

文化观察

11月1日,在南京奥体中心62329名观众的呐喊声中,泰州队捧起了苏超冠军奖杯。

这场持续176天的足球狂欢,不仅是一场体育赛事,更是一场席卷江苏全省的文化盛宴。赛场内外,各城市的非遗展示、特色美食、文创产品构成了一场全方位的“地域文化嘉年华”。

2025年堪称中国区域足球联赛的爆发元年。自“苏超”伊始,各省级城市足球联赛接续亮相。以城市为代表队,以业余球员为主角,以体育为表、文化为核的“城超”,无疑是最令人瞩目的区域文旅融合产品。而今,随着各大赛事渐次落下帷幕,这些扎根地域、融汇文化的区域文化赛事品牌,未来将带给我们什么?



6月28日,泰州市海陵区万达广场“跟着苏超游徐州”徐州文旅(泰州)推介会现场。

体育为表,文化为核

2025年“城超”的爆发之势是多方面的。

一是领头羊“苏超”的现象级热度。自5月10日开幕至11月1日决赛,“苏超”在176天的时间里创造了一组堪称神奇的数据:78场常规赛、7场淘汰赛,线上直播观看人次达20亿,各平台话题播放量近800亿次。而线下观赛人数更是突破243万人次,场均超过28万人次。决赛南京奥体中心的观众规模更是高达62329人,再次刷新了中国业余足球联赛的上座纪录。

二是同类赛事的现象级涌现。“赣超”“湘超”“川超”“渝超”“齐鲁超赛”……数据显示,2025年类似赛事的数量已达10个。而据预测,2026年这一数字有望突破20。

作为体育赛事与区域文化深度融合的产物,“城超”的破圈并非偶然,其最深层的动力来自对地域文化的创新性表达与传播。“苏超”巧妙地將13个城市的文化特色深度融入赛事肌理,使每一场比赛都成为城市文化的展示窗口:宿迁与徐州的“楚汉之争”不仅是球场对决,更是对历史文化的现代演绎;镇江与淮安的“醋文化PK”则将地方特产转化为球迷互动的趣味话题;南京与无锡的“盐水鸭对阵水蜜桃”之战,通过美食文化拉近了城市间的距离。

文化赋能的效果立竿见影。在赣州队主场,4万多名球迷合唱《十送红军》的视频全网播放量超2000万次,成功将红色文化转化为赛事的情感纽带。新余队主场迎战萍乡队的比赛间歇,《天工开物》主题舞剧让传统科技文化在绿茵场上重获新生。在抚州队主场,《我在牡丹亭等你》唱响浪漫旋律,为体育赛事注入了古典文学的美学意境。

体育为表,文化为核。恰如江苏省体育局副局长肖爱华所说,“苏超”之所以能引发如此广泛的情感共鸣,关键在于它“重构了大家对江苏的集体文化认同,那种‘为城市而战’的荣誉感,本质上是对家乡文化的自豪与坚守”。

地方文化赋予赛事灵魂,触动情感共鸣。新南京人严珩的经历颇具代表性。原本不懂足球的她,在“苏超”赛场找到了归属感。“那种为了我们的城市共同战斗的感觉,很过瘾、很自豪。”她说,“但更打动我的是在赛场看到的城市文化展示,这让我对脚下的土地有了更深的了解。”

赛事流量,消费“留量”

“城超”远不仅仅是一场场足球比赛,这

些区域足球联赛正成为地方文旅经济的新引擎。“苏超”期间,“1元门票带动7.3元周边消费”的杠杆效应明显,而这只是故事的开始。

更深层次的变化是,赛事正成为城市旅游的超级入口和催化剂。

江苏省统计局的报告显示,全赛季“苏超”带动旅游、出行、餐饮、住宿、体育场景合计实现服务营业收入379.6亿元。这一数字背后,是各城市将赛事与文旅资源的深度绑定——泰州将“早上皮包水,晚上水包皮”的早茶文化与主场赛事结合,推出“看球赛、品早茶、游凤城”的文旅套餐;苏州则将观赛与园林夜游、昆曲体验有机结合,让球迷的赛事之旅升级为深度的文化体验。赛事文化的本土化表达成为了赛事的核心竞争力。

文旅融合的创新模式在江西同样见效。通过设计贯穿整个赛季的主题旅游线路,江西让球迷可以追随球队脚步,深度体验不同城市的文化特色,将单一的赛事消费升级为复合型的文旅消费。“赣超”赛事期间,江西全省夜间消费总额同比增长30%以上,各赛区纷纷开发“足球+陶瓷文化”“足球+庐山旅游”“足球+婺源晒秋”等特色产品,使单一的观赛行为延伸为复合型的消费新体验。

