

<<海上之星>>

图书基本信息

书名：<<海上之星>>

13位ISBN编号：9787208066564

10位ISBN编号：7208066566

出版时间：2006-12

出版时间：上海人民出版社

作者：上海文广新闻传媒集团大型活动部 编

页数：101

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<海上之星>>

内容概要

比赛自8月13日晚在东方电视台首场电视启动赛播出后，受到各方关注，收视率节节攀升，观众支持关注度逐渐提高，在复活赛选手中凭借短信复活的俞梦弦短信票数高达7万多（仅限上海地区）。据尼尔森权威数据调查，“海上之星”旅游大使评选节目第六场《行者无疆》在9月17日晚19：00首播时，位居当天文艺频道节目收视率首位。

活动吸引了诸多媒体的关注，除了主流媒体日报、晚报每周跟进报道最新赛事，很多栏目像《上海一周》、《今日印象》、《三人麻辣烫》、《生活周刊》均对选手多次进行专访。周庄这样的著名旅游景点也有意让优秀合适的选手成为景点代言人，活动和选手的民众知晓度在稳步提升和铺展。

<<海上之星>>

书籍目录

海上之星——2006上海旅游形象大使评选活动主题曲海上之星 沪上闪耀 ——2006上海旅游形象大使评选活动简介六强星语录三十二强群星榜星路历程2006上海旅游形象大使诞生记星辰往事星情演义主持人说品星录现场直击

<<海上之星>>

章节摘录

活动通过八大主题、九轮电视转、直播，彰显赛事多元色彩。

比赛自8月13日晚在东方电视台首场电视启动赛播出后，受到各方关注，收视率节节攀升，观众支持关注度逐渐提高，在复活赛选手中凭借短信复活的俞梦弦短信票数高达7万多（仅限上海地区）。

据尼尔森权威数据调查，“海上之星”旅游大使评选节目第六场《行者无疆》在9月17日晚19：00首播时，位居当天文艺频道节目收视率首位。

活动吸引了诸多媒体的关注，除了主流媒体日报、晚报每周跟进报道最新赛事，很多栏目像《上海一周》、《今日印象》、《三人麻辣烫》、《生活周刊》均对选手多次进行专访。

周庄这样的著名旅游景点也有意让优秀合适的选手成为景点代言人，活动和选手的民众知晓度在稳步提升和铺展。

上海旅游形象大使评选活动评选出的大使应该是综合素质全面的上海形象代言人，要符合上海这座城市的气质和精神，合格的形象大使需要在语言、仪态、智慧、综合素质各个方面都有出色的表现，九场比赛据此从九个不同方面进行考察，以期遴选出最合适、素质全面的上海旅游形象大使。

节目采用“选秀+真人秀”的形式。

每期节目都通过外场“体验式”比拼来真实考量选手的素质，比如，通过担任爱心募捐、交通协管等工作，在真实环境中考核准大使们的应变交际能力以及对上海的认识和情感。

再比如，六强选手走进哥德堡号，和来自国外的水手联欢、沟通，综合考察选手们的外语能力以及对外国文化和风俗的熟悉程度。

又比如，主办方秘密将六位选手蒙面带入崇明徐根宝训练基地，每组选手只给80元现金令其限时返回龙之梦主舞台，且不得向外界求助，考察选手的应变能力和适应环境能力。

历时三月，全城瞩目的海上之星——2006上海旅游形象大使评选活动在9月30日晚的东视文艺频道进行了总决赛现场直播，最终，来自上海交通大学的19岁女生胡姗姗一举夺冠，成为2006上海旅游形象大使。

至此，活动圆满结束，可活动带来的影响力仍在延续…… 10月2日，大使冠军胡姗姗出席上海旅游节系列活动。

10月中旬，海上之星——2006上海旅游形象大使冠军胡姗姗、亚军司雯嘉、风采奖刘翕进入东方卫视《我的长征》，开始实地体验长征旅程，并和“加油·好男儿”部分选手共同拍摄长征系列MTV

……

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>