

1957年10月1日创刊

2024年11月
< 甲辰年十月十三 >

13 星期三 | A9

阔别5年 莞马归来

2024东莞马拉松将于12月22日开跑

“莞马归来，尽情奔跑！”阔别五年，2024东莞马拉松(以下简称“莞马”)定于12月22日再度开跑，于11月12日启动报名。这是继2016东莞松山湖国际马拉松、2017和2019连续两届亚洲马拉松锦标赛暨东莞国际马拉松之后，东莞时隔五年再度举办大型马拉松赛事，将主打“潮流范”“跨领域”“烟火气”三大特色。11月11日上午，2024东莞马拉松赛事新闻发布会将在东莞召开，会上介绍了本届莞马有关情况。

阔别五年，莞马震撼回归

东莞马拉松创办于2016年，已成功举办三届。历经五年，2024东莞马拉松以“莞马归来，尽情奔跑”为赛事主题，将以焕然一新的面貌再度启航，定档于12月22日鸣枪起跑。

2024东莞马拉松由广东省田径协会指导，东莞市人民政府主办，东莞市文化广电旅游体育局、松山湖管委会、东城街道办、南城街道办、寮步镇人民政府承办，华润文化体育发展有限公司运营。赛事规模为20000人，共设三个项目，其中全程马拉松6000人，半程马拉松8000人，欢乐跑6000人，将为广大跑友提供一场精彩纷呈的体育盛宴。

本次莞马全面提升赛事路线，串联东莞市多处文化建筑和地标建筑。从市民服务中心出发，途经东莞大道、松山湖大道，跑过市民中心，感受东莞的城市脉动和繁华景象；跑过的松山湖科技产业园区，沿途风景秀丽，科技氛围浓厚，跑者将在这里体验到东莞作为科技创新城市的独特魅力。这座具有厚重历史、文化底蕴的现代城市的生态与繁华，在本次赛事的“最美城市赛道”中都能一打卡体验。

“跑一次莞马、看一场篮球、品一只烧鹅、识一座城市”。时隔五年的全新莞马，在策划上着重打造“潮流范”“跨领域”和“烟火气”三大特色，将体育与文化、旅游和消费深度融合，让更多跑友了解东莞、爱上东莞。

在“潮流范”方面，东莞是平均年龄只有33岁的青春之城，也是中国潮流之都。本次赛事将与东莞本土潮流品牌、潮流设计师深度联动，设计融合了潮流元素与东莞特色文化符号的赛事奖牌及各类赛事周边产品，让广大跑者和市民与东莞特色“潮玩”亲密接触。

在“跨领域”方面，本次莞马特别策划“致敬2亿分之一奔跑者”活动，定向邀请他们参与赛事，向每一位奋斗在生活赛道上的奔跑者致敬。赛事还将联动各行各业的代表人士共同参加。据不完全统计，改革开放以来共有2亿多人曾在东莞工作生活，东莞一直感谢、惦记着这些来自全国各地、各行各业的城市建设者。作为全国篮球城市，赛事还将带来“跑一场马 看一场球”活动，将CBA篮球赛与马拉松巧妙结合，一次满足“跑马，看球”两个心愿。同时还将举办2024粤港澳大湾区(东莞)无障碍跑，为粤港澳大湾区残疾人搭建残健平等交流平台。

在“烟火气”方面，东莞提出“以跑步之名，吃东莞美食”，这是东莞这座城市的独特魅力所在。赛事将联动“烧鹅”品牌餐饮店，建立“烧鹅补给站”，为跑友们提供最具东莞特色的能量补给。赛事还将发布“跟着莞马游东莞”旅行指南，详细介绍东莞的美食胜地和旅游景点，让跑友们能在赛前、赛后畅游东莞、品尝美食，充分感受这座城市烟火气息。东莞此次将结合赛事，推出体育赛事与城市元素融合的文旅商活动，跑友可以根据“烧鹅地图”“烧鹅品鉴指南”

品尝东莞特色美食。赛事期间，还将同步举办美食运动市集、莞马文化加油站等配套活动，开设莞马吃住行跑者服务，推出跑友专属服务酒店等福利。各位跑友能在奔跑之余，享美食、游美景、品文化，尽享东莞城市魅力。

