

记录郑州人拼搏向上的精神,会集让郑州骄傲的“晋阶者” “谁能代言郑州”活动正火热招募中

活动甫一面世,已有400余名市民踊跃参与,据悉,活动将持续到8月31日

“谁是郑州的中间力量?谁挺起了城市发展的脊梁?谁是城市精神的传承者?谁为城市发展做出了卓越贡献?”

7月中旬,一则有关“谁能代言郑州”的“寻人启事”在郑州市民中不胫而走,接连三周,省会主流媒体、网络宣传铺天盖地,振聋发聩,引发全城瞩目。由润城荣誉出品,尚同中国、醒客会主办,郑州晚报等十余家媒体联合主办的大型社会活动浮出水面。

活动甫一面世,便受到了社会各界的广泛关注和踊跃参与,截至发稿前已有400余名市民参加海选。据悉,本次活动将持续到8月31日。业界称赞道,这种对城市精神的探寻与解读,无疑是文化的传承和城市文明的进步。

记者 王磊



润城项目效果图

A 【代言郑州】记录郑州人拼搏向上的精神

在城市化迅猛发展的今天,一座城市的发展不仅取决于基础设施的完善,更取决于城市精神的支撑。

对于城市精神的解读,诗人说,这是一座城市的灵魂与品质。哲人说,这是一座城市的胎记和标志……无论如何,这无疑是一种文明的进步和文化的感动,而这种最柔软感动正在郑州上演。

7月中旬,一则有关“谁能代言郑州”的“寻人启事”在郑州市民中不胫而走,“谁是郑州的中间力量?谁挺起了城市发展的脊梁?”

谁是城市精神的传承者?谁为城市发展做出了卓越贡献?”连续三周,省会主流媒体、网络宣传铺天盖地,振聋发聩,引发全城瞩目。

据活动主办方负责人介绍:“不以财富论英雄,不以地位论成败,我们关注的是为理想为人生奋斗拼搏的普通而又有故事的人,我们寻找的是向上的精神,只要你坚定地走在人生奋斗的路上,那你,就是我们要找的人!”

另悉,本次活动由润城荣誉出品,尚同中国、醒客会主办,本报等多家媒体联合主

办,旨在记录一代郑州人拼搏向上的精神,唤起广大社会民众的思考、参与、共鸣。

截至发稿前,本次活动已征集400余名参与者,报名将持续至8月31日,最终由专业评审团和网络投票决定,得分高者将成为郑州形象的代言人,共选出100名晋阶者。

评选结果公布之后,还将举行隆重的晋阶者星光大道颁奖盛典,每位晋阶者均有机会获得丰厚的大奖。100位代言人的个人传记将收录在《100位晋阶者的自在生活》及《凤凰周刊》或《郑州刊》。

>>>相关链接

★活动流程

“谁可以代言郑州”活动于7月18日正式开启,截至8月31日,历时一个多月。

凡年龄在25~45岁的人士都可以报名参加。报名方式分为三种:参赛者既可以到润城营销中心现场报名,也可以通过润城官方微博报名参加,或者登录新浪乐居活动专栏通过网络报名。

所有参与本次活动海选的参赛者都将在润城营销中心拍摄形象照片和视频,每周二、四、六、日由专人对参与者进行形象照及视频拍摄,润城营销中心将根据各报名渠道统一电话预约报名人拍摄时间。

晋级方式由专业评审团和网络投票共同决定,得分高者将成为郑州形象代言人,共选出100名晋阶者。

评选结果公布之后,将举行隆重的晋阶者星光大道颁奖盛典,每位晋阶者均有机会获得丰厚的大奖。100位代言人的个人传记将收录在《100位晋阶者的自在生活》及《凤凰周刊》或《郑州刊》。

★参与者的权益

可自由选择参加润城组织举办的各类主题活动(如咨询会、讲座、酒会、晚会、抽奖活动等)或其他联谊活动、信息交流活动。

购买润城物业,可享受一定的购房优惠。

可获得最贴心的后续服务与科学的置业投资指导。

可享受润城提供的更多超值与惊喜服务。

B 【草根呼唤】会集让郑州骄傲的“晋阶者”

从诸子百家到唐宋八大家,再到现代乒坛皇后邓亚萍,以及最近的飞天神女刘洋,他们都是郑州的骄傲,凝聚着郑州人的精神与内涵。

但与这些名人相比,“草根代言人”显然更能激发普通人奋进的决心,更能鼓励平凡人为梦想而努力。因此,本次活动将“谁可以代言郑州”定位为寻找郑州精神的“草根代言人”。

据活动主办方负责人介绍,这些人推动城市发展的时代精英们,我们称之为“晋阶者”,他们在繁华都市中完成了一次次蜕变,

实现个人价值的同时也实现了社会价值,他们是城市文明进化的缩影,更是这座城市积极向上的力量。这就是本次活动要寻找的“草根代言人”。

具体而言,从学生角色到社会角色的转变,从初入职场到小有成就,从无房无车到买第一套房、第一辆车从未婚跨入已婚,从无牵无挂到身为父……他们也许不是最有财富,最有权势最有地位的,却是通过自己的汗水实现价值,通过努力实践对家庭和社会的责任。这种平凡的感动正是活动“积极、进

取、拼搏、乐观”的精髓所在。

“谁可以代言郑州”就是为了会集这些“晋阶者”,从中选拔出最具代表性、最具鼓舞性的精英,通过他们的个体进步记录一代人的奋斗经历,见证一个时代的进步发展。

不论财富、不论地位、不论职业、不论职务,只要在既定的时间内完成了一次进步,通过平凡的努力达成自己的人生目标,使自己的工作、事业、家庭上升到一个新的台阶,就是我们要寻找的代言人。活动主办方负责人如是说。

C 【润物有声】在精神家园中“诗意地栖居”

德国诗人荷尔德林高声唱道:“充满劳绩,然而人诗意地栖居在大地上。”在享有物质生活的同时,能够在精神的家园中“诗意地栖居”,这是一种至上的境界。

人们渴望物质生活的富足,更渴望精神家园中充满美好的情愫,想必这才是润城费时费力的出品“谁能代言郑州”的初衷。

郑州中实房地产开发有限公司副总经理李强直言,一方面,通过本次活动,我们能够见证一代人的奋斗史,记录普通人的成长生活经历,这些奋斗精神能够带给更多人启

发、思索,鼓舞更多人奋进向上。另一方面,这些人生的“晋阶者”是正在崛起的新中产阶级,而新中产阶级恰好是润城项目的客户定位。

正如大家所见,郑东新区拥有郑州最完善的规划、最便利的交通、最宜居的生活氛围,在郑州当前的城市格局中,东区当之无愧成为精英人群最为集中的区域。随着城市的飞速发展,土地资源越来越稀缺,东区大盘更是寥寥无几。在此背景下,60万平方米的润城可谓得天独厚。毗邻多条城市主干道、七

里河环伺周边,区域价值无可比拟。为了“诗意地栖居”,润城建筑采用高贵典雅的ART-DECO风格,景观上通过双下沉式坡地景观园林打造舒适宜居之所。

可以说,润城就是为懂得生活、热爱自在人生的新中产阶级量身打造。润城的设计理想和文化内涵与既努力拼搏又不忘享受生活精神十分契合。“谁可以代言郑州”活动不仅能够会集这个城市的晋阶者,更能为让这些晋阶者发现、了解一个自在生活的居所。这不仅仅是双赢,更是共赢、多赢。