

文化篇

郑州移动 创新移动,给力文化



从城市到乡村,从舞台到广场,移动艺术团已累计演出60余次

高端品位,移动品牌演出成文化名片

经典的踢踏舞《大河之舞》、享誉世界的荷兰王国顿诺交响管乐团、国内知名的中国歌剧舞剧院民族管弦乐团春季音乐会《盛世华章·国乐雅韵》……

从2002年起,郑州移动就开始以产品品牌冠名引进高品位的文化演出,让郑州人近距离接触世界一流的艺术表演。经过多年的积累,如今在郑州,这种以郑州移动产品品牌冠名的中外经典演出,已逐渐成为市民的一种生活方式,而这种演出也已经成为郑州的一种文化符号。

2010年,在多年积累的基础上,郑州移动将品牌演出提升到了一个新的层次上,不仅做到了每季有演出,而且是把世界第一流的艺术文化请进了郑州。

“今年的荷兰王国乐团、中央歌舞剧院,还有大河之舞,我都去了,不但我去,还让朋友们都去。”大学毕业后,郑州市民小韩接父亲的班做了房地产工作,“生活好起来了,精神需求就成了最急需的了。”小韩说,在郑州,也只有郑州移动,能够邀请来如此高规格的世界名团,让郑州人一次次享受精神的盛宴。

郑州人难忘的是,春季里清新的民族风,夏日里荷兰王国乐团带来的世博风情,秋日里《大河之舞》出神入化的踢踏舞步,这一场场精彩的演出,让郑州整座城市的文化氛围都为之提升。

多年以来,郑州移动组织的高品位演出已经形成了“政府大力支持,企业鼎力运作,市民广泛参与,社会影响深远”的文化现象,是郑州移动文化创新的一大成果。

“博大、开放、创新、和谐”是郑州的城市精神,这一城市精神的形成,离不开文化的滋养。

“郑州移动一直把参与郑州文化建设,探索文化创新视作自己企业文化成长的需求。”郑州移动负责人介绍说,2010年,他们先后创造性地推出“全球通”文化大讲堂,动感地带系列歌友会、神州行送戏下乡、集团客户特色俱乐部、“绿光之城”环保圣诞等特色文化活动,用自己的力量,助力郑州城市文化建设,同时也不断完善和提升着自身的企业文化。

晚报记者 祁京
通讯员 李翎/文
晚报记者 白韬/图

文化创新,移动文化舞动绿城

郑州移动不光是举办文艺演出,而且推出了多种形式的文化活动,包括集团客户登山、游泳、羽毛球等特色俱乐部、全球通文化大讲堂,神州行送戏下乡活动等特色文化形式回馈客户。“我们相信,具有社会责任感的企业应当勇于担负文化责任。”郑州移动负责人表示。在文化创新上,郑州移动一直走在探索的前沿,不断摸索出新的文化形式满足绿城用户的文化需求。

在这样的探索下,郑州移动艺术团组建了起来,一年的时间里,这个完全由移动员工组成的艺术团累计演出60余次,从城市到乡村,从舞台到广场,从寒冬到盛夏,每到一处,都会送去欢声和笑语。

“能看到这样的演出,真觉得城市生活美好的很,移动为我们想的很周到。”世界电信日上,一位现场观看了移动艺术团演出的市民说。

在不断努力下,郑州移动形成了富有移动特色的文化体系,这既是郑州移动践行社会责任的表现,也是郑州移动创新城市文化的探索与结晶。今后郑州移动将不断推陈出新,举办更多更高层次的文化活动,为郑州文化事业的繁荣作出新的贡献。

引领潮流,企业内升力结合社会需求

多年以来,创新精神和重视企业文化发展,已经成为了郑州移动发展的内在动力,而支持和助力城市文化发展,则成为了这种内在动力的外在表现。

对于一个企业来说,创新,源自于对市场变化的敏锐洞察和对客户需求的正确把握,在郑州这座城市和她的市民不断提升文化素养的时候,郑州移动抓住了这一机遇,创新性的打造出了一个品牌式的文化活动,在推动城市文化发展的同时,同时也不断完善和提升着自身的企业文化。

未来的日子里,郑州移动将充分发挥通信技术、网络和信息服务的优势,结合“中原经济区”文化建设,努力探索文化活动的信息化创新路径,为郑州市的建设和河南的发展贡献力量。

宋河酒业股份有限公司热烈祝贺 河南省十一届人民代表大会四次会议 政协第十届河南省委员会四次会议 胜利召开!



国字六號
形于外,
秀于内;
沉稳庄重,
志趣高雅;
精湛工艺,
历久弥香,
实乃酒中收藏臻品。
国字系列承上启下产品,
乃政商招待之佳品。



国字九號
巧夺天工,
浑然天成,
彰显华夏美酒至尊风范,
王者之气,
威仪庄重。
宋河旗舰产品,
超高端巅峰之作,
乃高端政商招待,
礼品、鉴赏、珍藏之首选。



国字三號
取天圆地方,
喻九州居中,
雍容华贵,形体大度;
线条柔和,内秀于外,
形神兼备,
彰盛世之风。
中高端商务用酒,
用于商务宴请
及中高端家庭消费等。



中国性格·宋河粮液

千载儒道风骨 皇家浓香正宗

宋河酒业股份有限公司 荣誉出品

地址: 郑州市红专路63号附2号辅仁大厦 电话: 0371-60117556 传真: 0371-60117550 http://www.songhe.com.cn