

# 这里的足球很纯粹!

## ——“村超”“村BA”，共赴一场场欢乐盛宴

最近，绿茵场上火爆的不只有梅西，还有贵州榕江县的“村超”——只有38.5万人口的小城，一场比赛居然能吸引近5万观众。20支由当地群众组成的球队与数万观众，用热爱、激情与欢呼声、呐喊声，“顶翻”了夏日夜晚的天空，在网络上也当仁不让地晋身顶流，斩获数十亿播放量。

“村超”不只是一场体育赛事，更是一场文化盛宴。中场休息时，芦笙、木鼓、多耶舞、侗族大歌等，各种民族特色技艺轮番助阵，热闹与快乐的气氛让观众大呼过瘾。

贵州去年还诞生了风靡全国的“村BA”。端午节临近，东南沿海的诸多村镇纷纷投入备战龙舟大赛。“村”字特色赛事一次次掀起热潮。

“村超”“村BA”的运动员中，有开挖掘机的、有泥瓦匠、有卖鱼的，更多的是地地道道的农民。与著名体育赛事解说员韩乔生一起解说“村超”的，是名银行职员，主裁判是饭店老板。奖品更是标准的土特产，牛、猪、羊、鹅、大米。“村超”队员的费用是村里每人20元凑的，还有在外打工的村民请假跨省、跨国回家乡参赛。最近忙着划龙舟的队员们甚至自掏腰包训练、摆席。而观众只要自带小马扎来就行，没有门票，不用预约。有网友调侃，“主打一个自产自销”“把‘村’字落实到位了”。但这些丝毫不影响赛场上队员们“玩命”，不影响观众们不远万里加入狂欢的海洋，甚至有残疾人球迷从内蒙古专程来到贵州榕江，只为沉浸式地感受“村超”的激情。

没有赞助、没有宣传、没有专业选手，实实在在地接地气、冒热气、聚人气，这样的乡村赛事解锁了“承载乡愁记忆、展现乡村新貌”的密码。

观众们在看“村超”时，看的是“C罗附身”的球技吗？在围观龙舟赛时，仅仅是为了看谁最后赢得比赛吗？有人不远万里奔赴现场观赛，难道只为和众人合唱一首歌？显然，这些理由不足以让“村”字头赛事如此出圈。

不如说，是场内场外、网上网下的观众被赛事中浓浓的人情味、纯为热爱而拼搏的精气神，以及多元的风土人情，狠狠地共情到了——在围观一场精彩赛事的同时，我们也与天南海北有共同兴趣爱好的人，产生了强烈的情感共鸣。因为，“留得住的乡愁”既藏在绿水青山、柴米油盐中，停留在乡音与味蕾上，更沉淀在我们共同的文化基因里。

当地村民因为一场比赛而聚拢在生养自己的土地上，和儿时的伙伴、亲友一起投身赛场，让乡愁在欢声笑语中变成了乡情，也让赛场成为人与人沟通理解、情感升华的新场域。尤其是在如贵州这样多民族聚集的地区，“村”字头赛事更是不同民族文化各美其美、美美与共的好机遇。

一场场欢乐的聚会，有聚有散，但它们在潜移默化中，以文化留人拴心，筑牢着乡村振兴的基底。这个乡土中国的全新故事版本里，写着百姓精神文化的进阶需求，写着乡土乡情里磅礴的生命力。不管是政通人和，还是兼容并包；无论是燃情四射，还是穿越时光，今天，越来越多的人追求的，就是参与和围观欢乐赛事过程中的沉浸感和体验感。

希望“村超”“村BA”等赛事，能原汁原味地办下去，能继续自由而欢乐地生长。这，不就是我们对欢乐美好生活的希望吗？



香港艺人陈百祥在个人社交平台发视频喊话贵州“村超”，他将带领中国香港明星足球队前往贵州与当地的球队过招。

## 视点 | 村超火爆触痛了谁?

文/李冰

“村超”火了，然后“理所当然”地引发了争议。“该不该踢‘村超’”其实跟“该不该踢足球”一样，是个伪命题，别说是2002年之后再也没有登上过世界杯舞台的中国足球了，即便是奥运会和世锦赛上拿金牌拿到手软的乒乓球羽毛球，也没有“霸气侧漏”到不许老百姓在水泥台子上摆几块砖头，或者用几支竹竿撑一根晾衣绳，然后在那里打乒乓球和羽毛球一样，也没听说过跳水“梦之队”的谁谁谁，因为站在泳池或者水塘边的谁谁谁腰身不够纤细姿势不够优雅，大声说上一句，看着跟广场舞似的，不准跳！

