

赛事密集“鸣枪”，“跑圈”热度飙升，文体旅消费需求在马拉松赛道上“井喷”——

“跑”出来的消费新场景

扩内需促消费在行动

开栏的话

消费是我国经济增长的重要拉动力。今年以来，各地、各部门把恢复和扩大消费摆在优先位置，持续采取各种措施，增强消费能力、改善消费环境、创新消费场景。随着我国经济回稳向好，以及相关政策效应逐渐显现，国内消费市场稳步复苏，消费活力持续释放……从今天起，本报开设“扩内需促消费在行动”专栏，结合当前正在开展的“消费提振年”活动，聚焦各地、各部门提振消费信心、推动消费回暖的新举措、新成就，反映消费市场新气象、新变化、新趋势……敬请关注。

本报记者 刘兵

春光明媚，全国多地马拉松赛事密集“鸣枪”。4月15日、16日，30余场赛事在北京、上海、武汉、扬州等多地开跑。近期，还有超过60场马拉松赛事，即将在全国多地举行。

马拉松“跑圈”快速回暖，不仅活跃了体育消费市场，更为各举办城市带来了新的经济增长点，进一步释放周边消费潜力，并带动相关产业发展。

“跑圈”经济大火，释放消费潜力

“今天天气好，路面特别平整，没有高低起伏，我这次跑出了1小时41分的PB(个人最好

阅读提示

近期以来，马拉松“跑圈”快速回暖，不仅活跃了体育消费市场，更为各举办城市带来了新的经济增长点，进一步释放了周边消费潜力，并带动相关产业发展。马拉松成为各地区、各行业打造消费新场景的一个重要平台。

成绩)。”近日，一直希望在北京街头“跑一跑”的浙江小伙谭小飞，如愿参加了北京半程马拉松。

他给记者算了算参赛的花销：“家人们都来为我助威，一家人机票、住宿、吃饭，加上去西单的商场购物，总共花费两万元左右。”

近年来，随着马拉松赛事和相关配套产业不断发展成熟，以“跑”为媒的体育消费链条快速延展。“一日比赛，多日停留”“一人参赛，多人消费”成为跑者的常态。

以谭小飞参加的北京“半马”为例，这场赛事共吸引了两万多名参赛选手，超过三分之二选手来自外地，拉动了北京餐饮、酒店以及体育用品的相关消费。

北京某连锁酒店奥体中心店长黄珊告诉记者，受马拉松赛事带动，多家酒店近期出现明显的客流上涨，“很多客人都是来参赛或者观赛的，订晚了可能就很难订上我们店的房间了。”

一系列赛事的回归带动了运动装备的热销。北京一家运动装备的经销负责人告诉记者，从去年11月北京恢复马拉松赛事以来，护膝、运动眼镜、袖套以及太阳帽等运动用品的营业额增长了25%以上。“特别是今年3月以来，赛事密集举办，销量比去年同期增长了近四成。”

马拉松赛道向文旅市场延伸

马拉松不仅是一场体育赛事，还是城市全方位对外展示的平台。记者了解到，近期多个城市利用马拉松赛事，在文体旅

融合方面做足文章，以期进一步带动当地消费增长。

4月上旬开跑的浙江岱山海岬半程马拉松围绕“海岬”卖点，对线路进行优化，打造出一条完整的海岬风光赛道，21公里的半程线路几乎串起了岱山岛上的所有标志性景点……

“海岬露营节、风筝展示，还有非遗文化展演等配套活动都搞得非常好。组委会推出的‘岱马之夜’活动，有乐队演出、露天电影和露营烧烤，比跑步本身更让我兴奋、难忘。”首次参加“岱马”的魏书婷对赛事相关的文旅体验赞不绝口。

为了让跑者充分领略美景，拉动旅游消费，近期进行的重庆马拉松，把重庆开埠遗址公园、法国水师兵营旧址等著名历史人文景观和地标建筑囊括进比赛路线。赛事期间，重庆整合各类商旅文体资源，打造全域、全行业联动的“重马国际消费节”，将赛事延展成持续半个月的“消费季”。

“看嘉陵江江景，涮老火锅，真是不虚此行。”与家乡截然不同的重庆山城风貌风味，令来自东北的跑者刘泉印象深刻。

在中国田径协会新闻委员会委员陈国强看来，过去，一些中小城市的赛事特色不够鲜明，同质化竞争明显。如今，越来越多的城市立足自身特色，在文体旅融合方面下足功夫，合理规划赛道，挖掘亮点，培育自有IP赛事，让参赛变成一场丰富的文化盛宴和美好的旅游体验。

体育经济打开消费新场景

近年来，越来越多的地区、行业通过马拉松等赛事挖掘文旅消费潜力，不断融入文化、科技、娱乐等元素。

从体育产业链条来看，马拉松赛事带动了更多人养成运动习惯，推动了运动产品和服务消费。同时，它还激活了上下游产业，特别是赛事周边及增值服务，如保险、运动饮料、能量食品、医疗救治等多个细分领域及市场的需求与发展。

