# 2025年文化类综艺节目策划(模板9篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2025-04-17

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。文化类综艺节目策划篇一一、栏目分析美食类...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**文化类综艺节目策划篇一**

一、栏目分析

美食类的节目不胜枚举，但大多分为以下几类：

1 传授技艺类 如天天饮食、贝太厨房等。参与者也多为明星大腕。受众定位为家庭主夫妇或者喜爱烹饪的人群。

2 寻访类 比如那小嘴等。参与者为商家。受众定位为未必能做好但一定要吃好的吃客。

3 厨艺比拼类 如中央台的美味情缘对对碰。参与者为专业厨师或者相对专业的业余选手。受众定位相对较广。

以上栏目各具特点，但是缺点也显而易见，就是观众的参与度不够，对参与者有一定的条件限制。即使你是专业人士也未必有机会参与到节目当中，更别说普通观众。但是纵观现阶段最活的综艺节目，无不秉承一个宗旨——“人人都有机会”。《美食新世代》就是要做成一款人人都可以参与的综艺美食节目。

二、栏目名称

《美食新世代》，意义就在于区别与传统的美食观念和美食栏目，“美食新世代，只要你敢来”“美食新世代，萝卜白菜各有所爱”“美食新世代，没人比我帅”。

第一个看点及参与点：口号。每期节目开始，现场观众和主持人一起喊出当期的口号，期期不同，只要压韵，喊“美食新世代，巧克力蛋黄派”都没关系。当然，这里就可以由观众短信参与，一经采用的有奖品相送。隔段时间评选出“最搞笑”、“最有”诸如此类的口号。

三、栏目风格

风格定位在综艺娱乐偏搞笑。

四、栏目人员：

主持人两名、专业厨师（首期应有四名，以后一人足矣）、场上参与者（首期四名，以后各期为七名或者八名）、现场参与观众若干名（其中有三人或者四人会成为下期场上参与者）、相对专业评委若干。

五、栏目内容及看点：

1、首期：

由四名厨师分别口授四名场上参与者四道菜的做法，时间为3—5分钟，只能是口授，不能手把手教。这段时间摘取各个参与者的表情画面或者口授时有趣的话语由主持人进行评说，或者可以利用这段时间介绍一下当天的菜品，比如属于何种菜系，何种口味等。

时间到，四名厨师和四名参与者背对背对刚才的菜品进行烹制（这里请不要误会，本节目并不是一个比拼烹饪技巧的节目），这里要加一些搞笑的手段在里边，比如厨师这边和参与者所用的度量器具是不一样的，比如参与者这边的蒜有普通的、有新蒜、还有独头的，有些人不知道就会混淆（事先不让他们知道），这样就会造成一定的难度。

评判的标准最重要的是相似度，即参与者与传授他菜品的厨师所做的同一道菜在口味、形状、摆盘等方面的相似程度，哪怕都同样的难吃只要味道一样也得高分。当然，为了防止都把菜品做糊，可以加入一些限制的条件。

评出名次。

然后由场上的参与者在现场观众中抽出四名成为下场的场上参与者，与自己共同进行下场比赛。

看点：

a、 由于对参与者没有过多限制（当然考虑到安全因素不能是小朋友），所以可能有专业的人士参加，但是我们的比赛比的不是你做的如何好，而是与别人做的如何的象，所以在这一点上专业或者是非专业就没有差别。做出五花八门的菜品自然就是看点，何况在器具和材料上还动了手脚。

b、 临时抽出几位现场观众对菜品进行品尝然后做出评价，加上专业评委的点评，最后由现场观众进行评分，当然要提醒他们慎重选择，因为他们当中每个人都有可能与场上在下一场成为同伴。电视机前的观众可以发短信点评。所有这些中搞笑的点评都可成为看点。

c、 专业评委要偶尔加入一些关于烹饪的知识以提高知识性，专业评委当中也可以包括心理专家。

2、以后各期：

由上一场的四名参与者口授自己上场所做菜的做法给新的四名参与者，然后背对背进行烹制，仍然是比相似度。当然，如果上一场的参与者所做菜品有所提高也应获得奖励分。

评出名次。抽取下一场场上参与者。

连续2期或者非连续的3期或者最后一名的组将被淘汰，此时由一名专业厨师口授另外一道菜品给新的场上参与者，即重新开始一道菜的延续制作。

每7期或者每10期为一阶段，如果一阶段中一直坚持没有被淘汰的一组获胜，所有在这组中的参与者都将获得奖品。然后重新开始一道菜的延续制作。

看点：就是看哪一组能延续下去，是“鱼香肉丝”组，还是“四喜丸子”组？大可以让观众短信竟猜。

3、特别节目

每当有一组获胜就做一期特别节目。

把所有这一组的参与者召集到一起重新制作他们获胜的这道菜，不同的是把这道菜品的制作分成若干步骤，每人负责一块，比如其中一个人就负责放酱油，但是他不能看到其他人放了多少的盐。然后把制作菜品的菜量提高，这样就很难掌握调味的比例。这道菜就要评它的色香味形意了，打出专业的评分，拍下照片，记录下来，年终岁尾再办一个评比，又是一个看点。

