

日前,8部门联合印发《关于支持社会力量举办马拉松、自行车等大型群众性体育赛事行动方案(2017年)》,积极倡导吸引社会力量参与举办大型群众性体育赛事,扩大大多层次多样化的体育赛事供给——

# 马拉松,“跑”出新生活

经济日报·中国经济网记者 姜天骄

## 爱尚体育

随着城市文明程度的提升和人民生活水平的不断提高,百姓追求健康体魄、提高生活品质的欲望也逐渐增强。如今,马拉松达到了发展的高峰。人们为什么喜爱和选择马拉松这项体育运动?它给城市生活又能带来怎样的变化?记者通过多方采访寻找答案。

### 提升生活幸福感

“马拉松是能够带给我幸福感的运动。”两年间参加过6次马拉松的跑步爱好者森森说:“我以前比较喜欢球类运动,但是球类运动受场地和同伴的限制,跑步只要一双跑鞋和一颗恒心就足够了,大汗淋漓的感觉很舒服!”

没有健康的体魄就没有幸福的生活。3年前,32岁的森森拿着多项指标不合格的体检报告,心中满是惆怅。自从被朋友拉进夜跑群后,他对跑步的热爱一发不可收。两年下来,腰围瘦了一圈,体检不合格的指标也正常了。

跑步有益健康。北京阜外医院心血管外科主治医师冠琼说,跑步锻炼可使冠状动脉保持良好的血液循环,长期跑步锻炼的人冠状动脉不会因年龄而缩窄,保证有足够的血液供给心肌,可以预防心脏病,保持良好的心脏功能。老年人坚持跑步能加强新陈代谢,延迟骨骼的退化性改变,预防老年性骨与关节病的发生。

跑步还成为很多都市人释放压力的渠道,唤醒都市人自我挑战的意识。哪怕只是走到终点,哪怕只是快了一秒,也是对自己的一种肯定。汇添富基金管理股份有限公司董事长李文接触马拉松3年,还差一场就跑完世界6大马拉松赛事。他说,每当在生活中遇到挫折和压力时,脑海中就会想到跑马拉松最后10公里时那种咬牙和生命较劲的滋味。“所以,没什么困难是挺不过去的。”

