# 最新电视栏目策划书 电视栏目策划方案(汇总10篇)

来源：网络 作者：雨后彩虹 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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧电视栏目策划书篇一电视栏目把一些或一组题材内容、性质、功能目的，或形态相近的小节目纳...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**电视栏目策划书篇一**

电视栏目把一些或一组题材内容、性质、功能目的，或形态相近的小节目纳入一个定期定时长的某时段中播出，并将这一定期、定时长播出的某时段冠以名称，这一冠名播出时段的节目我们习惯于称为电视栏目。现在，就来看看以下两篇关于电视栏目

策划方案

吧!

背景环境：

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：暂定

一、栏目名称：

《新闻现场》

二、栏目宗旨

围绕当前社会大众感兴趣的问题，涉及社会生活的各个方面进行较广泛深入的报道，揭露表层之下的实质问题。

三、栏目定位：

1.功能定位：《新闻现场》栏目将突出电视媒体的服务性和引导性。作为一档杂志型早间新闻栏目，《新闻现场》立志为大众带去最新、最需要的新闻资讯，让受众在清早刚起床就能与社会做良好的沟通，成为一剂重要的润滑剂;同时传播先进的思想理念，引导受众积极正确的人生观、价值观。

2.内容定位：《新闻现场》的选题可基本归纳为五个方面。

(1)国内外重大事件，如日本9.0级大地震;

(2)民生改革话题，如医疗保险、住房问题;

(3)影响重大的社会事件，如国家货币升值带来的社会影响;

(4)平民人物的现实生活及其引发的社会状况;

(5)文化艺术生活服务资讯。

3.受众定位：《新闻现场》的五个选题兼顾了新闻性、社会性和时代性，站在平民百姓的角度透视正在发生的社会生活全貌。其覆盖面宽广，角度精锐，必将带来大范围的受众，为创造优秀电视栏目提供了可能。

四、栏目风格：

《新闻现场》给主持人定位的风格是端庄亲切、活泼自然。要求主持人以明快流畅的口语播报新闻，这种有别于严肃正式的新闻播报方式树立了《新闻现场》清新舒适的风格，让观众一早醒来在愉悦的心情中观赏节目。

五、栏目宣传语：

“新闻现场，关注您的关注。“天下尽网罗，欢迎您收看新闻现场。”

六、栏目形式：

《新闻现场》是一档杂志型早间新闻栏目。

七、栏目概况:

1.时间：每天早上7点10分至7点50分(包括4分半钟广告); 2.基本形式：分为4个板块;国内外重大事件、民生改革、具影响力的社会事件和平民人物文化艺术生活服务资讯的时间比例是1：3：2：4。广告在一个板块结束后插播，共三次，每次1分半钟。这种“杂志式”结构，给予电视新闻节目紧凑而完整的特点，环环相扣，一气呵成，给观众很强的视觉冲击力和思维连贯性。

八、栏目的包装和推广

闻、话题类新闻则在一定长度内展开，让受众积极的以短信或网上投票的方式参与进来，使整个栏目的影响更立体，更深入受众生活。最后将文化艺术生活服务等资讯放在栏目结尾，放松和调剂受众的神经同时也为本新闻栏目添加一丝情趣。

2.片头、片尾和提要：片头可选择《新闻现场》的栏目主持人用轻松时尚的口吻说出栏目宣传语：“新闻现场，关注您的关注。”配上动感和极富节奏感的音乐，增强了节目的时代气息;片尾播放制作团队并可选择播放经典歌曲及热门网络视频;内容提要可选出本期的重点新闻剪辑成片段播出，以引发观众观看兴趣。

3.主持人造型、服饰： 在主持人的包装上定位为时尚不乏端庄，亲切自然。

4.推广：如今的时代单靠节目质量提高收视率似乎已不合适宜了，在节目保证质量的前提下做好节目的包装及推广是十分有必要的。大到台里的推介片小到栏目工作人员的名片上都印上节目的播出时间、定位和主旨。让更多的人知道这样一档栏目，并努力让受众把观看这档节目形成一种习惯。

九、栏目核心卖点、吸引受众点：

1.本栏目的结构形式是杂志型新闻栏目，富含大量的新闻资讯，吸引受众眼光。

2.栏目定位一别以往严肃正派的新闻播报方式，以亲切自然的形式将新闻传播给受众，注重受众心理。

3.在新闻选题上注重民生和艺术文化生活资讯，贴近受众生活。

4.以短信、网络投票等方式和受众进行良好沟通，增强互动性。

十、主创人员组成

**电视栏目策划书篇二**

内容摘要：

项目教学法在高职编导专业教学改革中的运用不但要明确项目教学法的概念和范畴，最重要的是要把“项目”设计到位和执行到位，才能真正完成教学改革的目的和任务。才能达到真正的教学效果。本文就将《电视栏目策划》教学改革的成果，项目内容和标准的制定撰写成文，以供大家分析和讨论。

关键词：

目教学项目内容验收标准

高职类编导专业本身是一个很特殊的专业，而此专业的教学内容和教学方法都与一般综合院校的编导专业不同。高职类编导专业的教学更注重操作性、职业性，强调的是学生在岗位一线的实际工作能力。但做为一门侧重前期策划的课程，又无法只让学生学会简单的技术操作，必须让学生真正理解和学会如何制具有操作性的策划方案。因此，教师教学中的改革就是必不可少的一项任务。

我院编导专业《电视栏目策划》课程教学小组在四年的教学实践当中逐步完成了对高职类编导专业《电视栏目策划》课程的建设和改革。在几年的教学过程中将课程内容和一线岗位对接，将教学目的和学校教学资源进行整合，最终走出了一条通过设立规范的项目和营造真实的工作情境来完成教学的道路。经过几轮教学的归纳和总结调整，我院《电视栏目策划》课程的项目教学内容和项目验收标准进行了规范化建设，初步建立起了一条规范的项目教学模式。不但有了规范的项目内容，在项目验收标准和审核标准上也有了规范化的建设。

一、以岗位要求为导向，改革教学内容

《电视栏目策划》课程的教学目标是培养学生策划和制作电视栏目的能力。对高职类型的编导专业学生来说，此项能力的培养需要借助于一线实践的操作反向推动学生的文案写作能力。在我院教学资源和合作办学资源的支撑下，我院《电视栏目策划》课程的授课建立了自己独有的模式。

首先，学生和教师在学校200平米演播室上第一堂课，由实训中心200平米演播室的两位指导教师给学生介绍演播室的各种技术设备和基本使用流程，任课教师在演播室现场授课，讲解栏目策划的流程，学生分组在演播大厅和导播间观摩，对课程和课程的实训地点进行初步认知。

