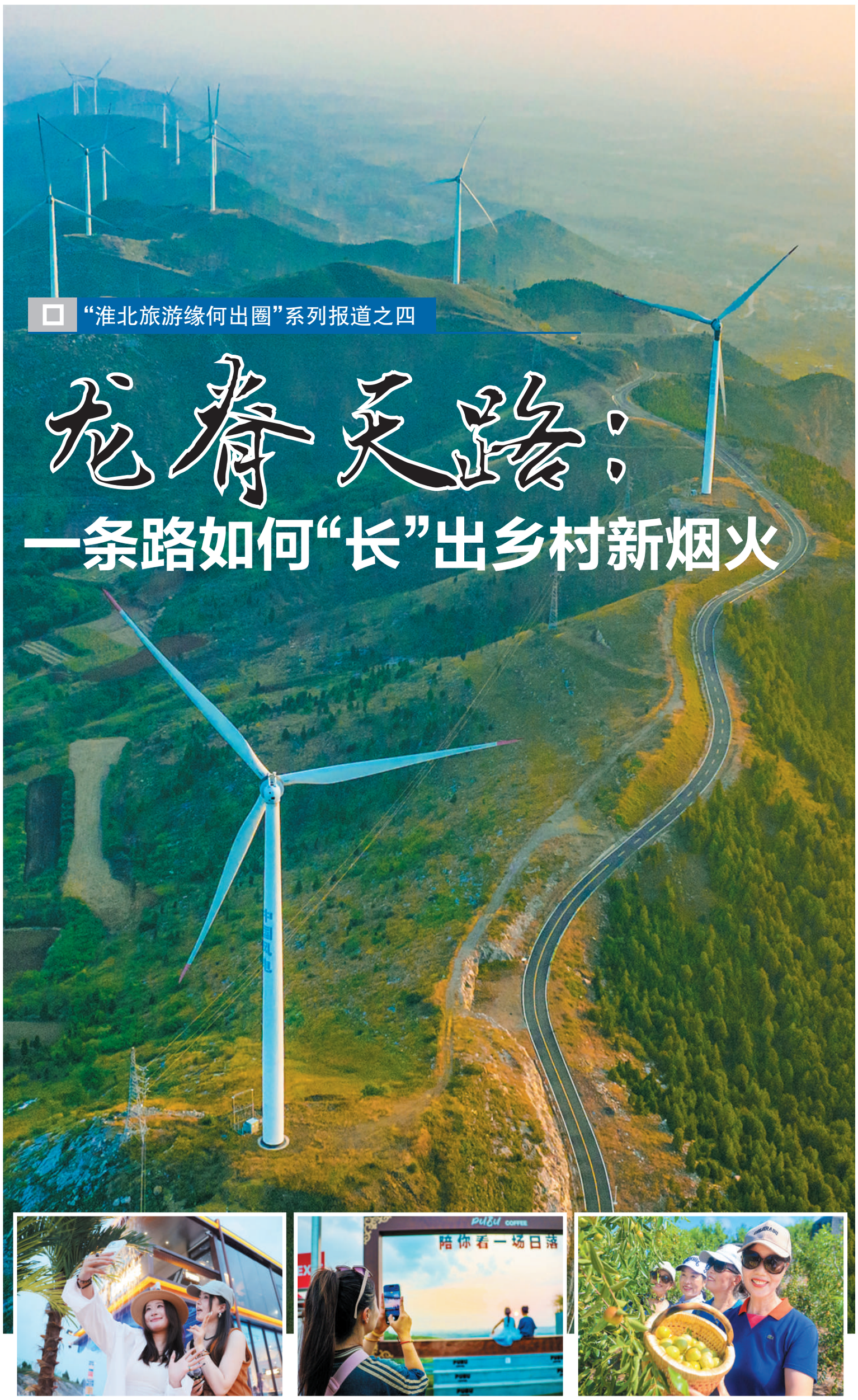
编辑/版式 耿雪洁/鲁广如 hbck_gxj@163.com 校对 朱珊珊



“淮北旅游缘何出圈”系列报道之四

龙脊天路：一条路如何“长”出乡村新烟火

国庆假期的龙脊天路，车流从山脚一直蜿蜒到山脊。苏C、豫N、鲁D牌照的车辆走走停停，有人在1314观景台前排队拍照，有人钻进瀑布咖啡点一杯拿铁靠着栏杆看云，有人带着孩子往机车营地走，听一阵引擎声，再拍一张“龙脊天路”的路牌合影。

