



“苏超”火了，火得令人猝不及防。一场业余球赛，前三轮场均上座率媲美职业联赛，抢球票全靠手速，线上浏览量以亿计，江苏省城市足球联赛成为一场“现象级”全民狂欢。

泼天的流量正在变成“留量”和“增量”，从相关文旅消费数据看，综合经济效益相当可观。擅长市场思维、主打一个赛事经济算大账的“苏大强”，正将“苏超”变成整个江苏的推介引流大会。

“人文经济”的好球

“比赛第一，友谊第十四”、“南哥”之争、“太湖三霸”变成“太湖三傻”……全国人民不管看不看球，过去半个月几乎都刷到过这些梗。

作为一项地区性赛事，“苏超”5月10日开幕时还默默无闻，却仅用不到一个月就火遍全网，被网友们捧成“超”字辈——足球圈的“顶级”待遇。

又是草根赛事，又是足球，从贵州“村超”到江苏“苏超”，都火了。火得似曾相识，却又各火其火，火火与共。

“苏超”前三轮18场比赛观众共19.57万人，最高一场22613人，逼近中超联赛前13轮场均人数(24371人)。第三轮6场比赛的线上观赛人次突破1700万。在多地宣布启用更大球场后，票房无疑将再创新高。

目前，各大社交平台含“苏”量超标，不少体育平台还为“苏超”设置专区，就在英超德甲“隔壁”。银联商务数据显示，端午节假期前两

天，江苏省异地文旅消费揽金65.57亿元，占全国文旅消费总额的10.8%；据美团旅行数据，端午节后的3日~8日，江苏省景区预订量同比增长305%。

从“村超”到“苏超”，火的逻辑很相似，都是以体育搭台，让文旅唱戏，促经济发展；都是满场欢呼，满屏点赞。

也各有各的火法。从村里到城里，从西南山区到东南沿海，人文特色不同。因此多彩贵州的“村超”凸显民族文化、村味农趣。而在“散装江苏”的“苏超”中，“十三太保”等老梗，在官媒主动下场并“伙同”自媒体、网友二创后，玩出“没有人情，只有事故”“没有假球，都是世仇”的新梗。懂的都懂，不懂的现在也懂了。



一个是村寨的聚会，各个民族齐欢乐；一个是城市的较量，齐心协力搞“对抗”。无论是群众主创还是政府主导，都深深扎根于当地人文底蕴中，都把球踢到了老百姓心坎里。

也只有接地气、聚人气、扬文气，才能不断踢出“人文经济学”的好球。

文旅局长笑哈哈

“苏超”第三轮适逢端午节期间，排名垫底的“十三妹”常州又因乌龙球负于扬州。网友们在津津乐道“常州终于有龙了，叫乌龙”等热梗时，意外发现三连败的常州竟是本轮最大赢家！

比赛前两天，主场作战的常州就放了“大

招”：全市A级旅游景区对持扬州身份证游客免门票。以“看球”为引，以赛事为媒、文旅为核、服务为桥，常州在各大景区推出丰富活动、扬州游客专属通道等“宠粉”操作，把网络流量变现成文旅增量。

这是一次赛事引流与节日叠加的精准卡位。短短三天时间里，常州共接待扬州游客15万人次，中华恐龙园、淹城春秋乐园、淹城野生动物园等景区单日扬州游客占比超过一半。“吃瓜群众”们惊呼，输麻了的常州其实“赢麻了”，“体育局长的委屈，都化作了文旅局长的笑容”。

其他五个主场城市也没闲着。南京结合“票根经济”，为持票观众提供长达前后一周内的指定场景优惠；镇江对客队宿迁市民免费开放景区……数据显示，第三轮6个主场城市的银联异地渠道文旅消费总额增长14.63%，远高于同期的全省数字。

第四轮比赛于14、15日举行，尝到了甜头的各地持续发力。连云港、南通均针对所有持“苏超”票根的观众推出免门票、餐饮交通优惠等政策。扬州市5日宣布，所有主场比赛日所在的周末，国有收费景区将对省内其他12市市民实行日间免费入园。

在一个经济强省的城市联赛中，那些榜一之争、美食PK和“拉客”大战当中，实则蕴藏着各地市不甘人后的精神面貌和市场活力。

扬州市文化广电和旅游局副局长戴斌说，“十三太保”你追我赶一家亲，都希望持续将赛事流量转化为社会经济发展的增量。

体育局长不委屈

散装江苏，集体破圈，借着体育搭台搞经济的本事为何这么整齐划一？对此文旅局局

长和体育局局长们的回答可能会有些“凡尔赛”：“无他，但手熟尔。”

