

拆解现象级话题“苏超”热的底层逻辑

新华社“新华视点”记者 何磊静

“比赛第一，友谊第十四！”全民欢乐“造梗”、对手“K歌互动”……一场江苏境内的“草根”赛事，近期凭场均超万人上座率、社交平台数亿次传播，一跃成为现象级热点。

这一被网友称为“苏超”的江苏省城市足球联赛，不仅踢出破圈“世界杯”，而且撬动一场文旅消费的“泼天富贵”。这一话题形成热点的底层逻辑是什么？这场赛事为各地文体旅融合发展带来哪些启示？

体育引流文旅留客

常州“9.9元门票+萝卜干炒饭”套餐让特产销量暴涨；盐城“观鸟+观赛”套餐预订超2万单；镇江西津渡景区赛事期间夜游人数翻3倍……“看似球输了，其实赢麻了”，网友一句戏谑，道出“苏超”爆火背后的“文旅热”。

端午假期恰逢第三轮对决。途牛数据显示，主场作战的泰州、盐城、徐州等城市出游人次同比增长分别为45%、27%和26%，出游热度增长显著；据江苏智慧文旅平台监测，6个主场城市银联异地渠道文旅消费额增长14.63%。

“徐州烧烤”搜索量激增197%、“看球酒吧”搜索大增407%、“儿童足球培训”成热搜词……美团数据显示，6月首周，“苏超”掀起江苏境内一波美食消费、聚会观赛及运动玩乐热潮。

专属福利助推“为一场球赴一座城”。

无锡为常州市民看球准备专属优惠：阳山水蜜桃“买一送一”、商场免费停车、打车可享6折；苏州周庄、同里等多家古镇宣布免费入园政策；扬州推出主场日所在周末全市国营景区免费对省内市民开放，并配套住宿、餐饮、演艺等多重优惠。

“苏超”带动的“票根优惠”正串起赛事、文旅、消费等，结合景区、

文创、购物等场景，为游客提供“观赛+旅游+购物”一站式体验，延长其停留时间，提升消费频次。”江苏师范大学商学院教授司增坤说。

镇江卖“输球醋饮”、扬州秀非遗漆器、宿迁霸王鞭鼓舞……“苏超”也将赛事变身城市文化的立体展演。“以前对徐州的认知是‘重工业城市’，去了才发现原来有这么多‘楚汉’文化景点。”南京球迷张超说。

业内人士指出，快乐本身是最大的经济动力之一，“苏超”的娱乐性、纯粹性和全民参与正成就一场欢乐消费盛宴。苏南、苏中、苏北文旅资源各有不同，联赛加速“省内深度游”“探访兄弟城市”升温，成为撬动文旅品牌共塑的新支点。

缘何吸引大量“路人”？

无锡新市民王琳不是足球迷，却早早规划了看球行程：6月14日去江阴周末游，15日现场看“苏超”焦点战——无锡队主场迎战常州队的“倒一之争”。“无论是网上还是身边人，都在聊这场比赛。我也想感受一下‘苏超’现场气氛，顺便玩一圈。”她说。

自5月10日开赛以来，“江苏省城市联赛”相关话题在短视频平台播放量达数亿次，像王琳一样的“苏超”迷持续涌现。据江苏省体育局介绍，“苏超”前三轮吸引超19万名观众涌进球场，上座率堪比职业联赛。

10元门票、免费直播、简化流程……一系列“降门槛”举措让“苏超”的群众属性和开放性拉满，吸引大量“路人”成为“气氛组”，主动为城市“站台”。

与中超、中甲等联赛高门槛不同，“苏超”13支参赛队伍中，大多数球员来自不同行业，包括本地教师、快递员、程序员等。“他们白天上班、晚上练球，以‘全民足球’新模式拉近了与大众的距离。”江苏省体育

局副局长刘彤说。

情绪价值的释放也让赛事在社交平台滚雪球般传播。

南京队与无锡队赛前“水蜜桃加盐”“盐水鸭加醋”互怼；徐州队对阵宿迁队被戏称为“楚汉争霸”；连续输球的常州队被调侃“常”字笔画快没了……网友在“热梗”中感受“苏超”的松弛感。

苏州以老歌《阿莲》向连云港“表白”，连云港回应“阿苏，我一见你就笑”；常州以“无所谓谁会爱上谁”向无锡“示爱”，无锡回复“阿D不会被现实磨平棱角”……城市官方账号纷纷下场“K歌互动”，让赛事文化更鲜活。网友笑称：“比赛第一，爱情第十五，别沦陷了。”

城市自信也进一步推动百花齐放。

专家指出，江苏“十三太保”各具经济文化特色，交通便捷且体育设施完备，“苏超”保留城市个性，又在共同话题中凝聚归属感，“一城一主场”为每个城市提供了展示地域特色和承接赛事流量的绝佳窗口。

绿茵场的“好胜心”也衍生出城市文旅、球迷文化等外圈较量。中山大学管理学院教授李孔岳表示，“苏超”在用互联网思维定义“团结”，即共享流量。这种“竞争式团结”是高级协同，成功实现了“体育搭台、百业唱戏”。

业内人士表示，“苏超”的走红和近年来诸多地方文旅热类似，都是创造性地打造大众参与的新场景，以群众思维开展官方动员，继而依托民间活力释放文旅消费新磁场。

有专家指出，与不少网红城市相比，“苏超”带来的文旅热度先是被“形散”的本省人盘活，形成强大生态后再吸引外部关注；联赛为长期夜间娱乐消费提供了新选项，加之江苏体育制造外延丰富，这些本土化特质形成了更有力的内生动能。

如何踢好“下半场”？

尽管有人说，“苏超”的经验难以复制，但其因地制宜打造名片的文体旅融合创新打法，也给更多地方带来启示。

“苏超”赛场内外用幽默化解竞争，为公众提供情绪出口，同时利用地方文化自信进行符号转化，通过美食、方言、历史等具象化符号构建地方身份认同，继而形成全民参与的欢乐共振。“在注意力稀缺时代，谁能创造出‘社交货币’，谁能培育出鲜活的名片。”李孔岳说。

火热的“苏超”今年将持续到11月。在点燃足球激情同时，如何守住文旅“泼天富贵”，继续踢好“下半场”？“全民狂欢”怎样推陈出新；便民惠民措施如何落实到位；能否进一步打击黄牛囤票、消费侵权等行为……一系列留给“苏超”的命题待解。

苏州大学地方品牌化协同创新中心主任周永博指出，关键要打破文体旅产业边界，形成消费链式反应。“可通过‘小型化、区域化、全民化’的赛事设计实现破圈，借助市民的情感共鸣和参与热情，链接起体育赛事和城市发展。”

无锡拈花湾文化旅游发展有限公司董事长吴国平认为，从延续赛事热度来看，可进一步开发沉浸式观赛体验，在城市设立特色观赛点，如主题观赛酒吧、烧烤店、商业综合体等；扩大赛事衍生内容矩阵，以多元叙事持续挖掘体育精神内涵。

从服务保障看，可推行线上预约即时确认、景区专用通道、增设球迷服务岗等举措；采用科技化手段，通过“人脸识别+票务绑定”等技术进一步规范入场、入园管理。

此外，受访专家也建议加快培育“赛事经济生态圈”，如开发城市联名周边、推出“热梗”文创产品，设计打造足球主题研学路线等，让赛事衍生出常态化文旅消费业态。

（新华社南京6月13日电）

「华龙一号」总设计师邢继：自主创新铸就核电「国家名片」

新华社记者 高敬

5月14日，我国自主三代核电技术“华龙一号”全球首堆——中核集团福清核电5号机组实现连续安全稳定运行1000天，持续向社会稳定输送清洁电力超370亿度。此时，距离“华龙一号”全球首堆正式开工已经过去10年。

“目前，‘华龙一号’国内外在运、核准在建机组总数达41台，已成为全球在运、核准在建机组总数最多的三代核电技术。”近日，在中核工程研发基地，中核集团首席科学家、“华龙一号”总设计师邢继在接受记者采访时言语中难掩自豪。

从“跟跑”到“并跑”，再到局部“领跑”……几十年来，我国核电技术实现跨越发展的背后，是一条艰难曲折的自主创新之路。“自主创新”四个字，已深深烙印在邢继和每一名核电人的心中，铸就了中国核电闪光的“国家名片”。

走自主创新之路，让“华龙”腾飞出海

2021年1月30日，“华龙一号”首堆——福清核电5号机组投入商业运行。这成为中国核电发展的里程碑事件，标志着中国自主三代核电技术进入世界先进行列。

“进入先进行列，是需要详细的技术性能指标来支撑的。”邢继说，以日本福岛核事故后公众最关心的抗震问题为例，当时欧洲和美国对三代核电抗震要求不同，“华龙一号”选择了更高标准的0.3g，可以理解为核电站要扛得住9度以上的地震烈度。这对整个核电站的设计影响巨大，特别是对结构、设备抗震能力的要求大幅提高。

