

Current Situation and Future Development Trends of Economic Benefits of Yunnan Super League

Fang Li Guoyan Diao*

School of Physical Education, Southwest Forestry University, Kunming, Yunnan, 650224, China

Abstract

The Yunnan Super League, an urban football brand independently developed by Yunnan Province, adopts a development strategy of "full-domain coverage, mass participation, and integrated ecosystem development." It demonstrates significant economic impacts in stimulating regional consumption, promoting integrated development of culture, sports, tourism, commerce, and agriculture, and enhancing urban image. This study examines the 2025/2026 season of the Yunnan Super League through literature review, statistical analysis, and case studies. It systematically analyzes the economic structure and current development status of the league, identifies challenges in revenue distribution, consumption conversion, regional growth, and market-oriented operations, and explores future development pathways emphasizing marketization, integration, digital transformation, and brand building. Practical recommendations are proposed to optimize profit models, deepen sports-tourism integration, coordinate venue development, and establish sustainable operational mechanisms, aiming to provide insights for improving the league's economic performance and advancing high-quality development of Yunnan's sports industry.

Keywords

Yunnan Super League; sports events; economic benefits; integration of sports and tourism; development trends

滇超联赛经济效益的现状与未来发展趋势

李芳 刁国炎*

西南林业大学体育学院, 中国·云南昆明 650224

摘要

滇超联赛是云南省自主打造的城市足球赛事品牌,以“全域覆盖、全民参与、全链融合”为发展方向,在带动区域消费、推动文体旅商农融合发展、提升城市形象等方面具有明显的经济效应。本文以2025/2026赛季滇超联赛为研究对象,采用文献资料法、数据统计法与案例分析法,对联赛经济效益的构成与发展现状进行梳理,总结其在收入结构、消费转化、区域发展及市场化运营等方面存在的问题,探讨联赛未来市场化、融合化、数字化、品牌化的发展路径,并从优化盈利模式、深化体旅融合、统筹赛区发展、完善长效运营机制等方面提出对策建议,以期为提高滇超联赛经济效益、推动云南省体育产业高质量发展提供参考。

关键词

滇超联赛; 体育赛事; 经济效益; 体旅融合; 发展趋势

1 引言

在全民健身战略与体育产业不断升级的背景下,地方特色体育赛事成为推动区域经济发展的重要抓手。云南省凭借气候、文旅与民族文化的独特优势,着力打造滇超联赛这一省级城市足球赛事品牌。赛事覆盖全省16个州(市),现已发展为云南省规模最大、影响力最广的本土足球赛事。赛事以“一场球带火一座城”为目标,积极推动“体育+

文旅+商业+农业+夜间经济”的深度融合。

实践表明,滇超联赛已积累可观的赛事流量,对区域消费形成明显带动效应。但在经济效益的可持续性、市场化运营程度与长期运营机制仍存在改进空间。本文系统梳理赛事经济效益现状与问题,并分析其发展趋势,为赛事进一步提升效率、赋能地方经济提供实践借鉴;同时填补省级城市联赛经济效益研究空白,丰富西部民族地区体育赛事经济研究视角。

【作者简介】李芳(2004-),女,中国湖南祁阳人,本科,从事体育教学、体育社会学研究。

【通讯作者】刁国炎(1981-),男,中国山东菏泽人,硕士,教授,硕士生导师,从事体育文化学研究。

2 滇超联赛经济效益现状分析

2.1 联赛发展概况

滇超联赛是当前云南省规格最高、覆盖最广的城市足球赛事。赛事于2025年11月开赛,至2026年7月完赛,

全省16个州(市)均设主场赛区,形成“全省一盘棋”的办赛格局。以“一城一队一魂”为核心特色^[1],融入了地方民族文化元素,并推出9.9元惠民票价,上座率与传播热度表现突出,成为近年来省内现象级本土赛事。运营模式上,联赛采取省级统筹与州市授权相结合模式,吸引富滇银行、中国移动、云南白药等多家企业赞助,逐步形成政府引导、市场运作、社会力量共同参与的协同办赛机制。

2.2 直接经济效益

表1 滇超联赛直接经济效益分类统计表

指标类别	具体内容	数据情况
门票收入	首轮售票量	5万余张
	前五轮观赛总人数	52.78万人次
	平均上座率	76.43%
赞助与广告收入	省级招商总额	超3320万元
	各赛区自主招商总额	突破3182万元
媒体转播	全媒体平台观看量	超7440万次
综合经济效益	首轮直接经济效益	6415.24万元
	前四轮直接经济效益	约2.26亿元
	前五轮直接经济效益	2.76亿元

