



“黄马”参赛选手在黄果树瀑布前打卡。
(博捷体育供图)

从“万人奔向黄果树”到“世界跑进镇宁”

——“黄马”20载奔跑见证安顺市镇宁自治县20年奋进路

彭杨

6月29日上午8点，当发令枪在安顺市镇宁自治县凉爽的空气中响起，1.2万名跑者如潮水般涌出起跑线，奔向亚洲第一大瀑布——黄果树。这不仅是贵州·镇宁黄果树半程马拉松的第20个年头，更是一个西部县城与一场体育赛事20年共生、共荣、共同进化的里程碑。

20年前，作为瀑布节配套活动的第一届“万人奔向黄果树”开跑，谁也未曾预料，这场奔跑将深刻地改变一座城的命运。从一个籍籍无名的地方活动，到如今报名人数突破3万、吸引12国选手参与的世界田联精英标牌赛事。这不仅是一场数万人参与的体育盛会，更是一个西部小县城通过一项赛事实现华丽转身的生动样本——从依托单一景区到全域旅游，从政府主导到市场运营，从地方活动到国际品牌，“黄马”见证并推动了镇宁20年的深刻变革。



2025年“黄马”鸣枪。
(博捷体育供图)



2025年“黄马”欢乐跑赛道其乐融融。
何晓璇 摄

2025年“黄马”开幕式节目表演。
何晓璇 摄

破局：从“通道”到“赛道”的战略抉择

“众人只知黄果树，不知安顺更不知镇宁。”镇宁自治县旅游发展中心主任周丽芳的这句话，道出了镇宁曾经的尴尬。

坐拥黄果树瀑布这一世界级IP，镇宁却长期扮演着“通道”的角色。游客们来去匆匆，在景区平均停留时间不足半天，很少有人愿意在县城多住一晚。

“如何让游客慢下来、留下来、住下来？这是我们一直在思考的问题。”周丽芳坦言，镇宁不只有瀑布，还有布依族、苗族的浓郁风情，有夜郎洞、高荡的奇山秀水，有蜂糖李、波波糖等甜蜜物产。但

这些丰富的旅游资源，长期无人知晓。破局，需要一个全新的载体。

周丽芳回忆着前辈们说过的话：“最开始我们想办一个全民健身的体育赛事，虽然没有像紫云格凸那样的攀岩条件，但我们有黄果树瀑布这样的旅游景点，有21℃的凉爽气候，还有从县城到景区的天然半马赛道，那就结合地方特色，办马拉松。”

首届赛事虽然规模不大，但独特的赛道设计，让选手在黄果树瀑布前完成冲线，创造了无法复制的体验。3000多名参赛者成了镇宁最好的“宣传员”，他们不

仅记住了瀑布的壮美，更发现了镇宁的魅力。这份成功，让镇宁看到了马拉松的巨大潜力。

从最开始的地方活动，到2019年的中国田协“金牌赛事”，“黄马”用13年完成了国内赛事的进阶。真正的飞跃发生在近两年——2023年跻身世界田联“标牌赛事”，2024年一举荣膺“精英标牌赛事”，成为贵州首个获此殊荣的半程马拉松赛事。

“黄马”20年发展史，是一部不断自我革新、追求卓越的进化史。而这种进化的关键，在于体制机制的大胆创新。



2025年“黄马”国内男子组前三名合影。
何晓璇 摄



2025年“黄马”国内女子组前三名合影。
何晓璇 摄

驱动：专业进化与文化创新的双向奔赴

“最开始我们是由政府组织开展的，后来逐渐发现，要把规模和等级以及影响力搞上去，专业的事还是要专业的团队来做。”周丽芳的这番话，点出了“黄马”发展的关键转折点。2017年，镇宁引入专业公司运营“黄马”，政府的角色从“主办方”转变为“服务员”和“监管员”。

“黄马”运营单位博捷体育竞赛部部长赵玉源对此深有体会：“政府负责安保、医疗、志愿者等公共服务保障，我们公司专注于赛事策划、执行。各司其职，效率倍增。”

这种“政府搭台、企业唱戏”的模式，让“黄马”的专业化水平突飞猛进。今年，赛事邀请了11名国际精英标牌选手，最终肯尼亚选手以1小时01分06秒的成绩夺冠，刷新赛会纪录。贵州本土名将丁常

琴、洪跃也分别斩获国内女子、男子组冠军。高水平的竞技，让“黄马”的专业底色更加鲜明。

“精英标牌意味着必须邀请世界排名前100的选手，对食品安全、兴奋剂检测、运动员服务都有极其严格的要求。”赵玉源表示，这种专业化，正是市场力量带来的必然结果。效果是立竿见影的。“从2017年的8000人到2025年的12万人参赛，‘黄马’的报名人数更是从1万多人激增到31712人，将近2万人落选。”周丽芳说，这种“幸福的烦恼”在以前不敢想象。

如果说专业化是“黄马”的硬核实力，那么文化创新则是其独特的魅力。2018年，一个源自镇宁少数民族“比翼双飞鸟”图腾的创意，催生了全国首个1314公里“爱情专线”。

“当时国内还没有情侣跑的先例，我们就想把当地的爱情元素融入进去。”赵玉源介绍，这个谐音“一生一世”的浪漫赛道，瞬间引爆了跑圈。6月29日，来自重庆，即将在国庆节结婚的苏一帆和巩舒婷

