

广电行业综合信息

2018 年第 11 期（总第 88 期）

中国广播电视设备工业协会

2018 年 12 月 03 日



目 录

一、行业信息.....	4
(一)、新技术和市场动态.....	4
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态.....	4
(1) 英国最新地面电视规范发布 新增 HEVC、HDR 及 HFR.....	4
2. 移动电视及 CMMB.....	4
3. 直播星和户户通、村村通.....	5
(1) 安徽省广播电视村村通工程实施办法.....	5
(2) 【TV 最前线】家乡飘来“广电云”.....	6
4. 有线电视.....	9
(1) 【资本】用数据说话, 十家广电网络上市公司季报出炉.....	9
(2) 【罗小布问道】关于有线转型的讨论(1): 管道与平台.....	14
(3) 广电总局展开专项统计, 详解我国有线电视发展现状.....	15
(4) 中国有线电视退订影响亚太区付费电视渗透率.....	20
5. 前端、制作与信源.....	21
(1) 全新视界, 等您打开 北方广电震撼开播 CCTV-4K 超高清频道.....	21
(2) 庆祝改革开放 40 周年 广东卫视五大板块齐发力.....	22
(3) H.264 依然为开发者采用的主要视频编码标准, 但 H.265 在上升.....	25
(4) 2018 年 Q3 彩电市场持续低迷 Q3 全国售出 1040.9 万台.....	25
(5) 北京关闭 53 万违规直播间 清理 140 万余部短视频.....	29
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	30
(1) 2018 年 Q3 彩电市场持续低迷 Q3 全国售出 1040.9 万台.....	30
7. 新媒体.....	30
(1) 县级融媒体中心建设的江苏邳州方案.....	30
(2) 发展智慧广电, 华数有话说.....	34
(3) 刘琛良: 芒果 TV OTT 业务增长近 30%, 实现盈亏平衡.....	37
(4) 郑华平: 芒果 TV——三大基因构建“新丛林法则”.....	38
(5) 【中国网络视听大会】陈长伟: AI+广电思考、探索与实践.....	39
(6) 人工智能赋能网络视听创新融合, AI 重塑视频内容新时代: 更清晰 更美丽 更安全.....	41
8. 媒体融合.....	47
(1) 浙江华数与广电总局广播科学研究院、科大讯飞签署战略合作协议.....	47
(2) 【中国电视大会】数位大咖齐聚“中国电视大会”, 探讨融媒体的前世今生.....	48
(3) 改革开放 40 年: 县级广电发展走上转型升级之路.....	51
(4) 【中国电视大会】媒体融合进行时, 融媒体产品如何 C 位出道.....	54
(5) 共话多屏生态进化, 引领媒体融合新征程——视听新媒体发展峰会在蓉成功举行!.....	56
(6) 有线运营商申请 5G 牌照一事: “利大于弊”、“挑战多于机遇”.....	58
(7) 蔡怀军谈芒果超媒: 生态矩阵新引擎, 媒体融合主力军.....	59

9. 虚拟现实/增强现实 (VR/AR) 技术.....	62
(1) 虚实结合 未来已来——2018 世界 VR 产业大会释放发展新信号.....	62
(2) 中国移动 5G 联创中心联合华为在世界互联网大会首发基于 5G 的 8K VR 直播业务.....	65
10. 国际动态.....	66
(1) Chris Lammers: 美国广电网络物联网和 5G 业务的最新进展.....	66
(2) NHK 透露 4K 和 8K 频道计划.....	70
(3) Türksat 演示 8K.....	70
(4) 目前有 142 个 UHD 频道.....	70
(5) 没人看了?美国有线电视\卫星电视用户暴跌百万.....	71
(6) 可折叠手机对电视有什么影响?	72
11. 走向海外.....	73
(二)、重要政策进展.....	73
1. 三网融合.....	73
(1) 河南广电与河南移动强强联手 将开启智慧生活无限可能.....	73
2. 宽带中国.....	77
(1) 苗圩:放宽民间资本在电信领域市场准入.....	77
(2) 三大运营商 9 月成绩单 移动固网登顶尚需时日.....	79
3. 相关政策法规.....	80
(1) 紧急通知! 广电新规流出, 电影人不知道这些就拍片要倾家荡产了....	80
(2) 广电总局发文进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理.....	84
4. 与广电相关的标准.....	86
5. 广电行业动态与分析.....	86
(1) 【重磅】“世界电视日”中国电视大会进入倒计时! 精彩内容抢先看86	
(2) 广电人“逃离”电视台 不代表未来一马平川.....	88
(三)、领导讲话.....	90
1. 聂辰席在第四届中俄媒体论坛上发表演讲.....	90
2. 聂辰席出席全国广播电视与网络视听文艺节目管理工作会议并讲话.....	91
二、会员企业信息.....	92
1. 蓄力北京冬奥 新奥特中标北京电视台、河北电视台播出及总控系统.....	92
2. 泰尔携手罗德与施瓦茨举办泰尔论坛 2018 国际运营商准入测试技术研.....	95
3. “中国广播电视科技创新奖(2018)”评奖报名工作正式启动.....	97
4. 捷报频传, 大洋连续中标三大高清播出项目.....	98
5. “星光”熠熠 40 年.....	101
6. 广东华晨影视舞台专业工程有限公司通过 ISO 扩大审核认证.....	104
7. 熊猫制造奋力冲刺全年目标任务,以市场需求为导向 主动适应积极作为.....	105
8. 国科微与中国长城、中电港签署合作协议, 共同推进国产存储品牌发展.....	105

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) 英国最新地面电视规范发布 新增 HEVC、HDR 及 HFR

2018 年 11 月 05 日 09:07 来源: DTG 官网 T|T

【慧聪广电网】英国数字电视集团 (DTG) 日前发布了最新版本的数字地面电视技术标准 D-Book, 其中包含了对于 HEVC、HDR 以及 HFR 的新要求。

D-Book 是英国数字地面电视广播和电视机的唯一普适性技术标准, 每年进行一次更新, 支撑着 Freeview、YouView、Freesat、EETV、BTTV 以及 TalkTalkTV 的业务。

此次的 D-Book11 进行了如下更新:

RF 测试流程更新

随着 700MHz 频率腾退工作的继续推进, RF 测试流程新增测试 LTE 在 700MHz 频段而不是 800MHz 频段的并存性能。这将确保电视为未来几年 5G 移动服务的出现做好准备。一些已经不适应现代接收机的测试点已被移除。

HEVC、HDR 和 HFR 规范

尽管目前尚未出台计划要求广播服务使用 HEVC、HDR 和 HFR, 但许多电视已经支持这些标准。D-Book11 为支持这些技术的接收机提供了实现要求, 并受到 DTG 测试套件的支持。其目的是让大多数已安装的接收机为将来可能引入的新服务做好准备。

对标 HbbTV2.0.2 和 DVB-DASH

自 D-Book10 发布以来, 支撑 D-Book 的规范中已经出现了一些重要的更新 (包括 HbbTV2.0.2 以及 DVB-DASH)。因此, 新版 D-Book 移除了部分 HbbTV 相关要求, 与已发布规范保持一致。

移除标清设备文件

数字电视平台供应商 Freeview 已于去年 1 月取消了标清电视和机顶盒标识。因此, 新版 D-Book 移除了两个有关接收机和录像机的标清电视设备配置文件, 只留下高清设备文件。

DTG CEO Richard Lindsay-Davies 表示: “二十年来, DTG 一直为市场上的每一台电视提供规范, 确保观众能获得世界一流的体验。随着议会对公共服务广播和新技术的讨论, 我们行业的变化速度和复杂性逐年增加。如今, 行业需要联合起来保持技术的先进性, 同时维持英国电视较高水平的性能、质量、适应性和普适性。”

Freeview 总经理 Guy North 也表示: “在这个日益复杂的市场中, Freeview 品牌继续为观众提供放心的保障, 确保他们购买到高质量的产品。D-Book 保障了所有设备都能符合新的标准, 带有 Freeview 标志的产品将为观众带来最佳观影体验。”

D-Book11 在 D-Book10 的基础上进行了一些重大更新, 免费提供给 DTG 会员。

2. 移动电视及 CMMB

(本期无)

3. 直播星和户户通、村村通

(1) 安徽省广播电视村村通工程实施办法

2018年11月02日来源：黟县西递镇

为贯彻落实省委、省政府深入实施民生工程的决定，根据《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）和《安徽省人民政府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》精神（皖政办〔2007〕43号），现就广播电视村村通工程项目制定如下实施办法：

一、指导思想

做好广播电视村村通工作要以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，紧紧围绕建设社会主义新农村的总体目标，按照省委、省政府关于民生工程建设战略部署，把社会效益放在首位，着力解决广大群众最关心的收听收看广播电视节目问题。“村村通”工作以政府为主导，以欠发达地区为重点，以加强农村文化建设为核心，以建立健全广播电视公共服务体系，保障广大农民群众最直接、最现实的基本文化权益，满足人民群众日益增长的精神文化需求为目的，最大限度地扩大广播电视的有效覆盖，不断提高广播电视，尤其是农村广播电视的基本服务水平，进一步扩大政府公共文化服务覆盖面，让更多的群众共享改革发展成果。

二、目标任务

2015年安徽省广播电视村村通工程目标任务有两项：一是完成5640个20户以下已通电自然村村村通广播电视建设任务，二是完成6座无线发射台站基础设施建设任务。

三、资金筹措方案

按照《全国“十二五”广播电视村村通工程建设规划》要求，5640个20户以下已通电自然村按照每个村6000元的补助标准，共需工程建设补助资金3384万元，其中：国家补助625.8万元，省财政配套2758.2万元；6座无线发射台站共需建设补助资金1200万元，其中：国家补助850万元，省财政配套350万元。

四、保障措施

(一) 加强领导，健全组织

“村村通”是政府组织实施的一项民生工程、重点工程，让广大农民群众听到广播、看到电视，向广大农民群众提供基本的公共文化服务，是保障农民群众基本文化权益的需要，也是各级政府必须履行的基本义务和职责，必须加强领导、健全组织、统筹协调、强力推进。省政府成立以分管负责同志为组长，新闻出版广电、发展改革、财政、人事等部门参加的省广播电视村村通工作领导小组。各市、县人民政府也要加强对“村村通”工作的组织领导，要建立和完善工作机构，政府分管负责同志牵头，新闻出版广电、发展改革、财政等有关部门负责同志参加，形成政府统一领导、部门密切配合的工作协调机制，及时协调解决实施中的重大问题。

(二) 落实资金，履行职能

广播电视村村通是各级政府履行公共服务职能、建设公共文化服务体系的重要工作，是由政府主导投入的社会公益事业，各级人民政府要充分发挥政府对“村村通”工作的主导和推动作用，不折不扣地落实应承担的资金，并纳入年度财政预算。新闻出版广电部门要努力做好“村村通”工程的规划、技术方案制订、施工建设及管理工作；发展改革部门要积极做好“村村通”工程的立项、规划及落实本部门应承担的资金工作；财政部门要负责落实本级应承担的“村村通”工程建设和运行维护资金以及加强资金监管；其他相关部门也要充分发挥职能作用，支持配合做好工作。要充分利用现有设施和资源，尽量减少重复投资，加快工程建设进度。

(三)明确职责，做到“五个纳入”

各级各部门要明确各自的任务和责任，决不允许将任务和责任向下一级转嫁。要按照中央的统一要求，切实把广播电视村村通纳入各级党委、政府工作的重要议事日程、纳入各级政府经济社会发展和美好乡村建设总体规划，纳入各级政府公共财政支出预算，纳入各级政府的扶贫攻坚计划，纳入干部考核的内容，纳入全省各级党委政府对有关部门、单位进行年度考核的重要内容，确保“村村通”工作在当地党委政府的强有力领导下顺利推进。

(四)落实政策，实行责任追究

要严格按照国办发〔2006〕79号文件和财税〔2007〕17号文件的要求，对建设、经营有线电视网络的单位从农村居民用户取得的有线电视收视费收入和安装费收入，3年内免征营业税和所得税；对于覆盖农村地区的广播电视无线发射台(站)、转播台(站)、差转台(站)、监测台(站)统一执行国家规定的非普工业类电价标准，不执行峰谷分时电价政策。要实行责任追究制，加强对“村村通”工程建设的监督检查，对不执行国家和省关于“村村通”工作的有关政策，对因不负责任而造成重大损失的，要追究当事人和领导者的责任。

(五)加强管理，确保长效

村村通的建设很难，而建成后要保证户户通、长期通更难，这就要求必须加强制度建设，加强运行维护管理工作，建立长效机制。一要从工程建设抓起，对于设备采购、安装调试、竣工验收等各个环节，必须有明确的规章制度，照章办事，保证质量。特别要对专项资金使用情况加强监督审计，确保专款专用，严禁截留、挪用。二要在工程建成后，及时将其纳入新闻出版广电行政主管部门的职责范围内，实行制度化规范化管理，确定专人负责，认真做好日常设备维护，强化监督检查。三要深化改革，进一步推进市、县新闻出版广电部门职能转变，把工作重点放到抓好广播电视覆盖和服务上来，做好“村村通”的运行维护工作。要按照建立农村广播影视公共服务体系的要求，进一步理顺县、乡广播电视管理体制，使之有利于“村村通”建设和运行维护，保障“村村通”健康发展。

(2) 【TV最前线】家乡飘来“广电云”

2018年11月12日来源：中广互联

老家马胡鹏坐落在乌江岸边，地方很美，身临其境，仿佛到了“世外桃源”。家乡有一座墓碑，右边有诗仙李白的诗文：“寻得桃源好避秦，桃花又见一年春；花飞莫遣随流水，怕有渔郎来问津。”左边有南宋文学家谢枋得的佳作应对：“问余何意栖碧山，笑而不答心自闲；桃花流水窅然去，别有天地非人间。”



图为：施工人员在敷设广电光缆

但那地方也很偏远，远得几乎与世隔绝，譬如李白和谢枋得的诗文碑刻，就是在几年前才被发现的。

家乡再闭塞，电视总还是有得看的。只是，至少在今年3月前，在老家收看电视节目，信号和质量都很差。最早是通过差转台转播节目，转播哪个台就只能收看哪个台，并且还得在家门口栽棵竹竿或者木棒架设好天线后才能收看。后来电视上星了，改用“小天锅”（卫星接收天线）收看。尽管可以多收几个台，但看得懂的节目不多，且特别像央视“3、5、6、8”等加密节目依旧无缘，本地节目也同样如此。每次回老家与乡亲们聊起看电视，他们说就像在房间里开的“小天窗”，看得到远在天边的日出日落、云卷云舒，但却欣赏不到近在眼前的美景。

在没有加入贵广网络这个团队之前，我在金沙电视台当记者，对家乡总是很有感情的，也做过很多报道家乡的电视节目，但乡亲们都无缘从电视屏幕上看到身边人、身边事，每次节目播出前，我都只能通知他们到街上去看，或者拷贝回来与他们共享，因为本地节目落不了地，我发现他们对地方政策的了解也要慢半拍，甚至变味。

总得改变这种现状，后来，广电网络成立，我从电视台转岗到广电网络，放弃“无冕之王”加盟广电网络的大半原因，重点是心中有这份浓浓的“乡愁”。



图为：施工人员入户调试电视机信号

都知道我换了新单位，但家乡的父老乡亲都搞不懂这广电网络到底做什么，问及我的时候，都要很费口舌的解释一番，哪怕就是现在，估计除了晓得“贵广网络”这个简称以外，倘若要他们说全称来，恐怕没有几个。

也不能都怪他们“孤陋寡闻”，贵广网络成立至今已有十年时间，在其他地方早已家喻户晓，也成为受益者，但在我们家乡，那还是今年的事情。

不过盼望“广电网络”进村，很早为之。

乡亲们记得很清楚，十多年前，山外的集镇上或者人口比较集中的村寨已经安装有有线电视，老家曾经派人去“对接”，看能不能把有线电视也牵到村子里来，但乡亲们居住高度分散，对方说成本太高，操作起来非常难。后来，家乡人也知道，广电网络成立了，很多地方都实现了县乡联网、双向互动，还开通了高清节目，但对家乡来说，依然还是“山外”那边的事情，电视收看依旧是“家家户户装天线，满屏尽是雪花点”。

这样的盼望到了2017年，多彩贵州“广电云”终于飘进了山村，村里实现了广电网络“村村通”，但信号也只开通到村委会所在地，而村委会距离我们老家还有数公里之遥，要想看上信号稳定、画质清晰的电视节目，依然是一种奢望。

记得那年家乡首次开展“三月三西部农耕文化节”活动，借助“世外桃源”之春风，一度盛况空前，很多媒体都闻讯而来拍摄采访，第一时间抢抓到不少好镜头，但他们却为怎样传输视频素材犯了难，就因为老家没有开通信号，无法传输，待跑到很远的地方将素材传输出去，但已经超过截稿时间，万般无奈。

今年，老家继续举办第二届“西部农耕文化节”，开幕首日，通过协调正在附近村寨施工的多彩贵州“广电云”施工队前来助阵，加班加点接通了广电网络信号，第二天的精彩活

动，当天晚上就上了毕节和金沙广播电视台。

虽然与其他地方相比，家乡开通广电信号要稍晚一些，但总算享受到了贵州省政府民生实事这一“红利”。不仅如此，我还发现父老乡亲们对有线电视的“钟爱”程度超出我的想象。

比如终于可以看中央电视台“3、5、6、8”节目，终于可以看到高清电视，也终于可以看到本地节目，可以了解更多发生在身边的事情了，按照乡亲们的说法，这又像在家里面开启了一扇“落地窗”，视野从此变得更加广阔了。

不过，比起观看山外的世界风云，我发现乡亲们更喜欢通过地方电视台的节目关注本地发生的事情，按照他们的说法——“身边人身边事，更清楚事情的真相、更事关自身的利益”。

比如，他们通过看电视，知道金沙正在进行农业产业结构调整，茶叶发展10万亩、辣椒发展10万亩、香葱发展10万亩，结构调整也把家乡纳入了发展规划区域，让他们知道了诸多党委政府的富民政策。

比如，通过看电视，知道乡村振兴计划已经在金沙开始实施，旅游规划上亦把家乡纳入“全域旅游”重点开发区域。

还是通过看电视，让乡亲们知道金沙县纪委已经进驻乡镇开展巡察活动，看到一些吃拿卡要的村干部被查处，大快人心。

……

更可喜的是，尽管时间不长，父老乡亲们已经实现了从“看电视”到“用电视”的转变，也让他们知道了“广电云”不仅可以“户户看”还可以“户户用”。

在家乡，尽管收看看电视的群体也还是“空巢老人”和“留守儿童”居多，但他们从以前单纯的“看电视”到现在“用电视”的转变程度大大超出我的想象，也深深地感受到广电网络在农村“大有作为”。

端午回家，听闻一位“老病号”已经开始活蹦乱跳了。此前，他都是求助我在县城为他买药，正奇怪近段时间怎么不打我电话了，一打听，才知道他在村卫生院医生的帮助下，通过“广电云”的“远程医疗”平台和专家视频问诊，找到了病因，对症下药已经产生疗效了。

还有村卫生室的那位医生，原本医术并不是很高，据说现在却治好了好几位乡亲的疑难杂症，医疗水平也有所提升。打听之后才知道，都是因为村卫生室开通了“广电云”远程医疗服务平台，他帮助、指导病人连线专家进行病情咨询，得到了更及时、专业的诊疗建议。通过远程问诊，不仅让患者足不出村，自己也学到了不少医疗知识，一举两得。

家乡是有很多农特产品的，比如茶叶、花生等等，但在“广电云”户户用工程建设之前，山高路远，基本无人问津，要变成钱，还得背到很远的乡场上变卖。

如今，山里的葡萄、水果又成熟了，我也正准备通过熟络商家在县城找点销路。但回到家乡才知道自己的想法多余了，乡亲们告诉我：通过“广电云”农村电商平台销售出去了，价格还好得很呢。

卖出去方便，买进来也很快捷。以前买东西，都要等赶集天到十几公里的街上去买，而现在电视淘宝，通过爱尚TV购，一个小小的遥控板，想买什么，应有尽有，快捷得不得了。

变化的还不仅仅是这些，家乡也居住着藏龙卧虎之人，写诗的作画的都有，在以前，基本都是自娱自乐，现在能通过“广电云”上的“书画天地”专区交流切磋，既熏陶了情操，又提高了水平，愉快得很。

还有，那些喜欢唱歌跳舞的大妈们，跟着“广电云”的“广场舞”专区翩翩起舞，以前羡慕城里人会跳广场舞，现在自己也有了电视做老师，每天再忙，也要抽空跳上半个时辰，并因此容光焕发，年轻了不少。

更富“传奇色彩”的是，伴随“雪亮工程”的同步启动，多彩贵州“广电云”还为家乡带来一双双明亮的“眼睛”。

这一双双“实时、有效、清晰，全天候、无死角监视”的“眼睛”，几乎将村寨每个角落都尽收眼底，公路边上一个小孩被轿车碰伤、村寨里的李大伯家耕牛被盗，警方都通过这双“眼睛”及时破获了案件；王老太太患有老年痴呆症，忘了回家路的路，家人报警后，警方也借助这双“眼睛”，很快把她接回了家……

日前，老家正在举办“改革开放四十年”纪念活动，乡亲们把四十年来的发展写到花灯《颂歌十二月》里面传唱：“正月里来是新年，改革开放四十载；土地承包政策好，家家户户笑开颜”，在响彻山谷的花灯调子中，喜人的变化还让乡亲们把多彩贵州“广电云”融入到广为传唱的歌词中：“三月里来桃花开，广电祥云飘进来，乡村视野大改变，生活娱乐好精彩”。

可以说，是多彩贵州“广电云”为祖祖辈辈生活在山区的乡亲开创了崭新的生活，成就了多少代人未能实现的梦想，更让他们心中打开了一扇希望之门、明亮之窗。

伴随多彩贵州“广电云”大幕的开启，这一广惠民生的文化工程仿佛插上了科技的翅膀，揭开了农村具有划时代意义的崭新一页。

山还是那座山，人还是那些人。

在这偏远的山村里，一种新的思维模式、新的生活方式已经悄然袭来；在这偏远的山村里，有一种催人奋进的拼搏精神在、有一种引人向往的和谐氛围在……

4. 有线电视

(1) 【资本】用数据说话，十家广电网络上市公司三季报出炉

2018年11月01日来源：中广互联独家

日前，《2018 第三季度中国有线电视行业发展公报》显示，2018 年三季度，有线电视仍是中国居民家庭的主要收视方式，用户总量达到 2.27 亿户，但收视渗透率降至 50.78%，环比下滑 1.57%。截止 2018 年 9 月 30 日，国内上市的十家有线电视网络公司的总市值达到 772.21 亿元。第三季度营业总收入达到 92.48 亿元，平均利润率为 9.62%。各家广电网络上市公司的三季报成绩如何？中广互联为您一一揭晓！

公司名称	总市值(亿)	每股收益(元)	净资产收益率(%)	营业收入(亿)	净利润(亿)	净利润率(%)
江苏有线	138.34	0.04	0.84	18.15	2.01	11.14
华数传媒	127.68	0.12	1.59	8.39	1.66	19.76
广西广电	73.69	0.04	1.58	5.92	0.60	10.21
歌华有线	137.39	0.13	1.40	6.10	1.81	29.67
电广传媒	75.01	-0.08	-1.01	27.09	-1.00	-3.69
贵广网络	74.05	0.01	0.31	5.80	0.12	2.08
湖北广电	48.65	0.04	0.38	6.09	0.27	4.41
天威视讯	31.71	0.07	1.64	3.82	0.44	11.62
广电网络	31.30	0.01	0.16	6.53	0.06	0.90
吉视传媒	34.37	0.01	0.56	4.59	0.47	10.24

1、华数传媒

日前，华数传媒发布 2018 年第三季度报告，第三季度华数传媒实现营业收入 8.39 亿元，同比上涨 11.10%，归属于上市公司股东的净利润 1.66 亿元。1-9 月，华数传媒实现营业收入 23.99 亿元，同比上涨 6.52%，归属于上市公司股东的净利润 4.83 亿元。

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减	
总资产(元)	14,569,216,910.86	14,420,294,193.30	1.03%	
归属于上市公司股东的净资产(元)	10,528,524,067.09	10,376,877,141.53	1.46%	
	本报告期	本报告期比上年同期增减	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入(元)	838,737,040.79	11.10%	2,399,308,225.50	6.52%
归属于上市公司股东的净利润(元)	165,771,293.53	0.70%	482,688,240.74	2.18%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	137,494,808.95	-6.27%	394,230,255.88	-8.70%
经营活动产生的现金流量净额(元)	--	--	707,653,952.82	5.39%
基本每股收益(元/股)	0.1157	0.70%	0.3368	2.18%
稀释每股收益(元/股)	0.1157	0.70%	0.3368	2.18%
加权平均净资产收益率	1.59%	0.00%	4.60%	0.06%

2、歌华有线

日前，歌华有线发布 2018 年第三季度报告，1-9 月，歌华有线实现营业收入 18.02 亿元，同比下降 0.69%，归属于上市公司股东的净利润 5.47 亿元，同比下降 14.18%

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	15,630,733,849.31	15,326,787,026.43	1.98
归属于上市公司股东的净资产	12,921,242,012.81	12,784,120,433.35	1.07
	年初至报告期末(1-9月)	年初至上年报告期末(1-9月)	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	626,936,574.34	651,920,572.25	-3.83
	年初至报告期末(1-9月)	年初至上年报告期末(1-9月)	比上年同期增减(%)
营业收入	1,801,555,349.16	1,814,114,710.80	-0.69
归属于上市公司股东的净利润	546,887,316.25	637,231,492.08	-14.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	448,563,818.62	456,958,129.40	-1.84
加权平均净资产收益率(%)	4.26	5.01	减少 0.75 个百分点
基本每股收益(元/股)	0.3929	0.4579	-14.20
稀释每股收益(元/股)	0.3929	0.4579	-14.20

此外，歌华有线 2018 年截至三季度末的经营数据显示：

项目	2018 年 1-9 月
有线电视用户数	591.4 万户
其中：高清交互电视用户数	520.5 万户
宽带业务：居民用户数	54.7 万户
付费节目点播量	1,267.88 万次
基本业务 ARPU 值	25.04 元/月/户

3、吉视传媒

日前，吉视传媒发布 2018 年第三季度报告，1-9 月，吉视传媒实现营业收入 14.18 亿元，同比增长 2.72%，归属于上市公司股东的净利润 1.79 亿元，同比下降 16.88%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	13,049,412,690.16	11,581,915,634.57	12.67
归属于上市公司股东的净资产	6,960,154,147.18	6,583,618,347.4	5.72
	年初至报告期末 (1-9月)	年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增减 (%)
经营活动产生的现金流量净额	112,027,857.71	70,286,748.25	59.39
	年初至报告期末 (1-9月)	年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增减 (%)
营业收入	1,417,962,903.65	1,457,544,536.96	-2.72
归属于上市公司股东的净利润	178,869,251.02	215,196,228.17	-16.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	155,169,487.78	201,164,898.37	-22.86
加权平均净资产收益率(%)	2.68%	3.35%	减少0.67个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0575	0.0692	-16.91
稀释每股收益(元/股)	0.0575	0.0692	-16.91

此外，吉视传媒 2018 年第三季度主要经营数据显示：一、有线电视用户数量：572.69 万户。二、宽带用户数量：84.84 万户。三、基本业务的 ARPU 值：29.83 元/月。基本业务的 ARPU 值为：基本业务收入、工程建设收入、配套收入，用户为 缴费用户。四、互动用户数：156.38 万户。五、互动点播量：3.51 亿次(2018 年 1-9 月累计点播次数)。

4、江苏有线

日前，江苏有线发布 2018 年第三季度报告，1-9 月，江苏有线实现营业收入 57.23 亿元，同比下降 2.12%，归属于上市公司股东的净利润 5.44 亿元，同比下降 21.75%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	31,881,993,021.59	32,203,488,491.51	-1.00
归属于上市公司股东的净资产	21,421,101,509.23	13,359,755,363.77	60.34
	年初至报告期末 (1-9月)	年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	1,298,017,523.23	1,506,436,353.49	-13.84
	年初至报告期末 (1-9月)	年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增减 (%)
营业收入	5,722,830,280.21	5,846,894,767.81	-2.12
归属于上市公司股东的净利润	544,397,043.09	695,705,971.71	-21.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	439,954,319.33	641,147,529.93	-31.38

此外，江苏有线 2018 年第三季度主要经营数据显示：一、有线电视用户数量：1,467.30 万户。二、宽带用户数量：264.62 万户。三、基本业务的 ARPU 值：17.51 元。四、付费点播量：23,080.96 万次。

5、广西广电

日前，广西广电发布 2018 年报告，1-9 月，广西广电实现营业收入 16.85 亿元，同比增长 4.08%，归属于上市公司股东的净利润 1.43 亿元，同比下降 19.15%。

	年初至报告期末 (1-9月)	上年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增减 (%)
营业收入	1,685,274,788.21	1,619,258,660.61	4.08%

3 / 22

2018年第三季度报告

归属于上市公司股东的净利润	142,851,868.77	176,677,029.57	-19.15%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	108,965,514.30	140,666,287.04	-22.54
加权平均净资产收益率(%)	3.86%	4.99%	减少1.13个百分点
基本每股收益(元/股)	0.09	0.11	-18.18
稀释每股收益(元/股)	0.09	0.11	-18.18

此外，广西广电 2018 年第三季度经营数据显示：

项目	2018年第三季度
有线电视用户数	549.68 万户
其中：高清交互电视用户数	339.55 万户
宽带业务：居民用户数	217.55 万户
付费节目点播量	20670 万次
基本业务 ARPU 值	19.1 元/月/户

6、贵广网络

日前，贵广网络发布 2018 年第三季度报告，1-9 月，贵广网络实现营业收入 20.15 亿元，同比上涨 15.02%，归属于上市公司股东的净利润 2.52 亿元，同比下降 26.89%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比 上年度末增减 (%)
总资产	11,708,826,596.54	8,526,734,645.42	37.32
归属于上市公司股东的净资产	4,316,605,125.35	4,202,878,902.66	2.71
	年初至报告期末 (1-9月)	上年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增 减(%)
经营活动产生的现金流量净额	184,955,836.45	325,099,070.72	-43.11
	年初至报告期末 (1-9月)	上年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增 减(%)
营业收入	2,015,275,840.30	1,752,116,851.92	15.02
归属于上市公司股东的净利润	252,387,825.34	345,210,708.96	-26.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	234,811,505.01	319,367,238.19	-26.48
加权平均净资产收益率(%)	5.87	8.54	减少2.67个百分 点
基本每股收益(元/股)	0.24	0.33	-27.27
稀释每股收益(元/股)	0.24	0.33	-27.27

此外，贵广网络 2018 年第三季度主要经营数据显示：

项目	2018年第三季度
有线电视用户数	734.08 万户
其中：高清交互电视用户数	431.05 万户
宽带业务：居民用户数	214.06 万户
付费节目点播量	15275 万次
基本业务 ARPU 值	26.58 元/月/户

7、陕西广电网络

日前，陕西广电网络发布 2018 年第三季度报告，1-9 月，陕西广电网络实现营业收入 21.89 亿元，同比上涨 8.90%，归属于上市公司股东的净利润 1.19 亿元，同比下降 3.86%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	8,137,630,832.90	7,236,225,562.67	12.46
归属于上市公司股东的净资产	3,192,287,914.38	2,953,144,732.39	8.10
	年初至报告期末 (1-9月)	年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增减 (%)
经营活动产生的现金流量净额	164,837,622.85	494,444,122.42	-66.66
	年初至报告期末 (1-9月)	年初至上年报告期末 (1-9月)	比上年同期增减 (%)
营业收入	2,188,640,075.83	2,009,730,585.14	8.90
归属于上市公司股东的净利润	118,609,650.80	123,376,409.14	-3.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	116,368,479.47	116,275,684.95	0.08
加权平均净资产收益率(%)	3.91	4.32	减少0.41个百分点
基本每股收益(元/股)	0.196	0.204	-3.92
稀释每股收益(元/股)	0.188	-	-

此外，陕西广电网络 2018 年前三季度主要经营数据显示：一、有线电视用户数量(在网数字电视主终端)：584.40 万个。二、宽带用户数量：117.31 万户。三、基本业务的 ARPU 值：22.58 元/月。四、付费点播量：197,347.09 万次。

8、天威视讯

日前，天威视讯发布 2018 年第三季度报告，第三季度天威视讯实现营业收入 3.82 亿元，同比上涨 0.8%，归属于上市公司股东的净利润 0.44 亿元。1-9 月，天威视讯实现营业收入 11.40 亿元，同比下降 2.31%，归属于上市公司股东的净利润 1.51 亿元，同比下降 19.58%。

□ 是 √ 否

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减	
总资产(元)	3,856,443,716.90	3,882,623,627.65	-0.67%	
归属于上市公司股东的净资产(元)	2,726,437,109.12	2,730,101,620.68	-0.13%	
	本报告期	本报告期比上年同期增减	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入(元)	381,733,754.87	0.80%	1,139,971,447.11	-2.31%
归属于上市公司股东的净利润(元)	44,364,307.03	-21.39%	150,673,788.43	-19.58%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	49,176,303.99	-7.61%	150,560,927.09	-16.60%
经营活动产生的现金流量净额(元)	29,521,647.04	-82.59%	214,430,138.54	-35.72%
基本每股收益(元/股)	0.0719	-21.33%	0.2441	-19.57%
稀释每股收益(元/股)	0.0719	-21.33%	0.2441	-19.57%
加权平均净资产收益率	1.64%	-0.50%	5.47%	-1.41%

