

咸宁日报

XIANNING DAILY

中共咸宁市委机关报
www.xnnews.com.cn
2026年4月20日
丙午年三月初四



国内统一刊号:CN42—0039
代号:37—25
星期一
第14163期 (今日8版)



沸腾的咸宁,热爱的力量

——2026年湖北省城市足球联赛咸宁主场首战综述

本报记者 马丽娅 吴文谨



图为比赛现场。记者 覃正峰 摄

听!
那是三千年前崇阳铜鼓的余音,从商代的祭祀场上穿越而来,沉如闷雷,浑如远山。
听!
那是一万两千人的呐喊,在2026年4月18日的夜晚,将咸宁崇阳的夜色点燃。
三千年,鼓声未绝。三千年,楚地雄风再起。
这一次,铜鼓为足球而鸣。这一次,咸宁为荣耀而战。
4月18日晚,崇阳县文体中心,湖北省城市足球联赛(楚超)咸宁主场首战在这里打响。咸宁队迎战随州队,最终比分定格在4:0。
这场胜利,远不止于绿茵场上的比分。它是咸宁以赛营城、以体彰文、以球兴业的宏大叙事。
这场90分钟的赛事,点燃的是一座千年古城的另一种心跳——年轻、滚烫、与世界同频。
这是咸宁的“楚超时间”,这是咸宁的“高光时刻”。

绿茵之上,站着自信的咸宁

4月11日晚7时,大麦网开票。2000张门票——10分钟,全部售罄。

9.9元一张。这个价格,让足球不再是少数人的“精英游戏”,而成了整座城市的节日。有人开玩笑说,比一杯奶茶便宜,就能在家门口看一场省级联赛。
但真正让人意外的,不是抢票的速度,而是比赛的地点。
本届“楚超”,咸宁是唯一一个把主场设在县城的城市。
很多人第一反应是:为什么是崇阳?
答案,藏在崇阳这片绿茵土壤里。
时间倒回2014年。那时候,崇阳的校园足球几乎还是一张白纸。没有几块像样的球场,孩子们在泥土地、水泥地上追着球跑,一摔就是一身灰。
可崇阳人凭着一股韧劲,八年,不到3000个日夜,硬是建起了11人制标准球场3块,9人制3块,7人制9块,5人制16块。全县16所足球特色学校,2所足球特色幼儿园,31支校园足球特训队,常年参训学生超过700人。
用当地人的话说,现在是“校校有球场,村村能踢球”。
大集中学的足球队更争气,培养

出11名国家一级运动员、23名国家二级运动员,10人入选湖北省最佳阵容。在省市级比赛中,崇阳代表队屡屡斩获佳绩,成了咸宁公认的“足球劲旅”。
但这还不够。
市县领导决定把主场放在崇阳,反复掂量过,有四个原因:
第一,崇阳底子厚。无论是社会足球还是校园足球,成绩摆在那里,有底气接住高级别赛事。
第二,群众热情高。崇阳人爱踢球、爱踢球,足球文化不是挂在墙上,而是“长”在生活里。这样的主场,氛围不会冷。
第三,场地硬硬硬。31块各类标准足球场,从5人制到11人制,随用随开。
第四,也是最关键的一点——把赛事放到基层,让群众在家门口看比赛。湖北省体育局一位负责人说,体育赛事下沉到群众身边,带动的社会效益和经济效益,丝毫不输市一级。
放在县城,能让足球更接地气,赛事的红利直接落到老百姓脚下。
有赛,就有输赢。18日晚上初战告捷时,人们忽然意识到:“咸宁”这两个字,不再只是一个地理名词,而

变成了一面旗帜,一种认同。
当来自咸安、嘉鱼、赤壁、通城、崇阳、通山的球员,穿上同一件蓝色战袍;当六个县(市、区)的球迷挥舞着各自的旗帜,汇成一片海——这座城市的精神拼图,在那一刻终于完整。
赛后,随州队球员黄兴博的话让人印象深刻:“咸宁的球迷很热情,这里是一个足球氛围很浓的城市。虽然我第一次来,但已经被它深深吸引了。”
这大概就是“赛事就在群众身边”最好的回响。
全城一盘棋,办成不可能的事
省级足球联赛主场设在县城,一个山区县一下子涌进一万多名球迷,宾馆床位够不够?餐馆能不能接待得下?交通会不会堵成一锅粥?任何一个环节掉链子,都可能砸了赛事的口碑,凉了球迷的心。
咸宁的回答是:全市一盘棋,六个县(市、区)同频共振。
赛前三天,由市级统筹,提级组织的1532名安保力量集结誓师。“楚超”从4月打到11月,咸宁8场主场赛事跨度大半年,这是一场持久战。
(下转第六版)

