

绿茵场外烟火升腾

“宿超”市集“点燃”消费新活力

本报记者 倪家乐 臧子青 李宇
见习记者 黄侯博

当绿茵场上的足球激情,与市集里的人间烟火撞个满怀,2025宿迁市“霸王杯”县区足球联赛(以下简称“宿超”)第五轮赛事便有了双重精彩。赛场内,球员们奋力角逐,带来巅峰对决;赛场外,一个个特色市集热闹开市,不仅为当地农户、商家搭建起产销对接的优质平台,更让球迷们在观赛间隙,轻松解锁“逛吃购娱”一站式体验,尽享赛事与生活交融的乐趣。

11月2日,泗阳县体育运动中心外的“桃源集市”人头攒动。泗阳县卢集镇镇北村党支部书记李永带着几位农户,将一筐筐秋桃整齐码放在展台上。清脆的果肉、清甜的果香,吸引许多球迷驻足。

“这些桃都是今早天还没亮就

下地摘的,就盼着把新鲜的桃送到大家手里!”李永拿起一颗秋桃向球迷介绍,镇北村“别样红”桃果基地占地140亩,眼下秋桃已进入采摘收尾阶段,再次参加“桃源集市”,一是想让泗阳、宿豫两地球迷尝尝本地的味道,为“宿超”赛事加把劲;二是借着集市的人气打开销路,帮农户增收,把“助农”落到实处。

除了农特产品,市集里的便民服务也备受关注。在博明眼镜视光中心展位前,数名球迷正在工作人员的带领下检测视力。该展位负责人胡玉珍介绍,他们是第一

次参加“桃源集市”,现场以视力健康检测为核心,为球迷尤其是众多小球迷科普眼健康知识。

“现在很多孩子容易忽视视力保护,我们希望通过这次活动,把专业的眼健康服务送到大家身边。”胡玉珍笑着说。

“桃源”好物借“宿超”出圈

市集“逛吃”乐不停

“第二现场”掀起观赛消费热潮

■ 本报记者 王艳坤

这个周末,宿迁的街头巷尾弥漫着足球的热力与消费的活力。当“宿超”联赛第四轮、第五轮比赛战火重燃,全市各大赛区同步开启19处“第二现场”观赛点,将绿茵场的激情延伸至商圈、景区,让市民在呐喊助威间畅享购物乐趣。

高清大屏+商圈联动
打造沉浸式观赛盛宴

11月1日,“宿超”第四轮比赛开始前,宿城区吾悦广场LED屏前已排起长队。商家提前备好的免费饮用水和小食被一抢而空。当比赛开场哨声透过音响传遍广场,人群间爆发出震耳的欢呼,加油棒敲击声、口号声裹着啤酒的清香弥漫开来。

“在这里看球比在家过瘾十倍!”带着8岁儿子观赛的张先生一手举着加油棒,一手护着桌上的炸鸡薯条。进球瞬间,孩子直接蹦起来抱住父亲的脖子尖叫。张先生晃了晃手中的票根笑着说:“刚问了,凭这个还能换杯鲜榨果汁,看完球再带孩子买双运动鞋,一举两得。”

同一时间,宿豫区万达广场的观赛点更显热闹。观赛大屏前,有人攥着手机录像,有人搭着同伴的肩膀呐喊。每当球员带球突破,人群就会集体前倾,屏住的呼吸在进球瞬间化作震天欢呼。不少人激动地拍着桌子,震得桌上的饮料杯轻轻晃动。

宿迁森迪野生动物世界的观赛点则藏着独特的温馨。家长带着孩子坐在草坪的野餐垫上,前方大屏播放着激烈赛事。进球后,5岁的萌萌举着加油棒喊“哥哥加油”。萌萌的妈妈趁机用手机拍下孩子又蹦又跳的模样,说:“既能看球又能遛娃,这个周末太完美了。”

