

# “村超”+ 英超的逻辑和前景

## ◎看点提要

“村超”，一个中国最基层的足球联赛，一个历时短短几个月全网流量已逾300亿次的新晋网红足球IP。

英超，一个创立于1992年的世界顶级足球联赛，位居五大联赛之首，在188个国家和地区进行转播，覆盖8亿家庭。

这两个看似“风马牛不相及”的比赛还真就产生了联系——在2023年中国国际服务贸易交易会上牵手，按照双方谅解备忘录的内容，“英超”将为“村超”提供培训，两者进行内容互动，还计划共同筹备社区足球友谊赛。

两者牵手的逻辑是什么？将有怎样的前景？

## 咋就“看对眼”了？

在“村超”诞生地贵州省榕江县的县长徐勃看来，两者的牵手一方面基于“村超”的流量；另一方面则基于英超的成熟运作体系，完全有资格成为“村超”的老师；更重要的一点则是两者气质上的契合。

英国的社区足球文化可以追溯至中世纪，参与者可以是任何人甚至是整个村庄。19世纪中期，工业革命带来社会生活方式、工作节奏和压力的巨大改变，踢足球因为可以帮助工人们缓解工作压力而颇受欢迎。由此诞生了一些社区俱乐部，它们通常以工厂、学校、酒馆等为依托，代表不同社区和阶层，英国的足球俱乐部就是在这种社群基础上发展起来的。足球俱乐部也常被认为是社区的代表，社区成员通过支持代表自己社区的足球俱乐部而获得认同感和归属感。

华南师范大学体育科学学院教授李培曾考察过英国社区足球，认为其很纯粹，“（参与者）就是喜欢玩足球”；社区足球不一定要出人才、挣钱，俱乐部要维护球迷群体的利益，这是社区足球的责任和义务。

在足球专业人士看来，自下而上的探索是有益的，而且是中国足球最缺乏的。自下而上、拥有良好群众基础也是“村超”的鲜明特点。

“村超”虽然今年只是首届，但榕江的足球历史可以追溯到20世纪40年代，当时广西大学迁入榕江，将足球运动带到这里。20世纪80年代，当地盛行的一句话——“要想找工作不愁，就要学会踢足球”体现了榕江人对足球的热爱。

记者在“村超”现场看到：村民不分你我，互相加油；游客与村民一起看比赛、呐喊助威，一起享美食、万众开怀。这份热爱和快乐发自内心、溢于言表。

首届“村超”有20支球队参加，这些队伍让村子的人心更加凝聚——94岁的侗族老人杨留香可以捐出50元给本村球队买水喝；11岁的小朋友可以在球场上“指导”球队踢球；只要有比赛，村里总会有志愿者敲着铁盆，提前去各家各户“喊寨”，村民踊跃前来支持本村球队……

英超联赛代表胡兆衡今年7月现场观看了“村超”比赛，切身感受到“村超”和英超一样的火热、一样的热爱。“整个榕江县像是发生在夏天的春运现场，大人和孩子高高兴兴地往体育场走，那个表情就像‘回家’，我很被那个场景感动，看到了中国人民对于足球最真实的热爱。”

她说，“村超”的原汁原味、全民参与，如此快乐、如此出圈，给她留下了深刻印象。人们非常热情，不断有工作人员过来问要不要喝水，都是免费的，这在其他赛事中难以想象。

徐勃说，“村超”是纯粹足球、快乐足球、人民足球；“村超”最终要实现从金字塔最底端改良中国足球土壤的目标，让更多孩子和他们的父母热爱足球；“村超”的本质是创



▲2023年中国国际服务贸易交易会上，“英超”牵手“村超”。



少数民族村民在“村超”足球赛现场为球队加油助威（6月9日摄）。新华社

新、协调、绿色、开放、共享，共享流量，共享快乐足球。

徐勃的上述总结，或许正是“村超”之所以能牵手英超既浅显又深刻的原因。

## “第三只眼”

在多数受访专家看来，“村超”和英超有合作基础，但合作的具体内容、如何落地、如何取得成效还需认真打磨。

——各取所需 共谋发展

广西足球超级联赛发起人之一贾蕾仕认为，世界顶级联赛和中国最基层联赛的合作，看起来跨度很大，实际上是看中了彼此的影响力。

他表示，“村超”在国内已有很高知名度，明星、前国脚都参与其中，尝试扩大国际影响力或许也是“村超”的发展规划。英超在中国也有很高知名度，可以给“村超”带来很大帮助，特别是在技术支持等方面。当然，英超也有开拓中国市场的需求，借助“村超”流量或许更为便捷。

