

# 11月8日一天就有6个地方7万多人跑马 疯狂的马拉松你加入了么 “跑出来的钱”有多少?



更多精彩内容请关注  
微信公众号郑运动



刘翔复出不是为了跨栏而是为了上马

这两天,在您的朋友圈有没有看到跑步造型的照片呢?不要以为这是cosplay或是在拍戏,他们其实是在跑!马!拉!松!据记者粗略统计,光是11月8日,在全国就有6个地方举办马拉松赛,大约有7万人开跑。您别以为8日是马拉松赛事最多的一天,上个月的18日,全国同时进行了15场马拉松赛事。跑步热催生了新一批的消费热潮。各大相关或者不相关的品牌厂商们争相将自己的LOGO塞进这场运动中,以期望人们在赛后走进自己的店铺里多买些产品。

## 新九球天后 咱河南靓妞 刘莎莎



8日,2015年女子9球世锦赛在桂林展开决赛,中国选手来自河南兰考的刘莎莎9:4力挫奥地利名将欧斯纯,替潘晓婷报了一箭之仇。刘莎莎是第三次夺得世锦赛冠军,成为史上夺冠最多的亚洲球员。而她距离英国选手艾莉森·费雪摘得世锦赛四冠的世界纪录只有一步之遥。年仅22岁的刘莎莎颜值和战绩俱佳,很有希望接班潘晓婷,成为新的九球天后。

10年的磨砺终于铸造出刘莎莎这把女子台球赛场上的“利刃”——2009年在沈阳举行的女子九球世界锦标赛上,16岁的刘莎莎一举成为这项赛事有史以来最年轻的冠军;2014年,21岁的刘莎莎成为万众瞩目的中国首个女子九球世锦赛双冠王;8日,22岁的刘莎莎再次刷新自己的纪录,三度“封后”女子九球世锦赛。

谈及未来的目标,刘莎莎赛后坚定地说:“我现在还年轻,不去想那么多杂事,就一心打好自己的球,争取再多拿一些成绩,不为别的,要对得起自己的付出和努力。”

### 十年蜕变

#### 萝莉初露御姐范儿 要开服装店庆夺冠

与其他球员的成长之路不同,刘莎莎并不是从小接触台球,直到2005年,受当时的全国冠军、同乡付小芳影响,刘莎莎才第一次拿起球杆。如今10年过去,当年那个不知道台球为何物的小姑娘完成了蜕变,而这种蜕变并不仅限于赛场上。

刚开始练球时,粉色的套头运动衫、浅蓝色的牛仔裤,扎着马尾,说话偶尔还会脸红,刘莎莎最初参加比赛那段时间,和场上精心打扮、着装时尚的选手比,完全像个孩子。

如今,刘莎莎已然成为时尚大气的成熟选手,气场甚至不输天后潘晓婷。本届比赛期间,她没有拘泥于台球比赛常见的黑衣,而是身着白衬衫打完了前面的比赛,等到决赛才恢复了传统着装。

从出道打球开始,无论是比赛还是训练,刘莎莎的哥哥总是伴随其左右,忙前忙后。今年开始,哥哥不再陪着她参赛,她有了自己的助理。“我哥陪着我的话,所有的事都会想得比较全面一点,助理更多的是帮我打理化妆和着装等方面的事情。”刘莎莎说,自己也在适应这种改变。

和其他女孩子一样,刘莎莎爱购物爱逛街爱买漂亮衣服,这也让她在台球之外有了另一个梦想,而且马上就要付诸实践作为自己的庆祝方式,“比赛前我就打算好了,回家我要自己开一家服装店,叫莎莎的衣橱,就在老家县城里。自己去进货。我很享受这个过程。这也是自己的一个小心愿。”郑州晚报记者 胡田野

## 跑步背后的经济 土豪型跑友跑步花费110万

以上海国际马拉松比赛为例。作为中国最负盛名的马拉松赛事之一,这个创立于1996年的马拉松赛事2015年的参赛人数已经突破35000人,而参与预报名总数超过12万人。

供职于沪上某外资保险公司的赵莹是马拉松爱好者,“现在要拿到一个上马的参赛资格很难啊,选上的激烈程度堪比沪车牌竞拍”。9月的那轮报名,她并没有中签,但后来幸运的是“前面的人没有付款,结果我

就中奖般地轮上了”。

赵莹为了这次的上海马拉松花费不少。她特地跑去一家知名的运动品牌专卖店配齐了一整套装备。“一双专业的跑步鞋是1400多块,因为每天跑步要换洗,我另外买了两套运动衣服,加上其他的一些装备,总共花了我3000多块吧。”

像她这样的人不在少数。有人戏称一旦有了马拉松这个爱好就是开启一种烧钱的模式。美国权威杂

志《跑者世界》估算,美国“节俭型”跑友一生的跑步花费为14358美元,“普通型”为56942美元,“豪华型”为212872美元。中国跑友也如法炮制,推出了中国版:节俭型要14100元,普通型243000元,土豪型要1101900元。

有专业人士估算,2014年中国马拉松赛事运营的收入达到20亿元,带动相关行业收入超百亿元。

## 真的一本万利吗?

一项成功的马拉松赛事,确实能够给城市带来丰厚的经济效益和社会效益。在成功样本的感召下,一些城市不考虑城市的客观条件和组织能力,盲目上马赛事。一些观念甚至认为,相比其他活动,马拉松赛事的资金投入少、组织相对容易、宣传效果好、拉动作用大,因此“一本万利”。真的吗?

世界上大凡有影响力的马拉松赛事,都有几十年甚至上百年的历史,需要不懈的投入和专业化运营。纽约、伦敦等马拉松赛事,组织者的工作贯穿全年。台北马拉松赛,赛前3个月会发给每位选手发短信,提醒训练的强度、饮食搭配等;最后一个月还会贴心地告知非本地选手,选择哪些酒店最为便利……两相比较,我们的个别

马拉松赛事,准备期总共20多天,吝惜投入却期待产出,可以想见赛事组织会是怎样的水平。

## 组织水平亟待上台阶

就在上周日的上海马拉松比赛中,一男选手心脏骤停。所幸,危急关头,参赛的医生和护士紧急施救,胸外心脏按压、面罩通气、建立静脉通路、心脏除颤……20分钟后,男子恢复窦性心律,被及时送医。

同样在上个月,合肥马拉松赛上一位年仅30岁的跑友在临近终点处倒下。

上个月举办的烟台马拉松,冠军成绩被取消,随后在舆论关注下又出现了“逆转”,让人摸不着头脑。

近年来,马拉松跑死人的现象屡见不鲜,北京、昆明、张家口等马拉松赛事都出现过死人悲剧,不能不说我们在赛事的组织和管理上存在漏洞。

与此同时,参赛名额所衍生出的问题更多。由于报名者众多,许多赛事早早就传出“满员”的消息,让许多想要参赛的跑友扼腕叹息。一些赛事甚至由此滋生出“黑市”,参赛名额公然叫卖,这些都凸显我们组织工作中的不足之处。

马拉松有着2500多年的历史,如今却成了时尚、光鲜、流行的代名词。在马拉松热火遍全国之际,我们也希望人们能够冷静思考不足,不被喧嚣和热闹的表面蒙蔽了双眼。只有这样,我们才会避免马拉松热昙花一现,也才会打造出属于中国品牌的百年赛事!

王健