

体育赛事是撬动城市消费升级、展示城市形象魅力的重要抓手。沈阳市“十五五”规划纲要明确提出，要塑造独具魅力的区域性文化中心。当下，“跟着赛事去旅游”“一日观赛、多日停留”渐成消费新风尚，“办一场赛事，焕新一座城市”成为城市赋能发展的鲜活实践。沈阳作为东北亚国际化中心城市、国内足球名城，应当系统梳理总结“东北超”办赛的经验，把握赛事经济蓬勃发展的时代机遇，促进文旅体商深度融合互促，着力打造以文化赋能经济社会高质量发展的沈阳样本。

JING 经 WEI 纬

做强赛事经济的路径探索 以『东北超』为引擎

□张岩 臧雪文

办好“东北超”赛事的成功经验

为更好服务球迷及游客，沈阳依托“东北超”票根经济官方服务平台，累计招募意向合作商户2000余家，为来沈观赛球迷及客队所在省份游客提供专属折扣、超值套餐等福利。“东北超”赛事期间，沈阳都市圈39家景区面向北京、江苏市民及“东北超”观赛球迷推出免首道门票的政策。“看‘东北超’+旅游”成为一种热门的过周末方式。数据显示，多数外地游客观赛结束后，计划预留一天或两天时间游览沈阳核心景点。同时，沈阳联合鞍山、抚顺等地，围绕“东北超”赛事、立足“避暑、亲水、人文、潮流、康养”等多元旅游需求，推出沈阳都市圈夏季十大主题旅游线路。

为充分释放“东北超”足球联赛流量效应，沈阳打造“东北超”观赛“第二现场”，开通百余个特色观赛新场景，覆盖餐饮、洗浴、商超综合体、夜经济街区等各类消费场景，提供“观赛+演艺+美食+市集”一站式体验。在比赛主场外组织“东北超”大市集，并根据客场球队来源地区的不同，调整市集元素。首场比赛前期，铁西体育场附近美食搜索量增长172%，“沈阳美食中街”搜索量同比去年同期上涨365%，“沈阳美食必吃榜”搜索量同比上涨325%，“沈阳美食直播”的搜索量同比上涨50%，文旅体商融合态势向好。

“东北超”沈阳赛区在首场比赛前，通过社会征集、专家评审、社会投票等流程确定并发布队歌《燃动沈阳》。推出以“沈宝、辽草、必胜”为代表的系列主题文创产品，精准契合年轻人审美喜好与消费需求。举办首届AI微短剧暨城市创意作品征集活动，以微短剧、短视频、平面设计等多元视听形态，宣传足球赛事风采、体现沈阳历史文化底蕴。

发展赛事经济的机遇与挑战

同程旅行发布的《2026年“五一”假期旅游消费盘点》显示，沈阳是东北地区热度增长最快的城市。当前，消费者更倾向于自由灵活的旅行方式、注重文化体验，消费理念从传统观光向深度体验、品质休闲转变，跨区域“观赛+旅游”出行模式成为潮流。

一方面，沈阳作为中心城市带来高价值客源。“十四五”期间，沈阳接待游客突破2.3亿人次，获得中国文旅竞争力十强城市、外国游客热衷的国内目的地城市前十名。另一方面，东北亚开放枢纽将国际客流转化为入境赛事经济消费群体。2025年，沈阳国际旅客数量达到2493万人次，沈阳实施240小时过境免签政策，极大地降低了国际旅客体验“东北超”的时间与经济成本。

虽然“东北超”为沈阳文旅体商融合发展带来新机遇，但仍存在一些短板：赛事品牌化建设不足，商业开发、品牌管理与持久运营方面还有待完善；对外传播效力不强，未形成“破圈”式传播。

创新发展赛事经济路径

（一）聚焦提质增效，完善高品质赛事供给体系

顺应消费者个性化需求，丰富“赛事+”产品供给类型。推出联名快闪店、观赛专属优惠套餐等，探索布局“东北超”等赛事主题的汽车展演、音乐文化活动等消费节点。推进体育赛事进景区、进公园、进商圈，大力发展夜间经济、假日经济。实施跟着“赛事游沈阳”行动，整合沈阳自然与人文景观资源，将赛事短期流量转化为文旅体商融合长效机制。