此外，马拉松文创市场也日渐火热，各种奖牌、奖杯以及奖牌架、奖杯托等文创衍生品得到热销。瞄准这个大市场，相关企业正在加强研发设计，提升产品体验与价值。

“‘马拉松经济’不是单一链条，而是与运动装备、智能设备、健身培训以及营养健康等诸多行业紧密联系的网状产业链。各行业应该在这张大网中找准自己的位置，准确捕捉消费点，满足大众体育及相关消费需求。”中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄表示，在马拉松赛事促进消费方面，还有很多潜力可挖。

而对赛事举办地来说，随着疫情平稳转段，回归后的马拉松日益成为各地发力打造消费新场景的一个重要平台。数据显示，马拉松跑者平均每人花费达1.1万元以上，在外地参赛的跑者一年平均花费近5000元，他们中的71%会品尝当地美食。

借马拉松赛事火爆的东风，各地纷纷发力体育消费各种新场景。当前，不少地方正陆续发放体育消费券，促进体育消费。如上海体育消费券配送于4月启动，全年将配送体育消费券4000万元。武汉市预计发放700万元消费券，市民领取后可通过线上及线下核销平台用于乒乓球、羽毛球、网球以及冬季运动各类体育消费场景。



●优化营商环境新看点⑥

青岛上线16个行政审批数字化服务场景

审批效率提高60%以上

本报讯(记者张婧 通讯员金梅)以前办理公司股权变更需要准备很多材料，经常返工修改，现在有了智能表单，只需要上传企业登记信息和企业身份信息，系统就能自动生成全套登记材料。”近日，青岛保税港区科创产业管理有限公司副经理崔女士来到青岛市民中心办理公司股权变更业务，发现原本需要半个月的变更流程，如今一天就能顺利完成。

借助数字智能化手段，这样便捷的服务正在惠及越来越多的市场主体和办事群众。2022年，青岛上线推出了智慧审批平台，覆盖企业登记、工程建设、社会组织、教育、交通运输、安全生产、医疗卫生等10个领域，上线16个行政审批数字化服务场景，可以提供行政审批“一站式”服务，一次申报通过率提高70%以上，审批效率提高60%以上。

以“民办非企业单位审批”全流程数字化审批服务场景为例，民办非企业单位等社会组织登记业务领域的47个办理项，被科学细分为18大类“菜单式”条目，并与所属行业和业务领域进行分类关联，自动形成业务范围可选“菜单”。

“场景上线后，申请人在填写过程中，系统会实时智能检测填写内容、同步提醒注意事项，并协助修改填写问题。完成线上填写后，系统将自动生成申请表格，不需要申请人再重复提供，而相关联的企业信息后台也可以直接智能获取。同时，系统上线批量签章功能，办理业务全过程只需一次签章，有效解决了过去需要跑腿、重复签章等问题。”青岛市行政审批服务局相关负责人介绍说。

在依托数字智慧化手段提高审批效率的同时，青岛按照“一次告知、一表申请、一套材料、一窗受理、一网办理”的统一标准，深入推行“一件事一次办”。企业群众办理“一件事”平均跑腿次数减71%，申请材料压缩60%，审批时间压缩75%。目前，青岛已推出200余项“一件事一次办”民生主题，“一业一证”覆盖饭店、药店、书店等50个高频行业，总办件量达231.6万件。

在数字化政务服务推动下，青岛市场主体总量翻了两番，由50万户跃升至200万户，市级申请政务服务事项网上可办比例由30%提高到100%，工程建设项目平均审批时限由6个月压缩至70个工作日以内，效率提升3倍。

中选药品用药费用不断降低

甘肃药品耗材集采3年半节省120亿元

本报讯(记者康劲)从2019年第一批国家组织“4+7”扩围药品耗材集中带量采购(简称“集采”)落地甘肃以来，究竟节省多少钱?在近日甘肃省新闻办举行的新闻发布会上，该省医疗保障局晒出清单:3年半时间，累计节省医药费用超过120亿元。

截至目前，甘肃省共开展了430种药品、20类医用耗材的集中带量采购，品种覆盖了化学药、中成药、生物药、高值医用耗材、普通医用耗材和体外诊断试剂，集采产品价格平均降幅超过50%。

甘肃集采开始于2019年第一批国家组织“4+7”扩围药品集采，首批集采药品耗材价格平均降幅分别达到59%和53%。随后，药品耗材集中带量采购持续推进。通过积极参加国家和际联盟集采，甘肃先后参加了8批次国家组织药品集采、5批次省际联盟药品集采、3批次国家组织耗材集采、涉及9个省份的17批次省际联盟耗材集采。

2021年，甘肃省牵头联合陕西开展了甘陕联盟药品集采，30个药品价格平均降幅58.73%，最高降幅99%，首年节约医药费用超过1.48亿元。2022年，甘肃首次自行组织完成了国家集采协议期满药品的接续集采工作，价格在国家首次集采降幅超过50%的基础上平均再降42.73%，首年节约医药费用超过7000万元。同时，还组织完成了2022年度省级药品集采工作，指导兰州、酒泉、平凉3市完成了市际联盟药品集采，54个品种价格平均降幅35.76%，最高降幅92.34%，首年节约医药费用超过1.18亿元。

