

垂马大联盟VMA

在跑步活动越来越纷繁的今天，垂直马拉松（爬楼梯）这项新兴的运动以其场地便利性和不受时间天气限制等优势获得了越来越多跑者的青睐，逐渐成为潮流运动的代表之一。

在高楼林立的都市，涌现了越来越多的垂直登高赛事，体育运营公司、地产商、大楼物业方等都有可能成为赛事的举办者。而拥有三年垂马赛事运营经验的VMA（Vertical Marathon Alliance）垂马大联盟借鉴了NBA联赛的经验，联合各城市的合作运营方，以共享品牌发展的理念，把垂马赛事的标准往从无到有，从有到精的方向发展，构建中国垂马赛事的标准，推动垂马文化在中国的发展。

马拉松赛事于上世纪八十年代初引入中国，随着全国马拉松及其相关赛事增多，越来越多的人投身于跑步运动中。据中国田径运动管理中心发布数据：2015年全国共有134场马拉松及其相关赛事，较2014年增长160%，较2010年增长10倍，全年参赛人数近150万人。各式各样的马拉松活动如火如荼地开展，大有席卷全国之势，跑步也成为时下潮流的运动项目之一。

在每个人都在奔跑的时候，有人选择往前跑，也有人选择往上跑，垂直马拉松应运而生。

垂直马拉松，简而言之就是跑楼梯运动，起源于1978年攀登美国帝国大厦的大众体育运动。如今全球有数百万人参与，它是一项跨越年龄、性别，不受场地、时间、天气限制的国际流行的健身运动，在国外甚至被称为“运动之王”。

2013年，ISF（国际竞速联盟）引入国际垂直马拉松赛事，并在北京国贸大厦打响了中国垂马赛事落地的步伐。随后，各地的垂马赛事如雨后春

笋般出现。截至2015年，全国已举办了60多场垂直马拉松赛事，垂直竞技跑者的足迹遍布全国一二线城市的摩天大楼。

在高楼林立的都市，不同标准不同规模的垂直登高赛事纷纷举办。借助垂马赛事的发展势头，VMA（Vertical Marathon Alliance）垂马大联盟借鉴NBA联赛的经验，联合北京、上海、广州、深圳、广西、安徽、江苏、山东等全国30多个城市合作运营方，共享VMA垂马赛事品牌资源，共筑中国垂马赛事的良好生态环境。

另外，VMA垂马大联盟将根据已有的垂马赛事运营经验，从赛道设计、救援体系、安保体系、志愿服务体系、娱乐互动游戏体系等方面升级打造更标准的垂马赛事。

与此同时，VMA垂马大联盟将高度重视参赛者的文化娱乐体验，邀请好莱坞音乐制作人为赛事度身定制主题曲《Here We Go》，邀请法国设计师克里斯蒂安·圣·吉尔作为设计顾问，在赛事中增加以the city pitares为故事主线的游戏闯关环节及相关主题活动，为赛事注入更多的文化内涵。

时下，“狗”已经成为了自嘲的象征，例如加班狗、公关狗、广告狗、单身狗等。VMA垂马大联盟别出心裁，将其赛事受众人群统称为VGO，GO既有let's go的含义，也是狗的谐音，符合80、90后人群的时髦用语，以自嘲来呈现积极、幽默的精神状态。

VGO们年轻、个性张扬、活力澎湃、不愿意跟随世俗的教条，在每一场的垂马赛事中不仅得到挑战自我极限后攀登高楼顶峰眺望城市风景的犒赏，也是在征服自我极限的新高度。在VMA垂马大联盟里，每一个不甘平凡的VGO都有其独特的故事，每一个莫守城规的VGO都是自己的人生赢家。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/cldllvma-938100.html>