

价值链模型下我国乡村体育赛事研究

——以贵州“村BA”“村超”为例

黄雄¹, 刘春华², 王帅¹

(1. 天津体育学院 体育经济与管理学院, 天津 300211; 2. 天津体育学院 人事处, 天津 300211)

摘要: 贵州“村BA”“村超”的爆火, 引发了社会的广泛关注与深入思考。以两项赛事为研究对象, 借鉴波特价值链模型, 构建了“村BA”“村超”的价值链模型, 进而从需求产生、组织运营、政策条件、文化氛围等方面分析了赛事的核心竞争力。两项赛事的价值主要体现在赋能体育产业融合发展, 助推乡村振兴, 以及促进群众体育与竞技体育协调发展等方面。两项赛事的成功具有重要的启示意义, 认为我国的乡村体育赛事发展需要政府发挥主导作用, 提供政策支持与保障; 坚持以人民为中心, 满足乡村居民体育需求; 加强赛事组织管理, 切实保障赛事品质; 打造特色赛事IP, 积极推进融合发展。

关键词: 乡村体育赛事; “村超”; “村BA”; 价值链模型; 乡村振兴

中图分类号: G80-05

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2024) 02-0075-07

0 引言

乡村振兴战略是党的十九大作出的重大决策部署。乡村振兴以产业兴旺为重点, 以乡风文明为保障。体育作为一种大众文化形式, 自诞生以来就蕴含着人文精神及多种功能, 在乡村振兴进程中发挥着独特而又不可或缺的作用^[1]。2022年《关于推进“十四五”农民体育高质量发展的指导意见》强调“发展农民体育是全面推进乡村振兴、建设体育强国和健康中国的重要任务。”^[2]《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》也将发展乡村文化体育、

旅游休闲等生活服务纳入工作视野^[3]。2022年8月, 贵州“村BA”篮球赛事引发社会广泛关注, 随后“村超”赛事接棒, 同样成为热议话题。两项赛事因其“原汁原味”和“民族风”等特点而被“点赞”, 在激发球迷热情的同时, 也提升了村民参与体育活动的积极性, 推动了乡村体育事业发展并有效缩小了城乡体育差距。特别是在提升农民健身意识和健康水平、增强农村凝聚力和推动乡风文明方面, 发挥了积极作用。近年来, 学者们对乡村体育的研究, 主要集中于体育赋能乡村振兴、乡村体育旅游、民俗体育、村落体育等, 对乡村体育赛事关注较少。仅有蒲毕

收稿日期: 2023-09-30

基金项目: 国家社会科学基金一般项目“供给侧视角下政府购买公共体育服务绩效评价研究”(17BTY022)

作者简介: 黄雄 (1999—), 男, 安徽芜湖人, 在读硕士, 研究方向为体育管理学。

通信作者: 刘春华 (1978—), 男, 江苏海门人, 教授, 博士, 博士生导师, 研究方向为政府绩效与公共政策评价、体育产业管理。

文本信息: 黄雄, 刘春华, 王帅. 价值链模型下我国乡村体育赛事研究: 以贵州“村BA”“村超”为例[J]. 河北体育学院学报, 2024, 38 (2): 75-81.

文^[4]以贵州“村BA”为研究对象,提出乡村体育赛事有助于提升群众体育参与度、促进乡村体育发展、提高乡村体育影响力、促进乡村体育文化繁荣。梁日忠^[5]对广西万村农民篮球赛研究后认为,农村体育赛事对新农村建设具有积极的推动作用。

在全面推进乡村振兴的大背景下,贵州“村BA”“村超”作为新时代乡村体育的典型范例,值得全面深入研究。本文借鉴波特价值链模型这一理论工具,通过文献资料和案例分析等研究方法,分析赛事的核心竞争力和赛事价值,总结对我国乡村体育赛事发展的启示。以期推动乡村振兴,实现建设体育强国的目标。

