

# Study on Evaluation of Marathon Tourism Effect in Rizhao City

## —An Example of Rizhao International Marathon in 2019

Chunfeng Yang, Wenwen Li, Jie Dong, Xining Jin

School of Economics, Qufu Normal University, Rizhao Shandong  
Email: 2565783648@qq.com

Received: Apr. 29<sup>th</sup>, 2020; accepted: May 11<sup>th</sup>, 2020; published: May 18<sup>th</sup>, 2020

---

### Abstract

Under the strategic background of the integration of sports and tourism industry, it is of great significance to study the tourism effect of Rizhao Marathon for Rizhao tourism development and urban construction. This study uses relevant data and research results to evaluate the effects of Rizhao Marathon tourism from four aspects of social benefits, environmental benefits, cultural benefits and economic benefits, and puts forward targeted policy recommendations. The study found that Rizhao Marathon tourism effect in terms of social benefits can promote the strengthening of various government functions and improve residents' participation in sports events in the city. In terms of environmental benefits, it can effectively improve environmental protection measures and promote the green, coordinated and sustainable development of cities. In terms of cultural benefits, its role in spreading city culture and shaping city brand needs to be strengthened. In terms of economic benefits, it brings considerable direct economic benefits for tourism and related industries for a short period of time, and brings considerable and long-lasting follow-up indirect economic benefits for related enterprises.

### Keywords

Rizhao Marathon Tourism Effect, Social Benefits, Environmental Benefits, Cultural Benefits, Economic Benefits

---

# 日照市马拉松旅游效应作用的评价研究

## ——以2019年日照国际马拉松为例

杨春风, 李文文, 董洁, 金希柠

曲阜师范大学经济学院, 山东 日照  
Email: 2565783648@qq.com

收稿日期: 2020年4月29日; 录用日期: 2020年5月11日; 发布日期: 2020年5月18日

## 摘要

在体育与旅游产业融合的战略背景下,研究日照马拉松旅游效应对于日照旅游业发展与城市建设有着重要意义。本研究运用相关数据并结合调研结果从社会效益、环境效益、文化效益以及经济效益四方面对日照马拉松旅游效应的作用效果做出评价,并提出针对性的政策建议。研究发现,日照马拉松旅游效应在社会效益方面能够促进政府多项职能的强化、提高居民对本市体育赛事的参与度等;环境效益方面,能有效完善环境保护措施、促进城市绿色协调可持续发展;文化效益方面,其传播城市文化、塑造城市品牌的作用有待强化;经济效益方面,为旅游业及相关产业带来了可观而持续时间较短的期间直接经济效益,为相关企业带来了可观且持续时间较长的后续间接经济效益。

## 关键词

日照马拉松旅游效应, 社会效益, 环境效益, 文化效益, 经济效益

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

城市马拉松赛事在国家的大力支持下得到了广泛发展,并形成了马拉松旅游效应。在体育旅游产业融合及全域旅游背景下,城市马拉松旅游效应不仅指马拉松对城市旅游发展的促进作用,还包括马拉松旅游发展所带来的城市经济、社会、环境、文化等方面的发展,即城市竞争力提升。马拉松通过形成的马拉松旅游效应对举办城市产生着重要影响。城市马拉松吸引大量参与者,拉动旅游消费,通过旅游有关产业,有效促进城市社会、经济、环境发展,打造城市品牌,提高城市竞争力[1]。

随着马拉松赛事的广泛开展,马拉松旅游受到了众多学者的关注,在举办地产生的马拉松旅游效应成为了一个专门的研究领域,且相关学者们在此领域综合的研究成果颇丰。王克稳等提出自2006年开始,学者们逐渐将研究重点从赛事选手个人特征、旅游态度和行为等需求侧,转至马拉松赛事旅游的供给侧——马拉松赛事对举办地的影响[2]。关于马拉松旅游效应的现有研究主要从社会效益、环境效益、文化效益与经济效益四方面展开。

在社会效益方面,郭兵分析郑汴国际马拉松赛时提出社会价值才是赛事真正的起点和最终归属,开展好郑汴马拉松赛在展现河南形象、发展社会事业等方面都将产生广泛而深刻的影响[3]。张健以广义的社会效益视角从政治、经济、文化方面研究了马拉松的社会效应,得出它可有力的促进城市现代化建设、提升城市知名度、产生可观的经济利益与深刻的文化影响[4]。张泽君等对兰州国际马拉松赛发展所带来的社会效益进行分析,得见赛事有助于增强大众体育观念、激励全民健身响应等[5]。

