

“河北五超”模式：群众体育赛事高质量发展的经验与启示

陈家辉¹, 黄巧婷¹, 许杰¹, 何佳宏², 杨森³

¹成都大学体育学院, 四川 成都

²四川师范大学附属实验学校, 四川 成都

³绵阳市游仙区朝阳学校, 四川 绵阳

收稿日期: 2025年12月3日; 录用日期: 2026年1月6日; 发布日期: 2026年2月12日

摘要

为探索我国群众体育赛事高质量发展的内在规律与实践路径, 本研究选取省级五人制足球联赛作为代表性案例, 旨在系统剖析其核心价值、驱动机制, 并提出针对性推进策略, 以期为同类赛事的发展提供理论借鉴与实践参考。研究发现, 群众体育赛事高质量发展蕴含经济驱动、社会凝聚与文化培育三维核心价值。其发展受到政策驱动、治理驱动与资源驱动三重机制的协同推动。基于此, 研究构建了以服务优化、产业融合、文化根植与宣传创新为核心的推进策略体系。研究表明, 群众体育赛事的高质量发展是一个系统工程, 需坚持以参与者为中心, 构建多元协同的治理格局, 并深度融入地域文化。案例实践表明, 唯有将宏观规划、地方特色与群众参与有机结合, 才能实现赛事的可持续繁荣, 并为大众体育的普及和建设奠定坚实的社会基础。

关键词

群众体育赛事, 高质量发展, 五人制足球联赛, 驱动机制, 推进策略

“Hebei Futsal Super League” Model: Experience and Enlightenment of High-Quality Development of Mass Sports Events

Jiahui Chen¹, Qiaoting Huang¹, Jie Xu¹, Jiahong He², Sen Yang³

¹School of Physical Education, Chengdu University, Chengdu Sichuan

²The Affiliated Experimental School of Sichuan Normal University, Chengdu Sichuan

³Chaoyang School of Youxian District, Mianyang City, Mianyang Sichuan

Received: December 3, 2025; accepted: January 6, 2026; published: February 12, 2026

Abstract

To explore the internal logic and practical pathways for the high-quality development of mass sports events in China, this study selects provincial-level five-a-side football leagues as a representative case. It aims to systematically analyze their core values and driving mechanisms while proposing targeted promotion strategies, with the goal of offering theoretical insights and practical references for the development of similar events. The study finds that the high-quality development of mass sports events encompasses three core dimensions of value: economic driving force, social cohesion, and cultural cultivation. Its development is synergistically propelled by a triple mechanism of policy-driven, governance-driven, and resource-driven forces. Based on these findings, the research constructs a system of promotion strategies centered on service optimization, industrial integration, cultural embedding, and promotional innovation. The study indicates that the high-quality development of mass sports events is a systematic project that requires adhering to a participant-centered approach, fostering a diversified and collaborative governance framework, and deeply integrating regional culture. Case practice demonstrates that only by organically combining macro-level planning, local characteristics, and public participation can the sustainable prosperity of such events be achieved, thereby laying a solid social foundation for the popularization and development of public sports.

Keywords

Mass Sports Events, High-Quality Development, Five-a-Side Football League, Driving Mechanism, Promotion Strategies

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

体育赛事属于体育产业的主要业态，有着重要的时代使命。2025年群众体育工作要点中也对群众体育提出“引导鼓励各地开展‘三大球’省级联赛，打造品牌赛事”^[1]。群众体育赛事是体育赛事的重要组成部分，实现其高质量发展是落实《全民健身计划(2021~2025年)》^[2]等国家战略的重要环节，也是满足人民群众对美好生活向往的重要举措。近些年来，以乡村场域为背景爆火的“村超”“村BA”，以及城市背景下的“苏超”等现象级群众体育赛事的出现，重新塑造了体育赛事全民参与的新图景，也给学界提供了丰富的研究样本^[3]。

