

## 经济增长与文化基因:城市马拉松的现实追求与实践进路 ——以扬州鉴真马拉松为例

孙志伟

(南京交通职业技术学院, 江苏 南京 211188)

**【摘要】:**运用文献资料、案例分析等研究方法,以扬州鉴真马拉松为例,从经济增长和文化基因两方面出发,分析城市马拉松的现实追求、经济影响和文化遗产,研究扬州鉴真马拉松赛事的发展背景、组织模式及运作机制,并阐述其价值特征。各地举办马拉松赛事时在现实追求过程中的局限性表现在政府组织投入有限产生的“多米诺骨牌”效应、马拉松赛事的市场化程度不足、赛事缺乏有效的扩展与创新等方面。因此,要协调政府机构,实行集中办公制度、推行市场运作、完善马拉松赛事体系、强化赛事拓展和赛事创新等策略。通过促进城市马拉松的文化底蕴、城市特色和政企协作发展,推动马拉松赛事高质量发展。

**【关键词】:**马拉松赛事;扬州鉴真马拉松;经济增长;文化基因;现实追求;实践进路

**【中图分类号】:**G822.8

**【文献标志码】:**A

**【文章编号】:**2096-5656(2020)06-0028-08

**DOI:**10.15877/j.cnki.nsic.20210108.003

近年来,在国家政策松绑、产业顺应经济社会发展以及体育消费观念转变的大环境下,马拉松赛事的举办数量和参与人数均呈现“井喷式”增长,尤其是2015年中国田径协会取消了马拉松赛事的审批之后,越来越多的城市开始积极申办或筹备各类马拉松赛事,“马拉松热”成为2020年我国体育赛事发展最鲜明的关键词。但我国马拉松赛事供给总量不足、运行机制不够顺畅、产业体系不够健全、赛事产品创新不足等问题突出。马拉松赛事因其商业价值高、辐射行业范围广泛、文化内涵丰富等特点成为全国众多城市争相举办的体育赛事,如何通过马拉松赛事来提高经济增长和弘扬体育文化也成为学界关注的热点。扬州鉴真马拉松赛事一直秉持“文化是魂,品牌是骨”的理念,坚持内在文化的支撑,重视赛事的品牌效应和赛事文化的提炼升华,提倡赛事品牌和体育文化的良性发展,力争将其打造成闻名国内外的“长青藤”赛事,不断优化赛事规模、品牌、理念及质量等,受到社会的广泛关注<sup>[1]</sup>。为此,以扬州鉴真马拉松为例,从经济增长和文化基因的角度来分析城市马拉松的现实追求和实践进路,以期为其他城市举办马拉松赛事提供借鉴与参考。

### 1 经济增长与文化基因:城市马拉松现实追求的理论逻辑

#### 1.1 经济增长:马拉松赛事对城市的经济影响

2017年和2018年,我国马拉松赛事及相关运动的规模赛事(800人以上路跑赛事)运营场次分别为1 102场和1 581场,参赛人数分别达到498万和583.6万;2019年,我国马拉松规模赛事同比增长15.62%,达到1 800场次的历史新高,累计参赛人次超过712.56万。2018年,我国马拉松年度消费额超过177亿元,带动了相关行业的总消费额达288亿,全年马拉松行业的总产出高达746亿,2019年较同期增长了6个百分点。

##### 1.1.1 马拉松赛事对体育旅游的经济影响

经济性作为体育旅游的本质属性,通过为体育旅游者的体育赛事活动提供服务来提高经济收入。马拉松赛事对城市经济发展的影响主要体现在相关产业链的经济领域,特别是对体育旅游业的促进作用非常明显,体育旅游业成为促进我国城市经济发展的最

收稿日期:2020-09-06

基金项目:2019年国家社科基金项目:大运河流域体育文化产业创新发展研究(19BTY051)。

作者简介:孙志伟(1981—),男,江苏高邮人,硕士,副教授,研究方向:体育教育训练学。

具活力的朝阳产业之一。体育旅游业由5个方面构成,包括:体育旅游餐饮住宿业、交通运输通讯业、旅游业务组织部门、体育场所游览经营部门和目的地旅游组织部门,5个部分以促进城市经济发展为目标相互联系、相互促进,通过招徕、优化服务的方式吸引体育旅游者,在扩大城市商业经济和促进城市相关部门盈利、发展等方面发挥着至关重要的作用<sup>[2]</sup>。《2018年中国居民消费发展报告》和中国跑者大数据显示,我国人均跑步总消费为12 287元,其中41%用于体育旅游,人均体育旅游消费支出约为5 037元,按马拉松赛事的平均规模人数计算,一场城市马拉松能带动超过6 045.2万元的体育旅游营业收入<sup>[3]</sup>。

