

## “苏超”2.0 带给“东北超”1.0 啥启示？

编者按

一张球票，如何撬动百亿消费？一场草根赛事，怎样唤醒城市的精气神？2025年，“苏超”以现象级的热度，不仅点燃了群众对足球最本真的热爱，更探索出一条“体育+”赋能城市发展的新路径——它让城市治理更智慧，让地域文化更鲜活，更让“流量”成

功转化为实实在在的“留量”与消费动能。随着“苏超”经验的破圈，各地的“城超”如雨后春笋般勃兴，“东北超”也应运而生。4月11日，新一届“苏超”正式启幕，此时距离“东北超”鸣哨也不过40多天的时间。辽宁、湖南、

湖北、江西等地的兄弟媒体联动，为“苏超”加油。大家在讲“苏超”，更在讲自己的“城超”，这些经验对于“东北超”来说都值得借鉴。在这些“城超”兄弟的雄心与期待中，让我们一同聆听这场关于足球与城市的共鸣。

# “东北超”：让地域特色成为破圈密码

辽宁日报记者 朱才威 李翔 赵博文

场均观众超2.5万人次、全网话题播放量破千亿次，一张球票撬动多元消费……“苏超”用现象级实践，走出群众足球与城市发展共生共荣的新路径。

对标先进、学以致用，由辽吉黑蒙四省区联手打造的东北地区城市足球联赛（“东北超”）将于5月23日在沈阳、长春、哈尔滨、呼和浩特等四城同步开赛。八城集结、草根逐梦，从抽签仪式奥运冠军助阵，到球迷专列鸣笛启航；从八城球队秣马厉兵，到文旅活动次第铺开，“东北超”1.0的蓝图已然清晰。

“东北超”1.0如何借鉴“苏超”2.0经验，彰显东北特色？记者深入赛事一线，对话主管部门、运营机构与城市代表，解码这项区域重磅赛事的办赛路径。

草根筑底色，城市为荣光。“苏超”的成功，核心在于回归足球本源，以城市为旗帜、以草根为主体，唤醒全民归属感。这一理念，成为“东北超”办赛的首要遵循。辽宁省足球运动中心副主任王亮介绍，“东北超”赛事覆盖沈阳、大连、长春等8座城市，近400名球员以城市之名出征，严格限制职业球员参赛，参赛选手需满足户籍、学籍、属地社保等条件，真正让足球回归民间。

在足球底蕴深厚的辽宁，沈阳、大连两大代表队的组建过程，尽显群众足球的蓬勃生机。大连市体育局副局长王文勇坦言，“东北超”招募令一出，市民报名踊跃，队员涵盖教师、司机、企业职工等行业，正是大连社会足球欣欣向荣的生动写照。当地多年构建的“校长杯”“区长杯”



图为“东北超”吉祥物和LOGO

“市长杯”“省长杯”四级赛事体系，为草根球员搭建了成长阶梯。沈阳市体育事业发展中心副主任那宏宇介绍，沈阳市通过都市圈选拔赛、社会公开招募、企业足球赛三项活动，历经百余场比拼、千余名选手角逐，挖掘出一批有实力、有故事的民间球星，让赛事扎根群众、贴近民心。流量变增量，融合是关键。“苏

超”以赛事为纽带，把体育热度转化为发展动能，为“东北超”提供了成熟范本。辽宁省文体旅产业发展集团副总经理谭有震表示，赛事从起步便锚定文体旅商深度融合，借鉴“跟着苏超游江苏”模式，串联东北特色文旅资源，推出“看东北超、游东北文旅、品东北味”主题产品，让观赛与消费无缝衔接。

目前，“东北超”招商已取得阶段性成果，第一阶段赞助总额突破6000万元，19家企业踊跃参与，卡尔美体育、大商集团两家总冠名席位已满。五级赞助体系既吸引头部企业深度合作，也为中小微企业搭建展示平台，实现赛事与企业双向赋能。3月31日，“大东副食号”“卡尔美·大商东北超”球迷专列正式开行，打通

跨城观赛交通瓶颈，构建“赛事+交通+商业+文旅”全链条联动模式，打造可复制的东北样板。赛场内外，融合举措落地有声。依托“票根经济”，辽吉黑蒙四地正同步策划三大联动举措：各赛区举办美食文创市集，展示东北特色产品；赛场周边设置互动体验区，打造足球嘉年华；联合沿线景区推出“一张球票

闯关东”优惠，凭票享受门票减免。比如，沈阳已着手对接首轮鸡西客队球迷服务，市集引入异地特产；大连推出专属文创与旅游线路，用暖心服务让球迷宾至如归……从球场到商圈，从景区到街区，一场足球盛宴正激活大东北全域消费活力。

