

# 省地协同助力乡村全面振兴

## 市政府与省供销合作总社签署战略合作协议 沈峻峰张建军出席

本报讯（记者 徐梦婷）9月8日，市政府与省供销合作总社签署战略合作协议。市长沈峻峰，省供销合作总社党组书记、理事会主任张建军，副市长毛孝泉，省供销合作总社理事会副主任，苏合集团党委书记、董事长卓炜出席签约仪式。

沈峻峰代表市委、市政府向省供销合作总社、苏合集团对徐州发展的关心支持表示感谢。他说，当前，徐州深入学习贯彻习近平总书记对江苏工作重要讲话精神，锚定“打造高质量发

展强劲支点、建设现代化区域中心城市”，聚力打造“四中心一枢纽”，聚焦农业增效益、农村增活力、农民增收入，扎实推进乡村全面振兴，高水平建设农业强市，着力打造宜居宜业和美乡村。长期以来，省供销合作总社在政策支持、项目合作等方面给予徐州大力支持，多家合办企业已成为徐州为农服务的中坚力量，在助力乡村全面振兴上发挥了重要作用。希望双方以此次战略合作协议的签署为契机，进一步推进资源共享、优势互补，合力打

造省地合作典范，不断推动徐州乡村全面振兴取得新进展、迈出新步伐。徐州将主动对接、靠前服务、全力保障，为省供销合作总社及苏合集团在徐布局项目、开展业务创造良好条件，共同谱写省地协同、互利共赢发展新篇章。

张建军表示，近年来，省供销合作总社深耕为农服务全链条，科学谋划布局“一体两业三网”建设，打造覆盖全省的农业社会化服务网、农村现代流通服务网、农产品冷链物流骨干网。徐州区位优势明显、农业基础坚实、发

展前景广阔，此次战略合作协议的签署，标志着双方合作站上了新起点、开启了新篇章。希望双方以合作协议为引领，充分发挥各自优势，共筑粮食安全坚实基础，共兴现代农业特色产业，共建农村物流高效网络，共育乡村振兴专业人才，更好推动“一体两业三网”建设在徐落地见效，不断开创合作共赢新局面。

根据协议，双方将在绿色低碳新能源建设、农业社会化服务、共建高素质技能人才培养高地等领域深化务实合作。

## “彭城智查”系统全面启用

本报讯（记者 倪帅）9月8日上午，徐州市司法局在徐州报业传媒大厦召开新闻发布会，全面推广使用“彭城智查”涉企行政检查监管服务系统（以下简称：系统）。该系统自9月1日起在全市正式投入使用，全面推行“扫码入企”，规范涉企行政执法行为，切实减轻企业迎检负担，持续优化法治化营商环境。

市司法局党组书记、局长艾新平介绍，为贯彻落实国家关于严格规范涉企行政检查工作部署，系统于今年6月26日建成上线，经过两个多月试运行，目前实现全市涉企检查统一线上监管。系统严格对标司法部“扫码入企”工作要求，围绕“政府赋码、执法亮码、企业扫码”三个环节，覆盖市、县、镇（街道）三级执法监管体系，目前已接入各级执法单位565家，注册执法人员22357名，归集市场主体141万余户。

针对系统核心功能，市司法局四级调研员李晔介绍，系统固化检查事项模板，做到清单之外无检查；实行“无码不检查”，除紧急情况下，执法人员企检查须出示系统生成的唯一执法码，联合检查“一次任务、统一赋码”；检查全过程线上留痕，

系统自动预警多头、重复、高频检查问题，实现全程可追溯。

系统上线后，企业迎来实实在在的变化：检查依据更加明确，入企程序更加规范，检查过程更加透明，意见反馈渠道更加畅通。企业无需安装软件，微信扫码即可核验检查信息，还可在线查看检查结果、提交评价与异议。“扫码是企业的权利，不是义务，无需填报任何信息，不会增加企业负担。”市司法局行政执法协调监督科科长刘龙在记者问答环节回应社会关切。针对企业关切的无码检查、信息不符、异议反馈、是否存在打击报复、执法不作为等热点问题，现场一一作出解答。明确异议评价信息仅司法行政监管部门可见，从技术权限上保护企业监督权利，系统既遏制乱检查，也督促执法部门杜绝不作为。

