

全民健身背景下湖北省路跑赛事开展现状与对策研究

李佳

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘要: 全民健身运动的兴起, 强身健体的观念逐渐深入人心。路跑以强身健体为主体, 是倡导全民健身的一种形式多样的跑步运动, 同时也是马拉松的一种变革与创新。但是随着湖北省路跑赛事的急速发展, 为了满足庞大的体育人口的需要, 催生出了大量的赛事和路跑组织, 在发展过程中也出现了一些问题, 这就需要有人对这些赛事及组织进行调查和具体分析。通过对湖北省路跑赛事的发展现状进行分析, 探索路跑赛事火热现状的原因和对其未来发展的趋势, 不仅有助于赛事的良性发展, 而更是为了满足人们日益增长的体育需求, 从而进一步提升我国人民群众的健身意识和全民身体素质, 其具有深刻的理论意义及社会价值。通过对湖北省路跑赛事开展现状进行总结分析, 湖北省路跑赛事呈现出发展前景良好趋势; 其运营模式多样性构成了路跑赛事多元化的良好局面。仍然存在着路跑赛事举办规模和次数较少、无法满足现有体育人口需求、部分路跑赛事没有做到精益求精、精品路跑赛事数量较少等问题, 提出出台管理办法以规范路跑赛事、拓展外延注重路跑赛事创新、加大办赛频率以促进路跑组织交流等建议。

关键词: 路跑赛事; 湖北省; 全民健身

Research on the Current Situation and Development of Road Running Events in Hubei Province Under the Background of National Fitness

LI Jia

(School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract: With the rise of the national fitness campaign, the concept of physical fitness has gradually become popular among the people. Road running is based on physical fitness and fitness. It is a form of running for all fitness and a marathon reform and innovation. However, with the rapid development of Hubei province road race, in order to meet the needs of the huge sports population, a large number of events and road run organizations have been produced, and some problems have appeared in the process of development. This requires a survey and specific analysis of these events and organizations. Through the analysis of the current situation of the development of the road race in Hubei Province, the reasons for the current situation of the hot race and the trend of its future development are explored not only for the healthy development of the events, but also to meet the growing sports needs of the people, and to further improve the fitness consciousness and the body of the people of the people of our country. Quality has profound theoretical and social value. Through the summary and analysis of the current situation of Hubei road race, Hubei province road race shows a good trend of development prospects; its operation pattern diversity constitutes a good situation of diversification of road races. However, in the current situation of Hubei road race, there are still some

problems, such as the small size and number of running events, the inability to meet the needs of the existing sports population, the lack of excellence in some road races and the small number of high quality road races. In order to further promote the development of the road race in Hubei Province, the following construction is put forward. First, the introduction of management measures to standardize road race events; second, expand the extension of emphasis on road race innovation; third, increase the frequency of competition to promote the communication of road and run organization.

Key words: Road race; Hubei province; Construction of the whole people

在全民健身事业的不断深化推广的背景下,井喷式的城市马拉松以及各种各样的路跑赛事不断地涌现在大众面前,各种营利性和非营利性的路跑组织也不断地涌现,2016年首届武汉马拉松的成功举办,吸引了无数马拉松爱好者齐聚武汉,也为湖北省路跑赛事打响了头枪,为湖北省路跑赛事的发展奠定了榜样。但是随着湖北省路跑赛事的急速发展,为了满足庞大的体育人口的需要,催生了大量的赛事和路跑组织,在发展过程中也出现了一些问题,这就需要有人对这些赛事及组织进行调查和具体分析,本文以湖北省路跑赛事为切入点,通过对参赛者及组织者、专家进行问卷及访谈收集资料,进而对湖北省路跑赛事的赛事组织及其框架体系与管理现状进行分析研究,并调查湖北省路跑组织发展现状,发现其中的问题与影响赛事效率的因素,并提出合理建议;为完善湖北省路跑赛事管理体系;提高湖北省路跑赛事管理效率;为路跑组织的发展以及为国内其他路跑赛及相关赛事的组织管理提供借鉴的理论依据。路跑赛事在中国的蓬勃发展首先得益于城市的“营销”战略,并且以组织形式多样化的特色迅速攀升为中国乃至全世界最受欢迎的体育项目之一。现如今国家大力发展全民健身并将全民健身提升到了国家战略的高度,通过对湖北省路跑赛事的发展现状进行分析,探索路跑赛事火热现状的原因和对其未来发展的趋势,不仅有助于赛事的良性发展,而更是为了满足人们日益增长的体育需求,从而进一步提升我国人民群众的健身意识和全民健身素质,其具有深刻的理论意义及社会价值。