在环境效益方面,唐晓彤提出大型体育赛事对自然环境的影响包括比赛期间观看赛事的流动人口带来的交通负担、空气和噪音污染的消极影响,及期间环保工作使全民生态文明素养得到改善的积极影响[6]。张明明等论述了厦门国际马拉松充分利用其环境优势,加之当地政府对赛线沿途的全面治理和改善,打造了被称为世界最美马拉松赛道的厦马跑道[7]。

在文化效益方面,国际马拉松赛能充分展现城市深远的历史、厚重的文化,其与城市文化的融合成为城市马拉松赛的一大特色[8]。张登峰论述了规模盛大、踊跃参加、影响经久的马拉松赛是举办地的节

日,有助于强大的城市自豪感和向心力的形成,以及城市历史、文化发展特点的展示[9]。许良洪等以厦门国际马拉松赛为例研究了城市马拉松提升举办地体育软实力的价值[10]。李军岩等深入分析了马拉松对城市文化构筑的原理,得出马拉松持续构筑大脑中的文化图样,从而影响着城市文化的发展[11]。

在经济效益方面,靳英华等分析了北京国际马拉松赛,提出其经济效益在于对消费需求的刺激作用、对城市体育及相关产业的带动作用及其广告价值[12]。赵承磊研究厦门马拉松旅游效应时利用数据资料定量分析了赛事带来的旅游收入,证明了大量的运动员以及观赛者有效拉动和活跃了厦门的旅游经济[13]。李兆峰等则深入分析了马拉松带来经济效益影响因素,得出马拉松选手的收入状况、社会阶层、对赛事的投入度等因素对其观光参赛消费支出等产生直接影响[14]。

日照马拉松发展至今已成功举办了三届,正值打造有日照特色的品牌马拉松赛事的起步阶段,需要有参考价值的、有针对性的研究,而现有研究中缺少这部分研究。本研究针对日照国际马拉松旅游效应,对其作用效果做出评价,并提出针对性的日照马拉松发展建议,期望为更好地发展日照马拉松体育赛事、发挥日照马拉松旅游效应的作用提供一定参考。

## 2. 日照国际马拉松现状

日照市枕山臂江,拥有良好的地理位置和优越的资源禀赋,全市现代立体交通体系不断完善,渐趋发达的交通运输为马拉松参赛与旅游提供便利的出行条件。有独特自然风光相伴的悠长海岸线、国家森林公园内新鲜的空气与幽美的环境,为独特赛事路线的形成提供了条件。独特的资源禀赋优势容易吸引更多的参赛者,且日照作为山东省知名的旅游城市,不仅可以满足参赛者跑马的需求,还可以使参赛者通过旅游来感受日照市的风土人情和自然风光。

日照市经济也在快速发展,有较大的发展潜力。2019年上半年,日照地区生产总值、规模以上工业增加值、规模以上工业营业收入等指标的增长率均为山东省首位,城市竞争力不断增强。经济的增长为日照马拉松的发展提供了必要的支持。

日照国际马拉松赛由上海方由体育文化发展有限公司接连十年精心缔造,自2017年开办至今已成功举办了三届。赛事的气候条件对于赛事影响力和参赛者成绩是至关重要的。日照市濒海而建,因海洋季风的作用,其与同纬内地城市相较全年温差较小,相对潮湿,而秋季温度温和,与相对干燥少雨的天气相宜,这样的环境条件有利于参赛者的发挥,适合举办马拉松赛。日照马拉松充分利用了气候优势,三届马拉松分别于9月24日、10月14日、10月13日举办。

赛事自举办以来受到日照政府的重视,规模不断扩大,充分吸引着马拉松爱好者的广泛关注与参与。2017年“首战”便获得两项殊荣——“最美赛道”奖和“银牌赛事”奖。在赛事举办的第二年,日马就已上升到了金牌赛事的水平,吸引了来自12个国家和地区的12000名马拉松爱好者参加,年龄跨度从十几岁到八十多岁。2019年的日照国际马拉松赛事总规模18000人,正赛运动员为13000人,比2018年增加了1000人,赛事规模有所扩大。其中日照本地参赛者为6606人,占总人数的50.8%,相较于2018年增加了2000人;日照市外的参赛运动员为6394人,占总人数49.2%,比2018年减少了1000人。新设家庭马拉松项目1000人,打造了特色多元素赛道。此次日马吸引了来自13个国家和地区的跑马者参赛,其中外国参赛者42人。