六、栏目的参与

1、观众可以发短信参与口号的编写

2、观众可以发短信参与获胜团队的竟猜

3、观众也可以发短信对场上参与者的表现进行评价

4、观众还可以发短信参与菜谱的制作

所有的场上参与者和现场观众均在以上发短信的观众中抽取。

也可以同步制作节目网站论坛。

七、栏目收入：

1、短信收入。

2、广告收入，包括收视率广告和酒店赞助广告以及比赛用具及奖品广告。

3、如果有网站论坛，如果节目办的好也会有相应的收入。

**文化类综艺节目策划篇二**

一、背景分析：当下，娱乐文化已经被提高到了一个前所未有的地位，也成为我们这个时代大众消费的主要精神产品。单调的戏曲节目，已不能再吸引大众的眼球。

二、企划动机：就目前为止，戏曲类的节目，大多生存艰难。唱念做打，选段演唱都已过于守旧，难以将戏曲推广。信、周杰伦都曾在歌曲中加入戏曲演唱，让人耳目一新。将戏曲与流行音乐或与多种艺术表演形式的结合将是节目组重点打造的对象。《相约花戏楼》之我爱唱戏就是建立在这一宗旨之上。让戏曲不再枯燥，老少咸宜。

节目设定：

一、节目名称：《相约花戏楼》之我爱唱戏

二、节目类别:全民参与的一档戏曲歌唱节目

三、节目主旨：推广戏曲，弘扬传统文化

四、节目目标：为喜欢戏曲者提供展示自身素质和实现自我价值的机会

五、节目定位：为喜欢戏曲以及多种形式结合的大众提供平台

七、节目内容：推陈出新，凡是参赛者表演曲目，必须经过再加工，戏曲与单种艺术形式或多种艺术形式相结合。

节目点评，此阶段有两部分组成。首先是场上观众对参赛者的表演发表意见;然后由现场嘉宾做点评。

观众打分，评委的点评以及观众自身的判断，对参赛者的表演进行评价，采用10分制。

评委打分，综合参赛者的表演进行打分，

由主持人宣布最后结果，每期设立两个晋级名额，晋升半决赛。

八、节目特色：融戏曲与多种艺术表现形式于一身，发掘戏曲的传统魅力。

九、节目风格：睿智 轻松

十、主持人串联风格：有才气，稳重之中不失幽默

十一、节目长度：60分钟每期

十三、播出时段：暂定

十四、播出次数：暂定

十六、参赛者节目安排：为增加节目的可看性，可对参赛者表演的节目，由专业人士进行适当的辅导和修正。

十七、参赛者服装以及化妆安排：由专业人士对参赛者进行指导，提升节目整体形象。

节目宣传：

网络媒体：通过安徽卫视网络战略合作伙伴搜狐网、安徽电视网、新浪网、百度贴吧和安徽卫视粉丝网进行宣传。将单集参赛者具有可看性的表演视频上传到安徽电视网播客、优酷视频等各大门户视频网站。

平面媒体：在省内具有知名度的平面媒体上整版宣传，如《新安晚报》等

电视媒体：在节目播出前以及播出中，安徽电视台给与一定时间段宣传。安徽卫视的各综艺节目中，可有主持人进行介绍《相约花戏楼》之我爱唱戏。

摄制要求：

一、主持人：马滢、阿进

二、节目顾问：戏曲名家、艺人、知名人士等

四、整体目标：节目播出时段，可以赢得绝大多数电视观众。

五、制播周期：暂定

六、工作人员设置：暂

第一节 目的与宗旨

我们是青春飞扬，活力四射的年轻一代，我们敢于挑战，勇于表现，我们积极自信，挫而不败,这是一个展现自我的舞台，这是一个梦想实现的舞台!

我们的宗旨是：发现有舞蹈特长的新人，为青春有梦的莘莘学子提供一个表现自我，实现自我的舞台，为济南各大高校增加文化艺术交流的机会，展现现代大学生积极向上的精神面貌，全面提高大学生的综合素质。丰富电视荧屏，活跃观众生活，以达到社会效益和经济效益共增长之目的。

我们的

口号

是：我的青春我做主，我的舞蹈我来秀!

节目定位：展现大学生风采的舞蹈选秀娱乐节目。

第二节 收视与市场

据粗略统计，一年当中，学生的寒暑假、双休日和节假日之和近180天，约占全年的50%。在这180多个日子里，绝大部分学生基本上是在家里度过的。所以，在假期里举办这样的节目可以获得更多的观众，当然，大部分的青年朋友对于这样的选秀娱乐节目也是很喜欢的，可以在工作之余放松心情，娱乐心情。策划创办本栏目就是基于这样的认识。

应该说，从电视收视情况和观众参与的情况来说，大学生是主体，在社会中有其特殊的地位。他们参与节目和收看节目，都必定会带动家庭其他成员共同关注此类节目，形成一定的收视群体。这对开拓收视市场和栏目经营市场，都是极为有利的。

据模底了解，我省大学生参加和收看兄弟台的娱乐节目较为踊跃，但我市尚未开办此类节目，大家反响热烈，都急切希望有类似节目在本台播出，所以说市场前景是看好的，对将来栏目的经营操作也是十分可喜的。

第三节 形式与程序

一、形式

本栏目以演播厅现场直播的形式，采用中心主持人和分主持人的方法，把各个环节有机的组合在一起。主持人的表现，要求欢快、活泼、机智、有趣，具有一定的亲和力和表演欲。整体节目情绪高扬、节奏明快、内外结合、上下一体，观后饶有趣味。

