“老牌”马拉松如何跑好人气经济“新赛道”

26日早上7时30分,2026大连马拉松鸣枪起跑,来自40多个国家和地区的3万名跑者集结于黄渤海之滨,用奔跑感受山海间的浪漫。

创始于1987年的大连马拉松已举办36届,今年的报名人数创历史新高。作为国内的“老牌”马拉松,大连马拉松的发展已超越赛事本身,以“体育+”的理念进阶拓展,成为打造聚拢人气的经济新场景,在奔跑的快乐中,串起“吃住行游购娱”全链条消费,让体育场景向消费场景自然延伸。

一天赛程变“长”了

伴随着此起彼伏的加油声,跑者们陆续冲过终点,2026大连马拉松“看似”完美落幕,但在不少跑友看来,他们领略美景、享受美食的大连之旅才刚刚开始。

23日至25日,在参赛者领取物资的大连世界博览广场,2026大连文体旅产业博览会暨2026大连马拉松博览会在此举行。精美的地方特色文创产品、飘香的大连特色焖子、特色海钓项目推广……走进博览会的展厅,“文体旅商”融合的气息扑面而来,其汇聚了文旅、体育、非遗、美食及名优商品等多元板块,开幕首日便吸引1.4万多人次参观。

提前几天来或者延后几天走,成了不少跑友的共识,对他们而言,跑一场马拉松的周期从“跑完了就走”变成了“玩上三五天”。“我和家人一同来到大连,跑完马拉松,我们全家准备在大连玩上两三天,晚上先吃顿海鲜大餐。”一位来自沈阳的跑友说。

大连市体育局副局长关博宇表示,本届大连马拉松以“遇见大连,心动无限”为主题,通过举办文体旅产业博览会、推出配套景区优惠政策等举措,全面展示大连文旅、体育和产业资源,切实放大赛事综合带动效应,促进“文体旅商”融合发展。

一条赛道变“宽”了

东港商务区、南山风情街、中山广场……42.195公里的大连马拉松线路途经当地著名景点和地标,呈现出“穿城越海、地标串联”的特点,“尽情”地展示出大连“山海相连”的城市风貌。

赛道两侧的城市大街小巷中,与赛事配套推出的“吃住行游购”的“福利”则镶嵌其中,让跑者和同行的亲朋好友畅享赛事、乐享大连。地铁和公交车免费乘坐、旅游景点门票打折、住宿离店赠送伴手礼……从特色美食到舒心住宿,从文旅体验到文创购物,满满的“留客”诚意浸润在每一处细节里。

在赛事引流、消费留客的人气经济新潮流下,业态边界被打破,越来越多“吃住行游购娱”消费链条上的经营者主动搭上“体育+”的快车。“23日至30日期间,跑友们凭参赛凭证,享受全单8.8折优惠。”一家大连连锁餐饮品牌饭店负责人说,还有一些餐饮品牌饭店推出了消费满150元便赠送海肠捞饭、海胆水饺等具有大连特色的菜品。

赛事搭台,“文体旅商”融合共舞,而更深层次意义在于展现活力、开放、现代的城市形象。从融入城市地标的完赛奖牌,到以野生梅花鹿为原型的吉祥物等周边文创商品;从邀请国内知名跑者、体育大咖、知名跑团及旅游博主,到与2026深圳南山半程马拉松实现南北联动打造“一键联跑”……城市形象在“润物无声”中传播,为汇聚人流、物流、资金流、信息流打下更好基础。

一场赛果变“多”了

2026大连马拉松开赛的前一天,以“体育+商业”全新定位的大连青泥洼商业街一期开街。“塑胶健身跑道贯穿商业街,街区南侧打造了篮球场等多功能运动场,全天候开放、适配全年龄段的互动运动空间,让运动成为商业街区的‘日常风景’。”大商集团营销部门负责人任晓阳说。

足球嘉年华、徒步大会、帆船赛……今年,大连围绕打造活力悦引的“时尚运动聚集地”目标,策划推出一系列运动赛事品牌,持续丰富“文体旅商”融合产品供给,释放全域消费活力。

足球是大连的鲜明IP。3月20日启幕的2026大连足球嘉年华,首日就吸引近10万人次参与,梭鱼湾足球场区域消费超200万元,云闪付线上专区带动消费券交易金额102万元。“大连足球嘉年华将贯穿全赛季。”大连市文化和旅游局副局长董悦说,以中超联动“东北超”,带动“辽超”“连超”,构建“文体旅商”融合场景,聚焦体验和消费,打造一场全民参与、全域覆盖、全季精彩的城市狂欢盛宴。

