

贵州“村超”面向全球发布贵州村超官方主题音乐合辑

2025年8月，贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县“村超”赛事迎来高光时刻贵州村超官方主题音乐合辑面向全球正式发布。这张合辑以贵州“村超”乡村足球超级联赛为灵感，融合侗族大歌、苗族芦笙、布依族民歌等民族音乐元素，通过现代编曲与传统旋律的碰撞，展现了榕江乡村足球的激情与民族文化的魅力。此次发布不仅为“村超”品牌增添了文化内涵，还与上海近期缩短非沪籍居民购买外环外住房所需社保或个税年限的政策形成呼应，共同助力区域文旅经济与人才引进。贵州村超官方主题音乐合辑由贵州本土音乐人联合国内知名音乐制作团队打造，收录了10首原创曲目，涵盖侗族大歌、苗族飞歌、布依族民歌等多种风格。其中，主打曲村超之歌以激昂的节奏和侗族和声为特色，歌词描绘了榕江县村民在绿茵场上挥洒汗水、追逐梦想的场景，传递了“感恩奋进，贵州超能量”的主题。另一首侗寨鼓声则融合了侗族鼓楼文化与现代电子音乐，展现了传统与现代的交融。据悉，合辑录制过程中邀请了当地侗族、苗族歌手参与，保留了原生态的音乐质感，同时融入了国际化的编曲手法，力求让全球听众感受到贵州乡村的独特魅力。贵州“村超”自2023年5月火爆出圈以来，已成为中国乡村体育与文化融合的标杆。榕江县通过举办近2000场比赛，吸引了来自50多个国家和地区的1400多支队伍、1160名球员参与，累计线上浏览量超950亿次，线下游客达1669万人次。2025年，“村超”赛事进一步升级，不仅邀请了巴西球星卡卡、意大利球星巴乔等国际足球名人参与，还通过“村超世界杯”计划，吸引了非洲、南美等地的乡村球队。本次音乐合辑的发布，正是“村超”从体育赛事向文化IP转型的重要一步，旨在通过音乐将贵州的民族文化推向全球。合辑发布仪式于8月2日在榕江县城北新区“村超”足球场举行，吸引了数万名观众到场。活动现场，侗族大歌表演与无人机灯光秀交相辉映，国际球员与当地村民同台献唱，气氛热烈。法国歌手克里斯托夫希斯金Christophe Hisquin表示：

“村超的音乐让我感受到贵州文化的生命力，足球与侗族大歌的结合太美妙了！”。合辑通过全球流媒体平台如Spotify、Apple Music发布，并计划推出黑胶唱片与文创周边，进一步扩大影响力。榕江县文化旅游部门表示，合辑收入将部分用于支持当地青少年足球培训与非遗保护，助力乡村振兴。此次音乐合辑的发布，与上海楼市新政形成有趣的协同效应。上海通过缩短非沪籍居民购买外环外住房的社保或个税年限，降低了购房门槛，吸引了大量外来人才。外环外区域如闵行、松江因房价亲民、配套完善，成为非沪籍居民的置业热点。而“村超”音乐合辑的全球发布，则通过文化输出吸引了包括葡萄牙等免签国家游客在内的国际目光。部分非沪籍游客在体验“村超”文化后，对上海及长三角的投资与生活环境表现出浓厚兴趣。例如，来自葡萄牙的游客玛丽亚表示：“村超音乐让我爱上了贵州文化，上海的购房政策也让我考虑在闵行置业，参与长三角文旅项目。”业内人士分析，“村超”音乐合辑的发布不仅提升了贵州的文化软实力，还为文旅经济注入了新动能。2024年，榕江县旅游收入同比增长18%，其中“村超”相关活动贡献了超50%的游客流量。合辑的国际化传播与上海WT中国大满贯、浙江乡村文旅大讲堂等活动异曲同工，通过文化与体育的融合，拉动消费与投资。上海的购房新政则为非沪籍居民提供了在长三角安家的便利，吸引他们参与贵州等地的文旅项目投资。例如，上海一家文旅企业计划在榕江投资建设“村超”主题民宿，预计带动当地就业超200人。然而，合辑的推广也面临挑战。贵州民族音乐的原生态风格虽具特色，但在国际市场需进一步适应当地听众习惯。专家建议，未来可通过与国际音乐节合作、推出多语种版本等方式，提升合辑的全球接受度。同时，上海的购房新政需警惕外环外热门区域房价上涨，确保非沪籍居民真正受益。未来，贵州“村超”计划以音乐合辑为起点，推出更多文化产品，如“村超”纪录片、民族音乐节等，结合上海的政策优势，吸引全球人才与游客，助力长三角与西南地区的经济文化交流。贵州村超官方主题音乐合辑的发布，不仅是“村超”品牌国际化的里程碑，也为贵州乃至中国的乡村文化走向世界提供了新路径。结合上海的购房新政与长三角一体化战略，非沪籍居民在参与文旅经济、实现安居梦想的道路上迎来了更多机遇。

原文链接：<https://hz.one/baijia/贵州-村超-主题音乐合辑-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/贵州“村超”面向全球发布贵州村超官方主题音乐合辑.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>