# 最新电视栏目策划书综艺类 电视栏目策划方案(大全10篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-04-29

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。电视栏目策划书综艺类篇一现如今越来越多的人由于长期居住在城市中，整天被喧嚣的都市所包围，很难接触到...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**电视栏目策划书综艺类篇一**

现如今越来越多的人由于长期居住在城市中，整天被喧嚣的都市所包围，很难接触到大自然。所以，有很大一部分人都希望自己过一种原生态的绿色生活，告别汽车尾气，告别化学污染，告别食品问题，告别繁琐的工作……想让自己多去亲近自然，去探寻那些他们从未触及过的世界，驴友的出现正好验证了这一点。 尤其是年轻人们，更加崇尚野外求生这些比较刺激的活动，一些有热血的青年更是经常相约去野外生存，去释放他们堆积许久的压力，并且通过探险来学习求生技能，锻炼自己的毅力，提高自信心，完善自我，实现人生价值。

互相接触了解的节目，真是顺应发展。当然增加男女互相了解彼此的节目，不一定是相亲节目。 因为，相亲节目毕竟存在一些漏洞，男女嘉宾只是通过在台上简单的语言交流就决定对方是不是自己的意中人，显得略微草率。加上许多女嘉宾的拜金主义表露的十分明确，有点儿降低节目的内涵，容易给观众输入不正确的价值观。

所以我打算策划一档名叫《恋爱保卫战》的男女约会与野外生存相结合的纪实专题片，人只有在最危险的时候才能表现出最真实的一面。让互有好感的男女嘉宾，通过长达5天的野外求生，来加深了解，考验彼此的默契度，能不能在最危险的时候互相扶一把，还可以提高自身的求生技能，锻炼自己的毅力。用纪实片的手法可以提高节目的说服力，提高对观众的吸引力。之前，国外就曾有过一档收视率十分高的《野外生存夫妻档》的栏目，节目不仅满足了对野外生存感兴趣的观众的求知欲，而且促进了更加增进了一对夫妻的感情。

并且野外生存类的节目收视率越来越高。

二、企划动机

近段时间《非诚勿扰》等男女相亲的节目停播，加上野外求生节目拍摄的高难度，很少有电视台去做这类型的节目。把男女约会和野外求生结合起来可以大大提高节目的吸引力，刺激到观众。节目还涉及到了一些有内涵，有思想的层面，把人性最真实的一面解剖出来，比那些肤浅的娱乐栏目要更有看头。

我们之所以把这档野外生存的栏目加入男女约会的元素，还有一点就是，可以避免节目的枯燥性，告别传统的又探险家们去参与的栏目，让节目更加平民化;其次，可以让更多的人参与到节目当中，从而提高节目的收视率;最后，让观众一边可以看到惊险的野外探险，另一边还可以看到男女嘉宾的各种心理状态，以及爱情在危险面前经不经的住考验。

第二部分 节目设定

一、节目名称：《恋爱保卫战》

二、节目类别：纪实专题片

三、节目主旨：让更多的人可以通过多媒体来了解到他们未曾去过的神奇的野外世界，并且让观众知道最真实的人格是影响爱情成功与否的一大因素，而不是现今的各种拜金思想和飘渺的物质。

五、节目定位：走平民化路线

六、节目形态：嘉宾的年龄不限制，有意向恋爱的单身男女都可以参加。

七、节目内容：

第二步：节目分为五个板块：

板块一：根据报名者的先后顺序，选出一位女嘉宾，三位男嘉宾来参加节目，节目选择外景拍摄，主持人把男女嘉宾都约到一起，男女嘉宾进行自我介绍，简单的认识一下。

板块二：选择一个舒适的室内环境，把男女嘉宾约到一起，播放各位嘉宾准备好的有关自己生活的vcr。缓解节目气氛，主持人跟嘉宾们一起简单的聊聊天，然后各位嘉宾进行休息，利用休息的时间思考一下，对方给自己的感觉，并且可以咨询主持人感情问题，我们会选择一位像乐嘉那类型的主持人，可以在爱情方面给予人指点迷津。

板块三：安排女嘉宾分别与三位男嘉宾进行一对一的约会，由女嘉宾在三位男嘉宾中选出一位自己喜欢的男生。约会场面进行全程拍摄，主持人将进行全程介绍。最后，互有好感的男女嘉宾进行我们节目接下来的重要环节——野外生存环节。

