

# 叠滘龙船漂移成文旅IP新顶流

## 从“破浪”到“破圈”，佛山龙舟文化魅力引全网关注

文/佛山市新闻传媒中心记者李锋、黎俏婷、陆佩兰、黄轶彤 图/佛山市新闻传媒中心记者王澍、符诗贺

端午假期，海内外观众的目光都被叠滘龙船漂移“硬控”了！

在全国各地赛龙舟的一片火热中，白云山板蓝根·2024中国（佛山）叠滘龙船漂移大赛，这个被称为“水上F1”的

赛事再次火出了圈。

数据显示，4天里，有超过20万市民游客入场；线上观赛则超过4200万人次。相关话题多次登上全国热榜第一，#请到佛山飘龙舟#话题共创量累计超

15亿。央媒更是集中、持续报道叠滘龙船漂移，据统计，央视总台报道超80条，人民日报20次聚焦，新华社10次关注。

叠滘龙船漂移，为何能独树一帜、成为赛龙舟中的顶流？

### 端午赛龙舟中的顶流

这个端午，赛龙舟真的很火。数据显示，今年全国端午赛龙舟的热度环比上涨133%。继“村BA”和“村超”之后，龙舟又成为了一个现象级运动。

这一曾经冷清的非遗项目，为何如今重焕光彩？

广东省龙舟协会常务副秘书长魏伟认为，这股龙舟热潮的背后，是国人对中华文化的深层认同与情感共鸣，是民族自信、文化自信的情感表达。

作为中华民族传统习俗之一，端午吃粽子、划龙舟的文化习俗已有千年之久，承载着一个地方的风土人情，有着广泛的群众基础。在广东，每当“四月八，龙船透底挖”的古老习俗响起，各地便开始筹备一场场激动人心的龙舟盛事，唤醒沉睡的“龙舟DNA”。

在众多龙舟赛事中，叠滘龙船漂移为何能火出圈？

“是叠滘龙船漂移的独特性。”魏伟说，龙船漂移是全国乃至世界独有的龙舟竞赛方式，叠滘龙船漂移L弯、C弯、S弯的赛道布局让比赛观赏性更强；技术含量高，队伍可以在高速行驶中完成挡水（刹车）、左桨变右桨、往返划行等动作。

“九曲十三弯”的叠滘水网，孕育出叠

滘龙船的独特魅力。在平均宽度不到5米的曲折河道中，长达25米的龙船转展腾挪，挥浆疾行，极速“丝滑”过弯，甩尾“考石角”、压水倒挡折返……每一个动作都扣人心弦。

“我从小就是在村里看龙船赛长大的”，叠北社区工作人员、庆云龙船队队员杨华镇说，“龙船，就是我们生活的一部分。”叠滘龙船传承人江富锋说，“一听到鼓声，我们就心潮澎湃。”

正是傍水而居的叠滘人，世世代代在家门口的河涌中挥浆竞渡，渐渐锻造出独树一帜的龙船漂移。

“我在其他地方只看过赛车漂移，这种龙船漂移还是第一次见，极具特色。”从重庆赶来现场观看的杨羽感叹道。

“真正的龙船漂移，原来这么震撼！”“不是亲眼所见，真是万万没想到。”“佛山人对龙船比赛的爱与投入，让人深受感染。”在圣堂赛区，一个由30人组成的马来西亚游客团引人注目，他们特地前来观赛，被眼前的一幕幕所震撼。

从昔日的游龙嬉戏到如今的龙船漂移，从最初的村民自发性文娱运动到如今享誉全国，叠滘龙船漂移展现了一种超越体育竞技的全民狂欢，成为众多赛龙舟的顶流，情理之中。



今年端午假期，叠滘龙船漂移火爆出圈，成为赛龙舟中的顶流。图为参赛队伍挥桨疾行。

### 在“流量”中收获“留量”

办好一场大型赛事不容易，离不开各方的支持。叠滘龙船漂移大赛，同样如此。

“端午赛龙舟逐渐演变成人们祈求平安健康的一种方式。这与中医药文化中追求的强身健体、平安健康的目标一致，也是企业选择总冠军大赛的原因之一。”本次大赛冠名商，广州白云山和记黄埔中药有限公司市场部部长魏巍表示，叠滘龙船漂移大赛从众多龙舟赛事中脱颖而出，大赛的广泛传播和影响力让白云山板蓝根品牌更加深入人心。