1 贵州“村BA”“村超”的基本情况

贵州“村BA”作为贵州省乡村体育活动的重要组成部分,具有浓郁的地方特色。该项赛事起源于1936年,从最初的土场地、棉布球和竹筐等简易形式发展到现在的规模^[6]。浓郁的乡土气息和纯粹的文化性使这项乡村赛事拥有广泛的群众基础,且因不受经济等条件束缚,世代相传,成为贵州省农村文化与体育事业的重要品牌活动。2022年7月30日至8月2日,贵州省“美丽乡村”篮球联赛在黔东南苗族侗族自治州台盘乡台盘村成功举办^[7]。比赛在乡村露天的非标准场地进行,参赛队伍均由当地村民组成,赛事分为淘汰赛和决赛两个阶段。赛事严格遵循国际篮球联合会制定的规则,但仍有其独特之处。例如,每节比赛休息期间,都有当地民俗舞蹈表演。正是因为“接地气”和充分展现乡村体育活力,赛事被短视频平台广泛传播,并受到《人民日报》、新华社、澎湃新闻等媒体报道,甚至受到了新加坡《联合早报》、美国全国广播公司和哥伦比亚广播公司等海外媒体的关注。数据显示,仅在2023年上半年,贵州省就举办了超过4000场的乡村篮球赛事,吸引近2500支乡村篮球队参赛。2023年6月20日,以农业农村部农村社会事业促进司和国家体育总局群众体育司为指导单位,中国农民体育协会与中华全国体育总会群体部联合主办的全国和美乡村篮球大赛正式揭幕,并得到中国篮球协会的技术支持,标志着“村BA”全国赛正式开始。

“村超”是贵州榕江(三宝侗寨)足球超级联赛的简称,以推进农村足球事业发展、促进农

村文化体育交流和丰富乡村居民文化生活为目标。据1999年版《榕江县志》记载,足球运动于抗日战争期间传入榕江。20世纪50年代,足球运动在榕江中学开始兴起。1990年8月,榕江足球爱好者自发成立了榕江足球协会。随后,20世纪90年代起,早期“村超”赛事便已经在榕江村民自建的简易露天足球场举行,共15支队伍。榕江一中、榕江民中、古州二小等校园足球队多次在省、州赛事中获得优秀名次。这些成绩对当地足球运动的发展产生了积极影响并取得了良好的社会效益。2021年榕江县被评为全国首批县域足球典型。2023年1月24日,“乡村足球超级联赛”在榕江县城北新区体育馆举行。同年5月13日,榕江(三宝侗寨)和美乡村足球超级联赛在榕江县城北新区体育馆开幕^[8],此次联赛由榕江足球协会主办,榕江县三宝侗学会、榕江县文化旅游投资有限公司联合承办。赛事由村民自行组织,参赛者均为当地村民,年龄涵盖15岁到50岁,共20支球队参赛。比赛安排在周末,经过循环赛、淘汰赛,决赛于7月29日举行。赛事受到了国家体育总局、央视和《光明日报》等广泛关注。

2 贵州“村BA”“村超”价值链模型的构建

价值链模型由美国学者迈克尔·波特于1985年提出。该模型认为,企业经营管理过程,即前期的资源输入转化为后期的价值输出过程。企业将输入资源转化为消费价值的过程被称为价值创造活动^[9]。在价值链模型中,价值创造活动可被划分为基础性活动和支持性活动两类。基础性活动指企业的生产、销售、物流、售后服务等直接创造价值的活动。支持性活动指人力资源管理、财务管理、供应链管理、研发和采购等间接支持价值创造的活动^[10]。通过这两类活动的共同作用,企业才能够实现价值的创造和增值,从而在市场竞争中获得优势地位。盖童心^[11]分析了粤超联赛的价值链构成,并对价值链上各个环节的价值创造提出了建议。徐琳等人^[12]将体育赛事运作的全过程分解为独立而具体的活动,并将每个活动视为赛事创造价值的机会,其以价值链理论为基础,提出了体育赛事的价值链概念。总结前人研究成果认为,体育赛事价值链即赛事的筹

备组织、市场开发、举办地政策解读和应用等创造赛事产品价值的各项活动的集合,这些活动相辅相成,共同创造了体育赛事的独特价值。

基于上述理论,在现有研究的基础上,本文构建了贵州“村BA”“村超”赛事的价值链模型。该模型构成分为基础性活动和支持性活动两个方面^[13]。基础性活动包括赛事需求的产生、赛事的价值生产和赛事的价值提供。赛事需求的产生,指的是赛事各个环节中出现的赛事需求。赛事的价值生产和赛事的价值提供包括赛事的策划、筹备、营销和市场开发等组织运营活动,即赛事的组织运营。支持性活动包括赛事举办地的政策条件和赛事文化氛围。通过基础性活动与支持性活动的有机结合,贵州“村BA”“村超”赛事产生了经济上的有形价值和赛事品牌、文化上的无形价值,从而形成了赛事的独特核心竞争力。