传播破圈层，全民共狂欢。东北自带幽默基因与网红特质，“东北超”摒弃传统宣发模式，借鉴“苏超”全民玩梗、全网传播的思路，构建全媒体传播矩阵。四省区主流媒体联动发力，打造赛前话题、赛中看点、赛后回味的传播链条，用东北话讲好足球故事，让地域特色成为破圈密码。赛事标识融合黑土地元素，吉祥物“虎哥”亲切鲜活，专用球同步亮相，鲜明的视觉体系让赛事IP深入人心。

长效铸品牌，协同谋发展。“苏超”的持久生命力，源于系统化运营与全生态构建。辽宁省体育局党组书记、局长曹阳表示，“东北超”将立足东北足球底蕴，建立三省一区协同机制，实现品牌形象、竞赛标准、市场开发、宣传推广“四统一”。同步规划青训衔接、人才交流、场馆利用等长效机制，不追求短期热度，致力打造可持续、可升级的区域体育IP，让赛事成为凝聚东北精气神、服务全面振兴的重要载体。

新的一年“苏超”又在众多“城超”中率先开幕，最期待看到的是什么？曹阳表示：去年的“苏超”非常成功，很多经验都是我们正在学习的。今年我们最期待看到“苏超”2.0会有什么新的创新，能为我们提供哪些方面的新启示。

一张球票如何让“流量”变“留量”？2025年的“苏超”给出了令人惊叹的样本：仅前六轮赛事便带动全域消费近380亿元。这让全国看到了群众体育赛事赋能城市经济的巨大潜能，也为各地“城超”提供了可复制的“作业本”。

对标“苏超”经验，湖北迅速行动。今年4月，湖北省城市足球联赛（“楚超”）将在黄石打响揭幕战。如何让“苏超经验”在荆楚大地落地生根？湖北打出的第一张牌，便是大胆借鉴“苏超”低价引流策略，将常规赛门票统一价定为9.9元。这看似“赔本”的算盘背后，湖北图的究竟是什么？

“楚超”组委会将第一阶段常规赛门票统一价9.9元。一场比赛的运营成本远不止于此，这个价格几乎是在“赔本赚吆喝”，湖北图什么？其实，这9.9元不光是收入，更是引流成本：观赛的门槛越低，人越多；人越多，城市消费就越活。

球迷凭一张票根，可以在全省范围内解锁“吃、住、行、游、购、娱”的完整消费链条：餐饮打折、酒店优惠、景区减免、商圈满减……黄石赛区率先亮出清单：在参与活动的商家就餐享受5折优惠，单笔最高优惠200元；住宿按线上平台均价核算享5折优惠，单笔最高补贴100元。

“苏超”给我们的最大启发之一，是促消费不能等客上门，而要主动设计消费链条。湖北省商务厅相关负责人表示，从绿茵场到烧烤摊，从酒店大堂到商圈直播间，一张小小的票根成了串联全城消费的主线。据悉，黄石还将举办第五届广场啤酒节，通过“夜宵巴士”接驳、联票套票发售等方式，串联“楚超”赛事和啤酒节两个现场，打造黄石特色赛事节庆IP。

湖北省商务厅相关负责人介绍，以“楚超”的举办为契机，湖北制定了“赛场+市集”“商圈+赛事”“数字+消费”三大融合促消费板块。赛事场馆外，将设立智慧出行体验区、楚味美食会客厅、荆楚优品直播间、运动潮玩快闪店等——球迷看球前可以试驾本土新能源汽车，中场休息时可以品尝楚菜名店的现场烹制，赛后还能在直播间扫码下单把地品特产寄回家。核心商圈、步行街同步设立“第二观赛主场”，高清大屏直播赛事，配合足球互动游戏和主题美陈，让整座城市都沉浸在“足球消费季”的氛围里。

如果说“票根经济”解决的是“怎么花钱”的问题，那湖北更在意的，是“为什么愿意花这笔钱”——黄石作为揭幕战举办地，已经先行一步。黄石武商MALL面向运动员和球迷发放“楚超加油包”，内含停车券、零售券；王家湾烧烤街打出“烧烤+足球”组合牌，为江苏、湖南及省内球迷推出专属折扣；六大商圈、七个步行街配套开展球迷互动，推出专属餐饮套餐等，将观赛变成一场派对。

中国贸促会湖北省分会黄石市支会会长王征介绍，为了方便球迷品尝特色美食，专门编制赛事专属美食文旅地图，通过线下投放、线上推送的方式，全方位公示优惠信息与消费点位，为球迷提供便捷化、一站式消费指引。

