

上世纪50年代报纸广告很少,工商广告几乎为零。那时达县公私合营前只有几家工厂、几家商业企业。公私合营后,国家又是实行的计划经济,工商业企业利用广告作为中介的更为少见。但是,《通川报》创刊后,本着“旨在服务,重在效益”的双重目的,为刊户、为消费者,也为本身的利益,为达州报业广告发展写下了一页页宝贵的历史。

达州广告业弄潮儿

试水: 激活一池春水

达州日报初创时期的广告由报社经理部的营业室负责。在营业室内设了个广告组,并向外公布了《通川报》的第一个广告刊例,公布了报纸广告价目及各项收费规定。

虽然当时设立了广告组,但不是专职的,而是由搞报纸和杂件经营业务的同志兼管,不出去组织广告;而且也不单纯是为了增加报社的收入,而是为了方便群众,联系群众,服务群众。

《通川报》早期广告,多以启事为主,如各种遗失启事、招生启事、鸣谢启事、订婚启事、结婚启事、解除婚约启事、离婚启事、寻人启事、股东启事,以及道歉和悔过启事等等;其次就是商店开业、粮食加工、商品出售类工商广告及资料征集、出售广告;再次就是电影广告。

《通川报》创刊号上,二三版中缝刊登了一则解除婚约的启事,这是本报“广告”的开端。

《通川报》的第一个正版广告是1951年7月25日第6版上刊登的《川北大众》发行广告。第一个商品广告是当年12月19日(57期)第六版,以一个整版面积刊登的《中国百货公司达县分公司降低价格大量供应日用百货》的广告。这个广告,篇幅大,设计、排版见功夫,广告文字准确,质朴无华,可信性强,起到了广告宣传 and 新闻宣传的双重效果。人们看了这版广告,深信中央当时稳定物价的方针能够贯彻落实。

1958年7月1日《通川报》改为

《通川日报》,当天的报纸公布了新的广告收费标准,并告广告刊《通川日报》可以代设计美术广告,按劳收取手续费。长期广告,可以享受折扣优惠。

但直到1959年《通川日报》第四版才有客户广告出现,并设置了广告栏。1959年7月26日、30日第4版刊登的武汉久安制药厂的药品广告,高11公分,通栏,有图有文,有商标,设计美观,用功精巧,可与现代商品广告媲美。

《通川日报》早期的广告,如一股扑面的春风,反映了达县地区人民丰富的文化生活、饱满的政治热情、工农业交通等方面的变化,给人以鼓舞和力量。解放初期达县只有一家《农友电影院》,每年元旦、春节,都会在报纸上刊登电影预告广告,也烘托了节日的喜庆气氛。其它诸如文艺演出广告”、“客机通航广告”、“展览展出广告”等等,都足以说明通川日报早期广告经营取得了不俗的业绩。

到了文化大革命,报纸停刊,一切也就归于沉寂。

展翅: 摸索前进入佳境

党的十一届三中全会后,改革开放催生了商品经济的繁荣,经济社会的快速发展也对信息传播提出了更多的需求。

复刊后的《通川日报》于1979年4月决定恢复刊登广告,并于当年4月12、13、14日在四版,以《刊登商品广告有八大好处》为题,连续刊登了《通川日报》欢迎刊登广告的广告。一个月后,达县地区二经局等单位在四版刊登了一

则《征集民间工艺美术品》的启事。1979年全年广告收入达6000多元。

进入1983年,报社抽调一人专门从事广告工作,成立发行广告科。向《成都晚报》和《重庆日报》学习,加强业务联系,搞好协作。当年5月报社派人第一次参加了在武汉召开的全国第二次城市报纸广告经验交流协作会议,通过与各地同仁的相互交流,扩大了本报影响,建立了业务联系。

此会之后,本报广告工作变化很大,广告价目得以调整,并广告之本本报可以承接《光明日报》《广州日报》、《深圳特区报》等全国80多家兄弟报社的广告代办业务。发行广告科在年内对全区广告刊户进行了摸底,造册登记,加强联系,还与临近地区、重庆市和省内外部分广告刊户建立了联系,吸引他们在《通川日报》上刊登广告。