这条路，过去是龙脊山深处一条仅用于森林防火的闭塞通道。如今，它有了一个更响亮的名字——“皖北川藏线”。2025年，55公里的龙脊天路旅游风景道接待游客超110万人次，带动沿线综合收入约4亿元，先后获评省级皖美消费新场景、长三角地区体育旅游精品线路。“五一”假期，沿线的四季榴园景区累计接待游客约17万人次，同比增长110%。

一条路，如何“长”出乡村新烟火？答案藏在每一个弯道后面的那杯咖啡里，藏在农家乐灶台上那锅地锅鸡里，也藏在那些曾经空置、如今亮着暖光的老房子里。



龙脊天路附近的村落。

■ 记者 徐志勤

从“过境路”到“目的地”

“不像有些地方商业化太浓，这里既有山野的原生态，又有乡村的烟火气。”徐州骑友丁莉莉自今年“五一”从网上刷到龙脊天路后专程前来打卡，此后几乎每个月就要来一次。在她看来，道路沿线景致各不相同，游人可以在山水廊道间停停走走，拍照打卡、尝尝农家菜、采摘新鲜瓜果、挑选农特产品，天色晚了还可以住进山间民宿。“感觉一切恰到好处！”

龙脊天路的前身，是龙脊山的森林防火通道。烈山区副区长代城艳介绍，经过多年持续投入，这条通道最终贯通为55公里的旅游风景道，横跨两镇八村，一村一品、一村一景，像一条项链，把散落的山、水、湖、村串了起来。

但路通了，不等于人来了。早期的龙脊天路，游客模式单一——短途自驾穿行，吃一顿地锅鸡就走，停留时间短、消费层级低。转折点，在于新业态的持续落地。瀑布咖啡、机车营地、云端露营驿站、骑行驿站、山间有茶，这些“小而美”的节点陆续落地，把一条“只能开车经过”的路，变成了一条“值得停下来”的路。

“游客都说，我这是运动补给站、乡村美食品鉴站！”00后新农人沈俊豪笑得合不拢嘴，他的农家乐就开在龙脊天路黄营南口入口处。自家菜地供食材，现炒现做，游客吃饱了还带上几袋自磨面粉蒸的地锅馒头。

引得来、留得住、带得走。2026年上半年，全区累计接待国内游客173.3万人次，实现国内游客花费12.1亿元。

政府做配套，市场做业态

龙脊天路沿线的业态扩张，遵循着一个清晰的逻辑：政府把路修好、把配套建好，市场主体来投资运营。

“瀑布咖啡”是最典型的案例。项目位于烈山镇与宋疃镇交界处的小太王山半山腰，由上海屹源展览展示有限公司投资160万元打造，以“重工业极简美学+自然水景”为设计理念。主理人李进说：“周末单日客流量能突破1000人次，带动咖啡、轻食日销售额稳定在1.5万元，不少游客喝完咖啡，还要去山下的枣园摘果子、到农家乐吃饭。”

机车营地同样火爆。位于龙脊天路猴山段的营地占地800平方米，集机车文化、露营、咖啡于一体，巨型纱幔与头盔造型屋成为网红打卡点，建成尚未满月时周末单日游客量就高达3万人次，带动美食、露营单日消费额2.5万元。

宋疃镇顺势招引专业运营团队，布局骑行驿站、山野露营地等新业态，采取“政府做基础配套、市场主体投资运营”模式——政府把场地、道路、管网等公共配套建设到位，做好服务监管；企业负责业态投入和实际运营，撬动社会资本，实现多方共赢。

