

广电行业综合信息

2018 年第 07 期（总第 84 期）

中国广播电视设备工业协会

2018 年 08 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) 法国观众依然珍视地面数字电视.....	4
(2) 云南省丽江市圆满完成中央广播电视节目无线数字化覆盖补点工程塔桅建设任务.....	4
2. 移动电视及 CMMB.....	5
3. 直播星和户户通、村村通.....	5
(1) 如何做好广电行业扶贫? 山东广电局全力落实这三项工作.....	5
(2) 贞丰县: 多彩贵州“广电云”户户用工程助力脱贫攻坚.....	8
(3) 河南推行“小广播户户有大喇叭村村响”工程.....	9
4. 有线电视.....	10
(1) HBBTV 运营商应用规范介绍 (2)	10
(2) 山西省昔阳县农村有线广播电视网络全覆盖工程正式启动.....	14
(3) 惠民让利于民 山东滨州有线电视覆盖率提高 40%.....	14
(4) 电广传媒“陨落”记: 有线电视业务掉队 疯狂并购现隐患.....	15
(5) 除了“保用户、促增长”, 下半年各地广电网络公司工作重点是什么.....	19
(6) 广电总局副局长张宏森到全国有线电视网络互联互通平台调研.....	22
(7) 中国广电网络用户增长的最后一搏.....	23
5. 前端、制作与信源.....	25
(1) 浙江广电集团 32 讯道 4K/HD IP 转播车震撼来袭.....	25
(2) 央视:发布 4K 超高清电视节目制播技术规范.....	28
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	29
(1) 2017 年亚洲电视、电影、在线视频内容预算超过 100 亿美元.....	29
(2) 我国家庭电视收视用户达 4.47 亿户 OTT 终端保有量达 2.4 亿台.....	29
(3) 2018 下半年彩电行业如何面对挑战加剧.....	31
7. 新媒体.....	33
(1) 直播融合短视频短期难实现 分庭对抗或许是常态.....	33
(2) 【聚焦】电视淘宝趋势来临, 不“剁手”有点难.....	35
(3) 5G 和下一代电视: 时机或技术? 这两个标准是竞争还是互补.....	37
8. 媒体融合.....	39
(1) 湖南广播电视台经视频道: 融合创新探出了一条新路.....	39
(2) 浙江广电集团与青田传媒集团举行融媒体中心建设签约仪式.....	40
(3) 工信部:2018 上半年净增 2002 万 IPTV 用户总数达 1.42 亿户.....	41
(4) 陕西电信 IPTV 医疗栏目上线.....	45
9. 虚拟现实/增强现实 (VR/AR) 技术.....	46
(1) CTA 公布 AR/VR 标准术语.....	46
(2) 4K VR 新媒体各路诸侯大战世界杯.....	46
10. 国际动态.....	50
(1) 美国有线和电信运营商转向全 IP 视频服务.....	50
(2) 电视流媒体服务已经超越了付费电视.....	50

(3) 沃尔玛计划推出流媒体视频服务, 与 Netflix、亚马逊争流量.....	51
11. 走向海外.....	52
(二)、重要政策进展.....	52
1. 三网融合.....	52
(1) 小米与移动达成战略合作 未来物联网将成小米主攻方向.....	52
(2) 浅析三网融合下广电网络宽带发展.....	55
2. 宽带中国.....	57
(1) IPv6 成中国争夺网络主权的关键弯道 国家助推部署提速.....	57
3. 相关政策法规.....	58
(1) 国家税务总局: 各级税务机关加强影视行业税收征管.....	58
(2) 四部委专项整治网络转载、短视频、动漫等重点领域.....	59
(3) 广电总局: 避免与视频网站同质化竞争 将广电网络打造成“辞海”和“谷歌”.....	60
4. 与广电相关的标准.....	61
(1) 总局批准发布《智能电视操作系统 第3部分》等五项行业标准.....	61
(2) 广播电视设备器材入网认定管理办法.....	62
5. 广电行业动态与分析.....	65
(1) 集客峰会、广电传媒产业论坛相继举行, 这些行业趋势你必须了解一下.....	65
(2) 未来广电业不会倒下! 融合创新是关键.....	67
(3) 节目创新创优和媒体融合怎么做? 广电总局局长聂辰席为你“划重点”.....	71
(三)、领导讲话.....	72
1. 在第四届中非媒体合作论坛开幕式上的致辞.....	72
二、会员企业信息.....	74
1. 北电科林电子有限公司 收到一封来自山东省公安厅的感谢信.....	74
2. 北京北广科技股份有限公司召开“2018年中波技术交流会”.....	75
3. 新奥特助力山西广播电视台, 持续开拓媒体融合创新之路.....	76
4. 星光获新资质.....	78
5. 双喜临门, 大洋连续中标太仓、泉州两大地市级融媒体项目.....	79
6. “熊猫”盛装参加中国国际机器人展.....	81
7. 路通视信亮相 ANGACOM2018 德国科隆通信展.....	81
8. 远东通信荣膺河北省战略性新兴产业“双百强”企业称号.....	82
9. 国科微荣获“十大闪存控制器企业”荣誉称号.....	82

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) 法国观众依然珍视地面数字电视

2018-07-09 |

根据 IFOP 为传输服务提供商 TDF 整理的统计数据，约 68%的法国人口通过电视机或地面数字电视机顶盒观看地面数字电视（DTT）。

约 34%的受访者称 DTT 是其在家中主屏上观看电视的首要方式，不使用混合 IPTV 盒。此外，29%的受访者称他们订购一个 ADSL 或光纤电视产品，但连接他们的电视机或机顶盒到了地面天线。



其余的 5%受访者连接家中第二台电视机到 DTT。

在 ADSL 宽带用户中，约 61%连接他们的机顶盒或电视机到地面天线，而 55%的光纤宽带用户亦是如此。

DTT 用户认为使用简单、可靠以及 DTT 免费和频道数是使用此服务的理由。服务免费是选择 DTT 的主要动机。

约 62%受访者称能够通过家中天线收看电视很重要，甚至 18-24 岁者也这样认为。

(2) 云南省丽江市圆满完成中央广播电视节目无线数字化覆盖补点工程塔桅建设任务

2018-07-10 09:59

丽江市中央广播电视节目无线数字化覆盖补点工程涉及 40 座无线发射台站建设任务，需新建 40 座 25 米发射铁塔，建设规模在云南省各州市中位列第四位。丽江市、县两级新闻出版广电部门高度重视，紧紧抓住工程建设的控制性项目，积极协调做好铁塔建设用地和政策宣讲工作，全力配合河北亿鑫通讯设备有限公司和铁塔建设监理单位，克服雨季施工等实际困难，于 2018 年 7 月 5 日圆满完成 40 座铁塔基础施工和塔桅架设任务，为下一步设备安装调试奠定了坚实基础。

2. 移动电视及 CMMB

(本期无)

3. 直播星和户户通、村村通

(1) 如何做好广电行业扶贫？山东广电局全力落实这三项工作

2018-07-10 10:15

日前，山东省新闻出版广电局局长司安民在介绍采访时表示，目前山东省广播电视户户通扶贫的基础性工作已大部分完成。截至今年5月底，省定贫困村还有16个村没有通有线电视。今后几个月，将推动实现省定贫困村100%通有线电视，让127万户建档立卡贫困户都能免费看上电视。

以下为采访内容：

山东省政府网：司局长您好。目前全省正在扎实推进精准扶贫，坚决打赢脱贫攻坚战。广播电视户户通是全省脱贫攻坚任务的重要方面，请您介绍一下广播电视户户通扶贫工作的具体内容。



山东省新闻出版广电局局长司安民：党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把脱贫攻坚摆上治国理政的突出位置，打赢了脱贫攻坚战，推动我国农业农村发生了历史性跨越和巨变。省委、省政府坚决落实中央决策部署，狠抓脱贫攻坚任务落实，出台了《关于贯彻落实中央扶贫开发工作部署坚决打赢脱贫攻坚战的意见》，制定实施了《全省脱贫攻坚1+N专项实施方案》。按照要求，广播电视系统在脱贫攻坚工作中，主要承担广播电视户户通的任务，重点包括两个方面：一是实现8654个省定扶贫工作重点村通达有线电视，二是兜底保障全省1275105户建档立卡贫困户看上电视。广播电视能够及时把党和政府的声音传递到千家万户，能有效地传播主流价值观念和科学文化知识，对提高贫困群众自我发展能力、实现全面脱贫具有重要意义。落实好看电视、听广播这一国家确定的基本公共文化服务项目，维护好建档立卡贫困户看电视、听广播的文化权益，是全省脱贫攻坚的重要方面，也是全省广播电视系统责无旁贷的重要工作任务。

广播电视户户通以广播电视信号通达为标准，具体分为有线电视接入、无线数字电视接收、直播卫星电视接收三种方式。建档立卡贫困户根据信号通达情况，按照自己意愿选择接收方式。当所有贫困户最少具备其中一种方式，即为实现户户通。省新闻出版广电局坚决落实中央部署和省委、省政府要求，对做好广播电视户户通扶贫工作高度重视。早在2016年，就专门制定了《全省广播电视户户通扶贫工作推进方案》和“十三五”时期行业扶贫规划，

召开了全省广播电视户户通扶贫工作会议，对做好这项工作作出了安排部署。三年来，省、市、县三级做了大量工作。比如，2016年利用中央财政扶持资金1.6亿元，完成了中央广播电视节目无线数字化覆盖工程，为群众免费提供16套无线数字电视节目，受到群众广泛欢迎。协调山东广电网络有限公司，积极推进全省7005个省定扶贫工作重点村和2017年补充增加的1649个省定扶贫工作重点村有线电视村村通工作，有线电视通村率超过99%，无线数字电视覆盖率接近80%。可以说，目前全省广播电视户户通扶贫的基础性工作已大部分完成。据统计，截至今年5月底，省定贫困村还有16个村没有通有线电视；还有少部分建档立卡贫困户没能看上电视，有的虽然已经看上电视，但还没有享受到优惠政策。今后几个月，我们将下大力气，加快进度，推动实现省定贫困村100%通有线电视，让127万户建档立卡贫困户都能免费看上电视，坚决把省委、省政府交给的脱贫攻坚任务完成好、落实好。

山东省政府网：今年是我省基本完成脱贫攻坚任务的关键一年，请问广播电视部门采取了哪些措施，对贫困群众来说，推出了哪些优惠政策？

山东省新闻出版广电局局长司安民：今年是完成脱贫攻坚任务的重要节点年。为推动全省广电行业扶贫工作深入开展，今年年初，我们利用两个多月的时间，按照精准到村、精准到户的要求，到各市、县开展问卷调查，分成若干组进村入户实地查看，共走访18个县、32个村、近80家贫困户，广泛获取基础数据资料，全面了解全省广播电视户户通工作进展情况，精准掌握群众需求。在调查研究的基础上，我们积极与有关部门沟通协调，制定出台了《关于进一步推进全省电视户户通扶贫工作的意见》，落实了资金补贴政策，明确将广播电视户户通扶贫纳入地方公共文化服务体系建设资金保障范围，为全面完成脱贫攻坚任务提供了有力保障。

同时，我们又研究制定了《关于进一步推进全省广播电视行业扶贫工作的实施方案》，于5月中旬再次召开全省广播电视行业扶贫工作会议，对做好行业扶贫工作进行了安排部署，进一步明确了任务，压实了责任。目前，正在全力做好以下三项工作：

一是扎实推进有线电视村村通。现在看电视有多种方式，如有线电视、IPTV、网络电视等，但有线电视在节目源丰富程度、传输信号质量方面，有着特殊优势。我们通过调查也发现，群众对有线电视更容易接受，而且贫困村有线覆盖已经达到99%以上，有了较为扎实的工作基础。省定贫困村100%通达有线电视，是今年广播电视行业扶贫的重点。全省广播电视行业扶贫工作会议召开后，我们协调各有关方面，认真制定工作计划，逐村推进落实，预计这项任务8月份就能完成。为确保贫困户都能免费看上有线电视，我们制定了有线电视优惠政策，对全省新装有线电视的贫困户，免除有线电视初装费。在收视费方面，实行政府补贴、企业让利的办法，让贫困户免费看上有线电视。具体做法是，广电网络公司提供不少于70套节目、收视费约每年180元的套餐，对建档立卡贫困户减免90元，各地再从扶贫资金或公共文化专项资金中补贴90元，连续补贴到2020年。今年，针对未脱贫的建档立卡贫困户，省财政专门落实了800万元的补助资金。

二是扩大无线数字电视覆盖。中央广播电视节目无线数字化覆盖工程，是国家确定的重要公共文化服务项目。2016年，我省全面完成了106个台站的建设任务，成功覆盖了全省近80%的贫困人口。由于信号质量高、画面清晰稳定，没有后续费用，受到群众的普遍欢迎。但在一些山区和地形特殊的地方，还存在无线信号覆盖“盲区”。为进一步扩大无线数字信号覆盖，我们决定建设15个补点站，9月底前将全面完成。为让贫困群众能够更好地收看节目，在有线电视不能通达的地方，我们决定向建档立卡贫困户赠送部分无线数字机顶盒。经测算，大致比例是未脱贫建档立卡贫困户的5%，已脱贫仍享受政策贫困户的1%，共计约1.7万套。目前，我们正在安排各市、县制定分配方案，认真做好按比例赠送无线数字电视机顶盒工作。

三是提供直播卫星接收服务。在有线电视信号未通达、无线数字电视信号不能良好覆盖

的区域，如果专门实施无线覆盖补点工程或通达有线电视成本过大、不够经济，我们将按照国家广播电视总局有关规定，为贫困户提供直播卫星接收服务。这是一种补充方式，主要针对整村搬迁、零星散户等特殊情况。

总的来说，就是要统筹有线、无线、卫星三种方式，以有线为主，全面实现建档立卡贫困户户户通。具体工作中，将尊重贫困户意见和实际情况，按照群众意愿选择接收方式，做到因村、因户施策，做到政策深入人心，方法切合实际。为把以上措施落到实处，我们要求市、县广电行政部门认真开展精准调研，进一步摸清情况，特别是把群众的需求了解清楚，包括他们的收视意愿、对收视费的要求，等等。在此基础上，积极与当地扶贫办、财政等部门对接，争取资金、政策支持，整合利用各类资源，为完成广播电视户户通任务注入更大动力。

山东省政府网：实现广播电视户户通，时间紧、任务重，群众也十分关切，请问下一步将如何推进？

山东省新闻出版广电局局长司安民：根据省委、省政府统一安排，全省广播电视系统要在2018年基本完成脱贫攻坚任务。经认真研究、综合考虑，我们总的安排是，今年9月底前基本完成广播电视户户通扶贫任务，第四季度根据实际情况查漏补缺，确保高质量完成。广播电视户户通与其他行业扶贫不同，广播电视信号通达相对比较容易，而且基本上不存在过多的调整、维修、维护等问题，9月底完成是有保证的。但毕竟时间已经不多，剩下的都是最难啃的“硬骨头”，需要我们以高度的紧迫感，倒排工期、挂图作战，以时不我待的精神，加快工程进度，确保按期完成任务。

大体上讲，广播电视户户通扶贫工作分为三个阶段推进。第一阶段是5—6月份，为动员部署阶段，主要任务是研究制定为贫困户提供有线电视服务、赠送无线数字电视机顶盒或直播卫星接收设备等具体工作方案，加大宣传力度，对有关工作进行部署安排。目前这一阶段任务已基本完成。第二阶段是6—8月份，为任务攻坚阶段，主要任务是全面完成省定扶贫工作重点村有线电视任务，落实有线电视优惠减免政策措施，为贫困户安装并开通有线电视。截至6月底，省广电网络有限公司已在进一步核实贫困户数据基础上，新安装贫困户有线电视15937户。同时，还要依托各地广播电视台及无线数字电视机顶盒生产销售企业，向贫困户发放无线数字电视机顶盒，在相关县设立服务站、重点扶贫乡镇设立服务网点，组建服务网络。第三阶段是9月份，为验收提升阶段，主要是会同扶贫办，对贫困户享受优惠政策情况进行检查。另外还要委托第三方调查机构，对各地广电行业扶贫任务完成情况进行抽查，评估广电行业扶贫效果，对发现的问题提出整改意见，督促相关部门限期整改。

推进广播电视行业扶贫任务，关键在市、县。我们要求各市、县广电行政部门把广播电视户户通作为“一把手”工程，成立领导小组，主要领导亲自抓，分管领导靠上抓，全力做好服务、汇报、争取等各方面工作。为抓好督促指导工作，我们成立了推进广播电视行业扶贫工作领导小组，专门制定了督导方案。一是开展领导包干实地督导。实行局领导分工包片、联系市县制度，每一位局领导对口联络2个市，每月至少开展一次现场督导，督促各地加快工作开展。对任务较重的市，采取不打招呼、随机抽查、跟踪调查等方式，开展明查暗访督导，真正做到一抓到底，不达目的不罢休。二是实行周报、月报制度。各市每周填写工作情况汇总表，每月底形成书面工作进展情况报告。适时召开专题工作会议，听取各市、有关单位扶贫工作进展情况，研究下一步工作方案。三是定期通报情况。每月编制两期以上工作简报，通报各市工作进展情况。对重视程度不够、落实责任不积极，以及工作推进不利、存在较大问题的市、县和单位，在全省范围通报批评并责令说明情况。四是开展第三方评估。聘请第三方调查评估机构，集中力量、集中时间，对省定20个扶贫工作重点县工作成效进行考核评估，形成科学细致的评估报告。对工作完成好的将进行表扬，对工作推进不力、不能如期完成的提出批评；对工作力度不大、进展缓慢、完不成任务、拖全省“后腿”的，三年

内取消评奖评优资格，按照扶贫领域作风问题专项治理有关规定，向当地党委政府提出问责建议。

广播电视户户通是一项重要民生工程、民心工程，必须始终严守纪律规矩，努力办成廉洁工程、阳光工程。我们将督促各市、县加强资金使用管理，坚决防止挤占、截留、挪用等问题，做到使用规范有序、账目清楚明白。在赠送设备、减免费用过程中，我们要求各县市提高工作标准、严格工作程序，注重加强公开、公示和监督，确保每一项工作、每一个环节都经得起监督和检验。同时，我们还要求党员干部做实功、求实效，尊重群众意愿，满怀真情服务，千方百计解决好贫困群众看电视难题，真正把这项好事办实、办好，办得群众满意。

山东省政府网：可以看到，为了实现广播电视户户通，全省广播电视系统做出了很大努力。下一步，我们将采取哪些措施，让广大群众能够充分了解、积极参与我们的工作？

山东省新闻出版广电局局长司安民：广播电视户户通关系众多贫困户的切身利益，关系到贫困群众的文化权益，我们既要实施好，还要宣传好，不断提高群众对这项工作的知晓度、参与度、满意度。为此，我们专门制定了《全省广播电视行业扶贫宣传工作方案》，对做好广播电视行业扶贫宣传工作做出了安排，重点是向基层党委、政府、扶贫部门和贫困群众，多层次、多形式、全方位宣传广电行业扶贫政策和推进措施。在省级层面，我们将积极协调报纸、电视、网络等媒体，利用相关专栏、专版、专题，广泛宣传广电行业扶贫优惠政策，不断扩大社会影响。在市、县层面，一是通过当地各类媒体，发挥贴近当地、贴近实际的优势，加大宣传频次、宣传力度，广泛宣传有线电视通村情况、减免措施，以及无线数字信号覆盖情况、购买或免费领取机顶盒的条件渠道，包括电视机、机顶盒怎么使用等，让当地群众广泛知晓我们的惠民政策。二是积极到社区广场、村镇大集等场所，开展形式多样、内容丰富的政策咨询活动，向群众免费发放宣传单，举办现场答疑、宣传讲解等活动。三是专门印制“明白纸”，通过农家书屋、农村公益电影放映等渠道，整合各方面资源，通过基层党委政府、村干部、“第一书记”，及时发放到每村每户，让贫困群众广泛知晓，把优惠政策送上门，既提高我们工作的知晓度，也让老百姓能够充分享受到惠民政策，让他们会用、用好、看好电视。

群众利益无小事，推进广播电视户户通工作责任重大。下一步，我们将切实增强政治意识、责任意识，严格落实省委、省政府部署要求，强化责任担当，狠抓工作落实，尽最大努力满足贫困群众看电视、听广播的需求，切实把广播电视户户通扶贫工作做好、做细、做扎实，为全省完成脱贫攻坚任务做出自己的贡献。

（2）贞丰县：多彩贵州“广电云”户户用工程助力脱贫攻坚

2018-07-13 09:26

贞丰县广电网络公司着力推进网络扶贫行动计划，为易地扶贫搬迁群众和贫困户免费安装“广电云”电视，充分发挥文化在脱贫攻坚中的“扶志”和“扶智”作用，助力脱贫攻坚。

在龙场镇宽舍社区，易地扶贫搬迁户杜道美使用多彩贵州“广电云”户户用，享受政府提供的免费看电视政策，还有通畅的网络保障。

龙场镇宽舍易地扶贫搬迁群众杜道美说：“以前在老家看电视用的是‘小天锅’，那个容易受到天气的影响，现在搬来这里用上这个广电网比较好，效果好多了。”

目前，在龙场镇宽舍易地扶贫安置点，共有 200 多户搬迁户免费用上了“广电云”网络电视，600 多户老百姓都得到了多彩贵州“广电云”户户用工程的免费服务，完成线网入户率达百分之九十五以上。

龙场镇文化服务中心主任廖正坤说：“为了解决易地扶贫搬迁贫困户精准扶贫户的精神文化生活需要，龙场镇政府将密切的配合广电网络公司，抓好二期的安置点的广播电视的入

户安装的前期工作。争取早日把这项工作，落实到千家万户，让老百姓真正的体会到党的政策，得到实惠，丰富他们的精神文化生活的同时，为他们营造一个安居乐业、美好的家园。”

免费使用“广电云”不仅是在龙场宽舍易地扶贫搬迁安置点，在北盘江镇，广大贫困户也用上了又好又快的免费“广电云”，贫困户饶大美家就是把以前的直播卫星“小天锅”，转为多彩贵州广电云“户户用”用户之一。

北盘江镇查耳岩村贫困户饶大美说：“效果很好，今年他们来免费安，看电视不花钱，看到贞丰台，兴义台，安这个方便，年轻子女的回家也方便一点。”

近年来，贞丰县广电网络公司加大线网建设力度及宣传力度，目前十四个乡(镇、街道)已实现线网全覆盖，通过进村入户宣传，真正打通了与老百姓的最后“一公里”，并给贫困户和搬迁户给予政策优惠，不仅解决了广大老百姓、贫困户、搬迁户看电视难的问题，还丰富他们的精神文化生活，充分发挥文化在脱贫攻坚中的“扶志”和“扶智”作用，助力脱贫攻坚。

广电网络公司贞丰分公司副经理何智勇说：“我们现在是全部给免费贫困户和搬迁户安装，政府负责结算，我们这块负责免费安装，免费售后，网络一旦进入乡镇以后，也就通过电商平台尽量让农户自己在家就可以把这些商品，通过网络平台化的方式，直接卖出去，自己也有收入，也是一种脱贫的方式。”

(3) 河南推行“小广播户户有 大喇叭村村响”工程

【慧聪广电网】在河南省叶县的乡村，《致富快车》《我的脱贫故事》等“一揽子”精准扶贫广播节目可以通过村里大喇叭一起听，也可以借助自家小广播“专享”，还可以在手机微信里随时听。

这是叶县正在实施的“小广播户户有，大喇叭村村响”工程带来的便利，也是该县用融媒思路精准扶贫的新举措。在河南省借助小广播大喇叭工程开展脱贫攻坚的还有上蔡、新蔡、洛宁、淮阳4个县。

定制版“小广播”，精准传播助力脱贫

叶县县委书记古松说，叶县今年年底要脱贫摘帽，这是一场不能输的攻坚战。要实现高质量、有尊严的脱贫摘帽，又面对农村青壮劳力大量外出造成“三留守”现象，一些地方受网络噪音干扰、农村群众辨识真伪能力有限，文化层次及接受能力有限使得各种惠民政策、脱贫举措实施缓慢。媒体传播也很难做到全天候、多时段、专门面向农村传播脱贫攻坚信息。怎么办?叶县立足实际，探索用定制版小广播带动脱贫攻坚的新路。

叶县文化广电局党组书记、局长娄毅说，该县依托电台广播，实施“小广播户户有，大喇叭村村响”工程。一方面，立足顶层设计，县里成立了领导小组，明确专门人员推进工程。把定制版小广播直接发放到贫困户，把“大喇叭”向自然村延伸，扩大覆盖半径，消灭收听死角。目前，已发放脱贫攻坚小广播2万部，实现了全覆盖。另一方面，在县广播电台安装总控装置，与贫困户手中的小广播和各村的大喇叭形成一个闭合系统，保证了节目内容的播出安全。同时，把电台脱贫攻坚专题节目植入叶县《屏动昆阳》手机台，以微信链接，实现了“小广播随身听，大喇叭定时听，收音机调频听，手机上点击听，微信圈链接听”的快速覆盖的融媒体新平台。

上蔡县文广新局局长马红旗说，5000只广播音响本月底将在全县范围内安装完毕，小广播覆盖人群大大增加。在新蔡县，不仅安装了350个村大喇叭，还融入科技力量，安装了500只太阳能音柱。

“播的”、“响的”，都是贫困户需要的

“小广播户户有，大喇叭村村响”是基础，更重要的是“播的”“响的”都是贫困户

需要的。

叶县广电的做法是，节目安排上接“天线”，定时转播央视《新闻联播》及央广、河南台的新闻节目；下接“地气”，自办了《晨钟送暖》《扶贫在线》《致富快车》《我们一起奔小康》《扶贫乐事》五大板块和《你有问题我来答》《村里来了贴心人》《我的脱贫故事》《第一书记日志》等 10 多个特色小栏目。叶县小广播为如期脱贫摘帽提供了融媒大平台，也架起了与农村群众的“连心桥”。

在上蔡县，除了开办《脱贫攻坚政策访谈》《脱贫大决战》《道德模范风采录》《政治之声》《以案说法》等，广电人还组织创作以脱贫攻坚任务为内容的小品、歌曲、戏曲节目，丰富传播形式。村民说，自从村里装了大喇叭，许多政策一听广播就明白了，喇叭里说的脱贫标兵都是好样的，有的就在身边，要好好学习。此外，小广播还播出大鼓书《翠萍脱贫》、戏曲小品《扶贫九品芝麻官》等丰富村民文化生活。

淮阳县文广新局局长窦凤祥介绍说，《小康路上不掉队》栏目先后采访播出了 52 个脱贫攻坚的典型，现身讲述脱贫致富的经验，极大地鼓舞了正走在脱贫路上的农民群众的斗志和勇气。小广播还播出了 120 多期《第一书记访谈》，通过采访 46 名驻村第一书记，传播他们助力脱贫的好经验、好做法。

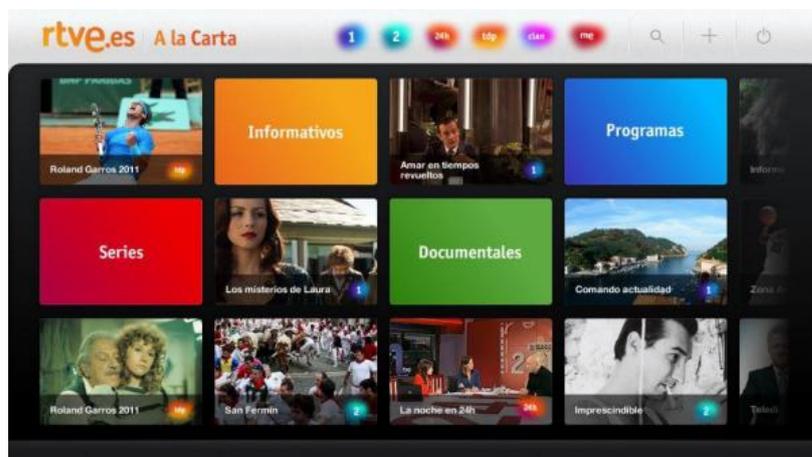
洛宁县广播电视台先后拍摄了《兰兰的小学》《丢丢，丢了？》《蜕变》等多部故事片，在小广播滚动播出，培育乡村新风，也激发驻村书记和帮扶工作人员的工作积极性。

4. 有线电视

(1) HBBTV 运营商应用规范介绍 (2)

2018-07-03 13:47 来源：中广互联独家编译

导言：本系列文章意在通过对 HbbTV 运营商应用(Operator Application)规范做进一步的介绍，以增强国内行业人士对该规范的知。此前，笔者在《欧洲 HbbTV 进一步暂露头角》一文指出：随着该规范在 2018 年 5 月被列入欧洲电信标准化协会 ETSI HBBTV 标准体系，这将对未来欧洲统一的大视频市场起到潜在促进作用。其中，系列 2 文章介绍了规范在用户体验方面的一些关键定义与概念，如：“激活和退出”、UI 与品牌,以及深层次概念。



三、用户体验

该条款是为了描述运营商应用在终端用户的视觉应用情况。它可以被认为是运营商应用的实施指南，并用来指导运营商和设备商双方确立双边协议。

(一)使用运营商应用

1、激活和退出(deactivation)

