

我国城市路跑赛事发展研究

李跃¹, 李铁², 桂文亮³

(1. 常州机电职业技术学院 体育部, 江苏 常州 213164; 2. 江苏科技大学张家港校区 体育系, 江苏 苏州 215600;
3. 华中师范大学 体育学院, 武汉 430079)

摘要: 在回顾我国城市路跑赛事发展历程的基础上, 提出跑步运动具有自身具备的便利性与时尚性、社会群体的广泛参与性、赛事的公平性、赛事活动组织的社会性、赛事设计的人文文化等特性, 认为城市路跑赛事能够促进全民健身、推动产业发展、打造城市品牌, 对于我国城市发展具有积极影响; 但是我国城市路跑赛事发展过程中还需要应对恐怖主义的安全威胁、空气污染、赛事同质化等新问题。

关键词: 城市路跑赛; 特征; 全民健身; 体育产业; 城市品牌

中图分类号: G822

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2015) 04-0020-04

举办城市跑步赛事对展示城市形象、提升城市品位、丰富城市文化、繁荣城市经济有着重要的作用。纽约、伦敦、巴黎、东京等众多国际性大都市都有国际马拉松等城市路跑赛事, 并且这些赛事已成为这些城市的名片。我国的城市路跑赛事起步虽晚, 但发展迅速, 特别是2010年以来, 国内许多城市相继举办路跑赛事, 参赛人数不断增加, 组织水平日益提高。2014年, 我国路跑赛事更是出现“井喷”现象, 举办的场次及参加人数都创历史新高。我国的城市路跑赛事正以前所未有的速度向前发展, 深刻影响着城市人群生活, 逐渐成为城市主流人群的生活时尚, 也成为了城市展示综合实力、树立城市整体形象的窗口。

1 我国城市路跑赛事发展回顾

我国的路跑赛事以马拉松为代表, 起步较晚, 普及程度不高, 虽然1959年的首届全国运动会就把马拉松赛事列为正式比赛项目, 但城市跑步赛事在改革开放前发展并不理想。1981年9月, 中国田径协会创办的北京马拉松赛是国内最早的、也是级别最高的国际马拉松赛事, 2003年, 厦门把第13届全国马拉松锦标赛打造成了厦门国际马拉松赛事。北京、上海、厦门、大连这四地的马拉松赛事在国内有“四大满贯”之称, 是我国最知名的马拉松赛。在这些持续成功举办马拉松赛事的城市之外, 也有因故停办的案例。比如2005年“海尔杯”青岛国际马拉松赛因为路线不适合、完赛率过低而停办。创办于1982年的天津国际马拉松赛在2006年以后停办。而全国唯一的民办马拉松赛事——海口极限马拉松赛最终也因组织结构不够完善、人力不足, 于

2009年宣布停办。

我国城市路跑赛真正开始“热”起来是从2008年北京奥运会之后, 路跑赛事项目呈现出三个重要的变化: 第一个是从观赏性到参与性的变化; 第二个是从场馆内到户外的转变; 第三个是体育真正开始走进了每个人的生活。2010年, 中国共举办13场马拉松, 2011年增加到22场, 2012年为32场, 2013年达到45场。随着全民跑步热潮的掀起, 以马拉松为代表的城市路跑赛事如今跑遍神州大地。2014年, 只有黑龙江、新疆、西藏、青海等少数几个省市自治区没有举办马拉松比赛, 而北京马拉松的3万名额在一天之内被抢光, 甚至出现半程报名需要抽签的现象。2014年, 仅在中国田径协会注册或共同主办的赛事达到了53场, 参赛人数估计达到80多万人, 此外, 还有一些非官方个性化的比赛如越野赛、快乐跑、粉红跑、colorrun、垂直马拉松等在国内盛行, 无论是举办赛事次数还是参加城市数量都比4年前翻了一番还多。

2 我国城市路跑赛事发展的特征

2.1 路跑运动自身具备的便利性与时尚性

路跑赛事和参加人次呈逐年递增态势。跑步变“热”缘于社会经济和人民生活水平的提高, 并与跑步运动自身具备的特性密切相关: 现代跑步运动项目具有便利性与经济性的特点。跑步是最简单的运动形式, 适合大多数人, 更容易普及; 其次, 较为便捷, 这项运动不同于篮球、网球, 需要依靠固定的场地、器材、设施、对手, 它随时随地都可以进行, 无论是在家还是在街道、学校、公园。第三, 跑步是比