参赛的选手需自愿报名，经过选拔和培训，参与外景录像和现场竞赛。由现场观众和嘉宾评出周冠军、月冠军和季冠军。分别在重大节日或年末举行年度总冠军总决赛，获得较好名次的选手，可成为我台艺术团的舞蹈演员，参加我台举办的各类晚会和对外演出活动。

二、程序

(一)分组

1、单人组 单人进行参赛的选手

2、多人组 两人或两人以上进行参赛的选手

可以是个人参加，也可以是多人组合参加。

(二)程序

1.快乐自由舞

参赛者自由发挥，自己编舞，自由展示，充分显示出参赛者自己的舞蹈风格，舞蹈功底，还有创新意识，创作才能。分出最佳创作奖，最佳形体奖，团体最佳合作奖等。各做加分。

2.挑战舞者

由抽签的方式决定对决方式，分为两组对决，得出优胜加分。

3、精彩露一手。

展示个人特长，特别是除舞蹈之外的艺术方面的才能。如唱歌、表演、演奏等。

4、名师高徒

统一由舞蹈老师进行培训，学习统一的舞蹈，比拼学员的学习接受能力。分出最佳学员和最差学员，实行加分制。

第四节 包装与宣传

加强本栏目的自我宣传和推广，是一项十分重要的手段，建议每天不少于3次自我宣传。本栏目要体现个性和特色，就必须在包装上下功夫。诸如片头设计要明快，富有吸引力和时尚化，片花短小精致、有感染力。主持人的包装与节目同步进行，形象个性定位，要有超前意识。各类字幕要当作艺术创作来考虑，为整体节目的包装增加气氛和特色，形成风格。栏目在开办后，要逐步改进、提高和完善结构，要经常更换内容和活动项目，求新求变，不断进步。

对参与的选手，可以本身的特点，请有关形象设计室一同造型，使节目多姿多彩。

本栏目每周一期，每期60分钟，建议每周六下午15:00首播，次日下午15:00，次周三晚17:00重播，可设节日系列和寒暑期系列的特别节目。

本栏目设电话热线和语音信箱，节目进行中增加电视机前观众的参与项目，扩大收视层面，提高收视率。

第五节 经营与运作

本栏目是一档大型的综艺娱乐节目，其组织工作、编导工作和摄制工作等都是较为繁重的，且生产栏目的基本经费也较大，为能持之以恒地办活办好栏目，鼓励栏目创作，调动大家的工作积极性，同时为能争创经济效益，为本台作贡献。拟选择采用如下模式：

1. 制片人负责制。

计算成本、自负盈亏

赋予职权、承担责任

2. 准制片负责制。

计算成本、收支挂钩

赋予职权、经费报批

3. 承包人负责制。

确定目标、收支脱钩

拨款生产、奖罚分明

4. 总导演负责制。

拨款生产、经费报批

奖金取半、奖勤罚懒

根据各地经验，结合我台情况，需向台里申请5分钟栏目内广告时段。另外，现场装饰广告和奖品、礼品征集也可作为广告资源加以开发，用小的投入换取较大的经济回报。

栏目组基于对学生平时日常学习生活的考虑，建议在双休日进行拍摄和直播，周一致周五策划准备、培训人员及后期制作，平时员工休息可以对调，如不休息可考虑发放假日加班补贴。

第六节 设备和人员

本栏目以我台800m2演播厅为主要场地，考虑到栏目直播前要进行必要的培训和排练，需使用其他场地。另外，栏目内有外景地的拍摄，且制作量也较大，故对设备使用提出如下要求：

1.演播厅(含大屏幕及五讯道摄录系统、音响、灯光等)，每周使用2天(彩排和直播各1天)。

2.会议室或小活动室作为培训场所，每周2天。

3.合成制作机房的使用(含2650型编辑1台)，每周4天(其中1天为制作宣传片使用)。

4.非线性字幕特技机(栏目包装尤为需要)。

5.外景拍摄用的摄像机和拾音话筒等二套(2个组别，二组人员工作)。

6.舞美制作和景片道具设计制作。

本栏目日常工作人员组成设想如下：

导演(执导内外景拍摄和导播)2人

责任编辑(现场导演及剪辑宣传片等)2人

培训教师临时选聘若干人

摄 像5人(专职2人)

摄像助理(承担外景录音等3人(兼职)

制 片1人

剧 务2人

主持人2人

外景主持2人

制片主任(或制片人)1人

经理(对外营销)1人

视音频技术和音响、灯光、舞美等人员请有关部门抽调配合，后勤保障、车辆调配，请办公室配合支持。

第七节 概算及广告资源开发

此章略写，特此说明。

一、背景分析：当下的娱乐节目多位大众化，适合各个年龄阶段的观众观看

二、企划动机：社会的多元文化带动了娱乐产业化的发展，很多人只顾着追求自己高额的薪水，却放弃了自己应有的幸福。男人除了在忙自己的事业以外，很多时候的另一面都无法得到体现。栏目着重侧重展现男性多方面的文化韵味和价值体现。

