

广电行业综合信息

2018 年第 06 期（总第 83 期）

中国广播电视设备工业协会

2018 年 07 月 03 日



目 录

一、行业信息.....	4
(一)、新技术和市场动态.....	4
(1) CCTV5 移动客户端采用杜比全景声沉浸式音频.....	4
(2) 英国捍卫免费收看电视.....	4
2. 移动电视及 CMMB.....	5
(1) 欧洲数字论坛 2018：电视行业是时候改变思路了.....	5
3. 直播星和户户通、村村通.....	6
(1) 国务院办公厅关于加快推进广播电视村村通向户户通升级工作的通知..	6
4. 有线电视.....	9
(1) 【集客案例】重庆有线播响战鼓，进军智慧农业新领域.....	9
(2) 【集客案例】重新认识客户，东方有线“东方 E 星”吹响智慧酒店集	
结号.....	12
(3) 【集客案例】高清视频监控集成项目为全国广电信息化打开大门.....	15
5. 前端、制作与信源.....	19
(1) 安达斯中标中央广播电视总台(复兴路办公区)总控系统核心矩阵及监看	
系统项目.....	19
(2) 央视新媒体视频优势凸显：世界杯赛事直播收看量 5 天超 5 亿.....	22
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	23
(1) 未来电视亮相营销盛典澳门国际广告节 荣获 5 项大奖.....	23
(2) 广电总局批准中国移动开展 IPTV 传输服务 6 月初双方领导曾会面....	26
(3) 曾庆军：中国广电“实践智慧广电的思路与策略”.....	26
7. 新媒体.....	33
(1) 三大运营商“十五年磨一剑”快马加鞭布局重点领域 撬动 IPv6 产业发	
展杠杆.....	33
(2) 中国电信计划采购 10 万台天通手机，卫星通信进入手机时代.....	34
(3) 智慧家庭入口争夺战！苏宁、联想、京东、华为皆入局... ..	35
(4) 工信部:1-5 月净增 1717 万户,IPTV 用户总数达 1.39 亿户.....	41
8. 媒体融合.....	45
(1) 【TV 资本论】广电如何打造“融媒体”从发布 4K 技术标准做起.....	45
(2) 东方明珠与富士康在智慧城市、OTT、8K 等多方面达成战略合作.....	47
(3) 广电将与电信互联互通，广电出口带宽将圆梦.....	48
(4) 中国新闻事业发展报告发布：媒体转型与融合发展受关注.....	50
9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术.....	55
(1) VR 周报：CES Asia2018 大朋 DPVR 神秘新品众测；Leap Motion 北极星	
AR 头显正式开源；HTC 与丰田联手推出 VR 汽车试驾系统.....	55
(2) VR 周报：足球 VR 电影正式上线；AR 智能眼镜将发；大朋 DPVR 再掀	
体验热潮；VR 实况直播登陆 IOS 和安卓.....	58
10. 国际动态.....	60
(1) 加拿大广播公司：聊天机器人成新“员工”.....	60

(2) 阿根廷国家广播电视台长：现在要解决信息贫困问题.....	62
11. 走向海外.....	63
(1) 中国国际电视台将在伦敦建立欧洲运营中心.....	63
(二)、重要政策进展.....	64
1. 三网融合.....	64
(1) 河南 IPTV 用户数超 600 万 总用户数全国第 7.....	64
(2) 【争鸣】央视分销、咪咕接盘的世界杯版权营销浅析.....	64
2. 宽带中国.....	67
(1) 工信部:目标到 2020 年实现全国行政村 4G 覆盖率超过 98%.....	67
(2) 中国 4G 网络覆盖 99%人口 超 95%行政村通光线宽带.....	68
(3) 陈一新：守护人民安宁的“千里眼”——“雪亮工程”.....	69
(4) 一石激起千层浪，5G 商用标准发布，物联网、车联网大动作频出.....	72
3. 相关政策法规.....	75
(1) 慎海雄与央广部分节目中心座谈 提出三点要求.....	75
(2) 工信部公布工业互联网发展行动计划.....	75
(3) 工信部:《关于推进网络扶贫的实施方案（2018-2020 年）》的通知....	76
4. 与广电相关的标准.....	78
5. 广电行业动态与分析.....	78
(1) 2017 年全国广播电视服务业总收入 6070.21 亿元.....	78
(2) 广电总局副局长范卫平：加强广播电视媒体管理 确保正确舆论导向..	84
(3) 【TV 资本论】停播广告、达成合作、发布报告、人事变动,一周广电新	
闻尽掌握.....	85
(三)、领导讲话.....	87
1. 聂辰席敦促广电：加快智慧广电步伐，推进有线无线卫星全覆盖.....	87
二、会员企业信息.....	89
1. 【改革开放 40 年】星光的借势、谋势、成势之路.....	89
2. 北广科技接待蒙古国乌兰巴托市议会主席一行.....	91
3. 同方吉兆举办 2018 年全国用户广播电视发射技术培训班.....	91
4. 大洋走进山城，FAST 快融打造区县台媒体融合样板.....	92
5. 创维小派掌上智能投影 P1 惊艳亮相.....	93
6. 熊猫信息中标南京和徐州地铁项目,挖掘业务增长点 市场拓展立新功.....	94
7. 北电科林中标新疆广电局机动应急广播项目，助力提升自治区广播电视应急保	
障能力.....	95
8. 国科微成为“首批北斗车联网产品认证示范企业”.....	95

一、行业信息

(一)、新技术和市场动态

1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态

(1) CCTV5 移动客户端采用杜比全景声沉浸式音频

编辑：科讯广电网 skila 来源：杜比 2018 年 06 月 13 日 13:36:27

北京，2018 年 6 月 13 日——杜比实验室（纽交所代码：DLB）今日宣布，CCTV5 手机移动客户端现已采用杜比全景声®沉浸式音频。6 月 9 日举行的中国足协杯北京中赫国安队与上海上港队的比赛成为 CCTV5 移动客户端采用杜比全景声直播的首场比赛。很快，中国消费者将能够在 CCTV5 移动客户端观看更多带有杜比全景声的在全球范围内广受欢迎的体育赛事。

杜比全景声是继环绕声之后的一大飞跃，带来震撼人心的灵动音效，萦绕在你的周围，甚至头顶上方。在 CCTV5 移动客户端观看体育赛事时，切换至“三维声”，带上耳机，便能获得杜比全景声体验，感受声音以真实的丰富度和层次感鲜活呈现，仿佛在三维空间萦绕，让你感觉自己置身于体育赛事现场的最佳位置。

杜比实验室商业合作部中国区董事总经理黄家贤表示：“我们很高兴 CCTV5 移动客户端采用杜比全景声沉浸式音频为大家带来广受欢迎的体育赛事内容，从而让品质体验上升到新的高度。很快，消费者能够通过 CCTV5 移动客户端感受杜比全景声，更深地穿越到更多体育赛事的紧张兴奋之中。”

杜比全景声能够在影院，在家里，在途中以及在更多场合实现令人叹为观止的声音体验。杜比全景声能够随时随地创造出震撼的灵动音效。杜比全景声的好处包括：更具包围感的声场、更多微妙之处和细微差别、更清晰的对白、最大化响度且不失真、以及为类型非常广泛的内容带来一致的播放音量。

(2) 英国捍卫免费收视电视

编辑：passion 来源：传播与制作技术 2018 年 06 月 14 日 13:32:39

英国主要广播公司签署一个加速地面数字电视服务 Freeview 转换到完全混合平台，提供最好的免费收视和点播电视的新五年协议。

英国广播公司（BBC）、独立电视台（ITV）、四频道和网络运营商阿齐瓦（Arqiva）（数字英国的 4 家股东）未来五年将投资 1.25 亿英镑持续英国免费收视的连接电视市场领导者 Freeview Play 的成功。除了继续支持 Freeview 平台，新发展将包括一个移动 APP 以及内容发现能力和导航的开发。

自从 2015 年推出以来，已有超过 350 万台 Freeview Play 产品在英国售出，包括松下、

索尼和东芝的产品，占智能电视机销量的 60%。此服务在同一个地方无需月费为英国观众提供直播和点播内容的无缝结合。

数字英国将在执行此新战略方面其主导作用，重点在于产品开发和与姐妹组织 Freeview 在更新营销方案和品牌定位方面紧密合作。随着观众建立自己的免费收视电视与低成本流媒体服务相结合的“瘦身包”，新投资将帮助 Freeview 利用“退订”趋势。从 2016 年以来，使用 Freeview 的主电视机数量大增，从 100 万家庭增加到 1140 万家庭，巩固了其英国最大电视平台的地位。约 1900 万户家庭在主或第二电视机上观看 Freeview。

关键的开发领域包括：

一个使观众能够在各种智能手机和平板电脑上观看直播和点播内容的移动 APP，将于 2018 年晚些时候推出。

重新开始功能，它允许观众在节目中途切换，使用 Freeview Play 电视指南内置的回看链接从头开始观看。

通过语音搜索改进导航，进一步发展电视上的 Freeview 电子节目指南（EPG）。

根据这些合作伙伴的说法，加大投资，将 Freeview 发展为一个完全混合的平台不仅反映了线性电视依然强劲，而且也反映了点播观看的增长。英国通信管理局最近强调像 Netflix 和亚马逊这样的新业者制造的挑战，呼吁更多业界合作，以保持公共服务广播在连接电视界面上的突出性。

“随着英国的电视格局越来越受全球业者的冲击，此来自我们的股东的新投入是对英国观众的一大激励，”数字英国 CEO 乔纳森·汤普森表示，“依靠此协作精神，我们将不仅捍卫免费收视电视，而且使之在新观看时代以新形象示人。”

2. 移动电视及 CMMB

（1）欧洲数字论坛 2018：电视行业是时候改变思路了

编辑：passion 来源：Rapid TV News 2018 年 06 月 20 日 15:45:52

第十五届欧洲数字论坛上的讨论显示，电视行业已经达到了关键的转折点。行业的主要参与企业需要依据前沿技术和服 务，采纳并适应新的商业模式。



按惯例，该会议在意大利卢卡举办。DPP 商业拓展主管 Andy Wilson 首先指出，在这个新的全球化交付的 市场中，是时候采用新的全球化战略和思维了。他认为，尽管过去十年独立制作公司的数量有所减少，但在新的委托方和合作伙伴的推动下，可用的市场基金有了很大的

增长。随着云端制作系统日益成为主流，整体竞争格局已经出现了改变。

IHS Markit 研究及分析主管 Paul Grey 则带来了惊人的数据。发达国家电视家庭的数量持续下降。除了移动服务更加普及外，消费趋势也正在改变，因此行业需要放眼电视屏幕之外的业务。

据 Paul 观察：“移动视频使用量正逐步上升，但整体格局更为微妙，手机和电视之间的界限日益模糊。移动端是人们正在尝试的东西，也是将新想法带入媒体生态系统的地方。如今，消费者倾向于使用手机屏幕，而他们在手机上观看的内容也跟电视越来越像。YouTube 正在从短视频聚合平台转向更像电视的平台，人们也会在上面观看相当长的新电视剧集。那些更接近纯粹电视的公司（例如 Netflix）也深度参与了移动端的布局。”

“如今，个人电脑和手机已经成为了增加电视屏幕使用率和点播量的门户。在 BBC iPlayer 上，人们倾向于使用手机查看新服务，然后转到电视上集中观看。户外的使用量仍旧无法与电视匹敌，但那里也存在着新的观众机会。”

Grey 指出，超高清也开始向移动端转移，Dolby Vision HDR 格式已经支持 LG G6 等智能手机。观众很可能最先在手机上看到 HDR 视频。

S&P 高级研究分析师 Mohammed Hamza 认为，4K 时代的挑战是如何将付费电视上的体验带到在线世界中。他认为 Canal+将 Apple TV 4K 作为默认机顶盒的决定是“具有独创性的”，这一创新将取得成功。

来自超高清论坛（Ultra HD Forum）的高级管理咨询师 Benjamin Schwarz 则表示，2018 将是 HDR 之年，尤其是 HLG 和 PQ10 服务。他认为马上会有 51 个提供 HDR10 OTT 直播电视频道的商业超高清服务出现。目前有约四分之一的超高清服务使用 HDR，其中 50%为 HDR10，43%为 HLG。

3. 直播星和户户通、村村通

（1）国务院办公厅关于加快推进广播电视村村通向户户通升级工作的通知

编辑：passion 来源：休宁县流口镇人民政府

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

广播电视村村通工程实施以来，有效扩大了农村广播电视覆盖面，全国已基本消除广播电视覆盖盲区，解决了广大农村群众听广播难、看电视难的问题。但随着经济社会发展和科学技术水平的提高，广播电视服务供给、服务能力和服务手段还不能满足人民群众日益增长的精神文化需求，与全面建成小康社会的目标还存在一定差距，迫切需要在广播电视村村通基础上进一步提升水平、提质增效，实现由粗放式覆盖向精细化入户服务升级，由模拟信号覆盖向数字化清晰接收升级，由传统视听服务向多层次多方式多业态服务升级。加快广播电视村村通向户户通升级是构建现代公共文化服务体系的重要举措，对于创新和完善城乡广播电视公共产品和服务供给、引领现代文化传播、促进文化和信息消费、提高公民的思想道德和科学文化素质、适应分众化差异化传播趋势具有重要意义。为切实推动广播电视户户通工作，经国务院同意，现通知如下：

一、总体要求

(一) 指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，坚持以人民为中心的工作导向，以改革创新为动力，以升级发展为主线，以基层为重点，充分发挥中央和地方两个积极性，充分发挥政府和市场作用，大力提升广播电视覆盖能力和服务能力，为满足人民群众广播电视基本公共服务需求提供充分保障，为满足人民群众个性化多样性文化服务需求创造良好环境。

(二) 工作目标。统筹无线、有线、卫星三种技术覆盖方式，到 2020 年，基本实现数字广播电视户户通，形成覆盖城乡、便捷高效、功能完备、服务到户的新型广播电视覆盖服务体系。地面无线广播电视基本实现数字化；有线广播电视网络基本实现数字化、双向化、智能化，全国有线网络整合取得明显成效，实现互联互通；直播卫星公共服务基本覆盖有线网络未通达的农村地区；广播电视基本公共服务达到国家指导标准，市场服务效能进一步提高，基础设施保障能力全面提升，长效机制更加完善。

二、主要任务

(三) 全面实现数字广播电视覆盖接收。按照“技术先进、安全可靠、经济可行、保证长效”的原则，兼顾考虑补充覆盖和安全备份的需要，由省级人民政府统筹确定本地区无线、有线、卫星三种技术方式的覆盖方案，因地制宜、因户制宜推进数字广播电视覆盖和入户接收。在有条件的农村鼓励采取有线光缆联网方式，在有线电视未通达的农村地区鼓励群众自愿选择直播卫星、地面数字电视或“直播卫星+地面数字电视”等方式。坚持统一规划、统一标准、统一组织，在统筹频率、标准、网络建设的前提下，推进完成中央广播电视节目的无线数字化覆盖；支持以中国广播电视网络有限公司为主体加快全国有线电视网络整合，尽快实现有线网络互联互通和“全国一张网”；支持直播卫星平台扩容提升公共服务支撑能力，支持地域广阔、传统覆盖手段不足的偏远地区省、市广播电视节目通过直播卫星传输，定向覆盖本省、市行政区域，更好满足群众收听收看贴近性强的广播电视节目的需求。

(四) 充分保障基本公共服务。按照国家基本公共文化服务指导标准（2015-2020 年），确保通过无线（数字）提供不少于 15 套电视节目和不少于 15 套广播节目，通过无线（模拟）提供不少于 5 套电视节目和不少于 6 套广播节目；通过直播卫星提供 25 套电视节目和不少于 17 套广播节目；有线广播电视在由模拟向数字整体转换过程中，保留一定数量的模拟电视节目供用户选择观看，有条件的地区可确定一定数量的数字电视节目作为基本公共服务项目。中央和各地开办的民族语综合类广播电视节目，应分别纳入相应公共服务保障范围。广播电视播出机构要加强与政府相关部门的合作，开办合办科技致富、农林养殖、知识普及、法治建设、卫生防疫、运动健身、防灾减灾、水利气象、文化娱乐等贴近基层群众需要的服务性广播电视栏目节目，并逐步增加播出时间。

(五) 加快建设全国应急广播体系。按照“统一联动、安全可靠、快速高效、平战结合”的原则，统筹利用现有广播电视资源，加快建立中央和地方各级应急广播制作播发和调度控制平台，与国家突发事件预警信息发布系统连接。升级改造传输覆盖网络，布置应急广播终端，健全应急信息采集发布机制，形成中央、省、市、县四级统一协调、上下贯通、可管可控、综合覆盖的全国应急广播体系，向城乡居民提供灾害预警应急广播和政务信息发布、政策宣讲服务。

(六) 大力提升基础设施支撑保障能力。按照广播电视工程建设标准和相关技术标准, 加快推进县级及以上无线发射台(转播台、监测台、卫星地球站)等基础设施建设, 满足广播电视安全播出和监测监管需要; 加强基层广播电视播出机构基础设施和服务能力建设, 提升公共服务保障能力。在推进基层综合性文化服务设施建设时, 充分考虑农村广播室、广播电视设施设备维修维护网点需求。充分利用现有基础设施, 加强有线电视骨干网和前端机房建设, 采用超高速智能光纤传输和同轴电缆传输技术, 加快下一代广播电视网建设, 提高融合业务承载能力。

(七) 引导培育个性化市场服务。鼓励各地在基本公共服务节目基础上, 通过政策引导、市场运作等多种手段增加公益节目、付费节目和其他增值服务。鼓励广电、电信企业及其他内容服务企业, 以宽带网络建设、内容业务创新推广、用户普及应用为重点, 开展智慧城市、智慧乡村、智慧家庭建设, 发展高清电视、移动多媒体广播电视、交互式网络电视(IPTV)、手机电视、数字广播、回看点播、电视院线、宽带服务、网络电商等新兴业务和服务, 满足群众多样化、多层次文化信息需求, 促进文化信息消费, 带动关键设备、软件、系统的产业化, 催生新的经济增长点。

(八) 深入推进长效机制建设。加快建立政府主导、社会化发展的广播电视公共服务长效机制, 逐步形成“县级及以上有机构管理、乡镇有网点支撑、村组有专人负责、用户合理负担”的公共服务长效运行维护体系。采取政府购买、项目补贴、定向资助、贷款贴息等政策措施, 支持各类社会组织和机构参与广播电视公共服务。依托基层综合性文化服务中心, 整合基层广播电视公共服务资源, 推进广播电视户户通, 提供应急广播、广播电视器材设备维修等服务。规范有线电视企业、直播卫星接收设备专营服务企业运营服务行为, 组织开展运营服务质量评价, 促进服务水平不断提升。

三、政策保障

(九) 加大资金投入。按照分级负责原则, 中央和地方各级人民政府分别负责本级无线发射台(站)、转播台(站)、监测台(站)等广播电视公共设施和机构的建设改造和运行维护资金, 中央财政通过现有渠道安排转移支付资金, 对地方按有关规定转播中央广播电视节目予以适当补助, 支持地方统筹推进包括广播电视户户通在内的公共文化服务体系建设。

(十) 完善支持政策。稳妥开展直播卫星除基本公共服务节目外其他增值服务的市场化运营试点, 在满足用户基本收视需求的基础上提供更丰富的节目选择, 并处理好基本公共服务与增值服务的关系。在国家广播电视机构控股 51% 以上的前提下, 鼓励其他国有、集体、非公有资本投资参股县级以下新建有线电视分配网和有线电视接收端数字化改造。鼓励广电、电信企业参与农村宽带建设和运行维护, 鼓励建设农村信息化综合服务平台。城乡规划建设要为广播电视网预留所需的管廊通道及场地、机房、电力设施等, 网络入廊收费标准可适当给予优惠。加大政府向社会购买服务力度, 鼓励社会机构参与公益性广播电视节目制作、公益性广播电视专用设施设备维修维护等, 有条件的地方可根据实际情况, 向特殊群体提供有线电视免费或低收费服务。

四、组织领导

(十一) 强化政府责任和协调配合。地方各级人民政府是本地区推进广播电视村村通向

户户通升级工作的责任主体，要切实加强组织领导，成立政府分管负责同志牵头、新闻出版广电部门负责组织实施、发展改革和财政等有关部门参加的领导小组，形成政府统一领导、部门密切配合的工作推进机制。要切实将做好广播电视户户通相关基本公共服务纳入地方各级人民政府的工作日程，纳入地方经济社会发展总体规划和文化改革发展专项规划，纳入公共财政支出预算，纳入扶贫攻坚计划，作为干部综合考核评价的重要参考，确保各项目标任务顺利完成。

（十二）加强资金保障和督促检查。各级新闻出版广电、发展改革、财政等部门要切实履行职能，提高服务水平。要按照职责统筹安排所需资金，加强资金管理和审计监督，提高资金使用效益，确保专款专用，不得截留和挪用；加强基层队伍和人员培训，使广播电视专兼职人员掌握必备的专业技能；加强工程监督管理和验收检查，确保广播电视服务质量和水平。

《国务院办公厅关于进一步做好新时期广播电视村村通工作的通知》（国办发〔2006〕79号）同时废止。此前有关规定与本通知不一致的，按本通知执行。

4. 有线电视

（1）【集客案例】重庆有线播响战鼓，进军智慧农业新领域

2018-06-04 16:34 来源： 中广互联独家

目前，各地广电网络集客业务已经遍地开花，营收占比越来越高，实现了公客集客比翼齐飞。6月28-29日，各地广电网络运营商将携成功的集客业务发展经验齐聚银川，在“第二届广电网络集客业务峰会”上分享交流，共谋发展。

中广互联发起征集“优秀集客业务案例”活动，只要是广电网络运营商取得的成绩，都可以申报给我们，中广互联将对各地集客业务案例进行展示，并评选出优秀的案例在“第二届广电网络集客业务峰会”上颁奖。也期望借此活动把先进的经验、做法、想法分享给广电行业，以彼之长，补己之短，让集客业务真正成为广电网络重要支撑业务之一。

从今日起，中广互联将以【集客案例】专题的形式，对初步评选出的优秀集客业务案例进行刊登。如果您想申报案例，6月18日前，我们随时恭候！案例发送至 luhongmei@tvoao.com

申报公司：重庆有线电视网络股份有限公司

项目名称：万州智慧农业综合服务平台项目

项目类型：政府类·农业

技术分类：系统平台建设

一、项目背景

重庆万州区整体农业生态优越，农业体量较大，但缺乏农业信息化管理平台，存在农产品不能及时有效转化成商品、农业生产单一、智能化程度低等问题。重庆市万州区政府准备以农业为切入点，打造智慧农业平台的需求后，重庆广播电视信息网络有限公司万州分公司（简称万州分公司）积极与当地区委区政府领导、涉农职能部门沟通，就万州智慧农业服务平台建设作了针对性规划和设计，并阐述了公司在建设智慧农业综合服务平台的种种优势。

2018年5月8日，在国家农业公园建设座谈会上，万州区委、区政府领导和参加会议的乡镇主、涉农部门的主要负责人，听取了重庆有线电视网络股份有限公司政企业务部、万州分公司等相关人员组成的项目团队，为万州开发打造的智慧农业综合服务平台建设情况汇报，获得了区委、区政府的高度评价，也取得了涉农部门和龙头企业的一致认可。

二、项目核心价值

针对重庆市万州区政府提出的平台需求：集成万州农业生产信息、企业尤其是龙头企业的经营信息，并能直观展示、科学分析，为政府决策提供辅助；现场监控、管理调度、食品溯源再到销售等有完整的产业链，并可辐射各用户端，最终服务政府、实惠群众、方便企业；深度链接市场，打通农产品销售线上线下渠道，助力精准扶贫。

我司设计的该平台包含农业产业全景图、农业行政监管、公众服务平台、智能种养、休闲农旅、电子商务、产权交易、物联网视频应用等 8 大模块：

（1）农业产业全景图

整合涉及耕地、播种、施肥、杀虫、收割、储存、育种等各环节的生产数据，以及包括统计、销售、扶贫、进出口、价格、生产、气象、灾害等方面的宏观信息。通过地图分布展示、统计指标柱状图、饼状图对比、VR 实景，多维立体地展现农作物生产状况和农业发展情况。

（2）农业行政监管

通过平台形成大数据共享，企业、农牧业局、农委等部门利用采集、处理的数据对农业生产过程进行管控，对病发趋势、农产品质量等进行分析、会商、研判，并得出结论、提出建议，达到“提取简单、保管有方”的效果。

（3）公众服务平台

平台设有专家问询功能，把个人农户和龙头农业企业、农校、农业直属机构对接起来，可在平台上咨询农业生产、政策法规等方面的问题，进行业务申告办理，还可以在平台或电视上观看农业教学视频，并可通过视频下载、短信等方式发送到个人。

（4）智能种养

利用传感技术、物联网技术，通过在大棚部署集环境温度传感器、土壤湿度传感器、土壤温度传感器、光照传感器以及信息传输为一体的采集点，实时采集作物的环境参数。经过系统分析判断和作物生产周期制定策略，按照作物在不同生长周期所需的水环境指标、温度环境指标等智能地开启和关闭喷滴灌，并通过在作物内安装视频摄像头，实时监视作物的图像环境，了解作物长势，管理端可随时接收。

（5）休闲农旅

参考万州农业公园规划打造休闲农旅平台，平台可实现 VR 基地展现、预定游览、客户服务、线路导航、付费等功能，让旅客足不出户也能了解到各类农业基地实况、特色、消费水平、路线等。对企业提供通过平台提供发展战略规划、管理咨询、政策推广等增值服务，对休闲农旅个体进行统一管理、集中推广、个性服务，让企业提档升级。

（6）电子商务

平台整合万州区种植、养殖产业数据，可对接全国各交易平台系统，拓展农产品销售渠道。目前通过广电网络的 TGO 电商平台覆盖全重庆 650 万有线电视用户及浙江，上海等全国的约两亿用户。TGO 商城与京东物流合作，实现同城当日达、隔日达。通过万州农产品专区，利用电视、PC、手机端应用，全面介绍万州风土人情及农业产业信息，让万州农产品走出万州，走出重庆，走向全国。

结合产品溯源技术和广电网络视频综合处理优势，设计了全国首创的实时视频溯源体系。通过扫描商品二维码，不仅能够追溯产品生产于哪个乡镇、哪家产业园，还能通过视频直播，实时看到种植棚和养殖区的生产情况。

（7）产权交易

通过农业产权交易平台对农村土地交易以及农业企业产权交易进行全面管理，农民的土地承包经营权、林权、集体建设农地等都可以通过市场原则实现有序流转，同时形成一个高效的项目发布、投资介绍的平台，促进农业企业的资金筹集。

（8）物联网视频应用

采用网络技术、产品编码技术、智能识别技术、电子标签以及多媒体查询等技术，实现产前管理、产中监管、产后追溯、生产预警、统计分析、条码打印、短信发送和消费者端的质量追溯、质量反馈等功能。贯穿农产品整个生产、流通和检测等环节，通过生产档案电子化管理为生产者安全生产服务，通过农残检测和流通环节的信息化为消费者提供追溯服务。

该平台不但能有效整合全区各类农业产品信息，对农业产业基地实时可视化监管、指挥，而且构建了以食品溯源为核心功能的农产品质量控管体系，提供基于万州区农业产业特点的精准电商服务，从而服务于各级政府部门、行业用户、大到重点龙头企业，小到农业种专散户以及农产品消费者。

万州智慧农业综合服务平台以“互联网+”为载体，以物联网应用、监管追溯、信息服务、大数据应用为重点，是万州区推进智慧农业产业发展的重要抓手，也是目前全市唯一针对智慧农业打造的多功能综合信息服务体系。

三、主要技术创新与应用创新点

（1）业务创新

该平台项目是重庆有线在智慧项目建设上，首次由客户提出需求，公司主导，先行投资开发的一个项目，也是目前全市唯一针对智慧农业打造的多功能综合信息服务体系。为争取到该项目，公司上下一心，铆劲发力，克服了重重困难，最终凭借自身信息、网络、云平台、大数据、电子商务等资源整合能力和强大的属地化运营服务优势，开启了进军智慧农业新领域。

（2）应用创新

该平台在感知层的应用精准的完善了传统农业生产流程，节本增效，实现了农业生产环境的实时监测和预警该平台；应用层利用农业物联网，对环境数据的准确采集并实现智能化养殖、种植，利用综合监控和云数据中心实现了农产品质量安全追溯。

（3）平台创新

有效及时地将农产品转化成商品一直是困扰政府、农企和农户的心头大患。信息不对等、市场调节滞后、产品时令性强、不易运输保存等问题制约着农业产业化发展地脚步。本次方案中的电子商务平台，不同于传统电商，最大限度地保护了乡镇内部经济，强调的是产品输出，而非输入冲击当地市场。创新性地打通电视端渠道，更方便群众观看产品信息和品牌宣传，已有的650万有线电视用户，以及不断扩大的覆盖范围，为农产品销售提供保障。

四、项目过程中的体会及感悟

（1）因势利导

政企项目因其特殊性，更加讲究“顺势而为”，一定是要符合国家政策导向、当地政府规划、职能部门当期需求愿望，研究吃透政策法规，因势利导地进行项目拓展。善假于物，才能规避风险，事半功倍，否则举步维艰，难以成事。

（2）扬长避短

广电有其党媒政网的政治属性，在企业的身份下还需肩负更多的社会责任。因此即便在激烈的市场竞争中也要讲究“有所为有所不为”，想在竞争中脱颖而出对广电来说似乎难度更大，所以扬长避短尤为重要。要合理利用与各方面良好的合作关系、充分发挥用户基数大、基础网络覆盖广、接入能力强、有自有电商平台等优势。

（3）以战代练

养兵千日用兵一时，政企业务拓展难度较大，一方面是政企业务不像公客业务一样普遍，机会难得，失不再来；另一方面是政企业务因其规模大、金额大、涉面广，竞争更加激烈。因此团队作战是拿下政企业务的根本，珍惜每一次发展业务的机会，锻炼磨合团队。

（4）信息为王

近年来，广电传统业务遭遇了愈演愈烈的冲击，培育政企业务支柱地位，实现产业结构

调整、战略转型迫在眉睫。政企业务最重要的就是信息，先得到信息者，就占据了很大先机，因此拿下项目的可能性就更大。本次项目中，公司就是抓住智慧城市的发展契机，紧密关注政府动态动向，最终找到了最佳机会。

五、客户对该项目的满意度

万州智慧农业建设形成了当前城乡经济发展的新引擎，促进了城乡协调发展，有效建立起了农村和城市的链接。通过信息化和产业化，可以加速实现新型城镇化和农业现代化，变革农业发展方式，实现区域经济腾飞。公司本次针对性的解决方案制定也得到了政府部门和农业企业的高度评价，实施过程更是得到涉及部门的认可和赞赏。

(2) 【集客案例】重新认识客户，东方有线“东方E星”吹响智慧酒店集结号

2018-06-11 14:40 来源：中广互联独家

目前，各地广电网络集客业务已经遍地开花，营收占比越来越高，实现了公客集客比翼齐飞。6月28-29日，各地广电网络运营商将携成功的集客业务发展经验齐聚银川，在“第二届广电网络集客业务峰会”上分享交流，共谋发展。

中广互联发起征集“优秀集客业务案例”活动，只要是广电网络运营商取得的成绩，都可以申报给我们，中广互联将对各地集客业务案例进行展示，并评选出优秀的案例在“第二届广电网络集客业务峰会”上颁奖。也期望借此活动把先进的经验、做法、想法分享给广电行业，以彼之长，补己之短，让集客业务真正成为广电网络重要支撑业务之一。

中广互联将以【集客案例】专题的形式，对初步评选出的优秀集客业务案例进行刊登。如果您想申报案例，6月18日前，我们随时恭候！案例发送至 luhongmei@tvoao.com

申报公司：东方有线网络有限公司

项目名称：上海万豪酒店管理集团数字客房服务项目

项目类型：智慧酒店

技术分类：电视宽带、系统平台建设

营收情况：约人民币2000万

一、项目背景

上海作为国际性大都市，其国际经济、金融、贸易、航运四个中心的定位都将造就上海酒店业的繁荣；目前上海地区高端&奢华酒店(五星级或同等标准酒管品牌)数量整体超过150家。高端酒店是一个以服务为本的行业，在智能化数字化时代，高端酒店经营者已经开始开辟新的适应客户需求的服务环境和服务方式，酒店行业智能化数字化服务已经成为当今酒店发展的必由之路。电视机作为酒店客房的主要视频终端，其所承载的功能与服务不应仅仅停留在单纯的电视收看上，其应该为一个集成高清电视、酒店宣传、信息发布、影音娱乐、客房服务等为一体的多媒体信息服务平台；

作为广电人，高端酒店作为一个新兴的、有潜力、高附加值的市场。如何主动融入行业中，理解高端酒店服务理念，如何将用户核心需求融合到销售、建设、运维等各项服务环节中，将是我们面临所需解决的问题；

二、项目核心价值

万豪国际集团是全球首屈一指的酒店管理公司，业务遍及美国及其它67个国家和地区，管理超过2,800家酒店，提供约490,500间客房。万豪国际集团旗下酒店以其设施齐全、服务周到、管理严格特点著称；目前万豪国际集团在上海地区经营着35家高端品牌酒店。