9、湖北广电

日前，湖北广电发布 2018 年第三季度报告，第三季度湖北广电实现营业收入 6.09 亿元，同比上涨 1.18%，归属于上市公司股东的净利润 0.27 亿元。1-9 月，湖北广电实现营业收入 19.09 亿元，同比增长 8.80%，归属于上市公司股东的净利润 2.06 亿元，同比下降 15.98%。

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减	
总资产(元)	11,005,417,925.73	9,459,251,672.21	16.35%	
归属于上市公司股东的净资产(元)	6,411,340,620.61	5,863,572,816.47	9.34%	
	本报告期	本报告期比上年同期增减	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入(元)	609,105,348.66	1.18%	1,908,533,831.26	8.80%
归属于上市公司股东的净利润(元)	26,858,219.54	-45.37%	205,997,602.34	-15.98%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	20,994,252.89	-46.73%	193,509,775.52	-14.45%
经营活动产生的现金流量净额(元)	--	--	252,639,596.87	-43.40%
基本每股收益(元/股)	0.04	-50.00%	0.32	-17.95%
稀释每股收益(元/股)	0.04	-50.00%	0.32	-17.95%
加权平均净资产收益率	0.38%	-55.18%	3.39%	-21.32%

10、电广传媒

日前，电广传媒发布 2018 年第三季度报告，第三季度电广传媒实现营业收入 27.09 亿元，同比上涨 30.56%，归属于上市公司股东的净利润-0.99 亿元。1-9 月，电广传媒实现营业收入 73.45 亿元，同比增长 25.29%，归属于上市公司股东的净利润-1.35 亿元，同比下降-223.10%。

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减	
总资产(元)	24,062,390,943.69	23,747,795,890.82	1.32%	
归属于上市公司股东的净资产(元)	9,833,218,485.43	9,987,775,409.45	-1.55%	
	本报告期	本报告期比上年同期增减	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入(元)	2,708,885,798.56	30.56%	7,345,431,070.96	25.29%
归属于上市公司股东的净利润(元)	-99,977,504.18	726.57%	-135,306,655.11	-223.10%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-131,045,824.89	429.63%	-238,085,076.00	-358.04%
经营活动产生的现金流量净额(元)	--	--	463,612,084.06	--
基本每股收益(元/股)	-0.08	700.00%	-0.10	-225.00%
稀释每股收益(元/股)	-0.08	700.00%	-0.10	-225.00%
加权平均净资产收益率	-1.01%	-0.90%	-1.37%	-2.48%

(2) 【罗小布问道】关于有线转型的讨论(1)：管道与平台

2018 年 11 月 02 日来源：中广互联独家

经常听到同仁们讲“管道化”，那么什么是同仁们说的“管道化”呢？多数同仁们所说的“管道化”的意思是“只是传输、没有别的”。其实，同仁们所言的“管道化”只是“管道商业模式”中的一个环节。

那么，什么是“管道商业模式”呢？“管道商业模式”是泛指所有的传统商业模式，又称之为“线性商业模式”或“价值链商业模式”。传统商业模式的经典理论就是大家所熟悉的波特五力理论。所谓“横向整合”和“纵向整合”都是传统商业模式。传统的商业模式简单地讲就是进料、生产、(库存)、分销。电视台是传统商业模式，电视台的采、编、播流程是传统商业模式的经典流程；“采”就是进料、“编”就是生产、“播”就是分销。有线网络公司的宽带也是传统商业模式，采购出口就是“进料”、传输就是“生产”、发展用户就是“分销”；有线电视也是传统商业模式，频道落地就是“进料”；付费电视业务也是如此。

“平台商业模式”又是什么怎样的呢？首先是一个场所，以便把生产者和消费者聚集在

一起，例如，滴滴快车平台，就是把司机和私家车与乘车人通过滴滴快车平台聚集在一起的虚拟场所；其次是向生产者和消费者提供双方能够直接互动的工具，以便促成买卖双方在互动中产生交易，滴滴快车的APP就是这样的工具；最后，把创造交易所产生的价值变现，滴滴快车每笔交易提成20%~25%。

简单地讲，平台就像一个菜市场，吸引卖菜的或生产者，吸引买菜的或消费者，都去菜市场；让买卖双方直接沟通，产生交易；并通过所能产生的交易价值变现，对菜市场而言就是摊位费（含管理费）。

电信的互联网也是平台，生产商就是成千上万的网站，消费者是需要查询信息或寻找商品/服务的顾客；电信通过IP地址将生产者和消费者聚集到电信互联网的平台或网络上（网络即场所），并通过网址让生产者和消费者直接联系并沟通；在生产者和消费者联系与沟通过程中创造了交易价值，这个交易价值就是流量，进而形成了流量货币；再通过销售流量货币变现。

如果有线互联网平台的第一思维是电信的出口，就是传统的管道思维；如果有线互联网平台的第一思维是与八大互联网企业的CDN直连，就是平台思维，因为八大互联网企业就是互联网信息服务的寡头生产者。

同样，八大互联网寡头企业都是平台商业模式，例如，阿里，聚集了众多的商业或卖家，通过商家又吸引了众多买家，提供各种交易工具，包括支付宝，努力促成买卖双方之间的直接交易，通过广告和资金滞留变现阿里自己创造的交易价值。

“平台商业模式”有什么特点呢？首先，不直接掌握生产资料，自然不会直接生产，也不直接拥有生产商品与服务的劳动者；例如，滴滴快车既不拥有汽车、也不拥有司机，更不会自己去开车。其次，没有库存，所谓库存都是生产者的库存，不是平台的库存。最后，都是利用以数字技术为标志的现代科技手段提高效率，包括互联网、物联网等。

平台的力量或颠覆力量同仁们深有感受，无需多言。表面上是互联网颠覆了传统行业，其实是“平台模式”颠覆了“管道模式”。现在几乎所有的传统企业都在向平台商业模式转型，从汽车制造到媒体……

今天的问题很简单，就两个问题：第一个问题是有人想不想向平台商业模式转型？第二个问题是有人该不该向平台商业模式转型？

（3）广电总局展开专项统计,详解我国有线电视发展现状

2018年11月01日来源：国家广播电视总局规划财务司

国家广播电视总局近期开展了全国有线电视专项统计调查工作，对2015-2017年全国有线电视网络用户情况、投资与收入情况、省级有线网络业务情况等数据进行统计，完成了《全国有线电视发展情况专项统计调查分析报告》。本篇摘编该报告的部分内容，以飨读者。

有线电视网络是党和政府声音传向千家万户的主渠道，是重要的宣传思想文化主阵地，在传播主流舆论和发展先进文化中发挥着重要作用。经过多年发展，全国有线电视网络干线长度超过477万公里，全国有线电视覆盖用户约3.36亿户，已成为国家重要的信息基础设施，是网络强国建设的重要组成部分。

一、我国有线电视发展现状及特点

我国有线电视虽然起步较晚，但发展迅速，特别是通过最近十几年的技术、业务的高速创新发展，从各自独立、分散的小网络向以国家干线、省级干线和城域网发展，并逐步向传输广播电视信息、计算机信息和数据信息的综合信息服务商转型，实现了传输手段多样、传输内容丰富、传输质量可靠，为广大广播电视用户提供了丰富、可靠、可信的广播电视传

输服务。2003年，全国有线电视实际用户数突破1亿户，经过8年的高速发展，于2011年突破2亿户。截至2017年年末，全国有线电视实际用户数为2.14亿户(见图1)。



近年来，各级有线电视传输机构持续提升网络承载能力，不断提升网络覆盖范围，主动应对发展挑战，努力创新服务模式和业态，推动有线电视行业转型升级，向高质量发展目标迈进。具体呈现出以下四个方面的特点：

一是数字化、双向化水平稳步提升。有线电视数字化已经进入最后攻坚阶段。2017年，我国有线电视数字化率已经达到90.48%。有线电视进一步向高清化、超高清化发展。2017年，我国有线电视高清用户、超高清用户分别达到7105万户、517万户，增长率达到5.09%、230%，在有线电视用户群体中的认知度显著提升。在有线电视数字化基础上，有线电视网络双向化改造稳步推进。2017年，我国双向数字电视实际用户达到5743万户，同比增长24.51%，占有线数字电视实际用户比例达到29.59%；光纤网络用户达到998万户，增长率达到20.84%。

二是智能化发展态势良好。近年来，广电总局组织研发并推广应用我国自主智能电视操作系统(TVOS)，对于确保广播电视文化安全、把握智能电视产业发展主导权、支撑广播电视数字化网络化智能化快速可持续发展意义重大。各地有线电视网络运营商结合实际情况，与政府、行业、社区开展深度合作，积极推进智慧交通、智慧社区、智慧医疗等业务的发展，有效支撑了行业的创新发展，成为广播影视转型升级的重要引擎。同时，各地运营商大力推进终端智能化。截至2017年年底，全国有线电视智能终端用户达到701万户，增长率为131.15%。

三是网络整合取得阶段性成果。经过10余年的努力，我国各省已基本实现“一省一网”的有线电视网络整合阶段性目标。2017年，全国各省已整合有线网络从业人员占全国有线电视从业人员的92.42%，资产总额占比为94.08%。2016年年底，中宣部、财政部、广电总局等三部门联合下发《关于加快推进全国有线电视网络整合发展的意见》，全国有线电视网络整合和互联互通平台建设进入新阶段。目前，由中国广播电视网络有限公司牵头的相关整合工作取得了阶段性成果。截至2018年5月底，中国广播电视网络有限公司已与河北、青海、广东、山东等10家省网公司签订了战略投资合作协议。同时，中国广播电视网络有限公司积极推进全国有线电视互联互通平台建设、终端推广和全国业务落地工作，积极应用新技术、发展新业态。

四是有线电视用户发展呈现新局面。2005~2015年，我国有线电视实际用户呈增长趋势，2015年为2.36亿户，为历年最高。2015~2017年我国有线电视实际用户有所流失，是由诸多因素造成的：一方面，有线电视面临交互式网络电视、互联网电视、网络视频的多重市场竞争，对其用户造成了一定分流；另一方面，也与有线电视运营商自身内容、业务发展滞后有关。不过，虽然有线电视实际用户已经开始下降，但宽带、增值业务等新业务用户却呈现快速增长态势，显示出有线电视行业已经进入转型发展期。2017年我国有线电视互联网宽带用户接近3000万户，较2016年增长670余万户。

当前，以云计算、大数据、人工智能、物联网为代表的前沿技术正在加速与国民经济各行业的融合。在信息消费升级的愿景面前，在满足人民日益增长的美好生活的需要面前，有线电视行业需要以前沿技术为引导，创新性打造新业态、新生态，尽快形成新的营收增长点，最终形成能带动自身发展的新动能，实现有线电视的全面转型升级。

二、全国有线电视建设情况

2015~2017年，各级有线电视网络坚持推进双向化改造，提升业务承载能力，不断加大网络建设投入。

(一) 建设投资情况

全国有线电视固定资产投资(注：固定资产投资是指有线网络运营商用于有线网络及其附属设施等方面完成的累计投资额，包括在基础网络投资、业务系统平台、终端及相关设备、房屋及建筑物、其他设备和融资租入固定资产等方面的投资)逐年增长，近几年占有有线电视营业收入的比例均在30%以上，呈现出较高的投资力度。2015~2017年，全国有线电视固定资产投资分别为266.49亿元、276.73亿元、288.20亿元，占营业收入比例分别为30.42%、30.49%、32.18%；投资力度有小幅度的增加，近两年增长率分别为3.84%和4.14%，总体保持稳定增长(见图2)。

图2 2015~2017年全国有线电视固定资产投资情况



从全国东、中、西部三大区域(注：东部地区：北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南；中部地区：山西、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北、湖南；西部地区：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆)来看，东部地区固定资产投资明显高于中部、西部地区，中部、西部地区有线电视固定资产投资力度逐年加强。2015年，东部地区有线电视固定资产投资为132.67亿元，中部地区为65.20亿元，西部地区为68.42亿元——东部地区有线电视固定资产投资远高于中部和西部地区。到2017年，东部地区有线电视固定资产投资为130.36亿元，而中部和西部地区有线电视建设加快，其固定资产投资分别增长至73.08亿元、83.45亿元，相比2016年，增幅分别为5.03%和17.52%，呈现出较好的投资势头(见图3)。

图3 2015~2017年东、中、西部有线电视固定资产投资情况



有线电视基础网络类投资逐年增长。2015年全国有线电视基础网络类投资为142.11亿元，2016年增长至147.96亿元，年增长率为4.12%。2017年基础网络类投资高速增长，达到171.15亿元，年增长率为15.68%。其中，干线网投资(注：干线网投资是指有线网络运营商建设县(区)分前端之前的传输网络投资，包括管道、光缆、传输系统、传输设备及其他相关投资)和分配网投资(注：分配网投资是指有线网络运营商建设县(区)分前端之后的分配网络所投入的资金)均呈现增长趋势，且分配网投资高于干线网投资。随着有线电视大力推进光纤入户工程，分配网投资快速增长。2015年，全国干线网投资为61.76亿元，分配网投资为80.29亿元。2017年，干线网投资小幅度增长至69.82亿元，分配网投资突破100亿元，同比增长了22.91%。

网络线路、机房土建等投资持续增加，为有线电视发展升级打下良好基础。2015~2017年，网络线路、机房土建等投资分别为156.53亿元、164.82亿元和189.20亿元，近两年分别增长5.30%和14.79%；系统平台投资基本保持平稳，2015~2017年分别为21.86亿元、23.29亿元和23.14亿元，近两年增长率分别为6.52%和-3.05%；受有线电视用户数减少影响，机顶盒等终端设备投资降幅增大，2015~2017年分别为55.18亿元、54.90亿元和46.47亿元，近两年分别下降0.51%和15.37%。

(二) 传输干线网络情况

2005~2016年，全国有线电视传输干线网络长度(注：有线电视传输干线长度是指有线电视网络光节点之前传输网络的长度，包括县到乡、到村的干线长度)持续增长。2005年，全国有线电视传输干线网络长度为220.10万公里；2007年突破300万公里；2014年突破400万公里，达415.34万公里；到2016年，增长至477.61万公里(见表1)。11年的时间，全国有线电视传输干线网络长度翻了一倍，年均增长率为7.30%。

年度	传输干线网络总长(公里)	增长率
2005年	2257341.00	—
2006年	2721612.42	23.65%
2007年	3012552.46	10.69%
2008年	3204755.82	6.38%
2009年	3333634.14	4.02%
2010年	3563359.49	6.89%
2011年	3697261.72	3.76%
2012年	3761205.61	1.73%
2013年	3815886.86	1.45%
2014年	4153390.16	8.84%
2015年	4261833.27	2.61%
2016年	4776092.75	12.07%

从全国东、中、西部三大区域来看，各地区有线电视传输干线网络长度从2005年到2016年都实现了大幅度增长，西部地区年均增长率高于东部和中部地区。东部地区2005年有线电视传输干线网络长度为97.22万公里，2016年增长至214.84万公里，年均增长率为7.47%；中部地区2005年干线网络长度为58.94万公里，2016年为112.42万公里，年均增长率为6.05%；西部地区2005年干线网络长度为60.95万公里，2016年为150.34万公里，年均增长率为8.55%(见表2)。

年度	东部地区	东部增长率	中部地区	中部增长率	西部地区	西部增长率
2005年	972252.00	—	589394.00	—	609515.00	—
2006年	1283279.35	31.99%	685407.30	16.29%	711976.49	16.81%
2007年	1412108.38	10.04%	748521.84	9.21%	810973.24	13.90%
2008年	1517523.90	7.47%	802340.36	7.19%	843942.56	4.07%
2009年	1671532.96	10.15%	845684.05	5.40%	776550.13	-7.99%
2010年	1773900.96	6.12%	908234.53	7.40%	841357.00	8.35%
2011年	1831356.83	3.24%	969585.57	6.75%	855370.04	1.67%
2012年	1810743.45	-1.13%	1008456.09	4.01%	900145.10	5.23%
2013年	1793885.08	-0.93%	1058714.79	4.98%	963286.99	7.01%
2014年	1863787.03	3.90%	1091638.47	3.11%	1197964.66	24.36%
2015年	1967568.64	5.57%	1141100.66	4.53%	1153163.97	-3.74%
2016年	2148416.67	9.19%	1124236.81	-1.48%	1503439.27	30.38%

(三) 用户覆盖情况

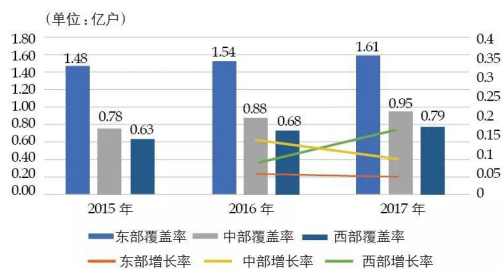
全国有线广播电视覆盖用户数(注:有线广播电视覆盖用户数是指报告期末广播电视有线传输网能通达的用户数,包括开通或未开通有线广播电视的用户数)逐年增长。2015年全国有线电视覆盖用户数为2.89亿户;2016年覆盖用户数达到3.10亿户,增长率为7.57%;2017年覆盖用户数为3.36亿户,增长率为8.23%(见图4)。

图4 2015~2017年全国有线广播电视覆盖用户情况



从全国东、中、西部三大区域来看,东部地区有线电视覆盖用户约占到全国总覆盖用户数的一半,西部地区呈连续高速增长趋势。2015年,东部地区有线电视覆盖用户为1.48亿户,中部地区为0.78亿户,西部地区为0.63亿户。因东部多为人口密集省份,东部地区有线电视覆盖用户超过中部和西部地区覆盖用户数之和。2016年,中部和西部地区覆盖用户高速增长,其中中部地区增长率达到13.55%,覆盖用户数增长到0.88亿户。2017年,西部地区继续保持高速增长,增长率高达16.64%,覆盖用户增长至0.79亿户;东部地区与中部地区分别为1.61亿户与0.95亿户(见图5)。

图5 2015~2017年东、中、西部有线广播电视覆盖用户情况



2017年,全国15个省(市)有线广播电视覆盖用户超1000万户。其中山东省有线广播

电视覆盖用户数排名第一，高达 3100 万户，其次是广东省 2700 万户、江苏省 2500 万户、浙江省 1800 万户、四川省 1800 万户、河南省 1800 万户、湖南省 1600 万户、湖北省 1400 万户、辽宁省 1300 万户、河北省 1300 万户(见图 6)。



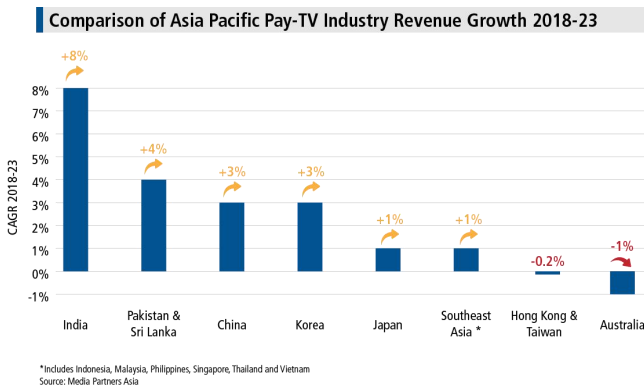
(4) 中国有线电视退订影响亚太区付费电视渗透率

2018 年 11 月 13 日来源： 依马狮广电网

主要由于中国大陆有线电视退订加速，未来五年亚太地区付费电视渗透率将下降。

根据亚洲传媒伙伴公司 (MPA) 的新报告，2018-2023 年亚太区付费电视订户数量将以 2% 的复合年增长率增长，从 2018 年的 6.45 亿户增加到 2023 年的 6.96 亿户。

不过，付费电视渗透率将从 2018 年的 57% 下降到 2023 年的 55%。



不包括中国大陆，亚太区的付费电视订户数将从 2018 年的 2.67 亿户增加到 2023 年的 2.88 亿户，复合年增长率达到 2%，调整的付费电视渗透率平稳保持于 57% 的电视家庭。

2018 年，付费电视订户数量预计年同比增长 3%，但不包括中国大陆时，亚太区新增订户增长相对缓慢，2017 年增加 1040 万户，而 2018 年增加 650 万户。

印度占 2018 年订户增长的 47%，随后为印度尼西亚 (12%)、菲律宾 (12%)、韩国 (10%)、巴基斯坦 (7%) 和斯里兰卡 (3%)。

“随着业界转向基于 IP 的分配，付费电视相关业者正在适应新的现实，” MPA 执行董事 Vivek Couto 表示，“高速宽带和网络视频增长正在推动主要市场内容消费和投资的根本转变。这种转变加上盗版，将持续负面影响付费电视业发展。”

“到 2021 年，亚太区大部分固网宽带订户多于付费电视订户，而移动宽带订户数量和付费电视及固网宽带订户数量之间的差距将进一步扩大，原因是移动网络成为内容规模分配的一大手段，加速内容消费从家庭到个体的转变。”

在收入方面，2018-2023 年亚太区付费电视业预计以 3% 的复合年增长率持续增长，到 2023 年收入超过 660 亿美元。2018 年亚太区付费电视收入 (来自订阅费和广告销售) 预计达到 560 亿美元。

根据 MPA 的报告，未来五年最大收益将来自中国大陆市场，付费电视收入预计以 3% 复合年增长率增长，到 2023 年达到 250 亿美元；随后是印度市场，付费电视收入将以 8% 复合年增长率增长，到 2023 年达到 160 亿美元；韩国预计有 3% 的复合年增长率，2023 年预计有 74 亿美元的收入。

预计 2018-2023 年澳大利亚、中国香港、新西兰、马来西亚、新加坡和泰国付费电视收入下降，复合年增长率在 -1% 和 -6% 之间。

5. 前端、制作与信源

(1) 全新视界，等您打开 北方广电震撼开播 CCTV-4K 超高清频道

2018 年 11 月 02 日来源：中广互联

11 月 1 日，北方广电网络公司正式上线央视 4K 超高清频道。

4K 超高清频道由中央广播电视总台开办，在中央电视台制作播出。4K 超高清电视节目的分辨率为 3840*2160，是高清电视的 4 倍。4K 节目将为用户带来更高清晰度、更宽色域、更高动态范围视频和环绕声音频体验，视频图像清晰度更加细腻，色彩亮度的表现更加丰富。



北方广电作为辽宁地区独家播出央视 4K 超高清频道的有线电视网络公司，于 11 月 1 日正式上线央视 4K 超高清频道，辽宁地区有线电视用户只需要装配北方广电 4K 智能机顶盒和 4K 电视机，就能享受 4K 超高清频道带来的震撼视听盛宴。



作为中央电视台首个 4K 超高清综合性频道，4K 超高清频道每天播出时间为 6 时至 24 时。播出内容主要包括纪录片、体育、动画、影视剧等类型的超高清电视节目，同时承担国内外重大活动、赛事转播的超高清信号播出，特别是将完成北京冬奥会超高清信号转播工作。



CCTV-4K 北方广电震撼开播

全新视界，等您打开。央视 4K 超高清频道上线后，北方广电网络公司将为辽宁地区有线电视用户呈现央视 4K 超高清频道精彩节目，满足广大人民群众对画面更清晰、动作更流畅、色彩更丰富、音效更真实的电视节目的迫切需求，从而满足人民日益增长的美好生活需要。北方广电有线电视用户在家就可以体验到影院级的视听感受，可以预见，随着央视 4K 超高清频道的播出，人们期盼已久的以电视大屏为中心的家庭影院将成为现实。



(2) 庆祝改革开放 40 周年 广东卫视五大板块齐发力

2018 年 11 月 13 日来源： 广电独家

新闻与节目：致敬经典，见证发展

新闻节目方面，《广东新闻联播》于今年 7 月起，推出两组庆祝改革开放 40 周年系列主题报道：《改革印记·百姓故事》《敢为天下先》。其中，《改革印记·百姓故事》系列共 50 期，寻找各行各业改革开放的亲历者和见证者，讲述他们记忆中的改革故事；《敢为天下先》系列共 100 期，从改革开放广东“一千个率先”里甄选报道内容，展现广东的时代风貌。



综艺节目方面，秉承着“小投入、大情怀、正能量”的节目创作标准，广东卫视着力推出传承中华文化、弘扬社会主义核心价值观的作品。其中，《流淌的歌声》是以改革开放40年中涌现出的优秀华语金曲为载体的歌唱类节目。节目每期一个主题，围绕主题选取4~5首反映改革开放的金曲，并邀请歌曲原唱者或实力派歌手登台演唱，同时与文化学者、时代亲历者、发展开拓者等嘉宾一同挖掘金曲背后的时代故事和文化烙印。



纪录片：将自制精品内容推上黄金档

为了庆祝改革开放40周年，由广东广播电视台马志丹工作室打造的《四十年：美好生活》、广东卫视梦之队打造的第七季《技行天下》，以及正在筹拍的《浩荡东风——广东民营经济发展纪实》三部富有时代色彩的纪录片，即将登陆广东卫视黄金档。

中国纪录片的发展，一路从“寒冬”走到了“初夏”。值得一提的是，广东卫视将自制精品纪录片推上黄金档，既体现了广东卫视的纪录片制作实力，同时凭借纪录片的收视率和影响力，也实现了经营创收。

追随一个又一个平凡中国人的身影，见证知识改变命运、精神物质双丰收……这是改革开放的蓝图画卷，也是纪录片《四十年：美好生活》中呈现的真实历程。该片的叙事时空纵贯40年，从一张张准考证、一张张大学入学通知书等关键细节入手，将具有标志性的历史事件作为背景依托，设置工、农、学、商、艺、医6个类别8个选题，将中国人民对美好生活的向往，汇聚在几代人自强不息、刻苦奋斗的感人经历中。据悉，该片已入选国家广播电视总局2017年度“百人百部中国梦短纪录片扶持计划”。



40年伟大跨越，离不开一线技能匠人的辛勤付出和执着追求。职业技能类品牌节目《技行天下》将以纪录片的形式，讲述广东省各行各业的技能能手为改革开放40周年取得的丰硕成果所付出的努力与奉献。该片由广东省人力资源和社会保障厅、广东广播电视台联合打造，广东卫视梦之队承制。本季将以“能源之路”“信息浪潮”“八方通达”“寻味传说”“锦绣南粤”“货转天下”“技能双创”“智造先锋”“继往开来”“匠心逐梦”作为10集主题。

促进民营经济在新时代实现高质量发展，是广东深入贯彻落实“四个走在全国前列”要求的具体行动。广东卫视拟采用4K超高清摄像技术拍摄《浩荡东风——广东民营经济发展纪实》，这是一部反映广东民营经济发展历程的纪录片。该片以民营企业企业家创业为切入点，多角度挖掘广东民营企业家的创业故事和精神追求。

活动与公益：跨界联动，打开格局

文化自信，是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。作为广东文化强省建设的品牌项目，“向经典致敬——2018南国书香节‘中国阅读四十年’致敬盛典”系列活动于今年8月10日开幕。“盛典”系列活动由中共广东省委宣传部、广东省新闻出版广电局、南国书香节组委会主办，由广东广播电视台、广东新华发行集团、广东卫视文化传播有限公司承办，由“京东图书”担任独家读书合作平台。



今年的“盛典”系列活动围绕“传承经典魅力，颂扬时代强音”的主题，以“改革开放四十年中国人的阅读”为切入点，甄选“中国阅读四十年”致敬榜单，观察和记录时代变迁。活动进行过程中全程高清录制，剪辑后在广东卫视《创新在前列》栏目播出。

过往的14年里，由广东广播电视台和羊城晚报报业集团联合举办的公益活动“广东经济风云榜”走出了马化腾、丁磊、董明珠、王石等一大批优秀企业家。在改革开放40周年之际，组委会从高质量发展、效能变革、新数字经济等多维度，挖掘年度经济风云榜单，寻找高质量发展的行业标杆，聚焦新格局变革的创新表率，树立“中国版”的全球化范本，展示广东企业推动经济展质量变革、效率变革、动力变革的风云之路。经由展示、初评、终评，最终产生由“风云人物”“风云企业”“风云园区/商会”组成的“2018年度风云榜单”。据了解，评审结果将在今年年底的“广东经济风云榜发布暨颁奖典礼”现场公布。



同时，从2016年开始，广东卫视面向全频道开展公益广告策划案征集及创作活动，目前已举办两届，有13份方案被拍成公益片作品，在电视、网络广泛展播，其中有9条公益

片多次获得各类奖项。其中，由广东卫视梦之队成员自制的公益广告《四十年你和我》入选广东省新闻出版广电局 2017 年广东广播电视公益广告扶持项目(电视类)一类扶持项目。该片以“时代，在我们的奋斗中变得更美好”为主题，在两代人生活场景的对比中，见证了人民生活水平的不断提高，更见证了人们生活的幸福点滴。

(3) H.264 依然为开发者采用的主要视频编码标准，但 H.265 在上升

2018-11-08 | 看大图 | 手机版

网络视频技术提供商 Bitmovin 的一份新报告表明 2018 年 H.264/AVC 依然为全世界开发者所采用的主要视频编码标准，而 H.265/HEVC 从 2017 年到现在增长显著。

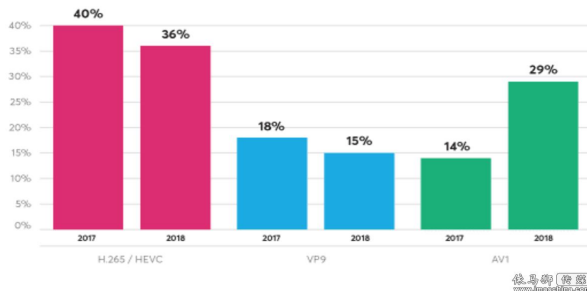
Bitmovin 第二年的“2018 年视频开发者报告”访问了来自 67 多个国家和地区的 456 位受访者，描述了当前视频流媒体技术的现状以及未来一年的发展。

除了视频编解码技术，该报告还提供了其它关键流媒体技术的调查结果，如流媒体格式、软件和硬件编码、音视频格式受欢迎程度、原生回放和 OTT 流媒体设备技术、广告架构等。

与 2017 年类似，结果表明 90% 开发者继续使用 H.264/AVC，而使用 H.265/HEVC 的比例从 2017 年的 28% 提高到今年的 42%。2018 年 VP9 增加 1%，达到 11%，AV1 平稳地保持在 6%。

未来编解码使用计划则为另一种景象。2017 年，40% 的开发者称他们计划在 12 个月内使用 H.265/HEVC，而 36% 今年持相同说法；去年 18% 称他们计划使用 VP9，而今年 15% 称它们已经使用。

AV1 增长最大，2017 年 14% 称 12 个月内会使用此编解码，而 2018 年 29% 有此说法。



AV1 推进很快，去年 14% 受访者计划使用此编解码，而未来一年约 33% 计划使用它。

该报告其它要点包括：82% 受访者称他们正在使用 HLS 流媒体格式，而 61% 使用 MPEG-DASH；43% 称他们使用硬件编码器，而 54% 使用预置软件编码器，38% 使用云端软件编码器；52% 称他们使用客户端广告插入，44% 称他们使用服务器端广告插入，25% 称他们使用动态广告替换。

(4) 2018 年 Q3 彩电市场持续低迷 Q3 全国售出 1040.9 万台

摘要：本文介绍了石家庄广播电视台的广播总控系统的设计思路、性能优势、系统架构和技术创新情况以及 AOIP 音频传输技术的使用。

关键词：网络音频路由器 AOIPBOX、总控专家 ControlMaster、多链路传输。

引言

石家庄广播电视台 2017 年对广播总控系统进行了全面升级改造。新系统综合我台实际情况以安全播出为总要求，以“传统+未来”为总体思路，设计了我台新的广播中心总

控系统。新系统满足总局 62 号令对广播中心技术系统配置要求，使用先进的 AOIP 音频传输技术满足我台对广播信号的播出、监控和对网络媒体信号的传输使用要求。新建设的播控系统可实现全天 24 小时不间断高质量安全播出。系统运行无单节点安全瓶颈。其智能化和“傻瓜式”操作，最大限度的降低了值班人员的工作强度和失误的可能性。

一、系统性能介绍

新系统满足五个播出频率和一个备播频率的播出需求，实现总控平台多路输入、输出信号调度、传输、监测，实现直播间、导播间等重要播出区域的视频、音频监控，实现直播间，总控机房等重要区域的环境监控，实现传输信号的智能监测和管控，对比我台以往系统具备如下优势。

1 安全性：

系统设备选用了目前省会市台市场占有率较高的核心设备，设备本身稳定性高，独立的双路电源模块供电，设计架构为多条播出链路、分配调度链路、监听链路同时工作，交叉配合，互为主备，避免可能出现的单一节点。智能化应急预案可大大缩短了判断故障的时间，保证安全播出。

2 先进性：

由于 AOIP 技术的使用，44.1kHz 以上的采样率、16 bit 以上的线性量化（通常是 48 kHz 采样，24 bit 量化），以及低延时（百微秒至毫秒级），传输指标已接近于 AES3 和 MAD1 标准，完全满足了我台广播音频的传输要求。同时，通过 AOIP 网络音频技术，在传输信号的同时，还能够通过系统设备自带的监测接口，实现信号的监控监测，配合转换成网络数据后的环境、动力、监控视频等数据，实现了在监控环节上对所有系统内信号的监听、监看、监测、声光报警等，并在安全性前提下，尽可能做到信息源端口的开放。

3 扩展性和开放性

系统升级，规模扩展简单方便，硬件方面增加设备和机柜空间即可，软件上通过系统软件添加设备正常设置启动即可，不会影响当前的配置也不影响正常的安全播出。网络音频的传输技术发展也可通过软件升级的方式实现与新的网络音频传输标准对接。系统设备软硬件接口也都采用国家和行业标准及行业规范，保证设备兼容、功能扩展和个性开发，这也是系统功能扩展和规模扩展的保障。

