



云南省城市足球联赛(“滇超联赛”)启动以来,各州市立足自身资源禀赋,创新打造“赛事+文旅”“赛事+消费”“赛事+文化”等联动模式,将绿茵场上的激情与地方文旅资源、民族文化、消费场景等有机结合,既点燃了全民参与体育的热情,又为市民和游客提供了沉浸式文体文旅体验,更有效激活消费市场,让“有一种叫云南的生活”更加鲜活、更具魅力。



3月7日,昭通队主场对阵大理队。本报通讯员 范云摄

各地趁着赛事热度,创新推出“观赛+旅游”模式,让一场足球赛成为游客深度体验地方特色的“入场券”。昭通市以主场赛事为契机,深化文旅商融合发展,创新“赛事+文旅”促消费模式,推出“看滇超·游昭通”系列主题活动,为广大市民和游客提供高品质、多维度、沉浸式的文旅体验,有效激发了当地消费市场活力。

赛事+旅游 体验地方美景

元旦假期,趁着滇超联赛昭通赛区第二主场赛的火热氛围,昭通市主动出击,对接川渝旅游市场,邀请川渝地区100余家旅行社代表走进昭通,现场观看滇超比赛,感受赛场上的热烈氛围,同时实地考察昭通精品旅游线路,深度体验西部大峡谷、邵女坪、豆沙关、黄连河、昭通古城、大山包(环线)景区、龙氏家祠等知名景区景点。

赛场上,运动员们带球过人、激烈拼抢、精准射门,每一个精彩瞬间都引得现场观众欢呼不断;看台上,球迷们挥舞着旗帜、高喊着口号,助威声此起彼伏。赛场周边,非遗文创展销与体验区人气十足,昭通特色美食、非遗手工艺品整齐陈列,让前来观赛的游客在感受足球魅力的同时,近距离体验昭通的文化底蕴和民俗特色。此外,昭通市还同步推出50余场特色活动,涵盖历史文化沉浸式体验、滇超赛事联动消费、全域旅游优惠等多个方面,进一步丰富了市民和游客的出游体验。

“第一次来昭通看球,没想到氛围这么好!比赛精彩刺激,现场还有昭通特色美食和民族歌舞表演,感觉特别值。”来自四川泸州的游客黄仁强难掩兴奋地说,这趟旅行不仅打卡了昭通古城,还到大山包观赏了黑颈鹤,深度体验了昭通的历史文化与自然风光,下次一定要带上家人再来,好好感受昭通的独特魅力。

3月上旬,昭通市再次借助滇超联赛主场赛的热度,组织云南省川三省导游代表200余人走进昭通,开启为期4天的“看滇超·游昭通”文旅采风体验活动。座谈会上,昭通市3家旅行社分别与省内外6家旅行社及文化传媒企业签订了合作框架协议,双方将围绕线路开发、客源互送、宣传推广等方面开展深度合作,携手推动区域文旅产业持续健康发展。

楚雄彝族自治州则以滇超联赛为契机,深度挖掘本土文旅资源,围绕“跟着滇超游楚雄”主题,精心策划推出十大精品旅游线路,涵盖生命起源探秘、红色文化传承、非遗深度体验等多个主题,满足不同游客的出游需求。同时,楚雄州还发放“文旅加油包”,包含景区门票折扣、酒店民宿优惠券、特色餐饮代金券等,有力带动了住宿、餐饮等相关产业的消费增长。

赛场之外,楚雄州文化和旅游局设置的展台前同样人气爆棚,不少外地游客正拿着手机扫描“乡村好风光·民俗风情之旅”的线路二维码,紫溪彝村、光禄古镇等原本陌生

的地名,此刻成了他们行程单上的下一站。红河哈尼族彝族自治州凭借滇超联赛的热度,着力打造“跟着赛事去旅行”的文旅新时尚。红河州文旅部门整合全州文旅资源,推出了串联建水、石屏两地各景点的拾乡趣·最美乡愁之旅,覆盖开远、蒙自、屏边、河口等地的探米轨·滇越时光之旅,以及在弥勒疗愈身心的悦身心·温泉康养之旅等多条精品线路。

红河州还推出了“票根福利”,凭借滇超门票,球迷和观众可解锁全州25个优质景区的专属优惠,让“一场球赛,一场旅行”成为球迷们的标准行程。“原以为只是陪家人看场90分钟的比赛,没想到凭着球票还能游那么多景区。我们已经计划好了,看完球就去建水古城逛两天,尝尝烧豆腐,再坐坐米轨小火车。”来自山东的球迷李建伟在场边难掩兴奋地说道。