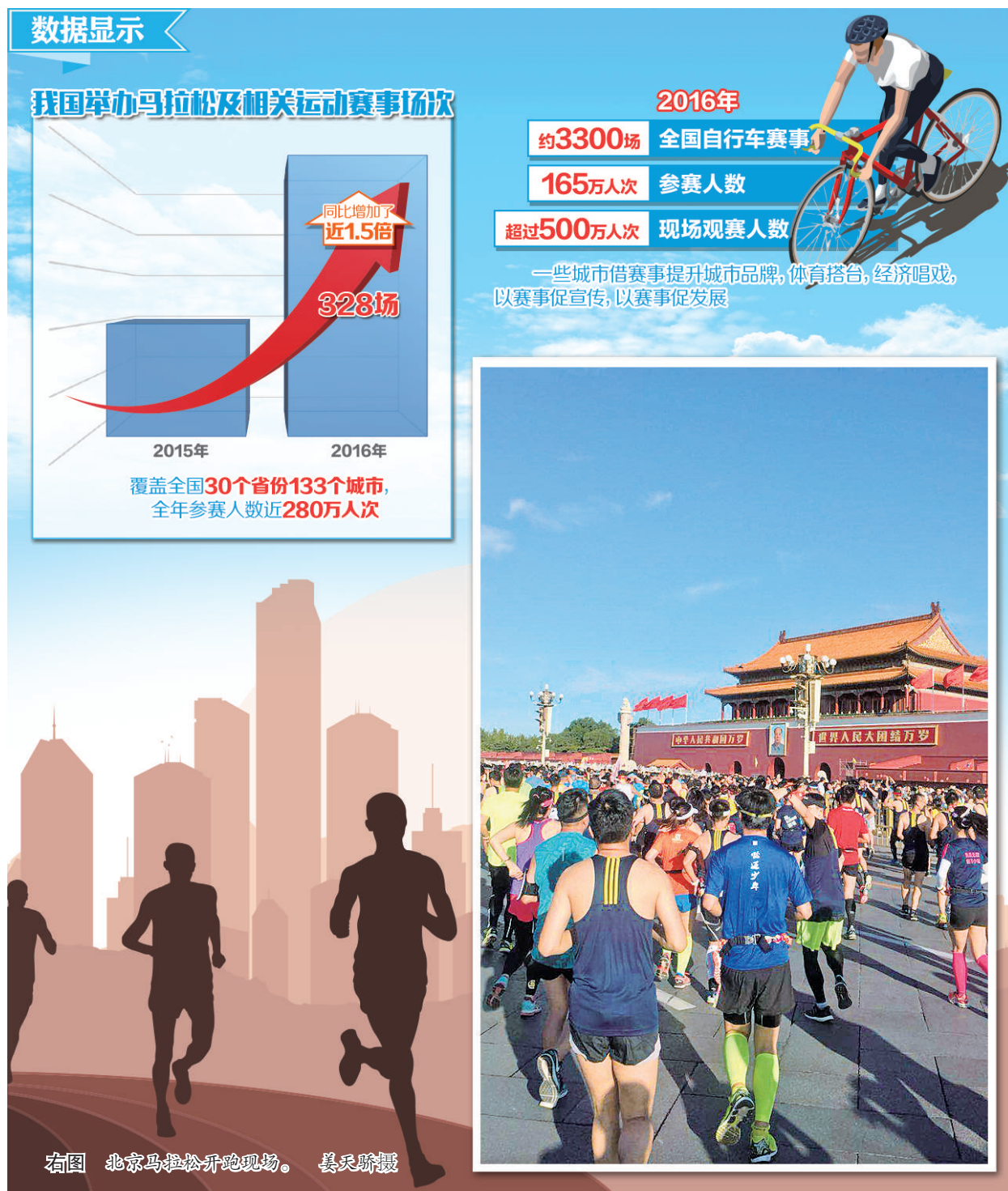
跑步作为一项低门槛、低投入的运动项目,在普及运动习惯、增强人民体质上具备先天优势。

马拉松已超越体育范畴,任何人都可通过参与运动获取身体和自我的认同。国家体育总局副局长、中国田径协会主席段世杰认为,马拉松运动表现的体育精神与民族价值观和时代价值观联系在一起,始终具有体育教育的功能。它所折射出的“挑战自我、超越极限,坚韧不拔、永不放弃”的精神风貌可以激发人民群众和各行各业在工作中始终保持艰苦奋斗的状态。

### 为城市注入活力

两年跑过6次马拉松的森森参加过北京、上海、厦门、唐山、无锡、哈尔滨6个城市举办的赛事。唐山马拉松“最香”、无锡马拉松“最美”、上海马拉松“最国际”、哈尔滨马拉松“最好吃”……留在森森记忆中的除了一次又一次超越自我的运动体验,还有一座座城市的独特魅力。

“马拉松比赛赛程长、参与广、开



放度高、影响大,可以成为推进城市发展的助推器和展示城市形象的名片。”在国家发改委社会发展司副司长郝福庆看来,城市最佳的自我推销方式就是马拉松。不过,它必须是吸引人且绝对不可复制。

“移步换景,跑步不累。”一位参加过澳大利亚悉尼马拉松的资深跑友告诉记者,“跑马”当天,跑者可以跑过宏伟的海港大桥,落脚在优雅的歌剧院。只有跑者,也只有这一天,才可以独享这样的福利。

