

万峰林马拉松赛事优化与发展研究

陈雪, 祁瑞云, 谢忠蝶, 杨芳, 侯燕波
兴义民族师范学院体育学院, 贵州 黔西南 562400
DOI: 10.61369/SE.2025020001

摘要: 万峰林马拉松赛事在近几年发展迅速, 但面临着赛事竞争力不足、服务体系不完善和产业链协同不力等问题。本文为提升赛事质量和吸引力, 提出强化赛事特色、优化服务体系和加强产业链协同等优化策略。通过深度挖掘地方文化与旅游资源, 强化品牌建设, 并改进赛道设施、医疗保障和赛事管理, 赛事的竞争力逐渐提高。产业链的多方协作推动了赛事与地方经济的融合发展, 提升赛事的可持续性和影响力。通过这些措施, 万峰林马拉松在提升赛事质量和参赛者体验方面取得了显著成效, 赛事的社会和经济影响不断扩大。

关键词: 马拉松赛事; 赛事优化; 品牌建设; 产业链协同; 地方经济

Research on the Optimization and Development of Wanfenglin Marathon Event

Chen Xue, Qi Ruiyun, Xie Zhongdie, Yang Fang, Hou Yanbo
School of Physical Education, Xingyi Normal University for Nationalities, Qianxinan, Guizhou 562400

Abstract: The Wanfenglin Marathon has developed rapidly in recent years, but it is confronted with problems such as insufficient competition competitiveness, an incomplete service system and weak industrial chain coordination. This article proposes optimization strategies such as strengthening event characteristics, optimizing the service system and enhancing industrial chain collaboration to improve the quality and appeal of the event. By deeply exploring local cultural and tourism resources, strengthening brand building, and improving track facilities, medical support and event management, the competitiveness of the event has gradually increased. The multi-party collaboration in the industrial chain has promoted the integrated development of the event and the local economy, enhancing the sustainability and influence of the event. Through these measures, the Wanfenglin Marathon has achieved remarkable results in improving the quality of the event and the experience of participants, and the social and economic impact of the event has been continuously expanding.

Keywords: Marathon events; event optimization; brand building; industrial chain collaboration; local economy

引言

万峰林马拉松作为贵州省兴义市的代表性赛事, 凭借独特的喀斯特地貌和丰富的民族文化资源, 吸引了大量的跑步爱好者。赛事在竞争力、服务质量和产业协同方面仍面临一定的挑战。通过深入分析当前赛事发展中的问题, 提出具体的优化策略, 有助于提升赛事的整体水平和可持续发展能力。这一研究不仅对万峰林马拉松的未来发展提供了指导, 也为其他地方性赛事的发展提供了借鉴。

一、万峰林马拉松赛事发展现状与核心特征

(一) 赛事定位与产业链构成

赛事的主要组成部分包括全程马拉松、半程马拉松和健康跑项目, 这些项目的设置满足了不同层次跑者的需求, 从专业选手到业余跑者均可参与^[1]。产业链方面, 赛事不仅仅依赖政府的主办和承办, 亦涉及到多个行业的合作与互动, 包括旅游、交通、广

告传媒、赞助商、志愿者服务以及医疗保障等多个环节。赛事的成功举办, 推动了周边服务业的提升, 特别是在酒店、交通、餐饮和地方特产的消费方面。

(二) 区域资源禀赋与赛事影响力

万峰林不仅在自然景观上具备吸引力, 还拥有丰富的文化和历史背景, 这些都为赛事提供了与其他城市马拉松不同的独特魅力。赛事本身作为一个品牌, 在推动当地城市形象和知名度方面

作者简介: 陈雪 (2003.11-), 女, 汉族, 籍贯: 黔西, 现就读于兴义民族师范学院体育学院2023级体育教育班。

发挥了重要作用，吸引了来自全国乃至世界各地的跑者和游客的关注。赛事的影响力不仅体现在参赛人数的增长和媒体曝光度的提升，还促进了当地旅游业的发展和地方经济的增长。随着赛事的不断举办，万峰林马拉松逐步从地方性赛事向更大范围的马拉松赛事发展，逐步将当地的旅游资源转化为赛事品牌的核心竞争力，为城市带来更多的长远利益。

