

农业节目策划案 节目策划方案(实用8篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

农业节目策划案篇一

此项活动作为学校综合实践活动课程内容之一，借秋游活动的契机，让学生走向美丽的大自然，开拓学生视野，增长知识，亲近自然、感受生活，培养爱家乡、爱祖国、爱大自然的情感。让学生在呵护绿色的过程中，进一步增强环境保护意识。同时也丰富同学们的课余生活，让同学们在秋高气爽的季节里放飞心情。

总负责人□xx

具体负责人□xx

责任人□xx

后勤保障□xx

环保责任人□xx

20xx年10月25日(早上8：30出发，下午3：30回校)。

生态公园。

1、事先制定切实可行的活动方案，从目的、人员及路线、地

点、负责人、安全保障等方面作精细分析和周密安排，切实做好秋游的一切准备工作。

2、秋游前各班组织一次秋游安全教育活动，使全体教师和学生时刻将安全装在心中。

3、要注意饮食安全，不要让学生喝生水和食用不卫生的食品等。

4、注意活动安全，防止学生摔伤和落水，防止丢失学生，禁止学生在野外生火。另外备带必需的药品，以防学生身体不适。

5、自备午餐及饮用水(为了活动的便捷，请学生不要携带过多的东西)。垃圾自己解决，每生带一个或几个垃圾袋，保护环境，注意良好的卫生习惯。

6、一切行动听指挥，不得独自行动或自由结伴擅自离队;有事及时向带队教师汇报。用礼貌用语，不讲脏话粗话。

7、不得进行一切娱乐设施的活动，不去河边玩水。

8、学生统一穿校服、穿运动鞋，别好校徽、戴好红领巾。

9、学校集体活动，无特殊情况必须参加。

农业节目策划案篇二

这是一档倡导“聪明+勤奋+勇气=成功”的职业理念，鼓励人们用科学的职场视角剖析自己，用积极的态度改变自己职业生涯的职业励志节目。

这是一次最有生命力的“真人秀”节目尝试，无论从内容到形式依然突出“绝对挑战”核心理念的节目，其“绝对”之

处体现在精心设计的商场上智商和情商的较量把电视节目的游戏成分淡化了下来，应该算是迄今为止最贴近生活最有生活原型素材的“纪实秀”。与虚构游戏类真人秀不同，现实的商业特性锻造了更高级别真人秀的节目特性。

这是挑战专业类节目收视率瓶颈的一次积极尝试。统计得知，良好的系列节目中的故事特性和悬念特性能有效的积累收视，将稳定的专业节目收视人群改变为“专业加戏剧”的收视人群对《绝对挑战》未来的收视环境有非常好的突破作用。

这是一次对节目整合营销的一次有益尝试

一、节目的立足点——《绝对挑战》不得不做的改变

1、传承“真实”，保证收视源动力

《绝对挑战》的职业梦想很高，但“绝对真实”。它涵盖的内容最实际：职业机会、地位、金钱、社会认可、精神欲望，所以，当我们强化这个梦想并为这个梦想提供更具含金量机会的时候，没有人会不注目。我们将严格保持原有节目的“绝对真实”：真实的企业参与，真实的高职位、真实的应聘者、真实的招聘结果，谁会实现这个梦想呢，要实现这样的梦想需要具备什么条件呢？如何通过实际的努力实现这个梦想？这些真实的心理对位构成了最强劲的收视源动力，这是和别的游戏类真人秀最大的不同。

2、强化戏剧表现打破专业类节目的收视平庸现状

《绝对挑战》进入今年，收视大幅攀升，几乎是去年收视份额的两倍，大家的努力为节目赢得了可喜的收视基础。但同时，节目制作水平的日益精良并没有最大限度的弥补节目专业性带来的收视不利，导致收视横向比较平庸。在调查中，我们发现观众更期待在周末看到一个“真实的戏剧”。《绝对挑战》系列节目更象一部“城市幸存者”，每一个测试项

目中都包括了团队合作，个人贡献，领导才能，压力对抗等等办公室必备的基本因素和戏剧冲突，而复杂的多的人物关系和悬念设置很大程度上迎合了收视特性，情节和情绪成为捕捉的主体。如果职场里表现的可以代表普遍意义的商业的话，那么它就是第一部商业影像日记。节目的最高目标是“利用职场平台，描绘实现职业梦想的过程，回答大多数人在职场和人生中都可能面对的问题，核心是职业人的命运。那么，象电视剧一样的连续性设计，高诱惑的结果悬念，冲突性强的执行过程，精彩的人物关系，加上随时意外的选择和淘汰，构成了低门槛的戏剧收视特性，为大幅提高收视创造了基本条件，是针对节目收视潜力的一次前瞻性的深度挖掘。

3、独占性的资源平台让我们必须抓住这样一个打造影响力的机会

现在已经有不少社会传媒和地方电视台开始筹划引进美国《学徒》的节目形式，但苦于在资源上和制作手段上无法胜任而没有成型。而《绝对挑战》节目经过一年半的努力，已经成为国内收视率最好，最具权威和影响力的人力资源节目，并在频道的支持下，形成了由诸多知名企业、知名专家、知名行业机构和广泛的人才群的人力资源平台，另外在节目制作过程中，积累了大量行业信息、专业知识储备及职场真人秀节目制作经验，加上cctv的平台优势，自然成为高水准的职场“真人秀”节目最适合的操作平台。但目前从操作上来讲，每期节目中都会换一个新的企业，沟通成本大，企业的资源也没有最大限度的挖掘出来，而企业的常变也导致观众的关注度易于漂移，整体来讲资源浪费。现在我们必须抓住这样一个机会，在日常节目的基础上，打造职场节目第一品牌的持久影响力。

