关于徐州举办马拉松赛对城市形象提升的调查研究的调查报告

——以2021徐州马拉松赛为例

学校：徐州市矿大实验学校

研究时间：2022年2月至2022年3月

班级：高一（3）班

小组成员：周致远、王忆

指导老师：刘红萍 蔡兰英

一、【理论逻辑概述】

纵观古今，徐州人民一直拥有着极大地运动热情与体育运动需求。前跨千年遥望楚汉相争地，千日习武求功建的时代追求与长期战乱的外部环境所带来的客观素质要求相互交织，使得尚武崇健的社会运动风气为徐州人民带来了较高的身体素质；近寻史路通览五省通衢处，徐州交通运输业近现代的快速发展与其作为华中地区重要煤炭出产地的现实工业地位，致使工人数量占比巨大。他们广泛选择物质成本较低的体育健身活动作为休闲放松的运动方式与提升相关专业技能、提高自身素质的辅助训练，在这个以奋斗为主题的时代背景下形成了一味独属于徐州浸润着建设发展气息的运动氛围。

古看项羽力拔山兮气盖世，今观张雨霏披挂奥运勇夺金。千年积淀出的积极昂扬的人文风貌，与徐州人民漫延骨血的豪迈大气相碰撞，在这片平川扬山、河绕湖环的大地上交融出一股同故黄河奔流向东一衣带水的运动情怀。徐州人民喜爱运动也愿意参加大规模的体育活动，这就为徐州马拉松赛的举办创造了先决条件。而在近年间生产生活压力巨大的社会环境下，高度模式化的工作生活模式加剧了精神压力的积累，并一同放大了随之而来的释放欲，进一步提高了人民群众对户外型群众性运动的参与热情。致使徐州马拉松赛成为当下环境下社会公共活动的良好选择，对放松身心强身健体有着直接作用。

近年来随着徐州马拉松赛的举办，徐州人民将其丰沛的运动热情自运动本身辐射到赛事设计、活动保障中来，以体育健身为中心将徐州马拉松赛推广为地域性特色社会公共活动，并以此为支点向相关产业各层次领域蔓延，最终化虚为实，将徐州的精神动力切实转化为城市形象的提升与国内外影响力的扩大。

徐马在城市形象展示的方面上更多地起到了一个中间媒介的作用：①将徐州地域特色自然风光、经济社会发展成果、徐州人民精神风貌与徐州人文历史底蕴提炼浓缩后反应于赛事设计、活动巧思与相关服务中，作为文化之窗帮助外来参赛人员快速了解徐州文化，建立城市形象。

②徐州由实践反哺自身，以昂扬进取的城市精神为指导，对缺陷领域改进优化、城市形象化繁为简。随其城市掌控力的增强、实践经验的积累，进一步让人文关怀的温暖氛围融入居民的言行生活，使城市精神落实于人民群众的现实生活，让徐马成为城市精神层面上转换器，达到统合人民意志追求、细化徐州城市形象的积极作用。

③并且徐州对于马拉松赛这项运动的选择，反映了徐州人民通过人之体肤以身体物，用脚掌切实感受徐州人杰地灵的宜居之美的人地协调观。徐马用这种不假外物的理念体现徐州本土化的天人合一的传统理学思想，并将其推向参赛人员。让徐马成为连接人与自然的协调器，于自然环境中体现人文关怀、生产生活中勾连地域特征，展现人地协调观。

本次研究将调查重心集中于以2021徐州马拉松赛为代表的赛事本身与历届活动相关话题事件，用马拉松赛的设计巧思与参赛人员的现实经历感受作为研究主体，从客观和主观的角度上分别选取资料通过查询分析法与社会调查法（收集资料、观察、访谈、问卷调查）加以论证，用双重视角切实感受徐州人地协调、天人合一的城市形象，明确城市形象在马拉松赛举办过程中的提升。其具体的理论逻辑思路为：

①前期对以2021徐州马拉松赛为代表的马拉松赛本身的举办日期、赛道选址、交通管制情况、志愿服务水平等客观事实进行资料收集，从自然地理与人文地理的客观角度还原马拉松赛的赛事设计与活动巧思所彰显的徐州城市形象特征

