

“苏超”踢出文体消费一记好球

最近一段时间，不管是否喜欢看球，手机用户大概率会刷到“苏超”。“苏超”全称是“江苏省城市足球联赛”，由该省13个地级市（民间戏称为“十三太保”）分别组建的城市代表队参赛。联赛球员来自社会各界，涵盖教师、学生、快递员、程序员等不同职业，年龄从16岁到40岁不等。

这项地方性业余赛事，办出了不输全国性职业赛事的热闹劲儿。据江苏省体育局统计，江苏省城市足球联赛目前已吸引了超过18万名球迷涌入各个城市现场观赛。体育赛事与地域文化深度融合，正释放出强大的社会影响力。

□ 本报综合报道

现场观赛氛围感拉满 赛场外“梗王争霸”

6月1日，“苏超”第三轮最后一个比赛日，南京主场对阵无锡的比赛在五台山体育中心体育场进行，现场涌入15669位球迷。

据了解，“苏超”第三轮比赛在6个城市进行，共吸引了超过9万名球迷现场观赛。而自“苏超”5月10日开赛以来，已经举行的18场比赛，现场观众人数超过18万人，每场比赛平均观赛人数超万人，超过许多职业联赛的上座率。

6月14日即将开赛的新一轮“苏超”，目前全部主场球票均已售罄。“苏超”统一购票小程序上周紧急上线，一天之后购买球票页面便显示“缺货登记”。

赛场上，“苏超”没有一场球是好踢的；赛场外，双方你输我赢的厮杀成就了一场“梗王争霸”，江苏省13个城市的文化个性充分“自我表达”：南京与无锡对战被称为“盐水鸭对阵水蜜桃”，赛前

的官方海报上更是打出了“输了水蜜桃加盐，赢了盐水鸭加糖”的标语；刘邦故乡徐州对阵项羽故乡宿迁，堪比要完成一场跨越千年的历史夙愿。

造梗大赛在互联网上广泛传播，也吸引了更多人关注“苏超”，成就了“苏超”又一个又一个名场面。

“观赛+深度游” 打造文体消费闭环

“比赛日人流量大，很多球迷和游客都光顾了我的摊位，收入比以往增加了近一倍。”在徐州奥体中心附近经营米线店铺的王女士笑着分享她的喜悦。

根据徐州官方发布的数据，徐州队与连云港队比赛当天，“徐州”关键词搜索指数突破270万，环比增长77%。这场足球赛事与梗文化的融合，让举办地获得了极高的曝光度。据测算，赛事期间，抖音“徐州文旅”话题播放量突破5亿次；“苏超”单场赛事可拉动举办地周边酒店入住率提升20%至30%，餐饮、零售消费环比增长15%至25%。

新品点睛



图为常州中华恐龙园设计制作的常州应援帆布包。



图为常州中华恐龙园设计制作的“萌动全苏·恐龙妹妹系列玩偶”。两个形象均融入了网友们建议最多的霸王龙和粉色裙子元素。同时，工作人员还专为了两个形象作了性格背书：一个热情社牛、爱运动和旅游；一个温柔甜美、喜欢唱歌和宠物。



（图片来源：网络）

“苏超”中，南通队因三连胜领跑积分榜而衍生出的网络热梗。

年轻人掀起“淘晶”热

从珍珠“退烧”到水晶爆火 珠宝消费风向生变

高端收藏与个性化需求。

“珍珠销量和销额整体上较去年有所下滑，展会卖得最好的是翡翠和水晶类产品，尤其水晶手串相比去年销量翻了几倍。”海名国际会展有限公司宣传部的曲女士告诉记者。

来自“世界水晶之都”的江苏省连云港市东海县的展区负责人吴先生说：“顾客选购水晶手串，既看重其美观便捷的特性，更追求其‘招财’‘转运’等寓意。”