4、整合的节目播出平台开拓了整合的营销模式

在系列节目中，合作企业是节目内容的主体元素，其宣传规

模贯穿8集节目，虽然节目内容不会很强化企业色彩，但如此特殊的形式形成了对企业高端宣传的良好模式，所以，企业理所应当的成为节目制作成本的主要承担者和部分广告的赞助方，（不少企业都在积极探讨这种合作方式）。除此之外，节目整体也是一个良好的整合营销的“优秀产品”。在节目录制过程中，企业还要提供尽量多和大的商业平台资源，要提供很现实的高端职位和待遇，也就是节目中的诱人结果，这些都为节目运做提供了很好的人财物的支持，相比于日常节目中企业所得优于节目所得的不对称模式，系列节目可以说是很好的寻找到了彼此最大的利益配比，让我们可以有很充足的基础打造节目的收视率和影响力，加上额外的随片广告，使我们有良好的赢利预期。

农业节目策划案篇三

“相约华电·共建和谐·严冬诉真情”

二:活动目的

增进兄弟单位友谊，更好的完善共创共建的共同心愿，特举办此次联谊会。

三:活动对象

新疆华电哈密新能源公司、哈密市第四中学、哈密市医院

四:活动地点

光伏电站

五:活动时间

20__ .4.2

六:活动形式

各单位人员根据活动主办方的活动形式编排紧扣节目

七:活动内容

- 1、所有与会人员按座次就坐。
- 2、负责人发表讲话并宣布活动开始，主持人上场主持。
- 3、活动节目期间照相录影。

八:活动要求

1. 请每位参与人员珍视此次来之不易机会, 全体人员通力合作, 确保活动快乐圆满完成。
2. 各单位需自备1--2个节目
3. 各单位将须将参加此次活动的人数提前确定
4. 每个参加人员需填写附件中的表格(我们将以信息栏的方式将各位的信息粘贴在活动现场以便更清楚的了解)
5. 为了此次活动的更好效果, 请各位参加活动人员在活动中注意自身素质(男生要主动些)

九:活动准备

前期准备

1. 邀请函, 个人信息表粘贴板, 座位名单, 6个话筒架, 音响设备

农业节目策划案篇四

主持人：小露

《自驾游四方》是浙中周边地市交通广播联手打造的多向交流旅游节目。节目以推动旅游发展、增进城市交流为宗旨，以宣传各城市的旅游文化、风土人情为内容。节目将以旅游为载体，用创新的理念、独特的视角、新颖的形式，生动、直观地展现浙中及周边地区旅游风采。浙中及周边地区自驾线路众多，山水自然景区都将成为自驾游推荐的好去处。结合各地旅游的重点规划，介绍高速公路沿线的旅游景点、旅游企业产品发展等内容。

网罗各地独特美景、风土人情、物产美食等。节目用清新的方式为听众传播美景，与之分享旅游的快乐。通过直播、旅友连线、嘉宾访谈等形式，组织各类旅游专题和外场活动。以温暖、轻松、随性的氛围努力把《自驾游四方》打造成广大旅友的欢乐天地、连结旅游业界内外的空中桥梁。介绍新推出的旅行线路、新开辟的旅游景点以及各种主题的旅游攻略。还可以通过这里征寻同行旅伴分享自驾游、各地美食、淘宝的乐趣以及最新潮的旅行方式。

- 1、旅友早知道（旅游信息发布、咨询）；
- 2、听游新世界；
- 3、旅友话旅途；
- 4、天涯同路人；
- 5、旅友点唱机；
- 6、旅行手册等。

不失为结合形势，引导潮流的良好桥梁。

拟定省内地市交通广播合作，以浙中周边地区为主包括：杭州、宁波、温州、台州、衢州、绍兴、丽水等。

策划系列出游活动，吸引车友的参与。建立942车友俱乐部，以车友自愿的形式加入，先期开展以下活动：

- 1、车友聚餐、茶话会等活动。
- 2、篮球、羽毛球、钓鱼等户外活动。
- 3、短途车友自驾游活动。
- 4、所有活动均由车友俱乐部提议，会员讨论决定。
- 5、活动经费以aa制的形式由大家共同分担。
- 6、设置942自驾游联盟qq群。
- 7、争取年内组织了几场大型车友旅游活动。

本节目将与浙中及周边旅游景点和知名旅行社合作为支撑，共同打造《自驾游四方》节目，同时配合广告部做好各地旅游景点的营销工作。

农业节目策划案篇五

我来也

无乐不作，我来也

选秀节目“脏乱差”，受到广电总局的竭力打压。

选秀节目被打压后，普通人心中依旧有着强烈的明星梦，期待机遇的出现。

没有出现超越选秀节目影响的新型节目。

因此如何让选秀节目旧瓶装新酒，戴着镣铐更好的跳舞成为一个媒体界普遍关注的问题。

近年来赵本山名声火上加上，涉足领域越来越广，如果能有幸加入本山这趟车，距离成名将不会遥远。

赵本山期待有更多的发展空间，有意转到台后工作，努力发现优秀的人才继承其事业。

本山传媒期待更好的时机来提升影响，打开新一个市场，提高竞争力。

所以，在把上述因素进行整合后，分析发现，联合本山传媒，展开新一轮的才艺型选拔，有着承前启后的重要作用。

呈现全新形势的真人秀节目，在全国范围内选拔优秀艺术人才，然后开展一系列链条式后期开发，实现真正的艺术产业化。

弥补目前选秀节目的不足之处，在高校间选拔观众更为喜欢的全能型人才，联合本山传媒通力打造超具亲和力的偶像，共同繁荣小品和演出事业。改变以往选秀节目仅仅停留在演唱方面，而是更广泛的拓展到全方位的才艺秀，在此基础上强调最大限度的欢乐感。

