

<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

图书基本信息

书名：<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

13位ISBN编号：9787504358363

10位ISBN编号：7504358363

出版时间：2009-6

出版时间：中国广播电视出版社

作者：李岭涛 等著

页数：314

译者：程文

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

内容概要

本书介绍了2008——2009年度中国最具网络影响力的十大城市电视台，分别为广州电视台、沈阳电视台、杭州电视台、青岛电视台、武汉电视台、大连电视台、宁波电视台、南京电视台、苏州电视台、珠海电视台。

该书从实战的高度，从具体的操作层次，从节目创意的角度等方面揭示了隐藏在电视媒体背后的秘密，为电视从业人员的节目创新、频道运营、市场推广等方面提供了全新的理性指导。

作者简介

李岭涛 全国“十佳”广播电视理论人才，传媒经济杯·学院奖——传媒经济理论创新奖（被业界誉为“传媒理论先锋”）获得者。

先后担任国家广电总局《中国广电蓝皮书（2007）》课题组成员、《中国电视省级地面频道四小龙》课题组执行组长，现为中国广播影视大奖评委、《中国电视网络影响力报告》课题组长、中央民族大学兼职教授、中国传媒大学传媒经济研究所研究员、四川大学新闻传播研究所研究员。

累计发表论文60多篇，编著和撰写专著10余部，合计发表、出版作品300多万字，在多个领域形成了自己的研究体系。

<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

书籍目录

前言 网络营销,无限可能:打造中国城市电视台的网络影响力TOP 1 岭南星空的明珠——广州电视台 一、发展壮大、锐意进取:广州电视台概况 二、品质造就影响力:广州电视台网络影响力表现及其分析 三、多元、前卫的媒体观:广州电视台网络传播策略分析 四、榜样的力量,前进的思考:广州电视台的成功经验与存在的问题TOP 2 韬光养晦,锐意改革——沈阳电视台 一、得天独厚:沈阳电视台概况 二、厚积薄发:沈阳电视台网络影响力表现 三、“乾坤”挪移:沈阳电视台网络传播策略分析 四、破旧立新:沈阳电视台存在的问题及其改进建议TOP 3 稳健为本,创新为魂——杭州电视台 一、着眼全台,玩转频道:杭州电视台概况 二、网络营销,红旗飘飘:杭州电视台网络影响力表现及分析 三、渠道拓展,品牌构建:杭州电视台网络传播策略分析 四、秉承传统,开拓未来:杭州电视台的创新模式及存在的问题与建议TOP 4 关注民生,服务百姓——青岛电视台 一、不断开拓,一路走来:青岛电视台概览 二、网络被关注度高:青岛电视台网络影响力数据展示及其分析 三、以青岛传媒网为本:青岛电视台网络传播策略分析 四、立足现在,放眼未来:青岛电视台的现状分析和未来发展的对策TOP 5 覆盖千里,陈雄楚地——武汉电视台 一、脚踏实地,超越自我:武汉电视台概览 二、知名度和被关注度齐头并进:武汉电视台网络影响力数据展示其分析 三、全面出击:武汉电视台网络传播策略分析 四、深入剖析,明确目标:武汉电视台现状分析及其未来发展的对策TOP 6 乘风破浪,激流勇进——大连电视台 一、面朝大海:大连电视台概况 二、春暖花开:大连电视台网络影响力表现 三、“闯”出个未来:大连电视台网络传播策略分析 四、海阔天空:大连电视台存在的问题及改进建议TOP 7 海宁则波定——宁波电视台 一、品牌持久战——总台简史 二、铿锵玫瑰,网络奇葩——宁波电视台网络影响力表现及其分析 三、星星之火,可以燎原——网络传播策略分析 四、困境与突围——存在问题及其改进建议TOP 8 快乐成长,悄然绽放——南京电视台 一、渊源、改革与发展:南京广播电视集团概况 二、网络沟通零距离:网络影响力表现及其分析 三、整合传播的力量:南京电视台网络传播策略分析 四、发展与突围:南京电视台发展建议TOP 9 辉煌起点 激情跨越——苏州电视台 一、高覆盖、高到达:总台简介 二、美誉度招牌:苏州电视台网络影响力及其表现分析 三、多元化传播:苏州电视台网络传播策略 四、平台建设:苏州电视台对策与建议TOP 10 南海明珠,熠熠生辉——珠海电视台 一、创新为王:珠海电视台简介 二、多媒体、多角度:珠海电视台网络影响力表现及其分析 三、“三网融合”:珠海电视台网络传播策略 四、产业人手:珠海电视台对策与建议附录 媒体报道 《中国电视网络影响力报告(2009)》委员会 《中国电视网络影响力报告(2009)》媒体顾问 《中国电视网络影响力报告(2009)》课题组本书主编、作者简介

