# 综艺节目策划方案(通用11篇)

来源：网络 作者：天地有情 更新时间：2025-04-16

*方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。综艺节目策划方案篇一国...*

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**综艺节目策划方案篇一**

国内目前除了《同一首歌》，尚无专门的大型歌舞节目，而众多影视歌明星只局限于自己的圈子内，或者新陈代谢较快。但受众还在，造成了大量资源浪费。《老歌厅，老歌听》让我们回忆经历的时光依依不舍。共同欢乐过，共同失意过。本期以再现的方式回忆过去时光。

明星参与类节目在平民类节目的冲击下，以不能唱主角，平民类展才艺节目日益繁荣（非常6+1、星光大道等），因此，平民展才艺类节目成为当前办娱乐节目的主要方向，但单一的才艺展示、选秀节目形式雷同，缺乏新意，降低了娱乐性质。

《老歌厅，老歌听》（暂定名称）正是根据当前形式，将每个年龄层的观众内心的偶像情节得以释放。歌舞新人推介老艺人经典重现等融为一体的大型娱乐节目，囊括了舞台、外景、歌舞、观众互动，使现场气氛轰轰烈烈，节目还可以推荐本城优秀的餐饮娱乐场所，新老歌手同去品尝，加入商业元素。并且能使每一个青春时尚，热爱玩乐追星的的青年人都可与偶像零距离，中老年观众亦可以重见偶像，留住时光。

（一）栏目名称

1、暂定名称：《老歌厅，老歌听》

（二）栏目定位

以老歌穿起来的明星访谈和经典歌曲重唱等主要娱乐内容的综艺节目；

在中央电视台3套，音乐频道播出；

每周五晚21：30首播，周一晚22：00重播。为录播节目，时间为100分钟。

（三）栏目风格

温情，怀旧，幽默，传奇，故事。

（四）板块设计

一、 《老声新唱》

新歌手唱老歌

二、 《新人辈出》

新歌手访谈推荐专辑等

三、 《原音重现》

老歌手唱经典

四、 《往事随风》

老歌手访谈，穿插歌曲舞蹈

五、 《前浪和后浪》新老歌手合作

具体板块说明：

第一二板块年轻歌手初出茅庐，可为选手简介，才艺初步展示，并推荐宣传自己的专辑等作品，此版块为推荐新人，还能吸引年轻观众。让新歌手唱老歌，谈自己的偶像老歌手，引起怀旧情怀，并能传承历史。

第三四板块老歌手重现荧屏，歌唱令人无限怀旧的.经典，并通过访谈，谈老艺人往日经典盛况以及今日近况，婚恋生子等，满足观众好奇心。并且也能为老艺人创造事业第二春。

还可以加入观众电话或者现场互动版块。让艺人为观众抽奖。

（五）主持人

最好男女搭配。男主持要35左右，为适中年龄。上可知老艺人情景，近可知新人情况。能够在谈吐之间让人感受到最纯洁但却是最刻骨铭心的偶像经历，和听经典歌曲的故事。女主持可选青春偶像，青春靓丽，活泼可爱，打扮时尚，有知识涵养。对于流行音乐、校园话题以及“e时代”了如指掌，三言两语之间就会就会深入人心，最少也要有所涉及。而相对活泼大方、幽默却不矫情的主持风格，更能够在第一时间吸引年轻人的耳朵。

（六)热点(或视点、卖点）分析

1、 《老歌厅，老歌听》节目内容新颖，结构具有独特。开辟了新的电视娱乐节目领域，把最流行、最时尚的咨询新人推介引进电视娱乐节目，对目前陈陈相因、了无新意的电视娱乐节目市场是一个有力的冲击。

2、 《老歌厅，老歌听》整合了多种多样的娱乐节目元素。节目中既有歌曲、舞蹈类元素，又有新老艺人访谈，观众可以各取所需。

3、多数电视娱乐节目中，主要参与者都是邀请的新人明星，就会丧失大量的中老年受众群体。据调查，真正看电视的群体并不是年轻人，而是中老年人。《老歌厅，老歌听》的主要参与者既有新人又有老艺人。几乎囊括了各个年龄层的观众，并包括了选秀、竞技、歌舞娱乐形式。增强了收视率，节目会有不同的看点。

4、《老歌厅，老歌听》持续创新能力比较强。该栏目板块内容可不断创新，增加趣味性。使节目常办常新，不断发展。

《老歌厅，老歌听》的目标受众既有时尚青年人群，他们年轻好奇，追求新人娱乐，该栏目对他们将产生很大影响，极大的吸引他们的目光，并将娱乐历史人生感悟教给他们。还能满足广大中老年群体的偶像情节，他们怀旧，温情，老艺人的故事经历传奇；为提高收视率，栏目中还可穿插介绍各地景点或餐饮游乐场所的软广告，提供商等都会对这个节目感兴趣。节目里的广告可采取以下几种形式：

（一）冠名。

（二）协办。

（三）标版。

（四）奖品提供。

（五）场地广告。

**综艺节目策划方案篇二**

节目类型：综艺节目——娱乐节目（广播类）

节目长度：十五分钟

节目定位：

以广大大学生为目标受众，节目内容上以符合大学生兴趣和需求为目标，节目风格活泼、亲切、轻松、愉悦，语言幽默风趣，同时又具有一定的深度。

栏目创意：

现在的社会是一个快节奏的物质社会，生活节奏的快速化和生活压力的加大，是我们脸上的笑容愈发的减少，因此我们希望可以通过这样个文明、健康、温馨的综艺节目来增加现代社会人的生活乐趣，减轻生活压力，可以更好的生活。

本期主题：

我们节目的名字是游戏大咖秀，当然是以游戏为主，起到使在校大学生放松的目的。本期节目的主题是“一心二用”。我们寻找了几个有关一心二用的游戏，在午饭期间到大学生聚集的地方，寻找大学生和我们一起进行游戏，得到胜利的学生会得到我们送出的精美礼物。

节目程序：

参加我们的节目录制。然后，告知他们第二天节目录制的时间以及要求等相关问题。

第二天的中午，按照前一天的布置开始我们的录制工作。首先是第一个游戏，

游戏名字：答非所问跳跳跳。

游戏规则：

小组成员配合边跳绳，边回答主持提问的问题，问题全部以“是”或“否”来回答，本来答案是“是”的，要回答“否”；本来答案是“否”的，要回答“是”，连续回答最多的小组为胜。其中回答问题时，不能停止跳绳。

题目：

1)地球总是绕着太阳转(否)

2)你的伯父是你父亲的哥哥(否)

3)55不可以被11整除(是)

4)三个“金”字是读“鑫”（\_in)(否）

5) 中国工商银行可以发行货币(是)

6)一斤棉花比一斤铁重(是)

7)姚明是不是在洛杉基火花打球吗(是)

8)此次卡拉ok比赛是万申第十届卡拉ok比赛(否)

9)黄瓜皮都是黄色的(是)

10)土耳其地跨欧、亚两洲(否)

随后开始第二个游戏

游戏名字：破冰游戏——造反运动

游戏方法：

1、参加者围成一个圆圈，主持人站中间。

2、主持人说“右”，全部人就将头转左，说“左”，所有人就将头转向“右”，说“前”则所有人的头向后，也就是要做和口令相反方向的动作。

3、主持人要仔细观察参加者，发现有人犯错，就要宣判出局。

4、最后剩下的人即为获胜。最后剩下的同学得5分，倒数第二个同学的4分，倒数第三个同学得3?？依次类推。

注意：不一定要转头，也可用手上下左右动。

游戏名称：默契大比拼

游戏规则：每组双方的脚下垫一张报纸，主持人叫选手们做不同的动作，动作规则和主持人说的刚好相反，如：举起右手，那么选手们就必须举起左手，如果选手错了的话，就将选手们的脚下的报纸对半折后，重新垫在选手们的脚下，脚必须踩到报纸上，不允许下地的。最后看谁的报纸剩的最大，谁将获胜。

题目：抬起右脚、伸出右手、单脚跳、拉左耳朵、抬起左脚、单脚跳、伸出左手、伸出左手、蒙住左眼、蒙住右眼。

三个游戏结束后，选出今天表现最好的一组同学，并送出我们的终极精美大礼，其余同学也可有获得精美礼品。

节目要素：

主持人，嘉宾，背景音乐，后期制作人员，各种录音、录像设施

主持人要真诚，创造真诚谈话的气氛；有激情，能感染现场参与的人；广播综艺节目的灵魂是主持人，主持人的思维和状态直接关系到节目的质量。所以我们要求主持人要始终真诚的与嘉宾交流，更好的完成我们的节目。

嘉宾为大学校园里的随意的学生，我们找到的嘉宾应该是外向活泼的阳光大学生。

表现手段：

通过现场采访、主持人引导以及与嘉宾的游戏，来传达我们节目需要向大家展示的东西。通过主持人与嘉宾的欢快的游戏更好的展现我们节目效果，即通过节目的娱乐性达到降低现代人生活压力的最终目的。

