



“竞技”变“经济” 跑出来的重庆“文体旅”消费转型



春节后这几个月,重庆体育赛事迎来“井喷”。2月23日,万名跑者齐聚龙乡铜梁;3月2月23日,2025重庆垫江马拉松鸣枪,12000名跑者齐聚垫江,深度领略牡丹故里的历史文化魅力;4月,沙坪坝全球校友马拉松,忠县三峡橘乡田园半程马拉松相继举行。5月11日举行的荣昌半马,凭借“卤鹅哥”的走红,卤鹅元素成为了新主题。

一场马拉松,一座城的名片,近年来,从中心城区到各区县,马拉松赛事在重庆遍地开花,跑出城市鲜活IP,“跟着赛事去旅行”成为跑友间一种新时尚。体育与文旅深度融合,重庆正将体育赛事IP转化为城市发展新引擎,带动“吃住行游购娱”全链条消费,更加立体地展示城市形象。



以赛为媒

单一竞技变城市综合营销平台

3月2日清晨,重庆被3.5万名跑者的脚步声唤醒。来自全球26个国家和地区的跑者,在南滨路、巴滨路展开速度与激情的较量,感受重庆的独特魅力。

本次重庆马拉松以“渝跑渝爱”为主题,从“体育+”消费场景到智能科技应用,串联起体育、旅游、科技与文化的深度融合。马拉松作为时尚运动的风口,是城市形象的天然推广者和代言人。

想认识一座城市,参加一场当地马拉松赛无疑是独特的体验。于跑者而言,42.195公里,既是马拉松比赛全程的距离,也是一段感受地方文化、城市底蕴的悦心之旅。

以南滨路海棠烟雨公园为起点的重庆马拉松为例,将长江化作纽带,把重庆的历史文脉与都市风采串联。选手沿江而行,途经龙门浩老街、故宫文物南迁纪念馆、慈云寺、钟楼广场、重庆市规划展览馆、法国水师兵营旧址等地标景观,与朝天门、大剧院、洪崖洞隔江相望,山水人文画卷随赛道逐一展开,这些都是重庆焕发勃勃生机的现代都市新地标。

对城市来说,马拉松是一个大平台,可以搭载和链接很多内容。城市跳出体育做体育,能取得理想的发展。经专业测算,万人级马拉松赛事可直接创造超3000万元经济收益,而更具价值的城市品牌效应与产业链延伸效益,则形成更广阔的经济增长空间。

“比赛期间本地酒店住宿、餐饮服务、交通运输及旅游观光等关联产业均呈现显著增长态势。”重庆马拉松相关负责人介绍,比赛前后,重庆马拉松外地跑步爱好者一如既往成为消费主力,自2011年首届重庆马拉松举办以来,逐渐成为国内知名体育的IP,赛事已从单一体育竞技发展为城市综合营销平台,马拉松的“流量效应”能够直接转化为经济增量。

据统计,重庆马拉松每年拉动体育旅游消费约3亿元。今年重马期间,南岸区海棠溪街道内,无论是高端酒店还是经济型民宿,入住率都超过了90%,部分酒店甚至达到了100%,较平日增加了一倍。重马消费月期间,南滨路沿线重点企业实现销售总额16亿元,同比增长5.6%。

“重庆马拉松的影响力还延伸到体育产业上下游。”2025年重庆马拉松赛事的配套活动涵盖体博会、英雄荟等,形成“体育+商业+科技”的复合产业链,

其中智能计时设备、赛事通信指挥终端等高科技产品的应用,不仅提升赛事组织水平,也为相关产业发展提供新机遇。

全域开花

特色赛事成“以赛促旅”格局

“大足雄起!璧山雄起!”4月13日清晨,璧山晨跑团整齐的口号声响彻大足龙水湖畔,2025重庆大足龙水湖半程马拉松在此鸣枪开跑。龙水湖半程马拉松凭借出色赛事服务、如诗如画的沿途风景,给广大参赛选手留下美好回忆与深刻印象。“这次比赛与大足石刻这一世界文化遗产结合得非常紧密,赛道非常美丽,大足的人民也非常热情,我们以后每一年都会继续参加。”璧山晨跑团团长欧武健说。

同样是4月,重庆忠县三峡橘乡田园半程马拉松活力开跑,来自全国各地的5000名跑者循着沁人橘香奔赴赛场,以脚步丈量诗意图田,用激情点燃春日赛道。“第一次在田园赛道上奔跑,既有竞技的酣畅,又能饱览山水画卷,完赛后还能尝到新鲜柑橘,忠县这场赛事把‘诗与远方’都装进了我的赛程里。”一位来自北京的跑者兴奋地分享。

近年来,重庆各区县特色赛事蓬勃发展,带动旅游、消费、文化等产业协同升级,形成“一区一马、一区一特色”的发展格局。这种“以赛促旅”模式,不仅为区县带来直接经济效益,还提升当地文化影响力。

