

## “苏超”：推进城市文化建设的一记“好球”

求是杂志社文化编辑部、中共江苏省委宣传部联合调研组

11月1日晚,南京奥体中心体育场比过年还热闹,2025年江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)决赛在这里举行,在现场62329名球迷的见证下,泰州队战胜南通队夺得冠军。从不温不火到一票难求、从球迷自嗨到城市狂欢、从业余赛事到文化IP,今年5月以来“苏超”火爆出圈,成为全国关注的赛事话题、全网热议的传播现象、全民参与的文化盛事。

“文化是城市的灵魂”。城市的本质和基石在于文化,文化兴盛是城市发展的重要目标和追求。没有城市文化的繁荣兴盛,就不可能有城市的高质量发展,更不可能形成强大的城市竞争力和影响力。“苏超”以赛事为媒、文化为核,通过一只足球转动一座城市、一场赛事绽放文明风貌,为践行人民城市理念,推进城市文化建设,涵育市民文明素养,增强全面推进中国式现代化的精神力量,进行了有益探索。

### “苏超”如何进一步激活城市文化?

城市文化建设,离不开市民广泛参与和群众实践。体育运动拥有广泛的群众基础,承载和传播文化价值,是城市文化的有机组成部分。

在江苏,城市因“苏超”而沸腾。据统计,“苏超”176天、85场比赛,场均现场观赛人数2.86万人,累计吸引超243万人现场观赛,抖音、微博等平台“苏超”相关话题累计点击量达1041亿次。“苏超”以全新的理念和实践,在城市文化建设中掀起了一股“足球旋风”。

**搭建了城市文化建设崭新平台。**大型群众性体育赛事不仅是竞技的舞台,也是文化交流的舞台,更是主办城市展示城市实力、自然景观、人文历史的窗口。“苏超”开赛以来,极大浓厚了全民足球氛围,球场上65%的球员是来自各行各业、多个年龄段的足球爱好者;看台上不仅有年轻观众,还有几岁的幼儿、七八十岁的老人,80%的观众是不懂“越位”为何物的新晋球迷。广大群众跟着赛程看“苏超”,茶余饭后谈“苏超”,为运动员的拼搏精神鼓与呼,为城市荣誉而呐喊,精神状态、精神面貌更加昂扬向上。主流媒体通过图文报道、VR直播、无人机航拍等手段高频呈现赛事进程,同步展示城市的文化地标、民俗活动、非遗技艺等资源,形成“赛事+文化”的叠加传播效应。大众体育赛事为推进城市文化建设提供了新思路、新渠道、新抓手,赛事举办期间的社会关注度、市民的体育热



2025年11月1日晚,“苏超”决赛在南京奥体中心体育场举行,吸引62329名观众到场观赛,刷新中国业余足球赛事上座纪录。图为“苏超”决赛现场。 江苏省委宣传部供图 万程鹏/摄

情、围绕赛事创作的文艺作品,以及体育盛会  
对市民精气神的提升等,都极大促进城市文化  
建设。

**点燃了城市文化建设强劲动能。**体育赛事  
是提升城市文化知名度与美誉度的优质文化沟  
通载体,对文旅消费具有很强的撬动作用。体  
育赛事的成功举办及配套的文化活动能够吸引  
各地大量游客,加速文旅产业深度融合,带动文  
化消费场景创新,形成“赛事场馆—文化街区—  
旅游景区”的联动发展格局。江苏省文化和旅  
游厅负责同志介绍说:“‘苏超’把日益增长的赛  
事流量转化为范围更大的消费增量,其流量转  
化的背后就是文旅体商的深度融合。”短短几个  
月时间,江苏以赛事为纽带,完善“赛事引流—  
文旅变现—发展升级”机制,先后推出5大类50

多条跨区域主题旅游线路产品,配套举办2800  
余项特色活动。全省充分用好“一张票根”的长  
尾效应,以“小票根”串起“大文旅”,推出景区首  
道门票免费等优惠措施1800多项和便民服务  
近500项,全方位打造“看球+出游”、“看球+美  
食”等多重沉浸式体验,让球赛“曲终人不散”。  
据统计,“苏超”期间全省纳入监测的文旅场所  
共接待游客5.18亿人次,游客消费总额达  
2279.81亿元。“苏超”把特色文旅活动融入赛场  
内外,让文旅消费持续欣欣向荣,城市文化建设  
更具澎湃活力。

