

向兴跑团

一群人一起跑真过瘾！

本报记者 施珊妹

“奔跑吧，向兴！”昨日，在相互的鼓励声中，向兴跑团迈着从容自信的步伐冲出起跑线。

这是向兴跑团第二次组队参加晋江马拉松。向兴跑团的队伍也从此前的30名，扩充至83名。为了筹备好此次比赛、为参赛员工提供服务，向兴跑团特地组建了后勤服务队，以便做好人员组织、集合点名、队服设计采购、车辆接送、拍照等工作。

向新 “一次特别的体验”

“很过瘾，比赛的氛围很好。”万人奔跑的气氛，让刘双瑜很兴奋，“我觉得运动是一件很快乐的事情，也希望小孩在学习之余多锻炼，劳逸结合。”

刘双瑜这一次，带着11岁的儿子蔡志鸿参加，两人在晋马赛场上上演了有爱的亲子跑。

“我儿子平时就很喜欢运动。得知比赛时间恰逢周日，我在征求他的意见后便第一时间帮他报名了。”刘双瑜表示，他们母子都没有参加过这么大型的活动，自然不愿意错过家门口的国际赛事。“真的是一次很特别的体验。”

张璋权是马拉松的常客。此前曾到厦门、福州、莆田跑过马拉松，晋江马拉松更没有理由错过。

这是张璋权的第三次晋江马拉松，这一次，他挑战的是全马。“整体还是发挥得不错，不枉我提前备战。”张璋权平常就有训练，一个多月前针对晋江马拉松有了针对性的长距离训练。在获悉了马拉松路线时，张璋权进行了多次模拟跑。

“我平时就喜欢跑步，也会做一些锻炼。得知比赛消息后，在日常的锻炼中，做了一些调整，制定了更针对性的计划。比如，在一周四次的锻炼中，其中我会保持每次超过40分钟的有氧训练，次日会安排20分钟的力量训练。”这样的训练持续了一个多月，向兴员工葛俊明显感觉自己的体能、综合素质都得到了进步。

检验的时候到了。昨日上午，葛俊顺利完赛。“还是比较轻松的，明年争取挑战更高的级别。”葛俊告诉记者，原本自己乐于训练，是由于体态的维护，以及喜欢运动后身体分泌内啡肽后的感觉，这次在备战晋江马拉松的过程中，自己更深刻地感受到了团队协作的快乐。



向心 “更有团魂了”

向兴纺织是服饰面料的专业提供商。跑步服饰需要的吸湿排汗等性能的面料是向兴纺织的拿手“好戏”。此次向兴纺织特地设计了多款参赛服，供员工投票选择。昨日，向兴纺织员工统一身着印有“奔跑吧，向兴！”字样的服饰亮相赛场，展示企业形象。

“代表公司参赛，大家都很有荣誉感和归属感。同时，公司也会为所有参赛选手做好后勤保障服务，由专门的工作人员组成后勤服务小组，统一组织大巴为大家提供接送服务。”向兴纺织科技有限公司总裁办相关负责人洪秀黎说。

备战晋江马拉松的过程，也让更多向兴人走得更近。

向兴销售苏明哲便是其中之一。

之前有报过厦门马拉松，但没有中签，这次他借着公司组织跑团的机会终于如愿以偿。为了备战晋江马拉松，苏明哲和同事们拉了一个跑步群。下班后，大家会约着跑一跑、练一练。一个多月的筹备中，这些跑步“小白”，完成从跑三公里气喘吁吁，到跑八公里轻轻松松的蜕变。

“在这个过程中，我很清楚感觉到自己身体素质的提升；与此同时，平时工作或者生活的压力会在跑步过程忘却，感觉特别解压。”苏明哲透



露，许多同事也在一周四次的跑步训练中日渐熟络，“我们会一起分享跑步心得，或者一些技术上的交流，团队凝聚力得到了提升。”

“我来自湖北省襄阳市，加入向

兴差不多半年。因为马拉松，和大家有了更多的接触和联系，这一过程极大地增进了团队的关系，感觉更有团魂了。”葛俊说，每次锻炼后，总能有更好的精神状态投入工作中。

向兴 “让更多人爱上晋江”

洪秀黎表示，向兴十分注重企业文化的建设，公司内部经常组织活动，如篮球赛、拔河比赛等。向兴认为人才是企业的第一资源，公司致力于为每一名向兴人搭建“人适其位，位适其人，人尽其才，才聚向兴”的职业发展平台，也致力于为员工营造最合适的工作及生活环境。因此，除在企业内部搭建运动场所，丰富员工业余生活外，该公司还经常开展技能竞赛、文体竞赛、迎春晚会、生日员工旅游等活动。

“员工平常为公司付出了很多，公司也希望能够为员工多考虑、多做事。向兴提倡以人为核心的凝聚文化，‘协作、沟通’是人与人‘心灵桥梁’形成的基本条件，‘同舟共济’是所有向兴人一同经历困难时的互相信任与彼此帮扶。”洪秀黎告诉记者，马拉松是一项积极、健康、向上的运动，十分符合向兴的公司定位，也吻合员工的需求。

除了让更多人参与公司活动，向兴纺织也希望大家在参加活动的过程中，对所在的城市有更多的了解。

虽然到晋江五年，但葛俊还从未到过草庵。借晋江马拉松，葛俊终于一睹草庵的风采。“其实之前开车从世纪大道经过的时候，有远远看过这里，但都没有停下来好好看看。晋江其实还有很多极富人文气息的地方，接下来我将会找时间一一打卡，目睹晋江之美。”

“马拉松路线经过草庵、五里桥，对晋江市名片的推广蛮有意义的。”张璋权说，希望晋江多举办这样的大赛，让更多人在比赛中认识晋江、爱上晋江。



劲霸跑团

有劲青年一往无前

本报讯（记者 施珊妹）“全员到齐，可以出发！”天还未亮，劲霸跑团的跑友便已整装待发。这是劲霸跑团参加晋江马拉松的第五年。

“看，这是我们的秘密武器。保暖还好看。”到达体育中心，劲霸集团旗下公司劲心劲意战略与品牌部负责人蔡梦思向记者展示着子品牌“橙然”的新品。

除此之外，劲霸跑团还为所有员工准备了印有“有劲青年”的红色T恤。“这个颜色很惹眼，在人群中大家一眼就可以看到我们。”蔡梦思表示，统一着装是希望大家展示劲霸有劲青年的精气神。

“有劲青年向前冲”“劲行者”“全力奔跑，劲心随行”“橙风破浪，一往无前”……各式各样的标语KT板亦十分吸睛。“它们

是标语，也是我们的态度。”蔡梦思希望借助这些道具，传递品牌所倡导的健康的生活方式和追求梦想的向上态度。

在劲霸跑团中，有2个人很特别，他们是8岁的洪承楷和12岁的洪晟威。“自第一年组团参加晋江马拉松赛起，良好的运动氛围便在劲霸集团形成。这种氛围，也逐渐地从员工影响到了员工的家属，大家参与的积极性都很高。”蔡梦思说。

为了服务参赛选手，劲霸集团还特地组建了后勤保障服务队。日常组织训练、妥善安排行程、贴心准备各种补给用品……“无论是以何种方式参与这项赛事，我们都希望员工可以一起感受、见证晋江的发展，更好地融入晋江这座城市。”蔡梦思说。