从表1数据能看出,滇超联赛的直接经济效益较为突出,收入构成也相对稳定。门票方面,赛事推行9.9元的惠民票价,首轮售票量超5万张,前五轮累计观赛人数52.78万人次,整体上座率76.43%^[2],为赛事带来了扎实的人气与基础收益。从整体效益来看,前五轮直接经济效益已达2.76亿元^[2],门票、招商、转播以及场地运营等内容共同支撑起赛事收益,让滇超联赛具备了稳定的经济基础与发展动力。

2.3 间接经济效益

表2 滇超联赛间接经济效益分类统计表

效益类别	具体领域	核心数据
文旅消费带动	主场城市赛事期游客增量	较平日增长超50万人次
	重点赛区单场接待游客	大理、昭通、芒市单场超5万人次
	玉溪揭幕战文旅签约额	1.47亿元
生活服务消费提振	观赛游转化模式	推行“球票+景区+酒店”联动套餐
	首轮赛事餐饮消费	1264.2万元
	首轮赛事住宿消费	1845.5万元
	首轮赛事交通消费	2490.9万元
	首轮赛事旅游购物消费	768.4万元
	保山赛区消费券核销金额	400.59万元
就业与品牌效益	带动消费	2381.65万元,商户营业额翻3-4倍
	带动临时就业岗位	包含场地运营、安保、志愿服务、市集经营等
	特色消费场景打造	打造“赛场+彩云市集”“赛间+夜经济”六大场景

由表2数据可知,联赛对地方经济的带动作用突出。在文旅方面,联赛吸引了大量的外地观众,赛事通过文旅招

商和联动的旅游产品,将短期人气变成长期收益。餐饮、住宿、交通等日常消费带动效果更加明显,相关行业收入有明显提升^[3]。此外,赛事还提供了大量临时工作岗位,依赖打造特色消费场景,使城市知名度和影响力明显提升。整体而言,这场赛事真正做到了以赛兴城、以赛促消费,实现了经济收益和城市发展同步提升。

2.4 典型赛区经济带动案例

表3 滇超联赛典型赛区消费拉动案例统计表

赛区	发展举措	实施效果	价值体现
玉溪	以揭幕赛为基础,开展文旅招商与特色展销活动,并依靠发放消费券拉动本地消费	观赛人数达2.3万人次,带动相关消费70.8万元,完成招商项目签约1.47亿元	利用体育平台拓宽产业合作渠道,实现赛事效益与区域经济同步提升
丽江	实行赛事消费鼓励政策,完善文旅资源,打造观赛与休闲度假相结合的产品体系	消费券核销金额88.9万元,带动消费规模达487.2万元	推动体育与文旅产业更好的结合,提高住宿与景区资源利用率
保山	联合本地商业主体推出相关优惠,促进赛事客流向实际消费转化	区域消费规模显著提升	形成客流引入、消费留存、价值增值的良性发展方式,增强本地市场活力

各赛区依靠赛事平台,结合自身实际情况采用不同的发展策略,均取得了较为明显的经济带动效果。玉溪以“赛事+招商”为重点,带动效果明显;丽江和保山侧重“赛事+消费”,通过发放消费券、整合各类资源,直接带动了本地消费;整体来看,赛事已成为带动地方经济、推动文旅融合、活跃消费市场的重要力量,也呈现出“一赛兴、百业旺”的良好发展局面。

3 滇超联赛经济效益存在的问题

3.1 商业运营不足,长效机制缺失

当前赛事收入来源较单一,过于依赖赞助和相关政策的扶持。版权、文创、会员等市场化收入占比较低,商业开发多以冠名、广告为主。同时,赛事品牌IP化程度不高,围绕吉祥物、宣传口号及民族文化元素的商业开发不足,文创与联名产品相对匮乏,自身盈利能力较弱,长期稳定的运营模式仍需完善。目前赛事运营大多以政府统筹为主,市场上专业运营力量参与不足,整体的商业开发与品牌运营能力偏弱。赛事与青训、校园足球的结合紧密度不足,与城市产业发展的长期联动机制未真正建立,暂时无法形成稳定有效的支撑。

3.2 消费转化浅层化,产业链条较短

赛事带来的短期流量难以转化为长期消费,观众观赛期间的消费大多集中于餐饮、住宿等基础方面,文创产品、非遗体验、体育培训、康养旅居等高附加值项目所占比例不

高。体育与旅游的融合缺少具有特色、能够让人沉浸体验的产品，观众跨城观赛的意愿和重复参与度也比较低。夜间消费、市集活动没能做到长期稳定运营，整体消费链条较短，消费者的粘性不强。

