

# 滇超联赛 以赛为媒 融文汇旅

本报记者 杨茜 王剑钊 李苏榕 娄莹 余国鹏 吴沛钊 和茜

在文旅融合成为区域高质量发展核心战略的背景下，体育赛事作为连接多元产业的重要纽带，正从单一竞技维度向“赛事+文化+旅游+产业”的复合型生态演进，成为激活地方经济活力、传承民族文化基因、提升城市品牌价值的新载体。云南本身就是旅游热门地区，2025/2026富滇银行云南省城市足球联赛（“滇超”联赛）的启幕，正是云南立足全域旅游，以赛事IP为支点撬动文体旅深度融合的创新实践，其打造的“跟着赛事游云南”模式，通过组织普通游客与球迷同台观赛，成功将观赛人群转化为旅游消费群体，为地方发展注入新动能。

通过文化植入、消费联动、全域统筹等多元举措，“滇超”联赛将足球竞技的大众吸引力与云南得天独厚的文旅资源、丰富多彩的民族文化深度绑定，以赛为媒、以赛兴城，让“有一种叫云南的生活”在赛场内外形成具象表达。



玉溪队球员带球突破。本报记者 周灿 摄



大理队主场0:1惜败楚雄队。本报记者 李丽 摄



## 文体旅融合产品的集中亮相

10月26日，在2025中国户外运动产业大会上，“滇超”联赛筹备工作与整体规划正式推介，全省各州（市）组队备战同步启动，作为云南重点打造的自主品牌赛事，“滇超”联赛定位“全域覆盖、全民参与、全链融合”，于2025年11月底至2026年7月在16个州（市）开展，赛季超100场较量，实现“全省一盘棋”布局。赛事确立差异化发展思路，将每个主场打造成独特民族文化体验中心，为每支球队绑定地方民族元素，让球队成为“移动文化载体”。

从筹备到揭幕，“滇超”联赛已跳出传统体育赛事框架，成为云南探索“赛事+文旅+产业”融合路径的重要载体。它以足球为纽带串联16个州（市）资源，让竞技激情与民族文化、山水风光深度融合，让“有一种叫云南的生活”更具象。“跟着赛事游云南”模式的深入推进，更是让云南的旅游资源与赛事流量精准对接，普通游客与球迷

在共同观赛中加深对云南的了解，进而转化为旅游消费群体，为全域旅游经济发展注入持续动力。

11月29日的玉溪，沉浸在“滇超”联赛的热烈氛围中。清晨，300余名怒江球迷抵达玉溪站，当地精心筹备的欢迎仪式驱散了他们的旅途疲惫。

这份热忱融入玉溪为“滇超”联赛定制的全域旅游福利体系：11月28日至30日揭幕战期间，48家A级景区对怒江球迷免费开放，46家A级景区向本地市民免票；40余家酒店民宿推出价格优惠与延迟退房服务，青花街等核心商圈为持票球迷提供专属折扣。同步上线的5条精品旅游线路，让球迷可在观赛之余深度领略玉溪的人文与自然之美。

玉溪高原体育运动中心周边赛事氛围浓厚，“滇超”联赛主题道旗与打卡装置随处可见，“彩云集市”汇聚多个州（市）特色产品与本地非遗文创，成为云南多元文化的展示窗口。赛前的玉昆球

员见面会、网红乐队演唱点燃狂欢氛围。19时，揭幕仪式如期举行，暖场宣传片与主题歌快速带入赛事语境，全省首次亮相的体育赛事激光秀与云南特色文艺节目融合，尽显城市活力；16个州（市）代表队依次入场，仪式感拉满。揭幕战赛事由玉溪队主场迎战怒江队，比赛中场休息期间还组织了看台球迷激情“对歌”。最终，这场赛事吸引2.3万余名观众到场，各式应援与民族风表演“滇味”十足。

值得关注的是，揭幕战当天上午，玉溪市同步举办文体旅产业招商暨旅居推介会，借赛事流量红利斩获1.47亿元签约成果，实现赛事搭台、经济唱戏的良好开局。从文化展示到消费激活，从文旅礼包到招商引资，玉溪以“滇超”联赛为纽带，实现体育激情与文旅魅力的深度碰撞，让赛事流量有效转化为城市发展增量。正如现场球迷所说：“这不仅是一场球赛，更是一次爱上玉溪的理由！”

## 全域赛事联动推动多元文化共舞

随着“滇超”联赛在全省多州（市）铺开，“跟着赛事游云南”的理念在各地落地生根，形成“一赛一特色、一州一风情”的融合格局。

12月6日，多场精彩对决同步上演：红河州队客场对战德宏队，最终以2:1斩获胜利，从红河哈尼梯田的田埂到德宏芒市的勐巴娜西珍奇园，800多公里的距离隔不断拼搏信念，红河州特色歌舞《马樱花》惊艳亮相，向现场观众展现红河魅力并发出旅游邀约；昭通元宝山城市体育公园主体育场内，1万余名主场球迷早早集结，昭通队主场迎战西双版纳队，双方历经点球大战，最终西双版纳队以4:3胜出，亲子球迷与特色队服点缀的看台，尽显足球运动的大众吸引力。12月14日，丽江赛区首场较量打响，东道主丽江队以5:0大胜文山队，流畅的战术配合为现场球迷奉献了一场进攻盛宴，也让丽江的山水风情与足球激情完成了完美融合。

