

停车无忧看“苏超”—— 宜兴释放超8000车位 分层引导+免费接驳畅达赛场

今晚,2025江苏省城市足球联赛第九轮比赛将在宜兴市体育中心体育场“点燃战火”。为让球迷尽享足球激情而无后顾之忧,宜兴市城管局与交警部门联手打造了一场场外“保障赛”,在宜兴市体育中心周边共释放超8000个机动车位。除体育中心周边资源外,本周末宜兴全市32处政府停车场、3761个车位也将同步免费开放。

停车扩容:三层布局化解“一位难求”

“我们以体育场为核心向外辐射,科学划定核心区、步行区、接驳区,并开放部分道路路内泊位,总计释放超8000个机动车位。”宜兴市城管局相关负责人建议,核心区将优先保障赛事需求,球迷朋友尽量选择步行或接驳服务前往观赛。据悉,步行区共分为5个区域:君悦大厦及洩溪路周边、教育东路周边、教育西路及荆溪南路周边、宜兴市荆溪小学、宜兴市第二实验小学南北校区,总计约1520个机动车停车位。

接驳区共分为4个区域:

保利剧院、市民中心周边;龙潭路党史陈列馆周边;荆邑南路(电大);高铁站西停车场,共计3131个机动车车位,高铁站西停车场更贴心地为客场球迷开通直达专线,球迷停车后可免费乘坐接驳车前往赛场。值得一提的是,接驳区均设置了贴心的指引标识,若接驳区车位饱和,现场工作人员将引导车辆就近至其他区域停放。非机动车亦有专属停放区,分布于教育路南侧、溪西路对外友好协会内、荆溪南路、溪隐路新桥以西、体育馆东P3停车场等地。



(黄晨一摄)

环卫升级:102座移动公厕守护“关键小事”

球场外,另一场保障赛悄然进行。为应对人潮,体育中心周边公厕完成深度“焕新”——镜面、台盆光洁如初,地面与洁具污渍无踪,清新无异味。据介绍,城管部门联合住建、公用环保集团,在赛场周边增设102座移动公厕,针对赛前入场、中场休息、赛后散场等人潮高峰时段灵活调配资源,有效缓解如厕排队压力。

昨天,城管环卫力量已提前进入“赛时状态”。针对场馆及接驳区周边道路,机械化作业队开展深度洗扫、冲洗,结合人

工精细保洁,高压冲洗人行道、隔离栏,清除盲区,并加大对果壳箱、垃圾桶等城市家具的冲洗及擦拭力度,还原道路干净底色。“‘席地可坐’是我们的目标,干净道路也是宜兴的‘门面’。”现场负责人介绍,垃圾桶布局同步优化,人流密集处增设临时分类点,同时加密清运频次,确保“桶净路清”,“比赛当天宜兴气温较高,洒水车、雾炮车等专业机械设备随时待命,做好喷雾降温准备。”

(晚报记者 吴雨琪)

国家统计局无锡调查队专题调研显示—— “苏超”推动“城市品牌与文体旅深度融合”

昨日,记者获悉,国家统计局无锡调查队对江苏省城市足球联赛(下文简称“苏超”)进行了专题调研。调研数据显示,94.4%的受访者知晓“苏超”,赛事的传播力引发市民广泛关注。其中,68.9%的受访赛事关注者对本次赛事中“城市品牌与文体旅深度融合”的政策表示认同。从线上“破圈”传播到线下“第二现场”的文明助威,从短视频刷屏到城市公仔热销,一场足球赛事成为凝聚城市精神的超级载体。

94.4%知晓率:“造梗”掀起足球热潮

“刷到‘比赛第一,友谊第十四’的段子时,我赶紧分享给朋友,太好笑了!”当“90后”上班族王泽宇在科创园区和同事分享最近火热的“苏超热梗”时,他的朋友圈正被新吴区球迷自创的无锡队助威歌刷屏。这份热度被国家统计局无锡调查队的专题调研精准刻画:94.4%的受访者知晓赛事,其中的63.9%因网络热点话题带动关注,了解联赛的渠道以短视频平台和社交媒体为主。55.6%的受访者将“苏超”火爆归因为“独特的地域文化碰撞与社交媒体‘梗文化’的广泛传播”,反映出居民对赛事宣传所提供的情绪价值的认同。

