

穿越 2007·视觉

一种形态 让新闻更具冲击力

关键词：风格

“风格”是《郑州晚报·第一汽车》在2007年开设的一个全新版面，用多视角的照片描绘出竞争日益白热化下的汽车品牌4S店的全新面貌。该版从6月13日一经推出迅速受到业界的广泛好评。特别是6

月20日主题为上海通用雪佛兰河南新希望汽车展厅侧记的风格版面刊登后，宽敞明亮的展厅，温馨典雅的店内设计，员工热情的态度无一不映衬出雪佛兰的品牌活力和文化氛围。

关键词：倾城

上海车展是国内最具影响力的国际性车展之一，和其他媒体一样《郑州晚报·第一汽车》也始终关注着它的发展进程。2007年4月25日，第十二届上海国际车展开幕，《第一汽车》一改以往简单的报道手

法，专门打造“金车玉叶·倾城一展”为主题的专题报道，从上海车展看点、热点、亮点、聚点等多个视角精选出一台平面媒体上的上海车展，为中原车迷朋友奉献了一道地道的“满汉全席”。

关键词：品牌

以往对于汽车品牌的宣传表现手法都以热点新闻为由头，并未纵向地向品牌发展史加以延伸。2007年3月21日，“东风雪铁龙品牌宣传月”专题策划隆重推出，晚报《第一汽车》连续一个月每期以大气的跨版风格加

以重彩渲染，追溯雪铁龙经典品牌的发展根源，深挖多年来雪铁龙进入中国后的各种表现，特别是在国内汽车发展最迅速的5年中，雪铁龙品牌经历了哪些市场考验，让消费者对于雪铁龙品牌有了更加深入的了解。

关键词：联展

大大小小的各类车展无疑成为2007年第一汽车的重头戏，相似的新闻内容对车展报道是一种严峻的考验。在第八届郑州住交会暨汽车展示会的报道上，《第一汽车》采用了大篇幅、多视角的策略进行版面报道。从活动开幕前一个月，汽车版连续每期对该事件

进行多角度宣传，为活动开展烘托人气。车展开幕前一周，汽车专刊则把即将参展的汽车品牌以及车型进行全方位介绍，让消费者在观展之前就对心仪车型有了详细而深刻的了解，这也是郑州晚报举办各类车展高成交率的秘笈所在。

关键词：有车生活

与重大汽车类新闻事件的报道相比，“有车生活”栏目的创办则像是一杯小资们品尝的咖啡。该板块内容简短清新，亲切中透着一种对人生的感悟。2007年7月4日一篇题为《女人该有辆自己的车》的小故事，故事中主人公讲述了人生中的起

起落落、悲欢离合，而汽车则成为自己最忠实的伙伴，伴随自己走过多年的心路历程。一时间，引发了不少有车族的回应，掀起了与车迷之间互动的高潮，让该栏目也一跃成为2007《第一汽车》最受车迷关注的板块之一。

关键词：记者观察

作为一份对行业有影响力的汽车类专刊，郑州晚报第一汽车面对错综复杂的行业现象必须要有表现自己立场的声音出现，《记者观察》栏目就是这样体现晚报态度、个性的板块。无论是对于自主品牌汽车兴

起的造芯热，还是关于高产新车的担忧，以及汽车专业赛事达喀尔拉力赛，《郑州晚报·第一汽车》都在以其独特的视角、中肯的声音表达着晚报人对中国汽车发展进程的期望与热爱。

关键词：欢腾购车

按照中国人的习惯，新年有采购大件消费品的习惯，特别是在新年，能买一辆心仪的爱车犒劳自己是多么惬意的一件事情。2007年12月5日连续4期的年终特别策划——欢腾购车系列报道应运而生，从年终有哪些车型车贷更简便快捷、利率最低、到贴心为

每一类消费人群制定购车方案，更请来业界专家支招如何挑选适合自己的第一款爱车，以及当下最新的车价走势也被我们收集归纳，总之第一汽车所要做的就是为消费者提供最有用的消费信息，成为您购车的忠实顾问。

汽车是最具视觉冲击力的消费品之一，每一款靓车都是那么地独具匠心，作为引导大众汽车消费潮流的郑州晚报第一汽车，不仅要肩负着记录中原车市发展进程的历史使命，更要为专业读者打造一份时尚、权威、新颖的汽车文化大餐。回顾2007年，第一汽车多次以全新手法报道汽车类新闻事件，并以独具个性的版面形态展现中原汽车行业发展变化，让新闻不再冰冷，拉近了高消费品与老百姓的距离。

晚报记者 陈娟



BYD 比亚迪汽车 一路同驰骋

热烈祝贺“河南福澳森4S店晋升比亚迪汽车五星级销售服务店”

白金版 5.98-10.58万 火爆销售中

2年6万公里保修

河南福澳森——您身边最近的比亚迪销售服务店！

河南福澳森4S店 销售热线：0371-65699566 65699588 地址：花园北路刘庄路口 五星级服务热线：0371-65699186/7

新密福澳森：13837136943 巩义福澳森：13938286228 平顶山福澳森：13101713519

信阳福澳森：13027600970 登封福澳森：13298118567 驻马店福澳森：13183035666