

“跑”出营销新场景 青企赞助马拉松热度高

食品饮料企业赞助最积极 借马拉松“流量”变企业发展“增量”

在刚刚过去的周末，青岛马拉松成为这座城市最热门的话题。数据显示，今年的青岛马拉松报名人数呈爆发式增长，抽签竞争十分激烈。最终全马中签率为5.97%，半马为8.14%，迷你跑为11.59%。史上最热青岛马拉松背后，本地企业对青岛马拉松的赞助热情也在持续攀升。

青岛马拉松组委会发布的名单显示，在青岛本地企业赞助商中，既有海尔集团、青岛啤酒股份有限公司等大型企业，也有近年来快速崛起的沃隆食品、海氏海诺、新希望琴牌等本地新锐品牌，本地赞助企业涵盖食品饮料、体育健康等多个领域。作为马拉松赛事的赞助商，青岛企业充分挖掘比赛过程中的各类场景，把马拉松带来的“流量”变成企业发展的“增量”。



▲青岛啤酒牵手崂山白花蛇草水首次“合体”亮相。（企业供图）

◀马拉松博览会上的海尔“跑者之家”。（企业供图）



1 海尔连续七年冠名青岛马拉松

在青岛马拉松的赞助体系中，有冠名赞助商、荣耀赞助商、顶级合作伙伴、战略合作伙伴、官方赞助商等不同等级，其中冠名赞助商享有对马拉松比赛的冠名权，也是整场马拉松比赛中最高等级的权益。作为青岛企业的绝对龙头，海尔已连续七年冠名赞助青岛马拉松。

作为冠名赞助商，海尔元素体现在青岛马拉松的方方面面。赛前不知道如何锻炼？不知道如何准备饮食？海尔精心打造的跑者之家就可解决：走进跑者客厅，仿佛走进了专业健身房，赛博教练提供AI专业课程，搭配智能控温系统，让选手赛前充分热身与放松；跑者厨房也满是惊喜，冰箱借AI化身营养小

专家，根据跑者身体与赛事需求定制食谱，科学搭配饮食等。赛中，机器狗不仅在起跑区陪跑，还在1公里的加油补给处助威。

海尔智家中国区营销总经理孙谦表示，作为全球领先的美好生活和数字化转型解决方案服务商，海尔一直致力于“以无界生态共创无限可能”，青马与海尔的每一次牵手，都在向全球跑者展现青岛的热情与包容。

作为世界级品牌，海尔智家立足全球用户需求，坚持自主创新，通过高质量的差异化科技创新产品，为不同国家用户提供美好生活解决方案，为全球用户创造美好幸福生活，成为全球用户的首选。

2 全方位挖掘马拉松新场景

作为本届青岛马拉松的荣耀赞助商，青岛啤酒股份有限公司同样连续七年成为赞助商，其充分挖掘赛前、赛中、赛后场景，为跑者带来更多惊喜。

青马赛道上的青岛啤酒方阵激情昂扬，伴随着铿锵的鼓点，跳起了欢乐的啤酒波尔卡舞蹈，瞬间成为了观众们关注的焦点。在山海赛道之上，经典1903、青岛纯生、青岛原浆等啤酒产品与起点指示牌、领操台、拉拉队加油站、音乐加油站等地标指示融为一体，为马拉松跑者们提供赛道沿线的贴心服务。

在今年，青岛啤酒还为跑者们带来了趣味的跑者个性测试。无论是喜好用数据洞察跑步表现，科学优化训练的“数据型跑者”，喜欢团体跑、城市马拉松等热闹活动，E人属性爆发的“社交型跑者”，亦或是喜欢把跑步和旅行结合，用双脚丈量城市的“旅游型跑者”，都纷纷佩戴上独树一帜的“啤酒号码牌”，成为了赛场上引人注目的“显眼包”。