下一步，市司法局将不断优化完善系统功能，协调全市执法部门，持续提升涉企行政检查规范化水平。欢迎广大企业提出意见建议，共同助力徐州法治化营商环境提质增效。

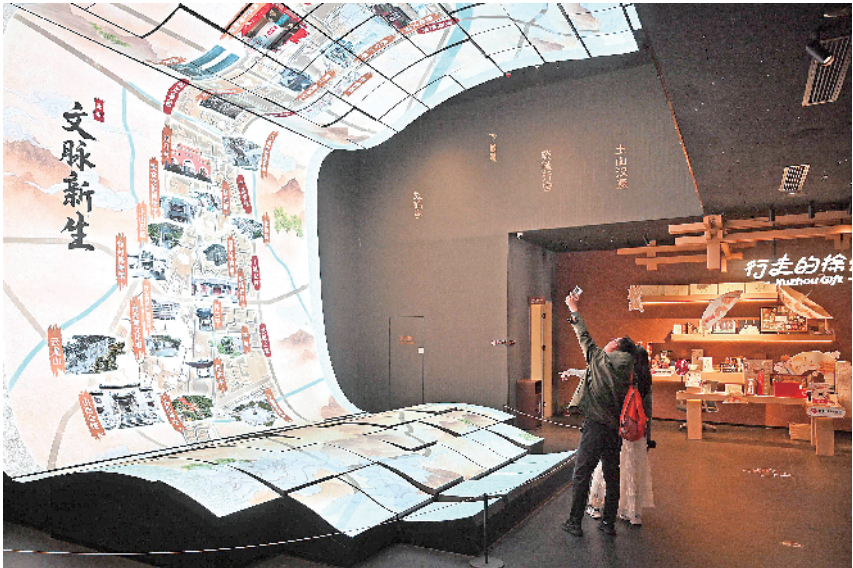
# 徐州文旅“暑假卷”，答案出炉

本报记者 张瑾

暑季结束，徐州文旅交出亮眼暑假作业——7月至8月，全市58家A级旅游景区接待游客1462.89万人次，同比增长7.82%；全市银联异地文旅消费97.02亿元，同比增长24.27%。

线上热度同步“滚烫”：同程旅行平台显示，暑期赴徐游客订单同比增长49.74%，8月搜索热度环比飙升90%。

这个夏天，徐州不只有“烧烤”，更有“流量+留量”的文旅新高度。



彭城七里数字体验馆。 本报记者 刘冰 摄

说：“本以为只有圣旨，没想到孩子看了两个多小时不肯走。”

从国内“出圈”到吸引海外研学。8月，由中国侨联主办，江苏省侨联、徐州市侨联承办的2026“亲情中华·中国寻根之旅”夏令营江苏徐州营，45名海外华裔青少年在沛县博物馆探寻大汉文明根脉，在苏轼纪念馆品读苏轼治徐的历史佳话，参观徐工集团工程机械生产车间，在十天的行程中，以徐州为窗口，看见一个真实、立体、充满活力的中国。

### 新场景，解锁夏夜新体验

这个夏天，徐州用新场景解锁新体验。白天的热闹延伸到深夜，音乐响彻湖畔，夜市人潮涌动，商圈烟火不熄。

“落日飞车”，滑进晚霞里。

云龙山顶，夕阳把天际染成橘红色，索道滑车从山顶飞驰而下。江西游客陶女士刷到“落日飞车”的视频后专程赶来，“穿梭在山林间，风从耳边呼啸而过，云龙湖上落日熔金。”这个夏天，云龙山索道成了短视频平台上的爆款创作素材，无数年轻人为了这一瞬的浪漫专程奔赴徐州。

一盏马灯，照亮两千年。

华灯初上，龟山汉墓的甬道里，马灯亮了。今年暑期，龟山景区首次推出沉浸式夜游体验，每晚特定时段关闭室内全部固定灯光，游客手提一盏马灯，由讲解员带领穿行于两千年前的楚王地宫。讲解员介绍，夜游活动一经推出便收获众

多好评，不少游客专程为这场“黑暗中的对话”而来。

徐州的夜空，亦被音符点亮。

大龙湖畔，一首《彭城谣》唱罢，人群中爆发出掌声；娇山湖草坪上，年轻人把夏夜过成了露天音乐节；新沂沐河畔，晚风裹着民谣掠过水面，岸边坐满了静静聆听的人；邳州桃花岛的街角，歌手从黄昏唱到夜幕。在彭城广场等商业中心，由徐州市音乐家协会打造的多场“金声入夏 彭城回响”夏夜音乐会，给夏日徐州文旅带来浪漫色彩。

