●粤超·决赛
深圳队 1:0 东莞队

鏖战7个多月,深圳大热夺冠

粤超用足球点燃21座城
球票只是入口,“票根经济”才是重头戏

周六晚上,广州市越秀山体育场人声鼎沸。长达7个多月的粤超联赛终于落下帷幕。决赛中,深圳队开场不久就点球破门,尽管后面队长因报复性动作染红,但大半场时间少打一人的情况下,深圳队还是把一球领先的优势保持到了最后。凭借这场胜利,深圳队以赛季不败的战绩夺冠。

从4月到11月,21支城市代表队,用123场比赛联结起了全广东的热情。它撬动的东西,要比赛事大得多——它让人重新相信,足球是最鼓舞人心的运动,能带动起所有人的关心与热情。

■采写:新快报记者 王敌 梁潇静
■图片:新快报记者 毕志毅



■11月28日晚,2026粤超决赛在越秀山体育场举行,深圳队以1-0战胜东莞队,夺得本赛季粤超联赛冠军。图为颁奖现场。

黑马奇迹止步决赛,深圳队少打一人仍获胜

和粤BA决赛一样,粤超决赛也是“莞深决”。不过,不同于东莞队在广东篮坛的统治地位,粤超的东莞队可谓是一匹“黑马”。在淘汰赛开始前,舆论普遍不算看好东莞队,毕竟东莞队在常规赛排名东区第4。

然而,从附加赛开始,东莞队便一路淘汰了拥有“魔鬼主场”的阳江队、西区头名晋级的湛江队和夺冠热门之一的梅州队。另一边的深圳队,常规赛阶段10轮8胜2平,直到决赛开始前仍保持不败(14场11胜3平)。

一边是头号大热,一边是最大黑马,决赛的关注度非常高。昨晚,越秀山体育场座无虚席,除了莞深两队的支持者,也不乏广东其他城市的球迷。来自清远的胡先生此前与球迷朋友在清远现场观看过粤超比赛,“我目前在广州工作,想着有时间就过来看看,今天我支持足球本身,相信两队能踢出精彩的比赛!”

决赛打响后,硬实力更强的深圳队一上来就占据上风,而且开场不到10分钟就凭借点球取得领先,东莞队则只能勉力招架。然而,上半场结束前,深圳队队长因为报复性动作染红,接下来大部分时间只能以10人迎战,人数上的优势让东莞队看到了进球的希望。接下来大半场时间,两队势均力敌,东莞队也屡屡打出攻势,直到终场前还有扳平比分的机会。可惜,少打一人的深圳队顶住了东莞队最后的反扑后,把比分保持到了最后,东莞队的“黑马奇迹”没能延续到最后。

终场哨响,深圳队全员冲进场地庆祝夺冠。算上决赛的1:0,深圳队以全赛季15场12胜3平的不败战绩夺冠。

用票根串起消费链,跨城看球成出行新思路

今年5月17日晚,广州队在越秀山体育场迎战茂名队,客队球迷看台上坐满了近千名来自粤西地区的球迷。

这次粤超决赛现场,来自茂名的球迷梁先生说,这是他今年第三次来越秀山体育场看粤超。“之前是跟着支持的球队来,这次觉得都到决赛了,当然要来看看。”

这是球迷随本地球队出行的缩影。同程旅行数据显示,粤超赛事前后,广州、揭阳、湛江等举办城市酒店预订热度较平日涨超86%,进港机票预订热度增长60%。汕头、茂名、中山等地高品质酒店预订增速显著,住宿时长普遍达到3天2晚。看一场球,住两晚,吃几顿,逛一圈——球票只是入口,后面的行程才是重头戏。

票根经济是这套逻辑的核心。全省21个地市同步推出百余项文旅惠民举措,“票根惠民礼包”把景区、酒店、餐饮、购物串联起来。在越秀,凭粤超票根,中山纪念堂、广州动物园、广州博物馆等景区首道门票直接8折,珠江夜游也有专属福利。在阳江,咸水矿温泉成人票从118元降到38元。在湛江,票根可以换军博园参观、游船打卡、特色手信折扣。