**丰富了人民群众精神文化生活。**体育在丰  
富人民群众精神文化生活、促进人的全面发展  
方面,发挥着不可替代的重要作用。大型群众  
性体育赛事营造了具有开放性、包容性的公共

文化空间,聚合了大量富有地域特色的文化活动,让众多参与者不仅收获竞技的乐趣,更感受到城市的温暖与文化的魅力,感受到阳光、健康、激情、活力,有效释放社会情绪压力。作为有别于职业赛事的群众性足球联赛,“苏超”将竞技体育的精彩角逐升华为城市文化的生动表达,营造的是“快乐足球”氛围,呈现的是“百姓节日”盛况。比如,苏州赛区在开场环节安排“江南四大才子”创意表演,连云港赛区以海鲜美食、西游文化、智能互动工具、文旅体商联动机制等将体育与地域特色无缝融合,扬州赛区设置“非遗市集”,等等。整个赛季,“苏超”上演了一幕幕“造梗”、“玩梗”、“斗诗”、“斗歌”的场景。许多网友表示,“苏超”几乎承包了这个夏天所有的快乐。扬州市体育局一位同志对此深有感触:“赛事期间,大屏喊话、K歌斗诗,让更多民众变身成为互动内容的共创者,在体育精神与娱乐精神的双重带动下,城市活力显著提升。”“苏超”观照人们的精神需要、文化需求和情感体验,在共情共鸣、带来快乐的同时赋予人们积极向上的正能量,成为群众参与其中、乐在其中的文化盛宴。

### “苏超”在哪些方面创新城市文化?

城市文化是城市现代化的根基,也是城市发展的重要动力。提升城市现代化水平,需要在继承和发展历史文化的基础上,促进城市文化不断推陈出新,提升城市文化内涵。“苏超”创新城市文化表达,将体育运动变身为城市文化建设的鲜活载体,城市荣耀升华为对城市精神的广泛认同,澎湃“流量”转化为推进城市文化建设的宝贵“留量”,在体育叙事与城市叙事的

交融中重构江苏城市文化软实力的生成逻辑与表达形态,持续壮大主流价值的影响力,培育与时偕行的文明风尚。

**塑造城市精神。**城市精神厚植于历史演进的文化积淀,融通于城市发展的时代要求,形塑于烟火升腾的百姓生活,对内能够凝聚城市人心,对外可以树立城市形象。习近平总书记高度重视体育运动对人们精神面貌的重要作用,早在福建工作时就深刻阐明,体育工作“是精神文明建设的重要组成部分,是凝聚民族精神奋发向上的事业”。“苏超”作为顶流赛事、文化盛事,展现出热爱生活、勇敢追梦,团结友爱、守望相助,顽强拼搏、百折不挠的精神。许多网友说,在“苏超”赛场上,没有躺平,唯有真刀真枪的拼搏;没有懈怠,只有你追我赶的拼抢。这种精神,以一场场赛事、一次次文化传播,深度融入城市精神肌理,塑造了积极向上的城市精神内核,实现文化软实力从“形态建设”到“内涵提升”的全面进步。对一座城市来讲,可见的是地区生产总值的增长,可感的是精神的拔节生长,需要提炼具有引领力、感召力、传播力的精神标识,用城市精神塑造城市鲜明形象、打造城市特色品牌,以精神高度彰显文化力量,以精神刻度标注美好生活,在高质量发展中推动人的全面发展。

**增进文化认同。**文化认同是最深层次的认同,回答的是个人或群体如何从文化身份上界定自身、标识自我,是对自身能否归属于某个文化集体的认知判断、情感联结、价值认可。同时,文化认同是具体的而非抽象的,不同群体的文化认同体现方式是不一样的。体育赛事是强化城市文化认同与凝聚力的重要纽带,在其举办过程中,城市文化特色通过多元载体深度呈

现,激发市民的情感共鸣与价值认同,形成文化向心力的聚合效应,人们通过增进地域城市文化认同进而增进对中华文化的认同。“苏超”为城市文化提供沉浸式展示场域,历史文脉、非遗文化、民俗风情等元素通过队徽、球衣设计以及赛事口号、中场表演、配套活动等得到立体呈现,既保留了城市特色,又通过赛事实现文化展示展演,强化了文化认同的集体记忆。同时,赛事成功举办所带来的城市荣誉感,有效激发市民的文化自豪感与归属感。在“散是满天星,聚是一团火”的足球竞技和文化氛围中,江苏“十三太保”经历了一次由文化符号与城市形象重新编码所带来的认同嬗变,实现了“文化展示—情感共鸣—实践参与”的良性互动,进一步筑牢了城市文化凝聚力的根基。

