



一城烟火因赛事升温

——透视浙BA“南哥”IP的流量密码

本报记者 谢嘉伟

比赛日经济新图景

8月1日,2026“淘宝闪购·农商银行”浙江省城市篮球联赛(浙BA)温州市预选赛即将迎来半决赛。苍南队自开赛以来表现强势,以A组第一晋级,将坐镇主场迎战瓯海队。这座位于浙江最南端的滨海小城,不仅在赛场上势如破竹,在赛场之外同样有着强劲表现。

在首届招商1500余万元、实现政府财政零投入办赛的基础上,苍南队今年继续打造“南哥”IP,推出篮球嘉年华冠名权合作,统一运营“南哥一条街”,注册“南哥”商标……苍南正在通过一场场浙BA赛事,书写以赛营城、流量兴产的山海故事。

赛事的精彩不止于场内

看一场浙BA,当天的“旅程”从来不只是赛场内的比赛。赛场之外,各色美食、新奇好物等都是赛前赛后等待广大球迷探索的宝库。而如何做好“场外文章”,正是苍南全力打造城市名片的主攻赛道之一。

今年的浙BA揭幕战,苍南主场外“南哥一条街”的名号被更多球迷熟知。这条始于去年浙BA的市集,秉持

“品牌化”发展理念,构建起“市场化自主造血、常态化全年开市”的运营体系,成为省内众多浙BA场外市集中的佼佼者。

“南哥一条街”背后的消费数据颇为亮眼。在6月26日揭幕战当天,“南哥一条街”市集总到访人次突破10万,130余个各具特色的摊位实现销售额超30万元,带动其他“第二集中观赛点”销售总额超100万元。截至7月30日,“南哥一条街”实现销售额突破106万元,累计客流量68.6万人次,成为浙BA赛场外最具辨识度的消费新地标之一。

值得一提的是,今年“南哥”的脚步也不局限于苍南主场,借助苍南队客场比赛的契机,当地组织“南哥一条街”特色餐车奔赴文成、泰顺两地开展外展经营。餐车集中展销苍南本土特色产品,以赛事为纽带走出县域,对外展示苍南风物美食,推动苍南特色产品辐射周边县域,持续扩大“南哥一条街”品牌影响力。

“‘南哥一条街’已经成为一个品牌,将拓展至苍南所有第二观赛点。”今年负责“南哥一条街”常态化运营的苍南县融媒体中心相关负责人表示,苍南队打到哪,“南哥一条街”移动售卖车就跟到哪。

一张票串起山海游全城

对于苍南来说,让广大球迷享受一日观赛乐趣仅是第一步,在赛场之外留住球迷才是更深的文章。

去年,苍南和浙数文化合作开发了“乐游168”小程序,游客登录小程序后,选择“南哥”AI伴游,一站式搞定“吃住行游购娱”。首届浙BA,从2025年7月13日苍南队亮相温州市预选赛,至2026年1月16日队伍憾别赛场,全县限上住宿业营业额达1.19亿元,同比增长20%;限上餐饮业达6.13亿元,同比增幅高达29.1%。2025年苍南县接待过夜游客632.6万人次,增长25.5%,增速温州市第1。

今年,苍南联合百家文旅业主推出“百万暑期文旅消费折扣大礼包”,涵盖“跟着浙BA去旅行”六大特色消费场景。渔寮大沙滩、玉苍山国家森林公园等8个A级景区免费开放,约20家民宿酒店推出最低5折优惠。同步推出“南哥”168黄金海岸旅游路线,游客凭借一张交通票根或浙BA门票,即可解锁系列消费优惠。“去年每次跟着苍南队去客场做文旅推介,都会受到不少球迷关注。”苍南旅投集团国际旅游有限公司总经理黄为明表示,正因如此,公司业

务在今年迎来了爆发期,仅上半年的营收就接近往年全年的量。

赚“吆喝”更赚城市形象

在这个“酒香也怕巷子深”的年代,如何利用体育赛事擦亮一张城市名片,成为省内各地思考和探索的方向。浙BA期间,苍南在卖力“吆喝”这方面“玩了一把大的”。

去年浙BA,央视首次直播苍南队主场迎战杭州队的比赛。今年6月23日,揭幕战当天,央视直播车开进苍南体育馆,话题热度持续攀升。浙BA新赛季,苍南赚足了第一波流量。对于苍南而言,这是品牌曝光与城市营销的重大机遇。“赛事要出色、城市要出圈”,从一开始,苍南就将浙BA与城市营销牢牢绑定。

苍南通过组建“南哥创享汇”,打通线上线下、官方民间传播渠道,以本土化、年轻化的镜头讲好本土故事。

可见,一声“南哥”的口号背后,不仅是对球队的助威,更是一座城市对体育的热爱以及对“体育+”的无限想象。以浙BA为窗口,苍南充分挖掘了赛事蕴含的经济价值、文化认同、城市发展等方面的深层潜力,成为区域性赛事可持续发展、文旅体多业态融合的出彩范例。



直击省运 拳力逐梦

7月30日至8月4日,浙江省十八届运动会“巨化杯”拳击比赛在龙游举行,吸引了全省10支代表队共计206名青少年拳击运动员参赛。赛事设男女甲组、男女乙组、男子丙组多个公斤级竞赛组别,为全省青少年拳击运动员搭建了同台切磋、突破自我的舞台。

组委会供图

浙江农商联合银行激活浙BA“双向增益”新生态



详见2版

普陀队: 跨域练兵,卫冕是新起点



详见3版

宁海队: 欲以“快”字驰骋省赛



详见4版

超30万! 杭马报名人数又创新高

中签率仅为10.27%

本报记者 洪漩

本报讯 昨日上午10时,2026杭州马拉松抽签结果正式揭晓。本届赛事报名人数达到304296人,再创历史新高。

2026杭州马拉松定于11月1日鸣枪开跑,赛事设置全程马拉松、半程马拉松两大项目,总规模扩大至3.6万人,其中全程马拉松2.2万人、半程马拉松1.4万人。

数据显示,本届赛事报名热度较去年大幅增长。赛事总报名人数304296人,较2025年的200778人显著增加。其中全马项目报名121562人,报名人数较去年增长83.32%;半马报名182734人,相比去

年增长68.39%。综合计算,赛事整体中签率为10.27%,相比去年,中签难度进一步加大。其中,今年全马中签率为15.72%,半马中签率仅有6.68%。

本届共有2027名跑者通过各类渠道获得直通资格,无需参与公开抽签:全马直通1608人,半马直通419人,直通通道包含成绩直通、永久号码直通、浙马积分赛直通、西湖半马直通四类。除直通选手外,全马公开中签18852人,半马公开中签12181人。

杭马持续彰显国际化吸引力,共有

来自全球62个国家和地区的跑者报名。海外报名人数排名前五的国家分别为日本、新加坡、韩国、美国、马来西亚。国内报名选手覆盖全国31个省(区、市)及港澳台地区。浙江省内报名118922人,位居全国各省区市首位;江苏、上海、广东、北京为省外报名热门地区。

需要提醒的是,中签选手须在7月31日10:00至8月5日17:00完成缴费,逾期未缴费视为放弃。此外,全马和半马中签者须在此时间段内上传2025年11月1日及以后的体检报告。