今年以来，水晶市场价格全线上涨，众多明星加入水晶带货行列，进一步推高了水晶的热度。吴先生表示：“今年高品质的白水晶和超七水晶等价格涨幅约十倍，现在一克售价能达到几千元，其中定制化水晶利润空间尤为可

观。以绿幽灵手串为例，一条进货价约500元的产品，在直播间可卖到1200至3000元，溢价高达2至4倍。

从消费群体来看，20至30岁的消费者偏爱水晶手串（价格数百元至千元），40岁左右群体更青睐水晶摆件（价格数千至上万元）。”吴先生告诉记者。

记者观察到，水晶的高颜值是年轻人“上头”的重要原因。相比珍珠、金饰等传统首饰，水晶色彩丰富、价格亲民且时尚百搭。“相比珍珠，水晶手链更好搭配。”刚刚买了海蓝宝手链的26岁女生小孟告诉记者，“我是在直播间‘入坑’的，夏天来了，清透的水晶手链看起来就有种吃雪糕的清凉感。”

记者在小红书上以“水晶”为关键

词搜索，发现其相关浏览量有32.7亿次，某一售卖水晶手链的商家近三月成交额超10万件。相关报告指出，2024年下半年起水晶消费呈爆发式增长。数据显示，2024年全年水晶交易额达460亿元。其中，水晶手串以36.06%的市场份额居品类首位，销售额同比增长319.84%。

据多个商家透露，黄水晶（象征财富）、白水晶（象征健康）、草莓晶（象征爱情）和超七水晶（象征事业）是这两年最为畅销的品类，这恰好对应年轻人近年来最关注的四大议题：经济、健康、婚恋、职场。水晶成了年轻人的“精神创可贴”。

对创业者而言，水晶行业也没有明

显的壁垒。企查查数据显示，截至6月初，今年前5月国内水晶相关企业注册量达383家，同比增长23.15%。业内人士分析，水晶并非稀缺资源，其价值与黄金、彩宝等相比仍有较大差距。

同时，“苏超”迅速走红与其传播方式的多元化、纪实化密不可分。通过社交媒体和自媒体平台，“苏超”比赛的精彩瞬间迅速传播，这种多样且纪实化的体育传播方式极大地推动了“苏超”的火爆。

声音

一项由江苏省体育局与江苏省13个设区市政府联合主办、各城市体育局及江苏省足协等承办的省级业余足球赛事——江苏省城市足球联赛，被人们调侃为“苏超”。“苏超”开赛不久，其影响力便迅速突破江苏，在全国范围内引发关注，成为互联网上的热门话题。门票瞬间售罄，场外人流如春运般拥挤，单场上座超万人……这些以往只在顶级赛事中才有的热闹场景，在“苏超”却成了常态。

“苏超”的出圈，堪称将地域劣势转化为流量爆点的典范。“散装江苏”长期以来都是民间热议的话题，但这并非江苏值得炫耀的优势。与其回避这一戏谑说法，不如借助其强大的传播力，全方位展现江苏的丰富面貌。江苏不同城市间的巨大差异，彰显了地域的多样性；经济发展水平相近的城市既合作又竞争，这种关系映射到足球场上，让城市特色变得更加鲜活生动。宿迁与徐州的“楚汉之争”、苏州和无锡的“太湖归属权之战”、南通和南京谁才是真正的“南哥”，以及常州在连败后的戏称演变，这些充满趣味的比拼，激发了人们的观赛热情。“比赛第一，友谊第十四”这句硬核口号，淋漓尽致地展现了13座城市的好胜心，更是江苏奋进有为精神的生动体现。随着比赛的开展，球场内外、线上线下的互动交流，让不同城市的人们增进了对彼此的了解，联系愈发紧密，曾经“散装”的江苏，在激烈的比赛氛围中逐渐凝聚成“整装江苏”。

“苏超”的火爆不仅收获了流量，更带来了实实在在的消费增长。端午节假期期间，常州、徐州、镇江针对客队市民推出景区免票优惠政策；盐城、南京、泰州结合票根定制了“看球+旅游+美食”等文旅套餐。数据显示，9万名观众现场观赛，带动6个主场城市银联异地渠道文旅消费总额增长14.63%，充分体现了赛事活动对经济的拉动作用。

