



把世界杯、楚超等送到家门口……天宫 Nova 撬动赛事经济

游客从“一顿虾”到“过一夜”



7月20日凌晨,2026美加墨世界杯决赛观赏盛典在潜江天宫 Nova 球幕剧场举行,吸引大批市民、游客前来观赛。(湖北日报全媒记者 何丰欣 实习生 胡玉 摄)

湖北日报全媒记者 黄璐
通讯员 万云昊 艾帅

7月20日凌晨3时,潜江天宫Nova球幕剧场前的广场上,灯火通明。

上千名市民与游客围坐驻足,目光齐齐投向头顶直径54.7米的巨型球幕。来自武汉的游客叶雯与一众球迷好友围坐一起,面前近30斤小龙虾摆满了满满一桌——油焖、蒜蓉、清蒸,样样齐全。欢呼声、碰杯声伴着世界杯决赛的解说声,飘荡在夏夜的晚风里。

这是2026美加墨世界杯决赛观赏盛典现场,同时也是湖北省城市足球联赛(楚超)潜江赛区“第二观赛现场”。7月18日至20日,连续三日免费向公众开放。依托巨型LED球幕硬件载体,潜江将世界级体育赛事搬进城市公共空间。

看似一场“蹭热度”的活动,实则是潜江深耕文体旅商融合、撬动赛事经济的一次实战试水。

不设门票门槛 把顶级赛事资源送到家门口

站在广场抬头望去,这座球体直径54.7米的建筑,相当于15层住宅楼高。今年5月30日点亮以来,它迅速成为整座城市的视觉中心。外屏面积约7500平方米,夜晚光影流转,整座城市都为之瞩目。

“这是国内首次用巨型球幕载体转播顶级体育赛事。”湖北夷宸投资发展有限公司总经理赵晨希说。天宫Nova突破传统平

面观影局限,通过穹顶式设计带来的代入感,远超普通大屏。

本次转播由华夏电影发行有限责任公司独家提供央视正版授权,全程高清无延迟。潜江观众与海外球迷同步见证冠军诞生。

更难得的是,这场盛典从一开始就定下“纯公益”的调子。

没有门票、不设门槛、不强制消费。傍晚6时刚过,市民便陆续进场。除了观赛,现场还有本土乐队演出、公益电影放映等。广场上不划定专属席位,小桌板、遮阳棚等一律免费。

潜江市民郭映彤说:“现场氛围非常好,科技感十足。露天观影,找回了小时候看露天电影的感觉。”

回潜江度暑假的大学生小袁说:“原本只想陪陪家人,吃吃龙虾,没想到赶上这么大的场面。和这么多球迷一起呐喊,这种集体的情绪感染力,是一个人看球没法比的。球幕太震撼了,感觉球员就在头顶跑。”

文化惠民,不是空喊口号,而是把最好的赛事资源,免费送到市民家门口。

潜江以一张零门槛的观赛“入场券”,将文化惠民、体育惠民落到实处。从楚超联赛的“第二观赛现场”到世界杯决赛的观赛盛典,央视赛事资源首次与地方球幕剧场深度耦合,这不只是一场直播,更是一座城市对打通公共文化服务“最后一公里”的务实探索。

球幕不止于“看赛” 三部楚文化大片蓄势待发

这场合作并非“一锤子买卖”,它是潜江与“电影国家队”携手探索“电影+文旅”融合模式的起点。

2026年是全国电影经济促进年。国家电影局部署开展“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”系列促消费行动。作为中宣部直属的全产业链电影企业,华夏电影在全国甄选合作城市。

潜江“龙虾之乡”“水乡园林”等城市名片,与活动主题天然契合。

“该球幕是一种兼具科技感与传播力的新型文化载体,在赛事转播、公益放映、内容创作等方面都具有巨大潜力。”华夏电影党委委员、副总经理阎鹏说。

本次活动除赛事直播外,还同步展映国家电影局指定的“电影+旅行”“电影+美食”主题宣传片。阎鹏表示:“潜江有四张名片,其中包括‘龙虾之乡’‘水乡园林’,与‘跟着电影品美食’‘跟着电影去旅游’天然契合。”

据了解,双方已签订战略合作协议,后续

合作将向内容供给、公益服务、产业联动等方面延伸。华夏电影将持续引入顶级体育赛事转播内容,同时依托球幕常态化开展户外公益电影放映。双方还将联合开发沉浸式视听项目,积极探索AI技术创新。

