

国际郑 世界跑

精彩 42.195 公里



郑州银行
BANK OF ZHENGZHOU

特步

本报讯(郑报融媒记者 肖雅文 鲁燕)11月3日,“郑州银行杯”2018 郑州国际马拉松赛鸣枪开跑,来自全球的2.2万名跑友齐聚郑州,共赴约会。

各种体现城市特色、文化的设置让参赛选手感受到郑州的特质,让更多人认识了郑州。据本次赛事的主办方之一、北京中迹体育管理有限公司统计,郑州国际马拉松至少吸引了3万多名外地人员到郑参赛或参观旅游。据了解,郑马为郑州带来直接经济收入超过2亿元,而后续的包括旅游、消费、投资等传播价值更是达到15亿元。

除了经济上带动,郑马也以其独特的文化内涵成为郑州的又一张名片,提升了城市面貌,为推动全民健身增添了新引擎。

郑马的举办就像 打出一张城市名片 发出一张邀请函

中国田径协会副秘书长、党宣办公室主任李秀华当天这样评价郑马:“今天的郑州因为首届马拉松赛的到来,到处充满着喜庆的气氛。马拉松这一展示城市名片的赛事,富有太多的内涵,绿色的城市、热情的跑者、立体化的宣传、富有特色的奖牌、赛后人性化的保障……处处彰显了中原文化的独特魅力。郑马是首次举办,起点之高、文化挖掘之深刻,足以让人相信赛事后迅速跻身全国优秀赛事行列。”

李秀华还说:“姓氏文化的加入让老百姓有了更强的归属感,参加马拉松大家像在庆祝一个属于自己的节日,而‘感动中国人物’的出现,更让人感受到了正能量的鼓舞,媒体、学生等各种团体的参加,体现了城市的活跃度,各方的支持提高了活动的参与度与凝聚力。郑马的举办就像打出了一张城市名片,发出了一张邀请函。”

“马拉松作为一个辐射能力极为广泛的赛事,其本身就是作为一个产业存在的。除了对全民体育的推动、对体育产业的拉动以及对旅游产业的促进,还有包括城市形象的提振、影响力的提升等很多深远影响。”李秀华认为。

马到成功



郑马拥有强大的传播核心

纵观马拉松历史,世界上许多著名的城市都有自己的马拉松。北京中迹体育公司董事长张思杰认为,近几年,郑州的城市面貌发生了很大的变化,城市影响力和综合实力也得到了很大提升,而在这样的背景下,郑州需要一场高规格参与度高的国际性赛事,并且有能力也有必要将其打造成中原地区、全国乃至国际上都具有影响力的赛事。

作为中国之“中”的河南郑州,有着深厚的根亲文化、姓氏文化。张思杰说:“我们可以看到赛道上有许多能够体现我们中原文化、姓氏文化、多民族文化的设置。终点的56面鼓,不仅传播着姓氏文化,也

象征了我们56个民族。这些都是郑马作为一个体育品牌所独有的烙印。”他认为,有文化作基础的郑马,就是拥有了传播的核心,能够形成较好的传播效果。

“我们可以看到一个好的马拉松,是可以结合这个城市的旅游、结合本地特色产品的,甚至说可以成为城市发展的一个引擎。”张思杰说,我国逐渐进入全民体育时代,马拉松不仅为郑州热爱运动的市民提供了一个平台,还能让更多没有参与到体育锻炼中的人感受到运动带来的快乐。增强大家对体育的热爱,不仅是对体育产业的带动,更是落实全民健身、提升全民精神面貌的有效途径。

在起点上,我们可以看到来自社会不同行业、不同年龄、不同岗位的参赛选手,他们站在统一起跑线上公平竞争,为健康快乐奔跑。张思杰对郑马的未来寄予厚望:“我相信,高规格、高品质、高参与度的郑马能够走得更高更远。”

