



# 数量井喷 产业发展 问题待解 中国马拉松 新年健康跑

本报记者 刘 晓

2016年10月30日，南迦巴瓦半程山地马拉松赛在西藏林芝境内的雅鲁藏布大峡谷国家级自然保护区内举行。  
新华社记者 张汝锋摄

经历了过去一年的“野蛮生长”，中国马拉松新年再出发。

伴随着全民健身的深入开展和赛事审批权放开，马拉松在中国业已成为一种生活方式。赛季井喷、产业成长、跑团雨后春笋、跑者与日俱增……马拉松运动释放出巨大潜力。

近日，由中国田径协会、人民网主办，人民体育承办的“2017中国马拉松产业风云会”在京举行。风云会以“中国马拉松产业健康发展之路”为主题，来自主管部门、学界、业界的相关人士与普通跑者一道，共同探讨中国马拉松产业的未来发展。

## 数量还不够 产业现雏形

“2016年在中国田协注册的马拉松及相关运动赛事达到328场，其中与中国田协共同主办赛事122场，参赛人次超过280万，再创历史新高。赛事覆盖了除西藏之外的全国30个省、自治区和直辖市的133个城市。”国家体育总局田径运动管理中心主任、中国田协副主席杜兆才说。

尽管马拉松赛事数量井喷，但业内人士认为，这还远远不够。“美国一年有上千场比赛，日本一年有600至800场。而中国有67%的人在进行跑步或徒步运动。”国家体育总局田径运动管理中心副主任、中国田协副主席王大卫认为，中国马拉松的火爆不是虚火，而是人民真正有参与的需求。

中国田协马拉松办公室主任王海涛举例说，去年四川成都首次举办了女子马拉松，既有全程、半程，也有10公里比赛，但3个赛事对一个城市而言还远远不够。从区里到市里，不同区域都搞马拉松比赛，这一现象应成为常态。

谈及马拉松产业的发展，杜兆才指出，马拉松赛事已形成政府引导、社会参与、市场运作的良性发展模式，构建起投资主体多元化、融资方式多样化、运作方式市场化的新机制。跑步人群的庞大增长带动城市体育、旅游、交通、零售等相关产业的发展。

王大卫表示，马拉松产业包含了马拉松、路跑等周边相关产业，目前马拉松产业链已经有了雏形，生产出不同种类的跑步赛事产品，给跑者提供不同的服务需求。

就马拉松产业链的发展，国家体育总局体育科学研究所体育社会科学研究中心主任鲍明晓提出了几点建议。他认为，要进一步扩大参加跑步的人群数量

和质量。同时，马拉松相关组织的运营和管理要进一步专业化和精细化。

鲍明晓认为，马拉松产业的发展，一定要以移动互联网技术为支撑。按照体验经济、共享经济的理念，以场景革命的理论为支撑，拓展产业链和生态圈。

## 打造精品赛 城市建品牌

虽然数量上水涨船高，但马拉松赛事的质量仍良莠不齐。部分赛事组织不规范、市场化运作水平低、服务不到位，引发跑者吐槽连连。

对此，中国田协马拉松办公室主任王海涛表示，“精品马拉松赛事”应具备达到标准、具有特色、赛制稳定、服务选手4个标准。

就赛事组织，王海涛表示，中国田协参照国际田联的竞赛规则，制定了中国马拉松赛事管理规定、赛事组织标准等15项行业性政策和引领标准规定。从赛道的选择、赛道的宽度，包括饮水站、用水站、医疗点都有明确的规定。

“赛事精品不只是高大上。不管是首都的马拉松，还是腾冲某个乡镇的马拉松，不论大小，只要作出文化特色就能打造精品。”王海涛说，精品赛事也要相对稳定、梳理品牌。例如有些马拉松比赛，一年一个赛道、一年一个区，办了10年依旧难以叫响品牌。

从事马拉松产业多年的中迹体育有限公司副总经理司书健认为，跑者的满意度是衡量赛事品牌成功的重要因素。与此同时，要探讨如何让市民由观看者变成参与者，最后变为跑者。

北京行知探索赛事管理公司总经理刘洋谈及敦煌马拉松时表示，公司曾和当地政府反复沟通，建议半程一定要跑到象征爱情的月牙泉，全程一定要跑到莫高窟的九层楼下。颁奖仪式不要背景板，以凸显莫高窟的标志建筑。“要把城市中最亮的东西、最需要向世界展示的东西拿出来，通过跑者的参与去分享。”

“日本的马拉松体现出和谐交往的风格，互动性很强；德国的马拉松‘很欧洲’，整条路上鼓声阵阵；美国的马拉松比较豪放，波士顿马拉松爆炸案后，第二年提出了‘波士顿挺住’的口号，通过马拉松重建城市的信心。”盈方体育传媒（中国）有限公司时尚体育与耐力运动总监吴洪涛，比较了各国马拉松的不同特点，他认为，不同的马拉松文化给赛事和城市带来的影响是非常大的。

