

非遗、鼓舞、灯光秀、微电影……

# 渝超成巴渝文化新秀场

坚甲利兵,战鼓雷鸣,手持丈八蛇矛的“张飞”带领队伍冲锋陷阵……日前,“渝超”云阳赛场,鼓舞《张飞驾到》等特色开场表演将云阳深厚的三国文化展现得淋漓尽致。

在“渝超”赛场,除了精彩的足球赛事,鲜活的人文和艺术元素频频亮相——

在梁平,一群足球爱好者用一部时长4分33秒的微电影致敬足球;在彭水,舞龙、舞狮、玩牛等富有地方特色的非遗展示轮番登场;在秀山,充满巴渝特色的花灯展演……

足球为媒,文化铸魂,“渝超”已成为巴渝文化新秀场。

## 好评如潮

### 怀旧微电影展现球队不凡

“轻轻笑声,在为我送温暖……”伴随经典老歌《当年情》响起,镜头从车水马龙的城市街头,切换到一个个坚守在平凡工作岗位上的球员:打暑假工的外卖小哥、车间里的维修师傅、超市营业员、酒吧驻唱歌手、网约车司机……

这是梁平一群足球爱好者为“渝超”拍摄的微电影《追风少年》。“我们想以此致敬足球,致敬梦想。”

梁平运虹队队务、《追风少年》创作团队成员李效竹介绍,“我们一直想用有特色、有情怀的方式来致敬‘渝超’,宣传梁平。9月中旬一天,初定了微电影的方式,随后有了

除了微电影,“渝超”赛场上还有众多独特地域文化展示。

10月12日,云阳恐龙队首个主场比赛前,鼓舞《张飞驾到》拉开了赛前演出的序幕;随后,群舞《胸忍流芳》演绎了云阳这座“从恐龙脊背上走来的城市”的千年文脉;第三篇章歌舞《早



丰都制作的花车“渝超神鸟”惊艳亮相。

《追风少年》的大纲。”

“开拍前,区融媒体中心工作人员和教练组成员进行了多次头脑风暴,方案确定后,就开始联系一部分球员参与拍摄。”李效竹介绍,部分球员的确在从事相关工作,但也有一些演绎的成分,“我们想突出的是,‘渝超’是所有足球爱好者的狂欢。这些鲜活的个体,构成了足球的灵魂。”

《追风少年》发布后,球迷和网友纷纷留言点赞:“平凡而又不平凡。”“致敬,我们的灵魂需要梦想!”

重庆移通学院电影评论中心教师李骥点评:“踢球不需要很专业,拍电影也是。踢球要的是精神,一种热血,一种沉浸其中的快乐,拍电影也是。”

重庆大学新闻学院副院长张小强教授表示:“《追风少年》运用了香港音乐和电影《少林足球》的情节和元素,怀旧的内容和怀旧的形式相互呼应。”

## 各出奇招

### 球场上展示独特地域文化

除了微电影,“渝超”赛场上还有众多独特地域文化展示。

10月12日,云阳恐龙队首个主场比赛前,鼓舞《张飞驾到》拉开了赛前演出的序幕;随后,群舞《胸忍流芳》演绎了云阳这座“从恐龙脊背上走来的城市”的千年文脉;第三篇章歌舞《早

面飞歌》,则讲述了20多万云阳面工闯荡四方的奋斗故事……

现场导演熊竹介绍:“整场演出耗时32分钟,通过拉歌、鼓舞、非遗展示等多元形式,展现了云阳深厚的历史文化和蓬勃发展的现代文旅产业。这不仅是一场比赛,更是一次了解云阳、爱上云阳的文化之旅。”

世界苗乡彭水,古老的苗族文化在此代代相传。当“渝超”的号角吹响时,非遗表演理所当然地融入其中:从精美的苗绣,到苗族银饰锻制技艺展示,再到国家级非遗代表性项目苗族民歌《娇阿依》、高台狮舞,都展现出苗族人民的勇敢与智慧。