2.1 贵州“村BA”“村超”价值链的基础性活动分析

2.1.1 赛事需求产生

赛事需求的产生是整个价值链活动的基础,也是赛事竞争力形成的主要因素。群众体育赛事旨在为人民群众参与健身、挑战自我、切磋技艺和社会交往提供平台,也是贯彻落实全民健身国家战略、推动健康中国建设的首要途径^[14]。近年来,我国陆续出台了乡村振兴、全民健身和健康中国等一系列引导、保障政策,致力于以体助农——以发展体育产业为基础,以打造乡村品牌体育赛事为手段,助力体育赋能乡村振兴。体育赛事作为满足人民群众多样化体育需求的手段,能够激发运动兴趣,推动体育事业发展,促进体育消费升级,培育新的经济增长点^[15],从而推动乡村振兴。贵州“村BA”“村超”赛事需求主要来源于当地村民的体育运动基础和对体育运动的热爱,其不仅是一项体育赛事,更是一种社交活动。通过参与赛事,乡村居民可以结识更多的朋友,扩大社交圈,满足社交需求。尤其是三年的疫情管控让广大群众失去了参与大型社交活动的机会,后疫情时代广大乡村居民迫切需要满足其娱乐休闲需求的产品出现,“村BA”“村超”赛事应运而生。此外,在乡村振兴和全民健身的大背景下,当地政府也鼓励和支持村民积极参与到体育活动当中。

2.1.2 赛事组织运营

赛事的组织运营是赛事价值实现和提升的手段。赛事组织即赛事的主办方通过技术手段整合人、财、物和信息等资源,以最大程度发挥资源效用,使赛事参与者充分享受赛事乐趣,并实现赛事组织目标的特殊活动。其目的是为观众提供有价值的观赛体验,为选手提供舒适的比赛环境^[16]。赛事运营是指运营主体在确保赛事安全顺利开展的前提下,以实现赛事经济效益和社会效益为目标,对赛事相关资源进行合理配置的过程^[17]。综上,赛事的组织运营主要包括策划、组织、运营、营销等方面,其核心是对赛事资源输入和赛事价值产出过程的管理,旨在创造精彩的赛事体验,提高赛事质量,并提供完善的赛事服务^[18]。贵州“村BA”“村超”赛事利用村口的公共篮球场和政府提供的足球场作为比赛场地,由当地村民自主负责现场管理工作,村民“慷慨解囊”筹集赛事经费,球员和教练员均来自本村或邻近村,参赛资格限制也降到最低。在各种媒体的宣传报道下,赛事知名度不断扩大,吸引了更多的村民参与其中。比赛日当天,村民会带着特色农产品到赛场周围摆摊销售;同时,贵州文旅部门通过自媒体平台和各种社交平台,以打造宣传“村BA”“村超”品牌为核心,采取体旅融合、体农融合和体文融合的创新模式,传播和推广贵州民俗文化,带动了当地农业与旅游产业的创收,也促进了赛事的可持续发展。可见,“村BA”“村超”赛事的组织运营不仅丰富了群众的精神文化生活,也为当地及周边经济发展以及群众增收开辟了新渠道,最大限度地创造了赛事价值,充分展示了赛事的核心竞争力。

2.2 贵州“村BA”“村超”价值链的支持性活动分析

2.2.1 赛事政策条件

良好的政策环境是体育赛事发展的前提条件和基础保障,对促进乡村体育赛事发展、提高村民健康水平、改善贫困地区生产生活条件具有重要意义^[19]。政策条件一般包括提供场地^[20]、提供资金支持^[21]和完善旅游交通条件^[22]等。《贵州省全民健身实施计划(2021—2025年)》将夯实全民健身场地设施服务基础、丰富全民健身多元赛事活动、推动体旅融合和营造全民健身社会氛围列为重点工作内容。此外,贵州省委、省政府发布的《关于做好2023年全面推进乡村振