## 3. 数据来源

团队以2019年日照国际马拉松参赛者为调研对象,研制了本研究的调查问卷《2019年日照国际马拉松相关问题调查问卷》,问卷包含了个人基本信息、对赛事的认知及态度、推荐意愿、消费支出四个方面的问题。在正式发放问卷之前,应用此问卷借助学校举办的校园马拉松赛进行了前期预调研,并根据受访者建议及实际操作体验继续对此问卷的内容进行调改与完善,以保障问卷的可靠性和有效性。

为了不干扰赛事的正常进行,团队选择在日照国际马拉松举行的前一天于参赛物品发放处随机发放问卷,并且就相关问题与参赛运动员进行了深入的交流。本次调查研究共发放问卷 275 份,最终得到有效问卷 264 份,有效率 96%。样本中来自日照本地的受访者为 104 人,日照市以外受访者为 161 人(其中山东省除日照市的其他城市受访者为 114 人、山东省外的受访者为 47 人)。

#### 4. 对日照马拉松旅游效应作用评价的研究结果分析

本研究从社会效益、环境效益、文化效益及经济效益四个方面对日照马拉松旅游效应的作用效果做出客观评价。社会效益评价将从加强政府多项职能、完善城市基础设施建设、提高对体育赛事的关注度与参与度以及促进体育旅游大众化发展的效果四个方面展开。环境效益方面,对日照马拉松旅游效应完善环境保护措施、促进城市绿色协调可持续发展的效果加以评价。文化效益方面,评价马拉松旅游效应传播城市文化、塑造城市品牌以及充实多元化城市文化内涵的作用效果。经济效益方面,对马拉松旅游效应为旅游业及相关产业带来的期间直接经济效益和为相关企业带来的后续间接经济效益加以评价。

##### 4.1. 日照马拉松社会效益的评价

从马拉松参赛运动员组成来看:2019 年日照国际马拉松吸引了更多马拉松爱好者参与其中,日照本地参赛者较 2018 年增加 2000 人,在一年的时间里较大幅度地提高了日照市民对赛事的关注度与参与度,但在吸引日照市以外体育赛事爱好者参赛兴趣的成效有所下降,较 2018 年减少 1000 人,进而促进体育旅游大众化的效果有待优化。

从参赛者对马拉松赛事效果的评价结果来看:为了解本次马拉松的举办效果,问卷中设计了针对本次赛事仍需改进之处的多项选择题,并设计了 5 个选项:A. 宣传力度不够;B. 比赛氛围不够浓厚;C. 文化旅游特色不够鲜明;D. 赛事组织水平不高,有如举办项目少、路线设置不太合理等不足;E. 赛事相关服务措施不完善,有如安保能力较差、现场秩序混乱等不足。调研结果如表 1 所示。

**Table 1.** Participants' evaluation results of marathon events ( $n = 264$ )

**表 1.** 参赛者对马拉松赛事效果的评价结果( $n = 264$ )

选项	A	B	C	D	E
人数	70	33	59	6	8
占比	27%	13%	24%	3%	4%

在赛事宣传方面,组委会整合各级各类资源来营造赛事氛围,借助新媒体技术竭力进行赛事宣传。马拉松赛由 STV-3 山东体育频道进行实时直播,协调中央和山东省媒体、组织日照市媒体进行全程报导。但表 1 中调研数据显示有 27% 的受访者认为赛事宣传力度不够,13% 认为比赛氛围不够浓厚,不到位的宣传工作会议不利于提高赛事的关注度,近而会使赛事在促进体育旅游大众化的作用方面达不到应有的效果,因而相关部门在宣传工作上要多做些工作。

日照市政府近年来重视体育赛事的发展,马拉松赛得到了大力度的各方支持。当地政府集中工作力量对待此次日马的筹措工作,采取了成立专门的研讨小组、咨询相关专家等多项有效的筹划措施,主要上级密切关注着筹措工作进度,多次听了负责人的专项工作报告并提出重要的指示及建议。市大赛办印发了《2019 日照国际马拉松组织筹备工作总体方案》的通知,30 余个单位参与赛事筹办工作,相关负责单位稳步而有序地实施筹办措施。结合调查结果得见,政府在日照国际马拉松赛事上做的工作的成效显著,仅有 3% 的受访者认为赛事组织水平有待提高;也可见,日照马拉松赛事的举办有效地促进了政府协调、沟通、管理等多项职能水平的提高。