板块四：节目的核心部分——野外求生。

第一步：前期要选择好野外生存的环境，野外生存节目选择的环境一般取决于两个特点：一是艰险性，二是新奇性。环境越奇异，观众的好奇心越强。环境越艰难，嘉宾的挑战难度就越大。比如：辽宁丹东的边境，长征之旅，新疆英雄古道，或者直接冲出国境，到古希腊访古之旅。在第六届的《生存大挑战》节目中，也曾有过挑战人类生存极限之地北极圈，是国内电视节目走得最远、最艰险的一次，我们节目也可以在选择环境上借鉴一下。

第二步：规定嘉宾在野外生存5天，提前给男女嘉宾准备野外生存的必需品，但是食物和住所要自己寻找或搭建。由专业制作团队全程拍摄，摄像机全程跟拍，中间时间，嘉宾可以对着摄像机说一些自己的想法和对彼此的看法，在此过程中我们也可以看到嘉宾双方对彼此的看法又有哪些改变。

第三步：节目组派车去接男女嘉宾和工作人员

板块五：在野外生存环节结束以后，由栏目组选择一个约会地点，如果男女

嘉宾对彼此满意，则按时赴约，如果不满意，则可以不用赴约。检验一下，在这五天的深度相处中能不能捍卫他们最初的爱情。

八、节目特色：给野外生存的节目中注入了新鲜的元素。

九、节目特点：本次野外生存节目还可以产生一对共患难的情侣。

十、节目风格：扣人心弦，惊险刺激，乐趣无限，温暖人心。

十一、剪辑风格：由于本节目是纪实专题片，所以拍摄的素材会很多，需要大量的后期剪辑工作来完成，要有一些小的穿插和快放。

十二、叙事方式：采用顺叙

十三、主持人串联风格：主持人要能给男女嘉宾的感情给予指点，说话幽默，风格清新。

十四、诉求对象：

十五、节目长度：40分钟。

十六、单集节目构成：

一、三位男嘉宾和一位女嘉宾简单地介绍自己，并且播放各自的vcr。

二、女嘉宾分别与三位男嘉宾一对一约会，最后选出互相喜欢的一对情侣

三、摄像机跟拍男女嘉宾在野外生存的场景。

四、最后，节目组给定好约会地点，看男女嘉宾经过相处还会不会赴约。 十七、播出时段：周六的晚上八点到八点四十。

十八、播出次数：一次

十九、节目集数：一集

二十、制作方式：由摄像机、电视、等传统的媒体进行制作。

二十一、版权所有：版权归出片方所有

二十二、合作方式：由出片方跟播出媒体共同获益，共同承担风险。

第三部分 摄制策略

一、主持人：一位思维敏捷并且控场能力极强的主持人。

二、创作思路：《恋爱保卫战》这一档节目，细分各个观众群，找到每个观众群的需求来发现节目的创新点，激活节目的辐射范围。

三、节目要求：结合各个观众群的心理需求来达到一定的收视率。

四、整体目标：节目播出时段，可以赢得绝大多数电视观众。

五、节目包装：由一些户外器材品牌特约赞助播出，知名制作人、投资商重磅 推出。

六、制作设备：摄像机，编辑软件，播出设备等等。

七、节目标准：达到省级节目播放水平。

八、工作人员设置：制片人一名、导演一名、摄像三名、主持人一名。

第四部分 行销宣传

一、节目优势分析：我们所策划的《恋爱保卫战》这一档节目，有明确的观众群指向性，细分了各个观众群。主要观众群是有意向谈恋爱的单身男女们，像这样的观众群他们会横向带动自己的亲朋好友也来一同关注。我们的次要观众群的辐射范围也是很广的，现在的青年们大多数会喜欢这种纪实性的又刺激的节目，并且我们的节目加入了温情的元素，容易打动人心。我们节目的形式是前所未有的，是一个很新颖的点。

二、节目市场分析：电视节目提供商、节目和观众三者好比是市场经济的厂商、产品和消费者,由于目前电视节目并未做到明确收费,所以对节目的衡量标准是收视率的高低。观众收看了某一节目就视作购买这一产品,收视人数的多少就可看作产品销售的好坏。我们这档《恋爱保卫战》节目，由于细分了不同层次的受众，形式新颖，有创新点，所以收视率一定会很高。

三、广告市场分析：我们这档节目的广告赞助商估计会有很多，因为这档节目涉及到了各种户外器材的领域，如：登山器材，高能量食物等等跟这些有关的产品，都可以吸引到广告商的眼球。

四、节目宣传片规划：选取一些嘉宾在野外求生时的素材，要环境很新奇的画面，加一些著名影视名人的祝福vcr，配上震撼人心的乐曲。

五、宣传推广规划：

网络媒体：通过四川卫视网络战略合作伙伴搜狐网、新浪网、百度贴吧进行宣传。将报名者信息上传到各大播客、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《华西都市报》等 电视媒体：在节目播出前以及播出中，四川电视台给与一定时间段宣传。四川卫视的各综艺节目中，可有主持人进行介绍《恋爱保卫战》。

