



以赛为媒，双轮驱动

——粤BA、粤超赛事赋能阳江高质量发展的思考

刘海粟

以赛兴城，激活高质量发展动能

激活城乡消费潜力，打造经济增长新引擎。以粤BA、粤超赛事为契机，深入实施“赛事+消费”行动，精准激活体育、文旅、餐饮、住宿、购物等领域消费潜力，打造“一场赛事、繁荣一片、带动全域”的消费新格局。赛场内，打造惠民消费场景。严格执行赛事惠民票价，粤BA赛事设置最低票价8.8元，粤超赛事最低票价低至10元，吸引超10万人次现场观赛；设置体育用品展销、文创产品售卖、特色小吃体验等消费场景，推动观赛与消费相互转化。赛场外，强化全城消费联动。联合全市住宿服务业，推出“观赛享优惠”活动，球迷凭赛事门票或观赛凭证可享受住宿打折、餐饮满减、景区免票、购物让利等优惠措施，带动相关行业消费活跃。同时，将赛事消费向县域和乡镇延伸，联动阳春、阳东、阳西开展“赛事进乡村”“观赛游田园”等活动，将赛事流量转化为经济发展的变量。

深化文旅商旅融合，构建全域发展新范式。立足阳江海丝文化、滨海风光、民俗风情、生态田园特色优势，以粤BA、粤超赛事为纽带，打破文体、商旅、康养等领域壁垒，构建文旅商旅深度融合、互促共进的发展新模式。推进“体育+文化”，举办漠阳文化节，开展非遗展演、诗词诵读、风筝文化、海丝讲座等活动，打造体育文化长廊，让场馆成为文化传播阵地。做优“体育+旅游”，推出观赛+旅游精品线路，串联核心景区，实行赛事门票与景区免费联动，吸引球迷观赛旅游。做强“体育+商业”，打造体育消费商圈，开发赛事主题活动、定制伴手礼，延伸赛事产业链。做实“体育+乡村”，推动赛事氛围下沉乡村，联动乡村旅游、农产品展销与民俗体验，以体育赋能“百县千镇万村高质量发展工程”，助力城乡融合与乡村振兴。

提升城市品牌形象，展现漠阳大地新风采。以粤BA、粤超赛事为传播窗口，系统展示阳江城市形象、发展成效与特色资源，持续擦亮“海丝名城、活力阳江”的城市品牌。赛场上，阳江健儿在赛场上奋勇争先，展现出“团结协作、顽强拼搏、永不言弃”的体育精神；赛场外，市民文明观赛、热情好客，彰显良好的城市文明素养。赛事

盛况，通过省级、国家级媒体广泛传播，让外界看到一个充满活力、积极向上的团结奋进的阳江。凸显城市特色魅力。依托赛事宣传，深度推介阳江“山海风光、海丝文化、风筝之乡、美食之都”特色，让“到阳江看球、游山海、品海鲜、赏非遗”成为热门选择。凝聚城市精神力量。以赛事为纽带，激发全市人民的归属感、认同感与自豪感，无论是赛场内的呐喊助威，凝聚起“热爱阳江、建设阳江、发展阳江”的强大精神力，为城市高质量发展注入源源不断的精神动力。

夯实全民健身基础，加快体育强市建设步伐。以承办粤BA、粤超赛事为契机，推动全民健身与全民健康深度融合，加快体育强市建设步伐。完善体育设施建设。借赛事东风，加大体育设施投入，推动体育资源向基层延伸、向乡村覆盖，逐步构建“城市15分钟健身圈”和“乡村就近健身圈”，提升公共体育服务的可及性。丰富全民健身活动。以赛事为引领，带动全市全民健身热潮，举办各类全民健身活动，引导体育活动成为市民日常生活方式。培育体育产业生态。以赛事为牵引，带动体育培训、体育场馆运营、体育用品制造、体育旅游、体育传媒等体育产业发展，吸引体育企业落户阳江，培育本土体育市场主体。鼓励社会资本参与体育产业发展，打造集赛事举办、健身休闲、体育培训、体育消费于一体的体育产业综合体，推动体育产业成为阳江经济发展新增长点。

健全长效机制，持续放大赛事赋能效应

粤BA、粤超赛事的成功举办，为阳江高质量发展注入了强劲动力。体育赋能城市发展是一项长期工程、系统工程，阳江在实践中不断总结经验、拓展路径，推动赛事效应持续释放，促进体育与经济社会发展深度融合。

健全长效机制，推动赛事常态化。建立赛事承办、宣传推广、消费联动、服务保障长效机制，将粤BA、粤超赛事经验固化为制度成果。持续优化体育场馆运营管理，推动场馆免费或低收费开放，提高场馆利用率；定期举办市级篮球、足球联赛，培育本土赛事品牌，形成“省级赛事