节目设定

一、 栏目名称： 《 男人帮 》

二、 栏目类别： 娱乐时尚类节目

三、 栏目主旨： 通过节目让更多人了解男性的多方面的价值体现和价值观

四、 栏目目标： 打造全国第一档男性娱乐时尚类节目

五、 栏目定位： 各行各业、各个年龄段、各个社会阶层中男生的独白

八、 主持人与嘉宾的娱乐访谈沟通

十一、 播出时段：每周六晚上九到十点直播，重播时间周日下午4点到五点

十二、 播出次数：每周一期

摄制要求

一、 支持人： 娱乐当中又不乏稳重

二、 节目顾问： 心理沟通人员，大众评审员、情感顾问

三、 节目要求： 严格遵守中国《网络电视知识产权》

四、 整体目标计划：打造中国第一款男性娱乐时尚话题类节目

五、 工作人员设置：工作人员 化妆师、音响师、灯光师 道具提供

共

2

页，当前第

2

页

1

2

**文化类综艺节目策划篇三**

首届“xxxx杯”传媒形象大赛策划

一、大赛报名时间：

报名时间为即日起至xxxx年xx月xx日。

二、大赛主题和宗旨：

为了丰富学生校园文化生活，提高学生形象素质，树立良好审美观念，同时展现当代学生风采。我校举办首届学生形象素质比赛以引导学生塑造良好学生风貌以及自身形象。以\"健康、智慧、向上、崇尚自然\"作为首届“xxxx杯”传媒形象大赛的主题，着重表现中国高校学生自尊、自信、自立、自强的精神面貌，弘扬、培养中华民族优秀传统文化的理念和推动先进文化的发展。透过健康美、心灵美、智慧美等的综合素质比赛，突出表现当代青年内在素质、外塑形象、用心向上、开拓进取的青春风采和出色的综合才艺。

三、大赛特点：

四、大赛报名规则：

大赛由分赛区选拔赛、总决赛两个阶段组成，在大众设定2个分赛区，参赛者可在大赛设立的分赛区就近报名。各分赛区选拔赛由各分赛区经过初选、复赛、决赛三个步骤完成，大赛组委会从分赛区选拔40名选手参加总决赛。一、报名条件：

热爱祖国，年龄在18周岁至26周岁之间，身高

158cm以上的高校在读大学生；五官端正，身体健康，具备基本艺术素养；普通话流利，掌握简单的英语口语。

二、报名方式：

1、获取报名表格：向各赛区组委会索取。2、参赛报名需带给以下材料：

交正面化妆头像特写彩照一张，正、侧面无妆头像特写彩照各一张，半身自由照一张，照片统一规格为七寸；本人身份证复印件，系部介绍信。报名材料可直接送交分赛区组委会。

选秀活动方案范文分享选秀活动方案怎样写

三、参赛选手须知：

1、参赛选手带给详尽、准确的参赛者资料，及时对资料做出必要的更新，使之贴合详尽、准确的要求。如果带给的资料不正确，组委会（分赛区）有权取消你的参赛资格。

2、大赛公开参赛者的姓名、属相、星座、电子邮箱、个人爱好等，除非参赛者向组委会提出要求；组委会（分赛区）能够公开参赛选手的必要资料，参赛者不得有异议。

3、组委会（分赛区）能够随时根据遇人力不可抗拒因素的实际状况中断大赛，并且无需对参赛者负责。

4、参赛者报名能够就近在分赛区报名，组委会不负责报名工作。在组委会报名的选手可由组委会按选手就近的原则带给给分赛区。

5、组委会将尽力维护参赛者的参赛资料的安全，但组委会（分赛区）不能对因为不可抗力或网络安全问题等突发性、偶然性、不可预见性状况所造成的资料损坏、丢失及其他有关的直接、间接、附带、特殊或后果性的损失做出任何保证。即使发生这种状况，组委会不负责补偿参赛者的损失。

五、大赛流程：

1、宣传策划：

本次大赛的宣传要进行地毯式宣传，采用多形式，多手段在校园全面展开宣传，广告宣传及时、快速、到位。各形式宣传逐层递进，不断加入宣传力度，加强赞助单位声誉，扩大影响，深入到大校园园中宣传。

（1）、户外广告。

为了增强消费者注意力，构成印象积累效果，在大校园园内设立户外牌，张贴广告宣传画，使人们以欣赏艺术的简单情绪，自然地理解广告信息。具体地点选取在人流集中的地方，如：食堂、阅报栏、校园主干道、草地、球场等。

竞赛人数：

采用个人报名，校区初赛，全校决赛形式。

三、竞赛组队报名方法：

各班在10月7日前填妥报名表（参赛者姓名、班级、才艺表演项目等）上交。校区初赛在10月6日前完成，11月底举行全校总决赛。

四、竞赛评委与评分标准：

邀请老师及学生组成评委组，成绩由评委现场打出并公布。评分标准基定为10分。参赛选手最后得分为去掉一个最高分、去掉一个最低分后的算出平均值为此选手最终得分。

五、宣传：

1、各班级负责同学在报名参赛时，展出海报以及口号等

2、召集各班负责同学，宣传相关比赛流程以及名单

3、由相关同学负责把活动的全程用相机记录拍摄下来，再选取一些有代表性的相片，用相片的方式向校园展示本次比赛幕后花絮及精彩一刻。

六、奖项设置与评选方法

3、主观形象方面（3分）

2、现场才艺表演演绎水平（4分）

3、即兴回答表达清晰，舞台表现潜力较强，表情自然，举止大方（3分）

最终评出十佳形象素质之星，并制作展板进行宣传。

附二：

即兴问答参考题目：

1、你心目中贴合传媒形象大赛冠军首要条件

2、在你眼中你认为什么才是素质，什么才称得上是一个有素质的人

3、在你眼里形象与素质有必要的联系吗

4、有人说“外树形象，贵练内功”，你是怎样体验这句话的

7、你是怎样创立自己的形象和素质的

8、人民网上有这么一句话“素质是形象的根本”你认同这句话吗对这句话有什么样的理解

10、一个形象代表着一个人，你认为以下哪种动物贴合你的形象说说为什么

**文化类综艺节目策划篇四**

一。栏目基本情况（同类市场分析、受众分析）

国内目前除了《同一首歌》，尚无专门的大型歌舞节目，而众多影视歌明星只局限于自己的圈子内，或者新陈代谢较快。但受众还在，造成了大量资源浪费。《老歌厅，老歌听》让我们回忆经历的时光依依不舍。共同欢乐过，共同失意过。本期以再现的方式回忆过去时光。

