

4万跑者竞逐“郑马” 一场有文化的马拉松给郑州带来了什么?

一场4万人参与的全民健身盛事

时隔3年再度举办的郑马,从宣布回归的那一刻起就受到了热捧

“郑州银行杯”2023郑州·黄河马拉松赛由中国田径协会认证,郑州市人民政府主办,河南省田径自行车运动中心监管,郑州市体育局、郑东新区管理委员会、惠济区人民政府、郑州报业集团共同承办,郑州郑马体育文化传播有限公司、河南中迹体育文化传播有限公司全程运营。

时隔3年再度举办的郑马,从正式宣布回归的那一刻起,就受到了热捧。为了满足更多人的参赛需要,今年的赛事扩大了规模,马拉松、半程马拉松、健康跑、家庭跑、沿黄旅游公路健康跑的总参赛名额增加到了4万人。

10月29日一大早,5点多,天还没亮,就已经有众多跑者抵达位于郑东新区CBD的起点,开始为比赛做准备。随着时间的推移,人越聚越多,偌大的CBD随处可见身穿黄色郑马比赛服的跑者。早上7点30分,随着发令枪响起,马拉松、半程马拉松、健康跑和家庭跑正式开赛。

4万人的长跑队伍浩浩荡荡出发,秋日和煦的阳光,映射在一张张充满朝气的脸上。

一个小时以后,郑州黄河南岸,沿黄旅游公路健康跑也正式开赛,1000名参赛选手从郑州国家湿地公园出发,近距离倾听着黄河的呼吸,感受着母亲河的魅力。经过约6公里的奔跑,选手们抵达黄河南岸南寨头广场的黄河会客厅终点。

在充分体现全民参与性的同时,郑马今年的竞技水平同样不俗。经过激烈的角逐,内蒙古选手刘洪亮以2小时20分41秒的成绩获得马拉松项目男子组冠军,河南选手王琳颖以2小时41分36秒的成绩获得马拉松项目女子组冠军,两人还双双创下中国籍选手新的赛会纪录。在半程马拉松项目中,男、女冠军均是河南选手,靳炎烽以1小时10分12秒的成绩在男子组夺冠,余勇慧以1小时20分36秒的成绩获得女子组冠军。

国际郑,世界跑。10月29日,“郑州银行杯”2023郑州·黄河马拉松赛在郑州举行。作为郑州市今年举办的规模最大、参赛人数最多的全民健身盛事,时隔3年后焕新回归的郑马,依然受到跑者们的喜爱。

4万名选手齐聚中原,踏上赛道,奔跑在秋日的郑州街头。长长的奔跑队伍犹如一条移动的彩带,串联起“大玉米”、会展中心、艺术中心、商城遗址、紫荆山、二七纪念馆等城市地标。

不同年龄、不同职业、不同地域但同样活力四射的跑者在赛道上挑战自我,突破极限;郑州的城市风貌和人文景观,经由精心设置的郑马赛道,呈现在天南海北的跑者面前,城市的魅力得以充分绽放。

一场马拉松,燃动一座城,运动与城市完美的“双向奔赴”由此完成。
正观新闻·郑州晚报记者 郭韬略/文 马健 白韬/图



一场马拉松比赛,一个个生动的情节,串联起了今年的“郑马故事”

一个弘扬中原文化的舞台

焕新融入黄河元素,打造了国内独一无二的“姓氏马拉松”

作为郑州专属的城市马拉松赛事,郑马从2018年首届赛事起,就致力于以赛为媒,搭建展示城市形象、推介城市品牌、弘扬中原文化的良好平台。短短两年时间,郑马便凭借专业竞赛组织、特色赛事品牌、贴心跑者服务,获得了国内众多跑者和权威第三方赛事评论机构的高度评价,并迅速“出圈”,成为郑州市一张簇新的城市名片。

今年,重磅回归的郑马特别突出了黄河元素,焕新升级为郑州·黄河马拉松赛。郑州是黄河历史文化主地标城市,为了践行黄河流域生态保护和高质量发展国家战略,传承弘扬黄河文化,郑州马拉松赛今年重点在两方面融入了黄河元素。首先是在串联城市地标的城区主赛道之外,在沿黄旅游公路设置约6公里的健康跑新赛道,使广大跑友可以近距离感受黄河魅力,体验黄河文化。

其次,今年郑马牵手兰州、东营、吴忠这三座黄河沿岸马拉松举办城市,联合发起了“黄河马拉松系列赛”。郑马是今年系列赛4站中的收官之站。未来,

“黄河马拉松系列赛”将成为沿黄诸城市的联系纽带,加速推进各城市间体育、文化、旅游领域的交流与合作。

在焕新融入黄河元素,传承弘扬黄河文化的同时,郑马独有的标签——“姓氏马拉松”依然是赛事重点。河南是中华姓氏的重要发源地,郑马自首届赛事起就把姓氏文化融入比赛,通过组建“姓氏跑团”、营造姓氏文化氛围等多种方式,打造了国内独一无二的“姓氏马拉松”,姓氏文化由此得到广泛传播。

