



我国城市马拉松赛事发展现状和对策建议

熊行雯, 赵 洋

摘要: 主要运用文献资料法, 阐述了当前我国城市马拉松赛事发展的现状, 总结概括我国城市马拉松赛事的特征, 提出城市马拉松赛对促进体育消费、推动产业发展、树立城市品牌、宣扬城市文化、积极响应全民健身计划、打造健康城市有重要作用。基于当前我国城市马拉松赛井喷式的发展速度, 研究认为需要在赛事运作的“量质齐飞”、“跑者文化”的重塑、全民健身的“科学化”和以“公益”为核心的价值诉求方面做出努力。

关键词: 城市; 马拉松; 赛事; 发展; 对策

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2017)02-0023-05

DOI: 10.12064/ssr.20170205

Current Status of the Development of City Marathon in China and the Relative Suggestions

XIONG Xingwen, ZHAO Yang

(Shanghai University of Sport SEM, Shanghai 200438, China)

Abstract: Using the method of literature study, the article elaborates on the current status of the development of the city marathons in China and summarizes the characteristics of the city marathon races. It concludes that marathon plays a pivotal role in promoting sports consumption, enhancing industry development, establishing city brand, carrying forward city culture, responding actively to Mass Fitness Program and constructing a healthy city. Since the city marathon races in China are developing at a tremendous speed, it is necessary to make greater efforts in event operation, i.e., upgrading both the quantity and quality of the race, reshaping "runner culture" and pursuing the scientification of mass fitness and the value with public benefit as its core.

Key Words: city; marathon; race; development; suggestion

20 世纪 70 年代, 美国率先出现跑步热潮, 紧接着 80 年代欧洲也出现跑步热, 90 年代到达日本, 这项运动在世界的发展轨迹已经证明了到 21 世纪在我国发展的必然趋势。相较于一些发达国家, 我国的城市马拉松赛虽然起步较晚, 但近几年, 城市路跑俨然已成为我国最流行的一项大众健身运动, 城市马拉松赛事也呈现爆炸式增长。伴随我国城市马拉松赛事发展的大好机遇同时也出现了一系列问题, 如赛事质量良莠不齐、跑者文化缺失等, 因此探究其发展的新思路是本文研究的根本所在。

1 我国城市马拉松赛事发展现状

我国的城市马拉松赛事发展起步相对较晚, 直至 1981 年 9 月, 中国田径协会主办了第一届北京国际马拉松赛(2010 年更名为北京马拉松), 这是我国现实意义第一次举办城市马拉松赛。随后的几年间, 大连、上海也分别创办了大连国际马拉松赛和上海国际马拉松赛, 但这一阶段的马拉松赛参赛选手主要以专业运动员为主, 竞技性较强。伴随《全民健身计划纲要(1995—2010 年)》的颁布实施, 1998 年北京国际马拉松赛率先进行了改革, 开始面向社会大众开放, 引入业余马拉松爱好者, 并对赛程的路线、时间做了新修订, 这一变革也标志着我国城市马拉松赛事由竞技性运动开始转变为群众性运动。而对于城市马

拉松赛在我国的热潮如何形成以及如何产生, 事实上学术界还处于研究阶段, 但城市马拉松赛的火热进行, 却是社会发展的必然。在国家体育总局政府网站《马拉松热启示录之一是社会转型必然标志》中社会体育学者卢元镇教授这样提及, 城市马拉松赛是小康社会的产物, 也是经济与社会转型的标志。我国城市马拉松的发展已经具备了可持续发展的条件, 其一是城市马拉松已经形成竞赛; 其二是城市马拉松已经形成社团。

2014 年国务院颁布了《关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》(以下简称 46 号文), 中国田径协会按照其简政放权的基本思想, 变革了马拉松赛事的管理模式, 取消了马拉松赛事审批, 激活了社会积极办赛的能力, 使得马拉松赛事的举办数量迅速递增。2016 年中国马拉松年会给出的数据显示, 仅在中国田径协会注册备案的马拉松赛及相关的赛事就达到 328 场, 参与人数达到了 280 万人次, 已经有 84% 的省市(区)拥有一场或多场马拉松赛事, 较 2015 年场次增加了 194 场, 参与人数增长了 130 万人次(见表 1)。同时, 赛事的类型也愈加多样化, 除了常规的 5 km、10 km、半程马拉松、全程马拉松等的公路赛跑以外, 还出现了以体验赛道风情为主的越野跑、山地跑、森林跑、沙滩跑等主题性赛事, 进一步满足了广大跑步爱好者的个性化需求。此外, 马拉松热还有效刺激了我

