

比赛场地化身景点,旅游体育经济带动的消费潮呈几何式增长 “一人跑马,全家出游”成新风尚

本报记者 丁梦婧

春季一到,各地马拉松比赛的陆续开赛。据不完全统计,4月15日当天,全国共有超过50场马拉松比赛,超过26万跑者奔赴各地一起开跑。这个数字相比去年同期翻了个倍,跑友给这一天起了个新名字叫“中国马拉松春运日”。与此同时,这项体育赛事也不只意味着跑步,而是带动了一轮又一轮的旅游热,“一人跑马,全家出游”成为当下新常态。

易辉建来自上海,热爱跑步多年的他以前常是周末独自出行:“比赛大多在周末,家人也很支持我跑马,但这样一来陪伴妻女的时间也少了。”但这个4月,他再也不怕没时间陪家人了。“这个4月我报了3场马拉松,2场在浙江,1场在江苏,然后帮家人制定了出行计划。”和易辉建有相似经历的还有来自江西婺源年逾50的王海舟,他参加了长跑运动多年,杭州马拉松、上海马拉松、广州马拉松都是他昔日的战场,上周末又参加了宁波镇海九龙湖国际马拉松,可谓把长三角、珠三角都“跑”了个遍。当然,王海舟绝不是“孤军作战”,他47岁的太太和几个孩子也会经常陪他一起去全国各地:“我比赛,他们旅游,各得其所,均有收获。”

如果跑马故事还不足以说明“一人跑马,全家出游”有多盛行,不妨再来看看这组数据——在嘉兴等地举办马拉松期间,预订嘉兴方向景点门票、酒店以及景点酒店自由行产品的人次提升了107%,人群以家庭和团队为主,通过拼假参加马拉松的同时,还能错开五一小长假高峰来一场春游。据大数据显示,报名马拉松旅游的人群年龄主要集中在25至40岁,其中64.3%是男性,举家出游(一家三口或四口)占比达到42.8%。很多消费者都是参赛、旅游两不误。

与此同时,嗅觉敏锐的商家也发掘了现象背后的商业效应。目前,各大旅游网站已经推出了半自助游形式的马拉松旅游路线。记者在携程上看到,一款“2018新加坡尚道马拉松”产品已经售罄,另外还有3999元起的“2018年北海道马拉松4天3晚套餐”、13988元起的“澳大利亚红土马拉松4天3晚”等产品。这些路线不仅会带有当天的马拉松比赛,也有不少的景点游览、排酸跑、庆功宴等活动项目,可以让家人也选择参与其中。

对于这样的现象,从业者认为,在消费升级的时代,如今的参赛者不

再只是聚焦于马拉松赛事本身,有越来越多的参赛者选择赛前或者赛后在比赛地进行游玩。“一人参赛,全家旅游”这一模式正在成为一种颇受青睐的体育旅游方式,也在一定程度上拉动和扩大了体育旅游的经济效应。与国外体育旅游产值占到全国旅游收入的25%相比,我国体育旅游产值仅占旅游市场的5%,体育旅游仍然具有很大的发展空间。

而对于我省来说,“一人参赛,全家旅游”的模式不仅响应了全民健身的需求,也将制造一个新的体育产业爆点。

省马拉松及路跑协会会长龙江表示:“很多跑友会选择带着家庭一起跑,我们的路跑赛事中也设置了不少家庭跑、欢乐跑项目,适合让全家人一起快乐地动起来,可以说是真正意义上在实践全民健身。”当地的旅游经济也在马拉松的带动下有了新的发展,比如上周末举行的2018开化龙顶春茶半程马拉松,有不少从北京结伴而来的家庭,他们将此作为一项全家春游活动。“这样的周末休闲又有意义,周边的农家乐生意也不错,这种模式带动的消费潮呈现的是几何式增长。”

海拔630米! 绍兴推出 “铁道式攀岩”

近日,在绍兴市柯桥区平水镇岔路口村帽山自然村,一项投资1亿多元、集运动与旅游为一体的全新体验项目——铁道式攀岩开始试营业,喜欢挑战极限的运动爱好者们,可以前往亲身体验一番。