在贾蕾仕看来，如果“村超”具备了一定基础，比如打造了一定规模的俱乐部、青少年培养更体系化、软硬件设施更完善、联赛更规范等，跟英超合作的效果可能会更好；目前“村超”的状态还较为原始，当然这就要

看双方怎么共同扶持和发展。“足球是个系统工程，不是说一合作就立竿见影，所以要多留一些时间给他们。”

——“村味”和“商味”

“村超”因其浓郁的“村味”而火爆，组织者也一直强调要保持其“村味”。

2021-2022赛季，英超总收入达55亿英镑（约合504亿元人民币），其商务开发能力毋庸置疑。合作之后，英超的“商味”会否影响“村超”的“村味”？

贾蕾仕说，“村超”应当保持原生态，不能进行过度商业开发，而要夯实基础，提高竞技水平，完善软硬件，提高球星号召力。虽然实现上述目标还要走很长一段路，但通过与英超合作，如能尽量缩短这个过程，就是很有意义的。

“村超”赛场内没有商业广告，但在场外设置了摊位，让市民来摆摊，政府则做好各类服务、安全保障和环境提升。

徐勃说，“村超”从刚开始就主张摒弃场内的商业元素，但要让老百姓挣钱，“我们所有的赛事旨在以赛促产、以赛促销，通过这种方式来实现其经济转换”。

英超也有公益属性，比如“学转英超”项目就是其通过培训推广快乐足球理念的方式之一。类似领域或可成为双方合作的内容之一。

——如何可持续？

要想与英超的合作取得良好效果，“村超”的可持续发展至关重要。

国际足联足球管理和竞赛专家刘劲松认为，某种程度上“村超”还处于起步阶段。他建议未来延长赛季、进行分级，如此方能真正成为当地特色，取得可持续发展。

刘劲松认为，“村超”可以向英超学两点。一是志愿者培育。俱乐部的运营需要志愿者支持，后者需要具备相应的知识和能力，且对球队的服务是长期的。此外，竞赛组织、场地管理、后勤保障等方面也需要志愿者。怎么培养、维系、激励他们，都可以向英超学习。

二是俱乐部打造。目前的“村超”球队相对松散，还不是俱乐部。村队注册成俱乐部，形成责权利边界清晰、平衡发展的“主体”，有助于“村超”可持续发展。俱乐部如何打造和建设，英超有丰富经验。

刘劲松做了一个形象的比喻——“村超”需要把沙变成砖，然后把砖和砖拼接起来。

一项足球比赛要想具有持久性，核心在于竞争性观赏性，而提高竞争性观赏性，就要让联赛更体系化，加强对从业者培训，形成多层次的金字塔，否则其持久性不仅有限，维持热度的难度也将增加。

刘劲松说，英超是英格兰最顶层的足球联赛，“村超”除了向它取经，还可以向英格兰较低级别的地方足协、社区俱乐部学习，后者与“村超”的关联度更高，提供的经验也更直接。同理，除了英格兰，还可以向已取得长足进步的近邻日本的地方足协、社区等各级联赛和俱乐部学习。

李培建议，榕江的校园足球也要重点发展，英超的培训课程不应只带到社区，还要带到当地学校；通过校园足球增加足球爱好者和从业者，再来反哺“村超”。

李培的建议与美国大学生足球联赛八冠王主教练史蒂夫·洛克的观点不谋而合——“在孩子们能踢得像职业球员之前，他们必须像孩子一样享受踢足球的乐趣。”这说明足球的本质就是“游戏”，要充分释放孩子的天性，唯有乐在其中方能行稳致远。

据了解，在今年“村超”的基础上，全国美食足球友谊赛已经上演，明年将有扩容版的“村超”，而“一带一路”“村超”小世界杯也有可能明年上演。以上种种都是“村超”组织者为了可持续发展而做出的努力。

据新华社