



## 天湖南“新”观察 | “湘超”火出圈，何以续新篇？

241.3 万人次现场观赛、逾 125 万名用户预约决赛门票、相关热门话题传播量达 163.5 亿次……2025 年 9 月 7 日至 12 月 27 日，三湘四水从未如此持久地聚焦绿茵场。在暂无职业足球俱乐部的湖南，三湘儿女的足球热情被一届业余性质的湖南省足球联赛（“湘超”）彻底点燃。赛事落幕已半月有余，关于“湘超”的话题仍不时登上热搜榜，引发各界关注。

记者了解到，湖南相关部门正谋划续写“湘超”新篇章，通过进一步优化赛事组织、突出青少年足球人才培养、推动文体旅商深度融合、完善市场开发政策等工作，持续打造具有全国影响力的省级体育赛事 IP，为建设体育强国、推动中国足球振兴贡献更多湖南力量。

### 赛场内：一球成名、黑马登顶

近四个月赛程、98 场比赛，“湘超”赛场一次次上演一球成名的好戏，并最终由永州队这匹“黑马”登顶。充满故事性的赛场与本届“湘超”口号高度契合——“湘”超湘味，“湘”当韵味。

“湘超”赛场不乏字面意义上的一球成名的案例——中南大学学生、永州队张涛在四分之一决赛中用一记“倒挂金钩”扳平比分，进球入选央视《天下足球》栏目 2025 年度百大进球；衡阳八中学生、衡阳队汤军赛季初连轰“世界波”，被誉为湖南“最强高中生”。

更多的情况下，一球成名体现在广义上——通过在赛场的精彩表现成为所在城市家喻户晓的球星，如永州队高响、常德队赵文获、郴州队蒋政等。

“我以前不知道踢球是为了什么。现在有了‘湘超’这个平台，有那么多球迷关注，我踢球的目标很明确。”屡屡帮助郴州队献上进球、助攻的蒋政在一次直播中说，很羡慕现在的中学生，能在“湘超”这样的平台展现自己。

“湘超”联赛高度重视青

少年足球人才培养，禁止中超、中甲等职业联赛现役球员参赛，要求每队同时上场的中学生球员不少于 3 人。不少中学生抓住机会展现自我，踢出不凡战绩。

数据印证了这一设计的效果：本届赛事 618 名参赛球员中，中学生 245 人、大学生 98 人，占比过半；学生球员共斩获 132 粒进球，占赛事总进球数的 53.4%，实现了“参与度”与“贡献度”的双高契合。

半决赛中，永州队先是由中学生球员彭玢独中两元，将强大的长沙队拖入点球大战。八轮点球后两队战平，永州队又一名中学生站了出来——张家豪推射破门，帮助球队实现绝杀，爆出 2025 “湘超”最大冷门。

决赛中，永州队凭借谷文杰的头球破门，以 1:0 战胜常德队，成功捧杯。永州队黄楚儒、高响、唐嘉年分获赛事最佳教练、最佳球员、最佳门将。

回看永州队夺冠历程，这是一支在赛前还要紧急“抢修”主场、由小学老师担任主教练的球队，并非夺冠热门。

随着比赛深入，人们逐渐认识到，永州队主力框架在“湘超”颇具竞争力。其后防“大闸”谷文杰曾入选国青队，门将唐嘉年曾效力中超队伍，前锋林昊出自广州体育学院校队，另有中南大学校队“五虎”，以及出自长沙知名青训机构的几名中学生球员助阵。

尽管在常规赛末段因阵容厚度欠佳等原因遭遇三连败，永州队仍以第五名的成绩晋级淘汰赛。

淘汰赛阶段，永州队三次“以下克上”，战胜常规赛排名高于自己的对手。其中，两次通过点球大战逆转取胜，令其团结拼搏、永不言弃的“永冲锋”精神广为人知。

半决赛时，记者在赛场听到不少中立球迷感叹——“从没见过永州队员互相抱怨”“永远在奔跑，从来不放弃”“看永州队，感动得想哭”。

主力阵容“硬实力”能扛，全队精气神“软实力”超群，永州队夺冠水到渠成。

### 赛场外：好戏连台、近悦远来

“不算小账，算大账。不看眼前经济效益，要看长远社会效益。”2025 “湘超”开赛以来，多名赛事运营方负责人向记者表达了这一观点。毕竟，纯粹从“小账”角度测算，9.9 元一张的门票收入无法覆盖赛区办赛成本，招商乏力的赛区面临“亏本办赛”。但通过各方努力，“湘超”整体实现好戏连台、近悦远来，“大账”收益颇丰。

——深度融合，释放赛事经济综合效益。“湘超”立足湖湘文化特色，推动“体育赛事+文化展示+文旅消费”深度融合，让赛事成为展现湖南魅力、拉动经济增长的重要平台。花鼓戏、湘绣、民族风情、楚辞雅韵……一场场文化展演在赛前、中场休息时上演，全方位展现城市文化底蕴，进一步擦亮湖湘历史、革命、现代文化名片。湖南各地还通过打造“食住行游购娱”全链条消费场景，推出“场外湘超市集”“票根优惠畅享”等活动，发放超 5000 万元消费券，激发消费活力。

