

民族文化与融媒体融合视角下县域足球产业创新路径研究——以东兴市为例

朱帆赤旗 刘旭明* 杜云妹

广西大学体育学院, 广西 南宁 530004

[摘要]本研究以东兴市为案例,采用文献梳理、比较案例分析与实地调研相结合的方法,探讨融媒体背景下广西县域足球赛事推动乡村振兴与实现产业化的可行路径。文章首先在组织主体、资金来源、传播策略与盈利/可持续模式四维上构建赛事类型判定框架,并将我国社会足球赛事划分为草根/乡村赛事、城市联赛型、俱乐部/市场化业余联赛及企业/社区赛事四类;继而以贵州“村超”与江苏“苏超”为对照案例,揭示融媒体矩阵与地域文化情境化嵌入是增强赛事传播力与品牌化的关键机制;在此基础上,通过对东兴市区位、文化资源与群众基础的系统分析,提出“1核心(赛事)+3驱动(文化赋能、融媒体传播、产业联动)+1保障(政策/制度支持)”的模型,并就文化嵌入的象征性植入、情境化嵌入与产业化延展三个层次给出具体实施路径。研究发现东兴市具有跨境交流与民族文化资源优势,但仍受治理统筹、资金与人才短缺、传播运营碎片化及数据评估机制不健全等制约。论文提出短期-中期-长期的实施建议及可操作的关键绩效指标,并指出通过构建常设赛事联合体、发展多元融资渠道、建立融媒体矩阵与完善青训体系,可将赛事优势转化为持续的文化与经济价值。本研究的理论贡献在于将媒介融合理论、议程设置与体验经济学有机结合以解释体育-文化-媒体-地方经济耦合机制,实践贡献在于为民族地区县域足球的品牌化与产业化提供可复制的路径与评价工具。研究的局限性在于量化经济效应测算尚需补充面板数据与输入-产出分析,未来研究可在多县比较与纵向追踪中检验路径的普适性与长期效应。

[关键词]县域足球;乡村振兴;民族文化嵌入;融媒体传播

DOI: 10.33142/jscs.v5i6.18086

中图分类号: G21

文献标识码: A

Research on the Innovation Path of County Football Industry from the Perspective of Ethnic Culture and Integrated Media Integration — Taking Dongxing City as an example

ZHU Fanchiqi, LIU Xuming*, DU Yunshu

School of Physical Education, Guangxi University, Nanning, Guangxi, 530004, China

Abstract: This study takes Dongxing City as a case study and uses a combination of literature review, comparative case analysis, and field research to explore the feasible path for promoting rural revitalization and industrialization through county-level football matches in Guangxi under the background of integrated media. The article first constructs a four-dimensional framework for determining the types of football matches in terms of organizational entities, funding sources, communication strategies, and profit/sustainability models, and divides social football matches in China into four categories: grassroots/rural matches, urban league matches, club/market-oriented amateur leagues, and enterprise/community matches; Then, using Guizhou's "Village Super League" and Jiangsu's "Jiangsu Football City League" as comparative cases, it is revealed that the integration of media matrix and regional cultural contextualization embedding are key mechanisms for enhancing the dissemination and branding of sports events; On this basis, through a systematic analysis of the location, cultural resources, and mass base of Dongxing City, a model of "1 core (events)+3 drivers (cultural empowerment, integrated media communication, industrial linkage)+1 guarantee (policy/institutional support)" is proposed, and specific implementation paths are given for the symbolic implantation, situational embedding, and industrialization extension of cultural embedding. Research has found that Dongxing City has advantages in cross-border exchanges and ethnic cultural resources, but is still constrained by governance coordination, funding and talent shortages, fragmented communication and operation, and inadequate data evaluation mechanisms. The paper proposes short term - medium term - and long term implementation suggestions and actionable key performance indicators, and points out that by building a permanent event consortium, developing diversified financing channels, establishing an integrated media matrix, and improving the youth training system, the advantages of the event can be transformed into sustained cultural and economic value. The theoretical contribution of this study lies in the organic combination of media convergence theory, agenda setting, and experiential economics to explain the coupling mechanism of sports culture media local economy. The practical contribution lies in providing a replicable path and evaluation tool for the branding and industrialization of county-level football in ethnic regions. The limitation of the study lies in the need to supplement panel data and input-output analysis for quantitative economic effect measurement. Future research can test the universality and long-term effects of the path in multi county comparisons and longitudinal tracking.