明星参与类节目在平民类节目的冲击下，以不能唱主角，平民类展才艺节目日益繁荣（非常6+1、星光大道等），因此，平民展才艺类节目成为当前办娱乐节目的主要方向，但单一的才艺展示、选秀节目形式雷同，缺乏新意，降低了娱乐性质。

《老歌厅，老歌听》（暂定名称）正是根据当前形式，将每个年龄层的观众内心的偶像情节得以释放。歌舞新人推介老艺人经典重现等融为一体的大型娱乐节目，囊括了舞台、外景、歌舞、观众互动，使现场气氛轰轰烈烈，，节目还可以推荐本城优秀的餐饮娱乐场所，新老歌手同去品尝，加入商业元素。并且能使每一个青春时尚，热爱玩乐追星的的青年人都可与偶像零距离，中老年观众亦可以重见偶像，留住时光。

二。栏目设计

（一）栏目名称

1、暂定名称：《老歌厅，老歌听》

（二）栏目定位

以老歌穿起来的明星访谈和经典歌曲重唱等主要娱乐内容的综艺节目；

在中央电视台3套，音乐频道播出；

每周五晚21：30首播，周一晚22：00重播。为录播节目，时间为100分钟。

（三）栏目风格

温情，怀旧，幽默，传奇，故事。

（四）板块设计

一、《老声新唱》

新歌手唱老歌

二、《新人辈出》

新歌手访谈推荐专辑等

三、《原音重现》

老歌手唱经典

四、《往事随风》

老歌手访谈，穿插歌曲舞蹈

五、《前浪和后浪》新老歌手合作

具体板块说明：

第一二板块年轻歌手初出茅庐，可为选手简介，才艺初步展示，并推荐宣传自己的专辑等作品，此版块为推荐新人，还能吸引年轻观众。让新歌手唱老歌，谈自己的偶像老歌手，引起怀旧情怀，并能传承历史。

第三四板块老歌手重现荧屏，歌唱令人无限怀旧的经典，并通过访谈，谈老艺人往日经典盛况以及今日近况，婚恋生子等，满足观众好奇心。并且也能为老艺人创造事业第二春。

还可以加入观众电话或者现场互动版块。让艺人为观众抽奖。

（五）主持人

最好男女搭配。男主持要35左右，为适中年龄。上可知老艺人情景，近可知新人情况。能够在谈吐之间让人感受到最纯洁但却是最刻骨铭心的偶像经历，和听经典歌曲的故事。女主持可选青春偶像，青春靓丽，活泼可爱，打扮时尚，有知识涵养。对于流行音乐、校园话题以及“e时代”了如指掌，三言两语之间就会就会深入人心，最少也要有所涉及。而相对活泼大方、幽默却不矫情的主持风格，更能够在第一时间吸引年轻人的耳朵。

（六)热点(或视点、卖点）分析

1、《老歌厅，老歌听》节目内容新颖，结构具有独特。开辟了新的电视娱乐节目领域，把最流行、最时尚的咨询新人推介引进电视娱乐节目，对目前陈陈相因、了无新意的电视娱乐节目市场是一个有力的冲击。

2、《老歌厅，老歌听》整合了多种多样的娱乐节目元素。节目中既有歌曲、舞蹈类元素，又有新老艺人访谈，观众可以各取所需。

3、多数电视娱乐节目中，主要参与者都是邀请的新人明星，就会丧失大量的中老年受众群体。据调查，真正看电视的群体并不是年轻人，而是中老年人。《老歌厅，老歌听》的主要参与者既有新人又有老艺人。几乎囊括了各个年龄层的观众，并包括了选秀、竞技、歌舞娱乐形式。增强了收视率，节目会有不同的看点。

4、《老歌厅，老歌听》持续创新能力比较强。该栏目板块内容可不断创新，增加趣味性。使节目常办常新，不断发展。

三。创收构想

《老歌厅，老歌听》的目标受众既有时尚青年人群，他们年轻好奇，追求新人娱乐，该栏目对他们将产生很大影响，极大的吸引他们的目光，并将娱乐历史人生感悟教给他们。还能满足广大中老年群体的偶像情节，他们怀旧，温情，老艺人的故事经历传奇；为提高收视率，栏目中还可穿插介绍各地景点或餐饮游乐场所的软广告，提供商等都会对这个节目感兴趣。节目里的广告可采取以下几种形式：

