



# VERTICAL MARATHON

## 2025年 垂直马拉松 发展报告



**GO!**  
**TAKER!**

2026

# CONTENTS

## 目录



### 本年度 垂直马拉松运动的 国际概况

- 一、本年度垂直马拉松运动的国际概况
- 二、本年度区域发展特点
- 三、本年度国际知名垂直马拉松赛事



## 本年度 垂直马拉松运动的 国内概况

- 一、中国高楼概况
- 二、本年度相关政策
- 三、本年度垂直马拉松运动的国内概况
  - (一) 国内赛事概况
  - (二) 比赛数据分析
  - (三) 参赛人群画像分析
  - (四) 精英选手画像分析
- 四、本年度国内知名垂直马拉松赛事



## 本年度 垂直马拉松运动的 赛事特点及发展趋势

- 一、本年度垂直马拉松的特点
  - (一) 本年度行业核心发展数据
  - (二) 本年度行业发展特点
- 二、垂直马拉松运动的未来展望



# 前言

垂直马拉松作为一项全球性健身运动，本年度持续扩展其版图，赛事数量、举办国家、参赛人群、受众范围均呈现积极增长态势。

在全球范围内，本年度垂直马拉松赛事保持高频举办，覆盖超过40个国家和地区，全年赛事场次显著增加，其中美国、中国、德国等传统活跃地区赛事密度较高。

中国垂直马拉松运动在本年度继续保持着快速发展的势头。第十五届全国运动会点燃的全民健身热潮，以及国务院办公厅发布的《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》等利好政策的激励下，垂直马拉松运动迅猛发展，全民参与热情高涨，整体呈现健康、稳定、蓬勃发展的局面。

这一年，以垂直马拉松运动为代表的运动及相关产业所扮演的角色越来越重要，成为推动全民健身，发展体育产业，弘扬地方文化，促进产业结构调整和城市升级的新动力。

为了让人民群众更全面了解这项运动，我们整理了垂直马拉松运动在本年度的发展概况、国内现状，以及未来发展趋势等，发布了这份调查报告。此次报告基本覆盖了全球主流垂马赛事，并对国内参赛人群进行了分层抽样调查。在编著过程中，参考吸收了国内外众多公众平台信息，为本报告的编著提供了丰富的素材，在此深表谢意。同时，对于因疏忽而未能在报告中注明被引用的出处及姓名深表歉意。报告中有待商榷及错漏之处，敬请谅解。

广州市垂直马拉松协会  
2026年1月



# 本年度垂直马拉松运动的 国际概况

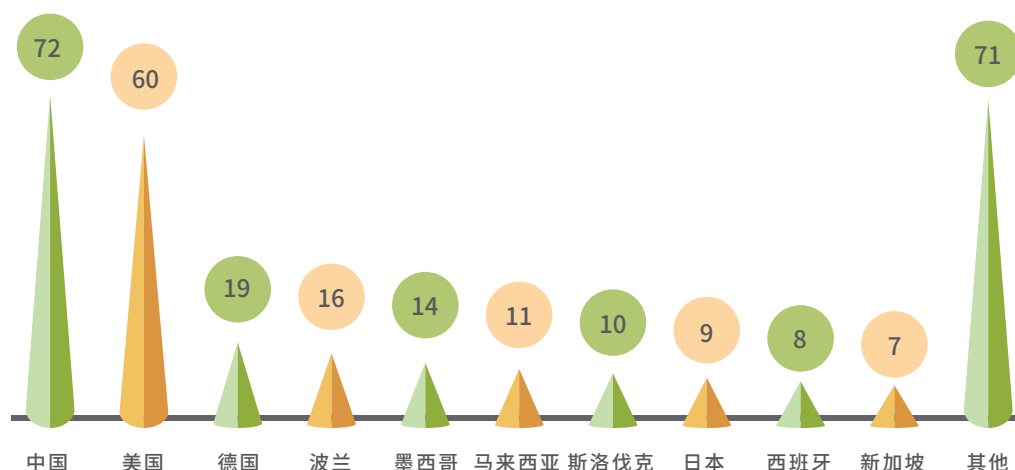
International Overview of  
Vertical Marathon in This Year

## 一、本年度垂直马拉松运动的国际概况

### (一) 国际赛事概况

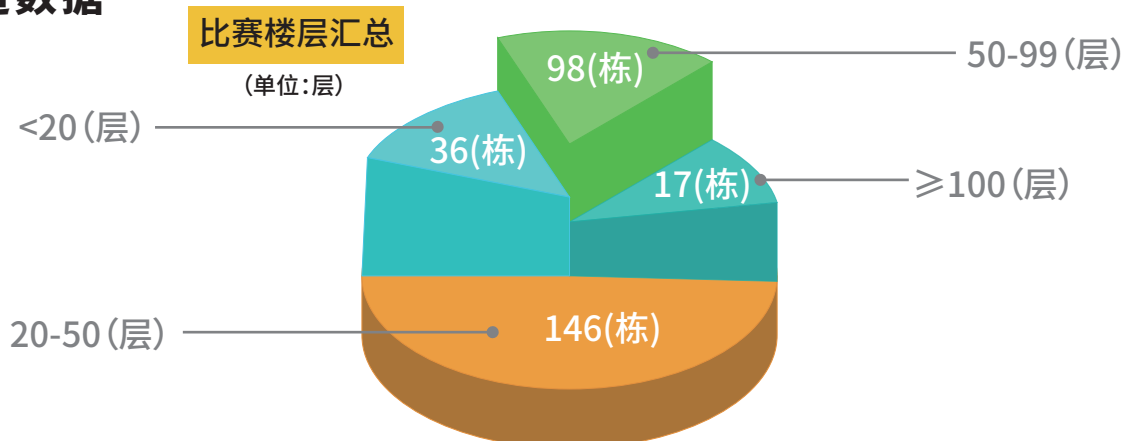
1、**赛事数量**：据不完全统计，本年度全世界范围内，举办了297场垂直马拉松赛事，分布在35个国家和地区。相较于2024年，本年度全年举办赛事总数保持了10%左右的年增长率。

2、**区域分布**：其中办赛场次前五名分别为：中国（含港澳台）72场、美国60场、德国20场、波兰16场、墨西哥14场，这五个国家的办赛场次，超过年度总赛事的61%。



### (二) 比赛数据分析

#### 1、赛道数据



据统计，本年度297场垂直马拉松赛事中，最短赛道仅7层（BFW慕尼黑室内楼梯跑），选手需要在7层楼、140级台阶的赛道奔跑，在规定时间内跑步距离最远的获胜；而最长赛道，为160层、垂直高度约820m的迪拜运动会2025城市挑战赛-哈利法塔挑战赛，这也是全球垂马运动中垂直高度最高的赛道。

7层楼的垂马赛道，也打破了垂直马拉松比赛必须在地标建筑办赛的固有印象。证明垂马赛事场景的多元化，可以发生在任何有楼梯的建筑中，比如写字楼、酒店、居民楼、体育场馆等，预示着垂直马拉松运动拥有更广阔、更灵活的未来发展空间。

