

兰州马拉松赛事与文旅产业融合发展路径 及消费拉动效应研究

杨婷婷

兰州博文科技学院, 甘肃 兰州 730070

DOI:10.61369/SE.2026020036

摘 要 : 在“体育 + 文旅”成为地方经济高质量发展重要引擎的背景下, 兰州马拉松历经十余载发展, 已从单一赛事成长为兼具竞技、文化与消费属性的城市 IP, 累计吸引超百万选手, 外地选手占比超 45%, 对相关产业拉动显著。但二者融合中, 产品同质化、产业链不完整、文化挖掘浅等问题凸显。因此, 探究其融合路径与消费拉动效应, 对兰州经济转型、提升城市品牌影响力具有重要现实意义。

关 键 词 : 兰州马拉松赛事; 文旅产业; 融合发展路径; 消费拉动效应

Research on the Integrated Development Path and Consumption-driven Effect of Lanzhou Marathon and Cultural Tourism Industry

Yang Tingting

Lanzhou Bowen University of Science and Technology, Lanzhou, Gansu 730070

Abstract : Against the backdrop of "sports + culture and tourism" becoming an important engine for the high-quality development of local economies, the Lanzhou Marathon, after more than a decade of development, has evolved from a single event to a city IP with attributes of competition, culture and consumption. It has attracted over a million runners, with more than 45% of them being from outside the city, and has significantly driven related industries. However, in the process of their integration, problems such as product homogeneity, incomplete industrial chains, and shallow cultural exploration have become prominent. Therefore, exploring its integration path and consumption-driven effect is of great practical significance for the economic transformation of Lanzhou and enhancing the city's brand influence.

Keywords : Lanzhou Marathon event; cultural and tourism industry; integrated development; path consumption-driven effect

引言

兰州马拉松是展示城市特色的一扇亮丽的文化窗口, 因此有必要让兰州马拉松赛事与旅游产业的资源加以整合, 分析兰州马拉松对餐饮、住宿、交通运输、零售行业的潜在推拉力, 为“体育 + 旅游”产业发展及运营提供科学依据与借鉴, 促进兰州特色“马拉松城市 IP”的打造。

一、兰州马拉松赛事与文旅产业融合的发展现状

(一) 兰马赛事的品牌化基础

兰马自创立伊始就确立了独特的“黄河文化 + 马拉松”的赛事定位, 通过充分利用兰州黄河穿城而过的自然条件优势, 开辟了国内唯一的沿黄河两岸奔跑的马拉松赛道。截至目前, 兰马已连续多年被中国田径协会评为“金牌赛事”及世界田联联合会评为“金标赛事”, 总计参赛人数已突破 100 万人次, 外地参赛选手长期维持在 40% 以上比例, 大赛期间中央电视台体育频道全程直播, 可直接受众达 10 余亿人次, 有力提升了兰州的城市知名度和影响力。^[1]

从赛事规模上, 兰马由首届 1.8 万名选手发展到 2024 年的 4.2 万名选手, 由全程马拉松、半程马拉松到迷你马拉松、家庭跑等马拉松项目形式不断延展, 契合了参赛选手多样的需求。兰马还利用马拉松赛事活动举办了“马拉松博览会”“黄河文化嘉年华”“美食节”等主题活动, 丰富了马拉松赛事的文化内涵, 为实现文旅融合提供了载体。

(二) 文旅产业的融合潜力

在兰州文旅资源优势方面, 兰州作为黄河上游地域历史文脉的中心城市, 有黄河母亲雕塑、中山桥、白塔山公园、甘肃省博物馆(马踏飞燕)等文化旅游名片, 还有牛肉面、酿皮子、甜醅子等旅游美食名片。

近几年，兰州市政府对于文旅产业的发展十分重视，文旅基础设施持续建设优化，服务品质稳步提升。而兰马的举办对于推广这些文旅资源而言又恰逢良机。^[2]