完善体育基础设施与服务，提升“赛事+”消费转化率。全面升级体育基础设施，以体育赛事倒逼公共服务提质增效。统筹各类运动场地规划建设与运营管理，盘活闲置地块等存量空间。着力提升体育场馆专业化、智能化、绿色化水平，支持场馆在赛前赛后的功能灵活转换。

培育体育赛事人才，夯实高质量赛事经济人力支撑体系。推动体教融合，推进各类体育项目进校园常态化普及，并完善保险配套机制，提升校园体育活动安全保障水平。建立群众性体育赛事人才选拔输送路径，打通社会体育爱好者向专业赛事后备人才进阶成长通道。

提升装备制造水平，打造强有力体育装备产品体系。推动体育用品制造强链，引导体育制造企业向附加值更高的环节延伸，建设体育用品创新研发中心。打造特色产业集群，推动更多体育企业进入专精特新、单项冠军企业行列。

（二）激活本土基因，加快形成沈阳赛事品牌

打造沈阳赛事IP，强化城市流量吸引力。立足沈阳厚重工业底蕴、红色文化与民俗禀赋，推动体育赛事与文旅消费双向赋能。深耕沈阳特色美食IP、沉浸式城市文旅体验IP，丰富赛事IP文化内涵。整合多元传播渠道，搭建“传统媒体+新媒体+自媒体”的全媒体传播IP矩阵。

深化跨区域联动，拓展赛事客流辐射范围。以“东北超”为纽带建立东北三省一区赛事协同机制，形成多式联运观赛网络；搭建跨省智慧赛事协同平台，统筹三省一区赛事客流、票务、交通、文旅数据互联互通。主动对接京津冀协同发展，在各地设立“跟着赛事游沈阳”专题推广中心。

完善扶持政策，做好战略牵引。体育、文旅、商务等部门强化常态化沟通机制，出台针对性产业政策，发挥财政专项资金的引导作用。通过以奖代补、定向扶持等机制，推动经营主体举办品质优异、发展前景良好的商业赛事。

（三）把握“体育+”机遇，释放沈阳赛事经济价值

以赛事为核心驱动，持续推进高水平赛事运营。优化赛事管理与运行机制，制定赛前筹备、现场组织、安全保障、赛后复盘全流程、标准化操作规范。常态化举办球迷嘉年华、足球公益进社区等活动。有序开放赛事冠名、场内广告、主题市集等商业开发权益。

开展群众性体育活动，发展竞赛表演产业。放大“东北超”效应，支持体育协会等主体组织足球、排球等比赛。培育一批业余精品体育赛事。优化青少年体育赛事体系，鼓励发展智能体育、虚拟运动等新型赛事。

深化国际交流合作，形成赛事开放新生态。与国际体育组织展开合作，打造具有沈阳特色的合作赛事。在赛事关键节点，邀请国际商会、跨国企业代表来沈观赛，同时举办智能制造、数字经济、文化创意等领域专题对接会，将赛事热度转化为合作实效。

抓住“十五冬”战略机遇期，构建四季联动赛事发展格局。挖掘“冰雪+”潜能，推动冰雪赛事与“东北超”四季联动、双向引流。推出雪地足球邀请赛、冰雪足球嘉年华跨界赛事，打通赛事受众群体，吸引足球球迷、冰雪运动爱好者双向赴沈打卡。

【作者单位：辽宁大学、中共辽宁省委党校。本文系沈阳市社科联“东北超”专项课题（202617）研究成果。】

以“东北超”为引擎 跑出融合“加速度”

□李佳、姜文雯、秦丽

“东北超”作为全国首个跨省区城市足球超级联赛，开赛首日即吸引超10万观众现场观赛，成为现象级体育赛事。“东北超”不同于苏超、浙超、粤超等单一省份内城市联赛，不仅填补了业余足球赛事的区域联动空白，更是东北地区推动文旅体商深度融合、激活区域消费、展现振兴活力的重要载体。办好“东北超”、用好“东北超”、做强“东北超”，持续放大赛事综合赋能效应，跑出城市高质量发展加速度，对推动我市文旅体商深度融合、助力城市能级跃升、赋能区域全面振兴，正当其时、大有可为。

