

# 一支“升班马” 如何铸就“亚洲第一主场”？

上个月初，大连英博主场对阵青岛西海岸的中超比赛中，共有61616名球迷来到现场，刷新了梭鱼湾球场的上座纪录；10月19日，大连英博迎战武汉三镇，观众人数达到58218人，位列第27轮中超观众人数榜首——但大连球迷似乎对这份数据仍不满意，有网友“凡尔赛”地表示：“是因为天冷了吗？观众竟然这么少！”

本赛季，大连英博场均观众近6万，达到亚洲第一、世界前列。一支上赛季还在次级联赛打拼的“升班马”，球市为何如此火爆？

## “6万是梭鱼湾的上限， 不是大连球迷的上限”

位于大连甘井子区的梭鱼湾球场可容纳6.3万人。每逢主场赛事，身着蓝色助威衫的球迷便化作一片海洋，“大连必胜”的声浪与巨幅TIFO绘就的“足球城”字样相呼应，为这座球场增添一抹亮色。

2024年初，大连人俱乐部降级不久后宣布解散，足球城失去了顶级联赛球队。身在中甲的大连英博很快填补了球迷的情感空白，最后一轮对阵广州队，在60951名观众见证下，球队冲超成功，实现了三年“三级跳”的壮举。

“那场比赛是第90分钟‘绝杀’的，剧本都不敢这么写。”大连市体育局副局长王文勇说。

彼时，梭鱼湾已是“中甲第一主场”，在中甲历史上座率前10名的场次中，大连英博独占八席。

“6万是梭鱼湾的上限，不是大连球迷的上限。”大连市体育局党组成员、体育事业发展中心主任于化龙说。升入中超后，球队赚取了更多球迷的“信任票”，甚至“让球场显得有点局促”。队伍也用表现回应球迷的支持，28轮过后排名第10，超额完成保级任务。

在王文勇看来，大连球市的火爆，“硬件”与“软件”缺一不可。

三面环海的专业球场梭鱼湾自不必说，大连还有上千块足球场地，服务和培育了50多万名足球人口。“软件”则是当地的深厚底蕴，自清末足球传入大连以来，看球、踢球已经融入当地人血脉之中，成为城市文化的重要部分。

“不少大连人，小时候被父亲架在脖子上看球，长大后又带着孩子，扶着老父亲来看球，这就是大连人的生活。”王文勇说。

代代相传的热爱与年轻有拼劲的球队，碰撞出热烈的火花。新赛季，大连英博吸引了更多关注。光膀子呐喊的中年球迷，镜头中欢呼、拥抱的年轻情侣，成为自媒体上点击量居高不下的花絮。

“大海呀大海，是我生活的地方……”每逢谢场，球迷总会一同打开手机闪光灯，高唱《大海啊故乡》，场面异常震撼，引来不少他队球迷的“实名羡慕”。这样的氛围被大连球迷形容为“姿势”又“展洋”——在当地方言中，这两个词传递着值得炫耀的自豪和发自内心的畅快。

## “马里奥”和“伊夫耶库里”， 都是自家孩子

“马里奥加油！”“伊夫耶库里！”球场内，观众的喊声乍一听像在支持两名外援。但实际上，这是球迷给两名本土球员的爱称。

身形小巧的吕焯毅，被唤作“马里奥”；后卫晋鹏翔习惯将球衣紧掖入裤，被球迷亲切称为“伊夫耶库里”（衣服掖裤里）——客战长春亚泰时，数千名“远征军”齐声高喊这一昵称，让晋鹏翔感到惊喜又温暖。

大连英博俱乐部总经理陈东曾是大连万达的门将，如今又担任球队管理层。王文勇说，不少球迷是“看着他长大的”，让他跟球迷沟通事情，“比谁都要管用”。

“这些球员就像球迷身边最熟悉的人，最真实，也最能唤起和延续大连球迷的热爱。”王文勇说，“他们都被大连人当作自家孩子。为什么梭鱼湾火爆？因为有这样的情感联系。”

这样的球迷，成为梭鱼湾的“第12人”。为打造南看台的巨型TIFO，上百名球迷连夜从沈阳运来画布，现场搭建钢骨，拉绳定位，持续工作至凌晨；来自旅顺的球迷王立恒，多次从家中出发，长跑几十公里来到主场助威，在直播带动下，吸引了越来越多球迷自发助威。

“陈东们”也在回应这份热爱。大连英博专门设立了专职部门，定期与球迷组织深入交流，还会主动出资承担部分球迷的客场球票。

“球迷一场比赛下来，嗓子都能喊哑，回家都缺氧。但是他们乐意，这是所有人的球队。”王文勇说。

## 股改探索： 参股不控股，帮忙不添乱

“金元足球”泡沫破灭后，不少中超球队运营困难，难以为继，推进股权多元化改革成为社会各界思考的方向。本赛季大连英博的成绩和球市，部分应归因于股改方面的探索。

大连英博原本为单一民营企业投资人，抗风险能力较差，想在中超站稳脚跟，面临很大的运营压力。2024年底，在市政府推动下，大连獐子岛集团与大连汇融资产两家国有企业，分别受让俱乐部15%和5%的股权，合计持股20%，原有民营投资方大连统建发展集团保留80%股权。

“足球已经印在大连的基因里，俱乐部健康发展不仅是市场行为，也有很强的社会属性和公益属性。政府和国企有责任提供支持。”于化龙说。

于化龙介绍，本次股改采用“参股不控股”模式，打破了以往国企“要么绝对控股，要么至少持股一半”的常规做法。过去，国企主要采取股权投资或股东借款方式，但都缺乏可持续性。因此，两家国企决定通过市场化广告赞助方式，为俱乐部提供相应资金，且不过多介入具体管理。

“这次股改的思路是参股不控股、帮忙不添乱。”于化龙说，“既符合市场化原则，又体现了政府支持。国企在其中扮演着‘压舱石’的角色。”

股改后，两家国企为俱乐部带来了更现代的管理模式，俱乐部也积极参与股东企业的品牌推广活动。此前，球员为獐子岛集团的“盐田虾”进行直播推广，带动产品销量大幅增长。

“今年是我们在中超的第一年，以保级为目标，制定了1.5亿元的年度预算。”陈东说，球队最大支出为一线队球员工资，其余还有日常运营、梯队建设等成本。

陈东介绍，梭鱼湾的火爆球市预计能为球队带来4000多万元收入，两家国企投资和政府奖励也带来不小的助力。此外，球队还有中超分红、商业赞助、周边产品开发等收入，基本能够覆盖全年运营成本。

依托梭鱼湾球场，大连市也正在探索“足球嘉年华”IP等文体旅商融合消费场景。“亚洲第一主场”正成为大连的一张名片，成为激活城市经济的重要引擎。

“回顾大连英博的发展，政府托举、企业担当、社会支持和自身努力贯穿始终。”陈东说，“未来，球队将继续努力，为中国足球发展贡献更多‘大连力量’。”

新华社大连10月31日电

