



借“琼超”契机释放“赛事+”倍增效应

■ 王艳婷 刘大海

经济
茶座

10月25日

2025年海南省城市足球联赛(以下简称“琼超”)将在海口鸣哨开赛,虽然比赛尚未正式开始,但热度已先行“登场”:

海口主队发布“硬核喊话”,三亚球迷组建设援团,万宁、屯昌球员夜训加练,短视频平台上“琼超来了”话题点击量破千万。

一场省一级城市足球联赛,为何未踢先热?进一步讲,借助“琼超”的这股热潮,如何释放“赛事+”的倍增效应,让体育赛事成为海南推动文旅融合、塑造城市品牌的重要依托,踢出一记兼具流量与能量的好球?

在朋友圈热传的征战“琼超”海报。

所谓“赛事+”,核心不在“赛”,而在“+”。“赛事+”将体育赛事作为一个强大的流量入口和文化IP,与旅游、文化、消费、城市形象等要素深度融合,可产生“1+1>2”的效应乃至化学反应,让体育赛事演变为一场能够撬动区域经济、提升城市品牌、丰富民众生活的综合性盛会。

成功的“赛事+”,好比精心烹调的盛宴。比如,在“琼超”中,可把足球比赛当成主菜,备好赛前文旅体验“前菜”,赛后休闲消费“甜点”,在地文化“美酒”和城市风貌“用餐环境”,打造“跟着赛事去旅行”“赛事即IP”等消费链条,吸引观众在观赛之余,参与体验当地文旅资源,链接出更加多元、更加精彩的文旅消费环节。

做好“琼超”的“赛事+”文章,首先可以探索“赛事+消费”。比赛打响,球迷追崇球队,成为搅热主场商圈的消费“新势力”。当然,比赛吸引的不仅是球队的球迷,还有大量足球运动爱好者乃至省外游客,他们为“阳光海岛+激情足球”所倾

以“赛事+”提升“琼超”辐射力

倒,将“看球”延伸成一次旅行消费行为,观众流量由此变为“游客留量”。

其次,探索“赛事+文化”。一方面,作为一项体育赛事,“琼超”自带“激情”活力基因,与海南充满阳光沙滩、椰风海韵的环境背景相契合,添彩海南“活力之岛”“运动天堂”的文化名片。另一方面,“琼超”植根本土,通过广泛传播一场场赛事,可点燃本地居民为家乡球队呐喊助威的参与感与自豪感。观众从热爱一项体育运动,到以行动关注、支持家乡球队,与“琼超”产生情感链接,是地方文化认同感的充分体现。如此,“琼超”内化为观众心目中可感知、可引起共鸣的地方文化符号,可为更多人触摸海南、读懂海南打开新维度。

再次,探索“赛事+城市”。与单一竞技赛事不同,“琼超”强调城市联动——球队代表城市出征,反映出城市形象、城市气质。当前,各支球队正在紧张备战中,各市县根据自身特色,已先后推出观赛线路、美食市集、球迷嘉年华等配套活

动。比如,“临高文旅”公号为球迷整理“赶海听涛”和“田园寻趣”两条线路,屯昌队口号为“画里屯昌,山可近,水可亲”。体育赛事成为链接市县与观众的纽带,也让赛事经济与文旅消费在赛场外同步升温。

充分做好“琼超+”文章,可借鉴江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)成功运作的范本。其一,深度融入地方文化。苏州的婉约、南京的厚重、南通的江海风情,都能在各自球队的风格、形象及主场氛围中找到身影,赛事成为展示各地文化特色的窗口。其二,商业开发与城市营销联动的成熟模式。“苏超”与地方龙头企业紧密合作,将赛事宣传与城市旅游推广捆绑,设计“跟着苏超游江苏”等主题线路,精准地将赛场人流转化为旅游客流。其三,具备完善的青训与社区根系。“苏超”俱乐部大多深耕社区,拥有自己的青训体系,使得赛事拥有稳定且忠诚的本地粉丝基础,确保了赛事的吸引力、观赏性和可持续性。

海南打造“赛事+”的独特优势

近年来,“赛事+”成为社会热议的文化现象,带动相关话题火爆出圈。比如,省外的贵州“村超”、江苏“苏超”,省内的海南“村VA”、东方“村BA”等。盘点海南自身优势,可助益进一步挖掘资源,做好“赛事+”文章。

比较来看,海南有以下优势:一是气候与场景的天然“加持”。海南得天独厚的热带海岛气候,为体育运动开展提供便利条件;而丰富的旅游资源和国际旅游消费的发展,吸引众多游客,为“赛事经济”培育肥沃土壤。二是体育文化底蕴深厚。海南常年举办各类体育赛事,如海南

