

3月23日，2025年第一个超级马拉松周末开启，武汉、无锡、重庆、南通等地近20场马拉松比赛鸣笛，超30万跑友同时开跑，马拉松的热度和天气一样迅速升温。

无锡马拉松赛场上，张杨一路鼓励自己的“老板”跑完了赛程，作为一名职业“私兔”，他还要递补给、拍视频……这场陪跑的收入是6000元。实际上，张杨3月内每个周末的“私兔”服务都已被预订。记者发现，社交平台上，为了达到比赛目标找“私兔”服务的跑友和服务者大有人在，明码标价也不新鲜。面对激增的陪跑服务需求，马拉松赛事该如何平衡跑步精神与商业化之间的冲突？

陪跑一场收入6000元 做“私兔”也有一定门槛

在各个城市的马拉松比赛中，通常会有一群着装统一，或戴着兔子耳朵、气球，或背着一面刀旗的跑者，他们的旗帜上会清楚地写上完赛时间，这群人被俗称为“兔子”。

“官兔”作为赛事组委会统一遴选的配速员，由有一定经验的运动员担任，赛场上帮助参赛选手们保持节奏，提升比赛完成度，比如跟随“430兔”跑完，成绩就是4小时30分左右。但如今，不少跑友也有了私人定制需求，于是，跑步10年的张杨，就成为一名职业“私兔”。

“无锡马拉松刚开始报名时，老板就已经把我订下来了，这是第三次为他做‘私兔’”。这场“私兔”服务，张杨拿到的费用是6000元，他认为这种陪跑服务会更加细致，更加高度个性化。

张杨告诉记者，此次陪跑服务的内容包括备赛期线上训练指导，提前一天抵达无锡，帮“老板”进行肌肉状态调整，制定比赛目标与配速方案；在比赛过程中，张杨不仅要陪伴鼓励“老板”，进行控速，还要递送补给、跟拍视频，跑完之后帮助做运动恢复。

“做‘私兔’也有一定的门槛，有参赛名额是首要条件。”张杨称，为了做“私兔”，他也在努力跑出不错的成绩，从而尝试拿到一些赛事的直通权。

张杨从事职业陪跑人工作已经2年，除了“私兔”服务，他还会帮助客户进行运动恢复，上门陪跑、带小朋友训练，近两年的收入每个月平均能有2万左右。3月开启的马拉松旺季，张杨开始忙碌起来，最近每个周末的时间都被预订出去，他称这个月收入应该能达到4万多元。“其他客户找到我，忙不过来还会推荐给合作伙伴。”张杨说。

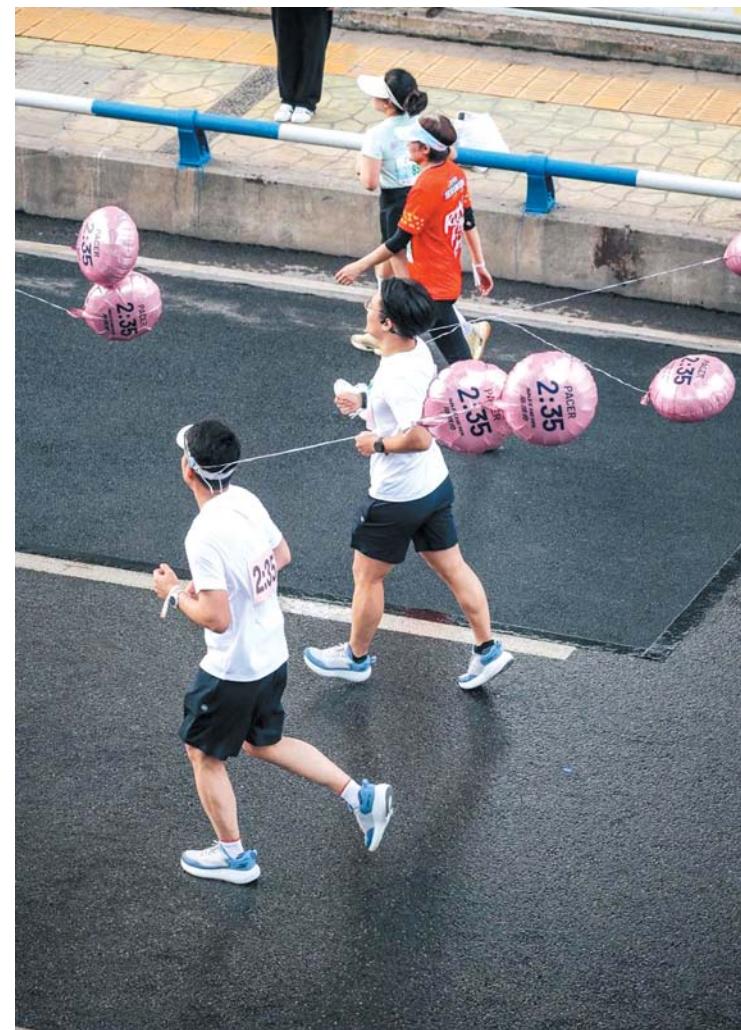
“兔子”能力 参差不齐

“私兔”服务并不是马拉松圈子里的秘密，在一些重要赛事举办前，社交平台上就会出现不少跑友发出“私兔”需求，寻找赛场上的“安定剂”。以往，熟人跑友之间会互相做公益性的“私兔”搭子，但如今，“有偿私兔”开始明码标价。

