

# 赛事搭台 文旅唱戏 文化赋能

## ——昭通元旦假期文化活动侧记

记者 莫娟

2026年元旦假期,昭通市以2025/2026富滇银行云南省城市足球联赛昭通赛区主场赛事为契机,创新打造“赛事+文化+旅游”融合发展新模式,整合推出历史文化沉浸式体验、滇超赛事联动消费、全域旅游优惠等50余项特色活动,为八方游客奉上一场兼具体育激情与人文风情的假日盛宴,全面激活文旅消费市场,进一步提升昭通文旅品牌吸引力和城市美誉度。

绿茵赛场燃激情,文旅融合添活力。在元宝山城市体育公园足球场,滇超联赛的激烈角逐点燃了整座城市的激情。赛场上,球员们脚法精湛,攻防兼备,每一次射门都引来阵阵欢呼;看台上,来自各地的游客与本地球迷齐聚一堂,呐喊声、助威声此起彼伏,大家都沉浸于绿茵激情与城市活力的交融之中,尽享足球运动带来的快乐。

“第一次来昭通看球,没想到氛围这么好!比赛精彩刺激,现场还有特色美食和民族歌舞表演,特别值得,下次再带家人来!”来自四川泸州的游客黄仁强难掩兴奋地说道。他坦言,这趟旅行不仅圆了看球梦,游览了昭通古城,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。

一场赛事带火一座城。为推动体旅深度融合,让游客在观赛之余尽享昭通之美,昭通市文旅部门精准施策,推出一系列诚意满满的惠民举措。“结合滇超联赛昭通赛区主场赛事,我们联动全市A级景区,对滇超联赛门票的观众推出优惠政策;其中3个景区门票享五折优惠,其余景区门票免费。”昭通市文旅局资源开发科工作人员曹喜田介绍,这一政策有力撬动了旅游市场,吸引更多游客走进昭通的山水之间,感受这座城市的独特魅力。

赛事引流的虹吸效应,不仅体现在景区客流的攀升上,更带动了餐饮、住宿、娱乐等相关产业的协同发展,为文旅消费市场注入强劲动力。

“针对外来游客,我们推出了八五折住宿优惠政策,元旦期间房间全部订满。”拾光民宿店员笑着说,“来自各地的游客让民宿充满了烟火气,我们的热情服务,让游客感受到昭通人的淳朴与真诚。”

永宏水上娱乐城则瞄准游客多元化需求,推出“住宿+餐饮+温泉”一站式度假套餐。“无论是赛后想要放松身心的球迷,还是举家出游的游客,都能在这里享受温暖舒适的假期体验。”永宏水上娱乐城店员唐

雨烟说。

除了实打实的优惠政策,昭通市还精心策划了一系列特色活动,让赛事与文旅的融合效应持续发酵。据昭通市文旅局局长王昌庆介绍,为了让群众度过一个欢乐、祥和、喜庆的元旦佳节,在市委、市政府的推动下,市文旅局牵头开展全市全域联动活动,内容丰富、亮点纷呈。

在文艺演出方面,全市统筹开展50余项活动,昭通中心城市的昭通古城、元宝山体育场、吾悦广场、会展中心新剧场等场所好戏连台,民族歌舞、非遗展演、民俗活动轮番上演,让游客沉浸式感受昭通的文化魅力;在赛事联动消费方面,在会展中心内设立展区,集中展示昭通各地的景区景点、非遗产品和农特产品,方便滇超联赛观众选购,把昭味道带回家;在惠民福利方面,推出“六免活动”,市外游客可免费品尝昭通苹果、天麻炖乌骨鸡、苹果酒、油糕等6种特色小吃,让舌尖上的诱惑成为留住游客的重要抓手;在区域协作方面,组织川渝地区106家旅行社代表走进昭通,考察景区景点、观看滇超联赛,深化合作交流,助力引进更多川渝游客;同时,推出“昭通人看滇超·游昭通”系列活动,联合航旅集团打造10余条精品旅游线路,组织各县(市、

区)群众走进昭阳区,看球赛、赏美景、感受城市发展变化。

“举办这一系列活动,一方面是为了持续放大赛事与文旅消费的叠加效应;另一方面是为了让更多人知道昭通、了解昭通、走进昭通,感受昭通的自然之美与人文之美。”王昌庆表示,热诚欢迎全国各地的游客前来昭通,邂逅一场山水与文化的浪漫之约。

门票联动政策的实施,有效延长了游客的停留时间,提升了文旅消费能级;丰富多彩的特色活动,让体育赛事与文旅实现了双向奔赴。如今的昭通,正以赛事为突破口,将文化符号与旅游场景深度融合,推动“一时流量”向“长效经济”转化,为城市高质量发展注入源源不断的新动能。

