

贵州“村超”对榕江县旅游发展的启示研究

黎国玉, 刘赞, 李丹丹

贵州职业技术学院, 贵州 贵阳 550023

DOI: 10.61369/VDE.2025200041

摘 要 : 贵州“村超”已成为一个现象级的 IP, 近年来, 榕江县依托“村超”品牌影响力, 将“村超”的“流量”转化为旅游的“留量”和经济的“增量”, 带动全县旅游经济大发展, 其旅游发展模式可为其他县域发展旅游提供实践经验和理论参考。文章研究结果表明, “在内容上将文体旅深度融合、‘村超’赛事吸引大量游客、各村寨差异化打造旅游吸引点、全县齐心协力发展旅游”是榕江县利用好贵州“村超”这张名片促进全县旅游发展的重要启示。

关 键 词 : 贵州“村超”; IP; 榕江县; 旅游发展

Study on the Inspiration of Guizhou's "Village Super League" to the Development of Rongjiang County's Tourism

Li Guoyu, Liu Yun, Li Dandan

Guizhou Vocational and Technical College, Guiyang, Guizhou 550023

Abstract : Guizhou's "Village Super League" has become a phenomenon-level IP. In recent years, Rongjiang County has transformed the "Customer Traffic" into the "Number of Visitors" and the "Economic Growth" relying the brand influence of the "Village Super League", and driven the development of the tourism economy. The model of tourism development can provide practical experience and theoretical reference for other counties. The results show that "culture, sports, and tourism deeply integrate together, the event attracts many tourists, Strive to build attractive points by every village and town, and the people of the whole county develop tourism" are important enlightenment.

Keywords : Guizhou's "Village Super League"; IP; Rongjiang county; tourism development

一、贵州“村超”概况

“村超”, 即贵州省榕江县举办的乡村足球超级联赛, 全称“榕江(三宝侗寨)和美乡村足球超级联赛”^[1]。2023年5月13日在榕江县城北新区体育馆(今命名为贵州“村超”球场)开赛, 是一项由群众自发组织的非职业性乡村足球赛事, 其参赛队员主要由来自20多个村的农民组成, 随后水果商贩、餐馆老板、司机、教师、学生、建筑工人、特警队员、厨师等也参与其中, 因赛事中浓郁的乡土气息和民族文化特色吸引了众多媒体和网友的关注, 至今其影响力已普及全国, 成为全国性乃至一定范围内的跨国体育盛会^[2]。迄今为止, “村超”始终坚持民众主体, 全民热爱、全民参与、全民共享, 参加“村超”的运动员不分民族、年龄、职业、地域, 没有大腕、不讲排场, 凭借对体育热爱平等参赛, 共享赛事欢乐。随着其影响力的扩大, 榕江“村超”已升级为贵州“村超”。

“村超”在新媒体的助力下成为备受瞩目的社会现象, 2023

年“村超”总决赛载入中国足球史, “村超”成为当年中国互联网最火的词, 全网480亿流量, “村超”火爆出圈。据不完全统计, 截止2025年8月, “村超”相关话题的综合浏览量超过1000亿次, 全网在线直播观看人数累计超过5000万人次。

二、贵州“村超”带动了榕江旅游的发展

贵州榕江曾经是全国最后一批脱贫摘帽县, 在践行中国式现代化的新征程上, 不断解放并发展新质生产力, 闯出了一条发展新路——贵州“村超”^[3]。榕江依托“村超”形成的独特文旅体IP, 展现出强劲的发展活力和潜力。在《中国式现代化蓝皮书: 中国式现代化发展报告(2025)》发布, 贵州“村超”入选创新实践案例。

“村超”吸引了大量游客前来观赛、旅游, 同时促进了餐饮、住宿、交通、农特产品销售、非遗及特色产业(乡村蜡染、刺绣)、低空旅游等相关产业融合发展, 为榕江旅游的发展带来了

基金项目: 贵州开放大学(贵州职业技术学院)2024年校级研究中心“低空经济高质量发展研究中心(2024YJZX01)”的部分研究成果。

作者简介:

黎国玉(1978-), 女, 汉族, 硕士研究生, 教授, 研究方向: 旅游职业教育;

刘赞(1981-), 女, 汉族, 硕士研究生, 教授, 研究方向: 旅游经济;