融合发展。海南积极落实国家《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》,发展数字体育、智慧旅游,构建多元化的消费场景,为发展体育赛事提供多方位支撑。五是引入顶级体育资源。海南积极引入国内外俱乐部及赛事,比如,中国首家巴塞罗那足球学校落户海口观澜湖,海南匹克球俱乐部联盟成立,全国唯一林丹国际羽毛球中心落地澄迈。

海南的“赛事+”体系正在形成“从村到城、从草根到品牌”的多元格局,体育版图正从点状赛事走向系统布局。

以“琼超”为抓手释放“赛事+”更多可能

海南文化的旅程。也可考虑邀请周边国家和地区的球队来交流,或与国际足球机构合作,举办青少年国际邀请赛,扩大赛事知名度。同时,利用国际航线网络,推出“赛事+海岛度假”国际旅游套餐,吸引境外球迷和游客。

第二,深化“赛事+”,打造沉浸式消费链。赛事期间,联动景区、酒店、餐饮、演艺等旅游资源,推出票根联动优惠、旅游线路、夜间嘉年华活动,让赛场的热闹延续到夜色之中。围绕赛事主题设计文创产品、举办展览和互动体验,增强赛事文化附加值。

第三,善用自贸港政策优势,夯实体育产业基础。用好税收优惠政策,引进体育装备制造、赛事运营等国内外企业,进口体育器材,降低场地建设与俱乐部运营成本。用好免签入境政策,为国际球队来琼,海外球迷观赛提供便利。

第四,打造数字化智慧赛事,加速构建体育全产业链生态圈。借助海南在数字文旅和智慧城市建设方面的优势,引

入大数据、AI、VR等技术,打造智能导览、虚拟观赛和智能推荐等服务,让赛事既接地气又富有科技感。制定招商目录,重点吸引职业足球俱乐部、联赛组织方、赛事版权运营机构,做好赛事传播与内容制作、体育数据分析、赛事解说、体育用品制造、场馆建设与运营以及体育培训等,培育壮大相关产业。

第五,完善制度设计,增强可持续性。可设立海南体育产业投资基金,通过政府出资,吸引社会资本、金融资本对海南体育产业的投资,重点支持数字体育、智能装备、智慧场馆等体育产业新业态、新模式,打造具有海南特色的体育产业集群。同时建立赛事评价体系与年度奖项,如“最佳主场城市”“最具人气球队”等,激发各地办赛积极性。

(作者王艳婷系海南省中国特色社会主义理论体系研究中心特约研究员、海南省社会科学院海南经济社会发展研究所研究员;刘大海系海南省中国特色社会主义理论体系研究中心特约研究员)

清正廉洁的廉劲。如果说海瑞的圣贤理想中勤政为民是核心理念的话,那么清正廉洁就是实现这一核心理念的强大支撑。在海瑞看来,没有清正廉洁,是很难做到勤政为民的。因此,他以毕生实践将廉洁二字做到了“教科书式”的演绎。海瑞的这股廉劲,在于他明边界、守底线,坚守为官的三重边界。一是为官和家居的边界。按当时官场之风气,凡遇新官就任、同僚高升等名目,难免有送礼品礼金的人情往来,只要数额不大,他则视为人之常情,欣然受之。然而海瑞却公开表示,“今日做了朝廷官,便与家居之私不同”。所有礼他概不收,就连老朋友远道送来的礼也不例外。二是利与义的边界。海瑞外放应天巡抚时,江南地区土地兼并十分严重,为了均平田赋徭役,让贫穷农民有地种、有饭吃,他秉持“君子之仕,所以行其义”。比如,他督智前首辅徐阶,在清田和个人私情之间,大义凛然,坚定要求徐阶退田于民,并将其违法的亲属一一严惩。三是公与私的边界。海瑞坚决做到不借公以肥私。任南平教谕时,订立“教约”严禁生员给教官送礼;任淳安知县时,坚决革除县衙正常收入以外的一切收入,精简迎来送往;任应天巡抚时,制定法规,公开政务,要求下属的府县官,凡公库里的钱只能公用,不能私用,并打击贪墨行为;还制定了具体的廉政考核标准。海瑞的廉劲值得学习,我们在践行理想信念的征程中,要绷紧廉洁之弦,坚定保持拒腐、永不沾的政治本色。坚持原则,守好公与私、利与义之界,守住廉洁自律根本底线,为实现人生理想护航。(作者单位均为海口市社科联)

动装置、人工智能等技术,以新技术、新表达促进赛事宣传“动起来”“活起来”“立起来”,进一步丰富海南故事传播内容,提升传播的广度和深度,以更多“看不见的宣传”,进一步壮大海南故事的影响力和粉丝基础。

