

推进频道制改革，加强和完善人员管理
为品牌化发展提供保障

为了推进扁平化管理，加快节目中心制向频道制的转变，2006年上半年，中央电视台继续不断探索适配于频道制管理的新机制。

在加快推进频道制管理改革的同时，按照频道制管理的要求，加强和完善人员管理，努力使组织结构模式与人员管理机制相匹配。上半年，中央电视台共完成14个栏目制片人竞争上岗工作，栏目制片人竞争上岗已经成为中央电视台节目部门管理人员选拔的基本方式；

围绕中央电视台“十一五”人才规划，开展了大规模、多角度的管理人员培训工作。在岗位培训中，有针对性地举办“项目管理”、“情景领导艺术”、“高层战略项目管理”、“收视率分析”等培训班26期，举办了欧美节目形态大观研讨会、高级管理人员培训班、媒体资产管理培训班，并选派人员参加德国之声电视培训中心举办的“科技类节目培训班”，促使各级管理人员在不同文化、不同管理理念的碰撞中活跃思维，开拓思路。

末位淘汰制度：确保节目高水准

2006年初，细心的观众发现《军事天地》、《选择》、《每日一歌》等一些栏目在央视荧屏消失了。事实上，这些栏目的消失，并非无缘无故，而是被末位淘汰了。

为了增强市场竞争能力，最大限度地满足观众日益提高的欣赏品位，央视从2002年开始推行电视栏目的末位淘汰制。2003年，央视《12演播室》、《商界名家》、《影视聚焦》、《中国市场信息》、《商桥》、《音乐厅》、《银幕采风》等18个栏目被末位淘汰；2004年，《戏曲人生》、《五日谈》、《新闻早八点》、《财经报道》、《星火科技》、《记忆》等13个栏目被末位淘汰；2005年，《让世界了解你》、《体育英语》、《文体视窗》、《军事天地》、《选择》、《每日一歌》等9个栏目被末位淘汰。2006年，《今天》、《央视论坛》、《音画时尚》等栏目被淘汰出局。

品牌价值超越600亿

中央电视台品牌化战略的层层推进，取得了非常显著的成果。

2006年上半年，中央领导同志对中央电视台工作的批示或指示达到70多次。

胡锦涛同志高度评价2006年中央电视台春节联欢晚会的成功举办：“今年春节联欢晚会大家的反应都不错，我在延安从头看到尾。春节晚会就应该这样办，每年都有提高。你们克服了许多困难，承受了很大压力，向大家表示问候，你们辛苦了！中央电视台今年的工作完成得很好，向大家问好。”

李长春同志充分肯定中央电视台“两会”报道：“中央电视台及中央各重要媒体“两会”报道很成功，“三贴近”的特色鲜明，受到各方好评。”

随着“频道品牌化”战略的推进，中央电视台各频道特色鲜明，定位准确，2006年上半年全台收视份额强劲上升，平均收视份额达到36.07%。《新闻联播》、《天气预报》、《焦点访谈》这一CCTV-1黄金时段的品牌节目群，2006年收视继续上涨，《新闻联播》以创新赢得了突破，收视率同比增长8%%，《焦点访谈》更上一层楼，收视率同比增长19%，《天气预报》上半年收视率同比增长12.7%。

在2005年首次进入世界品牌500强（位列第341位）的基础上，2006年，中央电视台再度入选世界品牌500强，排名跃至299位，比去年提升了42位。2006年，中央电视台还被评为“中国500最具价值品牌”，名列第四（前三位是海尔、联想、中国移动），品牌价值超过600亿元，体现了中央电视台日益增强的国际影响力和竞争力，在国际范围内验证了实施品牌化战略的成效。

由于中央电视台的品牌影响力增强，相应地拉动了广告收入的上升。2006年上半年，中央电视台广告总收入比去年同期增长37307万元。2006年“世界杯”广告营销，新客户投放量占了三分之一，国际品牌投放量占了四分之一。在传统广告淡季的七、八、九月份，中央电视台招标段广告仍然供不应求，除传统客户外，四川旅游局、梦娜袜业、《英语周报》等新客户纷纷前来，抢占这一优质高效的传播与沟通平台。



中央电视台成功承办第四届“广博会”

2006年8月22日至26日，中国国际广播影视博览会（简称“广博会”）在北京举行。广博会由国家广播电影电视总局主办、中央电视台承办，从2003年开始，每年一届，今年是第四届。

广博会秉承“国家水平，国际盛会”的原则，融展览、展映、交易、论坛、评奖等功能为一体，广博会目前已被列入《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》重点支持的文化展会，是国家级、国际性广播影视盛会。

作为目前亚洲地区最大的广播影视节目、技术和设备交易平台，本届广博会以“影视佳作云集，数字技术尽览，电视台长纵论，奥运广电舞台”为主题，由第四届中国国际影视节目展、第十五届北京国际广播电影电视设备展、首届全国电视台台长论坛、2006体育电视国际论坛、广博会科技发展论坛、中国电影主题日等活动组成。本届博览会规模空前，展览面积超过7万平方米，参展厂商千余家。

CCTV主持人阵营日渐壮大



中央电视台品牌价值的组成元素之一是主持人，无论是罗京、李瑞英、白岩松、水均益、敬一丹等新闻节目主持人，还是李咏、王小丫、朱军、董卿等综艺娱乐节目主持人，在观众心中都是响当当的品牌。

因为强大的号召力，中央电视台吸引了各地的优秀主持人，董卿、王小丫、李佳明等在加盟中央电视台之前，都是各地的优秀主持人。

2006年，又有许多优秀主持人加盟CCTV，来自北京电视台的赵普目前在新闻频道主持节目，来自上海电视台的李晓东目前在经济频道主持节目。正在进行的《中央电视台综艺节目主持人选拔活动》，80位决赛选手大部分来自电视一线，他们中的优胜者将加盟中央电视台主持综艺节目。

主持人是电视台的品牌支撑力之一，随着中央电视台近年的发展壮大，以及重奖主持人等激励政策的出台，各地优秀主持人纷纷加盟央视，为CCTV品牌增值。