▲11月3日，在2022·北京马拉松博览会的某运动品牌展台，选手与自己的名字合影。新京报记者 王子诚 摄

这个周日，11月6日，备受瞩目的北京马拉松真的要举办了！据报道，11月3日-5日，参赛选手可在2022北京·马拉松博览会领取赛前参赛物品。

作为经国际田径联合会认证、中国最高水平的马拉松赛事之一，北京马拉松自1981年创办以来，每年一届，已经成为一个城市品牌，但在2020年和2021年连续两年由于疫情而被取消。今年是三年来北马首次举行线下赛事。

在这个深秋，在北京，北马闪耀重启，令人振奋。我们沉寂了太久的城市街头，需要一场大众参与的马拉松提振信心、释放人气。

历经30多年的发展，北京马拉松已成为群众体育、竞技体育、体育产业和体育文化相结合的典范，并以其广泛的群众基础和独特的文化魅力，成为马拉松爱好者的盛大节日。

北马开跑，意味着北京大型赛事的有序恢复，传递出积极信号。马拉松运动所蕴含的挑战自我、挑战极限的独特气质，潜移默化地重塑着城市精神和文化氛围，融入到市民的日常生活中来，让城市更具动感和活力。

而且，马拉松运动从专业领域的专业赛事，转变到全民参与的普及化赛事，本身就催生了产业化的巨大商业价值。经济学界素有“马拉松经济”之说。“马拉松经济”包含四个主体部分的收入来源：赛事直接带来的现金收益，比如赞助商投资、报名费等收入；基于比赛所产生的物业收益，比如场馆租赁和酒店住宿等载体经济；媒体收益，比如出售赛事转播权；衍生收益，即运动器械、训练服务等收益。

尤其在长达近三年的时间里，大型马拉松赛事归于沉寂，北马这类龙头赛事的动向往往被看做行业“信号”。相信随着马拉松赛事的举办，将进一步激发北京市场活力，提振消费。

过去三年多时间里，不少国人为疫情所阻，现场参与、观看大型赛事成为一种奢望。本周末，包括北马在内，多地重启群众性体育赛事，这是防疫成果的体现，也展示了一种积极防疫的姿态。疫情要防住，但生活的河流仍需要奔流。从目前网上的反应看，民众对此类大型赛事重启，乐见其成且充满期待。

不过，疫情背景下，北马也采取了精准细致防疫策略。比如，参赛选手要求本地化，必须是北京市常住人口；领物日和赛前7天不得离市，每天提交防疫报告；参赛选手完成全程疫苗接种等等。

北马组织方这些具体的措施，再加上动态观察、即时管理，相信会最大限度防范疫情，让人潮涌动的北京街头多一分安宁与祥和。当然，除了赛前准备外，赛时、赛后也应提高警惕，好事办好，才能行之久远。就选手个人而言，也应在享受比赛的同时，做好个人防护。

事实上，北京在大型赛事组织上已经有过成熟、有效的经验，今年年初的北京冬奥会已经证明，我们有能力、有办法、有决心在组织好赛事的同时做好疫情防控。

民众希望看到城市街头奔跑的身影，因为那不仅仅是一个个具体鲜活的个体，也是一团团可以照亮其他人的火炬。

疫情之下，我们在奔跑；城市之上，我们在喝彩。奔跑的人，喝彩的人，最终会汇聚起一股磅礴的奋进力量。

编辑 / 迟道华

校对 / 付春愔