收稿日期: 2017-02-28

作者简介: 熊行雯, 女, 在读硕士研究生。主要研究方向: 体育管理。

作者单位: 上海体育学院 经济管理学院, 上海 200438。



国跑步市场的发展,带动了包括运动服装、智能装备、营养保健品以及体质监测类产品的消费增长。

表 1 2012—2016 年中国马拉松赛事总量信息一览表

Table I Marathon Races Organized in China in 2012-2016

	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
场次(次)	33	39	51	134	328
参赛人数(万/人次)	50	75	90	150	280

资料来源:笔者对 2012—2016 中国马拉松年会给出的信息总结得出。

2 我国城市马拉松赛事的特征

2.1 大众广泛参与及参与方式的便利性

众所周知,真正能参与竞技体育比赛(如足、篮、排等球类项目)的绝大多数是专业运动员,而大多数爱好者都是作为观众来观看比赛,但城市马拉松赛却不同,参与比赛的人群既可以是专业的运动员,也可以是普通的广大跑步爱好者,只要拥有健康的身体状况,城市马拉松不受国籍、性别、年龄的限制,是真正可以惠及所有爱好者的运动项目之一。同时,城市马拉松赛事的举办,并不需要一些高科技的比赛器材以及为了比赛所新建的场馆,所有参赛人员共同拥有“免费”的城市赛道与城市景观,比赛中所涉及的硬件条件几乎没有差别,参与的方式也就更为简单。

2.2 赛事组织管理的社会化

一场城市马拉松赛事的举办,事实上就是一场社会活动的组织与实施。一场成功的城市马拉松赛运作,就需要整合足够多的社会力量参与其中,尤其是在赛事举办过程中,除了赛事组织方,还需要来自政府、相关协会、交通、安保、医疗卫生、气象部门、市容环卫、新闻媒体等其他一些部门的紧密配合,只有各部门通力合作,才能打造出一场完美的赛事。除了赛事组织运作的社会属性之外,我国城市马拉松赛事的运营主体也开始趋于社会化。国务院颁布 46 号文,要求进一步转变政府职能,实现政社分开、政企分开、管办分离,就极大地鼓励了社会力量参与办赛。具体来说,北京马拉松的独家运营方国有企业中奥路跑体育管理有限公司、上海国际马拉松赛的独家运营方国有企业上海东浩兰生赛事管理有限公司、广州马拉松的运营方民营企业智美体育等,都充分体现了我国城市马拉松赛运营主体开始向着市场化、社会化的趋势发展。

2.3 赛道设计对城市文化的彰显

再没有比跑一场城市的马拉松赛更好的方式去领略这座城市的特色及文化底蕴了。在露天、开放的柏油马路上举办的城市马拉松赛,是向全国人民乃至全世界展示这座城市自然景观、人文环境、经济发展以及大众精神面貌的最佳途径。虽然每座城市马拉松赛所设计的赛道并不相同,但大多都会经过这座城市人文和自然风光最集中的地区,是对城市样貌的最好反映(见表 2)。北京马拉松是我国最具影响力的马拉松赛事,整条路线涉及到北京东城

区、西城区、海淀区和朝阳区四个城区,沿线经过了北京的金融街、学府路、以及中关村等核心区域,赛道的设计把我国古都的神韵与现代化的都市风貌融为一体,彰显了北京的经济与文化的繁荣,是对北京城市形象的真实写照。

表 2 中国入选的国际田联金标赛事及路线经过城市地标性建筑信息一览表

Table II IAAF's Gold Races in China and the Landmark Buildings along the Routes of the Races

金标赛事	地标性建筑
北京马拉松	天安门广场、人民大会堂、北京电视台、鸟巢、水立方、国家奥林匹克公园等
上海国际马拉松赛	外滩、上海大剧院、上海美术馆、静安寺、上海展览中心、复兴公园、南浦大桥、卢浦大桥、龙华寺、上海体育场等
厦门国际马拉松赛	五通灯塔公园、观音山、CBD 建筑群、香山的国际码头、会展中心、音乐广场、白城等
扬州鉴真国际半程马拉松赛	京杭之心、曲江公园、东关古渡、大王庙、瘦西湖、大明寺、扬州市政府、京华城、文化艺术中心、体育公园等