一座城市的历史文化内涵,通过精选出的经典景观,可以让跑者亲身感受到。上海马拉松赛道经历几番变迁,为的就是经典中再取经典。花岗岩筑就的外滩建筑群,留下“十里洋场”的光影;金陵路骑楼,是旧时上海的风情记忆;南京路,记录了“中华第一街”的繁华;静安寺,是上海百年经典的写照;徐汇滨江勾勒出未来发展蓝图;今年增添新天地赛道,就是要让中外跑者一品石库门的风貌。

一场令人难忘的马拉松除了独特的城市记忆,良好的服务也同样重要。郝福庆认为,马拉松比赛是一个

社会活动,涉及外事、交通、安全、接待服务、市政、宣传等多个环节。社会活动就要充分激发社会办赛活力。“虽然马拉松等大型群众性体育赛事快速发展,但仍然面临着供给总量不足、赛事结构不优、服务质量不高、市场潜力未充分释放等问题,难以满足人民群众日益增长的参赛需求。这就需要政府部门突出‘放管服改革’,激发社会办赛活力。”郝福庆说。

### “跑”出一条产业链

“跑马”很烧钱。一名马拉松爱好者每年至少要参加两次大赛。其中,食宿交通、运动装备添置要占总花销的80%以上。此外,运动保险、赛后康复、保健也占有相应比例。举办者在赛事服务、赞助商投入等方面带动的城市营销及衍生的生活、观光等,已经证明能为城市经济带来效益。

数据显示,2016年,我国马拉松及相关运动赛事达到328场,较2015年增加了近1.5倍,覆盖全国30个省份133个城市,全年参赛人数近280万人次。2016年全国自行车赛事约3300场,参赛人数达到165万人次,现

场观赛人数超过500万人次。一些城市借赛事提升城市品牌,体育搭台,经济唱戏,以赛事促宣传,以赛事促发展。2016年,厦门马拉松比赛给城市带来近2.3亿元的经济收益,环青海湖自行车赛为举办地带来1.82亿元的住宿、餐饮、旅游、交通和商品零售等消费,体育赛事外溢效益明显。

苏宁控股集团副总裁苏为民认为,“马拉松营销”平台的包容度非常高,凡是以健康、向上的生活态度作为品牌精神的产品,如食品、饮料、营养品、环保产品等都非常适合这一市场。

长期从事体育经济和体育产业领域研究的专家鲍明晓表示,中国旅游贸易逆差很大,高端消费外流严重,其中就包括很多中高收入人群到国外跑马拉松,要解决这个问题,中国必须打造出一批有吸引力的高品质马拉松赛事。“高品质不只是体现在规模大,更重要的是发展特色赛事,举办城市要明确自己的目的,注重差异化、系列化,开发独特的文化品位,要和老百姓的全民健身紧密结合。只有这样马拉松赛事才能吸引更多游客的到来。”

# 盒马“狂奔”,且慢“舍命”

牛瑾

## 市场观察

前段时间,盒马鲜生在北京、上海等5个城市一口气开设了10家新店,门店火爆,受到吃货们的追捧。其掌门人侯毅更是直言,盒马将步入“舍命狂奔”的阶段,未来有望在直辖市、省会城市等开设2000家直营或合资店。显然,拓展的计划还在继续。

盒马鲜生是“谁”?是一个从“生鲜”切入,自称不是超市、不是电商、不是外卖、不是餐饮的“四不像”物种。这样说似乎有些玄妙,那就换个接地气的说法。对普通消费者来说,盒马鲜生是餐饮和超市的综合体,是线上生鲜平台的体验店和加工厂,消费者可以到店开启“逛吃”模式,也可以在APP下单,盒马承诺3

公里范围“半小时送达”。总之,就是既能满足吃货们的需求,或许还能引领一种新的生活方式。

说到“狂奔”,盒马还是有底气的。据透露,位于上海金桥的盒马首店目前已经实现单店盈利。同时,开业半年以上的几家店都有能力实现盈利。如果情况属实,这意味着其在发展模式上已经基本跑通,具备了复制推广的基础,成为阿里新零售棋局中一颗重要的棋子。事实上,即便无法单店盈利,背靠阿里,盒马也可以为培育市场承受较长时间的亏损,并在亏损中不断试错、不断完善。