二、多路由、全监测、智能化的总控系统

总控系统以数字矩阵和网络矩阵为核心，通过管理软件进行信号监控、调度、切换、报警等管理，辅以环境监控、视频监控等功能，实现了全覆盖的安全播出管理。

1 核心设备

1.1 多选一切换器 IBS300（智能八选一）

我们选用了英夫美迪公司的多选一切换器（IBS300），此切换器支持数字、模拟、AOIP 三种信号、多路输入和输出预听，支持手动切换、网络切换、智能切换模式。切换器在信号故障时可自动按照设置好的优先级程序执行切换，当故障恢复时，根据优先级自动回切，双 AOIP 网口接入，支持 AES67 标准的 AOIP 协议。具有断电直通、相位检测、噪声检测功能，当检测到相位问题可进行修复操作。当检测到噪声问题，可自动切换。

1.2 数字音频矩阵

LAWO NOVA73 Compact 矩阵

通过考察比较，我们选用德国 LAW0 的 NOVA73 Compact 数字音频矩阵作为路由切换的核心设备。NOVA73 矩阵是一个开放的系统，模拟数字音频所使用的接口都符合国际标准和国家标准。该矩阵硬件支持双路由切换（双星技术），保证切换的高安全性，矩阵是模块化结构，双电源模块，支持带电热插拔，矩阵采用无源背板设计，维护扩展方便，最大支持 8192 单声道音频交换容量，可配置各种不同类型的板卡，可适应各种应用需求，可以直

接入 AOIP (AES67 标准)、MADI、SDH/STM-1 和 AES3 板卡。矩阵所有的输入音频信号和输出音频信号都提供板卡集成的 DSP 处理,处理功能包括静音检测、增益设置、相位翻转、声道均衡、V 型淡出切换、立体声兼容单声道等。矩阵有多种控制方式:TCP/IP 网络,客户端 PC 网卡,RS232 口多通道连接系统对硬件安全的监控措施也非常完善,矩阵的电源、每块卡的电源、温度、电源消耗、通信情况、都在检测范围内,一旦检测到异常系统会发出报警信号。

我台配置了 32 路 AES 输入输出接口;8 路 MADI 接口,每个 MADI 接口具备 64 路输入输出;4 组主、备 AOIP (AES67 标准)接口,每个接口支持 128 路 AOIP 输入输出。实现五个播出频率和一个备播频率的播出。

矩阵控制软件

由英夫美迪公司根据 LAW0 公司提供底层的通讯协议研发的全中文界面软件,集成在 ControlMaster 总控专家系统中,运行在主备两套矩阵控制工作站以及可以运行在 ControlMaster 系统的任意一台工作站上。支持只读、编辑、和运行三种状态,支持单点切换和组切换以及单声道切换,支持多个矩阵(物理矩阵、AOIP 网络路由)的统一界面操作,联动切换。定时、手动、分组等切换方式,并具有管理权限、日志、报警、统计、导出、打印等功能,实现了信号切换简便、灵活,设备统一管理和监测。

1.3 网络音频路由器 AOIPBOX

AoIP (Audio over IP) 是指通过普通局域网内以 IP 方式传输不压缩音频信号的技术,具有高保真、低延时、大容量、的特性,是基于 3 层的 IP 网络传输技术,采用 IEEE1588 作为媒体时钟同步方案,实现网内各节点音频数据的同步,在高速局域网利用 DSCP 等 QoS(Quality of Service)手段实现带宽预留,保证音频数据的实时传输。AOIP BOX 就是将传统音频信号(模拟、数字信号等)与网络信号实现实时、高效、高质量变换的设备,此设备支持当前主流的 AOIP 协议,如 AES67、Ravenna、Dante、以及 Cobranet 协议,具有良好的适应性,使用 AOIP BOX 可以构建功能丰富的音频系统,如网络音频矩阵系统、网络音频监测系统、慢录系统、工作站系统、音频传输系统等,该设备具有双 AOIP 接口和用于监测的第三网口,支持 Ember+网络控制监测协议,可实现音频幅度、相位、AES3 状态、设备温度、电源状态等网络监测功能,支持双电源供电,多路输入输出功能。

通过 AoIP 网络连接,可以实现播出信号从直播间到总控的冗余链路传输,是数字音频矩阵的备份路由传输链路;同时通过 AoIP 网络可以采集所有网络中各个节点的音频信号,对各个节点的音频进行监听、监看。每个网络接口都能够实现网络中多路 AOIP 音频流的路由交换。

我台网络系统采用 H3C 的千兆交换机,采用双核心+访问层架构。每个交换机通过划分 VALN 的方式隔离 AOIP、对讲、监测等子网。

2 总控系统的架构、传输链路、监测

2.1 总控架构

采用物理矩阵 NOVA73、AOIP 网络矩阵 AOIPBOX、MADI、线缆等多路由方式进行信号的传输和调度,通过主、备多选一切换器对多路信号甄别选择,输出主备两路信号供给调频、中波、网站等。实现以双音频路由为核心,主、备冗余并且相互独立的音频传输链路以及 AOIP 第三音频传输链路的多条路由传输。

符合 AES67-2015 标准的 AOIP 网络路由监控,利用 AOIPBOX 网络音频路由和千兆以太网交换机实现多路 AES 信号或模拟信号转化为 IP 信号在网络中传输,实现了整个音频链路全程管脚级别的设备监控,实现了数字音频和网络音频的信号监听、监看、监测。同时还配置了技术播出区域的环境监测、视频监控等系统。

通过 AOIP 系统,可将播出节目音频路由到其他的音频系统:录音系统、互联网播

出系统、融媒体播出系统、办公网系统等等。扩展广播节目内容的发布渠道。

2.2 传输链路

第一条链路：传统方式，转播信号通过音分返送至直播间调音台输入，直播间输出信号送入多选一切换器输出至音分分别输出给调频、中波等，信号调度可通过跳线盘实现。

第二条链路：NOVA73 数字矩阵方式，转播信号通过音分输出给数字矩阵，数字矩阵（AES/EBU 和 MADI）返送至直播间调音台输入，直播间输出（AES/EBU 和 MADI）信号送入数字矩阵，数字矩阵输出至多选一切换器输出至音分分别输出给调频、中波等，信号调度通过数字矩阵实现。

第三条链路：AOIP 网络矩阵方式，转播信号通过音分输出给 AOIP 节点，AOIP 节点将信号转换成网络信号进行传输，直播间输出网络信号通过 AOIP 网络输出至多选一切换器输出至音分分别输出给调频、中波等，信号调度通过 AOIP 网络矩阵实现。

应急链路：三条播出链路信号同时送给主、备切换器，作为切换器的 1、2、3 路信号，与直播间同步播出的一播多应急工作站作为切换器的第 4 路信号，切换器内存储的补乐信号作为不间断播出的最后屏障。

2.3 总控监测

总控的监测系统分为音频链路监测、设备生命状态监测、环境监测、音频监听，来实现广播播出系统全程的监测。

音频链路监测，采用了采集下一级设备的输入信号来监测上一级设备的输出信号的方式。如：通过采集延时器或者 AOIP 网络节点的输入信号来监测直播间调音台的输出。通过对整个链路的节点在不增加设备的情况下进行信号采集、监测，末级调频反馈回来的信号与延时器输出信号进行比对，形成一个完整的监测链路。将此链路的监测情况显示在总控监控大屏上，来做到对播出信号的全监测。

设备状态监测，配置的 iMonitor 系统对整个音频链路中，具备设备监测开放协议的设备进行监测，来确定设备的工作状态是否正常。本系统中可以监测到音频链路中的几乎所有设备状态，还可监测到 AOIP 网络节点、服务器、PC 机等，并可在监控大屏上显示出故障设备。

环境监测，系统在机房、直播间、导播间等重要区域均配置了 IP 高清摄像头、温湿度、电压监测设备。通过 IP 网络摄像头对机房、直播间等重要区域进行视频监控和录制。这些数据通过计算机网络显示在总控监控大屏上监看显示，对环境参数等设定报警阈值可实现声、光报警，也可以供后期查看、检索。

音频监听，在总控系统中，声音的监听是总控运维的重要手段，因此总控设计了主、备冗余的监听系统。

主监听，通过网络监测系统监听监测网络中的任意一个监测点的音频信号，在监测网络中，采集到了整个播控中心音频链路上所有核心设备点的音频信号，通过计算机网络技术，在监听工作站上可以监听到任意一个监测点的声音，并提供李莎茹矢量图、频谱、相位的监测功能。

备监听，配置独立的 16 选 2 数字监听矩阵，用于监听矩阵和末级音分的数字输出信号。同时也可以通过设备（IBS300、数字音分、A/D 转换）本身的耳机插口监听。如此可以保障极端情况下的系统运维。

以上所有的监测信息都统一归结为 ControlMaster 总控专家系统统一管理，ControlMaster 是电台总控机房系统及监测系统的一套通用的软件控制系统。覆盖了总控音频处理、传输及监测的整体要求，采用基于驱动软件方式的开放平台，‘内核+驱动’的方式实现控制和监测功能。在设备具备协议（开发与交互）支持的前提下，即可将设备接入系统进行使用（如矩阵、调音台、音频处理器等）；通过任意自定义方式组屏，将音频信号链

路、电平、相位等参数、设备的运行状态、环境温湿度、监听信号状态等集中或分别显示在总控大屏上，并为值班人员提供声、光、位置等报警，并提供自动识别处理和值班人员处理建议，极大的减少了值班人员的工作压力，保障安全播出。

三、结束语

我台广播总控系统通过此次的升级改造，采用多链路的传输、调用，提升了系统的安全性，可靠性；A0IP网络音频技术的使用提高了系统的便利性；智能监测减轻了工作人员的压力，能够更为及时处理播出工作中出现的问题。总之，对总控制系统的升级改造使得我台的安全播出得到了更为有力的保障。

（5）北京关闭 53 万违规直播间 清理 140 万余部短视频

2018 年 11 月 30 日来源：新华社

随着不少网络平台将短视频与直播功能相结合，网络直播热度依然很高，其背后的问题仍值得关注。记者日前从北京市公安局网安总队获悉，按照公安部“净网 2018”专项行动部署要求，北京网络安全系统于今年第三季度开展对短视频类网站专项整治，共清理违规短视频 140 余万部，关闭违规直播间 53 万间，封停违规账号 80 万个，行政处罚违规平台 3 家。

记者注意到，2015 年网络直播兴起至今，这个炙手可热的风口行业逐步经历了从“资本涌入、野蛮生长”到“监管整治、大浪淘沙”的过程。数据显示，截至 2017 年年底，全国网络直播用户达 4.22 亿，超过网民总数的一半；提供互联网直播平台服务的企业达到数百家，市场营收超过 300 亿元。

北京市公安局网安总队办案民警介绍，网络直播刚刚在移动端发展时，平台对于播主并没有采取实名认证措施，用户只需要简单注册后就能开始直播。极低的入行门槛让从业人员鱼龙混杂，为了博眼球、吸引流量，很多直播内容充斥着涉黄、涉赌内容，网络直播一时间藏污纳垢、乱象频出。

2016 年至 2017 年，随着《互联网直播服务管理规定》出台、网络安全法正式实施，有关部门针对网络直播平台低俗内容的治理行动陆续展开。

记者了解到，目前，警方要求短视频、网络直播平台须落实实名制并留存一定时间跨度内的直播视频、留言及发帖内容。办案民警介绍，在此规定下，绝大多数此前跟风活跃起来的直播平台因资金有限、硬件条件不足无法合规，运营难以为继。网络直播平台整治开始后，平台数量断崖式下降，目前活跃的以大平台居多，它们也更加注重规范运营，建立了内容审核和把控的标准。

警方介绍说，一些短视频、直播平台还建立了万人级别的审核员队伍，审核分为机器审核、人工审核、人工抽查和四审。对于直播播主，一些平台对其着装也有相应规定，并采用人工智能技术进行人脸识别，落实实名制要求。

但在警方整治专项行动中，部分短视频、直播平台仍存在把关不严的情况。今年 7 月，北京市公安局朝阳分局警务支援大队发现两家直播网站在用户昵称中存在违法信息，两家网站被处以行政处罚；今年 2 月，北京警方在某知名短视频网站中发现有涉黄类信息，警方对该公司主要负责人进行约谈，并根据网络安全法对该公司予以行政警告处罚。

北京市公安局网安总队相关负责人表示，短视频、直播平台用户多、影响广，应加大播主和注册用户的准入门槛，引导平台传播符合主流价值观的内容。同时，建议建立网络主播“黑名单”制度，对于有违法违规行为的网络主播，一站封杀，站站封杀。

6. 机顶盒产业技术及市场动态

(1) 2018 年 Q3 彩电市场持续低迷 Q3 全国售出 1040.9 万台

2018 年 11 月 02 日来源：奥维云网

彩电市场在 2017 年开始低迷，而在进入 2018 年后面板价格下行，促使品牌和渠道开始韬光养晦，虽然上半年市场零售量迎来恢复性增长，但彩电整体大环境仍存在很多不确定性，2018 年第三季度彩电市场表现低迷。

据奥维云网(AVC)大数据显示，2018 年第三季度中国彩电市场累计销售 1040.9 万台，与去年的 1041.2 万台再创新低，史上销量最差第三季度情况延续。第三季度的销售额为 303 亿元，市场缩水 54 亿元(2017 年 Q3 销额：357 亿元)，同比减少 15.2%，可见三季度市场价格战之激烈。

奥维云网(AVC)分析认为第三季度彩电市场滞涨的主要原因包括以下三点：

1. 国庆促销领降，传统促销洼地难平。传统促销节点的拉力逐渐减弱，五一促销期和十一促销期在全年中的重要度越来越小，传统节日的下降的空间逐渐缩减。

2. 线上拉动力呈现递减。2018 年第三季度线上渠道累计销量 501.1 万台，同比增长 20.1%，渠道占比 48.1%，增长 8%。虽然三季度线上市场规模仍在扩大，但与上半年相比，线上的拉力减弱。

3. 价格优势不明显，低价期待聚焦双 11。2018 年第三季度零售市场价格保持同比下降，其中线下尺寸均价下降 9.4%，线上则大幅下降 21.5%；但与 6 月份相比，第三季度重点尺寸的价格均有不同程度的回升，价格优势不明显。

7. 新媒体

(1) 县级融媒体中心建设的江苏邳州方案

2018 年 11 月 02 日来源：国家广电智库

10 月 26 日上午，江苏省邳州市在全省率先挂牌成立县级融媒体中心，全面打响“银杏融媒”品牌，开启从“相加”到“相融”的新征程，这也是以广电为主导开展县级媒体融合的创新实践。



仪式上，邳州市融媒体中心与江苏广播电视总台(集团)“荔枝云”签署战略合作协议，携手开拓在媒体融合、技术研发、产品孵化、智慧城市等方面的多元化合作，实现互动、互融、共享、共赢局面，激发融媒体中心的创新活力和发展动力。



邳州市融媒体中心是以广电为基础展开，整合广播、电视、报纸、网站、客户端、微信、微博等媒体资源，以新技术、新应用为引领，以中央厨房建设为核心，构建“两台一报一网、两微一端多平台”八位一体运作模式，在江苏省县级率先建成融媒体中心。目前，融媒体平台已实现广播电台 300 万级、电视信号 200 万级、移动端 100 万级“321 百万级”用户覆盖。

在刚刚结束的江苏省县级广电媒体融合创新案例评选中，邳州广电台在激烈竞争中脱颖而出，申报的五个创新案例全部入选。



从四个方面下手，让“银杏融媒”根强干壮、枝繁叶茂

邳州是全国著名的“银杏之乡”，素有“邳州银杏甲天下”的美誉，邳州广电把“银杏融媒”作为品牌标识，通过内容、技术、平台、渠道、经营、管理的深度融合，打造“银杏融媒”根强干壮、枝繁叶茂的生态循环系统。

深化改革，强发展之“根”。为破解体制机制上的桎梏，自 2015 年始，邳州广电台在苏北地区县级台率先启动机制体制改革，成立了邳州广电传媒集团，将现代企业管理制度引入事业单位，探索实践事企并轨运作模式，通过创新管理体制、激活用人机制、改革分配制度、探索人才培养模式，培育适合媒体融合发展的强健“根系”。

推进融合，壮发展之“干”。突出移动优先，推动资源、技术、人才向移动端倾斜，构建了以“邳州银杏甲天下”APP 客户端为核心，载体多样、渠道丰富、覆盖广泛的“两微一端多平台”移动传播矩阵。

探索“中央厨房”运行机制，组建融媒体指挥调度中心，实现宣传任务统筹、重大选题策划、采访力量指挥等统一生产指挥调度，再造策采编发流程，形成“一次采集、多种生成、多元传播、全方位覆盖”的工作格局，推动“大屏带小屏、小屏通大屏、多屏联受众”的全方位互动，实现了内容共享、渠道共享、技术共享、人员共享的深度融合。



对内打通体系内各类媒体形态，对外汇聚政务、城市服务，无缝对接各类平台资源，实现邳州县域全媒体传播渠道的融通共享、集中管理，实现资源共享最大化、平台播出最大化、宣传效果最大化。

例如围绕“大屏+小屏”的互动融合，推出两档融媒体新闻栏目，其中《有融有度》定位话题类节目，聚焦社会热点话题，先在小屏上互动讨论、开展民意调查，让受众发声，让观点碰撞，收集各方观点、投票数据，连接到大屏，丰富节目形式，增强节目互动；《搭把手》定位帮忙类节目，以关注民生、服务群众为立足点，帮忙说理、帮忙办事、帮忙维权、帮忙解忧，利用小屏收集网友求助线索，栏目记者帮助解决后，不仅在大屏播出，还要在小屏及时回应，增强节目的服务性。



创新产品，繁发展之“枝”。创新内容表达、丰富呈现形式，重点在“准”“新”“微”“快”上下功夫，利用短视频、直播、H5、VR等各种传播手段，打造更多与主流媒体品格和气质相一致的新闻精品，让直播化、移动化和产品化成为融媒体报道新趋势。按照跨部门搭配、兴趣化组合、项目制实施的原则，成立融媒实验室，瞄准前沿技术，研发移动产品，让媒体融合的枝头繁花灿烂。

例如融媒实验室创作推出的“@邳州人，书记喊你入群聊，讨论这件事”H5互动产品，以市委书记的名义发起解放思想大讨论，征求网友对推动邳州高质量发展的意见，吸引了“10万+”用户参与其中，提出有价值的意见、建议两千余条；创作推出的网络视听节目《逗是这个事》，用邳州本土方言演绎，以短小精悍的小故事为主要表现形式，以轻松搞笑为主体风格，具有浓厚的地域特色，受到网民追捧。目前已推出35期，全网观看量突破1000万人次，其中单条视频最高观看量达到500万人次。

强化功能，茂发展之“叶”。打破过去各平台分散经营模式，实施“融媒+政务+服务+产业”战略，构建统一的经营服务体系，以“政企云”为抓手，做大做强融媒+政务；以“大活动”为抓手，做实做细融媒+服务；以“项目制”为抓手，做广做深融媒+产业。为媒体融合注入澎湃动力，建立起自我“造血”和“输血”的良性循环。例如，“政企云”服务项目，吸引全市50多家政企单位合作，代运营微信公众号15个，接入城市服务项目28个，实现

创收 500 多万元。



充分放大广电优势，让“银杏融媒”更好服务群众、引导群众。融媒体中心作为党领导的基层媒体，将自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，围绕中心、服务大局，运用“大宣传”格局，唱响时代主旋律，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。

坚持内容为王，创作更多精品。充分发挥广电优势，创新传播手段和话语方式，精心打造主题内容新、制作水平高、社会影响大、群众口碑好的精品，推动平台从“眼球时代”迈向“内涵时代”，把握正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，巩固壮大主流思想舆论。

应用先进技术，强化平台建设。本着精准、实用、节约的原则，对现有融媒体技术平台进行升级，应用云计算、大数据等技术构建“银杏云”平台，对接江苏广电“荔枝云”，实现与省台新闻资源、技术平台的交互共享。



挖潜政务资源，提升便民服务。依托“银杏云”平台，拓展政企云服务，一方面建立政企号，整合全市政务信息资源，另一方面对接智慧城市项目，接入便民服务事项。同时，打造手机问政平台，通过网友在线反映诉求，相关部门单位及时回复、落实，畅通百姓诉求渠道，不断增强融媒体平台的互动性和服务性。



抢抓时代机遇，塑造邳州模式。以融媒体中心成立为新起点，积极探索破解媒体融合发展困境，创新探索适合自己的媒体融合发展之路，推进融媒体平台的规范化、标准化运行，着力创造县级融媒体中心建设的示范样本。



（2）发展智慧广电，华数有话说

2018年12月01日来源： 华数集团

上周，国家广播电视总局提出要“深入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，学习贯彻全国宣传思想工作会议精神，把握方向、统一思想、凝聚共识，加快推进全国智慧广电建设，进一步提高广播电视创新发展能力和服务大局能力，努力为群众提供更加优质便捷的广播电视服务。”

事实上，华数一直坚持守正创新，积极推进智慧转型，拓展“智慧广电”新业态，满足广大用户新需求，推动企业转型发展。在第六届中国网络视听大会“网络视听产业峰会”上，华数集团党委副书记、总经理陆政品为在场的各位嘉宾带来了“建设智慧广电，共创美好生活”的主题演讲。



图为：华数集团党委副书记、总经理 陆政品
面临的挑战及破局

当前，数字经济浪潮正席卷全球，视听娱乐与文化消费方式的多元化、内容和渠道产品的多样化、以及通信和互联网企业竞争的差异化，给有线网络企业带来了前所未有的严峻挑战。

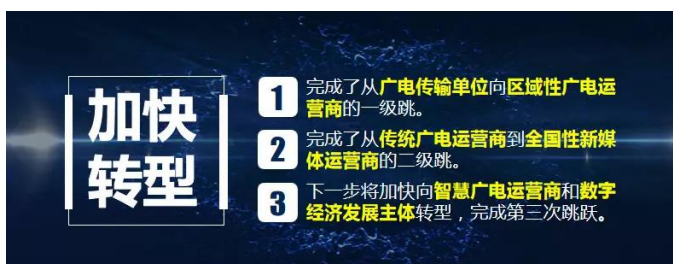


挑战同样也是机遇。这是新兴媒体的好时代，也是传统媒体的新时代。面对挑战，我们继续坚持创新发展，紧紧围绕打造“智慧华数、融合媒体”的目标，取得了阶段性成果——2017年，集团实现合并营业收入78.89亿元，净利润5.91亿元。在整体行业性下滑的背景下，今年1至9月，华数集团、华数传媒的营收和利润继续保持双增长态势。

够取得这样的成绩，得益于“新网络+应用”“新媒体+内容”“大数据+开发”三大战略的深入实施，得益于自身多元业务的拓展。现在，我们的传统广电业务、新媒体和全国市场业务、集客业务，实现了“三分天下”，而以集客为代表的智慧广电业务已经成为华数转型的主要突破口和引擎。

努力完成第三次转型

过去十多年，华数完成了从广电传输单位向区域性广电运营商的一级跳，完成了从传统广电运营商到全国性新媒体运营商的二级跳。如今，我们将加快向智慧广电运营商和数字经济发展主体转型，打造中国智慧广电第一股，努力完成第三次跳跃。



今年，浙江省作出“全面实施数字经济‘一号工程’、争创国家数字经济示范省”的决策部署；杭州市也提出要打造“全国数字经济第一城”。对于华数而言，这是机遇，更是责任。

我们正在制定《三年行动计划》，将通过实施一系列专项行动，围绕智慧城市、智慧社区、智慧乡村、智慧家庭，积极布局物联网、大数据、人工智能等新技术和新产业，争当智慧广电、数字经济建设主力军。

为此，我们积极推进智慧广电的产品创新，今年以来，着力推进了四项工作：

一是参与“城市大脑”建设。目前，杭州市政府联合十几家企业和市直单位，共同建设“城市大脑”项目，华数有幸参与其中，为我们提供了更大的舞台。我们与杭州市数据资源管理局联手，将围绕“城市大脑”建设、城市大数据的开发运营、智慧亚运建设、城市物联网平台建设等，深入开展合作，以海量原始数据积累为基础，整合云计算和高速网络技术，参与城市治理相关数据的开发和运营。与杭州市城管委合作，共同推进城管系统数字化建设，目前正在共同建设杭州户外电子屏监控应用平台，实现“联网联控联播”，既解决户外大屏的播出安全问题，也将实现公益广告和重大主题宣传的统一上载投放。



二是服务“最多跑一次”改革。我们在智慧政务云平台的基础上，助推浙江省“最多跑一次”改革和杭州市“移动办事之城”建设。去年以来，我们与审管办等主管部门合作，研发了具有自主专利、自主软件知识产权、自主品牌的智慧政务综合自助机，并建立了后台运营管理系统。截至目前，实现了 30 余个部门、150 多个流转事项的“一机受理、一次办结”，具有缴费、办理、查询、打印、投诉、评价等功能，已在全市近 600 个网点部署了自助机，总办件量 20 多万次，有效提升了基层政务服务能力。目前，我们正在积极研发把相关政务服务上电视，在数字电视上实现“居家办”功能。



三是打造城市物联网平台。我们启动了全市低功耗广域物联网（LPWAN）建设，为智慧城市建立末端感知神经元网络，把各类数据接入城市大脑，为城市大脑的应用提供基础支撑。目前正在试点打造智慧小区云平台，做到市、区、街道和小区物业的精细化治理。政府部门可以通过物联网感知平台，对收集的综合数据进行智能分析，判断出问题症结所在，迅速“对症下药”，进行分级处置。



四是发布“4K智家”机顶盒。近几年来，华数配合总局开展TVOS试点工作，积极稳妥推进TVOS3.0商用试点，构建安全可控、开放融合、跨界应用、多元智能的家庭、社区、城市智慧化生态系统；在杭州市区试点推进互联网电视、应急广播、智慧政务“三进”家庭工程，从看电视走向既看电视又用电视。在此基础上，本月，我们发布了“4K智家”机顶盒产品，新增了智慧政务、智慧家居、优酷专区、应急广播、智慧社区等新功能。



除以上项目外，我们正在与相关部门积极协商，争取在乡村振兴、交通管理、教育公平、文化服务等领域推出更多的产品，实现更多的场景应用。对于智慧政务自助终端机等相对成熟的产品，已经面向全国推广。

以上所有智慧广电产品的创新，都有一个共同的指向，即为了满足人民群众对美好生活的向往。

（3）刘琛良：芒果TV OTT 业务增长近 30%，实现盈亏平衡

2018年12月01日来源：中广互联

11月30日下午，第六届中国网络视听大会——“互联网电视产业高峰论坛”在成都世纪城国际会议中心隆重举行。芒果TV常务副总裁刘琛良受邀参加了互联网电视产业规范发布仪式，并为互联网工作委员会首批会员单位颁发证书。



会上刘琛良发表了题为《连接——牌照方应该为OTT发展破局》的主题演讲，解析OTT业务面临的实际困局，为实现破局，芒果TV发布了链接内容提供方、链接终端厂商的牛奶OS，提供了满足用户基本客厅体验的用户体验解决方案。



刘琛良首先给现场嘉宾分享了芒果TV OTT业务的两个成绩：第一，芒果TV整个OTT业务增长接近30%。第二，芒果TV OTT业务基本上实现盈亏平衡。这两点对于刚上市的芒果超媒来之不易又极其重要。

面对OTT行业面临的一系列问题，他提出了芒果TV这一年以来在OTT行业内的思考及主张，通过连接内容提供方上游服务，和所有终端厂商的下游服务，提供一个能够满足客厅基本体验需求的用户体验解决方案。“于是，芒果TV今年花了将近十个月时间做了一套自己的牛奶OS，同时还推出了一套盒子，当前已经聚合了十个以上的大屏应用，同时得到十家以上终端厂商支持。”按照刘琛良所说，目前牛奶OS在网络评分和评价都比较高，直接带动了芒果TV OTT用户活跃度提升30%。

演讲最后，刘琛良提出一个行业“期待”：“未来，我们特别希望牌照方、平台方、CP，甚至包括终端，能够以一种更加贴近用户应用场景，以及用户操作习惯的方式来推动这个行业的共同发展。“而芒果TV不管在过去、当下还是未来，都将一直以一种开放的姿态共建大屏生态。

（4）郑华平：芒果TV——三大基因构建“新丛林法则”

2018年11月30日来源：中广互联

11月30日下午，第六届中国网络视听大会——“新媒体投资峰会”在成都世纪城国际会议中心隆重举行。芒果超媒股份有限公司副总经理、芒果TV副总裁兼芒果互娱董事长郑华平发表了以《芒果TV：三大基因构建“新丛林法则”》为主题的演讲。



独木不成林，万木才是春。今年7月，集结成军的“芒果超媒”将聚焦核心年轻、垂直用户群体，以青年文化价值为引领，集结红色基因、创新基因和市场基因，寻找内容、产品和生态价值的最大释放。

红色基因：做青年文化价值的引领者

从《明星大侦探》《妻子的浪漫旅行》《野生厨房》等爆款IP研究，芒果TV形成了一套“马栏山的爆款逻辑”。“芒果TV必须具有强烈的引领意识和引领能力，要让更有质感的内容、更具闪光点的人性价值、更真实的情感，做最深入人心的触达。”郑华平认为。他用两点总结了芒果TV在传播青春正能量价值观中的思考：

第一，以用户为基石，重情感呼应。芒果TV平台女性用户占比近七成，24岁以下用户占比61.6%，是青春第一平台；80%用户拥有大专以上学历，偏好“时尚”、“社交”和“动漫”，“阳光、独立、乐观”是用户重要标签。基于用户核心需求，芒果TV的“青春芒果节”和芒果大会员开放日，完成了青春品牌的高能传递，线上大促与线下权益互动营销，会员总量激增。第二，以青春为向导，重价值引领。我们深入诠释IP的青春价值观；从脑力开发、心智成长、婚恋社交、代际关系、社会事业、人文关怀等方面入手，打造“营养型”综艺和青春剧集，如《妻子的浪漫旅行》《勇敢的世界》《流星花园》《变形计》等，宣扬积极向上的人

生态度和正确价值观，塑造差异化、坚不可摧的价值基因。

创新基因：构建芒果内部生态圈

近年，湖南广电得益于芒果内部生态的人才组建、人才共享，已经打造了超过 50 个工作室团队，连同周围几公里“北有中关村，南有马栏山”的上千家文化创意团队，形成了一个良性的人才双生态圈。基于“芒果超媒”的全产业链资源打通，通过生态融合创新，将内容生产的优势发挥到极致。

作为首批获得互联网电视牌照方之一，芒果 TV 以“电视台+互联网+电视硬件”形成无可比拟的双屏优势。芒果 TV 互联网电视终端激活用户超 1 亿，运营业务全国覆盖用户数超 1.3 亿。郑华平介绍，“后续，我们将针对专网和公网、大屏和小屏全面打通，将主站会员权益打通，做相应绑定和叠加，将资源迅速补给到专网公网。”通过大屏小屏创新，打造差异化大会员体系，在未来大、小屏结合的全场景打通中，芒果 TV 在大屏领域的国有竞争力和优势将日益凸显。

最终能够存活下来并成为爆款的 IP，都离不开持续鲜活的内容产出和阶段性的精准运营。而芒果基因最大的优势就是 IP 和产品，郑华平讲到：“我们开始从 IP 中寻找更多的裂变、衍生，给用户更多交互感、体验感，才有了‘青春芒果节’的芒果小镇，把 IP 延伸到了线下，也有了《明星大侦探第四季》的互动微剧，草根互动的特色越来越明显。“新成立的芒果超媒，将在视频平台、影视制作、游戏开发、电商业务、艺人经纪、衍生文创等六方模块下，激活存量资源，打通上中下游产业链，聚合创新，将 IP 价值释放到极致。

市场基因：融入马栏山开放朋友圈

互联网发展是无国界、无边界的，通过互联网这个载体，芒果生态已经延伸到每个人的“朋友圈”中。在深入了解用户和市场的基础上，郑华平介绍了两个方面：

第一个方面，整合资源跨界融合。立足芒果生态，芒果综合使用内容生产、平台运作、品牌带动、投资布局等手段，来进行全面的市场开拓。今年 10 月，芒果 TV 发布“超芒计划”，进军网大市场，充分联合市场上的优质内容生产者，进行超级 IP 的孵化与开发，助力构建动漫、网综、网剧、网大联动互通的网生内容体系，实现内容 IP 价值的最大化。

第二，寻找下一个增长点。今年，芒果 TV 正式成立“创新研究院”，将积极对 5G、AI、VR 等前沿技术前瞻布局，寻找新的机会，并在金融、游戏、文学等领域分步骤拓展，最大程度创造生态矩阵的超高价值。

最后，郑华平提到，“芒果生态，是多元、开放、无边界的，它肩负着湖南广电融合战略的期望与重任，在新的丛林法则下，我们将孜孜不倦地寻找行业最茂盛、最灿烂、最光明的生命历程。”

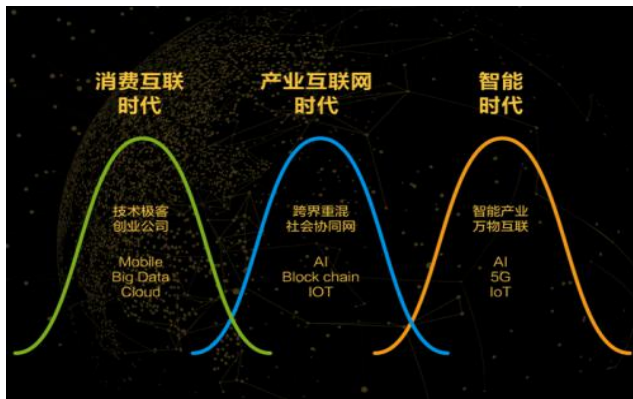
（5）【中国网络视听大会】陈长伟：AI+广电思考、探索与实践

2018 年 11 月 30 日来源：中广互联

11 月 29 日，第六届中国网络视听大会在成都开幕。开幕式当天，未来媒体创始人兼 CEO、新疆广电网络副总经理陈长伟在“AI 重塑视频内容新时代发展”论坛上发表主题演讲，阐述了 AI+广电思考、探索与实践。



