

# 盐城全域点燃“苏超”热情

□记者 赵亮

2025年的夏天,盐城被“苏超”彻底点燃。

从抢票热潮到全域联动,全市各地创新玩法让文旅、消费、健身全面升温。这不仅是绿茵场上90分钟的胜负之争,更是一场精心策划的城市营销。作为城市流量的新入口,由“苏超”带来的热情成为夏日里最亮的招牌,也让无数人见证“赛事+”推动“文商旅体”多元共振的澎湃力量。

## 建100支“正规军” 让更多人爱上足球

7月15日傍晚,位列“苏超”积分榜排行榜第二名的盐城队,迎来媒体开放日。在奥体中心体育场,盐城队为迎战劲旅南通队正在紧张集训,防守方与进攻方对抗十分激烈。不少市民自发前来,为队员们加油助威。

作为“苏超”13支球队中最年轻的球队之一,盐城队主力队员平均年龄为20岁。其中,18名“学生娃”为球队注入青春活力,门将严子航尤为亮眼,他和队员葛宇翔轮番登场,不断上演精彩扑救,彰显盐城足球风采。

除了学生,盐城队中也有学校教师、企业职工、餐馆服务员。23岁小伙单伟,白天踢“苏超”,晚上“海底捞”,是名副其实的“草根球员”。“食客认出我后,合照签名什么都有,没啥影响。”单伟说,“从小踢足球,不会随便放弃,肯定要要坚持的。”

“你看每个职业都有,我们非常和谐。”盐城队主教练慕志磊说,“在这个大家庭里,每个队员相互都很信任,都会为这支球队尽自己最大的努力。”

足球项目之所以能在盐城扎实开展、稳步前行,得益于我市多年坚持以校园足球促普及、以赛事活动强基础、以青训体系抓提升、以社会足球浓氛围、以赛事经济助发展。

“盐城现已建成全国青少年校园足球特色学校219所,占全市中小学

校数的35%。”市体育局相关负责人介绍,“2024年盐城青少年足球运动员注册443人,占江苏总人数14.57%,列全省13个设区市前三位。”

社会足球方面,2024年盐城市业余足球联赛共有45家草根足球俱乐部、1079名业余球员参与,分盐超、盐甲、盐乙进行316场比赛,打进1461粒进球,赛事视频累计播放量21.3万,吸引59.7万人次浏览。

引人关注的是,我市即将出台《盐城市推动足球改革发展“4个100”三年行动方案(2025—2027年)》,提出要建设100支保持训练比赛强度的高素质队伍、建成100片具备办赛条件的高标准球场、构建100场联赛组成的高规格赛事体系、培育100个具有示范带动作用的高价值俱乐部。这意味着,未来将有更多人爱上足球。

## 满城追“苏超” 带热全民健身运动

眼下,“苏超”联赛激战正酣。受此影响,盐城各地青少年参与足球的热情愈发高涨,全民健身的热潮也持续升温。

带球突破、大力射门、奋勇扑救……近日,盐南高新区举行首届足球联赛青少年组比赛,各支球队在赛场上挥洒汗水,奋力拼搏。随着青少年组比赛圆满落幕,38支队伍在球场上全力较量,最终决出U7组、U8组、U9组、U10组四支冠军队伍。

东台足球训练基地同样充满激情。近日,来自上海、浙江、安徽等地32支代表队齐聚一堂,参与长三角青少年足球邀请赛。尽管烈日当空,但绿茵小将们斗志昂扬,心中充满着对自身进步和球队胜利的渴望。

在阜宁文体中心体育场五人制笼式足球场,2025年阜宁县夏季足球联赛也已开赛。这场持续至8月份的联赛,设高中组与成人组两大组别,来自不同领域的600余名运动员汇聚于此,他们将在99场高强度对决中,为观众献上精彩的绿茵竞技。

场上球员奋力拼搏,场下观众加油助威,大家共同沉浸在足球带来的快乐中。这场全民共享的绿茵盛宴,不仅将足球竞技精神注入城市活力,更让人们共燃夏日激情。

如果说“苏超”是点燃夏日的全民狂欢,那么在这波热潮带动下,全民健身则是城市永远跳动的健康脉搏。从室内羽毛球馆到露天篮球场,再到公园、小区健身区,随处可见市民挥洒汗水的身影。

7月13日下午,位于亭湖区太湖路的韵动感羽毛球馆里热闹非凡,球拍挥舞间,不断闪现矫健身影。“最近来这里打羽毛球的人明显增多,有时需要预约场地。”跟同学相约打球的初三学生张晓华边擦汗边说,中考结束后,这里就成了他放松的最佳去处。

“全民健身是实现全民健康的重要方式和途径。”市体育局相关负责人说,为着力解决群众“健身去哪儿”问题,盐城市、县两级先后投入近400亿元,建设体育综合体、足球场、体育公园、健身步道。目前,盐城人均体育场地面积达4.73平方米,居全省第一;全市16个公共体育场馆实行免费或低收费开放服务,惠及约200万人次。

如今,群众关切的“健身去哪儿”问题得到有效解决,“在家门口锻炼”的梦想照进现实,全民健身氛围越发浓厚。2024年,盐城经常参加体育锻炼人口比例为49.12%,国民体质监测合格率达94.67%,居全省前列。

## 赛事IP激活 “第二现场”经济引擎

“苏超”不仅为观众带来酣畅淋漓的足球比赛,还推出“观赛+消费”的全新模式。

为给市民游客营造好的观赛体验,2025年盐城市“点亮星夜”文明实践主题活动暨“欢乐一夏‘街’有你”夏季嘉年华活动已经启动,全城19个街区联动变身“第二现场”,通过设置LED大屏同步直播赛事战况,把“赛

事流量”转化为“文旅增量”。

新弄里、D·A艺术街区、KK-PARK国际街区、渎上·老西门、鱼市口大集、射阳日月岛、金鹰国际购物中心、大丰吾悦广场……大屏幕下的加油呐喊、啤酒节上的欢声笑语、餐饮门店前排起的长队、商圈里络绎不绝的客流,无不印证着赛事对城市经济活力的拉动作用。

“比赛前后店里挤满观赛球迷,大家看完比赛心情好,消费起来也更爽快,我们店的销售额涨了不少。”位于盐城大有境商圈的山雨叙创意东北菜餐馆经理涂莹婷说,“感觉赛事对我们生意的带动作用太明显了!”

场上拼球技,场下拼经济。赛事期间,盐阜大众报联合深圳特区报开展“有‘盐’在先‘圳’好追球——深圳人看苏超·科技文旅交流活动”,邀请60名深圳企业家球迷来观赛。这些来自人工智能、机器人、低空经济等领域的高科技企业高管,与20多位大湾区媒体记者和网红等组成的深圳观赛“后援团”,白天考察项目,晚上为盐城加油呐喊。

深圳特区报在报纸、微信、小红书、抖音号、视频号先后发出20条报道,并联动深圳本土网红进行传播,盐城的赛事、文旅、产业成为跨区域传播热点,盐城城市品牌吸引全国关注。由此吸引大批球迷和观众聚会观赛、跨城观赛,掀起主场城市食、住、行、游、娱、购等场景的消费热潮。

携程平台数据显示,“苏超”盐城主场对战镇江赛事期间,盐城旅游人数相较于上周六增长23%,消费金额相较于上周六增长35.8%。从客源结构看,省外游客占45.33%,占比前三的省市为上海、山东、浙江;市外游客占78.67%。

有评论认为,“苏超”让城市之间的比拼第一次如此透明和真诚——不只是体育分数,还有经济指标、政策创新、城市名片。“美丽盐城,拼搏进取。”深圳智航无人机有限公司副总经理张家付说,“这是我对盐城最深的感受。”



读书是最好的家风  
培育良好家风  
从亲子共读开始



查看更多, 请扫码关注

中共盐城市委宣传部