②对以往赛事举办期间的相关重大话题事件进行辅助研究，以事件主体关联度为标准分类筛选有关于徐州人民形象的话题并进行时序排序，进而对比分析随着徐马发展徐州人民行为的发展变化。总结典型事例的群众评论，分析徐马积极作用，于结构上有助于客观向主观过度

③在分别以2021徐州马拉松赛中市内参赛者、市外（外省）参赛者、志愿服务人员为目标人群，以分化群体画像、总结相应特点为调研准则设计调查问卷，分别收集关于徐州群众人民信心建立与城市自豪感培养、宜居城市形象验证与文化吸引力增强、社会建设参与感增加与地域集体荣誉感增强的主题的调查报告，整合信息探究引入主观因素后城市形象提升的具体体现。

从而通过客观和主观的双重视角感受徐州人地协调、天人合一的城市形象，总结出徐州马拉松赛作为文化窗口、精神转换器、自然协调器对徐州城市形象的提升。

二、【第一阶段:活动准备、第一次资料整合与客观调查阶段归纳】

1、研究对象选择

本次研究内容为通过客观和主观的双重视角感受徐州人地协调、天人合一的城市形象，以总结徐州马拉松赛作为文化窗口、精神转换器、自然协调器对徐州城市形象的提升。在除第二阶段的对比分析随着徐马发展徐州人民行为的发展变化涉及对以往历年来徐州马拉松赛的调查外，客观与主观调查阶段的研究对象选择的限制条件以活动完整程度、比赛规模、比赛等级为主，其目的在于：①活动完整程度，体现了比赛项目的种类，对应参赛人群的种类，有利于主观调查阶段的问卷目标人群选择，有利于增加调查研究的人群画像的合理性与调查研究角度全面性，避免个体误差。②比赛规模一方面能体现出选择政府的重视程度，增加比赛设计巧思，为客观调查阶段的素材选取提供资源。也有利于研究相关配套的志愿服务情况、后勤保障、医疗保障、媒体宣传情况，使所展现的徐州形象更为立体化。③比赛等级既决定了赛事举办时间有无人文因素影响与商业因素进驻情况，也关乎比赛本身参赛选手质量，有利于增加问卷调查的可靠性，减少调查废取比。

基于此要求，本次调查研究决定选择以经过历年发展趋于成熟的2021徐州马拉松赛为研究对象，其比赛项目多样（全马、半马、欢乐跑）、比赛规模较大（总规模20000人）、比赛等级较高（暨全国马拉松锦标赛（徐州站）·奥运会马拉松选拔赛），符合目标选择要求，有利于通过客观和主观的双重视角感受徐州人地协调、天人合一的城市形象，明确城市形象在马拉松赛举办过程中的提升。

2、对徐州马拉松赛本身客观事实的调查

2.1举办日期（起跑时间）：2021年04月11日 07:15

2.1.1在自然地理的层面上，徐州的气候类型是暖温带半湿润季风气候，受东南季风影响较大。其四季分明，雨量适中、雨热同期。四季之中春秋季短、冬夏季长、春季天气多变、夏季高温多雨、秋季天高气爽、冬季寒潮频袭，年气温14℃，年均降水量800至930毫米主要集中于夏季。考虑到气温与降水对马拉松赛的影响，春秋季节气候温和，降雨较少易于监控，大风大雾天气较少，较为合适。

2.1.2在人文地理的层面上，受比赛等级的影响，徐州马拉松赛作为全国马拉松锦标赛（徐州站）·奥运会马拉松选拔赛需在上半年完成，故定于4月

2.2赛道选址（全马）：起于徐州市泉山区湖北路与二环西路交叉口，途经国家5A级景区云龙湖风景区、滨湖公园音乐厅、汉画像石艺术馆、珠山公园、湖东路花海、泰山寺、中国矿业大学、文博园、大龙湖、新城区行政中心等市主要风景区、高校和行政中心，止于徐州市奥体中心。

