



从赛场到场景：粤超、粤BA赋能江门的逻辑与路径

2026年，粤超、粤BA赛事体系持续升级，覆盖全省各地。亲民票价、本土球员主体、周末办赛等设计，使其迅速成为现象级群众体育品牌。江门立足粤港澳大湾区重要节点城市与中国著名侨乡定位，全力承接相关赛事、组建本土队伍，推动赛事流量与侨乡文化、特色产业、文旅资源深度融合。相较于职业化竞技赛事，粤超、粤BA坚持全民参与、普惠共享的办赛底色，为城市打通消费升级、社会凝聚、文化传播的融合通道，对江门城市综合发展形成持续助力。

经济赋能：重塑消费场景，激活产业新动能

赛事落地之下，赛场边界不断延伸，逐步从单一竞技场，升级为集观赛休闲、特色餐饮、便民购物、文旅出游于一体的复合型消费场景。

“票根经济”释放乘数效应。依托粤超、粤BA创新运营模式，江门全面落地“一张票根逛遍全城”联动机制，观众凭赛事票根可在景区、酒店、商圈享受专属优惠，构建起跨业态联动消费体系。主场赛事吸引大量外地球迷跨城观赛，过夜客流稳步增加，直接带动酒店入住率、餐饮营收与景区客流同步提升。围绕赛事举办，江门体育中心周边打造“观赛+夜市”融合模式，配套美食市集、文创展销、休闲服务等业态，延伸夜间消费链条。在赛事持续加持下，本地住宿、餐饮、零售行业保持良好增长态势，赛事引流赋能实体经济的作用愈发凸显。

文体旅融合推动文旅升级。江门拥有开平碉楼、赤坎华侨古镇、古劳水乡等优质文旅资源，但此前存在资源分散、文旅资源转化率不足等问题。粤超、粤BA的落地，为文旅资源整合提供了核心流量支撑。江门结合赛事热度，打造侨乡主题文旅线路，同步出台赛事联动文旅惠民政策，有效吸纳大湾区城市短途游客。赛事期间，重点景区接待量稳步上涨，侨乡美食与地域风物的传播度持续扩大。同时，赛事现场融入醒狮、舞龙等非遗展演，设置文化体验区域，推动文旅产业从传统观光向沉浸式体验转型，将短期观赛“流量”转化为长效文旅发展“留量”。

赛事联动驱动产业品牌化。江门

作为中国摩托车产业重镇和新会陈皮核心产区，依托赛事公开曝光场景，为本土特色产业搭建展示推广平台。主场互动活动中，本土制造产品、侨乡特色产业频频亮相赛场，借助赛事传播扩大区域品牌影响力。赛事多层次赞助体系降低了小微企业参与门槛，本地餐饮、文创、零售中小企业借助赛事实现品牌曝光与营收增长。大型企业以赛事合作为契机，强化“江门制造”“侨乡优品”公共品牌标识，推动特色产业走向品牌化、规模化发展，实现体育流量与产业发展双向赋能。

社会赋能：营造交往场景，凝聚情感共识

群众体育赛事构建了公共交往空间，打破人群隔阂，推动个体联结为有机整体，不断夯实江门社会和谐发展的群众基础。

全民参与与模式持续凝聚城市认同。粤超、粤BA坚持本土办赛理念，参赛选手涵盖运动员、上班族、学生和个体从业者等多元群体，让赛事真正属于普通市民，催生强烈的归属感。粤BA赛事伊始，江门队以微引致全网热议，相关部门迅速开放互动渠道，发布《阿江，听劝！请远方的网友帮忙设计江门队Logo》，面向全国征集队徽，吸引数万网友参与投票，以包容务实的治理方式拉近政民距离，彰显侨乡开放包容的城市气质。各县(市、区)球类运动协会主动联动，打破城市地域隔阂，强化五邑民众共同体意识，持续提升市民归属感与城市自豪感。

