



现代传媒综合体的创新与实践

杭州市萧山广播电视台 编

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



现代传媒综合体的创新与实践

杭州市萧山广播电视台 编

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

图书在版编目(CIP)数据

现代传媒综合体的创新与实践 / 杭州市萧山广播电视台编. — 北京: 中国广播电视出版社, 2014. 4
ISBN 978-7-5043-7142-3

I. ①现… II. ①杭… III. ①传播媒介—体制改革—中国—文集 IV. ①G219.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第063275号

现代传媒综合体的创新与实践

杭州市萧山广播电视台 编

责任编辑 王 佳

封面设计 东风焱

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.cntp.com.cn

电子信箱 cntp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 杭州艺文报刊印务有限公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 160(千)字

印 张 10.5

版 次 2014年4月第1版 2014年4月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7142-3

定 价 35.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)



前言

◎ 来宏明

《现代传媒综合体的创新与实践》一书终于付梓了,这本凝聚了全台同仁智慧和心血的论文集,记录了萧山广电人积极应对新媒体时代浪潮,锐意进取、创业创新,全力打造现代传媒综合体的探索与实践,也见证了萧山广电在新时期主动谋求转型升级、实现蝶变的历程。

作为钱塘江畔的一家基层广播电视台,萧山广电秉承“奔竞不息、勇立潮头”的萧山精神,顺应全媒体时代发展趋势,结合城市综合体和媒介融合理念,在传媒界首先提出打造现代传媒综合体这一新的理念,并进行了大胆的尝试。打造“一网二台”,创建以视频为特色、市场化运作的湘湖网,推出萧山网络广播电视台、萧山手机电视台和萧山微报;出版了以休闲为特色的《湘湖视听》杂志;积极进军影视产业,先后拍摄了《西施》《母亲的放弃》《梦寻》等电影;建立了统一的新闻中心,加强了各平台的融合、互动。今日的萧山广电,已初步实现由传统新闻媒体向现代新闻媒体、由单一广电媒体向综合媒体、由区域性媒体向跨区域性媒体的战略性转型,成为集传统广电、网络广电、移动广电“三位一体”,广电媒体、平面媒体、新媒体相互融合的新型



复合媒体。

我们的尝试也引起了媒体界的关注，国家新闻出版广电总局《广播电影电视决策参考》及《中国广播电视学刊》等刊物多次刊载我台经验和做法。这里，我们将近年来建设现代传媒综合体过程中在平台打造、舆论宣传、节目创新、活动营销、技术保障、人才队伍等方面的一些论文汇编成册、结集出版，希望得到业内专家学者、同行和广大读者的批评指教，也希望以此来勉励萧山广电同仁再接再厉、再启新程。我们将继续深化现代传媒综合体建设，围绕“智慧城市”建设，努力把萧山广电打造成为集新闻资讯、政务信息、生活服务为一体的城市公共服务新平台，为谱写“中国梦”的萧山篇章作出新的贡献。



目 录

- 001 打造区域性传媒综合体的思考与实践 来宏明
- 009 现代传媒综合体:区域性广播电视的转型与质变 来宏明
- 016 新时期农村有线广播大有可为
——杭州市萧山区有线广播建设的实践与思考 来宏明
- 025 打造全媒体时代政府与民众沟通的新平台 ... 来宏明 陈 默
- 033 拓展影视产业 突破发展瓶颈
——萧山广播电视台积极探索影视领域成效明显
..... 来宏明 郑 宇 唐海祥
- 039 为建设文明幸福新萧山 提供源源不断的精神动力
——萧山广播电视台积极开展文明幸福主题宣传的创新
与实践 来宏明 陈劲林
- 044 整合 激活 发力
——现代传媒综合体统一新闻平台建设初探 张晔涛
- 048 扛起公益的旗帜
——基层广电媒体开展新闻行动的实践与启示
..... 张晔涛 张丽丹



