

根植性视角下“苏超”高质量持续发展研究

黄启发,张 萌

(江苏大学 管理学院,江苏 镇江 212013)

摘 要: 江苏省城市足球联赛(简称“苏超”)以草根特质与地域特色为核心,在社交媒体推动下迅速成为国内业余体育领域的现象级赛事,其高质量可持续发展问题随之受到业界与学界关注。针对这一问题,引入根植性理论作为分析框架,从结构、认知、文化、制度 4 个维度,解析“苏超”与江苏本土社会网络、认知共识、文化传统及政策体系之间的耦合关系,厘清其本土化发展的内在逻辑。通过与英超、日本 J1 联赛等国际成熟赛事对标,识别出“苏超”在赛事体系架构、品牌认知沉淀、地域文化传承及制度保障建设方面存在的明显短板。在结合江苏省发展实际与国际经验的基础上,分别从 4 个维度提出柔性升降级机制、品牌价值深耕、地域文化融合及治理协同强化等优化建议,为“苏超”夯实根植性基础、提升赛事品质提供理论支撑与实践指引,促进其实现长效高质量发展。

关键词: “苏超”;根植性理论;高质量持续发展

中图分类号: G812.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2026)03-0012-09

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2026.03.003

Research on the High-Quality and Sustainable Development of the “Jiangsu City Football League” from the Perspective of Embeddedness

HUANG Qifa, ZHANG Meng

(Jiangsu University, School of Management, Zhenjiang Jiangsu, 212013)

Abstract: The Jiangsu Provincial City Football League (referred to as “Jiangsu City Football League (JCFL)”) has rapidly become a phenomenon in China’s amateur sports, driven by its grassroots ethos and regional distinctiveness amplified via social media. Consequently, issues regarding its high-quality and sustainable development have attracted significant attention from industry and academia. To address this issues, this study adopts the theory of embeddedness as an analytical framework to systematically examine the coupling relationships between the league and Jiangsu’s local social networks, cognitive consensus, cultural traditions, and policy systems across four dimensions: structural, cognitive, cultural, and institutional, thereby clarifying the intrinsic logic of its localized development. By benchmarking against mature international leagues like the English Premier League and Japan’s J1 League, this study identifies significant shortcomings in the league’s competition architecture, brand recognition cultivation, regional cultural inheritance, and institutional safeguard development. Based on Jiangsu’s developmental realities and international best practices, targeted optimization recommendations are proposed for each dimension, including flexible promotion and relegation mechanisms, in-depth brand value cultivation, regional cultural integration, and enhanced governance coordination. These measures aim to provide theoretical support and practical guidance for the “Su Super League” to consolidate its embeddedness foundation, improve event quality, and promote its long-term high-quality development.

Keywords: Jiangsu City Football League; Embeddedness theory; High-quality and sustainable development

2025 年首届江苏省城市足球联赛(简称“苏超”)开赛以来,以草根赛事之姿迅速突破体育圈层限制,持续引爆社交话

题,掀起全民观赛热潮,成为现象级文化事件^[1]。据统计,“苏超”创下 243 万人次总现场观众纪录,场均 2.86 万人次,其中决赛 6.8 万人的上座量刷新国内业余足球峰值,甚至超过同期中超单场最高数据。线上直播覆盖 50 多个国家和地区,累计观看人次突破 20 亿,抖音、微信视频号、微博、快手等平台话题播放量超 800 亿次^[2]。在经济与消费层面,“苏超”以低价惠民门票累计撬动全省超 380 亿元消费增量,带动餐饮、旅游、住宿等关联产业爆发式增长,更是实现“1 元门票带动 7.3 元

收稿日期:2026-01-23

第一作者简介:黄启发(1979~),男,山东枣庄人,博士,副教授,研究方向:乡村特色经济。

通信作者简介:张 萌(2003~),女,湖北孝感人,在读硕士,研究方向:产业经济发展,E-mail:2113163055@qq.com。

周边消费”的杠杆效应^[3]。在文化传播与展示方面,“苏超”将地域文化巧妙地融入足球竞技中,将 13 市的历史民俗、特色物产等转化为具象化的赛事 IP,赛事还自发催生出各种趣味热梗,不仅营造出轻松亲民的赛事氛围,也让江苏丰富多元的地域文化借此突破地理边界,实现全网范围内的广泛传播与全民深度参与。“苏超”已然成为集足球运动、文旅体商、人文经济互促发展为一体的综合性顶流赛事品牌^[4]。

随着“苏超”在地域影响力、商业价值与社会认同度上的持续跃升,其从“短期现象级赛事”向“长效可持续品牌”转型的高质量持续发展问题,已成为政府部门、产业发展与学术研究共同关注的议题。根植性理论为这一议题提供了适切的分析框架,其强调经济行动并非脱离社会语境的纯粹理性选择,而是深度嵌入于特定的社会结构、文化网络、关系信任与制度环境中^[5]。该理论与“苏超”“政府引导,市场发力,社会参与”的多元协同治理特点高度契合^[6],能够避免“单一经济维度”或“纯赛事运营”分析的局限,揭示赛事与地方社会结构、地域文化、政府治理之间协同共生的内在逻辑。本研究推动“苏超”深度根植于江苏省本土资源,并以区域社会文化生态为依托,逐步实现高质量持续发展。

1 “苏超”的根植性及生成机理

“根植性”(Embeddedness,亦译“嵌入性”)由匈牙利经济社会学家卡尔·波兰尼于 1944 年在《大转型:我们时代的政治与经济起源》中首次提出,他认为经济不是独立存在和产生的,而是牢牢嵌入到整个社会各项制度、宗教和文化之中,他指出:“经济体系,从原则上说,是嵌入在社会关系之中的”^[7]。1985 年,美国社会学家马克·格兰诺维特(Mark Granovetter)在《经济行动与社会结构:嵌入性问题》一文中重释并发展该理论,提出根植性可以分为结构根植性和关系根植性,并将根植性应用到对经济生活的分析当中^[5]。1990 年,沙龙·祖金(Sharon Zukin)与保罗·多明戈(Paul DiMaggio)把根植性区分为 4 种类型:结构根植性、认知根植性、文化根植性、制度根植性^[8]。

根植性理论在体育领域的研究脉络,呈现出从宏观结构到中观制度再到微观场域的探索路径。早期以格兰诺维特的社会网络视角为核心,聚焦体育组织如何通过结构位置与关系纽带获取商业资源。Cobbs 通过探讨国际体育赞助网络中的 B2B 关系动态,发现强关系嵌入可通过降低交易成本、促进信息共享,推动赞助联盟内主体实现价值共创^[9];Pieters 和 Knoben 则通过实证发现,结构嵌入(如网络中心性)与关系嵌入(如信任)对体育组织的商业绩效、赞助成效有显著正向影响^[10]。随后,学者引入制度嵌入维度,研究重心转向体育组织与制度环境的互动。Yang 和 Babiak 提出“多重场域嵌入”框架,揭示职业体育俱乐部同时嵌入联盟(市场逻辑)与社区(社会逻辑)的制度复杂性,对其社会责任策略的塑造作用^[11];张瑞林等结合我国语境,探讨了地方性单项体育协会实体化改革中,如何实现政府规制与组织自治的动态平衡^[12]。近年来,随着体育产业跨界融合加速与民生体育需求升级,学界开始聚焦社区及特定场域的根植性微观机制。Heinze 和 Soderstrom 发现,深度嵌入社区的体育组织能通过“制度翻译”,将外部政策转化为契合本地情境的实践方案^[13];周彪等以汉江湾场馆为案例,证实社会组织可通过制度、资源、情感和能力四维嵌入,提升体育

