

# 体育经济“蛋糕”来啦 周口咋分享

## ——写在 2017 郑开国际马拉松赛后的思考

□记者 梁照曾 文/图

3月26日,一场由4.9万人参与的大型民间体育活动,在郑州、开封火爆举行,她宛如震耳欲聋的春雷,更如一阵强劲的旋风,在以郑州为核心的中原城市群,激起万丈波澜,她的品牌影响力日益彰显,从赛事的成功举办展示了河南举办大型体育赛事的能力和经历,同时显现了大河南的开放、包容、创新、拼搏、奋进的精神风貌,而其带来的经济“流量包”及其能量辐射,着实给郑汴带来了不小的红利。处于中原城市群中的周口,在去年首次成功举办全国性马拉松赛事之后,2018年将迎来河南省第十三届运动会,体育经济的红利袭来,周口是否做好准备,又该如何分享?

### 4.9万人的马拉松是一场经济“流量包”

“我跑完全程了,成绩还不错,你放心吧……”老王跑完全程,趁着接受赛后按摩的间隙,给朋友打去电话。来自周口的老王是一个铁杆跑友,不仅是周口福彩马拉松队的队员,还是河南跑友团的老队员,每年要参加全国各地的马拉松赛七八次。老王算了一下账,这种爱好他一年就要花去10000元左右,来郑州参加马拉松赛的开支则少一些,报名费是200元(包括参赛费、车费、住宿吃饭),电话费、购物是另外的开销。但是,跑马拉松给他带来了无穷的快乐,也让他的身体很健康、生活很开心。像老王一样,凡是参加马拉松赛事的跑友,每仅参赛就得有不同程度的开支,去外省参赛的开支则更多一些。

今年的郑开国际马拉松赛参加者达4.9万人,其中全程9000人,半程6000人,10公里和5公里亲子马拉松大约有3.5万人参加,来自省外及国外的跑友至少有三四千人,他们的吃住行购,涉及宾馆、餐饮、购物场所、交通、物流、银行、通讯等多个层面的消费。河南跑友的消费热情也比平时高涨许多,为郑州、开封两日的经济流量带来不小



2017 郑开国际马拉松赛现场

的暖色和冲劲。

据悉,今年的郑开国际马拉松赛合作商家达37家,他们借助赛事平台,拿出现金或者产品,资助赛事的同时,为他们各自品牌的市场推广带来难以估量的纵深影响,这种影响力绝非是平时靠单一的经济推手所能达到的。

值得关注的是,这一大型体育赛事几乎成为一场经济盛宴,除主办方有众多合作商家张旗鼓地造势外,几乎每个跑友团都有各自的赞助商,跑步为赞助商代言展示形象,已经成为赛事跑友的惯常做法,早已为体育界和社会所接受、容纳。

### 郑开国际马拉松开跑11年 收获多多

举办马拉松赛不仅是提升地域影响力的平台塑造活动,同时也是一个地方的自信心和凝聚力的塑造平台,更是一个地方综合运作能力的展示平台。作为中西部最大的地

域城市品牌的体育赛事活动,郑开国际马拉松赛从2007年开赛以来,参加人数从当初的5600人,发展到近两年的5万人左右,参赛队伍呈现飞跃式发展,展示了郑开国际马拉松赛的深远影响力。

从目前的影响力来看,刚被确定为国家中心城市的郑州,需要这样的影响力和气魄,她要展示城市的综合能量和巨大潜力,同时又作为中原城市群的核心城市,更要具备领头羊的王者气度和感召力、开拓性。郑开国际马拉松赛在郑汴两座古城之间11年风起云涌的脚步,已经向国际舞台展示了这种影响力。

由于举办马拉松赛不仅能拉动城市功能的提升,也能带动诸多产业产生和整体发展,像医疗、互联网、训练营、救援组织、旅游市场、餐饮、零售服务业等。11届的郑开国际马拉松赛,是伴随着郑汴城市的发展壮大而

壮大,城市的各项功能逐步完善,各种创业形式诞生并生机勃勃发展,带来了不少创业机会。

### 周口的体育经济红利来袭

继2016年全国性马拉松赛事首次在周口举办,事隔一年的2018年,河南省第十三届运动会也将在我市召开。由于近400项比赛要在周口举行,所以届时将有大批运动员和观众汇聚在此。两大体育赛事都是周口首次举办,都将考验周口有关部门的综合运作、协调能力及服务能力。