终端设备提供不同的方法来激活运营商应用。这依赖于如下条件：(1)终端支持的运营商应用的类型;(2)上述运营商应用数量;(3)目标市场需求;(4)终端 UI 模板(paradigms)

表 1、运营商应用典型激活方式

方式	详细描述
永久激活	在终端运行时，运营商定制应用将总是处于激活状态。付费电视服务商的终端设备将采用这种方式。这种方式不会要求（终端提供）任何 UI。
在第一次安装时由用户选择激活	用户选择一个在第一次安装时选择一个运营商应用。这种方法适用于终端设备支持若干个运营商的定制运营商应用。 在此情形下，如果用户将要选择另一个运营商应用将不得不重新恢复出厂设置以退出当前的运营商应用。
作为内容源（source）选择项	终端设备在其内容源选择菜单中增加一个面向运营商应用的入口，这个内容源选择菜单通常会提供“电视（TV）”、“广播（Radio）”、“HDMI”、“个人录像（PVR）”或“应用（Apps）”这样的选择入口。该种方式可能是针对支持一个特定优先应用的终端。 如果用户选择一个不同的内容源，运营商应用会被退出，用户将不得不重新选择才能激活。
将内容源选择与基本设置整合	终端设备的设置菜单提供一个对话框以选择一个运营商应用。只要用户选择了某运营商提供的内容源时（例如，“电视（TV）”或“广播（Radio）”），终端设备将自动选择对应的运营商程序。该种方式针对的终端往往支持若干运营商的优先应用。 用户也可以使用设置菜单以退出当前的运营商应用或选择另一个运营商应用。

2、用户输入

用户使用一个用输入设备来控制运营商应用，该设备一般是由终端商提供。这可能是一个常见的遥控器或者一个替代的输入设备。下表描述用户在使用运营商应用时的一些相关按键或特定功能键。这些按键会被实际使用，具体方式由运营商和设备商的双边协议所决定。

按照本规范定义，“退出(EXIT)”按键的行为由设备执行，而按照双边协议，其它所有按键的行为都是有运营商应用执行。

表 2、运营商应用的关键功能键(key events)

按键（Buttons）	典型用途
4 色按键 4 个方向键 确认键（ENTER/OK） 回键（BACK） 10 个数字键	应用指定
2 个节目选择按键	通过运营商应用提供的频道列表更换频道
字幕按键	激活或退出字幕 打开字幕对话框
音频描述按键	激活或退出音频描述打开音频描述对话框进行选择
audio track 按键	打开音频流对话框选择框

播放 停止 暂停 快进 快退	时移管理 回放
录像	开始实时录像 EPG 在 EPG 中设置未来节目的录像
指南/EPG	打开运营商 EPG
信息 (Info)	演示频道信息栏
频道列表按键	展示频道信息列表
2 个声音控制键 静音 (mute)	调整音量 展示声音信息栏
退出	隐藏运营商程序

一个运营商定制应用也会使用其所支持的互动设备上的深层次的按键乃至所有按键

(二)展示运营商应用

1、运营商应用的总体可视性

如果一个运营商应用被激活，但它并不是自动就能被用户所见。相反，运营商应在如下情况才是可见的：

- (1)运营商应用被选择为一个内容源；
- (2)用户离开一个终端应用(例如离开一个设置菜单或 HbbTV 菜单)并返回到电视(TV)界面；
- (3)一个新的电视频道被(用户或运营商应用或终端)选择；
- (4)用户在遥控器按下一个按键(例如“信息(Info)”或“指南(Guide)”按键)；
- (5)一个提醒必须被展示；

如果一个电视频道在背景被展示，运营商应用会在暂停(time-out)时间自动隐藏自身。如果一个广播(Radio)频道在运行或者根本就没有广播频道在运行，运营商应用可能会保持可见状态。

2、开始页

运营商应用有不同的开始页，这却决于加载或启动的背景，例如：

- (1)在内容源选择菜单中选择运营商应用会直接到达一个运营商应用的电视频道并展示频道信息栏。
- (2)在使用一个终端应用时摁一下“指南(GUIDE)”键，会到达一个运营商应用并展示其 EPG。

3、运营商应用和常规 HbbTV 应用的共存性

如果当一个运营商应用在可见状态时，一个常规 HbbTV 应用被加载，则该运营商应用将变成不可见状态以避免任何可能的混乱(参考 6.5.2 条款)。但是该运营商应用并未结束而只是在背景中运行。如果加载的常规 HbbTV 应用结束，如果有相关的行为需要该运营商应用(支撑)，该运营商会重新被展示。

如果在一个常规 HbbTV 应用运行时，一个运营商应用变成可见状态并且不占据整个屏幕，则常规 HbbTV 应用会保持部分可见。终端设备会提醒用户这个变化——可能是在一定程度上将常规 HbbTV 的 UI 变暗或虚化

4、运营商应用和终端 UI 的共存性

如果运营商应用部提供电视观看模式下的所有 UI 元素，运营商 UI 和终端 UI 将在一定程度上是重叠(混合)的。典型的案例有系统信息、音量控制 banner 或父母控制对话框。如果运营商应用提供了所有的 UI 元素，那么可以避免不同来源的 UI 混合。

(三)设计政策

1、品牌

一般情况下按照运营商与制造商的协议，一个运营商应用由运营商设计并使用其品牌。考虑到一些特定的管制，运营商应用可能会提供中性(neutral)设计并按照频道归属(运营商自身频道及其它频道)使用对应品牌。

2、UI 设计限制

如果广播内容在运行，优先应用的图像展示将因下述情况而有所限制。

(1)用户输入 60 秒以上 UI 才反应，则(按照 6.3.3.4 条款)使用短暂状态/过渡状态(Transient state)。

(2)当频道变化并展示频道信息栏是，同样使用短暂状态/过渡状态(Transient state)

(3)与此前用户行为相关通知，使用了 8.4.1 条款定义的机制和 8.4.1.2 条款的指南。这些展示将由终端执行并符合运营商应用的利益

(4)当广播视频被隐藏或剥离以至于其长度和宽度都小于屏幕的 1/3 大小(参考规范原文 6.3.3.2 条款定义的前台状态)。

除了明确的法律法规约束外，运营商定制应用在设计上是没有限制的。

(四)深层次概念

1、非运营商提供的频道

运营商应用的核心元素(例如频道信息 banner)总是与电视频道并行展示,或者前者在后者之上。但基于法律的或商业的需求,对于不是运营商提供的频道,运营商应用不得在这些频道上展示 UI。这包括以下四种典型的解决方案。

表 3、不是由运营商提供的频道

解决方案	描述
受限制的频道列表	运营商应用的频道列表(以及任何其它的频道选择模式)仅涵盖其提供的频道。在此情况下,对于不是该运营商提供的频道,在用户有能力选择频道之前必须退出运营商应用。
自己(自动)退出	对于不是该运营商提供的频道,运营商应用会提供路径,但它会在用户选择这样的频道时终止自身。在此情况下,对于不是该运营商提供的频道,终端会自动提供其标准界面。当用户需要重新使用该运营商应用时,用户将不得不重新激活它。
提供两种不同的设计	对于不是该运营商提供的频道,在其被选择时,运营商应用会提供路径,但它使用一个不同的“不带品牌(non-branded)”的UI设计。如果用户选择一个该运营商提供的频道,运营商应用自动使用其带品牌的UI设计。这个解决方案不要求任何深层次UI。上述所言的“不带品牌(non-branded)”,其涵义取决于地方监管规定。
终端驱动的方案	对于不是运营商提供的频道,终端设备会阻止该运营商应用展示其UI。该终端将不得不管理一系列运营商频道。在此情况下,用户选择一个不同的频道可能导致运营商应用的终结。选择一个运营商提供的频道页可能导致对应运营商应用的重新加载。这种解决方案必须在运营商和设备商的双边协议中进行定义。

(2) 山西省昔阳县农村有线广播电视网络全覆盖工程正式启动

2018-07-16 10:01

7月11日，山西省昔阳县农村有线广播电视网络全覆盖工程正式启动，标志着该县农村有线广播电视网络全覆盖工程进入实质性的建设阶段。

农村有线广播电视网络全覆盖工程是昔阳县确定的十件民生实事之一。该工程的实施可以让更多群众第一时间收看到市、县一级的自办电视节目，实现城市、农村公共文化服务均等化的目标，在向广大农民群众宣传党委政府方针政策、传播科学文化知识的同时，实现与“雪亮工程”监控、应急防灾广播、光纤宽带入户等“一缆多用”的效果，对于促进城乡融合发展，具有十分重要的实际意义。

据了解，山西省昔阳县农村有线广播电视网络全覆盖工程项目责任主体为晋中广播电视网络有限公司。该工程坚持“统一规划、统一标准”原则，立足网络现状，结合全县农村地区网络现状，采取有限光缆联网方式，在昔阳县农村统一实施中央、省、市、县广播电视节目有限数字化覆盖工程，整体推进广播电视基础设施建设和终端用户服务工作。该工程分两期实施，并将于2018年底，完成赵壁乡、闫庄乡、皋落镇、界都乡、东冶头镇五个乡镇3.4万户的有限电视全覆盖。

(3) 惠民让利于民 山东滨州有线电视覆盖率提高40%

2018-07-16 10:00



村民一起观看有线电视节目



为村民安装有线电视



共同商量有线电视安装方案

让村民们看到内容丰富、清晰的有线电视节目，博兴县乔庄镇党委及双台村“第一书记”孟涛、村支“两委”通过积极联系争取，制定最惠民的有线电视安装方案，在博兴县交通运输局和山东有线的大力支持下，双台村有线电视覆盖率从之前的20%提高到60%左右。

确定施工方案后，7月13日，山东省广电网络有限公司博兴分公司工作人员来到滨州市双台村为村民挨户安装调试有线电视，争取早日让村民们看上信号清晰、丰富多彩的电视节目。

据了解，从博兴县交通运输局孟涛成为双台村“第一书记”后，通过深入走访，孟涛了解到双台村大部分村民没有安装有线电视，村民只能通过卫星天线或者室外天线收看电视节

目，不但节目数量少，信号质量差，而且无法收看博兴县电视节目。通过与上级领导和村干部协商，在与山东省广电网络有限公司博兴分公司商讨后，为双台村制定最惠民的有线电视安装方案，加上村内原有的 22 户有线电视用户，现村内 60% 村民同时享有有线电视最优政策。

“我平常很喜欢看新闻，之前用的卫星锅看不到咱们当地的新闻，上次下大雨还淋坏了，已经一个多月没看过电视节目了，有线电视不仅清晰还能让我们及时了解当地的实时政策，真是太好了。” 70 岁的老党员徐宝合激动地说。

据了解，此次通过提高村内有有线电视的覆盖率，让更多村民能收看到滨州市及博兴县的电视节目，可以及时了解本地的重要新闻和时事政策，更好地丰富村民们的精神文化生活。

（4）电广传媒“陨落”记：有线电视业务掉队 疯狂并购现隐患

2018-07-16 09:38

7 月 13 日讯，近日，快乐购重组一事尘埃落定，包括芒果 TV、天娱传媒在内的 5 家湖南卫视核心经营性资产打包 115 亿注入上市公司，快乐购随即更名为芒果超媒。这艘新型“传媒航母”的成立，意味着湖南广电将开启在资本市场的全新征程。

令人唏嘘的是，芒果 TV 等资产本是电广传媒的“囊中之物”，但湖南宣传部 2014 年曾以“条件不成熟”的理由拒绝注入。后来，湖南广电控制的快乐购火速上市，电广传媒实际控制人也由湖南广播电视台变成省文资委，兜兜转转一圈，芒果系资产最终借道快乐购成功上市。

回首与湖南广电分手的电广传媒，本是中国传媒第一股，这两年却风波不断：不仅遭遇人事地震、股价业绩也是连连走低，2017 年业绩还遭遇大变脸，由盈利 2600 万变至巨亏 4.64 亿。接下来，财联社将着重从财报角度出发，尝试分析研究电广传媒“陨落”的原因。

错过的芒果系资产

不可否认的是，芒果系资产未能成功注入电广传媒，让其失去一大竞争力。

公开资料显示，电广传媒上市初时，湖南广播电视台是其实控人，持股比例高达 63.29%，后来持股比例虽然不断稀释，但仍是实控人，直至 2017 年 4 月湖南省财政厅将湖南广电手里“电广传媒”的股权无偿划归给湖南省文资委子公司湖南网控集团。

在电广传媒先前的重大资产重组及再融资推进过程中，湖南广播电视台作为电广传媒当时的实控人，出具了多份关于避免同业竞争的承诺。

附件：湖南广播电视台作出的避免同业竞争承诺清单

序号	承诺时间	承诺主体	承诺内容
1	2011-12-30	湖南广播电视台	“电广传媒本次重大资产重组完成后，控股股东将把电广传媒作为有线电视网络业务资产整合的平台，湖南广播电视产业中心及其控制的除电广传媒及其子公司以外的其他下属企业将来也不会间接（或间接）与电广传媒的有线电视网络业务构成竞争的有线电视网络业务，亦不会在任何地方，以任何形式（包括但不限于合资经营、合作经营或拥有在其他公司或企业的股票或权益等）从事与电广传媒及其子公司业务相同或者类似的业务及其他构成或可能构成竞争之任何业务活动。在电广传媒本次重大资产重组完成后，湖南广播电视产业中心是下属企业（不含电广传媒及其子公司）与重组完成后的电广传媒及其所属子公司将来可能发生的交易，将保证严格遵守国家现行有效的法律、法规及中国证监会、深圳证券交易所所有有关规定及规范性文件的规定，按照公平、公允和等价有偿的原则，平等行使自身所拥有的权利，认真履行自身所应承担的义务，并严格履行交易决策程序及信息披露义务。”
2	2012-4-17	湖南广播电视台	“鉴于我在电广传媒从事电影电视制作业务，为进一步保护未来上市公司中小股东的利益，避免同业竞争，我台特作出如下之承诺：1、自本承诺函出具之日起，我台承诺不投资、拍摄与电广传媒投资的作品相同的电影或电视剧。2、自本承诺函出具之日起，在审批及电广传媒有关电影或电视剧作品项目的投资决策，我台承诺自觉遵守上市公司关于关联交易和同业竞争的回避规则。如违反上述承诺，我台将对电广传媒因此遭受的损失负责。”
3	2014-6-27	湖南广播电视台	“在作为贵公司实际控制人的前提下，我台将探索在国家相关行业监管政策允许、并得到行业主管部门明文批准之后的三年内，将下属媒体等经营性资产注入的工作方案提交股东大会审议，以解决同业竞争。”
4	2012-5-22	湖南广播电视台	“自本承诺函出具之日起，你公司凡涉及影视作品项目的投资决策：（1）履行股东大会审议程序，我单位下属湖南广播电视产业中心将回避表决；（2）履行董事会审议程序，我单位委派你公司的关联董事将回避表决。”

2014 年 6 月 27 日，湖南广电承诺，“在作为贵公司实际控制人的前提下，我台将探索在国家相关行业监管政策允许、并得到行业主管部门明文批准之后的三年内，将下属媒体等经营性资产注入的工作方案提交股东大会审议，以解决同业竞争。”

下属媒体经营性资产即包括芒果 TV、天娱传媒、芒果影视、芒果娱乐等芒果系资产。

可湖南宣传部对此投出否定票，认为“承诺履行条件不成熟，不能限制同业竞争，湖南卫视核心优质资产不能放到上市公司里去”。

由于湖南宣传部的反对，电广传媒收购芒果系资产落空。2015 年，湖南广电控制的快乐购上市，随后，湖南广电又想把芒果系资产注入快乐购。

但这一重组又被国资监管部门驳回，理由是标的公司资产状况复杂，重组方案尚待商讨和完善，实施条件尚不成熟。

为消除同业竞争的影响，让芒果系资产上市，2017 年 4 月，湖南广电将其所持有的电广传媒 23614.20 万股股份无偿划转到湖南广电网络控股集团有限公司。因为湖南省文资委全资控股网控集团，因此湖南文资委也成为电广传媒新任实控人。

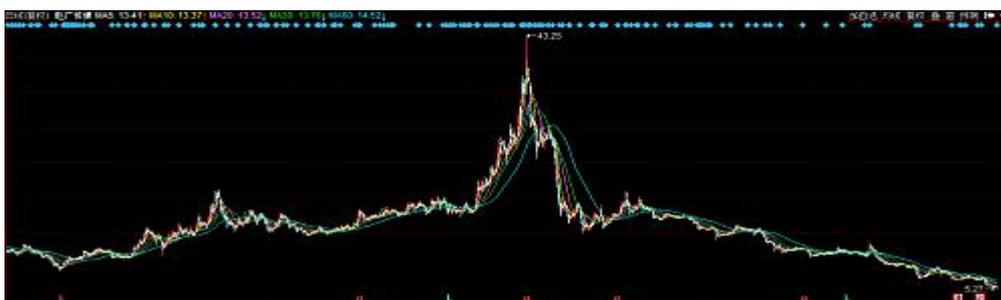
文资委控股后，电广传媒经历了人事大地震，公司董事长、财务总监、财务部负责人均发生变更，其中，原董事长龙秋云涉嫌受贿被调查。据《财经》报道称，龙秋云以电广传媒董事长的身份在孙公司持股的事实，涉嫌违反国有企业领导人员廉洁从业的相关规定，且可能涉嫌利益输送。

商誉暴雷

与芒果系资产擦肩而过，并不是“中国传媒第一股”电广传媒泯然众人的关键原因。财联社翻阅财报发现，自 2015 年开始，电广传媒便进入“增收不增利”的阶段。2015 年-2017 年期间，公司营收分别为 59.85 亿、74.86 亿、87.41 亿；净利润分别为 3.81 亿、3.33 亿、-4.64 亿；扣非净利润则从 3.65 亿下滑到 2.42 亿，再骤降至亏损 5.07 亿。

科目\年度	2017	2016	2015
✔ 基本每股收益(元)	-0.3300	0.2400	0.2700
净利润(元)	-4.64亿	3.33亿	3.81亿
净利润同比增长率	-239.37%	-12.64%	14.68%
扣非净利润(元)	-5.07亿	2.43亿	3.65亿
扣非净利润同比增长率	-308.62%	-33.29%	19.36%
营业总收入(元)	87.41亿	74.86亿	59.85亿
营业总收入同比增长率	16.76%	25.08%	9.34%

与此同时，2015 年以来，电广传媒股价亦持续下跌，从 5 月 27 日的最高点 43.25 元/股下滑至目前的 5.53 元/股，跌幅高达 85.93%。



业绩和股价共振，电广传媒的基本面究竟发生了什么改变？

财联社发现，2014 年第三季度，主营业务为有线电视和广告的电广传媒首度开展新媒体并购业务，投资 2.9 亿元收购广州翼锋 51% 的股权和江苏马上游 45% 的股权，两者的主营业务分别为移动互联网营销服务与智慧旅游服务。

2015 年 6 月，电广传媒又以 13.35 亿元的价格收购互联网媒体运营、互联网广告、网络游戏领域的四家公司，其中，6.6 亿元收购上海久之润 70% 的股权、3.25 亿元获得九指天下 51% 的股权、2.4 亿元收购亿科思奇 60% 的股权、1.1 亿元获得金极点 51% 的股权。

2015年12月,电广传媒马不停蹄地再次出资21.38亿元拿下成都古羌科技79.25%的股权、安沃传媒80%的股权和上海久之润剩余30%的股权。(古羌科技的收购于2016年撤回)

短短一年多时间,电广传媒便花费近30亿元取得7家不同领域公司的控制权,不可谓不激进。

正所谓“无收购,不商誉”,电广传媒的疯狂并购带来的直接影响就是财务报表上出现巨额商誉。截至2015年末,电广传媒商誉已高达11.82亿元,占净资产的10.50%。

可惜的是,电广传媒并购的眼光并不出色,其中大多公司没有度过对赌期就开始业绩变脸。2016年,6家有业绩承诺的公司中仅有亿科思奇净利润达到业绩承诺,广州翼锋因未完成业绩承诺而计提商誉减值2479万元。

盈利预测资产或项目名称	预测起始时间	预测终止时间	当期预测业绩(万元)	当期实际业绩(万元)	未达预测的原因(如适用)	原预测披露日期	原预测披露索引
马上游营业收入	2014年01月01日	2016年12月31日	32,600	43,738.42	不适用	2014年08月27日	巨潮资讯网2014-43关于投资江苏物泰信息科技有限公司的公告
马上游净利润	2014年01月01日	2016年12月31日	5,500	-4,733.72	公司增大平台系统的技术研发投入和市场推广		
广州翼锋净利润	2015年01月01日	2017年12月31日	4,000	-2,120.81	由于行业竞争格局发生较大变化,原有业务逐步淡出,发展新业务。	2014年08月27日	巨潮资讯网2014-42关于投资收购翼锋科技股权的公告
亿科思奇净利润	2015年01月01日	2017年12月31日	4,800	5,183.97	不适用	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-38关于投资收购深圳市亿科思奇广告有限公司股权的公告
九指天下营业收入	2015年01月01日	2016年12月31日	15,000	263.26	移动分发业务变化,公司实施业务调整,重点投入“牙牙关注”粉丝互动平台	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-37关于投资收购深圳市九指天下科技有限公司股权的公告
九指天下净利润	2015年01月01日	2018年12月31日	750	-4,882.49			

金极点净利润	2015年01月01日	2017年12月31日	2,150	302.11	推迟了“一说”平台的推广,重点优化和保障产品质量,将市场推广计划延期至2017年	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-40关于投资收购金极点科技(北京)有限公司股权的公告
上海久之润净利润	2015年01月01日	2018年12月31日	15,600	6,932.87	因广电总局对网络游戏行业出台审核新政、产品研发进度滞后、上线后与运营商结算延后等	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-39关于投资收购上海久之润信息技术有限公司股权的公告

2017年,5家具有业绩承诺的公司无一达标,其中广州翼锋科再次计提8191.91万元、金极点计提1044.42万元、剑梦科技计提447.07万元,共计提9683.40万元商誉损失。

盈利预测资产或项目名称	预测起始时间	预测终止时间	当期预测业绩(万元)	当期实际业绩(万元)	未达预测的原因(如适用)	原预测披露日期	原预测披露索引
广州翼锋净利润	2015年01月01日	2017年12月31日	4,000	-3,934.55	行业竞争格局发生较大变化,原有业务淡出,新业务盈利能力较弱	2014年08月27日	巨潮资讯网2014-42 关于投资收购翼锋科技股权的公告
亿科思奇净利润	2015年01月01日	2017年12月31日	5,500	4,367.01	配套资金未及时跟进,造成收益下降	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-38 关于投资收购深圳市亿科思奇广告有限公司股权的公告
九指天下净利润	2015年01月01日	2018年12月31日	8,500	-4,425.65	目前业务着眼于用户规模增长及渠道和品牌推广等投入阶段,盈利能力暂未体现	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-37 关于投资收购深圳市九指天下科技有限公司股权的公告
金极点净利润	2015年01月01日	2017年12月31日	3,350	-1,497.52	主要是智能终端推广低于预期	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-40 关于投资收购金极点科技(北京)有限公司

上海久之润净利润	2015年01月01日	2018年12月31日	18,800	9,294.22	产品研发进度滞后、上线后与运营商结算滞后所致	2015年06月12日	巨潮资讯网2015-39 关于投资收购上海久之润信息技术有限公司股权的公告
----------	-------------	-------------	--------	----------	------------------------	-------------	---------------------------------------

此外,电广传媒2017年还开始计提长期股权投资损失,对江苏马上游、北京掌阔、广州天萌、深圳九指这四项目长期股权投资计提了9117.71万元减值准备。

C、新媒体公司长期股权投资减值准备明细如下:(单位:万元)

被投资单位名称	期初数	本期计提	本期减少	期末数
江苏马上游科技股份有限公司		2,742.21		2,742.21
北京掌阔移动传媒科技有限公司		5,257.15		5,257.15
广州天萌网络科技有限公司		203.46		203.46
深圳市九指天下科技有限公司		914.88		914.88
小计		9,117.71		9,117.71

接连的商誉减值以及长期股权投资损失也让电广传媒业绩大变脸,净利润从预告盈利2600多万至亏损4.64亿元。

截至2018年一季度,电广传媒还有8.47亿元商誉,按照这些公司的业绩走势来看,电广传媒上的商誉未来将持续暴雷。其2017年财报还称,马上游、广州翼锋、九指天下、金极点等公司正在进行业务转型,目前尚未取得实质性突破。

超过90%的收购公司都未能达到业绩承诺,让电广传媒的并购看起来实在是像一场儿戏。虽然锅是上市公司的,但由此导致的业绩亏损却将又股民来承担。

有线电视业务逐渐没落

电广传媒热衷投资并购背后,一方面是行业特性使然,另一方面,自湖南电视台把旗下八大媒体的广告独家代理断掉后,创投业务开始在电广传媒的业绩成绩单上大放异彩。

数据显示,2009年,电广传媒将创投业务列为主业之一,随后几年,公司扣非净利润突飞猛进,始终保持在3亿元以上。而此前,电广传媒的业绩盈利大多在千万级别,仅2000年和2007年净利润过亿。

科目\年度	按年度		按半年度				
	2014	2013	2012	2011	2010	2009	
基本每股收益(元)	0.2300	0.4800	0.6300	1.2500	1.0100	0.0700	
净利润(元)	3.33亿	4.84亿	5.87亿	5.08亿	4.10亿	2942.46万	
净利润同比增长率	-31.25%	-17.59%	15.43%	23.89%	1294.68%	37.94%	
扣非净利润(元)	3.05亿	4.49亿	3.36亿	5.42亿	4.06亿	2514.50万	
扣非净利润同比增长率	-31.92%	33.34%	-37.90%	33.57%	1513.06%	33.69%	
营业总收入(元)	54.74亿	51.03亿	40.64亿	28.45亿	61.91亿	41.75亿	
营业总收入同比增长率	7.27%	25.57%	42.81%	-54.04%	48.29%	24.58%	

根据媒体统计，自2006年达晨创投纳入电广传媒旗下后，电广传媒的投资收益仅在2012-2014年低于当年的归母净利润，其余年份都远超公司的归母净利润，成倍或者数倍于净利润的年份比比皆是。

原电广传媒董事长龙秋云曾对媒体表示，“创业投资作为公司一直以来培育的主业之一，已经成长为公司新的利润增长点，但这并不会改变公司以网络为核心的传媒业务的发展。公司这两块业务将相互关联、相互促进，形成‘传媒+创投’相辅相成的发展模式”。

与此同时，电广传媒的有线电视业务却停滞不前，2017年还出现大幅下滑，这直接导致其2017年财报变脸。

2013-2016年，电广传媒网络传输服务的收入分别为22.51亿元、23.86亿元、24.26亿元和24.89亿元，同比增长率在2%-6%之间，远远落后同期公司营收增长幅度。2017年，有线网络全年实现收入20.59亿，比去年同期下降17.28%；净利润出现巨大亏损。

科目\年度	2017	2016	2015	2014	2013
基本每股收益(元)	-0.3300	0.2400	0.2700	0.2300	0.4800
净利润(元)	-4.64亿	3.33亿	3.81亿	3.33亿	4.84亿
净利润同比增长率	-239.37%	-12.64%	14.68%	-31.25%	-17.59%
扣非净利润(元)	-5.07亿	2.43亿	3.65亿	3.05亿	4.49亿
扣非净利润同比增长率	-308.62%	-33.29%	19.36%	-31.92%	33.34%
营业总收入(元)	87.41亿	74.86亿	59.85亿	54.74亿	51.03亿
营业总收入同比增长率	16.76%	25.08%	9.34%	7.27%	25.57%

对此，电广传媒表示，近年来，有线网络业务面临的行业格局发生较大变化，市场竞争加剧，IPTV、移动电视、OTT等抢夺有线电视用户，挤压有线网络的发展空间，尤其是2017年以来，湖南有线集团用户流失加速，同时财务费用、折旧、人力成本等刚性约束，导致湖南有线集团业绩大幅下滑。

显然的是，这一理由并不充分，2017年广电固网宽带用户达到了3498.5万户，同比提升33%。而且同为有线电视行业的其它上市公司，如湖北广电、江苏有线、歌华有线等净利润均保持稳定趋势。

面对有线电视业务的失利，电广传媒决定终止“建设下一代广播电视网，实现全业务运营升级改造项目”的后续投资，将该项目尚未使用的募集资金余额17.17亿元和利息收入全部用于永久补充流动资金，公司将以自有资金保证未来有线网络建设和业务发展的需要。

如今，电广传媒迎来全新的管理层，新任董事长陈刚(前快乐购董事长)能否带领公司业绩和股价走向逆袭?投资者和市场将拭目以待。

(5) 除了“保用户、促增长”，下半年各地广电网络公司工作重点是什么

2018年07月21日来源：中广互联独家

大事提醒

【版权】7月16日，国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部

联合召开新闻通气会，通报启动打击网络侵权盗版“剑网 2018”专项行动有关情况。据悉，此次专项行动自 7 月上旬开始，将利用 4 个多月的时间开展三项重点整治：一是开展网络转载版权专项整治。二是开展短视频版权专项整治。三是开展重点领域版权专项整治。