自20xx年以来，选秀类节目在中国大行其道，电视节目娱乐化、休闲化已是大势所趋，当大众的休闲时间大比例增加的时候，他们对休闲类节目的需求也相应的增加。于是各大电视台为了迎合受众，提高收视率，如雨后春笋般推出了大量

的选秀类节目。

xx年，“选秀造星”节目在电视媒体空前火爆，如央视的《梦想中国》、湖南卫视的《超级女声》、东方卫视的《我型我秀》等，其影响力已经渗透到媒体品牌提升、企业品牌整合传播、大众生活娱乐等多个层面。xx年两年传媒选秀活动虽备受争议，但无可置疑，传播效果仍势不可挡，尤以东方卫视“好男儿”、湖南卫视“快乐男声”、央视“挑战主持人”等效果突出。用传媒选秀、靠选秀拉动市场，推广品牌，应该是媒体不容忽视的文化现象、更是商家赢取超值广告回报的新一代宣传形态。

但是正因为选秀节目无序的发展，国家广电总局出台政策进行打压。导致选秀面临流产危险。

然而，广电总局的政策毕竟没有把所有的选秀活动卡死。所以选秀节目在改进后完全可以戴着镣铐更好的跳舞。同时，其他没有形成体制的选秀节目会在本次整顿后消失，选秀市场的竞争力会在程度上减小。

一，联合本山传媒，高校间开展艺术人才的选拔

二，高校胜出人才进行pk敲定最终冠军

三，名列前茅者成为本山徒弟和旗下艺人

四，在选拔过程中，人气超高者和才艺惊人者组合成演出团队，全国巡演

五，联系电视台，为比赛中的优秀人才开辟新偶像类型节目，以获长期收益。

六，活动中的优秀人才可以参与本山传媒相关影视剧目的拍摄。

七，活动过程中的部分收益进行基金建设，支援灾区以及希望工程事业。

a,前期地址选择:

初步拟定选拔地点为东北高校大学城，北京各高校，山东高校大学城，陕西高校大学城，江苏各高校大学城，云南高校大学城。

赵本山在东北有着十足的号召力，还有以前本山在东北地区也开展过选徒活动，经验丰富，因此首先从东北展开活动，有助于大家的参与，一炮打响。

北京是中国的政治、经济、文化中心，高校云集，尤其是艺术院校，人才济济。在北京开展活动有利于提升活动的影响，扩大活动的宣传，短时间内让大家认可此活动。这一系列的优势同时更有利于赞助商心动，进行赞助活动。

山东是齐鲁文化的发源地，文化底蕴深厚，再次进行选拔，有利于提升活动的文化品位，选拔出独具文化魅力的艺术人才。

江苏南京地区大学城主要是为了打开本山的南方市场。因为平时本山的小品和电视剧多用东北方言，鉴于北方语系和南方语系的差距，南方观众对赵本山的关注度始终没有实现质的飞跃。借此机会，在江苏进行选拔，一来可以弥补本山传媒艺人中南方人才缺失的弱点，二来可以真正实现本山的南北通吃。

云南地区，主要是针对东北而言，这样在地理方面可以初步划一条“黑河——腾冲”样式的线，从地域上实现活动的高覆盖面。其次，云南有着丰富的旅游资源，在云南设立活动区域，有利于活动后期相关工作的深度拓展。

b,活动周期安排:

