



上

安徽电视台建台四十五周年文选

主编 汤达祥

SURMOUNT

中国  广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

突破

主编 汤达祥

SURMOUNT

安徽电视台建台四十五周年文选

① 上

中国  播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

突破:安徽电视台建台四十五周年文选 / 汤达祥主编.
- 北京:中国广播电视出版社,2005.9
ISBN 7-5043-4837-6

I.突... II.汤... III.电视台 - 电视工作 - 概况
- 安徽省IV.G229.275.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 087265 号

突破:安徽电视台建台四十五周年文选(上、下卷)

主 编	汤达祥
责任编辑	刘跃钊
装帧设计	金鹏国际广告有限公司
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号(邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	合肥市宏基印刷有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数	550(千字)
印 张	35.125
版 次	2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5043-4837-6/G·1800
定 价	98.00(上、下卷)

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

安徽卫视在所有省会城市和直辖市落地入网，在全国地级城市覆盖率达95%，县级城市覆盖率达50%，总收视人口逾6亿。

安徽卫视已成为重要的全国性传播平台，收视份额排在包括央视频道在内的全国前十位，综合影响力指数等各项竞争力指标均位居省级卫视前三位。

2004年安徽卫视频道广告创收逾4亿，位居省级卫视第二位；全台广告创收逾6亿，居省级电视台前八位。

安徽电视台两个地面主力频道安徽影视和安徽经视年创收均过亿，连续两届分别被中国传媒投资年会评为“中国最具投资价值媒体”，“媒介金牛工程”、“华东全垒打”等经营创举在业内外有着广泛的影响。

责任编辑：刘跃钊

装帧设计：金鹃国际广告有限公司

谨以此书献给
安徽电视台建台四十五周年
(1960-2005)

《突破》编委会

主编:汤达祥

副主编:王学锋 陈田 邹晓利 吴仁炳 马智敏

执行副主编:邹晓利

编委:(以姓氏笔划为序)

马智敏 王文智 王学锋 汤达祥 陈田

肖融 吴义伦 汪义新 吴仁炳 李伟中

张阿林 杨思亮 陈晓华 邹晓利 何章海

郑小和 夏忆仁 韩玉春

执行编委:肖融 张平

执行编辑:王永连

编辑及工作人员:姜世平 王既端 常志华 王守明

方君 田晓玲 李莉 康本胜 蒋蓓 邵娟

再接再厉 勇争一流

——为《突破——安徽电视台建台四十五周年文选》序

喊世记

安徽电视台是全国最早创办的省级电视台之一。45年来,在省委、省政府的领导下,经过几代人的自力更生、艰苦创业,安徽电视台从小到大,走过了不平凡的发展历程。特别是二十世纪90年代以来,安徽电视台深化改革,开拓创新,加快发展,在宣传、技术、覆盖、经营管理等方面,都取得了骄人的成绩。

目前,安徽电视台已拥有8个频道,推出了一批具有安徽特色、在全国有一定影响的电视精品和名牌栏目;实现了采编播全数字化,安徽卫视覆盖在全国省级电视台名列前茅,打造了全新的发展平台和扎实的事业基础;经营效益持续高速增长,进入新世纪以来广告收入年增长超亿元,去年居全国省级电视台前8位。

45年来,安徽电视台始终坚持服务省委、省政府和人民群众,为我省社会主义建设和改革开放做出了积极贡献,也实现了自身较快、较好的发展。

作为一个中部发展中省份的省级电视台,安徽电视台发展到今天这样的规模,取得今天这样的成绩,相当不容易。45年的成就,值得骄傲;45年的经验,值得认真总结。

——导向正确是立台之本。导向是新闻的灵魂,和其他媒体一样,电视是党、政府和人民的“喉舌”。因其声像并茂、传播快捷、覆盖广泛等特点,更要把坚持正确导向贯彻落实到采编播的各环节和全过程。安徽电视台始终坚持“二为”方向,坚持正确导向,弘扬主旋律,宣传贯彻党的各项方针政策,服务全省经济建设和工作大局,为广大人民群众提供了多方面、多层次的服务。安徽卫视、经视、影视等主要频道在省内的总收视份额一直保持在60%左右,安徽电视台是全国收视份额较高的省级台之一,导向正确、贴近受众是根本原因。

