



文章标题

jia 全部

jia 指定年份

2013

搜索

[· 首页](#) · [杂志简介](#) · [刊首快语](#) · [前沿报告](#) · [传媒骄子](#) · [新闻茶座](#) · [· 经历](#) · [冷风劲吹](#) · [· 边看边说](#) · [· 传媒透视](#) · [· 国际媒介](#) · [· 专栏作家](#)
[特约专稿](#) [面对面](#) [专题](#) [语文诊所](#) [理论视野](#) [危机传播管理](#) [经营方略](#) [广电视听](#) [新媒体](#) [素养/管理](#) [往期回顾](#) [主编信箱](#) [新闻实践](#)
[媒体脸谱](#) [传媒视点](#) [观察与批评](#) [调查与研究](#) [传媒个案](#) [读新闻传播学书](#) [学子论文](#) [编读网来](#) [经营专区](#) [采编技法](#) [传媒史话](#)

打造广播电视品牌活动的要素探析

时间:2013-06-03 16:39:00 作者:丁照娥 李维智 来源:青年记者

● 丁照娥 李维智

近年来,随着电视媒体竞争的日益激烈以及广告客户购买活动需求的逐步增强,活动营销作为一种新的营销手段受到了前所未有的重视,已成为广播电视新的发展空间和经济增长点。

在“注意力经济”时代,无论是媒体还是企业,举办活动的唯一目的是争取观众的“注意力”,媒体希望观众通过注意活动进而关注媒体本身,由此提升媒体的影响力和美誉度;企业希望观众通过注意活动进而关注企业本身,由此提升企业的知名度和产品的销售额。因此,能否吸引观众的眼球是活动营销成败的关键。一般来说,决定活动吸引力的因素很多,但最主要的还是活动新颖的创意、活动的吸引力和活动的宣传等。近年来,日照广播电视台充分利用广播、电视媒体资源,紧贴全市经济社会发展的实际,开展了一系列活动营销,实现了社会效益与经济效益的双赢。现以2011年5月1日举办的日照市春季房车展为例,简要阐述举办广播电视品牌活动不可缺少的几个要素。

一是活动的创意要新。当前在“海选”、“选美”、“选秀”漫天飞的时候,开展活动关键是要出新出彩。在日照市做活动,最大的难题就是没有“人气”,没有“人气”就没有“商气”,没有“商气”就没有“商机”。怎么办?我们认为结合旅游不失为一个好办法。我们抓住五一小长假的时机,选择在有“日照会客厅”之称的万平口生态广场举办,又恰逢日照市在奥林匹克水上公园举办“迎水运 庆五一”龙舟表演赛暨水上运动展演系列活动,整个展会达到了政府、参展商、媒体、消费者、场地经营者五方共赢的效果。

据旅游部门提供的信息,五一期间的万平口旅游人数突破了30万人,创历年新高,这与房车展的带动是分不开的。五一当天,很多本地市民想借假期顺便了解一下房市,展会期间的有效意向客户近400个。可以说,旅游带动了展会,展会也同时带动了旅游。正是做好了展会文化和旅游经济的结合,才促成了房车展旺盛的人气。一些外地游客反映,以前来日照仅仅是看海,没有想到还能看房、看车。

::: 业界资讯 :::

- 业界资讯集萃2013. 12. 9
- 业界资讯集萃2013. 12. 2
- 业界资讯集萃2013. 11. 25
- “反论文中介”启事
- 欢迎关注青年记者微信、微博
- 第九届学子论文评选启事
- 青年记者入选全国核心期刊
- 青年记者电子版机构用户增长2
- 今参考加快向山东第一刊迈进
- 业界资讯集萃2013. 11. 18

More...

::: 友媒动态 :::

- “爱上电视”北京台创意大征集
- 浙报采编大楼开工建设
- 威海日报社办网络电视台
- 电视苏军“情感”升级
- 上海文广重组新媒体
- 广州日报报业集团品牌发展路
- 辽宁日报传媒集团新址奠基“
- 人民日报实行统一版数、统一
- 辽宁日报报业集团更名为辽宁
- 宁夏日报报业集团挂牌成立

More...

::: 学子论文评选 :::

- 第九届学子论文评选启事
- 第八届学子论文获奖名单
- 第八届学子论文评选奖励办法
- 第八届学子论文评选启事
- 第七届学子论文评选揭晓
- 第七届学子论文获奖名单
- 第七届学子论文评选奖励办法
- 第七届学子论文评选启事
- 第六届新闻学子论文评选揭晓
- 第五届学子论文评选揭晓

More...