#### 1.1.2 马拉松对体育用品制造和健身休闲的经济影响

马拉松赛事对体育用品制造业产生的影响较大。《马拉松未来发展预测报告(2018—2025)》的数据显示,我国马拉松赛事每年在体育用品制造业的增加值中至少有超过7.8%的贡献率。马拉松也对健身休闲产业产生了较大影响。马拉松运动行业近年来成为推动全民健身、弘扬体育文化的重要平台,满足了我国体育消费者健身、休闲和娱乐的发展需求。《马拉松运动产业发展规划》的数据显示,我国马拉松赛事将会带动超过8 350万人次参与全民健身活动,2018年,体育健身活动的总产出为1 028亿元,由马拉松赛事带来的经济收益超过8%,达到82.25亿元。

#### 1.2 文化基因:马拉松赛事对城市带来的文化传承

我国举办过马拉松赛事的城市都具有特殊的地域文化底蕴,这是推动赛事发展和体育旅游的优势资源,将城市的历史文化和路跑赛事深度融合是激活城市马拉松赛事发展的有效途径。马拉松赛事作为运动健身的平台,既为跑者打造了一个充满新鲜感的聚会与健身的舞台,也充分展示了赛事举办城市的环境面貌和灿烂文化,马拉松赛事业逐渐以规模宏大、参与广泛和影响深远等特点成为城市文化的专属展示平台<sup>[4]</sup>。

##### 1.2.1 马拉松赛事塑造健康的城市形象,推动城市有序发展

世界卫生组织和中华人民共和国卫生和计划生育委员会(现中华人民共和国卫生健康委员会)在第九届全球健康促进大会中指出:人人享有健康,一切为了健康,建设健康城市,激发城市居民将健康理念融入生活和工作的方方面面,促进和谐的人际关系、

科学的生活方式,营造积极向上的社会氛围,形成良好的社会互动。马拉松作为健身休闲产业领域的一大行业,是保护和调节参与者心理和生理健康的绝佳方式,长跑类的户外健身项目消费成本较低,且需要坚持通过一系列的耐力训练才能完成马拉松路程目标,这满足了广大人民群众参与全民健身的需求。在挑战自我、传播正能量和健康生活的背景下,马拉松运动不断为马拉松赛事举办城市注入新的活力<sup>[5]</sup>。举办马拉松赛事提升了赛事举办城市的影响力,改善了相关企业的投资环境,带动了旅游、交通、餐饮、酒店等一系列产业的消费,并拉动了经济的增长,塑造城市的健康形象,推动城市有序发展。

##### 1.2.2 马拉松赛事传承城市的历史悠久文化

举办马拉松赛事的意义远远超出体育运动的范畴,一方面,马拉松赛事有助于举办城市的向心力和自豪感的形成;另一方面,有利于展示举办城市悠久的特色历史文化和崭新的时代面貌。作为城市居民文化生活的一部分,马拉松赛事已经成为促进举办城市文化建设的助推器和构建和谐社会的重要载体。一场成功的城市马拉松赛事包括:第一,赛前的赛事建设和宣传。第二,赛中的赛事实践和体验。这两方面需要挖掘举办城市的悠久文化历史,将具有优异文化底蕴的元素赋予赛事的各个环节,从素材、名片和活动等方面进行组织构建,设计出颇具地域与文化特色的服装、道路点和指示牌等,彰显举办城市的文化主题和形象,让参赛者在运动过程中感受到举办地丰厚的文化特色。第三,赛后的赛事宣传和推广。在赛事结束后,赛事组织对赛事涉及的城市特色历史文化环节进行提炼,通过总结宣传的方式提升赛事的文化内涵,马拉松赛事运营方设计出最合理的方案来传承举办城市悠久的历史文化。

## 2 马拉松赛事的运作模式与价值特征:以扬州鉴真马拉松为例

目前,我国马拉松赛事的开展如火如荼,点燃了全民参与体育的热情,参与的人数与举办的赛事数量呈现出井喷式的发展趋势,成为席卷全国的热门体育赛事。究其根本,我国马拉松赛事的繁荣兴盛主要源于消费者的自我挑战及对健康生活方式的积极追求,同时,也是城市化发展的需求,是城市经济与文化发展的必然趋势<sup>[6]</sup>。在健康中国、体育强国等国家战略

背景下,以扬州鉴真马拉松为例,阐述马拉松赛事的运作机制和价值特征具有重要的借鉴价值。

### 2.1 扬州鉴真马拉松的发展背景

扬州鉴真国际半程马拉松赛创办于2006年,由日本西武新闻社和扬州市政府共同主办,是国内举办的第七个城市马拉松赛事,扬州成功地将鉴真东渡精神和马拉松赛事需要的坚持不懈精神结合在一起,成为扬州鉴真马拉松赛事的主旨。2007年,由中国田协、江苏省体育局、扬州市政府联合主办,并重新定位。2010年,央视开始直播,赛事全面升级。截至2020年4月,该赛事已成功举办了14届,办赛十余年来,扬州鉴真马拉松已从不足千人参加的群体性活动,发展成为由来自40多个国家和地区、240多个城市、120多所高校、400多个社团,3.5万余名跑友参加的国际性赛事,国际国内高水平运动员竞相参与,赛会纪录屡创新高。至2012年,扬州鉴真马拉松已连续8年荣获国际金标赛事、全国马拉松金牌赛事,是亚洲唯一连续多年荣获国际金标赛事的半程马拉松赛事,先后被评为“最具影响力的马拉松”“最想跑的半程马拉松”<sup>[7]</sup>。

