# 新闻报道策划方案集合3篇

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2025-04-16

*新闻报道的特点是：真实、新鲜、及时、重要、趣味可读，时效性极强。一般读新闻报道的习惯是：通篇浏览标题，优中选优，不留死角，仔细阅读。以下是为大家整理的新闻报道策划方案集合3篇,欢迎品鉴!新闻报道策划方案怎么写新闻报道的特点是：真实、新鲜、重...*

新闻报道的特点是：真实、新鲜、及时、重要、趣味可读，时效性极强。一般读新闻报道的习惯是：通篇浏览标题，优中选优，不留死角，仔细阅读。以下是为大家整理的新闻报道策划方案集合3篇,欢迎品鉴!

新闻报道策划方案怎么写

新闻报道的特点是：真实、新鲜、重要、趣味可读，时效性极强，那么新闻报道策划方案怎么写呢?下面是有新闻报道策划方案，欢迎参阅。

　　新闻报道策划方案范文1    新闻报道策划就是指在确定了新闻线索或报道思想之后，对即将实施的新闻活动作深度、广度、厚度的综合分析，同时进行周密的安排部署，以使宣传报道达到最佳效果，产生最大效益。专题新闻报道策划要求策划者既要有一定的预测、分析能力，也要在突发事件面前有快速的应变能力，比如很快请到相关部门的官员、专家学者，很快调出相关的数据、资料、背景，很快拿出报道方案和后续计划并组织实施等。新闻报道策划属于一种在创造性思维指导下的新闻活动，有利于调动和发挥新闻工作者的主观能动性和创新能力。前不久召开的第二十一届国际摄影测量与遥感大会(ISPRS)刚刚落下帷幕，笔者作为新闻从业人员有幸参与了此次的新闻报道策划活动，感受颇深，藉此入手解析新闻报道策划的七个步骤，愿与读者讨论。

一、市场分析

第一步，深入了解对策划对象所在行业及相关情况，比如行业的历史，行业的现状，行业发展的新特点，相关的法律配套等。了解得越详细，掌握的信息越多，就越有可能从中挖掘出有价值的新闻点。

在第二十一届国际摄影测量与遥感大会(ISPRS)召开之前，大会宣传组做了充分的准备，深入了解国际摄影测量与遥感学会的历史，现状，学术性以及国际影响力。与大会的承办方国家测绘局密切接触，掌握第一手资料，并就宣传的新闻点进行探讨和沟通，为这次大会的宣传打开思路。

二、确定宣传目标

第二步，确定宣传目标是至关重要的一个环节。宣传目标的确定直接影响到后面新闻点的策划、媒体的选择和预算的编制等步骤。针对不同的宣传目标我们需要确定宣传范围，选择宣传媒体，有针对性的实施是成功新闻报道策划的开始。

在ISPRS大会筹备期间，大会宣传组讨论分析了我国目前测绘行业的特点和发展态势，结合ISPRS大会的特殊性，明确了大会宣传的目标：以宣传大会为契机，重点报道我国测绘科技的发展和测绘成果应用。这为这次专题宣传的成功奠定了基础。

三、策划“新闻点”

这一步，需要策划出能达到宣传目标的“新闻点”，并运用“借势”、“造势”两大基本方法。

考虑到测绘行业在目前阶段仍然属于冷门行业，测绘科技及成果应用还鲜为人知的情况，我们要把“冷饭”炒热，不花一番心思怎么行。我们充分运用“借势”、“造势”两大基本方法策划专题报道的新闻点。适值5.12汶川地震发生不久，地震救灾和灾后重建仍是当前重大社会热点问题，我们借机充分发掘测绘成果在汶川地震中发挥的重大作用，为宣传测绘成果应用造势，同时辅以测绘高新技术设备仪器的科普普及报道，便于受众进一步了解测绘，达到我们的宣传目标。

四、选择媒体

新闻报道策划都是通过媒体的传播来完成的，因此媒体的选择非常重要。专题新闻报道更要针对专题的特点来选择媒体。首先从宣传目标出发确定该专题报道不仅具有全国性、行业性的特点，还具有科技性、应用性的特点，然后基于我国测绘科技行业的实际状况并结合国际摄影测量大会的具体情况，我们决定选择人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中央人民广播电台、中央电视台新闻中心(新闻频道)、科技日报、中国新闻社、中国日报(英文)、国际广播电台，凤凰卫视、国土资源报等中央主要媒体。

