



# “东北超”，开启“注意力经济”的盛宴



5月23日，首届“东北超”盛大启幕，球迷在沈阳人民广场“第二现场”观赛。

本报记者 王迪 摄

“东北超”来了！一张仅售19.9元的球票，首日预约人数突破6万人次，被网友戏称“中签比中奖还难”；一条“东北超炫酷”的短视频，在社交媒体累计播放量破百万；一届跨越区域的“城超”，撬动近亿元赞助、覆盖超一亿人口的消费市场……

23日晚，首届东北地区城市足球联赛，即“东北超”，在沈阳、长春、哈尔滨、呼和浩特四城同步揭幕。

注意力经济学认为，在信息过载的时代，谁能以人为本、以情动人，将稀缺的注意力汇聚，谁就能找到价值转化的“金钥匙”。这场跨省区联动的城市足球超级IP，正把聚焦在黑土地的目光，变成真切的流量与消费，引领一场注意力经济新风潮。

## 把目光聚过来

注意力是稀缺资源，而“东北超”实现了高效聚合。

19块9，超10万人抢！沈阳赛区揭幕战售票近4万张。长春赛区门票开售即遭“秒杀”，大麦网平台显示超1.9万人标记“想看”。网民感叹：“这比中大奖还难！”

这场“家门口的赛事”，为何能让东北乃至全国的目光齐刷刷地看过来？

聚目光，在于“整装”的姿态。从沈阳到鸡西，从长春到通辽，从哈尔滨到大连，从呼和浩特到延边——一张赛程表，串联起整个东北。各地统筹组建竞赛、裁判、纪律检查等委员会，赛事通盘推进，“一桌”解决问题。

“东北大地山水相连、文脉相通、人缘相近，这份强烈的地域认同感和文化亲近性，是办好‘东北超’的底气。”赛事相关负责人表示，“东北超”以足球的名义，把东北人的手紧紧握在一起，“不管比赛是不是第一，反正友谊肯定第一”。

聚目光，在于“草根”的属性。390名参赛选手中没有职业选手，消防员、学生、快递小哥和产业工人入选名单。33岁的沈阳队队员李宇航平日是一名消防员，他说，生活有两个战场，“一个是危机重重的火场，一个是洒满阳光的绿茵场”。踢球的是街坊，看球的是邻居，鲜活接地气，天然具有打动人心的力量。

这种“去中心化”同样体现在赞助体系中。赛事推出从500万元首席赞助到5000元“超小赞”的五级赞助体系，大牌商户、街边烧烤店、猪蹄店悉数纳入；特许商品授权“0元扶持计划”，让非遗企业、乡村特产共享赛事IP。

“群众喜欢什么、期待什么，就引进什么、落地什么。”负责“东北超”招商工作的辽宁省体育产业集团董事长王国峰认为，让小微企业成为赛事“合伙人”，让比赛更接地气、更聚人心。

## 让热度留得住

注意力经济不是简单抢眼球，而是把关注变成情感共鸣。各地“城超”一路出圈一路歌，“东北超”借鉴经验，找寻自己的流量密码。

贵州“村超”主打民族文化、村味农趣，“苏超”玩转“散装江苏”的地域梗，各有各的火法。“东北超”的火法，是用“快乐足球、烟火足球”回应群众朴素的热爱。

“还没开赛，美食大战先打起来了”“沈阳和大连没有球都能踢90分钟”等网络热梗走红；宁忠岩、孙龙等体坛名将跨界登

场、幽默喊话；东北籍明星纷纷为赛事站台助威……这些动作让“东北超”在笑声与亲切感中，率先实现与大众的情感共鸣。

共鸣，从球场走向四方。沈阳市文化旅游和广播电视局联合沈阳都市圈各城市组成文旅推介团，走进北京、天津、唐山等地，送上文创产品和地道美食伴手礼，把观赛代金券递到外地游客手中。天津游客杨素琴满怀期待，计划观赛之余尝一口地道鸡架，沉浸式体验沈阳的洗浴文化。

共鸣，让世界听见回响。带领中国队挺进日韩世界杯的传奇教练博拉·米卢蒂诺维奇近日重回沈阳，将为“东北超”开球。在沈阳生活十余年的俄罗斯博主罗杰感叹，“东北超”能让更多人关注足球，推荐各国“老外”现场感受这种“新玩法”。中超“升班马”辽宁铁人队主教练、韩国名帅徐正源感慨道，如今业余联赛的火热，让东北足球再迈了一大步。

