

# 百天“苏超”为江苏消费经济注入强劲动能

今夏，“苏超”赛季仿佛打开了江苏民众足球情结的“开关”，成为江苏省全民关注的热门话题。据8月19日国家体育总局消息，单场上座超6万人，“苏超”已经带动江苏全域多场景消费380亿元（人民币，下同）。“苏超”赛场内外热度高涨，持续为该省消费经济注入强劲动能。

## 消费端：“泼天流量”带动全城狂欢

“苏超”的“钞能力”，首先在街头巷尾的小店中迸发。南京下浮桥板鸭店的张书平老板，深谙“蹭流量”的智慧。“你有票根，我送翅根；招牌素鸡，支持苏超！”一句接地气的口号，让这家老铺搭上“苏超”快车：不管有没有苏超门票，来看球、游玩的外地游客都慕名而来，盐水鸭日销量猛增；真空包装的鸭子飞向中国各地。这份借助赛事引流、用口碑沉淀客户的策略，是江苏各地小商家共享“苏超”红利的一个生动体现。

老字号玩出新花样，实力派企业则接住了“泼天流量”的考验。南京合谷科技信息技术有限公司是一家深耕文创近20年的“隐形冠军”，凭借为“苏超”设计的官方文创产品意外“出圈”。一捏即发出气泡音的球员玩偶，配上“我居然进球了！”的文案，精准戳中球迷的情

绪燃点。18款单品文创，仅七月单月出货量就突破一万件，热门款式屡屡秒罄。该企业运营总监武浩道破天机：正是情绪价值与顶级赛事IP的碰撞，催生了现象级的消费热潮。

8月17日晚，南京建邺区夜未央运动街区的七人制足球场成了“香饽饽”，球迷们踢完球便集体转战大屏观赛。该街区负责人感慨：“周边民众体育消费的热情比气温都高。”南京各处老牌景点和潮流商贸区，也挤满了准备看球和看完球还想逛街游玩的人们。

据南京商务局的统计数据，8月15日-8月17日，南京队主场比赛前后，覆盖该市全域的87个直播观赛“第二现场”，消费总客流达714.83万人次，同比增长13.03%；商品销售额突破40.44亿元，同比增长10.22%。

“苏超”在各地构建起了“核心赛场+全域消费”的立体生态。

## 产业端：从草皮到足球的制造升级

消费端的火热，沿着产业链向上传导，也在激活江苏制造的“足球基因”。根据数字物流平台运满满的统计数据：在足球收货量排行榜上，当前“苏超”积分第一的南通市高居榜首；在足球发货量方面，无锡、宿迁、南通三座江苏制造

业大市也成为主力军。一张以江苏为核心、辐射中国的足球物流网络因“苏超”而更加繁忙。

宿迁市泗洪景程体育用品有限公司负责人肖迎平透露，他们年产足球约200万个，其中八成出口欧美。“苏超”的火爆让肖迎平看到了中国市场的增长前景：“现在踢足球的青少年越来越多，整体氛围起来了，后续中国市场（足球消费）肯定会有明显提升。”他相信，“苏超”“村超”“浙BA”等赛事热潮，必将带动足球装备采购的提升。

与此同时，科技赋能则代表了产业升级的高度，江苏威腾体育产业股份有限公司是一家专业人造草坪研发制造企业，凭借革命性的“免填充”技术，这家位于无锡的企业成功站在了整个行业的风口。据介绍，该企业摒弃了传统人造草中污染环境的石英砂和橡胶颗粒，无需频繁回填维护，因此得以入选国际足联人造草坪创新计划。

该公司总经理张妍表示，“我们不仅为贵州‘村超’捐赠了价值近200万元的8000平方米草坪系统，还在‘苏超’火热之前就已支持了宜兴等地的场地建设。让人高兴的是，‘苏超’带来的足球热潮，正强力拉动中国市场对高质量场地的需求，带动整个产业链的升级。”她感慨，企业与赛事的“双向奔赴”，可不就是“苏

超”赋能实体经济的最佳注脚吗？

## 解码“苏超”赛事经济图谱

苏州领跑空调和风扇收货榜，南京是降温大冰块的最大“消耗者”；徐州在烧烤碳收货量上当仁不让，稳居江苏省第一；连云港作为海鲜“销冠”，收获量与外运量双双领先；常州每场赛事都牵动着全城人的关注，该市今夏消费力也强势跻身前列——不仅水果消费亮眼，牛羊肉与啤酒收货量均列江苏全省前三。

