

服务不断升级 营销内卷加剧

马拉松赛事火爆 品牌打造成各地新课题

本报记者 顾宇星

“‘跑马热’终于回归了,这是我今年跑的第四场马拉松。”参加完2023永定河马拉松赛的跑者张春丽对中国商报记者表示。

示。

据了解,随着马拉松赛事的重启,各地的赛事营销内卷加剧,服务不断升级。对于举办马拉松赛事的城市而言,如何打造赛事品牌成为需要研究的课题。

热潮回归

近一段时间,马拉松赛事相当火爆。以北京为例,从年初至今,北京市陆续开展了城市副中心马拉松、北京国际长跑节、2023北京永定河马拉松等。

实际上,其他城市的马拉松赛事也在陆续开展,如2023孝感马拉松、2023青岛·即墨半程马拉松等。公开资料显示,北京、武汉、江苏扬州等地举办的马拉松赛事均有超过2万名选手参赛。

《2023中国田径协会路跑工作报告》显示,今年上半年全国已备案的路跑赛事达133场,其

中全马赛事有61场、半马及其他项目72场,路跑赛事回暖明显。

北京某赛事运营公司总经理刘敏对中国商报记者表示,该公司从2月开始至今一直忙于马拉松相关赛事的运营工作,工作量比2019年同期还要多。“过去三年不少马拉松比赛被取消或者延期,在疫情防控措施优化后,很多资深路跑爱好者的需求得到释放。另外,作为一种低门槛的户外运动,马拉松也吸引了很多希望亲近自然、加强自身健康管理的初级跑者参与”。



近年来,河南省滑县不断加强体育场地投资力度,积极组织体育赛事和展示交流活动,全力推动体育事业高质量发展。图为5月7日上午8时30分许,2023河南省滑县半程马拉松在森林公园准时发令,吸引了6000余名跑友参加。
CNSPHOTO提供

数据

观点

专家表示,“马拉松热”的背后,不仅是各地希望通过点燃民众运动激情来展现城市魅力,还是激发城市发展新动能、提升城市创新发展活力的契机。马拉松不仅对城市经济、综合协调、组织保障、应急管理全方位能力是一种检验,也对一座城市能否借机抓住“跑马”契机提振消费信心、做大竞争优势、增强发展活力提出了挑战。

“内卷”加剧

对于当下密集举办的马拉松比赛,张春丽笑称“腿都不够用了”。“目前,赛事举办的时间相对集中,但我的时间有限,只选择参加自己感兴趣、服务水平高的赛事。”她表示,参加了4场马拉松赛之后能明显感觉到赛事服务已经内卷起来,主办方都试图拿出自己的“看家本领”来打造完善的赛事服务。

“2023武汉马拉松给我留下了相当深刻的印象。”张春丽表

示,武汉市民和志愿者非常热情,全程为跑者喊加油,主办方还安排了多支乐队在途中的不同位置举办了小型音乐节,非常受年轻人喜爱。“另外,此次比赛路线周围的风景区没有重复,跑者可以边跑边看到沿途非常具有历史感的建筑。我感受到了这座城市文化底蕴,也感受到了主办方对马拉松赛事的重视。”

一些规模较小的马拉松比

赛也开始重视细节,提升服务品质。另有跑者对中国商报记者表示,在他参与的一些小型马拉松比赛中,主办方会安排志愿者接送选手,发放的补给除了水果外还有拖鞋等个人用品,沿途的冰敷区、按摩区等也一应俱全。

刘敏介绍说,目前很多马拉松比赛还会提供专门的拍照服务。“赛场留影对于跑者来说是很重要的环节,但很多跑者无法自带摄影师,因此我们在赛事中

配备了专门的摄影师提供照相服务,并在沿途提前提示选手前方有拍照区,方便选手做好准备。”

成都某赛事运营公司的负责人李勇对记者表示,主办方重视马拉松赛事的原因在于其已成为城市的“名片”之一。优质的马拉松赛事可以吸引巨大的客流量和极高的关注度,不仅能显著拉动体育用品行业、旅游住宿行业、餐饮行业等方面的消费,

还能通过美食、美景等潜移默化地输出城市文化元素。例如2023重庆马拉松吸引了来自全球347个城市的3万人参赛,其中外省(区、市)跑友占比高达81%。赛事期间,主办方推出了2023重马国际消费节,该消费节包括重庆马拉松路跑精英论坛、重马火锅美食节等,联动各领域商家推出针对跑者的优惠活动,在提振消费的同时也宣传了当地的文化特色。

升级品牌

内卷之下,马拉松赛事该如何突出重围?刘敏认为,要打造出独特的赛事品牌,持续吸引跑者。主办方需要根据城市的实际情况承办赛事。国内较有影响力的北京马拉松、上海马拉松都是根据实际情况,经过长时间的调整、磨合来积累口碑,逐渐扩大办赛规模的,而有些地方缺乏对城市承载力的考虑,办赛规模过

