

# 苏超·反精致

胡泳

随着“苏超”热度持续发酵，全国各地跃跃欲试，“川超”“鲁超”等呼之欲出。在这个时代，我们需要更多关于多样化的、关于多彩的文化、关于特异性的城市的深刻故事。

一档原本寂寂无名的地方性业余足球赛事——江苏省城市足球联赛（以下简称“苏超”），今夏迅速出圈。没有专业球场、没有国际转播、没有顶级球星，“苏超”却成功征服了成千上万网友的心，它如今已发展成为全网的“苏超”，“江苏省城市足球联赛”也变身为了全面比拼的“江苏省城市联赛”，成为透视体验营销和城市传播的绝佳样本。

创造丰富的、令人动心的体验

20世纪70年代，服务经济开始成为经济增长的发动机。然而，到20世纪末，根据美国作者派恩和吉尔摩的提法，服务正在被某种更加不可捉摸、更易引起争议的东西所取代，这种东西就是体验。派恩和吉尔摩合著了《体验经济》一书，副标题是“工作是剧场，每家企业都是一个舞台”。两位作者宣称，我们正迈入“体验经济”的门槛，它已经逐渐成为继服务经济之后的又一个发展阶段。

体验经济就是企业以服务为舞台，以商品为道具，以消费者为中心，创造能够使消费者参与、值得消费者回味的活动。个性化体验比简单的商业交易拥有更高的价值，消费者愿意为此付出额外的金钱。

前述两位作者把体验经济的崛起与服务经济的崛起相提并论。由于技术的进步和消费者日益提高的期望值，服务在今天开始变得越来越像商品。两位作者断言，那些在日益缩小的物品和服务领域内划地自限的企业将失去生存的机会，企业必须学会创造丰富的、令人动心的体验。

“苏超”的体验，妙在真实与反精致

创造体验，关键是用什么来做体验的触发器。“苏超”的体验，妙在真实与反精致。在英超、西甲、欧冠的高光投影下，“苏超”像极了“足球世界的打工仔”：球员发福、球场简陋、解说方言横飞，参赛者来自不同行业、年龄与背景，“草根球员”只要敢于上场踢球就可能享受全场欢呼。

“参与性”“沉浸感”“个体意义建构”，是体验经济的要点。有位“鞋店哥”点评“苏超”一语中的：“这球踢得，比我切纳的鞋底还扎实。”与其说观众是在看比赛，不如说是在看“真实”：技术不完美，情绪却满格；球员也许没踢好，但教练的情绪比穆里尼奥还投入。观众不再是仰望偶像，而是与球员共赴一场豪爽又可愛的集体性奔跑。

在体验经济中，出售的不是产品或服务，而是记忆和情感。体验经济可以划分为四个类型，“苏式足球体验”的每个类型都包括在内：

首先是娱乐型体验，通过周末联赛、夜场比赛、直播互动等，多管齐下调动观看、欣赏和对赛事的切身感受；其次是教育型体验，依靠青训营、亲子足球节、志愿者招募等，焕发主动参与，推动技能习得；美学型体验方面，主办方普遍将赛事设置于夜晚或周末的城市公共空间，并结合美食、音乐、灯光、地摊等要素，使“看球”成为家庭、情侣、朋友共同参与的夜生活内容、比赛场地成为“城市客厅”；逃逸型体验上，“苏超”成为下班后的解压出口，让观众暂时脱离日常。

或许，“苏超”最大的魅力在于它让我们相信“人人都可以上场”。“苏超”的粗犷与“人味”，使它更像一个人的舞台：你也能剪辑视频，你也能发弹幕造梗，甚至你也可以去报名踢球。

置身其中的城市变得令人向往

“苏超”其实是江苏省组织的第一届足球城市联赛，是由江苏省体育局与省内13个设区市的政府联合主办的。近些年来，文旅的兴盛令地方营销渐渐进入人们的视野，地方品牌化为城市形象带来巨大改变。问题是，如果几乎没有足够理由将你的城市打造为旅游目的地，该怎么办？而这，正是城市传播的用武之地，它代表了地方品牌化过程中的一些手法，特别是沉浸式方法，可以将新人带入一个原本不会吸引外来游客的城镇。