票根变“通行证”,195家商户让利引爆消费热潮

如果说赛事是“第二现场”的引爆点,那商户让利就是点燃消费热潮的“助燃剂”。一张小小的观赛票根,成了市民解锁福利的“金钥匙”。

沭阳中央商场的一家火锅店内,服务员穿着印有“宿超加油”的围裙来回穿梭,手里端着招牌嫩肉片上,特意插着“凭票根赠送”的小旗子。“您好,您的嫩肉片来啦!”服务员边说边笑着放下菜,又快步走向门口引导新顾客,“从早上开门到现在就没停过,比平时周末多了三成客流,后厨师傅都在加急备菜。”刚出球场的王先生举着票根走进店,笑着和同伴说:“早就听说这里有活动,看完球正好来‘搓’一顿,感觉很划算!”

泗阳县哥伦布广场的“百汇食府”门前,排队的女张女士拿着票根和邻居聊天:“本来就是来凑个热闹看球,没想到票根还能用来打折,值了!”

景区的观赛点同样烟火气十足。宿城区牛角村欢乐田园度假区的入口处,工作人员正忙着核对票根,为游客办理门票折扣。“孩子玩得开心,我们看球也尽兴,还能享受门票优惠,太贴心了。”带着全家来游玩的刘女士说。

创新模式见证“文体商旅”深度融合

11月2日下午,宿豫区一处“第二现场”观赛点突然爆发出海啸般的欢呼。正在参与消费抽奖的李女士听到喊声,攥着奖券就往大屏方向跑,看到进球画面后激动地跳起来。“中了中了!刚抽中了50元餐饮券,现在又看到这么精彩的进球,今天运气爆棚!”她捡起奖券,笑着和家人击掌庆祝,“这种模式接地气了,既能感受赛场激情,又能享受实惠,我们全家已经把‘宿超’当成每周的固定节目了。”

宿迁市商务局相关负责人称,本次“宿超第二现场”创新采用“体育+商业+文旅”联动模式,19处观赛点覆盖商圈、景区、乡村等多个场景。“我们就是要让体育赛事走出赛场,融入市民生活,既搭建全民共享的观赛平台,又通过商户让利让市民得实惠,最终实现文体惠民与消费提振的双赢。”

夕阳西下,不少观赛点的大屏依旧亮着,球迷们的讨论声、商户的吆喝声、孩子们的笑声交织在一起。这股由足球点燃的热情,正顺着街头巷尾的烟火气,在西楚大地上持续蔓延。

将球传给群众,才能踢出世界波

■ 刘海

“宿超”在宿迁到底有多火?这个周末,各县区主场看台座无虚席——宿豫赛前紧急增设520个座位,沭阳涌入超万名球迷。场内人潮汹涌,场外也围满“站票”观众,栏杆边挤满炽热的目光。

“宿超”为何如此火爆?有人说,关键在于“真”:场上球员拼尽全力的“热血”,场下观众情不自禁的“热泪”。也有人说,得益于“动”:线上线下联动、城与城之间互动。这些诚然重要,但究其根本,“宿超”热度持续攀升的核心,在于它始终扎根“群众性”——让普通人成为真正的主角。

一项体育赛事的精神高度,不由胜负定义,而是由万千普通人的参与和共鸣所塑造。在“宿超”,球迷评价球队的标准不是“输不起”,而是最简单也最有力的一句:“拼就完了!”

