

新聞熱話

這個夏天，「蘇超」（江蘇省城市足球聯賽）以席捲全網之勢成為現象級頂流。「足球搭台，經濟唱戲」，「蘇超」的火爆出圈，為江蘇13個城市帶來了瀟天流量，極大的推動了當地的城市、文旅的發展。其中，「贛超」是繼「蘇超」之後，熱度最高的地方性足球聯賽：2.5萬張門票1分鐘售罄，累計售票與商務票總量達3.5萬張，單場吸引40582名球迷觀賽……江西多家大型商超、街區、城市中心廣場等開展線下觀賽活動，利用室內外大屏進行直播，精心打造「第二現場」，構建夏日觀賽新場景，讓球迷們共襄足球盛宴，釋放澎湃內需動能。

大公報記者 黃慧江西報道

目前，全國已有多個城市舉辦了和「蘇超」類似的足球聯賽：7月12日，2025年哈爾濱首屆城市足球超級盃在哈爾濱冰雪大世界星光足球場火熱開賽；同日，2025年江西省城市足球超級聯賽（簡稱「贛超」）戰火點燃；武漢的「漢超」於8月16日開哨；湖南的「湘超」定於9月至12月舉行……

據悉，「贛超」的前身為已連續多年舉辦的江西省足球超級聯賽，這一次加入「城市」二字，正式將賽事命名為江西省城市足球超級聯賽，主題定為「以球之名，為城而戰」，讓足球成為傳播城市文化、弘揚體育精神、促進體育消費的載體。同時，江西鼓勵各設區市結合「贛超」賽事開展形式多樣的體文旅商融合活動，以賽事為平臺，打造成全民參與的足球嘉年華，形成「賽事+文旅+消費」的全新賽事生態。

本次贛超聯賽突出群眾性，參賽隊員均為業餘球員。他們平均年齡23歲，其中六成是學生，四成球員職業包含中小學教

師、廚師、的士司機、鐵路職工、私企負責人、國企員工和公務員等。江西省足協常務副主席、秘書長王賢敏介紹，從參賽陣容看，贛超更像各地青訓實力的比拼場。

充滿鄉土氣息的嘉年華

賽制方面，與蘇超單循環賽制不同，贛超賽事採用了「分區對抗+交叉對決」的分階段複合賽制。11個設區市隊伍分南、北兩個賽區，賽事分兩個階段進行。第一階段南、北賽區分別實行主客場雙循環的積分賽制，積分多者晉級；第二階段由南、北賽區排名前四的隊伍進行主客場交叉淘汰賽，兩回合進球多者晉級，這就使得比賽變得更加刺激，從而保證了競技性與觀賞性。

吉安球迷羅啟昀表示，「如果說蘇超是氣勢恢宏的交響樂，那麼贛超則像一場充滿鄉土氣息的嘉年華。」他說，誠然，贛超尚有提升空間。聯賽初期的部分場地條件、轉播質量、球員技術水平曾引發討論，與成熟賽事相比確有差距。作為一名球迷，他渴望看到更精彩的競技和更專業的運營。足球通過贛超這樣的平臺，正從單純的競技場，蝶變為凝聚城市、激活經濟的紐帶。

「為家鄉加油」不再僅是口號，而是化作了熙攘的消費場景與可感知的城市脈動。

帶動文旅消費 景區客流量增65%

隨着「贛超」開賽，萍鄉市經開區推出50萬元餐飲消費補貼政

▼8月10日，贛州主場對陣撫州的比賽吸引40582人觀賽，刷新了江西足球單場觀賽人數紀錄。
大公報記者 黃慧攝

蘇超火爆 賽事

贛超接力 輪番上演



「贛超」激戰正酣，比賽兼具競技性與觀賞性。圖為8月10日贛州對陣撫州的比賽現場，「加油」聲浪隨着戰況變化此起彼伏。



門票半天售罄，賽場外的泰和烏雞展銷攤前排起長隊，開賽首日銷售額破300萬元；全縣酒店入住率超80%，景區遊客量同比增長65%，42%是為球而來的外地人。

策，並舉辦贛超美食節。萍鄉市滙豐投資有限公司商業資產運營部部長徐宇飛介紹，賽事舉辦為經開區帶來了大量人流和商業機遇，這次消費補貼不僅是提振消費的舉措，更是培育賽事經濟生態圈的起點。吉安泰和縣主場賽事期間，4000張

▶贛州球迷為球員們加油助威。



「複製」蘇超 因地制宜

• 蘇超火爆引得全國多地效仿，業內人士認為「複製」的同時，還需因地制宜

統一協調治理

- 省級層面的「總控台」統一協調賽曆、票務、安保、交通、醫療等環節
- 同時確保城市場館、交通承載力及票務供給與觀眾需求匹配

持續內容產出

- 「蘇超」的網絡梗和公共記憶是一次性爆款，難以長期續航
- 需從「蹭熱點」轉向本地化敘事（如城市榮譽、地方文化），提供持續的劇情張力和觀賽理由

落地消費轉化

- 票根經濟需通過可核銷、可追蹤的文旅權益體系實現乘數效應，而非僅靠低票價或折扣促銷

大公報整理

先有足球文化 後有足球水平

特稿 贛州市融媒體中心記者余書福一直關注贛超。在他看來，贛超的生命力在於純真。

令他尤為印象深刻的是，泰和體育中心的簡陋近乎赤裸，僅一側有看台，還是露天的。7月26日晚，吉安VS贛州，賽前一場瓢潑大雨，讓泰和體育中心的人工草坪瞬間變成「水球場」。

