

贵州“村超”： 吸引全世界人民一起玩

本报记者 陈隽逸

从2023年夏天爆火至今，贵州“村超”已走过3个完整赛季。2026年元旦假期，第四届贵州“村超”启幕，预计7月底决出冠军。当草根足球赛事在全国各地如雨后春笋般涌现，这片足球热土正经历着怎样的蜕变？记者走进贵州榕江，见证“村超”之变与面临的挑战。

赛事升级 海内外球员到榕江

1月2日晚，贵州“村超”足球场灯火如昼，人声鼎沸。第四届贵州“村超”揭幕战正式在榕江打响。扒王村足球队以2:0力克大利侗寨足球队，取得新赛季首胜。

从2023年的62支、2025年的108支，再到2026年的137支，“村超”参赛球队不断扩容。“大家参与热情明显提高，有的村甚至有一队、二队。”榕江县服务保障“村超”工作机制办公室副主任石方介绍。

除了本地球队，榕江还以举办全国赛的方式吸引外地球队来此竞技。2025年8月10日，首届“村超”全国赛总决赛在榕江拉开帷幕。“我们设置了36个赛区，全国各地有683支球队参赛，其中51支球队脱颖而出，来到榕江比赛。”石方介绍，全国赛总决赛期间，各队经过小组赛、淘汰赛等比赛角逐，来自广东肇庆的球队获得了首届“村超”全国赛总决赛的冠军。

早在第一届“村超”举办时，榕江就确定了“村超”的“三步走”战略：从“榕江人自己玩”，到“吸引全国人民一起玩”，再到“吸引全世界人民一起玩”。2024年，榕江累计吸引法国、利比里亚、阿根廷、美国等国家和地区的近30支球队、超1100名球员到“村超”交流。“目前我们不仅实现了当初定的目标，到2028年举办第一届‘村超’世界杯的计划也在稳步推进。”石方说。

全域受益 流量涌入各村寨

下午2点，栽麻镇大利侗寨停车场，摆渡车司机杨师傅在停车场等待游客：“最近是淡季，游客不算多，正好稍微休息下。每年从5月起，我们就要开始满负荷运行了。”

距离“村超”球场20多公里的大利村，有着数百年历史，侗寨内上百栋房屋保留着传统风貌，被列入“中国传统村落”名录。

“‘村超’火了以后，我们从一个小众旅游点变为榕江必打卡目的地。大量游客涌了进来，首先面临考验的就是我们的进村路。道路狭窄，自驾车辆不易通过，车一多就容易堵车，游客体验也不好。”栽麻镇副镇长蒋永吉说。

2025年5月，村民集资购买了适合山路的摆渡车，用于接驳游客进村。停车场到寨门的山路，依靠小小摆渡车，将更多的“村超”流量引入这座古村，也为村民带来了更多的旅游收入。

距离县城更远的摆贝村，则选择了一条差异化发展之路。2023年，在全县范围开展的“我为‘村超’做点啥”头脑风暴会中，摆贝村决定将他们最隆重的仪式“鼓藏节”搬上首届“村超”的开幕式，80多岁的村民杨老赶走在队伍前列，被网友亲切地称为“‘村超’爷爷”。

亮相“村超”后，摆贝村知名度也随之提升，吸引许多慕名而来的游客，“我们村也有了发展新路。”摆贝村党支部书记刘正文说，2025年，村里通过出租闲置房屋实现租金收入22万元，村集体经营性收入突破300万元。2025年第三届“村超”总决赛前，摆贝村组织了一场“超级星期五村艺大舞台”活动，吸引了4000多名游客，直接为村民带来超20万元的收入，“村民腰杆都挺起来了”。



第四届贵州“村超”开幕式现场，人们共同跳起民族舞。

新华社记者 杨文斌摄

“‘村超’带来的客流单靠县城无法完全承接，必然会外溢到附近乡镇，使全域受益。”榕江县文体广电旅游局副局长潘辉俊介绍，“我们在尊重村民习惯和习俗的前提下，指导各乡镇在活动内容、活动时间、业态布局上差异化发展，为游客提供多样的旅游产品。”据统计，2025年1—11月，榕江县接待游客989.47万人次，旅游综合收入113.95亿元，村民们从“村超”的热潮中获得了切实的收益。

