

赛道边银行暗战： 解码马拉松“金主”的生意经

“当春风再度湿润运河两岸，扬州半程马拉松将迎来它的廿载盛礼……我们荣幸地携手包括中国银行在内的众多优秀品牌，共同打造本届扬马的品质之旅。”马拉松爱好者小张日前收到了定于3月29日开跑的“2026中国银行扬州半程马拉松”报名提醒短信。

发令枪响，万人同奔，一场围绕银行潜在客户的金融竞逐也在马拉松赛事生态中同步上演。如今，商业银行已成为马拉松赛事的大“金主”，各类银行纷纷以冠名赞助等形式，深度嵌入此类赛事。

看似寻常的体育赞助，实则是银行精心布局的一项战略投资。其核心逻辑在于对银行潜在客户的精准触达与深度绑定。银行的意图远不止于品牌曝光，更深层的动因是，在获客成本高企的背景下，对线下优质场景价值的重新挖掘与定义。银行正致力于将一场体育赛事转化为构建长期客户关系与“金融+大健康”服务生态的基石。由此可见，马拉松已成为观察银行业务转型与客群经营战略演变的重要窗口。

●本报记者 张佳琳



深度布局

扬州半程马拉松赛事主办方表示，其对2026年的竞赛组织工作进行了系统性优化，力求为跑者创造更流畅的赛时动线、更安全的赛场环境与更专注的奔跑体验。作为此次赛事的冠名赞助商，中国银行为参赛选手提供专属支持。

通过中国银行App报名的跑者，可解锁“马年跑马”进阶训练课程，其增设了日常基础训练与半程马拉松专项训练内容，覆盖核心力量锻炼、跑步技巧教学以及赛前准备，赛后恢复全流程指导。同时，中国银行围绕跑者在扬州的“衣食住行游购娱”，推出一系列专属权益与优惠活动，提供全方位、一站式的金融服务。

观察已公布的2026年赛事日历，招商银

行、浦发银行、龙湾农商银行等机构冠名的马拉松赛事屡见不鲜。这反映出一个普遍现象：无论马拉松赛事规模与知名度如何，银行已成为其中不可或缺的参与方。南京银行人士告诉记者，该行已连续多年冠名南京马拉松、南京浦口马拉松、南京江岛半程马拉松、高淳国际慢城马拉松等赛事。

看似简单的体育赞助，实则是银行在数字化转型与同质化竞争压力下，经过精密测算的战略投资。马拉松赛事参与人群的特质，与银行零售业务的目标客群高度契合，这成为银行押注马拉松赛事的关键动因。通过与马拉松深度绑定，银行能够将赛事流量转化为客户流量，实现从“广撒网”到“精聚焦”的转变。

精准触达潜在客户

苏商银行特约研究员薛洪言告诉记者，马拉松赛事参与人群大多具有高收入、高消费特征，与银行财富管理等核心业务的目标客群高度重合，银行借此可实现对潜在客户的精准触达。

“更为重要的是，在线上获客成本高企的背景下，马拉松赛事作为大型线下活动，为银行提供了将金融服务自然嵌入客户生活流程的独特契机，助力银行实现从品牌曝光到场景融合的升级。”薛洪言认为，马拉松赛事所倡导的健康、拼搏与长期主义精神，有助于银行塑造更具温度和活力的品牌形象。对于区

域性银行而言，赞助本地赛事更是提升地方市场品牌渗透率、构建区域情感联结的有效手段。

从赛事报名到物资领取，再到现场服务等环节，银行作为赞助商能够与潜在客户实现多触点互动。以恒丰银行为例，该行多次与济南（泉城）马拉松合作，推出的“济马主题纪念卡”及《恒丰济马福利计划》，除了能够提供赛事报名费立减、周边商户消费折扣等基础权益外，还融合了线上线下多重场景优惠，为跑者提供涵盖日常消费、运动健康、文化娱乐等领域的专属礼遇。

理服务信托，分别为一家强调安全、流动性

的国企和一家在安全性前提下，追求一定收益目标的民营上市公司。

用益信托研究员喻智分析称：“上市公司购买信托产品，核心目的是提升闲置资金的收益率。目前主流选择仍是固收类低风险产品。”海信家电在公告中也明确，此举是在控制投资风险的前提下，以提高资金使用效率、增加现金资产收益。

“进军上市公司财富管理领域，是我们今年重点拓展的一大方向。”前述南方地区信托公司资管部主管表示。

然而，在这一投资热潮背后，潜在的风险与挑战同样不容忽视。一位原信托经理表示：“尽管行业整体规模庞大，但其中包含大量服务信托及历史遗留的通道业务。在当前环境下，受负面舆情、强监管转型政策以及市场上真正优质的高收益资产稀缺等多重因素影响，投资者关系维护与信息透明度已变得至关重要。”这一观点提示，上市公司在选择信托合作方时，需对其资产管理透明度与信息披露质量提出更高要求。

合作模式日趋多元

随着合作深入，上市公司与信托公

司的合作内容愈发丰富，向融资支持、员

工激励、资产盘活等多元化生态延伸。

在信托贷款支持方面，近年来，多家

上市公司公告，通过信托贷款获得融资支

持。例如，2025年年底，国城矿业公告称，拟向中信信托申请信托贷款20亿元，用于置

换内蒙古国城实业有限公司60%股权收

购相关贷款、偿还自身及其控股子公司的

存量金融负债。

同时，信托公司在员工激励领域积极

与上市公司展开合作，常通过设立员工持

股计划信托提供专业服务。以奕瑞科技为

例，该公司1月末委托华能信托设立了“华

能信托·奕瑞科技2026年员工持股计划信

托”，成立时信托资金总额不超过1亿元。

根据信托文件约定，华能信托将以自己的

名义，为奕瑞科技的员工持股计划提供资

产持有、管理与运作服务。

该信托属于资产服务信托中的行政

管理服务信托，主要依托信托公司在账户

管理、财产独立和风险隔离等方面的优势，

为企业员工持股计划提供专业的股

份管理与运作服务。

“目前信托参与员工激励的整体业务

规模不大，算是创新业务。其实，上市公

司有多种工具可选，并非必然选择信托。

因此突出信托公司的核心竞争力，是开展

这项业务的关键。”西南地区某信托公司人

士坦言。

“目前信托参与员工激励的整体业务

规模不大，算是创新业务。其实，上市公

司有多种工具可选，并非必然选择信托。

因此突出信托公司的核心竞争力，是开展