Keywords: county football; rural revitalization; embedding of ethnic culture; integrated media integration

引言

在推进社会主义现代化和实施乡村振兴战略的宏大背景下,体育不仅承担着“助力民族复兴、增进人民幸福”的时代使命,而且正日益成为推动地方经济发展、文化传承与社会治理协同的重要动力^[1]。党的二十大报告明确提出“广泛开展全民健身活动,加强青少年体育工作,促进群众体育和竞技体育全面发展,加快建设体育强国”,并将体育与乡村振兴、文化传承等国家战略深度衔接,这为县域体育尤其是社会足球的发展提供了政策支持与战略机遇^[2]。面向 2030 年的“十五五”体育发展规划进一步强调要扩大群众体育覆盖面、提升体育产业质量与文化传播力,为地方性赛事由群众参与向产业化、品牌化转型创造了制度条件^[3]。

在政策与技术的双重驱动下,融媒体技术、短视频平台及矩阵化传播体系为地方赛事突破地域限制、快速聚拢公众关注与实现商业转化提供了新契机。贵州“村超”依托本土文化与短视频平台实现现象级传播,打造了独具地域认同的城市 IP^[4];江苏“苏超”通过“政府主导+赛区协同+媒体矩阵”的运营模式,实现了联赛组织规范化与传播广域化^[5]。这些案例共同表明,文化嵌入、融媒体赋能与多元主体协同已成为推动县域体育赛事走向可持续发展与产业化的关键路径。

广西作为具有深厚群众体育基础与丰富民族文化资源的边疆省份,具备发展社会足球的良好社会与文化土壤。尤其是东兴市,作为中国唯一与东盟陆海相连的口岸城市,兼具“沿边+跨境”的区位优势与深厚的民间足球传统,具备通过赛事实现跨境文化交流与区域经济联动的独特潜力^[6]。然而,广西县域足球在现实中仍面临传播碎片化、资源整合薄弱、文化赋能浅层化、青训体系不完善及资金与组织能力不足等结构性制约。现有研究多聚焦于省级联赛或城市体育产业,而对民族地区县域层面的赛事产业化机制、文化融入模式与传播策略的系统性研究仍较为欠缺。

基于此,本研究采用文献研究、比较案例分析与东兴市实地调研相结合的方法,系统梳理“村超”“苏超”等典型案例的运作逻辑与经验模式,识别适用于广西县域尤其是东兴市的赛事产业化要素,并据此构建“1 核心(赛事)+3 驱动(文化赋能、融媒体传播、产业联动)+1 保障(政策支持)”的县域足球产业化路径模型。研究旨在为民族地区依托体育赛事推动地方经济与文化振兴、实现可持续发展提供理论支撑与实践参考。

1 新时期我国社会足球赛事类型与特点

近年来,在全民健身战略深化、体育产业政策推进与融媒体环境重构的共同驱动下,我国社会足球赛事呈现出类型多元化、运行机制差异化与传播路径矩阵化的特征^[7]。为增强研究的可操作性与可比性,本研究基于组织主体、

资金来源、传播策略与可持续模式四维分类标准,将当前我国社会足球赛事归纳为四类:一是草根/乡村赛事(代表性案例为“村超”“吴钩足球”“过人王”),其特征为民间自组织主导、资金来源以地方集体与社会赞助为主、传播依托短视频与群众创作内容、盈利模式呈现“赛事+农特产/旅游”联动;二是城市联赛型赛事(代表性案例为“苏超”),由政府或半官方机构主导,资金渠道兼具财政与市场属性,传播策略采用传统媒体与新媒体矩阵结合,目标在于区域品牌塑造与社会影响力建设;三是俱乐部/市场化业余联赛(如“苏冠”等),突出俱乐部运营主体与商业化探索路径;四是其他类型赛事(如企业、社区联赛),以基层体育普及和社区参与为主要功能。该分类反映出社会足球在组织结构、资金运作与传播生态上的多样化特征,为后续的区域赛事创新与政策支持提供了类型化依据。

