

快报10年
家电特刊

追赶·超越

2009年10月15日 星期四
策划:沙辰 吕丽
执行:王多 杨成 刘媛媛
制图:李荣荣
组版:陈恩武



“后发优势”理论告诉人们:处于落后状态的经济体可以依靠全新的路径选择、凭借特有的自身优势、坚

持正确的发展方向,最终在世界经济大潮中赶上并且超越领先者。南京报业十年来的风云变幻,现代快报的一部成长历史,又一次演绎了“后发优势”获得成功的无比精彩。

回望现代快报十年成长发展的历程,我们期待从家电行业这样一个局部,去实现见微知著的理性提炼。十年前的今天,对于新生的现代快报而言,引起家电市场的关注、吸引家电品牌的青睐,还是

一个需要我们为之艰辛努力的梦想。我们面对的,是几乎处于垄断地位的媒体对家电广告的独占,是品牌家电企业对品牌传播媒体的对等要求。当新锐的现代快报以“黑马”的无畏气概杀入报业市场的时刻,现代快报对家电广告市场的拓展,正在以一个“追赶者”的激情酝酿腾飞的起步。

现代快报在家电市场的十年耕耘,再现了一次敏锐把握市场脉搏的洞察。当2002年一场影响全国的家电大战在南京打响的时刻,现代快报不仅仅捕捉到了轰动一时的新闻资源,更牢牢把握住了家电营销渠道变革的巨大商机。此后的每一次商战和营销节点,现代快报都占据着舆论的先导和引领着市场的动向。

现代快报在家电市场的十年耕耘,造就了一个构建品牌力量的经典。当众多的平面媒体还在简单接发软文、下单安排广告的时刻,我们就坚持以精细化的营销方案吸引厂商,以针对性的活动组织服务厂商,以开拓性的创意策划稳固厂商。今天,我们可以无愧地说:现代快报正在以自身的品牌力量,与广大家电厂商一道,共同构建起真正的家电品牌影响力,营造出“品质家电生活”的美好构想。

现代快报在家电市场的十年耕耘,树立了一次主流媒体传达权威声音的形象。我们秉持服务市场、引导市场、开创市场的经营理念,摒弃人云亦云的流俗跟风;我们坚持分享共赢、协作同进、良性发展的经营原则,杜绝目光短浅的竭泽而渔;我们保持精确把握,精辟观点,精湛表达的经营要求,抛却粗放鄙陋的单调重复。因此,我们的追赶,是涵盖着从读者吸引力到消费者影响力、从商家回报率到品牌塑造力、从信息传播面到观念引导性的全方位追赶;也更因如此,我们才能够能够在2009年报庆十周年的时刻,以真正的自信与自豪,站在南京家电广告市场占有率的首位!追赶无止境,超越不停步。这是现代快报的风格,这是现代快报家电市场营销为自己订立的永恒目标。当“后发优势”转变为“领先优势”的时刻,曾经的追赶冲动,转变为强劲的领跑动能,因为,在我们的前面,永远没有峰顶,我们的追求,将是不懈地向上与向前! 沙辰

看看
家电人
家电事
家电圈

现代快报

家电周刊 逢每周四出版
江苏省最优秀的家电专刊