普通用户自发创作,不断放大传播声量。个人作为信息传播的主体,能够赋予信息以情感温度,具有其他主体无法比拟的优势。海南要积极引导内容创作者大胆创作,自发拍摄正能量短视频、更新网络日志等,以赛为媒讲好城市中“人、事、物、情”的生动故事,让赛事活动和海南故事更具感染力,持续构建“资源驱动+场景匹配+情感连接”的接地气、有温度的传播机制,实现传播的精准触达和深度互动。以个人视角主动传播,可拉近全球受众与海南发展、地域文化的距离,拓宽不同圈层受众的共同话语空间,将文化输出变为情感共鸣,把“海南的故事”变成“我们的故事”,能够在“他塑”中提升传播效能,进而实现赛事宣传、城市推广、文化传播、经济增效等多维度效益溢出,让海南自贸港形象更加丰满立体。

(作者系海南日报社三亚新闻中心副主任、2025年秋季学期海南省委党校中青年干部培训班学员)

以“体育+媒介”深度融合讲好海南故事

■ 黄媛艳

热点
聚焦

赛事“发令”,经济“开跑”,“文商旅体”已成为带动消费、扩大内需的“黄金组合”。《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》提出,支持体育与科技、传媒、农林、交通、养老等产业复合经营,创新行业融合发展路径和模式,延伸产业链条。海南体育赛事众多,如何围绕市场所需,借助媒介力量,赋能“赛事+”融合发展,更好讲述新时代海南故事,是需要深入思考的课题。

探索“体育+媒介”讲好海南故事,琼岛特色优势明显。海南气候宜人,可全年开展帆船、桨板、自行车、马拉松等户外赛事;环岛高铁、环岛旅游公路、“田”字型高速形成“2小时交通圈”;国际团队入境便捷,办赛成本大幅降低;文体新业态搭配离岛免税新政,让观众观赛购物两相宜;省内媒体矩阵式传播实现赛事内容全域覆盖……当前,凭借“天然训练场+自贸港政策+一站式保障+消费放大器+全域传播”的独有组合,海南正加速成为国际文体赛事进入中国市场的首选站和国内文体赛事走向国际舞台的“竞技场”。“赛事即广告、城市即目的地”的立体宣传效应,故事化表达有效提升中国特色自由贸易港的软实力。

探索“体育+媒介”讲好海南故事,琼岛实践丰富多彩。依托自然禀赋资源,经营主体纷纷在琼开展“商旅文体”联动,“跟着冠军去健身”、“跟着赛事去旅行”、三亚马拉松“最美赛道”刷屏全网,环海南岛国际公路自行车赛、环海南岛国际大帆船赛等赛事,成为国际友人了解海南自贸港建设生动实践的一扇窗户。立足地方独特的乡村文化资源,省内媒体机构与地方政府联动,打造自主品牌活动——“九九杯”海南(文昌)乡镇排球联赛(简称“村VA”)和海南东方“村

BA”篮球超级联赛(简称“村BA”),并逐步向全省铺开。比赛期间,组织方打造“体育赛事+乡村好物+非遗展示+旅游推介+文明宣讲+互动体验+文创衍生”组合模式,让赛事经济的乘数效应持续扩大,推动形成“体育引流—消费留量—国际传播—形象塑造—产业升级”的良性循环。“村潮”与“村味”融合的赛事通过矩阵式传播,让五湖四海的侨胞也能够通过媒体“听听乡音乡情、看看家乡变化”。据媒体报道,海南“村VA”赛事自2023年创办以来,累计吸引现场观众超200万人次,全网曝光量突破20亿次。

媒介与体育的深度融合跨越地域、语言与文化的界限,为展现海南形象带来机遇。但是,不同文化背景的受众的多样信息需求、碎片化传播中的舆情风险、海量信息中赛事文化内涵的精准输出、破圈传播中海南立体形象的全面构建等问题也随之产生,需要协同发力破题。

主流媒体精准设置议题,增强赛事的传播力和影响力。良好的舆论环境是弘扬赛事文化、讲好海南故事的关键。主流媒体全媒体传播需守正创新,把握新闻价值,以“官方叙事+群众叙事”双轮驱动,把“媒体想说的”和“受众想听的”有效结合,丰富优质内容供给,有效扩大传播半径,增

海瑞自幼立志“学做圣贤”,求学时发誓“必为圣贤,不当乡愿”,明确读书的目的是要解决国计民生、经世致用,当官时誓言“直欲以圣贤之所已言者,据守行之,自谓效可还至”。一辈子践行圣贤之道的海瑞,成就了一生清正、刚正不阿的人生境界,得到世人的认可和推崇。海瑞的身上,体现了一股正气——追求成为圣贤,坚守成为圣贤。这种追求和坚守蕴含着海瑞的韧劲、干劲、实劲和廉劲,在当今社会具有启示意义。

洗心福
黄焯

名人
文化