

“村界杯”“村BA”在江苏、浙江多地火热开展

# 乡村赛事 接地气聚人气

本报记者 王亮

## 关注基层体育

健身好时节，一场场乡村赛事在各地展开。办在身边的比赛、来自身边的球员、兴致勃勃的观众，越来越多的乡村赛事办出了特色、立起了招牌，为群众带来更为丰富的文体享受，为乡村全面振兴增添新动能。

近日，本报记者走访江苏沛县“村界杯”、浙江诸暨“村BA”，感受“沾土气、接地气、冒热气”的乡村赛事魅力。

**踊跃参与，感受快乐**  
“每一个人都可以在比赛中找到自己的角色”

一部手机、一把椅子，组成一套简易的赛事“转播系统”。在第二届诸暨“村BA”现场，解说成为一个热门行当。璜山镇村民黄伟飞从3年前开始直播当地的篮球赛，随着“村BA”开赛，他每天忙碌而充实。

本届诸暨“村BA”，共吸引了全市311支村级球队报名，参赛球员均为本村或本社区居民，参赛人数有4200多人，整个赛季预计开展780场比赛。

随着赛事进行，黄伟飞直播间的热度也不断攀升。一场直播下来，观看总人数平均在7万至10万。

“村BA”为何受欢迎？赛事组委会副秘书长杨斌斌认为，篮球运动在当地开展较早，拥有深厚的群众基础。只有老百姓发自内心地热爱，“村BA”才会有这么大的市场。“无论球迷、教练、领队、裁判还是其他工作人员，每一个人都可以在比赛中找到自己的角色。”

诸暨人对篮球的热爱由来已久。据《诸暨县志》记载，1911年前，诸暨的新式学堂就设有篮球课。改革开放后，当地篮球场建设提速，目前共有篮球场2251片，几乎每个村都有自己的篮球队和篮球场。

在江苏沛县，最受欢迎的运动项目是足球。发源于沛县鹿楼镇七堡村和八堡村的“村界杯”农民足球赛远近闻名。马扎、水杯、帽子，成为不少村民的观赛装备，经常一看就是好几场。今年春节期间，46支来自江苏省和周边省份的球队从初一赛到初七，1000余名运动员进行了23场比拼，每天吸

## 核心阅读

今年中央一号文件提出，促进“村BA”、村超、村晚等群众性文体活动健康发展。

如今，各地乡村赛事蓬勃发展，成为推动乡村全面振兴的重要IP。近日，本报记者走访江苏沛县“村界杯”、浙江诸暨“村BA”，探索乡村赛事出圈出彩的秘诀。



引上万名观众，氛围十分火热。

早在上世纪50年代，沛县村民就自发开展足球比赛，村民用布条缠成球、燃香计时。“逢年过节，家里来了亲戚，都要请他们到球场看球。”七八堡村足球协会会长李居海说。村民马运强今年58岁，上世纪80年代，他和很多村民经常在打麦场上训练、比赛。“那时条件有限，但大家还是凑钱添置了统一的球衣。”马运强拿出老照片，往事历历在目。如今，村里的足球氛围愈发浓厚。

**完善赛事，提升体验**  
“努力在赛事专业性和普及度之间找平衡”

球门横梁上挂着铜盆，立柱外散落着鸡鸣。随着中场哨声响起，不少观众迅速来到球门前，排起长队，等待参加“趣味射门”活动。只要踢中铜盆，就可以挑选一只家禽带回家。“趣味射门”是“村界杯”比赛中场休息时的保留项目，深受观众喜爱。

如何提升和丰富赛事体验？村赛组织者颇费心思。其中，基础设施建设是关键一环。2019年，在各级政府和体育部门的帮助下，七堡村和八堡村利用村里一块废弃用地建成了标准足球场，自此村民有了正规的比赛场地，球场上的足球赛也从此固定下来。

李居海表示，在赛事规则方面，“村界

杯”也因地制宜，推出很多特色做法。协会根据村民体力特点，合理修改队员上下场、中场休息时间等具体规则。“我们努力在赛事专业性和普及度之间找平衡。”李居海说。

教练员和裁判员的业务水平，对赛事体验也起到关键作用。诸暨市篮球协会秘书长钱仕光表示，该协会近些年一直在推动当地教练员和裁判员队伍建设。目前在诸暨市篮协注册的裁判员已经达到70多人，每年开展的裁判员培训班参加人数也不断上升。