11月28日，“足韵燃情非遗探秘”滇超峨山行活动在峨山彝族自治县启幕，非遗体验、集市与主题晚会等活动，提前为球迷奉上文化盛宴。

下午，萃秀书院里，非遗代表性传承人现场展示彝族花鼓舞、彝族四腔和彝族四弦，手把手教学花鼓舞“蹬、顿、甩、跳”基础步法，让参与者亲身感受“中国彝族花鼓舞之乡”的独特魅力，吸引众多游客驻足拍照、学习体验。傍晚，非遗长街宴沿古镇青石板路铺开，炊锅、春鸡、牛汤锅等彝族特色美食香气四溢。身着盛装的彝族姑娘唱响祝酒歌，与宾客互动交流，让大家沉浸式感受彝乡温情。

夜幕降临，“足韵滇超 非遗焕彩”展演晚会上演，晚会汇集昆明、红河、楚雄、德宏、西双版纳等州（市）的精品非遗节目，让现场观众大饱眼福。更有打铁花、风火轮、火壶等非遗绝技震撼亮相，绚烂火光与欢呼声交相辉映，随

后的彝族打歌环节将氛围推向高潮，大家围着篝火唱舞歌、跳彝迪，沉浸式感受彝族同胞的狂欢热情。

各地纷纷以赛事为契机，将“跟着赛事游云南”的理念融入活动策划，推出特色文旅产品。红河州针对性推出3条短途旅游线路，以“拾乡趣·最美乡愁之旅”“探米轨·滇越时光之旅”“悦身心·温泉康养之旅”串联建水古城、蒙自碧色寨、弥勒东风韵等核心景点，让球迷在观赛之余，可漫步百年米轨、体验彝族风情、享受温泉康养，在气锅鸡、烧豆腐等特色美食中感受红河的烟火气。楚雄文旅则推出“跟着‘滇超’游楚雄”系列精品线路，其中“乡村好风光·民俗风情之旅”覆盖紫溪彝村、光禄古镇、昙华山景区等多地，将彝族左脚舞、彝绣等非遗代表性项目与乡村风光相结合，配套推荐彝族全羊汤锅、野生菌火锅等特色美食及多元住宿选择，为观赛人群提供沉浸式文旅体验。

## 票根经济激活流量变增量

非遗为“滇超”联赛注入文化灵魂，而“一张球票”驱动的全域旅游策略，则让赛事流量价值充分释放。

各地通过系统性福利设计，精准对接观赛人群消费潜力与本地旅游资源，构建“赛事引流+消费留客”的完整闭环。比赛深度融入“赛场即景区、观赛即旅行”理念，计划将部分赛场设在雪山、洱海等特色场景，实现“观赛+旅游”双重体验。商业开发上，将深耕赛事衍生品、票务运营等核心环节，提升品牌价值；流量转化方面，推出定制化旅游产品推动“游客变旅居者”，发放“彩云消费券”等福利，打造“云品好物市集”助力特色风物走出

云南。目前，各州（市）组队工作全面启动，昆明创新全民海选模式吸引爱好者参与，全省赛事热情高涨，市场开发与商业合作有序推进。

早在11月24日的新闻通气会上，玉溪便公布文体旅融合“体验包”与赛事消费“大礼包”，明确以“一张球票”联动全域资源，推动流量转增量。为保障揭幕战顺利，500余名演职人员加紧排练，主场场馆设施完成全面验收，揭幕仪式各环节精心设计，兼顾氛围营造与互动趣味。

围绕“跟着‘滇超’游玉溪”，玉溪市推出的5条覆盖文化研学、自然观光等维度的精品线路，满足不同游客需求。

同时，通过线上展播、线下体验区等方式，推动非遗与赛事深度融合。据透露，2026年玉溪将推出120项特色文旅活动，让不同时节观赛的球迷都能感受本地魅力。

“一张球票、全城优惠”是各地激活消费的核心举措，更是“以球迷为中心”理念的体现。德宏州创新“赛场+电商”模式，在赛场周边设置特色农产品展销区，展示销售遮放贡米、德昂酸茶等特产，同步组织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，让“看滇超赛事、买德宏特产”成为新风尚，实现体育赛事与助农增收的良性互动。