### 2.2 扬州鉴真马拉松的赛事组织模式

国内马拉松赛在赛事组织和运作模式上各有不同。扬州鉴真马拉松赛也有自己独特的赛事组织与运营模式(图1)。

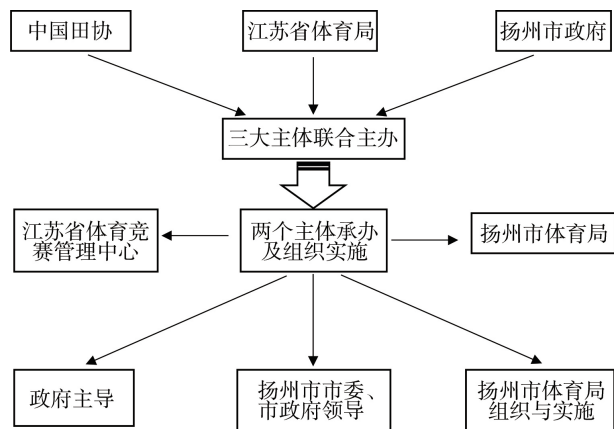


图1 扬州鉴真马拉松的赛事组织模式

Fig. 1 Organization mode of Yangzhou Jianzhen Marathon

目前,扬州鉴真马拉松是由中国田协、江苏省体育局和扬州市政府3方联合主办,江苏省体育竞赛管理中心、扬州市体育局牵头承办的,与赛事组织相关的体育、公安、卫生、广电、城管等多个部门均参与到赛事组织工作中。因此,就赛事组织角度而言,扬州鉴真马拉松是由政府主导推进的体育赛事,赛事组织也是在扬州市委、市政府的直接领导和支持下进行

的。其中,扬州市体育局负责竞赛工作的组织与实施,印发竞赛规程总则和竞赛规程,编印马拉松情况简报及相关资料,确定竞赛时间、地点、赛程等具体信息;制定总赛程表、安排表、竞赛秩序册、成绩册,提出赛事场地设备及器材规格要求,最后协同各级部门再次商讨和落实行动等具体实施工作。

### 2.3 扬州鉴真马拉松赛事的运作机制

#### 2.3.1 政企合作运营机制

目前,国内马拉松主要有政府运营、专业公司运营、政府与专业公司合作运营这3种模式,扬州鉴真马拉松在合作及运营机制方面有着自己的特色,随着马拉松发展的时代需求,运营主体发生了变化,推动了马拉松赛事的发展,形成了独特的合作机制框架图(图2)。

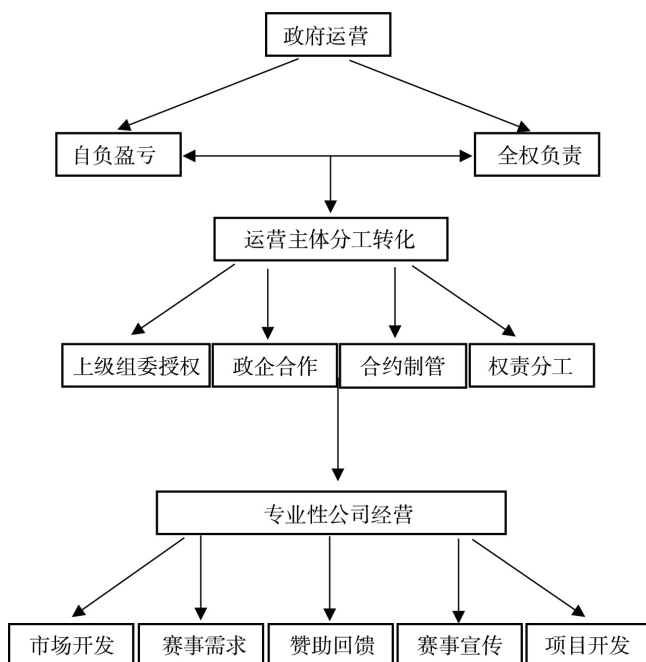


图2 扬州鉴真马拉松运营及机制框架图

Fig.2 Schematic diagram of the operation and mechanism of Yangzhou Jianzhen Marathon

扬州鉴真马拉松自开办以来主要是依靠政府运营,采取政府自负盈亏的方法全权办理赛事,自2016年开始,扬州鉴真马拉松实现开放办赛,引入马拉松专业运营公司,尝试政府与企业合作办赛。合作之前双方签订合作协议,并规定双方合作的责权利和赛事分工。通过调研访谈得知,上级组委授权有资质的运营公司,全权负责扬州鉴真马拉松的市场开发工作。运营公司按照组委要求进行市场开发,满足赛事对装备、水、饮料、车辆等物品的需求,满足赛事的保险需求,负责对赞助企业的赞助回报<sup>[8]</sup>,承担赛事宣

