

晉江鄉情專版



來自15個國家的1.5萬名跑友“晉情奔跑”

晉馬開賽，晉江沸騰。

1.5萬名跑友從15個國家，赴一場山水人文之約，用腳步丈量最美賽道，點燃城市激情。娘惹寶貝助力、非遺節目表演、特色小吃暖胃、為“關門”跑友送花、給運動員過生日……溫情滿溢的晉馬，讓跑友直呼：“跑完一場馬，愛上一座城。”

晉馬之于晉江，其意義已經遠遠超出了體育本身的範疇。一場萬眾矚目的馬拉松賽事，把城市的一道道人文和自然景觀串聯起來，匯聚成獨特的城市文化，向遠道而來的跑者展現着大美晉江的城市風光、海絲之城的文化魅力、世界遺產的歷史底蘊、“綠水青山”的生態底色、活力澎湃的現實圖景，是一場跑者的盛會，是一

場全民的狂歡，更是一座城市的展示。

12月3日上午7時30分，伴隨着槍響，2023特步晉江馬拉松賽正式開跑。選手們你追我趕，一路馳騁，穿梭于城市繁華與山水勝景之間，從草庵、安平橋風景區穿行而過，“一步千年”間感受世遺點的厚重；路經晉江文化中心、晉江市圖書館、晉江市展館等，滿是晉江的人文氣息；途經晉江市體育中心、萬達廣場、晉江市足球訓練中心，見證晉江城市建設的發展。晉馬賽道，將歷史和現代、文化與自然有機組合，向世界各地跑友呈現了一場文化的盛宴和文明變遷之旅。“加油！”“向前衝！”“你們是最棒的！”……一個個公里點，身着色彩鮮艷的可愛雅上衣、美觀修身的紗籠裙，晉馬寶貝們舉着可愛暖心的公里牌，與美人花盛放、萬餘人奔跑的晉馬賽道交相輝映，將賽道裝點得更具風情。

“穿着娘惹服的舉牌寶貝，很有特色。”來自南安跑友侯翰麟，把和晉馬寶貝的合影發到了親友微信群，讓大家一起感受海絲晉馬的魅力。

妙趣橫生的中國國家級非遺項目掌中木偶表演、熱鬧喜慶的唢吶表演、英姿颯爽的歌舞《我們晉江人愛拼才會贏》、優雅的柔力球表

跑晉馬 愛晉江

演、悠揚動聽的合唱……賽道沿途，精彩的節目熱鬧非凡，感染着每一位跑友。一路奔跑，與綠道同行，與城市相約，與自己相遇。一張張笑臉明媚張揚，一聲聲吶喊此起彼伏，一個個經典的鏡頭為這場馬拉松定格了精彩畫面，更為晉江秀美宜居的生態底色和蓬勃向上的發展態勢增添了新的注腳。

1.5萬名跑友中，由海外鄉親、港澳臺鄉親及异地商會成員組成的12支“僑商跑團”最為特別。近200名鄉親從世界各地奔赴晉江，專程為晉馬而來。“無論身處何地，我們心中始終牽挂家鄉。”美國晉江聯合會跑團團長林秋育帶着美國鄉親一起參加晉馬。

泰國泉州晉江聯合總會跑團團長吳天益在晉馬完成既定的“小目標”。“這不是我第一次參加晉馬。時隔三年，我再次回鄉參加這場金牌賽事，感受到了更加火熱的氛圍，個人成績也有所提升。賽前，我希望自己在5小時內完成全馬。最終，我以4小時53分的成績完賽。”

跨越山海，奔赴熱愛。對有些人來說，馬拉松，與其說是一場比賽，不如說是人生某階段的一次重要旅行。原本訂好當日回程車票的參賽者丘婷婷，臨時更改了行程，選擇次日再離晉。“晉江人的熱情，讓我想放慢腳步，好好感受這座城。未來如果有時間，我會再來晉江旅遊。”丘婷婷說。一場馬拉松，點燃一座城。晉馬效應下，晉江文體旅消費呈現出蓬勃的生機和活力。

“太火爆了，1小時的銷售量比之前去其他展會一天的量還要多！”長虎土笋凍負責人顏長火說。張耀伯菜標負責人張子強則表示：“大家的消費力比預想中好，不到兩小時就賣斷貨了。很多人現場購買完，還主動要了我們的聯繫方式，希望以後能幫忙郵寄。”今年晉馬健康跑終點特別設置了美食區域，融合了晉江古早味小吃和時尚潮流後備廂餐車，不僅為活動增

