

# 南孔 圣地

# 人文周刊

Home of Southern Confucianism Culture Weekly

一张流动的城市名片

## “浙BA”撬动衢州文旅热

记者 王红岭

当下,浙江省城市篮球联赛(以下简称“浙BA”)激战正酣,这场席卷浙江省11地市的篮球赛事,早已超越竞技体育本身,成为浙江各地文旅融合发展的纽带。在衢州,这场赛事更是将篮球激情与南孔文化、特色美食、非遗文创深度融合,成功撬动衢州文旅消费热。

►赛场外的衢州古城应援车。记者 单一迪 摄



### 1 赛场变文旅舞台 沉浸式感受衢州味

“浙BA”城市争霸赛,衢州有两个主场,一是柯城队的主场衢州职业技术学院体育馆,一是衢州队主场衢江区体育馆。

每逢比赛日,主场体育馆都人气爆棚,场上是精彩纷呈的篮球盛宴,场下是精心编排的文旅嘉年华,热闹非凡。

比赛中场,是集中展示衢州本土文化元素的时间段。国风街舞《闻礼》用动感舞蹈搭配书简道具,将南孔文化的儒雅与年轻时尚融为一体;西安高腔国潮秀则把舞台搬到篮球场,戎装扮相与篮球拼搏精神交织,让人眼前一亮;中国民族打击乐《龙腾虎跃》的激昂鼓点,更将现场气氛推向高潮,让外地球迷直观感受衢州的文化张力。“古老的文化用年轻时尚的形式表现出来,活力满满,非常惊艳。”温州球迷廖芸晓说。

文创元素同样成为赛场下的“宠儿”。取材于“衢州三怪”的“啊不”“哎呀”“铁头”,凭借软萌造型圈粉无数,既展示了衢州鲜活的城市特色,也成为球迷互动的热门符号。而场馆外的“文化+”共富市集,更是将“衢州味”拉满:“三头一掌”、水晶糕、邵永丰麻饼等美食香气扑鼻,江山猕猴桃、常山胡柚汁等农特产品新鲜亮相,融入南孔元素的文创产品巧思满满。

正如衢州市旅游发展中心张正浩所说,“浙BA”主场早已不是单纯的竞技场地,而是展示衢州文艺与文创的“大舞台”,让观赛成为一场沉浸式文旅体验。



8月17日,衢州队VS嘉兴队比赛现场,两队互赠礼品。记者 单一迪 摄



9月2日,柯城队对战余姚队,立春鼓再次在现场播响。记者 谢丹 摄



台州仙居的球迷项惠媛抽中衢州文创产品及景点门票。记者 黄紫依 摄

### 2 应援车成推介衢州的移动窗口 助推衢州魅力“走出去”

“浙BA”是一张流动的城市名片。不管是衢州球队奔赴客场,还是外地球迷赶来衢州主场,“浙BA”早已化身推介衢州文化的“移动舞台”。

赛前的伴手礼交换环节,孔庙书签、“夜游信安湖”船票、衢州鸭头、古城明信片等带着浓郁本土特色的礼物,成为客场球队与球迷认识衢州的“第一触点”。

赛场外的应援车,是推介衢州的移动窗口。嘉兴秀湖全民健身中心外,衢州古城应援车前排起长队,球迷们品尝着“南孔儒咖”,对衢州的好奇与向往油然而生。“连咖啡都有文化味,一定要去衢州古城逛逛!”嘉兴姑娘吴一泓的话,道出了不少外地球迷的心声。

“为宣传推介衢州,我们特意打造了衢州古城‘浙BA’应援车,衢州队的比赛打到哪里,我们的应援车就驶向哪里。”张正浩说,在衢州古城应援车上,他们准备了空心饼、南孔围棋元素冰箱贴、《论语》文创、双柚汁、儒学文创、朱炳仁铜文创、衢州鸭头、高家非遗馒头等数十种文创产品。后续,他们不仅要跟随衢州队走遍每一个客场城市,还将把行程扩展到徐州、南京、上海等江浙沪各大城市,持续宣传推介衢州。

与此同时,衢州文旅部门借势推出“客场福利”:持有“浙BA”赛事门票的外地球迷,可享受赛前赛后3日全市14处核心景区免费游。而“双城鉴会客厅”展台里,衢州莹白瓷、衢青青瓷等文创产品持续吸睛,30余种特色展品让客场城市更直观地感受衢州魅力。这种“走出去”的传播模式,不仅为“浙BA”注入文化内涵,更搭建起衢州与其他城市的文旅互动桥梁,让更多人萌生“去衢州看看”的念头。

### 3 球迷打卡忙 衢州文旅消费热起来

“浙BA”带来的文旅热度,最终落在了球迷的实际行动上。

8月30日柯城队对战台州队的比赛当晚,衢州职业技术学院体育馆外的“供销社”热闹非凡,喜多滋水晶糕、华墅莲蓬等美食,毛线钩织、敬林雕刻等非遗文创,让赛场变成了文旅嘉年华。

台州球迷陈军第一次尝到“三头一掌”,直言“辣得鲜香,不愧是衢美食招牌”。

“打卡衢州古城趣乡村赢好礼”展台前,仙居球迷项惠媛抽中孔庙冰箱贴、景区免费门票后,当即决定留在衢州,趁周末打卡水亭门、北门街,去马站底寻觅美食。

柯城姑娘小余更是抽中了“锦鲤礼包”,其中包括浙江卫视跨年演唱会双人门票、衢州自由门票。“我就是本场比赛最大的‘锦鲤’。”小余说,逛遍衢州各大景点一直是她的心愿,这次一次性满足她所有的愿望,非常棒!她也诚挚邀请广大球迷多来衢州逛逛,赏美景,尝美食。

这样的互动并非个例。“打卡衢州古城趣乡村赢好礼”活动现场,200份含文创帆布袋、南孔爷爷吉祥物、景区门票的奖品,一小时内被抽走近百份。活动策划方介绍,他们把“趣乡村”抽奖活动搬进“浙BA”赛场,搬进衢州古城文化景观旅游区,就是为了把赛事的高人气转化为文旅消费的高“流量”。

球迷的反馈印证了这一思路的成功:他们因赛事而来,因文化而留,在观赛之余逛古城、品美食、买文创,让“一时热闹”变成“持续消费”,真正实现了“观赛赏景两相宜”。

“这场赛事不仅点燃了体育激情,还成为撬动衢州文旅热的关键点,为‘体育+文旅’融合发展提供了生动的衢州样本。”衢州市文化广电旅游局相关负责人说,从主场的文旅展示到客场的文化交流,从市集的烟火气到球迷的深度体验打卡,“浙BA”以篮球为媒,为衢州凝聚了人气,也让衢州的儒学之风、有礼之风、文旅之风刮进更多人心。



衢州市新闻传媒中心主持人白雪向观众推介衢州。记者 单一迪 摄