李丹丹(1987-), 女, 汉族, 在读博士, 讲师, 研究方向: 民族。

新的契机。

“村超”自2023年出圈以来，持续吸引全国各地游客“为一场比赛，赴一座城”到“进入各特色乡村”参与旅游活动，进而带动榕江县全域旅游发展。榕江县文体广电旅游局统计数据显示，2023年全县累计接待游客760.85万人次，旅游综合收入83.98亿元，占全县地区生产总值100.26亿元的83.76%（注：2022年榕江县全年的地区生产总值为92.98亿元，其中第三产业为50.52亿元），可见，2023年起，旅游业已成为榕江县支柱产业^[4]。2024年全县累计接待游客946.18万人次，旅游综合收入108.03亿元，同时因“村超”效应游客量增加，新增民宿358家，餐饮营收达13.41亿元，农产品线上销售7.08亿元。2025年上半年，全县累计接待游客472.64万人次，同比增长12.68%，且随着“村超”全国赛开幕，继“村超”美食友谊赛后实现了“吸引全国人民一起玩”的效应，后续还将扩大其国际化影响力，将于2025年9月底举办“地球村”足球超级联赛，届时，巴西、阿根廷、俄罗斯、美国等国的球队将齐聚榕江，逐步扩展到“全球人民一起玩”^[5]。榕江是全国1301个县、贵州88个县中的一员，“村超”已成为一个炙手可热的乡村IP，是县域体旅、文旅、农旅融合发展的典范。

三、“村超”对榕江县旅游发展的启示

（一）将文体旅深度融合

“村超”使榕江县取得可喜的旅游成绩，主要得益于“村超”赛事本身，它将文体旅深度融合在一起，全民参与、全民快乐。

“村超”将当地侗族、苗族的民族歌舞、非遗节目、民族服饰走秀、生活习俗、啦啦队的助威、群众巡游展示有效融入赛场内，让观众在欣赏足球比赛的同时，也能感受到当地独特的文化魅力^[6]。2023年以来，共有885支啦啦队、15.98万余人参与村超巡游展示，11.68万群众登台表演非遗节目740余个，在这座总人口仅38.5万的小县城，超过一半的群众直接参与到“村超”相关活动中。比赛中场休息时，有“快乐村超·活力四射”互动游戏邀球迷参与踢球有奖活动以及精彩表演^[7]。文艺演出环节有经典曲目演唱如《我是一只小小鸟》《欢迎你到榕江来》《笙舞欢腾》，同时融入现代科技元素如无人机表演、大型烟花秀。

“村超”活动现场，榕江村民会自发拿出“榕江卷粉”“榕江牛瘪”“榕江西瓜”、腌鱼腌肉、糯米饭、杨梅汤等特色美食，为外来游客免费“投喂”开展宠粉互动，用美食传递热情与善意，吸引了广大游客专程到榕江品尝地道风味。

“村超”期间同步开展美食嘉年华、泥鳅节、西瓜节、香羊节、丰收节等特色活动，打造网红打卡点，发起“我要上村超”“带着非遗来村超”“来村超约场球”“超级星期舞”“全民K歌”“同唱时代金曲”和蹦迪等活动，让游客获得丰富多元的体验感。

（二）赛事带来了大量游客

“村超”吸引着四面八方的游客，游客组成有两种类型，一

种是参赛运动员，因赛入榕，比赛切磋球技，交朋友，赛余参与旅游活动^[8]。“村超”的参赛人数从2023年的20支队伍600名球员，增长到2024年的62支队伍1800名球员，2025年108支队伍2700余名球员，仅2025年全国“村超”联赛总决赛就有来自34个省级行政区的51支顶尖队伍齐聚榕江，同时全球近50个国家的超1200名国际球员慕名前来交流切磋。另一种是观赛或喜热闹氛围的游客，他们亲临赛事现场，观看足球比赛，感受比赛氛围。参观“村超”历程馆，了解“村超”成长的故事，理解“村超”乡村文化和体育精神。

线上“直播”“短视频”“新闻报道”等形式吸引潜在游客。每一场比赛，榕江发布、动静贵州、榕江在线等官方媒体都实时直播，部分自媒体用户也会从不同的视角进行直播、录播^[9]。有关“村超”的消息，例如球星故事、特别赛程、重要访客、幕后趣事、政府重要决策等，各官方媒体和自媒体用户也会在各自的平台上多方发布、报道。

（三）各村寨差异化打造旅游吸引点

榕江县各村寨有效利用“村超”的热度，开展各具特色的农文旅活动，吸引游客前往各乡镇村寨深度旅游。

乐里镇利用好斗牛文化，摸索出“非遗研学+斗牛展示+体育赛事+民俗体验”的农文旅体融合新路子，将乐里“村超”牛王啦啦队、牛王出征、芦笙伴斗牛、百人侗族歌舞《爬窗探妹》有效融入“村超”足球场^[10]。忠诚镇打造“牛瘪文化”“怀旧文化”，八开镇摆奶村举办丰收节，将村寨的蓝靛染非遗体验、稻谷收割农事活动与百香果、大米、鸡蛋等农特产品展销融为一体。塘头村举办“爱情”文化活动，丹江村打造“亲子游”品牌。摆贝村非遗出山，在“村超”球场内设立非遗摊位，销售蜡染T恤、百鸟衣。空申苗寨利用短裙苗文化，开设独具特色的谷仓民宿。

（四）全民参与发展旅游

贵州“村超”给榕江县全域旅游带来触手可及的综合效益，已成为县域发展“核心引擎”。“村超”促进了榕江县地区生产总值的增加，徐勃作为县委书记亲抓旅产业发展，县委班子全力顶层设计“村超”流量的利用，整合全县旅游资源，积极创新旅游项目，搞好“村字号”活动，创立各村旅游品牌并向高质量方向发展。

“村超”增加了各乡镇、村寨领导干部的业绩，他们积极组织村民打造本乡镇村寨的特色旅游产品，共享“村超”流量红利。商户生意更好了，也更多商户投入旅游服务中，例如，2024年借“村超”打造“超好吃”美食区、“超好住”民宿集群，以及“超好购”、“超嗨市集”，新增餐饮业商家1179家，全县酒店床位数从5958个增长至1.1万多个，开发非遗文创产品450余种。老百姓实现了家门口创业、就业，家里的百香果、杨梅汁、腌鱼、卷粉、大米等土特产有了更好的销售路径。例如，侗族青年杨胜凭借“雁回东南”计划的支持，获得了政府提供的免费场地和专业导师指导，返乡创业在家乡开了一家侗族特色民宿餐厅。潘发勇夫妇创办的月亮山部落蜡染作坊，自2023年以来，累计收入已达8万余元。

四、结论与讨论

贵州“村超”打造了一套“以赛促文、以赛促旅、以赛促产、以赛促销”的模式，成功地将一场体育赛事转变为带动文化传承、旅游消费、农产品销售和地方经济全面发展的综合性平台，是县域利用 IP 发展旅游产业的一个标志性样本，也为县域经济高质量发展提供可复制的路径。

《中国文化旅游发展报告 2024—2025》提出“文旅 3.0”是大势所趋，“文旅 3.0”最显著的特征是 IP 引领、AI 驱动，持续

生成、持续迭代、持续变革成为必然选择^[4]。因此，在贵州“村超”促进榕江县旅游发展中，也面临严峻的挑战，如何解决发展中存在的诸如保持“村超”的 IP 活力和影响力问题、旅游淡季问题、游客体验不佳、现代科技融入旅游问题、村民旅游开发管理能力服务意识提升问题、媒体宣传推广问题、基础设施问题、群众内生力问题，使贵州“村超”更好地持续发展，是榕江县需要深入思考的问题，也是社会高度关注的问题。我们相信，这块享誉全国的 IP 名片会在各方的努力下愈来愈亮。

参考文献

[1] 吴建民, 黄尚军. 贵州“村超”对我国基层足球发展的启示及意义 [C]// 第七届贵州省体育科学大会论文摘要集. 2024.

[2] 文川, 王寿宾, 李友广. “村超”赛事助推乡村体育旅游发展的价值意蕴和经验启示 [C]// 2024 第二届四川省体育科学大会论文报告会. 中央民族大学体育学院, 2024.

[3] 王永杰, 余彩虹. 从流量爆发到价值沉淀: 贵州“村超”的传播逻辑与实践启示 [J]. 传媒, 2025(15).

[4] 吉伟仁. “村超”启示录: 亲历中国乡村振兴 [J]. 国际人才交流, 2025(5).

[5] 王泽宇, 周翔, 王增文, 等. 乡村品牌身份重构如何助力乡村振兴? [J]. 管理世界, 2025(3).

[6] 王永杰, 余彩虹. 从流量爆发到价值沉淀: 贵州“村超”的传播逻辑与实践启示 [J]. 传媒, 2025(15).

[7] 陈长, 程正江. 构建“文体旅”融合的多元主体协同治理分析框架——以贵州榕江“村超”为例 [J]. 安顺学院学报, 2024, 26(6): 25-32.

[8] 吉伟仁. “村超”启示录: 亲历中国乡村振兴 [J]. 国际人才交流, 2025(5).

[9] 洪涛, 何茂旭. 建筑遗产再利用视阈下贵州新型阅读空间构建研究 [J]. 甘肃科技, 2025(3).

[10] 崔海教. 贵州村级活动引发国际传播的启示 [J]. 传媒, 2024(11): 10001.