

“万千气象看四川·活力四川行”主题采访活动

4月21日晚，中超成都蓉城对阵云南玉昆比赛现场。



如何造就『金牌球市』？

成都凤凰山

金牌球市

4万多名球迷到场
“鸠摩智”现身加油

4月21日晚，成都凤凰山五粮液文化体育中心专业足球场，座无虚席。

2026赛季中超第7轮，成都蓉城坐镇主场迎战云南玉昆，在先失一球的情况下，依靠索罗金和费利佩的破门，成都蓉城2:1逆转对手，取得四连胜。这场比赛，吸引了41184名球迷到场。

赛场外，成都蓉城足球俱乐部文创店里，挤满了来自天南海北的球迷，冰箱贴、围巾、短袖……手里的文创产品，成为球迷们展示心中热爱的符号。

4月21日，“万千气象看四川·活力四川行”主题采访活动走进凤凰山，在这里感受不一样的活力四川。

“蓉城的比赛，票不好抢的。”谈及球赛的火爆程度，成都蓉城球迷范先生用“场场爆满”来形容。

作为球场上的第12人，成都蓉城球迷一向以热情文化著称，呐喊助威“拉满”全场，排山倒海的阵势让成都凤凰山五粮液文化体育中心专业足球场被称为“魔鬼主场”。

当晚的比赛，成都蓉城和云南玉昆既为对手，也同为西南“折耳根联盟”的球队。开场之前，为了欢迎远道而来的云南球迷，四川省球迷协会在球场外为云南球迷派送了数十份蛋糕和奶茶，还特意组织了协会的乐队，在开场哨吹响后带领球迷合唱《友谊地久天长》。

成都市民陈达是成都蓉

城的铁杆球迷，几乎每场比赛“全勤”。“蓉城是我家乡的球队，它代表着一种不服输和拼搏的精神，这是非常吸引球迷的。”

除了现场氛围让球迷们赞不绝口，如今，成都凤凰山五粮液文化体育中心专业足球场也成为“金牌球市”的代名词。“我们现在球迷越来越多，几乎场场爆满，大家对足球的关注也在不断提高，除了中超、川超还有青训等等都有关注。”陈达说。

值得一提的是，在1997年TVB版《天龙八部》中饰演“鸠摩智”的中国香港演员李国麟当晚也现身比赛现场，为成都蓉城加油。提及观赛感受，李国麟大赞氛围浓厚，直呼：“成都蓉城，雄起！”

金牌市场

累计带动周边相关产业
收入超150亿元

球赛结束后，场馆附近的路边，各式各样的小吃摊总会让球迷停下脚步。球赛带动夜间经济蓬勃发展之外，更多的消费场景和市场正在被打造。

球迷，是最能感受到消费变化的群体。“现在我们的消费场景也变多了，我们会在周边餐馆请外地球迷聚餐，也会购买很多周边。”陈达说，今年他已经在购置主队周边上花费1000多元了。在他身旁，成都蓉城足球俱乐部球迷服务部负责人谭佳均拿着一件印有蜜蜂图案的短袖T恤介绍：“这是我们根据外地球迷调侃热梗设计的专属助威服，也是销量很好的一款周边。”

此外，观赛之余，球迷手持票根还能打卡全省千余家商户，餐饮、住宿、景区门票折扣福利拉满，形成“观赛-消费-文旅”的闭环体验。



球迷正在购买各类周边。

21市州人气“峰”面投票收官

超79万人次为四川群峰打call



4月20日，2026“一城一山·登遍四川”寻找21市州人气“峰”面征集投票活动圆满收官。

本次活动以山为媒、以票为尺，吸引全网超79万人次积极参与，不仅点燃了公众对自然之美的无限向往，更让四川的群峰以璀璨之姿，跃然于世人眼前，引发了一场“追峰”热潮。

眉山瓦屋山人气爆棚 超15万人次“打Call”

主办方数据显示，在这场群峰竞秀的评选中，眉山瓦屋山犹如一颗璀璨的明珠，凭借壮丽的自然风光、丰富的生态资源，获得不同网友的多次推荐。其中三件推荐作品在网

友投票中脱颖而出，分获一等奖、三等奖和优胜奖，总得票数超15万。

公开资料显示，瓦屋山地处眉山市洪雅县，海拔2830米，又名蜀山，是大熊猫国家公园的南大门。因山顶平坦，山形状若平顶巨屋，得名瓦屋山，亦称为桌山。山顶平台面积约11平方公里，使得瓦屋山成为世界第二、亚洲最大桌山，被英国植物学家、探险家威尔逊誉为“云霭之上一个巨大的诺亚方舟”。

