“运动+音乐”

杭城“灌篮高手”西子廊桥跨界秀舞技

本报综合报道

7月17日晚,杭州西湖畔的西子廊桥变身热血球场与梦幻舞台的双重秀场。浙BA杭州上城队的三位核心球员——队长陈洋、内线铁闸刘雨昊、00后小将邵文博“闪现”湖滨商圈,脱下战袍换上休闲装,在百米高空的悬浮舞台上跨界秀出舞技,与市民游客共赴一场“篮球+音乐”的夏日狂欢。

就在前一晚,上城队坐镇华家池逸夫体育馆,以73比50力克滨江队,豪取小组第一锁定八强席位。时隔不到24小时,赛场热度便从体育馆一路“烧”到了湖滨步行街核心C位。当晚的西子廊桥三面U型巨幕缓缓拉开,322.7平方米的LED屏上滚动播放着上城队的赛场高光集锦,扣篮、盖帽、绝杀的慢镜头在夜空中轮番上演,引得往来游客纷纷驻足仰望。当三位身高均在190cm以上的球员从廊桥升降舞台走出时,现场瞬间爆发出尖叫与掌声,不少球迷还举着“陈洋MVP”“上城加油”的手幅。

“前一天还在球场上跟对手硬碰硬,如今站在这里跟大家一起跳舞,感觉特别奇妙。”陈洋说,“打篮球讲究节奏,跳舞也一样,都是身体的表达。只不过篮球是跟队友配合,跳舞是跟音乐配合,算是解锁了新技能!”陈洋在场上以冷静果断著称,没想到跳起舞来同样有板有眼。虽然动作算不上专业,但认真的表情和略显笨拙的肢体反而引得台下观众阵阵欢呼,“萌萌哒”的反差感迅速成为现场热议的话题。

互动环节的快问快答将气氛推向高潮。当被问到“晋级八强后最想做什么”时,刘雨昊坦言:“最想好好睡一觉。这段时间训练强度很大,每天除了练球就是看战术录像。”年仅19岁的邵文博是三人中最年轻的球员,也是本赛季上城队涌现出的一匹黑马。这位00后突击小将在场上敢打敢拼,场下却透着几分腼腆。

本次“浙BA花火音乐秀”是省级原创音乐IP“不一样的花火”、城市文旅地标西子廊桥盲盒音乐会、全民体育IP浙BA三方的首次重磅联动。演出以舞狮《男儿当自强》开篇,随后《主场,浙BA》《浙BA,势不可挡》两首原创主题曲轮番唱响,将拼搏向上的体育精神融入潮流旋律。球员互动结束后,乐刻健身教练带领全场跳起全民团操,三位球员化身“健身搭档”站在队伍最前排,从一开始跟不上节奏到逐渐找到感觉,跳得满头大汗却不亦乐乎。

据了解,西子廊桥作为浙江“文艺赋美”工程的标志性点位,独创“盲盒音乐会”模式,白天是城市人行通道,夜晚变身无门槛全民户外剧场,累计举办约两百场公益演出,线下观演超600万人次。本次与浙BA的跨界合作,更是将体育热度转化为城市文化流量,探索出一条“体育+音乐+文旅”深度融合的新路径。

“运动+游戏”

“偷瓜”“拧螺丝”……
诸暨飨街第二观赛点玩转夏夜

本报记者 陈素琴 受访者供图

夜幕降临,华灯初上。诸暨飨街的广场上,百余名球迷围坐在超清巨幕前,目光锁定浙BA赛场。“加油!”“防守!”呐喊声此起彼伏,空气中弥漫着美食与汗水交织的夏夜气息……这是7月17日晚,2026浙江省城市篮球联赛绍兴市预选赛诸暨队客场对战柯桥队时,诸暨飨街第二观赛点的热闹景象。

随着浙BA赛事火热开赛,飨街以“飨街不打烊,诸暨赢全场”为主题,正式启动第二观赛点系列活动,将赛事直播、趣味互动、潮玩市集融为一体,为无法亲临主场的球迷打造了一个家门口的“篮球派对”,也为诸暨的夜经济注入了全新活力。