“手熟”是江苏各地多年来文旅旅深度融合的结果。近年来，体育赛事拉动消费、带动经济的多元功能不断凸显，作为体育大省，江苏每年要举办100多项全国以上级别的体育赛事，可要打好体育牌，办赛只是第一步。

江苏省体育局局长陈少军直言，除了少数赛事，多数赛事的本身是亏钱的，但办赛要算大账，“大账在于拉动效应、城市品牌”。

一场赛事办得值不值，要看融得好不好。中国街舞联赛已经连续多年在南京门东历史街区举办，拉动街区营业额明显上涨，“明城墙下跳街舞”成了“金字招牌”；无锡马拉松每年吸引大量外地跑友，今年在餐饮、住宿、交通、旅游、展厅销售和会展服务等方面共产生经济效益5.05亿元……

回到“苏超”，虽然刚开始不久，但已有业内人士估算，预计全年带动消费将以亿计。最近一周，竞赛组织方江苏省足协、赛事运营方江苏省体育产业集团和各地市都有了“幸福的烦恼”——找过来想赞助、谈商务合作的太多了，“忙不过来，根本忙不过来”。

“城市品牌”则更具长尾效应，“苏超”中，无论是淮安和扬州的“淮扬菜正统之争”，还是南京与无锡的“盐水鸭”对决“水蜜桃”，无论是花果山所在地连云港与吴承恩老家淮安的“西游”德比，还是徐州与宿迁的“楚汉争霸”，满满历史典故，全是特产风物，成功擦亮城市特色名片。

“苏超”不仅踢了场好球，还拉着十三个地市齐齐上大分。

从这个角度看，体育局局长们不但不用委屈，还可以骄傲一点。



“艺术乡建” 赋能乡村振兴

吴学安

据6月24日《珠海特区报》报道，曾经闲置的农房石屋，摇身一变成成为展示乡村之美的艺术窗口。在珠海市金湾区三灶镇横石基村，一场精彩的“空间魔术”正在上演。6月23日，“笔绘新农村助力百千万”乡村画展开幕。横石基村8栋长期闲置的传统石头屋经改造后蜕变为充满艺术气息的画廊，为金湾区深入实施“百千万工程”提供了“艺术+乡村”的创新实践样本。

当艺术邂逅乡村并逐渐引领乡村振兴，将大众传播中趋于扁平化的“田园”“山水”“古村落”等要素变得鲜活起来，一些乡村一改往日萧条之景，拥有了立体、丰富的新形象，从而实现传统村落自然美与人文美的回归。

艺术乡建可以互相借鉴、互相呼应，近年来，越来越多的艺术乡村在各地涌现，传统风貌与艺术活力交融为乡村塑造带来了更多可能。实施艺术赋能乡村振兴战略，借助艺术之手助推农村环境美化、产业发展、文化繁荣和文明提升则是取得乡村振兴进一步突破的有效途径之一。

鸡犬相闻，荔枝花开。走进珠海横石基村石屋画廊，共75幅油画、水彩作品陈列其间。来自珠海市美术家协会的25位艺术家深入村落，以画笔提炼横石基的山海风光、淳朴民风与独特民俗。碧海蓝天、嶙峋礁石、古朴民居与劳作的渔民……从日常生活



在黄海之滨的盐城市射阳县，有一个白手起家，既没稳定资金来源，又无专业演艺人员的文艺社团——射阳县淮剧协会及其所属群英艺术团，和一个热爱淮剧、尽心竭力的“领头人”，五年来，他以一名党员对非遗淮剧艺术传承的使命与担当，先后自费50多万元，组织淮剧“票友”送戏下乡250多场、举办乘凉晚会200多场，观众达10多万人次。他就是盐城市射阳县淮剧协会会长邓正祥。

邓正祥自幼酷爱文艺，他拜师学过民乐笛子、二胡，14岁时成为学校乐队的“多面手”。中学毕业后入职海河轧花厂，邓正祥自然也就成了企业里的文艺骨干。那时，他虽也曾按照老师和领导要求有板有眼学唱过京剧样板戏，但其内心真正喜欢的还是唱腔婉转细腻，带有地方独特乡音韵味的淮剧。多年拼搏，孩子成家，年龄渐长，邓正祥身上所深藏着的淮剧“基因”被激活，他不仅成为县城淮剧“票友”乘凉晚会中的常客，而且还慷慨解囊资助组织者持续举办乘凉晚会。久而久之，邓正祥与众多淮剧“票友”结下深厚的友谊，也在实际行动中赢得众多“票友”的认同。