“苏超”在社交媒体平台上的

“破圈”传播源于各个城市之间的文化碰撞。“今晚,水蜜桃对阵地锅鸡!”“灵山大佛老灵个!”……各大网络平台上,网友们把“苏超”玩出花,自创助威金句、方言Rap等,各种创作中塞满了“本地梗”。

“苏超”火爆,让足球成为传播城市文化、凝聚民众共识的崭新载体。调研中,超九成(92.9%)居民认为城市联赛对文化体育方面起到积极作用,其中的65.6%认为“增强市民对本土文化的认同感和自豪感”,同时有58.5%认为赛事“推广足球文化,扩大大众体育参与”。

60.3%受访者愿意购买赛事周边

“苏超”掀起的不仅仅是观赛热潮,更催生了一股强劲的“认同感消费”浪潮。调研数据显示,六成左右(60.3%)的受访居民明确表示愿意购买赛事周边和衍生产品,显示出强烈的消费意愿。这股从球场认同延伸至消费市场的热情,成为“苏超”经济效应和社会效应的生动注脚。

“购买这些周边,不只是因为好看或实用,更是一种身份认同和情感寄托。”资深球迷彭先生表示,他不仅收集了无锡队的球衣等应援物品,还计划去其他参赛城市“打卡”,“感觉通过足球,和这些城市有了更深的链接。”这种“为认同

感买单”的消费行为,正成为“苏超”撬动地方经济、深化城市品牌影响力的重要支点。

这股消费热情更蔓延至更广泛的体育文旅消费领域。采访中,相当比例的受访者表示,因为关注“苏超”,增加了在体育装备(如球衣、足球)、本地餐饮(特别是具有城市特色的餐厅)以及结合赛事进行的本地文旅体验(如赛后游览参赛城市景点)等方面的支出。

82.5%受访者有观赛意愿

调研中,表示有观赛意愿的居民占比超八成(82.5%),其中表示看过“苏超”比赛的占比57.4%。“苏超”一票难求,买不到票?别急,无锡各区“第二现场”观赛点不仅有大屏幕可以看个过瘾,还有额外的暖心服务。据悉,比赛期间全市有92个文明实践阵地观赛点位,对“苏超”进行直播,精心打造“第二现场”。

“苏超”热度持续攀升,相关部门的服务保障也在不断升级。12345热线管理部负责人徐奇介绍,截至目前,接到关于“苏超”相关问题的咨询来电超过300个。“目前来看,关于买票信息、周边文旅等方面的问询是最多的。我们也在和相关部门及时沟通、更新信息,做到及时响应。”徐奇说。

(毛岑岑)

市体育中心将迎提升改造 3万座的专业足球场,有了

本报讯 提升改造中心体育场,新建体育配套设施,打造全龄友好运动场地。近日,无锡市公共资源交易平台发布无锡全民健身提升改造项目(项目名称)体育中心勘察设计标段招标公告,无锡市体育中心将迎来新变化。

据了解,无锡市体育中心(新体)建成于1994年,1999年对部分场地进行了改建。目前,新体功能相对齐全,但是设施设备老化严重,部分存在安全及消防等隐患,已不能满足市民开展体育活动及举办大型体育赛事的需求。

公告显示,此次改造项目工程规模的占地面积约30.75万平方米,总建筑面积约18万平方米,主要包含:中心体育场、跳水游泳馆、中心体育馆、动力中心、网球馆、中央公园配套设施及门球场、篮球场等室外运动场地。提升改造的主要内容包括:将中心体育场提升改造为一座能容纳不小于3万座的专业足球场,满足较高级别体育赛事及平时演艺功能要求;中央公园结合运营方案考虑新建2万余平方米的体育配套设施,并与体育中心环境提升统筹进行合理规划设计;对其他场馆进行修缮。

(张颖)