值得欣慰的是,周口于2016年首次成功举办了全国性马拉松赛事,参加人数达5300人,整个赛事的参赛人数和郑开国际马拉松赛2007年首场赛事人数仅相差3000人,赛程安保及相关配套服务受到社会和业界广泛认可。作为市级马拉松赛事,能和省城马拉松赛事相差甚微,如此的高起步,让我们为我市以后能成功举办更多高水平的马拉松赛事充满信心。

但是,我们应该看到,作为一个体现多元商业文化气息的体育赛事,在周口首次举办的全国性马拉松赛的商业合作、赞助,还无法和郑开国际马拉松赛相比。怎样将一个体育赛事的品牌影响力扩展开去,带动相关产业的连锁性发展,怎样将体育活动经济大戏唱得更加红火,是我们值得思考和探索的。

2018年,周口将迎来河南省第十三届运动会,如此隆重的体育盛典,周口准备好了吗?这场体育盛典,如同在周口首次举办的全国性马拉松赛事一样,带来的影响将是超前的。周口的住宿业、餐饮业、互联网业、金融业、零售业、赛事安保、医保服务业等能否游刃有余地接纳大批运动员,对我们是个考验。

而这场体育盛典,作为塑造商业品牌的平台,周口能否将其打造成经济活动的又一盛典,我们对此充满期待。

## 宋河再摘“青酌奖”

□通讯员 李杰

本报讯 日前,中国酒业协会在酒城泸州发布了2016年度“青酌奖”酒类新品TOP10榜单,宋河酒业提报的“46度荣誉宋河粮液”凭借卓越的产品品质入选“青酌奖”年度新品Top10,这也是宋河产品继“共赢天下10年”获得2015年度青酌奖酒类新品Top10后,再次用匠心酿造赢得了行业的尊敬。

据了解,今年是中国酒业协会在酒博会期间开展酒类新品评选活动的第四年。取名“青酌奖”,一是“青”代表新的意思,而“酌”是饮的意思;二是“青酌”另意“轻酌”,小酌微醺;三是青酌音同于“清浊”,激浊扬清的意思,为这个行业、为社会弘扬和凝聚正能量,鼓励“工匠精神”,更为了激励行业的创新意识。和往年一样,本届“青酌奖”评选活动共分为申报和评价两个环节,共计200多个酒种参与,参选产品皆为2016年度的酒类新品。评委会由国家级首席品师和国家评委组成专家团、经销商代表团、消费者代表团和媒体代表团构成,在坚持公正、公

平、公开的原则下,结合网络投票,最终产生2016年度“青酌奖”酒类新品TOP10。毋庸置疑,这是一次既综合又专业的评审,评审团从不同层面、不同视角,给酒样进行了一个综合而挑剔的评价,所以入选的产品无论是在工艺技术、品质文化,还是消费需求等方面,都最能代表中国酒业的荣耀和骄傲,引领未来国际酒业新产品发展方向,反映消费者的市场需求,成为未来酒业市场的风向标。

作为豫酒中唯一的浓香型中国名酒,宋河酒业此次入选“青酌奖”的“荣誉宋河粮液”,无论是口感还是包装风格,都在传统宋河粮液1988的基础上做出了创新,口感更加醇厚柔和,符合新时代下消费者的消费习惯,此次夺魁可以说是众望所归。

早在2500年前,孔子问礼老子之际,就有过“唯酒无量,不及乱”的处事箴言,可以说是中国最早的理性饮酒名言,而“青酌”二字,不但有暗指新品的青出于蓝而胜于蓝之意,更是从一个侧面呼吁了消费者饮酒须“轻酌慢饮”,这点和宋河饮酒文化更是殊途同归。



职场礼仪包括电话礼仪、电子邮件礼仪、就餐礼仪、会议礼仪、着装礼仪等,是个人文化素养的重要表现,越来越受到人们的重视。图为某拓展训练公司礼仪培训师郭莹在为一线员工工作辅导。

记者 付永奇 摄