

聚人气、接地气、开新局

——回眸2024年三大球联赛主场浙一年

本报记者 余敏刚 陆英健 郭乐天 谢嘉伟

“

2024年,中超、CBA和排球联赛浙江主场赛事走过了不平凡的一年。主场赛事关注度持续向好,火热的主场氛围如同催化剂,给当地的体育产业、球迷文化乃至城市形象带来了一系列积极的变化。

”

球迷热情填满主场

“浙”一年的三大球联赛浙江主场,球迷们热情被极大地激发。每场比赛,体育场内被球迷们热情填满,他们身着球队队服,高唱队歌,呼喊助威口号。如在今年中超联赛中,浙江队的15个主场比赛,共接待观众297077人,场均上座人数19805人,为球队历史上中超联赛平均上座人数最高。球队的三个亚冠二级联赛的主场上座人数(第二轮23931人、第四轮16933人、第五轮12836人),也都位居当轮比赛东亚两大赛区最高。同样,浙江女排主场姚庄体育馆平均每场都有2500名球迷观战,方兴渡主场黄龙体育馆绝大部分场次的主场上座人数能稳定在3000人以上。

这种现象不仅体现了球迷对联赛的热爱,更使得浙江的球迷文化得到了进一步的发展。球迷们自发组织的助威团、球迷社区等也在这个过程中不断壮大,他们成为了浙江主场联赛赛事一道亮丽的风景线。

主场赛事还吸引了众多家庭观众,让赛事文化在家庭中传承。父母带着孩子来到现场观看比赛,让孩子们从小就感受到足篮排的魅力,为联赛在浙江的可持续发展奠定了坚实的群众基础。

主场赛事的成功举办,让浙江在全国乃至国际上的知名度大大提高。当其他地区的球迷关注比赛时,浙江的城市形象、旅游资源等也随之得到推广。例如,有外地球迷因为来浙江观看联赛,而顺道游览了杭州的西湖、西溪湿地等著名景点,这在一定程度上带动了浙江旅游业的发展。

从经济角度来看,主场联赛带动了周边餐饮、住宿、交通等相关产业的繁荣。比赛日当天,体育场周边的餐厅生意火爆,酒店的人住率也大幅提高,公共交通的客流量也显著增加,为城市的经济发展注入了新的活力。

主场联赛吸引了众多商业品牌的关注,也带动了球馆周边商业综合体发展。许多企业纷纷与球队合作,在球馆内进行广告投放,球馆内的广告位变得供不应求。这不仅为球队带来了可观的商业收入,也为企业提供了一个很好的宣传平台。如杭州的黄龙体育馆,在经历了杭州亚运会的洗礼后,作为CBA球队浙江方兴渡的主场华丽回归,周边的商业综合体在比赛日推出了各种与篮球相关的促销活动,吸引了大量球迷前来消费,促进了当地商业的繁荣。

本赛季至今,方兴渡是唯一一支在CBA联赛中保持主场全胜的球队,13胜0负的主场战绩傲视群雄。这背后不仅体现了球队实力的稳步提升,也展现了黄龙体育馆正逐步向“魔鬼主场”蜕变。

刚刚过去的元旦,也是浙江方兴渡建队20周年的日子,这样一个意义非凡的日子同样被黄龙体育馆见证。当天正值方兴渡主场对阵广州朗肽海本的比赛,半场结束,看台上出现了一幅由球迷制作的巨幅海

通过举办主场联赛,让三大球在浙江得到了更广泛的传播。比如原本相对小众的排球运动,因为主场赛事的举办,吸引了更多人的关注。例如在嘉善和德清举办的排球联赛主场比赛中,现场观众中有很多是之前不太了解排球的普通市民,他们在观看比赛后,对排球运动产生了兴趣,表示以后会更多地关注排球赛事。

“又能看女排姑娘们比赛了,真好!”姚庄体育馆连续第二年成为中国排球超级联赛浙江西塘姚庄女排

主场上演的不只是赛事

报,王非、林志杰、怀特等一张张球迷们熟悉的面孔均出现在了海报上。现场,俱乐部投资人楼明表示一定会努力为杭州、为浙江带来一座总冠军,有“队魂”之称的球队传奇球员林志杰也隔空发来视频祝福。在一声声“谁的主场?浙江广厦!”的吼声中,众多球迷热泪盈眶,球队也如愿收获一场大胜。

竞技水平的提高、球迷间的互动、赛事经济的发展,也让这些主场赛事成为了青少年运动爱好者的梦想之地。很多青少年因为观看了主场比赛,而对三大球产生了更加浓厚的兴趣。在比赛现场,他们可以近距

城市与联赛的双向奔赴

队的主场以来,这样的感叹不时就能在嘉善县姚庄镇居民口中听到。为了让更多老百姓愿意走进场馆看比赛,姚庄体育馆推出了“售票+赠票”的门票惠民措施。

主场联赛还成为了城市社区居民交流互动的重要平台。在一些社区,居民们会组织集体观看主场赛事,这增强了社区居民之间的联系和凝聚力。58岁的姚庄本地球迷王晨晓在女排联赛主场比赛期间,会与社区居民一边观看比赛,一边讨

论排球战术、分享对排球的喜爱之情,使得社区氛围更加和谐融洽。

此外,主场联赛还带动了培训市场的发展。本土球队在主场赛事期间开展了青少年训练营等活动,进一步推动了青少年三大球运动在浙江的普及。许多学校也受到这种氛围的影响,加大了对三大球教学和篮球队建设的投入。一些培训机构推出了优惠活动,吸引了不少人报名参加培训课程,为提高浙江三大球运动的整体水平奠定了基础。