资料来源:笔者根据赛事官方网站给出的路线图总结得出。

2.4 时尚运动的新潮流

参与城市马拉松赛不仅是一项充满活力的大众健身方式,更是对时尚、潮流、健康生活的一种新追求。城市马拉松赛兴起于欧美、发展在韩日,最初是一些明星艺人、公司高管、白领、时尚潮流人士率先参与其中,也因此对大众的广泛参与具有一定的引领作用,使其在崇拜和模仿中参与到时尚的马拉松运动中^[1]。近 5 年,纵观我国体育的发展,城市马拉松俨然成为了大众喜闻乐见的健身方式之一。摇滚跑、僵尸跑、垂直跑、天空跑、四季跑、情侣跑、彩色跑、荧光跑、欢乐跑等时尚元素参与其中的多样化赛事类型,不仅促使我国城市马拉松赛参与人群的年轻化,更使其成为时尚健身方式和生活方式的代表。

3 我国城市马拉松赛事对城市发展的价值

3.1 促进体育消费,推动产业发展

伴随着我国城市马拉松赛事数量逐年增加和影响力的扩大,跑步爱好者群体也在不断地壮大,而围绕跑步装备展开的消费也在递增。中国田径协会联合尼尔森发布的《2015 年中国跑步人群调查研究报告》指出:2015 年我国跑步爱好者在跑步装备上人均花费为 3 601 元人民币,并将跑步爱好者划分为不同的级别,即潜在跑者、休闲跑者和核心跑者,而核心跑者(坚持跑步 3 个月以上、跑步频率每周 2 次及以上、过去 3 参加过马拉松全程及以上赛事)的平均花费为 4 594 元人民币,除了常规的运动服、鞋子外,核心跑者会更更多地关注智能装备,如可以监测心率的运动手表、智能手环等等,需要强调的是这一人均消费仅仅是在跑步装备上的支出,还不包括跑者参加比赛的报名费、交通费、住宿费等。同时在智能产品、“互联网+”的时代背景下,跑步软件、社交平台、盈利性质的培训机构,围



绕跑步展开的相关衍生产品、服务正逐步满足跑步爱好者的多样化需求,跑步产业也将成为“入口”,率先撬动“五万亿市场”。

此外,我国的城市马拉松赛大多会结合城市自身特色城市发展理念,打造出一系列内容丰富的配套活动,从而间接带动该地区的经济收入。厦门国际马拉松赛自2003年创办以来,因其群众的广泛参与性、较高的竞技水平、优美的赛道风景、强大的媒体宣传,不仅成为国内最具影响力的马拉松赛事之一,还为城市经济发展注入了新的活力。由表3可知,厦门国际马拉松赛举办期间给当地的相关企业带来的经营收入呈现逐年递增的趋势,其总收入来源,一是外地游客在比赛日前两天、比赛日当天和比赛日后一天的消费;二是当地居民及周边一日游游客在比赛日当天的消费。消费支出的内容主要有交通、住宿、餐饮、景点观光、娱乐、购物、通讯等花费,表明厦门国际马拉松赛对带动厦门旅游业等相关产业的发展有积极的促进作用。

表3 2010—2014年厦门国际马拉松赛给厦门相关企业带来的经营收入(单位:亿元)

Table III Revenue Brought about to the Related Enterprises in Xiamen by Xiamen International Marathon in 2010-2014 (100 million)

相关收入	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
外地游客带来收入	0.92	1.33	2.03	1.89	1.93
当地居民及周边一日游游客带来收入	0.20	0.21	0.11	0.37	0.68
总收入	1.12	1.54	2.14	2.26	2.61

资料来源:厦门统计局网站。

3.2 树立城市品牌,宣扬城市文化

一个城市的品牌反映了这座城市在世界范围内的地位及其影响力,是一个城市核心竞争力的外在表现形式,也反映了这座城市可持续发展的基本思想。而通过体育来带动城市发展及转型,树立新的城市形象,是很多城市转型和发展的一条捷径。伴随我国城市马拉松赛事的井喷式发展,参与城市马拉松赛事的爱好者也越来越多,城市马拉松不仅是城市发展一条靓丽的风景线,更对塑造城市品牌、宣扬城市文化有重要意义。