二、赛事优化的驱动因素与实践探索

（一）政策与产业融合驱动

2023年，兴义市政府出台了多项地方性支持政策，包括财政补贴、赛事管理优化和品牌推广支持^[2]。赛事举办所需的资金支持也来自地方政府和多个企业的赞助。这些政策不仅推动了赛事的良性发展，也使赛事对经济的推动力得到了更大的释放。政府通过与企业合作，形成了赛事主办方与赞助商、广告商等多方力量的深度融合，推动了赛事的产业化运作。

赛事的基础设施建设上，政府与企业共同投资改造了多个赛事所需的公共设施和交通网络，确保赛事能够在未来更高效地运营。同时，政策也加强了赛事与当地文化、旅游产业的深度融合，赛事的举办不仅限于体育项目，更与地方的文化遗产、旅游推广等方面紧密结合，增强了赛事的综合效益。通过产业链的构建，赛事的每一环节都涉及到了地方经济的方方面面，包括餐饮、住宿、交通、纪念品销售等，提升了赛事的产业影响力与持续吸引力。赛事举办后，参与人数逐年增加，赛事周边的消费市场也得到了极大的提升。据统计，2023年赛事期间，当地的旅游业收入增长了接近30%，酒店入住率达到85%以上，交通流量的增长使得当地的商业活力得到了有效释放。

（二）技术创新与服务升级

万峰林马拉松赛事通过一系列的技术创新，不断提升赛事的组织效率和参与者的体验感。赛事的报名、信息发布、成绩查询等环节都采用了先进的互联网技术，所有参赛者的报名信息通过线上平台完成，系统会根据实际报名人数进行自动筛选，并通过智能算法优化赛事的组织流程。在赛事当天，通过实时数据采集系统，赛事主办方可以对参赛者的身体状况、赛道进度等信息进行实时监控，确保赛事的安全与顺畅。

赛事还引入了移动医疗救援系统，通过在赛事现场设置多个智能急救设备，确保能够在短时间内为参赛选手提供必要的医疗保障。这些技术创新不仅提高了赛事的服务质量，也保障了参赛者的健康安全。赛事组织者还通过移动应用程序为跑者提供实时赛道信息、补给点位置以及天气变化等内容，增强了赛事参与者的互动感和现场感。为了提升赛事的市场化运营和参与者的综合体验，万峰林马拉松还在赛后为每位完赛选手提供个性化的成绩报告，并通过智能分析工具为参赛者提供科学的运动数据分析，帮助他们更好地调整训练计划，提升运动水平。

（三）品牌建设 with 生态构建

赛事品牌的建设不仅限于赛事本身的推广，还通过与其他相关产业的融合，形成了全方位的赛事生态系统。在品牌建设方

面，赛事通过多渠道的宣传和市场推广，逐步树立起了万峰林马拉松在国内外赛事中的独特地位。赛事的宣传内容逐渐从传统的赛事信息向更具地方文化特色的内容转变。赛事的官方媒体平台逐渐向社交媒体、短视频平台等多元化渠道延伸，通过丰富的内容展示赛事的背后文化和魅力，增加了赛事的曝光度和参与者的认同感。

赛事还通过与地方旅游局和文化机构的深度合作，进一步推动了赛事的品牌形象塑造，使之成为一个具有文化与旅游特色的赛事品牌。同时，赛事的生态构建不仅仅涉及到赛事本身，还包括了与旅游、餐饮、交通等产业的联动。赛事期间，旅游产业的配套服务得到极大的提升，当地的餐饮业、酒店业和交通运输业也通过赛事得到了相应的商业机会，形成了赛事+产业的双赢局面。赛事在一定程度上推动了兴义市的城市发展和经济增长，进一步提升了当地的知名度和城市竞争力。通过不断增强品牌建设，万峰林马拉松的影响力也逐渐扩展至全国，吸引了更多的马拉松爱好者和媒体关注。