2.2.1在自然地理的层面上，徐马赛道被称之为“最美的马拉松赛道”，集中展现了徐州地域特色自然风光与徐州厚重的人文历史底蕴、改革发展成果；与此同时，徐马赛道全程道路较为平缓，坡角小于25度，同时在道路选取时大坡化小坡、一坡化几坡的设计理念与赛道的曲直考量极大程度上降低了自然地形因素对马拉松赛的影响，大受选手好评。

2.2.2在人文地理的层面上，徐州非一线城市的城市属性为徐马减少了商业因素的干扰，使赛道的可操作空间增加，历史文化属性增强；同时以2021徐州马拉松赛为代表，徐马赛道在外形上借鉴徐州特色汉画像石形象，展现徐州人民精神风貌与徐州人文历史底蕴。

2.3交通管制情况（节选）：6：40时起，对金山东路（至纬四路昆仑大道）西半幅道路（东半幅道路允许机动车由南向北通行，沿线路口允许直行或右转）、昆仑大道（金山东路至元和路）南半幅道路（北半幅道路允许机动车由东向西通行，在与金山东路交叉口只允许机动车右转弯，其他路口允许直行或右转）、彭祖大道（昆仑大道至天目路）、天目路（彭祖大道至洞庭湖路）、商聚路（天目路至环湖路）、环湖路实行临时封闭，禁止机动车辆通行；6：50时起，对楚韵路（新安路至钱塘路）、新安路（楚韵路至汉源大道）、昆仑大道（元和路至汉源大道）实行临时封闭，双向禁止机动车辆通行；7：00时起，对汉源大道（新安路至泰岳路）实行临时封闭，双向禁止机动车辆通行等。

其展现了徐州优秀的城市交通管理水平与管理工作的细致入微，反映了选择成熟高效的城市行政规划能力与社会事件统筹能力。

2.4志愿服务水平：徐州马拉松赛将志愿者分为赛前服务、赛事服务、媒体宣传三大类，共细分为接待、赛前筹备、起点、沿途、分流、半程终点、终点、收容车、竞赛秘书、检查、医疗、新媒体、安保、机动等14个小类，存衣、安检、检录、引导、人墙、计时、补给、奖牌等80个具体岗位，共计3700名。

其展现了徐州人民将其丰沛的运动热情自运动本身辐射到赛事设计、活动保障中来，把徐州的昂扬进取、积极向上、恪尽职守的城市精神落实于行动中，内化马拉松赛“挑战自我，超越极限，坚韧不拔，永不放弃”的精神为完成志愿工作顽强拼搏尽职尽责的工作理念，真正做到贯彻精神指引，展现城市形象。

2.5后勤保障、医疗保障、媒体宣传情况：①后勤保障:设立补水点21个,准备巧克力1万块、牛奶1万盒、3万4千个小面包、2万根香蕉和2000斤小番茄。②医疗保障：医疗志愿者500名，盐丸等物资充足，冰敷、拉伸的缓解措施完善。③媒体宣传情况：徐马邀请了专业赛事直播公司拉加代尔全程直播，在青海卫视、江苏国际频道、徐州电视台等频道全程直播，同时在乐视、无线徐州腾讯视频等20多家直播平台全程直播，并在100多个国家和地区进行直播，此外省内外40多家媒体机构，以及10多家新媒体单位报道。

其展现了徐州城市的社会资源保障能力。体现了徐州各行业同心同德并肩前行的城市凝聚力；同时数百名医疗志愿者与充足的医疗物资、配套设备展现了徐州优秀的城市医疗保障体系与过硬的城市素质，展示出真正内化于城市精神的一心为民之愿；此外，多层次宽角度的媒体报道展现出徐州在硬实力充沛的同时传媒宣传软实力澎湃，从更深更广的角度为我们的观众展示徐马风采，展现徐马选手风貌，向世界传播徐州风貌。