在这方面，体育赛事堪称最佳策略之一。赛事不是简单的竞技，更是一种城市符号体系。球队不仅代表城市，还构成了城市日常生活的文化核心。城市传播强调城市的媒介化过程，以及市民如何在娱乐、体育、节庆、广告、建筑、社交平台等当中“体验”与“再定义”城市。

江苏的“十三太保”通过把赛事变成“生活节”，推动了“城市符号”的生成。江苏各地联赛均十分强调“在地性”，强化了地方认同，使足球成为“讲述城市故事”的叙事媒介。它们旨在引发市民的情感反应，从而形成人与地方之间有意义的关系。

“苏超”联赛创新性地采用了“城市代表队”模式，这种地域归属感的强化，极大激发了各城市间的良性竞争和市民的荣誉感。比赛的上座率充分证明了该模式吸引观众的强大效应。

与产品和服务品牌化相反，地方品牌化更具多维性，因为地方植根于历史、文化和生态系统，成功的品牌传播可以将城市变成人们想要居住、工作和游览之处。“苏超”的流行已经超越体育竞技本身，它变成了一种沉浸式、参与性、跨代际的生活体验，而这正是“体验经济”所关心的核心命题。已经出现了品牌巨头“围猎”球队冠名权的盛况，说明独特的体验本身就是“吸金”利器。

当然，派恩和吉尔摩当年还无法预见，体验经济可以借助数字传播机制与迷因文化而空前放大。在网络上，江苏省城市足球联赛还成了“造梗大赛”，每一场比赛都是足球与造梗齐飞。“苏超”成为社交媒体中的流量富矿，各个参赛方展现出的“敢玩、接地气、能自黑”的特质，令“苏超”不仅现场好看，更能带来二创狂欢。

随着“苏超”热度持续发酵，全国各地跃跃欲试，“川超”“鲁超”等呼之欲出。在这个时代，我们需要更多关于多样化的、关于多彩的文化、关于特异性的城市的深刻故事。

（作者系北京大学新闻与传播学院教授）

# 准确把握现代化人民城市建设的“五个转变”

文雁兵

“五个转变”标志着新形势下中国城市建设的理念、方式、动力、重心、方法将会发生根本性转变和系统性变革，在世界城市发展史上都将取得理论和实践上的重大突破。

城市是文明发展的摇篮和现代化建设的载体，承载着人民对美好生活的向往。党的十八大以来，我国常住人口城镇化率从2012年的53.1%提高到2024年的67%，城镇人口增加到9.4亿人。我国的新型城镇化正从关注增量、追求规模扩张、拉大城市框架的外延式发展，逐步转向关注存量、追求品质提升和结构优化的内涵式发展新阶段。

从“一个尊重、五个统筹”到“一个优化、六个建设”

时隔十年，党中央再次召开的最高规格城市工作会议，提出建设创新、宜居、美丽、韧性、文明、智慧的现代化人民城市的新目标，为新时代新征程上建设人民城市作出战略指引，意义重大，影响深远。2015年中央城市工作会议曾提出“一个尊重、五个统筹”：尊重城市发展规律；统筹空间、规模、产业三大结构，提高城市工作全局性；统筹规划、建设、管理三大环节，提高城市工作的系统性；统筹改革、科技、文化三大动力，提高城市发展持续性；统筹生产、生活、生态三大布局，提高城市发展的宜居性；统筹政府、社会、市民三大主体，提高各方推动城市发展的积极性。此次中央城市工作会议提出“一个优化、六个建设”，即着力优化现代化城市体系，着力建设富有活力的创新城市、舒适便利的宜居城市、绿色低碳的美丽城市、安全可靠的韧性

现代化人民城市建设“五个转变”的具体路径

在新形势下现代化人民城市建设中，“五个转变”是推动城市高质量发展、践行以人民为中心

发展思想的重要方向，需要从理念、机制、行动等多维度协同发力，结合城市实际精准施策，其具体路径可围绕以下五方面展开：

一是从“重物轻人”向“以人为本”转变。适时调整以往城市建设更侧重水、电、路、网、园等基础设施硬件扩张的传统发展路径，从“以物为主”的投资转向“以人为核心”的投资，从“物的城市化”转向“以人为核心”的城市化。都市圈、城市群和城市带更加强调“投资于人”，将人的多维需求和全面发展放在现代化人民城市建设的首位，将居民就业、教育、医疗、养老等核心诉求和生活环境、营商环境、政务环境等发展需要，作为城市规划与项目建设的首要依据，让城市发展更好赋能和更多惠及全体市民。