人员分配

导演：高灵

前期策划：高灵

摄像：徐伟程国学余超吴远能

剪辑：付伟

灯光：肖松贝

音频：徐伟

**综艺节目策划方案篇三**

岳麓书院屈子祠

“花好月圆”中秋晚会

晚会总负责：

晚会负责：

晚会总策划：

节目策划组：

宣传设计组：

物品购买组：

后勤组：

1、节目策划组：

a、负责征集筛选节目、游戏工作;

b、确定主持人，落实主持人形象设计及台词;

c、设计晚会节目单并报给总策划。

2、宣传设计组：

a、负责晚会前后的宣传工作;

b、布置晚会现场;

c、制作晚会节目单、请柬、喷绘、海报等。

3、物品购买组：

a、购买布置晚会、节目、游戏所需物品及会场上所需物品;

b、晚会前、后物品的整理、保管;

c、晚会中节目游戏道具的提供。

**综艺节目策划方案篇四**

二、节目类别：文艺娱乐性综艺节目

三、节目主旨：展示准职场精英魅力，凸现企业文化氛围，见证人才引进的阳光机制，描绘

我国飞速发展的蓝图。

四、节目目标：通过寻找工作的形式展示人才才华，突出节目主题。

五、节目市场的定位：属于中国的娱乐时代已经如暴风骤雨般袭来，影响深远，其模仿之风也随之而来，虽然国家已经颁布了相关的限娱令，但是全国各地上星卫视为追求收视率，还是一家出，百家则出。因为现在国内就业形势严重，很多大学生的毕业就面临失业，所以通过“工作”的话题顺势而下，全新打造一档致力于建设人才机制，阳光操作应聘的风尚，完美呈现我国职场精英的个人魅力，营造和谐中国的文艺于一体的大型综艺节目。

六、背景分析：随着大学的逐渐普及，越发暴露出就业形势严重，尤其是当今大学生的就业情况。记得温家宝总理说过，大学生的就业问题不仅关系到生计问题，更关系到尊严的问题。精力旺盛，好高骛远：控油满腹经纶，但无社会经验，心比天高这是目前求职者给人们的印象。因此当代大学生如何降低身份，参加社会实践，体验生活，真正提高自身的综合素质，充分发挥自己的才能，且将自己的才华施展在恰当的位置已是社会共同关注的一个焦点。许多大学生没有勇气解放天性体验生活，扮演不同的.角色，而有的大学生则是苦于没有舞台施展课本以外的才华。作为媒体应该提供展示的平台，大学生是优秀的，没有经验可慢慢积累，没有创新，没有思想是永远不可能学来的。改变社会的看法，还大学生一个真实的认识迫在眉睫。

七、节目内容：每期多位求职者与数位嘉宾，围绕面试中的问题展开事件。

八、节目特色：以大学生求职为每期故事的扮演元素，以求职者为人物，更具互动性和参与性。

九、节目特点：根据嘉宾特色所展开的趣味事件，来表现当今大学生的一些流行元素，更具独特性。

十、节目风格：文明，健康，轻松，互动。

十一、节目时长：60分钟

十二、受众群：主要针对大学生以及其亲戚朋友

十三、播出时段：每周六7:40

十四、播出次数：每周一次，次日重播。

十五、制作方式：联合高校拍摄，或外景拍摄。

**综艺节目策划方案篇五**

通过媒体向观众展示这个世界上各种各样的职业，通过体验者的体验生活，来展示世界某个角落工作者在工作生活中的喜怒哀乐，给观众观察社会的另一个角度。

以自然平实的风格，客观叙述，忠实记录，全方位展示体验者的多样化形象、活动和情感。通过我们的画面语言，让受众去感受职业，思考社会、，从而得出他们自己的观点，感受。

这里有你不了解的职业，或是新奇时尚，或是肮脏卑微，解读各种职业背后不为人知的故事，这里，等你来挑战！

首先这是一档真人秀节目，每期节目选出1个体验者，即普通观众体验者（可以是对这个职业的向往者，可以是对某项职业的`好奇者，也可以是纯粹为参加节目而来的体验者。）来体验一项工作并完成某些任务，时间为30天，在30天内，参与者将进入一种与以往截然不同的生活经历，以争取实现事先制订的目标。期间要记录体验者在工作期间真实状态，真实心理情况并制作成节目展现给观众。这是一档极具深度，现实感的真人秀节目。真实的展现这个世界上各种奇特的职业背后真实的生活。

这个节目的灵感主要来源于美国真人秀节目《简单生活》，通过社交名媛希尔顿，妮可―里奇置身穷乡僻壤，两个人相依为命，过起平头百姓的“简单生活”，可能在现实生活中，这对“公主”从来不曾有过这样的“简单生活”。在已播出的真人秀中，因好莱坞派对生活而闻名的帕丽斯和妮可“沦为”在牧场挤牛奶，在熟食店打工，还做过技工。通过体验这种简单生活两人的友情日益深厚。

**综艺节目策划方案篇六**

一、背景分析：当下，娱乐文化已经被提高到了一个前所未有的地位，也成为我们这个时代大众消费的主要精神产品。单调的戏曲节目，已不能再吸引大众的眼球。

二、企划动机：就目前为止，戏曲类的节目，大多生存艰难。唱念做打，选段演唱都已过于守旧，难以将戏曲推广。信、周杰伦都曾在歌曲中加入戏曲演唱，让人耳目一新。将戏曲与流行音乐或与多种艺术表演形式的结合将是节目组重点打造的对象。《相约花戏楼》之我爱唱戏就是建立在这一宗旨之上。让戏曲不再枯燥，老少咸宜。

节目设定：

一、节目名称：《相约花戏楼》之我爱唱戏

二、节目类别:全民参与的一档戏曲歌唱节目

三、节目主旨：推广戏曲，弘扬传统文化

四、节目目标：为喜欢戏曲者提供展示自身素质和实现自我价值的机会

五、节目定位：为喜欢戏曲以及多种形式结合的大众提供平台

七、节目内容：推陈出新，凡是参赛者表演曲目，必须经过再加工，戏曲与单种艺术形式或多种艺术形式相结合。

节目点评，此阶段有两部分组成。首先是场上观众对参赛者的表演发表意见;然后由现场嘉宾做点评。

观众打分，评委的点评以及观众自身的判断，对参赛者的表演进行评价，采用10分制。

评委打分，综合参赛者的表演进行打分，

由主持人宣布最后结果，每期设立两个晋级名额，晋升半决赛。

八、节目特色：融戏曲与多种艺术表现形式于一身，发掘戏曲的传统魅力。

九、节目风格：睿智 轻松

十、主持人串联风格：有才气，稳重之中不失幽默

十一、节目长度：60分钟每期

十三、播出时段：暂定

十四、播出次数：暂定

十六、参赛者节目安排：为增加节目的可看性，可对参赛者表演的节目，由专业人士进行适当的辅导和修正。

十七、参赛者服装以及化妆安排：由专业人士对参赛者进行指导，提升节目整体形象。

节目宣传：

网络媒体：通过安徽卫视网络战略合作伙伴搜狐网、安徽电视网、新浪网、百度贴吧和安徽卫视粉丝网进行宣传。将单集参赛者具有可看性的表演视频上传到安徽电视网播客、优酷视频等各大门户视频网站。

平面媒体：在省内具有知名度的平面媒体上整版宣传，如《新安晚报》等

电视媒体：在节目播出前以及播出中，安徽电视台给与一定时间段宣传。安徽卫视的各综艺节目中，可有主持人进行介绍《相约花戏楼》之我爱唱戏。

**综艺节目策划方案篇七**

我们是青春飞扬，活力四射的年轻一代，我们敢于挑战，勇于表现，我们积极自信，挫而不败，这是一个展现自我的舞台，这是一个梦想实现的舞台！

我们的宗旨是：发现有舞蹈特长的新人，为青春有梦的莘莘学子提供一个表现自我，实现自我的舞台，为济南各大高校增加文化艺术交流的机会，展现现代大学生积极向上的精神面貌，全面提高大学生的综合素质。丰富电视荧屏，活跃观众生活，以达到社会效益和经济效益共增长之目的。

我们的口号是：我的\'青春我做主，我的舞蹈我来秀！

节目定位：展现大学生风采的舞蹈选秀娱乐节目。

据粗略统计，一年当中，学生的寒暑假、双休日和节假日之和近180天，约占全年的50%。在这180多个日子里，绝大部分学生基本上是在家里度过的。所以，在假期里举办这样的节目可以获得更多的观众，当然，大部分的青年朋友对于这样的选秀娱乐节目也是很喜欢的，可以在工作之余放松心情，娱乐心情。策划创办本栏目就是基于这样的认识。

应该说，从电视收视情况和观众参与的情况来说，大学生是主体，在社会中有其特殊的地位。他们参与节目和收看节目，都必定会带动家庭其他成员共同关注此类节目，形成一定的收视群体。这对开拓收视市场和栏目经营市场，都是极为有利的。

据模底了解，我省大学生参加和收看兄弟台的娱乐节目较为踊跃，但我市尚未开办此类节目，大家反响热烈，都急切希望有类似节目在本台播出，所以说市场前景是看好的，对将来栏目的经营操作也是十分可喜的。

一、形式

本栏目以演播厅现场直播的形式，采用中心主持人和分主持人的方法，把各个环节有机的组合在一起。主持人的表现，要求欢快、活泼、机智、有趣，具有一定的亲和力和表演欲。整体节目情绪高扬、节奏明快、内外结合、上下一体，观后饶有趣味。

