

从“跑马热”到经济热：马拉松赛事如何重塑江苏发展新动能

朱培清 刘迪

盐城工学院

DOI:10.12238/ej.v8i6.2692

[摘要] 近年来,马拉松赛事逐渐成为公众广泛参与的体育活动,并且在全国各个地方迅速流传开来。特别是在江苏省,由于其强大的经济以及潜在的文化影响力,这一地区已经成为国内马拉松运动发展至关重要的区域之一。本文以江苏省马拉松运动为研究对象,结合统计年鉴、公报、访谈途径获得的一手数据,致力于系统性评估该赛事对于江苏省的诸多影响。研究结果表明,马拉松赛事不仅直接刺激了旅游、住宿及餐饮等相关行业的发展,在社会凝聚力等方面也有十分显著的作用。然而赛事活动也会产生部分负面影响,例如交通堵塞、环境污染加剧、财政压力增加以及居民生活遭受干扰等。基于以上分析,本文从微观、中观、宏观三个角度提出江苏省马拉松赛事未来发展的可行性建议。

[关键词] 马拉松; 城市经济; 江苏

中图分类号: F27 **文献标识码:** A

From "marathon craze" to economic development: How marathon events are reshaping Jiangsu's new drivers of development

Peiqing Zhu Di Liu

Yancheng Institute of Technology

[Abstract] In recent years, marathon events have gradually become a widely participated sporting activity among the public and have rapidly spread across various parts of the country. Especially in Jiangsu Province, due to its strong economy and potential cultural influence, this region has emerged as one of the crucial areas for the development of marathon sports in China. This paper takes marathon sports in Jiangsu Province as the research object and combines primary data obtained from statistical yearbooks, bulletins, and interviews to systematically evaluate the numerous impacts of these events on Jiangsu Province. The research results indicate that marathon events not only directly stimulate the development of related industries such as tourism, accommodation, and catering, but also have a significant impact on social cohesion and other aspects. However, these events can also have some negative effects, such as traffic congestion, increased environmental pollution, heightened financial pressure, and disruptions to residents' lives. Based on the above analysis, this paper proposes feasible suggestions for the future development of marathon events in Jiangsu Province from micro, meso, and macro perspectives.

[Key words] Marathon; Urban Economy; Jiangsu

1 前言

随着居民生活水平得到显著提高,健康和体育锻炼问题成为人们关注的焦点。“马拉松”这种可以让全民广泛参与的体育活动,迅速进入了大众的视野并且在全国各地开始流行开来。作为全国马拉松赛事的重要发源地,江苏在2019年举办了41场马拉松赛事,位居全国首位^[1]。在此背景下,本研究将回顾该赛事的发展历程,剖析推动这些变化的社会经济因素。特别是马拉松赛事为江苏经济带来的直接以及间接贡献,如对市场,旅游业和基础产业的促进和改进作用等。总结分析马拉松对地方经济长期发展的启示。研究数据来源包括中国田径协会官方提供的数

据、江苏各市政府公开发表的报告、赛事组织方统计资料等,同时也借助典型赛事案例来探讨它们的潜在影响力。

2 江苏马拉松赛事发展历程

2011年,中国人均GDP突破5000美元,标志着中国进入了以马拉松为代表的全民路跑体育消费周期^[2]。在这一时期,江苏省由于其经济基础、文化底蕴较为雄厚,很快地把握住了这个发展契机,马拉松已经成为当地一项重要的文化体育赛事活动。而在此过程中,各方协作的成效似乎也显得尤为清晰。

发展初期:1910年11月,中国历史上首次马拉松比赛在南京举办,这标志着江苏乃至全中国马拉松赛事的开端。1957年11

月,新中国成立后第一场马拉松同样也在江苏南京市举办。20世纪末至21世纪初,马拉松赛事开始规模化发展。

快速增长阶段:2015年国家体育审批政策“松绑”后,江苏马拉松赛事举办数量开始井喷式爆发,2015年南京举办了首次规模化的马拉松赛事,截至2019年全省被认证的马拉松赛事达到了41场,居全国首位,并形成了以南京、苏州、无锡为核心赛区的格局。

