

从借到还——浙BA赛事背后的县域治理逻辑

本报记者 陆一帅 组委会供图



因为浙BA,庆元,这座浙闽边界的小城,终于“火”了。

这绝非偶然。对于一座经济基础并不突出的山区县而言,办好大型体育赛事,本身就是一道不简单的现实考题:资源有限,如何聚人?基础有限,如何见效?

庆元给出的答案是“先借,再还”。所借者何?借的是浙BA平台之力,是体育促消费之势,更是各项政策之智。这套逻辑,使庆元的“成功”变得有据可循、有理可依。

当然,“借”的最终目的,是要“还”。那么,庆元的这个“还”,究竟指向何方?又是如何得之、用之、取之为之的?

庆元借浙BA,“还原”了一个真相——经济相对不发达,不等于体育做不好。长期以来,社会上存在一种隐性偏见——经济基础薄弱的地区,体育氛围必然薄弱,赛事效果也难以显现。然而,浙BA在庆元的实践,恰恰提供了一个反例。

庆元的经验证明,在经济欠发达地区,体育并非“可有可无”,而是“情绪刚需”。竞技体育方面,刚刚结束的粤港澳全运会上,庆元籍运动员季俊宇(1金)、王楠(2金)共获3枚金牌,创造

了庆元籍运动员征战全运会的最佳战绩。这是庆元在竞技体育领域长期深耕、精细耕耘的成果,展现了庆元体育人才培养体系深厚的根基与旺盛的生命力。

群众赛事方面,当庆元队成为丽水赛区总冠军的那一夜,多年未见的景象再现——全县人民走上街头,为篮球欢呼,更为城市自豪。由此,庆元看到了体育赛事的强大赋能。

“以赛引赛、营城兴业”的发展理念顺势推出,从浙BA“单一爆款”走向“矩

阵效应”,廊桥菇乡跑山赛、百山祖古道徒步赛、中国自行车骑游大会、环浙步道自行车系列赛等赛事纷至沓来。在资源有限、选择不多的现实面前,可参与、可围观的体育赛事,反而更容易形成高度聚焦的社会效应。

尤其值得一提的是,庆元于今年建成投用了国际一流标准的奥运会激流回旋基地,并成功承办全国首届绿水青山运动会、浙江省青少年皮划艇激流回旋锦标赛等优质赛事,吸引游客超15万人次。

庆元借浙BA,“还原”了一种场景——促消费,不只发生在商场里。谈到促消费,常见路径往往集中在商业综合体上。但庆元的实践提醒我们,消费更容易发生在情绪被激活、关系被拉近的体育赛事内外。

数据显示,由浙BA直接带动庆元香菇网店销量增加20%、灰树花(食用菌名)订单增加50%,土特产销售额同比增长近4成,黄粿销量较去年增长500%。“订单多到需要AI分拣机器人,鲜果日销3000余斤。”当地一家企业负责人头一次感受到体育带来的附加值。

此外,设置于球场外的“菇勇者·鲜丰集”主题市集,实现直接消费480万元,间接消费1500万元,产品复购率达30%以

上。相较于“主场”,庆元的“客场战绩”同样出色。随队“出征杭州”的甜橘柚,在杭州3天销售超2000斤,随队“出战余姚”的黑米糕,15分钟售出400盒。

赛事、人流、消费形成闭环,更重要的是,这种消费并非被动刺激,而是情绪驱动下的自发行为。庆元再次证明,以体育为核心的县域消费场景,规模不一定大,却真实、持续、可复制,促消费并不一定依赖重资产投入,体育赛事同样可以带来可观的收入。

庆元借浙BA,“还原”了一个事实——体育不是目的,而是基层工作“向下沉”的现实通道。事实上,基层治理最难的不是“设计”与“纸面”,而是“抵达”和“落地”。

如何将社会治理、公共事务“回归到百姓中去”,是长期困扰基层治理的一道现实命题。

体育,尤其是群众体育,提供了一种天然的解决方案。众所周知,凝聚百姓人心、激活公共空间、提升党群互动频率是党委政府日常工作的重要内容,而浙BA的这一声哨响,让原本不易实现的工作目标自然实现。

在球场上,庆元的干部与群众不再以“角色”区分彼此,而是共同维护秩序、共同关注球队的参与者,县文广旅体局现场组织

拉拉队,县文化馆表演开场节目,县融媒体中心挖掘百姓篮球故事,这种并肩而立的关系,增强了党群的信任基础。

通过浙BA,群众看到的不再是“抽象”的管理者,而是一个个具体的、为百姓做事的人,而干部感受到的,也不只是工作任务,而是真实的情绪反馈。这种关系变化,是无法通过文件去设计的,却可以在一场场比赛中自然生成。

正如县文广旅体局工作人员的感叹——“我们与群众一起看球、一起为庆元队呐喊,这种感受以前体会得不多。”可见,由浙BA带来的不只是“可见的”输赢,更重要的是,“从群众中来到群众中去”这一抽象概念变得更具体。当服务群众从



庆元县水上运动训练基地

浙BA引领庆元“出圈”

庆元打造共富市集

“被传达”转向“共参与”时,党群关系也在这种“共同在场”之中发生了微妙而真实的变化。

庆元借浙BA,“还原”了一种情境——真正的共同富裕,要从切身感受入手。对庆元这样的山区小城而言,宏大的叙事并不适合。美好生活也并非高楼大厦、地铁隧道,能让庆元百姓认同的“共同富裕”应该是具体的日常体验。比如,下班后有地方可去,周末有活动可看,孩子有球可打,邻里有话可聊。

浙BA等体育赛事所能提供的,正是这种可触摸、可参与的幸福感受。事实上,浙BA从未向庆元“承诺”过远大的目标,却真切改善了庆元百姓当下的生活质感,“拖家带口看比赛”“工作闲余聊比赛”成为庆元百姓的新流行。而这种改善,正是群众最直观、也最容易认同的获得感的来源。

当然,物质始终是共同富裕之基础。赛事期间,庆元组织各乡镇(街道)共富工坊“帮帮团”,线上线下同步卖货——举水乡月丰工坊的江根白茶销售额突破10万

元;五大堡乡濠淤村把黄粿工坊变成研学点,游客可体验捶打黄粿,国庆假期接待500组家庭,带动村集体增收12万元。

综上,庆元之于浙BA的意义,并不在于制造出一个所谓的“样板县”,而在于揭示了一种可被借鉴的逻辑——当体育真正回到群众中间,它就可以同时成为基层治理的工具、促消费的抓手,以及党群情感连接的纽带。

庆元的“借”与“还”,或许正是体育最值得被重视的现实价值所在。



金黄饱满的庆元甜桔柚在浙BA赛场上迎来“甜蜜”高光时刻

本版得到中国体育彩票的公益支持