【国家税务总局】近日，为贯彻落实中宣部等五部门关于治理影视行业天价片酬、“阴阳合同”、偷逃税等问题的有关要求，国家税务总局印发《通知》，要求各级税务机关深入推进税收领域“放管服”改革，进一步加强影视行业税收征管，规范税收秩序，积极营造支持影视行业健康发展的良好税收环境。

【直播星】至 2018 年 7 月 12 日，我国直播卫星用户已达到 13569 万户，相比 2017 年底(12846 万户)增长 722.4 万户，增长率达 5.6%，平均每天增加 3.7 万用户。

【广电总局】1、近日，广电总局科技司与中央广播电视总台就推动央视 4K 超高清电视发展召开专题会议。

2、7 月 13 日，国家广播电视总局纪念“改革开放 40 周年”少儿节目创作策划会召开。会议邀请全国 15 个省(区市)的广播电视局台少儿节目负责人进行经验交流探讨和具体节目案例分享，旨在促进少儿节目创作更上新台阶。

3、近日，广电总局副局长张宏森到全国有线电视网络互联互通平台指挥调度安全播控中心调研，并听取国网公司关于互联互通平台建设、“全国一网”背景下的业务产品开发进展情况的汇报。

公司动态

【华闻传媒】7 月 15 日，华闻传媒公告筹划 5 个多月的收购人工智能公司事项最新进展，称因近期市场环境发生变化，决定终止重大资产重组事项，将原本计划发行股份和支付现金收购标的资产全部或部分股权的方案，改为现金收购标的资产 60%股权。

7 月 16 日，华闻传媒发布公告称，公司与子栋科技、嘉兴慧河、鼎金投资、新余正佳、新余华浩、新意资本及车音智能共同签订《股权转让协议》。公司以现金方式 16.68 亿元的价格购买交易对方合计持有的车音智能 60%股权。

【贵广网络】7 月 16 日，贵广网络发布公告称，公司拟通过银行电子票据、银行借款、融资租赁、资产证券化、中期票据、短期融资券等债务融资组合方式筹措所需资金，债务融资总额度不超过人民币 27 亿元。

7 月 16 日，贵广网络审议通过了《关于投资组建智广海联大数据技术有限公司》的议案。公司拟与天津新智视讯技术股份有限公司、杭州海康威视数字技术股份有限公司成立智广海联大数据技术有限公司，合资公司注册资本为 1 亿元，公司以货币出资 2000 万元，持股比例为 20%。

【湖北广电】7 月 19 日，湖北广电网络发布公告称，公司和中泰证券分别与招商银行武汉中北路支行、平安银行武汉分行签订了《募集资金三方监管协议》。据悉，湖北广电网络在招商银行武汉中北路支行、平安银行股份有限公司武汉分行开设募集资金专项账户，仅用于下一代广电网双向宽带化改造项目、电视互联网云平台建设项目募集资金的存储和使用，不得用作其他用途。

人事变动

【东方明珠】7 月 18 日，东方明珠发布公告称，公司副总裁何小兰女士将不在上市公司担任任何职务，同意聘任金晓明先生担任公司总会计师(财务负责人)。

【中国联通】7 月 18 日消息，李国华将担任中国联通总经理一职，他曾任中国邮政储蓄银行股份有限公司董事长、党委书记。

【中国电信】7 月 19 日，中国电信集团公司总经理刘爱力正式告别中国电信，将担任中国邮政集团公司总经理、党组书记。

地方新闻

【工作会】1、7月17日，福建广电网络集团上半年经营分析会召开。集团党委书记、董事长张远作了题为《攻坚克难、奋勇争先，全面落实高质量发展和全年工作目标》的报告，总结上半年总体经营情况并对下半年工作作出具体部署。

2、7月11日，湖北广电网络2018年半年工作全体会议召开。湖北广电网络党委副书记、总经理毕华表示，让高质量发展成为湖北广电战略转型的主旋律要做好三方面的工作。

3、7月16日，陕西广电网络召开2018年半年经营工作会。公司党委书记、董事长、总经理王立强指出：半年会议是开启公司新的战略目标定位新征程的重要节点，全网上下要以“智慧新广电”为总体目标，围绕“四新战略”定位，落实“12355”工作布局，促使转型工作取得实质性进展。

4、7月13日至16日，山东有线集团半年工作总结部署大会暨党委中心组读书会举行。党委副书记、总经理郝克远对下半年工作作出部署。

5、6月15日，甘肃广电网络公司2018年上半年工作会议召开，总结了前五个月工作，全面部署安排了后半年工作。

6、7月13日，江苏有线2018年上半年经营工作会召开。总经理王国中指出，下半年公司要抓好八项重点工作：努力提升经营发展质效、全力稳固基础用户、深入推进网络整合、持续开展业态创新、全面强化市场运营、加快开展技术研发、精心准备基地搬迁、不断完善内部管理。

【山西】7月11日，山西省昔阳县农村有线广播电视网络全覆盖工程正式启动，标志着该县农村有线广播电视网络全覆盖工程进入实质性的建设阶段。

【云南广电网络】7月12日，云南铁塔与云南广电网络在昆明签订战略合作协议。根据协议内容，在未来三年时间里，双方将积极推进在相关领域的合作，开展共建共享、深度合作，实现共赢。

【江西】日前，江西瑞昌市广电网络公司工作人员全力推进有线电视数字化整体转换入户进程，不仅让该市群众享受到数字电视带来的视听盛宴，更让该市4700余户家庭得到了实惠。

【山东】6月1日起，山东广电网络有限公司寿光分公司免费为寿光市的5641户贫困户安装有线电视，目前已有2300余户贫困户家庭完成安装。

近日，山东济南有线上线儿童内容新零售平台——亲多多，通过亲子内容供给侧改革及运营模式创新，全面升级亲子增值业务，为0-8岁的亲子家庭开启“开心、放心、省心”的暑假模式，也为运营商“保用户、促增长”提供了新思路。

7月18日，山东省菏泽市广播电视行业扶贫工作会议召开，会上明确了广播电视行业扶贫的主要任务、工作安排和保障措施，为确保如期完成菏泽市广播电视户户通扶贫任务，对当前全市建档立卡贫困户中43418户未脱贫贫困户和306920户已脱贫(享受政策)贫困户收看数字电视进行帮扶。

【北京】7月12日，房山区融媒体中心在区广电中心正式揭牌。房山区对新媒体平台进行整合组建融媒体中心，将原来的“三微三网一端”整合为“一微一网一端”。

【内蒙古广电网络】7月11日，内蒙古广电网络集团与内蒙古日报社、苏尼特左旗人民政府进行了现场签约。2018年上半年，新发展的有线电视用户近12万户，发放4K智能机顶盒50多万台，有力推动了城乡基本公共服务全覆盖、均等化进程。

【广西电视台】7月14日，广西电视台卫星频道、国际频道落地澳大利亚签约仪式在南宁举行。根据协议，广西电视台卫星频道、国际频道将于今年8月1日起，正式通过澳大利亚天和电视台机顶盒、手机及网站等平台覆盖澳大利亚全境，累计用户80万。

【贵州】今年以来，贵州省水城县顺场乡积极推进“广电云”户户用工作，截至目前，该乡已安装1150户。

【浙江广电】目前浙江省已有 31 家市县(区)广播电视台登陆集团新媒体协作体“蓝媒号”，“一体策划、复合采制、多端传播”渐趋成型，新媒体“首发、快发、好发”日趋常态，融媒体品牌效应逐步显现。

【甘肃广电网络】7 月 13 日，甘肃广电网络公司召开“NGB 一期项目”竣工终验决算工作专题视频会议。

7 月 9 日至 11 日，甘肃省陇南市出现连续大雨、暴雨天气，局部地方出现大暴雨，最大累积降雨达 258.2 毫米。灾情发生后，甘肃广电网络陇南分公司立刻启动了备用信号源，启动应急抢修预案，安排技术人员、维修人员第一时间赶到受灾现场，查看灾情、制定维修方案，组织各县分公司人员冒雨开始全面抢修。

【四川广播电视台】7 月 17 日，四川省扶贫和移民工作局与四川广播电视台正式签署战略合作协议。双方将立足各自优势，在推广“四川扶贫”公益性集体商标等方面深度合作，助力四川省打好精准脱贫攻坚战。

【辽宁】7 月 19 日当天，新组建的辽宁日报社、辽宁报刊传媒集团与辽宁广播电视台、辽宁广播电视集团挂牌。这意味着，辽宁媒体重组改革迈出了坚实一步。辽宁地市一级的媒体重组改革也尘埃落定共五种模式。

【安徽广电局】近期，安徽广电局严格广告及医疗养生类节目管理，会同省工商局等单位开展整治虚假违法广播电视广告专项行动。

海外瞭望

【HbbTV】日前，HbbTV 协会发布了 DASHDRM 参考应用，其初衷是让需要 HbbTVDRM 和 DASH 的服务能够更方便地部署。该协会表示，对于内容供应商而言，使用 HbbTV 应用通过 MPEG-DASH 向观众传输受 DRM 保护的内容是 HbbTV 内容和服务变现的关键。

【德国】7 月 17 日消息，2018 年秋天德国发射机网络运营商 MediaBroadcast 将在另外 7 个大都市区域部署 DVB-T2 平台 FreenetTV。这一商业电视频道套餐将逾 8 月登陆比勒菲尔德，9 月 26 日登陆开姆尼茨和格拉，10 月 24 日登陆海尔布隆和乌尔姆，11 月 28 日登陆凯泽斯劳滕和特里尔。

【康卡斯特】7 月 18 日消息，康卡斯特正在与包括黑石和阿波罗在内的私募股权公司进行对话，并评估电信和媒体公司对 RSN 的购买兴趣，预计可能高达 200 亿美元。

7 月 19 日，美国最大的有线电视运营商康卡斯特(Comcast)宣布，将放弃竞购 21 世纪福克斯，转而将精力投入到收购天空广播公司(Sky)交易上。

(6) 广电总局副局长张宏森到全国有线电视网络互联互通平台调研

2018 年 07 月 20 日来源：广电总局

近日，广电总局副局长张宏森到全国有线电视网络互联互通平台指挥调度安全播控中心调研，并听取国网公司关于互联互通平台建设、“全国一网”背景下的业务产品开发进展情况的汇报。

张宏森指出，国网公司在总局党组的正确领导和总局有关司局的大力支持下，做了大量艰苦、细致、有效的基础性工作，网络整合工作取得实质性突破，电信资质牌照申请工作取得突破性成果，互联互通平台建设和全国性业务进展顺利，要给予充分肯定。对于国网公司下一步工作，张宏森要求，一要牢牢把握坚定的政治方向和舆论导向，牢固树立阵地意识，着力把党的声音传播好、把看电视的功能保障好，确保电视业务的基本价值不被增值价值冲淡，探索中央、省、市三级广播电视节目的高质量展现形式。二要牢固树立品牌意识，形成广电网络平台与视频互联网网站的差异化，在丰富性和集成性上做文章，在业务界面设计和节目

产品内容上下功夫,努力打造全国视频节目的“辞海”和“谷歌”。三要牢固树立创新意识,以技术创新、产品创新、业态创新建立综合创新优势,进一步优化界面设计、呈现方式、操作方法、终端体验等。张宏森强调,当前广电网络面临战略性发展机遇,同时充满挑战,国网公司要进一步增强信心、鼓足干劲,进入打硬仗、打攻坚战的工作状态,聚焦重点工作,加快创新发展,推动广电行业创新性发展和高质量发展,打造永不落幕的电视荧屏。

总局科技司、财务司负责人员陪同调研,国网公司、中国有线有关负责人员参加。

(7) 中国广电网络用户增长的最后一搏

2018年07月23日 09:17

广电网络市场及发展形势趋紧

目前大部分广电网络的窘迫状况用“王小二过年一年不如一年”来形容不算为过。在国内无论是沿海还是内地;无论是经济发达地区还是边缘贫穷地区;用户季度报表都是下滑的,一个字就是掉!掉!掉!情况稍好的地区也有10%左右的用户流失。情况最差的几乎拦腰斩50%。全国几乎没有正增长的例子(除开发区集体建设除外)。那就更不要说发展了,能够保持住用户不掉已经是当地广电的最大喜讯了!

原因分析

1、新技术发展决定所致(主因),一个阶段=一个时代=一代技术

广电经历过初期共用天线,同轴电缆和有线光纤,全光纤的高速发展。在当时对应的时期取得了很大的成功,甚至可以说是辉煌。那个时候电信还是拨号上网络,人民真正的娱乐就是吃饭看电视(广场舞坝坝舞估计都难以想象)。那个时代准确来说是电视时代。而网络在当时遥不可及甚至无法想象。因此片面的把目前责任归网络公司发展不力有失公允;时代造就了,没有一成不变的,唯一不变的就是改变!而目前几乎都是互联网和移动的时代;信息技术的发展改变和影响了人们的消费和使用享受习惯。试问我们作为广电人,自己每天看了多少电视?想一下这个道理就明白了.技术发展所致这个应该是主要的.

2、广电体制决定了其效率不高

电信和广电网络性质一样,差不多同为央企.但一个作的风生水起,一个日落西山;除了网络发展的原因之外主要还是与人和体制有关.激励机制不够导致效率不高、主动性不够、危机使命感不强、不善于挖掘客户、享受集体严重等等.有想法做且技术可行的往往得不到落实,与其可能承担还不如退而避之。

3、技术上求高大上,但往往华而不实,无法推进

对技术要求太高,往往超出了普通用户的需求,更超出了集团用户的基本需求。需要的更是“高、精、尖”的东西,这样下来不但成本高而且费时费力。差不多样板做好后市场已“轻舟已过万重山”简单、高效、实用、快速是目前市场的主旋律。这块其他运营商做的比广电好。

集团用户的重新发展和找回不可小觑,或许是广电最后一个潜力!

广电以前的集团用户较多,一个市差不多至少都有几千上万个终端用户,主要原因不是业主没有使用而是“转移了”。转移到其他运营商了。而以前这些集团用户基本上都是自己上门缴费而广电坐等收费的方式,即使没缴广电基本上不会问津!

流失原因

1. 广电解决方式单一,以前没有宽带网络,只能提供电视业务。而电信可以三网合一的方式解决。广电现虽然有宽带但是没有跟进这块。

2. 投入大: 每个房间一个机顶盒,光这块投入一个集团用户都得2W多,在投资运营这

块电信联通比广电强。因此成本的问题和力度的支持导致广电赢不了，逐级败退和被蚕食！

机遇分析

1. 电视机现在均支持数字电视接收，因此可以节约机顶盒，广电可以做到0投入(即不再购买机顶盒发给终端)。而目前电信联通IP这块必须要IPTV机顶盒，这块是一个投入。

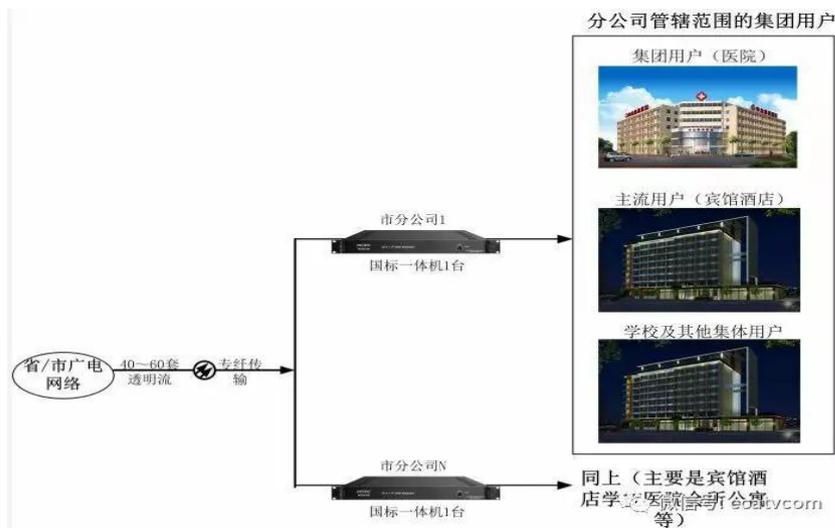
2. 而且很多业主是不喜欢机顶盒和遥控器的，外观、操作、维护等都极不方便，这为广电赢得后来的一个机会！

3. 入户采用数字透明流传输，收费方式采用包年签订合同的方式发展(原模拟方式)。这样简单高效无成本。复杂的事情简单化，简单的事情重复化，重复的事情规模化，这样能够赢得一些重要优质的集团用户，且投入几乎可以不计。我们广电千万不要既要监看流量节目，又要回传，还要考虑集团用户个性化，等你把这些方案考虑完了，成本就是一个问题还不用说发展了，基本上胎死腹中不了了之！做不上效应和规模。

3. 广电网络对集团用户接入方式的剖析(案例)

方式一：40-60套节目透明传输(专纤传输)，专供宾馆酒店学校医院等集团用户

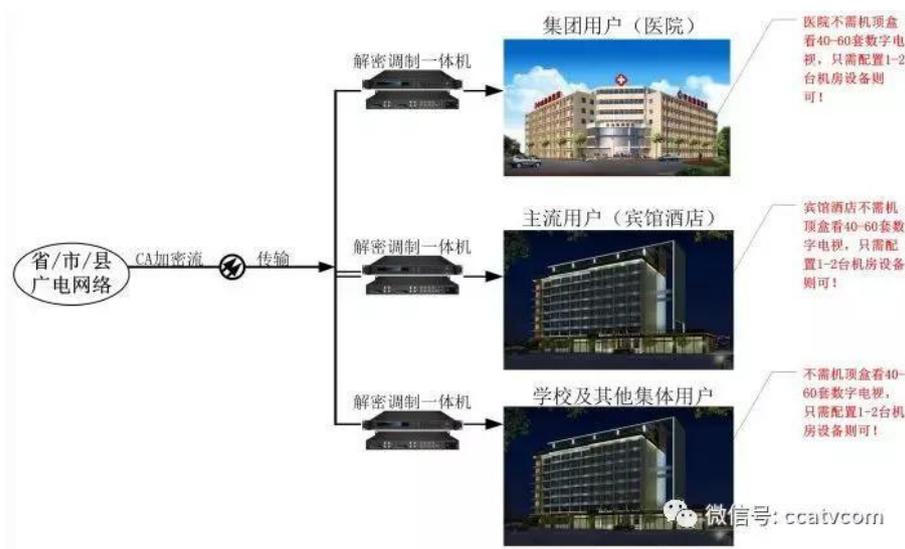
描述：前端传的节目数(一般是40-60套)，解密传输；技术上采用国标调制方式便于电视机直接接收，走专用线路，终端不需要机顶盒即可收看标清或高清数字电视。每个分前端只需投入1台设备即可完成相应片区的集团用户覆盖。此种方式在国内广电网络中开始使用，主要是成本趋于0，终端接收低门槛花，发展用户极其方便。见下图



说明：透明传输我们应该针对不同的集团用户持开放态度，只要能够为我们广电带来效益就应该去做。守着一个加密系统对谁都不开放，用户不断流失那又有什么用？增收才是主旨，加密应该是策略！此种方案高效，成本极低，见效快，技术可靠！

方式二：40-60套节目加密流传输，集团用户(宾馆酒店学校医院等)取信号解密收看

描述：在每个集团用户的小机房(或广电分公司)配2台的解调调制一体机，解密后直接送入房间或终端，国标调制方式便于电视机直接接收；走原来线路；终端不需要机顶盒。每个分前端或集团用户小机房需投入2台设备即可完成响应用户覆盖。此种方式在国内集团用户中是实用的解决方案，成本略高一些，终端接收低门槛花，发展用户也很方便。见下图



总结：个人认为此种解决方案为广电网络集团用户最佳解决方案，也是能够为广电网络带来增量的一个亮点。我们应该抛弃以前的传统思维和繁琐的流程，广电就是发展用户和提高收视。这个就是最简单的道理，只要产品能够实现这些功能就应该采纳。论证、上报、等候批准、走流程、谈判、试用等你把这走完，市场已经不属于您了。我们一定要吸取以前的教训

5. 前端、制作与信源

（1）浙江广电集团 32 讯道 4K/HD IP 转播车震撼来袭

2018-07-10

Sony 公司和安达斯共同参与的浙江广播电视集团 32 讯道 4K/HD IP 转播车已于 6 月中旬回到国内，这辆转播车在荷兰完成了车体建造，目前进入最终的集成阶段。这是国内第一个核心交换系统内部实现信号净切换、支持无压缩 SMPTE2110 标准的 32 讯道 4K/HD IP 转播车系统，也是目前国内最大的 4K/IP 转播车！



建造期间，Sony 团队与安达斯项目团队曾多次赴荷兰 Carrosserie Akkermans 公司车场对车体建造工艺和建造进度进行考察，为转播车的完美呈现做了充分准备！



系统配置及亮点

◆采用具备点级交叉技术的 EQX16, 252x252 规模高清基带矩阵，矩阵内部配备 5 块 IPG 网关板卡，可将 90 路视频信号转化为 SMPTE2110 IP 信号。



EQX

◆系统配置了 Sony 旗舰版 HDC4300 4K 摄像机，980 万的有效像素以及更高的动态范围使得摄像机能够捕捉更高质量逼真画面。

◆核心系统采用了安达斯提供的主备冗余 Evertz-IPX128 全 IP 矩阵，配合 SMPTE2022-7 技术实现 IP 信号的全车调度与外场分发功能。



◆外场分发 3 套 EFP 系统，采用了 Evertz 的 570IPG-X19-10G，2 套 18 路 SDI Over IP<->SDI 封装和解封装通道；1 套 36 路 SDI Over IP<->SDI 封装和解封装通道；所有 SDI 通道均支持 3G/HD/SD SDI 自定义的输入输出，封装和解封装为 SDI Over IP 信号；并支持 SMPTE2110。



Evertz 570IPG

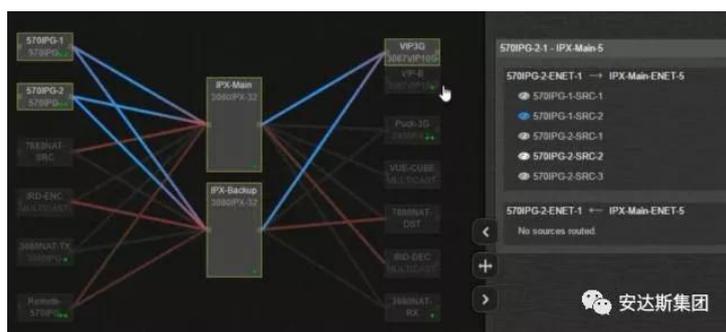
◆音频主调音台为 Lawo MC² 56，支持 5.1 环绕声制作



Lawo MC² 56

◆通话系统主网以 IP 光纤网络为构架，形成光纤网络交互；系统内设计监听节目的音频功能，实现制作工位通话与监听音频融合式模式，监听音频以 AoIP 格式来自主调音台；对讲机，无线对讲，电信电话等多种手段接入，G 波段，UHF 波段混合应用；并可与 VSM 控制平台，LAWO 调音台控制协议兼容，构成综合集中控制系统。

◆控制系统配备 Sony-LSM 及 Evertz-Magnum SDVN 管理系统。此外还配备了 VSM 全车控制管理系统。VSM 支持系统快拍，实现视音频信号灵活调度，源名、Tally 跟随可与其他系统进行级联。



Evertz-Magnum SDVN 管理系统

内饰设计

该车的内饰设计由比利时 Projectbuilders 公司倾力打造，2016 年安达斯与比利时 Projectbuilders 公司在北京就浙江广电集团 32 讯道 4K/HD 全 IP 转播车以及双制作区音频转播车和湖南广播电视台新大楼演播室项目举行签约仪式，该签约仪式还得到了比利时首相夏尔·米歇尔先生的见证！

车体设计以蜂窝元素作为主题，充满浓郁的艺术气息



此外,我们与浙江广电集团和 Sony 公司合作的双制作区音频转播车也正在荷兰进行建造,很快将会回国亮相,这两辆车将给大家带来精彩绝伦的视听享受。同时,安达斯也期待与浙江广电集团和 Sony 公司开展更为密切的合作,为广大观众呈现更高质量的节目,共同推进 4K、IP 技术在广播电视行业的蓬勃发展!



(2) 央视:发布 4K 超高清电视节目制播技术规范

【慧聪广电网】近日,《中央广播电视总台 4K 超高清电视节目制播技术规范(暂行)》面向全台发布。规范详细规定了 4K 超高清电视节目采集、制作、播出、存储、信号交换、节目生产流程等环节的技术规范和要求,适用于在中央广播电视总台频道播出和“央视专区”互动电视平台点播的 4K 超高清电视节目的生产。

一是明确 4K 超高清播出系统和基于 IP 网络的 4K 超高清节目分发技术规范,对节目信息交互、视音频文件交互、视音频信号方面的技术要求作出详细规定。

二是从信号调度和处理、系统间 4K 超高清信号接口方面,明确 4K 超高清总控系统技术规范。

三是规范 4K 超高清节目视音频制作技术,包括 4K 超高清视音频录制、环绕声监听及还放的扬声器布局、音频元数据、成品节目环绕声声道分配、三维声制作等。四是对总台节目生产管理群、媒体资产管理、内审、统一质检平台(UQC)、转码平台、送审送播方面提出技术要求,厘清 4K 超高清节目生产流程。

6. 机顶盒产业技术及市场动态

(1) 2017 年亚洲电视、电影、在线视频内容预算超过 100 亿美元

2018-07-16 09:52

2018 年亚洲媒体合作伙伴 (MPA) 亚洲视频内容动态报告显示, 亚洲地区主要市场的内容消费每年增长 8%, 并于 2017 年达到 102 亿美元, 其中在线视频给市场带来巨大刺激。

2017 年, 亚洲地区七个市场的视频内容总收入增长的最大贡献者是付费电视 (38%) 和在线视频 (30%)。按具体地区划分的话, 印度和韩国的增幅最大。

MPA 表示, 由于付费电视的推动作用, 印度在视频内容投资方面的年增长率为 14%, 这在 2017 年非常突出。得益于资本充足的全球市场和本地平台之间的竞争, 印度在线视频市场的内容投资也出现了迅速增长。分析师认为, 这种趋势未来三年内将持续下去。相比之下, 2017 年韩国视频内容投资增长了 7%, 增幅较为平缓, 不过 MPA 估计随着中国最终解除对韩国电视剧、电影和明星的禁令, 这一增幅可能会加快。韩国在线视频内容投资也开始加速, 并将在 2018 至 2019 年间保持这一状态。

调查还发现, 2017 年东南亚新兴市场视频产业支出的增长普遍令人满意。虽然免费电视主导着视频内容投资, 但是由于电视广告发展的减速和更广泛的波动性, 印度尼西亚、泰国和越南的增速大幅放缓。与此同时, 因为 Astra 削减了其在国际支付渠道上的支出, 所以 2017 年马来西亚的视频内容投资出现了下降。MPA 指出, 马来西亚免费电视广告的下滑也限制了媒体公司 MediaPrima 投资视频内容的能力。随着新的政府政策促进经济增长、扩大消费者支出和增加广告收入, 马来西亚的前景可能会有所改善。

电视剧推动着整个亚太地区观众份额的增长, 该报告显示了市场之间某种程度的相互影响。韩剧席卷了整个亚太地区, 而印度电视剧在印度尼西亚、泰国和越南等地都表现不俗。ABS-CBN 的《PasiondeAmor》在越南表现良好。泰国电视剧的形象正逐步树立起来, 尤其是在历史剧《爱情命运》大获成功之后。这些地区的体育节目也获得了很高的评价。2017 年印度 25 个顶级付费电视节目, 板球比赛占了 24 个; 而在印度尼西亚, 足球比赛占据了前 25 个节目中的前 14 个。甚至在越南这样的市场, 虽然体育节目只占 2% 的收视份额, 但是足球比赛在 2017 年排名前 15 的节目中占了 4 个。

MPA 副总裁史蒂芬·拉斯洛基在评论该报告的主要发现时表示: “总的来说, 内容投资增长有利于内容投资的动态变化。被调查市场的付费电视内容成本增长了 5%, 这是由印度和韩国本地的娱乐和体育产业推动的。2017 年免费电视内容投资增长了 6%。”

“免费电视内容的规模和增长主要归功于韩国、菲律宾、泰国和印度尼西亚, 主要受当地娱乐产业的推动。受到韩国和印度的影响, 电影制作预算增长了 10%。在线视频投资从低基数迅速增长, 2017 年增长近 80%。随着竞争对手平台制作和收购本地电视剧集和电影, 特别是在印度和韩国, 更加激烈的市场竞争正推动在线视频内容成本的增加。我们希望在印度尼西亚和菲律宾的带领下, 东南亚新兴的在线视频内容投资也会出现增长。”

(2) 我国家庭电视收视用户达 4.47 亿户 OTT 终端保有量达 2.4 亿台

2018-07-16 09:08

近日, 由中国信息消费推进联盟、中关村现代信息消费应用产业技术联盟视频体验工作委员会 (视频体验联盟) 举办的首届中国视频消费高峰论坛在京召开, 56 家成员单位及来自产业政产学研代表共同见证了《2017~2018 中国视频用户体验白皮书》 (以下简称《白皮书》)