酒店用户针对其电视系统有着其行业特点与需求。经总结整体需求如下：

- (1) 丰富的高清直播、点播信源：涵盖体育、影视、资讯、音乐节目；
- (2) 整合酒店本地节目：整合酒店有线、卫星、自办节目通过统一终端接收；
- (3) 酒店客人操作简易、方便：无感知操作，符合酒店客人习惯；

(4) 增值服务平台：差异化酒店客房服务，酒店宣传、营销、信息、娱乐、服务平台为一体；

(5) 强大专业运维服务能力：7*24 小时驻店级酒店系统服务；

针对以上需求，由于原东方有线数字电视接入方式多沿用家庭用户模式，故原有万豪国际集团旗下酒店大多拒绝采用数字电视信号，多采用模拟信号方式进行传输。同时市场还面临着电信运营商 IPTV 信号的冲击；

东方有线作为上海本地广电运营商，在充分理解高端酒店数字客房需求情况下，积极整合自身优势、寻求行业优质合作伙伴，于 2013 年推出“东方 E 星”酒店数字客房服务产品。同时在团队上，积极整合人力资源，集中优势销售资源，成立“酒店销售部”。该团队是面向上海酒店行业市场的专业销售团队。东方有线首次将酒店行业作为独立的细分市场，投入充分人力、技术资源，整合自有优势业务及合作伙伴优质服务，进行全面攻关与突破；其中万豪国际集团旗下酒店则是重中之重；

东方有线所推出的“东方 E 星”酒店客房服务产品，针对高端酒店行业具备以下服务内容与特点：

(1) 可定制的数字电视节目

我司通过在酒店前端系统的设置，实现酒店可定制化的数字电视节目。节目数量、节目内容、节目列表以及接入方式都可根据用户需求进行定制。不同于家庭数字电视模式，高端酒店行业电视接收更需要个性化、定制化。每个酒店平均 40-50 套节目，涵盖有线电视、境外卫星、酒店自办节目。我司即根据每个酒店需求将所需信源进行重新组织融合，并通过酒店 IP 网络或同轴电缆接入各客房，通过统一终端接收；

(2) 强大的数字客房交互服务

我司通过数字客房交互服务，将电视机由原有电视收看终端转换为客房多媒体信息服务平台。其为酒店客人提供了精美的功能导航界面，定制的数字电视节目服务、精彩的影音视觉体验，详细酒店设施与安全须知、实用的旅行信息与周边状况、随手可得客房服务与酒店活动等等。其为酒店经营者提供了一个最贴近客人的酒店宣传平台、服务平台、营销平台、娱乐平台，并可全面获取客人使用习惯数据以便于提升服务质量，提供差异化服务；

(3) 完整的终端集成服务

为满足酒店各应用场景，我司将服务延伸至各酒店视频终端，力求酒店客人在使用中顺畅、便捷的体验。针对客房终端，我司可为酒店提供三星、LG、飞利浦等主流品牌指定型号的商用电视机，可直接接收高清数字电视信号。机顶盒则对其尺寸、散热、长时间工作等特性进行严格删选。在客房中通过隐藏安装与射频无线遥控器的配合，实现客人真正无感知操作；针对酒店其他场景，我司可提供配套的镜面电视、IDS 信息发布服务、酒店大屏等，并可与健身器材进行有效对接，实现酒店视频终端的全接入、全覆盖、全掌控；

(4) 先进的智能客房服务

在智能终端普及的当下，如何将智能终端融合到酒店服务中，从而使得客人更加便捷地获得服务，是当前智慧酒店主要目标之一。东方 E 星数字客房服务利用微信小程序将数字客房交互服务进行云端联动，并与酒店客控系统对接，实现酒店“虚拟管家”服务。酒店客人可通过自身智能手机实现酒店服务与客房控制的一体化体验。同时酒店也可通过微信生态圈的粘性，刺激客人进行二次消费。

(5) 驻店级的运维保障体系

高端酒店行业以服务为本，同样高端酒店服务商更应注重自身服务体系。我司为酒店行业成立专门的运维保障团队，为酒店提供 7*24 小时服务。如酒店发生重大故障，我司承诺 4 小时内进行上门排障。同时提供日常巡检以及重大活动保障服务。

(6) 灵活的资费模式；

我司根据酒店实际情况为用户提供灵活的资费模式，一次性建设模式、服务费模式以及两种混合模式;此外，我司开创性为酒店提供了 Check In 模式，将酒店实际经营情况与服务资费相挂钩。

经过东方有线酒店业务部的不懈努力与攻关，万豪国际集团旗下各酒店各店长与总工程师对我司的服务从质疑至接受、从试点至全面铺开、从单一服务至全面支撑。截至目前，万豪国际集团在上海地区 35 家高端品牌酒店中已有 18 家酒店采用“东方 E 星”酒店数字客房服务产品，涵盖覆盖 JW 万豪、丽兹卡尔顿、喜来登、W 酒店、豪华精选、万丽、万怡、万枫等几乎上海地区万豪旗下全部品牌类型，并在不断扩散中。同时东方 E 星服务标准已经上升至万豪国际集团上海地区酒店接入标准，并可向全国进行复制推广；

在经济效益方面，每家万豪旗下酒店平均提供约一百万左右的一次性建设合同，以及之后持续性的服务费用。经测算，目前万豪国际集团旗下酒店共计为我司提供超过人民币两千万的业务收入，并在不断增加中。

此外，万豪集团作为高端酒店的标杆，具备良好的示范作用。截至目前，我司已为超过 15 家跨国酒店管理集团，已为超过 85 家高端酒店提供“东方 E 星”数字客房服务产品整体解决方案；

以下为使用我司“东方 E 星”服务万豪国际集团旗下酒店一览：

- (1) 上海宝华万豪酒店；
- (2) 上海红塔豪华精选酒店；
- (3) 上海苏宁环球万怡酒店；
- (4) 上海外滩 W 酒店
- (5) 上海浦东丽兹卡尔顿酒店
- (6) 上海雅居乐万豪酒店
- (7) 上海万豪虹桥大酒店
- (8) 上海明捷万丽酒店
- (9) 上海漕河泾万丽酒店
- (10) 上海静安万枫酒店
- (11) 上海淳大万丽酒店
- (12) 上海嘉定喜来登酒店
- (13) 上海虹桥中建万怡酒店
- (14) 上海紫竹万怡酒店
- (15) 上海鲁能艾迪逊酒店
- (16) 上海海科雅乐轩酒店
- (17) 上海闵行宝龙艾美酒店
- (18) 上海苏河湾宝格丽酒店

三、主要技术创新与应用创新点

(1)业务创新

“东方 e 星”服务是基于数字电视服务基础上，充分理解特定行业需求，并结合流媒体、云计算、大数据等前沿技术，整合自身优势资源与服务能力提出的行业定制业务产品。相对于原有酒店开展的传统单一的数字电视，网络业务等，其更注重行业特性，强调服务的整合与服务的质量；

(2)服务创新

我司酒店业务旨在为高端酒店提供优质服务以提升酒店整体服务水平，提供营销平台以提高酒店经营收入，提供多样性资费模式以降低酒店投资压力;不同于传统系统集成服务，“东方 E 星”产品重服务轻系统，强调与酒店长期良好服务关系，与酒店共同发展，共同

提升。

(3)技术创新

“东方E星”产品是传统数字电视DVB体系与流媒体、大数据、云计算等前沿技术碰撞的产物，其既保留了原有数字电视体系高清信源分发传输的优势，同时也遵循现有全面IP化、云服务化等技术特点。同时本项目所涉及技术也外延至行业的各种场景、各种终端，通过用户业务闭环有效将各类技术、设备有效结合，整合成面向用户可行的服务。

四、项目过程中的体会及感悟

在广电传统业务遭受到愈演愈烈冲击的背景下，如何利用广电运营商自身固有优势资源，在部分仍具有优势的行业中，深度挖掘业务潜力拓展市场将是今后广电集客业务面临的问题之一。本项目是一个很好的尝试。“深入行业，服务为本”是本项目推进的核心思想。

原有很多产品与业务仅是捕捉到行业表层需求，并未涉及用户的核心价值与诉求，导致产品与业务无法有效推广；只有充分理解行业用户所想所求，只有站在客户的角度来详细推敲每项服务的可行性，只有抱着与用户共同成长共同发展理念，才能真正设计出让行业用户接受的服务与产品。

运营商本质仍是服务性行业，服务质量的优劣直接决定了一种服务，一类产品，一家公司发展的潜力与外延。如何降低施工对酒店经营造成的影响，如何有效降低故障发现与排除的时间，如何优化服务流程。“服务至上”理念应贯彻到项目售前、售中、售后每个环节以及整体的产品生命周期中。

五、客户对该项目的满意度

经过多年的运行，万豪国际集团旗下酒店对我司“东方E星”服务感到充分的信任与满足。目前在上海地区新开业的万豪旗下酒店将优先选用“东方E星”服务标准进行建设。针对万豪旗下已开业酒店，也将根据各酒店大修计划逐步进行改造。

(3)【集客案例】高清视频监控集成项目为全国广电信息化打开大门

2018-06-08 14:45 来源：中广互联独家

目前，各地广电网络集客业务已经遍地开花，营收占比越来越高，实现了公客集客比翼齐飞。6月28-29日，各地广电网络运营商将携成功的集客业务发展经验齐聚银川，在“第二届广电网络集客业务峰会”上分享交流，共谋发展。

中广互联发起征集“优秀集客业务案例”活动，只要是广电网络运营商取得的成绩，都可以申报给我们，中广互联将对各地集客业务案例进行展示，并评选出优秀的案例在“第二届广电网络集客业务峰会”上颁奖。也期望借此活动把先进的经验、做法、想法分享给广电行业，以彼之长，补己之短，让集客业务真正成为广电网络重要支撑业务之一。

中广互联将以【集客案例】专题的形式，对初步评选出的优秀集客业务案例进行刊登。如果您想申报案例，6月18日前，我们随时恭候！案例发送至 luhongmei@tvoao.com

申报公司：宁波华数广电网络有限公司

项目名称：宁波市东部新城社会管理视频监控系统集成项目

项目类型：政府类·公安天网项目

技术分类：视频监控+系统平台建设

获奖情况：宁波市科技创新一等奖

一、立项背景

党的十七大报告中提出了创建和谐社会，健全社会治安防控体系，加强社会综合治理，提高安全保障能力的要求。视频图像监控系统安防技术已成为治安防范的重要手段和社会治安防控体系建设的重要组成部分，在构建打、防、控、管一体化公共安全防控体系中，具有举足轻重的地位，在构建“和谐社会”中具有重要意义。

目前各地公安视频监控现状：

目前大部分监控系统使用的多为模拟监控，存在图像清晰度低、可监控范围小等缺点。同时，采用的监控设备，控制协议和平台系统各不相同，所以在新建系统与原有系统的对接、进行跨区域联网共享系统建设时，面临着诸多问题。

高清视频监控的优点是显而易见的，是未来的必然发展方向。基于高清视频的图像智能分析和处理将为公安机关的快速准确的破案提供强大的技术保障手段。同时，2012年2月初，公安部发布《全国公安机关视频图像信息整合与共享工作任务书》，明确规定了未来三年全国公安机关关于视频图像信息整合和共享的工作任务。

目前公安高清视频监控集成系统建设难点：

城市视频监控系统集成是一个复杂的工程项目，要考虑的东西很多，包括整体架构、产品选型、点位的布局、利旧、业务融入等。主要是监控管理平台的建设难点，特别是兼容的问题，目前存在大量的异构系统，包括设备的原有系统平台。

宁波市东部新城社会管理视频监控系统集成项目立项目的：

(1) 治安管理和社会防控的需求，通过图像监控系统可实现社会面的治安巡逻、公共场所的管控、案件多发地带的抓捕；

(2) 侦查破案打击犯罪的需求；

(3) 其它公安业务如大型活动的安全保卫、警卫任务等的需求；

(4) 上级公安机关（省厅及宁波市公安局）的联网需求，满足市公安局等相关部门在处置突发事件时的浏览、调用、查询和控制全市监控图像的需求，实现全市监控资源能互联互通、信息共享；

(5) 政府其他部门全市监控图像资源共享的需求，为区政府应急处置中心预留图像资源共享接口。

二、详细技术内容

新建视频监控系统 220 个监控点位工程；新建 20 个治安卡口工程；新增 10 套移动警务拍摄仪

新开发协议实现大华平台和 PELCO 平台对接实现互联互通

建设省厅对接的广信综合运维平台系统

建设完成智能分析系统，实现越界告警、人流分析等智能分析应用

建设完成 PELCO 电子地图系统

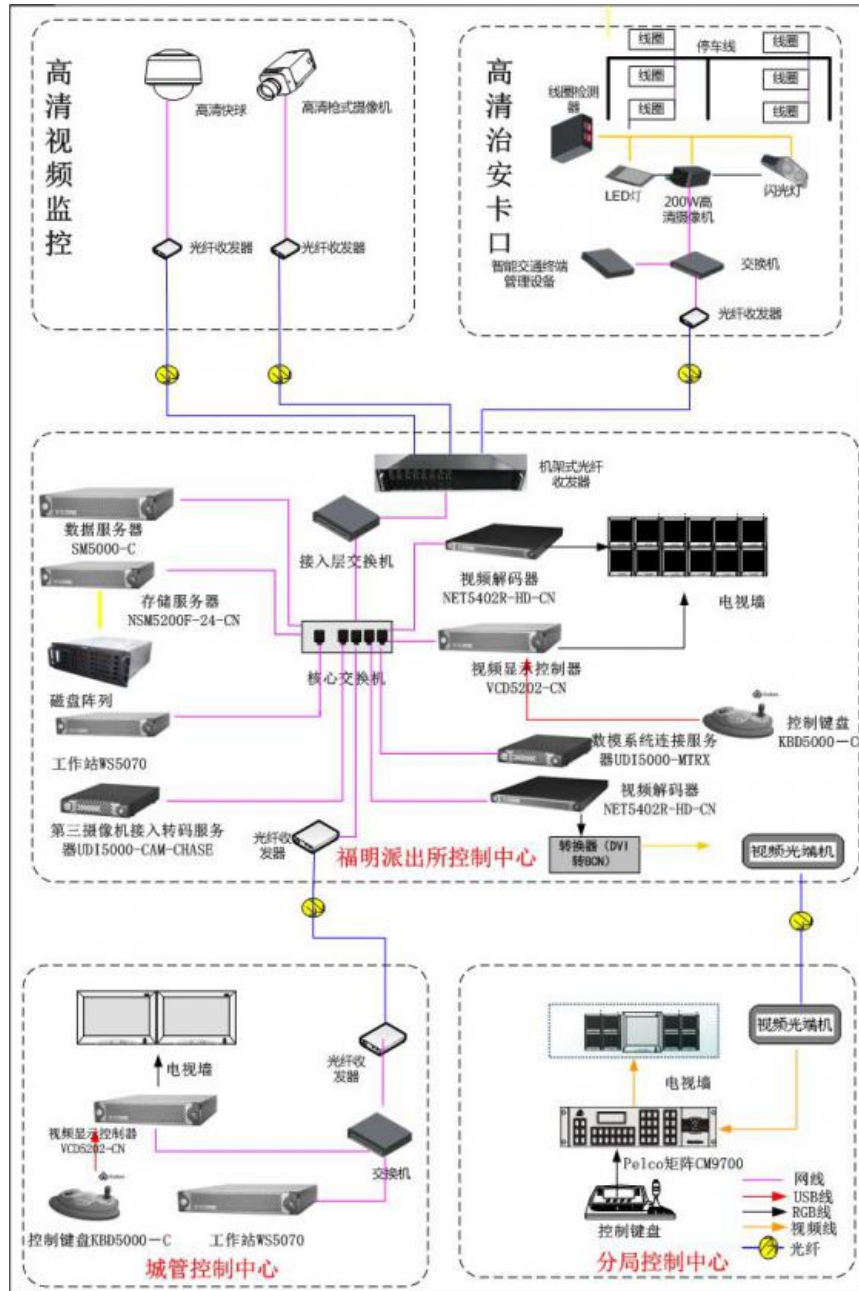
完成新城城管中队、江东城区、市政府信防楼等应用系统平台接入。

整个系统分“公安分局监控中心”和“东部新城监控分中心”二级监控结构，系统采用自下而上的模式：

所有监控图像和信息先汇总到东部新城监控分中心。东部新城分控中心能通过中心平台，实现对 220 路高清前端及 10 路模拟监控信号集中管理。具体包括：实时高清视频浏览、录像回放、云台控制、任务计划、硬解码上墙及网络共享等。

东部新城分控中心向江东城区公安分局监控中心上送图像及信息。分局监控中心的基本功是指挥、协调、监督和资料备份，包括了模拟联网、中心控制及数字视频图像网络管理共享平台。

高清治安卡口图像直接传至江东城区公安分局指挥中心，实现对 20 路高清卡口信号的集中管理。



三、与当前国内外同类技术主要参数、效益、市场竞争力的比较

本次项目是在原有宁波市局，江东分局监控平台和前端点位的基础上，增加东部新城前端点位。为国内监控平台的增点扩容、异构平台的对接、互联互通提供了很好的可以鉴借的成功案例。

当前国内已建的监控系统大多以模拟或者数字标清为主，本次的全高清监控项目不仅“看得见”而且“看得清”再加上了智能分析平台，大大节约了公安人员成本。

前端产品方面，在新市政府周边的重要区域选用国际上最好的 **AXIS Q16** 系列低照度、宽动态高清枪机以及业内最佳 **1080P** 视频质量的 **Q6035** 系列球机并且加上智能分析功能，而在普通区域则选用大华高清摄像机，即满足公安实战业务需要又考虑了整个项目的整体造价。

中心平台方面，国内产品大华、海康等在数字平台方面的产品已经做得比较成熟，但是在数字高清平台方面也还存在一定的差距。本次项目选用 **PELCO Endura** 全高清平台，具

有 **Baseline** 和 **High-ProfileH.264** 压缩方式，可配置用户体验、高性能录制、一流的容错能力和高级诊断报告、向下兼容数字标清等一系列功能。

本项目通过项目预决算管理、合理的产品选型、项目建设范围管理、工程进度管理、质量管理、设备采购管理等一系列手段，确保工程成为运营商在三网融合背景下介入智慧城市建设，开展信息化集成业务的样板工程项目。

四、应用情况

项目于 **2013 年 6 月 19 日** 交付投入运行，主要使用单位有：

(1)、江东分局刑侦大队：通过平台对系统进行考核管理等；

(2)、东部新城派出所：**24 小时** 监控值守，重点部位设防，通过实时监控和录像侦查满足公共安全需要；

(3)、江东区城管、东部新城城管大队：接入城管平台，主要侧重于城市建设、道路违章等城市管理的需要；

(4)、市政府信访楼：专人负责市政府周边视频监控；

(5)、文化广场、泛太平洋酒店等预留接口：根据需要可立即将社会单位自建安防系统接入平台，实现警民联动，统一管理；

一年多来我们承担着该系统的日常运维，通过定期不定期的技术回访，该高清项目达到并超过设计目标，较好的完成了各种需求：

治安管理和社会防控的需求

通过图像监控系统，实行网上可视化治安巡逻，它与当前人巡、车巡等主要巡防手段相比，具有高效性和隐蔽性，具有更强的威慑力。同过图像监控系统，对一些公共复杂场所的治安动态实时掌控，一旦发现打架斗殴的苗头或事件发生，及时处置，同时其录像资料为案件的处理提供依据。对一些电动自行车被盗等案件多发地带，利用图像监控系统进行守候、追踪，实行现行抓获，增加群众室外财物的安全感。

侦查破案打击犯罪的需求

随着图像监控技术应用于公安工作的不断推进，由图像监控系统采集记录的视频图像、图片信息在公安侦查破案的实践中发挥越来越重要的作用，尤其在重特大案件的侦破中，图像监控往往会发挥意想不到的作用。随着图像监控在侦查破案中发挥的作用日益显现，图像监控具有第四大支撑的美誉。

其它公安业务的需求

该系统不仅在公安工作的交通管理、治安防控和侦查破案中能发挥作用，在公安工作的其它方面也有巨大的应用价值，如文化广场大型活动、领导人来访警卫任务等，都借助该图像监控系统来提高了任务完成效率和质量。

上级公安机关（省厅及宁波市公安局）的联网需求

根据全市公安机关应急处置、快速反应等指挥调度的要求，该系统今年上半年进行全省 IP 地址改造，实现了整个公安部的联网，公安部、省公安厅可以通过局域网直接访问某个指定位点，满足了公安系统相关部门在处置突发事件时的浏览、调用、查询和控制全市监控图像的需求，实现全省监控资源能互联互通、信息共享。

五、经济效益

1)、项目总体集成金额 **2200 余** 万元，项目总体毛利率超过 **20%** 单位：万元（人民币）

2)、宁波广电与其他运营商在租线方面的竞争异常激烈，本次总体集成项目为公司带来了五年（每年 **220 条** 裸光纤线路）租线的持续收益。

六、社会效益

1)、广电网络的传统业务以电视和租线产品为主，在三网融合的背景下，积极介入智慧城市、平安城市建设，整合自己的管道、光缆优势开展信息化集成业务，成为广电在当前形

势下业务发展的一个突破口，高清视频监控集成项目为全国广电同行开展信息化集成业务提供了很好的借鉴，具有很大的社会推广价值。

2)、监控项目本身的社会效益：视频图像监控系统已成为治安防范的重要手段和社会治安防控体系建设的重要组成部分，在构建打、防、控、管一体化公共安全防控体系中，具有举足轻重的地位，在构建“和谐社会”中具有重要意义。东部新城是宁波市向东发展的重要窗口，辖区内有市级行政机关和多个重要目标，但同时又处于整体开发的初期，区域空心化情况明显，周边流动人口众多，晚间部分地区人迹罕至，是治安防范的重点防范地区。通过本项目的实施，一方面为辖区派出所提供了有效的控制手段，特别是本项目全部摄像机位均采取高清摄像机，并留有足够的存储空间，为相关治安信息的搜集、研判提供了足量的第一手资料，对减少不安定事件的发生几率，打击违法犯罪行为，充分保护群众利益都发挥了重要作用；另一方面也解放了警力，来开展路面巡逻、重点保障等更重要的业务，为及时发现违法犯罪，获取违法犯罪证据，协助破案，提高破案效率，从而对违法犯罪分子形成震慑，有效预防犯罪发生。

3)、本项目的建成，将有助于宁波安防工作的更好发展，同时有助于我公司增加市场份额，充分利用网络，树立市场形象，对于公司的发展和国民经济的发展，其间接效益是不言而喻的。

5. 前端、制作与信源

(1) 安达斯中标中央广播电视总台(复兴路办公区)总控系统核心矩阵及监看系统项目

来源：科讯广电网 2018年06月11日 15:29:36

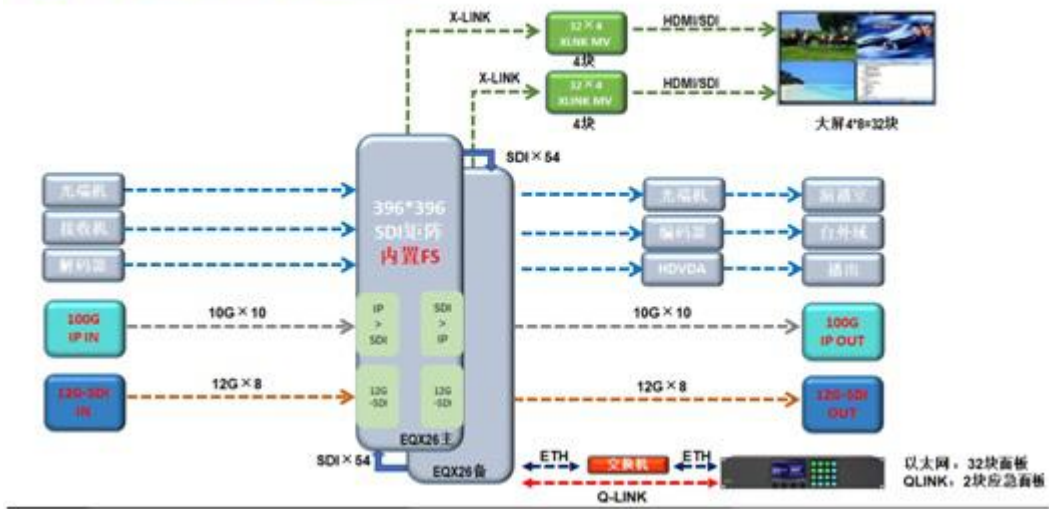
近期，安达斯中标中央广播电视总台(复兴路办公区)总控系统核心矩阵及监看系统项目，为客户提供了 Evertz 基带/IP 混合矩阵及监看系统。

系统的设计适应于台内总控部门现有的全台信号调度和节目播出信号传送的整体业务流程，完成高清化改造升级，并留有 4K、IP 数据和控制接口，以更好地适应未来广电行业多渠道发布、多业务形式共存的发展趋势。

系统方案概述

系统方案采用主备双核心矩阵架构，选用 Evertz EQX26 的多格式视频矩阵，该矩阵支持交叉点通道路径及冗余备份方式，高度安全可靠，尤其适用于省级电视台总控、播出等大型调度系统。主备矩阵的基带信号处理规模均达到 396×396 路的 3G/HD/SD-SDI 的输入输出，其中超过 252 路带有信号的帧同步功能，在保证基带信号处理功能的基础之上，留有 12G-SDI 的输入输出能力，以及 IP 信号输入和输出能力，IP 的单端口支持 10G/25G 带宽，支持 SMPTE2110 标准。系统通过 Evertz 的 MAGNUM 控制系统进行一体化管控，同时配有 Evertz 图形化 SNMP 监控软件对整个系统的设备进行声、光、电等综合报警。

多画面系统充分考虑主备链路的安全，使矩阵、多画面系统分级清晰明了。整个多画面系统和矩阵系统共用一套控制系统 MAGNUM，管控一体化程度极高，同时考虑了单个矩阵宕机的极端情况出现，也准备了应急监看预案。



系统的整体配置如下:

- 0 主备双核心 EvertzEQX26 多格式视频矩阵, 总控调度传输平台核心设备, 支持 SD、HD、3G、12G-SDI 和 IP 等多种业务接入与路由切换。
- 0 3067VIPX-HW 多画面系统, 应用 XLINK 技术不占用系统物理输入输出接口的前提下即可实现系统内所有输入和输出节点的监看
- 0 综合一体化网管系统, MAGNUM 管控平台及 VISTALINK PRO 图形化监控软件, 配合硬件和软件面板实现整个系统的全方位管理、控制、调度、切换、报警、分析等功能。

核心设备

EQX26 多格式视频矩阵



- 0 数字多码流矩阵 (支持基带最高 3Gb/s signals, 支持 10G/25G 光纤接口交换), 26RU 机箱, 最大支持 576 x 576 路 SDI 输入输出;
- 0 提供交叉点板备份、支持热插拔, 主、备交叉点板具有自动或手动切换功能; 具有 EVERTZ EQX 特有的矩阵通道路径级备份方式;

3067VIPX-HW-A+32x4 , XLINK 多画面分割器



3067VIPX-HW-A 是一款 Evertz 最新型号的超低延时多画面显示处理器。它支持 SD, HD 和 3G / s 这三种 SDI 信号格式输入以及 4 个不同 1920x1080 分辨率的多画面输出, 还支持双路 3840x2160 的 UHD 分辨率下的 SDI 和 HDMI 输出。每块 3067VIPX-HW-A 板卡可以实现在任何显示器上以任意大小, 位置或宽高比显示输入信号。

MAGNUM 服务器

1RU 企业级服务器适用于所有 MAGNUM 软件模块



VISTALINK PRO 监控软件



VistaLINKPRO 统一管理和监控在任何应用下的所有 Evertz 设备。通过直观的 GUI 选项和用户可自定义的仪表盘界面, VistaLINK®PRO 提供了一个完整而全面的设备参数管理和网络监控系统。

CP-2116E 全功能高级矩阵面板



CP-2116E 是一款具有高分辨率彩色触摸屏和 16 个可编程 LCD 按钮的矩阵遥控面板。它具有全宽和半宽两种款式，其中半宽的款式可支持和一台泰克示波器并列安装，十分有效利用机架空间。

这是继新址之后，Evertz 矩阵系统再次应用于 CCTV 总控系统中，再次彰显了 Evertz 产品的优异性能！

（2）央视新媒体视频优势凸显：世界杯赛事直播收看量 5 天超 5 亿

2018-06-22 09:50 来源： 央视广告经营管理中心

6 月 14 日，第 21 届世界杯足球赛在俄罗斯首都莫斯科拉开帷幕，作为中国大陆地区独家全媒体播出机构，中央电视台精心组织融合直播报道，为亿万观众呈现全部 64 场比赛、累计超过一个月的足球盛宴，报道规模创历届世界杯之最。

世界杯流量大战，央视独占鳌头

世界杯开赛一周以来，除了电视端不断创下收视新高外，央视新媒体客户端触达率亦是大幅度飙升。

作为全球范围内的顶级体育赛事，内容上，世界杯头部资源的地位毋庸置疑。流量上，世界杯在全球范围内拥有广大拥趸，在国内也有着非同一般的受众基础，世界杯期间，赛事本身热度与其生产的相关话题是社交媒体上的主流信息和舆论热点，是首屈一指的流量入口。在本届世界杯的流量大战中，央视新媒体无疑取得了大胜。

截至 6 月 18 日，央视网多终端世界杯仅直播累计播放量就高达 5 亿多次。世界杯第一天，央视新媒体就获得了极大关注，开幕式的直播收看人数为 4509 万人。在世界杯开赛后的 4 天，直播单场收看人数最高的比赛为德国 VS 墨西哥，为 5679 万人，其次为葡萄牙 VS 西班牙，为 4863 万人。每场比赛仅直播的平均收视人数超过了三千万。

央视客户端的下载量上，仅央视影音移动端，5 天累计新增用户量就高达 1531.4 万人。CCTV5 客户端 5 天累计新增用户量也达到 226.54 万人。

此外，CCTV-5 官方微博从世界杯开幕前 4 天开始，陆续发布了 CCTV 世界杯 32 强专属定制海报、原创节目《足球道路》《奇谭十一人》《豪门盛宴》等宣传视频，对世界杯融媒体报道起到了良好的推介效果。截至 6 月 18 日，CCTV-5 官方微博总发稿量 459 条，总阅读量 5.9 亿，新增粉丝超过 20 万人，粉丝总数突破 900 万。

台网节目全线发力，打造赛事报道生态链

本届世界杯报道，央视全媒体多平台投入。电视端，通过 CCTV-1、CCTV-5 及 CCTV-5+ 进行赛事转播，同时推出集锦重播、新闻资讯、前方记者现场报道、世界杯现场故事、品牌节目《豪门盛宴》等多样态节目。

台网融合上，首次推出大屏结合全网的全新体育综艺节目《奇谭十一人》，由李佳明领衔跨界，集合多位三台优秀主持人，以及沈腾、小沈阳、刘桦，前国脚李毅，世界冠军惠若琪、徐梦桃等演艺体育界明星，用当下流行的脱口秀方式，幽默搞笑的讲出自己与足球的奇缘趣事。节目在 CCTV-5、央视网、央视影音、CCTV5 客户端等同步推出。

央视网、央视影音倾力打造的原创节目《大咖陪你看》也新鲜上线，由大嘴韩乔生、拥有数据大脑的足球解说美女袁甲、颜值与内涵并存的男主持舒冬等趣说世界杯。同时，节目随时连线贺炜、邵圣懿等在世界杯前线的名嘴，解析战情。除了嘉宾网友的有趣吐槽，节目还设置了世界杯知识大赛、游戏互动环节。

世界杯赛事期间，CCTV 微视端除了配合 CCTV-1 综合频道和 CCTV-5 体育频道进行大小屏融媒体社交互动外，也上线了高品质的原创节目，内容涵盖赛场内外、风土人情、球

迷街访、前方报道、爱心公益等，通过强时效性、强创意性、强主持人资源牢牢抓住受众群，“让网民爱不释手”。

CCTV 微视自制节目《明星足球汇》，以超强的主持人及嘉宾阵容、专业的赛事分析及预测、丰富有趣的互动设计受到观众的一致好评，是 CCTV 微视探索打造泛娱乐化内容生态的成功手笔。此外，由国内顶级足彩专家倾情加盟打造的专业赛事分析预测节目《畅想俄罗斯》和前方报道团队采集一手资讯制作的《俄罗斯最前线》等节目，也以独特的视角为彩迷和球迷带来了切中需求的世界杯大餐。

6. 机顶盒产业技术及市场动态

(1) 未来电视亮相营销盛典澳门国际广告节 荣获 5 项大奖

责任编辑：方珍 2018 年 06 月 07 日

6 月 6 日，在备受业界瞩目的澳门国际广告节上，中央电视台央视网旗下 OTT 平台未来电视有限公司（NewTV），以国家互联网电视新媒体领军企业的行业影响力斩获“中国最具创新力传播公司”大奖，CEO 李鸣被授予年度“中国传播业最具影响力人物年度贡献大奖”，同时送选的《炫舞未来》和《实励派》从众多角逐奖项作品中脱颖而出，分别将年度“中国最具创新力节目”“中国最佳整合营销奖”及“中国最佳公益广告奖”收入囊中。



未来电视有限公司是央视网旗下唯一互联网电视新媒体运营机构，首家获得国家广电总局颁发的互联网电视集成服务和内容服务牌照。与小米、华为、Netflix、Amazon、Roku 等 300 多个国际知名品牌达成合作，业务布局亚洲、欧洲、北美洲、澳洲和非洲，覆盖用户超过 1.5 亿，日活超过 2000 万。2015 年至 2018 年连续四年荣选“国家文化出口重点企业”和“国家文化出口重点项目”。

