

事件
回眸

近日,中国城市“马拉松”相继开跑。中国马拉松官网显示11月3日全国各地有13场赛事在同一天举行,而这个数字在2010年,是全国一年的马拉松赛事的总量。《2018中国马拉松年度主报告》显示,截至2018年底,中国境内举办马拉松及相关运动规模赛事共计1581场,累计参赛人次583万。



本版评论只代表个人观点,不代表本报观点或立场。

马拉松多而不精,关键原因是没有树立自身特色,只有找到赛事品牌的独特爆点,才能在众多马拉松赛事中脱颖而出。

”

在做好充分准备之前,不应该盲目开展马拉松赛事,每个城市都应该保有独立自主的宣传模式。

”

办赛是为了满足全民健身的需求,同时也要注意科学健身观念的普及,否则会适得其反。

”

马拉松定位不清 挖掘文化特色是关键

有体育界专家提出,从世界的角度来看,人均国民生产总值超越5000美元这条线的时候,会进入以马拉松为代表的全民路跑的体育消费周期,这在欧美称为“马拉松赛事现象”。而中国在2011年的人均GDP超越了5000美元,2014年超越7000美元,这时候,中国的马拉松开始井喷了。

一方面是金牌马拉松要“抽签摇号”,另一方面却是部分低端赛事因参与度不够而造成资源浪费。本土马拉松赛事多而不精,世界马拉松大满贯里并没有中国赛事的身影。在马拉松出现爆发式增长的时候,如何在办赛时候凸显自己的地域特色、品牌特色,如何让马拉松成为城市形象的一张名片,成为对马拉松2.0时代的考验。

通过对一些人气火爆的马拉松赛事分

析,不难发现,好的马拉松一定是具有辨识度和差异化的赛事。

在成都,马拉松除了通过望江楼、环球中心杜甫草堂、宽窄巷子等城市地标外,主办方除了在沿途准备了成都美食特色补给:糯米糍粑、红糖锅盔和糖油果子等特色小吃。不禁让人怀疑,这究竟是一场马拉松赛事还是一场美食大会?在济南,当地充分融合“泉城、泉水”特色,串联“一河一湖三泉四园”的泉城美景,着力打造一条具有“十里清泉、自在济南”特色的泉水主题赛道。在杭州,马拉松不仅凸显了杭州城市的美丽风光和历史底蕴,更是大打科技牌,由阿里体育提供的芯片识别,个性化影响服务就受到了众多跑友的好评。

有业内人士认为,马拉松赛增长到一

定阶段后,不能各自为战,强调赛事标准化的同时,更需要包装与拓展,实现长久“保鲜”,比如嫁接健步、越野、漂流、轮滑等形式,吸引更多人参与。这时,政府要当好“引导员”的角色。在马拉松降低办赛门槛后,政府应该从以前的直接粗放式运营,转为提供优质服务与资源协调保障。

当年通过电视镜头看到的国外马拉松全民狂欢、奇装异服的场景,如今在国内赛道上早已司空见惯。从蝙蝠侠、超人到孙悟空,中国人“玩”起马拉松来丝毫不逊于别的国家。我们学国外的经验没错,但更重要的事,如何在众多的马拉松赛事中,办出自己的特色,寻找品牌的独特爆点,这才是当下举办马拉松赛事更需要思考的元素。

(易龙吟)

马拉松各地井喷 办赛需要充分“热身”

近期我国马拉松赛事的井喷,原因是多方面的,首先是与城市营销的热潮相关,马拉松赛事凭借人流量大、影响力强的特征,已成为不少城市树立形象,展现城市特色的重要途径。其次,随着全民健身成为国家战略,群众健身的意识开始逐渐增强,而跑步是门槛较低的运动项目,因此马拉松便能很快风靡。

国内马拉松热了这么多年,目前已从一二线城市逐渐进入到三四线城市,发展十分迅速,我们既看到了马拉松赛事带来的经济效益和运动相关消费额的飙升,更不能忽视频频发生的各种因为赛事准备不足和服务欠缺而出现的事故。

马拉松热潮是经济、文化、体育等各种因素交织的产物,而事故的频频发生,正说明与马拉松赛事快速发展的现实相比,我们对于马拉松这项运动的认识还不够充分,在举办赛事的水平与能力上还存在较大差距。没有充分“热身”,直接进入竞技状态,难免会出现运动伤害。要让国内马拉松赛事尽快从目前的“热身”状态进入良好的“竞技”状态,还得在赛事管理和运营上多下些细节功夫。

随着现在马拉松赛事越办越多,县级、镇级乃至村级每年都会办上好几场马拉松,其背后的弊端和隐患是不能被忽视的。马拉松赛事的规模小则上百

人,大则上万人,一旦出现差错,无论大小,所产生的的后果都是不堪设想的,因此,各地市在参与马拉松热潮前,必须先对自己做一个“体测”,测经济实力,测办赛水平,测群众基础,只有每一项都达标了,才能考虑开展马拉松赛事。此外,还应考虑马拉松赛事对城市来说是否“必需”,扩大城市影响力的手段有很多种,马拉松只是其中之一,如果在“热身”过程中发觉到了自身能力的不足,就应该自觉“退赛”。保持自己独立的发展理念,不盲目跟风,这才是一个城市最该有的形象。

(苏哲哲)

马拉松赛有门槛 须重视普及科学健身

近年来,马拉松赛事在国内呈雨后春笋之势出现,不论大城小镇,人们总能看到马拉松赛事的身影,这与民众健身意识的增强不无关系。而另一方面,笔者认为,有关部门除了要热心办赛,还应该注重对民众科学跑步的知识普及,才有助于不让跑马的风潮昙花一现。

虽然跑步是一项非常简单易行的运动,不需要太多装备,也不用过多地受限于场地,几乎任何地方都能开跑,但马拉松与一般的跑步还是有不小的差别。比如,在跑全程马拉松之前,跑者必须进行适应性训练,从5公里、10公里、20公里等里程循序渐进,切不可寻求一步到位。而训练的

过程往往需要持续数周乃至数月,没有足够的耐心和坚持是很难完成的。

在参加马拉松时,跑者也须理性,不应盲目追求所谓的好成绩而忽视日常性训练及其在营养、生活上的“配速”。而且,除了马拉松,还有许许多多的健身方式,找到最适合自己的,并且量力而行,才能让身心最大程度地得到锻炼。跟风是健身的大忌,如果连自己的身体状态都不了解,盲目地跟从别人,结果往往适得其反。马拉松赛事中猝死的跑者并不少见,比这更不幸的是其中相当一部分人对自身的健康状况缺乏足够的认识,这无疑给跑者敲响了警钟。在普及相关知识及

理念方面,国内马拉松还有很长的一段路要走。

此外,作为举办赛事的各地政府,更需要动用各方社会资源构建系统工程。一场马拉松赛事的成功举办,对城市交通、安保、环卫等基础配套,后勤、医护、志愿者的服务、保障功能,组织方赛程、赛道的规划安排都有着很高的要求。而在一场场高大上的赛事背后,只有进一步普及和推广马拉松运动的内涵,让文明、科学、健康的理念深入人心,城市马拉松才能真正具备长久的生命力,才能让越来越多的人“奔跑”在健康的跑道上。

(郭乐天)