正确的路，总是最难走。研发团队咬牙坚持攻坚，使“华龙一号”完全满足严苛的抗震要求。正因如此，在核电站厂址资源愈发匮乏的今天，“华龙一号”具有了更好的厂址适应性。

“华龙一号”首堆设备国产化率达88%，并获得700余件专利、120余项软件著作权，实现核电技术与设备的独立自主，也拥有了参与国际竞争的充足底气。

福清核电5号机组开工后不久，“华龙一号”顺利“出海”，两台机组落地巴基斯坦卡拉奇。这不是简单的技术输出，而是“中国标准”的自信宣言。目前，“华龙一号”已与巴基斯坦、阿根廷等20多个国家和地区达成合作意向。

邢继说，“华龙一号”这一具有自主知识产权的三代压水堆核电创新成果，是国际市场上接受度最高的三代核电机型之一，成为中国核电走向世界的“国家名片”。

走自主创新之路，打造更加智慧的“华龙”

今年1月1日，“华龙一号”漳州核电1号机组正式投入商业运行。这意味着“华龙一号”批量化建设取得重大进展。从首堆攻坚，到多点开花，再到迈向批量化建设……“华龙一号”的每一步都走得扎实、走得坚定。

然而，邢继却说：“从‘华龙一号’落地的那一天起，我们就要否定‘华龙’。”

打造更安全、更经济、更智能的“华龙”后续机型，是目前主要的技术优化方向——

建设更具现代感、更好看的核电站，同时让安全性等各项指标再前进一大步，首次将设计寿命从60年提高到80年；

建设更加聪明智慧的核电站，应用自动化、数字化、智能化技术，实现少人值守，减少人因失误；

建设环境更加友好的核电站，进一步挖掘节能环保潜力，创新处理技术，尽量减少需要储存的核废存量。

在“双碳”目标引领下，我国核电建设提速。近几年，国家每年核准的核电机组超过10台。设备可靠、工期可控、成本经济的“华龙一号”，也迎来了批量化、规模化建设阶段。

“这既是前所未有的机遇，更是巨大的挑战。”邢继说，作为央企，我们要在国家需要的时候顶上去，关键的考验就是科技创新能力，以自主核心技术为实现“双碳”目标作出应有的贡献。

走自主创新之路，核电“家族”不断壮大

“核心技术的突破没有捷径，唯有执着向前。”邢继告诉记者，从40年前在浙江海盐开建的秦山一期30万千瓦机组，到后来逐步发展起60万千瓦、百万千瓦机组，我国核电技术采用了自主研发与国外引进“两条腿走路”的策略。引进国外技术，确实让工程很快就能落地，但核心技术却要受制于人。

“我们逐步明确了一个目标——要建自主知识产权的百万千瓦级以上大型商业压水堆。”他说，“华龙一号”已让这个“大大的梦想”成为了现实。

如今，从几十万千瓦级堆型到百万千瓦级大堆型，自主创新让我国的核电“家族”持续成长壮大。

在南海之滨，海南昌江核电站正在建设的“玲龙一号”，具有小巧、灵活、安全、靠近用户等优势，被称为核能领域的“移动充电宝”。这是中核集团继“华龙一号”后核电自主创新的又一重大成果。

邢继介绍，作为全球首个通过国际原子能机构通用安全审查的小型模块化压水反应堆，“玲龙一号”已经成为国际核电同行纷至沓来的“网红打卡地”，有望今年底实现满载核燃料的目标。

“目前，我们还正在攻关超安全堆。这一堆型具有高度的安全性，一辆车就能够运走，装备部署灵活，未来的应用场景十分广阔。”邢继说。

作为奔跑在核电技术前沿近40年的“老核电人”，邢继说：“我们要做的就是沿着自主创新之路坚定走下去，提升核电的安全性、可靠性和经济性，为电网提供安全可靠的电力保障，让核电服务千家万户。”

（新华社北京6月13日电）

非遗薪火相传

近年来，海南省五指山市打造“非遗进校园”工程，在14所公办中小学开设非遗课程，培养青少年对传统文化热爱，助力非遗传承与发展。

图为6月10日，海南省民族技工学校老师黄云在教学生黎族织锦。

新华社记者 郭程摄



助跨国公司更好感知中国、投资中国、赢在中国

——第六届跨国公司领导人青岛峰会亮点前瞻

新华社记者 张晓洁 谢希霖

由商务部和山东省人民政府共同主办的第六届跨国公司领导人青岛峰会将于6月18日至20日在青岛举行。国务院新闻办公室6月13日举行新闻发布会介绍有关情况。

商务部国际贸易谈判副代表李詠箴说，本届峰会的主题是“跨国公司与中国一链接世界 合作共赢”，就是要为跨国公司搭建政策对话、产业对接、项目合作的交流平台。

据介绍，峰会将举办1场开幕式暨跨国公司高质量发展论坛，3场主题活动和涵盖4大板块的多场平行活动，既有聚焦政策解读的闭门会议，也有旨在共商开放合作的平行论坛。峰会还将继续发布《跨国公司在中国》系列研究报告。

