

从“苏超”到“德甲”——中德城市足球发展模式的比较研究

汤昕宇¹, 林永棋²

¹ 武汉华夏理工学院 湖北武汉

² 武汉体育学院 湖北武汉

【摘要】2025 年江苏省城市足球联赛（“苏超”）的火爆，引发了关于中国城市足球发展模式的探讨。本文通过比较研究，对比了“苏超”与拥有深厚积淀的德国城市足球模式。研究指出，“苏超”体现了“政府主导、流量驱动、文化赋能”的中国特色，而德国模式呈现“协会自治、产业支撑、社区深耕”的特征。二者殊途同归，均证明了城市足球是城市治理的有效柔性路径。本文建议中国城市足球在保持特色的基础上，借鉴德国在青训、俱乐部社区化及球迷文化方面的经验，探索可持续发展模式。

【关键词】苏超；德甲；城市足球；发展模式；比较研究

【收稿日期】2026 年 2 月 15 日 **【出刊日期】**2026 年 3 月 16 日 **【DOI】**10.12208/j.sdr.20260031

From “Su Chao” to “Bundesliga”: A comparative study on urban football development models between China and Germany

Xinyu Tang¹, Yongqi Lin²

¹ Wuhan Huaxia Institute of Technology, Wuhan, Hubei

² Wuhan Sports University, Wuhan, Hubei

【Abstract】The popularity of the 2025 Jiangsu Provincial Urban Football League (“Su Chao”) has sparked discussions on urban football development models in China. Through a comparative study, this paper contrasts the “Su Chao” with the deeply rooted German urban football model. The research points out that “Su Chao” embodies the Chinese characteristics of “government-led, traffic-driven, and culturally empowered”, while the German model features “association autonomy, industry support, and community cultivation”. Although taking different paths, both models demonstrate that urban football serves as an effective and flexible pathway for urban governance. This paper suggests that while maintaining its distinctive features, Chinese urban football should draw on Germany’s experience in youth training, community-based club development, and fan culture, in order to pursue sustainable growth.

【Keywords】Su Chao; Bundesliga; Urban football; Development model; Comparative study

1 引言

1.1 研究背景

2025 年，“苏超”迅速成为现象级赛事，85 场比赛吸引现场观众 243.3 万人次，线上观看破 22.2 亿人次，并产生强劲的经济拉动效应。“1 元苏超门票”可撬动 7.3 元周边消费^[1]。在“苏超”带动下，全国多地省级城市联赛相继爆发，成为中国社会足球的最热形态^[2]。同时，德国足球历经数百年沉淀，其以俱乐部为核心、球迷文化为纽带、深耕中小型城市的模式，为城市足球发展提供了成熟的参照系^[3]。对比二者，不仅能丰富中国语境下城市足球的理论

研究，也能为“苏超”等新兴赛事从“网红”走向“长红”提供可复制的实践范式。

1.2 研究意义

本文从治理模式、经济驱动、文化认同三个维度对中德城市足球模式进行系统比较。

1.2.1 理论意义

现有研究多聚焦于职业足球或国家队层面，对城市足球关注不足。“苏超”的出现，为研究中国的城市足球提供了新样本。通过与德国经验的比较，可以揭示城市足球发展的普遍规律与国别差异^[4]。

1.2.2 实践意义

“苏超”虽火爆出圈,但作为新兴赛事,其发展之路仍面临挑战。德国城市足球历经百年沉淀,积累了丰富的经验。借鉴德国经验,有助于“苏超”的发展,为中国城市足球发展提供可复制的范式。

2 “苏超”模式:中国城市足球的创新实践

2.1 设计理念:全民参与与城市荣誉

“苏超”从设计之初便确立了“全民参与+城市荣誉”的核心理念。这一理念体现在两个层面:(1)组队与参赛:13个设区市各组1支以城市命名的代表队,严格限制职业球员(限报4人,上场限2人),凸显业余与全民属性。(2)场地与受众:实现“一城一主场”,主客场制促进了城际文旅流动;19.9元的亲民票价吸引了大量非传统球迷群体,省内认知度高达95.2%。

2.2 运行机理与底层逻辑

“苏超”的成功是经济、文化与治理深度耦合的结果。在经济驱动层面,赛事依托“流量与票根”模式,将千亿级线上势能精准转化为实体消费增量^[5],并通过下探赞助门槛,构建了普惠性的小微企业营销基建;在文化驱动层面,江苏十三市的区域竞争格局被巧妙转化为赛场张力,极具传播力的“地域梗”升华为凝聚城市共识与身份认同的文化媒介^[6];在治理驱动层面,赛事依托政府主导并被纳入省级工作报告,肩负“促进文旅体商融合”的政策使命,蜕变为立足基层的柔性治理新模式^[7]。三个维度形成协同共生的动态闭环,以足球为纽带实现跨领域资源整合与相互赋能。