今年郑马,姓氏旗手规模进一步扩容,主办方从马拉松、半程马拉松项目中各招募了100名姓氏旗手,代表自己的姓氏出战,还从参赛人数较少的姓氏中招募了20名姓氏旗手,代表更多的姓氏出战,最终共有200余名姓氏旗手身背姓氏大旗出战本届郑马。赛后在终点完成插旗仪式,不仅仪式感满满,成就感也是满满。

“跑步寻根”是众多跑友来郑州参赛的动力。39岁的蔡猛来自江苏,这次在郑州身背蔡姓大旗完赛,成为他多年跑马生涯中最独特的一次经历:“我们蔡姓的起源就是在河南驻马店上蔡县,我们也会经常回来

参加祭祖活动。这一次回来参加郑马,也是以跑步的方式寻根,非常有意。”

亲身感受到中原姓氏文化的不仅是200多位姓氏旗手,马拉松、半程马拉松项目的每一位参赛选手在领取奖牌后,还可拿到一块有自己姓氏的“磁贴”,并将姓氏磁贴粘在奖牌中心区域,即可拥有一枚自己“独有”的完赛奖牌。此外,“郑马”的每一位选手赛后都可以登录赛事报名系统,上传自己的照片,从而拥有一张定制版的“郑马”姓氏海报。

跑道上有一组特殊的跑者,身着蓝色服装一心一意朝着终点线奔跑,他们是由心智障碍患者与家属组成的青年志愿者跑团。所有成员都是第一次参加马拉松,孩子们从头到尾都异常兴奋。一名家长结束后在跑友群分享道:“现场氛围太震撼了,过程与奖牌让孩子获得了满足、自信、自豪感,更能历练孩子的抗压能力。”

针对不同的参赛跑友,组委会精心设计了三款奖牌,不同的是款式和内容,相同的是都极富郑州城市特色,既体现了郑州深厚的历史底蕴,也不乏美妙的人文风光,让每一位参与者都能因此拥有一份美好的郑州记忆。

一次加速融合发展的城市营销

郑州市的文化、旅游、体育等行业经由一场马拉松赛事加速融合

随着经济社会和体育产业的发展,现在马拉松比赛已经不是一场单纯的体育赛事,而是提升城市影响力、擦亮城市品牌的良机。对于举办城市而言,数万人参与的马拉松比赛,在交通、旅游、住宿、餐饮、体育用品等方面带来的消费增长显而易见,因而也成为城市营销的绝佳载体。

自2018年首届赛事起,郑马通过丰富的赛事配套活动来拉动内需,促进郑州文化、体育、旅游等产业的融合发展。据统计,首届郑马共有2.2万人参赛,在交通、住宿、餐饮、旅游等方面给郑州带来的直接经济收入超过1亿元;第二届郑马共有2.6万人参赛,其中马拉松和半程马拉松项目外地选手比例达67.24%。根据《2019郑州国际马拉松赛大数据分析报告》不完全统计,2019年郑马直接经济影响达到1.2亿元,间接影响和产生社会次级消费逾6.015亿元,传播价值为4.106亿元,总价值超过10亿元。

今年的郑马,共吸引4万人参赛。马拉松和半程马拉松项目中,郑州市以外的报名选手占比达到71.21%。主办方联合地铁公司、公交集团、商务局、文旅局等多个单位,通过一系列的优惠措施,给跑友带来良好的参赛体验的同时,也吸引他们在郑州多停留,多消费。

郑马举办以来,跑友及相关工作人员免费乘坐地铁、公交已经成为“惯例”。今年针对参加郑马的选手,在10月28日-30日,包括解家河南菜、须水邓记、成师傅汴京烤鸭等郑州著名品牌在内的50家餐饮企业推出了“专属优惠”,郑州市多家不同档次的宾馆酒店推出了专属优惠及延迟退房服务,以满足跑者的不同需求;只有河南·戏剧幻城、银基国际旅游度假区等多个景区,也给予跑者打折或者免费游览的优惠。

在文创方面,今年的郑马还特别推出运动潮品、天地之中“功夫小子”创意博古架、文创纪念品、郑马定制“郑州窑”等文创产品,以及T恤、帽子、腰包等实用性极强的跑步装备,吸引力十足。郑州市的文化、旅游、体育等行业经由一场马拉松赛事加速融合。据测算,本届赛事直接带动文旅体消费和产业效益1.46亿元,间接影响和产生次级效益逾7.32亿元。

“郑州银行杯”2023郑州·黄河马拉松赛的成功举行,再次让郑州深厚的文化底蕴和现代时尚的城市风貌得到全面展现,广大跑者感受到了郑州市民的亲切与热情、郑州城市开放包容的形象,“天地之中、华夏之源、功夫郑州”的城市品牌,经由这场规模盛大的赛事得到了广泛传播。



4万人用脚步丈量郑州,跑出了一曲动听的城市交响乐