<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

章节摘录

TOP1岭南星空的明珠——广州电视台 一、发展壮大、锐意进取：广州电视台概况 广州电视台发展简史 广州市电视台坐落于广州市环市中路花果山（台址为市环市中路233号），建于1988年，占地1.2万平方米。

同年建设的广州电视发射塔海拔250米（塔自身高度205米）。

广州电视台是国内较有规模的城市电视台。

1988年1月10日开播综合频道。

1994年开办有线广播电视，同年开始组建有线网络公司（广州电视台与广州电信局合办）。

2001年7月27日广州电视台与广州有线广播电视台合并为广州市电视台（穗编字[2002]90号）。

2004年经营总收入超过6亿元人民币。

广州电视台无线电视节目收视人口超过三千万，覆盖全广州以及珠江三角洲广大地区，以新闻时效快捷、舆论导向准确、综艺节目渗透岭南特色、电视剧充满时代气息等节目特点，为整个珠江三角洲地区人民所喜爱，收视位居本地传媒前列。

有线电视节目覆盖广州八个老城区、番禺和花都大部分地区、从化和增城小部分地区。

经过近年的专业化调整，七个有线电视频道的影响力正在不断扩大。

2003年3月1日，广州数字电视正式试播，标志着广州在信息化建设上向前迈出重要的一步，标志着“数字广州”离广州人又近了一步。

同年5月，广州数字电视试播得到了国家广电总局的正式批准和大力支持，广州被列入全国有线数字电视第一批试点城市，广州有线电视网被指定为广州市数字电视示范网。

广州有线电视用户只需安装数字机顶盒，即可利用原有电视机享受包括股市在家、电视网站、视频点播、电子商务、远程教育、网上数据下载在内的数字电视业务服务。

2.广州电视台发展现状和业务范围 自建台来，广州电视台事业产业稳步发展，综合实力不断增强，2007年全台经营总收入超过10亿元。

广州电视台拥有较强的节目制作能力，形成了“强势新闻+创新综艺”的良好局面，消息、专题、评论、访谈等新闻节目优势明显，栏目、电视剧、晚会等娱乐节目精彩纷呈，多次获得包括中国广播电视奖一等奖、彩虹奖一等奖在内的高层国家级政府奖项。

全台共有自办栏目80个左右，每天用广州话、普通话和英语播出自制节目26小时，其中日均新闻制作能力为近300分钟/天，并承担全国80多个城市电视台的新闻交换制作任务。

广州电视台内设行政、新闻、综艺、经营、技术、网络等6个中心，下辖39个部室及下属单位。

2006年，广州电视台主要新闻宣传平台的收视率明显上升，舆论引导的影响力和时效性进一步增强。名牌栏目《广州电视新闻》平均收视率和收视份额分别以10.59%和31.8%继续稳居本地电视新闻类节目的收视龙头。

