

一場又一場的世界盃名場面，讓佛得角衝入眾人視線，也帶火了這個非洲西部島國的旅遊。就在禾仙夏和他的隊友們回國迎接當地球迷歡呼的時候，國內遊客已經開始為佛得角之行摩拳擦掌，內地旅行社近日聞風而動，上線相關產品，還將中國援建的足球場設為打卡點。

●香港文匯報記者 夏微、黃寶儀
上海、廣州報道

世界盃爆冷文旅爆紅 佛得角遊成內地新寵

搜索量暴增852% 專家：下半年或為出境遊「黑馬」

「我們是在佛得角小組晉級32強時決定做相關產品的，產品昨天（7月5日）完成上線。」春秋旅遊相關負責人6日告訴香港文匯報記者，結合2026年世界盃超級「黑馬」熱度，抓住佛得角足球出圈紅利，旅行社方面打磨推出了「摩洛哥+佛得角+葡萄牙+西班牙」18日深度出境遊長線產品，「聚焦人文歷史+足球文旅雙主題，滿足深度旅行愛好者人群及廣大球迷群體的需求」。

帶遊客打卡中國援建球場

「我們鎖定當地核心足球文旅點位，將帶遊客打卡中國援建的貝利體育場，親身見證黑馬球隊的圓夢主場。」春秋旅遊相關負責人介紹，旅行社與貝利體育場進行溝通時，受到了極大的歡迎，「溝通時，當地對中國旅遊團的到訪，態度可以說是非常歡迎且滿懷期待的。尤其在這個世界盃熱度帶來的特殊節點，中國援建的體育場已經成為連接兩國人民情感的紐帶了。」

據悉，憑借獨一無二的世界盃「黑馬」文旅IP與跨洲多元體驗，產品上線後諮詢熱度快速攀升，最早或將於9月出發。

此外，廣之旅新聞發言人官健告訴香港文匯報記者，該社將結合本屆世界盃摩洛哥、佛得角兩大非洲黑馬的出圈熱度，打造「摩洛哥+佛得角」聯遊出境產品。「策劃靈感源於兩地濃厚純粹的街頭足球文化，且兩國地緣相近、同屬非洲小眾目的地，遊玩體驗卻形成鮮明反差。」官健說，「世界盃大幅提升了佛得角的知名度與旅遊曝光度，依託賽事帶來的持續流量紅利，我們十分看好這款新品上線後的市場熱度。」

廣東團人均逾5萬元

廣東中旅目前推出的佛得角旅遊產品以郵輪長線為主，包括荷美華倫丹號40天的歐非11國郵輪產品及大洋海韻號30天穿越非洲郵輪產品，行程包括到訪佛得角最大海港——格蘭德港，以及文化之都——明德盧，體驗當地歷史和民間風情。同時，廣東中旅提供佛得角相關旅遊產品的私人定製服務，根據團規模和酒店級別定價，預計4人組團，人均價格在5萬元人民幣以上。

今年世界盃，這個僅50多萬人口的國度屢屢創造奇蹟，成為全網刷屏的超級「黑馬」。特別是世界盃1/16決賽，佛得角2:3惜敗衛冕冠軍阿根廷後，同程旅行數據顯示，7月4日賽後24小時內，佛得角目的地搜索熱度周環比超過200%，其中上海、廣州、北京、山東等地用戶搜索熱度最高，同程旅行旗下國際平台HopeGoo數據同時顯示，香港出發經歐洲中轉佛得角的聯程搜索周環比上漲約12倍。