更具长远价值的,是城市品牌的传播增量。

双方将以电影为纽带,联动潜江龙虾、楚文化等本土资源,在影视项目创作、宣发环节深度融合等方面,放大城市IP效应。同时,依托华夏电影的平台资源,潜江将赴北京等地开展城市专场推介,让本地美食、文旅资源通过电影渠道触达更多受众。

目前,天宫Nova正深挖章华台的楚文化底蕴,集结顶尖视效团队定制裸眼3D内容——《通天》《盛宴》《涅槃》三部楚文化主题沉浸式影片将陆续推出。三部曲集结《少年派的奇幻漂流》主创领衔的视效团队,携手四川美术学院数智动画研创中心匠心共创,搭配湖南卫视青年导演团队全程把控驻场演艺,用国际顶尖技术讲好潜江本土故事。

从世界杯、楚超等赛事资源接送到家门口,到原创CG大片蓄势待发,潜江正在构建“科技+文化+体育+旅游”的复合生态。当“去潜江看球幕”成为一种潮流,潜江便不再只是“龙虾之乡”,更是一座充满活力与想象力的现代文旅新城。

打造休闲旅游产业带 千万车流从“过路”变“过夜”

“以前来潜江,大多是中午或晚上吃顿龙虾就走。”游客叶雯坦言。长期以来,潜江给许多人的印象是“半日游”“过境游”目的地,多数游客止步于“一餐虾”的打卡式消费。

这次却不一样了,“我们吃饱了、住舒服了、玩开心了。”叶雯说,“这样的巨型球幕观赛氛围,我们之前从未体验过,以后再有活动,一定还会来的。”

正是看到这种从“过境”到“过夜”的转变可能,潜江在留客方面做起文章。后续推出的球幕影票与周边餐饮、住宿联动优惠套餐,将释放“票根经济”活力。坚持定期公益开放,则让这个文旅地标慢慢变成市民和游客共享的城市公共空间。

目标很明确——把途经潜江的食客留下。“我们经营这个项目,首先是天天有剧看,然后周周有活动,月月有赛事,将前来潜江的食客变成游客。”赵晨希说。

天宫Nova与生态龙虾城隔街相望,与周边商业街区、夜市经济带形成联动,构建“日间品虾、球幕赏剧、夜间观影”的一站式微度假路线。数据验证了这种联动模式的拉动力——5月30日,天宫Nova点亮当晚,生态龙虾城客流同比增长10%,全市酒店入住率同比增长21%。

跳出单个节点的联动,潜江有着更大布局。潜江市文化和旅游局党组成员、副局长王耕表示,潜江正以汉宜高速为主轴,串联天宫云梦泽、小龙虾主题高速服务区、生态龙虾城、曹禺文化旅游区、返湾湖国家湿地公园等文旅资源,打造“一线串珠”的休闲旅游产业带。天宫Nova正是这条产业带上的核心节点之一。

核心目标,是将每年超千万人次的高速过境流量,转化为深度消费游客,打破“过境即路过”的传统格局,推动交通廊道向休闲旅游经济带升级。

潜江的探索,折射出江汉平原乃至湖北县域文旅产业转型的深层命题。长期以来,江汉平原县域文旅资源禀赋不均衡,大多数地区依赖单一产业或景点,游客停留时间短、消费层次浅。以“潜江龙虾”区域公用品牌价值为牵引,天宫Nova为突破口,潜江正探索一条“以科技聚人气、以文化提内涵、以产业促消费”的融合路径。

放眼湖北,从宣恩“景城一体”实践,到竹溪“早餐经济+夜间消费”模式——县域文旅竞争,已从“有没有景点”转向“能不能留人”。潜江的特别之处在于,它将地标设施转化为公共文化空间,立足本地实际,用免费、开放、共享的姿态激发市民、游客参与热情,正在走出一条文体旅商深度融合的县域发展新路。

现场观赛的市民、游客。(湖北日报通讯员 艾帅 摄)

五千余个机关企事业单位 停车位节假日免费开放

湖北日报全媒记者 黄璐
通讯员 余晓勤 彭郭

7月25日晚,潜江市市场监管局大门前,一块“温馨提示”牌立在通道显眼位置。安保人员操作道闸、抬手示意、引导登记,一辆私家车平稳驶入院内,整个过程不到两分钟。

“我们院内共有68个共享车位,从每周五18时至周日24时免费对外开放。”该局后勤中心主任王丹说。

同一时间,市住房和城市更新局门前,市民范晓宇登记完信息后,顺利地把车停进院内。“以前周末出来,周边车位全满,经常围着商圈转好几圈都找不到位置。现在机关大院免费停车,登记一下就行,省心又安全。”