赛事审批的“解绑”，让马拉松赛



马拉松产业风云会现场

事如“脱缰野马”般飞速发展，但问题同样不少。“当整个社会进步到一个很成熟的阶段，赛事的管理、服务水平自然会很高。但如果赛事需求提前了，社会管理滞后或不匹配，就会出现‘问题’。”人民日报体育部主任李中文认为，马拉松赛事需要匹配太多的社会资源，也需要很多的公共服务，只有政府层面才能协调好如此多的资源。总体来看，发展中出现的问题可以用发展的思路解决。

## 科学化训练 为健康奔跑

据杜兆才介绍，中国的马拉松跑步人口迅猛增长，常年参与跑团活动的总人次超过1000万。跑团，成为跑者集聚、交流、互助的重要平台，让越来越多的人动起来、跑起来。但跑团如何更专业化、精细化地运营，是未来要思考的问题。

人民跑团领队赵昕介绍，跑团基于“三公里怡情、五公里健身、十公里陶醉”的口号，不单纯追求成绩，而是通过跑团的平台，鼓励参与、迈开步子、勇于突破、成就梦想。赵昕认为，跑团虽多，但真正有特色、有属性、有标签、有品牌意识的跑团极少。

医师跑者是马拉松比赛中特殊的存在。北京医师跑负责人、北京大学第一医院医生朱希山说，北京医师跑团在2016年共有超过1000余人次参加了18场马拉松，直接受益的跑友包括受损伤、受创伤等200余人次。“此外，我们还编写了《中国医师跑者行为指南》，涉及急救的方法、医师跑者的配

备、常见创伤的处理以及损伤现象的诊断和鉴别等。”

很多刚刚“人行”的跑者，对于如何训练和比赛、怎样通过马拉松强健体魄仍一知半解。去年，多场马拉松比赛出现参赛者猝死的悲剧，令人扼腕。

据杜兆才介绍，中国田协将与上海体育学院合作成立中国马拉松学院。通过马拉松学院路跑指导员项目，建立起跑步教练的体系，指导人们更科学更健康地奔跑，最大程度地降低跑步风险，提高人们的健康观念。

前奥运冠军、王者传奇体育文化有限公司创始人王丽萍表示，制定科学的训练计划极为重要。她说，有的跑友一年跑了20个全马，相当于一个月跑两次全马，这种强度对于专业运动员来说都是可望而不可即的，因此并不可取。北京晚报报道部主任陈远丁回顾了自已的跑马历史。“每年都有不同的进步、突破。每一次成绩的提高，都会激励自己。”陈远丁认为，跑步不能急于求成，为了磨炼自己的意志，要逐渐克服心理的障碍和魔咒。

悦跑圈联合创始人齐宇表示，有的人为了在跑团里的排名，每天都过量跑步，或是寻找替跑、造假数据，这是违背体育和跑步精神的。“跑步需要克制和理性，要去学会更健康、更科学地跑步。”

“有的人有了名额但没有时间，有的人想去跑又没有名额，这就出现了替跑的问题。”针对马拉松比赛中的替跑行为，中国法学会民法与法制周刊总编辑刘桂明表示，应当在管理中建立一套机制，杜绝、避免、惩罚替跑现象。

## 2016年中国马拉松十大热词

### 10 生活方式

对于跑者来说，跑步不仅是健身，更是生活本身。约跑、夜跑等新词汇诠释出新流行的生活方式，而参加马拉松更会大大改变一个人的生活轨迹。个体生活方式的变化，最终必将对社会发展和经济运行产生影响。

### 9 特色赛

据统计，2016年田协注册的赛事中，特色赛的数量超过百场，接近总数的1/3。其中有围绕“一带一路”、红色之旅等背景的赛事，有以冰雪、戈壁、沙漠等自然风光为主题的赛事，还有彩色跑、泥泞跑、越野跑等趣味赛事。马拉松特色赛事以其独特的魅力，吸引着跑者的青睐。

### 8 旅游

马拉松和旅游相伴相生，密不可分。随着比赛日的邻近，整个城市都整装待发，迎接属于他们的盛大节日。跑者用双脚丈量一段路，用五官去感受一座城，通过马拉松旅游的方式感受祖国的大好河山。数据显示，北京、上海、深圳、广州、杭州参赛者最多，高端跑者甚至去美国、澳大利亚、非洲参与马拉松赛事。

### 7 服务

马拉松赛事是城市综合性大型赛事，考验主办方乃至城市的综合能力。越来越多的跑者已经把服务水平作为评判一场马拉松好坏的重要指标，办赛方也在全力提升自己的办赛水平，争取为跑者提供更周到细致的服务。

### 6 科学训练

马拉松向社会传递科学的健身理念。随着协会、赛事组织方、媒体、跑团及社会各界对科学健身的正确引导，健康跑步、科学训练的理念已经深入人心。中国马拉松赛事已逐渐建立起一套参赛者健康保障体系。2016年，相当一部分马拉松赛事举办了官方训练营，为跑者提供个性化的训练计划。

