

读者眼中的我们

五年,我们改变了读者阅读习惯

见习记者 谢宽 晚报记者 祁京/文 吴琳/图

晚报的《第一卖场》在市民眼中的印象如何,记者采访了不同年龄阶段,从他们那里得到了对于我们的最真实的看法。

姓名:占会广
职业:零售商
住址:东风路

我这个摊点不大,这边都是居民区,没什么流动人口。一天卖出去的晚报大概在160份,没准儿。但我发现一个事情,每周五的时候报纸就挺好卖,基本上不到中午就差不多卖完了。开始我也不知道为什么,后来跟买报纸的人一打听,才知道他们是拿着报纸上的促销广告,商量着周末去哪逛呢。我觉得吧,周五看《第一卖场》已经成了一种阅读习惯了。我也随手翻了翻你们的《第一卖场》,觉得还是挺实用的,就是广告再精炼一些就好了。

姓名:李国勇
职业:管理人员
住址:丰产路

你说怪不怪,我自己就是商场的工作人员,结果我媳妇一到周五就让我把各家报纸找过来看促销信息。比较一圈下来,我媳妇就说了,晚报的《第一卖场》想得更细致一些,比如你们会把本周促销的内容、价格、原因一一列出来,让消费者更透明地了解情况。这可比单纯的堆砌点软文和广告要强得多,看得出,你们是在让自己费事,让读者省事。

姓名:张丹
职业:文员
住址:文化路

由于刚大学毕业,平时

在学校看电视的机会比较少,对于当前的市场行情了解不多。现在工作刚找到,平时比较忙,工作地点也比较远,我就想买个电动车作为代步工具。但是对于这个市场我知之甚少,看到郑州晚报的第一卖场,我了解了更多的电动车信息,而且上面对于产品的性价比介绍得比较全面,类别也比较多。通过这些相关信息,我了解了电动车市场,去相应的品牌店也买到了比较实惠的东西。并且在这几个月的使用中,我觉得产品真是物美价廉。很感谢郑州晚报的第一卖场。

姓名:张江艳
职业:销售人员
住址:管城区

今年1月份,我无意间看到了晚报的第一卖场,觉得上面介绍的东西不错,就试着去介绍的折扣店买了些东西,有了意外的收获。确实上面介绍的东西和实际买到的一样。现在,晚报的第一卖场我几乎期期必看,它提供给我日常生活需要的内容,商品打折、降价等一些优惠活动很吸引人,对我买东西也是一个引导。有了第一卖场,让我不出门也能了解当前的市场行情。但是否可以多提供一些有关女装、女士饰品之类的介绍,因为我们都是年轻女孩,对于时尚的东西更感兴趣些,想通过看报纸就能找

到自己想要的东西,也满足时尚女孩的购物需求。

姓名:王丽
职业:文员
住址:中方园

说实话以前看晚报不是很多,上大学的时候就是看看《南方周末》什么的,或者看看另外一家报纸,当时年纪小,觉得光是报纸厚,没什么有价值的东西。到现在,自己工作2年多了,中间又是搬家又是买房子的。装修、买电器、买家具……等到真的需要这些信息的时候,才发现真是两眼一抹黑,什么都不知道。我和男朋友工作又那么忙,不可能跑来跑去地看。偶然有一次看到《第一卖场》,然后接着上面的广告去买,还真的很实惠。当时是在永乐吧,买了一台彩电,又送了一台,别提多开心了。要不是晚报,像我们这样的上班族很难直接接收到商场的促销信息的。

姓名:张淮
职业:装饰公司
住址:金水区

我是做装饰装修行业的,对于晚报的第一卖场一直都比较关注,晚报第一卖场介绍的建材信息十分详细,虽然我也经常跑建材市场,但看不到整个建材市场的行情,第一卖场对建材信息全方面的介绍,使我对建材市场有了更加整体的把握,也增加了与客户交流时



的资本。而且,郑州晚报的第一卖场提供的信息比较生活化,很贴近人心,让人一看就明了,介绍的商品也很齐全,对我的日常生活很有帮助。因为工作忙碌,我平时也没有那么多时间对自己需要的商品去做详细的调查,晚报的第一卖场给我提供了方便。能否再提供一些类似手机、小家电等优惠的热销的信息,因为毕竟实惠点的东西和大众心理比较贴近。

姓名:张丽
职业:公务员
住址:百花路

我很关注晚报的第一卖场,像我平时上班比较忙,下班还要照顾老公和孩子,很少有逛街的时间,对于目前一些日常用品的市场状况了解不多。翻开第一卖场,可以了解相关产品信息行情,觉得哪家的性价比

都不错,我就直接去相应的品牌店购买。这样就节约了很多的时间,同时也买到了实惠的产品。尤其是第一卖场介绍的生活必需品,我关注的会比较多,但希望晚报多介绍介绍相关产品的功能,对不同的品牌产品作一下横向比较,同一品牌的产品作一下纵向比较,这样我们买东西时就有了更多的选择机会。”