## 2、赛道记录

在本年度225场垂直马拉松赛事中（合计297场，中国赛事单独统计），共有3场比赛打破赛道记录。



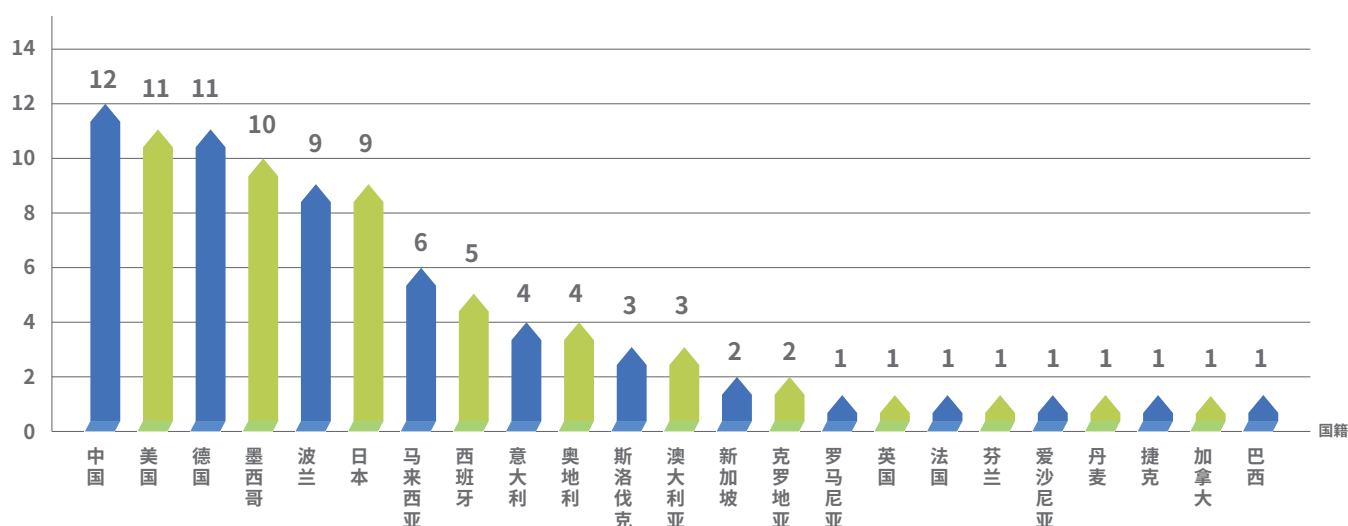
在未创造赛会记录的比赛中，赛事记录尘封最久的，当属纽约帝国大厦登高赛。首届赛事于1978年2月15日举办，目前男子纪录为Paul Crake（澳大利亚）在2003年创造，为9分33秒。女子纪录Andrea Mayr（奥地利）于2006年创造，为11分23秒。2025年男子冠军为法比奥·鲁加（意大利）10：47完赛，女子第一为Shari Klarfeld（美国）14：07秒完赛。

### 3、办赛频率

据不完全统计，本年度办赛频率最高的大楼，当属马来西亚“MBPJ大厦”，在一年的时间内，共计办赛6场，是名副其实的“劳模”。比赛形式也多样，包括慈善跑、速度跑、限时跑等多种形式。

### 4、精英运动员

TWA精英选手国籍分析



垂直马拉松国际精英选手呈现以下特点：

1、体育传统驱动：顶尖选手多来自耐力运动传统强国（如美国、德国、波兰），其优势来源于成熟的体育科学和训练体系。

2、项目文化驱动：在高层建筑文化普及的国家（如日本、马来西亚、新加坡），广泛的群众基础和密集的高水平赛事，是孵化精英的沃土。

3、新兴力量崛起：以中国、墨西哥为代表的新兴力量，正凭借独特的地域发展模式快速跻身国际前列，成为格局中的重要变量。

这种分布反映了垂直马拉松作为一项高度依赖专项体能、精神意志和赛事机会的运动，其顶尖人才的产生与国家的体育传统、地理文化、赛事产业发展水平紧密相关。

## 二、本年度区域发展特点

1、亚太地区：依然是全球最大且增长最快的市场。中国、日本、韩国、新加坡、马来西亚等国的赛事以极高的组织水平和庞大的参赛规模著称。特别是中国，其赛事常与城市名片、商业综合体推广深度结合。

中国：赛事体系最完善，双认证赛事数量全球第一，“夜赛”、“接力赛”等创新赛制提升大众参与度。

东南亚：马来西亚、新加坡等国赛事增多，苏为庆等选手成为区域标杆，推动垂马职业化。新加坡定期举办一些与慈善相结合的垂马赛事，通过赛事为慈善机构筹款。

日韩：日韩拥有较多标志性高层建筑，如东京晴空塔、首尔乐天世界塔等，为举办垂马比赛提供了理想的场地。依托这些大厦举办的赛事，吸引了全球精英，注重赛事科技化与安全保障。

2、欧洲与中东：以高竞技水平和历史悠久的经典赛事（如法国巴黎拉德芳斯的Tour Légende"迷魂之旅"登高赛）为特点。中东（迪拜、阿布扎比）则依托其超高层建筑群，打造奢华、高奖金的赛事体验。其中以波兰Piotr Lobodzinski为代表的优秀运动员在国际赛场上取得了令人瞩目的成就，推动了这项运动在欧洲的高水平发展。

3、美洲：在北美，赛事更注重社区参与和慈善属性。拉丁美洲（墨西哥城、圣保罗）的赛事数量和参与者数量稳步上升。纽约帝国大厦登高赛作为垂马起源地赛事，2025年吸引超2000人报名，仍是全球垂马的“朝圣”地。墨西哥等拉美国家赛事数量增长较快，办赛注重结合当地节庆文化，有着较大赛事影响力。

### 三、本年度国际知名垂直马拉松赛事

除了帝国大厦登高赛(纽约)、上海中心高塔竞速挑战赛、台北101登高赛等标志性赛事,本年度一些新兴市场的垂马赛事,也凭借独特的赛道、新颖的赛制,获得了运动爱好者的追捧。

#### 1、迪拜运动会2025·城市挑战赛·哈利法塔挑战赛

2025年2月19日举办,为第6届迪拜运动会的核心项目。赛道160层、垂直高度约820m,是全球垂马运动中最高赛道。160层终点仅限团队参赛,个人参赛选手终点为124层观景台。来自全球各大洲50支国际城市代表队参赛,最终来自美国科罗拉多队获得冠军,成绩为31分13秒。该赛事与迪拜运动会、迪拜体育节深度绑定,兼具体育竞技与城市旅游推广属性,终点可俯瞰迪拜全城与沙漠景观。

#### 2、2025乐天世界塔垂直马拉松比赛

2025年4月20日在韩国首尔举办,参赛者需从乐天世界塔1层攀登至123层,共计2917个台阶。赛事分为竞技组与非竞技组,吸引来自18个国家和地区的约2100名选手参与,并设立需由成人与儿童组队参加的“儿童SKY RUN”项目,本届共有50支儿童队伍参赛。

#### 3、2025默迪卡118大厦天空跑

2025年8月30日,在吉隆坡“默迪卡118”(Merdeka 118)举办。比赛赛道垂直高度503米,2845级台阶。冠军选手最高可获200分TWA国际积分。赛事举办地Merdeka 118,是马来西亚首都吉隆坡新地标。这座摩天大楼总高度678.9米(含160米尖塔),共118层,是世界第二高楼及东南亚最高建筑,仅次于阿联酋迪拜的哈利法塔。

#### 4、Sky at Flame Towers

于2025年9月28日在阿塞拜疆首都巴库地标建筑“火焰塔”(Flame Towers)举办。赛道垂直高度182米,共39层,站在塔顶可以俯瞰里海与巴库老城区。Flame Towers是巴库的标志性建筑群,由三座摩天大楼组成,其独特的建筑设计成为当地重要的地标性景观,常被用作电影、电视剧的取景地。