早在唐宋时期，瓦屋山与峨眉山并称为“蜀中二绝”。无论是宋代诗人程少逸的“楼面环开紫翠屏，峨眉瓦屋共前楹”，还是大文豪苏轼的“瓦屋寒堆春后雪，峨眉翠扫雨余天”，在众多名人名家的诗词中，峨眉和瓦屋宛如双胞胎，时常同框出现。

蜀地群峰璀璨 共绘四川山地华章

记者注意到，除了瓦屋山人气十足外，宜宾市的仙峰山、乐山市的美女峰，也备受网友们喜爱，推荐它们的摄影作品携手摘得二等奖。

其中，仙峰山位于宜宾市兴文县，海拔1795米，夏天均温25℃。森林覆盖率超过80%，负氧离子“爆表”，被称为“川南避暑第一峰”。

美女峰位于乐山市沙湾区，为峨眉山系姊妹峰，又称三峨山，因郭沫若盛赞其曼妙山形而得名。

推荐宜宾市的桠王山、泸州市的龙卦山的摄影作品，和前述推荐瓦屋山的作品一同获得三等奖。两山均位于川南地区，桠王山是典型的喀斯特地貌，属山岳生态型自然风景区。龙卦山北连尧坝古镇旅游景区、南接赤

水丹霞世界遗产地，地处川黔渝旅游金三角腹地。

此外，推荐千年梯田四峨山、彭祖山、雪宝顶·虎牙大峡谷的摄影作品获得优胜奖。这些获奖作品的推荐者，将分别获得主办方提供的精美奖品。

小众山峰与名山 共同走进大众视野

主办方收到的反馈显示，自活动开展以来，吸引了四川文化界、体育界、旅游界的广泛关注，不少登山爱好者、摄影爱好者、文旅从业者参与推荐并为山峰拉票。

在乐山市旅游协会党支部书记、执行会长成红看来，本次活动立意高远、格局宏大，以登山为媒、文化为魂、全域联动，精准串联四川21市州自然地标与人文底蕴。既是对“世界登山看中国，中国登山看四川”的生动

“目前，我们场馆的周综合使用率达80%以上，承接各类活动超600场，其中万人以上大型活动超200场，超200名艺人在此演出，服务观众、消费者超460万人次。”北京万馆体育文化产业发展有限责任公司执行董事兼成都城投万馆体育文化发展有限公司副董事长、总经理韩立锋介绍。

对大型场馆而言，“依赖租金、依赖补贴”一直是一项经营难题。成都凤凰山五粮液文化体育中心围绕“租联投创”理念，多元化发展赛事、演艺、企业活动、体育旅游、餐饮、商业、无形资产等多条业务线。实现跨城观众占比约60%，创造票房收入超20亿元，累计带动周边住宿、餐饮等相关产业收入超150亿元，场馆品牌合作方近100家。品牌冠名费、赞助费以及包厢售卖等收入已占据收入结构的70%。

“我们创新打造了‘番喜集’等12个焕新消费场景，联动中超联赛开展‘第二现场’主题促消费活动40余场，场均带动客流增长超40%，服务消费增收约30%，并联动110余家商户推出‘看赛观演游金牛’主题促消费活动，带动关联消费超2亿元。”成都市金牛区文体旅局副局长蔡欣介绍。下一步，金牛区还将聚焦凤凰山片区主阵地，辐射带动国宾、茶花、蓉北三大片区，建成“产业集聚度高、消费带动力强、品牌影响力大”的全国赛演体验新高地。

数据显示，“十四五”期间，四川体育产业保持快速发展态势，成为经济增长的新动力。2025年，全省体育消费总规模超2100亿元。“体育+”，正在助力打造一个更充满活力的四川。

华西都市报-封面新闻记者 罗石芊 摄影报道

践行，更是文旅体融合、生态价值转化的创新典范，为全民共享天府山水、传承巴蜀文明搭建了优质平台。

“同步发起的寻找21市州人气‘峰’面征集投票活动，极具科普价值与生态意义。四川山地地貌多样、地质遗迹丰富，活动让不少藏于深闺的小众山峰与名山一起走进大众视野，既彰显了四川‘生态雄美、人文深邃’的特质，也推动了地质科普、生态保护与户外运动的深度融合。”成红认为，活动紧扣“向上”精神内核，低门槛、高参与、强共鸣，推动登山从小众运动迈向全民风尚，通过全民推荐、投票打call，唤醒了四川人的家乡自豪感与山水情怀，让每座山峰都成为城市名片、文化图腾，为“安逸四川”文旅品牌注入了鲜活的向上力量。

华西都市报-封面新闻记者 杜卓滨