

19日,全域共接待游客79.3万人次,实现旅游消费4.81亿元,同比分别增长45.2%、47.2%

球赛赢了 文旅开挂 消费猛增

7月19日,注定是一个狂欢之夜。“苏超”南通主场,对决盐城,2.6万多人云集南通足球训练中心如皋基地,为足球而欢呼。球场之外,南通全域主场,188个“第二现场”观赛点个个都是嘉年华。终场哨响,南通以2:1攻陷盐城,南通赢了!据不完全统计,当天,南通全域共接待游客79.3万人次,实现旅游消费4.81亿元,相较于去年同期分别增长45.2%、47.2%,相较于上个周六分别增长27.1%、30.2%。

主场主城主活动 一起嗨起来

如皋籍演员何明翰现身如皋万达广场第二观赛现场,用方言为南通队加油,与球迷展开足球知识竞赛,赠送签名南通狼徽帽,把气氛推向高潮。

如皋放大主场效应,全域观赛,涉及广场、商超、餐饮店、酒吧、企业、小区等,收看人数超过3.5万人次。餐饮率先“升温”,晚上9点半,吾悦广场内的多家餐饮店内座无虚席,当天客流量达到5万人次、同比增长10%,交易额达到300万元,同比增长12%。

南通足球训练中心如皋基地作为本场赛事的举办地,周边的酒店受辐射带动明显。如皋市商务局数据显示,当天重点监测的20家商场营业额1004万元,同比增长45.2%;19家住餐企业营业额66万元,同比增长94.4%,客流量4250人次,同比增长52.3%。

南通主城区环西文化广场,两万余人抢占有大屏前,露天观赛席不时爆发出助威声浪;广场北侧夜市炉火通红,串香四溢,市民手握烤串翘首以盼。“千人同频呐喊,这种震撼是在家里无法体会的。”专程赶到环西文化广场的机关职员陈刚感叹。

这一晚,崇川9家商场涌进25.3万人次,营业额破2920万元,同比增长3.3%;20家住餐企业客流超1.3万人次,营收逾225万元,同比增长1.78%。

如东主城区的文峰大世界、上河印巷、青园咀、喜润城以及栟茶古镇以各具特色的活动开启同步狂欢模式,累计吸引1.5万人次参与,带动周边商圈消费共计500多万元。

作为本次燕京啤酒嘉年华的主会场,青园咀文化广场每晚华灯初上便人声鼎沸。从“苏超”联名文创到如东特色美食,搭配燕京鲜啤的“限定畅饮套餐”供不应求。“足球和啤酒是绝配!这里氛围比球场还嗨!”球迷沈晓奇表示。据了解,青园咀观赛点当日人流量突破9500人次,带动周边餐饮、住宿行业营收显著增长。

广场商场休闲场 一起燃起来

当天晚上,“畅享海风 嗨啤沙滩”——启东沙滩啤酒音乐嘉年华在碧海银沙拉开帷幕。除了啤酒的凉爽,还有启东特色海鲜的鲜甜、烧烤的浓烈焦香、小龙虾的热辣……夏夜的蓝海作为背景,超大观赛屏幕前,球迷伴着海风声惬意观赛。来自上海的叶女士一家手里端着啤酒,时不时举起啤酒对着大屏碰杯拍照:“吹着海风,喝着啤酒,还有球赛看,这体验太绝了!”

傍晚,启东文峰大世界广场巨型LED屏前被围得水泄不通,凤凰荟商场一楼观赛区摆着的百来张椅子早被占得满满当当。当天,启东市重点监测的5家商场营业额超500万元,同比增长8.5%,客流量超10万人次,同比增长4.7%;重点监测5家住餐企业营业额超167万元,同比增长6.9%。

晚上6点30分,比赛还未开始,海安星湖001广场,巨大的LED屏幕像是一扇通往绿茵战场的时空之门,吸引着球迷如潮水般汇聚。现场免费提供瓜子、茶水,商家的小吃、烧烤摊位前围满了人。“冰啤酒和小龙虾是我观赛的标配。”球迷孙国雄表示,在这里看球,边喝边嗨,氛围太棒了。

海安澳联商业广场,百余名球迷坐在LED屏前,一旁的小吃街区也已开市,烧烤、啤酒、奶茶、煎饼……各种小吃饮品琳琅满目。11岁的小球迷王梓圳一边品尝着香脆的炸鸡一边说,“苏超”的每一场比赛他都看,今天很开心和妈妈、姐姐一起边吃边为南通队加油。

海门江海文化公园的“第二现场”是一场多维狂欢。近百平方米的巨型大屏亮如白昼,千余名观众紧盯屏幕,随攻防节奏同屏息、共呐喊。众多商户火热出摊,将观赛升级为沉浸式体验。球迷们撸着滋滋作响的烤串,畅饮冰镇饮品,进球瞬间举杯欢庆。现场同步推广的“海门有礼”农文旅小程序让观众在畅享赛事与美食之余还能解锁地方特色文旅魅力,全方位感受夏夜观赛的独特乐趣。据海门区商务局统计,大有境当日营业额约150万元,龙信广场营业额约290万元,文峰大世界营业额约30万元。

惠客便民造氛围 一起动起来

19日晚,“苏超”南通开发区第二现场观赛点热力十足。当天,南通开发区专门邀请区内重点企业代表与市民朋友共度美好夜晚。来自苏润投资的嘉宾表示,这是全家第一次大屏看“苏超”,还能品鉴到高品质的精酿啤酒和德国美食,切身感受到南通开发区营商环境的国际化。据该区经发局不完全统计,当晚7个观赛点吸引观众超1.2万人,带动消费约355万元。

连日来,通州文峰大世界入口处,一个几乎与大门比肩高的足球吸人眼球。该商场向球迷推出“‘苏超’票根兑换三选一”福利方案,店员曹林燕表示,品牌打破“新品不打折”惯例,球迷领到的50元消费券可用于店铺新品。该店企划部负责人孙桂琴表示,商场受“苏超”辐射,客流量同比增长约20%,营业额同比增长约10%。

通州区商务局负责人透露,通州组织了澜宥坊、通州文峰大世界、南山湖水街、通州万达广场、通州区体育中心啤酒嘉年华等第二现场,共吸引人流超11.2万人,带动消费约448万元。

苏锡通科技园区枫叶小镇奥特莱斯的欧亚马小轮车特技表演率先点燃气氛,专业骑手们的高难度腾空动作赢得阵阵喝彩。近千名球迷手持助威棒,随着比赛进程不断爆发出阵阵欢呼声和掌声。此外,特别设置的美食街区人气爆棚,小龙虾、烧烤等十余个特色摊位前排起长队。据不完全统计,当日,这个小镇涌入现场球迷大约2500人次,吸引观众超0.7万人,带动消费近100万元。

通州湾示范区南都新城金融街,观赛大幕前聚集了数百名球迷,海风伴着助威声此起彼伏。而在通州湾人力资源市场,求职者一边关注赛事,一边浏览招聘信息,实现“看球求职两不误”。通州湾示范区组织第二现场4个,吸引观众超0.4万人次,带动周边商圈消费约55万元。

本报记者赵勇进 苗蓓 陈嘉仪 徐书影 黄海 徐爱银 黄天玲 司占伟 吴霄云 本报通讯员苏丹

“苏超”激情 与消费热情同频共振

19日全市重点商贸企业销售额7717万元



现场观众举杯畅饮。
李凡

将这里升级为集观赛、娱乐、社交于一体的乡村嘉年华。营地主人陈艳介绍,当晚超千人的观赛人群中,九成以上是本村以外的市民、球迷,甚至有从合肥、上海等地驱车数百公里赶来的“铁杆粉丝”。

启东文峰大世界中庭广场,喝彩声、碰杯声、扫码支付提示音交织成曲,赛事催生的消费活力在此刻尽情绽放。酒庄贴心地提供免费冰镇酒水,现场400多名观众举杯畅饮,为热闹氛围添上微醺底色。

道旗、巨屏、标牌、海报……19日晚的象城人头攒动,种种“苏超”元素吸引众多球迷驻足围观,进球刹那,欢呼声、呐喊声响彻中庭。现场巨幕五屏实时播放比赛战况,特邀啦啦队助阵,并设置抽奖、竞猜等环节增添互动体验,有效拉动人气。

相关负责人周丽娜透露,“苏超”开赛以来,来店的顾客明显增多,销售业绩随人气明显上涨。19日当天,商场客流量约9万人次,整体零售额约900万元。

夜幕下的如皋市钱长村蜗牛艺术营地,烧烤的香气与啤酒的泡沫交织,小龙虾的鲜辣与球迷的呐喊共鸣,1000余名市民、球迷齐聚于此,共同见证了南通队主场对阵盐城队2:1获胜的激情时刻。这座开放仅3个月的乡村营地首次经受住了千人级客流的考验,更以足球为纽带,为乡村振兴、城市消费注入了一股鲜活力量。作为第二现场,蜗牛艺术营地通过室内外双屏联动直播、10家特色商户入驻的“烟火市集”,以及中场演出、互动游戏等创意环节,记者刘璐 申雯 朱颖亮