

# 端午假期 18 萬名球迷涌入主場觀賽拉升文旅消費 “蘇超”破圈，“全民大賽”何以煉成

5月10日揭幕的江蘇省城市足球聯賽（簡稱“蘇超”），在剛剛過去的端午小長假迎來了第三輪較量。線下場均觀眾破萬，線上直播熱度飆升，超過18萬名球迷涌入各個主場城市觀賽，主場6個城市的銀聯异地渠道文旅消費總額增長14.63%……這場以“全民參與+城市榮譽”為內核的賽事，用一組組硬核數據，印證了一場真正“破圈”的群眾體育賽事是如何煉成的。

6月1日晚，作為聯賽第三輪壓軸大戲“蘇A蘇B大戰”的戰場，南京五臺山體育場座無虛席，近1.6萬名球迷打着雨傘、穿着雨披，觀賽熱情絲毫不受大雨影響。官方數據顯示，前兩輪聯賽場均上座人數達8798人，超過中甲、直逼中超。第三輪賽事熱度繼續攀升，全省6場城市足球對陣賽場場爆滿，一票難求，場均觀眾更是突破萬人。徐州場臨時將比賽場地換到當地最大的奧體中心，現場涌進22198名觀眾。

“蘇超”不僅是一場足球賽事，更是城市文化與地域認同的生動呈現。“為城市榮譽而戰”的賽事口號精準觸達了江蘇人的集體情感，吸引了資深球迷和普通市民的廣泛參與。在6月1日鹽城隊、淮安隊的兩強對決現場，專程帶孩子觀賽的鹽城市民李曉坦言，“上次看球還是大學時看2014年世界杯，這次特地來為家鄉隊加油，鹽城隊出場時全場喊‘加油’，我的眼淚都快掉下來了。”鹽城球迷孟天佑表示，“‘蘇超’太火爆了，身邊好多人因為看了比賽又重新燃起了運動熱情。”他專門購買了運動裝備，準備和朋友們組局踢球。讓



↑ 6月1日，江苏省五台山体育中心体育场“苏超”战火再燃。 吳俊攝

一個個普通市民成為城市最好的“氛圍組”，聯賽一舉激起民間參與熱情，在江蘇各地掀起體育熱潮。

江蘇一直是足球的熱土，這是“蘇超”成功的核心。江蘇省足協副主席王小濤提到，江蘇足球基礎扎實：5支男子職業俱樂部，青訓、體教融合為足球人才的培養打下基礎。徐州“村界杯”，蘇州、南京作為“全國足球重點城市”的民間熱度，為“蘇超”的火爆埋下伏筆。《2025年江蘇省政府工作報告》兩次提及足球，明確將城市聯賽作為文旅體融合新亮點，加快三大球振興發展。2017

年《江蘇省足球改革發展實施意見》提及2025年實現的諸多目標，包括擁有100所足球後備人才示範學校、3000所足球特色學校、4000家注冊業餘足球俱樂部、8000塊足球場地等。長期布局，久久為功，才有今天“蘇超”的開花結果。

江蘇把足球“玩出花”，讓競技賽事成為一場連接城市、展示形象、點燃文旅的盛會。5月31日，常州中華恐龍園剛開園就迎來衆多身着揚州隊球衣的遊客，“據說今天恐龍園裏有1萬個揚州人。”工作人員笑着核對門票，“憑身份證免票，我們請客！”這是常州市

文廣旅局聯合市體育局的“神操作”，端午假期對持有揚州身份證的遊客開放所有A級景區。“花10塊錢看球，省200塊門票”，僅假期首日常州就迎來6萬多名揚州遊客，小長假期間中華恐龍園景區共有10.6萬人入園，揚州人占比近半。

第三輪聯賽，常州、徐州、鎮江、泰州等主場城市紛紛放出“大招”，為前去觀賽旅遊、走親訪友的“對家”市民送上實實在在的節日優惠，涵蓋吃住游購等多方面。文旅聯動的威力立竿見影，鹽城靠“觀賽送鷄蛋餅”吸引萬名遊客打卡，南京以“門票+住宿+購物”觀賽優惠套餐帶動商圈營業額增長，淮安市推出文旅消費嘉年華，出示票根享受專屬消費折扣，賽事期間相關景區的遊客量比平時增長了30%。據統計，端午假期超過18萬名球迷涌入各個主場城市現場觀賽，主場6個城市的銀聯异地渠道文旅消費總額增長14.63%。“跟着賽事去旅行”，在場外帶動消費，促進交流。蘇州大學地方品牌化協同創新中心主任、東吳智庫副院長周永博將這種現象定義為“賽事杠杆效應”，“蘇超”打破了文體旅的產業邊界，“一場球賽帶動餐飲、住宿、零售等多個板塊，形成消費鏈式反應”。