参赛的选手需自愿报名，经过选拔和培训，参与外景录像和现场竞赛。由现场观众和嘉宾评出周冠军、月冠军和季冠军。分别在重大节日或年末举行年度总冠军总决赛，获得较好名次的选手，可成为我台艺术团的舞蹈演员，参加我台举办的各类晚会和对外演出活动。

二、程序

（一）分组

1、单人组单人进行参赛的选手

2、多人组两人或两人以上进行参赛的选手

可以是个人参加，也可以是多人组合参加。

（二）程序

1、快乐自由舞

参赛者自由发挥，自己编舞，自由展示，充分显示出参赛者自己的舞蹈风格，舞蹈功底，还有创新意识，创作才能。分出最佳创作奖，最佳形体奖，团体最佳合作奖等。各做加分。

2、挑战舞者

由抽签的方式决定对决方式，分为两组对决，得出优胜加分。

3、精彩露一手。

展示个人特长，特别是除舞蹈之外的艺术方面的才能。如唱歌、表演、演奏等。

4、名师高徒

统一由舞蹈老师进行培训，学习统一的舞蹈，比拼学员的学习接受能力。分出最佳学员和最差学员，实行加分制。

加强本栏目的自我宣传和推广，是一项十分重要的手段，建议每天不少于3次自我宣传。本栏目要体现个性和特色，就必须在包装上下功夫。诸如片头设计要明快，富有吸引力和时尚化，片花短小精致、有感染力。主持人的包装与节目同步进行，形象个性定位，要有超前意识。各类字幕要当作艺术创作来考虑，为整体节目的包装增加气氛和特色，形成风格。栏目在开办后，要逐步改进、提高和完善结构，要经常更换内容和活动项目，求新求变，不断进步。

对参与的选手，可以本身的特点，请有关形象设计室一同造型，使节目多姿多彩。

本栏目每周一期，每期60分钟，建议每周六下午15:00首播，次日下午15:00，次周三晚17:00重播，可设节日系列和寒暑期系列的特别节目。

本栏目设电话热线和语音信箱，节目进行中增加电视机前观众的参与项目，扩大收视层面，提高收视率。

本栏目是一档大型的综艺娱乐节目，其组织工作、编导工作和摄制工作等都是较为繁重的，且生产栏目的基本经费也较大，为能持之以恒地办活办好栏目，鼓励栏目创作，调动大家的工作积极性，同时为能争创经济效益，为本台作贡献。拟选择采用如下模式：

1、制片人负责制。

计算成本、自负盈亏

赋予职权、承担责任

2、准制片负责制。

计算成本、收支挂钩

赋予职权、经费报批

3、承包人负责制。

确定目标、收支脱钩

拨款生产、奖罚分明

4、总导演负责制。

拨款生产、经费报批

奖金取半、奖勤罚懒

根据各地经验，结合我台情况，需向台里申请5分钟栏目内广告时段。另外，现场装饰广告和奖品、礼品征集也可作为广告资源加以开发，用小的投入换取较大的经济回报。

栏目组基于对学生平时日常学习生活的考虑，建议在双休日进行拍摄和直播，周一致周五策划准备、培训人员及后期制作，平时员工休息可以对调，如不休息可考虑发放假日加班补贴。

第六节设备和人员

本栏目以我台800m2演播厅为主要场地，考虑到栏目直播前要进行必要的培训和排练，需使用其他场地。另外，栏目内有外景地的拍摄，且制作量也较大，故对设备使用提出如下要求：

1、演播厅（含大屏幕及五讯道摄录系统、音响、灯光等），每周使用2天（彩排和直播各1天）。

2、会议室或小活动室作为培训场所，每周2天。

3、合成制作机房的使用（含2650型编辑1台），每周4天（其中1天为制作宣传片使用）。

4、非线性字幕特技机（栏目包装尤为需要）。

5、外景拍摄用的摄像机和拾音话筒等二套（2个组别，二组人员工作）。

6、舞美制作和景片道具设计制作。

本栏目日常工作人员组成设想如下：

导演（执导内外景拍摄和导播）2人

责任编辑（现场导演及剪辑宣传片等）2人

培训教师临时选聘若干人

摄像5人（专职2人）

摄像助理（承担外景录音等3人(兼职）

制片1人

剧务2人

主持人2人

外景主持2人

制片主任（或制片人）1人

经理（对外营销）1人

视音频技术和音响、灯光、舞美等人员请有关部门抽调配合，后勤保障、车辆调配，请办公室配合支持。

第七节概算及广告资源开发

此章略写，特此说明。

**综艺节目策划方案篇八**

第一部分：

一、关于文艺娱乐市场的定位

属于中国的娱乐时代虽然已经如暴风骤雨般袭来，影响深远，直至今日依然不可小觑。但来势凶猛，模仿之风也随之而来。全国各地上星卫视为追求收视率，一家出，则百家出。对于老百姓的审美疲倦和国家党政原则的引导上考虑欠佳。

故针对20xx年下半年的经济危机，以及相伴而来的影响，国内就业形势的严重，就业人数的众多。通过“工作”的话题顺势而下，全新打造一档致力于宣传安徽大发展,大建设中的人才引进机制，阳光操作应聘的风尚，完美呈现安徽职场精英的个人魅力，营造和谐安徽，强势安徽的带有娱乐和文艺于一体的大型综艺节目。

从20xx年的发展形势看，用电视手段掀起的另类选秀风暴应该说其他媒体无法比拟的，相对于红遍大江南北的浙江卫视《我爱记歌词》、湖南卫视的《天天向上》活动，《魅力安徽—人才秀秀秀》可以起到了意想不到的轰动效益，引导新的一轮追捧热潮。创下收视、营销双赢新高是这档节目始终不变的目标，但也在无形中增加党政色彩。用电视媒介来募化人才的选拔活动，靠人才职场的竞争氛围和人性化的表现来拉动收视，应该是20xx年度安徽卫视作为电视媒体不容忽视的文化现象、更是商家赢取超值广告回报的新一种电视形态。

二、背景深度分析

随着全球金融危机的袭击，越发暴露出就业形势严重，尤其是当今大学生的就业情况。记得温家宝曾说，大学生的就业问题不仅关系到生计问题，更关系到尊严问题。精力旺盛，好高骛远;空有满腹经纶，但无社会经验，心比天高这是目前求职者给人们的印象。因此当代大学生如何降低身价，参加社会实践，体验生活，真正提高自身的综合素质，充分发挥自己的才能，且将自己的才华施展在恰当的位置已是社会共同关注的一个焦点。许多大学生没有勇气解放天性体验生活，扮演不同的角色，而有的大学生则是苦于没有舞台施展课本以外的才华。作为媒体应该提供展示的平台，大学生是优秀的，没有经验可慢慢积累，没有创新，没有思想是永远不可能学来的。改变社会的看法，还大学生一个真实的认识迫在眉睫。

三、企划动机解析

让众多求职者(大学生)更进一步了解自己，了解社会，从而给自己正确的定位。让诸多给企业提供展示自己内在的文化素养、人才引进机制的平台。让安徽在全国形象的提升、中部的快速崛起、人才的引进方面添砖加瓦。

第二部分：关于《魅力安徽—人才秀秀秀》节目设置

一、节目名称：《魅力安徽—人才秀秀秀》

二、节目类别：文艺娱乐性综艺栏目

三、节目主旨：展示准职场精英魅力，凸显企业文化氛围，见证人才引进的阳光机制，描绘安徽飞速发展的蓝图。

四、节目目标：通过寻找工作的形式展示人才才华，突出栏目主题。

五、节目内容：每期多位求职者与数位嘉宾，围绕面试中的问题展开事件。

六、节目特色：以大学生求职为每期故事的扮演元素，以求职者为人物，更具互动性和参与性。

七、节目特点：根据嘉宾特色所展开的趣味事件，来表现当今大学生的一些流行元素，更具独特性。

八、节目风格：文明，健康，轻松，互动。

九、主持人串联风格：幽默，风趣。

十、受众群：主要针对大学生以及影响的家庭和亲戚朋友。

十一、节目时长：60分钟

十二、单集节目构成：每期多位求职者和用人嘉宾等构成的事件产生。

十三、播出时段：每周六7：40

十四、播出次数：每周一次，次日重播。

十五、节目集数：每周一集

十六、制作方式：联合高校拍摄，或外景拍摄。

十七、：策划人与制作人所有其他单位不得未经允许擅自宣传/录制。

十八、合作方式：由知名企业作节目冠名，其他单位协助拍摄。

十九、节目演播厅：安徽电视台演播大厅(桐城南路355号)

第三部分

一、项目资金来源：

政府财政补贴+聘用公司赞助+冠名等相关广告费+信息费

二、活动形式：《魅力安徽—人才秀秀秀》是一档选取特定人群、不分性别、广泛参与的大型区域性人才选拔和展秀活动。参赛人员以面试为主，兼顾形象气质、舞蹈唱歌才艺等其他元素，活动将充分展示参选者的综合素质，最终选拔出最具潜质的，令公司满意的精英。笔试是前提，面试是关键。在快乐中选拔人才，在快乐中找寻工资。这是一次伯乐与千里马的相遇，更是一次机智与智慧迸发的表现。

三、活动组成人员：

a、应聘者(3~5人)

b、面试官(4~6人)

c、现场观众(300~400人)

d、主持人(2人，男女各一位，暂定特约主持人王利芬，李彬、马莹为常任主持)