第五部分 附篇

一、 企划人简介：

二、公司简介：

三、合作程序：

四、联系方式：

**电视栏目策划书综艺类篇二**

1.栏目背景和宗旨

我们的宗旨是：休闲娱乐，激荡创意，解读经典

2.定位

有一定知识，文化修养的年轻人

3.播出时段

《创意经典》栏目为日播栏目，为此赢得较高的收视率和固定的观众。

每晚在电视剧黄金时间刚结束时播出，每档30分钟

每晚9：50~~10：20（首播）

次日中午1：00~~1：30（重播）

4.栏目过程

1．《名剧广场》：（10’）

主要播一些上档次，有水平的幽默故事短剧

5分钟一部，每期共2部

其内容可根据名著改编，或根据流行作品改编，但一定要做到幽默，有品位。

2.《每日经典》：（10’）

每日推荐一定数量的优秀影片、音乐、书籍、戏剧等等。

可让观众现场观看，体会到其中的奥妙和经典所在

3.《创意高招》：

生活小点子，小窍门；或介绍一些事物，用来征集观众的联想

此栏目可按记者采访的方式进行

可加入一些动画（关于本期构想内容的）

此栏目需不断革新内容，不可固定太死

4《城市一角》：

一个城市，往往会隐藏着无数的秘密，同样，一个城市总会有无数充满创意有精致的商店隐藏在街道的某个角落。他们需要被发现，被更多的人所了解，我们需要把他们“挖”出来，没准会得年轻的创业者有帮助哦！！它会使有志于创业的朋友们的思路打开，创业起来更富于创意。

5.主持人风格

一男一女主持人搭档

气质：幽默，活泼，却不轻浮；说话有内涵，却不严肃；言语富有创意，并且风趣。

6.节目风格

节目尽量做的精致，尽量使其赋予美感，而不是仅仅单调的在镜头中出现几个人。应当做到镜头中节目多于人。

7.工作人员构成

主持人2名记者（外景主持）若干人

摄像5名编导若干人

编辑1名策划（创意人）2名

编剧2名经理（对外营销）1名

美工1名

设备和场所

1.演播室

2.合成制作机房

3.外景拍摄用的摄像机和拾音话筒2套

8.过程，程序

《每日经典》先找出较经典的东西或是受大家推崇的书、音乐、影片、美术等等，将其经典的部分展示给大家，以一边展示主持人在旁边一边介绍的方式进行（主要以展示为主）

《都市一隅》中可向观众有奖搜集他们发现的与众不同的店。

9.经费来源

10.对前景的预测

此节目的商业性不强，易导致经费不够。而且做这样的节目一定要注意创新，注意其经典的分量。因此，我们决不能放松警惕。在节目的运作期间，一旦出现问题，则应马上更改，以免带来隐患。

cctv《绝对挑战》系列节目策划方案（1）

2005cctv《绝对挑战》系列节目策划方案

平衡工作的成果，你认为你离开了人群就能回到自己的小空间了吗，不，你始终在职场。

――美国畅销书《永远的职场》

这是中国电视媒体最真实的对现代商业职场中职业竞技的一次解读

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

**电视栏目策划书综艺类篇三**

二、栏目宗旨：

让观众参予电视节目的制作，并且制作属于观众的节目。

三、栏目内容：

这个栏目的主要内容是在全国范围内海选，选出对电视节目制作有兴趣的观众作为嘉宾来到栏目组，在栏目组工作人员的帮助下，由他们策划制作一期电视节目，并在本期栏目的一个环节中播映。

附：观众的报名条件：

1、对电视节目制作非常有兴趣，愿意参予节目的制作，不需要熟悉电视节目的制作过程。

2、性别不限，年龄在20—70岁之间，身心健康，精神面貌良好。

3、参选观众必须是非专业人士。

4、必须遵守电视台的规章制度和栏目组的要求。

5、在栏目组网站上下载表格，填上真实的详细资料和近期生活照片，同时写一份栏目策划书，将其一起发至栏目组邮箱。

四、栏目结构：

栏目分为三个小板块。第一个板块为“由我来制作”，主要大体拍摄嘉宾制作一期电视节目的整个过程，经剪辑后播放，其中尤为注意过程中比较轻松有趣味性的故事。板块里还要穿插对嘉宾的一些采访。第二个板块是“我有话说”，主要是主持人对嘉宾的采访，话题围绕嘉宾制作电视节目后的感想。第三个板块为“节目展映厅”，用于播放观众的作品，其中作品里的主持人也由嘉宾担任。