## 本年度垂直马拉松运动的 国内概况

Domestic Overview of  
This Year's Vertical Marathon

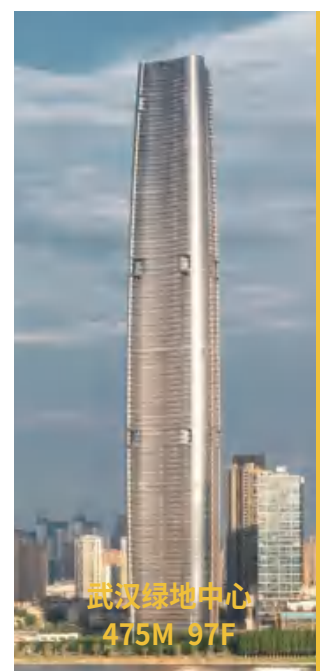
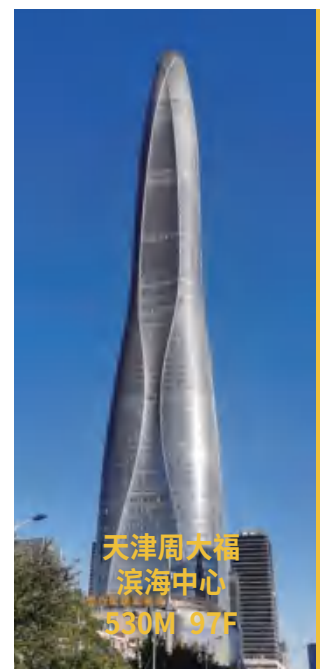
# 挑战100 计时点

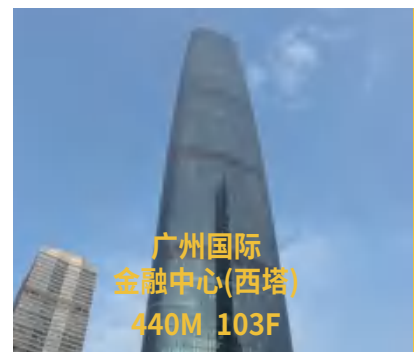
MIN HEIGHT 垂直高度100M



## 一、中国高楼概况

### 1、已落成高楼概况(前20名)





## 2、中国城市高楼概况(前10名)

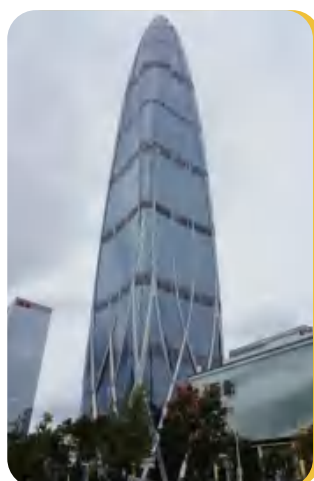
(更新截止2026.01.01)

| 排名 | 城市 | 200+ | 300+ | 400+ | 500+ | 600+ | 合计  |
|----|----|------|------|------|------|------|-----|
| 1  | 深圳 | 295  | 30   | 1    | 1    | 0    | 327 |
| 2  | 香港 | 125  | 4    | 2    | 0    | 0    | 131 |
| 3  | 武汉 | 108  | 7    | 2    | 0    | 0    | 117 |
| 4  | 广州 | 72   | 13   | 1    | 1    | 0    | 87  |
| 5  | 上海 | 74   | 6    | 2    | 0    | 1    | 83  |
| 6  | 长沙 | 67   | 7    | 1    | 0    | 0    | 75  |
| 7  | 重庆 | 67   | 6    | 1    | 0    | 0    | 74  |
| 8  | 杭州 | 58   | 4    | 0    | 0    | 0    | 62  |
| 9  | 成都 | 62   | 0    | 0    | 0    | 0    | 62  |
| 10 | 沈阳 | 39   | 7    | 0    | 0    | 0    | 46  |

## 3、本年度落成高楼概况



南京紫金金融大厦  
416.6M 88F



宁波中心大厦  
409M 80F

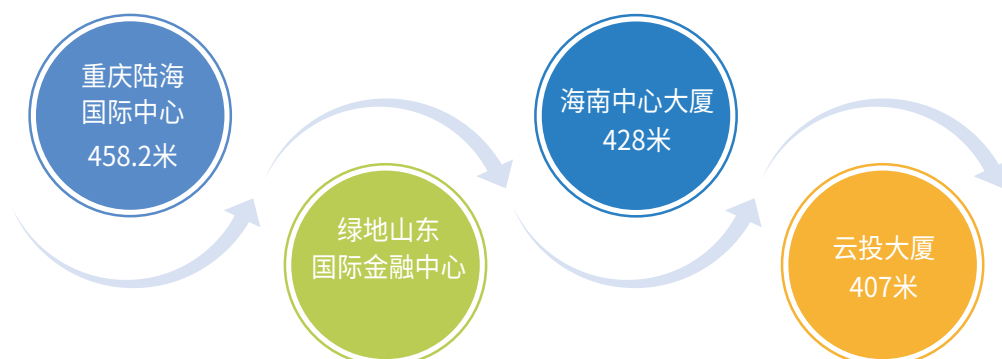


深圳招商银行  
总部大厦  
388M 79F



广州广商中心  
375.5M 60F

## 4、计划2026竣工高楼



备注：以上数据来源于公开渠道。我们致力于确保数据的准确性和可靠性，但由于数据收集、整理和分析过程中可能存在各种因素的影响，我们无法保证数据的绝对准确性、完整性或时效性。用户在使用数据时，应自行对数据进行必要的核实和验证，以确保其符合自身需求。

## 二、本年度相关政策

体育强则中国强，国运兴则体育兴。党的十八大以来，党和政府高度重视关心体育工作，尤其是群众性的体育活动，并推动相关体育事业的改革发展。在这样的背景下，本年度也出台了一系列围绕全民健身的政策，引导和推动包括垂直马拉松运动在内的体育产业一直保持着高速增长。

2025年1月，国家发展改革委、体育总局，《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》

2025年2月，国家体育总局，《2025年群众体育工作要点》

2025年4月，国家体育总局，《关于强化体育金融服务 支持体育产业高质量发展的意见》

2025年8月，国务院办公厅，《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》

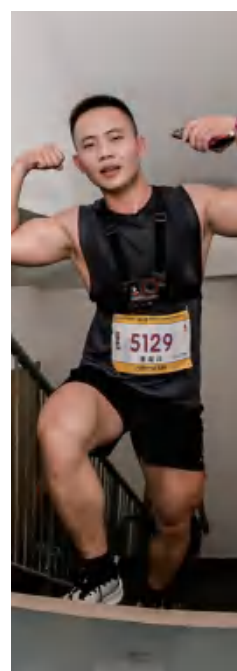
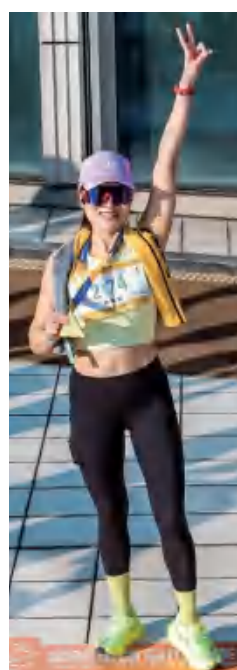
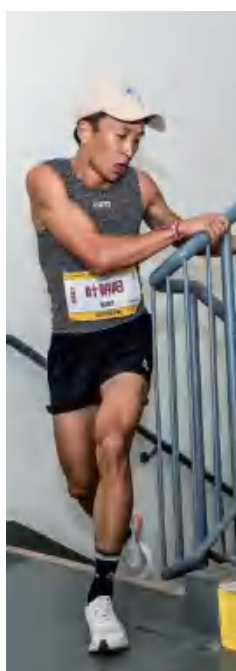
2025年9月，国家体育总局，《关于推动运动促进健康事业高质量发展的指导意见》

在此强有力的政策引领与持续投入下，我国全民健身公共服务体系日益完善，体育产业活力不断增强，展现出巨大的市场潜力。包括垂直马拉松在内的新兴时尚运动，因其兼具挑战性、趣味性与社交性，正作为全民健身的重要组成部分而蓬勃发展，并引领着体育消费的新风尚，为体育产业注入了新的增长动能。

