

这些用心，在数据上得到了实实在在的回报。老板透露，常州主场当天，店铺营业额能比普通周末翻一倍以上。今年4月“苏超”揭幕战，常州队3比2零完胜南通队，虹满楼人气消费平时高出四到五成。“球迷喝酒喝得痛快，翻台率虽然下来了，但客单价上去了。”比赛营业额更让老板看重的，是“苏超”球迷现场出现的惊人忠诚度和复购率，“普通食客可能来一次尝个鲜，但球迷不一样——他认了你这儿看球氛围好，下次还来，甚至带着一帮朋友来”。老板坦言，这种黏性是普通餐饮业态极难做到的，“球迷把你这儿当成‘主场’了，这个情感链接是最珍贵的。”

采访中，当被问及如果用“一个词来形容自己和‘苏超’的关系时，虹满楼的老板选择了“共生”。这个词“苏超”给了他们小店一个舞台，而千千万万个我们这样的小店，反过来又让“苏超”的热度从球场蔓延到了城市的每一条街巷。“在他看来，“苏超”越火，小店就越好；小店越用心，“苏超”的烟火气就越浓。这并非虚言——据江苏省体育产业集团预测，“苏超”或将创造出超三亿元的综合经济效益，而其中，像虹满楼这样分布在城市毛细血管管中的餐饮小店，正是将赛事流量转化为真实消费增量的一环。