应聘者选拔程序：

1录像裁剪各公司或用人单位的笔试过程，按照笔试名次选择进入下轮面试人员名单，在第二轮面试中采用自救方式激活，有嘉宾以及户外观众短信参与。

2直播应聘者与用人单位的面试过程，并与观众互动。

3面试的成绩合成：(面试官60%+观众20%+个人才艺展现10%+场外支持率10%)

4直播中的活动流程

第一轮个人的自我公关，主要考察心理、思维、举止等。

第二轮现场考题的抽签，回答其中的题目，考察个人思想深度和相应的应变能力。

第四轮与观众互动时间。可以由观众对有兴趣的选手提问，增加了解，给其评分。

四、目标受众：活动目标主要锁定那些怀揣美好生活梦想，渴望通过真才实学的青年男女走上如愿的工作岗位的身上，主要是即将毕业获已经毕业的大学生。同时，为了增加节目的可看性，扩大节目的参与面和收视群，我们将目标扩大为不分年龄、不分阶层的城市人口，这种大型无门槛的电视人才秀节目，既为参与者所关注，更为由参与者带动的大众所关注。

五、节目样式：这是一档大型区域性的电视人才选秀活动，以问答为主，参选者的个人能力表现良莠不齐，而这种原生态的表现更能满足电视观众的求胜心理，随着比赛的进行，具备实力的选手会脱颖而出，而他们的精彩表现和人生际遇的改变更会牵动人心。一向迎合当今社会热门话题，调动全社会的学习和寻找工作的积极性。同时，还有文艺性的表演，展现特长和爱好。

六、大赛强调“真我、自我、实力、信心”，以创新的理念倾力打造最具征服力、引领时尚潮流的“精英准职场偶像”，最终实现充满激情，魅力四射的职业生涯!

5、大赛主持人：中央电视台《赢在中国》主持人

王利芬

安徽电视台主持人

李彬马莹等

第四部分赛程公关

一、活动赛程

内容：活动宣传，公司报名，初赛，决选。进入决赛后，每期比赛前都要制作播出选手阶段性的魅力展示及拉票宣言片。同时播出某公司在招聘用人笔试过程的录像。决赛将进行现场直播。

二、传播方式

1、活动内容、赛程安排、比赛节目、节目宣传、选手资料、评委推介将在电视台、电台、报纸、网络、电讯等媒介推广宣传。

2、比赛分为初赛(即笔试，选出5~6位选手)，选手进入决赛进行封闭式培训，之后的比赛在安徽卫视黄金时段直播。

三、《魅力安徽—人才秀秀秀》日程具体安排

1、项目启动期：9月10日(设计制作宣传品、招商)

项目推广期：9月10日启动

项目报名期：9月22日——延续中。

2、新闻发布会：9月20日(周四)

3、第一场比赛、录制时间：9月30日—10月1日

第二场比赛、录制时间：10月7日—10月8日。

注：场外是以观众发短信形式评选(评委不参加评审)

评委标准：做为项目组策划者，应该有一个评断标准，或者是评委一个议定的评分标准，所有评委在一个标准下选择，才不会导致意见不合，评委意见不合说明什么?都是成熟的人，只能说明项目组沟通有问题。

作者简介：徐浩，80年代生人，成长于文风独盛的桐城，人送外号宅男浩浩，即徐氏后代的无党派人士，志向于次媒体圈中游走。20xx年担任苏州汽车杂志编辑。现供职于车友报，担任编辑记者一职，从事汽车评论。

**综艺节目策划方案篇九**

一、背景分析：当下，娱乐文化已经被提高到了一个前所未有的地位，也成为我们这个时代大众消费的主要精神产品。单调的戏曲节目，已不能再吸引大众的眼球。

二、企划动机：就目前为止，戏曲类的节目，大多生存艰难。唱念做打，选段演唱都已过于守旧，难以将戏曲推广。信、周杰伦都曾在歌曲中加入戏曲演唱，让人耳目一新。将戏曲与流行音乐或与多种艺术表演形式的结合将是节目组重点打造的对象。《相约花戏楼》之我爱唱戏就是建立在这一宗旨之上。让戏曲不再枯燥，老少咸宜。

节目设定：

一、节目名称：《相约花戏楼》之我爱唱戏

二、节目类别:全民参与的一档戏曲歌唱节目

三、节目主旨：推广戏曲，弘扬传统文化

四、节目目标：为喜欢戏曲者提供展示自身素质和实现自我价值的机会

五、节目定位：为喜欢戏曲以及多种形式结合的大众提供平台

七、节目内容：推陈出新，凡是参赛者表演曲目，必须经过再加工，戏曲与单种艺术形式或多种艺术形式相结合。

节目点评，此阶段有两部分组成。首先是场上观众对参赛者的表演发表意见；然后由现场嘉宾做点评。

观众打分，评委的点评以及观众自身的判断，对参赛者的表演进行评价，采用10分制。

评委打分，综合参赛者的表演进行打分，

由主持人宣布最后结果，每期设立两个晋级名额，晋升半决赛。

八、节目特色：融戏曲与多种艺术表现形式于一身，发掘戏曲的传统魅力。

九、节目风格：睿智 轻松

十、主持人串联风格：有才气，稳重之中不失幽默

十一、节目长度：60分钟每期

十三、播出时段：暂定

十四、播出次数：暂定

十六、参赛者节目安排：为增加节目的可看性，可对参赛者表演的节目，由专业人士进行适当的辅导和修正。

十七、参赛者服装以及化妆安排：由专业人士对参赛者进行指导，提升节目整体形象。

节目宣传：

网络媒体：通过安徽卫视网络战略合作伙伴搜狐网、安徽电视网、新浪网、百度贴吧和安徽卫视粉丝网进行宣传。将单集参赛者具有可看性的表演视频上传到安徽电视网播客、优酷视频等各大门户视频网站。

平面媒体：在省内具有知名度的平面媒体上整版宣传，如《新安晚报》等

电视媒体：在节目播出前以及播出中，安徽电视台给与一定时间段宣传。安徽卫视的各综艺节目中，可有主持人进行介绍《相约花戏楼》之我爱唱戏。

摄制要求：

一、主持人：马滢、阿进

二、节目顾问：戏曲名家、艺人、知名人士等

四、整体目标：节目播出时段，可以赢得绝大多数电视观众。

五、制播周期：暂定

六、工作人员设置：暂

**综艺节目策划方案篇十**

美食类的节目不胜枚举，但大多分为以下几类：

1传授技艺类如天天饮食、贝太厨房等。参与者也多为明星大腕。受众定位为家庭主夫妇或者喜爱烹饪的人群。

2寻访类比如那小嘴等。参与者为商家。受众定位为未必能做好但一定要吃好的吃客。

3厨艺比拼类如中央台的美味情缘对对碰。参与者为专业厨师或者相对专业的业余选手。受众定位相对较广。

以上栏目各具特点，但是缺点也显而易见，就是观众的参与度不够，对参与者有一定的条件限制。即使你是专业人士也未必有机会参与到节目当中，更别说普通观众。但是纵观现阶段最活的综艺节目，无不秉承一个宗旨——“人人都有机会”。《美食新世代》就是要做成一款人人都可以参与的综艺美食节目。

二、栏目名称

《美食新世代》，意义就在于区别与传统的美食观念和美食栏目，“美食新世代，只要你敢来”“美食新世代，萝卜白菜各有所爱”“美食新世代，没人比我帅”。

第一个看点及参与点：口号。每期节目开始，现场观众和主持人一起喊出当期的口号，期期不同，只要压韵，喊“美食新世代，巧克力蛋黄派”都没关系。当然，这里就可以由观众短信参与，一经采用的有奖品相送。隔段时间评选出“最搞笑”、“最有”诸如此类的口号。

三、栏目风格

风格定位在综艺娱乐偏搞笑。

四、栏目人员：

主持人两名、专业厨师（首期应有四名，以后一人足矣）、场上参与者（首期四名，以后各期为七名或者八名）、现场参与观众若干名（其中有三人或者四人会成为下期场上参与者）、相对专业评委若干。

五、栏目内容及看点：

1、首期：

由四名厨师分别口授四名场上参与者四道菜的做法，时间为3—5分钟，只能是口授，不能手把手教。这段时间摘取各个参与者的表情画面或者口授时有趣的话语由主持人进行评说，或者可以利用这段时间介绍一下当天的菜品，比如属于何种菜系，何种口味等。

时间到，四名厨师和四名参与者背对背对刚才的菜品进行烹制（这里请不要误会，本节目并不是一个比拼烹饪技巧的节目），这里要加一些搞笑的手段在里边，比如厨师这边和参与者所用的度量器具是不一样的，比如参与者这边的蒜有普通的、有新蒜、还有独头的，有些人不知道就会混淆（事先不让他们知道），这样就会造成一定的难度。

评判的标准最重要的是相似度，即参与者与传授他菜品的厨师所做的同一道菜在口味、形状、摆盘等方面的相似程度，哪怕都同样的难吃只要味道一样也得高分。当然，为了防止都把菜品做糊，可以加入一些限制的条件。