## 双线办赛筑牢兴城根基

消费激活与文旅价值释放，离不开坚实的赛事保障。各地以长远眼光统筹规划场馆升级与城市优化，为“滇超”联赛及更高规格赛事筑牢基础，实现“办赛”与“兴城”双向赋能。

“滇超”联赛玉溪主场为云南玉溪高原体育运动中心主体育场，目前设施已完成验收。为应对场地冲突，玉溪启动红塔区体育场提升改造项目，计划2026年1月至2月完工作为备用主场。2026年玉溪将同步承接“滇超”联赛与中超赛事，组委会已制定错峰方案，若遇不可抗因素无法错开，将及时启用备用场地。

改造内容聚焦三大核心：一是场地

优化，将草坪改为人造草，升级排水与照明设施，符合专业赛事标准；二是功能用房升级，改造更衣室，增设医疗急救室、兴奋剂检测室等专业空间；三是配套设施更新，升级座椅、安防系统，完善便民服务点，优化观赛环境。改造后体育场将兼具专业赛事、全民健身、商业活动等多项功能。

红塔区围绕“花园城市”目标推进绿化升级，目前已在玉溪大河三期、红龙路沿线种植樱花1万余棵，后续将持续推进。下一步，红塔区将盘活公共空间，落实“见缝插绿”理念，重点提升高铁新城核心区及高速入城口交通廊道绿化，推动城市环境“由绿向美、由美向景”转变，既为赛事营造优美环境，也提升市民宜居感。

从单场保障到全域布局，“滇超”联赛始终立足云南“全省一盘棋”格局。这场覆盖16个州（市）的足球盛宴，不仅是竞技舞台，更是整合文旅资源、推动区域协调发展的平台，“赛事+”模式为云南新经济发展提供新思路。

德宏州借助赛事打造“体育赛事+网络宣传+电商助农”融合模式，通过多级融媒体账号发布赛事内容、动员网络名人开设“滇超德宏助农直播间”，累计直播58场/次，让“看滇超赛事、买德宏特产”成为新风尚，实现体育赛事与助农增收的良性互动。

## 跟评

### 文体旅融合的创新实践

球迷与游客的欢呼、彝族花鼓舞与足球激情的交融、一张球票串联的消费脉络、红河的米轨风情、德宏的电商助农、楚雄的乡村民俗，“滇超”联赛为云南文体旅融合又迈出探索性的一步。

从玉溪揭幕战到各地特色赛事，从非遗体验到票根经济，从单州发力到“全省一盘棋”布局，“滇超”联赛以足球为媒，构建起竞技、文化、旅游、产业多元生态，更通过“跟着赛事游云南”的创新模式，将云南的旅游优势与赛事活力相结合，让观赛人群转化为旅游消费群体，为地方赛事经济发展提供了云南样本。

“滇超”联赛的破局，在于跳出竞技论竞技局限，锁定“以赛为媒、以赛兴城”逻辑，实现从赛事举办到价值创造的升华。它将足球吸引力与云南旅游资源、民族文化深度绑定，各地推出的全域旅游优惠政策与特色旅游线路并非简单叠加，而是构建起观赛、旅游、消费的完整闭环，让流量有效转化为经济增量。依托云南各地文旅资源，“跟着赛事游云南”模式精准对接了游客与球迷的双重需求，让赛事成为展示云南风光与文化的流动窗口，进一步放大了云南的文旅品牌价值。

全域旅游激活是“滇超”联赛的外在价值，民族文化融入则是其核心竞争力。“滇超”让文化融入赛事全环节：峨山非遗体验让传统技艺走进大众，楚雄的左脚舞、彝绣让民俗文化可感可知，球队绑定民族元素成为移动载体，特色场景赛场让山水风情成为天然背景。这种融合既为文化传播提供广阔场景，也为赛事注入独特地域标识。

“滇超”联赛的长远价值，在于全省一盘棋布局与可持续运营理念，为全域旅游提供范本。它打破地域限制，串联各地旅游资源，形成全域旅游、优势互补格局，避免同质化困境。玉溪将赛事筹备与场馆改造、城市绿化等民生工程结合，德宏将赛事流量与乡村振兴深度绑定，楚雄让赛事带动乡村旅游发展，都实现了办赛兴城的良性互动。

“滇超”联赛探索刚起步，从现象级到常态化品牌仍需深耕。未来需进一步提升赛事竞技水平、细化“赛事+文旅”产品设计，让“跟着赛事游云南”模式覆盖更广泛的人群，同时建立长效商业运营机制。但不可否认，它已为云南文体旅融合打开新窗口，其“赛事+文化+旅游+产业+民生”的多元模式，既为地方赛事发展提供新思路，也为民族地区文旅升级提供可借鉴经验。

从绿茵激情到文化传承，从消费激活到全域旅游，“滇超”联赛正在让“有一种叫云南的生活”通过足球走向更广阔天地，也让“跟着赛事游云南”成为新风尚。

李晨亦



迪庆队主场4:5惜败曲靖队。本报记者 彭少杰 摄

丽江队主场迎战文山队，以5:0成绩取得胜利。图为文山队队员合影。本报记者 和茜 吴沛钊 摄