



城市晚报副总编辑
任胜章



汽车联盟是责任更是担当

长春市素有“汽车城”之称，这里曾诞生了新中国第一个汽车制造厂和第一辆汽车，被誉为新中国汽车工业的摇篮。来自长春《城市晚报》的任胜章对于媒体与汽车之间的联系，更是有着深刻的理解。

“中国汽车风云榜是中国强势汽车媒体联盟的一次漂亮出击，非常大气。扎扎实实地做好每年的中国汽车风云榜活动，是联盟媒体的一种责任和担当。”

目前，平面媒体面临着新兴媒体的冲击，这对各家媒体的经营形势也势必造成

影响。而各家媒体都认识到了这个问题，纷纷进军网站、手机报、多媒体等领域，以确保自己的新闻元素能够尽可能大地进行覆盖。这对于经营也提出了更高的要求 and 标准。

任胜章告诉记者，就目前国内的媒体现状而言，北方的媒体可能都存在着经营上的欠缺，市场份额与南方媒体比较起来，仍然有着不足。“但这反过来又表明，只要经营思路到位，就有更大的市场提升空间。”

中国强势汽车媒体联盟，集中了各家媒

体的资源优势，统一整合到联盟机构中来，从而让原来是一个个区域性的“小资源”发挥了“大价值”，这是一种很好的形式创新，更是一种发展方向。

目前汽车行业竞争也在日趋加剧，作为中国汽车行业重要影响力的强势汽车联盟也需要进一步研究更好的思路，让汽车厂家的营销能够与媒体进行更紧密地对接，让汽车厂商能够看到更有效的品牌推广，能够感受到更有快感的推广策略，这也是中国强势汽车媒体联盟的一种担当。

合肥晚报副总编辑
赵德润



实现对客户主动服务的转型

“中国汽车风云榜这个活动形式非常好，也非常有意义。我觉得这是媒体实现主动服务客户的一种转型。”赵德润说。

国内的平面媒体，正在经历从关注时政到关注经济，特别是经济生活的转变。在这个转变过程中，与老百姓生活息息相关的吃、穿、住、行等，正在越来越多地占据着平面媒体的版面。而汽车作为老百姓日常生活不可缺少的一部分，自然也将受到越来越多的关注。

但媒体对经济生活的关注，以往可能更

多停留在被动状态，即客户想干什么，拿到媒体上执行和展示就可以了。而现在，伴随着报业竞争的加剧以及市场形势的变化，媒体正在逐渐转变态度，大家纷纷主动出击，开始主动了解客户需求，上门服务，这不仅是一种态度的转变，更是一种理念的转变。

“中国汽车风云榜集合了国内的大部分主流汽车厂商，并且从老百姓的角度评选出了一系列最受欢迎的车型，这不但对上榜汽车厂商很有好处，更是对整个汽车行业的一种引领。汽车厂商可以借此找准定位，行业

也可以找准发展方向，是一种很好的形式。”赵德润说。

作为资深报人，赵德润对报纸经营也有着独特的见解，报业的竞争已经不仅仅是停留在版面新闻竞争的层面上，更是广告经营的竞争。《合肥晚报》作为一家市级媒体，一向十分重视经营，目前在市场占有率、广告经营上都已经超越了省报。“做好经营对平面媒体来讲十分重要，强势的广告经营还可以有效提升媒体的新闻影响力，从而实现良性发展。”

东南快报副总编辑
江信银



做优秀汽车品牌的“推手”

从福州经转机才到达郑州，江信银的旅途可以说是十分“曲折”。虽然是首次来郑州，但他却对本次活动充满了期盼。“中国汽车风云榜要做优秀汽车品牌的‘推手’。让优秀的中国汽车品牌借助这个平台，实现腾飞和跨越。”

作为中国强势媒体联盟的成员，江信银也是中国汽车风云榜的“常客”，因此他也比别人多了几份了解和认知。

“中国强势汽车媒体联盟的成员都是

全国各地在当地有影响力和实力的媒体。通过联盟这个载体，把大家聚集起来，一起为中国汽车行业发展出一份力，这本身既是一种义务，更是一份沉甸甸的责任。”江信银说。

江信银介绍，地处东南沿海的福州，有着比内地经济更为发达的优势，但也同样有着激烈的报业市场竞争。因此各家媒体都在不同程度地进行着多元化经营。因此，资源整合就成了关键因素。

“和媒体本身的多元化经营类似，中国强势汽车媒体联盟也是一种资源整合，而且是一种更高层次、更广程度、更大范围上的整合。这对于各家媒体的发展十分有利。”

中国汽车风云榜采取轮流“坐庄”的形式举办，每年换一个城市，这样不但可以让有实力的媒体充分展示自己，同时也可以有效地把当地的汽车厂商和经销商利用起来，再加上国内的优秀汽车厂商，从而共同打造中国的优秀汽车品牌。

信息日报副总编辑
范高农



携手打造中国车界“奥斯卡”

作为本次活动的特约嘉宾，范高农下午3点钟才抵达酒店，连午饭都没有来得及吃就被记者“堵”在房内。

顾不上旅途的劳累，他便开始聊起了对中国汽车风云榜的独特认知。“一年一度的中国汽车风云榜，就应该打造成中国汽车界的‘奥斯卡’，成为行业的一个风向标。”

范高农说，他已不止一次参加中国汽车风云榜颁奖典礼了，但今年的感受更加深刻，因为今年无论是经济形势还是汽车市

场，都面临着巨大的压力，这就更加凸显联盟活动的重要意义。

中国强势汽车媒体联盟，体现出的是媒体之间抱团打天下的信念。单独一家媒体，都存在着或多或少的局限，而通过联盟这个平台，实现了资源的共享，各家媒体之间共同携手，加大推广力度，可以花最少的精力，取得最大的回报，实现双赢的格局。

目前国内经济形势面临着不小的压力，有人认为这也将给平面媒体经营造成巨大

压力，范高农对此却有不同见解：企业经营形势不好，可能更需要通过媒体这个平台来提升销售，这对于媒体而言不是“危机”是“机遇”。关键就看各家媒体如何能够抓住机会，进行各种创新，谋定而后动。

“比如我们报社就涉足产品销售领域，推出‘优家铺子’，利用报社的资源优势，打造一个立体的推广、营销、配送平台，效果非常好。”

群雄逐鹿 问鼎中原

