

赛场怎么变“市”场？

——株洲赛事经济观察

编者按

这个夏天,随着“湘BA”的持续火爆,株洲的夜晚再次被篮球“点燃”。“湘BA”“厂BA”“湘超”……一场接一场的本土赛事,不仅让体育场馆座无虚席,更让周边的夜市摊、烧烤店、便利店迎来了一波又一波客流。去年“湘超”期间,综合消费规模超过27亿元;“厂BA”赛场外夜市交易额突破1800万元。

赛事不止是赛事本身。它是一根引线,牵动着餐饮、零售、文旅等多个产业;它也是一面镜子,照出一座城市的组织能力、文化底蕴和民生温度。当体育竞技与市井烟火相遇,赛事便从场馆走向街巷,成为一种新的生活方式。

放眼全国,赛事经济正成为城市竞争的新赛道。从贵州“村BA”到福建“村超”,草根体育IP屡屡刷屏。株洲的独特之处,在于将赛事植入工业城市的肌理,让赛场外的夜市与文创,激活了最朴素的市井消费。

本期《经济观察》,我们算算市井烟火里的“经济账”,看赛事如何点亮小店、温暖社区、留住民生;也谈谈产业动能中的“城市路”,看本土体育如何融合文化、撬动消费、实现长效运营,看看这场关于流量与留量的讨论,会写下怎样的株洲答案。

2.

产业动能中的城市路

株洲日报全媒体记者/王娜

近两年,赛事经济迸发出强劲活力,以多元形态融入经济社会发展脉络,成为拉动内需、促进消费升级的重要力量。

在株洲,“湘超”“湘BA”“厂BA”等根植本土文化的群众性赛事,不断创造新的消费场景,为经济增长打开新空间。

文化到处“+”

纵观近两年株洲的体育文化赛事,给人最深的印象是深耕本土文化。

在“湘超”赛场,从体现工业底蕴的“工匠日”,到展现青春活力的“背包客”,再到正在筹备的“龙腾神农,竞逐四方”,抽象的株洲城市精神与文化变得具象可感。“湘BA”“厂BA”则根植于株洲本土厂矿文化基因,唤醒人们的工业乡愁……这些赛事以独特的文化基因和创新模式,将体育竞技与地域特色完美融合,成为促进消费提质扩容的重要力量。

赛事人气爆棚并不只赚了吆喝,更带动了株洲游客数量显著增长,文旅市场消费火热。

以“湘超”为例,去年株洲将赛事与文旅、商贸、文创等产业联动,落实了赛事门票与景区、酒店、餐饮等联动的专属优惠措施,持球票可享受部分景区、酒店、餐饮折扣。

数据显示,去年“湘超”期间,株洲赛区最高单场观众人数达43369人,累计入场观众37.6万人次,预约观赛人次高达48.5万。赛事直接及间接带动的交通、住宿、餐饮、旅游、购物等综合消费规模超过27亿元,累计接待游客620.5万人次。

消费觅新机

本地特色商品和赛事衍生品的走俏,折射出赛事经济的新动向。

据统计,“湘超”株洲赛区融合工业元素的“株洲侠”玩偶、球队周边等产品持续火爆,文创市集、本地特色商品、赛事衍生品总营业额突破300万元。

“湘超”“湘BA”为何能掀起一波接一波的热潮?

专家表示,随着物质生活日益丰富,人们越来越愿意为情绪价值买单,尤其是“90后”和“00

后”成为主力消费群体后。在这一趋势下,提供情绪价值的本土赛事生逢其时。

除了消费理念的变化,供给侧同样至关重要。“湘超”期间,株洲赛区推出的文创产品琳琅满目,包括玩偶、观赛服等,款式多样,覆盖各年龄层消费群体。如此丰富的品类,考验的不仅是设计能力,更彰显了制造业的底气。

以观赛服为例,得益于株洲完整的服装产业链,观赛服的开发、生产和销售装上了“加速器”和“放大器”。产品可快速完成设计和制造,在获得市场反馈后迅速调整、迭代,从而形成引领潮流、响应需求、反应敏捷的产品供给体系。

寻求长效运营

人气转化为消费增量,进而倒逼城市公共服务升级。

为有效市场保驾护航的,是有为政府。“湘超”“湘BA”等赛事的火爆,政府的担当与作为不可忽视。

当观赛需求持续高涨,各城市纷纷拿出最大场地。“湘超”期间,株洲提供了4531个免费车位,并安排多条免费公交专线,最大限度便利观众;建立跨部门赛事指挥体系,采取分级放行、公交接驳等方式,实现25分钟疏散4万观众……株洲本土赛事的诸多决策紧扣公众需求,以实力“宠粉”,持续“圈粉”。

据株洲市文旅广体局介绍,该项赛事全面提升了应对大型活动、保障公共安全、提供高效服务的能力。

有为政府,既在于有所为,也在于有所不为。“湘超”“湘BA”和“厂BA”的走红,部分原因来自官方的“放手”。在“湘超”开场秀、“株洲侠”的孕育过程中,充分体现了对市场规律和民间创造力的尊重,例如“株洲侠”迎来了一波接一波的二次创作热潮。