- 053 新时期地方台怎样做好广播电视外宣工作 ... 顾华夏 胡彩娟
- 059 打造网络广电和移动广电的探索与实践 苏昭军
- 064 《湘湖视听》杂志品牌发展路径的思考 徐 凌 王晓涛
- 068 县级电台提升品牌的困境和出路
——以萧山电台调频 107.9 为例 倪兴康
- 076 提升广播联办节目“精、气、神”的对策研究 倪兴康
- 082 多元收视竞争格局下县级电视台频道定位及节目编排的思考
..... 叶卓明
- 089 现代传媒综合体的品牌包装策略与实践 吕 峰
- 093 突破区域藩篱 唱游人文山水
——县级台电视综艺节目横向合作的尝试与思考 ... 黄晓霞
- 099 关于本土群众性文化娱乐活动的实践与思考
——以“舞动萧然”镇街舞蹈大赛为例 胡耀琪
- 104 现代传媒综合体下的广告经营策略 陈 默 倪佳君
- 111 跨平台联动下的活动营销创新与推进策略 周建军
- 122 基层广电系统员工晋升机制的激励作用研究
——以萧山广播电视台为例 吴志良 施芸芸
- 128 以节目育人才 以人才创节目
——萧山广播电视台综艺人才的本土冶炼 ... 黄晓霞 温华林
- 133 地方广电媒体全台网建设的探索与思考 丁少利
- 142 县级台建媒资系统应把握的几个问题 朱伟民
- 147 综合演播室的设计与应用 李 磊
- 156 现代传媒背景下的安全播出平台 龚晓鸣



打造区域性传媒综合体的思考与实践

◎ 来宏明

随着计算机网络、多媒体技术的发展和三网融合的实施,媒介融合成为传媒发展的必然趋势。各类不同的媒体逐渐融合在一起,借助传媒技术的一体化,努力实现传播内容的多样化、传播渠道的宽泛化、传媒资源开发利用的合理化、传播效益的最佳化。在这样的形势下,萧山广播电视台运用城市综合体和媒介融合理念,对打造区域性传媒综合体进行了有效的探索与实践。

所谓城市综合体,就是将城市中的商业、办公、居住、旅店、展览、餐饮、会议、文娱和交通等城市生活空间的三项以上进行组合,并在各部分间建立一种相互依存、相互助益的能动关系,从而形成一个多功能、高效率的综合体。城市综合体代表着城市发展的最高水平,依靠其多元功能的价值复合效应,自我成长,自我繁荣,持续发展,集聚人流、资金流、信息流、经济流,形成一个新兴的繁华小城,所以也被称为“城中之城”。复合性是城市综合体的最大特征。

所谓媒介融合,是指将广电、纸媒和电子媒体平台融合在一起,对一定量的新闻和资讯内容进行最大限度的增值开发。其目的是在数据时代提供优质新闻和资讯,以保持媒体的竞争优势。

传媒综合体,是指运用城市综合体概念和媒介融合技术,整合广播、电视、网络、手机以及平面媒体等资源和渠道,建立为社会提供全方



位新闻资讯、文化娱乐和生活服务的一种复合型媒体。

打造传媒综合体,将从以下三个方面给基层广播电视台带来巨大影响:

一是顺应媒介融合的发展趋势

1996年、1997年,美国联邦电信法和欧盟绿皮书先后出台,扫除了电信、传媒和因特网三大平台之间实施相互融合、相互渗透、跨行业经营的障碍,使媒介融合风起云涌。芝加哥论坛报、纽约时报等纷纷实施融合战略。2000年,在美国佛罗里达的美国总媒介集团,建成了融合纸媒、电视台、电台和网站的新闻中心,并在一楼中央建立了超级指挥中心,对各媒体平台实施统一指挥。2009年,美国有线电视运营商康卡斯特(Comcast)与通用电气达成协议,斥巨资收购NBC环球51%的股份,将旗下的部分有线电视、卫星电视、无线网络产业和NBC环球的业务进行整合。美国各大新闻院校也纷纷开设媒介融合专业。在金融危机影响的当下,新闻院校毕业生就业困难,只有媒介融合专业毕业生需求旺盛。2010年6月6日,中国通过了三网融合试点方案,吹响了媒介融合的号角。中央电视台旗下的中国网络电视台(CNTV)开播,新华社办起网络电视台、手机电视台,人民日报社将标着“人民电视”的卫星直播车开进上海世博园。据预测,在未来的五年当中,在媒介融合上的投入将占娱乐和媒介产业的72%。媒介融合已成为世界媒介产业发展的大趋势和新潮流。

