

中国· 电视观众节 纪实

C H I N A
T V A U D I E N C E
F E S T I V A L

程蔚东 顾顺坤 主编



CHINA TV AUDIENCE FESTIVAL

中国·电视观众节

纪实

程蔚东 顾顺坤 主编



UNIVERSITY PRESS
出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

中国·电视观众节纪实/程蔚东, 顾顺坤主编. —杭州:
浙江大学出版社, 2009.10

ISBN 978-7-308-07114-7

I. 中… II. ①程…②顾… III. 电视 (艺术) —研究—
中国 IV. J90

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第183397号

中国·电视观众节纪实

程蔚东 顾顺坤 主编

策划编辑 曾建林 李海燕

责任编辑 葛 娟

装帧设计 魏 清

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路148号 邮政编码 310028)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州开源数码设备有限公司

印 刷 浙江海虹彩色印务有限公司

开 本 787mmx1092mm 1/16

印 张 15

字 数 346千

版 次 2009年10月第1版 2009年10月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-07114-7

定 价 88.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换
浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571) 88925591



中国(浙江)|电视观众节
China TV Audience Festival

© 镜头外的世界更大





新

前言

以精英的实力创造大众文化

王同元

在这本书里，讲述的是一个电视节庆活动，展示的是一群电视人组织创办的大众娱乐活动。我们汇编它，是因为这里记录了浙江广电集团举办中国电视观众节的生动历程和精彩瞬间以及他们对于推动和创新大众文化的全新认知和不懈追求。

我们的电视，自诞生之日起就是被仰视的。它集国家政治、现代技术和精英文化于一体，登高远播，凌空独步，传入千家万户，引来万人空巷。作为一种新型文化，它的影响面、渗透力和关注度是以往任何媒体所无法企及的。在相当一个时期，我们置身于这种居高临下的精英文化之中，执着辛劳且乐此不疲，沉醉其间而陶然自得。

然而问题在于，电视其实是大众传媒，电视文化终究是大众文化，以什么样的媒体姿态面向大众，以怎样的文化创造来赢得大众，成了市场经济条件下中国电视必须回答、践行的重要命题和职业使命。

基此，浙江广电集团于2006年创办了“中国·电视观众节”。观众节以“回报观众、回报社会”为宗旨，突出“参与、热闹、娱乐、开放”，注重活动创意的独特性、活动主体的大众性、活动形态的互动性、活动元素的娱乐性，每年都吸引上千万观众的热情参与，产生了广泛的传播效应，被广大群众誉为“观众的节日”、“文化的盛典”，被业界学者称作“电视的榜样”、“创新的范例”。

观众节已成功举办了三届，其社会影响与日俱增。我认为，从很大程度上说，观众节的实践意义和创新价值，就在于它实现了电视精英文化与大众文化的有机契合。

正是在观众节，我们变换了姿态，把观众作为参与主体，根据观众意愿调整节目遴选标准和编播方式，使观众成为内容的创造者和传播者，产生授受双方的“自己人效应”，达到彼此的深度认同。

正是在观众节，我们营造了娱乐，不仅满足观众对信息资讯的需求，更是提供开心放松的娱乐体验，以多姿多彩的大型系列活动和特色文艺演播，广泛吸引观众参与，点燃大众娱乐激情，满足现代人们快乐生活的精神诉求。

正是在观众节，我们创设了品牌，以精英的实力和底气锐意创新、独辟蹊径，突出地域特色，彰显自我个性，造就了人无我有、别具一格的原创品质和话语方式，在众多

电视活动中确立了浙江广电的品牌标识和社会影响。

可以说，观众节是电视以精英团队的能力和水平创造的一种大众文化活动，是中国电视发展进程中具有创新意义的一次媒体文化实践。

文化是人民大众创造、由历代英才提炼升华并赋予气韵特质的。古往今来，多少优秀文化一旦与大众契合，就会变得无比灿烂。煌煌《诗经》，通篇观照世态人情、风俗民谣；滔滔《新乐府》，其间尽现纵横阡陌、村女浣纱；巍巍唐诗宋词，写满了征妇怨、英雄泪、“笑问客从何处来”；我们的赵树理、艾青们，正是以新婚的“小二黑”和勤劳朴实的“大堰河”，拥抱了生养他们的土地和人民，融入了中华文化的璀璨星河。

社会越进步，经济越发达，文化就越大众，电视就越不能免俗。我们有什么理由不摆正位置、不搞大众文化呢？代表先进文化，就应该与时俱进“三贴近”；走进千家万户，就不能关起门来“自娱自乐”；引导舆论唱响主旋律，就必须遵循“导向金不换、收视硬道理”的至要准则。

传播、推动和创新大众文化需要精英的力量。没有他们的青春激情和专业才华，就不会有“春晚”、“超女”和“喜羊羊”，就不会有异军突起的“浙江卫视中国蓝”。关键是要激发和强化古往今来、一脉相承的那种契合与创造，关键是要舍得个人的审美情趣、服从服务于大众的文化取向，真正实现电视媒体“民本”理念及其主导价值的回归与升华。唯此，我们的广播电视就能扎根广袤沃土而永葆蓬勃的青春生命，就能在深厚的根基上得到繁荣发展。