五、栏目要求：

首先具备趣味性，讲述嘉宾在制作自己节目过程中的有趣故事，能够引起观众跃跃欲试想参予进来的想法。

其次是具备一定的知识性，为观众展示电视节目制作的一些基本知识。

第三是有一定的互动性，栏目组帮助嘉宾了解电视节目的制作知识，而嘉宾的一些有价值的构思可以反映给台里，提高台里栏目的制作水平和针对性。这个栏目也承担着部分收集观众对电视台的信息反馈的任务。

六、栏目播出：

每周六晚20：30首播 周日早11：00重播

整个节目时长为60分钟，时间分布为：开场2分钟，第一个板块18分钟，第二个板块8分钟，第三个板块30分钟，结尾2分钟。

七、制作步骤：

周日与周一组织专门人员浏览观众提交的表格进行选拔，这时的选拨是为下一期准备。周二到周五进行节目的策划与拍摄录制，周六进行后期制作。

八、可行性分析：

当今社会，不可胜数的电视节目极大地丰富了观众的选择性。而且观众的品味和文化层次也在不断提高，这就使他们对电视节目的制作水准和栏目风格的要求也在日益增高。要想引起观众的兴趣就必须选材新奇，栏目形式与众不同。而目前国内电视台里很少有一档让观众自己做电视的栏目，这个栏目的产生会给观众耳目一新的感觉，相信效果会不错。因为观众平时只是被动的接受电视台提供的节目，自己本身没有做过，对这会有很强的好奇心。

技术层面上，主要制作人员还是栏目组的工作人员，但尽量让观众自己独立进行，制作方面没有困难。制作费用上要比其他栏目少很多，只需要负担嘉宾的来回路费和食宿，成本不高，而嘉宾所带来的潜在价值却非常大，对电视台和栏目组的宣传也很有帮助。

九、人员设置：

制片人一名，执行制片人两名，主(元旦晚会策划书)持人一名，编导两名，摄像三名(同时负责拍摄或指导嘉宾制作的栏目并)，后期制作三名，嘉宾6名。

十、经费预算：

以一期节目为例，制片人1000元，执行制片人800元/位，主持人750元，编导750元/位，摄像550元/位，后期制作500元/位，嘉宾食宿由栏目组安排，约320元/位。经核算，每期节目的制作成本约为8920元。

**电视栏目策划书综艺类篇四**

举办地点：济南中海环宇城

举办时间：20\_\_/12/24日~20\_\_/1/2日

主办单位：

承办单位：青岛国展广告装饰工程有限公司

一.展会指导思想

繁荣市场，搞活流通，扩大消费，拉动内需。台湾制造的商品在大陆势不可挡。根据统计，最受消费者喜爱的以时尚名品、食品、台湾美食为主，随着两岸经济协议抵定，台湾与大陆两岸交流更趋密切，更加速台湾商品在大陆的普及，有效运用“20\_\_济南国际商品展览会暨台湾美食节”展示平台资源，发挥“中海环宇城”的品牌效应，为广大济南市区消费者提供安全、品质的优质的时尚产品与放心消费新空间，活跃市场气氛。此次台湾美食展览会一方面有效扩大内需、拉动消费增长，另一方面为来济南参展的台湾商户寻找代理商，为济南经济及文化的发展提供新的契机，注入新鲜活力。

二.参展商数量：150家

三.展品范围：

严选各类两岸商品、台湾伴手礼、美食小吃品项，八廓有全台最驰名的传统台湾美食场所【士市夜市】【台南府城】【基隆庙口】等原汁原味的台湾美食、小吃带给济南市民，具体有台湾蚵仔煎、大肠包小肠、章鱼小丸子、台湾沙拉臭豆腐、台湾沙茶鱿鱼、五项肉卷、台湾黄金虾球、基隆爆肚王、阿里山烤肉、蟹黄牙签肉、深海帝王蟹、台北深坑臭豆腐、酱爆大鱼丸、虎咬猪、澎湖烤扇贝、澎湖烤生蚝、油炸冰激凌、榴莲酥、台湾雪花冰、雪梨汤、青蛙下蛋、台湾金桔柠檬汁、椰香芋圆等各类品种繁多的台湾小吃，另外展出游客到台湾必尝的休闲食品特产及伴手礼：凤梨酥、芋头酥、台湾布丁、手工牛轧糖、竹炭花生、黑糖酥、台湾鱼松、棒棒糖、太阳饼。体验台湾驰名美食，在济南掀起一股台湾旋风。