运满满的货运大数据显示，几个月来，“苏超”关联的“清凉经济”“看球伴侣”“球迷盛宴”等都表现异常活跃。

“苏超”的魔力也远不止于场内90分钟，“赛事+”的边界正在被不断拓展：“苏货嘉年华”联动江苏13市特色商品，实现“赛事流量”与“展会客流”双向转化；“苏超夜间消费地图”小程序、线上餐饮平台“苏超消费专场”、微信支付优惠活动，构建起线上线下全域联动网络；各地邀请外企高管和外籍人士观赛，则巧妙搭建“体育赛事+招商引资”的高效场景，提升城市国际化能级。

短短百余日，“苏超”已从一项体育赛事，跃升为驱动江苏消费与产业升级的超级引擎，江苏十三座城市的经济“联赛”也正渐入佳境。

唐娟 孙权 刘林



## 雨后南京云雾缭绕 宛若“天空之城”

▲8月12日，航拍大雨后的江苏南京城市景致，云雾缭绕宛若“天空之城”。（无人机照片）

决波 摄



## 霞光满天“扮靓”南京

▲8月18日傍晚，南京上空霞光满天，“扮靓”城市。

决波 摄

## 用美食、萌物编织“甜蜜网络” 无锡引才走“新”更走心

8月8日至10日，以“爱国奋斗·智创未来”为主题的2025太湖人才发展大会在江苏无锡举行。3天时间里，此间接连举办10场子活动，持续擦亮“无比爱才，锡望您来”的城市引才品牌。

地处长三角核心区的无锡经济总量稳居中国前列、产业实力雄厚，是中国民族工商商业发源地之一。一直以来，该市以“得人”为“兴市”之本，实施人才强市战略，致力打造人才集聚区；以政策为牵引，发布“强智聚才”工程实施方案及领军团队和人才、优秀青年人才等16个配套办法，统筹推进教育、科技、人才发展。

值得一提的是，在各地“抢人”的混战中，无锡跳出政策比拼的窠臼，用美食、萌物、生活礼遇编织出一张“甜蜜网络”，于细微处体现“人才友好”的氛围、用“有点甜”的独特配方赚足年轻人的目光，成为引才赛道的亮眼存在。

此前，无锡带着酱排骨、玉兰饼等20多道地方美食走进北京大学、清华大学等高校，通过学子的朋友圈完成“无锡味道”的软植入；在高考季为考生送上“糕粽”玩偶，寓意“高中”；在毕业季设美食市集，把城市温度藏进年轻人的关键人生节点，让味蕾记忆转化为情感认同。



▲太湖人才发展大会外场，无锡本地的文创产品集中展示。

孙权 摄

喝奶茶有优惠、购物有满减、看电影可打折……在生活礼遇方面，无锡向人才发放的“小甜券”颇有趣味。凭借这些“小甜券”，来无锡的青年人才“周周有券领，月月有优惠”。

目前，无锡已联合700多家商户打造“人才友好型商户”，让“小甜券”成为连接城市与人才的甜蜜纽带。下阶段，无锡还将绘制“人才友好消费地图”，让人才到此即可按图检索，处处都能刷出惊喜。

无锡的“甜”并非空中楼阁。2025太湖人才发展大会开幕式上，无锡就以一系列硬核举措和创新服务，向人才递出橄榄枝，让各类人才到此创新创业更安心、工作生活更舒心、发展成就更称心。

比如，现场发布的无锡人才工作“总入口”中，人才招聘“总入口”可通过AI技术，实现来无锡的人才与岗位精准匹配；人才服务“总入口”聚焦人才关心的“关键小事”、打造全天候“线上管家”；人才宜居“总入口”能让人才公寓、青年驿站、购租房补贴等宜居信息触手可及。

从舌尖的香甜到心尖的暖意、从萌物的治愈到政策的扎实，以“甜”为钥，无锡这座“地表第二强地级市”证明，比起“我有多好”，“你懂不懂我”才是更高明的引才密码。据悉，截至今年6月，无锡全市人才总量达230万人、高层次人才达19.2万人、高技能人才达58.68万人。

孙权 唐娟



## 南京文博场馆迎来参观热潮

▲8月19日，江苏南京，游客在大报恩寺遗址博物馆门前拍摄照片。正值暑期旅游旺季，博物馆成为民众感受历史的“第二课堂”。

决波 摄

## 江苏高邮聚力打造“五只虾” 助力乡村振兴

2025年高邮大虾产业技术创新发展大会暨高邮大虾美食推广季启动仪式8月17日在江苏高邮举行，高邮市市长郑志明在会上说，“我们坚持‘生产+生态’并重，开辟富民新赛道。‘好水养好虾，好虾卖好价’，‘养大虾、赚大钱’，着力打造生态大虾、美味大虾、品牌大虾、富民大虾、效益大虾‘五只虾’。”