3、马拉松赛的实际情况还原与彰显城市形象特征归纳

基于徐州的人文历史环境，徐州马拉松赛由内而外的充溢着一股同故黄河奔流向东一衣带水的运动情怀，无论是在自然地理角度上基于时空观念大气磅礴的整体设计所展现的徐州地域特色自然风光、经济社会发展成果与结合了大汉气韵的赛道造型，还是人文地理角度上精细到志愿服务人员配置与补水站、盐丸、冰敷等后勤医疗保障所体现的人文关怀，无不展现出徐州作为楚汉相争地、五省通衢处，实力深厚、快速发展，各行业种类齐全发展深入，城市行政管理能力强大，医疗卫生体系、社会保障体系硬实力优秀，传媒宣传软实力齐头并进。展现出徐州城市素质优异，城市结构功能完整，城市凝聚力强，精神指引正确，同时人文历史底蕴雄厚，自然地理环境优越，集南北之特色，享宜居之盛名的城市形象。

三、【第二阶段:第二次资料整合、重大话题事件调查与

客观主观调查阶段过渡】

1、以往赛事举办期间的相关重大话题事件筛查

本小组以事件主体与城市形象关联度为标准分类筛选

有关于徐州人民形象的话题并进行时序排序，并由此中依照社会影响力高低选取典型事件——2019徐马市民哄抢物资事件（搜狐新闻报道，详见附录一）。

1.1报道内容节选

参赛者大量奔向补给站的时候，很多阿姨叔叔趁我们不

注意搬走补给站的饮用水、香蕉，一行人过来直接搬，另一行人开着电动车直接开走，拉都拦不住。过来搬了很多次。

就在志愿服务结束的时候，又有大量的市民过来抢东西！对！就是直接抢！抢！我们和他们理论，他们好像很理直气壮的样子“别人都搬了，我为什么不搬？你们怎么就拦我，不拦别人！”跟他们讲理根本讲不通，素质超差，直接骂我们！“小孩子不要插话！”……

1.2事件分析

2019徐马市民哄抢物资事件虽然有马拉松赛举办初期

经验不足的原因，但客观上反映了当时徐州部分市民规则意识不强，个人素质较低，群体意识薄弱与城市荣誉感缺乏的现实问题，在一定程度上影响了徐州的城市形象。

1.3后续跟进

在本小组的后续调查中，直至2021年徐州马拉松赛不

曾出现类似事件再次发生。且基于调查反馈，2019年后徐州马拉松赛的支援物资管理不断改进，相关管理部门及发现及调整，对赛道沿途老百姓进行马拉松相关规则观念加强、集体荣誉感培养，成功杜绝此类现象再度发生。

2、徐州人民行为的变化

在一次次的马拉松赛举办过程中，徐州人民将其丰沛的

运动热情自运动本身辐射到赛事设计、活动保障中来，以体育健身为中心将徐州马拉松赛推广为地域性特色社会公共活动。以此同时，马拉松赛举办所带来的城市自豪感与集体荣誉感的增加，于精神层面规范人民行为，使人民群众意识到其个人言行与城市形象关联，激发个人荣辱感，由此将城市精神落实于个人行为，使公民素质的提高进而再度反哺城市形象，使其切实提升。

四、【第三阶段:社会调查表格准备与调查对象选取】

1、调查对象选取

本次研究重点在于感受徐州人地协调、天人合一的城市形象，总结出徐州马拉松赛作为文化窗口、精神转换器、自然协调器对徐州城市形象的提升。而徐马作为文化窗口、精神转换器、自然协调器具体体现在①将徐州地域特色自然风光、经济社会发展成果、徐州人民精神风貌与徐州人文历史底蕴提炼浓缩后反应于赛事设计、活动巧思与相关服务中，作为文化之窗帮助外来参赛人员快速了解徐州文化，建立城市形象；②徐州由实践反哺自身，以昂扬进取的城市精神为指导，对缺陷领域改进优化、城市形象化繁为简。随其城市掌控力的增强、实践经验的积累，进一步让人文关怀的温暖氛围融入居民的言行生活，使城市精神落实于人民群众的现实生活，让徐马成为城市精神层面上转换器，达到统合人民意志追求、细化徐州城市形象的积极作用；③并且徐州对于马拉松赛这项运动的选择，反映了徐州人民通过人之体肤以身体物，用脚掌切实感受徐州人杰地灵的宜居之美的人地协调观。徐马用这种不假外物的理念体现徐州本土化的天人合一的传统理学思想，并将其推向参赛人员。让徐马成为连接人与自然的协调器，展现人地协调观。