3.3 区域发展不均衡，配套能力分化

文旅资源优势明显的城市，例如昆明、玉溪、大理、丽江，通过举办赛事，在客流、消费与招商层面都有明显提升。而一些地理位置相对偏远的州市赛区，由于场地设施和运营能力有限，导致整体经济效益与中心城市相比差距较大。与此同时，各赛区之间缺少有效的配合，赛事旅游线路与利益共享的机制仍不够成熟，资源整合不到位，难以形成统一的赛事品牌。

4 滇超联赛经济效益未来发展趋势

4.1 市场化运营深化，构建可持续发展机制

未来赛事将加快市场化进程，引进专业运营团队，丰富赞助合作、版权运营、场馆使用以及年票会员等收入来源，赛事将逐步减少单一赞助的依赖。同时加强与青训、校园足球、社会足球的联动，不断完善效益评估与运营管理，形成长效运营机制与产业闭环，实现赛事可持续发展。

4.2 体文旅商农深度融合，消费场景升级

赛事发展将逐步从短期赛事带动消费，转向更稳定、更持久的常态化消费方式。打造包含观赛、非遗体验、康养、乡村旅游与特产购买在内的综合消费方式，推出主题旅游线路和赛季相关套餐，再结合消费券政策，将消费链条做得更长，提高人均消费和重复消费的意愿。把临时人气变成长期稳定的客源，让赛事带来的热度转变为持续的经济收益。

4.3 区域协同发展，品牌规模化提升

利用中老铁路和云南各地的文旅资源，打造滇超赛事旅游环线，让各个州市建立起利益共享的方式，带动发展较慢的赛区一同发展。在赛事品牌上，要做到规范统一，同时也要突出地方特色，形成属于云南省独特的体育品牌，加强与南亚东南亚的交流合作，让区域影响力更大，也让赛事品牌更有价值。

5 提升滇超联赛经济效益的对策建议

5.1 优化盈利模式，打造赛事特色 IP

赛事可通过总赞助、分级赞助、版权运营、会员服务、衍生品开发等方式拓宽收入渠道。合理设置门票与套票体系，并与新媒体平台合作提升版权收益。借鉴“苏超”等赛事“体文旅”融合发展的经验^[2]，滇超联赛可立足“一城一

队一魂”的品牌特色，融入民族文化元素，强化球迷社群和会员服务工作。同时引入专业的体育运营团队，完善收益评估与数据统计体系，逐步形成政府引导、市场运营、社会协同参与的长期运行模式，推动赛事和城市建设、产业规划的深度融合。

5.2 深化体旅融合，延长消费产业链

将球票和景区、酒店、商圈结合起来，推出联动使用的产品，同时打造赛季观赛专线和中老铁路赛事旅游线路。在赛场附近开展长期的非遗展示、特色商品市集和夜间消费活动，依靠彩云体育消费券，带动更多的市场消费。依靠各类沉浸式体验项目，提高高附加值消费在整体消费中的占比。

5.3 统筹区域发展，均衡赛区效益

制定统一的赛区运营指导手册，将人才培训和相关资源更多放到基层，帮助条件较弱的赛区完善场地设施，落实招商工作。与此同时，搭建全省统一的赛事资源统筹平台，打造跨区域的赛事旅游线路，让各赛区之间实现客流互通、收益共享，逐渐缩小地区之间的差距，促进全省赛事均衡发展。

6 结论

滇超联赛如今已是云南体育赛事经济的重要支撑，不仅直接经济效益十分明显，还能带动文旅、餐饮、就业、城市品牌等多个领域发展，形成“体旅农文商”融合发展的格局，有力推动区域消费与经济增长。但联赛目前仍存在收入结构简单、消费转化较浅、地区发展不均、运营专业度不够、品牌价值开发不足等问题，影响了经济效益的进一步发挥。未来滇超联赛将沿着市场化、融合化、数字化、品牌化、可持续化的方向不断发展，通过完善盈利模式、深化产业联动、统筹区域协调、提升专业运营、塑造特色品牌，实现经济效益与社会效益的同步提升。

参考文献

- [1] 郑国荣,王家宏.区域体育赛事消费品牌的运行机制研究——基于“苏超”赛事的分析与启示[J].天津体育学院学报,2025,40(05):557-564+590.
- [2] 沈克印,檀永箭.群众性体育赛事提振文体旅消费的优化路径研究——以“苏超”为例[J].天津体育学院学报,2025,40(05):549-556.
- [3] 程子瑞,徐雄,吴超.深度学习驱动的区域产业联动模型:“苏超”赛事对区域经济的多层次拉动效应仿真[J].体育科学,2025,45(07):22-30.