

马拉松赛事的“城市触媒效应”——基于产业空间与社会的三维驱动研究

李金艳¹ 李兴雨²

1 云南师范大学, 云南昆明, 650000;

2 南宁师范大学, 广西南宁, 530100;

摘要: 城市化加速背景下, 马拉松赛事作为大型体育活动, 凭借高参与度与强传播力, 成为推动城市多领域发展的“触媒”。本研究基于产业、空间、社会三维驱动框架, 深入探讨其对城市的综合影响。研究显示, 马拉松赛事通过产业驱动, 促进体育、旅游、文化等多产业融合, 拉动城市经济; 空间驱动上, 优化城市布局, 升级基础设施与城市形象; 社会驱动方面, 增强市民凝聚力与认同感, 推动文化传承推广。厦门马拉松及眉山仁寿半程马拉松的案例, 有力验证了其在经济、社会、文化层面的积极作用。建议城市管理者深度融合赛事与产业, 优化空间布局, 提升市民参与度, 以强化马拉松赛事的城市触媒效应, 助力城市高质量发展。未来, 数字技术赋能将使马拉松赛事在城市发展中扮演更重要角色。

关键词: 马拉松; 城市触媒效应; 三维驱动

DOI:10.69979/3041-0673.25.03.067

引言

随着全球城市化进程的加速, 城市面临着经济、社会、文化等多方面的转型与发展需求。在此背景下, 大型体育活动如马拉松赛事, 凭借其广泛的参与度、强大的传播力以及独特的城市触媒效应, 成为推动城市多元化发展的重要力量。本研究以“马拉松赛事的城市触媒效应”为切入点, 基于产业、空间和社会的三维驱动框架, 深入探讨马拉松赛事对城市的综合影响, 旨在为城市管理者提供科学的决策依据, 助力城市借助马拉松赛事实现高质量发展。通过理论分析与案例研究相结合的方法, 本研究不仅揭示了马拉松赛事在经济、社会和文化层面的积极作用, 还提出了针对性的建议, 以充分发挥其城市触媒效应, 推动城市的可持续发展。

1 理论基础与研究框架

1.1 城市触媒效应理论

“触媒”概念源自化学中的“催化剂”, 在城市规划与发展中, 城市触媒效应指的是某些特定的事件、空间或项目能够像催化剂一样, 引发城市系统内的一系列连锁反应, 加速城市的发展进程, 但自身并不直接参与最终的城市发展成果。城市触媒效应理论由美国学者韦恩·奥图(Wayne Atton)和唐·洛干(Donn Logan)于1989年在《美国都市建筑——城市设计的触媒》一书中首次提出^[2]。该理论的核心在于, 通过引入具有触媒作用的元素, 如标志性建筑物、公共空间、大型城市事件

等, 激发城市的内在活力, 促进城市各要素之间的相互作用与协同发展, 进而推动城市的持续、渐进式发展。在城市发展中, 触媒效应的发挥往往能够以较小的投入撬动城市各方面的积极变化, 实现城市的有机更新与转型升级。

1.2 三维驱动框架

马拉松赛事作为一种复杂的大型体育活动, 其城市触媒效应的发挥是多层次、多维度的。本研究构建的三维驱动框架包括产业驱动、空间驱动和社会驱动三个维度, 强调通过产业、空间和社会的协同作用, 激发城市的内在活力, 引发一系列连锁反应, 最终推动城市的多元化发展^[1]。具体而言, 产业驱动主要体现在马拉松赛事对城市经济的直接和间接拉动作用, 包括促进体育产业、旅游产业、文化产业等相关产业的融合发展; 空间驱动则侧重于赛事对城市空间布局的优化、城市形象的塑造以及城市基础设施建设的提升; 社会驱动则关注赛事对市民凝聚力的增强、城市文化的传承与推广以及社会公益与责任的促进等方面。这一框架有助于全面、系统地分析马拉松赛事对城市的综合影响, 为城市管理者提供科学的决策依据。

2 马拉松赛事的产业驱动效应

马拉松赛事通过直接和间接经济效益, 推动了体育产业与旅游、文化等产业的融合与协同发展, 最终优化了城市经济结构, 为城市经济发展注入了新动力。

2.1 赛事经济的直接与间接效益

马拉松赛事在赛事运营方面,涵盖了赛事策划、报名系统、安全保障、医疗保障等专业化服务需求,催生了体育赛事管理公司及配套产业的发展。例如,2024 年济南(泉城)马拉松赛事期间,参赛者和游客的消费带动了超过 47.96 亿元的经济增量^[3]。此外,2024 年桂林马拉松为桂林总计带来综合经济效益 4.79 亿元^[4]。这些数据表明,马拉松赛事对城市的直接经济贡献非常显著。同时,马拉松赛事对“吃、住、行、游、购、娱”等产业链的拉动效应也非常明显。据中国田径协会不完全统计,截至 2024 年 12 月 20 日,全国举办的 10 项国际金标及以上马拉松赛事对上述六要素的拉动效应达 50.48 亿元,其中“吃住”24.45 亿元^[5]，“行”10.57 亿元，“游”9.13 亿元，“购”4.59 亿元，“娱”1.73 亿元。这种间接经济效益进一步放大了赛事对城市经济的拉动作用。