四.展会执行及相关单位：

主办单位：

协办单位：青岛国展广告装饰工程有限公司

媒体支持单位：

电视台：济南电视台、海峡两岸卫视、台湾东森电视台、台湾亚洲卫视等

纸媒：大众日报半岛都市报经济导报齐鲁晚报济南日报济南时报

五.展会规划

(一)美食区

展示内容：台湾现场制作的美食

区域硬件配套：电源设备、照明设施、厨卫电器、医药箱、垃圾桶、灭火设备

(二)伴手礼区

展示内容：台湾精美伴手礼

区域硬件配套：室外走道、医药箱、垃圾桶

(三)文创产品展示区

区域硬件配套：展示桌子、卡片、卡台、投票箱、音响设备、灭火设备

(四)食客用餐区

区域硬件配套：餐桌、椅子、太阳伞、垃圾桶、医药箱、灭火设备

(五)主舞台区/副舞台区/音响灯光区

区域硬件配套：电源设备、照明设备、厨卫设备、灭火设备

(六)休息区

区域硬件配套：摄影设备、宣传短片、椅子、医药箱。

六.工作人员分工计划

组委会下设一个办公室和五个智能组，进行分工。

(一)办公室

1.负责活动总体策划、方案制定实施，做好各单项活动方案的审订和协调组织工作

(二)宣传组

1.负责美食节宣传方案的制定及宣传活动的组织实施

2.负责美食节宣传标语的拟定及宣传册的印制

3.利用网络、媒体宣传济南台湾美食节活动情况

4.负责美食节期间新闻媒体的联系落实、宣传报道及接待服务工作。

(三)会展组

1.负责落实中海寰宇城台湾美食节的布展、撤展工作。

(四)文化活动组

负责组织民俗文化演出活动

(五)招商洽谈组

1.负责组织开展招商洽谈、集中签约等工作

2.负责项目及经贸活动展牌布置

(六)安保组

1.负责制定活动的安保方案，做好名吃美食节各项活动的安全保卫、交通秩序和周边环境治理、用电安全及信访维稳等方面工作。

2.负责台湾美食节活动安全预案的制定及报批工作。

七.宣传计划

宣传工作(12月20日开始)

1.在济南电视台、济南日报、半岛都市报等优势媒体全面推出活动宣传海报。连续五天播出同一个主题和内容为活动造势。

2.公交移动电视按每天10次每隔一天播出的播放频率，播放台湾美食节广告，公交车是百姓最经常接触的交通工具，广告的传播强。

3.在活动周边地区覆盖dm单页宣传，配有专门的派单人员进行派单，吸引游客和逛街顾客。

八.服务商安排计划

展架提供：第三方协调出效果图(12月21日前)

射灯提供：第三方协调出效果图(12月21日前)

舞台设计：第三方协调出效果图(12月21日前)

九.现场管理危机处理方案

1.食品卫生安全预案

提前对参加美食节的单位，做好安全宣传，并检查是否有正规证件。在现场设立食品安全站，不定时对现场的食品进行卫生检查，如发现有违规行为，立即对其改正，如有下次严重处理。如有消费者发生食物中毒，应立即送往医院，不可私下处理，事后对其有关进行专项处理。

2.现场用电用火预案

3.现场暴力事件处理

现场发生暴力事件，应立即报警，并控制现场，疏散人群。避免事件的再次升级，事后积极配合公安部门调查。现场如发生偷盗事件，应立即报案并进行登记，调看现场录像，提供给公安部门为其侦破工作提供帮助。

4.人群疏散预案

专人进行对人群的引导，合理规划疏散路线，现场也有广播通知现场人群。做到及时分散，不发生踩踏事件。

5.摊位基本要求:

签署食品卫生安全承诺书。

加工食品器具等设备设施齐全?

制作煎炸食品避免高温或长时间加热?

油脂需连续加热使用,应及时添加新油或定期更换。

保质期内的待售食品应作保鲜处理,不得销售过期或变质食品。

使用专用食品销售工具或一次性手套。

在销售过程中应做到食品与杂物、钱币分开存放,不得接触钱币的手直接接触食品。

卫生保障要求:

每天进行清洁和消毒处理。

食品样品应留样,留样食品应按品种分别盛放干清洗消毒后的密闭专用容器。

6.现场环境卫生?

展现场铺设有塑料底层地毯可防滑,防油污、防火。

每3个展位配置一个大型垃圾桶。

现场保持定量的清洁工作人员,随时做到垃圾不落地。?

每日收场后,要求各商户清洁展位内外垃圾。?