二是满足受众多元化需求

众媒体各有所长,很少有受众仅仅依赖一种媒体平台获取信息资讯和其他内容。受众在不同的时间、环境下,通过不同的媒体获取资讯。同时,由于信息来源的多渠道化,受众对媒体的选择性大大增强,媒体市场已由一个大众化消费时代进入一个小众化生存状态。因年龄、性别、文化程度、职业、经济收入和居住区域的不同,形成不同“社会集合体”的受众群,对媒体的影响也越来越大,甚至直接关系到媒体的存亡。打造传媒综合体,可以充分发挥广电优势,对新闻资源根据不同媒体平台的传播特性和要求,进行加工整理,发布到综合体所属的各个平台上,



最大限度地满足受众的不同需求。特别是广播电视和因特网结合,彻底改变传统的传播方式,使之从以播出机构为主导的“广播”式传播为主,变为以受众为主导的“选播+互动”式传播为主,由去而不返的节目“流水线”变成“可选、可控、可反复”的节目“超市”,满足受众多元化需求,正是当下媒体生存应变之道,将进一步增强广电的核心竞争力。对县(市区)广播电视台来讲,作为当地党委、政府所管理的主流媒体,更有必要积极创建传媒综合体,全方位、多层次满足当地受众多元化的需求,更好地起好党和政府的喉舌作用。

三是更好地拓展发展空间

基层广播电视播出机构普遍存在着的传播平台狭窄、业务单一、节目制作力量薄弱、高素质人才留不住等困难,限制了它的进一步发展。建设传媒综合体,为广播电视台特别是基层广播电视台的发展提供了千载难逢的机遇。美国学者预测在未来15年中,广播电视在因特网上的传播价值将大大超过其在空中的传播价值。传统媒体融入新媒体,广播电视应用因特网技术,在网络平台传送将成为必然途径。基层广播电视台借助因特网平台,可以成功地突破空间、地域、时间的限制,将资讯传给全国甚至全球的受众。同时,传媒综合体为广电、纸媒、网络、移动等众多媒体互动发展提供了强大的平台,为广电进一步做强、做大,提升引导力和影响力提供了广阔的发展空间。

围绕打造区域性传媒综合体,近年来,萧山广播电视台顺势而为、因势而变,进行了积极的探索与实践。

一、做强、做大主平台

萧山广播电视台旗下的调频广播、有线广播、萧山电视台三大媒体平台,是党和人民重要的舆论宣传和思想文化建设阵地,也是萧山走向世界,世界关注萧山的重要窗口。要打造区域性传媒综合体,首先是要做强、做大这三大主平台,为进一步发展壮大打下扎实的根基。

1. 调改调频广播

以节目调改为突破口,找准发展定位,打造特色,提升影响力。按照移动收听要求,调频广播调整为18个小时直播,同时对节目进行了全



面调整,清除了原有的医药类广告节目,创办了一系列资讯、音乐、服务类节目。在《萧山新闻》《萧广快讯》的基础上,新开设《时事快评》《新闻纪事》等新闻专栏,采用现场直播、电话连线、即时评论等灵活方式,增强广播新闻节目的时效性、互动性和新鲜感。联合交警、运管等部门组建路况信息员队伍,并选派专职路况记者,第一时间掌握全区道路交通实时信息。大量增加气象资讯,开通热线,开设《快乐随我行》《快乐双休日》等栏目,节目信息量大大增加,生活性、娱乐性得到增强。同时,还结合广播特色开展了“镇街部门领导干部进广播讲堂”“戏曲票友大赛”“小主持人大赛”等活动。其中,在与区委宣传部联合推出的“镇街部门领导干部进广播讲堂”活动中,一百多位镇街和区级机关部门主要负责人走进广播直播室,畅谈如何“转型升级、抓紧实干”,与听众互动沟通。活动得到了参与领导与广大听众的好评,并受到浙江日报、浙江卫视关注。一个以本地新闻和新闻专题为骨架,以服务性、娱乐性、知识性大板块节目为主体,立足萧山、面向大杭州的都市新电台已初步成型。

