



致青春

市场星报 更名改版三周年记

T01~T16

2013年5月10日 星期五

总监制 虞海宁
总策划 陈宝红
策划 沈学辉
统筹 莫文华 李尚辉 周卫星
编辑 周卫星
视觉 童珂
校对 梁海霞

品牌力

内容为王的时代，品牌铸就了一份报纸的灵魂。在商品化浪潮中，没有品牌识别度的媒体，注定是失败的媒体。我们重视品牌的发展，正如一名侠客，重视他腰间的佩剑。3年来，我们时刻关注自身品牌发展，以重点策划、特色栏目及大型活动为引擎，不断强化精品意识和服务意识，打造了一系列的品牌亮点。如果说在更名改版之前，我们对品牌营销还稍显懵懂，那么今天，品牌已经成为我们内生驱动力，甚至是后报业竞争时代的制胜利器。

媒体发展日新月异的今天，更加凸显了品牌策划的重要性，不管媒体形式如何变化、传播技术如何革新，优质的新闻内容，永远是媒体人的极致追求。3年来，我们与省发改委、省物价局、省民政厅、省食品药品监督管理局、省体育局、省效能办等合作专刊，这里是政府部门传达民意的一扇窗户；通过加强与政府部门、社会团体和企业的合作，推出了多款有着广泛影响力的活动；持续开展星报进社区活动，在报纸之外，开辟了为读者服务、读报互动的第二战场。

公益也是一种品牌影响力，我们成立星基金，每年奉上一场慈善年会，给贫困孩子送去知识的曙光。

创新带来的品牌影响力更让我们卓而不群。情人节，我们让玫瑰香溢庐州；七夕情人节，散发着香味的报纸带给你浪漫的意境；还记得“月亮报”吗？那是我们中秋节给大家带来的温暖和力量。

踏遍青山人未老，品牌的铸造，我们还一直在路上。

叶孤城/文