### 三、本年度垂直马拉松运动的国内概况

#### (一) 国内赛事概况

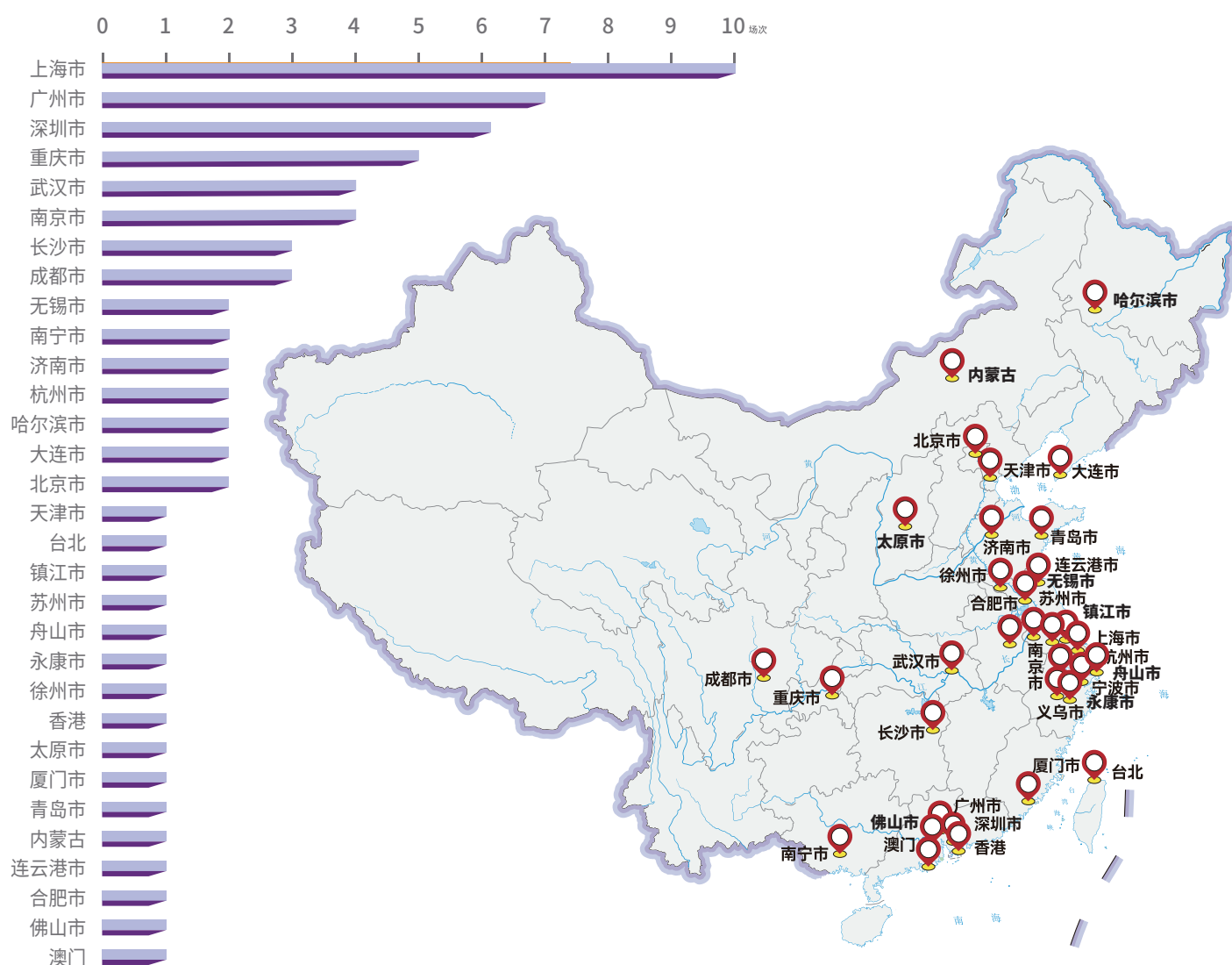
##### 1、赛事地理分布特征



据不完全统计，本年度中国（含港澳台）共有27个城市，举办了72场垂马赛事。按举办城市来看，办赛场次前五名分别为上海10场、广州7场、深圳6场、重庆5场、武汉5场。超一线城市及各大省会城市仍是举办垂马赛事的主阵地。

与此同时，越来越多的二三线城市也意识到垂直马拉松运动的价值，纷纷在当地地标性建筑办赛，将举办垂马赛事作为打造体育名片的抓手，如连云港、呼和浩特、舟山、金华、徐州等地。垂马赛事已不仅是跑友挥洒汗水的竞技赛场，更是城市展示旅游资源、地方文化的亮丽名片。

