

# “苏超”上新 新意几何？

新华社记者 王恒志 陈圣炜

在周深《热烈盛开》的歌声中，2026江苏省城市足球联赛（“苏超”）11日晚拉开大幕。2025年火爆出圈的现象级赛事，2026年能否继续“红”下去？

首个周末的四场比赛里，上万人共同呐喊的球场是答案，景区、商场、酒店、餐馆里涌动的客流是答案，一座座城市蒸蒸日上的足球氛围也是答案。

## 一场嘉年华诠释的“网红”与“长红”

40辆卡丁车“风驰电掣”，90个机器人和200只机器狗列队起舞，13座城市的代表旋律依次奏响，13城队徽点亮江苏版图、知名歌手倾情献唱。

11日晚的2026赛季“苏超”开幕式上，40832名现场观众和无数网友感受了一回足球比赛开幕式如何“秒变”晚会现场。

网友直呼：“好震撼，这舞美绝对是顶级配置。”一时间“苏超直播”词条直冲热搜榜首。

体育搭台、大家唱戏，正是竞赛表演业的题中之义。对揭幕战举办地常州来说，一场晚会标准的开幕式，为“苏超”比赛日的城市嘉年华再添一把火。

每个比赛日的城市嘉年华“基本盘”，凝聚在化身“苏超”打卡点的热门商圈、夜市里。美食、购物、音乐、影院……“足球+”的内容被无限扩容，主打一个热闹。

没能中签球票的陈宇，11日下午4点就和几个朋友赶到了常州经开区常青里文化旅游街区。“就为在这个‘第二现场’占个好位置，这里的观赛氛围特别好。”

不止常州，首个周末4场比赛的8座城市，无论是主场还是客场，都拥有各自的城市嘉年华。遍布城市的一个个“第二现场”观赛点，大大小小餐饮文旅等企业自发的观赛活动，让一座座城市与“苏超”同频共振。知名博主“叨叨傅”说：“苏超”现在让老百姓每个周末都像过年。

流量时代，“网红”来得快，有时散得也快。如何“长红”，各地都在探索，但可以肯定的是，“长红”需要到群众中去，扎扎实实做功课，给人民群众最好的供给，大家自然会用脚来投票。



这是4月11日拍摄的开幕式现场。4月11日，2026江苏省城市足球联赛（简称“苏超”）揭幕战在常州奥体中心体育场举行，对阵双方为常州队和南通队。新华社记者 季春鹏 摄

## 一件球衣背后的生意与文化

“你抢到‘苏超’球衣了吗？”“苏超”尚未开赛，很多江苏人的问候语像极了去年。当时是“抢不到票”，后来球票完全靠抽签，没想到现在连球衣也要靠“抢”。

作为新赛季“苏超”球衣供应商，阿迪达斯显然对此也有点措手不及。官方平台上售价499元和199元的“苏超”各队球衣和围巾均显示“售罄”。

购买力源自热爱，也源自球衣设计中的巧思与文化底蕴。13座城市的26款主客场球衣，每一款都力求贴合文化底蕴、城市精神。南京以云锦为底，扬州以运河三湾为脉，苏州舞起干将莫邪锋芒，淮安亮出“南船北马”气韵，无锡融入江南温婉柔情，徐州展现两汉雄浑气魄……

一件球衣，恰是“苏超”进入2026赛季的一个小缩影。如今，造梗的密度似乎没有2025年那么猛，但文化感却在不断提升。从球衣到队徽，从吉祥物到文旅展示，“苏超”与各市间的文化碰撞越来越多，也开始成为新梗的来源。比如苏州队队徽上的“神兽”用端被网友们戏称“撞脸”塔斯汀，后者立马“听劝”成为苏州队赞助商。

2025年，“苏超”创出“1元门票带动7.3元周边消费”的强劲杠杆效应，成为江苏深化文体旅融合、激活内需潜力的生动实践。进入新赛季，34家国内外知名企业落位联赛的省级四级赞助体系，各设区市还能围绕球队、主场权益自主招商，上亿元的“真金白银”赞助费让“苏超”不用依赖财政办赛，也有了做大整个“蛋糕”的底气。