陈长伟表示新时代数字经济飞速发展，中国已经成为全球新技术、新模式产业化发展最快速的国家。在这个大背景下，消费互联网时代、产业互联网时代、智能时代作为产业创新的三叠浪正在涌来。人工智能随着数据、计算能力、算法的突破迎来新的发展机遇，使得AI与视频的结合实现语义重构、形式转换等有了可能。



当前 5G+IoT+FTTH 为行业带来了更优秀的基础设施，人工智能、大数据、云计算、区块链技术为行业提供了更先进的生产力，而新零售带来了更和谐的生产关系，新的技术正在引领广电走向智慧、融合。

陈长伟认为 AI+广电目的就是要通过提高效率、降低成本/增加收入、增强体验来实现供给侧结构性改革，解决不平衡不充分问题，最终满足人民对美好生活的向往。

具体而言，AI 与广电的结合主要应用在内容、终端和运营层面。

在内容层面的应用场景有内容审核、内容监测、内容理解。以内容理解为例，陈长伟表示目前未来媒体的人工智能内容服务平台 AIS 主要基于 4K 全景和亲多多两个产品在做探索和实践，包括 T20 边看边买、智能创作/制作、智能转换 AI+2K/4K、智能配音 AI+IP 等。



在终端层面的应用场景有智能搜索与推荐,近距离AI 遥控器和远距离的AI 音响+TV/STB 以及摄像头+个性化角色等,通过语音识别、语音唤醒、语音合成干掉遥控器和门户。比如家里电视安装了AI 摄像头,就可以精确识别用户的身份,比如小孩,就会直接打开儿童专属界面。



在运营层面的应用场景主要是 AI 客服和 AI 记者,陈长伟强调能说人话的人工智能客服才有价值。

陈长伟预测,未来 3-5 年,人工智能作为人的辅导,人工智能与垂直领域结合,应用场景也会不断丰富。传媒体将从新媒体、全媒体、融媒体逐步向智媒体演进。



智能制作、智能生产、智能标注、智能分发、智能播放、智能变现、智能客服将成为智媒体时代的典型特征。媒体的未来将以智能、沉浸、交互于一体。

最后,陈长伟强调要警惕 AI 骗子,要提防各种讲着人工智能故事的公司、各种打着人工智能旗号的产品以及各种百万年薪的人工智能人才,一定要思考体验提升的同时商业价值在哪。

(6) 人工智能赋能网络视听创新融合,AI 重塑视频内容新时代: 更清晰 更美丽 更安全

2018 年 11 月 30 日来源: 中广互联

11 月 29 日,以聚焦人工智能与网络视听创新融合为主题的“更清晰 更美丽 更安全——AI 重塑视频内容新时代发展论坛”在成都第六届中国网络视听大会举行。作为大会首日规模最大的分论坛,活动吸引了行业专家、媒体机构负责人等近 300 人参与,成为当日关注度最高、最受欢迎的主题活动。

论坛由光明网、CCBN 组委会、数码视讯科技集团共同主办,阿里云作为首席战略合作伙伴。来自全国广播电视、网络视听行业,人工智能、大数据科技公司,高校及科研机构的

嘉宾齐聚蓉城，围绕“AI 重塑视听内容”主题，深度探讨“AI 与媒体融合”“AI 赋能视频内容安全”“视频精细化运营”等行业焦点话题。



图为：光明日报副总编辑陆先高致辞(光明网记者董腾飞/摄)

光明日报副总编辑陆先高在致辞中表示，人工智能正在重塑许多行业格局，伴随网络强国战略思想的强化，面对网上海量的信息，如何及时、精准地将涉恐、暴力、色情等违法违规内容过滤出来，已成为刻不容缓的命题。“积极推进媒体创新融合，不断探索人工智能与网络视听节目的智能应用，主动寻求突破，着力开创和引领人工智能发展的方向与潮流，是光明网这样的中央重点新闻网站与 AI 领域优秀的企业、机构所共同肩负的责任。”



图为：国家广播电视总局广播科学研究所所长邹峰致辞(光明网记者董腾飞/摄)

“‘互联网+’塑造了当今世界的面貌，‘AI+’将重新定义未来。”国家广播电视总局广播科学研究所所长邹峰谈到，智能化已成为科技创新和产业发展的重要方向，广播电视业正朝着“智慧广电”全面升级，人工智能技术让媒体平台上的内容与用户连接更紧密、更精准、更高效。



图为：活动吸引了行业专家、媒体机构负责人近 300 人参与(光明网记者董腾飞/摄)以人工智能为代表的新技术应用为网络视听内容的发展提供了有力支撑，推动视听新媒

体进入新的发展阶段。在以广播电视和网络视听为代表的媒体行业从内容生产到智慧运营，从媒体服务到人机交互，AI 技术正在不断催生新应用新变革。论坛现场，阿里云业务安全副总裁岑欣伟，数码视讯科技集团融媒体事业部总经理王雪，科大讯飞广电市场部总经理孙广成，未来媒体 CEO、新疆广电网络副总经理陈长伟，暴风 TV 副总裁侯光敏，湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司总裁助理、广告营销中心总经理方菲，北京工商大学计算机学院副教授祝晓斌，国家广播电视总局广播科学研究院信息技术研究所教授级高级工程师王磊等行业嘉宾分别进行了主题发言，并围绕视听行业视频的制播、分发、监管进行了深入探讨。

论坛由国家广播电视总局广播科学研究院副院长杜国柱主持。团中央网络影视中心副主任蔺玉红、中国日报网总编辑韩蕾、光明网副总编辑高赛、国家广电总局广播科学研究院技术研究所所长苗勃等出席。



“AI 与优质的内容相结合，让用户获得更清晰、更美丽的体验是一种发展方向。”数码视讯科技集团融媒体事业部总经理王雪在主题演讲中表示，那些陪伴用户成长的经典影视作品已经不适合现在人们的视听需求，AI 赋能这些经典 IP，通过超分辨率将标清画面升至 4K，经过高清内容智能转换，智能调色等应用，让用户获得真 4K 的体验效果。（光明网记者董腾飞/摄）



“AI 技术使视频内容安全审核更高效，提升智能化管理。”阿里云业务安全副总裁岑欣伟说，人工智能参与到审核视频的工作中，极大地提高了视频审核和内容管控的安全性和准确性。通过安全大脑，阿里云每天处理信息超过 10 亿条，节省 99% 以上人力成本，支持 100 种以上风险场景检测，支持各种内容格式的多模态识别。（光明网记者董腾飞/摄）



科大讯飞广电市场部总经理孙广成在《AI 赋能融媒体》主题演讲中提到，人工智能技术的应用，正在改变视频内容的形态，让视频内容“更聪明、更懂你，看你所想，懂你所看。”“科大讯飞通过讯飞最新的人工智能成果，利用语音合成、语音识别、自然语意理解、AI 广告精准营销等技术，帮助视频内容生产者和用户重塑视频内容。同时，讯飞智能内容监管平台通过人工智能审核技术，确保视频内容安全有序。”（光明网记者董腾飞/摄）



未来媒体 CEO、新疆广电网络副总经理陈长伟在《未来媒体：AI+广电思考、探索与实践》的主题发言中提到，AI 与广电的融合包括内容、终端、运营等环节。未来传媒在内容端，已实现智能配音 AI+IP、智能转换 AI+2K/4K、T20 边看边买、智能创作与制作等应用。“未来 3-5 年，人工智能作为人的辅导，人工智能与垂直领域结合，应用场景不断丰富。”（光明网记者董腾飞/摄）



“从‘人找内容’到‘内容找人’，人工智能改变了电视的角色，让用户更方便地获得服务。”暴风 TV 副总裁侯光敏在《大屏 AI 助手让生活更美好》的主题分享中谈到，随着人工智能的强势渗透，已经颠覆了用户对于电视屏幕的使用习惯。“电视还是电视，电视机已经不仅是电视机，而是变成了大屏助手，助手的大脑就是 AI，共同服务生活，让智能生活更美好。”（光明网记者董腾飞/摄）



芒果 TV 在人工智能方面的应用贯穿于内容端、终端、运营端。湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司总裁助理、广告营销中心总经理方菲结合芒果 TV 电视剧、综艺在人工智能方面的实践带来《视频精细化运营的 AI 时代》的主题演讲。（光明网记者董腾飞/摄）



国家广播电视总局广播科学研究院信息技术研究所教授级高级工程师王磊在《广播电视行业人工智能应用与发展机遇》的演讲中提到，人工智能在广电行业中有着非常好的应用和前景，贯穿于广电行业媒资、制播、传输、运营、监管等各个环节。“构建广电行业人工智能应用标准体系和评价体系，引导和支撑人工智能在广电行业里规范应用十分必要。”王磊说。（光明网记者董腾飞/摄）



图为：北京工商大学计算机学院副教授祝晓斌结合最新的视频图像 AI 算法和应用带来《跨媒体人工智能算法与应用》的主题演讲。（光明网记者董腾飞/摄）



图为：圆桌论坛环节嘉宾讨论热烈（光明网记者董腾飞/摄）



图为：论坛由国家广播电视总局广播科学研究院副院长杜国柱主持（光明网记者董腾飞/摄）



图为：团中央网络影视中心副主任蔺玉红出席论坛(光明网记者董腾飞/摄)



图为：论坛现场座无虚席 众多观众驻足观看(光明网记者董腾飞/摄)



图为：论坛受到众多行业人士关注(光明网记者董腾飞/摄)



图为：论坛活动现场(光明网记者董腾飞/摄)

8. 媒体融合

(1) 浙江华数与广电总局广播科学研究院、科大讯飞签署战略合作协议

作者：管理员 来源：本站原创 日期：2018-10-25 浏览：271 次

10月24日上午，2018年第26届媒体融合技术研讨会（ICTC）开幕仪式上，国家广电总局广播科学研究院、科大讯飞股份有限公司、浙江华数广电网络股份有限公司三方签署战略合作协议。

三方将共同推动打造基于TVOS的智慧广电技术研发基地，建立覆盖浙江的TVOS智慧广电业务示范区，并向全国行业和产业提供基于TVOS的智慧广电业务商用支撑保障，促进高新技术与广电业务融为一体，推动广播电视智能化发展。



浙江华数作为浙江省级广播电视网络公司和省属国有股份制文化骨干企业，在全省已发展数百万级的双向用户，并拥有强大的运营经验和运营团队。

科大讯飞作为国内首屈一指的智能语音与人工智能产业领导者，在语音合成、语音识别、口语评测、自然语言处理等多项技术上拥有国际领先的成果。

两家公司强强联手，以打造智慧广电为合作核心，基于庞大的可运营用户基础，立足智能电视操作系统TVOS，共同构建语音交互平台+智能终端+业务的生态圈。

现场记者抢“鲜”体验了一把浙江华数最新发布的基于TVOS操作系统的智家系列产品：

“最多跑一次”功能助力民生政务，基于具备国家自主知识产权的TVOS2.0系统，通过人脸识别，让老百姓在家动动遥控器就能查询各项事务办理流程，未来还能实现最多跑零次。

“校园电视台”产品除了整合呈现数千小时国学、科学、安全、同步课堂等视频内容外，还将学校与家庭进行有机连接，通过机顶盒，家长可以接收校园通知、收看教学视频、参加视频会议。

“智慧医养”平台则可实现用户足不出户，在家就能预约挂号、视频问诊、化验报告查询等。

除目前已成熟落地的智能语音遥控产品外，三方还将在家庭用户拓展、行业应用方面开展深度合作。

面向家庭用户，将不断接入智能音箱、智能手机等各类智能平台，打破客厅地域限制，实现随时随地都可以看电视、用电视。

以华数 4K 智能盒子为核心，承载语音识别、人脸识别、安全支付、智能物联等互联网技术能力，打造“智能全屋”概念。

在行业用户方面，结合广电终端 CA 可信认证体系，搭建“广电可信安全云”，为未来智慧广电服务于政务、教育、民生等涉及安全管控较高的行业应用提供了更多想象可能。

（2）【中国电视大会】数位大咖齐聚“中国电视大会”，探讨融媒体的前世今生

2018 年 11 月 12 日来源：中广互联独家

一、新时代融媒体进入新纪元

伴随着信息技术的发展，媒体融合已成为媒体发展的趋势。大数据技术通过精确洞察、用户体验、驱动媒体内容生产与收益模式创新等，促进了媒体深度融合。



在 8 月 21 日至 22 日的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记首次对县级融媒体中心的建设做出重要批示，“县级融媒体中心”这个新型地方媒体机构也是第一次在国家级会议上被提及，这在中国媒体发展历史上无疑具有划时代意义。

“融媒体”、“县级融媒体”、“融媒体中心”等一直占据着广电新闻的重要位置，作为高端大气有内涵的中国电视大会，结合当今最热门的话题，特此设置了分会场“广电融媒体创新峰会”，再次提醒广电同仁们，11 月 21-22 日，第四届“世界电视日”中国电视大会将在广西南宁荔园维景国际大酒店隆重举办。

二、数位重量级嘉宾齐聚，新一轮头脑风暴将掀起，准备好接招了吗？

媒体融合已成为媒体发展的趋势，这种背景下，本届大会分会场“广电融媒体创新峰会”的主题设置为“云与大数据驱动下的媒体业务创新”。将有国家广播电视总局、湖北广播电视台、亦非云、柳州市文化新闻出版广电局、安徽广播电视台、桂林电视台、广西广播电视信息网络股份有限公司机构参加大会。大咖齐聚大会现场，将掀起怎样新一轮头脑风暴？

8 月 23 日，在第五届中国媒体融合峰会上国家广播电视总局发展研究中心副主任杨明

品做了主题演讲。提出媒体融合的内生产力来自融合主体，媒体融合离不开市场活力。此次杨明品主任就融媒体发展新动向会提出怎样的见解呢？



长江云平台自 2016 年成立以来，联合省市县三级媒体加快了媒体融合发展的步伐，长江云平台为用户搭建了开放共享、共建共赢、互利互惠、精诚合作的广阔舞台。长江云平台为何会如此成功，我们荣幸的邀请到了湖北广播电视台副台长、湖北长江云新媒体集团董事长兼总经理张建红来为大家详细解答，这个学习和借鉴的机会希望大家不要错过。



电视天生具备社交的特征属性，电视自从诞生的那天起，就充当起联系人们关系的纽带。在三网融合时代，电视机已经具备互动功能，而这个互动也不是电视观众和电视台的互动，而是观众与观众以及电视内容间的互动。作为新一代的视频流媒体云平台服务公司，亦非云 CEO 黄思钧将讲解从社交电视方面实现电视媒体与观众的社交闭环融合运营。



融媒体时代的到来，新老媒体已经不是“融不融”的问题，而是“怎么融”的问题。而“网红”这一新鲜事物诞生，也给新老媒体的融合带来新的契合点。柳州市文化新闻出版广电局副局长、柳州市广播电视台台长林明波将带来主题为《广电融媒体助推城市“网红”产业孵化》的演讲，小编很好奇林明波台长将带来的“网红”是何方神圣，神秘面纱将在现场揭晓。



2018年10月18日，百视通与安徽广播电视台旗下海豚新媒体合作建立“海豚云”平台，安徽广播电视台“海豚云”上线暨安徽广电融媒体联盟(县域)成立。“海豚云”是怎样重塑媒体价值，由安徽广播电视台全媒体中心主任陈瑜奇讲解安徽文化产业振兴及新媒体大发展的历史机遇，在有关政策支持下，如何以安徽地区为中心，共同发展新媒体业务，服务市场，为大众提供更多更好的服务。



在信息生产传播与接受越来越智能化的今天，需要警醒的是传统媒体放弃或忘记自己的“传统”，传统媒体是经过历史淘洗后积累沉淀的优秀品质，是经过时间和现实锤炼的自然结晶。传统媒体在珍视优秀传统的基础上，也要向优秀的新媒体自媒体学习。新时代“传统”媒体的传承和创新如何做到兼得，桂林电视台党委副书记范二德会以桂林电视台为例，深度解析“传统”媒体的传承与创新。



广西南宁是“一带一路”重要节点城市，是中国距离东盟国家最近的省会城市，也是中国西南出海大通道的重要枢纽。作为分会场“广电融媒体创新峰会”的压轴嘉宾，广西广播电视信息网络股份有限公司副总经理、广西广电大数据科技有限公司总经理涂钧演讲主题为《广西融媒体新模式及云技术应用实践》，作为“一带一路”重要节点城市，广西融媒体新

模式会是国际化的标准吗？



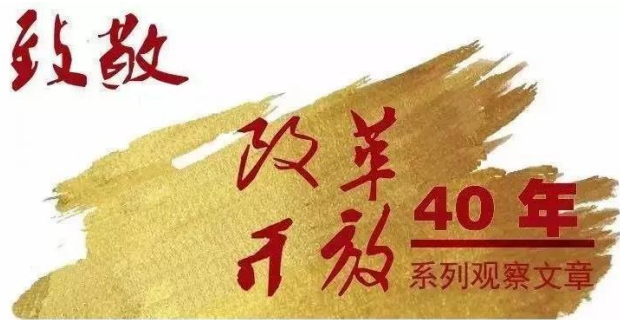
三、结语

秋天能带给人很多思考，这个聆听的季节，注定收获满满。肩负着收获的使命，秋天的忙碌自然多了一份神圣，中国电视大会将在这个秋天里和广电同仁一起在 11 月 21-22 日，共赴广西南宁荔园维景国际大酒店参加第四届“世界电视日”中国电视大会。

（3）改革开放 40 年：县级广电发展走上转型升级之路

2018 年 11 月 13 日来源：国家广电智库

改革开放 40 周年，奏响了中华民族伟大复兴的雄壮进行曲。中国广播电视不仅见证了这一改变世界格局的时代进程，记录了中国从“追赶时代”到“引领时代”的伟大成就，行业自身也实现了一次又一次的历史性跨越。总结分析这 40 年的发展经验，将改革精神发扬光大，对推动新时代中国广播电视发展意义重大。



改革开放 40 年来，全国县级广电在上世纪 70 年代末以广播为重点的事业发展阶段的基础上，经过 80 年代“四级办”的遍地开花，到 90 年代后期进行改革调整，到近年来的融合创新、转型升级，在媒体技术日新月异、传媒形态日益多样、舆论格局深刻变化的复杂环境中与时俱进，奋力开拓，迎来通过县级融媒体中心建设提升自己主流媒体地位的崭新机遇。

一、县级广播电视改革发展 40 年回望

40 年来，作为基层宣传思想文化工作的主渠道、维护基层意识形态安全的主阵地、基层公共文化服务的提供主体、全国广电系统制播能力提升的重点和融合发展的基础环节，县级广电在覆盖面、资金、技术、人才等条件均受到一定限制的情况下，为县域经济社会发展作出了独特的、不可替代的贡献，走过了不平凡的发展历程。

（一）广播为主，电视出彩（1978 年至 1982 年）

从上世纪 50 年代开始，我国开始在县级设立广播站，并逐步建立遍及全国农村的有线

广播覆盖网。到70年代末、80年代初，全国县级广播站已有2500多座，广播喇叭发展到1.2亿只，基本形成了以县广播站为中心、乡镇广播站为基础、连接千家万户的全国有线广播网。在电视方面，通过自主研发，我国完成了由黑白电视到彩色电视的过渡，到70年代末，全国各地地方电视台全部播出彩色电视。

(二)遍地开花，散乱渐生(1983年至1996年)

1983年，中央出台的37号文件提出“四级办广播、四级办电视、四级混合覆盖”的建设方针，明确县级广电的任务是转播中央和省级广播电视节目，自制节目覆盖本地。从此，县级广播站改称县级台，县级广播电视机构统称为广播电视局。到1988年底，全国广播电视人口覆盖率从1982年的64.1%和57.3%提高到70.6%和76.4%，一些县(市)先后建立了有线电视台。进入90年代以后，随着市场经济的发展，县级广电在节目和广告播出中的违规现象逐渐增多，散、乱、差情况比较普遍，要求治理的呼声越来越高。

(三)改革调整，转变职能(1997年至2013年)

从1997年开始，全国县级广电先后经历了3次大的改革调整。

一是三台合并。从1997年开始，县级广播电台、电视台、有线电视台合并为一个播出实体——广播电视台，主要转播中央和省的广播电视他节目，同时可开办1套广播节目和1套电视节目，县(市)广播电视局和广播电视台实行“局台合一”体制。

二是播出机构职能转变。从2001年开始，除少数实力较强的县级台和民族地区外，其它县级台不再保留自办电视频道(广播仍然可办)，自制节目可在省或市(地)电视台的公共频道中插播。

三是文化体制改革。从2004年开始，对县级文化、广电、新闻出版部门进行合并，设立文化广电新闻出版局，原广电局、电台、电视台合一的，按照政事分开、管办分离的原则，将电台、电视台分离出来。

以上改革调整对县级广电的发展产生了深远影响。

这期间，得益于从1998年开始实施的村村通工程、从2000年开始实施的西新工程，县级广播电视覆盖“盲区”大大减少，少数民族地区县级广播电视薄弱局面得到极大改变。随着数字技术、互联网技术尤其是移动互联网技术的发展，媒体融合发展的势头越来越强劲。县级广电紧跟技术发展潮流，适应受众接收习惯改变，纷纷建起自己的网站、“两微一端”，有的还建起了自己的“中央厨房”，探索适合本地实际的融合发展之路。

(四)融合创新，转型升级(2014年至今)

2014年被称为中国媒体融合元年。这年的8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平总书记在讲话中强调，传统媒体和新兴媒体要优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。从此，传统媒体和新兴媒体融合发展成为国家战略，县级广电进入融合创新、转型升级新阶段。昌平、玉门、长兴、安吉、邳州等地主动作为，为建设县级融媒体中心、实现广播电视转型升级提供了许多可资借鉴的解决方案。

2018年8月，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调：“要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众。”中宣部随后提出2018年先行启动600个县级融媒体中心建设，到2020年底基本实现县级融媒体中心在全国的全覆盖。全国十几个省闻风而动，开展了多层次、各具特点的县级融媒体中心建设，并积累了一定的实践经验。

二、积极主导县级融媒体中心建设，实现转型升级，不断提升广播电视主流媒体地位和话语能力



随着中央作出相关部署和县级融媒体中心建设在各地大面积展开,广播电视迎来通过主导县级融媒体中心建设、实现转型升级进而提升自己主流媒体地位和话语能力的难得机遇。综合汇总有关信息研究成果,我们认为建设好县级融媒体中心应把握好以下四点。

(一)通过积极主导县级融媒体中心建设,把广播电视打造成新的基层宣传思想文化工作主渠道,维护基层意识形态安全的主阵地。在县级融媒体中心建设中,必须坚持正确政治方向,坚持和发扬主流媒体的权威性、先进性,把发挥广播电视主渠道作用、让党和政府的声音直接落地、巩固扩大基层舆论阵地的目标放在首位。作为巩固壮大新时代主流思想舆论的前哨和一线阵地,县级融媒体中心必须连通汇聚全域信息发布资源,加强传播手段和话语方式创新,自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。在融媒体中心建设中,县级广电要充分发挥既有优势,始终把坚持正确政治方向和巩固扩大党的思想舆论阵地作为引领县级融媒体中心建设的根本职责。要坚持马克思主义新闻观,坚守党和人民立场,坚持弘扬主旋律,提供正能量,通过融媒体中心建设,把县级广电打造成传达党的声音、引领时代风尚、促进经济发展、增进社会和谐、繁荣本地文化、维护本地生态的新型主流媒体。

(二)通过积极主导县级融媒体中心建设,把广播电视打造成新的基层公共文化服务提供主体,基层党委、政府发挥动员、组织作用的重要工具。在县级融媒体中心建设中,必须通过增进服务职能、创新融媒产品,进一步强化广播电视的服务属性,推动县级广电服务进入新时代“升级版”。要积极适应移动化、数字化、网络化、智能化等技术发展趋势,向移动传播转移,重点打造新闻资讯客户端和集资讯、通讯、娱乐、社交、生活服务于一体的本土化、多元化、多功能平台,不断提升市场化能力和造血功能,增强用户黏性。要充分利用融媒体中心的“中枢”作用,使各平台从“分散”走向“集中”,将广播、电视、报纸以及“三微一端”(微信、微博、微视频以及客户端)等各平台生产要素有效整合,实现互通互融,改变以往资源分割、各自为战的状态,在深度融合中产生聚合共振效应。要进一步争取地方党委政府和社会支持,整合、拓展地方政务服务资源和社会服务资源,通过为各部委办局的工作搭建宣传推进平台、打造移动政务服务的聚合平台,把政务资源变为媒体运营资源,不断增强县级广电作为基层党委、政府引导群众、服务群众的“神经末梢”的功能。

(三)通过积极主导县级融媒体中心建设,进一步夯实县级广电发展基础,拓展生存空间。国家广播电视总局发展研究中心副主任杨明品撰写微信公众号文章指出,县级融媒体中心要巧用云平台。在县级融媒体中心建设中,必须通过强化技术驱动,激发广电媒体与新兴媒体融合发展的新动能,合理构建云平台,实现“云云相接”,促进全国县级广电互联互通,有效盘活利用各种优质资源。要根据自身实际,通过融媒体采编平台、大数据分析平台等技术平台的搭建,为融媒体运营提供先进的技术支撑。建构云平台资源应因地制宜:已经自建云平台的县,应完善和利用好现有云平台,并将自己的“小云”接驳省、地市等上级媒体的“大

云”；在不具备自建“小云”条件的县，可选择租借进驻省级或地市台的云平台。同时，省级台应主动对接中央关于县级融媒体中心建设改革部署，改善和创新云平台服务，为县级融媒体中心建设提供云制作、云汇聚、云转播和运营解决方案，促进形成全国融媒体建设的“云云相接”和各级媒体思想舆论阵地建设“网格化”结构布局，进一步发挥和放大县级广电的基层基础作用。

(四)通过积极主导县级融媒体中心建设，进一步提升县级广电话语能力，提高广电地位。在县级融媒体中心建设中，必须通过完善顶层设计、理顺体制机制，争取广播电视发展主动权，提升县级广电话语权。要因地制宜、因台而异，统一融媒体建设标准和规范，科学规划融媒体建设方案，避免资源浪费和低效表面的虚假融合。要勇于突破体制机制固化的藩篱，大胆进行采编发流程、组织管理体系、自我发展机制等多方面的重塑与再造，探索建立规范、高效、灵活的运行机制。要以工作绩效为统一考核标准，建立科学的人才管理体系。要加强外部合作，借助“外脑”提升融合创新能力，推动内容、技术、平台、渠道、经营、管理的深度融合，促进县级广电与新兴媒体融为一体、合而为一，实现县级广电的“凤凰涅槃”：话语能力的提升和自身地位的提高。

(4) 【中国电视大会】媒体融合进行时，融媒体产品如何 C 位出道

2018年11月12日来源：中广互联独家

2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。当时就有业内人士指出，在推动传统媒体和新兴媒体的融合发展过程中，互联网思维将会有效促进媒体间的深度融合。建立融媒体中心、推出新媒体产品……越来越多的案例表明，4年来我国的媒体融合进程正以自上至下的方式有序推进。

为了顺应媒体的发展趋势，今年第四届“世界电视日”中国电视大会特别设置了“中国电视媒体融合峰会”，邀请中国教育电视台总编辑胡正荣担任主持，中国电视家协会媒体融合推进委员会、央视市场研究(CTR)、中央广播电视总台、央视网、浙江新蓝网络、SMG、广东南方财经全媒体、凯叔讲故事APP、快手APP的嘉宾将从“产品化与竞争之路”的角度为你解读2018年中国电视媒体融合的“现在与未来”，并展开关于“如何做出一款有竞争力的融媒体产品”的深度对话。

中央广播电视总台将媒体融合进行到底

据了解，此次论坛上中央广播电视总台和央视网的演讲嘉宾将进行《中央广播电视总台的融媒体产品打造之道》、《央视网融媒体产品案例分享》的主题演讲。其实，中央广播电视总台一直在着力推进广播、电视、新媒体三位一体的全面融合，构筑立体多样、覆盖广泛的现代传播体系。资料显示，“央视新闻”经过六年的发展总用户量从2012年底的150万增长到了3.33亿。2018年融媒体视频直播节目“@春晚”相关视频点播量累计收视次数达13.6亿，微博话题阅读量超过20亿。目前央视网多终端覆盖人次达到14.3亿，央视影音累计下载量7.4亿。



2018 俄罗斯世界杯作为中央广播电视总台成立之后迎来的首个大型国际赛事，也充分显示了总台融合报道的强大创新力和凝聚力。据 CTR 数据显示，央视在世界杯期间赛事总触达用户 353.84 亿人次，其中新媒体端触达用户 232.86 亿人次，人均触达 16.84 次。新媒体端 40 岁以下年轻人的用户比例超过了 70%，成为赛事收看的绝对主力。与此同时，世界杯为 CCTV 新媒体端新增激活用户 4893 万。

从微博、微信的平台入驻到 H5 页面集合、直播、全景摄像、短视频等呈现技术的运用，央广、国广的多个现象级传播作品打开了广泛的受众群。其中，说唱短视频《为新时代打 CALL：这可能是最有科技感的一段 freestyle》上线仅半小时，点击量就突破百万人次。“这五年，你身边的这些变化”图解产品，成为阅读量 4000 万的“爆款”产品，视频《国际友人谈十九大》《多彩中国》、H5《学习大外交》等新媒体产品也受到了广泛关注。

各地广电探索融媒体产品新思路

以浙江新蓝网络为例，在党的十九大新闻宣传报道中，浙江卫视、浙江之声和新蓝网-“中国蓝新闻”客户端开启了联合“作战”模式，将前方最新动态、代表们对十九大的期待等内容以短视频、照片和简短讯息等形式，第一时间在新蓝网-“中国蓝新闻”客户端上发布并进行推送。据相关数据显示，在开幕会直播时段，新蓝网直播页面点击量 109.3 万，“中国蓝新闻”客户端直播页面点击量 124.4 万，两端共计百万人同时观看。



2016 年 6 月上线的“看看新闻 Knews”作为 SMG 主推的产品，经过一年多的运营，已实现在移动手机端、PC 端、户外大屏、IPTV 用户端、OTT 用户端以及传统电视大屏上的“全屏覆盖”。依托 SMG 专业新闻团队的生产优势，推出的《筑梦空间站》航天系列、第一艘国产航母出坞下水、C919 大飞机首飞等直播，也成为了各大商业平台争相转发的优质信源。值得一提的是，“看看新闻 Knews”在提升原创能力的同时，还进一步推动了 SMG 电视大屏与移动互联网小屏的互助共振，有效实现了网端反哺电视。仅东方卫视的《东方新闻》“第一线”深度报道的产出量，就提升 50% 左右。

在此爆个小料儿，来自浙江新蓝网络和 SMG 的嘉宾在本次会议上将为你详解融媒体产品的实践与探索，干货满满，值得期待哦！

电视台“牵手”多款移动 APP 一场双赢的买卖

今年，地方广电不单依托优势自主开发了多款移动 APP，还与外部互联网 APP 做了成功牵手。资料显示，浙江卫视跨年晚会、深圳卫视知识跨年演讲直播均出现了快手的身影。据知情人士透露，快手赞助《奔跑吧》的费用高达 1.4 亿元，从第一集仅有“快手记录世界记录你”的压屏条到之后增加了口播、提示标等多个植入方式，快手逐渐闯入了电视观众的视野。之后，快手又成为《中国新歌声 2》的战略合作伙伴，实现了多样化的品牌露出，甚至还在电视播出中穿插了 40 支短视频广告。



春节期间，湖南卫视的《声临其境》大火荧屏，自 1 月 6 日首播以来十期节目收视连连上升。王凯作为主持人，在节目中口播赞助商广告时提到的“听故事就是《凯叔讲故事》”，成功借助节目热度将产品品牌推广出去。易观千帆数据显示，2018 年 1 月活跃用户增至 138.2 万人，比 2017 年底的 98 万增加逾 40 万。虽在 2 月份稍有回落，但依然保持了 130 万以上的活跃用户数量。加盟热门综艺可谓是凯叔团队营销推广的一步开年好棋。

想知道移动 APP 与电视台合作如何实现 C 位出道吗？请密切关注凯叔讲故事 APP、快手 APP 的演讲嘉宾带来的精彩合作案例分享！

后记

此前，央视市场研究（CTR）执行董事、总经理，CTR 媒体融合研究院执行院长徐立军曾指出，在传统媒体做媒体融合这件事情上，媒体领路人至少要做到媒体融合优先——媒体融合 First，将更多的时间和精力投入到新媒体、媒体融合上来，然后逐步做到 All in 媒体融合。

在目前行业竞争格局下，各平台的发力领域已变得越来越广泛。媒体融合如何塑造出新的生态？“中国电视媒体融合峰会”诚邀你的参与，11 月 21 日下午我们不见不散~

（5）共话多屏生态进化，引领媒体融合新征程——视听新媒体发展峰会在蓉成功举行！

2018 年 12 月 02 日来源：中广互联

作为第六届中国网络视听大会的重要活动之一，以“融合场景下的多屏生态进化”为主题的“视听新媒体发展峰会”11 月 30 日上午在四川成都成功举行。



本次峰会由中国网络视听节目服务协会、央视网·未来电视共同主办。来自广播电视

台、广电新媒体、有线电视、IPTV、互联网电视、运营商、网络视频等中国多屏生态的参与者们共议融合化传播场景之下的多屏生态化布局，探讨视听新媒体的未来发展趋势。会议现场一直人气爆棚、听众满座，许多来宾都是站着坚持听完了整场论坛，足以体现视听新媒体发展峰会在议题设置上的吸引力。