悦见咸宁 嗨购楚超

——咸宁“体育+消费”燃动全城

本报记者 镇强 通讯员 胡芳

4月18日晚,湖北省城市足球联赛(楚超)咸宁主场首战,咸宁队战胜随州队,迎来开门红。
而更为令人振奋的,是赛事背后涌动的消费热潮。市商务局紧扣“体育搭台、经济唱戏”主线,将赛事流量精准转化为消费增量,交出了一份亮眼的“体育+消费”答卷:赛事期间,主赛场76个展位直接带动消费80万元,16个第二赛场及商圈联动点位拉动消费2676.8万元,“一场赛沸腾一座城”的消费拉动效应充分显现。
赛场即卖场:
铜鼓声中有烟火,看球间隙有逛头
“一边看球,一边啃麻花,还能听

提琴,这趟来得值!”从武汉专程赶来的球迷王先生举着刚买的崇阳麻花,笑得合不拢嘴。
主赛场崇阳文体中心,被精心打造成“展、销、品、娱”一体化的消费空间。场馆核心区域科学布局76个展位矩阵,形成三级联动:
农特产品市集:崇阳麻花、雷竹笋、嘉鱼莲藕、赤壁青砖茶……各县(市、区)“看家宝”一字排开,球迷观赛间隙顺手捎上几袋“咸宁味道”。
非遗特色展销:提琴戏脸谱、通山木雕、通城黄袍山油茶……非遗传承人现场展示,游客边看边买,文化消费热度高涨。
大宗优品展示:桂小泉区域品牌

首批13家企业集中亮相,省级赞助商展位与市人民广场春季车展遥相呼应,共同托起赛事消费基本盘,市人民广场作为第二观赛点,同步推出春季车展,当日成交金额约2400万元。
赛场外,特色小吃街变身“龙舟造型花车集群”,露营休闲区支起天幕,乐队弹唱声随风飘荡。观赛间歇有逛头、完赛之后有买头——这不再是口号,而是上万名球迷的真实体验。
票根变“通票”:
一张门票撬动全城消费
“凭球赛门票,到店吃饭打八折!”崇阳县城多家餐馆门口,服务员热情招呼着球迷。城区白鹭广场的

“小豆腐”烧烤店,临近晚上十二点座无虚席,前来吃烧烤的人络绎不绝。
咸宁全城推出“票根经济”模式,一张9.9元的球赛门票,不仅是入场凭证,更是一张覆盖全市的“消费通行证”。首批102家商业综合体、餐饮名店、精品民宿、A级旅游景区纳入“一票通享”优惠体系,持票即享专属折扣。
更妙的是“第二赛场”布局。全市建成启用16个第二观赛点,覆盖主城区及各县市中心城区。这些点位不仅大屏直播赛事,更升级为集观赛、休闲、消费于一体的复合空间。
咸宁万达广场推出“观赛套餐+免费停车”,全场啤酒免费畅饮,当日销售额突破196万元;(下转第六版)