可能对一些足球专业人士来讲，时不时地被人用“村超”的火爆嘲讽一下，多少有些难以接受，毕竟顶着“专业”的光环，却被人说成不会踢球，不是谁都能平心静气接受得了的。尽管这么多年来，中国足球经常处于鄙视链的底层，但该有的心气还是有的，想要在纯业余的“村超”面前展现一下存在感，维护一下自己的江湖地位，不难理解。

“村超”与中超，是两个完全不同的舞台，完全可以各走各的路，相互欣赏却互不打扰。把两者放在一起比较，更多的是因为对职业足球的怒其不争，也没有谁会天真地以为，一群中学生真的能够踢过去年世预赛亚洲区12强赛铩羽的那支中国男足国家队。调侃也好，讥笑也好，对于“村超”的出现与火爆，作为职业足球的从业者，还是应该眼睛向内，多从自己身上找问题，让自己的腰杆硬起来挺起来，只有这样，头才能真正抬起来。

有朝一日，那些踢“村超”的队员把自己的名字从“榕江梅西”和“美香村罗纳尔多”改成了“榕江艾克森”和“美香村谭龙、巴顿、张玉宁”，中国足球距离真正的强大，也许真的就不远了。

## 酒店爆满特产热销，“村超”带火小镇经济

上个周末，贵州省榕江县许多人都在忙着找房。

自5月中旬榕江县“村超”开赛以来，这场乡村足球联赛的热度持续攀升，多日霸占社交媒体热搜、热搜。网友惊叹：村里的足球队居然也能踢出“世界波”，足球划出一道长长的弧线，直中球门。一场球赛直播，竟有上千万人次观看。开赛一个月以来，已有几亿人次关注过这个大山深处的足球联赛。

“村超”每周五到周日开赛，到了有比赛的日子，游客浩浩荡荡前来，一来就是上百人；上周末，贵阳的车友开来50辆越野车，广东来了50辆越野车，另外还有上百辆车从各地赶到榕江……

“村超”的热度也从足球辐射到住宿、餐饮、土特产等周边领域。6月16日，在OTA(在线酒店、旅游、票务等预订系统平台统称)平台上搜索县城酒店、民宿，几乎全部爆满。上个周末，县里、乡镇的干部紧急搜集有空房的酒店或民宿。一位村支书说，自己这两天接了上百个电话，大家都在问有没有地方住。

榕城尚品国际大酒店总经理全春木注意到，5月13日“村超”启动后，客流明显增长，尤其是“超级星期六”的客流比以前翻了一番。在“超级星期六”，“村超”下午3点半开赛，踢到夜里12点甚至更晚，而且除了足球比赛还有各类民俗表演。全春木说，这段时间，榕城尚品国际大酒店周五的入住率大约八九成，周六更为火爆，107间客房全部住满。

县里推出了“村超周报”，刊载村超的赛程、比赛的精彩瞬间，介绍榕江县的风景、民俗等。全春木安排服务员将两三百份周报放进客房、大厅，供

游客阅读。

游客从县城外溢，村里的民宿也迎来了火爆预订。张亚在两个村经营“井上见”民宿，这家高端民宿的售价一晚达七八百元到上千元。张亚注意到，最近这段时间，高端民宿的生意略好于以前，平价民宿的生意则非常好。在举办“村超”的县体育馆附近，更是热闹至极。

榕江县政府部门在体育馆外空地上规划了摊位，供人们免费使用。因为摆摊的人太多，摊位又从300多个增加到500多个。很多摊主表示，东西不涨价，“原先卖好多(钱)，现在还是卖好多(钱)”。

“西瓜妹”熊竹青是其中一个摊主。这些天，她的嗓子哑得厉害。她担任村里的拉拉队长，嗓子喊哑了，不锈钢盆都敲瘪了。

不当拉拉队长时，熊竹青守着摊卖西瓜、卖杨梅，最近一个月，她卖了上万斤西瓜。5月20日那天，熊竹青热情地给现场球迷送西瓜吃，没想到，被博主录制了视频传到社交平台上，这个穿着紫色民族服装的姑娘意外走红，被网友称为“榕江西瓜妹”。自驾游的球迷离开榕江前，喜欢找她买几个西瓜带回家。

