



GOLDEN WINGS

金翼大赛

实效营销赛道

案例名称		苏宁体系联合主办“冲上云霄”淮海经济区第二届垂直马拉松挑战赛
参与方	申报企业	苏宁置业集团
	应用企业	徐州苏宁置业有限公司苏宁广场分公司
申报奖项类别		实效营销
案例核心要素		特色IP定位与地标绑定、“商文体旅”深度融合、城市名片与区域经济赋能
应用企业推荐语		淮海地标，城市潮奢生活中心



IFC 徐州国际金融中心



徐州苏宁凯悦酒店
HYATT
REGENCY
XUZHOU



“冲上云霄”淮海经济区 垂直马拉松挑战赛

266米地标之上 **UP**! 徐州!



RUNNING

案例简述及辅助证明 >>>

主办单位：徐州苏宁广场、徐州苏宁置业、鼓楼区文体局等

承办单位：江苏悦悦牛体育

赞助品牌：美的、蔚来、华为、五粮印象、健力宝等

赛事时间：2024年11月10日

赛事地点：徐州苏宁广场IFC（266米城市地标）

赛事以垂直马拉松（垂马）为核心IP，结合徐州苏宁广场266米地标建筑，打造淮海经济区特色体育赛事。通过政府支持、苏宁全产业链资源整合（商业、酒店、物业）及多品牌赞助，实现全民健身推广与商业价值提升。活动吸引**200+**全国选手参赛，覆盖**20多省市**，带动线下客流**9.5W+**，同比提升**23%**，线上传播声量**1000W+**，获搜狐、网易、江苏新闻等媒体报道，形成城市体育名片效应。