评出名次。

然后由场上的参与者在现场观众中抽出四名成为下场的场上参与者，与自己共同进行下场比赛。

看点：

a、由于对参与者没有过多限制（当然考虑到安全因素不能是小朋友），所以可能有专业的人士参加，但是我们的比赛比的不是你做的如何好，而是与别人做的如何的象，所以在这一点上专业或者是非专业就没有差别。做出五花八门的菜品自然就是看点，何况在器具和材料上还动了手脚。

b、临时抽出几位现场观众对菜品进行品尝然后做出评价，加上专业评委的点评，最后由现场观众进行评分，当然要提醒他们慎重选择，因为他们当中每个人都有可能与场上在下一场成为同伴。电视机前的观众可以发短信点评。所有这些中搞笑的点评都可成为看点。

c、专业评委要偶尔加入一些关于烹饪的知识以提高知识性，专业评委当中也可以包括心理专家。

2、以后各期：

由上一场的四名参与者口授自己上场所做菜的做法给新的四名参与者，然后背对背进行烹制，仍然是比相似度。当然，如果上一场的参与者所做菜品有所提高也应获得奖励分。

评出名次。抽取下一场场上参与者。

连续2期或者非连续的3期或者最后一名的组将被淘汰，此时由一名专业厨师口授另外一道菜品给新的场上参与者，即重新开始一道菜的延续制作。

每7期或者每10期为一阶段，如果一阶段中一直坚持没有被淘汰的一组获胜，所有在这组中的参与者都将获得奖品。然后重新开始一道菜的延续制作。

看点：就是看哪一组能延续下去，是“鱼香肉丝”组，还是“四喜丸子”组？大可以让观众短信竟猜。

3、特别节目

每当有一组获胜就做一期特别节目。

把所有这一组的参与者召集到一起重新制作他们获胜的这道菜，不同的是把这道菜品的制作分成若干步骤，每人负责一块，比如其中一个人就负责放酱油，但是他不能看到其他人放了多少的盐。然后把制作菜品的菜量提高，这样就很难掌握调味的比例。这道菜就要评它的色香味形意了，打出专业的评分，拍下照片，记录下来，年终岁尾再办一个评比，又是一个看点。

六、栏目的参与

1、观众可以发短信参与口号的编写

2、观众可以发短信参与获胜团队的竟猜

3、观众也可以发短信对场上参与者的表现进行评价

4、观众还可以发短信参与菜谱的制作

所有的场上参与者和现场观众均在以上发短信的观众中抽取。

也可以同步制作节目网站论坛。

七、栏目收入：

1、短信收入。

2、广告收入，包括收视率广告和酒店赞助广告以及比赛用具及奖品广告。

3、如果有网站论坛，如果节目办的好也会有相应的收入。

**综艺节目策划方案篇十一**

电视节目应该聚焦青年，透析青年群体心理，设抓住现代年轻人的心理，解决根本问题。本文是本站小编整理的电视综艺节目策划范文，欢迎参阅。

这是一档倡导“聪明+勤奋+勇气=成功”的职业理念，鼓励人们用科学的职场视角剖析自己，用积极的态度改变自己职业生涯的职业

励志

节目。

这是一次最有生命力的“真人秀”节目尝试，无论从内容到形式依然突出“绝对挑战”核心理念的节目，其“绝对”之处体现在精心设计的商场上智商和情商的较量把电视节目的游戏成分淡化了下来，应该算是迄今为止最贴近生活最有生活原型素材的“纪实秀”。 与虚构游戏类真人秀不同，现实的商业特性锻造了更高级别真人秀的节目特性。

这是挑战专业类节目收视率瓶颈的一次积极尝试。统计得知，良好的系列节目中的故事特性和悬念特性能有效的积累收视，将稳定的专业节目收视人群改变为“专业加戏剧”的收视人群对《绝对挑战》未来的收视环境有非常好的突破作用。

这是一次对节目整合营销的一次有益尝试

一、节目的立足点——《绝对挑战》不得不做的改变

1、传承“真实” ，保证收视源动力

《绝对挑战》的职业梦想很高，但“绝对真实”。它涵盖的内容最实际：职业机会、地位、金钱、社会认可、精神欲望，所以，当我们强化这个梦想并为这个梦想提供更具含金量机会的时候，没有人会不注目。我们将严格保持原有节目的“绝对真实”：真实的企业参与，真实的高职位、真实的应聘者、真实的招聘结果，谁会实现这个梦想呢，要实现这样的梦想需要具备什么条件呢?如何通过实际的努力实现这个梦想?这些真实的心理对位构成了最强劲的收视源动力，这是和别的游戏类真人秀最大的不同。

2、强化戏剧表现打破专业类节目的收视平庸现状

《绝对挑战》进入今年，收视大幅攀升，几乎是去年收视分额的两倍，大家的努力为节目赢得了可喜的收视基础。但同时，节目制作水平的日益精良并没有最大限度的弥补节目专业性带来的收视不利，导致收视横向比较平庸。在调查中，我们发现观众更期待在周末看到一个“真实的戏剧”。《绝对挑战》系列节目更象一部“城市幸存者”，每一个测试项目中都包括了团队合作，个人贡献，领导才能，压力对抗等等办公室必备的基本因素和戏剧冲突，而复杂的多的人物关系和悬念设置很大程度上迎合了收视特性，情节和情绪成为捕捉的主体。如果职场里表现的可以代表普遍意义的商业的话，那么它就是第一部商业影像

日记

。节目的最高目标是“利用职场平台，描绘实现职业梦想的过程，回答大多数人在职场和人生中都可能面对的问题，核心是职业人的命运。那么，象电视剧一样的连续性设计，高诱惑的结果悬念，冲突性强的执行过程，精彩的人物关系，加上随时意外的选择和淘汰，构成了低门槛的戏剧收视特性，为大幅提高收视创造了基本条件，是针对节目收视潜力的一次前瞻性的深度挖掘。

3、独占性的资源平台让我们必须抓住这样一个打造影响力的机会

现在已经有不少社会传媒和地方电视台开始筹划引进美国《学徒》的节目形式，但苦于在资源上和制作手段上无法胜任而没有成型。而《绝对挑战》节目经过一年半的努力，已经成为国内收视率最好，最具权威和影响力的人力资源节目，并在频道的支持下，形成了由诸多知名企业、知名专家、知名行业机构和广泛的人才群的人力资源平台，另外在节目制作过程中，积累了大量行业信息、专业知识储备及职场真人秀节目制作经验，加上cctv的平台优势，自然成为高水准的职场“真人秀”节目最适合的操作平台。但目前从操作上来讲，每期节目中都会换一个新的企业，沟通成本大，企业的资源也没有最大限度的挖掘出来，而企业的常变也导致观众的关注度易于漂移，整体来讲资源浪费。现在我们必须抓住这样一个机会，在日常节目的基础上，打造职场节目第一品牌的持久影响力。

4、整合的节目播出平台开拓了整合的营销模式

在系列节目中，合作企业是节目内容的主体元素，其宣传规模贯穿8集节目，虽然节目内容不会很强化企业色彩，但如此特殊的形式形成了对企业高端宣传的良好模式，所以，企业理所应当的成为节目制作成本的主要承担者和部分广告的赞助方，(不少企业都在积极探讨这种合作方式)。除此之外，节目整体也是一个良好的整合营销的“优秀产品”。在节目录制过程中，企业还要提供尽量多和大的商业平台资源，要提供很现实的高端职位和待遇，也就是节目中的诱人结果，这些都为节目运做提供了很好的人财物的支持，相比于日常节目中企业所得优于节目所得的不对称模式，系列节目可以说是很好的寻找到了彼此最大的利益配比，让我们可以有很充足的基础打造节目的收视率和影响力，加上额外的随片广告，使我们有良好的赢利预期。

节目内容

一、节目的总体描述

节目宗旨——

第一层次：励志为本，职业改变命运。系列节目所搭建的平台是最有生活基础的梦想平台，我们为有智慧有能力有勇气的普通人实现职业梦想提供最具诱惑力的机会，从中挖掘最感人的励志精神。

第二层次：全面解读现代商业社会最真实的竞争之道和职场搏击技巧，通过生动经典的系列案例提升人们的职场竞争力。

第三层次：纪实戏剧，以“纪实秀”的形式记录真实的职场故事，挖掘丰富多彩的生活特质。

节目内容——10名求职者围绕知名企业的高职位，在老板和企业顾问团的要求下，通过销售、市场、促销、房地产、广告、金融等商业案例测试及每次测试后的淘汰环节，表现个人优势，获取最后胜利，赢得职位及职业大奖。

节目目标——表现挑战精神，宣扬职业梦想光环。

栏目形态——在真实职场环境中进行的“真人纪实秀”系列节目，每期时长为60分钟，8集为一个系列。

栏目名称——《绝对挑战》，强调写实围和竞争动式。

二、节目构架设想。(按八集)

10名来自不同地区、不同教育背景、不同职业经历的选手组成两个团队，每集进行一个主题测试任务，任务过后，失败的一队淘汰一人，被淘汰的人把自己随身携带的2万元基金留给自己团队的一人，此人成为下一个任务的团队领袖;胜利的一队享受高级服务。

10人第一集隆重出场，大家“破冰”，并组成两个团队

10人第二集组成2队，每队5人，淘汰1人;

9人第三集，每队5-4人，淘汰1人;

8人第四集，每队4人，淘汰1人;(如一个对连续被淘汰，则可从胜利的一方选择一人)

7人第五集，每队4-3人，淘汰1人;(如一个对连续被淘汰，则可从胜利的一方选择一人)