场馆公共服务效能^[14];罗海平等则从产业根植性视角,系统剖析了运动休闲特色小镇的产业发展困境与优化路径^[15]。

基于上述研究脉络,现有研究存在一定局限:一是场景聚焦相对单一,多围绕单一独立场景展开,对区域性综合体育赛事这类复合场景的关注较为缺乏;二是分析维度偏向孤立,多侧重关系嵌入、制度嵌入等单一维度的独立影响,对多维度嵌入的协同效应探讨不够充分。据此,本研究的创新点主要体现在两方面:其一,以区域足球赛事“苏超”为研究对象,将根植性理论拓展至区域性综合体育赛事场景,弥补特定赛事类型的理论应用缺口;其二,构建“结构—认知—文化—制度”四维整合分析框架,深入揭示多维度嵌入的互动耦合机制对赛事可持续发展的协同作用,进一步丰富根植性理论在体育领域的应用维度与分析视角。

1.1 “苏超”结构根植性的生成机理

结构根植性(Structural Embeddedness)指经济行动并非孤立运行,而是深深嵌入由持续社会关系网络构成的本地结构之中^[8]。在“苏超”中,这一特性具体表现为赛事经济活动深度嵌入“政府—市场—社会”三维网络:

在政府维度,体现为嵌入省市协同的多层级行政网络。“苏超”构建了“省级统筹+市级执行”的嵌套行政架构,赛事发展深度绑定行政体系内的协作网络。省级层面由省体育局负责整体规划,制定联赛章程、统筹资源调配与品牌推广,保障赛事的标准化和规范化。市级政府作为核心执行主体,在球队组建、场馆运营、公共服务保障等具体事务方面发挥关键作用。这种多层级协同模式既保证了赛事的权威性,又让地方能灵活结合本地情况落实配套工作,使赛事运营深度嵌入行政协作网络。

在市场维度,体现为嵌入多元联动的商业价值耦合网络。相较于传统赛事过度依赖门票销售、品牌广告植入的单一盈利模式,“苏超”创新性地以“票根经济”为价值支点,通过设计低成本、高联动的赛事门票,将其打造为串联观赛体验、本地住宿、特色餐饮、文旅打卡等多元消费场景的核心触点,既降低了大众参与赛事的门槛,又构建了“观赛即消费”的场景闭环,推动赛事流量向全域消费增量高效转化。

在社会维度,体现为嵌入地域认同与社群互动的社会关系网络。球迷参与行为深度根植于以城市荣誉感为核心的社群联结之中。“苏超”以江苏 13 座城市为参赛单位,队员多由本地草根群体组成,“身边人代表城市出战”的设定精准激活了大众的地域归属感与身份认同。球迷不再是单纯的观赛者,更是赛事内容生产者与传播者。球迷自发创造“谁是真南哥”“盐水鸭 vs 水蜜桃”“没有假球,全是世仇”等兼具地域特色与趣味性的热梗,又通过各社交平台产出专属助威口号、歌曲等内容,持续推高赛事话题热度。同时,球迷志愿者主动参与现场秩序维护、倡导文明观赛,形成了兼具活力与凝聚力的社群生态。这种多元参与模式推动赛事深度融入民间社交网络,最终实现体育赛事与地域社会的共生共荣。

1.2 “苏超”认知根植性的生成机理

认知根植性(Cognitive Embeddedness)是指经济活动主体在进行行为选择时受周边环境和原有思维意识的引导或限制^[16]。在“苏超”中,球迷、企业、政府及文旅机构等多元主体

的行为决策深度嵌入“地域特性认知—群体互动认知—纯粹价值认知”的三元认知体系,这3类认知并非孤立存在,而是相互交织、层层赋能,共同构成“苏超”现象级火爆的认知根基。

从地域特性认知上看,江苏省13个地级市均跻身全国GDP百强,加之各地级市享有“二级财政”自主权,形成了独具特色的“群狼经济”发展格局,由此催生了各市协同发展、良性竞逐的地域认知。“苏超”联赛以城市为参赛单元,将这种潜在的地域竞争意识转化为“为家乡而战”的赛事共识。球迷天然将球队竞技表现与城市尊严深度绑定,“比赛第一,友谊第十四”的网络热梗、南京与苏州的“榜一大哥之争”等,均是该认知的生动体现。这一认知让每一场城市“德比”因激烈对抗而极具观赏性的同时,又始终保持着良性竞争的价值底色。

在群体互动认知层面,“苏超”打破了传统体育赛事“胜负至上”的固有观念,将地域间的竞技对抗转化为兼具文化内涵与生活气息的群众性互动行为。球迷以“盐水鸭 vs 水蜜桃”“楚汉争霸2.0”等地域文化battle展开趣味比拼,释放竞技热情;地方政府及文旅部门顺势推出客队球迷景区免票、跨城观赛专线等配套服务,推动赛事对手转化为流量合作伙伴。这种“对抗中凝聚、趣味中联结”的认知,有效弱化了地域竞争的对立性,使观赛不再局限于单纯的胜负评判,而是成为展现地域特色、实现社交联结的全民文体活动,显著降低了大众参与门槛,吸引不同年龄、不同领域的群体主动参与其中。

在纯粹价值认知层面,“苏超”以草根足球精神凝练出“纯粹足球”的价值内核,成为其获得大众认同的核心支撑。在职业足坛被资本洪流裹挟的今天,“苏超”如同一枚未经雕琢的璞玉,以其最质朴的姿态,擦亮了足球运动的初心^[17]。“苏超”摒弃职业赛事的过度商业包装,以最高10元的亲民票价、“限3名职业球员”的赛事规则,让教师、快递员、空调维修工等业余爱好者成为赛场主角,构建起“足球属于普通人”的大众体育认知。同时,联赛严格遵守“三不允许”原则,严禁企业冠名球队与过度商业植入,依托规范的竞赛制度与透明的办赛流程,让球迷切实感受到“无黑幕、纯竞技”的赛事本质。这一理念消解了大众对商业赛事的疏离感,将“苏超”视为承载足球热爱的精神家园,进而主动参与跨城观赛、自主创作宣传内容等,成为赛事的参与者与传播者。

1.3 “苏超”文化根植性的生成机理

文化根植性(Cultural Embeddedness)是指行为主体在进行经济活动时受传统价值观、信念、信仰、宗教、区域传统的制约^[16]。在“苏超”实践中体现为江苏省多元地域文化与深厚体育文化基因的深度交织与协同赋能,形成了支撑联赛长期发展的独特文化生态。

从地域文化维度来看,江苏境内苏南吴文化、苏中江淮文化、苏北楚汉文化的多元共生格局,为“苏超”联赛注入了丰富的文化内涵与差异化活力。苏南地区的吴文化以细腻灵动为特质,其崇文重教的传统与足球运动中战术配合的精妙性形成内在契合;苏中江淮文化兼具包容与务实的品格,推动不同城市球队在竞技中形成开放协作的联赛氛围;苏北楚汉文化所蕴含的豪迈坚韧精神,则塑造了球队顽强拼搏的竞技作风。此外,江苏省丰富的文化符号进一步为联赛赋予了独特的文化辨识度,使足球赛事成为地域文化传播的重要载体。