二是从“规模扩张”向“品质提升”转变。走出片面追求城市面积扩大、人口基数增加、经济体量扩张的“大拆大建”粗放型发展模式，走向优化空间布局、完善公共服务、改善生态环境的“精细精品”集约型发展模式，提升城市的宜居性和舒适度。通过“城市更新”盘活存量土地和建筑，加强老旧小区改造，通过口袋公园、便民服务等“微更新”，让市民切身感受到“身边的变化”，实现城市结构优化、品质提升、文脉赓续、获得感增强。

三是从“单一发展”向“综合协调”转变。打破过往城市建设中各区域、各领域、各环节各自为政“条块分割”的局面，打造全区域统筹、各领域融

## 青年研究

# 文化吸引力：青年的“择城”新选择

云庆

青年是城市发展的核心驱动力，青年群体的集聚程度直接关乎城市发展活力与创新潜力。如何提升城市对青年人才的吸引力并实现其有效集聚，已成为城市发展战略的核心议题。近年来，“城市对青年更友好，青年在城市更有为”的青年发展型城市建设格局正加速形成。中央城市工作会议日前强调，要“以建设创新、宜居、美丽、韧性、文明、智慧的现代化人民城市为目标”，会议为当前和今后一个时期包括青年发展型城市建设在内的现代化人民城市建设提供了重要遵循。

各地近年积极推出系列配套举措，有效增强了城市对青年人才的吸引力。传统城市发展理论认为人口集聚主要依赖产业发展和就业机会创造，近几年国内则涌现出了一类以文化吸引力见长、实现人口快速集聚的新型城市发展模式。

追求多元价值的“青年择城观”

“城市工作要深刻把握、主动适应形势变化，转变城市发展理念，更加注重以人为本。”“择一城而处之”作为社会个体安身立命的首要决策，是当代青年面临的关键性的人生选择，青年的择城理念日益多元化。互联网和交通技术的进步显著扩展了青年的心理和物理活动半径，这使得青年在考虑传统的缘和亲缘因素之外，趣缘因素也逐渐成为他们重要的考量维度。父母及家庭的价值观念对青年多元选择的包容度也在不断提升。

当代青年的择城观念也从工业文明时期的“效率至上”，转向数字时代的注重“意义建构”。传统的评价标准如就业密度、商业规模、经济增长等，有逐渐让位于人文美学价值和个体生命体验的迹象。青年群体通过主动选择具有文化滋养力的城市空间，在快慢节奏的平衡中重塑生活美学，进而将单纯的“居住”升华为日常文化实践。不少青年开始重新定义何为真正的“城市吸引力”，越来越多的城市将打造特色文化IP作为发展战略重点。上海市青少年研究中心近期发布的《中国城市年轻力评价体



2025年4月，天津的城市艺术盛典“桥见海河·邂逅浪漫——桥边音乐汇”以“海河之夜”为主题启幕。视觉中国供图

系》中，就将文化吸引力作为衡量城市发展潜力的核心指标之一。

文化要素在青年择城决策中占据何种地位？笔者认为，文化在城市建设中具有三重核心功能。

文化激活青年融入

“着力建设崇德向善的文明城市”是当前和今后一个时期城市工作7个方面重点任务的一个重要方面。文化因素能够激发青年主动融入城市的内在动力。当青年选择一座城市时，有趣与否正成为关键考量因素之一。全国文旅产业近年来的蓬勃发证明了这一点，如江西景德镇凭借千年瓷文化吸引大批青年从“买客”转型为“创客”，青年艺术聚落呈爆发式增长，在这里能够看到文化消费新业态的蓬勃发。

