

# 城市广电的品牌化发展

Brand Development of Urban Broadcasting and Television

严克勤 主编

# 城市广电的品牌化发展

Brand Development of Urban Broadcasting and Television

严克勤 主编

图书在版编目（C I P）数据

城市广电的品牌化发展 / 严克勤主编. —北京：中国广播电视出版社，2008.5  
ISBN 978-7-5043-5605-5

I. 城… II. 严… III. ①城市—广播事业—研究—中国  
②城市—电视事业—研究—中国 IV. G229.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2008）第052431号

城市广电的品牌化发展

严克勤 主编

责任编辑 周然毅  
封面设计 江大设计传播机构  
责任校对 宗 辉

出版发行 中国广播电视出版社  
电 话 010-86093580 010-86093583  
社 址 北京市西城区真武庙二条9号  
邮 编 100045  
网 址 www.crtip.com.cn  
电子信箱 crtp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店  
印 刷 无锡市证券印刷有限公司

开 本 889毫米×1194毫米 1/16  
字 数 220(千)字  
印 张 14  
插 页 120  
版 次 2008年5月第1版 2008年5月第1次印刷  
印 数 1000册

书 号 ISBN 978-7-5043-5605-5  
定 价 120.00元

（版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换）

品牌广电，  
绽放城市之美。

Brand broadcasting and television reflects beauty of the city.



## 塑广电品牌，走创新之路

严克勤

品牌是广电传媒的灵魂，也是应对媒体竞争的重要手段，它标志着一种超时空的品位和文化，并表现为社会公众对于媒体综合系统的评判。

随着数字信息化的发展，我国媒体行业已逐步进入品牌竞争的时代。媒体品牌作为无形资产，其地位和价值日益被人关注。毋庸讳言，长期以来，作为具有地域特色和地域行政垄断优势的城市广电传媒在品牌意识方面显得较为薄弱。今天，面对激烈的媒体竞争，我们必须树立强烈的危机感，不断壮大自身的媒体品牌，推动媒体由传统经营向品牌经营转变，实施品牌带动战略。要树立广播电视节目的品牌，就要涉及到节目定位、节目内容、节目风格、主持人等一系列因素，通过节目品牌的树立可以尽可能地扩大节目收视人群，尤其是固定收视人群。

通过近年来的创新实践，我们深刻体认到，品牌化发展是无锡广电集团摆脱同质化的低层次竞争脱颖而出的法宝。几年来，集团始终坚持以频道、频率、网站、广电报等优势资源为依托，不断推陈出新，打造富有本土特色、人文底蕴的创新型名栏目，既承担起主流媒体的宣传事业职责，又引领传媒产业的新风向；以国家动画产业基地为载体，推动动漫游戏产业的发展；以影视剧生产与投资为重点，促进影视产业集群的形成；以江南吴文化为底蕴，提升文化会展业的附加值；以互联网和数字技术为平台，携手新媒体，发展数字内容产业，拓展传播渠道，激活广告业，实现媒体营销的品牌增量——也就是说，力争通过品牌塑造，将无锡广播电视集团建设成为长三角的强势媒体，通过品牌带动，打造具有核心竞争力的地域性实



力型城市媒体。进而言之，通过品牌媒体的“二度深加工”，巩固新闻宣传主阵地，做好文化产业主力军，取得了显著的成效，一是频道品牌逐步形成，节目导向效应明显提升。二是节目品牌特色鲜明，广告价值集中体现。三是品牌整体带动，市场化产业运营结构日益改善。整体打造带来了整体效应，立足于媒体与收视市场的良性互动，增强渗透力、提高含金量，铸就了无锡广电媒体的品牌特质，奠定了无锡广电集团特有的文化品质和媒体内涵。

品牌建设应该是发展的、开放的，而不是固守的、封闭的。因此，不断汲取学界的理论营养，学习同行的实践经验，是无锡广电品牌建设的有效途径。基于这一点，我们在金秋十月，成功举办了“2007中国（无锡）城市广电品牌建设论坛”。此次论坛聚焦品牌建设问题，国家广电总局和省广电局相关领导、业内专家、TV地标全国地面频道城市台综合实力八强代表汇聚无锡各抒己见，不时碰撞出璀璨的思想火花。他们的真知灼见，必将推动着城市广电品牌建设向着纵深方向发展，有利于打造区域强势媒体和传媒产业的持续竞争力。

