

虽然细雨霏霏,但总有一缕阳光穿透云层,给中原大地带来一抹亮丽的色彩。

11月20日,由本报与河南中原高速公路股份有限公司(以下简称“中原高速”)联合出品的《河南高速生活》第二期新鲜出炉,20万份全铜版纸彩印、设计精良、装帧精美、开本精致的专刊,当日即分别运往郑州机场高速、绕城高速、京港澳高速、郑尧高速的十个核心、主力站点——郑州南站、机场站、侯寨站、新郑站、长葛站、许昌北站、许昌站、轩辕丘站、禹州东站、平顶山西站。22日一早,上述相关站点的中原高速收费站工作人员严阵以待,面带微笑,春风满面,在车辆上道取卡时将一份份散发着墨香的专刊井然有序地直接投进道车辆的车主、司机手中。据不完全统计,22日当日,累计直投6万多册。23日、24日,除个别站点外,送达各站的20万份《河南高速生活》专刊已基本直投完毕。

22日,周六,记者一行顶风冒雨,历时一日,驱车千里,足迹遍及郑州周边、新郑、长葛、许昌、禹州、郟县、宝丰、鲁山、平顶山,现场目击,实地感受,见证《河南高速生活》第二期实时直投,领略中原高速收费站工作人员热情周到的服务风采,亲身体验河南高速公路网络的便捷通达,强烈感受本期专刊所带来的独特魅力,聆听过往司乘人员的好评。一路上,虽风雨兼程,马不停蹄,食不果腹,但是记者一行没有倦怠困倦,所见所闻,所思所感,充盈于我们心中的是对中原高速工作人员的谢意,是对本报顺应客户需求、服务项目销售而倾力打造的全新专属媒体的信心,是高速公路收费站作为生活资讯传播、地产项目宣传的最佳载体、最佳终端,所独具的唯一性、直达性、拦截性、精确性、高端性带给地产客户高性价比的力量,是本期专刊所承载的内容丰富性、实用性、服务性、可读性、收藏性、传阅性的能量,是对万科、建业、正商、绿地、华南城、升龙、亚星、亚新、豫发、雅宝、五洲城、华启、八达威、名门、新合鑫、泰宏、山顶等外来一线地产名企和郑州品牌地产企业慧眼识珠踊跃参与的感动,更有对未来陆续推出的《河南高速生活》的期许——

行万里路 不如读一卷书

——《河南高速生活》第二期直投现场直击

本报记者 刘文良 田晓玉 文 侯国昌 图



卡、刊并发 进道车辆乐享其刊

高速公路收费站作为高速公路过往车辆的唯一通道,可谓“一站当关,万车莫开”,其独具的高到达率、高拦截性、高精准性、高影响力,具有其他渠道和载体无法比拟的绝对优势,堪称广告推广和资讯传播的最佳渠道。而机场高速郑州南站、机场高速机场收费站,因其限制大货车通行,仅限轿车过站,因而车辆品牌相对纯粹,受众群体相对高端,是地产项目的必争之地。



11:00 郑州南站

郑州南站是郑州的出入口,是进出新郑国际机场和南行的必经之路,也是郑州周边车流量最大的收费站,正常情况下日均车流量高达7万辆左右,进道口车流量也在3万辆以上。11月22日适逢周六,出市车辆络绎不绝。上午11时许,记者驱车来到郑州南站,但见该站收费工作人员正在将一册册《河南高速生活》专刊发放到进道取卡的司机手中。卡在上刊在下,司乘人员没有任何抗拒,乐于接受。“由收费站工作人员卡刊并发,不仅形象好,安全系数高,而且能博得司乘人员的信赖,心中不会产生抵触情绪。我们注意到,不少司机拿到专刊后,当即表示会认真翻阅,毕竟本期专刊有很多服务性的知识和内容,是高速行驶指南,而且专刊中有丰富的生活资讯,很实用、可读,相信司机、车主和乘员不仅自己浏览,还会传阅和保存。”郑州南站的一位负责人如是告诉记者。