更早些年，云南大理也凭借艺术与文化特色鲜明的生活方式，成功塑造了“世外桃源”的城市形象，以“青年艺术公社”的方式聚集了众多手工

创作者，还通过传统工艺工作坊等方式，形成了持续的文化交流场域，产出民族传统工艺与现代设计相结合的艺术作品。与此同时，河南开封、洛阳等古城也积极投身文化IP建设大潮。通过精心设计城市文化形象、打造特色文化产品、塑造代表性文化人物，以上这些现象级文化传播形成的磁吸效应，正成为相关城市人才战略的重要支点。当代青年既是文化消费的主力军，更是文化创新的生力军。

文化打造就业平台

文化热潮往往转瞬即逝，打造城市文化IP不仅需要建设文化基础设施等硬件条件，更要与城市的历史传统和人才资源深度融合。青年能否顺利、充分就业是考验文化热潮实效的关键指标，文化吸引力与产业吸纳能力应该形成良性互动。

景德镇之所以可能成为下一个文化驱动青年发展型城市的典范，在凭借其深厚的陶瓷文化底

## 理论与实践

# 多维赋能 提升新时代青年的外事素养

李健 邓希泉

目前，2025世界青年发展论坛圆满落幕。由习近平主席亲自提议举办的世界青年发展论坛至今已成功举办4届，它是推动构建人类命运共同体、践行全球发展倡议、安全倡议与文明倡议的典型举措。世界青年发展论坛的成功举办再次昭示我们，需要一大批熟悉党情和国家方针政策、了解国情、具有全球视野、能够熟练运用外语、通晓国际规则、精通国际谈判的专业人才，需要深刻把握新时代中国青年外事活动新特征，通过多维赋能提升青年外事素养。

新时代中国青年外事活动新特征

自尊自信，从仰视世界走向平视世界。新时代中国青年成长于国家快速发展的黄金时代，中国青年研究中心近期开展的“中国青年发展状况综合调查”（以下简称“CYDS2024”）显示，青年普遍认同国际交往对促进国家之间理解、稳定国际关系很重要（在0-10分的评价中为8.58分），认同经济全球化为中国带来更多机遇（8.32分），这些都充分表现出全球视野与国家自信并重的大国青年风采，广大青年日益以自尊自信、平等主动

的姿态进行国际交往。

空间转换，从走出去到往来并重。随着对外开放的深化特别是签证政策的优化，外国人来华数量大幅增加，越来越多外国青年通过来华旅游、学习和工作，亲身体验真实的中国。目前，有85个国家把中文纳入国民教育体系，共有196个国家的约49.2万名外国留学生来华求学，中国也继续保持为美国、英国、澳大利亚等8国留学生第一来源地。青年正通过多层次出境交流，展现新时代中国形象，使得这一群体的国际交往更加立体和深入。

路径转变，从传统线下为主到数字交互凸显。短视频平台、直播和网络游戏等数字媒介迅速兴起，年初，在小红书“中美大对账”活动中，平台迅速推出即时翻译功能，让各国青年突破语言障碍实现大规模、深度对话。“甲亢哥”的系列视频累计播放量更是超过10亿次，其效果远超传统传播方式。我国已实现“乡乡通5G”，即使在偏远乡村，外国友人也能通过网络直播分享所见所闻，本土青年能够与之积极有效互动，让世界看到一个真实、全面、立体的中国。

角色转型，从文化被动接受到主动塑造。《黑神话：悟空》和《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》等近年在国际市场取得巨大成功。中

合、多方面联动的新格局，统筹生产、生活、生态空间，实现产城融合、功能完备、职住平衡、生态宜居、交通便利、治理高效。

四是从“政府主导”向“共建共治”转变。改变过去以往由政府单一主导的城市建设模式和大多由政府大包大揽的城市治理模式，搭建多元参与平台，鼓励市民、企业、社会组织等多元主体参与城市规划、建设和治理，通过市民议事、听证会、网络问政等方式，在城市规划、项目审批等关键环节充分倾听民声和吸纳民意。鼓励志愿者、业委会、企业等充分参与城市治理，通过“社区驿站”“社区基金”“社区合伙人”等共建共治新模式实现“众筹”解“众愁”，让城市治理更贴合群众需求和满足人民需要。

