

九江市“跑马热”的理性审视与发展路径--基于赛事经济视角

夏侯雨珠 江燕燕 胡忠震* 何妍娴 翁丽妃 章白璐
南昌航空大学科技学院
DOI:10.32629/ej.v9i4.3410

[摘要] 本文运用文献资料法、逻辑分析法,结合九江市马拉松运动发展实际,解析当地“跑马热”现象的形成与发展问题。研究表明,区域经济发展、全民健身政策支持、居民健康社交需求升级及文旅商业融合,共同推动了九江马拉松热潮的兴起;但赛事发展背后仍存在专业化运营欠缺、参赛者理性参赛意识薄弱、品牌特色不鲜明、产业链条不完善等现实问题。基于此,本文从提升赛事专业服务、引导科学参赛理念、打造本土特色赛事品牌、完善文旅体商融合产业链等方面提出优化路径,以期推动九江马拉松运动规范发展,助力城市文旅融合与体育产业高质量建设。

[关键词] 九江市; 马拉松热; 文旅融合; 体育产业; 冷思考

中图分类号: G7 **文献标识码:** A

Rational Analysis and Development Path of "Horse Racing Fever" in Jiujiang City:Based on the Perspective of Event Economy

Yuzhu Xiahou Yanyan Jiang Zhongzhen Hu* Yanxian He Lifei Weng Bailu Zhang
Science and Technology College of NCHU

[Abstract] This study employs literature review and logical analysis methods to examine the formation and development of Jiujiang's marathon craze, grounded in the city's actual marathon development context. Research findings indicate that regional economic growth, national fitness policy support, escalating public health and social needs, and the integration of cultural tourism with commercial sectors have collectively fueled the marathon boom. However, challenges persist including inadequate professional event management, weak participant awareness of rational competition practices, lack of distinctive brand identity, and incomplete industrial chains. To address these issues, the paper proposes optimization strategies focusing on enhancing professional event services, promoting scientific competition concepts, developing localized event branding, and improving integrated cultural-tourism-sports-commercial ecosystems. These measures aim to standardize Jiujiang's marathon development and facilitate high-quality urban cultural-tourism integration alongside sports industry advancement.

[Key words] Jiujiang City; Marathon fever; Cultural-tourism integration; Sports industry; Cold reflection

1 引言

近年来,马拉松运动在全国掀起发展热潮,成为全民健身与城市发展的重要载体。据中国田径协会数据,2019年国内举办马拉松赛事1828场,参赛人次达712.56万,较2018年实现双位数增长,赛事发展呈现井喷态势。九江作为赣北区域中心城市,坐拥庐山、长江、鄱阳湖等独特文旅资源,依托区域经济发展基础,马拉松运动从早期小型路跑活动逐步发展为规范化赛事,成为市民健身、城市形象展示的重要途径。

在赛事规模扩大、参与热情高涨的同时,九江马拉松运动发展也暴露出诸多深层次问题。本文立足九江“跑马热”发展现状,结合全国马拉松发展规律,剖析热潮形成的驱动因素,理性

审视发展困境,提出针对性优化策略,为九江马拉松运动健康可持续发展提供理论参考,助力“健康九江”与文旅强市建设。

2 九江市“跑马热”的兴起背景与发展表现

2.1 兴起背景

国家层面,《“健康中国2030”规划纲要》等政策将全民健身上升为国家战略,2014年体育赛事审批制度改革,取消马拉松赛事审批限制,激活了社会力量办赛积极性,为马拉松发展提供了政策保障。地方层面,九江响应江西“体育强省”建设号召,将体育与文旅产业融合纳入城市发展规划,营造了良好的赛事发展政策环境。

经济层面,九江作为长江经济带重要节点城市,区域经济稳

步发展,人均GDP远超5000美元健康消费临界值,居民消费结构从物质消费向健康、休闲等精神消费升级,为马拉松运动发展奠定了物质基础。需求层面,城市化进程中居民生活压力与焦虑加剧,马拉松低门槛、强参与性的特点,成为市民释放压力、追求健康生活的选择,同时满足了居民的社交与自我价值实现需求。

