



本报举办《泰山财金》创刊座谈会暨京沪高铁助力泰安金融创新研讨会

借京沪高铁开通之机,22日,本报召开了金融专刊创刊座谈会暨京沪高铁助力泰安金融创新研讨会,并顺势于30日推出《泰山财金》专刊,力求创造泰城财经圈内刊物新高度。

22日下午,齐鲁晚报·今日泰山

金融专刊创刊座谈会暨“京沪高铁助力泰安金融创新研讨会”在雨景广场酒店如期举行,泰城十余家金融机构相关人士参与了此次高层论坛。座谈会由齐鲁晚报资深财经记者、《齐鲁财金》编辑室主任周爱宝主持,各银行、保险、证券单位代表

争相做了相关发言,品牌效应和战略合作成了各单位热议的话题。

众所周知,京沪高铁于30日全线开通,这是泰安市的大事。高铁开通将给泰安经济生活带来极其巨大的变化,不管是城区还是农村,不管是汽车业还是房地产,不

管是制造业还是金融业……正如京沪高铁在交通中的地位一样,所有行业都离不开金融业。创新,已成为报业和金融业共同面临的问题。

其实,各金融单位已经看到了这千载难逢的机遇,如有的银行已

在京沪高铁沿线竖起了广告牌,动起了高速金融的念头。为了更全面、更有针对性和专业化地为泰安市金融业繁荣及金融单位跨越式发展服务好,齐鲁晚报·今日泰山定于今日起创办《泰山财金》大型金融专刊。 本报记者 李芳芳

良好的战略合作是双赢

中国农业银行泰安分行综合管理部副总经理 乔鹏



金融行业作为服务业,其经营和宣传是分不开的,特别是品牌形象的提升离不开媒体的支持。所以,战略合作伙伴关系是一种良好合作状态。中国农业银行泰安分行和齐鲁晚报·今日泰山前期已进行了多种形式的合作,相信《泰山财金》创刊之后,我们的合作将会更加深入。

根据近年来我们的宣传合作实践,谈点具体建议:一是双方合作形式可以更加灵活。比如除大部头专版宣传形式外,可以在一些栏目中刊发小型的宣传稿件,既便于读者阅读,也可以使我们有充足的时间,根据读者关注的热点、焦点,撰写稿件或提供宣传选题;二是进一步加深双方沟通交流。通过我们之间的彼此了解,共同寻找和挖掘银行客户信息需求与晚报专刊宣传重点的结合点,一起把金融专刊办好,在良好的合作中,实现金融单位和媒体之间的共赢。

增强宣传的趣味性

中国建设银行泰安分行办公室主任 孙良



银行属于服务行业,给百姓提供各种金融服务,一些产品和渠道都需要宣传让大家来认知。仅靠自己的力量是不够的,有句话叫做“借力才能用力”,因此银行需要借势才能得到一定程度的发展,就像孟子说的“登高而呼”,意思是说不是你的声音大,而是站的位置比较高。因此,从这一点感悟到,银行的产品和服务需要借好媒体这一最好的力。

建行一直很注重宣传,已经先期在京沪高铁沿线设立了广告位,只要京沪高铁一开通,市民们就可以看到我们的形象宣传,从这里可以看出我们对宣传的认识。

齐鲁晚报·今日泰山《泰山财金》专刊一定会打造一个很好的交流平台,我们金融单位应该充分利用这一平台,我认为把《泰山财金》做到专业的同时,也应该提升稿件的通俗性,让老百姓能够从浅显易懂的理财故事里学到金融知识。

珍惜媒体给予的权利

交通银行泰安分行人力资源部副主任 张延军



交通银行泰安分行和贵报一直有所合作,也收到了很好的效果。现在,贵报在恰当的时机推出了《泰山财金》这样一个专刊,我认为是一个非常好的事情,首先为金融单位提供了良好的宣传平台,同时还促进了企业和媒体关系的加深。

听了报告后,我觉得银行在如何处理跟客户和媒体的关系上,还是要经常总结和交流,交流多了才能互相进步,这样各方面才能有所提升。

我仔细看了理事会的章程,感觉出了媒体给予金融单位的权利确实很多,远远多于义务,从这里可以看出媒体对于我们的关注,所以一定要珍惜好机会,积极展示企业的形象。

借好媒体先“招兵买马”

中信万通证券公司泰安营业部副总经理 马军



去年11月份,中信万通证券刚刚在长城路落成泰安第一个营业部。

半年多的时间,很希望和媒体有深层次的合作。作为新建营业部,在宣传上很有需求,主要来源于三个方面:第一,让泰安市民知道证券公司的到来,知道我们可以提供更具专业化的服务;第二,营业部虽然成立了,但我们还需要很多专业的人才来充实队伍,招聘当然也是比较迫切的需求;第三,证券公司属于专业性比较强的企业,需要专业的媒体来做宣传。

作为新型营业部,有别于传统的券商,推出了很多有特色的服务,但是大部分市民却不知道,这就需要借用媒体的力量做好宣传,实现合作共赢。