地毯每晚进行消毒防止产生异味。

7.夜间货物安全?

5、完成商场及保安部指派的其他各项任务。

十.现场活动计划

(一)会场布置

1.活动时间：20\_\_年12月24日10：00—10：30开幕式

2.活动地点：济南中海寰宇城

(二)准备工作

1)礼仪小姐：10名，负责迎宾、引导、剪彩

2)乐队：10名，进行舞蹈表演、乐器表演

3)胸花：若干朵，供来宾佩戴

4)花篮：10个，置于进出口两侧

5)签到处：供来宾签到

6)音响：开幕式专用音响

7)贵宾间：开幕式前贵宾及演员休息处

(三)来宾签到送精美礼品

1)活动时间：台湾美食节活动期间

2)活动地点：济南中海寰宇城

3)活动内容：活动期间每天前30名消费顾客可到签到处凭借小票换取精美礼品一份，送完位置。

(四)文艺大汇演

2.活动地点：济南中海寰宇城

3.活动内容：台湾名俗节目、表演，舞蹈表演、小提琴激情演奏，不仅有固定舞台，还有在现场进行人物游街活动。

活动解释权归台湾美食节主办方所有。

**电视栏目策划书综艺类篇五**

栏目宗旨：

心\*如好水，文字如好茶，好水泡好茶。每一段文字都是生命的倾诉，每一段倾诉都是生活的感召，我们用文字书写人生，用文字记载青春。在这里，会将你的精\*纷呈大众，会将你的快乐传递大家，校园广播，墨\*流韵，是心灵慰藉的港湾，为你的心灵撑起一把伞。

前期准备：

2,整理：将收集的音乐材料，电影材料，文字材料等进行系统整理，剪辑并编排顺序。

3，试音：可以将整理好的材料按照之前编排的顺序进行简单试音，初步寻找播放感觉。

4，修改：在试音结束之后，对不满意或者不顺畅的地方进行修改，力求完美。

5,计时：每一季控制在五分钟左右，一期节目大约三十分钟。

正式播音：

第一季：

蓦然回首

当我们踩过时间的车轮，跨过脚下流过的生命之河，是否会回头看看，那些曾经熟悉现在却又趋于陌生的风景。。。

注：谈谈过去的人或事，让我们一起回味一下曾经的味道。

第二季：

随园诗话

假如时间是一把折扇，我愿永远撑开着它。假如生命是一束昙花，我愿永远活在午夜。假如你是一位诗人，你是否愿意，用心去发现世界。

第三季：

影乐

**电视栏目策划书综艺类篇六**

电视栏目《刘维忠中医话养生》（暂定名）

策 划 案

【节目立意】

投放媒体：张掖电视台新闻综合频道、公共频道

张掖新闻综合广播 中国张掖网

投放时段：定期黄金时段首播，次日重播。【时长】

每期节目加播广告及片头共计30分钟。

【播出周期及时段】

每月两期，每两周播出一期

时间 计划2024年10月开始 地点 兰州 张掖 【播出时间】

计划2024年12月 【栏目运行机制】

由市卫生局和刘维忠专家等共同协商确定。【组织机构和后勤保障】

市委宣传部、市卫生局、张掖市广播电视台。

车辆及采访设备，编导1名，摄像1名，主持人1名。【运行经费预算】

预计费用5万元。可从广告运营费用中核算。【广告投放】

省市卫生机构可投放部分广告，重点以形象广告为主。

**电视栏目策划书综艺类篇七**

节目时长：30分钟（周播）

节目拟播出日期：

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

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。

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。

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。

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在教育自己的孩子过程中遇到的问题和孩子成长过程中的行为进行分析，并提供解决方法，这种针对普通人的热线咨询式的内容，在目前山西台尚无类似节目。

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。

**电视栏目策划书综艺类篇八**

《好吃佬》电视栏目策划案

一、栏目设置的背景

饮食是一种文化，而中国美食则誉满天下。中国菜好吃，外国人爱吃也是不争的事实。中国的饮食文化也源远流长，几千年来人们通过不断的总结已形成了中国的八大美食菜系，即鲁、川、粤、闽、苏、浙、湘、皖流派。

一谈到中国饮食文化，许多人会对中国食谱以及中国菜的色、香、味、形赞不绝口。但是如果要从比较的角度来探讨饮食文化，可以操作的办法是把握住中国饮食文化的精髓。没有比较就没有鉴别。在讨论中国饮食文化时，从饮食生活方式的角度来着手。而实际上，中国饮食文化，实际上也是指中国人的饮食生活方式。而要谈中国饮食文化就必须涉及到中国文化，两者的关联是极其密切的。因而我们有必要先对中国文化的某些特征作阐述。