（一）冠名。

（二）协办。

（三）标版。

（四）奖品提供。

（五）场地广告。

四。宣传推广

**文化类综艺节目策划篇五**

相亲相爱一家人

（二）团体性质

结构式、发展性团体

（三）团体活动目标

1、总目标：培养班级成员团体凝聚力与团体信任感。 2.团体具体目标：

（1）凝聚团体的共识，强化团体的向心力。

（2）培养团体的默契，增强成员的互信基础。

（3）强化成员在团体中的自我价值感。

（4）促进成员的互动状况，形成一个良好的班级人际氛围。 (5)强调成员间互助合作精神。

（6）透过活动的特殊设计激发成员的思考力和创造力。

（四）团体对象

四年级学生

（五）团体规模

26人

（六）团体活动地点

教室或操场

（七）活动时间及频率

每周一次

（八）活动方式

根据活动

要求全班

分成二组

人组进行。

（十）理论基础

1、马斯洛需要层次理论揭示每个人都渴望被他人接受、尊重和欣赏；团体可以满足人社会交往的需要、归属的需要和爱的需要。

2、社会心理学关于群体的研究证明，在一个团体中，如果成员之间有了互信，团体的凝聚力会更强，也将能更有效地发挥团体的效能。 3.人际关系理论表明，要信任他人必须要先学习开放自己，接纳他人，袒露自己的情感、思想、情绪、感觉和意见，愿意和别人分享资源和观念；要能与他人有效的沟通、建立亲密的关系，自己应先令人觉得可信、值得信赖、靠得住。

4、约翰逊(1972)的信任模式认为，信任他人是一种冒险的选择，之所以会愿意去信任他人，是因为我们相信他人的行为对我们是有利的。信任模式理论还认为，由成员所表现出来的高度或低度的接受、支持和合作的意愿以及所呈现出来的高度或低度的开放、分享的态度，两个向度交互作用之后，会形成下列四种信任模式：

高度接受和合作 低度接受和合作

高度开放和分享 低度开放和分享

（十一）团体活动具体安排

**文化类综艺节目策划篇六**

二、节目类别——观众参与度高的一档本地美食资讯节目

三、节目主旨——让爱美食的人走进节目让看节目的人走近美食

四、节目目标

重点打造一档精品的美食资讯节目，不仅仅做美食，还囊括了相关的综合资讯。力图达到“美食主动靠过来，观众自然看进去”的效果，打造口碑，铸就精品。

五、节目定位

这是一档集美食推介节目与菜肴烹饪节目于一身，力图更好的开发本地特色美食资源的服务资讯类美食节目，兼顾一定的娱乐性质。采用立体全面的推介方式，为现场和电视机前的观众提供优质精选的美食信息，商家现场展示、与美食爱好者们现场沟通交流。

六、节目形态——服务资讯类电视节目

七、节目特色

《就是爱美食》不仅仅是向观众推荐优质美食的服务资讯节目，其相关介绍细腻丰富，另外还邀请了相关食肆的厨师进行现场烹饪展示。现场观众均可以参与其中，互动、品尝。场外观众也可以通过短信和网络参与节目，发表意见与建议。

八、节目特点

1、指导性——节目组搜索并筛选了本地大量的美食信息，将其中质的挑选出来呈现给观众。这些食肆的信息丰富翔实，极其具有指导意义。

2、互动性——节目设置中不仅有介绍商家和美食的vcr短片，也邀请了厨师现场烹饪，更有观众互动参与，品尝与鉴赏。

3、娱乐性——有精心制作的短片，大厨现场的烹饪表演，观众的互动游戏，场外参与，节目更富参与互动性。

九、节目风格

节目轻松、知性，提倡健康自然的乐活理念，不仅仅是推介美食、食肆，也将一种新的观念、想法带给观众。节目强调美食的意义不仅仅在于事物，还是一种生活方式，认识态度，乃至是人与人之间的情感纽带，自由的交流。

十、节目的形象包装

栏目的包装：

栏目包装是指栏目的识别系统、视觉包装、音频包装等栏目文化识别系统。视觉识别是栏目的名称标准、标识、话筒标志、主持人背景、服、采访车装潢及其它识别元素。视觉包装是指栏目的片头、片尾、片花、子栏目片头、栏目宣传片、栏目定位宣传片等。音频包装是指栏目主题歌、主题曲、片头曲、片尾曲、标识音符等。栏目的形象提升，被社会和观众认同的速度和程度，在相当程度上取决于栏目的整体包装。

节目包装

风格：色彩亮丽、节奏欢快、活泼简约，体现少儿栏目的特点。

包装内容：演播室设计、片头、片花、片尾、栏目热线、电话指示标、各板块图标等。

1、片头设计15秒。片头设计要体现亮丽、时尚。

构想：白色底，三条飞舞的红色绸带，节目名称用金黄色的字，娃娃体，背景中加上一些不同颜色的小泡泡。白色代表未成年的世界纯真、纯洁，寓意着孩子的世界是一片净土；飘动着的红色绸带代表健康成长；字体的金黄色象征着快乐；不同颜色的小泡泡代表孩子们的各色梦想。

2、演播室：实景设计。总基调：温馨、时尚、富有动感。

十一、目标观众

这档《就是爱美食》美食节目中提供的，一般都是相对偏于中高端，或是比较有历史文化蕴涵的食肆，通常不会包括街边的大排档等类似对象。所以，针对的目标受众也是热爱生活，追求生活品质，受过一定教育，有相当收入的职业人士。他们讲究品味与格调，对细节与品质要求比较高，不仅仅讲求食物的味道，还对饮食的环境、包装、服务都有所要求。

