

7月28日晚,株洲市体育中心,湘钢集团捧起2024株洲“厂BA”的冠军奖杯,为本届赛事画上圆满句号。

赛事激起的“涟漪”,仍在荡漾。“厂BA”不仅打响了城市品牌,提升了制造名城的知名度和美誉度,更创造性地融合文、商、旅多个产业,吸引了大量游客和投资者,带动了城市经济的快速增长。

第二届“厂BA”,它以新求变的姿态,奔赴球迷、市民期待与热爱,为株洲打开更广阔的发展空间。



整个夏天,“厂BA”里座无虚席,全民观赛让赛事热度不断攀高



7月28日,湘钢集团卫冕“厂BA”冠军



2024株洲“厂BA”由大国工匠再开球

球赛开始前,大型泼水节让市民“嗨翻”今夏



神农集市烟火气浓厚,边吃边玩边逛,幸福生活就在这里



醴陵烟花点亮“厂BA”,湘江之滨的夜晚令人难忘

四个维度探寻「厂BA」魅力

乘热而上激荡城市新活力

1.

添热度 撬动夜经济 释放消费新活力

冠军之战开赛前3小时,容纳万人的体育馆已座无虚席。“厂BA”的热度与夏天的温度一样,不断走高。走近它,仿佛进入一片欢乐沸腾的海洋。观众们玩起“人浪”游戏,伴着欢呼与加油声,一浪高过一浪;场内,球员们全力拼抢、挥汗如雨,白热化的战况扣人心弦,每一次抢断、跳投、进球,都会爆发更热烈的欢呼……

场外,是另一番热火朝天。“滋滋”冒香的夜市,热气腾腾,食客们边走边逛,不时停下品尝美食,众多摊主摆好桌椅,三五食客围坐一起,这番热闹一直持续到凌晨,人潮方才散去。

转角画风一变,科技感爆棚的游乐区是孩子们的天地,音乐嗨唱舞台、泳池玩水、沉浸式VR体验馆、传统手作、城市民谣、就业招聘等业态应有尽有。

这座城市的烟火气、人情味、市井百态,都浓缩在热辣滚烫的“厂BA”里。

两个月来,“厂BA”人流量最高日超28万人次,日均人流量约8.2万人次,赛季人流量总计超500万人次,较之2023年,本届赛事的热度一路狂飙。巨大的流量,转变为经济增量。

省商务厅数据显示,今年“厂BA”外场夜市的交易总额超过1600万元,比去年增加了600万元。

变化是如何发生的?神农集市入口处,“这厢有礼”的粉色集装箱店十分吸睛。店内售卖“厂BA”“株洲礼物”等周边文创产品,粉色篮球、车靠、赛博眼镜,以及折扇、凉拖、冰箱贴、搪瓷杯等商品,售价从几元到几十元不等,价格不贵,很有纪念意义,备受游客喜欢。负责该板块的天易集团负

责人介绍,该专柜的日均销售额突破4000元,文创产品兼具原创性、实用性和趣味性,年轻消费群体更愿意为文创产品的奇思妙想“买单”。今年面市的原创神农IP——炎帝卡通娃娃,在“厂BA”亮相即售罄,一位市民说:“神农炎帝娃娃代表着株洲形象,很有纪念意义,买给孩子后,他总是让我讲炎帝与株洲的故事。”

各种跨界商品与创意,向市民游客生动讲述“株洲故事”,提升城市影响力,更促进了文创的消费增长。

神农集市的美食街,更能印证“流量变现”的逻辑。

早在美食街招商时,天易集团就从品种类别、风味口感、价格把关等多方面筛选商家,最终确定的200个美食摊位,跳出同质化“怪圈”,同时嵌入民谣舞台、主题活动、露天电影等元素,以新场景、新业态,使神农集市成为市民夜间消费的集中地,助力消费增长。

“昨天吃了新疆羊肉串,今天换着试了芝士玉米和40元一份的清蒸生蚝,很新鲜。”有市民告诉记者,神农集市的许多美食在网络走红,更有美食摊主因为销售火热,增强了信心,计划在赛季后投资经营独立饮品店。

强大的消费能量,也辐射到周边酒店业和餐饮业,带动周边住宿、商超、餐饮、文旅等业态市场的消费超过1.5亿元,市体育中心旁边的江洋海鲜餐厅经理说:“比赛日的人气最旺,入店客人数量和营业额是平时的2倍以上。”

整个赛季,神农集市交易额突破85万笔,释放城市巨大活力的同时,全面促进了夜间经济、周末经济的繁荣与发展,生动呈现了赛事之火热、市场之繁荣、快乐之纯粹。

2.