三、赛事发展面临的挑战与问题诊断

（一）赛事竞争力与可持续性瓶颈

赛事的独特性主要依赖于万峰林的地理和文化资源，但与国内其他顶级马拉松赛事相比，其品牌知名度和吸引力仍然存在差距^[3]。赛事的规模虽然逐年增加，但相较于一些国际赛事，赛事的竞争力和参与人数的提升速度较为缓慢。赛事的可持续性面临的主要问题是如何在保持赛事本身特色的同时，不断提高赛事运营效率与市场化水平。赛事在资金投入、媒体宣传、品牌塑造等方面的投入仍有限，未能有效扩大赛事的国际影响力。

（二）服务质量与用户体验痛点

赛事的基础设施建设无法完全满足大规模参赛者的需求，尤其是在赛事路段的补给点、医疗保障、休息区等方面存在不足。赛道上补给点分布不均，个别路段可能出现因补给不及时导致参赛者体力透支的问题，影响了整体体验。医疗救援系统虽然已经逐步建立，但在赛事高峰期，医疗资源可能面临分配不足的情况，无法快速响应突发情况。赛事现场的设施分布和交通管理方面也存在不足，尤其在大规模赛事中，交通堵塞和人流拥挤常常成为参赛者和观众的困扰，影响了赛事的整体流畅度和参赛者的体验感。

（三）产业链协同与资源整合问题

赛事主办方、赞助商、地方政府及其他相关部门之间的协调存在一定障碍，导致资源的整合和利用不够充分。尽管赛事涉及多个行业，包括旅游、交通、酒店、餐饮等，但各行业之间的合作与协同仍然不足，未能形成一个强有力的产业联动效应。此外，赛事的产业化运作尚处于初级阶段，赞助商和合作伙伴的多元化程度较低，导致赛事在资金和品牌推广方面的力度相对薄弱。

四、万峰林马拉松赛事优化策略

（一）强化赛事特色与品牌价值

赛事应深入挖掘万峰林的独特地理优势，将赛事与自然景观、历史文化、民族风情相结合，创造出具有地方特色的文化品牌^[4]。具体措施包括在赛事宣传中更加突出万峰林的喀斯特地貌景观，将赛道沿线的自然景观与人文历史有机融合，形成独特的赛事文化氛围。此外，赛事的品牌推广应通过多渠道、多平台的全方位传播，进一步提高赛事的曝光率。赛事可与地方文化、旅游资源深度捆绑，通过文化活动的引入，提升赛事的文化内涵，增强赛事的情感价值与观众的认同感。例如，赛事期间可以增加更多的地方文化展示活动，如民俗表演、地方美食文化展览等，让参赛者和游客能够深度感受地方特色文化，增加赛事的文化附加值。

在品牌建设方面，赛事主办方应与国内外知名品牌进行战略合作，吸引更多的品牌赞助商参与。赛事的整体运营和品牌推广可通过定期举办的媒体见面会、赛事新闻发布会等活动，邀请媒体及行业专家参与，增加赛事的行业认知度。在赛事宣传材料、广告内容的制作上，应充分体现赛事的国际化视野和地方文化的融合，使赛事不仅成为一个体育竞赛平台，还成为展示地方特色、传递体育精神的窗口。同时，赛事可以通过与赛事明星、知名跑者的合作，提升赛事的知名度和吸引力。

（二）优化服务体系与基础设施

在赛事组织的基础设施建设方面，赛事主办方需要进一步升级赛道和相关设施，确保满足大规模赛事的需求。具体来说，赛道的设计应更加科学和合理，增加更多的补给点，特别是在赛道的关键位置如坡道和距离较远的部分，确保跑者能够获得及时的能量补给和水分补充。赛事组织者可以通过调研跑者需求，设置不同类型的补给站，如提供高能量食品、盐分饮料等，满足不同跑者的需求。