据统计，白云山板蓝根、国台酒、东风日产、保利、海逸集团、工商银行佛山分行、周六福、金典、壳牌等知名企业、品牌，冠名或赞助了本次活动。

东胜和茶基赛区冠军单位东风日产，也藉着大赛的超高热度，于6月11日同步在佛山举行新车上市仪式。东风日产汽车销售有限公司用户运营中心部长张劲华表示，参与大赛，是企业文化与叠滘龙船漂移文化

的完美契合。

“赛事的传播效果非常好，打开抖音、小红书、微博等社交平台，都能刷到不少赛事视频和资讯。”海逸·逸家大世界总经理李日星表示，通过赞助此次赛事，品牌知名度和美誉度都得到了很大提升，收获颇丰。

保利华南营销客关部策划总监周浩表示，参与这次大赛，践行央企担当，让更多市民朋友体会文化传承的力与美，感受南海的活力与风光，领略佛山这座城市的魅力。

众多企业力量的支持，为大赛的组织运营提供了坚实保障。多家企业为冠军龙船队提供了汽油、美酒、银锁等丰厚奖品。

赛事的超高人气关注，为品牌赞助商带来海量的曝光度，也为城市带来人气。

携程旅行统计，佛山叠滘龙船漂移吸引自驾游增长250%。马蜂窝数据则显示，叠滘龙船漂移带动佛山热度增长100%，不仅叠滘近10栋民宿

全部订满，更有上海旅行团提前三个月预订。

赛区内，叠滘龙船漂移主题文创产品全部售罄，折扇、奖牌、冰箱贴、锁匙扣等赛事周边产品也大卖。赛区周边，餐饮生意天天爆满。“从早上10时到下午6时，我们都没坐下来过，连吃饭的时间都没有，真的很火爆！”叠滘老街糖水店理人练旭灿感叹道。

“我们依照‘C弯’设计的五彩缤纷糯米饭和七彩凤凰捞鸡，几乎是游客的必点菜。”桂城·春晓私厨经理李晓燕表示，端午假期顾客数比平常翻了一番，有一半是过来观赛的游客。

火爆的赛事中，民众的消费热情得到尽情释放，“流量”转化为“留量”。据统计，端午期间，南海区接待旅游总人数62.4万人次，实现旅游收入约3.95亿元，住宿业接待过夜游客7.19万人次，同比增长34.62%。

一个政媒企村合力推动的赛事，怎么能不出圈？

### 各路媒体争相转播关注

今年的叠滘龙船漂移大赛，到底有多火？

数据是最好的证明。开赛以来，叠滘龙船话题流量超15亿，相关话题多次登上全国热榜第一。可以说，叠滘龙船飘出了“史无前例”。

除了自身的独特性，还离不开赛事的成功运营。魏伟认为，今年这个村级赛事组织，在规范化和标准化方面都得到了很大提升，包括比赛时间的安排，多少队伍、多少人，都制定了严格标准。

2023年，佛山市新闻传媒中心以“飘龙船”的全新形象，对叠滘龙船漂移的内涵、精神进行重新挖掘、提炼，“飘龙船”的赛事线上流量突破4.5亿。今年，赛事升级为“中字号”大赛。为办好赛事，主办方联动各方力量，投入优势资源，精心策划和组织。一连4天、每天4小时，不间断进行电视直播和网络直播。

佛山市新闻传媒中心对外传播部主任兼视频中心主任严剑锋介绍，赛事期间，人民日报、新华社、央视总台港澳台中心等中央、省、市共90多个网络直播平台采用佛山传媒的直播信号，4日累计观看量超4200万。直播还连线了加拿大、美国、澳洲、所罗门、印尼等十个国家和地区，吸引全球网友关注。

火热的叠滘龙船漂移，吸引了央媒的全面关注。开赛当天，央视新闻大型直播《桨飞鼓声起 湾区“飘”龙船》在赛区设置了直播间，当晚的《新闻联播》报道了赛事活动。人民日报在6月7日、9日两次图文聚焦报道大赛盛况。

记者梳理发现，央视10多个频道、栏目从竞技、文化、经济等不同角度报道了比赛。6月10日晚，央视新闻频道《新闻1+1》栏目以《龙舟大赛热，带来了什么》为题，以叠滘龙舟赛等为案例进行深度剖析；《东方时空》在专题节目中大幅报道叠滘龙船故事；央视财经频道《天下财经》关注叠滘龙船漂移大赛中的龙舟经济。

