

# 赛事重“燃” 马拉松“跑热”消费新场景

深财坊

辽沈财经工作室

近期以来,马拉松“跑圈”快速回暖,赛事不仅活跃了体育消费市场,更为各举办城市带来了新的经济增长点,马拉松成为各地区、各行业打造消费新场景的一个重要平台。赛事和参赛人数成几何级增长的同时,马拉松也被视为中国体育经济的蓝海。



马拉松“跑圈”快速回暖,赛事不仅活跃了体育消费市场,更为各举办城市带来了新的经济增长点。

辽沈晚报记者 曲直 摄

## 马拉松赛事成为城市文旅体产业发展的催化剂

根据《2023中国田径协会路跑工作报告》显示,2023上半年已备案的路跑赛事达133场,其中全马赛事61场,半马及其他项目72场,涉及26个省级行政区。

在“马拉松热”的席卷下,马拉松不仅作为城市形象宣传的工具,更被视为文旅体产业融合发展的重要载体,吸引着企业、政府纷纷投资举办。一场比赛动辄数千人次的客流量和3天以上的日程安排,为城市的旅游、餐饮消费市场带来了堪比节假日的拉动效果。

5月20日,2023沈阳皇姑首届半程马拉松率先开跑,吸引全国各地的马拉松爱好者相聚沈城一起挑战。6000名“皇马”选手中,不仅有来自辽宁、黑龙江、吉林的选手;北京、内蒙古、上海、江苏等地的跑友也不远千里,感受“皇马”的激情,赛事成功举办,实现了为城市软实力赋能,更是为招商引资搭建了绝佳平台,同时也扩大了文、旅、体产业的“朋友圈”,为城市经济发展助力,成为招商引资的绝佳平台。

5月21日,“跑遍辽宁”马拉松系列赛启动仪式暨易迈斯杯2023沈阳和平半程马拉松在沈阳和平区集装箱小郡鸣枪开跑,来自世界各地的万名跑友欢乐开跑。“和马”还是和平区高质量发展的生动“一览”。起、终点所在的和平湾是沈阳建设国家中心城市的核心发展板块之一,正在加快建设国际城、健康城和公园城,实现生产、生活、生态“三生”融合。和平区相关负责人表示,作为沈阳中心城区,和平区积极响应辽宁实施“全民健身活动三年行动计划”,把马拉松健身活动做大做强,同时积极推动“体育+”的深度融合,为全省人民参与全民健身提供更多、更大的平台,为沈阳现代化都市圈的发展与壮大贡献更多和平力量。

6月18日,沈北蒲河女子半程马拉松赛在风景如画的沈北新区和平公园西侧鸣枪开跑,吸引了来自全国各地的5000余名选手参赛。本次全长21.0975公里的蒲河赛道可以说是“最美马拉松赛道”,当天颇受好评的还有组委会为大家发放的赛前礼包和赛后礼包。两种精美鲜亮的礼包里涵盖了诸多“好贺”,不仅有酸奶、巧克力、饮品、锅巴,还有冰镇大冷面、卤鸡架、卤鸭脖、中街大果、啤酒等。

2023浑南半程山地马拉松赛吸引了全省各地300名山地跑步爱好者,随着赛事成功举办,更多的人将领略到浑南东南山区独特的资源禀赋和深厚的文化底蕴,为东南山区打造商贾文旅消费的新场景、新热点,使浑南地区的商业资源、文旅资源、体育运动资源有效融合。



马拉松赛事深受市民喜爱。

辽沈晚报记者 王迪 摄

## 从竞技到“经济” 一个赛事如何拉动消费市场

“皇马”“和马”“蒲马”“鲛马”“山马”等赛事,利用自然地理资源,围绕赛道做文章,同时邀请文体界明星助阵,巨大的人流量和关注度将极大提升城市曝光度,同时拉动地区消费和相关产业发展。

马拉松赛事发展至今已经不仅是竞技场,背后更有一笔经济账。报名费、赞助费,这些马拉松赛事的直接收入;一日比赛,多日停留,马拉松赛事拉动衣、食、住、行、游、购、娱等直接消费需求。此外,赛事对城市的品牌塑造、知名度推广带来的隐形价值更是无法估量,马拉松激发更多人养成运动习惯,促进体育消费。

5月19日从河北来沈参赛“和马”的李峰告诉记者,沈阳城市漂亮、“和马”赛道环境优美,这次跑得特别有意义。“我还特意逛了西塔,吃了烧烤和鸡架,果然名不虚传。不过遗憾的是,鸡架有十来种做法,我就吃了一种,有点不想走了。”一日比赛,多日停留,“参赛+旅游”成了马拉松的标配。本届“和马”迎来了大量国内甚至国际跑友,他们释

放出的食、住、行、游、购、娱等需求,有力地推动了沈城各类消费活动。

众多跑友选择在参赛之余流连沈阳各大商圈、景点,拉动餐饮、住宿、交通、旅游、展厅销售等方面的经济效益。分布在马拉松沿线及终点的区域附近酒店更是一房难求。

“这是我第一次来到沈阳参加半程马拉松,吃、住、娱、购等各方面体验都非常好,一切都让人很舒服!我也跑出了1小时52分的PB。”来自吉林的苏宁第一次参加沈阳跑马拉松,赛前他跟家人和几位跑友提前来到沈阳,一连几天沿着浑河岸边跑步训练。来沈期间,还去了中街、太原街、老北市赏夜景、品美食。他算了算参赛的花销:“家人也来为我助威,车票、住宿、吃饭,加上到商场购物,总共花费8000元左右。”

参赛之余,也少不了打卡热门景点、品尝当地特色美食。大家纷纷赞叹:“跑了半马,还尝到了沈阳烧烤,逛了故宫,看了老北市凤凰,这次沈阳之行特别好!”

## 中国跑者人均花费已超1.1万元

据天眼查数据显示,截至目前,马拉松相关企业近2.2万余家,其中,2022年新增注册企业1190余家,新增注册企业增速6%。目前,辽宁省现存马拉松相关企业近700家;从区域分布来看,大连市以330余家位列区域首位;沈阳市、盘锦市分列二、三位,分别拥有190余家以及20余家。经济效益十分可观,此前媒体报道,2020年中国跑者平均每人花费超1.1万元。

对于参赛者来说,装备自然必不可少。不少资深跑友表示,“跑马拉松其实很烧钱,跑鞋一般参加过几次比赛就得换,而且不同的跑鞋有不同的功能,在不同阶段需要用不同的款式。”

从跑鞋、运动袜、压缩衣裤、太阳镜、耳机、手表等装备,到护膝护腕等防护装备,跑者的装备虽然可多可少,却无一不与消费息息相关。李栋在一家体育公司负责跑步文化推广,日常工作之一是为跑友提供装备选购、品牌策划以及马拉松教练服务等,他表示:“很多装备党跑友,年均投入约3000—4000元,多的超过1万元。”

当然跑步装备门槛也很低,入门跑者也许就一套运动装,一双跑鞋即可。费用的多少,取决于对这项运动的追求深度。

风景、人文、氛围、服务……马拉松赛事,能让人真切地感受到城市的底蕴和温度,这既与经济社会的快速发展“同频共振”,也成为各个城市铆足劲促消费的新场景。

辽沈晚报记者 王月宏 朱柏玲 胡婷婷



辽沈晚报记者王月宏 因“时”而动的记录者