



2012年春季齐鲁车展(德州展)推出“买汽车中汽车”优惠活动。图为抽奖现场。本报记者 马志勇 摄

高端车展来到市民身边

本报记者 王金强

2012年4月,车展首次进驻澳德乐广场,场面够大,玩项够多。不仅能看到香车美女,还有引人入胜的互动活动,比如模特走秀、试乘试驾等,可谓亮点纷呈。

这次车展上有数十个品牌亮相,数百车型在展示平台上争奇斗艳,比外形内饰,拼科技含量;比服务周到,拼优

惠力度。每一辆汽车都能满足不同群体的买车要求。买上你的爱车,节约了车主东奔西跑选车的时间还获得了实惠,不白来一回。

2011年,依托齐鲁晚报和齐鲁车展的强大品牌优势,本报在德州举办的车展一炮走红,连续举办了春秋两季车展,以及乐陵、夏津的县域车

展。在此基础上,今年又举办了乐陵、夏津等县域车展,并筹备了禹城车展,将县域车展推广到更大的范围。

随着车市的逐渐下沉,以及县域消费者需求的加大,车市的精耕细作时代势必到来。在引导车商和消费者方面,稳固中心城市的车市,同时让县域及乡镇消费者的需求得到

更精细地满足,从而搭建一个车商和消费者之间的良好平台,是本报车展不断创新发展创新的方向之一。

两年间,本报在德州举办的车展无论是数量和质量都得到很大的提升,累计帮助近3000位德州消费者圆了购车梦,让高端车展走近寻常百姓。

金杯银杯不如百姓口碑



2011年12月,本报举办齐鲁晚报2011德州行业总评榜活动,从先期启动,到接受投票,与读者互动,再到后来评选出结果。前后历时1个月,德州12个行业近500家单位和品牌参与活动,读者纷纷投票,票数超过了15万。

2011年12月18日,总评榜名单揭晓,120多家单位和品牌实至名归地获得百姓评选的好口碑。此次齐鲁晚报2011德州行业总评榜是德州市首次、以百姓口碑为主要评判标准的大型行业评选活动。参与

活动的都是与老百姓生活息息相关的行业,从活动启动就备受读者关注。

酒也罢,车也罢,房也罢,但凡企业或商品,皆尽如此。刻碑立传,着实有形,却终有风化佚失的时候;口口相传,看似无相,却能代代相传,终至不朽。

好酒如人,也是分脾性的。淡酒可以怡性情,带给李太白斗酒百篇的风雅;烈酒则能壮胆气,鼓噪岳武穆痛饮黄龙的痛快。

既然有脾性,那么自然也重名声。老话说,“酒

香不怕巷子深”,五台山下景阳冈旁那些不知名的美酒,却能醉倒鲁达武松这样的大英雄。这样的酒,正如不露声色的逸士高人,一出手就能见真章。

什么样的酒算是好酒?那得听顾客的。真正的好酒,能在饮者的舌头和喉咙上留下属于自己的标记,一句赞美冲口而出:“好酒!”

金杯银杯,不如老百姓的口碑。“劝君不用囤积顽石,路上行人口似碑”。我们所找的,就是老百姓的口碑。

服务读者 贴近客户

六个经济专刊架起沟通桥梁

专刊记者 刘岩 王秀波

周一到周五,六个专刊带您遍览德州车市、楼市、财经、房产、消费、教育资讯,为您提供权威的信息解读。

春暖花开时,《德州消费》呱呱坠地了,创刊四个月以来,为广大读者提供了大量消费资讯,如餐饮、旅游、家电、数码、酒水、婚纱摄影等多样题材信息,受到广大读者好评,也吸引了众多商家关注。《德州消费》密切关注消费市场上的变化,研究消费市场的行情和热点问题,并给消费者指出科学消费、健康消费、依法维权的方向和途径。这里,热点聚焦、维权指导、权威发布、典

型个案、消费警示、消费指引、企业风采、专家评论、调查分析尽收眼底。

《德州教育》秉持“全心全意为德州人民服务”的理念,准确传达主管部门的权威声音,搭建好家长和学校的沟通桥梁,并为市民提供了细致贴心的资讯服务。

高考期间还推出系列报道,为考生的备考、填报志愿提供了细心的服务。暑假期间,专刊成功牵手众多教育培训机

构,提供了完美的展示平台,同时,也为学生和家长们提供了资讯,好评如潮。

《德州通信》自创刊以来,通过同各大通讯运营商和设备终端销售商的合作,相互影响相互帮扶,第一时间发布行业内部信息,让相关报道更具专业性、更具时效性、更具可读性。而通讯专刊,也成为本报每周较受读者关注的服务专刊。

感谢客户的陪伴与支持,让读者与客户拉近“心”的距离,为读者提供更有价值的信息,为通讯专刊增加重量感和分量感。

立足当地经济,把脉行业发展,6个经济专刊随时为您提供最权威最细致的行业资讯!

C德州车界

谁是德州人青睐的“经济适用”车

出售抵顶新车

广告设计:王伟

C德州教育

教育梦想

同贺单位

广告设计:王伟

C德州财金

短期理财产品收益持续下滑

广告设计:王伟

B德州通信

手机市场上演群雄逐鹿

广告设计:王伟

C德州消费

气温攀升 催热夏季消费

广告设计:王伟

C德州楼市

物管成项目升值重要指标

广告设计:王伟