更接地气、更亲民、更纯粹的叠滘龙船漂移，成为全网自媒体的热门创作题材。“佛山吴彦祖”“输了跪祠堂”“不能输给隔壁村”等，一个个幽默的网梗，一个个“煲船”场面，吸引着年轻人。这种反差感和趣味性，也成为了叠滘龙船的“流量密码”。

在广州市白云山和记黄埔中药有限公司副总经理赵永伟看来，叠滘龙船漂移大赛吸引了从央媒到全国各地媒体的广泛关注与参与。这种多角度、全方位的传播方式提升了赛事的吸引力和影响力，传播跨越地域和年龄层，触及更广泛的受众群体。

赛事也吸引了不少自媒体博主前来观赛，为赛事带来新的“出圈点”。主办方因此设置专门的“自媒体服务驿站”，对优质内容进行奖励。自媒体达人@小许人文在全网发布短视频作品40条，一个账号的播放量就超过2亿次，成为佛山传媒城市传播金牌达人，获得万元大奖。

一个能让不同传播主体抢着来的赛事，怎么可能不火？

### 以赛为媒让城市出圈

因为一场赛事，认识一座城市。

“世界龙舟看中国，中国龙舟看广东，广东龙舟看佛山。”这个端午，许多来佛山观赛的游客，因为精彩绝伦的龙船漂移绝技，因为那句“宁可煲烂，不可扒慢”的叠滘口号，认识了佛山这座城市。

叠滘龙船漂移，就是端午期间佛山的城市请帖、城市名片。

5月以来，叠滘龙船漂移夜训就吸引了全网目光，未赛先火。大赛期间，主办方精心策划，在四天直播中，提前谋划的30条风格年轻化的视频短片，传递出佛山推进“百千万工程”、推进“十大传统文化”出圈出彩、佛山龙舟文化世代传承等内容，多维度传播佛山城市形象和传统文化。

“龙船在狭窄的水道上能漂移、会倒挡，新鲜又刺激。”来自湖南的游客王升已经是连续第二年来到现场观战。在他看来，叠滘龙船漂移体现了佛山团结协作、力争上游的精神，极具感染力和生命力。这几天，逛一逛祖庙，看一看千灯湖，品一品顺德美食，让他对佛山这座城市有了不一样的认识。

一个“动起来”的人，流露的是阳光和自信；一座“动起来”的城，展现的是生机与活力。

以赛为媒，佛山通过叠滘龙船漂移这一“又老又潮”的传统活动，用有温度、接地气的方式，让世界感知佛山的城市气质，让更多人看到佛山包容、开放、文明、传承的形象。

中国龙舟协会主席范广升认为，叠滘龙船漂移不仅展现了高超的技艺，也体现了当地人民不畏艰难、积极进取的精神风貌。“大赛不仅融合了体育竞技的活力，还深植了传统文化精髓，在凝聚人心方面发挥着不可替代的作用，有助于让世界更加深入地了解并欣赏中国文化。”

从权威媒体到全网关注，从线下到线上，从国内到国际，佛山城市品牌形象随着叠滘龙船漂移大赛的火热，闻名海内外。旅居中国14年的英国人李凯文在网络上看到叠滘龙船漂移视频后，特地前来感受这场独特的龙船竞技。“很震撼，我一定要向英国的朋友讲述佛山的龙舟故事，推荐他们过来亲身体验佛山龙舟文化。”

叠南社区党委书记卢昭毅表示，会继续擦亮这个品牌，一方面带动更多年轻人传承龙舟文化，另一方面让在叠滘生活工作的新山人了解这项文化。“只要是在叠滘生活或者工作的人，对扒龙船感兴趣的，都欢迎加入我们！”

城市发展没有捷径。一个地方能一直出圈，一定是良好的文旅资源禀赋、多元的文旅产业生态与丰富的城市生活共同作用的结果。

“从人文经济学的角度看，叠滘龙船漂移这项民俗活动所蕴含的人文精神，越来越被当代人所体味，具有很强的时代意义。”清华大学新闻与传播学院副院长张铮表示，叠滘龙船漂移这一现象级IP，生动诠释了龙舟文化的更广阔空间，佛山要持续推动叠滘龙船漂移IP化、品牌化，持续提高文旅体验、完善城市公共服务、筑强产业矩阵等，使之成为特色产业高质量发展发展的强大引擎。

一桨千年开新道。只有这样，以叠滘龙船漂移为代表的佛山龙舟，才能从“破浪”到“破圈”，从“昙花”变“繁花”，一路绽放。



参赛队伍漂移过弯，极速甩尾。