

跨城看“草根足球赛”成旅行“发令枪”

■中国城市报记者 张亚欣

显著的经济拉动能力并非职业联赛的“专属技能”，“草根足球赛”能撬动多大的文旅消费？2026年春季的数据给出了答案。

同程旅行数据显示，截至4月28日，浙江、湖北、广东等多个省级足球联赛举办地搜索量环比涨超300%，异地预订用户占比超过六成。广大球迷跨市、跨省观赛显著带动当地文旅消费，赛事前后举办地酒店预订热度较平日涨幅超过80%，场馆周边热门酒店价格涨超一半。

今年，“苏超”依然是顶流，江苏常州、扬州等城市酒店预订热度较平日增长超95%；而首次举办的“楚超”则带动湖北黄石、宜昌等地搜索热度环比提升220%……

“草根足球赛”早已不仅是一项竞技体育赛事，更成为撬动城市文旅消费、激活周末经济和假日经济的有效引擎。“草根足球”带动的观赛游，也从小众爱好正式迈入大众出行领域，并被纳入地方文旅产业发展的核心考量范围。

看台延伸至景区 球赛抛出消费链

26岁的杭州球迷陈昊在2026浙江省城市足球联赛（“吴越杯”）开赛前，做了一件自己以前从没想过的事：特意请了一天年假，把原本半天的看球行程，拉长成了嘉兴两日游。

“以前看球就是看球，看完当天回来。”陈昊告诉中国城市报记者，这次他提前订了嘉兴体育中心附近的一家民宿，周六下午看完比赛，周日带着女

朋友去了南湖景区，还在月河历史街区吃了一顿粽子宴。算下来，两人球票加住宿加景区门票，总共花了不到800元。“比专门出来玩一趟还划算，还多了一场球赛的体验。”

像陈昊这样的消费者不在少数。据同程旅行数据，“吴越杯”赛事周，杭州、嘉兴、宁波等城市酒店预订热度较平日增长超90%，嘉兴南湖等景区关注度明显走高。

徐州的赵磊，选择了一种更彻底的玩法。他带着儿子专程从宿迁赶到南通看“苏超”比赛，看完后没有立即返程，而是开车去了启东黄金海滩。“孩子喜欢踢球，我就带他‘跟着球队去旅行’。”赵磊说，球票钱几十元，加上油费和食宿，父子俩一天下来花费不到500元。“五一”期间，他们还计划去苏州看“苏超”比赛，顺便逛狮子林和拙政园。

同程旅行数据显示，“苏超”赛事前后，徐州汉文化景区、宿迁项王故里等景点搜索及预订热度较平日提升超130%，租车自驾预订热度较平日上涨超30%。

“赛事正在改变消费者的出行决策逻辑。”盘古智库高级研究员余丰慧在接受中国城市报记者采访时分析，“草根赛事”主要吸引的是年轻家庭、学生群体以及热爱足球的个人或团体。这些人群不再满足于单一的观赛体验，而是将球赛视为周末微度假的“由头”和“核心锚点”。

浙大城市学院副教授林先平在接受中国城市报记者采访时补充说，“草根足球”票价亲民、参与门槛低，自带烟火气息与社交话题，深刻改变了大众的周末出游选择。“看球只是开

头，后面的行程才是重头戏。”

跟着赛程过“五一”

“五一”假期，多地“草根足球”联赛不仅没有停歇，甚至还加大了“排片量”。

中国城市报记者查询赛程信息后发现，5月2日，“苏超”继续激战；同一天，“粤超”多场比赛同步进行。“川超”在5月1日和5月5日安排了赛程，“闽超”更是从5月1日一直踢到5月5日，贯穿整个假期。加上恰好在5月1日揭幕的“赣超”和“宁超”，这个“五一”假期，球迷们几乎每天都有比赛可看。

来自上海的球迷王旭告诉中国城市报记者，他提前半个月就定好了“五一”去南昌的行程。“赣超揭幕战就在5月1日，看完球正好在南昌玩3天。”他坦言，以前“五一”假期都是跟家人去热门景区“人挤人”，今年换个方式，跟着赛程走。“球看了，滕王阁也逛了，孩子还开心。”