其次，按照电视台电视栏目从策划到制作的整体过程，课程打破之前《电视栏目策划》进行理论授课的束缚，将其放置在高职教育的大体系之下，以高职教育的思路和理念将本课程的授课内容修改为六个教学项目，通过六个教学项目搭建起整体的理论教学和实践教学。通过项目的操作和具体的任务布置，实现学生运用已有只是主动、自发的学习的能力。

二、以岗位工作流程为结构，建立教学过程

课程内容的具体授课，是按照电视台栏目策划的流行逐步进行的。但我们在授课中的任务重点是培养学生的策划和制作能力，而不单纯制作节目。因此我们的授课过程把几个环节进行了强调，以演播室的实践训练来进行策划和文案写作的能力训练。

学生学习的课程在演播室观摩和初次实训结束后，就进入具体的项目操作和学习阶段。首先教师要系统讲解电视栏目策划这一职业的要求和制作流程，使学生对栏目策划人有一个基本的认知。然后将学生进行分组，各小组成员以电视栏目策划人和电视栏目制作人的身份对自己小组需要制作的电视栏目进行调研，并形成调研报告。这个研究项目是对某一类型的栏目的资料搜集，各小组选择一种类型的栏目去搜集国内外关于此类栏目的所有资料，包括文字资料和视频资料。然后大家集体讨论，对此类节目的现状、特点、优缺点都进行分析。小组长负责制作出ppt并代表团队进行公开汇报。

在调研部分的汇报结束后，各小组根据调研阶段对于各类栏目类型的分析结果，进行栏目策划，每一个小组至少提交两个栏目策划方案和根据此方案制作的不少于5个的内容选题。这两个栏目方案需要按照教师给出的文案格式和标准要求进行撰写。教师在项目内容布置之前，需要进行一线栏目策划文案的展示，并给学生一个规范的文案格式模版，让学生按照规范的格式，根据自己的调研结果和学校实训中心演播室的实际条件，进行栏目策划案的撰写。

栏目策划案完成后，各小组根据通过的栏目策划方案和各小组申报通过的选题写作单期节目的脚本。节目脚本写作之前，由教师演示一线节目制作脚本，讲解节目制作脚本的写作方法和格式要求，学生根据教师讲解的写作方法和写作格式进行脚本的撰写和修改。

节目脚本通过后各小组按照脚本在演播室或者相关场地完成节目录制，以演播室为主。以演播室的第一次实际预录制的结果检验节目脚本的可操作性和系统性。以预录制过程中遇到的问题去反思策划和脚本中的问题，并进行再次修改和写作。最终在演播室实现正式录制。

录制完成之后，将会进入剪辑阶段。由于我院演播室录制的节目达到了县级电视台的播出标准。因此学生会根据电视台播出要求，对各小组已经录制完成的节目进行剪辑包装。在剪辑之前，各小组需要对录制的素材进行初步分析，写出剪辑方案，再进行剪辑。剪辑过程中需要参考当下同类型电视节目的剪辑风格，在学习当下的基础上进行创新。教师在此阶段需要加强引导互动，主动引导学生反思小组调研部分的内容，帮助学生主动分析和学习当下节目的剪辑风向。例如，20xx年下半年真人秀、谈话节目的剪辑中，剪辑率有了大幅度提升，在字幕的使用上也与之前有了大幅度的不同，编导的观点和态度直接通过字幕展示在节目中是20xx年某些电视节目类型中新出现的亮点。这种新型的剪辑风格，教师要即使的引导学生关注并借鉴，并再此基础上进行符合自身能力的发挥。

通过剪辑，学生会进一步发现自己在栏目策划前期以及拍摄中出现的各种具体问题，会让学生在处理剪辑中的问题时对自己的栏目策划案、脚本和录制进行第二次反思。

在学生们完成作品的剪辑之后，会通过播出和师生点评对学生的作品进行验证。学生的作品先进行公开播放与讨论，然后再次修改，最后达到网络电台或者县级电视台播出标准完全修改完成之后，作品上传至网络平台，进行播出前后的宣传。学生在此了解掌握一档栏目的播出不只是完成录制和剪辑，后期的营销也是策划人要考虑的问题。

文档为doc格式

**电视栏目策划书篇三**

1、综艺节目的内容走向，越来越低俗粗鄙，从整人风到八卦风。电视节目为了吸引观众，不得不做洒狗血的单元内容，来换取收视率。

2、电视真人秀节目形式越来越多样，受到观众的追捧喜欢。

虽然电视媒体的环境让许多人感到相当诟病，不过，还是有制作单位坚持做出适合阖家观赏的优质节目。另外，在《广电人市场研究》中也指出，从收视率的数据来看，被评为优良节目的收视率未必低于被点名的不良节目。因此，节目的制作，不必为了冲刺收视率而下血腥的猛料。

本策划案希望提出一个能够阖家观赏的电视真人秀节目，一个就像“阅听人监督媒体协会”说的，父母亲跟子女一同观赏的节目。

日本电视节目常有许多帮助完成梦想与任务的节目，或者是征选明星的节目。

中国年轻一代的工作条件不断恶化，大学生毕业即失业，迫使年轻人失去梦想的勇气，集体向现实投降。其实很多年轻人、大学生都有许多的梦想，有的\'是儿时就梦想的，有的是随着年龄的增长而积攒下的，姑且不论这些梦想是否不切实际，但是我们看到这些年轻人为了梦想而努力奋斗的身影。

(一)节目名称：玛丽圆梦录

超级玛丽，是最早的电动玩具。电动玩具的特点是：会让玩家不断地想要闯关成功，完成破关的梦想。由于本节目是一个鼓励年轻人寻找失去梦想的节目，因此利用这个早期电动玩具的名称，取名为“玛丽圆梦录”，而更妙的是，如果把节目名称连起来读，又正好与美国影星玛丽莲.梦露谐音，这一点在传播过程中，是非常上口且讨巧的。

(二)节目宗旨

本策划案，是要提出一个让当下年轻人有机会去实现梦想的节目，同时，让人们了解到有些梦想，是不那么容易实现的，在这个过程中，是要付出艰辛的努力，或者是遭受失败的挫折，李年轻人寻找失去的梦想，也借此了解到究竟这个梦想适不适合自己。另外，希望这个节目能够鼓励年轻人寻找失去的梦想，也能得到观众甚至是整个社会的支持与鼓励。

(三)节目形态

每个星期播出一次，每个企划的播出集数，会依照不同企划的职业性质与衡量进行。

1、介绍节目企划职业的人物、工作、职场环境、社会地位与市场需求等等特色及性质。

2、报道参加企划职业主题的入围者。

3、呈现参加者训练的完整过程。

4、节目每进行到某个段落时，回到节目现场，让主持人与特别来宾对于参加者的表现进行讨论，也让观众缓和一下情绪。

(四)受众范围

节目的受众范围广大，喜爱追求梦想或者喜欢看别人追求梦想的，不分男女老少，都是本节目的受众群体。

(五)诉求方式

实地拍摄，真实情节来进行，同时以时而温馨感人时而幽默搞笑的方式，附教育意义的方式，提供给收看节目的观众。在节目进行过程中，要穿插其中一些小插曲或设置一些小环节来引起大小高潮。

