

借力后马拉松效应 绽放城市优雅之花 “永马”为永康新腾飞提速

刚刚结束的“众泰杯”2017永康半程马拉松比赛，来自9个国家及全国各地的8000名马拉松爱好者同台竞技，超过15万名跑友线上同跑，470万名网友收看“永马”直播，盛况空前。

历史早已证明，当一座城市遇上马拉松，将碰撞出灿烂燎原的火花，为城市带来“后马拉松效应”。那么，首届“永马”，将给行进在“全面奔小康，永康新腾飞”之路的永康，注入怎样的活力？为正在建设优雅城市的永康带来怎样的改变？

□记者 王导 徐灿灿



首届“永马”盛况空前。 通讯员 应敏 摄

一张名片

提升优雅城市软实力

“马拉松是能够最大范围带给城市居民幸福感的运动。”在市路跑毅行协会会长郑加利看来，如今的马拉松已经不仅仅是一项普通的竞技赛事，而是一项全民参与的“城市嘉年华”。

事实上，举办马拉松，也让城市生活变得更加美好。借力“永马”，我市加快推进沿线环境整治工作，拆除广告牌，修补人行道，更换垃圾桶，美化外立面，为这次全民节日精心打扮。

此次“永马”赛道经过了大半个城区范围，沿线充分结合我市的地标性建筑和主要展示区，中国科技五金城、永康国际会展中心、园周长城、永康南站等，都充分展示了城市

特色。赛道沿线形式多样的演出，渲染赛事氛围，展示永康文化。

“永康能举办马拉松赛，我们感到自豪。”市体育局局长林震说，“永马”必将成为永康体育产业的新名片，推动永康体育、文化、旅游产业进一步发展。这是永康“软实力”的重要体现，也必将创造出更多的“硬实力”。

从这个意义出发，下一步，我市将把“永马”激发出的归属感和自豪感，迅速转化为投入城市发展的责任感和使命感，把热爱城市、维护城市、建设城市变成全体市民的自觉行动，凝聚各方面力量，加快“优雅城市”建设。

一种拉动

激发市场消费新活力

跑步作为一项低门槛、低投入的运动项目，在普及运动习惯、增强人民体质上具备先天优势，任何人都可通过跑步参与获取身体和自我的认同。“在奔跑中打破体能限制，把握呼吸节奏，体验步伐韵律，有一种征服感和幸福感。”马拉松爱好者陈晓今年27岁，已有3年的跑龄。

“跑马”很烧钱。据了解，一位马拉松初练者每年的装备消费约为四五千元。随着运动水平提升，跑者对装备档次和品质、膳食营养的要求也会进一步提高。陈晓为记者算了一笔账：“一双中等价位的跑鞋在千元左右，T恤200多元，帽子100多元，腰包和护腕几十块钱。”他说，跑步装备的价位通常跟品质、功能成正比，一双适合自己的跑鞋最为重要，根据不同赛程和场型，跑者常常要拥有几双鞋。

在我市，像陈晓这样为了体育爱好舍得投入的人不在少数。“近两年，户外用品销量每年成倍增长，不

少企事业单位体育爱好者呈现组团消费现象，购买力不可小觑。”城南路一家户外用品店店主胡英豪说，近段时间，受此次马拉松赛事影响，月销量同比增长了50%以上。

“‘永马’的成功举办肯定会带动跑步热潮，我准备在店铺里新增一个区块，专卖跑步用品，目前已经确定好了产品类目。”在南苑路经商的胡女士也很看好“永马”带来的市场效应。

除此以外，健身中心、培训机构以及私教等体育教学类项目在我市也越来越吃香。如何健康运动，成为体育爱好者越来越重视的问题，“体育+培训”成为“体育+消费”的又一延伸。

事实上，后马拉松效应将为我市消费市场带来更大的畅想。“马拉松还与培训、旅游、交通、餐饮会展、医疗、传媒、互联网等联系密切，这将为我市带来巨大的经济价值。”郑加利说。