引领、市级赛事支撑、基层赛事活跃”的赛事体系。同时，健全“政府引导、市场运作、社会参与”的赛事运行机制，鼓励企业和社会组织参与赛事举办、赞助与运营，提升赛事组织化、专业化水平，推动赛事持续健康发展。

深化融合发展，培育发展新动能。持续深化“体育+”融合发展，推动体育与文化、旅游、商业、康养、乡村振兴等领域协同联动、融合发展。打造“体育旅游”特色品牌，推出更多“观赛+旅游”“运动+康养”精品线路，培育滨海运动、山地越野、风筝竞技、沙滩足球等特色体育旅游产品，提升体育与旅游融合发展的吸引力与承载力。壮大体育产业规模，培育体育消费市场，引导企业开发体育文创、体育用品、赛事服务等产品，延伸体育产业链条，增强产业活力。推动体育资源向乡村下沉，持续举办乡村体育赛事，以体育赋能乡村振兴、产业振兴、人才振兴。

强化宣传推介，擦亮城市金名片。以赛事为载体，持续加强城市宣传推介，构建多渠道协同发力的传播格局。深入挖掘赛事背后的城市故事、文化内涵、发展成就，全方位展示阳江城市形象。加强与省内外媒体、文旅平台合作，开展联合宣传、精准推介。将体育精神融入城市文化建设，培育“崇尚运动、追求健康、积极向上”的城市风尚，强化体育在城市文化体系中的支撑作用。

坚持惠民利民，共享发展新成果。坚持以人民为中心的发展思想，推动赛事红利向民生领域转化。持续完善全民健身设施网络，扩大体育公共服务供给，让更多市民在家门口享受优质服务。丰富全民健身活动形式，开展群众喜闻乐见的体育赛事与健身活动，满足不同群体多样化体育需求，促进全民参与。通过体育带动就业、促进消费、改善环境，让体育发展成果更多更公平惠及全体市民，不断增强群众的获得感、幸福感、安全感。

阳江要继续以赛事为媒、以体育为翼，持续激活山海禀赋，深化文旅商旅融合、凝聚全民奋斗力量，不断书写体育赋能现代化滨海城市建设的新篇章，让“绿能之都 海丝名城”在南粤大地绽放更加绚丽的光彩！
作者单位：阳江职业技术学院

以粤BA 粤超 助推文商旅体融合

徐梓倩

粤BA已火热开赛，粤超也蓄势待发，首次实现“双赛联动、全域覆盖”。在阳江，赛场不仅是竞技的舞台，更成为文旅、美食、消费的汇聚点。一场球赛，把城市活力、滨海风光和本土文化串联起来，激活了周末经济，也为文商旅体融合提供了鲜活实践样本。

赛事热潮为阳江注入新动能

粤BA与粤超是广东落实全民健身国家战略、推进体育强省建设的重要抓手。两项赛事覆盖全省21个地市，赛程贯穿全年，具有高频次、广参与、强带动的特点。主动融入这一省级赛事体系，是阳江提升城市能级、响应百千万工程中“以赛促产、以赛兴城”要求的战略选择。

从经济维度看，在传统消费增长趋缓的背景下，体验式、场景化消费正成为新的增长点。体育赛事天然具有聚人气、带流量、促停留的功能。阳江拥有滨海旅游、海丝文化、五金刀剪等独特资源，通过将赛事与旅游、餐饮、住宿等环节有机串联，能够产生“一场球赛带动一条产业链”的乘数效应。

从社会维度看，从村BA的火燎到省级联赛的升温，反映出民众对本土体育文化的强烈认同需求。阳江通过主场赛事营造全城助威、全民参与的氛围，既能够增强市民归属感，也能够以体育为媒介，向外界传递开放、活力、奋进的城市形象。

文商旅体融合的阳江实践

在粤BA阳江主场——市体育馆，赛事间隙不再是单调的竞技节奏，而是融入了阳江醒狮、街舞表演等本土文化元素。赛前，激昂的醒狮引领球员入场，以传统民俗提振士气；中场休息时，观众在欣赏活力街舞的同时，还可参与互动赢取阳江特色礼品。赛场大屏同步播放海陵岛、海丝博物馆、风筝节等宣传片，实现了场内观赛、场外种草的传播效果。

围绕场馆，阳江初步形成了“赛前逛市集—赛中看球赛—赛后品夜宵”的消费动线。以“广货行天下”为主题的特色展区，汇集了阳江豆豉、漆器、漆器等非遗精品。主场比赛日，周边餐饮、夜市客流量增长明显，“看一场球、品一味鲜、买一把刀”正成为新的消费习惯。