活动周期: 12个月

由于选秀活动在大学生中间开展,在时间的选择上必须考虑到活动周期和活动时间与整体的大学生作息相符合。

本次活动周期为12个月,划分为四个周期,每个周期为3个月。

第一周期: 四月份,五月份,六月份

本周期为选秀周期。

即开始运行选秀计划,开始进行现场选秀和演播室直播选秀。

第二周期: 七月份,八月份,九月份

本周期为展播选秀周期。

这三个月为各个学校集中暑假的时间,大部分学生会选择观看电视节目。因此,将第一期选秀过程中的精彩花絮和赛事集锦统一播放,可以取得比直播时更好的效果。

第三周期: 十月份,十一月份,十二月份

本周期为优化加深时期。

将选秀节目中选择的优秀人才进行整合编排,组团巡演以及开辟电视节目和进军演艺市场。

第四周期: 一月份,二月份,三月份

本周期为巩固拓展时期。

这三个月是学校集中寒假的时期。因此,将选秀活动集锦、

优秀演出集锦、参演的影视剧进行展播，不仅可以增强本次活动的影响力，而且可以为活动的持续进行积攒人气。

c,活动具体执行程序：

活动程序

本次活动的活动程序安排依然按照活动周期的安排进行安排。

第一周期：四月份，五月份，六月份

本周期为选秀周期。

第一期：海选活动

海选活动分为个部分。

1：宣传和报名

宣传活动在各个高校内部进行，可以通过校园社团等团体进行宣传，通过印发海报等方式进行。同时接受现场报名。

2：选手初赛

在学校校园教室，剧场等进行本校的选手选拔；选拔各个学校的十位优秀选手然后集中进行复赛。

这个环节中，为公平起见，要严格打分制度，制定一个分数衡量标准。

每个学校水平不同，制定一个统一标准可以使赛事更加公平合理。

以分数来选拔选手，不以每个学校的排名进行。

3: 选手第一次复赛

各个学校的十名选手的复赛选在当地大学城广场或者最具影响力的场地进行，选拔

以大学城为单位，选拔三十位优秀选手。

4: 选手第一次复赛

三十位选手进行训练，然后进入当地最具影响力的电视节目进行不同内容和环节的比赛。

每个赛区选出十位优秀的选手。

5: 选手最终选拔

每个赛区的十位选手进入中央电视台专门打造的电视节目进行总决赛，选出十位优秀选手，重点培养打造。

第二周期：七月份，八月份，九月份

本周期为展播选秀周期。

选择收视率较高的电视台或者电视节目，将前期选拔选手的精彩部分进行回顾式的播放，同时邀请选手回忆当时的情况，并透露以后的`工作，保证曝光率。

第三周期：十月份，十一月份，十二月份

本周期选手要进行固定的演出，电视节目录制，以及影视剧演出。

在本山传媒所拥有的固定演出场地，各地比较有影响力的演出场地进行演出。

本山传媒固定合作的电视台开辟新的电视节目，让选手成为固定的演员。

本山传媒旗下的影视剧制作中心着力量身打造相符合的影视剧。

第四周期：一月份，二月份，三月份

本周期的活动开展依然与在第二周期中合作的电视台和第三周期中已经固定形成的节目同时展开，以实现优化和拓展。

播放选手录制的节目和电视剧，利用过年这一优势，把各位选手推向幕前，保持曝光率。

每晚的八点半至十点，在辽宁卫视播出。

基本的宣传策略沿用常用的选秀节目的方式。着重强调的重点：

选秀定位关键词：全方位人才，草根明星；时尚，动感。

这就要求在选拔过程中，注重选拔全方位的，比较个性的选手；同时选拔大学生喜闻乐见的俊男美女。两方面都要兼顾。

选秀过程宣传关键词：曝光率，正面的争议和讨论，慈善。

本山传媒定位是草根和平民，这次涉足选秀活动，不仅要选拔小沈阳式的选手，也选拔时尚动感的选手。这样必然引起议论，要做好公关，引导议论走向正面。

维持议论的时间跨度，在选秀过程中避免负面新闻，多多制造热点。

最近选秀活动涉足慈善的现象越来越多，这种充分利用知名度来维护公共利益的行为得到大众的广泛认可。因此，在选

秀后期和选手打造为明星的过程中，一定要注意公共利益的维护和发扬，树立正面效益。

选秀活动自身关键词：公平，圆梦，多样化，赵本山，小沈阳。

在选拔机制上改革。所有比赛均有十位评委，两人一组，五组分属不同的方面，做到公平公正。

以分数衡量选手晋级与否，不以排名进行。

选秀活动是为普通人圆梦的，也是为很多需要帮助的人圆梦的。

选拔小沈阳式人才和俊男美女。

充分利用赵本山的知名度、影响力和小沈阳的火爆。将两人植入到选秀，选手培训，节目录制，影视剧演出当中去，使两人无处不在。

后期运作关键词：曝光率，上镜率，质量。

保持选手和本次活动的曝光率和上镜率，保证本次活动后续产品的质量，以便下次活动的进行。

总导演一名，总策划一名，副导演十名，策划顾问三名，摄像师若干，化妆师若干，公关人员20，总顾问一名，主持人3名。其他人员安排见具体工作细分表。

通过活动的影响范围和海选地址，以及后期的商业运作和宣传策略，收视率在10%左右。

开辟一种新的符合社会时代要求选秀节目形式，重新掀起一轮高潮。但是活动主要是强调后期的巩固和拓展上。基于此方面，很多粗制滥造的选秀节目会在利益驱使下重新上马，

但估计生命周期都很短。

本活动前期选拔主要是为了品牌的造势，关键在于选拔后的商业开发。并且小范围内在东北地区就可以达到盈利。同时，东北地区可以作为实验点，为后面的赛区获得更为珍贵的经验。

推出一批全新的明星，不同于以往单纯唱歌，而是各项才艺俱佳的人才，这种人才在电视节目录制和影视剧拍摄中会有更好更快的发展。

拉拢前几年流失掉的部分选秀关注人群。

让大家更明确选秀节目完全可以带着镣铐跳出曼妙的舞蹈。

后期的演出组织更多的借鉴《同一首歌》和《欢乐中国行》样式，但总体上以快乐搞笑为元素。胜出人才的相关节目，在形式上更多的吸取《模范棒棒堂》的精华，可以打造一批电视节目偶像。选拔过程中胜出的人才都是才艺俱佳者，后期可以举办一种新形式的模仿秀。

总之，后期开发形式多样，是活动展现魅力的最主要舞台。

农业节目策划案篇六

“秀出我最爱”想秀你就来

“秀，秀，秀，别样历史展现我风采”

给每个有古代情结的青年男女一个展示自我喜爱的历史人物的舞台，中华民族上下五千年的悠久历史，秦汉唐宋元明清，个性就要秀出来。给你一个穿越历史的舞台，有梦就要秀出来。