起源于苏北里下河地区，被列入省级、国家级非物质文化遗产名录的淮剧，其原名门叹词、秧歌调，又名江淮戏，是一种古老的地方戏曲剧种。经常参加淮剧票友活动，使邓正祥想着让淮剧非遗艺术在新时代重现光芒。仅靠淮剧票友，自发在县城季节性搞几场乘凉晚会，对于传承和弘扬淮剧非遗艺术远远不够。

“老邓，你既懂得淮剧又擅长管理，不如就牵头成立一个什么组织，把我们这些淮剧爱好者聚



邓正祥登台演唱



群英艺术团在表演现代淮剧

邓正祥：在淮剧的土壤里热情演绎

郭开国

集在一起，正常开展活动，那该是件多好的事情?!”有人向邓正祥提出建议。一位票友当即喊出：这个组织名称就叫“射阳县淮剧协会”。

2020年1月10日，“射阳县淮剧协会”举行揭牌仪式，裔小萍、梁锦忠、陈芳等淮剧界众多名家专程前来庆贺，并登台演出各自的“拿手戏”。

“协会仅有块牌子哪行！还得抓紧找到能正常活动的场所。”肩负会长重任的邓正祥，考虑到协会作为社团组织，既没有政府财政拨款补助，又没有向会员收取会费，自己不声不响以每年3万元的租金，租下两间厂房装修一新，并配置了桌椅、灯光、音响、舞台，从而让协会有了活动阵地、会员有了自己的“家”。2024年7月，这“家”因房东另有用处不再续租，邓正祥只得腾出自家百余平方米的厂房，又开辟改造出一个新“家”，仅装修布置花费就达6万多元。另外，他还拿出2万多元，为协会置办了一批新服装、新道具。

邓正祥在运行中越来越认识到，协会若仅仅满足于自娱自乐，就很难在淮剧非遗传承和弘扬上发挥出应有的作用。为此，他与一班人商定，以淮剧协会会员为基础，出资成立可登台演出的“射阳县群英艺术团”，为会员们面向社会、走上舞台、唱响淮剧、弘扬非遗创造条件。

邓正祥做事认真细致，不论在城市还是乡村，不论活动规模大小，每次组织排练和公开演出，他都身体力行、严格要求、注重细节，确保演出质量和效果。为适应现代观众欣赏方式，他还大力推动淮剧与新媒体结合，组织会员拍摄短视频、网络直播演出，不遗余力扩大传播力、影响力，持续开展丰富多彩的文化惠民活动，在潜移默化中传承和弘扬淮剧艺术。

对戏剧艺术来说，人才是根本，观众是基础。邓正祥采取“选优才、名家带、舞台练”等办法，全方位、高水准培养优秀演员。他以协会名义聘请淮剧艺术研究造诣较深的老“票友”，担任艺术团顾问；持续组织会员开展“大家唱、众人演”活动，鼓励大家轮流登台，从中择优选取所需“人才”，先后培育出沈志广、朱素梅、蔡红、蔡中梅等在“唱念做打”上较为出色的演员。在此基础上，他邀请省、市淮剧名家，面对面作示范，手把手作指导，着力提升演艺人员的艺术素养和表演技巧，为艺术团培养优秀的“台柱子”和骨干力量。

传承弘扬淮剧艺术，自然离不开对《珍珠塔》《金殿认子》《秦香莲》等众多优秀传统剧目的反复推介与演出。邓正祥棋高一着，他精心组织排演传统优秀剧目，深入城乡巡回演出，满足中老年淮剧观众需求，引导青少年热爱传统淮剧艺术，同时把顺应新时代、创作新剧目摆上重要议事日程。他每年都要委托县内外知名编剧、作曲、导演，量身定制，为射阳县淮剧协会及艺术团编排出两三部扬正气、树新风的小戏、小品节目，形象生动地向社会传递正能量。

有付出就有收获。几年来，邓正祥在组织淮剧“票友”尽情演绎传统优秀剧目的基础上，独家编排上演的《我家男人是书记》《工地一角》《守住咱的养老钱》《我家有个廉内助》等新戏，不仅在县内城乡巡演中受到热烈欢迎，而且还应邀远赴阜宁、滨海、盐城和南京等地演出，所到之处好评如潮。更为可喜的是，这些新戏还连续三年在全市优秀文艺团体“百团大战”中取得优异成绩。淮剧小戏《我家有个廉内助》，在2025年全市优秀群众文化团队“百团大战”比赛中，积分名列前茅。