

以“双超引擎”驱动职业球队全序列多元发展,将中超赛事流量转化为消费增量、文旅动能与长效价值,实现职业足球与城市发展“双向赋能”——

“足球城”球市正火,“导热”岛城赛事经济

□青岛日报/观海新闻记者 许 诺 实习生 宋沁妍

当31330名球迷的呐喊声在青春足球场回荡,当4000余名上海申花球迷远道而来共赴中超盛宴,青岛因一场场足球赛事而“沸腾”。

最近的几场中超主场比赛,西海岸大学城体育场、青春足球场分别涌进18367人、20013人、20388人、31330人……如今的中超联赛已不只是青岛职业足球的“最高战场”,更成为撬动城市经济、凝聚文化认同的一个支点。

从“老字号”海牛队的坚守传承到“草根新军”西海岸队的“逆袭”崛起,青岛职业球队以差异化路径谋发展;从赛场内球员们的激烈角逐到赛场外随之而来的消费热潮,中超赛事正持续重塑城市活力版图,让“足球之城”的深厚底蕴在赛事经济的赋能下不断深化内涵、持续拓展外延。



■中超联赛第23轮角逐中,青岛海牛队主场迎战河南队。

职业球队多维破局——从“中超核心”到全序列多元发展

青岛“两超两甲”的职业足球格局形成绝非偶然的幸运,而是4支球队立足自身基因、以中超为发展核心的主动破局结果。在行业回归理性的当下,青岛职业球队的探索为中国职业足球的可持续发展提供了鲜活样本。

作为中国职业化足球当之无愧的“先行者”,青岛海牛的30年历程是一部与中国职业足球联赛深度绑定的传承史。从职业联赛元年至今,虽然经历过降级至中乙的时刻,但是海牛队一直坚持守着“打造百年俱乐部”的初心——2023年重返中超,不仅延续了青岛足球在顶级联赛的血脉,更让这支“老牌劲旅”迎来了新的发展契机。

在中超赛场的竞争中,海牛队对自身定位有着清醒认知。海牛俱乐部总经理张冬道出球队的生存哲学:“俱乐部在运营、青训和竞赛方面一直保持积极努力的态度。在日渐升级的‘军备竞赛’中,俱乐部可持续发展尤为重要。足球没有捷径,唯有热爱与用心能抵岁月漫长。”

如今,青岛海牛进入“双线作战”:赛场内,以中超保级为短期目标,全力以赴投入每一场对决;赛场外,一场关乎俱乐部生存根基的“自我造血”实验正在俱乐部副总经理冯文静的直播间悄然开展。

“现在,这个账号逐渐演变成了海牛俱乐部高管与球迷沟通的重要平台,成为连接球队与球迷的情感桥梁。”冯文静说,直播带货已成为海牛队在非比赛日开拓收入渠道的“新战场”。直播间的内容从最初的球队周边产品拓展到“中超海牛甄选好物”,为球迷推荐经济实惠的食品和日用好物。

直播带货带来的直接收入虽然有限,但更重要的价值在于“开源”的努力——提升俱乐部广宣度,增强球迷黏性和互动深度。

“海牛俱乐部是青岛足球的一张名片,承载着民众情感与城市荣誉,也是青岛足球青训体系的核心,为国家队及省市代表队输送优秀运动员和教练员累计达300余人次,我们始终在努力着。”俱乐部投资人、青岛中能集团董事长乔伟光表示,在当前足球改革发展的背景下,单一民营企业的能力有限,海牛队热切期盼在中足联的指导下,通过股权多元化、组织架构和运营机制的科学化推进改革。

如果说,海牛队的故事是“传承的力量”,那么,西海岸队的崛起便是“梦想的可能”。从社区业余联赛起步,历经10年磨砺完成“业余—中冠—中乙—中甲—中超”的全阶梯晋升,西海岸队创造了中国足球职业化以来的“逆袭奇迹”,而中超联赛正是这场奇迹的“加冕”舞台与新起点。

与“老大哥”海牛队面临的系统性挑战不同,作为带着浓厚草根社区基因升入中超的“新军”,青岛西海岸足球俱乐部深谙与球迷、社区紧密联系的重要性,亦探索着更具区域特色的生存之道。

西海岸队深知“差异化”是立足顶级联赛的关键。主教练邵佳一带领球队以鲜明的技战术风格和顽强冲劲站稳脚跟,而俱乐部的运营创新更让其迅速“圈粉”:首创“客队球迷休息区”,提供本地海青茶、扎啤等特色服务,让中超赛场成为展现青岛城市温度的一个窗口;推出《来吧,伙计!》访谈节目,拉近球员与球迷距离,用“草根基因”延续“亲民属性”。这些举措不仅提升了球迷体验,更让西海岸队在中超赛场树立了独特的品牌形象。