营造赛事文化，越来越受重视。在“村界杯”球场入口处，精心设计的立牌吸引了不少观众争相“打卡”。在诸暨，“村BA”主题曲广受欢迎。“村BA”，砸砸撞撞（意为积极投入打球）！朗朗上口的旋律，接地气的表达，让当地人听一遍就能哼上几句。

**助推发展，乡风更淳**  
“球队打出了气势，村民增进了感情”

靠着七八堡村足球场里的一处档口，村民张文倩家的日子越过越红火。她介绍，这个档口是政府配置的，每年租金1000元。比赛日，档口每天能收入上千元，春节期间收入更高。“村界杯”增加了村民收入，每逢比赛日，不仅球场周边的食品摊位和饭店生意红火，沛县特色美食、农产品的线上线下

销量也会随之增长。鹿楼镇党委书记张海啸表示，“村界杯”火了，为当地带来了新的发展机遇。如今，球场添置了观众座椅、聚光灯，周边商业形态也不断完善，商业街和民宿等陆续建成。此外，改造道路、配备直播设备、建设能容纳1000余辆车的停车场……更多改变正在发生。“我们正在想尽各种办法，留下这来之不易的流量，并且将其转化为老百姓实实在在的收入。”张海啸说。

“村BA”“村界杯”的商业价值也受到越来越多认可。走进比赛场地，各类赞助广告琳琅满目。杨斌斌介绍，今年诸暨“村BA”的冠名权争夺非常激烈，关键比赛场次的门票销售也很紧俏。他介绍，这些收入将用来维持日常运营，结余部分将进行公益捐赠。“去年，应店街镇‘村BA’冠军大马坞村篮球队捐出全部3万元奖金，用于村级关爱基金、爱心食堂等公益事业的开支。”杨斌斌说。

诸暨市教育体育局副局长詹晓春表示，“村BA”不仅助力全民健身更好开展，也助推乡风文明建设。有一个细节让黄伟飞印象深刻：陈宅镇开化村的一名村民，平时跑运输。每次“村BA”开赛，陈宅镇篮球队的队员打到哪里，他就用大巴免费把村民送到哪里。“陈宅镇虽然不大，但大家齐心协力，球队打出了气势，村民增进了感情。”黄伟飞说。

上图：第二届诸暨“村BA”姚江赛区比赛现场。周志豪摄（人民视觉）

## 团体坛观澜

2024年世界泳联跳水世界杯总决赛近日在陕西西安落幕，中国队在全9个项目中参赛8项，夺得8项冠军。观众从各地赶到比赛现场加油助威；社交媒体平台上赛事话题热度不减……跳水项目为何引人关注？

竞技成绩亮眼，带动更多人探寻跳水运动的魅力。2021年东京奥运会，全红婵夺得女子十米台冠军，“水花消失术”成为跳水运动员发挥优异的代名词。从单人项目一次次获得满分，到双人项目动作一致好比“复制粘贴”，中国跳水队选手在赛场频频贡献精彩表现。不少观众在欣赏比赛之余，尝试了解复杂的动作代码和打分规则，观赛从“看个热闹”进阶到努力“看懂门道”。

训练精益求精，运动员的拼搏精神令人动容。中国跳水队的优异成绩，源自队员在训练中不懈努力。在动作细节上和对自己较劲、应对外赛赛程苦练体能、不断增强心理素质……中国跳水队积极进取，不断给人们带来惊喜。

积极推广普及，让项目发展的根基扎得更牢。本次跳水世界杯开赛前，奥运冠军全红婵和王宗源当起“教练”，指导陕西省跳水队的小队员训练。专业的指导、鼓励的话语让小队员们获益匪浅。优秀运动员发挥榜样作用，多姿多彩的交流推广活动持续展开，让更多人走近跳水运动。

当越来越多人关注跳水、热爱跳水、参与跳水运动，给项目发展增添更多活力。中国跳水运动员也以追求卓越的精神和阳光自信的风采，回应人们的这份喜爱。在这样的“双向奔赴”中，跳水运动的故事将越来越精彩。