一、深耕足球文化底蕴，筑牢文旅体商融合发展根基

文化是赛事兴盛之基，底蕴是融合发展之源。辽沈足球数十年的深厚积淀与辉煌战绩，是“东北超”现象级走红的核心底气，更为文旅体商深度融合提供了得天独厚的精神滋养和文化支撑。

辽沈足球底蕴深厚、战绩斐然，铸就了区域足球发展的高光名片。上世纪八九十年代，辽宁足球队屡夺甲级联赛、足协杯冠军，斩获亚俱杯桂冠，成就“十连冠”传奇，屹立中国足坛之巅；沈阳校园足球多点开花、屡创佳绩，多项世界级赛事夺冠、培育大批国脚人才，夯实足球人才培育根基。一代代足球人的拼搏坚守，积淀了厚重的竞技底蕴，让辽沈足球成为中国足球发展的重要标杆。

辽沈足球敢为人先、开拓创新，开创了中国足球职业化发展崭新路径。沈阳东北制药总厂与辽宁足球队联办“东药队”，率先探索足球半职业化改革，为国内体育产业化、市场化发展积累了宝贵实践经验。曾让国人圆梦世界杯的五里河体育场，定格了中国足球经典高光时刻，让沈阳“足球福地”的美誉深入人心，为今天打好“体育+”这张牌提供了可借鉴的路径与信心支撑。

正因这份深植于百姓心中的足球热忱与集体记忆，当“东北超”横空出世，才能迅速点燃群众参与激情，让万人空巷的观赛盛况从历史走进现实，将厚重的文化积淀转化为现象级的城市文化事件，也为今天打好“体育+”这张牌提供了可借鉴的路径与信心支撑。

二、激活赛事流量效能，打造文旅体商融合发展核心引擎

“东北超”并非单一体育赛事，而是集体育竞技、文化传播、旅游引流、商贸激活于一体的综合性城市经济文化活动，核心在于以体育破局、以融合赋能，为文旅体商产业协同发展提供全新赛道。

聚焦区域联动，以单城引爆带动都市圈全域共振。沈阳充分发挥中心城市辐射带动作用，依托“东北超”火爆人气，打破沈阳现代化都市圈城市发展壁垒，推动赛事红利全域外溢。目前，赛事已落地推行都市圈“第二现场”观赛模式，同步启动球迷联动引流举措，带动周边城市客源互通流转。未来将持续推动“票根经济联盟”“一张球票游东北”特色模式落地普及，串联都市圈文旅商贸资源，引导球迷“观赛在沈阳、游玩在圈内”，解锁“观赛+康养+研学+夜游”多元消费场景，真正实现客源互通、资源共享、消费共旺。据美团数据，本届赛事期间，沈阳文旅预订量同比增长29%，其中，酒店、民宿预订量同比增长24%，而四星级及以上的高档酒店增速更是高达64%。切实形成单城办赛、全域受益的联动发展格局。

聚焦城市提质，以赛事赋能城市能级全面跃升。全民参与的足球赛事，有效扭转沈阳传统工业老城的刻板印象，塑造出活力开放、包容温暖的全新城市形象，大幅提升城市品牌溢价。赛事热度持续吸引青年人才、创意团队入驻，优化城市人才结构与营商软环境，增强城市招商引资、聚才兴业的核心竞争力。同时，大型赛事常态化举办，倒逼城市交通疏导、安全防控、环境整治、服务保障体系迭代升级，推动城市精细化治理水平提质增效，为后续承办高级别文体赛事、发展高端文体产业积累宝贵经验。

三、深耕长效运营促消费，蓄积文旅体商融合持久动能

赛事瞬时流量是城市发展的短期红利，体系化长效运营才是文旅体商深度融合、消费持续扩容提质的根本支撑。

健全全周期品牌运营体系，构建消费持续释放的制度支撑。文旅体商融合发展，品牌是核心竞争力，周期是长效生命力。东北地区季节差异显著、文体消费存在明显的季节性断层，传统单季赛事模式难以支撑全域消费稳态增长，需引导消费留存、延长消费链条、提升消费黏性，实现文体消费从阶段性爆发向全年性稳态增长转变，让“泡澡看球、撸串看球、夜市看球”突破季节限制，融入市民日常生活。同时，建议创新推出赛事衍生服务，将赛事球票升级为“全年文旅护照”，球迷夏季观赛集章打卡，可兑换冬季冰雪季专属体验权益与消费折扣，实现夏日足球激情与冬日冰雪经济跨季联动、双向赋能，让“东北超”摆脱单季赛事标签，成为四季常热、全域活跃的城市特色品牌，为城市发展注入长效动力。