2. 提升有线广播

启动作为萧山区政府为民办十件实事之一的“广播发展年”活动,全面改造和巩固有线广播网络。共计投入资金 4500 万元,新建和改造广播室 474 个,广播喇叭总量达到了 25.5 万只,入户率达到 91%,通响率达到 98%,在全省率先实现了有线广播“户户响”。同时,对有线广播作了重新定位,突出了其服务“三农”的特性。日播栏目《农村大世界》在浙江省对农节目评选中名列第一。今天的萧山有线广播,已成为农民朋友生产上的好帮手、生活上的贴心人,起到了新农村建设指路灯、农业发展导航仪、农民致富信息源的作用。

3. 办好电视节目

按照贴着地皮办电视的要求,推出了一系列的本土化节目。目前,萧山电视台已拥有《萧山新闻》《热线 188》《生活 360°》《天天看萧山》四档日播节目和大型周播娱乐节目《欢乐今宵》等节目。民生电视新闻《热线 188》栏目,努力锁定普通百姓的生存状况、生存空间,关注百姓的冷暖痛痒、喜怒哀乐,强化舆论监督职能,围绕当前社会热点、难点问题



进行连续式、深入式报道,使民生新闻成为重要的“新闻增长点”,并先后获得杭州新闻名栏目和杭州市政府品牌建设优秀栏目奖。

二、构建发展新平台

文创产业兴起、影视业红火、网络视频热出现等众多利好,为区域性媒体进军新产业开辟了广阔的空间。打造全新发展平台,增强核心竞争力,使萧山广播电视台打造区域性传媒综合体之路大大提速。

1. 湘湖网异军突起

实施媒介融合的主战场是网络。一个一流的网站对传媒综合体来说至关重要。2009年年初,我台建立了九天传媒公司,负责网站建设。在网站筹备时,台里就确定了办网的两个原则:一是市场化运作,二是全国性综合视频网站。在网站名称上,也淡化了地域特点,取名为湘湖网。一方面,把广电生成的内容经过重新定位,重新定制和重新包装,在湘湖网上以不同的形式出现,使萧山广电突破了区域和时间的限制,传播空间大大拓展。另一方面,网站先后推出房产、旅游、健康、牛视财经、娱乐生活等数十个频道,建立了中国网络剧网。湘湖网还依托中国网络剧网,牵手中国电影评论家协会,在全国举办了首届大众网络剧评选活动。湘湖网已经成为一个全新的文化品牌,成立当年就实现了赢利,得到了省广电局和国家广电总局的认可和重视。作为试点,广电总局向我台颁发了全国同级广电台的第一张视频许可证。目前,以湘湖视界命名的湘湖网正按照网络电视的要求进行重新改版。

2. 筹建钱江影视创意园

当前,我国影视业发展处于一个黄金时期,影视节目拍摄机构如雨后春笋大量涌现,制作需求旺盛。但在国内,除北京、香港有大型制作基地外,其他省市在这方面还是空白,市场的需求与供应形成巨大落差。我台因势而动,筹建钱江影视创意园,打造长三角地区规模最大、配套最齐全的影视制作中心。创意园将落户钱江世纪城,与正在建设的杭州奥体博览中心为邻。在满足我台自身节目制作需要的同时,通过向众多民营影视机构和广大企业开放,吸引国内外众多优秀的影视制作企业和知名制作人、导演、专业演员来萧山摄制影视剧和影视节目。钱江影





视创意园的建设,必将全面提升萧山文创产业发展水平,提升萧山的知名度和美誉度。目前,该项目进入了具体实施阶段。

3. 参与影视制作

2008年,我台与国内影视机构合作,拍摄了全区第一部数字电影《你要什么》,并在中央电视台电影频道播放。2010年,我台获得电视剧制作资格,作为拥有独立制作电视剧资格后的试水之作,我台与临浦镇人民政府合作拍摄的电影《西施》于同年10月杀青,目前正进入紧张的后制作阶段,年底将和观众见面。当前,一系列以萧山本土文化为背景的电影正在策划之中。充分发挥拥有中国网络剧网域名的优势,我台还先后创作和推出《我为天使狂》、《我健康我美丽》两部原创网络剧,在国内大型视频网站播出后引起了强烈反响。

