

# “苏超”是怎样炼成的?



6月14日,“苏超”第四轮扬州队主场与泰州队鏖战,现场涌入2万名观众。

## 如何掀起燎原之势?

一个月间,“苏超”火到全国、火遍全网,已经燎原为一个“现象级IP”。这场由普通人参与的足球赛事,正以足球为支点,撬动起一场关乎快乐、凝聚想象力的社会实验。

世界杯有“豪门对决”,英超有“红蓝大战”,意甲有“米兰德比”……这个夏天的江苏,因“苏超”而沸腾。从首轮比赛场均观众8798人碾压“中甲”,到单场2.2万人涌入徐州奥体;从端午节前话题量2亿,到如今播放量突破20亿——“苏超”的迅速燎原,正是草根足球的质朴力量与时代脉动同频共振的结果。

“硬密到不知道先笑哪个”,“苏超”俨然成为“段子制造机”。“硬密”不只是网友的调侃,更是“文化参与”的真实写照。如果说足球是世界通用的语言,那么“苏超”便是江苏人专属的“快乐密码”。

这不是“明星赛”,但人人都是主角。“苏超”以“谁行谁上”的包容性,让足球回归纯粹。如果说精英赛事靠明星,那么“苏超”靠的则是“我们”。“苏超”的观众,有资深球迷,但更多的是“被氛围吸引”的“伪球迷”。哪怕不懂规则,也会为城市荣耀振臂呐喊;哪怕不是“铁杆球迷”,也会因邻里、朋友的参与而驻足围观。当足球

赛变成“生活节”,人们对城市的归属感,便在一次“为家乡而战”的呐喊中悄然凝聚。从水乡到山丘、从江畔到海滨,江苏“十三太保”各具风韵。正是这份多样文化底色,为“苏超”提供了丰厚的情感土壤。在一场场城市德比的交锋里,地域文化特质尽情展现,城市认同感不断被放大,最终汇聚成震撼人心的集体共鸣。

从“城市德比”到“全民参与”,“苏超”激活的不仅是足球赛道,更是深植心底的情感归属:为家乡而战,为彼此喝彩。这份热闹的背后,是城市共同演绎的“生活情景剧”,更是现代城市文化治理的温柔回响。

“苏超”并非凭空而来。去年底,江苏就办过“第一届江苏足球发展重点城市对抗赛”,南京、苏州两个城市参与,不限制职业球员人数,主客场两场决胜。比赛上座率高,效果颇佳。2025年省政府工作报告两次提及足球发展,既强调文旅融合中的城市足球新亮点,也将三大球振兴和全省城市足球联赛的推进列为重点

工作。在“苏超”赛事从区域草根活动向全国“现象级IP”跨越的过程中,作为第一个喊出“比赛第一,友谊第十四”的主流媒体,新华日报·交汇点新闻成为系统策划与价值引领的重要一环。通过成立“木更工作室”进行议题设置,积极推动新华日报13个分社,除了提供大量新闻报道外,在新媒体端还相继发起赛事直播、斗图造梗、对歌拉票、家书传情、特产代言等一系列互动活动,让主流媒体成为激活赛事创意与城市认同的传播枢纽,让足球成为解读“经济大省”的新窗口,推动赛事完成从地方文化现象到全国认知符号的质变。

说“苏超”火得突然,不如说它是“水到渠成”。江苏的体育土壤好、文化根基深、群众基础广,“苏超”不过是把这些“沉潜的热爱”以一种更新鲜、更有趣、更亲民的方式激活了。有网友感叹:“发明‘苏超’的人真是天才。”但它并非偶然走红的爆款,而是厚积薄发的“必然”。

## 这把火还能烧多久?

没有职业球员、没有巨额奖金,这场地方足球联赛不仅点燃了全民对足球的热情,更引发一场关于中国足球生态与城市文化活力的思考。人们惊叹于其“泼天流量”的同时,也在追问:“苏超”这把火还能烧多久?这簇“野火”能否冲破流量“速生速朽”的魔咒?

回答这一问题,首先要解码“苏超”现象的底层逻辑。“苏超”的爆发绝非偶然,而是多重社会需求的集中释放。在职业联赛遭遇争议与挫折时,“苏超”恰恰以最纯粹的姿态,让人们看到足球最本真的模样。屡屡有媒体拿“苏超”与“中超”相比,尽管一个是“业余联赛”,一个是“职业比赛”,本无太多可比性,却恰恰折射出球迷对中国足球积压已久的失望情绪与更高期待。反观“苏超”,球员大多数是“下班踢球、上班搬砖”的业余选手,但在赛场上却拼尽全力,只为一个字“乐”。这种“去中心化”的纯粹,让普通人对足球的热情找到了释放的出口——原来足球可以如此简单:一群人因热爱相聚,为胜负动容,为团队拼尽全力。这就是“苏超”,它让更多的普通人去感受、享受足球,并把这种热爱融入到自己的日常生活中。