新零售的战场,永远没有单打独斗。除了盒马鲜生,试水新零售的还有永辉“超级物种”、大润发“大润

发鲜”、美团“掌鱼生鲜”,等等。虽然都声称不想对标任何同业,但瞄准生鲜领域、瞄准对价格不太敏感的年轻消费群体等一系列相似之处,还是让他们之间充满了竞争关系。在这样的背景下,谁能领先一步覆盖更多的城市,谁就能占据更大的市场和市场份额背后更有价值的数据。

只是,“狂奔”可以,“舍命”就大可不必了,因为盒马本身还有一些问题没有解决。盒马门店大多选在核心商圈,且动辄就是4000平方米以上,这样重资产布局线下,加上生鲜产品本就损耗巨大,几家门店盈利相对容易,当一座一座城市铺开,如何面对全链路营销的压力?若合作,如何确保门店模式被标准化复制?后

期随着促销力度的降低,如何吸引到店的人流量?在弄清楚这几个问题的答案之前,轻易“舍命”的结局很难乐观。

在以盒马为代表的新零售解决痛点的同时,传统实体商业也千万别闲着。即便有再多的痛点,其推行的通过线上线下融合、同时覆盖线下忠实用户和有效增强线上用户黏性的模式都是大势所趋,其采用的算法驱动等技术都是未来比拼的利器,传统实体商业应该从他们身上学到点东西才行。比如,线上线下打通是必经之路,不能再晚;以商品为核心,延伸商品的价值功能;依靠新技术新方法提升经营效率,等等。总之,切记,不要离人们的生活太远了。

## 生活警示

不久前,家住北京西城区广安门的范女士买菜时不小心收了一张50元的假币,当时没有发现,辗转去超市购物时被验钞机识别,被人误会是骗子引发了一场纠纷。范女士满肚子怨气,回头再去找菜商理论,却因证据不足,只好认栽。

误收假币在生活中并不少见。像范女士一样,很多人缺少经验,没来得及第一时间掌握证据,最后只能哑巴吃黄连,默默承受经济损失。

从他人之手误收假钞,目前还没有补偿的办法。有的人自认倒霉将其销毁,有的人则收藏起来用作自我警戒。对于普通老百姓而言,100元可能是几天的生活费,因此,为了不遭受经济上的损失,也有人铤而走险,想方设法再把假币花出去。然而,值得注意的是,如果明知是假币却继续使用,若是数额大或将面临法律的处罚。

除了销毁或者收藏,收到假币后正确的处理方式应该是上缴当地银行或公安机关。根据《中华人民共和国人民币管理条例》和《中国人民银行假币收缴、鉴定管理办法》规定,公安机关和人民银行有权没收假币,办理货币存取款和外币兑换业务的金融机构可以收缴假币。除以上单位,其他任何单位和个人均无权没收和收缴假币。此外,如果看到别人大量持有假币,应劝其上缴,或向公安机关报告。一旦发现有人制造、买卖假币,则应掌握证据,向公安机关报告。

收到假币却不能退换,个人遭受经济损失就不可避免了。因而,提高识别假币的能力,掌握一些基本的识别技巧很有必要。日常生活中,在现金交易时不妨先用看、摸、听三招来鉴别人民币的真假。

看,就是用肉眼仔细观察钞票的颜色、图案、花纹等外观。看钞票的水印是否清晰,有无层次感和立体效果;看有无安全线,真币的安全线是立体实物与钞票纸融为一体,有凸起的手感;观察光变油墨面额数字,假币的光变油墨面额数字不会产生颜色变化或变化不明显;还可以观看隐形面额数字,假币的隐形面额数字分为两种,一种在垂直观察时即可看到,真币是看不到的,另一种则看不到面额数字。