从体育文化根基来看,江苏拥有深厚的体育传统与扎实

的人才储备,为“苏超”发展提供了核心支撑。南通作为全国闻名的“体育之乡”,自近代以来便形成了重视体育教育、崇尚竞技精神的文化传统,培育出多位奥运冠军与世界冠军,其“崇文尚体”的城市精神直接影响了当地足球运动的普及与发展;南京作为省会城市与体育强市,不仅拥有完善的体育场馆设施,更通过校园足球、业余联赛等多元渠道培养了大量足球人才,形成了浓厚的城市足球氛围。这种自上而下的政策支持与自下而上的群众基础相结合,使得江苏省13个地级市均能组建具备竞争力的足球队,加之各市均有大型标准化体育场馆,使其既能保障联赛的参赛规模与竞技水平,也让足球运动真正融入城市日常生活,形成“人人爱足球、人人参与足球”的文化生态。

1.4 “苏超”制度根植性的生成机理

制度根植性(Institutional Embeddedness)是指行为主体所处的政治环境、政治体制、权力结构对主体行为形成影响^[16]。在“苏超”联赛的实践中,这一特性集中体现为“顶层设计+地方实践+基层服务”的三维制度架构,既以标准化规则筑牢联赛发展根基,又以灵活创新的制度安排激活市场与社会价值,更以民生导向的制度供给夯实社会基础,形成支撑联赛发展的制度合力。

在顶层设计层面,“苏超”以制度标准化为核心,系统提升赛事规范性与公信力。一方面,充分借鉴职业足球赛事运营逻辑,构建覆盖竞赛规则、裁判选派、球员资格审核到纪律处罚的全流程制度规范;另一方面,设立专业化监管委员会,对赛事公平性与运营流程实施全过程监督,有效遏制“暗箱操作”和违规行为,切实破解民间赛事可能存在的规则模糊、管理松散、公信力不足等痛点。

在地方实践上,“苏超”通过多维创新实践展现出鲜明的创新活力。场景融合方面,“苏超”打破“赛事单一化”局限,实现“足球赛事+多元场景”的价值延伸。例如,通过“赛事+特色集市”,在赛场周边打造集本地农产品、文创产品与非遗手工艺于一体的展销空间,有效将观赛流量转化为消费增量。在传播方面,“苏超”构建“年轻化互动传播”机制,通过网络热梗适配、地域文化趣味表达、球迷互动共创等方式,提升联赛在年轻群体中的关注度和好感度。同时,构建“平等化广告权益”机制,降低中小企业赞助门槛,拓宽本土商业参与渠道,吸引更多本土中小微企业参与合作。

在基层服务层面,“苏超”始终践行“以人民为中心”的发展理念,将服务群众多元观赛需求转化为一系列普惠、可及的制度供给。为破解跨城市观赛的交通与成本难题,“苏超”联合交通部门开设“苏超”球迷专列,提供点对点直达、票价优惠、专属服务等便利措施。同时推出“观赛+旅游”一体化优惠套餐,带动主场城市文旅产业发展。针对无票球迷的观赛诉求,以南通市为代表的地方政府积极响应,积极筹备各地市的“第二现场”观赛点,通过大屏直播、互动游戏、球迷聚会等形式,打造沉浸式线下观赛氛围,让更多民众参与到赛事狂欢中。

1.5 四大根植性维度的互动耦合机制

“苏超”的结构、认知、文化、制度四大根植性维度均有其独特生成机理,而四大维度并非孤立存在,而是融合成相互赋能、动态循环的有机整体,其互动逻辑与协同叠加效应共同构

成“苏超”高质量持续发展的核心动力(图 1)。

1.5.1 制度根植性的逻辑起点与基础支撑作用

制度根植性是 4 大维度的逻辑起点与基础性前提,对结构、认知、文化 3 大维度形成全域性规则辐射与底层基础支撑。其构建的“顶层设计—地方实践—基层服务”三维制度架构,为 3 大维度的有序发展划定权责边界、提供运行准则、营造稳定生态,是赛事根植性体系构建的核心基础。其一,为结构根植性“政府—市场—社会”三维联动网络的有序搭建提供明确制度遵循,通过顶层统筹制定赛事资源配置、市场准入、社会参与等统一规则,明晰三大主体的职能分工与协同准则,推动三维联动网络从松散协同走向制度化、规范化运转。其二,为认知根植性“地域特性—群体互动—纯粹价值”三元认知体系的凝聚营造富有活力的稳定发展环境,通过地方层面“足球赛事+多元场景”融合、年轻化传播等创新实践,为地域特性表达、群体互动认知培育搭建专属载体。其三,为文化根植性的培育与传播铺垫广泛社会基础,借助基层普惠性服务制度,降低全民参与门槛,激活社会各界文化参与热情,推动多元地域文化借助赛事实现大众化传播。其一体化制度框架,是连接 3 大维度的底层纽带,为三者协同落地提供共性保障。

1.5.2 结构根植性的核心支撑与场景载体功能

结构根植性是 4 大维度的核心支撑骨架,依托“政府—市场—社会”三维联动网络,为制度、认知、文化 3 大维度提供全域性实践载体与场景赋能,通过具象化、常态化运营实践,实现制度落地迭代、认知场景培育、文化实体传播的三重效果。其一,推动制度规则落地并反哺优化,将宏观制度转化为赛事运营实操体系,通过政府统筹协调、市场构建消费闭环、社会开展民间参与的实践,让抽象制度落地,并通过实践反馈推动制度优化迭代。其二,为认知体系凝聚提供结构性支撑与落地载体,以 13 市参赛的城市对抗架构,锚定“为家乡而战”的地域特性认知;借助跨城观赛、地域文化 battle 等场景,凝聚群体互动共识;以限制职业球员参赛名额的赛事参与主体结构设计,从源头上搭建普惠性竞技平台,强化“足球属于普通人”的纯粹价值认知。其三,为江苏多元地域文化搭建具象传播平台,通过三维联动网络打造的赛场特色集市、13 市球队本土文化标识展示、球迷自发文化表达等场景与形式,让苏南吴文化、苏中江淮文化、苏北楚汉文化拥有可体验、可传播的实体载体,成为三者协同落地的实践枢纽。

1.5.3 认知根植性的核心活力与价值引领效能

认知根植性作为 4 大维度的核心活力源泉,以“地域特性—群体互动—纯粹价值”三元认知体系为核心载体,对制度、结构、文化三大维度形成全域性精准价值引领,激活各维度内生动力。其一,锚定文化根植性发展方向,引导 13 市在挖掘本土文化符号、打造城市足球文化时,兼顾地域竞争趣味性与文化融合包容性,规避同质化与地域对立,构建良性联赛文化生态。其二,激活结构三维网络内生动力,“为家乡而战”的地域认知强化行政协同合力,群体互动认知搭建跨主体协作桥梁,纯粹价值认知提升社会群体参与黏性,推动三维网络从“功能协同”升级为“价值共生”。其三,驱动制度根植性动态优化,结合球迷对公平竞技、多元互动的需求,完善赛事监管、基层服务等制度,杜绝过度商业植入,让制度设计贴合大众需求

