

T14-15

2019年10月14日 星期一
统筹:胡田野 编辑:潘登
美编:张妍 校对:亚丽

奔跑 郑州 马到成功

共襄盛事

马到成功

10月13日,“郑州银行杯”2019郑州国际马拉松赛顺利开赛。从中央商务区CBD到中央文化区CCD,从“大玉米”、商城遗址、二七塔再到奥体中心等郑州地标,上演了一场参赛人员达2万多人的全民运动、全民狂欢盛事。

作为扎根郑州、深耕郑州的本土金融机构,郑州银行始终热心体育公益事业、支持全民健身活动,将业务发展与社会经济建设和谐共振。自郑州国际马拉松赛开办以来便独家冠名至今,“郑州银行杯”五个字为郑州国际马拉松赛增添一份品牌力量的同时,更像是一面风向标,全面展示了郑州——一个来了都说“中”的城市形象,让更多的人充分体验商都郑州城市魅力。郑报全媒体记者 倪子/文 王秀清/图

多形式助力马拉松开赛

“我和我的祖国,一刻也不能分割。无论我走到哪里,都流出一首赞歌……”在本次赛事的企业展示区,郑州银行员工代表与志愿者、文艺工作者、马拉松选手和现场观众挥舞着国旗共同唱响《我和我的祖国》,礼赞新中国70华诞。每个人都喜上眉梢,将欢乐写在脸上。郑州银行招牌卡通形象“小郑”化身萌萌的人偶,更是吸睛无数,不少人纷纷上前与之合影。

现场,由一枚枚塑料瓶盖组成的艺术装置吸引了众多目光。原来,这是郑州银行自主发起的“净塑城市”活动,通过号召市民人人动手参与“拾起小瓶盖、环境好起来”活动,呼吁大家重视环

境保护,为地球贡献一份爱的力量,郑州银行以实际行动履行全国首家A+H股上市城商行的社会责任;展区另一边,众多参赛选手则纷纷亲自写下愿望卡,塞进郑州银行提供的梦想漂流瓶,郑州银行将从中挑选愿望帮助许愿人实现,更是成为当天赛事中的亮点之一。

以上种种只是郑州银行助力马拉松赛的一个缩影。无论是组织小郑乐团快闪活动、启动“减重大挑战”,还是在如意湖文化广场发放赛物资,都少不了郑州银行的身影。同时,该行还推出“2019郑马纪念卡”,不仅传承了“郑马”精神,更为郑州银行“金融豫军”这张名片增光添彩。

用行动彰显责任与担当

凭借有文化、有温度、有特色、有活力的理念,郑州国际马拉松比赛已经成为广大市民热切期待的年度大事。2019年,郑州银行再次成为赛事总冠军,无不体现了郑州银行为塑造城市名片添砖加瓦的决心。

作为本土金融机构,郑州银行不只是提供金融服务,更是生活的好帮

手。它以惊人的速度实现了跨越式发展,用行动诠释着“精品市民银行”的定位;用产品和服务践行着“中意你我他”的价值主张和“服务到心”的品牌理念。

如今,城市马拉松正日益成为重塑城市精神、激发城市活力、打造国际都市的标志。郑州银行将借助“郑马”



郑州银行为比赛加油助威

平台,展示更多改革开放的金融成就,让更多朋友认识郑银、了解郑银,用金融产品更好地服务生活、服务市民;同时将郑州银行与“郑马”精神相融合,继续扎根郑州、深耕郑州,坚定不移打造高质量、特色化发展的标杆银行,为推动中部崛起、服务社会大众贡献更多力量。

特步,助力郑马跑出中国WAY

10月13日,“奔跑中国”系列赛事之一的2019郑州国际马拉松在郑东新区CBD活力开跑。作为此次赛事的官方合作伙伴,特步不仅精心布置马拉松博览会,而且还结合河南文化推出纪念款跑鞋、T恤、外套和短裤等,持续深耕跑步领域,助力2019郑马跑出中国WAY。郑报全媒体记者 李冬生 文/图



中原论英雄,特步为郑马呐喊助威。让跑者用脚步感受祖国乘风破浪的70载崛起史。特步相关负责人表示:“郑马是一场极具文化底蕴的马拉松赛事,通过赛道展现了郑州的新面貌,能够参与到这次赛事中,是一件非常有意义的事情。”

“组委会将地方特色与文化渊源巧妙结合,使姓氏文化和少林文化融入其中,70位姓氏旗手着姓氏战袍,披姓氏战旗,代表自己的姓氏踏上马拉松征程,在终点处完成插旗仪式;设置百家姓鼓阵,由少林武僧击鼓,在起点和终点处分别为跑者加油助威。”该负责人

说道,“从赛道的姓氏墙、姓氏道旗到完赛奖牌等各个方面,都能让大家体会中原的姓氏文化。”

超燃助力,让郑马跑出中国WAY

作为此次赛事的官方合作伙伴,特步精心布置马拉松博览会:立体字合影、参赛服免费烫印、宣言墙等项目,不仅缓解了跑者们赛前的紧张情绪,更为他们留下了赛后的精彩故事。70块专属奖牌、特步大礼包、VIP服务等,为郑马“锦鲤”跑者献上“特”不一样的爱。

据介绍,特步还结合郑州文化特色,推出纪念款跑鞋、T恤、外套和短裤

等,其设计灵感来自少林文化,基于少林寺十八铜人与少林功夫,诠释了河南源远流传的地方文化。纪念款跑鞋的鞋底搭载Vibram大底科技,轻便耐磨、抓地防滑,中底的动力巢x材料缓震回弹,能更好保护脚掌;外套黑白拼色,激活跑者的运动神经,助力他们勇刷PB。

特步相关负责人表示:“作为大中华区当下马拉松赛事赞助最多的运动品牌,特步将继续深耕跑步领域,通过产品转型、赛事赞助、跑者互动、跑者服务等搭建可持续发展的跑步生态体系。”