(六)节目播出时段

每周日晚八点钟播出

(七)节目长度

总长度;90分钟

(八)预期效果

近程目标：让观众了解许多工作的真正性质。

中程目标：带领观众了解这些工作的甘苦，以及要投入这些工作必备的实力与训练，进而从对工作的深入认知，了解自身是否合适从事这项行业。远程目标：带动整个社会的所有人，都能寻找失去的梦想。

(九)表现大纲：以第一期为例(梦想成为新闻主播)

段落一：介绍本期节目内容

实际到节目合作的电视台新闻部拍摄主播一天工作以及到街头访问的影片，包括介绍新闻主播的工作内容、性质、职场环境、市场需求、社会地位与所需的条件与专长。

段落二：介绍参加节目企划主题的入围者

参加“梦想成为新闻主播”的报名者有哪些人，包括报名者的背景资料、学历、经历、参加人数、男女比例等等。制作单位与合作的电视台对其进行筛选，选出适合的人员进入入围者名单。

段落三：完整报道入围者的训练过程以实地拍摄、真实情节的方式，报道入围新闻主播后在合作电视台新闻部整个训练的过程，包括正音咬字的练习，播报技巧的练习，改写新闻稿的练习，sng联机播报的练习等等。

段落四：梦想起飞

经过所有筛选与测试的参加者，节目会立即安排入选的新闻主播，担任一天新闻播报的工作。

段落五：

节目进行到某个段落时，回到现场，让主持人与特别来宾对于这些新闻主播的表现进行评论，最后评选出最优者。

(十)配套设施

1、电视媒体广告：在节目开播前，在电视频道上以滚动播出的形式，进行大量的循环宣传广告，以吸引人眼球的方式引起观众的兴趣。

2、平面媒体：加强与各平面媒体的合作。

3、网络媒体：充分利用网络的强大资源与人脉，加强与各大入口网站的合作。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**电视栏目策划书篇四**

1、本期节目主题：我为整容狂。

2、本期栏目背景和宗旨：随着社会的发展，经济的发展，社会竞争的加强，人们对美的要求越来越高，对于不满意自己外貌的人来说，整容是改变自己自我面貌的迅捷手段。本期节目就对整容带来的利与弊展开讨论。

3、观众定位 ：即将应聘的女性，有一定知识，文化修养的年轻人

4、播出时段

《事实探讨》栏目为天天播出栏目，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)

5、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。

6、主持人风格 ：女主持人，平易近人。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。

7、 嘉宾：中国著名整容手术专家：陈焕然(毕业于协和医科大学，获整形美容外科专业博士学位，专门从事人体面部五官的整体设计与整形美容手术)。人造美女：杨 媛(在世界三大选美赛事之一的国际洲际小姐选美赛中，身高一米七八的杨媛凭借着娇好的面容和身姿，一路过关斩将，顺利闯过北京赛区的决赛。不了在决赛前 夕，十九岁的她却因为进行过下颚、牙齿等十一处面部整容而被取消参赛资格。)

8、节目流程：1)节目固定片头

第一部分：主持人开场白：人类对美的追求是社会进步的象征，有数据统计：中国美容业，每年有一千六百多亿元的收益，美容成为继买房、买车、旅游后的第四大消费热点。对于不满意自己外貌的人来说，整容是改变自我面貌的迅捷手段。但整容到底能带来什么利弊，是因人而异的。

嘉 宾轮流陈述观点：陈焕然观点：每个人都有每个人的追求，整形外科医生看到一个女孩就是一个材料，不是每个人都是适合整容的材料，有的人适合整，也有的人不 适合整。我经常会开玩笑说，有的材质不行，上帝来整也不会有效果的。。。。我虽然身为整形专家，但我不赞同所有爱美之人都来整容，因为整容所带来的结果有 时会影响一个人的一生。

杨媛观点：在生活当中人是动感的，每个人都希望自己是最漂亮的，就说不管我以前有多丑，我身为模特，上到舞台我脸 很宽，鼻子又很矮，看过自己的带子后从身材来说都是很好的，但唯有一张大脸，让我显得很胖，很难看，影响的所有整体。所以我选择整容，我觉得整容对我才是 最好的选择。

环节二：街头采访

第二部分：主持人串词

嘉宾和主持人一起现场讨论：杨媛：我以前心里经常会想，怎么老天这么不公平，给我一张这样的脸，又让我走上了模特行业。。。。。。。。

主持人：(杨媛)你当时刚整完容看到镜子里的自己有什么感受?

刚做完手术肿了多长时间?这个手术花开了多少钱?你对现在的自己满意吗?

陈焕然：我还是建议大部分女性，如果没有什么特别的大的必要不要选择整容。

做什么手术都是有风险的，我在做手术上经常会遇到有些做坏的人来进行第二次手术的，如果手术失误，“整容”就变成了“毁容”。

第三部分：现场观众参与讨论和提问

第四部分：主持人结束语

**电视栏目策划书篇五**

策划思路简诉：

节目策划，最终得目的是对电视台广告收入的带动，一个有强大对广告收入带动力的节目，才是这个商品时代得最好节目。因为所给信心不完全，我们我们在这里假设委托人是与某地方电视台合作得策划公司，要求我们以“假新闻”为思考方向，作一份策划草案。

我们预想之中的“假新闻”栏目，是一个以“愚乐”娱乐为主题得节目。新闻式的表达手段，严肃地表达一些搞笑甚至恶搞的创意，配合制作精美的短片，力求在3分钟左右的时间里，给观众带来最大限度得快乐。每期3分钟，在各小时的54分开始播放，在这个电视上节目内容的真空期中，占领消费者的荧屏，拉动节目前后3分钟的广告的销售。

这个项目主要在两个方面有创新意义：

1、把恶搞短片从网络搬到更权威，表达力更强大得电视媒体，并通过专业化公司运作，追求更高的短片质量。其实这样得恶搞短片，在网络上流行已经不是一天两天，从最早的《水煮三国》，到近日流行得《一日一囧》系列，愚乐精神，在这些片子上，体现出了强大得生命力。但是电视媒体通过专业化公司运作，将这样得恶搞短片搬到电视上来，并且稳定地每日更新1-3期内容，这样得举措，将让委托人在电视“愚乐”领域行抢到先手。