五是“传统管理”向“智慧治理”转变。借助大数据、云计算、人工智能、量子计算等前沿技术推动城市管理手段、管理模式、管理理念创新。适度超前布局高速、移动、安全、泛在的数字智能基础设施，构建时时处处能够感知、万物互联、信息相通的新型智能城市体系，实现城市设计、建造、运维全生命周期数字化管控。构建具有深度学习、自我决策、自我优化能力的“城市大脑”，有效整合政务、交通、环保等领域的海量数据资源来建立城市智慧治理平台，由“管”到“治”再到“智”，不断提升城市治理科学化、精细化、智能化水平，推动城市治理体系和治理能力全面提升。

人民城市人民建，人民城市为人民。城市发展的人民属性是现代化人民城市建设的根本遵循和行动指南，“五个转变”的核心是始终以“人民满意”为标尺和以“人民对美好生活的向往”为目标，通过机制创新激发多元活力，通过技术运用提高建设水平，让城市真正成为“人民的城市”。

（作者系嘉兴大学经济学院院长，教授、博士生导师）

文化培育包容生态

文化是激活青年生存的基础动能，决定了城市的包容度，也决定着能否为年轻一代搭建真正的生活港湾，这种包容度体现在两个层面：

其一，好的城市文化能够涵养接纳青年的社会氛围。例如，广东深圳通过“青年驿站”为毕业生提供免费过渡住宿，四川成都将咖啡馆、街头艺术区打造成青年社交空间，类似举措传递着“热烈欢迎年轻人”的信号。而当房租占据毕业生收入的60%，城市管理过度限制街头市集、创意店铺时，本质上其实是在“劝退”年轻人。

其二，好的城市文化往往与较高水平的公共服务相辅相成。“着力建设舒适便利的宜居城市”要求“大力发展生活性服务业，提高公共服务水平，牢牢兜住民生底线”。提升城市文化吸引力和文化包容性的关键，在于同步增强公共服务保障体系。青年群体对公共服务有着特定诉求，特别是在婚育支持、教育资源和医疗保障等方面解决他们这些急难愁盼问题，将有效强化其城市归属感。通过营造富有吸引力的城市文化氛围，同时提供包容性、可及性强的文化环境与便捷的公共服务，使青年群体既能因文化魅力而来，又能因生活舒适而留，最终实现“引得进、留得住”的人才发展目标。

（作者系中国教育科学研究院区域教育研究所助理研究员）

现出较强的数字素养。然而，青年国际交往的线上数字交往仍多停留在自发自发浅层互动，缺乏系统化、专业化的组织和平台。借助和深化数字技术推动青年国际交往模式创新，我们需要动员和鼓励高校、社会组织与政府合作，共建数字国际志愿服务等线上项目，扩大青年参与范围，并支持青年运用短视频、虚拟现实等新媒体形式讲好中国故事。

推动绿色赋能，以共同语言深化青年国际交往纽带。绿色发展已成为全球共识和国际交往的共同语言，我们要充分发挥中国青年在联合国可持续发展目标（SDGs）相关领域的优势，支持中外青年联合开展绿色科技创新、循环经济、生态保护等项目，打造“一带一路”绿色青年行动品牌。要积极培养青年环保领袖，提升中国青年在全球可持续发展中的话语权和影响力。

构建分层培养体系，满足不同青年群体的国际交往需求。建立完善分层次、全覆盖的青年国际交往能力培养体系，基础阶段应重点培养青年的文化自信和跨文化理解能力，树立尊重、开放的交往心态；提升阶段应在高校外语课程中增加跨文化沟通、国际规则运用等实用性内容，开展模拟联合国、国际谈判模拟等实践教育，提高青年国际规则运用能力；高阶拓展阶段应依托国际组织、跨国企业设立高水平实习基地，为优秀青年提供参与国际事务的实践机会，提升其全球治理能力。还可考虑建立标准化、量化的国际交往能力评估认证体系，激励青年外事人才不断成长。

（作者李健系中国青年研究中心副研究员，邓希泉系该中心研究员，本文系中国青年研究中心规划重大课题“2024年度中国青年发展状况综合调查”的阶段性成果）