4. 创办《萧山视听》

2010年9月,经过紧张筹备,平面杂志《萧山视听》新鲜出炉。萧山广播电视台传媒综合体这个大家庭,又多了一个面向社会大众的新成员。《萧山视听》努力聚焦萧山广播电视事业的发展,亮改革思路,晒节目创意,展主持人风采,谈创新收获,在与大众的真诚互动中建立信任。同时,根植于萧然大地如火如荼、多姿多彩的经济、社会、文化生活,以广电人的全新视角说萧山人,讲萧山事,为社会大众提供文化服务。借助平面媒体形式,我台又打开了一扇受众了解萧山的窗口,搭建起一个全新的文化休闲娱乐平台。

三、全力推进各平台融合

打造区域性传媒综合体,就是要彻底打破以往不同媒体平台各自作战的局面,用科学发展观统领广播电视工作全局,破解发展难题,指导发展实践,通过广播、电视、网络等资源的优化配置,栏目、人员、技术之间的联动互进,新闻链和产业链的扩充完善来推动,真正形成多位一体、协调共进的发展新格局。

1. 建立统一的新闻平台

传媒综合体对新闻采制和供给提出了更高的要求。2010年年初,我台整合广播新闻部和电视新闻部,成立了新闻中心,建立起统一的新闻



采编平台,统筹新闻资源,为旗下包括广播、电视、网络、平面杂志等在内的所有新老媒体提供最“新鲜”的信息资讯。新闻中心建立以后,采编效率得到提高,新闻时效性也大大增强。特别是对突发性事件的报道,如记者到现场后,首先进行广播电话连线报道,并将相关内容和图片上传到网站,中心编辑人员根据连线内容在电视上滚动播出新闻游字,然后在电视《热线 188》中播出电视新闻,在电视《社会聚焦》、广播《萧广关注》中推出深度报道,形成立体、滚动报道,受到受众的欢迎。

2. 构建统一的活动平台

为充分发挥广电举办、承办各类大型活动和赛事的优势,围绕传媒综合体的打造,我台整合资源成立了活动部,构建统一的活动平台,对全区大型活动资源进行统筹开发,并调配全台资源进行全方位支持,实现了广播电视节目与大型活动的无缝对接。统一的活动平台,加强了我台与部委办局、镇街、园区、大型企业、村(社区)的合作,在推介节目品牌、提升广电形象上起到了重要的作用,也极大地提升了广播电视的公共文化服务力和竞争力。近几年来,我台年均举办、承办大型活动数十场(次),如“唱游浙江”“跨湖桥文化节”“唱响我家乡”“广电观众节”等,在全区甚至全省范围内都产生了较为深远的影响。

3. 建设全台网

打造传媒综合体,需要一个畅通无阻的全台性网络来连接各业务流程,连通各平台,实现节目生产的高度集约化和资源利用的最大化。在全面实现技术设备数字化、网络化的基础上,我台将重点放在打造全台上,通过建设一个集制作、播出、存储、管理一体化的网络,健康、稳定地实现节目制作、播出和存储管理的流水化生产作业,进一步优化工作流程、提高生产效率和管理水平,并为新媒体业务的发展提供丰富的内容资源和有效的技术保障,使我台的生产力环境从过去的“局部优化”提升到“整体优化”阶段,在技术应用层面上真正地实现了与传媒综合体的匹配,满足了应用和发展的需要。

4. 培养全能记者

传媒综合体需要全能记者。只有集采、写、摄、录、编、网络技能运用



及现代设备操作等多种能力于一身的全能记者,才能适应传媒综合体的发展需要。近年来,我台加快了全能记者的培养步伐。首先,从思想上提高记者对传媒综合体建设的认识,自觉按照全能记者的标准要求自己。其次,为记者配备了摄像机、电脑、相机、录音机等全能记者的装备。再次,加大了业务培训力度。通过积极地“请进来”、“送出去”,邀请专家讲座,选派骨干外出学习,推出每周一次主题学习、每月一次集中评稿制度,成立摄影协会,使记者的业务水平有了较大的提升。同时,深入开展学习实践科学发展观活动和“三项学习教育活动”,培养具有合理的思维结构、全局意识、善于团队合作、善于交流与协调的新媒体人,为打造传媒综合体提供了人才保障。