传、研发等工作。就近两年实施的效果而言,马拉松专业运营公司资源广、渠道多、市场开发经验丰富,市场开发效果相对较好。

### 2.3.2 宣传推广运作机制

在扬州鉴真马拉松赛事中,媒体的宣传与转播等信息化手段起到了重要的推广作用。2018年,扬州市统计局的数据显示,扬州目前共有广播电台、电视台4座,广播综合人口覆盖率和电视综合人口覆盖率均达100%。2010年,中央电视台体育频道开始直播扬州鉴真马拉松,2012年,央视实现航拍直播,极大地增强了扬州鉴真马拉松的影响力。扬州鉴真马拉松与央视的合作实现了双赢,扬州鉴真马拉松通过央视航拍,全面、立体展示扬州鉴真马拉松和扬州城市的面貌,不仅宣传扬州鉴真马拉松,更展示了城市魅力;中央电视台体育频道作为扬州鉴真马拉松的主办方之一,独家直播扬州鉴真马拉松,收视率超过了同期其他节目。此外,江苏国际频道与央视一起向全球55个国家和地区转播了扬州鉴真马拉松比赛的盛况,扬州电视台在央视直播时段结束后,继续对赛事进行直播。一直以来,相比国内其他马拉松赛,扬州鉴真马拉松在电视直播方面投入并不算很多,主要是用来支付直播成本及工作人员在扬州期间的食宿费用。究其原因,一方面,扬州鉴真马拉松创办时间早,与相关体育频道建立了长期的合作关系;另一方面,扬州市领导高度重视,鼓励通过各媒体全程直播报道赛事,增强宣传效果<sup>[9]</sup>。

## 2.4 扬州鉴真马拉松发展的价值特征

### 2.4.1 扬州鉴真马拉松的品牌性特征

2010年,扬州鉴真马拉松被评为中国首批体育旅游精品推荐项目,且成为中国金牌、国际银牌的品牌体育赛事。至2012年,扬州鉴真马拉松已连续多年荣获国际金标赛事、全国马拉松金牌赛事,连续两年入选中国体育旅游“十佳赛事”。2015年,因其精细的组织、良好的口碑、丰富的体育文化内涵以及巨大的国内外影响力获得“2015年度省级十大最具品牌价值”体育赛事,江苏省将扬州鉴真马拉松赛事认定为具有知识产权的品牌赛事。扬州鉴真马拉松品牌价值的重要性不言而喻,凭借着丰厚的文化底蕴和悠久的历史成为国内最具IP价值的马拉松赛事之一<sup>[10]</sup>。

### 2.4.2 扬州鉴真马拉松的地域性特征

扬州地处长江与京杭大运河交汇处,是大运河原

点城市,也是江南水乡的缩影,有“中国运河第一城”的美誉,拥有得天独厚的地理优势。大运河扬州段从瓜洲古渡头一直延伸至宝应区,全长125 km,其中,东关古渡是水路交通的重要枢纽,连接京杭大运河,古时候是扬州最为繁华的交通要塞,现在作为扬州古运河重要景点,成为扬州鉴真马拉松路线设置的一大亮点<sup>[11]</sup>。此外,扬州鉴真马拉松线路逐渐固化,比赛途经古运河、瘦西湖、唐城、宋夹城、大明寺等众多著名景点,展现了大运河风貌以及扬州城市历史发展轨迹,展示了“唐宋元明清,从古跑到今”的美好场景,呈现出扬州鉴真马拉松区别于其他马拉松赛事的独特地域性特征,更深层次地诠释了扬州鉴真马拉松的内涵价值。

### 2.4.3 扬州鉴真马拉松的文化性特征

扬州鉴真马拉松是全国唯一以纪念城市标志性历史名人和城市复合命名的马拉松赛事,将文化作为引领其赛事发展的旗帜,始终坚持“精神引领,文化立赛,凸现历史,融入城市”的办赛宗旨,把文化性融入了赛事的方方面面。扬州城古典韵味与现代气息交相辉映,结合传统景观体育并兼顾城市发展变化,挖掘出“历史广陵为唐诗浸润、现代扬州被马拉松激活”的文化诉求<sup>[12]</sup>。赛事坚持“文化是魂,品牌是骨”的文化发展理念,提炼升华赛事文化底蕴,加快推动赛事品牌与文化良性发展,构建具有深厚文化内涵的马拉松赛事。

## 3 城市马拉松发展的现实追求

### 3.1 政府积极响应国家政策的号召

近几年,随着我国经济新常态以及五大发展理念的提出与实践,体育产业获得了前所未有的发展机遇与挑战,加快促进体育企事业高质量发展受到国家的高度重视,并将全民健身视为国家综合实力的重要体现和经济社会发展进步的重要标志。2016年,国务院印发《关于全民健身计划(2016—2020年)》国发〔2016〕37号文件,文件指出:“支持各地、各行业结合地域文化、农耕文化、旅游休闲等资源,打造具有区域特色、行业特点、影响力大、可持续性强的品牌赛事活动。”<sup>[13]</sup>马拉松逐渐成为全民运动的首选,其快速发展引起国家的高度关注与积极扶持。2017年,中国田协随之发布了《关于支持社会力量举办马拉松、自行车等大型群众性体育赛事行动方案(2017年)》对马拉松未来发展提出重要指示。2018年1月,国家体育总局、发展改革委、

