



不惜花钱“找苦吃” 选手“出片”质量高 斯巴达吸睛又吸金

“户外写真”是卖点

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，由阿儒体育上海体育文化发展有限公司独家运营。该赛事最初聚焦成年人群体，在2017年，推出斯巴达勇士儿童赛。

朱莉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。

对于多次参赛的原因，朱莉告诉记者，是为了增强体验感、提升能力。“参加斯巴达勇士赛对我来说，与其说是竞技比赛，不如说是一次户外运动。我会关注自己的感受，比赛过程是不是快乐，比赛是不是能取得进步，比如臂力提升等。”朱莉说道。

张昊洋告诉记者，从赛事设置上，斯巴达勇士赛将人群分为精英组、年龄段组与公开组，精英组与年龄段组选手可以依据积分排名，挑战进阶中国系列赛、亚太锦标赛、世界锦标赛等，年龄段组是特定精英组别赛事，将参赛者按年龄分为10个年龄段。

据张昊洋介绍，年龄段组与精英组都需要进行严格的竞赛规则判罚，并将决出名次，名次靠前的选手将获得现金奖励。与之相比，公开组则没有太多限制，适合首次参赛与团体参赛、喜欢户外运动的人群。

除了增强体验感外，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。朱莉表示：“我每次来斯巴达，都会设计穿搭，因为斯巴达勇士赛摄影师拍出来的照片，很有运动张力，很有生命力，平时静态的肯定拍不出来这种感觉。”

“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。”还有网友说：“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，他们在社交平台的活跃度和关注度是高于普通人的，他们需要的照片不是摆拍出来的，而是在参赛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。他还提到，斯巴达勇士赛每年在摄影师上的投入有数百万元。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。

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

武天透露，6岁的考拉从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。

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表示，有特色的户外活动受到广泛青睐，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，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。

最低报名费近400元

记者近日在赛事现场采访发现，斯巴达勇士赛的比赛现场，与马拉松、越野赛等户外赛事相似，分为准备区与赛区两大区域。

从赛程来看，与马拉松选手统一时间出发，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，采用每半个小时出发一次的模式，除越野赛、超级越野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。例如攀爬，

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（通常在活动开始前，顾客通过支付较低的定金或全款来锁定）”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元—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。

纵深

斯巴达赛事为何火热？

对于斯巴达比赛的营收构成，张昊洋透露，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。”张昊洋说，以体育赛事结合文商旅协同发展的模式是一个大的趋势，也希望斯巴达勇士赛能在这个趋势中发挥作用。

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、安全的组织为基准，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。

本报综合中新网、中经网、南海网等

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，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至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”？

”