完善全链条产业培育机制，激活文旅体商融合消费内生动力。产业深度融合是释放消费潜力、实现长效发展的核心路径，更是破解赛事经济“昙花一现”问题的关键抓手。立足“东北超”核心体育IP优势，坚持以赛事为牵引、以产业为支撑、以消费为落点，构建“体育赛事牵引、关联产业赋能、全域消费升级”的融合发展体系。聚焦体育产业上下游链条补短板、强弱项、拓增量，联动体育制造、文体文创、体育培训、赛事运营等关联产业协同发展，推动体育资源与文旅、商贸、康养、夜经济等业态深度耦合，丰富高品质文体消费供给。以产业体系的不断完善、业态结构的持续优化，夯实文旅体商融合发展的产业根基，形成“品牌赋能产业、产业带动消费、消费反哺品牌”的良性循环，为区域经济高质量发展提供持久稳定的文体消费动能。

绿茵燃动盛京，赛事赋能振兴。一场球，沸腾一座城；一项赛，串联一条链；一股劲，点燃大振兴。“东北超”的成功出圈，是沈阳以赛事兴文旅、以融合促发展、以联动带振兴的生动实践。既是辽沈足球文化的时代传承，更是城市转型发展、都市圈协同共建、东北全域振兴的创新探索。未来，沈阳将持续做强赛事品牌、做深产业融合、做优长效运营，持续把赛事流量转化为城市发展增量、把赛事热度转化为振兴实效，以文旅体商深度融合的强劲动能，赋能沈阳高质量发展、助力东北全面振兴全方位振兴。

【作者单位：沈阳城市建设学院。本文系沈阳市社科联“东北超”专项课题（202613）研究成果。】

写出精神共同体 以『东北超』为引擎的时代样本

□卢兴

从“村BA”到“苏超”再到“东北超”，民间赛事热潮不断。而“东北超”的独特之处在于，它跨越三省一区，以共同的文化底色与情感认同为纽带，将散落的城市与人群凝聚为一个精神共同体。当“谁赢都是东北赢”的口号响彻看台，当三省一区超1亿人口因一场球被串联在一起，这场球赛所承载的，早已超越了比分与胜负。“东北超”这项群众性赛事，何以在胜负之外唤起一片土地的文化自觉与精神归属？厘清这个问题，不仅能读懂“东北超”火爆的深层逻辑，更能窥见体育作为一种文化力量，在凝聚人心、形塑认同中无可替代的独特价值。

绿茵为卷：以文化交融塑造赛事之魂

“东北超”的火爆“秘诀”，在于它一开始就跳出了“办一场比赛”的简单逻辑，而是以高度的文化自觉与交融，将赛事本身当作一张书写地域精神的文化长卷来铺陈。

这种文化自觉，始于对“草根”定位的清醒认知与笃定践行。赛事390名球员全部来自学生、快递员、企业职工等各行各业。390名草根球员却踢出了不输职业水准的攻防质量舞台内外。普通人始终是赛事的真正主角，“群众必须站C位”在此落地生根。

而文化交融则体现在赛场文艺演出对多元文化共同体的生动呈现上。“东北超”的文化融合，自揭幕之日便已开启，5月23日，沈阳、长春、哈尔滨、呼和浩特四城同步擂响战鼓。沈阳铁西体育场内，东北籍艺人唱响《大东北我的家乡》，同一夜，呼和浩特以长调呼麦与搏克、射箭重现那达慕盛景，哈尔滨以大型鼓舞《金源长歌》演绎千年文脉，长春赛区300人方阵献上“亮剑·出征”军体拳表演。四城共振，四省区文化在同一夜隔空交响。从揭幕到收官，绿茵场始终是多民族文化交汇的公共空间。

舞台无边：以文旅体商融合拓展赛事边界

“东北超”的破圈，还在于它将赛事从封闭的绿茵场引向了开放的城市公共空间。沈阳在全市范围内设置140处“第二现场”观赛服务点，广泛分布于商业综合体、特色餐饮街区及夜间经济集聚区等各类场所。从商圈到夜市，从洗浴中心到城市广场，“东北超”让观赛不再拘囿于体育场的四面围墙，而是发生在大众日常消费的每一个街角。