收稿日期: 2015-04-13

基金项目: 2013年度教育部人文社会科学研究青年基金项目 (13YJC890015);
2014年江苏省教育厅高校哲学社会科学基金项目 (2014SJB511)

作者简介: 李跃 (1981—), 男, 安徽阜阳人, 讲师, 硕士, 研究方向为体育人文社会学。

较经济的运动项目。

路跑运动项目还具有时尚性特征。随着我国出境旅游人口的持续增长和国际信息交流的日益频繁,国人了解到国外的明星、领导人、公司高管、白领、时尚届的文艺达人等等,都很热爱路跑运动,在潜移默化中,崇拜这些人群的人们跟随其脚步加入到时尚路跑运动中,当跑步成为人们生活中不可或缺的一部分时,跑步便成为了一种信仰,用跑步、用汗水释放人们生活中的不快,然后更好地去体验时尚生活,通过时尚的路跑运动,人可以变得更健康、更聪明、更愉悦,更有利于实现人自身的现代化。

跑步最重要的特性是有效性。从生理上讲,跑步带来的身体锻炼是全面的,而其他大多数运动一般只是侧重锻炼身体的某一个部位;其次,跑步能给跑者带来心理上的调节,具有减压作用,每完成一次全程马拉松,选手都能产生巨大的成就感,感受到生命的极限与张力,所谓的“跑步是哲学也是修行”,正是跑步运动有效性的最好体现。

2.2 社会群体的广泛参与性及赛事的公平性

足球、网球、篮球等项目赛事,真正参赛的是一个小组,更多人只能作为观众参与赛事,唯有马拉松赛事是世界顶级运动员和普通大众可以同场竞技的项目,同一时间、同一个起点和同一个终点,无论是“高端人群”还是普通大众,都可以在同一条跑道上决一高下,这里没有职位的高低和阶层的划分,裁判是完全公平的,强者总是能够站在领奖台上^[1]。马拉松比赛不需要高科技的竞技器材,选手在比赛硬件条件上几乎是一样的。所有人在城市路跑比赛中,都可以“拥抱”共同的城市标志性地段和建筑,而不是局限于狭小的专用比赛场地,这又使得马拉松赛事变得更为亲民。这样的比赛形式最大限度地提高了民众参与的积极性,激发了民众竞赛的热情,这样的赛场是民主、自由、公平的赛场,可以很好地诠释和传承马拉松精神^[2],更可以最大限度地宣传和弘扬奥林匹克精神。

2.3 赛事活动组织的社会性

城市路跑赛事不仅仅是一场纯粹的马拉松或其他“乐跑”赛事,而是一个综合性的社会活动。因此,城市路跑赛事更需要从社会活动的属性角度来进行赛事的组织运作,需要整合足够多的社会力量参与到赛事中。在赛事的举办过程中,除了赛事的组织和运作,还需要交通、医疗急救、安保、媒体转播、绿化景观、气象发布等其他相关部门的紧密配合,把既有参与赛事职责但又拥有独立权利的合作部门,整合成一个“赛事服务”系统,从而达到举全市之力举办马拉松赛的效果^[3]。

城市路跑赛事除了赛事组织运作上体现社会性外,路跑赛事本身的社交功能也很好地体现了它的社会属性。在现今社交网络互联的时代,体育运动这种纯个人化的行为,因为社交网络的存在,不仅不再孤独,而且变得生机盎然。同类迅速聚拢,寻找团队归属,网上网下互动,运动乐趣不断。跑步这时已经成为一种社交手段。网络时代自有网络时代的特点,路跑运动社区拉近了陌生人之间的距离。参与体育运动的相互影响迅速传播,运动人群的增长甚至可以用几何、裂变来描述。跑者之间进行的约跑、分享经历、“晒”成绩

