

# “浙BA”不止“AB”面

新华社 夏亮 彭嵩涵 文 黄宗治 摄

6日晚的2025浙江省城市篮球联赛(以下简称“浙BA”)总决赛第四场,随着终场哨声响起,杭州队最终以总比分3:1战胜丽水队,在黄龙体育馆漫天的“金雨”中举起了象征冠军荣耀的“同心聚力”奖杯。

农历新年前,这场覆盖浙江11个地市、90个区县市,历时超半年的民间赛事终于画上了圆满的句号。

“浙BA”鸣哨之时,邻省“苏超”已经在全国声名鹊起。尽管顶着全省规模最大、水平最高的业余篮球赛事头衔,但没人能预料到,“浙BA”会在接下来的时间里,成为引爆全省的全民嘉年华。

从一票难求的狂热,到拉动数百亿消费的赛事经济样本,再到推动城市体育文化升级的治理抓手,“浙BA”的影响超越了赛事本身。它就像是一枚硬币,A面是流量狂欢,B面则是撬动体育产业与社会治理的抓手。看似是普通的业余篮球联赛,实则书写的是全民健身与经济发展的同频共振。

“浙BA”的流量狂欢,不是转瞬即逝的热度,而是扎根草根的真诚共鸣。不同于职业赛事的明星效应,“浙BA”以“本地籍贯或社保”为参赛门槛,拒绝职业球员参赛,让“白天去上班,晚上抢篮板”的普通人成为赛场主角,这份纯粹与真实,正是流量的源头活水。

赛事期间,多地比赛场馆爆满,场外球迷自带小马扎、挥舞自制标语,为家乡球队呐喊助威。更动人的是,这份流量承载着浓厚的乡情,这份地域认同感,让流量有了温度与厚度,也为后续的价值转化筑牢了根基。

这份扎根草根的流量,并非转瞬即逝的泡沫,而是能转化为发展动能的宝贵资源。赛事创办之初,浙江便锚定“赛事+”融合发展路径,以“一杯奶茶钱”的亲民票价降低参与门槛,同时构建“票根为钥、消费为链”的运营闭环,让一张球票串联起

“吃、住、行、游、购、娱”全消费链条。

赛事组委会数据统计显示,“浙BA”整个赛季共上演487场精彩对决,累计现场观众近179万人次,网络直播观看量突破10亿,全网传播量超300亿次,拉动文旅体综合消费超百亿元。

值得关注的是,赛事热度直接赋能县域特色产业。“国际袜都”诸暨的篮球袜、苍南的梭子蟹文创、温州的“温商六件套”冠军礼品,这些“本地制造”借势出圈,实现了从赛场热度到产业增长的双向奔赴。

“浙BA”的影响力,远不止于经济层面,更深度激活了全民健身的热情,让体育融入百姓日常生活。作为全民赛事,“浙BA”始终坚守群众性定位,以赛事为引领,带动“县BA”“村BA”“楼BA”在浙江遍地开花,让运动替代娱乐成为新风尚。

浙江省体育局数据显示,目前浙江拥有篮球场地55000多个,经常参加体育锻



炼人数比例达45.3%,国民体质合格率达94.6%,均居全国前列。赛场之外,越来越多的群众走出家门、走进球场,社区篮球角、乡村篮球场随处可见运动身影。“浙BA”就像一把“金钥匙”,打开了全民健身的新局面,让健康生活理念深入人心,也为浙江体育强省建设注入了持久动力。

与此同时,“浙BA”也成为提升社会治理水平、凝聚城乡合力的重要抓手,彰显着浙江精细化治理的智慧与温度。比如,宁波奉化赛区仅用46小时就完成赛事筹备,18个部门高效协同、同步推进,彰显了基层治理的高效能;杭州拱墅运河体育公园免费开放周边停车场、开通地铁接驳车,

用“最后一公里”的贴心服务,传递着城市治理的温情。

在乡村,赛事更是成为凝聚人心、助推共富的纽带。台州临海白水洋镇以篮球赛事引导尚武之风转化为运动之风;江山市白沙村用体育场地替代麻将桌,让体育成为乡村治理的“催化剂”;苍南更是以赛事为契机,培育“南哥”城市IP,实现零财政成本办赛,吸引12家企业参与招商,汇聚社会资金超1500万元,既激活了市场活力,又凝聚了城市共识,为县域治理现代化提供了鲜活样本。

不过,我们也清醒地看到,全民热捧的背后,一些赛区出现违规违纪行为,相关责任方被赛事组委会处罚。这些细节虽不影响“浙BA”的整体成效,却也提醒我们,狂热的情绪更需理性的约束,文明观赛才是赛事长久发展的根基。