1 研究对象与方法

1.1 研究对象

本文研究对象为湖北省路跑赛事、路跑组织。针对赛事管理体系的形成和发展进行分析,对赛事的现状 & 问题进行分析,力求推动湖北省全民健身的发展并带动体育产业迈向国家经济大动脉之列。

1.2 研究方法

1) 文献资料法

通过查阅中国知网、百度学术搜索等数据库,和百度、google 等搜索引擎查阅国内外有关路跑赛事、体育产业、

全民健身等方面的文献及国家政策,理解相关的概念,掌握其理论要点;收集有关湖北省路跑赛事举办的政策文件、赛后总结、统计数据等资料。

2) 问卷调查法

以湖北省举办的路跑赛事为研究对象,通过问卷调查的方式,获取赛事信息及资料,分析湖北省路跑赛事对全民健身的影响,分析当中的成效及不足。根据研究需要,对湖北省 27 个路跑组织发放《湖北省路跑组织情况问卷调查表》,发放对象为湖北省各路跑组织,共发放问卷各 30 份,收回问卷 29 份,问卷回收率 96.7%;有效问卷为 27 份,问卷有效率为 93.1%。

3) 数理统计法

运用 Excel 软件对问卷数据进行整理、统计与分析,为研究提供客观、详实的资料。

2 结果与分析

2.1 路跑赛事运营管理模式现状

我国在赛事运营方面因体育产业的大力发展而得到了极强的推动,政府下发各种文件大力引导,市场方面积极响应政府号召,使得体育赛事的发展呈现良好趋势。张凡(2016)提出我国民间跑团规范化、长远化发展的一些建议:加强针对性宣传工作,加强民间跑团自我建设、自我管理能力,构建政府扶持共办赛事活动的良性对接模式^[1]。从整体来看我国体育赛事的主要运营模式三种。政府主导型:以政府为主体,市场为依托拥有大量社会资源,优先考虑社会效益,兼顾经济效益。商业组织型:以文化公司为主体,盈利为目的。生产企业型:生产企业为主体,以宣传为目的,考虑自身品牌发展,兼顾即时效益。城市路跑赛事的作用主要展现在两个方面,其一是它的社会性,主要表现为赛事的运作与组织^[2]从赛事运营的各种模式来看,主要目的是通过进行一系列手段如包装、宣传、推广的整体加工,让其更具影响力和表现性。

赛事赞助是体育赛事市场化的一个标准,大型的体育赛事赞助商根据不同的赞助方式分为多个不同的级别,如一级、二级、三级合作伙伴或冠名、指定、官方供应等。越是高等级的赛事对赞助商的划分就越为精细,只有各个赞助商通力合作,才能使赛事呈现最好的状态。

在大中型路跑赛事中,90%以上是政府主办的马拉松赛事。这主要是因为封路、路权等问题需要政府才能协调,少部分由企业举办。其中,政府主办马拉松比赛主要是为了对城市品牌进行宣传。企业举办马拉松目的是为自己做服务,即利用该活动对特定对象进行企业形象等一些相关业务的推广宣传。

本文从湖北省路跑赛事的赛事组织现状、赛事对湖北省经济发展,以及带动全民健身发展的视角为出发点,选择湖北省武汉市所举办的路跑赛事中,有典型代表意义的武汉马拉松、大学生校园马拉松联赛,进行案例分析,充分剖析路跑赛事对全民健身的促进作用。