事实上,“苏超”如今的泼天流量,大多并非源于足球本身。其更深层的魅力,在于深耕江

苏本土,将足球与地域文化、身份认同熔铸为一体;而它爆发出来的能量,也不止于体育圈,更向文化、经济等领域扩散,甚至渗透到经济社会发展方方面面,成为“一子落而满盘活”的关键落子。当足球与城市文化创新同频共振,联赛便不仅仅是体育赛事,更成为彰显地方软实力的展示窗口,为城市注入持久活力。也正因此,其掀起的泼天热潮有着深厚根基,绝非“昙花一现”。更大的可能是,“苏超”将在政府、民间与市场的合力推动下,衍生出更多样态,持续回应、不断满足人们的期待和要求。

“苏超”的独特之处还在于,其火爆并非依赖话题炒作,而是扎根社区土壤的自我生长。足球本就是一个与日常生活深度绑定的元素——城市化进程中,人与人之间的连接日益原子化,社区活力逐渐流失,而“苏超”通过自下而上的组织模式激发居民参与热情,印证了民间自发力对公共服务空白的有效填补。当联赛从单纯的竞技活动升级为生活日常的一部分,其生命力便如同根系发达的植物,从社区土壤中汲取源源不断的养分。

当然,社会热点此起彼伏,任何事物经历高光后或多或少会退潮,这是正常现象。但深耕江苏土壤,让草根精神真正扎根于社会肌

## 模式可不可以复制?

当网友还沉浸在“苏超”玩梗的欢乐中,“苏超”已成功地将网络流量转化为“体育+”领域的发展版图。最初,“苏超”靠免费赠票“摇人”进场观赛,到第三轮赛事时门票已“秒光”,场均上座15025名观众,力压同期“中甲”联赛的12729人。江苏文旅部门数据显示,端午假期“苏超”带动主场6城通过银联异地渠道实现文旅消费总额增长14.63%——“苏超”俨然成为当下“流量经济”的成功案例。越来越多人开始发问:“苏超”模式能不能复制?

关于这个问题,有人说能,有人说不能,且都能列举出大道理之“一二三四”。但是,答案是什么并不重要。“苏超”能不能复制,关键在做而不在乎说。如果别人说“苏超”能复制,就代表你能做成吗?同样,别人说不能,就代表你去做就一定会失败吗?

关于“抄作业”,中外名家历来就有两派观点,比如胡适曾言:“凡富于创造性的人必敢于模仿,凡不善于模仿的人决不能创造。”而爱默生却警醒世人:“羡慕就是无知,模仿就是自杀。”你挺谁?

回到现实中,“苏超”之前已有不少其他“超”系列赛事,比如曾经爆火的“泥土里长出的

狂欢”——“村超”,其形式与体量和省级联赛“苏超”大为不同;而与“苏超”类似的联赛,国内其他几个省份也早已有了,却都没能“破圈”引发轰动。新生的“苏超”起初并不被看好,仿若一个“孤勇者”行走在一条暂无成功者的路上,却硬生生闯出了一条通天大道,展现出气象万千,不仅成为草根足球联赛的“一哥”,甚至让职业赛事的光芒都要逊色三分。

“苏超”的成功印证一个道理:坐而论道不如起而行之。以前没做成,那不妨再换一种方式破局,换一条赛道奔跑。天生我才必有用,唯在不知怎么用。究竟怎么做?关键不在简单模仿,而在因地制宜。

当然,“秀肌肉”之前得先练肌肉。“苏超”的火爆,看似操盘流畅、举重若轻,背后却是江苏数十年练就的“城市运营肌肉”:青奥会、全运会的举办经验、“双金”马拉松赛事的标准打磨,万人演唱会、春晚分会场的落地能力,加上四季不断的大小节庆活动——“苏超”的丝滑转场早就经过千万次实际操练。这些盛大场面的背后,是城市运营“以赛代练”的日积月累,恰如“汝果欲学诗,功夫在诗外”,这才是“苏超”行云流水的真正根基。

理,“苏超”的生命力值得期待。在这个过程中,需要警惕过度商业化的侵蚀。“苏超”的灵魂在于“业余性”与“民间性”,若沦为职业联赛翻版,其独特魅力将荡然无存。过度商业化可能导致球员因逐利而失去纯粹热爱,赛事因包装失去真实温度,社区联结被门票经济瓦解。因此,保持适度商业化是关键:可引入赞助支持赛事运转,但绝不能让资本掌控联赛生态;保持球员业余身份,避免其成为职业化的跳板;维持赛事的民间组织模式,让社区始终掌握主动权。

