

体旅上大分,“苏超”火出新高度 赛事流量激活文旅消费新生态

近期,夏日的江苏大地,绿茵场上的激情与文旅市场的热度交相辉映。自5月开赛以来,江苏省城市足球联赛(简称“苏超”)以现象级热度席卷全省并在互联网传播中辐射全国,不仅吸引18万球迷涌入主场城市观赛,更以“体育+文旅”的创新模式,直接拉动省内景区预订量暴涨超300%,南京盐水鸭、南通早茶等地方特产搜索量激增,各地文旅部门推出的“门票+餐饮”“门票+景区”套餐成为消费新爆点。



经济均衡与文化张力 从“看球”到“体验城市”的链式反应



▲图源:“南京文旅”视频号截图



▲图源:“宿迁文旅”公众号

苏超的火爆已溢出球场,形成“一人观赛,全家旅游”的消费链条。端午期间,6个主场城市异地文旅消费总额同比增长14.63%,其中常州、盐城、泰州增幅超20%。具体来看,电商平台涌现“苏超”专属页面,周边产品涵盖服饰、配饰、家居用品等。一款以南京文化符号“盐水鸭”为主题的帆布袋,券后单价19.5元,4天销量突破2000单;针对“太湖三傻”(苏州、无锡、常州)的调侃,文创团队推出以大闸蟹、小笼包、

恐龙为原型的系列产品,无锡版冰箱贴成为社交平台热门单品。南京、盐城等地推出的球迷服销量破千,登顶足球服新品榜。

同时,“散装”美食也与赛事形成共振。江苏各地美食借赛事热度迅速破圈,比如南京队战胜无锡后,盐水鸭搜索量周环比暴涨74%,相关套餐订单增长58%;南通队4:0大胜泰州,早茶搜索量单日激增367%;盱眙小龙虾、徐州烧烤等因球迷互动成为“网红美食”,搜索量分别增长61%和197%。更有趣的是,高邮咸鸭蛋因谐音梗“加油蛋”卖至脱销,将地方特产与赛事IP深度绑定。

此外,根据银联商务数据显示,端午假期苏超主场城市景区预订量同比增长305%,常州恐龙园、盐城湿地等景区接待量显著提升。各地推出的“观赛+旅游”套餐成为爆款:南京“青奥球场观赛+夫子庙夜泊秦淮”套餐3天售罄,苏州“奥体中心看球+拙政园听昆曲”组合带动景区客流增长200%。无锡鼋头渚景区增设“足球元素花境”,徐州云龙湖推出“环湖骑行+观赛”路线,年轻游客停留时间从2天延长至3.5天。

而观察其底层逻辑,不难发现,江苏13个地级市GDP均进入全国百强,区域内“最弱”的宿迁市亦在全国排名第69位,经济差距仅为5.7倍(苏州GDP为连云港的5.7倍),远低于广东深圳与云浮的28倍。这种均衡的经济生态,为13个城市提供了平等对话的基础,也让每个城市都具备承办专业赛事的能力——全省13个地级市均拥有专业级体育场,为赛事落地提供了硬件保障。

更深层的动力来自文化基因的激活。“散装十三太保”各地历史文化差异显著:徐州与宿迁的“楚汉之争”、南京与南通的“南哥之争”,以及苏南与苏北的饮食文化对峙,构成了独特的地域张力。苏超巧妙地将这种“内斗”转化为“共荣”的行为艺术:常州输球后为对手开放40家景区,淮安球迷以“海内存知己天涯4:0”调侃比分,用自嘲式幽默消解对抗,实现了竞技与文化的平衡。



▲因“一票难求”,苏州动用了江苏唯一满足国际足联比赛要求的专业足球场 图源:新华社



全民参与与地方“整活” 从赛事运营到城市营销

苏超当下的成功出圈离不开“政府搭台+市场运作+民众参与”的三方联动机制。65%的球员来自快递员、教师等非职业群体,打破精英壁垒,增强大众参与感。

更值得关注的是,各地文旅部门借势推出花样翻新的“引流”策略。比如,常州在端午期间对扬州游客开放40家景区,三天接待10万人次;连云港宣布9月底前,球迷凭购票记录可享受22个景区、14家酒店的优惠;扬州推出“瘦西湖免费入园+温泉体验”套餐,吸引客队球迷。这些政策不仅提升了城市美誉度,更形成“互相导流”的良性循环。

于此同时,江苏省文旅厅立刻推出“苏超文旅通”小程序,整合赛事信息、景区门票、酒店预订等功能,一键生成“赛事+住宿+餐饮+景点”的最优路线。例如,杭州球迷输入“6月15日无锡比赛”,小程序自动推荐“融创施柏阁酒店+鼋头渚夜樱套餐+地铁直达赛场”方案,实现“一站式”服务。

赛事期间,各主场城市同步举办“城市文化周”:南京展示云锦、金箔工艺,苏州搭建“苏式雅集”表演评弹,无锡穿插“紫砂壶制作体验”,让传统文化以年轻



▲以赛事促消费是“苏超”的一大特色 图源:常州发布

化方式“破圈”。这些活动不仅延长游客停留时间,更将赛事转化为文化传播的窗口。

针对于“加快培育旅游业发展新动能”这一议题,中国旅游研究院院长戴斌表示,面向“十五五”时期,推动旅游业高质量发展还需要有效解决旅游发展不平衡、游客满意度不够高、发展动能不够新、市场主体不够强、居民获得感不够多等问题,在旅游业发展规划体系中,必须围绕这些问题部署一系列针对性的举措。其中,培育科技新动能,鼓励文化、体育、交通企业等开展跨领域的“+旅游”服务,为游客创造更多的文化体验新空间和旅游消费新场景是下一步各地文旅需要抢占的高地。

(资料整合自:新华社、人民网、江苏省部分地区文旅发布)



▲扬州的瘦西湖、个园、何园等21个国有收费景区对其他12市的市民实行日间免费入园 图源:扬州发布