

当“苏超”遇见世界杯 我们永远会被这样的足球打动

本报记者 孙亚妮

这个夏天,足球一次次点燃人们的热情。

一边,是美加墨世界杯。聚光灯下巨星闪耀,世界足球最高水平的较量牵动着亿万球迷的目光。另一边,没有天价身价,没有世界级球星的“苏超”,却同样场场爆满、话题不断,一座座城市因足球沸腾,一群群普通人成为家乡呐喊。

看似相距甚远的两项赛事,却讲述着同一种精神:足球最动人的,从来不只是冠军。

世界杯上,人口仅十几万的库拉索,面对身价数倍于己的强敌顽强逼平对手;首次闯进世界杯的佛得角,没有耀眼巨星,却凭借一场场拼到最后的防守,把自己的名字写进世界杯历史。

没有巨星,那就靠决心;没有历史,那就创造历史。

这样的故事,同样发生在“苏超”赛场。

这里没有“身价排行榜”,却有无数个为了一个球奋不顾身的飞铲;没有耀眼的明星光环,却有一个个普通人为家乡拼满90分钟。有人白天上学,晚上训练;有人带着伤坚持比赛;有人输球后红着眼眶向球迷致意。正



徐州队在赛场上激烈拼抢。 本报记者 白雪 摄

因为他们足够普通,所以他们的拼搏更容易引发共鸣。

足球最大的魅力,在于它让每一个平凡的人,都拥有创造奇迹的可能。

比拼搏更能打动人的,是那份为家乡而战的荣誉感。

世界杯上,球员球衣上的国旗元素意味着国家荣誉。无论是世界杯冠军,还是第一次站上世界杯舞台的球员,他们奔跑的意义,都不仅仅代表自己。

“苏超”亦是如此。

当“南京”“徐州”“苏州”等一座座城市成为球队名称,球迷支持的不只

是11名球员,更是一座城市的文化、性格和精神气质。赛场上争的是胜负,赛场外比的是城市魅力;一场比赛带动的是文旅消费,激活的是城市活力,凝聚的是市民认同。那些充满地方特色的助威口号、文创产品、网络热梗,让足球成为连接城市情感的纽带,也让“我的城市我支持”有了最生动的表达。

而这,正是体育最珍贵的价值之一,它把一个个“我”,变成了一个共同的“我们”。

更重要的是,无论世界杯还是“苏超”,都让人们重新认识了体育竞技的

意义。

世界杯让世界看到,小国也能创造奇迹,普通球员也能站上世界舞台;“苏超”则让更多人发现,足球并不遥远,它就在身边,就在一座城市的烟火气里,就在每一个普通人的奔跑中。

当越来越多人走进球场,而不仅仅守在屏幕前;当越来越多孩子因为一场比赛爱上足球;当一场比赛带动一座城市的消费、旅游和交流,凝聚起共同的城市认同,足球便早已超越了一项竞技运动,成为连接人与人、人与城市之间情感的纽带。

世界杯让我们看见竞技体育的高度,“苏超”让我们感受到全民参与的温度。一个代表世界足球的巅峰,一个扎根城市生活的土壤;一个诠释着追逐梦想的无限可能,一个记录着平凡人对家乡最朴素的热爱。它们共同证明,真正能够打动人心,从来不是球星的光环,不是资本的投入,也不仅仅是一场比赛的胜负,而是那些为了热爱全力奔跑、为了荣誉拼尽全力的身影。

或许,这正是足球经久不衰的魅力所在。无论站在世界杯的聚光灯下,还是奔跑在“苏超”的绿茵场上,当人们为梦想而拼搏、为家乡而战斗、为彼此而呐喊时,足球便拥有了超越竞技的力量,我们也永远会被这样的足球打动。

苏超·小店也闪亮

山东建材企业抢抓赛事流量

本报记者 倪帅

7月4日,徐州奥体中心,“苏超”徐州队对阵南京队比赛现场的LED广告屏上,山东鹿鸣新型建材有限公司的企业标识如约亮相。这家来自山东省枣庄市台儿庄区的建材企业,通过赛事面向小微企业推出的公益摇号活动,成功登上“苏超”赛场。

接到中签通知时,公司总经理李克明起初差点挂断来电。“他一开始不知道我帮他报名,还以为是诈骗电话。”儿子李冲笑着说。

李冲是“苏超”的铁杆球迷。“从去年开始,我几乎每场徐州队的比赛都会关注。”他坦言,最初报名纯粹源于个人对赛事的热爱。当他在“徐州发布”微信公众号看到小微企业可以报名赞助的消息时,毫不犹豫提交了报名资料,本没有报太大希望,也就没有向父亲提起此事。让他意外的是,父亲的公司竟然以第七位递补的身份成功中签。

山东鹿鸣新型建材有限公司是一家生产粉体建材的企业,客户以品牌代加工企业、装修公司、建设公司和各类线下经营门市为主。“我们是典型的生产

加工型企业,核心客源集中在徐州、临沂、济宁、菏泽、宿迁等地,合作客户约150家。”李冲说。

李冲已在徐州生活多年,早已融入这座城市,他的众多亲友也定居在徐州,紧密的地缘与人脉联结,让他全然没有跨省发展的距离感。

赛事特意预留省外企业赞助席位,缘起去年的赛事热度。去年徐州主场赛事吸引3万余名球迷观赛,其中皖鲁豫三地球迷近6000人次,热烈的观赛热情打破地域边界。今年“苏超”赛事全面升级全链条运营模式,主动向周边城市创业者开放赛事资源,让赛事流量精准赋能实体经济。

谈及赛场广告展示,李冲的想法朴实又纯粹:“就展示企业名字,把字体放大、把品牌亮出来就够了。”这家常年深耕实业、依靠口碑经营、几乎零广告投放的小微企业,借助赛事直播镜头,走进了大众视野。“一家小微企业,能被数千万网友看到,内心特别激动。”李冲感慨道。

一名山东球迷、一家山东小微企业、一座江苏城市,因足球赛事、一次公益摇号,完成了一场温暖的跨界联动。

安徽奶茶小店收获观赛欢喜

本报记者 王莹

7月4日,徐州奥体中心迎来徐州队主场对阵南京队的焦点战。获得赛事赞助席位的安徽小微企业——萧县蜜城之恋刘套加盟店在赛场亮相,向全场观众展示品牌形象。

“真的像做梦一样,我们这么小的店,居然能站上‘苏超’赛场。”说起这次中签,店长范淑芹语气里满是意外和欣喜。一笔8000元的赞助,对她而言不仅是一次难得的品牌曝光,更是一份意外的惊喜。

报名的契机来得十分偶然。范淑芹的丈夫平时爱刷抖音,前不久刷到徐州面向皖鲁豫三省小微企业开放“苏超”公益赞助席位的消息。夫妻俩在萧县经营这家奶茶加盟店,做的都是周边街坊邻里的生意,从没接触过赛事级别的宣传。抱着“试一试反正不吃亏”的心态,丈夫提交了报名信息,之后两人便没放在心上。

直到中签通知传来,范淑芹才反应过来:自家这个街边小店,真的拿到全国热门赛事的“入场券”。

“以前都是在手机上看徐州队比赛,这次能去现场,还带着自家店的名

字一起亮相,孩子都跟着高兴。”

一家人此行有两个心愿:一是看看自家店铺的品牌标识出现在赛场上,见证小店的“高光时刻”;二是踏踏实实当一回徐州队的球迷,现场为球队加油助威。

这份落于小微企业的“幸运”并非偶然,而是徐州与周边兄弟城市双向奔赴的结果。

时间拨回去年,同一片绿茵场上,跨省球迷自发组团助威的温情画面,让徐州的暖心形象深深印在很多人心。这份跨越省界的情感共鸣,徐州始终记着。

今年“苏超”热度持续走高,赞助席位更是一席难求,徐州主动打破省域壁垒,专门面向安徽、山东、河南三省的小微企业推出18个公益赞助席位,单席定价8000元,把赛事的曝光机会,留给了最接地气的街头小店和初创企业。

“徐州对兄弟城市真靠谱。”范淑芹由衷感慨,徐州没有把周边城市当“外人”,愿意把赛事红利实实在在分享给兄弟城市的小店。

当范淑芹和家人坐在看台上,看着自家小店的标识在赛场边亮起,跨越省界的“超级朋友圈”便有了最生动的注脚。