文明观赛与志愿服务涵养市民素养。赛事倡导文明观赛、友好竞技的理

念，赛场规范引导与球迷自发文明助威相结合，展现江门良好城市风貌。常态化赛事志愿服务体系逐步完善，青年学生、社区居民、企业职工主动参与赛场保障、秩序维护、便民服务等，让志愿精神融入城市日常。方言解说、本土文化展示等特色内容，贴合地方生活语境，增强群众文化自信，引导群众自觉传承优良民俗，涵养互助友善、文明和谐的社会风气。

赛事下沉激活基层治理效能。以赛事承办为契机，江门升级核心体育场馆，完善社区球场、运动场地等公共设施，兼顾专业办赛与群众健身需求。社区围绕赛事热点开展邻里球赛、集体观赛等文体活动，拉近邻里关系，化解基层微小矛盾。依托赛事出行、客流、消费等大数据，城市公共服务、交通疏导、人流管控不断优化，推动基层治理向精细化、智能化转型。同时，赛场人流集聚带动社区沿街商业稳定经营，激活基层小微经济，为基层治理长效运转提供民生支撑。

文化赋能：打造传播场景，再造侨乡名片

体育赛事成为地域文化全新展演载体，整合碉楼、陈皮、粤语等本土符号，打造专属侨乡文化传播场景，推动传统文化创新发展。侨乡元素深度融合，传承地域文化根脉。粤超、粤BA江门队队徽均以“开平碉楼与村落”这一世界文化遗产为主要元素，把经典侨乡符号转化为现代体育视觉形象，强化了城市文化辨识度。赛事全程融入侨乡民俗展演、非遗展

示、地方文史宣传，在赛场场景中立体呈现五邑人文特色。侨乡人民爱国爱乡、务实进取、兼容并蓄的精神特质，通过赛事报道、球员故事、球迷互动广泛传播，让更多人了解侨乡文化、认同侨乡价值，实现地域文脉的活态传承。方言文化绽放活力，强化岭南文化认同。赛事打造多元方言解说矩阵，以粤语为主体，融合地方方言表达，用生活化、接地气的表述解读赛事，营造浓厚岭南烟火气息。江门作为粤语文化重要传承地，在赛场广播、现场互动、宣传推广中保留方言运用，既贴合本地群众文化习惯，也向外展示粤语独特文化魅力。方言文化的回归与运用，唤醒本土文化记忆，强化区域文化归属感，助力岭南地域文化持续传承。

城市形象破圈传播，提升城市文化软实力。依托新媒体传播优势，粤超、粤BA形成全网传播效应，海量短视频与网络话题持续发酵，成为江门对外宣传的重要窗口。江门紧扣体育热点，打造“体育+文旅+侨乡”城市传播体系，全方位展示自然风光、历史底蕴与人文风貌。“阿江听劝”等城市热点出圈，塑造了真诚开放、亲民务实的城市形象；碉楼、陈皮等本土IP借赛事广泛传播，大幅提升江门知名度与美誉度。以赛事为媒介，城市文化表达更加多元，综合文化竞争力持续提升。

城市高质量发展，离不开优质公共场景的持续构建。粤超、粤BA对江门的综合赋能，核心是以体育赛事为纽带，整合文化资源、社会体系与商业业态，塑造更具吸引力的城市生活空间。“票根经济”拉动消费扩容、促进产业升级，全民参与与重塑社会联结，优化基层治理，侨乡文化借势破圈、实现创新发展，赛事已经成为推动江门进步的重要力量。但也要客观看到，如何将短期赛事热度转化为长期发展动能，仍是下一阶段城市发展需要破解的现实课题。江门应持续优化“票根经济”联动模式，深化文体旅一体化融合，打造侨乡特色赛事品牌，完善赛事、产业与城市协同发展机制，推动赛事流量向发展动能的持续转化。立足侨乡独特优势，借力大湾区发展机遇，以群众体育为抓手，赋能经济提质、社会治理、文化繁荣，在粤港澳大湾区建设中作出更大贡献。

(詹雨鑫，江门职业技术学院副教授)