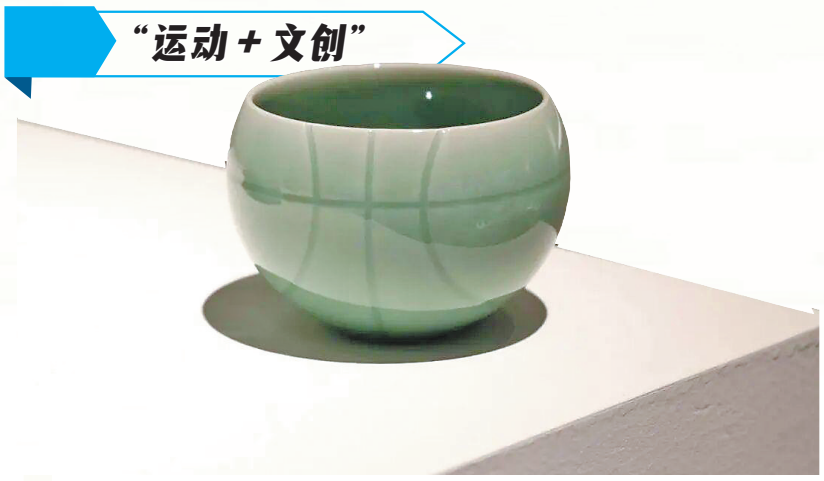
走进飨街观赛点,100余席宽敞的专属座椅整齐排列,现场大屏上实时播送着浙BA比赛。投篮、突破、攻防转换……每一个精彩瞬间都被及时呈现,现场观众的情绪随着比赛节奏跌宕起伏。“在家看球总觉得少了点什么,这里几百人一起喊,感觉就像在现场一样!”球迷周先生是一名有着十多年球龄的篮球爱好者,自从飨街观赛点开放后,他几乎每场必到。“现在约上几个朋友一起为诸暨队加油,热闹有趣,这才是看球该有的样子。”

浙BA赛事的流量,也正在转化为实实在在的消费动能。飨街联动20余家特色商户,打造了美食与文创两大主题市集区,让观众在观赛间隙可以逛吃游乐,实现“看球+消费”的无缝衔接。烤串、奶茶、特色小吃……美食区的摊位前人头攒动,香气四溢。“这阵子营业额提升明显,比赛日晚上能多卖三成。”一家烧烤店的老板也直呼忙不过来,据他介绍,夏季本就是烤摊的旺季,摊位附近设立了观赛点,不少看完球的球迷会留下来吃点东西,坐在一起聊比赛,氛围特别好。文创区则汇集了各类篮球主题周边、手工艺品,吸引了不少年轻游客驻足挑选。一位摊主表示,浙BA相关的文创产品格外走俏,很多人会买个钥匙扣、手环当纪念,既是看球的留念,也挺有设计感。

除了浙BA的精彩赛事,一系列脑洞大开的特色挑战赛也在这个观赛点轮番上演,如6月28日诸暨队对阵嵊州队时的“不正经高考班·偷吃大赛”,7月9日新昌队对阵诸暨队时的“诸暨猹王·偷瓜大赛”,7月17日柯桥队对阵诸暨队时返场的“盲盒拧螺丝大赛”……每场比赛都吸引了大量市民参与,在球场之外,市民们也能在这些趣味项目中找到属于自己的快乐。

据了解,本次浙BA第二观赛点系列活动将贯穿整个2026浙BA赛事周期,全程免费向市民和游客开放。通过“体育+”的深度融合,将赛事流量转化为城市活力,打造出一张专属于诸暨的“篮球之夜”城市新名片。活动负责人宣许锴说:“我们希望飨街不只是一个看球的地方,更是所有诸暨人共享欢乐的城市会客厅——飨街不打烊,诸暨赢全场。”

“运动+文创”



龙泉推出48款浙BA联名文创产品

本报讯 随着2026浙江省城市篮球联赛打响,龙泉千年剑瓷文化借力体育赛事IP加速破圈。目前,龙泉已联动19家设计、生产、销售合作主体,开发48款浙BA专属剑瓷周边,形成从IP授权、创意设计到产品落地的完整产业链。

据了解,首届浙BA联赛总冠军奖杯、奖牌及纪念品均由龙泉剑瓷创作团队精心打造,涵盖20个品类、5595件产品。今年,龙泉与浙BA的官方合作全面升级,产品涵盖首饰、香挂、日用摆件等生活化文创,更贴合年轻人的审美。首批产品已入驻“浙BA”官方抖音账号销售;线下则依托国企运营的“蚍蜉铺子”完成门店铺货,并在龙泉青创三期、城市阳台设置长期展示专区,方便球迷与游客实地打卡选购。

在元源剑坊,一款印有浙BA-LOGO的宝剑形挂件吸引了不少游客驻足。设计师邹琦介绍,这款“篮不住热爱”联名挂件上市后便大受欢迎,目前已销售2000多套。

作为参与设计首届浙BA联赛总冠军纪念品的设计师,金鑫新开发的“篮星杯”同样市场反响热烈。该产品以篮球经典线条纹路为灵感,杯身分别采用质朴灰釉与粉青釉。“这是一款将运动活力与青瓷温润融为一体的文创产品。”金鑫说,目前“篮星杯”已销售3000余套,销售额超50万元。龙泉市剑瓷产业运营管理有限公司相关负责人表示,借力浙BA,龙泉将大力推动青瓷、宝剑产业化发展,带动本地中小企业打开销路、提升销量,让更多群众了解千年剑瓷匠心,实现文化出圈、产业增收,打造龙泉特色体产融合样板。

(通讯员 韩 婕 杨世丹)