

“苏超”何以后来居上？

——“辽超”的追问

“苏超”以超乎想象的速度席卷全国。这项草根足球赛事，不仅成为变“流量”为“留量”“增量”的优秀样本，还催生了“赣超”“汉超”“川超”等遍地开花……

如今，这股热潮吹过山海关，来到足球底蕴深厚的辽宁，引发一片惊叹与羡慕之余，更深层次地触动了这片热土上从业者与爱好者的集体思考。



“辽超”比赛现场

“苏超”等民间足球赛事的异军突起，貌似抢了中超的风头。但跳出社交媒体的热度数据，转而观察广大球迷“口口相传”“用脚投票”的线下主场，不难发现中超等职业足球赛事并不逊色。

在辽宁，中超“升班马”大连英博队单场上座人数屡破6万，上座率亚洲领先；本赛季一路“冲超”成功的辽宁铁人队坐镇沈阳铁西体育场，场均也有约3万人现场助威。

翻开各地的“超账本”，被大家热议的“第二现场”、足球嘉年华、特产集市等一系列文体旅融合打法，在中超、中甲的辽宁球队主场也已不是新事物。

在辽宁，足球市场的火爆催

网络上，常有人将“苏超”和职业联赛做对比，甚至抛出“让‘苏超’球员踢中超、国家队”的辣评。可在足球专业人士看来，草根赛事和职业联赛定位不同，业余球员与职业球员的竞技水平也隔着一道专业的鸿沟。

沈阳市体育局体育事业发展中心负责人那宏宇认为，这反映了观众对不同赛事的不同心理预期。“‘苏超’看着更热闹，可能因为氛围

生了以“票根优惠”为纽带的消费场景，“凭球票享八五折”等优惠让票根成为在酒店、餐饮等商家的“打折卡”。

铁西区商务局副局长王琦介绍，这种以球会友、以票惠民的模式，能为区域经济发展贡献力量。而大连英博在“经济账”外，球员们还走入社区、养老院进行公益活动，辐射了更大的社会效应。

何大鹏认为，“苏超”的热度出人意料，与当地缺乏顶级职业球队有一定关系，“另辟蹊径后，民间赛事反而成为另一种‘出口’。”而在足球大省辽宁，“辽超”的进一步发

展，要注意与辽宁两支职业队伍的主场赛事形成互补与共存，在周期、场地等不“撞车”的前提下，共同带动足球经济，为城市发展持续注入活力。

42岁的陈星阔别职业赛场多年，今年以“辽超”沈阳队队长的身份重返绿茵场，并在沈阳队对阵铁岭队的比赛中，以一脚凌空远射“世界波”刷屏网络。他认为，即便在足球强省辽宁，拥有职业球队也只有沈阳、大连等少数城市，而“辽超”允许每个城市组队，让更多无处安放

的足球热情有了归宿，为辽宁补全了足球版图。

“业余足球赛怎么能火成这样？简直不可思议！”谈到“苏超”现象，不少辽宁足球人发出这样的感慨。事实上，足球大省辽宁的民间足球一直是片热土，首届“辽超”去年便已开赛，时间上更早于“苏超”。然而，先发未必先至，“辽超”未能掀起同等规模的声浪。一边是“苏超”单场传播破亿、现场观赛人数超6万、95.9%的观众产生门票之外消费的惊人数据；另一边，是首届“辽超”不温不火的现实。这种反差，引发了辽宁足球人的思考。

“辽宁完全有玩转‘足球经济’的潜力，但首届‘辽超’在媒体运营和赛事推广上确实存在短板，这方面我们还需要补课。”跟踪报道“辽超”的自媒体人王伟坦言。

热风北上，第二届“辽超”采取南北分区赛制，营造赛区与城市间话题，并鼓励观众免费观赛，热度逐步攀升。王伟介绍，自己制作的内容起初反响平平，但随着对辽阳“学生军”的拼劲、抚顺老将的乡情、葫芦岛爆冷淘汰卫冕冠军等故事接连受到关注，他发布的不少视频播放量已经突破百万。

短板

辽宁足球底蕴深厚，曾创造联赛“十连冠”辉煌，在中国足坛留下“无辽不成军”的佳话，也见证了国足冲进世界杯，本就拥有丰富的故事素材。王伟等一批自媒体人，开始尝试为球队“造梗”、用AI写歌，并将各地风景与文化巧妙融入赛事报道。

“我发现，‘苏超’的经验是可复制的。一旦为足球注入文化和娱乐元素，原本对足球无感的人也会被吸引进直播间。”王伟说。

从早期需要组织球迷“带任务”观赛，到大连对阵本溪一役吸引约1.2万名观众自发涌入，辽沈球迷会长何大鹏真切感受到了“辽超”的升温。

在何大鹏看来，赛场内外展现出的全民参与和城市认同感，是各地“城超”火爆出圈的秘诀。“医生、程序员、外卖员同场竞技，烧烤店成为赞助商，观众为城市荣誉呐喊——每个人都是家乡的球迷，这是最纯粹的情感。”他认为，尽管完全复制“苏超”热度不易，但坚守“草根”本色、强化地域认同的思路，值得辽宁继续深入借鉴。

辽阳、葫芦岛队以大学球队为班底，组建“学生军”；本溪队首次组织球迷客场远征……“辽超”让足球的热度逐步延伸到更多小城，形成了不仅限于球迷的“破圈”效应。作为足球青训的推广者，陈星观察到，这种“破圈”效应让越来越多的家长愿意陪伴孩子走进球场，“这对青训也是重大利好”。

在业内人士看来，民间足球和职业足球赛事各有定位和价值，前者让不知道角球、越位的新球迷进来，让曾被足球伤了心的老球迷回来，“炒热”社会氛围；后者立足于职业赛场和竞技成绩，为足球爱好者树立标杆和榜样。二者分属于足球“金字塔”的不同层级，共同的目标是做大足球人口和市场。

氛围营造上求新求变，让足球真正融入城市发展与大众生活。

“‘苏超’的成功经验值得借鉴，但足球振兴是一场长跑，需要用改革思维推动高质量发展，不能寄望于任何‘灵丹妙药’。”田俊杰说，中国足球不缺少“草根”联赛，但打造形成广泛社会影响力的品牌赛事，进而助力足球文化和水平的提升，仍需久久为功。（鑫华）

互补

借鉴