树立和践行正确政绩观 校准为民坐标 厚植健康福祉 ——以正确政绩观引领公立医院高质量发展

政绩观是干部履职尽责的“指南针”，更是干事创业的“风向标”。习近平总书记深刻指出“为民造福是最大政绩”这一重要论述，为新时代医疗卫生事业发展指明了根本方向。公立医院作为守护人民健康的主阵地，必须深刻把握正确政绩观的核心要义，摒弃唯数据论的片面思维，跳出急功近利的短期陷阱，以“功成不必在我”的精神境界和“功成必定有我”的历史担当，将政绩书写在人民群众的健康获得感中，镌刻在医院长远发展的坚实基础之上。

一要坚守人民立场，从“数据报表”回归“民生温度”。医疗领域的政绩，从来不是漂亮的业务数据，脱离临床的科研论文或单纯的营收增长，而应落脚于群众就医获得感、满意度，体现为对生命的守护与病痛的缓解。过去，我们有些管理者习惯于盯着门诊量、手术量这些显性指标，却忽略了患者真实的感受；比如，我们推行日间手术，效率是提高了，但如果患者出院时没有清晰的康复指导，回家后遇到不适不知如何求助，这份“效率”就打了折扣；我们推广互联网挂号，本是让信息多跑路、百姓少跑腿，但如果忽略了老年群体的使用习惯，没有保留必要的人工窗口和提供现场协助，这份“便捷”就无法惠及每一个人。

二要涵养历史耐心，从“百米冲刺”转向“接力长跑”。医疗卫生事业是一场马拉松，不能只盯着任内的业绩，搞“短平快”，更要为医院的未来积蓄后劲。有些工作，短期内或许难以量化为亮眼的数据，甚至被认为是“费力不讨好”，但关乎长远。比如，持续推动优质医疗资源下沉，选派骨干医师赴基层开展驻点诊疗与教学，虽需投入较多的人力物力，却能让常见病、慢性病患者在镇卫生院就近解决就医需求，从根源上缓解大医院“一号难求、一床难求”的结构性拥堵。再比如，着力培育青年医师梯队、搭建高水

平科研平台，这些工作或许难以在三五年内产生标志性成果，但若当下不深耕细作，未来医院便会面临技术传承断层、核心竞争力流失的困境。践行正确政绩观，就要有“功成不必在我”的境界。我们要甘做“铺路石”，多做打基础、利长远的潜绩。要把学科建设与人才培养摆在核心位置，宁可步子慢一些，也要把根基筑得更牢。面对医疗行业的新形势，我们更要在变革中育先机，持续提升政治能力、调研能力和决策能力，把年轻医生的基本功练扎实，把科研平台的基础打牢。不贪一时之功，不图一时之名，一步一个脚印，为医院的高质量发展积蓄势能。

三要强化实干担当，从“会议部署”落地“终端实效”。“一分部署，九分落实。”再好的蓝图，如果不落地，也只是镜中花、水中月。反思过去的工作，我们有时存在“重过程轻结果”的现象。比如，建立不良事件上报制度，本意是防微杜渐，却因反馈机制不健全，让员工觉得“报了也白报”，制度就成了“纸老虎”；推行多学科会诊，本为解决诊疗难题，却因流程繁琐、责任模糊，沦为临时微信群里的“碎片化沟通”，没有形成“走过场”。这些现象暴露出部分管理者“以会议落实会议、以文件落实文件”的懒政思维，把“开了会”当成“落实了”，把“发了文”当成“解决了”，最终导致制度空转、政策空耗。

抓落实，关键在“实”。我们要坚决纠治形式主义，不能让“痕迹管理”异化为束缚手脚的桎梏，消耗医护人员本应用于救治扶伤的宝贵精力。要深入基层一线，多去病房转转，多听患者和家属的“牢骚话”“心里话”，从具体问题入手，把责任压实，把流程理顺。要建立有效的反馈机制，让制度真正“长出牙齿”，让每一项举措都能落地生根、解决实际问题。工作干得好不好，最终不是看材料写得有多厚、台账做得有多漂亮，而是要看问题是否得到解决，群众是否真正满意。

