# 综艺节目策划书

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-06-15

*综艺节目策划书（一） 一、节目名称：《魅力中国——人才秀秀秀》 二、节目类别：文艺娱乐性综艺节目 三、节目主旨：展示准职场精英魅力，凸现企业文化氛围，见证人才引进的阳光机制，描绘 我国飞速发展的蓝图。 四、节目目标：通过寻找工作的形式展示...*

综艺节目策划书（一）

一、节目名称：《魅力中国——人才秀秀秀》

二、节目类别：文艺娱乐性综艺节目

三、节目主旨：展示准职场精英魅力，凸现企业文化氛围，见证人才引进的阳光机制，描绘

我国飞速发展的蓝图。

四、节目目标：通过寻找工作的形式展示人才才华，突出节目主题。

五、节目市场的定位：属于中国的娱乐时代已经如暴风骤雨般袭来，影响深远，其模仿之风也随之而来，虽然国家已经颁布了相关的限娱令，但是全国各地上星卫视为追求收视率，还是一家出，百家则出。因为现在国内就业形势严重，很多大学生的毕业就面临失业，所以通过“工作”的话题顺势而下，全新打造一档致力于建设人才机制，阳光操作应聘的风尚，完美呈现我国职场精英的个人魅力，营造和谐中国的文艺于一体的大型综艺节目。

六、背景分析：随着大学的逐渐普及，越发暴露出就业形势严重，尤其是当今大学生的就业情况。记得温家宝总理说过，大学生的就业问题不仅关系到生计问题，更关系到尊严的问题。精力旺盛，好高骛远：控油满腹经纶，但无社会经验，心比天高这是目前求职者给人们的印象。因此当代大学生如何降低身份，参加社会实践，体验生活，真正提高自身的综合素质，充分发挥自己的才能，且将自己的才华施展在恰当的位置已是社会共同关注的一个焦点。许多大学生没有勇气解放天性体验生活，扮演不同的角色，而有的大学生则是苦于没有舞台施展课本以外的才华。作为媒体应该提供展示的平台，大学生是优秀的，没有经验可慢慢积累，没有创新，没有思想是永远不可能学来的。改变社会的看法，还大学生一个真实的认识迫在眉睫。

七、节目内容：每期多位求职者与数位嘉宾，围绕面试中的问题展开事件。

八、节目特色：以大学生求职为每期故事的扮演元素，以求职者为人物，更具互动性和参与性。

九、节目特点：根据嘉宾特色所展开的趣味事件，来表现当今大学生的一些流行元素，更具独特性。

十、节目风格：文明，健康，轻松，互动。

十一、节目时长：60分钟

十二、受众群：主要针对大学生以及其亲戚朋友

十三、播出时段：每周六7:40

十四、播出次数：每周一次，次日重播。

十五、制作方式：联合高校拍摄，或外景拍摄。

综艺节目策划书（二）

一、前言

此策划案主要基于目前阳城电视台缺少一档具有地方特色的文艺节目写就的。本策划案主要解决《欢乐阳城》的定位、播出前的宣传、推广及播出中的合作、节目深化等战略。

二、情况环境分析

根据近段时间走访调查及往年我台播出节目情况反馈，以新闻为主的阳城电视台节目多是配合县委县政府重点、中心工作，以经济建设为主，很少有文艺类节目出现。即使以前曾经搞过一些文艺类节目，也因种种原因没有长期坚持下来。现在的阳城，无论县城乡村，群众自发的文化活动此起彼伏，花样翻新。不要说每天活跃在乡村红白大事上的各类艺术团体，也不要说逢年过节各乡镇、村里丰富多彩的街头、舞台文艺节目，单单每天晚上的广场文化，就足够让人深思。群众需要自己的文化生活，但他们的舞台局限于本乡本村，不能够与更多的人共享自己的快乐，也不能够分享别人的快乐。在这种情况下，作为县一级电视台，我们理应为他们提供一个平台，提供一个阳城人展示自己精神面貌、展示自己才华的舞台。

电视栏目的确立，首先在于办出自己的特色、优势，这样才能有较好的收视率，才能有稳固的收视群体。要做到这一点，我们就需要来分析一下目前阳城电视台节目的观众收视群。

经常收视《阳城新闻》的观众除了报道涉及的部门和县里的领导之外，大部分是农村的老百姓。他们对于领导的活动不是太感兴趣，他们较为关心的是跟他们自身利益密切相关的事情：例如：今年的种子、化肥价格；农副产品收购价格；农业技术的服务信息……除此之外，劳作一天之后，他们最想看的还是自己身边的人和事。