姓名:杨梅
职业:商人
住址:黄河路

郑州晚报办得确实不错,我关注郑州晚报不是一天两天了。自从开办了第一卖场,给我们提供了很多的方便。像我们这个年纪的人,考虑更多的是儿女长大要结婚、店面要升级装修,所以我们关注的更多的是家电、通讯、建材这方面的信息。哪些产品

比较环保,质量品质高,用得比较久,我们就会比较青睐。郑州晚报的第一卖场也为企业和我们之间搭建了互相沟通交流的桥梁,希望郑州晚报第一卖场越办越好。”

姓名:穆青山
职业:农民
住址:管城区穆庄

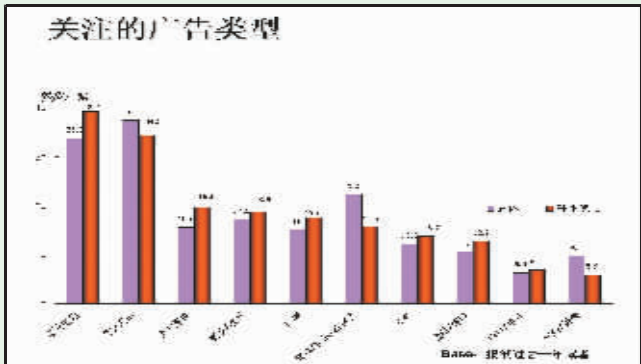
咱平时就在庄上种种地,很少看报纸,偶尔进城买个东西啥的会带回来几张。上次,我的手机坏了,想买一个新的,可就是不知道哪个更好一点,随手抽出来一份你们的报纸,正好是《第一卖场》,上面有和商场联合搞的活动,一个彩色屏幕的手机才200多元。后来我把这手机买回家,哈哈,真是实惠啊。就凭这个,以后咱庄上再有人要买电器啥的,我都给他推荐看看咱的报纸。

数据解读

《第一卖场》的影响力到底如何?关注《第一卖场》的都是哪些人?消费者对于《第一卖场》的评价如何?这些事情我们自己说的当然不算,所以我们委托了北京新生代市场监测机构,对《郑州晚报》进行了市场调查,我们抽样了其中与卖场相关的部分。

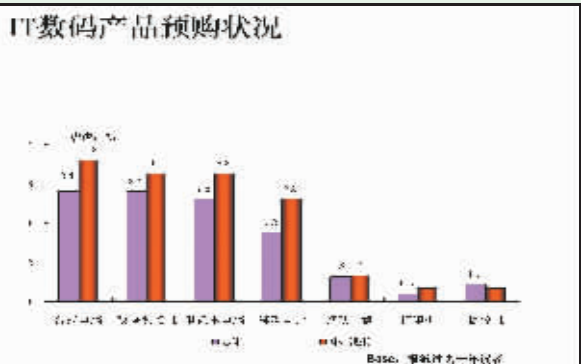
我们一直被关注

晚报记者 祁京



消费者关注家电广告

调查数据显示,与总体比较,《郑州晚报》读者更倾向于关注家用电器、企业形象、餐饮、娱乐、招聘、医药、金融、保险和招生、培训等广告类型。而在这其中,每周五的《第一卖场》以及相关广告的阅读率均达到了一个水平。郑州大学新闻与传播学院的一位专家研究过该数据和《第一卖场》的版面后指出,这与晚报读者的构成有很大的关系,“晚报的读者从总体上看以常住人口为主,这部分人消费能力强,因而对商场类广告的敏感而精细化程度更高。”这位专家称,《第一卖场》把卖场信息分类、整合,加入自己的分析和客观的报道,“完全突破了别人的那种DM广告单的不伦不类形式,真正成为了报纸的一个新的产品序列。”



IT消费关注《第一卖场》

数码IT一直是晚报的强项,由于我们一直关注这一市场,并且至今仍持续不断地推出相关的报道和活动,《第一卖场》已经成为了消费者选购IT数码的本地性参考读物。河南五星电器企划部长黄岩也告诉记者,他经常见到一些消费者拿着《第一卖场》,按照上面的广告或者导购信息到他们的卖场里买东西,“晚报的卖场是唯一最具形态的报纸,是真正的报纸,不但有阅读性而且有权威性。现在我们都直接把自己在报纸上打的广告贴到卖场里,为的是让消费者放心消费。”

新闻延伸

北京新生代市场监测机构成立于1988年,是中国国内领先的市場研究公司,调查网络遍布全国30个城市。

目前,国际国内的4A广告公司向报纸投放广告,大都参考北京新生代市场监测机构的调查数据。其发布的CMMS(中国市场与媒体研究)数据报告是目前中国市场研究行业中规模最大、访问量最多、投入最多、最具权威的市場监测和研究资料,其每年发布的CMMS数据是国际和国内4A广告公司向平面媒体投放广告的最可靠依据,可以说是平面媒体投放广告的风向标。