等,更加强了路跑项目的社会属性。

2.4 赛事设计的人文化与文化展示性

没有什么能比在一个城市跑上个马拉松更能迅速切实地感受城市精华了。在城市露天开放的马路上举办路跑赛事,可以向全国乃至全世界人民全面介绍展示城市的自然风光、人文环境、经济发展以及当地群众的精神风貌等等。虽然每个城市路跑赛事的跑道设计不同,但赛道一般都会经过城市中人文或自然景观最集中的区域,以及城市经济、社会发展的最新亮点区域。2013年厦门马拉松赛由央视和厦门电视台共同全程航拍直播,国内外50多家电视台、100多家纸质媒体、网络媒体对赛事进行转播和全方位的宣传报道,全面展示了厦门旅游城市“海上花园”的形象。2014年,中国全年马拉松赛事累计收视人群超38亿人次,覆盖约3亿收视人群。可见,路跑赛事成为举办城市展现自然、人文景观的绝佳平台和展示城市精神和文化的“流动的画面”,能够有效提升城市知名度、美誉度、软实力,是标注城市的文化符号。

3 我国路跑赛事对城市发展的影响

城市路跑赛事的健康发展,有力地促进了全民健身活动的开展,也是城市经济又好又快发展的助推剂,会进一步提升城市品位与国际影响力,提升城市的文明程度,对于城市的全面发展具有重要的推动作用。

3.1 传递健身理念,促进全民健身

国务院颁布《全民健身计划纲要》的目的是为了更好地推动全民健身,而不需要任何器械、公众参与感强、集运动与娱乐于一体的城市路跑活动,促进了普通人参与跑步运动的热情,成为了全民健身的重要载体和活动内容。通过举办形式多样的城市路跑比赛,人们逐步感受到跑步运动的时尚性与有效性,越来越多的人把跑步作为健身的主要方式。像马拉松这样的城市路跑赛事,每场参加的专业运动员有百人左右,而数以万计的其他选手都是普通市民,因此,城市路跑赛事的发展,能够在很大程度上满足群众体育的发展需要,有效缓解人们日益增长的体育文化健身需求与体育经费、场地不足的矛盾,促进地方体育事业的发展。同时,城市路跑赛事向人们传递的健康理念,促进了体育的生活化,有助于建设健康城市^[4]。在对北京马拉松比赛的调查中,6301位现场被调查者有81%的人对“北马”比较了解,96%的认为,跑步运动是一项有效的健身方式,93.5%的人认为在赛事的影响下自身的健身意识得到了提高。以马拉松为代表的城市路跑赛事为宣传健身知识、培养广大人民群众的科学健身意识和良好的健身习惯,及增加体育人口做出了积极贡献^[5],有力地促进了全民健身运动的开展。

3.2 推动产业发展,促进经济增长

中国路跑产业在经过近几年的逐步升温和市场积累后,已经成为一个备受瞩目的社会性话题,被媒体、群众热议。跑步已经从一种简单、基础的运动发展成一种生活、一种态度、一种令人向往的社交形式。马拉松赛事影响的扩大和数量的增加,更加刺激了体育消费需求,还推动了当地娱乐、旅游、餐饮、服务、酒店、交通等产业的增长,由此引发投

资和消费的乘数效应,为城市的繁荣发展注入营养和动力^[6]。国际田联路跑协会事务高级经理肖恩·华莱士·琼斯表示,经济效益对于马拉松的举办城市来说显而易见,很少有别的体育赛事可以带来如此的效益。“平均每个马拉松运动员都会至少有一个同行的伙伴,他们至少得在旅馆住3天到4天,还需用餐、购物等。即使每人只消费几百美元,数以千计的国外游客加在一起的消费总和也很可观。”厦门国际马拉松赛2003年创办,到2012年一共举办了十届,它给厦门带来的直接营业收入累计高达10.72亿元。仅2012年厦门马拉松赛前3天期间,全市从马拉松赛获得的各项收入约为2.03亿元^[7]。2013年,北京马拉松的总营业收入接近3000万元,已跻身世界十大马拉松赛之列。而2014年,中国参与马拉松及相关活动的人群规模约80万人次,赛事直接带动体育产业规模约300亿元。中国路跑产业已经成长为一个绿色、健康的产业,有力地促进了第三产业的发展。

