

一场竞赛千人奔赴，杠赛来！

各地都在争办赛事，“赛事热”背后到底是在“拼”什么？

到达一座城，有很多种理由，或许是城中的风景、往事，或是为了一个人。而今，还可以加一个动感的理由——因为一场赛事。当下，越来越多的城市正为办一场赛事而努力；而办好一场赛事，或许可以成就一座城市，这是一场“双向奔赴”。

王贝艺 李梦瑶 济南报道

因赛事奔赴一座城

5月5日，五一假期最后一天，“泉”在济南跑半马——2024济南奥体半程马拉松在济南奥体中心北广场鸣枪开跑，来自国内外千余名跑友“奔赴”泉城，共同享受一次汗水与多巴胺的碰撞。

来自黑龙江的小伙王喆夺得2024济南奥体半程马拉松男子组季军，“几天前，我刚参加完山西的马拉松比赛。”因为热爱，他又马不停蹄地从山西来到济南。

这场马拉松有多火？据组委会透露，赛事报名通道开启20分钟内，欢乐跑项目已报满；3个小时内半马名额被抢空。

这让人不禁联想到今年春节同样在济南奥体中心举办的亚冠。据当晚现场播报，比赛时观众人数为46273人。“从亚冠淘汰赛分组抽签结果出来之后，我就开始期待这场比赛了，作为泰山队球迷，只要是泰山队主场，我几乎都要到场观看。”来自山东青岛的张帅纲说。

据《足球报》统计，中超2023赛季，山东泰山的主场入场观众超过40万人次。以官方公布的第22轮中超联赛观众人数统计数据为例，济南奥体中心的观众人数最多，达到26763人次，其次是武汉体育中心体育场，为23960人次。

这些数据一定程度上印证了“因赛事奔赴一座城”带来的人气与流量，济南也因赛事而向“流量城市”一路狂飙。

感受到赛事热的城市不只有济南。遥想1990年北京亚运会和2008年北京奥运会，用“举国欢腾”“万人空巷”来形容当时的情景毫不为过；去年，杭州亚运会期间，外地游客数量超2000万人次，杭州曾一度超过北京上海，位列某旅游平台机票目的地首位；哪怕一个县域城市，也有可能因为体育赛事成为一段时间的流量高峰。例如，广西朔县攀岩节近年来逐渐成为国际级的攀岩盛事，而2023国际攀岩节当天，来朔旅游人数为13360人，较比赛前一天增长3220人。

“每种体育赛事都有自己的受众群体，可以理解成一种粉丝经济，吸引人群为之奔赴。”济南大学文化和旅游学院讲师孙竞表示，这种较强的明星属性和吸睛效应，还能够影响并激励粉丝群体释放出巨大能量。

赛事“点燃”一座城

千万人的“奔赴”能为城市带来什么？答案是“点燃了一座城”。

“一日比赛，多日停留”“一人参赛，多人旅游”是这次济南奥体半程马拉松赛事的常态。依托五一假期，“泉”在济南跑半马成了“泉”在济南过五一主题活动之一。为的是通过举办马拉松赛事，将“流量”变成消费的“能量”和经济的“增量”。

有观点表明，体育赛事“对旅游在内的各类关联消费带动作用非常大，一项赛事所带动的关联消费甚至是体育消费的数百倍”。

“如果遇上比赛，店里基本就是爆满的状态。”济南奥体中心一烧烤店店长介绍，赛事当晚客流能达到平时的3倍左右。

此前，记者曾在多次中超赛事当晚走访济南奥体中心体育场1公里左右的



5月5日举行的济南奥体半程马拉松赛吸引了千余名参赛者。 徐晓磊 摄

多家酒店，均表示“房间紧张”，不少热门房型“早早地就订满了”。若是碰上火热的假期，效果或许更佳。

放眼全国来看：今年的无锡马拉松创造餐饮、住宿、交通、旅游等经济效益2.82亿元，较去年提升了45.5%；3月1日，《2023年上海市体育赛事影响力评估报告》出炉，其内容指出，2023年上海共举办118项赛事，带动消费37.13亿元，拉动相关产业效应达128.64亿元……