湖南省有关部门提供的数据显示，“湘超”主场城市累计接待游客 6688.6 万人次，带动消费总额 136.79 亿元，间接拉动消费超 360 亿元。

——市场驱动，筑牢赛事可持续运营基础。据介绍，2025 “湘超”在筹备之初就明确市场化、产业化的办赛思路，由湖南体育产业集团牵头省级市场开发，市州级赛区开展属地招商，形成“赞助+文旅+消费”的多元营收结构。经赛后复盘，总体上具备可持续发展的后劲。

“湘超”市场开发有关负责人认为，“湘超”的成功表明，体育赛事的市场化要坚持以品牌价值为核心，通过精细化运营、跨界融合与技术创新，实现商业效益与社会效益的统一。以商业赞助为例，“湘超”按照冠名、指定产品、区域合作伙伴等对赞助权益进行

细分，同时结合线下活动、社交媒体开展增值服务，有利于精准匹配赞助商需求，实现长期“双赢”。

——开门办赛，多方共建实现近悦远来。湖南省有关部门负责人认为，“湘超”坚持开门办赛，做到政府与群众、省内与省外、足球与千行百业的多方共建共享，为群众性体育赛事的长效发展提供了重要借鉴。

“湘超”的举办，吸引了不少在外地奋斗的“创一代”和“湘二代”回湘。以乡情为纽带，多支“湘超”队伍与大湾区湖南人队、吐鲁番市足球队开展友谊赛。决赛现场，大湾区球迷坐在为他们预留的最佳观赛区，打出“大湾区球迷谢谢家乡”的标语，为这场跨省互动写下温暖注脚。

新年伊始，永州市城区的立柱广告牌、户外电子屏被江苏地名“霸屏”。广告牌落款各异，但主题均为祝贺永州队夺得“湘超”冠军。这一民间“玩梗”行为得到永州官方积极回应——永州向江苏各市送出脐橙特产，并计划将城区一条道路更名为“江苏大道”，通过种种举措推动两地文化、体育、旅游等交流。

### 新篇章：不忘初心、夯实根基

1 月 8 日，湖南省足球协会发布 2026 “湘超”招商公告，首次对外公布新赛季“湘超”计划于 6 月揭幕。在此之前，湖南多地党政“一把手”通过专题调研、召开会议等部署足球相关工作，谋划新赛季“湘超”筹备工作。有的明确提出，着眼高素质梯队人才培养，坚持群众体育定位。

“决不允许出现‘金元足球’和高价买卖球员。”湖南省有关部门负责人表示，新赛季“湘超”将防范“金元足球”等短视行为，让赛事回归“以体育人”。同时，引导各市州放眼将于 2029 年在湖南举办的全运会，锻炼队伍、培养后备人才。

近年来，湖南校园“三大

球”队伍在全国性赛事中表现亮眼，但专业队、职业队建设存在短板。“湘超”的成功举办，为湖南构建全链条足球人才培养体系提供了重要支撑。

据了解，湖南省有关部门正在论证和评估新赛季“湘超”进一步加强年轻化的举措。“能在‘湘超’这种大舞台亮相，对青少年的比赛经验、心理承受能力将有很大提升，他至少见过大场面了。”湖南省有关部门负责人说，希望借助“湘超”这一平台为湖南储备更多足球后备人才。

记者注意到，在 2025 “湘超”常规赛收尾阶段，与一些热门球队主场开票“秒空”、客场数千人“远征”不同，也有个别成绩欠佳的球队主场助威声势趋弱、民众参与度降低。个别赛区陷入“球队成绩欠佳—球迷关注度降低—球员心气不足”循环，经济效益和社会效益渐成无本之木。

据悉，新赛季“湘超”有望出台引援新政，助力因教育资源、专业设置等原因导致战绩不佳的市州补强阵容，提升相关地区民众参与积极性和比赛观赏性。

此外，有关部门正总结研究 2025 “湘超”在本地裁判员队伍建设、赛区运营机制、“第二现场”设置和服务、票务供需关系等方面存在的问题和不足。

“初战筹备期很短，我们摸着石头过河。新赛季我们将进一步提升决策科学性，优化办赛细节。我们有信心让‘湘超’持续火爆，产生更大经济效益和社会效益。”2025 “湘超”组委会有关负责人说。

在记者看来，围绕“湘超”，一个覆盖省内外、全年龄段的正向情感共鸣空间已然成形。进入新赛季，球员、球迷、媒体等参与者更应珍惜、维护这来之不易的局面，在赛场内弘扬体育道德风尚，赛场外引领社会文明风尚，更好展现湖湘儿女精神风貌。这，或许是“湘超”开启新篇章、实现可持续发展的必由之路。