



编辑:杨鹏 视觉编辑:张雪梅 校检:鲍绪伟 组版:宫明美

“东北超”揭幕战流量燃爆 从票根经济到“留量”深耕 一场群众体育的焕新破局

大连新闻传媒集团/大连云记者杨鹏 大连理工大学新闻与传播学系数据新闻团队 汪佳丽 袁明馨 苏子怡 指导教师:武文颖

数据新闻研究室·大连

专栏合作 大连理工大学新闻与传播学系
数据新闻团队

5月23日,全国首个跨省区城市足球超级IP——东北地区城市足球联赛(简称“东北超”)正式揭幕,沈阳、长春、哈尔滨、呼和浩特四座城市同步开赛。绿茵场上的呐喊声此起彼伏,“东北超”不仅点燃了球迷的热情,更在赛场之外掀起了一场经济热潮。各地巧妙地将足球激情与地方特色深度融合,依托“观赛+旅游+消费”的新模式,让一张薄薄的票根化身撬动区域消费的杠杆,推动赛事经济从短暂的“流量”向扎实的“留量”转型。

《大连日报》联合大连理工大学新闻与传播学系数据新闻团队,结合微博、微信、抖音等主流平台的“东北超”热点数据,挖掘这场扎根东北大地的全民赛事,是如何跳出单一体育竞技范畴,以足球为纽带,凭借独特的区域联动模式和全民参与特质火速出圈,成功激发了东北文体旅活力,成为一张全新的体育名片。

“东北超” 用一张门票唤醒城市活力

“东北超”的门票19.9元,这张一杯奶茶价格的门票,不仅撕开了草根赛事的流量口子,更用最直接的数据证明:在东北大地上,足球从来不是遥不可及的奢侈品,而是刻进骨子里的生活日常。

从票务结构来看,“东北超”抢票潮早已突破了传统的线下窗口。数据可视化清晰地勾勒出官方售票渠道的流向:线上终端成为绝对主力。无论是移动端的即时操作,还是社交平台的裂变传播,球迷们用指尖投票,将购票效率拉满。这不仅仅是一场球赛的预售,更是一次数字化时代下,本土球迷行动力的集中演练。

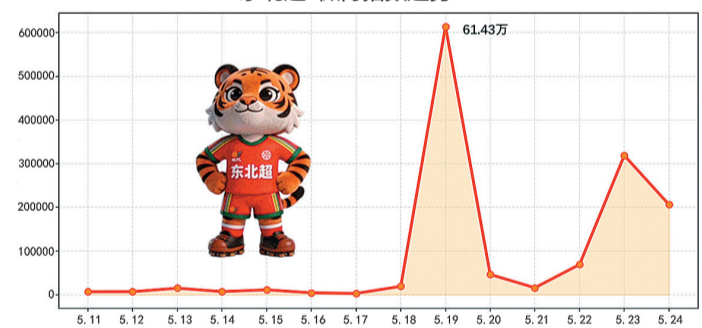
从19.9元的诚意定价,到多元渠道的线上抢票,再到全民参与的球员构成,“东北超”用最低的成本,撬动了最高的参与度,让足球真正回归了街巷与烟火。

揭幕战流量爆燃 草根赛事接地气

如果说球场是东北人释放热血的实体空间,那么互联网就是这场足球狂欢无限蔓延的巨型放大器。这场烟火足球的引线被点燃时,黑土地上的幽默与激情迅速席卷大江南北。

从微博与微信指数趋势来看,“东北超”在前期筹备和预热阶段始终保持着一一定的讨论度。5月19日前后,随着“东北超”球迷专列、明星嘉宾路透等预热内容发酵,微博指数率先迎来首轮爆发,热度瞬间冲高至61.43万,为赛事打响舆论预热的关键一枪。网友的热情在5月22日再一次升温,在5月23日微博热度一度飙破30万,微信指数更是突破了9000万。#东北超#话题在小红书上累计获得748.9万浏览、5.9万讨论;在抖音上相关视频播放量超5.2亿次。

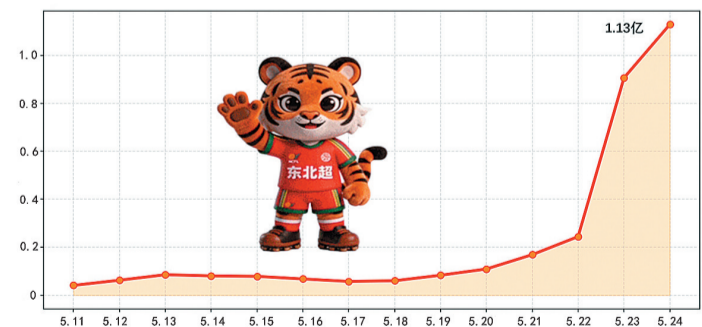
“东北超”微博指数趋势



开赛日指数日环比增长 360.29%	#“山海关不住东北超”话题# 9.5万	用户年龄分布 00后最多
------------------------------	-------------------------------	------------------------

数据来源:微博指数

“东北超”微信指数趋势



开赛日指数日环比 270.73%	视频号视频数 1.4万条	开赛日直播来源日环比 16718.54%
----------------------------	------------------------	--------------------------------

数据来源:微信指数

在“东北超”的绿茵热潮里,三只自带城市基因的吉祥物,成了赛场外最出圈的气象担当,也用各自的萌点,勾勒出东北城市的鲜活气质。

虎哥、沈宝、连宝都是我们的心头好。作为联赛通用吉祥物,虎哥象征东北人“虎头虎脑、拼搏向上”的精神气质,从文创周边到巨型装置,从深圳文博会上到“东北超”开幕,不仅是赛事符号,更成为东北文旅体商融合的催化剂。



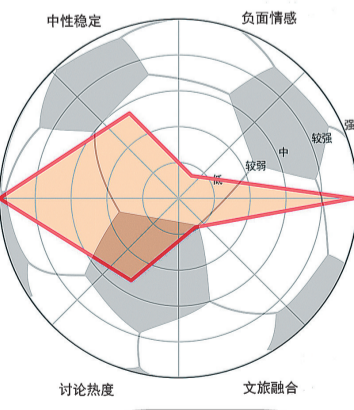
关于“东北超” 大家在关注啥?

揭幕战 好看 赞助
哈尔滨 沈阳 氛围
主场 鸡西
长春 视频 西
辽宁
山海关不 级酷
赛场 走 城市
直接 走 圆圆
联动 东 超燃 球
连接 开幕式 大连
加油 赛事 大连
于和伟 张天爱
雪饼 展开
足球联赛

数据来源:微博

从微博帖子词云图来看,地域认同占据绝对C位,“沈阳”“东北”“长春”“铁西”“辽宁”等词频繁出现,足球基因正在被“东北超”重新激活。

于和伟、高圆圆、张天爱等明星演员在开幕式时乘坐标志性东北“倒骑驴”花车,高呼“接着奏乐接着舞”,将“东北超”推向了更广泛的非体育人群。“加油”“好看”“热血”“烟火”等情绪词汇,成为网友讨论的高频词,可见这场草根足球赛事唤起了大众久违的赛场激情,打破了人们对专业体育赛事的固有印象,自带接地气的亲切感,让看球成了一件充满生活感的乐事。



词云图勾勒出讨论的核心焦点,雷达图则直观展现了讨论的热烈程度——情感维度呈现出典型的“大正小负”风筝形分布:在正面情感与热情强度上,网友盛赞赛事的纯粹与接地气,如“东北超开幕式气势如虹”“东北超超级酷,足球加美食”。