夜太美，年轻人扎堆“赶场”。

彭城七里崔家巷的青石板路上，脱口秀开放麦的笑声从老院子里飘出来；回龙窝的小剧场里，沉浸式庭院戏剧让观众成了剧中人。依托小剧场联盟，徐州在核心区域推出年轻化演艺业态，落地开心麻花巡演等活动，深受青年观众追捧。仅7月，全市夜间文旅消费集聚区接待游客168.89万人次，环比增长9.79%。徐州的夜晚，正在被年轻人重新定义。

8月15日，燕子楼前的“良缘七夕·且徐行”主题活动中，百余名身着汉服的年轻人穿行投壶、乞巧、对诗、放河灯。“在徐州过七夕太有仪式感，朋友圈九宫格不够发。”有游客如是感叹。活动获得央视、人民网海外版等媒体集中报道，徐州的浪漫一夜传遍全国。

### “硬举措”，护航文旅大考

这个暑期，徐州从走出去推介，到请

进来体验，再到全方位护航，用一套“引客、留客、暖客”的组合拳，让八方游客感受一座城的诚意。

跨区域合作，徐州文旅主动“走出去”。

7月10日至11日，江苏省文旅厅牵头13个设区市赴辽宁大连、沈阳开展“水韵江苏·开心一‘夏’”集中推广周活动，徐州文旅创新推介形式，通过特色主题推介、文旅优惠放送、特色市集展销，立体化展现徐州暑期文旅风貌。

7月25日，“夏一站，且徐行”徐州文旅（北京）推介会在北京大葆台遗址博物馆举行。依托徐州汉代精品文物赴京展出的契机，一场汉风演绎让现场嘉宾穿越千年，精准触达京津冀重点客群。

城市推介的同时，乡村游也在提质。8月16日，“夏一站 趣村游”2026徐州乡村文旅体验季在徐州经开区正本欢乐农场火热开启。徐州文旅现场发布六大“食”刻、五条主题线路、八大板块活动、28项乡村旅游活动及11条全域旅游精品线路。美食区香气四溢，露营区帐篷错落，“乡村好物”市集摆满了各镇好货，沉浸式打卡区里孩子们的欢笑声此起彼伏。乡村游不再是“土味”，而是“趣味”。

依时而为，拓展青春客群。

7月至8月，徐州文旅共推出32项惠民政策，联合多平台发放超430万元文旅消费券，面向学生群体推出30项专属优惠，并联合全市各县（市、区）11家单位走进校园，在江苏省2026年高考考生职业生涯与志愿填报指导咨询会徐州分会场，精准推介徐州暑期文旅优惠政策，推动“百万学子游江苏”徐州文旅推广活动落地见效。

暑期客流高峰，保障从细节入手。

灵活调整富国街管制时段、湖东路车流分流方案；高架匝道设置奥特莱斯、徐州乐园导流标识，开辟奥莱北门临时停车区。

交通、公安、文旅三部门紧盯高铁站、汽车站、景区出入口等区域，严打“黑车”“黑导游”及无证网约车，同步规范出租车经营行为，让游客“出行不踩坑”。

市容与停车秩序持续优化。城管、交警等部门对主次干道、景区商圈、地铁口周边实施全天候监测，开展停车综合治理，指导共享单车企业落实“网格化”运维。

一场暑期文旅大考，徐州用精细化管理作答。

（上接 01 版）

这意味着什么？意味着徐州已经从一座“自己人逛”的城市，变成了一座“别人专门奔赴而来消费”的城市。

### 业态焕新 科技文化拓展新空间

首店首秀，为何能拉动消费新增长？“流量密码”是“新”——给消费者带来新鲜感和吸引力，不仅要有新品，还要在业态、场景上持续创新。

区域首家巧克力博物馆，建设面积约2500平方米，目前正在设计装修。“馆内将设置展览展示区、互动工坊和零售区等功能板块，以巧克力雕塑复刻徐州历史元素，进一步丰富彭城七里的消费业态和休闲场景。”云龙区相关负责人介绍道。

科技与文化的融合，在城市商业空间里加速上演。

一把势能座椅、一个180克超清头显，就能置身8K电影世界。在徐州回龙窝历史文化街区，无界XR影院江苏首店落地，为老街区注入了新活力。“区别于传统影院，我们主打‘随时到看’，特别适配逛街间隙、短途出游这类碎片化

# 首店热城

场景。”店长渠丽丽说。

“我们没走历史街区‘千街一面’的老路，靠特色首店打差异化，外地游客能占70%。”街区招商运营负责人张睿说。彭城七里的首店矩阵正加速扩容，“泡面星球”、百事鲜奇乐、遇见博物馆等餐饮类、文化体验类首店纷纷落户，精准锁定年轻消费群体，让古街既有历史的厚度，也有商业的活力。