## 跳水项目为何惹人爱

孙龙飞

## 2024世界接力赛参赛名单公布

本报北京4月25日电（记者刘硕阳）2024年世界接力赛将于5月4日至5日在巴哈马首都拿骚展开，世界田联近日公布了该赛事的参赛名单。共有来自54个国家（地区）代表队的893名运动员参赛，其中诺阿·莱尔斯、马塞尔·雅各布斯、费姆克·波尔等世界冠军均在列。中国队派出12名运动员，参加男子4×100米接力和女子4×100米接力两个项目的争夺，争取巴黎奥运会入场券。

中国队的6名男子选手由男子100米亚洲纪录保持者苏炳添领衔，还有谢震业、陈佳鹏、严海滨、吴智强、邓智舰的加入。女子选手阵容稳定，近年来参加多届大赛的韦永丽、葛曼棋、梁小静和袁琦琦悉数在列，此外还有00后选手李玉婷和刘国怡的加入。

世界接力赛是世界田联级别最高的田径接力项目赛事，本届赛事设男子、女子4×100米接力、4×400米接力以及混合4×400米接力比赛，各项目排名前14位的代表队将获得参加巴黎奥运会的资格。

预赛将于5月4日进行，每个小组的前两名将晋级决赛，同时锁定巴黎奥运会的直通资格。未能晋级决赛的队伍将在第二天进入复活赛阶段，每个小组的前两名同样可以获得奥运资格。

本版责编：巩育华 唐天奕 高 洁

**强富美高新江苏**

# 江苏

**传播知识产权保护理念 打造知识产权文化普及品牌**

4月20日，2024年全国知识产权宣传周江苏分会场暨2024年江苏省知识产权宣传周活动启动仪式在江苏省淮安市举行，这是全国知识产权宣传周组委会连续第3年在江苏设立分会场。近年来，江苏省强化知识产权文化普及宣传，做强平台、做活形式、做优内容，打造一系列知识产权文化普及品牌，保护知识产权就是保护创新的理念深入人心。

**融合平台优势，让知识产权文化普及的载体更加多元。**坚持有机融合，多载体、多角度展示知识产权文化，切实提高知识产权文化普及实效。利用全媒体平台，让更多知识产权政策措施、成果为更多群众所知晓。依托紫金知识产权国际峰会等国际化交流平台，充分展示江苏知识产权政策环境，树立尊重、保护知识产权的良好国际形象。借力全省各地的电视、广播、报纸、公共交通站台灯箱、户外大屏幕、楼宇电梯、公交车车身、出租车显示屏等公共传播媒介，常态化投放知识产权公益广告、最新资讯，在南京地铁列车及站语音提醒乘客关注和保护知识产权。

**创新表达方式，让知识产权文化普及的品牌更加响亮。**坚持服务群众，创

知识产权保护；“知识产权·少年说”进校园活动走进南京、苏州、泰州、徐州等地，组织20余期知识产权少年行夏令营、研学等活动，促进师生不断提升知识产权保护意识。

**关注受众需求，让知识产权文化普及的内容更加丰富。**坚持内容为王，创新传播形式，讲好老百姓身边的知识产权故事。创作长图文、短视频、漫画等系列融媒体作品，让老百姓听得懂、记得住。在江苏省知识产权局微信公众号设立《漫说IP》专栏，拍摄、展播“小商标·大世界”商标知识微课堂、排练、拍摄、推广“小知说法”系列情景剧，创作《一粒地理标志大米的成长史》等系列地理标志产品长图文，制作二十四节气知识产权海报等，阅读量屡创新高，提升群众对知识产权的关注度。让群众主动参与，沉浸式了解知识产权文化，与景区联合开展地理标志产品展销、直播带货等活动，组织知识产权创意视频大赛、征文比赛，征集青少年知识产权相关作品，开设《IP青年说》专栏，开展“我最喜爱的江苏地理标志产品”公益调查活动，社会反响热烈。

数据来源：江苏省知识产权局

举办2023年首届长三角地区大学生知识产权知识竞赛夏令营

2017年起，每年举办江苏省大学生知识产权知识竞赛

江苏省地理标志民俗文化专场活动在南京夫子庙景区举行

组建江苏省“知识产权·青年行”志愿者队伍，走进社区、企业、学校开展知识产权文化普及活动