

亲爱的我们

# 湘超背后的湘爱：它到底给我们带来了什么

文 / 邓魏 图 / 赵晗菁等

场上精彩不断、场下热梗不停。

近两月湖南人刷短视频，没刷到湘超都算“断网”。这些热梗，也是全国人民都知道。

湘超这么火，到底给我们带来了什么呢？

我们不妨来看看这五个“名场面”——

## 经济引擎：夜间经济“燃爆”

湘超揭幕战就玩了把大的！

9月7日，4万多人挤进长沙贺龙体育中心。

据长沙市商务局的数据，这一天，产生了4.4亿元消费，其中餐饮2.1亿元、住宿1.6亿元、交通0.7亿元。

而饿了么的数据显示：开幕当晚，夜宵订单直接涨20%，烧烤更是稳坐顶流宝座！

更亮眼的是，长沙周末直接涌来244万游客，重点景区挤了51.8万人，五一广场商圈更是突破133万人次，那叫一个热闹啊。



为了进一步将消费拉向高潮，长沙在赛事期间发放2025万元“湘超”专属消费券。这赛事经济火了，它还在全省形成了燎原之势。

邵阳主场开赛当日，接待游客51.144万人次，直接带动赛场周边餐饮、住宿、交通等消费约1.5亿元。

郴州直接甩出760万元消费券，推出“看球+游东江湖”套餐。

凤凰县拉上60多家企业“搞事情”，整了个“湘超+”文旅大礼包，194家店跟着打折。

尤其是，14个市州凑一起整“湘超，超好玩”活动，100多条旅游线路任你挑！

有人初步估算，整个联赛下来，湖南光文旅消费就能冲20亿元！

## 城市联动：14市州“搭子”狂欢

湘超早不只是绿茵踢球，更是成了三湘四水的城市大派对。

几周前，湘超刚一开锣。有人喊出“友谊第一、比赛第二、长沙第十四”的口号；有人戏称“苏超是十三太保都想当老大，湘超是十三个充电宝都想揍老大”。接着，谐音梗也玩到了新高度。

杀“株”粉VS衡阳“菜”、“E踢C”（谐音“ETC”）大战，



“湘B拆成湘D”。工业对决，株洲不“水”、衡阳不“菜”。

常德“酱板鸭”赢了郴州“临武鸭”，进球炸场。

株洲文旅还把衡阳的“周末不忙，来趟衡阳”改成“周末不忙，拿下衡阳”。

不仅如此，各个城市把四大名著剧集翻出来“魔改”，台词全换成赛场“放狠话”。这种赛前“约架”，笑料比赛事还上头！

14市州“对对碰”，绿茵激情燃遍湖湘！

各市州赛场比拼，实则把历史底蕴、文旅魅力全玩出花。这恐怕是湖南近年来民间最热闹的城市联动吧。

这些城市之间，看上去是“互怼”，实则是秀恩爱——各个市州手拉手才能聚力搞大事，把湖湘足球和城市发展都盘活。

## 文化歌唱：湖湘文化“出圈”

湘超看着是业余足球赛，实则把湖湘文化玩明白的“老网抑云”——不，是“老传播手”！

先看球员，尽管他们是业余的，提桥“霸得蛮”是真的。

再看赛区，每个都有“地域梗”。岳阳摆岳阳楼展板，湘西上苗族摆手舞，球队名带“湘楚”“芙蓉”，队徽印橘子洲头。看个球还能顺带认地标，这波知识摄入真不错。

邵阳球员更是穿着甲冑上场，把老手艺玩成了潮活儿。



而张家界队带着“阿凡达”来了，整出了科技范。

还有苗鼓、巴陵戏、湘昆围着绿茵场转，就这么个“赛事+文化”的操作，湘超成了

移动的湖湘文化展览馆。

要说最出圈的，那得是永州。永州顺势推出的“树上挂票”，是门票秒光后球迷爬树观赛催生的趣味操作，官方还附赠出《树上挂票指南》，甚至不忘玩“永州异蛇”梗提醒安全。

线下玩得嗨，线上传播也没落下。

网上的爆火，不仅刷新了地方业余联赛的传播纪录，更通过“体育+文化+旅游”的创新模式，把湖湘精神、非遗技艺、地域特色等元素推向全国，这完全是妥妥的2025年现象级文体IP啊。

## 体育革新：市民休闲“蓄能”



湘超来了，湖南14个市州主场场馆均进行了改造。

尽管我们的目光被永州“告化子球场”吸引，但其他市州也在默默借着湘超发力。

比如，长沙贺龙体育中心铺上了专业草皮，衡阳体育中心改造声光电系统，益阳市奥林匹克体育场达标专业四级照明，湘西凤凰县民族体育运动中心则进行了全方位升级……部分场馆设施达到职业联赛准入标准。

体育从不是少数人的游戏，接地气才够劲，这才是能长久火的密码！

湘超最绝的是“草根C位”，学生、打工人都能代表城市出战。

比如，株洲队里有高中生、中车株机职工，10个企业球员超接地气。

各市州组队时，不会为了短期成绩临时找外地球员凑数，反而会盯着本土青训。

湘超在青训上也直接“下狠活”，搞出“金字塔式”体系，把学生推上赛场。

据湖南省体育局数据显示，每场比赛每队至少3名中学生同时上场。全省14支球队里，58%的球员是学生。

省足协还搞了“1245工程”，计划3年建满全省青训基地，目标2027年培养10名以上国青队球员。

这样一来，青少年球员和咱们老百姓就能当赛事主角。

到最后，就能形成有活力、能长久的足球环境。

不仅如此，这也直接拉高体育事业的整体发展。

## 品牌升级：湖南美誉“狂飙”



这一个多月下来，我们不难发现——湘超可不是小打小闹的省级联赛，直接成了湖南的新名片，火到全国甚至国外。

央视、新华社天天提，人民日报都夸它，这排面，没谁了；

湘超的热度，不仅在抖音、微博等平台上滚烫，海外社交媒体#XiangSuper#话题热度也一度超越英超、西甲。

截至9月22日，湘超在四大平台火到离谱，话题传播20.7亿次、热搜1201次，这存在感直接拉满。

赛事还吸引了国际合作——娄底队与巴西银河队的友谊赛、石门五小足球队在西班牙BRAVA CUP足球锦标赛的亮眼表现。

湘超这热度，连赞助商也在抢票——之前财信金控、五粮液、点石家装这些大佬，早早就抢着冠名、赞助占坑。

后来，九芝堂、文和友、盐津铺子，连顺丰速运都赶趟儿来，扎堆当长沙赛区特约赞助商，生怕跟不上热闹。

这种品牌冠名热度，已经很多年没见着啦。

今天，湘超已经不只是“球赛”，更是湖南人的快乐嘉年华。

湖南人用“热爱”织就的发展答卷——它让赛事成经济火种，让城市“互怼”变联动纽带，更让湖湘文化借绿茵出圈。

这份“湘爱”，是湖湘精神在新时代更鲜活的表达。