然而,仅有引流远远不够,赛事经济要实现长效运营,必须找到可持续的盈利模式。“关键在于这波新兴体育场景能否扎根于日常,需要市民的常态化参与,这样才能得到充分利用,释放更大价值。”一位熟悉株洲文旅市场的业内人士表示。

从现象级热点走向常态化风景,株洲的本土体育赛事经济正朝着更加成熟、可持续的方向迈进。

市井烟火里的经济账

株洲日报全媒体记者/谢嘉

五月的株洲,晚风裹挟着躁动与热烈。2026“湘BA”激战正酣,市体育中心外,球迷们有序排队刷证入场;场馆内人潮涌动,呐喊声与场外的夜市吆喝声交织。这股热潮延续了株洲深厚的体育消费基因——仅2025年本土“厂BA”便吸引超540万人次打卡,拉动消费超1.6亿元。

从万人空巷的主赛场到烟火氤氲的街巷,体育赛事正嵌入城市肌理,将瞬时流量转化为持续涌动的民生消费留量。

带火小店

“生意好得不得了,补了两次货,根本搞不赢!”体育中心旁,烧烤店老板李姐的感叹,道出了赛场外无数小微商户的心声。“湘BA”开赛以来,这家小店成了球迷们的“深夜食堂”。每到比赛日,炒粉、烤串供不应求。为了承接这波流量,李姐将员工从2人临时增至4人,却依然忙得脚不沾地。

赛场东侧的球迷市集,则展示了在地文化如何通过赛事IP实现商品化突围。醴陵酱板鸭、炎陵黄桃等株洲地标特产,借着赛事的东风成为球迷手中的伴手礼。这种“赛事+夜市”的模式,不仅让个体商户赚到了真金白银,更带动了周边商超、便利店乃至共享单车的生意。体育流量在这里完成了最直接的变现——从看热闹到掏腰包,市民的消费热情被彻底点燃。

作为株洲本土现象级的体育IP,厂BA的火爆早已验证了基层赛事惊人的消费转化力。据统计,去年“厂BA”赛场外夜市交易总额突破1800万元,平均周交易额达110万元,赛场周边的海鲜餐厅等商家在比赛日营业额直接翻倍。

重温厂矿温暖

赛事热浪并未止步于体育中心的围墙之内。今年,“湘BA”在株洲全市布局了约30个官方第二观赛现场,更有多个社区自发形成的观赛点。这种“全城办赛”的模式,本质上是一场打破物理边界的“场景革命”——将体育消费从封闭的场馆延伸至开放

的商圈与社区。

天元区奥园城市天地坪坝,每当大屏幕亮起,周边的烧烤、奶茶摊生意随之火爆;荷塘区汽泡篮球馆外,企业职工与社区居民自发组织观赛,下班后“看球、吃夜宵、逛市集”成了新时尚。

这种“体育+社交”的模式,在株洲有着更深厚的底蕴。

每年夏季如期而至的“厂BA”是老工业基地的独特浪漫。白天是车间里的技术骨干,晚上是球场上的得分后卫,中车株机、株硬集团等企业的职工们在红砖墙、老烟囱的背景下挥洒汗水。这种极具工业硬核气质的赛事,不仅唤醒了集体记忆,更让赛场周边的夜市摊、便利店迎来了属于自己的“黄金两小时”。从繁华商圈到厂区社区,体育让热度下沉到了城市的每一根毛细血管。

城市新生活

赛事的终场哨会吹响,但体育留下的价值,在于让运动成为市民的日常生活,构建起对抗消费疲软的韧性。

“以前晚上要么在家看电视,要么出去散步。现在每周都去体育中心打球、看球,还会约朋友吃饭、逛街。”市民刘桂英笑着说,丰富的赛事活动让她的夜间生活丰富了许多,虽然每月消费支出有所增加,但幸福感大幅提升。

随着各类赛事的常态化举办,株洲各大体育场馆每日开放时长大幅延长。即便在非比赛日,篮球、羽毛球、乒乓球场地的预订率常年保持高位,周边便利店、小吃店的夜间营业时间也随之延长。炎陵县零售商户钟海明借着赛事热度,推出了“体育+特产”文创礼盒,将黄桃干等本土特产与篮球元素结合,实现了销售额的显著增长。

夜幕降临,体育中心的灯光依旧璀璨,社区广场上的欢笑声仍在延续。从“湘BA”主场,到充满人情味的厂区赛场,再到融入日常的社区健身,株洲正以体育为媒,打通赛事流量到民生留量的转化通道,让体育红利真正化作城市发展的民生温度。

▲“湘超”期间,株洲将赛事与文旅、商贸、文创等产业联动,带火文旅消费市场。主办方 供图

▲体育中心成市民晚间休闲娱乐打卡地。记者/谢嘉 摄

▲“湘BA”根植本土文化的群众性赛事,不断创造新的消费场景。主办方 供图

制图/左骏