其目标人群分别为外来参赛人员、徐州本地民众与徐马参与者，为此本次调查选取市内参赛者、市外（外省）参赛者、志愿服务人员为调查对象，将群体画像一一对应，增加调查精确程度。

2、社会调查表格准备

基于第一、二阶段对于徐州马拉松赛实际情况的还原、徐州马拉松赛所彰显城市形象的特征归纳与随徐马发展徐州人民行为的发展变化的调查，设计以2021徐州马拉松赛中市内参赛者、市外（外省）参赛者、志愿服务人员为目标人群，以分化群体画像、总结相应特点为调研准则设计调查问卷，希望还原活动马拉松赛参与者的现实反应，为突出主观因素，由参与者角度分析徐州举办马拉松赛对城市形象提升进行准备（见表H-B-1）:

**表H-B-1 2021徐州马拉松赛参与经历调查表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 社会调查项目 | 调查2021徐州马拉松赛参与经历 | 设计意图说明 |
| 访谈（访谈对象：志愿服务人员）□ | 1. 您是第几次参与这样的志愿活动？徐马的志愿活动有没有什么特别之处 2. 向徐马这种大型的体育活动在组织上有什么特别之处吗？你们的活动参与感如何？ 3. 面对众多外来参赛者难免有什么感受？有没有觉得就一种发自内心的自豪感与满足感？ 4. 在志愿服务的过程中有没有配合上的问题？ 5. 之前2019年发生过沿途村民抢水和面包的事情，2021徐马中还有发生吗？ 6. 就您的实际经历来看2021徐马的效果如何？ | 1. 探究活动的第一印象 2. 探究活动组织所体现的城市行政管理能力，与社会建设参与感 3. 探究参与者地域集体荣誉感与自豪感，反映城市精神的 深化与落实 4. 反映活动顺利程度与活动氛围 5. 反映人民素质实际情况，展现徐州城市形象提升 6. 体现举办效果，反映城市形象 |
| 问卷（调研对象：市内参赛者）□ | ⑴您报名的项目是什么？  A全马 B半马 C欢乐跑  ⑵您认为活动氛围如何？  A极好 B较好 C一般 D较差  ⑶您个人感觉参加马拉松赛面对外来人员有没有一种身为徐州人的自豪感？  A感觉强烈 B有 C一般 D无  ⑷您认为在马拉松赛举办期间社会风气、人民素质有无正向变化？  A明显改善 B有所加强 C改变不大 D没有改变  ⑸在马拉松赛前有无感觉练习跑步人数增加？  A明显增加 B略有增加 C变化不大 | 1. 群体画像核查 2. 反映活动完成度 3. 反映人民信心建立与城市自豪感培养 4. 反映社会风气 5. 反映城市精神与运动健身风气影响 |
| 问卷（调研对象：市外（外省）参赛者）□ | 1. 您报名的项目是什么？   A全马 B半马 C欢乐跑   1. 您认为活动氛围如何？   A极好 B较好 C一般 D较差   1. 您认为徐州美丽的自然风光与您所想象的有无出入？   A甚至更好 B完全相符 C略有偏差 D不相符   1. 您来徐州的几天对徐州的气候有什么看法？   A非常宜居 B较为舒适 C一般 D不适应   1. 您认为徐州的赛事服务是否完备，志愿者与徐州人民是否热情?   A非常热情 B十分不错 C一般D不满意   1. 您有没有被徐州的风土人情所吸引？   A有 B一般 C无 | ⑴群体画像核查  ⑵反映活动完成度  ⑶反映徐州自然风光  ⑷体现宜居城市形象验证  ⑸反映社会风气与活动氛围  ⑹体现徐州文化吸引力 |