中国网络视听节目服务协会常务副会长罗建辉在致辞中指出，传统媒体和新媒体都要牢牢把握正确的政治方向，强化价值引领。视听新媒体一定要加快与先进技术的结合，通过技术为媒体赋能，打造出全新的业务形态，促进服务升级，满足人民日益增长的精神文化生活需求。



央视网董事长、总经理钱蔚在《“台网并重、先网后台”定义媒体新未来》的主题演讲中指出，中央广播电视总台成立后，对媒体融合发展高度重视，明确提出“台网并重、先网后台”的发展战略。作为总台旗下创办最早的新媒体企业，央视网正在以助力总台融合转型为目标，守正创新，以变应变，着力做强多屏传播体系、技术支撑体系、产品服务体系、生态链接体系，抢抓新机遇、实现新作为。

据钱蔚介绍，央视网正在实施新媒体“中台”战略，将从屏幕到平台、从孤岛到中台、从节目到产品、从观众到用户等不同维度做好用户的全链条服务，做资源的整合者和连接者，通过“媒体+服务”的模式，整合上下游与平行关联的产业资源，从而形成多元参与、开放融合、价值重构的媒体新生态。

湖南广播电视台党委委员、副台长朱皓峰带来了《凭广电人的担当“守正”，用马栏山的逻辑“创新”》的主题演讲，他指出，湖南广电一步一个脚印、扎扎实实的探索着国有文化媒体独特、有效、可持续的深度融合发展之路。接下来将继续从四方面进一步增强国有广电媒体的传播力、影响力、领导力、公信力。第一是坚守主流媒体的责任，提升融合传播力；第二是强化价值引领，提高舆论引导力；第三是践行媒体使命，打造全球影响力；第四是对接市场价值，拓展媒体公信力。

中国人民大学新闻学院教授、博导，中宣部媒体融合专家组成员宋建武认为，媒体融

合始于数字化（数码化），主要表现为终端和渠道的融合，将终于数据化（智能化），主要体现在业务融合。媒体要顺应整个技术和社会发展的趋势，把自己打造成具有强大数据处理能力的平台，才能在媒体融合中占据主导地位。

咪咕文化科技有限公司总经理刘昕介绍了咪咕在媒体融合方面的尝试和思考，特别是在5G、超高清及虚拟现实等领域的业务创新实践。据介绍，为了让科技能够更好地服务用户，咪咕上线了人工智能黑科技——AI智能剪辑官。

哔哩哔哩董事长兼CEO陈睿在演讲中指出，互联网时代的融媒体应该是一个生态平台。哔哩哔哩作为国内年轻网民聚集度最高的平台，一直坚持去构建包括用户和创作者的内容生态，一是坚持品质导向，二是坚持价值观优先。

企鹅影视高级副总裁韩志杰指出，随着网络视听产业的高速发展，网络视频成为了大众文娱的消费主要形式之一。而制作精良、正能量、丰富多元的优质内容成为了打动用户的关键。腾讯视频在内容制作层面很早就树立了四位一体——、正能量、高品质、创新性、年轻，坚守正向价值。

央视网副总经理赵磊、阿里巴巴副总裁庄卓然分别从各自角度介绍了央视网的数据中台建设之路。央视网数据中台将致力于打通创新数据应用场景和寻找新的数据应用价值，采用前沿技术努力盘活数据资产。第一步是通过建设数据中台，驱动“一切业务数据化”，提升数据资产价值。第二步则通过数据中台服务，重新定义媒体传播链条，提升传播效能。

来自央视影音、未来电视、爱上电视、联通视频公司、歌华有线、南方新媒体、喜马拉雅等机构的嘉宾共同就主题“多屏生态联动下的媒体发展新机遇”展开了探讨，大家从渠道竞合关系、内容头部化的挑战、多屏生态建设等相关角度谈了自己的看法，对于媒体融合具有很强的现实指导意义。

从峰会所展现的成果来看，行业需要凝心聚力，业务需要创新发展。近年来，从“特色之路”到“先网后台”，从“智能大屏”到“移动优先”，传统媒体与新媒体的融合不断加深，视听新媒体的产业生态正在不断成熟。

（6）有线运营商申请5G牌照一事：“利大于弊”、“挑战多于机遇”

2018年11月30日来源：融合网

2018年11月28日~11月30日，针对“工信部已经同意广电网参与5G建设，中国广播电视网络公司正在申请移动通信资质和5G牌照”一事，融合网创始人兼执行总编吴纯勇接受了数家媒体（如，《上海证券报》、《华夏时报》、财新网、《每日经济新闻》等）的采访。

对于“工信部已经同意广电网参与5G建设，中国广播电视网络公司正在申请移动通信资质和5G牌照”一事，中国通信行业观察家、融合网创始人兼执行总编吴纯勇表示，简而言之，如果中国广播电视网络公司拿到移动通信资质和5G牌照，将会“利大于弊”、“挑战多于机遇”。

利大于弊

广电行业尤其有线电视网络运营商们经过三四十年的发展，在近几年面对新技术、新产业、新业态的发展变革与冲击过程中，广电系统深深感受到了互联网尤其移动互联网行业发展的广阔前景，部分地区的有线电视网络运营商也在做着向移动互联网进行小范围试点的工作。

但不可否认的一点则在于，全体广电行业同仁们要清醒的看到，广电系统近几年在面对外部竞争者（如，三大电信运营商、互联网企业、网络视频企业、民营宽带运营商等）时所表现出来的种种不利因素（如，难以快速形成全国一张网的有线电视网络、传统有线电视网络

的交互性较差、有线电视用户构成等)。

吴纯勇认为，未来，如果中国广播电视网络有限公司获得了 5G 牌照，这会从很大层面加快全国有线电视网络一张网的步伐。

届时，如何通过 5G 牌照来推动相关省市自治区省级有线电视网络运营商加入到全国有线网整合的进程则需要相关机构共同探讨出一个多方共赢的产业推进与发展模式。

这样就会很好的促进全国有线电视网络运营商整合成一张网，并且有望加快在诸如业务、内容等层面的创新。

挑战多于机遇

未来如果中国广播电视网络公司拿到移动通信资质和 5G 牌照，虽然给全国有线电视网络运营商的未来带来很大的机遇，但作为全体广电行业同仁们也要清醒的意识到，一旦要进行 5G 产业层面的布局，其自身的诸多软肋(比如，巨额资金的投入、运营人才的储备、品牌的统一与协调、市场营销体系的重新构建、市场化运营等)也将同时需要行业共同面对及快速解决的。

针对业内外人士普遍关注的未来广电系统在 5G 网络信息基础设施的投资及其资金来源等问题，吴纯勇则认为，相关资金来源及建设步伐等问题钱的确是个很现实而且还是个不可避免的问题，但最终只要中国广播电视网络有限公司获得了 5G 牌照，中国广播电视网络有限公司最起码可以通过以下多种方式来推进广电系统在未来 5G 网络信息基础设施建设方面所面临的种种处境——

一、可以通过 5G 牌照来置换相关资源，比如，与相关省级有线电视网络运营商共同出资来建设及运营；

二、可以充分利用中国铁塔及其诸如共建共享工程等解决 5G 网络信息基础设施建设问题；

三、可以充分吸引和借鉴上个世纪末中国联通有限公司成立及其壮大的经验，通过纵横联合的方式来解决资金瓶颈难题；

四、可以充分总结和梳理虚拟运营商多年以来发展的现状，调动现有互联网巨头们的积极性，吸引互联网巨头们加入到这次难得的发展机遇。

而对于 700MHz 频谱未来的使用及其规划，吴纯勇认为，随着中国广播电视网络有限公司获得 5G 牌照，700MHz 频谱的争夺战或许将得到很好的解决，届时，相关各方会充分利用 700MHz 频谱的技术优势来开拓各自的 5G 业务。

针对人才队伍的建设与储备、市场化运营等诸多方面，吴纯勇则认为，众所周知的原因，广电系统数十年的发展历程中对于纯正市场化的人才培养和储备还有待不足，未来像真正的商业运营人才队伍如何进行培养与储备是一大难题。

如果有一天，广电系统在拿到移动通信资质和 5G 牌照进行纯正市场化运营之时，诸如各地有线电视网络公司的名称、市场营销的重新构建体系等都需要全体广电人要面对及解决的。

针对“工信部已经同意广电网参与 5G 建设，中国广播电视网络公司正在申请移动通信资质和 5G 牌照”一事，借此机会也仅做一简单的分析与交流，也期待着相关行业领导、前辈及行业同仁们多多交流、批评及指正。

(7) 蔡怀军谈芒果超媒：生态矩阵新引擎，媒体融合主力军

2018 年 11 月 30 日来源：中广互联

11 月 30 日上午，第六届中国网络视听大会——“新时代媒体融合发展峰会”在成都世纪城国际会议中心举行。会上，芒果超媒股份有限公司总经理、芒果 TV 总裁蔡怀军发表了

以《芒果超媒：生态矩阵新引擎，媒体融合主力军》为主题的演讲。



2018年，芒果TV经历了放肆奔跑、敢想敢干的一年，不仅在网络视频行业的竞争红海中争得了一席之地，还在今年6月，与芒果互娱、天娱传媒、芒果影视、芒果娱乐五家公司整体打包注入快乐购，正式成为国内A股首家国有控股的视频平台。同年7月，快乐购正式更名“芒果超媒”，湖南广电开启资本新路。从一个人到一群人，从单兵作战到组团出击，看似简单的加法，释放出的则是核反应、核聚变。

从正本清源到守正创新，释放红色基因的超强能量

作为国有绝对控股的媒体集团，芒果超媒以守正创新为指导，在“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”等方面主动担当。一方面，整合传统电视新闻资源，制作优质新闻大片。将平台与生俱来的红色基因充分释放，肩负起年轻一代价值引领的重任。蔡怀军表示，“2018年，我们的台网融合空前加强，芒果TV与湖南卫视以及地面频道紧密合作，从内容采买到联合制播，实现线上线下优势互补，用立体化传播矩阵推出《我爱你，中国》《我的青春在丝路》《四十年四十村》《赶考路上》《不负青春不负村》等新时代‘新闻大片’，获得中宣部、广电总局、湖南省委主要领导以及《人民日报》《光明日报》等主流媒体的高度肯定。”

另一方面，整合超媒全平台优势，创新主流宣传。芒果超媒六大子公司发挥自身优势，优势互补，源源不断推出一系列青春正能量影视剧作品。目前，《国歌》《瞄准》《那座城，这家人》《奔腾年代》等献礼大剧正在筹备上线，让主流阵地更主流。

从新媒体到全媒体，创造生态矩阵的超高价值

根据湖南广播电视台党委书记、台长、湖南广播影视集团有限公司党委书记、董事长吕焕斌提出的“生态双主业、卫视核心制、超媒中心制”芒果生态战略，芒果超媒实现了从“新媒体”到“全媒体”的升级，形成同频共振的全媒体产业格局。在峰会现场，蔡怀军详细解读了芒果超媒四个方面的升级：

一是生态矩阵升级。芒果超媒成军后，以芒果TV视听内容为核心平台，整合芒果娱乐、芒果影视的影视制作、芒果互娱的游戏电竞、天娱传媒的艺人经纪、快乐购的电子商务，打通上下游产业链，建立起一网联结，多点联动的生态矩阵，为芒果大会员提供多元化、差异化和精细化的服务。

二是人才融合升级。今年，芒果超媒以集团化改革为契机，大胆推行传统电视和互联网人才的齿轮型配置。目前芒果TV已经有16支内容制作团队，保证优秀的原创内容首先诞生在马栏山。就在11月29日，《妻子的浪漫旅行》制作团队李甜团队、《变形计之平行世界》分别获得了“年度优秀内容创作团队”、“年度特别推荐网络综艺节目”荣誉奖项。

三是内容整合升级。今年，芒果TV虽然仅生产了全网综艺总量的10%，但在全网TOP10榜单中，芒果TV足足占据了五席，成就了一套“马栏山的爆款逻辑”。2019年，芒果TV借力超媒各子公司的资源联动，通过“自制+独播”打造超40档文化综艺节目和影视剧，实现内容升级。

四是技术创新升级。让技术成为生产力是超媒腾飞的一个重要推手。芒果TV正式成立“创新研究院”，积极对5G、AI、VR等前沿技术前瞻布局，并在金融、游戏、文学等领域分步骤拓展，最大程度创造生态矩阵的超高价值。

从情感共鸣到价值引领，释放青年文化的超凡影响



在芒果TV的用户中，24岁以下占比接近70%，位居行业之首。蔡怀军提到：“我们常说‘年轻就这么好看’，这不只是一句口号，而是我们的态度和定位。什么是青年文化？就是青春向上、突破成长、敢于筑梦。”芒果一直都致力于成为青年文化的引领者，这其中三个阶段：第一，坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向，创新传播方式，润物无声地引领年轻人的价值观。第二，具备现实意义，贴近真实生活状态，能够引起年轻人共鸣。第三，具备圈层元素，打造垂直内容，能够引起年轻人关注。

今年8月，芒果TV举办了一场盛大的青春芒果节，把来自全国各地的会员请到了马栏山，让他们亲身感受芒果生态对用户的开放和热情。目前，芒果TV还与湖南卫视紧密协同，让用户享受更多会员定制衍生节目和独特的尊贵体验，同时也实现对卫视的引流和反哺。芒果TV与用户的关系，正在实现从“拌饭综艺”到“灵魂伴侣”的深层跨越。

从马栏山到全球化，超级合作收获超级成果

在现场，蔡怀军给大家分享了一组芒果TV位于四川区域的最新后台数据：芒果TV在四川省的会员数已经超过了湖南。目前，芒果TV手机APP下载安装激活量超6.2亿，全终端月活用户超5亿。截至目前，芒果TV的海外用户已经覆盖了全球195个国家和地区，总数超过了1620万。湖南卫视芒果TV官方频道是YouTube上用户规模最大的华语频道，目前有420万订阅户。今年3月，芒果TV国际APP发布上线，明年，芒果TV还将全面加大国际APP的独立运作，有望实现几何级增长。同时，还利用自身优质内容，重点针对“一带一路”沿线国家和地区进行海外业务布局。

蔡怀军还表示，“我们希望让责任、品质和价值三位一体的青年文化，真正在全球每一个角落开花结果，共同打造‘世界的马栏山，开放的新芒果’”。同时，他用三个“开放”展现芒果超媒迎接未来的自信姿态。

业务的开放。芒果超媒打造了以马栏山为圆心的内外双生态圈，内环是芒果生态内部的高度协同，外环是“超级合伙人计划”，推行“自制+投资”两条腿走路。一方面通过“主投主控”前置话语权，从演员到剧本全程把控，不仅保证了内容优质，也大大降低了生产成本；另一方面，通过战略投资构建优质的“内容合作朋友圈”，实现共同增值。

资本的开放。芒果超媒成军后，将以更开放的姿态迎接社会资本，进行资本合作，形成更紧密的血缘关系，实现资本和业务的共赢。

人才的开放。芒果TV作为从传统媒体到互联网企业的先行进化者，核心人才流失率远低于行业水平，人均产值年年拔高。建立了可持续化、高成长性，覆盖内容、技术、创意、硬件、投资、财务等各领域，面向未来的“芒果人才库”。

从马栏山到全球化，芒果超媒自组建成立就有着鲜明的战略目标：打造生态矩阵新引擎，勇做新时代媒体融合的主力军。未来，芒果超媒、芒果TV将在行业中有着更活跃的身影，展现独特发力，未来可期。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）虚实结合 未来已来——2018世界VR产业大会释放发展新信号

2018-10-25 | 来源：依马狮广电网 | 看大图 | 手机版

新华社南昌10月21日（记者胡锦涛、余贤红）作为新一代信息技术的重要前沿方向VR（虚拟现实），有望成为继电脑、手机之后下一个万亿级新兴市场。19日至21日，工业和信息化部、江西省人民政府在南昌联合举办2018世界VR产业大会，如同打开一扇观察VR的窗口，释放出VR产业加快发展诸多新信号。



信号一：VR技术加速走向成熟，市场规模呈指数级增长。

VR技术融合了多媒体、传感器、新型显示、互联网、人工智能等多个领域的前沿技术。中国工程院院士赵沁平在VR产业大会上援引权威IT研究与顾问咨询机构高德纳咨询公司（Gartner）发布的2018年新技术成熟度曲线说，虚拟现实和增强现实技术经过10多年的发展，正逐步走向成熟。中国电子信息产业发展研究院院长卢山也表示，目前国际AR（增强现实）、VR技术已逐渐成熟，全球VR产业生态初步成型。

虚拟现实产业联盟发布的数据显示，2017年全球虚拟现实产业市场规模持续增长超过150%，我国虚拟现实产业市场规模同比增长164%，虽然国内市场规模目前只有160亿元，但已开始呈指数级增长。预计到2020年，国内市场规模将达到900亿元，增长率超过200%。

华为技术有限公司董事彭中阳说，上世纪80年代电脑和10年前智能手机的诞生，均带动了万亿级产业规模，改变了人类的生活方式。如今VR技术开启沉浸式体验，这是一种全新生活的方式，将带来崭新的万亿级产业。

与此同时，不少与会专家也认为，当前VR产业尚未进入超级爆发期。“VR现在很热，但VR技术真正实现产业化可能还需要2至5年时间。”卢山说。



信号二：VR 不仅是简单的游戏娱乐，更是撬动制造转型的“新支点”。

诺贝尔物理学奖获得者乔治·斯穆特认为，虚拟现实的崛起，可能彻底改变地产、游戏、旅游、工业制造等行业。美国消费技术协会创新与趋势研究高级总监本·阿诺德(Ben Arnold)说，目前整个虚拟现实产业都处于发展早期，产业切入点很多，除了游戏娱乐之外，在工业制造等领域同样有很广阔的应用前景。

“就像（公路）摄像头，如果不跟互联网结合，可能只是一个罚款工具。但是连上网，接上计算能力，就可以用来解决交通拥堵的问题，只有和互联网、大数据、云计算结合，VR 才能从一个玩具真正变成解决核心技术的内容。”阿里巴巴集团董事局主席马云说，未来制造业是制造和服务的完美结合，而这正是 VR 产业大有作为的地方。

“基于虚拟现实生产开发的工具，能够显著提升产品设计和生产效益。”工信部电子信息司副司长吴胜武表示，虚拟现实技术是引领新一轮产业变革的重要力量，将带来经济形态的重大变革，极大地提高生产效能。



信号三：发展 VR 产业的区域局限性越来越弱，为欠发达地区跨越赶超提供了契机。

在此次 VR 产业大会上，有业内专家表示，第四次工业革命的产业技术，并不完全成熟于在第三次工业革命中取得领先地位的国家和地区。

“长三角、珠三角等地区产业发达，企业密集，但在这一轮竞争中，我们看到中西部其实和东部地区在同步发力，都在积极抢占产业发展的制高点。”卢山说。

记者了解到，2016 年，致力于跨越赶超的南昌宣布打造城市级 VR 产业基地，2017 年发布虚拟现实产业联盟团体标准。之后，南昌始终将 VR 产业作为“潜力方阵”予以重点打造，目前作为产业集中区的南昌市红谷滩新区已聚集包括微软公司、HTC 威爱教育公司、中国网库集团、小霸王集团等 VR 上下游企业 200 多家。

“虚拟服务现实，无限商机已经到来。VR 正从虚拟走向现实，这意味着新的市场，新的先机。”中共江西省委常委、南昌市委书记殷美根说。



(2018 世界 VR 产业大会大佬们观点摘编)

VR 助推信息技术全产业链

VR 有两个引擎，分别拉动消费和行业，对应着企业的应用和消费者的应用。目前，基于移动终端和互联网的 VR 发展潜力巨大，可以促进产业升级，包括医疗、装备制造、航空航天以及教育、商业、娱乐等领域，3—5 年内会有较大发展。当前 VR 应用领域的拓展对 VR 智能化的需求也不断提高，人工智能在一些领域将进一步依托 VR 技术。未来，行业类 VR 产业、消费类 VR 产业、专业化 VR 产业这三类新兴产业，大体上将形成一个信息技术的全产业链。

——中国工程院院士 赵沁平

虚的技术需要“务实”

把一个地方打造成 VR 的创新创业中心，甚至把 VR 的产业中心作为一个平台来打造，江西南昌是第一次。VR 必须跟大数据、互联网、人工智能等技术结合起来，才能从一个有趣的应用真正变成解决核心技术的内容。比如，交通摄像头若不跟互联网结合，只是一个罚款工具，而联网后可以解决交通拥堵问题。此外，VR 行业要和实体经济紧密结合，虚的技术要“务实”，而实的产业也要“务虚”。VR、AR、区块链等先进技术如果不能和制造业、服务业相结合，不能推进社会向更加绿色、更加可持续、更加普惠发展，就毫无意义。

——阿里巴巴集团董事局主席 马云

5G 解决 VR 体验难题

VR 产业已经走过寒冬进入复苏期。在基础设施建设上，5G 网络进入试商业期，三大运营商在南昌开通 5G；感知消费等关键技术取得突破。VR 行业运用场景越发丰富，在购物、教育、买房等领域激发更多创新热情。同时，消费者使用热情加温，市场规模年增长率超 90%。VR 产业链非常长，从消费者终端到网络，从平台到内容生产，包含众多细分行业，形成产业集群；从研发到制造，从文化到教育，AR、VR 将提供交互体验，5G 的普及将让 VR 解决体验难题。全产业链共同创新才会让 VR 产业走得更远。

——华为技术有限公司董事局董事 彭中阳

新技术打造多种应用场景

今后，结合一些如 5G 等新技术的应用，拓展现实将在应用产品中得到快速发展。除了因高宽带带来移动连接的优良体验，5G 技术另外一个重要特点就是延时非常低，移动环境中有一个图像成像时间，采集数据随后成像，这个时间不能超过 18—20 毫秒。此外，云计算、边缘计算会把很多分发的虚拟现实、增强现实的内容提供到云边界，而不是在遥远的数据中心里。通过终端测试技术及存储能力的提高，加上人工智能各种处理，用户体验将不断提升，真正适应虚拟现实、混合现实等不同应用场景的需要。

——高通中国区董事长 孟樾

VR 要结合科技和人文

VR 产业将持续很久，带来很多不同的应用。VR 不只是科技，很重要的一部分是人文，

要把人文和科技结合起来。以与我们息息相关的医疗为例，最难的就是拿手术刀。很多病患靠 VR 体验技术得到了医治，患者戴上特制的眼镜就能看到自己体内哪里出毛病了，出了什么毛病，了解怎么做就能痊愈。我们今天谈技术，不仅仅是谈科技本身，而是要真正对人类有益。

——HTC 执行董事、威盛电子股份有限公司董事长兼首席执行官 陈文琦

(2) 中国移动 5G 联创中心联合华为在世界互联网大会首发基于 5G 的 8K VR 直播业务

2018-11-08 | 看大图 | 手机版

在第五届世界互联网大会上，依托浙江移动 5G 现网环境，中国移动 5G 联创中心联合华为实现了业界首个 8K VR 直播业务的首发。作为公认的 5G 杀手级应用之一，VR 业务近几年一直是业界的热点话题。相比技术较成熟的 4K VR 直播，8K VR 直播分辨率从 4K 提高到 8K，体验更清晰、更真实、更沉浸，需要网络提供更高的带宽保障，速率要求从 4K VR 的 50-80Mbps 提高到 100-160Mbps。



本次 8K VR 直播业务演示基于浙江移动的 5G 现网环境提供上、下行带宽保障，通过 8K VR 360 度的摄像实时采集南湖的湖心岛、红船、揽秀园等美景，通过 5G 网络上传到云端渲染，再通过 5G 网络传递给大会参观者体验，让参观者能“身临其境”般体验到南湖美景和红船精神，令人称赞不已。

VR 直播应用情景非常广泛，是 5G 典型应用之一。通过 8K VR，我们不仅可以随时随

地沉浸式体验各地美景、演唱会、赛事直播，还可以用于游戏、娱乐视频、医疗保健、房地产、零售、远程教育和工程等十几种场景，助力实现 5G 改变社会的愿景。



为支持本次演示，浙江移动联合华为在现网部署 5G，形成连续覆盖的规模组网，通过对小区吞吐率、单用户峰值、用户体验速率等多项 5G 关键解决方案的验证，成功推出了 5G 8K VR 直播、5G 8K 直播和 5G 急救车远程移动医疗这三个超百兆带宽业务，均属于业

内首发。中国移动 5G 联创中心将持续联合垂直行业的生态合作伙伴，共同进行 5G 业务的探索及创新，推动 5G 产业链的成熟及业务的规模商用。

10. 国际动态

(1) Chris Lammers: 美国广电网络物联网和 5G 业务的最新进展

2018 年 10 月 25 日 13:39 来源: 慧聪广电网 T|T

【慧聪广电网】2018 年 10 月 24 日-26 日，第二十六届媒体融合技术研讨会 (ICTC2018) 将在杭州举行。ICTC 由国家广播电视总局批准、中国广播电影电视社会组织联合会技术委员会、浙江省广播电影电视产业协会和華数数字电视传媒集团有限公司等单位共同举办，是广电领域最具影响力的国际研讨会，至今已成功举办 25 届。慧聪广电网作为本次大会的支持媒体，将为您全面报道本次盛会的精彩和亮点。



美国有线电视实验室首席运营官 Chris Lammers

在本届 ICTC2018 上，美国有线电视实验室首席运营官 Chris Lammers 做了题为《美国广电网络物联网和 5G 业务的最新进展》的主题演讲，以下是演讲全文：

Chris Lammers: 我今天的演讲是说我们的创新，主要是关于混合光纤同轴、5G 和 IoT，对我们有线的运营商来说，我们现在做了很多 HFC 和 5G 的工作。

首先，我来讲一下我们现在主要的重点是什么？这个宽带方面的竞争是在哪些方面，主要是谈美国方面，不过我也会讲到世界上其他的方面，因为这些都是我们创新的驱动力。这是一个简单的总结，这是到 2018 年 6 月 30 日的截至统计数据，这是看到美国的固定宽带竞争的情况。今年我们总共有 9700 万的宽带用户，我们仔细看一下这个图和具体分类细节，对于北美洲来说，每个季度都会有一些增加，现在宽带的用户第二季度增加了 60 万，但是在比去年第二季度末期减少 13 万的用户。这是反映过去若干年的变化。

现在我们的有线用户还在增长，现在主要是从 DSL，就是数字用户现在更多转向 HFC 的技术或者是其他的公司，他们现在更加重视光纤，现在 HFC 在市场上处于比较重要的位置，大约 65%，关于宽带的用户他们都是来自于宽带有线的用户，35%的用户是电信的用户，我们处于一个非常好的位置。但是我想要说以后这个情况面临很多的未知。

比如说，我们关于光纤到户，很多公司都在做，美国主要的电信公司，另外还有 Google，或者是 Google 类似这样的公司也参与竞争，AT&T 光纤到户，在美国 75 个城市部署，另外还有 1000M 的服务，大概 80 美金，这是一个商业化的价格。veizon 公司在华盛顿和费城和纽约等等，过去十年有很多光纤到户的发展，但是去年他们开始有 1000M 的服务，因为直到这个时候，在之前他没有竞争对手或者说排第二的人跟他们的差距非常大，现在其他的公司也是做 HFC 方面的工作，竞争变得更加复杂。

右下角是 centurmlink, 在美国的中部和北部有 1000M 的服务, 他在 12 个城市提供, 我们最后说说 Google, Google 也是有自己的光纤业务, 他现在部署 12 个城市, 另外又停下来, 大概停了两年, 如果我们从业务的角度来说或者说技术的角度来说, 我们会去看看他接下来有什么变化, 这个值得关注, 我们现在关于说 Google 到底做得怎么样没有具体的数量来衡量, 但是他有 1000M 业务。我们觉得 Google 到 100-200 万的宽带的用户, 也就是市场上 1.5% 的整个宽带的份额, 这是 8 年达到的结果, Google 相对其他的公司有技术优势, 有很好的战略, 而且有非常好的财务支撑, 现金流非常的充裕。

另外, 对于一个品牌来说, Google 的认知度非常高, 这个跟其他的公司来说也是它的优势, 但是关于有线或者说其他的宽带方面来说, 他现在做出来的成绩大概是这个样子, 我们现在看到关于光纤作为一个中长期的计划来说, 我们现在还不知道 Google 有什么样的动作。另外, Google 几年前做的事情觉得很成功, 因为他有一个非常独特的高速的网络, 这个方面也是做得不错, Google 是花了很多的人力物力来去部署, 现在能够获得更多的带宽的速度。

比如说, 在有线或者说其他的行业现在取得了一些进展。我们来看一下去年年底的数据, 基本上在每个州或者包括华盛顿特区, 基本上他们都会有 1000M 的服务。大概是从 7 年开始, 7 年前这些都还没有, 如果我们只是看有线的话, 到 2016 年年底, 有线大概是在美国 1.3 亿家庭当中占 4%, 现在是 1.5 亿。但是从 2016 年年底快进到 2017 年年底增长超过 50%, 也就是说在美国超过 7000 户, 每秒钟可以下载 1000M 的能力。你可以试着安装或者是专业的技术人员来给你安装, 我相信在 2018 年年底这个数据还会大量的增加, 因为这些有线公司部署 1000M 的能力也是在增强。

主要是两个数据来增长, 主要是 DOCSIS3.0 和 DOCSIS3.1, 在美国有 32 个渠道, 你可能会说非常接近中国, 另外非常有意思的是在过去三年, 我们之前是从 DOCSIS3.1 都没有一直到现在是有 25 个不同的有线公司, 他们都是我们公司的会员公司, 有的不一定是我们的会员, 但是我们有直接的合作关系, 到了 2016 年年底每该有三家公司开始有 1000M, 他使用 DOCSIS3.1, 首先是 Comcast 开始做 3.0, 然后宣布完成 3.1 的部署, 这是美国 5800 万家庭里面, 这是一个非常大的成就。排名前 4 或者是排名前 5 的加拿大公司使用 DOCSIS3.1, 美国有 9 家公司他们部署 3.1。另外, 在台湾 TBC, 对于能够享受到 1000M 服务的用户数这是一个很大的提高。

接下来, 我要再强调一下关于有线网络到底能够做什么? 这是一个统计, 从下载的数据来看我们给不同的公司进行排名, 其中排名前六个使用 HFC 的网络, 他有光纤。我们从这个公司来说, 他这里是 HFC 的架构, 在某些情况下它的表现非常好。如果我们继续讲 1000M 的能力基于 3.0 和 3.1, 我们看看下一步会怎么样? 我们公司花很多时间和精力我们达到 1000M 每秒的下载速度, 自从我们有 DOCSIS3.1 首先是从 1.0 开始, 那是 1998 年-2000 年的时候开始做, 当时是 1M 每秒, 当时觉得 1M 非常好, 当时没有想到以后的 10M, 100M, 甚至是 1000M。

我们怎么样利用这种技术? 尼尔森的定律他想要说的是高端使用带宽的占比率 50%, 我们来看一下尼尔森所做的一些事情, 他是非常持续地, 他一直在研究消费者带宽增长以及增长带宽速度方面是非常持续的。所以我们可以看到这里 26 年的发展历程, 它的发展和认证的历程是非常持续, 如果我们使用尼尔森的定律作为一个依据, 在这种情况下, 尼尔森预测 1000 瓦每秒的速度在 2017 以及 2018 年实现, 我们能够交付 1000 瓦每秒的有线电视, 我们在 2017 年已经实现这个目标, 下一个步骤就是实现 10 千瓦的每秒的速度。我们需要实现 10 千兆每秒的速度, 我们在那个时候不确定有这么快的 APP。

我们现在一直想要交付 10 千兆每秒的技术。我们希望能够为企业和消费者都提供这样的服务, 满足他们的需求。但是现在有趣的是, 我们有 10 千瓦的服务, 比如说在瑞士有一家

公司，他们能够提供类似的服务，美国大概有 10 家类似的公司，现在都可以提供 10 千瓦每秒的服务。当然这个架构不是很贵，大概是每个月 300-500 美元，但是这个服务存在的一个原因是因为他是非常稀缺的，而且它的用户非常好，他是一个零售产品，所以，他目前还没有准备好来进入这个市场。

当然接下来几年不是这个情况，如果我们来进入下一步，从 1000M 转换到 10 千瓦，在 5-10 年之后，我们就会来预测之后有 100 千兆每秒的速度，这个可能是很遥远，当然肯定会发生，技术帮助实现这个目标，从我们公司的角度我们着眼于 HFC 网络，他会是一个持续增长的网络，还有其他的功能值得发觉，还有光缆，我们看到 HTTP 在互联网领域的部署，我们怎么样在数据和行业当中部署尼尔森的定律。

DOCSIS3.0 和 3.1 使我们实现 2000M 每秒的速度，第二代的硅片可能会在接下来的两年出现，将会实现 7-7.5 千兆的下载速度，当然没有 10 千兆，我们朝着这个方向在发展。之后根据尼尔森的预测，高端的用户可能会关注于使用 10 千兆每秒的速度，第三代的 DOCSIS 硅片，第二代的技术使得我们实现，那么，第三代的技术现在可能还有 4-5 年的时间我们使我们实现 7.5 千兆每秒的速度，没有达到 10 千兆，我们加上网络频率自身交付的速度，我们可以接近或者是达到 10 千兆每秒的速度。

