

# 新大众体育频频破圈,热潮过后更需“冷思考” 我们需要什么样的“人民赛事”?

声音

“村赛”成为“顶流”，然后呢？

张峻樵

近年来，新大众体育赛事频频破圈，“村赛”更是成为“顶流”。但热潮之下，隐忧已现。

一些地方盲目跟风，重金打造“村字号”赛事，却只见赛场不见群众；有的赛事热闹一时，赛后场馆闲置、队伍解散，流量来得快去得也快。更值得警惕的是，当行政力量过度介入，当“村赛”被纳入政绩考核，那种自发生长的草根活力是否会悄然流失？

“村超”的火爆，恰恰因其“生于民间、长于民间”。榕江的球队以村为单位，球员就是邻里乡亲，直播带货的手机握在农民手中。这种“人民赛事人民办”的逻辑，才是真正的“密码”。如果只复制形式而忽略内核，只追求曝光而漠视参与，再火的“顶流”也不过昙花一现。

问题的另一面是：热潮过后，日常如何维系？当聚光灯移开，当媒体退场，那些被点燃的运动热情能否转化为持久的生活习惯？那些因赛事而聚集的人群，能否在非赛时段依然找到运动的理由？

这需要更系统的支撑。场地设施能否真正下沉到乡村？社会体育指导员能否走进田间地头？中小学体育课程能否终身运动习惯打下根基？运动促进健康的理念能否融入社区治理？这些问题比一场赛事的火爆更考验耐心与智慧。

新大众体育的“火”，不该只是一时喧嚣，而应是全民健身意识的唤醒、体育生活化的开端。当运动从“看别人比赛”变成“自己上场”，从“节日狂欢”变成“日常习惯”，那些欢呼声才真正有了回响。

“村赛”成“顶流”，值得喝彩。但更值得期待的，是成为“顶流”之后，体育真正回归生活。

新闻多一点

长三角“赛事热”：  
跨省的体育狂欢与经济共振

从草根足球的“村味”到职业标准的“顶流”，从商圈里的乒乓球台到跨省联动的铁人三项，长三角正在下一盘大棋：体育不再是单纯的竞技，而是拉动消费、激活城市的新引擎。

为什么长三角各地都在“起劲”地搞赛事？答案写在各地的《政府工作报告》里——释放消费潜力。

2026年江苏省《政府工作报告》在新一年的重点工作中明确：以“苏超”促进文旅体商融合发展，激发“文化+”“旅游+”“体育+”等消费活力，“跟着苏超游江苏”正成为新时尚。

上海今年的打法是“少而精”。在推出了“一赛一节”双品牌战略后，上海城市业余联赛大刀阔斧改革，将系列赛从280项精简至80项，集中火力打造乒乓球、足球两大“超级联赛”。目标很明确：举办不少于100场赛事，参与人次超100万。

安徽则打造了“皖美运动汇”品牌。2026年安徽省全民健身赛事季将以乒乓球、羽毛球、城市篮球三大联赛为核心，计划举办约5000场活动，预计带动消费超50亿元。

值得关注的是，长三角生态绿色一体化发展示范区执委会近日印发《长三角生态绿色一体化发展示范区建设2026年重点工作安排》，明确将深化联合办赛机制，筹办多项重大跨域体育赛事。

从“一时热”到“常年红”，2026年的长三角，正通过一场场精彩的赛事，将体育的激情转化为城市发展的动力，让“诗和远方”在赛场上相遇。（据澎湃新闻）

## 看现象：从专业竞技到全民参与

3月14日，2026年广东体育城市联赛新闻发布会在广州举行。2026年李宁·广东省城市篮球联赛（“粤BA”）与广东省城市足球超级联赛（“粤超”），将分别于今年3月下旬和4月下旬开赛，赛程将持续到10月，共进行248场比赛，打造一场“21城联动，双赛齐飞，全年燃动，全民欢乐，文明闪耀”的体育盛事。

今年政府工作报告提出“培育更多特色群众体育赛事活动”，并对“积极发展赛事经济”作出重要阐述。

从“村BA”的赛场狂欢到“村排”的全民沸腾，从“村马”的激情开赛到“村超”的火热出圈，近年来，新大众体育赛事频频破圈，以大众热爱、大众参与、大众创造、大众传播、大众欢乐的新姿态，展现蓬勃活力，成为群众生活新时尚。