“蘇超”的火爆證明，體育賽事與文旅產業的結合可以通過“小型化、區域化、全民化”的賽事設計實現破圈，文體旅融合的關鍵在于“以人為本”——通過激活市民的情感共鳴與參與熱情，將體育賽事轉化為城市發展的“超級連接器”。 吳雨陽

← 5月31日，一场专业龙舟赛事在南京玄武湖水上运动基地火热开赛，18支实力强劲的参赛队伍展开激烈角逐，营造出浓厚的端午氛围。 吳俊攝

中國江蘇

Jiangsu China

聯系電話: 0086-25-58680315

E-mail: xhww@xhby.net

欲知更多新聞，請瀏覽新華報業網（www.xhby.net），或掃描右側二維碼瀏覽中國江蘇網。

露營度假

5月31日，游客在鹽城市大豐區日出海灣景區露營，樂享假期。

計海新攝



## 香包用上 3D 打版技術，老虎鞋成為時尚單品…… 端午節年年過，老手藝年年新

作為中國首個入選世界非物質文化遺產的傳統節日，端午節寄托着人們美好樸素的願景。賽龍舟、包粽子、挂香包……這些流傳千年的非遺民俗，在當代匠人的巧思和創新中煥發新生。

### 傳統香包變身手機挂件

5月的潘安湖國家濕地公園湖闊景美、綠林成蔭，湖畔的王秀英中藥香包館裏，86歲的徐州香包省級非遺代表性傳承人王秀英坐在案前，將20多種中藥材填入綢緞，再綴上流蘇，不一會兒，一個小巧精致的香包便躍然掌心。

“端午節挂香包，是老祖宗傳下來的習俗。”王秀英說，香包裏面的中藥包括薄荷、當歸、艾葉、藿香、蒼術、菖蒲、白芷等，按照一定配比研磨成粉填入其中。而為了迎合年輕人的喜好，王秀英還特別研發了混合着桂花、玫瑰花、薰衣草的新式花香香包。

2020年，畢業於大連藝術學院的孫女孫歌英，對香包款式、花紋、工藝進行大膽創新，嘗試和遊戲公司跨界合作，並運用3D打版等技術將香包設計成鑰匙扣、胸針、手機挂件等，吸引不少年輕“粉絲”。

### 造龍舟成就億元產業

5月30日—31日，2025年江蘇省龍舟精英賽（興化站）在泰州水上運動訓練基地開賽。當一艘艘龍舟在水面上破浪前行，與之形成“共鳴”的是穿透雲霄的茅山號子——這傳承百年的號子調，將水鄉人勤勞堅韌的精神融入激昂的旋律中。

### 老虎鞋吸引時尚女性

南京市非遺代表性項目老虎鞋傳承人吳麗花的直播間裏，一雙雙經過改良的老虎鞋做工精美：有的點綴着晶瑩的珠飾，既保留傳統韵味又充滿時尚感；有的采用立體刺繡工藝，讓虎頭栩栩如生、虎虎生威。

吳麗花出生于溧水和鳳鎮駱山村，每年春節期間，村子裏都要進行舞龍表演。家家户户的巧婦都會飛針走線，為舞龍隊員趕制盛裝，為孩子們縫制五彩老虎鞋。隨着端午節的來臨，吳麗花積極動員社區擅長手工藝的婦女，利用農閑時節共同參與虎頭鞋制作。她將傳統平面綉法升華為立體雕塑藝術，讓虎頭活靈活現。如今，老虎鞋早已不是孩童的專屬，變身為時尚女性也可穿的單品。“老虎鞋從來不祇是鞋子。”吳麗花說，“它是祖祖輩輩用愛表達的美好祝願，更是中國人‘虎虎生風’的精神象徵。” 王慧

目前，木船制造這門古老的技藝也成為竹泓鎮最大的富民產業，年產值超



社區開展「童趣端午粽享快樂」主題活動。 濮端建攝

## 端午假期江蘇迎客超 1240 萬人次

據江蘇智慧文旅平臺監測：端午假期（5月31日0時至6月2日16時），江蘇省納入監測的644家A級旅遊景區、195個省級以上鄉村旅遊重點村、75家省級以上夜間文旅消費集聚區（含建設單位）、84家博物館和10家國家級旅遊度假區去重後共接待遊客1241.55萬人次，游客消費總額46.93億元，同比分別增長2.15%和0.20%。

