

乡村文体频频出圈，解锁农民幸福生活“密码”

运动场里“激战正酣”，观众席上山呼海啸，中场表演别开生面。呐喊、鼓点、笑语、欢歌交织汇聚，掀起一股激情澎湃的热浪，尽情释放乐业安居的幸福……民众的自发探索，与党和国家政策同频共振。继“村BA”升级为全国和美乡村篮球大赛后，不久前，国家体育总局会同11部委印发《关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见》，协力推进体育助力乡村振兴工作。

近段时间，乡村文体活动频频“出圈”。贵州台江的“村BA”、内蒙古鄂尔多斯的“牧民排球”、广东佛山的“龙舟狂飙”……它们看似“土味”十足，却成为村民们喜闻乐见的“顶流”，让沉寂的乡村一次次沸腾。与赛事同时“火出圈”的，还有侗族大歌等特色浓郁的古老非遗。这一切，正是乡村振兴路上应有的模样。

全民热议“乡村文体”

这把乡村文体的“火”，得从贵州小山村里的篮球赛说起。去年7月，贵州台盘村的“村BA”成了全网关注的焦点，小山村里篮球赛流露出的那股子“纯粹”，感染了无数人；而后，与之相隔160公里的榕江县“村超”又爆红，全网浏览量超200亿人次。

篮球之外，贵州之外，全国各地乡村的文体活动也摸索出了可能性。比如江苏八堡村村民在泥地上踢出了村里的“世界杯”——他们的“村界杯”从大年初一踢到初七，每天都有十里八乡的村民前来观赛；比如内蒙古昂素镇，这个常住人口不到8000人的小镇里，由农牧民自发组织的排球队却多达49支。

生于乡间、长于乡间的文化体育活动，摇身一变成了网民眼中的“宝藏活动”，它们的魅力究竟在哪？

先说浓浓的乡土气。乡村文体活动最大的“看点”之一，就在于其中的“农民印记”，而这种“土味”最能激发浓浓的乡愁。比如，舟山普陀展茅邻里文化节“村BA”，冠军奖励一头猪，亚军奖励两只羊，季军奖励一只林地鸡……从队伍名称到比赛奖励，文体活动全流程都十分接地气，农味十足的乡村体育从“出生”起就让村民们乐在其中。

再说厚重的历史文化味。不少乡村文体活动是几代人坚持守护、持续传承结出的乡土文化硕果。比如，以“银河唯一的漂移龙舟”之称爆红全网的广东佛山“叠滘龙舟”，历史最早可追溯至明代；同时，乡村体育也承载着民俗风情和地方特色。比如贵州榕江县，15个少数民族人口占全县总人口超83%，每场球赛的比赛间隙都有当地群众上演民俗风情秀。

最后说直播时代的全民参与。技术的发展让乡村赛事通过平台直播从“线下”走到“线上”，从“幕后”走到“台前”，让手机小屏前的观众“不在现场，胜似在现场”。在主流媒体的密集宣传和社交自媒体的接力传播下，“土味”赛事带来的快

乐更是得到“病毒式传播”。比如，在端午龙舟赛期间，“房东又掉水里啦”“抓拍赛龙舟靓照可免半个月租金”等“房东梗”冲上热搜，引发全民热议。

乡村热土释放“幸福能量”

有人说，中国人的根与魂在农村。乡村文体活动不仅能提升居民健康水平，更对重塑乡村文明和农民精神风貌有着不可替代的作用。

今年6月，国家体育总局等十二部门联合印发《关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见》，提出“发展繁荣乡村文体事业，助力乡村文化振兴”。那么，具体该怎么做？笔者认为，可以从以下几条路径发力。

强服务才能进“心头”。文体空间的意义在于“人”，使用率就是生命力，人流量就是影响力。因此，乡村文体发展需要以人的体验和参与为核心，想方设法引流量、聚人气。设施有了，场地有了，硬件相对完备了，但是单双杠上晒棉被、体育馆里搓麻将的现状何解？破题关键在于增强服务供给。比如，组织真正有专业本领的人才下沉乡村文体一线，对村民们进行运动指导，组织有趣、有味、有体验的赛事活动，让服务真正跟上设施，让文体场馆在声声喧闹中永不退场。

塑内涵才能有“搞头”。“村BA”“赛龙舟”等之所以被大众认可，根本原因就在于活动始终贴近大地、贴近群众。从广东的赛龙舟、舞狮，到内蒙古的摔跤、骑马，乡村体育与乡土文化相结合，既是传统习俗的成功“二创”，也成为振兴乡村文化的点睛之笔。诸暨赵家拳棒、嘉兴船拳、义乌叠罗汉……目前，浙江拥有12项国家级、78