铜梁马拉松依托“中国龙舞之乡”IP,融入铜梁龙表演、龙文化展示,参赛者赛后可参观铜梁博物馆、游览玄天湖,以赛之名,提升铜梁知名度与美誉度,更通过赛道升级、优化交通接驳等措施,三年内参赛人数翻倍,跻身国内A1级赛事;万州环湖马拉松赛道沿万州湖设置,让参赛者一饱眼福,举办期间当地旅游收入同比增长超30%。

这样的场景并非孤例。涪陵、合川等地马拉松赛事也结合当地风光、民俗文化,打造体育旅游产品;巴南、璧山等地结合温泉、古镇资源推出特色赛事,形成四季马拉松矩阵……据统计,2024年重庆马拉松相关产业规模突破50亿元。

除马拉松赛事外,其他体育赛事也在重庆各地精彩上演。WTT重庆冠军赛2025的举办,不仅为全球乒乓球爱好者献上一场体育盛宴,更以赛事为支点,撬动区域经济活力。比赛期间,巴南万达商圈内,单日客流量较平日增长180%。乒乓球拍日销量达平日15倍,赛事纪念品专区更上演“秒空”场景,限量版球拍套装开售2小时告罄。

巴南区体育局相关负责人介绍,据估算,外地游客占比从常态的30%跃升至65%,人均停留时间延长2.3小时,体现大型体育赛事作为“城市IP”的辐射价值,构建“赛在城中、城在赛中”的城市形象。

融合发展

马拉松已成重庆“奔跑的IP”

3月23日,在参加完重庆女子半程马拉松赛后,一位来自北京的跑者表示:



“重庆的马拉松氛围太棒了,一边跑步一边欣赏城市美景,赛后还能品尝各种美食,下次我还要来。”

马拉松运动以其参与门槛低、挑战性强、社交属性高等特点,成为全民健身的极佳选择。重庆马拉松赛事不仅吸引了众多专业选手和跑步爱好者,也成为外地游客了解重庆的窗口。赛事沿途的美景、热情的市民,都给参赛者留下深刻印象。重庆市长跑协会会长夏绍飞表示,未来,重庆马拉松将继续助力城市发展,点燃全民健身热情。

5月11日6时30分,荣昌半程马拉松赛在荣昌区马拉松广场鸣枪开跑。今年,随着“卤鹅哥”的爆火,卤鹅元素成为了荣昌半马的新主题。不仅赛事的完赛奖牌有卤鹅图案,赛道有专门的卤鹅补给站,赛事前三名有卤鹅礼品,赛道上也频频出现卤鹅元素。当天,“卤鹅哥”林江先是去了赛事起点,为选手们鸣笛开跑,为选手们加油打气,而后跑到马拉松终点,在荣昌卤鹅补给站,开始了他的标志性动作——投喂卤鹅。

在重庆,马拉松赛事已成为城市的一张“奔跑的IP”。江北区商务委数据显示,2025重庆女子半程马拉松赛事期间,全区累计吸引市内外游客超75万人次,同比增长68%;实现旅游综合收入超3亿元,同比增长50%,创下历史新高。3月23日赛事当天,观音桥商圈、鎏嘉码头、金源广场等重点监测区域,人流明显上升。其中,观音桥商圈商场客流量65万人次,同比增长26%;实现销售额4397万元,同比增长21%。

马拉松赛事拉动城市吃、住、行、游、购、娱等消费需求,为赛事举办城市创造了可观的经济收益。据中国田径协会不完全统计,截至2024年12月20日,全国举办的国际金标及以上马拉松赛事,对上述六要素的拉动效应达50.48亿元,其中“吃住”24.45亿元,“行”10.57亿元,“游”9.13亿元,“购”4.59亿元,“娱”1.73亿元。

在夏绍飞看来,未来重庆可持续挖掘各区县特色文化和旅游资源,将马拉松赛事与当地民俗文化、自然风光更好结合。在赛事线路设计上,融入更多具有地方特色的景点,还可加强与体育品牌、旅游企业合作,开发更多与马拉松相关的旅游产品和服务,如马拉松主题旅游线路、体育旅游纪念品等,为游客提供更丰富体验。同时,加强体育赛事品牌建设,提升赛事品质和影响力,吸引更多国内外高水平运动员和观众参与。并完善体育产业配套设施,加强人才培养,推动体育产业与其他产业深度融合,形成完整产业链,为城市发展注入新动力。

拉动消费新引擎

打造“文体旅”多元化

重庆市体育局数据显示,2024年体育产业总规模突破800亿元,提前逼近“十四五”千亿目标。

“未来重庆将继续举办各类马拉松赛



2025重庆沙坪坝全球校友半程马拉松

2025重庆垫江马拉松

2025长安汽车重庆马拉松

2025重庆马拉松

2025重庆马拉松