的发布。

据悉，本次《白皮书》汇总工信部、联盟成员单位及业界权威报告等提供的专业数据，结合用户抽样统计方法，对广电 DVB、电信 IPTV、OTTV、移动终端视频的直播及点播视频业务进行了大规模测试分析，最终描绘出国内视频体验分布的全景地图。

据《白皮书》数据显示，截至 2018 年第一季度，我国家庭电视收视用户达 4.47 亿户，电视覆盖家庭总量趋于饱和。有线电视用户总量 2.39 亿户，其中高清用户为 9283.5 万户，互动点播用户数达 6134.4 万户，4K 点播用户数为 873.3 万户。截至 2017 年 12 月，电信运营商视频用户合计超过 2 亿，OTT 终端保有量达 2.4 亿台，与有线电视付费用户规模相当。2017 年，中国 TOP3 移动视频覆盖设备数合计超过 10 亿台（含手机、PAD），移动端 APP 日活跃用户数合计超过 4.4 亿，付费会员总数超过 1.3 亿。

随着付费用户规模的快速增长，中国消费者已不仅仅满足于观看的内容本身，对高清、流畅、跨屏播放等良好观看体验也提出了越来越高的要求，中国视频市场从发展用户规模进入发展视频体验的新阶段。

超高清视频产业爆发前夜，视频体验国标呼之欲出

在“超宽带、大视频”的总体业务环境下，三大运营商将 TV 视频定位为战略性基础业务，IPTV 利用宽带优势，跨过标清、高清阶段，迅速切入超高清快车道。值得一提的是，2017 年 12 月 23 日，广东广播电视台 4K 超高清电视试验频道播出，标志着广东在全国范围内率先步入了 4K 超高清时代。以 OTTV 和移动视频为代表的新型视频服务，也正随着终端性能、内容分发能力、网络承载能力的提升，迅速实现着体验迭代，超高清产业即将爆发成为业界普遍共识。与之对应的是，国内市场支持 HDR、高帧率、广色域的 4K 电视尚不足 10%，机顶盒不足 0.1%，产业各方对技术标准和体验等级各自解读、各自定义、各自发展等因素，导致产业链步调不一致，严重制约着产业的健康发展。

为此，视频体验联盟联合产业链上下游力量，共同制定了以用户体验为依据的 uVES 标准，通过视频体验计算模型和公式，对终端获取的视频源质量（分辨率、帧率、编码方式、码率、画面复杂度）、交互体验（点播加载时长、频道切换时长）、播放体验（点播卡顿率、直播花屏率）进行科学评分，该评估体系标准已经通过中国通信标准化协会（CCSA）评审，并提交工信部签发国家标准。据工作组介绍，本次《白皮书》结合全 4K 体验目标的要求，进一步提出了全 4K 定义和技术参数，并将在功能上支持更多种编码标准（已经支持 MPEG2、H.264、H.265、AVS2 等），在应用上支持更多的视频服务场景（通信视频、监控视频、视频会议）。

视频体验仍有较大差距，三大因素是提升关键

根据《白皮书》的算法对视频用户视频体验进行了综合评分，其中 IPTVuVES 综合得分 3.08 分，OTTVuVES 综合得分 2.19 分，移动视频 uVES 综合得分 2.80 分，跟极致视频体验（uVES4.5 分以上）均有较大差距，视频源质量、交互体验、观看体验是决定用户视频体验提升的关键因素。

《白皮书》指出，在各类视频场景中，视频源成为当前各类视频服务用户体验提升的普遍短板。根据《白皮书》统计的数据，目前国内广电 DVB 高清内容的占比从 14%到 44%，高清直播频道平均占比 26%。IPTV 高清频道播放占比 77%，高清点播内容占比超过 62%，但是达到 15M 以上码流的 4K 点播内容占比仅为 6.5%。《白皮书》建议有线电视、IPTV 运营商加强高清和 4KUHD（支持 4K/50fps、AVS2、HDR）的内容提供及运营。

协作提升视频体验构建产业支撑点

视频体验联盟已经连续两年对国内互联网视频、宽带大屏、移动视频业务的用户体验质量进行了跟踪和评估。对于国内宽带网络和移动通信网络的服务能力提升起到了重要的推动作用，为有效解决网络能力和业务体验失衡的问题提供了解决途径。展望未来，随着 4K 业务的推广和普及，8K、虚拟现实、全景视频、沉浸式视频等一系列更具冲击力，以及接近用

户自然感受的视频技术将对承载网络、数据中心、终端设备、内容分发平台提出越来越高的要求，打造中国视频极致体验，需要整个产业链和生态链的长期共同努力。未来视频体验联盟将联合产业上下游各方的力量，继续推进视频体验技术研究、评测环境、标准和规范等工作，向国内外其他联盟或机构如宽带发展联盟、超高清联盟、UHDF、ITU、SVA 等输出评价方法，输出标准文稿，争取引领国内、国际视频用户体验标准，为全球大视频产业的发展打造重要的支撑点。

（3）2018 年下半年彩电行业如何面对挑战加剧

责任编辑：王超奇 2018 年 07 月 16 日

对于多数彩电企业来说，近两年的日子不好过。整个 2017 年彩电市场零售量规模 4781 万台，同比下降 8.1%。中国电子商会日前发布的《2018 年 1-6 月中国彩电消费及下半年市场趋势预测报告》显示，2018 年 1-6 月测算国内彩电消费约 2300 万台，整体仍比 2017 年同期稍有下降，也就是说，彩电市场依然未走出低谷。

整个彩电市场容量下滑，加上连续的面板供过于求，彩电价格持续下行，利润空间进一步压缩。销量、销额双双下降的情况下，许多品牌苦不堪言。特别是互联网品牌的进一步落寞，彩电行业洗牌进一步加剧，彩电行业 2018 年怎么了?该怎么走?

中产阶级消费能力崛起、用户对品质的要求，依靠薄利多销的时代已经过去，依靠方式来获得的市场也终将失去，互联网电视品牌就是最好的例子。用户喜欢什么就代表了市场的发展方向。进入 2018 年，彩电行业迎来了那些变化呢?



2018 年下半年彩电行业如何面对挑战加剧

互联网品牌份额减少或将退出舞台

2016~2017 年整个彩电市场中的互联网品牌可谓经历了大起大落。2016 是互联网品牌的元年，价格战异常激烈，销量也非常强势。不过好景不长，受制于原材料成本的不断增长，本就依靠资本运作的互联网品牌面临退出的风险，随着航母乐视的坍塌，连环效应此起彼伏，2017 年互联网品牌的声音也不断减弱。

进入 2018 年，互联网品牌在市场中的声音是越来越小，除了稳扎稳打的小米以及还在

打价格战的暴风,还有传统品牌旗下的互联网品牌外,许多互联网品牌已经在市场销声匿迹。今年过后,或许绝大部分互联网品牌将会推出历史舞台。

围绕创新显示技术的争夺越演越烈

在品质消费的当下,通过创新的显示技术来提高产品品质是目前趋势。毕竟彩电的显示技术是其核心竞争力,优秀的显示技术能主导整个彩电行业格局。目前,以TCL、三星为首的品牌力推量子点,创维、LG等品牌力推OLED,海信选择在自己擅长的ULED和激光领域大展拳脚。

随着越来越多的品牌加入这些阵营中,这些代表未来显示技术的竞争越来越激烈。但是从目前市场的反响来看,势头盖过成绩,这或许就是新技术、新产品初期的共有形态。据相关行业专家表示,在外来三至五年,这些技术将会像现在的LCD、4K一样,变得普及。

8K分辨率民用级电视发布 8K不在遥远

分辨率作为电视的硬性指标之一,它的发展一直受到重点关照。当4K电视价格不断下探的时候,搭载4K分辨率的电视普及率不断提高,从最新各品牌发布的产品来看,4K已经成为标配。但是就目前4K内容才刚刚有所起色的时候,或者说4K电视还没有完全普及的时候,更高分辨率的8K已经来了。

2017年8月,夏普全球首发民用级8K电视,将家用电视带入8K级别。在2018年CES上,更多品牌纷纷推出8K分辨率电视,布局8K市场。目前8K产品只是出于市场试探阶段,多则三年、少则五年,8K将会像4K一样,变得普遍。

人工智能是新突破口

各行业现在都离不开的热词就是人工智能。电视最初的形态不具备智能,当电视内置了系统之后,智能电视就越发不可收拾,变得像手机一样,在应用、内容、控制、操作等方面下功夫,也就有了现在的智能语音控制和人工智能。

目前,基本所有的电视产品都搭载语音控制功能,通过语音控制按钮,结合智能系统来达到分析传递语音控制的功能,便捷的控制令企业和用户都非常着迷。除了智能语音,人工智能也是彩电行业非常热门的关键词,通过人工智能的数据收集、挖掘,经过分析加工的数据传递给用户的时候,我们会发现,机器比我们更了解自己。

虽然2017年彩电市场不乐观,但是随着新技术、新应用的不断突破,彩电行业发展的步伐从未停歇,2018年到底会怎样,谁也说不准,对吧?

7. 新媒体

(1) 直播融合短视频短期难实现 分庭对抗或许是常态

2018-07-13 09:59

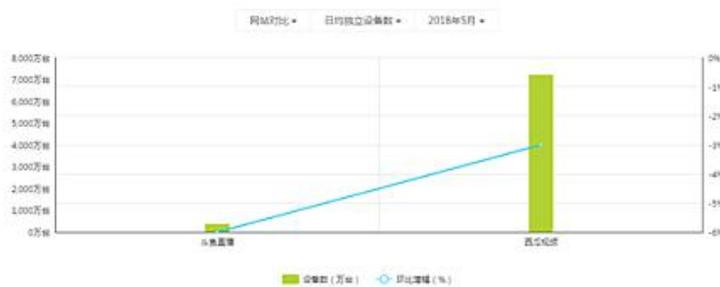
2018年上半年直播行业共发生8起融资，涉及8家直播平台超百亿元融资金额。其中，虎牙、斗鱼的融资金额占总融资金额的近7成，网络直播行业进入调整转型期。目前很多直播平台设置了短视频录制功能，短视频平台也开设了直播功能。看起来，这两大产品有互相融合的趋势，但是这样的融合可能并不会太顺利。

直播与短视频近年来风头正盛，相爱相杀，最近双方都在试水对方领域，让人不仅怀疑这两种形态的产品有结秦晋之好的嫌疑，但是细细想来，这样的做法只是或许只不过是一种战略需要。

直播软件中的短视频分区只能算视频

直播加入短视频，是完善“直播+”生态圈，短视频只是直播的衍生之一。短视频对于直播产品来说，填补的是主播下线后与用户冷启动的空档时间。短视频内容仍然围绕直播内容。例如斗鱼的“鱼吧”“视频”“关注”组成了用户生态圈，短视频只是其中之一。

直播平台加入短视频功能，很明显是它们感受到了焦虑。短视频在日活与使用时长上超出直播平台太多，在移动端，从艾瑞数据提供的图表来看，2018年五月份，西瓜视频的日均独立设备数有7.213万台，而斗鱼直播仅为383万台。



就好比百度在搜索中加入了信息流来应对来自今日头条的压力与焦虑。同类竞品的出现总是给原来的霸主以震撼，出于危机预警或者创新尝试，直播平台纷纷加入短视频功能。

短视频软件中的直播分区也只为变现

短视频加入直播，是对网红经济的开发，加强红人与用户的互动，增强用户粘性，大多数内容生产者并不适宜直播形式。例如，短视频红人 papi 直播效果远不及预期效果。短视频生产更强调 PGC，直播形式不适合 PGC。

不论是短视频还是直播，都是当代互联网青年的新精神消费。因此，互通有无的尝试在情理之中。短视频平台加入直播，对于具有主播素质的内容创作者来说，是一大利好。在广告收入之外，这类人有了新的收入渠道，同时也加强了对其创作内容的宣传。

直播与短视频的需求场景和运营模式差异大

直播三大领域：游戏、娱乐、户外。这些领域天然对圈子内的人具有吸引力。直播可以说是进化版的弹幕网站，将 up 主创造视频的过程展现出来，观众的弹幕也是实施展现，这样的举措带来的互动效果明显。直播提供的是主播与观众交流的平台，也奠定了直播以互动为中心进行商业化。

而短视频平台则是依据算法等系统推荐，依托广大的内容库，为用户创造需求，主动向用户展示好看有趣的内容，打发碎片时间。直播与短视频，对于用户应用场景来说，是不同的。直播填充的是用户的大片闲置时间，而短视频则填补用户的碎片时间。

在运作模式的区别上，直播平台的核心资源是主播，主播自带流量，或者容易获得流量，直播更容易形成用户圈子，但不容易形成品牌形象，比如在直播业内，常有平台抢夺大主播。对比之下，短视频的核心资源是内容生产者，UGC让更多的人被看见，PGC让人们看见更大的世界。

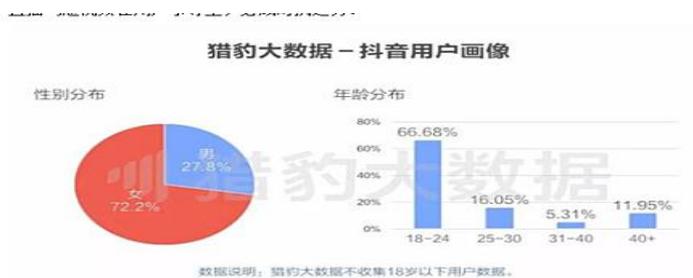
短视频很难让人记住创作者，但是平台形象易于建立，比如抖音年轻的品牌形象。二者在产品定位上就有明显的区别，直播需要维系好与主播的沟通，短视频平台则更需要去完善对用户的内容推荐机制。不同的运作模式，与产品定位上的差距，也让这二者的融合的可能性变得很低。你很难说让短视频花力气去捧几个 IP 就能做成，毕竟短视频是靠算法和海量的内容吃饭的。

产业形态成熟的企业之间难以合并 对抗趋势明显

直播与短视频产业各自生态成熟，具备商业价值。要互相融合，势必会对原有核心业务造成影响，在面对强敌的情况下，这样做的风险很大。不管是直播还是短视频在各自领域都深耕已久，直播举例来说，虎牙上市以来股价较发行价一度上涨超 300%，截至 7 月 1 日收盘，虎牙市值超 66 亿美元。

直播与短视频的龙头企业，大多已独立获得融资。2018 年上半年直播行业有八家企业获得融资，短视频行业就快手来说目前融资 E 轮，总融资额约 116.56 亿人民币。没有外界压力(盈利问题等)，很难合并。况且，短视频平台的头部企业以头条系为主，唯一的例外是腾讯投资的快手；而直播平台的两大头部企业虎牙斗鱼均获得腾讯投资，直播行业基本被腾讯掌控，直播与短视频的对抗，在其背后是字节跳动与腾讯的资本博弈。

直播与短视频在用户争夺上，必成对抗之势。



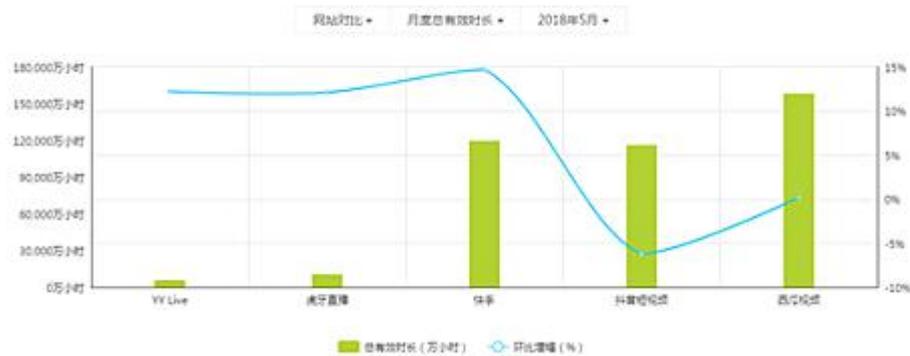
来自猎豹全球移动智库的数据显示，抖音的用户画像中，18至22岁的年轻人占比66.68%，而作为直播行业领头羊的虎牙直播，其24岁之下的用户占比仅为27.46%。“小镇青年”成为互联网新生力量，选择了短视频作为精神消费方式，对于直播行业来说，是寒霜时代。

用户花在娱乐的时间上是固定的，在短视频投入更多时间，相应地，在直播上投入的时间就会变少。在此消彼长的关系中，直播与短视频之间的斗争，已经是剑拔弩张。对于直播来说，目前的在移动互联网的境遇可以用寒冬来形容。

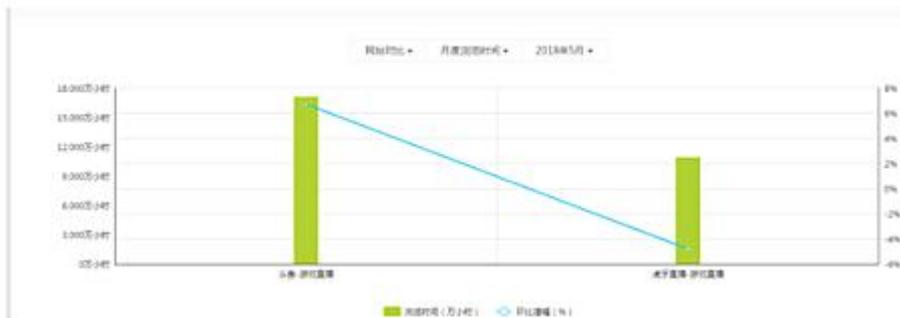
短视频在加入算法推荐后，还一度抢占了属于直播的大片闲置时间，但是就像“我的时间就像一个饱满的橘子，抖音渐渐榨干了它”这个比喻指明的一样，抖音等短视频的确不提供传统意义上的价值。这或许是直播与短视频之间关于时间抢夺中的有利条件，在用户趋于理性之后，直播凭借其丰富多元的生态，会迎来用户的回归。

总结：直播与短视频业务间难以合并 或加强对用户时间的抢夺

现状来说，短视频在移动互联上率先拿到了船票。艾瑞数据显示，移动 app 市场，短视频平台月总有效时长是直播平台的 10 倍左右，其中西瓜视频 5 月份的月度总有效时长为 158.323 万小时，而虎牙直播只有 10.767 万小时。



但是值得注意的是，短视频几乎只发力与移动互联，在PCweb上，直播是一家独大。5月份的数据中，斗鱼直播网站的月度浏览时间达到了17.092万小时。



直播与短视频大公司间的合并尚不可能，内部孵化产品又让位于核心业务。所以，二者的代表性公司，都不太可能去做产业融合，但是不排除一些新兴的初创公司，会尝试打造短视频与直播业务天然捆绑的产品。

但是目前行业中，直播与短视频仍然是分庭抗礼，短视频在体量上高歌猛进，也可能因为后继乏力，化作一阵泡沫。直播生态稳固商业变现成熟，面对短视频的侵蚀，也力不从心。后续的发展中，成败或许在于谁家的精细化运营更为成功。

(2) 【聚焦】电视淘宝趋势来临，不“剁手”有点难

责任编辑：张晓宝 2018年07月16日

“说起电视购物，你是否还记得主持人深入人心的只要998呢！”

当下拨打电话这种传统推销方式已经离我们越来越遥远，身为互联网土著居民，有事儿没事儿狂淘宝，已然成为新一代青年标志性习惯。

时代在进步，科技在发展。在智能电视迅速发展的今天，淘宝跨越移动端、PC端，实现电视终端交易，家庭场景大屏购物交互体验拉开帷幕，并将逐步走向成熟。据奥维云网最新报告显示：2018年5月OTT TV购物类应用月活排行榜，电视淘宝以568万台的月活稳居榜首。

大屏购物新方式——电视淘宝

电视淘宝是阿里集团专为电视观众打造的家庭购物平台，背靠阿里巴巴庞大的资源库，赢得用户信赖的同时还具有本身得天独厚的优势——与家人共享大屏娱乐，作为客厅的标配，电视

承担着一家人的娱乐，更重要的是可以共享快乐。



那么，相对比手机和电脑，大屏端电视淘宝的使用体验如何，电视上购物真的会被接受吗？

电视淘宝页面体验和手机、电脑上基本上相差无几，汇集了海量商品，平台集搜索、浏览、分类、评价，购买、支付、物流等功能为一体，对用户而言已相对成熟。为方便用户购买体验，针对用户遥控器操作痛点，推出语音识别技术、边看边买场景伴随等功能，契合用户收看行为习惯，让购物更简单更便捷。



对于品牌主而言，电视大屏端呈现其产品的图片及视频更有视觉冲击力，消费者对于品牌的印象、回忆度远远高于 PC 屏和手机屏。据秒针最新 OTT 报告显示，与小屏相比，大屏的内容和广告具有更高的信任优势。那么，如何抢占大屏端流量？如何深度布局电视淘宝？如何实现品效合一？对于品牌主将是更高的挑战。

双双联手，创新突破

2018 年，探索传媒与电视淘宝达成战略合作，成为电视淘宝一线运营商，联动电视淘宝，利用自身大屏互动技术以及海量的 OTT 终端样本资源（智能电视设备累计总量占市场的 80%），为品牌主量身定制差异化营销方案，抢占大屏营销先机。

为充分连接品牌与消费者，探索传媒创新推出 V+Match 视频场景化营销平台一边看边买，实力契合电视淘宝打造场景营销。利用自主研发的大数据分析系统，精准匹配大屏场景内容，从内容切入引流、兴趣诱导激发，到跳转商品购买下单，形成完整的消费经济链。

探索紧随时下热门影视节目，比如热门电视剧《我的前半生》，借势母亲节话题营销，匹配

该剧极品人物担当薛甄珠女士爆笑画面，植入相关品牌内容，兴趣引流跳转电视淘宝，激发用户购买。又比如，当你被《好先生》中孙红雷帅气的外表所迷住时，你的第一想法可能是：“要同款，要同款”。用户就可在观看视频的同时，下单购买明星同款，避免错过心仪的商品。



“边买边看”大屏引流转化模式是探索传媒的特色之一。对于用户而言可以边看影视剧边和品牌“隔空交流”。对于品牌主来说，视频场景化营销更是一种创新精准营销方式，有助于品牌主最大化曝光的同时有效提升消费转化率。相信未来，大屏购物将创造无限可能。

（3）5G 和下一代电视：时机或技术？这两个标准是竞争还是互补

2018-07-04 | 来源：传播与制作

2016 年在底特律对汽车厂高管的一次 发布会上，ATSC 工作人员演示了除了传统无线广播，ATSC 3.0 还能够用于车载 资讯系统、资讯娱乐及其它与联网汽车和 自动驾驶汽车有关的服务。

将一个广播标准用于这些用途的概念是革命性的，但预测新兴的 5G 无线通信标准将是与自动驾驶汽车通信的主要方式。

另一方面，5G 大幅增加的带宽将为无线运营商提供显著扩充其视频服务的能力。

那么，这两个标准可能走向“技术巅峰对决”吗？

大部分广播高管说不会。

始终乐观的辛克莱广播集团先进技术副总裁马克·艾特肯强调这些技术合作的能力。

	ATSC 3.0	5G
频谱	600MHz频段	管制和非管制的频率，包括1-6GHz以及可用的26、28、38和60GHz频段。
管制状态	标准集，FCC已批准使用	预计2019年最终标准化
开始日期	2018年现场试验，2019年开始推广	在若干市场有限的试验服务，2019年开始推广。
技术	广播	单播
物联网	固定和车载/移动	移动和固定，小网元交互
视频特性	多频道线性，增强的电视功能	点播宽带视频，低延迟
供应商/合作伙伴	30家技术公司，100多家感兴趣，早期供应商包括LG、三星、美国铁塔公司、Dielectric、Eneasy、GatesAir、哈雷和Triveni Digital	所有主要的美国无线运营商将提供5G，约20家运营商（全球）计划提供它。高通、LG、三星、索尼、HTC等其它电信提供商增加产能。

ATSC 3.0 和 5G 无线一些特性和服务的比较

“新 ATSC 3.0 广播标准设计时考虑到了 5G 融合，”他在会上说，强调这两种技术的互联网协议基础。

合作可能性

在随后的讨论中，艾特肯延伸了他的想法：“5G 与异构网络和混合服务有关，”他说，补充道新兴技术将为公司提供使 3.0 数据帧与当前的 4G LTE 和 5G 一致的能力。

随着未来几个月 ATSC 3.0 和 5G 技术在平行的路线上争先进入市场，艾特肯及其他与会者强调了合作可能性。尽管有竞争可能性（如 5G 提供点播视频服务的宽带能力和 3.0 传输 IP 语音信息的可能性），但广播公司和提供商肯定这两种技术都将大举进入市场。他们着重提出 3.0 是为广播优化的，而 5G 是专用于单播流媒体和固定无线接入。

“ATSC 3.0 和 5G 处理不同的用户案例和场合，”爱立信媒体标准经理莫里西奥·阿拉塞纳承认，“这两种技术不会互相干扰。相反，ATSC 的混合功能，如支持广播和宽带分发，允许广播公司对更个性化内容结合使用 3.0 和 5G 技术。”

Triveni Digital 公司首席科学官理查德·柴罗基表示，精确确定 5G 将需要什么还为时过早。

“我们确切地知道 3.0 是什么，但因为 5G 还在其生命周期的初期，还不知道它是什么，”他说，“5G 是一批可能协同工作的技术。”

“它有巨大的带宽；有低延迟及其它可能搭配得很好的特性，”但另有一些特性是互相排斥的，柴罗基说，他最近负责 ATSC 的第三技术组，指导下一代电视标准完成。

柴罗基承认有“很多你可以集成 5G 和 3.0 能力的事情”。

“3.0 物理层内很灵活，你可以把 5G 包括在内，”他解释道。他指出 3GPP（第三代合作伙伴计划）技术标准组正在探讨 5G 如何把无线电信业务从其传统的一对一通信主角转向一对多角色。

“我们有不同的模式，”柴罗基补充道，“作为一种混合业务，3.0 可以做点播。广播可以通过在接送机留放内容实现它，也可以从广播转到宽带，而且可以完美互补。”

面对现实

对 5G 和 3.0 相互作用的技术乐观被市场现实冲淡。特别是未来的 5G 手机、平板电脑及其它客户端设备接收无线广播 3.0 信号的能力可能有限，原因是无线运营商和手机制造商预计将继续他们的不把无线广播接收器集成入移动设备的长期策略。但 ATSC 3.0 在移动接收的优点可能有助于越过这障碍。

“你越来越将看到 3.0 与移动通信尤其是 5G 结盟的效力，”艾特肯说，“ATSC3.0 与 5MHz 兼容。我们演示了 3.0 与 CDMA 有关的能力。如果你从最低频率考虑这大频带，并察看全部频谱，你就拥有 3.0 可以适合的从 600MHz 到 AWS4 的一切。”

设备有了，市场存在

电信和广播技术提供商正在评估同时进入 3.0 和 5G 市场的时间和方式。艾特肯说在 NAB 2018 前，约有 40 家厂家提供 3.0 产品。现在，120 多家提供商正在谈论他们的产品路线。

“转入其它市场的厂家正在返回广播市场，”艾特肯说，“带着他们从电信市场的经验吸取的教训。”

Triveni Digital 的柴罗基表示赞同：“编码器厂商及其它厂商是跨这两个市场。”

爱立信是身处两个阵营的一家公司。该公司正在将针对广播公司、电视运营商和内容所有者的业务分拆为一家新公司——爱立信媒体解决方案公司。

“这至少使得更侧重于投资独立于网络业务的媒体技术，”该公司高级副总裁马修·高德曼表示，“ATSC 3.0 是一个新市场，爱立信媒体解决方案公司全方位计划为广播公司提供解决方案，事实上已经有初步的解决方案。”

下一步现状核实将是对面对两个技术的消费者。尽管最终 5G 标准计划在 2019 年通过，但威瑞森已经在选择的市場开始 5G 实地测试，而 AT&T 打算今年开始。由于 3.0 测试即将在凤凰城、克利夫兰、达拉斯及其它城市进行，一些早期采用者很可能马上碰到这两个技术——虽然为不同目的构建。

8. 媒体融合

(1) 湖南广播电视台经视频道：融合创新探出了一条新路

2018-07-10 09:47

一档电视栏目开播以来，在本地市場平均收视份额保持在 9.89 左右；台网融合仅 3 个月，网络平台粉丝量已增长到 54 万人，平台访问量达到 950 万人次……今年以来，湖南广播电视台经视频道在节目制作推陈出新的同时，在媒体融合方面也探寻出了一条新路，不但让主流媒体宣传阵地由电视扩展到网络平台，更让媒体的关注度和公信力得到进一步提升。

主流内容跨屏传播引关注

为坚持生态优先绿色发展，深入实施长江经济带发展战略，大力推动湖南高质量发展，5 月中旬以来，湖南经视派出 6 组记者，从湖南华容县五马口开始，经岳阳市君山区、岳阳楼区、云溪区，到临湘市铁山咀，在 163 公里的长江岸线进行采访，行程近 1000 公里，采访素材长达 1000 小时，同时大量运用了无人机进行拍摄，重点记录沿江沿湖化工企业清理退出、码头岸线资源整合、生态环境修复、非法采砂整治、黑臭水体治理等情况。此次采访制作成的系列报道《长江洞庭我的家》播出后，受到湖南省领导的肯定和广大观众的好评。