銀聯商務數據顯示，假期前兩天，江蘇省銀聯渠道异地文旅消費65.57億元，同比增長1.5%；占全行業异地消費的35.10%，同比提高2.43個百分點；占中國文旅消費總額的10.80%，持續保持中國第一。

端午是中國民俗傳統節日，江蘇各地推出超1880項文旅活動，打造集非遺展演、民俗體驗、親子互動、音樂演出、文博展覽於一體的文化盛宴。盡管受到天氣影響，但游客為了一場演出、一場賽事而前往一地“打卡”的熱情並沒有減弱。市場呈現“非遺+旅遊”“親子+旅遊”“體旅+旅遊”三大亮點。

5月30日至6月1日，“水韻江蘇·家門口享非遺”常州站暨端午運河非遺“妙”會拉開帷幕，大運河龍舟賽、國潮非遺集市、國風非遺展演、龍過非

遺嘉年華、紫金獎“非遺創新設計賽”優秀作品展等活動持續上新。

5月30日至6月2日，2025“非遺生活薈”在南京市清涼山公園崇正書院舉行。“讀城”行動之“閱讀清涼山”、青年非遺群展、精品非遺市集、非遺潮玩局、沉浸式演藝等內容板塊，帶領觀眾沉浸式感受非遺傳承與創新的澎湃生命力。

大麥網數據顯示，端午假期江蘇省共舉辦584場演出活動，觀演人次28.7萬、同比增長352%，票房收入2.24億元、同比增長574%。

賽龍舟是延續千年的端午節文化習俗。假期期間，蘇州舉辦“北韻南風·運河端陽”2025吳地端午民俗文化活動，南京溧水、淮安裏運河、蘇州汾湖等地紛紛再現龍舟競渡的熱鬧場景。

飛豬平臺數據顯示，僅端午節當天，平臺上大型景區與主題樂園門票預訂量同比增長25%，其中“一價全包”、囊括吃喝玩樂服務的套餐商品預訂量同比大漲超140%。

假日期間，江蘇省共65家備案博物館延時開放，16家博物館開展主題夜游活動，除精品展覽外，不少博物館推出各類教育課程和研學項目。 付奇

### 三天迎客73.1萬人次，旅游消費5.9億元

## 文旅頂流涌動“江寧 style”

古都南京作為文旅“老頂流”，不斷吸引着各路游客打卡。如今，这股頂流裏正涌動着越來越濃的“江寧 style”。

3天迎游客73.1萬人次，旅游消費5.9億元！剛過去的端午假期，盡管天氣不佳，但亮眼數據再次刷新了南京江寧文旅的熱力值。

什麼是“江寧 style”？是牛首山上的一組組大片，是小村咖裏的一抹抹醇香，是蘇花路旁的一處處非遺，是百家湖畔的一群群潮人……是有名頭、有逛頭、有念頭的江寧範兒。

5月31日上午，來自廣州的陳華仁帶着家人興奮地走出禄口機場，開往牛首山的“專車”已在等候，“在網上刷到無數牛首山的照片，真得太好看了，一直想實地體驗下。前幾天正好看到機場到景區的直通車開了，立馬訂好票，下了飛機直奔牛首山！”

跟陳華仁“不謀而合”的人還有不少，這輛從“館門”開往“山門”的大巴坐得滿滿當當，大家都是慕名而來。牛首山自帶“熱搜體質”，目前在短視頻平臺上，其曝光量與上海迪士尼和北

京環球影城等國際知名IP不相上下。

“頂流”光環照耀的牛首山持續火熱，50公裏外的湯山音樂谷裏也是人氣爆棚。6月1日、2日，風暴電音節在這裏連嗨兩天，多位全球頂級DJ到場，讓樂迷們無與倫比。比起普通音樂節兩三百元的票價，電音節最便宜的早鳥票也要580元，但開售即秒光。兩天累計超過2.2萬名樂迷們盡情在音符間跳動。

“晚上蹦迪，白天還有國風秀，湯山真的懂年輕人。”家住鎮江的劉悅然早早就約好同學，這個端午到湯山過節。她口中的“國風秀”，是今年湯山旅遊度假區在陽山碑林景區新推出的明朝主題沉浸式演出。演出一面世就迅速出圈，為景區帶來巨大流量，“五一”假期5天的人流量已接近去年全年，端午3天人流量同比又增長超600%。

作為首批國家級全域旅游示範區，今年1—4月，江寧區共接待游客1354萬人次，旅游收入超130億元。5月剛公布的2025年全國市轄區旅遊綜合實力百強區，江寧區榜上有名。 季敏