与赛事实际,维系赛事长期吸引力。

1.5.4 文化根植性的价值沉淀与反向反哺效应

文化根植性是 4 大维度的最终价值沉淀,依托江苏多元地域文化特质、球迷社群文化传统及草根足球核心价值,对制度、结构、认知 3 大维度形成全域性深度反向反哺,推动赛事根植性生态持续优化。其一,为制度优化提供民意导向与文化锚点,推动“赛事+非遗”“赛事+文旅”等文化融合型制度落地,让制度调整贴合地域文化传播与大众需求。其二,强化结构三维网络的情感联结与价值黏性,让政府行政协同更具文化共识,市场合作注重文化价值绑定,社会参与更富情感动力,提升结构网络效能与可持续性。其三,为认知体系深化传播搭建具象载体,通过昆曲、江淮早茶民俗、楚汉遗韵等地域文化表达,丰富“为家乡而战”“地域联结”的认知内涵,为认知共识的深化与传播提供坚实支撑,为联赛高质量发展筑牢文化根基。

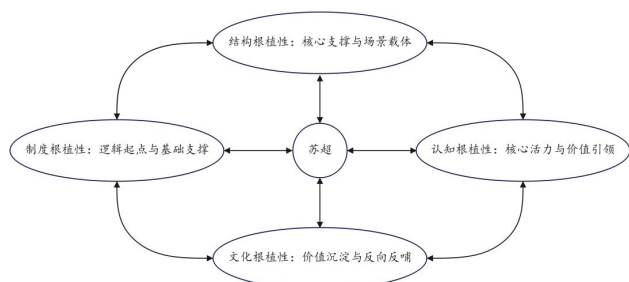


图 1 “苏超”根植性体系的四维互动耦合路径

2 “苏超”与国际成熟足球联赛的根植性参照分析及不足剖析

根植性是区域体育赛事实现可持续发展的核心动力机制,其形成与演化深度依托于特定国家或地区的文化传统、制度环境、社会结构等本土性要素。英超、日本 J1 联赛、巴甲等国际高水平职业足球赛事,历经长期发展已构建起与本土社会经济环境高度适配的根植性体系,成为全球足球赛事根植性建设的典范。“苏超”作为省级业余草根足球联赛,虽然在赛事体量、发展属性、竞技层级等方面与上述国家级职业联赛存在显著差异,但二者在根植性构建的核心诉求与关键维度上具有共通性——均需适配区域发展特征搭建结构根植框架,凝聚社会群体认同筑牢认知根植内核,立足本土文化土壤夯实文化根植基底,契合本土治理体系完善制度根植保障。基于这一共通性基础,本部分以英超、日本 J1 联赛、巴甲三大国际顶级职业联赛的根植性建设的优秀实践为重要参照,通过对照分析精准识别“苏超”在根植性各维度发展中的不足,提炼可适配于省级草根赛事发展的共性经验与实践路径,为“苏超”实现高质量持续发展提供有益借鉴与实践支撑(表 1)。

2.1 国际成熟足球联赛的根植性特征解析

2.1.1 英格兰足球超级联赛(Premier League)

英格兰足球超级联赛(简称英超)作为全球最具影响力和商业价值的足球联赛之一,自 1992 年成立以来便逐步成为世界足坛的标杆赛事。英超的根植性并非源于封闭的地方认同,而是通过高度制度化的全球市场整合实现其世界性影响力与本土稳定性的统一。1)结构根植性上,其结构根基在于全球最成熟的金字塔式联赛体系,自英超向下贯通至非职业层级,实

行3升3降制度,确保人才与俱乐部的动态流动,维系了职业足球生态的开放性与竞争活力。这一结构为以全球转播权为核心的商业模式提供了坚实基础。联赛通过衍生品、IP授权与数字媒体构建深度产业链,形成多元收入协同的全球化商业范式^[18]。在此背景下,英超成功塑造“激情、公平、社区”的核心价值标识,强调高竞技性、高观赏性与判罚专业性,使其成为全球顶级职业联赛的代名词。2)认知根植性上,其认知辐射力极为广泛:据英超联赛官方发布数据,英超覆盖188个国家和地区,全球关注者达19亿,且球员来自120多个国家,展现出强大的文化包容性与输出能力。3)文化根植性上,尽管外籍球员占比高达70.5%,英超并未丧失文化根植性。相反,它深植于工业革命以来的工人阶级足球传统,俱乐部名称与主场不可更改,形成如利物浦《你永不独行》式的家族代际传承球迷文化^[19];同时,联赛系统推动足球融入教育与社区生活,持续培育队歌、主场仪式等专属符号,实现本土传统与全球多元文化的有机共生。4)制度根植性上,英超实行“俱乐部自治+联盟管理+英足协监督”的三元治理架构,运营高度市场化,规则透明、契约精神强。青训体系通过本土球员注册配额倒逼投入,政府与英足协提供稳定资金支持,青训成果转化率居世界前列,构成其长期竞争力的制度保障^[20]。

2.1.2 日本职业足球甲级联赛(J1 League)

日本职业足球甲级联赛(简称J1联赛)作为日本最高级别职业足球联赛,也是亚洲极具影响力的联赛之一。J1联赛的根植性更突出地表现为以城市为核心、立足长远发展的地域密着特质。1)结构根植性上,其结构设计突出“根据地(Hometown)”模式,强制要求俱乐部扎根特定城市,并构建J1-J3三级职业联赛与地区联赛有效衔接的体系,实施严格升降级,确保联赛活力与地方联结的双重实现^[21]。这一结构直接决定了其以本土企业赞助为主、注重财务稳健的商业模式——不追求短期资本扩张,而是通过深度融入地方社区经济,实现俱乐部可持续运营与社区共生发展。2)认知根植性上,J1联赛推行中性名改革,强化“地域密着型”理念,形成“我的城市,我的球队”的集体认同,倡导“家庭友好”与“可持续足球”,在日本本土建立起高黏性、高忠诚度的球迷群体,并通过“联赛育星—球员出海”路径及亚冠表现辐射亚洲^[22]。3)文化根植性上,J1联赛根植于集体主义精神、百年校园足球传统与地域认同,强调秩序、礼仪、团队协作与社区归属;通过“高中锦标赛—青训梯队—职业联赛”的一体化通道、家庭代际观赛习惯以及俱乐部深度融入地方生活,实现足球文化的持续传承。J联盟更实施“百年构想”长期文化战略,将樱花、祭典等地域符号系统化融入赛事,有效规避过度商业化对文化内核的侵蚀^[23]。4)制度根植性上,由J联盟与日本足协协作监管,俱乐部强制法人化,股权结构多元,推行“俱乐部牌照制”防范财政风险^[23]。所有J1俱乐部均设立U-18、U-15等完整梯队,青训支出在总支出中占比高,并与地方学校共建“校园—联赛”人才闭环,将长期主义理念转化为可操作的制度安排,形成高度制度化的青训网络。

2.1.3 巴西足球甲级联赛(Campeonato Brasileiro Série A)

巴西足球甲级联赛(简称巴甲)是巴西最高级别职业足球联赛,赛事竞技水平高,培养出众多世界级球星,在全球足坛

极具影响力。巴甲的根植性呈现出鲜明的文化先于制度、情感重于规则的特征,其生命力主要源于深厚的民族文化土壤,而制度建设正处于关键转型期。1)结构根植性上,巴甲实行全国四级联赛(Série A-D)与各州联赛并行的双轨制,采用4升4降机制,虽低级别联赛稳定性不足,但为地方俱乐部提供了通往顶级舞台的通道,维系了广泛的草根参与基础^[24]。商业模式呈现显著特征:头部俱乐部以青训育才和球星出口为核心,通过转会、会员制和本土赞助实现多元营收;中小俱乐部则商业基础薄弱,高度依赖地方支持。2)认知根植性上,巴甲以“美丽足球”(Jogo Bonito)和“球星摇篮”为标识,足球被视为国家文化自信与全民情感寄托的核心载体^[25]。对内是跨阶层的情感纽带,对外凭借持续输出世界级球星,夯实“足球王国”的全球共识。3)文化根植性上,源于街头足球(pelada)传统,足球与狂欢节、桑巴舞等民族文化深度融合,形成“桑巴足球”这一全民生活方式^[26]。近年来,联赛持续推进文化资源整合,将贫民窟球场转型为社区文化中心,强化俱乐部与地方的情感纽带。4)制度根植性上,巴甲正经历深刻变革,2021年实施《足球公司法》(SAF模式),推动俱乐部股份制改革,显著提升财务透明度与治理水平^[27]。青训体系加速现代化——政府利用“遗产基金”建设标准化青训基地,并引入德国评估体系^[25];豪门俱乐部(如帕尔梅拉斯、弗拉门戈)已建成集技术训练、学业支持、心理辅导于一体的现代化青训学院,实现系统化培养与球员出口反哺的良性循环。尽管挑战犹存,但文化驱动下的制度补强,正为巴甲构建一条兼具民族特色与现代治理的发展路径。

2.2 “苏超”根植性的现实不足剖析

通过与英超、日本J1联赛、巴甲等国际成熟职业足球赛事的根植性建设实践进行对照分析可知,“苏超”在根植性四大核心维度上存在诸多现实不足,已对其高质量持续运营与长效发展形成显著制约,并构成潜在发展隐忧。

2.2.1 “苏超”结构根植性的现实不足剖析

在结构根植性维度,“苏超”尚未建立起支撑人才可持续成长与赛事长效发展的制度化结构体系。国际成熟足球联赛普遍采用多层级、带升降级机制的金字塔式结构,通过层级间的动态流转,实现人才储备与资源的优化配置,为不同水平的球员和俱乐部提供清晰的上升通道与公平竞争平台。反观“苏超”,其结构设计目前仍囿于“短期赛事举办”的方式,参赛主体仅限于江苏省内13个地级市临时组建的队伍,既未建立内部升降级机制以激发层级竞争活力,也未与中冠、中乙等全国性赛事形成有效衔接的人才输送链路。这种内外隔绝的结构性断层,使草根球员陷入“赛事高光即职业终点”的发展困局,人才通道几近断裂。与此同时,联赛在人才培育环节的配套机制缺位。对球员“高光表现”的关注停留于表层展示,缺乏覆盖技术短板诊断、职业适配评估与长期潜力追踪的专业化、体系化人才评价体系,导致赛场亮点无法转化为可量化、可追踪的能力标签,难以形成“发掘—评估—培育—输送”的闭环。

在赛事运营层面,“苏超”仍属行政主导的项目化体育活动,而非市场化驱动的常态化赛事。其目标重心偏向完成阶段性任务,而非构建可持续商业生态。资源投入集中于赛事举办的保障,尚未关注到转播权开发、票务精细化运营、衍生品及IP授权等市场化能力建设,使得商业生态高度依赖地方

表 1 “苏超”与国际成熟足球联赛根植性维度对比分析表

根植性维度	分析子项	英格兰足球超级联赛(英超)	日本职业足球甲级联赛(J1)	巴西足球甲级联赛(巴甲)	江苏省城市足球联赛(“苏超”)
结构根植性	联赛体系架构	“金字塔式”多级联赛,3升3降制,人才与俱乐部动态流动	J1-J3 三级联赛衔接地区赛事,严格升降级+“根据地”模式	全国四级与州联赛双轨制,4升4降,竞争机制稳定	“省级统筹+市级执行”,13市为执行主体的嵌套架构
	商业模式	转播权为核心,全球化多元产业链(赞助、衍生品、IP授权)	本土企业赞助为主,深耕社区经济,财务稳健	“青训+球星出口”为核心,高市场化收入,豪门与中小俱乐部两极分化	“票根经济”串联多元消费,收入依赖政府资源与企业赞助
认知根植性	核心价值标识	“激情、公平、社区”,全球顶级职业联赛品牌	“地域密着型”“我的城市,我的球队”,家庭友好	“美丽足球”“球星摇篮”,国家文化自信载体	“为家乡而战”“对抗式团结”,坚守“纯粹足球”
	影响力范围	覆盖188国,全球关注者19亿,具备全球文化输出能力	本土稳定球迷群体,辐射亚洲,亚冠表现强化影响力	全民情感纽带,“足球王国”全球共识	主要聚焦江苏省内,依赖政府文旅推广与社交媒体裂变
文化根植性	文化根基	工人阶级足球传统,俱乐部标识固定,球迷文化代际传承	集体主义+校园足球传统,强调秩序与社区归属	街头足球传统,融合桑巴舞、狂欢节,成全民生活方式	融合“苏南—苏中—苏北”多元文化,活化地方文化符号
	建设策略	足球融入教育与社区,兼容多元文化,培育俱乐部专属符号	“百年构想”,地域符号融入赛事,规避过度商业化	制度化街头足球,贫民窟球场转型社区文化中心	“赛事+文化”融合,打造主场氛围,鼓励球迷内容共创
制度根植性	治理结构	俱乐部自治+联盟管理+英足协监督,高度市场化	J联盟与日本足协协同,俱乐部法人化+牌照制	巴西足协主办,SAF模式推动俱乐部股份制改革	“顶层设计+地方实践+基层服务”三维结构,省级立规,地方实践创新
	青训制度	本土球员配额制,政府与英足协资金支持,青训成果转化率高	全俱乐部设梯队,青训支出占比高,“校园—联赛”闭环	政府建青训基地,豪门设学院,系统化培养与球员出口	依赖头部青训体系,城市间青训发展差距明显

政府财政与企业赞助,自我造血能力薄弱,难以形成稳定商业闭环。更深层的问题在于,行政化运营的粗放惯性与市场化发展所需的精细化管理之间存在适配性偏差,集中体现为3大短板:一是收入结构单一,市场化收入占比低;二是IP价值开发浅表化,缺乏系统性的品牌定位与授权体系,未能将地域文化认同转化为商业价值;三是运营管理机制不完善,精细化运作与规范化管理水平不足,难以适配市场化赛事的发展需求。

2.2.2 “苏超”认知根植性的现实不足剖析

“苏超”在认知根植性构建层面,正面临认知内核浅薄化与认知表象缺乏共鸣的双重困境,二者形成相互掣肘的负向循环,阻碍其品牌价值的深度沉淀与可持续发展进程。

从认知内核维度审视,联赛集体认同的塑造呈现显著的热点依附性特征。联赛运营尚未建立清晰的长期品牌战略,而是将“快速破圈”作为核心目标,导致传播逻辑向短期流量倾斜。其品牌传播路径过度依赖“散装江苏”的地域刻板印象,以及“盐水鸭 vs 水蜜桃”等网络传播热梗。此类传播模式本质上是将联赛核心认知锚定在网络娱乐化的浅层维度,未能构建起如英超“社区共建”、日本J1联赛“地域密着”、巴甲“美丽足球”般,具备深层文化内涵与精神感召力的稳定价值内核。从认知表象维度分析,“苏超”尚未明确自身在足球生态中的核心角色定位,亦未系统提炼出能够引发广泛社会共鸣的赛事核心理念与文化标识体系。这一表象层面的核心缺失,直接导致联赛的吸引力被局限于娱乐消费的浅层功能,难以突破属性边界,升级沉淀为球迷群体的精神信仰与生活方式,球迷与

联赛之间尚未能形成基于价值认同的深度情感绑定。

在影响力上呈现“线上声量大、线下辐射窄”特征,核心问题在于资源分配、内容供给双重偏差。其一,资源分配凸显省内深耕导向,与英超“全球化布局+区域化落地”的模式形成较大差距。地方政府聚焦激活省内足球生态,拉动文旅消费,本土赞助商侧重省内市场曝光转化,资源过度集中于省内,缺乏省外拓展布局。其二,内容供给缺乏省外受众适配性。传播核心集中于省内球队对抗、“散装江苏”等地域梗及本土球员叙事,虽能唤起省内球迷共鸣,但强地域语境会形成传播壁垒,省外观众难以共情或持续关注。

2.2.3 “苏超”文化根植性的现实不足剖析

“苏超”在文化根植性建设中虽具备江苏多元地域文化整合的潜力,但受发展阶段与运营逻辑等因素影响,存在显著短板,核心问题体现为“表达碎片化、传承断层化”2大维度,制约了联赛文化的深度沉淀。

在表达碎片化上,“苏超”的爆火并非源于系统性文化布局,更多带有流量驱动的偶然性。联赛初期更多以“快速破圈”“抢占关注度”为目标,并未提前搭建覆盖全省的统一文化建设整体战略,缺乏对苏南、苏中、苏北各地域文化的系统性梳理与整合规划。加之联赛因“散装江苏”这一地域梗快速出圈后,13个参赛地市各自为战,为实现本地形象宣传与流量争夺,刻意放大本土文化特色,甚至主动制造城市间的差异化竞争。这种缺乏统筹的分散化运营,使得江苏丰富的地域文化资源未能形成协同效应,难以塑造出具有辨识度与统一性的联

赛整体文化形象。

而传承断层化的原因,源于短期流量逻辑对长期文化建设的持续挤压。相较于文化传承所需的长期资源投入与长效回报周期,“造梗—传播—吸粉”的模式能够以更低成本、更高效实现曝光量、话题热度及商业价值的快速转化,对于尚处起步阶段、未建立稳定盈利模式的“苏超”而言,具备显著的导向性优势。同时,球迷群体中非传统球迷占比高,多数观众对联赛的认知停留在“观赛消遣”的浅层维度,对文化内涵的需求尚未形成规模化共识,这也让运营方缺乏深耕文化建设的清晰方向与市场动力,更倾向于追逐新热点、制造新梗以维持短期热度,忽视了对既有文化元素的深度培育、系统性迭代与代际传递,导致文化建设始终停留在表层符号嫁接的阶段,难以形成可持续的传承脉络与稳定的文化记忆。

2.2.4 “苏超”制度根植性的现实不足剖析

从制度根植性维度审视,“苏超”面临行政主导依赖过重、财务监管机制缺位、青训体系地域发展失衡3大短板。行政化干预过深、自治主体缺位,往往会弱化基层赛事的响应能力与活力^[29]。作为区域业余联赛,“苏超”对政府在政策协调、场地资源、资金扶持等方面的支持依赖度较高,逐步形成行政主导的路径依赖。政府部门职能仍偏向管理主导,尚未完全转向服务赋能,且缺乏类似成熟联赛的俱乐部自治类主体,导致基层需求响应的灵活性相对不足,难以像俱乐部自治模式那样精准对接球员权益保障、球迷观赛体验等具体诉求。同时,联赛市场化运营尚处初级阶段,收入来源以政府补贴与企业赞助为主,门票销售、衍生品开发等自主营收占比偏低,整体自主营收能力整体较为薄弱。单一化的收入结构使其缺乏主动公开财务信息的内生动力,赞助金额、分配比例、补贴分红及盈亏情况等核心财务数据大多未对外披露,统一规范的财务监管框架与常态化信息公开渠道也尚未建立。此外,受各城市经济实力与资金投入差异的影响,联赛青训体系呈现较为明显的地域分化特征,南通等经济基础较好的地区已形成成熟的青训梯队,而部分城市青训建设仍较为滞后,人才供给也在相当程度上依赖经济实力强劲地区的头部青训机构。

3 根植性视角下“苏超”高质量持续发展的优化建议

3.1 结构根植性下“苏超”高质量持续发展的优化建议

3.1.1 建立“强激励导向而非淘汰导向”的柔性升降级机制

“苏超”作为承载地域认同、群众参与及文化娱乐等多种功能的业余赛事,其结构设计需深度契合本土社会结构与赛事核心属性,无需照搬职业联赛刚性制度化的升降级模式,而是持续凝练“激励竞争、保障公平、优化配置”的核心逻辑,并转化为适配业余赛事特性的柔性调节机制。本质在于剥离职业联赛升降级制度中的“淘汰惩戒属性”,强化“动态优化、正向激励”的功能导向,实现与“群众性、地域性、娱乐性”核心定位的深度契合,夯实结构根植基础。

3.1.2 构建契合业余赛事属性的轻量化、柔性化人才晋升机制

“苏超”需在坚守群众参与、文化娱乐、地域联结的核心定位基础上,补充人才价值实现与成长赋能的功能,通过构建契合业余赛事属性的轻量化、柔性化人才晋升机制,打通赛事活力激发与人才价值释放的双向链路,推动赛事从“一次性草根狂欢舞台”升级为“可持续的足球人才成长摇篮”。构建识别有标准、输送有通道、成长有保障的一体化柔性人才生态,在守护群众性、地域性、娱乐性等赛事初心的同时,精准回应参与者踢出运动价值与拓宽职业可能的深层诉求。

3.1.3 推动商业模式向精细化、生态化转型

为契合区域资源禀赋与发展阶段特征,“苏超”亟需实现从单一赛事平台向综合性体育文化生态的战略转型。在商业模式构建上,应突破对传统赞助模式的路径依赖,着力打造多元协同、稳健可持续的收入体系,通过跨界资源整合与分层级合作模式,持续拓展商业价值边界;在品牌建设层面,需系统推进赛事IP的全周期保护、专业化培育与市场化授权,强化其作为地域文化符号的情感认同价值与商业转化潜力;在运营能力提升上,应重点夯实专业化运营水准与数据化管理能力,深度整合职业赛事运营经验与本土人才优势,组建兼具专业素养与本土适配性的复合型运营团队;此外,可积极探索“轻商业赋能、强场景链接”的在地化发展模式,以赛事为纽带激活社区参与热情,促进区域小微经济联动发展,将单纯的观赛体验升级为兼具社交属性、文化内涵与消费潜力的公共生活场景,全面释放赛事的多元价值。

3.2 认知根植性下“苏超”高质量持续发展的优化建议

3.2.1 锚定“苏式纯粹足球”核心定位,筑牢品牌认知根基

“苏超”应摒弃短期流量导向的运营逻辑,借鉴国内外成熟联赛的品牌塑造经验,立足自身业余草根的独特基因,确立“苏式纯粹足球”的长期战略定位。跳出对单一网络热梗、地域标签的依赖,深度挖掘江苏地域文化与足球运动的内在契合点,提炼兼具精神感召力与文化辨识度的差异化价值内核。通过系统性构建品牌认知体系,摆脱娱乐化、浅层化的传播桎梏,打造具有持久生命力的认知内核,为品牌价值的深度沉淀与可持续发展筑牢根基。

3.2.2 构建“省内深耕+省外拓展”双轨布局,拓宽品牌影响力边界

政府应立足协同发展理念,优化资源配置与内容供给的顶层设计,构建“省内深耕+省外拓展”的双轨发展格局。在资源配置层面,强化政府引导与市场协同,平衡省内外资源供给,一方面持续深耕本土市场,优化省内资源配置,夯实发展基本盘,充分激活省内足球生态的内生潜力;另一方面设立省外拓展专项支持,为跨区域影响力辐射提供必要保障。在内容供给层面,以“地域特色+普适价值”为核心进行系统性升级,既保留能强化省内球迷情感共鸣的专属内容,又注重挖掘足球运动的普适性精神内核,打破地域语境带来的传播壁垒,搭建省内省外球迷共同参与、共创共享的文化桥梁。通过资源与内容的双重协同,推动联赛品牌影响力从线上声量有效转化为线下参与和消费的实际价值。

3.3 文化根植性下“苏超”高质量持续发展的优化

建议

3.3.1 立足江苏本土文化根基,构建“共性引领+个性彰显”的文化协同发展体系

推动多元地域文化有机融合与特色表达,夯实“苏超”文化根植性建设基础。在共性引领层面,构建政府主导、多方协同的工作机制,联动联赛运营方、各地市相关部门及专业文化机构,开展系统性文化整合工作。深度梳理苏南吴文化、苏中江淮文化、苏北楚汉文化的精神特质,提炼与足球竞技、团队协作、拼搏进取等内核相契合的共性文化基因,凝练形成具有地域辨识度的联赛统一核心精神。同时,优化流量运营逻辑,由官方牵头推动“散装江苏”等标签从“差异化对立”向“融合化共鸣”转型,通过正向叙事重塑“江苏足球共同体”认知,引导流量服务于联赛整体文化形象塑造,减少地域标签滥用引发的文化割裂风险。在个性彰显层面,鼓励各参赛城市立足本土文化根脉,在联赛统一文化框架下,将本地非遗、民俗、地标等特色元素融入赛事场景,球迷互动与品牌传播环节,打造各具辨识度的城市足球文化体系。通过出台引导性政策、提供差异化资源支持,推动各城市形成“各美其美、美美与共”的良性竞争格局,既避免文化表达同质化,又实现个体特色与整体共识的有机统一。

3.3.2 构建草根活力与文化基建协同共生的发展格局

一方面,持续巩固现有草根文化成果,秉持“去中心化”参与导向,充分尊重民间足球社群与球迷的自主性和创造性,鼓励各类自发式文化表达与传播实践,持续释放“造梗传播”的低成本引流价值,让联赛文化始终保有原生、鲜活的民间气息,筑牢文化传承的群众基础。另一方面,着力强化文化基建的支撑作用,建立健全文化建设相关激励与保障机制,通过政策引导与资源倾斜,摆脱运营方的短期流量导向困境,推动其将长期文化培育纳入核心发展目标,为文化传承提供稳定框架与持续支撑。二者并非孤立存在,而是相辅相成的有机整体:草根活力为文化基建注入原生力与鲜活素材,确保传承的本土性与真实性;文化基建则为草根活力搭建有序发展框架,推动文化从自发生长向系统传承跨越,最终实现相互赋能、持续迭代的良性循环。

3.4 制度根植性下“苏超”高质量持续发展的优化建议

3.4.1 构建“政府引导+俱乐部自治”的双向协同治理体系

“苏超”需推动治理模式的系统性转型,核心在于实现政府角色精准归位与俱乐部自治功能有效激活,构建权责清晰、协同高效的治理生态。首先,政府应从直接管理者向规则制定者、资源赋能者与监督评估者转型,通过明确权责边界,聚焦宏观政策保障、行业规范搭建与公共资源统筹,既守住联赛发展的合规底线与公益属性,又充分释放基层自主运营空间,避免对赛事具体事务的过度干预。其次,作为政府宏观引导的重要互补,俱乐部自治需立足联赛本土属性与群众基础,充分发挥贴近草根、响应需求更灵活的优势。自治实践需锚定“服务大众、激活民间活力”的核心导向,培育扎根基层的草根自治主体,让其成为扎根社区、连接群众的“足球服务枢纽”。

3.4.2 构建可信任、可问责、可持续的财务治理体系

以规范边界、公开透明、多元监督为核心,系统性构建可信任、可问责、可持续的财务治理体系。政府层面强化宏观引导与制度保障,将“苏超”财务运营纳入规范化管理框架,通过出台针对性财务监管指导意见或行业规范,明确财务收支核心边界与资金使用优先级,为财务运作划定清晰合规底线。联赛运营方应主动强化信息公开与自律意识,建立常态化、标准化财务信息披露机制,定期向公众、赞助方及参赛主体公开核心财务数据,让财务运作全程置于“阳光”之下;同时畅通公众监督渠道,及时回应社会关切,以公开赢取信任。在此基础上,适度引入具备专业资质的第三方审计机构等多元监督力量,全方位提升财务治理公信力,确保财务生态稳定可持续。

3.4.3 统筹跨区域青训资源,破解地域发展失衡困局

以资源统筹、互助共进为导向,构建跨区域青训扶持机制,从资金支持与协作帮扶2大维度发力,促进联赛青训资源均衡配置。一方面,强化资金与政策的精准倾斜。由“苏超”牵头设立青训专项扶持基金,重点投向经济实力较弱、青训基础薄弱的城市;同步推动政府配套出台针对性支持政策,在场地建设、教练引进等关键领域加大对这类地区的扶持力度,夯实青训发展的软硬件基础。另一方面,深化区域间青训协作帮扶。推动青训资源跨区域有序流动,鼓励南通、南京等青训成熟地区的头部机构与滞后地区开展结对合作,通过教练派驻、人才联合培养、赛事交流等多元方式,带动落后地区青训体系的完善与建设水平的整体提升。

参考文献:

- [1] 杭春燕,朱威,双传学.“苏超”出圈:主流媒体系统性变革的破局与思考[J].新闻战线,2025(15):19-23.
- [2] 腾讯网.“苏超”最新定位发布:综合性顶流赛事![EB/OL].(2025-11-04)[2025-11-11].<https://news.qq.com/rain/a/20251104A0503D00>.
- [3] 泰州新闻网.以“苏超”为笔,续写人文经济学江苏篇章[EB/OL].(2025-10-29)[2025-12-30].<https://www.tznews.cn/article/content.html?key=690165f7a3939372078b4568>.
- [4] 徐宁.江苏出台17条举措提振体育消费“苏超”下一步怎么走目标打造“综合性顶流赛事品牌”[N].新华日报,2025-11-05(1).
- [5] GRANOVETTER M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness[J]. American Journal of Sociology, 1985, 91(3): 481-510.
- [6] 求是网.求是杂志社文化编辑部,中共江苏省委宣传部联合调研组.“苏超”:推进城市文化建设的一记“好球”[EB/OL].(2025-11-16)[2025-11-14].<https://www.qstheory.cn/20251114/31394d084e2e44fc8d6b0adf3f9bc753/c.html>.
- [7] 卡尔·波兰尼.大转型:我们时代的政治与经济起源[M].冯钢,刘阳,译.浙江:浙江人民出版社,2007:17.
- [8] ZUKIN S, DIMAGGIO P. Structures of Capital[M]. Cambridge England: Cambridge University Press, 1990:36.
- [9] COBBS J B. The Dynamics of Relationship Marketing in International Sponsorship Networks[J]. Journal of Business & Industrial Marketing, 2011, 26(8): 590-601.
- [10] PIETERS M, KNOBEN J, POUWELS M. A Social Network Perspective on Sport Management: The Effect of Network Embeddedness on (下转第118页)

- [8] 王智慧.文化记忆与社会变迁:三个武术之乡的案例[J].天津体育学院学报,2021,36(4):463-471.
- [9] 安北江.中华民族共同体建设的文明叙事与政治文化逻辑[J].马克思主义研究,2025(12):10-22+148.
- [10] 朱玲玲.民俗体育与构建区域文化共同体研究:基于文化共生的视角[J].湖北体育科技,2024,43(5):60-65.
- [11] 白晋湘,郑健,朱鹏.新时代新征程民族传统体育构筑中华民族共有精神家园的时代价值及推进路径[J].体育科学,2023,43(2):23-32.
- [12] 张也,邵峰,王宏.我国体育国际话语权发展脉络、演进特征、提升策略[J].体育文化导刊,2026(1):51-57.
- [13] 康晓磊,孙葆丽.身体技艺的化成:体育文化研究的具身转向[J].上海体育大学学报,2025,49(2):98-108.
- [14] 王月敏.村寨变迁与异地安置:齐鲁民间武术文化记忆、断裂、救赎[J].体育与科学,2019,40(5):76-83.
- [15] 王智慧.神圣意象的建构:武术文化记忆生成的多重空间意涵[J].北京体育大学学报,2021,44(4):153-163.
- [16] 马文友,荆纪东.武术“内卷化”发展的时代表征及纾解之道[J].武汉体育学院学报,2025,59(11):71-77.
- [17] 刘凤虎,陈保学,王舜,等.青少年志气、骨气、底气的武术培育:精神向度、教育自觉与实践进路[J].体育与科学,2024,45(6):48-56.
- [18] 李成,丁保玉,解乒乓.组态视角下武术短视频传播效果的影响机理与提升策略:基于抖音19位体育博主的QCA分析[J].体育与科学,2025,46(5):83-93.
- [19] 白晋湘,王继帅,郑健.有形有感有效:民族传统体育铸牢中华民族共同体意识的3个着力点[J].西安体育学院学报,2025,42(3):1-8.
- [20] 虞泽民,李英奎.数字化视角下中国武术国际推广价值、困境与路径[J].体育文化导刊,2022(12):66-70+78.
- [21] 王志.全媒体视域下铸牢中华民族共同体意识的传播实践[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版),2024,51(3):33-41.
- [22] 曾帅,王圣焘,雷学会,等.内丹哲学:武当武术文化研究的核心议题与转向[J].武汉体育学院学报,2024,58(5):59-65.
- [23] 熊霞,雷斌.武术师徒制的基本特性、文化内涵与现代启示[J].武汉体育学院学报,2025,59(3):63-69.
- [24] 陈连朋,时磊.薪火何以相传:中国传统武术传习行为迭代的理性取向研究[J].北京体育大学学报,2025,48(11):144-156.
- [25] 吴宣廷,吉灿忠.中国式现代化进程中中华武术文化的核心要义、时代使命与实践理路[J].北京体育大学学报,2025,48(6):143-156.
- [26] 邬新颖,邓星华.体育非物质文化遗产数字化保护的空間转向、样态与实践路径[J].沈阳体育学院学报,2025,44(6):138-144.
- [27] 刘水庆.“一带一路”倡议下我国民族传统体育国际交流合作成就与展望[J].体育文化导刊,2025(2):23-30.

(上接第19页)

- the Commercial Performance of Sport Organizations [J]. Journal of Sport Management, 2012, 26(5): 433-444.
- [11] YANG D, BABIAK K. How League and Community Affect Corporate Philanthropy in Professional Sport: a Multiple Field Embeddedness Perspective [J]. Journal of Sport Management, 2021, 35(5): 395-406.
- [12] 张瑞林,王志文,徐培明.嵌入与自治:地方性单项体育协会实体化改革中与政府关系的重构[J].体育学刊,2020,27(3):23-31.
- [13] HEINZE K L, SODERSTROM S. Leveling the Playing Field: Exploring how Community Embeddedness Shapes Institutional Translation in Youth Sport [J]. European Sport Management Quarterly, 2024, 24(3): 681-702.
- [14] 周彪,陈元欣,赵惕金,等.社会组织嵌入提升体育场馆公共服务效能研究[J].体育学刊,2024,31(4):88-93.
- [15] 罗海平,江亮,刘兵,等.运动休闲特色小镇产业根植的过程、困境与优化路径[J].体育世界,2024(8):62-64.
- [16] 兰建平,苗文斌.嵌入性理论研究综述[J].技术经济,2009,28(1):104-108.
- [17] 双传学.苏超来了[M].南京:江苏凤凰科学技术出版社,2025:94.
- [18] 陈波,王刚,王鑫磊,等.英国职业足球联赛运营模式研究与反思[J].吉林体育学院学报,2018,34(4):76-79.
- [19] TURNER M, LUDVIGSEN J A L. Generations, Events, and Social Movement Legacies: Unpacking Social Change in English Football (1980-2023) [J]. The British Journal of Sociology, 2024, 75(1): 93-107.
- [20] 傅科其,程隆,周子欣.英国足球学院青训体系解读与启示[J].浙江体育科学,2021,43(6):101-104.
- [21] 新华网.足球青训从“做梦”开始[EB/OL]. (2024-10-26) [2025-11-18]. <https://www.news.cn/sports/20241026/d6da0c230ded4c7ab793023d7ae8b39b/c.html>.
- [22] 何灵捷. J 联赛“地域密着型”理念的探究[J].运动,2013(10):28-30.
- [23] 澎湃新闻.访日随笔|虽然恒大赢了,我们依然需要从 J 联赛学些什么? [EB/OL]. (2015-10-21) [2025-11-20]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1387616.
- [24] 刘一鸣,吕旭涛.双塔制:巴西足球联赛的历史发展、系统结构及其启示[J].体育科技文献通报,2023,31(6):36-39+57.
- [25] 足球报.“美丽足球”价值观奠基者[EB/OL]. (2023-01-02) [2025-11-22]. <https://www.zuqiubao.info/phases/1082/media/12045>.
- [26] 中国新闻网.巴西穷孩子靠踢球改变命运 贫民足球是希望工程[EB/OL]. (2014-06-12) [2025-11-23]. <https://www.chinanews.com.cn/ty/2014/06-12/6274886.shtml>.
- [27] Alliot Global Alliance. New law in Brazil opens up investment opportunities in soccer market [EB/OL]. (2022-03-23) [2025-11-23]. <https://www.alliotglobal.com/insights/new-law-in-brazil-allows-soccer-companies-to-become-limited-companies/>.
- [28] 大众网临沂.巴西世界杯为“足球王国”青训计划赢得1亿美元[EB/OL]. (2014-11-12) [2025-11-24]. http://linyidzwww.com/tyyl/201411/20141112_11350603.htm.
- [29] 郑姣,阳艺武,田祥成.地方性单项体育协会参与基层体育治理的困境与策略研究[J].湖北体育科技,2024,43(5):37-41+82.