从赛事流量到消费“留量”,一张小小的球票成为撬动亿万消费的支点。在大力推动消费场景创新、生态裂变的时代背景之下,“城超”的价值早已超越赛事本身,成为区域发展的崭新引擎和区域竞争的闪亮名片。

而光环之下,区域足球联赛在文化赋能与文旅融合方面仍面临可持续发展的挑战。其中最核心的问题是如何避免文化表达的表层化、碎片化。

据新华社观察,“苏超”后半程网络热度有所降温,部分文化创意开始出现同质化倾向。如何保持文化表达的创新性与深度,成为组织者面临的重要课题。

商业模式的可持续性同样需要文化层面的支撑。“赣超”虽然人气渐涨,但单纯的赛事赞助难以覆盖高昂的运营成本,亟需开发具有文化特色的衍生品体系,将文化影响力转化为实实在在的经济效益。

球员归属问题本质上也是文化认同问题。泰州市官方对“雇佣军”争议的回应,恰恰反映了“城超”联赛需要在本土文化认同与竞技水平提升之间找到平衡。从本质上讲,这不仅是球员籍贯问题,更是球员能否真正融入并代表城市文化的问题。

破圈之后,何以长红?

是昙花一现,还是一路“长红”?当城超

联赛渐次落下帷幕,关于其未来的想象不禁让人好奇。

确信无疑的是,2026年,区域足球联赛将迎来更多创新和变革。江苏省体育局竞技体育处处长许秋红表示,2026年“苏超”开赛时间将进一步提前,确保球迷在五一假期有球可看。如此一来,“苏超”就会对接上五一和十一两个假期,进一步释放消费潜力。同时,当地还拟在每个主场打造“城市文化主题日”,让球迷能够沉浸式体验城市的独特文化魅力。

“城市文化主题日”的提出,很容易让人想到榕江的“村超”。事实上,“村超”的发展历程,或可成为“城超”之鉴。

“为一场赛,赴一座城”,自2023年出圈以来,“村超”持续吸引全国各地游客,带动榕江县从脱贫县跃升为GDP百亿元。数据显示,常住人口不到30万人的榕江,2024年累计接待游客946.18万人次,实现旅游综合收入108.03亿元。2025年上半年,榕江县累计接待游客472.64万人次,同比增长12.68%。

“村超”何以一路长红?

文化赋能,强化“村超”特色。如今的“村超”,早已不单单是“贵州民族风情嘉年华”,更是“中华民族风情大联欢”。侗族大歌、芦笙舞、木鼓舞、鼓藏节仪式……“村超”出圈以来,740余个富有“村味”的加油助威入场活动和非节日轮番登场,藏族锅庄舞、蒙古族、川剧变脸等各地优秀传统文化纷纷亮相。“村超”已经演变为民族文化集萃之地。

体系拓展,丰富“村超”供给。今年,榕江县举办第一届“村超”全国赛,与28个省份33个赛区协议合作共建,第二届“村超”国际交流赛启动报名,明年还将举办“村超”小世界杯,为2028年举办第一届“村超”世界杯探路。迄今,“村超”已吸引法国、阿根廷、巴西等52个国家和地区1200余名球员前来交流。

传播创新,维持“村超”热度。榕江县以“让手机变成新农具,让数据变成新农资,让直播变成新农活”的“三新农”发展理念,累计培育2.3万个村寨新媒体账号,各类“草根”主播成为“村超”出圈的共同推动者。

如今的“村超”不仅是榕江经济发展的核心引擎,更是向世界展示中国式现代化的基层窗口。

“城超”与“村超”所燃起的不仅是人们对足球的热情,更是对家乡文化的深情与自豪,对特色文化的好奇与热情。二者的资源禀赋固然千差万别,但作为同类文旅融合IP,其品牌化发展之路的密码本质上并无异处。唯有强化文化特色、丰富产品供给,稳定输出影响,才能百尺竿头更进一步。

十五运跳水男子个人全能赛

练俊杰强势登顶

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 孔军 报道
本报讯 近日,在广东奥体中心游泳跳水馆十五运跳水男子个人全能的比赛中,我省巴黎奥运冠军练俊杰以个人10米台第一、个人3米板第一,总分1005.10分领先第二名42.05分的成绩强势夺冠。这是练俊杰参加三届全运会以来首次登顶,这枚金牌补齐了他职业生涯“大满贯”的最后一块版图,也是山东跳水时隔12年全运会再次夺金。

十五运马拉松游泳男子组

山东刘培鑫摘银

□记者 于晓波 报道
本报讯 11月6日,第十五届全运会马拉松游泳男子组比赛在深圳桔钓沙海域圆满收官。来自山东队的刘培鑫顽强拼搏,以2小时00分18秒4的成绩斩获亚军。这是刘培鑫首次站在马拉松游泳项目的领奖台上。