3年半累计节省120亿元，对持续释放的集采改革红利，职工群众的感受最为深切。中选药品用药费用不断降低，其中，心脏冠脉支架集采后价格由1.3万元降至700元左右；乙肝用药恩替卡韦和替诺福韦平均年治疗费用从集采前的5500元和6000元下降到150元左右；人工髋关节、膝关节高值医用耗材集中带量采购，平均降价超80%，从均价3万多元降到1万元以内……更多患者用上了价格低、质量高的药品。

同时，经过医保报销，患者自付费用大幅下降。目前，技术最新的胸腰椎微创手术，其使用的耗材平均每套价格从近4万元下降至5600元左右。这一价格已于3月31日落地执行，首年预计节约医药费用5.8亿元。



发展“夜经济” 激发消费活力

5月2日，游客在宁夏银川市金凤区阅景城中街购买商品。

近年来，银川市按照便民、惠民、利民要求，不断丰富商业业态，培育消费热点，积极

推动特色商业街区及重点商圈建设，大力发展夜间经济。目前银川市形成规模的夜间经济集中消费场所达20余处。

新华社记者 杨植森 摄

长线及出境游需求加速释放，热门城市酒店、机票预订量超过疫情前

“人从众”再现，“五一”旅游市场强势复苏

本报记者 杨召奎

今天是“五一”假期最后一天，记者综合多家在线旅游平台的数据发现，今年“五一”假期，长线及出境游需求加速释放，热门城市酒店、机票预订量大大超过疫情前。

经文化和旅游部数据中心测算，今年“五一”假期全国国内旅游出游合计2.74亿人次，同比增长70.83%，按可比口径恢复至2019年同期的119.09%。

中国社科院旅游研究中心特约研究员、新时代文旅研究院院长吴若山指出，此次“五一”假期全国旅游需求井喷，“人从众”现象处处可见，交出了一份优秀的成绩单，显示我国旅游市场拥有极强的发展韧性和蓬勃的活力。

走得更远，玩得更久

今年“五一”假期，游客走得更远。马蜂窝旅游大数据显示，长线及出境游需求加速释放，订单占比超过85%。飞猪数据显示，从订单占比来看，时间长、体验项目多的中长线游订单占比已突破九成。

当然，也有一些消费者为避开出游人群

高峰，选择以本地游、露营野餐等方式欢度假期。苏宁易购数据显示，该平台露营装备销量同比提升123%。

机票酒店方面，去哪儿数据显示，纵使机票价格较疫情前增长三成以上，国内热门城市机票预订量仍超过疫情前五成；热门城市酒店预订量超疫情前1.9倍，连住天数增长20%，住得更久。

从出游天数来看，途牛数据显示，更多用户选择用度假的方式来“填充”整个假期。其中，四五天行程的出游人数占比为38%；其次是两三天的行程，出游人数占比为33%。

旅游目的地方面，飞猪数据显示，北京、上海、杭州、成都、广州、西安、重庆、深圳、武汉、南京等是“五一”最热目的地。

出境游方面，同程旅行数据显示，今年“五一”假期，该平台国际酒店预订量已经超过2019年同期，国际机票预订量也恢复至2019年同期水平。

特色旅游标签激发消费潜力

烧烤、演唱会、冰箱贴、书本、熊猫、螺蛳粉……形形色色的旅游标签，在今年“五一”假期成为激发旅游市场消费潜力的关键。

今年“五一”假期，最火的莫过于烧烤了。凭烧烤“出圈”的淄博不仅是近期热搜榜的常客，还在国内掀起一阵“烧烤热”。除了“一串难求”的淄博，同样以烧烤闻名的西昌、锦州、贵阳、徐州也登上“五一”假期热门“烧烤目的地”前五。

木鸟民宿数据显示，北京、成都、长沙、南京、上海、武汉等地演唱会附近民宿预订火爆。

此外，亲子出行热度持续暴涨。今年“五一”假期，“跟着书本去旅行”成为亲子游新风潮。马蜂窝数据显示，故宫、泰山、西湖、八达岭长城、颐和园、寒山寺、黄山、圆明园、天安门广场、漓江位列热门“课本旅游”景区前十。

还有不少年轻游客“跟着冰箱贴打卡”。在“五一”假期，喜茶与广州市、江门市、洛阳市、三亚市、成都市锦江区、长沙市芙蓉区、杭州市上城区、宁波市海曙区、南京市秦淮区、西安曲江新区、厦门市思明区的文旅相关部门达成合作，以当地特色文旅资源为灵感，联合推出11款“城市文旅”限定冰箱贴，并在各地的指定景区和喜茶门店发放，吸引了更多游客到相关景区游览打卡。

在宁波天一阁、梁祝纪念馆、广州永庆