

淘宝闪购： 在浙BA比赛日掀起消费热潮

本报记者 高玲玲

淘宝闪购 | W华莱士 喜姐炸串 窑鸡王 宝圆圆 紫燕百味鸡

“勇往直前” “闪购”
上淘宝闪购搜“浙BA”请客5万份

2026农商银行 闪购 浙江

淘宝闪购×奉化送桃
力挺宁波

随着一场场激情四射的赛事在浙江省内各地市打响,2026“农商银行·淘宝闪购”浙江省城市篮球联赛(浙BA)将篮球的火苗席卷之江大地。赛事期间,作为连续两年的赛事总冠名商,淘宝闪购以“深耕本土、激活消费”为策略,点燃了一座座城市的篮球热情和商业活力。

赛事与平台深度绑定

在去年首届浙BA的合作中,淘宝闪购以“赞助商”身份参与,一方面通过无人机、飞艇等视觉奇观为球队助威,另一方面通过送出“秋天的第一杯加油奶茶”等多元活动,在品牌声量层面完成了与浙BA的首次连接。而今年的新一届浙BA,淘宝闪购加大了对赛事的投入,参与浙BA的方式从品牌曝光走向深度共建。

在苍南打响的本届浙BA揭幕战中,淘宝闪购联合一鸣、新时沏、华莱士等温州本地头部品牌,在现场送出5万份观赛套餐,将“观赛点外卖更优惠”的核心信息直接植入球迷的观赛体验中。“品牌+本地商家+赛事场景”的三方联动,成为淘宝闪购今年的标准打法。

宁波市预选赛期间,淘宝闪购进一步加码——联动本地5大头部品牌推出5万份专属免单,特别是在奉化队VS余姚队的比赛中,淘宝闪购通过场内TIFO、巨型水蜜桃气模展示营造话题事件,并在场外联合奶茶品牌打造“浙BA加油站”为宁波加油,形成场内场外的传播闭环。

此外,随着8月各地预选赛相继落幕,淘宝闪购继续联合平台品牌送出超20万观赛套餐,持续为赛事增加热度。

“我们不局限于把品牌logo放在赛场上,而是致力于把每一个比赛日都变成一次本地消费的小高峰。”淘宝闪购整合营销总监朱吉朗这样总结。

线上线下赋能全场景消费

本届浙BA,淘宝闪购在触达深度和广度上也进行了系统性布局。

线上,淘宝闪购在App内开设“浙BA”专属会场,用户搜索“浙BA”即可一键领取浙江省加码补贴的专享券包,涵盖满50减25红包、夜宵和下午茶场景红包、零售红包等多品类福利。此外同步推出猜球赢好礼、抽浙BA门票、抽联名金篮球饰品等互动玩法,将观赛行为与消费行为直接挂钩。

数据表明,这种“内容+福利”的组合策略效果显著。截至目前,浙BA专享券包总发超840万张。用户福利层面,淘宝闪购打出“有比赛就有免单红包”的口号,每天设置3个免单抢购时间点,持续强化“观赛点外卖更优惠”的用户习惯。

线下,淘宝闪购的媒介覆盖几乎“无孔不入”。通过大屏、公交候车厅、社群门禁、道闸、电梯电子屏等形式,全省出街浙BA相关线下媒介点位达4.2万个,总曝光超5亿次。尤其值得关注的是,这些点位精准布局在省内各大体育馆周边路面和社区,实现了赛事场景与生活场景的无缝衔接。

在传播层面,淘宝闪购在抖音、小红书、微博三大平台发布达人内容,本地曝光1.1亿+,互动160万+,线上声量与线下曝光形成合力,让“淘宝闪购冠名浙BA”的信息穿透不同圈层。

让赛事福利更加普惠

淘宝闪购与浙BA的合作,并非单向的品牌曝光,而是试图激活一整套本地生活服务生态。

2026浙BA各市预选赛期间,淘宝闪购携手超10万个商家参与赛事福利发放,涵盖餐饮连锁品牌与中小商家,在赛事期间送出百万份浙BA联名观赛套餐。去年首届合作的数据已证明这种模式的爆发力——赛事期间,平台上餐饮连锁品牌和中小商家的生意分别环比增长170%和140%,咖啡、饮品、小吃等多品类订单增长超150%,下午茶、夜间等场景订单增长超170%。今年预选赛阶段,这一模式在省内各地不断复制,让“赛事流量”转化为“商家销量”。

“我们的目标不仅是让球迷们朋友们在观赛时点外卖有更多选择和优惠,参与活动的商家也能在赛事期间生意更旺。”在朱吉朗看来,浙BA之所以动人,是因为它扎根在生活里。“今年我们继续全力投入,用篮球连接热爱,用诚意回馈生活,让浙BA的篮球火不断燃烧。”

随着省级争霸赛即将拉开帷幕,28支队伍将向最终的荣耀发起冲击。淘宝闪购也将继续全程陪伴赛事推进,根据赛程节奏持续推出更多福利和互动玩法,如在平台发放免单券、开展“浙BA开渔争先”等活动,让浙BA的重点比赛日成为省内各地消费的小高峰。而伴随着这些消费高峰,淘宝闪购与浙BA的故事,也将进入更加精彩的章节。