政绩观从来不是空洞的口号，它就藏在我们日常的查房问诊、审阅病历、处理患者诉求的具体工作中。作为医院管理者，手中的权力是群众赋予的，必须用于为群众办实事、解难题上。少搞花架子，多干实在事，把江门的百姓健康福祉落到实处——这才是我们该追求的真正政绩。

(赵景林，江门市党校2026年县处级干部习近平新时代中国特色社会主义思想进修班学员)

以高水平调查研究 推动江门高质量发展

调查研究是中国共产党的看家宝，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，运用看家宝服务首要任务，是开展树立和践行正确政绩观学习教育、落实“立党为公、为民造福、科学决策、真抓实干”总要求的具体体现，更是对人民、对时代、对未来高度负责的应有之义。五年看头年，起步最关键。2026年是“十五五”开局之年，必须通过高质量的调查研究，准确识别制约江门发展的问题症结、堵点卡点，找准推动高质量发展的突破口、切入点，提出针对性的意见建议、关键举措，助力江门“十五五”开好局、起好步。

坚持政治引领，把准调查研究的“方向盘”。习近平总书记强调，树立和践行正确政绩观，起决定性作用的是党性。“立党为公”是马克思主义政党的本质属性，也是马克思主义政党形成和坚持正确政绩观的根本前提，彰显了中国共产党的性质宗旨，回答了政绩“因何树”的问题。新时代新征程，做好调查研究，必须深刻领会把握“立党为公”的政治本色，坚定理想信念，牢记初心使命。要坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，加强党性锤炼，不断提升政治判断力、政治领悟力、政治执行力。要增强政治责任感、历史使命感，始终从政治高度看待、分析、解决问题，正确处理个人利益和集体利益、局部利益和全局利益、眼前利益和长远利益的关系，确保调查研究方向准、意图清、目的明。

坚持群众立场，夯实调查研究的“立足点”。习近平总书记强调，共产党就是为人民谋幸福的，人民群众什么方面感觉不幸福、不快乐、不满意，我们就在哪方面下功夫，千方百计为群众排忧解难。“为民造福”体现了我们始终与人民同呼吸、共命运、心连心的政治立场，回答了政绩“为谁树”的问题。当前，人民群众生活水平越来越高，对幸福生活、美好未来的期待更高、憧憬更远大。必须把调查研究作为密切联系群众的重要途径，坚持人民至上，走好新时代的群众路线。要想群众之所想、急群众之所急，紧盯教育、医疗、养老、社保等民生领域突

粤超、粤BA背景下 江门体育消费升级的路径探析

新时代人民群众更加注重身心健康，对体育消费的需求越来越迫切。江门正大力发展体育事业，让体育深深融入百姓生活。当前，以粤超、粤BA为代表的群众性品牌赛事在广东蓬勃开展，为各地体育消费提档升级提供了重要契机。本文以江门公众体育消费为研究对象，通过问卷调查、专家访谈等方法，分析体育消费需求现状，探讨以粤超、粤BA等赛事为引领的体育消费升级有效路径。

江门体育事业发展与消费现状

近年来，江门积极推进全民健身，大力建设体育公园，增加体育设施，人均体育场地面积持续增长，基本构建起覆盖城乡社区的便捷健身圈。全市各镇街、村(社区)普遍建有文体广场，多个体育公园获得省级财政支持，部分运动场地免费向居民开放。

最近几年，江门年均举办各类群众性体育赛事活动逾100项，江门马拉松、篮球联赛、足球嘉年华等赛事让群众逐渐养成坚持体育锻炼的良好生活方式。在高水平竞赛方面，江门以江门体育中心为依托，成功举办多项洲际和全国性大型赛事，借力品牌赛事推动“体育+旅游”融合发展，带动餐饮、住宿等相关行业，实现品牌效应、经济效应、社会效益的有机统一。