据统计,元旦期间,全市累计接待游客50.54万人次,实现旅游总花费4.16亿元。此次“赛事+文化+旅游”的创新实践,不仅实现了体育激情与旅游休闲的完美融合,更探索出一条文旅产业转型升级的新路径,为昭通打造全域旅游目的地写下了生动的注脚。未来,昭通将持续深化“赛事+文化+旅游”融合发展模式,不断丰富产品供给、优化服务品质,让这座“云南北大门”以更加开放、自信的姿态,迎接四海宾朋。



昭通文庙游客如潮。 记者 张广玉 摄

# 以赛为媒激活川渝客源市场

## ——川渝百家旅行社探路昭通“体旅融合”新路径侧记

记者 莫娟

2026年元旦佳节,昭通元宝山城市体育公园主体育场内人声鼎沸、激情澎湃,滇超联赛的激烈角逐点燃了冬日热情。与赛场热度同样高涨的,是来自川渝地区106家旅行社代表组成的考察团的探访热情。在为期4天的“看滇超·游昭通”深度体验活动中,考察团循着赛事足迹,遍访水富、盐津、大关、昭阳等地核心景区,在感受绿茵激情与山水灵秀的同时,与昭通文旅部门共商合作大计,为滇川黔渝区域文旅融合发展注入新动能。

赛事引流,让体育热度转化为文旅流量。“比赛太精彩了!现场观众的热情完全感染了我们。”站在元宝山体育场内的看台上,四川省旅游协会酒店与会展分会副秘书长夏文一边拍摄赛场画面,一边感慨地说。他坦言:“将体育赛事与旅游体验相结合的模式极具吸引力。接下来,我们要把这种创新玩法融入旅游产品设计,吸引更多川渝游客走进昭通。”

此次活动是昭通行“以赛促旅、以文塑旅”发展理念的生动实践,更是落实《旅居昭通三年行动计划(2025—2027)》中“培育体育旅居+游览”联动线路,将滇超联赛的核心场景与

沿线文旅资源精准衔接,让考察团在赛事间隙深度领略昭通的历史文脉与自然之美。

在昭通古城,青瓦屋面与雕梁画栋交相辉映,明清格局的街巷肌理间藏着“锁钥南滇,咽喉西蜀”的过往。考察团成员漫步于青石板路上,在古城墙与老宅院间感受历史与当代的交融。“这里曾是清朝商帮的聚集地,也是云南汉文化的重要发源地,这样的历史底蕴对川渝游客极具吸引力。”四川川智远国旅负责人向朝凯拿着相机记录不停,言语间满是认可。

据昭阳区文旅局相关负责人介绍,邀请川渝旅行社代表实地考察,就是为了让她们全方位地了解昭通的文旅资源禀赋,通过其专业视角打造精品线路,让更多川渝朋友认识昭通、走进昭通,体验昭通的人文之美、自然之美与民族风情。

历史遗迹与自然奇观的双重魅力,让考察团频频点赞。在盐津豆沙关,考察团沿五尺道溯源,探访观音阁、石门关、唐袁滋题记摩崖石刻等遗迹,近距离领略旌人悬棺的神秘奇绝。“这里历史文化厚重,地形地貌独特,绝对是值得深度挖掘的旅游宝藏地。”四川太平洋国际旅负责人冉光均当场表态,将把盐津

县豆沙关作为川渝市场推广的重点景区。

大关黄连河的云雾仙境展现了昭通的生态之美。考察团穿行于对歌瀑、水帘长廊间,瀑布声与鸟鸣声交织成韵,雨雾中黄连河的喀斯特地貌更显婉约灵动。“这里交通便捷,温泉资源独特,加上高负离子的生态环境,非常适合开发康养旅游项目。”成都建发国旅总监谭迎秋的判断,精准契合昭通打造“昭鲁避暑”“巧家避暑”两大度假旅居品牌的规划方向。在西部大峡谷,听闻温泉出口温度高达86℃时,代表们纷纷驻足拍照,对昭通温泉度假产品的开发潜力充满期待。

实地体验之外,务实合作成为此次活动的核心落脚点。1月4日召开的座谈会上,昭通市文旅部门相关负责人与川渝旅行社代表围绕线路设计、客源互送、宣传推广等关键议题深入探讨,达成多项初步合作共识。根据共识,双方将依托昭通“大山大水大峡谷”的资源优势和川渝庞大的消费市场,重点开发“赛事观赛+历史探秘”“生态康养+温泉度假”等主题产品,推出定制化跨省旅游线路。

