



滇超联赛,我们等了很久,又恰逢其时

当滇超联赛在玉溪拉开帷幕,它不仅是一张云南足球的新名片,更像一面镜子,映照出这片土地上体育、文化与生活的交融姿态。作为一份见证并参与本地业余足球发展多年的报纸,看着滇超联赛以如此鲜明的“滇”味登场,心中感慨良多。它似乎姗姗来迟——毕竟,云南深厚的足球群众基础和户外运动的天然禀赋,早该催生这样一个省级联赛平台;但它又来得恰逢其时——在这个文旅体深度融合成为共识的时代,滇超联赛一出生,就跳出了单纯竞技的范畴,奏响了一曲关于“云南生活”的全民共绘之歌。

有新闻报道将滇超联赛描绘为“滇、癩、巅”,这是一个绝妙的总结。滇超联赛的根基在于一个“滇”字。这不仅是地理标识,更是文化认同与情感归属。看普洱队的茶马古道队徽,听怒江球迷高喊“怒江赛图”,感受玉溪深厚的足球氛围,每一支队伍都是一面行走的地方文化旗帜。它将原本散落在各州市的草根足球热情,用联赛的形式凝聚起来,赋予了一种“为家乡而战”的庄严感。这与我们长期坚持的都市周末杯业余足球赛事的初衷一脉

相承——足球首先是一种地域情感联结,是街坊邻里、同事朋友间的共同语言,是一场关于身份认同与乡土热爱的仪式。

滇超联赛的智慧与创新,则在于它大胆拥抱了一个“癩”字。这里的“癩”,是卸下包袱、全情投入的快乐状态,是云南人乐观豁达天性的体育化表达。它不刻意追求遥不可及的“高大上”,反而将目光投向最真实的人间烟火。西双版纳球员的羽绒服与引导员的短袖形成的“温差萌”,中场休息时山歌对唱般的拉歌大赛,球员可能是你身边的米粉店老板或理发师“托尼”……这些细节消解了职业赛事的疏离感,构建了一种亲切、有趣、可参与的赛事氛围。统一9.9元的亲民票价,联动景区、茶庄、作坊的球票“附加值”,让观赛变成一场可消费、可体验的“云南生活”一日游。在今天,吸引人们走进球场的,往往不仅是技战术,更是那份独特的氛围和综合体验。

当然,“巅”是任何体育赛事无法回避的追求。它既是地理意义上的高原之巅,也指向“只打巅峰赛”的竞技追求,代表着超越与攀

登。这种“巅”,不是脱离土壤的空中楼阁,而是根植于本土热爱之上的向上生长。赛制设计上分阶段争夺,让更多球队有故事可讲,有目标可追,这本身就让联赛的叙事更加丰满,竞技的“巅”与参与的“广”得以兼顾。

滇超联赛的独特之处在于,它从一开始就自觉地将自身定位为一个“文旅超”的超级接口。它将赛程与云南的节庆气候深度绑定,用足球这根线,串起四季最美的风情珍珠;它试图让一张球票成为探索云南的“护照”,让“球迷专列”变成流动的风景展厅。这种深度融合的构想,超越了“体育搭台、经济唱戏”的简单逻辑,而是试图让体育本身成为文旅体验的核心内容和情感触发器。它要创造的,是一种有“温度”的连接——连接人与人,连接人与城,连接游客与在地文化。

昆明坚持举办业余足球30年,深知其生命力源于基层,其乐趣在于参与。“滇超”来了,它带着云南的特色与梦想,登上了红土高原的舞台。而昆明,用30年的坚守与沉淀,将为这场赛事注入了最深厚的城市底蕴。 右耳

天高云淡,正好踢球

21年前,我应邀去丽江参加丽江东巴足球俱乐部的挂牌仪式。那时,头一年获得甲A联赛第七名的云南红塔足球队,刚连着中超资格整体转让给了重庆力帆。在崭新的中国足球中超联赛版图上,云南蒸发了。作为一名专业足球记者,我失去了自己的主队,茫然无措,灰头土脸。此时的丽江东巴足球俱乐部,像是从云南足球废墟上倔强挺起的一棵嫩芽,甫一面世,就满脸沧桑。

我在丽江的红太阳广场闲逛,几个少年正在踢球,球滚到旁边一个穿着民族服饰的大嫂身前,大嫂转身就一个大脚将球踢回。这干净利落一脚,把我心里的沉郁踢飞,也让我对丽江足球的历史产生了浓厚的兴趣。

在丽江足协的牵线下,我采访到一名叫做张永壬的老人,得知在现代足球传入之前,丽江人就一直踢一种“猪尿泡足球”。把猪的膀胱洗干净之后,往里面吹气,猪膀胱就渐渐膨胀成一个有保龄球大小的球状物,然后再用做