另據媒體報道，截至7月4日上午8



●佛得角門將禾仙夏
新華社

●內地旅行社近日聞風而動，上線佛得角相關產品，同時北京、上海和廣州的出發航班搜索熱度位居前三。
網上圖片

●佛得角聖地亞哥島

資料圖片

佛得角

話你知

非洲島國——佛得角面積僅4,000多平方公里，人口不到60萬。中國與佛得角於1976年4月25日建交。佛得角於2018年加入「一帶一路」倡議。2024年9月，中佛建立戰略夥伴關係。公開資料顯示，建交以來，中國向佛得角提供了一些經濟技術援助，援建了人民議會堂、政府辦公樓、帕爾馬雷諾住宅、國家圖書館、國父紀念碑、國家禮堂和泡衣塢水壩等項目。值得一提的是，佛得角隊的日常訓練和晉級世界盃的關鍵之戰，都是在中國援建的普拉亞國家體育場完成。該體育場的竣工，填補了這個非洲島國獨立後無國際標準體育設施的空白。

●香港文匯報記者 黃寶儀 廣州報道



獲逾3000追加訂單 穗企趕製佛得角球迷球衣

香港文匯報訊（記者 盧靜怡 廣州報道）非洲「黑馬」球隊佛得角雖然已經止步本屆世界盃32強，但依然創造了歷史。憑借全隊頑強表現特別是門將的「出圈」，佛得角在全球社交媒體上掀起一波關注熱潮，並帶動球迷周邊產品銷量上揚。參與生產今屆世界盃40多個國家球迷球衣的廣州希利服飾有限公司，車間內一片忙碌，員工們正在奮力生產隨著賽事熱潮湧來的新訂單，其中就包括佛得角球迷球衣。該公司總經理林志烈在6日接受香港文匯報訪問時表示，佛得角球迷球衣原本並不在他們的生產範圍內，這次憑着爆冷出圈表現，突然迎來3,000多件的追加訂單。

將地域特徵融入圖案與色彩

林志烈介紹，傳統體育品牌在賽事期間通常只聚焦約10支至8支流量最高的球隊，而像佛得角、烏茲別克斯坦等「冷門國家」，往往因市場規模有限而被忽略。「佛得角是冷門國家，賽前，球隊影響力有限，原本我們是沒有計劃生產佛得角球衣的。隨着世界盃賽程推進，球隊的一系列高光表現讓他們受到全球的關注和尊重，球衣也得到市場認可。」他說，目前圍繞佛得角國家隊的球迷球衣訂單，正處於預售與數據回收階段。從40歲門將禾仙夏第一次出圈帶來的熱潮來看，相關產品已出現「小幅增長」。他說，佛得角隊因本屆賽事「出圈」，其整體市場表現已明顯優於一般小眾國家

隊。佛得角球迷球衣在設計層面，亦融入了更多該國的特色。林志烈介紹，「球衣同時結合佛得角『海洋國家』的元素，在圖案與色彩上提取其地域特徵，增加記憶點。這是佛得角首次參賽，我們也希望在設計上體現其獨特身份。」林志烈說，佛得角這類「黑馬球隊」帶來的流量效應，雖然難以與傳統強隊相比，但在社交媒體放大的傳播環境下，亦帶來了細分市場的強大增長潛力。「我們的核心工作，是針對每一個獨立尺碼單獨調字體間距、校準印花與繡花定位，細化每一處工藝落點，守住整件成衣的視覺統一與精細質感。這套敘事化的球衣設計在行業鮮有先例，前期開發打版耗費大量溝通調試精力。」

溢價8至10倍 預售僅兩周告罄

「我們第一批世界盃3萬餘件球迷球衣經品牌方8至10倍的溢價，仍被全球球迷搶購，預售僅兩周便宣布售罄。現在正緊鑼密鼓生產第二批追加訂單。」林志烈說，多虧公司數年前改造數字化智能車間，升級了一套柔性智能生產線，可以應對這樣急和量大的訂單。該企業可靈活承接賽事臨時增量訂單，將整體交付周期穩定控制在15至30天，精準貼合賽事熱度起伏的接單節奏。「海外客戶最怕賽事臨近交不出貨，我們的柔性生產線可以快速切換單量規模。」