近期,青岛西海岸足球俱乐部“先行一招”,派出U12梯队前往西班牙参加多诺斯蒂杯并参观访问巴萨足球俱乐部,这是其“以中超为桥,拓国际视野”的布局。“这并不是一次单纯的足球竞技之旅,更是一次难得的成长契机。”俱乐部投资人徐尚介绍,“在国际赛事的舞台上,球员们将与来自世界各地的优秀球员同场竞技,领略到足球世界的广阔与精彩,为未来的足球生涯树立更高目标。要敢想、敢干,走出国门、打开视野,我们俱乐部始终是‘未来之星’们最坚强的后盾。”

中超联赛的“头部效应”正带动青岛中甲、女足球队

同步发展。中甲青岛红狮引进里瓦尔多之子里瓦尔多尼奥,借中超热度提升球队关注度;青岛西海岸女足引进巴西前锋戈麦斯(俱乐部历史首位外援),提出“1至2年冲甲、5年冲超”目标,目前稳居女甲积分榜前列。这种“两超引领、全序列发展”的格局,不仅超额完成《青岛市“十四五”时期全国足球发展重点城市建设方案》中“2025年拥有全序列职业俱乐部”的目标,更让青岛职业足球形成了“梯队衔接、良性竞争”的生态,而这一切的核心正是中超联赛的引擎作用。

中超赛场成“最热地标”——从球迷观赛聚集地到大众情感承载地

在青岛,职业足球的赛场早已超越了“体育赛事”的范畴,成为最具吸引力的“公共交流空间”和驱动城市活力的澎湃引擎。无论是上座率的渐次攀升,还是观赛氛围的持续热烈,都印证着中超赛场已成为青岛的“最热地标”,承载着市民的情感归属与城市的文化认同。

从数据来看,青岛中超主场的热度不减:本赛季首场“青岛德比”吸引32680人涌入青春足球场,创下赛季纪录。据统计,截至目前,青春足球场累计接待超70万名球迷,场均上座率稳居中超前列。比赛日当天,青春足球场周边的地铁口、公交站挤满身着队服的球迷,挥舞的旗帜、震天的呐喊、同步的助威声,让中超赛场成为岛城最热闹的“体育狂欢场”。

球迷文化勃兴,城市氛围升温。根据《青岛市“十四五”时期全国足球发展重点城市建设方案》设定的目标,到2025年,全市年度各级各类足球赛事不少于5000场。职业俱乐部的成功,无疑是点燃市民参与热情、培育深厚球迷文化、实现上述目标的核心推动力。

更重要的是,中超赛场已成为青岛的一个“城市文化符号”。团岛灯塔旁,曾有一台被老青岛人亲切称为“海牛”的雾笛装置。每逢雾天,这个装置便发出浑厚鸣叫,为船只导航。放眼全国足坛,在发展的征程上,多个俱乐部曾喊出打造“百年足球俱乐部”的口号,而经过30年职业化的风雨洗礼,如今仅有上海申花、北京国安、山东泰山、青岛海牛和河南队坚持下来。

可以说,青岛海牛足球俱乐部之于青岛足球,亦如“雾笛”般成为城市精神的象征——海牛队在中超赛场的坚守,呼应着青岛“敢闯敢试”的城市品格;而西海岸队的“草根逆袭”,则诠释着“梦想可及”的城市温度。比赛日期间,球场外的足球主题展览、民间艺术表演轮番上演,剪纸、面塑等非遗项目与中超元素碰撞,既丰富了球迷的观赛体验,也让外来球迷感受到了青岛的文化底蕴。

这种“热”,还体现在中超赛场对城市公共生活的重塑。以往,周末的休闲方式多为逛公园、看电影,如今“看中超”成为青岛市民的新选择;以往,跨城出行多为旅游、商务,如今4000余名申花球迷专程来青观赛,让中超成为“跨城社交”的纽带。中超赛场正以“最热地标”的姿态,重新定义青岛的城市生活节奏与文化内涵。当足球深深嵌入这座海滨之城的发展肌理,它便成为市民骄傲的情感归属。

本赛季,青岛海牛足球俱乐部开展了一系列公益活动,用足球的力量“连接”城市温度,为青少年成长、特殊群体关怀、社会公益事业注入海牛的赤诚与担当。空闲时间里,俱乐部一行走进青岛市儿童福利院,给福利院的孩子送去关怀和温暖、埋下足球的种子;主场比赛中,俱乐部与青岛市中心血站联合举行公益活动,青春足球场西北广场献血车迎来不少海牛球迷,撸起袖子喊出:“咱青岛人的热情,既要献给球队,更要献给生命!”……

“我们在赛场上打出的‘爱青岛,爱海牛’标语,这种爱是大爱,不仅是对足球的爱,对球迷的爱,更多的是对这座城市的爱。”冯文静介绍,“作为青岛的俱乐部,我们力求在赛场上展现青岛这座城市的热情和文明,让公益活动感染全国各地的球迷,也通过足球传播更多积极的价值观。”

