

# 广电行业综合信息

2018 第 01 期（总第 78 期）

中国广播电视设备工业协会

2018 年 02 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) 德国 DVB-T2 部署进入第三阶段 2018-01-30.....	4
(2) 观众情绪预测直播电视收视率.....	4
(3) 德国 IRT 计划测试 5G 电视广播.....	5
(4) 激光电视对比传统 OLED 电视会如何? .....	6
2. 移动电视及 CMMB.....	9
3. 直播星和户户通、村村通.....	9
(1) 2017 年 LED 市场不得不知的十大数据.....	9
4. 有线电视.....	16
(1) 新左旗政府与内蒙古广电网络公司签订公共文化服务与新型智慧牧区项目合作协议.....	16
(2) 【争鸣】广电人，我们暂时忘却掉户的痛，跳出井底，看看世界的变化.....	17
(3) 【争鸣】“加强和创新社会治理”是十九大精神，有线如何切入.....	19
(4) 【争鸣】这些观点，会是有线发展的出路所在吗.....	22
5. 前端、制作与信源.....	23
(1) LG 为韩国提供 ATSC 3.0 4K 电视.....	23
(2) Grass Valley 高清广播级紧凑型摄像机为河北会堂电视电话会议系统保驾护航.....	23
(3) SK Broadband 推出 AI IPTV 服务.....	25
(4) 4K 看央视   新奥特 4K 多通道录制系统开启中央电视台综艺节目应用新篇章.....	26
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	27
(1) 河北省政协委员：广电网络党媒扶贫应该受党委政府重视和扶持.....	27
(2) 【快讯】国网 2018 年第一把火！联合四川长虹、中网微融成立全国智能终端公司.....	29
(3) 云南省第一家“家庭供电营业厅”在昆广网络爱点云 TV 平台正式上线啦! .....	30
7. 新媒体.....	33
(1) 中国联通研究院加入 Zigbee 联盟，助推 Zigbee 技术纳入中国行业标准.....	33
(2) 新媒体用户飞涨，地方广电尝到了融媒体什么“甜头” .....	34
(3) 济南教育电视台 IPTV(108CH)正式上线了.....	35
(4) CES 归来看广电，电视台的未来在哪里.....	36
(5) CES2018 开幕，智能家居成为最受瞩目的主题.....	37
(6) 全球付费电视订户达 10.7 亿，线性 OTT 增速最快.....	38
(7) 2018 年 谁能扛起互联网电视复兴大旗? .....	40
8. 媒体融合.....	41
(1) 原传媒大学校长胡正荣将有新身份!看好互联网前景的他如何"拥抱"传统.....	41

广电.....	41
(2) Apple 进军影视圈,正在拍摄一部未来主义电视剧.....	43
(3) 勾正数据《2017年OTT行业发展报告》2019年智能电视存量规模将超过有线电视.....	43
(4) 华数转型升级实现跨越发展,营收利润稳定增长,新业务收入占比首次超过50%.....	46
(5) 2018年数字视频服务6大发展趋势.....	48
(6) 广电700MHz发力物联网,或因工信部一纸新规胎死腹中.....	50
9. 虚拟现实/增强现实(VR/AR)技术.....	52
(1) Facebook新研究暗示要在AR/VR实现全身追踪.....	52
(2) 克莱默推出一款先进紧凑的集成系统——VS-88UT.....	53
10. 国际动态.....	54
(1) 美国下一代电视传播标准的确定成为里程碑事件.....	54
(2) NHK将以8K格式摄制冬季残奥会比赛.....	56
(3) 美国ATSC 3.0广播商共建单频网.....	56
(二)、重要政策进展.....	57
1. 三网融合.....	57
(1) 2017年地方广电坐不住了,政策法规接连出台,有哪些内容值得关注57	
2. 宽带中国.....	64
(1) 腾讯视频推出中国首款移动端杜比视界内容服务.....	64
3. 相关政策法规.....	64
(1) 广电总局发布《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》.....	64
(2) 工信部:《关于督促互联网网络接入服务企业依法持证经营的通知》67	
(3) 工信部向中国电信等六家单位颁发首批无线电频率使用许可证.....	68
4. 与广电相关的标准.....	68
5. 广电行业动态与分析.....	68
(三)、领导讲话.....	69
1. 2018年春晚 聂辰席强调了三点!.....	69
2. 田进部署2018年广播电视宣传管理工作.....	69
二、会员企业信息.....	76
1. 文化部、工信部、演艺设备协会领导到星光影视调研.....	76
2. 中科大洋揭秘广东台4K超高清领域的创新技术.....	77
3. 发挥核心技术优势 助力智慧城市建设 熊猫信息举办合作伙伴年会暨新产品发布会.....	78
4. 北电科林新春慰问送温暖 关怀情谊暖人心.....	78
5. 【中标快讯】路通视信GPON设备首次入围贵州省网,发力贵州市场.....	79

# 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）德国 DVB-T2 部署进入第三阶段 2018-01-30

在 2018 年 4 月 24-25 日晚，全德国新地面数字电视（DTT）标准 DVB-T2/HEVC 部署将进入第三阶段。

新覆盖地区为奥格斯堡等。

与此同时，当前使用 DVB-T 标准的分配将终止。



公共广播机构 ARD 和 ZDF 提供的电视频道将在所有地点不加密和免费提供。

在包括奥格斯堡等 6 个城市，将另外提供付费商业电视频道平台 Freenet TV，因而增加其覆盖到 380 万居民。

全德国总计 5990 万居民（占全部居民的 74%）因而将能够通过室外天线收看 Freenet TV。室内接收居民数量将增加 180 万，达到 2770 万。

2017 年 3 月 29 日，DVB-T2 在德国第一批地区启动。第二阶段转换于 2017 年 11 月 8 日开始。全国范围 DVB-T/DVB-T2 转换计划在 2019 年中完成。

#### （2）观众情绪预测直播电视收视率

美国乔治城大学麦克唐纳商学院和情感测量专业公司 Canvs 对电视节目观众情绪反应（ER）如何影响下一周的直播收视率的研究表明，某些响应主持人的观众 ER 可能预测下一剧集直播收看的增加。

此研究——“对演员、角色和节目的反应：社交电视内容和电视观看行为”由乔治城大

学市场营销教授 David Schweidel 领导，他正将 Canvs 情感测量指示板纳入其课程“利用社交媒体”。



“主持人不仅驾驭情绪，而其推动两周间观众收看直播，” Schweidel 表示，“此外，还有一个主持人驱动 ER 增加多周直播和时移观看的持续效应。”

根据 Canvs 的研究，随着预定观看衰退，电视网了解什么因素推动直播观看比以往任何时候都要重要。该研究调查了电视广播网（ABC、福克斯、NBC、CBS、CW）上 55 个黄金时间有剧本节目，类型涵盖动作/冒险、喜剧、电视剧、科幻。所有节目在 2017 年第一季度播出。

此研究的主要结果包括：

- 节目特定 ER 对直播收视率有积极影响。
- 主持人相关 ER 具有两倍于一般情绪反应的影响，但不太常见。
- 在一个例子中，由于主持人驱动的总 ER 中的一个尖峰，NBC 的“我们的生活”从 17 集到 18 集有 10% 以上的直播收视率增加。
- 此外，存在多周持续效应，主持人驱动 ER 增加后来三到四周的直播和时移观看。

“此研究证明情绪不仅增加两周间直播收视率，而且增加节目播出后前三天的时移观众数量，” Canvs 首席执行官 Jared Feldman 表示，“随着 OTT 和订阅服务上升，有一个观众的情绪反应也将与订阅保持相对应的显著迹象。”

### （3）德国 IRT 计划测试 5G 电视广播

编辑：passion 来源：Broadband TV News

德国广播技术机构 IRT 发起了一项名为 5G-Today 的研究计划，希望了解新移动网络标准 5G 在多大程度上适合大规模电视频道传输。

5G 广播模式 FeMBMS（Further evolved Multimedia Broadcast Multicast Service）是增强型多媒体广播多播业务（eMBMS）的进一步发展，将被用于这一研究计划。目前，巴伐利亚高原地区已经搭建了一个试验场。

该研究计划的合作伙伴包括凯仕林公司、罗德与施瓦茨公司两家技术公司，以及移动网络运营商西班牙电信德国分公司。巴伐利亚公共广播商 Bayerischer Rundfunk（BR）将在其发射站点运营 5G-FeMBMS 广播网络。




随着 5G 的引入，全球市场将出现数百万台使用该网络的智能手机和平板，这些都是 5G 网络下电视直播、回看服务、社交网络和其他媒体服务的潜在电视接收设备。

IRT 网络技术部主管 Jochen Mezger 表示：“我们已经与 EBU、BBC、RAI 和 SWR 以及其他行业合作伙伴一同确定了 5G 的广播要求，并成功将其提交到国际标准化进程中。其中包括 100% 的广播模式以及发射站点间空间的增加。很高兴现在能在 5G-Today 计划的试验场中实现并评估这一标准化结果。”

5G-Today 研究计划将持续 28 个月，通过 BR 位于文德尔施泰因的主发射站以及慕尼黑地区的小发射站进行远距离的电视信号分发。首次传输将在 2018 年底启动。

BR 产品与技术部主管 Birgit Spanner-Ulmer 教授表示：“5G 的研发工作让这一标准与广播系统的传统参数靠得更近了。这将让电视频道实现更为经济的广泛传输。我们期待 5G-Today 计划使用现有的广播基础设施对未来网络进行测试。”

#### （4）激光电视对比传统 OLED 电视会如何？

2018-01-26 来源:太平洋电脑网 

自从 1925 年黑白电视的出现，人们纷纷都对这个奇怪的箱子产生浓厚的兴趣，几十年来都没有停止过。

由于人们对电视机的热爱，所以电视的进化更是顺着大势使然，黑白、彩色、尺寸更大、机身更薄、颜色更鲜艳，仿佛电视每个阶段的进化，人们始终也觉得距离完美还差点。

为了满足人们对电视的要求，显示技术也是不断推陈出新，从以前的背投、等离子到现在的 LCD、QLED、OLED 等等，每年的科技大展里面电视的迭代更新都是关注的焦点所在。

电视机给大众印象都是一台一体式的设备，播放画面的媒介主要都是通过屏幕。自从投影的出现，画面通过投影机发射到投影幕或者甚至墙上，慢慢淡化了屏幕的概念。

让人们开始了解到屏幕并不是显示画面的唯一途径，然后投影也在家庭影院行列中火过一把。不过慢慢投影设备的亮度低还有见光死等等缺点都被人诟病，以致投影对传统电视还没有一个实际的冲击，看来投影在电视面前，也是一个玩具的性质。



### 激光电视的发展

激光电视这个听起来科技感满满的名字好像很新的电视技术，其实早在 2006 年三菱就已经推出 40 英寸激光电视样机，只是那时技术等各方面还没成熟。

在国际领域上有德国 LDT 公司、索尼公司、三菱公司、松下、日立、东芝、爱普生、三星公司等企业也都传出积极研究激光电视、激光投影产品的消息。

所以激光电视的发展历程已经十年有多了，在 2014 年，海信、奥图码、长虹、华录、康佳、视美乐和仪电等厂商纷纷推出激光电视，意味着激光电视的“爆发期”似乎在国内厂商推进下迎来爆发的契机。

在 2017 年里，海信、小米、极米、长虹等厂商也还在坚持更新激光电视这条产品线。激光电视的原理

激光电视是利用半导体泵浦固态激光工作物质，产生红、绿、蓝三种波长的连续激光作为彩色激光电视的光源，通过电视信号控制三基色激光扫描图像。其色域覆盖率理论上可以高达人眼色域范围的 90% 以上。

这里就不得不提最重要部件之一的激光器，激光器可以发射确定波长和颜色的光线，通过在激光器前面安装专门的晶体或光导生成红绿蓝颜色，然后在这些材料内通过所谓的聚焦将激光转化成期望的颜色。

启动时，将红绿蓝数据送到激光单元内部的调制解调器上，视频数据通过调幅转换成光学信息，带有红绿蓝光线的三分射线组合成单一的激光射线，而包含所有图像信息的激光束再通过光缆送到放映头，最后投射到银幕上。



激光电视能否比肩传统电视领域？

激光电视作为新兴的电视类型，不可避免地会让人传统电视去作比较。作为两种不同类型的电视来说，激光电视和传统电视必然互有优劣。

激光电视的其中一个优点就是激光是 100% 单色光，使色域理论上可以超过 NTSC 色域 110% 以上，超越了 OLED 100% NTSC 色域档次。色域的提高主要体现效果在画面看起来更真实、有层次感，清晰度方面也能随着色彩饱和度增加而有所提升。

激光电视还有的优势在于对显示画面的尺寸拿捏是灵活的，不像传统电视那种固定尺寸。

电视机的尺寸越来越大也正是反映了现代人对画面的追求，电视机尺寸越要做大，无论安放位置还有机身重量等等都是需要消费者考虑的重要范围。

相反激光电视就随性得多了，只需要通过操作就可以调整画面显示的尺寸比例等，大大俘虏了追求画面尺寸的消费者的心。

功耗问题也是不容忽视的要素之一，毕竟平时大家都会开着电视一两个小时甚至更多。

据统计 100 寸激光电视的功耗仅相当于 40 寸 LCD 电视的水平，寿命一般可达数万小时，如果按每天使用 10 小时计算，那么激光电视的使用寿命可达 10 年，因此从功耗可以看出，激光电视是寿命比较长的可靠产品。