小时候，或许，每个人的心中都曾经幻想自己能成为电视中的人物，为自己喜欢的角色打抱不平，希望看到自己喜欢的结局。我们以优秀的策划团队为后盾，只要你的梦想够独特又有创意就一定会展现在舞台上。

1、舞台我做主

参赛者准备一个节目表演以戏说历史人物为主题。表演要有故事情节，有戏剧性，其他不限。参加者可以自备一段自拍的短片作为加分的亮点。配合着灯光，舞美设计等舞台布景尽量展现一个原汁原味的历史背景。评委由经纪公司星探担任，每期六位参赛者在这一环节将有一位淘汰。

2、跨时代发声

五位选手结合自己在第一环节的表演现场演唱一首和自己的表演相符的歌曲，意境相配即可。主要是考验一下选手的演唱功底和即兴发挥。在这一环节将有两位选手淘汰。

3、历史大考验

结合选手的表演时代由评委出题。现场编故事：由主持人给出几个关键词，要求必需把这几个词编进所选时代的故事里。八卦大搜索：主持人出题主要是关于历史上的趣事传闻由选手来判断是非。评委由历史学家担任，淘汰两名选手。

4、人物包装秀

每月有一次这个环节。每期留下一位实力最强的选手，每月举行一次由演艺公司对他们进行重新包装，形象气质大转变。历史体验真实穿越，尽享山水之色，征战戎马生涯，玩穿越，品国韵。可以安排优秀者参与影视剧演出，给他们一次更加真实的穿越之旅。

出演过电视或电影节目，口才好。一男一女，男的要长相有古代侠客风范，女的要古典气质美女。

每周六晚8点到八点五十五。节目时长四十分钟，十五分钟插播广告。

恶搞历史，属于新鲜事物年纪大的人或许难以接受。因此，主要面向12至25岁青少年为主。潜在受众：历史爱好者，批评家等。

目前国内没有这一类的真人秀节目，告别春的含羞，迎接夏的热情，相信这档选秀节目会在今夏令观众眼前一亮。

农业节目策划案篇七

节目口号：无乐不作，我来也

节目背景分析：

选秀节目“脏乱差”，受到广电总局的竭力打压。

选秀节目被打压后，普通人心中依旧有着强烈的明星梦，期待机遇的出现。

没有出现超越选秀节目影响的新型节目。

因此如何让选秀节目旧瓶装新酒，戴着镣铐更好的跳舞成为一个媒体界普遍关注的问题。

近年来赵本山名声火上加上，涉足领域越来越广，如果能有幸加入本山这趟车，距离成名将不会遥远。

赵本山期待有更多的发展空间，有意转到台后工作，努力发现优秀的人才继承其事业。

本山传媒期待更好的时机来提升影响，打开新一个市场，提高竞争力。

所以，在把上述因素进行整合后，分析发现，联合本山传媒，展开新一轮的才艺型选拔，有着承前启后的重要作用。

节目宗旨：

呈现全新形势的真人秀节目，在全国范围内选拔优秀艺术人才，然后开展一系列链条式后期开发，实现真正的艺术产业化。

节目特色：

弥补目前选秀节目的不足之处，在高校间选拔观众更为喜欢的全能型人才，联合本山传媒通力打造超具亲和力的偶像，共同繁荣小品和演出事业。改变以往选秀节目仅仅停留在演唱方面，而是更广泛的拓展到全方位的才艺秀，在此基础上强调最大限度的欢乐感。

可行性分析：

自20xx年以来，选秀类节目在中国大行其道，电视节目娱乐化、休闲化已是大势所趋，当大众的休闲时间大比例增加的时候，他们对休闲类节目的需求也相应的增加。于是各大电视台为了迎合受众，提高收视率，如雨后春笋般推出了大量的选秀类节目。

xx年，“选秀造星”节目在电视媒体空前火爆，如央视的《梦想中国》、湖南卫视的《超级女声》、东方卫视的《我型我秀》等，其影响力已经渗透到媒体品牌提升、企业品牌整合传播、大众生活娱乐等多个层面。、两年传媒选秀活动虽备受争议，但无可置疑，传播效果仍势不可挡，尤以东方卫视“好男儿”、湖南卫视“快乐男声”、央视“挑战主持

人”等效果突出。用传媒选秀、靠选秀拉动市场，推广品牌，应该是媒体不容忽视的文化现象、更是商家赢取超值广告回报的新一代宣传形态。

但是正因为选秀节目无序的发展，国家广电总局出台政策进行打压。导致选秀面临流产危险。

然而，广电总局的政策毕竟没有把所有的选秀活动卡死。所以选秀节目在改进后完全可以戴着镣铐更好的跳舞。同时，其他没有形成体制的选秀节目会在本次整顿后消失，选秀市场的竞争力会在程度上减小。

节目流程梗概：

一，联合本山传媒，高校间开展艺术人才的选拔

二，高校胜出人才进行pk[]敲定最终冠军

三，名列前茅者成为本山徒弟和旗下艺人

四，在选拔过程中，人气超高者和才艺惊人者组合成演出团队，全国巡演

五，联系电视台，为比赛中的优秀人才开辟新偶像类型节目，以获长期收益。

六，活动中的优秀人才可以参与本山传媒相关影视剧目的拍摄。

七，活动过程中的部分收益进行基金建设，支援灾区以及希望工程事业。

具体流程：

a,前期地址选择:

