

徐州日报

2026年7月28日

农历丙午年六月十五 星期二 [今日 8 版] 国内统一连续出版物号 CN 32-0051 第 16148 期

中共徐州市委机关报 徐州报业传媒集团出版

奋进“十五五” 实干开新局

■半年经济观察

7月的徐州，骄阳似火，城市消费市场更是热浪奔涌、活力迸发。苏宁广场人头攒动，餐饮区翻台率居高不下；金鹰国际一家新开的寿司店前，年轻人排着长队等待购买；距离主城区一个多小时车程的新沂市，骆马湖畔的河流音乐节刚刚落幕，数万名乐迷满载而归，把对这座城市的美好记忆装进了后车厢……

今年上半年，徐州社会消费品零售总额达 2354.7 亿元，同比增长 4.4%，增幅居全省首位。成绩单背后，是徐州锚定区域消费中心城市建设目标，以文商旅体深度融合为突破口，做大商品消费底盘、做优服务消费体验、做实政策消费托举，把区位优势、产业优势和文旅优势转化为实打实的消费增长动能，释放内需潜力的生动实践。

商业底盘提质扩容 商圈首店筑牢消费基本盘

一座城市的消费活力，首先体现在核心商业载体的竞争力上。深耕区域消费市场多年的徐州苏宁广场、徐州金鹰国际两大重点商贸企业，今年上半年业绩再度突围，销售额分列全国同类门店第一、第二位，杉杉奥特莱斯销售额同样居全国同类门店前列，共同构筑起徐州各大商圈的硬核竞争力，成为吸引苏皖鲁豫周边客群跨城消费的引力核心。

目前，徐州彭城广场中心商圈云集 2800 多家商贸企业，年客流量超 8000 万人次，市外消费占比超 30%。持续增长的跨省消费客流，为徐州各大商圈带来稳定增量。

消费增长的底气，既源于成熟商业底盘的坚实支撑，更来自消费供给体系的持续升级。首店经济，正成为徐州消费升级的重要抓手。上半年，徐州新招引各类品牌首店 73 家，其中全国首店 2 家、江苏首店 6 家，首店矩阵持续扩容。这些自带流量的品牌，不仅丰富了城市商业业态，更满足了消费者对品质生活的新期待。从国际美妆到国潮服饰，从概念书店到沉浸式娱乐，首店带来的新鲜感和稀缺性，让徐州消费者的选择更加多元。

走进位于苏宁广场的华为智能生活馆，近 700 平方米的空间内，新能源汽车与 3C 产品同场陈列。“我们是区域内首家全场景门店，月销售额稳定在 600 万元至 700 万元，在全省同类型门店中位居前列。”店长张蕊介绍。这种“商业体 + 汽车”的跨界融合，正在成为徐州消费升级的典型样本。

首店经济不是简单的品牌引进，而是徐州完善商业

国内首艘内河重型滚装 LNG 动力船徐州首航 工程机械出厂直登船

本报讯（记者 范海杰）7 月 27 日上午，徐州港双楼作业区汽笛长鸣，国内首创内河重型滚装、集装箱多用途 LNG（液化天然气）动力船“宏远上海”号缓缓驶离码头，开启首航之旅。这艘填补京杭大运河滚装运输空白的“绿色巨轮”，标志着徐州内河航运正式迈入专业化、重型化、绿色化新阶段，为徐州工程机械产品“通江达海”再添物流新通道。

记者登船看到，宽阔甲板上，十余台徐工挖掘机、装载机整齐列阵，旁边堆叠着满载徐州货物的集装箱。这批“徐州造”将沿京杭大运河

南下上海，再通过远洋滚装航线发往全球市场。此前，徐州工程机械出厂转运环节多、物流成本高。如今，“厂区直连港口、装备直接上船”的滚装模式，让企业省去中间转运环节，大幅降低短驳与装卸成本，同时无缝衔接沿海港口远洋滚装航线，真正实现“内河中转、通江达海、连通全球”。

“这是全国内河第一艘重型滚装 LNG 动力船，填补了京杭大运河滚装运输的空白。”宏远滚装运输（徐州）有限公司董事长田海勇介绍，“宏远上海”号总长 90 米、宽 17.5 米，满载排水量 5300 吨，是国内内河

无驾驶室、全智能换电、纯绿电驱动

“华能睿驰”项目入选“百业智景”

本报讯（记者 王正喜）近日，在 2026 年世界人工智能大会“智赋新质 全域焕新”企业人工智能高质量发展论坛上，国务院国资委正式发布“百业智景”中央企业人工智能战略高性价比场景成果。华能内蒙古东部能源有限公司联合徐工集团等企业打造的“露天矿山无人电动矿卡智能绿色融合运输场景”（以下简称“华能睿驰”）成功入选。

此次入选的“华能睿驰”无人电动矿卡项目，是全球首个百台级无人电动矿卡规模化应用案例。项目集成无人驾驶、5G 通信、智能换电、智能安全管控等核心技术，实现了全球首批无驾驶室、全智能换电、纯绿电驱动矿山设备的商业化应用。“华能睿驰”是目前全球吨位最大、地图更新频率最快、可适应环境气温最低、换电效率最高的无驾驶室无人驾驶

层级、冲刺区域消费中心城市的关键一招。我市出台加快推动首发经济促进消费高质量发展措施，实施首店引进倍增计划，设立首店经济发展专项资金，建立“首店引进绿色通道”和品牌库，计划“十五五”期间累计新增首店 200 家以上。

首店效应持续释放，徐州重点商贸企业表现亮眼。

每到周末，杉杉奥特莱斯停车场里皖、鲁、豫牌照的车辆占了近一半，“上半年我们客流同比增长 20%，销售额增长 35%，外地消费者占比达 45%。”杉杉奥特莱斯企划部负责人介绍。数字背后，折射出徐州作为区域性消费中心城市的强大吸引力——不仅是本地人的“购物车”，更是周边城市消费者的“打卡地”。

文商旅体跨界共生 拓展消费增长新空间

如果说商圈、首店稳住了日常刚需消费，那么文化、旅游、体育、音乐融合打造的沉浸式新场景，则激活了服务消费的增量蓝海。

“本来只想看场音乐节，结果顺便逛了窑湾古镇，还到市区吃了顿烧烤，买了几份徐州特产。”来自宿迁的乐迷罗蔓蔓展示着手机里的购物清单，对这座城流连忘返。

今夏火爆出圈的新沂马陵山花厅·河流音乐节，成为徐州文旅赋能消费的生动案例。音乐节吸引了来自全国各地的数万名乐迷，不仅带动当地住宿、餐饮消费激增，更成为徐州“演艺 + 旅游 + 消费”模式的成功范本。乐迷们白天游览景区、品美食，夜晚赴音乐之约，离徐时后备厢里塞满徐州特产。这种“跟着演出去旅行”的消费新风尚，正成为徐州服务消费焕新提质的强劲引擎。

放眼全市，文商旅体深度融合的画卷正在全域铺展。户部山的古巷里，主题咖啡馆飘出阵阵醇香；云龙湖畔沉浸式夜游项目，让游客流连忘返；回龙窝历史文化街区，非遗工坊与文创店铺相映成趣……各大景点街区已不再是单纯的观光地，而是变身成为消费新空间，文旅体验、休闲娱乐、餐饮住宿联动升温，其中餐饮业以 9.4% 的增幅领跑四大业态。上半年，徐州 58 家 A 级旅游景区游客接待量、消费金额分别增长 26% 和 25.2%，文商旅体融合真正把“过路客”变成“过夜客”“消费客”。

（下转 03 版）

亲水经济抢抓夏日“凉”机

本报记者 王莹

进入暑期，持续攀升的气温，催热了徐州的夏日“亲水经济”。今年夏天，徐州市将“踏浪徐州 清凉水世界”作为八大重点文旅系列之一，整合亲水资源，丰富“亲水经济”业态，吸引众多市民游客前来消暑体验，为暑期文旅消费注入丝丝凉意与蓬勃活力。

水上乐园狂欢日夜不停歇

今年，徐州各大水上乐园纷纷提档升级，以 IP 赋能、业态融合的方式将日间戏水与夜间演艺串联，打造全天候亲水游玩体验。

7 月 19 日下午，徐州方特水上乐园人声鼎沸，水花四溅。造浪池里层层巨浪裹挟着欢笑声扑面而来，螺旋滑道上尖叫声此起彼伏。

“我们实行全天候水质监测，确保每一位游客玩得尽兴、游得安心。”该乐园相关负责人介绍，今年园区依托“熊出没”IP，打造沉浸式童趣玩水胜地，汇集大喇叭、彩虹滑道、熊出没水寨等水上项目。

“带孩子来了三次了，每次他都不肯走。”市民刘雯一家三口刚从“彩虹滑道”上飞驰而下，又急着奔向下一

场水上竞技。“晚上还要去电音节，大人小孩都能玩尽兴。”

徐州乐园加勒比水世界的水上飞龙特技表演、专属亲子戏水池、网红造浪池联动 DJ 电音派对等项目，有效延长了游客停留时间，带动二次消费。截至 7 月 22 日，累计接待客流 22 万人次，营收 1400 万元。

此外，欧乐堡海洋极地世界、云龙湖水上世界等也携丰富水上项目清凉迎客。

徐州市文广旅局以“来徐州 尝一夏”为统一 IP，推出百余项夏日文旅活动。其中的“踏浪徐州 清凉水世界”板块，专门针对亲水消暑需求，串联全市多元亲水场景。同时，联合苏皖鲁豫四省十城推出跨省旅游线路，拓展客源半径，掀起夏日文旅热潮。