一次提升

打开产业发展新格局

“永马”也给飞剑工贸有限公司董事长夏飞剑带来了灵感。该公司以“永马”为元素，打造了6款保温杯。“永马”保温杯采用了众多新技术新工艺，同样的体积和重量下，能容纳的水量增加了近30%。另外，全新的彩印技术在提升触感的同时，让杯体上的印花更具立体感。

新技术和新工艺的植入，让“永马”杯炙手可热。“马拉松很多城市有，但口杯之都只有永康。‘永马’是永康制造业创新发展的一次机遇。”在夏飞剑看来，通过“永马”的实践，该公司逐渐探索出一条全新的研发、生产和销售体系，赛事经济发酵出强大的动能。

赛事嫁接制造业，产业经济格局就出现新的萌芽。过去，我市虽然也有不少体育用品制造企业，但普遍存在附加值低、品牌影响力不高等问题。随着国家级全地形车赛等赛事的举办，我市以全地形车为主的体育产业开始崛起。而本届“永

马”的举办，无疑为企业打开了全新思路，为品牌营销奠定基础。

事实上，像夏飞剑一样的企业家并不在少数，他们嗅到了赛事带来的新鲜气息，早就就着手企业的战略调整。

“堂胜公司的产业布局正在从儿童玩具类目向体育竞技方向转化，我们看到了一个巨大蓝海，对我们来说，既是机遇也是挑战。”该公司总经理吕伟超说，公司正在将航空用特种铝合金材料引入滑板车制造，真空彩镀技术给滑板车披上了新装，全自动加工中心显著提升滑板车的品质。

新材料和工业设计的引入，传统滑板车被赋予新的内涵，单价从不到200元提至近千元，新产品在欧美市场供不应求。体育产业的勃兴给堂胜公司带来了丰厚的回报。

林震也表示，“永马”促进了体育用品制造、旅游、运动休闲为一体的产业区块的打造，以点带面，推动全市经济的发展。

一种现象

引领全民健身新时尚

这两天，永康跑步爱好者胡静发现，每逢早晨和傍晚，在市体育馆锻炼的人明显增加了许多。

“看着‘永马’赛场上各种奇葩造型的运动员，仿佛那不是一场比赛，而是一次狂欢。”市民王军说，以前没有近距离接触过马拉松赛，还以为那是一场专业运动，没想到马拉松原来可以很好玩。他说，如果明年“永马”继续举办，他也打算参加，并准备加入到跑步健身行列。

“单纯跑步是运动，但很多人一起跑，可以说是娱乐了。”胡静说，我市很多跑步爱好者组成了跑友团，有的跑友团还专门挑风景好、路程远的线路，每个星期都要跑一次小马拉松。

党的十九大提出，要广泛开展全民健身活动，加快推进体育强国建设。近年来，我市大力推进生态廊道建设，城乡绿道已经达到300公里，为我市体育运动爱好者营造了良好环境。长跑、越野跑成为

市民健身的新时尚。据不完全统计，目前我市百人级以上的跑团就有七八个，活跃的跑步爱好者达3000人左右，其中不少是马拉松爱好者。

“以前跟别人说马拉松，都感觉好像离他们很远。相信从此以后，永康跑马者会越来越多。”郑加利说，现在有很多人申请加入跑团，希望接受专业指导。

马拉松给市民观念带来的这种变化，正合林震的心意，“全民健身很关键，幸福永康最重要的一点就是全民身心的健康”。

林震表示，接下来要借力后马拉松效应，推动全民健身开展。培育运动休闲旅游项目，创建浙江省运动休闲旅游项目、金华“体育+”特色村（居）；增建休闲健身场所，增设休闲健身设施，举办2至3场“国字号”比赛，开展体育中心环境整治，建设好群众身边的运动场地，为市民的美好生活和全民健身奠定基础。