

# “为中国马拉松建言”活动受热捧

## 网友为行业发展出谋划策

日前,中国田径协会、人民日报社体育部、人民网网上群众工作部联合推出“跑者进!为中国马拉松建言”有奖征集活动。活动自11月22日启动以来,受到了网友热烈响应,纷纷为中国马拉松事业发展建言献策。截至11月27日8时,活动共收到网友留言1902件,内容涵盖了马拉松赛事组织、赛事文化宣传、行业产业发展等。

### ◆马拉松赛事组织:“设标准”“提质量”“重特色”

在赛事组织方面,“设标准”“提质量”“重特色”成为网友留言中的高频词汇。有网友建议,在马拉松赛事办赛过程中,应秉持节俭原则,确保马拉松运动的基本保障,让赛事更加环保、高效。同时,合理规划比赛路线,尽量减少对城市交通的影响,降低赛事对市民出行的困扰。

有网友建言,可否制定赛事规模参考标准,依据赛事赛道宽度和所处环境给出具体举办规模参考标准,

避免部分赛事盲目追求规模,忽略实际举办条件,造成人员拥堵、补给资源不足等问题。

还有网友指出,目前,中小城市马拉松赛事存在同质化现象,赛事运营管理水平参差不齐,赛事参与者对马拉松精神认知匮乏。他建议,各中小城市应以地域风情为基点,创新马拉松赛事特色,用治理理念提升马拉松赛事的运营管理水平。

### ◆赛事文化宣传:马拉松文博展会加强跑者健康意识

举办马拉松文化博览会、加强跑者健康意识培训则成为众多网友在提升马拉松文化方面的建议重点。

有网友建议,各省区市开设马拉松数字博物馆,收集相关实物、数字产品、数据信息,做好赛事文化积淀。同时,通过影视剧、网剧、网文等多种形式对外讲好中国马拉松故事。

还有网友留言,建议加强对马拉松运动的宣传和推广,提高公众对马拉松运动

的认知和参与度。通过媒体、社交平台等多种渠道,宣传马拉松运动健康、积极和向上的形象。

### ◆行业产业发展:提升品质 创新模式

对于马拉松行业产业发展,网友更是提出了许多富有建设性的建议。有网友指出,中国作为世界上人口最多的国家,拥有巨大的市场潜力,但在马拉松产业的发展上,还需要进一步提升品质、创新模式。他建议,加强对马拉松赛事组织人才的培养,加强对马拉松教练和裁判的培养,加强对马拉松产业经营管理人才的培养。同时,开发更多与马拉松运动相关的产品,开发更多具有特色的马拉松旅游线路和产品,利用互联网+技术,开发线上马拉松赛事、健身指导等服务,满足不同人群的需求。

据悉,此次有奖征集活动将持续至12月22日。所有参与留言的网友都有机会获得丰富的奖品。(人民网)

## NBA常规赛: 国王胜勇士



11月28日,勇士队球员克里斯·保罗(前中)在比赛中抢篮板。当日,在2023-2024赛季NBA常规赛中,萨克拉门托国王队主场以124:123战胜金州勇士队。 新华社发

## 欧冠“大巴黎”绝平纽卡 “死亡之组”保留晋级悬念

新华社巴黎11月28日电 在28日的欧冠小组赛第五轮比赛中,F组的巴黎圣日耳曼凭借姆巴佩在伤停补时阶段的点射破门,主场1:1绝平纽卡斯尔联队,成功守住小组第二的位置;同组的多特蒙德3:1客场战胜AC米兰,成为这一“死亡之组”率先出线的队伍。

“大巴黎”在与纽卡的比赛中占尽场上优势,控球率高达7成,射门次数31:5遥遥领先,但始终在最后一击上功亏一篑,反倒是纽卡在上半场第24分钟依靠伊萨克的补射打破僵局。

直到比赛最后一刻,“大巴黎”才扳平比分——登贝莱禁区内传球造成纽卡防守球员利夫拉门托手球,裁判在观看VAR回放后判罚点球,“大巴黎”当家球星姆巴佩主罚命中,帮助球队在最后一刻拿到一场宝贵的平局。

同组另一场比赛,多特蒙德凭借罗伊斯、吉滕斯以及阿德耶米的进球,客场3:1战胜AC米兰。

5轮战罢,多特积10分排名小组第一,“大巴黎”7分排名

小组第二,纽卡和AC米兰同积5分排在第三和第四位。最后一轮,“大巴黎”将客场挑战多特,法甲冠军取胜则确保晋级,打平或者输球都有被淘汰的风险;另一边,纽卡主场对阵AC米兰,两队想要出线唯有全力争胜,同时还要看另一场比赛的结果。

G组中,已经提前出线的两支队伍曼城和莱比锡上演正面交锋,争夺小组头名。奥蓬达独中两元,帮助莱比锡在上半场以2:0领先。下半场曼城大举反击,哈兰德、福登以及阿尔瓦雷斯先后建功,球队完成逆转的同时,锁定小组头名。

H组中,巴塞罗那2:1战胜波尔图,顿涅茨克矿工1:0击败安特卫普。巴萨积12分提前小组出线,矿工和波尔图同积9分,将在最后一轮直接对话,争夺另一个出线名额。

E组中,马德里竞技客场3:1击败费耶诺德,拉齐奥主场2:0战胜凯尔特人。获胜的两支队伍双双提前出线,他们将在最后一轮碰面,争夺小组头名。



姆巴佩(左)在比赛中庆祝进球。 新华社发

## 系列新品在国家体育场金色大厅发布 “龙墩墩”接力“向未来”



这是11月29日拍摄的“龙墩墩”系列新品。

新华社发

北京冬奥会结束已近两年,但“顶流”吉祥物“冰墩墩”从未离开大众视野,而是不断以新形象亮相。继“虎墩墩”“兔墩墩”之后,“冰墩墩”龙年新春特别版——“龙墩墩”系列新品29日在国家体育场金色大厅正式发布。

2022年12月31日后,“冰墩墩”等北京冬奥会相关知识产权,按照惯例成为国际奥委会名下的奥林匹克历史知识产权。“龙墩墩”作为奥林匹克历史知识产权再次授权开发的文创产品,延续了中国春节文化、生肖文化

特色,成为弘扬奥林匹克精神、创新发展中国文化的典型范例。

去年底,为迎接兔年新春和北京冬奥会举办一周年,“兔墩墩”推出。其以北京传统民俗中的经典兔子形象“兔爷”为创意,深受人们喜爱。即将接棒的“龙墩墩”又有哪些新意和特点?

“中国龙作为中华民族的图腾和独特精神标识,象征着中华文明和中华民族的多元一体。”中央美术学院设计学院副院长、“龙墩墩”设计师林存真介绍,“龙

墩墩”选择“舞龙”“四海龙王”等传统文化内容作为创意基点,代表着人们对风调雨顺、平安、丰收的美好期望,展现“四海之内皆兄弟”的理念,融合了中华民族的龙文化和奥林匹克大家庭“团结”的主题。

“龙墩墩”系列授权产品有毛绒、摆件、徽章、陶瓷、钥匙扣、明信片、贵金属等。特别是在摆件产品中,运用了“金木水火土”的概念,形成了不同性格、各具特色的“龙墩墩”产品。

据新华社北京11月29日电