

2013年中央电视台智库论坛开幕

2013-11-06 09:22:00 来源: 凤凰网 2013年11月05日

11月5日上午,2013年中央电视台智库论坛在梅地亚中心召开。本期论坛以“电视的品质、品格、品位”为主题,论坛发布了电视收视与传播覆盖影响力数据,电视节目观众满意度调查报告,以及电视节目网络美誉度分析报告。中央电视台总编辑罗明致开幕辞,业内多位知名专家出席了本次论坛,并做精彩发言。

2013年中央电视台智库论坛是由中央电视台主办,中央电视台发展研究中心承办的电视行业高端智库论坛。中央电视台一直以来致力于建立自己的智库体系,本次论坛的召开旨在应对当前舆论的复杂环境和多媒体竞争挑战,邀请全国知名专家、学者共同为电视开展思想交流、理论把脉,弘扬和传播中国的优秀、先进文化,努力提升电视传播力、公信力和影响力。

关注电视品味的提升

中央领导最近提出“提升电视节目的品位和质量,坚持导向第一,注重社会效益和社会影响力”的要求,中宣部部长刘奇葆调研时也强调要“不断提高主流媒体的传播力公信力影响力,始终把社会效益摆在第一位,多办一些群众喜闻乐见的公益性文艺节目,更好地弘扬主流价值观、传播社会正能量。”中央电视台作为国家媒体,首当其冲肩负着电视的历史责任和文化使命。

中央电视台总编辑罗明在致辞中认为,中央电视台积极发挥国家主流媒体的传播优势,弘扬主旋律,传播正能量,不断强化国家电视媒体的舆论阵地和文化阵地作用,传播力、影响力、公信力持续巩固和提升。罗明表示,中央电视台“不仅在国内传播了正能量,而且在国际舞台上也同样传播了正能量”。他认为,“这两个正能量,得益于我们电视的品质、品味和品格”,得益于中央电视台对于媒体责任、道德力量、文化旗帜和民族传承的坚守。

论坛发布三大报告

央视市场研究(CTR)整合营销总经理刘会召在论坛上发布了《多屏传播下电视的地位和影响》报告。报告结合最新的调研数据,全方位解读电视收视与覆盖影响力。报告显示,电视在当前中国家庭中依然有着稳定的开机率。2012年全年,全国有四亿多家庭拥有电视机,而平均每分钟约有一亿家庭在收看电视。刘会召认为,对于广告主而言,电视为代表的传统媒体仍然是广告投放中性价比最好的媒体。

中央电视台总编室市场评估部主任徐立军随后发布《满意度——另一种视角看电视》报告。报告显示:全国观众对中央电视台的满意度达到4.25分(满分5分),《新闻联播》《焦点访谈》《星光大道》则分列2013年1-3季度满意度的前三名。在观众最喜欢的电视主持人评比中,中央电视台主任人毕福剑得到9.21%的观众喜爱,高居榜首。根据观众调查数据,电视以99.23%的高渗透率,继续维持媒体“老大”地位。

中央电视台发展研究中心产业与新媒体研究部主任黎斌发布了《2013年上半年CCTV节目网络美誉度分析》报告。据悉,中央电视台对电视节目网络影响力的跟踪监测已经常态化、体系化。报告指出,2013年上半年,在全国60个卫视频道对比中,中央电视台有6个频道入围网民美誉度前十,占据60%的席位。在全国274档卫视新闻栏目对比中,中央电视台有6档新闻栏目入围网民美

誉度前十。黎斌认为，CCTV电视节目的网络品牌具备五大特征，包括网络品牌影响大，关注度高；新闻资讯、舆论监督发挥中流砥柱作用；国际化视野、高端品位。网络美誉度指标的提出，是中央电视台在互联网大潮之下，探索提升电视节目在互联网传播能力的一种有效尝试。

智库专家为电视发展献策

在随后的高峰论坛中，《光明日报》副总编辑沈卫星、广电总局发展研究中心主任庞井君、新华社音视频部副主任陆小华、北京大学中文系教授王岳川、河南大学文学院教授王立群、中国社会科学院研究员时统宇、北京大学新闻与传播学院教授程曼丽等专家学者围绕电视行业的现状与前景，进行了主题发言。

与会专家认为，提升电视品质、品格、品味，目的是提升电视节目影响力。在沈卫星看来，中央电视台作为“众多电视台的国家队”，电视的品质、品格、品味的追求在全国领先，“起到了标领的作用”。而庞井君表示，中央电视台作为国家大台，承担着视听文化时代的历史担当。着眼于“视听中国”国家战略，中央电视台在内容建设、平台建设、渠道建设、终端建设、用户建设方面已经取得了相当的成就。陆小华强调，对于中央电视台为代表的传统媒体而言，核心竞争力是权威报道。中央电视台近来一系列的创意策划，正是从独特视角阐释重大主题，产生非常好的报道效果。时统宇则对中央电视台《你幸福吗？》系列报道给予了肯定，他认为这样的样态在中国电视新闻节目中，在节假日报道、主题报道中都是开创性的。

多位与会专家强调了电视、尤其是中央电视台在传承和发扬传统文化方面发挥的重要作用。北大教授王岳川认为，央视以《中国汉字听写大会》、《远方的家》、《中华医药》、《民歌·中国》为代表的一系列节目，兼具技术性和文化之长，对弘扬中华文化并促进国际传播具有不可替代的作用。文化学者王立群同样以《百家讲坛》为例，强调了在大众文化时代，电视承担着汇聚百家精华，弘扬中华文化的责任和使命。

与会专家还肯定了电视在国际传播层面的价值，程曼丽强调了国家电视台在对外传播中的责任和使命。她认为，中央电视台为代表的国家媒体，不仅在弘扬主流价值观、传播社会正能量层面发挥了重大作用，同时国际话语权和国际影响力也日益剧增。2012年，中央电视台驻外记者全球重大事件的到达率、参与率达到97%，基本实现了在重大的国际突发事件中与CNN、BBC等国际一流媒体同步报道。2013年上半年，外媒转引中央电视台国际新闻的比例大幅度提升，由2012年的19%提升到24%。程曼丽认为，中央电视台已经打破西方的新闻垄断。

央视探索智库新模式

据记者了解，全球智库约6000家，其中近1800家在美国，而中国的智库机构也超过了2000家，但和兰德公司、布鲁斯金学会这样的国际一流智库相比，尚存在差距。

中央电视台2013年智库论坛的召开，正是中国主流媒体探索自身智库建设的有效尝试。中央电视台发展研究中心定位于“央视智库”，于2010年启动了专家智库建设，凝聚国内媒体管理顾问及社会各界专家、学者的精英力量，颁发特邀顾问和特聘研究员证书。三年来，中央电视台多次组织专家，展开研讨、论坛和专项咨询合作，积累了很多宝贵经验点。

中央电视台发展研究中心主任李舒东认为，中央电视台作为国家电视台，从媒体机构的角色探索智库建设，是一种模式创新，更是一种时代应有的责任和担当。近年来，中央电视台智库在战略决策、频道改革、节目创新、管理升级等各方面为中央电视台提供了重要的智力支持，有力地推动了中央电视台事业产业的跨越式发展，也为中国传媒理论贡献了许多精神财富。对于中央电视台的智库发展，她充满着期望，“我们期待能够与各位专家学者在电视发展改革与创新的各个领域进行更加紧密的合作，共同致力于提升电视节目的品质、品格、品位，把新时代的电视传播推向一个更加崭新的新境界”。

（来源：2013年中央电视台智库论坛开幕 业内专家支招）

文档附件：
