

# “苏超”踢球，赢在球外

——体育消费江苏观察

□李丽 余孝忠 王恒志 田光雨



6月14日，球迷在江苏淮安“苏超”市集选购各类赛事周边产品。



这是6月14日拍摄的江苏淮安“苏超”市集(无人机照片)。新华社记者 李博 摄

“苏超”火了，火得令人猝不及防。一个业余联赛，前三轮场均上座率媲美职业联赛，抢球票全靠手速，线上浏览量以亿计，江苏省城市足球联赛成为一场“现象级”全民狂欢。

泼天的流量正在变成“留量”和“增量”，从相关文旅消费数据看，综合经济效益相当乐观。擅长市场思维、主打一个赛事经济算大账的“苏大强”，正将“苏超”变成整个江苏的推介引流大会。

也只有接地气、聚人气、扬文气，才能不断踢出“人文经济学”的好球。

## 文旅局长笑哈哈

“苏超”第三轮恰逢端午节期间，排名垫底的“十三妹”常州又因乌龙球负于扬州。网友们在津津乐道“常州终于有龙了，叫乌龙”等热梗时，意外发现三连败的常州竟是本轮最大赢家！比赛前两天，主场作战的常州就放了“大招”：全市A级景区对持扬州身份证游客免门票。以“看球”为引，以赛事为媒、文旅为核、服务为桥，常州在各大景区推出丰富活动、扬州游客专属通道等“宠粉”操作，把网络流量变成现实文旅增量。

这是一次赛事引流与节日叠加的精准卡位。短短三天时间，常州共接待扬州游客15万人次，中华恐龙园、淹城春秋乐园、淹城野生动物园等景区单日扬州游客占比超过一半。“吃瓜群众”们惊呼，输麻了的常州其实“赢麻了”，“体育局长的委屈，都化作了文旅局长的笑容”。

其他五个主场城市也没闲着。南京结合“票根经济”，为持票观众提供长达前后一周内的指定场景优惠；镇江对客队宿迁市民免费开放景区……数据显示，第三轮6个主场城市的银联异地渠道文旅消费总额增长14.63%，远高于同期的全省数字。

第四轮比赛又将于14、15日举行，尝到了甜头的各地持续发力。连云港、南通均针对所有持“苏超”票根的游客推出免门票、餐饮交通优惠等政策。扬州市5日宣布，所有主场比赛日所在的周末，国有收费景区将对省内其他12市市民实行日间免费入园。

在一个经济强省的城市联赛中，那些榜一之争、美食PK和“拉客”大战，实则蕴藏着各地不甘落后的精神面貌和市场活力。

扬州市文化广电和旅游局副局长戴斌说，“十三太保”你追我赶一家亲，都希望持续将赛事流量转化为经济社会发展的增量。

## 体育局长不委屈

散装江苏，集体破圈，借着体育搭台搞经济的本事为何这么整齐划一？对此文旅局长和体育局长的回答可能会有些“凡尔赛”：“无他，但手熟尔。”

“手熟”是江苏各地多年来文旅深度融合的结果。近年来，体育赛事拉动消费、带动经济的多元功能不断凸显，作为体育大省，江苏每年要举办100多项全国以上级别体育赛事，可要打好体育牌，办赛只是第一步。

江苏省体育局局长陈少军直言，除了少数赛事，多数赛事的本体是亏钱的，但办赛要算大账，“大账在于拉动效应、城市品牌”。

一场赛事办得值不值，要看融得好不好。中国街舞联赛已经连续多年在南京江东历史街区举办，拉动街区营业额明显上涨，“明城墙下跳舞舞”成了“金字招牌”；无锡马拉松每年吸引大量外地跑友，今年在餐饮、住宿、交通、旅游、展厅销售和会展服务等方面共产生经济效益5.05亿元……

回到“苏超”，虽然刚开始不久，但已有业内人士估算，预计全年带动消费将以亿计。最近一周，竞赛组织方江苏省足协、赛事运营方江苏省体育产业集团和各地市都有了“幸福的烦恼”——找过来想赞助、谈商务合作的太多了，“忙不过来，根本忙不过来”。

“城市品牌”则更具长尾效应。“苏超”中，无论是淮安和扬州的“淮扬菜正统之争”，还是南京与无锡的“盐水鸭”对决“水蜜桃”，无论是花果山所在地连云港与吴承恩老家淮安的“西游”德比，还是徐州与宿迁的“楚汉争霸”，满满历史典故，全是特产风物，成功擦亮城市特色名片。

