

从“网红”迈向“长红” 徐州绘就文旅高质量发展新图景

千年彭城，最动人的年味，既在如画盛景中，又在人潮涌动里。文庙街区，打卡游客摩肩接踵；户部山内，“十二花神”走秀仙气飘飘；欢乐堡海洋极地世界，海豚腾空播撒欢乐……

今年春节假期里，“网红”城市徐州再度交出亮丽成绩单：根据江苏省智慧文旅平台监测数据，徐州市旅游景区、度假区等监测点去重后共接待游客585.04万人次，游客消费总额26.94亿元。美团平台显示，徐州文旅消费规模在全省排名第3位，日均文旅消费规模同比增长200.1%。

这些数据背后，是一个传统的老工业城市向国家历史文化名城成功转型的缩影。“十四五”期间，徐州以一系列扎实的工程和创新的实践，在文化领域完成了从资源梳理、空间重塑到产业激活的系统性建设。曾被人认为“文旅红不过一两年”的徐州，正用一场全方位的蝶变，诠释着“网红”向“长红”的城市密码，也书写老工业城市转型的生动实践。

通讯员 徐侍萱 陈甲戌
扬子晚报/紫牛新闻记者 马志亚



欢度春节 高刚 摄



夜游彭城 赵宝东 摄



月光市集 高刚 摄



打卡徐州 赵宝东 摄



文庙夜景

文博升级

让旅游有“热度”更有“品质”

在千年古城过一次传统中国年，是怎样的体验？“很惊喜，像走入了一段浓墨重彩的历史。”刚结束4日游的河南游客陆先生感触很深，他告诉记者，“这座城市带给人的惊喜，往往在转身处、在不经意间。”

白天，文庙街区车水马龙，现代时尚和传统文化街区相互交融，交织出市井的热气腾腾；夜晚，户部山月光市集，游人身着汉服衣冠，在户部山、戏马台穿行，仿佛穿越回“火树银花合”的盛景。

不仅如此，游徐州早已不是看有形的古建，科技赋能下的沉浸式场景，正在重塑人们的文旅体验，也悄然带动消费场景焕新。在“彭城七里”数字体验馆，汉画像石里的宴饮歌舞在数字光影下生动再现，全息投影、体感交互、裸眼3D、AIGC等技术将徐州历史文化转化为可感知的鲜活场景。

可玩、可感、可互动的多元场景，让传统文化“潮”起来。今年春节里，一批批沉浸式体验场景的涌现，让来到徐州的游客真真切切体会到来徐州旅游“有品质”。铜山区汉王镇的打铁花“炸”出漫天星火；“彭城七里”的“蛋仔派对”打卡活动让年轻人感受潮流乐趣；户部山既有汉服NPC、国潮鱼灯巡游、杂技魔术表演，也有“财神”送“银票”等新潮玩法。

“今年春节，各类活动特别受到年轻人的追捧。”户部山（回龙窝）历史文化街区管理中心主任洪慧颖说，“我们将古建筑保护利用、非遗传承、夜游经济和民俗体验融在一起，让年轻人喜欢看、记得住。”

文化的内涵，也体现在徐州博物馆的展览策划中。“以马为主题，我们用文化串联起文物。”徐州博物馆陈列部主任岳凯介绍，今年精心策划“马舞新春”文物大联展，展出西汉到明代陶马俑，也有徐悲鸿等名家的国画，还有马年生肖版画和儿童画，让游客在多元化的艺术中感受文化魅力。

在文创产业热潮中，徐州博物馆推出的折页盖章冰箱贴、小马挂件、钥匙扣等马年文创产品热销。在回龙窝，非遗代表性传承人刘冠玉的小店十分火爆，特别是马年剪纸卖得火，日均销售额达5000元。

以美食闻名的徐州，不只是“吃”，还建起饮食文化博物馆弘扬饮食文化。春节期间这里累计客流22万人次，总销售额240万元。

徐州市文化和旅游局一负责人介绍，近两年，徐州文旅市场文博热、演艺热、研学热、汉服热，不断提升城市文旅的流量和品质，大众的旅游方式正从“景区观光”向“全域休闲”转变。

以“诚”筑“城”

让文旅从“出圈”到“长红”

