

烟台队输球,烟台却赢了

“齐鲁超赛”点燃城市激情,成为“体育+文旅”的多元载体

9月20日晚,烟台体育公园体育场内灯光璀璨,2万余名球迷的呐喊助威声震耳欲聋。这并不是中超的火爆现场,而是山东省齐鲁足球超级联赛(以下简称“齐鲁超赛”)烟台赛区首场比赛的生动写照。

虽然烟台队惜败济南历城城发泉盛队,但这不单单是一场足球比赛,早已溢出赛场边界,成为一场全民参与、文旅融合的足球狂欢。那么,一场“齐鲁超赛”何以重燃烟台这座城的足球记忆?

文/片 记者 钟建军 王琳
于洋 吕奇 烟台报道

超燃:22138名观众到场

当晚,22138名观众涌入场看台,身穿红色球服的烟台球迷挥舞着旗帜和助威棒,爆发出震耳欲聋的欢呼声,让整个球场成为红色海洋。

两支秧歌队现场斗秧歌,少儿民俗舞蹈《娃娃高跷》俏皮可爱,中华武校《少年中国》刚劲有力……精彩的文艺演出,让观众在比赛开始前就感受到了浓浓的烟台文化魅力。

晚上7点30分,随着主裁判的一声哨响,比赛正式打响。开赛后,济南历城城发泉盛队冲劲十足,开场仅13分钟就先进一球。但烟台队毫不气馁,在23分钟时扳回一球。球迷不断掀起人浪,欢呼声如山呼海啸。

“战斗,烟台队!”“烟台队!加油!”烟台球迷们的呐喊声、加油声响彻体育场。从比赛过程看,职业阵容的济南队整体实力明显强于以业余球员为主的烟台队。

尽管最终烟台队以1:3惜败于实力更强的济南历城城发泉盛队,但队员们拼搏到最后一刻的顽强赢得了全场观众的尊重和掌声。

“非常精彩的一场比赛,现场气氛太好了!”来自烟台开发区的陈女士笑着说,“正好是周末,特意带着孩子一起来看球赛,为我们的烟台队加油!”

欢乐:隔空喊话玩梗不断

其实,“齐鲁超赛”现场的火爆氛围在比赛开始之前就已现端倪。赛前,一条条融合山东各地市区域文化特色的赛事主题宣传口号,陆续出现在了全省各地市核心商圈的大屏幕上,引起市民和球迷广泛关注。

烟台与济南的绿茵对决不仅是球技的比拼,更是一场充满山东特色幽默感的“梗艺”比拼。两座城市的海报和口号将地域特色、饮食文化和对胜利的渴望巧妙融合。

烟台的海报和口号显得格外“有想法”。烟台用“鲁F的F,是First的F”“鲁Y是赢球的Y”这样巧妙的口号,既点明车牌标识,又直白地表达了对胜利的渴望。



齐鲁超赛烟台赛区首场比赛现场十分火爆。

一组“把子‘太’肉,回家练练吧”“烟台‘苹’实力把你踢F……”的海报,更是将这种机智幽默展现得淋漓尽致。它巧妙地将济南的把子肉和烟台的苹果融入其中,谐音“太肉”暗示对手移动慢,“苹果”则谐音“凭”,表示要凭实力取胜,“踢F”则再次玩转车牌梗。

面对烟台的“挑战”,济南的回应则延续了其一贯的风格,带着省会的底气和自信。“鲁ABCDEFG,谁第一还不明显吗?”“省会永远是咱!你济哥永远是你济哥”……直接、笃定,强调其不可动摇的“老大哥”地位。

烟台和济南这场围绕“齐鲁超赛”的隔空互动,充满了山东人特有的幽默和浓厚的地域文化特色。它让足球比赛超越了单纯的竞技,成为一场连接市民情感、展示城市魅力的欢乐盛宴。

回归:足球点燃城市激情

再说这场热血沸腾的比赛,意义其实远超比赛胜负。

在比赛前后,“17年”成为烟台球迷们频繁提及的一个时间词汇。这不仅是一场比赛,是一次跨越年代的足球重逢,响彻体育场的助威呐喊声,更是球迷们对漫长等待的回应。

“终于盼来了咱烟台人自己的足球队和比赛。这一等,就是17年。”不少球迷感慨道,置身于烟台体育公园体育场,看到这么好的看球氛围,让人有一种穿越的感觉。

上次在烟台体育公园体育场里举办的正式足球赛事,还要追溯到2008年。之后,这个体育场再未举办过正式的足球赛事。

对于烟台球迷来说,一直盼着有一支烟台的球队征战绿茵场。“能再次走进熟悉的看台,我很兴奋。”烟台老球迷李建成说,“我们盼来了家乡的足球队,能为家乡队现场助威呐喊,这圆了我们老球迷的心愿。”

出现在齐鲁超赛上的这支烟台队,并非传统意义上的职业球队。30名球员来自各行各业,年龄跨度从18岁至47岁。从体育老师到校园新星,从公职人员到职场精英,他们脱下职场装扮换上球衣,在绿茵场上为家乡荣誉奔跑。

“不在乎结果,只注重过程。我们来到现场,就是为烟台队加油的!”一

位女球迷朴实的话语,说出了许多烟台球迷的心声。这一刻,无关胜负,唯有热爱。

多元:赛事搭台全域唱戏

“齐鲁超赛”首场比赛结束了,又给烟台留下了什么?

