

开赛4轮,多次登上热搜榜,企业排队谈赞助

“苏超”火了,其他地方可以“抄作业”吗?

本报记者 陈晨曦 白光迪

关注群众体育

开赛4轮,江苏城市足球联赛热度不减。6月15日晚,坐镇主场的无锡队以2:0击败常州队,取得赛季首胜的同时,也将4连败送给对手。一场苏南球队之间的“榜尾对决”,共吸引了超2.5万人入场。徐州队与镇江队的比赛,3万多名球迷涌入徐州奥体中心,不仅刷新了“苏超”现场观众人数新高,也让同期进行的一些职业联赛上座率黯然失色。

“苏超”火了,原因何在?能否复制?近日,记者赴江苏实地采访,一探究竟。

百姓的赛事

对中国足球而言,“苏超”并非首个省域足球联赛,“浙超”“桂超”等都有多年历史,也有过积极探索。“苏超”如今火爆出圈,并非只是恰巧接住了“泼天的流量”,而是“苏大强”在足球层面的生动映射。

江苏省2024年GDP总量达到了13.7万亿元,排名仅次于广东,省内13个地级市各有所长且发展较为均衡,有“十三太保”的戏称。机场和高铁站遍布省内多个城市,发达的交通网形成“一日观景圈”;足球场和大型体育中心在各地成为标配,为了满足球迷观赛需求,各队主场不断“升舱”;各市的足球特色校和青训俱乐部如雨后春笋,各级地方业余赛事渐成体系,足球土壤逐渐丰饶。

这是一场全民狂欢。除少量职业球员外,教师、快递员、学生等业余爱好者参与其中,不少人白天上班,晚上训练、周末参赛,群众属性“拉满”。地域梗又添一把火。宿迁队对阵徐州队被誉为“楚汉之争”,南京队迎战无锡队被调侃为“盐水鸭VS水蜜桃”,“比赛第一,友谊第十四”“保卫常字头”等幽默表达,更是形成了极强的社交传播效应。

虽是政府牵头搭台,“苏超”并未高举高打,而是打造成了百姓身边的联赛。6月14日,南京队客场对阵淮安队,南京市政府与铁路部门沟通,开通了南京站往返淮安东站的首趟“苏超”球迷高铁专列;6月15日,苏州队客场挑战连云港队,经苏州市体育局协调组织,球迷只需购买球迷专列套餐,即可直通赛事现场;同日,徐州队主场迎战镇江队,徐州公交集团开设观赛接驳专线,球迷可从徐州东站直达徐州奥体中心体育场。

在吃住行等方面,主队各显神通,花式“宠粉”。“淮安发布”表示,凭赛事门票即可畅游淮安,享受景区景点、美食、住宿等福利。扬州市宣布,扬州队主场比赛日所在的周末,对客队城市市民送出专属福利:21家酒店实行线上预订平台挂牌价八折优惠,在多家指定餐厅用餐即送狮子头、扬州炒饭、文思豆腐等美食。连云港队6月15日主场迎战苏州队,当地宣布国有A级景区13日至15日对苏州市民免门票。

天时地利人和,“苏超”最终一鸣惊人。

不仅热闹,还有温度

“苏超”元年,各地“赚”了人气和流量,带动了文旅与消费。

赛事热度居高不下,火爆的不只是看台,更有商机。江苏省体育竞赛有限公司作为赛事运营方,对纷至沓来的商家感到猝不及防。公司市场部部长马伟表示,“苏超”前三轮比赛之后,企业几乎是排着队前来商谈赞助事宜。开幕前,“苏超”已经获得江苏银行800万元的冠名,现在的赞助金额一路飙升至100万元、200万元和300万元3个档次。赛事各级赞助商已经从开幕时的6家,增加到如今的19家。

“苏超”一经面世,便呈现出城市文化与地域认同的生动图景,对江苏各地球迷而言,不仅拥有了可以摇旗呐喊的主队,更让城市之间的比拼超出经济文化之外,在更具参与度和娱乐性的平台上展开竞争。

现代足球运动在创立之初,就与社区文化密不可分,许多世界知名俱乐部就诞生于学校、街区和工厂之中。如今的江苏“十三太保”,也同样具备“大社区”的概念,各具地域特色的历史与文化,让人群很容易聚拢在各自球队周围。“为城市荣誉而战”的赛事口号,精准触达了“散装”江苏人的情感。

