

体坛  
观潮

# 奔跑,为衡水带来“超级马力”!

## 从2024衡水湖马拉松赛暨全国马拉松锦标赛说起

□本报记者 张月霞

9月22日,踏着秋的凉爽,2024衡水湖马拉松赛暨全国马拉松锦标赛(第二站)如约而至。来自26个国家和地区以及国内的2万名选手齐聚衡水湖畔,共赴一场体育之约。“跑友”们用运动点燃激情,用奔跑传递梦想,用一场赛事引发一座城的狂欢。

奔跑的力量,不仅带来健康,对城市形象、文旅消费的促进作用同样看得见、摸得着,为文体旅融合发展增添了新活力,带来新动能。

### 带火吃、住、行、游、购、娱

6时30分,距离比赛开始还有1个小时,衡水湖畔的马拉松广场上人头攒动,穿着各式亮眼服装的选手们赛前聚集拍照,为新的出发加油打气。

在备赛活动区,来自福建的王丹表示,她和男友酷爱跑步,经常参加国内各地马拉松赛。她兴奋地说:“这是我和男友第一次来跑‘衡马’。衡水这座城市非常棒,环湖赛道平坦舒缓,景色也十分优美,在这里跑步真是一种享受。”

7时30分,发令枪响。伴随着令人振奋的音乐声,20000名国内外马拉松选手,他们迎风前行,汇聚成流动的欢乐海洋,似与环水一同流淌。

巨大的参与人群带来巨大的市场潜力。为充分利用“衡马”的人气,本次衡水湖马拉松赛举办了各种丰富多彩的活动,从9月19日开始,在赛前领物现场举办了马拉松嘉年华活动,联合赛事赞助企业、衡水本土产业、本地特色文创企业、农业产业等,设置文创产品、传统技艺、特色农产品、美食商家、农产品深加工企业、餐饮企业、汽车家电企业、特色工业等展位,多角度彰显衡水城市文旅和产业魅力,场景涵盖94家市场主体。在文旅版块,不仅邀请了侯店毛笔、内画鼻烟壶、冀州剪纸等传统文化技艺展位入驻,还特邀展现衡水创新文创的商家入驻,展销具有本土特色的手工艺品;在农产品版块,有饶阳葡萄、饶阳甜瓜、深州蜜桃、阜城榛子等特色农产品入驻;在工业展区版块,邀请衡水各县市区特色工业,如以岭药业、春风新能源等入驻。在特色美食版块,邀请衡水湖烤鸭蛋、深州酥糖、饶阳金丝杂面等衡水特色美食风味,以及老景官烧鸡、恒盛公馓子等各类品牌美食入驻。在汽车家电版块,有联奥、庞大、比亚迪、爱特家电、吉美家电等46家汽车家电销售企业参展,进行消费促进活动。此外,现场还将发放衡马跑游“护照”,参赛运动员可携“护照”前往景点打卡,并享受游览优惠。

一场马拉松,点燃一座城。衡水马拉松赛对促进城市经济的繁荣和发展带来的巨大作用是不言而喻。据本次衡水湖马拉松赛公布的数据显示,衡水湖马拉松多业态融合服务消费场景共覆盖衡水博物馆、老白干景区、衡水湖景区、内里古镇等19个景区景点,覆盖消费人口3万余人,直接带动消费总额9848万元。其中,汽车家电限上企业共销售汽车431台,带动消费4600万元;限上企业开展家电展览展示活动,销量2898台,成交额1075万元;京津地区运动员797人、省外运动员(不含京津)8351人,赛事直接带动消费2744万元;



■2024衡水湖马拉松赛现场人头攒动。 衡马官网

本省运动员7148人,因参加马拉松而产生的人均直接消费约2000元,直接带动消费1429万元。2024衡马带动京津和省内外地区运动员直接消费总额为4173万元,参照世界旅游组织的消费计算方式,将间接影响和产生社会次级消费2.08亿元。

### 跑出“体育+旅游”

“我坚持跑马拉松时间两年了。这还是我第一次跑全程马拉松,希望今天能跑出好成绩。”来自廊坊的陈先生表示。“几年前我来过衡水,这次来,感觉这里变化太大了,城市面貌焕然一新,尤其是衡水的城市名片衡水湖,风景优美如画,完马后,我准备好好在这里玩玩。”