十二、叙事方式

不同于谈话节目，虽然《就是爱美食》节目的`单元是一定的，但是叙事方式会比较多样化。由于节目的目标主在于推介，其次是交流，同时力图兼顾娱乐性，因而叙事方式不是一成不变的。基本上随着每期节目所介绍的食肆各有特色，大相径庭，相应的节目叙事方式也就必须随之变化，不拘泥于形式以求更好的表现每家食肆的特质。

十三、主持人串联风格

由于节目自身的特性，《就是爱美食》既是一档美食节目，具有服务性、资讯性质，但同时又非常的注重节目中观众的参与度，强调参与度和娱乐性。

这档《就是爱美食》力图营造的是轻松愉快、健康自然的乐活氛围，因而并不希望主持人过于严肃破坏了现场氛围、打击嘉宾与观众的情绪；但也不希望主持人过于放松甚至太过“亲切”以至于给节目带来一种市井风气。主持人需要通过简单的话语向观众传达一种交流的态度，从而通过他们的引导加大观众的接受程度。如地方台一档美食节目《美食成都》：主持人是当地知名的方言节目主持人，因其语言风趣、插科打诨，可谓亲切感十足，快速拉近了与观众的距离。但是这样的风格并不适合《就是爱美食》，《就是爱美食》需要主持人温和亲切，自然优雅、措辞简练，重在分享，具有一定的概括性。

十四、单集节目构成

节目不会明确剥离细分出一个个独立的单元，但是会有较稳定的节目成分构成，主要包括以下几个部分：

1、片头、音乐

2、主持人开场白、简单迅速引入当期《就是爱美食》推介的美食、食肆

3、展示相关内容短片，包括相关美食的优势、特色、背景知识介绍

4、参映食肆的厨师现场烹饪表演，进行展示

5、。现场观众参与互动，协助或模仿厨师；场外观众通过短信或网络平台参与节目

6、特邀嘉宾与观众试吃品尝，现场点评美食，分享心得体验、传播美食感受。

7、结束、片尾

十五、节目长度

每集30分钟，分为上下集播放（不计入中间插播广告的时间）。

十六、播出时段

鉴于《就是爱美食》节目的特性，偏向休闲、放松，但是又相对知性，因而策划每集节目在周末双休日晚20：30——22：00首播，并于次日早晨7：00——8：30重播。

十七、播出次数——2次/周

十八、节目集数——8集左右

**文化类综艺节目策划篇七**

二、企划动机：社会的多元文化带动了娱乐产业化的发展，很多人只顾着追求自己高额的薪水，却放弃了自己应有的幸福。男人除了在忙自己的事业以外，很多时候的另一面都无法得到体现。栏目着重侧重展现男性多方面的文化韵味和价值体现。

节目设定

一、栏目名称：《男人帮》

二、栏目类别：娱乐时尚类节目

三、栏目主旨：通过节目让更多人了解男性的多方面的价值体现和价值观

四、栏目目标：打造全国第一档男性娱乐时尚类节目

五、栏目定位：各行各业、各个年龄段、各个社会阶层中男生的独白

八、主持人与嘉宾的娱乐访谈沟通

十一、播出时段：每周六晚上九到十点直播，重播时间周日下午4点到五点

十二、播出次数：每周一期

摄制要求

一、支持人：娱乐当中又不乏稳重

二、节目顾问：心理沟通人员，大众评审员、情感顾问

三、节目要求：严格遵守中国《网络电视知识产权》

四、整体目标计划：打造中国第一款男性娱乐时尚话题类节目

五、工作人员设置：工作人员化妆师、音响师、灯光师道具提供

**文化类综艺节目策划篇八**

全省小学生、中学生、大学生和幼儿。

整个活动自4月份开始，年底结束。

评选分四个组：小学组、中学组、大学组+幼儿组

1、声乐：美声、民族、通俗等的独唱、合唱、表演唱；

2、舞蹈：民族舞、现代舞、芭蕾舞等各种的独舞、双人舞、群舞；

3、器乐：民族器乐、西洋器乐等的独奏、合奏、齐奏；

4、表演：演讲、主持人、模特、小品、戏曲、曲艺、武术等；

上述项目可个人参赛，也可集体参赛，每个节目时间限定为5分钟内，集体节目人数限定8人以内。

1、活动开展时间为20xx年5月至11月。各地有关单位要积组织学生极广泛参与各项活动，在活动开展的过程中，陆续选拨出参赛学生（选手），并将参赛的中小学生+幼儿（选手）视频作品务必在11月25日前报送上传到省关工委青少年智慧素质教育网或寄送到活动组委会，参赛学生（选手）视频作品省活动组委会将先后在网上展示评选，由专家评委和大众评委评选出进入赛区决赛学生（选手），然后举行“放飞梦想，励志青春”赛区决赛。

2、全省总决赛暨颁奖表彰时间为：20xx年底举行，具体时间、地点将即时通知。

各地区有关单位各学校要以活动为载体，切合主题组织开展好各项教育活动，争取校校行动，学生人人参与，根据当地活动进展情况，可成立分赛区，成立分赛区要求是，参赛节目300个以上方可成立分赛区（设立分赛区地区选送节目幼儿组不低于100个节目，小学组不低于100个节目和中学组不低于100个节目），节目数目不到标准，可以参加省直赛区的评选。

成立分赛区的地区，由当地有关单位组织发动各幼儿园、中小学校参加，分片区组织学生到就近学校指定场地，由省活动组委会派省电视台专业人员前往集中拍摄。也可由学校或家长自行拍摄制作，然后登录省关工委青少年智慧素质教育网址：直接上传作品，或录制成dvd光盘直接邮寄到省活动组委会。

