

顶流“苏超”上了省政府工作报告

市委书记笑谈泰州“出名”感受:本地人吃不上早茶了

“跟着苏超游江苏”等品牌活动彰显引流效应,接待游客人次、游客总花费分别增长10.4%、10.2%……2月3日上午,在江苏省十四届人大五次会议上,“苏超”一词首次被写入省政府工作报告!这是江苏官方首次使用“苏超”这个表述,而且提及“苏超”有三次之多,成为推动文旅体商融合发展的重要抓手。

“苏超”一词,源于网友的幽默调侃。政府工作报告将其“收编”并高亮展示,这份“接地气”的诚意,本身就是一种信号:人民政府一直在认真倾听人民心声。同时,这种有意思且有意义的互动,意味着官方严肃严谨的话语体系,也在尝试着用社会的“热词库”来书写发展的“成绩单”和“任务书”,这背后蕴含的是一种深层的自信。

此外,政府工作报告对一项具体工作三次提及,同样难能可贵。前两次,是在总结过去一年成绩时。报告说:“苏超”破圈成为顶流,“跟着苏超游江苏”等品牌活动彰显引流效应,接待游客人次、游客总花费分别增长10.4%、10.2%。的确,用“顶流”这个词来定义“苏超”再合适不

过。翻阅首届“苏超”交出的成绩单,实在是亮眼——历时176天,85场比赛,221粒进球,吸引亿万级球迷网友参与,带动数百亿多场景消费,“吸睛效应”和“吸金能力”都是顶流,妥妥的情绪价值给满、经济价值拉满。而“跟着苏超游江苏”等品牌活动持续引流,也体现了江苏的发展智慧和能力,以赛事的势能激发经济的动能,让球赛“曲终人不散”;用赛事的出圈带动全省的出圈,让江苏“全域变主场”,这是一种十分高超的本领。而游客人次和总花费双超10%的增长,也客观证明了“苏超”的价值所在,通俗一点说就是,不仅让城市增了人气,还添了财气,不光惠及本地人,还引来了外地人,都是妥妥的“增量”。

第三次,是在部署2026年重点工作时。“不断巩固拓展经济稳中向好势头”被报告列为第一个方面重点工作,“苏超”出现在其中的位置很靠前。报告说:以“苏超”促进文旅体商融合发展,激发“文化+”“旅游+”“体育+”等消费活力。仔细品一品,2.0版的“苏超”定会“+”出更多新玩法、新动能。“苏超”无数热梗的基底是文化,进一步激发“文化+”的消费活力;“苏超”带动了旅游市场火热,进一步激发“旅游+”的消费活力,必然会促进旅游产业的产品更多、业态更新、链条更长;“苏超”强劲助推了体育产业的发展,进一步激发“体育+”的消费活力,也会催生体育场地、装备、赛事等各方面产业的繁荣。综合交汇点等报道

夺冠燃动泰州城 现在吃早茶要排队了

扬子晚报讯(记者 徐媛园)3日下午,在江苏省十四届人大五次会泰州代表团全体会议上,市委书记姜冬冬分享了“冠军之城”的新变化:因“苏超”夺冠,泰州正迎来一股前所未有的热度。“以往,泰州常被外界误称为‘浙江台州’或‘山东泰安’,城市辨识度不高,姜冬冬坦言,这次夺冠极大地提升了泰州的知名度和吸引力,最直观的感受就是“人多了”——前来投资兴业、观光旅游、交流合作的人流明显增长。“现在吃早茶要排队了,本地人有时候都挤不上趟。”姜冬



泰州市委书记姜冬冬 孙智维 摄

冬以早茶文化举例,而作为城市旅游名片的溱湖,变化更为显著:“夺冠后每逢周末,客流可达2万人上下,最高峰达到了3万游客,即便是工作日也能稳定在五六千人。”一场比赛,不仅点燃了市民的热情,更让泰州在更广阔的舞台上,迎来了全新发展机遇。

从“流量”变“增量”,代表委员热议——

“苏超”如何“踢”出文旅体商融合新空间?