目前我国学界对于群众体育赛事的研究主要集中在安全监管^[4]、赛事治理^[5]、改革路径等方面，并且对于“村超”等乡村赛事赋能乡村振兴^[6]等领域给予了较多的关注。但是关于在特定省份内依托城市空间，有广泛的群众基础的五人制足球联赛的系统性研究还比较缺乏。以省级五人制足球联赛为例，其发展模式，价值体现与可持续路径值得深入探究。

因此，本研究选取具有代表性的省级五人制足球联赛(以下简称“案例联赛”)作为分析对象，借鉴“苏超”等赛事的成功经验，通过多种研究方法，系统梳理其发展的多维价值，深入探究其内在的驱动机制，并据此提出具有针对性的推进策略，以期为同类群众体育赛事的高质量发展提供理论参考与实践镜鉴。

2. 群众体育赛事发展概况：以省级五人制足球位列

该案例联赛是由省体育局会同省文旅厅、商务厅举办，省足球协会具体组织，各地市体育部门协同承办的省级群众五人制足球赛。作为该案例省建设全民健身赛事体系、推动“三大球”普及发展的主要手段，联赛为全省足球爱好者提供了一个规范化、高水平竞技交流的舞台。

联赛分为三个阶段(常规赛、季后赛、全国擂台邀请赛)，联赛覆盖省内 11 个地级市、2 个省直管市和雄安新区。参赛队伍的队员来自各行各业，球员构成体现出很强的草根性、融合性，包括企事业单位职工、大学生、个体经营者、返乡青年等各种热爱足球的人士。值得注意的是联赛规则中对于现役职业球员参赛有数量上的限制，并且要求参赛队员和参赛地区有紧密的联系，从而保证赛事的业余性质以及本土化的特点。

从开始举办起，该联赛的社会关注度逐年提高。赛事通过地方电视台、网络直播平台等进行转播，线下观众为了观看比赛、线上观众为了互动围观而涌入赛场。虽然目前它的网络声量与“苏超”百亿级的播放量相比还有差距，但是已经在省内形成稳定的球迷群体和社会影响力，成为当地群众体育活动的一道亮丽风景线。

3. 群众体育赛事高质量发展的多维价值

3.1. 经济驱动：赛事杠杆拉动区域消费链条

群众体育赛事已经成为激发区域消费的潜在动力。2024 年 3 月，国家体育总局等部门联合印发《关于开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动的通知》，提出要“发挥体育赛事综合效益，推动体育与商业、文旅深度融合，释放消费潜力”[7]。案例联赛的举办，很好地将赛事活动同当地的消费市场联系了起来。根据数据显示，大部分外地观众表示其观赛直接拉动了在举办地的住宿、餐饮及交通消费。部分城市在主场比赛日期间周边商圈客流明显上升。此外，赛事和旅游产业初步实现了融合，例如推出了结合观看该联赛的旅游优惠方案，将现场观赛的人流部分转换成了旅游消费。数据亦表明，联赛举办期间，合作体育零售商足球相关装备销售额有明显增长。这体现了赛事在连接体育与文旅消费、激发市场活力方面的推动力。

3.2. 社会凝聚：地域认同激发赛事全民参与

体育赛事对于政府加快民生建设、满足民生需求、促进举办城市居民凝聚力等都起着重要的作用[8]。案例联赛依靠本土化的特点，成为加强地域身份认同和城市归属感的重要途径。各个参赛队伍都是以自己所在的城市名义参赛，从而激起了球迷们强烈的乡土情感。为家乡而战不只是球员的信念，也是广大观众的情感共鸣点。网络上有关各个城市队伍的相关话题讨论异常活跃，就是这种地域认同感的具体表现。

联赛的参与门槛不高，规则的设计促进本土球员参赛，使得快递员、教师、程序员等普通人也可以代表家乡站上省级联赛的舞台。这样的“身边的英雄”故事使赛事具有了亲和力和感染力。观赛人群也出现多元化趋势，有资深球迷，有普通市民，有青少年，有老年人，还有全家一起观赛的。赛场内外，以共同的地域身份为基础的交流互动，消融了社会群体之间的隔阂，推动了社区的和谐、社会的融合。案例联赛也因此超出了体育竞赛本身，成为一次次联系个体与城市、增强社会凝聚力的“集体庆典”。