兴重点工作的实施意见》提到,要支持乡村农耕农趣农味的文化体育活动,深化农村群众性精神文明创建。《贵州省乡村振兴促进条例》中也提出要引导体育发展,开展民间文化体育活动,为群众进行体育活动提供场地和服务。政府通过指明发展方向、明确发展任务、提供财政支持和出台税收优惠政策等方式,鼓励和引导更多社会力量参与乡村体育事业发展,为“村BA”“村超”发展提供了有力保障和强劲动力。

2.2.2 赛事文化氛围

赛事文化氛围是提升赛事吸引力和影响力、推动游客消费、提升观赛体验及促进赛事可持续发展的核心要素^[23]。首先,“村BA”“村超”以露天场地和业余球队等特色,保留了群众体育赛事的“原汁原味”。同时,以牛羊等农产品作为赛事奖品,以及操着“贵普”的解说员,充分彰显了乡村赛事的乡土特色,凸显乡村自信。其次,要想推动乡村振兴,既要注重塑造乡村形象,也要注重铸造乡村灵魂。“村BA”“村超”摒弃了“文化搭台、经济唱戏”的通行模式,而是回归赛事本质,以最纯粹的赛事活动,凸显人民群众的地位和作用。再次,“村BA”“村超”都体现出乡土气息中蕴涵的最纯真的文化基因与精神品格。在赛事期间,观众可以欣赏到如苗族歌舞、侗族大歌等特色民族文艺表演,这些表演借助互联网的优势,充分彰显了乡村文化自信。以上举措打造了“村BA”“村超”纯粹的赛事文化氛围,吸引了广泛的参与群体,不仅包括当地村民,还有来自城市和其他地区的观众,不同年龄、不同地域、不同身份的观众聚集在一起共享赛事的快乐,成为“村BA”“村超”一道独特而亮丽的风景线。

3 贵州“村BA”“村超”的赛事价值

赛事在不断的发展过程中产生了经济、社会、文化、教育等多方面的价值。对于“村BA”“村超”赛事而言,其价值主要体现为推动乡村振兴战略和促进群众体育与竞技体育协调发展。

3.1 赋能体育产业融合发展,助推乡村振兴

产业兴旺是实现农业农村现代化的基石,也是解决农村问题的前提。乡村体育产业作为乡村振兴的重要内容,其实质是将体育同乡村振兴有效结合以驱动乡村地区经济可持续发展,推进农

业农村现代化。在体旅融合方面,以“村BA”“村超”赛事作为核心产品,以相关服务为延伸,以贵州民俗体育活动为补充,形成了极具观赏性和参与性的体育旅游产品,吸引游客前来参赛或观赛,进而拉动吃、住、行、购、娱等消费,推动乡村发展。统计显示,2023年3月25—27日贵州省首届“美丽乡村”篮球联赛总决赛期间,台江县共接待游客18.19万人次,实现5516万元的旅游综合收入,推动黔东南苗族侗族自治州的旅游预订量同比增长140%^[24]。在新媒体产业融合方面,多渠道、多平台推广赛事。“村超”“村BA”通过《人民日报》、新华网、环球网、抖音等媒体平台进行现场直播,在线观看人数超1亿。通过与国内网红球员互动,实现了人气流量导流,提高了赛事曝光率。外交部发言人与国际篮球名宿的关注点赞,成功将赛事推到国际视野。与此同时,“村BA”在每场比赛之前都会以参赛队伍历史成绩、对战胜负、球队运动员等为内容来挖掘话题,鼓励球迷深度参与话题讨论,并利用新媒体平台进行互动推广。“村超”“村BA”在话题挖掘与设置方面不拘泥于传统的比赛结果猜测、比赛内容推演,而是结合地方特色和观众关心的内容,不断丰富拓展,使观众真正融入到比赛中去。

3.2 促进群众体育与竞技体育协调发展

“村BA”“村超”赛事秉承“人民组织、人民参赛”的办赛理念,在赛事组织的各个环节都凸显人民群众的主体地位。首先,以全民参与为特色。乡村居民可以通过参赛、组织、观赛等方式全面参与其中。“村BA”“村超”比赛中的裁判和球员都是当地村民,场上热情欢呼的啦啦队多是球员的亲友,他们为自己的家人朋友加油助威,全程参与且乐此不疲。这种参与形式扩大了参与人群,并实现了乡村居民与赛事的共鸣。其次,以全民热爱为基础。“村BA”“村超”的赛场内外,都能感受群众对体育运动的真挚热爱。有的村民得知家乡要举办“村超”的消息后,从千里之外请假回家参赛。虽然“村超”“村BA”没有专业球场、标准设施和职业裁判,但却有群众对体育运动的纯粹热爱和对体育精神的认可与弘扬,这为乡村居民参与体育活动甚至投身家乡建设注入了强大的精神动力。最后,以助力全民健身为目的。贵州乡村体育赛事的举办,直接提升了全民体育参与度,助力全民健身和全民健

康。“村BA”“村超”赛事凭借群众基础好、门槛低、投入小的运动项目以及熟人社会天然的亲近感,吸引了不同年龄、性别、职业的人群参与其中,为村民养成体育锻炼习惯和健康生活方式提供了良好的环境和平台。

“村BA”“村超”虽然极具乡土特色,但也属于竞技体育的范畴,也具有竞技体育的观赏性和竞争性特点,可以满足人们寻求刺激和追求卓越的心理需要^[25],有利于人们在疫情后的短时间内释放之前的压抑情绪,从而形成以竞技体育带动群众体育的发展格局。“村BA”“村超”赛事已经具备了巨大的品牌价值和社会影响力,可以使当地群众提升对体育的认识,深刻感悟体育的意义和价值,促进体育参与。此外,为了更好参与到赛事中,村民会主动学习体育运动技能、裁判技能及赛事组织管理知识等,提升自身体育素养,为今后持续参加体育运动和竞赛组织以及发挥带动作用,做好了准备。

4 “村BA”“村超”对我国乡村体育赛事发展的启示

“村BA”“村超”无疑是成功的,不仅自身获得了巨大的品牌价值和广泛的影响力,而且有力促进了乡村振兴,这对我国乡村体育赛事发展具有重要的借鉴价值。

4.1 政府发挥主导作用,提供政策支持与保障

促进体育事业发展是政府的职能之一,特别是对于体育基础薄弱的广大农村地区来说,政府发挥主导作用、提供政策支持是其现阶段发展乡村体育赛事必不可少的动力和保障。首先,政府通过制定相关政策和发展规划、提供资金支持、保障场地设施的建设和维护,以及积极宣传推广等,为赛事发展提供必要的条件和资源。其次,政府加强监管职能,帮助赛事组织者加强赛事安全管理,为参赛者营造公平公正的赛事环境,为观众提供安全优质的观赛体验,增强赛事的吸引力和影响力。再次,政府要积极发挥主导作用,促进乡村体育赛事与旅游、餐饮、零售、住宿等各行业的广泛合作,通过赛事影响力打造乡村经济新的增长点。最后,政府要加强与体育专业机构和专业人士合作,在乡村体育赛事组织与管理、裁判员裁判技能等方面提供培训服务,助力乡村赛事人才培养,提高赛事组织运营水平,帮助本

地乡村打造具有特色的赛事活动品牌。

4.2 坚持以人民为中心,满足乡村居民体育需求

无论是作为选手、观众,还是组织者、志愿者,乡村居民的广泛参与是推动赛事可持续发展的关键。为提升乡村居民参与的兴趣和程度,赛事的策划和组织应坚持以人民为中心的发展思想,以满足村民体育需求和利益为出发点和落脚点。在赛事策划之初,要精心选择那些在当地有良好群众基础、为群众所喜闻乐见的运动项目,最大限度贴近乡村居民的兴趣喜好。在赛事组织过程中,要注意深入群众,积极听取民众的意见建议,随时加以改进。要为村民提供多样化的参与方式,增加赛事的互动性;要注重体现乡村体育赛事的“乡土”特色,重点展示当地民俗文化,增加村民对赛事的亲切感,提升其作为主人翁的自豪感。让更多村民参与赛事、享受比赛观赛带来的乐趣,满足的是人民精神层面的需求;乡村体育更要以赛事为契机,激发广大村民积极参与体育运动的热情,养成积极锻炼的生活方式,从而满足人民群众日益增长的健康需求,使竞技性的体育比赛活动和乡村地区的全民健身运动同向同行、相互促进。

4.3 加强赛事组织管理,切实保障赛事品质

体育赛事的组织管理就是利用相关管理方式和方法将资源进行有效整合,充分发挥各自功能,实现体育赛事组织目标的行为^[26]。当前赛事有多种组织形式,但无论哪种形式,都要确保赛事公平、公开、公正、有序,这对于办赛经验不足和专业人员缺乏的乡村体育赛事而言是需要正视和解决的一大难题。首先,要建立健全赛事管理机制和规章制度,加强对赛事组织者、裁判员等人员的培训,确保赛事组织流程严密科学,裁判员执法公正专业,彰显赛事的公信力。其次,举办体育赛事是一项复杂而系统的工程,需要调动多方资源,涉及诸多利益主体,这离不开政府在组织协调方面的主动作为。政府一方面要利用自身掌握的资源,积极服务于赛事举办;另一方面,要注重发挥监督协调职能,统筹兼顾各方利益,建立对话协商机制,促使各方密切配合,相互协作,为成功办赛共同努力。通过严密的赛事组织,提升赛事品质,破除公众心目中乡村体育赛事“业余”的印象。

4.4 打造特色赛事 IP, 积极推进融合发展

乡村体育赛事要树立品牌意识和传播理念,提升赛事的知名度、影响力和传播力。首先,精心打造赛事 IP,提升赛事的辨识度和吸引力,凸显其差异化定位和特色^[27],最终实现提升赛事附加值、助力体育产业发展的目标。其次,加大宣传力度,实施品牌化战略。在赛事的策划、筹备、举办及结束后的各个阶段,都要积极借助主流媒体和各大自媒体平台进行宣传。宣传内容不限于赛事本身,可以专注于一些细节和故事;宣传形式也可以从一般的官方报道,到运动员、观众、广大网友粉丝等不同视角的直播、点评、推送,不一而足,构建起立体化的传播模式,塑造可亲可爱的赛事形象。再次,要强化融合发展,通过对各种资源的整合利用,提升赛事效益。赛事发展过程中,要加强赛事和举办地的文化融合,彰显赛事的地域特色;要主动与旅游、餐饮、零售、文化展演等业态积极合作,共同推进赛事发展;以及充分利用明星运动员资源,加强运动员与观众的互动,提升赛事“人气”。

5 结束语

“村 BA”“村超”赛事火爆,不仅因为人民群众对体育运动的热爱和当地良好的群众基础,还有赖于完善的赛事组织运营、有力的政策支持、独特的赛事文化氛围。两项赛事的成功清晰反映出体育已经成为一种普遍的生活方式,为广大乡村居民所认可、接受并自觉践行;同时表明,乡村体育赛事的发展,不仅可以通过繁荣体育产业而直接助力乡村振兴,还能促进群众体育和竞技体育协调发展,是落实全民健身、健康中国 and 体育强国战略的重要举措。我国农村地区广袤、乡村人口众多,乡村体育赛事拥有广阔的发展空间。各地应积极学习借鉴“村 BA”“村超”的成功经验,结合当地文化传统和乡土人情,打造独具特色的乡村体育赛事品牌,助力乡村全面振兴。

参考文献:

[1] 杨桦. 乡村振兴中农村体育发展的机遇、问题与策略[J]. 成都体育学院学报, 2022, 48(5): 8.
[2] 农业农村部 体育总局 国家乡村振兴局关于推进“十四五”农民体育高质量发展的指导意见: 农社发〔2022〕3号[A], 2022-06-20.

