

郑州晚报

2011年12月12日 星期一

价值

特刊

郑州晚报核心竞争力

CTR、新生代 权威发布

郑州 第一 报道

1986年至2000年连续三次摘得“中国新闻奖”一等奖
这在河南乃至全国媒体实不多见

1986年11月8日《让孩子给你打个分吧!》报道获1986年度全国好新闻一等奖,在本报历史上首次获得国家级一等奖。

1998年9月9日~16日《关于亚细亚商场兴衰的调查》获第9届中国新闻奖一等奖。

2000年1月29日《迎着炸药扑上去》获第11届中国新闻奖一等奖。

五年内连续三次推出三位“感动中国”人物
两次摘得中国新闻奖二等奖
这在全国晚报、都市报中绝无仅有

2005年12月6日~7日《带着妹妹上大学》洪战辉系列报道获第16届中国新闻奖二等奖,洪战辉也被评为当年“感动中国”十大人物之一。

2007年1月15日《兰空飞行员为保护村庄放弃跳伞 迫降失败遇难》获2007年度“赵超构新闻奖”特等奖,李剑英也被评为当年“感动中国”十大人物之一。

2009年6月19日《最美乡村女教师——李灵》系列报道,获第20届中国新闻奖二等奖、2009年度“赵超构新闻奖”特等奖,李灵也被评为当年“感动中国”十大人物之一,同时当选“全国劳动模范”;李灵首次代表河南人出现在国家形象片中并在纽约时代广场和我国驻外大使馆播放。

2010年 推出大型系列报道“新世纪十年见郑”,受到中宣部、省委宣传部表扬,荣获河南省好新闻特等奖。

2011年 推出“郑东新区大型系列报道”,全面启动媒体助政、评优评差,关注民生,传递爱心;推出郑州“送水哥”,引起人民日报、新华社、中央电视台《焦点访谈》、人民网、新华网等近百家媒体的关注。

我们一直在你身边

□本报编辑部

做人讲人品,办报有报格。新闻媒体作为受众的“第三只眼睛”,有责任和义务向公众提供最真实的信息,因为真实是新闻的第一要义,也是一个媒体公信力之所在。

而诚信与公信力恰恰是这个社会的“稀缺资源”。

个人讲诚信,一般有三个层面:尽可能说真话,不说假话;如果不能说真话,那就选择闭嘴;如果不得已说假话,就说些善意的假话。对讲诚信的媒体而言,情况亦是如此。现在是信息社会,垄断信息已绝无可能。在这样的环境下,诚信自然是媒体的立足之本——唯有在诚信的前提下,媒体才能避免将“公器”沦为“私器”,为读者更好提供信息产品,更多传递普适价值,更好履行社会责任;也只有这样,媒体才能用诚信赢得读者,用品质换来信任,用信赖积淀发展。

作为与共和国同龄、伟人毛泽东曾两次题写

报名的报纸,我们已经与郑州、与郑州的 시민共同走过了62个春秋,经历过坎坷,经历过彷徨,更经历过繁荣和富强。

走到如今,《郑州晚报》前头有排头兵,后有第三、第四媒体的追赶,虽然我们曾经五次获得中国新闻奖一、二等奖,连续推出三名“感动中国”人物,今年又重磅推出了大型系列报道“送水哥”,这样的成绩在全国都市类媒体中很少见,但我们会一如既往、全力以赴地为读者提供更好的服务,因为成绩不是我们懈怠的理由。

作为有着62年历史的报纸,我们以负责任的态度选择了央视市场研究股份有限公司和新生代两家国内最权威的媒体机构。新生代的调查从去年7月份就开始了,仅采集数据就用了一年时间,作报告又用了半年;央视市场研究股份有限公司的调查也用了大半年,两项调查的入户调查对象达数千人,才撰写出两份科学严谨的市场

报告。

我们今天公布央视市场研究股份有限公司和新生代的数据,是为了让读者客观真实地了解《郑州晚报》的发展状况,以及《郑州晚报》在河南报业和郑州报业的真正位置。我们清醒地知道:没有发行量,就没有到达率;没有到达率,就没有阅读率;没有阅读率,就没有传阅率;没有传阅率,就没有平均每期阅读率。

韩非子曾说:巧诈不如拙诚。我们就做一个“拙诚者”,以半个多世纪的真诚、包容和大度,扑下身子,踏踏实实地为读者奉上温暖、温情、向上、向善的报道,勤勤恳恳为这座城市的发展尽些绵薄。

怀着一颗真诚与感恩之心,我们与这座城市共荣辱,我们与这座城市的人们同甘共苦;无论你在车水马龙的立交桥下,还是在偏僻坎坷的陋街小巷,“红马甲”都在您眼前,“96678”随时恭听您的留言,因为,60多年来,我们一直在您身边!