6人第六集，每队3人，淘汰1人;(如一个对连续被淘汰，则可从胜利的一方选择一人)

5人第七集，每队3-2人，淘汰1人

4人第八集，每队2人，进行一次淘汰赛，淘汰两人，最后决战，决出1名获胜者。

基础规则流程：组建团队——测试任务(发题、执行、失败队长选择两人进入总裁会议室)————淘汰(总裁淘汰一人)——享受结果(获胜的享受高级服务，分配奖金，失败的品尝苦涩)

第一集：荣誉之争

这是系列节目的开篇，有很多节目元素要登场，无论对节目中的人物之间还是对电视观众来讲，每一个人都是新的，那么选手之间的“破冰”游戏和选手与电视观众的“破冰”互动游戏成为本集节目的测试的核心。当然必不可少的选手出场，企业职位诱惑力渲染，团队组成等也将成为开篇的重要环节。

地点：企业集团总部

任务：初来乍到

每个参赛者到达陌生的比赛环境，有会有不同接待，面对不同的职场“破冰”小难题，以此让观众更加熟悉选手的特点和个性：如60秒电梯沟通、30分钟前台危机、会议室尴尬等等。

地点：基地公寓客厅

任务：人才拍卖

每个参赛者都会带来在自己原来的工作和生活环境拍摄的介绍自己的1分钟mv，在一个集中展示的环境里，大家会选出最喜欢的2人成为第一期团队领袖，他们获得选材基金20xx0元，接下来有一场小的人才拍卖会，由剩下的人对自己做30秒陈述，并对自己明码标价，两位团队领袖用基金雇佣和争夺自己的队员。

冲突：对自己价值的理解和在他人眼中的价值之间的差距及虚荣心的差距

第二集：超级销售

在商场中，销售能力需求并不仅仅体现在一些销售性岗位上，无论是产品还是服务，懂的如何将他们销售出去是商场必不可少的技能，因为无处不在的一个思维是时刻发现和掌握商品的价值，并利用大家认同的价值差来获取利益。

地点：北京后海酒吧街

任务： 换取价值

每组任意选取1000本旧杂志，在酒吧街经过两次以物异物换取尽量多的啤酒，再选取一个小时的时间段进行销售，以获得更多的销售额。

时间：2小时准备+5小时执行+1小时销售

淘汰：失败的一组由组长带领进入会议室，进行最后的申辩，在老板决定前，身处另一房间的选手亲友团将目睹全过程并投票赦免一人，最后有老板决定一人被淘汰，这一人将自己的两万元培训基金送给队友，获得的人自动成为下一次任务的组长。

第三集：交通利益

每一个商业项目都有自己的一个赢利周期，所以我们需要不断的发现新的项目，获得的赢利点。本集的核心任务是在特定环境里寻找新的商业项目，并在有效时间内赢取更多的利润。失败的团队淘汰一人。

地点：北京王府井步行街

任务：人力车资本

每组获得北京胡同游的黄包车队(20辆)和5000元种子基金，要在王府井步行街对车队进行重新定位和经营，收入高的一组获胜。

时间：2小时准备+6小时执行

淘汰：失败的一组由组长带领进入会议室，进行最后的申辩，在老板决定前，身处另一房间的选手亲友团将目睹全过程并投票赦免一人，最后有老板决定一人被淘汰，这一人将自己的两万元培训基金送给队友，获得的人自动成为下一次任务的组长。

第四集： 品牌之争

品牌象一件神兵利器，需要不停的打磨，也需要懂行的应用，所以商业战场中，市场策划和执行能力属于高层领导者必须的素质。本集的任务核心是为某个新服务策划一个大型活动，其中包括活动策划，组织实施，媒体应用和广告操作等等。

地点：大连

任务：健康大使

每组需要为某化妆品公司旗下的某一品牌寻找和健康有关的健康大使，建立一个有效的评选机制和实施计划，并且有效执行，然后以此大使为主要元素，在全国篮球联赛的比赛中做一次5分钟的健康推广互动活动，获得现场互动支持最多的组获胜。

时间：2天寻找大使+1小时现场活动执行。

淘汰：失败的一组由组长带领进入会议室，进行最后的申辩，在老板决定前，身处另一房间的选手亲友团将目睹全过程并投票赦免一人，最后有老板决定一人被淘汰，这一人将自己的两万元培训基金送给队友，获得的人自动成为下一次任务的组长。

第五集：房产增值

房地产是最容易产生高额利润的商业项目之一，本集两队将分别获得获得处于高级商业区的普通住房和高级公寓各一处，想出合理的经营方式，在规定时间内获得最高的赢利。

地点：北京cbd商业区

任务：房产增值

两组各从房屋投资者处获得一处高档的公寓，他们要根据投资者的资源特点，对公寓的功能进行重新设计，并有效改造，寻找新的赢利模式，两天内看谁的项目赢利最高。

时间：2天

淘汰：失败的一组由组长带领进入会议室，进行最后的申辩，在老板决定前，身处另一房间的选手亲友团将目睹全过程并投票赦免一人，最后有老板决定一人被淘汰，这一人将自己的两万元培训基金送给队友，获得的人自动成为下一次任务的组长。

第六集：艺术传承

在高级商业规则中，文化营销是永远是必不可少的手段，懂得欣赏和经营艺术是游刃于高级社会中必备的商业素质，而画展、时尚party、高级演出等是一些精彩的做法。

地点：上海某知名艺术长廊

任务：艺术价值

每组需要在一天内在上海及近郊的一个村子中寻找和收购有价值的宝贝， 并需要寻找一位画家，选择他的作品、洽谈合作，加上寻到的宝贝，组成一个艺术长廊，请到一些社会名流进行购买，获利多的一组获胜，种子基金10000元。

时间：2天

淘汰：失败的一组由组长带领进入会议室，进行最后的申辩，在老板决定前，身处另一房间的选手亲友团将目睹全过程并投票赦免一人，最后有老板决定一人被淘汰，这一人将自己的两万元培训基金送给队友，获得的人自动成为下一次任务的组长。

第七集：公益使者

一个成功的职业人士也必须是一个对社会有益的人，这是职场里始终在追寻的一个“小我”和“大我”的经济学关系。本集节目的核心测试任务是举办一次成功的公益拍卖和一次成功的公益演出，其中除了必要的策划执行能力之外，对商业社会社交特性和个人人格魅力的综合把握成为主要的测试点和看点。

地点：北京某著名拍卖行

任务：公益拍卖

在规定时间和规定主题下，和名人谈判获得更多的拍卖品，组织一个大型拍卖酒会，并邀请名人为拍卖会拍摄一部公益广告，获利多的获胜，并且最后全部捐献希望工程。

时间：2天

淘汰：失败的一组由组长带领进入会议室，进行最后的申辩，在老板决定前，身处另一房间的选手亲友团将目睹全过程并投票赦免一人，最后有老板决定一人被淘汰，这一人将自己的两万元培训基金送给队友，获得的人自动成为下一次任务的组长。

第八集： 胜者为王

真实的市场远不象游戏那么简单，游戏失败了只是个游戏，而市场失败了就是命运的改变，压力是真实而残酷的。进入本集的四位选手首先要进入一个特殊的压力面试，他们面对的是专家团极端的现实压力问题和心理压力测试，抗挫能力最好的两位选手才会进入最后的决战，在决战中，以前被淘汰的人重新回到他们中间，成为他们的队员，组成新的团队来完成绝对真实的商业任务。

第一部分：压力面试，择优两人

第二部分：金钱积累

地点：北京

时间：3天

第三部分：胜者为王

最终的胜者获得职业提升奖金和高端职位

二、节目的核心元素

1、知名企业和高级企业评估团：

进入《绝对挑战》系列节目必是具备很好的百姓认知度，有很好的社会影响力及有丰富的商业架构的大型企业集团，其提供的高级企业评估团是和《绝对挑战》节目专家组共同组成的，必须有至少三名企业高层管理者及两位权威专家组成(每期专家可更换)，有深厚的商业职场背景，其中主招聘人必须是企业最高管理者，此五人应该具备良好的社交表现力及人格魅力。

2、“物化”梦想：

知名企业提供的高端管理职位：高级别(中层以上独立项目管理者)、高薪水(年薪100万)、高福利(车房保险)及很好的发展空间(晋升机会)，还有辅助性的职业加速奖金或礼包。所有一切具备足够的梦想特征，足够的诱惑力。

3、人才群：

由10名求职者组成，他们经过企业和节目制作方的双重标准选择，首先有很好的职业素养及良好的形象及交际能力，同时具备高差异化的生活学习背景、性格及表现张力。

4、亲友评估团：

由10名求职者的直系亲属组成，他们在淘汰环节中可以通过投票赦免一人。在职场的比拼中，由于关系到每个选手的生存命运，所以除了他们自己之外，他们的直系亲属应该是最为“挂心”的成员，节目引入这个特殊的群体参与左右他们命运的走向，使人物关系更加丰富，戏剧冲突更具悬念，在职场冷冰冰的竞争中多了一条感性的情绪线索。

