

# “湘超”的火，靠什么点燃？

## 把球场变成秀场 是赛场更是市场

### 文体社会

国庆长假期间，“湘超”依然激战两场，外界关注的热度持续未减。自从9月开赛以来，它已经成为继“村超”“苏超”之后，又一异常火爆的民间足球赛事IP。作为民间足球赛事的后起之秀，“湘超”到底有什么“超”魅力？它的这个“超”字，内涵比孔乙己口中“茴香豆”的“茴”更为丰富，至少可引出多种不同的解读。

#### 超创意

9月21日晚，永州队迎来了“湘超”的首个主场比赛。比这场比赛本身更有话题的是，永州市足协向球迷推出了“树上挂票”，甚至还煞有其事地发布了《“树上挂票”使用指南》。

何为挂票？顾名思义，是“挂”着看球的票。网上流传的一份《使用指南》显示：“每棵树限挂3人，单人体重不超过160斤；仅限18至40岁成年人；严禁模仿树懒倒吊；严禁携带宠物观赛，包括但不限于蟒蛇、眼镜蛇、五步蛇、银环蛇、乌梢蛇等（永州盛产蛇）；一旦挂树，即视为自愿承担一切可能但不限于：挂麻了、被鸟屎袭击、下不来树等风险……”永州市足协事后也证明，挂票确有其事，每场只有15张，免费赠送，“这个是官方行为，只出了一点点票，就想让球迷去感受一下‘挂票’。”以柔性化、幽默化的管理回应球迷热情，永州面对门票售罄后球迷爬树观赛的情况，顺势推出“树上挂票”，将原本潜在的管理问题成功转化为赛事一大亮点，不得不说是“一大高招”。

不仅如此，继“挂票”“砖票”等“玩梗票”之后，永州队又整了个新活——“相亲票”。10月9日，永州市足协在其官方公众号上发布永州赛区“相亲票”活动须知。相亲票实行实名预约制，免



■“湘超”火爆现场

图 IC

费赠送，组委会将在公证处监督下随机抽取并“天选配对”。更有趣的是，须知最下方的“免责声明”也“梗味”十足：永远太远，永州不远！组织方不包办婚姻，相亲失败概不负责。

工作人员在接受采访时表示：“很多人现在面临找对象的问题，平时大家会看电影逛街，那看球也是一种方式。所以想提供这样的机会和话题，联合团市委一起筹办了这次活动。我们也专门为相亲对赛场座椅做了设计，还会配有奶茶等等。”在“湘超”的赛场，似乎总有新鲜的体验。

#### 超传播

传媒，向来是湖南的强项。在自媒体尚未兴起和发达的年代，湖南卫视便领各个地方台风气之先，打造出诸如“超级女声”“快乐大本营”等王牌娱乐节目，以超火的收视率，活生生将长沙

变成闻名全国的“娱乐之都”。依托湖南成熟的文娱产业，运用专业直播、话题造梗等娱乐化运营手段，各地将赛事包装成文化IP，契合短视频传播逻辑，快速提升关注度。

当足球撞上综艺，谁还分得清赛场和秀场？湖南人直接把足球踢成了行为艺术。从张家界土家族的茅古斯舞混搭阿凡达跳广播体操，到常德球员穿上“猛男粉”球衣致敬常德米粉，再到汪涵站台主持开幕式，湘超的“综艺感”根本不是偶然。湖南人骨子里的幽默、地域情结和不服输的劲，全在这片拼凑的球场上炸开了花。难怪网友说，苏超是文旅秀，湘超是真人秀。

不得不提的是，长沙还是体坛传媒的大本营。作为中国体育尤其是足球传媒的领军企业，体坛为湘超联赛打造了立体的品牌传播网络：推出全国第一本省超观战指南《湘超观战

指南》，创办独创的赛后直播评论节目《湘超第一视角》，邀请刘建宏等知名解说参与互动等，为湘超的传播增加了不少专业味道。

#### 超收益

湘超不是球场而是秀场，不是赛场而是市场，不是比成绩而是比收益。

来长沙看球，“湘超”门票=“票根优享卡”，岳麓山、橘子洲免预约直接冲，一卡享受长沙超百家餐饮、酒店、景区、商场“湘超”专属优惠。没抢到票？别急，长沙还准备了39处“湘超”观赛第二现场，去卓伯根夜市撸串、上火宫殿蹦迪、泡在野肆月球喝酒、在颐而康边按摩边看球……说不定还能赶上“长沙进球我买单”。

“湘超”构建出“体育+文旅+消费”的立体生态，推出“湘超，超好玩”系列活动。赛事带动消费效应显著，长沙揭幕战撬动超4

亿元经济效益，岳阳单场主场赛事催生7000万元消费，相当于中型商场一个月的营收。

#### 超亲民

不同于职业联赛的高门槛，“湘超”坚持全民招募，参赛球员涵盖高中生、大学生、货车司机、餐馆老板等普通大众，观众能看到身边人踢球，产生强烈归属感，形成“家门口赛事”的情感联结，草根属性大大拉近了与普通百姓的距离。