这本书的编辑出版，旨在回顾总结此次论坛中各方的金玉良言，展示近几年来无锡广电品牌建设成果的同时，也将为城市广电品牌化发展的探索与思考提供一个切实的平台。倘如是，则幸甚。

是为序。



◎ 探

◎ 忆

◎ 思



谋 ◎

践 ◎

创 ◎



# 目录

## Quest 探索篇

|                                      |     |     |
|--------------------------------------|-----|-----|
| 2007 中国城市广电品牌建设论坛在锡举行                |     | 002 |
| 感动 感谢 感慨                             | 喻国明 | 004 |
| 理论与实践相结合的丰硕成果                        | 时统宇 | 005 |
| 专访                                   |     |     |
| ◎城市广电，在变与不变之中<br>——访无锡广电集团董事长、总经理严克勤 | 江耀进 | 006 |

## Memory 追忆篇

|                 |  |     |
|-----------------|--|-----|
| 品牌内涵面面观         |  | 018 |
| 国外品牌媒体经典事例      |  | 019 |
| 国内媒体品牌建设案例      |  |     |
| ◎品牌彰显力量 创新激发活力  |  | 021 |
| 央视：国家台风范        |  | 022 |
| 地方台：各显神通        |  | 024 |
| SMG：打造传媒集团第一品牌  |  | 024 |
| 湖南卫视：“快乐中国”一路狂飙 |  | 026 |
| 浙江广电：概念型品牌探索    |  | 028 |
| 品牌的根本：内容为王      |  | 029 |
| 品牌之路：热闹下的冷思考    |  | 031 |

## Speculation 凝思篇

|                           |     |     |
|---------------------------|-----|-----|
| 着力加强品牌建设 增强广播影视竞争力        | 朱虹  | 035 |
| 建设品牌推进创新 增强文化发展活力         | 耿乃凡 | 040 |
| 打造更好广电品牌 兴起文化建设新高潮        | 王立人 | 042 |
| 以品牌建设构建城市广电核心竞争力          | 严克勤 | 044 |
| 传播环境变化后的媒介传播创新            | 喻国明 | 050 |
| 建设电视品牌栏目的十二个要素            | 陆地  | 055 |
| 品牌是一种核心价值观                | 方延明 | 058 |
| 社会责任：广播电视品牌打造的第一要义        | 时统宇 | 060 |
| 解放思想 突破瓶颈 实现城市广电集团战略跨越性发展 | 朱剑飞 | 062 |
| 城市广电产业发展的品牌战略             | 于丹  | 065 |

## Plan 谋划篇

|                     |     |     |
|---------------------|-----|-----|
| 背景：TV地标全国地面频道大型调研展示 |     | 078 |
| 互动：TV地标城市台8强频道交流对话  |     | 080 |
| 深圳广电集团都市频道          |     |     |
| ◎ 倡导核心价值观 建设电视品牌    | 李也平 | 081 |



# 目录

无锡电视台新闻综合频道

◎树立具有文化内涵和社会责任的电视品牌 黄志东 084

杭州电视台西湖明珠频道

◎本土性贴近性是栏目取胜的不竭源泉 李春晨 090

苏州广电总台社会经济频道

◎创新 整合 影响力 王晓雄 092

大连电视台新闻综合频道

◎建设新闻平台 策划大型活动 韩向阳 095

沈阳电视台新闻频道

◎做精新闻板块，打造频道品牌 徐翔翌 097

南京广播电视台新闻综合频道

◎城市电视发展的三个关键词 陈正荣 098

广州电视台综合频道

◎未来的电视发展依靠系统取胜 秦瑜东 100

## Practice 实践篇

TV地标，品牌媒体 104

奋进中的无锡广播电视集团 104

广播 106

新闻频率 107

|        |     |
|--------|-----|
| 经济频率   | 107 |
| 音乐频率   | 107 |
| 交通频率   | 108 |
| 江南之声频率 | 108 |
| 都市生活频率 | 108 |