2、播放时间上的差异化竞争。中国电视台之间，有个约定俗成的“规矩”，那就是在临近整点的10分钟基本上都是广告时间，在后文我称之为“临整点节目真空区”。这个当然可以给电视台广告销售等一系列活动带来不少方便，但是率先破坏这个“规矩”，却也可以给我们带来巨大得收益。3分钟的“愚乐”时间，在这个临节目内容真空期的时候，只要后续宣传得当，很容易就能吸引观众的眼球。想想下每个整点之前电视台收视率突然翻番得情景吧，相信这个，已经足以成为委托人和委托人合作电视台做第一个吃螃蟹的人的理由了。

栏目设计：

预想中的假新闻，应该这样操作。每一期节目3分钟(考虑要给广告留足时间)，由一位固定的主持人，以新闻播报的语气，以恶搞有理为指导精神，愚乐大众。在这方面，我相信专业化的委托人，在确定创意之后，会比我做得更好，所以我就不过多阐述了。每天做3期节目，在每个小时得54分开始播放，滚动播出，务求抢占观众的眼球。并相应推出网络版，通过网络传播提高节目得影响力，并且主动地进行网络传播可以让我们占据更多的主动权，获取一定的网络广告收入。

播出时间说明

选取临整点节目内容真空期的时间播出我们的节目，这本身是出于两个原因。一是为了弥补我们节目本身的不足。我们每一期节目的时间太短，如果在其他时间点播放的话，观众很难准确记住我们的播出时间，即使记住也不会因为我们3分钟的节目而打断他们正在收看得节目。同时目前中国电视收视市场的现状，中央台、湖南台等少数电视台已经占据了最大的市场份额，并且还有进一步集中得趋势，单靠委托人合作电视台的收视率和推广能力，说实话很难让一个节目获得一个令人满意的收入。但是在这个时段播出就不一样了——每一次其他电视台广告的响起，就是在从另一个方式提醒观众“假新闻”开播了，您应该切换下频道享受每个小时3分钟的“愚乐”时间了。二是出于更好地拉动广告收入的考虑。临整点时段得广告，平均下来至少要占中国电视台广告收入的三分之一。而通过“假新闻”栏目，在每个整点，吸引更多得观众转台收看，则可以有效地吸引更多得观众从而实现广告收入得倍增。

栏目运作方式、栏目推广方式：

相信对于这个，委托人比我更熟悉，也更

**电视栏目策划书篇六**

策划思路简诉：

节目策划，最终得目的是对电视台广告收入的带动，一个有强大对广告收入带动力的节目，才是这个商品时代得最好节目。因为所给信心不完全，我们我们在这里假设委托人是与某地方电视台合作得策划公司，要求我们以“假新闻”为思考方向，作一份策划草案。

我们预想之中的“假新闻”栏目，是一个以“愚乐”娱乐为主题得节目。新闻式的表达手段，严肃地表达一些搞笑甚至恶搞的创意，配合制作精美的短片，力求在3分钟左右的时间里，给观众带来最大限度得快乐。每期3分钟，在各小时的54分开始播放，在这个电视上节目内容的真空期中，占领消费者的荧屏，拉动节目前后3分钟的广告的销售。

这个项目主要在两个方面有创新意义：

1、把恶搞短片从网络搬到更权威，表达力更强大得电视媒体，并通过专业化公司运作，追求更高的短片质量。其实这样得恶搞短片，在网络上流行已经不是一天两天，从最早的《水煮三国》，到近日流行得《一日一囧》系列，愚乐精神，在这些片子上，体现出了强大得生命力。但是电视媒体通过专业化公司运作，将这样得恶搞短片搬到电视上来，并且稳定地每日更新1-3期内容，这样得举措，将让委托人在电视“愚乐”领域行抢到先手。

2、播放时间上的差异化竞争。中国电视台之间，有个约定俗成的“规矩”，那就是在临近整点的10分钟基本上都是广告时间，在后文我称之为“临整点节目真空区”。这个当然可以给电视台广告销售等一系列活动带来不少方便，但是率先破坏这个“规矩”，却也可以给我们带来巨大得收益。3分钟的“愚乐”时间，在这个临节目内容真空期的时候，只要后续宣传得当，很容易就能吸引观众的眼球。想想下每个整点之前电视台收视率突然翻番得情景吧，相信这个，已经足以成为委托人和委托人合作电视台做第一个吃螃蟹的人的理由了。

栏目设计：

预想中的假新闻，应该这样操作。每一期节目3分钟(考虑要给广告留足时间)，由一位固定的主持人，以新闻播报的语气，以恶搞有理为指导精神，愚乐大众。在这方面，我相信专业化的委托人，在确定创意之后，会比我做得更好，所以我就不过多阐述了。每天做3期节目，在每个小时得54分开始播放，滚动播出，务求抢占观众的眼球。并相应推出网络版，通过网络传播提高节目得影响力，并且主动地进行网络传播可以让我们占据更多的主动权，获取一定的网络广告收入。

播出时间说明

选取临整点节目内容真空期的时间播出我们的节目，这本身是出于两个原因。一是为了弥补我们节目本身的不足。我们每一期节目的时间太短，如果在其他时间点播放的话，观众很难准确记住我们的播出时间，即使记住也不会因为我们3分钟的节目而打断他们正在收看得节目。同时目前中国电视收视市场的现状，中央台、湖南台等少数电视台已经占据了最大的市场份额，并且还有进一步集中得趋势，单靠委托人合作电视台的收视率和推广能力，说实话很难让一个节目获得一个令人满意的收入。但是在这个时段播出就不一样了——每一次其他电视台广告的响起，就是在从另一个方式提醒观众“假新闻”开播了，您应该切换下频道享受每个小时3分钟的“愚乐”时间了。二是出于更好地拉动广告收入的考虑。临整点时段得广告，平均下来至少要占中国电视台广告收入的三分之一。而通过“假新闻”栏目，在每个整点，吸引更多得观众转台收看，则可以有效地吸引更多得观众从而实现广告收入得倍增。

栏目运作方式、栏目推广方式：

相信对于这个，委托人比我更熟悉，也更

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**电视栏目策划书篇七**

随着信息时代的来临，人们对生活有了更新的诠释。时尚、休闲、娱乐成了生活的代名词。这些也随处可见于身边的点点滴滴。通讯业的巨波翻滚，使人与人之间联络更具方便快捷，而黑白时代的联络交流方式早已大江东去，多姿多彩的旋律正充斥着整个通讯业。不必说利用手机上网浏览网页，也不必说用手机收听语音杂志，更不必说通话对方可视，单是通话过程中夹杂着背景音乐、音效就让前几年的我们想也不敢想了。这些无不让我们本就赶着潮流的生活更具高尚品质。

现如今，国内sp公司(电信增值服务提供商)越来越多，各sp纷纷使尽浑身解数，sms、mms、wap、ivr等业务变着花样的从用户们的腰包里赢取利润。用户使用其产品得到满足的同时，也让运营商与sp们赚到利润，两情相悦，何乐而不为。