二、兰州马拉松赛事与文旅产业融合发展优势

（一）独特的地理与文化资源优势

兰州位于黄河上游，是唯一黄河穿城而过的省会城市，黄河风情线、中山桥、黄河母亲雕塑等特色自然文旅资源独具特色。且兰州是古丝绸之路上的一个重要节点城市，历史文化资源丰富，给马拉松赛事与文旅产业融合发展提供了众多内容。

（二）赛事品牌影响力优势

兰州马拉松自2012年至今每年都被中田联会授予“中国马拉松金牌赛事”，2018年获得国际田联（IAAF）“银标赛事”标准，2021年升为“金标赛事”，成为西北首个国际金标马拉松赛事。随着赛事品牌的升级，对国内、国际的参赛选手及游客的招徕具有基本保障作用。

（三）政策支持优势

近年来，兰州市政府高度重视体育产业和文旅产业融合发展，制定印发了《兰州市体育产业发展“十四五”规划》《兰州市文化和旅游发展“十四五”规划》等文件，规划提出充分发挥兰州马拉松等重大体育赛事，引导“体育+文旅”融合发展，打响打造兰州体育文旅品牌。

三、兰州马拉松赛事与文旅产业融合发展的创新路径

（一）打造“赛事+主题文旅产品”融合模式，提升产品差异化竞争力

目前，兰州马拉松相关的文旅产品仍以传统的景点观光为主，产品同质化严重，难以满足游客多样化、个性化的需求。因此，应结合兰州的地理与文化特色，打造差异化的“赛事+主题文旅产品”^[3]。

创意黄河文化主题文旅产品：以黄河文化为主题打造“马拉松+黄河生态游”“马拉松+黄河文化研学游”等特色主题产品。如在赛事前后，安排参赛选手及游客坐羊皮筏子漂流黄河、参观黄河母亲雕塑、参观水车博览园等景点，举办黄河文化讲座、黄河诗词朗诵会等，让游客领略黄河文化的魅力。

打造特色美食主题文旅产品：兰州牛肉面是兰州的特色美食，具有极高的知名度。可以围绕兰州牛肉面打造“马拉松+美食之旅”主题产品，组织参赛选手及游客参观兰州拉牛肉面制作工艺，品尝不同风味的兰州牛肉面，参与兰州牛肉面文化节等活动，将美食体验与赛事旅游相结合。

推出户外体育主题文旅产品：结合兰州周边自然资源、兴隆山、刘家峡水库等，开发“马拉松+户外探险游”“马拉松+骑行游”等主题产品。在赛事后期，可以邀请参赛运动员及游客体验兴隆山徒步探险、刘家峡水库自行车骑行等户外活动，以满足游客的户外体育旅游需求。^[4]

（二）完善“赛事+文旅产业链”，提升产业融合深度

当前，兰州马拉松与文旅产业的融合仍处于初级阶段，产业链不完善，相关产业之间的协同效应尚未充分发挥。因此，应加强产业链各环节的整合，完善“赛事+文旅产业链”。

深化赛事与住宿、餐饮产业的对接：支持酒店、餐饮企业与赛事组委会联合，开发“马拉松套餐”，例如，“住+报名+早餐”、“吃+纪念”套餐等，给选手提供方便、优惠的服务。同时，引领酒店、餐饮业注入兰州文化元素，例如，在酒店设计里植入黄河文化、酒店餐厅里推广兰州美食等，丰富服务的文化层次。

赛事与文创产业结合：兰州马拉松结合赛事品牌和兰州的文化元素开发文创产品，例如马拉松纪念徽章、黄河文化主题玩偶、兰州拉面造型的赛事纪念品等，同时在赛事和主要旅游景点设置文创商品展销台，加大文创产品销量和品牌宣传。^[5]

发展赛事+交通业、物流业：与交通业联合，开行赛事直通车、旅游专列等，为选手及游客提供方便快捷的交通服务。与物流业联手，给选手提供快递配送服务（赛事装备、纪念品等）。

