

用跑步的方式体验美景

# “体育+旅游”的春天来了

新年伊始，在宁波一家房产公司做企划的陈先生远赴厦门参加了一场国际马拉松比赛。在外人看来，马拉松赛无比艰辛，可真正享受其中的人，一边在美丽跑道上奔跑，一边欣赏着沿路风景而乐此不疲。就像一位跑步达人所说：用运动和坚持给自己增添正能量。

用跑步的方式丈量这个城市。近年来，与马拉松有关的体育赛事如火如荼，带动了相关产业，比如与运动有关的全副装备，从运动耳机、眼镜到速干衣、智能手环、运动鞋等，同时也为酒店、餐饮和旅游行业的发展推波助澜。

## 马拉松赛事如火如荼

一位爱好跑步的达人说，现在好像不跑个马拉松，就OUT了。根据中国田径协会发布的数据：2014年中国马拉松赛事仅有51场，而2015年已达到134场，参赛人次超过200万。

截至2016年10月31日，通过中国马拉松信息平台在中国田协注册的全国马拉松及相关运动赛事，共计有306场。而在去年10月和11月举行的就有140余场，占据了近半壁江山。就在不久前，北京鸟巢半程马拉松赛和上海国际马拉松赛均已拉开帷幕。

马拉松为什么这么火？业内人士



2017 厦门国际马拉松赛现场。

(陈势良 摄)

士认为，对地方政府来说，办好一场马拉松赛，能极大提升城市形象，带动当地旅游业和会展业发展。现在，一些三、四线城市甚至小县城也加入马拉松赛大家庭，纷纷通过举办赛事提高知名度，展示自然风光和风土人情。

其背后带来的收益，更令人惊讶。数据显示，在日本东京马拉松赛举办的前后三天，带来约20亿元人民币的综合收入；2014年杭州马拉松赛，位于起点黄龙体育中心附近的布丁酒店，预订率超过90%，最早的客人提前2个月预订，入住

## 边旅游边跑马成热门

“当体育运动融入生活，成为生活的一部分，我们在旅行或者出差时，也常会找一个风景好的公园或景区，用跑步的方式去体验美景。”马拉松爱好者倪女士说。

随着假期增多，有越来越多人把跑马当作一种旅行。比如全球知名旅游目的地——日本大阪、泰国

普吉岛和新加坡的日落马拉松等，就非常受跑者欢迎。

## 体育旅游前景可期

有关数据显示，2016年1月至4月举办的311场各类大型体育赛事中，观赛和参赛人数共计338万人，由赛事产生的旅游、交通、住宿、餐饮等关联消费达119亿元。

携程旅行网相关负责人表示，“随着国民可支配收入的提高，对体育赛事的兴趣越来越广泛，体育旅游迎来前所未有的发展时机。”也正因看好体育旅游市场，今年起，携程主题游平台上线“体育赛事”频道。

该频道上线半年，体育旅游已成为主题游平台24个品类产品中仅次于徒步、健康理疗的最受欢迎的产品，其中包括全球马拉松观赛/参赛产品、NBA常规赛观赛产品、F1赛事等线路。

有关数据显示，体育旅游的市场在逐年扩大，用户以80后、90后居多，其中85%是男性。上海、广州、北京、杭州等城市体育旅游热情最高。与昂贵的观赛游相比，以马拉松、登山、骑行、徒步等为代表的健身类体育旅游，游客参与度、体验度更高。值得一提的是，大型的世界级赛事，不仅带动票务的销售，赛后场地往往也成为重要旅游景点。

(欣然)

马拉松赛事如火如荼

率提高近四成；甘肃兰州国际马拉松赛开办以来，到兰州旅游的人数年均增长超过15%……

士认为，对地方政府来说，办好一场马拉松赛，能极大提升城市形象，带动当地旅游业和会展业发展。现在，一些三、四线城市甚至小县城也加入马拉松赛大家庭，纷纷通过举办赛事提高知名度，展示自然风光和风土人情。

其背后带来的收益，更令人惊讶。数据显示，在日本东京马拉松赛举办的前后三天，带来约20亿元人民币的综合收入；2014年杭州马拉松赛，位于起点黄龙体育中心附近的布丁酒店，预订率超过90%，最早的客人提前2个月预订，入住

## 边旅游边跑马成热门

“当体育运动融入生活，成为生活的一部分，我们在旅行或者出差时，也常会找一个风景好的公园或景区，用跑步的方式去体验美景。”马拉松爱好者倪女士说。

随着假期增多，有越来越多人

把跑马当作一种旅行。比如全球知名旅游目的地——日本大阪、泰国

士认为，对地方政府来说，办好一场马拉松赛，能极大提升城市形象，带动当地旅游业和会展业发展。现在，一些三、四线城市甚至小县城也加入马拉松赛大家庭，纷纷通过举办赛事提高知名度，展示自然风光和风土人情。

其背后带来的收益，更令人惊讶。数据显示，在日本东京马拉松赛举办的前后三天，带来约20亿元人民币的综合收入；2014年杭州马拉松赛，位于起点黄龙体育中心附近的布丁酒店，预订率超过90%，最早的客人提前2个月预订，入住

士认为，对地方政府来说，办好一场马拉松赛，能极大提升城市形象，带动当地旅游业和会展业发展。现在，一些三、四线城市甚至小县城也加入马拉松赛大家庭