根据自身业务(ivr产品)的需求，我们查阅了相关资料，一项数据表明，去年美国ivr的市场规模是20亿美元，而今年在中国，它的市场规模估计将达到30亿元。权威人士预测，中国1.4亿移动用户中将有6000万可能成为ivr业务的用户。去年年底至今，新浪、搜狐和网易先后进军ivr(互动语音应答)业务，空中网也努力争取到了ivr牌照。tomonline目前更是占据国内ivr市场的半壁江山。

面对如此广阔的市场前景，以及强手如云的竞争对手。我们怎样才能让用户更多的使用我们的产品，并保使其经常使用长久使用，在同行间ivr业务收益排行榜中名列前茅，与大sp比，在资金实力薄弱、拓展渠道并不十分宽广的条件下，怎么才能缩短与它们之间的差距呢?产品不断的推陈出新，宣传推广不断地推波助澜，客服系统不断地完善加强。这就是我们需要且要努力做到的。依据这个需求，我们策划了《娱乐新天地》业务。这项业务旨在娱乐休闲。让都市生活劳累一天的人们，可以随时随刻得到放松。用户可以拨打当地声讯号码收听使用我们的产品。用户需要的就是我们要做到的。

二、业务介绍

资费：通话费(闲时、忙时、漫游由运营商自定)+信息费(0.8元/分钟)

2、1真情送歌

根据用户的喜爱，可以听歌，也可以为亲朋好友送歌;可以按用户的想法直接进入人工台由客服人员为其送歌，可以参考我们推荐的歌曲从中选取想要点送的。推荐歌曲中有各音乐排行榜中排名前十甲的，有经典的怀旧曲目，有英文老歌，有影视金曲、有流行的广告歌等等。同时歌曲库中还含概近万首歌曲供用户选择。用户可以即时点送，也可以定时点送，还可以录下想要对他(她)说的话一并送出。当被叫用户不在服务区或关机时，系统会发送五次请求，间隔十分钟发送一次。若五次均不成功，用户才算点送失败。可以一键跳到整蛊专家。

2、2整蛊专家

根据公司ivr特色，我们把整蛊节目做成可以试听点送的语音产品，让用户在发送节目整人的同时，自己也感受到了快乐。我们推出的整蛊节目含概六大板块，其互动性，趣味性，搞笑性，整人性都完美尽现，更符合“整蛊”的特性。当被叫用户不在服务区或关机时，系统会发送五次请求，间隔十分钟发送一次。若五次均不成功，用户才算点送失败。

2.2.1愚人锦囊，其性质是声讯短信，幽默的语言在轻松，怪异的背景音乐的衬托下听起来格外搞笑，它灵活的声讯方式，掺杂着彩铃的时尚效果，突破了原有各类网站节目的形式，给人耳目一新的感觉。

2.2.2爆笑对白，这里收集了电影，小品里的经典对白，并在基础上进行加工，或用方言演绎，或放在其他的场景中等等，使其更具有搞笑性，令人回味无穷。

2.2.3恶心大餐，一个个令人呕吐的小故事，既在意料之中的结局，又在意料之外的过程，令人叫绝又好笑，留有无限遐想。

2.2.4鬼魅传奇，这里是鬼故事的精品，情节跌宕，惊心动魄的恐怖故事让人想忘都忘不了。

2.2.5搞怪音效，希奇又有趣的特效音乐，恐怖的鬼哭狼号，以及危险场景中的不原听到的声音……绝对是对耳朵的另类冲击。

2.2.6愚人送歌，这里您听到是鲜为人知的老歌翻唱，歪唱，具有讽刺和启示的意味，例如经典情歌月亮代表我的心这里变成钞票代表我的心，听后另人捧腹大笑。

可以一键跳到悄悄话。

2.3悄悄话

悄悄话是我公司根据国家计划生育宣传教育中心的有关资料制作，主要讲述男性、女性身体和心理奥秘，提供夫妻生活指南，以及少男少女青春期的保健知识。内容详尽，为现代人提供了更好的健康、保健查询。

2.3.1男性世界

该子菜单包括男性身体探密和男性性心理探密。在这里可以收听到男性身体和心理的相关信息。剖析男性心理世界，解析男性性困惑为都市生活压力沉重的男性们以放松聆听的空间。

2.3.2女性世界

该子菜单包括女性身体探密和女性性心理探密。在这里可以收听到女性身体和心理的相关信息。剖析女性心理世界，解析女性性困惑为忧愁烦恼困惑的女性们了解自己、释放自己。

2.3.3夫妻性爱宝典

俗话说两夫妻“床头打架床尾和”，两个人之间有什摩擦，只要一方妥协，然后双方“温存”一下就万事大吉了。这里可以听到相关的性边技巧。

2.3.4少男少女青春期保健知识

本子菜单分为少男篇少女篇。用户可以听到少男少女青春期保健的相头知识，以及应该注意的问题。这里给羞涩有少男少女们提供了一个私密空间，让羞于出口的疑问得到解答。可以一键跳到都市情缘。

4都市情缘

都市男女的情感话题，浪漫动人的爱情故事。有短故事的珍珠港，也有长故事的爱情海，为成年男女们讲述浪漫温馨的情感故事。用户可以重复收听，也可以一键跳到竞猜答题。

5竞猜答题

本子菜单的问题均来自以上四个版块，针对版块内容系统会给出竞猜答题。答对一题用户积分加十分，答错不扣分。可以连续答题无论对错，直到用户不想答题为止。可以一键跳到积分查询。

6积分查询

竞猜答题的积分查询，用户可以查询自身的积分和积分排行榜。可以一键跳到真情送歌。

三、流程图及操作流程描述

3.1流程图

3.1.1总表

3.1.2附页1真情送歌

3.1.3附页2:整蛊专家

3.1.4附页

3.1.5附页4都市情缘

3.1.6附页5竞猜答题

3.1.7附页6积分查询

附：录音文件内容(文件名由技术开发人员规定)

提：欢迎进入联通新天地，本节目每分钟收取信息费0.8元

提：收听请按1点送请按2，按任意返回

提：请您听到嘟的一声后，留下您想对他详的祝福语或悄悄话，按任意键结束

提：确认按1重录按2

提：点送成功，系统什在指定的时间呼叫对方，一旦对方接听，我们会立即发短消息通知您

提：即时点送按1定时发送按2

提：我想对你说，我爱你(歌)我们重新开始好么(歌)没有你我真的不行(歌)

提：欢迎进入真情送歌。过程中，按1收听,2节目介绍，3整蛊专家，返回

提：刘德华，冰雨

提：按1重复收听，按2收听下一首,按3上一首.按4点送.5进入整蛊专家,返回

提:根据用户的喜爱，可以听歌，也可以为亲朋好友送歌;可以按用户的想法直接进入人工台由客服人员为其送歌，可以参考我们推荐的歌曲从中选取想要点送的。推荐歌曲中有各音乐排行榜中排名前十甲的，有经典的怀旧曲目，有英文老歌，有影视金曲、有流行的广告等等。同时歌曲库中还含概近万首歌曲供用户选择。用户可以即时点送，也可以定时点送，还可以录下想要对他(她)说的话一并送出。可以一键跳到整蛊专家。