科技部等11部委联合制定的《马拉松运动产业发展规划》指出,政府部门要积极为举办马拉松赛事活动提供服务,促进马拉松运动产业持续快速增长。

扬州市相关部门积极响应国家政策,结合当地丰富文化旅游资源,致力于打造扬州鉴真马拉松品牌赛事。扬州鉴真马拉松的发展离不开政策的支持更不能忽视经济的基础作用。近年来,扬州市经济发展水平持续攀升,对地区体育产业发展产生了重要的促进作用(表1)。

表1 2016—2018年扬州市经济发展情况一览表

Tab. 1 The List of Yangzhou's economic development from 2016 to 2018

年份	全市国民 生产总值(亿元)	居民人均 可支配收入(元)	居民人均 可支配收入增长(%)
2016	4 449.38	28 633	9.1
2017	5 064.92	31 370	9.6
2018	5 466.17	34 076	8.9

注:数据来源于扬州市统计局。

扬州市政府的统计数据显示,2018年,扬州常住人口458.34万,全年实现地区生产总值5 466.17亿元,比上年增长6.7%,其中,第三产业增加值2 569.59亿元,增长8.2%。扬州市居民人均可支配收入34 076元,比上年增长8.9%,城市经济增长及居民收入稳定增长为开展马拉松赛事提供了经济基础;其次,居民人均消费支出20 683元,比上年增长7.7%。2019年,扬州全体居民人均可支配收入37 074元,比上年增加2 998元,绝对水平列全省第八,同比增长8.8%。扬州市经济总产值攀升,居民人均可支配收入和人均消费逐年提高,进一步加快了体育消费,也促进了马拉松赛事的开展。

### 3.2 城市的赛事服务和文化传播需求

一方面,体育作为一种社会文化现象,不仅满足了人与社会发展的现实需要,表现出了实际效用,更是人类追求精神享受的重要形式。大众体育已经成为人们的一种生活方式,随着人们休闲需求的不断增加,经济消费逐渐增加,大众体育的地位逐渐提高,简单且群众参与度高的运动非马拉松莫属<sup>[14]</sup>。“挑战自我、超越极限、坚韧不拔、永不放弃”的马拉松精神与现代人的奋斗精神相契合,成为人民群众追求多元体育价值的重要组成部分。目前,扬州鉴真马拉松已成功举办了14届,成为扬州每年必办的体育赛事,其在竞赛组织、商业开发、赛事服务、赛事创新等方面获得广大跑者的一致好评。2019年,扬州鉴真国际半程马

拉松赛的赛事预算高达200万元,报名人数12万,参赛人数3.5万人,其中半程2.5万人、迷你1万人。在参赛者中,外籍高水平运动员33人,分别来自肯尼亚、埃塞俄比亚、巴林等国家。每年不断增长的马拉松参赛人员及其随同人员带动了举办城市的经济消费,运动体验等效应也不断加强,作为积极健康的体育运动方式在人们生活中的作用不断加深,吸引着越来越多的消费人群<sup>[15]</sup>。

另一方面,马拉松运动在弘扬城市文化中发挥着积极作用。各地通过举办马拉松赛事,使得马拉松精神与城市文化相融合,有助于丰富举办城市的文化内涵。扬州作为京杭大运河第一城,有着无法复制的深厚文化内涵,其一直秉承文化是扬州城市发展中最具特色的资源和底色,是城市发展的核心竞争力,用文化发展的累累硕果,绘就“古代文化与现代文明交相辉映的名城”的现实模样。2017年9月,扬州举办世界运河城市论坛,商讨世界运河保护和发展大计,探寻运河文化促进城市发展之路,我国政府提出要保护好、利用好、传承好运河文化,打造中华运河名片。国家的重视以及世界的关注使得扬州成为运河文化发展中的焦点城市,扬州鉴真马拉松的举办正是在响应号召,积极打造扬州运河赛事,宣扬扬州城市文化,讲述运河悠久历史,展现运河迷人魅力。扬州鉴真马拉松的举办将城市宣传和文化弘扬贯穿于整个马拉松赛事进程中,不仅丰富了马拉松赛事的历史文化元素,更展示了京杭大运河扬州段的深厚文化底蕴<sup>[16]</sup>。同样,扬州鉴真马拉松是为纪念扬州著名高僧鉴真6次东渡日本,虽困难重重、艰难曲折但依然坚持东渡弘法,百折不挠的精神支撑着鉴真高僧东渡日本这场留名万年的马拉松。古希腊马拉松与扬州鉴真马拉松的精神追求正是一脉相承,激励人们不轻言放弃,同时在赛事体验过程中感悟生命,不畏艰难、砥砺前行。

### 3.3 马拉松赛事的价值延伸

马拉松不仅为经济发展新常态下拓展体育产业发展新空间提供有力支撑和持续动力,还具有传承城市文化、融合相关产业发展的价值。扬州鉴真马拉松的价值延伸主要在文艺活动、文化佳节以及学术会议等方面,体现出马拉松所传递出来的生命活力以及对优秀文化的展示与传承。经过多年积淀,扬州鉴真马拉松已由单一比赛延伸出众多文化活动,如从鉴真纪