为了抢抓“东北超”这个多省联动足球赛事契机,大连与辽宁多地文旅部门集中发布、联动推介全链条“票根经济”优惠政策,跨区域资源互通、全平台宣传造势,合力让“文体旅商”融合的乘数效应持续释放,为文旅消费增长注入新动能。

(新华社 郭 翔)

2026年全国“五一”文化和旅游消费周启动

文化和旅游部27日在京举办2026年全国“五一”文化和旅游消费周媒体推介会,正式启动全国“五一”文化和旅游消费周活动,组织各地围绕“五一”假期推出系列亲民产品、乐民活动、便民服务和惠民措施,满足广大居民游客假期出游及文旅消费需要。

消费周期间,各地将围绕踏青赏花、亲子游乐、研学旅游等消费热点推出应季文旅产品和活动,举办约1.37万场次文旅消费活动,发放超2.84亿元消费券等消费补贴,为居民游客在“五一”假期乐享文旅、休闲度假提供更多选择。

文化和旅游部协同有关企业和机构在消费周期间推出一系列丰富多彩的文旅惠民措施。推介会上,中国气象局国家气候中心发布全国“五一”赏花旅游地图;中国石化推出“周五加满油 周末自驾游”等自驾游消费惠民措施;中国移动推出“五一惠游、畅享乡途”专题优惠;中国工商银行、中国农业银行开展“爱购五一”“文旅潮玩季”等活动。

此外,中国旅游景区协会组织开展旅游景区欢乐消费季,“五一”期间联动各地景区推出近200场活动;中国演出行业协会推介“跟着演出去旅行”“五一”假期重点演出活动及优惠。

此次全国“五一”文化和旅游消费周将从4月底持续到“五一”假期结束。

(新华社 徐 壮)

年轻人掀起一股新潮流:

装修的尽头是“去家务化”

最近,有个话题在年轻群体中热度居高不下 ——装修的尽头是“去家务化”。这一装修风格的核心思路,是通过优化空间布局和装修设计,尽可能地将家务活交给智能家电,减少家务劳动量。

“去家务化”装修为何受年轻人欢迎

所谓的“去家务化”装修,是指从设计源头出发,通过优化室内装修的布局和细节,来减少家务劳动量。

当代年轻人对“去家务化”装修青睐有加,不外乎以下几个原因:

其一,生活节奏快,人们工作压力大,休息时间宝贵。加班、通勤、社交已经消耗了年轻人的大部分时间精力,回到家后,他们往往没有多余体力应对扫地、整理、洗衣等耗时耗力的传统家务。

其二,家务分配不均,往往容易引发家庭矛盾。而“去家务化”,将“谁来做家务”的问题,变成“不用做”或者“少做”,有利于平衡家庭分工,减少家庭矛盾。同时,随着家庭规模缩小,双职工家庭、单身人士、老年群体对“去家务化”的需求更高。

其三,扫地机器人、洗碗机、烘干机、洗地机等智能家电的广泛应用,为“去家务化”提供了良好的前提条件。

装修如何做到“去家务化”,网友分享经验

那么,装修究竟如何能做到“去家务化”?不少网友分享了经验与避坑指南。

“大大梦”说:“能不装就不装,能不买就不买!比如没人住的房间就不添置多余家具,甚至不买床,平时方便打扫也不积灰;偶尔有客人来,就把充气床拿出来顶一顶,平时放在阳台柜子里。”

“潮客_zj43ah”说:“全屋地面要一体化,尽量不做地面高低差,让扫地机器人和拖把畅行无阻,省去清理门槛的烦恼。另外,柜顶不留空隙,避免积灰。所有家具要么落地,要么悬空离地至少12.5cm(方便清洁无死角)。”

“皮卡皮卡”说:“要控制开放格和封闭柜门的比例。全开放格好看,但是难做家务;适当留出一点(保留少量开放格)就能增强家的氛围感,同时能减少积灰,好做清洁。”

“奥莉奥奥奥奥”推荐使用隐藏式插座或带伸缩线的插座,尤其在桌面和床头柜区域,用的时候拉出,不用的时候收回,既不凌乱也无需专门清洁。

“团子妈咪”帮大家“避雷”:“复杂吊顶千万别尝试,叠级、灯槽、复杂设计,全是灰尘的藏身之处。还有厨房台面,当初为了好看选了带纹理的,结果纹理越多越容易藏油垢,擦拭起来格外费力,现在特别后悔。”