目前,国内的马拉松赛事按其品牌影响力可划分为3类:第一类是北京、上海、厦门等参与人数众多、品牌实力较强且获得国际田联认可的马拉松赛事;第二类是像扬州、西安等把城市的历史文化与马拉松特征紧密结合的赛事,属于特色马拉松赛事;第三类是发展时间相对较短、规模较小,正在逐步打造品牌知名度的马拉松赛事。扬州鉴真国际半程马拉松赛是我国唯一被国际田联连续3次评为金标赛事的半程马拉松赛事。赛事品牌理念来源于扬州历史人物唐朝高僧鉴真。在一千两百多年前,扬州大明寺的鉴真和尚排除万难,6次东渡日本,宣扬佛教文化,不仅在中日佛教史上留有重要意义,更为后人带来了不畏艰险、勇往直前的精神财富,而这与马拉松永不放弃的精神高度契合,也是扬州半程马拉松赛的主要精神所在。扬州

鉴真国际半程马拉松赛鸣枪开跑以来,多年来一直与中央电视台体育频道合作,并实时向全球进行转播,已经将“扬马”精神和扬州城市文化扩展到全球五十多个国家和地区,还吸引了来自世界各地的跑者来认识这座极具文化气质的古城。扬州鉴真国际半程马拉松赛对外可以使抽象的城市文化走向具体,对内更是有助于强大的城市自豪感、归属感的形成,而不同国家、地区跑者的加入,也为扬州城市文化的塑造注入了新鲜血液。

3.3 积极响应全民健身计划,打造健康城市

体育工作的有效展开,需要依托国家战略《全民健身计划》的部署,而国务院颁布《全民健身计划》的目的在于推动全民健身,增强人民体质,引导大众科学生活^[2]。2015年是全面完成《全民健身计划(2010—2015)》的收官之年,也是全面深化改革、制定实施《全民健身计划(2016—2020)》的关键之年。在新的历史时期下,不需要任何器械、不受场地限制、经济成本相对较低的城市马拉松,是全民健身活动的重要载体和主要活动内容之一,也是落实《全民健身计划》的重要抓手。2014年我国城市马拉松赛事迅猛发展,这使得越来越多的健身爱好者关注、参与和喜欢马拉松,不仅实现了强身健体,还有效地促进了体育的生活化。

打造健康城市是世界卫生组织积极倡导的全球性战略计划,旨在保障城市居民的健康生活,把健康的理念贯穿到生活的方方面面,引导大众学习科学的生活方式,营造积极向上的社会氛围,形成良好的社会互动^[3]。党的十八届五中全会也指出,要加快建设“健康中国”,健康是人民幸福的根基,也是全面建成小康社会的助推器。2016年1月,国家卫生和计划生育委员会也全面启动了《健康中国建设规划(2016—2020)》的编制工作,该规划将成为我国未来5年推进“健康中国”建设的纲领性文件,带领全民走向健康。一座城市不仅要有钢筋混凝土建造的大楼,更要有属于这座城市自己的热情和朝气,健康城市的理念要伴随城市马拉松赛事发展的始终。

4 我国城市马拉松赛事发展面临的问题

赛事方办赛热情的高涨固然满足了广大跑步爱好者的个性化需求,但在赛事数量激增的同时,也存在着办赛质量不高的问题,如网上报名时出现的系统瘫痪现象、对参赛者人身安全的保障不力、赛后人文关怀的缺失、对负面舆情的滞后处理等,都需要赛事运作方做出更大的努力,精益求精;而就参赛者来说,对马拉松常识的缺乏、对赛事信息及参赛须知关注度不高、比赛中的不文明现象、对自身身体状况的不了解、盲目跟风等,同样也是制约我国城市马拉松赛事持久、健康发展的根本所在。

4.1 办赛质量参差不齐

自国务院取消赛事审批权以来,大大激发了社会力量参与赛事运作的热情,尤其是马拉松赛事,但由于自身的专业性及资金等原因,造成马拉松赛事总体结构失衡,优质的赛事资源仍然紧俏,品牌赛事较为缺乏,多数为低水平赛事。而多数赛事组织方由于经验的不足,在竞赛组织



规范、赛事服务上有许多欠缺:如2016年南京马拉松中,因裁判员与运动员沟通不畅,故在全马半马分道处方向指示错误致使第一集团的非洲选手集体跑丢,造成中国马拉松史上第一例乌龙事件;2016贵阳马拉松的完赛奖牌上的“FINISHER”,刻成了“FINSHER”,少了一个字母“i”;2016上海半程马拉松的奖牌上将“INTERNATIONAL”错印成了“INTERNATION”;2016广州清远马拉松赛组委会在选手补给包中放置外文包装的水果肥皂,由于造型非常像饼干导致选手服用等,可以看出我国的马拉松赛组委会在承办赛事的专业程度上有所欠缺。

