

# 从“村超”到“苏超”，为啥都能踢进你我心门？

□记者 何磊静

从贵州榕江的“村超”，到江苏“十三太保”的“苏超”，草根足球这股清流，从乡野和城市的不同土壤中奔涌而出，汇聚成中国基层体育的滚滚热浪。

一个是西部欠发达地区，一个是东部经济大省，从“村超”到“苏超”，都没有天价球星，亦无过度商业包装，却以最质朴的方式火爆出圈，点燃了亿万普通人的足球热情。体育的本真，原来可以如此动人。

草根足球一路“超”的，不仅是地理的距离，更是观念的壁垒、参与的边界和发展的想象。它告诉我们，体育的根在群众，体育的魂在热爱。

有人说，“村超”和“苏超”之所以能火，是因为它们“太真实了”。

真实在哪？在仅有几十万人口的贵州县城榕江，一个个你我身边天天可能遇到的卖肉摊贩、种地农民、工地工人，换上球衣，精气神一变就成了球场上的英雄；在城市化高度发展的江苏，同样是人们身边的体育老师、维修工、程序员，下班后一扫疲惫，直奔绿茵场。

说到足球技术，他们未必精湛如专业球员；但球场上一个个奋力奔跑的身影，打破了体育赛事的“精英叙事”，也让观众找到了贴近生活的“代入感”。当足球从一种“被观看的表演”回归为老百姓“可触摸的生活”，“村超”“苏超”场上场下的每个人，都找到了久违的快乐。

人人可参与，人人能享受。这种“接地气”，既构建起赛事与观众共同情感的坚实纽带；也如同一面镜子，映照出今天中国基层社会活力与创造潜力。

“苏超”为孩子们中高考贴心“让路”，把比赛安排在假期晚间；“村超”中场响起的不是流行金曲，而是侗族大歌、苗族舞曲；赢球的奖品是一头猪、一只羊、几只鸡鸭……这些细节，不是策划出来的“营销梗”，而是来自乡土市井的泥土味、烟火气。

“村超”“苏超”之所以动人，也许正是因为那份“未被过度修饰”的纯粹。中国体育的未来，既要成绩突破，又要看群众基础；既要培养精英，也需构建广泛参与、充满活力的基层生态，让老百姓都能热爱体育、参与体育。

“草根足球”出圈，绝非仅凭民间力量一腔热血。“村超”“苏超”繁荣的背后，更是一场政府与社会的“双向奔赴”。

贵州大山里的“村超”，地方政府没有大包大揽，而是退后一步，甘当“服务生”，做好保障场地、协调资源、推动融合等工作。赛事怎么搞、规则怎么定，怎样“玩”起来，交给村民自己说了算。这种“民间主办、政府服务”的模式，既保留了赛事最可贵的草根气息，又注入了公共服务的人性温度。

在“苏超”，我们也看到了政府“不越位、不缺位”的治理智慧。13座城市联动，赛程动态调整，高温天改为两周一赛……看似细微的灵活调度，背后是精准的民意捕捉和精细高效的组织协同。

榕江县建有数十座免费开放的标准足球场，而江苏全省万人拥有足球场数量位居全国前列。这些前瞻性的硬件投入是“村超”“苏超”能够成功的基础。但真



演员在2025年贵州“村超”比赛间隙表演侗族大歌。

新华社记者  
杨文斌 摄

正让业余赛事“活”起来的，是治理的“软实力”，是一种在群众自发与规范发展之间寻找平衡的智慧。

当管理部门从“台前”走到“幕后”，从“主导者”转成“共建者”“服务者”，有所为有所不为，来自民间的创造力、创新力就会如江河破冰、奔流不息。

“村超”“苏超”为何能超越体育范畴，促进消费、拉动区域协调发展，继而演变为文化展演、社区认同和经济增长的重要载体？

在“村超”赛场，侗族大歌、苗族舞蹈与足球竞技同台绽放，地方美食与激情呐喊交织共鸣；在“苏超”看台，“水蜜桃加油”“盐水鸭必胜”的趣味口号，以及各赛区融入的地方戏曲、非遗展示，将一场场比赛升级为地域文化展示的嘉年华，让更多人为家乡自豪、为中国喝彩。这一刻，足球背后注入了更宏大的意义。

不仅是“体育+文化”，更是赛事“流量”变现经济“增量”。在“村超”带动下，榕江特色美食与乡村旅游广受欢迎，一个小县城年旅游综合收入突破百亿元，影响力走出大山、迈向全国。“苏超”更催生了串联城市“吃住行游购娱”的“票根经济”，仅前7轮赛事就撬动多场景消费超380亿元。

基于地缘和共同爱好的集体狂欢、社交互动，起到了重建人们对所生活的城市、乡村、社区的认同，为缓解现代都市人的疏离感提供了解决思路。一场场看似短暂的球迷流动，正在转化为持久的情感纽带与文化向心力。

我国拥有14亿多人口的超大规模市场。珍视从基层焕发的民间智慧，就有足够的空间孕育出一个个新“超”。它可能是一场体育赛事、一场群众演出，或者超出我们想象的别的样式。

我们期待更多“村超”“苏超”在中国大地生根发芽，让更多平凡的角落，滋养出不平凡梦想。

(策划:令伟家 统筹:曹建礼 李代祥 朱斯哲 卜寄傲 刘雅萱)

(据新华社)



铁路部门开行南京站往返淮安东站的长三角首趟“苏超”球迷高铁专列。

新华社发(苏阳 摄)



泰州市海陵区老街景区“律动苏超音你泰美”音乐节。

新华社发(杨玉岗 摄)

## 环境与健康息息相关 保护环境能促进健康