

# 一场草根联赛 踢出满城精彩

## ——看赣州如何借力赛事推动体文旅商农融合发展

刘新权 本报全媒体记者 鄢朝晖

冠军的悬念终在哨声中落地，而一座城市的激情正被推向高潮。

11月2日，赣州“鸟巢”成为4万人欢庆的海洋，赣州队加冕2025年江西省城市足球超级联赛(简称赣超)冠军。

从盛夏至深秋，113天的赛程，赣州交出了这样一份答卷：30.9万人次现场观赛、全网曝光量达15.23亿次；7场主赛事吸引超70万人次参与融合活动，拉动直接消费及关联经济效益约4亿元……一连串数字，记录了赣超从一场体育赛事裂变成为一种社会现象的全过程。

这不仅仅是一场足球赛，更是一次对城市发展模式的深度探寻：这场草根联赛，究竟凭借何种力量，能够跨越赛场边界，跃升为驱动城市体文旅商农融合发展的核心引擎？

### 机制创新，将赛事变成城市IP

赛事的成功，离不开一套高效协同的系统工作机制。

时间回到7月初。从6月26日首次全省调度会，到7月13日赣州主场首战，留给赣州的时间仅有十多天。压力，不言而喻。

然而，赣州展现出惊人的组织效率。一个由市长任组长，分管体育、文旅、公安的副市长为副组长，38个部门参与的工作专班迅速成立，高位推动，构建起统筹有力、协同高效的组织体系与运行机制。

作为赣州赛区承办单位，赣州市体育局牵头赛事组织，统筹协调各方，审慎选择执行单位，提出“整县推进、全域联动”的融合思路。指导挖掘红色文化、客家文化、宋城文化及山水生态文化等地域特色资源策划展演，联动市商务局、市文广新旅局发放商贸文旅消费券。将赛事作为城市节日营造氛围，统筹线上线下宣传，打通场馆、交通、安保与体文旅商农各环节衔接。

赛事期间，赣州累计投入安保力量2.2万人次、志愿者2451人次、医疗保障车近30辆次、医护人员近300人次；免费接驳车超1100辆次，接送球迷约5万人次；赣州球迷累计7000余人次随队远征8个客场助威。

为提升办赛水准，赣州第一时间组团赴江苏学习。“学习不是照搬，而是嫁接和转化。”赣州市体育局局长刘晓方表示。

与其他赛区不同，赣州市体育局将赛事宣传运营交由赣州市融媒体中心 and 文传集团负责，探索出“赛事运营+媒体传播”的新路径。这使得赛事从伊始就具备强大的内容生产力和传播力。

与此同时，每场比赛结束，赣州赛区组委会都会进行复盘，及时总结不足、改进提升。

9.9元的亲民票价，让足球从小众爱好变为全民狂欢。据票务网站数据，每场比赛“想看”人数屡创新高，决赛场次更吸引超40万人标记，“你抢到票了吗？”成为赣州人见面的热门话题。

### 文化赋能，全网曝光量超15亿次

如果说机制创新搭建了赣超舞台，那么文化赋能才是真正点燃这座城市的火种。

8月31日，那个夜晚注定被铭记。中场时分，《十送红军》的旋律在赣州“鸟巢”响起，105名于都演员手捧编织整齐的草鞋，缓步走入绿茵场。与此同时，看台上4万余支手机电筒同时点亮，汇成一片摇曳的星海。

“排练时就被感动了很多次，但当4万人同时点亮灯光，我还是被震撼了。”演员杨怡凡感慨道，“这不只是一场表演，更是一次精神的传递。”

这条表演短视频也迅速火爆网络，播放量突破2000万，被央视、新华社等央媒转发，全网传播量超5亿次。“原来红色文化

可以这么潮！”“看得我热泪盈眶”……网友的评论道出了这次文化赋能成功的关键——让厚重的历史以可感、可触、可共鸣的方式，直击人心。

“我们要将红色文化、客家文化、宋城雅韵巧妙融入赛事，让每一场赣超都像文艺演出中插播足球的文化盛宴。”刘晓方说。由各县(市、区)选送的节目在比赛间隙轮番上演，让观众沉浸于视听盛宴，深度体验赣州的文化魅力。

文化的感染力，更体现在人与人的温情中。龙南市带来的大型客家织带民俗舞蹈《客家龙南欢迎您》，唤起客家人“客行天下，终归故里”的乡愁；大余县大型歌舞《牡丹亭之丽娘曲》演绎跨越生死爱情传奇；半决赛中，由残疾人朋友与助残志愿者共同演绎的《我爱你中国》，将手语、龙舞与非洲鼓相结合，以“无声的肢体语言+热烈的音乐节奏”，传递出昂扬向上的生命力量。

赛事启动以来，赣州赛区全网曝光量达15.23亿次，直播总观看量2222.2万人次，21个赣州话题强势跻身抖音、微博热搜，7次登顶榜首。

### 票根经济，一张球票畅游赣州

如何将汹涌的流量，转化为驱动城市发展的经济增量？赣州的答案是：以球为媒，激发消费融合发展新动能。

在赣州“鸟巢”外的“赣超市集”，临时搭建的摊位前人头攒动，赣南特产、文创产品琳琅满目。“一场比赛下来，营业额能顶平时一个周末！”摊主刘女士忙得脚不沾地。她的摊位上，酸辣开胃的华嫩嫩泡菜、酸甜可口的脐橙片、包装精美的富硒紫灵芝等特产备受球迷青睐。

赛事期间，“赣超市集”精准引入410家优质商户，设置580个特色摊位，涵盖地方美食、文创产品、互动体验等，形成了一个“消费+体验+文化展示”的临时商业集

聚区。

消费场景也从场馆向全城延伸。在中心城区和县城大型商圈设立“赣超之夜”第二现场直播观赛点位30个，联动约200家商户开展配套活动，打造“看比赛、品美食、享文化”的复合型消费场景，持续点燃赛事消费，形成全城联动效应。

更巧妙的设计还有“一张球票游赣州”的票根经济。赣州整合全市51家A级旅游景区和若干星级酒店资源，推出“观赛凭证=文旅通行证”机制。比赛现场通过电子屏抽奖送出景区门票、演出票，推出“凭球票吃客家菜打八折”等优惠，共发放商贸消费券480万元、文旅消费券400万元。游客凭票根还可参与宋代点茶、汉服巡游等活动，形成“赛事热度-文创消费-景区引流”的正向循环。

数据最有说服力。赛事期间，赣州共举办餐饮促消费活动300余场，参与商家超2000家，营业额同比增长39%；主场周边酒店入住率翻倍，夜市排档营业额增长超200%；赣州赛区7场主场赛事累计吸引超70万人次参与商旅文体融合活动，拉动直接消费及关联经济效益约4亿元。

赛事虽已落幕，但“体育+”的融合探索仍在延续。赣州队球员先后走进上犹、安远等地，深入当地特色文旅场景与产业一线，开启“体育+”的深度体验之旅。在上犹县，球员们亲身体验了新兴的匹克球运动，实地感受森林康养民宿的静谧；走进企业车间，观摩现代化生产线，品尝了当地品牌“泡小燕”的特色产品。在安远县，球员们走进三百山景区，聆听安远人民守护东江源的故事，品尝东江水的清甜；走进果园，采摘、品尝最新鲜的“安心橙”，在自然与人文的交融中，完成了一场“体育+生态”的独特旅程。

赛事已然落幕，但一座城市的激情与梦想，正继续开启新的精彩篇章。



今年以来，上犹县梅水乡园村以周末经济为引擎，持续激活乡村发展新活力。村民自导自演的“园村好戏”轮番登台，既繁荣夜间消费、拉动乡村人气，又厚植文明乡风、凝聚乡土情怀，让特色文化IP成为赋能乡村振兴的亮丽名片。

通讯员 叶芝玲摄

# 从枝头到舌尖，仅需6小时

## ——安远县以工业思维重塑脐橙产业

陈茂东 本报全媒体记者 杨文斌

台分选设备如精密仪器般高速作业，以每秒5个的速度完成脐橙的糖度检测、瑕疵识别与分级包装。技术员魏炳华拿起一颗脐橙介绍：“你看这颗糖度达到14.2度，比国标还严格。”该企业制定的企业标准，让优质果率超过九成，更带动周边果园亩均增产15%，近千户果农实现技术升级，产品远销全国30余个省市及东南亚市场。

更令人振奋的是“橙中城”里正在发生的深加工变革。计划投资24亿元建成的“橙中城”——中国(安远)进出口水果产业园，集加工、仓储、物流、信息等功能于一体，已吸引14家深加工企业入驻。70条自动化生产线昼夜不停，日处理鲜果突破1万吨。江西果然食品的6条HPP超高压冷杀菌生产线全速运转，生产的冻鲜果汁最大程度保留原生风味，直供奈雪的茶、古茗

等头部茶饮品牌。这不仅填补了国内技术空白，更将鲜果保质期延长至18个月，带动5000多农户每户年均增收近5000元。夜幕降临，电商产业园的5G直播间里，主播孔令飞切开脐橙向粉丝展示：“大家看，这颗脐橙晶莹的汁水，流淌着阳光和雨露的精华。”去年“双11”，安远脐橙线上销售额突破1.2亿元，东方甄选曾创下3小时销售3万单的佳绩。全县近2万名电商从业者通过直播带货，将脐橙卖到天南海北。

如今的安远，已建成全国最大的赣南脐橙集散中心、中部六省唯一的县级快递分拨中心和全省首条商用智慧物流快线。全程冷链运输让脐橙从枝头到舌尖仅需6小时，物流成本降低30%以上。安远县更将脐橙打造成文化符号——“三百山”品牌获评中华名果，3D动画《脐橙小王子》全球

播放量超5000万，印着卡通形象的脐橙礼盒在深圳、香港的高端商超供不应求，相关主题民宿在旺季更是一房难求。

目前，安远县脐橙年产量突破28万吨，产业集群产值超50亿元，全县直接或间接从事脐橙产业人员超过16万人，形成了种植标准化、加工集群化、营销数字化、品牌IP化的完整发展路径。

“我们不仅种脐橙，更要种生态、种文化、种未来。”安远县果业发展服务中心负责人刘明荣表示，紧锣密鼓筹备中的第四届赣南脐橙国际博览会，即将为安远脐橙搭建更广阔的舞台。

从山坳里走出的脐橙，早已超越了果实本身，成为串起科技、生态、文化与希望的致富链，在乡村振兴的画卷上，晕染出最动人的橙黄。

## 赣州瑞金机场通航激活红色旅游新动能

本报瑞金讯（全媒体记者杨文斌 通讯员李华诚、张瑾玉）“瑞金是红色故都，红色历史底蕴深厚。我们来这里学习苏区精神、传承红色基因。”11月8日，在赣州瑞金机场，即将离瑞的上海游客褚梦云回顾在瑞金的行程，感慨地说道。

赣州瑞金机场通航后，交通效率大幅提升，极大便利了游客出行。“原先坐火车要15个小时，现在乘飞机只需2小时。”上海世航国际旅行社社文娟表示，“交通便捷叠加优惠政策，团队游客流量显著增长，红色旅游线路持续火爆。”

赣州瑞金机场通航为瑞金旅游业发展注入强劲动力。该市以此为契机实施“引客入瑞”战略，通过开发特色旅游产品、赴通航城市召开推介会、“机票变门票·全域优惠”及酒店住宿特惠等政策，吸引各地游客纷至沓来。

截至目前，赣州瑞金机场已开通至北京、上海、遵义等地的航线，累计客流量突破2万人次，其中团队旅客占比达三成。

## 大余精准施策促进消费提质扩容

本报大余讯（通讯员彭青芸、叶相发）“一家人吃饭，用消费券省了100元，太实惠了！”近日，市民王玉玲领到大余县发放的第三期文旅体消费券，在饭店消费后欣喜地说。这“真金白银”的激励，正是该县精准提振消费的缩影。

今年以来，大余县创新推出“政企双补、全城焕新”模式，精准投放220万元消费券，覆盖商贸、餐饮、文旅等重点领域。该县深耕客家美食文化，推广“南安府宴”“大余鹅王”等餐饮IP，举办“腊味节”“赣南早虾开捕”等特色活动，并组织企业参与“赣品入湾”展销，推动美食文化与现代消费深度融合。同时，该县推进“文旅+体育+影视”融合发展，成功举办第二届越野e族江西大余森林英雄会，配套开展音乐会、无人机表演等活动。此外，《底线之上》及上百部短剧等影视作品在大余取景拍摄，有效带动了文旅消费提质扩容。