**涵养文明新风。**城市是文明的“容器”、道德的“熔炉”。城市文明既体现为城市外在的颜值与形象,也彰显出城市内在的气质与风骨。2025年7月召开的中央城市工作会议指出,“着力建设崇德向善的文明城市”,“提高市民文明素质”。“苏超”是城市文明的实践场,从球员到球迷、场内到场外、线上到线下,合演一场全民共振的“文明接力赛”,不仅有“比赛第一,友谊第十四”,也有“比赛第一,文明并列第一”。场均几万名观众按票入座、礼貌观赛、有序助威、丝滑散场,离场时带走垃圾、分类投放,实现“无论输或赢,人走场干净”的“无痕观赛”,主客队球员相互关爱、球迷相互加油,展示向上向善、开放包容的时代风貌。任何时候,城市文明都不只在于摩天大楼的高度,更在于市民日常生



火爆出圈的“苏超”,有效激发了城市文化认同与文旅消费活力。图为2025年6月29日,市民和游客在南通市环西文化广场观看“苏超”比赛直播,感受赛场火热激情,乐享夏夜足球盛宴。 江苏省委宣传部供图 刘荣根/摄

活的温度。一言一行皆风景，一举一动见文明。城市文明建设需要以社会主义核心价值观为引领，融入日常、践于平常，让人民群众成为文明培育、文明实践、文明创建的主体，着力形成与现代化相匹配的文明规范、文明秩序、文明伦理、文明形象，为中国式现代化提供源源不断的文明力量。

**激发文化创造。**城市在经济社会发展中发挥着重要的动力源和增长极作用，是各类要素高效流通的关键枢纽，也是最具文化创新创造活力的沃土。看一座城市的文化建设，关键是要看创新创造的活跃度，激发创新创造活力是推动城市文化繁荣的必然要求。“苏超”为文化创意提供广阔舞台，从创新竞赛组织、商业合作、文旅融合与志愿服务，到积极运用数字化技术，开发更多契合观众需求与赛事情绪的产品，将单纯的“观看比赛”升级为全方位的“参与赛事”，构建了一个有温度、高黏性的品牌生态，实现从现象级“爆款”到“经典IP”的跨越，演绎出一城一故事、一城一精神的文化景观。激发文化创新创造活力，需要立足新时代伟大实践、顺应信息技术发展潮流，以系统思维催生文化供给的新群体、新组织、新模式，以互联网思维推动文化与科技深度融合、同向同行，让一切创新创造源泉充分涌流，更好担负起新时代的文化使命。

### “苏超”对城市文化建设有什么启示？

新时代以来，我国城市文化建设成就显著，同时也面临诸多新情况新问题，比如，一些城市重硬件、轻软件，投入大量资金建设场馆，但缺乏优质文化内容和有效组织，导致文化空间和

文化服务供给不足，文化成为城市活动的“悬浮物”；一些城市文化认同度、公众参与度不足，群众成为文化活动的“旁观者”；等等。2025年7月召开的中央城市工作会议强调，“以建设创新、宜居、美丽、韧性、文明、智慧的现代化人民城市为目标”，“大力推动城市结构优化、动能转换、品质提升、绿色转型、文脉赓续、治理增效”。落实中央城市工作会议要求，建设人民满意的城市，文化发挥着重要作用。“苏超”的火爆出圈及其引发的诸多文化现象、产生的跨界连锁效应，为推进新时代城市文化建设提供了深刻启示。

**城市文化建设要适应新的时代特征，满足群众新的文化需求。**人本质上就是文化的人，不仅追求物质条件、经济指标，还要追求“幸福指数”；不仅追求自然生态的和谐，还要追求“精神生态”的和谐。现代化的本质是人的现代化，新时代城市文化建设关键要提升人民的思想境界、精神状态、文化修养。当前，我国社会主要矛盾发展变化呈现新特征新要求，人民对于优美人文环境、优质文化服务、优质文化活动的期待更为迫切，日益呈现多样化、多层次、个性化的特点。“苏超”的成功，就在于顺应新时代群众对健康生活、多元文化、参与体验的新需求，敏锐地捕捉到了人们对文化认同、社会交往、情绪价值的强烈渴望，将传统体育项目与现代传播手段、时尚元素、休闲生活方式相结合，提供的文化产品更加符合当代审美、契合群众需要。深入推进新时代城市文化建设，要坚持需求导向，服务于人的全面发展，深入挖掘地方历史文化、地域特色资源，适应数字化、智能化发展趋势，打造具有独特魅力、能与人民群众产生“灵魂链接”的城市文化产品，让人民群众在城市生活得更方便、更舒心、更美好。

**城市文化建设要尊重人民主体地位，激发群众参与热情。**城市是居民生活共同体，居民是城市文化活动的主体。广大居民以各自的智慧和能力，在各自的工作和生活中不断创造出新的城市文化成果，体现城市生活的各种观念和感受。建设现代化人民城市应当更加注重以人为本，让人民群众共建共享。“苏超”被誉为“人民的足球”，倡导“全民参与+城市荣誉”，没有鲜亮的明星代言，没有巨额的出场费和广告赞助，没有高昂的票价门槛，把参与其中的经济成本、时间成本、情绪成本都降到了普通群众完全能接受的程度。习近平总书记指出，“城市是人民的城市，人民城市为人民”。深入推进新时代城市文化建设，关键要坚持着眼于人、落脚于人，让群众自己“点菜”、自己“下厨”、自己“品尝”，把群众的文化智慧激发出来、文化潜能释放出来，让城市文化在人民群众更积极的文化参与、更主动的文化创造中生根发芽、永葆生机。

**城市文化建设要与经济社会发展互促共赢，实现双向奔赴。**推进中国式现代化，文化既是重要目的，也是重要支撑。习近平总书记指出，“推动高质量发展，文化是重要支点”。从一些发达地区的发展实践看，现代化程度越高，文化发展要求就越高，文化对发展的贡献度也越高。“苏超”是江苏经济社会发展到一定阶段的产物，2024年江苏地区生产总值超过13万亿元，各地市发展相对均衡，基础设施完善，社会治理有效。正是基于这种现实条件，“苏超”得以成功举办，同时为建设“强富美高”新江苏，在推进中国式现代化中走在前、做示范，注入新动能。特别是持续把文化作为一种复合型创新要素融入经济活动，既有13座城市“各美其美”的文化张扬，也有“美美与共”的经济互荣；既有对

人文禀赋的坚守，也有对现代经济的拥抱，诠释了文化与经济社会发展的双向奔赴，堪称新时代人文经济学的生动样板。深入推进新时代城市文化建设，要统筹以文化人、以文惠民、以文润城、以文兴业，将文化建设融入经济社会发展全局，在推动文化繁荣发展的同时，更好以文化赋能经济社会发展，让文化与经济社会发展相互协调、相互促进。

**城市文化建设要形成合力，实现政府、市场、社会协同共建。**中国式现代化不仅要有更加自觉的文化建设，还要有更高效能的文化治理。新时代城市文化建设必须强化系统观念，始终坚持党的全面领导，充分调动各方面资源和力量，注重综合施策，绵绵用力、久久为功。“苏超”将政府引导、市场发力、社会参与高效协同，政府积极做好顶层设计、政策支持、平台搭建和秩序维护，媒体、企业等通过直播、文创、传播等方式提供优质产品和服务，俱乐部、社区志愿者团队等积极做好公共服务，打出一套“组合拳”，汇聚起有为政府、有效市场、有序社会的强大合力。深入推进新时代城市文化建设，需要进一步创新制度机制、拓展渠道载体，更好把各方面活力激发出来、把各方面力量拧成一股绳，全面提升文化领域治理能力和水平，不断提升现代化人民城市的文化软实力和影响力。

2025年“苏超”已经落幕，然而终场哨响并不意味着赛事的结束。“江苏13市，友谊1314”，那些奔跑的身影、震天的呐喊、飞扬的激情，深深刻进每个人的记忆。这一深受群众喜爱的赛事早已超出了单纯的体育范畴，展现了有力量的群众参与、有味的文化互动、有温度的城市认同，成为一记推进城市文化建设的“好球”。