随着人们生活水平的提高，工作节奏的加快，对于饮食的要求也越来越高，老百姓们也正经历着“色香味“的饮食习惯向健康饮食的一个转型，对于饮食的品质要求也越来越高。不仅要好吃，还要健康吃。

二、栏目的宗旨与目的好吃佬，吃美食，栏目定位在于是一档美食类的电视栏目。

娱乐，在这档栏目中，用好吃佬的趣味性，丰富生活，在娱乐的过程中，获取与美食相关的文化，让观众开心之后对下一期节目有浓厚的期待。

有防癌帮助，预防等起到辅助效果。熟知养生之道，吃出健康生活。

通过“好吃佬“这档节目让观众提高生活品质，不仅要味道好，更要健康好。在了解饮食文化的同时，提升品质生活。

三、栏目选题

可以从汇集各地经典美食。从它的的起源，有趣的故事到做法及美味文化。将美食做成文化的经典演绎。对于提升美食栏目的品味，突出栏目独有的风格。还可以从人们日常饮食的细节，来养成大家良好的饮食习惯。

四、栏目的定位与设置

栏目名称：《好吃佬》

栏目口号：好吃佬，吃美食，吃健康

栏目基本类型：采用喜闻乐见的方式，增强亲和力，产生共鸣。

2.针对年轻爱美女士，推出美容养颜的好吃佬美食秘方

3.针对中小学生，推出健脑益智的好吃佬美食秘方

4.针对季节，预防疾病，推出预防疾病的好吃佬美食秘方 栏目框架：第一单元：好吃佬开心吃（10分钟）

内容点：本单元将结合与美食有关的风趣故事，生活趣味，为后一

个主题热身，添加栏目的趣味性。

形式：用一些搞笑剧，生活类的经典台词，不同的美食小故事

第二单元：好吃佬速递（10分钟）

内容点：本单元主要是介绍近期的美食新资讯，内容灵活，组织多

样化，多用于介绍与解说。

形式：用娱乐播报的形式，追求画面感，结合时尚的风格展现好吃

佬的食尚之风。

第三单元：好吃佬做美食（10分钟）

内容点：养生美食，食疗调理美食药膳，美味世界

形式：每期推出一道养生菜

栏目设置：名称：好吃佬

时长：30分钟

时间：每周六下午5：30~6:00重播次日12:30~13:00

投播：总52期（含重播104期）每周一期

五、栏目包装

形象识别系统：为了配合栏目做前期及后期的推广工作，对于栏目的设计要有较强的视觉冲击度，要将栏目形象识别做得富有创意，易识别记忆。基本要素包括：标志，标准字，标准色，标志和标准字的结合。