今年以来，大余县以旧换新政策带动汽车、家装等领域销售额超7000万元；累计接待游客840.8万人次，实现旅游综合收入79亿元，同比增长20.4%。

## 会昌多举措服务好“一老一小”

本报会昌讯（通讯员刘兆春、吴永琛）11月5日，会昌县庄口镇小坝村暖意融融，该村第二届敬老节如期举行。活动通过表彰先进、文艺汇演等形式，传递尊老敬老的浓浓温情。这是该县深耕“一老一小”服务的生动实践。

伴随着欢快的《好运来》开场舞，活动正式拉开帷幕。村两委对“最高龄寿星”“孝老敬亲模范户”等先进典型进行表彰，榜样的力量赢得现场阵阵掌声。《爸》《老父亲》等歌曲深情动人，传统山歌韵味悠长，接地气的节目让老人们笑逐颜开。“感谢党和政府的关心，今天特别开心！”村民钟跃红的话道出了老人们的心声。

近年来，会昌县投入380万元打造了18个农村幸福院，为“一老一小”群体提供服务近万人次。该县通过探索幸福院与党群服务中心、新时代文明实践站、高校支教基地等融合发展的模式，不断拓展服务功能，推行“以老助老、以老带小、以小敬老”综合服务，组织文艺演出、健康讲座、手工课堂等活动180余场次，并在有助餐需求的幸福院提供助餐服务。

## 信丰小网格提升基层治理效能

本报信丰讯（通讯员吴博涛、何云）近日，信丰县健康路社区居民刘大爷发现楼道积水严重，第一时间拨通专职网格员陈雪梅的电话求助。陈雪梅迅速赶到现场，联系自来水公司维修，并主动清理积水，及时恢复了居民正常出行。刘大爷连连称赞：“网格员来得快、办得妥！”

在信丰，像陈雪梅这样的专职网格员共有172名。他们每天穿梭于大街小巷，承担政策宣传、社情民意收集、水电检修等多项职责，构建起横到边、纵到底、全覆盖、无缝隙的网格治理体系。在党组织带动下，越来越多的党员群众主动参与社区治理。

近年来，信丰县坚持以党建引领网格化基层治理，科学划分172个基础网格，按照“一格一员”标准配备专职网格员，并选优配强2458名兼职网格员，形成“网格长+专职网格员+兼职网格员+居民户”的治理模式，推动实现“多格合一、一网统管”。今年以来，全县城区火灾起数下降35%，信访总量下降70%，问政类工单下降48%，社风民风持续向好。

## 全南“三个三”工作法赋能乡村振兴

本报全南讯（通讯员廖莹君、黄圣）“邻里有小矛盾，‘屋场会’上聊一聊，大家就把问题说开了。”全南县大吉山镇马安村村民马武林感慨道。

这是全南县大吉山镇不断创新工作机制、赋能乡村振兴的生动写照。今年以来，大吉山镇聚焦产业帮扶、人居环境整治等重点领域，创新实施“三个三”工作法，坚持重点攻坚、专业赋能、开门问效的发展思路，通过统筹部署、压实责任、提升能力三大关键环节，确保群众急难愁盼问题清仓见底，有效提升群众获得感和幸福感。

大吉山镇整合各类资源，开展实战化赋能培训，将课堂搬到田间地头，组织培训8批次，覆盖干部210人次、农户4000余人次；抽调骨干力量组建工作专班，分析研判各村在产业发展、基础设施等方面的短板，开展农业技术培训12场，协助120余户完成产业补贴申报，并建立群众满意度回访机制，采纳合理化建议21条，不断擦亮和美乡村的幸福底色。

## 兴国传承非遗技艺 助力就业增收

本报兴国讯（刘新权 通讯员邓君）“我们的产品销往新加坡等地，很受华人喜爱。非遗刺绣都是一针一线的手工刺绣，有温度、有感情在里面。”近日，在兴国县江背镇高寨村的兴国县客家刺绣传习所，朱小华和工人们正忙着赶制订单。

朱小华是江西省“四个100”文化导师、省级乡村工匠、赣州市级非遗代表性传承人。她的刺绣作品题材广泛，生动展现了客家文化的独特魅力，广受海内外市场欢迎。近年来，她积极响应兴国县鼓励非遗代表性传承人传授技艺、带动就业的政策，通过开展客家刺绣公益培训课程，走进乡村、学校、社区，累计培养学员数千人。截至目前，她已带动40多人就业，人均月增收2000余元。

“我准备扩大规模，一方面让更多人学会这项非遗技艺，另一方面也带动更多人就业增收。”朱小华表示。