3.3 打造城市品牌,提升城市文明

营销大师菲利普·科特勒曾经把品牌定义为:“品牌是识别符号和个性”。而城市品牌是一个城市在推广自身城市形象过程中,根据城市的发展战略定位所传递给社会大众的核心概念,并能够获得社会的一致认可^[8]。每一个城市都有自己的特点,每一项体育赛事都与城市的发展息息相关,而高水平的比赛,赛场观众表现出的文明、热情、高素质,不仅体现出了奥林匹克体育精神,同样也体现出了这个城市文明、健康的精神风貌。已经成功举办12届的厦门马拉松赛事,不仅把竞技赛事办成了全民健身活动,而且把一项专业赛事综合提升成赛后的系列活动,成为城市市民的盛大节日,把马拉松打造成了厦门一个靓丽的城市名片,展示了厦门的城市品位和形象,提升了城市的文明程度,拉动了体育、旅游等服务业的发展^[9]。2012年,调查显示,厦门市民对于厦门国际马拉松赛投入程度进一步增加,实地观看占42.5%,通过电视观看占84.3%,目睹比赛者高达96.5%,而关注比赛者更是高达98.4%。这一组数据说明了厦门国际马拉松赛事在当地民众心中已经树立起了品牌形象。从更高层面来说,从民生、文化、精神角度,城市路跑赛事推广了一种健康的生活方式。一个城市是否有朝气,是不是有追求和品位,是不是跟国际现代化都市有同样的爱好,某种程度上可以从路跑赛事上得到体现。此外,城市的凝聚力和表现力、民众的认同感和自豪感,完全可以从马拉松赛事这个载体中获得。

4 我国城市路跑赛事发展中遇到的新问题

4.1 恐怖主义的安全威胁

2013年4月15日,在拥有117年历史的美国波士顿马拉松赛期间,相继发生两起爆炸事件,爆炸造成3人死亡,183人受伤。波士顿马拉松赛的两声爆炸,在让大家绷紧了神经的同时,也再次给大型路跑项目赛事的组织方敲响了恐怖袭击的警钟。重大国际体育赛事人员集中,易造成大规模人员伤亡,国际社会对大型赛事的关注度高,更是形成世界范围内的恐慌效应,这是近年来恐怖分子频频袭击国际体育赛事的原因。而如今的都市路跑比赛大都在城市街道上举

办,赛事会吸引来自世界各地的数万名参赛者和沿途近百万的观众,赛事或举办城市在国际上有着巨大影响力。路跑赛事的这些特点,让这项“阳光”的户外运动很容易成为恐怖分子的目标。近年来,我国境内同样存在极端势力的影子,以及可能诱发不安定事件的种种因素。如2013年北京的金水桥事件、2014年云南昆明火车站砍人事件等等。恐怖主义对大型体育赛事造成的不利影响,既表现在办赛成本的直线上升上,还体现在安保工作对赛事的便利性和娱乐性造成的抑制上。因此,在我国城市路跑赛事如火如荼开展的同时,如何确保安全,如何保证赛事在平稳举办的基础上控制办赛成本,是各路跑赛事组织方的新难题。

4.2 空气污染问题

世界卫生组织指出,PM_{2.5}数值超过300,就会严重危害人体健康。清华大学人体运动专家陈小平认为,人在长时间剧烈运动时,体内会进行有氧代谢,而在奥林匹克项目中,马拉松是有氧需求量最大的比赛项目,因为这项运动的持久性和强度都高于其他运动,马拉松高居“雾霾天最不宜进行的运动”榜首。

2014年,北京马拉松赛就被严重的雾霾搅了局。因为深怕比赛途中身中“霾伏”,部分选手用口罩把自己“武装”起来,有人甚至带上了防毒面具。见此情景,美国《纽约时报》干脆给2014年的“北马”起了个新名字——“霾拉松”。当马拉松遇上雾霾,跑不跑的确是个问题。有些人对于组委会雾霾天气依旧坚持比赛的做法很不理解,认为跑友参赛本是为了健康,雾霾天气举办比赛恰恰违背了这一初衷,为何不能延期再赛。而“北马”组委会方面表示,设计规模3万人的比赛,有约46%的参赛选手来自国外及国内其他地区,组织管理工作涉及方面众多,可谓牵一发而动全身,赛事延期、改期的难度巨大。而在确定比赛日期时,又不可能预测出当日的天气状况,雾霾的不可控性让组委会很无奈。而在可以预计的未来,越来越多的体育比赛会在我们身边举办,有国际顶尖赛事,也有民间举办的群众体育比赛,但是无论级别高低,体育比赛的目的都是希望强身健体、积极向上,面对这种灾害性天气,我们应该认真思考、周密设计相关的措施。这样既可以保证比赛的健康形象,又有助于更好地引导体育爱好者正确的运动。因此,如何让民众在舒适健康的天气条件下放心地进行健身路跑,不再让参与者充当“吸尘器”,是赛事主办城市需要思考的问题。

