



“十三太保”提前“摇人” SHOW出“苏超”文旅指数

2月2日是江苏省十四届人大五次会议代表报到的日子。“苏大强”的13个兄弟姐妹全部到齐。一进驻地,来自13个市代表团的代表们就被记者团团围住,而大家口中总有一个共同的热词——“苏超”。代表们不约而同为自己的家乡代言打CALL,为2026年的“苏超”提前“摇人”。
扬子晚报/紫牛新闻记者 刘丽媛 徐昇 万承源 徐媛园 杨甜子



扫码看视频



体彩“超级大乐透”(第26014期)
中奖号码:前区:16 18 23 34 35 后区:01 06

奖等	级别	中奖注数	每注奖金
一等奖	基本	2注	1000000元
	追加	0注	0元
二等奖	基本	81注	242159元
	追加	15注	193727元
三等奖		769注	5000元
四等奖		12178注	300元

体彩“排列3”(第26033期)
中奖号码:1 4 1

奖等	本地中奖注数	每注奖金
直选	510注	1040元
组选3	1211注	346元
组选6	0注	173元

体彩“排列5”(第26033期)
中奖号码:1 4 1 3 2

奖等	中奖注数	每注奖金
一等奖	91注	10000元

福彩“七乐彩”(第2026014期)
中奖号码:1 9 10 13 21 28 30
特别号码:4

奖等	中奖注数	每注奖额
一等奖	0注	0元
二等奖	3注	45259元
三等奖	124注	2189元

本期销售额4027510元。

福彩“东方6+1”(第2026014期)
中奖号码:5 0 8 8 6 5 +牛

奖等	中奖注数	每注奖额
一等奖	0注	0元
二等奖	0注	0元
三等奖	0注	10000元

本期销售额542346元。

福彩“15选5”(第2026033期)
中奖号码:2 6 9 11 12

奖等	中奖注数	每注奖额
特别奖	0注	0元
一等奖	92注	2317元
二等奖	4706注	10元

本期销售额620310元。

福彩3D(第2026033期)
中奖号码:1 1 9

奖等	中奖注数	每注金额
单选	1695注	1040元
组选3	1058注	346元
组选6	0注	173元
1D	206注	10元
2D	28注	104元

本期销售额4620062元。

福彩“刮刮乐”
2026年2月1日江苏中奖注数
284653注,中奖金额10641083元。

福彩“快乐8”(第2026033期)
中奖号码:2 3 8 10 16 19
20 21 29 30 33 34 36 48
53 54 55 58 59 76

(彩票开奖信息最终结果以彩票中心开奖公告为准。)

南京

南京途牛科技有限公司(途牛旅游网)首席执行官于敦德代表:
这么近那么亲,周末到南京!

“这么近那么亲,周末到南京!”于敦德用一句网络流行语,向广大网友推荐南京。去年“苏超”期间,他现场观看了南京队对战宿迁队的比赛。当晚南京奥体中心有超过6万名观众,刷新了“苏超”现场观众纪录,而比赛中场关于南京文旅特色的展

示,也令人印象深刻。在“苏超”的带动下,南京文旅消费也有了明显增长。于敦德介绍,最近发布的南京春节期间暖心惠民十条举措,春节期间南京将有600多场丰富的文旅活动,且游客可以凭来宁机票、火车票享受景区门票、酒店住宿等优惠。

无锡

宜兴紫砂工艺厂工人许艳春代表:
紫砂文化借势“破圈”,从工艺领域走进体育视野

许艳春表示,“苏超”让宜兴这座古城焕发新活力。作为主要赛区之一,宜兴承办了三场比赛,吸引6万人次观赛,带动场馆硬件升级与旅游政策优化。紫砂文化借势“破圈”,从工艺领