此次赛事由赞助商为赛事提供摄影摄像、住宿、赛事医疗等全方位的保障服务；配备安保力量共计 4000 人对赛事期间沿线的消防设施、电路敷设以及比赛沿线相关区域进行了防火安全检查；配备医护人员 310 人，救护车 30 辆，开办了日马医疗训练班，进行了意外事故医疗救护演习；赛事期间，相关单位在赛程沿线准备了大量急救药物，设置了自动体外心脏除颤器等急救设备，也按照一定间隔安排了志愿者来帮助实施救护与保障赛程的正常运行。结合调研信息，此次赛事相关人员的安保工作以及道路清查防阻工作到位，效果显著，达到了仅有 4% 的受访者认为赛事相关服务措施不完善的成效。也由此得见，马拉松赛事促进了日照市交通、环保、安保等方面的基础设施建设，规避了因流动人口突增而造成的大面积交通堵塞，促进了日照市城市发展和旅游管理措施的完善。

#### 4.2. 日照马拉松环境效益的评价

自然环境为人类提供必要的生存条件，为人类经济发展提供支持条件的同时，承担着人类社会活动的后果。马拉松赛事期间短期大幅增长的流动人口势必会产生关于环境污染的困扰，给环保工作带来障碍。日照是滨海城市，且马拉松赛道为沿海赛道，赛事终点设置在海边的万平口景区。若相关部门环保措施的制定与实施不及时、不准确，则极易造成沙滩污染与水污染。

赛事开始前相关单位多次组织现场勘察，对赛程沿线路段及周围环境进行了全方位视察、修整、绿化美化，环境保护工作到位，避免了大范围的环境污染；赛事准备期间印发的《2019 日照国际马拉松组织筹备工作总体方案》中有关环境美化与保护的规定也进一步完善了环保措施；在对参赛者、陪同人员及观看者的采访中发现，对于此次马拉松期间环境保护方面的成效大都持肯定的态度，更有资深马拉松爱好者表示日照在打造“最美赛道”方面的效果显著，赛道有着日照清新空气、优美环境的特色。

综合来看，赛事期间并未出现大范围的环境污染，各部门在此方面的工作效果显著。可见，日照国际马拉松的举办对本市环境的优化做出了不小的贡献。本次赛事是对日照城市特色与民俗风情、城市规划与管理的全面展示，上到政府单位、下到普通市民都为维护家乡良好形象自觉贡献力量。参赛者及陪同者近至本市、远至异国，囊括范围之大、之广迫使这块展示平台必须做到最精最好，由此就必须对映入外乡人眼帘的第一幕、对城市的第一印象——城市环境做出最大力度的整改，赛道周围、旅游景点为重中之重，这使得环境效益得到提升，促进了城市绿色健康可持续发展。

#### 4.3. 日照马拉松文化效益的评价

日照市拥有大量饱经岁月积淀而独具魅力的民俗文化。已有 5000 年的历史积淀日照黑陶文化是“龙山文化”的主要特征之一，在充实多元化城市文化底蕴方面的作用不容忽视。日照茶文化发展起始较晚，但是旅游开展的区位优势明显，目前日照茶文化旅游在国内旅游市场上已经具备一定的知名度<sup>[15]</sup>。除此之外，日照还是太阳文化的始源地，至今仍保留着过“太阳节”的风俗；日照还有独具韵味的民间美术作品——日照农民画，有精美的工艺刺绣和精致的日照石刻等文化产物。这些厚重的民俗文化元素是文化产业与旅游产业融合发展的关键。经过开发与宣传，它们能被打造成日照的文化名片，对充实多元化城市文化内涵起到不可忽视的作用。当地政府肯定了旅游业对日照经济强有力的带动作用，现已将旅游业定位为日照经济的支柱性产业之一，在打造独具日照特色的城市旅游品牌时特别注重文化旅游市场的开发。作为国际性的大型体育赛事，日照国际马拉松无疑是宣传日照城市文化、发展文化旅游的良机。

此次赛事以赛为媒，致力于提升城市对外形象，传播城市文化。而表 1 结果显示有 24% 的受访者认为本次马拉松赛的文化旅游特色不鲜明，说明日照马拉松在一定程度上确实发挥出了丰富本土文化内涵、传播城市文化的作用。但也说明马拉松以及日照市缺少极具标志性的文化因素或者说日照马拉松的城市