究其引起较大反响的原因，不仅因为其采访扎实、内容丰富，而且其通过“大屏讲述+短片+动画”的方式，多维度反映出了长江岸线群众如何加大力度守护一江碧波的实况，系列报道用多种形式讲述一个个生动鲜活的人物故事，展现出了保护长江洞庭的艰辛。

电视荧屏和新媒体融合推广，是湖南经视创新传播方式的实践，《长江洞庭我的家》系列报道通过《湖南日报》新媒体“新湖南”、红网新媒体“时刻”、芒果 TV、“经视社区汇”等新媒体同频共振，多频互动，点击量超过 300 万次，在湖南全省产生了很好的舆论反响。湖南省政协主席李微微在召开“洞庭湖生态环境治理推进落实情况”专题协商会时表示，这样的形式很好，主流内容的跨屏传播值得推广。

内容贴心形式多样显用心

为精准定位社区服务，今年 2 月开始，湖南经视推出电视栏目《经视社区汇》，开播至今，长沙市場平均收视份额为 9.89。栏目收视的迅速上涨，与其内容创新和对接新媒体、加强媒体融合密不可分。

《中国新闻出版广电报》记者了解到，《经视社区汇》常规板块主要由展现和谐家庭关系的《婆媳对夸》，以及沟通民意、服务民生的《人民心愿亭》等特色栏目组成，内容新颖，贴近民生。其中，《人民心愿亭》是让社区居民走进一个特制的亭子，在一个相对封闭的空间里对着视频录制设备说出自己对社区建设、民生问题的意见和建议。栏目将老百姓的心愿和心声及时反馈给相关部门，尽力帮助居民完成心愿，为百姓解决了不少生活和工作难题。

开播至今，“心愿亭”坚持每周走进一个社区。记者从该栏目组了解到，接下来，“心愿亭”还将陆续走进全省 14 个地州市的社区，用其独特的表现手法，真正进社区走基层，反映群众心声。

狭义上的《经视社区汇》是一个每天中午播出 20 分钟的电视栏目，但在广义上，《经视社区汇》更是一个网络直播平台，一个深耕社区、服务社区的线下活动阵地。在走进社区

的同时，栏目组还联合“经视社区汇”网络直播平台进行直播，展现社区丰富多彩的文艺活动，搭建起了一个与百姓沟通的大平台。

4月16日至22日，《人民心愿亭》融合新媒体平台——“经视社区汇”公众号和“湖南经视官方订阅号”推出特别策划“您的社区想开通社区巴士吗”，仅3天时间，新媒体平台投票区就有1.7万人次参与投票，留言达2000多条。栏目组根据民意进行实地调查，把群众的呼声反馈给主管部门。几天后，长沙市交通运输局吸纳了《经视社区汇》反馈的情况，将第一批公示的10条线路增加到12条，真正体现了《人民心愿亭》“反映民意、为民办事”的宗旨。

（2）浙江广电集团与青田传媒集团举行融媒体中心建设签约仪式

2018-07-09

7月6日，浙江广电集团与青田传媒集团融媒体中心建设签约仪式在青田传媒集团演播大厅举行，这也是浙江广电集团与县域融媒体建设的首次合作。



此次合作，将进一步促进浙江广电集团与青田传媒集团在内容、渠道、平台经营管理等方面深入转型、深度对接和高度融合，激发省、市、县媒体创新活力和发展动力，对于青田县融媒体中心建设来说，具有里程碑意义。

据了解，青田县媒体融合工作开展以来，着力于构建媒体融合的大格局，注重教育引导群众、服务生活，全心全意为受众提供他们所需的内容，从微博、微信、客户端入手，全面布局，大力发展新兴媒体，切实提高主流媒体的吸引力和影响力。通过融媒体中央厨房建设，确保策划指挥、采编播出、人才培养等相关要素的融合统一，加快打造一次采集、多次生成、多元发布、多级放大、多渠道融合、多平台互动的全媒体传播格局，实现内容、渠道等融合。



据了解，青田融媒体中心建筑面积450平方米，将打造成为我县传媒集团的“中央厨房”，并依托浙江广电集团技术，开展垂直化合作，实现平台协同、技术协同、渠道协同、产业协

同，让小媒体携手大媒体，借助大媒体的资源优势，弥补我县融媒体建设的不足，实现更大范围、更高层次的一体化媒体融合，形成省、市、县三级媒体互动、互融、共享、共赢局面。

下一步，融媒体中心建设将牢固树立共同体的理念，发扬奋进作风，弘扬工匠精神，把好项目实施关、安全关、质量关、进度关，开拓双方在媒体融合、政务信息、文化旅游、智慧城市等方面的多元化合作，助推“美丽青田，幸福侨乡”和六位一体新型媒体建设，进一步传播青田三乡文化。

浙江广电集团副总裁杨勇，县委常委、宣传部长吴飞飞出席签约仪式。

(3) 工信部:2018 上半年净增 2002 万,IPTV 用户总数达 1.42 亿户

2018 年 07 月 20 日 09:27

【慧聪广电网】消息：工信部最新数据显示，截止 2018 年 6 月末，4G 用户数突破 11 亿，移动宽带用户占比达 83.2%;50Mbps 及以上固定宽带接入用户破 3 亿，占比超八成;IPTV 用户总数达 1.42 亿户，上半年净增 2002 万户。

一、总体运行情况

电信业务收入增速小幅回落。上半年，电信业务收入累计完成 6720 亿元，同比增长 4.1%，增速较 1-5 月下 0.1 个百分点;电信业务总量①完成 25570 亿元，同比增长 132.7%，增速逐月提升，6 月当月增速达 147.4%。

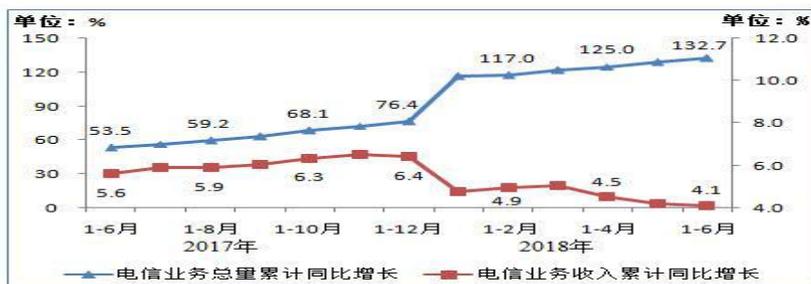


图 12017 年 6 月-2018 年 6 月电信业务总量及收入累计增速完成情况

固定通信业务收入增速保持两位数。上半年，三家基础电信企业实现固定通信业务收入 1958 亿元，同比增长 10%;实现移动通信业务收入 4762 亿元，同比增长 1.8%，占电信业务收入的 70.9%。



图 22018 年上半年固定和移动业务收入占比情况

移动数据及互联网业务收入增速放缓。上半年，三家基础电信企业完成移动数据及移动互联网业务收入 3095 亿元，同比增长 12.8%，占电信业务收入的 46.1%;完成固定数据及互联网业务收入 1055 亿元，同比增长 7.2%。

二、电信用户发展情况

4G用户数突破11亿，移动宽带用户占比达83.2%。不限量套餐服务刺激移动电话用户继续保持较快增长。截至6月末，三家基础电信企业的移动电话用户总数达15.1亿户，同比增长10.6%，上半年净增9229万户。其中，移动宽带用户(即3G和4G用户)总数达12.6亿户，占移动电话用户的83.2%；4G用户总数达到11.1亿户，占移动电话用户的73.5%。



图3 2017年6月末-2018年6月末移动宽带用户总数占比情况

50Mbps及以上固定宽带接入用户破3亿，占比超八成。截至6月末，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达3.78亿户，上半年净增2974万户。其中，光纤接入(FTTH/O)用户总数达到3.28亿户，占固定互联网宽带接入用户总数的86.8%。宽带普及提速深入推进，宽带用户持续向高速率迁移。50Mbps及以上和100Mbps及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数分别突破3亿户和2亿户，占总用户数的80.5%和53.3%。

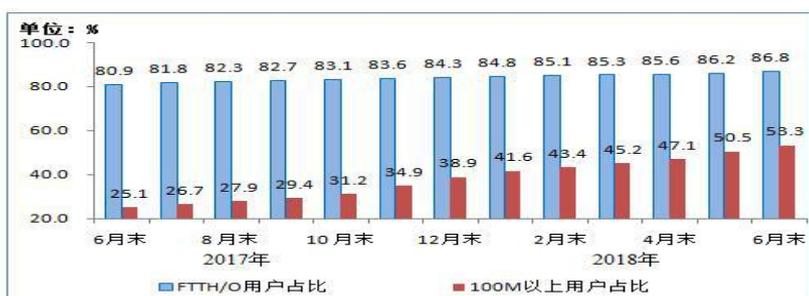


图4 2017年6月末-2018年6月末光纤接入(FTTH/O)和100Mbps及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户占比情况

IPTV用户规模保持稳步扩大，手机上网用户占比稳定。截至6月末，基础电信企业发展的IPTV用户总数达1.42亿户，上半年净增2002万户。移动互联网用户总数达到13.4亿户，同比增长14.5%，上半年净增7188万户。其中，手机上网的用户数达12.3亿户，对移动电话用户的渗透率为81.6%。



图5 2017年6月末-2018年6月末手机上网用户情况

三、电信业务使用情况

移动电话通话量继续下滑。上半年，全国移动电话去话通话时长完成 12819 亿分钟，同比下降 4.6%；全国固定本地电话通话时长完成 628 亿分钟，同比下降 19.6%。



图6 移动电话用户和通话量增幅比较

移动短信业务量和收入持续增长。服务登录和身份认证等服务的普及，使企业短信业务量今年以来保持大幅提升的态势，上半年，全国移动短信业务量同比增长 8.8%；移动短信业务收入完成 195 亿元，同比增长 5.7%；移动彩信业务量同比下降 11.9%。

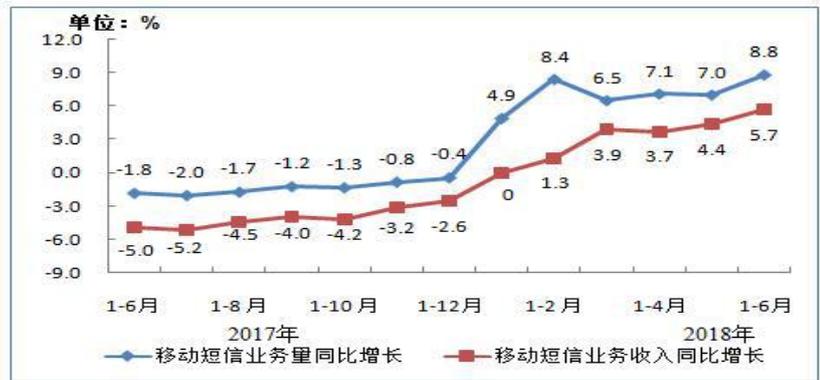


图7 移动短信业务量和收入同比增长情况

6 月份户均移动互联网接入流量(DOU)超 4GB。上半年移动互联网累计流量达 266 亿 GB，同比增长 199.6%；其中通过手机上网的流量达到 262 亿 GB，同比增长 214.7%，占移动互联网总流量的 98.3%。6 月当月 DOU(户均移动互联网接入流量)达到 4.24GB，同比增长 172.8%。固定互联网使用量保持快速增长，上半年固定互联网宽带接入流量同比增长 44.8%。



图8 移动互联网接入月流量及户均流量(DOU)比较

四、通信能力情况

光纤宽带网络加速建设，光纤接入端口占比达 86.3%。截至 6 月底，互联网宽带接入端口数量达 8.32 亿个，同比增长 12.6%，比上年末净增 5312 万个。基础电信企业继续加快“光

进铜退”进程，光纤接入(FTTH/O)端口达到7.18亿个，比上年末净增6055万个，占比提高到86.3%；xDSL端口总数下降至1918万个，占比降至2.3%。移动通信基站达624万个，其中3G/4G基站总数达到467万个，占比达74.9%。



图9 2016年6月末-2018年6月末互联网宽带接入端口数发展情况



图10 2016年6月末-2018年6月末移动电话基站数发展情况

光缆线路长度保持较快增长，接入网光缆占比达65.4%。上半年，全国新建光缆线路276万公里，光缆线路总长度达到4024万公里，同比增长18.1%，保持较快增长态势。接入网光缆、本地网中继光缆和长途光缆线路所占比重分别为65.4%、32%和2.6%。



图11 2016年6月末-2018年6月末光缆线路总长度发展情况

五、地区发展情况

西部光纤接入(FTTH/O)渗透率保持领先。截至6月末，东、中、西部地区光纤接入(FTTH/O)用户分别达到15820万户、8731万户和8299万户，占本地区固定互联网宽带接入用户总数的比重分别为85.3%、87.1%、89.6%，西部地区领先。各省光纤接入(FTTH/O)用户占比差异呈缩小态势，山西、北京、宁夏、河北、西藏、青海、河南、四川、新疆、甘肃和内蒙古等11个省市占比均超过90%。



图 12 光纤接入 (FTTH/O) 用户占比各省分布情况

- ①按照 2015 年电信业务不变单价计算。
- ②根据 2017 年 12 月快报数据计算得到，下同。

(4) 陕西电信 IPTV 医疗栏目上线

2018 年 07 月 16 日 09:07

【慧聪广电网】近日，陕西西电信 IPTV 医疗大健康栏目正式上线，居民在家也可以随手获取全国三甲医院专家的最新医疗知识。

随着经济不断发展，居民物质财富不断增长，居民自身的健康问题越来越受到重视，在国家“十三五”规划纲要中，单列“推进健康中国建设”一章，将健康上升至国家战略层面。

陕西西电信 IPTV 医疗大健康栏目汇聚了全国各大三甲医院知名专家的专业指导，以案例或疾病为出发点，深入浅出的讲解疾病的发病原因、诊疗、康复及护理等知识，除此外还会还科普大众关注的医疗热点话题，足不出户了解最新医学健康资讯。全国各大三甲医院知名专家为您讲解医疗健康知识，尽在陕西电信 IPTV 健康频道-《医疗健康》栏目！

IPTV 健康频道栏目内容资源涵盖陕西省三甲医院及全国各地三甲医院医疗健康视频。

在这里，可以看到丰富多彩的医疗节目，有陕西省三甲医院最强医师系列讲座节目《西京医院》，内容涉及超过 20 个科室，超过 50 名专家的视频讲座，全国名医集合的《名医在线》，涉及超过 100 全国知名三甲医院上百名知名专家的医疗健康讲座，还有大众关注度较高的常见病症医疗专题以及常见科室的优质视频内容供您观看，陕西电信 IPTV 健康频道为您的健康保驾护航！

医疗健康常见病症页面，这里整合了大众关注度较高的常见疾病，涵盖了中老年人关注较多的慢性病健康讲座、妈妈群体关注的母婴保健及新生儿讲座、男性群体关注的热点话题以及大众生活中较常见的健康疾病热点，点击即可观看疾病相关一些列的医疗讲座。医疗健康全部科室页面，涵盖了陕西省及全国各大三甲医院的科室系列相关视频讲座。

随着经济不断发展，居民物质财富不断增长，居民自身的健康问题越来越受到重视，在国家“十三五”规划纲要中，单列“推进健康中国建设”一章，将健康上升至国家战略层面。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）CTA 公布 AR/VR 标准术语

2018-07-04

美国消费技术协会（CTA）公布其首个论述增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术的标准。“CTA-2069——AR 和 VR 定义和特性”提出定义如 AR、混合现实（MR）、外向内追踪、VR 视频和 VR 图像、空间定位 VR 和 X 现实（XR）的术语。

“我们首个 AR/VR 标准向关键的新兴技术领域迈出的重要一步，”CTA 研究和标准高级副总裁 Brian Markwalter 表示，“行业根据 CTA 的 AR/VR 工作组的定义（它使消费者了解广泛的技术和体验）制定了此标准。通过此标准，行业产生了更有效支持 AR/VR 技术且将它们引入更广市场的蓝图。”



根据今年的 CTA 销售和预测报告，CTA 预测 2018 年将销售 490 万台设备，比 2017 年增长 25%，产生 12 亿美元收入（增长 18%）。在游戏玩家中的流行以及一个竞争性 AR/VR 附件市场为支持 AR/VR 增长的驱动因素之一。

“标准化、以市场为中心的定义是此行业很重要的第一步，”CTA AR/VR 标准组组长 David McIntyre 表示，“我期待在 CTA XR 标准化中业界更多参与。”

在 CTA 的标准解决 VR 术语问题的同时，IEEE 正在制定 AR/VR 技术标准。IEEE VR 和 AR 工作组（由设备制造商、内容提供商、服务提供商、技术开发商、政府机构及其它 VR/AR 技术发展相关方组成）正从事新 P2048 VR 和 AR 标准家族中的 8 个 IEEE 标准项目。

（2）4K VR 新媒体各路诸侯大战世界杯

2018-07-04 | 来源：依马狮广电网 | 看大图 | 手机版

40 年前，即 1978 年，中央电视台开始播出世界杯比赛，国人从此看到由自己团队转播的世界赛事；

2018 年 6 月 14 日，万众瞩目的第 21 届世界杯足球赛在俄罗斯拉开大幕。40 年过去了，科技的发展，媒体的融合，人们可以通过多种方式来观看赛事，而媒体更是呈现多样化方式。

让我们一起来看看今天媒体报道赛事的花样。



央视的豪门盛宴

中央电视台延续了 40 年的世界杯转播历程，作为中国大陆地区独家全媒体播出机构，它在今夏以国际顶级制作水准，为国内观众带来了一个月的视觉盛宴。

本届世界杯，央视派出由 131 人组成的前方报道团队，其中包括 10 个摄制报道小组，以完成总历时 40 天、前方制作并播出 64 场比赛、比赛日每天 20 个小时直播的节目需求。在莫斯科红场搭建了 70 多平方米的演播室，这是央视首次在世界杯现场设立演播室。之前的世界杯报道是前方把素材、信号协调回来，由后方制播，这次红场设演播室，几乎是把赛事的播出都挪到了前方。“之所以加大在这方面的投入，一是在前方，信号处理起来比较方便；二是包括对一些信息的掌握、现场的氛围，在前方更能贴近现场制作，而这种制作方式也是目前国际大台的标准打法。”央视体育频道负责人说道。

央视通过 3 个频道进行转播，即央视综合频道（CCTV1）、体育频道（CCTV5）、体育赛事频道（CCTV5+），直播全部 64 场比赛。根据赛程安排，由于小组赛最后一轮关系到谁能出线，所以是两场比赛同时开球，因此，CCTV5 直播小组赛最后一轮中的一场及其他所有比赛，共计 56 场，CCTV5+ 直播 8 场比赛，CCTV1 直播 35 场比赛。

新媒体平台作为电视端世界杯报道的延展和融合，进一步满足观众多种条件下获取世界杯信息的需求。在三台合并之后，中央人民广播电台、中国国际广播电台与中央电视台的世界杯报道呈现融合一体的新面貌。另外，此次世界杯报道，央视不仅在规模上有了突破，报道理念上还突出了两个重点和一个升级。两个重点主要体现在“全平台我在现场”，世界杯期间推出时长为 20 个小时的大直播，以及制作更多独立、专业、清晰的节目，将每一场比赛的 10 余路信号拆得更加精细、更加有特色。另外，还推出以独立现场采集为主体的前方直播节目——《俄罗斯行动》和独特的国际足联提供的技战术分析节目《世界杯看门道》。一个升级，那便是全新的多空间组合式报道。

CCTV5 加大与新媒体的融合。推出大屏结合全网的全新体育综艺节目《奇谭十一人》，其不仅在大屏，也在新媒体端发布，通过不同的版本满足不同受众的需求。在本届央视世界杯报道团队中还有一股强大的力量，那就是央视网。作为俄罗斯世界杯互联网/移动平台转播机构，央视网提供一个完美平台，帮助观众收获专属的世界杯记忆。

为此，央视网首次采用“中央厨房”的一体化报道，PC 网络端、央视影音 APP、手机电视、IPTV、未来电视，新媒体传播矩阵产品一体化生产、多终端分发。根据不同的版权权益进行分终端发布，汇集历届世界杯海量历史视频，接入世界杯官方多达 11 路多角度增量信号和虚拟现实（VR）点播视频内容，发掘央视转播世界杯 40 年来的历史素材，进行球队、球星、射手、进球、积分等多角度的视频产品包装，更是为各类球迷量身定制多款社交爆款产品。同时，联合 CCTV5、三多堂传媒等制作推出的《足球道路》体育文化纪录片、《俄罗斯足迹》、名嘴实时网络播报、《大咖陪你看》网络演播室节目等都通过统一的“中央厨房”进行多终端宣推分发。

这次体育盛会期间，中央电视台在央视专区 4K 超高清试播栏目中及时上架世界杯精彩赛事节目。

门户网站的淋漓

近年来，各大门户网站在奥运会、世界杯等重大体育赛事报道上已经有所积累，文、图、视频、评论等形式已经成为标配。如何在赛事报道中通过“人无我有”的独家内容脱颖而出，吸引更多用户，成为各家网站最为花费心思的地方。6月，搜狐新闻客户端世界杯版正式发布，同时，中央电视台体育频道 CCTV5 与新华社世界杯报道团集体入驻，世界杯期间，新华社体育部所有前方世界杯报道记者集体入驻搜狐新闻客户端自媒体，除了现场采写文字、图片等稿件，还做客搜狐新闻客户端自媒体直播间，第一时间将世界杯的方方面面呈现给网友，这些内容也能在电脑端看到。

腾讯采用了“大明星”战略，从多种角度储备对于中国球迷具有影响力的明星巨星资源，让他们为用户带来独家的内容。本届世界杯，腾讯邀请内马尔、罗比尼奥、佩佩等 15 位足坛巨星，在腾讯有关节目中评说本届世界杯。此外，为了增加栏目的丰富度，腾讯还邀请了著名作家莫言、苏童、麦家，名嘴白岩松、刘建宏、段暄以及足坛名宿朱广沪、孙葆洁、李金羽等加盟演播室。球星、名嘴、文化名人、足坛名宿的加盟，形成了多元化的报道阵容。

为方便用户获取世界杯资讯，搜狐、新浪、腾讯、网易四大门户网站体育频道均为本届世界杯设立了“2014 巴西世界杯”专题。打开电脑端专题页面不难发现，与往届世界杯报道相比，视频内容明显增多，无论是赛事直播，还是自制节目，均被放置在页面显要位置。视频网站的逆袭

回顾上一届世界杯，对于视频网站来说，是机遇也是挑战。挑战在于，它们没有直播权，只能事后转播，这对于球迷是一件扫兴的事。机遇在于，巴西与中国有 11 个小时的时差，这意味着除了资深球迷，绝大部分不愿意半夜爬起来追球赛的人只能选择视频网站观看。据一项调查数据显示，86.1% 的人表示更倾向于通过互联网观看世界杯，比 4 年前的数据翻了一倍，有人说道，这是第一届真正互联网化的世界杯。

“网络视频最重要的功能就是，能以最简单的方式看到想看的内容，比如今天夜里 2 点有场球，你明天却要上班实在看不了，但是，你可以看视频。这是网络视频的机会。”爱奇艺负责人说道。与爱奇艺类似，多家视频网站不约而同，在今年的世界杯视频播放及自制相关内容上大下功夫。对于爱奇艺来说，今年是它的世界杯元年。据了解，爱奇艺围绕实时赛事、足球花边、衍生节目等一系列资源推出了多档自制节目，并为这些节目投入了重量级资源。从优酷“跳槽”到爱奇艺的高晓松也为此奔赴巴西，开启了“晓松奇谈”的世界杯之旅。

乐视也不甘落后。乐视除从央视购买世界杯点播权外，还推出了包含资讯、侃球、大咖、真人秀、竞猜等 8 档自制节目，并且，乐视的自制内容不仅在 PC、手机上播放，更是在其自家互联网电视乐视 TV 上播出。此外，乐视还通过众筹模式，签约 C 罗担任乐视世界杯代言人，签约比利时国家队，成为其世界杯期间的中国独家互联网赞助商。

社交媒体博眼球

本届世界杯，社交平台也摩拳擦掌使出浑身解数，在这场聚拢全世界目光的赛事前展现着自己的魅力，从开赛十多天的情况看，用“人气爆棚”来形容似乎并不为过。

移动互联网的发展，使微博等社交媒体在大型赛事中的作用日渐突出。尤其是今年央视 5 套与新浪微博联手为球迷奉献的台网联动足球大餐，让微博平台的关注数据不断刷新。“不要你专业，只要你热爱！”的口号一下子拉近了球迷的距离，让懂球、爱球、凑热闹的粉丝们迅速聚拢。赛事预告、最新资讯、名嘴草根热辣点评等更是趣评中了解了世界杯的多样信息。以微博话题为基础，打造跨屏话题的互动形式，更是实现了直播社交化。很多球迷会发现，足球评论员在直播中多次引用微博内容，丰富了直播的趣味性。截止 6 月底，微话题“微

观世界杯”微博阅读量已突破 7.4 亿次，39.4 万评论量；“微 5 世界杯”阅读量已达 13.9 亿次，179 万评论量。由此不难看出重大事件中受众对社交平台搭建的诉求。而微博与央视世界杯的合作还包括原创节目口播、赛事直播互动、赛事点评团等多种形式，全面覆盖央视 5 套四大新闻类节目《体育晨报》《体坛快讯》《体育新闻》《看透世界杯》，以及《豪门盛宴》《我爱世界杯》等主打节目，鼓励网友参与微博互动。

微信朋友圈、微信群的不断刷屏也成为今夏世界杯期间的一大亮点。“腾讯体育”微信公众账号通过《读懂体坛》《看世界杯》等板块深度解读世界杯，与网友进行热门话题讨论，并通过《点我互动》板块推出猜图赢 Q 币活动，吸引了广大微信用户的参与。此外，为了进一步增加参与性，通过 APP 平台安装“腾讯看比赛”还可以拉“微信好友猜球”。通过尝试发现，登录账号后可以通过拉好友的形式对尚未开赛的球赛进行预测，比赛结束后可以通过朋友圈分享竞猜结果，输了的求赞求安慰，赢了的晒信心晒运气，无论真伪球迷，都可以在猜球中享受世界杯的欢乐，让看球聊球变得更具趣味性。

“社交媒体本来就是拓展人际交往的重要平台，遇到世界杯这样的重大赛事人们有交流的需求更有参与的热情，因此，微博也好微信也罢正契合了受众的需求，同时相对于论坛等社交平台，微博微信的移动性更符合用户人际交往的随时性，因此，受众的参与度还会随着世界杯话题的深入而不断升温。”某业内人士说道。

你喜欢的观战方式

中国球迷愿意选择哪种媒介观战世界杯？各类媒体之间的竞争又带给他们怎样的变化？让我们来看看世界杯狂欢模式刚刚启动之际，相关数据监测机构发布的最新数据。

世界杯狂欢一触即发前夕，央视市场研究（CTR）通过 iCTR（CTR 在线调研网站）发布了一组数据，结果显示，有 73% 的被访受众表示将观看此届世界杯比赛，而且“70 后”“80 后”将成为观看主力。被访受众中，有 44% 为“80 后”，占比最大；紧随其后的为“70 后”群体，所占比重达到 31%。

CTR 发布的数据显示，63% 被访受众表示将通过电视直播看世界杯。世界杯开幕式由 CCTV-1 和 CCTV-5 同步播出，据统计，全国网当天并机总收视率 0.34%，并机总收视份额 29.55%，是前一天同时段收视的 11.4 倍，两频道并机最高分钟总收视份额达 36%。

据 CTR 在世界杯开战前通过 iCTR 在线话题调研的数据显示，过半被访受众选择台式电脑、平板电脑或手机等网络设备观战，其受众分别占 41%、18% 和 16%。中国网络电视台（CNTV）独家享有本次世界杯全部比赛的中国大陆地区网络转播权。由于缺乏与 CNTV 相抗衡的独家网络转播权，各视频服务商积极布局、“曲线救国”，纷纷准备了各种特色栏目以吸引用户，力求凭借快、全、创新及互动弥补不能直播赛事带来的损失。在“全”方面，优酷、爱奇艺以及集门户与视频双向资源于一体的搜狐、腾讯等均已推出世界杯专题页；在“快”方面，各大视频网站及门户网站通过手机客户端进行快速信息推送和更新，实现 24 小时无缝信息服务；在“创新及互动”方面，各家主流视频网站均推出 3 个以上自制世界杯专题栏目，通过明星、脱口秀、互动评球、竞猜节目为球迷带来更多话题进行互动讨论，增加受众的规模及黏性。

10. 国际动态

(1) 美国有线和电信运营商转向全 IP 视频服务

2018 年 07 月 20 日来源： 依马狮广电网

美国区域电信和有线电视运营商 TDS 电信选择了 TiVo 的最新平台为其用户提供电视服务，这是其从传统 QAM 和 Mediaroom 服务转向一个 TiVo 驱动的 IP 视频平台计划的一部分。