近年来，各地都出现了文旅热，但是“出圈”容易，“长红”难，旅游不是“一锤子买卖”，而是“细水长流”，文旅热怎样才能“来得猛，留得下”，从“流量”走向“留量”，在于城市温度与诚意，在于城市的一处处细节中。

“我们出行不开车，把路让给游客”“等初七下午游客走了，我们再去吃烧烤”，在各个短视频平台，很多网友的留言，道出了徐州人的温情。“游客来了，我们用真诚与用心做好美味，让他们记住徐州的烟火气。”在铜山区张集镇梁堂古村，朴人烘焙店老板张建超说，他们主打“朴实牌”，在火热的乡村旅游带动下，春节假期销量超9万元。

今年春节里，面对这一年终大考，徐州拿出了满满的诚意：市区新增41个大客车泊位，开放7000余个党政机关车位，市区12440个路面泊位全部免费；公交全线免费，推出16条旅游专线；地铁延长运营时间……每一个细节，都是为了让游客行得顺畅、玩得舒心。

数据显示，春节期间徐州省外游客接待量占外地游客的74.65%，高于全省平均水平。山东、安徽、河南三省游客占省外游客总量的59.77%，交界地区十市文旅协同联动，让徐州成为辐射苏皖鲁豫的文旅目的地。

“高标准编制徐州‘十五五’文旅发展规划，构建‘一轴一核两带四板块’的旅游发展格局。”徐州市文化广电和旅游局局长沙波表示，“在以‘彭城七里’历史文脉为代表的核心文旅项目中打造新场景新业态，进一步展现徐州文化魅力，不断提升文旅融合发展质量效能。”

文旅不是流量叠加，而是人文经济学的生动实践。它让剪纸手艺人变身主理人，让文化内涵带动文旅产业发展，让“工业重镇”转型为“休闲旅游目的地”。徐州人日复一日的打磨与坚守，把文化融入日常、把创意植根传统，把服务做到实处、把游客当作家人，以守正创新之姿，让优秀传统文化在新时代焕发新光彩，推动城市高质量发展，为徐州从“网红”迈向“长红”不断奋进。

文脉重塑

彭城七里串起千年古城

作为徐州“十四五”期间城市更新的标志性工程，“彭城七里”正成为这座城市最亮丽的文化名片。

从云龙山下的下邳遗址公园，到故黄河畔的黄楼，“彭城七里”历史文化轴线将235处历史遗存一一串联，回龙窝、户部山、徐州博物馆等景点无缝衔接。这也彻底改变了过去徐州市区文旅资源分布散落，景区规模小、各自为政现象，一个个历史遗存“串珠成链”，形成了景点的“集群效应”，展现了历史文化名城的深厚底蕴。

走进“彭城七里”，在“彭城之源”下邳遗址公园，一块块浮雕展现徐州先民耕织、渔猎、制陶、祭祀的生活劳作场景，再现4000多年前新石器时代的龙山文化。沿着中轴线向北，是“彭城七里”的核心地段，回龙窝、户部山、徐州博物馆已成为徐州文旅的“新顶流”。回龙窝的25个合院院落中，设计者利用400多万件旧青砖黛瓦和老青石板，再现了200多年前的徐州民居。不远处，文庙街区作为城市新地标，更是年轻人的热门打卡地，这里已有近百家品牌进驻，其中徐州首店高达45%。在彭城七里北端，黄楼公园以崭新面貌，展现了这条千年文脉的深厚底蕴，1.2万平方米的广场，串联起五省通衢牌坊，实现了与文月坊、汴泗亭、文庙街区的贯通衔接，既再现了当年苏轼治水的丰功伟绩，又让历史遗存在现代生活中绽放生机。

从遗址到街区，“彭城七里”将“看得见的历史”变成“走得进的现场”。整个春节期间，全新迎客的“彭城七里”接待游客167.8万人次，银联消费4.42亿元。

不只“彭城七里”，徐州在近些年系统打造的“五大园区”，在春节期间共接待游客55万人次，同比增长14.49%。而且传统景区活化升级，持续丰富文旅载体。蟠桃山景区通过文化挖掘，以灯会焕发新生，春节接待游客70.19万人次。



一城青山半城湖

图片除署名外，均为徐州市委宣传部、徐州市文广旅局供图