

## （八）中国田径协会马拉松及相关运动等级赛事和特色赛事 评定办法

第一条 为提升中国马拉松及相关运动赛事的组织和管理水平，促进中国马拉松及相关运动的健康有序发展，特制定本办法。

第二条 中国田径协会（以下简称“中国田协”）负责组织专家开展中国马拉松及相关运动等级赛事和特色赛事评定工作。

第三条 中国马拉松 A 类认证赛事均可申报参加等级赛事和特色赛事评定。

第四条 等级赛事划分为 3 级，须逐年逐级从低到高依次申请铜牌、银牌、金牌赛事。新办赛事（含上一年度的非共办赛事）当年只可申报评定铜牌赛事。

因赛事组织不当发生违规事件视造成社会负面影响程度，取消评定资格或降级。

第五条 等级赛事评定依据《中国田径协会马拉松及相关运动等级赛事评定标准》（见附件）进行。

第六条 符合以下条件可申请特色赛事：

（一）赛道特色：

1. 自然：赛道具有鲜明的自然特色，如：沙滩、湖泊、草原、气候、生态等，合理利用当地自然资源的优越性，并在赛事中有突出体现；

2. 城市地标:赛道体现城市特点,如:标志性建筑、广场、历史古迹等;

(二) 服务特色:

赛事为参赛者提供具有地方特色的丰富多彩的赛时服务及饮食、交通、旅游等其它便利服务;

(三) 文化特色:

赛事有独特文化主题,同时安排会展等配套活动,具有丰富的民族风情及文化内涵,弘扬正能量。

第七条 评定为金牌的赛事不参与特色赛事评定。

第八条 等级赛事和特色赛事申报后,按照各赛事评定标准进行评定。

第九条 等级赛事和特色赛事的评定程序先由各赛事组委会根据标准和条件进行自我评价,认为达到要求的可向中国田协提交申报。专家评定小组对申报赛事进行综合评定。

第十条 专家小组至少由9名赛事相关领域的专家组成。赛事组委会需配合专家小组提供完整资料,为评定工作提供便利,不得对其工作进行干预。专家小组应正确行使职权,不得徇私舞弊。

第十一条 评定结果通过中国田径协会官方网站、中国马拉松信息平台及中国马拉松年会等渠道进行发布。

第十二条 等级赛事标识和特色赛事标识由中国田协统一设计及授权使用。

第十三条 获得等级赛事评定和特色赛事评定的组委会应在赛事组织及对外宣传中使用等级赛事和特色赛事标识。

第十四条 本办法与《中国境内马拉松及相关运动赛事管理办法》及中国田协颁布的其它各项管理规定和办法配套施行。

第十五条 本办法由中国田协负责解释和修改。

## 附件：中国田径协会马拉松及相关运动等级赛事评定标准

### 一、准入标准：

等级赛事评定均应满足以下标准：

（一）中国马拉松赛事联盟成员；

（二）赛事举办达到 A 类认证标准

（三）赛事严格遵守《中国境内马拉松及相关运动赛事管理办法》、《中国马拉松赛事联盟章程》和中国田径协会颁布的其它相关管理办法；

（四）城市马拉松赛事总人数不低于 10000 人（或单项赛事、越野赛事人数不少于 300 人）；

（五）所有选手的比赛成绩在规定时间内上传至中国马拉松信息平台。

（六）对赛事的所有人员、对赛事的公众责任有保险措施。

### 二、评定标准：

项目	赛事标准
温度	一般比赛适宜温度在 5-15 摄氏度之间，如当天比赛气温低于 5℃或高于 26℃，必须采取必要的防寒保温或防暑降温措施。
路线	赛道设计非常具有本地特色，起点和终点交通便利；赛道 9 米宽以上，最窄部分不低于 6 米宽，在全程马拉松比赛中最窄赛道不得超过 5 公里；没有出现未经中国田协批准擅自更改路线的情况。

项目	赛事标准
计时服务	尽可能采取“净计时”；从起点到比赛终点,金牌赛事 A 类应每 5 公里设置一个感应计时点,银牌、铜牌赛事应不少于每 10 公里设置一个感应计时点;芯片计时成绩在比赛中丢失率不超过 1%。
起终点规划	起点各功能区域设置合理、流线顺畅、标识清晰,厕所按照参赛人数 50:1 的比例配置蹲位,终点区域流线顺畅,完赛物品发放便捷、有序。
视觉形象	中国田径协会和中国马拉松赛事联盟标识以及赛事自身标识在主背景板、颁奖台背景板等处得到充分展示;沿途各功能点指示牌、引导牌高度适宜、清晰可见,符合赛事要求
观众	起终点和赛道沿线观众达 5 万人以上。
选手服务	从报名开始直至赛事结束后 1 周配有专门的咨询电话和电子邮件;起终点及赛道沿途补给种类以及数量充足,每个饮水/用水站为每名运动员提供大约 250-330 毫升的水,在每个饮水/用水站为每位参赛者提供大约 250-330 毫升的饮料,并配备有食品等补给站。
医疗救援	有针对性的医疗救援体系,设施及药品配备充足,便携式移动 AED 不得少于每 1.5 公里 1 台,保证比赛全程 AED 覆盖。如果组委会能够合理充分地利用 AED 设备,则可适当减少 AED 数量。未出现因组委会管理不当、急救不及时而

项目	赛事标准	
	造成的人员伤亡情况。	
社会公益	赛事组委会组织了有一定社会影响力的社会公益活动。	
宣传	<p>通过市级以上电视台、网络电视、微博、微信等新媒体现场直播（或录播）赛事；</p> <p>赛事建立了官方网站，积极使用网络、新媒体手段进行推广和宣传。</p> <p>并建立起完整的宣传管理体系和舆论引导体系。</p>	
市场开发	形成了完整的市场开发体系，赛事开发良好。	
申报材料	申报、总结材料效果良好、逻辑清晰，内容完整。	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、未按规定时限上传成绩。</li> <li>2、赛事中出现严重违反《中国田径协会马拉松经纪人管理办法》等相关规定的情况。</li> <li>3、赛事陈述效果（态度及内容）。</li> <li>4、拖欠奖金。</li> <li>5、出现兴奋剂阳性问题。</li> <li>6、赛事出现重大医疗急救问题。</li> <li>7、私自申报加入国际组织的行为。</li> </ol> <p>因赛事组织不当发生违规事件视造成社会负面影响程度，</p>	

项目	赛事标准
取消评定资格或降级。	