特别值得关注的是赛事带动的“双城互动”。在阳江队与珠海队的首战中，两地以美食下战书：珠海以白蕉海鲈发出邀约，阳江则以程村蚝回以“蚝”情万丈。中场环节，双方互赠阳江刀、海鸭蛋等特产，队员赛后互约宵夜。实践证明，赛事已成为城市间情感连接的纽带。阳江文旅部门顺势推出“跟着赛事游阳江”活动，凭票根即可享受A级景区和精品酒店折扣，初步形成了“一日比赛、多日停留”的文旅消费模式。

优化文商旅体融合的策略建议

进一步释放赛事经济的带动效应，需要从制度、资源、配套设施等方面协同发力。

一是强化顶层统筹，凝聚融合发展合力。建议由政府牵头，联动文旅、体育、商务等部门，制定贴合本土的文商旅体融合专项方案。整合阳春、阳西、海陵岛等县域资源，推动市区与县域协同发展。同时将赛事融合经验延伸至风筝节、龙舟赛等本土活动，打造“四季有赛事、月月有活动”的融合格局，实现赛事红利常态化。

二是深挖本土资源，创新融合消费场景。立足漠阳文化优势，将非遗资源、特色物产深度融入赛事。在赛场周边打造沉浸式文化体验区，增设非遗互动、美食试吃等环节。优化“观赛+旅游”线路，联动核心景区推出定制化套餐，推动旅游消费向县域、乡村下沉；联动本地商户，拓展“赛事+电商”模式，借助赛事直播带货，拓宽本土特产销售渠道。

三是完善配套设施，提升消费体验质量。针对赛事流向，优化场馆周边交通布局，破解观赛拥堵难题。提升市区及景区周边酒店、民宿服务质量，推出球迷专属套餐；规范场馆周边及河堤路宵夜街经营秩序，完善标识指引与卫生保障，加强消费环境监管，让“瞬时流量”变为“口碑留量”。

四是强化品牌营销，扩大融合辐射效应。充分发挥“互联网+”优势，策划“在阳江看球”“漠阳赛场·山海盛宴”等社交话题，利用短视频平台进行裂变传播。围绕阳江主场打造专属视觉标识与宣传口号，联动本地媒体、文旅博主及网红达人，持续输出赛事精彩瞬间、山海风光与本土美食内容。通过线上话题引爆、线下场景引流，让“跟着赛事游阳江”成为大湾区体育旅游的新风尚，持续擦亮“活力阳江”的城市名片。

结语

粤BA与粤超将为阳江文商旅体融合注入新动能。随着赛事红利的持续释放，阳江正以体育为媒，将城市活力、文化魅力和消费潜力紧密串联。这不仅是一场竞技的盛宴，更是一次山海与文化的深情相拥，正共同绘就一幅“赛场+山海+美食+文化”的现代化城市新画卷。

作者单位：广东海洋大学阳江校区

以粤BA 赛事流量撬动消费增量

隆斐

在体育强国建设与区域协调发展战略的双重驱动下，粤BA为各地市激活城乡消费潜力、推进文商旅体深度融合提供了重要契机。作为粤西滨海重镇，阳江正处于打造“绿能之都 海丝名城”、落实“百千万工程”的关键阶段。

抓住粤BA赛事契机，不仅能够填补阳江在高端体育赛事领域的短板，更能够通过“赛事流量”撬动“消费增量”，探索出一条具有阳江特色的体育赋能城市发展新路径。

从“观赛热”到“消费潮” 赛事经济激活城乡消费

篮球赛事对消费的拉动具有乘数效应。借鉴浙江“浙BA”带动县域商业综合体客流增长超30%的经验，粤BA落地阳江后，首先带来的是直接的赛事消费。以单场赛事吸引3000-4000名观众计算，门票收入、场馆周边餐饮住宿消费、交通消费等直接经济效应可观。更重要的是，赛事能够激活下沉市场的消费潜力。阳江可借鉴江苏“苏超”将赛事办到县镇、鼓励村民进城的经验，通过粤BA县区分赛场的设置，有序引导江城区、阳东区、阳春市、阳西县的群众跨区域流动，带动商圈、夜市、特色街区的消费。夜间经济的激活尤为重要。参考东莞打造“赛事+文旅”融合样板的经验，建议阳江在粤BA赛事期间推出“篮球夜市”主题活动，将比赛日与美食节、文创市集结合，延长消费链条。此外，数字化消费的培养