念堂长明灯采集赛事圣火,选手凭号码布和相关标识免费游览大明寺,进行“扬马”形象大使选拔,开展“城市跑不停”四季特色主题跑,举办“扬马”露营及篝火晚会、“扬马”嘉年华,与电视媒体合作开展竞赛活动,开展扬州鉴真马拉松训练营,对参赛者进行指导和文化传播。每年20多项活动让扬州鉴真马拉松变成了扬州的城市嘉年华,马拉松比赛日成为城市的狂欢日。此外,为了进一步丰富赛事文化内涵,扬州鉴真马拉松还开展了多项文化活动,如2015年,举办了马拉松高层论坛,邀请体育赛事届精英近百人,对“扬马”和马拉松行业发展进行了深入研讨,在马拉松界产生了很大影响。与此同时,出版了“扬马”长篇纪实文学作品——《马踏扬州路》,详细记录了“扬马”10年发展历程;举办中韩民俗商品交流展、户外文化节、马拉松主题晚会;参加中国马拉松博览会等。在加快推动扬州文化价值宣传与延伸的同时,还加强了扬州文化的对外交流,扩大了城市的整体影响力。

### 3.4 城市马拉松发展的局限性

#### 3.4.1 政府组织投入有限会产生“多米诺骨牌”效应

在各地相继举办城市马拉松运动的实践中,政府发挥了重要作用,但政府组织投入有限,也会产生“多米诺骨牌”效应。“多米诺骨牌”效应是指一件事的发生会引发一连串连锁反应,由于政府对马拉松赛事组织投入的局限性,从而影响赛事基础设施建设、服务保障体系等工作的开展。如扬州鉴真马拉松比赛组织工作是一项系统工程,在扬州市委、市政府的指导和支持下进行,虽从2016年实现开放办赛,引入了专业运营公司,尝试合作办赛,但宏观把控赛事的主体还是政府。其政府层面的局限性主要表现在:第一,组织方面。专门负责竞赛组织的部门缺乏与工商、交通、卫生、旅游、安保等系统之间的资源共享与协调合作,各部门工作目标、共同利益不一致,不能充分调动扬州市政府各部门积极行动,容易出现体育局唱独角戏的局面,影响政府的组织管理能力以及降低政府部门的办事能力<sup>[17]</sup>。第二,资金方面。扬州鉴真马拉松赛事的规模逐渐扩大、参与人数增多,对参赛者服务水平的要求不断提升,每年的投入也在不断增加,而扬州市政府的资金投入有限,缺乏资金会产生“多米诺骨牌”效应。

#### 3.4.2 马拉松赛事的市场化程度不足

学者冯红新认为“我国马拉松赛事的政府依赖度

高,市场化程度还严重不足”,扬州鉴真马拉松也不例外;2013年,时任江苏省体育局巡视员周旭也提到“尽管目前‘扬州马拉松’的影响力逐年增加,但在赛事的市场运作上还不够成熟”,在调研过程中扬州鉴真马拉松的相关负责人也认为市场化运作是一大难题。扬州鉴真马拉松赛事在市场层面的局限性主要表现在:其一,马拉松领域具备较高资质的专业赛事运营公司较少,所招标的运营公司专业能力良莠不齐,且资金投入有限;其二,运营公司缺乏完善的运作体系和商业模式,没有衍生出由扬州鉴真马拉松产生的体育产业链,未能充分挖掘扬州鉴真马拉松的商业价值;其三,运营商注重利益化办赛,仅仅追求马拉松办赛期间的短期经济效益,未考虑扬州鉴真马拉松以及城市经济长期发展,且忽视马拉松的社会效益和社会价值,影响了马拉松赛事的整体服务水平。

#### 3.4.3 赛事缺乏有效的扩展与创新

近年来,各地举办的城市马拉松赛事虽呈井喷之势,但同质化现象严重,缺乏文化内涵,尚待赛事拓展和创新。扬州鉴真马拉松虽赛事特色鲜明、文化内涵丰富,但并未得到很好的扩展和创新。在赛事举办过程中将具有扬州特色的标志统一印在服装上或贴在脸上、在赛场贴满扬州鉴真马拉松的标语和口号、在赛事路线中设置扬州著名景点等行为仅仅是宣传扬州鉴真文化的一种方式,距离国际型精品赛事所倡导的文化建设还存在差距,相比北京、上海、厦门等同等级的马拉松赛事,跑友在扬州留下的是自然风光和人文景观回忆,但对扬州以及大运河文化所知寥寥,如果不从马拉松赛事运营出发在宏观上对赛事进行有效的扩展和创新,将很难提升赛事的影响力与规模。每个城市都具有自身的文化底蕴,在开发、打造马拉松赛事的同时不能忽略扬州文化的合理开发所带来的经济效益,可在有效扩展和创新的基础上借助丰厚文化历史优势和地域特征宣传扬州鉴真马拉松<sup>[18]</sup>。