但一场比赛，让人叫座又叫好，不容易；一个城市，要做到叫座又叫好，同样是困难重重。当二者结合在一起，则对于城市在硬实力与软实力的打造上就提出了更高要求。

为承办大运会，成都新建场馆13个，改造场馆36个，同时设置1000余个城市志愿服务小站，站内准备了应急救援包、温度计、饮用水、消毒液等物资，分布于成都交通枢纽、景点商圈、场馆周边；为迎接2022年冬奥会，张家口除了新建、改造体育场馆，还编制了住宿、餐饮、医疗、安保、交通、志愿者等方面的服务保障方案；而像延长公共交通运营，新增公厕、指挥导览等，已成了不少城市做好赛事服务保障的基本手段，无形之中提升了城市的治理能力。

从硬件设施的打造到城市治理能力的提升，不仅经济效益可观，赛事也成了展现和提升城市软硬实力的良机。

让赛事成为城市名片

如何利用好大型赛事这一“跳板”，各个城市看似都有了各自的“主意”，叫响自己的口号，但“殊途同归”，都剑指“赛事名城”。

济南也不例外，将重点推动由举办单一体育比赛向申办高端精品赛事、培育自主品牌赛事、做亮“城市足球”特色名片、打造赛事名城方向转变，更是将目光瞄准了“电竞赛道”，着力将济南打造成黄河流域电竞名城。

“济南在打造‘赛事之城’方面得天独厚的优势。一是硬件设施较完善，二是济南具有‘体育旅游活动’的历史。”山东大学经济学院教授、山东省旅游协会会长王晨光介绍，（上世纪）80年代后，济南修建了山东省体育中心，涵盖各种先进齐全的体育场馆、设备设施，算得上全国最早的大型体育设施。自此之后，济南的大型体育活动一直走在全国前列。

去年以来，各项体育赛事更是在济南“多点开花”。资料显示，2023年以来，济南举办各级各类体育赛事活动超过3300项（次）。今年，济南的赛事热更是迎来井喷。梳理来看，仅马拉松赛事，济阳马拉松、槐荫马拉松等相继举办，章丘马拉松5月18日即将开跑，2024济南（泉城）马拉松正在申办中。今年，济南也提出了新目标，申办和准备承办省级以上体育赛事20多项，市级各类比赛40余项。

“办一场比赛，不仅是一项体育的活动，更是一场文化的交融。”王晨光认为，如果体育赛事只呈现体育，那么这项赛事注定是走不长的，赛事与当地文化产生“灵魂共鸣”是一项赛事能否在当地扎根的关键。

成都大运会让天府文化惊艳出圈，是一次借助赛事讲好“城市故事”的生动实践。王晨光认为，济南也应以此为方向，将赛事与泉城文化底蕴结合起来，让济南不仅有泉水、荷花，还有赛事。



助听器

“感恩母亲 关心亲人听力健康”

5月11日-12日

瑞声达公司从业 20年助听器
验配师面对面亲情服务

感恩母亲机型

高清晰高舒适度迷你机型	原价 28980元/台	特价 12000单耳	23000双耳
高清晰舒适深耳道助听器	原价 13380元/台	特价 6500单耳	12000双耳



瑞声达授权中心：0531-88551833

济南市解放路中心医院南门斜对面民生银行
西邻助听器（正大时代广场一楼蓝色门头）

青岛、烟台、潍坊、淄博、泰安、菏泽、济宁、日照、德州、滨州、东营等县市
验配网点查询电话：400 999 6273

ReSound ONE

匠心创领 万众瞩目

GN Making Life Sound Better

产品名称：耳背式助听器 | 产品注册号：国械注准20212190252 | 生产企业名称：瑞声达听力技术(中国)有限公司 | 生产地址：厦门市火炬高技术产业开发区创新路15号 | *详细内容及注意事项详见说明书 | *请仔细阅读产品说明书或在医务人员/验配师的指导下使用 | 闻编广审(文)第 202213-02296号