

斯巴达勇士赛在我国推广的价值、挑战及促进策略研究

黄欢 陈春平 李成子

(中国矿业大学体育学院, 江苏 徐州 221116)

摘要: 运用文献资料法、实地调查法、访谈法等对中国斯巴达勇士赛发展特征、开展价值、存在问题进行研究。中国斯巴达勇士赛具有丰富全民健身内容, 增强参赛者体质、推动赛事创新等价值。面临市场竞争激烈、办赛成本较高、安全隐患需重视等挑战。提出丰富赛事内容体系, 打造个性的赛事IP; 整合场地资源, 提高赛事安全保障; 丰富赛事文化内涵, 提高赛事体验; 充分利用社交媒体, 精准定位消费人群等发展策略。

关键词: 斯巴达勇士赛; 障碍赛; 体育赛事

2014年10月, 国务院颁布了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》, 要求进一步转变政府职能, 取消不合理的行政审批事项, 通过市场机制积极引入社会资本承办赛事, 继而国内各项赛事呈现出跳跃式的增长。据官方统计, 仅2017年达中国田协规模的马拉松赛事就有1102场, 而在2016年, 这一数字仅为328场, 增幅达到236%, 全年参加比赛的人次近498万。同时, 赛事类型也表现出多样化, 如主题跑、泥泞跑、彩虹跑等。跑步健身人群逐渐从娱乐休闲化向竞技专业化转变, 他们不再局限于简单的奔跑距离和竞赛时间上的提高, 而是需要更丰富的赛事内涵、更高级的挑战和更全面的提升, 斯巴达勇士赛(Spartan)正是一项可以满足参赛人群上述诉求的赛事。斯巴达勇士赛自创办以来, 以丰富的赛事理念、充满挑战的赛程设计以及高品质的赛事体验, 成为继马拉松、铁人三项等全球参与人数增长最快的赛事。我国斯巴达勇士赛起步较晚, 想要获得快速发展仍需面临很大挑战。本文针对斯巴达勇士赛在中国发展的特征及发展中面临的问题进行研究, 试图探索中国斯巴达勇士赛优化发展的路径。

一、斯巴达勇士赛的开展价值分析

(一) 丰富全民健身内容, 推动全民健康发展

全民健身已上升为国家战略, 越来越多的人意识到体育锻炼的重要性并积极主动的投身于锻炼中。因此, 在推动全民健身健康发展的同时, 除了完善公共健身设施、健身场地建设外, 还应积极开发和推广适合全民参与的健身项目。斯巴达勇士赛的引进对丰富全民健身内容, 推动全民健康发展提供了新的途径。斯巴达勇士赛具有不同等级的赛事设定, 给参赛者提供了不同难度的比赛, 吸引不同的年龄结构的人群参加比赛。并且主办方极力将成人赛与儿童赛同一时间举办, 在进行成人赛事同时, 还可以看到儿童组的比赛, 这也使得大批家长带着自己的孩子共同参赛。

(二) 增强参赛者体质, 促进参赛者全面发展

斯巴达勇士赛其新颖的赛事理念、比赛方式可促使参赛者素质全面发展。在比赛过程中, 对参赛者的力量、耐力、柔韧、协调等全面素质起到了很好的促进作用, 如赛中, 大家通过奋力奔跑, 还要翻越高墙、匍匐通过绳网、泥地扑腾涉水等, 使参赛者在比赛中自身的各关节、肌肉、韧带得到很好的刺激锻炼。其次, 参赛者在参加斯巴达勇士赛前, 会根据项目特点、结合赛前课程或团体课等方式进行针对性练习, 以提高自身素质和体能, 如耐力跑、

波比跳、匍匐爬行、翻越障碍、爬绳等, 从而促进自身机能的发展, 达到良好的健身效果。

(三) 推动赛事创新, 丰富赛事体系结构

赛事创新是赛事可持续发展的重要路径。目前, 我国跑步类赛事同质化较为严重, 赛事类型也存在升级的需求, 障碍路跑恰恰是一个比较有特色的赛事类型, 在国内市场还存在一片空白。斯巴达勇士赛拥有特殊的赛事体系, 一直强调立体多元化, 从成人组的竞速赛、超级赛、野兽赛的进阶设定, 每一级别赛事均对个人身体素质提出了更高的要求, 吸引参赛者不断挑战自己。并且斯巴达勇士赛用于从地区、国家、洲际再到国际的赛事级别, 都通过立体形式贯穿赛事始终, 赛事类型也全方位覆盖。因此, 斯巴达勇士赛拥有较高的复赛率, 参赛者忠诚度较强。这也为我国其他路跑赛事提供了新的赛事发展思路, 对推动我国路跑赛事产新发展, 丰富赛事体系提供良好的范本。