——艰苦奋斗是成事之基。干事创业,都必须有艰苦奋斗的精神。缺乏这种精神,难创大业。困难时期是这样,现在和将来也是如此。上世纪60年代,安徽电视台创业伊始,举步维艰,一度停播;70年代,安徽电视台自力更生,步履艰难,初具规模;80年代,安徽电视台迎难而上,大胆拼搏,成为全省三大新闻单位之一;90年代,安徽电视台自办节目增加到2套,卫视节目成功上星;进入新世纪,安徽电视台把握机遇,迅速发展壮大。正是依靠几代电视人的艰苦奋斗和接力前进,安徽电视台从无到有,由小到大,许多重要指标和综合竞争力跻身全国省级台前列。

——改革创新是发展之源。改革才能发展,创新才能进步。安徽电视台自创办以来,特别是近年来,积极适应经济发展和社会进步,积极适应形势任务的要求和事业发展的需要,确立了“创建一流媒体”的目标,以新闻改革带动干部人事、栏目设置、经营管理等方面的改革,以内容创新推进品牌建设、经营理念、工作机制等方面的创新,调动积极性,激发创造性,内部整合,外向拓展,促进了电视宣传事业和相关产业的快速发展。因为坚持了改革创新,安徽电视台节目质量不断提高,市场份额不断扩大,综合实力不断增强。

《突破——安徽电视台建台四十五周年文选》,从不同侧面地回

顾了安徽电视台的发展历程，从很多方面总结了可资借鉴的有益经验。借安徽电视台建台45周年暨《突破》一书出版之际，我谨向安徽电视台表示热烈的祝贺，向全台新老同志和所有为安徽电视发展做出贡献的人们致以诚挚的谢意！

45年，是一个里程碑；45年，又是一个新的起点。当今世界，经济、政治、文化相互交融，包括文化在内的综合实力竞争日益激烈，各种思想文化相互激荡，坚持马克思主义指导地位、巩固全体人民团结奋斗的思想基础、维护国家文化安全面临着越来越严峻的挑战；当代中国，改革深化，开放扩大，市场经济蓬勃发展，文化建设你追我赶，全面建设小康社会，构建社会主义和谐社会，对宣传思想战线包括广播电视战线，提出了新的任务和要求；当今社会，科学技术日新月异，互联网迅速普及，传播领域正在发生着深刻的变革，电视的技术含量和电视业发展的技术要求越来越高，电视业面临着境内外和行业内外日益加剧的竞争。电视作为覆盖面最广、受众面最大的大众传媒之一，在建设社会主义先进文化中居于不可替代的地位，在促进经济社会发展中担负着重要职责。

面对新形势和新任务，安徽电视人要增强使命感和责任意识，始终坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，贯彻落实科学发展观，坚持先进文化的前进方向，牢牢把握正确导向，贴近实际，贴近生活，贴近群众，不断提高宣传水平、增强宣传实效，忠实履行党和人民赋予的职责，为全省现代化建设和改革、发展、稳定大局服务，为安徽加快发展、实现“奋力崛起”做出新的贡献。

面对新形势和新任务，安徽电视人要增强危机感和忧患意识，继续弘扬艰苦奋斗、开拓创新的精神，勇于探索，勤于实践，敢闯敢试，敢为人先，创新管理体制和运营机制，开辟新的领域，拓展新的空间，抢占制高点，打造新平台，在促进安徽“奋力崛起”中实现自身的率先崛起，在服务广大人民群众中巩固、开拓和占领市场，在加强合作、迎接挑战、参与竞争中做大做强。

面对新形势和新任务,安徽电视人要增强事业心和“勇争一流”的意识,坚持以建设“一流队伍”推动“创建一流媒体”,不断加强自身思想、业务和作风建设,打好基本功,苦练真本领,大力提高队伍的整体素质和应对挑战的能力,大力营造激励干事创业争先、充满生机和活力、使优秀人才脱颖而出的良好环境,培养一批在全国知名的电视名人和经营管理能才,推出一批在全国有影响的名牌栏目,在全国争一流,在世界造影响。

伟大的时代为宣传思想工作提供了广阔无限的空间,伟大的事业为宣传思想战线提高了施展才能的舞台。电视人是伟大时代、伟大事业的记录者和实践者。我衷心希望安徽电视人始终与党同心同德,与人民同忧同乐,与时代同行同进,谱写崭新篇章,创造辉煌业绩。