3.3. 文化培育：草根精神涵养体育文化土壤

从中国足球发展角度看，社会足球、校园足球都是草根足球。草根足球是快乐的足球、人民的足球，是中国足球的根基和生命之源[9]。案例联赛是草根足球的代表，是足球运动中最真挚的快乐与激情。赛

场上的球员不是职业明星，他们平时在各行各业坚守着自己的岗位，利用业余时间坚持训练和比赛，这种“双线作战”的坚持，就是对热爱和梦想最真实的回答，也是中华体育精神在群众中的具体实践。

联赛也成为展示特色地域文化的培育和传播的平台。一些参赛队伍开始尝试把本地历史文化、民俗元素融入到球队标识、助威口号以及视觉设计当中。这种体育与地方文化相结合，不但丰富了赛事内容，增加了观赏性，更使赛事成为展示地方特色文化的一个动态窗口，潜移默化地培育着当地的体育文化土壤，为当地足球乃至中国足球的长远发展打下更广泛的社会基础。

4. 群众体育赛事高质量发展的驱动机制

4.1. 政策驱动：国家与地方体育战略导向

案例联赛兴起发展的重要原因，就是从国家到地方层层推进的政策支持。2025年群众体育工作要点中也对群众体育提出“引导鼓励各地开展‘三大球’省级联赛，打造品牌赛事”^[1]。全民健身计划(2021~2025年)强调的是“支持各地利用自身资源优势打造全民健身赛事品牌”^[2]。政策的引导为赛事的举办提供根本遵循和政策依据。

省级政府及体育部门响应国家号召，先后下发《河北省全民健身实施计划(2021~2025年)》《关于加快建设体育强省的实施意见》等文件，确定打造有影响的全民健身品牌赛事、重点发展“三大球”项目的目标。案例联赛就是这些地方政策的具体实施和集中体现。政策导向不但是赛事合法性的来源，也是赛事在资金补贴、场地协调、组织保障等方面得到实质性帮助的来源，是赛事高质量发展的第一推动力。

4.2. 治理驱动：多元主体协同共治

群众体育赛事的善治标准是规范有序、健康持续，达成善治需要建立多元主体协同治理的模式。村超是由民众自发组织，最终在政府的推动下，由民众、企业、社会组织等多方主体共同打造的乡村特色品牌赛事，是群众体育赛事多元主体协同治理的典型案例^[10]。案例联赛逐步形成起来的“政府主导、协会执行、市场参与、社会协同”的格局，就是协同治理理念的实践。

政府主导：省级体育主管部门会同旅游和文化广电部门作为政策制定者、方向引领者和统筹协调者来保证赛事符合公共利益和发展规划。

协会执行：省足球协会属于专业机构，负责安排赛事、选择裁判、确定技术标准等，保证赛事规范且竞技。

市场参与：赛事积极引进企业赞助，同体育运营公司合作开展部分市场开发、宣传推广及商业运作工作，激发了赛事市场活力。赞助商数量的增加，也体现出了联赛品牌价值的持续提升。

社会协同：各地市体育部门、球迷组织、志愿者团体、广大市民都参与到赛事的筹备、服务和观赛活动中，形成了良好的社会支持氛围。

这种纵横结合的治理网络，有效整合了各方资源和优势，形成了推动赛事健康持续发展的合力。

4.3. 资源驱动：体育赛事服务精准供给

党的十八届三中全会提出“推进国家治理体系和治理能力现代化”的建设目标，社会力量参与公共体育服务供给已经成为共识，公共体育服务的资源分配方式不断改善^[11]。充足的体育场地设施是实现精准供给的前提。截至2023年底，河北省拥有各类体育场地超过20万个^[12]。这些丰富的资源保障是群众体育赛事高质量发展的基础。依据事件杠杆理论，赛事可以成为杠杆，撬动和整合相关资源使效应最大化。

人力资源：案例联赛所在地区曾经拥有过两家中超俱乐部，有庞大的体育人口和足球爱好者群体是

赛事深厚的群众基础。同时完备的裁判员、教练员培训体系，给赛事提供人才支持。

场地设施资源：截至到 2023 年底河北省体育场地有 20 多万个，其中足球场数量众多，五人制足球场的建设改造也得到重视。遍布全省的场地设施为联赛实行主客场制提供硬件保障。

财力和信息资源：政府专项补贴、社会资本的投入是赛事资金保障。同时赛事组织方采用信息化手段进行赛事的报名、赛程公布、数据统计以及宣传推广，提高了赛事运营效率与服务精准度。这些人力、物力、财力和技术资源整合与供给是否到位、是否精准，决定了案例联赛能否稳步前进。

5. 群众体育赛事高质量发展的推进策略

5.1. 优化赛事服务供给，提高赛事服务水平

坚持以赛事参与者为中心，全面优化赛事服务体验。一是提高赛场内服务质量，对场馆设施进行常态化的检查和升级，尤其重视更衣室、淋浴间、灯光、五人制球场面的维护。引入专业的康复设备，重视运动员的竞技体验。用大数据分析观众行为，改进场馆里的引导标识、餐饮零售、卫生间安排和网络覆盖，设家庭观赛区、无障碍观赛区，以符合不同的需求。二是加强赛场外综合保障，建立由体育、公安、交通、卫生、市场监管等多部门组成的赛事保障机制。加强比赛日周边的交通疏导，研究开设赛事公交专线。市场监管部门需要对赛场周边的餐饮住宿、商品价格进行监管，杜绝宰客现象，保障消费者权益。建立智能安保指挥系统，保证赛事的安全、有序、和谐进行。

5.2. 激活多元主体活力，促进产业深度融合

推动赛事从单一的体育赛事向“赛事+”多元融合业态转型。首先，强化以政府引导为主的产业协同。省政府以及文旅、商务部门要增强联动，制订“体育 + 文旅 + 商业”融合发展的专门政策，激励社会资本用多种办法加入联赛经营及开发。其次，就是深度开发赛事 IP 价值。运营方要围绕赛事的品牌，开发主题文创产品、打造主题旅游线路、组织球迷嘉年华、与本地老字号或特色商区开展联动营销，把观赛客流转化成持续的消费流。最后，鼓励社会力量深度参与。广泛招募和培训志愿者，提高其专业服务水平，使其成为展示当地人民热情好客形象的“活名片”。提倡建立规范的球迷协会，组织健康向上的助威、文化活动，形成“我的主场”的浓厚氛围，提升观众的社会参与感、城市荣誉感。

5.3. 根植地域文化土壤，打造特色品牌赛事

品牌化、特色化是群众体育赛事长久发展之本。案例联赛要深深扎根在地方文化的沃土中。一要挖掘本土文化符号。鼓励各参赛队把所在地市的历史文化、民俗风情、非物质文化遗产等元素，创造性的融入到球队标识、队服设计、入场式、中场表演、助威方式等当中。二要讲好大众体育、草根足球故事。媒体宣传不应只停留在比赛结果上，而应该关注参赛球员的双重身份(企业家球员、学生门将)等、他们的梦想与坚持，以及赛事对他们的生活、对社区的凝聚作用，通过这些鲜活的故事来传递体育精神，加强赛事的情感链接和文化厚度，打造独一无二的赛事品牌形象。

5.4. 创新宣传推广手段，扩大赛事社会影响

在注意力经济时代，需要创新宣传来扩大影响。体育赛事的宣传和推广应注重传播健康向上、凝聚群体、培育文化的正向传导。网络体育舆论极化现象愈发频繁，直接影响到人们对体育本身、体育政府部门以及运动员等的形象认知，甚至干扰国家体育改革和治理[13]。主流媒体应该起到引领作用，集中报道赛事的正面价值，保证赛事舆论环境风清气正。第一，建设全媒体传播矩阵。在传统媒体的基础上重点进驻抖音、快手、微信视频号、微博等新媒体平台。同具有影响力的体育博主、本地网红合作，制作短

视频、直播探营、策划话题挑战，实现内容的精准投放和病毒式传播。第二，实行场景化、故事化的营销。以赛事制作系列微纪录片、城市宣传片为载体，将比赛场景与河北的自然风光、城市地标、人文景观融合起来。赛前中场进行创意播放，加深“一场比赛，认识一座城”的认知。第三是坚持正确舆论导向。主流媒体要发挥引领作用，突出赛事促进全民健身、弘扬体育精神、增强社会凝聚力等积极意义，及时发声回应社会关切，防范化解风险，营造清朗的赛事舆论环境，推动联赛健康良性发展。

6. 结束语

群众体育赛事高质量的发展，是推进体育强国建设，满足人们对美好生活的向往的重要方式。案例分析表明，群众体育赛事具有促进经济发展、凝聚社会、培育文化的功能，在发展过程中受到了政策、治理、资源机制的共同影响。未来此类赛事要继续坚持以参与者为中心的办赛理念，依靠优化服务、深化融合、植根文化、创新宣传来不断提高赛事品质和影响力。同时各省市在借鉴相关赛事经验的时候，一定要立足本地实际，走出一条具有时代特征、地方特色、群众体育赛事高质量发展之路，共同谱写中国群众体育蓬勃发展壮丽篇章。

基金项目

2025 年度重庆市品牌学会科研项目(CQJWP202518YB)。

参考文献

- [1] 群众体育司. 2025 群众体育工作要点[EB/OL].
<https://www.sport.gov.cn/qts/n4986/c28451778/content.html>, 2025-11-25.
- [2] 国务院. 国务院关于印发全民健身计划(2021-2025 年)的通知[EB/OL].
https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5631816.htm, 2025-11-25.
- [3] 贺锦毅. 群众体育赛事高质量发展的多维价值、驱动机制与推进策略——以“苏超”为例[J]. 辽宁体育科技, 2025, 47(6): 1-7.
- [4] 李论, 何红宇, 王晓阳, 董丽媛, 赵英魁, 蒋洁, 张熔轩. 新时代背景下我国群众体育赛事活动安全监管体系构建研究[J]. 体育文化导刊, 2024(12): 61-66.
- [5] 王彬, 张高华. 我国群众体育赛事组织治理: 演进、价值与展望[J]. 体育文化导刊, 2023(3): 61-68.
- [6] 杨前程, 蔡艺, 古晓晴, 梁雪. 乡村体育赛事赋能乡村振兴研究——以贵州“两江赛事”为例[J]. 体育文化导刊, 2025(3): 50-57.
- [7] 国家体育总局. 体育总局办公厅、商务部办公厅、文化和旅游部办公厅关于开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动的通知[EB/OL]. <https://www.sport.gov.cn/jjs/n5039/c27597701/content.html>, 2025-11-25.
- [8] 张现成. 赛事举办城市居民民生举措的社会知觉与居民凝聚力: 居民民生举措满意度的中介作用[J]. 体育科学, 2012, 32(1): 23-33.
- [9] 孙科, 易剑东. 中国“草根足球”面面观[J]. 体育学刊, 2016, 23(2): 75-80.
- [10] 张友浪, 冉宇豪. 多元协同治理如何助力公共服务合作生产?——基于 R 县“村超”赛事的制度分析[J]. 治理研究, 2024, 40(2): 57-72, 158.
- [11] 冯加付, 郭修金.“一核多元”视角下我国公共体育服务供给主体互动关系及推进策略[J]. 体育文化导刊, 2020(5): 30-36.
- [12] 河北省体育局. 2023 年河北省体育场地统计调查数据[EB/OL].
<http://sport.hebei.gov.cn/tongzhigonggao/2024/0403/23505.html>, 2025-11-25.
- [13] 俞鹏飞, 王庆军, 张铖. 网络体育舆论的构成形态、极化传播及其引导策略[J]. 沈阳体育学院学报, 2019, 38(4): 86-91.