二、中国斯巴达勇士赛发展中面临的挑战

(一) 群众基础薄弱, 市场竞争激烈

坚实的群众基础是赛事持续发展的生命力, 要想获得广大群众长久的关注和喜爱, 必须提高赛事认知度和参与度。中国斯巴达勇士赛于2016年在上海进行首秀, 截止2018年5月底, 参赛人数不足10万人, 虽然不受年龄和社会阶层的限制, 与同是路跑赛事的马拉松相比, 其群众基础相对薄弱。据《2017年中国马拉松》报告, 2017年在中国田径协会注册的马拉松赛事达1102场, 参赛人次约498万人。马拉松赛事的快速发展, 使各项路跑赛事之间的竞争日渐激烈, 对斯巴达勇士赛的推广和普及带来了一定的挑战。另外, 由于斯巴达勇士赛特殊的性质, 大部分赛事只适合在4-11月份举办, 参赛时间集中于每周末, 所以主办方除了对赛事的竞赛组织、赛事服务等方面提高赛事品质外, 还需要与火爆的马拉松赛及其他路跑赛事进行参赛人员时间的争夺战。

(二) 办赛成本高, 赛道难度要求合理

赛事成本及赛事体验都是影响斯巴达勇士赛可持续发展的重要因素。斯巴达勇士赛办赛用地面积较大, 对北京、上海这样的大城市来说, 租赁费成本以及场地休憩费用较高。赛事主办方为了保证斯巴达勇士赛原汁原味的进行, 提高参赛体验和保障赛事安全, 需保证赛场充足的面积和配备相应的障碍设施。据调查了解, 仅对这些场地进行平整的费用就远远高于租赁费用, 办赛成本远高于其他赛事。另外, 斯巴达勇士赛在中国市场处于起步阶段, 除了考虑成本问题, 更重要的是保证赛事难度控制在参赛者可以接受的范围之内; 难度过高容易打击参赛者的参赛激情, 还会增加受伤风险, 难度过低不易引起参赛者比赛兴趣, 难以给参赛者留下深刻的比赛记忆。因此, 主办方需要根据比赛场地地貌特征和赛事类型对赛事难度、赛道设计以及障碍搭建进行合理的设置。

(三) 对参赛者体能要求高, 安全隐患需重视

斯巴达勇士赛同国内其他障碍跑赛事相比, 这项比赛要求参赛者在野外进行长跑比赛的同时, 还要“征服”各种物理障碍。

其中处于最低级别的竞速赛道距离超过6公里,沿途障碍超过20项,并包含一段距离难度系数极高的特殊挑战区,这个区域对于精英组来说都是很大的挑战。如果参赛人员在某个高难度障碍区挑战失败,必须完成30个波比跳才能通过此障碍。因此,完成全程赛事要求参赛者具备较高的体能储备。另外,参赛者在比赛过程中需要通过泥坑、爬绳、黑暗的隧道、铁丝网和其他考验勇气和意志力的障碍,虽然对参赛者的心肺耐力要求不高,不易出现马拉松比赛中猝死的情况,但复杂的比赛环境容易让参赛者擦伤扭伤,为参赛者带来一定受伤风险。

(四) 国内办赛历史短,赛事宣传面临挑战

赛事宣传是人们了解赛事活动的最重要的途径。斯巴达勇士赛自2016年首次开展以来,赛事发展不足五个年头,赛事宣传还待完善,作为一项刚引进国内的新型赛事,对中国体育爱好者来说比较陌生。国内虽有泥泞跑、障碍跑等类似赛事,但无论从办赛理念、场地设置,还是成绩考核等方面都与斯巴达勇士赛有很大不同。因此,斯巴达勇士赛在宣传和推广方面还需要做足功夫。同时,中国市场体系和社交媒体的独特性,使斯巴达勇士赛在宣传时会遇到一定的挑战。国外斯巴达勇士赛在Facebook、Twitter等社交平台上已经积累了许多粉丝,具有较广的知名度和普及型,但在中国需要一切从头开始,需创建新的中文社媒系统。此外,斯巴达勇士赛的发展通常离不开电视媒体的报道,寻找合作伙伴,寻找电视平台,都是赛事发展要面对的难题。

三、中国斯巴达勇士赛发展对策研究

(一) 丰富赛事内容体系,打造个性的赛事IP

塑造优质赛事IP是赛事发展的终极目标,这是赛事定位的起点也是终点,优质的赛事IP需要差异化、特色化竞赛产品的支撑。斯巴达勇士赛在欧美等国家虽然是一个优质体育IP,但在国内目前处于发展阶段。国内斯巴达赛事的类型也仅是国外赛事“初级版”的形式,以最简单的“竞速赛”为主,赛事同质化严重,不具备形成具有持续IP效应的能力。未来中国斯巴达勇士赛应积极丰富赛事内容体系、打造个性赛事IP为主。首先,进一步提升赛事难度和品质,完善成人组不同难度赛事的进阶,如斯巴达勇士“竞速赛”“超级赛”“野兽赛”常规赛事的进阶设定;在此基础上借鉴国外经验推出包括“常规赛”“世锦赛分站赛”“洲际锦标赛”和“世界锦标赛”的比赛体系,让成绩优异的勇士有机会与全球勇士一较高下。其次,丰富赛事类型,将成人组赛与儿童赛同时举办,吸引更多“斯巴达家庭”参赛;或在精英组、公开组的竞赛基础上,新增“年龄段组”,让更多的非精英组勇士们,可以跟同年龄段勇士们直接竞争、公平竞赛。再者,斯巴达勇士赛作为众多障碍赛的一种,要想脱颖而出还应积极打造个性赛事、特色赛事。从办赛环境、路线特色、服务保障、文化氛围等方面着手,突出赛事的独特性[9]。