在大足石刻队首个主场开幕式表演中,作为重庆唯一的世界文化遗产,大足石刻和“渝超”来了场跨界碰撞。巨幅千手观音像在时长3分钟的灯光秀的映衬下,动感十足。随后,市级非遗中敖火龙和万古鲤鱼灯舞,以及大足石刻造像上的人物逐一登场,让现场球员和观众一秒“穿越”。

在丰都“渝超”赛场,《主题花车》《神鼓面具》等多支开场舞接连登场,用极具地域特色的表演点燃全场热情。当神鼓敲响,绿茵场上,演员们舞姿翩翩,化身丰都千年文化长河中的一朵朵浪花,如梦如幻。

此外,秀山花灯、铜梁龙舞等非遗也被搬上“渝超”,让赛场成为巴渝文化传承的新载体。



## 专家建议

### 针对特色资源“打深井”

场上寸土必争,场外各展其能。“渝超”赛场外,围绕足球展开的“文旅大战”同步打响。各区县纷纷推出“观赛+文旅+消费”的全链条体验,将“渝超”的热度,转化为真真切切的都市“留量”。

“体育赛事IP如果能升级为文化IP、区域IP,生命力会更持久。”西南大学体育学院院长黄晓灵认为,要以体育赛事IP为核心,打造文旅专属标签,将赛道、场馆与文旅地标深度融合,让赛事成为城市形象的动态广告。

“‘体育+文旅’的本质,是通过资源整合与模式创新,让赛事流量变为经济增量。因此,各地要加强规划,避免同质化,才能抢占先机,形成城市高质量发展的新动力。”中国旅游研究院院长江旅游研究基地首席专家、重庆文旅发展研究中心主任罗兹柏表示。

重庆理工大学旅游管理专业教授、中国旅游研究院专家库专家牟红表示:“没想到我们‘渝超’在文旅结合方面做得这么好。例如,云阳表演的节目《张飞驾到》,我就觉得很有吸引力,迫切想去现场看看。”

区县如何借助“渝超”进行文旅乃至城市营销?牟红建议,要找自己独有的、最有特色的文化资源,一定要和观众、网友有情感上的连接,“此外,我觉得还可以和外省区市搞一些联动,这样一来,文旅影响范围不就更大了吗?”

据新重庆-重庆日报

# “首店矩阵”点燃新引擎 重庆加速迈向国际化消费新赛道

你见过在时装店里开咖啡馆吗?

在重庆万象城北区,今年3月开业的法国先锋时装品牌Maison Margiela马吉拉重庆首店内,“种草官”们正一边品味特调咖啡,一边浏览最新款时装。

时装店里喝咖啡、解放碑旋转餐厅品酒、西班牙主厨烹制西餐……越来越多的国际消费新体验新场景在重庆涌现,这些首店组成“矩阵”,为商业发展点燃“新引擎”,帮助重庆加速迈向国际化消费新赛道。

## 首店经济引爆消费新活力

“这里不仅是购物场所,更像一座艺术馆。”在重庆Maison Margiela马吉拉店内,来自成都的“种草官”蔡旭灿惊喜地发现,这家以解构主义为核心设计风格的法国先锋时装品牌,不仅是国内第九家拥有Maison Margiela Café(马吉拉咖啡)的精品店,还在咖啡单中推出融合花椒与柑橘香气的创意特调“山城夜话”和以山城云雾为灵感的冷萃咖啡“雾里看花”,将国际时尚与本土文化完美融合。“重庆的时尚消费氛围越来越国际化,消费者对高端品牌的接受度很高。”Maison Margiela马吉拉有关负责人表示,品牌选择重庆作为西部战略布局的重要一站,就是看中了这座城市蓬勃的消费活力。山茶四季餐厅重庆首店位于万象城南区,“种草官”在这家主打“新川菜”的餐厅看到,菜单上既有城口腊肉、辣子鸡等传统重庆味道,也有黄桃鹅肝、黑松露酸辣花胶等创新菜品。



重庆万象城南区的山茶四季餐厅

“我们希望打破‘川菜就是重口味’的刻板印象。”店长汪娟介绍,餐厅通过新鲜的食材加传统技术传承,吸引了大批海内外食客。美团数据显示,今年以来,“重庆首店”搜索热度同比上涨超100%,搜索人群中20~30岁年轻人占比超50%,汇集多家首店的重庆万象城成为相关评论热门商户。

此外,重庆长嘉汇蜜雪冰城旗舰店等首店开业后搜索热度亦飙升,显示出消费者极强的打卡、消费热情。

## 国际业态丰富消费场景

在金山意库文化创意产业园,L153 Pizza House用一盘盘创意披萨诠释着“国际化”的另一种可能。

该店店长马磊介绍,L153是创立于2017年的独立餐饮品牌,经营范围涵盖西餐、咖啡、特调饮品五大板块,连续3年登上大众点评必吃榜,成为年轻人心中的“城市会客厅”。

L153的国际范不仅体现在品牌理念上,更融入美食制作中。餐厅行政主厨Borja来自西班牙,精通欧洲多国料理,同时也十分了解中国的饮食文化。他将地中海风味与山城辣味碰撞出奇妙的火花,也



解放碑的重庆Moxy酒店

让中西美食的碰撞在这里频繁上演。

“重庆是一座充满活力的城市,这里不断给我创新灵感。”Borja笑着展示他的“云南鸡枞菌蘑菇鸡肉披萨”——这道菜的灵感源自他走访重庆菜市场时的发现。

夜幕降临,解放碑的重庆Moxy酒店为“种草官”们打开另一扇国际化窗口。这里是万豪旅享家旗下Moxy品牌落子西南地区的首家门店,也是目前品牌在国内规模最大的门店。酒店总经理汪坚介绍,酒店核心亮点在于29层的旋转空间——日间为用餐与办公区,旋转酒吧每90分钟转动一圈,宾客可边品鸡尾酒边俯瞰重庆夜景。

“它的人驻不仅为解放碑国际酒店集群注入年轻化活力,更通过将国际潮流生活方式与重庆本土文化融合,为全球‘猎趣一族’打造了兼具在地体验与国际标准的旅居空间,助力山城文旅的国际化表达。”汪坚说。

美团旅行数据显示,2025年国庆假期期间,重庆解放碑万豪Moxy酒店曝光量同比上涨近247%。

## 加码首店经济激发市场潜力

首店经济是城市商业蓬勃发展的风向标,是最能彰显城市消费国际范的重要指



在金山意库文化创意产业园的L153 Pizza House

标,也是带动消费的强大动力。正在培育建设国际消费中心城市的重庆,不容错过发展良机。

去年初,重庆印发《支持首店经济发展若干措施》,10个部门联合发力,15条政策举措真金白银扶持助力首店经济发展。同年,市商务委组织开展首批首发经济集聚区和首发中心评定工作,首批认定了解放碑-朝天门商圈、观音桥商圈2个首发经济集聚区,以及渝中区天台131、江北区重庆金融会展中心等6个首发中心。

今年7月,重庆再加码出台《重庆市提振消费若干措施》,鼓励对举办首发活动和打造首店给予最高不超过200万元奖励,并提出每年举办首发活动100场以上、新打造品质首店300家以上。

一揽子政策极大地激发了市场潜力,吸引了众多品牌首店落户重庆。截至目前,重庆累计引进国际国内知名品牌超2200个,今年上半年引进品牌首店数量跻身全国前四。

随着更多首店落地、更多国际品牌入驻、更多消费政策实施,重庆国际范越来越浓,更能向世界充分展示其作为国际消费中心城市的独特魅力。

据新重庆-重庆日报