这种“宠客”心态，折射出湖北对“赛事经济”更深层的理解：流量只是第一步，留量才是真本事。

各市州也因地制宜地“卷”起来。荆州提出“一张球票游荆州”，球迷可凭票享受景区门票减免；神农架林区将票根经济与“神农五谷”特色农产品相结合，邀请网红达人持票打卡；荆门设计赛事专属集章打卡点，延长消费链条。湖北还首次设立“赛事经济贡献奖”，对拉动消费贡献前五的赛区予以表彰——这种赛马机制正在倒逼各赛区拿出“绣花功夫”。

2026年的春天，“苏超”鸣哨在即，“楚超”的第一声哨响也将在黄石奥体中心响起，9.9元的门票不只是通往一场球赛，而是一条串起了从绿茵场到商圈、从舌尖到心尖的消费链条。

## 九点九元门票图什么 「楚超」设计消费链

湖北日报全媒体记者 李朝霞

2025年，“苏超”以现象级的热度，为“体育+文旅”融合发展树立了标杆。作为兄弟省份，江西不仅看在眼里，更用在实处。

为取“苏超”真经，2025年江西多部门曾多次赴江苏专题考察。如今，带着“苏超经验”的启示，2026年江西省城市足球超级联赛（“赣超”）将于5月1日拉开战幕。这一次，江西不仅要在省内“抄”好作业，更期待与“苏超”携手，探索跨省联动，共同绘就“长江足球走廊”的新图景。

4月的南昌国际体育中心体育场内，草皮翻新进入收尾阶段，工人们正同步调试赛事灯光与音响设备。5月1日，2026年“赣超”将正式拉开战幕。这项由江西省体育局主办的本土顶级赛事，以“十一城共一心”为主题，设11个赛区，推出69场主客场对决，覆盖5月至10月江西旅游黄金季。回顾2025年，作为江西“体育搭台、文旅唱戏”的核心载体，“赣超”以赛事流量撬动了文旅消费，为赣鄱文旅产业注入了全新发展基因。

2026年“赣超”的最大赛制变革是实行全省大循环主客场制，69场比赛精准对接周末游、短途游市场。这一变革源于2025年的成功实践——异地观赛球迷占比达38%，其中62%会在当地停留1-3天，带动住宿、餐饮、购物等消费增长17.8%。吉安中心城区酒店入住率升至85%，餐饮营业额同比增长55%；赣州赛区7场主场赛事拉动直接消费及关联经济效益约4亿元；上饶发放百万消费券，形成“观赛+游览+食宿”闭环。赛事期间，江西省夜间消费总额同比增长30%以上，体育场馆周边商户营收普遍翻倍，南昌、赣州等主赛区酒店预订量增加220%。各赛区在比赛日举办特色集市，让江西小吃、非遗手工艺品成为消费新亮点。

“赣超”的快速成长，离不开对兄弟省份标杆经验的系统学习。借鉴“苏超”“一票游城”模式，江西今年将升级为“一票通全省”；参考“苏超”主客场制与文旅动线设计，打造出11条特色观赛旅游线路。

江西省商务厅二级巡视员范惠涓介绍，2025年江西省社会消费品零售总额同比增长4.7%，高于全国平均水平1个百分点，“赣超”的“票根经济”正是这一态势的缩影。赛事期间，11个赛区联动260家景区，创新推出“球票即城市通行证”。江西省体育局党组成员、副局长金紫薇透露，这一模式将单一观赛转化为“看球+游城+消费”全链条体验，2025年“赣超”拉动综合经济效益达146亿元。2026年，模式将升级为“一票通全省”：持“赣超”球票在观赛日期前后一定时间内，可享受全省10家5A级景区、99家4A级景区大门票5折优惠及住宿折扣。

2025年“赣超”的成功，更在于将江西文化元素深度融入赛事。金紫薇将其概括为“以赛促旅，以旅彰文”。“赣超”引入“苏超”中场文化展演思路，将红色文化、非遗表演、客家歌舞等搬上绿茵场。南昌主场情景舞蹈《第一声枪响》重现八一起义峥嵘，赣州上演《客家岭南欢迎您》，景德镇中场乐平赣剧团武生腾跃，九江舞剧《太湖之灵》将鄱阳湖之美搬入绿茵场……精彩表演让球迷沉浸式感受赣鄱文化魅力。文化赋能让“赣超”成为江西文化传播的新载体和国内顶级IP赛事。

2026年“苏超”全面升级，在赛事赋能、消费提质、产业升级等多条赛道上加速“进阶”。“我们要把‘苏超经验’转化为‘赣超实践’。”省足协相关负责人表示。业内期待，“苏超”与“赣超”联动打造华东足球文旅圈，探索“一票通两省”的跨省赛事模式，联合推出“长江足球走廊”主题线路，串联南昌、九江、南京、苏州等赛事城市，助力乡村振兴，共同推动中国城市足球超级联赛成为文旅融合的典范。从长江两岸到鄱阳湖畔，一场跨省的“足球+文旅”化学反应值得期待，这不仅将放大两省赛事IP的叠加效应，更为区域文体旅协同发展提供了想象空间。