（三）构建“线上+线下”融合传播体系，扩大赛事与文旅品牌影响力

在新媒体时代，应充分利用线上线下渠道，构建全方位的传播体系，扩大兰州马拉松与兰州文旅品牌的影响力。

一是强化线上宣传：通过短视频平台（抖音、快手）、社交平台（微信、微博）、旅游OTA平台（携程、美团）等线上平台，推送兰州马拉松赛前、赛中以及赛后的资讯信息、兰州文旅资源的推荐以及主题文旅产品的宣传等，如可以发布“兰州马拉松精彩瞬间”“兰州文旅打卡攻略”等短视频，邀请网红、旅游达人进行直播带货，推介兰州文旅产品与特色美食。

二是加大线下宣传：在赛事沿线、重点文化旅游景（区）点、交通枢纽等处通过设置宣传展板、宣传海报等方式宣传兰州马拉松赛、兰州的文旅资源，并进行赛中讲解，并安排志愿者对参赛选手、游客进行讲解并提供志愿服务，提升兰州城市形象。同时，通过开展兰州马拉松新闻发布会、文旅推介会等系列活动邀请境内外媒体、旅行社等参与并提高兰州马拉松赛、文旅品牌影响力。^[6]

四、兰州马拉松赛事对文旅消费的拉动效应分析

（一）直接拉动文旅消费增长

兰州马拉松赛举办过程中直接拉动了参赛人员及家属在兰州的住宿、餐饮、交通、旅游和购物等方面的消费，2023兰州马拉松期间，兰州市共接待游客85万人次，旅游综合收入达到42亿元，其中兰州马拉松参赛人员及家属约占接待游客总数的60%以上，人均消费约5000元以上。从消费结构来看，住宿消费占比最大，达35%，餐饮消费占比25%，旅游消费占比20%，购物消费占比15%，交通及其他占比为5%。因此，兰州马拉松赛对文旅消费的拉动作用是十分明显的。

（二）间接拉动文旅消费增长

提升城市形象品牌，吸引游客增长：由于兰州马拉松的成功

举办,提高了兰州的城市形象和美誉度,打造了“活力兰州、魅力兰州”的城市品牌形象。随着城市品牌形象提高,越来越多的游客慕名来到兰州旅游。据兰州市统计局公布的数据,2011年兰州马拉松创办前,兰州市全年接待游客人数为1800万人次,旅游综合收入120亿元;到2023年,兰州市全年接待游客人数为4500万人次,旅游综合收入380亿元,分别比2011年增加150%和217%。

促进相关产业发展,促进更多就业岗位:兰州马拉松事件与文旅产业融合发展,带动住宿业、餐饮业、交通运输业、旅游业、文化创意产业等相关产业的发展。相关产业的发展促进大量就业岗位的产生,缓解就业压力。据兰州市人力资源和社会保障部门的资料显示,2023年兰州马拉松赛事及相关文旅产业创造出5万以上的就业岗位,其中直接就业岗位2万个,间接就业岗位3万个。

推动文旅产业提档升级,丰富文旅消费内涵:为更好满足参赛运动员和游客的文旅消费需求,兰州市大力提升文旅产业设施水平和服务水平。比如升级改造黄河风情线,增设游客休息站、旅游厕所等;加大对文旅行业从业者的培养,提升文旅服务水平。开发更多特色鲜明的文旅产品,提升文旅消费水平与品质。

五、兰州马拉松赛事与文旅产业进一步融合发展的建议

(一) 加强政府引导与支持

此外,兰州市政府要积极发挥支持体育赛事和文旅产业融合发展的引导作用,应完善相关政策举措,并采取更加积极的资金扶持举措,促进兰马文旅融合进程。一是出台相关支持体育赛事与文化旅游融合发展的配套政策和引导举措,在相关预算中设立更为充足的资金支持文旅融合项目,重点扶持有重点文化提升的兰马赛事活动、用于相关基础设施建设和设施设备更新的专项资金,并构建跨部门融合治理协调体系,建立兰马赛事活动和旅游产业发展的政府部门协同治理小组,并定期组织相关工作会议,研究赛事和旅游融合发展的难题与矛盾,建立政府部门、企业和社会“三方统筹”的工作机制。