域走进体育视野,许多游客专程前来体验紫砂制作,游览溶洞与博物馆。她认为,“苏超”为城市注入新动能,推动体育、文创与文旅深度融合。

徐州

徐州市体育运动学校教练员、国家残奥乒乓球球队教练员衡新代表:
建议2026年制作“苏超”官方攻略

“俺们徐州是刘邦老家,球场上来场‘楚汉争霸’带劲得很!看完球去龟山汉墓探个秘,管!”衡新用一段亲切的徐州话,概括了徐州的魅力。

衡新建议2026年更细致、更有针对性地制作一些关于“苏超”期间游玩、住宿、购物的“官方攻略”,让外地游客获得更好的体验。

常州

常州乱针绣博物馆馆长孙燕云代表:
体育赛事与非遗结合,非常成功

孙燕云分享了“体育+非遗”的成功探索。去年“苏超”期间,他们在赛场外设摊,推出乱针绣IP“恐龙十三D”和“常宝”,

广受欢迎。她希望未来能加强非遗人才培养与产业融合,借助优质平台让传统手工艺走进大众生活。

苏州

江苏水乡周庄旅游公司船娘吴娟代表:
以“苏超”为桥,让江南文旅走得更远

吴娟带来基层文旅发展的的心声。她表示,“苏超”赛事成为文旅融合新载体,其“票根经济”“第二现场”模式让赛事流量转化为文旅消费增量,值得借鉴推广。

吴娟建议,苏州应紧抓“苏超”热度,将江南水乡文化、非遗资源与赛事结合,打造特色文旅权益包,同时加大古镇保护力度,深挖水乡文化内涵,以文塑旅、以旅彰文,让苏式文旅借体育赛事出圈,让更多人感受到江南文化的独特魅力。

南通

南通瑞慈医疗管理集团董事长方宜新代表:
打造“活力健康之旅”,设计“深度康养线路”

瑞慈2025年赞助了“苏超”,也组织多次观赛。“南通队一路踢到总决赛,越来越多人关注南通,南通的城市名片擦得更亮了。”方宜新说道,2026“苏超”将至,建议

可以将赛事节庆与精准健康筛查相结合,打造“活力健康之旅”,同时将康养旅游资源与深度体检服务相嫁接,设计“深度康养线路”,让体育与健康更深度融合。

连云港

灌云县剪纸丫丫艺术工作室创意总监管艳代表:
希望剪纸等非遗作品借助“苏超”出圈

剪纸非遗代表性传承人管艳从“苏超”中感受到青春与拼搏的力量。她带领学生创作了融合西游文化与足球元素的剪

纸作品,期待非遗能借助赛事“出圈”。今年省运会将在连云港举办,她已组织团队着手创作相关主题剪纸,展现体育风采。

淮安

淮安市实验小学幼儿园党支部书记、园长倪春玲代表:
“苏超”成为孩子们的益智新主题

“‘苏超’让淮安热闹了不少。”倪春玲注意到,街头巷尾的外地游客数量噌噌上涨,他们揣着好奇心来到淮安,品尝龙虾,逛吴承恩故居,感受地地道道的

淮扬文化。“苏超”也成了孩子们的益智新主题,“从小给孩子们种下一颗强身健体的‘种子’,将来一定会‘枝繁叶茂’。”

盐城

盐城市港府洲际酒店管理有限公司董事长王俊林代表:
本土企业深耕赛事见证文旅消费双升温

盐城港府洲际酒店作为球队赞助商,见证了“苏超”如何带动本地消费。赛事期间酒店持续满房,许多外地球迷专程前来,与球

员互动热烈。他认为“苏超”带来了实实在在的流量与知名度,企业将继续支持赛事,并期待盐城队再创佳绩。

扬州

扬州大学旅游烹饪学院教授周晓燕代表:
美食加美景,扬州会更美!

“扬州是世界美食之都。球迷来扬州,狮子头、扬州炒饭和文思豆腐是必尝的‘经典三样’。”周晓燕认为,将观赛“流量”转化为消费“留量”,关键在于推动美食与赛事的深度融合。“我们可以把狮子头、扬州包子等经典美食,开发成便于携带

的旅游伴手礼。”周晓燕建议,让球迷在观赛之余,能轻松地把“扬州味道”带回家。周晓燕认为,下一步应系统推动美景、美食与体育赛事的创新结合,开发更具吸引力的深度体验产品,让体育激情延伸为城市文化的美好记忆。

镇江

镇江市公安局京口分局刑警大队金怡代表:
被称为“十三妹”,反让镇江收获更多目光

“镇江是一座拥有真山真水真历史的城市。”金怡表示,将这份得天独厚的资源转化为发展优势,创新思维是关键。“只要我们

有创新的思维,把宝贵的自然资源与历史文化结合起来,就能让镇江成为更有吸引力的旅游目的地。”

泰州

泰兴市黄桥镇祁巷村党委书记、村委会主任丁雪其代表:
早上皮包水、晚上水包皮,太周(泰州)到了!

丁雪其介绍,泰州夺冠后村里设计了两条精品线路,并推出门票优惠等政策,成功吸引了上海、常州等地游客,国庆期间客

流增长80%。他表示将继续借力“苏超”,推介乡村实景演出、田园风光与特色美食,将赛事流量转化为发展增量。

宿迁

省曲艺家协会副主席、宿迁市曲艺家协会主席戈娟代表:
以苏北琴书唱响“苏超”与城市名片

戈娟创作了苏北琴书《邀客来》,将项王故里、中国酒都等宿迁名片写成唱词,“就是希望把文旅市场带动起来。”戈娟说,她

正致力于将传统曲艺作为“黏合剂”,巧妙地把赛事的巨大流量,转化为人们对宿迁文旅的深度关注与向往。