

十年坚守,点燃一座城

——宁海越野挑战赛启示录

本报记者 黄维 张莺 徐萃萃

近年来,各地热衷办赛事、搞活动。不过,也存在“热闹过后一场空”的尴尬。如何做到“办好一场赛,提升一座城”,如何实现社会效益与经济效益双赢,这是一个值得探讨、十分有意义的话题。

滨海小城宁海县,依托山地资源,把1843平方公里的陆域面积打造成一座天然运动场,十年坚守举办越野挑战赛,点燃了一座城——花更少的钱,办最美的赛;聚更多的人,扬最大的名;利更多的民,获最多的赞。



缘起 徐霞客“催生”登山赛道

宁海位于浙东,依山傍海。“七山二水一分田”,几乎就是浙江地理地貌的缩影。

放眼全省90个县(市、区),宁海的人口、经济中等,区位优势、自然禀赋也都不出挑。单论“体育”这个切口,既没有厚重积淀,又缺乏大型场馆,举办高规格赛事巧妇难为无米之炊。

宁海体育却在不经意间获得了灵感——“一代游圣”徐霞客,开启“背包之旅”后,《徐霞客游记》开篇地就在宁海,而开篇之日的5月19日被定为“中国旅游日”。按照目前的定义,徐霞客

可谓是“驴友”的鼻祖,他的人生中游览名山大川长达40年。

在徐霞客写下《徐霞客游记》400年后,宁海开启了建设登山步道的“浩大工程”。2009年起,宁海在全国率先建设国家级登山步道,总里程达到500公里。一俟周末或节假日,各地游客纷至沓来,行走在山水之间,原汁原味接地气的运动休闲方式,令人流连忘返。“千里走宁海”成为区域的一大体育旅游品牌。

当然,谁也没有想到这一“登山游步道”,假以时日居然成为越野跑爱好者蜂拥而至的赛道。

转折 “大宝”推动“引‘宝’上山”

宁海越野挑战赛的引进、举办,不能不提一个网名叫“大宝”的越野跑爱好者。

“大宝”真名薛乾曜,原本在上海一家外资公司里做部门经理。2008年起爱上跑步,很快入了越野跑的“坑”。

2013年,去日本跑完了UTMF(环富士山超级越野赛),成为首位完成这项赛事的内地选手。这次经历,也让大宝萌生办一场自己赛事的念头。在宁海参与越野跑的过程中,一眼盯上了宁海。因为没有哪个地方,为引进一项赛事愿意花大笔资金、精力,建设越野跑赛道。而在宁海,千里登山步道不仅建

成,且小有名气。

大宝毅然在宁海落了脚。开始上山探路,筹划举办宁海越野挑战赛。万事开头难——2013年,第一届匆匆忙忙开赛,全程50公里。几个数据,大宝至今都记忆犹新:83人报名,最终79人参赛,其中67人完赛。

诚然大宝是越野跑爱好者,但办赛还是“菜鸟级”,现学现做,因陋就简——出发点在一个叫妙香寺的地方,发布会也是在寺庙的一个屋子召开的;起点处拉了横条,也没有发令枪,大喊一声后就开跑了;终点设在一个村里,给村民付了点钱,煮了一大锅粥作为补给。

迭代 从79人参赛到4500人的规模

办一届赛事不难,难的是持之以恒的坚持。大宝与他的团队始终在坚持。大宝认为,宁海登山步道是得天独厚的资源,他相信只要坚持一定能做大做强。另一方面,无论是党委政府,还是体育部门,也在不遗余力支持。赛事方以纯商业模式运营,宁海虽然从没有列支这项赛事的财政办赛经费,但并非“袖手旁观”,政府调动公共资源助力安全保障、赛道维护。

为这项赛事,赛事方、东道主实现

“双向奔赴”。由此形成的合力,直接推动赛事迭代升级。从2013年办赛以来,参赛人数逐年增加。办赛的专业水平也得到长足进步。这项赛事受到业界的认同、点赞,口碑越来越好。宁海越野挑战赛开始频频接近国际舞台:2017年,加入世界超级越野跑巡回赛(UTWT)体系;2019年,加盟2020 UTWT超级越野跑世界巡回赛,同年被评选为“国内最具影响力的十大越野赛”;2020年,被评为最高竞技水平越野赛事。

嬗变 全国越野跑界大神趋之若鹜

2023年,宁海越野挑战赛迎来办赛10周年。也是这项赛事,10年来的高光时刻!

报名渠道开放不到两天,4500个名额一抢而空。之所以“走俏”,是因为这项赛事首次跻身环勃朗峰超级越野赛世界系列(UTNB)的一站。“环勃朗峰超级越野赛”被誉为越野赛的天花板,也是越野跑爱好者的梦想殿堂。今年全球设35站“门槛赛”,宁海是中国大陆第一站,也很可能是唯一一站。男女前三名,可以获得直通UTNB的资格,因此,全国越野跑界的大神趋之若鹜,也就在情理之中。

2023年的宁海越野挑战赛,赛程从12公里到100公里,总共设4个组别。不搞繁文缛节的开幕式,一声发令枪响后,队伍就浩浩荡荡出发了,“赛事的核心是竞赛,应让赛事回归本源”。宁海县体育发展中心主任冯宗川认为。

而经过10年淬炼,大宝与他的团队对于办赛已经驾轻就熟。在最好的赛道,提供最专业的赛事服务,无论是安保、医疗,还是志愿服务、赛程补给等,都受到参赛选手的普遍好评。赛事期间,至少有来自山西、广东等地的4个团队前来现场观摩取经。

“城”就 一场赛事带来的名与利

赛事的热闹与喧嚣过后,究竟给东道主带来了什么?这笔账一算,宁海乐了。

4500名参赛选手的大数据显示:浙江籍的897人(其中宁海籍110人),省外选手占80%以上。覆盖全国30个省(市、自治区),还包括来自18个国家和地区的128名外籍选手。除此,还有数千名随行者,或夫妻同行,或朋友陪伴。按照这项赛事的特点,至少在赛前两三天抵达目的地,以熟悉赛道、适应气候,甚至有的提前一周就来到了宁海。冯宗川介绍,“一场赛事,让餐饮、酒店业的旺季提前到来。吃、住、行、购、游,给宁海至少留下数千万元的资金。”赛事经济还让宁海的农

特产品受益,起终点设立的展销摊位,大多出现提前售罄打烊的喜人场面。

今年的赛事,在宣传推广上也有新的尝试。首次通过网络进行直播。光是三个官方平台,流量超过40万人次,如果加上自媒体直播流量,则在上百万人次以上。直播的过程,主持人一边介绍赛事,一边介绍宁海,好山好水好风光通过网络传播到五湖四海。

而赛事运营方,也从中尝到了甜头。办赛的报名费用,总额高达300多万元。随着赛事名声鹊起,市场招商空间越来越大,对赛事的市场价值更为看好。东道主与赛事方,已经形成双赢与多赢局面。

后记:

据不完全统计,每年宁海登山步道接待人次300万,占宁海接待游客的三分之一,“体育旅游”已成为宁海旅游的重要形式。登山步道沿途农家乐,每年接待游客近200万人次,直接收益超过2亿元。

因户外运动而衍生的经济,还包括体育制造业。宁海是全国登山杖产

业的重要集聚地,也是全国最早、产量最大的登山杖生产和出口基地,目前全县有登山杖企业76家,年产登山杖1500万根以上。2022年行业总产值达到20亿元,约占全国的70%。与此同时,催生户外运动俱乐部、赛事运行公司等服务型企业40余家。目前,宁海体育产业总产值达85亿元。