五、编制预算

做一次宣传，当然要衡量投入产出比，对预算做到心中有数。新闻报道策划离不开对新闻事件的实施费用。新闻报道策划不同个案的实施费用往往会根据具体的策划而有所不同，因此应采用“目标任务法”来预算。 所谓“目标任务法”，就是先确定一个新闻报道策划的目标，然后估算出要达到这一目标所需的费用，包括新闻策划实施费用和新闻发布费用，这两项费用相加就是一次新闻报道策划的总费用。

国际摄影测量大会专题报道因策划的目标较大，需要实施内容较多，此次的预算也比较高。为了向全社会普及测绘成果应用，让老百姓更多的了解测绘，我们邀请中央电视台国际频道制作两集专题片。应大会宣传需求，我们制作了大会展播篇。会议期间，媒体接待，交通、餐饮等也需要一笔经费。绝大部分费用因策划实施产生，所有费用的支出都在预算范围，投资和效益成正比。

六、策划的实施和控制

策划的实施和控制是新闻报道策划中的另一个重要环节。因为再精妙的策划，也需要通过媒体进行传达。如果媒体不配合，新闻报道策划是不可能获得成功的。需要策划人有很强的媒体运作和控制能力。

为了跟媒体沟通，充分发挥各个媒体的特点，实现宣传目标，我们在大会筹备期间召开新闻通气会，会前我们提前3到5天把精心准备的新闻素材发给跑口记者，请他们了解这次大会的重要性和新闻报道策划的主要意图，期望他们在通气会上集思广益。通气会上记者们畅所欲言提出了很多新的看法，为我们的专题报道打开思路。大会开幕式之前，国务院副总理李克强会见前来参加国际会议的国外测绘专家代表。国土资源部副部长鹿心社等领导参加了开幕式。大会展会期间，我们策划的“借势”新闻点获得巨大成功，媒体纷纷报道了测绘科技的各方面情况，达到我们预期效果。大会开幕时播放了展播篇，中央电视台国际频道cctv4在7月2日、3日黄金时间播出两集测绘题材的大型专题片《灾区上空的眼睛》和《神奇的数字家园》，另外还在会议期间会议大厅循环播出，广泛宣传，很有震撼力，大会闭幕前我们召开了新闻发布会，由于前期的策划工作扎实，对测绘科技不甚了了的记者们也产生浓厚兴趣，发布会期间记者踊跃提问，发布会结束时很多记者还意犹未尽，与有关专家预约采访时间。

七、策划效果衡量

对策划效果进行有效评估，有助于判断整个策划成功与否，也能对下一次策划提供有价值的参考。

一般来说，专题新闻报道策划的效果可以通过以下几个标准来衡量：

a、刊登播出数量 在策划实施后统计媒体刊登播出的新闻数量，看是否达到原先设定的目标。 大会结束后，我们做了详细统计，这次参加大会总共有22家媒体50多名记者，大会召开的十天内，共发稿63篇。人民日报、新华社、中央电视台、中央人民广播电台、人民网等媒体不仅刊发、播发了大会开幕前国务院副总理李克强会见会议部分代表的消息，其他还有几十家媒体报道了大会召开以及有关摄影测量与遥感进展及成就的消息。中国日报做一个专版报道。

b、刊登播出质量。主要指篇幅、字数、播出时间长度、刊登的版面(是否头版或其他重要版面)、播出的时间段(是否黄金时段、知名栏目)等。这次宣传的力度较大。尤其是中央电视台在十天的会议当中就有两次新闻联播，四次新闻直播，两次朝闻天下，两次晚间新闻、一次新闻30分。新华社开幕式当天就发稿4篇，大会闭幕又发稿3篇。人民日报发稿4篇、其中一篇为二版头条，占三分之一版面。人民日报海外版发稿2篇。光明日报发稿5篇。经济日报发稿5篇。科技日报发稿3篇均在一版。凤凰卫视凤凰直通车、中央人民广播电台、国际广播电台等主媒体都对大会作了报道。尤其是人民网开辟专题专栏对大会作独家网络媒体支持影响较大。

c、受众反应。此次专题新闻报道不仅突出表现了测绘部门在抗震救灾中的积极作为，而且形象展示了中国测绘工作的科技水平和重要作用，并富有较强的科普效果，使社会各界加深了对测绘工作的了解。普遍反应这次宣传会议达到两个目的，显示了我们的科技实力，展示了我们的国威，同时达到了扩大测绘工作的影响，彰显测绘作用的目的。

