

玫瑰之约

贺大明 彭国元 主编

DATING OF
ROSE

MEI GUI ZHI YUE



湖南电视台《玫瑰之约》栏目
湖南广播电视报采编中心 著

中国广播电视出版社

荧屏内外的故事

湖南卫视

[玫瑰之约] Dating of rose

——荧屏内外的故事

湖南电视台《玫瑰之约》栏目 著
湖南广播电视报采编中心

贺大明 彭国元 主编

中国广播电视出版社

图书在版编目(CIP)数据

DM16/04

玫瑰之约:荧屏内外的故事/贺大明,彭国元主编;湖南电视台《玫瑰之约》栏目,湖南广播电视报采编中心著,一北京:中国广播电视出版社,1999.10

ISBN 7—5043—3398—0

I 玫… II ①贺…②彭…③湖…④湖… III 湖南电视台—电视节目—制作 IV.G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 41492 号

玫瑰之约——荧屏内外的故事

主 编:	贺大明 彭国元
著 者:	湖南电视台《玫瑰之约》栏目、湖南广播电视报采编中心
责任编辑:	黄道京
封面设计:	邓函雨
版式设计:	张智勇
责任校对:	彭国元
出版发行:	中国广播电视出版社
社 址:	北京复外国家广播电影电视总局(邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	湖南广播电视报印刷厂
开 本:	850×1168 毫米 1/32
字 数:	300(千)字
印 张:	12.25
插 页:	6
版 次:	1999 年 9 月第 1 版 1999 年 9 月第 1 次印刷
印 数:	1——20000 册
书 号:	ISBN 7—5043—3398—0/I·475
定 价:	20.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

总策划：魏文彬 曾凡安

策 划：刘一平 曹树荣 罗伟雄 黄道京

主 编：贺大明 彭国元

撰 稿(以内容先后为序)：

王 晃 袁雅琴 余长新 方 山

陈万启 刘映波 彭国元 黄道京

序

中共湖南省委宣传部副部长、省广播电视厅党组书记

魏文彬

才饮《玫瑰之约》周岁喜酒，又闻《玫瑰之约》书稿即将付梓，真乃美事双至，可喜可贺！

湖南电视台《玫瑰之约》节目自去年8月1日正式开播以来，通过厅、台领导和栏目组全体同志的精心浇灌，仰仗广大观众的悉心呵护，昔日的这株幼苗现已根深叶茂，渐亮风采。其准确的栏目定位、丰富的内容设置、新颖的表现形式，越来越被众多的省内外观众认同和青睐。如今，《玫瑰之约》已成电视观众周日晚上一道精美的“文化大餐”，“玫瑰故事”已成人们茶余饭后津津乐道的谈资。可以说，《玫瑰之约》不仅获得了良好的社会效益和可观的经济效益，为湖南电视文化的建构和“湖南现象”的确立作出了重要贡献，而且也为全国同类节目的运作和昌盛提供了宝贵的参照。当然，《玫瑰之约》并非已臻极致，仍有完善、改造和提高之必要，同时也面临着同类节目的挤压和竞争。今年初，我曾在《玫瑰之约》业务研讨会上说过，《玫瑰之约》节目已走过了它的初级阶段，虽已成型，但仍然要改变。变什么？当然主题不要变，爱情是人类最美好的主

题，是永恒的。基本形式也不要变。要变，就变内在的东西，质的东西，提高品位和档次。好、精应该在品位上体现。现在看来，《玫瑰之约》整体质量大有提高，品位也愈加纯正，但仍不能满足。因为，在“玫瑰园”中，真正要使我们的这束“玫瑰”最香最艳且经久不衰，并不是一件轻松的事。

《玫瑰之约》节目是在湖南电视文化的大背景下产生和火爆起来的，《玫瑰之约》的成功只是湖南电视“全线飘红”的一个缩影。近些年来，我们风雨兼程，历尽坎坷，围绕广播电视宣传这一中心，实现了管理上由松散型向紧密型、经营上由计划型向产业型两个转变。圆了宣传上的“上星梦”、建设上的“中心梦”、产业上的“上市梦”、传输上的“网络梦”，办“大广播、大电视、大宣传、大产业”的格局基本形成，并造就了一支思想强、业务精、作风正、纪律严的广播电视队伍。如今，我省的广播影视事业形势骄人，多台(频道)并举，群雄奋争，精品迭出，一路牛气。“快乐旋风”席卷大江南北，“玫瑰花香”远飘长城内外，《快乐大本营》、《还珠格格》相继摘取“金鹰奖”，电影《国歌》凯歌高奏，备受推崇……湖南电视早已名声在外，“湖南现象”令人称慕。据不完全统计，近两年，先后有20余个省厅和70多家电视台的同志来湘参观考察，许多在京的湘籍老同志也来信来电表示鼓励，称湖南电视为湖南争了光。这是湖南的骄傲，更是湖南电视人的荣耀！