OLED 电视是近几年来电视圈子里的新贵，凭借其出色的显示技术和观感享受大获好评。难免会让激光电视和 OLED 电视进行相关对比。

其中激光电视是用 RGB 的激光光源，和 OLED 相比，激光电视则拥有色彩纯度高、色域大等优点。因为激光单色性好，色彩纯度极高，可以达到更高的色域，所以激光电视有着比传统电视更明显的优势存在。

OLED 电视近一半的功耗都来自屏幕，屏幕越大功耗越高，并且屏幕尺寸增大对材料、工艺等方面有着更高的要求，导致价格也水涨船高。激光电视的功耗只有尺寸相近的 OLED 电视的一半左右，屏幕尺寸无直接相关性，所以激光电视严格来说更胜一筹。





激光电视的未来

首先激光电视的发展越趋成熟，价格也相应到达了普通消费者可以接受的范围，而把激光电视做得更亲民的价格的公司一如既往是小米，9999 元的价格也是让消费者能够以不过万元的价格体验到激光电视。

也应该会有更多的厂商把购入激光电视的门槛调低，所以未来也一定会有越来越多的用户考虑购入激光电视尝鲜。

色彩鲜明、护眼、节能、寿命长这些都是激光电视对比传统电视的优势所在，所以也能理解如海信这些厂商一直致力发展激光电视并作为自家的重点产品作为推广，证明激光电视竞争力相当高。

在居家条件上来看，面对国内寸金尺土的情况，激光电视摆放灵活和显示尺寸有可调节性非常适合小户型家庭。可以说综合各方面来看，激光电视潜力是不可估量的，相信激光电视有足够能力在家庭中站稳脚步，而不是以玩具的性质来进驻家庭。

## 2. 移动电视及 CMMB

(本期无)

## 3. 直播星和户户通、村村通

### (1) 2017 年 LED 市场不得不知的十大数据

2018-01-26 来源:OFweek 半导体照明网 

2017 年，LED 市场景气度回升，LED 行业无论是技术工艺，还是产品设计，乃至整个行业规模朝着一个可喜的方向发展。虽然通用照明市场竞争依旧激烈，但是，车用 LED、UV LED、植物照明、IR LED 等新市场打开 LED 行业发展的新空间。然而，这些 LED 应用市场到底有多大呢？OFweek 半导体照明网小编通过以下十大数据，为你解析这个难题。

#### LED 芯片

近年来，LED 芯片市场规模、产值及企业数量都保持着增长态势。根据 OFweek 半导

体照明网统计数据显示，2017 年全球 LED 芯片市场规模将达 510 亿元，同比增长 13.8%；中国 LED 芯片企业产能持续性扩张，2017 年 LED 芯片市场规模约为 189 亿元，增速高达 30%，将占据在全球 LED 芯片产能 54%。



2017 年底，随着各大厂商新增产能逐渐开出，LED 芯片市场供需逐渐恢复平衡，三安、华灿等厂商也针对竞争较为激烈的照明和显示用芯片做出策略性的价格调整。在此之前，芯片价格已经持续一年半居高不下，经过本轮调整，LED 芯片价格有望进入稳定或小幅调整的平台期。

2018 年 LED 芯片市场将恢复供需平衡，但随着 LED 芯片大厂的新产能持续投放，未来两年不排除再次出现阶段性供过于求。

### LED 封装

2017 年，木林森、国星光电等 LED 封装厂为了扩大市场占有率，陆续大举扩产，藉由扩大产能规模强化市场影响力。目前，中国 LED 封装制造商已经在背光、照明、显示市场获得了稳定的市场地位，预计 2018 年大陆封装产能仍将继续保持增长。



据相关研究机构统计，2016年中国LED封装市场规模从2015年644亿人民币增长至737亿人民币，同比增长14%。此外，2017年受LED应用市场影响和利基市场强劲需求带动，预计2017年中国LED封装市场将达到870亿元，同比增长16%。并且，业内人士还指出，未来几年中国LED封装行业产值将维持13%—15%的增速，预计2020年中国LED封装规模将进一步增长至1288亿元人民币。

### LED 照明

近年来，物联网的出现和崛起带动着LED照明走向小型联网的高值化数位照明。融合个人化、以人为本的智慧照明已成为未来产业发展重点。具有LED高发光率、节能环保的LED照明产品逐渐代替传统照明，而高值化、联网、系统整合、个人化的需求推动着LED照明走向智能化，形成了新一轮的转型方向。

根据最新的数据显示，2016年全球LED照明的渗透率在31%左右，预计2017年LED照明市场规模将达到404亿美元，渗透率达37%，预计2017—2021年全球LED照明年复合增长率为12%。



未来，LED照明会逐渐与传感器结合朝着智慧照明系统发展，并改变商业模式，由销售产品转型为一体化的LED照明系统销售，以此来开拓创造新的蓝海市场。因此，LED照明企业应该在这种趋势下思考如何推动产业技术转型，保持市场竞争力。

### LED 显示屏

在LED显示屏终端领域，今年小间距风光大好，加上租赁市场，特别是海外租赁市场的火热，国内显示屏厂商均有针对性地加大了投入。虽然受到原材料、PCB板、人工成本上涨因素的等影响，但国内各大主要显示屏大厂仍实现了大幅度的增长。



根据 OFweek 研究中心的报告显示，2017 年全球的 LED 显示屏规模将达 50 亿美元，而中国 LED 显示屏企业占了全球接近 80% 以上的市场份额，如此庞大的市场规模也促进了新产品、新技术的推广应用。随着行业市场进一步细分化，整个行业的市场容量还将进一步提升。

#### 车用 LED

随着消费者对行车安全愈加关注、对更好的道路照明需求增长等因素的影响，进一步推动了汽车照明市场的增长。技术先进的汽车照明系统可以防眩光，利用红外线和紫外线灯识别障碍物，而且市场上的供应商也不断引入能够适应环境条件变化、响应紧急制动的信号灯。



汽车照明市场的新趋势给企业带来了新的机会，特别是在照明设备领域。环境照明就是其中之一，可以安装在车辆上，创造不一样的体验，让用户身心愉悦。

根据最新《2018 LED 供需市场趋势》显示，2017 年的车用 LED 市场产值为 28.17 亿美金，预估 2018 年将成长 12.45%，其中成长力道最强的为头灯、雾灯、车用面板。

2017 年全球乘用车产量有 8570 万辆，至 2025 年成长至 1.033 亿辆，年复合成长率为 2%，根据 2016 年全球汽车销售地区统计，其中中国地区占全球销售量为 28%，中国地区将会呈现大幅度的成长。

2017 年，LED 于车外照明市场呈现稳定发展，其中以远近灯成长性最佳，主要原因还是在于高功率 LED 的技术提升下，伴随着 LED 价格的下跌，使得车外 LED 照明逐渐从高阶车款转移至中阶车款，LED 于远近灯应用的市场产值在 2020 年将达 14.62 亿美金，2016—2020 年复合成长率为 15.8%。

同时，随着汽车保有量的增加，车灯售后零件也正相关成长。车灯的维修市场以价格合理及容易更换维修为原则，替换式的 LED 头灯将具有此方面之优势，产品外型尺寸及接头与传统光源做成一致，将会刺激双方更换成 LED 头灯之意愿，在 2017 年产值是 3.38 亿美金，至 2020 年将成展至 3.69 亿美金，2016—2020 年复合成长率为 10%。

除此之外，中控面板、抬头显示器、卫星导航、娱乐用板与仪表板等车用面板的需求快速增长，预估车用面板 LED 产值也从 2017 年的 0.42 亿美金成长至 2020 年 0.87 亿美金，2016—2020 年复合成长率为 25%，2017 年的全球新车在标配中搭载车用面板的比例已经有 13%，预估 2020 年将达到 18%。

#### LED 灯丝灯

根据最新调查结果显示，2017 年全球 LED 灯丝灯市场规模预计将达到 56.6 亿人民币（约 8.31 亿美元），同比增幅达 95%；2017 年至 2022 年 CAGR 将达 47.7%。



2017 年上半年，中国厂商 LED 灯丝灯出口总量达 1573 万只，出口总额达 2247 万美元；同比增幅分别为 353%和 330%。

目前，LED 灯丝灯的主流光通量约为 450lm，广泛应用于公共场所的装饰照明。

随着 LED 灯泡价格的不断下滑，诸如飞利浦、Osram Licht 等照明厂商都在大力推广 LED 灯丝灯。在中国市场，3W LED 灯丝灯的售价为 28—30 元，比 3W LED 灯泡的价格高出不少。

#### 植物照明

近年来，“植物工厂”概念渐受追捧，与之相对应的植物照明也愈加火热，逐渐成为国内外 LED 企业想涉足的一个照明领域。

据集邦咨询 LED 研究中心分析，LED 应用于植物照明的市场前景相当乐观，预期市场规模将快速增长。2017 年植物照明（系统）市场规模约为 6.9 亿美金，其中 LED 灯具为 1.93 亿美金，预估到 2020 年植物照明（系统）市场将成长至 14.24 亿美金，LED 灯具将成长至 3.56 亿美金。



目前，全球 LED 应用植物照明已呈现高速增长态势，国际照明大厂飞利浦、欧司朗、GE、东芝、三菱化学、夏普、松下等已经争相布局植物照明领域。而随着全球 LED 应用植物照明渗透率的提升，中国市场也在慢慢兴起，未来市场前景广阔。

#### UV LED

近几年，UV LED 市场和应用快速发展，UV 固化技术更是受到全世界的高度关注，相比传统的 UV 汞灯，UV-LED 能将电能直接转换成 UV 光，且发出的是单波段紫外光，光线能量高度集中在特定紫外光波段，目前已广泛应用于胶粘剂、油漆、油墨、涂料等等领域。



UV LED 是 LED 的新旅程，被认为是下一代光源之一。半年来，UV LED 已然成为 LED 论坛、LED 实验室以及 LED 市场的新宠之一，加上水保公约、节电优惠等政策推广助力，更多国内外企业加速布局，UV LED 市场即将爆发。

根据最新发布的“2017 紫外线 LED 与模组应用市场报告”显示，UV LED 市场产值于 2017 年将成长至 2.88 亿美元（折合人民币约 19.56 亿元）；2020 年更上看 5.26 亿美元（折合人民币约 35.73 亿元），2015—2020 年复合成长率（CAGR）达 34%。以紫外线 LED 封装营收来看，日本与韩国厂商稳坐前五名，依序为日亚化、Nitride Semiconductors、Seoul Viosys、LG Innotek 与 USHIO / Epitex。

#### 景观照明

受惠于国家相关政策的不断推出，景观亮化工程近几年被大幅提上日程，甚至嫣然成为各地规划方们眼中的标配。近期多重利好更是助力景观照明行业集中爆发，基础设施建设、城市夜游经济、特色小镇、一带一路、PPP 等的发展是行业快速增长的重要推手。



这块诱人的“蛋糕”直接导致众多企业争相参与布局景观亮化市场。正处于风口上的照明企业 2017 年中标喜讯连连，以利亚德、奥拓电子、名家汇、飞乐音响等为代表的企业一面通宵达旦，一面赚得盆满钵盈。

有数据显示，2016 年中国景观亮化市场规模达到 558 亿元，预计 2017 年中国景观亮化市场规模将达到 678 亿元，增长率达 21.5%，中国已然成为全球最大的景观亮化市场。专家表示，未来五年乃至八年将是“用光创造价值”的辉煌灿烂期。甚至有业内人士将此称作“百年一遇”。

然而，许多城市盲目上马城市景观照明项目，套用其他城市亮化项目，造成的一个典型问题是千城一面，景观亮化项目建筑规划不统一、不协调、不和谐。还会因为大面积的亮化，给城市造成严重光污染，给城市居民生活带来不利影响。

欣慰的是，上海在去年 10 月份率先发布《上海市景观照明总体规划》，而杭州的《杭州市城市照明管理办法》及深圳的《深圳市城市照明管理办法》也将正式实施，景观照明有望步入规范化轨道，有助于景观照明的健康发展。

#### IR LED

IR LED 即红外 LED，是一种将电能转换为光能的近红外发光器件，它具有体积小、功耗低、指向性好等一系列优点。

根据 IR LED 芯片的特性，不同波长的红外 LED 产品可应用到不同的领域，如：遥控器、医疗器具、空间光通信、红外照明、固体辐射器的泵浦源、高速路的自动刷卡系统、摄像头、监控、楼宇对讲、防盗报警等。随着大功率红外线开发应用加速，IR LED 厂商的研发重点倾向也从遥控器、滑鼠、通讯等附加价值较低的应用市场，转向手机、车用、安防产品红外线监视、红外医疗等高附加价值市场应用。

波长	应用领域
940nm	适用于遥控器、车用之夜视功能
808nm	适用于医疗器具，空间光通信，红外照明，固体雷射器的泵浦源
830nm	适用于高速路的自动刷卡系统(夜视系统最好,可以看到管芯上有一点红光,效果比850nm要好)
840nm	适用于摄像机彩色变倍红外防水
850nm	适用于摄像头(视频拍摄)数位摄影、监控、楼宇对讲、防盗报警、红外防水
870nm	适用于商场、十字路口的摄像头

根据最新出炉的《2018年红外线感测应用市场报告》中预估，2017年全球红外线LED市场规模（不含光学感测元件市场）估约4.39亿美元，2018年估达到5.05亿美元，预估至2021年持续成长至6.97亿美元，主要成长动力于安全监控、虹膜及脸部辨识、红外线触控面板等。

红外线LED元件愈来愈轻薄，在手机上搭载红外线LED元件的应用也增加，包括接近传感器、虹膜辨识、脸部辨识等，晶电、鼎元、光磊、宏齐及佰鸿等积极抢进相关布局，可望受惠相关商机。

## 4. 有线电视

### (1) 新左旗政府与内蒙古广电网络公司签订公共文化服务与新型智慧牧区项目合作协议

编辑：passion 来源：新巴尔虎左旗政府办公室 2018年01月15日 14:41:30

1月9日，新左旗人民政府与内蒙古广播电视网络集团有限公司签订了新左旗新型智慧城市与公共文化服务项目建设合作协议。旗委副书记、旗长海青，旗委常委、常务副旗长杨晓刚，旗委常委、宣传部长特格喜宝音，内蒙古广播电视网络集团有限公司董事长、党委书记付海波，内蒙古广播电视网络集团有限公司副总经理田世杰，内蒙古广播电视网络集团有限公司呼伦贝尔分公司，满洲里分公司及新左旗分公司负责人参加签约仪式。

签约座谈会上，与会双方人员对新左旗新型智慧城市与公共文化服务项目的建设合作与推进等相关事宜进行了深入的沟通和交流。

新左旗委副书记、旗长海青与内蒙古广播电视网络集团有限公司副总经理田世杰代表甲乙双方签约了合作协议。

据了解，新左旗人民政府与内蒙古广播电视网络集团有限公司双方本着精诚合作、平等互利、共同发展的原则。就新左旗新型智慧城市与公共文化服务项目建设合作事宜，订立了合作协议。合作任务、目标是双方共同努力，在新左旗建立和完善“覆盖乡村、结构合理、功能齐全、运行高效、服务优质”的牧区乡镇苏木嘎查、边境地区广电网络新型智慧城市与公共文化服务体系，在二年内完成居民集中的苏木的嘎查和边境地区牧民用户的覆盖工程，并实现呼伦贝尔市、新左旗地方节目等公益广播电视全覆盖、户户通。



## (2) 【争鸣】广电人，我们暂时忘却掉户的痛，跳出井底，看看世界的变化

2018-01-22 10:26 来源：中广互联独家 作者：马昕

去美国消费电子展 CES 疗下伤

经历了备受打击的 2017 年，有线电视的捍卫者们如果可以从掉户的痛楚中暂时复苏过来，就应该抓紧时间去美国拉斯维加斯的全球消费电子展 CES 看看。我觉得去看 CES 有两大好处，一是通过展览思考一下为什么这两年电视行业这么难过；二是感受一下在不远的未来人工智能普及后几乎所有行业被颠覆的预期。或许这种更大层面的压迫感，会让你忘记身上这些划痕小伤的痛。

即使不能让你一下找到解放自己的出路，也至少可以麻醉一下自己，受难的绝不只是一个广电行业。

没有新的视频技术突破

有两年没有去看 CES 了。记得 2015 年去看 CES，热点是 4K、VR 和可穿戴健康电子，视频技术的更新仍是 CES 的主题。但 2018 年 1 月的 CES，你很难看到革命性突破性的视频技术变革，8K 分辨率超高清展示仍显得华而不实，可卷曲折叠的柔性屏幕似乎并没有发掘出有价值的应用场景，VR 的展示不少但似乎甚至没有超过 2014 年 OCULUS 被 FACEBOOK 收购时的效果。如果非要发掘一项有潜力的视频产品，那就是人脸识别等图像检测技术有一些亮点。

国内的几大家电厂商悉数亮相，展示的依然以电视为主体，但是除了更大、更薄以外，真的有些乏善可陈。其实回想过去几年的 CCBN，无论是技术还是应用，都没有太多的新东西，参展的人也都是是一群老面孔，早就显得后劲不足。

也许广播电视技术甚至基于互联网的视频技术都已经发展到了一个较高水平的技术台阶上，很难再有大的突破，或者说现有技术已经满足用户的需求了，没有强劲的新技术开发动力了。一个没有新技术驱动的行业，业内企业该如何展开竞争呢？似乎只有把注意力都放在版权、内容、IP、明星、创意这些非技术层面。这就不难解释为什么现象级电视剧的单集采购成本从五年前的 100 万直线上升到了现在的 1300 万，不难理解爱奇艺、优酷、腾讯三家互联网视频企业直到刚过去的 2017 年仍旧亏损总额高达 200 亿，因为他们也陷入到了惨烈的技术同质化竞争—内容制作与采购大战。基于互联网的视频用户毫无忠诚性可言，没有任何一家互联网平台敢少买一些高成本的版权节目来减少一些经营亏损，因为用户会加倍的向竞争对手流失。

想到这里，不禁像阿 Q 一样感慨：“我们先前——比你阔的多啦！你算是什么东西！”

人工智能（AI）成为 2018 CES 的主标识

与视频技术的乏善可陈相比，人工智能技术在本届 CES 上得到各个领域的广泛展示。从无人机到家用机器人，从可以打乒乓球的工程机器人到无人驾驶电动汽车。尽管 AI 技术仍旧显得有些青涩，但如此多的全球技术精英正在不遗余力的利用大数据技术、物联网技术、新能源、5G 通讯网、语音与视频识别、自动化操控机械技术组合集成迅速逼近并很快超越人类的极限能力。

不知道应该为此欢呼还是感到阵阵寒意！我们深知机器替代人类工作的进程已经开始了。我们在大城市停车场进出时已经完全实现了无人自动车牌识别和扣款，很快高速公路也不再需要收银员；接着就是无人超市的诞生，取消了店员的生存空间；酒吧的服务员变成机器人也就罢了，上周在美国居然开业了触摸屏自助选单支付，机械臂自动调鸡尾酒的酒吧；京东的“亚洲一号仓”基本完全是不需要人干预的自动化流水线操作，而无人机的测试是否会最终取代了数万名京东快递员的岗位呢？是否未来的战争不需要士兵，只是国家无人机技

术之间的比拼呢？制造业的工业 4.0、无人工厂已经大踏步实施中了，而无人驾驶电动汽车的成熟和普及，会完全改变能源结构和社会分工。即使在医学领域，随着健康物联网采集数据的能力提升，人类基因改造技术的进步和医学诊疗大数据的数据挖掘与疾病机器诊断能力的提升，医生做医学判断和开处方这样的环节都有可能被机器取代，更不用说精密的微创、腔镜手术了。

互联网时代开始以来，新的业态、商业模式、新技术层出不穷的出现，像刹车坏掉的失控车辆，不断地颠覆、重写、取代甚至消除了既有的业务流程，把很多风牛马不相及的行业强行拉近了，形成了大规模的跨界渗透和竞争。从这个层面来看，目前有线电视行业面临的 IPTV 和互联网电视的竞争真的还算小儿科。我们与其忧虑有线电视还能撑住几年的光阴，不如忧虑一下我们的孩子长大之后除了从事体育竞技唱歌跳舞画画写小说演戏教书或者当公务员经常参加辩论之外，还能不能找到一份目前常见的本份工作，比如：农民、工人、司机、快递员、收银员、商铺店员、厨师、打字员、翻译、导游、保安、护林员、消防员、医生？

倒过来想，如果我们可以心平气和的在 AI 时代到来的时候，研究人类行为秩序的重大变革，那是不是可以轻易地降维思考一下，在 IPTV 和互联网电视冲击有线电视的时候，我们是不是也可以做出一些小小的有效的工作重组和应对？有线电视人的思维是否可以捕捉一下世界搏动的节奏，跳出一亩三分地来发觉更大的决策和重组空间？

想到这里，我感觉像个青蛙，不知不觉之间从井底跳了出来，望着无边的变幻中的星空，深吸一口气，从此不再忧虑了那些总想跳进井里抢食的其他爬虫了。反正整天忧虑也是于事无补的。

打智能家居牌的家电巨头们

智能家居“叫好不叫座”的状况已延续多年，可如今人工智能叠加物联网后，商业化的最终突破似乎看到了曙光。从三星、LG、索尼到海尔、海信、TCL、创维、长虹、康佳、苏宁等中外企业都在积极推进，究竟有哪些有现实市场意义呢？

以我个人的视角来看，类似于自动窗帘、自动开启的电饭煲、可以上网的冰箱之类产品似乎还有些不接地气。但是，如果我们不去严格区分家用电器与电子设备和智能家居之间的界限，家庭安全报警和监控系统、智能门锁、新风系统、净化水系统、厨房垃圾处理系统还有各种各样的融入互联网的琳琅满目的厨电厨具都已经处于高速增长的市场区间里。由于这些产品、系统需要安装甚至涉及弱电软装修环节，因此我个人觉得这是一个有线电视运营商提高收入、扩大用户服务范围来锁定用户的有效途径。今天的有线电视运营商，如果还认为我们只适合卖不到 10%毛利的电视产品，那就抓紧跳到井外来，参加些 CCBN、ICTC 以外的展会。你会发现，有线电视的一线员工真的很适合销售与安装维护智能家居系统。

智能家居产业的当红明星是智能音箱，其中枢是后端的语音交互生态。比如 Amazon 的 Alexa，谷歌的 Google Assistant，百度的 DuerOS 和阿里的 AliGenie 等。这些很有可能是未来家庭智能化的未来，但如果你试用过亚马逊的 ECHO 或者小米的音箱后，估计也会同意我的看法，他们离我们的现实仍有一些距离。

丰田转型的启示--开放式平台

拉斯维加斯的会展中心北馆，今年完全变成了汽车展，所有的顶级汽车公司聚集于此。严格的说，是智能汽车、无人驾驶汽车、电动汽车展。眼前汽车行业的电动化与互联网化，让我想起了 MTK 山寨手机时代，也想起了 GOOGLE 的安卓系统推出了手机行业出现的新一轮的洗牌。今天中国手机市场的领导者华为、VIVO、OPPO 还有小米，在那次洗牌之前几乎没有出现在你的视野里吧？你又如何确信宝马或者通用不会步诺基亚或者摩托罗拉的后尘？这是不是给处于悬崖边缘的有线电视人一点启示，行业环境的变化并非一定导致传统企业崩盘，但如果你坚持不变而不能与时俱进，崩盘的到来可能比你想像的还要快。

今天，依然是谷歌的 ANDROID PLAY 和苹果的 CAR PLAY，可以基于 4G 无线网络，实现车辆远程启动、车辆远程监控或车内气候远程控制等功能；如果是电动车，还可以远程控制充电设置。这些平台能力大大降低了像贾跃亭的法拉第这样新进入汽车领域的开发门槛。而汽车的电动化消除了通用福特这样的传统车商用一百年积累下来的复杂的柴油汽油发动机和传动系统的技术壁垒。于是，“山寨们”破门而入。这些“汽车外行”包括像百度、乐视这样的互联网公司，也包括创维、康佳这样具备品牌和销售渠道的家电公司，有比亚迪或者银隆这样从电池行业延展过来，也有博世、戴森这样从电器、电机领域转型过来的。戴森？你想的没错，就是你家便携式吸尘器哪个品牌，戴森这次也推出原型电动汽车啦！

这其中，丰田给了我最大的观念冲击。

一月八日，丰田公司在 CES 开了发布会，丰田章男先生宣布丰田“不再是汽车厂”，而是一家“移动出行公司”，宣布丰田的竞争对手是谷歌、苹果和 FACEBOOK 这样的公司。丰田推出了一款 E-PALETTE 概念车平台，将电池驱动、车辆控制、行驶、状态监控、位置与行车信息、动态管理、传感器、摄像头、自动驾驶系统等所有汽车软硬件基本功能形成 API，对外开放所有接口允许第三方公司基于不同的应用场景设计应用软件，随意变身物流、快递、野营、小型移动超市、临时酒店、穿梭巴士、移动餐厅、共乘服务等等用途的车辆。丰田为这款车搭建了行业联盟，包括亚马逊、滴滴出行、必胜客、UBER 等等已经加入其中。

真心羡慕丰田这样的行业大腕，在如日中天的时候就可以启动转型升级计划，革自己的命。不过推进移动出行计划，难免会影响汽车直接销售的业务。丰田究竟能否过这个大企业转型难关，还需要拭目以待。

小思考

有线电视行业也喊了多年的平台化，不过只是拿出了一点交互用户的部分增值业务，吸引了一些本来就没有收入规模的小开发服务商，是弱弱联合，效果非常有限。为什么不能高举高打吸引一些行业巨头形成联盟合作呢？究其原因，是整合提供的平台资源不够有吸引力，再进一步说，是没有看清楚有线电视二十年留下的核心资源到底是什么，更没有有效的培训、改造、包装形成可信的合作资源。

有线电视经过一年的讨论，基本形成了两大发展脉络，一是向政府要政策、要信息化项目，二是围绕用户生活需求拓展新的业务产品、做行业战略重组。CES 作为全球消费电子产业的风向标，无疑可以给我们一些启示，不能再拘泥于一个技术增长缓慢而且出现明显的跨界替代风险的产业里，有时间来感受一下世界信息化发展的脉搏跳动，也许你心里的那堵墙就自然倒下了。

### （3）【争鸣】“加强和创新社会治理”是十九大精神，有线如何切入

2018-01-19 13:45 来源：中广互联独家 作者：罗小布

继中广互联发布罗小布先生《光苦干不行，还要懂政策！解读十九大，揭秘广电系列解决方案》后，此文是罗总解读十九大精神的第二部分，重点讲“推进城乡社区发展治理的总体要求”的有线方案和“推进品质社区”的有线方案。

“推进城乡社区发展治理的总体要求”的有线方案：

构建《宜居城市》有线平台。根据“推进城乡社区发展治理的总体要求”，也就是：坚持党建引领，共建共享；坚持以人为本，精准服务；坚持改革创新，转型发展；坚持依法治理，智慧管理；坚持统筹协调，相融共进。精准服务要求“三多”和“三基层”；“三多”是多样化、多层次、多方面；“三基层”是服务拓展在基层、矛盾化解在基层、民心凝聚在基层。主要目标是：在 2020 年前，建立健全城乡社区发展治理体系，城乡社区发展治理体制更加完善，城乡社区发展治理能力显著增强，居民生活品质 and 文明素质提高或提升，高品

质的和谐宜居生活社区。有线为“总体要求”贡献的方案是构建《宜居城市》平台，该平台既包括交互电视平台，也包括手机应用平台；通过有线媒资平台予以总体支撑。实现的方式是，在交互电视上开设《宜居城市》一级栏目，二级栏目及其相关内容依据政府的需要而设定；同时，在手机 APP 端也增加同样的栏目。

“推进品质社区”的有线方案：

#### 1) 有线“社区 3D 院线”方案

根据“健全社区服务配套设施”的要求“优化文化教育、医疗卫生、养老、体育等基本公共产品空间，推进优质公共服务均衡配置”。该方案是在社区建设“社区 3D 院线”，基本配置是 5~30 个座位(依据社区条件而定)和 1~2 名服务人员。实现方式是广电构建《“社区 3D 院线”服务传输专网》和《社区 3D 影院》，室内采用交换机+放映服务器+无线路由器，收看装置采用头盔式、沉浸一体式 3D 影视机（音响杜比 7.1，240 寸屏幕，无边，高保真耳机，门口配置：刷卡机（数据收集与管理）；放映方式由广电云平台统一放映。

#### 2) 有线“社区医生远程支持系统”

基础支撑平台是有线的会议电视系统和可视通讯系统。实现方式是广电构建《社区医生远程支持服务网》，其中包括三个子网，即生命体征传输网、可视服务网和数据交换网；传输的基本方式是点对点，即社区对上一级街道或区级医院；也可以点对多点；平台分为两层：应用平台对接卫计委或医院平台，网络及会议电视系统服务平台由有线支撑；服务的方式是按照现行体制要求由社区医生发起，而不是患者自己发起。同时建议配套远程药房，包括医保卡能报销的常用远程服务药房和医保卡不能报销常用药房。

#### 3) 有线“可视家庭服务中心系统”

基础支撑平台是有线的“B2C”的可视通讯系统，其中“B”街道办事处的服务中心，“C”为有线交互电视用户。实现方式是广电构建以街道为中心的《家庭服务可视通讯网》，在街道建立可视通讯中心（视频呼叫中心），有线负责家庭端的可视探头及装置安装、服务、培训；街道负责签约其他配套服务资源：便利店、餐饮、菜市场、洗衣店、修理店等；街道制定各类服务价格：如看护、代购、送餐、吃药提醒、锻炼提醒等；探头装置采用固定期限押金制（在一定时间内，如果用户归还，押金全额退还；超过一定时间，视为购买）。

#### 4) 有线“社区健康服务中心系统”

基本方法是在社区构建《康复及其健康中心》。实现方式是广电构建 B2B2C 的《社区健康状况监控网》，其中第一个“B”是社区《康复及健康中心》，第二个“B”是合法康复中心，“C”是社区的用户；民政局及其卫计委制定适合社区人群，特别是中老年人的康复方案（并注册专利），同时指定合法服务机构（如康复中心）；按照康复方案配置器材（民政局配置一部分，有线可与合作伙伴合作配置一部分）；应用平台对接康复中心平台。

#### 5) 有线“老年健康体检物联网或健康监测物联网”

实现方式是有线通过互联网或专网构建《老年健康体检物联网或健康监测物联网》。由卫计委或民政局核准和指定体检机构，相关体检装置由体检机构核发。运作方式是：老人或老年家属向合法体检机构申请服务，并签署协议，交付体检装置押金（协议约定：一定时间内如不再使用该服务，全额退回押金；超过一定时间，视为购买下体检装置），平台直接对接体检中心平台。

#### 6) 有线“老年综合服务 APP”工程

实现方式是广电开放手机电视 APP，为老年群体提供视频（新闻、文化、健康、生活等）、电台广播、一键呼（120、110、119、家属电话）、提醒服务（吃药提醒、锻炼提醒、睡觉提醒、生活事物提醒等）、健康自测软件、水、电、天然气、供暖缴费。

#### 7) 有线“老年电视服务专区”

实现方式是利用有线的交互电视平台；开设一级栏目包括影视、生活、健康、文化、公

共服务等二级栏目；二级栏目健康专区建议直接由卫计委运营；二级栏目公共服务专区将采用“宣传片+二维码”方式（如：水、电、天然气、供暖缴费、挂号等）。运作方式建议凭退休证、老年证开通。同时与江苏有线合作，引入江苏有线“孝乐工程”的相关内容或应用作为此专区的基础。

#### 8) 有线“社区广场舞音乐播放平台”

实现方式是利用广电的《应急广播系统》，广电构建《广场舞音乐播放调度平台》和《广场舞音乐播放网》，同时开发手机广场舞音乐播放调度及其选曲 APP；设置边缘播放服务器与社区应急广播对接，应急广播优先。

#### 9) 有线“公共区域无线网络覆盖工程”

根据“完善社区综合服务功能”的要求“实施‘互联网+社区’行动，加快公共区域无线网络覆盖，加强一体化信息服务站、信息服务自助终端等便民设施建设”。实现方式是有线采用多 SSID 的公共 WIFI（互联网 AP+手机电视 AP）+视频推流服务器方式覆盖公共热点；既要满足手机上网，又要满足流畅的手机电视需求；根据不同的用途分配不同的 SSID；如民生探头（大门探头+广场舞探头+儿童玩耍地区探头+老人健身场地探头+车库探头），百姓可以调用；其他探头巡防员使用，采用不同的 SSID；不同的 SSID 对应不同的政府服务（如公共 WIFI 上网，作为城市信息化应用之一，要求独立出口，以满足政府 PPP 审计的需要）。

#### 10) 有线“社区信息终端服务网工程”

实现方式是有线在社区部署四个信息终端（交互智能落地电视屏），即社区党建终端、社区服务终端、商圈信息终端、一站式服务终端；同时有线构建“社区信息终端服务网”；“一站式服务终端”为交互终端，是政府一站式服务的社区延伸（对接政府平台）；“社区服务终端”（建议交互屏）：主要由居委会和物业使用（由居委会或街道掌控）；“商圈信息终端”（建议交互屏），主要针对“15 分钟生活圈”中的大型超市；“党建终端”（建议交互屏），作为社区党组织的信息发布平台（组织部掌控）。

#### 11) 有线“社区电视电商工程”

根据“完善社区综合服务功能”和“服务社区产业发展”的要求，“支持‘O2O+社区’商业模式，推动社区电商、小区金融、物业增值业务等发展”和“协调推动第三方服务机构发展，积极引入便民利民的高效的属地型社区电商、共享经济等，助推社区‘新经济’发展”。基础支撑平台是部分有线已经构建的“电视电商平台”。运作方式分为自营+社区。运作方式是向社区周边的商圈开放，实现社区服务电商化。

#### 12) “有线 APP 社区化开放工程”

根据“完善社区综合服务功能”的要求，“依托商场、超市、24 小时便利店等，叠加政府服务及其他公共服务”。实现方式是有线构建“手机应用平台”，并发行 APP；APP 双向开放，既向社区服务单位开放，也愿意叠加到商家 APP 之中；支持微信支付、支付宝支付。

#### 13) 有线“老人孝心工程”和“少儿关怀工程”

根据“完善社区综合服务功能”的要求，“加快建设养老院和日间照料中心，完善社区少儿托管服务”。基础支撑平台是有线的“可视通讯系统”。实现方式是 B2C 的“老人照料探望系统”和“少儿关怀探望系统”，“B”为照料中心或托儿所（幼儿园）探头，“C”为手机或电视；同时积极拓展以亲情为目的的“孝心电话”。

#### 14) 有线“社区物业管理网”

根据“改进社区物业服务管理”的要求，“加强社区党组织和居委会对业主委员会和物业指导和监督”。实现的方式是有线广电构建“社区物业管理网”和“社区物业综合管理平台”（可集成或第三方提供或对接房管局平台）。

#### (4) 【争鸣】这些观点，会是无线发展的出路所在吗

2018-01-16 14:17 来源： 中广互联独家 作者： 孙晓龙

新的一年开始了，一切依旧历历在目，似乎还没从年底冲刺中缓过劲来，发条已经转上了新的圈数。生活亦如此，因为只要活着，就不会停下前进的脚步。

精神聚焦于工作，指标、数据、系统，分析、方案、践行等等，如此这般却非仅此而已，更多应该是思考，此时此刻，也真是个好思考的好时候，分享一些观点，寻找一些共鸣。

关于过去

围棋中有个术语，是“复盘”。这里说的并不是那些所谓的总结，而是干货，种种的不足，越扎心越好，痛彻心扉才不能忘却。当然，刻骨铭心需要勇气。

告别幻想。那种垄断体制下的坐享其成、守株待兔，或者寄希望于谁的恩赐、天上掉个馅饼，可笑之处多得已让人不能自己。求人不如求己，这么简单的道理，无需多言。

直面现实。存在即合理，这就是优胜劣汰的市场法则，何必终日惶恐于再正常不过的东西，抱怨什么没有做好准备，抱怨什么不公平，除了纠结，毫无用处。

关于用户

不要混淆“用户”与“客户”。有线当然需要客户，但终究还是要服务于用户，要知道“一切为中心”的是用户而不是客户，“一夜情”和“谈恋爱”是有根本区别的。

不要提到用户就是流失，营造出那种无药可救的氛围。但如果你真的走得多了，会发现，用户离你真的不远。竞争对手的攻城略地，还是自作自受，是你离他们而去，还是他们离你而去，个中滋味，自己体会。

用户真正需要的是善待，无论是产品、服务还是那些唯价格论，高瞻远瞩的规划，无论做得如何漂亮，到头来，只是要给用户一个爱你的理由，足矣。如果定义于管道，那请让它成为暖气管道，让用户感受到的不只是温度，更是态度。

近一些再近一些。不要那种鹊桥式的相会，而要相信日久生情，既然用户不再走进营业厅，那你为什么不能走出去，走到离他们近的地方去呢？沟通的最好方式是面对面，这个做好了，还需要执着于其他吗？连接的产生也许是偶然情缘，但更需要细水长流。

关于产品

产品即人品。对有线产品的诟病由来已久，如果将当下产品与从业者的人品联系在一起，一定是千百个不愿意，但事实如此，这些就是出自你手，无法回避。从小就知道要做一个品德高尚的好人，难道还分领域？

苹果的乔布斯、腾讯的马化腾、小米的雷军、微信的张小龙，除了领导者的身份，更是牛X的产品经理。有线需要产品经理，不为别的，只是为了有专业的人，做出有着“好人品”的产品。

机顶盒，如果不被重新定位，还是那个看电视的工具，终将会成为过去。性能不必多论，但要提醒的是，不要那些炫技般的堆砌，适合才有价值，有用才有用，否则只会增加无效的成本。把广义的“千人千面”做到极致，做好连接，才不枉费功夫。

关于管理

一场戏，演好自己的角色。这里不谈什么职业操守，只是想说你起码要为自己负责，捧在手中的饭碗一定要端稳了。好时光 10 年、20 年、30 年，终究有个头，得过且过，或者干脆说混，只能加速你被淘汰的时间进度。

员工归属感是最好的激励工具。不指望每个人都将工作当作一项事业，更多的还是养家糊口，但毕竟在一起，是缘分，何必互相伤害。再多的企业文化建设，目标应该只有一个，那就是家的感觉。

这个世界是什么组成的，能量！当下，正能量弥足珍贵，也是必须提倡的，被负面情绪套牢，何能前行。外部的压力已经让人有些喘不过气来，这时候需要的是抚慰，需要的是正

向激励。

关于未来

卸下光环，重释经典。“有线”这块牌子，不能丢，它是有生命力的。现在是艰难时期，未必都是坏事，因为这给了你看清自己的机会，抓住了，知耻而后勇，这是需要做的，要知道不论是经典还是辉煌，不只属于过去。