3 德国模式:城市足球的百年积淀

3.1 历史脉络:从“伯尔尼奇迹”到城市精神

1954年“伯尔尼奇迹”使足球成为德国战后重建与身份认同的精神起点。在德国,足球让马格德堡、科隆等中等城市在国际上“出圈”。马格德堡“蓝色一代”的狂热声浪与科隆方言区歌《我的挚爱,我的城市,我的俱乐部》,展现了足球作为城市向内团结、向外发声载体的强大力量。足球由此成为国家重建与身份认同的重要元素,也是唤起全社会的集体记忆与情感共鸣。

3.2 产业生态:从赞助营销到赛事经济

德国足球拥有成熟的产业生态,收入来自转播、门票等多支柱。自1973年首创球衣广告以来,赞助营销不断革新,如袖标广告为俱乐部增收。大型赛事经济拉动显著,2024欧洲杯即创造约10亿欧元

GDP增长,并带来长期溢出效应。此外,德甲每赛季还能贡献数十亿欧元产值并带动数万就业岗位^[8]。这种“足球+产业”的深度联动模式,为城市发展注入了源源不断的动能。

3.3 治理体系:协会自治与俱乐部体制

德国足球治理体系有三大特征:协会自治,由足协和职业联盟主导,体现高度市民社会传统;俱乐部体制形成从社区到职业赛场的完整序列,俱乐部作为社区核心与球迷形成深厚归属关系;独特的“50+1”政策确保会员掌握多数投票权,有效抵御资本过度渗透,使俱乐部始终服务于球迷与社区利益。

4 比较分析:模式差异与共通逻辑

4.1 治理模式比较

“苏超”属“政府主导型”治理,资源整合力强但行政成本高;德国为“协会自治型”,政府间接支持,运营专业化、社会参与度高,但对协会治理能力要求高。

4.2 经济驱动比较

“苏超”经济模式呈现“流量驱动”特征,依托新媒体快速积累流量,并通过“票根经济”转化消费,其优势是启动快、爆发力强,但挑战在于如何将短期流量沉淀为可持续的“留量”。相比之下,德国模式具有成熟的“产业生态”特征,依赖数十年来建立起的转播、门票、商品销售与赞助等多元收入结构,优势在于稳定性与抗风险能力强,但需长期专业化运营积累。

4.3 文化认同比较

“苏超”与德国足球在文化认同建构上底色迥异:“苏超”以“城市竞争”为核心,借区域博弈制造话题,但易引发地域情绪风险;德国足球则根植“社区归属”,球迷与俱乐部形成稳定情感纽带,足球与城市生活相融,升华为深沉的热爱。

4.4 共通逻辑

中德城市足球发展路径虽异,但底层逻辑高度契合。首先,二者均将足球作为城市治理的有效工具,以激活城市活力、增进社会认同。其次,文化认同均为赛事生命力的核心,无论是“苏超”的地域梗还是德国的球迷文化,本质上都在唤醒市民的归属感。最后,二者均实现了经济价值与社会价值的共生,既拉动消费与就业,也凝聚了城市认同与社区向心力。

表1 “苏超”与德国在治理模式上的比较

维度	“苏超”模式	德国模式
组织主体	政府主导, 省体育局、市体育局牵头	协会自治, DFB、DFL 主导
政府角色	“平台构建者” “协调联结者”	间接支持, 主要通过政策、基础设施
参赛单位	行政区划 (13 个设区市)	俱乐部 (社区俱乐部、职业俱乐部)
决策机制	政府统筹+多方协商	协会决策+会员投票
制度特色	“高效办成一件事”清单管理	“50+1” 会员制

表2 “苏超”与德国在经济驱动上的比较

维度	“苏超”模式	德国模式
核心逻辑	流量经济+票根经济	产业生态+赞助经济
消费拉动	1 元门票撬动 7.3 元周边消费	德甲每赛季贡献数十亿欧元产值
赞助体系	政府主导+小微企业参与	市场化运作+大企业深耕
产业融合	“体育+文旅” “体育+消费”	“足球+产业” 多业态联动
创新亮点	小微企业“绿色通道”	球衣广告、袖标广告等多元赞助

表3 “苏超”与德国在文化认同上的比较

维度	“苏超”模式	德国模式
认同载体	城市荣誉感+地域梗文化	俱乐部归属感+社区认同
文化表达	特产代称、自嘲叙事、戏谑表达	球迷歌曲、助威文化、传统仪式
传播路径	短视频平台、社交媒体“造梗”	口耳相传、代际传承、媒体传播
情感纽带	“我家球队” “城市面子”	“我的俱乐部” “社区骄傲”
典型案例	“输了水蜜桃加盐”	《我的挚爱, 我的城市, 我的俱乐部》