受众分析

《欢乐阳城》主要针对的就是身处基层的广大的干部群众，针对我县基层群众文化活跃的单位、企业、乡镇、村。

注意问题

1、必须适应“地方文艺节目以地方观众为主体”的节目思路。

2、突出阳城地域文化特征。

3、编排手法一定要推陈出新，必须在坚持娱乐、教育、社会功能并重的同时，特别注重开发能刺激观众兴奋点的功能。吸引更多的观众关注《欢乐阳城》。

三、栏目设定

1、录播。录播时间不固定，根据节目编排情况而定。

2、一个具有亲和力的活泼的主持人。要求主持人能很好地与观众进行沟通和交流。

3、节目内容：以反映当地新人新事新风尚为主要内容的地方文艺为主，中间可以穿插当地新农村建设、企业文化、企业形象宣传短片、通过现场采访等手段让当地主要领导出镜，做简短讲话。初步设计这样几个版块：

A：《上党梆子名家名段》（可以请我县知名人士现场演唱，也可以让当地群众翻唱名家唱段。此版块要和过去从剧团退下来至今仍然活跃在我县文艺界的同志紧密联系，也要和现在剧团的青年演员互相沟通，通过我们的平台提高他们的知名度，提高现在剧团的知名度；通过让名家演唱，让群众翻唱，弘扬上党梆子传统的戏剧艺术）；

B：《企业文化》（主要通过企业自主构思创作，用不同文艺形式宣传企业文化，展示企业形象）；

C：《艺苑秀场》（以主持人现场介绍、主人公现场表演、展示才艺为主。这里主要指本乡本土的文化名人，可以是一个剪纸艺人、也可以是一个面塑家、还可以是一个唢呐吹奏家、刺绣艺术家；主要发现本乡本土的艺术新秀，年龄段在30岁以下，可以是传统的艺术、也可以是新文化艺术，可以是名人相声小品、流行歌曲翻唱，也可以是自编自演的舞蹈等节目）；

D：《健身广场》（邀请专业健身俱乐部资深教练，现场表演、讲解动作要领）。

E：《地方小调》（以流传在民间的小调为主，象中庄秧歌、阳城鼓书、阳城道情……）

每期节目可以同时出2——3个版块，也可以每次只出一个版块，具体根据实际操作情况决定。

4、节目内容来源：群众的智慧是无穷的，阳城有着深厚的文化底蕴，许多的民间艺人象星星一样散落在全县的各个角落，我们应当和当地政府联手，通过他们，按照节目的要求选拔当地优秀的文艺人才和能工巧匠，选择当地出色的企业、产品、旅游景点到现场做广告宣传（如有可能，还可为我台拉取赞助）。或者我们和文化局联手，通过他们对下面一些文化团体的掌握和了解，为他们提供一个宣传自我的平台，这样，对于他们有了一个更广阔的舞台，对于我们也丰富了节目内容。

5、节目预期：重在倡导基层积极健康的文化生活。主题突出、内容健康，题材广泛、寓教于乐。通过节目的互动，让广大的观众了解自己身边的文化名人，加深对本乡镇、村了解，提高观众对政府的认知度。做成一个基层干部、群众都喜欢的综艺类的节目。

6、节目卖点：

热点：激发群众热情，倡导健康文明的休闲娱乐生活方式。

卖点：通过群众互动参与，展示他们自己真实的文化生活。

视点：给城市人提供了一个观察乡村人文化生活的窗口；给外地人提供一个观察阳城人文化生活的窗口。

7、节目安排：

每周日晚首播，周一重播。时长为30分钟左右。

四、整合目标

1、问题分析

（1）、知名度低。《欢乐阳城》尚属刚刚创办的栏目，故知名度低是个很大的问题，需要进行节目品牌和知名度建设。

（2）、缺乏运作经验。由于我台以前还没有做过类似节目，故运作起来一定有不小难度。

（3）、自身队伍建设方面还有所欠缺。

2、潜在优势

（1）、我们有自己的宣传阵地；

（2）、台里有一批经验丰富的已经退休的、过去从事过文艺节目的老同志（赵彩霞、张桂花、张花荣），我们可以重新聘请她们做节目顾问，甚至可以邀请她们做节目嘉宾主持；

4、人员配置

介于目前我台人手紧张，任务压头的现状，可以考虑优化组合一些有热情、有经验的同志参与节目的策划、导演和录制。平时各自还有自己的工作，一旦节目需要，就能马上投入节目的配合工作。

5、劳动报酬

除台里发放稿费外，栏目通过为企业做形象宣传，收取费用，参与人员给予适当补助（待考虑）。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找