调查显示，参与体育消费的主要群体为青年人，他们引领着体育消费的潮流。多数受访者已养成经常参与锻炼的习惯，全市体育氛围较为浓厚。公众参与体育锻炼的目标明确，主要是为了强身健体、释放压力。参加问卷调查的大部分公众都有过体育消费的经历，影响公众消费的因素中，消费观念尚未形成、缺少同伴及经济考量等居于前列。这表明，群众希望政府提供更多优质公共体育服务，而且受经济条件影响，多数人倾向选择免费场所锻炼，主动消费意愿不强，消费理念有待培育。

粤超、粤BA带来消费升级契机

粤超、粤BA启动以来，迅速在全省21个地市形成广泛影响力。这类群众性品牌赛事恰好契合了江门公众的体

育消费偏好，带来消费升级契机。调查显示，公众参与体育消费的主要动因包括促进身心健康、获得好身材、缓解压力以及获取快乐和自信，其中，保持身心健康和良好心态、释放压力是核心诉求。粤超、粤BA所代表的足球、篮球等集体球类项目，天然具备健身性、娱乐性和社交性，能够有效对接这些需求。

从消费时间偏好看，周末是公众最喜爱的体育消费时段，空闲时间充足，便于约同伴参加球类、游泳、爬山等户外活动。下午至晚间是体育消费最集中的时段。在空间距离上，公众普遍偏好离家或单位较近的场所，步行或短途车程可达的范围是首要考量。这说明，建设好群众身边的体育场馆，组织好群众喜闻乐见的体育活动，开展群众喜爱的赛事，是方便城乡居民参与体育消费的关键。公众参与体育消费时倾向于与朋友、同事或家人同行，希望有共同兴趣的伙伴一起运动。

粤超、粤BA这类赛事能有效回应这些偏好：赛事扎根社区、贴近群众，参与者可与朋友、同事组队参与，比赛时间也多安排在周末和晚上，场地分布于城乡各类体育场馆，恰好符合公众在时间、空间和社交上的多重需求。品牌赛事的持续举办有利于营造浓厚的体育氛围，逐步引导消费者建立健康的体育消费观，培养终身运动习惯。

以粤超、粤BA为抓手的体育消费升级路径

从调研情况看，江门居民体育消费规模虽逐步增长，消费结构也在不断转变，但仍存在供需结构性失衡的问题。公共体育服务供给体系效率有待加强，存在有效供给不足与无效供给过多的矛盾。有效供给不足主要体现在健身

休闲业和青少年体育培训的服务数量与质量未能满足群众需求，群众身边的体育场馆、体育组织、竞赛活动、高水平教练等资源仍显不足。无效供给则表现为体育休闲产业上游核心产业附加值不高，智能化程度偏低，自主创新能力有待提升。

相比粤港澳大湾区经济发达城市，江门体育产业总量较小、质量有待提高，仍面临消费水平偏低、增长乏力的问题，城乡区域消费不平衡，公共体育服务供给不充分不平衡依然存在。其主要原因在于体育消费理念相对滞后，消费能力尚不足等。

我们可以以粤超、粤BA为抓手来推动公众体育消费实现升级——

一要培育新消费理念，助力体育消费升级。应注重培育公众体育消费理念，普及健康观和消费观，鼓励和引导公众参与健身。借助粤超、粤BA等品牌赛事的示范效应，构建“观赛—体验—消费—传播”一体化的体育消费生态，让更多群众从观赛转向参赛，从免费场地逐步转向接受品质化体育服务，满足人民群众对美好生活的向往和日益增长的体育消费需求。

二要加强体育市场监管，构建多元供给机制。必须构建体育市场监管和治理制度体系，规范体育产品服务供给行为，维护消费者权益，加强对体育消费产品和服务质量、价格及销售行为的必要监督。江门投入体育产业的人力、财力和能力有限，部分社会性和公益性的公共体育产品生产可让渡于私人部门、非营利组织等主体，它们直接面对市场，反应迅速且专业。例如，通过政企合作或引进有实力的市场主体，共同开发体育旅游、海滨度假、航海、垂钓等项目，提升产品质量与档次，带动相关产业发展。政府应继续加大公共体育

