

桐庐“半马”，赚的不只是人气！

桐庐观察

10月27日上午，冰雪容黄精·2024桐庐半程马拉松激情开赛。在美丽的富春江畔，14000名跑友挥洒活力与汗水，将自信、欢笑融入了“最美”桐庐。

而在“人气爆棚”的背后，桐庐“半马”带来的热度也传导到消费领域。据统计，10月26日—27日，桐庐限上餐饮实现营业收入340余万元，同比增长25%以上；26日晚，“桐马”起跑点附近20家酒店的平均入住率超94%，同比增长近50%，营业额同比增长68%以上。

一系列数据正有力昭示着：桐庐“半马”，赚的不只是人气。

为何“桐马”频频“出圈”

2018年，桐庐首届国际半程马拉松“呱呱坠地”，历经五届的摸索发展，桐庐“半马”已成长为一匹翩跹“骏马”，在全国县城马拉松版图上一席之地，在赛道调整、服务提升方面也积累了不少经验。

今年6月6日，2024桐庐半程马拉松报名正式开启不到一小时，8000个名额全

部满额，经综合考虑，赛事名额扩充至14000人，却在半小时内再次抢报一空。最终，本届“半马”创造了桐庐马拉松赛报名人数历史新高。

从首届5000人参赛，到如今14000人的马拉松盛宴，这一过程，既是“全民健身”的发展缩影，也是“桐马”口碑越来越好、“潇洒桐庐”“最美县城”城市美誉度不断提升的有力见证。

“桐马”为什么这么受欢迎？

“赛道平坦，跑得很轻松，沿途风景很美。一边跑步，一边赏景，不仅让我放松了身心，也让我刷新了PB（个人最好成绩），明年我还要来！”赛后，资深跑者张海军成了“桐马”的“忠实拥趸”。

张海军的话里也道出了许多跑者选择参加桐庐马拉松的主要原因。

一场马拉松赛，仿佛变成了快速探寻最美县城的一场“city run”，也成为追求个人跑步记录的最好“福地”。

据统计，本次比赛中，共有2500余名选手刷新了个人最好成绩。未来，参加桐庐“半马”，见证赛道上“越来越快”的自己，将成为跑友们突破自我的不二之选。

跑“马”前后的消费热潮

本次参赛的1.4万选手中，超85%来自

外地。参赛者与家属构成的可观人流量，带热了整个赛事的氛围，随之而来的，是这座城市消费市场的“跳跃式升温”。

最先感受“春江水暖”的，是住宿行业的从业者。自桐庐举办马拉松赛事以来，每年前来预订客房的跑友、俱乐部和跑团都不少，今年也不例外，赛事前后几天，基本满房。“世贸君亭酒店相关负责人表示。满房的不只有世贸君亭酒店，开跑前夕，达曼酒店、悦丰酒店等都迎来了客流高峰，房间几乎预订一空。

暖流也涌入了餐饮行业。赛前赛后，打卡桐庐当地特色美食，成了许多跑友的共同选择。对于这一点，在大众点评app桐庐县美食热门榜排名第一的餐饮门店——“一味大院”很有发言权。“27日‘桐马’开跑，前一天晚上所有的大桌都已经订满，所有随来随坐的小桌也是供不应求。”一味大院相关负责人告诉记者。

被赛事激活的“一池春水”里，除了满足刚需的食与宿，还少不了旅游和购物。“来桐庐前我就做好了攻略，比赛前带着家人去瑶琳仙境、大奇山等景区游玩，品尝了桐庐当地的江鲜、米粿等特色美食。”跑友王跃丹第一次参加“桐马”，直呼惊喜，“桐庐真是一个宝藏之城，天子地、白云源、生仙里……我还有很多想去的地方，下次我想带上朋友们，一起来一场桐

庐‘深度游’。”

“竞技”的背后是“经济”。一场马拉松，再次为桐庐带来了“流量”，拉动了桐庐赛事前后的消费热度，在吃、住、行、游、购、娱等各方面形成了爆发式“增量”，给城市经济带来一波强“助攻”。

各大平台上，围绕桐庐马拉松发布的视频、文字等，也让桐庐的美丽风光、独特文化通过跑友们的“朋友圈”广泛传播，为桐庐未来的人气增长再添动力。

赛事经济怎么拼

不止是半程马拉松，今年前三季度，桐庐共举办高质量赛事活动39场，吸引参赛者超2.5万人，最终带动经济效益增长达5000万余元。这让人不禁想问，赛事何以蕴含这样巨大的能量？

“一个‘冷知识’，很多跑友去跑马拉松的主要目的不是去跑马拉松，而是去旅游。”在马拉松比赛当天，跑友陈升高告诉记者。随着各项赛事在我国遍地开花，“参加一场赛事，爱上一座城”这句话早在运动爱好者间广为流传，“追着赛事去旅行”也成了不少人的参赛目的。

如今，“赛事经济”获得了巨大的发展机遇，俨然成了城市文旅产业一张出奇制胜的“好牌”。在赛场上，一条隔离带区分

了“场内”与“场外”，“场内”是运动员们的竞技赛道，而“场外”，则是城市风光的全方位展示区。

“场外”赛道怎么拼？“主动仗”怎么打？以“美丽”为“金字招牌”的桐庐，用一场场赛事打开了美丽转换“新通道”。2024“翻越富春山”桐庐越野赛、第九届（中国·桐庐）50后羽毛球达人邀请赛、第四届中国桐庐·生仙里铁人三项赛……随着品牌赛事的接连举办，“跟着赛事游桐庐”计划也顺势实施。

景点、美食、伴手礼、酒店、商超的丰厚优惠政策发布，马拉松博览会、“桐庐游礼”文旅集市、趣味体育活动等同时举办，吸引了众多参赛选手开启了一场“桐庐游”，“一日比赛，多日停留，一人参赛，多人旅游，单人参赛，多人消费”逐渐成为常态。以体育赛事引流效应，串联“桐庐旅游”“桐庐味道”“桐庐民宿”“桐庐马术”等为代表的经济，正成为桐庐发展赛事经济的“组合拳”。

凭借赛事带来的人气，“最美”桐庐一次次精彩“出圈”。如何将人气转化为经济、将流量转化为留量？桐庐正在奋力探索一条文旅体深度融合发展的创新之路。

（记者 郑靖雯）

2024桐庐半程马拉松掠影



昨日上午，冰雪容黄精·2024桐庐半程马拉松如约而至，县第八届全民运动节嘉年华活动同步举办。

随着发令枪响，选手们迈开矫健的步伐，欢呼着冲出起跑线，从县城迎春南路出发，一路跑过三江两岸核心、富春江绿道，跨过富春江。

美丽的富春江畔瞬间沸腾起来，山水间的每一步都是惊喜，他们尽情感受着“人在赛道跑，如在画中游”的独特风情。



图片来源：县融媒体中心、县文旅体局