2.2 产业融合与协同发展

马拉松赛事推动了体育产业与旅游、文化等产业的深度融合,形成了“赛事+文旅”等新业态。例如,苏州马拉松通过串联金鸡湖、大运河等景点,并安排昆曲、评弹等表演,将赛事打造成文化体验的盛宴^[6]。这种“体育+文化+旅游”的融合模式,不仅提升了赛事的吸引力,也推动了城市经济的增长。此外,马拉松赛事还促进了健康产业的延伸,如赛后康复、运动医学、健身培训等需求增长,推动了大健康产业链的延伸。同时,赛事还带动了媒体与广告业的发展,如赛事直播权、品牌赞助(如特步、怡宝)、社交媒体传播带来的广告收益。科技创新也在赛事中得到赋能,如计时芯片、AI 赛道监控、运动 APP 数据服务等技术应用,推动了“体育+科技”产业升级。

3 马拉松赛事的空间驱动效应

马拉松赛事作为一种大型体育活动,其举办不仅局限于体育领域本身,更对城市空间产生了深远的驱动效应。这种效应体现在城市空间结构的优化、产业空间布局的调整以及城市空间功能的拓展等多个方面,对城市的可持续发展具有重要意义。

3.1 赛事对城市空间的优化

在交通领域,马拉松赛事期间,城市常采取临时交通调整措施。一是设置临时公交线路和摆渡车服务,方便参赛者和观众抵达起点与终点;二是对赛道沿线道路临时封闭管制,保障赛事交通安全顺畅。这些举措不仅满足赛事需求,还为城市交通管理带来新思路与经验。长期来看,赛事推动城市交通网络规划与建设,如改善赛道沿线道路、增加标识,甚至促进地铁延伸、枢纽升

级等,提升城市交通可达性。

在公共空间方面,赛事吸引大量人群,促使城市在赛事期间增加公共交通运输力与班次,提高利用率。赛事结束后,部分临时公交线路或转为常规线路,推动公共交通系统发展。同时,赛事促使城市对公共空间进行长期规划与优化,如增加绿化、艺术装置等,提升公共空间品质与吸引力。

3.2 赛事对城市形象塑造

马拉松赛事作为一种大型体育活动,具有较高的媒体关注度和社会影响力。赛事的举办吸引了大量的媒体报道和公众关注,提升了城市的知名度和美誉度。同时,赛事的举办也展示了城市的良好形象和发展成果,如城市的经济发展水平、城市建设成就、社会管理水平等,进一步提升了城市的综合竞争力。例如,厦门国际马拉松赛的赛道沿线设置了多个具有地方特色的文化展示区和休息区,不仅为参赛者和观众提供了便利,也提升了城市的整体形象^[7]。此外,马拉松赛事还为城市品牌塑造提供了重要平台,赛事的举办可以打造城市的品牌形象,如“马拉松之城”“体育之城”等,提升城市的品牌价值和品牌影响力。同时,赛事的举办也可以促进城市品牌的传播和推广,如通过赛事的宣传和推广,让更多的人了解城市、认识城市、喜爱城市,进一步提升城市的品牌知名度和品牌美誉度。

4 马拉松赛事的社会驱动效应

马拉松赛事作为一种具有广泛社会影响力的体育活动,其社会驱动效应体现在多个方面。

4.1 赛事对社会凝聚力的增强

马拉松赛事的成功举办,离不开政府相关部门的共同努力。在赛事组织过程中,公安、卫计、交通等部门相互配合,促进城市协作能力,帮助城市提高自身公共服务能力,扩大人们对政府部门的认同感。举办马拉松赛能够对城市的风貌进行全方位的展示,使市民对城市的历史、文化有新的认识,增强城市居民的认同感,丰富城市居民的文化生活。马拉松蕴含着挑战自我、超越极限、坚忍不拔等精神,与城市文化、公益文化、志愿文化等紧密结合,转化为积极的社会正能量,推动文明进步,让人们生活更美好。此外,马拉松赛事的举办促进了社区居民之间的交流与互动。赛事期间,社区居民自发组织各种活动,如为参赛者加油助威、提供志愿服务等,增进邻里感情,增强社区凝聚力。同时,赛事为社区居民提供共同参与和体验的平台,促进社区文化的传承和发展。