6月17日起,这项共享停车举措正式启动。每逢节假日和双休日,潜江城区65处机关企事业单位停车场5084个闲置泊位,向市民敞开大门。

开放时段实行分类细化管理,兼顾群众出行与单位办公需求。春节、劳动节、国庆节三大长假,以及龙虾产业博览会、马拉松等重大活动期间,从假期前一日18时至假期结束当日24时全面开放;元旦、清明、端午、中秋小长假与双休日执行同等开放标准。

线上服务同步跟进。不少单位张贴“潜江停车”“智慧城管”二维码,市民扫码即可查询全城空余泊位、就近匹配场地,线上线下形成互补。道闸系统、安保值守、登记引导,每个环节都有专人负责。

潜江市城管委办公室工作人员周宁说,停车难是群众集中反映的民生诉求,潜江立足扩容增量、盘活存量、优化服务,推出这项举措,把闲置公共资源用在群众急需处。

楚超赛场外 开起招聘夜市

湖北日报全媒记者 黄璐 通讯员 王宇杰

7月18日晚,潜江中学体育场内,楚超激战正酣,呐喊声浪此起彼伏。一街之隔的市民体育中心,同样人声鼎沸——“楚超燃情·乐业潜江”智慧夜市专场招聘会火热开场。

一边是赛事点燃城市激情,一边是招聘传递民生温度。潜江这个夏夜,烟火气里多了一抹暖心的民生底色。

一场“顺便”的求职

“本来是陪朋友来看球的,结果看到有招聘会,就顺便投了两份简历,没想到当场约了面试。”刚毕业的大学生小陈语气里透着意外。

像小陈这样有意外收获的求职者,当晚不在少数。据统计,900余人到场咨询,161人现场达成就业意向,258人登记技能培训。

一位企业招聘负责人感叹:“以前招人要专门租场地、等周末,没想到赛事人流直接转化成求职人流,半天就收到几十份有效简历。”这场招聘会,让“看球的”和“招人的”在同一个夜晚、同一片广场上不期而遇。赛事的热闹与人气的聚集,变成一次精准的就业对接。

一次“跨界”的融合

区别于传统招聘会,主办方依托体育场观赛人流地图,科学划分五大专区——招聘洽谈、政策咨询、惠企宣传、直播带岗、求职互动,实现“一站式”服务。

其中,人气最旺的是求职互动区。职播机、AI交互机等数字化设备前排起长队。“扫一扫就能自动匹配岗位,还能优化简历,太智能了。”市民王先生连连点赞。这些设备不仅支持岗位智能匹配、职业测评、简历优化、模拟面试,还能实时调取跨区域云端岗位资源,让求职者“足不出户”便可触达更广阔范围的就业机会。

在直播带岗区,人社专员手持设备穿梭于企业展位之间,实时推介岗位。当晚线上直播间观看量达7600人次,无法到场的求职者通过手机完成咨询和登记,线上线下同频共振。

政策咨询区内,工作人员一对一解读灵活就业社保补贴、创业担保贷款等政策,手把手指导线上申报。

惠企宣传区内,人社专员为企业负责人算“减负账”,将稳岗返还、吸纳就业补贴等红利精准送达。

从体育场到招聘区,从人工服务到智能终端,从线下到线上,这是一场精心设计的跨界融合。

一个“留人”的思路

这场招聘会背后,折射出潜江的一个深层考量——把人留下来。

楚超联赛场火爆,观赛人群以年轻人、本地居民为主,与求职群体高度重合。将招聘会嵌入赛事场景,看球的人顺便找工作,招人的企业顺势带简历,一举两得。

“赛事+文旅+就业”的融合模式,弱化了求职的紧张感,让就业服务有了烟火气。

潜江市人社局相关负责人表示,将持续聚焦高校毕业生、返乡青年、就业困难人员等重点群体,常态化开展智慧夜市招聘活动,推动就业服务下沉基层、贴近群众,让更多人在潜江找到归属感、收获幸福感。

一场足球赛,一场招聘会,看似不搭,实则相通——都是关于“人”的集结与留存。潜江的尝试表明,文旅场景与民生服务并非两条平行线,关键是要找到一个恰当的连接点。将赛事流量转化为就业增量,既是一道城市治理的创新题,也是一道民生服务的加分题。

球迷举杯庆祝。(湖北日报通讯员 艾帅 摄)



本土乐队演出。(湖北日报通讯员 艾帅 摄)