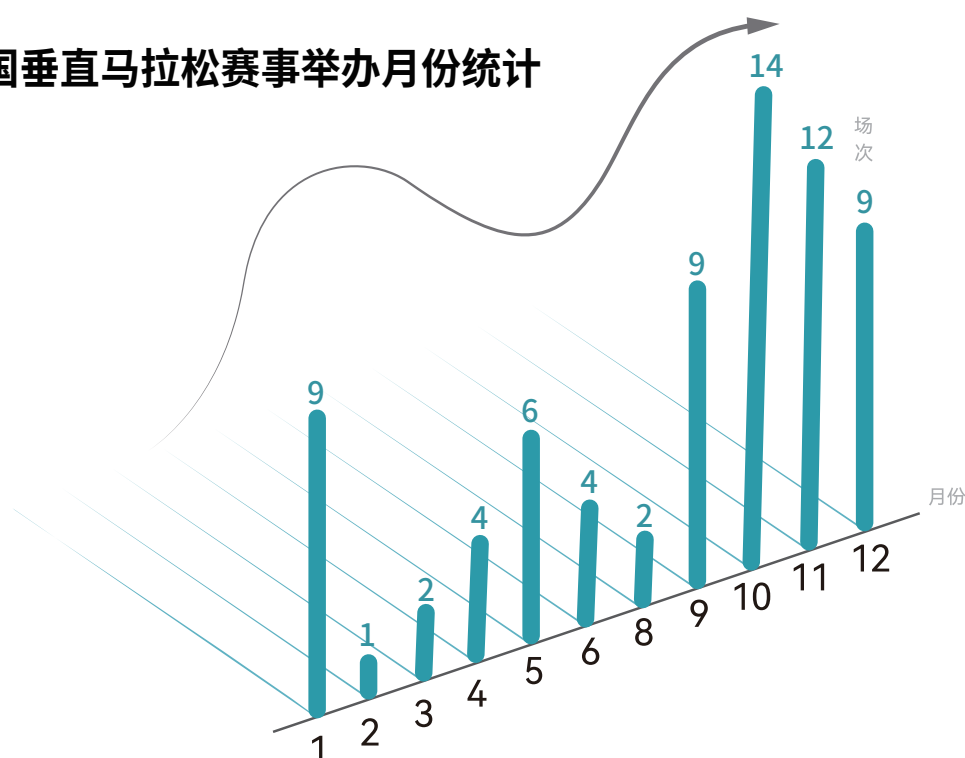
## 本年度垂直马拉松赛事全国举办地区及场地统计



## 2、赛事举办时间特征

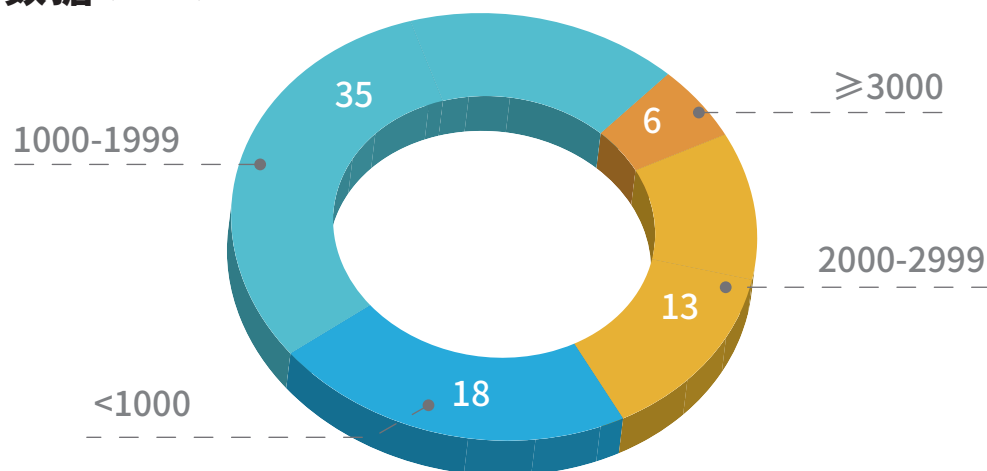
按举办时间来看,本年度12个月份里,除了7月份,其他月份都有垂马赛事举办,这也印证了垂马赛事受天气、气候、季节等影响较小,几乎可以全年无休进行,可以最大程度地克服不可控因素,让赛事有更充分的空间在全年不同时段落地不同区域,为参赛者提供了更多的比赛机会。