良性竞争 面向“足球旅游”大市场

贵州“村超”爆火后，带动了民间足球热。“苏超”“赣超”等草根赛事相继涌现，是否会与“村超”形成竞争？

“从表面来看，流量上确实受到影响。但我们要把格局打开，各地足球氛围越浓，越能激活全国‘足球旅游’的大市场。”石方认为，“村超”的独特性，恰恰在于它早已超越了单纯的体育赛事，成为了以足球为媒，推动榕江走上民族文化、乡村风光与县域经济融合发展的引擎。

在榕江，一场球赛从来不是孤立的活动：开赛热场、中场表演、赛后狂欢，充满当地民族风情；游村寨、吃牛瘪、听大歌、住民宿，来看“村超”的游客还能获得丰富的旅游体验。“村超”让体育更具文旅属性，也实现了赛事向旅游产品的有机转化。

为了促进“体育+文旅”的可持续发展，2025年5月，榕江县推出足球发展“十年规划”，提出探索发展“村超”社会足球+“班超”校园足球+“逐梦”职业足球的“新三线”足球体系，希望将榕江打造成国家重要的足球人才培养基地。

早在第一届“村超”举办时，“班超”就已同步启动。在2025贵州榕江第三届“班超”足球联赛初中男子组决赛现场，榕江县民族中学以4比2的比分击败榕江县第四中学，获得冠军。赛事不仅吸引了上千名本地群众观赛，更有不少周边县的亲子游群体专程赶来。

“从幼儿园到高中，每个学段都有足球队，全县已有46所学校的3万多名学生参与‘班超’。”石方介绍，经过3年多的发展，榕江县培养了U8到U17各年龄阶段的青训梯队，助力足球青年人才培养。在贵州省2013—2014年龄段女子足球精英队中，榕江输送的球员占比近三分之一。

专业化合作为“村超”的文旅价值再添砝码。2023年，“村超”与英超签署战略合作协议，为“村超”带来了更加专业的培训体系。2025年6月，“学转英超”基层足球教练培训项目再次走进榕江。“他们带来专业团队，为我们的球员、裁判、教练、解说等进行集中培训，这些培训不仅有助于打造青训体系，也能为足球研学旅游等提供资源。”石方说。

未来，榕江将建设“一带一



榕江县兴华乡摆贝村晨雾缥缈。

潘邵平摄（人民图片）



榕江县古州镇车民小学举办校园“班超”足球联赛，队员在比赛中拼抢。

李长华摄（人民图片）

路”“村超”世界杯足球文化小镇和“村超”综合体，规划多个标准化足球场、体育公园等空间，打造“赛事+培训+旅游”的复合性体育旅游目的地，让“足球旅游”在榕江焕发新的活力。

出圈之后

■记者手记

“村超”不是一阵风

陈隽逸

2023年，榕江县发起的贵州“村超”横空出世，榕江一下子成为“新闻富矿”，我曾多次到榕江采访。期间，我也有疑问，“村超”会不会是一阵风？随着采访的深入，这个疑虑逐渐被打消。

“村超”不是临时起意打造的项目，它根植于榕江80余年的足球传统，充分尊重当地百姓的主动性和创造性。赛事背后，还有政府强有力的支持与组织，做到“不上场始终在场，不缺位更不越位”，通过长远规划、统筹协调、招商引资、招揽人才、保障安全等方式，为“村超”向下扎根提供了良好的氛围与生态。

在“村超”这个大舞台上，除了足球，民俗、非遗、土特产等当地特色也逐渐为人所知。

被网友称为“西瓜妹”的村民熊竹青通过电商直播，将百香果、罗汉果等卖到全国，她欣喜地说：“‘赛场展示+线上下单+产地直发’的销售模式，让榕江的优质农产品走出了大山！”70多岁的杨奶奶家住大利侗寨，随着游客的涌入，她的刺绣手艺也派上用场。手工制作的包边、发带摆在家门口，就能卖上好价钱。今天的“村超”，一头牵着全国乃至全世界人民对足球的热爱，另一头牵着榕江人的幸福生活。

本报电（记者朱金宜）近日，中国气象局、民政部、文化和旅游部等七部门联合出台《关于加强协同联动推进康养气象服务高质量发展的指导意见》（以下简称《指导意见》），提出到2027年，全国将基本建立部门协同、上下联动的康养气象科技创新和服务格局；到2030年，形成较为完善的康养气象科技创新和服务业务体系，气象与康养全链条、多领域协同发展的效能显著提升。

中国气候康养资源丰富，如何让这些资源发挥经济价值、社会价值和生态价值？《指导意见》明确，开展气候康养资源普查评价，绘制全国气候康养资源“一张图”，挖掘有利于人群健康的优质气象服务产品；丰富“气象+文旅”服务场景，建设智慧气象互动系统，推广研学旅游课程和路线；打造“气象+中医药”康养示范，探索中医药康养气象服务模式；发展气候宜居服务，让气候资源转化为康养优势。

不同人群的生理特征、健康基础及对气象条件的敏感度存在差异，《指导意见》提出，加强人群健康气象服务，为不同人群提供精细化服务。各部门将强化风险防控产品体系，面向社会公众、医疗机构、养老机构开展分区域、分季节、分人群的精细化风险提示服务；完善风险防控联动机制，建立人群气象健康风险预警部门联动响应制度；协同推动致敏花粉等防治工作，联合制定标准规范、协同统筹观测设备；做好老年康养气象服务。

在融入康养产业发展方面，《指导意见》明确，开展医疗保障气象服务，为医疗保障政策调整、定点医院资源规划配置等提

供决策支撑；开发气象保险产品，将高温、低温、致敏花粉、流感、气候舒适度等气象条件指标融入健康保险产品；助力产业布局优化，提供气象灾害风险评估。

未来，康养气象服务将根据不同人群的细分需求，提供个性化康养建议，丰富观星赏花、冰雪运动、避寒避暑等特色气象旅游产品，引导公众根据气候指标选择康养旅居地区和适宜时段。

河南开封：

旅游演艺带火八朝古都

“各位大人好，欢迎来到开封府参加大宋同签会……”开封府景区全息剧场内，依托宋画创排的《闸口盘车案》正在上演，引得观众不时鼓掌。“包大人”“展昭”等角色时而跃入屏幕，时而现身观众席间，虚实交错中，与观众一同抽丝剥茧、层层解谜、同签断案。

专程来河南开封寻溯宋文化的00后广西游客伍玥连声赞叹：“太震撼了！无论是数字化复原的街道景观，还是全息立体成像的‘大宋官员’，都让人仿佛穿越时空。”

开封府景区相关负责人段博介绍，《闸口盘车案》演出综合运用了全息投影、裸眼3D等前沿科技，为游客搭建起全方位、强互动、超感官的“幻戏”空间。“我们将继续深挖开封历史故事，打造《金明池争标案》《京都水患案》等全息剧目，让游客在过足‘神探’瘾的同时，沉浸式领略大宋风华、读懂大宋文化。”段博说。

在八朝古都开封，历史文化变得可观、可感、可体验。清明上河园中，沉浸式餐秀《清明上河·宋宴》让食客在雅乐之中品味千年食趣；万岁山武侠城里，超3000场实景演出邀八方游客共赴江湖世界；鼓楼夜市的摊位间，升腾起人间烟火；大宋御河的画舫内，氤氲出悠悠灯影……在开封，景城一体、主客共享的文旅新景观悄然形成。

在万岁山武侠城，江湖狂欢艺

术区迅速成为新晋“网红打卡地”。巡游花车旁，记者遇到了从广东远道而来的游客何慧怡，她一身古装造型，言语间满是兴奋：“我计划在这里玩三天，争取把所有节目都看一遍！”

“主题公园类景区最核心的竞争力在于不断创新。”万岁山武侠城营销中心品宣部经理王雪莹介绍，景区建立了动态的内容评估机制，“每一场演出，我们都会记录游客停留时间、互动情况、情绪反馈等，并据此不断优化节目编排。”

在对“创新”的孜孜追求下，万岁山武侠城演艺节目年更新率保持在30%左右。王雪莹说：“好的文旅产品自带流量与口碑，社交媒体上‘万岁山’相关内容超过80%都是用户上传的。”

在龙头景区的带动下，开封已逐步构建起涵盖古都游、民俗游、红色游、乡村游的全域旅游产品体系，让游客从“打卡一个点”到“逛遍一座城”，推动城市从“现象级爆红”稳步走向“可持续长红”。

“我们将锚定‘更具竞争力的国际文化旅游名城’目标，扎实推进文旅强市建设，将文旅产业打造成支柱产业、民生产业、幸福产业。”开封市文化广电和旅游局党组书记、局长陈连富说。

（据新华社郑州电 记者袁月明、任卓如）

下图：河南开封清明上河园内游人如织。 资料图片

