

一场赛事如何点燃一座城市的烟火气 解读“苏超”的“烧烤密码”

文/本报记者 彭家一 实习生 于阅章

图/本报记者 刘冰

今年，“苏超”持续火热出圈，成为江苏极具影响力的全民体育IP。赛场之外，徐州全力打造全域赛事“第二现场”，联动各大商圈、特色街区、城市公园营造观赛氛围，遍布街头的烧烤店凭借浓郁烟火气与沉浸式观赛体验，成为最受球迷青睐的核心阵地。

一家烧烤店 如何成为“第二现场”？

备菜间内，2位负责穿串的大姨手边码好的肉串正以肉眼可见的速度叠高；前厅的筹备也在同步推进，服务员们逐桌擦拭桌椅、摆放餐具……

7月4日中午12点，距离“苏超”徐州主场开赛还有7个多小时，奥体中心附近的老拾烧烤新城区店已进入“赛前备战”状态。

“今晚是徐州主场比赛，过来吃烧烤看球的客人肯定少不了，大家都打起精神。”门店负责人李娜穿梭在各个区域，一边检查，一边叮嘱。

“自从‘苏超’开赛以来，可以明显感觉到客流量变多了，而且外地游客也多了起来。”李娜说，平时店里一天要消耗五六只整羊，到徐州主场比赛日，这个数字基本得翻倍。

为了打造沉浸式观赛体验，门店在一二楼都设置了投屏，室外还准备了大屏电视，让每一桌食客都能实现“撸串观赛两不误”。

下午四五点，店门口已排起了长队，不少人身穿主队球衣、拿着应援物品，打算开赛前先饱口福。前厅点单声此起彼伏，传菜的小伙端着沉甸甸的托盘在桌间穿梭，烤炉上的炭火被拨得通红，油滴“滋滋”落下，腾起一阵带着孜然焦香的烟雾。数十桌订单齐刷刷涌来，整家门店立即进入全速运转的状态。

“徐州队，加油。”比赛正式开始后，每一次精彩的进攻，都会引起一阵呐喊声。“看球就得配烧烤，太恣了！”食客沈磊说。邻桌的外地游客被气氛感染，也跟着拍桌子叫好。

一场足球比赛，究竟能给一座城市带来多少人气？

答案或许可以从一组数据中窥见一斑。

官方数据显示，2025年，“苏超”整个赛季现场观赛人次累计突破243万，线上直播观看人次超22亿，社交平台相关话题播放量突破1000亿。

对于徐州而言，值得关注的是赛场之外不断延伸的消费半径。

傍晚6点刚过，云龙万达商圈的彭城李记龙虾烧烤已经座无虚席，两块弧形大屏正播放着赛前预热画面，江苏十三城球队的队标吊旗在头顶错落悬挂，观赛手举牌、助威小喇叭散落席间。

老板侍鹏告诉记者，自己的店是徐州唯一一家入选2026“苏超”32家小微企业赞助商的门店，自从“苏超”开赛以来，门店客流量明显增长。

“尤其是徐州队主场比赛日，来自南京、宿迁、连云港等地的球迷明显增多，徐州队主场迎战宿迁

队的那天营业额近9万元。”侍鹏说。

如果说“苏超”创造了流量，那么真正让流量留下来的，则是整座城市的主动承接。

今年以来，徐州打造覆盖全城的第二现场观赛矩阵，商圈综合体、特色街区、城市公园纷纷加入观赛场景，把人流引导到城市公共空间。

除此之外，市商务局还推出“来徐看苏超 请您吃烧烤”专项促消费活动，发放多档烧烤专属消费券，覆盖全市多家老牌和网红烧烤门店，直接激发球迷到店消费意愿；同时，开通3条“苏超”烧烤免费公交专线，串联多个餐饮聚集片区，同步配套6条奥体场馆免费接驳线、高铁站球迷接待点和赛事日免费主题巴士，既解决了球迷观赛的出行痛点，也让“看完球撸串、撸完串返程”的消费动线更顺畅。

比赛终会结束，但徐州正在把“烧烤热度”转化成属于自己的长期价值。

流量退潮，什么真正留下？

比赛终场哨声响起，球迷散去，烧烤店也渐渐恢复平静。

对于很多人来说，“苏超”带来的热闹停留在一个比赛日；但对于经营者而言，真正的考验却是在比赛结束之后。

“很多客人第一次来，是跟着‘苏超’来的；后来再来，就不是为了比赛，而是专门为了这一口烧烤。”谈起这几个月的变化，李娜

印象最深的，不是比赛日翻倍的营业额，而是越来越多的“回头客”。

“赛事带来的不仅是客流，更改变了人们的消费习惯。”李娜说，过去，附近居民吃烧烤更多是夜宵消费，十天半个月来一次；如今，越来越多人把烧烤当成朋友聚会、家庭聚餐的首选，从下午五六点

一直坐到晚上，消费场景也从“二场”逐渐向“正餐”转变。

变化不止发生在本地客群的消费习惯里。借着“苏超”的东风，烧烤也逐渐成为外地游客观察徐州的一扇窗口。

“流量越大，越不能放松。”李娜说，“不管是本地客人还是外地游客，都要把服务做好。大家来到徐州，不止是来吃烧烤，也是来感受这座城市。”

近年来，越来越多城市希望借助体育赛事带动文旅消费，真正能够留住游客的，是那些真实可感的城市体验。

“流量之下，店里一举一动都被人关注。”李娜坦言。备货、服务、排队体验，任何一个环节出问题，都可能从“口碑”变成“差评”。所以，她反复跟员工强调，服务好每一位客人是最基本的底线，不能砸了招牌。

当球迷的热情慢慢沉淀成日常消费习惯，这场由赛事点燃的烧烤烟火气，才真正融进了城市的夜色里，成了本地生活中一份美好且长久的味道。



市民边看“苏超”边吃美食。



“苏超”第二现场，金为星悦城现场。