加了特色，也帶動了消費。“銷售超出了大家的預料，晉馬的流量太大了。一下子涌進來那麼多人，把大家帶來的美食一掃而空，着實有點想不到。”晉江市餐飲烹飪行業協會名小吃委員會主任魏志勇說，舉辦晉馬這種大型城市活動，帶火了地方餐飲業，也帶動了相關產品的銷售和品牌的推廣。晉馬的火爆人氣、巨大流量也讓許多商家看到了商機，紛紛借勢推出活動。萬達影院晉江萬達廣場店和SM廣場店就推出了晉馬賽後免費觀影福利。

“昨天被晉馬刷屏了，我們也想為晉馬的工作人員和跑友做點什麼。”萬達影城晉江萬達廣場店長黃麗珍介紹，“這是專門為晉馬工作人員和跑友推出的賽後福利，不限人次和次數。”賽事搭臺，經濟唱戲。陽光夜市在晉馬前後火出圈。“馬拉松的人流帶動效應很不錯，這是夜市的商家們所喜聞樂見的。”陽光夜市管理辦公室負責人卓國毅介紹，陽光夜市日日常人流量1萬多次，周末一般在2萬人次。而在12月3日當日，陽光夜市的人流量達到了3萬多人次。“特別是新客流明顯上升，這一點是我們商家很高興看到的，這也說明越來越多的人知道了我們陽光夜市。”陽光夜市“90後小海鮮”商家蔣建飛說。

一人跑步、多人消費、全家旅遊，正成為跑步賽事旅行的新特點。對於參賽者而言，準備一場比賽，從跑鞋、運動襪、壓縮衣褲等運動裝備，到領略城市風情，打卡城市經典地標和熱門景區，品嚐當地特色美食，以及參賽的交通費、住宿費等都必不可少。在跑馬形成的龐大產業鏈裏，晉江仍有無限可能。

一場賽事，見一座城；一次亮相，更多碰撞。以賽會拉動經濟“大車”，跑出消費新活力，晉江正奏響文體旅融合交響曲。

奔跑吧，晉江！

(施珊妹 黃海蓮 曾舟萍 董嚴軍文/圖)

金牌晉馬全網總點擊量破億

12月3日，包括深圳、廈門、南寧、景德鎮等在內的中國10餘座城市同時舉辦馬拉松比賽。憑借出色的賽事組織、貼心的後勤保障和精彩紛呈的配套活動，2023特步晉江馬拉松賽成為獨具特色的“顯眼包”，引發全網關注和熱議。據不完全統計，截至5日，2023特步晉江馬拉松賽全網總點擊量(閱讀量)超過1億。

連日來，“特步晉江馬拉松”和“晉馬 顯眼包”兩大晉馬話題雙雙衝上微博热搜，閱讀量合計超5000萬，且還在不斷攀升中。截至5日，“特步晉江馬拉松”話題閱讀量2168.2萬，“晉馬 顯眼包”話題閱讀量2274.9萬。在這兩個話題下，參賽跑友曬出跑步美照和完賽成績，分享完賽後的喜悅心情，盛贊賽事組織工作；晉江市民則用手機記錄比賽的精彩畫面，為參賽選手加油鼓勁，展現了晉江城市的活力和晉江人民的熱情；各大媒體也將目光聚焦晉馬，通過文字、圖片、視頻等多種形式，介紹賽事亮點和賽場內外的精彩時刻，進一步提升了金牌晉馬的影響力和知名度。

與此同時，晉江經濟報、晉江新聞網、晉江馬拉松官方微博合計閱讀量(不含被計入前述話題的微博內容)超過632萬。

除了微博以外，晉江經濟報、晉江新聞網、晉江馬拉松的微信、網站、晉江經濟報視頻號和抖音號等平臺，播放量累計超過1510萬。其中，僅12月3日當天，晉江經濟報視頻號和抖音號晉馬系列短視頻的播放量就達到504.1萬。

本屆晉馬還通過新華社現場雲、央視頻移動網、八閩直播、新浪新聞等22個網絡平臺進行直播，點擊量達1001.3萬。

比賽前後，本屆晉馬相關資訊還在廈門、福州、泉州等地的電梯廣告屏和戶外廣告屏陸續播放，總播放頻次約1700萬次，覆蓋人群超4000萬人次。

(李詩怡)

古早味 “晉”情吃

“來不及！來不及！根本來不及煮！你們稍等一下。”益濕食品負責人王國輝雖然不停地煮着一鍋又一鍋的花生仁湯，但依然追不上熱情的跑友排隊的速度。12月3日上午，在2023特步晉江馬拉松賽健康跑終點的美食區域，晉江古早味小吃火爆的場面堪比比賽鳴槍時的場景。