在跑者们欢呼庆祝的终点区，凭借时尚潮流的布展、玩法丰富的科技体验，以及丰富的完赛礼品，青啤欢聚地带一上午就

刷遍社交平台，成为青马上的“出片”打卡地。跑者们不仅可以定制印有自己成绩的专属青马啤酒定制罐，还能参与趣味互动，解锁更多欢乐体验。

在本届青岛马拉松现场，青岛啤酒与青岛饮料集团的牵手亮相成为了大家热议的话题。在青岛啤酒方阵队伍的最前方，一个由青岛啤酒和青岛饮料集团千杯造型的花车格外显眼。此外，青岛啤酒旗下青岛白啤、鸿运当头、纯生、经典1903、原浆等经典产品造型的玩偶，与青岛饮料集团旗下崂山白花蛇草水、崂山可乐造型的玩偶，共同走在游行方阵中。这也是青岛啤酒与青岛饮料集团实行战略重组后，首次公开“合体”亮相。

今年3月，青岛市国资委曾发布消息称，青岛啤酒集团与青岛饮料集团将实施战略性重组整合。在青岛啤酒近日举办的2024年业绩说明会上，青岛啤酒董事会秘书张瑞祥表示：“根据市政府决定，青岛饮料集团整体划转给本公司控股股东青岛啤酒集团有限公司，未来在集团层面会进行深度的整合。”青岛饮料集团官网显示，青岛饮料集团已经成为青岛啤酒集团的二级企业。

3 食品饮料企业积极参与赞助

记者盘点2025青岛马拉松的本地赞助商发现，食品饮料行业企业赞助最为积极。在食品饮料行业，单一的营销方式已无法适应行业发展需求，几乎所有食品饮料企业都在通过文化、旅游、体育、影视等消费新场景，实现品牌的营销推广。汇聚了流量资源的青岛马拉松自然成为本地食品饮料企业不可错过的营销机会。

在今年青岛马拉松的赞助名单中，青岛啤酒股份有限公司、青岛新希望琴牌乳业有限公司、青岛沃隆食品股份有限公司、青岛食品股份有限公司、青岛新快进出口有限公司、丽驰青岛福冈工贸有限公司、青岛良友食品股份有限公司等多家青岛本地食品饮料行业企业加入到青岛马拉松的赞助行列。在2025青岛马拉松组委会为跑者发放的参赛包中，青岛啤酒、新希望牛奶、青食钙奶饼干等青岛特色食品均位列其中。

新希望琴牌成立琴牌跑团亮相2025年青岛马拉松赛场。作为赛事乳品唯一赞助商，新希望琴牌已经连续3年为青岛马拉松提供营养支持。近年来，新希望琴牌通过改造自有供应链，打造城市型乳企的“鲜半径”，并通过数字化赋能实现各个环节的精准匹配和数据共享，使24小时鲜牛乳实现了巴氏鲜奶“从上架到下架不超过24小时”的新鲜创新。

青岛沃隆食品股份有限公司在“坚果+X”产品战略引领下，拓展了涵盖单品坚果、混合坚果、坚果礼盒、坚果烘焙、坚果植物蛋白饮品等在内的产品矩阵。近年来，一直积极寻求跨界合作，与影视、娱乐、体育等多个领域展开深度合作，共同打造多元化的营销生态。

4 引领体育消费新潮流

马拉松赛事拉动城市吃、住、行、游、购、娱等消费需求，为赛事举办城市创造了可观的经济收益。今年青岛马拉松特别推出了“青马消费周”系列活动，将竞技体育的激情、美食文化的魅力、艺术展览的雅致、购物消费的乐趣、旅游观光的惬意以及前沿科技的展示巧妙融合，打造出“赛、食、赏、购、游”五位一体的创新消费模式。通过丰富多彩的互动体验、限时折扣优惠以及特色商品展销，进一步激发公众的消费热情，塑造体育消费新风尚，引领一场全民参与的体育消费新潮流。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