人民是文化艺术之母，观众是最好的大评委。“为观众办节、让观众满意”，是我们举办观众节的口号，也是我们的目标和职责所在。我想，只有当我们的节目得到广大观众的认可、满意和喜爱，我们的工作才算是成功的，广播电视事业才有意义，文化的创新发展也才有希望。

在本书出版之际，写下这些感想。是为序。

（序者系浙江广播电视集团总裁）



中国·电视观众节
CHINA TV AUDIENCE FESTIVAL

CHINA TV AUDIENCE FESTIVAL
中国·电视观众节纪实



目录

● 第一辑 纪录片解说词 / 001

观众的节日

第一届中国·电视观众节特别节目解说词 / 004

一起唱响

第二届中国·电视观众节特别节目解说词 / 032

走进你心中

第三届中国·电视观众节特别节目解说词 / 064

● 第二辑 八大活动 / 089

集团开放日

暨首届电视观众节开幕式的温馨回顾 / 090

与受众零距离 践行“三贴近”的媒体策略

浅谈中国首届电视观众节之“百名主持人走进观众”活动 / 096

零距离互动

中国·电视观众节观众嘉年华活动初探 / 104

交流拓展空间 沟通创造价值 合作实现共赢

有感于广告“钱塘盛会” / 110

一切从观众出发

中国·电视节“两大排行”评选纪实 / 118

范大姐vs费翔

写在互动联欢会之前 / 126

十大剧献 回报社会 / 128

“激情飞扬·唱响2008”主题晚会

暨第二届观众节闭幕式 / 132

“我爱观众节” 互动晚会有感 / 134

“我爱记歌词” 观众节主题晚会 / 136

“我爱中国蓝” 主题晚会
暨观众节闭幕式 / 140

● 第三辑 理论研讨 / 147

观众节，是电视生产方式的一种变革
中国·电视观众节研讨会侧记 / 148

受众就是消费者
兼谈中国·电视观众节给媒体的启示 / 154

观众呼唤经典之作
关于“观众最喜爱的十大电视剧排行榜”的思索 / 162

● 第四辑 活动资料 / 171

第一届中国·电视观众节总体方案 / 174

第一届中国·电视观众节组委会及工作班子 / 176

第一届中国·电视观众节总结 / 178

第二届中国·电视观众节总体方案 / 188

第二届中国·电视观众节组委会及工作班子 / 192

第二届中国·电视观众节总结 / 194

第三届中国·电视观众节总体方案 / 204

第三届中国·电视观众节组委会及工作班子 / 208

第三届中国·电视观众节总结 / 210



中国·电视观众节纪实
CHINA TV AUDIENCE FESTIVAL



第一辑
纪录片解说词







中国·电视观众节纪实
CHINA TV AUDIENCE FESTIVAL

观众的节日

第一届 中国·电视观众节
特别节目解说词

集团总编室

第一集：走进我心中

2006年11月，金秋杭州。

首届中国·（浙江）电视观众节，在“自古繁华”的钱塘江边、西子湖畔拉开大幕。

立足浙江，面向全国，八大活动，场场精彩。中国的电视观众终于有了第一个真正属于自己的节日。

11月3日至8日，为期六天的电视观众节成了百姓生活中的大喜事，许多默默无闻的普通观众转眼成了电视荧屏上的欢乐英雄。

11月3日上午。秋风送爽，晴空万里。

在欢乐、祥和、开放的气氛中，热情好客的浙江广电人在集团大院里张灯结彩，准备以“观众开放日”活动作为观众节的开场序曲，让普通民众走进广电大门，让广大观众走近广播电视工作者。

（《好日子》歌声）

今天的确是个好日子，朗朗晴空下，秋风报喜讯。

五年前的今天，浙江广电集团在这里正式成立。五年后的今天，浙江的广电人回首不平凡的创业之路，心中充满了对观众的感激之情。

全心全意为观众服务，为百姓服务是广播电视工作者的奋斗目标和最高追求。正是因为有了这样的理念，浙江广电走过了辉煌的五年。五年来，特别是2008年以来，17个广播电视频道强势出击，一大批符合观众口味的品牌栏目赢得了观众的广泛关注。

所有成绩的取得，都离不开观众，是观众伴随我们成长，帮助我们进步。而举办首届电视观众节，就是作为集团“以人为本、回报观众、回报社会”的特殊



◎ 时任浙江省广播电视局局长林吕建（左），浙江广播电视集团总裁王同元（右）为首届观众节揭幕

中国电视观众节
China TV Audience Festival



◎ “激情飞扬·美丽相约”主题晚会

礼物，倾情奉献给所有的电视观众。

作为观众节的开门大戏，首届·中国电视观众节“观众开放日”活动吸引了来自各地各行各业的近600名普通观众。他们今天要亲自走进广电大院，亲眼目睹广电人的工作环境，亲身感受广播电视工作者的紧张与忙碌。

为了方便参观，集团广播电视17个频道的主持人分头带领观众代表，前往各个参观点。

在这支特殊的参观队伍中，大多数人还是第一次走进这个多少让人感到神秘的大院，不免有些拘束。这时，主持人们满面春风，主动、热情地为他们讲解、介绍，还时不时地与他们合影、交谈。于是，彼此的陌生感和距离感立刻消融在充满热情的空气里。