文化影响力度还是太小,以及赛事中的城市文化宣传工作效果不佳。在对非日照本地参赛运动员及其陪同者的采访中发现大部分人对日照文化特色的整体认知只限于日照海洋文化、日照茶文化,而对于日照黑陶、工艺刺绣、石刻等传统文化元素知之甚少,且在马拉松赛举行期间能够较深刻体会到的也就数海洋文化了,这表明此次马拉松并没有产生在充实与传播多元化城市文化方面应有的效果。因此,日照马拉松旅游效应在提高日照城市知名度和曝光度、宣传和充实日照多元化的城市文化内涵和打造日照专属的城市品牌方面效果有待优化,而借助马拉松宣传日照文化、进一步促进文化交流、丰富城市文化内涵的工作仍要加大力度。

#### 4.4. 日照马拉松经济效益的评价

##### 4.4.1. 参赛者消费支出

问卷中设计了题目:您因为日照马拉松而产生的休闲娱乐及观光购物支出约为多少?以此题目所得数据可对2019年日照国际马拉松带来的经济效益进行估算。考虑到日照市内与市外参赛者在参赛交通、参赛期间的住宿、餐饮、娱乐观光等方面消费支出差距较大,因而在分析参赛者消费支出情况时将日照本地参赛者与日照市外参赛者加以区分。

本次调研中日照本地参赛受访者为104人,所得消费支出数据如图1所示。

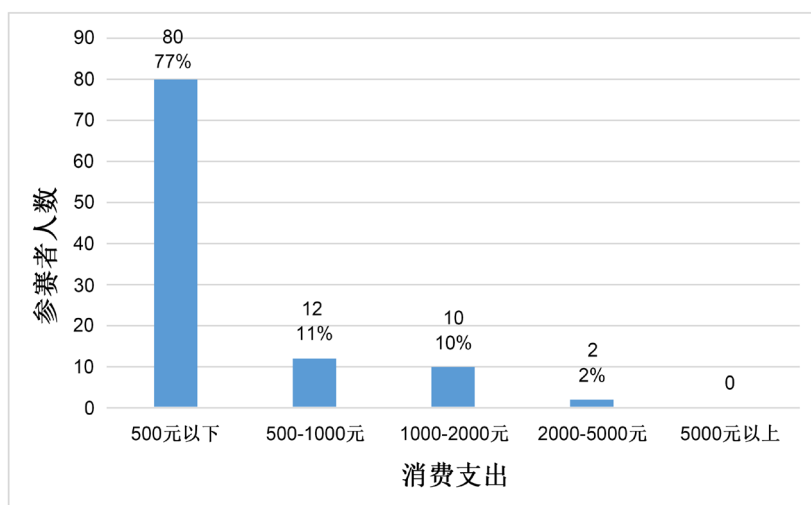


Figure 1. Consumption expenditure of local runners of Rizhao international marathon in 2019 ( $n = 104$ )

图 1. 2019 年日照国际马拉松本地参赛者消费支出( $n = 104$ )

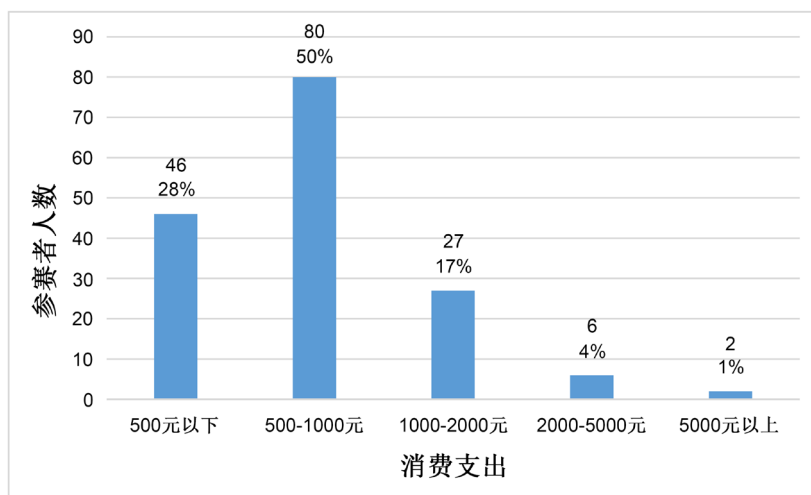
如果此次马拉松日照本地参赛者消费情况也按照此人数占比计算,且消费500元以下按照500元、5000元以上按5000元、其余按中间值计算,则2019年日照国际马拉松本市6606位参赛者对日照经济增长贡献金额在4,541,625元左右。