4.2 赛事对城市文化的传承与推广

马拉松赛事作为一种大型体育活动,弘扬了挑战自

我、超越极限、坚忍不拔的体育精神。赛事吸引了大量的体育爱好者和专业运动员，他们在赛道上展现出的顽强拼搏精神，激励着观众和市民。这种体育精神的传播，不仅提升了城市的体育氛围，也激发了市民的体育热情，促进了全民健身活动的开展。同时，马拉松赛事的举办促进了体育文化的传承与创新。赛事通常会融入当地的文化元素，如地方特色表演、文化展示等，展示了城市的文化底蕴和文化魅力^[8]。例如，厦门国际马拉松赛期间，赛道沿线设置了多个具有地方特色的文化展示区，展示了厦门的历史文化、民俗风情等，让参赛者和观众在享受比赛的同时，也能领略到厦门独特的城市魅力。此外，赛事的举办也推动了体育文化的创新，如引入新的赛事形式、推广新的体育理念等，进一步丰富了城市的体育文化内涵。

5 案例分析

5.1 厦门马拉松

厦门马拉松作为中国最具影响力的马拉松赛事之一，其成功经验为其他城市提供了宝贵的借鉴。在产业驱动方面，厦门马拉松赛事期间，体育用品销售、旅游收入等直接经济效益显著。同时，赛事还带动了相关产业的协同发展，如餐饮、住宿、交通等，为城市经济发展注入了新动力。在空间驱动方面，厦门马拉松赛道沿线经过多个城市重要区域，赛事的举办促使城市对这些区域进行优化和提升，如改善交通设施、增加公共空间等，提升了城市的整体形象。在社会驱动方面，厦门马拉松赛事吸引了大量市民参与和关注，增强了市民的凝聚力和城市认同感。同时，赛事还展示了厦门的城市文化特色，如在赛道沿线设置文化展示区，展示厦门的历史文化、民俗风情等，促进了城市文化的传承与推广。

5.2 眉山仁寿半程马拉松

眉山仁寿半程马拉松作为中国唯一一场“白金标”半马赛事，其成功举办对眉山市的城市发展产生了积极影响。在产业驱动方面，眉山仁寿半程马拉松赛事期间，体育用品销售、旅游收入等直接经济效益显著。同时，赛事还带动了相关产业的协同发展，如餐饮、住宿、交通等，为城市经济发展注入了新动力。在空间驱动方面，眉山仁寿半程马拉松赛道沿线经过多个城市重要区域，赛事的举办促使城市对这些区域进行优化和提升，如改善交通设施、增加公共空间等，提升了城市的整体形象。在社会驱动方面，眉山仁寿半程马拉松赛事吸引了大量市民参与和关注，增强了市民的凝聚力和城市认同感。同时，赛事还展示了眉山的城市文化特色，如在赛道沿线设置文化展示区，展示眉山的历史文化、民俗风情等，

促进了城市文化的传承与推广。

6 结论与展望

本研究结合理论与案例，深入剖析马拉松赛事的城市触媒效应。研究发现，马拉松赛事通过产业、空间和社会驱动，对城市经济、社会和文化发展产生积极影响。在产业方面，促进体育、旅游、文化产业融合，优化经济结构；空间上，优化城市布局，提升形象与基础设施；社会层面，增强市民凝聚力与认同感，推动文化传承推广。以厦门马拉松和眉山仁寿半程马拉松为例，验证了赛事在经济、社会、文化层面的积极作用。未来，数字技术赋能将使马拉松赛事在城市发展中扮演更重要角色。建议城市管理者加强赛事与产业融合，优化空间布局，提高市民参与度，充分发挥城市触媒效应，推动高质量发展。

参考文献

- [1] 徐莹.《触媒理论下的城市废弃铁路景观再生设计》[D]. 重庆大学, 2018.
- [2] [美] 韦恩·奥图, 唐·洛干.《美国都市建筑—城市设计的触媒》[M]. 土肋方, 译. 台北: 创兴出版社, 1994.
- [3] 《309.9 亿元的赛事拉动效应 - 新民晚报》[N]. 新民晚报, 2024.
- [4] 《中国马拉松产业观察: 跑出来的消费转型, 赛出来的城市活力_赛事_运动_体育》[EB/OL]. 中国体育网, 2024.
- [5] 《178 项体育赛事拉动效应 309.9 亿元! 2024 年上海赛事影响力》[N]. 上海体育报, 2024.
- [6] 《从万亩花海到产业蓝海: 曲靖“马拉松+双招双引”打造产城融合》[EB/OL]. 曲靖市政府网, 2024.
- [7] 《赛事品牌篇: 以地方特色擦亮马拉松赛事品牌——传媒——人民网》[EB/OL]. 人民网, 2024.
- [8] 《今年中国唯一一场“白金标”半马赛事, 眉山仁寿半程马拉松》[N]. 眉山日报, 2024.
- [9] 《赛事运营篇: 以标准创新引领马拉松赛事多元化发展》[EB/OL]. 中国体育产业网, 2024.
- [10] 《中国马拉松赛事发展历程与传承分析及其在全球体育格局》[J]. 体育文化导刊, 2024(10): 56-59.

作者简介: 李金艳 (1999.10-), 女, 汉族, 四川宜宾, 硕士研究生在读, 研究方向: 体育教育训练学
李兴雨 (2000.8-), 女, 汉族, 四川宜宾, 硕士研究生在读, 研究方向: 运动表现