如果没有互联网投资来确保所有的有线投资是超过 1000M 每秒的，如果他超过 10 千瓦每秒，第三代的 DOCSIS3.1 硅片再加上网络当中的频谱，比如说，1.8 千兆每秒我们可以接待来实现 10 千兆每秒的速度。这是尼尔森对 2023 年的预测的数字，当然我们可以再进行推测，因为我们现在对于网络的投资，但是还有其他的事情也是我们需要关注的。

比如说在这个系统当中进一步来，尤其是看一下系统性方面的能力来交付 10 千兆每秒的速度。当然现在还有一个问题，我们是否能够实现一个或者是更多的一些扩充器，这样能够允许我们同时来实现几个设备的 10 千兆每秒的速度。所以，网络的投资将会为高端的消费者提供更好的服务，因为这些服务现在还没有充分的发展，现在有了 DOCSIS3.1 和 3.0，大家都说在这上面的技术都是可以交付的，我们现在有一些挑战，比如说，我们是否能够实现一千兆或者是两千兆或者是三千兆的上传速度或者是下载的速度。

我们的关注点并不仅仅是 HFC，我之前提到了光缆，因为我们 FTTH，我们主要关注于 GBT 无缘光网络，实现 10 千兆的网络，也是一个共享的网络，实际上，他会实现 7 千兆每秒的网络，我们怎么样超过 7 千兆，甚至是达到 10 千兆或者是 20 千兆，我之前一个同事积极参加以太网无缘光的网络，初期的项目能够实现 25 千兆，最后实现 50 千兆的速度，我们一直在提高 FTTH 的解决方案，我们的无缘光网络进一步接近尼尔森的定律，所以我们现在正在覆盖两个网络的架构，一个是光缆，一个就是 FTTH 覆盖商用和民用的预定客户。

当然这个解决方案不仅仅局限于带宽方面，当然这个速度非常好，他能够驱动我们巨大的宽带网络的成功，同时我们看到其他的一些可能来进一步推动光缆，因为现在的技术是允许的，使用一些主动的网络运营工具来减少我们的运营成本，比如说，通过人工智能获得巨大的数据来分析这些数据，甚至在问题出现之前预测甚至是解决它，但是我们的行业现在还没有一些固定的或者是专业的有线专家，他们关注于无线网络的研究。

如果我们来看一下我们公司现在的组成部分，我们一半的员工都是在移动行业当中，不管是在 MNO 或者是 NVO，我们 10 个员工当中其中有 9 个都是在移动业务上面，当然在美国不是特别多。他们有一部分的运营部门是在美国，如果我们来看一下我们北部的边境和加拿大的北京，他们都是移动网络的运营商，他们都有自己固定的光缆。

比如说，他们都有自己的光缆，他们跟加拿大的运营商进行激烈的竞争，他们有广大的客户群，我们从技术发展的角度，还有创新的角度来看，我们要和谐发展这些网络，来发展我们有线移动的解决方案提供一些技术性的解决方案，使得我们能够取得成功，同时来融合这些网络。我们来看一下最近的收购网络，这是第二大的移动公司，第二大公司是中国移动，

已经开始收购了 15 个网络来和他们的移动网络融合，第一个是在德国，第二个是在西班牙，现在已经开始来收购额外的一些移动网络设施，比如说，从其他的国家，当然就是想要将这些网络来融合在一起。在阿根廷最大的通讯公司他就和当地最大的一个通讯公司来进行重组，来融合他们的网络。

另外一个例子就是一个激进的项目来推动有司公司网络的融合，都发生在市场上面，我们现在做的就是和谐使用这些网络，使得我们在移动网络当中的机会是公平的，我们三个领域，第一个就是低延时可以确保我们移动网络还有固定的网络是无缝衔接的，并且是透明的，质量是非常高的。所以，我们一直在努力来减少延时的时间，我们原来的目标是 5 毫秒，然后我们的目标是 1 毫秒甚至是零。

还有我们的回传和前传，他指的是我们是否能够将我们的流量从移动网络当中移除或者是输入。还有一个部分是我们的移动以及 WIFI 的核心融合，通过运用一些核心战略，尤其是移动和 WIFI 网络上面的战略，提供高效和高质量的网络，使得我们固定的一些网络甚至是无线的网络能够持续高效地竞争。

我们一直在进行营销，这是我们的营销总监，左边这位女士在部署 DOCSIS3.1，低延时的部署，这是我们的第一个广告。他是在巴塞罗那的移动大会当中来展示，今年在 3 月份展示，这是非常有雄心的目标展示出我们实现同样的低延时的在我们固定的网络当中和移动网络当中都会实现这个目标。

接下来我会简单讲一下，关于 5G，有线公司都做什么，这些是固网的运营商做的工作，我主要是谈固定的，我这里列出 6 家运营商，其中有 5 家，除了 rogers 之外，其他的都是关于 5G 网络，相对来说他们成立 CBRS，这是美国的公民宽带无线服务的组织。通过这样的组织他们能够代表固网的服务方面客户方面的需求，同时也能够更好跟移动服务，比如说广播进行融合，这样可以满足客户的要求。

我们现在有很多不同的运营商做这个工作，比如说，comcast,charter 等等，这些公司都是在 3.5 兆赫兹，我们看看哪些有业务的方面，更好吻合和固定和移动业务的需求，满足未来的需求，comcast 几周前做了毫米包方面的工作，这是 28M 赫兹。从 3.5 一直网上的频段现在都在做实验，并且做一些业务方面的决定。

看我们这个固定和移动方面能够做什么事情，COX 公司明年和后年有一个大战略，变得更重要，技术的这些解决方案可以帮助他们在市场上面赢得更好的竞争，刚才讲的 5G，接下来讲一下 IoT，物联网方面，对于固网的运营方，我们前面谈到了他是做移动，这上面还有其他的就是美国的一些物流公司，DNA 还有一部分的业务，rogers 公司。现在物联网方面的解决方案，大概是在美国 15 个城市，亚特兰大，旧金山，费城等等，他们主要是关于库存的管理或者说停车的管理，还有资产管理。这些在美国都有很多的应用。

另外一组就是一些运营商，他们今年刚刚开始，比如说，像 comcast 公司他们有 comcastM 这样的项目，他们也是用新技术也是拿牌照，通过狭窄的物联网，他们希望能够把很多的设备连接起来通过这个狭窄物联网通过资产进行管理，comcast 公司有一个非常独特的方式，他的母公司叫做 COX，下面是 COX 的通讯公司，在美国的大的汽车商在加拿大也是有业务，他们有的时候连接到 50 万个车。对于物联网来说，这就是早期的部署的工作。

目前主要是关注尽量把这个无线的基础设施和有线的基础设施整合相关的资源，发展新能力，从我们的角度来说，带宽非常重要，或者说还有线和无线这些，还有有牌照和没有牌照，还有 WIFI，移动和延迟，对于光纤来说都是相关的工具里面有很多技术方面的挑战。我们要通过一些业务的决定让我们的技术进一步的进步。这样我们才能不能解决技术方面的挑战。所以，这个方面我谈起来非常积极，我也是特别关注这些方面，非常谢谢大家。

(2) NHK 透露 4K 和 8K 频道计划

2018-10-22 | 手机版

日本 NHK 利用戛纳电视节详述其将在 12 月 1 日开播的两个 UHD 频道。一个将以 4K 播出，另一个以 Super Hi-Vision 8K 播出。

NHK 全球内容/节目部资深制片人 Mika Kanaya 表示，4K 频道每天将播出 18 小时的原生 4K 节目，包括电视剧、纪录片、体育和娱乐。NHK 还将制作一个 4K 夜间新闻节目。

“每个人都会有自己中意的节目，” Kanaya 解释道，“它将是那些被新画面激发的人的顶级目的地。”

开播日的亮点将从南极洲的直播。NHK 制作人正开着一辆转播车，在欧洲各地拍摄专门节目。下周他们将在英国伦敦的皇家植物园（丘园）拍摄 3 天。

8K 频道也将在 12 月 1 日开播，将播出专门拍摄的节目。8K 经历了 15 年的开发，Kanaya 称此频道的开播将是 NHK 的一个里程碑，将“重新确立电视观看方式”。

一部引人注目的新纪录片讲述一支探索墨西哥巨大的天然洞穴系统，8K 镜头令人惊叹。

其它节目包括欧洲最著名的乐团（维也纳爱乐乐团、柏林爱乐乐团和荷兰皇家音乐厅管弦乐团）演出的节目。还计划有关于卢浮宫的 4 集节目。开播当晚将直播来自意大利一大城市的信号。

(3) Türksat 演示 8K

2018-11-05 | 手机版

土耳其卫星通信和有线电视运营公司 Türksat 称正为新广播技术铺平道路。它正与 Kızıl Elektronik、Vestel 和 Socionext 合作，通过其 Türksat 4B 通信卫星（50° E）试播 8K。

在试播过程中，用一台 8K 摄像机拍摄的土耳其首都伊斯坦布尔的历史和自然美景呈现在观众眼前。

Türksat 表示，在 UHD 8K 技术还被认为相对较新的时期，将为土耳其国内公司提供及时展示此技术以便与世界上其它公司竞争的机会。此外，UHD 8K 技术产品将有可能大大有助于国内技术厂家，从而减少进口，增加出口。

(4) 目前有 142 个 UHD 频道

2018-10-22 | 手机版

欧洲通信卫星组织新电视格式高级副总裁 Michel Chabrol 在戛纳电视节表示，全世界现在有 142 个频道和服务以 4K 传输。

Chabrol 称这些频道中，55 个来自卫星，而卫星为运营商提供 93 路信号。有 85 个基于 IPTV 的 4K 服务，两个地面电视频道正在试播。

本月中国中央广播电视总台 CCTV4K 超高清频道开播。

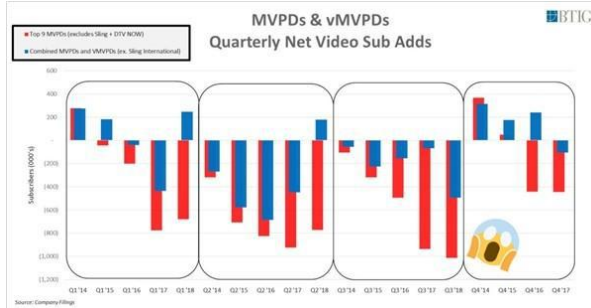
约 76 个频道（或信号）对欧洲观众播出（46 个国家），以 33 种语言播出。

4 月，欧洲通信卫星组织一类似报告显示正在传输的仅有 99 个频道（或信号）。

(5) 没人看了?美国有线电视\卫星电视用户暴跌百万

2018 年 11 月 12 日 10:29 来源: 中关村在线 T|T

【慧聪广电网】有线电视和卫星电视的运营商正遭遇业务上的至暗时刻。据外媒报道,来自 MoffettNathanson 的统计显示,在过去的第三季度,超过 110 万传统有线电视/卫星电视用户不再续费。



其中,卫星电视用户损失 72.6 万客户,有线电视损失 29.3 万客户。这些家庭多转向使用宽带,从而获取更丰富的流媒体资源。一个例子是,Comcast 当季失去了 10.6 万有线电视客户订阅,却新增 36.3 万户宽带客户。



从 BTIG 整理的历史图表来看,2018Q3 有线电视服务的衰退情况是 2016 年 Q2 以来幅度最狠的单季。数据显示,FuboTV 的订阅用户翻番增加到 25 万,YoutubeTV 预计已达 80 万,PlayStationVue 超过 50 万,Hulu 两个月前就破百万用户了。



按照 LeichtmanResearchGroup 的报告,美国家庭用户目前使用传统付费电视服务的比例是 78%,较 2013 年的 86%下滑了近 10 个百分点。



电视真的是没人看了吗?其实这是一个普遍现象,现在大家的看电视时间比较有限,周末则比较会选择去户外出行,回到家没有好看的卫星电视节目就会选择看网络电视,所以这一情况的广泛出现,确实让传统有线/卫星电视的位置十分尴尬。

电视作为现代智能家居的一个重要入口,以后的角色可能会发生颠覆性的改变,这些传统的有线电视业务将会被完全替代,依靠流媒体服务足以满足大众的需求,这并不是痴人说梦,想想 90 年代还很火爆的 BP 机不就被手机取代了吗?

(6) 可折叠手机对电视有什么影响?

2018-11-09 | 看大图 | 手机版

三星亮相了其首款可折叠屏智能手机,称其 Infinity Flex Display (无限柔性显示屏)为“明天的智能手机之基础”,并表示计划在几个月内开始生产。

智能手机及其显示屏的发展,对媒体和娱乐业有巨大的影响,特别是在移动视频方面。



英国未来资讯公司分析师 Stephen Mears 表示,可折叠手机一开始可能不会有很大影响,“可折叠手机有限的最初接受率将减轻大屏可能对网络视频业的影响。”

“未来 2-3 年预计只有很低的拥有率,柔性显示屏初时对媒体提供商不会产生新机遇或新挑战。此外,媒体播放器及其它视频 APP 通常是为在智能手机和平板电脑上使用而开发的,也就是说由于平板电脑的存在,软件已经考虑到大屏。”

Mears 称智能手机通常被用作第二视频消费设备,消费者选择在智能电视机而非个人设备上观看长网络视频。“显然对在移动设备上观看视频有强烈的欲望,而像 5G 和柔性显示屏这样的技术将改进消费移动内容的总体体验。”

“用户下载内容线下和移动观看的趋势在增长,美国、英国、法国和德国 49%的亚马逊用户不定期或定期下载内容供以后观看。通过下载和在大屏上观看内容的能力,可折叠屏智能手机将增强观看体验。”

Mears 预测，就目前来说，柔性显示屏在全世界范围不会对传统电视有大影响。

“柔性显示屏使用户在已经非常广泛拥有且被视为必需品的设备中有更大的屏幕。我们预测对这种市场的影响是更快接受可折叠智能手机，而不是显著改变观看习惯。”

“由于智能手机价格上升，在消费者的移动技术预算中只有有效的空间。相比传统电视机，可折叠智能手机将对平板电脑销量和来自平板电脑的视频消费有更大影响。”

Mears 总结道：“柔性显示屏是一种令人兴奋的新技术，不过，在消费者确信相对标准手机的好处前，它肯定是一种小众产品。”

11. 走向海外

(本期无)

(二)、重要政策进展

1. 三网融合

(1) 河南广电与河南移动强强联手 将开启智慧生活无限可能

2018年10月31日来源：映象网

新技术、新平台、新渠道正在引发媒体传播格局发生深刻变革，河南广播电视台顺应媒体发展融合的大格局，践行着“融、转、用”思想，将融合发展作为实现转型发展的重要抓手。10月30日，河南广播电视台与河南移动进行了战略签约，作为省内规模最大传媒集团的河南广播电视台与作为省内客户规模最大的全业务电信运营商的河南移动强强联手，将结出怎样一个硕果呢？



图为：签约仪式

【新战略】河南广电与河南移动两强联手 全面开展战略合作

10月30日上午，河南广播电视台与河南移动在郑州签署战略合作协议，双方将充分发挥各自优势，在技术、内容、集团信息化等领域全面开展战略合作。河南广播电视台党委副书记、总编辑王仁海，中国移动通信集团河南有限公司党委书记、董事长、总经理杨剑宇，华为中国区云核心网总裁阮建山，河南广播电视台党委委员、副台长崔为兵，中国移动通信

集团河南有限公司党委委员、副总经理殷勇杰等出席签约仪式。

河南广播电视台党委委员、副台长崔为兵，中国移动通信集团河南有限公司党委委员、副总经理殷勇杰分别代表河南广播电视台和河南移动进行了战略签约。

河南广播电视台是省内规模最大的传媒集团，拥有 11 个优势广播频率和 13 个王牌电视频道，在宣传党政方针、传播新闻、社会教育、文化娱乐、信息服务等方面，充分发挥着主流媒体的“先锋队和主力军”作用，是河南公众获取资讯的主要渠道，更是河南重要的思想文化阵地。而河南移动作为我省客户规模最大的全业务电信运营商，以优质的网络资源、完善的产品体系和强大的渠道支撑成为我省信息化建设的主力军。



图为：启动和家 TV 仪式

记者从签约仪式上获悉，河南广播电视台与河南移动将聚集双方资源，融合各自优势，攻关核心技术，创新科技应用，提升平台能力，双方即将展开的全方位战略合作，包括广电业务与 5G 业务深度融合、促进 IPTV 业务可持续发展、推动云计算、大数据合作以及在内容、品牌和业务推广、集团信息化项目、移动信息化的合作等六个方面。

【新技术】将推动河南广电业务与 5G 业务 深度融合发展



“当前，随着数字技术、通信技术、网络技术的快速发展和迭代升级，内容传播日益呈现出移动化、视频化、社交化的趋势。”王仁海在签约仪式上表示，河南广播电视台顺应媒体发展融合的大格局，明确了“融合传播、转型发展、有效有用”的发展思路，紧随“技术革命”，释放优质内容产能，以日益强劲的传播力、引导力、影响力、公信力坚持把广电产业做大做强。

王仁海表示，此次双方签定的战略合作协议，涵盖了技术、平台、渠道、内容、品牌、信息化等多个层面，将借助河南电视台丰富的内容资源优势 and 移动公司先进的技术传输手段，让观众真正享受融合发展带来的精神文化生活的的新变化和新实惠。

此次河南广播电视台与河南移动的战略签约，最值得关注的便是将推动河南广电业务与

5G 业务的深度融合发展，双方将充分发挥各自优势，打造一批重点项目，加快形成 5G 技术与河南广电业务深度融合、互为支撑、协同发展的整体布局。



图为：河南广播电视台党委副书记、总编辑 王仁海

据悉，河南广电将着力打造一款体现音视频特色、兼具综合服务功能的移动客户端，基于河南移动提供的 5G 网络和服务，升级成为具有行业影响力的 5G 时代现象级移动融媒体产品。双方将共同建立基于 5G 技术的“5G 内容分发平台”，建立融媒体制作平台，实现高清/4K 超高清电视直播，开展融媒体移动生产等业务。

“河南移动将以本次签约为契机，把战略合作协议的实施纳入重要工作日程，”杨剑宇表示，河南移动将全面发挥自身规模优势、网络优势和资源优势，加快推进传播内容建设、传播形态和方式创新等各方面工作，确保战略规划目标落到实处、做出成效，为河南广播电视台及我省传媒行业的发展提供更加优质的通信服务和更为有力的信息化支撑。

【新产品】合力推出“和家 TV” 将为观众带来更多新体验



图为：中国移动通信集团河南有限公司党委书记、董事长、总经理杨剑宇

近几年来，作为三网融合的核心业务之一，IPTV 业务正呈现出快速发展的良好势头。据不完全统计，截止 2017 年底，中国 IPTV 用户数已突破 1 亿户，并且以其优质的内容、流畅的网速、良好的体验愈来愈成为舆论宣传的新阵地、群众文化的新空间、信息消费的新平台。

记者了解到，在促进 IPTV 业务快速、规范、可持续发展方面，河南广播电视台和河南移动将深化在 IPTV 领域的合作，推动 IPTV 集成播控平台、传输分发平台的改造升级和规范对接，联合打造内容可管可控、技术领先、覆盖广泛、传输顺畅、服务优质的 IPTV 业务品牌。



据悉，河南移动在 2016 年 1 月上线了高清电视业务，仅用 2 年多时间就发展了 740 万电视用户，构建了从接入到服务的全方位智慧家庭生态圈，促进了产业链的繁荣。在此次签约仪式上，由河南广播电视台与河南移动共同推出的视听新产品“和家 TV”正式上线，杨剑宇表示，“和家 TV”以客户体验提升为根本，在网络优势、平台智能、业务创新、内容丰富及大数据能力方面为客户打造业界领先的视听娱乐新体验，让观看变得更加智能和简单。据介绍，“和家 TV”带来的智能视听新体验包括智能语音操控，智能推荐，4K 视频秒级起播，高清频道极速换台，观看零等待、零卡顿、零花屏，同时通过聚合业内顶级内容商，提供多达 210 万小时的海量内容，并且周周更新。

据悉，依托“和家 TV”，河南广播电视台与河南移动还将聚焦家庭和行业应用需求，联合开展智慧城市、智慧乡村、智慧家居、智慧医疗、智慧教育、智慧旅游等“智慧+”业务，共同将 IPTV 打造成为社会信息化和信息消费的新平台、新渠道。

【新智慧】华为提供助力 将开启智慧生活的无限可能



记者了解到，在推动云计算、大数据合作方面，河南广播电视台与河南移动将面向宽带、5G 网络的内容集成播控业务需求，提升云计算技术对创新型业务的支撑能力。运用人工智能等先进技术，创新内容生产、运营，以高品质的内容、高效率的运营服务用户。

对于此次河南广播电视台与河南移动的强强联手，也让不少人充满期待。相关分析人士表示，两强联手，将为中原百姓提供更加出彩的精品内容和更加智慧的视听模式，也将开启智慧生活的无限可能。

“河南广播电视台和河南移动不仅以最终用户体验为中心，打造了‘智能视听，悦享未

来’的极致体验，‘智慧’让互动变得更简单，‘敏捷’让交互变得更自然。”在阮建山看来，更为重要的是河南广播电视台以开放心态，超强的整合运营能力汇聚多方优势内容，也是河南移动视频业务成功的重要驱动。

据悉，在河南广播电视台与河南移动的强强联合中，作为公认的中国技术实力最强的科技公司——华为也将提供技术支持。阮建山表示，华为接下来将一如既往大力投入，助力河南移动、河南广播电视台视频业务持续创新，推动大屏和小屏的深度融合，让多屏的交互由低频到刚需，真正让视频做到无处不在和无缝切换。

2. 宽带中国

(1) 苗圩:放宽民间资本在电信领域市场准入

作者：佚名 来源：工信微报 发布时间：2018-11-05 08:30:24

【流媒体网】摘要：工信部将进一步优化民营企业营商环境，放宽民间资本在电信、军工等领域市场准入。

11月4日，工业和信息化部部长苗圩在接受央视记者采访时表示，工信部将进一步优化民营企业营商环境，放宽民间资本在电信、军工等领域市场准入。

苗圩说，他在座谈会的现场聆听了总书记的讲话，强烈感受到总书记对民营企业、民营经济发展的关心和支持，讲话否定了前一段时间社会上一些错误的观点和言论，给民营企业吃了一颗定心丸。



工业和信息化部部长 苗圩：在会场上有些企业汇报他们遇到的一些困难，特别是在一些(营商)环境方面，习总书记都给了明确的指示，要求各地方各有关部门要加紧研究给予解决。



记者：您下一步的实招有哪些？

工业和信息化部部长 苗圩：督促各省加强对中小企业协调机构设置的调整，过去通常都是由分管这项工作的副省长来担任协调领导小组的组长，下一步我们要求更高层级的领导，比如说由省长或者是常务副省长来担任这项工作。

同时，苗圩说将抓紧制定出台进一步支持中小企业发展的政策措施，从减税降费，解决中小企业融资难融资贵，提高中小企业自身发展的能力，建立更多面向中小企业的公共服务平台，支持中小企业克服眼前的困难。



工业和信息化部部长 苗圩：各省促进中小企业领导机制的调整现在正在进行，进一步支持中小企业的政策措施，我们昨天已经送有关部门。

苗圩说，下一步工信部将与财政部继续推动国家中小企业发展基金实体基金设立运营，完善基金治理结构，扩大对种子期、初创期成长型中小企业的股权投资规模。同时，未来还将鼓励大企业带动小企业发展，计划3年培育600家专精特新的“小巨人”企业，放宽民间资本在电信、军工等领域市场准入。

(2) 三大运营商 9 月成绩单 移动固网登顶尚需时日

作者：流沙 来源：流媒体网 发布时间：2018-11-02 16:21:58

【流媒体网】消息：工信部最新数据显示，截至 9 月末，基础电信企业发展的 IPTV 用户总数达 1.5 亿户；4G 用户总数达到 11.5 亿户，占移动电话用户的 74.3%。

另一方面，三大通信运营商也相继公布了 2018 年 9 月份业务数据公告。中国移动的宽带用户继续高速增长，但距离登顶成为“一哥”尚需时日。尽管从下图的统计数据来看，中国移动的固网宽带用户已经超过了中国电信，但中国电信母公司的固网宽带用户数(不包括中国境内本公司有线宽带业务经营的省份的用户数)还有 0.25 亿户，也就是说，中国电信的固网宽带用户总数合计应为 1.69 亿户。中国移动距离登顶还差 2200 多万用户，但以其近年来一路狂奔的态势，登顶只是早晚的事。

2018 年 9 月	中国移动	中国联通	中国电信
新增移动用户/总数	352 万 /9.16497 亿	261 万/3.09826 亿	309 万 /2.9403 亿
新增 4G 用户/总数	553.1 万/6.95286 亿	300.5 万/2.1385 亿	332 万/2.3045 亿
新增宽带用户/总数	495.1 万/1.46819 亿	72.9 万/8034.7 万	114 万/1.4384 亿
新增本地固话用户/总数		-37.3 万/5716.8 万	-49 万/1.1827 亿

固网领域

三大运营商上市公司发布的运营数据显示，在固网宽带领域，9 月，中国移动新增用户 495.1 万，占比达 72.6%；中国电信新增用户 114 万，与 8 月相比略有上升，占比约 16.7%；中国联通 9 月增长用户数比 8 月略高，新增用户 72.9 万，占比 10.7%左右。

而从整个 2018 年来看，中国移动固网宽带的用户增长一直遥遥领先。从上市公司发布的运营数据来看，中国移动已经在固网宽带用户规模上完成了对中国电信的超越。

固网宽带	中国移动	中国联通	中国电信
2018 年 1 月	407.6 万	50.1 万	103 万
2018 年 2 月	308.1 万	43.3 万	98 万
2018 年 3 月	407.6 万	58.4 万	175 万
2018 年 4 月	317.8 万	25.3 万	100 万
2018 年 5 月	335 万	30.9 万	99 万
2018 年 6 月	462.5 万	29.7 万	134 万
2018 年 7 月	307 万	29.4 万	127 万
2018 年 8 月	372.5 万	40.8 万	81 万
2018 年 9 月	495.1 万	72.9 万	114 万
2018 年 1-9 月净增	3413.2 万	380.8 万	1031 万
用户总量	1.46819 亿	8034.7 万	1.4384 亿

2018 年 1-9 月，中国移动新增固网宽带用户 3413.2 万户，占比约 70.7%；中国电信新增固网宽带用户 1031 万户，占比约 21.3%；中国联通新增固网宽带用户 380.8 万户，占比不到 8%。可以看到，无论从用户总数还是今年的净增用户数来看，中国联通已经被其他两家运营商远远甩在身后。而今年前 9 月，中国移动和中国电信固网宽带用户月平均增速分别约为 379 万户和 115 万户，中国电信尽管每个月都在稳步递增，但新增用户数远不及中国移动。

而在中国移动不惜成本大力拓展宽带的背后，是发展视频业务，抢占智慧家庭入口的决心。譬如近日，河南移动与河南广播电视台展开了战略合作，将依托“和家 TV”，聚焦家

庭和行业应用需求，联合开展智慧城市、智慧乡村、智慧家居、智慧医疗、智慧教育、智慧旅游等“智慧+”业务，力图将客厅大屏打造成为一个超级入口。

尽管目前的智慧家庭市场还处于初级阶段，尚未成熟，但智慧家庭市场拥有广阔的前景和钱景是毫无疑问的。中国智慧家庭规模在 2022 年或将超过 250 亿美元，运营商们都已早早入局，而布局宽带市场是一切的前提。

4G 领域

9 月，三大运营商的 4G 用户继续高速增长，中国移动新增 553.1 万户，年内累计净增 4577.9 万；中国联通新增 300.5 万户，年内累计净增 3897.4 万；中国电信新增 332 万户，年内累计净增 4841 万。三大运营商推出的各类大流量套餐都收效颇丰，收割了大量年轻用户，不过这是以大流量低资费为代价的。

通信行业专家付亮表示，三大运营商电信业务量虽大幅增加，但带来的业务收入增幅很低。三大运营商在提供了 2.5 倍以上的流量后，手机用户 ARPU 值仍在下降，中国电信和中国联通的有线宽带 ARPU 值也在下降，利润增长主要来自主营业务之外。

接下来，运营商们亟待挖掘用户价值，而基于电视大屏以及其衍生业务所创造的价值将成为运营商收入的新增长点。

3. 相关政策法规

(1) 紧急通知！广电新规流出，电影人不知道这些就拍片要倾家荡产了

2018 年 11 月 02 日来源：龙标网

最近，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。可以说，此次新规所涉及的范围更广，管束也更加严格，这无疑对影视制作团队敲响了一记警钟。

总结起来，新规主要涉及以下三个方面：

一历史

1、正史不可以颠覆性改编，野史可以进行改编。如《三国志》不可改编，但《三国演义》可以。

2、要符合历史常识、古代文化习惯。如《新三国》中曹操怒摔玉玺就不符合古代人“皇权神授”的历史常识；魏晋崇尚孝道，出现对父母不敬的情节就欠妥。

3、不能违背已有定论的人/事/物。如《军师联盟》中的司马懿，可以怕老婆，可以在小老婆中间穿梭，但是主要成就：抵御蜀汉诸葛亮的北伐；屯田水利，灭公孙渊，要完全尊重正式记载；真实历史背景下，没有记载或野史中的小人物，可以进行改编，比如以司马懿身边的某个侍卫作为故事角色进行演绎。

4、不能过分渲染腐朽的历史观，价值观，宣扬没落的言行方式。如《甄嬛传》《如懿传》《琅琊榜》，渲染的后宫的阴谋，剧中传达的价值观都不是中华传统文化，不具有普世和正面性。

5、不能触碰历史禁忌。中国领土自古以来强调统一，对于汉唐时期的疆土扩张、汉武帝时期西北的征战都要避免提及，夜郎、楼兰等地区不能说国，自古以来都是中国的领土；岳飞也不称作民族英雄，大金也是中国的一部分；此外左宗棠等人物的历史不宜涉及影视作品中，左宗棠曾代表清政府镇压回族起义，具体可以参考张承志《心灵史》一书。

6、要完全架空历史。虚构要彻底，找不到历史根据，服化道元素不能有明显的朝代风格。如《冰与火之歌》就创造了一个完全想象的世界。

7、美化民国、北洋政府(李鸿章、袁世凯等)要控制,会是接下来审查的重点。

二民族宗教

1、要符合宗教的法律法规,少数民族条例。

2、影视作品不是宣传宗教的渠道,要尊重宗教文化。反面教材如《不负如来不负卿》就违背了佛教断情欲的原则。

3、要尊重少数民族习俗,文化,严格控制服化道等问题,避免因文字错误,服装错误,台词争议引发民族矛盾。

三题材

1、多创作以平凡小人物为主角的故事,减少历史人物及历史名人的改编。

2、国事勿要妄议,规避社会制度,国家现状,大的发展形势等问题。

3、提倡科学性。

①玄幻奇幻魔幻以后可都归到科幻类,以规避审查。

②坚持唯物主义,破除封建迷信,如果非要表现迷信的情节,可设计成做梦、精神疾病、想象,而不是转世来到现实生活中。如《灵魂摆渡》类题材近年就不要做了。

③八卦、《易经》不属于禁忌范畴,风水、阴阳要视情节来定,比如,定基选宅可以出现,风水先生可以有,但不可以成为推动剧情的关键,不要让道士施法,涉及江湖,法术等不要跟宗教做联系,不要和妖道巫术联系到一起。

④古典传说、名著不可颠覆性改编。如《西游记》不可师徒组CP,妖怪可以出现,但以唐僧为核心的取经团队,不能改变其人性的特点,服化道的变化是可以的;反面角色可以改编,如《三国演义》里的三姓家奴吕布;许仙与白娘子,秦香莲,梁祝等,不建议做颠覆性的改动,要考虑观众的感受。

4、提倡合法性。

①盗墓本身就是违法的,不要提及。为了规避审查,可以设计成人物探险冒险,以及无意中闯入、不小心掉进了墓里。

②未成年人不可以出现在影视剧中出现犯罪情节,不主张展示暴力。

③涉案题材是重点审查对象,公安部也需要审查。不能过度表现犯罪细节,诱导犯罪,卧底警察(化妆侦查员)不要吸毒,杀人,过度邪恶。反面案例《余罪》。

5、提倡正能量。

①弘扬中国传统文化,传达爱。

②改编名著中的鬼怪必须是美好善良的。如《聊斋》中的鬼要塑造成美好的鬼,《倩女幽魂》的女鬼也可以变成其他妖,如猫妖,但也要不违背善良美好的设定。

③穿越的人物要有正能量,不能影响整体的历史格局改变,要对穿越之后的时代有正面作用。

④青春题材要规避早恋。如近年大火的校园青春题材网剧《最好的我们》《致我们单纯的小美好》等都不符合规定,可设计成先暧昧,成年后再挑明。

⑤现实题材要三观正,可以追求财富,但也通过正当手段,不能炫富。反面案例《北京女子图鉴》。

⑥问题艺人、敏感编创团队参与的影视作品会重点把控。如房祖名、柯震东等涉毒艺人,港独、台独艺人等。

⑦2018年改革开放40周年、2019年中华人民共和国建国70周年、2031年中国共产党成立110周年,要重点表现人民的美好生活,体现人民的幸福感,获得感。18年下半年可多创作及上线此类作品。