2.2 发展表现

2.2.1 赛事规模扩大,参与覆盖面提升

九江马拉松赛事从区域性路跑逐步走向规范化,以九江长江半程马拉松为代表,参赛人数从数千人增至万余人,覆盖九江及南昌、景德镇、黄石等周边城市,年龄跨度涵盖青少、中青、老年群体。迷你马拉松、亲子跑等多样化赛事形式,进一步降低参与门槛,形成全民参与的氛围。

2.2.2 文旅融合初探,城市品牌初显

九江将自然与人文资源融入赛事,部分赛事赛道串联庐山、长江岸线、浔阳楼等核心景点,让跑者感受城市“山水名城、文化之邦”的魅力。赛事举办带动本地餐饮、住宿等消费,吸引外地跑者及家属观光旅游,有效提升了九江的城市知名度与美誉度。

2.2.3 商业价值释放,社会关注提高

随着赛事影响力扩大,九江马拉松吸引了本地及省内外企业的赞助支持,形成了物资赞助、赛事冠名、广告宣传等初步商业合作模式。本地媒体全程报道、跑者社交平台分享,让马拉松成为九江城市生活的热门话题,社会关注度持续提升。

3 九江市“跑马热”形成的多重驱动因素

3.1 经济驱动

马拉松发展与区域经济水平呈正相关,人均GDP超5000美元后,居民健康休闲消费成为热点。九江经济持续发展,居民人均可支配收入稳步增长,健康、文旅等领域消费占比提升,不仅为居民参与马拉松提供了物质条件,也为赛事举办提供了资金、场地、基础设施等保障,推动赛事规模与质量双提升。

3.2 政策驱动

国家全民健身战略为马拉松发展提供了宏观指引,江西省出台政策支持特色体育赛事与文旅融合发展,九江结合本地实际,通过优化赛事审批、完善体育设施、提供办赛补贴等方式,鼓励社会力量参与办赛,从国家到地方的政策体系,为九江“跑马热”形成提供了有力支撑。

3.3 需求驱动

3.3.1 健康需求

快节奏生活与工作压力导致肥胖、亚健康等问题成为城市居民普遍困扰,马拉松作为高效有氧运动,能有效改善心肺功能、增强体质,成为居民应对健康焦虑的重要选择。据调查,九江马拉松跑者中超60%将“强身健体”作为主要参赛动机。

3.3.2 精神需求

社会转型期的焦虑让居民精神需求日益凸显,马拉松赛程不仅是体能考验,更是意志磨砺,跑者在完赛过程中能获得自我认同与成就感。其“挑战自我、超越极限”的精神,与九江人“坚

韧不拔、奋勇争先”的城市精神契合,成为居民释放压力、实现自我价值的载体。同时,跑团兴起与赛事互动,形成了独特的跑步社交文化,满足了居民的社交需求。

3.4 文旅与商业双驱

3.4.1 城市发展需求

九江将马拉松作为文旅融合、塑造城市品牌的重要抓手,通过赛事展示城市景观与人文底蕴,吸引游客、集聚人气,带动文旅产业发展;同时,赛事举办对城市交通、环境、服务的提升,也助力了城市治理能力优化,推动“宜居九江”建设。

3.4.2 市场资本推动

马拉松赛事覆盖面广、参与度高,蕴藏丰富商业价值。九江马拉松的商业价值逐渐被市场认可,本地企业为提升品牌知名度参与赞助,外地资本也逐步介入赛事运营,推动了赛事供给增加与服务提升,赛事带来的直接与间接经济效益,进一步激发社会力量办赛积极性,形成良性市场循环。

