

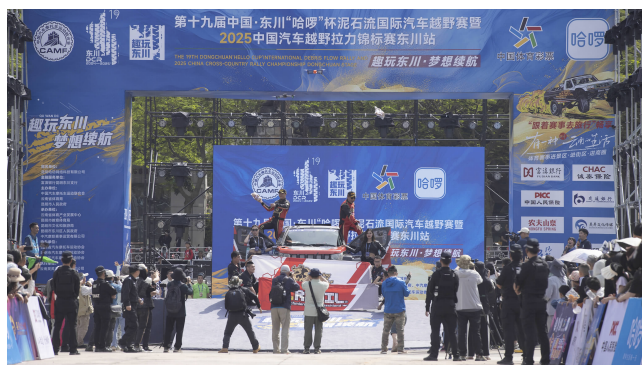
# 东川：已激活“体育+文旅”经济新引擎

都市时报全媒体记者 周宏 孟俊 伏立群 张颖



赛事吸引众多观众

都市时报全媒体记者 孟祝斌



发车仪式

都市时报全媒体记者 孟祝斌



赛车在东川街头进行巡街表演

都市时报全媒体记者 李浩

5月5日，第十九届中国·东川泥石流国际汽车越野赛圆满落幕，这场为期5天的“速度与激情”盛宴不仅点燃了赛道，更引爆了东川全域文旅消费的热潮。

以赛事为引擎，东川跑出文体旅融合发展“加速度”。据统计，赛事期间东川餐饮、住宿、出租车等行业均迎来客流高峰，营业额同比翻番，“东川大集”单日客流超2万人次、销售额突破10万元，展现了“体育+文旅”深度融合的强大经济驱动力。

## 打造最具特色的品牌赛事

泥石流曾是东川人惧怕的地质灾害，在一代又一代东川干部群众的努力下，曾经危险的河床已经成为全球最具特色的越野赛道。

今年“五一”期间，东川泥石流国际汽车越野赛暨中国汽车越野拉力锦标赛东川站如约而至，作为全国唯一以泥石流地形为特色的国家级赛事，复杂多变的地形，对车手的临场应变和赛车性能都带来了不小的挑战。今年的赛道实现焕新升级，赛道设计更有挑战，总里程达514公里。比赛的9个赛段中分布着河滩、湿地、涝塘、流沙、戈壁，充分考验着赛车的性能和车手的驾控能力。

本届比赛全场总成绩冠军——陕西云翔俱乐部车手刘彦贵感叹，泥石流赛道在全国来说都是有特色的，对赛车手来说更是一次很好的历练。“东川的赛道让人比赛下来不想来，但是第二年开始时又想来，是让人特别留恋

的赛事。”刘彦贵说，只要赛事年年举办，他每年都会参加。赛事还吸引了来自成都的71岁选手梁钰翔，他乐观积极的精神感动全场。

值得注意的是，目前，赛事已经被纳入“跟着赛事去旅行 畅享有一种叫云南的生活”2025年云南省“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动目录，这一特色品牌赛事已成为一次生动的城市形象展示，实现“一场赛”撬动一座城，以品牌赛事赋能城市发展。

## 泥石流赛道成为“流量入口”

东川泥石流拉力赛的赛道，既是越野车的竞技场，更是城市人气的“流量入口”。

本次赛事吸引来自多个知名车队的55辆赛车、超百名车手参赛，在汽车改装组、量产组、UTV改装组、量产UTV组和卡卡组5个组别一决高下。

激烈的比赛吸引了线上线下数以万计的人关注赛事、关注东川，并来到东川，亲身感受这片热土。据统计，5月1—5日，东川区累计吸引游客48.85万人次，同比增长10.12%；实现旅游花费3.495亿元，同比增长10.26%。

在互联网上，截至发稿时，全网关于东川泥石流拉力赛的浏览量突破3亿次，其中，新华社、中央电视台、人民网、新华网、中国日报、中国新闻网、云南日报等28家中央、省、市级媒体对泥石流拉力赛进行了专题报道。

新浪微博上，主话题“2025中国东川泥石流拉力赛”全网阅读量超6511.5万次，相关子话题

“前国家队运动员感叹东川赛道复杂”获得广泛关注，阅读量超2亿次；抖音平台上，“东川泥石流拉力赛”话题阅读量达6425.7万次。在视频号和小红书上，“东川泥石流拉力赛”视频号话题共发布相关视频1000余条，总流量突破1000万次。