2005年9月于合肥

目 录

序

臧世凯

战略篇

媒体经营与经营媒体	汤达祥 冯道东 王永连(3)
看安徽台如何经营媒体	黄升民(20)
媒介整合营销	丁俊杰(24)
——对安徽电视台媒介整合营销的几点归纳	
安徽卫视的营销战略与启示	张云 方世彤(28)
安徽卫视锻造电视剧核心竞争力	邹晓利(35)
安徽卫视的整合营销	吴涛 张慧民 徐更生(39)
强弱只是一“念”之差	王学锋(44)
——省级电视媒体发展战略探析	
内容创新——省级卫视的生存之道	永 牧(48)
多频道节目营销的系统化操作	张 平(58)
——安徽电视台电视剧购买、编排、推广的整体运营	
电视传媒运营的1+3模式	俞湘华(62)
——兼谈安徽卫视持续发展的新思路	
打造控制力:省级卫视产业化发展的重要课题	熊忠辉(70)
——以安徽卫视为例	
基于价值链优势的媒介品牌战略	宋琼林(76)
——安徽卫视品牌策略案例分析	
安徽卫视电视剧营销方法浅析	丁俊杰(83)

破解安徽卫视“以剧兴台”之谜	闫海生(87)
改变规则才能摆脱追兵	张晓栋(99)
——安徽卫视价值链中构建竞争优势	
安徽卫视 爱上电视剧	马玉杰(103)
编排:电视剧营销的重要手段	石长顺 罗金辉 (109)
——以安徽卫视电视剧编排为例	
《周末大放送》:成就周末白天电视节目第一品牌	罗小虎(115)

运营篇

创建全国一流媒体专辑

坚持改革创新 不断提高水平

——安徽电视台创建一流媒体目标明确、成效显著	
.....	省委宣传部《宣传信息》(123)
数据解析安徽电视台创建全国一流媒体发展的进路	康本胜(127)
节目运作卓有成效 频道经营成果显著	(144)
打造优质媒介 提高经营业绩	(149)
创一流覆盖业绩 建一流覆盖队伍	(154)
开辟外宣渠道 扩大国际影响	(160)
精心运作 外塑安徽良好形象	(164)
频道品牌的“重装上阵”	(169)
——经济中心大型电视活动与频道品牌建设	
经营品牌与品牌经营	(174)
——文体电视剧中心电视综艺节目的经营与发展	
迎接数字技术潮流 创造一流技术平台	(178)
为精品生产提供充分技术保障	(182)
全力以赴 做好安全优质播出工作	(187)
整合资源 科学管理 为创建提供有效保障	(193)
立足本职 服务大局	(197)

经营实践与运营理念

深入,决定长远影响力	邵震 余亚平(202)
——简析中国安徽电视台的服务战略	
重构电视媒体广告经营的服务战略	雨辰 亚 平(205)
专业态度铸就传播专业品牌	翁向东(210)
——安徽电视台“实战传播特训营”印象	
创新经视,创新营销	李 豹(213)
“媒介金牛市场”概念改变企业营销观	赵 正(218)
区域经济下的区域媒体合作	经 视(222)
媒体营销人员培训的六项注意	余夕仁(226)
经营观众 赢取未来	曹 琴(230)
频道推广活动的价值追寻及其项目设定	赵邦好(235)
一场“三赢”的约会	杨新年 乐 惠(242)
——有感于安徽电视台影视频道“影视有约”	
浅析安徽经视独具创新的会议营销	朱 蓉(246)
事件营销:媒体、企业合作新思路	吴东华(250)
如何提高广告的收视率	刘团结(255)

突破战略篇

媒体经营 与经营媒体

>>> 汤达祥 冯道东 王永连

近年来,随着媒体间竞争的加剧,大量同质化的频道和形式雷同的节目已使电视媒体从产品时代向营销时代过渡。在体制上,电视媒体由过去全额拨款的事业单位逐渐向以市场需求为导向的企业化方向转型。如何在新旧体制并存、媒体属性和经营角色模糊的市场经济大环境下,制定媒体的战略,通过有效的管理手段,整合内外部各类资源,调整 and 改革适应现代媒体运作需要的内部运行机制,在保证媒体导向和喉舌属性的前提下,实现媒体“两个效应”的协同发展,已成为当前各级电视台关注的话题。近年来,安徽电视台积极探索先进的营销理念,科学运作,平稳推进,实现了广告创收持续稳定高增长。2000年、2001年和2002年连续突破2亿元、3亿元和4亿元大关。也就是说,在全国电视广告市场低迷的环境下,安徽电视台广告创收实现了每年30%左右的增长,引起了业内广泛关注。安徽电视台媒体经营业绩的背后,是从媒体经营到经营媒体的实践,是对经营媒体理念的探索。

对绝大多数电视台来说,当前,媒体经营是电视台通过市场活动来获取利润的行为,主要就是指广告经营(当然也包括节目营销等)。而经营媒体就是在现行体制下,导入先进的营销媒体理念,把媒体作为参与市场竞争的主