“我们期待通过这些安排，让峰会真正成为跨国公司把握中国机遇的‘指南针’、洞察开放政策的‘风向标’、深化互利合作的‘金桥梁’。”李詠箴说。

山东省副省长宋军继介绍，截至目前，确认参会跨国公司嘉宾471人，包括境外嘉宾342人、境内嘉宾129人。从人员看，首次参会的“新面孔”达102人，占总数的22%。从国别看，已报名参会企业来自全球六大洲的43个国家和地区，其中新兴市场企业占比超过50%，峰会的“朋友圈”越来越大。

活动安排上，宋军继说，一方面，对跨国公司高质量发展论坛、投资交流合作会、主宾推介会等进一步优化活动设计；另一方面，把握国际投资与贸易合作新动向，创新推出海外基金投资合作论坛、银发经济论坛、通用航空和低空经济发展论坛等14场活动。

山东省商务厅厅长王磊介绍，为了深化与欧盟、中东、日本等重点地区合作，本届峰会将举办跨国公司链式招商恳谈会、中德跨国公司发展交流论坛、中阿经贸合

作高质量发展论坛等活动，推动在新能源装备、集成电路、现代医药、高端化工、电子信息等产业链对接跨国公司资源。

“我们还精心设计了28条产业链考察路线，定向邀请跨国公司进行实地考察，并洽谈合作。”王磊说。

关于《跨国公司在中国》报告，商务部国际贸易经济合作研究院院长王雪坤说，今年报告将基于国际视角对当前全球投资发展的态势进行研判，从确定性、安全性、开放性等七个方面呈现跨国公司投资中国的新机遇，并就跨国公司投资战略调整、产业赛道转换、合作模式升级等提出建议。

多年来，中国与跨国公司的合作积累了诸多成果。以峰会举办地青岛为例，青岛市副市长赵燕说，透过峰会窗口，跨国公司看到了青岛高水平对外开放的诚意，也落地了一批产业契合度高、带动性强、影响力大的标志性项目，179家世界500强企业投资了412个项目。

李詠箴表示，下一步，将进一步扩大高水平对外开放，继续支持外资企业投资中国、深耕中国。在云计算、生物技术、独资医院等领域加快开放试点，有序扩大其他服务领域的自主开放。修订并扩大《鼓励外商投资产业目录》，研究制定鼓励外资企业境内再投资政策。针对外资企业重点关注的议题，通过外资企业圆桌会议、重点外资项目工作专班、服务保障进外企等方式，协调解决实际问题。

跨国公司领导人青岛峰会致力于推动全球产业链、供应链深度对接，促进跨国公司在华的贸易投资合作，共享产业迭代升级的新机遇，最终促进跨国公司和中国的深度互利共赢。自首届峰会举办以来，前五届共吸引了421家世界500强企业、967家行业领军企业参加峰会。

（新华社北京6月13日电）

市场监管总局将加强网络销售消费品召回监管

新华社北京6月13日电（记者赵文君）记者13日从市场监管总局获悉，市场监管总局近日发布《市场监管总局关于进一步加强网络销售消费品召回监管的公告》，旨在破解网络销售消费品召回监管的痛点问题。

在当日市场监管总局举行的例行新闻发布会上，市场监管总局新闻发言人王秋苹说，网络交易在带来便利的同时，也给召回监管带来诸多挑战，如平台经营者召回信息获取不畅、履责困难，消费者召回信息获取渠道有限、自主判定能力不足等。

据介绍，公告对网络销售消费品召回监管提出新要求：规定电子商务经营者需建立健全消费品缺陷信息收集处理机制，明确市场监管总局将向电商平台常态化推送消费品召回信息，细化电子商务经营者在收到消费品召回信息后需履行的义务，要求生产者在召回计划中提

供已具有的商品条码信息。明确跨境电商零售进口消费品的境内召回责任主体，市场监管部门将组织实施电商平台消费品安全与召回共治承诺。

王秋苹介绍，加强网络销售消费品召回监管，将实现监管规则与国际接轨、区域实践全国推广，进一步完善我国网络销售消费品召回监管制度体系，这既是回应群众对“线上放心消费”的殷切期待，更是筑牢消费安全防线、服务高质量发展的重要举措。

为确保公告落地见效，市场监管总局将持续加强网络销售消费品召回常态化监管，强化问题精准识别，及时采取处置措施，确保缺陷消费品及时退出市场。对不履行召回责任的电子商务经营者，依法责令召回并加大处罚力度，全方位保障消费者权益，维护市场秩序。组织实施电子商务平台消费品安全与召回共治承诺，定期对平台承诺履行情况进行监测和评估。