十五运跳水男子个人1米板

我省台晓虎夺银

□记者 于晓波 报道
本报讯 近日,在十五运跳水项目男子个人1米板决赛中,我省27岁名将台晓虎获得一枚银牌。这是他本届全运会获得的第二枚奖牌。至此,他参加的3届全运会,每届都有奖牌入账。

中国杯速度滑冰精英联赛

我省速度滑冰健儿摘金夺银

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 孙玉轩 报道
本报讯 近日,在新赛季中国杯速度滑冰精英联赛第三站男子A组1000米决赛中,我省运动员谭昇状态神勇,在比赛中展现了卓越的爆发力和速度耐力,以1:11.41的成绩强势摘金。此外王承笛在女子A组集体出发决赛中沉着冷静,战术执行果断,凭借出色的能力在激烈的竞争中脱颖而出,最终斩获银牌。

山东赛艇十条艇

角逐金牌赛

□记者 于晓波 报道
本报讯 11月8日,十五运赛艇比赛进入第三日,我省共有10条艇进入11月10日、11日的冠军争夺战。

全国雪车冠军赛

我省组合摘银

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 孙玉轩 报道
本报讯 近日,2025—2026赛季全国雪车冠军赛男子双人雪车比赛中,我省运动员石曜隆搭档辽宁省运动员孙楷智,以及我省另一名运动员赵天睿搭档四川省运动员孙杰,两对组合在比赛中均发挥出了较高的竞技水平。最终,这两对组合以2:01.09的相同总成绩,双双冲过终点,并列获得该项目第二名。

2025年全国啦啦操联赛(淄博站)

山东队展现全龄活力

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 房月 报道
本报讯 日前,2025年全国啦啦操联赛(淄博站)收官。赛事吸引了来自全国各地的120支代表队3000余名参赛者参与。本次比赛实现了幼儿、儿童、少年、青年、成人以及特别组全年龄段、全组别覆盖。

省体育中心

荣获“全国文明单位”称号

□记者 于晓波 报道
本报讯 近日,省体育中心举行“全国文明单位”揭牌仪式。省体育中心主任许铁军说,省体育中心全国文明单位的成功创建是历史的积淀,共同的努力、集体的荣誉,更是未来的责任。持续擦亮“全国文明单位”这块金字招牌,突出抓好“两金”战略落实,统筹全民健身服务、竞技体育备战、体育产业开发等工作,不断把文明创建的成效转化为推进工作落实的强大动力。

庆云八极拳“出圈”

持续擦亮发源地品牌

□记者 于晓波 张海峰 报道
本报讯 近日,2025海峡两岸八极拳技艺交流大会在德州庆云县金山文博园举办。为持续擦亮八极拳发源地品牌,德州市已连续举办8届海峡两岸八极拳技艺交流大会。本届大会吸引了两岸嘉宾,八极拳习练者及爱好者共计600余人参与交流、登台献艺。

蒙山之巅定棋王

济南选手赵勇霖斩获殊荣

□记者 于晓波 通讯员 赵智 茹婉儿 报道
本报讯 11月3日,“好运‘弈棋’来”2025年中国体育彩票全国象棋民间棋王争霸赛山东赛区总决赛迎来巅峰收官。经过两天激烈对弈,来自全省的32名棋手角逐出新一届“山东民间棋王”,济南选手赵勇霖凭借稳定发挥斩获殊荣,将代表山东出战全国总决赛。

「城超」收官,地域文化期待新表达

□ 本报记者 石念军

图说历史,魅力何在?

□ 本报记者 田可新

由作家马伯庸与艺术家施晓颐联手推出的《笑翻中国简史(插图版)》,通过图文并茂讲正史的形式引发关注。其实,社科类书籍的轻量化乃至羽量化解读,早已成为当前的图书出版新风向,这场“知识减负运动”正重塑大众与严肃知识的对话方式。

科普漫画≠童书

《笑翻中国简史(插图版)》新增了数百幅匠心独具的插图,“马氏冷幽默+独到历史剖析+精美图解”的组合,精准击中了读者对“轻松读史”的需求,使得该书登上多平台畅销榜。

“尽管仍有部分读者秉持‘图画书更像童书’的固有观念,但不可否认的是,‘图文共生’模式是当下出版物突破受众边界的关键创新,它让书籍在传播场景上拥有了更多可能性,口袋阅读、碎片化阅读等方式也因此有了更多实现的机会。”文化学者齐飞说。

