



# 陈子颢 转角遇到“爱”

——爱足球、爱看报，更爱申花，上海财大“学霸”的足球经

对就读于上海财经大学的学生陈子颢来讲，足球，并不仅仅是足球。

“平时我也会踢球，虽然挺‘菜’的，但我是喜欢那种在场上尽情奔跑的感觉。”跟很多同龄的男生一样，除了踢球看球以外，陈子颢也会玩一些跟足球相关的游戏，关注那些自己感兴趣的球队和球员的一举一动，但是作为财经专业的大学生，他也会用自己所学的专业去“认识”对他而言再熟悉不过的足球：“换一个角度的话，会有一些很有趣的发现，然后再继续热爱下去……”

专题撰稿  
本报记者 李冰



## 范佩西的鱼跃头球让我爱上了足球

陈子颢与足球“一见钟情”的，是2014年在巴西举行的世界杯赛，而更确切地说，是荷兰球员范佩西在与西班牙队比赛中那粒天外飞仙般的鱼跃头球破门：“那时候我才知道，原来足球还可以这么踢，原来足球还可以这么摄人魂魄，从此就‘沦陷’了。”

东方体育：用现在流行的话说，就是你怎么进了足球这个“坑”的？

陈子颢：2014年之前，我偶尔也会跟着大人一起看看球，但是说实话，也就是小孩子看个热闹，看完了也就完了，如果说足球“启蒙”的话，

应该是2014年巴西世界杯，荷兰球星范佩西那记惊世骇俗的鱼跃冲顶，不过那时候我对足球基本处于懵懂无知的阶段，只知道一场比赛有22个人，看谁能把球踢进对方的球门(笑)。

2015年，我开始跟着外公看球，他是一个有几十年“球龄”的老球迷，尤其是对上海足球，算得上是了如指掌了。在外公的影响下，我开始知道了一些足球规则，知道一场比赛该怎么看，虽然一场比赛要踢90分钟，进球可能也不多，但是当你能看得懂一些门道的时候，就能发现足球这项运动真正的乐趣和意义了。

东方体育：这些年应该没少看上海德比吧？有没有印象特别深刻的？

陈子颢：从球迷的角度来讲，每一场德比都非同寻常，都会留下不一样的印记。第一次上海德比的时候，我还没出生，但是不止一次听外公跟我讲过，包括后面的一城三队之间的恩怨。我自己看过的德比当中，印象最深的，肯定是2015年8月19日那场足协杯八强战，申花跟上港队在90分钟内打进六个球，而且这六个球个个精彩，最后申花点球大战赢下对手晋级四强，即便到了现在，看到当时那场比赛莫雷诺和王贊的进球，依然还是会特别激动。

## 微观经济学解码苏超 我是个挺爱琢磨的人

用陈子颢自己的话说，就是“我是一个挺喜欢琢磨的人”。关注申花和中国足球的同时，陈子颢对国际足球保持着浓厚的兴趣，甚至一些连球队名字都不被外界熟知的“小众”联赛，他也会研究上一番。“我在大学里学的是经济学专业，喜欢用经济学的方式和角度去‘看’足球，有时候会有一些非常有意思发现。”比如2025年的苏超。

东方体育：对你所学的经济学专业而言，苏超应该是一个非常好的足球“样本”吧？

陈子颢：2025年9月，我和朋友到镇江去玩，去之前，我们也在网上抢过那个周末镇江主场对苏州队那场苏超比赛的球票，可惜没有抢到。晚上9点多的时候，我们到酒店附近一家路边烧烤摊吃东西，然后就看到很多穿着镇江队和苏州队球衣的球迷坐在一起，其乐融融地聊着刚刚结束的比赛，时不时还有碰杯的声音响起，当时我就在想，苏超到底有什么与众不同的东西呢？

后来我专门收集了去年苏超的数据，不管是243.3万人次的现场观众总人数，还是22.2亿的线上直播观看次数，可以说，苏超成功将公众注意力转化成为消费动能，在旅游、餐饮和文创等多个领域，实现了从“流量”到“留量”，再到“销量”的闭环。

东方体育：在你看来，苏超有自己的“成功密码”吗？

陈子颢：任何的成功，肯定有自己的独到之处，简单来讲，苏超把一项足球赛事打造成了一个融合“高强度社交平台”和“高效率消费催化剂”等特征的综合性区域经济引擎。苏超之所以能在众多的足球赛事中脱颖而出，很大程度上源于其“业余”和“全民参与”的属性，也让比赛与普通人的感情连接更深，球迷对城市的归属感和荣誉感，也让看球转化为一种相互认同

