



服务当地,做行业风向标

四个经济专刊搭起四座通畅桥梁

本报记者 王金强 徐乐静

版面定位

2011年3月14日,本报第一个经济专刊《德州车界》的第一期出版,随后本报又推出了《德州财金》、《德州通信》、《德州楼市》三个经济专刊,它们成为企业和消费者交流的纽带,为读者提供最前沿的资讯,让读者一纸在手,将所有行业信息一网打尽。

《德州车界》创刊后,始终以服务当地读者为宗旨,设立车市动态、买车用车、政策解读、导购团购、车友会和车界问答等相关内容。从第一次走进德州越野车展,到走进车商透析车市动态,从本报2011春季车展,到乐陵、夏津巡展,从500多人的团购大军,到为市民免费送车展专刊,我们一路走来,为市民的有车生活贡献点滴力量,为车商走量搭起更顺畅的桥梁。

《德州财金》第一期的问世,得到了德州所有银行行长的祝福,工行德州分行党委书记、行长李晓霞送上诚挚的祝福,祝《德州财金》越办越好;农行德州分行党

委书记、行长叶武红祝福《德州财金》成为企业与客户之间最好的平台;建行德州分行党委书记、行长陈鹏和中行德州分行党委书记、行长倪保国盼望与《德州财金》更好地合作,共同进步……

在八大银行行长的鼓励和支持之下,《德州财金》立足德州金融行业,分析风起云涌的财金走势,为企业和客户架起沟通的桥梁。每一期,《德州财金》将金融行业的重大事件展现在读者面前,为银行、企业宣传工作,产品和服务,为客户分析形势,讲授理财技巧。

《德州通信》专刊的栏目分为:本期话题——每周刊出最

点话题和读者最关心的话题;通信资讯——为运营商和读者提供最新最及时的相关政策与企业资讯;手机沙龙——读者、网友可在这个栏目中尽情表达自己对通信业的认识和建议;通信邮箱——为运营商和客户提供互动,客户通过邮箱提出与通信相关的问题,本报请运营商为之解答。

《德州楼市》第一期选择的稿件是“2011楼市将走向何方”,它结合了政府、专家对楼市未来发展的看法,当然,少不了微博粉丝们独特的观点。它的推出备受政府相关部门、德州几大房地产开发公司和德州市民的关注。



► 2011年4月23日,本报《今日德州》精品房车展开幕式上,一位洋模特到场助兴,引来众多观众。
本报记者 马志勇 摄

任重道远,创更优质服务

每个专刊都代表着一个行业或领域,它面对的读者主要分两类:一类是消费者,另一类是业内的厂商和相关政府部门。经济专刊力求把握这两类读者的

需求,同时能把他们的需求串联起来,并最终达到结合。

在版面上,消费者的需求能得到满足,我们就会毫不吝啬地把眼球投向版面,这就需要有好

的行业新闻操作,选题、采访、报道都应按照新闻规律去组织。不过对行业内的消费者来说,所要求的消费引导和服务远远不止这些,也不仅仅停留在版面上,

他们更需要一种能够解决问题、带来实际便利和利益的直接到位的服务。经济专刊创刊只是一个开始,我们任重道远。

本报记者 王金强 徐乐静

