



# 凝聚城市力量的“精神财富”



如果问,2026年春天,烟台哪里“气氛组”最拼?答案不在livehouse,不在网红打卡地,而在齐鲁超赛烟台主场——场上,这里是11人的追逐拼抢,在烟台,它变成了一座城的“团建”。

4月25日,金都招远体育场,2026年山东省齐鲁足球超级联赛烟台队主场迎战东营队。这不是一场普通的球赛,这是一场全城“上分”的集体行动。口号“仙境海岸,好运烟台”不只是贴在广告牌上的标语,而是被上万人喊进骨子里的BGM。

还记得去年9月20日晚,22138名观众挤爆烟台体育公园。看台上,旗帜招展、人声鼎沸。“战斗,烟台队!”“烟台队,加油!”落后时,歌声没断过;赢了球,欢呼声能掀翻屋顶。一位老球迷说:“17年了,我们等的不是一场胜利,是一个可以大声喊‘我是烟台人’的机会。”

而今,当擂鼓声又响起,这一场“球”,蓄势待发,不仅是绿茵场上的竞技较量,更成为每一位市民再次释放足球热爱、凝聚城市力量、拥抱生命力的栖息地。

赛场,从来都是精神力量最直观的演绎。烟台队队员们来自各行各业,其阵中多名从青训体系及驻烟高校选拔出的年轻球员,将在此次大赛中迎来爆发。一名年轻球员说,“踏上这片土地就感受到了责任”。这份责任与使命,将引领他们在

赛场上全力以赴地奔跑,迎难而上地拼抢,永不言弃地坚守。生命力,就是在挑战中坚守,在较量中成长。

赛场上还有“第十二人”,作为烟台队的忠实拥趸,观众席里有专业球迷,有抱着孩子、全家出动的年轻父母,还有举着自制灯牌、扯着嗓子为家乡球队加油的大学生,他们的热血声浪为烟台而战,他们挥舞的是永不熄灭的激情,更是烟台人与这座城市之间深沉而滚烫的情感联结。

赛事从不止于赛场。赛场之外,是精神力量的共鸣。烟台主场筹备工作一启动,“我妈的烧烤店要当赞助商”“5000元就能上车,丰俭由人”就火遍朋友圈,网友评论:“每位市民都可以为城市做点贡献”。招远精益求精升级体育场设施,整合“金、泉、山、海”四大特色,推出了一系

列专属礼遇和赛事包,从观赛到“吃住行游购娱”,全链条暖心服务,让每一位来客感受到金都的热情与温情。

这就是烟台的“团魂”:不靠动员,靠动力。“齐鲁超赛”的意义,也早就不在比分板上。这份自上而下的热忱,是“政府亲民、上下齐心、全民参与”,是烟台持续推动文旅融合、促进消费发展以及打造文体旅项目的厚积薄发,是城市凝聚力和自

豪感。

踏上“十五五”新征程,烟台正按照山东省委、省政府赋予的建设绿色低碳高质量发展示范城市和打造先进制造业强市、面向东北亚的陆海物流枢纽、新能源集聚区的目标定位,加快构建以先进制造业为骨干、现代服务业为支撑的“三级五集群”产业发展新格局。

这些目标定位,其实和临门射门是一个逻辑:拼到底,让人们看到我们努力的样子。赛场上团结协作、奋勇拼搏的精神,正在渗透到工厂、工地、社区、学校。它像一束光,点亮了烟台的精气神,让“足球力”转化为城市发展的“强劲力”,照亮了“仙境海岸·品质烟台”的深厚底蕴与澎湃活力。

4月25日,这里有烟台的速度,有烟台的温度,更有烟台的态度。愿这绿茵场上的生命力,化作城市力量,一条心,一齐喊,才是最燃的“超能力”。

YMG全媒体记者 慕溯

## 一张球票 一件球衣 一场联赛

“苏超”背后万亿级产业版图透视

### 1 “苏超”球衣上的13座城

新赛季,苏超13支球队的新战袍在南京首次集体亮相。新赛季比赛服由阿迪达斯上海创意中心与江苏各地共创打造,世界杯官方比赛用球成为“苏超”赛事专用球。世界级品牌为一个省级业余联赛定制专属设计——放眼世界足坛,此景难觅。