熊竹青自家种的西瓜早就卖完了，她又帮村民卖西瓜，这个年轻姑娘觉得这是自己的责任。

零售平台美团的数据显示，6月9日至11日，榕江县的餐饮、宾馆、超市的搜索量同比增长74%，便利店、水果店等本地商铺的即时零售订单量也较上周同期增长50%。

在“村超”带来的商机面前，很多人表现得非常冷静，产品不仅不涨价，反而还要降价。

全春木说，榕城尚品国际大酒店

对看“村超”的客人有优惠，“比如平时跟单位的协议价是238元，如果是看村超的游客，就是218元，降了20元。”

熊竹青在山里摘来杨梅，自己熬了杨梅汤来卖。有人买西瓜，她送杯杨梅汤尝尝；有买杨梅汤的游客，她送块西瓜吃。她还给现场的警察、主持人等一线工作人员免费送西瓜吃。算下来，卖西瓜赚的钱又通过这种方式捐了出去。

6月初，贵州青于蓝农业投资有限公司总经理刘智开始组织蜡娘生产“村超”主题的蓝染T恤。这种由板蓝根染色的工艺，对于布料非常挑剔，只能在亚麻、真丝等天然材料上着色。而蜡染又极为费工，一名蜡娘一天最多只能画7件T恤。这种手工制作的T恤如同艺术品，平时一件卖两百多元。

但刘智说，“村超”主题的蓝染T恤只卖100多元。最近两个周末，他们在“村超”现场卖出三四百件T恤，而在往年，蓝染T恤一年最多只卖出100件。

采访中，不少人感叹：“没想到村超这么热！”“没想到村超热得这么快！”人们还没来得及做好准备，就迎来了爆发的客流。

在“村超”入场仪式的“投喂游客”环节，榕江县侗家风味食品有限公司生产的腌鱼很受游客欢迎。身穿侗族盛装的侗家姑娘，托着小盘，盘上放着切成小块的腌鱼、腌肉，游客可以免费品尝。试吃的几斤腌鱼腌肉很快就一扫而光。

榕江县侗家风味食品有限公司负责人吴必吕说：“没想到‘村超’这么火，我们设备那么多货。”他说，目前公司储备的七八百斤腌鱼几乎售罄。这种由酒糟发酵而成的食品，如果没有及时炒制就会持续发酵，味道也会

变。这家公司正在建新车间，计划将腌鱼做成开盖即食的熟食。吴必吕估计，这款新产品一个月内可以投产，争取在“村超”总决赛之前到现场推广。

眼下无货可卖，吴必吕只能先“务虚”，做做宣传推广。他惊讶地发现，以前他发腌鱼的视频，浏览量只有几百。现在动辄有几万的流量，点赞都有上千。

青于蓝投公司在各个自媒体平台开了账号，直播制作蓝染T恤的过程、讲解蓝染知识。让刘智高兴的是，几个平台的粉丝都在持续增长。

但她还没在网上卖产品。开网店意味着一整套新的工作流程，需要配备客服、接单员、发货员等，而目前公司人手不足，很难开辟这块“新战场”。再加上购买毛坯T恤的物流时间比较长，在没有备足货，她还不打算在网上开卖。

刘智自称“老牌球迷”，“村超”火起来之前，她经常到县体育馆看足球比赛。县里每年的三大足球赛事，她如数家珍。刘智笑道：“我们县的男生如果没有加入球队，就没有归属感。”她觉得，足球运动让人热血，也能增加社区的凝聚力。

7月28日，榕江“村超”将迎来总决赛。这段时间，榕江县广发“英雄帖”，邀请全国乡村足球队来榕江参赛，目前已有500多支球队报名参赛。榕江县寨蒿镇有1500亩百香果，将于9月份上市。普通的百香果味道偏酸，而榕江产的是甜甜的“黄金果”，寨蒿镇党委副书记杨宗领笑道，“非常上头，一口气能吃几十个。”

他期待，等百香果9月上市，赶上“村超”全国邀请赛，这种甜美的百香果可以在全国游客面前亮相。

(摘自中国青年报)