



当“苏超”遇上泉州品牌:

## 一场体育营销的破圈实验

这个夏天,江苏省首届城市足球联赛“苏超”火得有点出人意料。13个设区市球队的较量,因“散装江苏”的梗迅速走红网络,也吸引了千里之外的泉州品牌们闻风而动。从舒华体育赞助无锡队到力诚食品亮相苏州赛区,从卡尔美体育的前期布局到泉州文旅的跨界联动,这群擅长“出海”的闽南企业,正把体育营销玩出新鲜花样。

融媒体记者 杜连财

## A 泉州品牌入场“苏超”

6月15日晚,无锡体育中心球场座无虚席,当主队以2:0战胜常州队时,看台上“舒华体育”的橙色广告格外醒目。这是舒华体育赞助无锡队后迎来的首场胜利,赛后球队排名跃升至第八,而品牌官微连夜发出的“冠军海报”,评论区已被球迷刷屏:“原来跑步机厂商也踢足球?”

“我们看中的是‘苏超’全民参与的属性。”在舒华体育总裁特别助理侍勇先生看来,作为北京冬奥会官方健身器材供应商,品牌此前更多聚焦专业赛事,此次选择无锡队,正是看中其“草根崛起”的故事线——这支由外卖小哥、教师、程序员组成的球队,开赛前被戏称为“苏超鱼腩”,却凭借顽强防守圈粉无数。

与舒华的“情怀牌”不同,力诚食品的入局更显精准。作为苏州赛区官方赞助商,这家以肉制品为主营的泉州企业,在赛场周边布置了多个试吃摊位。“比赛期间,我们带去的鲑鱼肠被球迷扫光了。”力诚食品品牌负责人林绵绵表示,赛事期间品牌线上销量环比增长强劲。

而一直深耕足球领域,包括职业足球、业余足球和青少年足球的卡尔美体育,早在2020年便与江苏省足协达成战略合作,并成为江苏省足协新商务赞助体系的首家TOP合作伙伴。令业界意外的是,在“苏超”第四轮开战后,官方合作商由卡尔美体育变为代理商吾器酷体育。



球迷在南通市一处商场内观看“苏超”比赛直播(新华社/发)

## B 体育营销的“泉州解法”

在泉州企业的字典里,体育营销从来不是简单的“砸钱冠名”。舒华体育在赞助无锡队后,迅速推出“足球训练房计划”——为球队量身定制的智能训练器材,不仅出现在比赛现场的互动区,还同步上线品牌电商平台。

力诚食品则玩起了“谐音梗营销”,打出了“‘肠’胜将军,横扫‘苏超’”“十三太保多散装,力诚美味都

管饱”等接地气的文案,让其官方账号点赞量快速上涨。

泉州文旅集团的跨界联动更显巧妙。将在7月4日启动的“簪花北上,跟着苏超游淮安”活动,把闽南特色的簪花围与淮安西游文化结合,推出“足球+文旅”定制线路。“我们将在淮安奥体中心设置簪花体验区,让球迷戴着花看球,打造赛场新风景。”在泉州文

旅相关负责人看来,这种文化碰撞产生的传播力,比单纯打广告强多了。

这种“接地气”的营销逻辑,源自泉州企业多年的市场嗅觉。正如一位业内人士所言:“当其他品牌还在追求‘高大上’时,泉州企业已经懂得在草根赛事中找共鸣。就像他们当年把运动鞋卖到乡镇集市一样,现在要把品牌植入球迷的日常生活里。”

## C 赛事经济背后的“算盘”

在“苏超”赛场,泉州品牌的身影与互联网大厂形成有趣对比。当淘宝闪购用“优惠券梗”冠名常州队时,舒华体育正忙着在球场边搭建“球迷健身房”;当支付宝用“苏C”谐音梗营销时,力诚食品的工作人员在看台上派发试吃装。这种差异背后,是不同商业逻辑的碰撞。

“品牌算的是‘长尾账’。”一位业界人士给舒华算了笔账:虽然官方赞

助席价格飙高至300万元,但由此带来的品牌曝光覆盖超3000万人,更重要的是,赛事期间新增的粉丝,大部分将转化为长期用户,这比单纯投广告划算多了。

力诚食品则看中了赛事的场景营销价值。“看球时吃零食是刚需,我们要做的就是产品变成观赛标配。”林绵绵透露,品牌正在研发“苏超定制礼盒”。正如其海报所言:“场上红衣阿苏、蓝衣阿扬踢得火热激

情,比拼正酣,场下看球搭子力诚零食早已就位。”

热闹背后也有隐忧。有业内人士指出,“苏超”这类全民赛事的商业价值尚未完全成熟,部分品牌的赞助可能存在“跟风”嫌疑。“就像当年的‘村BA’,流量来得快去得也快,企业需要想清楚:除了曝光,还能从赛事中获得什么?”北京关键之道体育公司总裁张庆的提醒,或许值得泉州品牌们深思。

## 商界资讯

## 深圳易速菲石狮总部投运

日前,深圳易速菲供应链集团石狮总部正式运营,石狮市商务局等政企代表共同揭幕。

据悉,作为跨境电商服务领军企业,易速菲自主研发的“WMS+OMS系统”已覆盖东南亚六国首都仓储网络,此次落地将为本地企业提供全链条供应链支持。

目前,石狮海外仓联盟已在10余国布局25个仓库,总面积超33万平方米。未来将持续优化政策环境,吸引更多企业加入,推动跨境电商高质量发展。

## 盛达机器参加莫斯科石材展

近日,俄罗斯莫斯科石材展STONE INDUSTRY 2025开幕,晋江企业盛达机器携TOR添功五轴桥切机参展,吸引了众多国际经销商关注。该设备支持复杂异形石材加工及追纹排版、自动移板等功能,可实现大理石、花岗岩板材加工自动化,显著提升生产效率并降低人力成本。

展会期间,盛达机器远程技术团队为全球客户实时答疑,现场演示设备操作与维护技巧。公司负责人表示,未来将持续以技术创新驱动发展,为全球石材行业提供高效解决方案,进一步扩大国际市场份额。

## 南安企业亮相亚欧商博会

近日,2025(中国)亚欧商品贸易博览会在乌鲁木齐举办。南安市贸促会组织三星消防、天申贸易等4家企业参展,助力“南安制造”拓展亚欧市场,推动优质产品走向国际。

此外,南安企业还参与福建一昌吉经贸推介对接会,与150余家闽昌企业交流产业合作,多领域达成初步意向。南安市贸促会表示,将持续发挥桥梁作用,助力外向型经济高质量发展。

## 惠安商品斩获中国旅游大奖

在近日揭晓的中国旅游商品大赛中,惠安旅游商品表现卓越,两款产品脱颖而出:泉州新汉特箱包轻工有限公司的“LAMONE LED背包/旅行包”荣获银奖,泉州市沙砾巷文化发展有限公司的“遇见城市-城市创意鞋花”摘得铜奖。

LAMONE背包用回收矿泉水瓶再生面料打造,融合智能LED警示灯与防泼水科技,兼具环保与安全功能;鞋花系列则提取泉州六大地标美食风物,以萌趣浮雕设计结合环保材质,将城市文化融入潮流配饰,实现传统与现代的创意碰撞。(连财)