来自天津的刘先生也选择在衡水游玩几天。“我是第一次来衡水,跑完马拉松后,计划多待几天,我很喜欢这里的历史文化,要多转转,和这个城市来个亲密接触。”

“跟着赛事去旅行,跑一场‘马’,识一座城。”相关研究显示,马拉松赛事的外地参与者对吃、住、行、游、购、娱等间接消费的带动比例高达1:13,城市在“体育+旅游”中变得更加生动鲜活。

为更好地发挥“衡马”赛事品牌影响力,做好“体育赛事+”文章,以2024衡马为始,赛事将在每年结合各县市区经济产业特色、旅游资源、人文历史等特点,在赛事期间进行重点推介,在宣传内容和物资物料中植入各县市区元素,以赛提升城市影响力。通过创新推出一系列特色消费场景和消费产品,实现赛事搭平台、农业促发展、文化来赋能、旅游唱大戏、商业添动能、工业展活力的新模式,进一步促进“文旅体农工商”深度融合,全方位展示衡水城市魅力,提升衡水城市的知名度,在促进本地消费的同时,持续吸引外地游客特别是京津游客来衡消费,助力赛事实现从单一赛事活动到多业态融合服务的跨越。

衡水市体育局党组书记张钰表示,本次马拉松赛,衡水多部门联动推动“体育赛事+特色文化”“体育赛事+展览展会”“体育赛事+商业商贸”“体育赛事+乡村振兴”等场景,打造能玩、能逛、能体验的体育消费新场景,吸引更多外地游客参与,实现“一日参赛多日停留,一人参赛多人消费”。

### 让体育流量变经济增量

近年来,衡水市以体育赛事为引领,通过丰富赛事供给、打造赛事消费新场景等系列措施,充分发挥体育赛事活动引流带动作用,推动与文旅体农等各行业深度融合,推动赛事“流量”转化为经济发展“增量”,打造赛事经济发展强力引擎。

为写好“体育赛事+”文章,进一步促进“体育+”,衡水市建立顶级赛事引领、新兴赛事推动、群众赛事覆盖的赛事体系,不断丰富赛事供给,增加赛事种类,逐步扩大赛事规模;承办篮球、轮滑、航空、游泳等国家级、省级体育赛事,充分发挥赛事市场价值,释放赛事消费潜能。该市还实施精品赛事培育工程,重点打造衡水湖马拉松和航空运动IP赛事,不断提高赛事影响力和社会关注度,依托衡水湖及周边水域资源,建设河北省水上项目训练基地,培育发展浆板、皮划艇、赛艇、龙舟等水上运动项目,同时深挖青少年体育赛事潜力,常态化组织举办航空、轮滑、篮球等青少年喜闻乐见的体育嘉年华活动。

针对年轻人对流行、时尚和社交需求,该市在年轻人聚集的商圈、广场、公园举办攀岩、街舞、激光跑等赛事活动,形成聚集效应,持续培育“出圈”赛事,打造“网红”场景;开展全民健身赛事,广泛组织举办各类群众喜闻乐见的赛事活动,重点举办“消暑体育彩色周末”、村“BA”等精品赛事活动。

体育、文旅、商务等多部门协同合作,推出更多适合“跟着赛事去旅行”“赛事进景区”的体育活动,通过体育赛事引领,拉动延长大型商场、餐饮、娱乐、购物等消费链条,打造集聚人气的潮流运动地和体育消费新商圈,并以“大美湖城”为主题,举办航空、轮滑、攀岩、射箭等户外活动,培育赛事活动品牌。

衡水市体育相关负责人表示,为提升赛事引流能力,衡水依托京津冀协同发展的区位优势,通过完善综合性服务平台,实现赛事报名、旅游预订、商业消费等一站式集成,“争取更多京津冀赛事落户衡水,提高赛事活动的增值服务,扩大赛事经济的外部延伸链条,吸引越来越多的京津消费人群到衡水参与赛事活动,达到‘吸引人、留住人、促消费’的目的。”