不同专题新闻报道策划尽管进入新闻的切入点不同，具体实施的要点也会有所差异，但是归根结底都是围绕“新闻事件”来展开，都遵循共同的原则，这些原则是保证新闻报道策划成功的法宝。本文提出的专题新闻报道策划七步走：市场分析、确定宣传目标、策划“新闻点” 、选择媒体、编制预算、策划的实施和控制、策划效果衡量，仅仅是在遵循共同原则的基础上，结合工作实际提出的方法论。随着新闻传播的不断发展我们的工作也需要不断改进。

　　新闻报道策划方案范文2    一、背景。

近期，市长黄奇帆、常务副市长马正其、副市长谭栖伟先后到忠县调研，对忠县经济社会发展作了一系列指示;我县县委、县政府主要领导调整后，县委书记刘贵忠，县委副书记、代理县长熊世明在各种场合就忠县今后的发展提出了新思路、新举措、新要求。《忠县新闻》将推出“工业强县大家谈”、“工业强县民营富县进行时”两个专栏，以新闻的形式唱响“加快发展、科学发展、和谐发展”的主旋律。

二、节目形态。

“工业强县大家谈”为新闻访谈，访谈对象为工业经济领域有代表性人物，采访的地点一律不得在办公室，而应选择与访谈内容相关的地方，穿插一些工作性、生产性、图表、文件等镜头。访谈内容为现状如何、措施如何、目标如何，切忌大话、空话。每位采访对象一般设计两段同期声，之间作必要的转述、过渡。每条控制在2分钟左右。

“工业强县民营富县进行时”为新闻深度报道。要围绕特色做文章。重点报道我县十大重点企业的发展情况，包括生产、销售、利税、就业、工人工资、技改、创新、发展规划、目标等，也可以报道一些民营企业、微型企业的发展情况。提倡从小处入手，细节入手，故事化开头，强调现在进行时，既有今年前9月的成就回顾，也有未来一段时间目标的展望，采访生产一线的工人、技术人员、车间负责人、企业负责人等，提倡记者现场出镜采访、串接。每条稿件4分钟左右。后面配发100字左右“编辑感言”。

三、任务分解。

胡军华：(访谈)发改委、经信委

(深度)海螺水泥、东方农药

袁明琼：(访谈)园区办、汝溪镇

(深度)云河集团

黎晓华：(访谈)投促办

(深度)华亚拖拉机、星博化工

熊安英：(访谈)电力保障

(深度)金龙电子、金龙船业

马英杰：(访谈)乌杨镇

(深度)天地药业、海新运业

熊 浩：(访谈)忠州镇

(深度)恒达玻璃、一胜特

外 宣：(访谈)质监局、东溪镇

四、稿酬及奖惩：

访谈每条40-60元，差一条扣60元;深度报道每条60-100元，差一条扣100元。

　　新闻报道策划方案范文3    一、策划书名称 尽可能具体的写出策划名称，如“×年×月×日信息系×活动策划书”，置于页面中央。

二、活动背景： 这部分内容应根据策划书的特点在以下项目中选取内容重点阐述;具体项目有：基本情况简介、主要执行对象、近期状况、组织部门、活动开展原因、社会影响、以及相关目的动机。其次应说明问题的环境特征，主要考虑环境的内在优势、弱点、机会及威胁等因素，对其作好全面的分析(SWOT分析)，将内容重点放在环境分析的各项因素上，对过去现在的情况进行详细的描述，并通过对情况的预测制定计划。如环境不明，则应该通过调查研究等方式进行分析加以补充。