4 九江市“跑马热”背后的冷思考

4.1 赛事专业化运营不足,服务保障体系不完善

一方面,九江马拉松办赛团队多为临时组建,缺乏专业运营经验,在赛事策划、流程管控、资源协调等方面能力欠缺,部分赛事筹备周期短,赛道规划、补给点设置、交通疏导等关键环节考虑不周,影响跑者参赛体验。另一方面,赛事安全保障与服务存在短板,医疗点设置密度不足、急救设备与人员配备不完善,补给供应不及时;参赛资格审核流于形式,缺乏对选手运动能力的科学评估,赛前安全与技巧培训不足,导致运动伤害偶有发生;如厕设施不足、交通管制不合理等问题,也降低了赛事整体口碑。

4.2 参赛者理性参赛意识薄弱,科学健身认知不足

九江马拉松参赛选手中业余跑者占比超90%,近半数缺乏系统跑步训练经验。部分跑者受“跑马热”氛围影响,对自身身体状况与运动能力缺乏清晰认知,盲目参赛,存在“打卡跑”“炫耀跑”等心理;部分跑者忽视马拉松高强度、长距离的特性,赛前准备不足,赛中盲目追求速度,导致体力透支、肌肉拉伤等运动伤害频发,甚至出现危及生命的突发情况。此外,跑者对科学训练、赛后恢复知识了解不足,进一步加剧了运动伤害风险。

4.3 赛事品牌建设滞后,特色文化挖掘不深

品牌是马拉松可持续发展的核心竞争力,而九江马拉松品牌建设仍处于初级阶段。赛事缺乏独特的品牌标识与核心内涵,在名称、包装、宣传等方面与其他城市马拉松同质化严重,难以形成差异化竞争优势;对本地庐山文化、长江文化、浔阳文化等核心资源挖掘与融合不足,未能将文化元素充分融入赛事设计,导致赛事缺乏文化辨识度与记忆点。同时,赛事宣传力度不足、渠道单一,品牌影响力仅局限于区域范围内,未能有效传递赛事特色与城市魅力。

5 九江市马拉松运动健康发展的优化策略

5.1 提升赛事专业化运营水平,完善服务保障体系

一是强化办赛团队建设,引入专业赛事运营公司参与赛事

策划与运营,同时加强本地办赛人才培养,与体育院校、成熟赛事组织合作开展技能培训,提升赛事策划、应急处置等专业能力;建立赛事筹备长效机制,参考精细化运营模式,延长筹备周期,确保各环节工作有序推进。二是健全安全保障与服务体系,建立科学的参赛资格审核机制,将专业体检、运动能力评估作为报名必要条件,严格把控参赛门槛;加强赛前安全培训,通过线上线下渠道普及跑步技巧与风险防范知识。完善医疗保障体系,加密医疗点设置,组建“医疗志愿者+专业医护+移动急救车”立体化救援网络;优化赛道补给方案,根据赛事规模与气候合理设置补给点;同时完善交通疏导、如厕设施、赛后恢复等配套服务,提升跑者参赛体验。

5.2 引导理性参赛理念,普及科学健身知识

一方面,联合体育总会、跑团、体育院校等机构,开展“科学跑马”主题宣传活动,通过媒体报道、社区讲座、跑团分享等形式,向市民普及马拉松运动特性、健康风险与科学训练方法,引导市民树立“健康第一、量力而行”的参赛理念,摒弃炫耀式参赛心理。另一方面,构建多层次培训指导体系,针对不同水平跑者,开设基础跑步、马拉松专项训练、赛后恢复等课程,邀请专业教练指导;鼓励成立跑者服务中心,为跑者提供个性化训练计划、健康监测、运动损伤咨询等服务;赛事主办方在赛前举办训练营、测试赛,帮助跑者评估自身能力,做好参赛准备。

