

2025
年1月4日，
第23届中
国长春净月
潭瓦萨国际
滑雪节在长
春净月潭国
家森林公园
开幕，观众
在比赛前观
看表演。
新华社记者
颜麟蕴 摄



以赛为媒 以体兴城

——“双奥冠军之城”长春加速打造“赛事名城”新名片

新华社记者 李典 孙逸轩 孙鹏程

悦跑北国，情暖春城。25日，2025 长春马拉松在“北国春城”鸣枪起跑。来自 34 个国家和地区的 35000 名跑者，用脚步领略“双奥冠军之城”长春的风采。近年来，长春通过承办高水平赛事，培育品牌赛事，推动全民参与热情，加速打造“赛事名城”新名片。

跑出人气 精彩赛事涌现“北国春城”
一场马拉松，燃动一座城。“我是跟朋友一起自驾近 1000 公里来到长春的。我连续两年都报了名，去年没中，今年候补中签了，特别开心。”来自北京的跑友庄晓红说。

长春马拉松于 2017 年首次举办，今年荣膺“世界田联标牌赛事”称号，赛事规模从 30000 人扩容至 35000 人，151322 的报名人数创历史新高。

今年的长春马拉松在赛道、奖牌、参赛服的设计上也颇具心思，打造“一程看尽长春美”的赛道，途经城市经典线路、独特建筑和历史文

化街区，立体展现长春“汽车城”“雕

塑城”“森林城”等城市名片，让奔跑成为一场沉浸式城市文化的巡礼。
长春是一座有着深厚体育底蕴的城市，不仅同时拥有夏奥和冬奥冠军，也同时拥有冰上、雪上奥运冠军。近年来，长春的赛事体系日渐完善，基础设施建设水平、运营组织能力快速提升。品牌赛事打造上，长春在深耕传统优势项目的同时，也在积极探索培育新兴项目。随着越来越多的高水平赛事相继落户，长春逐步形成赛事 IP 矩阵。

已经举办 23 届的中国长春净月潭瓦萨国际滑雪节，让越野滑雪项目的参与人数逐渐壮大并形成辐射效应；连续两年举办的全国龙舟邀请赛，让“南舟北移”的故事还在继续；数年征战 CBA 联赛、中超联赛、女超联赛的长春球队让更多人有机会走进赛场观赛，时隔 24 年重返长春的 CBA 全明星赛，让当地球迷更加火爆，擦亮了长春作为全国篮球、足球重点发展城市的名片。

文体融合 热门赛事打造经济引擎

近年来，“跟着赛事去旅游”“跟着赛事品美食”等概念逐渐兴起。接连举办的体育赛事成为带动地区经济发展的重要引擎。

过去一周，位于长春西南的长春保利万怡酒店入住率连续四天达到 100%，创下酒店成立以来最高满房纪录。一场马拉松赛事带来的超常规客流量，让酒店总经理于历海感到既紧张又兴奋。

“我们提前两个月就开始准备这次马拉松的服务，一定要让远道而来的跑友们感受到在家般的舒适。”于历海说。

本次长春马拉松开赛前，不少酒店纷纷推出早餐打包送至赛场、延迟退房等专属服务。长影旧址博物馆等长春的特色景点也为参赛者提供门票优惠福利。

捧着刚刚炸出的一盒锅包肉，来自重庆的跑者刘欢说：“马拉松就是在用脚步丈量一

座城市。吃美食、逛景点，也都是参与一场马拉松的重要体验。”

赛事举办期间，长春还举办了马拉松博览会与体育消费嘉年华活动。6000 平方米的展区，吸引了超 50 家企业入驻。

“如今的马拉松赛事作为‘流量入口’，对城市经济的拉动已从赛事消费向全产业链延伸。要真正实现‘流量’变‘留量’，就要通过场景重构、体验升级与产业融合打造城市经济新增长极。”运营长春马拉松赛事的厦门文广体育有限公司项目总监吴长福说。

