

今天,他们就该站C位

新华社记者 黄浩然 王恒志



5月1日,2026江西省城市足球超级联赛(简称“赣超”)揭幕战在南昌国际体育中心体育场举行,赣州队客场1比0战胜南昌队。图为5月1日,南昌队守门员魏丞(上)在比赛中防守。新华社记者 万象摄

5月1日晚,赣江之滨,南昌国际体育中心,在全场6万多人的欢呼声中,2026年江西省城市足球超级联赛(以下简称“赣超”)鸣哨揭幕。2日,2026年江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)常规赛第四周的比赛,在南京、镇江、苏州、泰州四地同时开赛。

“五一”小长假伊始,各地“城超”很忙。场上奋勇拼搏,场下振臂高呼,赛场内外的劳动者们,尽情享受城市的庆典、人民的节日。

劳动节,劳动者站“C位”

“赣超”开幕式时,一个特殊的人群,出现在南昌国体中心主体育场的大屏幕上。

他们中,有在一线干了39年、仅靠手摸模具就能判误差的“大国工匠”提名获得者刘辉;有退役后创业、带动数百名退役军人就业的全国“最美退役军人”陈望源……来自江西各地的200名劳动模范和先进工作者组成“劳模方阵”,一经亮相,全场掌声雷动。

在6万多名观众《真心英雄》大合唱的声浪中,刘辉等许多见过大场面的劳模都湿了眼眶。

“平日里,他们站在机床边、守在岗位上,是我们身边的‘英雄’。”江西省足协常务副主席王贤敏说,“揭幕战恰逢劳动节,今天他们就站‘C位’,场上场下的奋斗者们都值得我们致敬。”

千里之外,江苏南京。对玄武湖管养员刘金顶来说,2日是个大日子——应“苏超”组委会邀请,他第一次到现场看球。

这位64岁的老人,不久前以自己工作用的扫帚为笔,以明城墙下的落花为墨,在草坪上工工整整“写”下“南京加油”“苏超加油”,被网友赞为“最浪漫环卫工”。“苏超”组委会在给他的邀请函里写道:“‘苏超’之所以在这片土地上火出圈,是因为它的根扎在每一个热爱生活的普通人心里。”

视线回到“赣超”场边,新换的LED广告屏不停滚动,但主角不只有大品牌。鄱阳湖生态农业股份有限公司,以58万亩水稻种植基地带动千余农户增收;九江乐胜运动器材有限公司,球类产品出口30多个国家和地区……4家中小企业的商标免费“登上”赛场。

“‘赣超’几十万元一个的广告位,免费给了我们。”抚州民生农业科技负责人莫子涵说,“这对我们来说是莫大的鼓舞。”

“苏超”赛场,省级层面遴选32家小微企业,赞助费5万元封顶,却享受官方赞助商级别权益。江苏省体育产业集团董事长顾晖说:“就是要给小微企业一个‘小投入大流量’的机会。”

占据场上“C位”的球员平时也都是身边的普通人。赣州队核心罗里是宁都四中的体育老师,白天教孩子踢球,晚上为城市而战;

南昌队前锋夏威夷如愿被南昌本地大学录取,能“继续为南昌而战”……看台上坐着“劳动模范”,广告屏里亮着“中小企业”,球场上跑着“身边人”。“赣超”“苏超”,不约而同地用“C位”致敬平凡又不凡的奋斗者。

“小钱”背后,有民生大账

“9块9”“19块9”,这是2026赛季“赣超”定下的亲民票价。“苏超”的球票,也就20元。

去年,正是“苏超”20元一张的球票,平均撬动周边消费146元。进入新赛季,江苏省文旅厅顺势推出“跟着苏超游江苏”,100条跨区域主题旅游线路铺向全省。

赛事经济不只是绿茵场的票房,更是街边小店的生意、老百姓的日子。2025赛季,“赣超”带动的综合经济效益超过140亿元。今年,一张球票捆绑10家5A、99家4A景区的半价门票,还有酒店折扣、餐饮满减。

拌粉、瓦罐汤、小龙虾……南昌国体中心内1.8万平方米的“赣超嘉年华集市”人头攒动,江西小炒的锅气和球迷的呐喊蒸腾在一起。

搬出一笼刚蒸好的米糕,小吃摊主胡娟说:“以前总觉得体育比赛跟咱关系不大,现在才知道,一场球赛下来,营业额能翻两三倍。”