## 「赣超」期待与「苏超」共建「长江足球走廊」

江西日报全媒体记者 李征

4月11日，“苏超”2.0即将火热开赛。全国各路“城超”的作业本是否已准备好？

去年，湖南的“湘超”用3个多月时间交出亮眼答卷：超240万人次现场观赛、直接带动消费破136亿元、主场城市接待游客超668万人次、传播量163亿余次，实现“出道即出圈、全程皆精彩”，成为全国“城超”里接地气、有温度的湖南样板。

经过2025年首赛季的火爆后，香辣十足的“湘超”2.0也在这个春天带着全新规则、城市烟火和满满诚意焕新亮相——不搞虚火、不炒现饭，用草根足球暖人心，用精细治理守赛场，用文旅融合带消费，一场后劲十足的湖南人的足球狂欢，正蓄势待发。

将于6月开赛的2026赛季“湘超”规则全面升级，把“本土”二字刻进骨子里。每队必须报名不少于20名中学球员，逼着各队好好练新人、养小将。球员认定看年龄、不看学籍，坚持户籍优先，让各市州的孩子都能公平站上赛场。

赛制也更有看点：1/4决赛、半决赛改成主客场双回合，告别“一场定输赢”的运气局，常规赛靠前的球队还能拿到“先客后主”优势，悬念拉满。更贴心的是，常规赛红黄牌到淘汰赛清零，关键战不用再怕主力缺席，球迷能看到最酣畅的强强对话。

内援、选秀、交流球员一套组合拳下来，既守住本土化底线，又让联赛更有活力。“湘超”不造明星、不捧网红，只给每一个普通人为城市踢球的舞台。

赛事好不好，除了场上精彩，场外的城市治理更见真章。“湘超”就是一块“试金石”，把湖南的“绣花功夫”展现得明明白白。安保早就告别“人海战术”，升级成智慧安保。高点监控、无人机巡防、热力图、人脸识别全覆盖，一图感知全场、一键调度力量。2025“湘超”共投入警力超8万人次，守住安全零事故；赛场边还设立了200余个便民服务点，反诈、禁毒、交通安全宣传同步上线，看球还能学知识。今年将继续升级，从被动应对变主动预警，从单打独斗变部门联手，科技感拉满，安全感更足。

足球不只是90分钟的奔跑，更是一座城的烟火气。2025“湘超”赛事期间，湖南交通运输系统研判客流趋势，加开多趟高铁“球迷专列”，各赛区开通“湘超公交免费接驳专线”，全方位打通球迷观赛出行“最后一公里”。同时，全省发放5000余万元消费券，催生1.8万个临时岗位，带动300多所中小学踢足球，球迷综合满意度高达96.3%……真正实现“赛事兴、城市兴”。

“湘超”开赛以来，全省14州市争奇斗艳，首届冠军永州“借势起飞”惊艳出圈。创新推出“挂票”“砖票”“云监工”，收获75亿+全网流量；注册“永冲锋”商标，文创周边变成爆款，本地服装厂订单直接涨80%；凭“永不言弃”的“永冲锋”精神逆袭夺冠，连续三个月带动当地酒店入住率稳定在95%以上。更意外的是，足球还牵起跨省合作：从球迷互动到政府对接，苏商走进永州、产业园落地，小小足球踢出了大产业合作。

常德则把“桃花源”搬上球场，一身粉色战袍掀起“粉色风暴”，“穿得越粉，踢得越狠”火出圈。赛场变粉色海洋，场外更热闹：“跟着湘超游常德”线路上线，球票能换景区门票、餐饮打折、河街、广场变成“第二现场”。

长沙赛区让“城管蓝”成为绿茵盛宴背后的坚实支撑。“垃圾分类进湘超”活动走进看台，绿色理念跟着足球一起火。交通、应急、住建等多部门联动，从场馆到街头，从白天到深夜，城市用最细致的服务，接住每一份球迷的热爱。

一张球票，串起景区、商圈、夜市、文创；一届赛事，燃动一座城。“湘超”用最接地气的方式，把“体育+文旅+商业+产业”玩得通透。

从“湘超”看全国，作为领跑者的“苏超”大幕再启。我们期待“苏超”2.0继续创新突破，在城市治理、市场运营、品牌打造上给出新答案。“湘超”在认真学习经验的同时，走出自己的路子；更重青训、更精治理、更融本土、更贴民心。

## 「湘超」如何全面升级 湖南这样作答

湖南日报全媒体记者 蔡聆宜