5、商业案例：

《绝对挑战》中选择的测试案例都是现代商业社会中最重要的最不可或缺的方向，而且也是我们在职场中最常用最实际的环节，如市场推广、营销、团队管理、项目开拓、公益活动等等，而且任务都经过了市场专家的再次设计和升级，具有很好的观赏性和戏剧冲突基础，而且也能准确的考核出职场人的基本素质(学历、经验等)、职业特质(技能和智能)和综合素质(人生观、价值观、职业观)。并且要强调的是，虽然我们的任务是架构在大的职场平台上的，但每个任务都由若干小环节组成，一方面避免了国外真人秀节目冗长的人物情感变化(中国人含蓄不善于表达情感)，二来以一些较低的职场事端和技巧降低收视门槛，进而使观众有所收获。

6、丰富的职场平台：

虽然我们是以一家公司为基本合作平台，但同时我们会和不同的商业机构形成联动，如每级根据不同的任务，会和高级的广告公司、拍卖机构、剧组、酒店等等合作，以期为选手搭建一个平常无法获取的高级商业平台，形成实现职业梦想的路径通道，同时，与这些高级商业平台的合作，不但增加了节目的品质，也满足了观众的心理欲望。

7、故事和情绪：

“因为故事而开始关心人的命运”是电视剧的收视拉力，在特别节目中，无论是智商情商的搏杀，还是淘汰和获胜，在整个竞争的过程中，故事性和心理活动及情绪的捕捉是节目中最着重表达的地方，一个真实的职场环境必然带来真实的感受，我们力求将这种行为和行为背后的心理动因准确传递出来，必将引起对味位共鸣，这也是生活写实类“真人秀”的核心。

一、背景分析：

将电视节目镜头对准80，90后青年群体，现在的80后已经异军突起，他们是社会上的主力军，也是有力的中坚力量，他们生活在改革春风中，却厮杀在竞争中，步入社会上的他们在事业上有的刚刚起步，有迷茫和挫折，但是更多的是有着拼搏的青春。90后的则正在高等学府学习，这样一个特殊的群体几乎可以代表这个社会的各个层面，他们的情感故事包含了家庭、教育、两性情感等等话题，这使得该节目内容极具包容性和可看性，在给青年群体打开心理之窗的同时，也化解这一代人与家庭之间的种种代沟问题。节目名称为《青春的旋律》，这里的青春包括了各个方面，话题的宽广型和兼容性使栏目清新脱俗，贴近生活。

二、策划动机：

梦想实现在人生的路上呢?这是我们大家所关注的。所以策划这样一个节目。

他们更是这个时代发展的主力军，关注他们的故事，解决他们生活、情感的问题，透析青年内心世界，打开他们的心扉，让每个年轻人都拥有一颗敢于追梦的心，在这青春最美好的时代里放飞自己的梦想。

三、节目设定：

节目名称：《青春的旋律》

节目类别：综艺情感节目

节目宗旨：聚焦青少年成长故事，以80后的视角讲述情感故事、直面情感困惑、分析情感走向、解决情感矛盾。让每一颗年轻的心都有了梦想的动力和方向。

四、节目目标：

目标是通过对这一特定人群的生活、思想的反映，从而更好的反映出青年人的生活状态，通过对他们生活，情感，工作的了解和观察，对他们有更深层次的了解和认识，同时邀请心理专家，主持人，和同龄人等等做为陪审嘉宾团，营造轻松活跃的氛围，为他们打开心扉，让每个人的青春都因梦想而绚烂多彩。

五、节目定位：

立足于青年团体，给他们打造一个青春梦想的舞台，让他们能够真正认识到自己，解决他们问题，帮助他们建立正确的人生观价值观和就业情感观，节目青春活力时尚。

六、节目形态：

节目采取主持人串场，邀请嘉宾，设置心理老师和嘉宾团，并且嘉宾与现场观众及主持人青春活力团嘉宾互动的形态。同时穿插故事情景再现和电话连线等环节。

七、节目内容：

下面就“青春的旋律：说明一下这个节目的具体操作。

1.片头陪审嘉宾团心理专家同龄人主持人介绍和每人对青春和梦想的诠释的一个短片，加上快慢镜头的运用。同时添加音乐《青春纪念册》的旋律。

2.节目

开场白

主持人

自我介绍

，串联词，将今天的主旨引出来，利用vcr简单的视频回放引出今天的主人公和话题。vcr是介绍的近几年来在荧屏上活跃的选秀女生—陈凌云，她被媒体誉为选秀专业户，重庆大学艺术系的一名女生，今年21岁，自20xx年参加了40多场选秀比赛，是一位很具有争议性的人物，她年轻，她对自己的人生充满梦想和目标，她倔强，但是也有面对妈妈脆弱的时候，但是形成强烈反差的是，尽管女儿说自己是处于一片好心参加选秀，同时觉得自己在选秀中获益良多，但是，其身为公务员的父母却痛斥其行为是荒废学业，走入歧途。在父母眼中，自己的女儿从小就优秀、温柔，现在却如此疯狂地参加这些被父母视为乱七八糟的选秀，所以她的这些做法并不得到父母的支持和一些人的认同，但是她认为自己做的没有错，她要改变自己的人生和家庭，主持人利用这些矛盾点来进行访谈，其中并回放片子，加以介绍，同时还可以把主人公的父母请来，或者是电话连线，建立起孩子和父母之间沟通的桥梁，让陈凌云更好的认识到自己的选择，既可以不荒废学业兼顾父母的心情还可以在各个比赛中真正的锻炼到自己。

3.增加节目爱心观察员与主人公的采访视频回放，让节目更贴近生活。

4.通过台下陪审嘉宾团的提问来进行与主人公的互动，主持人还可以通过手机短信和网络来互动观众对节目的参与和关注，主持人在其中起到连接串联的作用，并使整个节目张弛有度的顺利进行。最后用爱和沟通、理解来化解陈凌云和父母之间对于梦想的诠释。

最后一部分运用陪审嘉宾团进行点评指导，然后可以让陈凌云表演一个自己认为最喜爱的节目，将节目气氛推到高潮，最后主持人总结。

八、节目特色：

聚焦青年，透析青年群体心理，设置嘉宾点评团和互动视频模拟再现，节目有很强的包容性和时代感，能抓住现代年轻人的心理，解决根本问题。

九、节目风格：

推陈出新，不拘一格。关注青少年成长励志，年轻时尚潮流，感情细腻真实。

节目类型：心理咨询、服务类

节目时长：30分钟(周播)

节目拟播出日期：

方案编目

一、 节目整体阐述方案

二、 节目形态方案(附一期节目文案)

三、 栏目组织方案

四、 节目运行方案

第一部分 策划整体阐述

节目背景

按照国务院关于加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见，将节目的录制现场搬进校园，采用校方领导、专家及相关话题的当事人(学生或家长)与热线咨询、现场讨论的形式，针对未成年人在日常学习和生活中遇到的问题与困惑以及当今大家比较关注的产生在未成年人当中的一些普遍现象(例如：中国的孩子为何不崇拜父母、家里和学校表现一致吗?)进行分析并提供，最终通过节目载体，提出问题的解决方法，是本档节目策划的原由。

节目形态简述

本节目是以《 中共中央国务院关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》为背景，选取在未成年人群体中发现的典型问题和普遍现象，采用外景连线、网络互动、短信参与等多种形态与现场专家、录制现场所在学校学生代表、家长、教师一起讨论问题、分析问题并找到解决问题的方法。

本栏目从形态讲求现场与网络的互动，在播出时要突出现场感与进行时;从语体风格上将突出平和、亲切、睿智、理性和分析的特征。这种形态强调了热线参与的方式，增强了观众对节目即时参与感。同时在节目录制进行中，可结合录制现场所在学校相关这方面进行的活动进行展示，增强整体节目的欣赏度、实用性，并结合节目内容展现校园风貌。

节目理念

分析并提供

所谓分析是以未成年人在学习和生活中产生的一些有典型性的问题或老师、家长在未成年人群体中发现的一些现象为个案，通过个案主题性分析的方法来探讨问题;所谓提供就是在分析的基础上，最终提供一个科学可行的解决方案。

以实用为特点

每期节目以一个话题为主题进行分析并最终由专家提供出一个明确的，符合实际情况的可操作的方案，改变了现在大多数谈话节目的那种就一个话题泛泛而谈，最终没有什么效果的现象，更突出了节目的实用性与服务性。节目在对具体问题的分析上采用点对点的方式，以媒体的角色针对典型环境中的典型问题提供咨询与解决方案。

受众定位

本节目走的是大众化的受众定位，面对的主要是数量众多未成年人及其家长、教师

诸多关心未成年人成长的人群。

本节目以产生与未成年人群体中的典型问题和普遍现象为核心结构整个内容，对于这些问题和现象进行分析、讨论与最终提供解决方案，但节目的内容选取的是与百姓生活密切相关，大家普遍关注的孩子成长过程中的热点问题。能够使观众在比照中产生心理映射与共鸣，具有广泛的受众基础。

本栏目大众化的定位一方面符合电视媒体做为大众传播工具的特性，利于发挥电视媒介的优势，同时也符合服务性节目观众面广泛的基本特征 .

