

花400元“跳泥坑出片” 小众赛事斯巴达勇士赛为啥火了?

扛几十公斤“麻袋”、进泥坑“洗个澡”、再翻过数十米的障碍……近日,在斯巴达勇士赛现场,记者看到,不少选手正“不顾形象”,尽情投入比赛。

中国知名乒乓球运动员许昕2024年4月在社交平台发文称,儿子第一次参加斯巴达勇士赛,在4—6岁组完成3公里越野,排名前400名。“跑泥潭的时候很多小朋友不敢下,他直接冲下去的时候,我有种自己比赛获得胜利的感觉。”许昕写道。

这是一项怎样的比赛,为何有人不惜掏钱“找苦硬吃”?

“户外写真”是卖点

根据公开资料,斯巴达勇士赛始于2005年,吸收了古斯巴达人军事训练传统科目,改造演化成障碍路跑赛事,每年在全球25个国家举办200多场比赛。赛道长度从5公里到50公里不等,选手需要通过21个到60个不等的障碍。斯巴达勇士赛中国区项目负责人张昊洋告诉记者,斯巴达勇士赛2016年被引入中国,最初聚焦成年人群体,后在2017年,推出斯巴达勇士儿童赛。

朱莉(化名)是一名互联网公司算法工程师,2024年首次接触到斯巴达勇士赛后,她陆续在北京、河北崇礼、广东惠州等地参赛7次。朱莉告诉记者,是为了增强体验感、提升能力。

在业余时间,朱莉还是一名户外博主,有较多出镜需求。她发现,斯巴达勇士赛的出片质量很高。“算下来,一场比赛下来我能获得五六十张照片,如果平常在外边,拍到差不多的照片要花五六百元。”朱莉说道。

朱莉提到的“户外写真”,也是斯巴达勇士赛面向大众的一大卖点。社交平台上,有网友还推出斯巴达出片秘籍:“参加斯巴达的终极目标——朋友圈九宫格封神,给各位一点建议,发带一定要戴在头上,不然最后找不到自己的照片,看到有相机的时候要疯狂凹造型。”还有网友提到:“斯巴达的泥浆,就是最好的高光。”

“斯巴达勇士赛主要的参赛群体,是健身群体,他们需要的照片不是摆拍出来的,而是在过程中满身泥巴仍然前行、咬牙坚持的照片,这些照片才能让他们觉得物有所值。”张昊洋说道。

张昊洋提到,斯巴达勇士赛每年在摄影师上的投入高达数百万元。单北京斯巴达勇士赛一场赛事,全场就有58名摄影师,分布在20余项障碍关卡之中。赛事方还会要求摄影师尽可能多抓拍,保障每一位参赛者都能获得照片。

在比赛现场,记者也观察到,在一些比赛关卡,会有多位手持长焦镜头的摄影师,不断按下快门拍摄参赛者,部分参赛者也会呼喊摄影师给自己拍照。

儿童参赛选手已占六成

从参赛人数与人群画像来看,2016年,斯巴达勇士赛在北京第一场比赛参赛人数为2830人,此后参赛人数实现翻倍,2024年,斯巴达参赛人数达到一年20万人次。从参赛人群比例上,斯巴达的儿童参赛选手人数已超过成年人,占总参赛选手的60%,约合12万人次。

北京地区的武天(化名)是一名白领,常在社交平台分享儿子考拉(化名)参与斯巴达勇士儿童赛的照片。

武天告诉记者,6岁的考拉在2021年开始参加斯巴达儿童赛,到今年已经是第4年,共参与7次,2024年,考拉参加了3次斯巴达勇士儿童赛。他说,考拉希望通过多次参加比赛,不断取得更好成绩。2024年考拉参加3场比赛后,除了每一场的小勇士勋章,还能额外获得三合一的奖牌。

北京的秀秀是一名保险代理人。2021年,秀秀为自己的儿子花费599元报名参加了斯巴达儿童勇士赛,全长4.1公里,包括25个障碍。此外,秀秀还在赛前花费199元,为儿子报名斯巴达官方举办的赛前训练营。“给孩子报比赛,钱不是首要考虑,家长考虑的是让孩子重在参与、重在体验、重在挑战。比如有一关,小孩需要憋气从泥水里钻出来,这是他平常生活里不会有的勇气考验。”秀秀说道。