专程赶来，“想借着‘黄马’给婚礼讨一个好彩头。”

“人生跟爱情一样，是一场不断奋进的长跑。”巩舒婷的话，道出了这条赛道对普通人的意义——它不仅是一场比赛，更是一种情感的寄托和人生的仪式。

“21公里太长，报名人数太多，我们想一起牵手过线，所以特意选择了1314公里情侣跑。”魏军和胡小丽夫妇选择从这条“爱情赛道”一起冲线。

与此相配套的52公里欢乐跑，同样寓意美好。这种梯度化的赛事设计，让“黄马”打破了专业竞技的壁垒，成为一场全民参与的嘉年华。

数据显示，今年“黄马”总报名人数突破31万人，其中7000人选择了这两个充满寓意的短程项目。

“一方面要坚持‘半马’国际赛事的专业性，一方面很多人跑不了这么长，我们通过设置其他赛道，来推动全民健身参与。”镇宁自治县文体广电旅游局副局长马宁如此解释。

如果说前十年是“黄马”的成长期，那么在“黄马”逐步成熟的后十年，则是镇宁旅游的转型期，两者相互见证、共同促进。

最直观的变化是时间调整。“原来在9月份举行，后来调整为6月。”周丽芳介绍，夏季安顺气候凉爽有优势，而且能把布依族“六月六”和蜂糖李上市结合起来。

这种“农文旅体”融合的思路，让“黄马”的影响力从原来的比赛日开始前后拓展。

“以前住宿爆满只在比赛前一天，现在赛前赛中赛后3天都是爆满的。”酒店经营者伍星的观察印证了这种变化。

更深层的改变来自全民的参与。“我们动员了旅游行业协会的会员单位，涵盖吃、住、行、游、购、娱，为选手提供暖心服务。”周丽芳说，全县提供早餐的住宿单位，统一将开餐时间提前到6点；所有住宿单位提供延迟退房服务至下午4点；沿街的企业事业单位开放停车位……

“黄马”给镇宁带来的，不仅是短期的人流量，更是持续的发展动能。

“每年到马拉松都很热闹，我们店的客流量也会增加，这几天订单量相较往常翻一番，能达到五六百单。”50年老店“何记鸡蛋糕煎粉店”老板杨于珂说。

“6月28日，马拉松前一天，全县120多家住宿单位的7000余张床位就已经订满了。”镇宁自治县旅游发展中心主任唐佳宇提供的这组数据，是“黄马”经济效益最直观的体现。这背后，是数万名跑者和游客的到来。

“旅游业是富民工程，我们没有统计‘黄马’所带来的具体人数和效应，但看到餐饮和住宿都爆满，就知道这件事没错。”周丽芳说。

将赛期从秋季调整到6月，是一个精心的布局。“黄马”带来的不仅是几天的消费高峰，更是对镇宁产业结构的深度重塑。

今年的创新更体现在细节里。“我们在赛道两边只要能种的地方都种了格桑花，营造鲜花簇拥的感觉。”周丽芳介绍，15个乡镇自发组成氛围营造组，在赛道沿线展示各自的特色文化和产品。

身着民族盛装的本地姑娘王琳和罗云自发为选手加油：“看到这么多人来参加咱们镇宁的马拉松，特别自豪！”

于是，在参赛之余，来自全国各地的跑友和游客可以品尝最新鲜的蜂糖李，体验最地道的民族风情。蜂糖李通过“黄马”这个全国性平台，品牌价值大幅提升；布依文化也通过跑者的镜头和社交媒体，传播到更远的地方。

“瀑乡集市”的设立，更是将这种融合推向了高潮。近100家企业参与展销，从民族文创到特色农产品，从地方小吃到民族服饰，形成了一个集中的展示和销售平台。

“黄马”20年，给镇宁带来的最宝贵的财富，是城市品牌的提升和知名度的跃升。

“以前我们只是希望带动城区的经济发展，后来发现可以尝试农文旅体深度融合。”周丽芳表示，“黄马”这个标牌越来越强，更多人知道了镇宁和黄果树的关系。

这种品牌效应，正在转化为实实在在的发展红利。“看到马拉松能带来这么多的流量，我们就在想，如何让这种人气持续下去？”伍星作为旅游协会会长，思考得更深，“我的想法是，借用黄果树和马拉松的大IP，把镇宁和整个安顺的美景都集中宣传推介，设计成旅游线路串联成片，向外地人展示我们区域联动的美好旅游资源。”

这种“抱团发展”的思路，正是“黄马”带来的发展理念的升华。

展望下一个20年，周丽芳的目标很明确：“希望所有的人都都知道镇宁有一个黄果树，而不是黄果树原来在镇宁。”为了这个目标，镇宁正依托黄果树瀑布的大IP，结合气候和生态优势，向着体育康养旅游目的地方向努力。

20年，从“万人奔向黄果树”到“世界跑进镇宁”；从游客“过境地”到旅游“目的地”；从政府“独角戏”到全民“大合唱”……

“黄马”的意义早已超越体育本身——在中国式现代化的征程中，一个西部县城完全可以通过创新找到属于自己的发展路径。当12万名跑者再次冲过终点线时，他们跑过的不仅是21公里的赛道，更是镇宁20年转型发展的缩影。这场奔跑还将继续，带着一座城市的梦想，跑向更加广阔的未来。

赋能：从『一日流量』到『全域留量』的价值再造