曾参加了2016年、2017年、2019年东莞马拉松的资深跑友周双喜说，他曾被莞马赛道两旁热情洋溢的观众、无微不至的赛事组织深深打动。今年他将继续参加莞马，并对“跑一场马看一场球”“莞马嘉年华”等活动充满期待，期待看到更好的东莞风景、体验更多精彩多样的莞马安排。

莞马报名时间为11月12日下午3点至11月19日下午6点。在此期间，选手们可以通过东莞莞马松赛事官网、“莞马”微信公众号以及赛事官方小程序渠道进行报名。在报名方式上，采取了预报名、再抽签的方式。

2024湾区文采会 在东莞落幕

主会场线下累计超过6万人次参与，
达成意向成交额近1000万元

多彩、新潮有趣的产品入驻。
湾区文采会期间，首届湾区周末嘉年华开展市集、游城活动、短视频大赛及音乐派对等多项活动，打造区域文化盛宴，让更多人发现、体验岭南文化。

“东莞烧鹅欢迎你”游城活动围绕“东莞烧鹅濑粉”文化IP，体现湾区同乐主题。河源龙川手擎木偶戏、揭阳普宁英歌舞、清远连南瑶族耍歌堂，以及现代潮流的街舞、潮玩等艺术表演，将传统与现代结合，吸引了大批市民游客驻足拍照。

人气满满的“最岭南”文化馆鸿福桥市集×粤港澳非遗墟市聚焦“新中式生活方式”，汇集了超50位新中式美学主人、60个粤港澳非遗项目参展单位，集中搭建粤港澳三地传统手工艺和民俗艺术的供需对接平台，展示岭南文化之美。市民游客徜徉在手工艺的美妙世界中，品香港港式奶茶、潮州工夫茶，尝澳门牛油糕、江门罗氏普洱茶，赏潮州剪纸、佛山彩灯，淋漓尽致地体验非遗之美、新中式生活之美。

东莞开展11月份市级“洁净城市活动日” “典”上开花引领全域出彩



全市进行全方位大清洁、大扫除
叶何湘 摄

为市民群众创造出更加干净、整洁、安全、有序的城乡环境。

据悉，打造“百千万工程”典型村，是省市十分重视的一项工作部署。年初，东莞市城管局确定了全市45个第二批省级典型村；5月，市“百千万工程”指挥部印发了六大专项工作实施方案，对各典型村提出了明确、细致的工作要求；11月4日，市“百千万工程”指挥部办公室印发了《关于开展东莞市2024年“百千万工程”年度优秀案例评选工作的通知》。市城管局精细落实各项工作要求，持续对典型村现存的问题进行全面排查整改。并加快推进在建项目施工完成，切实做好2024年度全省“百千万工程”考核评价工作实地核查的前期准备工作，真正做到在年底见成效、出亮点。

推动两级同建设同提升

今年以来，东莞城管坚持市镇村联动开展每月一主题的“洁净城市活动日”，持续开展大清洁行动，推动人居环境全域提升。11月份“洁净城市活动日”主题为：“典”上开花，引领全域出彩。

本次活动围绕环卫保洁规范管理、城市“六乱”长效整治、城乡风貌品质提升等三个方面，对典型村在人居环境上存在的短板弱项进行全方位综合整治，

松山湖8家单位携57款产品亮相中国航展

羊城晚报讯 记者余晓玲、通讯员松湖宣报道：11月12日至17日，第十五届中国航展将在珠海国际航展中心举行。今年也是东莞松山湖第三次组织园区单位参展，展位面积约100平方米，共吸引8家单位携57款产品参展，涵盖新材料、新一代信息技术、智能装备、射击体验区四大领域。

松山湖材料实验室带来了多款新材料和科技产品，助力飞行器提升续航、救援、防护等能力。锂离子电池团队带来了动力电池高能量密度正负极材料，可应用于飞行器动力电池，循环寿命大于1000次。轻元素先进材料

与器件团队带来高功率密度快速响应可嵌入柔性加热膜，可应用于飞行器关键区域结冰防护，实现动力电池热管理、传感器保护等功能。

非晶智芯团队带来的EV-ATV全地形越野车平台，搭载了自主研发的速传传感器、加速度传感器、电流传感器和角度传感器等多种传感器应用，标准化的电器和机械接口可便捷安装无人机、警用装备、消防装备等。