## 从“一碗面条”到“深夜烟火”

把“泼天流量”转化为实实在在的“泼天富贵”，需要通过“变现”让“流量”变“留量”。

如何让“流量变现”？这是东川区在赛事开始前就已经在认真筹划的事情。据了解，在赛事筹备阶段，当地政府就确立了“趣玩东川，梦想续航”主题，深度融合体育竞技、文旅体验与全民互动，全力助力东川打造独具魅力的“赛事+旅游”城市名片。

“流量变现”影响着东川区“吃住行游购娱”各领域，最大的受益者和体感最强的人群则是东川的老百姓。凌晨5点，吴氏早餐店内已灯火通明，老板吴尧民一边忙着准备面条，一边感慨：“比赛这几天，每天要卖200多碗面条，是平时的一倍！”这家专注做面条50多年的老店，成为车手和游客的早餐首选。除了早餐，店里的挂面也销售火爆，车赛期间，每天的营业额超5000元，比平时翻一番。类似场景在东川街头随处可见，马九烧烤的老板称：“赛事期间，每晚烤到凌晨三四点，日均营业额超万元，牛肉、干巴、洋芋根本供不应求。”

东川特色美食“开花洋芋”更是成为流量密码。赛事期间，

橙子星球自然农场推出的“开花洋芋面包”单日销量突破200个；“东川大集”美食区的摊位前排起长龙，日均销售额同比增长150%。

“所有房间提前三周就被订满了！”元亨酒店前台管家介绍，这家拥有70多间客房的酒店，赛事期间入住率达100%。

东川云上酒店同样火爆，总经理李思洁在接受采访时表示，酒店今年4月初才正式营业，并上线了携程等OTA平台，泥石流越野赛期间的住房很快便售罄。正是看到这样的火爆情形，目前她已经寻找了合适的场地，打算在东川再开一家国际品牌的连锁高端酒店，填补东川区这一领域的空白。

“每天跑车超过14小时，收入是平时的两倍！”出租车司机张师傅的计价器记录着赛事经济的脉搏。据初步统计，赛事期间全区出租车日均接单量达10余次，较平日增长30%，部分车辆单日营收超500元。网约车平台数据显示，东川区“五一”期间出行订单量同比激增20%，大白泥沟、陶家小河赛段成为热门目的地。

## 从“赛事流量”到“产业增量”

游客大量涌入，热度持续攀升，群众实现增收，也为当地文旅产业的发展注入了强心针。

赛事期间，东川区采用“一赛带多赛”模式，不仅融合山地自行车赛、美食大赛、音乐嘉年华等7项精彩活动，还联动彝寨民俗体验、滨湖小镇水上运动等特色旅游线路，吸引全球越野爱

好者纷至沓来。此外，赛事还全面开放主会场及赛道，大幅提升群众互动参与度，让更多人近距离感受越野赛事的魅力。

白天，泥石流赛道如火如荼举行；夜间，“东川大集”就成为东川最热闹的地方。作为“赛事+文旅”融合的标杆项目，“东川大集”单日客流量突破2万人次。“东川大集”负责人朱蕾介绍，烤鱼、小龙虾等摊位的销售额同比增长150%。

而在临港社区的树桔红军渡红色文创展区，也实现了单日销售超千元。“游客不仅看比赛，更爱买东川故事。”负责人蔡玲玲指着热销的“十二生肖红糖摆件”说道。

此外，寻味东川美食大赛、彝寨篝火晚会、西瓜音乐嘉年华等配套活动，也让游客的人均停留时间延长，让更多游客深度体验了跟着赛事游东川。

旅游资源产品化、旅游产品市场化，东川区因地制宜打造了一批有特色、有品质的旅游产品，让文体旅融合发展的“底气”更足、前景更好。

东川区主要领导在接受采访时表示，赛事经济已成为东川区城市转型的关键抓手：“19年前，东川因资源枯竭陷入困境；如今，我们通过‘泥石流赛道’这张名片，让第三产业就业人数从1000人增至3万人，2024年旅游花费突破40亿元。”未来，东川将深化“跟着赛事去旅行”品牌建设，规划建设赛车主题商业街、泥石流越野体验基地，推动“短期流量”转化为“长期留量”。