12:00 机场站

11点40分,从郑州南站上道,10分钟左右,记者一行来到机场收费站。机场收费站被誉为“中州第一门”,是全省乃至周边省份车辆进出新郑国际机场的唯一站点,也是展示中原形象、中原风采的“封面”和“窗口”,扼守这一站点,可以一站网尽进出机港车辆,不仅车辆品牌高于其他收费站,除7座以下的车辆外,中巴或大巴必须有通行证方能进入。据悉,该站日均进出车辆5万辆左右,若遇节假日、黄金周、旅游旺季或周末,进出该站的车辆还会激增,大有得机场收费站中原之势。

记者一行在机场收费站进道口看到,由于其时适逢高峰期,进道车流如织,收费站副站长马银良亲自督阵,指挥专刊直投。由于工作人员准备充分,组织得力,进道车辆通行未受到影响,也没有出现交通拥堵的情况,车辆进道取卡时有序前行。记者事后了解到,送往机场收费站的5万份专刊已于23日全部投放完毕。

12:30 侯寨站

与此同时,赶往西线的记者从侯寨站发来专刊投递实时信息和照片。侯寨站为郑州西区最大收费站,汇聚西线及周县市过站车辆,日均进出

车辆达5万辆。记者在现场看到,当天车流量猛增,该站所有进道口同步发放本期专刊,并且只限于发给轿车,同样未见车辆进道因之受到滞塞的情形,也未见司机拒收专刊的情况。

13:10 新郑站

中午1时,西线记者与东线记者会合,两路记者出机场收费站,直入京港澳高速,十余分钟即到达新郑收费站。因该站临近北大附中新郑校区,其时正赶上该校中午放学,接子女的车辆扎堆,奔驰、路虎、捷豹触目可见,车辆品牌和到达人群于此可见。收费站工作人员表示,自早上专刊开始投放,车主反映良好,虽来不及和车主交谈沟通,但能看到有车主迫不及待地翻看,加上内容丰富有用,想必很多车主都会收藏。

14:00 长葛站

从新郑站驶出即开始下雨,只能缓缓前行。到达长葛站的时候已经14时许。长葛与新郑相邻,同为经济富市、民众富市,仅仅一个县级市就有黄河旋风、森源、众品等三家上市公司。长葛收费站日均上道车辆3000余辆,足见县域经济之发达,来往车辆之活跃。

15:00 许昌站

从长葛到许昌,一路风雨。许昌虽然下辖五县(市),但是经济总量高,民营经济、第三产业发达,地方财政收入位居全省前列,每个辖县(市)都有着成熟的产业支撑,因此许昌购房者占郑州购房的比例居高不下。记者一行到达许昌收费站时,虽然雨一直在下,但是专刊投递工作照常。许昌收费站工作人员介绍,该站日进道车辆5000多辆,一册专刊不出两日,即可全部投递到进道车辆。

15:50 禹州东站

出许昌收费站,记者一行继续南行,虽然雨越下越大,雾越来越浓,但是挡不住我们前行的速度,也难掩我们激动与喜悦的心情。经京港澳高速、兰南高速、永登高速,历时30分钟,记者一行来到禹州东收费站。禹州是中国百强县,煤炭、铝矾

土等矿产资源丰富,是享誉国内外的钧瓷之乡、药材之乡。禹州东站的工作人员热情地招呼我们到站办公区休息,在办公室,记者看到有工作人员正在搬运剩余的专刊到收费站点,还有工作人员正在阅读我们的杂志,无论是站领导还是工作人员都给与本期专刊较高评价,“禹州不仅是资源县级市,也是民众富县,之前有一家郑州开发企业在禹州举办了一场圈层营销活动,当场成交数套房子,因为禹州的政务人员、私营企业主,大都希望在郑州安家或投资,主要是交通便捷,40分钟就可以到达。”在收费站旁,记者巧遇一名熟人,问及他对专刊的看法,他表示内容实用,会收藏并推荐给身边的人传阅。

16:20 平顶山西站

出禹州东站,记者一行一路向南,16时20分左右抵达平顶山西站。平顶山是公认的资源大市,市民购买力强劲,是郑州开发企业极为看好、志在推广的区域。平顶山西站过站车辆众多,记者从平顶山西站站站长口中获知,该站点原定投放的1.5万册,已于周四晚、周五一日和周六上午直投过半。