提：开启爆笑神经，等待欢尔不停，整蛊专家让您爆笑……不停(没事吧你)

提：开启爆笑神经，等待欢尔不停，整蛊专家让您爆笑……不停(没事吧你)

提：老公，嗯嗯……老公，

提:营造浪漫销魂的性爱享受幸福快乐的生活

提：欢迎您进入女性世界，了解女性的秘密。1号键女性身体探密2号键女性性心理探密

提：触摸女人的身体体味真实的柔美

提：关注女人的心理世界解除女人心中的性困惑

提：欢迎您进入男性世界，了解男性的秘密。1号键男性身体探密2号键男性性心理探密

提：触摸男人的身体体味男人的真实

提：关注男人的心理世界解除男人心中的性困惑

提：迷漫的少女羞于启齿的话题让我轻轻地告诉你

提：莽撞的少年情怀你了解自己吗?让我告诉你

提：收听相应信息，或者先选择收听信息标题，再选择收听信息内容,按返回

提：体味都市情感，追溯往日情缘，听都市情缘为您讲述温馨浪漫的情感故事

提：1号键珍珠港，2号键爱琴海，3号键进入竞猜答题，号键返回

提：按1重复收听，按2收听下一个故事，按返回

提：感谢您参与竞猜答题。所有竞猜答题答案均来自以上四个版块的内容，所以听的越多，答对的越多。答对一题回十分，答错不扣分。积分越多中奖的几率越大。每月举办一次发奖活动。取当月积分超过1000分且排名前十位的用户，我们将奖励其免收信息费收听我们的节目。第一名可免费收听100分钟，第二名90分钟，每三名80分钟，依次类推，第十名10分钟。我们将以直接免去获奖用户信息费的方式回赠用户，详情可查询当地1001，或拨打我们的客服电话，机会多多奖励多多,还等什么快快答题吧!

提：真遗憾，答错了，没关系再接再厉!继续答题按1返回按

提：您真聪答对啦!您将获得十个积分。继续答题按1返回按

提：按1查询您的积分，按2查询积分榜，3号键进入真情送歌按返回

提：请输入您的手机号码，以#结束

提：第一名13，积分，第二名13，积分……播放前十名的用户

您现在的积分是，您要继续加油啊!

3.2操作流程描述

3.2.1总表

用户拨打当地声讯号码进入资费介绍，播放完毕开始计费，进入主菜单收听提示语音：“搭乘娱乐快车……”

按1键进入真情送歌

按2键进入整蛊专家

按3键进入悄悄话

按4键进入都市情缘

按5键进入竞猜答题

按6键进入积分查询

按0键进入人工服务

3.2.2附1

进入真情送歌后收听到一段精彩的篇花，完毕后播放提示音“欢迎进入真情送歌……”系统随机抽取一首歌后播放歌曲名演唱者，用户进等选择。

按1重复收听，

按2收听下一首,

按3上一首.

按4点送.

按5进入整蛊专家

选择点送后系统会让用户输入对方电话号码“请输入对方电话号码，号码可以是……”输入错误系统会提示用户重新输入，直到正确。输入正确后系统提示用户“即时点送按1定时点送按2”，定时发送用户可以输入要发送的日期。“请输入四位日期和四位时间，以#号结束，如08051215表示8月5日12点15分”。选择即时点送或者定时点送输入完毕确认后系统都会提示用户是否录下祝福语“如果您想给朋友送去祝福语请按1否则按2键”，用户按2或者按1录音后系统都会发提示音，“点送成功，系统会在指定的时间呼叫对方，一旦对方接听，我们会立即发短消息通知您”。

3.2.3附页2整蛊专家

进入整蛊专家后，用户会听到一段篇花，完毕后会听到提示音：“愚人锦囊请按1爆笑对白请按2恶心大餐请按3鬼魅传奇请按4搞怪音效请按5愚人送歌请按6节目介绍请按7进入悄悄话请按8按返回”

按1键进入愚人锦囊版块

按2键进入爆笑对白版块

按3键进入恶心大餐版块

按4键进入鬼魅传奇版块

按5键进入搞笑音乐版块

按6键进入愚人送歌版块

按7键跳到悄悄话

按返回到主菜单

进入1——6键的任何一个版块系统都什提示用户“收听按1点送按2”，按2后输入对方的电话号码，输入成功后系统会发出确认语音“点送成功，系统会在指定的时间呼叫对方，一旦对方接听，我们会立即发短消息通知您”。

2.3.3附页3

按1号键，收听“男性世界”，这个环节又分为1号键男性身体探密2号键男性性心理探密：

按2号键，收听“女性世界”，这个环节又分为1号键女性身体探密2号键女性性心理探密：

再按1号键可收听“女性身体探密”，解秘女性身体，可以收听相应信息，或者先选择

听信息标题，再选择收听信息内容;

或者再按2号键可收听“女性性心理探密”，剖析女性心理世界，解析女性性困惑，可以收听相应信息，或者先选择收听信息标题，再选择收听信息内容。

按3号键，收听“夫妻性爱宝典”,可以收听相应信息，或者先选择收听信息标题，再选择收听信息内容。

或者按2号键可收听少女青春期保健知识，可以收听相应信息，或者先选择收听信息标题，再选择收听信息内容。

按5号键进入都市情缘

按号键返回”

3.2.4附页4

进入都市情缘会听到一段篇花，完毕后系统提示用户进行选择：

按1进入珍珠港

按2进入爱琴海

按3跳到竞猜答题

按返回主菜单

选择1或2键后可以按1键重复收听或者按2键收听下一个故事。

3.2.5附页5

进入竞猜答题，系统会提示用户进行选择：

按1收听题目进行答题

按2收听有奖竞猜的规则

按3跳到积分查询

按返回主菜单

按1进入答题后用户可以继续按1收听下一道题也可以按返回上一级目录。

3.2.6附页6

进入积分查询，系统会提示用户进行选择：

按1查询个人积分

按2查询积分排行榜

按返回主菜单

个人积分或积分排行榜播放完毕都会返回上一级目录。

四、制作要求

4.1文件格式：所有内容音、提示音均为wav格式，具体格式要求由技术开发人员规定。

4.2业务需求：根据推广需要可以随时调整子菜单顺序。如节假日专题推广宣传主题可置前，过后可调整原顺序。

4.3内容来源：真情送歌、整蛊专家、都市情缘可以在网上收集，也可以自录。悄悄话收集图书或音像制品。竞猜答题内容由制作人员根据前四个子菜单的内容自定。

4.4内容要求：录音体现专业特色;悄悄话所有内容都要经上级领导审批;真情送歌、整蛊专家、都市情缘竞猜答题每周更新或添回一次;根据地区特色，各地区有些内容可采用方言的形式;所有内容上线前必须经过严格测试，确认无误后方可上线。