于是,我们听见沭阳队憾负宿城队后,全场高呼“继续战斗”;看见泗阳队即使0:6落后,但球员仍在倒地后立即起身拼抢,令人心疼又动容;也发现个体户、学生、教师……不同身份的人同场奔跑,网友自豪留言“那是我邻居”。这不是专家点评,而是源自普通人之间最真实的情感共振。

不难发现,在“宿超”,足球精神不再抽象。球迷用掌声、呐喊与眼泪不断抬升赛事的精神海拔,球员用血肉之躯捍卫球场尊严——他们,都是群众。他们共同释放着对足球最本真的热爱。

群众喜闻乐见的,才最具生命力。“宿超”之火,既燃于绿茵之上,也燎原于舆论场中。宿城与泗阳的“牛角尖”vs“仙桃尖”、宿豫与湖滨的“藕霸对决”等趣味话题与短视频层出不穷,激发全民创作热情。

更可贵的是,面对网络的热浪,赛事官方展现出敏锐的感知能力与包容的姿态。从市级到县区的官方媒体主动“下场”,文旅“对歌”、互寄“家书”、AI动画……他们自觉使用“群众语言”,下场造梗、接梗、引导

梗,以真诚消解隔阂,以平等重构信任。在赛场之外,勾勒出一幅“从群众中来,到群众中去”的生动图景,将草根狂欢升华为一场官民共创的文化盛宴。

数据显示,“宿超”相关内容全网播放量已破亿次,其中抖音平台#宿超#话题播放量就超4000万次。

舆论的热度并非虚空回响。“虞姬”迎战“项羽”“双蟹之争”“酒妹”等戏称,顺势成为城市营销的“流量IP”。而“看宿超·游宿迁”文旅促消费活动,也带动全市“第二现场”经济升温。向球迷免费开放的15个景区,在赛事首周末接待量环比增长超过15.3%。“宿超”的外溢效应,正实实在在地转化为拉动文旅产业的“真金白银”。

这一切,也是一场官方与市民的“双向奔赴”。面对“座位少”的呼声,县区迅速加座;球迷想赛前逛逛,主场外市集便琳琅满目铺开;天气转凉盼口热的,现场姜茶立即奉上……“宿超”真正做到了捕捉、识别并回应群众的潜在需求,以高效服务打破文化、商业、旅游与体育的边界,将传统管理思维升华为以服务为本的治理智慧,真正把群众放在首位。当发展真正回应需求,一个小小的足球,也能踢出一片广阔天地。

场上奔跑的是老百姓,场外欢呼的也是老百姓。大家共同将“宿超”推向一场全民参与的大众事业。当群众真正成为赛事的主角、规则的评判者、文化的创造者、城市的共建者,当他们的故事、创意与需求被置于核心,足球,也便回归了它赖以生存的土壤——那蕴藏于亿万普通人之中,生生不息的文化力量与生活智慧。

“宿超”以最质朴的方式印证:体育的真正魅力,永远蕴藏在群众的眼眸里。“宿超”好不好?答案,早已写在宿迁儿女的笑脸里、呐喊里,以及栏杆外围满的人群之中。

在网友与媒体的评价里,“人民的‘宿超’”成为最高赞誉。这既是最大的肯定,也是前行的方向。

京东
又好又便宜

洋河股份
YANGHE

宿迁市霸王杯

汉匠坊

TSINGTAO 青岛啤酒

凤凰泉啤酒

中国电信
CHINA TELECOM

中国移动
China Mobile

5G+

JOYMILK 丽伴牧场

卡尔美体育
KELME

霸王 霸王茶姬

春绿 食用油

洋河特曲

苏酱世家

PICC 中国人民保险

ALPHARM 江苏阿尔法药业集团

陆地小飞机
LAND PLANE

轩尼斯门窗
中国航天事业合作伙伴

molten 摩 擦

九城物联
JiuChengWuLian

新豪轩门窗
SUNHOHI 酒店

桃州中学

吾器酷体育

爱康体检
AIKANG TIAN

中国燃油

中化
Sinochem

御膳绿康

酒都雄风 绿茵争霸

2025宿迁市“霸王杯”县区足球联赛

主办单位
宿迁市体育局 宿迁市新闻传媒中心 各县区人民政府 市各功能区委

承办单位
宿迁市传媒集团 各县区、市各功能区体育行政主管部门

宿迁市“霸王杯”县区足球联赛