还有网友建议:“装修尽量选择‘不显脏’的材质。比如厨房水槽、龙头、花洒尽量选不锈钢或枪灰色,不容易留水垢;白色龙头容易氧化发黄,黑色龙头则容易显白印。”

总之,“去家务化”并非逃避家务,而是通过优化空间布局和装修设计,从源头减少清洁负担。比如,全屋地面一体化,让扫地机器人等清洁设备畅通无阻;多做抽屉、少做开放格避免积灰;尽量选择耐脏材质、不复杂的装饰,降低打理难度。

当家务不再消耗我们的时间与精力,我们才能拥有更多时间专注于工作、学习与休闲,让家真正成为放松身心、享受生活的空间。 (据潮新闻)

从饮品到体验
产业融合激活云南咖啡新活力

咖啡庄园主理人现场开课,在山野间带游客品鉴云咖的多元风味;城市咖啡工坊推出烘焙、品鉴体验,让咖啡爱好者了解咖啡从“种子”到“杯子”的旅程;咖旅融合业态持续创新,为乡村振兴注入新动能……近年来,云南创新推出咖啡与研学、乡村旅居等业态深度融合,让“体验经济”激活咖啡产业新活力。

走进昆明市五华区“咖果咖啡”精品烘焙工厂,咖啡醇香扑面而来。大厅杯测台上摆放着不同产区的咖啡豆,咖啡爱好者正在专业咖啡师的指导下进行研磨冲泡和杯测品鉴,沉浸感受云南咖啡的魅力。

这座集烘焙加工、现场品鉴、互动体验于一体的复合型咖啡空间拓展了咖啡消费场景,精准契合当下“体验经济”消费趋势。“现在消费者不仅需要咖啡提神,还看重场景氛围、文化内涵等多方面感受。”创始人杨愚介绍,“咖果咖啡”定期举办咖啡文化沙龙、产区风味品鉴会,让咖啡消费从简单饮用向文化体验升级。

眼下,云南城市咖啡消费场景不断丰富,消费活力持续迸发。在昆明,翠湖咖啡体验中心、云南咖啡厂等城市咖啡文化空间持续走红;在普洱,老城街巷咖啡馆错落分布,茶香咖香交融出圈……

城市里咖啡新业态热度攀升,山野间咖旅融合体验同样活力迸发。在普洱市思茅区南屏镇南岛河村天玉庄咖啡园,百余亩咖啡林葱郁繁茂。虽已过咖啡鲜果采收季,这座藏在山间的咖啡庄园热度不减。

天玉庄咖啡园主理人刘晓东开设了田间实景咖啡课堂,每一批客人到来时,他都端着不同批次、不同处理法的咖啡杯测样本,仔细讲解云南咖啡产区和风味的差异。“客人们可以看见咖啡的生长环境、了解如何品鉴一杯咖啡,这样的体验比单纯喝咖啡更有意义。”刘晓东从事咖啡行业多年,2020年接手运营庄园后,他摒弃原料外销的老路,打造“咖啡+研学授课+民宿旅居”的融合模式,让更多人了解云南咖啡。

刘晓东介绍,依托研学授课、风味品鉴等特色业态,咖啡园常年保持日均50至100人次稳定客流,假期日接待量可达800人次。同时,咖啡园还吸纳周边村寨十余位村民就近务工,推动咖啡课堂汇聚人气、咖啡产业兴乡富民。

云南省文化和旅游厅相关负责人介绍,云南以“咖啡+旅游”为切入点,培育近60个精品咖啡庄园,深化“咖啡+乡村旅居”“咖啡+文创体验”等多元融合发展模式,让咖啡成为云南文旅的新名片。

循着咖香来到保山市隆阳区新寨村,当地依托成熟的咖啡种植产业,整合乡村文旅资源,持续培育咖啡采摘体验、乡村民宿等融合业态。

“我平时就很喜欢喝咖啡,来到咖啡原产地,既能品鉴不同风味的云南咖啡,还能游玩乡村美景,体验感很棒。”浙江游客李薇趁着假期专程到访新寨村,打卡咖旅融合新业态。临走前,她还亲手制作咖啡香皂,带走属于自己的云南回忆。

“村里咖啡厅、咖啡加工体验中心、文创工坊等配套设施一应俱全,游玩内容丰富多元。”新寨咖啡庄园负责人谢显文说,当地整合乡村文旅资源,做强“咖啡+文旅”融合发展模式,去年他的庄园累计接待游客21万余人次,旅游收入超1200万元。

以体验为纽带,产业融合正持续拓宽云南咖啡产业边界,为乡村振兴与文旅消费注入源源不断的活力。

(新华社 熊轩昂)