二现场同样火热：徐州奥体中心外、富国街、祥和夜市……来自天南地北的球迷和游客聚在一起，把整座城市的热情汇成

另一片“看台”。徐州与宿迁，两地自古就有着千丝万缕的联系。徐州是汉文化重镇，宿迁是项王故里；一边厚重雄浑，一边灵动昂扬，看似各有风格，实则都浸润着江苏大地上共同的坚韧、爽朗与担当。正因如此，这场比赛从来不只是比分之争，更是两座城市气质的一次同场展示。

赛事所带来的外溢效应，正在让更多人看见两座城市的相互成就、相互照亮。这正是“苏超”最动人的地方——比赛很燃，城市很暖，人与人的距离因足球而拉近。

把拼搏写进城市血脉，把实干刻进发展基因，把热爱融进寻常生活。胜负终会过去，但一次次相遇所留下的情谊会越来越深，彼此也会越走越近。

今夜之后，绿茵场上的故事仍将继续——奔跑不停，情谊不息。

彭城新语



主场憾负

双方球员在场上每球必争。本报记者 白雪 摄

本报讯（记者 李小委）5月9日晚，2026“苏超”第五周，徐州队坐镇主场迎战宿迁队。经过90分钟鏖战，徐州队以1比2惜败对手。19时40分，哨声响起，战幕拉开。第8分钟，宿迁队场上队长、上赛季“苏超”射手王高驰门前包抄破门，客队1比0领先。落后的徐州队并未慌乱，第39分50秒，徐州队球员苗润东凭借出色的个

人能力为主队扳平比分。易边再战，双方球员因体力消耗频繁出现抽筋……补时阶段，宿迁队球员高驰抓住机会“梅开二度”。最终，徐州队主场1比2遗憾告负。

赛后，双方主教练和球员代表出席了新闻发布会。宿迁队主教练张玉宁表示，能够赢下比赛非常高兴。他特别提到徐州队7号球员苗润东，称“很难限制其发挥”。徐州队

副领队李锋首先祝贺宿迁队取得胜利。对于本队表现，李锋坦言，或许由于主场作战，球员心理压力较大，影响了场上发挥。徐州队球员代表杜明洋则表示：“希望队友们不要气馁，好好备战下一场比赛。”

5月23日，徐州队将客场挑战连云港队。

详见02/03版

“城宠”餐仔登上彭城七里文旅专线

本报讯（记者 孟丽）“没想到，徐州‘城宠’餐仔竟然出现在公交车上！”5月9日下午，在泰山路公交首末站，准备乘坐彭城七里文旅专线的市民小李，看到车门两侧张贴的餐仔卡通形象时满脸惊喜。当日，徐州“城宠”餐仔正式登上彭城七里文旅专线，承载千年文脉的文旅专线与萌趣出圈的“城宠”相遇，又恰逢全民关注的“苏超”徐州队主场赛事，碰撞出别样的“活力”火花。

彭城七里文旅专线北起黄楼公园，南至泰山路公交首末站，全程串联黄楼、文庙、回龙窝、户部山、戏马台、徐州博物馆、云龙山、云龙湖等众多文旅地标，以“行走的文脉、流动的风景”为定位，是名副其实的“流动的城

市文化走廊”。而徐州“城宠”餐仔的诞生，则是徐州深耕本土文化的创新成果。作为国家历史文化名城，徐州坐拥两汉文化、彭祖文化、楚汉文化的深厚底蕴，餐仔设计深度扎根本土文化，融合多重历史文化元素，采用萌系卡通风格，既保留文化底蕴，又贴合大众审美，成为传递城市温度、展现文化魅力的重要窗口。

5月9日下午，彭城七里文旅专线全新亮相，车门两侧张贴餐仔卡通形象，车内桌子和座椅上摆放着印着标语的餐仔手牌，车厢内还立着超大的萌趣餐仔立牌。乘客们纷纷拿起手牌，有的举着“徐州城宠 排面拉满”的标语牌，有的对着镜头亮出“餐仔行 城宠餐仔

为徐州加油！”的手牌，还有的拿着“你负责玩，我负责守”的趣味标语牌，自发为当晚“苏超”徐州队主场迎战宿迁队的比赛加油助威。文旅与体育的奇妙融合，带给乘客全新的出行体验。

“‘城宠’餐仔我已经关注一个多月了，形象特别可爱，没想到今天能在公交车上看到餐仔，感觉很亲切。”乘客小王拿着“餐仔行”的手牌兴奋地说。作为土生土长的徐州人，他既是餐仔的忠实粉丝，也是“苏超”铁杆球迷。此前，小王已两次到徐州奥体中心现场观赛，壮观场面让他热血沸腾。在公交车上看到餐仔为徐州队加油鼓劲的各种标语，让他倍感亲切。

（下转04版）

■消费新观察

解码独属于徐州的“烧烤经济学”

本报记者 彭家一

在徐州，看“苏超”的正确打开方式是什么？

答案只有一个：先去球场喊过瘾，再去烧烤店畅快撸串！“苏超”赛事点燃整座城市的激情，烧烤作为徐州最具代表性的城市美食之一，成为观察“苏超”拉动城市经济的最佳窗口。

4月18日，今年“苏超”徐州队首场比赛日，抖音平台“徐州烧烤”搜索指数达到峰值，一把烤串、一群因足球相聚的人，撬动着全城级的消费流量，造就了独属于徐州的“烧烤经济学”。

这份热度，从座无虚席的烧烤店可见一斑。“每逢‘苏超’比赛日，店里的客流量明显增多，营业额比平时提升了40%。”小品烧烤负责人刘冲表示，店里特意安装了一块LED大屏直播比赛，每到赛事期间，许多市民游客会特意来店，一边吃着烧烤，一边呐喊助威，氛围感拉满。

为什么市民游客都钟爱这一口？其实，烧烤是徐州最具社交属性的美食。看球的激动、赛后的心情，都在撸串碰杯中自然抒发，没有繁琐礼仪，只有自在随性。这种低门槛、高共情的社交氛围，让烧烤成为球迷情绪释放的出口。

正是这种自带社交属性的特质，让烧烤成为“苏超”赛事最完美的搭档。随着球迷源源不断地涌入徐州，烧烤的带动效应已经延伸到城市的方方面面。

据统计，今年徐州队主场首秀吸引30851名观众现场观战，全市旅游景区游客量较前一个周末增长36.8%，夜间文旅消费集聚区消费增长20%，赛事流量直接转化为实实在在的消费增量。为了吸引更多球迷，本轮比赛，徐州市商务局同步启动新一轮“‘苏超’促消费”专项活动，投放总价值28.1万元消费券，设置1.5万个福利名额，以足球赛事为纽带激活城市消

费；本地商家也纷纷推出“苏超”应援套餐、票根抵扣福利，精准吸引球迷群体。

当源源不断的客流涌向烧烤店，烧烤的角色便从单纯的美食载体，升级为文旅融合的场景连接器。一场球、一顿串，只是这场城市漫游的开端。还可以转身拐进旁边的文创店，挑一件心仪的产品；在彭城七里漫步，看霓虹夜色中的徐州轮廓；路过非遗市集，把城市的烟火打包带回……

原本单一的“看球+吃饭”的需求，延伸为“烧烤+足球+文创+夜游+市集”的多元消费体验，把赛事流量真正转化为实实在在的增量。这个夏天，不妨约上三五好友，找一家烟火气十足的烧烤店，左手撸串右手手牌，在滋滋作响的炭火声中，为“苏超”呐喊，感受一座城市最鲜活、最动人的模样。