终场哨响,是终点,也是赛事再次出发的起点。我们相信,当这份热爱持续传递,当这份实践不断深化,我们将继续见证,在之江大地上,一场草根赛事所能绽放的无限可能。

## 预制菜将迎首个国家标准 对保质期、食品添加剂使用等作出规定

《人民日报》 白剑峰

随着预制菜工业化、规模化、标准化生产的出现和快速发展,如何保证预制菜的安全性和营养品质,成为公众关注的焦点。近日,国家卫生健康委发布《食品安全国家标准 预制菜》(征求意见稿),重点从食品安全和营养健康方面对预制菜产品作出规定。

### 尽量缩短产品保质期,最长不应超过12个月

国家食品安全风险评估中心标准二室主任、研究员王君介绍,标准明确,预制菜不包括主食类食品、净菜类食品,即食类食品和中央厨房制作的菜肴。预制菜应具有菜肴的特征,因此排除主食类产品;应具有“经工业化预加工”的特征,仅经清洗、去皮、分切处理的净菜类食品,未改变其作为原料的基本属性,所以排除了净菜类食品;应具有“需加热或熟制后食用”的特征,所以排除了开袋即食的食品。此外,预制菜应具有预包装产品属性,中央厨房相当于门店自有厨房,故中央厨房制作的菜肴未纳入预制菜范围。但是,中央厨房使用外购的、工业化的、现成的预制菜产品除外。

国家食品安全风险评估中心副研究员陈潇介绍,食品保质期通常不在食品安全标准中作具体规定。预制菜标准是特例,专门对保质期作出具体要求。

标准特别设置了对预制菜保质期的条款。预制菜虽经过工业化预制,但仍属于菜肴范畴,最大限度保持品质风味是公众的核心诉求。为保证预制菜产品的安全和营养品质,标准条款中列举了保质期设定时应综合考虑的各项因素,并鼓励企业通过优化产品工艺和贮藏运输方式等措施提升产品风味和品质保持。统筹考虑公众期待、营养品质、风味口感和产业发展等因素,标准要求尽量缩短产品保质期,最长不应超过12个月。

### 尽可能减少食品添加剂的使用

中国农业科学院都市农业研究所所长、研究员张德权介绍,预制菜的原料安全是保证产品安全的源头关。对此,标准规定,预制菜使用的畜禽产品、水产品、蛋类等原料,均需分别符合相应食品安全标准,不得使用腐败变质的原料,农药残留、兽药残留、污染物、真菌毒素等均需符合相应限量管理要求,并确保原料来源

安全可靠、可追溯。

张德权说,标准强调了食品添加剂使用原则,即不应降低食品本身的营养价值,不应掩盖食品腐败变质以及食品本身或加工过程中的质量缺陷,不应以掺杂、掺假、伪造为目的使用食品添加剂,应充分评估其工艺必要性,做到非必要不添加,并尽可能减少食品添加剂使用的品种和使用量。

### 消费者可通过标签了解产品真实情况

中轻食品工业管理中心标准处处长杨晓明介绍,为更好地满足公众对预制菜营养与口感的综合需求,标准对营养品质提出明确要求。

标准鼓励采用先进技术或设备最大程度保留原料的营养成分,减少营养成分损失;倡导遵循营养均衡原则,维持菜肴的营养特性。同时鼓励企业在加工过程中控制烹调油、食盐、食糖的添加量,以满足消费者“减油、减盐、减糖”的需求。注重保鲜效果与风味保持,标准鼓励采用气调保鲜、冰温保鲜等有利于保鲜的技术,以及非热加工、包埋运载等营养与风味稳态化技术,减少营养成分损失。

中国商业联合会标准法规部副部长兼标准处处长刘振宇介绍,为保障消费者权益,标准提

出了针对性要求。

标准对预制菜产品的原料或成分的投料量,或其成品中的含量标示,作出了详细规定。消费者可通过标签了解产品真实情况。为了防止未熟制和未完全熟制的产品因加热不充分引发食源性疾病,同时防止对已经熟制过的预制菜过度加热而影响产品营养品质和口感,标准规定预制菜标签应明确标示产品的食用方式。例如,预加工已熟制的应标示“需加热或复热后食用”;预加工未熟制及未完全熟制的应标示“需熟制后食用”。对于不能与产品一起加热或熟制的包装材料也应明确提示,这样既保障了消费者的饮食安全,也有助于消费者更清楚如何食用。