景区免费或打折、餐饮住宿优惠、公共交通免费、专项消费券发放……“苏超”比赛日期间，各地围绕“票根经济”八仙过海、各显神通。江苏文旅厅也推出“跟着苏超游江苏”主题活动，联合各大在线旅游平台，重点打造100条跨区域主题旅游线路，一张20元的“苏超”门票正发挥出更大的乘数价值。

首个比赛周末，虽然11日一早就开始飘雨，常州中华恐龙园上午入园人数和去年同期相比仍有30%多的增长。景区运营管理公司副总经理秦柯说，景区现在围绕恐龙和足球文化不断迭代新产品、新场景、新恐龙明星，也是希望能借助“苏超”，进一步打响常州“龙城”这个文化品牌。

如今，江苏每座城市都把“苏超”作为展示城市文化的大舞台，也视为拉动消费、激活内需的发动机。当二者有机融合，叠加出来的效果显然要

大于“1+1”。

## 一把椅子凝聚的初心与坚守

揭幕战举办地常州奥体中心外，有一处“常宝·苏超球迷服务中心”。很多人在这里欣赏13市球衣、购买文创产品之外，会选择在一把椅子上“合影”留念。

一把椅子，如何“合影”？其实是坐在这把椅子上，和背景板中的常州队全家福合影。全家福第一排中央空了个位置，写着“YOU ARE HERE”（你在这里）。

这是一种极具粘合度的仪式感。参与合照的常州市民几乎都说了同一句话：“感觉自己成了球队的一分子。”

2026赛季“苏超”有很多变化，赛制优化、球员年轻化，一些上赛季战绩不佳的队伍甚至进行“大换血”，常州队主场3:0取得“开门红”的这场比赛，场上队员就几乎全是新面孔。

变化很多，唯一不变的是“苏超”的初心——以城为名、城市荣耀生发出的那份城市荣誉感和地域自豪感，球队与城市、市民共成长的那份坚守。

首个周末比赛日的广告牌上，众多小微企业也迎来了亮相时刻。烧烤店、果业公司、机器人初创企业……他们能与江苏银行、苏豪控股、阿迪达斯、海澜之家等知名企业共同出现在“苏超”赛场边，得益于“苏超”专门开辟的小微企业赞助通道。不超过5万元的赞助费，就能享受百万元级别的赞助权益，“苏超”不弃小店的做法，也是初心不改的明证。

这份初心，正点燃更大热忱。新赛季中甲联赛开赛四轮，南通支云队的3个主场场均涌入2万多名球迷，在“苏超”南通队客场被常州队爆冷击败的夜晚，仍有17359名球迷见证了支云绝杀苏州东吴，登顶中甲积分榜首。

坚守初心，就要久久为功。江苏省体育局副局长刘彤透露，江苏将依托江苏省江宁足球训练基地，建成省级青训中心；到2027年底，完成13个设区市市级青训中心建设，逐步实现县级青训中心全覆盖。

这份初心滋养的肥沃土壤上，终将山花烂漫。  
(新华社南京4月13日电)



# “楚超”来了，文化味与烟火气漫过绿茵场

新华社记者 熊翔鹤 乐文婉

“小燕子，穿花衣，年年春天到这里……”

“洪湖水呀浪呀浪打浪啊，洪湖岸边是呀嘛是家乡啊……”

12日晚，2026湖北省城市足球联赛（简称“楚超”）揭幕战在黄石市奥林匹克体育中心打响。黄石队与荆州队在场上奋力拼抢，和两座城市的渊源之歌响彻全场。

这是湖北首次打造的覆盖全省、贯通全年、实行主客场制的群众足球赛事。而在赛前，“楚超”的文化底蕴便随着开幕演出深入人心。

舞蹈演员伴着光影效果，演绎出古人开山寻矿、冶炼铸鼎的场景，展现黄石3000年矿冶文化；现代青年与东方朔、苏轼等4位历史人物跨时空对话，将黄石的东方山、西塞山等标志性山水景观融入其中。