近郊山野亲水业态人气不减

山林间的漂流、溯溪凭借清幽的自然环境与沉浸式体验，成为市民游客逃离酷暑、亲近自然的新选择。

“水花溅起的瞬间，夏天的燥热全没了！”入夏以来，贾汪区督公山漂流持续火热。皮划艇首尾相接，尖叫声与欢笑声回荡在峡谷之间。

漂流全长 5.1 公里，河道从督公山上部树林中盘旋而下，天然河谷、丛林绿树和平湖风光尽收眼底。河道内设置多处开放式水仗互动区。

督公山漂流营销负责人柯存威介绍，暑期日均客流量达 2000 人次以上，“水仗互动区是游客反馈最热烈的环节，为保障游客安全，河道两岸部署了 50 余名安全员，全程值守。”

在新沂市马陵山景区，药王谷、小龙沟内溪水清澈见底，游客挽起裤脚沉浸式捕鱼捉虾，在峡谷秘境中感受清幽凉爽。

“溪水冰冰凉凉的，孩子蹲在那里捞鱼一玩就是半天，比窝在空调房里有意思多了。”游客陈先生蹲在溪边，看着 7 岁的女儿用网兜捞起一只小虾，兴奋得直拍手。

景区工作人员告诉记者，进入暑假以来，这种沉浸式的捕鱼捉虾体验极受欢迎，日均客流量稳定在 2000 人次至 3000 人次之间。

大景山漂流、茱萸谷空中彩虹玻璃漂流等项目也迎来消费高峰。人们在山郊水边溯溪解锁的，不仅是一份清凉，更是一种回归自然的夏日生活方式。

（下转 02 版）

■彭城新语

让“能做事的人”多起来

徐行

需求上。供需错配之下，高质量的就业机会难以被充分“接住”。破解之道，在于打通堵点，让“能做事的人”多起来、留下来。

让“能做事”有标准、有奔头。徐州全面落地“新八级工”制度，拓宽技

能人才职业晋升通道，打破“技工没前途”的刻板印象。当技能人才从“没奔头”走向“有尊严”，“工匠精神”获得实实在在的制度回馈，年轻人自然愿意沉下心来学技术、练本领。

让“能做事”有路径、有场景。从“技能夜校”到沉浸式职业体验，从 AI 智慧招聘到“家门口”技能培训，徐州正将就业服务从“简单对接”推向“生态赋能”。新业态培训结业就业率超过 85%，说明精准培训

确实能实现“学有所用、即学即用”。未来，产教融合不能只停留在签协议、挂牌子，而要真正融入产业需求与教学实践，让课程跟着产业走、实训跟着车间走。

（下转 02 版）



近日，在绿智电机（睢宁）有限公司年产 3000 万台（套）高性能电机项目生产车间内，工作人员正在紧张有序地工作。该项目是 2025 年、2026 年市级重大产业项目，计划总投资 4 亿元。截至目前，项目累计完成投资 2.9 亿元，日产电机 4.4 万台（套）。

本报记者 齐浩 摄



■徐州新实践 乡村振兴·一线看亮点

退圩还湖，新沂堰头渔场变“画廊”

本报记者 蔡思祥 通讯员 张明丽

盛夏时节，荷风拂面、碧水盈盈。在新沂市草桥镇堰头渔场，千亩荷塘碧波荡漾，白鹭翩飞，水清岸绿。静谧的湖面上，村民泛舟穿行，悠然采摘荷花，一幅人与自然和谐共生的水乡生态画卷徐徐展开。

“我嫁到新沂 40 多年了，这几年环境真是一天比一天好。”村民马培英一边采摘荷花，一边笑着感慨，“以前哪见过这么多鸟？现在白鹭、野鸭子都来了，早上来采荷花，满眼美景，舒心惬意。”

好生态，从来不是一日之功。把时间拉回到几年前，这里却是另一番景象：湖面围网密布，鱼塘封闭，湖底淤泥淤积，水体流通不畅，水

生态系统“生了病”。为从源头治愈湖泊“创伤”，2020 年，新沂市启动退圩还湖工程，对堰头渔场片区实施系统治理。拆除 1200 亩老旧圩埂、清淤近 10 万方，打通水系脉络，彻底破除封闭的围湖养殖格局。

“从养殖鱼塘到生态湿地美景，这里实现了脱胎换骨的生态蝶变。”新沂市交通文旅集团新源水务投资发展有限公司副总经理万志坚介绍，目前山水生态修复工程已近尾声，人工湿地、花海荷塘、生态步道、景观桥梁相继建成，水鸟成群回迁，水生生物种群持续恢复，四季景致各具特色，昔日的“生产型鱼塘”，已然变成市民游客争相打卡的“生态画廊”。

生态好了，发展的路子也就宽了。依托堰头渔场得天独厚的湖滨生态资源，渔家湾项目策划方案已通过市政府评审，正加紧深化设计。该项目将补齐马陵山、窑湾古镇文旅链条，规划布局水上运动、环湖露营、低空观光、光影演艺、特色美食等多元业态，打造全天候环湖消费场景。

“我们要打响‘心灵港湾’这个品牌。”万志坚说，未来将深度挖掘湖滨文化 IP，举办特色文旅活动、开发文创产品，走出一条“生态 + 文旅”融合发展的新路子，让好风景变成好“钱景”。