(二) 深化文化挖掘与融合

充分开发、利用和整合兰州的优秀历史文化资源,深入研究、提炼黄河文化、丝绸之路文化、多民族民俗文化特色,将特色文化有机渗透到马拉松赛事和文化旅游产品中。在赛事方面要

优化赛事线路设计,在赛道中融入更多的有文化代表性的景点;在赛事的氛围营造中,可以在起点、终点及赛事赛道线中增加文化展示区,举办非遗展演;在文化旅游产品开发方面要更多把文化转化成特色旅游商品、特色餐饮、文创纪念品等,让赛事选手和游客在赛事旅游的参与过程中,将兰州特色文化全方位、多角度地体验、感受,达到以文塑旅、以旅彰文的良性发展。

(三) 加强市场主体培育

一是积极培育壮大赛事与文旅融合发展市场主体,对赛事与文旅融合发展的企业和市场主体通过出台税收、贷款、场地租金减免等扶持政策,鼓励和引导更多的体育运营企业、文化旅游企业、文化创意企业等市场主体参加融合发展。重点培育体育文旅产业融合发展的龙头企业,支持龙头企业发展技术创新、模式创新,着力提高市场竞争优势。二是搭建企业交流合作平台,积极鼓励体育、文化旅游、文创等多种类型市场主体进行深度合作,形成长期共享资源、共担风险、共谋利益的合作机制,形成产业链上下游分工协作的良好环境,共同促进马拉松赛事和文旅产业的融合发展。

(四) 加强服务质量提升

全面提升赛事服务和旅游接待服务品质,一方面要加强赛事志愿者、赛事运动员、酒店服务、城市服务人员等人员队伍的专业培训,大力提升人员服务水平、专业能力和素养,培养“好客”的城市形象;另一方面要不断提升和完善城市旅游交通等软硬件配套基础设施建设,不断提升赛事和游客体验的便利度、舒适度和舒适感,同时建立健全服务质量测评评价体系,积极发挥第三方、游客满意度调查等作用,及时、主动发现和弥补服务短板,不断优化城市服务能力和服务品质,不断增强游客的幸福感和体验感,为体育赛事和文旅产业可持续发展打下坚实基础。

六、结束语

本文的结论指出,兰州马拉松和文旅产业深度融合初见规模,具有资源优势、品牌优势和政策优势,可以通过产品主题化、产业链条化、传播体系化的方式予以深挖,可以产生明显的赛事对文体旅游消费的直接消费和间接消费的推动效应。后续需要加大政府的引导、深化文化的融合、培育主体企业,实现更加高质量的融合。为兰州乃至西北“体育+文旅”的进一步发展提供借鉴,促进城市建设更高质量的升级。

参考文献

- [1] 陈锴跃.这场马拉松,果然“很揭阳”[N].羊城晚报,2025-04-02(A06).
- [2] 朱庆磊.文旅+体育用马拉松带火一座城[N].淮南日报,2024-12-10(002).
- [3] 郭永乐.江门市马拉松协会会长陈坚荣:期待一场文旅体融合的盛宴[N].江门日报,2024-12-03(A04).
- [4] 曹俊鹏,张崇光.基于喀什马拉松赛事“跑热”喀什文旅的整合研究[J].健与美,2024,(08):87-89.
- [5] 郭军鸽,李凯.一场马拉松就是一次城市深度游[N].乌鲁木齐晚报(汉),2024-05-04(003).
- [6] 何书瑶,连俊翔.长三角马拉松,跑起来“卷”起来[N].解放日报,2024-04-17(010).