當天早上，許多商家的貨品就已經被“愛吃”的跑友們清空了。“賣完了，沒有了，別排了。”在“阿闊拳頭母”攤位，里三層外三層圍滿了跑友，老板施建闊一邊喊着大家不要排了，一邊向跑友推薦其他攤位的美食，“旁邊那家冰餅還有貨，很好吃，快去排隊！”在“阿闊拳頭母”隔壁攤位的長虎土笋凍也一樣銷售一空，“我今天帶了以前一天賣的量，沒想到這麼快就被搶光了。”長虎土笋凍負責人顏長火說道。

據介紹，此次亮相健康跑終點的晉江古早味小吃是從晉江眾多小吃中精挑細選出來的。拳頭母、土



笋凍、菜粿、石花膏、冰餅、花生湯、蒜蓉枝、杯餅、芋圓……美味的古早味小吃吸引了眾多跑友。“今天的跑道非常棒，跑完還有地道的閩南小吃，太棒了！”來自榮譽酒店跑團的辛詒是黑龍江人，來晉江11年了，特別喜歡閩南小吃，這次知道終點有古早味在等着，開跑之前就特別期待，“跑步的時候都跑得特別快。”她笑着說。古早味小吃也是很多晉江人兒時的味道，來自晉江市醫院跑團的蘇蘇說：“第一次跑完8公里健康跑很開心，但最開心的是跑完還有香噴噴的閩南美食吃。”

晉馬跑友們對古早味小吃的熱情，也讓商家們很激動。“大家都太熱情了，不僅是傳統古早味小吃受歡迎，連我們此次特別為晉馬研發的新品熱飲石花膏奶茶也受到跑友們的喜歡。”晉江市餐飲烹飪行業協會名小吃委員會副主任黃清海說。

(黃海蓮 文/圖)

“海藝節”燈光秀閃耀晉江兩岸

第五屆海上絲綢之路國際藝術節于12月8日開幕，集中在市區晉江兩岸的“海藝節”主題燈光秀自12月6日起精彩呈現，夢幻展現“宋元中國·海絲泉州”的文化內涵，營造

良好節日氛圍，本次燈光秀持續至12月13日結束。

在晉江北岸，東海泰禾廣場、東海中央商務區等區域樓宇的立面悉數亮起充滿時尚與活力的海藝節圖案標志、標語。隨着光影躍動，徐徐上升的“藝術的盛會 人民的節日”“多元文化 美美與共”等標語熱情洋溢，讓人對開幕在即的海藝節充滿期待。在與北岸遙相呼應的晉江南岸，晉江CBD組團等樓宇的立面時而演繹源遠流長、優雅動人的泉州木偶戲、南音、送王船等閩南文化，時而徐徐鋪展清淨寺、老君造像、九日山等世遺點，傳遞世遺文化。

(陳淑華 林勁峰 文/圖)



12月6日，為更好地服務企業和人才隊伍，晉江研發上綫“人才政策AI計算器”數字平臺，為人才搭建“智慧通道”。

“根據所屬產業，完善自身信息，輸入驗證碼并點擊提交，系統將自動結構化分析，提供多維選項，智能計算出符合的人才層次與政策。”晉江市委人才辦相關工作人員介紹，“人才政策AI計算器”分為人才與企業兩個入口，重點面向現代產業體系人才、集成電路人才、醫療衛生人才和高等教育人才等對象，提供清晰直觀的政策內容。

一同上綫的還有“人才目錄圖譜”，圖譜覆蓋211座城市，落腳紡織、鞋服、建材和食品四大優勢主導產業，收集全國高端人才近萬名，各類院所、企校機構500餘家。“企業、機構等用人主體可在小程序上選擇行業，點擊人才姓名，即可直觀查詢信息，如職務、職稱、技能、工作年限、榮譽稱號、公司業績等。”相關工作人員表示，此舉將極大便利用人主體精準匹配需求，開展產學研合作對接，助力實現“按圖索驥”。

“人才政策AI計算器”“人才目錄圖譜”兩個掌上人才服務平臺，將會由專人專門負責運營，匯聚多渠道的人才相關政策信息，保障政策更新的時效性、全面性。用戶通過搜索欄輸入政策文件關鍵詞，可自主查詢最新的政策措施。

(李玲玲)

「人才政策AI計算器」數字平臺 晉江研發上綫