



5月27日,卡卡在“逐梦”冠军明星公益赛中。



5月27日,在贵州榕江“村超”球场,“逐梦”冠军公益赛现场气氛热烈。(组图拍摄:新华社记者 杨文斌)

“朋友圈”不断扩大 “村超”做对了什么?

据新华社北京6月2日电 卡卡来了,卡卡真的来了!继欧洲金球奖得主欧文与“村超”进行线上热情互动后,又一位传奇球星成了“村超”“粉丝”,而且直接来到了“村超”诞生地——贵州榕江。

卡卡是谁?他是2002年韩日世界杯冠军巴西队成员,集欧冠冠军、欧洲超级杯冠军、世俱杯冠军和金球奖、世界足球先生等荣誉于一身。

卡卡的到来无疑提升了“村超”的“段位”,而“村超”也打开了以卡卡为代表的外国友人了解中国的一扇窗。

2023年5月13日,由榕江当地20支村队发起的全称为贵州榕江(三宝侗寨)和美乡村足球超级联赛的“村超”打响。之后,这一赛事便火爆“出圈”、火出国门,全网浏览量超700亿次,成为现象级草根赛事。

进入2024年,“村超”更是新意满满、惊喜多多——从2023年的20支村队扩展到2024年的62支;从以本土球员为主到囊括高水平外援;从文化展演以榕江为主到辐射至全省甚至全国;创新举办校园赛事“班超”,助力保持和增强“村超”活力;海外影响力不断增强,在与英超牵手的基础上,其模式还在非洲贝宁、南非等地被复制;以法国为代表的国外队伍奔赴“村超”,两国人民间友谊得到深化……

一年多来,“村超”依然高光、魅力更甚,究竟做对了什么?

“一个拥有优秀基因的孩子”

“为什么魅力可以持续?如果把‘村超’比喻成一个孩子,首先是这个孩子的本性很好,基因很好,初心很好。”榕江县县长徐勃说。如其所言,“村超”植根于民间,群众基础好,“村味”浓郁,借助榕江少数民族聚集的区域优势,深刻诠释了“民族的就是世界的”。

“村超”虽然今年只是第二届,但榕江的足球历史可以追溯到20世纪40年代,历史文化基因强大。

赛场内,“圆月弯刀”“贴地斩”等一些职业赛场上的动作在这里也能看到。赛场边,村民、游客激情助威、热情互动,那种热爱和快乐发自内心、溢于言表;侗族大歌、苗族芦笙舞……身着少数民族服饰的村民现场分发自家做的杨梅汤、牛羊瘪等;“超级星期六足球之夜”更有齐跳多耶舞等民俗表演。踢球的孩子日渐增多,村民自发排练少数民族表演节目;只要有比赛,村里总会有志愿者敲着铁盆,提前去各家各户“喊寨”……

“桂超”足球联赛发起人之一贾蕾仕认为,“村超”魅力能够持续,“最核心的一点是保持了原生态、纯粹性”。

国际足联足球管理和竞赛专家刘劲松认为,村民、村寨和所在地区从村队中找到了身份认同、情感共鸣。

这与“村超”新媒体传播负责人王永杰的观点不谋而合:“‘村超’球员来自各行各业,有农民、商贩、学生等,他们因热爱而聚集,用纯粹的足球精神打动了观众。”

“榕江人天性快乐,他们自然而然流露出的欢乐总是能打动人心。”榕江县晚寨村名誉村长缪杰说。

在脱贫攻坚取得全面胜利后,村民吃穿不愁了,但精神文化生活还不够富足,“‘村超’等乡村体育赛事的兴起,满足了新时代农民对精神文化生活和体育娱乐活动的强烈需求。”

孩子代表着未来,也是“村超”“长红”的基础。“村超”的火爆带动了更多榕江孩子参与足球运动。2024年以来,榕江全县乡镇及以上的38所中小学中,有30所陆续掀起了借鉴“村超”文体融合模式的“班超(校园足球班级联赛)”比赛。这一创举有效保持和增强了“村超”活力。

看到榕江的孩子们热爱足球,卡卡深感欣喜:“这样的场景跟巴西十分相像,足球伴随着我们的成长过程,我们就是在家乡的沙滩上,与朋友一起开心地踢球。”

