



“星报社区行”、“集美春天”、“星宝漫生活”……它们不仅仅是一个名称，更象征着市场星报一如既往的“贴心”。它们不仅为读者提供了最便捷的服务和资讯，更成就了市场星报独一无二的影响力。



程兆/图

心贴心，温暖如春

星报社区行 “星”贴心暖如春

时间：2010年、2011年

事件：市场星报文化服务社区行

上城国际、青年小区、新天地广场……这些不同的地名，都曾留下“星报社区行”的身影。每一次，星报的贴心服务，总让读者为之动容。

名医、名师、图书、理财……10多项民生服务项目全部免费；唱歌、跳舞、喷火表演等丰富多彩的文艺表演，尽在“星报社区行”；2010年、2011年，我们两度启程，只因为您是我们最忠实的读者。

无论是繁华的闹市区，还是偏远的郊区，“星报社区行”不怕远，不怕累，只为在第一时间为您奉上丰富的文化服务“大餐”。

影响：

2010年11月6日，当“星报社区行”的身影第一次出现在上城国际小区，便在整个合肥产生了热烈的反响，市民间相互传播着“星报社区行”的消息。

之后的每一场“星报社区行”活动，总是人头攒动，很多读者不辞辛苦地从城市的四面八方赶到现场。

每天致电星报热线，咨询下一场活动的时间、地点的市民不计其数。他们的性别、职业、年龄或许不同，但相同的是那份盼望的心情。

受益于10多项民生服务的市民纷纷来电表示感谢。物业、社居委、商家……争相与本报联系在小区、社区、购物广场举行活动。

旅游“双城记” 为您“集美春天”

时间：2013年4月13日（合肥）、4月14日（南京）

事件：一样的合肥，不一样的风景；一样的南京，不一样的旅游产品；一样是推介会，不一样的视野和角度……这是一场关于旅游的“双城记”。

2013年的春天，我们与美景相伴。由安徽省旅游学会、市场星报社、南京晨报社联手举办的“集美春天2013皖苏优秀旅游景点推介会”如约登场。

2013年4月13日，合肥的逍遥津公园，2013年4月14日，南京的莫愁湖畔，两天时间里，皖苏40家景区美丽“绽放”，近3万市民共赴这场春天里的“旅游盛宴”。

影响：

它不仅仅是一个旅游景点的推介会，更成为连接皖苏两地市民的“连心锁”。活动受到了两地市民的喜爱和支持，更拉近了他们的距离，正所谓“市民说好才是真的好”。

活动的成功举办博得了安徽省旅游局、安徽省旅游学会、合肥市旅游局等相关部门的一致认可和高度评价。

在旅游部门相关负责人眼中，它的意义非凡，成为长三角地区媒体与景区、旅行社的一次新的交流合作。在业界，它更被奉为一场盛事，为各大旅行社带来了无限商机。2013年的春天，我们收集美好，我们放飞希望！

星宝漫生活 贴心“小参谋”

时间：2011年9月20日

事件：星报好看，星宝也好玩！2011年9月20日，市场星报开全国报业之先河，重磅推出《星宝漫生活》系列特刊，可爱的星宝闪亮登场。

一年多来，《星宝漫生活》系列特刊陆续推出，内容涵盖汽车、旅游、家电、房产、金融等行业。星宝时而化身“选车达人”，时而又变身“购房专家”，为读者网罗各种实用资讯。

幽默的故事、卡通的叙述、鲜活的语言，生动的推荐……星宝俨然成为读者心目中的“小参谋”。

影响：

星宝一登场，立刻吸引了众多读者的目光，为它设计“女朋友”、帮它策划“装备”……读者们忙得不亦乐乎，更有读者寄来自己绘制的动漫作品。

在商家的眼中，星宝更是成为人见人爱的“大明星”，争相让星宝帮他们推荐自家的商品、购物环境。

而这种卡通植入式的广告营销方式，不仅放大了品牌的亲和力和传播力度，还使本报走在业界前沿。

记者 马冰璐