然而，面对纷至沓来的鲜花和荣誉，我们没有理由止步和徘徊。时下，全国已有 30 多家电视台的节目上星，有近 50 套节目落地，空中大战愈演愈烈！同时，我们也必须看到，人家来考察学习的目的，就是要超越你。来湖南考察学习的人越多，湖南电视尤其湖南卫视就越成“众矢之的”。湖南广播影视要在残酷的竞争中保持优势，并求得可持续性发展，全厅上下务必增强危机意识、忧患意识，做到热运作、冷思考，并从宏观的视野和发展的眼光规划当前，谋筹将来。具体来说，应主要做好以下几点：一是敢于创新、善于创新。创新的法宝，是湖湘文化、东方文化乃至西方文化的融汇，是新思想、新手段、新装备的结合。一个频道也好，一个节目也罢，只有创新才有活力，才能“抓”人，否则就会被市场淘汰。二是抓好“两位”：其一是定位。每个台、频道和栏目都应坐正自己的位置，凸现自身的特色，而决不能你中有我、我中有你。当然，这种定位既有频道分工的不同，同时也都应以超前意识找准受众的兴趣点和兴奋点。其二是品位。品位是广播电视节目文化含量的重要标准，也是节目档次的标识，没有品位的节目虽表面上热热闹闹，但总有一天会被受众冷落。三是塑造品牌。品牌是一个媒体内在质量与外在形象的辩证统一。一个名牌节目就像一个磁场，必然具有感染力和吸引力，必定拥有良好的社会效益和经济效益。因此，每个频道都应竭力营造几个响当当的名牌栏目和节目。四是抓好强项，整体推进。近两年，湖南电视饮誉

内外，在很大程度上是冲着综艺节目而来的。但是，一个台，一个频道，仅靠一两个名牌是难以支撑的，必须全面提高，整体上扬。比如说新闻节目、经济节目、谈话节目等，我们还要下大功夫。此外，各台、各频道也应平衡发展，只有这样，我省广播电视的综合实力才能登上一个新台阶。

以上说了这么多，旨在借此机会进一步强化我们的宣传质量意识，涌现更多的像《玫瑰之约》这样的名牌节目，并使之常盛不衰。

现在，《玫瑰之约》节目就要结集出书了，这诚为一件好事。策划和出版此书，既是对《玫瑰之约》节目一年辛苦不寻常的深情回眸和全面总结，也是对该节目的延伸和拓展，无疑将对推动电视文化建设起到催化作用。本书采用纪实文学与新闻特写相结合的手法，运用学术研究和社会心理学的方法，多层面、多视角地网络了“玫瑰故事”。屏前幕后的动人故事，精彩节目回放，主持人、编导和嘉宾风采，都尽在其中，令人目不暇接；典型经验分析、《玫瑰之约》引发的话题与思考，会让你想得更多、更远、更深刻。文化味、可读性和真实感的有机兼容，毫无疑问地体现出该书的较高价值。可以肯定，这本书将会受到《玫瑰之约》的热心观众和广大读者的欢迎和喜爱。因此，我为这本书的出版感到由衷的高兴。

是为序。

1999年8月

目

录

序

玫瑰内幕·荧屏前后

花儿为什么这样红 /1

玫瑰经典·节目实况

花好月圆人未眠 /77

玫瑰点评·派对指南

千里姻缘一线牵 /149

玫瑰采访·后续新闻

此情绵绵无绝期 /185

玫瑰印象·编导风采

春色满园关不住 /251

玫瑰沙龙·场外故事

红杏一支出墙来 /321

玫瑰话题·热门思考

万紫千红总是春 /345

附:《玫瑰之约》嘉宾名录 /377

后记

玫瑰内幕·荧屏前后

花儿为什么这样红

王 晃 撰稿

- 3 · 花开在'98之夏
- 8 · 《玫瑰之约》：成如容易却艰辛
- 12 · 是《快乐大本营》宋点还是《玫瑰之约》的宋点
- 16 · 追妻三人行
- 18 · 《再次寻觅》：而今迈步从头“约”
- 23 · “情人节”：《玫瑰之约》来贺岁
- 27 · 我们始终在努力
- 31 · 人约黄昏后：《人间重晚情》
- 37 · 南国郴州“玫瑰”红
- 41 · 脱产恋爱：《感受爱情》
- 46 · 搭错车的《张家界浪漫之旅》
- 51 · “五四”让我们《感受年轻》
- 56 · 《牵手大庆》：“玫瑰”献工人
- 60 · 《我们村里的年轻人》：“玫瑰”开在桃花源
- 65 · 《爱情慢车道》：没被爱情遗忘的角落
- 68 · “玫瑰”幕后“大管家”
- 72 · 一周一次“玫瑰派对” 一年一回“玫瑰婚礼”