▶▶▶▶▶ **RUNNING**



11月10日淮海地区第二届垂直马拉松挑战赛

已有81071人次浏览了此相册

🕒 2024.11.10

📍 江苏 徐州



传播影响力

全国性媒体报道：搜狐、网易等平台发布赛事新闻，其中搜狐的报道阅读量较高。

线上传播声量：整体线上传播量达**1000万+**，覆盖体育、商业、城市发展等多个话题。

免费资源价值：媒体报道带来的免费宣传资源价值20万+，提升了赛事的品牌影响力。

区域影响力

跨区域吸引力：赛事吸引了来自北京、上海、广东、台湾、山东、河南等**20多省市**的200余名垂马爱好者，显示出极强的区域影响力。

社交媒体互动：赛事设置了智能完赛成绩合影、抽奖互动等环节，增强社交传播性。



商业与客流增长

客流提升：赛事当天带动**9.5万+**客流，同比提升**23%**，破双十一档期运营客流新高，促进苏宁广场的商业活力。

品牌赞助合作：美的、蔚来、华为、五粮印象、健力宝等品牌参与赞助，验证赛事的商业变现能力。

城市形象与体育名片塑造

强化徐州地标属性：赛事以266米IFC金融中心为核心，强化“淮海经济区第一高楼”的象征意义。

政府支持与公信力：鼓楼区政府、文体局作为指导单位，提升赛事权威性，助力徐州打造“体育+商业+文旅”融合模式。

案例阐述维度重点 >>> 传播效果

媒体宣传	10	赛前	赛88	https://mp.weixin.qq.com/s/9CT-IFVNF501ji_erliTG9
		赛前	最酷马拉松报名	https://mp.weixin.qq.com/s/S4R15H0RFP0fTmF8a24s0
		赛前	马马拉拉	https://mp.weixin.qq.com/s/LzDFdv5r0H2rn0JhKst_5w
		赛前	赛克	https://mp.weixin.qq.com/s/MdPkUy3G4FCWlTpxgrVFg-Q
		赛前	润赛美佳	https://mp.weixin.qq.com/s/hRTUyBNdlmKU0gKskIuyAg
		赛前	我要赛	https://mp.weixin.qq.com/s/LFO_u2ionx08D0mKaPMvrgA
		赛前	悦悦牛体育	https://mp.weixin.qq.com/s/Lv21sDqeRd0qb6jIATLkXKA
		赛后	腾讯网	https://mp.weixin.qq.com/s/9CT-IFVNF501ji_erliTG9
		赛后	江苏新闻	http://www.jiangsunews.cn/jiangsu/focus/2024-11-11/13200.html
		赛后	中国体育日报	http://www.chinadachao.com/cx/2024/1111/1803.html
		赛后	体坛风云	http://cx.ttkb.cn/redian/50558.html
		赛后	体育晚报	http://news.minitiyu.com/tiyu/50419.html
		赛后	紫牛新闻	https://wap.yzwb.net/wap/news/4136639.html
		赛后	悦悦牛体育	https://mp.weixin.qq.com/s/rsCV1gt-rR693rJLa5gXCA
		赛后	扬子晚报	https://sports.sohu.com/a/825722853_121448078
		赛后	头条	https://www.toutiao.com/article/7436019957236679204/?tt_from=weixin&utm_source=weixin&utm_medium=toutiao_android&share_token=c0084dea568c4aca822e-https://c.m.163.com/news/a/TG0D7EN90514CK06.html?spss=newsapp&spssuid=aA0DRNayGdSfyZJTHfW%3D%3D&spssdevi=M295MTN1MTU1Y2JmJFkZFBzAJI5OTFEMzpmOVFT1B9T196SFYMTAN253D&spssvid=MTceNjA5NTYs0DE5N18zMDI3N1k2MTFfa0T93
		赛后	网易	https://c.m.163.com/news/a/TG0D7EN90514CK06.html?spss=newsapp&spssuid=aA0DRNayGdSfyZJTHfW%3D%3D&spssdevi=M295MTN1MTU1Y2JmJFkZFBzAJI5OTFEMzpmOVFT1B9T196SFYMTAN253D&spssvid=MTceNjA5NTYs0DE5N18zMDI3N1k2MTFfa0T93
		赛后	UC	https://marticle.uc.cn/article.html?uc_param_str=frdnsmfveopntnwrdrssnkt&from=msg&page_enter=weimedia#?w_m_id=bec4bfa67eb4267b60ba8ec34248ead11wm_id=6886c9824f614ac1bc03611daacccb02
		赛后	搜狐	https://3g.k.sohu.com/t/n836675022?serialId=65ecef4fcb2d1777e1edc3c2d71de4d77&showType=@shp1=NzEwMTQ4OTc5Nik5NjpmOTU5Mgk3D%3D_sl&sf_a=weixin
		赛后	万客发布	https://www.yidianzixun.com/article/OxglpMa?share_count=2
		赛后	文体天地	https://page.qq.com/page/D1dMqslKt81Ep2L20cFw6dlw0?ADTAG=tcgi.wx_share_message

淮海地区第二届垂直马拉松挑战赛在徐州举行



10日，淮海地区第二届垂直马拉松挑战赛在徐州苏宁广场ifc徐州国际金融中心鸣…
徐州大发展 4个月前

台湾“跑友”陈品杰跨越海峡情融徐州…



2024年11月22日 江苏省台办政府网站11月22日讯 近日，“冲上云霄”淮海地区第二届垂直马拉松…



回顾 直播 | “冲上云霄”淮海地区第二届垂直马拉松挑战赛

5.64万人观看

案例阐述维度重点

全媒体矩阵引爆传播声量

权威媒体深度报道：赛事获得搜狐、网易等全国性门户网站重点报道，其中搜狐体育频道头条推荐，单篇报道阅读量突破**50万+**，形成现象级传播效应。

跨平台传播矩阵：通过"传统媒体+新媒体+KOL"立体传播策略，实现全网传播量突破**1000万+**，话题覆盖体育竞技、城市发展、商业创新等多个垂直领域。

优质传播资源整合：与中国体育日报、江苏新闻等多家官媒联动传播，实现品牌曝光价值与传播效果的指数级增长，有效提升赛事IP的行业影响力。



▶▶▶▶▶ **RUNNING**

案例阐述维度重点 >>> 跨区域辐射力与社交裂变效应

全国精英选手汇聚：吸引来自北京、上海、广东、台湾等16个省市的200+名垂马专业选手及爱好者，其中包含5名全国垂直马拉松排名前30的顶尖选手，赛事专业度与号召力获行业认可。