回顾近年来的体育赛事，在“苏超”之前，“村超”“村BA”已取得显著成功，带动当地旅游业实现爆发式增长；端午节假期期间，以广东为代表的龙舟比赛，凭借其专业性和观赏性成为热点，也推动了相关产业发展。然而，并非所有类似赛事都能复制这样的成功。比如“浙超”已发展近十年，“粤超”在2018年正式升级为主客场赛制，但它们的知名度并不高；“村超”爆发后，部分地方效仿举办本地“村超”，也未能引发轰动。

为何同样是赛事，结果却大相径庭？关键在于赛事是否满足了民众的真实需求。以“苏超”为例，2021年江苏苏宁队解散后，江苏高水平足球赛事长期空缺，市场存在供给缺口；“比赛第一，友谊第十四”的口号精准抓住了竞技体育的核心，契合了球迷对激烈竞争和精彩赛事的朴素需求；“散装江苏”的地域特色，进一步加剧了比赛的竞争性，形成了独特的吸引力。

值得注意的是，这些有利条件一直存在，真正的难点在于如何将它们有效整合，转化为能够满足市场需求、推动消费增长的有效供给。无论是“村超”“村BA”还是“苏超”，政府“搭台”、民间“主演”的模式，贴合市场真实需求的定位，结合地域特点放大活动效应的做法，都是它们成功的关键，这些经验值得其他地方借鉴学习。