从科普角度看,动漫一直是极具趣味和表现力的形式。1960年,上海美术电影制片厂制作的我国第一部水墨动画《小蝌蚪找妈妈》,便以水墨动画的独特形式,科普了蝌蚪变青蛙的过程。1995年,海尔集团出品的《海尔兄弟》,通过讲述海尔兄弟和朋友的历险故事,传播科学与人文知识。

随着时间推移,科普向动漫拓展到平面书

籍领域,“图说知识”更已超越童书范畴——《我是不白吃》用漫画解读食物背后的起源发展、名人轶事,还贯穿了生物学、植物学等百科知识;《那年那兔那些事》《无聊诗社》《餐桌上的世说新语》等高品质科普向漫画作品,也在各自领域为知识传播贡献力量。

图说历史,百花齐放

在图说历史的浪潮中,不同创作者走出了各具特色的创新路径,既有对历史知识的轻量化普及,也有对历史细节的深度挖掘,可谓百花齐放。

漫画类历史第一名,畅销2500万册的《半小时漫画中国史》系列,以漫画为核心表达形式,将历史人物、事件进行“萌化”“趣味化”处理;把春秋战国时期的各国比作“班里的同学”,用“班主任”周王室的衰落,调侃诸侯争霸的开端;将楚汉相争形容成“刘邦和项羽的创业PK赛”,用夸张的漫画形象展现两人的性格差异——项羽的“霸气侧漏”、刘邦的“草根智慧”都跃然纸上。这种表达方式彻底打破了历史的“严肃滤镜”,让读者在捧腹大笑中轻松掌握历史脉络。

而“图说中国史”系列则走了严谨路线。这套书以正史为依据,坚持“图文互证”的原则,精心搭配了与内容对应的历史图片——既有出土文物的照片,也有历史地图、古籍善本中的插图。每一张图片都经过学者的严格审

核,确保与文字内容高度契合,确保读者能感受到历史的真实性和严肃性。

还有一类书将图像作为挖掘历史细节的“钥匙”。由浙江大学出版社出版,故宫博物院研究馆员、浙江大学教授余辉所著的《图像考据通论》,通过分解式研究山水画、肖像画及少数民族图像,结合外交史、民族学等多学科印证鉴定结论,提出“图像—文献—实物”相互印证的研究路径。书中选取了十余幅传世名画作为案例,每幅画都配有高清图局部与文献史料截图,形成完整解读链条。例如,在分析南唐周文矩的《重屏会棋图》时,通过比对文献记载,区分出南唐原作与北宋摹本的细微差异,进而指出,北宋摹本的诞生与宋太宗赵光义面临的继位合法性问题直接相关——画作中兄弟对弈的场景,实则是为了传递“兄终弟及”的政治合理性。

精准投喂也要拿捏分寸

图说历史出版物的走红,也是对快消费节奏下文化需求的“精准投喂”。阅读低门槛、年龄全覆盖、提供情绪价值和解压,也让纸质书再生魅力,让更多人能够亲近历史、热爱历史,从而在全社会营造浓厚的历史文化氛围。

而这一赛道并没有降低对创作的要求。比如,为《笑翻中国简史(插图版)》执笔插图的是上海美协常务理事,多次获得国内外大奖的知名艺术家施晓颐。他融合汉代画像砖、白

描、连环画等多种传统画元素,形成了独特又有趣的插画风格。施晓颐还特意在书中埋了一个彩蛋:快速翻动页脚,会看到一个手动画,这个小伙伴必定会让读者们爱不释手。

这类“软科普”也须极具专业性。《如果历史是一群喵》《我是不白吃》等热门作品都对书中所涉及的知识进行了细致考究。“混知历史”的创始人陈磊曾指出,创作中要一直保持对待历史的严谨态度,“我从某一事件出发,不断向前溯源,最终把人物、年代、细节穿成一条线,这就是历史脉络。看清来龙去脉,历史不再枯燥,每个点都是水到渠成。”

如何拿捏好科普与趣味之间的分寸,极为考验创作团队的实力与毅力。“不白吃”团队告诉记者,在创作《山海经》系列的前期阶段,他们搜罗、查阅了市面上所有的《山海经》版本,还参考了中国史系列书目;而编辑团队则会从“不白吃”的角度撰写故事,“用现代语言结合现代价值观来讲述故事,并与情节融合,这种转换会让现在的读者更容易接受,也是未来的趋势——以自己的风格讲传统文化。”

“不过,创作者也应有所注意与警惕,部分作品首要弊病即是严谨性不够,依赖于夸张的故事情节,在知识的传播上却有所疏忽。看似是在向大众普及知识,实则是对专业知识与历史文化进行阉割和简化处理。”齐飞说,图解配文也要注意恰当,合理地使用网络用语,删除其中低俗、庸俗、恶俗的倾向,避免对青少年产生不良影响。