空间延伸之后，“大夜市”文化业态的交汇让赛事内涵更加丰富。沈阳队主场迎战通辽队当日，铁西体育场外121个特色展位错落铺开——通辽的现烤牛肉干与鲜奶茶、西藏安多的雪域文创手作、沈阳鸡架、抚顺麻辣拌、李氏掐纸、“辽中有礼”同台亮相。体育赛场由此成为多民族文化交融的公共空间。

空间与文化的拓展，最终转化为文旅体商融合发展的经济动能，其逻辑在于赛事IP的价值链从观赛场景向消费场景的有机延伸。“东北超”推出“票根文旅权益”，持票根可享沈阳都市圈39家景区免门票。而经济动能的持续释放，又依托于开放包容的商业生态。赛事搭建了从500万元首席赞助商到5000元“超小赞”的五级赞助体系，更以“0元授权扶持计划”免除授权金与保证金，30多个品类、百余种授权产品由此铺开。大企业与小商户同台共舞，体育由此不再是孤立的竞技事件，而成为深度融入文旅消费血脉的区域经济引擎。

情义为核：以真实情感凝聚价值共识

如果说文旅体商融合为“东北超”打开了物理边界，那么讲好东北故事则赋予了这场赛事精神共同体的灵魂。

体育何以铸就精神共同体？答案藏在“东北超”对“主角”的重新定义之中。沈阳队14名球员从430余名报名者中层层筛选而来：消防战士李宇航累计参与灭火救援1900余次，飞机铆装钳工吴永旭来自沈飞集团，搓澡师傅姜帅在1500米体能测试中摔倒后仍爬起冲刺。上午身着工装，下午换上战袍，当普通人成为舞台中心，体育便祛魅了职业化的距离感，成为人人皆可共情的生活叙事。

情感从凝聚到共识，还需经历从个体到集体的仪式化过程。7月11日的暴雨之夜即为明证：近万名无顶棚区域球迷无一退场，17岁小将马兴波罚失点球后掩面痛哭，4万球迷以“继续战斗”齐声回应。这种暴雨制造了共同经验，而共担风雨本身即成为最朴素的情感纽带——身体的在场，已然完成了意义的传递。这种跨越职业、地域、代际的情感交汇，最终凝聚为超越胜负的价值共识：“不管谁赢，都是东北人赢。”

何以回响：绿茵之上的精神余韵

“东北超”的价值，远不止于一场赛事的集体记忆。它以最朴素的方式，触及了一个根本命题：群众究竟需要怎样的文化现场？

答案就在冒雨不退的球迷身上，在草根球员身上，在为治沙人起立鼓掌的瞬间里。观众在此看到的不是他者，而是被集体仪式所照亮的自身。这恰是“东北超”的文化根基：它将观赛从消费景观还原为生命叙事，使共情不再是被观赏的附属品，而成为参与的前提。

“东北超”的价值，更在于它提供了一种可复制的范式，他成功提供了关于群众体育赛事如何成为文化整合的载体、如何撬动跨区域认同、如何唤起情感共鸣的时代答案。“整装东北”从口号沉淀为行动标识，其意义早已溢出足球联赛本身。当“不管谁赢，都是东北人赢”成为超越胜负的价值共识，“东北超”所凝结的，正是一个超越地域、职业与代际界限的精神共同体。

赛事终会落幕，但绿茵之上催生的文化自觉、融合创新及价值共识，将持续沉淀为这片土地的集体记忆。从“冰雪热”到“绿茵火”，东北正以独有的方式书写东北振兴的另一种叙事。精神共同体的构建，从来不仰仗宏大的宣言，而需要一个让所有人愿意共同奔赴的现场，而“东北超”恰恰提供了这样一个现场。

【作者单位：沈阳体育学院。本文系沈阳市社科联“东北超”专项课题（202617）研究成果。】

本期特刊由 中共沈阳市委宣传部 沈阳市社科联 沈阳日报社 主办

沈阳日报 2026年10月23日 星期五

编 辑：白 琳
责任编辑：詹德华 孙连宇
美 编：马 凌