4.5录音要求：

篇花部分：感情饱满，语气舒缓，符合背景音乐以及语意的意境。

按键提示音：添加背景音乐，符合各子菜单内容特色。

系统提示音：不添加背景音乐，表述直白即可。

内容音：整蛊、悄悄话、都市情缘自录内容，要感情丰富，语音流畅，符合内容特色。

五、产品分析

5.1主题定位

根据公司现状，点歌一直是我们赚钱的王牌，整蛊凭借专业制作出的精品也一直深受用户的亲睐，悄悄话一直极受欢迎。点歌经过全新改版，都市情缘更是新策划的一档节目，再加上竞猜答题的互动性，相信把这五者融合在一起，形成以点歌为主其他四者为辅的局面，一定会让受众有绝非以往的全新体验。

从受众群体考虑，本方案适合20岁以上不同层次的男女，可以说受众面十分广范。点歌可以作为亲情友情爱情的表达，完全不受年龄时间的限制;整蛊年轻人搞怪的伎俩得到淋漓尽致的发挥;悄悄话对于两性健康有疑问好奇心重又羞于说出口的人来说有着极大的魅力;都市情缘吸引情窦初开的少男少女或都市时尚男女。而内容的精致创新更是赢得用户的筹码。

5.2互动性

做好ivr产品主要原因之一就是要形成互动的模式。在传统ivr产品中很难做到真正互动。基于这个弊端的考虑，我们在产品策划时做了改进。歌曲不仅可以点送，用户还可以自录音为朋友发去想说的话。同时整蛊也做了改动，使其也可以点送。而竞猜答题环节更是让用户体验互动的快感。

5.3地方特色

我们在整蛊、都市情缘中增加了一些有地方特色的方言内容，针对不同的地区制作不同的版本，因地制宜，让不同的地区都会感到亲切感。

5.4行业比较

在ivr同行中做点歌整蛊两性节目的奇多，内容也大同小异，那些“大sp”更是凭借推广渠道广泛影响力强等优势，深受用户运营商们的欢迎。相较之下，我们这些“小sp”倒是显的吃不少亏，资金实力薄弱，宣传力度小。但是我们可以避重就轻，拼产品品质与服务质量。

说到产品品质，在这次整合中，我们把点歌做了全新的改版，减短了语音提示，去掉了无谓的类别，让用户自主选择。没有了繁长的提示音，缩短了用户听语音的时间，不会在让用户感到“被骗听语音占时长”。还改进了一次发送点送请求失败变不能点送的弊端。变为当被叫用户不在服务区或关机时，系统会发送五次请求，间隔十分钟发送一次。若五次均不成功，用户才算点送失败。

目前许多sp因两性节目违规操作而被停牌，包括几家大的sp，在这种情况下，我们的悄悄话有资质，且各地项审批被通过，这无疑是一个具大的优势。趁他们没有解封前回大力度推广我们的产品，一定会得到很好的效果。

而0.8元/分钟的低收费，也是占胜同等水平的同行的一个必杀锏。

5.5收益分析

根据公司各地声讯号码计费形式的不同，此方案适于声讯计费的号码(即点送免费)。凭借以往的经验，我们专业的播音一定会赢得时长。

以广东为例，声讯计费0.8元/分钟的信息费，在同行中也算是低收费。点送免费又是一个强大的诱惑，促使用户多点多送。竞猜答题的超简单化，也让用户多听。占领用户心理的我们，使其多打多听，加上宣传推广，让更多得用户拨打，“薄利多销”，我们的营入也会可观的。

六、宣传推广建议

根据业务特点细分时厂，定位用户群体，明确用户群体，做好市场定位是进行市场推广的先决条件。“娱乐新天地”面向受众较广，市场推广范围也很广泛。

在经营过程中，我们将以维护中国联通本身树立良好的品牌形象为己任，建立自身的品牌内涵，传递产品特色。

6.1自身滚动短信宣传

在其他号码下发给用户的滚动短信中宣传“娱乐新天地”(注意字数限制)

以广东为例

a.欢迎使用广东联通音信互动服务，请拨打“娱乐新天地”，点送流行前沿的歌曲，神秘诱人的悄悄话。

b.欢迎使用广东联通音信互动服务，请拨打“娱乐新天地”，收听整人搞怪的整蛊专家或都市情感故事。

6.2群发短信(请各地运营商协助，近两个月内群发，周期可定1次/周)

欢迎拨打“娱乐新天地”，真情送歌，神秘悄悄话，整蛊专家，都市情缘等您听，还有机会获奖。

6.3报刊、杂志

该宣传方式请根据公司资金实力而定。在选择媒体时考虑媒体自身的受众群。选择区域性强的报纸或杂志。

a.《女友》,都市时尚男、白领们的最爱。可在页脚位置投放。3期/月。

b.《京华时报》、《广州日报》等都市类报纸，广告规格624.5通栏，1期/天。

6.4网站宣传

公司网页的banner宣传“娱乐新天地”，另单独做一个页面介绍“娱乐新天地”。与合作公司的网站作链接。

6.5竞猜答题

竞猜答题一月举办一次兑奖活动。

七、协助部门

产品制作组：是确定用户拨打时长的部门，根据产品内容的要求，请配合高品质产品内容的完成。

录音组：也是确定用户拨打时长的部门，根据产品各栏目的不同，请配合高质量多样化录音文件的完成。

技术开发部：是确定用户接通率，系统正常运行的部门，根据流程图的设计，请配合开发稳定流畅的技术来台。

测试维护问：是确定产品安全上线并来稳运行的部门，根据流程图及操作流程，请配合产品上线前的测试通过及测试后的安全运行。

市场推广组：是确定用户拨打频率的部门，请配合即时广泛的宣传推广工作。

市场调研组：是分析统计数据并写出业务分析调研报告的部门，请配合产品上线后的后期调研工作。

网站制作部：也是宣传推广的平台之一，请协同相关部门把产品推广到网站。

八、总结

一个好的产品得到大众的认同，赢得广泛的市场，不但需要灵活的头脑、精致的创意，更需要高尚的品质。一根绳子很容易折断，多根绳子拧在一起变成一根很粗的绳子，变很难被折断。我们所有人融合在一起就是那根很粗的绳子。相信经过我们的努力，一定会让我们的业绩蒸蒸日上。