(二) 整合场地资源,提高赛事安全保障

斯巴达勇士赛的场地资源和赛事安全问题是其长期、稳定发展的关键。一方面,赛事对比赛环境、比赛场地面积及场地障碍设置有较高的要求,故需要大量的人力和物力。赛事主办方在对场地资源进行规划时,可充分根据场地资源特点,合理的设置障碍区,如对水资源有要求的障碍可利用当地池塘、溪流进行障碍设置。另一方面,在保证斯巴达勇士赛顺利开展的前提下,建立

严格的赛事安全考量机制,提高赛事自身风险规避能力。首先,防患于未然,对斯巴达勇士赛事赛前、赛中、赛后可能出现的风险进行评估,如人员管理风险、自然气候风险、场地设施风险、选手组织风险等评估,制定严格的安保措施,将赛事风险降到最低;其次,为各位参赛者提供专业的装备保障和完善的保险支持和服务,消除参赛者心中的恐惧。此外,赛事主办方还应增强对赛中紧急情况的应对能力,不仅要建立应对突发事件的处理系统,还要积极预设各种可能出现的紧急情况,保证比赛安全顺利地开展。

(三) 丰富赛事文化内涵,提高赛事体验

赋予赛事丰富的文化内涵以及给参赛者提供良好的赛事体验是赛事长久吸引参赛群体的重要手段。中国斯巴达勇士赛可把赛事打造成一种精神层面的斯巴达文化,将斯巴达勇士永不服输、不怕挑战的精神融入比赛,丰富赛事的文化内涵。如2018年斯巴达勇士赛提出“破茧而生”的赛事理念,倡导积极健康、崇尚自然的生活方式与“挑战自我,唤醒潜能”的斯巴达精神相融合,将赛事蕴含的理念、精神与参赛者的人文情怀完美结合,让参赛者均以自己是一名“斯巴达勇士”为荣。另外,通过提供人性化赛事服务和超强的赛事体验吸引更多参与者加入到比赛。如赛事提供专业的比赛装备,给参赛者带来更流畅运动体验;设置体验感较强的障碍,让参赛者勇于挑战自我;优化竞赛视频、图片的拍摄技术和设置赛后照片墙,用以满足参赛者爱分享的需求。

(四) 充分利用社交媒体,精准定位消费人群

社交媒体是人们相互分享意见、见解、观点和经验的重要工具和平台,主要包括抖音、微博、微信、博客等,其传播的信息已成为人们浏览互联网的重要内容,社交媒体也成了赛事主办方宣传和推广赛事的重点媒介。斯巴达勇士赛充满挑战的比赛内容和新颖的比赛方式恰恰契合了当下社交媒体时代的需求,参与者可通过赛事与大批爱好者交流,通过新颖的造型、内容在社交网络上吸引大批人的关注。因此,中国斯巴达勇士赛主办方应充分利用社交新媒体,扩大赛事影响力,提高赛事宣传效果。除了线上投放大量广告外,斯巴达勇士赛还可以选择精准式的针对目标人群的营销策略,找准市场需求。据调查,国内斯巴达勇士赛参赛者健身人群和跑步人群占大多数,年龄大多集中在23-37岁,其中年收入20万以上人群占总人数的40%,这部分群体具有较高的消费能力,年龄处在人生的黄金期。斯巴达勇士赛的发展应精准定位这类消费人群,充分挖掘这类消费群体的特征和需求,提供丰富性、趣味性和挑战性的赛事体验,促进赛事的快速健康发展。

参考文献:

- [1] 伍谋. 斯巴达勇士赛研究[J]. 体育文化导刊, 2017(06): 56-60.
- [2] 李跃, 李铁等. 我国城市路跑赛事发展研究[J]. 河北体育学院学报, 2015(07): 20-23.
- [3] 蒋清, 戴兴鸿等. 我国铁人三项赛事发展研究[J]. 体育文化导刊, 2017(10): 30-33, 55.
- [4] 白莉莉, 冯晓露. 美国路跑赛事发展特征、问题及启示[J]. 中国体育科技, 2017(3): 100-107.

基金项目: 江苏省社科基金(22TYC001)

作者简介: 黄欢, 女, 硕士研究生, 助教, 研究方向体育赛事管理。