参与省直赛区方式：未设立分赛区的地区，但积极响应文件精神，参与的学校及学生可直接参加省直赛区评选。参赛学生（选手）的视频节目可以由学校或家长自行拍摄制作，然后登录省关工委青少年智慧素质教育网址：直接上传作品，或录制成dvd光盘直接邮寄到省活动组委会。如参赛学生相对集中或参赛学生人数众多的市、县(区)也可联系省活动组委会，省活动组委会派省电视台专业人员前来集中拍摄。

大学组直接参加省直赛区，参赛视频作品自行拍摄制作，并登录省关工委青少年智慧素质教育网址：直接上传作品，或录制成dvd光盘直接邮寄到省活动组委会。

活动组委会将参赛学生的视频作品在指定的时间上传到省关工委青少年智慧素质教育网址：，按年龄段分组别进行展示评选。参赛作品须注明作者真实姓名和地区、学校、班级和联系方式。

（一）评委组成

分赛区评委由当地有关单位指定和省组委会派遣组成，省直赛区由省组委会安排，总决赛由省主办单位邀请专家担任评委。

（二）评选办法

省活动组委会将组织人员，对征集到的作品进行网上展示评选。

2、分赛区决赛由专家评委进行现场评分，当场公布评选结果。获分赛区一等奖以上（包括一等奖）的选手参加全省总决赛。

4、省直赛区决赛由省组委会组织专家对晋级选手进行再次评选，并在省组委会青少年素质教育基地网站网上公布评选结果，获省直赛区一等奖以上（包括一等奖）的选手参加全省总决赛。

1、奖项设置：全省总决赛按组别及类型各设特等奖1名，一等奖10名，二等奖20名、三等奖若干名，活动组织奖、指导老师奖（获总决赛二等奖以上）各若干名。

2、获三等奖以上的选手，经本人同意，聘为浙江电视台《浙江教育》栏目和省关工委青少年智慧素质教育网站小记者、小主持人，并可参与电视剧、微电影、栏目剧等的拍摄。

3、表彰评选：全省总决赛将在20xx年底举行，现场总决赛结束当场公布获奖名单，并举行颁奖典礼。具体时间、地点省组委会将即时通知。

本活动未尽事宜，与省活动组委会办公室联系。

**文化类综艺节目策划篇九**

当下，娱乐文化已经被提高到了一个前所未有的地位，也成为我们这个时代大众消费的主要精神产品。单调的戏曲节目，已不能再吸引大众的眼球。

二

就目前为止，戏曲类的节目，大多生存艰难。唱念做打，选段演唱都已过于守旧，难以将戏曲推广。信、周杰伦都曾在歌曲中加入戏曲演唱，让人耳目一新。将戏曲与流行音乐或与多种艺术表演形式的结合将是节目组重点打造的对象。《相约花戏楼》之我爱唱戏就是建立在这一宗旨之上。让戏曲不再枯燥，老少咸宜。

节目设定：

《相约花戏楼》之我爱唱戏

全民参与的一档戏曲歌唱节目

推广戏曲，弘扬传统文化

为喜欢戏曲者提供展示自身素质和实现自我价值的机会

为喜欢戏曲以及多种形式结合的大众提供平台

年纪性别不限、曲种不限，个人或团体参加比赛，并有观众参与的互动型录播节目。

推陈出新，凡是参赛者表演曲目，必须经过再加工，戏曲与单种艺术形式或多种艺术形式相结合。

节目点评，此阶段有两部分组成。首先是场上观众对参赛者的表演发表意见；然后由现场嘉宾做点评。

由主持人宣布最后结果，每期设立两个晋级名额，晋升半决赛。

融戏曲与多种艺术表现形式于一身，发掘戏曲的传统魅力。

睿智轻松

有才气，稳重之中不失幽默

60分钟每期

片头；参赛者vcr、参赛者亮相、比赛进行、评委点评、加分题、最终决定

暂定

暂定

为增加节目的可看性，可对参赛者表演的节目，由专业人士进行适当的辅导和修正。

由专业人士对参赛者进行指导，提升节目整体形象。节目宣传：

网络媒体：通过安徽卫视网络战略合作伙伴搜狐网、安徽电视网、新浪网、百度贴吧进行宣传。将单集参赛者具有可看性的表演视频上传到安徽电视网播客、优酷视频等各大门户视频网站。

平面媒体：在省内具有知名度的平面媒体上整版宣传，如《新安晚报》等

电视媒体：在节目播出前以及播出中，安徽电视台给与一定时间段宣传。安徽卫视的各综艺节目中，可有主持人进行介绍《相约花戏楼》之我爱唱戏。

摄制要求：

一、主持人：000000

二、节目顾问：戏曲名家、艺人、知名人士等

四、整体目标：节目播出时段，可以赢得绝大多数电视观众。

五、制作步骤（搜集信息，邀请嘉宾，后期制作等）

六、工作人员设置：暂定（比如说制片人两名，主持人一名，编导两名，摄像三名（同时负责拍摄或指导嘉宾制作的栏目），后期制作三名，嘉宾6名。）

七、可行性分析（说明此节目吸引观众的一些亮点，节目制作费用的现实性，对节目的宣传工作的一些进展等情况。）

八、经费预算（即节目制作成本，包括制片人，主持人，嘉宾等相关人员的费用，场地道具费用等。）

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn