苍南：赛事搭台 消费唱戏

体育赛事的激情与家乡味道的温情在赛场内外交融

当浙BA赛场的呐喊声响起，苍南的消费市场也同步进入“沸腾模式”。苍南县紧紧抓住这一机遇，玩转“赛事搭台、消费唱戏”的组合拳，把赛场聚集的“流量”稳稳转化为消费增长的“增量”，让体育激情与烟火气碰撞出县域消费的新火花。

为了让大家观赛之余能尽情消费，苍南把消费场景铺到了全城各个角落。体育馆周边的“篮动潮品”主题消费市集，堪称人气收割机。这里汇集了美食、非遗手作等各类好物，近400家次商户轮番入驻，逛市集、尝小吃、淘文创成了观赛标配，累计营业额直接突破800万元，成为汇聚人气、商气的“城市会客厅”。

30多个“第二观赛点”遍布全县，从商场、街区到景区，随处都能感受篮球魅力。这些观赛点不仅架起了超大直播大屏，还配套了主题餐饮、互动体验区，让大家边看球边消费。场均近2万人次的参与量，直接拉动消费近1000万元，就连文创产品都火出圈，苍南深挖本土文化，联合非遗传承人打造的浙BA系列文创，尤其是“苍南梭子蟹出战”主题冰箱贴，一上线就被抢空，供不应求，把文化认同、体育精神和商业价值完美融合在了一起。

光有人气还不够，如何把瞬时的观赛人流变成持续的消费客流？苍南早就想好了办法。一张赛事票根，在苍南能当“消费钥匙”用。县里的重点住餐企业都推出了专属福利，凭票根就能享折扣、抽大奖，轻松把观赛和住宿、餐饮等消费串了起来，让消费链条越拉越长。

近100万元的赛事专属消费券精准“投喂”，9万余张券通过线下观赛点和线上平台送到大家手中，直接撬动消费约2000万元，真正实现了“政府小投入、市场大反响”。

想趁着看球去游苍南？统统安排上。“跟着浙BA游苍南”主题线路人气爆棚，31家文旅商户联手推出集章打卡、消费赠票等趣味活动，成功把球迷引流到168黄金海岸等景区和特色商圈，带动沿线客流量同比提升30%-50%，“体育+文旅”的融合魔力尽显。

为了让消费热度持续在线，苍南的营销玩法花样翻新。本土知名球员化身“消费推荐官”，走进商户直播带货、打卡美食，凭借超高人气为本地品牌引来滚滚客流，让消费体验更有亲和力。

夜幕降临，苍南的消费热情丝毫不减。县内的夜间市集全面升级，赛事直播、街头表演等元素一一加持，氛围感直接拉满。夜间市集日均营业额达150万元，带动县域夜间消费人次同比增长30%，浙BA的赛事热度，成功点亮了苍南的城市夜色。

数据不会说谎，浙BA的带动效应实实在在。赛事期间，苍南县限上住宿业销售额达1.19亿元，同比增长20%；限上餐饮业销售额达6.13亿元，同比增长29.1%。这场体育盛会，已然成为拉动苍南消费增长的强劲引擎。接下来，苍南将继续优化消费环境、创新产品供给，努力把更多“流量”变成“增量”，把一时的“热度”转化为长期发展的“温度”，为县域促消费探索更多可复制、可推广的“苍南经验”。

（通讯员 程文慧）

普陀：聚社会之力 成出圈之势

一场篮球赛，激活一座城的消费活力。在浙BA舟山普陀赛区的办赛实践中，普陀以政府“搭台引导”，广泛聚集企业、社团、媒体、市民等多元社会力量，将赛事热度精准转化为消费动能，打造出文商旅体融合发展的新场景、新路径，让浙BA不仅成为竞技舞台，更成为拉动区域消费的强劲引擎。

普陀创新推行“镇街结对球队”服务机制，通过欢迎仪式、特色礼品互赠等方式，将赛事服务转化为城市形象展示窗口，全面推介普陀海洋文化与旅游资源。同时，携手本土专业体育运营机构统筹赛事策划与现场执行，主场累计吸引观赛超2.4万人次，人气持续火爆；联合国内头部MCN无忧传媒打造“普陀浪无忧”专场及全球体展达人招募计划，创作专属啦啦舞“普陀摇”，实现多平台破圈传播；携手本土科技企业芯岛科技，推出AI数字人“小智”“小芯”，让科技为赛事注入智慧动能。

此外，普陀通过推行赛事赞助伙伴分级制度，开放应援服、赛事宣传等核心权益，成功吸引20余家企业跨界入局。从球队预选赛球衣上印制的本土企业logo，到普陀农商行组建的企业助威团，企业不仅借赛事提升了品牌价值，更以实际行动为赛事消费赋能。尤为亮眼的是，该区创新推出大交通赞助模式，由企业支持开通全省首趟浙BA包机（普陀至衢州），确保球队与助威团高效出征。还联动普陀山、桃花岛等7大景区及30余家文旅企业推出“跟着浙BA去旅行”活动，凭票根享折扣，带动7月以来限上住宿业、餐饮业分别同比增长19.6%和13.6%。

在场馆外举办的“海岛篮球嘉年华”活动上，设有特色美食、农产展销、文创售卖等共计23个摊位，单日销售额最高突破60万元，总人流量超过10万人次；文创产品“普普蟹”一经开售即告售罄，成为“可带走的海岛记忆”。同时，结合开渔季推出“蟹逅普陀·篮球盛宴”活动，带动海鲜主题消费250余桌，营收超50万元，将赛事热度与地方特色消费节点深度绑定，实现了“赛事引流、消费增收”的良性循环。赛事还搭建了东西部协作桥梁，吸引四川万源企业参展，实现了跨区域消费互动。

公益拍卖、消费券发放同样成效显著：保利开元森泊度假乐园水上乐园券9.9元起拍，撬动市民消费热情；联合美团、大众点评等平台发放100万元浙BA专项消费券，截至12月已核销73.5万元，直接带动消费539万元，杠杆率达7.13倍。

赛事期间还特别邀请NBA球星加里·佩顿、理查德森，以及CUBAL一级联赛的男女篮球队员和世界大学生运动会女篮冠军队员助阵，并开展“in舟山 连世界”和“十万国际海员IN舟山”等系列活动，邀请外籍友人Frank、Kyle，以及来自菲律宾、印度的国际海员观赛，推动赛事走向国际。

围绕浙BA，普陀同步打造“全民篮球季”“7BA”“校BA”等多层次赛事体系，选拔本土人才，点燃青少年篮球梦想。在杉杉普陀天地等商圈及海岛文化礼堂设立13个第二观赛点，累计观赛超5万人次，带动周边商圈人流环比提升30%。同时，开展“我请城市建设者看场球”“我请高温英雄看场球”等公益活动，惠及环卫工人、快递员、外卖小哥等一线劳动者400余人，中小学生1300余人，增强城市温度与社会凝聚力。

从一场篮球赛到一座城市的消费升级，普陀以浙BA为支点，撬动了社会力量广泛参与，形成“专业运营聚流量、场景创新促消费、文化科技提内涵、全民共享育生态”的良性循环。未来，普陀将继续深入打造海岛赛事之城，搭建更开放的“体育+”合作平台，推动赛事IP向产业链延伸、向跨区域协作拓展，真正实现“办好一场赛，提升一座城”的长期目标。

（通讯员 田 宇）

特色摊位与篮球元素碰撞出独特魅力