节目排他性分析

内容

节目以“分析并提供”为自己的宗旨，从内容上针对普通老百姓

形态

从形态上看，以热线做为结构节目内容的形态要素，在节目设计中，随内容的变化将调查分析、外景小片、现场互动讨论、相关主题资讯等多种电视化元素加入其中，增强了的权威性和可视性。

互动性

节目将全程与网络与平面媒体进行互动。在本节目中，互动已经不再是可有可无的一部分，而是节目不可或缺的因素。前期准备阶段，将通过网络和平面媒体征集并发布选题，同时在相关媒体上形成主题性的讨论，以为节目提供观点。

网络直播

节目录制过程中，将进行网上直播，并随时和网民进行即时交流，网民可以通过网络直接向专家提问，或向咨询者进行建议，或参加网络调查。将分析、提供、咨询的过程让观众在第一时间获知，并及时地通过短信、热线电话参与。

第二部分 节目形态

节目名称

《成长热线》

参与的兴趣。

缺 点：名称比较直白

备选名称：《那些花儿》《沟通》《德育课堂》《我体验我成长》《与成功有约》

《青春宝典》《德育大家谈》《成长对对碰》

结构形式设计

整体形态：

《成长热线》栏目的基本形态特征就是与节目进程同步的“连线”，包括现场讨论

手机短信参与、平面媒体与网络同步发布、网上直播、画面连线等互动方式。

录制现场形式

在某一校园内搭建录制现场

录制现场设计特点：

以暖色为色彩基调，体现关心、关情。造型元素富有现代感

透明隔断两个功能区

主景区设计强调人物平等交流(如：呈椭圆性的人物座次方式)

大屏幕接入场外连线

设置有一定的前卫感和科技含量的细节道具，如：可移动笔记本触摸式屏幕

主景区人物设置

学生代表 1人

家长(或教师)代表1人

专家顾问团2人

主持人1人

结构说明 ( 注：结构样式说明以一期节目作为示例 ):

示例选题： 路上遇见事 你会围观吗

选题背景： (可用背景小片在大屏幕中展现)

放学时间路上发生事情

围观人群中肯定有学生

“如果你在路上遇到人群围观的情况，你也会挤进去看吗?”近日，记者用一个多星期的时间对环线辅路和较窄的普通街道上发生的汽车剐蹭、追尾或行人与车辆的纠纷等会引起路人围观的事件进行了观察，结果发现，只要是发生在放学高峰时段的引起路人围观的事件，围观人群中 100 %有中小学生参与。下午 5 时 30 分，在桃园南路发生一起两车追尾的轻微事故。很快，一些看热闹的路人便围了上去，现场聚集了二三十人之多。这时正是中小学放学的时段，几个在公交车站等车的中小学生也嘻笑着围了上去，而在人行便道上经过的一些学生也参与进了围观的人群。这时路上自行车、汽车的流量相当大，有些汽车就在围观的学生身后几厘米经过，相当危险，公交车辆进站也受到了影响，只能停靠在未到车站的地方，加剧了道路上本已比较严重的拥堵。

还有一种被动的围观。又一天的下午 5 时左右，燕兴大厦附近的人行便道上，两个小贩为了争抢“地盘”而起了争执，周围很快聚集了许多“看热闹”的人，而记者看到有几个家长自行车后座带着孩子也在其中。

结构样式说明：

开场

1. 广告、标版、冠名

2. 本期内容预告―― 路上遇见事 你会围观吗

3. 宣传片

4. 片头

5. 主持人开场――

主持人与嘉宾上场并落座。

主持人开场白

主持人介绍本期嘉宾组成

6. 主持人公布网上直播地址以及观众热线及手机短信参与方式。(主持风格：言辞简练，现场引导节目进程有仪式感，连线交流保持亲切感)

主持人提请大家观看大屏幕，并道出这期节目的论题

7. 学生代表发言：(场内及外景采访)

a：同学每当看到路上人们围那儿 我就想知道他们在干什么

b：同学每当看到路上人群里三层外三层围在那儿，我就非常好奇，想知道他们在看些什么。”也知道在路上围观是影响交通的不良行为，但有时候就是管不住自己。

c：同学：8 岁的小红则说，放学路上看到的“热闹”可能就是第二天和同学们在一起谈论的话题。有的时候同学在放学路上遇见些事，第二天上学去和大家侃侃而谈，她会非常羡慕，所以通常放学路上遇到有“热闹”可看的时候，她从来不会“错过”。

d：同学13 岁的初中生小义认为，在路上挤在人群中看热闹是一种不道德的行为。如果看到有人受伤，应该马上送到医院去救治;如果看到双方争执，应该向有关部门调解或处理，总之无论如何也不应该围观，这样会造成交通堵塞或者争执双方情绪失控等，事情会朝着不好的方向发展。

9. 主持人公布来自网络和短信的一些观点再次引发现场讨论

10. 最终引入专家观点：

要想孩子不围观 首先家长别围观

11.(专家连线或以小片形式出现)

慕尼黑大学教育学及心理学硕士、北京上濒教育发展研究中心主任兰海认为，青少年在路上参与“围观”的行为大多是出于好奇心，而好奇心体现了孩子对于新鲜事物的兴趣。她说，好奇心与创造力在一定程度上是相关的，有时候大人会鼓励孩子的好奇心。但是，作为社会的一分子，孩子的好奇心，应该用“度”来衡量，使其变成有效的、有社会责任感的好奇心。

兰海说，其实许多大人围观的行为也是出于好奇心，但他们在看到发生了什么事之后也没有离开的意思，其实这种行为某种程度上来说对孩子起到了一种引导作用。

样板行为

遇到紧急状况尽快报警

若是“热闹事”应立刻离开

兰海说，家长要改变孩子喜欢“围观”的习惯，应从以下几点入手。

首先，让他们知道自己虽然是小孩，但是也要承担社会的责任，要对社会负责任。让他们知道自己应该并且能够做什么。

其次，出现引发他们好奇心的事应该分两种情况。其中一种是可能发现状况的事情需要他们的帮助，而这个时候，他们需要做的事情就是尽快通知警察或者急救人员。一种就是“凑热闹”，在这种情况下，他们应该立刻离开。

最后，我们要给孩子一个正确的评价。如果他们对需要帮助的对象做出及时有效的帮助，我们应该赞赏孩子的社会责任感，同样，如果是单纯的“凑热闹”，我们应该加强孩子社会责任感的意识。

12 .结尾

主持人公布本期参与的热线、手机短信数量并抽奖

感谢观众参与并公布抽奖信息

校园学生青春风采展示

提供成长热线以及参与节目的方法

下期主题公布(配合小片)

包装

字幕滚动

频道导视

广告

宣传片

节目选题标准

典型性 ：选题必须是产生与未成年群体学习和生活中较为普遍的现象和典型的问题，应该是能够引起百姓关心和关注的话题。

贴近性： 选题应该贴近百姓生活，或者说根本就是在未成年人成长过程中碰到的事情、话题，能够引起大部分观众的共鸣和关注。

实用性 ：选题必须具有一定服务性和实用性，应该通过选题的实现，确实为观众提供可以借鉴的解决方法，能够启发百姓在今后教育子女碰到类似问题时的解决思路。

附：参考选题

1) 孩子为什么不开心?

2) 老师讲课时 你发短信吗?

3) 推门进出时 轻开轻关吗?

4) 你会接电话吗?

5) 老师批评人 你看热闹吗?

6) 今天你发泄了吗?

7) 你是否是愿意成为孩子的倾诉对象?

第三部分 节目组织方案

专家顾问组：

邀请相关领导、专家参与节目的设计及话题的讨论、设计。

领导专家构成：(山西省精神文明办 团省委 山西省教育厅 山西省文化厅

心理学教授 各地市相关部门负责人等)

节目组构成：

节目组有三个部门构成：选题组 编导组 制片组

具体人员如下：

制片人 1人 负责节目的整体运作及日常管理负责节目的整体策划

主 编 1人 负责节目的整体策划、节目选题的把握

选题员 2人 负责收集选题并打包筛选

编 导 4人 负责节目的制作和编辑

摄 像 5人 负责节目的录制及外景小片的拍摄

包 装 1人 负责节目的形象包装、节目包装设计

制 片 2人 负责节目经营及录制场地、观众的落实

第四部分 节目运行方案

节目运行共有四个阶段。

节目策划及评估调研阶段

由节目策划组与相关厅、局就节目的宗旨、框架和内容进行充分的调研、评估、论证，找到有效的结合点。节目策划组将具体的内容融合到节目中，力求节目在树立精品意识，坚持思想性、艺术性、娱乐性和可视性的高品质统一上下工夫，坚持高品位，高格调，宏扬主旋律，做出具体的节目文案。

节目制作期

待台批准后，成立栏目组，进行人员分工，开始节目样带和备播三期节目的制作，同时配合节目广告代理公司进行宣传，招商，力保节目在开播后有相对稳定的广告收入和经费来源。

栏目组将细分节目结构，由节目策划阶段向节目生产阶段转移，在做出全年选题计划的同时，设计定期的特别节目样式，力保节目在开播后稳定，可靠，便于操作。尽快形成模块化的制作模式。

节目审核、修改、播出阶段

月 日预审首期开篇，节目听取领导、专家意见，修改后再次政审、技审，并根据意见包装后三期节目备播入库，同时进入下一阶段操作。月 日正式播出。

节目改版，重大节目设计及节目播后意见反馈阶段

待节目播出后两个月进行如下工作。

根据观众收视率及相关部门领导、专家的意见，完善节目内容，提高节目质量，设计好主题节目内容，选好直播项目，并根据时效，如事件性、灾情等等，做好特别节目的准备。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn