

十元球票撬动千元消费 “苏超”赛场90分钟之外的经济账本

中经记者 郭阳琛 石英婧
南通 上海报道

“从7月份到现在,我在南通队比赛开赛前准时抢票,最终都一无所获。但无论在体育场外,还是大型商超、市民广场都有大屏实时直播,气氛十分热闹。”9月20日晚上,在“第二现场”看完南通队比赛的本地人朱静(化名)向《中国经营报》记者感慨道。

江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)作为今年的现象级体育赛事,截至8月31日现场观赛总人数达149.4万人次,场均约2.49万人次,线上直播观看人数超13.3亿人次。而作为“苏超”赛场上的“领头羊”,南通队主场球票的中签率仅为4.5%。

“苏超”90分钟比赛外的表现更为亮眼。国家统计局江苏调查总队日前发布的《“苏超”消费跟踪调研报告》(以下简称《调研报告》)显示,95.9%的观众产生了门票

“小票根”释放“大能量”

据大数据测算,“苏超”开赛以来,带动外地游客量同比增长11.32%。

9月16日晚,朱静早早便打开手机关注售票信息,但还是没能抽中“苏超”第12轮南通队的球票购买资格。相关数据显示,在9月20日南通队主场对战淮安队的“苏超”比赛中,购票中签率仅为4.5%。在本轮6场比赛中最低,可见竞争之激烈。

在“苏超”比赛中的强势表现,也让南通市备受关注。8月31日,在“苏超”第十轮中,南通队坐镇主场迎战苏州队,这也是南通队新主场“南鸟巢”——南通体育会展中心体育场首次亮相,共吸引31996名球迷现场观赛。

南通市文广旅局披露的数据显示,8月31日,南通市共接待游客78.1万人次,实现旅游消费4.3亿元,和去年同期相比分别增长43.1%、41.5%。而“南鸟巢”所在的南通中央商务区商圈单日客流量较常态暴增50%,3小时消费总额突破2500万元。

尽管没能买到球票,但朱静还是在“第二现场”感受到足球比赛的激情和魅力。她告诉记者,在比赛当天,南通万象城设立了5块巨型屏幕打造沉浸式观赛体验。比赛开始前一个半小时,南通万象城中庭的座位已全部坐满观众,1—3

外的消费,65.9%的观众表示本次行程支出超出预期。外地观众家庭整个行程花费普遍在1000—2000元区间。

就在不久前,江苏省政府办公厅印发实施的《江苏省持续推动文化旅游业高质量发展三年行动计划(2025—2027年)》(以下简称《行动计划》)明确,要发挥“苏超”的撬动作用,持续推动平台化、市场化开发“票根+”促销活动;强化“‘苏超’+‘苏新’”“‘苏超’+住餐”“‘苏超’+夜经济”等IP联动,持续开展“‘苏超’嘉年华”“‘苏超’第二现场”扩容行动及“苏·超级夜”活动。

值得注意的是,一场学习借鉴“苏超”模式的大戏也正在全国各地上演。

2025年江西省城市足球超级联赛(以下简称“赣超”)、2025年湖南省足球联赛(以下简称“湘超”)、2025年浙江篮球联赛(以下简称“浙BA”)等多项省级赛事,成为带动当地体育及相关消费的主力。

层也都站满了人,围得里三层外三层,南通队一进球,欢呼庆祝声震耳欲聋。

“像南通万象城这样的‘第二现场’,南通市一共设置了近50个。”南通市文广旅局相关负责人表示,南通万象城吸引客流量达到约12万人次,创下1200万元销售额;环西文化广场依托水上90平方米巨幕与50家美食市集,会聚约1.5万名市民。

“苏超”比赛火爆,也吸引了众多外地的球迷和游客。对此,南通市推出了一系列文旅福利:9月18—22日,持有“苏超”13个设区市各场次比赛票根的观众以及所有淮安市民,可免费游览南通狼山洲际梦幻岛、奇妙农场等40家A级旅游景区一次。

据大数据测算,“苏超”开赛以来,带动外地游客量同比增长11.32%。江苏省文化和旅游厅副厅长钱宁表示,江苏省将继续做好“赛事+文旅”文章,引导各地把赛事票根不仅作为景区门票免单、文创购物优惠、酒店住宿打折的“福利券”,更作为解锁城市魅力、体验当地文化的“导览图”,用“小票根”释放服务消费多业态协同增长的“大能量”。

旅企抢抓“票根经济”机遇

常州市也抓住赛场外的文旅消费热情,将赛事热点转化为消费动力。

作为惠民体育赛事,与专业赛事动辄数百元的票价不同,“苏超”单张球票普遍在10—20元,但却能撬动上千元的消费。

《调研报告》显示,5.9%的现场观众因观赛产生门票之外的延伸消费,赛事已成为激活城市消费活力的重要引擎。外地观众“留下来”的意愿高,主办城市依托地域文化转化赛事流量,“过夜经济”效应凸显。

一张小小的球票,成为撬动多元消费的“钥匙”。根据上述《调研报告》数据,91.8%的观众知悉景点免费、消费折扣等“苏超”优惠活动,95.9%的观众产生了门票外的消费。94.1%的观众在外用餐,79.0%的观众购买文创产品,62.5%的观众存在娱乐等其他消费,进行酒店住宿、景点游览的观众分别占比21.0%、66.1%,外地观众家庭整个行程花费普遍在1000—2000元。

文旅企业也纷纷抢抓“苏超”带来的“票根经济”机遇。复星旅文相关负责人表示,复星旅文是“苏超”苏州赛区的官方赞助商,位于苏州太仓的阿尔卑斯雪世界特别推出了“苏超”主题特色套餐。“游客凭借‘苏超’门票凭证就可以享受系列优惠。暑期以来,太仓阿尔卑斯国际度假区接待游客6.1万人次,阿尔卑斯雪世界客

文旅体商深度融合标杆

参与体育运动、体育消费逐渐成为满足人民群众对美好生活向往的重要内容。

“苏超”为何能从名不见经传的业余赛事,转身成为火爆全国的现象级IP?

在江苏省社会科学院经济研究所副所长、研究员吕永刚看来,“苏超”立足江苏省经济与人文、差异性、均衡性等特色优势,自带文旅及消费属性,在巨大流量的驱动下,推动江苏省进一步提升全域一体、分工协同、消费拓展优势,成为我国经济塑造“内部可循环”优势的特色路径。

“苏超”正成为撬动江苏省文旅体商深度融合的重要杠杆。《行动计划》显示,江苏省将策划推出“跟着‘苏超’去旅行”主题旅游线路,打响城市文旅品牌。推进文



作为“苏超”榜首球队,南通队主场一票难求,“第二现场”也是人声鼎沸。

郭阳琛/摄影

流量同比增长约50%。”

常州市也抓住赛场外的文旅消费热情,将赛事热点转化为消费动力。

据恐龙园文旅集团相关负责人介绍,在这场足球狂欢中,恐龙已然成为常州市的城市符号。今年暑期,中华恐龙园推出“一票玩两天”“一票玩双园”产

品,江苏省外游客数量同比增长35%,且体现深度消费的二日游游客同比增长长达200%。“恐龙妹妹”系列玩偶自线上预售以来,预售三天销量即破万单,覆盖全国165个城市,成为“苏超”期间火爆的周边产品。

“同时,积极联动常州城市元素,陆续上线联名商品,为消

费者提供更为多元化、情境化的文创产品消费场景。”上述恐龙园文旅集团负责人认为,这一系列举措不仅为文旅企业提供了“内容创新+场景拓展”的实践范本,更有效打破了传统乐园“围墙经济”的局限,为文旅产业探索营收增量、延伸消费链条开辟了全新路径。

例。截至目前,“赣超”十轮小组赛已圆满收官,累计吸引超过60万人次观众现场助威;自9月7日开赛以来,“湘超”两轮比赛现场观赛人数已达28.7万多人,其中第一轮159372人,第二轮127972人。

业余篮球比赛同样火爆。作为浙江省规模最大、档次最高的群众篮球赛事,“浙BA”覆盖11个设区市、90个县(市、区)。据悉,7月6日至9月2日,“浙BA”迅速以“体育赛事引流、文商旅农融合消费”的方式火爆出圈,共举办赛事280场,累计观赛人数近92万人次,门票收入超过710万元,带动体育及相关消费超10亿元。

对此,9月9日,国家体育总局副局长李静在国务院政策例行吹风会上表示,参与体育运动、体育消费逐渐成为满足人民群众对美好生活向往的重要内容。人民群众参与体育消费的热情高涨,“体育赛事进景区、进街区、进商圈”“跟着赛事去旅行”“乐享精彩赛事 寻味中华美食”等活动广泛开展。

吕永刚分析认为,从“溜博烧烤”到“哈尔滨冰雪”,从“杭州六小龙”到“苏超”,一系列城市或地区的“出圈”,都不仅仅是单个企业、单个品牌或单项赛事的突围、突破,而是越来越体现为体系与综合生态的整体发展。

绿地控股高层人事震荡 半年营收已跌破千亿元大关

中经记者 方超 石英婧 上海报道

在距离因“个人家庭原因”请事假两个多月后,绿地控股集团股份有限公司(以下简称“绿地控股”,600606.SH)执行总裁陈军最终选择了辞职。

9月19日,绿地控股方面发布公告称,陈军因个人原因辞去公司执行

接连失去两位执行总裁

9月19日,绿地控股第十一届董事会审议通过《关于任免公司高级管理人员的议案》,陈军因个人原因辞去公司执行总裁职务,也不再担任公司其他职务。同意聘请陆新畲、吴晓晖、任虎、薛明辉、姜威担任公司副总裁。绿地控股方面表示,上述高管任期与本届董事会一致。

据了解,陈军已在绿地控股任职多年,先后担任绿地集团成都房地产事业部总经理助理,西安房地产事业部总经理助理、副总经理,西安(西北)房地产事业部总经理,绿地集团总裁助理、副总裁、执行副总裁、执行总裁,绿地香港董事局主席、总裁,绿地大基建集团总裁等职务。

相关报道显示,今年7月,对于“陈军自5月下旬后便处于失联状态”的市场传闻,绿地控股方面曾回应称,陈军目前仍在公司履

总裁职务,同时聘请陆新畲、吴晓晖、任虎、薛明辉、姜威担任公司副总裁。

公开资料显示,绿地控股此前共有三位执行总裁,分别为耿靖、陈军和张蕴。除了此番辞任的陈军外,绿地控股执行总裁张蕴也已在今年5月退休离任。

在管理层频繁更迭背后,绿地



8月5日,绿地大基建集团召开专题工作会议。

本报资料室/图

职,能够正常与其取得联系。但因“个人家庭原因”,其向公司申请了事假。

记者翻阅绿地控股官微“绿地集团”公众号发现,今年8月5日,绿地大基建集团召开专题工作会议,提出“加快开创大基建产业新的发展局面,为绿地集团整体稳中向好提供有力支撑”。文章配发的照片显示,陈军参加了上述会议。

值得注意的是,在今年4月公

控股仍在“苦等”扭亏。财报数据显示,今年上半年,绿地控股营业收入已跌破千亿元大关,同比下降18.06%;归母净利润为-35.06亿元,同比大幅下降1772.4%。净利润方面,在2023年至2025年上半年的两年半时间里,绿地控股已累计亏损超286亿元。

“陈军辞去职务的具体原因在公告中有相应说明,系个人原因。”9月22日,绿地控股董秘办相关负责人向《中国经营报》记者表示,对于公司后续如何扭亏的问题,该负责人表示,将“大力推动库存去化,同时提高市场流动性和现金流储备”。



本报资料室/图

布的《上海嘉定沪嘉高速——嘉闵高架联络线新建工程项目“12·22”较大起重伤害事故调查报告》(即外界熟知的“12·22上海地铁11号线遭吊车侵入事故”)中,陈军因“落实全员安全生产责任制不力,对相关管理人员安全生产履职不力情况失察”被建议问责,同时建议对绿地控股给予通报批评。

除陈军外,今年5月,绿地控股方面公告称,张蕴因达到法定

退休年龄,不再担任绿地控股董事、执行总裁职务。9月22日,记者查阅绿地控股官网发现,在“管理团队”照片中,已没有陈军的相关信息,但张蕴仍处其中,身份是党委书记。

对于两位执行总裁接连退休或离任,上述绿地控股董秘办负责人表示,公司一些高层人事调整是很正常的事情,“这是正常的经营行为。”

两年半亏损超286亿元

在高管频繁变动背后,绿地控股的业绩表现也备受市场关注。

公开资料显示,绿地控股创立于1992年7月18日,在全球范围内形成了“以房地产、基建为主业,金融、能源、消费等产业协同发展”的综合经营格局,连续13年入围《财富》全球企业500强,2024年位列第291位。

根据财报数据,今年上半年,绿地控股实现营业收入944.95亿元,同比下降18.06%;而在去年同期,该数据为1153.27亿元,同比下降33.8%。这也意味着,绿地控股半年营业收入已跌破千亿元。

对于营收变动情况,绿地控股方面解释称:“今年上半年,房地产及基建行业仍旧处于行业调整状态,公司营业收入同比下降。”绿地控股2025年半年报显示,其房地产及相关产业营业收入同比下降11.59%,建筑及相关产业营业收入同比下降25.57%。

“今年上半年,房地产及基建行业相关市场依旧低迷。公司房地产业结转项目较少,使得结转收入同比有较大幅度下降。”绿地控股方面表示,基建产业受上游房地产市场持续低迷、部分地方政府债务压力尚未缓解等因素影响,营业收入同比亦有较大幅度下降。

事实上,自2023年以来,绿地控股就一直处于亏损状态。

Wind数据显示,2023年、2024年和2025年上半年,绿地控

股归母净利润分别为-95.56亿元、-155.52亿元、-35.06亿元,即在最近两年半时间内,绿地控股累计亏损达到286.14亿元。

绿地控股董秘办负责人向记者表示,亏损主要与项目去化迟缓、资产做了相应减值有关。

据了解,绿地控股方面曾在今年4月对外表示:“2024年度,公司共计提各类信用减值损失22.18亿元,资产减值损失62.91亿元。”

记者注意到,绿地控股正大力推进房地产、基建业务发展。绿地控股方面在2025年半年报中表示:“成都蜀峰468、武汉天河会展、长春绿地中心、济南绿地新都会等一批暂缓建项目实现复工。”

与此同时,绿地控股也拓展新能源汽车出口业务。今年2月,绿地控股宣布成立新能源汽车出口公司,将依托中国国际进口博览会资源,构建国际化经营体系,打造百亿级新能源汽车出口平台。

“通过整车出口、海外组装、服务集成等多种方式,全方位打造绿地新能源汽车出口平台,力争在未来三年实现年出口10万辆、年销售规模百亿元的目标。”绿地控股方面彼时表示。

对于新能源汽车出口业务发展现状,绿地控股董秘办负责人向记者表示:“目前还在有序推进。如果有进一步的消息,我们也会在上交所网站进行披露。”