4.2 跑者文化有所缺失

对于跑者、组织者以及其他利益相关者来说,马拉松赛事的火热是突然的。马拉松赛事的整体文化并未深入渗透到群众生活中,赛事的所有利益相关者的细分文化不到位,跑者自身素质未能得到提升,组织者还未掌握赛事文化宣扬与经济效益之间的平衡,城市居民对于马拉松赛事带来的不便利不能理解……这一现状的改变需要时间的沉淀以及有关部门和组织者的作为。

就从跑步爱好者在文化礼仪方面的缺失来说,根据各大马拉松赛事报名情况,上海马拉松2014年3.5万个参赛名额,2015年3.5万人参赛(全马参赛人数较2014年有所增加),2016年3.8万人参赛,中签率31%,参赛名额虽有增加,但仍然无法满足马拉松爱好者的参赛热情,继而出现了替跑、转卖参赛名额等违背体育精神的问题。2016年末厦门马拉松替跑者猝死事件、马拉松职业替跑者一年半替跑20多场等,均引起了社会的关注和有关部门的重视;2013年北京马拉松赛因流动厕所排队时间过长而引发了“尿红墙”事件,尽管对于组委会而言以后可以通过增添流动厕所来解决问题,但跑者自身素质的提高才是减少此类事件发生的关键;还有开跑前的拥挤踩踏、跑者之间的相互不尊重、在跑道中间停下来休息拍照、在供给站及赛道随意扔垃圾、不尊重志愿者、长时间占用终点冲刺区等等,都体现了当前跑步爱好者在跑步礼仪上的缺失。

4.3 安全隐患需重视

体育的发展离不开赛事的举办,同样全民健身的发展也离不开赛事。我国城市马拉松赛事的火热开展,是全民健身背景下的新现象。但随之而来的伤病、猝死等马拉松突发性事件,则把城市马拉松赛事推向了风口浪尖。2015年全年就有5起马拉松猝死事件(香港马拉松、福州国际马拉松赛、合肥马拉松、江西上饶全国半程马拉松赛、深圳马拉松赛)发生;根据广州清远市卫计局的不完全统计,2016广州清远马拉松赛近2万人参赛,其中接受救治总人数为12 208人次,其中肌肉痉挛9 838人,扭伤1 743人,擦伤194人,晕倒20人,腹痛107人,虚脱等306人。因此无论是赛组委会还是参赛人员本身,都需要认识到这一问题的严重性。此外,在2016全民健身科学运动产业合作论坛上提出:跑马拉松是有风险的,运动需要有科学的方式,运动未必等同于健康,只有科学的运动才能带来健康,

而科学运动的第一步就是要进行运动评估。浙江省体育科学研究所国民体质监测中心主任安平还指出,猝死虽然只是少数,但是跑步不当导致的对关节和韧带造成损害的却是大量的,并且有些伤害是不可逆的,因此不科学的运动不仅不能带来健康,有时还会适得其反。

5 我国城市马拉松赛事发展的对策

5.1 提高赛事运作的质量

在一个注重服务和体验的时代,赛事方提高赛事的服务质量,为参赛者提供人性化的服务尤为必要。从整个赛道设计规划到赛前赛事信息发布、装备领取、比赛日衣物存取、赛前热身、参赛者检录、沿途补给、赛后大礼包、康复指导等,都需要赛组委会强化管理、开拓创新、优化服务。同时,马拉松与城市结合在一起,要符合该城市的特色和气质,找准赛事的定位、谋求长远的发展,并不是所有的赛事都要朝着“高、大、全”的方向发展,“小而精”且有自己特色的赛事,才能满足当前跑步爱好者的个性化需求。此外,对于比赛日造成的交通拥堵、给当地市民带来不便的问题,赛组委会要事先与当地居民进行沟通、解决,并取得认可,有关部门可以出具相关的政策法规,如英国的《道路和公共场所运动活动安全指导》、美国《安全道路比赛指南》,并由专业人士对赛事进行风险评估,最大程度减少给当地市民出行造成的不便。简言之,整合出一个专门服务于某个特定城市马拉松赛事的赛事服务系统,是我国城市马拉松赛事可持续发展的必然之路,而这就需要赛组委会、相关的政府部门、社团经过长时间的经验积累以及向国外的品牌马拉松赛事学习和借鉴。

