

客户眼中的我们

# 汪建国：五星的发展离不开晚报

2006年9月6日，刚刚完成和百思买合作的汪建国，就是在郑州第一次接受了合作以来的第一次媒体采访。从那以后，五星开始了和晚报更为密切的合作。当晚报改版五周年的时候，汪建国接受了本报记者的专访。

**郑州晚报：**您平常看过《第一卖场》吗？

**汪建国：**上次出差，我拿走了你们从3月17日推出《第一卖场》后的每一期报纸，在飞机上读了一个多小时。

**郑州晚报：**您对《第一卖场》的印象如何？

**汪建国：**首先感觉《第一卖场》集纳了大量的信息，是消费者很好的家电导购专家。其次，我感觉新闻性很强，

有时候还很尖锐，比如采访我的那期。

**郑州晚报：**您怎么看待五星和晚报的合作？

**汪建国：**2005年初五星电器进入河南区域就一直与《郑州晚报》保持着良好的战略合作关系。《郑州晚报》是河南区域的主流媒体，五星电器要成为中国电器零售业的领先者，需要在河南区域市场快速持续发展的有力支撑，更加需要依靠《郑州晚报》优秀的媒介平台协同助力。

**郑州晚报：**最近五星和晚报联合推出的活动也不少，您如何看待？

**汪建国：**对，新居电器节、电器团购、还有正在进行的空调节，都离不开晚报对我们的支持。

**郑州晚报：**五星的优势在哪里，又如何和晚报结合，将这个优势发挥到最大？

**汪建国：**五星的优势一是和百思买合作之后的资本优势，这个是无人可以比拟的；二是对区域化的最大限度发掘，三是多年积攒形成了比较完善的服务体系。晚报的优势，应该是在于对市民的服务更准备，更到位上。这和五星现在的价值观是非常吻合的，这也是我们以后加强合作的基础。

**郑州晚报：**希望您对我们的读者说几句话。

**汪建国：**祝愿《第一卖场》在所有工作人员及合作伙伴携手努力下，不断创新。更加贴近市场，走进更多消费者心中。  
晚报记者 祁京



汪建国，48岁，五星电器董事长，工商管理硕士。1998年缔造了五星电器。



何阳青，国美集团决策委员会委员兼品牌管理中心总监。

# 何阳青：国美和晚报有特殊的渊源

“我们对‘晚报’这两个字有着特殊的感情和渊源。”何阳青兴致勃勃地告诉记者，正是在1991年，国美在《北京晚报》中缝率先打报价广告，一时轰动了京城乃至全国。而河南国美所签订的第一个大单合同，也是和《郑州晚报》。

**郑州晚报：**您平常看过《第一卖场》吗？

**何阳青：**当然，每周各地都会把相关的报纸传到总部。

**郑州晚报：**您对《第一卖场》有什么印象？

**何阳青：**作为家电业内的人，我很喜欢看《第一卖场》，因为里面关注行业的东西很及时，观点很新颖，相比一线城市的媒体，立场更加超脱，老实说有时候比娱乐版都好看。

作为国美的新闻发言人，我更关注《第一卖场》的宣传效果，从我们统计的数据来说，你们的阅读效果还是很不错的。

**郑州晚报：**您如何看国美和晚报的战略合作？

**何阳青：**我们在河南跟贵报有良好的合作。可以说，国美在河南市场能做到第一，和晚报的支持有很大的关系。

**郑州晚报：**您对《第一卖场》有何建议？

**何阳青：**来到郑州之后，面对激烈的竞争，国美和媒体的合作更加紧密和深度。因此，我们希望的是，今后能在深度和广度上加强和贵报的合作。

**郑州晚报：**国美的优势将如何和

晚报的优势结合？

**何阳青：**现在新国美集团在郑州拥有国美和永乐两个品牌，占据市场的绝对优势，而这种优势，必然要通过传媒，让消费者了解和认识。这之中，我们需要创新，你们也需要创新。《郑州晚报》的创新，则要跟上市场发展的脚步，有担当，有突破，更好地为消费者服务。

