

仅看“苏超”一家的数据已经足够震撼：**超 243 万人次现场观赛，场均超 2.8 万人次，南京奥体中心 7 场比赛均超 6 万名观众。**

“省超”纷纷上线的背景下，有业内人士提议：将来可以组织各省联赛冠军之间的比赛，让该领域“体育+文旅”的品牌效应、积极影响进一步扩大。

“省超”赋能足球发展

有人认为，当下各个“省超”的本质是“足球搭台，经济唱戏”的文旅产品，“只能带动文旅，带动不了中国足球”，果真如此吗？

足球人口的显著增长是“省超”最直接的贡献。仅看“苏超”一家的数据已经足够震撼：超 243 万人次现场观赛，场均超 2.8 万人次，南京奥体中心 7 场比赛均超 6 万名观众；线上直播观看 20 多亿人次，各平台话题播放量近 800 亿次。2025 “苏超”小组赛南通主场对阵苏州的赛前，一名女观众对《新民周刊》记者坦言：她之前是不看足球比赛的，因为今年南通队踢得很精彩，所以连续几场都来现场助威，“后面只要有比赛，我还会一直追下去”。许多原来不关注足球的人

借由“省超”开始认识足球、了解足球，这样的增量对足球发展带来的推动显而易见。

业余赛事的低门槛，让更多足球爱好者可以登上赛场，为热爱而拼搏。“苏超”500 多名参赛球员中，65% 以上是教师、程序员、快递员等普通从业者，39 岁的村支书戴虎攻入赛事第 100 球的视频全网走红，“球星来自身边”的故事引发了强烈情感共鸣。

“苏超”允许业余球员与少数职业球员同场竞技，而“赣超”做得更加彻底：551 名注册球员涵盖多个群体，六成为学生，平均年龄仅 23 岁，且全部为非职业球员。

各地的足球竞技水平也得到了“省超”赛事的促进。仍以“苏超”为例，在文旅之外，它的火爆也切实推动江苏各市纷纷加强本地足球建设，以提升球队竞争力：淮安队面向全国公开招聘符合资格的球员；南京队在本赛季半决赛失利后，当地足协于 10 月 29 日宣布将于 11 月和 12 月举办南京市超级联赛，旨在推动本地社会足球发展，并为 2026 年的南京队选拔人才；常州队在

今年苏超的成绩不尽如人意，常州市委于今年 7 月出台《足球高质量发展三年行动计划（2025—2027 年）》，从社会参与、青训建设、职业足球发展、人才培养、场地建设、产业链构建及国际交流等七大方面全面推进足球事业发展。

本赛季“苏超”的冠亚军在队伍建设上都基于扎实的青训阵容，打入四强的无锡队也是青训成果的典型代表，该球队 70% 的主力出自本地青训体系。“湘超”要求每支球队在比赛时必须同时至少有三名中学生在场上，发出了希望各地重视校园足球和青训的直接信号。

在赛事运营层面，“省超”的实践为职业联赛提供了可借鉴的民间智慧。例如，中超等职业赛事在今天的国庆期间缺席，而“苏超”“湘超”都在此期间安排比赛，“湘超”还增加了衍生赛事，都取得了多重领域的丰收。赛事氛围营造的“亲民化”，对于中国足球职业赛事而言，同样具备启发意义。

“省超”当然代替不了职业联赛，也与中国足球在竞技层面的成绩形成不了直接的因果关系，但其与职业联赛之间的协同发展、共同筑牢中国足球的根基，是完全可以做到的。比赛终有落幕时，但“省超”带来的“体育+文旅”的好戏，才刚刚开始。■