初步拟定选拔地点为东北高校大学城，北京各高校，山东高校大学城，陕西高校大学城，江苏各高校大学城，云南高校大学城。

赵本山在东北有着十足的号召力，还有以前本山在东北地区也开展过选徒活动，经验丰富，因此首先从东北展开活动，有助于大家的参与，一炮打响。

北京是中国的政治、经济、文化中心，高校云集，尤其是艺术院校，人才济济。在北京开展活动有利于提升活动的影响，扩大活动的宣传，短时间内让大家认可此活动。这一系列的优势同时更有利于赞助商心动，进行赞助活动。

山东是齐鲁文化的发源地，文化底蕴深厚，再次进行选拔，有利于提升活动的文化品位，选拔出独具文化魅力的艺术人才。

江苏南京地区大学城主要是为了打开本山的南方市场。因为平时本山的小品和电视剧多用东北方言，鉴于北方语系和南方语系的差距，南方观众对赵本山的关注度始终没有实现质的飞跃。借此机会，在江苏进行选拔，一来可以弥补本山传媒艺人中南方人才缺失的弱点，二来可以真正实现本山的南北通吃。

云南地区，主要是针对东北而言，这样在地理方面可以初步划一条“黑河——腾冲”样式的线，从地域上实现活动的高覆盖面。其次，云南有着丰富的旅游资源，在云南设立活动区域，有利于活动后期相关工作的深度拓展。

b,活动周期安排:

活动周期：12个月

由于选秀活动在大学生中间开展，在时间的选择上必须考虑到活动周期和活动时间与整体的大学生作息相符合。

本次活动周期为12个月，划分为四个周期，每个周期为3个月。

第一周期：四月份，五月份，六月份

本周期为选秀周期。

即开始运行选秀计划，开始进行现场选秀和演播室直播选秀。

第二周期：七月份，八月份，九月份

本周期为展播选秀周期。

这三个月为各个学校集中暑假的时间，大部分学生会选择观看电视节目。因此，将第一期选秀过程中的精彩花絮和赛事集锦统一播放，可以取得比直播时更好的效果。

第三周期：十月份，十一月份，十二月份

本周期为优化加深时期。

将选秀节目中选择的优秀人才进行整合编排，组团巡演以及开辟电视节目和进军演艺市场。

第四周期：一月份，二月份，三月份

本周期为巩固拓展时期。

这三个月是学校集中寒假的时期。因此，将选秀活动集锦、优秀演出集锦、参演的影视剧进行展播，不仅可以增强本次活动的影响力，而且可以为活动的持续进行积攒人气。

c,活动具体执行程序：

活动程序

本次活动的活动程序安排依然按照活动周期的安排进行安排。

第一周期：四月份，五月份，六月份

本周期为选秀周期。

第一期：海选活动

海选活动分为个部分。

1：宣传和报名

宣传活动在各个高校内部进行，可以通过校园社团等团体进行宣传，通过印发海报等方式进行。同时接受现场报名。

2：选手初赛

在学校校园教室，剧场等进行本校的选手选拔；选拔各个学校的十位优秀选手然后集中进行复赛。

这个环节中，为公平起见，要严格打分制度，制定一个分数衡量标准。

每个学校水平不同，制定一个统一标准可以使赛事更加公平合理。

以分数来选拔选手，不以每个学校的排名进行。

3：选手第一次复赛

各个学校的十名选手的复赛选在当地大学城广场或者最具影响力的场地进行，选拔

以大学城为单位，选拔三十位优秀选手。

4：选手第一次复赛

三十位选手进行训练，然后进入当地最具影响力的电视节目进行不同内容和环节的比赛。

每个赛区选出十位优秀的选手。

5：选手最终选拔

每个赛区的十位选手进入中央电视台专门打造的电视节目进行总决赛，选出十位优秀选手，重点培养打造。

第二周期：七月份，八月份，九月份

本周期为展播选秀周期。

选择收视率较高的电视台或者电视节目，将前期选拔选手的精彩部分进行回顾式的播放，同时邀请选手回忆当时的情况，并透露以后的工作，保证曝光率。

第三周期：十月份，十一月份，十二月份

本周期选手要进行固定的演出，电视节目录制，以及影视剧演出。

在本山传媒所拥有的固定演出场地，各地比较有影响力的演出场地进行演出。

本山传媒固定合作的电视台开辟新的电视节目，让选手成为固定的演员。

本山传媒旗下的影视剧制作中心着力量身打造相符合的影视剧。

第四周期：一月份，二月份，三月份

本周期的活动开展依然与在第二周期中合作的电视台和第三周期中已经固定形成的节目同时展开，以实现优化和拓展。

播放选手录制的节目和电视剧，利用过年这一优势，把各位选手推向幕前，保持曝光率。

播出时间：

每晚的八点半至十点，在辽宁卫视播出。

宣传策略

基本的宣传策略沿用常用的选秀节目的方式。着重强调的重点：

选秀定位关键词：全方位人才，草根明星；时尚，动感。

这就要求在选拔过程中，注重选拔全方位的，比较个性的选手；同时选拔大学生喜闻乐见的俊男美女。两方面都要兼顾。

选秀过程宣传关键词：曝光率，正面的争议和讨论，慈善。

本山传媒定位是草根和平民，这次涉足选秀活动，不仅要选拔小沈阳式的选手，也选拔时尚动感的选手。这样必然引起议论，要做好公关，引导议论走向正面。

维持议论的时间跨度，在选秀过程中避免负面新闻，多多制造热点。

最近选秀活动涉足慈善的现象越来越多，这种充分利用知名度来维护公共利益的行为得到大众的广泛认可。因此，在选秀后期和选手打造为明星的过程中，一定要注意公共利益的维护和发扬，树立正面效益。

