

10月7日,苏超四分之一决赛,南通队坐镇主场,迎战淮安队。32069名观众在“南鸟巢”里呐喊助威。

当最后一缕霞光掠过狼山,濠河的灯火与摩天大楼的灯光渐次亮起,各大商圈人流如织,这片土地用火热的激情,迎接八方来客,将亮眼的消费答卷写进璀璨夜色:比赛日当天,全区接待游客、旅游收入的同比增幅分别达到42.1%、34%,点燃了整座城市的热情。

通讯员 陈馨
现代快报/现代+记者 陈莹 花宇



南通崇川新城全貌 花宇 摄



南通有请！ 崇川，比你想象的更“出片”



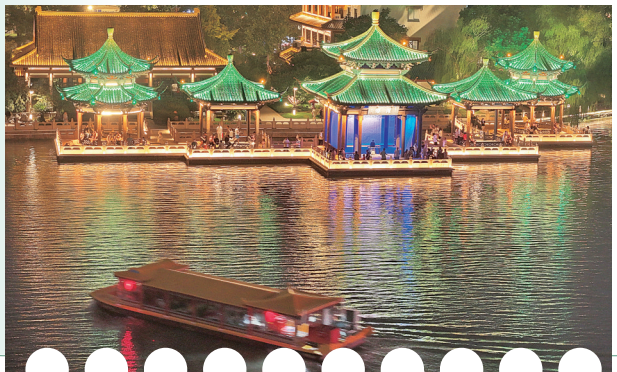
国庆中秋假期寺街西南营6家新店营业,迎来大客流



国庆中秋假期南通万象城顾客盈门



苏超四分之一决赛南通队主场迎战淮安队 花宇 摄



“濠河夜画”沉浸式实景演艺 许丛军 摄 部分图片由崇川区宣传部提供

文体搭台,经济唱戏 全域主场点燃主城消费引擎

10月7日,南通体育会展中心内尚未擂响战鼓,场外的商业氛围却已早早升温。外地游客和市民纷纷走进综合体游玩打卡。各大综合体借势推出系列主题狂欢活动,餐饮、零售等业态人气火爆。赛前的体育场外,成群结队的球迷们自发集结,挥舞旗帜,放声拉歌。现场市集热闹非凡。崇川本地小吃麦蒂酥、“六桥里”“锅里岩”招牌菜一一亮相,让市民游客尝鲜。

“我大喜欢志愿者送的玩偶了。”淮安球迷曼曼紧紧抱着志愿者赠送的纪念品,满脸笑容。这是崇川“一站式苏超赛事服务”的生动写照。比赛日当天,铁路南通站内就活跃着一抹

“志愿红”。从出站问候指引,到文旅信息介绍,再到免费接驳,每个环节都透着这座城市的热情与好客,瞬间拉近了外地球迷与崇川的距离。赛场入口、转角都有指示牌,免费饮用水随时取,现场赠送老字号美食四宜、景福斋糕点,3万多份球迷包里,毛巾、助威棒、文旅地图、消费券一应俱全……赛事的热度里,藏着崇川细致的“待客礼”。

除主赛场外,崇川还精心打造了10余个“第二现场”观赛点,不仅有超大屏赛事转播,还推出了“赛事+”系列促消费活动。环西文化广场、南大街商圈、工农路-青年路沿线商圈、北大街商圈……赛事当日,13.29

万名球迷同步狂欢,同频共振,欢呼声此起彼伏,化作一片欢乐海洋,激情在秋夜里肆意绽放。

以主场赛事为核心,崇川实现了“主场辐射、全城消费、文旅融合”的三维联动,充分释放出大型体育赛事对区域的综合带动效应。强劲的消费活力为崇川经济的“金九银十”写下了生动注脚。据统计,国庆中秋假期,崇川区重点监测的26家商贸企业销售额超5.7亿元,同比增长7.3%,人流量超293万人次,同比增长7.5%。其中,苏超比赛日当天,全区接待游客、旅游收入的同比增幅分别达到42.1%、34%,实现了“文体搭台,经济唱戏”的良性循环。