大,花费了大量的补贴但服务却没有做到位,效果不尽如人意。“所以我认为主办方不能盲目跟风,要充分了解城市特点,明确自身的优势与定位,为跑者提供完善的服务保障,打造高品质的赛事,这样才能持续吸引跑者,更好发挥马拉松对全民健身的推动作用。”

李勇认为,赛事主办方需要

找到可持续的经营模式。“目前不少赛事出现同质化现象,我认为主办方可以根据不同的细分人群进行更细致的赛事划分,例如推出亲子跑、女子跑等创新形式,吸引更多圈层的跑者参加;马拉松赛事的纪念品、衍生品也有很大的发挥空间,比如主办方可以每年推出不同款式的高颜值文化衫或者只有达到一定级

别的跑者才能获得的纪念品。据我了解,有些跑者酷爱收集各种奖牌奖杯。无论是跑步人群还是赛事衍生品,都还有进一步挖掘、提升的空间。”

此外,李勇还表示,智能化马拉松赛事也可以逐步推广,比如赛事可以采用融合5G、AI、大数据等技术的智慧跑,监测跑者的运动里程以及消耗的卡

路里。在赛后,主办方可以联合专业机构为一些缺乏经验的跑者提供专业化、个性化、定制化的跑步建议和方案。“从目前来看,正在‘狂飙’的马拉松赛事已成为城市经济稳步复苏的缩影。主办方要抓住机遇,让跑者实现‘跑完一场马,爱上了一座城’,更加有效地拓展产业增长空间。”

婚庆市场热度延续 有酒店十一档已订满

本报记者 冉隆楠

今年五一小长假期间,不仅各地旅游景点人挤人,各大酒店接婚礼也接到“手软”。不少要结婚的新人终于等来了假期,婚庆行业也迎来久违的热闹场面,“连轴转”成为婚庆行业从业者五一假期的常态。

据了解,五一小长假期间承接婚宴的酒店以及婚礼司仪都忙得团团转。5月1日,在重庆市江津区白沙镇,某酒店宴会厅刚办完一场婚宴,仍有零星的宾客还未离去,场地也未收拾完毕,司仪就已经开始和下一场的新人进行彩排。“尽量抓紧时间。”司仪忙得满头大汗地说,“这一场结束得稍微早些,就赶紧叫下一场的过来彩排,流程都要走一遍。”据他介绍,五一期间,他的工作排得满满的,甚至从五一假期的前几天就已经开始忙了。

“五一假期,我们公司一共接了



五一小长假,各地婚庆市场加速升温。图为新娘在化妆。
CNSPHOTO提供

十几场活儿,每天都有婚礼。”重庆市江津区白沙镇的一家婚庆公司负责人小何对中国商报记者表示,别看白沙镇是个小镇,但五一期间各家酒店的婚礼酒席都满订。“要提前

半年到一年定好,不然根本约不上五一档期”。

小何告诉记者,除了酒店不好定之外,摄像师、化妆师等工作人员至少要提前3个月预约。“口碑比较

好的工作人员甚至要提前一年先定下来,不然就会被别的婚庆公司约走。”她表示,很多优秀的工作人员都在重庆主城区,现在的新人比较讲究婚礼的品质,对工作人员素质

的要求较高。“所以,我们婚庆公司也得‘抢人’。”小何说。

从重庆主城区来到白沙镇的化妆师冰冰告诉记者,今年五一她“忙疯了”。“每天都有活儿,都是凌晨四点多就到新娘那边,然后跟妆跟一天。五一期间基本上是市区周边的活儿,每天都会换地方,都是提前半年到一年就定好的。”冰冰表示,她不会接临时订单,除了接婚庆公司的合作订单外,自己在社交平台上也有账号,不少新人会直接从社交平台上找她个人下订单。“之前有个新娘想让我去新疆跟妆三天,考虑到时间和出行成本,最终我还是放弃了。”冰冰说:“毕竟重庆这边的订单都已经接不过来了。”

疫情防控平稳转段在很大程度上推动了今年五一期间婚庆行业的爆发式增长。新娘小万就是小何五一假期的一个客户。“其实,我们两年前就已经领证了,但因为受疫情

影响,婚礼从去年五一推到十一,一直没办成。今年五一终于回男方老家办婚宴,也是了却了一桩心事。”小万告诉记者,除婚庆公司要提前一年预约外,亲友住宿的酒店也不太好订。“镇上酒店就这么多,正好赶上五一假期游客较多,最后没办法,把亲友分在了两家酒店住宿。”

不过,小万也直言,她在婚宴方面的花费并不多。“可能是因为约得早,婚庆公司也没说要涨价。预算的大头儿在亲友住宿,五一期间酒店的价格还是比平时要贵一些。”

中国商报记者了解到,五一期间婚庆市场的火爆,只是今年婚礼热潮的开始。“目前我们十一黄金周的档期已经全部订完,每天都是满的。”小何表示,从5月到9月,虽然没有那么满,但订单也一直都有。按照以前的规律,除了五一和十一假期外,春节也是婚礼的一个热点时段。