[3] 中共中央国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见[M]. 北京: 人民出版社, 2023: 16.
[4] 蒲毕文, 邓星华. 我国乡村体育赛事发展经验及启示: 以贵州“村 BA”为例[J]. 体育文化导刊, 2023(2): 68.
[5] 梁日忠. 乡村治理视域下农村体育赛事的文化价值: 以广西万村农民篮球赛为例[J]. 体育科技, 2020, 41(1): 70.
[6] 曹悦妮. 从“村 BA”的燃点窥见乡村振兴支点[N]. 中国自然资源报, 2023-04-11(3).
[7] 彭芳蓉. 贵州“村 BA”为什么会火出圈[N]. 贵州日报, 2022-08-12(8).
[8] 刘旺. 乡村赛事的出圈密码[N]. 中国经营报, 2023-06-26(D01).
[9] 张锐, 张兵. 价值链分析对战略规划的意义[J]. 社会科学家, 2005(3): 163.
[10] PORTER M E. The competitive advantage: creating and sustaining superior performance [M]. New York: Free Press, 1985: 44-47.
[11] 盖童心. 广东省粤超联赛价值链分析[D]. 北京: 北京体育大学, 2015.
[12] 徐琳, 钟天朗. 体育赛事全球价值链和驱动模式分析[J]. 首都体育学院学报, 2011, 23(1): 30.
[13] 姜高阳, 陈刚, 张瑶瑶. 工具、客体与科技赋能视角下的我国体育产业政策分析[J]. 河北体育学院学报, 2023, 37(1): 43.
[14] 郑家鲲. “十四五”时期构建更高水平全民健身公共服务体系: 机遇、挑战、任务与对策[J]. 体育科学, 2021, 41(7): 3.
[15] 王庆伟, 张树敏, 李佳琦, 等. 京津冀城市群城镇居民体育赛事需求调查研究[J]. 北京体育大学学报, 2020, 43(9): 10.
[16] 郝金星. 南京市高校校园马拉松赛制及赛事组织研究[D]. 南京: 南京体育学院, 2020.
[17] 刘塘玲. 襄阳马拉松赛事运营现状与对策研究[D]. 武汉: 武汉体育学院, 2020.
[18] 陈亮, 靳小雨. 体育赛事运作流程分析[J]. 体育文化导刊, 2008(5): 90.
[19] 王静, 孙晋海, 蔡捷, 等. 数字技术赋能农村公共体育服务更高水平发展: 理论阐释与实践进路[J]. 体育科学, 2023, 43(1): 15.
[20] 卢洁. 对高校创业教育的新思考[J]. 教育探索, 2012(12): 143.
[21] 张祝平. 乡村振兴背景下文化旅游产业与生态农业融合发展创新建议[J]. 行政管理改革, 2021(5): 64.
[22] 郝诗雨, 赵媛, 李可. 厦门市民宿的空间分布特征

- 与影响因素研究[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2018, 52(6): 916.
- [23] 张倩, 谢祥项. 海南省大型体育赛事与旅游融合发展的价值和策略[J]. 体育文化导刊, 2018(11): 106.
- [24] 李晓红. “村超”出圈 旅体融合发展带动“村经济”[N]. 中国经济时报, 2023-06-21(1).
- [25] 杨尚剑. 竞技体育助力中华民族伟大复兴的价值意蕴、历史成就与战略优化[J]. 河北体育学院学报, 2023, 37(2): 1.
- [26] 吴桐. 物联网在体育赛事管理中的应用研究[D]. 北京: 首都体育学院, 2019.
- [27] 王鑫, 王家宏. 我国商业性体育赛事品牌资产生成机理与培育路径研究[J]. 天津体育学院学报, 2022, 37(1): 60.

Research on Rural Sports Events in China under the Value Chain Model

——Taking “Cun BA” and “Cun Chao” in Guizhou as Examples

HUANG Xiong¹, LIU Chunhua², WANG Shuai¹

(1. School of Sports Economics and Management, Tianjin University of Sport, Tianjin 300211, China;

2. Personnel Department, Tianjin University of Sport, Tianjin 300211, China)

Abstract: The heat of “Cun BA” and “Cun Chao” in Guizhou has aroused widespread concern and in-depth thinking of the society. Taking the two events as the research object, the value chain model of “Cun BA” and “Cun Chao” is constructed by referring to Porter’s value chain model, and then the core competitiveness of the events is analyzed from the aspects of demand generation, organization and operation, policy conditions and cultural atmosphere. The value of the two events is mainly reflected in enabling the integrated development of the sports industry, boosting rural revitalization, and promoting the coordinated development of mass sports and competitive sports. The success of the two events has important enlightenment significance. It is believed that the development of rural sports events in China needs the government to play a leading role and provide policy support and guarantee, adhere to the people-centered principle, meet the sports needs of rural residents, strengthen the organization and management of the event, effectively guarantee the quality of the event, create characteristic event IP and actively promote integrated development.

Key words: rural sports events; “Cun Chao”; “Cun BA”; value chain model; rural revitalization