2.2 武汉马拉松赛事

认为体育赛事是体育产业的核心,作为体育产业大家庭中的一员,路跑所体现出来的绿色、健康理念,在一定程度上塑造了现代城市品牌^[3]。赛事组织方面,武汉马拉松是典型的“政府主导,企业合作”的运营模式,在专业的团队组织下高效地运作赛事。武汉马拉松赛事是武汉市政府和企业合力举办的一项结合全民健身和推广武汉城市形象的大型体育赛事,赛事的举办由多个组织合力牵头、从主办到承办到具体运营都有着明确的分工(如图1所示)。为了力求赛事的精品,自举办首届武汉马拉松起,就成立了马拉松赛事组织委员会,对赛事举办的可行性、赛事规程等进行规划与研究,并使用全媒体对赛事进行广泛宣传,为赛事吸引了大量赞助商和资金。

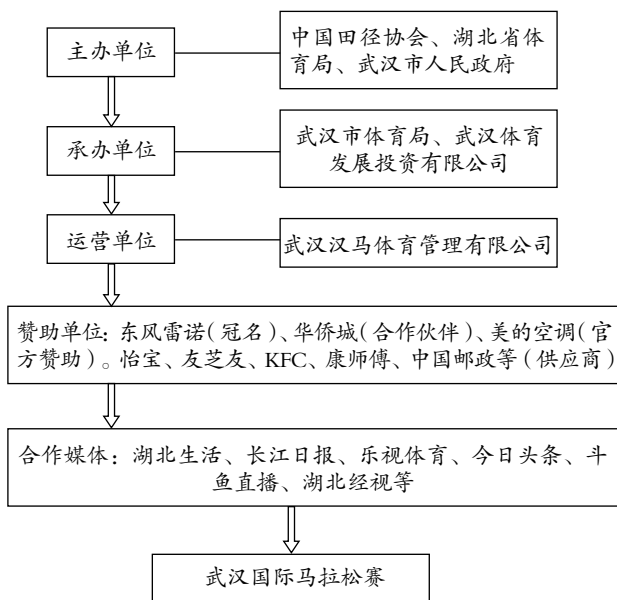


图1 武汉马拉松赛事运营结构图

在项目设定上,武汉马拉松设有马拉松、半程马拉松(各6000人)和13公里健康跑(8000人)共计20000人,参赛人数是在考虑了安保、赛事规模等因素设定的。2018

年汉马落选人数是参赛人数的两倍多,共吸引了136311人参与报名,其中全程52640人报名,半程46896人报名,13公里健康跑36775人报名。在国内参赛选手中,武汉籍选手仅占32.9%,可见汉马为武汉地区带来了大量的消费人群,更反映出了汉马的受欢迎程度之高。在兼顾赛事本身的同时设定一些符合大众需求的短距离赛事,可以让更多的人了解马拉松,吸引更多的人加入到马拉松赛事中来,在路跑赛事的后面有中国最庞大的锻炼群体作为支撑,路跑不仅为群众健身提供了一个很好的体育赛事,更是促进了全民健身理念的发展^[4]。

在赛道设计上,组委会将赛道融入到“一城两江三镇四桥五湖”,全马参赛者途经中山大道、汉江桥、武汉长江大桥、黄鹤楼、辛亥革命馆、沙湖大桥、东湖等武汉市的著名景点,充分展示了武汉这座城市的魅力。赛道的选择和设计经过前期的精心策划和后期的积极准备,赢得了参赛者的大力认同和各方媒体的广泛好评,被誉为“最美马拉松赛道”。

在综合保障上,安保方面,成立了1+9指挥部,为了确保汉马的安全、有序,安保人员对赛事现场进行反复勘察,并制定了安保工作总体方案和多个分方案。在比赛期间总投入安保人数达2.6万人,比参赛选手的2.2万人还多。大量的安保人员不仅保证了赛事的正常进行还对现场秩序的维护起到了关键性作用,而现场秩序是参赛选手对于马拉松赛事举办满意度的重要影响因素。

志愿者方面,组委会提前三个月就对志愿者进行培训,首先介绍了汉马赛事流程、志愿者职责和注意事项,并邀请武汉市急救中心的工作人员对志愿者进行专业的心肺复苏和AED使用等应急救援技能的培训。组委会在10公里至21公里这段赛道内每100米配备1名专业医护人员,在东湖绿道赛段每50米安排一名专业医护人员。除了定点医疗站组委会还增加了骑行医疗志愿者来机动处理突发情况。