增厚度 制造名城不止一面 幸福株洲可感可得

2001年3月30日,《株洲日报》曾发表《当年篮球赛好红火》,文中写道:20世纪50年代,众多大企业在株洲“安家落户”,一大批建设者从四面八方汇入株洲,篮球运动成为职工之间、企业之间互动频繁的粘合剂,1974年,全国篮球甲级联赛在株设立分赛场,全市群众性的篮球运动更被推向高潮……文末写道:什么时候,这股篮球热又会重回株洲呢?

镜头三倍速,来到现在,答案就在“厂BA”。

去年,株洲“厂BA”出道即出圈,它带着“给群众最纯粹的快乐”初心,让制造名城有名有实,幸福株洲可感可得。今年夏天,株洲籍著名主持人马可受邀观赛,吃遍神农集市的特色美食。全民狂欢的氛围,将他带回年少时光。马可也是株洲的厂矿子弟,他说:“以前的每年夏天,我们电厂的职工、子弟都会去抢座看球,孩子们吃着冰棒,大人捧杯凉茶,像过年一样热闹。”

往日篮球的火热,离不开遍布株洲的大厂、小厂。

但是,制造名城不止一面。如今,“厂BA”不仅重现了往日篮球赛的热闹景象,还拓展到吃、住、玩、游、购、娱领域,竞速文旅新赛道,诠释更多元的制造名城。

观众席上,年逾六旬的龙

峰是“厂BA”的铁杆球迷,两届赛事上百场比赛,她场场必到。龙峰曾是原湘江氮肥厂的职工,也是厂篮球队女队队员,她回忆,“我们当年打全市职工联赛,车间、厂矿、行业间的比赛多,现在的比赛水平更高,有了专业的明星球员,球赛的观赏性提高了,这是球赛组织本身的进步。我很喜欢陈小龙、范拓新、陈双这些篮球专业生,他们代表厂子打出了更高的水准。”

球场上,代表三一智慧钢铁城出战的球员彭嘉欣,是一名“90后”,他在原株洲冶炼厂生活区长,父亲是厂里篮球队的队员。他的记忆里,有父亲在水泥球场上练球、冲锋的样子,“我就学着爸爸的样子过人、跳投、抢篮板,不过,看爸爸打球,对我更多的影响是学到那股拼搏的劲头。”带着这股劲,他成为篮球特长生,一路升学、就业。人们谈起“厂BA”,不仅在描述盛况,更在表达自豪。赛场上有中车株机、株硬集团、湘钢集团这种“老株洲”“老湘潭”,也来了专精特新、高科集团这些现代城市的建设者、开拓者。

它不再只是一场单纯的篮球赛,更是一个照见城市发展脉络的时光机,一扇展示城市现代形象的窗口,一张写满株洲城市精神的名片。

3.

有温度 用心服务以赛兴城 精细化管理“内外兼修”

面对这样一项时间跨度长、规模大的重大活动,能否有条不紊地从容应对,考验着城市的综合管理水平。

每周五,中央、省级的媒体团队频频来到株洲采风,访录口古镇、进产业园区、赏醴陵瓷器、逛服饰市场……数周来,主办方以工业旅游为牵引,串起株洲地域的山水灵秀与工业文明,不断优化“特种兵旅游”的行程表,向游客充分展示株洲魅力。

“厂BA”,不仅是一场竞技球赛,也是城市的“会客厅”,它给外地游客留下了美好记忆。来自清华大学的研究员杜好说:“跟着央媒一起,我吃了炎陵黄桃、赏了醴陵烟花,也看了几场厂BA,株洲真是一座宝藏城市,活力满满。”

将赛事办出特色,无疑是展示株洲最好的方式。

宣传、文旅部门和高科集团等诸多单位,从活动策划到细节讨论,再到总结复盘,经历头脑风暴、大胆构想、突破创新,令好玩的创意得以实现,造就了“厂BA”高潮迭起,成为夏天人气最足的地方。

7月20日晚,“厂BA有禮”的系列活动烟花秀点亮湘江之滨,仅能容纳行人通过的滨江北路上,仰头就是烟花秀的最佳视野,有市民席地而坐。

身穿制服的城管队员善意提醒:“朋友,快起来,安全第一,人多了怕发生踩踏。”短短几句话,既是温暖的提醒,也是态度分明的劝阻。

温情,在“厂BA”无处不在。身穿笔挺的特警与孩子合影,他以保护孩子的姿势,被自媒体抓拍,“这一举动有被暖到”;孩子在“厂BA”游玩时与家长走失,民警与志愿者发动专业力量,全场寻人,帮助孩子们安全地回到家长身边;神农集市上200余个美食摊位,地面却一直保持着干净清爽……这些细节,何尝不是“接地气”的一部分?

