

马拉松跑进春天

本报记者 刘 晓



“春天到了。马拉松，我来了！”走出北京奥林匹克公园，跑步爱好者单树昌掩饰不住内心的兴奋。

4月24日，2021北京国际长跑节——北京半程马拉松在天安门广场鸣枪开跑，万名跑者在春日的暖阳中踏上21.0975公里的“征途”。

随着疫情防控形势持续向好，中国各地路跑赛事“春暖花开”，比赛扎堆的“超级周末”越来越多。自4月份以来，几乎每个周末都有数十场乃至20多场路跑赛事竞相上演。

参赛选手在2021年北京半程马拉松比赛中。 新华社记者 张晨霖摄

赛事回归

“去年很多马拉松赛事都延迟或取消了，我参加了几次线上的比赛。独乐乐不如众乐乐，现在很多赛事恢复，我又可以和大家一起跑步了。”单树昌说。

2020年，受疫情影响，近年来蓬勃发展的中国马拉松产业按下了暂停键。去年秋季，上海、南京、成都等地的高级别马拉松赛事相继恢复。但随着冬季的到来，各地继续严控各类人员密集型赛事的举办。直到人间四月，草长莺飞之时，马拉松赛事终于回归了。

去年的北京半程马拉松因疫情延期，并改为线上举行。今年，赛事迎来了创办65周年。与2019年相比，参赛人数虽然减半，跑者的热情依然高涨。作为北京今年首次举办的万人规模体育赛事，很多跑友从中感受到了团聚的喜悦。

“过去这一年，大家相约跑步的机会少了。但今天看到了很多熟悉的面孔，看到了各类跑团的旗帜，熟悉的感覺又回来了，让人特别激动。”跑者小饼说。

北京半程马拉松起源于1956年举办的北京春节环城赛跑。2021年，进入第65个

年头的北京半马承载了更多跑步爱好者的期待。尽管缺少了国外高水平选手的身影，但赛道上的“中国速度”足够精彩——获得男子和女子组冠军的彭建华和金铭铭均打破了赛会纪录。

防疫，也是群众性赛事的重中之重。本届北京半程马拉松首次采用了100台集人脸识别和测温功能于一体的智能检测设备，在赛前领物、比赛日选手入场及完赛物品发放阶段对选手进行测温及身份核验，有效提高检测通行速率，减少选手聚集时间。

喜讯频频

进入2021年，中国马拉松喜讯频频。今年2月，厦门马拉松获世界田联“精英白金赛事”认证，这也是全球第13个、国内第2个获此认证的马拉松赛事。

“精英白金赛事”是目前全球级别最高的赛事认证奖牌。目前，厦门马拉松、上海马拉松均跻身白金赛事行列，成为与波士顿、伦敦、柏林、芝加哥、纽约和东京马拉松“六大满贯”齐名的顶尖赛事。

4月10日，推迟3个月举行的厦门马拉松终于鸣枪。来自全国各地的1.2万名选手相聚“最美赛道”，开启了厦马入围白金标

后的第一赛。本届赛事在延续以往“跑者服务跑者”“关门不关服务”的基础上，对赛事服务创新优化，为强势回归的中国马拉松注入信心。

而在今年年初，由于比赛延期，厦马组委会还开启了线上跑通道，顺利完赛的跑者可以获得线下同款奖牌和纪念品。在7天的时间里，全国范围内超过26万人报名参加“线上厦马”，并有近19万人成功完赛。

4月11日，作为奥运会马拉松选拔赛的徐州马拉松举行，男女前3名选手均达到了东京奥运会参赛标准，如愿获得奥运入场券。同日举行的无锡马拉松赛上，有801名选手跑进3小时大关，创造了国内马拉松比赛“破三”人数新纪录，体现了中国马拉松整体水平的提高。

专家表示，在做好疫情防控的情况下，马拉松等人员密集型赛事有望逐渐恢复。马拉松“超级周末”的回归，集中呈现了中国马拉松运动的群众基础和发展潜力。

产业升级

经历近年来的“井喷式”发展，马拉松在中国从小众走向大众，“跑马”已成为许多中国人的健康生活方式。去年，突如

其来的新冠肺炎疫情对马拉松行业造成了不小的影响。而今，各类赛事的“春暖花开”，有利于释放体育产业积蓄的消费需求，推动全民健身事业蓬勃发展。

有赛事从业者表示，随着各类路跑赛事的恢复，马拉松对运动装备、出行旅游、住宿餐饮等产业的拉动效应将逐渐显现。与此同时，赛事数量的增长也对比赛质量和口碑品牌提出了更高的要求。为此，马拉松产业亟需更多创新人才，并改变单一的营收模式。

此次疫情期间，马拉松从跑道飞向“云端”。赛事运营商创新业态模式，利用“互联网+体育”促进路跑行业的复苏发展。形式多样的线上比赛缓解了跑者的焦虑，参与线上跑步的达千万人次——这为马拉松赛事的技术实力提升创造了机遇。

根据中国田协的数据显示，2019年全国800人以上规模马拉松赛事达1900场，参与人次720万。如果不是因为疫情，按照预测，2020年各类马拉松比赛的参赛人数本应超过1000万人次，产业规模达1200亿元。

专家认为，疫情之后，马拉松赛事“井喷”的趋势不会改变。基于政策利好和全民健身热情的提升，马拉松产业仍有快速发展、继续火爆的空间。

奥运会女足赛程公布 中国女足首战巴西队

据新华社电（记者王子江）东京奥运会女子足球比赛赛程4月26日公布，中国女足首场与巴西队的比赛将在远离东京的宫城体育场举行。

据透露，分在F组的中国女足与巴西队的比赛将在当地时间7月21日下午5点开始，宫城体育场位于2011年日本东北大地震受灾地区宫城县，球场所容纳49000多人，曾经是2002年世界杯的赛场之一。

中国队的第二场比赛依然在宫城体育场举行，开赛时间是7月24日下午5点，对手是赞比亚队。小组第三场对荷兰队的比赛，中国队将移师横滨国际体育场，开赛时间是7月27日晚上8点半。横滨国际体育场是日本可容纳人数最多的体育场之一，1998年3月落成启用，共设有73237个座位，该球场也是2002年世界杯足球赛决赛的举办场地。

东京奥运会女足比赛共有12支球队参加，分3组进行小组赛。根据规则，每个小组的前两名以及两个成绩最好的第3名晋级淘汰赛。

这是中国女足第6次参加奥运会女足比赛，是亚洲参加奥运会次数最多的女足队伍。自1996年女足成为奥运会正式比赛项目以来，中国队仅缺席了2012年伦敦奥运会。

本报电（记者刘 晓）4月26日，“不忘初心跟党走 万鸽飞翔庆百年”——中国信鸽行业向中国共产党建党100周年献礼活动启动仪式在国家奥林匹克体育中心举行。

此次献礼活动分为“信鸽空中接力赛”和“七一放飞和平鸽”两项活动内容。其中，信鸽空中接力赛以分布在全国各地的信鸽协会会员为依托，设置以党史中的重要地点为原点到北京的7条传递线路，汇聚50多个城市的10万羽信鸽，通过空中接力的方式将祝福建党100周年的话语传递至北京，以“信鸽传书”的特殊形式，为党的百年华诞献上祝福。

据了解，放飞和平鸽活动将以北京为主会场，全国各地选择具有纪念意义的广场、纪念馆等场所为分会场共同进行。目前，已有部分省（区、市）信鸽协会选定放飞地。

中国信鸽行业举行献礼活动

usmile: 全面口腔护理 助力国民健康

usmile作为广州星际悦动股份有限公司（简称“星际悦动”）旗下的全面口腔护理品牌，凭借多元化、精细化和智能化的口腔护理产品，以及“像护肤一样护理口腔”的品牌理念，近年来得到行业和消费者的广泛关注。

星际悦动以集团化、多品牌为发展战略，以成为“全球领先的科技美护集团”为目标，围绕“智慧生活”和“科技耗材”，通过科技创新，努力为消费者提供愉悦的科技美护体验。

2016年，全面口腔护理品牌usmile上市。2020年，usmile销量取得突破，在“双十一”活动中，成为销售破亿元的口腔护理品牌。2021年4月，usmile获得天猫金妆奖的年度口腔护理奖。

2019年11月，为推动国内口腔护理行业的健康有序发展，usmile参与制定了《电动牙刷》团体标准（标准编号：T/CHEAA 0009-2019）。该标准对电动牙刷的14个相关定义作出了清晰的阐释说明，并对电动牙刷的刷牙振动频率、刷



usmile全面口腔护理类产品

毛摆幅、抗菌性能等20项性能予以规范。在usmile看来，标准的制定将促进产品结构的调整和优化升级，有助于提升电动牙刷产品的用户体验。

针对电机研发的行业技术难题，usmile自主研发电机技术，建立品牌竞争力，积累品牌优势。

在攻克产品研发关键技术的基础上，usmile不断结合市场调研数据，在保障产品清洁功效之余，为产品注入更能打动中国消费者的美学元素，重新设计电动牙刷的产品外观，努力让中国美学更广泛地走入消费者的内心。

在产品设计上，usmile已获得包括德国iF设计奖、德国iF设计奖、日本优良设计奖、中国红星设计奖等13个国际奖项。

usmile一直重视技术层面的引领性和独创性，从清洁力、低噪音、简单易操作、智能化等多个方向投入技术升级，优化用户体验。随着5G的广泛应用，usmile努力通过智能互联为电动牙刷带来更多可能性，电动牙刷不再局限于清洁功能，还能监测口腔健康，更好地服务于消费者。

2020年10月，usmile与华为荣耀开启“1+N+8”战略合作，联合发布双品牌的生态链产品——星光智能声波电动牙刷。牙刷内部植入蓝牙芯片，接入华为荣耀的HiLink生态，实现刷牙的智能化和可视化，引导用户优化刷牙方法。

通过对口腔护理精细化发展的深层洞察，usmile在与消费者沟通上采用全新视角，倡导“像护肤一样护理口腔”的品牌理念，让消费者了解更多口腔护理知识。

在品牌不断成长和品牌力不断积累沉淀的过程中，usmile把国民口腔护理普及化教育视为自己的品牌使命，努力帮助更多消费者实现全面口腔健康、拥有更加自信的笑容。

数据来源：广州星际悦动股份有限公司

usmile与大都会博物馆推出联名产品