### 5 名额

几年前，马拉松比赛还需要拉人参加，但近年来，知名马拉松赛事一票难求的现象已经越来越普遍，摇号中签已经成为跑马的标配。赛事名额的紧缺成为当下马拉松产业发展中亟待解决的问题。

### 4 公益

以爱为名，为爱奔跑，公益已经融入了马拉松。各大赛事中出现更多公益名额，以公益为主题的跑步活动也越来越多，为马拉松文化注入了更多的社会责任和精神内涵。

### 3 全民

“全民”一词代表着马拉松的火热程度，代表了马拉松的包容、开放、多元，也代表着“健康中国”的发展与成就。越来越多的普通民众参与到马拉松赛事中，有正值壮年的跑者，有高龄的退休跑者，甚至还有残障人士的参与。马拉松正在打造一场属于全民的盛宴。

### 2 跑团

跑团是跑者的精神家园，是连接跑者与社会的关键。全国跑团超过12万个，在跑团中，志同道合的人们用跑马这种独特的方式为社会带来积极向上的正能量。跑团的良性发展，对于中国马拉松事业的发展，具有积极重要的影响。

### 1 健康

健康，是马拉松运动的首要价值。跑步，是为了身体与心灵的超越。马拉松的蓬勃发展，反映了中国从温饱到小康的发展道路。作为群众参与度最高的体育活动，跑步为健康中国提供了一道坚实的支撑。

（十大热词由人民体育联合人民网舆情监测室共同评出）

左图：1月1日，丝绸之路冰雪马拉松赛在新疆乌鲁木齐举行。  
胡虎虎摄（新华社发）

## 中国人自古爱长跑

彭训文

近年来，各式各样的马拉松比赛在中国风起云涌，成为全民健身的主要项目。但是，从历史源流看，马拉松跑虽然不源自中国，但中国人对于跑步特别是长跑十分热衷。“夸父追日”的神话、文学名著《水浒传》中日行800里的神行太保戴宗，都能看出中国古人对长跑文化的推崇。

作为一项竞技运动，中国古代马拉松跑的雏形可以追溯到西周周成王时期（公元前1132年——前1083年），这比公元前490年希腊的“飞毛腿”菲迪波德斯从马拉松镇跑向雅典早了500多年。

据西周“令鼎”铭文记载，某日，周成王率领众臣与奴隶到野外进行春耕，在返回王宫途中，周成王对马车旁侍奉的随从“令”和“奋”说，如果他们能够随着飞奔的马车一同跑回宫中，就会得到他特别的赏赐。接着，周成王命令驭手驱马快速飞奔，“令”和“奋”紧紧跟上，一直到了王宫。周成王如约赏赐了他们，“令”用这笔钱铸了一个鼎，并把事情经过铭铸在鼎上。两人之所以赢得这场比赛的

胜利，与平时刻苦的跑步训练分不开。

而作为一项正式的体育运动，中国和马拉松跑类似的长跑运动出现在元代。当时蒙古族中开展的“贵由赤”运动，比马拉松正式进入奥运会的1896年早了600多年。

“贵由赤”来源于蒙古语，就是快步行走者的意思。元末明初人陶宗仪在其《南村辍耕录》中，对这种比赛进行了专门记载，有“每岁一试之，名曰放走”之句。这个比赛在元朝的大都（今北京）周边或者京杭大运河两旁的多个驿站之间展开，在距离上是标准马拉松运动的两倍多。为了避免日光照射，元朝的长跑比赛一般都是在凌晨3点开始到早晨9点结束，延续6小时左右。

尽管是在清爽的清晨比赛，免遭了中午的烈日酷暑，但由于跑步比赛距离遥远且有时间限制，要想轻易赢得比赛胜利也并不简单。因此，比赛在途中会提供专门的食物、饮水等，并且会按照距离级别设置一定的物质奖励，例如赐银、赐缎匹等，可谓是中国古代跑步运动的一个极端。

总的来看，中国古代的跑步特别是长跑运动，从功用看并不是一项简单的强身健体的体育休闲活动，而是背负了很多社会功能和现实目的。无论是春秋战国时期出于对士兵奔跑能力的强调而开展的长跑军事训练，还是汉朝出现的军队军事信息、情报的传递和民间各种个人信息的传递，“走及奔马、马驰不及”的跑步者开始担负着由军到民的方方面面的紧急信息传达，极大促进了人们的信息交流。

如今，当现代通信设备的发展逐渐代替了人工传信后，长跑更多地作为强身健体的运动而存在，其彰显的耐力训练、坚持不懈精神更需要我们传承。特别是在青年人的素质培养中，意志和体魄上的吃苦耐劳应该成为一项最基本的素质，而长跑的那份坚持精神，正是我们急需继承的文化基因，因为这也是中华民族千百年来长盛不衰的密码。

左图：1月1日，丝绸之路冰雪马拉松赛在新疆乌鲁木齐举行。  
胡虎虎摄（新华社发）