TDS 电信将同时在有线电视运营区和电话线服务区向新老电视订户推出其 TiVo 驱动的新视频服务。

TiVo 称其平台将使 TDS 能够提供贯穿线性、OTT、点播和云 DVR 平台的超个性化、高级搜索和推荐、语音控制、无缝发现，以及通过一个基于云的与设备无关服务的多屏能力。

TDS 的视频服务将提供 IPVOD、IP 线性、回看和网络 DVR 等。TiVo 的平台将被部署于各种客户端，包括安卓电视机顶盒以及无管理的消费者拥有流媒体设备，如 AppleTV、AmazonFireTV 及 iOS 和安卓移动设备。

TDS 电信公司和 TiVo 都认为此平台是搭起传统线性付费电视体验和视频消费领域剧变的趋势之间桥梁的理想产品。丰富的元数据和推荐引擎、会话式语音搜索以及 OTT 内容完美聚合到一个一流的用户界面和体验是 TiVo 带来的优点。

在有线网领域，TDS 将把此 TiVo 部署作为其全部服务最终转向 IP 计划的一部分，这对它不断在有线网中向家庭推出更高 DOCSIS 速度大有裨益。

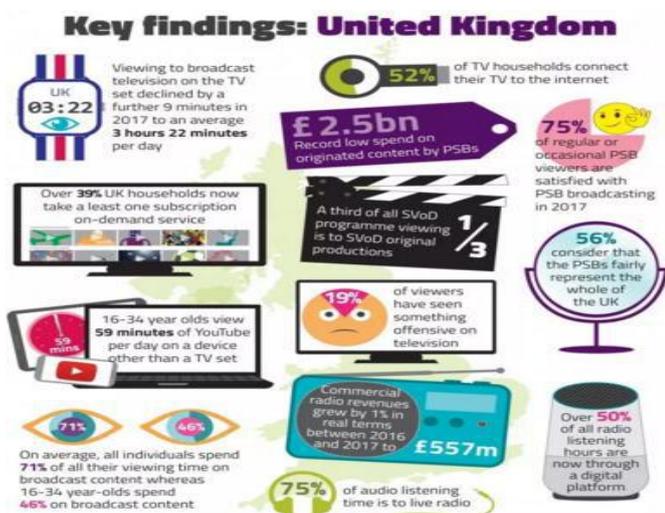
TDS 计划将限制其传统 QAM 视频产品的销售，并在此新服务在有线电视市场启动时推动全部新用户使用此 TiVoIPTV 产品。

在电话线市场，TDS 将限制当前 MediaroomIPTV 产品销售，新增用户全部转向 TiVo 产品。

(2) 电视流媒体服务已经超越了付费电视

2018 年 07 月 20 日来源： AsiaOTT

与传统的付费电视平台相比，英国观众现在更有可能订阅流媒体服务。



根据英国监管机构 Ofcom 的最新研究发现，随着用户对 Netflix 等流媒体的兴趣逐渐增

加, BBC, ITV, Channel 4 和 Channel 5 等英国广播公司花费在制作新电视节目上的金额已经降至 20 年最低。

目前, 用户在电视机前花费的时间正在减少, 电视机的平均每日观看时间在 2017 年下降了 9 分钟, 并且自 2012 年以来已经下降了 38 分钟。

在众多流媒体提供商中, Netflix, Prime(亚马逊)和 Now TV 现在已经拥有了 1540 万用户, 超过了付费电视服务的 1510 万用户。

但该报告还显示, 订阅视频点播服务通常是对传统付费电视的补充。在 2018 年第一季度, 拥有 SVOD 服务的人群中有 71% 也同时拥有付费电视服务, 这一比例与上一年大致相同。

根据数据得知, 所有设备的每日总浏览时间约为 5 小时一分钟, 其中三分之二的时间内(3 小时 33 分钟)为广播内容, 另外的 1 小时 28 分钟为非广播内容, 如 YouTube、Netflix 和亚马逊的 Prime 视频等服务。

Ofcom 首席执行官 Sharon White 说: “目前的研究发现, 我们观看的内容和观看方式正在迅速发生着变化, 这对英国电视产生了深远的影响。” “我们发现付费电视的收入在下降, 公共服务广播公司对新节目的支出也在下降, 同时全球视频流媒体巨头正在实现增长, 这些挑战对广播电视而言不容小觑。”

据悉, 年龄在 16~34 岁之间的观众观看的非广播电视节目远比广播电视内容更多, 所有设备平均每天播放流媒体服务时间约为 2 小时 37 分钟(占比 54%), 另外的 2 小时 11 分钟(占比 46%)则为付费电视内容。

(3) 沃尔玛计划推出流媒体视频服务, 与 Netflix、亚马逊争流量

2018-07-19 | 看大图 | 手机版

据《The Information》报道, 沃尔玛正考虑推出自己的流媒体服务, 与 Netflix 和亚马逊等现有巨头进行竞争。

据知情人士透露, 沃尔玛正考虑采取各种方式以突出重围, 包括降低亚马逊和 Netflix 的价格或提供广告支持的免费服务。虽然沃尔玛可以决定不提供这项服务, 但据《The Information》报道, 该公司认为, 在竞争激烈的流媒体市场中, 可以一种低成本的选择, 来潜在地瞄准中美洲的客户。



新的流媒体服务并不是沃尔玛第一次试水在线视频。2010 年, 沃尔玛收购了视频点播服务 Vudu。

如果沃尔玛加入订阅流媒体领域的竞争, 它不仅要面对 Netflix 和亚马逊这两大强敌, 还要面对其他众多对手。作为直接接触消费者的战略的一部分, 迪斯尼已经计划在明年推出

自己的流媒体视频服务，该战略还包含 Hulu 和 ESPN+。另外，刚刚收购时代华纳的 AT&T 正在将 HBO 视为其直接面向消费者计划的支柱。

《The Information》指出，虽然流媒体服务是可以盈利的，但是设置和获取内容需要付出高昂的代价。Netflix 在本周公布了一份低于预期的收益报告后，股价出现了下跌，所以即使是大公司也不能幸免于失败。

就在这一报道的前几个小时，沃尔玛宣布与亚马逊竞争对手微软达成了扩大使用这家科技巨头云服务的全面协议。这一为期五年的“一系列云创新项目”协议，将涵盖 Microsoft Azure 和 Microsoft 365 的使用。

11. 走向海外

(本期无)

(二)、重要政策进展

1. 三网融合

(1) 小米与移动达成战略合作 未来物联网将成小米主攻方向

本文作者：张樑 责任编辑：张樑 2018 年 07 月 16 日

最近对于小米来说可谓是好事不断，从 7 月 9 日正式在港交所上市之后，7 月 13 日，中国移动也与小米在京举行战略合作协议签约仪式，双方将通过推动两大生态的协同合作，其中最主要的就是关于物联网 (IoT) 这一领域的交流合作。



图为 中国移动和小米的战略合作协议签约仪式

据众视媒体 MVNO 频道记者获悉，中国移动的“大连接”战略将和小米的“手机、智能硬件、IoT 平台”进行互补合作，使两者在物联网这一蓝海中能够携手共进。

说到“物联网”这个词，最早可以追溯到 1990 年施乐公司的网络可乐贩售机——Networked Coke Machine。而在 1999 年，美国麻省理工学院 (MIT) 的 Kevin Ash-ton 教授首次提出物联

小米 IoT 开发者平台为智能硬件提供两种接入方案：

1、设备直连接入：设备直连接入，即智能硬件通过嵌入小米智能模组或集成 SDK 的方式直接连接到小米 IoT 平台。

该方案适用于新产品接入，同时无自有智能云、或相对缺少产品智能化经验；希望产品与米家 APP 在体验上深度集成，用户可使用米家 APP 完成从配网添加到控制管理的全部操作；希望产品在小米众筹平台或有品商城中销售；希望产品接入后获得更多的合作推广资源（如营销、运营等）的开发者。

2、云对云接入：云对云接入，即开发者自有智能云与小米 IoT 平台对接，其智能硬件连接自有智能云后，也间接实现了与小米 IoT 平台的接入。

该方案适用于已有自己的智能云和智能家居 APP，产品主要在自有 APP 中进行添加和管理，但希望同时能被小爱同学、米家 APP 控制，或者希望与小米 IoT 平台的其他智能硬件实现互联互通的开发者。



需要提醒的是：小米 IoT 开发者平台当前仅面向中国大陆地区的智能硬件企业或平台开放。

与阿里、腾讯、百度、京东等其他互联网公司不同的是，硬件是小米的主要产品，加上物联网平台，小米具备了提供端到端物联网方案的能力。

据众视媒体 MVNO 频道记者获悉，目前小米已有过亿的消费物联网连接，其新增连接也以较快速度增加，当然，除了消费级物联网外，小米也有自研的 NB-IoT 芯片和 NB-IoT 模组产品，另外，作为一家虚拟运营商，去年年底小米的物联网卡发卡量已超过 1000 万，成为虚商中物联网卡发卡量最大的厂商。

面对即将到来的万物互联时代，运营商在物联网领域的探索和发展需要与熟悉用户需求的厂商合作，物联网需要形成产业生态合作，产业链各环节领军企业各取所需、率先形成合作落地，是构建产业生态的重要一步。

(2) 浅析三网融合下广电网络宽带发展

2018年07月20日来源： 广电视讯

谈广电网络宽带，始终绕不开三网融合，自2010年1月13日，国务院*温家宝主持召开国务院常务会议，决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合开始，到现在三网融合网络和业务快速发展，几年时间里，电信企业积极部署视频业务的应用，2013年8月1日，国务院发布了《“宽带中国”战略及实施方案》，随后国家围绕“宽带中国”战略相继出台了一系列的政策和相关文件，随之而来的是电信企业加快高速宽带网络建设，带宽快速升级，有线电视在视频清晰度和流畅程度上相比IPTV的优势正逐渐减弱，广电网络面临视频业务的正面竞争。

目前IPTV、OTT TV等新兴媒体业态发展迅速，促使电信运营商、互联网企业、硬件厂商、内容提供商等不同程度涉足以电视屏幕为终端的业务，广电行业在电视相关业务领域面临的竞争愈发激烈，三网融合方案中要求“符合条件的广播电视企业，可经营增值电信业务和部分基础电信业务、互联网业务”。但是在互联网接入业务上却面临出口户均成本高、网络出口质量低、网络内容资源匮乏等诸多问题，然而，虽然很多从业者知道广电网络宽带存在短板，却不知道应该往哪个方向努力。

本文旨在通过研究广电网络宽带目前存在的问题和取得的成就，对广电网络宽带优劣势进行分析，针对广电网络宽带未来的发展提出思路，期望能够引发一些广电从业者的思考，起到抛砖引玉的作用。

截至2017年12月末，三家基础电信企业固定互联网宽带接入用户总数达到3.49亿户，IPTV用户达1.22亿户；有线运营商数字电视用户下滑至2.45亿户，其中，有线数字电视缴费用户持续下滑至1.53亿户，双向网渗透用户8251.4万户，宽带用户3498.5万户，智能终端1253万户。

经过最近几年的发展后，在未来市场上，电视用户、宽带用户将逐步在三大运营商、广电网络之间流转，接下来将会是残酷的市场竞争，用户数量必将是此消彼长，在内容、服务、质量等各个层面展开竞争。

一、广电宽带发展优势

1、广电行业拥有一张覆盖全国网络，尽管全国广电网络尚未实现全国一网，但覆盖全国的骨干网早已建成——国家广播电视光缆干线网；最难敷设的接入网也已建成——各省级广电运营商的网络早已遍布城市和乡村的各个角落；各省级广电运营商的广电城域网几乎都是一个城市自愈环网，相对于电信网络，广电网络更加健壮。

2、在“大视频”时代，广电运营商依托掌握着的大量优质视频内容资源，如果善加利用，充分挖掘资源价值，结合互联网技术可以开展内容、服务、精细化运营等新型业务，以内容带动业务发展，进而促进整个平台和行业健康发展。

3、用户规模是广电网络运营商的盈利基础，庞大的有线电视用户全部可以看作广电网络宽带的潜在用户，即使采用简单的捆绑式营销也可以获得大量用户，需要考虑的仅仅是如何让用户沉淀下来。

4、安全播出是具有广电特色的安全生产机制，经过多年的运行与发展，广电系统已经形成了一套成熟的保障体制和机制，出台了一系列规章制度，可以很方便的移植到广电网络宽带业务的管理上，这是其他运营商无法比拟的。

二、广电宽带发展劣势

1、成本高，质量不稳定。

为了开展宽带业务，广电运营商从各个渠道采购互联网宽带出口，宽带业务的收入有很大一部分用于采购互联网宽带出口，造成成本居高不下。而广电运营商采购的互联网宽带出

口，经过层层的路由转换，并且每一级都有存在缓存服务器或者 CDN 服务器。这些使得广电运营商采购的互联网出口宽带的延时较大，互联网地址不稳定，随之而来的就是用户上网体验变差。

2、没有形成品牌，技术积累不足。

广电网络宽带发展至今，没有形成深入人心的品牌，大众眼里广电还是以电视为主业的。宽带业务对一线维护人员提出了更高的要求，很多老广电人需要重新学习业务知识，存在业务水平低，技术积累不足的问题。

3、盈利模式单一，营销模式粗放。

基础电视业务收入依然是大多数广电网络公司的重要收入来源，广电网络宽带的收入占比一直比较低，在宽带营销上，以简单的捆绑销售为主，广电网络公司 ARPU 值也明显比电信运营商要低。

三、广电网络宽带发展思路

三网融合全面推行以后，广电网络面临的是一个开放性的市场竞争格局，在这种情况下，要么成长为与对方相差不大的体量，要么被激烈的竞争打的灰飞烟灭，很难说走出第三条路。为了应对广电网络宽带市场的竞争，广电行业下阶段的工作目标应立足于一个总体目标、两个资源建设和两个互联互通。

一个总体目标是全面参与三网融合，争取平等双向进入身份，推进行业的规模化、集约化、专业化经营水平。

第一个资源建设是自身视频内容资源建设，盘活沉没资产，对音视频内容资源进行集成、再加工与开发，向用户提供视听类、应用类、体验类等个性化融合型产品。

第二个资源建设是对互联网流量较大的网站进行本地化建设，通过自建、合建、合作等多种方式尽可能多的获取存储资源，通过网络缓存技术提高响应速度，节约带宽，将广域传输转为本地或就近访问。

第一个互联互通是依托全国有线网络互联互通平台，实现各省级网络公司之间的互联互通、宽带业务网内流量的优化调度以及内容资源的全面共享，提用户使用体验同时，对链路资源进行均衡使用，提升规模化竞争能力，降低广电宽带业务的出口成本和运营风险，并逐步形成基于广电网络的国家级互联网平台。

第二个互联互通是广电网络与三大运营商之间的互联互通，各省级网络公司独立发展是不可能取得与三大运营商平等的地位的，也不可能取得话语权，只有依托全国有线网络互联互通平台，才能凝聚影响力，取得话语权，才能实现广电宽带的演进和发展，构建基于有线电视网络的宽带互联网，保持有线电视网络稳定持续发展。

结束语

展望明天，任重道远，三网融合开展以来，广电网络宽带在夹缝中求生存，虽然存在各自为战不成规模，技术水平跟不上业务发展等问题，但也取得了一定的成绩和宝贵的经验，从长远看，整合全国广电网络进行流量经营、内容经营、平台经营，从功能型网络向智慧型网络转变势在必行。

2. 宽带中国

(1) IPv6 成中国争夺网络主权的关键弯道 国家助推部署提速

2018-07-10 09:55

近日，国资委召开中央企业 IPv6 规模部署应用工作推进视频会议，认真贯彻落实中办国办印发的《推进互联网协议第六版 (IPv6) 规模部署行动计划》要求，加快推进中央企业 IPv6 部署应用工作。

国资委党委委员、秘书长阎晓峰在会上强调，中央企业要充分认识肩负的责任和使命，坚决贯彻落实党中央、国务院有关工作部署，要在落实《推进互联网协议第六版 (IPv6) 规模部署行动计划》和国家网络强国战略中发挥骨干和引领作用。

IPv6 为何能被国家如此重视，目前进展如何？它将给社会生活带来哪些新图景？

IPv6 是 Internet Protocol Version 6 的缩写，其中 Internet Protocol 译为“互联网协议”。IPv6 是 IETF (互联网工程任务组，Internet Engineering Task Force) 设计的用于替代现行版本 IP 协议 (IPv4) 的下一代 IP 协议，号称可以为全世界的每一粒沙子编上一个网址。

IP 协议是一种有限资源，随着万物互联时代加速到来，IP 资源紧缺的现象愈发突出。第四届世界互联网大会公布的《世界互联网发展报告 2017》表明，截至 2017 年 6 月，全球网民总数达到 38.9 亿，普及率为 51.7%。这就意味着，如果每个网民有一台入网设备，目前 IPv4 协议分配的 43 亿 IP 地址很快就会不够用。

而现实情况是，随着移动互联网的飞速发展，个人便携 PC、智能手机以及其它移动电子设备快速普及，人手多台入网设备成为常态，未来也将出现越来越多的物联网应用，甚至电视、冰箱、空调、牙刷都开始入网，这对 IP 地址的需求量将会几何级增加。未来的物联网时代，甚至像灯泡这样微小的家居设备都要配备 IP 地址。这样 40 多亿个地址是远远不够的。

根据《中国互联网发展报告 2017》显示，截至 2017 年 6 月，中国网民规模已达到 7.51 亿，而 IPv4 地址数量仅有 3.38 亿。相当于平均每两个人共用一个 IP 地址。而在美国，平均一个人拥有 5 个 IP 地址。而我国在过去并没有获得大量的 IPv4 地址，面对迅速增长的入网设备和网民数量，争取更多的 IP 资源成为迫切需求。

IPv6 可以在解决 IPv4 地址短缺的同时，还有可能解决多种设备连接互联网的障碍，为万物互联奠定网络基础。基于 IPv6 的下一代互联网拥有海量地址，将成为支撑前沿技术及产业快速发展的重要基石。在当前新一轮科技革命和产业变革的关键时期，下一代互联网规模部署将成为我国由网络大国迈向网络强国的迫切要求。

发展 IPv6 成为全球公认的下一代互联网解决方案，全球你追我赶普及 IPv6 的竞争态势正在形成。如果不加快向 IPv6 升级，就会成为制约互联网经济发展的一个瓶颈，在这个过程中，中国企业自然不甘落后，国家也针对此发布了很多政策。

2017 年 11 月 26 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《推进互联网协议第六版 (IPv6) 规模部署行动计划》，提出用 5 到 10 年时间，形成下一代互联网自主技术体系和产业生态，建成全球最大规模的 IPv6 商业应用网络。

计划还指出，到 2020 年末，中国 IPv6 活跃用户数要超过 5 亿，在互联网用户中的占比超过 50%，新增网络地址不再使用私有 IPv4 地址；到 2025 年末，中国 IPv6 网络规模、用户规模、流量规模位居世界第一位，网络、应用、终端全面支持 IPv6，全面完成向下一代互联网的平滑演进升级。

今年5月份，工信部发布关于贯彻落实《推进互联网协议第六版(IPv6)规模部署行动计划》的通知，拟从六方面落实IPv6行动计划。其中提出，到2018年年末，排名前10的平台需完成50%云产品改造，全国移动互联网IPv6用户规模不少于5000万户。

邬贺铨表示，这次技术革新将是中国争夺网络主权的一次关键弯道，借助IPv6部署，中国将能够参与到互联网运营和关键资源的组织、分配中。“国际互联网有8000多个标准，在IPv4时代，中国只提了中文编码标准。但IPv6时代，中国跟发达国家同时起步，就IPv6提出了100多个标准，可以说IPv6为中国互联网发展打开了一个新的创新空间。”

3. 相关政策法规

(1) 国家税务总局：各级税务机关加强影视行业税收征管

2018-07-14 01:05

划重点：

- 1 《通知》指出，影视企业和影视行业从业人员应当依法如实申报并缴纳税款。
- 2 《通知》要求，各级税务机关要加强对影视行业的税源管理。
- 3 《通知》强调，各级税务机关要严格依法执行税收优惠政策，支持影视行业健康规范发展。

近日，为贯彻落实中宣部等五部门关于治理影视行业天价片酬、“阴阳合同”、偷逃税等问题的有关要求，国家税务总局印发《通知》，要求各级税务机关深入推进税收领域“放管服”改革，进一步加强影视行业税收征管，规范税收秩序，积极营造支持影视行业健康发展良好税收环境。

《通知》指出，影视企业和影视行业从业人员应当依法如实申报并缴纳税款。影视行业纳税人应当按照实际业务如实开具增值税发票，不得填开或让他人自己开具与实际交易内容不符的发票，不得将不符合规定的发票作为所得税税前扣除凭证。影视行业纳税人享受税收优惠政策不符合相关规定的，税务机关将依法追缴已享受的减免税款，并按照税收征管法等有关规定处理。

《通知》要求，各级税务机关要加强对影视行业的税源管理。建立健全各地税务机关与宣传、文化、市场监管、广电等部门的协作机制，及时掌握影视企业和影视行业从业人员经营活动、收入、纳税等信息。帮助和督促影视行业纳税人健全财务制度、设置账簿，依法确定影视行业纳税人税款征收方式。加强对影视企业和影视行业从业人员的税收风险分类管理，对中低风险和高风险纳税人分别采取风险提醒、税务稽查等措施，对存在税收违法行为的依法进行处理，并按规定列入税收“黑名单”，推送相关部门开展联合惩戒。

《通知》强调，各级税务机关要严格依法执行税收优惠政策，认真落实支持影视行业健康规范发展的税收管理服务举措，对诚信经营、依法纳税的影视行业纳税人依规提供办税绿色通道等激励，有针对性地加强税法宣传和政策解读，切实保护影视行业纳税人的合法权益，提高其税收遵从度。

(2) 四部委专项整治网络转载、短视频、动漫等重点领域

2018-07-16

7月16日，国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部联合召开新闻通气会，通报启动打击网络侵权盗版“剑网2018”专项行动有关情况。



国家版权局版权管理司司长于慈珂

国家版权局版权管理司司长于慈珂介绍，“剑网2018”将以网络侵权多发领域为重点目标，以网络侵权多发领域为重点目标，以查办案件为重要抓手，通过集中整治和引导规范，有效运用分类监管、约谈整改、行政处罚、刑事打击等多种措施，集中整治网络转载、短视频、动漫等领域侵权盗版多发态势，重点规范网络直播、知识分享、有声读物等平台版权传播秩序，深入巩固网络影视、网络音乐、电子商务平台、应用商店、网络云存储空间等领域专项整治成果，维护清朗的网络空间秩序，营造良好的网络版权环境。



通气会现场

据经济日报-中国经济网记者了解，此次专项行动自7月上旬开始，将利用4个多月的时间开展三项重点整治：一是开展网络转载版权专项整治。针对目前网络媒体特别是微博、微信公众号、头条号等“自媒体”侵权现象，将重点打击未经许可转载新闻作品的侵权行为和未经许可摘编整合、歪曲篡改新闻作品的侵权行为，坚决整治自媒体通过“洗稿”方式抄袭剽窃、篡改删减原创作品的侵权行为，着力规范搜索引擎、浏览器、应用商店、微博、微信等涉及的网络转载行为。通过集中查处一批违法转载案件，依法取缔、关闭一批非法新闻网站、网站频道及微博账号、微信公众号、头条号、百家号等互联网用户公众帐号服务提供者，来实现整治规范的目的。

二是开展短视频版权专项整治。针对当前短视频领域存在的未经授权复制、表演、网络传播他人影视、音乐、摄影、文字等作品，以合理使用为名对他人作品删减改编并通过网络传播，短视频平台以用户上传为名、滥用“避风港”规则对他人作品进行侵权传播等版权问题，专项行动将把抖音短视频、快手、西瓜视频、火山小视频、快视频、美拍、秒拍、微视、梨视频、小影、56视频、火萤、哔哩哔哩等热点短视频应用程序纳入重点监管，一方面重

点打击短视频领域的各类侵权行为，另一方面引导短视频平台企业规范版权授权和传播规则，构建良性发展的商业模式。

三是开展重点领域版权专项整治。具体包括3个重点领域：第一，动漫领域版权集中整治。在专项行动中将重点打击通过网站、应用程序、互联网用户公众账号、视频字幕组等非法传播盗版动漫作品的行为，以及未经授权使用他人动漫形象制作传播游戏、玩具、文具、服装等动漫衍生品的侵权行为。第二，网络直播、知识分享、有声读物平台版权集中整治。针对这些平台存在的未经授权大量使用音乐、文字、口述作品版权问题，专项行动将从规范新型商业模式健康发展的角度，着力整治相关平台未经授权使用他人作品的行为，主动加强监管，制定相关规则，积极加以引导，构建平台良好版权秩序。第三，巩固“剑网”行动治理成果。将进一步加强对网络影视、网络音乐、电子商务平台、应用商店、网络云存储空间等领域的版权监管，突出打击通过网络销售教材教辅、少儿出版物、音乐和影视移动存储介质以及使用聚合链接、设置境外服务器等手段的侵权行为。

于慈珂强调，专项行动期间，各地版权执法部门将集中力量、快速查办各类网络侵权盗版案件，对人民群众意见强烈、社会危害大的侵权盗版网站，将从严查处并提请相关管理部门依法吊销电信业务经营许可证或注销ICP备案、停止提供网站接入服务等；对涉嫌构成犯罪的，将根据“两法衔接”机制及时移交公安机关立案查处。各互联网企业要严格落实主体责任，完善企业举报受理和快速处理机制，加强内部版权监控管理，实施侵权盗版信息巡查清理及记录留存，积极履行企业违法犯罪线索报告、配合调查义务和“通知——删除”等法定处置责任。专项行动鼓励社会各界向版权执法部门投诉举报，对经核实线索查处案件的举报人将予以奖励。同时，将加大对大案要案和典型案件的宣传力度，坚决曝光不履行主体责任的互联网企业。

国家互联网信息办公室网络综合协调管理和执法监督局、工业和信息化部信息通信管理局、公安部治安管理局相关负责同志对“剑网2018”专项行动有关工作安排进行了通报。各著作权集体管理组织、著作权涉外认证机构驻华代表处，版权相关协会、权利人组织以及互联网企业代表、新闻媒体代表参加会议。

（3）广电总局：避免与视频网站同质化竞争 将广电网络打造成“辞海”和“谷歌”

【慧聪广电网】不知不觉，国网公司已经组建4周年了。

虽然国网公司今年选择了低调，没有开展公开性的活动，但各项工作还是在有条不紊的进行当中。而在“各项工作”中，很重要的一项就是全国有线电视网络的互联互通，基本上总局分管领导每年都会去瞅瞅看看。

何况，整合与互联互通本身就是“一体两面”的事情。

1|视察

6月14日消息显示，广电总局设计院承担了全国有线电视网络互联互通平台(一期)融合服务平台设计任务。该平台建设将覆盖全国31个省2亿有线电视网络用户，涵盖内容集成和生产制作平台、广电宽带电视平台、增值业务应用系统等十余个子系统，建成后将实现全国广电网络互联互通、共建共享。

而在7月19日，全国有线电视网络的互联互通有了最新消息：近日，国家广播电视总局副局长张宏森同志到全国有线电视网络互联互通平台指挥调度安全播控中心调研，并听取国网公司关于互联互通平台建设、“全国一网”背景下的业务产品开发进展情况的汇报。

张宏森指出，国网公司在总局党组的正确领导和总局有关司局的大力支持下，做了大量艰苦、细致、有效(常注：注意用词顺序)的基础性工作，网络整合工作取得实质性突破，电

信资质牌照申请工作取得突破性成果，互联互通平台建设和全国性业务进展顺利，要给予充分肯定。

2]指示

对于国网公司下一步工作，张宏森要求：

一要牢牢把握坚定的政治方向和舆论导向，牢固树立阵地意识，着力把党的声音传播好、把看电视的功能保障好，确保电视业务的基本价值不被增值价值冲淡，探索中央、省、市三级广播电视节目的高质量展现形式。

“确保电视业务的基本价值不被增值价值冲淡”这一提法值得关注，基本价值是传播党的声音，增值价值应该就是赚钱的经济属性了，这与“社会效益先于经济效益”是遥想呼应的。

“探索中央、省、市三级广播电视节目的高质量展现形式”这一点也值得关注，其展现形式是什么？目前，央视专区及各地的拆条下去的地方专区都已经如火如荼的展开，如果按照此说法，今后会更加提倡。

二要牢固树立品牌意识，形成广电网络平台与视频互联网网站的差异化，在丰富性和集成性上做文章，在业务界面设计和节目产品内容上下功夫，努力打造全国视频节目的“辞海”和“谷歌”。

明确提出了与视频网站的差异化，而不是直接与视频网站的同质化竞争。丰富性应该指视频网站没有覆盖到的内容，集成性则指要打造成各类内容的汇聚平台。

“辞海”是中国最大的综合性词典，“谷歌”是全球最大的信息集成搜索网站，将广电网络打造成全国视频节目的“辞海”和“谷歌”，还是在丰富性和集成性上做文章。

不过，以前广电就有类似的提法，将全国的电视节目全部集成到广电平台，统一面向互联网进行分发。一来十几年这个事情在版权交易下并无进展，二来很多头部内容都是网生的了。不知道这次有没有新的一些思路。