进一步拆解讨论内容可以发现,开幕式盛况是全网讨论的绝对核心。“堪比大型晚会”的评价,精准概括了这场草根赛事的热烈氛围。

赛事还实现了文旅融合——网友借观赛之机打卡本地美食、逛文旅展区,尽享“看球+逛吃”的双重乐趣。而“辽宁黑蒙一条心”的“东北一家亲”主题,既彰显了赛事跨区域联动的凝聚力,也成为地域认同的生动注脚。从开幕式上于和伟、高圆圆等惊喜亮相,到四万人体育场的沸腾氛围,再到“三亚是东北超的终极奖品”“场地里没有婆婆丁”的趣味玩梗,共同勾勒出这场赛事的烟火气与生命力。

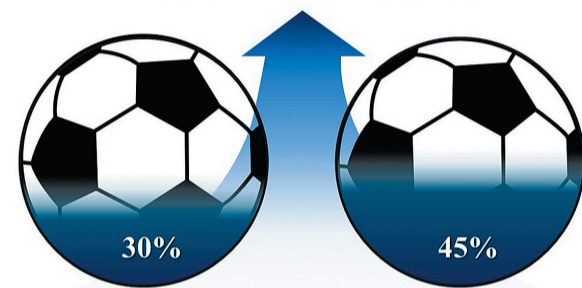
“东北超”开幕式,“东北超”比大型晚会! 236次 开幕式盛况	“明天的东北超,辽宁省内各地文旅展示团,那个铁皮帽子好好玩!” 82次 文旅融合	“辽吉黑蒙一条心,为东北足球加油!!!” 69次 东北一家亲
“真是没料到!在全网开幕式现场,我看到了于和伟和高圆圆!!” 33次 明星助阵	“四万人的沈阳铁西体育场沸腾了!这是东北超的魅力!” 31次 球迷热情	“三亚是东北超的终极奖品!!!” 26次 趣味玩梗

数据来源:微博

票根经济“开花” 乘数效应凸显

赛场之外,围绕赛事IP的衍生消费玩出了新花样。主办方与地方商户联手,将足球流量导入餐饮、住宿、文旅等场景。这种深度的“联姻”,不仅放大了赛事本身的经济价值,更让“看球”变成了一整套的生活方式体验,实现了消费链条的极速延伸。

“东北超”尚未开赛,消费热度已率先在住宿端显现。木鸟民宿数据显示,沈阳民宿订单环比增长30%,铁西体育场周边更是猛增45%。“看完球就回家”的传统模式正在被打破,球迷愿意留下来过夜,意味着餐饮、夜宵、次日旅游等二次消费将被激活。这45%的周边民宿涨幅,正是“流量”变“留量”的重要量化信号。



数据来源:北京商报

随着“东北超”开战,一颗足球正成为撬动东北文旅与消费市场的强劲动力。赛事带动的经济消费涨幅已在多地显现:沈阳文旅搜索热度环比涨幅达235%,哈尔滨文旅产品搜索量环比上涨128%,沈阳桃仙机场进港机票预订热度同比上涨55%,观赛游热度持续攀升。

消费端与商业端同样迎来爆发,黑龙江省已发放超1亿元文旅消费券,赛事首期赞助金额超6000万元,为市场注入充足活力。

从文旅搜索到交通出行,从消费补贴到商业合作,一场足球赛事正以多元方式激活东北消费潜力,成为带动区域经济的全新引擎。

沈阳文旅搜索热度环比涨幅 **235%**

首期获取赞助金额 **6000万元+**

黑龙江省发布消费券 **1亿元+**

沈阳桃仙机场进港机票预订热度涨幅 **55%**

哈尔滨带动文旅产品搜索量环比涨幅 **128%**

数据来源:沈阳日报、HRB蓝网、沈阳网

大连市部分优惠景区速览



大连,则将票根经济的想象力推到了极致。持“东北超”球票,球迷可以畅游大连自然博物馆、老虎滩海洋世界、圣亚海洋世界、山海奇幻谷、大黑山、旅顺博物馆等核心地标。大连用一张票根把90分钟的足球赛,变成了整座城市的深度游入口。赛事是流量,拉动经济才是终点;而这张19.9元的票,正是连接二者的密码。

还有超多景区等你解锁!

数据来源:大连发布