**郑州晚报：**请您对我们的读者说几句话。

**何阳青：**感谢《郑州晚报》的《第一卖场》一直以来对于国美的支持和帮助，感谢河南消费者对国美集团的信任，在《郑州晚报》改版五周年之际，我代表国美集团，借晚报的吉庆，向大家道声真诚的谢意。  
晚报记者 祁京

# 《郑州晚报》展现迪信通的资源

2001年，迪信通作为一个手机零售商进入郑州，虽然有着经营模式、价格、服务等多方面的优势，但这些资源都是茶壶里的饺子，无法显露出来，不为人所知。借助《郑州晚报》的平台，在《郑州晚报》的帮助下，迪信通才得以把这些优势宣传出去，把全新的经营模式和全新的服务理念传递给广大消费者。也就是说，《郑州晚报》为迪信通在郑州的发展做出了巨大的贡献。

《郑州晚报》设置的卖场版面《第一卖场》，承载和传播手机连锁

卖场的信息，为手机连锁卖场增强品牌影响力提供了一个有效的平台，同时满足了读者对于相关信息的需求。《第一卖场》还组织各种各样的活动参与手机零售行业发展的过程中，推动和规范着行业的发展。

在手机连锁卖场的发展过程中，《第一卖场》一直在关注行业的动向，同时为手机卖场提供了一个发布信息、打造品牌的平台，在为广大读者提供准确的消费信息的同时，也普及了手机相关的知识。在迪信通与

《郑州晚报》的合作过程中，双方创造出一些全新的合作模式，创办了一些富于特色的栏目，这在传递迪信通卖场信息的同时，也吸引了读者。

希望《郑州晚报》今后能够创办出更多贴近读者、服务读者的栏目，把报纸办得更具活力、更具特色。

在《郑州晚报》改版五周年之际，我谨代表迪信通集团向郑州市民表示敬意和谢意，感谢他们对于迪信通手机卖场的支持，同时欢迎到迪信通选购产品。  
晚报记者 冯刘克



迪信通集团常务副总裁 金鑫

伙伴心中的我们

# 中部六省都市报看《第一卖场》

□晚报记者 冯刘克

《郑州晚报》改版五年来，在专刊内容制作和市场需求的结合上不断进行新的探索和尝试，创造出一个又一个奇迹。如今的第一卖场为读者提供了最贴近的服务内容，为客户搭建了多元化的展示平台。  
《燕赵晚报》广告部经理 王旋

风雨一路同行，风景这边独好——《郑州晚报》第一卖场，与市民同在，与市场同步，为我们呈现了最精彩的生活本质。祝愿《郑州晚报》第一卖场越办越好。  
南昌晚报《消费周刊》主编 萧明

开拓之路，皆在创新，百尺竿头，再接再厉！《郑州晚报》第一卖场精确传递信息，建造服务企业平台，希望为广大读者打造一张更为优质的新闻纸。  
《太原晚报》广告中心主任 张纪敏

打造一流信息平台，提供优质服务。在此《郑州晚报》改版五周年之际，预祝《郑州晚报》第一卖场在未来能够一帆风顺，创立辉煌业绩。第一卖场拥有一流的采编团队，打造了最具特色的模式。  
《合肥晚报》广告处处长 毛小康

《郑州晚报》第一卖场直观大气，信息丰富，版面灵活，将新闻报道和行业信息融为一体，版面突出服务性。假以时日，必将无限辉煌。  
《武汉晚报》总经理助理 刘勇强

找准读者定位，贴近读者；选好报道角度，服务企业。寻求服务企业与贴近读者的结合点，改进新闻报道，力争实现双赢。祝《郑州晚报》第一卖场宏图大展！  
《长沙晚报》报业集团广告中心总监 陈礼宏