### 本年度全国垂直马拉松赛事举办月份统计

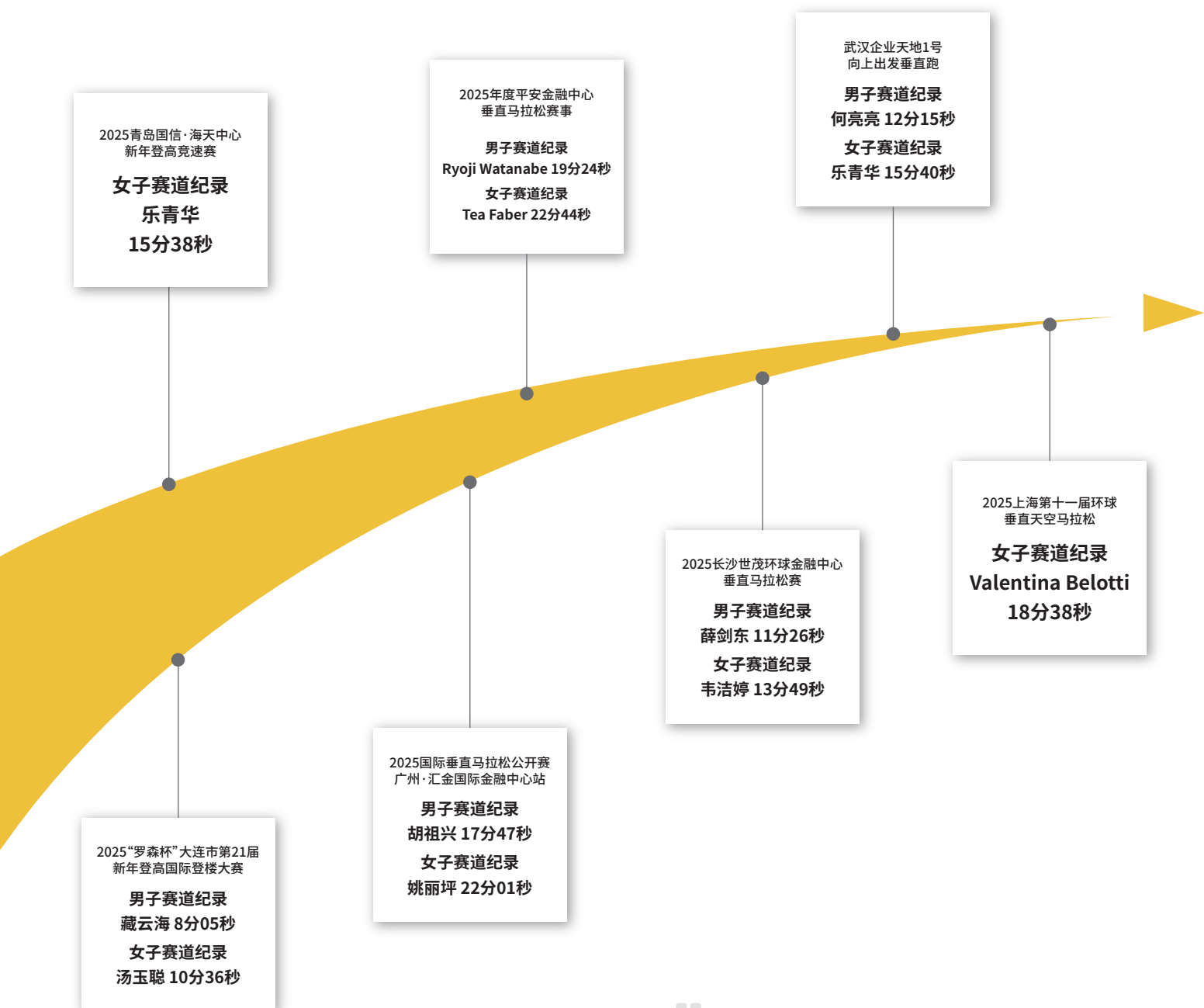


### (二) 比赛数据分析

#### 1、赛道数据 (单位:级)

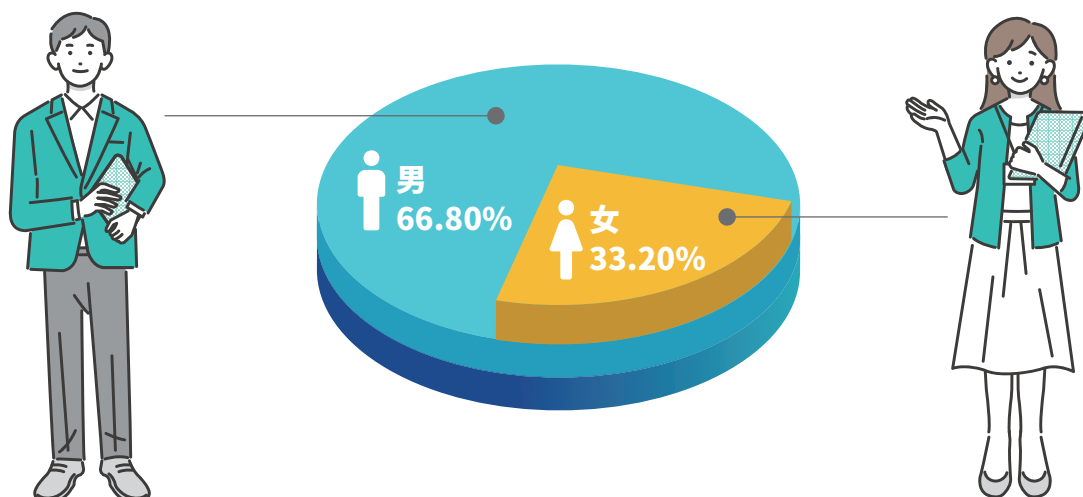


## 2、赛道记录



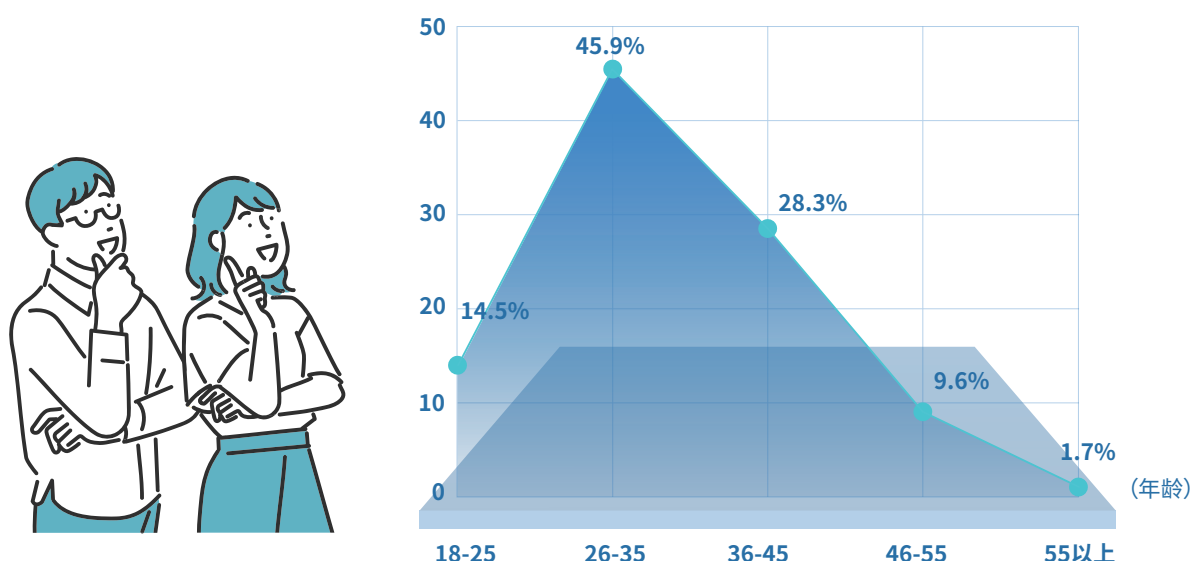
### (三) 参赛人群画像分析

#### 1、选手性别分布



据统计,男性选手占比约为66.8%,女性选手占比为33.2%。整体上男性参赛选手数量多于女性,但女性选手的参与热情也在不断提高,相较于2024年(29.8%)女性占比有了明显提升。随着赛事的推广和女性健身意识的增强,越来越多的女性开始参与垂直马拉松赛事。

#### 2、选手年龄分布

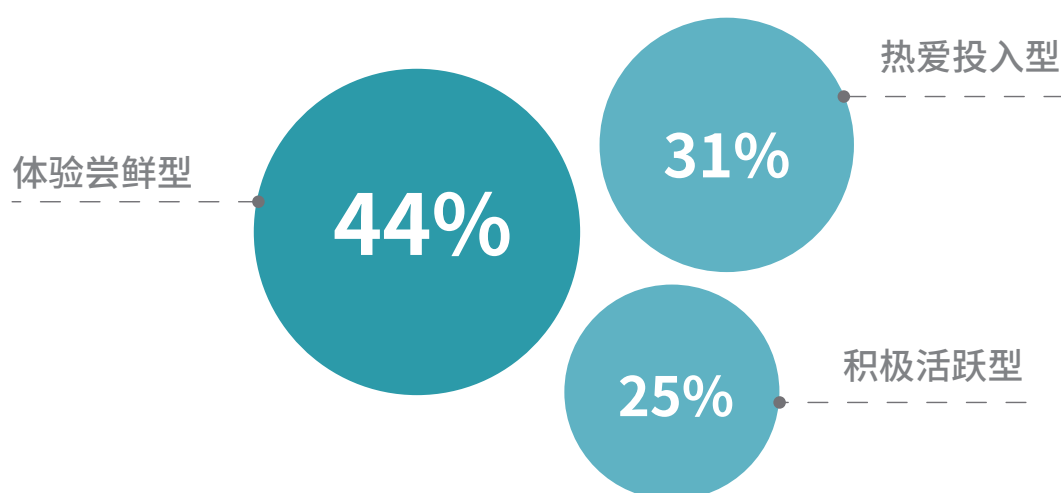


国内垂直马拉松赛事吸引了广泛的参赛人群，年龄跨度颇为可观，几乎涵盖了各个年龄段，但主力人群集中在26-45岁的群体。占据总参赛选手的74.2%。

各年龄段具体分布如下：

18—25岁参赛人数占总人数的14.5%；26—35岁、36—45岁人群成为参赛的中坚力量，占比分别为45.9%、28.3%，该年龄段人群大多积累了丰富的运动经验和生活阅历，对自身的身体素质有着较高的要求与自信，垂直马拉松所带来的挑战与成就感，与他们的追求高度契合；46—55岁及55岁以上的群体，占比分别为9.6%、1.7%。

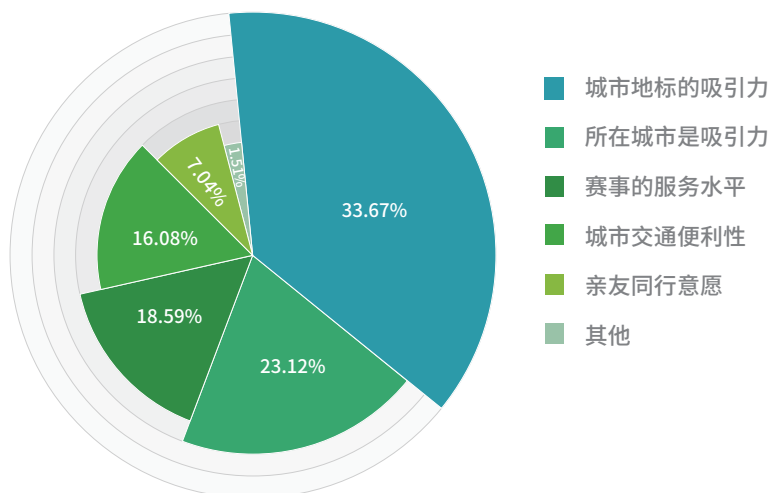
### 3、选手参赛频率



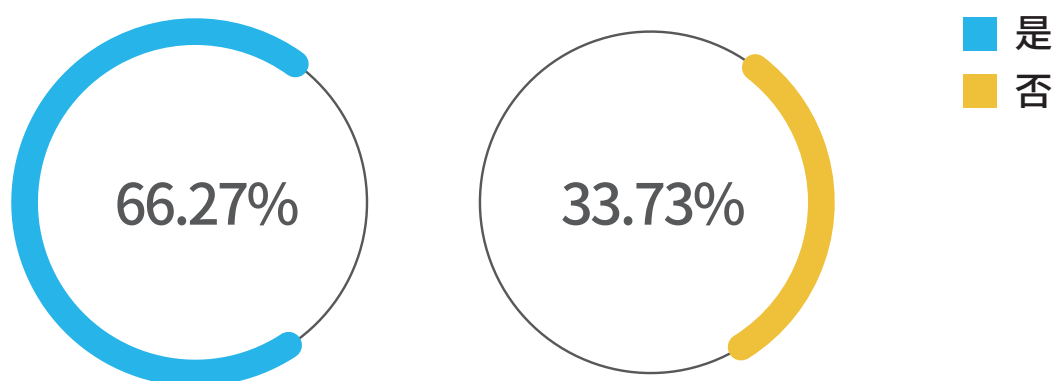
问卷调查显示，本年度参与垂直马拉松赛事的选手中，多次参赛（参赛次数 $\geq 2$ 次，积极活跃型、热爱投入型）的选手占比过半。这部分选手已经形成相对稳定的运动习惯，是垂直马拉松这项运动的忠实粉丝与核心人群；体验尝鲜型选手虽然参与频次不稳定，但好奇心和探索欲强，是适合赛事、品牌横向拓展的潜力人群。