资深跑步教练何炳炫的“私兔”服务报价是一场1999元起，据他透露，“私兔”的收费模式有多种。“费用会根据对方的成绩要求而不同，比如，跑者的目标是破四，那可能1999元就足够，但如果跑者的目地是想冲击个人最好成绩240，那费用要在5000元以上。”

马拉松职业“私兔”月入四万多元

从免费熟人搭子到有偿服务，陪跑服务需求激增



重庆女子半程马拉松上的“官兔”。 图据赛事官方网站

为何会有这么多人找“私兔”？“他们大多有很强的目标，想要出成绩，也有的是需要有人指导和帮忙保障安全，毕竟马拉松是挑战极限的运动。”张杨称，还有的客户是自媒体博主，他们需要“私兔”陪跑的同时帮忙拍摄，特别是记录精彩瞬间和终点冲线的时刻。

但成为一名合格的“私兔”，需要和“官兔”一样具备很强的专业能力，才能得到客户的青睐。曾担任多场马拉松官方配速员的小刘称，主办方对“官兔”有严格的筛选流程，首先要深知比赛规则，能够精准控速，懂急救知识，还要会提

供情绪价值，绝大多数“兔子”都很敬业。

但小刘同时感受到，如今“兔子”的素质开始参差不齐，一些小赛事不再以能力为标准，而是以“流量导向”选“兔子”，甚至有“流氓兔”跑进赛道扰乱比赛。去年11月11日，合肥马拉松组委会办公室就发布公告公开谴责“流氓兔”，提到比赛中出现了未经授权、未参加组委会正式“兔子”选拔，但背着完赛时间旗帜，身着“Pacer”（配速员）字样的“私兔”出现。“此外，找‘私兔’也存在不了解对方能力，服务不到位的情况，如果只是口头约定，很容易产生相关纠纷。”小刘说。

□相关链接

“流氓兔”入侵马拉松，谁来守护纯粹的奔跑

在马拉松赛事中，那些不能够按照规定时间完赛或是配速忽快忽慢的“兔子”，被跑友戏称为“流氓兔”。

一只合格的“兔子”，应该具备什么样的能力？国家体育总局训练局青少部田径教练黄河曾发表见解，“稳”是最重要的参考标准。而相应的，“流氓兔”所指的不良行为中，就包括了“不稳”，并在赛场上随意带乱其他选手的节奏。据了解，如今“流氓兔”代指的不良行为早已五花八门，除了因能力不足或只图自己跑得痛快而无法按照稳定的配速完赛，还包括在赛道上为赛事独家赞助商的竞品“摇旗呐喊”、获取个人社交媒体流量，只想蹭装备和住宿等“官兔”福利却对领跑本身毫无责

任心等。

北京马拉松协会会长赵福明表示，从目前大部分马拉松赛事的组织流程来看，想在鸣枪前彻底过滤掉“流氓兔”并非易事。有业内人士透露，国内一部分赛事甚至会把招募兔子的工作交给一些有经验以及有人脉的跑者负责，让其以组委会的身份负责招募并进行赛前培训，“甩手掌柜”的行为无疑加剧了选拔“兔子”的草率，也让更多抱有侥幸心理的“流氓兔”混进了“官兔”队伍中。据了解，目前已有一些赛事主办方正在探索和完善“兔子”队伍的常态化培养和选拔机制。

多位业内人士分析认为，此类周期较长的选拔过程能够规避一些潜在的“流氓兔”。合肥马

跑步精神与商业化冲突 “私兔”背后争议不断

“官兔”的招募流程，一般是由赛事组委会基于赛事本身的赛制来配置相关“兔子”的具体组别和人数，之所以出现“私兔”，正是因为官方“兔子”有限，不能满足所有人的需求。

但这让热爱跑步的小刘开始对马拉松有些“祛魅”了，他当“官兔”除了能获得一些便利外，更多的是为爱发电享受过程，他说，“私兔”背后有两种声音，其一是“竞技运动本身需要追求公平，但这种行为是否违背了马拉松的运动精神，以及个人对自身挑战的初衷？”其二，有人认为，因为“私兔”是有参赛资格的，只是界定较为模糊，是提高选手变现能力的一种途径。

张杨通过自媒体分享自己的业务时，也常常受到质疑，有人甚至恶语相向称他的客户“人傻钱多”。“实际上全职来做这个职业的人很少，价格合理不合理的考量，与个人的消费力、消费观念相关。”张杨认为，这只是马拉松经济衍生的一项合规服务。

从一线城市到边陲县城，“赛事经济”正在撬动消费热潮，而马拉松背后不仅是一本经济账，也有更多商业化的带动。北京马拉松协会会长赵福明表示，“私兔”的出现正是因为赛事官方配速员的存在让更多选手认识到配速稳定的重要性，以及有人带跑的经济性。从长远看，这呈现出赛事经济越发多元和成熟的趋势，作为个人愿意为服务类买单的一个观察窗口，可以持积极的态度看待。

“至于‘私兔’行为是否有法律风险，选手或‘私兔’出现问题之后如何界定双方责任，需要法律界人士与赛事组委会一起研判并采取必要的措施。”他还表示，“官兔”质量与赛事品牌形象和选手参赛体验息息相关，加大投入、长期性地做好“兔子”队伍建设，是提升赛事质量的重要一环。

据封面新闻