《新闻日日睇》、《城市话题》、《今日报道》、《沟通无界限》等新闻类节目深受广大观众欢迎。

电视台节目不断创新。

综艺中心全面推行节目制片人制度，调动节目人员的积极性和创造性，相继推出《南国红豆》、《岭南星空下》、《岭南会客厅》、《南国纪事》、《夜话》、《心水保姆》等一批富有岭南文化特色的原创综艺节目，拍摄了电视剧《大江沉重》，推出系列短剧《广州人家》等，打造新的岭南电视文化品牌。

《美在花城》等传统品牌节目也有新的突破，大型综艺节目在全国屡获大奖。

电视台产业经营业绩上新台阶。

全台经营总收入超过8亿元，其中广告收入5.5亿元，比上年增长11%。

综合频道单频道的广告收入1.39亿元，比上年增长42%；网络公司主营业务收入2.3亿元，增长23.21%。

以举办国际性的电视专业活动为突破口，拓展城市电视台的发展空间。

由广州电视台发起创办的中国（广州）国际纪录片大会，经过4年的发展，成为国家级纪录片专业大会和国内唯一的国际纪录片交易平台，为推动中国纪录片走向世界、促进中国纪录片产业发展发挥了

<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

积极作用，也为广东建设文化大省、广州建设文化强市注入新的活力。

同时，广州电视台也加快技术改造步伐。

2006年，广州电视台建成“八网合一”，即包括卫星收录系统、硬盘播出系统、媒体资产管理系统、新闻网、制作网、录音网、广告网和综合信息平台等子网，覆盖全台业务、功能齐全、互联互通的一体化网络平台，大幅提高广州电视台节目制作的效率与质量，台内数字化、网络化技术装备水平居全国领先行列。

广州电视台在制度层面也探索适应现代媒体发展要求的人事制度改革之路。

广州电视台在英语频道和少儿频道率先进行员工双向选择工作试点，随后在全台展开双向选择和聘用制改革工作。

在正确把握舆论导向，为观众提供丰富多彩的节目的同时，广州电视台积极在新技术的发展上抢占先机。

一方面，至今已拥有超过100万户经过数字化整体转换的有线电视用户，并以下属的网络公司为主体大力推动“珠江”系列数字化电视产业的发展，促进手机电视、楼宇电视等增值业务的成长；另一方面，加快以数字化、网络化、信息化为主导的技术革新，全台基本实现媒体资产管理系统、节目制作网、台综合信息网等为主体的“八网合一”互联互通工程，全台技术设备在国内处于领先水平。

广州电视台从2003年起开始主办国际纪录片研讨活动，并在实践中形成了纪录片学术活动和交易活动相结合的“广州模式”，已经发展为国际知名的纪录片节，有力地促进了中外文化的交流。

2005年起，大会由国家广电总局和广东省人民政府联合主办、广州电视台承办，成为国内唯一的国家级专业性纪录片节，并从2008年起每年定期在广州召开。

广州电视台还拥有广州市微波总站、广州市音像资料馆、南方声屏报、广视网等下属单位和媒体，构建了多种经营集约化发展的事业和产业集群。

第16届亚运会定于2010年在广州召开，广州电视台作为主播机构，将以新台址建设为契机，深化文化体制改革，实现科学发展，力争成为国内一流、国际知名的媒体集团。

3.电视台定位和发展目标 2001年广州电视台明确提出“政治建台、节目立台、依法治台、人才兴台”的十六字工作方针，尤其突出了“政治家办台，人人有责”的理念。

2000年1月10日，广州电视台建台12周年台庆，突出“强势新闻、热点娱乐”的新版面启动，球形新台标正式启用，代表广州电视台新世纪在国际间的定位，预示广州电视台向更大领域发展的前景。