“苏超”的账本同样厚实。阿迪达斯等34家国内外知名企业落位四级赞助体系,赞助金额上亿元。“苏嘟嘟”盲盒脱销,499元的球员版球衣刚补到货,球迷抢着穿去看球。

今年“五一”起,南昌国体中心进入平时“演唱会模式”,赛时“足球模式”的“丝滑切换”。南昌文体发展集团有限公司董事长张马安介绍,赛事经济和演唱会经济正相互借力,去年南昌国体中心办了40场演唱会,今年“赣超”南昌队主场落地的消息一传出,已陆续签约37场,全年演唱会档期与“赣超”赛程统筹协调,确保“不撞车”。

“跳出体育看体育,‘赣超’可以成为促进经济社会发展的重要动力。”江西省体育局局长李小平说,“赣超”不仅是一项赛事,更是一条纽带,把足球的激情、城市的活力紧紧连在了一起。

为城而战,更是为民而办

江苏常州奥体中心外,“苏超球迷服务中心”排起长队。球迷坐进第一排中央空着的椅子,和背景板里常州队全家福合影。排队的市民要的就是这种仪式感——“感觉自己成了球队的一分子。”

“以球之名,为城而战”的身份认同是“城超”的底色。

“赣超”新推出“U18球员政策”,要求每队报名人数中18岁以下球员不得少于5人,场上必须始终保留至少一名U18球员。“苏超”U22上场人数也增加到至少6人。

江西省体育局群体处处长刘钢说:“‘赣超’有责任为当地青少年球员提供更多锻炼和成长的机会。”他认为也要严守球员草根化,“守住球员资格准入的门槛,就是守护为民而办的初心。”

文体融合,让“城超”赛场成为一



5月1日,演员在开幕式上表演。新华社记者 万象摄



5月1日,球迷为球队加油助威。新华社记者 万象摄



5月1日,球迷为球队加油助威。新华社记者 万象摄

扇了解城市的窗。

“苏超”13城26款球衣,南京云锦、扬州运河、苏州干将莫邪……一件件有文脉。常州“常宝”和“恐龙妹”组“CP”,盐城“鹿战队”擦亮麋鹿之乡,宿迁把“西楚霸王”请上队徽。

“赣超”揭幕战,人工智能技术让王勃在滕王阁“开球”,足球飞越八一桥、掠过摩天轮,“空降”到南昌国体中心;南昌城南龙灯和赣州客家非遗同台,11条龙合成一条巨龙,呼应“十一城一条心”;6万多人齐诵《滕

王阁序》,千年文脉和足球热血交融激荡。

南昌大学体育学院教授江广金认为,新赛季各地“城超”花样翻新,但不变的都是“让足球回归群众,让体育走进生活”的初衷。

从赣江之滨到秦淮河畔,从“十一城一条心”到“江苏十三太保”,“城超”为谁而歌?答案写在每一个普通人的笑容里,写在每一个奋斗者的汗水里。(新华社南昌5月2日电)

2026(第43届)中国国际体育用品博览会(以下简称“中国体博会”)将于5月21日至24日在厦门举行。本次展会规模超20万平方米,参展企业超2000家,均创新高。

组委会表示,数据的跃升体现了近年来中国体育产业的活力,随着全民健身热、文旅融合发展、AI赋能等新亮点,“十五五”时期行业面临新机遇。中国体博会也推出多项创新举措,更好适应体育市场需求,助力体育产业新征程。

场景、智能——展览格局创新

据介绍,2026中国体博会设APFIT亚太健身及健康生活展、体育场馆设施及器材和体育消费及服务三大展区,将以专业化、垂直化、场景化的导向,贴合实际应用场景,契合细分市场需求。

其中,APFIT亚太健身及健康生活展展区将汇集最新款健身设备与前沿科技,以专业健身及健美、健身器材供应链等五大板块覆盖全产业链,致力于打造亚太地区规模领先、专业顶尖的健身产业盛会。体育场馆设施及器材展区则聚焦绿色低碳与数字技术,打造未来智能化体育空间。体育消费及服务展区精准对应各细分板块,其中户外运动专区和休闲体育专区受到关注。

此外,升级后的政府体育事业专区将举办多场政府体育产业招商推介会。目前,国家体育总局体育器材装备中心及福建、江苏、云南、广西等地多家政

“首发”、出海——服务模式创新

为实现“展中精准对接、展后长效服务”的全周期服务闭环,此次组委会还通过三方面举措,推动供需匹配更高效、商贸合作更顺畅。

其一,为众多企业打造展示首发新品、核心技术的平台,以创新“首发”带动贸易增长、促进行业前沿成果加速落地,彰显中国体博会作为行业风向标的核心价值。

其二,通过“展商秀”“体博悦”等线上商贸平台为供需双方实现高效对接,打造2026年“优质海外买家计划”(POB)等多个链接海内外市场的定制化外贸服务体系,助力企业扬帆“出海”。