不难看出,这场足球赛事已经超越单纯的体育竞技,成为“体育+文旅”的多元载体,更成为展示烟台文明城市形象的窗口。

除了赛场内的热烈氛围,赛场外同样热闹。在体育场外,“‘参’入烟台

拥‘鲍’大海”齐鲁超赛烟台赛区美食好品荟同步举办,全方位呈现烟台地方特色物产与鲁菜文化魅力。

许多市民和球迷围在各个摊位前品尝烟台美食、购买当地特产。“早就听说海肠捞饭了,这次来烟台吃到正宗的了,确实非常鲜美。”来自济南的球迷陈先生对海肠捞饭赞不绝口。

在烟台好品专区,烟台本土头部名优企业集中展示了烟台苹果、莱阳梨汁、蓬莱八仙酥等。老字号非遗专区则汇聚烟台本地非遗代表性项目、老字号、文创商家,集中展销八仙葫芦、烟台剪纸、胶东槐花蜜等老字号产品及文创产品。

除了有美食,还能“跟着齐鲁超赛游烟台”。“齐鲁超赛”期间,烟台市重磅推出旅游景区优惠大礼包——全市共16家A级景区面向符合条件的球迷免首道门票,另有23家景区推出特色节庆、折扣及体验活动,为的是将赛事“流量”变“留量”。

从美食非遗到文艺演出,从贴心观赛服务到景区优惠,从热情呐喊到文明观赛……赛事成功举办,背后也离不开烟台多部门高效协同、精准保障的硬核支撑,更有着城市温度与组织智慧的集中绽放。

比赛结束后,烟台球迷上演“满分退场”,自发收拾看台上的垃圾,生动诠释了“比赛第一,文明并列第一”。离场的球迷们带走的,远不止于一场比赛的记忆。

当终场哨响,人群逐渐散去,整座城市的脉搏却依然为足球跳动。这场全民共享的盛会,正是烟台以“足球搭台、全域唱戏”理念推动文体旅融合的一次生动实践,更是对城市协同管理和文明水平的一次检验。

新闻观察

大众新闻记者 石念军

伴随齐鲁超赛火热开场,这场深度融合山东体育与文旅资源优势的足球联赛登上了周末的热搜榜单,成为继“村超”、“苏超”之后的新晋“网红”。齐鲁超赛何以超越绿茵场,成为本地人炙手可热的公共话题,外地人观察山东的崭新窗口?

齐鲁超赛,形态是“赛”。

齐鲁超赛全称山东省齐鲁足球超级联赛,2025新赛季已经是第十一届。

新鲜出炉的2025年齐鲁超赛,对传统“鲁超”的超越是全方位的。本届赛事采用“三大联赛贯通、两个阶段递进”的全新赛制。“三大联赛贯通”即在保留地方、高校赛事特色的同时,实现山东省齐鲁足球超级联赛(齐鲁超赛)、青岛城市足球超级联赛(青超)、山东省大学生足球超级联赛(大超)的融合发展。第一阶段三大组别各自开战、各展风采;第二阶段,三个大组的冠军球队将同场竞技,展开“首届齐鲁足球俱乐部联赛总决赛暨齐鲁球王争霸赛”的巅峰对决,决出总冠军。

打破区域限制、阶层分割,实现一体规划、融合发展,形成统一的全民健身足球大市场。可以说,得益于这一理念的落地实践,齐鲁超赛得以摆脱模式束缚、打破圈层限制,真正具有了构建“共建共享、覆盖全省”区域头部品牌的基础。

齐鲁超赛,关键在“超”。

商业领域历来重视的模式创新,其核心秘诀就是最大限度整合既有成功模式,以优化组合的方式最大限度地提升效率,继而取得更优收益。体育赛事组织运营的能力提升和品牌打造也一样,完全可以纵览他山之石以攻玉。

回溯今年齐鲁超赛的声名鹊起,其实在绿茵场上硝烟乍起之前已有端倪。

“鲁ABCDEFG,谁第一还不明显吗?”“@齐稷联合足球俱乐部:谁让你把把子肉,架在烧烤炉上的”“把球沿着经十路,一脚踢回济南去”……

熟悉的味道,不同的感觉。今年5月,火爆出圈的“苏超”曾凭一手花式玩梗圈粉无数,让赛事跳出单纯的竞技范畴,变成全民参与的欢乐盛宴。时隔数月,我们山东人终于也有了借助足球赛事玩梗的机会。主流网络资讯平台上,一条条主题“神评论”的造梗接梗,让比赛热度声浪如潮。

吸引草根参与、制造全民狂欢、构建共同记忆;以足球为场景、文化为内核,打造“足球+”体育文旅融合消费新场景。旁观齐鲁超赛赛场内外可以发现,诸多细节在“村超”“苏超”等同类爆款案例甚至“淄博烧烤”等跨界爆红案例中都似曾相识,甚至如出一辙。这是流量时代的流量本质决定的,也是打造“网红”所不可回避的流量因素。

齐鲁超赛,根在“齐鲁”。

如果说“苏超”对“村超”的超越,本质上是城市资源对县域资源的超越。那么,同样作为城市联赛的齐鲁超赛又该如何实现新的超越?

齐鲁超赛的答案是清晰的,那就是独特的区域文化资源禀赋。

以区域文化资源禀赋而论,山东自然历史文化资源之丰富,置身世界城市群范畴亦不遑多让。且不说以“一山一水一圣人”为代表的泰山、黄河、孔孟等资源禀赋独步世界,红色文化、运河文化、海洋文化、齐文化、民俗文化等,亦享誉海内外。浩如星云的地方文化特色资源,为区域赛事品牌打造提供天然的差异化优势。

把足球当针,穿起烧烤、高铁、汉服、风筝和啤酒;把球迷当客,引入城、留住宿、再发朋友圈;把赛季当节,过成24节气之外第25个“山东节气”;把流量当田,春播、夏长、秋收、冬藏;把“齐鲁超赛”四个字从一条热搜,变成一块招牌、一种生活方式、一张山东的新名片。

齐鲁超赛,为啥这么“赛”