5 经验借鉴与发展启示

5.1 构建科学化青训梯队: 从“政策倒逼”向“全链条人才供给”转型

德国足球的繁荣源于科学的 U 系列青训体系及严密的教练考核机制。当前, “苏超”虽通过“U22 双阀门”规则为本土青年球员释放了实战空间, 但亟需将这种“政策倒逼”转化为内生驱动的“人才供应链”。具体路径为: 一是搭建与主赛事深度衔接的 U13 至 U22 梯队竞赛矩阵; 二是引入标准化、专业化的教练员培训与动态评估机制; 三是深化“体教融合”, 扩大校园基本盘, 夯实长远发展的竞技基石。

5.2 优化俱乐部组织形态: 从“行政代建”向“社区扎根”演进

德国模式中, 俱乐部是维系社区情感的社会化节点。相比之下, “苏超”现行的“城市代表队”模式虽具备组织高效率, 但在培育球迷深层情感羁绊上存在局限。为此, 建议探索“城市代表队+社区

俱乐部”双轨机制: 宏观上维持城市队品牌, 微观上扶持社区俱乐部作为“基层触角”; 同时适度引入德国“50+1”理念以拓宽球迷参与治理渠道, 并将足球基建与城市微更新绑定, 使球场转化为高频互动的社区公共空间。

5.3 深化属地文化培育: 从“符号消费”向“深层情感认同”升华

“苏超”依靠“地域梗”等符号化消费获得传播势能, 但其泛娱乐化倾向可能导致文化生命短暂。相比之下, 德国足球文化根植于社区生活与代际传承, 更为深厚。因此, “苏超”在保持网络活力的同时, 需着力沉淀文化内核: 一是创作具有本土特色的球迷歌曲与助威方式; 二是规范、扶持球迷协会, 建立常态化沟通机制; 三是挖掘城市足球历史, 为赛事增添文化厚度。

5.4 完善赛事治理体系: 从“现象级传播”向“制度化长效发展”迈进

“苏超”欲跨越短期爆发的周期律以实现长期

可持续发展,其核心要义在于“治理的制度化”。借鉴德国足球全方位制度保障的韧性,未来“苏超”应深化以下路径:一是凝练“政府引导+市场协同”的混合型治理范式,形成标准化、可复制的制度体系;二是推动赛事运营理念向外辐射,构建长三角一体化的社会足球协同发展网络;三是打破社会赛事与职业联赛壁垒,构建二者互为支撑、良性循环的产业生态圈。

6 结语

“苏超”与“德甲”展现了两种城市足球路径:前者体现“政府主导、流量驱动、文化赋能”的中国特色;后者则呈现“协会自治、产业支撑、社区深耕”的经典模式。二者虽形态各异,但同为城市治理的柔性载体。“苏超”的火爆印证了中国社会足球潜力巨大,未来要从“网红”走向“长红”,需借鉴德国经验,在制度、文化与青训上深耕。归根结底,足球为城市带来的不仅是赛事,更是市民的归属感与持久的生命力。

参考文献

- [1] 娄虎,刘萍,房立栋,周宁,吕和武. 省域体育赛事消费主体经济拉动效应的量化评估——江苏省城市足球联赛实证研究[J]. 体育科学, 2025, 45(7): 15-21.
- [2] 郑志强,郝子华,董浩铠. “苏超”联赛的内在机理:区域竞争、流量经济与城市足球[J]. 河北体育学院学报,

2025.

- [3] 刘浩. 德国足球治理及其启示[J]. 体育科技文献通报, 2021, 29(3): 23-28.
- [4] 陶玉流,王越,王一清,等. 江苏省城市足球联赛的出场语境、在场样态与立场自觉[J]. 北京体育大学学报, 2025, 48(7): 13-21.
- [5] 谷鹏,刘力菲,徐冉. 江苏省城市足球联赛火爆出圈的传播效益形成机理研究[J]. 北京体育大学学报, 2025, 48(7): 3-12.
- [6] 赵晶,李紫薇. 江苏省城市足球联赛地域文化认同的建构机制与发展路径[J]. 北京体育大学学报, 2025, 48(7).
- [7] 沈克印,檀永箭. 群众性体育赛事提振文体旅消费的优化路径研究——以“苏超”为例[J]. 天津体育学院学报, 2025(5): 549-556.
- [8] 王家宏,崔李明. 江苏省城市足球联赛促进体育消费潜力释放的实践机制与发展路径研究[J]. 体育科学, 2025, 45(7).

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS