



揭幕战中,深圳新鹏城队球员本科维奇(左四)在比赛中解围。

态度积极 本土赞助 上座率高 中超新赛季新气象

2026赛季中超联赛首轮战罢,赛场内外的数据勾勒出联赛发展的新气象。首轮中超比赛整体的攻防速度明显加快,且比赛的激烈程度让人欣慰,几乎所有球队都以100%的态度投入到了比赛之中。与此同时,从胸前广告合作的更迭,到现场观众的热情回归,中超俱乐部在商业运营与市场吸引力层面呈现出显著变化,这既反映出行业发展的新趋势,也彰显出联赛复苏的强劲动力。

罚分让强队更快进入节奏

41219名球迷见证了2026中超揭幕战成都蓉城和深圳新鹏城的比赛,成都球市一如既往的疯狂,也为2026赛季中超联赛开幕的火热写下了最好的注脚。球迷,永远是职业联赛的主人,唯有走进球场的球迷越来越多,关注比赛的球迷越来越多,中超联赛才能真正实现健康、持续的发展。

揭幕战上,成都蓉城的防线遭遇了考验,并在比赛中率先丢球,但深圳新鹏城姜至鹏意外吃到红牌改变了整场比赛的走向。最终成都蓉城迎来了一场5比1的大胜,作为本赛季中超联赛开始前唯一没有被扣分的争冠球队,成都蓉城的防线仍需要继续磨合。虽然

他们的防线实力还有待进一步观察,但球队在比赛中表现出来的进攻能力的提升,确是实实在在的。

山东泰山、北京国安和浙江队,分别以3比0、2比0和2比0的比分零封辽宁铁人楠波湾、武汉三镇和青岛西海岸。山东泰山在开赛前经历了一场热身赛的大比分失利,但中超开赛之后,泰山球迷发现外援进攻三叉戟加上谢文能依旧是中超最强悍的攻击组合;北京国安在本赛季超级杯和联赛首轮中展现出的整体技战术能力和比赛面貌有了明显改善,球队也打得更加犀利,超级杯和联赛首轮都是2比0获胜,他们的表现也更值得期待;浙江队被认为

是今年争冠集团之一的球队,他们阵容的攻击端确实强悍,也在首战中迎来了2比0的零封胜利,但青岛西海岸射门次数仅11比13落后且错失了一个点球,浙江队未来在冠军上的竞争力仍需要继续观察。

上海申花在主场的进球大战中拿到了三分,他们虽然开场便落后,但连追四球,最终5比3大胜。综合来看,尽管被扣分最多,夺冠概率大减,但新赛季的上海申花仍不容小觑,尤其是他们的球迷依旧狂热,首轮比赛42193人入场观赛是中超首轮球市之最,两队联手奉献了8个进球也让球迷大呼过瘾。



山东泰山队球员克雷桑(下)在比赛中庆祝进球。

球市火爆场均近3万人

首轮比赛,上海申花与成都蓉城是人气最高的球队。申花新赛季主场首秀吸引了42193名观众到场,成都蓉城主场对阵深圳新鹏城的比赛也有41219人观战,上座数均突破4万大关。此外,传统劲旅同样保持着稳定的球迷吸引力,山东泰山主场迎来30519名观众,浙江队主场迎战西海岸共有25128名球迷来观看,两支球场上座数均处于联赛上游水平;-10分起步的天津津门虎也吸引了25081名球迷走进主场,球迷的支持为球队注入了逆境前行的动力。

云南玉昆首轮主场便迎来22163名观众,这一数据不仅远超预期,也展现出新兴足球市场的巨大潜力。此外,上海海港与河南队的比赛有22863人进场,武汉三镇与北京国安的比赛则有21679人进场,相较以往均有提升。2025赛季,中超年度平均上座人数为25754人,2026赛季首轮平均上座人数则达到28856人,超过去年首轮的27174人,增幅为6.19%。

从胸前广告的迭代到主场热情的回归,2026赛季的中超联赛正展现出复苏的强劲势头。对于俱乐部而言,如何将这份热度转化为长期的商业价值与竞技实力,仍需持续探索。但可以肯定的是,当商业开发回归务实、主场氛围持续升温,中超联赛的未来值得期待。 据足球报

本土赞助商品牌成主流

作为俱乐部重要的商业收入来源,球队胸前广告的变动直接体现出联赛商业生态的变化。据统计,2026赛季16支中超球队中,有11支更换了胸前广告,更换比例高达68.75%,为近年新高;5支球队延续了上赛季的胸前广告,只有1支球队是以球队名字为胸前广告。这一数据背后,是中超俱乐部在商业合作上的主动调整与务实选择。

从合作品牌的属性来看,本土企业成为绝对主力。河南队胸前广告从杜康、花花牛更换为仰韶彩陶坊,青岛海牛引入崂山可乐填补近三年的胸前广告空白,重庆铜梁龙则与西南证券开启新合作。这些新赞助商均为深耕本地市场的企业,地域关联性极强。这种“本土品牌+本土球队”的组合模式,既降低了合作双方的沟通成本,也让品牌能更精准地触达本地球迷群体,实现双赢。

值得关注的是,本赛季中超球队胸

前广告商行业分布更趋多元化。除了传统的金融和地产行业,文旅以及快消品牌也开始崭露头角。山东泰山将胸前广告更换为天下第一泉,成为中超唯一以文旅IP作为胸前广告的球队,打破了传统商业合作的边界;天津津门虎则在保留泰达南港集团的同时,引入国海博作为联合赞助商,深圳新鹏城引进了阿提哈德航空作为胸前广告。

而选择延续合作的球队,则体现出商业关系的稳定性与成熟度。上海申花与交通银行、武汉三镇与华源证券、成都蓉城与主赞助商的长期合作,浙江队与零跑汽车再次签约,这不仅反映出这些球队具备持续的商业吸引力,也说明优质的合作关系能为双方带来长期价值。



武汉三镇队球员王毅(中)与北京国安队球员恩科洛洛在比赛中拼抢。