“村赛”何以成“顶流”？新大众体育如何既“火”在一时又“火”在平时？



2026年3月5日，在贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县城北新区“村超”足球场，贵州榕江县村超开大足球队员（蓝衣）与湖南怀化足球队员在比赛中拼抢。李长华 摄

在安徽，3月7日，“皖美运动汇”全民健身赛事季在合肥包河万达广场盛大启动。这一天，全省16个市的15个重点赛区同步开启“徽乒赛”揭幕战。比赛区设有成人组男子单打、女子单打、少儿组单打和家庭混合组四个组别，不同年龄、不同性别、不同职业的业余选手成为赛场主角。一位参赛选手感慨：“这气氛太燃了，今天是有所有乒乓球友的节日。”包河万达广场的值班经理则惊叹：“今天商场的客流量前所未有，甚至超过了春节期间。”

“我们聚焦全年龄段的健身需求，着力构建零门槛、非专业、多层次的赛事体系；让普通群众从旁观者变为参与者，真正实现体育赛事就在家门口。”安徽省体育局局长单强如是说。按照“全人群、全年龄、全时段、全覆盖”的“四全”理念，“皖美运动汇”从3月

持续到11月，逢周末必有赛，三大联赛在全省104个县（市、区）全面铺开，预计直接吸引参赛者超100万人次，带动观赛与相关活动参与超1000万人次。

2025年8月，在浙江，“浙BA”的火热恰逢第17个“全民健身日”。这场覆盖全省的草根赛事，球员来自各行各业——有企业职工、教师，也有在校大学生；有活力四射的“00后”新锐，也有经验丰富的“80后”“90后”老将。浙江省体育局有关负责人表示：“‘浙BA’作为浙江省篮球赛事最新的赛事品牌，体现了全民性和草根性。赛场上的球员就是我们身边的同事、老师、村里的人，有着天然的亲近感。”

这种亲近感转化为实实在在的参与热情。在温州白鹿运动场，一群孩子在篮球场

上挥洒汗水；在浙江省黄龙体育中心，从去年7月初到8月6日，前来打篮球等健身人数超过1.3万人次。正如篮球爱好者李晓华所说：“我们一星期组织一次篮球活动，自从‘浙BA’打开后，来的人更多了，大家看完比赛都想上场发挥一下。”

在广西，“县超”同样展现出惊人的全民参与度。广西体育高等专科学校审计与质量管理处处长韦军介绍：“单场观众最多冲到了6.5万人，各地入座率普遍在八成左右！参赛的球员大多是农民、工人、老师、学生、小店老板等，是一场全民参与、活力四射的大众狂欢。”

从东部沿海到西部高原，从城市商圈到乡村田野，新大众体育正以“全民参与”的姿态，点燃亿万群众的运动热情。

## 看原因：新大众体育的“顶流”密码

“村超”为什么能火？贵州省榕江县委书记徐勃给出了答案：“有人问‘村超’背后是不是有高人？‘高人’就是参与村超的人民群众。一个村有一支足球队，村庄会更加团结、更有凝聚力，矛盾也随之减少；一个村多一支啦啦队，村里的麻将桌就会减少，乡风愈发文明。”

这种“人民赛事人民办”的理念，在各地新大众体育赛事中得到了充分体现。贵州榕江“村超”从第一届20支球队发展到第四届137支本土球队，1000多支啦啦队、23万村民和游客参与巡游展示，累计吸引全国1750支足球队和来自法国、阿根廷、巴西等62个国家1700余名国际球员来榕江交流。徐勃介绍，榕江县集中开展新媒体电商培训，孵化本土优质账号，让“手机成为新农具，直播成为新农活，数据成为新农资”。月

寨村“嬢嬢团”的农村妇女，白天在合作社种植水果蔬菜，晚上到“村超”球场上当志愿者，啦啦队，化身“显眼包”开展农产品直播销售，成为网友热议的对象。

“接地气、聚人气、有生气”——韦军用这三个词概括广西“县超”火爆的原因。赛事以县域为单位，主客场开放办赛，激发“为家乡而战”的参与感和荣誉感。比赛期间，非遗展演成为标配，融水苗族芦笙舞、平果壮拳、桂林彩调、玉林百人舞狮轮番上演，将赛事流量转化为县域发展增量。

安徽省在打造“皖美运动汇”时，没有简单“抄作业”办“皖超”，而是另辟蹊径，谋定而后动。2025年先以“徽青赛”青少年足球联赛探路，积累经验；2026年推出“徽乒赛”“徽BA”“徽羽赛”三大联赛，将赛事嵌入商

圈、景区、街区。在广德赛区，赛事在悦锦里商业街举办，与“广德三件套”美食相融合，来自杭州的翟先生夺冠后赢得包含吃喝玩乐券的奖品包，兴奋地说：“这趟广德来值啦，广德三件套可以尽情畅玩啦！”有网友留言：“我喜欢的广德三件套推出运动版啦，逛吃+打球，下周我也要叫上老铁们一起去。”

这种“体育+”的融合模式，正在释放强劲动能。在甘肃兰州，迎新春健步行活动在黄河风情线举办，终点处衔接新春年货大集，发放消费券、年货优惠券14万余元；在武威，“村BA”邀请赛场周边设置非遗文创、特色小吃展销区，赛事期间周边商户营业额环比增长30%以上；在定西通渭，全民健身活动中设置农特产品展销区，参赛选手凭参赛证享专属采购优惠。

## 看未来：让新大众体育持续“火”下去

从“流量”到“留量”，从“网红”到“长红”，新大众体育如何实现长效健康发展？

贵州省文史研究馆原一级巡视员蒙爱军认为，打造立得住的新大众体育赛事，需要扎实的群众基础、深厚的文化底蕴和可持续的运营模式。未来要从两方面突破：持续创新赛事内容，通过国际邀请赛、主题赛事等方式为品牌注入新内涵；形成规模效应，打造多元赛事矩阵，让各地特色赛事各展所长、互为补充。

韦军指出，新大众体育在健身文化培育、多部门深度融合等方面仍有提升空间。中小学要树立“健康第一”教育理念，因为青少年时期是习得运动技能、形成终身体育锻炼意识的关键期。同时，要转变社会观念，建立运动促进健康的新模式，让更多人走进公园步道、体育场馆，享受运动快乐。

针对场地设施问题，南京体育学院游泳学院副院长张雨霏建议推行“共享场地+公

益联动”模式，盘活闲置及校园体育资源，鼓励商业场馆设立公益时段。针对专业指导不足问题，她建议搭建线上公益指导平台，通过“冠军带教”等方式激发群众热情。

在浙江，全民健身与全民健康深度融合的探索已在路上。浙江省共有体育场地24.4万个，人均体育场地面积达3.17平方米，经常参加体育锻炼人数占比达45.3%。“浙体育”平台已注册登记社会体育指导员16.87万名，累计履职251.8万次，服务546万人次；浙江还率先在全国开展基层体育委员工作机制，在最基层的村社配备兼职“体育委员”，让“健身专家”触手可及；不少医院开设运动健康门诊，为亚健康人群、运动损伤患者开运动健康处方。

在贵州榕江，徐勃展望“十五五”时表示，将集中优势力量，聚焦“以球为媒、以球育人、以球兴业、以球强县、以球富民、以球立功”的目标，团结带领全县人民延续“一座

城、一群人、一条心、一个方向、一个球、一起干”的“村超”闯新路精神，大力探索“村超+班超+逐梦”的“新三线”人民足球体系，出台榕江足球10年规划，持续完善好、培育好、发展好“村超”品牌。

新大众体育的火热，既是政策引导、群众健康需求升级及体育供给优化协同作用的结果，也是群众对普惠性体育服务迫切期待的反映。当运动成为习惯，当参与成为日常，当全民参与的热情与科学长效的发展同频共振，新大众体育必将绽放更加耀眼的光芒，为推动乡村全面振兴、增进民生福祉注入蓬勃动力。

正如单强所言：“以人民为中心，办一个真正属于人民的‘运动汇’。”这，正是新大众体育的最大底气，也是其既“火”在一时又“火”在平时的根本所在。

（综合《光明日报》《安徽日报》《甘肃日报》《贵州日报》等）