五、【第四阶段:调查实施与第三次资料整合】

本阶段以2021徐州马拉松赛中市内参赛者、市外（外省）参赛者、志愿服务人员为问卷调查对象进行调查：①市内参赛者问卷：于徐州奥体中心、苏宁商业中心、树人中学等地附近进行实地询问，对有参加经历的群众随机发放此调查问卷64份，回收问卷60份，其中有效问卷57份，有效率达95%。②市外（外省）参赛者问卷：于爱燃烧等体育平台寻找徐州马拉松赛参与者，通过QQ、微信等方式进行问卷调查，发放此电子调查问卷40份，回收问卷40份，其中有效问卷36份，有效率达90%。③志愿服务人员访谈: 于徐州奥体中心、苏宁商业中心、树人中学等地附近进行实地询问，对有参加经历的群众发放此调查问卷.同时采取线上调查，在增加是否参与必填项随机发放电子调查问卷.二者共计70份，回收问卷67份，其中有效问卷61份，有效率达91%。

对回收数据加以客观分析，志愿服务人员访谈选取典型事例，问卷调查进行数据收集，进而归纳总结为徐州马拉松赛参与经历概况整合例表（红字为访谈整理结果）。表H-B-2为根据调查得出的徐州马拉松赛参与经历概况整合例表。

**表H-B-22021****徐州马拉松赛参与经历概况整合例表**

|  |  |
| --- | --- |
| 社会调查项目 | 调查2021徐州马拉松赛参与经历 |
| 访谈（访谈对象：志愿服务人员）□ | 1. 您是第几次参与这样的志愿活动？徐马的志愿活动有没有什么特别之处   这是第3次参加这种志愿活动，本身个人比较喜欢参加志愿服务，这次正好又能为自己的家乡出一份力就报名了。平时这种体育类的活动较少，明显能感受到一种不一样的热情与激动的氛围，大家都很有干劲。   1. 向徐马这种大型的体育活动在组织上有什么特别之处吗？你们的活动参与感如何？   确实有很大不同，我们明显能感觉到组织分工更加详细，任务更加明确大家都各司其职但也更累了。大家的参与感非常强，看着赛道一点点在大家的手中完成，提别是比赛过程中为运动员提供帮助，给他们递补给时，真的就感觉是和他们在一起努力。   1. 面对众多外来参赛者难免有什么感受？有没有觉得就一种发自内心的自豪感与满足感？   紧张，第一感觉是紧张，不能给徐州丢人，但是很快就变成了对他们很自然的关心或是帮助，因为当时气氛真的很足，大家都融入进比赛了，也就没什么人关注他们是从哪来了。对，非常的自豪，是作为徐州人的自豪，大家都觉得能以徐州人的身份帮助运动员非常满足，这回算是给徐州长脸了。   1. 在志愿服务的过程中有没有配合上的问题？   没有，大家沟通的都非常好，志愿人员间都很默契，劲往一处使。   1. 之前2019年发生过沿途村民抢水和面包的事情，2021徐马中还有发生吗？   没有这几年徐州人民的素质都在不断提高，我们在志愿过程中也能看出来，有不少人免费搬来瓶装水给运动员作私补，少数想要穿过赛道的行人在我们劝说后也能理解，整体上大家都做的非常好，真的在齐心协力。   1. 就您的实际经历来看2021徐马的效果如何？   特别好，无论是全马半马的奋力拼搏还是欢乐跑都非常成功，能看到徐州政府真的在丰富大家的休闲选择，引导社会风气向积极发展。 |
| 问卷（调研对象：市内参赛者）□ | ⑴您报名的项目是什么？  A全马（17%） B半马（22%） C欢乐跑（61%）  ⑵您认为活动氛围如何？  A极好（77%） B较好（16%） C一般（6%） D较差（2%）  ⑶您个人感觉参加马拉松赛面对外来人员有没有一种身为徐州人的自豪感？  A感觉强烈（88%） B有（6%） C一般（4%） D无（2%）  ⑷您认为在马拉松赛举办期间社会风气、人民素质有无正向  变化？  A明显改善（20%） B有所加强（57%） C改变不大（16%）D没有改变（7%）  ⑸在马拉松赛前有无感觉练习跑步人数增加？  A明显增加（20%） B略有增加（55%） C变化不大（25%） |
| **问卷（调研对象：**市外（外省）参赛者**）**□ | 1. 您报名的项目是什么？   A全马（67%） B半马（19%） C欢乐跑（4%）   1. 您认为活动氛围如何？   A极好（77%） B较好（16%） C一般（6%） D较差（2%）   1. 您认为徐州美丽的自然风光与您所想象的有无出入？   A甚至更好（53%） B完全相符（33%） C略有偏差（10%）D不相符（4%）   1. 您来徐州的几天对徐州的气候有什么看法？   A非常宜居（70%） B较为舒适（21%） C一般（6%）D不适应（3%）   1. 您认为徐州的赛事服务是否完备，志愿者与徐州人民是否热情?   A非常热情（47%） B十分不错（23%） C一般（18%）D不满意（12%）   1. 您有没有被徐州的风土人情所吸引？   A有（83%） B一般（20%） C无（7%） |