赛事的医疗保障体系需要得到进一步加强。赛事路线的每个急救站点要保证足够的医疗设备和专业医护人员的配备，避免突发情况时无法及时响应。赛道沿线还应增加可移动的急救设备，如自动体外除颤器（AED）等，以便在赛道上迅速处理任何紧急情况。此外，赛事组织者应考虑增设健康检查服务，对参赛选手进行赛前健康评估，尤其是对有慢性病史或不符合比赛要求的选手，及时做出筛查和预警，确保赛事的安全性和参赛者的健康。

赛事的服务体系还应从跑者的出发点和终点体验做出优化。首先，从交通运输上考虑，在赛事举办期间，应加强交通指引和停车场规划，确保赛事期间的交通畅通无阻，避免出现大规模的交通拥堵现象。为了更好地服务参赛者，赛事期间应提供专门的接驳车服务，帮助参赛者从比赛区域和酒店之间的移动，确保参赛者能够顺畅地到达各个赛段和终点。

（三）加强产业链协同与区域联动

在产业链协同方面，赛事主办方应加强与地方政府、旅游部门、酒店业、餐饮业、交通运输公司等多方的紧密合作，形成强有力的产业协作机制^[5]。在赛事期间，赛事组委会应提前与当地的餐饮、住宿等行业进行对接，确保赛事期间能够提供充足的住宿和餐饮服务，避免赛前高峰期酒店资源的紧张与餐饮供应不足的问题。赛事的宣传与品牌推广应与当地的旅游业深度融合。在赛事期间，除体育赛事本身外，还应积极推动当地的文化、景点、历史遗迹等资源的宣传，将赛事与旅游资源的推介结合起来，为参与者和游客提供一站式的体育旅游体验。赛事可以联合当地的旅游公司，推出“赛事+旅游”的产品，将万峰林马拉松的影响力与地方旅游业相结合，吸引更多外地游客在赛事结束后留在当地，推动旅游消费。

在资源整合方面，赛事组委会可以通过多平台合作，增加赛事的曝光度。与国内外知名赛事平台、媒体公司进行合作，通过直播、社交媒体等渠道，加强赛事的宣传力度和品牌渗透率。加强与赞助商的沟通与合作，尤其是在赛事赞助和广告方面，争取更多的大型企业和品牌的参与，确保赛事的资金支持和品牌推广的持续性。赛事还应积极引入数字化技术，提升赛事的智能化程度，优化参赛者的赛事数据采集和实时反馈，推动赛事向更加专业化和市场化的方向发展。

五、结语

万峰林马拉松赛事作为贵州省的重要体育文化品牌，已经成为推动地方经济和旅游发展的重要力量。赛事在提升竞争力、优化服务体系和实现产业链协同等方面仍面临挑战。通过强化赛事特色、改进基础设施和加强区域联动，赛事的影响力和参与度得到了有效提升。未来，随着赛事管理和产业协同的进一步加强，万峰林马拉松有望成为国内外知名的赛事品牌，对地方经济和文化传播产生更大的积极影响。

参考文献

- [1] 任远金, 杨丽娟, 李三三. 国内马拉松跑运动发展优化路径研究——基于马拉松赛事活动分析[J]. 铜陵职业技术学院学报, 2024, 23(04): 46-52.
- [2] 何思远, 范运祥. 全媒体时代下群众体育赛事传播力的提升策略研究——以马拉松赛事为例[J]. 冰雪体育创新研究, 2024, 5(23): 181-184.
- [3] 胡志, 刘少青. 广州马拉松赛事对城市形象提升的策略研究[J]. 文体用品与科技, 2024, (23): 25-27.
- [4] 闫建华, 吕延安, 王聪帅. 我国城市马拉松赛事协同治理的演化博弈分析及优化策略设计[J]. 西安体育学院学报, 2024, 41(06): 743-753.
- [5] 陈柔, 吴宝升. 马拉松赛事服务质量优化研究——以温州马拉松为例[J]. 文体用品与科技, 2025, (01): 16-18.