选秀活动自身关键词：公平，圆梦，多样化，赵本山，小沈阳。

在选拔机制上改革。所有比赛均有十位评委，两人一组，五组分属不同的方面，做到公平公正。

以分数衡量选手晋级与否，不以排名进行。

选秀活动是为普通人圆梦的，也是为很多需要帮助的人圆梦的。

选拔小沈阳式人才和俊男美女。

充分利用赵本山的知名度、影响力和小沈阳的火爆。将两人植入到选秀，选手培训，节目录制，影视剧演出当中去，使两人无处不在。

后期运作关键词：曝光率，上镜率，质量。

保持选手和本次活动的曝光率和上镜率，保证本次活动后续产品的质量，以便下次活动的进行。

人员管理机制：

总导演一名，总策划一名，副导演十名，策划顾问三名，摄像师若干，化妆师若干，公关人员20，总顾问一名，主持人3名。其他人员安排见具体工作细分表。

收视率预测：

通过活动的影响范围和海选地址，以及后期的商业运作和宣传策略，收视率在10%左右。

节目预期效果展望：

开辟一种新的符合社会时代要求选秀节目形式，重新掀起一轮高潮。但是活动主要是强调后期的巩固和拓展上。基于此方面，很多粗制滥造的选秀节目会在利益驱使下重新上马，但估计生命周期都很短。

本活动前期选拔主要是为了品牌的造势，关键在于选拔后的商业开发。并且小范围内在东北地区就可以达到盈利。同时，东北地区可以作为实验点，为后面的赛区获得更为珍贵的经验。

推出一批全新的明星，不同于以往单纯唱歌，而是各项才艺俱佳的人才，这种人才在电视目录制和影视剧拍摄中会有更好更快的发展。

拉拢前几年流失掉的部分选秀关注人群。

让大家更明确选秀节目完全可以带着镣铐跳出曼妙的舞蹈。

后期的演出组织更多的借鉴《同一首歌》和《欢乐中国行》样式，但总体上以快乐搞笑为元素。胜出人才的相关节目，在形式上更多的吸取《模范棒棒堂》的精华，可以打造一批电视节目偶像。选拔过程中胜出的人才都是才艺俱佳者，后期可以举办一种新形式的模仿秀。

总之，后期开发形式多样，是活动展现魅力的最主要舞台。

注：

参考节目类型

组成演艺团队后，可以改进《同一首歌》和《欢乐中国行》，进行全国巡演。

才艺选拔过程中可以开设类似于《奇人绝技榜中榜》的类型

板块

农业节目策划案篇八

当今社会有两种电视节目霸占着几乎每家每户的大屏幕——真人秀和美食节目，不管是之前的《中国好声音》、《我是歌手》音乐类真人秀，《爸爸去哪儿》、《奔跑吧兄弟》名人综艺真人秀，还是《舌尖上的中国》纪录片美食节目，亦或是《星厨驾到》这种烹饪类节目都取得了备受瞩目的收视佳绩。

《我要吃！》就是基于这样的背景下迎合大众口味应运而生的电视节目，这款节目综合了美食与真人秀两个当下最红综艺因素，旨在打造今夏最劲爆的大型真人秀节目。

节目内容定位：《我要吃！》节目顾名思义每期以美食为主题邀请明星嘉宾进行各种游戏最终吃到美食，除了游戏的趣味性娱乐性，本节目还将会同时向观众介绍各种美食及简单做法。

节目受众定位：综合考虑当前综艺节目的目标市场，本节目将旨在吸引45岁以下人群，利用每期嘉宾的名人效应吸引观众。

节目宗旨：在欢乐中宣扬中国美食，在寻求美食中制造欢乐。节目将会包含各种类型的游戏以及各地诱人美食，整个美食的制作过程将贯穿节目始末，通过游戏不仅可以增添趣味性还能够增加食物的诱惑力，真正达到美食与欢笑兼收的效果。

考虑到节目的性质与定位，我们将会邀请各个领域的名人，当然以娱乐圈明星为主。为扩大我们的观众层，不仅仅会邀请当红小生、花旦，还会邀请主要粉丝年龄在35-45之间的明星。随着《爸爸去哪儿》、《奔跑吧兄弟》的热播，明星也更愿意参加真人秀节目，能够接受的游戏也越来越广，同时

各个同期电影电视剧的激烈竞争也要求明星参加这类综艺节目为自己的作品宣传，因此我们邀请这些明星是可行的。

当然如果可以，我们以希望邀请商业名人参加，比如知名企业被人熟知高管，类似像王思聪之类的网红等等。不过这类嘉宾被邀请的可能性不高，在此仅是提出一种假设。

《我要吃》节目类型为明星真人秀，主要考虑到当下综艺中最热门的为真人秀节目，初步估计中国真人秀综艺节目尚处于成长期，仍然会有很大一批的潜在观众，但是要在林林总总的真人秀中脱颖而出就要注重创新和大众口味，而《我要吃》节目就是与其他真人秀节目不同的，它的节目特点如下：