在传播与产业联动层面,典型案例表明,融媒体赋能与文化嵌入是增强赛事影响力的核心驱动力^[8]。基于媒介融合理论、议程设置理论与体验经济学的综合视角,融媒体矩阵通过多渠道内容触达与用户生成内容扩散,强化了赛事的议题可见性与社会参与度;地域文化的情境化嵌入则通过情感共鸣机制提升受众的文化认同与持续参与意愿,从而增强赛事的品牌黏性与经济衍生能力。文化嵌入的实践可划分为三个层次:象征性植入,如队徽、球衣、开幕式表演的地方化设计;情境化嵌入,如在赛事流程与现场体验中融入非遗表演与节庆仪式^[9];产业化延展,如将文化资源开发为文创产品与旅游路线。三者共同构建了文化价值与经济价值的双向耦合机制。

为进一步评估社会足球赛事的传播效应与社会经济贡献,可从传播触达、参与程度与经济收益三方面进行绩效测度。主要参考指标包括短视频话题播放量、现场观众与游客人次、赛事带动的本地消费额、赞助及商业收入占比、青少年注册球员增长率等。这些指标的动态监测可为后续政策评估、赛事运营优化及区域体育产业布局提供数据支撑与决策依据。

2 广西县域足球发展的优势与不足

2.1 优势

广西在开展县域足球发展与赛事运营方面具备若干独特优势,这些优势为将足球赛事转化为推动乡村振兴与区域产业发展的载体提供了良好基础^[10]。首先,群众基础雄厚。广西群众参与体育的传统与热情使得足球在基层具有广泛的受众和参与群体,从青少年到成年人的参与氛围均有利于赛事动员与基层俱乐部的培育。其次,文化资源丰富。壮族“三月三”、苗族坡会、侗族多耶节等民族节庆与多样的非物质文化遗产可作为赛事仪式与视觉符号的深度嵌入素材,为赛事品牌塑造提供“文化辨识度”,从而提升赛事

的吸引力与体验感。再次，区位与交通条件具备发展潜力。以东兴市为例，其作为中国唯一与东盟陆海相连的口岸城市，毗邻越南芒街，具备天然的跨境交流优势，可借助跨境民间交往与旅游流量将县域赛事扩展为跨境体育交流平台，提升赛事的知名度与外部客源。同时，广西近年来交通基础设施改善亦为赛事观众流动与赛事承办能力提供支撑，有利于实现“赛事+旅游+消费”的联动发展^[11]。最后，已有的少数民族体育活动组织经验与举办大型节庆的能力，为赛事组织与群众动员提供了可借鉴的实践与机制基础。

2.2 不足

尽管具备上述优势，广西县域足球在走向产业化与品牌化过程中仍面临多重制约^[12]。其一，治理与统筹层级不足：缺乏有效的区级/县级统筹机制与长期运营机构，导致赛事活动多呈短期化、项目化，难以形成持续的品牌效应。其二，商业运作与资金体系不成熟：社会资本参与度低、赞助模式单一、场馆与赛事经费长期依赖政府短期补贴，限制了赛事的市场化运作与规模化扩展。其三，人才与青训体系薄弱：专业教练、赛事运营人才与裁判队伍不足^[13]，青少年训练与选拔机制不完善，导致区域人才链条难以形成，潜力球员易被埋没或流失。其四，传播与媒体运营碎片化：虽有短视频平台传播的潜力，但缺乏矩阵化的融媒体运营策略与品牌化内容生产，致使流量难以长期转化为线下参与与商业价值。其五，数据与评估机制缺位：赛事经济效应、观众构成、传播效果等关键指标缺乏系统监测与评估，影响政策制定与投入产出的科学判断。

2.3 经验启示与对策要点

基于上述优势与不足，可提炼出对广西县域足球尤其是东兴市可操作的若干发展启示：首先，应以“文化赋能”为突破口，将民族文化的象征性元素、情境化体验与文创产品多层次系统嵌入赛事流程，既增强文化认同，又为衍生品与旅游产品提供开发空间；其次，要构建跨层级的治理与运营架构，采用“政府引导+市场运作+社会参与”的混合治理模式，成立常设赛事联合体或专业运营公司以实现长期化运作；第三，推动融资与商业模式创新，通过公私合营、冠名赞助、媒体版权与文旅联票等多元化渠道拓宽资金来源；第四，建设矩阵式融媒体传播体系^[14]，整合卫视、地方融媒与短视频平台，制定内容生产与激励机制，提升传播持续性与变现能力；第五，建立竞赛—青训—岗位的本地人才培养链，与高校、体育学院及企业合作建立教练与赛事运营培训机制，补齐人力资源短板。最后，应同步建立赛事效果监测与评估体系，以可量化的关键绩效指标为政策与运营决策提供依据。

3 广西东兴：县域足球发展创新路径

3.1 壮族文化符号与赛事结合

文化是县域社会足球赛事形成情感共鸣与长期黏性的核心资源^[15]。东兴市应将壮族及周边少数民族文化从“装饰性”植入提升为系统性文化赋能，具体可从符号识

别、观赛情境与产业化延展三个层面推进。首先，在视觉与品牌识别层面，应以壮锦纹样、壮族铜鼓、绣球、苗银饰等元素为设计母题，规范化应用于队徽、队服、奖杯与赛事视觉识别系统，形成具有地域辨识度的足球文化IP。其次，在观赛与仪式化体验层面，要把民族节庆、非遗表演与赛事实务深度融合。例如在开幕式、中场与颁奖礼中安排铜鼓表演与绣球互动，并将赛场观众体验设计为“节庆+赛事+市集”一体化活动，通过现场制作体验，如壮锦编织、米粉制作，增强参与感与传播素材的产出。再次，在产业化延展层面，应把文化元素转化为可售周边与文旅产品，如壮锦文创、地方美食礼盒、民俗体验线路。并与地方农特产、旅游企业打包销售，形成“赛事→体验→消费”的闭环。上述三层推进既能强化文化记忆，也为赛事带来持续的商业变现路径。

3.2 构建跨区域融媒体传播渠道

融媒体传播应成为东兴赛事扩散与品牌化的核心策略^[16]。建议建立“卫视+地方融媒+短视频平台+奖励机制”四层传播矩阵。一是与广西卫视及区域主流媒体建立常态化合作，保证赛事的权威传播与大范围曝光；二是与东兴融媒体中心协同，承担本地内容生产与社区动员，形成日常运营能力；三是与抖音、快手、微信视频号等短视频平台建立内容发行与商业化合作，策划系列化内容，如球员人物志、村落故事、赛场幕后，以保持话题延续性；四是设置激励机制，创作者补贴、话题挑战、最佳短视频奖，鼓励群众生产赛事花絮与地域文化短视频，实现流量的“自生长”。在跨区域传播上，应同步采用中—越双语传播素材、邀请越南芒街媒体与网红联合参与，打造#东兴中越友谊赛#等跨境话题，以跨境文化互动增强国际化影响力。内容上应注重叙事化：以人物故事和社区变迁为主线，避免单纯赛事结果报道，从而提高情感黏性与分享率。

3.3 推动赛事下沉县市：构建区域联动与分层赛制

为扩大参与基础与形成长期赛事生态，东兴需推动赛事向周边县市下沉，借鉴“1+N”联动机制构建区域联赛体系。该体系包括：以东兴为中心的市级主赛事与若干县级分赛区，并设立青少年组、成人组与俱乐部组的分级赛制，形成赛事上下联动与人才晋升通道。治理上，建议成立“东兴-周边县、市足球联盟”或常设赛事运营机构，负责赛历统筹、裁判与教练培训、赛事商业化推广与共享资源调配。商业模式应同时规划多元收入来源：赞助与冠名、媒体版权、票务与周边销售、文旅联票及政府绩效补贴的混合融资结构；在资金引入上可探索公私合营或社会资本入股运营公司的方式，以实现可持续运营。青训与人才培养为长期保障：联盟应与高校、职业院校及体育俱乐部合作建设青训基地与教练员培训项目，建立区域选拔与输送机制，减少人才流失^[17]。