通过问卷调查亦可知徐州马拉松赛作为文化窗口、精神

转换器、自然协调器功效显著，引入主观因素后仍能看出其对城市形象的提升具体体现在①对外来参赛人员进行文化吸引与宜居城市形象验证，强化徐州城市形象；②对徐州本地民众建立人民信心，培养城市自豪感，推广运动热潮，引导社会风气，提高人民素质，弘扬城市形象；③对徐马参与者增加社会建设参与感与地域集体荣誉感，增添志愿活动满足感，落实城市精神，促进州城市形象提升。

六、【第五阶段:主观调查阶段与客观调查结合整体归纳与电子录入】

基于以上的四个阶段调查结果对比可见城市形象在马拉松赛举办过程中的提升为：

1、客观角度

徐州马拉松赛基于徐州的人文历史环境而举办，展现徐州由内而外的充溢的同故黄河奔流向东一衣带水的运动情怀，其无论是在自然地理角度上基于时空观念大气磅礴的整体设计所展现的徐州地域特色自然风光、经济社会发展成果与结合了大汉气韵的赛道造型，还是人文地理角度上精细到志愿服务人员配置与补水站、盐丸、冰敷等后勤医疗保障所体现的人文关怀，无不展现出徐州作为楚汉相争地、五省通衢处，实力深厚、快速发展，各行业种类齐全发展深入，城市行政管理能力强大，医疗卫生体系、社会保障体系硬实力优秀，传媒宣传软实力齐头并进。展现出徐州城市素质优异，城市结构功能完整，城市凝聚力强，精神指引正确，同时人文历史底蕴雄厚，自然地理环境优越，集南北之特色，享宜居之盛名的城市形象。

2、主观角度

随着徐州马拉松赛的举办，徐州人民将其丰沛的运动热情自运动本身辐射到赛事设计、活动保障中来，以体育健身为中心将徐州马拉松赛推广为地域性特色社会公共活动，并以此为支点向相关产业各层次领域蔓延，最终化虚为实，将徐州的精神动力切实转化为城市形象的提升与国内外影响力的扩大。

徐州马拉松赛作为文化窗口、精神转换器、自然协调器

功效显著，对外来参赛人员进行文化吸引与宜居城市形象验证，强化徐州城市形象；对徐州本地民众建立人民信心，培养城市自豪感，推广运动热潮，引导社会风气，弘扬城市形象；对徐马参与者增加社会建设参与感与地域集体荣誉感，增添志愿活动满足感，落实城市精神，促进州城市形象提升。

不仅弘扬徐州是体育精神，增强徐州人民身体素质，提高人民幸福指数，提高人民素质，更展现出徐州人地协调、天人合一的城市形象的不断发展。

七、【第六阶段:得出结论，撰写结题报告】

详见“关于徐州举办马拉松赛对城市形象提升的调查研究的结题报告——以2021徐州马拉松赛为例”