本次调研中日照市外参赛受访者为161人,调研所得消费支出数据如图2所示。

如果按照前述本市参赛者消费支出的相同计算方法,则2019年日照国际马拉松日照市外6394名参赛运动员对日照经济增长的贡献值在6,138,240元左右。

综合对日照市内外参赛者消费支出的不完全统计,在赛事当天,马拉松运动员凭有效比赛凭证可享受日照各景点的入内折扣,吸引了近两万人来本市游览观光,促进了旅游经济的增长。本次参赛者及陪同人员在日照的消费直接带动旅游、住宿和餐饮等行业经济增长近一亿元,数值较为可观。但是,据数据统计,2019年日照市接待游客5404.30万人次,而2019年日马吸引的游客近2万名,在月均游客人次

中占比不足 0.45%；2019 年日照全市实现生产总值 1949.38 亿元，则均值月 GDP 约为 164.45 亿元，旅游总收入 425.60 亿元，月均旅游总收入为 35.47 亿元，而 2019 年日照马拉松旅游效应带来的直接经济效益只近 1 亿元，在月均 GDP 中占比 0.61%，月均旅游收入中占比不足 2.9%。相比之下马拉松给日照旅游业进而给日照市带来的经济增长贡献率并不大，马拉松旅游效应带来的直接经济效益水平有待提高。



**Figure 2.** Consumption expenditure of runners outside Rizhao international marathon in 2019 ( $n = 161$ )  
**图 2.** 2019 年日照国际马拉松市外参赛者消费支出情况( $n = 161$ )

另外，润峰建设集团为 2019 日照国际马拉松赛事总冠名商，除赛事冠名商外，荣耀赞助商三席，官方赞助商八席，2019 日照国际马拉松还有 8 家官方供应商为赛事做好全程赛事保障服务。作为金牌赛事的日照国际马拉松，已具备了较高的知名度和较强的感召力，拥有了大量的忠实粉丝。企业赞助赛事对于粉丝来说是感情投资和信誉投资，能够快速而有效地将粉丝对日照国际马拉松的热爱转换为对企业文化长期的认同感和对相关产品的购买力。因而，作为马拉松旅游效应的间接的经济效益，日照国际马拉松给赞助商及相关企业、行业带来的销售收入的增加是较为可观的，且相较于直接经济效益持续时间更长。历经进入市场、融入市场、开拓市场等阶段，有了多年市场经验后，日照部分企业也逐渐意识到体育赛事赞助的营销方式逐渐成为了促进企业进步和宣传企业品牌、提高品牌影响力的重要措施。

由于多数日照市外参赛者出于旅游观光等目的在马拉松结束后会稍作停留，所以在对市外参赛者的问卷调查中又设计了“您本次参加马拉松准备在日照市停留几天”一题，所得停留时长情况如表 2 所示。

**Table 2.** Time span of outside runners staying in Rizhao ( $n = 161$ )

**表 2.** 日照市外参赛者停留时长( $n = 161$ )

停留时间	人数	人数占比
1~3 天	152	95%
一星期	7	4%
更长	2	1%

由此可得，有 95%左右的市外参赛者选择在日照的停留时间为 1~3 天，而 2019 年日马在 10 月 12 日、13 日于日照会展中心发放参赛物品，马拉松赛于 14 日正式开跑，共持续 3 天，停留期间流动人口(主要包括外地参赛运动员及陪同者)在餐饮、住宿、出行、观光、购物等方面的消费均可为日照带来经济增长。但综合来看，日照马拉松赛事期间，由于马拉松赛事的观赛吸引以及部分同为游客的运动员及陪同

人员使得旅游人数产生小幅度增加,但马拉松过后的余热持续一段时间后将消失,而实际上这段时间是比较短的,旅游人数总的来说增长幅度不会特别大。这也印证了前文得出的因赛事而接待的游客近两万的数值不足全年月均游客人数的 0.5%,进而马拉松给日照市带来的经济增长贡献率并不大这一结论。

#### 4.4.2. 参赛者对日照马拉松赛事及旅游的相关意愿分析

对于问卷中“如果条件允许(体力、时间、财力等),您还会参加日照国际马拉松吗”、“您愿意向其他人推荐来日照旅游吗?”以及针对市外参赛者的“今后一年您是否愿意来日照旅游度假?”问题的调研结果如表 3、表 4、表 5 所示。