## 电视

|              |     |
|--------------|-----|
| 新闻综合频道       | 111 |
| ◎第一板块 新闻全方位  | 114 |
| 《无锡新闻》       | 115 |
| 《第一看点》       | 117 |
| 《服务车》        | 121 |
| 《故事会》        | 122 |
| 《前沿》         | 123 |
| 《中国城市报道》《纪录》 | 124 |
| ◎第二板块 晚间     | 126 |
| 都市资讯频道       | 128 |
| 《今晚60分》      | 130 |
| 《都市评谈》       | 132 |
| 《阿福聊斋》       | 134 |
| 《大话阿福》       | 136 |
| 影视频道         | 138 |



# 目录

|               |     |
|---------------|-----|
| 《精品剧场》        | 139 |
| 娱乐频道          | 142 |
| 《新快活林》        | 144 |
| 《娱乐黄金档》       |     |
| 经济频道          | 146 |
| 《今日财经》        | 148 |
| 《逛街》          | 149 |
| 生活频道          | 150 |
| 《生活空间》        | 152 |
| 《生活记录》        | 153 |
| 无锡新周刊         | 154 |
| 太湖明珠网         | 155 |
| 无锡移动电视        | 156 |
| 发挥广电优势 延伸文化品牌 | 158 |
| 大型活动部         | 160 |
| 影视制作部         | 162 |
| 专题部           | 167 |
| 无锡国家动画产业基地    | 170 |

## Innovation 创新篇

### 融汇天下文化精华 拓展广电品牌优势

——无锡广电文化活动周的品牌启示

176

#### ◎首届无锡广电文化活动周

182

#### ◎第二届无锡广电文化活动周

187

#### ◎第三届无锡广电文化活动周

193

#### ◎第四届无锡广电文化活动周

197

#### ◎第五届无锡广电文化活动周

200

### 后 记

207



# 探

Quest 探索篇

自强不息，天道酬勤

## “2007中国城市广电品牌建设论坛”在锡举行

《奋进中的无锡广电》丛书首发仪式同时举行

2007年10月27日，“2007中国城市广电品牌建设论坛”在无锡市隆重举行，来自全国广电传媒界的领导和专家以及2007TV地标地面频道城市台综合实力八强的代表参加了本次论坛。

“2007城市广电品牌建设论坛”由中国社科院新闻与传播研究所、中国广播影视杂志社主办，无锡广播电视集团承办。这次论坛得到了各级领导、传媒研究界的大力支持和广电业界的积极响应。国家广电总局办公厅主任朱虹，江苏省广电局党组书记、局长耿乃凡，中共无锡市委常委、宣传部长王立人，中国广播影视杂志社常务副社长陈新以及中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师喻国明，南京大学新闻学院院长、教授方延明，清华大学新闻与传播学院教授陆地，中国社科院新闻与传播研究所研究员、中国新闻事业研究室主任时统宇，华南理工大学新闻与传播学院副院长、教授朱剑飞参加了此次论坛。

论坛期间，“2007 TV地标”全国地面频道城市台八强的代表齐聚一堂，对未来城市广电品牌化发展各抒己见。深圳广电集团都市频道、无锡广电集团新闻综合频道、杭州电视台西湖明珠频道、苏州广电总台社会经济频道、大连电视台新闻综合频道、沈阳电视台新闻频道、南京广播电视台新闻综合频道、广州电视台综合频道的代表分别介绍、交流了各自频道品牌建设的心得体会。

媒体品牌是一个地区文化发展水平的表现。会上，与会领导和专家对当前中国广电传媒特别是城市广电的品牌建设和发展状况作了系统的分析，对广电的品牌化发展提出了诸多建设性的思考与思路，尤其强调突出了城市广电必须依托城市背景和城市化发展总体目标，结合实际，不断壮大品牌化、本土化、集约化发展之路。

同日，由无锡广电集团编撰，中国广播电视出版社出版的系列丛书《奋进中的





无锡广电》正式和读者见面。

《奋进中的无锡广电》丛书包括《城市广电传媒的经营管理与创新》、《飞跃无限》（上、下册）两套三本。其中不仅有近年来无锡广电发展回顾和成果的展示，更有城市广电整体创新发展的理念阐述和思路的总结。

国家广电总局办公厅主任朱虹，江苏省广电局局长耿乃凡，中共无锡市委常委、宣传部长王立人等参加了丛书首发仪式。