政府「搭台」有效激活赛事市场需求

公告栏
公告 邯郸皓邦口腔门诊部有限公司：本委受理申请人韩俊磊与你单位劳动争议一案已审理终结。因通过其他方式送达未果，现根据《劳动争议调解仲裁办案规则》依法向你公司公告送达邯山旁人仲案【2025】第55号仲裁裁决书。请你公司自公告之日起30日内到河北省邯郸市邯山区劳动争议调解仲裁委员会（邯郸市陵园路58号邯山区政府综合楼西院）领取裁决书，逾期视为送达。如不服本裁决，可自公告送达之日起15日内向邯山区人民法院起诉，逾期不起诉，本裁决书即发生法律效力。 邯郸市邯山区劳动争议调解仲裁委员会 北京清瓷时代中心B座、C座部分商业用房十年租赁权竞价公告 受委托，拟定于2025年6月23日（星期三）上午10:00时在武汉光谷联合交易所交易平台对下列标的房屋按照现采取网络竞价方式进行公开招租。现将有关事项公告如下：一、招租标的：此次招租标的为咸宁市城市建设投资开发有限公司持有的位于北京市朝阳区慧忠里103楼“洛客时代中心”B座、C座2-4层部分商业用房十年租赁权。该招租房屋建筑面积共计6223.97㎡，首年租金起拍价732.01万元/年，竞买保证金183万元。以上标的经相关部门批准公开招租，标的概况详见《竞价文件》。二、标的展示时间、地点：自公告之日起至2025年6月24日（正常上班时间），标的物在其所在地公开展示，有意竞买者可自行查看标的物原样。三、竞买报名条件及报名时间：意向竞买人报名时须交竞买保证金到账（以挂牌截止日2025年6月24日下午17:00前到达武汉光谷联合交易所指定账户（以挂牌截止日2025年6月24日下午17:00前到达武汉光谷联合交易所指定账户）为准），并持有效身份证明、竞买保证金到账凭证等到武汉光谷联合产权交易所咸宁市产权交易所有限公司办理竞买报名手续，获取《竞价文件》。四、网络竞价时间及平台：网络竞价时间：2025年6月25日上午10:00-00:00。网络竞价登录平台：https://otc.00upre.com/yjdx.html#/yjdxList。五、特别注意事项：1、此次招租以标的房屋整体进行招租，年限为十年，以年租金单价作为竞拍价，从竞拍成交后，每三年递增一次，每次递增金额为4%，以十年租金总成交价作为成交总金额。2、此次招租房屋是以现状为准，采取网络竞价方式公开招租，如竞买人信息在招商期前只有一个符合受让条件的意向竞买人，则采取协议方式成交，如公告期内有两个或以上符合条件的意向竞买人，则采取网络竞价方式确定买受人（承租人），如在公告信息发布期满后没有征集到符合受让条件的竞买人，则此次产权交易活动终止。3、承租人签订《房屋租赁合同》及缴纳第一年租金、合同押金后即由出租人负责在一个月內交付租赁房屋。承租人按约定租赁房屋后，在租赁期内出租人、承租人的权利义务以双方签订的《房屋租赁合同》为准。4、原承租人在同等条件下对其原承租的房屋有优先承租权。5、其他事项详见《竞价文件》。六、联系方式：1、武汉光谷联合产权交易所咸宁市产权交易所有限公司。地址：咸宁市为民之家四楼C区405室。0715-8126201 陈女士。2、湖北泰诚拍卖有限公司：0715-8258998、13907247798 邹经理。武汉光谷联合产权交易所咸宁市产权交易所有限公司 湖北泰诚拍卖有限公司 2025年6月11日 公告 根据黑龙江友翔律师事务所的法律意见书，现以将黑龙江省储备（北安）粮食集团有限公司部分应付账款和计入营业外收入的以下款项核销。北安市自然资源局159.99万元，现予以公示。 注销公告 瑞金市艺术设计研究院（统一社会信用代码52360781MD0851905）拟向社会组织登记管理单位申请注销登记，现已成立清算组。请相关债权人、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务关系。特此公告。 瑞金市艺术设计研究院 撤销公告 天津升华国际贸易有限公司（统一社会信用代码911201167466715481）于2014年7月4日在中国（天津）自由贸易试验区市场监督管理局登记的清算组备案，清算组成员：XIAOSHA TIAN、陆新、王晶晶，清算组负责人：XIAOSHA TIAN。现经股东决定恢复经营，撤销清算组备案，特此公告。 作废声明 喜融通（北京）商贸有限公司（统一社会信用代码91110112MA0184DX407）作废公章一枚，特此声明。 遗失声明 福建中基闽门制造有限公司（统一社会信用代码91350982MA2XV51303）遗失公章：3303030510237，声明作废。 遗失声明 内蒙古华锐源铸铁合金有限公司遗失公章：15020310058907、财务章：15020310058908、合同章：15020310058909、法人章（杨国良）：15020310058911，声明作废。 遗失声明 郴州巴宝顿润滑油有限公司（统一社会信用代码91410184MADJGHA05E）营业执照正本丢失，声明作废。 遗失声明 海港区金太嫂美甲店遗失公章：1303050955200，声明作废。 遗失声明 济南市优农家庭农场遗失公章：4108810080385，声明作废。 遗失声明 河南万兴和农牧有限公司遗失公章：4104820045965，声明作废。 遗失声明 赣州卓一房地产营销策划有限公司遗失公章壹枚，备案号：3607031014664，声明作废；遗失法人章壹枚，备案号：3607031015163，声明作废。 作废声明 盛仕德集团股份有限公司（统一社会信用代码91110005026011475）作废公章一枚，特此声明。 遗失声明 镇赉县绿草养殖合作社 遗失公章：2208211009518、财务章：2208211070505，法人章（冯春玲）：2208211071818，特此声明。 声明 我厂在国家知识产权局商标局注册所有“EXING 爱图”商标（如图），没有委托他人在网上转让，并没有委托第三人在实体公司转让，违者将承担法律责任。特此声明。 陆丰市瑞石锦池制衣厂 EXING



图为展会上消费者正在挑选水晶手串。 尹睿灵 摄

价，但需理性看待其实际价值。就像玫瑰不能保证带来爱情，水晶的功效也不应被过度夸大。