

将于3月23日鸣枪起跑的2025无锡马拉松,已经开放参赛号查询。一张参赛号,暗藏出发分区、生日、手机号等信息。“你在哪个区起跑?”成了跑友们热议的话题。其实,起跑分区设置大有讲究,可谓是起跑线上的“智慧拼图”,不仅关乎选手的参赛体验,更影响着赛事的整体秩序与安全。



锡马起跑分区大有讲究: “智慧拼图”构建安全秩序

大多数选手
表示认可

“锡马分区”刷屏朋友圈

打开朋友圈及各大社交平台,“在锡马哪个区跑”成了热议的话题。网友“拉夫”骄傲地表示,自己从E区晋升到了B区。网友“蜜豆茶茶”感慨道,去年自信满满地认为自己能进入A区,结果却被分在了E区。跑了十年锡马的老徐有些郁闷,去年在E区的成绩退步,今年被分到了H区。而苏州跑友阿乐则兴奋地表示,去年他在锡马半马J区的经历还历历在目,今年终于晋升到了A区。

无锡马拉松赛事组委会相关负

责人表示,分区起跑主要是为了让不同水平的选手在相对合适的环境中比赛,从而提升整体参赛体验,并保障赛事安全有序进行。想象一下,如果数万名水平参差不齐的选手同时挤在起跑线上,那场面将多么混乱。跑得快的选手需要不断穿梭来避让跑得慢的选手,而跑得慢的选手则可能受到后方人群的冲击。这不仅容易造成拥堵,还大大增加了安全隐患。通过分区起跑,把水平相近的选手聚集在一起,起跑时,大家保持顺

畅的节奏,减少相互干扰,能更好地发挥出自己的水平。

那么,如何分区呢?负责人解释说,主要是根据选手近两年在全马和半马中的最好成绩评估其完赛速度,然后进行分区。记者获悉,今年的锡马起跑将继续沿用去年的“分区检录+分枪发令”的方式,为选手带来顺畅的出发体验。

2025年,锡马共设12个分区,所有选手将分为3枪起跑,出发时间依次为7:00、7:20和7:40。

记者随机采访了几位参赛选手,多次参加无锡马拉松的李先生表示:“通过去年的体验,我觉得分区起跑很合理。我属于跑得快的选手,之前参加一些没有分区起跑的赛事时,起跑时要花很长时间突破人群,特别影响比赛节奏。而在锡马,能和水平相近的选手一起出发,可以更专注地比赛,发挥出自己的实力。”常州跑友刘峰利也表示:“一开始看到这么复杂的分区还有点犯迷糊,详细了解之后觉得挺好。虽然我的跑步水平一般,但这样的分区让我感觉自己也能在合适的环境里享受比赛。”

跑友张先生表示:“希望在分区的时候除了考虑成绩,还考虑下年龄和性别等因素。”他担心分区起跑可能会让一些速度较慢的选手感到失落。赛事主办方表示,他们一直在努力完善分区起跑制度,以更好地满足选手的需求。

(晚报记者 璆璐)

属于锡马的“独家秘籍”

在12个出发分区中,S、A+、A、B、C区为马拉松项目;D、E、F、G、H、J区为全、半程混编;K区为欢乐跑项目,集结区最后为非竞速轮椅选手和推婴儿车的选手。“如果你符合该分区对应的报名项目,且最好成绩达到该分区对应的成绩门槛,就会被编入相应分区,与水平相当的选手一同起跑。”负责人说。例如,马拉松项目的S区,要求选手在A1类赛事中的马拉

松最好成绩达到2小时34分以内,或者半程马拉松最好成绩达到1小时13分以内。而A区的门槛则是马拉松最好成绩在3小时05分以内,或半程马拉松最好成绩在1小时30分以内。

北京马拉松采用的是按照成绩、报名先后顺序等综合因素进行分区,并同样设置多枪起跑;上海马拉松则根据选手的历史完赛成绩和报

名时间进行分区,分枪起跑时间间隔更为细致。而无锡马拉松在结合自身赛事特点和参赛人群结构的基础上,形成了独具特色的分区起跑模式。锡马的“分区分枪起跑”不仅是一次创新,更是目前国内一线赛事中广泛采用的规则之一。负责人告诉记者,分3枪起跑的目的就是尽可能拉长跑者队伍,提高赛道的利用率。

关店引发议论 爸爸糖:纯属谣言,我们好着呢

本报讯 近日,“爸爸糖在上海、成都等城市的部分门店处于关闭状态”的消息在社交媒体上被广泛传播。作为发源于无锡的知名烘焙品牌,该企业的发展动向引人关注。“全面撤店”是否属实?昨日,记者专访爸爸糖品牌总监徐磊,对方表示部分闭店是正常调整,主要有商场合同到期后租金上涨和经营方式调整两方面原因,已经关闭的门店正在或已经选址另开。现在公司正以无锡为中心,全面升级品牌,验证新店型、新产品,全国开店的速度并不会放慢。

据了解,爸爸糖2015年在无锡创立,2016年在八方汇落地第一家门店。最为消费者熟知的莫过于核心单品吐司,招牌系列、宝宝超爱系列、轻卡系列、寻味中华系列销量、

口碑双丰收。凭借核心产品,品牌开始扩大经营范围。2020年,爸爸糖在全国的门店数量突破了300家,2022年突破450家,2023年突破500家。

在迅速扩张的同时,烘焙赛道的竞争愈发激烈,消费者的审美和口味也在不断变化,对品牌发展提出了新的要求。徐磊说,经过近10年的变迁,凭借“一个单品走天下”的模式需要变革,从2023年开始,爸爸糖品牌开始转型,从单品类走向全品类,以吐司为“心智产品”,增加中式糕点、西式甜点、生日蛋糕等多种品类,给消费者全新的体验。

除了丰富产品,门店经营位置也在调整。徐磊说,现在新的门店将从原来的商场店进驻到小区里,增加社区店的比例。“比如,以前我

们的商场店数量占了总数的80%,社区店是20%,现在,距离消费者更近的社区店要占绝大多数,这样店铺运营成本更低,顾客的复购率更高。”此次上海、成都关闭的门店多为商场店,场地租约到期后租金大幅上涨。无锡锡东八佰伴爸爸糖也正因此暂时闭店,正在场内重新选址。

为了验证新模式,2024年,爸爸糖已经在无锡开了10家直营店,今年仅在无锡的直营店数量就将达到20家。“无锡经济发达,区位优势明显,而且少年、青年、中老年年龄段均衡,目前新开的门店运行良好。现在,我们全力做好直营店,也持续开放加盟,将把这个全新的模式推广到全国,以崭新面貌迎接顾客。”

(陈婧怡)



(受访者供图)