

# “跑步经济”悄然成型

跑步正受到越来越多泉州人的喜爱,也带动了相关装备的热销,“跑步经济”渐渐成为撬动文旅和消费的一把钥匙

清晨5时许,48岁的林文佳像往常一样,起床后换上运动服,穿上跑鞋,从家里出发开始晨跑,他沿着市区江滨公园水线一路向前,一口气跑完10公里,他喜欢用奔跑来开启忙碌的一天。作为最有效、最简便的健身项目,近年来,跑步这项运动正受到越来越多泉州人的喜爱,由此也带动了相关装备的热销,“跑步经济”悄然成型,渐渐成为撬动文旅和消费的一把钥匙。

□融媒体记者 王丽虹

## 企业家爱跑步

作为福建讯网网络科技股份有限公司董事兼总经理的林文佳,日常需要面对巨大的工作压力和长时间的工作负荷。“2020年前我喜欢在健身房跑步,后来渐渐喜欢上了户外跑步,跑步给我带来健康的体魄,每天都感觉神清气爽,今年1月还参加了厦门马拉松,以3小时24分44秒的成绩跑完了全程。”他笑着说,每隔一天,他会在清晨5时许起床,晨跑10-15公里后回家洗澡、吃早餐,接送孩子上学,再开始忙碌的工作。清晨跑步不耽误一天的工作安排,且跑完后一整天都精神奕奕。现在,日常外出备上跑鞋已成习惯,跑步是生活方式,健康更是责任。他透露,不仅是自己,身边不少企业家朋友也很喜欢跑步这项运动。

当然,不仅是企业家,不同年龄段、不同职业的许多泉州人也加入了跑步的行列。今年45岁的黄耿鑫在南安乡镇工作,2020年起,为了改变自身亚健康的状态,他开始跑步,从一开始跑一圈400米就气喘吁吁,到2个月后跑10公里中途不休息,他改掉了晚睡的毛病,利用清晨傍晚的时间,奔跑在乡村小道、河边堤岸、公园等,每月坚持跑15至25次,已完成半程马拉松跑120次以上。“生活方式更加健康合理,身体的小毛病消失了,身体循环更加‘通畅’,心态也更加积极乐观。”

## 跑团应运而生

随着长跑爱好者越来越多,各种相关的社团也日益增多,各类比赛也随之增多,反过来也促使长跑队伍不断壮大。6月16日,由泉州市体育局、安溪县政府联合举办的2024年首届泉州市村韵乐跑体育文化旅游节在安溪感德镇举行,来自全市的千名跑步爱好者齐聚感德镇,参加全程5.2公里的乐跑活动。

69岁的金煌龙是一名跑步爱好者,他在泉州鲤城长跑协会的组织下,与其他200余名会员一起到安溪感德镇参加乐跑活动。“每年我都会参加厦门马拉松、晋江国际马拉松比赛等赛事,平时每天清晨都会长跑十来公里。”金煌龙说,跑步给他带来健康的体魄,每天都感觉神清气爽,吃嘛嘛香。

泉州鲤城长跑协会会长庄少杰介绍,近些年来,随着全民健身理念深入人心,泉州各地跑团、长跑协会、长跑俱乐部等犹如雨后春笋般出现,喜欢跑步的人明显增加,他们自发组织跑步训练、比赛,并积极参加健康跑、马拉松比赛等。

“跑团发挥的作用很大,可以将国内各种长跑比赛、各类跑步活动的信息及时向成员发布,并组织感兴趣的成员参加各类比赛,平时组织专业化的跑步训练,在群里发布各类关于跑步的有用信息等。”庄少杰回忆,2010年时,泉州地区参加厦门马拉松赛的只有20多人,近两年,参赛人数增加了数倍,有上百人,每年他们协会都会组织数十人到厦门参赛。



参加厦门马拉松(林文佳 供图)



街头的跑步爱好者(庄少杰 供图)



泉州鲤城长跑协会200余名成员到安溪参加乐跑活动(庄少杰 供图)



九都健康跑活动吸引许多跑步爱好者参与(九都镇宣传办 供图)



鲤城长跑协会经常组织各类跑步活动(庄少杰 供图)

## 跑出经济新赛道

举办一场马拉松赛事,至少上万人涌入一座城市,规模小一些的乡村乐跑活动也有千人参与,这些人进入举办地后将产生餐饮、住宿、游玩等消费,这就是客观存在且有效的“跑步经济”。可以说,各类跑步赛事已成为撬动举办地消费和文旅的一把钥匙。

林文佳认为,泉州可以通过举办一些跑步赛事拉动文旅和消费,赛事对城市品牌塑造、知名度推广也带来隐形价值。2023贵阳马拉松“以跑为媒”,举行知名企业邀请赛,让企业家通过马拉松来了解投资环境,以体育为“桥”进行招商引资。

“泉州有丰富的海岸线资源,可以充分利用起来,举办大型马拉松赛事,除了马拉松,平时泉州的许多乡镇也可以利用周末、小长假等节点,组织欢乐跑、‘快走’等活动,炒热当地的‘人气’。”庄少杰建议,体育和文化旅游可以进行深度融合,挖掘体育赛事背后的巨大消费市场,让体育赛事“流量”转化为文旅消费“流量”。



下雨也阻挡不了跑步的热情(庄少杰 供图)