文档为doc格式

**电视栏目策划书篇八**

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：暂定

**电视栏目策划书篇九**

年会安排

具体日程：

2.\_日

\_\_\_酒店

8:002.\_日\_\_度假村16:00保证安全快乐游玩

娱乐活动

\_\_地点集合去\_\_地点集合回来

年会地点

酒店度假村

公交及驾车路线

年会目的及意义

?1、对2024年公司发展成绩总结，以及制定2024年公司总体规划，包括新年度计划、方向、目标等;?2、加强员工之间的交流，增强团队协助的意识，提升公司的综合竞争能力;?3、表彰优秀，通过奖励方式，调动员工工作积极性，鼓励大家在新的一年，工作都有出色的表现;?4、丰富员工生活，答谢全体员工一年以来付出的辛勤努力。?5、让员工充分的展现自我，在年会的过程中认知自我及对企业大家庭的认同感。?6、加强领导与员工之间的互动，让我们在同一舞台共同交流、联欢。

年会参会人员

?公司领导?全体员工?共(80人左右)

年会流程与安排

年终大会议程安排午宴安排娱乐文艺节目游玩

年终大会议程安排

?12:50全体参会员工到达会议指定地点，按指定排座就位，各部门清点本部门到场人数，等待年会开始;?13:30—13:35大会进行第一项，主持人致欢迎词，宣布大会开始。?13:35—13:45大会进行第二项，总经理针对2024年度总结及2024年的公司战略部署讲话。?13:45—16:30大会进行第三项，各部门年终工作总结、下年工作计划和优秀员工颁奖。

午宴安排

?用餐地点：待定?19:00晚宴正式开始，晚宴主持人引导大家共同举杯，祝福大家新年快乐，祝愿公司的明天更加美好。(背景音乐)?19:30—21:00用餐时段：公司领导及员工到各桌敬酒，同事间交流沟通，拉近彼此距离。?21:00—21：30组织离开。

娱乐文艺节目

16:40—19:00联欢会文艺汇演、互动游戏穿插抽奖环节。

度假村游玩

注意事项：保证安全才能愉快的玩耍~

年会准备及相关注意事项

?年会的通知与宣传：公司行政人事部将本次年会活动进行公示和宣传，达到全员知悉，争取全民参与。?条幅的制作：红底黄字字幅，具体文字内容：“2024年度总结、表彰暨2024年迎新会”?物品的采购准备：游戏奖品、笔、签到表、会场布置&游戏所需物料等;会议所需糖果、晚宴所需酒水、投影仪、节目背景音乐。?现场拍照：提前安排好相关人员携带数码相机，做好大会及晚宴活动现场的拍照工作。

年会筹办任务分工

任务与分工总策划(会议主题、流程策划)

责任人

完成截止日期

节目征集会议阶段主持人晚宴阶段

主持人物料准备

会场布置条幅、证书、游戏奖品

待定

会议接待、签到现场拍照音响等设备安装、调试、音控

待定待定待定

主持稿、背景音乐会场预订、晚宴预订

待定熊

感谢观看!

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**电视栏目策划书篇十**

观众的支持率是电视节目发展的动力，失去了支持率，电视节目也就失去了市场，也失去了发展的动力、意义和存在的价值。电视编辑应该以最大的力度满足观众的需求，严格把握社会需求、观众需求的最新变化动态，及时采取措施优化编辑内容，并对观众具有的现实性、潜在性以及其他不确定性因素加以研究分析，总结并策划出科学的.、新颖的、生动的节目方案去吸引观众的眼球，以满足观众的选择心理和意愿心理。倘若电视编辑墨守成规，一沉不变，不能及时捕捉观众的心理变化，不能抓住观众的思想变化，将在激烈的电视行业竞争中处在劣势甚至是淘汰掉。在编辑过程中，电视编辑的栏目创新是一个很重要的环节，不容忽视。

2.1注重“侧面视角”

电视编辑要学会善于从多种不同的角度观察同一事物、分析同一现象，从而体现出电视编辑选题策划的创新视角。电视的主要观看者是老百姓，所以电视栏目设计出来的电视节目要符合大众口味，不能一味的按照事先设计好的路线走，要根据实时变化来改变电视节目的设计方案，以达到满足百姓大众的要求。

2.2注重“历史视角”

电视编辑要学会善于从历史的视角来思考问题，这样就可以快速准确地实现选题的创新与深邃。历史代表着已经过去的声音，是不容改变的事实，借助历史来讲叙现实问题，有更大的说服力。《口述历史》、《如烟往事》是凤凰卫视推出的历史口述节目，主要就是从历史的视角陈叙事物和观点的起源、发展变化，把事物的最根源部分分析透彻，帮助人们更好地认识当前的事物。

2.3注重“未来视角”

电视编辑仅仅追随历史角度也是不够的，还要注重“未来视角”。即把电视编辑方向定位到未来，预测未来发展方向，把古至今定位到未来，从而起到融贯古今、发人深省之作用。还有，电视编辑采用未来视角可以帮助观众能有一个对未来产生无限遐想和幻想的机会。

3包装创新

常言道：人靠衣装，佛靠金装。电视也需要包装。从现在的电视节目来看，大多画面上都是拍摄的内容，没有任何一点的包装，这样就给人带来一种枯燥单调的感觉，时间一久，观众也就对这样的节目失去了兴趣，再也不想接着看下去了，这可能就是一档失败的电视节目了。作为电视编辑，要做的不是简简单单地把电视节目片段剪辑拼接到一起形成一档节目，而是要把过程完美的衔接好，并加上新颖的包装，然后制作出一档能够吸引眼球的节目。如果要看一档电视节目否具备吸引力，首先在于能选择最佳的编辑点，采用包装形式把最佳编辑点包装一下，给观众一种美感，这样就会更加的吸引观众的眼球，收视率也就自然提高了。

4科技手段创新

都说多媒体、互联网是科技含量高的传播媒介，其实，广播电视也是科技含量很高的大众传播媒介。尤其是近几年来，各类电视广播节目依靠科技手段来运行的实例越来越多，比如数字电视、数码录音、录象技术等都依靠着光纤、微波传播技术等，已经与节目制作紧密地联系在一起了。广播电视编辑部门作为运用高科技的密集区，就必须树立现代科技意识，充分发挥高科技设备的技术长处，拓展思路。电视编辑依靠科技创新是一种潮流也是电视事业发展的必经之路，倘若不依靠科技发展电视事业，那么编辑的再精彩也是徒劳，也是终究会被淘汰掉的，被市场潮流淹没。所以科技创新是电视编辑的另一个重要核心。

5结论

信息时代的电视编辑需要有创新，这是一个永垂不朽的讨论话题。定位创新、栏目策划创新、包装创新以及科技手段创新是信息时代电视编辑创新的四部曲，参照了这四部曲井井有条地发展着电视事业是当前最主要也是最重要的工作，只有这样，在信息时代才不会被市场所抛弃，被观众所放弃。

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