梅州的数据更直观。三场粤超主场赛事,合计带动消费4706.6万元,场均消费突破1568万元。梅州五华赛区单场比赛消费增收1059.8万元。东莞队15号小球员蓝宏政的母亲告诉新快报记者,自己本赛季跟随东莞队去了每一个客场,“场场都到位!”她说,自己在随队看球的同时,还会去当地景点游览。“比如梅州的客场我们去了球王故里,此外还去吃了很多各地美食。”

粤超用家乡话解说比赛

粤超在传播上做对了一件事:不端着。赛事提供粤语、潮汕话、客家话等多语言解说,精准匹配不同地区观众的收看习惯。粤北、粤东、粤西的球迷,打开直播就能听到自己的家乡话。

在潮汕观众小程看来,用本地语言解说体育比赛,是一种积极的尝试。在她关注的粤超、粤BA赛事中,就遇到过一名普通话讲解配合一名潮汕话讲解的方言解说场次。“我觉得方言解说员在解说过程中,尤其是比赛间隙宣传当地文化、美食以及旅游资源的时候,更接地气、有感染力。”她说。

这种“不端着”的姿态,反而让粤超在短视频平台上跑了起来。揭幕战相关自媒体内容全网曝光量超过2100万。梅州啦啦队的客家风情表演,全网播放量超过8000万。绝杀瞬间的短视频,一条就能突破10万播放。没有天价版权,没有顶级球星,但粤超的画面里有人、有城、有方言、有烟火气。

更关键的是,粤超把21座城市的文化符号放进了同一个叙事框架里。醒狮、英歌舞、鱼灯在开幕式上轮番登场,各赛区在中场休息时展示自己的非遗和民俗。一场球赛的转播,同时是一次城市形象的集体露出。对很多镇街来说,这是它们第一次以“城市代表队主场”的身份被看见、被关注、被认同。

粤超用大半年时间证明了一件事,当足球真正扎进城市、扎进基层、扎进普通人的生活,无需豪华包装,就可以有生命力。

赛事给小球员提供舞台

粤超对广东足球的意义,不只在看台上,也在绿茵场上。

广州队主帅彭锦波说过一句话,“粤超给青训小将提供了难得的曝光舞台,让他们受到社会关注,获得高质量的实战锻炼机会。”此言非虚,广州青训体系近年来向各级国字号输送的球员超过30人,U19国足29人名单中有12人出自广州青训。

然而,足球青训的“最后一公里”,一直是个难题——练得好,然后呢?球员如果得不到实战机会,比赛经验就很难得到积累,也更难崭露头角。粤超提供了一个“然后”。一个本土年轻球员,可以在主客场制的省级联赛里,在真正的观众面前,踢真正的比赛。

惠州队的例子更有说服力。这支球队平均年龄20.58岁,全部来自惠州本土,脱胎于校园足球体系。纵然开局8轮7场不胜,却越踢越好,收官阶段先是两连胜,末轮更是逼平了最后的冠军深圳队。尽管成绩不算亮眼,但惠州方面已经明确计划保留粤超班底,打造市级常态化队伍。一支草根球队打完一个赛季,留下的不只是战绩,还有建制、经验,以及一条从校园到职业赛场的通道。

广东有191所全国青少年校园足球特色学校,仅惠州龙门县,特色学校就占全县中小学的70%。粤超的存在,让这些学校里的孩子看得见下一站。青训不再是“练了再说”,而是“练了有地方去”。这条路,正在被一场一场比赛踩实。

体育比赛的实战意义永远比口号更实在。当粤超让越来越多的孩子爱上足球,广东足球也终有一天会重现辉煌。





■精彩的粤超决赛现场。