“苏超”不仅踢了场好球，还拉着十三个地市齐齐上大分。

从这个角度看，体育局长们不但不用委屈，还可以骄傲一点。

据新华社

# 赛事经济要走好大众路线

潘世鹏

最近，江苏省城市足球联赛，也就是球迷所称的“苏超”火了。一项地方性业余赛事，竟吸引了十几万球迷涌入赛场观赛，给城市旅游消费带来新的增长点，也给其他地方带来启发，让多地开始谋划类似的体育赛事。

“村超”“苏超”何以火爆出圈？这些赛事在网络上受到广泛关注之前，只是普通的大众型体育赛事，是业余体育爱好者竞技交流的舞台，参赛队员很多都不是职业选手。一个民间的交流舞台，汇聚了来自各行各业的选手，演化为一个大众狂欢的赛事模式。难能可贵的是，在赛事举办过程中，当地有关部门高度重视，为赛事举办提供全方位支持，并营造大众健身运动和社交讨论的浓厚氛围，让体育成为大众娱乐新方式，

也通过赛事的激发和鼓舞，培养了体育人才。拿今年在“苏超”中表现亮眼的南通队来说，看了南通近年来在体育方面的努力和投入，似乎不难得出其成绩背后的原因。目前，南通已建成各类球类场地超4000个，其中足球场560个、篮球场2991个。2025年，南通还将新建或改建60个市民健身球场，其中足球场30个、乒乓球桌400张，新增或更新1500件全民健身器材。

由此带来的启示是，发展赛事经济，不能一头热，必须走全民参与之路。特别是加大对群众性体育文化活动的重视和投入。一个地方如果群众连篮球场和足球场等健身场所都找不到，又谈何发展赛事经济？体育赛事归根到底是大众化的赛事活动，

离不开大众参与和社会支持。发展赛事经济，需把握好大众性体育运动这个基本点。要结合本地实际，坚持政府主导、社会支持、群众参与的办赛方针，努力点燃社会各界的参与热情，使活动更“接地气”“有人气”。大力加强城乡群众性体育基础设施建设，改善群众健身环境，加快推进大中小学操场、运动场馆的对外开放工作，补齐部分地区健身场地和设施不足的短板。

此外，发展赛事经济还应摒弃功利倾向，坚持群众受益才是最大的成绩，按照有利于群众健身受益的原则去开展活动，大力发展“体育+”，坚持常抓不懈，让体育赛事成为地方文体产业发展的有力支撑。

据新华社

累计获批空域120个片区、获批航线174条

# 南京市低空飞行服务平台正式上线运行

□宁交宣 吴春霞

6月14日，南京市委市政府召开南京低空经济发展工作推进会暨2025低空产业创新大赛颁奖活动。由市交通集团开发建设、市低空飞行服务中心管理运营的南京市低空飞行服务平台正式上线运行，具备同时保障5万架次低空飞行的能力，将为全市低空飞行安全提供坚实支撑。记者从市交通运输局了解到，截至目前，今年上半年累计飞行10余万架次、飞行近3万小时，较2024年上半年分别增长539%和533%。

据悉，南京市低空飞行服务平台由市交通集团联合南航、中电莱斯等科研院所、头部企业共同开发，依托云计算、大数据、人工智能等技术，集成空域规划、动态调配、运行管控等核心技术，研发了10余项国家专利与核心技术，并在全国率先配套上线“宁易飞”微信小程序。

南京市低空飞行服务平台自去年年底试运行以来，经过半年多的用户飞行测试，目前平台功能已经逐渐完善。市交通运输局航空处相关负责人张志宁介绍，在飞行过程中，平台将提供态势监视、流量监测和预警等服务；飞行结束后，平台将提供安全评估、飞行结束报告、飞行数据分析等服务。同时，平台还接入了市气象局风力、降雨等气象数据，以及移动、联通、电信三大运营商4G、5G通信信息，为飞行用户提供空中交通管理机构、

警航等管制信息通告，实现全流程式保驾护航。

记者了解到，目前该平台仅针对无人驾驶航空器进行保障，后期将升级为无人/有人融合飞行的服务管理平台。此外，为引导低空飞行用户合规飞行和便捷使用平台，市交通运输局在全国率先编制发布《南京市低空飞行服务指南》和《南京市低空飞行“一件事”全链条服务方案》，为低空飞行用户提供飞行前、飞行中、飞行后全流程服务指引。

今年以来，南京在交通巡查巡检、长江物流配送等已有成熟低空应用场景基础上，又陆续培育了长江政务融合飞行、99公里都市圈长距离物资配送、美团顺丰等头部物流企业药品生鲜配送、城北万象汇至八卦洲“商圈+洲岛”商业配送等一大批特色低空应用场景，场景多样化水平位居全国前列。

截至目前，全市累计获批空域已达120个片区，总面积已超2000平方公里，获批航线174条，总里程已突破3000公里，起降场点达266个。获批单位由2024年初的24家增加至100余家。原定的空域、航线、起降点布设三年目标任务一年完成，空域和航线实现市辖区全覆盖。

下一步，南京交通部门将加快开展低空起降设施布局规划研究，推动建立低空安全联合监管机制，加速构建低空经济相关标准体系，为全国低空飞行服务保障体系建设贡献“南京经验”。

据《金陵晚报》

# 上海首家动漫主题影院亮相美罗城

□钟菡

“电影不光要好看，还要好玩。首家动漫主题影院将在美罗城亮相，它是一个IP宇宙，会给观众带来新的体验。”6月15日举行的上影节开幕论坛上，上海电影(集团)有限公司党委书记、董事长王隽预告好消息。当天，上海首家动漫主题影院揭幕，将迎来本届金爵奖入围动画电影——由上海电影制片厂第一出品的《她在时空尽头》首映。该片四位导演渡边信一郎、李炜、森田修平、翁铭来到装点一新的影院现场，与观众互动交流。

《她在时空尽头》以宇宙能量“太素”为线索，串联起四个不同时空的故事，思考情感、文明、战争等共同主题。电影集结四位中日动画导演，包括以动漫系列《星际牛仔》和《混沌武士》闻名的渡边信一郎，《姜子牙》导演最佳动画短片提名的森田修平，和曾担任《深海》美术指导的翁铭。四位导演在作品中呈现了不同的故事和艺术风格，包含3D、二维手绘等不同形式，四个故事独立成篇，又埋藏着彼此致敬的细节彩蛋和线索关联。

如今，动画电影在中国电影市场中占据越来越重要的地位。当天举办的上影节开幕论坛上，导演、编剧、监制黄建新谈到，今年上半年中国电影票房280亿元，有190亿元来自动画电影，日本动画电影则常年占市场比重超过一半，最高甚至能达到67%以上。好莱坞上半年票

房中，相当比重也来自动画电影。动画电影丰富的想象力，跨越年龄层引发共鸣的情感体验，是相较真人电影的优势，值得行业更多关注与思考。

当日，上海首家动漫主题影院——上影BOE-α超级影城在美罗城正式揭幕，创新型电影文化综合体“影元社HAPPY MALL”同步启幕，有望给中国动画电影带来更多可能性。

动漫主题影院位于美罗城5至6楼，在共计6000平方米空间内，裸眼3D三折屏、XR虚拟影院与360度环幕剧场构建沉浸式科技场景。上美影经典动漫展、AI智能萌宠全球首店及人气国漫快闪区，实现电影与现实的交融，为消费者提供乐园式的“影院+”消费场景，为行业孵化“电影+动漫”跨界业态、互动娱乐平台。

2002年，上影集团旗下中国首个数字多厅影院在徐家汇开业，“看电影”是当时年轻人的社交娱乐首选。在影院2.0时代，上影股份创新打造首个动漫主题影院，这里既是市民的公共文化中心，更是年轻群体的沉浸式娱乐消费新地标。影元社HAPPY MALL以“电影”为线索塑造空间，将结合文化、演绎、艺术、餐饮、商业等内容，为“旅客”制造惊喜。未来，影元社将持续高频举办首映礼、艺术展、影迷会、粉丝见面会、投研社等不同类型的活动，构建开放多元的文化生态。

作为上海建设“电影之城”的重要实践，该项目还将深度联动徐家汇商圈，形成“电影+商业”文化消费生态圈。

据《解放日报》



上影BOE-α超级影城的6楼空间。钟菡 摄