2017 年以来，未来电视（NewTV）积极响应国家政策，联合七家牌照方，牵头成立互联网电视工作委员会，倡导行业健康绿色发展；开展大数据、IoT、AI 布局，立足于绿色安全、可管可控，开发基于集成服务、内容服务、大数据、人工智能的广电云平台，面向广电行业提供更加可靠的基础云服务及更丰富的应用场景；加快公司创新内容生产和内

容营销，利用大数据为用户提供精准内容推送，实现电视智慧大屏的“千人千面”。未来电视 CEO 李鸣强调，“未来，互联网电视可以形成一个具有场景开发、用户培育、习惯养成、产业集群与效能的公共服务平台，让家庭用户习惯于在互联网电视平台去看、去听、去游戏、去唱 K、去教育、去医疗、去跳舞、去购物……让这个平台既成为用户可以获得视听服务的入口，也成为产业各方合作伙伴可以找到用户和商业模式的公共服务平台。”公司在本届盛典上，荣获年度“中国最具创新力传播公司”，CEO 李鸣荣获年度“中国传播业最具影响力人物年度贡献”两项大奖，该奖项是国际营销传播界对未来电视工作成就的高度认可。



2017，未来电视成立内容创新部，在 OTT 互联网电视平台中首先推出生产和打造垂直创意型内容 IP 策略，《炫舞未来广场舞》和《实励派》是其中佼佼者。

《炫舞未来广场舞》是互联网电视平台首个垂直自制类项目，秉承创意自制、创新营销、创造商业理念持续打造跨屏营销和场景运营新模式，截止目前已有高清自制全版权节目量 700 支，其中 4K 节目 100 支，已在全国互联网电视、IPTV、有线电视以及海外新媒体平台全面上线；今年母亲节，“炫舞未来”与“这就是街舞”开展双 IP 联合跨圈层营销，打通从大屏到小屏，从视频到电商，拓展衍生商业价值，增加垂直领域渗透，从入口、流量、数据打通电商渠道，实现用户的精准化营销。本届盛典与《炫舞未来广场舞》同期获奖的作品有芒果 TV《萌仔萌萌宅》、腾讯视频《王者出击》等、优酷《三生三世十里桃花》、芒果 TV《快乐大本营》，以及《吐槽大会 2》等头部 IP 项目。



《实励派》由央视网和未来电视联合打造的兼具人文情怀和“青年”特质的短视频品牌。为青年发声、追随青年喜爱。聚集泛文化领域 KOL，讲述具有青年力的价值观，体现品牌 IP 的价值取向。作为央视网多终端融合创新实践，《实励派》借力央视传播体系，实现网页、移动端、微博、微信、智能大屏、合作分发多终端、海外渠道、社群、其他合作资源媒体形式等，组合全网合作资源矩阵式传播。自 2017 年 12 月 15 日正式上线，23 期正片累计全网播放量已突破 1 亿，每期匹配花絮视频、图文、活动等联动宣传推广，节目总播放量已达 2 亿次。与《实励派—城市夜行者》同期获得“中国最佳公益广告奖”的作品有中央电视台广告经营管理中的《家国兴旺》《家香家乡》，湖南芒果娱乐的《为了美好生活》《别让你的孩子被手机带大》等。



“创新”打造 IP 基因，“营销”驱动 IP 成长。《炫舞未来广场舞》与《实励派》在见证公司多元化、体系化营销力的构建，公司在春节期间三款 H5 互动产品“最燃中国心”“我妈给我带了啥”“明星帮你拜大年”更是实现了亿级传播量。



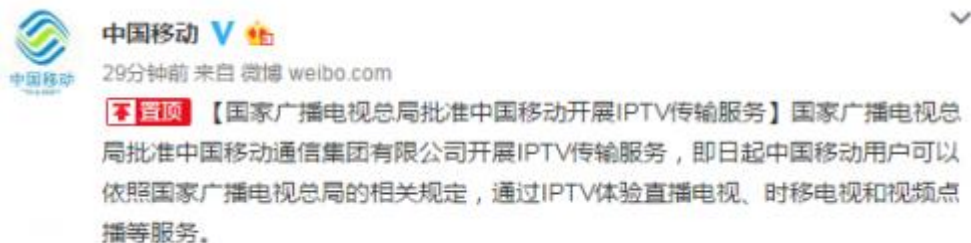
据勾正数据调查，截至 2017 年底，智能电视存量规模已逼近 2 亿台，预计 2019 年智能电视存量将超越有线电视，用户回归家庭智能大屏，OTT 营销价值得到广泛认可并具有极大潜力。以高品质内容打造 IP，以创新营销为驱动力，以垂直领域资源发展业务生态链，未来电视正在逐步将教育、游戏、动漫、电商打通，实现用户信息、数据共享，互为入口，互相导流，构筑智慧家庭未来新视听服务。

本届盛典全方位呈现了不同媒介所涉及的不同创新应用及内容营销方式，通过表彰最具影响力传播机构、广告公司、制作公司等，促进中国媒介传播价值、整合营销价值提升和创新应用升级，是亚太地区文化、广告创意、营销策划、商业传播等领域最具前瞻性与影响力的广告盛事，评选结果也会成为亚太地区传播和营销领域重要的风向标。同期获奖的还有央视广告经营管理中心、优酷、爱奇艺、腾讯视频等 50 余家机构。

(2) 广电总局批准中国移动开展 IPTV 传输服务 6 月初双方领导曾会面

2018-06-15 19:00 来源： 中广互联独家

6 月 15 日，中国移动官微消息称，国家广播电视总局批准中国移动通信集团有限公司开展 IPTV 传输服务，即日起中国移动用户可以依照国家广播电视总局的相关规定，通过 IPTV 体验直播电视、时移电视和视频点播等服务。



6 月 5 日，广电总局局长聂辰席曾会见中国移动董事长尚冰一行。聂辰席代表总局党组对尚冰一行的到来表示欢迎。他指出，中国移动是国有控股特大型电信企业，近年来不断推进改革创新，持续提升服务质量，在发挥信息传输通道作用、满足人民群众精神文化需求方面取得了显著成效。随着网络信息技术和互联网的迅猛发展，给包括广播电视、移动通信在内的各行业各领域带来深刻变革和严峻挑战。面临新形势新挑战，要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决落实意识形态工作责任制，强化节目内容监管，弘扬主旋律、传播正能量。聂辰席表示，希望双方立足各自优势，加强合作，共同努力，更好地为党和国家工作大局服务。尚冰感谢总局对中国移动发展给予的支持和帮助，简要介绍了中国移动的基本情况和今后发展思路，并就有关具体事项进行了交流。

当时就有媒体猜测，双方会对中国移动通信集团有限公司开展 IPTV 传输服务事宜进行协商。此前的 5 月中旬，广电总局调研移动集团，要求移动集团各省出承诺函，承诺本省移动平台与 IPTV 一二级播控平台的对接时间，统一汇总到咪咕，然后报总局审批，总局会以此作为核查依据。

(3) 曾庆军：中国广电“实践智慧广电的思路与策略”

责任编辑： 2018 年 06 月 15 日

6 月 15 日，NAB Show Shanghai 及第 24 届白玉兰国际广播电视影视技术研讨会（IBTC2018）在上海隆重召开，本次会议以“智融合·创未来——智慧广电的发展与趋势”为主题。2018 年媒体业将加快媒体深度融合，整体转型，通过对互联网大数据、人工智能等新技术的有效利用、积极参与到智慧社会的建设中，赋予广播电视“智慧”发展新动能，推动广播影视全业务、全流程、全网络向智能化、智慧化创新转变，进而共同促进中国电视事业和媒体产业可持续发展。

会上，中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军就中国广电如何推动智慧广电建设发表演讲。

总局积极推动智慧广电战略，推动复合网络及智能协同的全面覆盖

从 2015 年总局部署的智慧广电，畅享数字生活开始，智慧广电的进程就没有停歇，当时的智慧广电本质是新兴信息技术与广播影视既有优势的高度融合，是广播影视数字化、网

络化、智能化的新发展要求，智慧广电提出四个坚持，要求坚持以受众为本，内容为王；坚持融合创新，协同覆盖；坚持人民至上，服务为要；坚持安全为基，创新驱动。

2018年5月总局再次提出要求加快“智慧广电战略”，大力推进有线、无线、卫星传输网络的互联互通和智能协同覆盖，大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术的广泛应用，区块链等新技术的迅速发展，给广播电视领域带来前所未有的深刻革命，同时也给广播电视传输覆盖事业带来严峻的挑战。传统广电需要强化互联网思维，推动创新发展，加强广播电视新技术应用研究，加强资源整合和网络融合能力，适应发展需求，满足人民群众的期待。

市场环境发生变化，广电业务运营面临多维度变革

信息技术的高速发展正在促进智慧广电转型升级，计算能力持续升级，硬件价格不断降低，推动，新一代信息技术驱动全球数字浪潮，云计算、AI、5G等一系列新兴技术突破传统通信行业范畴，提供普适性的网络基础应用。

业务发展的多维度特征要求广电网络向融合、智能化方向发展

- **网络智能化、业务智慧化**：随着新的信息技术和应用的不断涌现，终端的多样化、业务种类的丰富化和通信模式的复杂化，使业务发展呈现与原来不一样的特征，对广电网络承载能力提出更高的要求



计算能力的持续提升，硬件价格的不断降低，推动网络建设和市场业务的转型升级；移动互联网视频业务增长趋势明显，广电网络需适应行为习惯，提供更多样的业务服务，实现电视无所不在。

业务发展的多维度特征要求广电网络向融合、智能化方向发展。随着新的信息技术和应用的不断涌现，终端的多样化、业务种类的丰富化和通信模式的复杂化，使业务发展呈现与原来不一样的特征，对广电网络承载能力提出更高的要求。

广电宽带业务经营，同样将面临“流量收入剪刀差”，需提前布局、破解。大流量应用与内容对网络资源的冲击，需求的无限性与资源的有限性。随着TV屏互联网应用以及智慧家庭等创新服务的增长，收入与流量必将不再呈固定比例增长关系，而是剪刀差在逐渐扩大。在现有技术和运营机制下，广电网络运营商将面临宽带业务的亏损风险。广电宽带应当如何运营？需建立怎样的基础支撑？

智慧广电是“平台 IT 智能化”、“网络 IP 智能化”、“终端融合智能化”的整合

广电网络智能化发展势在必行且任重道远，从业务发展趋势来看，高清视频、云服务等方面的发展对带宽需求增大；游戏、社交业务发展对实时性要求提高；三网融合、智能终端的发展要求网络提供不同级别的保障。对外在经营模式提出转变要求，广电网络需要实现可视可控、可区分业务、可有效分流、低成本、高效智能、可持续回报，即业务服务的智慧化、多样化。

智慧广电是全体系、多层次的智慧化升级改造。从趋势上看：是顺应信息技术新发展的必然要求，技术驱动“供给侧改革”。从技术上看，是平台 IT 智能化；网络 IP 智能化；终端融合智能化的整合，从业务上看，将以用户为中心，提供市场和受众需要的服务能力，全业务运营。

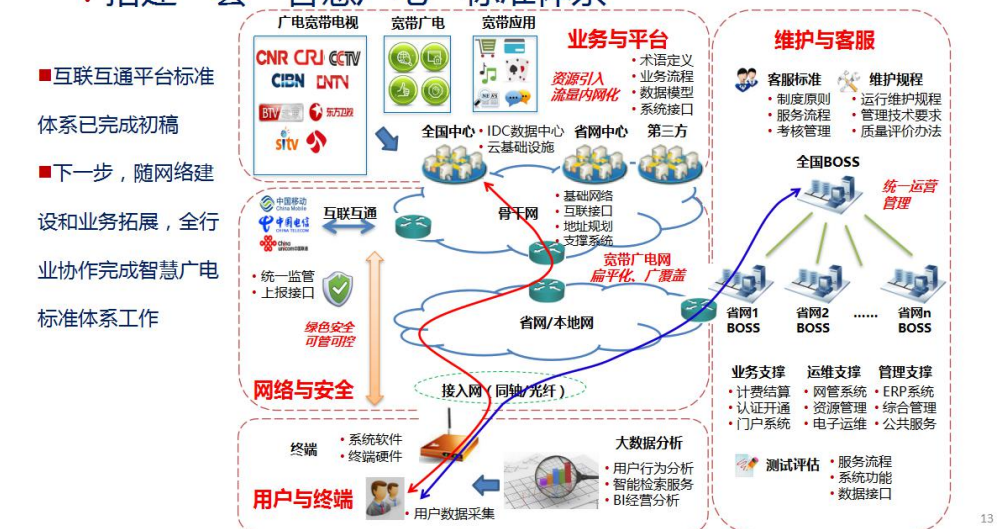
中国广电实践“智慧广电”的思路，一、打造无处不在、数字智能的广电网络，加快网络互联互通和智能协同覆盖，把握好广电宽带网、FTTX、IPv6 等多个历史性机遇，顺势而为。二、提供以视听为核心的全业务优质服务，把主业做优做精，同时依托新网络拓展新服务，找准定位、搭好平台、做好服务、携手共同做大市场。

中国广电实践“智慧广电”的策略——1234

搭建一套“智慧广电”标准体系；

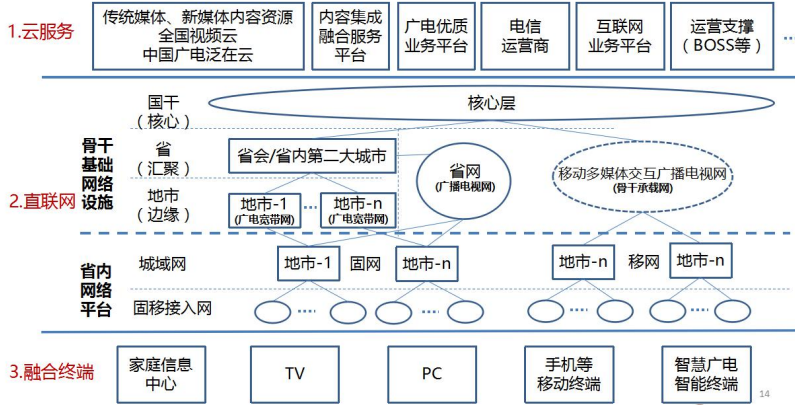
互联互通平台标准体系已完成初稿；下一步，随网络建设和业务拓展，全行业协作完成智慧广电标准体系工作。

一：搭建一套“智慧广电”标准体系



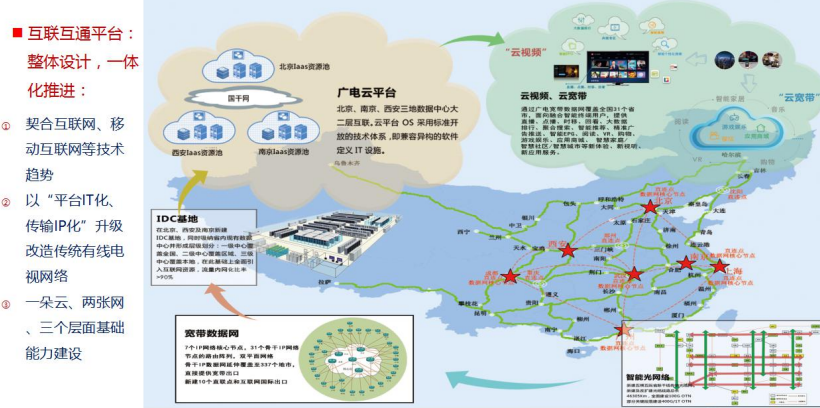
建成两张智能化基础承载网络——互联互通平台、移动多媒体交互广播电视网；

二：建成两张智能化基础承载网络



推动广电宽带数据网与其他电信运营商的互联互通，新建北京、上海、广州互联网交换中心（NAP点）通道。按需建设北京、西安、广州、上海、武汉、成都、沈阳、南京、重庆、郑州等13个直联点通道，助力各区域内省网公司宽带经营。

二：建成两张智能化基础承载网络



曾庆军副总经理还提出，要全面推进广电网络IPv6端到端系统部署。广电宽带数据网实施端到端IPv6部署，国干网及城域网部署NAT，以解决IPv4地址紧缺问题，以双栈为主，隧道为补充；国干网边缘设备开启6PE/6VPE，满足集团客户IPv6 VPN需要；实施不少于10个省的现网对接与业务试点。城域网逐步进行双栈升级改造。

■ 全面推进广电网络IPv6端到端系统部署

	2018年 规模部署、商用阶段	2019年 规模商用阶段，打造IPv6创新网	2020年 全面商用阶段
骨干网	广电宽带数据网实施端到端IPv6部署 国干网及城域网部署NAT，以解决IPv4地址紧缺问题，以双栈为主，隧道为补充； 国干网边缘设备开启6PE/6VPE，满足集团客户IPv6 VPN需要； 实施不少于10个省的现网对接与业务试点。 城域网逐步进行双栈升级改造。	国干网B平面主要承载IPv6流量 广电宽带等增量业务，原则上IPv6 开始着手存量业务的IPv6迁移。	持续提高IPv6流量占比，随着 IPv4流量的减少，着手考虑逐步 关闭IPv4，IPv4孤岛间流量可通过 隧道承载，向全网IPv6单栈演 进。
省网/城域网		省网/城域网双栈改造，扩大IPv6互 联互通	城域网全网支持双栈，并随着 IPv4流量的减少，考虑逐步关闭 IPv4，向IPv6单栈演进。
接入网	以支持IPv6业务透传为主，验证IPv6安全等网 络特性	IPv6业务透传为主，部署IPv6安全 特性	保持透传模式，具备IPv6业务感 知能力。
家庭网络	试商用双栈家庭网关、家庭网络管理等。制定 家庭网络发展计划和规范，探讨IPv6激励计划 和商业模式。	推动双线路由型家庭网络的部署， 促进智慧广电业务的IPv6化	完成大部分双栈改造替换，部署 IPv6业务，提升IPv6体验。
云、支撑系统	全网IDC全面部署双栈，开始引入新的IPv6业 务；建设全国IPv6 DNS、CDN、BOSS等支撑 系统。	推进全国范围IDC双栈化，规模引入 IPv6业务；实施各地BOSS、AAA、 网管改造；	IDC维持双栈，以IPv6为主；业 务支撑系统全面支持双栈。
	推广双栈、部署NAT、试点隧道	全面大规模部署双栈	全面双栈，业务以IPv6为主， 保持IPv4能力，并考虑向 IPv6单栈演进

要基于移动多媒体交互广播电视网，支撑广电物联网业务发展，搭建开放平台，聚合省网、设备商、系统集成、应用开发等上下游企业，发挥各自优势，形成生态圈，快速响应个人/行业客户需求。部署适合物联网的有线/无线，高、中、低速连接。以智慧家居、智慧城市、行业应用为应用示范做引导。

应用三大类关键技术——人工智能、大数据、移动网络技术；

中国广电整合最新技术，初步试验广电网内的AI人机交互升级



在人工智能方面, 广电网络应用人工智能的两个着力点:

- 一、提升交互能力和业务体验：智能机顶盒/家庭网关应用最新的语音交互技术，提升业务体验，拓展业务范畴
- 二、业务和网络联动，端到端提升网络智能化水平：AI 与网络自动调度、资源按需分配相结合

在大数据方面：

- 一、整合行业数据资源，促进对外应用协同。在互联互通平台之上，建立有线电视大数据行业平台，在数据存储、数据管理、数据流通和数据定价等多个应用环节执行统一规范，引导和培育市场需求，促进价值变现。
- 二、实践数据“资产化”管理，提升数据运营能力。强化数据资源的基础性和战略性认识，通过内部整合，提炼位置、身份、社交和喜好等多个领域的的数据应用价值。
- 三、强化数据安全风险管控。明确参与方的使用权限、范围、方式和责任，全程全网的数据安全使用管控与源头追诉

在移动网络技术方面：



中国广电已基于广电宽带网，针对宣传文化和综合信息服务需求，规划建设高速安全的有线无线一体化网融合网络。

开展四大重点任务——建设深度感知、智能调度的融合智能网络；建设智能、泛在的信息基础设施；以视听为核心，打造惠民利民的智慧广电应用服务；有序协同的业务运营体系

■ 打造有线、无线智能协同覆盖的智能化网络



打造有线、无线智能协同覆盖的智能化网络：打造有线、无线智能协同覆盖的智能化网络，广电网络由视听服务向综合信息服务延伸的关键——“万物互联”。全面推进互联互通平台、移动多媒体交互广播电视网建设，提供高、中、低速多种接入和多场景业务服务。做优视听业务，拓展综合信息服务，向重点行业、产业辐射。

广电网络智能化发展实施策略：

夯实 IT 基础设施——通过对 IT 基础设施的改造，提升用户体验，解决易用、使用体验好的用户需求。统一接入、快速认证、灵活计费、统一客户管理等 IT 支撑。

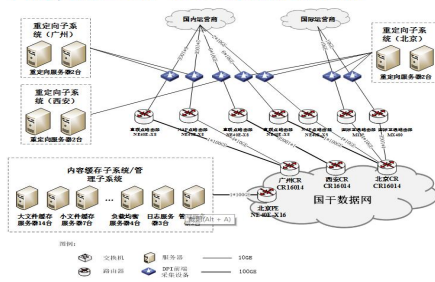
差异化经营，提升网络价值——在多维感知的基础上，为用户提供差异化服务。包括区分质量、区分业务、区分忙闲时、区分客户价值等

流量经营，重塑流量与收入的正相关——以扩大流量规模与提升流量价值为目标，多手段开展流量经营策略。创新商业模式，扩展收入范围。

智能化运营，开放基础网络能力——保证安全及可控的基础上，逐步有选择性的开放管道基础能力。通过标准 API 接口等方式为第三方提供灵活可调用的能力模块。

开放化的平台环境——以智能化网络承载为基础，支撑创新的商业模式。基于智能管道的能力，全面支撑具有运营商核心优势的开放平台。

智能调度CDN、cache系统建设情况



Cache系统多点监控、缓存模式部署

- 1、北京、上海、广州等3个NAP点和13个骨干直连点；
- 4、Cache系统在NAP点、国际流量出口等位置部署重定向子系统，与DPI系统配合提供重定向服务；
- 5、在北京等重要业务节点部署内容缓存子系统，提供大、小文件缓存服务及负载均衡服务。

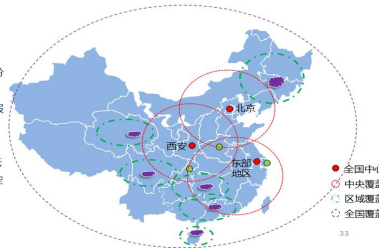
广电 CDN 建设情况

建设智能泛在的信息基础设施：充分发挥互联互通优势，积极应用 SDN/NFV 等新技术，全国广电网络一体化协同，打造高速、泛在、智能、可信的信息基础设施。

广电云数据中心

■ 分层布局、全国覆盖、资源云化、统筹调度。重构广电行业的宽带数据、内容资源与IT基础设施。

- 中央DC+区域DC+本地DC构建全国云服务
 - 中央DC（北京、西安、东部）：服务时延30ms~50ms，服务半径1000~1500KM
 - 区域DC：以省网DC为主，覆盖本省及相邻省份，服务半径300~800KM
 - 本地DC：以地市级DC及边缘网络机房为主，服务边缘区域
- 省际干线传输网提供DC互联高速通道。
- 计算、存储、网络、裸金属服务器全面云化，广电云平台采用Openstack技术体系，既兼容异构的软件定义IT设施，也支持对接/纳管区域虚拟资源管理中心VRC及云平台。



广电云采用 Underlay+Overlay 网络架构，是物理网络向云和虚拟化的深度延伸，使云资源可以摆脱传统物理网络的限制，灵活快速适应复杂的多租户网络需求，实现云网融合。

全国分设全国根节点和省节点两级 DNS。全国根节点：负责互联互通平台统一引进内容的域名解析。现已建成北京、西安节点，支撑 2000 万用户服务。优先在东部、南部地区选取区域节点，扩容升级已有节点，逐步达到 2 亿用户访问接入能力。省节点：为本省用户提供域名解析服务。各省自行申请注册域名的解析。

以视听为核心，打造惠民利民的智慧广电应用服务：以“广电宽带电视”打造智慧广电入口，推进广电网络融合业务经营，精心打造“全国视频云”、迭代优化“广电宽带电视”，将视听核心业务做优做强。

■ 物联网业务两步推进计划



当前阶段，紧抓广电智能终端，打造家庭网关/信息中心，提供智慧业务。进一步深挖移动多媒体交互广播电视网潜力，拓展物联网行业应用。

打造有序协同的广电业务运营体系：充分发挥互联互通优势，积极应用 SDN、智能化调度等创新技术，全国广电网络一体化协同，打造高速、泛在、智能、可信的信息基础设施。智慧广电业务运营需打通平台能力、管道能力、服务能力及运营能力。

智慧广电业务运营方向建议

- 2C 市场发展分析：面向终端用户的智慧业务是长远方向，但当前市场竞争压力大，广电运营商突围难度大



智慧广电 2C 市场发展分析

智慧广电业务运营方向建议

- 2B市场发展分析：各地政府有诉求和主动性，可发挥广电优势，从2B、2B2C切入

① 智慧城市渐成国家战略和城市发展新主题。

② 智慧城市成为我国信息消费拉动热点和重要载体。

物联网、云计算、大数据、移动互联网、能源互联网、增材制造、机器人、人工智能为代表的信息技术创新不断加快，智慧城市已成为技术与应用创新汇聚的载体，成为产业转型和民生改善的重要抓手。

智慧广电 2B 市场发展分析

最后，曾庆军副总经理提到，目前智慧广电的 2C 业务确实是未来智慧广电最具有基础性同时最具有期望的业务，相对来说 2B 业务的发展仍然面临很大的困难，对于国网而言，2C 业务可能是目前发展的重点。

7. 新媒体

(1) 三大运营商“十五年磨一剑” 快马加鞭布局重点领域 撬动 IPv6 产业发展杠杆

2018-06-04 15:36 来源： 中广互联

2003 年，国家发改委等部门启动了我国下一代互联网示范工程 CNGI；

2004—2006 年，原联通和原网通分别在 7 城市建设了 IPv6 实验网；

2008 年，中国联通完成了北京奥运 IPv6 视频监控项目，实现奥运场馆的实时视频和温度环境监控；

2012—2014 年，中国联通在北京、上海、广州、深圳等 10 个城市，对城域网、四/五星级 IDC（互联网数据中心）等进行了 IPv6 改造；

2009 年，中国电信在国内最早启动 IPv6 试商用；

2013年，中国移动启动了 IPv6 现网试点，推出 11 款支持 IPv6LTE 的芯片。

2015年，中国移动实现 VOLTE(高清语音)商用同步引入 IPv6，2018年 VOLTE 用户达到 2 亿，实现纯 IPv6 语音通信。

.....

为了抢占 IPv6 先机，让未来中国在全球互联网领域拥有更多话语权，在国家的前瞻布局下，国内三大运营商历经“十五年磨一剑”。

如今，我国在 IPv6 的技术研发、网络建设、应用创新方面取得了重要阶段性成果，已具备大规模部署的基础和条件，各大运营商开始快马加鞭！抓住 5G、工业 4.0、产业互联网、人工智能等新兴产业和技术的发展机遇，各自布局重点领域，撬动整个 IPv6 产业的发展杠杆。

抓紧了 4G 蓬勃发展的好时机，中国移动建成了全球最大的 4GLTE (LTE 为移动、联通、电信三大运营商的 4G 移动数据网络简称)网络，目前用户数已超过 6.5 亿，这一路的发展步步为营。眼下，在物联网商用进程加速的趋势之下，中国移动开始关注 5G 在各垂直行业的商用部署。中国移动通信研究院副院长杨志强说：“我们将充分把握 5G 带来的契机，推动包括智慧医疗，智能联网等在内的各行业垂直应用，从最开始的基础设施层面支持 IPv6 的应用，打造 IPv6 新生态。”

而据中国电信的最新统计，目前中国电信的 4GLTE 活跃用户已达 1100 万以上，并已开通国际出口，IPv6 终端可实现国际、国内 IPv6 内容和应用访问。今年，中国电信将把重点放在支持政府网站、央企、央媒、互联网应用等的 IPv6 改造上。

中国联通的 IPv6 推进目标则定格在了网络基础设施，今年将实现城域网、骨干网、传送网、国际互联网等基础设施全面支持 IPv6，实现骨干网/国际 IPv6 互联互通，业务/网络支撑系统，总部大数据平台、新增核心数据中心内系统支持 IPv6，着重在顶层设计中做好 IPv6 的引入，避免后期进行大规模一些改造的工作，并拓展 IPv6 应用领域。

在引导用户从 IPv4/IPv6 双栈向 IPv6 单栈过渡的过程中，中国联通则采用“量体裁衣”的方式，为客户提供 IPv6 迁移服务——在自营封闭业务方面，直接采用 IPv6 端到端单栈方案；对公众业务，现阶段采用双栈过渡，引导 IPv6 访问优先；行业应用方面，则可根据需求选择部署隧道、翻译等方案。

推进 IPv6 产业发展，三大运营商虽重点不同，聚焦点却落在了同一个问题上——IPv6 加快规模部署，更需安全保障的同步跟进。

“IPv6 带来地址空间极大的增加，有利于对于用户的溯源和安全管控，加强对网络的管理，但也不可避免地给带来了新的风险，需要从安全技术与管理两方面提升。”各大运营商代表表示，接下来，升级改造现有网络安全保障系统、配置 IPv6 面向客户的 IPv6 安全防护平台、提升 IPv6 地址和网络环境的支持能力、实施 IPv6 网络地址编码规划方案、加强对 IPv6 地址备案管理、开展针对 IPv6 安全等级保护及预警恢复等……

尽管要做的细化工作还有很多，但各大运营商不约而同地表示，在产业链的通力合作下，“有网络”“有业务”的 IPv6 生态圈即将加速形成。

(2) 中国电信计划采购 10 万台天通手机，卫星通信进入手机时代

编辑：passion 来源：辰星网络科技 2018年06月08日 14:23:37

近日，中国电信发布了天通手机集中采购项目招标公告。公告称，为了配合天通卫星运营服务顺利开展，计划采购天通手机 10 万台，其中，单模和双模产品各 5 万台。



5月16日，中国电信“天通一号卫星移动通信”面向商用市场正式放号，这标志着我国进入到卫星移动通信的“手机时代”，填补了国内自主移动通信系统的空白，打破依赖国外卫星移动通信服务的现状。5月25日，中国电信“天通一号卫星移动通信”在青海正式商用，实现了真正的落地商用。



天通卫星的优势众多，其覆盖范围广、通信能力强、服务无盲区，具有十分广阔的发展空间，可应用于个人通信、海洋运输、远洋渔业、航空客运、两极科考、国际维和等方面，支持保密语音通信、数据传输、视频会议，可实现灾难救援、海上救助、偏远地带救援，开展远程教育、远程医疗、广播、直播等业务，也能为科考、勘探等高端商业用户提供互联网接入、个人移动通信等业务。



天通一号地面业务由中国电信独家负责运营，与地面移动通信系统共同构成移动通信网络，能实现中国全境及领海、第一岛链以内；中国周边区域，西太平洋、印度洋全面覆盖，在祖国任何角落随时、随心、随需都可以通信。

(3) 智慧家庭入口争夺战！苏宁、联想、京东、华为皆入局…

本文作者：方珍 责任编辑：2018年06月14日

智慧家庭入口争夺战一直在上演，随着苏宁、联想、京东、华为等的加入愈演愈烈！每年各大展会，就是各大厂家明争暗斗的场所之一。在今年 CES 亚洲展上，苏宁、联想、京

东、华为等等就上演了一场“智慧家庭大战”的好戏。

一、苏宁：围绕“魔镜”搭建智慧家庭生态圈

依托苏宁的物联网技术、苏宁内容优势、苏宁智慧零售生态这三方硬实力，苏宁智能终端公司形成了打造智慧家庭平台和智慧影音平台的能力。在今年的 CES 亚洲展上，苏宁不仅展示了智能音箱小 Biu，更是发布了智慧家庭新品——“魔镜”！



据记者了解，此次苏宁智能终端公司发布智能魔镜产品，就是希望以魔镜为交互和信息窗口，围绕浴室或梳妆台搭建智慧家庭生态圈，形成开放式的智能控制环境，打造不同智能设备互通的开放性、可控性平台，更进一步完善以物控物的智能化家居生态系统。

智能魔镜的核心功能主要分为三方面：智能家居模块（IoT）、生活模块（时间、温湿度、天气、新闻、视频、音乐等）和健康模块（外接体脂称、血压仪等）。

苏宁在镜面下植入了 AI 智能系统，用户可通过人体感应、轻触、语音交互等方式，轻松实现“生活服务、信息娱乐、智能控制、健康管理”等实用功能。

魔镜通过内嵌的 21.5 寸触控大屏、丰富的传感器及 AI 智能系统，重新赋予镜面显示以及人镜互动的新功能。当有人接近时，魔镜会自动开启屏幕，主界面可及时清晰地显示时间、温湿度、天气等日常生活所必需的信息。魔镜还支持 AI 语音交互，可以通过语音控制实现音乐、视频播放、家电设备控制等便捷、实用的功能。

