



海南东方“村BA” 为乡村发展进球

“村BA”收官战报

全网曝光量1.6亿次

现场观赛总人数超34万

旅游综合收入1.52亿元

84:78! 12月9日21时30分,裁判一声哨响,三家镇红草村代表队夺得2023“威特杯”海南东方“村BA”篮球超级联赛冠军。这场冬天里的篮球赛事吸引了超34万名观众到场观看,全网曝光量1.6亿次,带来旅游综合收入1.52亿元。

这是一场球迷期待的体育盛事,也是对东方好物、东方好味、东方好景的隆重推介。

原生态黎族歌曲、东方少数民族服装秀等节目在休息期间精彩演绎,赋予了“村BA”又一抹亮色。黎锦、苗绣以及东方黄花梨等东方好物展出,增添了赛事的内涵;场外大屏滚动播放东方鱼鳞洲风景区、海南花梨谷文化旅游区等宣传片,成为游客了解东方的独特“窗口”。

海南东方“村BA”赛事就像一张浓缩的东方文旅地图,让球迷在观球之余“深读”东方。 南国都市报记者 李绍远 陈婧



舞蹈演出。记者 陈卫东 摄



现场PK吃烤乳猪。记者 陈卫东 摄

Part 1 东方“村BA” 冬天里的篮球热潮

12月9日中午2点,距离海南东方“村BA”总决赛比赛时间还有5个小时,来自吉林的候鸟老人邵大爷已经提前到场占座了,“要早来,不然一会就没有位置了。”

“我每场比赛都来看,我年轻时也打球。”候鸟老人杨胜元每周都带着孙子前来看球,爷孙俩成了红草村队的“铁粉”。

据悉,总决赛当晚,现场吸引了共计25189名观众的热情参与。其中,游客人数达到17937人次,过夜游客3478人次,一日游游客14459人次。同时,八所镇的旅游饭店累计出租率达到76.67%。

在比赛现场,观众们热血沸腾,为参赛队伍的精彩表现欢呼鼓掌。而在网络上,海南东方“村BA”赛事的热度同样高涨。

据统计,海南东方“村BA”相关的全网阅读量(含播放量)高达1.6亿次。无论是央视、各省主流媒体平台,还是抖音、快手等商业平台,都在进行广泛的传播和报道。赛事直播观看总人数高达2580万,抖音、微博相关话题达7790.9万。

Part 2 东方好物 被央媒等加持宣传

在整个“村BA”报道过程中,新华社、央视、人民日报、中国网等大平台加持宣传;北京、上海、湖北、陕西、贵州、山东、宁夏、辽宁、云南等省市主流媒体,以及抖音、快手、爱奇艺、KK直播等商业平台全程直播、报道,从中央到地方的全覆盖传播,极大释放了“村BA”赛事的网络热度,提升了东方城市品牌。

据海南省融媒体中心舆情监测系统采集信息,每一个比赛周期,网上涉及2023“威特杯”海南东方“村BA”篮球超级联赛相关信息均超1000条,平均每场比赛的直播参与媒体均超40家。

“东方市文化氛围很浓,有声有色!”“东方篮球一直很强。”“农民把球整火了。”网友好评如潮,称赞这场比赛实现了正向传播。更难能可贵的是,东方好物、好景、好人、好

味等成系列、体系化的传播,直达受众,让广大网民第一次全面了解东方、认识东方、爱上东方。

Part 3 东方好味 被球赛带上“热搜”

“吃烤乳猪有奖品。”“油而不腻,香气四溢的烤乳猪,你心动了吗?”赛事互动环节,在主持人的引领下,气氛一再被“点燃”,多名幸运的球迷现场比赛吃烤乳猪。来自黑龙江的殷大姐品尝过后大呼好吃,“外焦里嫩,清脆可口。”

“东方烤乳猪”“露面”“东方火龙果”“山兰酒”……这些独具特色的东方美食、东方好物成为海南东方“村BA”的便签,特别是东方黄记四更烤乳猪店为赛事供应的东方乳猪、红兴温泉鸭等富有乡土气息的总决赛奖品,频繁被市民游客“热搜”。

“美食+赛事”是海南东方“村BA”出圈的一大热点。东方好物市集沃柑摊主孟小杰说,来自东方大田镇的沃柑凭借口感清甜、品质新鲜的特点,备受市民游客喜爱,每天都有不少回头客。“沃柑一天能卖出600—800斤左右。尤其是晚上生意火爆!”

美食街上,伴着DJ,有烤串摊主欢乐起舞,有卖烤肠的小伙激情表演舞狮……摊主们“各显神通”引流,熙攘的人群在路灯交相辉映下,描绘出了一幅充满人间烟火气的夜市美景。

Part 4 东方好景 节目表演“东方style”

比赛期间,赛场上不仅有紧张刺激的赛事,还有丰富的赛前、赛中、赛后节目表演。除了啦啦操、花样篮球等具有运动元素的节目,譬如黎族舞蹈《欢乐刀铃》、东方五种主要方言的歌曲串烧《五种方言》等具有浓厚民族文化的节目也竞相登台。“我9岁就跟着奶奶学唱方言歌曲,黎族没有文字,文化全靠代代口口相传,我也会将黎族文化传承、传播下去。”黎族民歌歌手李世香说道。

这些充满民族色彩的节目,一方面为观众们带来了别样的视觉享受,另一方面,为外地游客了解东方乃至海南的民族文化底蕴创造了一个窗口。

体育搭台、文旅唱戏 打造“赛事+”模式

12月9日,三家镇红草村队的队员们将冠军奖杯“鱼鳞洲杯”高高举起。这尊由60年树龄的花梨木打造的奖杯,周身镌刻着篮球、鱼鳞洲、黎族图腾。

黎陶、黎锦、艳丽多姿的兰花以及美味的火龙果、百香果、沃柑等“亮相”东方好物市集,成为赛场周边靓丽的风景线。而东方好物、东方美食为赛事加持,让海南东方“村BA”根植乡土,实现了“乡土气息”与“现代元素”无缝结合,更能促进东方体育文化进一步融入乡民生产生活,为乡村振兴赋能添彩。

东方市旅游和文化广电体育局局长符质辉介绍,东方以赛塑旅,因地制宜制定“体育+旅游+文化+乡村振兴”多元融合的特色道路,打造满足游客需求的一站式“吃住娱乐游购”精品路线,建立独具东方特色的体育旅游目的地品牌。

“‘村BA’的吸引力转化成了乡村的发展活力,带动了当地的经济发展、文化传播。从以赛促健,到以赛促兴,‘村BA’在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接上‘进了一球’。”符质辉说。

据悉,赛事期间,东方旅游综合收入达1.52亿元。从11月17日开幕以来,20余天的赛事期间,东方市游客人数达到18.23万人次,其中过夜游客4.5万人次,一日游游客13.73万人次。活动期间八所镇的旅游饭店累计出租率达到59.89%。

据介绍,东方“村BA”将继续通过传统体育搭台、文旅唱戏、多渠道造势宣传、打造赛事衍生消费新场景等“赛事+”模式,促进东方市“农文旅体”融合发展,推动东方打造省级体育旅游示范区,助力乡村振兴及拉动全域旅游发展。