本报讯(记者 徐睿翔 陈珺璐 蒋明睿)如何持续放大“苏超”效应,促进文旅体商深度融合,进而激发消费活力?代表委员们展开热烈讨论。

“我们统计发现,‘苏超’南通主场比赛期间,外来游客人数均比平时多30%,带旺城市餐饮、住宿、文旅等一批消费。”作为文旅从业者,省政协委员、南通市文化广电和旅游局局长王智认为,文旅体商融合,创生出集体验、情感、社交、运动与健体多元复合的消费场景,不仅满足消费者对高品质生活的追求,还将通过“吃住行游购娱”的全链条联动,将短期客流

转化为长期消费力。

推动文旅体商深度融合,王智建议从深化“文化IP+场景”创新,打造消费新地标入手。依托文化精品生产的成功作品与典型范例,鼓励开发更多具有江苏标识的原创IP,并将其植入景区、街区与商圈,打造沉浸式演艺、非遗市集、赛事“第二现场”等多元场景,激发情绪体验,引导消费需求,让消费自然发生。

让“苏超”IP有机融入消费场景,省人大代表、徐州苏宁广场总经理邵勇感受深刻。“去年‘苏超’比赛期间,我们把文化、艺术、体育元素深度融入商业

场景,把阳光中庭变为‘苏超’联赛的‘第二现场’。如今节假日期间,徐州苏宁广场50%以上的人流、65%以上的车流均来自苏皖鲁豫周边城市。”邵勇认为,进一步推动文旅体商深度融合,还可以从打通资源整合堵点、协同管理提供服务等方面精准发力。

以票根为依托,“苏超”创造出“1元门票带动7.3元周边消费”的乘数效应。全力激活“票根经济”,代表委员积极建言献策。省政协委员、市文广旅局副局长侯德志建议,在新一轮“苏超”比赛期间,可以“票根+”打通消费入口,撬动即时

消费,以“苏超IP+本土文化”双轮驱动,放大传播势能,并打造“赛事+多业态”复合场景,把足球热度转化为全域消费增长,让“跟着赛事游江苏”成为深入体验江苏文化的新风尚,实现文化价值与经济价值的双向共赢。

省政协委员、致公党连云港市委主委薛艳丽建议多部门协同开展票根经济的活动策划、方案制定、组织实施和管理等,鼓励知名商圈成立“票根经济”联盟,从“卖单品”转向“卖生态”,变“头回客”为“回头客”;策划主题性票根活动,加大对票根文化周边产品的策划和生产。

省政协委员、民盟江苏省委专委会专职副主委冯泉认为,数据要素是链接赛事经济和文旅体商消费的关键抓手。他建议,探索数据金融创新,以数据精准驱动文体旅消费券发放;加快城市间“赛事经济联盟体”建设,整合城市群资源,通过大数据引导赛事经济、消费服务业的供需平衡,增强城市群“票根+”合力。

省人大代表、南通蓝印花布博物馆馆长吴灵姝认为,从“看一看、买一件”到“深度体验、系统理解”,随着文旅体商融合不断深化,大家对文化深度体验的需求不断增大。

胡建军委员:持续改善新就业群体就业环境

今年江苏省两会,江苏省政协委员、省委社会工作部部长胡建军在接受记者采访时介绍,目前全省长途货运司机、网约同城配送货车司机、网约车司机、网约配送员、快递员、网络主播等活跃新就业群体共160余万人,他们所遇到的一些急难愁盼问题也亟须社会的关注。

胡建军介绍,平台经济蓬勃发展,新就业群体不断壮大,吸纳了大量就业,为群众生活各方面带来了便利,为社会发展作出了巨大贡献。同时,他们的社会保

障、子女教育、住房、医疗等方面需求也需要社会的关注和保障。2025年,江苏围绕服务保障新就业群体,实施新就业群体暖心行动,省委社会工作部、省民政厅、团省委等多部门形成合力,围绕新就业群体工作生活的痛点难点问题,集成实施16条关爱举措,带来了实实在在的获得感。例如针对货车司机、网约配送员等群体长时间户外工作需要休息、喝水、充电等,整合党群服务中心、工会驿站、青年之家等现有资源建成1.3万余个新就业群体服务

阵地。平台经济因算法技术而兴,自然会把追求效率放在首位。快递小哥在道路上疾驰、外卖小哥在小区单元楼里狂奔……这些背后都是平台算法过度追求效率的“影子”。“追求效率一定要有合理的度,以合法、合规、人性化为前提。”胡建军介绍,江苏省委社会工作部把倡导平台算法“向上向善”作为重点工作,例如联合工会部门,与平台企业、新就业群体进行协商恳谈,收集意见建议,对时间预估、定价与收入等算法进行

优化调整。同时在线下,联合相关部门、属地推进“友好小区”等场景建设,例如南京推出了方便外卖小哥验证身份进入小区送餐的“宁新码”、在大型小区快速找到楼栋和单元门的导航地图等。

胡建军表示,通过各部门齐抓共管,线上线下多措并举,江苏将持续改善新就业群体的就业环境,为选择在这片土地生活、奔波的他们,创造更多的归属感、获得感、幸福感。

扬子晚报/紫牛新闻记者 张可/文 朱信智/摄