智能互动引爆社交：创新设置AR智能完赛证书、实时成绩排行榜、实时共享相册等数字化互动环节，带动用户自发传播，相关话题短视频播放量累计达**500万+**。

圈层影响力持续扩散：通过选手社群、跑团联盟等渠道形成二次传播，辐射影响超**30个**城市跑步爱好者群体，有效扩大赛事影响力半径。



▶▶▶▶▶ **RUNNING**

触达数及转化率 >>>

总触达量级突破**3000万**，新闻门户（搜狐/网易等）620万+，体育爱好者82%；新媒体平台（抖音/小红书）500万+，18-35岁用户76%；微信生态（公众号+小程序）160万+，会员用户65%；覆盖来自北京、上海、广东、台湾、山东、河南等多个省市的参赛选手，二次传播覆盖73%的垂直马拉松兴趣人群，社交裂变增量触达。

直接商业转化，即赛事衍生品、运动品类销售转化率18%；蔚来、华为等赞助商展位到店转化率27%（美的品牌智能家居体验预约量达156单）；凯悦酒店赛事期间入住率达96%.....



▶▶▶▶▶ **RUNNING**

营收增长 >>>

活动档期运动品类销售**959.57万元**，同期830.73万元，同比上升**16%**。

11 超粉节 战报

SUNING PLAZA

“商文体”深度融合
双十一全线飘红

SALE SALE 50% OFF

总客流 同比增长 21.8%
68W

总销售 同比增长 13.5%
5536W

线上2.0 红人挑战赛 同比增长 35%
累计销售 126W

总传播声量 3000W

城市运动现场

“冲上云霄”淮海地区第二届垂直马拉松挑战赛

参赛选手 200名

分别来自北京、上海、广东、台湾、辽宁等13个地区

登顶记录 突破 8'57"



运动潮牌

NIKE 一口价商品(鞋服除外) 6-7折	FILA 全场 8.5折	MLB 全场 满1588 加169,送鞋子
ANTA 新品(鞋服除外) 8.5折	new balance 部分款 7折	SALOMON 运动系列 满2000,送200, 满3500,送500, 满5000,送700
LI-NING 精选款 新款 6.8折 8.8折	SAUCONY 部分款 5-7折	乔丹 春夏款 冬款 8折 8.5折
SKECHERS 精选款 部分款 8.5折 5-7折	PUMA 部分款 新品 6-8折 8.5折	CONVERSE 精选款 6-8.5折
VANS 部分款 新品 6折 8.5折	充能猫 5000,送600, 10000,送1200	UNKNOWN 买贵实付 满1000,送200, 满2000,送400, 满3000,送600
chuu 消费 满1000 送袜子	CAMEL 精选款 5折	COVERNAT 折扣 精选款 满1500,送120, 7.5折

11 超粉节 SUPER FAN FESTIVAL

休闲男装

太平鸟 PEACEBIRD 部分款 8.5折	连弩 部分款 7.5折	
FIN LESS IS MORE 精选款 新款 6.8折 满200	JACK&JONES 部分款 6-7折	gxgjeans 部分款 8.8折
BEANPOLE 精选款 6-7折	ZUO 秋季新品 买付 8折 满688,送100	HILA 新品上市
特步 1 2 3	RIVERSTONE 全场 8.5折	1

ADD: 徐州苏宁广场2/4F男装区

SALE

>>>>> RUNNING

其他正向营销数据 >>

紧扣“体育强国”与“全民健身”国家政策导向

- 1.全民健身工程示范效应，带动区域运动热潮，赛后调研显示，徐州居民运动频率显著提升。
- 2.体育产业创新发展，产业融合示范，实现 **“体育+商业+文旅”** 创新模式，带动周边消费增长。
3. 苏宁体系协同作战，置业IFC地标价值提升，凯悦酒店赛事期间入住率达96%，物业通过赛事服务展示专业能力，苏宁广场客流同比提升13%，运动品类销售同比上升16%。
4. 探索出 **“地标+体育”** 的特色发展路径，推动文体旅商融合发展，促进体育强国建设，形成可复制的政策资源转化模式，为同类城市提供实践样本。

▶▶▶▶▶ **RUNNING**



IFC 徐州国际金融中心



徐州苏宁凯悦酒店
HYATT
REGENCY
XUZHOU



HUAIHAI
AREA

2024

THE
SECOND
VERTICAL

1
MARATHON

THANKS



RUNNING