据同程旅行数据，“五一”前夕，“赣超”揭幕战已带动南昌进港机票预订热度较平日涨超85%，南昌国际体育中心周边酒店预订较平日增长超130%。“宁超”同样带火银川文旅，机票预订热度较平日涨超87%，西夏陵景区、黄沙古渡等景区搜索热度较平日增长120%。

整个“五一”假期，“苏超”举办地苏州、南京等地酒店预订热度较平日大幅上涨，狮子林、鸡鸣寺等景区搜索热度环比增长145%。“粤超”方面，汕头、茂名、中山等地高品质酒店预订增速显著，住宿时长普遍达到3天2晚。“川超”则带动成都、绵阳、乐山等地租车订单较平日上涨超38%。



4月25日晚，2026年广东省城市足球超级联赛（“粤超”）在广州越秀山体育场开赛。图为“粤超”揭幕战，广州队（红方）对阵江门队（蓝方）。
中新社记者 陈骥摄

“假日经济和赛事经济叠加，产生了‘1+1>2’的效果。”余丰慧分析称，“五一”假期本身就是出游高峰，“草根足球赛”的加入，为消费者提供了一个“有组织、有目标”的出行方案，既降低了决策成本，也丰富了假期体验。

林先平认为，“五一”假期的“假日追球”热潮验证了一个趋势，即观赛游正在从周末微度假向小长假深度游延伸。“3天2晚、4天3晚的住宿数据说明，消费者愿意为一场球赛留出更长的时间。”

流量之后 品牌如何沉淀

关于“草根足球赛”话题的热度不断延续，但一个更为现实的问题摆在所有办赛地面前：赛事带来的流量和关注度究竟是昙花一现，还是能够沉淀为长期资产？

如今，榕江县城三宝侗寨旁的足球场，每个周末依然热闹。2023年夏天的那场乡村

足球赛，让这座黔东南小城一夜成名。3年过去，数据记录了变化。榕江县政府网站发布的信息显示，2025年全县累计接待游客1038.68万人次，同比增长9.78%；旅游综合收入118亿元，同比增长9.22%。而在“村超”火爆“出圈”之前，这座县城的年游客量不到600万人次。

“村超”不仅带来了人流，还带来了投资。2024至2025年，榕江围绕“村超”延伸布局储备项目8个，累计获批建设资金1.61亿元。三宝足球场、空申旅游融合发展项目已竣工投入使用，游客集散中心等重点配套工程正在推进。当地还推出精品旅游线路，建成20余个网红打卡点，开发30余款文创产品。

“草根赛事”能否沉淀为城市品牌资产？榕江给出了肯定的答案。不过，并不是每个办赛地都能成为榕江。

在林先平看来，体育赋能文旅绝非短期的网红效应，关键在于深耕本土特色、长效规范运营、深化体旅融合。余丰慧补充说，“草根赛事”对塑造城市年轻化、高活力形象贡献巨大，能增强社区凝聚力，吸引投资和人才流入。

对于正在筹划“足球+文旅”但尚未崭露头角的地区，余丰慧给出3条建议：明确自身特色，围绕赛事打造独特的文旅产品；充分利用网络和社交媒体进行推广；提升服务质量，确保游客体验。

不过，余丰慧表示，赛事组织专业性不足、安全措施不到位以及过度商业化影响比赛质量等，会影响“足球+文旅”模式的落地效果。他判断，未来12—18个月内，观赛游赛道将出现更个性化、多样化的服务形式，比如定制化旅行套餐、虚拟现实技术的应用。随着人们环保意识的增强，绿色观赛也会成为新趋势。

《肠子的小心思》科普展 亮相中国科技馆

近日，由法国国家科学技术总馆出品的科普互动体验展《肠子的小心思—肠道的奇妙冒险》在位于北京的中国科技馆展出。本次展览以“科学+艺术+强互动”的创新形式，为公众带来一场别开生面的肠道健康科普盛宴。展览将持续至8月16日。

中国城市报记者 全亚军摄