二是活动的开口要大。就是要有较多的关注点，尽可能吸引更多的人参与或关注，因为活动营销的目的就是“吸引眼球”。我们在策划房车展活动时，还搞了很多辅助性的小活动，以增强活动的娱乐性和文化品位，吸引更多的人参与和关注。以房车展活动中的一个子活动“我的汽车梦想”少儿绘画大赛为例，日照市的少年儿童绘画爱好者数以万计，每年日照市都会举办很多绘画大赛，如何让房车展期间举办的绘画大赛出新出彩?我们设置了“我的汽车梦想”这一主题。现在的少年儿童，大部分家里已经拥有了私家车或者有购车计划，他们与上一代人不同，他们对汽车并不陌生，他们心中的汽车文化一定有更多的人文色彩。作为媒体，我们想引导全市的少年儿童绘画爱好者把关注的目光转到新的题材和领域，多表现现代生活和科技文明。绘画大赛结果证明，我们的判断与分析是准确的，该活动的汽车赞助商收集了所有的获奖作品挂在展厅里，提升了展厅的文化品位。同时，小选手们围绕汽车展开了大胆、丰富的想象，充分展现了在新世纪成长起来的新一代中国少年儿童的创造力，反映了他们对科技、人文的感受与领悟。

房车展活动中的另一个子活动“唱响日照”的举办，向外地游客传达了“年轻 时尚 活力 动感”的日照城市内涵。消费者和游客在活动现场看画展、看演出，充分感受到了房车展活动的“附加值”，为下一次活动的成功举办培育了“观众期待”。

三是活动的推广要到位。要全方位、多渠道地告知活动信息，让相关的人都能知道活动的进程。电视媒体做活动，具有其他媒体不具备的技术优势和传播优势。这次房车展开幕式，我们使用了电视转播车进行了现场直播，让没有到房车展现场的消费者能够直观地感受开幕现场的热烈气氛和火爆场面。这次展会同时调动了日照广播电视台的所有传播资源：广播、电视、电视报、日照网，收到了1+1>2的整合传播效果。本次展会还整合了淮海经济区城市电视台经济联合体的20家城市台，在这些台的主流频道黄金时段开辟专栏进行展会的前期推介后期推广，把展会的空间拓宽、展期延长，打造了为期一个月的电视房展会。

近年来，通过依托广电独特的媒体优势开展活动营销，日照广播电视台活动收入持续增长，对产业总量的贡献份额迅速扩大，不仅有效改善了产业经营结构，推动了产业经营方式的转变，而且使媒体的产业功能得到了进一步提升，探索出了一条媒体发展的新路子。

参考文献：

①王唤明：《浅析中国电视媒体活动营销》，中国广告人网站，
<http://www.chinaadren.com/html/file/2007-3-1/qianxizhongguodianshimeitihuodongyingxiao.html>，2007年3月1日

②李姗：《发展注意力经济——网络营销时代争夺客户的实质》，
<http://media.163.com/05/0120/18/1AIF9E39001417T1.html>，2005年1月20日

（作者单位：日照广播电视台）

::: 编读网来 :::

- 青年记者2013年11月上评刊
- 青年记者2013年10月下差错
- 青年记者2013年10月上评刊
- 青年记者2013年9月下差错
- 青年记者2013年9月上评刊
- 青年记者2013年8月下差错
- 青年记者2013年8月上评刊
- 青年记者2013年7月下差错
- 青年记者2013年7月上评刊
- 青年记者2013年6月下差错

More...

::: 经营专区 :::

- 山东邮政全力扶持《今参考》
- 《今参考》杂志全力配合邮局
- 山东邮政公司充分肯定《今参
- 《齐鲁晚报》、《今参考》被
- 欢迎订阅《青年记者》
- 欢迎订阅《今参考》

More...

::: 友情链接 :::

- 中国记协网
- 人民网传媒
- 新华网传媒
- 搜狐传媒
- 新闻出版总署
- 网易传媒
- 新浪传媒
- 大众网
- 半岛网
- 鲁中网

More...

[【发表评论】](#) [【打印本文】](#) [【收藏本页】](#) [【返回顶部】](#) [【关闭窗口】](#)

讨论区

已有 0 位对此新闻感兴趣的网友发表了看法

[点击查看](#)

我来评两句

请 [登陆](#) 后发表评论。如果您还不是本站会员, [在此注册](#)

• 所有评论仅代表网友个人观点 • 请各位遵纪守法并注意语言文明

[发表](#)

大众网版权与免责声明:

- 1、大众网所有内容的版权均属于作者或页面内声明的版权人。未经大众网的书面许可, 任何其他个人或组织均不得以任何形式将大众网的各项资源转载、复制、编辑或发布使用于其他任何场合; 不得把其中任何形式的资讯散发给其他方, 不可把这些信息在其他的服务器或文档中作镜像复制或保存; 不得修改或再使用大众网的任何资源。若有意转载本站信息资料, 必需取得大众网书面授权。
- 2、已经本网授权使用作品的, 应在授权范围内使用, 并注明“来源: 大众网”。违反上述声明者, 本网将追究其相关法律责任。
- 3、凡本网注明“来源: XXX (非大众网)”的作品, 均转载自其它媒体, 转载目的在于传递更多信息, 并不代表本网赞同其观点和对其真实性负责。
- 4、如因作品内容、版权和其它问题需要同本网联系的, 请30日内进行。

地址: 济南市经十路16122号 邮编: 250014 编辑部电话: (0531) 85196697 85196066 85196311 85196286
《青年记者》投稿邮箱: qnjzbj@qq.com 杂志发行电话: (0531)85196303 网站电话: (0531) 85196311
《青年记者》邮发代号: 24-213 《今参考·政界》邮发代号: 24-216 《今参考·商界》邮发代号: 24-61

Copyright©2001-2007 qnjz.com All Right Reserved

转载需注明来源, 未经许可, 不得转载

鲁ICP备11011784号-2