转型升级，这是一种方向，但更需要提速。如果只是写在横幅上的大字，毫无意义，反而会产生迷茫。需要内化于心，外化与形，业务重构，企业运营、员工行为方式都要迅速靠拢，才能“赋能”于己。

不忘初心，回归本质。不管是提什么市场经营，还是用户发展，有线的公共服务价值一定会高于其商业价值。也许有人说目的不纯，但想说的是，自己生存发展的需要无非对错，只要结果遵从于当初，做好该做的事，尽可。

上面的观点，但愿会有一些启发。最后想说的是，时间的车轮不停，还要继续赶路，只是时不时的放慢一下脚步，回头想想、抬头看看，会有新的方向和希望，坚信！

## 5. 前端、制作与信源

### (1) LG 为韩国提供 ATSC 3.0 4K 电视

编辑: passion 来源: Advanced Television 2018 年 01 月 15 日 15:05:47

摘要: 作为美国下一代广播电视标准 ATSC 3.0 的联合开发者之一, LG 电子方面证实, 现在韩国市场上的全部 LG 4K 超高清电视均已集成了 ATSC 3.0 调谐电路。

作为美国下一代广播电视标准 ATSC 3.0 的联合开发者之一, LG 电子方面证实, 现在韩国市场上的全部 LG 4K 超高清电视均已集成了 ATSC 3.0 调谐电路。

在 CES 2018 上, 美国高级电视系统委员会(ATSC)正式发布了 ATSC 3.0 标准, LG 也宣布了 2018 年支持美国广播测试和初期部署测试的计划。

2017 年, 韩国采用了 ATSC 3.0 标准。在下个月的平昌冬奥会 4K 超高清播送前, 知名广播商 KBS、MBC 和 SBS 已经启动了 ATSC 3.0 广播。


从今年秋天起, 韩国市场出售的所有新款 LG 4K 超高清电视和大多数新款 LG 智能电视都将包含 ATSC 3.0-ATSC 1.0 双调谐器芯片。

在 ATSC 3.0 标准中, LG 参与开发的技术遍布了三个主要层。LG 对 FCC 采纳的 A/322 物理层标准作出了较大贡献, 包括扰频器、前向纠错、比特交织器、映射器、时间交织器、OFDM 成帧器、频率交织器等等。

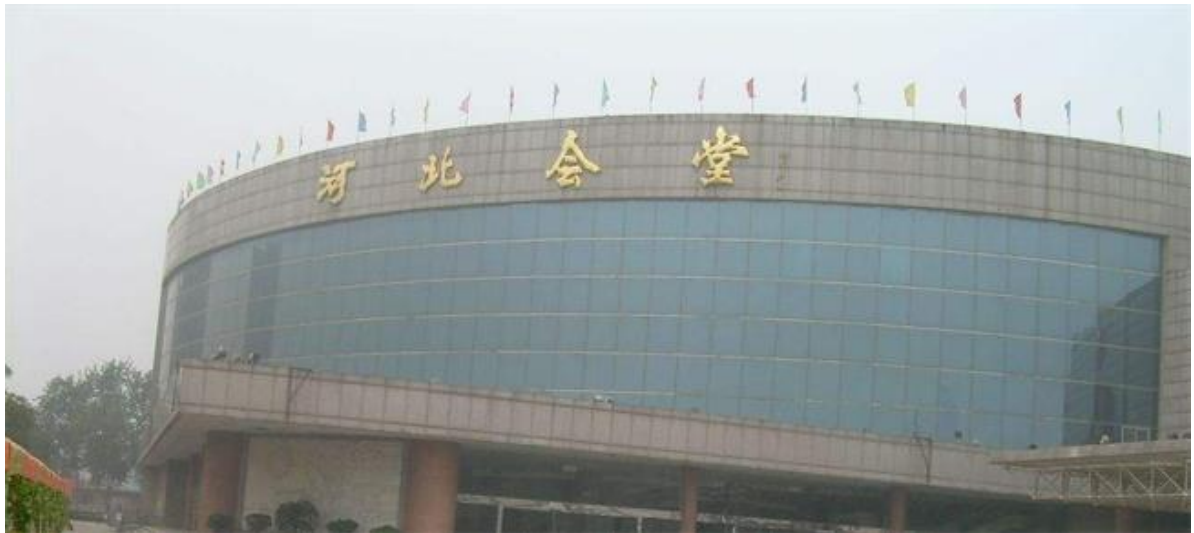
ATSC 3.0 广播标准希望重新定义未来十年的电视广播, 其设计支持 4K 超高清和沉浸式音频, 可实现移动设备的稳定接收, 提高频谱使用效率。

物理层有效负载能力的提升和 HEVC 编码的使用将让广播商拥有更多拓展广播服务类型的选择, 包括汽车领域等新市场的 B2B 机会。

### (2) Grass Valley 高清广播级紧凑型摄像机为河北会堂电视电话会议系统保驾护航

2018-01-24 来源: 依马狮视听网 

河北会堂于 1995 年建成, 是省会石家庄的典范建筑, 是河北省党政机关的会议中心, 建筑面积 25000 平方米, 设有大礼堂、国际会议中心、电视电话会议厅、会见厅、洽谈厅、休息厅, 具有先进的灯光、音响和影视设备。适合文艺演出、各类展览、各种类型的会议以及会见、洽谈的需求。



河北会堂的电视电话会议室，是河北省党政机关电视电话会议系统的重要节点，Grass Valley LDX C82 Première 高清广播级箱体摄像机近日正式入驻，为其电视电话会议系统获得高清晰、高质量的视频图像提供保障。



本次改造使用了 4 套 Grass Valley LDX C82 Première 高清广播级紧凑型摄像机，配合 FUJINON XA20sx8.5BMD 20 倍广播级电动遥控镜头及 GV GV-PT-901A 广播级室内遥控云台，为电视电话会议室提供了多机位、高清标准、全链路 SDI 传输的高清视频信号解决方案。

会场前后各安装了 2 套摄像机系统，共 4 个机位的图像可供选择，Grass Valley LDX C82 Première 高清广播级紧凑型摄像机内置 3 片 2/3 英寸 Xensium-FT CMOS 感光芯片，通过性能优异的处理电路，提供高灵敏度（@2000lux 1080i50 F12），超过 1000 线的分辨率，并支持广色域（ITU-R709/BT2020）标准的高清视频图像。





Grass Valley 草谷公司成立于 1959 年，是一家始终致力于为广播电视行业提供领先的视频技术解决方案的专业公司。其前身是草谷集团、飞利浦广播电视及汤姆逊广播电视部门，并收购了 Canopus、ParkerVision、Miranda 等公司使产品线更加完整。Grass Valley 目前是 Belden 集团的一部分，仅广电级客户就超过 3000 家，其中不乏世界顶级的广播公司及电视台，及数以万计的专业视频用户。

### （3）SK Broadband 推出 AI IPTV 服务

韩国 SK Broadband 推出一个语音控制的人工智能（AI）IPTV 服务。

SK Broadband IPTV B tv 机顶盒与子公司 SK 电讯的 AI 平台 NUGU 集成，相应的服务成为 B tv x NUGU。



该服务的语音搜索功能甚至允许用户在不知道节目名的情况下搜索节目。

SK Broadband 称搜索结果出来后，用户能够执行更多的搜索，直到找到他们想要的内容。

一次搜索可以首先选择某一类型的全部影片，然后调整该搜索，仅选择免费内容，然后进一步缩小搜索范围，例如仅选择一个特定演员主演的影片。

“以前，用户使用语音搜索范围只能搜索某一特定词语，但此新服务支持使用自然语言的复杂搜索，” SK Broadband 媒体主任 Youn Seug-am 表示，他补充说其公司将继续扩展其自然语音处理能力。

B tv x NUGU 提供的语音搜索选择包括气象、体育成绩、星座、词典和维基百科。SK 电讯希望此发展将使在家中使用 NUGU 的用户数量增加。总的说来，该公司的目标是每月 500 万 NUGU 用户，包括那些使用其 AI 导航系统 T Map x NUGU 的用户。家中其它智能设备，包括空调和空气净化器，也能被此机顶盒控制。

#### (4) 4K 看央视 | 新奥特 4K 多通道录制系统开启中央电视台综艺节目应用新篇章

日前，中央电视台（CCTV）季播类节目制作系统一锤定音——4K 多通道录制系统全面上线。新奥特作为该系统技术方案及设备供应商，将协同国家电视台技术专家们一起，打造一个稳定安全的 4K 多通道录制系统。届时，系统将与会内其它制作系统进行工程和 4K 文件级交互，实现 4K 技术在央视大型节目现场新应用。据悉，本系统也将使用在 2018 年央视春晚节目录制当中。

事实上，从 2017 年 11 月国家新闻出版广电总局发布《国家新闻出版广电总局关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知》以来，很多人预测 2018 年将是“4K”爆发的一年。总局在发文中特别指出：“优先坚持高清电视发展较好的省份和机构开展 4K 超高清电视试点，坚持试点先行，稳中求进。”



本次中央电视台季播类节目采用 4K 多通道录制系统进行录制，以 4K 收录代替以前的高清收录，做好原始素材文件的 4K 采集，从而直接推动后期编辑和播出从高清向 4K 升级，同时解决 4K 素材的积累问题。

项目中使用新奥特自主研发的 CreaStudio xServer 4K 多通道采编视频服务器系统，可广泛应用于数字媒体领域。不仅能满足不同用户对于 4K 节目高质高效的录播需求，同时也是针对现场采集、制作而设计的高稳定性服务器系统。



另外，系统还可以作为独立设备运作，与 CS xEdit 多画面编辑系统、CS xCenter 媒体

管理服务器、CS xPanel 控制系统、CS xBridge 媒体交换管理系统等配合使用，让制作人员能第一时间进行快速高效编辑，制作出更精美的 4K 电视节目。

值得一提的是，CreaStudio xServer 4K 支持三种 4K 视音频录制格式，具备灵活的控制能力。单机工作模式下，支持两通道同时录制；多台服务器联机工作模式下，能够支持更多通道 4K 同时录制。适用于多 4K 信号录像、快速生成 4K 版本准 PGM 文件。



可以说，中央电视台 4K 多通道录制系统项目只是一个开始。当前 4K 的发展，除了行业发展需要、电视与其它媒体持续升温的竞争等原因之外，究其根本是以更优质、逼真的视频节目画面不断满足电视受众持续提升的对收视体验的问题。如何解决在全 4k 场景下，从前端采集到后期制作直至播出的全网络化、云化制播流程解决方案，将是新奥特在这个 4K 之年即将给出的答案。

更多 4K 内容，将在新奥特微信订阅号（新奥特小马甲）近期发布的“新奥特 4K 全流程网络化”中进行探讨，敬请关注。

## 6. 机顶盒产业技术及市场动态

### （1）河北省政协委员：广电网络党媒扶贫应该受党委政府重视和扶持

2018-01-29 09:50 来源： 澎湃新闻

“河北广电信息网络集团作为省属大型国有文化企业，在助力河北省扶贫脱贫攻坚战役中为解决区域性整体脱贫作出了党媒政网的应有贡献，也取得了一些实际成效，但从总体上、全局上看，尚未充分发挥科技型文化信息企业应有的职能作用。”



闫继红

1月28日,河北省政协委员、河北广电信息网络集团党委书记、董事长闫继红接受采访时表示,她向河北省政协十二届一次会议提交了题为《广电网络党媒扶贫应当受到党委政府的重视和扶持》的提案。

闫继红表示,近年来,河北广电信息网络集团自觉发挥优势,积极主动作为,以项目建设为抓手,推进高清电视、广电宽带进村入户,大力开展文化、信息扶贫,为广大农民群众,尤其是贫困群众提供精神文化和信息支持,为河北省精准扶贫精准脱贫工作添了砖加了瓦。

“一是加快推进农村双向网改、二是研发推广智能终端、三是强化农村文化信息服务。”闫继红称,这三个方面都有很大的突破。

她举例称,河北广电信息网络集团充分利用争取到的60亿国家专项资金,全力推进宽带乡村建设、中小城市网络改造和县乡村干线网络工程建设,共为近百个市县提供了近37亿网改资金支持,实现了全省双向网络的广覆盖,光缆总里程有15万公里,27个县率先实现了百兆乡村,双向化率由37.5%提高到70.82%,全省38603个行政村光缆到村的有27337个。

再比如,河北广电信息网络集团应用互联网技术和人工智能技术,依托4K超高清智能机顶盒,打造出一种全新的视频终端,引领用户从看电视转向用电视、玩电视,带给用户一种全新的体验。点播回看、语音选台、多屏互动、智能搜索、个人定制等,均能很便捷地满足用户的个性化需求。2017年7月份投放市场后反响很好,下一步将重点在农村地区发力推广。

在农村文化信息服务建设方面,闫继红表示,在智能机顶盒平台开设“新闻荟萃”频道和“学习十九大”主题电视专区,为河北省委指导全省干部群众特别是农村地区学习贯彻党的十九大精神,发挥喉舌和工具作用;在农村地区持续开展全省性“电视一家亲 美丽乡村行”活动,重点推出“电视一家亲”文化惠民、“广电宽带进农家”信息助民、“农村电商全覆盖”产业富民工程。

另外,河北广电信息网络集团还积极打造智慧产业应用平台,在保定建设智慧教育应用平台,城市最优质教学课件通过广电网络视频系统同步传播到阜平县中小学;在辛集打造包括服务三农在内的电子政务平台,受到许勤省长肯定;在唐山玉田开展智慧农业项目,成功探索出一条传统农业转型升级提质增效的道路;在张家口研发应用水文远程自动监测系统,被评为河北省“互联网+”技术创新奖等等。

“值得一提的是,河北广电信息网络集团围绕智慧产业,将集客业务应用平台进行重构和创新,大力实施服务于民生的大喇叭广播系统、农村宣传大屏、公共区域免费Wi-Fi覆盖和视频会议系统‘四个一’工程,创建了基层农村思想文化宣传的新载体。沧州、廊坊等地公司的农村大喇叭项目搞得更加有声有色。”闫继红称。

她认为,河北广电信息网络集团尚未充分发挥科技型文化信息企业应有的职能作用,主要原因在于广电网络在农村地区没有达到无缝隙全覆盖,广电系统内部存在地面数字电视和直播卫星户户通恶意违规竞争的问题,导致有线数字电视在全省农村地区还有11266个行政村尚未通达。

对此,闫继红建议河北省委、省政府推动有线无线卫星融合发展;河北省委、省政府推进各级政府购买有线电视服务新模式。

**(2) 【快讯】国网 2018 年第一把火！联合四川长虹、中网微融成立全国智能终端公司**

近日，中国广播电视网络有限公司联手四川长虹网络科技有限责任公司、中网微融网络科技有限公司（北京）有限公司合资组建了中广融合智能终端科技有限公司。工商信息显示，该公司于 2018 年 1 月 12 日正式注册成立，注册资本 2 亿元，现已营业。

法人信息		注册信息		股权结构	
 <b>傅力军</b> 他有 1 家公司，分布如下 北京 共 1 家 中广融合智能终端科技有限... 等		注册资本 20000 万元			
		注册时间 2018-01-12			
		公司状态 开业			
工商注册号	未公开	组织机构代码	MA019WR30		
统一社会信用代码	91110111MA019WR308	公司类型	其他有限责任公司		
纳税人识别号	91110111MA019WR308	行业	科技推广和应用服务业		
营业期限	2018-01-12至2068-01-11	核准日期	2018-01-12		
登记机关	房山分局	英文名称	未公开		
注册地址	北京市房山区长阳镇长于路甲3号5号楼5-49号A附近公司				
经营范围	技术开发、技术推广、技术服务、技术咨询（中介除外）、技术转让；产品设计；委托加工家用电器、电子产品、通讯设备（卫星接收设备除外）；维修办公设备、仪器仪表、电子产品、通讯设备（卫星接收设备除外）、计算机、销售机电产品、通讯器材及配件（卫星接收设备除外）、仪器仪表、办公用品、电子设备、计算机软硬件及辅助设备、I C卡、I P卡、家用电器；租赁通讯设备（卫星接收设备除外）；货物进出口（国营贸易管理货物除外）、技术进出口、代理进出口；设计、制作、代理、发布广告；出租商业用房；物业管理；经营电信业务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。） <a href="#">收起</a>				

公司法定代表人为中国广播电视网络有限公司技术部经理傅力军。高层人员包括董事长傅力军，董事、经理刘进，董事李康、李诚、李爽，监事会主席侯健亮，监事王永兴、陈兴益。

董事经理	刘进 他有 1 家公司 >	董事	李康 他有 1 家公司 >
监事	王永兴 他有 1 家公司 >	董事	李诚 他有 1 家公司 >
董事	李爽 他有 1 家公司 >	监事会主席	侯健亮 他有 1 家公司 >
监事	陈兴益 他有 1 家公司 >	董事长	傅力军 他有 1 家公司 >
股东 <a href="#">查看实际控制人 &gt;</a>		出资比例	认缴出资
<a href="#">中网微融网络科技（北京）有限公司</a> 他参股 1 家公司 >		未公开	未公开
<a href="#">四川长虹网络科技有限责任公司</a> 他参股 6 家公司 >		未公开	未公开
<a href="#">中国广播电视网络有限公司</a> 他参股 9 家公司 >		未公开	未公开

中广融合智能终端科技有限公司经营范围包括：技术开发、技术推广、技术服务、技术咨询（中介除外）、技术转让；产品设计；委托加工家用电器、电子产品、通讯设备（卫星接收设备除外）；维修办公设备、仪器仪表、电子产品、通讯设备（卫星接收设备除外）、

计算机；销售机电设备、通讯器材及配件（卫星接收设备除外）、仪器仪表、办公用品、电子设备、计算机软硬及辅助设备、IC卡、IP卡、家用电器；租赁通讯设备（卫星接收设备除外）；货物进出口（国营贸易管理货物除外）、技术进出口、代理进出口；设计、制作、代理、发布广告；出租商业用房；物业管理；经营电信业务。

关于智能终端机顶盒的布局，国网在2017年ICTC期间就与河南有线签订了战略协议，双方协定共同加速广电行业智能终端的发展，开启智能终端技术标准化，运营统一化的进程。如今中广融合智能终端科技有限公司的成立可是说是国网在终端方面的进一步战略。

股东方面，除了官方背景的国网，四川长虹网络科技有限责任公司拥有强大的终端经验，主营业务包括各类数字电视终端产品、通讯传输设备、数字电视增值业务、系统集成等端到端综合方案、技术、产品和相关服务的提供等。

中网微融网络科技（北京）有限公司背后有资本支持，主营技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、技术培训；计算机系统集成；市场调查；企业管理；投资管理；资产管理；经济贸易咨询；投资咨询；企业管理咨询；企业策划、设计；建设工程项目管理。

中广融合智能终端科技有限公司集合了三家各自的优势，打通了政策、技术与资本，期待在推进全国广电智能终端发展方面大施拳脚。

### （3）云南省第一家“家庭供电营业厅”在昆广网络爱点云TV平台正式上线啦！

昆明供电局——昆广网络强强联手合作！

昆明用电客户享受便利用电服务又来好消息！现昆明供电局与昆广网络合作推出了“供电视营业厅”。方便客户在家看电视就能查询计划停电，实时了解各类供电新闻。



从即日起凡是昆广网络高清互动用户，即可在生活栏目下“供电服务”专区上进行电费查询、电费缴纳、停电通知等信息查询，还可以进行业务办理。未来，我们将持续研发出更多的功能，完善家庭供电营业厅，更多功能敬请期待！

重点：在电视上如何操作？

- 1) 打开机顶盒开机后，切换到生活栏目



2) 进入供电服务专区，进行电费查询



3) 遥控器左右键切换进入其他版块



停电告知版块

为您提供停电通知提前预知功能，可按片区查询是否要停电，免除您因为繁忙而无

法获知停电信息的烦恼。



### 业务办理板块

在家就能办业务，用电视就能查询相关办理业务流程，提前做好相关资料。



### 用心服务板块

您最关心的的电价政策、营销活动宣传、营业网点查询等知识，贴心服务一键获知！





业务风采板块

点击进入将可以看到企业宣传视屏。昆明供电局作为供电企业，一直以来遵循南方电网公司“人民电业为人民”的宗旨，您的满意就是我们最大的动力！

## 7. 新媒体

### （1）中国联通研究院加入 Zigbee 联盟，助推 Zigbee 技术纳入中国行业标准

编辑：passion 来源：AsiaOTT2018年01月15日 15:42:02

1月11日消息，中国三大电信运营商之一中国联通旗下中国联通研究院加入 Zigbee 联盟，成为参与者级别成员。

2015年，联通研究院物联网研究中心牵头，联合业界多家知名企业，包括烽火、中兴、物联传感等，发起了智能家居标准研究联合工作组(SSUG)，率先开始为中国智能家居市场制定从设备到网关以及网关到云端的实践应用标准。对于设备端到网关采纳的主要标准就是 Zigbee 技术，凭借对市场需求的了解和实验室实际测试的结果，为提升用户体验在标准的基础上提出了许多建议，比如参数设置和新功能的扩展等等。加入 Zigbee 联盟后，该小组将代表研究院积极参与联盟相关工作组的工作，将其相关的工作成果纳入国际标准的范围，并帮助推动 Zigbee 标准纳入中国行业标准，并积极敦促相关标准在智能家居市场的落地。

中国联通研究院院长张云勇表示：“2017年是物联网业务迅速发展的一年，中国联通也在这一领域做出令人瞩目的成绩。中国联通研究院很高兴加入 Zigbee 联盟，期待与联盟成员密切合作，分享我们在中国消费者市场的经验，积极参与物联网开放标准的开发，使其更好地贴近快速变化的市场需求，推进物联网领域的创新。”

Zigbee 联盟总裁兼首席执行官 Tobin Richardson 表示：“Zigbee 联盟与物联网业界主要的领导者和标准组织的密切合作，也努力促进跨生态圈之间的合作，希望通过开放且适应市场的标准最大化地释放物联网的创新。我们很高兴在中国市场具有巨大影响力的运营商代表能够加入我们，期待联通研究院以其市场洞见和雄厚的专业技术团队与联盟其他成员一同协力激发物联网的潜力！”

Zigbee 联盟从 2002 年刚建立时拥有 25 家高技术公司成员开始，现在已经成长为由来自 37 个国家 400 多家成员组成的知名国际组织。在这 15 年的历程中，Zigbee 联盟发布了许多行业协议和标准以及相应的认证程序，为今天众所周知的物联网铺设了道路，并广泛应用于各个领域和场景中，包括智能家居、商业建筑、制造业和智能城市等。联盟努力创建无阻隔的物联网世界，使消费者更好得享受物联网带来的价值。

中国联通在国内 31 个省（自治区、直辖市）和境外多个国家和地区设有分支机构，是中国唯一一家同时在纽约、香港、上海三地上市的电信运营企业，连续多年入选“世界 500 强”。中国联通研究院专业技术力量雄厚，是中国联通集团公司管理决策和生产运营的高端智库，也是集团公司研发和创新体系的核心组成部分，围绕移动互联网、产业互联网、云计算、大数据、物联网、移动终端等方面的新技术与新业务开展技术研发和应用创新。

中国联通研究院通过持续引进和培养高层次专业人才，不断加强自身核心能力建设，为集团公司业务发展提供创新驱动力，现有员工近 400 人，其中硕士研究生以上学历占比 85%，博士后 9 名，海外归国留学人员近 60 名，教授级高工 4 名，享受国务院政府特殊津贴专家 4 名，国家级科技专项课题负责人 34 名。

## （2）新媒体用户飞涨，地方广电尝到了融媒体什么“甜头”

编辑：passion 来源：国家广电智库 2018年01月12日 14:19:26

2017年，距中央吹响传统媒体与新兴媒体融合发展的“集结号”已有三年，距总局出台《关于进一步加快广播电视媒体与新兴媒体融合发展的意见》已有一年。广播电视领域的融合发展走到了哪一步？呈现出怎样的亮点和趋势？我们略做回顾与梳理。

2017年，随着媒体融合向纵深推进，广电主流媒体的融媒体传播渐成常态。通过新媒体“首页首屏首条”建设，实现坚决维护核心、深入宣传核心，始终让党的主张成为时代最强音。

一是通过融合传播巩固壮大舆论阵地。十九大期间，中央电视台融合传播观众触达人次达248亿，其中电视端185亿次、新媒体端62亿次，新媒体端发起移动直播133场。在全国“两会”、五一劳动节、香港回归20周年、建军90周年阅兵等重大宣传报道中，各级广播电视机构主动探索多屏互动直播、融媒体传播新方式，实现大小屏融合互动报道常态化，影响力传播力进一步提升，舆论阵地进一步巩固壮大。

二是通过新媒体方式做优做强做大主流舆论。为迎接宣传贯彻落实十九大和十九大精神，中央三台和多家省市广播电视台借助微视频、移动直播、H5页面、微动画等多种新媒体方式，推出了一批广泛传播、广受欢迎的“现象级”原创融媒体产品。如央视制作、全网推送的原创时政微视频《初心》，总阅读量达12.36亿，创下时政微视频传播新纪录，被称为时政报道的“走心精品”，在各界引发热烈反响。

近两年，广电媒体的融合发展已经从产品、技术升级的初级阶段，进入包含采编播流程再造、服务模式创新、组织机构变革等环节的深度融合阶段。部分中央和省市级新闻出版广电媒体智慧融媒体建设明显提速，中国广播云平台、“中华”系列客户端、“央视新闻移动网”、芒果TV等新媒体品牌已呈现出较大影响力、较强竞争力。

一是部分广电机构已建成融合媒体制播云平台和服务云平台。如中央人民广播电台的广播云采编系统和中国广播云平台建设，目前已基本建成17套频率和新媒体一体化作战体系，与全国61家广播电台、2300多名编辑记者可实现资源共享共用、共采共编。中央电视台的“央视新闻移动网”在2017年11月时，入驻矩阵号已达216家，发挥了广电的系统专业优势，形成了主题主线报道的“国字号联合舰队”。上海、湖南、湖北、江苏、浙江、广东、北京等广电机构或成立融媒体中心、或布局现代新型传播矩阵、或建立省域生态级融合平台，均在因地制宜地利用融媒体平台建设重塑采编播发流程，推动媒体自身的转型升级。

