节目好是硬道理

——总编室与各节目中心主任谈2007



广告经济信息中心主任 郭振玺

郭振玺：

掌控经济报道话语权

2007年，经济频道将以“强化经济特色、创新经济节目”为核心，深入推进频道品牌化进程，在“导向、效益、影响力”方面力求有新突破、新提升。

着力经济宣传，打造经济平台。经济频道将以品牌栏目《经济信息联播》和《经济半小时》为龙头，联合《对话》、《中国财经报道》、《第一时间》、《全球资讯榜》、《财富故事会》、《商务时间》、《绝对挑战》等中坚经济栏目搭建起全天候经济报道平台。不断创新经济宣传报道的形态方式，不断强化经济评论力度，牢牢掌握经济领域报道的话语权，占领经济报道的“主阵地”。

创新主题活动，提升品牌价值。经济频道将从内容载体、表现形式、传播途径等方面不断创新主题活动宣传。以《年度经济人物评选》为龙头，兼有《年度经济报告》、《年度汽车榜》、《年度雇主评选》等共同组成《年度经济大典》，《3·15晚会》、《梦想中国》、《电视模特大赛》、《中国骄傲》等品牌活动将以品牌价值提升为着力点，焕发新彩。此外，经济频道在新的一年中，创新经济节目品牌，多角度、多维度、多程度关注经济社会热点，破解百姓经济生活焦点。

强化频道合力，进行整合传播。在节目生产上，强调频道节目间的联动、互动，以频道整体的合力获得栏目品牌、频道品牌的双赢。在节目传播上，进一步强化节目活动化的力度，强调屏幕内节目建设和屏幕外品牌推广的有机结合，更深层次地与企业、广告主互动、联动，以形成充分的资源互补，实现双赢。



江和平：奥运是重心 赛事是核心

2007年，体育节目的重心是打造奥运平台，核心 是做好赛事转播。

2007年是奥运倒计时一周年，届时体育频道将在奥运倒计时500天、一周年等多个奥运进程节点上制作播出更多的精彩节目。特别是2007年北京将举行奥运测试赛，所有的奥运选手都会前来参加，体育频道将全力调动资源围绕这一赛事进行全程报道，为2008年北京奥运会的预热做好充分准备。

中央电视台体育频道自2005年9月5日起全面改版后，突出赛事、加强新闻、改进编排、提升份额，实现全天24小时播出。2007年将在这个基础上进一步改版，力争“栏目要少、制作要精、收视要升、创收要增”。

在节目方面，主要有三点变化。

首先是以赛事为核心，赛事是核心资源，将按照“赛事优先、直播优先、大众优先”的原则，改进频道编排，围绕赛事这一核心资源来制作新闻节目和专栏节目。

其次，新闻报道是赛事的延伸，要突出体育特点，充满活力，要滚动式、递进式报道，要有深度。赛事报道要制造悬念，把过程放大，全方位、多层次、多角度、多侧面进行报道，要把已有资源“吃干榨净”。

最后，非赛事栏目是赛事的再次延伸，围绕奥运主题来开办非赛事奥运栏目，如《我的奥林匹克》、《奥运ABC》等。进一步打造品牌栏目，放大资源，强化专业频道。

2007年，体育中心将认真贯彻频道品牌化战略，着力打造品牌栏目，进一步强化专业频道优势，打造强势媒体。



体育节目中心主任 江和平