舌尖上的浙BA激活城市消费

“近段时间，随着阵阵冬意轻拂大街小巷，人们对于冬日里的“烟火气”更加向往，省内各地的浙BA赛场，也在用各自别出心裁的方式，为广大前来现场观赛的球迷们营造浓厚的“冬日烟火味”，让饱含各地独特风味的内容，成为比赛之夜难忘记忆的同时，也为各地的消费增添别样动力。”

嘉兴 营造江南冬日市井图

“本是专程来为球队呐喊，没想到先被集市里的香味‘绊’住了脚，孩子拽着我连逛了三圈。”从海宁驱车赶来的张女士笑着说，她和儿子早已被“‘嘉’味集市”里的地道风味勾住了魂。

近日，在嘉兴队主场迎战绍兴队的场外，“一起来‘嘉’游，精彩‘篮’不住”浙BA文旅嘉年华同步开启，琳琅满目的美食让人们不自觉放慢脚步，在赛前细细品味这份独属于嘉兴的烟火温情。

嘉兴文旅带来的惊喜不止于此，正当球迷粉丝们沉浸在美食的愉悦中，一阵悠扬的乐声与摇曳的流光吸引了众人的目光。只见十余位身着传统宋制汉服的工作人员手提鲤鱼灯，正款款穿行于熙攘人群之间，灯影璀璨间，与集市的烟火气相映成趣，构成一幅古今交融的生动画面。

“我们希望能用这种文化展示、互动体验的方式，为球队助威，也让观众带走一份关于嘉兴的美好记忆。”工作人员时而驻足，与游客合影互动，时而递上印制着赛事标识的精美冰箱贴和香薰片。

此外，文艺赋美舞台上，桐乡市文化馆推荐的节目轮番上演，歌舞声与掌声此起彼伏；运动趣味体验区里，工夫茶品鉴、螺钿饰品手作让人体会传统韵味，8公斤哑铃水杯挑战赛、AI机器人烤饼充满互动乐趣，免费眼镜清洗、公益验光等服务则尽显贴心；浙BA“票根福利”摊位前，景区免票、民宿打折等优惠信息被球迷们围得水泄不通，宠粉力度直接拉满。

浙BA带给嘉兴的，不仅是短期消费增长，更是城市品牌与产业生态的升级。当篮球赛事从竞技项目升级为城市IP，当票根从入场凭证转变为消费枢纽，嘉兴正走出一条“体育搭台、文化唱戏、经济增收”的路径。“浙BA”的价值早已超越体育本身，成为激活县域经济、提升城市魅力的重要引擎。

衢州 场内过眼瘾，场外饱口福

近日，在衢州队主场迎战永康队，赛场内球员激烈角逐，赛场外则掀起了一股美食消费热潮，衢州特色美食“圈粉”无数，为城市消费注入了强劲动力。

不少从永康专程赶来的球迷，纷纷驻足小吃摊，品尝衢州烤饼、衢州鸭头、瘦肉丸等美食。“衢州的美食很吸引人，我们不光要在这一饱口福，还要买一些鸭头带回去。”永康球迷施品莉对美食赞不绝口。

对于许多外地球迷而言，浙BA赛事不仅是一场体育盛宴，更是一次探寻地方特色的契机。不同地域的美食差异，让观赛之旅更添乐趣。

“我跟着浙BA的比赛，已经走过了省内不少地区，也领略到不同地区的特色。”永康球迷厉玲认为，对于普通球迷来说，浙BA带来的不仅是比赛的激情，还有了解各地文化特色的契机。

赛事带来的大量客流，直接变成了消费力，“体育+美食”的效应很明显。浙BA赛事期间，衢州通过“篮球为媒、文化为魂、体验为核”，通过产品创新、政策惠民、活动引流、宣传造势等举措，将短期赛事流量转化为长期文旅品牌价值，为城市探索“文体旅融合促消费”提供样本。未来，衢州将持续深化新业态，让“南孔圣地”的文化魅力与体育激情碰撞出更多消费新火花。

余姚 递出一张“杨梅味”的名片

近日，在浙BA城市篮球争霸赛余姚主场对阵温州队的比赛现场，一份融合地方风物的创意伴手礼，成为连接两座城市的温情纽带——由余姚市啷哉先锋农庄提供的余姚杨梅系列食品及文创产品，被赠予温州队队员，收获了他们的惊喜与喜爱。

这份“杨梅心意”包含陈皮、桂花、微糖3种口味的杨梅干，以及杨梅酥、杨梅曲奇饼干等休闲零食，同时搭配杨梅元素钥匙扣、文创冰箱贴，既彰显“中国杨梅之乡”的物产特色，也传递出余姚人的热情好客。

“我们想通过这份礼物，为家乡球队呐喊助威，也为余姚的杨梅产业‘打call’！”谈及赞助初衷，礼品的赞助方与设计者——余姚市啷哉先锋农庄负责人金建芬热情地表示。作为一名忠实的篮球迷，自浙BA开赛以来，她几乎场场不落，对余姚队的每位队员都如数家珍。“我虽然60岁了，但看球的热情一点没减。”她笑着说。

“杨梅是余姚的金名片，但鲜果采摘期短、储运难度大，延伸产业链、开发受市场欢迎的深加工产品，一直是我们努力的方向。”金建芬介绍，农庄在牟山镇湖山村拥有约150亩杨梅基地，近年来在提升鲜果品质的同时，持续探索杨梅深加工路径。“我们曾与多地食品厂合作试验，但产品始终未达预期。”金建芬坦言，转折来自今年夏天——通过与湖州等地企业的技术合作，杨梅干、杨梅酥、曲奇饼干等系列产品成功研发生产，并于近期进驻宁波栎社机场贵宾区“共富工坊”展销。

除了严控食品品质，金建芬还完成了伴手礼包装与文创设计。“包装采用烫金杨梅图案，突出‘余姚杨梅’标识，配以手编绳与杨梅挂饰，兼顾美观与文化寓意。”她介绍，多年来经营杨梅园的经验，让她更懂如何将地方特色转化为产品语言。

金建芬表示，计划明年扩大生产规模，同步拓展线上线下销售渠道：推动余姚杨梅从“季节鲜果”向“常年风味”升级。

以体育赛事为窗口，以创新产品为载体，余姚杨梅产业正走出一条从田间到舌尖、从农品到文创的融合发展新路。

（通讯员 陶慧琳 郑利文 张云霞）