5.3 深挖本土文化特色,打造差异化品牌赛事

一是构建“马拉松+文旅”特色赛事IP,充分挖掘庐山文化、浔阳文化、鄱阳湖生态文化等本土资源,将文化元素融入赛事设计全过程。打造“庐山国际马拉松”“长江岸线生态马拉松”等特色IP,设计串联核心景点与文化地标的赛道;在赛事服装、奖牌、纪念品中融入浔阳楼、庐山瀑布等文化符号;赛事期间举办文化展演、非遗展示、特色美食节等配套活动,让跑者深度感受九江文化魅力。二是加强品牌宣传推广,整合线上线下宣传渠道,利用短视频平台、社交媒体、旅游网站等制作高质量宣传内容,展示赛事特色与城市风光;加强与全国性体育、文旅媒体合作,扩大赛事全国影响力;邀请知名跑者、体育博主参与赛事体验与宣传,提升赛事话题度与吸引力。

6 结语

九江市“跑马热”的兴起,是区域经济发展、政策引导、居民需求升级与城市发展战略共同作用的结果,不仅为市民提供了多元化的健身选择,更成为推动城市文旅融合、提升城市品牌形象的重要载体。但在热潮背后,赛事专业化运营不足、品牌特色不鲜明、产业链条不完善、办赛功利性等问题,制约了九江马拉松运动的可持续发展。

推动九江马拉松运动健康发展,需理性看待“跑马热”,摒弃功利化办赛思维,回归体育本质与城市发展需求。通过提升赛

事专业化运营水平、引导市民理性科学参赛、打造本土特色赛事品牌、完善文旅体商融合产业链、强化政府引导与监管等举措,实现马拉松运动与城市发展的深度融合。未来,九江马拉松应立足本地资源禀赋,以“专业化、品牌化、产业化、特色化”为发展方向,让马拉松不仅成为全民参与的健身运动,更成为展示九江城市魅力、推动产业升级、增进民生福祉的重要平台,为“健康九江”“文旅强市”建设注入持久动力。

[基金项目]

2025年省级大学生创新创业训练计划项目《浔速漫游—九江市“跑马热”经济下的冷思考》(项目编号: S202513433013)。

[参考文献]

- [1]李海,张艳红.我国城市马拉松赛事与文旅产业融合发展的逻辑、困境与路径[J].体育科学,2024,44(2):36-45.
- [2]王庆伟.居民感知视角下中小城市马拉松赛事可持续发展研究——以长三角地区为例[J].体育学刊,2023,30(4):55-63.
- [3]陈静,吴必虎.赛事流量向文旅经济转化的机制与路径——基于“长尾效应”的分析[J].旅游学刊,2023,38(7):12-22.
- [4]张宁,李建盛.社会交换理论下赛事居民支持度的影响因素研究[J].人文地理,2022,37(6):145-153.
- [5]周丽君,赵坤.体育赛事对城市文化认同的建构作用——以杭州马拉松为例[J].北京体育大学学报,2023,46(3):23-31.
- [6]黄谦,王芳.我国中小城市马拉松赛事运营模式与经济效益研究[J].武汉体育学院学报,2022,56(11):45-52.
- [7]刘清早,陈涛.政府、企业、社区协同治理视角下体育赛事可持续发展研究[J].上海体育学院学报,2023,47(5):32-40.
- [8]徐淑梅,李悦.文旅融合背景下城市马拉松赛事的产品创新与体验升级[J].资源开发与市场,2023,39(8):997-1004.

作者简介:

夏侯雨珠(2005--),女,汉族,江西吉安人,本科在读,研究方向:经济学。

江燕燕(1982--),女,汉族,江西九江人,硕士研究生,副教授,研究方向:宏观经济分析,产业发展分析。

何妍娴(2005--),女,汉族,江西赣州人,本科在读,研究方向:经济学。

翁丽妃(2004--),女,汉族,江西瑞金人,本科在读,研究方向:经济学。

章白璐(2006--),女,汉族,江西上饶人,本科在读,研究方向:工商管理。

*通讯作者:

胡忠震(1986--),男,汉族,山东泰安人,讲师,研究方向:思想政治教育、大学生心理健康教育。