成熟阶段:2020年以后,江苏省马拉松赛事正式进入成熟期,并表现出专业化、品牌化、产业链纵深化等特点。2020年南京马拉松升级为世界田联银标赛事,苏州太湖马拉松等被认定为A1类赛事,与国际指标接轨。马拉松赛事还与当地品牌文化相结合,形成“一城一品”的新格局。

3 江苏省马拉松赛事发展现状

3.1 马拉松赛事场次多且覆盖面广

1959年马拉松在我国第一次被加入到全国运动会比赛项目中。1981年经过国际田径联合会准许后,我国举行了首届城市马拉松—北京马拉松赛,开创了我国城市马拉松的先河,国务院在颁发《全民健身计划纲要》之后,各城市的马拉松赛如雨后春笋般涌现出来^[3]。中国田径协会的数据表明,在2023年,江苏省共举办了61场路跑赛事,其中36场获得了中国田径协会的认证,这使得江苏在认证赛事场次上位居全国第一,而在非认证赛事场次上则排名第二。到目前为止,江苏省内每一个设区市都至少成功举办了一场马拉松赛事,达成了马拉松赛事在全省范围内的覆盖。进入2024年,江苏省内的马拉松赛事热度依然不减。依据江苏省体育局公布的2024年体育赛事活动规划,在路跑赛事领域,江苏计划在2024年举办包括南京马拉松、无锡马拉松、徐州马拉松、扬州马拉松、苏州马拉松等在内的省级、国家级以及国际级马拉松赛事共计45场^[4]。

3.2 江苏马拉松举办地分布特征

江苏马拉松赛事分布有着显著地域特征。苏南地区:南京、苏州、无锡等城市因为其雄厚的经济实力与完备的基建设施,长期占据赛事主导地位,其文旅资源也为赛事注入独特文化内涵,形成了“马拉松+旅游”的特殊形式。由于扬州大运河马拉松等特色赛事的创新性突破,苏南、苏中形成了南北联动局面,2024年马拉松赛事举办地由中心城市逐渐向周边城市扩散。赛事类型日趋多元化,详情见表1。

表1 苏南、苏中、苏北各地马拉松赛事举办场次

区域	年份	全年赛事场次	数据说明
苏南	2016	3	中国田协认证赛事(南京仙林半程马拉松、苏州太湖马拉松等)
	2019	34	中国田协银牌赛事(金牌16项,如南京马拉松)
	2025	27(规划)	苏州(16场)、南京(11场)
苏中	2016	1	南通江海国际马拉松(中国田协铜牌赛事)
	2019	2	泰州马拉松(认证)、南通马拉松
	2025	7(规划)	南通(3场)、泰州(4场)
苏北	2016	2	淮安金湖半程马拉松、宿迁马拉松
	2019	3	盐城马拉松、宿迁马拉松、徐州马拉松
	2025	4(规划)	盐城(1场)、宿迁(1场)、淮安(2场规划中)

3.3 影响赛事分布的因素

3.3.1 地区经济

据有关数据显示,我国GDP排名前20%的城市承办了全国78.6%的国际级赛事。事实证明经济发达地区具备完善的体育场赛事举办基础和成熟的商业运营体系。地方通过专项基金政策和“PPP”模式撬动社会资本,形成可持续的赛事投资机制^[5]。江苏作为经济大省,经济实力雄厚,为马拉松的举办提供了有利的财政支持。

3.3.2 交通通达度

2023年《交通运输研究》数据显示,高铁2小时通达圈内的赛事观众参与率提升了37.2%。航空运输能力更是直接影响了国际赛事的选址。江苏交通优势明显,截止到2024年年末,全省建成公路里程15.9万公里,铁路营业里程4730.7公里,年末民用汽车保有量2545.5万辆。完善的交通基础设施建设为马拉松的举办提供了有利的交通保障。