体育营销服务商禹唐体育商业赞助负责人李晨告诉记者,首先,健康的生活方式已经是年轻一代的普遍选择,再加上户外产业迅猛发展,有特色的户外活动又受到中产阶层的广泛青睐,这些都为斯巴达勇士赛在中国的流行奠定了外部基础。其次,城市潮流精英人群是斯巴达勇士赛的主力受众,尤其女性消费群体快速增长,他们学历和收入水平可观,在社交媒体的分享欲高,这一方面提升了赛事的整体格调,也扩大了赛事在不同圈层内的传播力。

最低报名费用近400元

记者近日在赛事现场探访发现,从赛程来看,与马拉松选手第一时间出发,并严格设置关门时间不同,斯巴达勇士赛考虑到赛道和障碍的承载力,采用每半个小时选手出发一次的模式,除野兽赛、超级野兽赛和越野赛等长距离的级别外,其他短距离赛事级别均不设关门时间。

从赛程上,斯巴达选手需要跨越多重障碍,翻越数十米的障碍、利用力量吊起沙袋、横向攀岩、用标枪投掷目标区域等。其中不乏一些颇具难度的项目。例如攀岩,项目名称为“金苹果的守护”,参赛者需要依赖自身臂力徒手攀爬十余米,来触碰高处,一些未能完成该项目的参赛者需要接受“波比跳”(一种自重阻力训练动作)惩罚。

除了爬升、竞速外,斯巴达勇士赛对于参赛者的要求还有力量,其中一关为选手需要肩扛沙袋行走部分里程,项目名称为“宙斯的惩罚”,重量在十几公斤到几十公斤不等。

斯巴达勇士赛官方小程序“勇士部落”显示,成人赛事的报名费依据参赛组别与类型有较大差异,以竞速赛为例,公开组赛事的早鸟价格从399元到439元不等。此外还有超级赛、野兽赛、超级野兽赛、飓风赛等,飓风赛的收费较高,4小时飓风赛报名费早鸟价为799元,原价为999元,12小时飓风赛报名费早鸟价为1499元,原价为1699元。儿童赛的报名费在499—599元。

以此来看,在不考虑赛事折扣、多次参赛后免单的情况下,成年人参与一场斯巴达赛事最低的报名费用为399元,儿童为499元。

“我们的定价综合考虑了赛事成本、消费水平和斯巴达品牌的全球定价体系。一方面,与传统路跑赛事不同,斯巴达勇士赛除了安保、医疗、物资等常规赛事成本外,赛事还涉及场地施工建设、障碍运输搭建和运营等成本,成本相对较高;另一方面,我们的定价也综合参考了全球定价体系和中国健身人群、城市家庭的收入和消费水平。”张昊洋说道。

斯巴达赛事为何火热?

根据斯巴达勇士赛官方账号2024年7月发文,斯巴达勇士赛自2016年进入中国以来,累计已有超过100万人次参与到比赛中。

对于斯巴达比赛的营收构成,张昊洋告诉记者,90%依靠门票收入,此外还有赞助商收入、训练营收入、联名衣服鞋子收入等。张昊洋提到,近年来,斯巴达勇士赛与地方文旅合作加深,将赛事流量转化为文旅“留量”。

2025年3月,斯巴达勇士赛落地深圳笔架山公园。据媒体报道,斯巴达儿童赛周末为笔架山公园所处的深业上城商圈带来全场客流27万人次,同比增长66%;零售同比增长36%、餐饮同比增长53%;部分亲子品牌单日营业额创年度新高。

“比如我们6月1日在江苏无锡梁溪区举办的斯巴达儿童赛,文旅部门给了我们很多当地旅游资源的优惠券,并发起跟着赛事去旅行的活动,参赛者参加我们的比赛,为当地文旅引流。我们之前测算过,斯巴达勇士赛带动的家庭消费大概在5000块钱。”

对于户外赛事如何才能办得好,吸引更多人群参加,厦门大学品牌与广告研究中心主任黄合水向记者分析道,户外赛事能否办得好要具备三个条件,首先是赛事本身有趣、有魅力,能够吸引人关注;其次是赛事本身具有一定的挑战性,能够让参与者实现自我表达,如我是有毅力的、是身体强壮的等;再次是赛事公平、公正性,冠亚军等没有暗箱操作,只要实力最强,就能够获得成功。

“在特定市场快速扩张的同时,随之而来的副作用一定是竞争同质化。要想从中脱颖而出,赛事运营方要坚持两个准则,一是以科学、安全的组织为准则,建立品牌化的赛事体系架构;二是打造差异化,面对消费者,独特的、吸引人的,线上线下联动的体验不可或缺,面对合作企业,要发挥赛事特长,提供多场景品牌激活空间,让赛事商业价值延伸到赛场之外。”李晨说道。

(中新经纬)