17:30 轩辕丘站

在雨雾中驱车北上,大雾锁路,车辆都打开双闪灯。记者一行抵达轩辕丘站时,天色已晚。轩辕丘站位于郑尧高速,主要目标受众为新密车辆,加之由曲梁服装产业园商户的出行通道,商户车辆居多。曲梁镇是承接郑州产业转移的重要基地,也是新密未来经济增长的重点区域。新密市在曲梁镇规划了新密新区,积极融入郑州都市圈。曲梁镇是中部百强镇,郑州乡镇二十强,郑州开发企业向来将新密作为销售的高地,曲梁则是首选之所在。

19:00 郑州新区站

当记者一行驱车返回郑州,待到郑州新区站时,已是晚上7时许。一日行车千余里,一日行走十站点,累则累矣,险则险矣,但是想起一日来的见闻,仍觉意犹未尽,倦意全消。回到万家灯火的市区,我们的心中仿佛生出一双隐形的翅膀,在雨夜也能看到太阳。

乘势而上 第三期专刊蓄势待发

春华冬实。今年4月17日,本报即已联合中原高速,出品了第一期《河南高速生活》。之后数天内,本期专刊在机场高速、绕城高速和郑尧高速的部分核心、主力站点通过收费站工作人员在车辆进道取卡时进行了15万份的定向直投。从投放现场监测情况来看,过往车辆司机和乘员都乐于接受和传阅当期专刊。同时,根据地产广告客户反馈信息显示,此种专刊模式因渠道资源优良、投递方式精准、受众广泛、内容丰富、形式新颖颇受好评,来电、来访量均高于同城其他都市报媒体和各类DM及广告单页。尤其在郑州房企普遍倚重渠道和终端、注重广告实效的当下,本报的创新之举,得到了地产企业和媒体同业的普遍认可。这既是对郑州日报渠道创新尝试的最好褒奖,也是我们继续办好《河南高速生活》专刊的最大动力。

为更好回馈各家房地产企业长期以来对《郑

州日报》及《河南高速生活》专刊的厚爱,更好地为其提供专属渠道推广终端,作为中共郑州市委机关报,作为郑州市最高端、最权威、最公信的主流党报媒体——《郑州日报》,以党报属性和主流媒体名义,凭借机场高速、绕城高速、郑尧高速、京港澳高速部分收费站的站点优势和资源,在汲取第一期成功经验的基础上,进一步优化和提升第二期《河南高速生活》的印刷质量和开本规格、版面内容,以期将其打造成高速行驶指南、高速生活读本,一刊在手,高速行驶全程无忧,特别是本期专刊刊发的河南高速公路地图、楼盘地图、电子眼区间测速图、冬季旅游景点、都市生活美学,无论是对车主,还是对阅人员,均有较大的实用价值、收藏价值、传阅价值。

截至记者发稿时,记者通过电话采访获悉,本期投放广告的相关项目的负责人均异口同声地表示,本期专刊已产生较好的推广效应,电话到访率

联手中原高速出品《河南高速生活》专刊,既是顺应市场变化给平面媒体带来的冲击,也是本报创新渠道整合资源,深度回馈地产客户、为项目销售寻找新的“蓝海”、拓展新路径的一次大胆而成功的尝试。实践证明,作为我省平面媒体特别是党报主流媒体打造的高速生活专刊,《河南高速生活》不仅开创了优质渠道资源的先河,也架起了地产项目与优质渠道的桥梁,带有首位度和唯一性。

较高,也有车主或乘员携带高速专刊前来看房。考虑到本期专刊不仅在郑州周边高速站点投放,并将投递半径拓展和覆盖到部分市县,电话咨询、客户到门会有一个滞后期,相信未来数日会产生显性效应。

同时,应部分地产企业、项目的需求,本报将第三期《河南高速生活》,拟于12月月底,乘势推出第三期《河南高速生活》,并将在版面内容上进行适当调整,除继续保留第二期专刊的实用性、服务性、可读性内容之外,新增部分高速公路路段安全提醒和警示、圣诞节、元旦节日期间郑州大型商城促销信息等实用信息内容,重点突出圣诞、元旦期间郑州地产项目的优惠政策和最新动态。错过第一期专刊、第二期专刊的地产项目,请不要错过第三期专刊。优质、绝佳渠道面前,只有独具慧眼、深谙渠道资源重要性的智者才会抢抓机遇,跃跃欲试的你们,这次准备好了吗?