3.3.3 文旅融合增值效应

2024版《中国体育旅游示范基地评定标准》将“赛事引流转化率”纳入核心指标。扬州鉴真马拉松通过“赛事+非遗体验”模式,使参赛者人均消费达到了2860元,这个数字比常规游客提升162%。此外数字技术的应用催生了新型观赛模式,如无锡马拉松运用5G以及AR等先进技术实现“跑者视角直播”,带动线上旅游产品销售增长。

4 马拉松赛事对江苏省经济的影响分析

4.1 正面影响

4.1.1 直接经济收益

马拉松赛事通过报名费、拉赞助商投资及衍生服务创造直接经济收益。2024年无锡马拉松吸引了26.6万名选手报名,赛事期间带动餐饮、住宿、交通和旅游等消费达2.83亿元,较上年增长45.5%。扬州鉴真半程马拉松则通过赛事带来经济收益1.9亿元。

4.1.2 消费市场激活

参赛者及观众的消费覆盖全链条,包括运动装备、交通住宿和旅游购物。无锡马拉松赛事期间本地运动品牌销售额增长30%,ASICS、Nike等国际品牌更是通过赛事营销实现单日销售额破百万,除此之外全市酒店入住率超过90%,部分赛道周边民宿价格上涨50%后仍供不应求。餐饮业单日营业额平均增长40%,无锡小笼包销量更是直接翻倍。

4.1.3 旅游业升级与目的地品牌塑造

马拉松赛事通过“赛事+旅游”模式推动旅游消费升级。扬州鉴真半程马拉松期间,有75%的外地观众提前到达了这座城市,其中26.7%提前两日以上抵达,带动瘦西湖、个园等景区游客量增长。在浦口举办马拉松赛事的前后三天,旅游景区接待游客人数达到48.9万人次,实现旅游消费3.6亿元,较去年同比增长178.69%。马拉松对城市品牌溢价也有一定影响。无锡马拉松通过央视直播被千万观众所认识,社交媒体话题阅读量破亿次,这次直播强化“太湖明珠”的城市形象,为后续吸引投资奠定了基础^[6]。

4.1.4 产业链延伸与就业创造

马拉松赛事催化体育产业集群发展,形成“赛事运营—装备制造—健康服务”全链条。此外,马拉松还为举办地带来一定数量的就业岗位。每场赛事筹备都需临时招募安保、医疗、志愿者等超2000个岗位。例如,无锡马拉松聘用本地劳动力1500人,还间接带动了酒店、餐饮行业5000个临时岗位。

4.2 负面影响

4.2.1 公共资源挤占效应

以2024年无锡马拉松为例,赛事规模达3.3万人,调动了全市警力进行交通管制,医疗系统需要配置的急救资源远超常规。马拉松赛事活动日均公共安全支出可达城市日常治安经费的3-5倍,且需提前3个月启动专项预算编制。赛事期间大量公共资源被占用,势必会对其他社会需求产生不利影响。

4.2.2 商业活动抑制现象

赛事期间核心商圈道路的封闭会导致实体零售业营业额下降,特别是依靠物流运输的批发市场影响最为严重^[7]。根据南京大学城市发展研究院2023年监测数据显示,南京马拉松举办期间新街口商圈客流量同比减少18.7%,但线上消费同期增长12.3%,形成消费的转移。

4.2.3 产业投资虹吸效应

地方政府对马拉松的过度追捧可能导致资源配置失衡。根据江苏省体育局2024年预算显示,13个地级市中有9个将体育产业基金的30%以上投入到马拉松项目,而体育设施建设资金同比减少了19%。

4.2.4 价格传导机制扰动

赛事期间酒店房价的非理性上涨已成为突出问题^[8]。根据携程平台的数据显示,2024年无锡马拉松期间,酒店均价达到平常的4.2倍,但赛后两周入住率骤降,这种脉冲式价格波动对常旅客市场产生了挤出效应。