在徐州，古老文化不再只陈列于博物馆展柜。汉文化景区推出实景剧本游、“王陵奇妙夜”，游客可以沉浸式触摸狮子山楚王陵、汉兵马俑、汉画像石三大场馆的厚重底蕴。古老的故事，借新消费场景重新活过来。

假期消费数据显示，徐州外地游客占比达71%，很多人专门奔赴而来，为的就是这份历史与新潮交融的独特体验。

这股“新”的力量，还体现在业态迭代中。

国博与奥体双中心一体化运营，展、会、节、演、赛多点开花。工程机械展现场交易额4.2亿元，演唱会、斯诺克邀请

赛、电竞活动接连落地。一场场赛事展会，不断带来流量，再经由商业场景承接，沉淀为城市消费的持久活力。

### 政策搭台 流量变“留量”的系统战

首店“引得进”，更要“留得住”“活得好”。徐州打出的是一套从顶层设计到末端服务的组合拳。

面向“十五五”，徐州实施“首店引进倍增计划”，力争年均增长率不低于20%，累计新增各类首店200家以上。届时，消费辐射半径将扩大至200公里，外来消费占比提升至40%以上。

出台首店经济专项激励政策，明确每年引进100家以上知名首店的量化目标。组建专属服务专班，推行“一店一策”定制化服务，为品牌落地、运营发展提供全生命周期保障。

“十四五”以来，市级财政投入近4000万元，用于消费券发放，促消费活动开展、消费场景打造，资金撬动消费增长

超20倍，政策红利充分释放。

与此同时，徐州持续优化营商环境，推动传统商圈“腾笼换鸟”。“近两年启动大规模品牌调整计划，商场共计调整品牌167个，涉调面积1.6万平方米，通过业态汰换、空间重塑，为优质首店腾出发展空间。”金鹰国际总经理林晓庆说。

线上线下联动造势、节赛活动引流聚客，成功将“首店流量”转化为“城市留量”。

“我们深耕‘淮海新消费’品牌，常态化开展四季主题促消费活动，联动商家发放数千万消费券，通过首店促销、品牌快闪、市集展演等多元形式，持续激活消费市场。”徐州市商务局副局长王永知说，创新打造首店消费地图，串联各大商圈首店资源，实现全域消费联动。

更精妙的落子在“跨界联动”。依托“苏超”等品牌赛事，以票根经济串联商圈消费，定向发放1.5万份消费券，整体消费带动率超300%，其中烧烤活动带动率近600%。赛事、市集、文旅、消费，在此形成完整闭环。

店落，客留，城兴。以首店为切口，以消费为引擎，徐州正在塑造的，是一张“让人非来不可”的城市新名片。而这张新名片，还在不断被刷新。

## 这几年，引进的不只是大牌

（上接 01 版）现在品牌来到家门口，消费者可以触摸到质地、闻得到香气、真切感受整个品牌的调性。

商场也在变。从“把大牌引进来”，到“把体验做深做透”，金鹰这几年持续引进重磅首店，商业定位和场景体验都在迭代。

更让我有切身体会的，是消费者的变化。最初大家的需求是“能买到”；现在，消费者不再满足于买一件货品，他们追求品牌背后的文化叙事、美学格调，追求沉浸式的线下体验，与精细化的VIP专属服务。消费需求变得更立体、更多元，这也正是高端品牌能够在这里扎根的底气。

这几年，徐州文旅的影响力越来越大，来专柜的外地客人明显多了。目前我们专柜外地顾客消费占比已达到63%。不少周边城市的消费者，

就是冲着徐州独有的首店资源专程过来的——许多同款品牌专柜，在徐州中心商圈才能体验到。来徐州旅游、打卡首店，已经成为了不少游客的行程选择。

外地客群不光数量在涨，消费理念也在变，他们不仅满足于旅游时随手买点伴手礼，更愿意像本地顾客一样，坐下来深度了解和体验产品。城市文旅的红利和首店经济的效应叠加在一起，实实在在推动着门店的发展。

从赫莲娜到TF，我见证了更多高端美妆品牌，在徐州从无到有、从有到优的完整过程。一个个重磅品牌在这座城市落地生根，表面上是商场多了几个专柜，实际上是整座城市的消费能级在往上走。

而我，恰好站在了这个过程的第一线。