## 4、选手赛事消费习惯

选择马拉松赛事时  
最关注的因素有哪些？

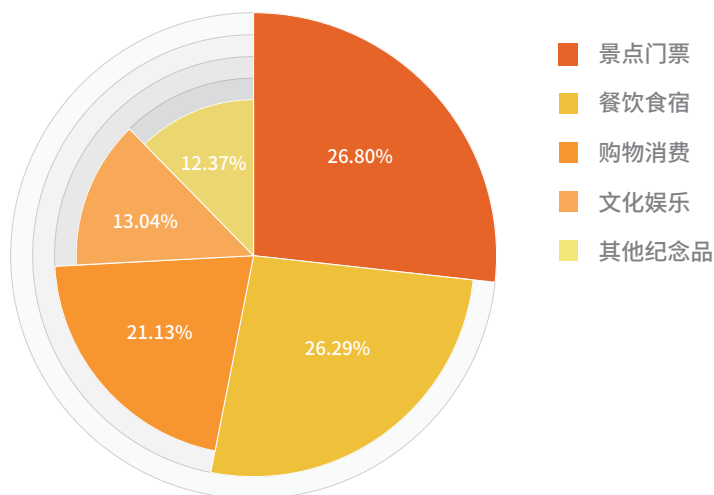


选择垂直马拉松赛事时，地标建筑、所在城市、赛事服务水平，排在选手们最关注因素的前三位。垂直马拉松赛事所依托的一线城市资源及地标建筑知名度，仍是垂马赛事的核心资源。在此基础上赛事方提供的高水平服务，才能真正吸引选手们的参加。



从参赛同行人数来看，多人同行的选手占比66%，1人单独参赛只占34%。调查数据显示，垂直马拉松比赛参赛中结伴而行现象普遍，家庭或亲密关系组合的占比较高，这既反映出垂直马拉松作为社交潮流运动的特点，也给相关消费市场带来了新的启示和机遇。

除赛事消费外  
选手们的消费还有哪些？



垂直马拉松作为一项在城市办赛的运动，选手除了报名费用、赛事装备、交通差旅等赛事直接消费外，还会产生吃、住、行、游、购、娱等间接消费，体现出垂马赛事在促进消费方面的关键作用。尤其是近年来“跟着赛事去旅行”的特点较为显著，异地参赛也呈现出“来得早，走得晚”的特点。

备注：以上参赛选手数据及消费习惯调查问卷，以本年度国际垂直马拉松系列赛为基准，样本涵盖了该系列赛本年度在全国举办的9站赛事。

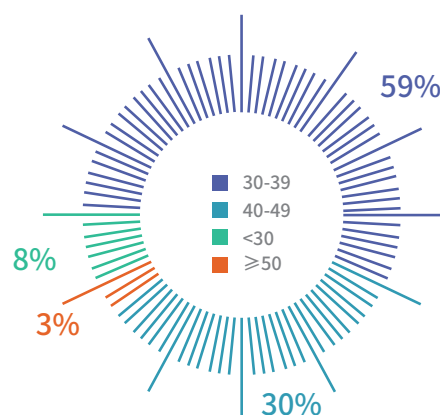
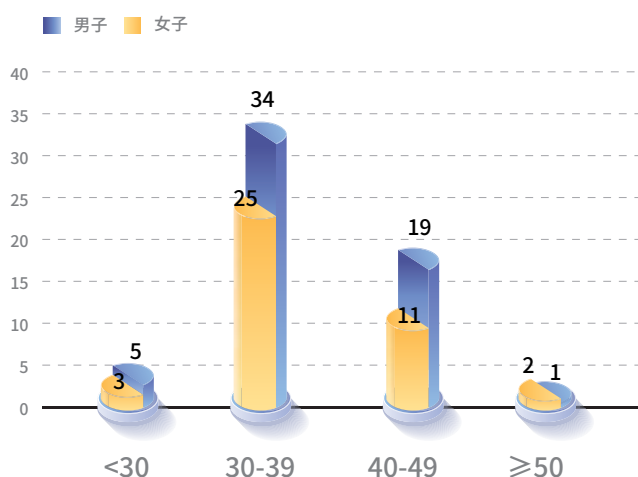


## (四) 精英选手画像分析

精英选手以本年度AVA男女子排名前50名为样本。

### 1、精英选手年龄分析

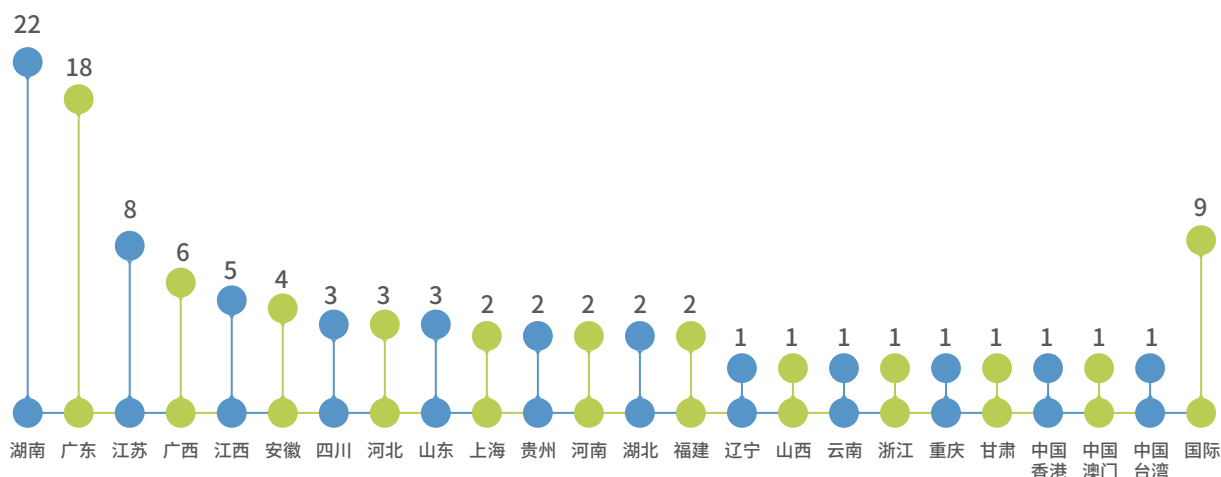
### 精英选手年龄分布



精英选手年龄几乎涵盖了各个年龄段，但主力人群集中在30-49岁的群体。占据总参赛选手的89%。

各年龄段具体分布如下：30岁以下占8%；30—39岁、40—49岁人群是精英选手的主力人群，占比分别为59%、30%，该年龄段人群大多积累了丰富的运动经验和生活阅历，有着较强的身体素质，对自身也有着较高的要求，垂直马拉松所带来的挑战与成就感，与他们的追求高度契合；50岁及以上的群体占3%。

### 2、精英选手籍贯分析



来自湖南、广东、江苏、广西、江西的精英选手较多。其中湖南籍选手占比高达22%。湖南人“霸得蛮”的精神与垂马的极限挑战高度契合，当地浓厚的赛事、社群氛围及多山地形，共同系统地将这种精神特质转化为了顶尖的竞技实力。

### 3、精英选手职业分析

垂直马拉松精英选手的构成呈现出“专业跨界主导、业余精英并存”的鲜明特征。主力军以马拉松、越野跑、自行车等耐力项目职业/半职业运动员的跨界而来，他们顶尖的心肺功能、卓越的肌耐力与乳酸阈值，以及强大的精神意志，都是征服垂直爬升的核心生理与心理素质。同时许多处于转型期或寻求突破的耐力运动员，垂直马拉松运动为他们提供了一个全新的、正在蓬勃发展的竞技舞台。

与此同时，垂马训练对场地（楼梯）要求相对灵活，时间投入可控，允许有全职工作的爱好者进行高强度、高效率的训练。因此部分具备天赋与热情的爱好者不断突破，最终达到精英水平。