6、不建议在影视题材中涉及同性恋题材。

近年来,随着影视产业的迅速发展,网络新媒体的日益繁荣,电视剧、网剧的数量也急

剧增加，然而，作品质量不高、内容误导受众、行业乱象等问题却越发突出。广电此次出台新政策，就旨在杜绝这些问题。

这对影视创作者来说，是机遇也是挑战。一方面，新规淘汰掉了部分只为赚快钱，不认真创作，没有文化底蕴，篡改历史，滥竽充数的作品，使得高质量的影视作品获得更多的市场，有利于影视产业的繁荣发展，提升观众的审美水平和艺术素养。另一方面，管控的严格也为创作者的创作空间带来了限制，例如，我们评价颇高的《甄嬛传》《琅琊榜》《灵魂摆渡》《余罪》《北京女子图鉴》《致我们单纯的小美好》等都触碰了这根红线，所以，如何在题材选择和故事情节上做出调整，在影视艺术性和国家意识形态方面进行平衡，才是影视创作者的当务之急。

新规还在其他方面进行了补充：

- 1、电影改编不适用于电视剧、网剧，因为受众不同
- 2、艺术作品不是政治宣传片，真善美的体现就是好的
- 3、《战狼》《红海行动》就飘飘然了，有武器不能过于宣扬，别把西方敌人作为自己的假想敌
- 4、游戏改编可以，但表现的是玩游戏的人就不行

可见，此次的政策虽在文化和思想性上做出了严格的规定，但并不代表我们被束缚手脚，只能拍主旋律。国家出台政策正是看到了影视产业，特别是网络影视繁荣爆发的趋势，是希望我们的市场环境能干净一点，影视剧的质量能好一点，弘扬真善美、正能量，民族文化底蕴的作品多一点，只有表现本民族文化和精神的内容才能永久屹立于世界艺术之林，而为了迎合受众而故意制造娱乐的快消品只会迅速淘汰。

但这些并不等于政治宣传片，对创作者来说，新规带来的将会是更大的挑战，如何在正能量、主流价值观的内核下深入挖掘人性，创作出有态度、有内涵的作品，成为了创作者的又一大课题。

影视圈里流传着一个段子：

上映《湄公河行动》前，

公安部一群大佬：不管你什么规定，什么审核，这部电影，必须给我上映

广电：好好好……

上映《战狼2》前，

南京军区一帮大佬：不管你什么规定，什么审核，这部电影，必须给我上映

广电：好好好……

上映《红海行动》前

海军一帮大佬：不管……

广电：好！贺岁档！给您排好了！《红海行动》

几乎完整还原战争场景，炮火连天、枪林弹雨、血肉横飞，

四五十款枪支，3万多发子弹，4个多月实景拍摄，1200多名群演。

海陆空，战斗场景一应俱全。

果然，枪杆子里出龙标！

然而大多数电影制作人准备拍摄电影前还得知道下面的这些雷区最好别碰，

一、主题：不可偏离国情

标准：一部影片的主题应该宣扬正确的价值观导向，不能跟国情脱离太远。即便是商业电影必然涉及的正反对立元素，也绝不能有邪能胜正的主题。

实例：审片委员会成员赵葆华点名评价《气喘吁吁》《无人驾驶》《无人区》等片有违

此原则。

导演尔冬升的《窃听风云》原本想讲几个警察窃听到金融情报贪污腐败的故事，但内地投资商没有一个敢投，后来在剧本里加入廉政公署这条线，成功把主旨扭转成反贪腐，结果影片成功上映。

二、血腥：不能拍特写

标准：什么样的血腥场面才叫尺度范围内？电影局在审查时也会犯难，但会有一些模糊的标准，比如最好拍全景，不要有血淋淋的特写镜头。

实例：冯超的《绝命岛》里做了很多机关，比如地上全是高度旋转的风扇，演员被吊在半空，但是电影本身没有正面展示肢体的残缺、大量的血浆等画面。

导演：高群书在《风声》里设置了很多酷刑和血腥场面，不过他通过情节设置规避了风险，“这是为了表现英雄人物的意志”。很多香港或好莱坞B级片在中国受难是因为没有把场面的精神提升，仅仅是在做技术化的展示或视觉的展示。

三、鬼戏：只可心中有鬼

标准：其实无鬼已经成了所有内地恐怖片的共识，但“鬼”又是制造恐怖氛围的绝佳工具。于是，所有惊悚恐怖片导演都掌握了一个套路——只在心中有鬼。

实例：《画皮》是传统聊斋鬼故事，但最后搬上了大银幕，鬼就变成了狐妖。《京城81号》等一切号称有鬼的电影，其实最后都是源于主角的精神有问题，而鬼怪只是一场幻影。

导演：《荒村公寓》导演罗志良表示自己的电影都没有真正的鬼，只是相信寂寞的人内心是最恐怖的，一个人在家里面听到一些东西是最恐怖的，但你真正见到就不恐怖了。

四、涉警：须模糊作案细节

标准：我国的涉警作品，在电影局审查前，还需要获得公安部的批文方可拍摄和上映。涉警戏的审查则会细致到案件在哪个地区、哪一个时间段发生，甚至办案手段是否符合国内情况等等。

实例：中国电影理论工作委员会委员赵宁宇曾爆料，“某电影准备立项了，结果题材涉及地区的几个人进京了，到××委抗议，这么拍就是侮辱我们。”

导演：高群书的《西风烈》讲述的是四个警探深入无人区抓捕外逃重犯的故事。不能暴露太多作案手段、不能过细展示杀人过程、还要尽量展示光明的东西，这些都是要注意的点。

五、情色：只拍脸部表情

标准：阖家观赏的电影三点不露是基本，这是国内导演都懂得一点。此外，就是不要把激情戏当成动作戏来拍，少展现过程，或以朦胧的手法呈现结果就可以了。

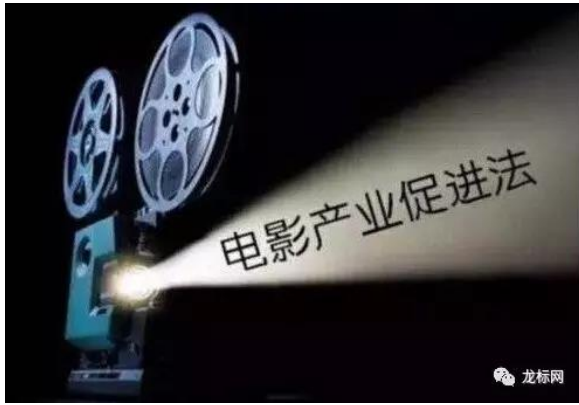
实例：尔冬升在《门徒》中，拍情色场面就是用两台固定机位，只拍男女演员的脸部特写。引起争议的《色戒》里的情色画面，在内地上映时也被剪得一点不剩。

导演：罗志良认为：电影里的情色场面不是为了露而露，我很赞同冯小刚对《非诚勿扰》里舒淇那场洗温泉戏的解释，就是一个身体象征，赎罪式的洗去过去的罪孽。

六、爆炸：不是哪里都能炸

标准：在动作片里，爆炸场面从来都是卖点之一。然而华语电影总是无法像好莱坞电影那样炸得血脉贲张、酣畅淋漓。除了投资所限外，国内影片并不是想炸哪里就炸哪里。

实例：《谍中谍3》引进到内地时，上海南京路上的飞车追逐场面均被删减，《变形金刚2》中同样在上海打斗的场面，引进后将涉及东方明珠的镜头全部剪掉。



(2) 广电总局发文进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理

2018年11月12日来源：国家广播电视总局

当前，一些文艺节目出现影视明星过多、追星炒星、泛娱乐化、高价片酬、收视率（点击率）造假等问题，严重影响了行业发展和青少年身心健康，广电总局出台7条有效措施，维护广播电视和网络视听文艺节目健康有序发展。



各省、自治区、直辖市新闻出版广电局，新疆生产建设兵团新闻出版广电局，中央广播电视总台办公厅，中国教育电视台：

党的十八大以来，各广播电视播出机构和网络视听节目服务机构围绕中心、服务大局，积极创新创优，不断推出人民群众喜闻乐见的优秀节目，文艺创作呈现出良好态势。但是，一些文艺节目出现了影视明星过多、追星炒星、泛娱乐化、高价片酬、收视率（点击率）造假等问题，不仅推高制作成本、破坏行业秩序生态，而且误导青少年盲目追星，滋长拜金主义、一夜成名等错误价值观念，必须采取有效措施切实加以纠正。为确保广播电视和网络视听文艺节目健康有序发展，现就有关事项通知如下：

一、牢牢把握正确的政治方向，强化价值引领。各广播电视播出机构、网络视听节目服务机构、节目制作机构要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的十九大精神和全国宣传思想工作会议精神，坚持政治家办台办网办节目，坚持“二为”方向、“双百”方针，着力营造清朗的文化环境和健康的精神空间，承担启迪思想、滋养心灵、涵育审美、成风化人的重要使命。广播电视和网络视听文艺节目要坚持讲品位、讲格调、讲责任，抵制低俗、庸俗、媚俗，大力弘扬社会主义核心价值观，传播正能量，坚守底线红线。各节目制作和传播机构要始终坚持把社会效益放在首位，力争社会效益与经济效益统一，当二者发生冲突时，经济效益要无条件服从社会效益，绝不能在市场经济大潮中迷失方向，

绝不能做市场的奴隶，使作品充满铜臭气。

二、坚持以人民为中心的创作导向，坚决遏制追星炒星、泛娱乐化等不良倾向。各广播电视播出机构和网络视听节目服务机构要从讲政治的高度深刻认识追星炒星、泛娱乐化等问题的严重危害，坚决摒弃以明星为卖点、靠明星博眼球的错误做法，严格控制偶像养成类节目，严格控制影视明星子女参与的综艺娱乐和真人秀节目。各广播电视主管部门要进一步加强结构化管理和宏观调控，减少影视明星参与的娱乐游戏、真人秀、歌唱类选拔等节目播出量，积极扩大新闻、经济、文化、科教、生活服务、动画和少儿、纪录片、对农等公益节目播出量，制作播出更多富有时代气息、格调积极健康、具有文化内涵的原创节目。

三、鼓励以优质内容取胜，不断创新节目形式，严格控制嘉宾片酬。各广播电视播出机构、网络视听节目服务机构、节目制作机构要坚持以优质内容取胜，不断开拓创新人民群众喜闻乐见的节目形式，摒弃浮华，注重节俭，力戒高价追星、铺张浪费，对影视明星参与节目的片酬要控制合理额度，倡导影视明星以社会责任感和使命感积极参与公益性节目，坚决纠正高价邀请明星、竞逐明星的不良现象。各电视上星综合频道 19:30-22:30 播出的综艺节目要提前向总局报备嘉宾姓名、片酬、成本占比等信息，每个节目全部嘉宾总片酬不得超过节目总成本的 40%，主要嘉宾片酬不得超过嘉宾总片酬的 70%。重点网络视听节目服务机构的网络综艺节目也要符合上述规定，上线前向国家广播电视总局报备以上信息。地面电视频道和其他网络视听节目服务机构综艺节目的嘉宾管理均要符合上述规定，由当地广播电视主管部门负责备案管理和日常监督。

四、加大电视剧网络剧（含网络电影）治理力度，促进行业良性发展。严格执行已出台的电视剧网络剧（含网络电影）成本配置比例行业自律规定，每部电视剧网络剧（含网络电影）全部演员片酬不超过制作总成本的 40%，其中主要演员不超过总片酬的 70%。如果出现全部演员总片酬超过制作总成本 40%的情况，制作机构需向所属协会（中广联制片委员会、电视剧制作产业协会或中国网络视听节目服务协会）及中广联演员委员会进行备案并说明情况。无正当理由或隐瞒不报的，一经查实，由所属协会上报国家广播电视总局，视情况依法采取暂停直至永久取消剧目播出、制作资质等处罚措施。中广联制片委员会、电视剧制作产业协会、中国网络视听节目服务协会要积极推进，调研论证并制定出台切实可行的电视剧网络剧（含网络电影）片酬执行标准，明确演员最高片酬限额，并作为行业自律规定发布施行。同时，行业主管部门要加大惩戒力度，对违反规定的电视剧网络剧（含网络电影）演员，定期向社会公布名单并实施联合惩戒。广播电视播出机构、节目制作机构、网络视听节目服务机构、发行公司不得恶性竞争、哄抬价格购买播出电视剧网络剧（含网络电影），不得以明星为唯一议价标准。政府资金、免税的公益基金等不得参与投资娱乐性、商业性强的电视剧网络剧（含网络电影）。演员片酬超过配置比例规定或最高片酬限额的电视剧网络剧（含网络电影）不得参加党委政府部门和群团组织的评选奖励，不能享受政府资助补贴。

五、坚持同一标准、同一尺度，维护广播电视与网络视听节目的健康有序发展。广播与电视、上星频道与地面频道、网上与网下要坚持统筹管理、统一标准。各级广播电视主管部门要探索建立网台联动的有效管理机制，严把文艺节目的内容关、导向关、人员关、片酬关，存在问题的节目，网上网下均不得播出。要积极顺应信息技术发展趋势，充分发挥各自特色优势，推进广播电视和网络视听文艺节目在理念、内容、体裁、题材、形式、方法、手段等方面的创新，努力做到思想精深、艺术精湛、制作精良。

六、加强收视率（点击率）调查数据使用管理，坚决打击收视率（点击率）造假行为。各广播电视播出机构、网络视听节目服务机构要建立节目综合评价体系，正确开展节目综合评价，正确看待、合理运用收视率（点击率）数据，坚决反对唯收视率（点击率）倾向。严禁播出机构对制作机构提出收视率承诺要求，严禁签订收视对赌协议。严禁任何机构和个人干扰、造假收视率（点击率）数据。相关行业协会和社团组织要有效发挥行业协会自律作用，

督促全体会员自觉抵制收视率（点击率）造假行为。建立健全深化宣传、广电和公安等部门联合协调打击收视率（点击率）造假工作机制，对从事、参与收视率（点击率）造假等违法违规行为的机构和人员坚决予以惩戒。对于典型案例及时向社会曝光，维护行业良好秩序。

七、落实意识形态工作责任制，强化主管主办责任和属地管理责任。各级广播电视主管部门要坚持党管媒体的原则，认真落实意识形态工作责任制，强化主管主办责任和属地管理责任，层层传导，步步压实，形成对广播电视和网络视听文艺节目追星炒星、泛娱乐化、高价片酬、收视率（点击率）造假等问题齐抓共管、长抓不懈的局面。对违反本通知规定的单位，由广播电视主管部门依照《广播电视管理条例》《广播电视播出机构违规处理办法（试行）》等法规、文件的规定予以处罚、处理，定期向社会公布，并会同有关部门建立健全违规失信联合惩戒机制；违规单位的主管部门或者有权处理单位，应当依法对负有责任的主管人员或者直接责任人员予以处分、处理。造成严重社会影响的，相关作品不予发行播出，并依法予以查处，吊销其有关许可证；广播电视主管部门可以向被处罚、被处理单位的主管部门或者有权处理单位通报情况，提出对有关人员的处分、处理建议，并可函询后续处分、处理结果，各级收听收看、监测监管机构要加强节目监听监看工作，做到及时发现、及时研判、及时报告、及时处置。

特此通知。

4. 与广电相关的标准

（本期无）

5. 广电行业动态与分析

（1）【重磅】“世界电视日”中国电视大会进入倒计时！精彩内容抢先看

2018年11月02日来源：中广互联独家

“一带一路”倡议背景下，中国与东盟国家的文化交流愈发深入。借着政策的东风以及行业的发展热点，第四届“世界电视日”中国电视大会将以“从电视到大视频”为主题，于11月21-22日在广西南宁荔园维景国际大酒店拉开帷幕。



三年来，中国电视大会受到行业领导重视；国内外电视机构关注；汇聚了行业顶级智慧，曾出现中国科学院、中国工程院三大院士同登台的盛况。三年共组织专业论坛38场；10多个国家、近百位重量级嘉宾参与主题演讲；支持合作伙伴百余家，海内外总参会人数逾5000人。



第四届“世界电视日”中国电视大会

2018年11月21-22日 广西南宁市荔园维景国际大酒店

第四届“世界电视日”中国电视大会论坛设置

大会主题：从电视到大视频

2018年11月21-22日 南宁市荔园维景国际大酒店

	21日上午	21日下午	22日上午	22日下午
宴会厅 A	“世界电视日” 中国电视大会 主论坛	广西广电网络生态大会	中国-东盟影视文化产业 合作论坛	中国-东盟媒体合作 发展论坛
宴会厅 B		中国电视媒体融合峰会	广电内容产业与本地化 运营峰会	短视频生态峰会
报告厅 A	/	4K 与未来视听趋势峰会	广电融媒体创新峰会	/
报告厅 B		TV 大屏运营论坛	人工智能与电视场景论坛	/

今年，前行中的“世界电视日”中国电视大会更是紧扣电视产业发展脉搏，除了常规的主论坛外，还组织了包括“广西广电网络生态大会”、“中国电视媒体融合峰会”、“4K 与未来视听趋势峰会”、“TV 大屏运营论坛”、“中国-东盟影视文化产业合作论坛”、“广电内容产业与本地化运营峰会”、“广电融媒体创新峰会”、“人工智能与电视场景论坛”、“中国-东盟媒体合作发展论坛”、“短视频生态峰会”等 10 个分论坛，与行业人士共同探讨大视频背景下的电视发展。

主论坛规格提升 重量级嘉宾共话电视发展

本届“世界电视日”中国电视大会由中国电视艺术家协会指导，中国电视艺术家协会媒体融合推进委员会、广西壮族自治区新闻出版广电局、BIRTV 组委会、北京电视台、中国传媒大学、凤凰卫视、中国电影电视技术学会、央视市场研究(CTR)、中国广视索福瑞媒介研究(CSM)主办，广西电视台、广西广播电视信息网络股份有限公司、广西电视传媒集团、全国有线电视内容联盟协办，中广互联承办。

据了解，届时，将有来自国家广播电视总局科技委、联合国教科文组织、柬埔寨新闻部、广西壮族自治区人民政府的多名领导致辞。此外，国家广播电视总局、广西广电局、中国工程院、中国广播电视网络有限公司、央视市场研究(CTR)、广西电视台、中国广视索福瑞媒介研究(CSM)、泰国国家第 9 电视台等国内外相关专家将就《广电产业的进化路径与发展战略》、《广西广播电视融合发展战略实践》、《4K 产业国际观察与国内实践》《融合背景下的中国电视与电视网络》、《电视的进化逻辑与转型路径》、《“一带一路”背景下的中国—东盟电视交流与合作》、《进一步深化亚洲电视行业交流与合作》等热门话题展开主题演讲。

乘势“一带一路” 中国-东盟文化交流持续升级

2018 年是中国改革开放 40 周年，也是东盟第二个 50 年的起步之年。随着中国与东盟各自进入发展新阶段，中国-东盟关系由成长期进入成熟期，迈入提质升级的新时代。与此同时，

习近平总书记提出的“一带一路”倡议，也为双方的合作指明了方向。

为了深化影视合作、加强文化交流，谱写区域合作电视发展新篇章。本届“世界电视日”中国电视大会特设中国-东盟影视文化产业合作论坛以及中国-东盟媒体合作发展论坛。国家广播电视总局国际合作司、广西广电局、中国广播电视国际经济技术合作总公司领导将出席大会，来自柬埔寨、泰国、缅甸、老挝等东盟国家的知名传媒业高管将围绕《国际化合作促进媒体融合新发展》、《构建中国-东盟命运共同体的媒体角色》等热点议题进行观点碰撞。来自美国蒙纳瑞克斯电影公司、国开金融、知卓资本、CIBN(泰国)公司的企业嘉宾将从资本

角度出发，为“金融+文旅+消费升级”建言献策。此外，本届会议上还将举行广西电视台(集团)影视文化产业重点项目签约仪式，助力广西电视台的国际化传播创新与实践。

强大分论坛阵容 尽现大视频产业融合之势

《2018 第三季度中国有线电视行业发展公报》显示，2018 年三季度，有线电视仍是中国居民家庭的主要收视方式，用户总量达到 2.27 亿户，但收视渗透率降至 50.78%，环比下滑 1.57%；IPTV、OTT、直播卫星用户持续增长。多足鼎立，广电网络公司、IPTV、OTT 如何在多维度收视格局下实现自身特色发展？如何抓住大屏下半场的“风口”，实现从规模红利到运营红利的转变。“广西广电网络生态大会”、“广电内容产业与本地化运营峰会”、“TV 大屏运营论坛”将邀请产业链的各界同仁进行头脑风暴，共话 TV 大屏的生态构建。

今年 8 月，全国宣传思想工作会议上，习近平总书记指出，要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众。随着近几个月“县级融媒体中心”这个名称在国家级会议、媒体上频繁“露脸”，全国多地对其进行集中布局、试水，推动县级媒体融合发展已成为中央层面部署推进深化文化体制改革的重大举措。如何在云计算与大数据驱动下进行媒体的业务创新，如何完成媒体融合创新的多元化发展，来自广西、山东、湖南、安徽等省份的电视台、广电网络公司领导将在“广电融媒体创新峰会”以及“中国电视媒体融合峰会”上分享成功经验，探讨台网协作的融合策略。

目前，短视频在电视台节目制作中的应用比比皆是，4K 超高清技术实践在全国各省纷纷落地，AI+AR 技术的结合使得电视端探索出了新路径。“短视频生态峰会”、“人工智能与电视场景论坛”、“4K 与未来视听趋势峰会”由此应运而生，凤凰网、快手、罐头视频、百度云、科大讯飞、英特尔等多家互联网企业齐聚一堂，与业内共同畅谈技术内容创新带动下的视听变革。当然必不可少的还有，北京电视台、SMG、广西广电局、广电规划院、中国电子视像行业协会、AVS 产业联盟等多位领导分享广电的破局之道。

(2) 广电人“逃离”电视台 不代表未来一马平川

2018 年 11 月 02 日来源：北京日报

央视、湖南卫视、浙江卫视、东方卫视以及江苏卫视等，历来是培养传统电视台人才的重镇，从这些电视台成长的精英，如今“触网”的也最多。

两季《舌尖上的中国》在央视播出后，陈晓卿的名字在业内家喻户晓。上周末，离开央视加盟腾讯视频的陈晓卿，用新作《风味人间》向观众证明，那个“最会吃的纪录片导演”回来了！

从播出效果来看，《风味人间》依旧保持了此前《舌尖上的中国》的水准，豆瓣评分高达 9.4 分。除了《风味人间》，近期在腾讯视频热播的文化节目《一本好书》，总导演关正文也曾供职央视多年。

事实上，高分综艺节目频现视频网站，而操刀者几乎都为传统电视人。



2012年，视频网站在自制内容上开始崭露头角，以高晓松为核心的脱口秀节目《晓说》在优酷视频播出。虽然这个阶段的网络自制综艺数量有了大幅提升，但节目普遍存在投入少、制作粗、尺度大等弊病。

直至2014年，各大视频网站，尤其是占据主导地位的一家视频网站开始布局各自的自制内容计划。这一年，有100多档网络自制综艺上线，制作水平、节目质量也大大提高，还出现了《奇葩说》这样的“现象级”节目。

央视、湖南卫视、浙江卫视、东方卫视以及江苏卫视等，历来是培养传统电视台人才的重镇，从这些电视台成长的精英，如今“触网”的也最多。马东在离职央视后，先是任职爱奇艺，后创立米未传媒，凭借《奇葩说》成为超级网综代言人。



去年爆款综艺《明日之子》联合出品方哇唧唧哇负责人，正是昔日湖南卫视的龙丹妮和马昊。优酷超级网综《火星情报局》出品人李炜亦是湖南卫视出走的代表。原浙江卫视《奔跑吧兄弟》总制片人俞杭英携团队蓝巨星与腾讯视频合作推出了《拜托了衣橱》。

仔细分析可以发现，离开传统电视台的这些精英，无论是被视频网站挖走，还是自主创业，最后几乎都没有离开老本行。

制片人大楠直言：“观众对综艺节目需求依然旺盛，但电视台无论从理念、执行还是市场化运作等方面都相对闭塞，很多广电人不想错过这个好机会，才纷纷跳出体制。”

而另一个重要原因，是资金。很多观众在看完《风味人间》后的第一感觉是质感比《舌尖上的中国》更胜一筹，有业内人士透露：“腾讯充足的资金保障，给陈晓卿团队更大的拓展空间，包括微观摄影，都是要花大钱的。”

不过，“逃离”电视台不代表未来一马平川。曾打造《爸爸去哪儿》的金牌制作人谢涤葵离开湖南卫视后，创办了暂悦传媒，在他看来，体制外看上去提供了更广阔、更自由的空间，但也有很多身不由己。



生存是团队和公司必须要解决的根本问题，是另外一番游戏规则，市场更残酷。“在体制内只需要考虑内容创作就可以，但出来后就要考虑商业方面的保障，体制内和体制外的优点其实很难两全，就看怎么选。”

此外，也有业内人士担忧，出走的电视人不得面临被视频网站绑架的问题。视频网站的格局初定，各大视频网站在资本加持下聚拢了更多用户，逐渐变成更具话语权的播放渠道之后，视频网站的封闭问题或许并不会比电视台好多少，对于电视人来说，如同从一个体制进入另一个体制，其出走的初衷也将重现在视频网站领域。

（三）、领导讲话

1. 聂辰席在第四届中俄媒体论坛上发表演讲

2018年11月05日 09:02 来源：国家广电智库 T|T

【慧聪广电网】日前，第四届中俄媒体论坛在上海召开。中央宣传部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席在论坛上发言，对中俄广播电视媒体深化合作提出四点建议：一是深化新闻合作，共同提升国际话语权和影响力；二是强化内容合作，推出更多为两国民众喜爱的精品力作；三是拓展新媒体合作，积极吸引年轻群体加入中俄友好队伍；四是加强媒体技术合作，提升产业发展动力。

全文如下：

深化媒体全面合作，促进双方互利共赢

很高兴参加第四届中俄媒体论坛，就新形势下深化两国媒体合作进行交流研讨。近年来，在两国元首亲自谋划和推动下，“中俄媒体交流年”成功举办，媒体交流合作达到历史新高度，为中俄全面战略协作伙伴关系发展作出了积极贡献。

今年9月，*主席在出席东方经济论坛同普京总统举行会谈时指出，中俄双方要巩固传统友谊，加强全面协作，推动中俄全面战略协作伙伴关系再攀高峰，更好惠及两国人民，这为深化中俄媒体合作指明了方向。面对复杂多变的国际形势，面对“西强东弱”的国际传播格局，中俄两国媒体要创新合作理念，深化合作关系，提升合作水平。在此，我提以下四点建议：

一是深化新闻合作，共同提升国际话语权和影响力。

近年来，中俄两国媒体在国际新闻传播领域都取得显著进步。建议两国媒体加强深层次新闻合作，提升国际议程设置能力，在重大国际和地区问题上共同发声，为“一带一路”倡议与欧亚经济联盟对接提供舆论支持，为构建新型国际关系发挥应有作用。

二是强化内容合作，推出更多为两国民众喜爱的精品力作。

中俄两国历史悠久、文化灿烂、经济社会发展迅速，为媒体内容合作打下了良好基础。建议两国积极商签电视合拍协议，共同打造“中俄电视周”等常态化交流平台，向全世界讲好中俄人民追梦圆梦、中俄两国友好合作的故事。

三是拓展新媒体合作，积极吸引年轻群体加入中俄友好队伍。

新媒体在中俄两国发展迅速，成为人们特别是年轻人获取信息和文化消费的重要途径。建议中俄同行在新媒体领域精心设计合作内容形式，加强网络视听领域传播研究和政策对话，共同打造合作新亮点，为国际网络空间治理贡献智慧力量。

四是加强媒体技术合作，提升产业发展动力。

近年来，中国广电行业推进“智慧广电”建设，俄罗斯同行也在利用新技术改造传统广播电视行业，都有许多新经验。面对新一轮科技革命，建议双方加强媒体技术和产业合作，为两国媒体互利共赢、繁荣发展培育新动能。

明年是中俄建交70周年。相信两国媒体加强深度交流合作，一定能够开创国际传播新局面，为推动中俄全面战略协作伙伴关系发展作出新的更大贡献。

谢谢大家！

2. 聂辰席出席全国广播电视与网络视听文艺节目管理工作会议并讲话

2018年11月28日09:20 来源：国家广电总局

【慧聪广电网】11月27日，国家广播电视总局在京召开全国广播电视与网络视听文艺节目管理工作电视电话会议，贯彻落实*新时代中国特色社会主义思想 and 全国宣传思想工作会议精神，部署落实《国家广播电视总局关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，推动广播电视和网络文艺高举旗帜、守正创新，进一步唱响主旋律，传播正能量。

中宣部副部长、国家广播电视总局党组书记、局长聂辰席出席并讲话；国家广播电视总局党组成员、副局长高建民主持会议；国家广播电视总局党组成员、副局长范卫平、张宏森出席会议。

聂辰席说：党的十八大以来，广播电视和网络视听文艺工作坚持以*新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，把握正确政治方向，做到发展和管理两手抓、两手硬，弘扬中国精神、中国价值、中国力量，丰富人民群众精神文化生活，得到党中央、中央领导同志和各方面的充分肯定。当前要深入学习宣传贯彻**关于文艺工作的系列重要讲话精神，聚焦“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，牢牢把握守正创新的方位坐标，以守正为根本、以创新为动力、以实践为关键，以高度的思想自觉、行动自觉加强改进广播电视和网络视听文艺工作，努力展现新气象新作为。

聂辰席指出：广播电视与网络视听文艺工作要把握方向导向，坚持政治统领，旗帜鲜明讲政治，坚持政治家办台办网办节目，始终在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以*同志为核心的党中央保持高度一致。自觉向学习宣传贯彻*新时代中国特色社会主义思想聚焦用力，推动新思想入脑入心、落地生根。要坚定文化自信，坚守社会主义文化立场，把培育和弘扬社会主义核心价值观作为根本任务，努力推出丰富多样的中国故事、中国形象、中国旋律，强化价值引领，壮大先进文化，激励前行力量，担当起新的文化使命。要坚守社会责任，始终把社会效益放在首位，坚决向追星炒星、过度娱乐化、低俗媚俗、高价片酬等说“不”，合理控制明星、嘉宾片酬额度，坚持在全行业执行“四个坚决不用”的标准，严把内容关、导向关、人员关、片酬关，确保社会责任得到履行。

聂辰席要求：广播电视文艺工作者要聚焦主题主线，真情讴歌伟大时代，围绕庆祝改革开放四十周年等重要时间节点，超前谋划、精心组织、集中精力、全力以赴打造好重点电视剧、网络剧、纪录片、动画片、文艺节目，以对时代、对艺术高度负责的精神，推出一批能够在历史上打下烙印、在人民中留下口碑的精品力作。要把更多普通群众而不是影视明星作为作品的主角、节目的主角，以真挚的情感刻画最美人物、讴歌奋斗人生，精彩展示当代中国人的精神风貌，着力讲好新时代百姓身边日常故事，留下普通人追梦中国、追求幸福生活的鲜活时代影像志。要坚持不忘本来，坚持中华文化创造性转化、创新性发展，办好优秀文化类、道德建设类节目，实施好中华文化电视传播工程、中国经典民间故事动漫创作工程，坚定发展传承中华文化基因、具有中国风格、中国气派的文艺节目和作品。

聂辰席要求：各广播电视和网络视听机构深化创新创优，满足人民美好生活新期待。要坚定不移支持原创，倡导“小成本、大情怀、正能量”的创作方向，大力扶持“公益、文化、原创”节目，让好节目进入好时段，加大对创作基础性环节的鼓励、扶持，认真研究加强对原创内容、原创节目模式的保护和鼓励的办法，推动研发更多原创节目模式、打造更多原创品牌节目。要强化以人民为中心的创作导向，进一步改进作风文风，真正把深入生活、扎根人民作为创作第一环节，不仅“身到”，还要“心到”，更要“情到”，带着对人民的热爱、时代的真情捕捉生活之美，努力创作更多打动人心的好节目、好作品。要坚决摒弃浮躁，在市场经济大潮面前耐得住寂寞、稳得住心神，不为一时之利动摇，不为一时之名急躁，保持定力，保持静气，在思想精深、艺术精湛、制作精良上下功夫，以踏实之心锤炼厚实之作，以传世之心打造传世之作。要坚持党管人才、党管文艺队伍建设，突出抓好文艺人才教育、

培养和管理，以增强脚力、眼力、脑力、笔力为根本着力点，提高文艺工作者政治素养、业务能力、职业精神，进一步加大对领军人才和青年拔尖人才的培养力度，加大与新文艺组织、新文艺群体的联系。

聂辰席强调：要加强广播电视和网络文艺阵地统筹管理，确保可管可控、风清气正。坚决执行网上网下统筹管理、同一标准的要求，进一步完善相关制度，抓好政策执行，加快建立网台联动的管理机制，统一执行标准，加强节目题材把关，加强对播出平台的监管，加强行业自律，确保网上网下节目在导向、题材、内容、尺度、嘉宾、片酬等各方面执行同样标准，绝不给问题节目留下空隙和死角。要坚决打击扰乱行业生态的行为，继续保持对追星炒星、泛娱乐化、高价片酬、收视率(点击率)造假等突出问题整治的高压态势，加大惩戒力度，加大公开警示、行政处罚、联合惩戒。各级广播电视管理部门要坚决落实意识形态工作责任制，强化主管主办责任和属地管理责任，把责任落实到人落实到事落实到关键环节，层层传导，步步压实，齐抓共管，常抓不懈。主要负责同志要坚定自觉地站在意识形态工作第一线，靠前指挥，带头管阵地、把导向、强队伍，旗帜鲜明，敢于发声、敢于亮剑。各级收听收看、监测监管机构要加强节目监听监看工作，及时发现、及时研判、及时报告、及时处置。

聂辰席要求：各级广播电视和网络视听行政管理部门、播出平台要坚持以*新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为指导，深入学习贯彻全国宣传思想工作会议精神，守正创新、开拓进取，展现新作为新气象新篇章，更好地构筑中国精神、中国价值、中国力量，为满足人民群众美好生活新期待，服务党和国家工作大局作出新的更大贡献。

