

李玉刚黄圣依等群星献艺《十堰晚报》创刊15周年

明星演唱会让人回味无穷



李玉刚将戏曲与流行完美融合,把现场气氛推向最高潮(资料图片)。

■记者 罗毅

2010年6月25日晚,六堰体育馆灯光璀璨,“阳光路上”明星演唱会在其上上演。作为《十堰晚报》创刊15周年的重磅庆祝活动,李玉刚、汪正正、黄圣依、“土苗兄妹”组合等明星齐聚舞台,为5000余名观众献上了一场融合艺术魅力与本土风情的文化盛宴。

这是《十堰晚报》继2005年“香格里拉之夜”10周年庆典后,再次以明星演唱会形式回馈读者。此次活动既是对报纸发展历程的回顾,更是以文化盛宴致谢市民的支持。

当日20时,五彩焰火中,演唱会以歌舞《为你喝彩》热力开场。“土苗兄妹”组合率先带来原生态民歌《花咚咚姐》《打起鼓盆唱起歌》,高亢旋律点燃现场热情;现代歌舞《我要看报》以俏皮演绎展现媒体人与读者的情感联结。

实力派歌手汪正正连唱《我爱中国》《超越梦想》等经典曲目,凭借激昂唱功展现“激情歌王”风范;武当山主题歌曲《好梦绕仙山》通过歌手任蓉的深情演绎,将道教圣地的灵秀意

17年前“汽车风云榜”开启
深耕8年打造行业权威盛典

■记者 罗毅

十堰因车而建,因车而兴,汽车基因早已融入城市血脉。2008年至2014年,十堰晚报连续8年举办“汽车风云榜”颁奖盛典,以专业视角梳理行业脉络,打造出本土车市最具公信力与影响力的年度评选活动。

2008年,首届“十堰汽车风云榜”颁奖典礼启幕。来自汽车行业的专家学者与经销商代表齐聚一堂,共同见证“消费者最喜爱车型”“年度风云车型”等12项大奖揭晓。活动立足本地特色,通过车型展示与经销商成果展演,不仅提升了参展品牌的市场认知度,更为消费者搭建起了解汽车文化的优质平台。

此后8年,“十堰汽车风云榜”成为车市瞩目的焦点。2009年评选新

增“年度优秀4S店”等20个奖项,并在张湾青年广场同步举办为期两天的岁末车展,10余家经销商携30余款畅销车型集中亮相,吸引了众多市民驻足。

2014年的评选活动中,“十堰汽车风云榜”设置年度风云车型(16款)、年度优秀4S店(5家)、年度汽车风云人物(1位)3大重磅奖项。随着市场环境与消费习惯的变化,该活动逐步由线下实体评选转向线上数字化呈现。

深耕8年,“十堰汽车风云榜”已成为本地汽车行业的年度盛事。其评选结果不仅精准反映市场走向,更为汽车产业发展提供方向指引,成功塑造为兼具品牌价值与传播影响力的行业标杆活动,持续获得业界与消费者的高度关注。

影视明星黄圣依携《功夫》余热登场,献唱《天天向上》《东风》等曲目,青春活力感染全场;武汉邮政艺术团的民俗舞蹈《薅黄瓜》、武当功夫舞蹈《武当情》则以独特艺术形式,展现十堰民俗与武术文化魅力。

压轴出场的“中华第一男旦”李玉刚成为最大亮点,其细腻演绎的《女儿情》《盛世华章》等曲目,将戏曲与流行完美融合,引发全场大合唱,把气氛推向最高潮。

“李玉刚的《女儿情》简直绝了!”“黄圣依本人比电视上还漂亮!”演出结束后,观众纷纷点赞。

市民张先生表示:“十堰晚报总能带来惊喜,这场演唱会既有明星阵容,又有本土元素,看得很过瘾。”此次演唱会通过电视直播与现场互动,覆盖观众超10万人次。活动不仅是媒体品牌的展示,更成为当年十堰文化生活的标志性事件。