魔镜不仅仅可以单独作为产品使用，同时也可以与其他智能终端进行互联，例如，魔镜产品可以与智能血压仪互通，通过屏幕就可以查看自己及家人的身体健康指数。

未来，苏宁智能终端公司将立足在影音娱乐、智能家电、健康安全和居家出行四个方面全面发力 IoT，打造智慧生活生态。

二、联想：Lecoo “三宝” 加快实现智慧家庭生活方式

为了打造智能家居体验，联想持续在 AI 科技、区块链、智能物联等方面投入，不断进行创新。此次 CES 展会，联想 Lecoo “三宝”、智能音箱、粒子矿云、智能门锁等产品集

体亮相，全明星阵容为用户智能家居保驾护航。



在家庭安防领域，联想 Lecoo “看家宝”与智能门锁形成双重防护网，让用户享受更放心的安全防盗服务；作为一款晒娃黑科技，联想 Lecoo “倍爱宝” AI 赋能，每天可以为用户推送宝宝成长过程的精彩瞬间，让父母充分享受优雅晒娃的幸福；联想 Lecoo “掘金宝”凭借“穿墙”、“挖矿”的强大能力，也令人印象深刻。

此外，联想还展示了智能家庭概念产品“联想智镜”，不仅是一面镜子，它更是家庭健康管家。“联想智镜”可以放大面部细节，智能检测皮肤水分，还能交互指导健身训练，实时提供热量等信息。

三、京东：微联打造一站式智能平台

记者探访京东展台，发现除了智能零售之外，这次京东微联和京东叮咚也在重点展示区。

京东微联是京东针对未来智慧生活而全力打造的智能平台，其目标是帮助智能硬件厂家打造体验更好的智能硬件产品，为消费者提供一站式的智能产品体验。通过微联 App，用户可以对不同品牌智能产品进行远程控制，并实现产品之间的联动。

京东叮咚是京东与科大讯飞合作推出的智能音箱产品，用户可以通过语音来操作音箱，并且可以控制它连接的智能设备。这款音箱可以查询天气、点播音乐、讲故事和笑话等，还能通过 APP 连接很多智能家电并操作。

四、华为：HUAWEI HiLink 全面实现智能连接、智能联动

今年华为虽然重点展示的是 PC 和手机产品，但记者还是发现了其智慧家庭的核心平台——HUAWEI HiLink 也出现在这次舞台上。



HUAWEI HiLink，是华为开发的智能家居开放互联平台，目的解决各智能终端之间互联互动问题。平台功能主要包含智能连接、智能联动两部分。

对行业，华为通过提供开放的 SDK，并建设开发者社区为开发者提供全方位的指导，帮助开发者从开发环境搭建到集成、测试、提供一站式的开发服务。华为通过 HUAWEI HiLink 智能家居开放互联平台，将和所有智能硬件厂家一起，形成开放、互通、共建的智能家居生态。

对消费者，支持 HUAWEI HiLink 的终端之间，可以实现自动发现、一键连接，无需繁琐的配置和输入密码。在 HUAWEI HiLink 智能终端网络中，配置修改可以在终端间自动同步，实现智能配置学习，不用手动修改费时费力。支持 HUAWEI HiLink 开放协议的终端，可以通过智能网关、智能家居云，通过 APP 对设备进行远程控制。

五、海尔：客厅、卧室、浴室、厨房全场景演示

从智慧客厅到智慧卧室到智慧浴室再到智慧厨房，海尔本次展示的智慧家庭场景特别全面。



在智慧客厅场景里面，展示了智能电视、智能空调和智能酒柜。

在智慧卧室场景里面，展示了卧室电视、卧室冰箱、我市冰箱，这个场景强调的是“人性化”。

在智慧浴室场景里面，有四大版块：智能健康管理功能可以帮助用户随时了解自己的身

体情况，实现实时的心率、体脂监控，美颜净水机则可以软化水质，；智能洗浴功能可以让用户进行智能预约，节能省电；智能娱乐功能可以让用户在洗浴的过程中观影，玩游戏等，；智能魔镜则可以深度连接互联网设备，打造专属于你的智能娱乐生态圈。

在智慧厨房场景里面，展示了智能保鲜的冰箱和温控更加精准的智能烤箱。

六：海信、长虹、TCL：AI 赋能电视，紧握家庭入口

在智慧家庭入口争夺战打响之际，电视机厂商也瞄准了这块市场。早在几年前，电视机厂商就开始以智能电视为核心构建智慧家庭生态。

1、海信

在硬件产品方面，海信一直致力于产品创新，销量一直遥遥领先，积累了大量用户，为其构建智慧家庭生态圈打下了良好的用户基础。在软件方面，率先推出智慧家居 Hi-Smart 系统，让家庭操作更便捷。



今年 CES 亚洲展上，周厚健董事长坚定地表示，海信的“主场”始终在技术和产品创新上，海信将坚定不移地发展激光显示和 ULED 技术。目前，海信在 AI 电视的‘操控’上已经有了自己独特的积累，海信的语音与图像识别技术已经把电视‘操控’提到新的高度。

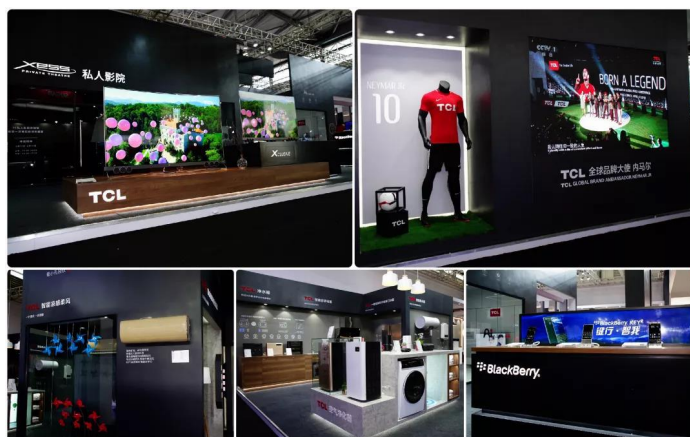
不只是说说，海信也是这样做的！同时，于芝涛先生在 CES 亚洲展上正式发布 VIDAA AI 世界杯版人工智能电视系统。针对即将到来的 2018 世界杯，海信首次将人工智能与足球解说结合起来，世界杯赛程、比赛时间，比赛结果等问题、球员信息、球队数据等世界杯百科随问即答。

搭载 VIDAA AI 系统的海信电视改变了电视交互方式，海信应用图像识别技术和大数据技术打造的图搜交互让电视图像不再仅是图像，而是成为用户打开世界的入口，这项技术为海信首创，也是当前最先进的电视 AI 应用。

2、TCL

本次 CES 亚洲展，TCL 集团携旗下多媒体、家电、通讯、华星光电等全矩阵产品和最新科研成果亮相本次展会，向全球消费者展现了来自中国消费电子品牌的科技创新力量。

TCL 多媒体 X、C、P 三大系列产品通过私人影院区、量子点电视展区、人工智能展区等多主题分区呈现，X5、C6、P5 三大系列新品向全球消费者展现了未来电视的发展方向，吸引参展观众纷纷驻足体验。X5 将原色量子点显示技术和哈曼卡顿音响进行搭配，让用户获得影院级的视听体验；C6 创新的 Sound tube 音响设计搭配绅士灰音响网布，配合全面屏无边框设计，赋予用户更广阔的视觉享受空间；P5 则采用 MEMC 运动补偿技术加上 Q 画质引擎的助力，在 2018 年这个体育大年，为广大热爱足球的消费者带来更极致的赛事享受。



在家电智能化方面，TCL 积极把握行业智能升级发展的大趋势，持续研发、提升智能创新技术，让消费者感受到智能科技带来的便利。TCL 空调从“T 睿”系列智能旗舰产品，到“e 涟、i 涟”为代表的智能明星产品，再到“智多宝”等智能普及型产品，诠释了“TCL 引领空调进入智能新时代”的品牌战略。TCL 全触控免污式滚筒洗衣机，实现全免污系统解决方案的同时，全新升级“免污+”产品品牌战略，国际专利不藏污；TCL 一体变频风冷冰箱，拥有双变频一体式控制、负氧离子养鲜、智慧无霜、空间专属四大优势，成为冰箱变频风冷速冷技术的引领者，践行“风冷+”战略的全面升级。



TCL 健康电器则展出了厨卫电器、净水器和空气净化器产品，为大众构建了呼吸、饮水健康的防线，深受消费者欢迎。

3、长虹

本次长虹重点展示了 CHIQ 系列电视。它们搭载了远场语音采集和声纹识别的人工智能技术，只需跟电视说出语音指令即可，实现更为流畅自然的交互过程。

人工智能电视有了能听话的耳朵，而长虹空调则不仅有耳朵，还有了眼睛。Q3Ts 人工智能智慧眼柜机是行业首款集图像、位置、手势、语音识别四合一体的全智能产品，也就是说它不仅能听懂你的话，还能看懂你的手势。



在冰箱方面，长虹旗下美菱冰箱也已经深度运用人工智能技术，搭载水分子激活保鲜技术，让冰箱从被动保鲜变为主动控鲜，从变频控温、智能交互到智慧控鲜，甚至还能帮你搜寻菜谱。

长虹已经将这些人工智能家电全部纳入了 CHIQ Life 解决方案中，基于全空间语音交互等人工智能技术，可以实现在家庭全空间实时交互、实时响应。

（4）工信部:1-5 月净增 1717 万户,IPTV 用户总数达 1.39 亿户

编辑: passion 来源: 运行监测协调局 2018 年 06 月 20 日 15:17:46

一、总体运行情况

电信业务收入增速小幅放缓。1-5 月，电信业务收入累计完成 5576 亿元，同比增长 4.2%，增速较上月下滑 0.3 个百分点；电信业务总量①完成 20306 亿元，同比增长 129.1%，增速保持稳步提高态势，5 月当月增速达 143.1%。



图 1 2017 年 5 月-2018 年 5 月电信业务总量月度完成情况



图2 2017年5月-2018年5月电信业务收入累计完成情况

固定通信业务收入占比小幅提高。1-5月，三家基础电信企业实现固定通信业务收入1616亿元，同比增长10%，在电信业务收入中占29%；实现移动通信业务收入3960亿元，同比增长2%，占电信业务收入的71%。

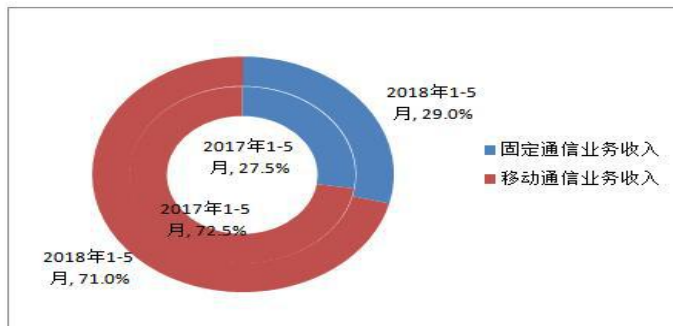


图3 2018年1-5月固定和移动业务收入占比情况

移动数据及互联网业务收入快速增长。1-5月，三家基础电信企业完成移动数据及移动互联网业务收入2569亿元，同比增长13.2%，占电信业务收入的46.1%；完成固定数据及互联网业务收入875亿元，同比增长7%，占电信业务收入的15.7%。

二、电信用户发展情况

移动电话用户数近15亿，4G用户占比达73%。截止5月末，三家基础电信企业的移动电话用户总数近15亿户，同比增长10%，1-5月净增②7831万户。其中，移动宽带用户（即3G和4G用户）总数达12.3亿户，占移动电话用户的82.3%；4G用户总数达到10.9亿户，占移动电话用户的73%。



图4 2017年5月末-2018年5月末移动宽带用户月净增数和总数占比情况

100Mbps 及以上固定宽带接入用户占比突破 50%，总数达 1.88 亿户。5 月末，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 3.71 亿户，1-5 月净增 2285 万户。其中，光纤接入 (FTTH/O) 用户总数达到 3.2 亿户，占固定互联网宽带接入用户总数的 86.2%。按速率划分，20Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数达 3.47 亿户，占比为 93.4%；50Mbps 及以上和 100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数分别达 2.94 亿户和 1.88 亿户，占总用户数的 79%和 50.5%。

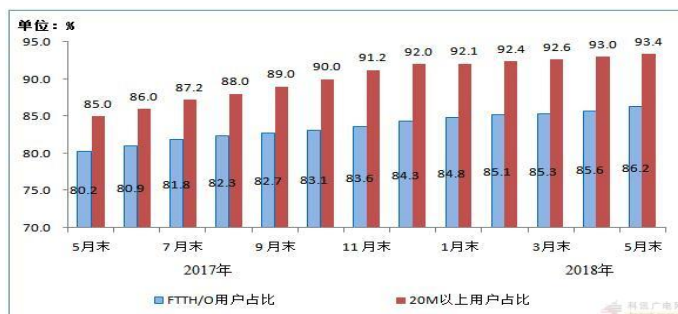


图 5 2017 年 5 月末-2018 年 5 月末光纤接入 (FTTH/O) 和 20Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户占比情况

IPTV 用户规模稳步扩大发展，手机上网用户占比小幅回落。截止 5 月末，基础电信企业发展的 IPTV 用户总数 1.39 亿户，1-5 月净增 1717 万户。移动互联网用户总数达到 13.3 亿户，同比增长 14.4%，1-5 月净增 5953 万户。使用手机上网的用户规模近三个月来基本稳定在 12.2 亿户，对移动电话用户的渗透率下降至 81.6%。



图 6 2017 年 5 月末-2018 年 5 月末手机上网用户情况

三、电信业务使用情况

移动电话通话量降幅小幅波动。1-5 月，全国移动电话去话通话时长完成 10669 亿分钟，同比下降 4.5%，降幅近一年保持在 4%到 5%之间；全国固定本地电话通话时长完成 524 亿分钟，同比下降 18.9%。



图 7 移动电话用户和通话量增幅比较

移动短信业务量和收入继续保持增长。1-5月，全国移动短信业务量完成2875亿条，同比增长7%（去年同期同比下降1.2%）；移动短信业务收入完成155亿元，同比增长4.4%（去年同期同比下降6.1%），增速从今年开始保持正增长态势；移动彩信业务量同比下降11.2%，发送总量184亿条。



图8 移动短信业务量和收入同比增长情况

5月份户均移动互联网接入流量(DOU)近4GB。1-5月移动互联网累计流量达210亿GB，同比增长196.3%；其中通过手机上网的流量达到206亿GB，同比增长212.3%，占移动互联网总流量的98.1%。5月当月DOU(户均移动互联网接入流量)达到3.97GB，同比增长169.3%，增速较上月提高15.4个百分点，再创新高。固定互联网使用量保持稳步快速增长，1-5月固定互联网宽带接入流量同比增长47.4%。



图9 移动互联网接入月流量及户均流量(DOU)比较

四、地区发展情况

东部100M及以上固定宽带接入用户占比领先。5月末，东、中、西部地区100M及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户分别达到9922万户、4695万户和4143万户，占本地区固定互联网宽带接入用户总数的比重分别为54.1%、47.6%、46.4%，东部地区领先。各省100M及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户占比差异呈缩小态势，内蒙古、北京、天津和甘肃居全国前四位，占比均超过65%。



图10 100M及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户占比各省分布情况

8. 媒体融合

(1) 【TV 资本论】广电如何打造“融媒体”从发布 4K 技术标准做起

2018-06-04 10:48 来源：中广互联独家 作者：苗梦佳

政策一览

【广电总局】5月18日，广电总局公布(公示)2017年度国产纪录片及创作人才扶持项目结果、广播电视创新创优节目、电视剧精品发展扶持专项资金剧本扶持项目。其中，给予每个广播节目15万元、每个电视节目20万元的资金扶持。

【工信部】5月29日，财政部、工业和信息化部发布《关于深入推进电信普遍服务试点工作的通知》，组织深入开展电信普遍服务试点工作。6月1日，工业和信息化部办公厅、财政部办公厅印发《2018年度电信普遍服务试点申报指南》。

大事提醒

【中央广播电视总台】5月24日，北京国际电视技术研讨会(ITTC2018)主题报告会上，由中央电视台组织编制的4K超高清电视技术行业标准，即《中央广播电视总台4K超高清电视节目制播技术规范》和《基于4K超高清图像+环绕声/三维声的家庭影院配置规范》正式发布。

【广电总局】5月29日，广电总局局长聂辰席强调，要加快实施“智慧广电战略”，大力推进有线、无线、卫星传输网络的互联互通和智能协同覆盖。

公司公告

【东方明珠】5月27日，东方明珠发布公告，公司以自有资金近3亿元认购工业富联首次公开发行的股票。此次发行，富士康共引进20家战略投资者，东方明珠是唯一一家文化传媒类投资标的。

【陕西广电网络】5月29日，陕西广电网络公告称，公司收到陕西省发改委下达中央投资计划的通知，根据通知，公司“百兆乡村”示范及配套支撑工程项目列入2018年中央预算内投资计划项目，获得国家投资补助1.5亿元。

【电广传媒】6月2日，电广传媒发布公告称，公司拟对子公司九指天下17.4840%的股权进行挂牌转让。本次交易完成后，公司持有九指天下的股权将由46.92%变更为29.4360%。

地方新闻

【江西广电网络】5月17日，江西广电网络成功中标南康区雪亮工程项目，中标金额达6720万元，这是江西广电网络5月份中标的第三个较大的新业务项目。

【山西广电】5月18日，山西广播电视传媒集团与新华智云科技有限公司签字战略合作协议仪式举行。根据协议，双方优势互补，对山西市场就大数据技术在视频领域方面的应用进行开发。5月31日，山西广电融合媒体平台暨山西移动IPTV/魔百和·TV启动仪式举行。发布会上，依托山西广电融合媒体平台的山西移动IPTV/魔百和·TV正式与用户见面。

【北京广电局】5月22日至24日，北京市新闻出版广电局智慧广电调研学习组一行8人，前往江苏省苏州市开展智慧广电调研。

【平江有线】5月24日，湖南省电广传媒党委副书记、总经理，有线集团董事长王艳忠来到平江县，调研平江有线电视网络发展情况。据悉，平江有线网络公司成立于2001年，目前电视用户5.4万多户，宽带在册用户5万多户，网络已覆盖平江全县24个乡镇，基本实现全网的双向互动。

【陕西广电网络】5月24日，陕西广电网络总经理王立强表示，未来公司将由单纯的“传输服务”向“经营网络、经营平台、经营用户”转型，打造成为“融合网络媒体服务商”。公司2018年计划实现营业收入34亿元。

【四川广电局】5月25日，成都影视硅谷·超高清视听制作研发(四川)基地在成都市

郫都区宣布成立。据了解，该超高清视听制作研发基地由四川省新闻出版广电局批复建设，意在使超高清视听内容研发在四川产生集聚效应，助推成都建设西部文创中心。

【河南广电局】5月28日消息，河南省新闻出版广电局召开全省新闻出版广电系统脱贫攻坚推进会，明确全省新闻出版广电系统2018年度脱贫攻坚专项任务，进一步压紧压实专项责任，精准施策，打好脱贫攻坚组合拳。

【山东广播电视台】5月28日，中国工程院院士袁隆平带领的青岛海水稻研发中心在全国六大试验基地同时插秧海水稻。山东广播电视台齐鲁频道在济南设立演播室，多路人马分赴青岛、黑龙江、陕西等地进行连线，组织了一场超时空、大跨度立体直播。

【贵州广播电视台】5月28日，中国贵州广播电视台与阿根廷国家广播电视台在第三届大数据与传媒产业峰会上签定了广播影视合作协议，协议明确，两台将建立影视合作项目小组，在广播影视节目互换、合作制播旅游文化节目及纪录片等方面深化合作，加快推进友好合作台建设。

【陕西广播电视台】5月28日消息，陕西广播电视台提出对广播电视、西部网、陕西头条等多位一体的指挥系统，坚持移动优先，建立了新闻资源全媒体协作机制。建设了丝路云融合媒体平台、丝路云融媒体中心，并组建了全媒体平台团队。

【湖北广电】5月29日，中信国安广视&湖北广电&国安社区合作店武汉香港路旗舰店开业盛典举行。据悉，开业盛典以“两城同庆·七店同开”的形式，分别在武汉、长沙两城，七家门店同时开业。其中，合作伙伴小米有品的加入，预示着“大屏+社区+精品门店”模式正式进入全国性运营阶段。

【广播电视条例】5月31日，湖北省十三届人大常委会第三次会议表决通过《湖北省广播电视条例》，将于8月1日起施行。

【山西广电网络】6月1日，中央电视台与各省级有线电视网合作打造的央视互动电视平台——“央视专区”在山西广电信息网络集团“晋视界”“高清互动平台”上线。

【福建广电网络】6月1日，福建广电网络4K超清专区在智能网关正式上线。专区预计上线电影、纪录片、风光片、歌舞片、动画片等各类型节目200部。

【温州广电】6月1日消息，温州广电传媒集团全媒体新闻中心与温州医科大学仁济学院确立长期战略合作关系，双方将通过“全媒体新闻中心·仁济学院融媒体中心共建基地”，在协同创新、人才培养、技术支撑、合作交流等领域进行深度合作。

【广东广电网络】6月3日，广东省环境保护宣传教育中心与省广播电视网络股份有限公司建设广东环保广电网络“生态环境”公益平台正式上线。

海外动态

【狮门影业】5月24日，狮门影业表示正与亚马逊合作，拟通过其在德国和英国推出的Starzplay频道在欧洲进一步推广美国有线付费电视频道Starz。

【HBBTV】根据HBBTV协会5月份的数据显示，HBBTV已经在35个国家获得应用，并覆盖了4400万有效终端，累计形成300个电视端的互动应用。

【天空电视台】日前，德国天空电视台(Sky Deutschland)在Sky Go APP中加入一系列线性电视频道，这些频道包括Sky Cinema HD、Sky Atlantic HD、Sky Sport以及Sky Sport Bundesliga。

【BBC】日前，BBC宣布将进行两项“前沿”测试——为观众提供超高清和虚拟现实FIFA世界杯实况转播。

（2）东方明珠与富士康在智慧城市、OTT、8K 等多方面达成战略合作

编辑：科讯广电网 skila 来源：中广互联

6月11日，东方明珠发布公告称，公司分别与富士康集团、工业富联签订《战略合作协议》。

公告显示，东方明珠与富士康集团将在互联网电视（OTT）领域、视频购物领域、8K 领域加强合作。双方拟在条件成熟时，共同组建合资公司，在互联网电视（OTT）领域进行合作，东方明珠将作为富士康集团及合资公司旗下各互联网电视（OTT）产品集成播控及内容服务的唯一合作伙伴。双方就互联网电视（OTT）产品的内容组合模式、创新内容分发、5G+8K 业务领域的合作等进行深入探索，致力于打造互联网电视（OTT）运营的整体解决方案。

双方将在视频购物领域进行深度合作，对大屏电视购物平台的运营和商品销售、渠道和零售模式创新进行探索和挖掘。双方拟通过东方明珠旗下东方购物平台与富士康集团旗下富连网平台间的合作，共同推进双方平台发展及平台经营的电视及其他智能家居产品的销售。合作范围包括不限于东方购物轮播栏目、边看边购、商品主动推荐、大数据精准推荐等。

另外，双方还将致力于在 8K 领域进行深度合作，共同构建 8K 生态布局，合作内容包括但不限于 8K 内容制作宣传、8K 媒体实验室。具体为：1）双方拟整合各自资源优势，共同打造 8K 媒体实验室，并积极引入各自在 8K 生态领域的其他合作伙伴，共同打造 8K 内容生产团队，充实 8K 领域内容需求。2）双方拟通过对专业内容及团队的规范化管理，在 8K 内容生产、制作领域进行合作，包括但不限于联合摄制电视、电影等 8K 作品。3）双方将共同探索 8K 内容的制作、传输、播放以及 8K 技术的其他应用，致力于共同制定并推广 8K 领域行业标准。

而东方明珠与工业富联将基于物联网智慧城市合作的业务范围（包括但不限于物联网神经网络、城市综合治理管理产品开发及业务集成、智联城市大脑等），在资本、基础设施、物联网应用、平台等方面进行深度合作，并互通销售渠道，共享市场资源，实现资源互补和共赢。

具体为：1）运营层面：双方将共同投资建设物联运营主体，在资本、基础设施、网络技术方面实现资源互补和共赢。① 双方将合资共建平台公司（以下简称“平台公司”），主要开发城市大脑、物联网运营管理平台、智慧城市运营平台等产品。原则上，双方拟按照对平台公司实缴的出资比例分配利润。② 双方将合资共建运营公司（以下简称“运营公司”），主要运营区域性物联专网，并提供城市精细化管理解决方案。③ 双方承诺，双方将充分发挥其及其旗下相关公司的国内外市场资源，并互相开放其在相关领域的技术能力，协助平台公司和运营公司竞争智慧城市领域行业市场份额。2）平台层面：双方将基于各自在人工智能、大数据、云计算、物联网等领域的技术成果和生态资源，共同为城市精细化管理提供平台、应用、终端等服务。① 双方将共同协助平台公司建立区域性物联专网运营管理系统。② 双方将共同协助平台公司开发物联网开放平台产品，该平台产品应具备向物联终端开发者、应用解决方案商等主体提供数据、算法等服务的能力。双方拟共同辅助平台公司建立物联网产业生态。③ 双方拟在多个垂直领域（包括但不限于消防、医护、家居等）进行数据平台和专业应用的深入合作。3）业务层面：双方将相互开放其在物联网领域的生态伙伴和已经或将要结成的行业关系，通过各自的工厂、医疗、城市大脑等资源，共同建立产业联盟和投资基金，推动物联网产业生态。① 双方承诺将优先依托于平台公司所开发的物联网开放平台产品进行物联网领域的市场拓展。双方拟共同拓展城市服务、智慧工厂、智慧医疗等领域的市场，构建产业生态，落地产业园区。② 双方拟共享生态伙伴，共同建立物联网产业联盟，共同编制相关行业规范和标准，并将其应用于物联网智慧城市建设。③ 双方将共同成立物联网、人工智能、大数据等领域的产业投资基金。

对于海外项目的合作，双方拟共同打造海外华语文化交流平台，在大陆地区以外的市场

进行全方位深度合作，合作领域包括但不限于内容版权、产品运营、渠道推广、平台建设、市场营销等。具体为：1) 双方将相互提供各自的海外渠道及品牌资源，共同拓展海外多业务渠道。东方明珠侧重于新媒体平台的运营及拓展，工业富联侧重于智能软硬件终端及云平台产品的推广。2) 双方将共建海外支付渠道，该海外支付渠道拟采用双认证、双计费的方式实现用户订购及计费系统对接。双方的海外支付方式互为补充，可直接调取对方在海外支付渠道中的支付模块，并按照约定的分成比例实现定期对账及结算。3) 双方将共同打造包含音视频直播、点播等增值服务等产品。4) 双方将共同实现海外新媒体业务平台相关系统模块之对接（包括但不限于用户系统、支付系统、数据系统等）。

(3) 广电将与电信互联互通，广电出口带宽将圆梦

编辑：科讯广电网 skila 来源：常话短说 2018年06月13日 10:33:40

据广电总局官网报道，工信部信管局近日正式印发《关于推进中国广电与其他骨干网单位网络互联互通相关工作的通知》。

通知明确提出，中国广播电视网络有限公司成为互联网骨干网单位的身份，国网公司与其他互联网骨干网单位本着技术可行、经济合理、公平公正、互相配合的原则实现网间互联互通，通过工信部京沪穗互联网交换中心（NAP点）和全国13个骨干直联点与其他骨干网单位进行网间互联。

国网公司表示，将根据通知精神，加强与中国电信、中国移动、中国联通等互联网骨干网单位的沟通，争取尽早在NAP点和直联点实现互联互通。

同时，积极做好广电宽带业务顶层设计、资源整合、组建各省网络公司参与的宽带运营公司，开展安全可靠的广电宽带业务运营。

此通知的出台，让长期困扰中国广电发展的宽带出口问题或，许将得到迎刃而解的机会。

而在中国广电成立4周年之际，这也意味着其使命得到了阶段性体现。

后续，对外如何为行业利用好这张牌，对内如何与网络互联互通乃至网络整合结合，将是中国广电的命题作文，也是需要体现大智慧的时候。

1) 历史

我国骨干网之间的互联模式主要有三种，分别是通过互联网交换中心（NAP点，NetworkAccessPoint）互联、对等直联和转接互联。

2000年开始，为打破国内互联网产业中原中国电信Chinanet“一网独大”的局面，信息产业部在网络资源相对集中的北京、上海、广州分别建立了国家级交换中心，也即上文提到的京沪穗互联网交换中心（NAP点）。

NAP在我国宽带互联网发展之初很大程度上提高了网络资源利用效率，但随着宽带互联网规模的扩大，其局限性也逐渐体现，特别是NAP点的流量结算政策，被认为是“赢者通吃”的游戏。

2013年12月30日，工业和信息化部在北京、上海、广州三个骨干直联点外，增设成都、郑州、武汉、西安、沈阳、南京、重庆七个新的骨干直联点，使国家级直联点增加至10个。

2016年11月，工业和信息化部组织召开专家评审会，对浙江、福建、贵州增设国家级互联网骨干直联点的申请进行了评审。会后陆续批复同意增设杭州国家级互联网骨干直联点、贵阳贵安国家级互联网骨干直联点、福州国家级互联网骨干直联点。也就是上文提到的13个骨干直联点。

从上述信息可知，本次工信部对中国广电可谓“毫无保留”，开放了全部骨干网互联互通。

虽然后续关于网间结算政策、互联互通技术方案等一系列后续问题，需要中国广电去解决。但工信部的一纸通知最起码让中国广电的身份从游戏的“旁观者”变成了“参与者”，也让第四大运营商更加名副其实，这是完全不一样的角色。

此外，中国广电明确提到，要组建各省网络公司参与的宽带运营公司，开展安全可靠的广电宽带业务运营。这一表述信息量很大，我们知道宽带运营公司已经组建完毕，那么接下来其角色将会占到比较重要。

2) 机会

众所周知，中国广电宽带长期处于比较尴尬的境地，除了自身网络基础设施和市场营销能力之外，很大程度上被出口带宽卡了脖子，不少人自嘲为电信的打工者。

为了解决广电宽带业务发展所需要的出口问题，各地的广电运营商可谓“八仙过海各显神通”，通过与弱势电信运营商合作、第三方购买，乃至 IDC/镜像缓存等解决，甚至养肥了不少赚差价的“中间商”，但始终无法从根子上解决问题。

而在2010年三网融合政策出台，以及2014年组建的中国广电公司，一个很重要的命题、或者说使命就是完成全国广电网络的互联互通，解决广电宽带出口问题。

因此，长期以来，广电人都有一个出口带宽之梦，这也是三网融合公平竞争的体现。

客观而言，中国广电获得骨干网互联互通，也与“时局”有一定关系。

首先，IPv6的部署作为国家级战略工程推出，其中明确提到：实现骨干网互联互通。建立完善IPv6骨干网网间互联体系，升级改造我国互联网骨干网互连节点，实现互联网、广电网骨干网络IPv6的互联互通。

其次，无论是三网融合、广电国网使命，还是十三五规划等相关要求，广电与电信的互联互通工作都是一个标志性事件，都到这个时候了，也需要向各方有所交待。

当然，虽然小编并不知道其中的谈判细节，但考虑到中国移动都因为宽带出口被人欺负的现状，想必也离不开中国广电同仁们艰苦卓绝的努力，才得到了这来之不易的收获，在这里应该为中国广电点赞！

（4）中国新闻事业发展报告发布：媒体转型与融合发展受关注

编辑：passion 来源：澎湃新闻 2018年06月20日 15:13:22

2018年6月19日，中国记协发布《中国新闻事业发展报告（2017年）》，其中，媒体转型与融合发展部分备受关注。媒体融合依然是2017年中国媒体发展的主题，传统媒体与新兴媒体融合提速升级，内容与平台、渠道、技术、管理一体化发展，正向“融为一体、合而为一”的深度融合迈进。

一、报刊、通讯社

近年来，随着报纸期刊单位对数字出版转型重视程度和认识深度的不断提高，转型升级步伐逐渐加快，转型升级思路日益清晰，转型升级路径渐趋明确，并取得初步阶段性成效：主流媒体阵地大大拓展，数字化新内容生产能力、传播能力显著提升，数字出版业务与传统出版业务优势互补、互为助力、此长彼长的态势日益凸显。

1. 中央厨房模式被广泛采纳

通过采编流程再造，搭建“一次采集，多种生产，多元发布”的“中央厨房”发展模式正在被越来越多的报纸出版单位所采纳，已成为新型主流媒体数字化转型升级的重要支撑。重庆日报报业集团、广西日报报业集团、温州日报报业集团、贵州日报报业集团、四川日报社、辽宁日报社等纷纷建立起“中央厨房”式的全媒体发布平台，通过创新体制机制，转变发展理念和思维，改变了过去传统媒体与新媒体单打独干的状态，实现了“记者一次采集信息、厨房多种生成产品、渠道多元传播给用户”的全媒体形态、24小时全天候的生产。

2. 直播、音频、短视频和融媒产品成为创新重点

传统媒体顺应新时代用户使用习惯和场景变化，突破传统的文字形式，提供导向正确和具有公信力的直播、音频和短视频产品，赋予内容产品时代新定义，成为当下传统媒体和新媒体融合的主要方式。譬如，新华社不断完善基于互联网的新型供稿库产品功能，打造“卫星供稿线路+全媒体供稿库”新模式，升级面向新媒体用户的多媒体发稿线路，推出面向视频机构用户的短视频供稿专线，持续改进产品结构，提升服务体验；坚持内容创新，以时政类微视频为支点，把主旋律与微传播相结合，推出一批浏览量过亿的融媒体产品。安徽少年博览杂志社将“看”与“听”结合，打造“小耳朵听吧”语音广播故事平台，并在微信公众号先后推出一系列语音节目。

