跨城观赛、美食打卡、文旅消费串珠成链

城超多地开花 票根带动人气

本报记者

群众体育赛事观察

暮色四合，辽宁沈阳铁西体育场灯火通明，2026年东北地区城市足球联赛半决赛沈阳队对阵长春队首回合，41760名观众把看台填得满满当当。散场之后，长春球迷张磊一家没有连夜踏上归程，手机里存着的东北超电子票根，成了他们玩转沈阳的通行证：沈阳故宫博物院等景点免首道门票，连锁酒店可享连住折扣，部分特色烧烤门店给出六五折优惠……原本当天往返的行程，顺势拉长为两三天的短途旅行。

类似的情形，正随着江苏省城市足球联赛、四川省城市足球联赛、湖南省足球联赛、江西省城市足球超级联赛等的哨声，在大江南北不断上演。一张张赛事票根，不再只是入场凭证。赛场之上，球员为热爱奋力奔跑；赛场之外，跨城观赛、美食打卡、文旅消费串珠成链，为群众体育助推高质量发展写下生动注脚。

球赛激发群众热情

覆盖11个设区市的浙江省城市足球联赛（吴越杯）被球迷称为“浙江人自己的世界杯”。宁波队以小组赛不败战绩挺进淘汰赛，当地推出“有票就GO了”营销活动，吸引大量周边省市球迷来甬。邮储银行宁波分行紧扣票根经济场景，将数字人民币服务嵌入各消费环节，让一张票根串起吃住行游购娱。

小票根撬动大市场。在江苏南通，来自南京的一家三口看完苏超赛事，凭票根享受酒店优惠，第二天乘船游濠河、登狼山；在湖南衡阳，大批球迷早早抵达湘超赛场，开赛前逛起了广场上的农特产品市集；在四川多地，“吃着火锅看川超”成为新风尚，球迷乘坐专列奔赴客场，观赛、品美食、短途旅行融为一体。

城超何以带火票根经济？答案藏在赛事底色中。不同于职业联赛，各地城超扎根群众土壤，参赛选手来自教师、外卖员、企业职工、个体工商户等各行各业，是“身边人的赛事”。14个市州组队的湘超，把家乡情化作看台上的方言助威；跨辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古四省区举办的东北超，以足球凝聚区域协同发展的向心力；苏超的每一场主客场较量，都是城市荣誉感的生动表达；川超坚守“一城一队、为城市而战”理念，严禁职业注册球员参赛，让普通群众站上省级联赛的绿茵场。浓烈的情感，催生了跨城远征、周末出行的强大动力，也为票根经济打下了坚实基础。

携程数据显示，跨城观赛用户平均停留1.34天，1/3游客选择多留一日。城超赛事的辐射半径，早已不只办赛城市本身，更带动城市群之间的高频次人员往来与消费流转。美团数据显示，城超赛事点燃了城市餐饮、住宿、休闲玩乐消费。东北超开赛首周，沈阳酒店民宿预订量同比上涨24%，“铁西体育场附近酒店”搜索量上涨9倍。今年4月，苏超扬州主场赛事期间，看球之后撸串、泡澡、逛夜市成为许多球迷的周末“打开方式”，体育赛事为城市增添活力。

小票根上做大文章

江苏丰县文博园南广场灯火通明，高清大屏正同步转播苏超赛事。不少客队球迷凭票根享受刘邦故里文化景区免票福利，看完比赛又来到“第二现场”逛市集、品美食……一场足球赛，激活了县城夜经济。在江西萍乡安源区，赣超的赛事流量化为城市烟火。安源区同步叠加“辣红安源”系列消费券，餐饮、百货、家政多品类满减惠及市民。

“流量”不等于“留量”，要把赛场人气转化为实实在在的消费增量，各地争相在小票根上做大文章。

搭建票根权益体系。苏超电子票根上传消费服务平台，即可领取餐饮、住宿、购物多重福利。历史数据测算显示，苏超实现“1元门票带动7.3元周边消费”的效应。比赛统一设在周六，助力球迷规划“周五出发、周六看球、周日游玩”的周末行程。

票根联动模式不断迭代。湖南长沙借湘超推出9.9元球票及多重组合消费券，联动淘宝、抖音平台投放补贴，线上线下联动，带动经济效益6.8亿元。东北超搭建四省区票根优惠联盟，仅辽宁一省就招募了2.5万家合作商户，近百家景区推出免票或者折扣权益，配套开发小程序，一站式完成商户检索、导航、权益核销。川超累计发放上亿元赛事消费券，将赛场广告位免费开放给本地小微商户、农产品商店，让更多商家共享赛事流量红利。

赛事热度激活本地产业。湘超带动本地直播、赛事摄影、自媒体内容制作团队成长，催生多元就业机会。东北超全面启用国产VAR（视频助理裁判）系统，带动本土体育科技、赛事配套服务企业快速发展；苏超带动文创开发，围绕赛事IP（知识产权）开发的周边衍生品创造千万元级营收，老字号、非遗产品借赛事“出圈”。

在中国社会科学院社会学研究所研究员、消费与文化社会学研究室主任朱迪看来，票根搭建起一座桥梁，一头是人民群众涌动的消费需求，一头是城市丰富的文旅、商贸资源，小小票根把瞬时赛事客流转化为商户营收、街区人气、城市活力。

探寻长远发展的答案

热闹过后，赛事如何长远发展？

办赛模式上，各地城超普遍采用“政府引导、市场运作、社会参与”的模式。苏超设立财务审计部，规范商务开发资金监管。川超坚持节俭办赛，严控排场与无效投入。东北超通过赞助、IP开发、文旅联动拓宽收入渠道。各地日渐形成共识：群众赛事不能盲目攀比规模，要更看重群众参与度、商户实际增收、外地游客占比、票根实际核销率。

票根经济运行过程中，也发现了一些问题。部分地区商户签约数量众多，但核销流程繁琐、优惠标识不清，球迷“知道有福利，但不知道怎么用”；部分活动重声势轻实效，名义权益规模大，但实际核销率偏低；各地统计口径不一，难以区分持票球迷直接消费、“第二现场”消费、城市综合带动消费，将消费增量简单归为赛事贡献。

北京大学国家体育产业研究基地副秘书长郭彬认为，票根经济不是简单地发券、打折，重点在于业态的深度融合。赛事IP是流量源头，票根是连接工具，落脚点是提升城市消费供给能力。如果本地文旅、餐饮、商业承接能力不足，再大的赛事流量也难以沉淀为长期消费增量。对各地而言，不用照搬苏超等模式，而要立足自身足球基础、文化禀赋、消费能力，走出适配本地的路子。

从更大的视角看，城超与票根经济，是群众体育赋能经济社会发展的鲜活样本。一场场扎根民间的足球赛事，一方面夯实群众足球土壤，搭建青训人才成长平台，激发全民健身热情；另一方面以体育为纽带，展示城市风貌，增强市民归属感，推动文体旅商深度融合。小小的票根，见证了群众体育的蓬勃生机，也发出启示：把群众的热爱接住，把流量场景做实，体育就能释放出更多能量。

（本报记者**齐志明、刘洪超、宋豪新、杨迅、白光迪**）

走向亚运

中国乒乓球队——

顽强拼搏、为国争光，目标始终不变

孙龙飞 马博文

9月16日，中国乒乓球队从北京出发抵达日本名古屋，次日，男队和女队开始了赛前适应性训练。

第二十届亚运会乒乓球比赛将于9月20日至28日在爱知县丰田市天空体育馆举行，设7枚金牌。9月24日率先决出男、女团金牌，随后依次产生混双、男双、女单、女双和男单冠军。中国队派出10人参赛，奥运冠军王楚钦、孙颖莎、王曼昱都是第三次参加亚运会，其余7人是首次参赛。国乒总教练秦志戬表示，这套阵容立足备赛2028年洛杉矶奥运会，同时布局2032年布里斯班奥运会。

世界乒坛竞争格局呈现多元化趋势，亚洲球队你追我赶，不少队伍经历新老交替，新生力量快速崛起。“中国乒乓球队从建队至今，每个历史阶段都会遇到困难，但我们总会团结一致，把自己的事情做好。”秦志戬说，“队伍顽强拼搏、为国争光的目标始终不变。”

日前，中国乒乓球队在上海崇明体育训练基地进行了24天封闭集训，从气候条件到场地器材，再到训练节奏和对抗强度，都高度对标本届亚运会。

每日训练计划表上，各项针对性训练排得满满当当，许多队员还给自己加练。“要把技术能力练得更厚些。”王楚钦说，要抱着必胜的信念打好每场球。

亚运会是对队伍的全方位考验，国乒男队主教练王皓说：“男团是乒乓球首金项目，我们将全力争金，为后面的单项比拼开个好头。”

近两个月，孙颖莎因伤缺席了多站国内外赛事，她在队伍的帮助下积极恢复，“站上赛场就要全力以赴，展现最好的竞技状态。”王曼昱在WTT（世界乒乓球职业大联盟）瑞典大满贯夺得女单金牌，打破今年单打“冠军荒”，给她带来很大信心，也更坚定了训练方向。

在双打新增入奥的背景下，国乒一直在优化双打组合，尝试配对。“王曼昱和蒯曼彼此熟悉、成绩稳定，我们重点强化了训练；陈熠/范姝涵是全新组合，希望能带来惊喜。”国乒女队主教练马琳说。

混双方面，王楚钦/孙颖莎和林诗栋/蒯曼两对组合大赛经验丰富，国乒副总教练肖战表示，将利用亚运会打磨混双组合并观察对手，为下届奥运会做好准备。

广东省城市篮球联赛首迎港澳代表队登场——

大湾区体育交流热度攀升

本报记者 贺林平

近日在广东东莞市长安体育公园体育馆举行的广东省城市篮球联赛（粤BA）全明星赛，首次迎来港澳代表队参赛。两天的赛程虽短，气氛却十分热烈，不仅有高手对决的酣畅淋漓，更有粤港澳三地交流交融的温情。

9月12日晚，应邀参赛的香港队与澳门队率先交锋，两支队伍拼抢积极，为观众奉献了一场精彩的比赛。随后，粤BA东区全明星队与西区全明星队对决，两队阵容均由各城市通过票选产生。最终，东区全明星队获胜。

9月13日晚，决赛打响。东区全明星队经过加时赛，以75∶73战胜澳门队摘得冠军；三、四名比赛中，西区全明星队以87∶81战胜香港队获得季军。

比赛间隙，一个插曲令人动容。“我们都有一个家，名字叫中国……”随着歌曲《大中国》的旋律响起，越来越多人加入合唱，激昂的歌声在球馆内回荡。

近年来，各类体育赛事正成为湾区融合的重要载体和纽带。“赛场上是对手，赛场下是一家人。”赛事主办方表示，去年，第十五届全运会由粤港澳三地联合承办，留下的联合办赛经验在其他赛事中传承。

“这份热情让我印象很深。”澳门队队员黎家栋表示，他在全运会后再次来到东莞，感受到现场观众的热情一如既往，大湾区体育交流的热度持续提升。

作为本次粤BA的收官篇章，全明星赛不仅是篮球竞技的舞台，更是粤港澳三地交流的平台。赛事期间，主办方还组织粤港澳参赛队伍走进校园、探访东莞智造产业基地。赛场外围，则打造大湾区特色主题市集，各地好物、非遗美食、特色农产品集中亮相。

本版责编：**巩育华 史 哲 曹继炜**

赋能跨境产业新发展 开辟向北开放新通道

黑龙江牡丹江产业协作园区

“牡丹江—莫斯科集装箱专列”成功首发



牡丹江保税物流中心（B型）是黑龙江省首个建成并投入运营的保税物流中心

9月15日上午，黑龙江牡丹江产业协作园区“牡丹江—莫斯科集装箱专列”首发通车仪式举行。随着悠长的汽笛声响起，一列满载鞋类、家用电器和日用杂货等出口货品的专列从黑龙江牡丹江产业协作园区场站缓缓驶出，经绥芬河口岸出境去往俄罗斯莫斯科。这是黑龙江省牡丹江市立足产业协作园区平台开行的专列，更是落实产业协作园区规划的务实举措，标志着牡丹江市对外开放与跨境物流发展迈上新台阶，畅通跨境物流、深化对俄产业协作取得重大突破，为牡丹江市向北开放产业发展注入新动能。

为保障专列顺利首发启运，牡丹江市统筹推进相关工作，在省直相关部门支持下，联合中国铁路哈尔滨局集团有限公司、中铁集装箱运输有限责任公司哈尔滨分公司、海关及重点外贸物流企业合力攻坚。坚持靠前服务经营主体，优化班列运行路径，统筹运力调度、安全查验、货源组织，为专列成功开行提供有力支撑。

本次专列首发，是牡丹江市深度融入共建“一带一路”、服务国家向北开放战略的生动实践，更是牡丹江市依托园区平台、赋能产业集聚、助力项目落地、提升开放质效的标志性成果，作为黑龙江牡丹江产业协作园区跨境物流通道建设的重要实践，本次专列的开通为后续争取图定中欧班列打下坚实根基。牡丹江市将更好统筹贸易、投资、通道和平台建设，有效降低企业成本，稳定产业链供应链，推动产业集群集聚，加快打造对俄出口商品生产基地、俄进口资源加工基地、向北开放商贸物流集散基地，争当黑龙江“构筑我国向北开放新高地”排头兵。

牡丹江市地处东北亚经济圈中心区域，毗邻俄罗斯滨海边疆区，拥有4个国家一类口岸，先后获批粮食、肉类、中药材等10项口岸资质，年过货能力4020万吨、过客能力932万人次。对俄经贸有百年历史，拥有中国（黑龙江）自由贸易试验区绥芬河片区等13个开放平台。近年来，牡丹江市立足沿边区位优势，以产业落地为中心、以项目集聚为根本、以招商引领为导向，持续做强园区载体，完善跨境产业生态，聚力发展跨境加工、农副产品精深加工、跨境供应链配套等重点产业，推动区域经济从传统“通道贸易”向“产业扎根”深度转型，全力打造黑龙江省对俄产业协作核心承载地、外向型经济产业集聚区。

未来，牡丹江市将以专列开通为契机，聚焦进口农林产品加工、出口机械和电子产品制造、新材料、生物医药等主导产业发展，优化货源组织、物流运输、报关通关、金融结算等配套服务，持续提升服务企业效能，全力推动专列常态化运营，真正把通道优势转化为产业优势、发展优势。牡丹江市将持续深耕主导产业，细化产业布局，推动签约项目快落地、快投产；依托园区和专列双重优势，精准招商，靶向引进龙头企业与配套项目；持续完善跨境物流、通关贸易、供应链服务配套，形成“平台聚产业、产业带物流、物流促贸易”良性循环。

数据来源：中共牡丹江市委新闻中心



黑龙江牡丹江产业协作园区“牡丹江—莫斯科集装箱专列”首发启运



黑龙江牡丹江产业协作园区“牡丹江—莫斯科集装箱专列”首发通车仪式现场



牡丹江城市风光

·广告·