高邮自古便是美丽富饶的鱼米之乡。走进高邮、感知高邮——看湖光水色滋养出的生态画卷，品一只大虾串联起的产业振兴。历经30余年发展，高邮大虾产业已形成从种苗繁育到饲料生产、生态养殖、精深加工、品牌营销的完整产业链，养殖面积近9万亩，占中国1/5、江苏3/5，总产量3万余吨，年养殖产值15亿元（人民币，下同），全产业链产值超40亿元。现有养殖户3000余户，从业人员近7万人，人均收入超5万元，亩均纯效益常年稳定在3300元以上。可以说这是一个名副其实的富民产业。

当前，高邮大虾产业蓬勃发展，同时又处于转型升级的关键阶段，如何把握机遇、破解难题，实现高邮大虾产业高质量发展？高邮市农业农村局局长孙玉林在会上解码高邮大虾产业的生生不息之路——高邮坚定生态化、园区化、科技化、品牌化、融合化“五化”发展思路，聚力打造生态大虾、美味大虾、品牌大虾、富

民大虾、效益大虾“五只虾”，助力乡村振兴。同时，高邮加快推进一季虾到四季虾的转变，通过创新养殖方式、农产品深加工开拓新品等方式，让餐桌上四季有高邮大虾。

高邮大虾不仅是大自然的馈赠，更是高邮人民勤劳智慧的结晶，从养殖到餐桌，从产业到文化，它承载着高邮的生态之美、产业之兴与民生之乐。至目前，高邮大虾已获评“全国罗氏沼虾养殖标准化示范区”、国家农产品地理标志、国家级“高邮大虾”良种场、“数丰1号”新品种、中国生态大虾之都、国家农业产业强镇、中国农业农村部“三品一标”典型案例等8项国家级荣誉。同时，高邮大虾获得江苏省农村综合性改革试点试验、江苏省高质量发展示范园等多项国家级、省级重大项目，开辟了“生态致富”新赛道，成就了“点绿成金”新传奇。

“今天的活动，既是推动高邮大虾产业技术创新发展的交流会，也是以‘高邮大虾美食推广季’为主题，加快释放市场消费活力的动员会。”郑志明表示，高邮将以本次活动为契机，加快推动“上下游”连接更加紧密、“一二三”产融合更加高效，让池塘里的“致富经”接入“大市场”，让多样化、品质化、差异化的消费潜力在高邮持续迸发，以“一虾先行”引领“诸业并进”。

朱晓颖 崔佳明

## 长江下游江豚自然繁殖持续向好

江苏省生态环境厅8月13日公布近期开展的长江江苏段全线长江江豚种群调查情况：长江下游“江豚乐园”生态屏障多点开花，长江江豚自然繁殖持续向好。

长江江豚是国家一级重点保护野生动物，也是评估长江禁渔效果和生态健康状况的重要指示物种。2022年，长江江豚普查数据显示，长江江豚种群数量呈现历史性止跌回升，达到1249头，相比2017年的1012头，增加23.4%，保护成效初显。

长江下游是长江江豚的重要栖息地。今年8月4日至10日，江苏省环境监测中心组织多家单位，采用船只目视

调查法，开展今年第三季度长江江苏段全线长江江豚种群调查。调查历时7天，航行里程超860公里，共观测记录到长江江豚34群次、超百头次，与2024年同期观测结果基本持平。

数据显示，长江江苏段“江豚乐园”持续发挥生态屏障作用，监测人员在南京江豚保护区、镇江豚保区等核心区域均观测到超过20头次江豚活动。在张家港常阴沙江段，调查人员发现了20头江豚集群巡游的壮观场景，这成为该调查中长江江豚单群次数量最大的观测记录。

特别是在此次调查中，监测人员清晰观测到8对母子豚同游的珍贵画面。

监测人员认为，8对母子豚的观测记录，是长江江豚自然繁殖持续向好的关键信号。幼豚数量是评估种群健康与繁殖潜力的核心指标，如此高频次观测到母子豚，证明长江下游江苏段江豚栖息环境质量改善、种群繁衍态势良好，证明长江十年禁渔工作、水域污染治理、栖息地修复、航运生态管控等举措卓有成效。

监测人员还采集了环境DNA水样，将在实验室开展系统分析：通过技术手段，精准定位江豚潜在分布区，绘制更完善的长江江豚活动热点图谱，为针对性保护策略提供科学依据。

朱晓颖