在市场开发上,马拉松赛事作为流动性赛事,参与门槛较低,对参赛选手吸引力较大,动辄数万人参赛,对一些赞助商来说也是宣传企业的绝佳手段,更是促进对资本市场的合理开发运营。武汉马拉松的成功举办是赛事与市场资源相结合的成果。汉马在短时间内急速成长为国内一流赛事,离不开以资本合作成立武汉汉马体育管理有限公司的方式,主要运营武汉马拉松赛事,充分挖掘武汉马拉松赛事的商业价值,吸引了国内多家知名企业,如冠名赞助商东风雷诺(冠名费1200万元)、赛事保障赞助商KFC、康师傅、怡宝及比赛装备供应商特步等多家企业,为赛事的组织和筹备提供了大量的物质帮助。

在品牌形象上,武汉马拉松虽然起步比较晚,但是在打造品牌形象上是以国内一流金牌赛事作为目标,形成了独特的赛事IP,例如“一城两江三镇四桥五湖”“最美赛道”等。在全国范围内,很少有武汉马拉松赛道这样,同

时具有丰富的自然景观和贯穿千年历史文化的赛道。

在配套活动上,开展如东风雷诺打卡活动、汉马摄影大赛、武汉马拉松抖友挑战赛等赛前线上活动,以及汉马KFC亲子跑、园博风之子迎春花灯跑、亲子公益跑“跑步吧爸爸”和汉马公开课等一系列线下活动,其中特色的配套活动还有赛前任吉推出马拉松系列讲座和赛后凭票免费进入欢乐谷游玩等。

“互联网+”的出现加速了路跑与市民生活的融合,使得它们不仅是体育运动方式,更是丰富社会交际、实现自我满足的生活方式。这一点在路跑上展现得最为明显^[5]。赛事的成功举办以及赛事产生的后续效应都离不开宣传手段的运用,大力宣传武汉城市建设也是赛事的一大功能。在2018年汉马开赛当天共出动的含直升机在内近40种直播装备,实现了汉马赛事全程无缝直播。组委会还专程邀请到众多明星、奥运选手和专业运动员参与赛事推广,来为赛事增加知名度。在2018年4月15日这一天全国同时有32场路跑赛事同时举行,但是CCTV5全程直播了武汉马拉松赛事,足见武汉马拉松赛事在全国范围内的影响力之大。武汉马拉松的巨大影响力也为各个企业进行了很好的宣传与推广。

城市路跑赛事能够促进全民健身、推动产业发展、打造城市品牌,对于我国城市发展具有积极影响;但是路跑赛事发展过程中还需要应对恐怖主义的安全威胁、空气污染、赛事同质化等新问题^[6]。武汉马拉松在竞赛组织、市场开发、品牌形象、配套活动、媒体宣传以及综合保障等工作的密切配合,完美的赛事运营管理,是值得湖北省其他赛事学习借鉴的。

2.3 大学生校园马拉松联赛

随着社会马拉松赛事的不断兴起,普通高校里也刮起了马拉松赛事的春风,大学生马拉松联赛在全国重点高校拉开。中国大学生马拉松联赛是由康湃思体育首次推出的原创校园体育赛事,由中国大学生体育协会主办,承办单位为各大高校,由中国大学生体育协会田径分会协办,并委托虎扑体育负责商业运营和市场推广工作,旨在促进马拉松进校园的精品体育赛事。由于校园马拉松赛事是以提高学生的运动健身意识和推动校园体育文化建设为主要出发点,以增进全民健身与休闲体育运动的发展,带动学校体育运动的氛围。如2017年华中科技大学承办的中国大学生校园马拉松比赛6300余名师生报名并完赛,加上现场工作人员、跟跑者、观众,万余人参与其中,成为校园里的盛大节日。