守护纯粹性,本质是守护“苏超”的文化基因。中国足球需要的不是多一个职业联赛,而是更多如“苏超”般能重构社区联结、激活文化认同的草根赛事。这种“自下而上”的生长模式,恰恰是对现有职业联赛体系的有益补充,为中国足球生态提供了另一种可能性。

一个多月来,“苏超”的燎原之火,照亮了草根足球的生命力密码。“苏超”没有“标准答案”,而足球正点燃着更多可能性。不必担忧“苏超”还能火多久,因为真正的生命力,永远生长于人民之中——当足球回归热爱,当城市回归温度,当社区回归联结,“苏超”的火焰,必将生生不息。

能或不能的二元争论,本质是困住行动的思维牢笼。复制“苏超”的真相,早藏在《小马过河》的寓言里:松鼠说水太深会淹死,老牛说水很浅刚没膝——而真正的答案,藏在您蹬进河水的每一步。

扔掉“能或不能”的标签,换上因地制宜的行动“工具箱”。徐州升级主场“拥抱”观众,常州把屡屡战演变成大型城市营销,南京无锡把球场对垒延伸至美食PK……这些“神操作”都不是计划书写出来的,而是蹚河时才能摸到的“活鱼”。

河水从不用深浅回答,只考验前行者的步履。不必追问“苏超”到底能不能复制,因为你此刻的探索正在创造属于你自己的名词解释。

江苏十三兄弟肩并肩用脚丈量出“苏超”的深度,而你的土地,正等着你印上属于你的有力脚印。中国从北到南,有的地方,弥漫着肉香,有的地方,弥漫着花香;四川重庆之间,“川渝一家亲,成渝世代仇”,自有自己的麻辣情仇……谁能说清,下一个破圈的是“德德比”还是“辣子联赛”?

我们已不需要争论“苏超”能否复制,这些蓬勃生长的创意,正在重新定义中国草根体育的想象力。

来源:《新华日报》

## 融“长”所长

RONG CHANG SUO CHANG

## 助力发展

ZHU LI FA ZHAN



## 中欧班列消费型锂电池混装运输班列长三角首发

6月17日下午,满载着100个标箱日用商品的X9216次班列,从铁路义乌西站启程。其中,一批消费型锂电池货品同日用商品混装,搭乘班列驶向哈萨克斯坦阿拉木图。这是长三角地区的中欧班列首次实现消费型锂电池产品在同一集装箱内混装运输。

据了解,此次搭乘浙江中欧班列出口的消费型锂电池,广泛应用于电动工具、遥控器、电子玩具等日常消费电子产品。出于安全考虑,消费型锂电池的出口,以往需单独装载于同一集装箱内。混装模式的创新使得班

列货物配载更为灵活,更好地契合了中小型外贸企业的个性化需求。铁路、海关及相关单位按照运输条件检查检测报告,核对锂电池型号,指导客户装箱,加强安全防控措施,确保运输全程可控。

2013年,浙江中欧班列首趟中亚五国班列从义乌启程开往阿拉木图,打通义乌直达中亚的国际铁路联运物流大通道。10多年来,班列的运行线路和服务网络已经覆盖了中亚五国。

来源:《人民日报》

## 安徽自贸试验区10项制度创新成果入选国家级报告 入选数量居长三角首位、全国第五

近日,商务部国际贸易经济合作研究院发布《中国自由贸易试验区发展报告(2024)》,遴选了130项首创性、集成式的制度创新成果。中国(安徽)自由贸易试验区10项入选全国典型案例,入选数量居长三角首位、全国第五。

此次入选的制度创新成果涵盖投资、贸易、金融、监管等重点领域,形成可复制的制度创新经验。在投资领域,安徽省创新开展排污许可证变更“分期简办”模式、海关企业信用状况证明全程网办、环境影响评价与排污许可深度衔接改革;在贸易领域,安徽开展进口汽车检验监管流程再造新模式、长三角

海关特殊监管区、进境货物木制包装检验检疫管理模式、跨境电商网购保税零售出口“退货商品+区块链辅助管理”新模式、打造长江航运综合服务平台新模式;在金融领域,开展“全额风险代偿”供应链金融服务新模式;在全过程监管领域,开展城市运行监测指标体系及评价标准;在跨区域合作领域,开展长三角区域公共资源交易一体化。

自2020年挂牌以来,安徽自贸试验区累计形成236项制度创新成果,其中47项为全国首创,13项在全国范围内复制推广,为打造高水平开放型经济提供实践范例。

来源:《安徽日报》

## 数字人带货助力外贸

### 义乌商户的“嘴替”精通44种语言

“我可能是市场里用AI最勤的商户之一了。”6月正是跨境电商旺季,义乌国际商贸城经营户傅江燕在手机上借助Chinagoods AI智创平台,娴熟地用数字人进行多语种带货。傅江燕和丈夫经营的店铺年销袜子2000万双。摸爬滚打20多年,产品主要销往中东、非洲、南美等地。以前,她常要联系不同的翻译、设计人员来制作推广、宣传的网页或资料,但现在有了这个平台,省钱又省力。