5 马拉松对地方经济长期发展的启示

5.1 增强城市品牌效应

马拉松赛事通过全景式城市风貌展示,结合媒体传播,将城市品牌从静态的“地理标识”升级为动态的“文化符号”。这种品牌效应具有长尾价值:数据显示,2023年郑州马拉松带动文旅体消费1.46亿元,次级效益逾7.32亿元,印证了品牌溢价对经济拉动的持续性^[9]。

5.2 促进产业结构调整

马拉松赛事的举办不仅仅是一次体育盛会,更是促进地方产业结构调整与升级的重要契机。一方面,赛事本身需要大量的体育设施、装备和服务,这直接推动了体育产业的发展;另一方面,随着参赛者和观众的到来,他们对住宿、餐饮、旅游等方面的需求激增,从而带动了这些相关行业的繁荣。

5.3 提升城市公共服务水平

大型马拉松赛事的举办对城市公共服务水平提出了更高的要求。为了确保赛事的顺利进行和参赛者的良好体验,政府和相

关部门需要在交通管理、安全保障、医疗救护等方面下功夫。这些措施不仅保障了赛事的成功举办,也提升了城市的整体公共服务水平,造福于长远发展。

5.4 推动全民健身与健康产业

马拉松赛事的普及在一定程度上推动了全民健身热潮的形成。越来越多的人受到赛事的影响,开始参与到跑步等体育锻炼中来。扬州鉴真国际半程马拉松的成功举办就极大地激发了当地市民的运动热情。数据显示,赛后几个月内,扬州市各大健身房的新会员注册量显著增加,公园和操场上的跑步者也明显增多。这种全民健身氛围的形成不仅有利于公众健康的提升,也为健康产业的发展注入了新的动力。

6 结语

马拉松赛事在江苏的蓬勃发展,不仅彰显了江苏在体育文化领域的活跃与成就,更为地方经济注入了新的活力。文章通过分析江苏省马拉松赛事的发展历程、现状及对经济的多重影响,揭示了其在促进旅游业升级、激活消费市场、创造就业机会等方面的积极作用。同时,我们也应正视赛事带来的公共资源挤占、商业活动抑制等负面影响,并采取措加以缓解。如今,马拉松赛事已成为推动江苏省经济社会发展的新动能之一,其未来的可持续发展需平衡好经济效益与社会效益,实现赛事与城市发展的良性互动,通过不断优化赛事布局、提升服务质量、深化文旅融合,马拉松赛事将为江苏省的高质量发展贡献更多力量。

参考文献

- [1]刘若骞,高立庆,石萌光.中国马拉松赛事发展时空分布及影响研究[J].冰雪体育创新研究,2020(04):106-107.
- [2]中国路跑赛事蓝皮书[M].北京:中国田径协会,2024.
- [3]刘舒鹏,李延超.我国马拉松赛事发展中存在的问题及对策研究[J].哈尔滨体育学院学报,2016,34(06):44-49.
- [4]中国田径协会全国马拉松及相关运动注册赛事日历[EB/OL].
- [5]游晓俊,贾鹏.我国三四线城市的马拉松定位研究[J].文体用品与科技,2017(16):53-55.
- [6]甘顺江.马拉松赛事对城市品牌塑造的贡献分析[J].文体用品与科技,2024(20):28-30.
- [7]江苏省体育局.南京马拉松经济效益分析报告[R].南京:江苏省体育产业发展中心,2023.
- [8]蒋贤锋.以江门马拉松为例探讨体育产业对城市发展的影响[J].文体用品与科技,2024(4):86-88.
- [9]刘炜炜,袁畅,冯丽均,等.接住“跑马”流量抢抓发展增量[N].惠州日报,2024-03-20.

作者简介:

朱培清(2004--),男,汉族,江苏常州人,本科在读,研究方向:旅游经济。

刘迪(1991--),男,汉族,江苏睢宁人,讲师,博士,研究方向:旅游地理及区域文化。