迪庆藏族自治州则推出“观赛+文旅”组合优惠套餐26款,涉及600余家文旅经营主体,将球票与景区游览、非遗体验项目联动,实现了赛事流量与文旅资源的精准对接。3月8日15时,迪庆藏族自治州民族体育中心人声鼎沸,云南省城市足球联赛第七轮比赛中,迪庆队坐镇高原主场迎战德宏队。绿茵场上,运动员们奋勇拼搏,当球入网瞬间,呐喊声划破高原的天际,现场氛围达到高潮。从德宏州专程赶来的王晓江十分激动:“太精彩啦!”他笑着说,一张球票不仅让他欣赏到了精彩的比赛,还能体验雪地里速度与激情,感受高原足球的独特魅力。

“上午去了石卡雪山,门票没花钱,原本明天回去,现在改变计划了,准备用三四天带着家人多去几个景点。”王晓江说,迪庆比他想象的更美。持有滇超联赛任意场次球票的游客,可享受普达措景区的悠悠园餐8折优惠、梅里雪山景区的自营店9折优惠,还可免费游览松赞林景区(包含门票、车费、讲解),一系列优惠政策,有效吸引了游客延长停留时间,带动了当地文旅产业的发展。

“在滇超联赛迪庆赛区赛事期间,我们立足本地文旅资源与民族文化特色,以‘赛事搭台、文旅唱戏、品牌出圈’为核心思路,通过资源整合、场景植入、精准传播三维举措,推动滇超赛事与迪庆文旅品牌深度绑定,既保障赛事宣传热度,又实现城市文旅形象的有效传播,探索出民族地区文体旅融合推广的可行路径。”迪庆州文化和旅游局相关负责人说道。

大理白族自治州整合民宿酒店、商超、餐饮等各类资源,推出“理遇滇超·观赛大礼包”,观众凭球票到店消费和住宿可享受折扣、延迟退房等优惠,持续将赛事热度转化为文旅发展实效。

赛事+优惠 刺激消费市场

滇超联赛的持续举办,点燃了全民观赛热情,也带动了吃、住、行、游、购、娱全链条消费,各地依托赛事创新消费场景,推出惠民举措,让体育热度持续转化为实实在在的消费动能。

楚雄州将赛事消费与地方特色产业相结合,在场馆周边持续开展“滇超联欢·楚品有礼”特色商品展,30户企业布设46个展位,集中展示楚雄啤酒、彝绣、杞拉么咖啡等30余个品类商品,球迷观赛前后可近距离接触、购买本土好物。

每当楚雄队主场日,赛后涌入彝人古镇的观赛人潮总能点燃街区的烟火气。古镇内,餐厅里座无虚席,全羊汤锅、野生菌火锅等特色美食备受青睐,成为球迷们看完球赛后聚会的首选;特色商铺前,游客络绎不绝,彝绣饰品、本土特产等商品销量大增。来自昆明的球迷李宏一家三口便是其中之一。“我们看到凭球票去禄丰世界恐龙谷门票可以打5折,准备明天带孩子去玩一趟,今晚就住在古镇的彝家小院里,感受一下民族风情。”李宏说道。楚雄赛区首赛期间,彝人古镇累计接待游客45.5万人次,古镇商家营业额达979.55万元。

春节期间,昭通市抓住节日消费旺季,结合滇超联赛的热度,在11个县(市、区)推出民俗文化巡演、大型非遗展演、特色美食体验、昭通古城年货街等82个新春促消费场景,共吸引1400余家商家参与,涵盖餐饮、零售、文旅、民俗等多个领域,累计带动消费近2亿元。

红河州不仅注重线下消费场景的打造,更注重服务保障。借助赛事期间的高人气与消费量,蒙自石榴、梯田红米、红河茶叶等“红河九红”代表产品成为备受客队球迷青睐的伴手礼。红河九红产业发展协会负责人邱瑜表示,红河州推出了10多家企业的50余种产品,希望借助滇超联赛平台,持续提升“红河九红”知名度,让更多人了解红河特产、购买红河特产。

红河州税务部门将服务触角

延伸至消费最前沿,在赛场旁设立税务服务站,配备24小时智能终端,让商户办税“零延时”。同时,税务部门还组建“税务服务站”,穿梭于夜市摊位等,辅导游客、个体工商户、旅游团等群体进行发票开具和涉税申报,进一步优化了营商环境。

德宏傣族景颇族自治州创新“赛场+电商”模式,在赛场周边设置特色农产品展销区,集中展示遮放贡米、德昂酸茶等本地优质特产,让球迷在观赛之余,能够一站式选购地道德宏好物。同时,德宏州还组织13家电商企业、网络名人开设“滇超德宏助农直播间”,累计直播58场次,实现体育竞技与乡村振兴、助农增收的良性互动。

德宏州委宣传部副部长、州委网信办主任刘吉庆介绍,话题“滇超德宏生活季”全网破百万,话题“德宏景颇歌曲助阵滇超”“德宏队滇超联赛先进一球”上榜快手热搜榜前10名,赛事成为展示德宏城市活力的重要窗口。