“超链接”:连接你我,连接世界

每个周末的球赛夜,都能在摊位前看到榕江县摆贝村苗族服饰项目国家级非遗传承人姜老本忙碌的身影。“‘村超’周边产品非常畅销。蜡染的衣服、帽子和围巾销量特别好,去年仅T恤这个单品,一周最高销售额就超过5000元,我们家年收入达到了40多万元。”借助“村超”,摆贝村打开了非遗产品销路,开办了蜡染刺绣车间,目前吸纳全村稳定就业10人,还带动其余绣娘30多人参与。

榕江县文体广电旅游局监测数据显示,在“村超”等赛事的带动下,2023年5月13日至2024年5月5日,榕江县接待游客超760万人次,这一数字是榕江常住人口的20倍;实现旅游综合收入超84亿元。

徐勃说,“村超”出圈不是目的,闯出新路、实现县域经济高质量发展才是追求。榕江将深入挖掘“村超”文化品牌价值,大力发展“超经济”,推动农文旅体商融合发展,真正将“村超”的“流量”转化为社会效益的“质量”和经济效益的“增量”。

“村超”就像一扇门,让世界看到榕江,让榕江走向世界。

香港明星足球队、澳门职工足球队倾情加盟,助力榕江县打造贵州融入粤港澳大湾区“桥头堡”主阵地;2023年“村超”与英超牵手合作,2024年迎来法国青年代表队、利比亚社联足球队等国外球队,非洲贝宁复制“村超”模式。通过足球这一全球性语言,“村超”正在不断联动世界、扩大“朋友圈”。

“村超”的三步走战略中,前两步“榕江人自己玩”和“吸引全国人民一起玩”都已完成,第三步将通过首届“村超”国际友谊赛等赛事“吸引全世界人民一起玩”。

要想长盛不衰,必须推陈出新。

5次塑造城市IP的失败经历,从“淄博烧烤”案例中学习借鉴,推出“我要上村超”“带着非遗上村超”“来村超约场球”等20种“快乐村超吃喝玩乐”系列活动……“村超”的内涵在丰富、外延在扩展。

辽宁东港草莓足球队带来喷呐表演,中山大学凤庆滇红茶足球队带来芦笙舞,毕节南山羊肉粉足球队带来彝族舞蹈……“村超”聚力汇智,推动共建共享。

榕江正在举全县之力、引世界之智,将“村超”打造成一个世界品牌。“村超”传播总策划欧阳章伟说,“村超”真正激发了群众的主观能动性,大家都认为“村超”是他们自己干出来的,参与感、荣誉感十足;他们又从“村超”得到实在的收益,干劲变得更足。“村超”真正做到了与人民群众共建共享。

“主动服务国家战略”

欧阳章伟认为:“‘村超’一直在主动拥抱和服务国家战略,希望能为‘一带一路’倡议、构建人类命运共同体等作出自己的贡献,地方层面的战略则有贵州省打造世界级旅游目的地、主动融入粤港澳大湾区等。”

今年国庆,榕江将发起举办首届“村超”国际友谊赛暨贵州—粤港澳大湾区足球友谊赛,挖掘更多国内外草根球星,组建各年龄段的“村超战队”,走差异化发展之路,将榕江打造成全民足球文化之城和体育文化旅游目的地。

卡卡的“空降”,或可看做榕江推出新动作的“前奏”。以民间外交形式进行的文化交流,让外国友人以不同视角加深对中国的了解,这也凸显了“村超”等乡村赛事在讲好中国故事、塑造中国形象、助推中华文化走向世界等方面的独特价值。

贵州省社会科学院智库工作处处长、研究员许峰认为,“村超”等村赛激发了国外受众对乡土中国的好奇,让他们见识了中国多姿多彩的乡村文化和民族文化,见识了中国乡村的诗意与现代,看到了一个不一样的中国,一定程度上打破了他们对中国的刻板印象;他们还从乡村文化的本真性中看到了中华文化的“可信”形象,从乡村文化的草根性中看到了中华文化的“可爱”形象,从乡村文化的历史性中看到了中华文化的“可敬”形象。

体育咨询专家张庆认为,在推动高质量共建“一带一路”、构建人类命运共同体的宏大叙事和战略布局下,体育尤其是具有鲜明特色的乡村体育可以肩负起民间和平使者的角色。

“村超”如何更好地服务国家整体战略?外交学院体育对外交流研究中心主任周庆杰建议:立足服务国家对外开放和外交工作大局,充分挖掘赛事内涵,发挥其在中外文明交流互鉴、民心相通方面的独特作用,探索构建新时代民间外交叙事体系,优化传播策略和方向,更好地讲述中国故事。

(记者 公兵 许仕豪 罗羽 周宣妮)