3. 积极应用新技术打造新平台

随着VR（虚拟现实）、AR（增强现实）、大数据、AI（人工智能）技术快速发展，传统新闻单位在数字化转型升级发展的过程中，也紧跟技术趋势，通过技术层面的提升，使新闻报道内容的传播价值达到最大化，形成独特优势。例如，新华社运用增强现实技术投射到无人机拍摄，在2017年两会期间，推出首款AR新闻报道产品《从拾荒妹到全国人大代表——蔡群和她姐妹们的人生逆袭》，在贵州代表团会议上发言时，人大代表蔡群将现场的蜡染刺绣扫入平板电脑的视频报道中，苗绣的制作工序、苗寨风情、创业故事、扶贫建言与现场的蜡染刺绣实现了“有机”的融合。四川日报报业集团的封面新闻自主开发的“小封机器人”与用户见面，成为国内报业集团中首家拥有聊天机器人的APP；同时，封面新闻“因人而异”

的算法推荐更加成熟和优化，机器人写作技术不断完善，向 AI+媒体的前沿领域持续进军。此外，微博、微信公众号已成媒体标配，各大报纸期刊媒体普遍用微信公号构建新传播矩阵，扩大自身的传播力与影响力。

4. 利用媒体品牌影响力实现本地化服务

随着媒体融合进程的逐渐深入，传统报刊媒体特别是地市报、都市报和生活服务类报纸期刊的“信息+服务”垂直化战略开始表现日益亮眼。以用户为中心，以提升用户体验为目标，为更好地服务本地用户，越来越多的都市报开始布局垂直服务性的开放式平台，深度垂直服务区域用户。譬如，北京青年报于 2013 年 10 月成立了北青社区传媒，致力于打造北京社区 O2O 综合服务平台，该平台除了为用户推送本地化、社区化的新闻和资讯外，还为用户提供一系列的本地生活化服务项目，拥有覆盖北京近 60 个生活圈的 OK 家社区 APP；130 家扎根社区服务居民、解决最后 100 米物流的社区驿站等。羊城晚报报业集团则于 2016 年 3 月推出羊城派客户端，该产品定位是为本土老百姓提供基于生活资讯、邻里社交等方面的智能化本地服务，成为区域社区活动和社会治理平台。

二、广播电视

2017 年，广播电视行业加快实施“智慧广电”战略，加大融媒体融平台、新闻客户端、数据中心等重点项目的建设力度，加强基础设施、技术标准建设和科技项目攻关，加强融媒体内容创作生产，大力推出融媒体产品。行业融合传播的基础更加扎实、机制更加完善、效果更加显著。

中央人民广播电台、中央电视台、中国国际广播电台和省级新闻出版广电媒体智慧融媒体建设明显提速，中国广播云平台、“央视新闻”、“中华”系列客户端、芒果 TV 等新媒体品牌已呈现出较大影响力、较强竞争力。跨地区、跨层级的联合融合发展模式在广播电视领域不断涌现，成为带动广电媒体转型升级的有益尝试。

1. “国家队”持续发力引领深度融合

中央人民广播电台、中央电视台、中国国际广播电台为代表的广电“国家队”坚持移动优先战略，加强顶层设计、资源整合、机制创新，融合传播能力迅速提升。

中央人民广播电台中国广播云平台项目一期建设工作基本完成，移动互联网（车载）集成播控平台已汇聚 400 余套直播频率节目及超过百万时长的版权音频节目。截至 2017 年 11 月底，广播云采编系统再造了中央人民广播电台和全国 61 家广播电台、2300 多名编辑记者行业协作的新闻采编流程和共享机制，实现了资源共享共用、共采共编。此外，媒资系统内容建设初见成效，年均入库播出节目约 3.8 万小时、各类音频素材 9.2 万余条，已成为国内广电行业中数量最庞大、内容最丰富的音频数据库。

中央电视台基础资源云平台、一体化云平台、集成发布平台和大数据平台建设加快推进，一体化协同制作、多渠道协同分发、多终端互动呈现、全媒体精准传播的模式逐渐成形。截至 2017 年底，“央视新闻”新媒体用户突破 3.5 亿，央视网多终端月度全球覆盖用户达 11.28 亿人，“央视影音”客户端累计下载量超过 6.1 亿，“央视财经”新媒体总粉丝和订阅户突

破 6532 万，“央视体育”移动客户端累计用户突破 750 万。大小屏互动直播、大小屏融合互动报道等在央视已实现常态化。中国国际电视台（中国环球电视网，CGTN）坚持移动优先、重在社交，拓展新兴媒体对外传播渠道，已逐步形成内外一体、协调联动、差异互补的海外融合传播格局。

中国国际广播电台依托“中华云”建设媒体融合新型生产制作系统，历经两期项目建设，2017 年已初步完成融媒体技术支撑系统的建设工作，实现中华媒体云、中华云融合传输覆盖网、中华云终端应用服务三个层面的完整架构。以客户端 ChinaNews、ChinaRadio、ChinaTV 为引领，中国国际广播电台延伸打造中英、中俄、中意、中老、中柬、中塞等“中华”和“China”系列的多语种特色化客户端，实现多语言阅读、收听和收视。截至 2017 年 12 月底，中国国际广播电台全台新媒体用户数超过 3 亿，多媒体阅听量日均接近 3200 万。

2. “地方队”因地制宜多元发展

省级和市县媒体因地制宜、主动作为，逐渐形成各具特色的融合发展模式。北京、上海、江苏、浙江、湖南等省级电视台融合媒体平台建设均取得显著成效。

上海广播电视台在台、集团发展战略中，整合原电视新闻中心、外语中心、看看新闻网成立融媒体中心，建立了涵盖东方卫视频道、百视通 IPTV、手机电视、BesTV 互联网电视平台、“看看新闻 Knews”手机客户端等多种渠道的视频聚合和分发机制。湖南广播电视台以“芒果云”体系为依托，2017 年实现湖南卫视和芒果 TV 媒资、内容、技术、数据的互联互通，并通过“一云多屏、多屏合一”的平台入口和特色内容优势，台网彼此借力构建现代新型传播矩阵。目前芒果 TV 位居网络视频行业第四位，2017 年预计盈利 4-5 亿元，正走出一条传统广电媒体独特、有效、可持续的深度融合发展之路。

湖北“长江云”平台定位于省域生态级融合平台，通过平台共建、资源共享、优势整合，打破省市县三级媒体在媒体融合进程中单打独斗的局限，联合各级政府的政务资源，打造具公信力的新媒体平台。截至 2017 年年底，已有 117 家省市县媒体纳入集群，共享“长江云”平台的“中央厨房”，汇聚各类媒体产品 8112 个。广东推出全国首家以广电主播为核心内容的直播平台“荔枝直播”，探索广电主播的“高格网红”之路；推出仅一年的移动端新闻资讯聚合产品“触电新闻”，截至 2017 年 12 月底已有 1.6 万个“触电号”入住，下载量超过 1500 万，日活用户 170 万，逐渐形成了以广电媒体为主的平台型新闻聚合生态。江苏广播电视台的“荔枝云”平台、浙江广电集团中国蓝融媒体中心等，在推动传统广电媒体向融媒体转型，构建现代、立体的新闻传播体系等方面也卓有成效。

3. 跨地区、跨层级的联合融合发展模式不断涌现

一是“央媒搭台、大家唱戏”。2017 年 2 月 19 日，中央电视台上线平台型产品“央视新闻移动网”，通过构建资源共享、高效分发的通稿系统和媒资系统，推动各级电视媒体与新媒体一体化深度融合。截至 2017 年底，“央视新闻移动网”发布短视频 178226 条、移动直播 4094 场，用户数量突破 100 万，在应用商店新闻类排名由 320 名上升至 38 名。通过平台搭建实现广电系统专业优势的集聚，形成了主题主线报道的“国字号联合舰队”。

二是省级广电正在打造区域范围内的联合发展。湖北广播电视台与湖北省内市、县上百

家媒体机构（含地方广电、报社、网站）联合，依托“长江云”移动新闻采编体系和云稿库，组建覆盖全省各级上千名记者的“云上联合报道团队”，逐渐形成全省主流媒体“抱成团，结成片，连成网”的新局面。广东广播电视台发起“广东广电媒体融合共同体”，聚合带领全省 20 多个地市台在共享文稿库、版权保护、媒资运营等领域携手共进、融合发展。

三是以市县为主体的地方广电跨区域联合发展。如山东“轻快”手机台以基于第五代超文本标记语言（H5）技术为依托，为基层广电特别是中西部地（市）县广电媒体融合发展、转型升级提供解决方案、技术支撑和服务平台。截止 2017 年底，“轻快”的合作台已覆盖 25 个省份 206 家市县广播电视台和全国 600 多家党政企事业单位，有效推动了基层广电以低成本实现融合发展及移动互联转型。

4. 有线网络积极实施“智慧广电”和“宽带广电”战略

有线电视数字化双向化和宽带网络建设稳步发展。截至 2017 年年底，全国数字电视用户数达到 2.03 亿户，较 2016 年底增长 0.63%；有线电视数字化率达到 90.76%，较 2016 年底增长 2.5%；双向网络覆盖用户超过 1.59 亿户，双向网渗透用户超过 7900 万户，有线宽带用户超过 3100 万户，高清数字电视用户超过 8500 万户。

全国有线电视网络整合、有线电视互联互通平台示范试点、有线无线融合网络试验扎实推进。截至 2017 年底，中国广播电视网络有限公司已与河北、青海、宁夏、内蒙古、广东、黑龙江、重庆、新疆等八省（区、市）签订整合协议，网络整合成效明显。互联互通平台“云服务、广电宽带网和融合智能终端”技术架构渐成体系，“平台 IT 化、传输 IP 化”策略初步落地，基本做到了可管理、能运营。京沪 100G 等智能光传输网络已完成大部分建设工作，涉及站点超 150 个，线路总长超 2 万公里；宽带广电网络升级覆盖 6 个核心节点和 10 个骨干节点，总端口容量达到 11.56T；广电云平台在北京、西安等的数据中心基本建成，并已提供现网服务；融合服务平台已具备 300 万用户服务能力；BOSS 系统现已具备 1000 万用户数据处理能力，为广电融媒体化信息服务功能提供了有力支撑。

各省网络积极介入智慧家庭、智慧社区、智慧城市和智慧乡村建设。如湖北广电网络与市县合作，打造“智慧仙桃”、“智慧保康”等城市或农村信息化服务体系。贵州通过“广电云”与各级政府、公安系统、民政系统等深度合作，全面进入智慧城市、电子政务、健康养老等服务领域。广东广电与电视台、报业、终端厂商、新兴科技公司等广泛开展合作，深度布局智能家庭。

5. “现象级”融媒体产品不断涌现

广播电视新媒体报道实现全面融媒体传播，涌现出一批“现象级”原创融媒体产品。中央电视台实施新媒体“首页首屏首条”工程，打造一批“V 观”系列微视频。全网推送的原创时政微视频《初心》，总阅读量达 12.36 亿，创下时政微视频传播新纪录，被称为时政报道的“走心精品”。在全国“两会”、五一劳动节、香港回归 20 周年、建军 90 周年阅兵等重大宣传报道中，各级广播电视机构主动探索多屏互动直播、融媒体传播新方式，实现大小屏融合互动报道常态化。十九大期间，中央电视台融合传播观众触达人次达 248 亿，其中电视端 185 亿次、新媒体端 62 亿次，新媒体端发起移动直播 133 场。中央人民广播电台构建起“原声+新媒体”的时政新闻产品矩阵。中国国际广播电台充分利用“China”系列多媒体

平台，打造中外文融合联动报道工作机制。截至2017年12月底，中华（China）系列移动客户端产品下载量已超过500万，国际在线和中华网61个文种网站日均浏览量1322万，形成全台共享、多点发布“新媒体+”报道新格局。

从中央媒体到省市县媒体，移动直播成为新常态。“央视新闻移动网”上线不到一年，发起直播4000余场，传播品质不断提升。大型纪录片《还看今朝》播出期间，“央视新闻”新媒体发起系列移动直播十多场，总观看人数近2000万，主持的微博话题阅读量超过2亿。广东广播电视台“触电新闻”、江苏广播电视台“荔直播”等移动新闻平台聚焦春运、全国两会等推出多场直播。此外，遇到突发新闻事件，广播电视的移动直播在“准”、“新”、“微”、“快”上下功夫，手机屏先期发声，电视屏深度跟进，打造与主流媒体品格和气质相一致的移动新闻精品。在基层广电，移动直播已经让很多市县台重归本地主流媒体的地位，成为当地党委政府推动工作的重要平台和抓手。

6. 海外融合传播亮点突出

一是以融合传播为发展立足点。2017年10月10日，CGTN建成启用融媒中心，可实时共享中央电视台所有电视和新媒体新闻资源，并能汇聚全球两万五千多家网络媒体和七十家权威媒体机构的资讯，全天候提供适应电视、移动网、客户端、社交媒体、视频通讯社等多渠道、多形态传播的新闻内容和产品。在十九大报道中，CGTN新媒体总发稿量达4119条，总阅读量超过3.7亿，总独立用户访问量达到2.8亿。

二是拓展海外社交平台。针对国际传播的特点，坚持“为我所用”，善于借力发展，用好国际主流社交媒体平台。截至2017年12月底，CGTN新媒体全球活跃粉丝数超过9532万，总阅读量超过16亿，优兔平台主账号全球点击量突破3亿次；CGTN脸书总粉丝量超越BBC和CNN等西方主流媒体，成为该平台全球第一的新闻媒体主页。央视网在海外社交平台运营的“CCTV”和“熊猫频道”系列账号总粉丝量也超过6335万。此外，中国国际广播电台充分利用语种优势，在海内外社交媒体平台开设了43个文种的226个账号，粉丝总量超过1.1亿，海外粉丝数超过5400万。央视网海外社交平台粉丝数达到8700万，CCTV系列账号脸书平台贴文阅读量近79亿次，熊猫频道浏览量近29亿人次。

三是以融合传播方式打造特色外宣品牌。组建伊始即按融媒体思路进行顶层设计的CGTN，目前已经成为我国以新闻为主的特色外宣品牌。根据在全球16国抽样调查数据显示，发生中国相关重大国际新闻时，选择收看CCTV/CGTN的受众由2016年的8.1%提升至12.8%，品牌好感度为3.52分（5分制），高于半岛台、欧洲新闻台、法兰西24、TV5、今日俄罗斯、NHK等。仅2017年一年，通过融媒体传播，CGTN在法国、菲律宾、尼日利亚、肯尼亚、坦桑尼亚、乌干达、刚果（金）7国的观众规模平均增幅53.3%，其中英语频道观众规模增幅达73.1%，品牌特色日益鲜明，知名度与日俱增。此外，中央电视台熊猫频道通过新媒体传播，也已成为特色鲜明的外宣品牌，多平台累计浏览量超47.1亿，部分视频被包括BBC、NBC等50多家境外媒体和网站转发。

三、新兴媒体

1. 新兴媒体加强正能量宣传，传递积极向上的主流价值观

2017年，新兴媒体正能量传播影响力进一步扩大，主旋律、社会主义核心价值观和正能量得到有效弘扬和传播。一是新媒体语境下主流媒体舆论引导力不断提升。十九大期间，人民网累计发布十九大相关报道超过1.4万篇，总点击量超过13亿，原创报道被广泛转发，深入解读十九大报道，传播党的政策方针。“新华访谈”7场独家专访第一时间权威解读十九大报告，“新华网评”持续主动发声，近2.5亿人次参与“十九大热力榜”等大型互动征集点赞活动，成为网上舆论引导的主旋律。二是社交媒体逐步发挥社会担当。互联网平台主体责任进一步加强，社交媒体平台从随波逐流追逐热点向旗帜鲜明表明态度转变。微信通过公众平台辟谣中心、辟谣小助手等系统工具，拦截谣言文章累计60余万篇，谣言安全教育累计传播量超过2000万，累计科普3.4亿次。微博利用微博故事、群发、正能量微博、视频等核心资源和产品，配合媒体议题设置和特别策划，实现微博平台和媒体报道有机结合，中央电视台系列电视专题片《将改革进行到底》《法治中国》在微博推广后，总阅读量突破20亿人次；人民日报微博9月上线“我爱你中国”话题，在微博获得15.8亿人次的阅读量；新华社十九大期间推出《全息全景！身临其境看报告》《人民大会堂的“十九大时光”》等互动性融媒体作品，网民累计浏览量均超过5亿。

2. 新兴媒体反映民众关切，保障网民合法表达权

习近平主席在2017年新年贺词中的“撸起袖子加油干”引起网络强烈反响，刷爆各大社交媒体。“十九大”“不忘初心、牢记使命”“一带一路”“共享经济”“人工智能”等词语入选网络热词，反映出网民对国家重大政策方针、时代发展变化的重要关切。通过网络论坛、自媒体公众平台以及网络群组交流等途径，公民开展日常生活、社会见闻及公共事务信息交流，充分体现了宪法法律所保障的公民知情权、表达权、参与权和监督权。同时，“前台自愿，后台实名”原则进一步强化网民责任感，将网民的内在道德约束转化为外在的法律约束，有效减少虚假信息数量。

3. 网络信息流通安全有序，推动网络健康规范发展

2017年，中国政府致力于加强和创新社会治理，强化运用互联网技术和信息化手段开展工作。通过政务新媒体做好政务公开和政策解读，新媒体成为政府和民众顺畅沟通和良性互动的桥梁，逐步形成有效的社会治理、良好的社会秩序。同时，推动网络空间从单一主体的政府管理向多元互动的综合治理转变，呈现出党委领导、政府主导、多方参与、良性互动、协同治理的理念和格局，构筑网上网下同心圆。2017年，中国政府通过多部门联动，持续整治网络谣言、打击网络犯罪、打击网络色情，并通过“护苗行动”，为青少年营造健康安全上网环境，通过举办“网络安全周”等培养公众网络安全意识。网络上的“键盘侠”和“水军”越来越少，不文明、不理性、不健康、不真实的信息没有了藏身之地。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）VR周报：CES Asia2018 大朋 DPVR 神秘新品众测；Leap Motion 北极星 AR 头显正式开源；HTC 与丰田联手推出 VR 汽车试驾系统……

本文作者：祝璇 责任编辑：2018年06月08日

【VR周报】栏目是众视媒体推出的VR/AR行业系列报道，旨在分享VR/AR领域实时动态、精彩观点与技术成果，推动VR/AR生态健康发展。以下为2018年6月4日至6月8日

行业动态：

CES Asia 2018 大朋 DPVR 神秘新品众测

在即将于 2018 年 6 月 13 日 开幕的全亚洲最大的消费电子展 CES Asia 2018 上,大朋 (DPVR) 将在 N1 馆 1302 展位 , 以 “现场众测” 的方式推出 DPVR 神秘新品。

大朋 (DPVR) 此次计划邀请包括众多媒体记者、自媒体、VR 爱好者、大朋 (DPVR) 老用户在内的总共 100 位 “神秘众测官” 到 CES Asia 现场, 共同 “打磨” 这一新品, 期待能够通过这些消费者的体验和反馈, 不断改进和优化产品体验, 打造出一款真正契合消费者需求的 VR 产品。

Leap Motion 北极星 AR 头显正式开源

2018 年 06 月 07 日, 对于 Leap Motion 而言, 他们认为物理世界和虚拟世界将在未来融合成一种单一的神奇体验, 而体验的核心则是手部追踪。Leap Motion 表示, 手部追踪可以解锁专注于虚拟现实和增强现实的交互模式。为了探索 AR 交互设计的概念, Leap Motion 开发了 AR 头显开源平台: 北极星。

HTC 与丰田联手推出 VR 汽车试驾系统

近日, 丰田汽车与 VR 头显大厂 HTC 合作推出了 VR 汽车试驾系统, 目前已经在台湾多达 100 家线下店铺推广实行。

丰田此次的 VR 汽车试驾系统《TOYOTA VR Driving Safety Simulation Experience 》采用了 HTC 的最新主流 VR 眼镜 VIVE Focus, 据称该系统完全不需要驾驶实车就可以安全高效的体验丰田汽车的全部性能。

目前该系统已经在台湾多达 100 家店铺推广实行, 体验者反响非常不错, 丰田表示或将该系统推广到更多国家地区, 而 HTC 的最新 VR 眼镜 VIVE Focus 也似乎抓住了一块大商机。

德国 VR / AR 软件公司 Innoactive 宣布完成了 440 万欧元融资

近日, 德国慕尼黑 VR / AR 软件供应商 Innoactive 宣布完成了 440 万欧元 (约合 115 万美元) 的融资, 本次融资由是 Unternehmertum Venture Capital Partners 领投, Capnamic Ventures 参投。品开发, 以及扩大开发团队。

Innoactive 是一家 B 端 VR 办公开发商, 想通过 VR 协作提高团队工作效率。具体来说, Innoactive 可以为企业创建自定义的 3D 空间, 并将实体会议工具转换进入 VR 空间。

Innoactive 成立于 2015 年, 为汽车、航空航天、制药和零售等行业提供 VR / AR 软件解决方案。旗下推出了一款软件平台——Innoactive Hub, 目前为大众汽车提供员工培训服务。该公司还与 MediaMarktSaturn、卡尔蔡司、德国铁路、奥迪和大陆集团等企业均有合作。

Innoactive 创始人兼首席执行官 Daniel Seid 表示：“特别是在生产和物流领域，VR 培训大大降低了企业管理人才的成本和差旅费用。借助 Innoactive Hub 平台，我们为用户提供了全新的 VR 体验。企业也可以更快更轻松地创建培训内容，并且将其推广到全公司。”

此外，Innoactive 支持跨设备协作，可以兼容 HTC VIVE、Windows MR 头显和 HoloLens。

前 Meta 高管推出 AR 头显 DreamGlass

2018 年 06 月 07 日，虽然增强现实技术一直在稳步普及，但大多数人只能通过智能手机进行体验，因为市场上的主要 AR 头显在价格上都令普罗大众“只可远观而不可亵玩”。DreamWorld 希望可以改变这一情况和其他问题，为此，他们正式推出了 DreamGlass AR 头显。

DreamGlass 头显支持 2.5K 分辨率和 3 自由度头部追踪，可以连接至智能手机或 PC。DreamGlass 头显可以通过 USB-C 连接器与智能手机对接，从而允许用户把智能手机触摸屏作为控制器，并与相关的 AR 内容进行交互。

DreamWorld SDK 基于 Unity，支持 Windows 和安卓。开发商在设计上尽量降低了 SDK 的使用难度，从而鼓励新开发者创建内容。为了进一步强调它对普通消费者和小型开发者或独立开发者的亲民度，DreamWorld 头显的定价为 399 美元，这显然比微软 HoloLens 等设备要更便宜得多。

VR/AR 创作大赛在京开幕

6 月 5 日，由北京师范大学新闻传播学院和人民网共同主办的第三届中国 VR/AR 创作大赛开幕式暨中国 VR/AR 全球战略发展论坛在京举行。

人民网与北京师范大学签署中国 VR/AR 产业全球战略合作协议。双方将以学术研究、智库支持、内容产品生产、行业引导等为抓手，推动中国 VR/AR 产业发展。本次签约旨在集结社会各方科技力量，将人民网的强大媒体平台与北师大的创新学术力量相结合，共创中国 VR/AR 产业的新产品、新平台以及新纪元。

区块链支持的 VR 平台 Yumerium 与 Virtual World Arcade 合作

Yumerium 是加利福尼亚州的 Subdream Studios 的创建者，他们的目标是创造一种社交体验，可以缩小家庭 VR 和基于位置的 VR 商场之间的差距。近日，该平台已与 Virtual World Arcade 配对，作为实现此目标计划的一部分。

与 Virtual World Arcade 的合作将允许其他两款游戏进入平台。首先是 Crystal Reign，这是一款 VR 塔防游戏，玩家需要与林地生物作战以防止他们摧毁基地。第二个是 CYCOM Cybernet Combat，一款 VR 多人射击游戏，玩家可以使用一副特殊的卡片来加强武器和防御，以帮助对抗其他玩家或 AI 机器人。

荷兰 VR 创企 Beyond Sports 完成 236 万美元种子融资

2018 年 06 月 08 日,先进的前沿技术正在得到体育界的青睐,而荷兰 VR 企业 Beyond Sports 正在掀起新一轮的浪潮。了解到,他们已经完成了 236 万美元的种子轮融资。

这家创企主要是利用 VR, AR 和 AI 等最新技术来帮助体育球队改善他们的成绩。据了解, Beyond Sports 将利用最新的融资金来扩充产品开发团队,并且进军体育和医疗保健的其他市场,尤其是针对北美地区。

(2) VR 周报: 足球 VR 电影正式上线; AR 智能眼镜将发; 大朋 DPVR 再掀体验热潮; VR 实况直播登陆 IOS 和安卓.....

本文作者: 祝璇 责任编辑: 祝璇 2018 年 06 月 15 日

【VR 周报】栏目是众视媒体推出的 VR/AR 行业系列报道,旨在分享 VR/AR 领域实时动态、精彩观点与技术成果,推动 VR/AR 生态健康发展。以下为 2018 年 6 月 11 日至 6 月 15 日行业动态:

足球 VR 电影《幻象大师-伊涅斯塔》 6 月 14 日正式上线

desports 双刃剑体育开发制作, Gamepoch 星游纪发行的 VR 电影《幻象大师-伊涅斯塔》将于 6 月 14 日以追加内容的形式上线。单集售价 65 元人民币,四集正片合集售价 190 元人民币,同步登陆全球的 PlayStation®Store。

2018 又有新料 AR 智能眼镜将发

今天, Rokid 在其官方推特放出了一张 Rokid Glass 的设计手稿,并表示最终版的设计将于 6 月 26 日的发布会上揭露。

根据 Rokid 的推文表示,6 月 26 日将有揭露这款产品的 Final Design,很可能就是当天会同步发布这款产品。这么看来,6 月 26 日的 Rokid Jungle 2018 将有智能音箱、自研 AI 芯片以及这款 Rokid Glass 发布。

AR-VR 外科手术 Beyeonics 完成 1150 万美元融资

2018 年 06 月 14 日,以色列国防和电子产品承包商 Elbit Systems 日前宣布,旗下子公司 Beyeonics Surgical 已经完成了 1150 万美元的融资。这是 Beyeonics Surgical 自 2 月份从 Elbit 剥离以来的第一笔融资。

Elbit 的一位发言人表示,五家未公布名称的机构对 Beyeonics Surgical 进行了投资,包括一家美国医疗器械行业的公司。

Beyeonics 主要是为外科医生开发可视化技术。通过直接在外科医生的视场中传输实时高分辨率成像,头显可以取代手术显微镜和显示器,帮助外科医生更专注于手术。Beyeonics 的系统采用了 AR 和 VR 技术来提供额外的可视化辅助工具和数据,比如患者的生命体征和其他相关信息。他们的系统现在已经用于眼科手术。

CES Asia 2018 大朋 DPVR 神秘新品再掀 VR 体验热潮

2018年6月13日，全亚洲最大的电子消费展 CES Asia 在上海开幕。大朋（DPVR）携神秘 VR 新品参与了此次盛会，并通过别开生面的“神秘众测”方式，让上百位来自网络和现场的观众，与 DPVR 的神秘新品进行了一场有趣却又充满专业感的新品众测互动。

除在线招募的神秘新品众测官外，大朋（DPVR）在 CES Asia 现场同时开放了“现场众测通道”，“神秘新品”配合“众测邀请”，现场众测活动一触即燃，在开展之后不久，“未来之门”门口就排起了长长的队伍。

VR 实况直播应用登陆 iOS 和安卓

2018年06月15日，BBC 此前宣布，足球粉丝将能首次在 VR 中体验超高清的世界杯。名为 BBC Sport VR - FIFA World Cup 的应用程序将能为观众带来所有 33 场赛事的实况报道。这款应用目前已经登陆谷歌商店，苹果商店（不支持中国区）。

VR 成库里新秘密武器

今天库里的私人训练师在接受采访时，谈到了库里今夏的训练安排：“我们一直在发掘新鲜的训练方式，以此来让库里不断接受新的训练，今年我们和伯克利一家公司合作开发了一款 VR 工具，让库里锻炼自己的视野和决策能力。在每次训练之前，我们会进行 10 分钟左右的 VR 训练，让他的大脑得到真正的刺激和锻炼，让他将注意力全部集中在场上。我们还和这家公司开发了一个时长三分钟的 VR 训练课程，他可以很快地进入专注模式，更好地处理场上的空间。”

谷歌用 VR 展示海洋生态故事 激励人类保护海洋

2018年06月15日，对于世界海洋日，谷歌希望以一种特别的方式来表达对地球上最独特生态系统和最重要资源之一的尊重。谷歌表示：“在今年，我们邀请你沉浸在虚拟现实之中，并潜入谷歌地球所策划的航海冒险中，深入了解我们广阔而多样的海洋，以及她正在面临的一些挑战。”

Cybershoes 推出新款 VR 鞋

在本届 E3 大会上，Cybershoes GmbH 展示了一双专门为 VR 爱好者设计的鞋子，并表示这双鞋可以让 VR 使用者拥有前所未有的体验。

据了解，Cybershoes 推出的这款 VR 专用鞋价格实惠，设计新颖，并可以让用户在虚拟环境中真实行走的感觉。穿上这双鞋，用户可以在 VR 情境中行走和奔跑。Cybershoes GmbH 表示，这双鞋可以与任何 VR 游戏兼容，且支持 SteamVR、HTC Vive、Oculus Rift 和 WMR。

10. 国际动态

(1) 加拿大广播公司：聊天机器人成新“员工”

编辑：passion 来源：中国新闻出版广电报 2018年06月05日 16:22:18

聊天机器人越来越受到媒体关注。

在加拿大广播公司（CBC）的蒙特利尔总部大楼，可俯瞰雅克-卡迪亚桥和年老的莫尔森酿酒厂。在这里，一个特别的会议围绕“聊天机器人”展开，即 CBC 一个小型工程师团队建造的聊天机器人。数字研究和开发总监托马斯·勒·如昂的电脑桌面展示在屏幕上，在他的 iMessage 窗口左边，是美国广播公司、英国广播公司、美国有线电视新闻网和《卫报》的聊天机器人文本。

加拿大的聊天机器人目前尚处于早期阶段——今年 3 月底才正式开始。这个团队只有一名全职工程师，当然，还有两名兼职工程师从其他部门借调过来。

聊天机器人项目是数字研发实验室的努力，众所周知，这个实验室主要是围绕着它的两个核心角色：勒·如昂和协助员泽维尔。他们可以从 CBC 的其他部门借用技术支持人员，偶尔还会雇佣一些自由职业者来帮忙处理一些事情——比如虚拟现实视频拼接技术，这些都超出了员工的专业技能。CBC 和实验室任何时刻都在进行多个项目，从聊天机器人到开发 CBC “谷歌家庭”应用，再到与蒙特利尔的深度学习专家 AI 进行机器学习合作。

“我们知道，我们可以利用技术来提高我们目前作为媒体公司的工作。” CBC 的数字主管这样说道。他在 CBC 工作了一年，在私营科技行业工作了多年。受到来自《纽约时报》《华盛顿邮报》等创新项目启发，他的使命由此变成：让一个 80 多岁的媒体公司变得更加数字化、更有创意。“这不是数字优先”，他强调，“而是一直是数字”。

教“老”媒体公司玩新把戏

泽维尔在 5 年前成立这个实验室，在 CBC 建立一个对新闻行业创新感兴趣的“社区”。当时，他在勒·如昂手下担任新闻部门的社区经理。在参加 SXSW 音乐节之后，他提出将自己的工作和个人兴趣融合在一起的想法。

泽维尔为实验室建立了社交渠道并开始发布。在最初两年里，CBC 实验室仍然是一个由社交媒体驱动的“社区”，偶尔会有一些活动或研讨会供人们参与。但是，随着越来越多的全球媒体开始尝试数字内容和操作工具，泽维尔对实验室的愿景也逐步成熟。他说：“我想做一个真正的实验室，在那里我们可以试验自己，而不仅仅是谈论其他媒体的伟大想法和倡议。”

从一个员工的宠物项目扩展成一个官方的项目，CBC 数字再造的整体部分还需要一些努力。勒·如昂和泽维尔有一个“内部加速器”的想法，可以使 CBC 的员工推出有数字思维的项目和产品。但他们知道，如果没有高层组织的财务和支持，就无法实现这一想法。于是，他们花了一年半的时间，做出一项提案和预算要求，最后这个创意加速器诞生了。

CBC 的员工向加速器项目提交想法——该计划需要数字化、可原型化，还要更广泛地应用于 CBC。在经过评委筛选和公众投票之后，进入最终阶段的选手将与开发人员进行配对，并在 3 个月内将他们的想法变为现实。该实验室目前有足够的资金每年资助 4 个原型（每一个都被分配了 2 万美元的计算机辅助设计）。一些资助的项目包括一个匿名的信息删除站点、一个叫“Journal intime”的播客系列，以及用于跟踪丢失或被偷的射频识别技术。据泽维尔介绍，每一个原型都是根据自己的标准来评估的。