**Table 3.** Willingness to participate in marathon again ( $n = 264$ )

**表 3.** 对马拉松赛事的再次参加意愿( $n = 264$ )

再次参加意愿	会	不会	不一定
人数	246	4	14
占比	93%	2%	5%

**Table 4.** Willingness for Rizhao tourism in the next year ( $n = 161$ )

**表 4.** 对今后一年来日照旅游的意愿( $n = 161$ )

日照旅游意愿	非常愿意	愿意	不太愿意	非常不愿意
人数	49	106	6	0
占比	30%	66%	4%	0

**Table 5.** Recommend willingness to visit Rizhao ( $n = 264$ )

**表 5.** 对来日照旅游的推荐意愿( $n = 264$ )

推荐意愿	非常愿意	愿意	不太愿意	非常不愿意
人数	113	149	2	0
占比	43%	56%	1%	0

结果显示受访者中 93%的人 would 再次参加日马、96%的人愿在此后一年来日照旅游、99%的人有意愿向他人推荐来日照观光,且万平口海滨风景区、日照海洋公园、五莲山风景区等为参赛运动员及陪同者普遍称赞并予以推荐的优质景点。一个城市的魅力在于吸引人、留住人,从本次调查数据来看,日照显然做到了这一点。部分参赛者因日照的独特景色及丰富的旅游项目而热爱参加日照马拉松赛,另有部分参赛者因参加日照马拉松而喜欢上来日照旅游,由此两者相互支持,形成了日照马拉松与日照旅游业之间的互动。近年来,日照茶博会、小金钟音乐会等活动相继举办,使得日照特色文化有了更多的对外展示方式及机会,也使得人们了解日照文化的娱乐方式日渐增多。预计在多元化娱乐方式的助力下,未来日照国际马拉松会吸引越来越多的参赛人员,且会通过马拉松旅游效应吸引更多的游客,使得旅游消费增多,带来的经济效益也越来越大,马拉松旅游效应经济效益将呈增强趋势。

## 5. 研究结论与政策建议

### 5.1. 研究结论

本研究结果显示,从社会效益方面来看,日照马拉松旅游效应切实加强了政府沟通、协调、管理等多项职能,完善了城市安保等基础设施建设,提高了当地居民对赛事的关注度与参与度,但促进体育旅游的大众化进程作用不强,效果有待优化。环境效益方面,完善了环境保护措施,可有效促进日照市的



绿色健康可持续发展。日照马拉松旅游效应拥有传播城市文化、展现城市形象并充实多元化城市文化内涵的文化效益价值，但效果不太理想，需加大此方面工作力度。从经济效益方面，马拉松旅游效应为日照市相关企业带来了可观的、持续时间较长的后续间接经济效益，为旅游业及相关产业带来的直接经济效益可观但持续时间较短。

## 5.2. 政策建议

### 5.2.1. 加大马拉松赛前宣传力度，并在宣传中体现日马特色，吸引更多参赛者及游客

调研发现，70%的受访者认为本次日照国际马拉松的宣传力度有待提高。本研究结合受访者建议提出以下方法：采用多样化的宣传形式，通过相关网站、公众号及本地广播媒体等平台及时持续地对马拉松进度进行报道，营造良好的舆论氛围，同时张贴宣传海报、向居民派发观赛守则提示宣传页；拓展宣传阵地，不仅在马拉松起终点广场处张贴相关宣传牌、宣传海报等，还应采取在赛事沿线路段、政府、主要单位、大型广场等公众场合的显示屏上持续放映日照马拉松推广语，在日照市区的街头巷尾设置宣传幅等方式增大宣传力度；宣传中加入日照马拉松特色之处，如各部门倾心打造的日马最美赛道，完赛帽、完赛拖鞋等完赛纪念品，日马特色奖牌，终点特制的海鲜粥等。

### 5.2.2. 相关部门做好沟通工作，及时对部分道路实施交通管控

根据《中华人民共和国道路交通安全法》的有关章程，赛事举办地相关部门要在马拉松举办期间对部分交通道路进行暂时地管控。因此，就要求相关部门及时明确比赛路线所包含的道路，完善沿线环保、安保等方面的基础设施建设，并在赛前通过在日照当地电视频道、相关公众号上发布道路管控的动态及张贴公告等方式及时向公众表明情况，避免因公众不知情而在赛事期间造成的道路阻塞。

