

中央电视台副台长 罗 明

创新是中央电视台前进的永动机

2006年11月18日，将迎来第13次中央电视台黄金资源广告招标。在此，我们谨代表中央电视台，对各位新朋老友的参与表示最热烈的欢迎，对社会各界的关心和支持表示最诚挚的谢意。

从2005年赵化勇台长提出“频道品牌化”发展战略，到2006年进一步提出“绿色收视率”的发展理念，中央电视台实现了一次重要的战略重点转移。一年多来，中央电视台贯彻“品牌化”战略，把社会效益放在第一位，做大中央电视台的品牌。加快推进频道制改革，完善末位淘汰和目标考核制度，强化节目创新、活动创新和经营创新，各项事业蒸蒸日上。全国收视份额连续大幅上涨，2006年上半年，全台收视份额达到了36.07%，创历史最高水平。

2006年，中央电视台综合频道、经济频道、综艺频道、国际频道、体育频道、教科频道都进行了重大改版，一批有影响力、有品牌、收视率高的剧场、节目和大活动正在迅速成长，为中央电视台2007年的发展奠定了坚实的基础。

2007年，我国人民将迎来政治大年。香港回归祖国10周年，中国人民解放军建军80周年等一系列重大事件，都将发生在2007年。作为宣传党和国家大政方针的主阵地，中央电视台将汇聚全国乃至全世界的目光。



中央电视台副总编辑 袁正明

为了适应新时期的宣传特点、更好地完成党和国家交给我们的重任，从2006年开始，中央电视台的新闻报道进行了一系列重大改革，报道内容更贴近人民群众的需要，直播逐渐成为新闻报道的常态，现在世界上突发的事件，中央电视台在数分钟之内就能实现对全国直播。这些改革将保证中央电视台2007年的新闻报道水平更高，时效更快，收视更高，影响更大。

2007年将是筹备2008北京奥运会的关键一年，奥运会是国家的机遇，是企业的机遇，也是中央电视台的机遇。经过第十届全国运动会、2006德国世界杯报道的大练兵，中央电视台对于做好北京奥运会的宣传报道充满信心，目前已经初步制定了奥运节目报道、技术与行政保障、新媒体报道和广告营销方案。从2007年1月开始，奥运相关节目将登陆中央一套黄金时段，其他频道也将开始播出奥运节目。用于奥运转播报道的中央电视台新台址电视文化中心，将于2007年封顶并投入使用。

2006年是中央电视台国际化战略取得重大成就的一年，中央电视台的品牌价值和国际影响力大幅提升。2006年，中央电视台再次入选世界品牌500强，排名299位，比2005年提升了42位。2006年，中央电视台入选了由英国《金融时报》评选的中国十大世界级品牌，成为唯一的中国媒体品牌。

作为国家电视台，我们深知中央电视台对于提升中国品牌的国际影响力、推动中国经济发展、传播中国国家形象所起的重要作用和肩负的历史使命。2007年，我们将继续秉承锐意改革、不断创新的精神，深化品牌化改革，与广大企业共同实现品牌腾飞的梦想！