“加速器来自‘地面’。”勒·如昂说，“如果没有管理层的参与，我们将永远无法做出这一加速器，这是一个很好的开端。”通过创意加速器完成的工作，为勒·如昂和泽维尔提供了充足的资金，并最终促成了数字研发实验室的正式建立。

在任何大型、已经建立起来的公司内部进行创新是很困难的，而一个在近几年有大量预算削减的国有公共媒体公司也不例外。勒·如昂和泽维尔的努力已经变成了数字研发实验室。勒·如昂说：“现在我们终于可以大干一场了。”

平台支持成新项目助推器

CBC 提供的资金允许实验室运行几个内部和外部项目。“创意加速器”和“聊天机器人”是 9 个正在进行的项目中的 2 个。另有一个是与康科迪亚大学学习软件工程的学生合作开发的 360 度虚拟现实应用。

一个夏天的晚上，在罗斯蒙特的蒙特利尔社区中一个通风的小酒馆里，叮当作响的玻璃杯和愉快的笑声成为这个实验的完美背景。人们聚焦在 CBC 一个流行的节目《尚在初期晚会》上，一起欣赏一场特别的现场录音。

在过去的 10 个月里，康科迪亚软件工程专业学生们一直在为他们的毕业项目做准备：一款交互式的 360 度虚拟现实应用，可以将流行节目带到人们的家中。这是其中一名学生——奥利维耶，在没获得之前《尚在初期晚会》直播节目的门票后提出的想法。“我们找到了一个解决方案，那就是在虚拟现实中进行直播。”他说，“这就像发送电子邮件一样简单——‘嘿，你们想在虚拟现实做你们的节目吗？’”于是他和他的同学们与数字研发实验室合作开发了这款应用。其中一个同学说：“每当遇到困难时，他们就会帮助我们。”另一个学生补充道：“是 CBC 实验室推动项目取得了成功。”

但是，有一个问题——广播开始时，他们的应用无法工作。泽维尔的眉头紧皱但却毫无用处。在某些问题上，该团队讨论了这款应用已经突破了 YouTube 的要求上限，但最终只有一小部分用户体验到了这一功能。学生们非常失望，泽维尔在这次失败的尝试后说道，“失败是我们工作的一部分。”此后，学生们在另一场节目的录制中有机会挽回自己的失败。与学生合作的经验在很大程度上仍是积极的，数字研发实验室也因此打算继续引进创新的学生项目。

像这样雄心勃勃的项目帮助勒·如昂和泽维尔获得更多的资金和资源，因为他们不仅在帮助加拿大的无线电技术现代化，而且把其放在了新闻和讲故事创新的前沿。

（2）阿根廷国家广播电视台台长：现在要解决信息贫困问题

编辑：passion 来源：当代贵州 2018年06月08日 13:47:09

“我希望阿根廷可以取得今年足球世界杯冠军，但可能比结束贫穷更加艰难。”5月28日，阿根廷国家广播电视台台长米格尔·安赫尔·佩雷拉在2018数博会“创新 洞见——第三届大数据与传媒产业峰会”上发表演讲时，幽默地表达了他对结束贫穷的担忧。

“对于来自新兴国家的我们，面对技术快速进步时，现在和未来已经交错，已经无法分辨现在从哪里结束、未来从哪里开始。”米格尔·安赫尔·佩雷拉阐述了他对技术快速进步时代如何处理贫困问题的见解：“我们必须面对双重挑战，以及封闭、不平等，还有20世纪和21实际的贫穷。”



米格尔·安赫尔·佩雷拉在2018数博会“创新 洞见——第三届大数据与传媒产业峰会”上发表演讲。

“上个世纪的贫穷是物质的贫穷、基础设施的缺乏。”米格尔·安赫尔·佩雷拉认为，“现在新的贫富差距，应该是信息接入、连接的问题以及无法创新的问题”，解决信息贫困问题，已经“无法像十年前一样用一些社会措施去解决”。

米格尔·安赫尔·佩雷拉说，科技的进步和影响力，比以往任何时候都能提高人民的生活质量。“当这些科技进步与信息内容息息相关的时候，可以给我们的人民更好的生产工具，因此提高他们的生活水平。”

说起中国，米格尔·安赫尔·佩雷拉说对他“是非常重要的”，“我现在正身处一个从40年前开始变革的国家，它现在已经告诉全世界如何解决双重的困境，也就是我刚才说的20世纪和21世纪的贫困。”

“习近平主席提出的关于‘一带一路’倡议，是中国政策成熟和成功的产物，现在提供了一些政策给其他的国家，以实现一个共同繁荣和和平的世界。”米格尔·安赫尔·佩雷拉说。

“在这一倡议中，包括阿根廷的公共媒体，我们都想作出一些贡献。”米格尔·安赫尔·佩雷拉说，“我们知道，所有的合作以及所有的持久的友谊，都需要每个人接近所能作出贡献。”

如今，阿根廷在设计、视听制作、纪录片等方面处在领先地位，阿根廷已经“是世界视听产业的生产中心了”。

“阿根廷有悠久的文化和历史，并且尊重拉丁美洲的文化和生活。”米格尔·安赫尔·佩雷

拉说，阿根廷国家广播电视文化“可以成为亚洲国家尤其是中国在拉丁美洲最出色的桥梁。”

阿根廷国家广播电视台与中国相关机构的合作，并不是刚刚开始，两国第一次合作拍摄的《伟大的中国及阿根廷》，“就是一个高质量的产品和具有深远意义影响的纪录片”。

11. 走向海外

(1) 中国国际电视台将在伦敦建立欧洲运营中心

编辑：passion 来源：AsiaOTT 2018年06月20日 15:14:54

中国国际电视台 CGTN 计划在伦敦 Chiswick Park 建立一个欧洲中心，将于 2018 年 12 月投入运营。据悉，新建的大楼占地约 30000 平方英尺，预计将于 2018 年 12 月完工。目前已经开始招募记者，新闻主播，节目主持人和制片人等职位。



据招聘广告显示，CGTN 不久将在伦敦 Chiswick Park 开设一个生产中心，会设置一个数字和电视中心用以制作传播新闻以及其他的在线内容，主要面向的是全球英语语言平台。

据报道，在接下来的 18 个月中，将有 300 多名制片人和新闻记者被录用到 CGTN 位于伦敦的这一新驻地。

CGTN 总部设在北京，目前在华盛顿特区和内罗毕均设有地区办事处。Chiswick Park 已经拥有许多媒体公司，包括 QVC, Discovery Networks, 爱立信, 派拉蒙, CBS 和 UIP 等。

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（1）河南 IPTV 用户数超 600 万 总用户数全国第 7

2018-06-07 09:57 来源： 河南日报客户端

6月5日，记者从河南省通信管理局获悉，今年前四个月，河南省 IPTV 用户发展迅速，新增 115.4 万户，总数达到 644.8 万户，同比增长 62.3%，总用户数居全国第 7 位。



IPTV，又称网络电视，是“三网融合”（指的是计算机通信网、电信网、广播电视网三大网络相互渗透、相互兼容，并逐步整合成为统一的信息通信网络）的成果。现阶段的“三网融合”主要指业务应用层面的融合，比如用手机可以看电视、上网，电视可以打电话、上网，电脑也可以打电话、看电视。IPTV 早在 2011 年就进入郑州，但早期宽带网速慢，用户体验欠佳，市场接受度不高。随着河南省建成全光纤网，并实现了宽带 50M 免费大提速，IPTV 逐步走入千家万户。目前，“三网融合”在一般家庭应用最多的是互联网电视(IPTV)与网络电话(VOIP)。IPTV 的“互动性”与“按需观看”，彻底改变了传统电视单向播放的缺点，从而真正实现个性化服务；而 VOIP 的网络共享，也使得用户的通话资费大大降低。

如今，河南移动、联通、电信三家运营商以及河南广播电视网络股份有限公司均在推进“三网融合”工作，业务的融合为民众带来了实实在在的好处。以河南电信为例，该公司发挥家庭宽带网络资源优势，不断丰富 IPTV 产品内涵，截至今年 4 月份在网 IPTV 用户达到 176 万户，随着包月套餐资费的降低，今年以来用户发展更是迅猛，月均增加用户 10 万户以上。目前，河南电信 IPTV 业务上线了影视、家庭娱乐、教育、体育等多类产品，不仅满足娱乐需求，还提供丰富的教育类产品，覆盖了从幼儿到高中的全部课程。家里已安装网络电视的用户常杨对记者说：“网络电视可以搜索很多内容，功能强大，还不受时间限制，真是太方便了。”

（2）【争鸣】央视分销、咪咕接盘的世界杯版权营销浅析

2018-06-06 09:49 来源： 中广互联独家 作者： 庞双生

导语：近日，业内有一篇刷屏的文章：“中国移动旗下咪咕公司与中央广播电视总台达成战略合作，咪咕公司成为 2018 央视世界杯新媒体及电信渠道指定官方合作伙伴”。消息一出，舆论大哗，尤其有线系的兄弟有一种被“背叛”的感觉，多年以来，习惯拿”央视

3568”说事的有线网络公司心理上连遭打击，先是被迫在央视授权“IPTV”传输“3568”后，将宣传“独家”改为“正版”，如今，又在世界杯转播的稀缺性上，大失所望。我们如何看待咪咕与世界杯的合作，又如何看待央视挂羊头卖狗肉的“合作”？本文笔者试图从营销的角度做一番解读。

壹/央视的生意经

很多同行认为是机构改革，央视从广电总局分离出去成为独立的正部级单位，才导致的有线专属的传播权益大损，这实际上还是所谓的行政思维。央视，冠合作之名，行分销之实，并非仅仅因为不隶属总局，而是自身权益最大化的举措。从它选择的合作伙伴，我们可以看出它的深意——咪咕和优酷，均是有着流量基础，用户基础，但是没有强势的体育解说和内容制作团队。这样一来，央视广告客户多了分发途径，广告赞助价值不降反升；二来，央视靠行政独家垄断的转播权益，得以销售出最大价值，对广告主实行大力收割，第三，央视转播和节目制作团队的影响力，得以触达新媒体受众，强化央视节目IP的媒体价值。但是央视不和腾讯体育、乐视体育这样的强力竞争伙伴合作，原因是腾讯在体育上已经布局多年，凭借NBA等转播已形成良好口碑，而当年“詹俊”张路等来自乐视体育的解说，也给央视转播构成了巨大的威胁，很多球迷戏称看央视，需静音。所以，它和体育解说人才更为匮乏的优酷和咪咕合作。

而咪咕以10亿代价达成和央视的战略合作，其用意更加单纯。第一，它没有人才团队支撑它在体育流量营销上的布局，但是体育流量又是咪咕视频平台化的重要一环，与央视的合作就显得各取所需，恰逢其时。从世界范围看，运营商获得体育版权，在欧美并不罕见。美国运营商服务巨头康卡斯特（Comcast）于2011年完成收购NBC环球【后者拥有13个地方性体育频道和到2020年所有的美国奥运会转播版权】，目前正与迪士尼竞购英国天空电视台【英超】，英国电信旗下的BT体育也拿下了多项体育版权，包括多个赛季的欧冠和欧联杯的英国地区转播权。第二，移动的官宣上，也说和央视的合作不仅仅是世界杯转播这么简单，未来双方或许会在5G直播、场景测试中深度合作，一个运营商和内容供应商的深度耦合的合作正在到来。

贰/移动小算盘

那么问题来了，移动咪咕如此布局是为什么？它对有线行业的影响几何？首先我们必须肯定，这件事本身对我们影响没有想象的那么大，这么多年我们垄断“3568”转播，我们可曾做出来多少让人印象深刻、非用不可的营销案例么？今年央视是给“IPTV”合法授权了，那么之前“3568”不合法的时候，除了我们告赢了官司，联通和电信的IPTV终端里可曾少过一天“3568”？既然用户通过不同的终端收看电视已经成为大概率事件，那么我们的收视费流失或者经营收益下降和这件事其实并没有很大的关联，我们只能看着温水煮青蛙似的用户慢慢流失与跑掉，而没有根本的办法。因为仅靠做视频的搬运工，是无法改变用户收视习惯大势的。如果想完成逆袭转型，我们还要看趋势是什么？对手在怎么做？

其实趋势就是“OTT”，作为运营商中位于没有牌照的中国移动，其魔百合是和OTT功能结合的最好的。“Over the top”的说法，意味着用户不关心通过什么途径去看到他所需要的资讯，他只要能看到就好了。所以，回到初心，就变成了——“你是否有他需要的资讯”。这也是包括欧美运营商和中国移动在内的运营商青睐体育版权的原因。因为这是用户所想看资源，如何保持独家，个性化，才是营销和经营的根本。世界杯的比赛，其实就是那么些画面，但是加上解说，加上专题，加上球迷活动，加上品牌植入，就成了一道味道独特的视觉大餐。这个大餐是哪个餐馆出品，直接决定了这个餐馆的客流和收入，而这个餐馆位于何处，老板是上海人还是广东人，这不是吃货们所在意的目标。未来有线行业的真正危机在于，大家不知道上哪里去找方向。其实我们面临的竞争，并不仅仅是世界杯转播资源的流失，更重要的是，用户的生活方式的改变。罗振宇在演讲里提出了“时间的朋友”的概念，他认为

所有的生意竞争的本质，是抢夺用户的时间，他为此提出了“国民总时间”的概念。用户的时间在哪里，决定了商业价值发生在哪里。是在家用“爱奇艺会员”看大片还是去电影院，是去超市买菜请朋友，还是去饭馆；是把钱给线上的英语培训还是线下的艺术培训，决定了不同商家获利的多少。所以，有很多家有孩童的家庭不开电视就特别容易理解，因为他的时间并不够用，这种低价值的服务他不需要，他只需要在想放松的时候，搜索下想看的视频就可以了。而“抖音”和“快手”同样是我们以及各位运营商朋友的对手，如果我们不坚定的看到未来，保持目前转播频道的简单粗放式经营，那么传呼台倒闭的命运将会在我们身上复制。有人寄希望于传输“党的声音”，其实从国家层面看，无论移动还是联通，所有的国企都是央企，他们同样肩负着守土有责的重任，我们唯一能自救的就是自身的价值。如同移动布局“咪咕”一样，我们还是看看面对抢夺时间的需要，移动咪咕是如何做“时间的朋友”？

叁/咪咕是什么

大家搜索“咪咕视频”就可以得知——“咪咕视频是咪咕视讯科技有限公司面向互联网用户推出的高品质综合类视频客户端业务，提供高质量影视、综艺、直播等优质内容，同时以会员体系作为轴心，实现手机、PC、电视、平板的全场景多终端跨屏权益互通。”这个定义是不是似曾相识？对，这个其实和腾讯用微信构建小程序生态圈，淘宝“让天下没有难做的生意”构建物质消费圈的初心一样，是让所有的精神娱乐类消费，汇聚在咪咕平台。这是中国移动借运营商的用户基数和多年来在文化布局方面的探索形成的平台型生态链架构的尝试，它的对标是腾讯文化，是阿里文化，是十九大以来文化自信、文化产业繁荣的国策。我们详细看到百度词条的解释会看到如下描述：

1) 视频点播

以视频内容为主，打造新媒体生态体系，内容包括热播剧集、综艺、电影、体育赛事等。依托基础流能力建立遍布全国的视频直播服务能力，整合央视及全国各大卫视台直播、回看资源；同时提供直播明星见面会、演唱会、音乐会等各类演出。

2) 资讯热点

提供海量热点资讯信息，网罗汇集海内外最新资讯内容。

3) 多屏互动

提供以手机屏为中心，拓展电视、平板电脑（PAD）、互联网机顶盒等硬件设备的互联互通，实现跨屏视听体验

4) VR

2000 部内容底量，打造私人影院效果、360° 全景让用户置身于现场之中

5) 千路频道

汇聚超 1000 路直播频道，从中央台到地方台到特色台，同时还支持长达 7 天的超长回看，满足用户观看需求并提供丰富的内容选择。

6) 海量短视频资讯

24 小时滚动更新时政、娱乐、体育、军事等短资讯内容，日更新达 2000 条，网聚国内外资讯内容，提供最全、最新的动态资讯，充分保障实时热点发生后 30 分钟上线视频节目，60 分钟上线专题栏目。

7) 体育赛事

全天 24 小时在线直播国内外各大体育赛事，德甲、意甲、中超、欧冠、英超、篮球、网球、排球等直播赛制，匠心打造业界体育第一入口。

8) 最全视频内容

超 72 万小时的海量高清视频内容，覆盖全年龄段用户，经典老片、首映大片、抗战神剧、火热新剧、热门综艺、二次元动漫等应有尽有，给用户呈现影视的饕餮盛宴。

肆/时间的朋友

看到这里，我们就无须多说了，有线行业和移动运营商对“经营用户”的理解已经不在一个层面上，表面看是用户数的争夺，实际上是平台和生态链的重构。移动咪咕先后赞助并发起了多项“咪咕音乐原创计划”“咪咕 G 客网络视频年度盛典”“咪咕助力中国文化 IP 打造的熊猫启航计划”等等活动，咪咕已经在内容生产、版权持有、文化 IP 打造上完成了“脱实向虚”的全面转型。未来，类似于好莱坞漫威或者“阿凡达”那样一个文化 IP 的全球产值，就完胜整个中国广电行业文化产值的事件大概率将自然出现，因此，此次咪咕合作，将世界杯的流量版权收归己有，就变成了一个特别容易理解的举措。做平台、做方向、做用户需要看的视频，乃至文化娱乐的集成者，做用户“时间的朋友”。让用户在任何想“Kill Time”时想到“中国移动”或者“咪咕”。这也许就是运营商的自我救赎之道，那么，我们呢？

2. 宽带中国

(1) 工信部:目标到 2020 年实现全国行政村 4G 覆盖率超过 98%

编辑: passion 来源: TechWeb

6 月 1 日消息，为进一步缩小城乡数字鸿沟，加快建设网络强国，促进乡村振兴和边疆发展，工业和信息化部办公厅、财政部办公厅印发《2018 年度电信普遍服务试点申报指南》(以下简称《指南》)，以加快偏远和边疆地区 4G 网络覆盖，到 2020 年实现全国行政村 4G 覆盖率(行政村 4G 覆盖指该村村委会 5 公里范围内有 4G 基站，或该村村委会、学校、卫生室及任一 20 户以上人口聚居区均有 4G 信号)超过 98%。2018 年支持建设 4G 基站约 2 万个。

工业和信息化部办公厅

财政部办公厅

关于印发《2018 年度电信普遍服务试点申报指南》的通知

工信厅联通信函〔2018〕192号

各省、自治区、直辖市通信管理局、财政厅(局)，各省、自治区、直辖市及计划单列市工业和信息化主管部门，有关基础电信企业：

现将《2018 年度电信普遍服务试点申报指南》印发给你们，请按要求认真做好申报工作。

工业和信息化部办公厅 财政部办公厅

2018 年 5 月 30 日



申报条件方面,《指南》称,行政村无 4G 基站、边境 0-3 公里范围内 20 户以上边民聚居区、学校和卫生室,口岸、哨所及周边道路等任一区域无 4G 网络覆盖以及无 4G 基站的常年有人活动的海岛/礁可以进行申报。申报时应充分考虑宽带网络的先导性、基础性和战略性作用。

《指南》指出,实施企业确定后,试点地市政府与企业签订协议,按照实施方案约定承诺的支持政策等,报省(区、市)通信管理局、财政厅(局)备案。省(区、市)通信管理局、财政厅(局)与试点实施企业签订合同,报工业和信息化部备案。合同签订后各省(区、市)财政厅(局)应按照规定及时向企业拨付中央财政补助资金。

此外,各方应按照合同和协议加强协同,确保试点任务按照时间节点高质量完成。基础电信企业集团公司应统筹安排资金预算,及时保障资金投入。实施企业应按照电信基础设施共建共享相关要求开展建设,鼓励通过异网漫游等模式向其他企业开放共享。

试点任务应在合同签署后一年内完成,如确因自然条件限制等因素无法按期完成,应在合同到期前三个月向本省(区、市)通信管理局提出延期申请。试点地市政府组织县级政府开展项目初验,各省(区、市)通信管理局会同工业和信息化主管部门、财政厅(局)进行终验。

(2) 中国 4G 网络覆盖 99%人口 超 95%行政村通光线宽带

编辑: passion 来源: 互联网 2018 年 06 月 11 日 15:40:34

第四代移动电话行动通信标准,指的是第四代移动通信技术,外语缩写: 4G。该技术包括 TD-LTE 和 FDD-LTE 两种制式(严格意义上来讲, LTE 只是 3.9G, 尽管被宣传为 4G 无线标准,但它其实并未被 3GPP 认可为国际电信联盟所描述的下一代无线通讯标准 IMT-Advanced,因此在严格意义上其还未达到 4G 的标准。只有升级版的 LTE Advanced 才满足国际电信联盟对 4G 的要求)。

4G 是集 3G 与 WLAN 于一体,并能够快速传输数据、高质量、音频、视频和图像等。4G 能够以 100Mbps 以上的速度下载,比目前的家用宽带 ADSL(4 兆)快 25 倍,并能够满足几乎所有用户对于无线服务的要求。此外,4G 可以在 DSL 和有线电视调制解调器没有覆盖的地方部署,然后再扩展到整个地区。很明显,4G 有着不可比拟的优越性。

中国工业和信息化部 10 日发布的数据显示,截至 4 月底,中国 4G 网络覆盖全国 95%的行政村和 99%的人口,超过 95%的行政村实现光纤宽带网络通达。

工信部称,2018 年实施“深入推进网络提速降费 加快培育经济发展新动能 2018 专项行动”,广大消费者和全社会进一步享受到信息通信发展带来的成果。

数据显示,在宽带网络建设方面,截至 4 月底,完成固定资产投资 671 亿元人民币,比上年同期增长 16%。全国新增光纤宽带端口 4000 万个;新建 4G 基站 12 万个,总数达 340 万个。

多地电信企业实施新一轮免费提速,全国使用 100M 及以上宽带的用户增加 3700 万户,在宽带用户中占比达到 47%。北京、上海、重庆、成都、郑州等数十个城市已经开始提供千兆宽带业务。

宽带发展联盟近日发布《中国宽带速率状况报告》称,2018 年第一季度中国固定宽带网络

平均下载速率突破 20M 大关，4G 网络访问互联网时的平均下载速率达每秒 19.12Mb，中国网速已进入全球第一梯队。

移动互联网渗透到生活方方面面。2018 年 4 月当月户均使用移动互联网流量 3.4GB，比去年同期增长 154%，流量消费潜力保持高速释放态势。

初步统计，全国各地已在 6.6 万热点区域部署了 55 万个接入点设备，在行政服务大厅、交通枢纽、核心商圈、旅游景区等提供免费上网服务，今年还将新覆盖 8000 多个热点区域。

根据国家统计局发布的 2018 年 5 月份居民消费价格数据，5 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.8%，其中，5 月份通信服务价格同比跌 0.9%。另外，1 至 5 月份通信服务价格同比跌 0.8%。

（3）陈一新：守护人民安宁的“千里眼”——“雪亮工程”

2018-06-23 16:45

6 月 21 日，中央政法委召开“雪亮工程”建设工作视频会，总结前期工作，研究部署下一阶段“雪亮工程”建设。



“雪亮工程”，即公共安全视频监控建设联网应用工程，2016 年经中央批准，由中央政法委、国家发展改革委牵头，公安部等有关部门共同参与组织实施，目标是建设“全域覆盖、全网共享、全时可用、全程可控”的公共安全视频监控系统，以提高社会治安防控信息化、智能化水平，有效保护人民群众生命财产安全。

中央政法委秘书长陈一新在会上强调，要认真学习贯彻习近平总书记重要指示精神，以更高政治站位、更优质量标准、更严纪律要求，把“雪亮工程”建成守护人民安宁的“千里眼”，为推进社会治理现代化和平安中国建设作出更大贡献。



下面，长安君就与大家一起跟随陈一新的讲话“亮点”，走进“雪亮工程”。

一、新成效

近年来，各地各有关部门按照中央政法委的部署要求，扎实推进“雪亮工程”建设，取得了阶段性成效。

全国已建成省级信息资源交换共享总平台 18 个、省级综治平台 20 个，所有省级单位、353 个地市级单位实现了综治与公安视频资源的互联互通。

各地将“雪亮工程”应用于维护国家安全、重点行业安全监管、治理突出治安问题等领域，把视频信息应用于基层党建、智能交通、生态保护、精准扶贫、民生服务等方面，发挥了明显效用，特别是运用“雪亮工程”信息资源，破获了一批严重侵害人民群众生命财产安全的恶性刑事犯罪案件，预防遏止了一批重大公共安全事件。“雪亮工程”的效用日益显现，被誉为事关国家安全保障能力的战略工程、建设更高水平平安中国的基础工程、满足人民美好生活需要的民生工程。

二、新认识

党中央高度重视“雪亮工程”建设。习近平总书记亲自审定的《关于实施乡村振兴战略的意见》，明确将“雪亮工程”列入其中。

要以更高政治站位认识和把握“雪亮工程”建设，进一步增强责任感和紧迫感。

——“雪亮工程”是事关国家安全保障能力的战略工程。实践表明，加快“雪亮工程”建设，推进公共安全视频监控建设联网应用，有利于织密国家安全防控网，防范打击暴力恐怖活动、民族分裂活动，提高维护国家安全工作预见性、前瞻性。

要牢固树立总体国家安全观，从维护国家政治安全的高度，充分认识加快“雪亮工程”建设的重大意义，进一步增强思想自觉和行动自觉。

——“雪亮工程”是建设更高水平平安中国的基础工程。“雪亮工程”视频信息数据与人工智能技术的深度融合，能够实现信息动态感知、数据精准分析、业务智能辅助，为科学决策指挥、高效打击犯罪、精准防控风险提供了无限可能。

深入推进“雪亮工程”建设，有利于推动社会治理与现代科技的深度融合，更好发挥视频数据资源在决策指挥、治安防控、侦查破案、应急处置等方面的强大优势，推动平安中国建设向更高水平迈进。

——“雪亮工程”是满足人民美好生活需要的民生工程。“雪亮工程”建在人民群众身边，守护人民群众安宁，服务人民群众生产生活。随着我国社会主要矛盾发生历史性变化，安全已经成为人民群众美好生活的“必需品”，人民群众对公共安全、人身安全、财产安全、信息安全和环境安全的要求更高。

要坚持以人民为中心的发展思想，把“雪亮工程”建设与网格化服务管理有机结合起来，使保护人民、服务人民的能力更强、效果更佳，让人民有更多的安全感、幸福感、获得感。

三、新部署

坚持机制创新、管理创新、技术创新相融合，以更优质量标准，部署推进“雪亮工程”建设，进一步提高先进性和实效性，确保到 2020 年基本实现“全域覆盖、全网共享、全时可用、全程可控”的目标。

实现目标的路径是推进“四化”：

——积极推进基础设施建设集约化。公共视频监控系统建设是“雪亮工程”建设的基础环节。要加强统筹协调，着力解决目前城乡不同步、区域不平衡、新旧不兼容问题，提高基础设施建设集约化水平。

加大城乡统筹力度。农村地区视频监控系统和各级交换共享平台建设是“雪亮工程”建

设的突出短板。要加快农村公共区域、城乡接合部视频监控建设，进一步提高农村视频监控覆盖率、完好率、联网率。要推动“雪亮工程”纳入智慧城市建设规划，同步设计、同步推进，逐步实现统一平台、统一联网，统一建设、统一运维。

加大区域统筹力度。对于广大城乡社区和老少边穷等欠发达地区，要以补点扩面、提高覆盖率、大力发展联网为主要工作，加快基础设施建设。对于发达地区，要充分运用数据挖掘、智能预警、北斗导航等前沿科技，加快推进集成应用。

加大新旧统筹力度。对历史上已经建成的视频监控设备，要探索建立统一的运维管理平台，有效解决技术标准不统一等问题。对新建设施设备，要选用安全可控、先进可靠的国内主流技术产品，确保技术领先性和应用前瞻性。

——积极推进联网共享一体化。强化顶层设计和协调推动，分级整合视频资源，促进点位互补、网络互联、平台互通，真正做到下活“一盘棋”、织好“一张网”、惠及“亿万人”。

着力推进标准对接。执行统一体系下的技术标准与规范要求，统一接口和共享模式，提升兼容性和可扩展性。

着力推进系统对接。推动地方各级公共安全视频图像信息交换共享平台建设，实现与各级综治中心、公安机关联通共享，促进各有关部门视频资源的全面联通接入。

着力推进机制对接。按照统筹需求、分级管理原则，建立健全跨地区、跨部门公共安全视频图像信息共享应用机制、安全使用审核制度，做到主责机关及共享利用单位的权限分级管理、公共安全与专属资源的区别对待。

——积极推进实战应用智能化。深入挖掘“雪亮工程”的潜藏价值，以用促建、以用促管、以用促联，更好服务人民、服务社会。

提高运用效能。探索运用多维数据画像、智能布防查控、集群深度打击等战法，推动战斗力转型升级和跨越提升。

拓宽运用领域。主动服务社会治理，探索视频图像信息在生态建设与保护、安全生产、防灾减灾和精准扶贫等领域的应用，确保应用效能最大化。

挖掘运用功能。依托大数据技术，强化对海量信息的关联分析、碰撞比对，提升预测预警预防能力，提高精准打击、整体防控水平。

——积极推进运维管理科学化。按照“谁建设、谁管理、谁维护”的原则，从技术、法律、管理等方面采取有效措施，确保“雪亮工程”全时可用、全程可控。

更加注重后期运维。充分发挥市场作用，拓宽多元投资途径，引导社会力量参与建设、运营、服务。要发挥监理、检测、认证等第三方专业机构的作用，提高运维规范化水平。

更加注重安全防护。推动建设分层安全体系，加强网络安全传输、系统安全保障、重要信息安全管理等技术手段建设，确保重要视频图像信息不失控、敏感视频图像信息不泄露。

更加注重依法推进。加快推进立法工作，规范公共安全视频监控系统的建设、联网和应用。

更加注重人才支撑。健全人才引进和培养机制，推进职业培训和评价工作，不断加强公共安全视频监控系统管理队伍和应用人才队伍建设。

四、新要求

以更严纪律要求，组织实施“雪亮工程”建设，进一步推进制度化和规范化。

具体要做到“四个强化”：

——强化领导责任。

各地要积极争取党委政府支持，推动把“雪亮工程”建设摆到重要位置，纳入经济社会发展规划，为深入推进“雪亮工程”建设提供保障。

各级党委政法委一把手要把“雪亮工程”建设抓在手上，既要当好指挥长，也要当好“施工队长”，亲力亲为协调解决遇到的难题，确保项目建设顺利推进。

——强化融合联动。

各级党委政法委要充分发挥牵头作用，建立跨部门协调机制，推动各相关部门分工负责、密切配合，共同推进“雪亮工程”建设。

各有关部门要按照“谁主管、谁负责”的原则，结合自身职能，主动承担相应工作。

坚持条块结合、上下结合、专群结合，充分调动各层级、各方面、各单位的能动性和创造性，形成共建共治共享的良好格局。

——强化资金监管。

把加强资金监管工作贯穿建设全过程，确保项目优质、资金安全、干部廉洁。

坚持专款专用，努力做到建设资金全程公开、透明、可追溯，特别是对中央预算内补助资金的使用要定期检查，把“雪亮工程”建设成为廉洁工程。

——强化督导检查。

各级党委政法委要加强督察工作，既督任务、督进度、督成效，也察认识、察作风、察责任，及时发现短板、纠正偏差，努力使难点变亮点、问题变成效。

中央政法委副秘书长陈训秋主持会议，公安部副部长侍俊和国家发展改革委有关负责人分别讲话。

（4）一石激起千层浪，5G 商用标准发布，物联网、车联网大动作频出

本文作者：胡辉 责任编辑：2018 年 06 月 22 日

两年前，5G 在大家看来还只是一个期待，而随着 R-15 标准的完成，3GPP 在最短的时间让 5G 变成了可能。5G 网络作为第五代移动通信网络，其峰值理论传输速度可达每秒数十 Gb，这比 4G 网络的传输速度快数百倍，整部超高画质电影可在 1 秒之内下载完成。随着 5G 技术的诞生，加速了物联网和车联网的发展进程，时代又往前迈进一步。

5G 第一版商用标准发布

美国圣地亚哥时间 2018 年 6 月 13 日，3GPP 又一次会议召开，第 80 次 TSG RAN 会议上正式发布了 5G NR 标准 SA（Satandalone，独立组网）方案，标志着首个面向商用的 5G 标准出炉，5G 的技术优势真正展现。

3GPP TSG RAN 主席表示，5G NR 无线协议的冻结是无线产业在探索 5G 愿景实现路上的重要里程碑。5G NR SA 系统不仅显著增大了网络速率和容量，更为其他新行业打开了通过 5G 系统进行行业生态系统变革的大门。

本次确定的 R15 标准是第一阶段全功能版本，R15 是 5G 第一版成型的商业化标准，与后续推进的 R16 标准也有一定协同性。

R15 标准包括非独立组网（NSA）和独立组网（SA）两种标准，严格意义上来说，非独立组网只是独立组网方案的过渡，独立组网才是真正的 5G 网络，能实现 5G 的全部特性。非独立组网标准已于 2017 年 12 月完成，2018 年 3 月份冻结，独立组网标准的完成标志着 R15 标准的整体完成。

此次冻结的 SA 标准，仅仅规范了基础的 SA 网络架构，有些网络架构选项还需要时间去定义及完成，预计将于 2018 年年底完成这个补充版本。

按照 3GPP 组织的时间表，R14 标准主要开展 5G 系统框架和关键技术研究，R15 满足部分场景的 5G 需求，开启商用进程，R16 则会完成全部标准化工作，三个标准的预计完成时间分别是 2017 年 3 月、2018 年 6 月和 2019 年 12 月，最终的 5G 完整标准会在 2020 年初提交给 ITU（国际电信联盟）。

工信部陈肇雄提出 5G 发展 3 大建议

工业和信息化部副部长、党组成员陈肇雄于 IMT-2020(5G)峰会上就 5G 商用部署、技术发展与国家政策发表了相关致词并提出三大建议。

陈肇雄认为当前以新一代信息通信技术为主要驱动力的新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起。5G 作为新一代信息通信技术发展的重要方向，对于构建万物互联的基础设施，推动互联网、大数据、人工智能与实体经济深度融合，支撑服务高质量发展意义重大。

要紧紧抓住 5G 发展的历史机遇，加快推进 5G 技术产业发展，全面推动 5G 与实体经济深度融合：

- 一是促进 5G 技术成熟，打造完整产业链，为全面商用奠定产业基础；
- 二是出台 5G 商用政策，适时发布频谱规划和商用牌照，满足 5G 网络建设与应用拓展需求；
- 三是加快 5G 应用拓展，支撑服务经济实现数字化、网络化、智能化高质量发展。

工信部将适时发布 5G 商用牌照

IMT-2020(5G)峰会上工信部表示，5G 标准的第二版本已经启动，优化方向重点在 5G 物联网应用场景的增强，新媒体，虚拟现实，无人机、电力行业、公安系统等都将重点研究的方向，在今年年底的时候能够实现 5G 系统的商用和预商用。适时发布频谱规划和商用牌照，满足 5G 网络建设与应用拓展需求；加强网络站址保障和共建共享，促进 5G 全面商用。

IMT-2020(5G)推进组发布《5G 承载需求白皮书》

在 5G 承载需求白皮书中，提出了 3 大承载性能需求，包括百 G 级的更大带宽，百 us 级的超低时延和百 ns 级的高精度时间同步；还总结了六类组网功能需求，包括多层级承载网络、灵活化连接调度、层次化网络切片、智能化协同管控、4G/5G 混合承载、低成本高速组网。下一阶段将围绕着承载需求对 5G 承载各类技术方案和应用方案进一步聚焦，能够协同产业各界推动形成规模经济，进一步推动 5G 承载的产业化进程，更好的支撑 5G 的商业部署。

IMT-2020(5G)推进组发布《5G 核心网云化部署需求和关键技术白皮书》

白皮书介绍了 5G 核心网在云化 NFV 平台上的部署需求，组网、部署和演进的基础框架，关键挑战和应对方案。为 5G 阶段实现云网协同建设和服务提出技术路线和部署方案建议，推动 5G 网络实现服务能力升级和面向产业互联网转型。

华为甘斌：以行践言 共助 5G 规模商用

华为公司从 2009 年开始投入做 5G 研发，去年参与 IMT-2020 第一阶段试验，现在参与第

二阶段试验。今年发布了已经商用的全套端到端的商用系统。华为公司的目标是围绕刚才提到的 5G 要点，围绕大带宽和 MIMO 构建未来 5G 未来商用的能力。硬件上，今年要能够大规模发货，只要运营商需要就可以大规模发货，基本可以达到 4G 相同的水平和功耗。

国外各方面的进展非常快，下半年全球的 5G 商用频谱都会逐渐明确。在这个过程中，华为和全球领先的国际、国内的运营商一起进行了预商用测试和验证，相当于为下一步规模性建网进行前期的准备工作，和全球 50 多个运营商基于 3GPP 标准协议开展了预商用网络测试，测试基本上在核心的城区。下半年华为会在端到端方面进行更多的投入和更多的工作，把 IMT-2020(5G)今年的目标能够顺利完成。

腾讯张云飞：应用驱动 5G 网络演进和建立行业生态

5G 给很多新兴业务能带来一定的想象空间。根据高通以前的预测，5G 的产业大概是 12 万亿美元的市场。在腾讯关注的三个领域，正好和 5G 的三个场景是密切相关的：

1. 游戏的场景，它在 5G 时代是用通信的方式来解决计算的问题，也就是说，在这个时代整个游戏的运营，部署的方式会发生一些根本性的变化。
2. 自动驾驶车联网，现在定义成自动网联汽车，在 5G 时代用通信解决传感的问题。
3. 物联网，是通过通信来解决连接的问题，每平方公里大概 100 万的连接数，比以前可能大 10 倍，或者是更大。

腾讯愿意和运营商、网络设备商一同在基本的网络能力和开放平台，以及网络和业务交互方面贡献更多的力量。对 5G 应用的发展和行业生态的构建起到贡献作用。

工信部：2020 年建成国家车联网产业标准

6 月 15 日，工业和信息化部、国家标准化管理委员会发布了《国家车联网产业标准体系建设指南》并指出这对推动智能交通、实现自动驾驶、促进信息消费和节能减排、国家创新驱动发展、供给侧改革、建设制造及网络强国都有重大意义。

建设指南进一步明确了车联网产业定义：“是依托信息通信技术，通过车内、车与车、车与路、车与人、车与服务平台的全方位连接和数据交互，提供综合信息服务，形成汽车、电子、信息通信、道路交通运输等行业深度融合的新型产业形态”。

工信部：新能源汽车国家监管平台验收完成

2018 年 6 月 21 日，工业和信息化部装备工业司组织召开了新能源汽车国家监管平台建设运营任务验收会，财政部经济建设司、工业和信息化部办公厅有关人员参加了会议。验收专家一致同意项目通过验收。

新能源汽车国家监管平台的建设完成，为新能源汽车的信息化监管迈出了重要一步，对有效推动新能源汽车全产业链、全生命周期安全管理，提高新能源汽车安全运营水平有重要意义。

IMT-2020(5G)推进组发布《C-V2X 白皮书》

C-V2X 的标准化可以分为 3 个阶段，LTE-V2X 的 R14 版本标准已于 2017 年正式发布，主要包括业务需求、系统架构、空口技术和安全研究四个方面。LTE-eV2X 是指支持 V2X 高级业务场景的增强型技术研究阶段（R15），于 2018 年 6 月正式完成，目标是进一步提升 V2X 直通模式的可靠性、数据速率和时延性能，以部分满足 V2X 高级业务需求。5G-V2X 阶段是指基于 5G NR 的技术研究阶段（R16+），用于支持 V2X 的高级业务场景，于 2018 年 6 月启动研究，将与 LTE-V2X/LTE-eV2X 形成互补关系。

3. 相关政策法规

（1）慎海雄与央广部分节目中心座谈 提出三点要求

编辑：科讯广电网 skila 来源：央视网 2018 年 06 月 11 日 16:07:45

近日，中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄到中央广播电视总台复兴门办公区与央广音乐节目中心、对台湾节目中心、对港澳节目中心、民族节目中心干部职工进行座谈。中央广播电视总台副台长阎晓明主持座谈会。赵忠颖、朱彤、刘晓龙、董为民、杨文延和央广音乐节目中心、对台湾节目中心、对港澳节目中心、民族节目中心负责人及干部职工 50 余人参加座谈，央视和央广办公室、总编室、人力资源管理中心、财务管理中心、技术管理中心、审计部门负责人列席。

慎海雄指出，按照习主席和中央的批示精神，三台融合已经有了实质性推进，大家以项目为抓手，一起做了很多工作，效果都很好。做好总台下一阶段工作，一是要以做好宣传为根本彰显“四力”。新闻宣传是总台的根本，只有守住底线，将新闻宣传工作做到极致，彰显出强大的传播力引导力影响力公信力，才能不辜负习主席和中央的期望，才能推动总台各项事业取得快速发展。要在遵循宣传规律的同时，遵循新闻传播规律，只有把两个规律结合起来做工作，才能取得更好的效果。二是要不断推进媒体深度融合。广播电视的传统优势要保持和巩固，但新媒体的阵地也必须占领。互联网尤其是手机上的用户越来越多，青年人的注意力也更多的在网络上，必须抓住机遇，打造一个强大有力、自主可控的音视频平台，建设成在新媒体上同样具有强大影响力的总台。三是要在学习中创新。创新的灵感主要来自于学习。要多俯下身段去学习，向市场化、社会化的机构学习，向年轻人学习，要善于把学习到的精华转化到实践中，敢闯敢试，打破习惯性思维的束缚，海阔天空去想，脚踏实地去干。希望大家抓住融合的机遇，推动总台事业发展再上新台阶，让每一位干部职工都随着总台这趟“复兴号”列车一起前进，呈现出朝气蓬勃、充满活力、人人自豪的良好局面。

座谈会上，央广音乐节目中心、对台湾节目中心、对港澳节目中心、民族节目中心的干部职工从加强总台融合报道机制、打造特色融媒体产品、提升对象性广播电视节目在地化传播以及进一步加强融媒体、采编播人才培养等方面积极建言献策。

（2）工信部公布工业互联网发展行动计划

2018-06-08 10:28 来源： 中国经济网

工业和信息化部网站 6 月 7 日公布《工业互联网发展行动计划（2018—2020 年）》。《行动计划》提出，到 2020 年底，初步建成工业互联网基础设施和产业体系，并初步构建

工业互联网标识解析体系和安全保障体系。

《行动计划》要求，到 2020 年底，初步形成各有侧重、协同集聚发展的工业互联网平台体系，将分期分批遴选 10 个左右跨行业跨领域平台，培育一批独立经营的企业级平台，打造工业互联网平台试验测试体系和公共服务体系。推动 30 万家以上工业企业上云，培育超过 30 万个工业 APP。

“对于工业互联网来说，平台体系是核心。”工信部赛迪研究院软件所所长潘文表示，工业互联网平台就像工业互联网的“操作系统”，其连接的人、机、物的数量将远远大于各种单个操作系统所连接的数量，其带来的价值也将远远超过这些操作系统。

2018 年至 2020 年是我国工业互联网建设起步阶段，初步形成有力支撑先进制造业发展的工业互联网体系，对筑牢实体经济和数字经济的发展基础意义重大。

潘文表示，工业互联网的主要作用就是在制造业企业数字化转型中发挥核心支撑作用，极大降低企业信息化部署的成本和难度，推动制造业走向体系重构、动力变革和范式迁移的新阶段。

《行动计划》特别强调，提升大型企业工业互联网创新和应用水平，实施底层网络化、智能化改造，支持构建跨工厂内外的工业互联网平台和工业 APP，打造互联工厂和全透明数字车间，形成智能化生产、网络化协同、个性化定制和服务化延伸等应用模式。

《行动计划》还从基础设施能力、标识解析体系构建、工业互联网平台建设、核心技术标准突破、新模式新业态培育、产业生态融通发展等方面提出了一系列行动和目标。

其中，在新模式新业态培育方面，《行动计划》要求到 2020 年前，重点领域形成 150 个左右工业互联网集成创新应用试点示范项目，形成一批面向中小企业的典型应用，打造一批优秀系统集成商和应用服务商。

当前，我国工业互联网已初步形成三大应用路径，分别是面向企业内部生产率提升的智能工厂，面向企业外部价值链延伸的智能产品、服务和协同，面向开放生态的平台运营即工业互联网平台。

潘文表示，工业互联网正催生新的产业体系。此前，移动互联网平台已经创造了一系列新的产业环节和价值。同样的，工业互联网也有望发展成为一个全新的产业体系。

（3）工信部：《关于推进网络扶贫的实施方案（2018-2020 年）》的通知

2018-06-07 11:26 来源：工业和信息化部

工信部通信（2018）83 号

各省、自治区、直辖市工业和信息化主管部门、通信管理局，中国电信集团有限公司、中国移动通信集团有限公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国铁塔股份有限公司、中国卫通集团有限公司：

现将《关于推进网络扶贫的实施方案（2018-2020 年）》印发给你们，请结合实际，认真贯彻落实。

工业和信息化部

2018 年 5 月 3 日

关于推进网络扶贫的实施方案（2018-2020 年）

为全面贯彻落实《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》《“十三五”脱贫攻坚规划》《中共中央办公厅国务院办公厅关于支持深度贫困地区脱贫攻坚的实施意见》要求，进一步聚焦深度贫困地区，更好发挥宽带网络优势，助力打好精准脱贫攻坚战，制定本实施方案。

一、总体要求

（一）指导思想。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九

大关于坚决打好精准脱贫攻坚战部署,坚持精准扶贫、精准脱贫基本方略,以“三区三州”等深度贫困地区和部系统定点帮扶县(以下简称定点县)、燕山-太行山片区县(以下简称片区县)为重点,以推进网络基础设施建设为突破口,以加快网络扶贫应用为方向,充分调动各方面积极性、主动性和创造性,不断缩小城乡“数字鸿沟”,为打好精准脱贫攻坚战提供坚实的网络支撑。

(二)工作目标。到2018年,国家“十三五”规划纲要明确提出的“宽带网络覆盖90%以上的贫困村”目标提前完成;到2020年,全国12.29万个建档立卡贫困村宽带网络覆盖比例超过98%。保障建档立卡贫困人口方便快捷接入高速、低成本的网络服务,保障各类网络应用基本网络需求,更多建档立卡贫困人口都有机会通过农村电商、远程教育、远程医疗等享受优质公共服务、实现家庭脱贫,高速宽带网络助力脱贫攻坚的能力显著增强。

二、推进贫困村通宽带进程

(三)精准建立贫困村通宽带台账。加强对全国建档立卡贫困村通宽带情况的调查摸底,全面了解建档立卡贫困村和部系统定点县、片区县贫困村通光纤、4G网络情况和纳入电信普遍服务支持情况。重点就未通宽带贫困村建立台账,并动态跟踪及时更新。

(四)推进光纤宽带网络延伸。加快电信普遍服务试点4.3万个建档立卡贫困村光纤网络建设步伐,确保任务按时按质完成。优先安排电信普遍服务结余资金用于贫困村网络建设。

(五)加快4G网络覆盖进程。深化电信普遍服务试点,支持农村及偏远地区4G网络覆盖。在试点地区遴选中向贫困地区重点倾斜,在项目实施中重点加强对贫困地区项目建设的指导督促,优先保障贫困村4G网络覆盖。鼓励基础电信企业加大投资,进一步将宽带网络向有条件的贫困自然村延伸。

三、加强贫困地区网络应用

(六)推出优惠网络资费。进一步加大网络提速降费力度,引导基础电信企业加大面向贫困地区和贫困人口的优惠力度,鼓励推出扶贫专属资费优惠,减轻贫困群体宽带网络使用负担。

(七)加快智能终端普及。积极引导智能终端生产企业履行社会责任,研发简单易用、低成本的4G手机等智能终端,满足贫困地区群众的使用需求。

(八)开发扶贫移动应用程序(APP)。组织开发适合贫困地区特别是少数民族边远地区特点和需求的移动APP,涵盖社交、电商、农技、医疗、教育等行业应用。拓宽和保障扶贫移动APP推广渠道,协调主要应用商店及时上架、重点推荐和免费应用,利用网络闲置资源做好扶贫移动APP宣传。协调基础电信企业为指定的扶贫移动APP提供流量资费优惠。

(九)积极推广视频服务。鼓励基础电信企业在贫困地区开展视频服务,通过交互式网络电视(IPTV)等方式,满足贫困群众多样化、多层次文化信息需求,促进文化信息消费,提供各类扶贫资讯及应用。

(十)大力推进“互联网+教育”。加强贫困地区各类学校高速宽带网络建设,实现两类学校(乡村小规模学校和乡镇寄宿制学校)宽带网络全覆盖。配合教育部门加强远程教育应用推广,推动优质教育资源在贫困地区的共享应用。

(十一)实施“互联网+健康扶贫”。完善贫困地区基层卫生服务机构网络基础条件。联合国家卫生健康委员会开展“互联网+健康扶贫”应用,发挥医疗机构、科研院所等主体作用,积极动员社会力量,推动远程诊疗覆盖到村、在线医学教育普及到人、在线慢病管理精准到户,改善深度贫困地区基层医疗卫生服务能力,提高贫困人口健康水平。

(十二)加强精准扶贫平台开发应用。引导基础电信企业结合各自优势,搭建并推广扶贫信息管理平台,实现扶贫目标、扶贫措施、脱贫跟踪更加精准到位,实现用数据直观反映脱贫进程,用数据支撑脱贫摘帽实际成效,助力精准扶贫精准脱贫政策的落实。

四、优先支持深度贫困地区和部系统定点县、片区县

(十三) 优先向“三区三州”倾斜。全面贯彻深度贫困地区脱贫攻坚座谈会精神。深入西藏、四省藏区、新疆南疆四地州和四川凉山州、云南怒江州、甘肃临夏州等“三区三州”开展网络扶贫大调研活动。在电信普遍服务中加快“三区三州”贫困村光纤网络建设步伐，优先支持“三区三州”贫困村4G网络建设，实现90%以上建档立卡贫困村通宽带。优先支持“三区三州”贫困村信息化建设，充分发挥高通量卫星比较优势，在教育、医疗等领域加大推广力度。引导基础电信企业、互联网企业深入“三区三州”等深度贫困地区开展网络通信帮扶。

(十四) 重点支持部系统定点县和片区县。全面落实《中共中央办公厅 国务院办公厅关于进一步加强中央单位定点扶贫工作的指导意见》和《国务院关于燕山-太行山片区区域发展与扶贫攻坚规划(2011-2020年)的批复》，优先将网络建设及应用等安排在部系统定点县和片区县，在2020年前实现部系统定点县和片区县贫困村宽带网络全覆盖，形成若干个网络扶贫应用样板县。鼓励社会力量广泛参与，引导支持中国互联网百强、电子信息百强、软件百强企业将自身优势和地方实际相结合，与部系统定点县和片区县的深度贫困村建立“一对一”帮扶机制，有关业绩贡献纳入百强企业评判指标体系。

五、保障措施

(十五) 加强统筹协调。部机关各有关司局建立工作协调机制，建立工作台账，召开调度会，共同研究、统筹推进网络扶贫有关工作。

(十六) 加强国际合作。充分利用联合国教科文组织、国际电信联盟(ITU)等平台优势，加强扶贫领域国际合作与交流。

(十七) 强化动态监测。进一步完善电信普遍服务管理支撑平台，丰富平台功能，实现对全国所有贫困村通宽带情况的全面监测。定期发布全国贫困村宽带覆盖率分省排名。

(十八) 加强总结考核。加强对网络扶贫实施方案落实情况的总结，将网络扶贫工作推进情况纳入扶贫干部年度述职。

(十九) 营造良好氛围。加大网络扶贫宣传力度，组织新闻媒体广泛宣传网络扶贫各项惠民、富民政策措施，宣传先进典型，推广经验做法，形成常态化宣传工作机制。在国家扶贫日、世界电信日等重要时间节点，通过承办网络扶贫主题论坛、开展网络扶贫媒体行活动、协调三家运营商推送扶贫公益短信等形式，营造良好舆论氛围，擦亮“网络扶贫”名片。

4. 与广电相关的标准

(本期无)

5. 广电行业动态与分析

(1) 2017年全国广播电视服务业总收入 6070.21 亿元

编辑: passion 来源: 广电总局 2018年06月05日 16:26:03

2018年6月4日,国家广播电视总局公布《2017年全国广播电视行业统计公报》。2017年全国广播电视服务业总收入6070.21亿元,比2016年(5039.77亿元)增加1030.44亿元,同比增长20.45%。

《2017年全国广播电视行业统计公报》

2017年,全国各级广播电视部门和单位深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神,牢固树立“四个意识”,认真贯彻落实党中央、国务院决策部署,牢牢坚持正确政治方向和宣传创作导向,加快科技创新、推进跨界融合,打造精品力作、营造良好氛

围，努力促进公共服务提质增效，不断巩固壮大舆论宣传阵地，扎实推进广播电视发展再上新台阶。

一、广播电视节目制作播出情况

(一) 广播电视节目制作情况

2017年全国广播电视节目制作量持续增长，广播剧类广播节目与新闻资讯类电视节目、影视剧类、广告类电视节目制作时间增幅较大。

1. 广播节目制作情况

2017年全国广播节目制作时间788.83万小时，比2016年(782.03万小时)增加6.80万小时，同比增长0.87%。

按广播节目类型分。新闻资讯类广播节目制作时间142.61万小时，比2016年(145.73万小时)减少3.12万小时，同比下降2.14%；专题服务类广播节目制作时间214.41万小时，比2016年(209.64万小时)增加4.77万小时，同比增长2.28%；综艺益智类广播节目制作时间210.62万小时，比2016年(210.36万小时)增加0.26万小时，同比增长0.12%；广播剧类广播节目制作时间23.11万小时，比2016年(17.26万小时)增加5.85万小时，同比增长33.89%；广告类广播节目制作时间76.63万小时，比2016年(76.17万小时)增加0.46万小时，同比增长0.60%。

2. 电视节目制作情况

2017年全国电视节目制作时间365.18万小时，比2016年(350.72万小时)增加14.46万小时，同比增长4.12%。

按电视节目类型分。新闻资讯类电视节目制作时间108.51万小时，比2016年(98.99万小时)增加9.52万小时，同比增长9.62%；专题服务类电视节目制作时间90.90万小时，比2016年(89.98万小时)增加0.92万小时，同比增长1.02%；综艺益智类电视节目制作时间47.43万小时，比2016年(48.41万小时)减少0.98万小时，同比下降2.02%；影视剧类电视节目制作时间15.31万小时，比2016年(11.91万小时)增加3.40万小时，同比增长28.55%；广告类电视节目制作时间53.49万小时，比2016年(48.36万小时)增加5.13万小时，同比增长10.61%。

(二) 广播电视播出情况

全国广播电视节目播出时间平稳增加，广播剧类、广告类广播节目与专题服务类电视节目、广告类电视节目播出时间增幅较大。

1. 广播节目播出情况

2017年全国公共广播节目实际套数2825套，公共广播节目播出时间1491.89万小时，比2016年(1456.51万小时)增加35.38万小时，同比增长2.43%，其中：农村广播节目套数1271套，

农村节目播出时间 435.36 万小时，占公共广播节目播出总时长 29.18%。

按广播节目类型分。2017 年新闻资讯类广播节目播出时间 297.33 万小时，比 2016 年(293.40 万小时)增加 3.93 万小时，同比增长 1.34%；专题服务类广播节目播出时间 322.63 万小时，比 2016 年(325.84 万小时)减少 3.21 万小时，同比下降 0.99%；综艺益智类广播节目播出时间 385.33 万小时，比 2016 年(388.25 万小时)减少 2.92 万小时，同比下降 0.75%；广播剧类广播节目播出时间 94.82 万小时，比 2016 年(83.20 万小时)增加 11.62 万小时，同比增长 13.97%；广告类广播节目播出时间 133.01 万小时，比 2016 年(121.85 万小时)增加 11.16 万小时，同比增长 9.16%。

2. 电视节目播出情况

2017 年全国公共电视节目实际套数 3493 套，播出时间 1881.02 万小时，比 2016 年(1792.44 万小时)增加 88.58 万小时，同比增长 4.94%，其中：农村电视节目套数 1546 套，农村节目播出时间 405.88 万小时，占公共电视节目播出总时长 21.58%。

按电视节目类型分。2017 年新闻资讯类电视节目播出时间 271.85 万小时，比 2016 年(260.18 万小时)增加 11.67 万小时，同比增长 4.49%；专题服务类电视节目播出时间 250.82 万小时，比 2016 年(228.60 万小时)增加 22.22 万小时，同比增长 9.72%；综艺益智类电视节目播出时间 147.12 万小时，比 2016 年(144.52 万小时)增加 2.60 万小时，同比增长 1.80%；影视剧类电视节目播出时间 798.81 万小时，比 2016 年(765.20 万小时)增加 33.61 万小时，同比增长 4.39%；广告类节目播出时间 208.16 万小时，比 2016 年(192.33 万小时)增加 15.83 万小时，同比增长 8.23%。

(三) 公益广告制作播出情况

2017 年全国广播电视公益广告制作总时间达 17.79 万小时。其中：广播公益广告制作时间 12.00 万小时，占广告类广播节目制作时间 15.66%；电视公益广告制作时间 5.79 万小时，占广告类电视节目制作时间 10.82%。

2017 年全国广播电视公益广告播出总时间达 63.93 万小时。其中：广播公益广告播出时间 24.94 万小时，占广告类广播节目播出时间 18.75%；电视公益广告播出时间 38.99 万小时，占广告类电视节目播出时间 18.73%。

(四) 电视节目投资情况

电视节目创作进一步繁荣，各类节目制作投资额均保持大幅增长。2017 年全国电视节目制作投资额达 426.46 亿元，比 2016 年(316.94 亿元)增加 109.52 亿元，同比增长 34.56%。其中，2017 年全国电视剧国内投资额达 242.26 亿元，比 2016 年(128.53 亿元)增加 113.73 亿元，同比增长 88.49%；全国电视动画国内投资额 14.43 亿元，比 2016 年(11.94 亿元)增加 2.49 亿元，同比增长 20.85%；全国纪录片国内投资额 17.42 亿元，比 2016 年(15.03 亿元)增加 2.39 亿元，同比增长 15.90%。

二、 广播电视传输覆盖情况

各级广播电视机构深入贯彻中办国办《关于加快构建现代公共文化服务体系的实施意见》、《国务院办公厅关于加快推进广播电视村村通向户户通升级工作的通知》、中宣部财政部和总局《关于加快推进全国有线电视网络整合发展的实施意见》等文件精神，统筹有线、无线、卫星覆盖，大力实施广播电视户户通、高山无线发射台站基础设施建设、地面数字电视无线覆盖和中央广播电视节目无线数字化覆盖等重点工程，推进数字化、智能化、移动化接收，全国广播电视综合人口覆盖率ⁱⁱ稳步提升。

（一）广播电视综合覆盖情况

截止 2017 年底，全国广播综合人口覆盖率 98.71%，电视综合人口覆盖率 99.07%，比 2016 年(广播 98.37%，电视 98.88%)分别提高了 0.34 和 0.19 个百分点。

从节目层级上看。中央广播电视节目覆盖情况依然优于省级广播电视节目。2017 年中央广播节目综合覆盖率为 98.12%，比 2016 年(97.73%)提高 0.39 个百分点，省级广播节目综合覆盖率 96.94%，比 2016 年(96.72%)提高了 0.22 个百分点。2017 年中央电视节目综合覆盖率 98.63%，比 2016 年(98.42%)提高了 0.21 个百分点，省级电视节目综合覆盖率 97.27%，比 2016 年(97.06%)提高了 0.21 个百分点。

从覆盖方式上看。随着中央广播电视无线数字化覆盖工程的推进，全国广播电视无线覆盖率稳步提升。2017 年全国广播节目无线覆盖率 97.48%，比 2016 年(97.11%)提高了 0.37 个百分点，中央广播节目无线覆盖率 96.97%，比 2016 年(96.30%)提高了 0.67 个百分点。2017 年全国电视节目无线覆盖率 96.99%，比 2016 年(96.68%)增加 0.31 个百分点，中央电视节目无线覆盖率 96.57%，比 2016 年(96.08%)提高了 0.49 个百分点。

（二）有线电视情况

1. 有线电视覆盖情况

有线电视网络数字化、双向化和宽带网络建设持续推进，有线广播电视覆盖人群持续扩大。2017 年全国有线广播电视覆盖用户数达 3.36 亿户，比 2016 年(3.10 亿户)增加 0.26 亿户，其中数字电视覆盖用户数达 3.04 亿户。在数字电视覆盖用户中双向覆盖用户数达 1.86 亿户，比 2016 年(数字电视覆盖用户数 2.75 亿户，双向数字电视覆盖用户数 1.42 亿户)分别增加 0.29 亿户和 0.44 亿户。

2. 有线电视实际用户情况

受交互式网络电视(IPTV)、网络视听等业务的快速发展，用户收视习惯发生变化，全国有线电视实际用户数继续下降。2017 年全国有线广播电视实际用户数 2.14 亿户，比 2016 年(2.28 亿户)减少 0.14 亿户，同比下降 6.06%。其中，全国有线数字电视实际用户数 1.94 亿户，比 2016 年(2.02 亿户)减少 0.08 亿户，同比下降 3.96%；数字电视实际用户占有线电视实际用户数比例为 90.65%，比 2016 年(88.60%)提高了 2.05 个百分点，有线电视数字化率进一步提升。

3. 农村有线电视情况

农村地区有线电视网络建设提速，超过三成的农村家庭享受到高质量的有线广播电视服务。2017年全国农村有线广播电视实际用户数已达0.75亿户，其中，全国农村数字电视实际用户数0.63亿户，农村有线电视互联网用户数0.08亿户，占农村有线广播电视实际用户数的比例分别达到84.00%和10.67%。

三、网络视听节目服务情况

网络视听节目服务繁荣发展，内容创作持续活跃，服务模式不断创新，影响力与日俱增，行业规模继续扩大。

1. 网络视听节目服务收入情况ⁱⁱⁱ

2017年网络视听节目服务收入142.98亿元。其中，用户付费收入112.75亿元，占网络视听节目服务总收入78.86%；节目版权收入21.99，占网络视听节目服务总收入15.38%。

2. 节目存量情况

2017年全国网络视听节目自制专业栏目(不包括网络剧、网络电影和电视剧)存量1441.45万小时(8.65亿分钟)，用户生产节目(UGC)存量8.36亿个，比2016年(5.59亿个)增加2.77亿个，同比增长49.55%。

3. 新增节目情况

2017年全国新增购买及自制网络剧2136部(20652集)，其中新增自制网络剧409部(6863集)。新增网络电影7443部，其中新增自制网络电影1182部。

4. 付费用户情况

网络视听付费用户增长迅速。2017年全国网络视听付费用户数达2.80亿，比2016年(1.72亿)增加1.08亿，同比增长62.79%，付费消费习惯已初步形成。

5. 节目观看情况

移动终端、电脑页面是网络视听节目观看的主要途径。2017年网络视听节目播放总量达16332.03亿次，其中，移动客户端(APP)和电脑页面端播放次数分别达到7494.91亿次、6687.43亿次，占网络视听节目播放总量的45.89%和40.95%。

四、广播电视服务业收入情况

广播电视行业创新发展理念，深化供给侧结构性改革，优化产业结构，增加有效供给，提升服务质量，引导文化消费升级，全国广播电视服务业总收入、实际创收收入均大幅增长^{iv}。

(一) 广播电视总收入情况

2017年全国广播电视服务业总收入6070.21亿元,比2016年(5039.77亿元)增加1030.44亿元,同比增长20.45%。

(二) 广播电视实际创收收入情况

2017年全国广播电视实际创收收入4841.76亿元,比2016年(4322.40亿元)增加519.36亿元,同比增长12.02%。

1. 广告收入

全国广告收入持续保持增长,收入构成持续调整,电视广告收入继续下降,广播广告收入增幅较大。2017年全国广告收入1651.24亿元,比2016年(1547.22亿元)增加104.02亿元,同比增长6.72%。其中,广播广告收入155.56亿元,比2016年(145.83亿元)增加9.73亿元,同比增长6.67%;电视广告收入968.34亿元,比2016年(1004.87亿元)减少36.53亿元,同比下降3.64%;网络媒体广告收入306.71亿元,占广告收入总额18.57%,网络等新媒体广告成为新的收入增长点。

2. 有线电视网络收入

受有线电视用户减少和外部竞争影响,全国有线电视网络收入下滑。2017年有线电视网络收入834.43亿元,比2016年(910.26亿元)减少75.83亿元,同比下降8.33%。其中,有线广播电视收视维护费收入414.00亿元,付费数字电视收入65.56亿元,三网融合业务收入102.82亿元。

3. 新媒体业务收入

2017年新媒体业务收入277.66亿元,占实际创收收入5.73%,其中,交互式网络电视(IPTV)收入67.61亿元,互联网电视(OTT)收入18.31亿元,网络视听节目服务收入142.98亿元。

4. 广播电视节目销售收入

广播电视节目交易活动活跃,节目销售收入继续保持高速增长。2017年全国广播电视节目销售收入523.54亿元,比2016年(365.05亿元)增加158.49亿元,同比增长43.42%,占实际创收收入10.81%。

五、 从业人员情况

截止2017年底,全国广播电视从业人员97.69万人。

(一) 从岗位上看

全国广播电视从业管理人员16.24万人,编辑、记者、播音员、主持人、艺术人员、经营人员等专业技术人员51.02万人,其他人员30.43万人。专业技术人员占比52.23%。

(二) 从学历上看

研究生及以上学历 4.91 万人, 本科及大专学历 73.43 万人, 高中及以下学历 19.35 万人; 大专以上学历人员占比 80.19%。

(三) 从年龄上看

35 岁以下人员 45.31 万人, 36 岁至 50 岁人员 40.95 万人, 51 岁及以上人员 11.43 万人。35 岁以下人员占比 46.38%。

(四) 从性别上看

女性 39.46 万人, 占总从业人员的 40.39%; 男性从业人员 58.23 万人, 占总从业人员的 59.61%。

i 受纪录片制作时间增长 40.86% 影响, 影视剧类节目制作时间(包括纪录片)增幅较大。

ii 广播、电视综合人口覆盖率是指在对象区内能接收到中央、省、地市、县播出机构通过无线、有线、卫星等各种技术方式转播的各级广播、电视节目覆盖的人口数占对象区总人口的比率。

iii 网络视听节目服务收入为网络视听节目服务机构开展与互联网视听节目服务相关业务的各项收入之和, 包括版权收入、用户付费收入及其它相关收入等。

iv 2017 年广播影视行业统计年报扩大了填报单位覆盖面, 新增了网络视听节目服务、影视节目出口、新媒体等内容, 总收入、创收收入增长率均明显高于往年。

v 新媒体业务主要包括广播电视 IPTV 运营机构、互联网电视(OTT)牌照机构和网络视听节目服务机构开展交互式网络电视(IPTV)、互联网电视(OTT)、网络视听节目服务业务及各类客户端应用、微信、微博、网站等取得的业务收入。

(2) 广电总局副局长范卫平: 加强广播电视媒体管理 确保正确舆论导向

2018-06-15 09:13 来源: 广电总局

广电总局近日召开加强广播电视媒体管理、确保正确宣传导向电视电话会议, 范卫平同志出席会议并讲话。

范卫平指出, 加强媒体管理是党的新闻舆论工作的重要原则, 确保导向安全是党的新闻舆论工作的重要生命线。广播电视媒体要切实提高政治站位, 不断增强做好广播电视媒体管理、确保正确宣传导向工作的使命感和责任感, 不折不扣落实中央决策部署, 宣传党的主张、传播党的声音, 特别是在宣传习近平新时代中国特色社会主义思想上更有作为更有成效更加深入人心。一是认真贯彻落实各项宣传部署, 展开声势强大的正面宣传; 二是发挥广播电视媒体特色优势, 汇聚荧屏声频大合唱; 三是坚持推进创新创优, 探索宣传新理念新方式; 四是紧扣主题主线, 突出重大主题和重要时间节点宣传。

范卫平强调, 加强广播电视媒体管理, 确保正确舆论导向, 必须严格落实意识形态工作责任制, 努力把广播电视媒体管理的各项要求落到实处。一是必须把坚持正确政治方向、舆

论导向、价值取向的要求贯穿到广播电视媒体管理全过程；二是必须强化广播电视媒体管理的领导责任；三是必须完善落实广播电视媒体管理制度；四是必须严格责任追究，确保有责必履、失责必问。

宣传司、传媒司负责同志分别通报了宣传管理和传媒管理方面的相关情况，湖北襄阳广播电视台负责同志在当地分会场作了发言。中央广播电视总台，中国教育电视台，网络司、监管中心以及中央、省、市（地）、县四级广播电视机构宣传管理人员共 5000 余人、在 909 个分会场参加会议。

（3）【TV 资本论】停播广告、达成合作、发布报告、人事变动,一周广电新闻尽掌握

2018-06-23 08:04 来源： 中广互联独家

政策一览

【广电总局】6 月 19 日，针对一些电视台播出的“O 泡果奶”“莎娃鸡尾酒”“邦瑞特植物防脱育发露”等广告，存在导向偏差和夸大夸张宣传、误导受众等严重违规行为，广电总局发出通知，要求立即停播这些违规广告。

日前，网上流传了一份“总局关于影视题材拍摄内容的内部分享”文件，这次的政策主要针对电视剧和网剧，内容涉及影视创作方向、题材、意识形态、重大历史节点、民族文化等问题。

6 月 20 日，广电总局公布 2018 年第一季度广播电视创新创优节目，1 个广播节目、9 个电视节目入选。从获奖节目名单看，口碑与收听收视率较高的文化类节目成为主体，如《经典咏流传》《赢在博物馆》《国乐大典》等。

大事提醒

【报告】6 月 19 日，中国记协发布《中国新闻事业发展报告(2017 年)》，其中，媒体转型与融合发展部分备受关注。媒体融合依然是 2017 年中国媒体发展的主题，传统媒体与新兴媒体融合提速升级，内容与平台、渠道、技术、管理一体化发展，正向“融为一体、合而为一”的深度融合迈进。

【中国国际电视台】6 月 20 日消息，中国国际电视台 CGTN 计划在伦敦 Chiswick Park 建立一个欧洲中心，将于 2018 年 12 月投入运营。

公司公告

【东方网络】6 月 21 日，东方网络发布公告称，由于公司未及时支付收购价款，以及华桦文化出于自身战略调整的原因，双方经过友好协商决定终止此次交易。公司于 2018 年 6 月 20 日召开第六届董事会第四次会议，通过了《关于终止收购上海华桦文化传媒有限公司的议案》。

【湖北广电】6 月 21 日，湖北广电与规划院、360 签署《战略合作协议》，合作期限为 5 年，到期后可自动延续五年。

人事变动

【江苏有线】6 月 15 日，江苏有线发布公告称，近日收到公司独立董事韩晓梅女士提交的书面辞呈。韩晓梅女士因工作原因申请辞去公司第四届董事会独立董事及审计委员会主任委员、薪酬与考核委员会委员职务。

地方新闻

【甘肃广电局】近日，甘肃省新闻出版广电局无线传输中心 687 台低压供电系统改造项目顺利完成。该项目的完成将从根本上提高全省广播电视节目安全播出保障的质量和水平。

近日，甘肃省新闻出版广电局召开了安全播出技术分析会。会议通报了上半年安全播出情况和甘肃卫视安全播出方面存在的问题和隐患，传达了总局和甘肃省新闻出版广电局确保

上星卫视安全播出的相关要求，着重就完善甘肃卫视节目安全播出技术环节进行了分析交流。

【湖北广电】6月14日，2018俄罗斯世界杯开幕。湖北广电作为湖北省内唯一获得央视俄罗斯世界杯高清直播正版授权的广电网络运营商，截至2018年6月15日零点，通过湖北广电网络收看2018俄罗斯世界杯开幕赛的用户达89.7万户。

【福建广电网络】6月15日，第二届福建广电网络用户节启动仪式在福州举行。活动期间，福建广电网络推出包括为50万家庭免费置换智能网关，免费开放所有高、标清付费频道；免费开放高清互动云电视所有付费点播专区；全网高清化；为20万低保优抚家庭减免收视费；免费派送5万个老年遥控器等十大惠民措施。

【青岛有线】6月13日至17日，首届上合组织国家电影节举办，山东广电青岛分公司作为本届电影节开、闭幕式的现场直播信号传输保障的责任主体，积极筹备、全力以赴、多方协调，高标准、高质量的圆满完成了信号安全传输的保障目标。

【潍坊广电局】6月15日消息，潍坊市文化广电新闻出版局发布《关于进一步推进全市广播电视行业扶贫工作实施方案》，根据潍坊具体情况，主要采用有线方式解决扶贫工作，对全市新装有线电视的贫困户，免除有线电视初装费；广电网络公司为贫困户提供不少于70套有线电视节目，收视维护费采取企业让利、政府购买服务方式补贴解决。

【安徽广电】6月15日，安徽广电旅游联盟成立大会在毛集实验区举行。据悉，安徽广电旅游联盟还授予焦岗湖中沛御泉湾温泉小镇为项目合作基地。

【北京】6月16日，北京市延庆区融媒体中心揭牌成立。在人民日报媒体技术公司提供的技术支持下，延庆区融媒体中心成为国内首家“广电+报业”模式的“中央厨房”，将打造集报纸、电视、广播和新媒体于一身的全媒体发展平台。

【广东广电网络】6月19日，广东省委常委、宣传部部长傅华到广东广电网络公司调研。调研期间，傅华走访了广东广电网络公司安全播出指挥中心，考察了智慧家庭、IPv6、云平台、政企服务、多媒体融合、应急广播系统等项目建设情况，并与公司领导班子进行了座谈。

【陕西广电网络】6月19日，陕西广电网络在互动平台表示，公司是陕西省内独家授权通过有线电视转播中央电视台3、5、6、8整频道(高、标清)节目的机构。公司秦岭云电视世界杯专区已经上线，包括赛事直播、超神瞬间、场外周边等栏目，将为全省广电网络用户带来一场高清体育视频盛宴。

【江苏有线】6月20日消息，江苏有线苏州分公司与央视成功对接，成为国内首家利用VOD平台实现25Mbps高码率、50P高帧率的真正的4K超高清视频传输，为苏州现网20多万台4K超高清智能机顶盒提供4K超高清视频点播普遍服务。

【山西广电网络】6月20日，山西广电信息网络(集团)有限责任公司潞安分公司举行成立暨揭牌仪式。

【吉林广电局】近日，吉林省新闻出版广电局分别与江苏省、广东省新闻出版广电局签署了《战略合作框架协议》。

【湖北】近日，湖北省十三届人大常委会第三次会议表决通过《湖北省广播电视条例》，该《条例》将于2018年8月1日起施行。截至2017年年底，湖北共有播出机构89家，开办200多套广播电视节目，中短波转播发射台28座，有线电视用户1060万户，广播电视有线网络互联网用户1155万户。

海外动态

【英国】日前，英国主流广播公司BBC、ITV、Channel4以及网络运营商Arqiva将共同发起一个为期5年的投资计划，斥资1.25亿将英国数字地面电视平台Freeview打造成“全混合电视平台”，提供免费电视直播和点播服务。

【迪士尼】6月20日消息，迪士尼公司宣布加价至713亿美元竞购21世纪福克斯公司。竞价的资产包括21世纪福克斯的FX有线电视网络、电影制片厂以及福克斯持有的Hulu网股份。

（三）、领导讲话

1. 聂辰席敦促广电：加快智慧广电步伐，推进有线无线卫星全覆盖

2018-05-31 09:18 来源：中广互联独家 作者：苗梦佳

5月29日，广电总局局长聂辰席围绕“无线、有线、卫星融合传输覆盖方式下，传统无线台站如何应用新理念、发挥新动能、实现新发展”课题，到总局无线局基层台站实地调研。

他强调，随着网络信息技术和互联网的迅猛发展，特别是大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术的广泛应用，量子通信和区块链等新技术的迅速发展，给广播电视领域带来一场前所未有的深刻变革，也给广播电视传输覆盖事业带来严峻挑战。

一要强化互联网思维，推动创新发展。立足机构改革后的职责定位，在聚焦主业的同时，紧盯技术发展前沿，瞄准发展趋势，进一步拓展延伸空间，不断开创事业发展新局面。

二要加强广播电视新技术的应用研究。以问题为导向，以需求为牵引，大力推进核心技术和关键标准研发应用，积极抢占科技制高点。充分发挥新技术支撑作用，构建技术先进、优势鲜明、覆盖广泛、传播快捷、安全可控的广播电视传播覆盖体系。

三要加强资源整合和网络融合。把握数字化、网络化、智能化融合发展契机，加快实施“智慧广电战略”，大力推进有线、无线、卫星传输网络的互联互通和智能协同覆盖，更好发挥广电网络导向优势、安全优势、传输优势，努力实现差异化发展。

四要适应发展需求，满足人民群众新期待。积极运用新技术，打造全媒体全功能服务，优化业务流程，促进更高质量的发展，引导新供给、新消费、新业态。

3月21日，国家广播电视总局召开干部大会，宣布了中央关于组建国家广播电视总局和领导班子任职的决定，聂辰席同志任中宣部副部长、国家广播电视总局局长、党组书记。近半年来，聂局长作了哪些重要讲话，通过聂局长的讲话可以看到广电总局指示要求发生了哪些趋势变化？中广互联小编为您精心盘点一番。

4月26日，聂辰席会见腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾一行。

他强调，一是要深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想特别是总书记的网络强国战略思想，通过网络视听节目弘扬主旋律，传播正能量。

二是要落实党管媒体原则，落实意识形态工作责任制，弘扬职业精神，严格执行网络视听节目审查制度，始终确保正确的政治方向、舆论导向、价值取向，切实维护国家意识形态和文化安全。

三是要切实履行社会责任，落实“管建同步”的要求，主动发挥带头作用，推动业界把社会效益放在首位，营造清朗的网络空间。

四是要加强与总局相关部门的沟通协调，及时反馈实践层面的好做法，共同做好工作，推动网络视听节目持续快速健康发展，为网络强国建设作出贡献。

4月4日，国家广播电视总局在浙江省宁波市召开全国电视剧创作规划会议。聂辰席强调指出，做好新时代电视剧工作，要牢牢把握高质量发展这个根本要求，推动中国电视剧在新时代焕发新气象、实现新作为。

高质量发展，就是要坚持以人民为中心的创作导向，不断适应人民群众美好生活新需要，以经得住群众评价和时代检验的精品力作，打造永不落幕的中国剧场。

高质量发展，就是要坚持不断深化改革的思想，优化产业结构，淘汰冗余产能，实现由数量型增长向质量型发展的根本转变，确立电视剧在文化产业格局中的特殊重要地位。

高质量发展，就是要坚持创新发展理念，以互联网思维和融合发展观念，再造电视剧制作、宣发、购销、播出体系和流程，实现优秀作品传播最大化、效益最大化。

高质量发展，就是要把忧患意识和防范风险意识一以贯之，杜绝浮躁之风侵蚀电视剧的健康肌体，保证电视剧在社会主义文化繁荣兴盛中始终引领潮流、大有作为。

高质量发展，就是要坚持国际视野，坚守中华文化立场，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，推动中国电视剧更多更快地走出去。

3月

3月2日，在推进使用正版软件工作部际联席会议第七次全体会议上，聂辰席指出，持续推进软件正版化，是学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神的必然要求，是落实新发展理念、深化供给侧结构性改革的必然要求，是加快建设创新型国家的必然要求，对营造创新环境、增强经济创新力和竞争力、保障国家信息安全，都具有重要意义。聂辰席强调，2018年要重点做好以下五方面工作：一是进一步突出工作重点，努力巩固扩大成果；二是进一步创新方式方法，实现安全发展两促进；三是进一步加强协调配合，不断增强工作合力；四是进一步强化督查考核，推进责任落实；五是进一步做好宣传引导，积极营造良好氛围。

2月

2月13日，聂辰席、田进同志到监管中心监管大厅和无线局中央电视塔节目传输中心、电力运行中心、播出机房等单位，检查节日前夕广播电视传输、发射、播出、监管情况，慰问一线干部职工。聂辰席指出，2018年是贯彻党的十九大精神的开局之年，是改革开放40周年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。做好广播电视安全播出工作责任重大、使命光荣，希望大家以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领，以学习宣传贯彻党的十九大精神为主线，牢固树立“四个意识”，发扬“特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献”的精神，履职尽责，精心值守，完善应急预案，细化操作规范，确保广播电视安全有序运行，确保春节、全国两会重要保障期重大活动、重点时段、重要节目的安全播出万无一失。

1月

1月3日、4日，2018年全国新闻出版广播影视工作会议在京召开。针对2018年新闻出版广播影视工作，聂辰席作出5方面部署：一是不断把学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神引向深入，继续在学懂、弄通、做实上下功夫，唱响新时代最强音，让习近平新时代中国特色社会主义思想始终成为引领我们前进的思想旗帜、精神旗帜，让学习宣传贯彻党的十九大精神成为全党全社会最嘹亮的主旋律、最昂扬的精气神。二是打造精品力作，为人民提供更加优质丰富的精神食粮。三是加快优化升级，推动事业产业高质量发展。要进一步深化改革，加强科技创新，推动互联网、大数据、云计算、人工智能与新闻出版广播影视有机融合。要优化公共服务，持续推进广播电视户户通、农村电影放映、农家书屋等重点惠民工程，以创新思路举措提升公共服务效能。四是强化阵地管理，牢牢掌握意识形态工作领导权主导权话语权。五是深化国际传播，着力讲好中国故事、增强国际话语权和影响力。

1月15日，聂辰席出席中央电视台工作例会，安排部署下一阶段重点工作。聂辰席强调，一要提高政治站位，不断把学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神引向深入。二要创新编排，精心设计，一体统筹近期重点宣传报道。三要坚持创新驱动，不断推动各项工作再上新台阶。四要推进全面从严治党向纵深发展，为中央电视台发展提供坚强政治保证。五要严字当头、实字托底，确保安全播出、安全生产万无一失。

二、会员企业信息

说明：以下信息均摘自各会员单位的网站，按发布时间排序。我们将每月浏览一次各会员单位的网站，从中摘录相关信息，以增进各会员单位之间的交流。在此希望各单位能及时更新网站内容，以发挥更好地发挥其作用。

1. 【改革开放 40 年】星光的借势、谋势、成势之路

更新日期： 2018-06-11 09:35:59

今年是我国改革开放 40 周年，星光发展至今也 38 年了，伴随着改革开放的发展进程，星光是极少数在当年改革浪潮里创立并生存下来的民营企业之一，回顾往昔，星光跌宕起伏的发展之路，正是我国改革开放 40 年来，民营企业“摸着石头过河”所探索出的独具特色的发展道路。

势者，天时也！雷军著名的一句话，大风来了猪都会飞。可是有多少飞到了终点，又有多少中途跌落，御风，也是一门技术。诸葛亮的《隆中对》里有一句话：诚如是，则霸业可成，汉室可兴矣。《出师表》里也有一句话：此诚危急存亡之秋也。怎么前面还是霸业可成，后面就危急存亡了呢？像诸葛亮如此善谋之人，都谋势不成，何况当年的那些摸着石头过河的人呢？

借势、谋势、成势，这里不得不提到，在中国的企业，天生有一盏指路的明灯，党的领导和国家制度的优越性。这可不是喊口号，通过星光 38 年的发展可以证明。

先看看近几年，十九大报告中提到，我国进入高质量发展阶段，什么叫高质量发展，别担心，各地的政府马上会进行相应的政策宣导工作，而企业需要做的，就是跟上步伐，勇于改革。星光在十九大后的改革方向，就是按照北京市政策引导，淘汰落后产能，引入无人工厂、机器人作业，全面转向智能制造。

光拆除落后制造设备

星光拆除落后制造设备



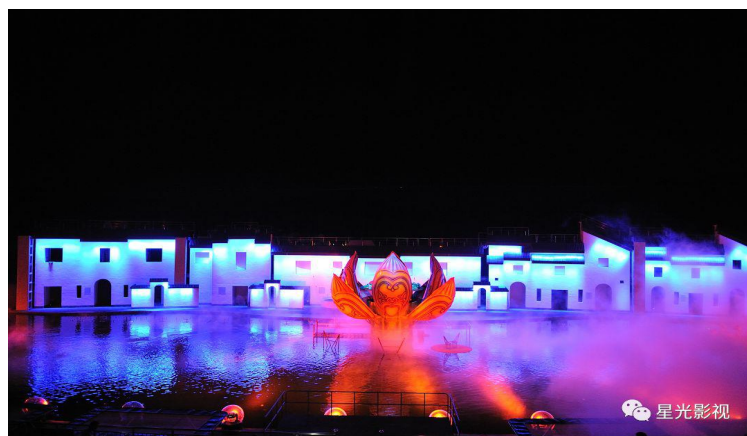
十二五规划中，文化产业大繁荣，文化和旅游作为第三产业新模式是我国大力扶持发展的，星光影视同年开始加大文化旅游业务规模，十二五期间，星光培养出一支专为文化旅

游产业服务的专业团队，并在全国各地参与打造了多个文化旅游项目。

寻梦龙虎山



宏村阿菊



武汉汉秀



回顾星光发展的重要历史阶段，如何借势、谋势、成势是星光一贯而坚持的，借国家政策大势，谋创新发展之势、成造福一方盛势。下面我为大家整理了一份星光发展的几个重要历史阶段表，希望可以帮助您简单的了解星光的发展与借势之路，您也可以把您知道的，当年关于星光的小故事投稿给我（小编邮箱 liweiqi@starlighting.com.cn），未来的一段时间，在国家庆祝改革开放 40 年的同时，希望可以把您和星光的故事一起分享给大家，共同怀念、追忆、共勉。

1978 年，十一届三中全会召开，我国开始实施对内改革，对外开放的政策。

星光创始人陈瑞福先生从收音机中听到会议精神，开始创业，同时期国家开始执行

国民身份证制度，证件拍照的市场需求增大，1980年，西红门星光照相器材厂成立。1983年，十一届全国广播电视工作会议召开，确立“四级办电视”方针。

星光转战电视照明领域，开始研发生产电视照明灯具。1984年，美国总统里根访华，中央电视台在需要紧急启用的100 m²演播室安装项目中，选择了星光，同年，星光的灯具进入央视春晚。以此为基础，星光业务逐渐走向全国，最终成为国内电视照明领域的知名企业。

2000年，第九个五年计划结束，以市场经济为主的经济体制改革全面铺开，国有企业改革深入进行，第十个五年计划即将开始。

星光开始学习国有企业改革，完成一系列重组工作，并于2002年成立股份公司，并正式启动上市计划。

2000-2008年，广电制播分离改革深入，2003年，广电总局推出节目社会化相关规定，文化创意产业在同时期快速发展。

星光于2005年投资建设影视园，2006年，星光影视园投入使用，大量文创、传媒类企业开始云集大兴。

2009年，时任国务院总理温家宝在哥本哈根气候大会上向世界承诺，中国将深入贯彻落实节能减排、绿色低碳发展模式。

同年，在国家863科技提升计划的引导下，星光影视的大功率LED灯具产品问世，影视舞台灯具正式进入大功率LED时代。随后，星光牵头起草了影视舞台大功率LED照明产品的国家标准。

2013年12月31日起股转系统面向全国接收企业挂牌申请。

2015年，星光影视挂牌新三板。

2. 北广科技接待蒙古国乌兰巴托市议会主席一行

市场营销中心 北京北广科技股份有限公司 5月16日

2018年5月16日上午，由蒙古国乌兰巴托市议会主席塞·阿木尔赛罕带队的蒙古乌兰巴托市议会代表团在顺义区人大常委会副主任盛德利、北京临空经济核心区工委副书记董学仲、顺义区外事侨办办公室副主任李进的陪同下莅临我公司参观访问，公司副总经理高宾热情接待。

高宾同志陪同代表团一行实地参观北广科技部件生产调试区和整机调试区。自2008年以来，北广科技为蒙古国提供了多套DVB-T2数字电视发射机系统及解决方案，为蒙古国数字电视覆盖提供了优良的服务。基于与蒙古国友好的合作关系，双方希望在广播电视领域有更多的合作。

3. 同方吉兆举办2018年全国用户广播电视发射技术培训班

5月29日至6月1日，同方吉兆2018年全国用户广播电视发射技术培训班在北京密云举办，200余名各省广电用户的相关领导及技术人员参加培训，同方吉兆杨永珺副总经理主持了开班仪式。

同方吉兆刘海源副总经理及技术人员针对5G与广播电视融合发展技术、应急广播新技术、地面数字电视发射机系统、调频频段数字音频广播发射系统、多工器、天馈系统的标准、原理、使用和维护等专题进行了详实的讲授。

本次培训班得到了广大学员的认可与支持，学员们在培训期间学习热情饱满，态度积极，培训结束后获得了同方吉兆颁发的培训证书。通过培训，学员对广播电视发射系统设备有了全面的认识，设备日常使用及维护能力得到了较大提升，有力地促进了各省广播电视发射系统的安全播出及日常维护工作，也极大地提升了同方吉兆公司在广电行业中的影响力。

4. 大洋走进山城，FAST 快融打造区县台媒体融合样板

2018-05-30

把握媒体变革大势，共商融合发展大计。5月24日，由重庆市区县报研究会主办的重庆市区县报融合发展峰会隆重举行，中科大洋受邀参加了此次会议。



本次峰会以“融合·发展·向未来”为主题。重庆市区县报研究会各成员、各区县报社主要负责人，各区县委宣传部分管新闻媒体负责人以及部分区县电视台负责人等相聚一堂，实地参观了重庆市渝中区新闻信息中心，对媒体融合发展和中央厨房发展趋势进行了研讨交流。



2018年初，中科大洋承担了渝中区新闻信息中心的建设，短短几个月的时间，该项目就已经正式上线运营。项目中采用的大洋FAST快融全媒体采编平台完美地解决了“中央厨房”交付周期长、建设复杂等问题，助力渝中区新闻机构实现全媒体快速融合，为用户提供一站式的媒体融合工作环境，打造了区县台媒体单位的融合样板。

此次渝中区新闻信息中心融媒体指挥中心的建设，打造了先进的硬件基础平台，建立一套全新运行机制，充分发挥新媒体“快”的优势，报媒“深”的优势，广播电视“生动”的优势，实现“新媒体—网站—电视—报纸”采编刊播发流程再造。

北京中科大洋公司副总裁张植俊在会上提到，“中央厨房是机制而不是机构，内容效果是检验中央厨房的唯一标准，内容和数据是媒体的核心。”



今年全国两会期间,重庆日报报业集团全面启动优化集团“策采编发播”全媒体中央厨房统一指挥调度机制,以全媒体方式为广大读者、用户奉献了丰富的全国两会新闻“大餐”。重报集团全媒体营销管理中心主任江波分享了重报集团中央厨房运作经验。“未来一定要以新媒体统帅中央厨房,内设机制要重置,采编流程要再造,相关制度要完善。”他说,融媒体发展要在“融”上下功夫,着力融媒体策划与联动,提升新闻传媒的影响力。

当天,渝中区新闻信息中心主任陈茜,长寿日报总编辑蒙明,巴南区委外宣办副主任、区融媒体中心副主任郑承玉,潼南区传媒集团党委书记、董事长米照奎发表主旨演讲,分享了媒体相“融”的经验与成果。

未来,大洋将持续助力更多县级台媒体单位,开创新闻舆论工作新局面。

5. 创维小派掌上智能投影 P1 惊艳亮相

2018年6月7日,为户外、室内大屏理想生活增添新玩法,创维数字创维小派智能投影 P1 强势发布。

这款智能多功能终端同属于创维派系列,是一款可以随身携带,随时随地随处投影的口袋小精灵。其体积小巧却拥有 150ANSI 流明的超高亮度,支持 4k 超高清显示、梯形校正、长焦投影,还可以享受 π OS 系统全媒资的影视内容等资源;可轻松投射 120 英寸大屏,还能当移动电源使用。



据创维数字披露定期报告,2018年第一季度创维数字营业收入 18.35 亿元人民币,同比增长 11.24%。关于公司未来战略,创维数字坚持内生性增长,深耕服务平台,在提升数字智能盒子业务、汽车电子智能系统的同时,进一步开拓智能制造,逐步向“互联网+先进制造业”的工业互联网体系迈进。



此外，创维数字还强调在产业布局上实施外延式扩张，深入布局智能家居领域。继日前携手百度 Duer OS AI 系统，推出首款围绕电视大屏应用生态的人工智能交互产品——创维小派 OTT 电视+智能音响后，今日亮相的创维小派智能投影 P1，再次证明创维数字以“智慧家庭入口级”智慧生态系列为突破口，进一步丰富智慧家庭的应用与服务生态，实现智慧家庭生态链全方位的深度布局。

6. 熊猫信息中标南京和徐州地铁项目，挖掘业务增长点 市场拓展立新功

最近熊猫信息喜讯不断，继南京、合肥、天津三地地铁项目相继开通后，近日，又连续中标“南京地铁 7 号线工程线网指挥中心系统（NCC）设备供货项目”和“徐州市城市轨道交通 2 号线一期工程公安通信系统项目”，合同金额分别达 1.18 亿元和 4336 万元，轨道交通项目市场拓展实现新突破。

线网指挥中心系统（NCC）是对全线网列车运行、客流变化、电力供应、车站设备运行、防灾报警、环境监测、乘客服务等地铁运营全程进行调度指挥和监控的“大脑”。该系统通过云计算、虚拟化、工业控制、数据治理、数据挖掘等技术实现地铁线网监视、应急指挥、客流预测、指标统计等业务需求功能，满足地铁网络化运营的大数据平台项目。

自去年 3 月以来，熊猫信息一直密切关注南京 NCC 项目的建设，并成立了 NCC 项目团队，保证市场、技术两手抓。一年来，项目团队先后与 35 家业内知名合作团队，召开了 65 场技术交流会，并经过多次实地考察调研、总结分析，形成了国内各城市线网指挥中心建设对比分析报告。筹备期间，项目团队始终保持与地铁方的沟通交流，从业主需求出发，提出了熊猫信息 NCC 建设解决方案，并联合优质伙伴团队，获取软硬件资源，成功搭建地铁 NCC 系统测试平台。经过几个月的努力，项目组完成了全部测试工作并生成报告，递交南京地铁方。最终，凭借良好的信誉、丰富的经验、强大的实力及优秀的方案，熊猫信息在 13 家实力雄厚的同行中成功“突围”，一举中标了该项目。

徐州市城市轨道交通 2 号线一期工程公安通信系统，主要包括公安的传输系统、计算机网络系统、电话系统、视频监控系统、无线覆盖系统、高清可视指挥系统、电源及接地系统等子系统的供货、调试和集成服务。

徐州是江苏省内轨道交通市场的重点城市，共规划 5 条轨道交通线路，其中已开工建设 1、2、3 号线，预计 2020 年全部开通运营。考虑到徐州市场的重要性，熊猫信息在项目招标前期，就积极跟踪，准确把握每一个环节。最终，凭借较强的综合实力成功中标，成为继中标徐州地铁 2 号线专用通信项目之后，又一项新的突破。

两个项目接连中标，彰显了熊猫信息的综合实力和技术水平。尤其是拿下线网指挥中心系统，对熊猫信息开拓城市轨道交通线网指挥中心新业务、进一步展示核心竞争力具有重要意义。

7. 北电科林中标新疆广电局机动应急广播项目，助力提升自治区广播电视应急保障能力

全国应急广播体系是国家应急体系和国家公共服务体系的重要组成部分。党中央、国务院高度重视应对突发事件中的应急广播工作，近年来颁布的相关规划和文件对全国应急广播体系建设均提出了明确要求。

新疆新闻出版广电局是新疆维吾尔自治区的重要力量，担负着信息传播的特殊使命。

此次的项目更凸显了应急广播作为新疆广电局基本公共服务的重要组成部分，在国家应急管理体系总体框架下，遵循统筹规划、分级建设、安全可靠、快速高效、平战结合的基本原则，统筹利用现有广播电视资源，形成统一协调、上下贯通、可管可控、综合覆盖的应急广播体系，向自治区城乡居民提供灾害预警应急广播和政务信息发布、政策宣讲服务。针对国内发生的重特大灾难性事件前往灾区一线进行联合采访，逢大事能发生，彰显出新疆新闻出版局的媒体本色。

移动应急指挥系统特种车，外部造型时尚超前，车头(驾驶室)和车厢整体成为一体，结构设计先进合理，选材安全实用，加工工艺成熟规范，厢体设计、制作保证使用寿命15年以上。

移动应急广播播出系统，有效载重量完全满足车辆原厂规定载重要求，车长、高、宽满足中国国家颁布的有关车辆管理法规和规定要求。在车体设计和设备安装时，充分考虑了整车的动静平衡，外观的设计也十分美观大方。

乌鲁木齐综合应急广播车具有重量轻、强度好、无污染、易修复、结构牢固、不易腐蚀、外观美观的特点。针对新疆地区的气候特点，车辆具有良好的密封性和隔热性，关闭门窗后能严密防雨，防尘和隔热

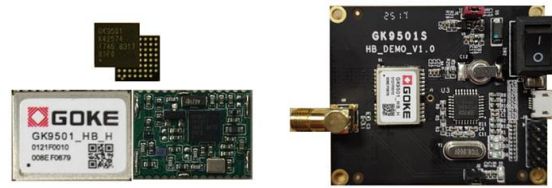
移动应急保障车主要用于基础通信功能的保障及其它车辆燃料等物资的供给，车厢体外部设有与外部系统连接的电源和传输接口盘。同时接口盘具有良好的密封性，能够较好的防雨、防尘。并且每个接口均配备足够数量的防尘塞，在接口不使用时能够提供有效保护，同时更具有较好的防火、防静电等功能。

具有卫星通信系统，短波超短波等通信设备，可以利用卫星的实时图像上传与指挥部进行零延时联系通话，以确保指挥部的每一条指令都能第一时间传达到前沿指挥车辆以及一线救援人员身上，BDK 网联特种车落户新疆，将成为自治区应急体系的重要组成部分，有助于应对突发事件、处置重大气象灾害以及防灾减灾决策能力的提高。

8. 国科微成为“首批北斗车联网产品认证示范企业”

6月8日，由国家市场监督管理总局、国家认监委主办的2018世界认可日活动在北京举行。活动现场，北斗车联网认证服务平台正式启动，并发布了首批高精度北斗芯片、终端和使用单位认证目录。国科微凭借高性能北斗导航芯片GK9501名列其中。

平台首发认证成果，标志着北斗具备优势的高精度技术服务体系已经成熟，以北斗相关芯片模组技术为核心，在汽车、摩托车和末端配送车各领域都将实现应用普及，这是我国北斗地面应用的里程碑事件。



国科微自 2015 年布局物联网芯片市场，开始在北斗定位方面发力。此次获认证的产品 GK9501 是一款高集成度北斗导航芯片。该芯片采用了射频基带一体化设计，具有高性能、高集成度、低功耗、低成本等特性，提供灵活的软件接口，大幅减少了用户的开发周期。

目前，GK9501 已形成规模量产，其产品性能受到客户一致肯定。此次荣获“首批北斗车联网产品认证示范企业”，充分表明国科微高性能北斗导航芯片应用技术已经成熟，多模芯片和模组稳定、可靠，可很好的满足车联网产品需要。

据了解，“十三五”期间，北斗车联网认证联盟将加快推动北斗车联网终端成为机动车的前装标准配置，力争汽车、摩托车、共享单车规模化地接入北斗位置网、接入移动互联网，借助大数据全面提升我国道路交通管理和出行服务能力。巨大的应用空间，为北斗车联网产业的发展带来了难得的机遇。

（本期结束）