过去的中国职业足球联赛,很多球队不太注重品牌和文化建设,与城市和球迷联系不够紧密,俱乐部搬迁、易主等情况屡见不鲜,足球根系自然难以健康生长。

“苏超”的出现,提供了破题新思路:将赛事下沉,丰富比赛体验感,进而引发球迷与球队的情感共鸣。“桂超”联赛秘书长贾蕾仕表示:“我们要感谢‘苏超’,能让更多人看到足球的城市属性,以及基层联赛对足球文化的促进作用。”

“苏超”不仅是一个足球联赛,而是通过“一

城一主场”的设计,让每一座城市都有机会借赛事平台展示其独特魅力。徐州队身着楚汉战甲元素的球衣,苏州队的缙丝工艺奖杯,宿迁队的霸王鞭鼓助威,无锡队的《二泉映月》灯光秀……这些文化元素的加入,让“苏超”成为展示城市风采的舞台。

通过这种新颖的文化营销,球迷们获得了丰富的观赛体验。足球不再仅仅是球场竞技,还是城市文化的较量、地方认同的表达以及幽默精神的展现。当赛事与球迷产生深层次、多元化连接时,赛事发展就有了根基。

贾蕾仕表示,球迷都会经历从看热闹到看比赛、看胜负乃至看传承的阶段,现在可能大部分人是想从“苏超”的热闹中得到一份快乐,“谁最初看足球不是从看热闹开始呢?我们的职业联赛恰恰需要在如何让比赛更热闹上下功夫,而‘苏超’做到了不仅有热闹,还有温度。”

一个“苏超”还远远不够

“苏超”出圈,也引来其他省份围观、取经,但答案恐怕不能一抄了之。毕竟,每个省份的情况都不尽相同,无论是足球基础还是经济发展水平、交通场地、地域文化等,都需要因地制宜,走出不同特色的省域足球发展之路。

贾蕾仕说:“‘苏超’得到了政府层面的重视和支持,江苏是经济大省,‘十三太保’之间联系紧密,又有话题,很容易借助赛事引发热议。相比之下,广西‘桂超’不能照搬照抄。这次‘苏超’

火爆,我也鼓励我们俱乐部想办法去关联市民的生活,走进学校、社区等。”

“桂超”是广西足球超级联赛的简称,是广西壮族自治区最高水平的业余足球联赛,创办于2011年。十几年来,联赛规模从6支球队一度发展到15支。与“苏超”不同的是,“桂超”球队是以俱乐部形式参赛,如今已经有4支“桂超”队伍通过参加中超联赛跻身职业联赛序列。“‘苏超’想走得更稳更远,球队需要俱乐部化,而不是每次比赛都临时组队。只有球队形成延续性,才会有文化传承,更容易让球迷产生归属感。”贾蕾仕说。

从“苏超”呱呱坠地开始,江苏省及各地市在场地、安保、宣传等方面都给予了特别支持,大大降低了球队的参赛成本。未来,赛事若想健康发展,还需要稳定的资金支持和更强的商业化运作。省域足球赛事作为中国足球金字塔的基石,仍面临着提升赛事商业价值和市场吸引力的长期挑战。

江苏省足协副主席王小湾认为,作为联赛而言,“苏超”未来肯定要逐步走向市场化,“现阶段,需要我们更加冷静地分析和判断,怎么把赛事的转播权益、赞助商回报、特许经营商品、赛事周边等内容做好科学和专业的规划。”

“苏超”仍在探索中前行,其他省份“抄作业”显然不能简单复制,后来者更该思考和借鉴其中蕴含的普遍规律:尊重项目规律,满足群众需求、发掘市场活力、激发社会参与,找到适合自己的“足球+”发展新模式。

对中国足球而言,一个“苏超”还远远不够。

答案写在“尊重”里

王博

“苏超”的成功难以复制,但经验可以参考。

尊重群众情绪价值,“苏超”最鲜明的特点是快乐。爱足球、爱玩梗、爱美食、爱旅游……快乐本身是最大的经济动力之一,“苏超”承载着人们对美好生活的追求,其娱乐性、纯粹性正成就一场欢乐盛宴。当组织者欣然参与其中,与群众共情、同乐,这份“接地气”“人情味”“松弛感”戳中了很多人的“心坎”。

尊重项目发展规律,培植全民参与的土壤。“苏超”13支参赛队伍中,大多数球员来自不同行业,“全民足球”的新模式拉近了与大众的距离,同时营造了良好的足球氛围,助推群众赛事从“有热闹”往“有门道”发展。群众体育是体育强国的基础,土壤肥沃了,才能孕育出丰硕果实。

尊重市场内在逻辑,顺势而为抓住更多机会。流量奔涌而至,考验的是将其转化为“增量”的智慧。场地不断“升舱”、推出各种专属福利、善用社交媒体……“散装”江苏充分发挥各地资源禀赋优势,更多消费新场景被创造出来,文体旅融合的新磁场被激活,连接起体育赛事和城市发展。

群众体育的答案,写在“尊重”里。抄“苏超”的作业,要抄其精髓——以民为本、遵循规律、借势而为。让每一份生长于“草根”的热情,汇聚成体育强国建设的澎湃动力。

编辑手记

本版责编:巩育华 高 洁 王 博

杭州市拱墅区：商务社区赋能助企 激发经济增长活力

发展新质生产力，需要激发企业创新活力，离不开科技创新生态的沃土、产业协同体系的赋能与营商环境优化的助力。作为浙江省商贸强区，杭州市拱墅区聚焦商圈统筹治理难、企业需求对接散、区域产业发展慢等问题堵点，创新探索商务社区建设，着力重塑多元经济业态活力、合力、吸引力，营商环境无感监测稳居全省第一。



东清商务社区

优化整合资源，夯实服务根基

拱墅区参照社区建制,创新构建了30个实体化运作的商务社区,秉持“像服务居民一样服务企业”理念,积极打造一流营商环境,精准助力经济稳进提质。

在物理空间上,拱墅区整合上万平方米党群服务中心与楼宇闲置区域,形成“1+30+N”服务网络,即以区级企业综合服务中心为主体、30个枢纽型商务社区服务中心为节点、上百个楼宇驿站为支点,为服务全面触达企业夯实组织基础。

为进一步提升服务覆盖的广度和深度,拱墅区积极建机制、搭载体、强队伍。完善“一楼六员”服务配置,通过协商解决外卖配送、消防安全等200余项具体诉求,实现“楼事楼议、楼事楼办、楼事

楼管”的“自治循环”,将组织优势转化为商务社区发展效能。

此外,拱墅区注重人才配置,以“懂经济、会服务、善治理”为标准,组建了一支150余人的专职服务队伍,并选拔企业方、产权方、物业方共183名代表担任兼职委员,形成多元化、专业化的服务团队。通过经济部门业务骨干双周讲解政策等培训机制,持续提升队伍服务能力。2025年4月,杭州能源工程技术有限公司成功迁址,位于拱墅区长庆街道的东清商务社区成立专项对接小组,为企业服务专员全程帮助企业进行材料申报,实现“即来即办、当日办结”。

精准对接诉求,高致助企纾困

不同于传统社区,商圈楼宇具有显著经济属性,治理专业化程度高、服务标准严。拱墅区创新商务社区治理模式,创新构建“零距离”服务生态,打造市场化、法治化、国际化营商环境,实现治理效能与服务品质双提升。

“三张清单”精准推动“普惠+定制”服务落地。拱墅区从企业和职工真实需求入手,形成聚焦“企业所需”“职工所盼”“社区所能”的“三张清单”,加速推进企业全生命周期事项“最多跑一次”在商务社区落地。长庆街道根据街区情况,通过“北汇金、南东清”双核驱动,推动服务方式从“企业跑政策”向“政策追企业”转变,以全生命周期服务理念护航企业成长,为区域经济提质增效提供强劲支撑。依托街道综合为企业服务中心、商务社区片区枢纽型服务阵地、楼宇服务驿站以及多个特色窗口,长庆街道构建起“1+2+11+N”全链条、全领域服务模式,用好“三张清单”帮助企业注册落地、项目建设、楼宇青年创业等各类难题150余个,精准及时回应企业和职工诉求,让企业“轻装上阵”。

此外,拱墅区通过“企业点单、社区接单、部门配餐”机制,为1200余家企业匹配个性化政策包,企业诉求办结率达98.6%。2024年12月,杭州启慧卓越贸易有限公司在长庆街道成立,但由于缺乏经验,申报国补项目存在困难。东清商务社区为企业服务专员在走访中了解到企业的需求,随后主动介入,一方面,积极对接区商务局,详细介绍企业业务发展规划,另一方面,对企业进行从申报流程到申报

材料的细致指导,助力企业成功参与国补项目,以“暖心”服务换取企业“舒心”发展。

“一呼即应”精准打造“线上+线下”服务闭环。拱墅区坚持“有求必应、无事不扰”服务原则,选派企业服务专员与重点企业结对联络,线下布局“红盾驿+”等楼宇服务驿站90余处,线上开发“企业服务百事通”小程序,畅通为企业服务链条,实现问题解决全流程闭环管理。截至2025年6月上旬,线上平台累计受理企业咨询4.2万件,协调解决企业用地、员工落户等问题1700余个,企业满意度达99.3%。

壮大产业集群,发挥集聚效应

一流营商环境,既在于服务,也源于生态。作为“全省商贸第一区”,拱墅区始终秉持创新驱动、开放包容理念,让商务社区不仅是服务单元,更是产业升级的加速器,推动产业集群化发展。

按照产业相近、区位相邻、资源相通的原则,拱墅区聚焦商贸金融、数字经济、生命健康、电竞文娱、新制造业,形成“1+4”重点产业,推动商务社区片区组团发展。东清商务社区充分发挥优质医疗资源优势,与凤起商务社区组成发展团组,实现活动联办、资源联享,共同打造城市健康产业新高地。2024年,拱墅区各商务社区联动开展“双招双引”活动百余场,新引进青年大学生4.6万名,新认定市级高层次人才3458名,为产业升级发展注入人才动能。

拱墅区以商务社区为载体,通过优化空间布局、精准匹配需求、集聚产业资源,不仅打通了服务企业的“最后一公里”,更构建了推动新质生产力发展的微观治理新范式,为城区经济高质量发展提供了可借鉴的“拱墅方案”。

数据来源:中共拱墅区委组织部
中共拱墅区委宣传部



前中国女足队员范运杰全运会夺冠
『铿锵玫瑰』再度绽放

本报记者 季芳

“32年后我们又一次夺冠了!”53岁的前中国女足队员范运杰(上图,受访者供图)自豪地说。日前,第十五届全运会群众比赛女子足球七人制老将组结束比拼,由范运杰领衔的河南队在决赛中1:0战胜北京队,夺得冠军。范运杰在赛后激动落泪,“这枚金牌有特别的意义。”

全运会足球项目群众比赛的老将组,汇聚了多位退役球员。其中,范运杰和北京队的温利蓉备受瞩目。她们都是上世纪90年代中国女足获得奥运会和世界杯亚军时的主力队员,曾为国家队构筑起坚固的中后卫防线。

对于全运会赛场,范运杰并不陌生。1993年第七届全运会,河南女足夺得冠军,当时的她还是一名20岁出头的球场新秀。从这里起步,范运杰开启了精彩的足球生涯。入选国家队后,她参加了奥运会、世界杯、亚运会,取得许多辉煌成绩。

如今的范运杰已经退役多年,再度驰骋绿茵场,她很感慨:“这次比赛遇到了一些以前在国家队时的队友,时隔多年能在赛场上重聚,说明大家对足球的热爱始终如一。”

这次比赛,范运杰是河南队中年龄最大的球员,密集的赛程和炎热的天气,对她而言都是不小的挑战,但她的拼劲儿不减当年。半决赛对阵天津队,范运杰因肌肉拉伤被抬下场,很多队员都急哭了,但她在决赛时又回到了赛场。“范老师的顽强让人印象深刻。”四川队队员杨帆说,“比赛间隙,只要有机会,我都会去看她的比赛,她身上有很多值得我们学习的地方。”

这次夺冠,队友们都说,“是范老师带着大家向前冲”。但在范运杰看来,队员之间的关心照顾也为她带来了力量。“大家平时有各自的生活,这次备赛其实并不系统,但队员们上场后,骨子里的斗志都被激发出来了。”她表示,比到最后,拼的就是个人意志和队伍团结一致的精神,“所有队员都拼尽了全力,最终赢得了这份荣誉。”

曾经的“铿锵玫瑰”,依然喜欢在球场上奔跑。在范运杰看来,自己与足球的故事还将继续。



拱墅区首届“运河杯”商务社区运动会暨“喜迎亚运 羽你同行”羽毛球主题赛事在长庆街道举行



东清商务社区召开“东清楼事会”



“五色新丝 香樟缀端阳”手作雅集活动在汇金国际商务社区举办



汇金国际商务社区