创新性：《我要吃》节目不再只是游戏的堆砌，而是结合当下也是将来都很热门的美食主题，贯穿一整期的节目。游戏进行的同时还可以学习中国传统美食的烹饪方法，完美的将娱乐、烹饪教学与中国传统美食文化的宣传结合在一起。

教育性：本节目的教育性体现在两个方面，一是烹饪方法和美食文化的教育传播；二是考虑到我们的受众还包括很多中小學生，因此我们的游戏都向未成年人传达食物的“来之不易要珍惜”的观点。

娱乐性：作为一档综艺节目娱乐性是必不可少的，我们的娱乐性除了表现在游戏过程中，还表现在美食制作过程中，欣赏美食的制造过程也是一种视觉上的享受。

励志性：《我要吃》顾名思义是指每期嘉宾通过自己在每一关游戏的努力，获得最终制作美食的材料，吃到自己所想所要。为体现过程的励志，我们要求受邀的这些不为吃穿受累的明星参加一些兼具娱乐性和挑战性的游戏。

通过这些特点，我相信这档节目可以取得傲人的收视率。

节目风格：娱乐、搞笑，通过各种游戏、后期剪辑、主题美食以及明星间的互动增添节目的趣味性。

基本内容：每期节目有一个主题菜品，n位明星嘉宾，分为n组进行对抗，每组为拿到足够的食材制作我们最后的主题菜要参加各种相关游戏，成功的一组获得该材料，通过前面的游戏节目组给出所有所需食材，最终游戏将会在n组已获得的材料中进行保证每期将会有一组胜出，成功的一组大喊我们的节目口号：我要吃美食！召唤最终成品登场。在每组进行游戏的同时或以镜头切换的形式插播师傅制作美食的过程，或将美食制作的整个过程加到每个游戏环节，达到传授做法的目的。

节目形态：室外录制

方案一：类似《奔跑吧兄弟》选择4个以上的常驻嘉宾担任节目主持人，主要游戏下达则由幕后的pd给出，每期再邀请其他嘉宾参加游戏。这样的选择不会因为主持人的存在而破坏整期游戏的完整性。初始人选锁定为既有主持经验又有表演等等经验的欧弟、汪涵，以及搞笑担当的杜海涛，门面担当的张翰或井柏然。

方案二：选择一位主持人进行主持，主持人应该有丰富的综艺主持经验，我认为合适的人选为何炅。每期邀请其他明星，主持人的主要工作是介绍主题、嘉宾，推进节目，给出游戏，对游戏过程进行适时解说。

因为我们选择的主持人基本来自湖南卫视，因此这档节目我希望能够在湖南卫视播出，播出形式为周播。上映时间在今年7月初，赶在暑假以吸引学生人群。具体时间选择真人秀节目的黄金时间：晚上十点到十二点或者晚上九点到十一点，同时期上映的真人秀有湖南卫视的《爸爸去哪儿3》，但是因为大多数的真人秀都选择在3月-6月播出，因此同时期的竞争节目不是很多，所以选择在周六晚上连接在《快乐大本营》

后面播出。再加上深夜美食放送对于观众来说无异于望梅止渴，更具诱惑性。

20xx年x月x日 星期六 《我要吃》第x期 主题：重庆火锅，嗲！ 节目嘉宾：（常驻）汪涵、欧弟、杜海涛、张翰；特邀嘉宾：鹿晗、谢娜、赵丽颖、霍建华（宣传《花千骨》）

本期节目共分为四个环节，分别收集火锅底料和火锅材料，分为两组进行对抗

环节一：火锅底料的制作 游戏：记忆力相关

具体规则：每组两人蒙眼，两人通过摆造型像蒙眼者传达答题板上的内容，规定时间内猜对最对的组胜出，并获得时蔬拼盘若干。

环节四：两组材料互抢 游戏：你想说什么

具体规则：两队分别为攻守方，攻方接到题目即要让对方说出的一句话，然后通过双方谈话想方设法在规定时间内让守方未察觉的情况下说出这句话，守方必须说话，不得拖延时间，如果察觉到要说的是什么则守方胜，获胜一方可在对方手中选择一项原料归为己方并攻守互换，直到一方原料全部丧失。一轮结束后若还未决出胜负则获胜次数多的一方获胜。

最后获得胜利的一组高喊：我要吃火锅，则可享受美食，失败方将惩罚清洗餐具。

首先，我们播放的时段是暑假周六的晚上，这段时间有放假的学生，可以说

我们的学生受众已经达到了较大的潜力水平，各个年级的学生都有可能有机会来观看我们的节目。其次，周六快本之后播出可以顺延一部分快本的观众，而且这个时间段一直都是

播放湖南卫视的压轴节目，相对受瞩目程度会高很多。同时，我们邀请的嘉宾大多为当红或者拥有较高知名度较多追随者的明星，一般都带有同期作品的宣传任务，就单期而言都会有不同的注重点和不同的观众主力。最后，该节目不论是在创新性还是在趣味性上都有就较大吸引力，符合当下年轻人口味，每期节目的主题较易引起网络热议。

综合上述分析，保守估计本节目可以保有之前同档节目的收视率优势。

在前面的介绍中已经提到过我们的口号了：“我要吃，我要吃美食！”

这个口号强调了我们节目的标题《我要吃！》，同时暗示了我们节目的主要内容：吃上美食。强烈的情感表达反映了吃到美食的不容易，及本节目的游戏环节的设定。同时整个口号短小有力，朗朗上口，加深了观众对我们节目定位的认识。“美食”又强调了我们节目的主题，极具诱惑性。