

“关注2026年‘苏超’盐城队”系列报道①

筑台拜将

□记者 陈雪峰

城市荣耀,绿茵争锋!绿茵赛场狼烟起,十三太保逞英豪。“苏超”元年,盐城“铁军”跻身八强。

江苏省各设区市以“欲与天公试比高”之势,纷纷厉兵秣马。我市整合市体育局等多个部门,建立“大联盟”运行机制,开展组建队伍、备战训练、赛事保障工作。市体育局多次召集业内专业人士,围绕备战2026年“苏超”,剖析痛点,分析得失,大家达成共识:近年来盐城足球事业得到较好发展,但距足球运动发达城市还存在一定差距,当务之急就是选出德才兼备的领军主帅,2026年“苏超”盐城队的“隆中对”就此展开。

宋代诗人胡仲弓作诗云:“其中有主帅,谈笑驱五兵。”欲强军,须立帅!盐城市体育部门深明其中要义:引进优秀教练团队,不仅是为组建实力强劲的盐城队征战“苏超”,更旨在更新足球发展理念、健全专业足球体系、打造盐城足球良性发展生态。

2025年11月8日,市体育部门发布2026年“苏超”盐城队教练组招募令:“战鼓已响,征程将启!为决战2026‘苏超’,再创盐城足球辉煌,打造一支具备竞争力与战斗精神的劲

旅……期待您的加入,用智慧与激情在‘苏超’赛场上掀起盐城风暴!”

短短10天,来自广东、福建、山东、河北、北京等地近20个教练团队踊跃响应,职业俱乐部主帅、足球学校主教练、高校足球队教头……参选人才涵盖国内辽宁、吉林、北京、河北、江苏、安徽、云南等省市,以及韩国、西班牙等海外专业足球教练。如何优中选优?市体育局牵头组建评审团队,成员包含国内足坛名宿、深耕足球青训一线的资深从业者等。结合盐城足球发展现状与长远愿景,评审组形成统一标准:“选出的领军人,必须思想素质过硬,理论储备深厚,职业经历丰富,凝聚能力超强,带好盐城队,同时对盐城进一步提高足球运动水平、促进盐城足球青训健康发展起到引领作用。”

评审团队工作人员分头开展细致考察,大家的视线渐渐集中到黄勇团队。出生于1978年的黄勇,来自吉林长春,球员时代司职中场,以体能和远射能力著称。1989年,黄勇在沈阳部队开启足球生涯,1993年入选健力宝青年队赴巴西集训。1998年,代表八一队征战职业联赛,2003年转会上海国际队并随队迁至陕西。黄勇曾于1998年入选霍顿为主教练的



图为“苏超”盐城队主教练黄勇。

记者 王焱 摄

国家队,2000年入选米卢为主教练的国家队,2006年入选朱广沪为主教练的国家队。2009年,黄勇转型为教练,先后执教天津松江、江西联盛等职业球队,2014年,担任中国女足助理教练并参与亚洲杯、世界杯、奥运会等赛事。此后,黄勇长年执教,并积极参与足球青训工作,曾担任全国青少年校园足球教练员培训讲师等职。

面对盐城递来的橄榄枝,已对“苏超”有比较深入了解的黄勇心动了。《盐城市推动足球改革发展三年行动方案(2025-2027年)》绘就的足球发展蓝图,盐城市体育部门负责同志与他深谈盐城足球未来发展时的

满眼光芒,让这位深耕足球多年的铁血汉子下定了决心:来盐城搞足球,为盐城足球出一份力,与2026年“苏超”盐城队一起共沐风雨共迎彩虹。

市足球训练中心负责人蔡克猛说:“在球员时代,黄勇是善于用脑子踢球的球员。他年轻时赴巴西深造,长年征战绿茵场,又有随国家队教练组执教和多支职业队执教经历,足球视野开阔。更令人敬佩的是,出身行伍的黄勇自带军人气质,律己严谨、为人低调、作风自律,与我们盐城新四军革命精神高度契合。以黄勇为核心的教练团队执掌2026‘苏超’盐城队,有望锻造出一支敢打硬仗、善打巧仗的足球铁军。”

“苏超”第二现场绽放假日烟火

□记者 安志鹏

看“苏超”、约好友、吃烧烤;抽大奖、享互动、去疲惫。

随着江苏省城市足球联赛(“苏超”)赛事的火热推进,盐都多处“苏超”第二现场人气高涨,烘托赛事氛围、集聚超高人气,成为盐城人消解“班味”、舒缓职场疲惫的周末新选择。

自“苏超”开赛以来,盐都区以东方汽车文化广场为主阵地,联动盐龙体育公园、吾悦广场、万达广场、古月年华、大冈镇呈祥公园等55个点位,构建起覆盖全域的观赛网络。“我们打造‘苏超’第二现场,除了提供观赛平台,更是为了丰富市民精神文化生

活,让体育赛事融入百姓日常。”盐都区相关部门负责人说。

此前多场赛事期间,东方汽车文化广场主会场露营椅、天幕错落排布,3块巨型LED屏同步转播赛事,每场比赛当晚均有超5000名球迷汇聚于此。“周末来这里看球、吃烧烤,和家人朋友聊聊天,一周的‘班味’全没了。”90后球迷邵先生告诉记者,自己特意提前到现场,还购买了198元的美食套餐,“既能看球又能聚餐,性价比太高了,一家人都玩得很开心。”

盐龙体育公园“苏超”第二现场的免费观赛区座无虚席,不少市民自带折叠椅、零食,到此沉浸式感受足球魅力。58岁的老球迷房先生和几位老球友在这里一边喝啤酒,一边为

盐城队呐喊助威。每到比赛日,房先生和朋友们都要提前相约相聚,“在第二现场只有纯粹的快乐,这才是周末该有的样子。”

在“足球集市”上,文创摊位、美食摊位、车展展位依次排开。文创摊位前,融合“苏超”赛事元素与盐都剪纸、芦苇画等非遗元素的文创产品备受青睐,“赛事期间我每天能卖出一百多件产品,很多球迷想要把这份盐都足球记忆带回家。”摊主沈女士说道,“苏超”不仅带火了观赛氛围,更让盐都非遗走进了大众视野。

在餐饮区,文旅惠民政策与餐饮消费深度绑定,消费满60元即送三大景区三联票,满300元减100元等优惠政策让市民在观赛之余尽享实

惠。据统计,“苏超”开赛以来,盐都文旅集团旗下酒店餐饮、夜市摊位、露营消费及品牌赞助营收均实现大幅增长。江苏银行、洋河股份等品牌与集团开展赞助合作,为活动开展注入持续稳定的资金活水。此外,“大衣哥”朱之文、“鸡排哥”等正能量网红助阵引流,让活动单日客流稳定在5000人次以上,综合营收约20万元,“苏超”第二现场正成为盐都夜间经济与文旅消费的重要承载场景。

从城市商圈到乡镇点位,从绿茵赛场激情到市井烟火温情,“苏超”第二现场成为越来越多盐城人褪去“班味”、放松身心的周末生活方式,而这场全民足球狂欢持续激活城市发展新动能,让城市烟火气息愈发浓厚。



盐城市精神文明建设办公室 宣