所有的完美呈现,都能从筹备策划、环节执行、市民素质等细节里,窥见一二。7月中旬,原本持续三天的“泼水节”,因为过于火爆,中途叫停,遇到活动改期、

取消,或是交通管制,广大市民都给予充分的理解支持和配合。

株洲向人们展示城市良好风貌的同时,也在提醒着主办方,重大活动的举办,是一个集中锻炼队伍、积累经验,提升城市精细化管理水平和水平的重要契机。

为了提升市民观赛体验,今年,球场上方安装了两块巨大的LED屏,观感不输NBA现场;公安、交警、城管、消防、市场监管等相关单位放弃休假,全程履职尽责。比如烟花之夜的绚烂背后,有着应急、消防部门提前对燃放沿线的绿化带进行喷水作业;赛前,应急部门制定完备的安保方案,确立布防点位,并多次进行安保演练;卫健部门场场驻守,片刻不离,为场内外观众、球员提供及时高效的救助服务;天易公司作为外场活动区域的“操盘手”,更是从舞台节目排演、游戏主题策划、美食街区设置等各个环节周密策划、精准执行,用辛苦指数换取市民游客的幸福指数。

就连场内外的文明宣传标语,也极具创意,“投三分手要稳,丢垃圾手要准”等标语吸引众多市民驻足打卡,文明献血车、志愿服务岗等设施合理布局;近800名志愿者穿梭期间,开展观众服务、文明引导、后勤保障工作。

从精细化管理到用心服务,组织办好“厂BA”,离不开株洲的“内外兼修”,一流的赛事服务保障、热情的观赛市民群众、丰富多元的系列活动组织,让外界看到制造名城作为中国式现代化发展的一扇窗口,涌动的澎湃活力和升腾起的万千气象。

4.

拓广度 火热不只在赛场 抱团扩大“朋友圈”

真正的火热,不只在赛场。一些动人的故事,延续到场外。

唐凯,连续两年代表株硬集团出战“厂BA”,工作之余,他和供应商、上下游企业的朋友一起打球,他说:“比如和湘钢集团,我们之间经常比赛,去萍乡拜访客户单位,也会组织打球,篮球是润滑剂,增进了企业间的情谊。”

在硬质合金国家重点实验室工作的于博士,是本次比赛学历最高的球员,负责研发工作的他,因为喜欢打球,结识了公司里其他岗位的同事,拓展了朋友圈。

体育赛事自带的黏合、润滑作用,不仅增进了球员之间、企业之间的情感,甚至调动了区域联动的积极性,频频上演“抱团出圈”。

这一届赛事,泼水节、端午节、毕业季等主题活动,目不暇接,市民周周都有新鲜感。这其中,就有芦淞区、醴陵市、炎陵县将本地特产、名片搬到“厂BA”,送厂牌球衣、赏绚烂烟花、品炎陵黄桃,强强联合,助推城市品牌、地区品牌,实现“1+1>2”的效果。

更上一层楼。城市之间,也玩起了互动,长株潭抱团发展的炙热心意,也在赛事的催化下,迅速升温。

今年,“厂BA”不仅有长、潭企业参加,比赛更是走出株洲,在长沙、湘潭、泸溪等地开展,多地球迷共享快乐。

湖南著名主持人汪涵来到

“厂BA”,感受现场的火热,立刻变身推荐官:“来湖南玩,早上在长沙吃粉,中午到湘潭吃羊肉,晚上来株洲看一场‘厂BA’,超值的旅游体验。”

当前,长株潭都市圈是湖南现代化建设和全方位开放的重要战略支撑,一体化是多声部合奏的“交响曲”,而本土体育赛事“厂BA”,无疑是其中最让群众喜闻乐见的一个声部,它通过叠加旅游、节庆、美食等要素,撬动广泛而紧密的城市联系,让三座城市以球会友、相互赋能,在奔赴中拥抱,放大自身“能见度”;在实现城市合作共赢的征途里,赋予“厂BA”更独特的时代内涵。