4.3 赛事同质化问题

2008年以来,通过举办大型体育赛事,塑造自己的城市品牌,成为我国越来越多城市的选择。而公路自行车、城市路跑赛等有助于展示城市景观的户外“路径”赛事更是持续走热。无论是雾霾攻城,还是跑者猝死,都不能阻止中国式路跑赛的热潮。在此过程中,一些城市并没有根据城市的实际情况作出精心的赛事创新设计,不肯做出长远的规划打造本地特色体育文化,举办路跑赛事就是为了暂时的“吸睛效应”,一味跟风。城市路跑赛的“热”暴露了扎堆办赛的攀比心理和随波逐流,一窝蜂地办城市路跑比赛,造成了赛事同质化严重,缺少地方特色,浪费了社会的公共资源。因此,与其他历史悠久的马拉松赛事相比,刚刚起步的中国城

市路跑赛事更需要做全面的赛事规划,在赛事的特色上、运营推广上下功夫,努力避免城市路跑赛事的同质化现象。

5 结语

在城市路跑赛事中,几乎所有的相关利益方都是受益方,参赛者满足了挑战自己耐力、意志力极限的愿望;组织者完成了体育的本职工作;城市展示了综合实力、树立了形象、彰显了活力,促进了地方经济、文化、民生的发展,推动了招商引资和与国际接轨;赞助商参与当中体现了它对公益事业的一种投入和社会责任,帮助了城市进步,也得到丰厚的回报。在中国全民运动的大潮中,城市路跑赛适时地成为一个图腾,爆发式增长的路跑爱好者将马拉松推上“圣坛”,推动着马拉松赛事不断完善、越来越多、越来越好的同时,也神化了它。但是,城市路跑只是一项体育运动赛事,在全民跑“马”及“钱景”看涨的狂欢中,我国城市路跑赛事应保持冷静,保持体育的本质,进而引领全民运动健康发展。

参考文献:

[1] 周学武.跑马拉松引发的思考[J].秘书工作,2014

(5):79.

- [2] 祝良,黄亚玲.城市马拉松赛文化特点的研究[J].体育文化导刊,2014(9):25-28.
- [3] 颜永涛.国内大型体育赛事风险研究述评与研究展望[J].河北体育学院学报,2014(1):38-41.
- [4] 刘革,陈存志.大型体育赛事利益相关者界定及其利益分类划分[J].河北体育学院学报,2013(1):22-25.
- [5] 王海,王大卫.我国马拉松赛事研究[J].体育文化导刊,2012(12):46-52.
- [6] 王海.欧元与“达喀尔精神”的博弈[J].经济导刊,2011(4):5-6.
- [7] 十届马拉松赛厦门收入超十亿[EB/OL].(2012-12-18)[2014-11-23].http://e.chengdu.cn/html/2012-12/18/content_367926.htm.
- [8] 林香菜.厦门国际马拉松赛对提升厦门城市品牌价值的效果研究[J].厦门特区党报学报,2011(5):72-76.
- [9] 厦门马拉松是如何打造成厦门城市品牌的[EB/OL].(2013-12-02)[2014-03-02].<http://blog.ce.cn/html/32/355332-1498515.html>.

Research on the Development of City Road Running in China

LI Yue¹, LI Tie², GUI Wen-liang³

(1. Department of Physical Education, Changzhou Institute of Mechatronic Technology, Changzhou 213164 China;

2. Department of Physical Education, Zhangjiagang Campus, Jiangsu University of Science & Technology, Zhangjiagang 215600, China;

3. School of Physical Education, Central China Normal University, Wuhan 430079, China)

Abstract: On the basis of reviewing the development process of road running in China, this article proposes that running events have such features as convenience, fashion, wide social participation of various groups, the fairness of competitions, socialized match organization, humanistic match design. It is suggested that city road running can improve national fitness, promote industrial development, build city brand, and thus have a positive impact on the development of Chinese cities. However in the development of city road running, new challenges of terrorist security threats, air pollution, and homogenization of those running races also need dealing with.

Key words: city road running; features; national fitness; sports industry; city brand