杨军与同济医院党委书记唐洲平一行座谈交流
深化院地务实合作 推动项目如期运营
本报讯 记者吴文谨报道:4月19日,市委副书记、市长杨军与来咸调研的同济医院党委书记唐洲平、党委副书记、院长胡俊波一行座谈,双方围绕同济医院咸宁医院(咸宁国家区域医疗中心项目)运营筹备工作进行深入交流,进一步深化院地务实合作,携手推动项目如期高质量投入运营。
杨军对唐洲平、胡俊波一行的到来表示热烈欢迎,向同济医院长期以来对咸宁医疗卫生事业发展的关心支持表示衷心感谢。杨军指出,建设国家区域医疗中心,是党中央、国务院推动优质医疗资源扩容下沉和均衡布局,更好满足人民群众多样化、多层次健康需求的重要民生工程。咸宁市委、市政府始终站在讲政治的高度,认真贯彻落实党中央决策部署和省委工作要求,把咸宁国家区域医疗中心项目作为民生领域的“头号工程”,以最大力度加以推进。
杨军表示,在双方的共同努力下,同济医院咸宁医院已从“建成交付”转入“启动运营”的关键节点。希望双方进一步凝聚共同意志,深化务实合作,做到同题共答,统筹做好强运营、引专家、建机制、树品牌、优环境各项工作,确保项目如期高质量投入运营,着力打造立足咸宁、面向武汉、辐射湘鄂赣毗邻地区的区域医疗高地,努力创造可借鉴、可推广的咸宁经验。
唐洲平、胡俊波对同济医院咸宁医院项目推进情况予以肯定,并代表同济医院,对建设方、施工方为项目建设所付出的辛勤劳动表示感谢。
唐洲平、胡俊波表示,将不折不扣贯彻落实党中央决策部署和省委工作要求,本着对事业发展负责、对人民群众健康负责的态度,充分发挥同济医院的品牌优势和学科引领作用,紧密结合区域群众就医实际,加强与依托医院的协同联动,加快推动优质医疗资源下沉,增强区域诊疗能力,实现社会效益和运营效率的有机统一。紧盯时间节点,实行倒排工期、挂图作战,做实做细发展目标制定、管理制度建设、人员派驻培训以及宣传推介等运营前期准备工作,推动项目如期高质量投入运营,切实提升同济医院咸宁医院的辐射力、影响力,更好满足咸宁及周边地区群众对高水平健康服务的需求。
会前,双方实地调研了同济医院咸宁医院项目建设情况。
同济医院副院长吴剑宏参加调研座谈。

咸宁市融媒体中心全媒联动引爆“楚超”热度 首场赛事报道总流量近三千万

本报讯 记者谭宏宇报道:“楚超”来了,咸宁火了。4月18日晚,2026年湖北省城市足球联赛(楚超)咸宁赛区首战在崇阳县文体中心鸣哨开赛。咸宁市融媒体中心集结200余名采编、技术和运营人员,通过1200余条原创及衍生稿件,将这场地方赛事推为全网热点——截至19日上午,累计浏览量已突破2800万,逼近3000万大关。
据统计,由咸宁市融媒体中心承接并负责的赛事全媒体直播,吸引354万余人次在线观看。微博话题“楚超遇上咸宁”与“咸宁推出楚超惠民活动”的阅读量双双突破千万,持续占据同城热搜榜前列,“楚超”赛事与咸宁城市的全网热度显著提升。
《一张“楚超”球票,撬动咸宁“满房”地图》《六项非遗齐聚绿茵场,看咸宁如何“文化助威”》《3000年国宝级铜鼓助阵楚超》等重点报道,被光明网、中国新闻网、新华社客户端、湖北日报等权威平台广泛采用。其中,《一张“楚超”球票,撬动咸宁“满房”地图》单篇在外部平台的浏览量达86.2万,其余重点稿件均超过40万,咸宁市融媒体中心生产的精品内容成功“借船出海”,城市名片唱响全国。
短视频《楚超咸宁首场惊艳神技》播放量突破30万,并被“湖北省城市足球联赛”官方微博账号主动推送。中心还运用AIGC技术制作AI创意视频,将前沿科技与赛事热度相结合,显著增强了在年轻受众中的吸引力。
值得关注的是,中心围绕“楚超票根·咸惠全城”活动进行全方位跟踪报道,将一张球票转化为串联全市40余家文旅商户的消费凭证,直接拉动旅游、住宿、餐饮等相关消费,助力赛事“流量”向经济“增量”有效转化。“3000年铜鼓助阵”“六项非遗齐聚绿茵场”“跟着楚超游咸宁”等系列融媒产品,将咸宁山水风光、非物质文化遗产、地方美食与足球激情有机融合。
此次赛事报道中,咸宁市融媒体中心打破平台壁垒,实行“一体策划、一次采集、多元生成、全平台分发”的作战模式,在客户端、报纸、广播、电视、网站及社交媒体平台实现同步联动,形成“大小屏共振、声屏报网端互动”的立体传播格局,成功将体育赛事转化为提升城市形象、激发消费活力、凝聚社会共识的城市盛事。

今日导读
咸宁六项非遗为“楚超”激情暖场 (详见第二版)
绿茵燃情满城欢 (详见第七版)