“我们想传递的核心是‘相逢’，古代先贤与黄石热土相逢，沉淀下厚重

的历史文脉；如今因“楚超”赛事，湖北17个市州在此相逢，开启体育赋能城市发展的全新机遇。”“楚超”开幕式导演陈丹说。

当晚，超过2.7万名观众涌入奥体中心，现场座无虚席，欢呼声一浪盖过一浪。客队看台上，荆州球迷身着不同样式的战国袍，喊着“楚王出征，战无不胜”的口号，用极具荆楚特色的方式为荆州恒隆队加油鼓劲。

体育场外，同样人声鼎沸。来自湖北各地的美食摊位一字排开，排队购买荆州美食锅盔的人格格外多。“今天对手是荆州，所以特意来尝尝荆州公安的特产锅盔。”30岁的黄石市民刘琪自称是“野生”球迷，从小就爱踢球、看球。

“黄石足球氛围一直很好。从‘村超’开始，全国掀起了足球运动的热潮。9块9的门票就能看全省最高水平的群众赛事，非常实惠。”刘琪说。黄石市农业发展集团有限公司摆

设的免费鲫鱼汤摊位上，4口大锅，香味扑鼻。该公司总经理李从玉介绍，为了这场揭幕战，他们提前一周从大冶湖里捕捞了1000多斤鲫鱼腌制，提前一天便开始熬制鱼汤，准备了上万碗免费供应球迷。

“今天的温度还是超过了我的预期，1万个纸碗很快就要发完了，又安排人回去取碗了。”李从玉说，目前黄石鲫鱼年产量约1200万斤，未来3年公司计划实现规模化养殖3000万斤，产值突破50亿元。

“这样的赛事给了我们实现目标的信心。”他说，“楚超”将从4月持续至11月，总计组织146场比赛。李从玉接下来计划带着鲫鱼走遍湖北各市州，跟着赛事推广家乡农产品。

同样热销的，还有40元一件的黄石队球衣。从下午4点出摊到6点半，仅球场外的一处摊位已售出2000余件。“供不应求，本来只设置了一个摊

位卖球衣，后来临时加设了一个摊位。”工作人员忙得无暇多言。

借赛事东风，商户们迎来了客流与营收的双重爆发。4月8日，黄石赛区从报名的106家小微企业中抽取首批20家授权企业，涵盖餐饮、零售、文创等多个领域。作为最后一个被抽中的授权商家，黄石蚝享你烧烤店的招牌出现在揭幕战的球场边。

“真没想到，‘楚超’能让我的小店生意这么火！”店主石文俊说，“以往店铺每天晚上营业额仅2万多，中签后，仅仅‘凭票根享8.8折’这一项福利，揭幕战当天营业额突破了3万！”

“楚超”的到来，不仅激活了全民足球的热情，更让体育成为串联各地文旅资源的纽带。“以前看足球比赛，我们总是看完就返程，而‘楚超’这样的赛事，让我们愿意留下来，感受一座城市的文化与风光。”来自武汉的游客吴健说。  
(新华社武汉4月13日电)



## 江苏盐城：打造“一站式”服务平台

4月14日，工作人员（右）在江苏省盐城市亭湖区综治中心为居民进行便民服务。近年来，盐城市亭湖区积极打造

规范化、智能化综治中心，紧扣基层治理核心需求，构建“一站式”矛盾化解与服务群众综合平台。  
新华社记者 李博 摄

## 药价分类定 让老百姓看病用药更实惠

新华社记者 彭韵佳 徐鹏航

药价，牵动千家万户，也关乎产业发展。

国务院办公厅4月14日发布《关于健全药品价格形成机制的若干意见》，14条举措画出一份清晰的“定价图”：药价分类定，突出临床价值和用药可及，支持医药产业高质量发展，让老百姓看病用药更实惠。

分类定价管理，为药企创新“撑腰鼓劲”——

当前，我国创新药发展驶入快车道。2025年我国获批上市的创新药达76个，海外授权总金额突破千亿美元，产业发展动能澎湃。

意见明确，优化创新药等新上市药品首发价格机制，促进创新药多元支付与价格合理形成。

具体来看，对创新程度高、临床价值高的高水平创新药，支持在上市初期制定与高投入、高风险相符的价格；对改良新药等，鼓励引导制定与患者获益相匹配的价格；对仿制药等其他新上市药品，引导企业参照同类药品合理定价。