### 5.2.3. 组织文明观赛，自觉保护环境

鼓励大众居民提高对马拉松的关注度与参与度，踊跃投身其中；避免因观赛而任意穿越正常通行的路段，注意自己的人身安全，遵守交通规则，维护正常路段有序的交通运行；要自觉保护赛场环境，爱护沿途景物及相关设备，收好个人物品、垃圾及时入桶，以身作则，弘扬正能量；以展现日照市民的高素质形象为使命，提升自身素质，在赛事期间于规定区域内文明观赛，热诚地鼓励、服务参赛者们，展现良好的日照城市形象。

### 5.2.4. 给予参赛者经济上的优惠如餐饮住宿方面的折扣

政府相关部门联系合适的餐饮住宿业企业，与他们开展合作，开展参赛者接待工作。参赛者凭有效参赛证明住宿、就餐可享有一定的折扣，如此既能形成日马又一特色，吸引日照市外参赛者的参赛积极性，同时又能扩大消费、给企业带来短期较大利润。

### 5.2.5. 在奖牌的设计上匠心独运，突出日照市的城市文化特色与资源禀赋

本次马拉松调研分析得见，36.54%的受访者认为本次马拉松赛事的文化旅游特色不够鲜明。实现文化充分渗透到赛事的整个进程中就要抓住较为关键的环节。奖牌的设计从某种程度上可以说是举办地的象征，给予了每个举办地充分发挥的空间。日马奖牌一直在传承中发生着潜移默化的变化，但体现出的特色都是较单一的。日照濒海而建，海洋文化广知于世，而外地人对于日照的“黑陶之乡”城市形象以及日照的全球茶学家共同认可的三大海绿茶城市之一的定位却不甚了解。为进行黑陶文化和茶文化的宣传，可将奖牌的材质用黑陶或浓缩的绿茶代替，以此为基础在奖牌结构上做文章，如此可形成日马新特色，形成对参赛者兴趣的吸引力，促进日马及日照旅游业的发展。也可将黑陶制品及日照绿茶作为奖牌之外的附加奖品。

## 基金项目

全国统计科学研究项目(2019LY34)提供资助。

## 参考文献

- [1] 周晓丽, 马小明. 国际体育赛事对举办城市旅游经济影响实证分析[J]. 经济问题探索, 2017(9): 38-45.
- [2] 王克稳, 李慧, 耿聪聪, 林莉. 马拉松赛事旅游的国际研究述评、实践启示与研究展望[J]. 体育科学, 2018, 38(7): 80-91.
- [3] 郭兵. 试论郑汴国际马拉松赛的高成长性及其经济社会价值[J]. 河南教育学院学报(哲学社会科学版), 2008(1): 114-116.
- [4] 张健. 对我国城市马拉松赛社会效应的分析与研究[J]. 赤峰学院学报(自然科学版), 2013, 29(18): 104-106.
- [5] 张泽君, 隋凤娟, 李婷文, 张建华, 谢智学. 兰州国际马拉松赛对城市发展的影响与对策[J]. 西北民族大学学报(自然科学版), 2019, 40(3): 82-87+94.
- [6] 唐晓彤. 大型国际体育赛事对社会发展的波及效应[J]. 广州体育学院学报, 2007(1): 26-28.
- [7] 张明明, 蔡传明. 体育赛事和城市的融合分析——以厦门为例[J]. 体育文化导刊, 2014(2): 13-15.
- [8] 耿延敏, 刘定一. 国际马拉松赛对城市软实力的影响研究[J]. 体育文化导刊, 2012(6): 86-89.
- [9] 张登峰. 马拉松赛事对城市发展的影响[J]. 体育文化导刊, 2011(11): 12-14+20.
- [10] 许良洪, 蔡传明. 大型体育赛事提升城市体育软实力的价值研究——以厦门国际马拉松赛为例[J]. 体育科学研究, 2011, 15(3): 27-30.
- [11] 李军岩, 姚远. “马拉松跑现象”对城市文化建构机理探究[J]. 体育文化导刊, 2018(7): 22-26+37.
- [12] 靳英华, 原玉杰. 北京国际马拉松赛的社会效益和经济效益分析[J]. 北京体育大学学报, 2008(11): 1445-1447.
- [13] 赵承磊. 厦门国际马拉松旅游效应与借鉴[J]. 商场现代化, 2012(9): 30-31.
- [14] 李兆锋, 邢晓燕. 我国马拉松旅游的消费支出特征分析[J]. 体育文化导刊, 2016(11): 122-127.
- [15] 张学军. 日照茶文化旅游发展研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北师范大学, 2014.