花开在'98之夏

7月中旬，是一年中最炎热的时期。湖南卫视的《玫瑰之约》就是在1998年的这个时候推出来的。如同火热的夏季，《玫瑰之约》迅速火爆荧屏，成为湖南卫视继《快乐大本营》之后的又一朵电视奇葩。

成如容易却艰辛。《玫瑰之约》的悄然崛起和迅速窜好，是经历了前后整整一年的艰难筹备。正如怀胎十月而生产的婴儿是



《玫瑰之约》录制现场

健康婴儿一样，一年的煎熬使这朵“玫瑰花”聚集了充足的营养，一旦破土而出，便会迎风绽放！

说起《玫瑰之约》的由来，要从1997年说起。自湖南电视节目1997年元旦“上星”之后，湖南电视台无论从节目的形式（包装），还是内容（栏目），都进行了全面的改版。尤其是电视栏目采用“成熟一个，推出一个”的办法，取得了重点进攻、各个击破的成效。1997年7月推出的《快乐大本营》，很快就刮起一股“快乐旋风”并风靡全国。《快乐大本营》的成功，带动了湖南电视台“热闹周末”战略的整体实施。作为拥有《乡村发现》、《人世间》等名牌栏目的社教中心一直围绕着“周末”作文章，想推出一档有影响的在演播厅录制的节目。这一想法随即得到了广播电视厅和电视台领导的首肯。

当时，社教中心有一个栏目叫《周末创意》，现在红极一时的金晓林正是这个节目的主持人。该栏目每期45分钟，在每周的周末播出，内容主要是拍摄播出人们一些“有创意”的想法、做法，即“有创意”的人和事。开始时，由于内容的新、奇、特，颇受观众欢迎，但时间一长，“创意”渐渐枯竭，栏目面临着生存危机。于是，这个栏目被暂停下来，台和中心领导要求对栏目进行改版再定位，要求更具可操作性，更具新意。

沿着《周末创意》的路子，制片人胡志丹和策划班子连续提出了四套方案，诸如旅游服务等等，都不十分理想。这时候有人想到了婚姻爱情的话题，提出在栏目中辟出15分钟的时间来谈婚姻爱情，他们听说长沙市有个叫“弥赛亚”的婚介所，每周星期五和星期六都组织会员活动，其中还有“玫瑰派对”的环节。社教中心主任卢斌华和制片人胡志丹几次前去“弥赛亚”参观并与他们商谈合作事宜。婚介所对此极为热心，还出面请青年作家何顿、彭国梁等人座谈，一起出主意。但跟婚介所的会员们一谈，他们无一例外都退却了，谁也不愿意上电视镜头，这事也就

这么“黄”了。

这时，湖南省广播电视厅直属的又一家电视台——湖南生活频道开始筹备，胡志丹作为骨干调往这家新电视台，改版工作一度中断。此时，香港凤凰卫视播出的《非常男女》给了社教中心



领导一个非常大的启示：如果爱情婚姻的节目不仅仅限于婚介，而是一个

集谈话、娱乐于一体，旨在倡导健康向上的交友观、爱情观、婚恋观，融趣味性、娱乐性、哲理性于节目之中，展示参与嘉宾的个性风采和时代风貌，一定会有广阔的空间和市场。这一想法让他们豁然开朗。

时不我待。1997年底，在台领导的支持下，社教中心决定将已声名鹊起的栏目《人世间》的制片人贺大明抽调出来，接手新栏目的策划和筹备。五十岁的贺大明忍痛丢下自己创办的《人世间》，开始了新的创业。

“到电视上去谈恋爱”，一开始，许多人都用这样一句话评价正在筹备的新节目。于是，许许多多的人都投来了怀疑的目光。一位领导好心地对贺大明说：“希望《玫瑰之约》不要成为你的‘滑铁卢’。”因为贺大明是湖南电视台做纪录片的高手，《人世间》又做得很成功。贺大明形容刚刚接手筹备时确实有一

种“走钢丝”的感觉，虽然定位于“爱情沙龙”，而爱情又是古今中外、男女老少都关心的“永恒”话题，但做不好就会俗不可耐，况且大陆又没有类似的节目，没有仿效的模式，节目做出来如何，大家心里都没底。

保持节目的文化品位，这是贺大明当时对《玫瑰之约》的总体把握。节目的设计方案很快就拿了出来，台里同意他们按照方案做出样片来。但一个很现实的困难摆在他们面前，当1998年3月份方案已定下来时，却没有录制的演播厅。湖南卫视开播后，各栏目的竞争日趋“白热化”，新的直播节目、演播厅节目不断增加，而新建的省广电中心尚未完全正式启用，演播厅自然是“庙少和尚多”。《玫瑰之约》的演播厅被另一有影响的栏目借用，一时无法“归还”。就为了演播大厅，社教中心主任卢斌华受过许多的委屈，甚至几次“老泪纵横”。1998年春节前夕，许多人都回家过年了，他们还在为演播厅的事奔忙。记得是湖南电视台春节晚会直播的前一天晚上，卢斌华带着贺大明、刘蕾来到新建的广电中心，向正在观看彩排审查节目的省广播电视台厅党组书记魏文彬汇报情况，请求支持。那晚非常寒冷，魏书记又非常忙，他们在外面一直等候魏书记忙完事情，那时的情景，贺大明说有“风萧萧兮易水寒”的感觉。卢斌华对贺大明说：“这档节目搞不成，我和你一起拍纪录片去。”每每忆及这些，卢斌华总是要动感情，泪就止不住地流。

直到常务副台长刘一平出面做工作，台总工程师喻春轩出面协调，演播厅终于在1998年的6月初才落实下来。经过简单的装修，第1期节目直到7月份才录制，比原计划晚了几个月。

没想到“坏事”也变成了好事，就在这几个月里，贺大明和他从《人世间》栏目拉过来的刘蕾、冯伟峰、杨霖、张晓雪一班人，对第1期的台本进行反复修改，竟是九易其稿，各种策划更细致、更到位、更成熟。

还在节目策划、演播厅装修期间，广西电视台台长率各中心的负责人来湖南参观，广西台的社教中心主任问贺大明：“你做这台节目有压力没有？”陪同他们参观的湖南电视台副台长迟峰在一旁抢先回答：“当然有压力。别说他们，台领导也有压力，因为这是一台跨世纪的节目。”可以说，台领导也是冒着风险让他们大胆一试的。

天道酬勤。7月份录制完第1期样片，送省厅“上星”领导小组审片时，通过的顺利程度让贺大明以及他的部下都始料不及。他们清楚地记得，1998年7月16日上午，厅、台领导在审片时，常常爆发出一阵阵轻松愉快的笑声，这每一次笑，就是对节目的一份肯定。果然，审完片，魏文彬书记马上就予以肯定，他说：“对《玫瑰之约》这样一档谈爱情的节目，我一直想象不到是个什么样子，一看，不错。”魏文彬和厅党组副书记、副厅长兼湖南电视台台长曾凡安等领导都同意播出。

中午审完片，刘一平副台长、卢斌华主任和贺大明一商量，决定当晚就播出这台节目。这样，在事先没有做任何宣传的情况下，《玫瑰之约》不事张扬地出现在湖南卫视的荧屏上。这一天，是1998年7月16日。

也许是他们等待得太久，也许是节目顺利通过审查给了他们更多的自信，在'98之夏一个平平常常的夜晚，“玫瑰”悄然绽放。这个开头说起来有些寂寞，但毕竟，继《快乐大本营》之后，湖南卫视的又一名牌横空出世！



《玫瑰之约》：成如容易却艰辛

第1期《玫瑰之约》节目的两导演之一张晓雪，曾在“编导手记”里这么写道：

“当总制片人贺大明郑重决定将《玫瑰之约》第1期制作任务交给制片人刘蕾和我来具体运作时，我到电视台连实习期在内，尚不足一年，还是一个连与别人多说几句话都会脸红胆怯的女子。在日记中，我是这样记录当时的心情的：‘我怯生生地走向这个生命转弯的地方，如履薄冰。’现在想来，当时如果节目做砸了，恐怕电视观众还将以更长的时间去等待这一朵玫瑰的盛开，而所有人为之付出的心血和努力也会轻易地付之东流。”

这里之所以引述这一段“编导手记”，是因为从张晓雪的自述中，从刘蕾的自述中，我们感受得到“万事开头难”的道理。被张晓雪视为“生命转弯的地方”，其实也就是“玫瑰”第一次