

湖州：一颗篮球，湖州打出了“两本账”

本报记者 郭乐天



决赛现场氛围火热



赛场外市集人气旺盛

日前,2026“农商银行·淘宝闪购”浙江省城市篮球联赛(浙BA)湖州市预选赛收官,安吉队加冕冠军,将与湖州队携手晋级省级争霸赛,湖州依托赛事热度与人气,延续赛事带动效应,不仅推动篮球运动进社区、进校园、进乡村,也让短期赛事流量向长效文旅消费持续转化。

赛场内:多措并举,激发内生热爱

在资格审查方面,湖州严把运动员参赛和裁判员执裁“两道关口”,擦亮赛事公平底色。运动员方面,规范核查120名报名人员信息,剔除5位不符合参赛条件人员。裁判员方面,湖州不仅建立赛区优秀裁判员库,还创新搭建“专班核查+观察员驻场+社会监督+技术监督+申诉闭环”的五位一体监督体系,并在全部23场预选赛均派驻场观察员,确保执裁问题即时发现、即时处置。

考虑到上班族、学生群体的观赛时间,湖州的预选赛赛事基本都安排在晚上。预选赛举办期间,面对台风“巴威”来袭的影响,赛事组委会第一时间做出赛事暂停并改期的安排,明确已购票券延期继续有效,对无法到场观赛的观众开通全额退款通道,维护每一位观众的权益,获得观众的广泛认可。

赛场外:部门协同,流量变消费增量

除了体育部门,公安、医护等多部门也联动协同做好赛事保障。针对预选赛期间主客场轮转、现场观赛人流集中的实际情况,累计出动3000余名安保、医护人员定点值守,做好分区引导、秩序维护、应急救助、公交接驳等工作。赛前常态化开展应急疏散、突发事件处置实战演练,切实提升应急处置能力。此外,对于预选赛期间产生的各类申诉和咨询均做到回复办结,切实维护了各参赛队伍和球迷的合法权益。

除了线下火热,赛事在线上的传播热度也同步攀升。20场循环赛和3场决赛的线上累计观看人次突破300万。2026浙BA开赛以来,湖州市预

与去年湖州市预选赛采用单循环赛制不同,今年5支区县代表队在预选赛阶段开展主客场双循环较量,累计开展20场循环赛,积分榜前两名晋级决赛。决赛则实行五场三胜主客场赛制,交战双方安吉队和长兴队交替使用本地区主场开展对决。主客场双循环赛制搭配多回合决赛的模式,不仅增加了赛事密度,还尽可能地降低了偶然因素带来的干扰,真正让竞技实力决定比赛胜负,以严谨公平的竞赛环境充分保证参赛球员的打球热情,进一步激发各队球员参与篮球运动的内生热爱。

五场三胜制的决赛,虽然最终以安吉队连胜3场收官,但这3场比赛场场激烈,每一场都打到最后时刻才分出胜负,让观众直呼不虚此行。8月6日决出冠军的第三场决赛,门票开票后迅速售罄,观众的观赛热情可见一斑。

选赛现场观赛人次突破3万,线上直播总流量超过8000万,充分印证赛事具备的强大号召力。

湖州打造特色风物市集,持续擦亮“柠檬奶之夜”主题观赛集市IP。决赛第三场当日,湖州体育馆外集结多家优质商户,打造专属赛事消费场景,当日市集人流量破万,带动周边餐饮、零售销售额环比增长超13.6%。市集创新推出集星卡兑换、票根权益等互动玩法,有效提升群众观赛黏性与参与热情。

今年,湖州走出了“一县一风情、一场一景致”的特色办赛之路,串联起非遗文脉、山野风光、市井市集,点燃全城烟火、聚拢八方人气。值得一提的是,依托今年新上线的

此外,为了更好地体现公平竞赛原则,湖州还在预选赛开赛前对全市5个区县主场馆开展全覆盖排查检修与标准化升级,统一赛场竞赛硬件、功能分区、配套保障三类标准,并完成多处场馆点位改造及专业竞赛设备更新。同时,还在各场馆内严格划分运动员、裁判员、媒体、观众等专属功能区块,配齐安保值守点位、驻场医疗服务点和应急物资储备。



球迷为队伍助威

湖州“体旅通”平台,湖州共投放体育消费券61万元,将浙BA赛事与暑期消费季活动相结合,撬动直接消费200万元,并推出寻味、乡野、清凉、燃动、光影、趣学六大主题消费体验活动。

湖州依托亲民票价、全域票根优惠政策,联动全市景区(如南浔古镇、长颈鹿庄园等)、精品民宿、特色餐饮、商超商户推出专属礼遇。安吉竹海星光集市、德清“湖来”集市等各区县特色市集形成全域联动,高效推动赛事流量转化为消费增量、文旅增量,带动消费超670万元。

记者手记

场上一个冠军 场下一城赢家

历时一个多月的湖州市预选赛已经落下帷幕。安吉队作为新科预选赛冠军自然吸引了不少目光,但真正的赢家,并不只安吉队一个。

预选赛期间,湖州各地群众习惯了较劲,也习惯了热闹。场上针锋相对,场下惺惺相惜,成为常态。当终场哨声响起的那一刻,有人因没能为家乡球队赢下比赛而心有不甘,有人因还想为家乡再呐喊一次而满是不舍,每一份不甘与不舍的背后,都是对家乡滚烫的热爱。

在这片属于篮球的江湖里,胜负从来不是单一维度的,球员拼的是球技,球迷秀的是热情,更不用说赛事之外还有各地文旅的展示。印有球队标志的周边产品,成了年轻人追捧的潮物;场馆周边的餐饮住宿,每逢比赛日就人气爆棚;南浔古镇、莫干山等景点,更是迎来一波又一波外地球迷打卡……由浙BA带来的流量,湖州稳稳拿捏。可以说,赛事成了湖州最好的“推介官”,让更多人看到了这里的山水之美和人文之韵,也让城市的烟火气愈发浓郁。这份价值,或许比赛本身更加珍贵。

一场球赛把竞技精神、地域文化和城市魅力,毫无保留地展现出来,每家都已经是赢家。

省级争霸赛的脚步越来越近。接下来,安吉队将与湖州队联袂出现在省级舞台上。那时,“湖州E定赢”的呐喊声一定会更加响亮。

(郭乐天)