简单来说，就是让企业能够收回成本、有动力继续研发。

药价更加透明，让老百姓买药更安心——

“买药怕买贵”是不少人的担心，为此，国家医保局推动各省份上线医保药品比价小程序，让参保人购药可以“价比三家”。

根据意见，除中药饮片外，公立医疗机构使用的所有药品均要通过省级医药采购平台采购并实行零差率销售，进价多少卖价多少，不允许加价卖。同时，推动医保定点药店医保药品公开比价，引导医保药品价格更加合理。

网上药店同样纳入监测。利用网上药店信息透明、比价便利、竞争充分的特点，常态化开展线上线下比价，促进不同渠道药品公平合理定价。网络平台经营者一旦发现医药企业、网上药店等存在违法违规行为，应及时上报。

政府监管划红线，守住价格底线——

针对短缺药等，加强国家和省级短缺药品清单、临床必需易短缺药品重点监测清单动态调整管理，防范关键药用辅料、药用包材无序涨价，并依法对麻醉药品、第一类精神药品实行政府指导价。

规范离不开治理，药品价格协同治理同步推进，以缺逼涨、垄断涨价操纵市场价格等违法违规行为，被明确列为红线。国家将健全药品价格风险处置制度，采取书面问询、成本调查、约谈提醒、公开问询等措施督促企业规范价格行为。

让药价更透明、用药更可及，给老百姓一份公道合理的药品价格清单，也为医药高质量发展开辟更广阔的空间。  
(新华社北京4月14日电)

## 国家医保局：口腔等3个领域新增纳入医保自查自纠范围

新华社北京4月14日电（记者徐鹏航 彭韵佳）记者4月14日从国家医保局获悉，国家医保局近日在全国范围内组织开展2026年定点医药机构违法违规使用医保基金自查自纠工作，并将口腔、内分泌、精神医学3个领域纳入自查自纠范围。

这是在既往心血管内科、骨科、血液净化、康复、医学影像、临床检验、肿瘤、麻醉、重症医学等9个重点领域的基礎上，2026年度新增的领域。国家医保局要求各地医保部门以此为基础，结合实际组织开展自查，确保全覆盖、不留死角。

据悉，此次自查自纠工作分3个阶段。一是细化制定本地清单。国家医保局已下发2026年定点医药机构违法违规使用医保基金典型问题清单，各地医保部门已于3月底前结合

本地医保政策、诊疗项目规范，对问题清单进行细化完善。

二是组织全面自查。各地医保部门组织辖区内所有定点医药机构，对照本地化问题清单，于4月底前完成对2024年至2025年期间医保基金使用情况的全面自查，并及时追回违规使用的基金。

三是开展抽查复查。5月起，国家医保局将组织对各地自查自纠情况进行抽查复查。

国家医保局表示，此次全国范围内定点医药机构的自查自纠工作，是持续保持基金监管高压态势、推动监管关口前移的重要举措。通过引导定点医药机构压实自我管理主体责任，进一步筑牢基金安全防线，提升基金使用效能，守护好人民群众的“看病钱”“救命钱”。

## 办理《单亲出生医学证明》声明

我叫姚红，身份证号：142732198609013628，是平陆县圣人涧镇冯卓村五组75号居民，于2026年3月5日在运城崇济医院分娩一女婴，取名姚钰涵。因孩子父亲联系不上，无法提供父亲有效身份证件为孩子办理出生医学证明，根据规定，现声明为孩子办理单亲出

生医学证明。自声明之日起一个月内，任何人如有异议，可向运城崇济医院出生医学证明办理处提出，电话：0359-2083331，过期将按规定为孩子办理《单亲出生医学证明》。  
特此声明

声明人：姚红  
2026年4月14日

## 遗失声明

●不慎将谢肖飞残疾证（证号：1427021992122033462）丢失，声明作废。  
●不慎将闫珍珍残疾证（证号：14270219551202394052）丢失，声明作废。

●邢佳琦遗失普通高等学校（运城护理职业学院）毕业证书，证书编号：143971202406001673，特此声明。  
●不慎将冯紫玉《出生医学证明》（编号：L140400166，母亲：焦美晶，出生医院：稷山县人民医院）丢失，声明作废。