丽江市商务局联动多方资源,推出系列消费券活动,把赛事热度有效转化为消费动能。其中,“加油丽江一惠享滇超”便利店专项券活动于2025年12月7日至12月31日开展,覆盖中石油、中石化在丽江的所有便利店,推出满100减30、满200减50、满300减80等五档优惠,切实让利于民。“消费者通过‘云闪付’等App免费领取,消费时在相应App上通过扫码核销,活动还可与商家自身折扣叠加,实现双重让利。”丽江市商务局市场运行科科长金楠介绍。

走进中石油古城区古路湾加油站,“为滇超加油”“为丽江足球加油”的宣传语映入眼帘,站内的昆仑好客便利店里,粮油、烟酒、零食、日用品等琳琅满目,前来核销消费的市民和游客络绎不绝。中石油古城团队经理和秋冬告诉记者,前来核销的主要是本地市民,也有不少自驾游客在推荐下领券消费。古城区有长水、玉河、祥和、古路湾4个加油站便利店参与活动,活动期间销售额均实现50%以上增长。中石油丽江销售分公司非油业务岗田凤介绍,中石油丽江市35家便利店参加活动,带动5421笔次交易,拉动消费146万元。

“加油丽江一惠享滇超”便利店累计发放2.6万张专项券,参与领取和使用的市民游客达到2万余人次,累计核销优惠金额106.03万元,直接带动消费484.93万元。

在大理州体育中心体育场外,滇超集市热闹非凡,近40个展位集合了农产品展销、非遗文创体验、美食饮品和旅游宣传等商户,大理的扎染、马马、牛奶、乳扇、啤酒等地方特色产品广受欢迎,成为球迷和游客争相购买的热门商品。

大理主场的单场比赛现场观赛人数均超8000人,线上观看近10万人次。3月1日大理队主场迎战保山队,线下观赛人数8600人,赛事直接经济效益约411.8万元,经济拉动效益约1523.7万元。

赛事+文化 展示特色魅力

云南民族文化底蕴深厚,非物质文化遗产资源丰富。滇超联赛不仅为体育竞技提供了舞台,更成为民族文化展示、非遗技艺传承的重要载体。“滇超联赛”第四轮焦点战在楚雄州打响时,开赛前的绿茵场摇身一变成为彝家山寨的T台,模特们身着精美的彝绣服饰款款而行,《云绣彝裳》民族服饰秀精彩上演,向现场数千名观众展示了楚雄彝绣非遗的独特魅力。

“没想到看球赛的同时还能看一场非遗大秀,我妻子对彝绣很感兴趣,已经约好明天去彝绣工坊里体验一下。”来自昭通的球迷张磊说道。

在大理滇超集市上,扎染、马马等非遗文创产品备受青睐,游客们纷纷驻足观看、亲手体验,感受非遗技艺的独特魅力。大理璞真扎染展位前,马年生肖扎染玩偶等产品热销。由庆小庆工作室设计、璞真扎染制作的扎染球迷应援T恤,更是成为赛场的一道风景线。这款T恤将白族扎染技艺与足球元素相结合,既体现了大理的文化特色,也彰显了球迷的热情。白族扎染技艺传承人杨志瑞介绍,这款T恤已累计生产2000多件,首批生产时,位于喜洲镇周城村的染坊里,100多位手艺人4天时间里赶制出1000余件衣服,制版、扎花、染色、晾晒全程由手工完成,深受球迷和游客的喜爱。

大理球迷组成的“球迷战队”不断壮大,来自各行各业的球迷利用业余时间参与排练,“95后”小伙罗浩

本报记者 黄翊楚 饶勇 张帆 沈迅 管毓树 李铁成 段苏航 秦蒙琳 谢蕊灿 通讯员 李铭峻



游客在彝人古镇品尝全羊汤锅。本报记者 谢蕊灿摄

观察

让“滇超”更惠民

长达8个月的滇超联赛,收获过鲜花,也经历过挑战。这场草根足球赛事,深植于红土高原深处,融于寻常百姓的生活。

这场“云南人民的联赛”,是“行走在风景里的联赛”,对每一个普通人都敞开大门。9.9元的票价,让足球回归群众,让赛场成为邻里相聚的客厅。当玉溪的中学体育老师期盼球员们能去学校指导孩子,当家长带着孩子指着场上的球员说“那是隔壁小区的大哥哥”时,这种基于地缘和人情的情感连接,让体育成为生活的调味品、社区的黏合剂。

要让滇超联赛成为弘扬体育文化的阵地,赛事宣传应聚焦充满烟火气的人物故事,展现“草根足球”的风采;可采取球员见面会等形式,鼓励球员化身社区体育指导员,带动全民健身。要让拼搏、协作、向上的体育精神,在赛场内外得到生动的诠释,进一步把观赛热情持续转化为全社会参与全民健身的行动,推动体育精神深入人心、全民健身蔚然成风,让“有一种叫云南的生活”充满健康与活力。

娄莹



球迷游客打卡独克宗古城。本报记者 张帆摄

大理球迷“第二战队”在球场呐喊助威。本报通讯员 陈强 摄