“看滇超·游昭通”是昭通深耕川渝客源市场的关键一步。昭通市文化和旅游局相关负责人表示,当前,昭通正迎来文旅产业发展的黄金机遇期,也为广大旅行社伙伴搭建了广阔的合作舞台。昭通正全力推进餐饮服务品质升级、住宿产能倍增、景区提质扩容等七大行动——新增大批酒店民宿床位,完善景区配套设施,打造“一城、一山、一址、一江”核心品牌,推出生态康养、红色研学、乡村体验等多元特色文旅产品,以满足不同客群的多元消费需求。

昭通构建起“季度有主题、月月有活动、周周有动态”的文旅活动矩阵:翼装飞行、城市足球联赛等国际国内赛事精彩迭出,苹果嘉年华、非遗文化节等特色活动轮番上演,“昭昭有戏”演出季、“昭通之夜”休闲季等新兴文旅业态持续升温。无论游客何时到访,都能邂逅独一无二精彩体验,这也为旅行社招揽客源提供了源源不断的动力。

此次“看滇超·游昭通”活动,不仅让川渝旅行社代表摸清了昭通文旅资源的“家底”,更搭建起区域合作的桥梁。随着一系列体旅融合举措的落地实施,昭通正以赛事为笔、山水为卷,奋力书写滇川渝文旅融合高质量发展的新篇章,让“有一种叫云南的生活”在昭通焕发独特魅力。

# 川渝旅行社座谈共话“引客入昭”实录

记者 莫娟 闪光灯

1月4日,“看滇超·游昭通”川渝百家旅行社考察活动迎来高潮,昭通市组织召开专题座谈会,市政府及市文旅部门相关负责人与106家川渝旅行社代表,围绕“引客入昭”主题,结合实地考察见闻展开深度交流。会上,川渝旅行社代表结合多年区域协作经验,就昭通文旅资源开发提出务实建议。

### 气候经济的“冷思考”与“热呼应”

窗外寒意袭人,室内暖意融融。

座谈会现场,与会宾朋各抒己见,川渝旅行社代表围绕昭通夏季凉爽的气候禀赋展开热烈探讨。数据是文旅发展的生动注脚,更印证了昭通对川渝市场的强大吸引力:2025年1月至8月,昭通市累计接待游客4298.05万人次,实现旅游收入351.25亿元,其中川渝游客占比超70%;旅居15天以上的深度游客达29.6万人,位居全省第四,“昭通清凉生活”品牌获央视点赞。这一亮眼成绩的背后,离不开区域协同发展的强劲赋能,也让昭通对深化川渝文旅合作充满期待。

“2026年渝昆高铁通车,新机场投用后,昭通将迎来文旅发展的历史性机遇,但‘酒香也怕巷子深’,我们亟需旅行社这座桥梁,把昭通从‘途经地’变为‘目的地’。”座谈会上,市政府相关负责人的恳切表态,道出了昭通文旅发展的迫切需求与开放姿态。

昭通将全力优化旅游动线设计,完善“吃住行游购娱”全链条配套服务,强化宣传联动,与川渝旅行社共建客源互送长效机制,让“路过”变成“留下”,让“打卡”成为“回头”。这一发展愿景,迅速引发在场川渝旅行社代表的强烈共鸣,一场围绕资源开发、产品打造、服务提升的头脑风暴就此展开。

站在旅行社经营角度,选择昭通就是选择商机、选择未来。重庆携程国际旅行社门店经理张宜坪的发言直奔主题,引来现场阵阵掌声。她当场亮出具体产品规划:“我们计划打造中高端的‘自然疗养+人文静养+温泉康养’产品体系,重点开发7天左右的小包团行程,依托昭通避暑康养、温泉旅居、生态洗浴三大核心优势,串联西部大峡谷、邵女坪、黄连河风景区、大山包等特色景点,打造专属川渝市场的精品旅游线路。”

针对庞大的康养市场,四川太平洋国际旅行社负责人冉光均也底气十足:“我们手上的老年会员规模达60万+,通过康养主题宣传,完全有能力为昭通带来稳定的客源。”

话音刚落,现场便掀起“热呼应”——多家旅行社代表纷纷表态,愿与昭通文旅部门深度合作,针对川渝市场定制推出“康养体验团”,并借助川渝本地新媒体矩阵,把昭通气候旅游品牌的声量全面打响。

### 资源盘活“破”与“立”

气候经济的独特优势成为座谈会首个热议的焦点。“成都热得像蒸笼一样时,在昭通晚上睡觉还要盖棉被。”四川美途合康康养旅游有限公司总经理夏文的话语直白而生动。他坦言,昭通夏季20℃的天然空调、巧家冬季23℃的恒温暖冬,精准契合当下大众康养游和体验式旅游的市场需求。夏文分享的一组数据颇具说服力:其公司旗下的60万+银发会员中,超过70%曾咨询过昭通避暑线路。