## 4 我国城市马拉松发展的实践进阶

### 4.1 协调政府机构,实行集中办公制度

举办城市马拉松赛事要发挥政府的引导作用,明晰马拉松运动中政府的角色定位,形成各部分权责明晰、各司其职的办赛体系,不断优化赛事服务。在我国取消赛事审批制度以后,政府机构更要在赛事中宏观调控、有序管理,实行集中办公制度,促进马拉松赛

事的高质量发展。首先,要促进马拉松赛事的发展,最重要的一点是要协调政府组织机构,成立马拉松组委会,在组委会内部设立办公室及重大仪式部、竞赛部、安保医疗部、宣传部、群工部、后勤接待部、志愿者部、物品采购部等,分批分块分次解决马拉松赛事不同环节的工作内容;其次,要加强部门间的协调和沟通力度,实行赛事组委会单位集中办公制度,组委会相关的负责人集中办公,现场对接,资源共享,提高工作效率;再次,政府组织之外,还要调动当地社区的力量,提高居民的认可度、参与度、融入度,尽量避免出现大规模群体对赛事不满和投诉的情况;最后,政府要加强对运营公司的筛查和监管,严格监督运营公司的运营方式和运营效益。政府加大财政投入,提高马拉松的财政补贴,虽比赛期间很多市内资源被无偿调用,如安保、医疗救护、市内公共交通等,但“巧妇难为无米之炊”,加大财政补贴,能从一定程度上解决赛事的难题。

#### 4.2 推行市场运作,完善马拉松赛事体系

各地举办马拉松赛事要充分发挥市场在体育资源配置中的决定性作用,引入多元化投资主体,完善马拉松赛事体系,开发出更多马拉松运动产品及服务,最大限度释放市场潜力。首先,提高赛事举办主体的把控能力和监管能力,建立相应的赛事监管体系,选择具备资质、办赛经验丰富、业界口碑良好的赛事举办主体或单位进行协作。借鉴北京马拉松、上海马拉松、深圳马拉松和武汉马拉松等影响系数高的马拉松赛事的市场运营模式;其次,需要在市场化的运作模式下,完善赛事公司的运作体系和商业模式,在现有的基础上打造马拉松赛事完整的产业链体系,树立产业链思维和品牌导向,围绕马拉松赛事深度开发上、中、下游(赛前、赛中、赛后)产业链资源,上游产业涉及马拉松赛事的制定、组织、设计和推广环节,主导产业围绕马拉松赛事开展经营、推销和赞助活动;下游产业延伸旅游和衍生品开发环节,并且将马拉松融入互联网、金融等领域联合开发,实现多项产业的“协同、跨界、融合”发展;最后,在注重完善马拉松产业链的同时加大商业推广,推行市场化运作,完善严谨的马拉松赛事服务体系,找准适应城市文化特点的发展定位,打造具有一定影响力的品牌赛事。

#### 4.3 强化赛事拓展,促进马拉松赛事创新

各地举办城市马拉松要因地制宜,结合省情或市

情,将马拉松运动与城市文化相融合,培育有鲜明地域特点的马拉松文化,走特色发展之路。第一,重视城市规划理念的创新和赛事运营的创新。如扬州鉴真马拉松公园的规划建设理念对扬州市城市文化的影响,以及城市文化的发展对扬州鉴真马拉松的有利影响,包括最重要的赛事运营创新,从赛事制作、流程设计等方面出发丰富赛事的内容,促进马拉松赛事的整体创新。第二,“体育赛事作为一种文化,丰富了城市文化的内涵”,只有不断扩展马拉松文化建设,才能进一步提升赛事品质,如建立马拉松纪念馆、马拉松文化馆、马拉松博物馆、马拉松公园、赛事新闻中心等。重视文化产品生产,如马拉松相关的工艺文化产品、媒体文化产品、舞台文化产品等,通过这种方式来宣传城市的文化底蕴和马拉松赛事,提高赛事的影响力。第三,利用网络平台,加强赛事创新。国内城市在举办马拉松赛事的申报与注册、赛事相关信息发布、赛事总结以及评价反馈等方面要不断提高信息化水平,通过对平台信息的整合、归纳和分析实现信息资源共享。在新冠肺炎疫情影响之下,举办马拉松赛事更要重视数字化发展,以“数字化”为手段,通过把数据作为核心生产要素驱动其他生产要素的优化配置,以数字化网络平台吸引更多的马拉松参与者,提供多元化的线上体育服务,提高赛事管理创新和流程创新的效率<sup>[19]</sup>。如扬州可以有效利用互联网平台传播鉴真东渡日本、京杭大运河文化、竞赛表演等相关的文化内容,重视扬州鉴真马拉松的媒体直播、转播,丰富扬州鉴真马拉松体育文化以及城市文化感染力,最大限度地展现城市的文化底蕴,传递城市文化魅力,使城市马拉松赛事发挥出最大化的宣传价值。