由于校园马拉松更注重其育人功能和社会效应,其赛事运营管理模式可理解为政府主导型。主办学校通过设置具有校园文化特色的赛道,全程采用电子计时,报名参赛、成绩查询过程中融入科技手段,加大医疗救护与安全保障,在赛道旁设立固定医疗点、饮水站,赛道沿途安排医疗志愿者和工作人员,协助医疗救护和维护比赛秩序,让参赛

选手不出校园也能体验到了专业水准的马拉松赛事。

校园马拉松赛事的举办也不是全无缺点,也暴露出校园马拉松赛事普遍存在的弱点,如赞助商的行业分布比较单一,多为体育类的品牌赞助商,其中包括贵人鸟、康湃思、虎扑等,缺乏其他类的赞助商;其次,赛事的主要组织单位是高校,赞助商企业参与到实际的运作层面不足,从而导致其市场化程度不够。以下表1是各赞助商赞助内容和权益。

表1 校园马拉松路跑联赛赞助商权益

赞助商	各大高校	贵人鸟	虎扑体育	康湃思体育
赞助内容	场地及相关赛事服务工作	提供服装及帐篷	媒体宣传	提供计时等技术服务
所获权益	推动学生群众性体育锻炼进一步普及	品牌营销	平台推广	产品技术推广

2.4 湖北路跑组织现状

1) 湖北省路跑组织基本情况

由表2可见,根据湖北省路跑组织模式以及组织性质,可以将其进行不同的划分,运用不同的分类原则,可归为以下几个大类:

第一,每个路跑的组织都有其自身的性质,这种性质主要体现在其组织的严谨性以及是否在民政部门注册,根据这样的原则可以将路跑的组织形式划分为正式以及非正式路跑组织。一般拥有严谨组织结构,完善的比赛条例及规章制度,明确的各个层次的级别关系,职责分明的分工以及责任关系,较高的成员文化素质以及较强的成员组织能力,我们将这种组织定义为正式的路跑组织。非正式路跑组织每一个成员都是源自心中对于路跑活动的热爱,完全自愿加入并集聚在一起参加活动,路跑组织在其中起到了提供交流平台的作用。因此,非正式路跑组织具有松散性特征,其组织成员的维系主要依靠共同兴趣和情感基础的特点。由表2可见,调查结果显示:湖北省路跑组织中正式性质与非正式性质的比例非常接近。从对路跑组织负责人的访谈中,进一步了解到:大多数非正式性质路跑组织处于起步发展阶段,并没有建立完善的机制,外部的环境以及组建的基础条件也十分的匮乏,组织内部缺乏制度来督促和规范,组织约束力不强,组织成员流动性较大。

第二,在与政府的关系方面,针对调查的路跑组织得出基本为大众自发性的,这也说明路跑组织还处于民间的起步阶段,不具备正规化,主要是大众自发而非政府主导。这也需要时间来慢慢让路跑组织走上正轨。

第三,在湖北省路跑组织的市场化方面,我们用营利性和非营利性来进行分类,调查得出所有组织是非营利的,没有一家营利性的路跑组织。但是,在查阅文献中了解到,全国其他一线城市中,有营利性的路跑组织,主要为个人创办的私有模式,个人进行投资并且收益除税费以外归个

人所有, 具有强烈的市场化, 主要形式有陪跑组织、辅助健身跑等。另外, 非营利路跑组织较多, 公益免费的特点以及较低的参与门槛, 大大挤压了营利性路跑的生存空间。

总之, 路跑组织起源于大众, 服务于大众, 是服务大众健身的一种很好形式, 将喜爱路跑运动的社会各类人群吸引到一起, 让更多的人更好地参与路跑运动, 维护大众健身权益。

表2 湖北省路跑组织基本情况统计表 N=27

关系分类	性质	组织数量	百分比
组织性质	正式	12	44%
	非正式	15	56%
与政府关系	政府主导	2	7%
	大众自发	25	93%
与市场关系	营利	0	0%
	非营利	27	100%