 王国龙：建筑设计师，AVA积分排名第18名，第二十一届中国黄山登山大会竞赛组男子冠军；

 樊凤娟：财务工作者，AVA积分排名第5名，2025国际垂直马拉松公开赛深圳鸿荣源环智中心站冠军；

 周清兰，公司职员，AVA积分排名第10名，2025国际垂直马拉松超级精英赛长沙凯德壹中心站冠军。

## 四、本年度国内知名垂直马拉松赛事

1、2025国际垂直马拉松公开赛长沙IFS站，于9月7日在长沙IFS火热开跑。这是长沙IFS第五次举办垂直马拉松赛事，以452米垂直高度链接运动激情与城市脉搏，通过“夜赛+双人”创新模式，将国际顶级赛事与长沙“夜经济”基因深度融合，受到运动爱好者的追捧。

2、2025上海中心高塔竞速挑战赛，11月22-23日在上海中心举办。赛事设个人全程赛、个人欢乐跑两大组别，吸引了来自全球20多个国家和地区的3000名选手参赛，共同用脚步丈量中国第一高楼，在上海之巅诠释垂直攀登的极限挑战。

3、2025国际垂直马拉松总决赛广州周大福金融中心站，与12月7日在广州举办。作为AVA体系内年度最高积分的收官之战，本届赛事有来自10个国家，全国28个省市及港澳台地区的800名选手参加，其中78位大众选手成功瓜分了20000元现金大奖。







## 本年度垂直马拉松运动的 赛事特点及发展趋势

Event Characteristics and Development Trends  
of Vertical Marathon in This Year

## 一、本年度垂直马拉松的特点

本年度垂直马拉松在全球呈现赛事规模扩大、专业认证升级、大众参与激增、商业模式多元的态势，亚太与欧洲成为核心增长极，安全与文旅融合成发展重点。

### (一) 本年度行业核心发展数据

#### 1、赛事数量与覆盖

全球赛事数量同比增长约10%，TWA（世界高塔竞速协会）认证赛事超213场，AVA（亚太垂直马拉松协会）认证亚太区赛事50场，覆盖五大洲35个国家和地区。

中国全年举办超72场垂马赛事，覆盖30座城市，报名、参赛人次突破10万。其中成立于2014年的国际垂直马拉松系列赛，2025年举办9场赛事。累计落地超百场，成为全球规模最大的垂直马拉松系列赛事之一。

#### 2、参与人群与结构

①垂直马拉松赛事吸引了广泛的参赛人群，年龄跨度颇为可观，几乎涵盖了各个年龄段，体现出垂马这项运动强大的包容性与吸引力；

②全年龄段的参赛人群，打破了年龄界限，更多人感受到垂直马拉松运动的独特魅力与价值；

③年龄层向两端延伸，青少年与中老年（18-25岁、55岁以上）参赛占比达16.2%，相较于2024年（12%）增幅明显；

④与此同时，随着赛事的推广和女性健身意识的增强，越来越多的女性开始参与垂直马拉松赛事。

## （二）本年度行业发展特点

### 1、商业模式成熟与价值

**赞助体系：**赞助商从传统的运动品牌，逐步扩展到健康、快消、科技、金融机构和高端房地产开发商。后者将赛事视为其地标建筑价值的重要展示。

**媒体价值：**紧凑的赛程、独特的体验，垂直马拉松运动非常适合短视频的传播，越来越多的运动达人、知名媒体关注、体验、报道赛事。同时结合直播、短视频的内容输出，在社交媒体快速构建声量，对品牌的吸引力也越来越大。

### 2、大众参与形式创新

**企业健康与慈善平台：**部分赛事以“企业团体赛”、“慈善攀登”为特色，为大型企业、社会组织提供团队建设、互动交流的机会，或者通过举办赛事为公益组织筹集资金。

例如，8月3日举办的2025国际垂直马拉松公开赛广州·汇金国际金融中心站，其团体接力赛以广州市天河区非公企业党组织为主，吸引了区内100多家非公企业党组织报名参与，成为党建工作与企业文化建设的重要平台；

于10月19日在澳门塔举行的2025国际垂直马拉松公开赛澳门站，则以“每一步，都在改变生命”为主题，聚焦内地留守儿童的教育与身心发展，所有款项均用于支持乐施会的扶贫项目，践行“为留守儿童奔跑筑梦”的承诺。

### 3、商业与文旅融合

商业地产，尤其是融合办公、消费的商业综合体，举办垂直马拉松的热情高涨。作为一个集“事件营销”、“流量引擎”、“消费体验”和“品牌嘉年华”于一体的超级营销工具，垂直马拉松赛事完美契合了实体商业在数字时代对“体验经济”和“流量运营”的迫切需求，实现了体育、商业与社群的共赢。

例如2025国际垂直马拉松公开赛深圳鸿荣源环智中心站、2025国际垂直马拉松超级精英赛长沙凯德壹中心站，赛事举办地均为融合了产业和消费的综合体地标，通过赛事聚集人流（引流）、场景化品牌植入（广告）、消费优惠下单（转化），打造全新运动和消费体验，实现了比赛和流量的双赢。

# VERTICAL MARATHON

### 4、赛事场景多元化

传统意义上，垂直马拉松赛事几乎与摩天大楼等地标绑定。而在2025年，赛事的目标逐渐出现分化，一类仍以知名地标为主，追求成绩和品牌曝光。另一类则有越来越多的社区建筑成为垂马赛道，赛事场景更加多元化。这也证明垂马可以发生在任何有楼梯的建筑，比如写字楼、酒店、居民楼、体育场馆等。

垂马运动的规则、参与人群和商业模式正在成熟和细分。从“地标”走向“民间”，在社区、学校或商业中心举办，更注重便捷性、趣味性和全民健身，不再仅仅是精英跑者征服天际线的专利，而是正在演变为一个多层次、多场景的全民健身和城市体育文化载体。

## 5、体育消费新典型

本年度国际垂直马拉松系列赛成功入围广东省体育局发布的本年度体育消费场景典型案例名单。越来越多的城市正将垂直马拉松作为打造特色体育名片的核心策略。这一“体育+地标+商业”模式，成功地将城市天际线转化为全球顶尖选手竞技的赛道，并通过赛事链直接激活了周边商业消费。

在具体实践中，垂直马拉松赛事不仅融合了城市特色与时尚文化，也为市民塑造了独特的城市集体记忆，最终实现了提升城市活力与商业价值的双重目标。

## 二、垂直马拉松运动的未来展望

**1、科技价值深度融合：**“赛事 + 科技”融合，人工智能、VR 赛道模拟、智能穿戴设备监测等打造“智慧攀登”；

**2、商业价值深度挖掘：**对于超高层建筑和新兴商圈，举办顶级垂直马拉松是证明其运维能力、提升品牌价值、吸引客流、提升消费转化的有力营销活动。垂直马拉松赛事将成为新建地标的“标准配置”。

**3、媒体传播价值跃升：**垂直马拉松作为在都市流行的潮流运动，具有“挑战”、“风景”、“痛苦”与“成就”等魅力和内涵，天生具备被传播、被讨论、被羡慕的病毒式潜力，这是其品牌传播价值越来越大的因素之一。



本年度垂直马拉松运动已从一项新兴的极限挑战，演进为一个根基深厚、生态多元的全球性体育产业体系。它成功构建了独特的价值平衡：在精英竞技与大众健身之间形成了良性循环；在个体攀登与城市活力之间实现了完美融合。

这项运动已深度嵌入现代都市的肌理，成为连接城市地标、推动全民健身、促进体育产业的重要抓手。它不仅仅是向上攀登的比赛，而是化身作为一种健康生活方式的全球性符号、一座城市创新与活力的立体名片，持续向上，诠释着人类对自身潜力与城市空间永无止境的探索。