赛场之外，“东北超”正将赛事IP嵌入日常生活。各地特许商品旗舰店人流如织，吉祥物“虎哥”、百搭T恤、特色零食、纪念盲盒等20余种商品琳琅满目。赛事组委会表示，“东北超”的周边产品适配市民休闲、社交、打卡等多元需求，形成从“看到”“买到”，到“愿意晒出”的注意力闭环。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄认为，东北地区是中国足球发展的重镇，东北的生活场景、民风民俗本身就自带流量，引起大众的共鸣，这些都能助力“东北超”留住全国乃至世界的注意力。

## 把流量变增量

注意力经济的落脚点是“转化”。聚拢了目光，更要留下消费、留下体验。“东北超”正在把赛事的热度，变成实实在在的经济增量。

“1元门票带动7.3元周边消费”——“苏超”2025赛季创造的乘数效应，验证了“城超”作为“注意力入口”的经济价值。如今，“东北超”开赛在即，其带动文旅消费的“经济账”已初现端倪。

“东北超”球迷专列人头攒动；夜市、广场、烧烤小店的“第二现场”氛围热烈；酒店、餐馆、各大景区的工作人员迎接八方来客……

据了解，东北四省区搭建起“票根优惠联盟”，打造“超游东北”文旅IP，主打“一张球票闯关东”理念，规划主场游、周边游、跨省游、主题游等七大旅游线路。

各地推出实惠“票根”福利：鞍山千山、本溪水洞、葫芦岛兴城古城等百余知名旅游景区推出了免票优惠，餐饮、洗浴、商超等两万余家商户推出专属折扣。黑龙江将在赛事期间开展促消费活动500场以上，发放政府消费券超1亿元。在吉林延边，凭票根可体验一分钱吃冷面、石锅饭……

为一场球，赴一座城。同程旅行发布数据显示，截至5月19日，哈尔滨相关文旅产品搜索量月环比增长128%；随着赛事临近，哈尔滨进港机票预订热度月环比增长超43%，全市酒店预订热度攀升，月环比增长46%。

“我们乐见‘东北超’踢出快乐足球、烟火足球的纯粹，‘踢开’注意力经济的新大门，把城市的人气聚起来、把市场消费的烟火燃起来，把体育流量变成消费增量，把赛事热度变成振兴发展力量！”赛事组委会负责人表示。

据新华社

## 东北超有缘！ 交友场景与“东北超”融合 沈阳市妇联打造 “体育+婚恋”公益模式

本报讯 记者朱柏玲报道 5月23日，“东北超有缘——绿茵遇知音·幸福连线牵”公益交友活动举行，来自机关、企事业单位、大专院校、科研院所、“三新领域”等适龄单身青年近300人参加活动。

本次活动由沈阳市妇联、沈阳市直机关工委主办。沈阳市妇联打破传统婚恋服务边界，创新打造“体育+婚恋”的公益模式，将交友场景与当下炙手可热的“东北超”巧妙融合，在铁西体育场主会场联动铁西区、大东区、浑南区的第二现场同时开展公益交友活动，让缘分在不经意中悄然滋长。这种不露痕迹的交友方式以及“东北超”火爆赛事的吸引，在近一个月预热中，深受青年欢迎，报名火爆，最终主场活动按男女1:1的比例抽取了200人参加现场活动。这不是一次普通的联谊，而是一次以足球为名、以城市为背景的“缘分开箱现场”。

当铁西体育场尚未响起晚间的战鼓，5月23日下午，“心动序曲”已经在和平区爱屿礼宴会艺术中心提前奏响。200位中签男女嘉宾，从线上“匿名集市”走向线下真实相遇。

在“东北超”的第二现场铁西区杉杉奥莱、大东区大悦城、浑南区沈阳环球动感城，也同步举行交友活动，与主会场形成联动。

下一步，沈阳市妇联将继续聚焦男女青年的交友需求，以青年人喜闻乐见的形式开展婚恋交友公益活动，拓宽交友渠道，引导适龄男女青年树立积极健康向上的婚恋观、家庭观。



5月23日，“东北超有缘——绿茵遇知音·幸福连线牵”公益交友活动举行。 沈阳市妇联供图

## 服务保障“东北超” 省市场监管局 发布7条硬核举措

本报讯 记者朱柏玲报道 加强对赛事周边餐饮、住宿、零售等重点领域的监管；畅通12315投诉举报渠道……日前，辽宁省市场监督管理局发布《关于做好支持服务东北地区城市足球联赛（辽宁赛区）有关工作的七条举措》。