三、活动目的及意义： 活动的目的、意义应用简洁明了的语言将目的要点表述清楚;在陈述目的要点时，该活动的核心构成或策划的独到之处及由此产生的意义都应该明确写出。

四、活动名称： 根据活动的具体内容影响及意义拟定能够全面概括活动的名称。

五、活动目标： 此部分需明示要实现的目标及重点(目标选择需要满足重要性、可行性、时效性)。

六、活动开展： 作为策划的正文部分，表现方式要简洁明了，使人容易理解。在此部分中，不仅仅局限于用文字表述，也可适当加入统计图表等;对策划的各工作项目，应按照时间的先后顺序排列，绘制实施时间表有助于方案核查。另外，人员的组织配置、活动对象、相应权责及时间地点也应在这部分加以说明，执行的应变程序也应该在这部分加以考虑。

七、经费预算： 活动的各项费用在根据实际情况进行具体、周密的计算后，用清晰明了的形式列出。

八、活动中应注意的问题及细节： 内外环境的变化，不可避免的会给方案的执行带来一些不确定

性因素，因此，当环境变化时是否有应变措施，损失的概率是多少，造成的损失多大等也应在策划中加以说明。

九、活动负责人及主要参与者： 注明组织者、参与者姓名、单位(如果是小组策划应注明小组名称、负责人)。

为指导同学们写出专业化、规范化的策划书，有效开展各项活动，现提供基本策划书模式如下：

注：1、策划书须制作一张封面，装订时从纸张长边装订;

、系级以上的策划须按如上格式交电子版和打印版各一份。

看过新闻报道策划方案的人还看了：

1.新闻报道策划方案范文

2.电视新闻栏目策划范文

3.新闻节目策划范文

4.系列报道新闻策划范文

5.电视新闻节目策划范文

新闻报道策划方案

一．专题报道可行性分析

1.题材分析

一座城市最能表现文化的是建筑，最能展现市井风俗的是老街。老街是城市文明延续的载体，人文市井的再现，具有不可替代的历史文化价值。 　　北京前门大街，上海新天地，天津津门，成都宽窄巷子是当今中国城市老街修旧如旧的代表，在“老”字上做文章，在特色上下功夫，赚足人气，获足美誉，着实成为城市建设的标杆。 　　每个城市都有自己的历史，有着属于本地文化的细胞，在保护和传承上都有独特的想法。从上述四城打造的老街中，可以清晰地瞥见地域文化对城市文明发挥的决定作用。

2.受众分析

比较怀旧并关注老街历史文物保护的那部分人。

二．报道主题

走进城市老街

三．报道主旨

那些曾经在历史上熠熠闪光，带有浓厚民间风味的老街古屋，历经数十载风霜雨雪侵蚀，伴随着城市化建设日新月异的变化，现代文明的告诉发展，那些在高楼靓丽外表下若隐若现的老街古屋显得愈加暗淡无光，并逐渐开始淡出大众视野。

本组成员立意做一个关于探寻老街历史沧桑味道的策划方案。走进老街，敲开一扇扇斑驳的木门，找寻老街蕴含的悠悠古韵，以及厚重的历史人文风貌。

四．报道目的

着眼于下关市具有代表性的老街古屋的兴衰更迭，以一些沉淀城市文化命脉并日渐淡出公众视野的街道与建筑为立足点。介绍城市老街风貌，将老街目前面临的种种现实性问题重现于大众眼前，呼吁更多的人关注老街的保护与延续问题，促进对城市遗产的保护，使人们更加关注健康的城市发展，保护这些即将消逝在城市中的文化。

五．报道角度

1.就下关市龙尾街的历史起源、兴盛时期以及后来破落的原因。

2.龙尾街街道周围老屋的历史，历经多少次更迭，房子现在的用处，现居住的人口结构，生活居住条件，城市发展进程的推进对其的影响。

3.龙尾街现住户对老街的感情，发生过的一些故事，以及没有居住在龙尾街的老一辈下关人对其的记忆。

4.龙尾街周边城市商业区对老街的看法，有无拆除老街适应城市发展的必要。

5.相关部门对龙尾街的保护性政策，实施力度，以及对龙尾街将来的相应规划。

六．报道定位：系列专题报道

1.报道进程安排：做一个周的连续性报道，首先是走进龙尾街，采访老街的居民，做几篇人物通讯，带出老街的历史和人情风味。接着选取一些较好的角度撰写特写，向社会公众征集稿件，诗歌亦或散文，文体不限，抒发其对老街的感情。然后采访相关部门的负责人，了解关于龙尾街的发展过程，采写专访。最后，以评论收尾。

2.体裁类型：主要采用人物通讯、特写、专访、评论这几种体裁。

七．报道要求：记者深入采访，写稿时以事实为依据，真实可靠，注重实效，态度中立客观。

八．媒体及人员分工

A组：负责搜集有关龙尾街的历史文献资料。

B组：全组成员共同参与多方采访：

a.龙尾街现住户对龙尾街的感情以及发生过的有意思的故事。

b.周边商业区对龙尾街的看法。

c.非龙尾街居民的老下关人对龙尾街的记忆。

d.相关部门对龙尾街的政策和规划。

C组：负责各类资料的汇总以及整编筛选。

D组：负责新闻稿件的采写，新闻照片的拍摄。

后期文稿的编辑排版全组共同完成。

新闻报道策划方案

报道选题：高考后的“疯狂”

一、选题分析

1、题材分析：高考，高等学校招生全国统一考试的简称。高考在每个学子的人生中是一次转折，高考成绩直接影响所能进入的大学层次，考上重点大学的核心前提就是取得优异的高考成绩，进入什么样的大学至关重要，几乎可以说影响了人的一生，所以许多学子刻苦奋斗，几乎做到了“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”的境地。6月8日17:00一年一度的高考拉下大幕，许多考生在考完最后一门走出考场时都露出了轻松的笑容，开始“启动”他们盼望已久的“疯狂”假期。从高考完到填报志愿、进入大学共有三个月的假期，在刚刚考完试后，考生们会有一次大的放松，同学聚餐、出去旅游、通宵……因为高三一年的压抑生活让考生们的生活穿插于学习——吃饭——睡觉这三点一线，所以这次放松显得非常重要。可是，过度的放松也会影响到正常的生活，考生该如何合理安排假期从而使假期能够得到充分利用。

2、报道目的：多方面了解高考后考生的各种放松状态，而后根据总结的考生放松方式，采访心理咨询师等研究学者，给家长和考生提供合理化得建议和意见。

3、报道时机：高考结束后的一周内

4、报道范围：---市

二、前期准备

确认采访报道的对象、内容；搜集相关的资料；设计好向采访对象提问的问题。

（1）采访对象

A、考生      B、家长    C、饭店、娱乐场所管理者     D、心理咨询师或学者

（2）采访内容

考生：高考前班级里或自己有没有计划考试后的各种放松活动？

打算如何放松？有没有和父母商量过？

是否会合理规划假期？怎么规划？

有没有打工的打算？对此有什么看法？

家长：孩子考完后自己的心情如何？

有没有为孩子计划假期？如何计划？

会不会陪孩子一起度假？

是否会让孩子多参加社会实践?比如那些方面？

饭店、娱乐场所管理者：

在考试前预订情况如何？与往年情况比较如何？

消费标准如何？有什么要求？

订餐或娱乐情况会持续多长时间？

旅游情况如何？选择游点主要在哪些地方？

心理咨询师或学者：

往年高考过后考生的状态如何？放松方式如何？

是否做到了合理放松？

考生应该怎样合理计划假期？建议？

家长应该如何为考生计划？应该持何种态度？

三、实施与运作

1、报道思路：采访在高考后第二天即可进行，可在校园或小区附近对考生进行采访；对家长的采访可随机进行，对心理咨询师或学者的采访可电话进行。

2、报道形式：专题报道，以《高考后的“疯狂”》为主题，图片与文章相结合，分为几个版面进行。可结合其他地方的新闻穿插报道

3、报道力量配置：三人一小组，分头采访，学生、家长一组，饭店或娱乐场所、旅行社一组，电话采访一组，最后成稿，进行整合。

4、报道进程：首先集中报道考生们的各种放松情况，然后采访学生及家长们的看法与观点，文字与图片相结合报道；对考生的各种放松情况做一总结，给出心理咨询师们的建议。后续若还有出现的不同寻常的情况，再进行关注和报道。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！