本届航展上，低空经济与商业航天、可持续航空等前沿话题一道，成为各方关注的热点。近年来，松山湖也推动低空经济加速“起飞”，聚集丰翼

科技、华松创新、火萤科技、东莞通航、云间科技、城际无人飞机等低空经济产业链相关环节的企业，涵盖了无人机组装、任务负载与行业应用、安全智能避障与事故防护、综合服务、北斗网格、航空科普等领域，积累了一定的产业发展基础。

除了天上飞的飞行器及相关产品，松山湖参展企业团还带去了水上游的智能机器人。海螺机器人是一款小巧灵活的水下作业机器人，由广东蓝潜海洋技术有限公司设计制造。海螺可以进入人不能到达的狭长管道，及时排除管道内砖石等垃圾，检查管道内壁并独立修复。

“保婚版”套餐 不保“脱单”？

东莞消委会提醒婚恋服务公司不得夸大服务效果或虚假承诺

羊城晚报记者 李洪宝

东莞的冯女士近日向羊城晚报记者反映，她于今年2月份在东莞市南城街道的一家婚恋服务公司购买了价值2万元的“保婚版”服务套餐，但在服务过程中冯女士认为该公司提供的服务并没有满足其预期的要求，并且认为该公司还存在诸多不规范的服务行为，希望与该公司协商退还部分费用，在经过数次协商后，目前仍然就退费金额问题相持不下。

对此，东莞市消费者委员会提醒，婚恋介绍服务公司要诚信合规经营，提升服务质量，加强对红娘等工作人员的培训，不得夸大服务效果或虚假承诺，禁止以任何形式强制消费者购买不必要的服务或产品。

2万元“保婚版”套餐 服务可至结婚为止？

冯女士告诉记者，她在今年2月份通过小红书看到了东莞市爱渡优恋婚恋服务有限公司关于婚恋服务的广告。“家里人着急催我结婚，我也确实有找对象的想法。”冯女士表示，她之后便通过电话方式与该公司建立了联系，并约定时间到该公司面谈相关细节。

2月25日，冯女士约来到了该公司位于东莞市南城街道的办公地点与该公司工作人员进行沟通。“他们从下午5点一直跟我聊到了晚上9点。”冯女士表示，该公司的工作人员一直在跟她进行谈话希望冯女士购买其公司的婚恋服务产品。冯女士最终购买了该公司的“保婚版”服务套餐。据冯女士介绍，“保婚版”服务套餐金额为2万元，该婚恋服务公司工作人员向冯女士表示将一直服务到冯女士结婚为止，并在冯女士结婚时还将会进行一定金额的返还，冯女士在当晚就服了服务费。

交完费后婚恋公司人员即准备与冯女士签订合同，冯女士告诉记者，在签订合同的时候她注意到该合同的服务期限仅有4个月，即2月25日开始到6月24日终止，这与婚恋公司人员口头承诺的服务到冯女士结婚为止并不一致，冯女士便向婚恋公司的一名向工作人员提出了质疑，“向老师说他们签订合同都是这么签的，但是服务都会跟进到我结婚为止。”冯女士表示在得到对方解释后签订了合同。

据冯女士介绍，在签订合同以后，该公司向冯女士赠送了2节情感课程，并于3月3日向冯女士介绍了第1个相亲对象，之后陆续又介绍了5个相亲对象，但由于各种原因最终都没有继续交往下去。冯女士向记者表示，该公司在合同中的服务期限(6月24日)到期以后便没有再为她介绍对象，并且在接触的6个相亲对象中，冯女士也认为对方并不优质，甚至怀疑有的相亲对象是“婚托”。

未能“脱单”想退费 双方暂未达成一致

那么婚恋公司是否尽到了相应的合同义务？记者通过冯女士提供的合同了解到，该合同的服务内容包括“甲方(冯女士)购买的婚姻介绍服务中，匹配对象人数为不少于4人，由乙方(涉事公司)提供匹配约会服务，根据甲方自身情况，乙方可以为甲方提供增值服务(不增加消费)，具体服务内容以双方约定为准。”并在其他约定中注明提供“2节情感课程，一年半内结婚返还30%。”按照冯女士此前向记者提供的情况，该婚恋公司已经在期限内完成了情感课程和匹配对象的提供。