二是部分广电机构的新媒体已呈现一定影响力和竞争力。以中央电视台为例，截至2017年11月底，“央视新闻”新媒体用户突破3.45亿，央视网月度独立访问用户超过5亿，“央视影音”客户端累计下载量达5.7亿，“央视财经”新媒体总粉丝和订阅用户突破6400万，“央视体育”移动客户端累计用户突破750万，初步建立了多终端、全覆盖的“一云多屏”新媒体传播体系，在新闻传播等领域已经有较强影响力。湖南台的芒果TV跻身网络视听平台前列，成为不多见的投入产出进入良性循环、可持续发展能力较强的视听新媒体机构。

三是移动优先的战略布局日见成效。如中国国际广播电台加快发展移动端集群，以ChinaNews、ChinaRadio、ChinaTV为引领，延伸打造中英、中俄、中意、中老、中柬、中塞等“中华”和“China”系列的多语种特色化客户端，实现多语言阅读、收听和收视。此外，中央电视台“新闻移动网”、上海广播电视台“看看新闻”、广东广播电视台“触电新闻”等移动领域的新媒体产品均可圈可点。

一是“央媒搭台、大家唱戏”。2017年2月19日，央视上线平台型产品“央视新闻移动网”，通过构建资源共享、高效分发的通稿系统和媒资系统，推动各级电视媒体与新媒体一体化深度融合。截至2017年11月底，“央视新闻移动网”入驻矩阵号已达216家，

发起移动直播 3655 场，推出“十九大·此时此刻”移动直播 117 场，发挥了广电的系统专业优势，形成了主题主线报道的“国字号联合舰队”。

二是省级广电正在打造区域范围内的联合发展。湖北广播电视台与湖北省内市、县上百家长媒体机构(含地方广电、报社、网站)联合，依托“长江云”移动新闻采编体系和云稿库，组建覆盖全省各级上千名记者的“云上联合报道团队”，逐渐形成全省主流媒体“抱成团，结成片，连成网”的新局面。广东广播电视台发起“广东广电媒体融合共同体”，聚合带领全省 20 多个地市台在共享文稿库、版权保护、媒资运营等领域携手共进、融合发展。

三是市县为主体的地方广电跨区域联合发展。如山东“轻快”手机台以基于第五代超文本标记语言(H5)技术为依托，为基层广电特别是中西部地(市)县广电媒体融合发展、转型升级提供解决方案、技术支撑和服务平台。2017 年已有全国 20 余省的 177 家市县电视台等机构加盟，精准覆盖 2 亿人口，有效推动了基层广电以低成本实现融合发展及移动互联网转型。

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

二是新媒体国际传播中“为我所用”的能力日渐提高。针对国际传播的特点，坚持“为我所用”，善于借力发展，用好国际主流社交媒体平台。截至 2017 年 12 月底，CGTN 新媒体全球活跃粉丝数超过 8570 万，总阅读量超过 16 亿，优兔平台主账号全球点击量突破 3 亿次。中国国际广播电台充分利用语种优势，在海内外社交媒体平台开设了 43 个文种的 226 个账号，粉丝总量超过 1.1 亿，海外粉丝数超过 5400 万。

回顾 2017 年，媒体融合的广度、力度都是可喜的，但是我们也应看到，在媒体融合向纵深推进的同时，一些问题仍然存在：媒体融合发展不平衡、不充分的问题仍然突出；部分媒体对于传统媒体的优势和问题缺乏理性分析，在融合发展中片面跟风与求全，导致产品同质化和服务过剩，在重复投资的同时后续不济；传统媒体在体制机制创新、人才培养等方面仍滞后于融合发展的需要。

展望 2018 年，我们相信，各级广电媒体的融合创新探索、智慧融媒体的建设会再上一个台阶，不同领域、东中西部不同地区、中央地方不同层级的示范典型会不断涌现，这些都将成为谱写新时代篇章的重要组成部分！

### (3) 济南教育电视台 IPTV(108CH)正式上线了

编辑：passion 来源：济南教育电视台 2018 年 01 月 12 日 16:05:29

济南教育电视台认真贯彻落实《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，努力把握三网融合机遇，大力加强电视媒体业务开发应用，推动传统媒体向新兴媒体融合，实现教育电视媒体向融媒体平台的转变，在山东省网络广播电视台(IPTV)的大力支持下，2018 年 1 月 1 日，济南教育电视台传播信号正式上线 IPTV 网络(频道：108CH)了，这标志着济南教育电视台增加了节目传播途径，拓展了节目传输范围，标志着济南教育电视台新媒体融合迈进了一大步。

济南教育电视台将运用先进传播技术，更好地传播党和政府的声音，更好地满足人民群众的信息需求，宣传报道好有温度的济南教育，不断提升济南教育电视台的传播力、公信力和影响力。

#### (4) CES 归来看广电，电视台的未来在哪里

编辑: passion 来源: 实说新语 2018年01月12日 13:58:04

2018年的第二周，新闻热点除了上周的PGone，就是本周的安徽老师拦高铁，然而这是大众传播的，属于行业刷屏的则是北美的CES。

尽管CES已经被中国企业占领，已经是深圳电子信息企业的主场，但有网友总结：

- 1) 谷歌 vs 亚马逊，正面开撕
- 2) 5G 时代即将到来
- 3) “无线”成电子设备新潮流
- 4) AI 全面入侵终端
- 5) 家电巨头日常“相爱相杀”
- 6) 自动驾驶平台大公司鱼贯而入
- 7) VR/AR 热度不减巨头纷纷推新品
- 8) 车载交互系统成兵家必争之地
- 9) 专用芯片成为新热门领域

而电视业也不寂寞，某司老板感慨 2018 CES：

- 1) 曲面电视基本消失了
- 2) OLED 显示是高端主流
- 3) AI 概念无处不在，从产品到场景。无 AI，不产品的时代到来了。
- 4) 屏幕无处不在，摄像头无处不在，麦克风无处不在。产品因屏幕而酷炫。
- 5) 多元信息展示合成，一目了然，信息的集成度越来越好
- 6) 想飞的越来越多，无论带人还是带摄像头
- 7) 智能家居尚无大的突破，企业借助智能家居发展多元化极有优势，产品科技化的设计对消费者的吸引尤为重要。
- 8) 最大的电视是创维的 100 寸天幕
- 9) 最美的电视是创维的 W8 wallpaper

毫无疑问，“宽带+智能终端”是电视业的未来，反人类的机顶盒迟早要被淘汰，不管是 DVB 盒子、IPTV 盒子，还是 OTT 盒子，智能终端直接通过宽带接入互联网，获取各种内容和服务，才是传播的新时代。

这个新时代，就是智能电视时代，广播电视时代已成为过去，传统电视服务还存在，但已不是主流，就像报纸和广播，虽然没死，但已不是人们获取信息娱乐的主要途径了。

上文书讲过了，有线电视网络公司唯有化身为“电视宽带”运营商，才能够在未来的电视服务中占有一席之地，电视还是那台电视，但后面插的线变了，内容也许还是那些内容，但内容的陈列方式变了。

未来视频节目的主要服务方式将以人工智能聚合推荐为主，不再是简单的线性时间线播出，有点像今日头条的文章，可根据爱好设定和历史记录，在内容库里自动抓取和聚合已打好标签的碎片内容，展示给不同的用户，千人千面、各不相同。

有点像电影《大白》里的微型机器人，一个节目就是一个小机器人，可以任意组合排列，形成不同的频道和服务。

而电视台，作为党领导下的政府事业单位，会剥离出台办、台属公司，使之彻底市场化，自主经营、自负盈亏，电视台只保留审看、播控和背书功能，不以盈利为目的，牢牢把控舆论导向，为各地有线、电信运营商、互联网公司提供“监播”服务。

没有了台办台属公司，所有节目、广告、发行公司都是社会化公司，电视台也不负责挣钱，而是靠财政拨款来负责“监播”，就不存在电视台死亡说、下滑说、倒闭说、衰落说。。至于那些公司，严格按照公司法、市场规律去运行吧。

### (5) CES2018 开幕，智能家居成为最受瞩目的主题

来源：科讯广电网 王建利 2018年01月09日 15:29:38

人工智能已经上升为“国家战略”。2017年7月，《新一代人工智能发展规划》出台，为人工智能长期发展指明方向；党的十九大提出，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，加快人工智能与经济社会各领域的渗透融合；12月，工业与信息化部又印发了《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划》，进一步落实和细化重点发展任务。并且随着科技巨头的纷纷入局推动，人工智能正在加速落地进程。在很多人眼中，CES是手机和电脑等电子产品的主战场，但随着人工智能技术的发展，智能化产品出境率越来越高。

CES2018今日（1月9日）正式开展，而除了无人驾驶、面部识别、可穿戴设备、高科技零售、数字支付等智能化产品之外，智能家居无疑成为最受瞩目的主题。智能家居产品迭出

三星 推出名为 **Family Hub smart refrigerator** 的智能冰箱，用户借智能冰箱便可控制家里的灯光、恒温计及监控摄像头，同时植入在智能冰箱中的 **Bixby** 可识别不同使用者的声音，并为他们提供定制化的食物和料理方案等等；LG 介绍了全新的人工智能品牌 **ThinQ AI**，并展示了全套人工智能家居产品，包括衣柜、冰箱、洗衣机；而新款 **Cocoon Cam Clarity** 摄像头可以监测婴儿的呼吸，并增加了湿度、温度、睡眠分析的传感器，为用户发送各种监测数据，并在婴儿哭闹的时候发出警报；**Bosch Home Connect** 烤箱可以连接到 **Nest Protect** 烟雾探测器，一旦烟雾探测器侦测到火灾，就会自动关闭烤箱；此外天猫精灵与 MTK 合作发布 IoT 战略.....。



三星 Family Hub smart refrigerator 智能冰箱

LG 涉及的人工智能的产品全部归到 ThinQ AI 品牌

如今智能化、人性化产品迭出，但用户在使用智能家居产品时，常常会遇到几台设备直接无法连通使用，匹配时间过长等问题，并且每台智能设备都拥有自己独立的控制设备或APP，用户的集中遥控链路也非常长。而展会上出现了一款最新 HomeKit 兼容产品——智能入墙插座，其集成苹果 Apple HomeKit，用户可在任何地方通过 Siri 语音命令控制使用这些插座的所有苹果家庭应用设备，也就是说，通过这个插座可控制房间所有家电。

不论是智能冰箱、智能摄像头、智能插座等，全都是巨头作为智慧家庭入口的智慧布局。而随着智慧家庭市场的迅速升温，广电网和电信网运营商也在加快探索智慧家庭的业务和应用。

广电企业如何布局智慧家庭业务？

中国电信构建智慧家庭生态圈，中国移动通过“以移带宽”拓展智慧家庭业务，中国联通以“智慧沃家”为总品牌发展全业务。广电企业在用户规模下滑，市场竞争加剧的背景下，也把智慧家庭业务作为盈利点。

广电企业目前与影音、家电、家居、消防等众多垂直行业内优秀智慧家庭解决方案企业合作，推出很多创新产品。陕西广电网络与九爱科技联合推出“幸福家庭—健康保障计划”，搭建智慧家庭圈，在电视端置入健康服务、亲情服务。广西广电网络与中国人保财险南宁市分公司、广西广信家电服务有限公司联合推出“广电乐维宝”到家服务项目，给广大用户带来更多惠民便民的新型服务体验。广东广电网络推出了一款为用户提供“极速宽带+4K 超高清视频+个性化业务+智能管家”服务的新一代智慧家庭生活开放服务平台，集成了家庭云盘、视频通话、智能家居、家庭安防、智慧社区、智慧教育、远程医疗等多样化服务；江西出台措施建智慧家庭，2020 年实现数字广播电视户户通……。

当然智慧业务的背后是基础网络的支持。在创新智慧家庭业务种类的同时，广电企业也需要扩容骨干及城域网扩容、提速接入网来承载智慧家庭服务。

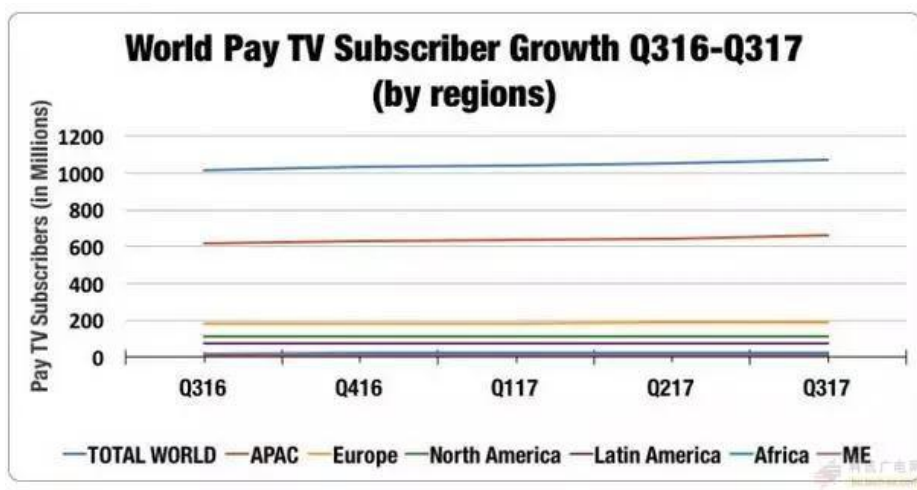
智慧家庭市场是蓝海，也是红海，对于广电企业来说，可以说是机遇和挑战并存，如何抓住机遇，迎击挑战是广电人必须思考的话题。现在这个阶段是黎明前的黄昏，需要广电人勇于探索、不畏艰难的进取心，需要全行业创新意识和突破固有思维的勇气。广电逆流而上，定会成功。