摸,就是依靠手指触摸钞票的感觉来分辨人民币的真假。真币纸张手感光滑、厚薄均匀、挺挺有韧性;假币则用普通商业用纸制造,厚薄不一,手感粗糙、松软、挺度差,还有的表面涂有蜡状物,手摸发滑。第五套人民币采用手工雕刻凹版印刷工艺,触摸票面上行名、水印、盲文、国徽、主景图案等凹印部位,凹凸感较明显,俗称“打手”;假币一般是平板印刷或复印,手感平滑。

听,则是根据抖动钞票发出的声音来判别人民币的真伪。人民币是专用特制纸张制成的,具有挺韧、耐折、不易撕裂的特点,手持钞票用力抖动,手指轻弹,或用两手一张一弛轻轻对称拉动钞票,均能发出清脆响亮的声音;假币声音发闷,且易撕断。

对于制作手法比较高明、伪造质量较好的假钞,仅靠以上方法不能够准确鉴别,还需利用专用工具检测。如,借助放大镜来观察票面线条清晰度,胶、凹印缩微文字;或用荧光监测纸张有无荧光反应,用紫外灯光照射票面,看票面是否无色荧光纤维,看钞纸是否有荧光反应等。

如果人们对手中的货币不能判断真假,根据《中华人民共和国人民币管理条例》和《中国人民银行假币收缴、鉴定管理办法》的规定,可以去中国人民银行以及由人民银行授权的中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行的业务机构鉴定货币真伪。

## 消费贴士

# “0元购物” 风险不容小觑

钱菁疏

近期,国家互联网金融风险分析平台巡查发现,我国互联网上的“互联网购物全返”平台存在突出风险。“购物全返”平台不同于通常的购物优惠平台,而是通过“0元购物”“大比例返还消费资金”迅速吸引用户。此类平台盈利模式存疑,具有较高风险。

具体吸引用户的主要表现形式有哪些?不少返利平台以“0元购物”“100%消费全返”为宣传点,迅速吸引大量用户。例如:“7号网”(www.7haowang.com)平台宣称“购物不用钱”,通过制定“返利率”,将消费金额全部返还;“利购商城”(www.ligou.com.cn)平台宣称“零成本购物”,但用户首先需要预存商品价格数倍、甚至10倍的预存款。

部分平台宣称在一定期限内消费金额分批返还,但是消费者购买的商品价格往往大幅高于一般市场价格。例如:“零零购”(www.linglinggou.cc)平台的商品价格普遍较高,其中一款不知名的白酒产品甚至标价6999元;“螃蟹云购”平台宣称“100%返现”,但消费者支付的费用明显高于商品的一般市场价格,如同一款电脑苏宁易购价格2788元,但该平台价格却高达万元,目前该平台已被查封。

还有的平台涉嫌传销模式发展新客户,即通过金字塔“发展下线”模式获取新客户,吸引大量消费者成为会员。例如:“天华创客购”平台以“直销、分享经济的名义发展会员”,“推荐一个人给你50%提成”“15代以内都有提成”;“云集品”平台则通过“五级会员和团队分红模式”吸引了大量用户,目前该平台已多次爆出负面信息。

有的平台预售大幅折价“积分券”等形式吸收资金。技术平台还发现部分平台利用积分券或充值优惠,大肆吸收用户资金,当资金达到一定规模时有的平台则会出现提现困难。例如:“云惠联”(www.yunlianhui.cn)平台目前在官网上以较低的价格出售面值上万元甚至10万元的积分券;“聚汇天下商城”(www.juhuiworld.com)平台宣称“投多少送多少”,并提供巨额推广佣金。

专家表示,“互联网购物全返”平台商品价格较高、返利周期较长、盈利模式不可持续,存在较高风险。

# 误收假币怎么办

李华林