3.4 实施路径、关键绩效指标与风险管控

为保障广西县域足球发展的战略落地与持续推进，

本研究提出以阶段化实施路径、量化绩效评估体系与系统化风险管控机制构建综合治理框架。实施路径上,应按照时间进程分为短期、中期与长期三个阶段:短期内重点完善赛事体系与文化符号植入,推动“壮族文化+足球赛事”的融合表达,打造具有地方辨识度的示范性赛事;中期阶段强化区域联动与跨媒体传播,推动赛事下沉县市,构建“1+N”赛事联动格局;长期阶段则形成常设化赛事运营机制,建立“政府引导—市场运作—社会共治”的多元治理模式,培育本土品牌赛事 IP。在绩效评估方面,应建立涵盖传播效应、经济效益与社会参与三维度的量化指标体系,具体包括赛事话题月均播放量、用户生成内容数量、现场观众与游客人次、赛事期间消费总额、赞助及商业收入占比、青少年注册球员增长率及常设赛事机构运行年限等指标,通过动态监测与年度评估实现过程性追踪与成效反馈。在风险管控层面,需关注文化资源“浅表化”或商业化过度、资金链断裂、跨境合作行政与法律障碍及舆情传播等关键风险,并分别采取相应的治理策略:通过设立文化顾问委员会保障文化真实性与深度,构建“政府补助+企业赞助+社会众筹”的多元融资体系及赛事储备金机制,建立跨境合作协调机制并签署合作备忘录以规避行政壁垒,同时完善媒体公关体系以实现舆情的快速响应与引导。该体系在目标导向、评估量化与风险防控之间形成闭环,为

广西县域足球的科学化、制度化与品牌化发展提供了可操作的路径模型。

4 结论

本研究通过典型社会足球赛事案例比较与东兴市实地调研,梳理了广西县域足球在融媒体时代推动乡村振兴的机制与实践路径,提出“1 核心+3 驱动+1 保障”模型。该模型将赛事作为文化、媒体与产业的枢纽,强调在视觉识别、观赛情境及文创产品三个层面实现文化系统嵌入,并通过卫视、地方融媒、短视频平台及 UGC 激励构建矩阵化传播体系,推动赛事联动旅游、农特产及文创产品形成产业闭环。通过常设运营机构与区域联赛联盟、引入多元融资机制及青训人才链,可保障赛事长期运行与人才供给。东兴市具备“沿边+跨境”优势,但面临治理、资金、人才及传播碎片化等制约,需要制度化治理、商业模式创新与传播体系建设的协同推进。为支持政策与项目评估,本研究提出覆盖传播、参与与经济贡献的关键绩效指标及分阶段实施路径。本研究丰富了体育—文化—媒体—地方经济耦合机制理论,并为县域足球产业化发展提供可操作策略与评估工具;未来可通过多期、多县量化数据验证经济效应,并探索跨境体育治理制度化设计。

基金资助:基于 SWOT 分析的全国县域足球典型县建设对策探究(编号:S202410593439)。

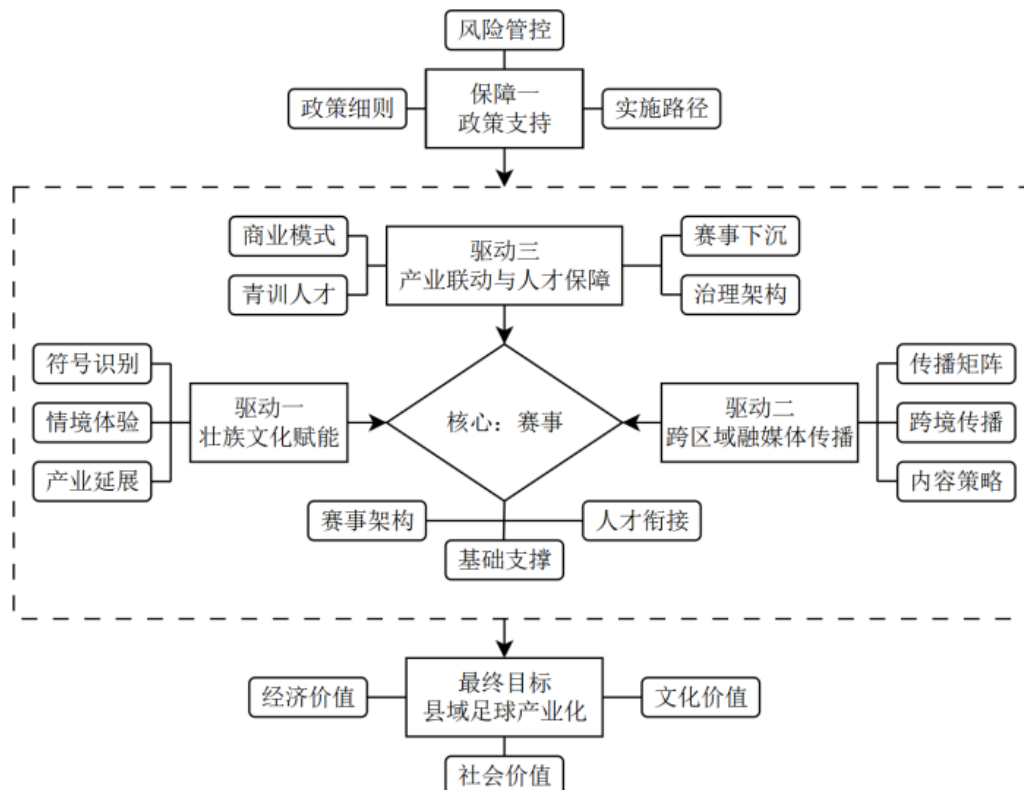


图1 广西东兴县域足球发展创新路径图

[参考文献]

- [1]朱大梅,陆小黑,胡泽农.乡村振兴背景下传统体育文化现代化治理的耦合逻辑、价值意蕴与实践进路[J].天津体育学院学报,2024,39(4):456-463.
- [2]刘嘉俊,张泽波.体育强国建设背景下竞技体育反哺群众体育的现实诉求与内在机理[A].第十三届中国体能训练科学大会论文集(下)[C].广州:广东省体能协会,2024.
- [3]李相彤.中国足球协会超级联赛治理能力提升路径研究[D].成都:西南财经大学,2024.
- [4]吴建民,黄尚军.贵州“村超”对我国基层足球发展的启示及意义[A].第七届贵州省体育科学大会论文摘要集[C].贵阳:贵州省体育科学学会,2024.
- [5]王家宏,崔李明.江苏省城市足球联赛促进体育消费潜力释放的实践机制与发展路径研究[J].体育科学,2025,45(7):3-14.
- [6]庞文驹.体育介入民族相互嵌入式社区构建中的路径研究——以东兴、凭祥市为例[J].运动精品,2019,38(6):50-51.
- [7]郭洋洋.融媒体时代体育赛事传播的特点探究[J].体育风尚,2025(9):58-60.
- [8]李金宝,鲁恒志,李馨雅.智媒时代重大体育赛事融合传播的特点与趋势——基于中央广播电视总台两大体育赛事融合传播观察[J].传媒观察,2024(S1):63-66.
- [9]花家涛,余涛,孙继龙.“非遗”保护视域下农村民族民间体育的文化再生产[J].北京体育大学学报,2018,41(5):124-130.

- [10]田建强,丁显明,吴赛,等.“村”字号足球赛事可持续发展机制:再论新内生发展理论视域下的乡村体育振兴[J].成都体育学院学报,2025,51(2):103-113.
 - [11]戴朝,罗振中.足球运动带动乡村振兴的调查研究——以新都区三河村为例[J].荆楚理工学院学报,2022,37(2):38-46.
 - [12]冯怡菲,蒋思怡,班慧海,等.民族特色体育活动赋能广西乡村振兴战略研究[J].现代商贸工业,2025(12):7-9.
 - [13]黄光亮.广西足球裁判队伍发展现状与对策[J].广西教育,2016(39):3.
 - [14]邓惠斌.“苏超”火爆背后的媒体作为和启示[J].城市党报研究,2025(10):21-23.
 - [15]熊智勇.以县域特色文化促进县域经济发展[J].学习导报,2006(12):47.
 - [16]喻健.“多彩贵州”文化品牌的构建与传播研究[D].武汉:华中师范大学,2014.
 - [17]潘积宁.高质量发展视野下县域足球赛事组织与管理的创新实践[A].第五届国际体育科学大会论文集(中)[C].南宁:中国班迪协会,2024.
- 作者简介:朱帆赤旗(2004—),女,汉族,山东济宁人,本科在读,广西大学,研究方向:乡村体育;*通讯作者:刘旭明(1984—),女,汉族,河北石家庄,博士,讲师,广西大学,研究方向:体育教学与训练;杜云姝(2005—),女,汉族,河北沧州人,本科在读,广西大学,研究方向:运动训练。