



品牌活动

“秦男楚女相亲文化节是十堰晚报、秦楚网全媒体精心打造的一个品牌活动,到2019年已成功举办了十届。10年间,已为上万名大龄单身男女青年架起了婚恋之桥。

新年万人长跑是十堰晚报多年策划、组织、承办、冠名的群众性体育活动,影响广泛,口碑载道。

■文/记者 徐正国 图/记者 张建波



十堰日报社方阵参与万人长跑。

● 秦男楚女成为十堰“第一红娘”

2009年5月23日,十堰市首届秦男楚女相亲文化节在人民公园如期拉开帷幕。当天,艳阳高照,相亲区内的林荫道和周边的草坪上,站满了密密麻麻的人,1000多名单身男女在此开始寻缘之旅。

兰芳是一名护士,善良温柔、细心周到,朋友都说她是典型的贤妻良母。但因忙于工作,年近三十却还没有解决自己的婚姻问题。她渴望找一个爱她、懂她、呵护她的人陪伴左右。

“朋友说我有点宅,其实只是没人陪我一起出去走走,看看风景、赏赏花、踏踏草坪。”兰芳告诉记者,2012年,在父母的催促下,她开始找男朋友,但平常交往的圈子较小,一直没能找到合适的。

后来,在第三届秦男楚女相亲文化节举办之际,她鼓起勇气报了名,没想到遇到了心动的男生。两人经过接触交往,后来结了婚。如今,他们有个5岁的女儿,一家人生活得非常幸福。“前世五百次的回眸,换来今生的一次擦肩而过。相识是缘,相爱是份。如果没有去参加秦男楚女相亲文化节,我也许至今还没有找到自己的幸福。”兰芳说。

像兰芳一样,通过参加秦男楚女相亲文化节步入婚姻殿堂的还有很多。记者了解到,为解决社会各界普遍关注的大龄单身青年婚恋问题,秦楚网从2009年开始举办秦男楚女相亲文化节,为我市单身男女搭建交友平台,早已成为车城“第一红娘”。

● 十年为万名青年架起婚恋之桥

在活动举办上,主办方不断推陈出新,每届侧重点不同,活动环节各异,格外引人注目。如首届相亲文化节采取“风采展示”“与郎共舞”等八大活动,举办地方放在轻松休闲的市人民公园。

第二届相亲节,相亲男女们在创卫长卷上签名,表达对十堰创建国家卫生城市的信心和共建十堰美好家园的祝福。

第四届与全国旅游日结合,主题定为“情定旅游日·美丽茅箭游”;第五届相亲节,上演十堰版“非诚勿扰”;第六届“春暖花开·郁见黄龙”2015年秦男楚女相亲会主动贴近精准扶贫大背景,放在产业扶贫示范村——张湾区黄龙镇斤坪村举办,产生了非常好的宣传示范效应。

2017年,主办方又更新思路,从4月起先后举办“秦男楚女”医护、中铁十一局三公司专场等多场次相亲联谊会,有针对性地解决大行业系统适龄男女婚恋交友问题……

如今,秦男楚女相亲文化节已成为十堰地区最有影响力的交友平台,已成为车城广大单身男女的年度盛会,已连续举办了十届。通过网上报名、网上审核资料,每一届报名参与人数都在千人以上。活动结束后,根据参与者提供的资料建立“十堰相亲信息库”,在十堰市新闻门户网站——秦楚网上以专区形式公开,注册会员可以通过编号继续寻觅获取意中人相关资料,扩大相亲节活动的后续服务效应。



秦男楚女相亲文化节为单身青年提供一个平台。

● 组织承办十堰规模最大的万人长跑

作为城区全民健身活动传统项目,万人长跑活动是我市一年一度体育工作的压轴大戏,规模宏大,万众瞩目。

如何让每年的活动出新出彩,实现老瓶装新酒,进而吸引更多的群众和商家参与?

从2013年开始,十堰晚报开始深度介入“万人长跑”活动的策划。从广告招商到户外氛围营造,再到宣传报道,“万人长跑”一改往年的“官办模式”,面孔更加轻松,热度更加持久。

与十堰晚报合作,冠名万人长跑的“纽崔莱”首先尝到了甜头。2013年,十堰第十九届迎新春万人长跑活动由悉尼奥运会体操男团冠军郑李辉现场领跑,使这场原本普通的体育活动变得不平常,被新华社、湖北日报、新浪等主流媒体报道。正是通过十堰晚报广泛宣传,当年“纽崔莱”在十堰的知名度不断扩大,销量大增。此后,“纽崔莱健康跑”连续多年冠名十堰万人长跑。

一花引来万花开。此后,汉江源酒业等多家商家冠名此项活动。为活动开展争取了经费支持。

此后,十堰晚报成了全市每年的迎新春万人长跑标配媒体,除了积极组织承办、参与招商,还成为了活动的坚定支持者和参与者,为全民健身活动深入开展贡献力量。

2019年十堰市·东风汽车集团有限公司建设50周年全民健康跑活动暨东风公司第34届迎新春接力赛、十堰市第25届迎新春长跑活动同时举行。方阵组共有68支队伍、3400人,其中十堰市33支、东风公司33支,外加一个领导方阵和一个劳模方阵;接力组有52支队伍1200多人。规格之高、规模之大、意义之重要前所未有。

长期以来,正是秉持“政治强、业务精、纪律严、作风实”的社训,十堰日报人在干事创业中奋力拼搏,勇往直前,夺得了又一个又一个胜利,在业界得到广泛认可。