

## 城市品牌推广暨城市电视台协作发展研讨会举行

成琪

2013-11-07 15:19:00

来源: 中国经济网 2013年11月06日

2013年11月6日至9日, 第八届北京国际文化创意产业博览会在北京举办。作为本届文博会的一项重要内容, 由北京雷禾传媒机构主办、北京西城区文促办作为支持单位的“中国梦的全球传播: 城市品牌推广暨城市电视台协作发展”研讨会将在此期间进行。

在“中国梦”、“美丽中国”的执政理念引领下, 在国家新闻出版广电总局的“限娱令”、工商总局的“整治医药广告”等强势调整下, 传统电视媒体竞争更加惨烈, 网络新媒体锋芒正劲, 城市电视台如何发展? 出路又在哪里? 雷禾传媒经过大量实地调研分析, 结合一年来与全国若干城市电视台合作经验, 以及与金融资本合作的体会, 借助2013北京文博会之盛会, 邀请了全国近百家城市的宣传部领导和电视台台长, 共聚北京, 就如何在文化产业大发展的有利条件下, 突破困境、寻找路径、改变单一广告经营模式展开探讨, 共同分享城市发展、文化品牌推广的时代机遇与具体实践等问题进行广泛探讨。

此次研讨会主要议题包括: 中国梦的全球传播与城市品牌对外推广的机遇、城市电视台发展中的问题与出路探讨、城市文化品牌的推广与市场化运作、城市电视台协作联盟发展的建议与资本对策。

当下, 传统媒体与网络新媒体之间的竞争关系成为热点, 似乎传统媒体的下沉已经成为必然, 尤其是传统纸媒体的现状, 让传统媒体一片哀鸿。城市电视台一直以来承担着党和政府宣传工作的重要责任, 虽然各地已经成立了广电集团, 实现产业化发展和企业化经营, 但是, 由于长期以来, 垄断经营, 并没有实现真正意义上的市场化,

而面对如此系统性复杂的媒体环境, 城市电视台信心不足, 储备不足, 经验不足, 斗志不足, 然而, 每一座城市都有自己独一无二的文化资源, 政府也都有文化产业的扶持资金, 企业也都有向外发展的需求, 无异于大多数的城市守着金钵要饭吃, 文化创意产业如何与金融资本结合, 助力中国城市文化品牌对外传播, 是会议研讨的重点。今天的中国媒体环境, 传统媒体与新媒体本就是竞合的关系, 传统媒体只有真正向市场靠拢, 一定能够真正焕发出新的生机与活力。

本次研讨会会期三天, 既有城市电视台自身的经营管理经验交流, 更有专家学者, 金融界业内人士和政府官员参与讨论, 形式新颖活泼, 内容切中要害, 办法务实向上。会议提出了市场联合, 资源整合, 资本配合的合作发展思路, 近百家城市电视台倡议成立了城市电视台频道协作联合体并揭牌, 本次会议为中国城市电视台的发展将是一次有力的推动。

(原标题: 城市品牌推广暨城市电视台协作发展研讨会在京举行)

隐藏评论

用户昵称:  (您填写的昵称将出现在评论列表中)  匿名

请遵纪守法并注意语言文明。发言最多为2000字符（每个汉字相当于两个字符）

9195

发表

中国社会科学网电话: 010-84177875; 84177878; 84177879; 84177688      Email: skw01@cass.org.cn

投稿信箱: skw01@cass.org.cn      网友之声信箱: skw02@cass.org.cn      地址: 北京市朝阳区望京中环南路1号      邮编: 100102

版权所有: 中国社会科学院 版权声明      京ICP备05072735号