片头设计：可以采用风趣，幽默的vcr体现

六、栏目的运作

栏目实行制片人制，资金实行包干制

七、栏目推广

1.电视台

栏目投播前，在省卫视频道进行黄金时段的宣传投播

2.平面媒体------报纸，杂志

预热期：在《楚天金报》、《武汉晚报》主流媒体进行软文报道

预热期及升温期，选择线路长，人流量大得线路做车体广告（期限三个月以上时间最佳）

4.网络

电视台网站、美食网站、微博；设置官方网站、微博，提供互动交流的平台，做免费推广。

八、广告合作形式

赞助方案：价格全年100万人民币

播出频次：栏目全年52期，含重播104期

广告形式：1.冠名片头

播出形式：节目播出时片头为“xxxx企业好吃佬“

节目插播2次片花“xxxx企业好吃佬“

2.栏目冠名标版

表现形式：5秒栏目冠名标版

配音：“好吃佬由xxxx企业冠名播出+企业广告语“

3.栏目冠名预告片

表现形式：栏目预告片落幅含企业的logo

时间：每周《xxxx企业好吃佬》播出前四天不少于10次

4.压角标（含重播）

表现形式：企业名称或logo在节目播出时压角标1个时长：全程角标 104期

5.栏目插播广告

节目中插播一则30秒广告和两则15秒广告

6.主持人口播形式

“xxxx企业好吃佬”由节目主持人在节目中口播，每期不少于3次

7.现场广告位

《xxxx企业》栏目现场显著位置设冠名企业logo一个 协办单位方案

价格：全年50万元人民币

播出频次：栏目全年52期，含重播共104期

广告形式：1.制作一版长5秒，带有企业品牌、标志的协办标版

配音：好吃佬由xxxx企业协助赞助播出

2.节目插播广告

节目中插播两条15秒广告

3.现场广告位

《xxxx企业》栏目现场显著位置设协办单位logo一个

4.片尾署名：鸣谢单位名称，全年104次

鸣谢单位方案

价格：全年20万元人民币

播出频次：栏目全年52期，含重播共104期 广告形式：1.节目中插播一条5秒广告

2.片尾署名：鸣谢单位名称，全年104次

**电视栏目策划书综艺类篇九**

尊敬的领导：

您好！我来自xx，是大学级广播电视编导专业的毕业生，本着对贵单位的向往，我毛遂自荐递上这份自荐信。

在其他能力方面，我始终以提高自己的综合素质为目标，以自身的全面发展为努力方向，树立正确的人生观、价值观和世界观，始终以一个正直青年应有的道德行为规范约束自己，克服人性的弱点，不断进步和完善自己，形成服务大众的思想，期望自己成为一个对社会有用之人。

在毕业之际，我充满喜悦和期盼，面对挑战，我有足够的心理准备去迎接。

如果贵单位需要一名我可以胜任的工作人员，我毛遂自荐，期望成为大家中的一员，与贵单位一起发展壮大。

请您给我一片展现自我的天空，我愿用我的努力和汗水来回报贵单位的任用。

敬礼！

求职人：×××

20xx年xx月xx日

**电视栏目策划书综艺类篇十**

“时间真的过得好快，时间真的不等人”。大学三年，我一觉还没睡醒就有人跟我说现在是xx年，突然发现，我就要毕业了，真的有些感慨，往事历历历在目！在这个假期中，给我感触最深的那就是第一次去体验生活，真正感受到人生的酸甜苦辣。也许对多数人来说这只是一个平淡的冬季。

起初，大家都认为这一次的实习只不过是随便找个单位盖章然后应付交差。但是，今年寒假我不想让这个冬季平淡过去，我想通过这次实习了解社会，真正学到一些东西。我于11月26日武汉电视台百姓连线进行了为期2个月的专业实习，成为了一名实习记者。

记得有句颇富有哲理的话，如果想知道梨的味道，就要亲自去尝一尝。这两个月的实习经历就是从不知梨味到体味其中酸甜苦辣的过程。除了体验到记者这个\"无冕之王\"职业所带来的乐趣与成就感之外，更多的是学到了一种认真严谨的工作态度，与人沟通的能力和获得了一份宝贵的人生经历。

首先说说在百姓连线的工作心得。在编辑部二个月的工作生活，我感触最深的就是，这里是我的第二个家，新闻工作可以在快乐中完成。编辑部的老师对我们这些新人亲切有加，在工作之余，以朋友的姿态经常和我们一起唱歌，坦怀聊天，非但不摆领导的架子，而且还以关爱之心在引导我们做好新闻工作，对我们这些新人投以真挚友情的目光，在工作中，只要你需要，他们随时给予热情地指导；工作之余，大家开怀谈笑，不分彼此。正因为如此，在编辑部的工作，让我体会了在愉快中完成工作的欢欣。

1、基本了解使用和维护摄影机；

2、基本掌握了社会新闻的采写和区别；

3、基本了解编辑新闻摄像带的大致流程；

4、基本学会电视新闻稿的一些写作方法和技巧等。

在这期间我不仅可以较好地配合各位师兄一同出去采访拍摄工作，还可以自己独立外出采写完成具体的新闻作品。一个月的时间，我配合各位师兄一起完成新闻采写近18篇，自己独立完成的采写作品1篇。老师每次安排的采访任务都可以顺利完成。

1、新闻的采写比较古板，缺乏新意；

2、新闻的敏感性相对较差，特别是对与会议新闻相关联的社会性新闻把握不足等。

刚来的日子基本上都在接热线电话，帮助老师收集新闻线索。开始觉得有些枯燥，没意思。但后来发现，这些电话对于我们来说是非常重要的。要写出一篇好新闻，就要先找到线索。通过电话，我们就能在最快的时间内发现新闻，赶到新闻现场。

当我看到所记录的新闻线索变为一篇篇新闻播出，更加感到新闻线索的重要性了，对接电话这样的简单工作更是不敢马虎。也不再小瞧。每一个打进来的电话都会认真记录。以方便之后的采访工作。

老师告诉我们，在接电话的时候，我们需要问清楚事情大概的情况，对事情有一个初步的了解。并且时间久了之后，你会慢慢发现哪些事情是有新闻价值的，从而做出一篇完整的新闻。

读书破万卷下笔如有神，以上就是为大家整理的6篇《电视栏目包装策划文案范文如何写电视栏目包装策划文案范文如何写好》，希望对您有一些参考价值，更多范文样本、模板格式尽在。

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