



江苏：“足球+”撬动全域消费新增长

场上鏖战正酣，场下助威呐喊，场外且看且游……5月以来，“苏超”的“足球+”效应撬动江苏全域消费增长——单场最高上座超6万人，带动多场景消费超380亿元。

在以“苏超”为代表的文体旅商融合项目助力下，上半年江苏社会消费品零售总额达23949亿元、同比增长5%，总量占全国的9.8%。

意外走红的“苏超”，内涵和外延超越足球比赛，其背后是经济大省江苏持续优化营商环境、把握市场需求、开拓增长空间、探索经济治理的不懈努力和创新实践。

意料之外的流量，意料之中的需求

20日晚，苏州胥城大厦奥灶面馆，游客肖喆好和同伴边吃苏式汤面边看比赛直播，看到进球时激动得手舞足蹈。足球之夜，这家平时21点就打烊的面馆，随行就市延长营业时间。

连续几个周末，淮安金湖的广场夜市，客人边看球边下单，手机支付的叮咚声淹没在看球的喝彩声里。5月以来，当地累计接待游客120多万人次，拉动相关消费超6亿元，让不少人直呼没想到。

意料之外，情理之中，“需求一直都在，关键在如何挖掘和满足。”南京财经大学教授朱军认为，当不少地方感慨消费增长乏力时，“苏超”走红给城市挖掘消费潜力开辟了“新空间”。

赛场内外，江苏13个地市花式“宠客”；常州设立“毛茸茸托管班”，让携宠观赛的球迷不用纠结“看球还是看狗”；徐州开出高铁“球迷专列”和免费接驳

内蒙古阿拉善：沙海中的绿色家园

在内蒙古最西端的金色沙海，阿拉善盟静卧其中，如一粒璀璨明珠。27万平方公里的辽阔版图塑造了独特的生活图景：黄沙、戈壁的底色之上，点点绿洲成为人们赖以生存的家园。

“距离”是左右阿拉善人生活的关键词。过去，人们从一个镇到另一个镇，要在驼铃声声中跋涉一两天。

为了连接这些散落在大漠戈壁中的“孤岛”，阿拉善建起了3座机场。乘飞机从一个镇飞到另一个镇，个把小时即可。

地面上，穿沙公路和铁路如同坚韧的丝线，顽强地将巴丹吉林、腾格里、乌兰布和3大沙漠怀抱中的城镇和村落串联

公交，让球迷当天可以便捷往返；无锡、扬州的景点凭比赛票根免费，酒店餐饮还有大礼包相送……

江苏省商务厅数据显示，5月10日至7月7日，“苏超”前六轮比赛期间，江苏线下监测旅游、出行、餐饮、住宿、体育场景合计实现服务营业收入379.6亿元。

表面是“足球搭台，旅游唱戏”，内在是瞄准消费痛点升级服务。苏州大学社会学院旅游管理系教授周永博认为，“苏超”撬动江苏全域消费，让餐饮、住宿、零售等领域产生链式反应的背后，是“苏式服务”不断满足社会新需求。

赛场之外，街头巷尾，人们“围屏而坐”的“第二现场”，成为消费增长的“主战场”。江苏开展促消费主题活动，以点带面打造50个夜间消费商圈，一些被网友调侃“没有夜生活”的城市奋力拥抱足球夜经济。

今年上半年，江苏第三产业增加值增长5.9%，增速比去年同期高1.1个百分点。苏州用电量占江苏约两成，国网苏州供电公司数据显示，5月“苏超”开赛以来，当地服务业用电量同比增长达15.5%。

不仅是足球，不止于消费

6月1日，南通队4:0战胜泰州队，南通特色美食搜索热度迅速攀升；6月15日，无锡队2:0击败常州队，无锡水蜜桃订单量大涨……线下商超和线上平台的数据，印证着江苏文体商旅融合创新的成效。

徐州队客场迎战常州队，徐州文旅在常州奥体中心外举办《遇见汉风》演出；扬州队主场对战南京队，扬州国有收费景

区对省内居民免费开放；同期，江苏省文旅部门赴上海、浙江举办“跟着‘苏超’游江苏”推广周，招揽长三角游客。

文旅上新，产业创新。常州中华恐龙园接下“十三妹”的网络热梗，推出恐龙妹妹系列玩偶，首批预售2万个；南通家纺企业组团上网销售，结合足球印花与蚕丝工艺的新款夏被成为“销量担当”；苏州炒菜机器人亮相赛场市集，13城美食随意点单，两分钟新鲜出炉。

异地奔赴不仅为足球，更为新场景体验。“苏超”第七轮比赛期间（7月19日至20日），6个主场城市银联异地消费同比增长14.62%，游客量同比增长18.86%。

循着“苏超”热潮而来的不仅是游客。周末看球，工作日看厂。近期，来自深圳的人工智能产业创业者张志强跟着看球团，走过了盐城、南通，了解当地产业发展和招商引资政策。

在南京，赛场上打出“投资南京就是投资未来”的横幅，表明“苏超”内涵早已超越传统球赛。近日，宝马集团全球六大信息技术研发中心之一落户南京。该公司有关负责人提及，德国足球文化浓厚，“苏超”引发的国际关注，让企业项目落户此间更容易获得双方聚焦和共情。