铁道式攀岩其实是个舶来品,由意大利语音译过来叫“飞拉达”,是一项针对户外运动爱好者推出的新兴攀岩项目。岔路口村的“铁道式攀岩”项目建在海拔630米的刻石山山腰上,由金属扶手、梯级、绳索和脚蹬等组成,全长550米。在现场,百余名头戴安全帽,身系保险带的户外爱好者们,利用铁扶手横梯、固定绳索、踏脚垫等构成的爬山径道,沿着陡峭的山壁依次行进,体验飞拉达给他们带来的新鲜与刺激。

(通讯员 潘琼英)

< 订阅号

@宁海

本报讯 日前,宁海县钓鱼运动协会第八届第五次代表会议召开。会议明确了2018年的工作思路,努力开拓创新,加强班子建设,重视及早安排赛事,继续作好宣传工作,为全面打开垂钓事业新局面作出新贡献。

(通讯员 薛国苗 王静雅)

@温州鹿城

本报讯 日前,鹿城区健身气功太极拳慈善公益教学班举行开班仪式。

本次活动在市区范围内共设5个教学点,学习内容主要为健身气功六字诀和24式简化太极拳。公益培训从4月29日开始到10月底结束,为期6个月,每周日将在各个教学点上课。

(通讯员 戴蓓玮)

@德清

本报讯 日前,德清千人木兰拳展示在县体育中心广场进行,20余个展示活动参加单位。德清木兰拳学会成立二十多年来,积极广泛地推动这项运动,把科学健身的方法通过活动介绍给大家,形成了文明健康的良好氛围。

(通讯员 郑友法)

@景宁

本报讯 近日,浙闽两省毗邻市县“旅游杯”老年人气排球联谊赛在景宁开幕,本次比赛吸引各地100多名气排球爱好者前来参赛。

(通讯员 柳毛毛)



全力“乒”争

日前,2018年永嘉县乒乓球联赛开赛,共吸引了22支代表队,150名乒乓爱好者参加,设甲乙丙3个组别,最终以每站积分排名高低,确定年度总冠军。

永嘉乒乓球联赛始于2013年,每季一站,一年4站,至今已连续举办6年,今年的赛事将于12月结束。

通讯员 潘罗华 文/摄

产业化初期羽球文化难产? 听听专业人士怎么说

本报记者 谢小玲

“羽毛球文化”是什么?在上周结束的斯迈夫大会上,中国羽毛球产业峰会围绕此议题展开了深入探讨,来自全国各地的羽毛球细分领域从业人士交流了各自的看法。

据悉,目前国内有2.5亿羽毛球人口,仅次于跑步人群,但核心群体只有3000万的数量,羽毛球文化还处于初

期阶段。浙江羽毛球世界冠军陈刚表示,目前,浙江参与羽毛球健身的人数在国内位居前列,年龄在25至45岁之间,尤其30至40岁居多。基础设施方面,浙江仅杭州一市,具备一定规模的羽毛球场馆大约就有60家。面对大量的羽毛球人口和不少的场地,浙江的羽毛球商业开发空间很大。

目前,浙江和其他省份一样,在场馆经营上主要还是采用传统模式——“保证全民健身,兼顾羽球培训”。谈到创新,陈刚表示,浙江如果要在羽毛球产业上做到国内领先,关键还在于“开放”二字。体育部门可尝试开展更多的服务性工作,培育独特的羽毛球文化,支持羽毛球市场化。

战略合作伙伴



黄龙体育中心



浙江省体育彩票管理中心



浙江体育职业技术学院



浙江省体育竞赛中心
ZHEJIANG ATHLETIC CONTEST CENTER



德清体育中心



温州市
体育彩票管理中心



绍兴市体育中心
电话:0575-88612655



杭州凯普体育器材有限公司

浙江《体坛报》社有限责任公司

本报地址:杭州市体育场路212号
浙江体育大厦裙楼
邮政编码:310004
发行热线:0571-85103334
广告热线:0571-85069545
新闻热线:0571-85178608
本报员工新闻道德监督电话:
0571-85061223