2006年6月7日，广州市委常委、市委副书记方旋在广州电视台考察电视台新台址筹建、数字电视整体转换以及广视网建设情况时，对广州电视台的工作成效表示肯定，同时要求广州电视台要以新台址建设为契机，确立更高的发展目标，争取走在全国同行前列：（1）要继续坚持正确的舆论导向，增强正面宣传的力度和效果；（2）要整合技术手段，创造新的发展机遇；（3）要努力争取上星，扩大节目覆盖范围；（4）要加强对节目内容以及广视网的宣传管理；（5）要积极推进有线数字电视的整体转换；（6）要加强人才队伍建设；（7）要及早做好亚运会电视转播的准备工作。

根据广州电视台台长李锦源对于电视台发展的三个方面的认识，广州电视台当前主要的四个层面的发展战略是：（1）强化电视台事业性质；（2）打造电视台品牌；（3）发展产业，整合资源；（4）培养相关专业人才。

4.电视台频道概况和收视表现 （1）频道概况 广州电视台1988年1月10日正式开播时只有一套无线电视频道，经过20年的不断发展壮大，现拥有两套无线发射频道，七套有线电视频道，覆盖珠江三角洲及广东省内部分地区，无线电视节目收视人口超过3000万，有线电视节目用户达到450万。

2007年全台全天及晚间黄金时段的收视率和市场份额高起，在广州地区境内和本土电视媒体中均居于第一位，综合频道2007年被业界权威杂志《中国广播影视》评选为“全国城市频道综合实力八强”之一。

目前广州电视台共有有线电视频道七套，分别是：综合频道、新闻频道、影视频道、竞赛频道、经济频道、少儿频道、英语频道。

综合频道也是广州电视台主频道，其内容多元，题材丰富，其中不乏广州电视台的主打品牌栏目。如《18：30广州电视新闻》是广州电视台收视率最高的节目。

<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

它是一个包括本地和珠江三角洲地区新闻、国内重大时政要闻、社会新闻、国际新闻和体育新闻的综合性新闻板块节目。

广州电视新闻以关注民生、客观公正为宗旨，集权威新闻资讯和最快新闻时效于一体，成为广州电视新闻类栏目的龙头。

收视率一直雄踞广东电视传媒同类节目之首。

而著名的“美在花城”广告新星大赛是内地历史最悠久的以选拔广告、影视新星为目的的娱乐盛事。从1988年至今，已连续举办了十届，培养出一大批屏幕新秀，是十多年来广东民众喜闻乐见的娱乐活动之一。

《南国红豆》则是为弘扬中华民族文化，振兴广东粤剧，广州电视台文艺部于2002年3月策划推出时间长为35分钟的电视专栏，该节目向现代都市人及时报道粤剧行业最新动态，反映粤剧艺术在21世纪的方方面面。

制作上采用内外景和资料结合的手法，风格上力求用当今最新的电视手段，表现粤剧这种传统艺术的精髓，以全新的包装赋予其现代感，增强感染力，使观众易于接受，收视最高达到10点。

.....

<<中国最具网络影响力的十大城市电视台>>

媒体关注与评论

国家专利局正式接受“中国电视网络影响力的评价标准与体系”的专利申请，成为国内广播电视领域第一个具有自主知识产权的软科学成果。

这个《报告》是中国乃至世界首次从网络角度对电视进行研究的报告，“网络影响力”这一新的评价指标，打破了“收视率”标准的陈规。

——《今传媒》杂志将本报告评选为2008年度中国广播电视，十大创新报告的评语 利用网络影响力对电视的表现进行评估，这在中国还是首次，是在电视理论和研究实践上的一个重要突破。

——中国广播电视协会副会长张振华 电视网络影响力理论与实践研究，将为构建未来中国现代传播新体系铺垫理论基石留下足迹。

——国家广电总局副总编辑黄勇 电视网络影响力概念的确立，具有里程碑意义。

——中国传媒大学教授胡智锋 一档节目在网络中受欢迎才是真的被喜爱，电视节目的网络影响力才是真正持久的社会影响力。

——北京大学教授陆地

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>