为把“苏超”流量转化为持续增量，江苏“十三太保”正齐心协力在城市形象塑造、营商环境优化、增长空间开拓方面深度发力。

共享赛事激情，共创发展新局

无锡招商城广场，周末露天巨幕球赛直播开场前，人们已经扶老携幼围坐

了十几桌。市民不买门票，逛个夜市，同样能共享文体旅融合带来的新服务、新场景。

由村官、外卖员、大学生等“低专业含量选手”组成的“苏超”球队，以“草根赛事”吸引普通市民。

无锡的集成电路研发工程师自嘲“伪球迷”，但“苏超”已成为他和同事的新话题；常州武进建材市场旁的小烧烤店排起长队，人们慕名而来边吃烧烤边探寻小个体户成为“苏超”赞助商的传奇；民间手工达人设计的一款文创帆布包日销400单，许多小网店借“苏超”爆火。

从赛场故事到赛事经济，人人皆可参与。参赛条件向全国球员开放，赛场广告向大小企业开放，市政单位停车场向游客开放……江苏省各市努力延伸“苏超”的开放特质，不断提升治理能力，把网络流量转化为发展增量。

有地市政策研究部门的干部告诉记者，发挥“苏超”撬动作用，发展消费主导型经济，共促经济发展新局面，正成为许多江苏城市政府部门探索发力的新课题。

南京大学长江产业发展研究院研究员张月友认为，“苏超”体现了线上线下、民间与政府双向互动的共治共享逻辑，这种治理方式在当前着力扩大内需、促进经济转型升级中发挥着重要作用。

新华社记者 杨绍功



杨与碧水、金沙交织的绝美瞬间。他说，人们奔胡杨而来，看到的不仅是3000年的生命传奇，更是可“阅读”的人与自然共同谱写的生存史诗。

守护家园是与风沙搏斗的持久战。今年7月，在内蒙古阿拉善盟阿拉善右旗巴丹吉林沙漠南缘防沙治沙区，一条全长1856公里的防沙阻沙带实现全线闭合，三大沙漠林草锁边带合龙工作胜利完成。经过40多年的治理，阿拉善盟累计完成防沙治沙近1亿亩，实现了“人进沙退”的历史性转变。

落日余晖下，一队骆驼像剪影似地慢慢走过沙脊，驼铃“叮咚”，飘进暮色。这一切仿佛远古丝路飘来的请柬，邀人揭示沙漠与绿洲共生的密码。

新华社记者 张丽娜 侯维轶

“不用再顶着烈日卖粮了”

——江西南昌粮食收购一线见闻

人”卖粮便利许多。

“不用再顶着烈日卖粮了。”周世彦熟练地点开手机里的“惠三农”应用程序，边操作边说。丰收旺季他有时一天要安排车辆往粮库送300多吨稻谷，如今在线上提前一天预约卖粮、查看排队进度，能帮大家实现分时段卖粮，不用担心排不上，也不用在烈日下苦等。

记者跟着装满粮食的货车来到中央储备粮南昌直属库有限公司，数年前动辄数公里的卖粮“长龙”消失了，取而代之的是休息室里热闹的交谈声。

47岁的司机陶端仁笑着说，他卖了20多年粮，以前坐在车里顶着高温排队，各种按喇叭防插队，如今卖粮车有排队系统，登记后就能坐在休息室，边吹空调边等候，“卖粮条件越来越好”。

眼看时间将近，陶端仁起身来到休息室墙角的“查询一体机”前，输入自己的身份证号，很快就跳出一串数据：“出糙率75.7%、水分13.8%、杂质2.2%……”检查结果合格，前面还有5辆车待称皮重。”陶端仁打了杯水后，又和其他卖粮者聊起最近粮食行情。

中央储备粮南昌直属库有限公司总经理杨柳说：“粮食收购和每一位卖粮农民利益息息相关，我们将在确保粮食品质的前提下，最大限度做好服务，进一步方便农民卖粮。”

新华社记者 熊家林



7月30日在铁岭县大青水库拍摄的光伏发电板（无人机照片）。

近年来，辽宁省铁岭市铁岭县积极推动风电、光伏、制氢等绿色能源产业发展，当地以重点项目为引领，延长新能源产业上下游链条，打造全产业链发展模式，推动区域经济高质量发展。

新华社记者 杨青摄

依法保护野生鸟类 共建美好生态家园

鸟类是自然生态系统的重要组成部分，对维护生物多样性、筑牢生态安全屏障具有重要意义，要持续打击非法捕猎贩卖鸟类行为。

牛背鹭

Bubulcus ibis

它是唯一不食鱼而以昆虫为主食的鹭类，也会捕食蜘蛛、黄鳝、蚂蟥和蛙等其他小动物。常与家畜，尤其是水牛形成了依附关系，跟随家畜后捕食被家畜从水草中惊飞的昆虫，也常常在牛背上歇息，故名牛背鹭。