道路通了，业态来了，村民的账本也跟着变了。太山社区的农家乐老板周大哥算了一笔账：“过去周末也就两三桌客人，现在每天至少十来桌，不少都是喝完咖啡顺道过来的，光是散养土鸡一个月就能卖出去上百只。”据测算，仅文旅业态每年就可为沿线三村集体增收超60万元。

更大的数据藏在沿线50家饭店的流水里。2026年国庆中秋假期，龙脊天路吸引游客33万人次，其中市外游客约占三分之二，沿线50家饭店实现销售收入330余万元。经营地锅鸡饭店的村民宋基金笑着说：“现在游客多了，店里一天最高营业额能超过5000元。”



夜晚的龙卷风咖啡热闹非凡。

一条路串起“共富链”

龙脊天路改变的，不只是沿线的几个网红点位，更是一整条产业链。

在黄营村，龙脊天路宋疃段通车后，自驾游客可从四季榴园景区直达黄营灵枣基地。村里顺势打造“骑行小镇”IP，修建骑行景观道，将灵枣园、百果园、采摘园串联成线。黄营灵枣获“国家地理标志保护产品”认证，种植面积突破万亩，合作社带动500余户村民种植灵枣、李子、梨等水果，户均年增收2万元以上。路通了，环境美了，黄营村年接待游客约50万人次，全区村级集体经济收入平均突破百万元。

而在烈山镇，一种更具制度创新意义的探索早已展开。2022年，全镇14个村（社区）各拿出40万元作为启动资金，560万元入股联营，成立淮北市禾佳景区管理公司，统一运营四季榴园景区。“跨村联营、托管运营”的模式，变各部门“多头管理”为“一方隶属”，以“党建链”串起“共富链”，将游客中心、停车场、石榴大市场等资产进行属地经营管理，招租盘活30间闲置门面。

这套机制在假日经济的考验中交出了成绩单。“五一”假期，四季榴园景区实现经营收入114万余元，带动周边特色餐饮及石榴农副产品销售550万余元，为周边村民提供近百个灵活就业岗位。村民们通过摆摊销售石榴汁、手工艺品、特色小吃等，在“家门口”增收。

“龙脊天路既是旅游道、生态道，又是产业道、富民道。”烈山区副区长代城艳介绍，随着烈山区全域旅游建设的推进和淮河文化旅游大环线的加速落地，叠加主流媒体的聚焦报道与流量加持，龙脊天路持续吸引项目资本和专业运营团队涌入。跨界融合与IP深耕之下，这条路仍在不断扩容、迭代。

一条路的“连接”

“穿越龙脊，风生水起”，龙脊天路的故事，本质上是一个关于“连接”的故事。

它连接了山与水——55公里的风景道把龙脊山的山脊、化家湖的水面、散落的村庄串成了一条完整的游览线路。它连接了城与乡——徐州的骑友、商丘的家庭、宿州的年轻人，沿着这条路走进了皖北的乡村腹地。它更连接了“流量”与“共富”——一杯咖啡的消费、一锅地锅鸡的收入、一筐灵枣的销售，沿着这条路流进了村民的口袋。

但这并不是一个“修一条路就万事大吉”的简单叙事。路的贯通只是起点。真正让龙脊天路“长”出烟火的，是那些在弯道后面等待游客的瀑布咖啡、机车营地、骑行驿站，是“政府做配套、市场做业态”的清晰分工，是14个村入股联营的制度创新，是村民在自家门口摆摊、开店、务工的日常。

本地年轻人张强如今成了朋友圈里的“烈山推介官”，隔三岔五带外地朋友跑龙脊天路、玩南湖桨板。“以前周末只能往外跑，现在外地朋友会组团来约我。”他说。

暮色中，瀑布咖啡的暖光亮起来，机车营地的引擎声渐渐远去，云端驿站的纱幔在山风里轻轻飘动。龙脊天路上的车灯连成一条线，从山脚一直延伸到山脊，像是这条55公里的山路，刚刚学会了自己发光。

合个影，记录美好。

在瀑布咖啡店前打卡。

采摘灵枣。



“慢游”有了落脚处。



云端露营。

■ 策划 朱斌
摄影 记者 冯树风