其三,特邀行业内知识产权专家组建顾问团队,依据《中国国际体育用品博览会知识产权保护管理办法》,构建标准化纠纷处理机制,为参展企业创新成果保驾护航。

论坛、资讯——内容供给创新

展会还将举行超50场配套活动,搭建“展示+交流+对接”的一体多维体系,放大中国体博会的行业平台和桥梁效应。

丰富多样的活动中,既有促进行业交流、汇聚前沿资讯的首届中国体博会亚太健身产业交流大会、中国体育场馆设施产业大会、中国运动空间大会等论坛类活动,也包括“中国健美协会2026年全国健身锦标赛”等赛事类活动,还有趋势数据发布、创新推优、全民健身产品评选等活动。

本届展会由中国体育用品业联合会、中体联(北京)体育产业发展有限公司等主办,福建省体育局支持。

2026中国体博会「上新」

新华社记者 李丽 高萌

助力产业新征程

“看一场球,游一座城”——“宁超”激情揭幕

新华社银川5月1日电(记者谢建雯)1日晚8时,宁夏银川市览山公园足球场座无虚席。哨声吹响,在银川队与石嘴山队的激烈拼抢中,2026年宁夏首届足球超级联赛(简称“宁超”)激情揭幕。

夜色笼罩,足球场灯光如昼。高速的攻防转换、本土球员的拼劲与技术,让现场万余名球迷大呼过瘾。最终银川队以2:0取得开门红。

“我是从大武口区专程赶来的,看完球不急着走,明天打算带家人在银川逛逛。”50岁的石嘴山市球迷杨爱军兴奋地说。

看一场球,游一座城。首届“宁超”将于5月至10月在宁夏8个赛区举行,56场主场双循环赛事贯穿周末。为将球迷对一场球的瞬时激情转化为对一座城的持久记忆,“宁超”将体育赛事与地方文化、旅游、消费相结合,开展“看宁超 全域旅游”文体旅融合活动,每个赛区围绕自身资源禀赋,推出差异化的“观赛+旅游”套餐。

在银川主赛区,上午在贺兰山岩画、西夏陵沉浸式体验时空穿越,下午迎着落日余晖呐喊助威,晚上打卡网红夜市,一日便可览尽“塞上江南”风情;在吴忠赛区,一壶八宝

茶、一把撒子油香、一碗羊杂碎,“早茶+观赛”的组合让球迷大饱眼福、口福;在中卫赛区,通过在沙漠营地开展露天赛事转播,打造“星空下的足球之夜”,球迷可围坐篝火旁、手举红酒杯、畅聊足球赛……

更值得一提的是由此而生的“票根经济”。银川市打造“宁超消费圈”,中卫市搭建数字平台核验票根发放满减券,平罗县发放专项消费券并开设“宁超主题夜市”,推动体育流量向消费增量转化。

本届“宁超”门票指导价仅9.9元,但“含金量”十足。在银川,凭借当日球票,球迷可在全市1199家联盟商户享受餐饮、住宿、购物、酒庄体验等多重优惠。从赛场边的特色小吃店,到银川知名的怀远夜市,再到贺兰山东麓葡萄酒庄,一张球票串起了整座城市的消费链条。

“以前看球,看完就走。现在球票就是‘省钱卡’,我们今晚看完球,明天去宁夏博物馆和水洞沟转转。”来自宁夏固原市的球迷李文笑着说。

夜深了,比赛也接近尾声,但现场观众热情依然高涨。赢得揭幕战的银川队球员绕场致意,看台上星光点点、呐喊不绝。一场球,点燃了一座城;一座城,正因足球而变得更具吸引力与温度。

(上接第一版)3月末,全区涉农贷款余额1279.5亿元,占各项贷款余额的比重达到17.1%。截至3月末,农业银行西藏自治区分行发放“钻石、金、银、铜”四卡89.08万张,发证面突破90%,四卡贷款余额达到234亿元。

熊正良还介绍,中国人民银行西藏自治区分行认真落实中央赋予西藏的特殊优惠金融政策,加强利率政策的执行和监督,规范存贷款利率定价行为。3月,西藏金融机构新发放的一般商业性贷款加权平均利率为1.26%,同比下降13BP。其

中,企业贷款加权平均利率为1.24%,同比下降16BP。一季度,全区优质企业贸易收支便利化业务笔数同比增长6.8倍,金额达1354.5万美元。一季度,实现跨境人民币收支3.47亿元,同比增长2.7倍。

熊正良表示,下一步,中国人民银行西藏自治区分行将立足西藏重大发展战略,充分释放存量和一揽子增量金融政策红利,继续做好金融服务实体经济各项工作,促进金融总量合理增长、结构持续优化,为谱写中国式现代化西藏篇章贡献更多金融力量。