## 5 结语

在健康中国、体育强国等国家战略背景下,人民群众健康、休闲、娱乐需求的快速提升,在体育消费不断升级背景下,城市马拉松运动持续蓬勃发展,在推动全民健身、促进体育产业发展、弘扬体育文化中发挥了重要作用。扬州鉴真马拉松以参赛形式简单、参赛内容丰富、参赛对象多样,以及鉴真高僧“挑战自我、百折不挠”的赛事精神,京杭大运河原点城市文化等因素受到国内外民众的热捧,成为扬州展示其城市政治、经济、文化实力的重要途径。办赛十余年,在积累经验的过程中逐步完善,无论是马拉松的具体赛事

工作,还是赛事效益等方面都有很大的提升。但与国内一线城市马拉松或国际顶级马拉松相比,在组织管理形式、资金支持以及保障服务等方面还有差距。扬州鉴真马拉松在现实追求和不同层面的发展方面还有一定的局限性,针对这些局限性,研究从多方面提出了发展路径,协同政府机构、实行集中办公制度、推行市场化运作、完善马拉松赛事体系、强化赛事拓展、促进马拉松赛事创新等。未来,举办城市马拉松赛事,要充分发挥政府、市场、社会组织三者的职责与功能,提倡全局发展观念,不仅要提高经济影响,也要注重文化传承,不断推动马拉松赛事高质量发展。

#### 参考文献:

- [1] 湛宗祥.扬州鉴真国际半程马拉松赛事价值链分析[D].北京:北京体育大学,2018.
- [2] 杨强.体育旅游产业融合发展的动力与路径机制[J].体育学刊,2016,23(4):55-62.
- [3] 王克稳,李慧,耿聪聪,等.马拉松赛事旅游的国际研究述评、实践启示与研究展望[J].体育科学,2018,38(7):80-91.
- [4] 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.
- [5] 石春健,魏香明,郑振国.我国城市马拉松赛事定位研究[J].北京体育大学学报,2016,39(10):18-25.
- [6] 邢金明,刘波,欧阳井凤.马拉松“热”背后的冷思考[J].体育学刊,2017,24(2):52-56.
- [7] 朱昱晓.扬州鉴真国际半程马拉松参赛者运动动机与主观幸福感的相关性研究[D].扬州:扬州大学,2018.
- [8] 赫立夫,张大超.中国马拉松金牌赛事运营管理及对策[J].北京体育大学学报,2019,42(3):88-100.
- [9] 姜鑫,姜立嘉.马拉松文化促进城市经济发展研究[J].体育文化导刊,2020(1):93-99.
- [10] 王相飞,康益豪,延怡冉.马拉松赛事对举办地城市形象影响的实证研究——基于马拉松跑者的新视角[J].武汉体育学院学报,2020,54(3):20-27,33.
- [11] 储莉.中国扬州鉴真国际半程马拉松赛对城市发展的影响[D].扬州:扬州大学,2013.
- [12] 王格.大型体育赛事促进城市旅游品牌建设研究——以扬州马拉松比赛为例[J].无锡商业职业技术学院学报,2018,18(6):39-43.
- [13] 吴桦,沈克印.群众体育赛事供给侧改革的理论逻辑与实践路径[J].湖北体育科技,2020,39(1):1-4.
- [14] 蒋中伟,李国强,姜明金.我国马拉松赛事发展态势与前景展望[J].体育文化导刊,2020(2):31-38.
- [15] 张永韬.大型体育赛事对城市(区域)的影响研究述评[J].体育与科学,2013,34(3):18-23.
- [16] 周斌.扬州鉴真国际半程马拉松品牌赛事建设现状与发展对策的研究[D].苏州:苏州大学,2015.
- [17] 李宏.马拉松运动对城市文化发展的积极影响[J].边疆经济与文化,2019(2):91-92.
- [18] 李兆元,汪作朋.论马拉松赛事对我国城市经济社会发展的价值[J].经济研究导刊,2018(20):117-118.
- [19] 沈克印,寇明宇,王戡勋,等.体育服务业数字化的价值维度、场景样板与方略举措[J].体育学研究,2020,34(3):53-63.

## Economic Growth and Cultural Gene: The Realistic Pursuit and Practical Approach of Urban Marathon: Taking Yangzhou Jianzhen Marathon as an Example

SUN Zhiwei

(Nanjing Vocational Institute of Transport Technology, Nanjing 211188, China)

**Abstract:** Using literature method, case analysis method and other research methods, taking Yangzhou Jianzhen Marathon as an example, from the aspects of economic growth and cultural genes, this paper analyzes the realistic pursuit, the economic impact and the cultural inheritance of urban marathon, and studies the development background, organization mode and operation mechanism of the Yangzhou Marathon to explain its value characteristics. The limitations of the realistic pursuit of marathon events held in various places are manifested in the “domino” effect caused by the limited investment of government organizations, the insufficient marketization of marathon events, and the lack of effective expansion and innovation of the events. It is proposed to coordinate government agencies, implement a centralized office system, promote market operations, improve the marathon event system, strengthen event development and event innovation and other strategies, so as to promote the high-quality development of marathon events by promoting the cultural heritage, urban characteristics, and government-enterprise collaborative development of the urban marathon.

**Key words:** marathon; Yangzhou Jianzhen Marathon; economic growth; cultural genes; realistic pursuit; practical approach