三要牢固树立创新意识，以技术创新、产品创新、业态创新建立综合创新优势，进一步优化界面设计、呈现方式、操作方法、终端体验等。

讲的很具体，现场应该有更多信息，欢迎爆料。

张宏森强调，当前广电网络面临战略性发展机遇，同时充满挑战，国网公司要进一步增强信心、鼓足干劲，进入打硬仗、打攻坚战的工作状态，聚焦重点工作，加快创新发展，推动广电行业创新性发展和高质量发展，打造永不落幕的电视荧屏。

4. 与广电相关的标准

(1) 总局批准发布《智能电视操作系统 第3部分》等五项行业标准

责任编辑：向宜芳 2018年07月16日

2018年7月6日，国家广播电视总局批准发布了GY/T 303.3-2018《智能电视操作系统 第3部分：应用程序编程接口》、GY/T 303.4-2018《智能电视操作系统 第4部分：硬件抽象接口》、GY/T 303.5-2018《智能电视操作系统 第5部分：功能组件接口》、GY/T 303.6-2018《智能电视操作系统 第6部分：可信执行环境接口》、GY/T 303.7-2018《智能电视操作系统 第7部分：符合性测试》等五项广播电视行业标准，自发布之日起实施。

GY/T 303.3-2018《智能电视操作系统 第3部分：应用程序编程接口》规定了智能电视操作系统应用程序编程接口的相关技术要求和详细接口定义。适用于智能电视操作系统的

应用开发和测试，包括 JAVA 应用和 WEB 应用两部分。

GY/T 303.4-2018《智能电视操作系统 第4部分：硬件抽象接口》规定了智能电视操作系统硬件抽象接口相关技术要求。适用于智能电视操作系统和智能电视芯片的研发、生产、应用和测试，以及智能终端解决方案的集成。

GY/T 303.5-2018《智能电视操作系统 第5部分：功能组件接口》规定了智能电视操作系统的功能组件接口相关技术要求。适用于智能电视操作系统功能组件接口的研发、生产、应用和测试。

GY/T 303.6-2018《智能电视操作系统 第6部分：可信执行环境接口》规定了智能电视操作系统可信执行环境接口相关技术要求。适用于智能电视操作系统可信执行环境硬件抽象接口的研发、生产、测试和应用。

GY/T 303.7-2018《智能电视操作系统 第7部分：符合性测试》规定了对采用 GY/T 303.1—2016、GY/T 303.2—2016、GY/T 303.3—2018、GY/T 303.4—2018、GY/T 303.5—2018、GY/T 303.6—2018 的智能电视操作系统进行符合性测试的要求和方法。适用于对采用 GY/T 303.1—2016、GY/T 303.2—2016、GY/T 303.3—2018、GY/T 303.4—2018、GY/T 303.5—2018、GY/T 303.6—2018 的智能电视操作系统的符合性测试。

(2) 广播电视设备器材入网认定管理办法

2018年07月23日08:41 来源：广电总局

【慧聪广电网】《广播电视设备器材入网认定管理办法》已经2018年6月29日国家广播电视总局局务会议审议通过，自2018年8月20日起施行。

国家广播电视总局令

第1号

《广播电视设备器材入网认定管理办法》已经2018年6月29日国家广播电视总局局务会议审议通过，现予公布，自2018年8月20日起施行。

国家广播电视总局局长：聂辰席

2018年7月16日

《广播电视设备器材入网认定管理办法》

第一章 总则

第一条为保障广播电视播出与网络安全，维护广播电视用户合法权益，规范广播电视设备器材入网认定管理，根据国务院有关规定，制定本办法。

第二条国务院广播电视主管部门负责全国广播电视设备器材入网认定(以下简称入网认定)管理工作。

县级以上地方人民政府广播电视主管部门依照本办法负责本行政区域内的入网认定管理工作。

第三条国家对拟进入广播电视播出机构、广播电视传输覆盖网和监测监管网的有关设备器材实行入网认定，由国务院广播电视主管部门颁发广播电视设备器材入网认定证书(以下简称入网认定证书)。未获得入网认定证书的，不得在广播电视播出机构、广播电视传输覆盖网和监测监管网使用。

第二章申请和认定

第四条下列广播电视设备器材应当进行入网认定：

- (一) 广播电视网络安全设备器材；
- (二) 广播电视中心节目制作与播出设备器材；
- (三) 有线广播电视系统前端设备器材；
- (四) 有线广播电视传输与接入设备器材；
- (五) 无线广播电视发射与传输设备器材；
- (六) 卫星广播电视设备器材；
- (七) 广播电视信号条件接收、用户管理等业务集成与支撑设备器材；
- (八) 广播电视监测监管设备器材；
- (九) 广播电视系统专用电源等设备器材；
- (十) 其他应当进行入网认定的设备器材。

实行入网认定的广播电视设备器材目录由国务院广播电视主管部门制定和公布。

第五条生产企业申请入网认定，应当向国务院广播电视主管部门提交下列材料：

- (一) 入网认定申请书；
- (二) 质量管理体系相关材料；
- (三) 产品的技术资料，包括产品使用说明书、功能介绍、性能指标、原理框图及设备外观照片、产品的企业标准以及企业标准和相关国家标准或者行业标准区别的说明等；
- (四) 企业法人营业执照复印件。委托代理机构申请的，还应当提供委托书和代理机构企业法人营业执照和质量管理体系相关材料复印件；
- (五) 实行生产许可证管理的产品，生产企业应当出示生产许可证复印件；
- (六) 实行安全认证和安全检测的产品，生产企业应当出示安全认证证书或者安全检测报告；
- (七) 商标注册证书等有关材料复印件。

对尚未公布国家标准、行业标准的广播电视设备器材新产品入网认定时，除提交上述申请材料外，还应当提供相应的技术方案。

提交的入网认定申请书一律用中文填写。外文的文件资料，应当具有中文对照文字。

第六条申请材料不齐全或者不符合法定形式的，国务院广播电视主管部门应当在收到申请材料之日起5个工作日内一次告知申请人需要补正的全部材料。

国务院广播电视主管部门应当逐步完善广播电视设备器材入网认定电子政务服务平台。

第七条国务院广播电视主管部门委托检测机构依据相关国家标准、行业标准或者相关入网技术规范对抽样产品进行检测，1个月内出具入网抽样检测报告，按检测标准要求测试时间需超过1个月的除外。

第八条国务院广播电视主管部门应当对申请材料和入网抽样检测报告等进行全面审查，根据行政许可法的规定作出决定。

对符合条件的，颁发入网认定证书；对不符合条件的，作出不予认定决定，说明理由并书面通知申请企业。自作出不予认定决定之日起3个月后，申请企业方可重新提出入网认定申请。

第九条入网认定证书由国务院广播电视主管部门统一印制，有效期为3年。入网认定证书不得伪造、涂改、出租、出借、倒卖和转让。

有效期届满需继续获得入网认定的，应当在有效期届满前3个月，按本办法的规定重新办理。

第十条已获入网认定证书的生产企业，其产品的技术、名称、型号或者质量管理体系发生改变的，应当按本办法的规定重新办理入网认定申请；企业名称发生改变的，应当凭原入

网认定证书并持企业名称变更有关材料向国务院广播电视主管部门申请办理变更手续。

第十一条国务院广播电视主管部门应当向社会公布获得入网认定证书的广播电视设备器材产品和生产企业。

第三章 监督管理

第十二条生产企业可以在获得入网认定证书的广播电视设备器材外包装上标注入网认定证书编号和有效期，以及产品名称、型号、产地等符合国家有关规定的中文标识的质量标志。

第十三条生产企业应当健全完善质量管理和售后服务体系，保证广播电视设备器材产品的质量稳定、可靠，不得降低产品质量和性能。

第十四条国务院广播电视主管部门应当委托检测资质、检测能力和检测范围与入网认定检测业务相符的检测机构。受委托检测机构的检测资质、检测能力不再适合进行入网认定检测的，国务院广播电视主管部门应当取消、变更检测委托。

第十五条受委托检测机构应当严格按照标准进行检测，对检测结果负责，保证检测报告、检测数据的真实准确。

受委托检测机构应当依法保守秘密。

受委托检测机构对申请入网设备器材进行检测的，不得向申请入网认定生产企业收取检测费用，检测样品一律返回申请生产企业。

第十六条省级地方人民政府广播电视主管部门应当对本行政区域内获得入网认定证书的广播电视设备器材生产企业和产品进行监督检查和抽查，向社会公布抽查结果并汇总报送国务院广播电视主管部门。

第十七条国务院广播电视主管部门将严重违法本办法的生产企业记入违规失信名单，并向社会公布。

第十八条任何单位和个人有权向广播电视主管部门投诉、举报违反本办法的行为。

第四章 法律责任

第十九条广播电视播出机构、广播电视传输覆盖网和监测监管网运营单位违反本办法，擅自使用未获得入网认定证书的设备器材的，由县级以上人民政府广播电视主管部门予以警告，责令改正；对造成安全播出事故的，由广播电视主管部门或者其他有权机构对负有责任的主管人员和直接责任人员依法给予处分、处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十条已获得入网认定证书的生产企业有下列情况之一的，由县级以上人民政府广播电视主管部门予以警告，并由国务院广播电视主管部门向社会公告。

- (一) 未按照入网认定标准生产产品，产品质量或者性能明显下降的；
- (二) 质量管理体系及管理不能达到认定时水平的；
- (三) 不落实售后服务的。

第二十一条已获得入网认定证书的生产企业有下列情况之一的，由县级以上人民政府广播电视主管部门予以警告，可处1万元以上3万元以下罚款，并由国务院广播电视主管部门向社会公告；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

- (一) 产品质量或者性能严重下降，发生严重质量事故或者造成严重后果的；
- (二) 产品技术、名称、型号或者质量管理体系发生改变，未按本办法的规定重新办理入网认定申请，仍使用原入网认定证书的；
- (三) 涂改、出租、出借、倒卖或者转让入网认定证书的；
- (四) 伪造或者盗用入网认定证书的。

第二十二条生产企业采用欺骗、贿赂等不正当手段取得入网认定证书的，由国务院广播电视主管部门撤销入网认定证书。自撤销证书之日起，3年内不受理其入网认定申请。

第二十三条检测机构出具虚假检测报告、虚假证明材料、错误数据或者不按标准进行检

测造成严重影响或者损失的，由国务院广播电视主管部门予以警告，并取消对其检测任务的委托；构成犯罪的，依法追究刑事责任。对负有责任的主管人员和直接责任人员，由广播电视主管部门或者其他有权机构依法给予处分、处理。

第二十四条广播电视主管部门工作人员在入网认定中未按本办法履行职责，滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的，由县级以上人民政府广播电视主管部门对负有责任的主管人员和直接责任人员依法给予处分、处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第五章附则

第二十五条本办法自 2018 年 8 月 20 日起施行。国家广播电影电视总局 2004 年 6 月 18 日颁布的《广播电视设备器材入网认定管理办法》同时废止。

5. 广电行业动态与分析

(1) 集客峰会、广电传媒产业论坛相继举行，这些行业趋势你必须了解一下

2018-07-07 14:58 来源： 中广互联独家

政策一览

【广电总局】日前，中央宣传部、文化和旅游部、国家税务总局、国家广播电视总局、国家电影局等联合印发《通知》，要求加强对影视行业天价片酬、“阴阳合同”、偷逃税等问题的治理，控制不合理片酬，推进依法纳税，促进影视业健康发展。

大事提醒

【广电传媒产业论坛】7 月 5 日，第七届广电传媒产业论坛暨第五届中国广播电视紫金论坛在江苏南京召开，多位行业专家相继进行主题演讲。

【集客峰会】6 月 28-29 日，第二届全国广电集客业务峰会在宁夏银川如期举行。会上，中广互联 CEO 岳大伟做了主题演讲。他表示，中广互联将与多家有线运营商联合发起成立广电网络集客业务发展协作体。

【广科院】近日，广电总局广科院与上海广电局、江苏广电局、浙江广电局、安徽广电局及科大讯飞股份有限公司共同签署“长三角区域智慧广电与人工智能语音技术融合创新战略合作协议”。根据协议，各方将围绕智慧广电战略，研发人工智能核心技术以及先进的音视频技术，为长三角区域打造安全的“广电专属语音云”。

【工信部】7 月 3 日，工信部网站发布消息称，2018 年 1-5 月，我国规模以上互联网和相关服务企业(简称互联网企业)完成业务收入 3325 亿元，同比增长 23.9%，增速较去年同期回升 3.9 个百分点。

【中央广播电视总台】6 月 29 日，中央广播电视总台“广告精准扶贫”工作交流会在京召开。中央广播电视总台将从三个方面升级“广告精准扶贫”工作，加大扶贫力度。

6 月 29 日，中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄会见华为公司轮值董事长徐直军一行。慎海雄表示，希望华为公司充分发挥技术优势，积极参与到 4K 超高清制播体系建设中来，并深化与总台在资源共享、电视前沿技术应用、新媒体平台等领域的合作，实现共赢发展。

截至 6 月 30 日，中央广播电视总台所播发的本届世界杯赛事视频与新媒体内容的用户总触达已超过 181.4 亿人次。世界杯在短时间内迅速形成超大规模传播效应，与总台的《新闻联播》《春晚》、黄金剧场、重大活动直播、奥运会等一系列品牌内容，构成了用户高效聚合的头部资源平台。

【CCTV+】7 月 2 日，中国环球广播电视有限公司总裁、央视国际视频通讯有限公司(国

际视通, CCTV+)董事长滕云平与老挝国家电视台台长本昭·皮吉在“澜沧江-湄公河合作媒体峰会”上交换了新闻服务协议。在此协议下,国际视通(CCTV+)将继续向老挝国家电视台提供央视新闻素材及直播信号等新闻内容,用于其各频道新闻节目的制作播出。

公司公告

【陕西广电网络】日前,陕西广电网络成功通过公开发行可转换公司债券方式募集资金8亿元。据悉,陕西广电网络成为2018年以来全国同行业中第一家实现再融资的上市公司和省内第一家以可转债方式实现再融资的上市公司。

【湖北广电】7月4日,湖北广电披露可转债发行结果,保荐机构(主承销商)中泰证券包销可转债总额超过5.8亿元,占湖北广电公开发行可转换债券总额17.33亿元的33.55%。

人事变动

【陕西广电网络】7月5日消息,陕西广电网络发布公告称,公司董事会收到董事长晏兆祥递交的书面辞职报告。7月4日,陕西广电网络选举王立强为公司董事长。

地方新闻

【福建广电网络】截至6月27日,福建广电网络提前三天实现总收入过半,其中集客业务收入超额完成半年业务指标。截至6月26日,福建省高清、互动、宽带三项重点业务发展指标均提前完成“双过半”任务指标,净增指标完成率分别为93.2%、50.42%、52.71%。

7月1日,福建广电网络高清互动云电视平台顺利落地集美,至此,福建广电网络互动云平台落地厦门第一阶段工作取得圆满成功。

7月4日,福建省委常委、宣传部长梁建勇到福建广电网络集团调研。梁建勇部长在调研时强调,广电网络集团要牢记党媒政网政治使命,履行宣传主阵地职责,深化改革创新,推进转型升级,不断满足人民群众精神文化新需求。

【湖南有线】6月27日,湖南有线集团公司召开2018年用户保卫战动员视频会议,对用户保卫战进行全面部署和安排。

【广西广电网络】6月27日消息,广西壮族自治区250万广电网络三网融盒机顶盒用户,均可通过广电网络高清互动电视机顶盒接收和点播“八桂先锋”广电新平台的节目课件。

【苏州广电】7月1日消息,苏州广电总台以“中央厨房”建设为突破口,全力推进融媒转型,形成了融合传播新格局,电视频道黄金时段收视份额稳居全国城市台第一。看苏州APP成为苏州本地最大的移动客户端,目前已拥有169万注册用户。

【广东广电局】近日,广东广电局召开网络原创视听节目创作生产座谈会。会议通报了全省网络视听节目精品创作生产情况,对下一步工作提出指导意见。

【浙江广电】近日,浙江广电集团与吉林电视台达成战略合作。双方将建立常态化新闻报道宣传机制,共同开展重大主题宣传策划。

【山东】7月1日,菏泽广电传媒集团成立仪式在菏泽电视台演播厅举行。据了解,菏泽广电传媒集团注册资本1亿元,一期注册设立6个二级子公司、6个三级子公司,经营范围涵盖文化传播、演艺、旅游、影视制作、教育咨询、房地产营销、物联网等20多项业务。

7月5日消息,从6月份开始到9月底,泰安市出台政策措施进一步推进广播电视行业户户通扶贫工作。9月底前实现全市建档立卡贫困户广播电视户户通;收视维护费采取企业让利、政府补贴、贫困户免费或少量缴费方式解决,政府补贴标准每户每年为90元,补贴政策执行三年至2020年,并提供不少于70套的有线电视节目。

【贵州】截至6月28日,六盘水市共完成“广电云”光缆建设16370公里,光缆到户149263户,入户开通62216户。按照六盘水市委王忠书记关于多彩贵州“广电云”全覆盖的要求,研究制定全覆盖方案,明确2018年新增30万用户目标,超省既定任务百分之四百。

【甘肃广电局】近日,甘肃广电局印发2018年全省广播电视整治虚假违法广告专项行动方案。从7月1日至12月31日,组织开展为期半年的全省广播电视整治虚假违法广告

专项行动，以播出机构发布的虚假违法医药、保健品广告，违法违规医疗养生类节目以及微商、招商加盟类广告为重点，行动共分为宣传部署、督促整改、集中整治、督查总结四个阶段。

【吉林广电局】近日，吉林广电局积极与江苏、浙江开展广播电视行业人才培养交流，依托行业领域优势资源和师资力量，设计高精尖培训项目，将培训与调研、座谈相结合，就媒体理念创新、内容生产和管理运营等进行深入交流学习。

【四川广播电视台】7月3日，四川商投与四川广播电视台在成都签署战略合作协议。根据协议未来四川商投集团和四川广播电视台将依托双方资源优势，秉承互利共赢、共同发展的目标，在形象宣传、品牌推广、活动打造、产业经营等方面实现深度合作，全面擦亮“川字号”品牌，展示四川形象，传播四川声音，推动四川高质量发展。

【广东】近日，广东省政府印发《广东省国家标准化综合改革试点建设方案》，明确大力推进4K产业标准化建设。

【陕西广电网络】6月27日，陕西广电网络电视缴费实现了支付宝代扣功能。用户只需在“支付宝钱包”签约，同意由支付宝按月度账单扣取广电网络收视费，就能保证正常收看电视了。

【浙江广电】6月26日，浙江广播电视集团与华侨城股份公司签署战略合作协议，这是集团坚持开放合作、打造“六位一体”新型媒体集团的又一重大举措。

【湖南有线】日前，高斯贝尔与湖南有线郴州网络有限公司签署战略合作协议，以智慧乡村为主导，借助“互联网+”平台，全面助力乡村振兴战略，打造美丽乡村。

【中国有线】7月4日，中国有线发布《郑重声明》，中国有线电视网络有限公司业务专用章已经废止。7月5日，中国有线再次发布《郑重声明》，从未对任何单位以任何形式在任何范围进行业务代理授权。

【有线宽频】7月5日，有线宽频旗下的奇妙电视宣布免费电视英语频道《香港国际财经台》，将于2018年7月30日于76频道正式启播。该台将以提供财经资讯为主24小时播放的英语频道，同时提供普通话新闻和财经节目，聚焦粤港澳大湾区发展。

【北京】7月5日，北京丰台区融媒体中心正式揭牌成立。丰台区融媒体中心与央广网全面对接，推出丰台融媒云采编系统，融合互联网+思维和一体化发展理念，切实推进传统媒体与新兴媒体的有机融合。

海外动态

【康卡斯特】日前，康卡斯特正与竞争对手迪士尼竞购21世纪福克斯的部分娱乐资产，但该公司目前还没有决定是否利用额外资金来完成收购。知情人士表示，如果21世纪福克斯的要价太高，康卡斯特会考虑以大约900亿美元的价格对其进行收购。

近日，美国全国的康卡斯特居民和企业用户均经历了一次大范围的服务中断故障，康卡斯特客服团队确认，此次服务故障影响了全美境内的所有企业和居民用户的互联网、有线电视和音频电话服务，据康卡斯特公布故障引起的原因是光纤线缆被剪断。

(2) 未来广电业不会倒下！融合创新是关键

责任编辑：向宜芳 2018年07月06日

【众视媒体消息】7月5日-6日，第七届广电传媒产业论坛暨第五届中国广播电视紫金论坛在南京召开。本次会议以“传媒·产业·技术 融合创新发展”为主题，与会嘉宾围绕着广播电视与互联网等行业的创新思维、技术融合等诸多内容作了分享，本文综合了杜百川、刘韵洁、刘鹏与丁文华四位先生的重要发言，当今广电行业面临发展的瓶颈，借助于技术升级、

政策鼓励等的指引下，未来广电业发展的期待值并不会减退。

广电总局杜百川：广电必须走高质量发展的道路



当前广电行业发展面临着严峻的局面，习近平在十九大报告指出：“建设现代化经济体系，必须把发展经济的着力点放在实体经济上，把提高供给体系质量作为主攻方向，显著增强我国经济质量优势。”杜百川认为广电行业业务在IPTV、互联网电视以及新媒体的全面冲击下徘徊在十字路口之间。未来，广电行业的新生肯定要在融合创新之中发生，“智慧广电”的新布局是极为合理的一条出路。

在未来的广电行业规划中，广电业务必要走出一条高质量的业务道路。广电高质量的发展标志要从三个角度出发：1、提供高质量的内容与服务；2、引领广电创新发展；3、进入互联网、物联网，形成有效的竞争实力。在杜百川看来，广电要实现创新，那么基础的投入是不可避免的。

国外，Netflix的迅猛崛起给广电行业带来了很大的冲击，以此为例在国内的流媒体服务的崛起都有一个鲜明的特点，那就是它们都是直接从内容开始与广电业开展了竞争。Netflix实现了盈利，但是其敢于依靠负债的方式加大对原创内容的投资，目前其内容投入已达80亿美元。广电行业还存在着许多的资源、技术等优势，要实现转型更应该花费功夫加大投入。

广电要构建智慧型的平台体系，如今人工智能AI技术的升级特别迅猛，全球的大型科技公司都开放了深度学习平台用以吸引资源和人才。国内的BAT已经做出了典范，纷纷开发出了智慧平台，效果良好。这对于广电行业而言是弥足珍贵的启示，如今国内如国际台的“中华云”、江苏广播电视总台的“荔枝云”以及云南广播电视台的“七彩云”等都有了不错的尝试，未来共同期待智慧广电、智慧城市与智慧家庭共同形成一个体系，推动产业链的形成与发展。

中国工程院刘韵洁：第二代消费互联网已经开始向未来实体经济互联网转型



刘韵洁认为当前互联网正面临着挑战，首先挑战是大流量的挑战，根据 Cisco 的研究报告，未来的 80%流量将是视频内容；其次是 4K/8K、VR/AR 对网络协议的新挑战，主要在于更高的速率以及更低的时延；最后一个是互联网与实体经济的深度融合。同时这些挑战也形成了新的发展机遇。

目前互联网在经历着从第二代消费向第三代实体互联网的演进阶段，未来互联网与实体经济的融合是发展的必然趋势。刘韵洁高瞻远瞩，对未来网络的发展提出了自己的理解。中国正在进入互联网+以及中国制造 2025 年，全球发达国家“重金融，轻工业”的思维开始扭转，纷纷制定国家级战略，推动互联网与传统行业融合，抢占发展制高点。

1、未来网络试验设施项目。由于实验验证是互联网研究的基本方法，因此网络技术的创新与应用需要一个国家级规模的平台去支持；

2、技术层面上，建立起 CNOS 网络操作系统。这套系统实际上采用了 CENI 网络操作系统，其可根据带宽、时延、抖动、误码选择不同的路由，根据全局流量的优化和动态进行调度，TE 路径的对称故障检测以及基于租户自动选择隧道，建立网络端到端配置一致性检查和回滚，分布式集群扩展和多种南北向接口，兼容厂商、白盒等主流设备，支持混合组网。

3、控制平面需具备建立 Super Controller 的能力。其具备业务编排、统一资源分配和管理，统一业务调度，路径计算，流量调度（TE 隧道）。

4、建立大型混合云、数据中心跨域互联。在控制平面通过 Terra Edge+TerraCore 控制器，建立业务编排，统一资源分配和管理，统一业务调度的能力。

5、服务 IoT 业务的智能虚拟专网。用以控制平面功能，进行业务编排，统一资源分配和管理，统一业务调度，拓扑自主学习，实现设备发现和资产管理。

6、建立基于 SDN/NFV 的智能内容分发平台。在云网一体化平台中融合内容分发能力，基于 SDN 和新一代 CDN 技术构建跨域实验网，提供实时或者非实时的 4K/8K 视频业务。

南京大数据研究院刘鹏：大数据与人工智能的现状



气候变暖及异变已经不再与数据无关，数据能力的处理及存储已经成为能源消耗的重要来

源。而云创大数据所提供的超低功耗的云存储系统，用电量只是其他系统的十分之一，而单位容量则要扩大 10 倍，则可以解决这些问题。其现场还展示了云创大数据在智能安防（人脸识别、动作行为跟踪）、智能路灯、智能环保（解决雾霾监测、PM2.5、地震感知点）、视频监管等应用。

为了满足视频监管的需求，云创构建一套超融合一体化平台，在存储和传输上进行优化，将视频 DNA 技术用在节目特征的掌握上，对某个电视片段的任意一张图片，都能获得是哪个视频，第几秒信息，这就是基于图像特征提取技术的实现，同时也可以提供云端的高效转码。

如果将广电云平台作为自身用平台，同时作为智慧城市的信息化平台，利用大数据人工智能技术，不仅能支持广电自身运营，同时也能支撑智慧城市的运营。通过平台将软硬件资源一体化，服务一体化，通过信息栅格，整合各种业务系统，面向广电业务提供公共服务支撑，建设指挥中心，建立城市，交通，安全等信息数据的中心。

中国工程院丁文华：中国国家 4K/UHD 体系的发展现状



丁文华认为目前中国即将进入 4K/UHD 和 HD 的并存时代，广电体系应及早进行频道规划，针对体育、娱乐、专题纪录片、电影、电视剧有线考虑开通 4K 频道。预测基于制作成本与周期的考虑，未来可能整体选择 HDR 或 SDR、3D Audio 或环绕声，同时配套相关政策鼓励包括社会力量在内的资源制作 4K/UHD HDR 和 3D Audio 节目，因此鼓励 4K/UHD 节目和内容多渠道传输和分发是未来的重要方向。

基于 4K HDR 制作，根据需要在切换台输出 4K HDR 之后，进行下变换生成 HD SDR，切换台前端引入 HD SDR 信号，需进行 BT.709 至 BT.2020 的色域转换，反之亦如此。在播出方面，要做好处理元数据，直播信号场景对于 HLG 信号则不需要处理，制作文件的场景对于文件，Player 能够解析元数据。由于 SDR 内容如无法还原成 HDR 内容，一般会通过采用色饱和度的提升，来使其看上去类似于 HDR。在视频编码上，测试表明 AVS2 与 HEVC 性能相当，RD 19.1 版本已经完成针对 HDR 的优化，面向 HDR 编码与面向 SDR 编码的码率相差在 10% 以内。

丁文华表示中国 HDR、3D Audio 标准即将颁布将有效引领中国超高清产业发展，并带动消费电子终端产业发展，中国推广 4K/UHD 所需的产业化条件基本具备，2018 年下半年将会

加快产业部署行动，4K/UHD 节目制作需要积累经验，相关制作规范要逐步完善，但总体而言没有不可克服的障碍，应该立即实施。未来 5 年将是中国 4K/UHD 发展的黄金时期，广电界应抓住机遇，携手产业共同推进产业进步。

（3）节目创新创优和媒体融合怎么做？广电总局局长聂辰席为你“划重点”

2018-07-13 15:16

7 月 11 日，广电总局局长聂辰席到天津广播电视台、津云中央厨房调研，实地考察节目创新创优和媒体融合工作。



在天津广播电视台，聂辰席指出，近年来，按照总局要求，天津广播电视台围绕中心、服务大局，积极创新创优，推出动画片《梦娃》、纪录片《五大道》、电视栏目《泊客中国》、相声原创节目《笑礼相迎》和独具特色的相声广播频率等一批人民群众喜闻乐见的优秀作品，发挥了主阵地、主力军作用。

聂辰席强调，一要以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平文艺思想为指导，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，讲政治，重导向，大力弘扬社会主义核心价值观，做真善美的追求者和传播者。二要制作播出宣传习近平新时代中国特色社会主义思想、反映十八大以来党和国家事业取得的历史性成就和发生的历史性变革、传承中华优秀传统文化、体现时代精神和人民群众幸福感获得感的优秀节目。三要把创新创优作为导向管理和引导力提升的重要抓手，聚焦高质量发展，不断满足新时代人民群众日益增长的美好生活精神需要。四要坚持以人民为中心的创作导向，坚持“小成本、大情怀、正能量”的自主创新方向，加大节目研发力度，围绕重要时间节点，推出更多讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄，思想精深、艺术精湛、制作精良的好作品好节目。五要坚持“公益、文化、原创”方向，鼓励扩大新闻、经济、道德建设、科教、生活服务、动画和少儿、纪录片、对农等公益性节目的创作播出，让好节目进入好时段。六要以上星频道为重点，加强结构化管理和宏观调控，坚持新闻综合频道定位，进一步调控治理综艺娱乐、歌唱选拔、真人秀节目，坚决治理追星炒星、泛娱乐化和高价片酬问题。