全国设立了 33 个分会场，共计 1200 人参加了这次会议，包括总局机关各部门、有关直属单位、相关行业协会有、中央广播电视总台、电影频道节目中心、中国教育电视台相关负责同志，部分电视节目、电视剧制作机构、中央重点新闻网站、重点网络视听节目服务机构、制作机构负责人，各省(区、市)广播电视局、台主要负责同志和相关负责同志。

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. 蓄力北京冬奥 | 新奥特中标北京电视台、河北电视台播出及总控系统

2018-10-30 | 看大图 | 手机版

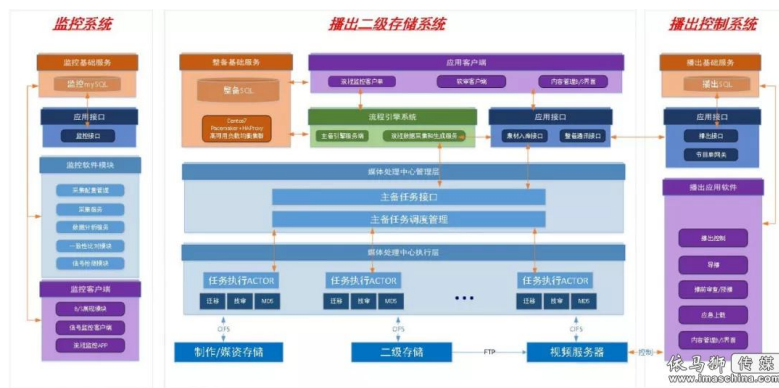
近日，新奥特正奇中标北京电视台“制播(一期)播出整合系统”项目，将承建北京电视台播控软件网络及监控系统。该项目在建设完成后，在满足台内所有频道的高标清同播播出需

求的同时，还将为 2022 年北京冬奥会实现超高清转播蓄力。



近年来，随着北京电视台各项业务不断发展，新频道不断增加，卫视、体育等频道陆续实现高标清同播，呈现出首都电视事业高水平及深远影响力。为了实现 BTV 的全面高清化，能更好地服务观众，积极推进电视频道高清化，大力推进传统电视与新兴媒体的融合发展，台方将实行高标清同播频道播控系统建设。

截止目前，北京电视台现行播出系统可支持 6 个高标清同播频道与 6 个标清频道的播出任务。本次建设完成后，该平台将承担北京电视台 12 套高标清播出频道和 1 套高标清备份播出频道播出系统的工作任务，实现与总编室媒资系统、现行播出在线包装系统、第三信号源播出系统的无缝对接。并且能够提供接口设计规范，实现待建系统与本系统的互联互通。



总体软件架构

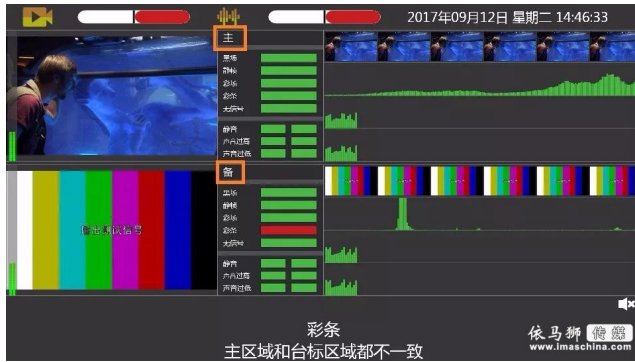
该项目将由新奥特正奇慧眼智能监控系统、慧眼一致性比对检测系统、FMS 3.0 视频播出服务器等产品组成。



新奥特正奇慧眼智能监控系统



FMS 视频播出服务器



慧眼一致性比对检测系统

客户端 2 选 1 系统界面图

方案特点：

1、深入细致的岗位设计

根据台方的需求，结合岗位功能的重新组合设计和最新的监控技术，实现岗位流程设计的再造。实现信号实时应急保障、播控业务管理、现场值班区域技术支持、后台技术运维区域技术支持、播出信息对外共享等一整套从业务到技术后台、从值班机房到设备机房、从实时应急到后台管控”的立体的播出应用运维机制，提高系统的实际运行效率和安全性。

2、整备、播出数据库独立架构

采用数据库拆分措施，采用整备系统与播出系统两个子系统的架构。实现不同业务维护管理的分离。

3、处理资源池化、负载均衡与高效率

外部迁移、内部迁移、技审、MD5 等工作，全部集合为一个集群，最大 20 台服务器进行并发执行，日常可以 16 台并发执行一般任务，4 台并发执行直发带任务。

4、充分利用主备镜像存储架构，高效、安全的文件处理流程设计

基于灵活的迁移模式和技审切片等技术，可以充分利用主、备存储的带宽，提供非常高效、安全的文件处理流程。

5、成熟、完善的一致性比对和应急切换系统

具有丰富的实践经验，满足符合用户的主岗设计需求。以架构成熟，灵活应对应用中的各种问题。

6、全面、完善的统一监控系统

可提供针对设备、环境、软件、流程、值班管理等全方位的监管能力，丰富的呈现方式和技术，以支持甲方集中监测岗、运维岗及移动监控 APP 的需求设计。

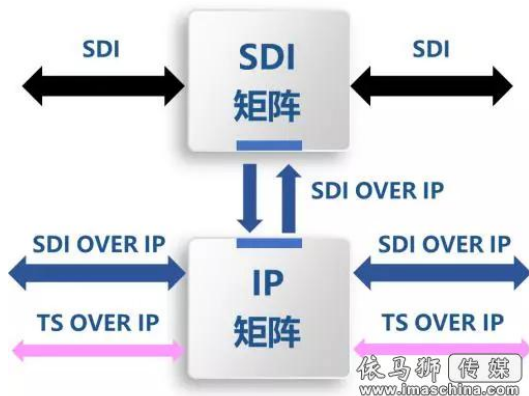
众所周知，随着数字电视技术的不断发展，数字电视信号播出正朝着高清化、IP 化的方向发展，新的播出系统技术结构及管理、运维模式也在不断改变。播出系统在系统稳定运行、保障安全播出方面也有着极高的要求。

本次，北京电视台全高清化播出系统将采取岛式结构建设，播出系统与监控系统共划分为 5 个业务岛，其中包括：北京卫视同播频道单独卫视岛；其他 11 个播出频道与 1 个备份频道，共计 12 个频道分为 3 个播出岛，每个播出岛 4 个播出频道；监控系统位于集中监控岛。新奥特正奇将结合每个播出岛的实际业务需求，建立完整、统一、可独立运行且相互支撑的频道播出与监控系统。

而建成配套的监控系统，能够提供集中的、全方位的监测展示和报警平台，能及时发现各监测点出现的问题，准确定位故障点，提高事件响应及处理能力，同时通过数据汇总与分析，在信息化建设方面提供决策支持的依据。监控系统并非一个孤立的业务系统，它依托于播出系统的业务功能，起到了重要的辅助作用。通过监控系统提供相关边界的开放接口，便于与台内其他业务平台实现数据互联互通，使监测数据的价值得以最大化。并为“岛式结构”的播出值班管理、应急操作、运行维护提供支撑与便利。

除此之外，在6月新奥特正奇中标黑龙江广播电视台（集团）“电视主控 IP 矩阵系统”项目，是国内第一个采用商用 SDN 交换机，以通用 IT 架构，支持 SDI OVER IP、TS OVER IP 混合管理调度的 IP 化 4K 主控系统。这是正奇公司“精奇”总控调度系统继服务中央电视台现址、新址总控系统，云南电视台新大楼 SDI+IP 混合总控系统，贵州电视台基带 IP 播出总控系统后，又一次为国内大型电视台的总控系统提供助力。

另外，不久之前新奥特正奇中标河北广播电视台“IP 总控信号调度系统”项目。通过“精奇”总控调度系统的应用主要解决河北广播电视台 IP 流信号的管理调度需求，具有接入无压缩、压缩 4K、HD、SD 信号能力，全面提高总控的信号管理调度能力，为未来全面 IP 化打基础。届时，将和北京电视台一起助力 2022 年北京冬奥会完成超高清转播任务。



总控系统整体架构示意图

随着全国市级、省级和地级台逐渐实现高清化，高清频道将逐步成为主流播出模式。届时，行业发展又将实现一个新的飞跃，迈入新的阶段。相信，通过与中央电视台、北京电视台、河北电视台、云南电视台、黑龙江电视台、新疆电视台、贵州电视台等国内重要用户的合作，也为新奥特在行业播出系统升级换代中积累宝贵的实践经验。未来，我们将继续携手更多用户打造经典。

2. 泰尔携手罗德与施瓦茨举办泰尔论坛 2018 国际运营商准入测试技术研讨会 2018-10-30 | 看大图 | 手机版

2018 年 10 月 23 日至 26 日，泰尔终端实验室携手罗德与施瓦茨公司（以下简称 R&S 公司）在深圳共同举办了泰尔论坛 2018——国际运营商准入测试技术研讨会。在为期四天的研讨会中，来自国际运营商的代表、终端厂商代表以及罗德与施瓦茨技术专家就国际运营商准入测试等话题展开了深入的讲解和讨论，与会代表纷纷表示不虚此行。



泰尔终端实验室一直致力于帮助更多的中国通信企业将产品销往海外市场，经过十几年来不断努力，实验室现在已经具备 ORANGE、AT&T、T-Mobile、VDF 等国际运营商的部分授权认可资质。而罗德与施瓦茨公司在运营商准入测试领域深耕多年，尤其在北美运营商测试方面有非常大的优势。



在 AT&T 以及 T-Mobile 准入测试介绍环节，来自 R&S 公司德国的运营商测试产品经理 Kallel Ahmed 先生介绍了相关内容。对于 AT&T 10776，R&S 公司支持所有终端相关的认证测试，在测试用例上遥遥领先，并且展开对 4CC，5CC，VoLTE-eMTC 等最新特性的验证。T-Mobile 的情况也类似，R&S 公司一直是 T-Mobile 的合作伙伴，参与了所有 LTE 和 IMS 相关的测试计划，率先支持 NB-IoT 和 GSMA IoT 测试项目。对于国际运营商准入测试，R&S 公司有全套的测试系统和解决方案：包括 R&S®CMW-PT 协议测试方案；R&S®CMW-ATEIMS/VoLTE 测试方案；R&S®CMW-PQA 性能测试系统；R&S®CMW-LBS 定位测试系统以及 R&S®TS8980 RF/RRM 测试系统等等。同时这些测试系统可以完美的支持国际国内各大运营商的测试需求，不仅仅是北美运营商，也包括日韩，国内三大运营商以及欧洲运营商的测试支持。



此外，R&S 公司的技术专家还介绍了针对运营商的一致性测试全套解决方案以及自动化测试解决方案。并且在现场展示了 CMW-PQA 性能测试系统以及 CMWrun 自动化测试系统，和与会代表展开热烈而广泛的互动，将研讨会进一步推向高潮。



此次研讨会还专门安排了“5G”相关话题介绍，邀请了来自中国移动，终端厂商代表以及泰尔和 R&S 公司的技术专家们对 5G 专项议题展开讨论。5G 的商业化进程一直在加快，为了实现 2019 年的预商用，2020 年的正式商用，对于整个产业链而言都是极其大的挑战。R&S 公司的技术专家介绍介绍了罗德与施瓦茨在 5G 和 OTA 等方面的技术思考，应对措施以及测试测量解决方案，使得 5G 测试蓝图更加清晰，更加接近现实。

R&S 公司作为无线通信测试测量领域的先锋者，一直致力于为客户，为整个产业链提供从研发到生产以及实施维护整个生命周期的全套测试测量解决方案。也希望在技术日新月异的过程中，在 5G 即将到来的时刻，能够提供最先进、最可靠、最稳定的测试系统和解决方案，为整个产业链的成熟发展保驾护航。

3. “中国广播电视科技创新奖（2018）”评奖报名工作正式启动

2018-11-06 | 来源：依马狮广电网 | 手机版

2018 年“中国广播电视科技创新奖”评选申报工作日前正式启动。

中国广播电视科技创新奖评选活动旨在奖励我国广播电视设备科学进步方面做出较大贡献的组织和个人，以推动我国广播电视事业的创新和发展。

“中国广播电视科技创新奖”由中国科学技术部批准设立，设奖证书号：国科奖社证字 0158 号。“中国广播电视科技创新奖”评选活动在推动行业创新、调动企业科技创新的积极性和创造性，增强企业的自主创新能力提升行业发展等方面起到了积极的促进作用，对用

户的新技术应用和设备选购提供了积极的指导和有效的帮助。同时“中国广播电视科技创新奖”评选工作得到了科技部国家科技奖励工作办公室、工业和信息化部、国家新闻出版广电总局、中国电子学会、国家新闻出版广电总局广播科学研究院等单位的支持，以及知名企业、业内专家、学者的热情参与。

2018年“中国广播电视科技创新奖”将设置三大类奖项，广播电视科技创新产品奖、广播电视科技创新企业奖、广播电视科技创新个人奖。期待各行业个人、企业积极报名参与2018年科技创新奖评选活动，共同促进我国广播电视行业的发展与进步！

申报时间：2018年11月1日—2019年1月1日

评奖办公室电话：010-64823776 转 812/815

4. 捷报频传，大洋连续中标三大高清播出项目

2018-11-29

随着时代的发展，观众对收视内容、画质质感的要求越来越高。

国家广电总局去年印发的《关于加快推进高清电视发展的通知》中提到，到2020年基本实现高清机顶盒的普及，全国省级和较发达地级台基本实现高清化，高清频道成为主流播出模式。

近日，大洋连续中标北京电视台播出高清化改造项目、河北广播电视台全高清播出系统改造项目、陕西广播电视台播出高清化改造项目，助力北京电视台、河北广电、陕西广电以更清晰的视野、更绚丽的画面、更精彩的内容、更广阔的平台，为广大电视观众呈现更加精美的视听盛宴。

河北广播电视台全高清播出系统改造



本次中标的项目是河北广电高清播出系统改造的“最后一公里”。我们将为河北广电建设 10 个全高清频道播出系统，系统的建设以数字化为基础、网络化为依托，充分运用各种成熟、先进的 IT 技术，打造集播出、编单、整备、监管、信息安全、信号调度为一体的全数字化高标清同播系统。

建成后的全高清播出系统将实现：

高标清同播

系统建设以高清播出系统为主，采用压缩下变换的方式，将高清播出的素材内容转变为标清内容并播出。

与原系统高度兼容

高清系统采用全数字嵌入音频 SDI 信号格式，实现 10 个高标清同播频道全硬盘自动播出，具有方便扩充频道的能力，满足台内兼容原系统的视频素材、数据库内容等要求。

保证文件化播出安全

我们通过信息化、流程化的备播业务管理，确保节目的安全，采用 MD5 数据校验技术，确保节目备播迁移的文件完整性。播出系统以文件化备播为主，使用自动技审、人工复检等多种安全手段保证文件化播出的安全性。

监控播出业务系统

我们将对关键设备、业务流程、软件运行状况以及频道播出信号节点等进行监控，具备报警提示功能。此外，还可对 8 个频道的主、备、IP 备播信号进行一致性信号比对，将实时采集的信号进行界面展现，系统可立即判断并报出一致性比对结果，辅助操作人员快速判断画面是否存在问题，可实现自动或手动控制三选一进行信号切换。

IP 备播系统

采用低时延的基带 IP 播出技术和传统 SDI 播出技术相结合，以 SMPTE 2022-6 标准作基带 IP 信号标准，在主、备链路播出以外，有一套独立的 IP 备播系统跟随主、备信号播出。在跟随播模式下，可无人值守，节目单自动同步更新，实现河北广电 8 个高清频道的备份播出功能。

陕西广播电视台播出高清化改造



随着陕西广播电视台的蓬勃发展，现有播出系统已不能满足业务的需要，在本次高清化改造项目中，我们将为陕西广电建设 7 个高清频道播出控制系统，与现有的 3 个高清频道并行播出。

台内现有整备系统及 3 个频道高清播出系统均为大洋建设，新建播出系统将与大洋全台整备系统实现无缝对接，自适应匹配全台文件备播系统内节目代码和播出节目形态等信息。

本次建设的内容包括频道播出控制系统、显示监看系统等。根据台内业务需求，播出系统将承担全台架构下各个生产系统的内容发布，主要包括：播出子系统、备播系统、播出编单系统、上载系统、技审系统、业务数据子系统、基础支撑平台等子系统。

本次项目中新建的监控系统，主要对新建 7 个高清频道信号进行监控，同时整合现有监控系统进行统一管控，对信号监控、信号监录，对播出信号进行监录回放的功能。

北京电视台播出高清化改造



北京电视台作为中国最具影响力和竞争力的主流媒体之一，一直以来在频道数量、节目制作能力、技术水平、经营创收等方面均处于领先地位。随着北京电视台各项业务的不断发展，新频道不断增加，卫视、体育等频道陆续实现高标清同播，建设一套完整的第三信号源播出系统变得尤为重要。

第三信号源播出系统旨在为主播出系统提供安全、稳定且独立于主备信号源存在的第三路信号选择。系统能独立完成节目单接收、节目整备及节目图文化播出功能。具备安全保障能力，能与主系统实现节目播出与播出控制的联动。

本次建设的第三信号源播出系统采用当前最新的 ALL IN ONE 一体化播出模式，集成化的系统建设思路，使其更加简洁和易维护。在服务器设计上，采用大洋红桥 8 代板卡 VIPS 服务器，单服务器可在 ALL IN ONE 模式下最高可同时支持 2 路高清信号输入及 4 路高清、4 路标清下变换信号的同时播出。

中科大洋作为泛传媒产业技术服务商，与广大用户经历了从模拟到数字的时代变革，从过去

的标清到高清再到今天的 4K 超高清，收获了大量用户的信任与青睐。尤其是在播出方面，有着多年的技术积累和应用经验。此次承建北京电视台、河北广播电视台、陕西广播电视台高清化改造项目，将让广大观众在电视机前看到更清晰的画面，体验到全新的视觉享受。

5. “星光”熠熠 40 年

还记得 10 年前北京奥运会开闭幕式上那绚烂的灯光吗？还记得北京 APEC 会议迎宾晚会前靓丽的“灯光红毯”吗？这些呈现在全世界面前的灯光艺术，都出自北京市大兴区一家民营企业——北京星光影视设备科技股份有限公司（以下简称“星光”）之手。

从一家生产照相器材的“作坊式”小企业到可提供文化产业装备系统集成与文化产业综合配套服务的“一站式”综合提供商，星光用了 40 年。

从副业到主业

在北京星光影视设备科技股份有限公司创始人、董事长陈瑞福看来，星光今天拥有的一切都源自一个梦想——“让家家户户丰衣足食，过上好日子”。

改革开放前，陈瑞福所在的西红门九队一直顶着贫穷的“帽子”。为让大家过上好日子，当时还不到 30 岁的陈瑞福在生产队长的支持下，领着几位村民搞副业——编大筐。陈瑞福回忆说，材料问题最好解决，马路边有那么多槐树，简单处理成条状就能用；场地问题也难不倒他，挖个地窖子在里面干就行了。至于其他材料，就只能靠自己的好人缘赊欠了。就这样，没用队里 1 分钱，陈瑞福愣是领着大伙把副业干起来了。

除了编大筐，陈瑞福还带领副业组尝试生产保温瓦。年底结算时，编筐和保温瓦加起来收入竟高达七八万元，这在上世纪 70 年代末绝对算得上天文数字了。九队的村民第一次拿到了“分红”。

改革开放的春风吹来，通过搞副业尝到甜头的陈瑞福异常兴奋。“那时，我对照相产生了兴趣。相机是高科技，咱搞不了，但照相灯具可以搞呀！”陈瑞福说，当他发现许多照相馆都缺少灯具时便立即决定，创办西红门九队照相器材厂。

资金、厂房、设备、人才……几乎什么都缺，陈瑞福就沉下心来一项项解决。没有厂房，就向生产队托儿所借了两间房；最初的“创业团队”包括一位磨官、一位电工、一位拖拉机手，还有一位是赶马车的，加上他一共 5 个人；工具奇缺，谁家有什么用得上的就先拿来，大型设备再想办法；没有技术，就“泡”在国营工厂里“偷师”，学多少算多少……

产品生产出来了，销售又成了问题。陈瑞福的儿子、星光影视园总经理陈洋说，那时候印象最深的事情就是父亲常常扛着器材，坐着公共汽车去城里推销产品。“当年的交通可不像今天这么便利，动不动就要转好几次车，单程花 2 个多小时是常事。”

在外出推销的过程中，陈瑞福逐渐意识到品牌的重要性。“北京大兴西红门九队照相器材厂不好记，得想个响亮的名字。”陈瑞福说，“大家集思广益的结果就是‘星光’。虽然星光的光芒比不上日月，但再微弱的光也是我们自己发出来的。”自此，西红门九队照相器

材厂正式更名为“星光照相器材厂”。

几年过去了，星光的产品销路迅速打开，产品供不应求，并在与国营大厂的竞争中脱颖而出。但是，星光人并没有就此止步。在他们看来，企业要想持续健康发展必须有长远的目标，是时候向更精细、更专业、更高端的领域迈进了。

从外行到内行

从照相灯具到影视行业专用的灯光照明设备，星光实现了第一次“质的飞跃”。引领它实现这次飞跃的除了陈瑞福，还有一个人——赵铭。

上世纪80年代，随着照相技术的进步，相纸逐渐由黑白变为彩色，彩色电视机也慢慢走进了大众视野。无论是摄影还是摄像都对灯光提出了更高的要求——显色性要好、色温要正确。

陈瑞福坦言，这些知识对于当时的自己来说太专业了。为此，他专门跑到光学仪器厂，凭着“软磨硬泡”的本事打动了好几位专业工程师，向他们学习请教。

也是在这个过程中，他偶然了解到，中国照相馆已经用上了一款名为“650 高色温灯”的彩色照明灯具，其研发者是就职于北京电光源研究所的赵铭。

“当时《北京晚报》上发表了一篇文章专门介绍这一研究成果，标题是《赵铭与照明》。”陈瑞福至今依然记忆犹新。

陈瑞福决定拜访赵铭。他四处打听，找到了赵铭的家。前两次拜访，赵铭拒而不见。第三次倒是见到本人了，不过对方直接以“没时间”为理由拒绝了。当陈瑞福第四次找到赵铭时，赵铭真的惊讶了，“看来得想个办法让他知难而退”。于是，赵铭拿了一台进口灯问陈瑞福：“这个灯你能做吗？需要多长时间？”陈瑞福思考了一会儿，然后说，“3个月”。

回到星光后，陈瑞福拿着借来的灯具左思右想，怎么能给赵铭交出一份满意的答卷？他深知，自己没掌握核心技术，想在短时间内将其攻克是天方夜谭。不过，他也有自己的“小技巧”，那就是请一位铁匠，照着原产品做了一个一模一样的灯壳，罩在核心部件外面，来了个“偷梁换柱”。

当陈瑞福拿着自己“加工”好的灯具来到电光源研究所，赵铭惊呆了。尽管赵铭很快就发现了这个“小技巧”，但也不得不承认，自己被这家乡镇企业的决心与韧性打动了。就这样，抱着试试看的心里，赵铭成了星光的“星期日工程师”。

陈瑞福清楚，星光要想发展，必须要集聚人才。赵铭的加盟让星光的业务能力发生了翻天覆地的变化，新产品很快研发出来，并受到业内好评。赵铭还利用自己在业界的影响，将星光生产的灯具逐渐推广到影视行业。

正是这种求贤若渴的态度让星光迅速网罗了一大批能人，其中不仅有工程师，还有专业管理者。

在采访中，记者惊奇地发现，星光在不到 40 年的时间里，光厂长就换了 11 任，基本三四年就一换。这是出于什么样的考虑呢？

“这说明星光随着时代发展不断进步。”陈瑞福寥寥数语就回答了记者的疑问，“星光第一任生产厂长是西红门当地的农民。当时的员工也都是农民，农民管农民好沟通。不过，当企业发展壮大，继续这样就不行了”。

在吸引人才的同时，陈瑞福也抓住一切机会提升自己。1989 年 4 月份，北京广播学院开办第一届“电视照明专业证书班”。由于当时国内没有灯光专业，教育经费也不足，举办者找到陈瑞福，希望他能给予支持。陈瑞福当场表示，经费不是问题，不过有一个条件，那就是允许他也参加培训。

灯光照明不仅是一门技术，更是一门艺术。系统学习让陈瑞福意识到，培养专业人才对行业的良性发展是多么重要。他与原北京广播学院（中国传媒大学前身）相关负责人商量，能否开办灯光专业。刚好对方也有这个想法，只是苦于资金无法落实。双方一拍即合，陈瑞福当即拍板出资 100 万元，为学校建起了演播室。

在双方的共同努力下，1994 年北京广播学院创办了第一个面向全国招生的灯光专业大专班。1997 年，大专班扩展为学制 4 年的光线造型专业本科班，培养了一大批行业急需的专门人才。不少学生甚至还未毕业就被相关企业、单位争抢一空。

一家企业催生出一个专业，这让陈瑞福尤感自豪。

从产品到服务

“如果说上世纪 80 年代是乡镇企业全面开花的时期，那么到了 90 年代，乡镇企业的日子就不那么好过了。”回顾历史，陈瑞福很是感慨：“情况好的时候，我们也没少铺摊子，结果就是负担越来越重，转企改制迫在眉睫。”

经过一系列改制，到 1999 年底，星光转变为股份制公司。更重要的是，以产权明晰为核心的改制工作为星光留住人才打下了坚实基础，能者多劳、多劳多得的制度得以固定下来。从那一刻起，轻装上阵的星光真正走上了发展“快车道”。

在陈瑞福看来，认真做产品、诚信做市场，把市场需要和企业发展结合起来是星光的成功之道。“我们始终围绕影视这一核心业务板块，心无旁骛。”陈瑞福自豪地说，这是他的情结所在。

从光电系统所需设备到转播车、卫星车、通讯车，再到提供完整的制播服务，星光的道路越走越宽广。

“新世纪之初，星光兴建第一座办公大楼时，设计了一个 600 平方米的演播室，准备作为‘样板间’，让客户了解演播室的整体设计和星光的产品。”陈瑞福介绍说，没想到“样板间”还未完工，湖南台就想租用其拍摄电视剧《还珠格格》，不过最终还是因为时间问题

作罢了。

这次“不成功的合作”让陈瑞福看到了机会，“制播分离渐成趋势，电视制作市场也在发生变化，这正是拓展业务的好时机”。于是，星光立即新建了两个演播室，分别为 1200 平方米和 550 平方米。演播室刚刚建好，央视的《幸运 52》《非常 6+1》《开心辞典》《梦想中国》等栏目就相继落户。3 个演播室长期处于饱和状态。

入驻的节目组多了，工作人员的食宿问题自然也提上了日程。于是，星光梅地亚酒店也顺理成章地开张了。“现在，来我们这儿录制节目也可以‘拎包入住’了。只要带着创意来，其他事情星光全都能解决。”陈洋说。

在星光上下，开拓精神体现得淋漓尽致。在北京奥运会期间，星光不仅拿下了开闭幕式灯光与吊挂、祥云剧场舞台、水立方灯光照明工程、鸟巢外景照明工程等近 20 工程项目，而且还承接了开幕式活字模演出道具的设计生产。

北京星光影视设备科技股份有限公司总工程师甄何平说：“这个项目压力最大。导演组要求极高，每块活字模大小是 0.75m×0.75m，每块之间间隙不超过 5 厘米，升降幅度要达到 5 米，每秒举 4 次还不能相互磕碰。”甄何平坦言，最困难时他们也曾萌生退意，但强烈的责任感还是让他们坚持了下来。“这不是一个普通的合作项目，而是一次历史性机遇，是科技人员用自己的技能诠释科技奥运的最好方式，是展示国家形象的机会，我们咬牙也要做下来。”

凭借在奥运舞台上留下的良好声誉，星光在随后举办的上海世博会上又承接了城市未来馆的所有声光电工程，还研制出北京 APEC 会议迎宾环节的“灯光红毯”。凭借这一惊艳的创意，星光在“APEC 之夜”再一次大放异彩。

星光的脚步还不局限于此。结合国家大力发展文化旅游的时代背景，星光把业务拓展到了实景演出领域，先后打造出武夷山的《印象大红袍》、舟山的《印象普陀》、武隆的《印象武隆》、黄山的《宏村·阿菊》等项目。星光提供的声、光、电等多媒体技术以及多元化舞台效果，让各地的美景、文化更加亮丽多彩。

“星光能一直稳步向前，关键在于能够紧跟市场需求与趋势随时调整自己。做企业不能老想着‘今天干什么’，要时常想想‘明天干什么’。国家在发展，市场在变化，企业也要跟上时代的步伐。”陈瑞福说。

6. 广东华晨影视舞台专业工程有限公司通过 ISO 扩大审核认证

2018 年 11 月，我司顺利通过 ISO 审核组专家对公司的质量管理体系环境管理体系和职业健康管理体系进行了年度监督审核。审核组依据 GB/T19001:2008 体系文件和标准要求，对公司各单位、各部门就各自职责范围内体系的运行情况进行了详细的审核，对公司在质量管理方面取得的成绩给予了充分肯定。审核组认为，公司管理层、部门领导对质量管理体系的运行情况十分重视，有充足的设备和人力资源投入，管理基础比较扎实，管理体系自身的监视、改进和控制机制得到了较好的实施。对在内审中发现的问题，相关责任部门能分析原因，采取措施，进行自我完善和自我改进，产品的实体质量良好，没有顾客投诉。借助此

次外审的契机，公司将依据 GB/T19001:2008 质量管理体系标准对现行的质量体系文件以及管理规定进行全面梳理和及时更新，认真做好质量管理体系文件的升级工作，不断推动公司质量管理体系的持续改进工作。

7. 熊猫制造奋力冲刺全年目标任务，以市场需求为导向 主动适应积极作为

熊猫电子 2018 年 11 月 26 日

今年以来，面对国际贸易形势严峻以及行业内竞争日益激烈的局面，熊猫制造以高质量发展为指引，以科研创新为驱动，对内深化精益管理，对外拓展新业务，发掘新客户，充分发挥经营单位的协同优势，推进公司全面发展。当前，该产业公司开足马力，有序推进各项工作，奋力冲刺全年目标任务。

进入四季度以来，该产业公司精心组织生产，确保目标任务实现。电子制造中心的主要项目熊猫液晶模组、LG 显示器及笔记本、爱立信的产品生产陆续进入旺季，生产线体满负荷运转，员工加班加点全力满足客户需求。中电熊猫成都液晶项目进入批量生产阶段，现每月向其供应约 100 万片液晶模组板，新购置的两条高速贴片机仅用一周时间就完成了设备的安装与调试，近期投入正式生产。

在新客户新产品方面，该产业公司加强对市场的关注和预判，重点推进以自主研发为主的小天鹅高端品牌比佛利洗衣机项目，由电子制造中心提供主板，华格公司提供外壳注塑件及组装的触控显示总成的顺利量产，标志着公司正式进军白色家电领域，为公司加快产业升级，形成 EMS 全产业链融合迈出了坚实的步伐。汽车电子导航新产品上有新突破，先后通过北汽、五菱、大众等车企的第三方审查，前期各类验证均已通过，开始批量供货。华格公司玻璃钢新产品攻克了 Nokia 项目的新技术指标，完成了 UL94-V0 阻燃的要求；挤塑类产品在新工艺改善方面成效显著，通过对工艺布局、回料设计等方面的改进，实现了宽度 650mm 空腔玻璃钢天线罩的单班产出由 125m 提高到 195m，产能升幅达 56%。与此同时，精益生产的重点项目智能化仓储管理模式取得较大进展，依托新上线的 WMS 系统，结合数字识别、条码等技术，建立了一体化完善的仓库管理，并在工作中贯彻实施“两化融合”体系，顺利完成外部专家审核，预计 12 月中旬能取得“两化融合”贯标的体系认证证书，向着智能化工厂建设再迈出坚实一步。

8. 国科微与中国长城、中电港签署合作协议，共同推进国产存储品牌发展

2018 年 11 月 29 日

11 月 28 日，2018 中国（长沙）网络安全·智能制造大会网络安全主题峰会在长沙国际会展中心隆重举行。峰会上，湖南国科微电子股份有限公司（以下简称国科微）与中国长城科技集团股份有限公司（以下简称中国长城）、深圳中电国际信息科技有限公司（以下简称中电港）签署战略合作协议，三方将充分发挥各自资源优势，实现存储核心技术突破，全力打造国产存储品牌。

中央网信办副主任刘烈宏，湖南省委常委、省委宣传部长蔡振红，中国电子信息产业集团有限公司董事长芮晓武等领导出席峰会并见证签约仪式。中国长城高级副总裁周庚申，国科微副总经理、CTO 周士兵，中电港执行董事周继国分别代表企业在协议上签字。根据协议，三方将围绕“长城”、“国科微”存储品牌在存储核心技术研发与市场等方面展开深度合作，通过共同制定产品研发规划、建立市场资源共享机制等方式，共同推进国产存储品牌的发展。

国科微是国家规划布局内的集成电路设计企业，掌握固态存储安全的核心技术，优势明显。中国长城、中电港是网络安全和信息化产业的领先企业，以网络安全作为核心主业和核心能力。三方企业积极贯彻国家信息安全战略，立足现有优势和特色，在相关领域及市场发挥其核心竞争力，合作前景广阔。

当前，信息安全已提升到国家战略高度，存储领域是信息安全的战略重地。此次战略合作协议的签订实现了集成电路存储领域产业链的上下联动、协同发展，通过产业链引导来满足更多规模的应用，具有典型示范作用，对积极构建良好产业生态，提升产业价值，实现信息安全产业创新发展具有重要意义。

（本期结束）