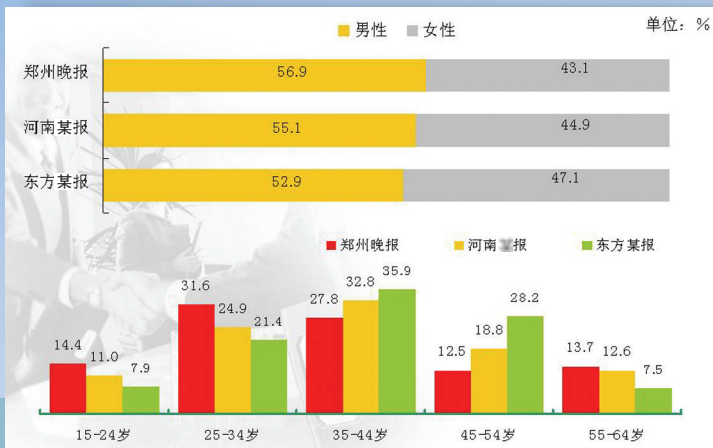


# 致梦想

我们终将实现的

数据来源：  
新生代市场监测机构  
2013年中国市场与媒体研究(春季)  
[2012年1月~2012年12月]

有眼光，  
才有更大天地



T02~T03

郑州晚报

创刊64周年 改版1周年

5月28日,以刊登登封市新闻为主,针对登封市区定向发行的《郑州晚报·登封晨刊》免费直投报纸,送到了登封市读者手中。这是本报倾力打造的第一份县市报。

至此,郑州晚报社建立的以主报为龙头,社区报、县市报、郑州19楼网站、《中原手机报》、官方微博、微信、二维码为辅助的全媒体集群布局已初步完成,这也标志着郑州晚报社全面跨入了“宣传全媒体”时代。

自2009年郑州晚报社创办《郑州手机报》(后更名为《中原手机报》)以来,先后又陆续开通了郑州晚报官方微博、郑州19楼网站(与杭州19楼合办)、郑州晚报二维码(码上郑州)、官方微信等新媒体,今年4月份,又创办了中部六省第一份社区报——《郑州晚报社区报》以及面向郑州市读者创办的县市报。通过一系列层层推进的动作,郑州晚报社从单一媒体、单一品种的运作转为多媒体、全媒体的运作,建立起全媒体的生产能力,形成全介质的传播能力和提高全方位的经营能力,实现宣传全媒体的初步转型。

## 以创刊64周年、 以社区报、县市报、郑州19楼网站、 晚报全媒体

### 全媒体宣传效果倍增

郑州晚报全媒体集群是集传统媒体和新媒体为一体的综合宣传平台,之前各子媒体单独作业,无法最大限度地发挥宣传功能,通过统一调配,结合报纸、手机和网站属性优势,对同一新闻进行层次递进却有区别的综合报道,能够最大限度地吸引不同爱好的读者进行阅读,并且触发读者交互式阅读的兴趣,实现宣传效果级数增长。譬如每年的两会报道,通过主报可以做综合解读,通过手机报可以进行两会消息即时速递,通过网站可以做市民建议汇总交流,通过二维码扫描阅读,又可以让不方便读报上网的读者看手机上的深度解读,让读者通过不同的渠道去了解感兴趣的新闻,并且有兴趣的读者还可以很方便地通过相关媒体渠道与两会代表进行互动。

始创于1949

郑州晚报  
我们一直在你身边

微博粉丝突破百万  
官方微博: <http://weibo.com/zzwanbao>

百万人在关注!  
百万人在聆听!

6月20日 周一  
中原手机报  
服务中原经济区  
郑州地铁一号线见证爱情  
5-20 我爱你  
地理课本修订标清钓鱼岛  
台认定菲公务船故意杀人



### 立体营销体现乘法价值

通过全媒体集群的综合调配,新闻的宣传效果实现倍数增长,报社组织的活动效果也将由单一的加法效果叠加进入到乘法效果叠加阶段。譬如组织一场房展会,之前的运作方式仅仅是主报做宣传,各媒体配合跟进报道。通过集群营销,将从单一型广告收入的加法阶段进入到互补型集群作战的乘法阶段。房展会可以实现主报做整体宣传,网站组织话题讨论、网民看房团、户型解析、周边环境研究等活动,通过微博和微信,又可以直接发布购房的优惠消息,刺激消费者就此话题进行交流和建设,各社区报又可以针对参展的各区楼盘按地域划分进行更细致的报道,扫描二维码又可以直接通过手机方便地看各小区户型,通过一系列的宣传,从而实现活动宣传立体化,宣传效果最大化,用有深度的信息内容帮助消费者挑选合适的房子,刺激购买欲望。



2013年5月30日 星期四 统筹 曹杰 校对 王泓 版式 宋美娟