打造区域性传媒综合体,既是一个长期工程,也是一个系统工程。在取得初步成效的基础上,要实现萧山广播电视的持续跨越发展,还需要作出更多努力。我们也亟需上级部门对基层广电予以更多的关注,特别是在组建基层广电集团、推进多元化发展等方面给予更多的政策支持,鼓励和支持基层广电向移动多媒体广播、网络广播电视、手机电视、公共视听载体等新业务开拓,共创基层广电事业发展的又一个春天。

(此文发表于《广播电影电视决策参考》2011年第2期、《中国广播电视学刊》2012年第3期)



现代传媒综合体: 区域性广播电视的转型与质变

◎ 来宏明

在激烈的媒体竞争和日新月异、不断涌现的新技术、新业态的冲击下,传统媒体特别是广大区域性媒体的生存空间日趋逼仄,可持续发展面临着重重压力。面对巨大的挑战,杭州市萧山广播电视台顺应全媒体时代发展潮流,从满足人民群众更高精神文化生活和区域性媒体实际出发,结合城市综合体和媒介融合理念,在传媒界首先提出打造区域性传媒综合体这一新的理念,并经实践和提炼逐步完善成为现代传媒综合体,通过加强和整合广播、电视、网络、手机以及平面媒体等资源和渠道,建设为社会提供全方位新闻资讯、文化娱乐和生活服务的现代化、复合型媒体。近年来,围绕打造现代传媒综合体,着力实现三大转变,即由传统新闻媒体向现代新闻媒体转变,由单一广电媒体向综合媒体转变,由区域性媒体向跨区域性媒体转变,最终打造成为集传统广电、网络广电、移动广电“三位一体”,广电媒体、平面媒体、新媒体相互融合的新型媒体。

一、建设新平台,构建媒介传播新体系

立足广播电视主平台,深入实施节目改版,使之焕发新的活力。成立新媒体中心,加快推进“一网二台”(湘湖网、萧山网络电视台、萧山手机台)改造,推出《湘湖视听》杂志,抢占发展先机,打造新的舆论宣传强势阵地。通过改造传统媒体,进军新媒体,构建起将广播、电视、网络、平





面媒体、移动媒体等各类媒介“一网打尽”的多手段、多层次、立体化的现代传播新体系。

1. 调频广播——打造都市新电台

按照移动收听的要求,打造全新的都市新电台。对调频广播节目进行全面调改,实现 18 小时直播,扩大收听范围,借助广播快捷的优势,以记者连线、听众热线、短信微博开展节目互动,以公益性活动带动宣传,提升收听率和听众黏度。优化、细化节目结构,提升黄金时间节目质量,新闻资讯、文艺娱乐两大主线贯穿全天,《早安萧山》《城市零距离》《一路听天下》《生活进行时》《快乐回家》《温情港湾》等大板块以及根据听众收听习惯设置的二十多个子栏目提供海量的资讯和文娱内容,让听众能够在节目中既能各取所需又能积极参与。组建路况信息员队伍,选派专职路况记者,第一时间掌握和播报全区道路交通实时信息。结合广播特色开展“镇街部门领导干部进广播讲堂”“百强企业招聘直通车”“律师进社区”等公益性活动。

2. 有线广播——打响对农宣传“金名片”

在“广播发展年”活动的基础上,继续巩固和完善农村有线广播网络,有效扩大农村有线广播覆盖面,广播喇叭总量达到 26.8 万只,在全省乃至全国率先实现“户户响”。着眼广大农村群众和中老年听众需要,根据新农村建设的实际,突出“三农”特色,推出更多有针对性、受欢迎的好节目,打好、打响萧山这张宣传“金名片”,夯实对农宣传的主阵地、主平台。目前,广播对农宣传已形成以《萧山新闻》《萧广快讯》为主打新闻节目,以《农村大世界》为骨干对农节目,以《萧广关注》《走进法律》为日常涉农节目,以《难忘的旋律》《梨园青草地》为对农文艺节目的全方位多层面面对农节目格局,每年区级有线广播节目播出时间达到 3000 多小时,真正架设起一座党委、政府与农民、农民与市场、农民与农民之间畅通无阻的立交桥。

3. 电视——打造“萧山人的收视首选”

围绕打造“绿色视听”、“美丽视听”,按照打造“萧山人的收视首选”要求,在节目的本土化、收视的连续性上下工夫。取消各类专题广告,以