5.2 塑造健康的跑者文化

跑步爱好者是马拉松赛事得以发展的核心,一切的服务也都是围绕跑步爱好者来展开。文化是凝聚力的重要源泉,同样地,对跑者文化的塑造是城市马拉松赛事得以长远发展的基石。基于当前我国城市马拉松赛事日益发展的现状,让跑者文化跟上马拉松发展的速度、打造有品质的赛事,是广大跑步爱好者的责任所在。此外,还需要依靠新闻媒介的力量,积极倡导、宣扬健康的跑者文化,以来改善当前出现的不文明现象。在加大宣传的同时,组委会应当配合相关部门做好服务工作,建立健全相应机制,针对临时不能参与马拉松赛事的名额顺延给下一位报名者、加大赛道上垃圾桶与流动厕所的设置等,以实际行动配合解决问题,为塑造健康的跑者文化提供有力的保障。

5.3 倡导全民健身的科学性

防范马拉松比赛过程中出现的伤病、猝死是世界范围内都需要解决的难题,但从根本上还是要赛事方提升管理和医疗服务的水平,参赛者提高风险意识。具体来说赛组委会在赛前要求参赛者提供体检报告是必要的。上海国际马拉松赛组委会就要求参加半程和全程的参赛者提供一份包括心率、血压和心肺功能在内的,至比赛日一年有效期内的体检报告,这可以有效减少伤病、猝死等突发状



况发生的可能。同时有专家还建议,不仅参赛者要提供安静状态下的心电图,还需要提供通过心电图运动试验来检测运动状态下的心脏功能的检查报告。在马拉松比赛过程中,赛事组委会更是要根据赛事规模,配比相应数量的医疗团队,做好急救准备、提高医疗急救的速度。作为参赛者,也要充分了解自己的身体状况,定期对自己的体质状况、身体素质做一个评估,然后再依据其自身状况制定相应的运动计划。在赛中,参赛者也要秉承“量力而行”的原则,当感觉身体出现不适时,要及时放弃比赛,联系就近志愿者上收容车。除此之外,要真正实现全民健身的科学化,让科学健身在实际运用中落地,还要使科技在全民健身中发挥引领和支撑作用,充分发挥市场的作用,为健康提供更多的平台、产品和服务。

5.4 追求以公益为核心的城市马拉松

公益事业不仅是中华传统美德的一种延续,更是构建社会主义和谐社会的内在要求,作为每一位社会人,要勇于承担起这份社会责任,贡献自己的力量。当前,以城市马拉松赛为载体,广大跑步爱好者参与其中,来传播公益的理念,不仅丰富了马拉松赛事的内涵,还有助于增强全民公益意识、营造良好的社会氛围以及提升社会软实力。作为我国马拉松赛事的品牌赛事之一的北京马拉松,从2011年开始,就推出了“为公益而跑”的一系列活动,五年多的时间里,募集的善款有百万余元,并与30多家国内外知名慈善组织建立合作,帮助了数以万计的人,真正把公益的理念与马拉松的精神有机结合在一起^[4]。上海国际马拉松赛也于2015年打造了“上马公益”平台,并在上海市体育基金会成立上海国际马拉松赛专项基金,来帮助社会

上的弱势群体,传递马拉松精神。此外,还有以“公益”为主题发起的公益跑,这些赛事都充分利用了马拉松项目本身所具有的积极向上、永不言弃的特质,把马拉松与公益天然地融合在一起,真正实现了用体育来汇聚人的力量。把马拉松与公益结合起来,不仅为我国公益事业的发展做出贡献,同时也是我国城市马拉松赛事长远发展的最高价值取向。

6 结语

我国城市马拉松赛作为一种新的时尚潮流,正在以其特有的方式影响、改变着我们的生活。在全民健身的大环境下,要继续发挥马拉松赛事的带头作用,推动“健康中国”的建设。当前我国的城市马拉松赛还面临着很多问题,因此无论是作为政府的相关部门、路跑协会、赛事运作主体,还是广大跑步爱好者都需要做出努力,确保其健康、持续地发展。

参考文献:

- [1] 朱伟.“路跑”运动的城市体育文化探究[J].福建体育科技,2015,34(5):27-28.
- [2] 李跃,李铁,桂文亮.我国城市路跑赛事发展研究[J].河南体育学院学报,2015,29(4):20-23.
- [3] 陈柳钦.健康城市建设及其发展趋势[J].中国市场,2010,(33):50-63.
- [4] 北京马拉松组委会.从心出发——侧记2015北京现代·北京马拉松“为公益而跑”[EB].北京马拉松官方网站,2015-10-22.

(责任编辑:陈建萍)