Chinagoods是义乌小商品城数字贸易平台。傅江燕给记者演示了一番:进入其“小商视创”小程序,选择要生成的语言、商品图片或在售平台链接,AI会生成视频文案,然后选择心仪的数字人和展示场景,即可生成视频。“语言有44种。数字人可以用自己的形象,也有平台授权使用的30多个外籍人士形象。”说话间,傅江燕就创作好了一条视频,前

后不过三五分钟。简单审阅后,她将其一键转发至海内外社交媒体平台,开启全网营销。

“数字人带货”功能于今年4月底正式向市场推出,除了定制专有数字人要收取一定费用,其余的视频制作目前都是免费的。

“AI外贸已经是我们必须掌握的一项新本领。”傅江燕如今每天会制作80多条外语视频。每条视频平均有上万的曝光量,吸引几十甚至上百位客户主动咨询。前几天,就有一名尼日利亚客商看到她的视频,“云下单”了2000多双圣诞袜。

据悉,义乌市场目前有近3万商户常态化使用各类AI工具做生意,仅义乌自主研发的相关AI应用累计使用量就超过10亿次,用户数超26万,深度使用用户的订单增长20%以上。

来源:《浙江日报》

## 常州钟楼打造长三角OPE数智产业创新社区

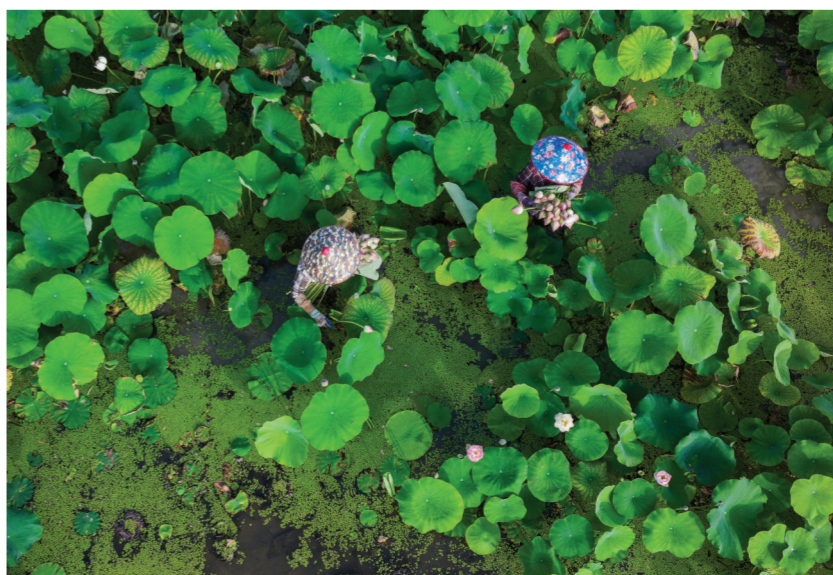
6月13日,在2025年“数据要素×”大赛江苏分赛医疗保障赛道及“龙韵杯”数字健康公共数据融合开发创新大赛启动仪式现场,长三角OPE数智产业创新社区正式成立。

作为长三角首个以“单人创业家”(OPE)为核心的数智产业创新生态体系,该社区通过“单人+AI即团队”的创新形态,帮助个体创业者借助AI大模型、自动化工具和数字化协作网络,实现从研发到变现的全链条闭环。

依托数字经济和智能制造为主导的现代产业体系,钟楼区构建“政府引导+市场主

导”的双轮驱动机制,由医疗健康、新材料等五大重点领域的龙头企业牵头,建设垂直孵化中心。通过“一业一策”精准培育,重点发展生命健康、新能源汽车、具身智能等垂直领域,同时拓展低空经济、第三代半导体等未来产业。建立起“单人创业家+科技型中小企业+高新技术企业+瞪羚企业+独角兽企业”的梯次成长培育机制,计划到2030年培育百家科技企业,打造长三角数字经济新增长极。

来源:《新华日报》



## 荷花产业助致富

6月18日,武义县柳城镇十里荷花共富工坊的农户在采摘荷花(无人机照片)。浙江省金华市武义县柳城镇是当地著名的荷花之乡。位于柳城镇的十里荷花共富工坊通过“基地+合作社+农户”模式,提供荷花种苗给村民种植,打通荷花种植、产品加工、产品包装、直播带货等全产业链,打造“宣平贡莲”地方特色品牌,带动周边各村数百户村民在家门口增收致富。

新华社记者徐昱摄