2) 湖北省路跑组织开展的活动类型

通过实地走访调查笔者统计出湖北省 27 个路跑组织开展活动的情况, 并针对其开展活动的方式对路跑组织负责人进行访问。

通过下面对表3的分析, 湖北省路跑组织活动具体由四种模式组成, 而其中休闲娱乐模式占据着主导地位, 大部分的组织都围绕休闲娱乐展开过相应的活动, 可以看出休闲娱乐的活动开展模式是跑者最愿意接受的一种路跑形式, 其次是体育公益模式, 在路跑组织中也占据着较高的开展频率。而组织竞赛模式因为其加入了竞技的元素使组织频数只有休闲娱乐的一半, 以合作交流的方式开展活动也只占到了休闲娱乐的一半。反映出大众对于组织比赛、合作交流以及体育公益性的赛事活动兴趣不高。

表3 湖北省路跑组织的活动开展情况统计表 N=27

开展项目的方式	休闲娱乐	组织比赛	合作交流	体育公益
频数	16	7	7	8
百分比	59%	26%	26%	30%

3) 湖北省路跑组织开展的活动频次

由表4可知, 路跑组织每周有相对固定的活动时间, 每周活动的频率主要在一次至两次居多, 占到了总比的66.6%, 一次以下的占到了11.1%, 举办三次以上的路跑活动占总频数的22.2%。受工作以时间的影响, 组织路跑活动的次数明显与休息节假日的时间相契合, 结合表5可以看到, 路跑组织开展活动的时间主要安排在周末, 工作日和节假日的组织频数较少。这不仅方便跑者, 减少跑者受工作或学习时间的影 响, 故选择周末参加活动的较多。

湖北省路跑组织虽然发展较好, 路跑活动也开展广泛,

但归根结底都是自发性的, 这样的组织架构缺乏管理性和规范性。如何将自发性的路跑组织整合起来, 使其拥有更完善的组织架构和管理模式是当下湖北省路跑赛事健康发展的必经之路。

表4 湖北省路跑组织每周开展活动频率情况统计表 N=27

活动频数 / 周	1次以下	1次	2次	3次及以上
频数	3	9	9	6
百分比	11.1%	33.3%	33.3%	22.2%

表5 湖北省路跑组织活动开展时间分布情况统计表 N=27

时间分布	工作日	周末	节假日
频数	5	23	6
百分比	19.0%	85.1%	22.2%

3 结论

1) 湖北省路跑赛事发展前景良好, 湖北省拥有高等院校 82 所, 高校数量中国第二, 在校大学生常年保持在 120 万左右。参赛者与受教育程度密切相关, 这不仅给赛事带来了源源不断的参赛者, 也通过赛事对城市的宣传为湖北大学生留汉提供了新的方法。

2) 路跑组织众多, 路跑活动也开展较多, 但归根结底都是自发性的, 这样的组织架构缺乏管理性和规范性, 是影响湖北省路跑发展的原因之一。如何将自发性的路跑组织整合起来, 加强对路跑组织进行专业性指导, 使其优化组织性质, 拥有更完善的组织架构和管理模式是当下湖北省路跑赛事健康发展的必经之路。

3) 加大比赛频率促进路跑组织交流, 以政府为主导, 以赛事为载体, 促进跑团之间相互沟通交流, 为提高赛事质量建言献策, 让湖北省路跑赛事积极、健康、有序地发展。

参考文献

- [1] 张凡. 我国民间跑团的现状及规范化发展探究[J]. 安徽体育科技, 2016, 37(2): 18-20+24.
- [2] 李跃, 李铁, 桂文亮. 我国城市路跑赛事发展研究[J]. 河北体育学院学报, 2015, 29(4): 20-23.
- [3] 吴绪东, 张明坤. 论体育赛事对城市品牌的塑造[J]. 河北体育学院学报, 2012, 26(1): 15-17.
- [4] 刘国永. 马拉松与全民健身[C] // 2011北京现代北京马拉松科学论坛指南·文集, 2011.
- [5] 徐蒙, 张青. 路跑骑行背后的经济逻辑[J]. 中国自行车, 2015, 442(11): 98-101.
- [6] 孙启斌, 徐琳. 国内路跑赛事发展现状及对策研究[J]. 体育科技文献通报, 2017, 25(3): 134-136.