报社还加强了广告业务的组织工作,广泛物色广告通讯员,逐步建立广告通讯员队伍;聘请广告设计人员,注意广告的美化工作;继续加强各兄弟报社广告科之间的联系,交流情报、互通信息,搞好协作。

努力终有回报。1983年9月就刊登了7个广告专版,11月又刊登了6个专版。还有广东、成都、武汉、南京、天津、甘肃等外地的商品广告。1985年由报社征集出版《达县地区名特产品集锦》画册,编入企业114家,16开本,香港铜板纸精印,中英文对照,在广交会上深受美国、意大利、西德等13个国家和港澳客商的欢迎。

在1990年代,通川日报社广告走向了成熟和发展的阶段。整版广告增多,一版也有了广告,美化、设计能力加强,客户更加广泛。广告队伍也发展壮大,广告科改为广告部,还成立了广告

公司、新闻发展中心和信息部。1993年报社广告收入第一次突破百万大关,实收入144万多元,至此通川日报社广告逐年上升。

遨游: 报业市场立潮头

进入21世纪,伴随着达州经济的蓬勃增长,报业也迎来黄金增长时期。2001年《达州晚报》创刊。尽管这年全国各大媒体广告大幅下滑,而达州日报社的广告收入却达到了750万元,利润率高达70%以上。

2002年,报社广告工作又面临着市场竞争激烈的状况,报社审时度势,迎接挑战,在全社树立全员广告意识,创新广告增收新思路,从新闻改革入手,努力使日报、晚报、传媒网办出新特色、新优势、新水平、新面貌,竭尽全力宣传好市委、市政府的中心工作,争取市委、市政府大力支持报社的广告创收工作;努力做到“三贴近”,让读者满意,从而增大报纸的发行量,使企业愿意花钱做广告;全心全意为商家服务,吸引商家拿出更多的钱做广告。

达州日报先后办起了经济周刊、生活周刊、教育周刊,达州晚报先后办起了房地产、医药卫生、时尚休闲、电讯家电4个专刊和家周刊、新闻周刊。各刊注重广告策划,精心构思广告创意,吸引客户,拉动创收。晚报房产专刊”在“房”字上大做文章。2002年《四川新世纪房地产有限公司祝《达州晚报》创刊一周年》特刊推介广告,2005年的“先锋地产对话先锋人物”、“花样年华杯达州市首届房地产营销形象大使大赛”,2006年的“达州市首届市民满意

楼盘评选”;2007年的“看房直通车”和“赴蓉看房”等活动,成为达州房产市场的“导航图”、“风向标”,有效地培育了房地产广告资源,使本报的房地产广告大增。2006年全社实现广告收入1300万元,2008年在国际金融危机爆发的大背景下,突破2000万元大关,创造了历史最高水平,名列全省地报前茅。

2010年以来,报社各经营部门始终秉持“为客户创造最大价值”的理念,以提高服务质量为手段,深入挖掘潜力,积极拓展市场,依靠良好的信誉了广大广告客户的信赖和市场回馈。广告部以策划为中心、公关为重点、效益为目标”,广告管理中心坚持“热情服务至上,创意美化版面”,全社上下齐心协力,互相配合,利用达州晚报创刊十周年庆、元旦、春节、“3·15”等重大节假日及其它关键节点,精心策划活动,深挖广告潜力,报社广告总量,特别是日报广告额得以大幅提升。

今年报社创造性地探索了广告“招投标制”,即根据重大策划活动,提出单项创收目标作为“标底”,面向全社公开竞标,出价高者得标,并根据中标额按比例交纳“保证金”,充分激发广告人员的公关潜力,进一步挖掘广告市场潜力,取得了显著的增收效果。

在西部大开发新的十年,“十二五”规划扬帆启航,达州区域中心城市建设、快速便捷的物流条件、680万人口的巨大消费市场,为达州报业进一步加快发展提供了广阔的天地。市场没有问题,关键是要用大眼光、大思路来引领报业发展。狭路相逢勇者胜,我们必须勇立潮头,通过办好报纸,占领更大广告市场,开创达州报业经济新局面。



广告中心干部职工



广告部干部职工