在津云中央厨房，聂辰席指出，信息技术和互联网的迅猛发展，给广播电视行业带来前所未有的深刻变革和严峻挑战。广播电视系统要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，适应新形势新任务新要求，把握数字化、网络化、智能化融合发展的契机，将实施智慧广电建设工程作为媒体融合的重要载体和平台，加快推动行业优化升级、高质量发展。要强化自主创新意识，研发关键技术关键标准，努力建设技术先进、特色鲜明、覆盖广泛、传播快捷、安全可控的广播电视基础网络和现代传播体系。

聂辰席强调，一要鼓励支持各级电台电视台发展网络新媒体业务，再造生产、传输、服务和管理流程，推动节目、技术、平台、人才等生产要素共享融通，推动广电业务从“功能”型向“智能”型、“智慧”型转变。二要推进广电媒体与网络视听媒体的优化整合、深度融合，推进荧屏声频与网络视听应用的互动融通，开发智慧社区、智慧城市服务，拓展新空间、形成新增长点，更好发挥广电网络导向优势、安全优势、传输优势，努力实现差异化发展。三要大力提升高清、超高清电视制播能力，提供高端优质的视听体验。加大电视高清化推进力度，力争高清频道尽快成为主流播出模式。推进 4K 超高清试验和服务，鼓励支持 4K 超高清内容制作生产，提升可持续发展能力。四要加快建设下一代广播电视融合网，努力提高综合服务承载能力。以全国有线电视整合和互联互通平台建设为抓手，统筹有线、无线、卫星，构建宽带、融合、安全、泛在的新一代信息基础设施，提升跨域服务能力、跨网传输能力和整体竞争能力。五要加快智慧广电监管系统建设，努力实现“全方位、全过程、全覆盖、全天候”监测监管，提高管理网络化、协同化、智能化水平，推进治理体系和治理能力现代化。

广电总局办公厅、宣传司主要负责同志及天津文广局、天津广播电视台等单位有关负责同志参加了调研。

（三）、领导讲话

1. 在第四届中非媒体合作论坛开幕式上的致辞

2018-06-27

（2018年6月26日）聂辰席

六月的北京，草木葱茏，生机盎然。在这美好的仲夏季节，第四届中非媒体合作论坛在北京隆重开幕。借此机会，我谨代表中国国家广播电视总局，对论坛的召开表示热烈祝贺！对远道而来的各位嘉宾和朋友表示诚挚的欢迎！

近年来，中非合作进入全新的“黄金时代”。2013年3月，中国国家主席习近平出访非洲，明确提出“中非命运共同体”理念，确立了中非关系的重要战略定位，描绘了中非共同发展的美好愿景。2015年12月，习近平主席出席中非合作论坛约翰内斯堡峰会，提议将中非新型战略伙伴关系提升为全面战略合作伙伴关系，把促进中非人文合作作为重要内容，对包括“为非洲1万个村落实施收看卫星电视项目”“培训1000名非洲新闻领域从业人员”等作出安排部署，为中非媒体深入交流合作指明了发展方向、创造了良好条件。

在习近平主席构建中非命运共同体理念的指引下，中非媒体合作论坛已经走过六个年头。六年来，中非同行发挥媒体特殊优势，围绕深化中非人文合作密切配合、积极作为，在行业政策沟通、传播能力建设和事业产业发展等方面，开展了扎实有效的工作，取得了惠及各方的丰硕成果。特别是我们积极落实《中非合作论坛—约翰内斯堡行动计划（2016-2018年）》媒体领域各项任务，采取了一系列卓有成效的措施，为促进中非全面战略合作伙伴关系发展发挥了重要作用。

女士们、先生们！去年10月召开的中国共产党第十九次全国代表大会，进一步确立了习近平总书记的核心地位，确立了习近平新时代中国特色社会主义思想的指导地位。大会郑重宣示了中国特色社会主义进入新时代，描绘了全面建设社会主义现代化强国的宏伟蓝图，提出了构建人类命运共同体的“中国方案”。今年是中国改革开放40周年，在4月召开的博鳌亚洲论坛年会上，习近平主席向全世界郑重承诺，中国将采取大幅度放宽市场准入等重大举措，中国对外开放的大门将越开越大。这些重大战略部署，都在释放一个鲜明信号：中

非外交的政策环境越来越好，中非媒体合作迎来了千载难逢的历史机遇。站在这样的全新历史起点上，我们理应继续秉持平等互利、合作共赢的原则，把中非媒体合作推向更高水平，为增进中非人民福祉、构建人类命运共同体发挥更大作用。为此，我愿提出三点倡议：

加强媒体政策沟通，助力中非战略合作。当今世界正在经历新一轮大发展大变革大调整，科技和产业革命给人类社会发展带来新的机遇和挑战。5年前习近平主席提出共建“一带一路”倡议，得到包括非洲国家在内的世界各国和国际组织的积极响应。非盟《2063年议程》描绘了非洲未来50年发展蓝图，非洲大地呈现出蓬勃发展的新景象。积极发挥媒体作用，努力促进民心相通，推动“一带一路”倡议与非盟《2063年议程》及各国发展战略相衔接，让发展机遇和成果广泛惠及中非各国人民，是中非媒体的共同责任。中非政府主管部门应进一步加强媒体政策沟通，在交流互鉴中探索符合发展中国家实际的传播理念和管理制度，为中非媒体创新发展、深度合作创造良好条件，进一步建设好中非民心相通的桥梁纽带。

加强媒体交流互动，不断提升国际话语权。在经济全球化、传播国际化条件下，中非媒体面临着西方话语霸权、国际市场竞争、媒体深度转型等诸多挑战。努力提升中非媒体的国际话语权和影响力，向世界展现真实、立体、全面的中国和美丽、热情、进步的非洲，为中非关系发展注入强大正能量，是中非媒体的历史使命。中国媒体将继续向世界客观全面地报道非洲，也希望非洲各国媒体更加关注中国、更多报道中国，共同构建有利于发展中国家生存和发展的良好国际舆论环境和传播秩序。我相信，只要我们携手努力，进一步加强新闻报道、内容创作、渠道建设等方面交流合作，在重大地区和国际问题上相互借力、共同发声，就一定能够讲好中非故事，不断夯实中非友好的民意和社会基础，为深化中非友好合作、共同繁荣发展提供有力舆论支持。

加强媒体产业合作，进一步提升发展水平。随着信息技术的迅速发展，全球媒体环境和传播格局正在发生深刻变化。这些年，中国积极实施媒体融合战略，逐步形成了规模庞大、覆盖广泛、技术先进的广播电视传播体系。非洲各国也在积极推进广播电视数字化，媒体业进步十分迅速。在媒体优化升级的挑战和机遇面前，中非媒体业交流充分、互补性强，深度合作的要求更加迫切、前景更加广阔。我们将继续不遗余力支持非洲各国媒体数字化升级改造，积极落实为非洲1万个村落提供数字电视服务项目。同时，还将推动中非业界在媒体运营、节目制作、技术服务、人才培养等方面及时分享发展经验，持续开展业务合作，并努力探索深入合作的新思路、新领域、新举措，争取推出更多务实高效的合作项目，为中非媒体产业合作共赢注入不竭动力。

女士们、先生们！

中国有句古话：“同心合意，庶几有成”。我们将继续秉持习近平主席提出的“真、实、亲、诚”对非合作理念和正确义利观，与非洲各国政府主管部门和媒体同行深入交流、密切协作、务实工作，为中非媒体业共同发展、中非全面战略合作伙伴关系不断深化、中非人民世代友好做出更大贡献！祝本届论坛圆满成功！

谢谢大家！

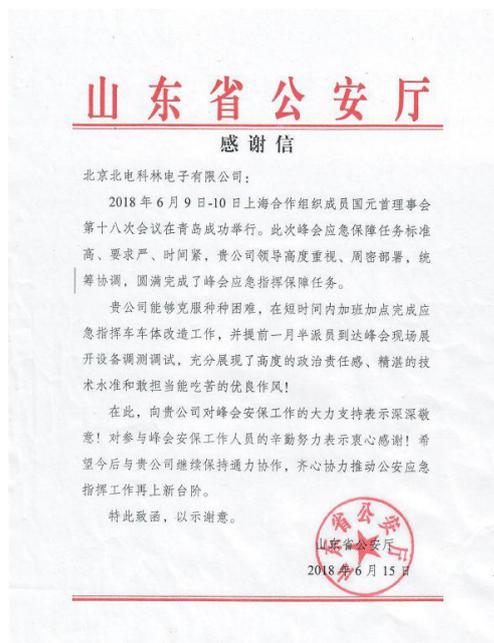
二、会员企业信息

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. 北电科林电子有限公司 收到一封来自山东省公安厅的感谢信.....

2018 上海合作组织成员国元首理事会第十八次会议（暨上合峰会）于 6 月 9 日至 10 日在山东省青岛市举行，众多中外元首和政要出席会议，共商发展大计，此次峰会对我国 2018 年主场外交的有着重要意义，本次活动的高规格使得应急保障工作成为重中之重。北电科林的应急通信指挥车，全程参与了此次青岛上合峰会的安全保障任务，为各国政要和社会公共安全保驾护航。并在上合峰会前期，提前一个半月派出专业人员，全程驻点、全力投入、全面服务，有力配合山东省公安厅完成应急保障工作的测试、联调。

峰会期间，北电科林应急通信指挥车为峰会现场的各项安全保障工作的顺利进行提供了专业、高效、零失误地支持，得到山东省公安厅的一致认可，特此发来了感谢信。



2. 北京北广科技股份有限公司召开“2018年中波技术交流会”



2018年6月21-23日，由北京北广科技股份有限公司主办的“2018年中波技术交流会”在井冈山干部教育培训中心顺利举行。本次交流会共有70多名专家学者应邀参加此次会议。



会上，国家广播电视总局科技司副司长杨杰为会议致辞，首先他对此次会议的召开表示热烈的祝贺，同时他还表示此次技术交流会的召开是非常必要的，会议给大家提供了技术交流的平台，为下一步中波的发展提供了新的思路。



公司总经理魏双来在会上首先向各位领导专家介绍了北广科技的基本情况，同时表示，广电的融合发展需要在座各位领导密切合作，作为68年的国有企业，北广科技将一如既往的担当起历史重任，为各位提供质量可靠的产品，提供周全周到的服务。

江西省吉安802台台长贺丽强、无线电台管理局654台副台长陈志、辽宁省锦州三一九

台台长王海威随后分别做了致辞发言。



会上，广科院教授威武、无线局 561 台副台长徐帮辉、北广科技首席专家叶进、高工陈燕武、王喜库等同志就中波的技术发展和未来展望做了详细介绍，并与现场代表互动交流。



会议结束后，与会人员一同参观了吉安 802 台，现场观摩了国内首部 600Kw 中波发射机的运行。

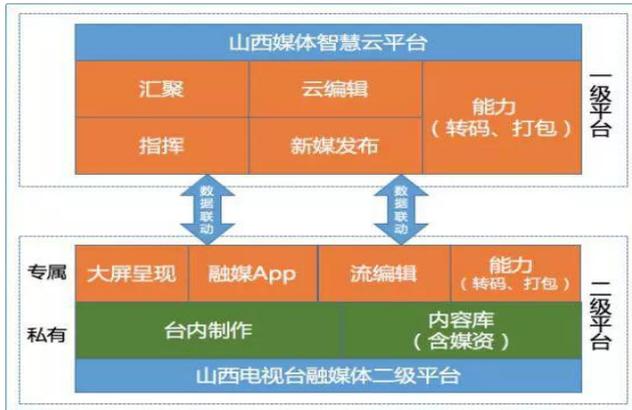
3. 新奥特助力山西广播电视台，持续开拓媒体融合创新之路

近日，新奥特中标山西广播电视台构建融媒体指挥调度中心（二级平台）项目，再次助力地方省级电视台实现内容、渠道、平台、经营、管理一体化，在互联网思维下建构新型融合媒体产业的生态系统，完成转型升级。

山西不仅以“表里山河”的地貌，成为中国版图上一个独特的存在，同时在推动广电传媒发展的融合创新之路上一直也是首当其冲。山西广播电视台作为地方重要的媒体传播机构，结合自身特点，积极推进传统媒体与新媒体的融合发展。2018 年新奥特将为其打造具备安全稳定性、合理先进性、简单易用性、高效快速性、可扩充性、开放互连性的融合媒体指挥调度中心系统。

本次项目的特别之处在于，此次构建的融合媒体指挥调度中心（二级平台）将与山西媒体智慧云平台（一级平台）协同完成山西广播电视台的融合媒体业务。实现双平台的数据关联，新闻资源统一调度指挥，并且可完成与山西广播电视台各子网、播控体系和山西网络电视台的数据交互，同时还要满足台内新媒制作及发布的需求。使其全新升级为具备

传播力、公信力、影响力和舆论引导能力的新型媒体机构。



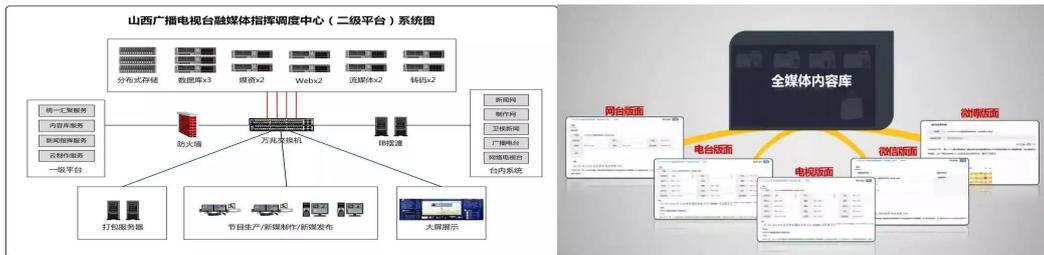
二级平台与一级平台的协同工作，使台内节目生产制作效率化，发布模式多样化，指挥调度统一化。

另外，二级平台采取“私有云”+“专属云”混合云架构，整体平台的基础建设采用成熟的云计算相关技术，具有可靠性、通用性、可扩展性、按需服务等特点，有效的提高了网络系统的建设、运维和管理水平。

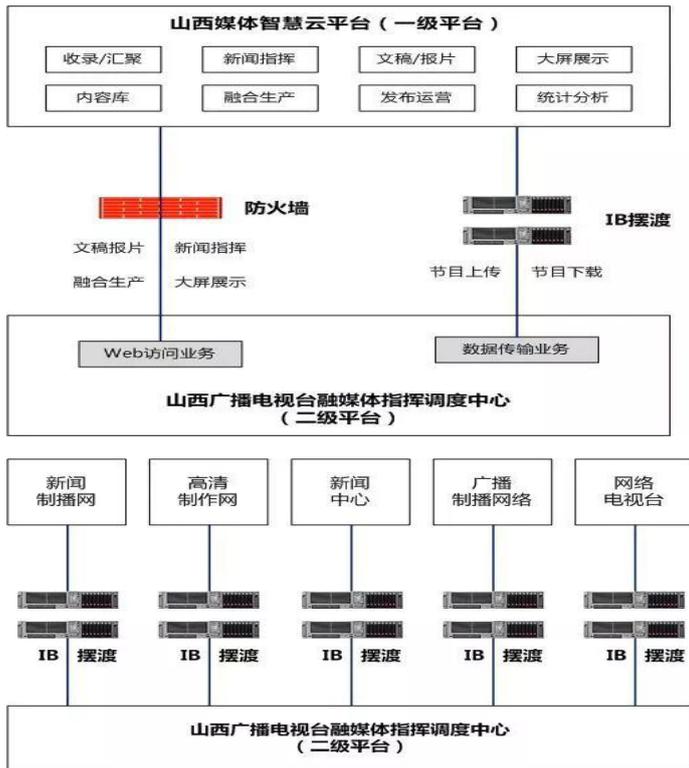
其中，私有云系统重点在于着力打造一个安全、高效、成熟、稳定的以新闻为主的新媒融合制作发布平台，负责全台新媒节目汇聚、制作、审核与发布。二级平台可实现 15 个新媒制作站点实时编辑制作，以及部分传统高清节目的网络实时编辑制作。待审核完成后推送至一级平台，根据业务需要对新媒节目进行多渠道发布，包括但不限于网站、手机 APP 客户端、微信公众号、微博等渠道。

而专属云业务则是完成山西广播电视台融合媒体指挥调度中心（二级平台）与山西媒体智慧云平台（一级平台）的融合，即在一级平台的基础上进行扩容，并予以完善。以实现全台互联网统一汇聚、节目通联、全台新闻指挥，融合节目制作，新媒发布等功能。

特别值得一提的是，作为山西广播电视台专属云的重要业务，除了实现大屏呈现业务、二级平台融媒 app 等应用外，还为与一级平台数据联动起到连接作用，同时还是台内新闻制播网、高清制作网、新闻中心制作网、山西网络电视台等业务系统安全互联的纽带。



另外，该系统将兼具安全高效性与开放融合性，云平台中的高速安全交互区可充分满足私有云和公有云两个业务模块间的融合与信息共享，并确保数据在传输过程中的安全摆渡。



而这其中所有的安全摆渡全部使用新奥特 F.A.S.T 文件安全传输系统，该系统是新奥特针对广播电视行业的制播业务特性，为实现内网与内网板块间、内网和外网板块间文件快速而安全交互自主研发的文件安全交互产品。系统具备“远程上传/下载模式”以及“XFTP 传输模式”。

可以说，不管是已经完成的项目，还是在未来，新奥特都将会继续在融合媒体平台建设、新媒体建设基础上，不断完善融媒体指挥中心解决方案，致力于打造灵活、现代、智能的新型融合媒体平台，助力省市县级媒体转型创新，提升主流媒体传播力和经营力。

4. 星光获新资质

2018年7月，经申报星光影视被中国演艺设备技术协会、中国演艺设备技术协会演出场馆设备专业委员会评定为《演艺灯光制作服务综合技术能力等级壹级资质》、《演艺视频制作服务综合技术能力等级壹级资质》、《演艺音响制作服务综合技术能力等级壹级资质》。这次星光影视申报成功的三个壹级资质是协会首次首批服务类资质，中国演艺设备技术协会作为行业内专业的权威协会，表示了对星光影视专业能力的认可，星光影视感谢贵协会的肯定，并会时刻严于律己，不负期待与信任，用自身的力量为行业的发展助力。



5. 双喜临门，大洋连续中标太仓、泉州两大地市级融媒体项目

最新消息

媒体融合专家中科大洋

在近日连续中标千万级融媒体项目

帮助我们的客户

创新服务方式，再造服务流程，形成全媒体格局

实现融媒体业务集中指挥、高效协调、采编调度和信息沟通

使其成为具备传播力、公信力、影响力的新型媒体机构

IN 江苏·太仓

太仓市广播电视总台

全媒体融合协同生产平台



随着移动互联网技术的发展，媒体传播形式正在发生着重大的改变，作为地方重要的媒体传播机构，太仓市广播电视总台响应党和国家的战略部署与号召，结合自身特点，积极加快推进传统媒体和新兴媒体融合发展，使制播系统与新一代信息技术、互联网技术深度融合，通过产品多样化、渠道多元化、平台规模化、服务现代化，打造成为一个具备传播力、公信

力、影响力的新型媒体机构，更好的服务于党，服务于政府，服务于人民。

大洋结合太仓广电自身情况，重点为其打造囊括广播、电视、电脑、手机4种媒介载体的全媒体融合协同生产平台，并且预留与日报的接口，力争项目最终输出为一个全新的、多种媒体共融交错的融媒旗体舰级平台。

即将打造的全媒体融合协同生产平台是太仓广电媒体融合建设的重中之重，立足于台内互联网域、办公网域以及全媒体生产网域，通过先进可靠技术平台实现以移动优先为核心的融媒体“策、采、编、发、评”流程再造。

本项目将重点打造和突破融媒体技术多个瓶颈，如实用型指挥调度机制、内容快速聚合共享、融合后的组织协同生产、传播效果反馈的数据真实且实用等多个融合媒体技术决胜点。最终为总台媒体转型升级、实现深度融合发展、巩固和加强主流新闻宣传阵地提供强有力的技术保障。

IN 福建·泉州

泉州广播电视台

全媒体融合生产云平台



泉州广播电视台是集广播、电视、报纸、网络、新媒体、广电产业于一体的综合性传媒机构，作为主流媒体，泉州广播电视台始终注意把握导向，致力于营造泉州市经济社会发展的良好氛围。

建成后的泉州广播电视台全媒体融合生产云平台，将实现集中指挥、高效协调、采编调度、信息沟通，打破过去媒体的板块分割的运作模式，统筹采访、编辑和技术力量，实现台内资源的统一管理 with 互通共享，实现“一次采集、多元生成、多渠道传播”的工作格局。

大洋将全面利用互联网、虚拟化、大数据等成熟先进技术，通过能力建设、开放接口、流程重构和新业务的弹性部署，在满足传统业务流程的同时，进一步满足台内媒体融合的多业务流程，满足新业务运营的基础性要求，为泉州广电提供统一的内容支撑、技术服务、数据分析等服务一体化技术业务平台。

今后，大洋将持续助力广电用户不断提升新闻创作及传播效率，促进媒体资源的创新深化与一体化运用，推动传统媒体与新兴媒体融合发展向纵深推进。

6. “熊猫”盛装参加中国国际机器人展

7月4日至7日，由中国机械工业联合会（CMIF）与国际机器人联合会（IFR）等国内外行业权威机构联合举办的 CIROS2018 第七届中国国际机器人展览会在国家会展中心（上海）盛大举办。这次展览会的主题是“共融、共享、共赢”。南京熊猫所属熊猫装备携最新工作站和产品盛装亮相，受到客商和观众的广泛关注。

展会期间，中电熊猫总经理陈宽义、副总经理鲁清，熊猫电子党委书记宋云峰等领导到现场察看展会情况，对“熊猫”智能制造发展取得的成绩给予肯定，勉励“熊猫”智能制造加强自主研发力度，持续深耕市场，取得更大突破。

据悉，中国国际机器人展是中国第一个、也是唯一一个机器人领域全产业链的专业展览会，其规模及影响力居全球四大机器人展之列。熊猫装备以“大智大器”为主题、903平方米超大展区首登该展会，打开了“熊猫”向世界推介自主研发机器人的窗口，进一步提升了熊猫品牌的影响力。



此次展会上，“熊猫”集中展示了机器人检测中心、激光切割工作站、电弧跟踪焊接工作站、单点激光寻位工作站、机器人打磨工作站、双机联动点焊站、熊猫数字化车间、机器人肖像画室、机器人教学展示区、AIV 移动机器人体验区 10 个机器人互动体验区，宣传和介绍了“熊猫”机器人新品和智能制造方案，吸引了众多客户和观众前来洽谈和体验。

除了技术实力吸睛，“熊猫”展区还定时上演炫酷的舞台秀，有时尚动感的机器人舞、魅力四射明星主持、憨厚可爱的服务机器人备备“客串主持”、精彩纷呈的互动游戏，吸粉无数。同时，现场还循环播放主题宣传片，介绍了“熊猫”智能制造的发展历程和成果，展现了“熊猫”人严谨务实、勇于创新的科研攻关精神。

展会开幕前，在“2018 中国国际机器人产业发展高峰论坛”上，熊猫股份副总经理、熊猫装备总经理刘坤作了题为《探索智能制造发展之路》的主题演讲，阐述了熊猫工业机器人发展历程，提出了“融·创”的发展理念。

7. 路通视信亮相 ANGACOM2018 德国科隆通信展

2018年6月12日起，路通视信携产品及网络综合解决方案亮相为期3天的 ANGACOM2018 德国科隆通信展。ANGACOM 是欧洲最重要、最专业的有线电视、广播电视、线缆、宽带及卫星通讯展，云集了各大运营商、设备商及相关通信行业展商参与其中，共同探讨行业内最新研发成果及未来通信技术的发展趋势。

展会期间，路通视信重点展出了自主研发的 HFC、FTTH、PON+EOC、OBIfree、智能融

合终端等一系列产品及解决方案，吸引了来自德国、匈牙利、荷兰、法国、波兰、挪威、科索沃、罗马尼亚等国家的客户。公司销售人员使用熟练的英、德双语与客户就产品推广和代理销售进行了深入沟通，进一步加深了客户对公司和产品的了解，取得良好的成效。借助海外专业展会的平台，路通视信不仅加深了与国际客户间的交流沟通，更进一步提升了国际品牌影响力，为公司在欧洲市场的开拓和发展奠定了基础。

8. 远东通信荣膺河北省战略性新兴产业“双百强”企业称号

近日，河北省发改委、省工信厅、省科技厅联合发布了“2017年河北省战略性新兴产业百强领军企业”和“创新百强企业”(简称“双百强”)名单，河北远东通信系统工程有限责任公司荣膺“双百强”企业称号，分别位列“百强领军企业”第24位和“创新百强企业”第38位。

远东通信是中电网络通信有限公司旗下综合型ICT公司，是国家高新技术企业、省级企业技术中心、创新型企业 and 软件企业。远东通信的产品包括数字交换系统、数字调度系统、软交换系统、软交换调度系统、统一通信系统、无线集群通信系统、应急通信指挥系统、应用软件、高端时频器件等八大系列，拥有百余项国家专利、软件著作权及软件产品登记证书。

远东通信的业务涵盖轨道交通、公共安全、能源等多个领域。在轨道交通领域，远东通信既是产品供应商也是系统集成商，位列行业前三甲，产品和系统运行于全国39个城市140多条轨道交通线路；在公共安全领域，远东通信为人防、政府、军队、公安等相关部门打造了几百个指挥中心和机动指挥系统，多款产品荣获国家级、省部级科技成果奖；在能源领域，远东通信的调度产品覆盖全国70%以上电力调度专网，成为业内知名品牌。同时，远东通信积极拓展海外市场，承建了厄瓜多尔ECU911国家应急指挥系统、越南河内轻轨调度通信系统、刚果布国家电力调度专网等200余个海外项目。

作为河北省信息技术行业重点企业，远东通信积极响应省政府大力发展战略性新兴产业号召，重视科技创新和成果转化，凭借自身雄厚的技术储备及丰富的行业经验，开发出“宽窄带融合无线专网通信系统、一体化融合通信指挥调度系统、社会力量协同反恐统一指挥调度系统、天地一体智能警报发放平台、大数据综合应用平台”等业内领先的产品和解决方案，全面满足用户需求并取得了良好的市场效益。

未来，远东通信将继续深入实施创新驱动发展战略，加大科技创新和产业发展投入，培育壮大新动能，为实现河北省经济升级和跨越发展贡献更大力量。

9. 国科微荣获“十大闪存控制器企业”荣誉称号

7月20日，2018全球存储半导体大会暨全球闪存技术峰会在湖北武汉召开。峰会聚集了全球近百位重量级演讲嘉宾。国科微美国研究所总经理杨应麟作为嘉宾应邀出席，并发表了主题演讲。峰会还发布了“2018全球闪存企业”评选结果，国科微荣获“十大闪存控制器企业”荣誉称号。

“2018全球存储半导体大会”由武汉市经信委、武汉东湖新技术开发区指导，武汉光

电国家研究中心、中国计算机学会等机构和 DOIT 传媒共同主办。大会以“存储半导体新纪元”为主题，针对全球闪存和存储半导体的产业新生态、行业新热点、企业新发展，进行全面分析与解读。



作为“2018 全球闪存峰会”的重磅环节，大会发布了“2018 全球闪存企业”评选结果。该结果依据企业品牌影响力、产品与技术水平、解决方案、用户反馈以及公开网络投票结果等指标综合评审选出。国科微以其品牌影响力、领先的技术与解决方案荣获“十大闪存控制器企业”荣誉称号。获得该称号的还包括 Intel、SAMSUNG、Microsemi、华为、Marvell 等国际企业。

会上，国科微美国研究所总经理杨应麟发表了题为《应用于 AI 上的低延迟 NVMe 系统》主题演讲。国科微提供面向企业级、消费级市场的存储控制器芯片，拥有国内自主知识产权，支持底层定制化开发。杨应麟博士从芯片设计者的角度出发，介绍应用于 AI 上的低延迟 NVMe 系统。与杨应麟博士一同发表演讲的还有 Intel、浪潮、三星、华为、西部数据、阿里巴巴等企业高管。

目前，国科微是全球少数可对外供应高性能固态存储主控芯片厂商之一。2015 年公司成功自主研发 GK21 系列高端固态存储控制器芯片；2016 年，公司率先推出支持国密算法的 GK23 系列固态存储控制器芯片；2017 年，公司推出国内首款获得中国信息安全测评中心、国家密码管理局双重认证、完全拥有自主知识产权的存储主控芯片 GK2301，可广泛应用于个人电脑、服务器、存储阵列、工业电脑、车载监控、金融设备、教育平台等。

（本期结束）