与此同时,夏文也点出了昭通康养旅游发展的痛点:“2025年,我们将鲁甸500套安置房改造为避暑民宿,接待了5万人次,但临时改造的安置房接待能力严重不足,很多客人因订不到房而遗憾放弃。”针对这一问题,多家旅行社代表达成共识,建议昭通加快闲置资产盘活改造,开放更多闲置公租房、养老机构资源,由旅行社参与投资改造运营,转化为避暑住宿资源;尤其希望公建民营的养老中心在每年6—8月推出短期合作,缓解住宿供应不足的压力。对此,市政府相关负责人当场回应,计划对接四川投资或统筹自有资金投资,对昭通闲置房产资源进行整体规划与改造升级,让优质住宿资源匹配旺盛市场需求。

资源如何变现?“讲故事”的能力成为川渝旅行社代表们关注的核心。“昭通缺的不是资源,而是讲故事

的能力。”重庆丹尼斯企业营销策划有限公司总经理张勤勤的发言掷地有声。她以盐津豆沙古镇为例:“五尺道上的马蹄印比史料更有说服力,若能开发‘古道剧本杀’,让游客沉浸式体验商帮文化,客单价至少提升3倍。”

张勤勤结合自身成功经验提出“景区剧本杀”方案:“昭通的红色文化、古道历史都是绝佳素材。我们在重庆废弃景区打造的‘民国风云剧本杀’,单日客流稳定在120人。”这一创意提议得到参会者的广泛响应与认同。

西昌黑土地会展有限公司总经理王玲补充道,仙女湖景区适合打造高端疗养和户外拓展项目,铜锣坝可植入乡村生活体验;大山包的云海资源独具优势,四季可见且观赏便利,加之昭通独特的生态资源,还可开展珍稀动植物实地考察项目;豆沙关的古步道上为数不多的现存仍在使用的古道,这一独特卖点值得重点推广。

座谈会上,兼具国际视野的建言让参会者的思路豁然开朗。北京第七灵感文化传播有限公司执行董事蒋海南分享了一个有趣的细节:“在伦敦推广会上,有欧洲游客把大山包云海误认为瑞士风光。”这让他看到了昭通文旅的国际潜力。他提议,昭通应建立多语种素材库,用好50国免签政策,让昭通苹果和天麻跻身国际游客的必购清单;同时建立系统的国际推广体系,通过社交媒体和国际渠道提升昭通知名度,讲好特色产品背后的文化故事,借助政策红利吸引国际游客,让目标客群不仅认识昭通,更向往来昭通旅游、购买特色产品,真正带动旅游经济高质量发展。

### 政企协同共拓客源市场

针对代表们的心声与诉求,昭通给出了实打实的回应:“旅行社的核心需求,无非是有竞争力的产品、有保障的服务、有回报的市场。这三点,昭通都能稳稳接住!”市政府相关负责人的话语掷地有声,当场释放重磅政策信号:市委、市政府即将出台一系列扶持政策,专项设立旅行社引客入昭激励奖励政策,不管是团队游、过夜游还是研学游,都有明确的奖补标准。

不仅如此,昭通已建立健全旅游服务快速响应机制,涉旅投诉5分钟内快速响应、限时办结,全力守护游客合法权益;同时,从严规范旅游市场秩序,严厉打击哄抬物价、价格欺诈等行为,坚决维护良好旅游环境。

“我们真诚希望以此次‘看滇超·游昭通’川渝百家旅行社考察活动为契机,与川渝各地旅行社建立稳定的合作关系,共同开拓客源市场,实现资源共享、客源互送、利益共赢的旅游合作新局面。”市文旅局相关负责人表示。

市政府相关负责人从6个方面勾勒出昭通文旅发展的清晰路径:将从景区提升、线路策划、企业入驻、客源引流、政策制定、旅居打造等方面系统推进,重点对接川渝等核心客源市场,通过赛事、演艺、研学等多渠道引流,目标是建设滇川黔渝文化旅游合作区,实现从过境地向旅游目的地地的根本性转变。

3个多小时的座谈,思想碰撞不断,共识持续凝聚。这场座谈会,不仅是一次“引客入昭”的精准对接,更是昭通文旅深耕区域合作、迈向高质量发展的新起点。在渝昆高铁即将通车的时代机遇下,昭通将以此次合作为契机,以更开放的姿态、更优质的产品,全力书写滇川黔渝文旅融合发展的新篇章。



广东会馆的戏曲表演。 记者 张广玉 摄



古城挑水巷的沉浸式巡演。 记者 张广玉 摄