

贵州“村超”何以走红海内外？专家：赛场变成村民“秀场”是关键

2023年夏天，贵州榕江的“村超”以一场乡村足球联赛席卷网络，迅速成为国内外关注的焦点。这项全称为“贵州榕江三宝侗寨和美乡村足球超级联赛”的赛事，从5月13日开幕到7月底决赛，吸引了全网超700亿次浏览量，直播观看人数超6亿，游客到访量高达76585万人次，旅游收入达8398亿元。如此现象级的传播效应，不仅让贵州“村超”成为中国乡村体育的代表，更使其影响力跨越国界，受到英超、巴西球星卡卡等国际关注。那么，“村超”何以成为全球热点？专家分析，赛场变身村民的“秀场”是核心原因。“村超”的成功首先源于其深厚的群众基础。榕江县385万人口中，近5万人热衷足球，足球文化自20世纪40年代由广西大学传入后，历经80年发展，已融入当地生活。村民们自发组织比赛，参赛选手包括挖掘机司机、木匠、鱼贩等普通人，他们在赛场上展现出“圆月弯刀”“世界波”等专业级表现，宛如乡村版的梅西与C罗。这种草根性与纯粹的热爱，让“村超”充满感染力。比赛中，村民不仅是球员，还通过中场表演展示侗族大歌、芦笙舞等民族文化，将赛场变成文化“秀场”，吸引了全国乃至全球观众的目光。新媒体的助力是“村超”走红的另一关键。榕江县早在2021年便提出“手机变农具、数据变农资、直播变农活”的理念，培育了128万个新媒体账号和2200多个直播团队。赛事期间，抖音、微博等平台上的短视频，如“冠军一头牛，亚军一头猪”，以幽默接地气的方式迅速传播，单日流量最高达1亿次。主流媒体如央视、人民日报的报道，以及韩乔生、黄健翔等名嘴的现场解说，进一步推高了热度。村民杨昌香等普通人通过直播分享“村超”故事，增强了观众的参与感，使赛事从地方活动跃升为全国话题。“村超”还通过文化融合提升了吸引力。榕江是多民族聚居地，839的人口为苗、侗等少数民族。比赛期间，侗族大歌、苗族芦笙舞等表演与足球赛事结合，形成了“体育文化旅游”的模式。游客不仅来看球，还能品尝贵州美食、购买蜡染刺绣等非遗产品，体验民族风情。2023年，榕江旅游收入同比增长7394，夜间经济收入增长2532，赛事周边320个免费摊位让村民直接受益。地方政府顺势推出“村超可乐”等文创产品，进一步将流量转化为经济增量。国际影响力的提升也为“村超”加分。2023年9月，“村超”与英超签署战略合作协议，英超代表赴榕江考察，卡卡、欧文等球星通过视频或亲临现场为赛事点赞。2024年，贝宁复制“村超”模式，举办非洲版乡村联赛，法国青年队、澳门职工队等也到访交流。这种国际化的“朋友圈”拓展，让“村超”成为传播中国乡村文化的窗口，展现了乡村振兴的活力与自信。

原文链接：<https://hz.one/baijia/贵州-村超-专家赛场-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/贵州“村超”何以走红海内外？专家：赛场变成村民“秀场”是关键.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>