金門隊首秀「閩超」友誼賽

香港文匯報訊 據新華社報道，「閩超」（福建省城市足球聯賽）廈門隊5日坐鎮主場迎來與金門足球隊一場友誼賽。這是「閩超」開賽以來，金門首次組隊亮相。

金門隊4日在廈門市體育中心觀摩了「閩超」廈門隊在主場對戰莆田隊的比賽，5日晚他們成了這裏的主角之一。賽前表演以「鄉音連兩岸，同心向未來」為主題，由扎根廈門、享譽兩岸的青年音樂團體——吉島合唱團傾情獻聲。他們精選多首閩南語勵志歌曲，進行串燒演繹，全場互動合唱。

開賽儀式上，雙方隊長互贈禮物。金門隊將廈門同源的民俗守護象徵「風獅爺」贈予廈門隊，廈門隊則回贈吉祥物「廈小獅」毛絨玩具和代表閩南功夫茶文化的茶盤。比賽期間，廈門球迷為雙方加油助威；一方球員倒地，另一方球員主動幫扶。最終，在現場2萬多名球迷見證下，廈門隊以5:2戰勝金門隊。

金門隊主教練游昆銘說，我們的球員從來沒有在2萬多人面前踢球，今天廈門為他們提供了舞台，他們表現得非常努力，這是非常難得的機會。希望這樣的交流可以繼續。

廈門邀球類項目長期互訪

金門縣足協理事長許鴻志說：「我聽到現場觀眾為我們加油，非常激動，無比歡樂。金門有不少青少年踢球，希望金門接下來有更多機會與『閩超』互動結合。『閩超』給金門踢球的孩子提供了更多選擇。」



●2026年福建省城市足球聯賽（「閩超」）廈門友誼賽7月5日在廈門市體育中心舉行。
新華社

金門隊當天早些時候走訪了國家級海峽兩岸交流基地——集美閩台研學旅行基地。兩隊聯誼活動中，廈門方面介紹了「閩超」面向台胞開放的參與與觀賽通道，並發出籃球、羽毛球、棒球等項目長期互訪的邀約，以足球為起點，拓展常態化體育交流。

「閩超」在籌備期就為台胞球員參賽預留制度空間。5月27日，「閩超」升級對台交流政策，推出「喊您來參賽、邀您來觀球、請您來交流」系列活動。福建省體育局統計顯示，截至目前，在「閩超」球隊註冊的台胞球員共12人，8名台胞球員已登場亮相，3位台胞球員在比賽中斬獲進球。

大熊貓「圓仔」台北慶生 粉絲在線送祝福

香港文匯報訊 據新華社報道，大熊貓「圓仔」6日迎來13歲生日。當天台北市動物園大熊貓館休館，在臉書專頁開通直播，眾多粉絲在線觀看並為「圓仔」送上生日祝福。

適逢世界盃，台北市動物園的保育員特別以此為主題為「圓仔」製作生日蛋糕。記者在直播畫面中看到，蛋糕表面用竹葉鋪設成綠色球場造型，中央擺放著一顆以冰塊製成的足球。園方介紹，



●大熊貓「圓仔」台北慶生，眾多粉絲送上祝福。
中通社

足球中特別添加了海苔為大熊貓補充微量礦物質碘。場上球員以甘蔗搭建，還有一個穿著13號球衣的「熊貓」，以及一座由胡蘿蔔和蘋果雕刻而成的冠軍獎盃，周圍還裝飾了各色旗幟，營造出熱鬧的賽場氛圍。

視頻直播開始後不久，在線觀看粉絲就達到400多位。只見「圓仔」慢悠悠、懶洋洋地挪了過來。「仔仔生日快樂」「願你健康快樂度過熊生」……粉絲紛紛留言為「圓仔」送上祝福。「圓仔」先是踱步到平日喜愛的鞦韆上，抬頭突然發現上方多了一道寫有「PANDA FIFA」的彩色橫幅。她饒有興趣地站起來，嗅一嗅、摸一摸，憨態可掬的模樣引得粉絲們紛紛發出大笑表情。

「圓仔」於2013年出生，是大陸贈台大熊貓「團圓」和「圓圓」的女兒。身為第一隻在台灣出生長大的大熊貓，「圓仔」一出生便自帶流量，10餘年來收穫了一大批兩岸粉絲。