项省级传统体育非遗项目，如能用好这些得天独厚的体育遗产，推动其形成具有当地特色的，融健身性、娱乐性、观赏性于一体的体育文化活动，就能吸引村民愿意参与、乐于参与。

会运营才能出“花头”。做强乡村文体产业，运营是关键。“村BA”的火爆绝非偶然，从比赛到场外活动，从网络直播到二次传播，从民宿、餐饮到特产销售，有的出圈现象背后不乏专业团队运营。爆火虽有运气成分，但模式并非无法复制。主动“招兵买马”吸纳人才运营赛事活动，主动接轨互联网将“线下”搬至“线上”，主动开放时间空间链接群众需求，主动盘活村内旅游、民宿等既有资源……只有广泛整合社会资源，跟上当下最热“频率”，才能让乡村文体活动成为乡村产业发展、村民精神富裕的源泉。

文体活动绝不是城市居民的专利，乡土文体之中自有生动的乡村、生动的中国。愿我们在田野上、村庄中找回纯粹的快乐，也找寻到乡村文体发

展的“密码”。

民间赛事赋能体旅融合

“村赛事”能够从根本上改变乡村旅游的单一模式，激励地方政府和相关企业持续引入多元化、创造性的文化、体育及旅游产业要素，满足游客对于体验和娱乐多样化需求随着乡村振兴战略的全面推进，乡村旅游呈现蓬勃发展态势。作为乡村旅游的重要吸引物，民间体育赛事正在成为促进乡村文体旅融合、夯实乡村体育旅游基础、提升乡村旅游形象的重要手段。

不久前，农业农村部办公厅和体育总局办公厅联合发布了《关于举办全国和美乡村篮球大赛（村BA）的通知》，旨在通过举办全国性、群众性且富有农趣农味的乡村篮球比赛，突出展示新时代农民风采，展现乡村风貌，引领乡村风尚，营造全社会关心关注宜居宜业和美乡村建设的浓厚氛围。

比赛的举办将吸引更多民众到乡村参与体育活动，推广

各地的乡村旅游产品，增加游客的附加消费。以“美丽乡村”为主题，打造“体育赛事+乡村旅游+传统文化+全民健身”多元融合发展的品牌体育赛事活动，意味着体育赛事+乡村旅游迎来了全新发展机遇。

在我国乡村振兴与文体旅融合的背景下，“村赛事”能够从根本上改变乡村旅游的单一模式，激励地方政府和相关企业持续引入多元化、创造性的文化、体育及旅游产业要素，满足游客对于体验和娱乐多样化需求。

未来，需要进一步提升民间体育赛事发展的内生动力，坚持以人民为中心，创新乡村体育旅游体制机制及政策，激发民间体育赛事在品牌塑造、生态保护、跨界融合、资金来源、人员就业等方面的活力，将民间体育赛事打造成为巩固脱贫攻坚成果、深入推动城乡有机融合、实现更高质量乡村振兴的有效路径。

（综合自浙江宣传、中国旅游报、中工网等相关报道整理而成。文字整理：王平）

延伸

乡村赛事要平衡好“商味”和“村味”

近段时间，“村BA”“村超”等体育赛事火遍全国。有人说，乡村赛事就是当地群众自娱自乐的体育活动，不宜过度包装炒作。也有人说，有流量就有商机，乡村赛事背后的商业价值很大，值得深挖。乡村赛事在发展中应该如何平衡“村味”与“商味”？

作为首批全国足球典型县，贵州省榕江县具有深厚的足球群众基础。在台盘村，每年农忙过后，村民都会为庆祝粮食丰收举办篮球赛。赛事之外，村民载歌载舞，摆宴庆祝，民俗文化、特色风情都显

示出乡村赛事的独特韵味。

两个颇有历史的比赛为何忽然火了起来？除了当地政府大力支持外，媒体和短视频平台的助力功不可没。比如，贵州“村超”获央视新闻直播，短视频平台相关话题累计播放量超10亿次。巨大流量要适度开发，更要着眼长远。

手握大流量和高曝光度这一手好牌，乡村赛事要注意挖掘“商味”而不失“村味”。首先，要保证“商味”不进赛场。从“村BA”到“村超”，主办方坚持不收门票、不拉赞助。从球员到裁判员，坚持选用名副其

实的村民，保证了乡村赛事的原汁原味。其次，要维护“村味”的独特性。乡村赛事接续火爆，各地形成“比学赶超”的氛围，纷纷酝酿下一个爆款。河南、福建、广东等地的乡村篮球赛也陆续进入公众视野。对平台而言，打造赛事IP宜精不宜多。赛事IP贵在特色，应深挖当地文化特色，呈现独特文化内涵。

放眼全国，还有很多地区的农村业余生活虽很生动，但缺乏关注度。有些乡村不乏热爱运动的群众，却办不起大型赛事。对此，政府和平台应

发挥更大作用，让火热的乡村文化生活借力互联网传播出圈、破圈，让更多乡村体育的梦想通过融媒体传播得到绽放。

体育赛事背后具有独特的经济价值和文化价值。保留“村味”和挖掘“商味”并不矛盾。“村BA”“村超”火出圈，证明了乡村文体生活不仅是群众自娱自乐的舞台，也是展示乡村振兴成果的窗口，更有望成为富民增收的新渠道。只要一切创新围绕为民初心，让群众成为赛场内外的主角，乡村体育赛事的“味道”就会越来越好。

（摘编自《经济日报》）