的情感共鸣。

从经济学的角度来看，苏超更像是一种以足球俱乐部为核心的“准公共产品供给机制”，13个地级市形成具有排他性的“会员俱乐部”，在地方政府主导下分摊办赛成本，共享赛事收益，而超低的票价与高上座率的组合，实现了地方公共产品的最优供给。城市政府通过快速修缮球场、回应球迷诉求等行为传递治理能力信号，将赛事成绩转化为声誉资本，提升了营商环境和投资信心。

与此同时，联赛打破“散装江苏”的行政壁垒，促进跨市人流、物流、信息流。球迷“为一场比赛奔赴一座城”，高铁两小时圈内形成消费联动，体现明显的正向空间溢出，进而通过“门票到餐饮，再到文旅”的溢出效应与乘数效应撬动了超3亿元的综合经济效益。从这个角度来讲，苏超不仅是足球赛，也是一次成功的城市文旅融合，更是一堂生动的“中国式现代化”微观经济学课。

东方体育：苏超之后，各种“超”如雨后春笋般涌现，如何看待这样一种现象？

陈子颢：我个人觉得这是一个非常好的现象，证明了中国足球大有可为，不过要实现可持续发展，就一定不能只盯着短期的流量红利，而要构建真正制度化、专业化、商业化与当地文化深度融合的长效机制。在商业模式上，需要摆脱对政府补贴和情怀赞助的依赖，通过分级票价、票根经济、数字内容、联名产品等方式实现多元收入，同时深耕地域文化，以方言助威、地方图腾和城市精神等方式塑造情感共同体，通过球迷社群运营、公益行动组织和UGC内容创作激发更广泛认同，让观赛成为市民们的生活方式而非一时的热闹，避免陷入“唯竞技论”“盲目复制”或“运动式办赛”的陷阱，真正成为有温度、有深度、有韧性的中国式现代化体育样本。

## 是《东体》资深读者，为求一份报纸跑三家书报亭

虽然成长在电子产品盛行的“E时代”，但陈子颢依然保持着看报纸的习惯，虽然这让他看上去有些“老派”，但是在他看来，自己手里拿着一份报纸的时候，可以对一篇文章或者一段感兴趣的文字反复观看品味，这种体验是手机和平板带不来的：“好的文字，可以反复咀嚼，可以停在那里回味，反正我挺喜欢这种感觉的。”

东方体育：听说你有很长的“报龄”。

陈子颢：从小我就喜欢读报，尤其是对足球有了兴趣之后，说起来，我也是《东方体育日报》的资深读者了，你们的报纸我看了有十几年了。有一段时间，妈妈觉得我不应该把太多的时间和精力放在足球上面，所以每次买

了《东方体育日报》之后，回到家之前都要想办法把报纸藏好，然后等到一个人的时候再拿出来看，当时我跟同学聊得很多第一手的申花消息，都是从《东体》上得到的。好在后来家里人觉得足球也没怎么影响我的学习，慢慢地也就不怎么管了，我也能光明正大地买报纸来看了。

东方体育：有过《东体》一报难求的经历吧？

陈子颢：有，而且不止一次，像申花2017年和2019年两次足协杯夺冠。还有一次，是在2017年3月23日，当时国足参加世界杯预选赛，在长沙对阵韩国队，那场比赛当中的很多场面我都非常清楚地记得，尤其是终场哨响的那一刻，中国队赢了，我感觉自己就站在长沙贺龙体育场，与千

万万中国球迷一起为这场来之不易的胜利欢呼雀跃。说起来可能你不相信，比赛结束后回过神来的那一刹那，我才发现泪水不知道什么时候不知不觉已经流下来了。当时我就下定决心，一定要买到一份《东体》留作纪念。第二天我起特意起了个大早，但是连去了两家书报亭，老板都跟我说《东体》已经卖光了，我肯定不甘心，继续骑着车子去找，看到便利店也会进去问一声，好在到了第三家书报亭的时候，买到了最后一张《东体》，仔仔细细读了一遍又一遍，比赛的画面，好像又回到了我的面前。

东方体育：除了看申花队的比赛，国足的比赛也会去看吗？

陈子颢：因为上学的缘故，国家队的比赛更多只能看电视，我也一直因

为没有去现场看国足比赛有些遗憾，不过就在去年，也就是我读大二的时候，国足世预赛18强赛一场小组赛放到了杭州，我下定决心一定要去现场为中国队、为胸前的那抹红呐喊助威。开票之前，我拉上了我周围的同学跟好友，捧着手机等中国与澳大利亚那场比赛放票。幸运的是，在这场与成千上万人的竞争中，我成功抢到了一张票，这也让我赛前一连几天都激动得睡不好觉，满脑子都是中国队和足球。我记得特别清楚，比赛那天，当场内开始奏唱国歌时，浑身的鸡皮疙瘩一下子就起来了，我跟身边的人都用尽全力高唱国歌，全场比赛都在为国足加油助威。那场比赛，有70588人到现场为国足加油，我也很荣幸成为了那天的70588分之1。