随着《盛世华章》的旋律落幕,这场融合经典与创新的演出圆满收官。正如舞台背景所言:“阳光路上,感恩有你”——这既是对读者的深情告白,也是媒体与城市共成长的生动注脚。

2015年首届家博会
搭建产业升级与美好生活桥梁

■记者 王伟

2015年11月13日至15日,十堰市“用心服务,幸福万家”首届家庭服务业博览会在人民广场举行。本次活动由商务局指导,市家庭服务行业协会与十堰晚报联合主办,吸引超万名市民参与,现场签约家政服务订单300余份,促成50余名家政人员进京就业,带动创收78万元。

家博会以“家”文化为核心,将徽派建筑美学融入场景设计:入口处篆体旋转“家”字花艺造型搭配动态LED彩灯,象征传统家风与现代服务的交融;青砖白瓦、马头墙元素贯穿60余个开放式展位,划分家政、养老、母婴等五大功能区。活动创新设置家政技能比武擂台、VR智慧养老体验区、母婴护理实操区,让市民在观展中实现“看服务、选人才、学技能”

一站式体验。

政府、协会、媒体三方协同发力,推动家庭服务业升级:市商务局牵线搭桥,促成北京—十堰家政协作签约,落地3个跨区域候鸟式养老合作项目;市家庭服务行业协会组织200余家企业标准化展示,发布行业公约与星级服务标准,现场培训500名从业人员;十堰晚报通过“直播探展+民生专栏+就业推介”全媒体传播,发布30余篇原创报道。

针对十堰家庭服务业2万从业者缺口现状,家博会推出三大惠民举措:首创“家政顾问团”提供职业测评、合同范本等10项公益服务,现场420人达成就业意向;高峰论坛上,北京爱依、湖北木兰花等龙头企业分享标准化服务体系,推动本地企业数字化转型;设立“银发服务专区”,联合三甲医院开展免费健康筛查。

12年前巨型报展开十堰先河



巨型报展吸引了大批市民前往观看(资料图片)。

■记者 王伟 杜振强

2013年1月,十堰晚报首届巨型报展在市文化广场展出,以“新闻+视觉艺术”的创新形式,引发社会广泛关注。

作为彼时湖北省内规模最大的户外报展,此次活动以72块巨型展板为核心,单块展板高4.35米、宽3.36米,面积达14.6平方米,相当于常规报纸的100倍。展陈空间1000余平方米,首次将平面新闻转化为立体视觉景观。

“这种‘可触摸的报纸’让新闻有了‘存在感’。”现场观展市民感叹。

展览内容聚焦十堰城市发展成就,涵盖经济、文化、民生等领域,通过大幅图片、数据图表与精炼文字的融合呈现,吸引日均超万人次观展。全国集报协会5次致电申请收藏原版展板,足见其行业影响力。

巨型报展突破传统媒体传播边

界,首创“内容策划+场景搭建+品牌联动”一体化模式:将报纸版面转化为公共文化产品,以视觉震撼提升内容传播力,展览期间相关报道阅读量较常规增长300%;吸引本地企业赞助支持,同步推出纪念特刊,实现广告收入与品牌曝光双赢,单届活动创收较同期增长45%;成功复制至文旅推广、企业形象展示等领域,后续衍生出“非遗主题展”“乡村振兴成果展”等系列活动,形成可复制的城市级活动IP。

后期,巨型报展同步联动线上直播、短视频传播,完成“线下体验—线上扩散—二次传播”闭环,实现跨媒介触达,内容覆盖人群扩展至年轻群体与外地受众。

《湖北日报》、荆楚网等省级媒体对此次巨型报展进行了报道,提升了十堰晚报公信力与行业影响力。

这场始于2013年的“报纸革命”,见证着传统媒体在融合浪潮中破茧成蝶的转型之路。