簡陋場地也能迸發動人魅力

然而簡陋並非寂寥，球場的柵欄外層層疊疊的圍觀群眾，與場內看台上8878名球迷的聲浪融為一體，構成了一幅動人的足球文化圖景。這種場景讓人想起早年農村的鄰里溫情：誰家有喜事，眾人傾情捧場；

誰家有好物，來者皆不落空。

余書福說，放眼世界足壇，真正的足球文化從來不是靠金錢堆砌出來的。英格蘭的低級別聯賽中，同樣有許多設施簡陋但氛圍火爆的球場。這些球場之所以能延續百年，靠的就是當地社區對足球的執著與熱愛。贛超聯賽若能保持這種草根的純真，必定會引發更多人的關注，燎原之火也會越燒越旺。

足球運動的本質是快樂，是社區凝聚力的體現。贛超聯賽的火爆證明，只要給老百姓一個展示熱情的舞台，簡陋的場地也能迸發出最動人的足球魅力。這或許正是中國足球最需要補上的一課：先有足球文化，後有足球水平。當每個城市都有自己的「足球節日」，中國足球的春天還會遠嗎？

海外華文傳媒齊聚長沙 探討中國故事國際表達

【大公報訊】記者姚進、王凱輝長沙報道：8月26日，「海外華文傳媒合作組織」第15屆年會將在湖南長沙召開，全球37個國家和地區的84家華文傳媒高層120人應邀參會。同時，「打造全球研發新高地、大學生創業集聚地——2025全球華文媒體高層湖南行」大型採訪活動也將正式啟動。8月25日，海外華文傳媒代表陸續抵達長沙，準備參會。

本次年會由海外華文傳媒合作組織和香港大公文匯傳媒集團主辦，以「五湖四海匯三湘 聯結互鑿通大同」為主題，年會將圍繞跨文化傳播的挑戰與策略、全球傳播與新媒體機遇及中國故事的國際表達等方面進行探討。

「打造全球研發新高地、大學生創業集聚地——2025全球華文媒體高層湖南行」大型採訪活動於8月26日正式啟動。採訪活動由湖南省委宣傳部主辦，海外華文傳媒合作組織和香港大公文匯傳媒集團聯合主辦。8月26日至30日，參會代表將分赴長沙、岳陽、張家界等地，以參觀考察、實地訪談等形式近距離了解當地的經濟社會發展、風土人情和歷史傳統，為湖南加快建設「三高四新」美好藍圖提供輿論支持。

據了解，這是近年來湖南舉辦的最大規模、最高規格的海外媒體集中參訪活動。

海外華文傳媒合作組織成立於2009年，香港大

公文匯傳媒集團是主席單位。目前，組織中緊密合作的成員媒體超過120家，主要來自美國、加拿大、德國、英國、法國、荷蘭、意大利、羅馬尼亞、匈牙利、日本、韓國、馬來西亞、泰國、菲律賓及港、澳、台等40多個國家和地區，既有傳統媒體也有新媒體，基本覆蓋了海外華人華僑的主要聚居地。合作組織曾先後在北京、加拿大多倫多、菲律賓馬尼拉、馬來西亞檳城、印尼雅加達、泰國曼谷、澳門、吉隆、東莞等地舉辦研討會及年會。

大文集團還通過組織內的合作媒體出版30多個海外版，總發行量超過200萬份，成為海外華人華僑和當地民眾了解中國成就最主

要的信息渠道。

長沙「四個全球」定位推動科創

2023年6月，湖南省委、省政府提出「將長沙打造成為全球研發中心城市」的戰略目標，明確「功能布局基於全球、研發任務源自全球、研發資源來自全球、研發成果用於全球」的「四個全球」定位，為長沙擘畫了一條通向具有核心競爭力的科技創新高地的奮進路徑。

截至今年5月，長沙市各類研發機構總數達3823家，其中2023年9月以來新增1796家，基本實現翻番；各類國家級創新平臺達152家，增長25%；2024年在全球研發城市排名中升至第23位，較上年度分別上升9位、11位；國家創新型城市綜合排名躍升至全國第9，取得歷史最好成績。

2024年9月，湖南省委書記沈曉明發出「歡迎全球大學生來湖南創新創業」的誠摯邀約。今年以來，湖南推出「七個一」措施，打造政策、基金、大賽「三位一體」的創業扶持體系，設立了5.05億元的大學生創業投資基金，舉辦「金種子杯」大學生創業大賽，以實實在在的「乾貨」舉措和「真金白銀」的資源支持，讓「大學生背上雙肩包就可以到湖南來創業」的願景逐步變成現實。



▲海外華文傳媒代表陸續抵達湖南長沙，準備參會。

大公報記者王凱輝攝



▲九江球迷乘坐「贛超球迷專列」，前往鷹潭看贛超比賽。