但是冯女士认为，该婚恋公司提供的服务不能满足其要求，并且该公司在今年7月份已经停止为她提供服务，并没有履行其之前作出的服务到冯女士结婚为

止的承诺，并且该公司还存在欺骗消费者和诱导消费者签订合同的情况。冯女士于是在7月底正式向该婚恋公司提出了退费的要求，希望该婚恋公司能够退还一部分服务费用，但双方就退款的金额始终争执不下，没有达成一致意见。

冯女士告诉记者，她已经就退费问题多次与涉事的婚恋服务公司进行沟通，其间还上门找到该公司的相关工作人员进行现场交涉。“我9月份第二次上门沟通的时候就已经不让我上楼了。”冯女士告诉记者，该公司已经将她的相关信息通知了其所在办公场的物业，并告诉物业不允许冯女士上楼协商。此外，冯女士还告诉记者，11月10日，东莞市公安分局南城分局白马派出所曾召集冯女士和涉事公司进行调解，但双方分歧较大，最终未就退款金额达成一致。

记者在11月12日多次拨打涉事的婚恋服务公司电话希望了解相关情况，电话始终提示暂时无法接通。记者随后又拨打了当时与冯女士签订服务合同的向姓工作人员的电话，记者拨打显示所拨打的号码是空号。

婚恋服务须合规经营 不得损害消费者利益

冯女士主张的要求涉事婚恋服务公司退还部分服务费用的行为是否具有法律依据？消费者在婚恋服务中该如何维护自身合法权益，婚恋服务机构又该如何规范经营？记者咨询了律师和相关部门。

广东信而立律师事务所赖洁律师向记者表示，首先，冯女士作为有民事行为能力的成年人，其签订的合同应当具有民事效力，其在签订合同时已经发现合同约定的内容和销售人员口述的内容不相符，应当及时指出，修改合同条款。但鉴于婚介公司与冯女士签订的合同大概率是格式条款，如该合同条款有不合理地免除或减轻婚介公司的责任、加重对方责任、限制对方主要权利的条款，或者设置的退款条款不合理、不公平的，依据《中华人民共和国民法典》的相关规定，这些条款应当被视为无效，可以进行撤销，进行退款处理。但由于婚介公司已经提供了其承诺的部分服务，全额退款也是不符合公平原则的。

其次，针对冯女士提出的婚恋服务公司有欺骗消费和诱导消费的情况，赖律师表示，即使婚介公司真实存在欺骗消费者和诱导消费者的情况，举证也是相对困难的，赖律师建议婚介服务消费者在签订合同时，对于合同条款有问题的，应当及时指出，不能含糊，在合同磋商阶段、婚介公司服务等过程中应当保留相应的证据，以便维权。

东莞市消费者委员会在接受采访时表示，针对部分婚恋服务介绍公司存在经营不规范的问题，东莞市消委会已经发布相关消费提示，并联合东莞市市场监督管理局约谈婚介行业消费投诉重点企业，对婚恋介绍服务公司开展普法宣贯和合规指导，并向企业发放《告全市婚恋介绍服务公司经营者倡议书》《婚姻介绍服务机构合规经营提示》。

东莞市消费者委员会同时提醒婚恋介绍服务公司要诚信合规经营，并从以下三个方面提高婚介服务水平：一是明确合同条款，在合同签订前充分告知消费者相关条款和注意事项，确保消费者清晰了解每项服务的具体内容；二是提升服务质量，加强对红娘等工作人员的培训，不得夸大服务效果或虚假承诺，禁止以任何形式强制消费者购买不必要的服务或产品；三是畅通投诉渠道，对于消费者的投诉和纠纷，要及时响应和处理，确保消费者的合法权益得到保护。

湾区新闻部主编/责编 牛智杰 / 美编 伍岩龙 / 校对 黄文波



文采会现场，融合传统与潮流的表演 主办方供图

报料热线:(020)114转羊城晚报报料、(020)87776887

广告热线:0769-2166886

发行热线:0769-22493412