“为一场比赛,奔赴一座城” 赛事流量转化发展增量

作为“环濠河水岸夜生活体验集聚区”的核心项目,“濠河夜画”10月2日起开启试运营,融光影科技、非遗、实景演艺等于一体。泛舟河上,梅庵古琴的悠扬曲调、沈绣的精美针法、大生纱厂的历史印记等南通文化符号一一呈现,为市民游客带来沉浸式夜游新体验。项目自试运营以来,一票难求。

作为“城市会客厅”,国庆中秋假期,市民游客在濠河景区逛集、休憩、拍照,享受“假期慢生活”。濠河景区交出亮眼成绩单:累计接待游客55.65万人次,日均较“五一”假期环比增幅50%,较去年“十一”假期同比增幅22.36%;大型游船接待收入较去

年“十一”假期同比增幅60%。

苏超南通队主场移师主城崇川,“南鸟巢”再迎高光时刻。乘着苏超的风,崇川也开启了宠客模式:品质客房优惠、专属停车免费、景区免费游览、公交专线免费接驳……大批球迷和游客走进景区,解锁崇川花式玩法。濠河、狼山、森林野生动物园、森迪冰雪乐园、唐闸古镇、都市农业公园、奇妙农场等各具风情的“网红”打卡地,吸引更多游客“为一场比赛,奔赴一座城”。

“多玩一天,多住一晚”。崇川也用一张苏超球票,为市民游客带来特色文旅体验。崇川推出“一票逛崇川”模式,将票根转化为串联文旅消费的“金钥

匙”。赛事期间,崇川各大景区推出“凭票享优惠”活动,游客凭电子球票可畅游11家A级景区。“我们不仅要吸引球迷看比赛,更要留住他们体验崇川。”崇川区文旅局旅游科科长顾金玉说。此外,为释放赛事经济潜力,崇川区文旅局赴苏州、淮安、无锡等城市推介,并联合南通市旅游协会邀请外地游客来崇川。

“我们将抢抓‘苏超’赛事流量,精心做好‘跟着苏超一起来、一起嗨、一起卖、一起赛’四篇文章,深度拓展‘赛事+文旅、赛事+服务、赛事+产品’消费供给,着力推动景区项目创新,服务提升,以更大力度激发消费活力。”崇川区委书记胡拥军表示。

街巷焕新热气腾腾 首店首秀激活消费新动力

“没想到玻璃能做出这么精美的圣诞树。”国庆中秋假期,位于崇川区核心区域的寺街西南营历史文化街区的Echo(玻璃文创)店内人头攒动。主理人孙佳佳正在教顾客做玻璃圣诞树。孙佳佳是南通人,曾在宁波成功开店。寺街西南营街巷焕新,她带着非遗技艺回到家乡,为年轻人提供独特的文化体验。

今年国庆中秋假期,寺街西南营历史文化街区6家网红新店相继亮相,文创、手作、美食等丰

富业态,满足年轻人的新鲜感与潮流感。

从网红小店到大型商超,绵延不绝的排队人群,勾勒出崇川消费经济的蓬勃活力。不断亮相的首店成为崇川消费版图上的“流量锚点”:茶颜悦色开业半小时排单600杯的火爆,八厂九街深夜食堂腾腾的烟火气,寺街西南营里融合古韵与新潮的特色小店客流不断……越来越多的首店“首秀”,成为崇川吸引市民游客的“新密码”。

近年来,崇川区坚持把发展“首店经济”作为提升城市商业魅力、激发消费活力的重要抓手,持续引进高质量品牌首店,“首店经济”蓬勃发展。相关部门创新举措为首店“快落地”提供硬核支撑。崇川区创新推出万象城“3工作日现场核查”提速机制,将服务端口前移至品牌签约阶段,全力护航品牌方在这片热土上逐梦。今年以来,崇川区已有超40家首店接连亮相,绘就生动消费新图景。