看台上既有初次接触足球的小学生，也有如覃开振这样的资深体育人。92岁的覃开振坚决要到现场观赛，儿子成功抢到球票，背着膝盖受伤的年迈父亲上看台。

常德的杨立明经营着自己的水产生意，自称“鱼贩子”，退役后混迹业余联赛，既做门将也踢前锋，还曾拿下最佳射手。他今年8月通过公开选拔成为常德队守门员。球迷爱用玩笑话形容他的多重身份，“不会卖鱼的前锋不是好门将”。和他一样的“普通足球爱好者”，在“湘超”并非少数，这一点与越走越专业化甚至职业化的“苏超”有很大区别。

在本土“湘超”的影响力之下，大湾区湖南人也不甘寂寞，硬是凑出42名球员报名参赛，“为1300万大湾区湖南人而战”的口号一出，立刻刷屏。这个国庆，他们真的迈开了第一步，回湖南与“湘超”队伍踢了两场友谊赛。有人开玩笑，说要是大湾区队赢了，湖南省会是不是要迁到深圳？

“湘超”的火，根本不是靠踢得多好，而是把足球和地方文化、网络梗玩出了新花样。它犹如一团火苗点燃了全民热情，点燃了游子对家乡的归属感。当足球回归群众、赛事融入生活、文化扎根地域，体育就不再仅仅是一场竞技项目，更是对一座城市烟火气的最好诠释。这团火将越烧越旺，燃出城市发展的新活力，也照亮一方水土的文明底色。 本报记者 关尹

### “瑞士快车”再度驶入熟悉的车站

## 重返上海 费德勒人气依旧



■费德勒 记者 李铭坤 摄

旗忠网球中心，与甄子丹、郑洁和吴磊一同参加上海网球大师赛的传统节目——“挚友之夜”。

来上海后，每次亮相时，费德勒总是带着温暖的笑容，举手投足间充满“松弛感”，而他的身份，也一直在潜移默化间变化。

#### 父亲

10月7日晚，费德勒携10余位亲友抵达上海，抵沪后第二天，双胞胎“小费”就给瑞士快车出了道难题。

“我的儿子是勒纳·钱的球迷，来到这里之后就缠着要看他和丹尼尔（梅德韦杰夫）的比赛，要知道当时我们连时差都没完全倒过来呢。”

费德勒在出席品牌活动时，语带无奈地透露。最终两位“小费”如愿在旗忠网球中心中央球场欣赏了勒纳·钱与梅德韦杰夫的精彩对决，不过老父亲并未陪同。

“他们挺乐在其中的，虽然喜欢的球员输了，但在上海的观赛体验，总是非常不错。”谈起双胞胎儿子的观后感，老父亲费德勒笑得欣慰，随后“瑞士快车”不忘为自己“找回场子”，他向子女喊话：“希望我登场的时候，他们也会看得认真一点。”

#### 讲师

从2005年旗忠网球中心开馆起，费德勒用赛场上精彩的表现和一座座冠军奖杯，为自己在申城圈来为数众多的粉丝。时至今日，当

年看着“瑞士快车”比赛长大的少年，大都成家立业。趁着与球迷互动的机会，费德勒化身讲师，讲述生活之道，也给少年球员提供建议。

面对申城的少年网球选手，前世界第一给出了自己的建议，在他看来，现在中国有越来越多设施优越的场地，这给年轻人提供了更好的条件和机会。“我认为提高适应能力是年轻球员需要具备的素养，因为每年有很多时间都在外比赛。”费德勒透露，当年自己第一次离开瑞士去国外比赛时，内心也十分不舍和忐忑，“如果想要取得成绩，必须克服心理关，走出舒适区。”他还特意强调，通往顶峰的道路没有固定的模式，年轻人需要找到合适的“赛道”。

#### 选手

作为本次上海之行的重头戏，费德勒自然十分重视大师赛的“挚友之夜”。昨天下午，他早早来到旗忠，为热情的粉丝签名合影。晚间9时左右，走上中央赛场的费德勒仿佛回到了在场上争夺冠军的日子，即便是表演赛，他依然有足够的求胜欲。搭档功夫明星甄子丹对阵郑洁和吴磊的组合，费德勒不时笑着与队友耳语，讨论战术。表演赛后，看着热情依旧的申城球迷，费德勒放慢离开的脚步，眼神里多了几分眷恋和期待。或许从最后一球落地的那一刻，“瑞士快车”已经开始思考和计划下一次驶入上海时，能带来怎样的惊喜？ 本报记者 陆玮鑫

### 我在现场

除了大众熟悉的“瑞士天王”和“瑞士奶牛”，早年征战职业网坛时，费德勒还有一个知名的绰号——“瑞士快车”，而上海是这趟“快车”最常也最喜欢驶过的“站点”之一。昨晚，费德勒带着满脸笑容出现在