不可忽视。可借鉴“村VA”（海南乡村排球联赛）通过短视频平台带动农特产品销售玩法，在粤BA期间发起“看粤BA，购漠阳品”直播带货活动，将赛事流量转化为阳江豆豉、阳春砂仁、海陵岛海味等土特产的销售增量。

文商旅体深度融合 构建“篮球+”产业生态

粤BA的价值远不止于体育竞技，更在于为阳江文商旅体融合提供场景载体。首先是“篮球+滨海”的特色场景打造。阳江拥有海陵岛、沙扒湾等优质滨海资源，可借鉴大连、青岛等滨海城市经验，在十里银滩打造沙滩篮球特色赛事，或结合海上风电景观建设滨海篮球场，形成“观赛+观海”的双重体验，填补冬季滨海旅游淡季的内容空白。

其次是“篮球+文化”的底蕴挖掘。阳江拥有海丝文化、疍家渔歌、端午逆水赛龙舟等独特文化IP。建议将漠阳文化元素融入粤BA赛事策划，如设计具有龙舟鼓点特色的赛事音乐、开发南海I号主题的篮球文创产品、在赛场周边设置非遗展示区，让粤BA成为展示阳江文化的移动窗口。同时，可结合粤BA开展篮球进校园活动，将体育精神与阳江人敢为人先、团结拼搏的龙舟精神相结合，培育青少年体育文化。

再者是“篮球+商业”的业态创新。参考“浙BA”带动温州五马街、绍兴鲁迅故里等商圈热度提升的经验，建议阳江以粤

BA赛事为节点，推动百利广场、东汇城等商业综合体与赛事联动，推出凭球票享优惠活动，发展赛事主题酒店、篮球主题餐厅等新业态。在县城层面，可引导赛事与春湾石林、凌霄岩等景区联动，推出“看球+旅游”套票，实现体育与商贸、旅游的双向赋能。

城市品牌重塑 从“滨海城市”到“动感漠阳”

长期以来，阳江的城市形象偏向静态的滨海度假，缺乏动态的活力标签。粤BA的引入，有助于重塑城市品牌，打造“动感漠阳”新形象。一方面，通过承接粤BA重要赛事，阳江可弥补在大型体育赛事承办方面的经验不足，为后续承办更高级别赛事（如全运会篮球赛）积累经验，逐步确立粤西体育赛事中心的地位。

另一方面，粤BA能够有效助力“四季海陵”建设。参考哈尔滨冰雪旅游通过“宠客”服务实现品牌裂变的经验，建议阳江在冬季旅游淡季重点打造粤BA赛事季，推出“冬看球、春赏花、夏弄潮、秋品鲜”的四季旅游产品体系，通过篮球赛事填补冬季活动空白，破解“半年闲”困境。同时，借助粤BA平台，阳江可加强与广州、深圳、佛山、东莞等城市的体育交流，融入大湾区体育圈，提升城市能级和知名度。

此外，粤BA对提升城市凝聚力具有独特价值。参考“苏超”通过足球赛事增强城市认同感的做法，阳江可通过粤BA主场赛事营造全城应援的氛围，设计具有漠阳特

色的啦啦队文化、球迷文化，让赛事成为城市情感的粘合剂，增强市民对“海丝名城”的归属感和自豪感。

实施路径与保障机制

要让粤BA真正释放赋能效应，需要系统性的保障措施。在组织保障层面，建议成立由市领导牵头的粤BA赛事协调小组，统筹文旅、体育、商务、交通等部门，建立“政府主导、企业运营、社会参与”的办赛机制。在设施保障方面，除了升级改造市体育馆作为主赛场，更要重视篮球进乡村，利用“百千万工程”资金改善镇村篮球场设施，打造一批网红乡村篮球场，为赛事下沉提供基础。

在消费促进方面，建议发放粤BA专项消费券，涵盖赛事门票、餐饮住宿、景区景点等领域，借鉴淄博烧烤以味引客的情感联结模式，通过优质服务与真诚待客将“赛事流量”转化为“口碑留量”。在人才保障方面，可依托本地高校，培养赛事运营、体育营销、数字传播等专业人才，同时柔性引进赛事策划、体育解说等高端人才。

粤BA不仅是一场篮球赛事，更能通过赛事激活城乡消费、促进文商旅体融合、重塑城市品牌形象。让篮球撞击地板的声音与漠阳江潮声共鸣，让赛场上的激情与滨海城市的活力交织，阳江必能以粤BA为笔，书写出体育赋能高质量发展的新篇章，为粤西地区探索出一条“赛事兴城、体育惠民”的可持续发展之路。

作者单位：广东海洋大学阳江校区

公益广告

培育和践行社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

阳江日报社 宣