全民健身 大众赛事激发城市活力

长春马拉松火爆的背后，是当地发展群众体育的缩影。夜幕降临，在长春市最热闹的红旗街商圈，一颗篮球从远处投手的掌间抛出。一记精彩的三分球，瞬间让围观的观众热血沸腾。

近年来，长春加速构建“赛事名城”，各类体育赛事相继进景区、进街区、进商圈，走入市民生活，全民健身热潮持续涌动。

“云动春城”大众篮球季、“云舞春城”社区广场舞大赛、青少年游泳邀请赛、全民射击挑战赛……一场场体育嘉年华，让城市“动起来”，百姓“乐起来”。

全民体魄的增强，离不开体育设施的完善。据统计，2024 年长春市配建 100 套健身路径，浇筑冰场 10 块，建成 3 个多功能运动场、3 个笼式足球场，对社区健身设施进行维护保养，完善体育设施 600 余处，开展健身指导 3000 余人次。

清晨刚过六点，吉林大学附属中学的体育场内就已经有不少前来锻炼的人。近年来，越来越多的学校的运动场面向社会公众开放，让热爱运动的人们有了新选择。每天都跑几公里的李杨，今年没跑上马拉松，自谦地说自己还需努力。“我也去马拉松赛道边凑凑热闹，给选手们加油去！”

长春以现代化都市圈为枢纽，正推动全民体育蓬勃发展。以“体”为笔，书写城市名片。长春正健步奔跑，跑出自信风貌和无限活力。

新华社长春 5 月 25 日电

2025 中国旅游文化周暨中国非遗旅游文创展 25 日在匈牙利首都布达佩斯的民族学博物馆落下帷幕。一系列来自中国的非遗代表性项目以及文创产品，让众多参观者沉浸式体验中国传统技艺与东方美学。

文创展公众开放日吸引大批当地观众驻足流连，其中不乏对中国文化怀有浓厚兴趣的文旅从业者。西多尼亚在布达佩斯经营着一家艺术品商店。她在接受记者采访时感叹：“去年，我就是在这家博物馆参观了中国瓷器、纺织与丝绸艺术展览，令我难以忘怀。”

“我代理许多欧洲高端餐具和家居品牌，今年开始正式代理中国陶瓷。”西多尼亚说，“这些作品不仅有实用价值，更是艺术品。比如说这里的一个茶壶，你能看出它凝聚了工艺与想象力，完全手工制作，宛若瑞士手表一样精致，从中能感受到它的千年传承。”

正在匈牙利罗兰大学中文系学习的研究生扬卡告诉记者：“非遗展是一种非常有创意、也非常有效的文化传播方式，通过展品传递背后的故事和哲学思想，能够帮助我们真正理解这些艺术和技艺蕴含的深层含义。”

扬卡说，这场展览展示当代艺术家如何回溯历史，并用现代方式重新加以演绎。希望更多匈牙利年轻人能一起来探索这个展览，感受文化的温度。这是各国年轻人都应该思考的课题：如何拥抱自己的文化遗产。

中国旅游文化周期间还举办了中国—中东欧旅游高质量发展对话、文旅推广和洽谈会以及重点项目海外交流对接活动，以及“茶和天下·雅集”、中国北京“故宫以东”图片展等系列配套文化活动。

匈牙利国家旅游局法律与治理支持部门主管西拉吉·绍博尔奇说，旅游文化是跨越国界的语言，它不仅连接旅行的目的地，更拉近了人们思想与价值观的距离。匈牙利和中国都有着热情好客的传统，两国游客通过分享旅行体验和文化活动，增进了彼此的感情。

西拉吉说，置身于民族学博物馆这一充满独特文化气息的场馆中，深切感受到了文化与旅游的力量能够跨越山海。这次活动让匈牙利公众有机会更加深入地了解中国的传统文化、茶文化以及非遗艺术之美，为匈中友谊发展奠定了更坚实的基础。

新华社布达佩斯 5 月 25 日电



从长城到多瑙河， 游文化牵起中匈关系新纽带

新华社记者 陈浩 康逸 陈颖



2025 年 5 月 25 日，长春马拉松在吉林省长春市鸣枪开跑，参赛选手冲过终点后庆祝。

新华社记者 张楠 摄



2025 年 5 月 25 日，参赛选手在长春马拉松比赛中。

新华社记者 许畅 摄