大地文章,山海共情。近期,青岛海牛足球俱乐部还与新疆维吾尔自治区和田市签署《关于创建和田市足球特色学校合作协议》。俱乐部将发挥职业俱乐部的优

势,助力西部校园足球事业的发展。

“其实,俱乐部重回中超后,就一直在思考如何让海牛更好地融入青岛这座城市,最大化地发挥社会效益。毕竟,海牛是属于青岛这座城市的,是属于每一位青岛市民的。”张冬不止一次这样说,“足球不仅仅是一场比赛,更是一种文化、一种态度。”

赛事经济赋能城市——从流量“变现”到长效价值共生

中超赛场的“热”,不仅是观赛人数的“热”,更是赛事经济带动城市发展的“热”。青岛以中超为纽带,将赛事流量转化为消费增量、文旅动能与长效价值,实现了职业足球与城市发展的“双向赋能”,为赛事经济如何服务城市发展提供了“青岛答案”。

即时消费方面,赛场内外形成“经济圈”。中超赛事的“引流效应”,直接带动了周边餐饮、住宿、零售等行业的繁荣。

足球赛事举行时,周边商圈针对比赛日推出“球迷专属套餐”,部分餐饮门店延长营业时间至赛后,零售店铺增设球队周边专柜等。“中超比赛日的流水能翻3倍。”青春足球场附近一家餐馆老板的感慨道出中超赛事对即时消费的拉动作用。数据显示,自海牛队主场落户青春足球场后已带动周边餐饮、住宿消费约4亿元,中超赛场正成为城市消费的“引爆点”。

文旅融合方面,“看中超,游青岛”成新IP。青岛并未将中超热度局限于赛场之内,而是以中超串联文化、旅游资源,打造“中超+文旅”的融合IP。

本赛季,西海岸俱乐部与区文化和旅游局合作推出“跟着中超游西海岸”活动:球迷凭中超主场球票可免费游览大珠山景区、青岛森林野生动物世界,29家合作酒店提供八折优惠,指定餐馆推出“观赛专属折扣”。比赛日,球迷可以相约线下看球,前往指定餐馆还可享受优惠。在商业开发方面,周边产品设计也颇具特色,不少限定款球迷服成为年轻人群体中的“爆款”……8月16日,西海岸队主场赛事当天,周边景区游客量较平日均有增长,酒店入住率也有提高,“观赛+出游”的模式将中超流量转化为文旅消费增量。

“不少外地球迷趁观赛之余打卡青岛海滨风光、崂山风景区,让中超之旅成为深度体验青岛的‘旅游裂机’,实现了‘一场比赛带动一次旅行’的价值转化。”西海岸新区文旅部门工作人员表示,这些聚焦本土化的举措正将足球影响力转化为区域文旅消费动能的实践,探索着俱乐部、球迷、地方文旅经济的多赢。

长效价值方面,实现从经济拉动到城市品牌提升的进阶。赛事经济价值,远不止于短期的消费增长,更在于对城市品牌与长远发展的赋能。一方面,中超联赛提升了青岛的城市知名度与影响力,3.1万名球迷的观赛场景、“青岛德比”的话题热度通过媒体传播,让更多人关注青岛,为城市吸引投资、人才创造了有利条件;另一方面,中超赛事点燃了全民足球热情,推动《青岛市“十四五”时期全国足球发展重点城市建设方案》中“80万经常参与足球活动人数、5000场年度赛事”目标的实现——中超赛场的“热”正转化为城市体育事业发展的“势”。

更深远的是,中超赛事正成为青岛城市精神的载体之一。海牛队一直坚持开展公益活动,西海岸队以“草根逆袭”诠释奋斗精神……这些与中超相关的故事让“爱青岛、爱足球”的情感深入人心,凝聚起城市的向心力。正如一位观赛30年的球迷所说:“中超赛场传递的,不仅是竞技精神,更是青岛这座城市的温度与活力。”

回望黄海之滨,青岛足球“热”的背后,是职业球队以中超为基谋发展的“实”,是中超赛场成为城市“最热地标”的“活”,更是赛事经济赋能城市发展的“深”。从海牛队的30年坚守到西海岸队的10年“逆袭”,从球迷的狂欢到消费的拉动,青岛正在走出一条“职业足球强、赛事经济活、城市文化兴”的发展路径。

未来,随着职业球队“造血能力”的提升,中超赛事影响力的扩大、文旅体融合的深化,青岛“足球之城”的品牌将更加闪亮,中超联赛也将继续成为这座城市的“活力引擎”。



■球迷聚集在西海岸大学城体育场为西海岸队加油助威。



■大批球迷来到青春足球场观赛。



■中超联赛现场热力十足。本版摄影 王 雷