那一晚,每一件球衣都在说话。南京队主场,融入世界非遗“南京云锦”,苏州主场藏了园林窗棂的红韵,无锡队的“水蜜桃粉”将江南的温婉与坚韧织进衣襟,徐州队的赤霄出鞘,宿迁队的飞虹掠影……13件球衣,13张城市名片。主场比赛服统一采用中式立领——一个收束的弧度,将东方美学变成结构,将13座城市缝合成一个共同体。

“苏超”的底气,源于江苏13座城市均衡而深厚的产业格局。2025年,江苏13个设区市全部进入全国GDP百强,5座城市经济总量过万亿元。苏州以2.77万亿元GDP领跑;南京软件业务收入突破万亿元;无锡全市未来产业规模突破1400亿元;常州新能源产业规模突破万亿元;南通船舶和海工产业分别占全国1/10、1/4;盐城GDP突破8000亿元;扬州与镇江分别在高端装备与新材料领域加速起势;泰州生物医药产业链持续壮大;连云港装备制造制造业产值同比增长12.1%。

“聚是一团火,散是满天星。”江苏省统计局数据显示,2025年江苏实现地区生产总值14.2万亿元,同比增长5.3%。全省高新技术产业产值占规上工业比重达52.1%。在2025中国制造业企业500强中,江苏有54家企业上榜。

### 2 赛场上的智造路演

4月11日晚,2026赛季“苏超”在常州奥体中心雨中启幕。揭幕战常州队对阵南通队的比赛,现场涌入40832名观众,人数逼近场馆满座上限。来自苏州的具身智能企业携200台四足机器狗与90台人形机器人组成两个表演方阵,在持续降雨中展示高动态动作。

不只有机器人。苏州企业清听声学研发的“声燃”系统已在“苏超”主场投用,64通道麦克风实时采集全场声音信号,将呐喊转化为大屏上实时跳动的“燃力值”。“变色龙”AI全自动体育摄像机内置算力芯片,可一键生成精彩视频。这些技术全部来自江苏本土企业——一场足球联赛,成了“江苏智造”的集中路演。

赛场之外,江苏智造有着更权威的标尺。“灯塔工厂”被誉为“世界上最先进的工厂”,2026年1月15日,世界经济论坛公布最新一批“灯塔工厂”名单,全球23家企业入选,16家来自中国,江苏独占5席。至此,江苏“灯塔工厂”总数达20家,位居全国第一。值得关注的是,盐城悦达纺织成为全球棉纺织行业首家“灯塔工厂”,佛吉亚盐城工厂成为全球汽车座椅领域首家“灯塔工厂”,两家企业携手实现盐城乃至苏北地区“灯塔工厂”零的突破。全省累计培育国家专精特新“小巨人”企业突破3000家,国家级制造业单项冠军企业达292家。

### 3 一张球票撬动消费增量

回看上赛季数据:“苏超”现场观众累计突破243万人次,线上直播观看超22亿人次,社交平台话题播放量突破1000亿。1元门票撬动7.3元周边消费,银联渠道异地文旅消费达145.7亿元。一张球票,激活了一条文旅融合的产业链。

新赛季的热度有增无减。首轮4场比赛累计入场观众124264人,场均超3.1万人,整体上座率达100%。4月18日晚,第二周赛事徐州、宿迁、淮安三城主场同步亮相,三场比赛共吸引90387名观众到场。徐州队3比0完胜卫冕冠军泰州队,开场192名演员鱼贯而出,“汉高祖刘邦”披甲领唱《大风歌》。宿迁队2比0力克南京队,何润东身披战甲以“西楚霸王”形象空降球场。淮安队与扬州队1比1握手言和,飞天鲈鱼,气势如虹。

在“跟着苏超游江苏”主题活动中,江苏将联赛赛程与“五一”、端午、“全国暑期文旅消费季”等深度融合,联合携程、同程、途牛等头部OTA平台,进一步挖掘整合各地旅游景区、度假区及地方人文资源,重点打造100条跨区域主题线路产品,涵盖观赛+非遗、+演艺、+美食、+博物馆等多元维度,着力打造“苏超第二现场”和主题文旅市集,激发球迷游客体验消费、个性消费。

此外,江苏还推出特色配套服务,营造舒心暖心环境。“要用宠客服留住球迷,用优质口碑打动游客,确保球迷游客在江苏玩得顺畅、玩得欢畅、购得舒畅,切实把赛事流量接稳、接好。”江苏省文旅厅相关人士表示。

据新华社