袜子的线一圈一圈缠绕起来,同时适当地修正猪膀胱不规则的形状,最终就能做出一个足球来。后来我才知道,大约在1936年,丽江制革师傅刘暄缝制出了皮制充气足球,这是丽江第一个形制接近现代足球的足球。1947年,昆明来的商贩带来了一种比网球稍微大一点点的橡皮足球,丽江人才全面脱离了“猪尿泡足球”时代。但因为这种橡皮足球很小,仍然要用做袜子的线把它一圈一圈缠绕起来,而且这种球非常硬,踢到人身上立刻就会留下一块红印。1956年2月,当时的丽江专区代表队到昆明参加云南省足球比赛时,有80%的球员光着脚,他们获得第五名的同时,丽江“赤脚足球”也声名大噪……

云南是一个神奇的地方。从茶叶到咖啡,从质朴的山歌到小水井苗族合唱团天籁般的美声。铸钱,有声名赫赫的云炉;围棋,有天下

无双的云子……在外地人面前总自嘲“骑着大象上街”的云南人,面对所谓的“潮文化”,心里闪过的两个字,通常是“就这?”。正如道光时期五华书院才子戴嗣孙编撰的《昆明县志》悄悄透露,明代天启皇帝朱由校特别爱吃云南进贡的油鸡枞,甚至到了连宠爱的妃子都舍不得分食的地步。而当时的昆明人,就已经牛到不吃隔夜的鸡枞,因为鸡枞隔夜,就不够新鲜,这是妇孺皆知的常识。

回到足球,情同此理。无论是中国足球的摇篮——海埂基地,还是中国国家队“高原不败”的福地——拓东体育场,这些赫然烙印在中国足球史上的传奇,都从云南足球的厚重历史中走来。当年红塔队的老队长张彪,现在执掌着滇超联赛红河队的帅印;当年红塔队领队郭光琪,现在举起了滇超联赛玉溪队的教鞭……云南足球的一切,都草蛇灰线,伏脉千里。

天高云淡,正好踢球。 付晓海

滇超联赛,一次宝贵的攒局实践

滇超联赛已经火热开赛。对于云南球迷来说,这一连串家门口的精彩赛事既“近”又“香”,可以看看16个州市的足球队谁踢得更好,有没有让人眼前一亮的精彩瞬间或者值得发掘的赛场新人。对于各州市的体育和文化旅游部门来说,这是一次吸引游客的大好机会,可以借机展示当地的办赛水平和旅游潜力,拉动消费,更是借赛事发展体育运动事业的良机。对于报道赛事的媒体和记者来说,这是一次相互切磋报道经验,看哪家州市融媒体的同行写得好、拍得好、传播得好。而对于关注点在赛场外的普通人来说,也值得亲临现场观赛——享受几餐地方招牌美食是少不了的,还可以顺便带些土特产,或者收获一堆打卡美照。

总之,这个局已经攒起来了,参与者众。有人气就有关注度,有关注度就有机遇,聪明人

总会从联赛中发现一些东西,为将来积累宝贵经验。正如上个月滇超联赛新闻通气会上所说:2025/2026富滇银行云南省城市足球联赛作为云南省历史上规模最大的全省性足球赛事,是推动全省体育事业高质量发展,打造“高原训练胜地、户外运动天堂、四季赛事乐园”三大品牌的重要举措,也是深化“体育+文旅”融合,促进消费升级的生动实践。

这段对滇超联赛的官方定性中,“实践”二字是核心。云南之前没有办过类似的省级大规模足球赛事,广大爱好者参与的业余足球联赛也未必能套用经验到这样的赛事上去。众所周知,大型体育赛事从来都是政府单位和社会力量合力才能办好的活动,组织这样的大型活动既要付出人力物力,又要有相当的经验 and 智慧投入,有时还要摸着石头过河,走一些没人走过的路,交一些必交的

学费。滇超联赛打过几场,网上确实有不少议论,有认为一些地方组织能力不够的,有觉得部分州市不够重视的,也有认为转播不佳、宣传效果不彰的,还有认为文旅和赛事没有很好挂钩的……网友指出的问题有的确实存在,也值得注意和反思。

要知道梨子的滋味,就得亲口尝一尝。国内,类似苏超这样的地方联赛吸引全国球迷目光,试图模仿的省份肯定也不在少数。但各地资源禀赋不一,组织能力有高低,文旅资源也不一样,如何把赛事跟文旅充分结合,让赛事成为“发动机”和“聚光灯”?没有现成答案,只能亲自实践。云南要攒这个局,就表明愿意投石问路,从实践中找到适合云南文旅发展的有效经验。

办滇超联赛,是一件好事,值得关注,更值得总结。 陈唯一



彩云追



滇超联赛·特别报道