## （6）全球付费电视订户达 10.7 亿，线性 OTT 增速最快

编辑：passion 来源：Digital TV Europe 2018 年 01 月 12 日 15:18:16

据 Dataxis 最新数据，2016 年三季度至 2017 年三季度间，全球付费电视订户数量增长了 6000 万。

研究显示，全球付费电视订户数量从 2016 第三季度的 10.13 亿增至 2017 第三季度的 10.73 亿，年复合增长率为 1.2%。



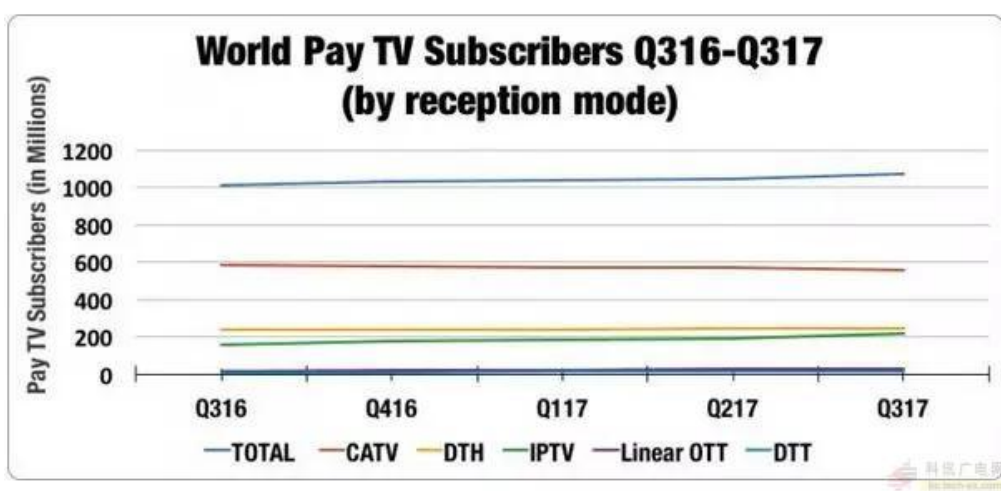
Q316-Q317 全球付费电视订户增长（按地区）

非洲和中东是订户增长最快的地区，分别增长了 2.7% 和 2.5%。然而，这些订户仅占据全球付费电视订户的 3%。

目前为止，亚太是最大的付费电视市场，占据 2017 三季度全球订户的 62%，年复合增长率 1.5%。第二位是欧洲市场，亚太与欧洲共占据全球付费电视订户的 80%。

北美和拉美地区分别是第三和第四大市场。2016 至 2017 三季度期间，这两个市场的付费电视订户数量均保持平稳。

研究将付费电视订户按接收方式分为有线电视（CATV）、卫星电视（DTH）、IPTV、线性 OTT 和数字地面电视（DTT）五种，并对订户增速分别进行了统计。



Q316-Q317 全球付费电视订户增长（按接收方式）

线性 OTT 市场表现出了一定活力，年复合增长率达到 13%，是所有接收方式中增长最快的一种。线性 OTT 在亚太、欧洲和非洲中东最受欢迎。

IPTV 是增长第二快的接收方式，年复合增长率为 7%。大多数 IPTV 订户来自亚太地区和欧

洲。

有线电视则出现“下滑趋势”，但仍占据全球逾 50%的付费电视订户数量。卫星电视和数字地面电视则基本保持平稳。

### （7）2018 年 谁能扛起互联网电视复兴大旗？

2018-01-09 09:25 来源： 百度百家

2017 年，按照不同统计口径，国内彩电市场销售规模下滑超过 5-10%。三季度更是创下历史性的近 13%同比销量跌幅。从产品利润端看，除了少数领头羊，大多数传统企业和互联网品牌“不是下降就是亏损”。

这其中，以乐视为代表，包括小米、暴风、微鲸等互联网创新品牌进入战略更新期。作为互联网电视阵营第一的乐视，受困于资金危机，更是遇到了前所未有的挑战。

虽然 2017 年是彩电行业的低谷，但寒冬总是孕育“春机”。2018 年，随着行业和品牌的深层调整，乐视超级电视，这个目前体量依旧是互联网电视行业老大的品牌，又能否扛起互联网电视复兴的大旗？

互联网电视的立足根本，是研发创新和运营能力

实际上，对于好的企业，好的产品，市场阶段性的调整是非常难得的发展机遇。但对于那些没有真正研发创新能力，和互联网用户运营能力的电视品牌来说，市场调整将成为他们的寒冬。

上市近 5 年，乐视超级电视已经拥有过千万的用户群体，每一台超级电视背后都是高质量的、可运营的用户，他们构成了乐视超级电视的立足之本。

根据相关数据显示，乐视超级电视的日开机率始终保持行业领先，且开机用户中会员占比超过 91%。这些活跃的超级电视用户也在源源不断地贡献着商业价值。

这些过千万级的用户体量，在很长的一段时间里都将成为乐视超级电视最大的优势之一。通过互联网用户运营服务获取收益的模式，决定了硬件必须是高配置和高性能，这样才有可能满足全生命周期运营需求和用户使用体验不变的需求。

最近几年，传统电视厂商虽然一直在互联网化，有的也开始搭建平台，输出内容和服务。但他们往往忽略了一个重要的问题，如果硬件性能跟不上，互联网服务就是一纸空谈。目前市面上还存在着大量的低配智能电视，但不断更新迭代后，卡顿、运行缓慢让用户已不能享受到最新、最丰富的服务，所以想要靠低配、低价维持竞争力，图一时之爽，是无法度过寒冬的。

互联网电视平台价值和营销价值将进一步释放

乐视超级电视打造的家庭场景全路径营销解决方案，能够有效解决品牌与用户之间深入沟通的需求。通过超级电视营销平台，品牌能全面覆盖用户开机、查找内容、播放、待机及关机全流程，借助硬件及系统优势，为品牌量身定制企业台、品牌桌面以及品牌皮肤等形式；在创新形式上，推出跨屏互动、边看边买、Brand Space 以及会员联营等产品，开放影视内容 IP 及线下销售渠道与品牌主进行整合营销。

还有就是大屏广告，目前，智能电视占据了家庭互联网的第一入口，被看作是比 PC/移动时代更具前景的大屏互联网营销平台。随着智能电视的普及渗透，大屏营销商业化模式也已逐渐成熟。作为国内智能电视大屏营销的推动者，乐视通过构建全入口、全应用、全路径、全数据的最完整家庭场景营销体系，为广告主提供了覆盖超过千万量级高价值精众人群的大屏营销服务平台。

比如，乐视会对每台超级电视的开机时间、时长、观看内容等数据进行收集和分析，并且给这些用户“标签化”。假如某用户在工作日上班时间看儿童节目，那一定是有孩子的家庭，



且家中有老人或保姆看护孩子。假如是在工作日看肥皂剧，那这名用户很有可能是家庭主妇，年龄也不会特别大。如果电视平时处于关机状态，下班后才关机，十有八九是上班族。如果一下班就看体育节目，那他一定是体育迷……这些不断细化的标签让乐视有了运营用户的资本，在此基础上可为广告商进行精准的广告投放。

口碑屹立不倒，用户和产业链鼎力支持

即便深处困境，乐视超级电视的口碑依然屹立不倒，美国专业机构和媒体对于产品的评测客观中肯，好评众多。双十一期间，乐迷通过各种方式支持乐视超级电视。超级电视购买者超过 70% 是回购客户，还有很多用户由于周围亲朋的推荐才选择购买超级电视。

除了用户，超级电视还获得众多上游产业链合作伙伴的大力支持。包括冠捷、晨星半导体等合作伙伴均表示将加大对新乐视智家的支持力度，一致认为乐视超级电视的口碑特别好，短短几年时间做到中国智能电视第一品牌，实属不易，这个品牌非常好，要和新乐视智家一起配合好，共度难关。互联网电视的复兴，从新乐视智家新品发布开始 2017 年 12 月，乐视致新正式宣布更名为新乐视智家。12 月 26 日，10 款超级电视新品悉数亮相。此次发布的产品被分为两个系列，分别为“New”系列和“Lean”系列。New 代表了新乐视体系下的第一波新产品，而 Lean 则代表了让业务回归简单的意愿。

据了解，超级电视 New 系列采用时尚的银色设计元素，而 Lean 系列采用充满科技感的黑色设计元素。外观方面，这两大系列保持了超级电视一贯的精巧、简约的设计理念，Less is more，全系产品都采用窄边框、纤薄机身、配合动感十足的经典云豹底座，彰显大气。

画质方面，仍然保留超级电视独有的色彩管理引擎极色炫彩，还原更多画面细节。此外，全系列产品支持 HDR 技术，为用户呈现更加自然和真实的图像。新品中还加入只有在日韩系品牌中才能看到的画质高级设置，通过它用户可以按照喜，自主调校图像参数，尽可能满足不同人群对画面欣赏品味的差异化需求。

值得注意的是，乐视超级电视也是互联网电视中，第一个发布新品的品牌。2017 年对于是整个彩电行业来说都是寒冷的一年，而 2018 年，互联网电视的复兴，从新乐视智家的新品发布开始。

## 8. 媒体融合

### （1）原传媒大学校长胡正荣将有新身份！看好互联网前景的他如何“拥抱”传统广电

编辑：passion 来源：广电独家 2018 年 01 月 15 日 10:41:02

据中国传媒大学官网消息，1 月 12 日下午，教育部、北京市委教育工委领导于中国传媒大学宣布教育部党组关于传媒大学领导班子换届调整的决定，校长胡正荣卸任，另有任用。

教育部人事司副司长吕杰宣布了部党组的决定：任命刘延平、刘守训为中国传媒大学副校长；免去胡正荣中国传媒大学校长职务，另有任用；免去姜绪范、蔡翔中国传媒大学副校长职务。任命姜绪范同志为中共中国传媒大学委员会副书记；刘延平同志任中共中国传媒大学委员会委员、常委；免去胡正荣同志中共中国传媒大学委员会副书记、常委、委员职务，另有任用；免去刘守训同志中共中国传媒大学委员会副书记，免去蔡翔同志中共中国传媒大学委员会常委、委员职务。任命王达品同志为中共中国传媒大学委员会委员、常委、副书记、纪律检查委员会书记；免去赵晖同志中共中国传媒大学委员会副书记、常委、委员、纪律检查委员会书记职务。

通过权威人士消息得知，胡正荣将转任中国教育电视台总编辑。

胡正荣，1966 年 5 月出生于宁夏银川，中国新闻传播学界的佼佼者，其 16 岁考入北京广播学院（中国传媒大学前身）；22 岁时，成为中国高校最年轻的大学老师之一；32 岁

时，成为中国高校最年轻的教务处处长；34岁时，成为中国最年轻的传播学博士生导师；40岁时，又成为中国名校最年轻的副校长。2016年9月27日，在中传任副校长已有10年之久的胡正荣升任学校校长，结束了中国传媒大学此前长达308天的校长空缺席。

2015年11月24日，教育部党组严查了中国传媒大学个别党员领导干部违反中央八项规定精神问题，时任中国传媒大学校长的苏志武，因违反中央八项规定精神，被免去校长职务；而后，在近8个月的时间里，关于中国传媒大学校长人选的问题没有任何官方信息发布，直至2016年7月19日，教育部人事司发布了《考察对象公示》，“确定了胡正荣同志为中国传媒大学校长人选考察对象。”

现年52岁的胡正荣，曾说过“未来是智能媒体的时代”。回顾近期胡正荣在公开场合的发言，可以看出他对跨屏传播以及全媒体人才培养的看重。

2017年12月4日，在乌镇举行的第四届世界互联网大会“网络传播与社会责任——新时代、新机遇、新担当”分论坛上，胡正荣表示，“在‘多元一体’网络传播的新时代，网络空间命运共同体的形成需要新的‘共责’观支撑。”

胡正荣认为，整个互联网行业已经进入了下半场，这意味着大数据已经成为网络传播的核心资源，而人工智能的发展将成为撬动行业发展的动力，场景化也会成为下一步民众进行互联互通的传播模式。

在网络传播的新格局下，多元化、多维化、多极化已经成为三个最明显的特点。与人们对互联网的庞大需求相比，当前网络传播的供给依旧不平衡、不充分，许多舆论场面临的问题实际就是信息供给不平衡、不充分带来的。

胡正荣表示，当前互联网时代的新格局非常复杂，传统的传播者已经无法主导网络时代的信息传播。今天所有人都在共享网络的好处、福利，因此互联网的治理需要整个社会群体“共治”，在责任观上也要明确“共责”。“大家的利益共享、风险共担、责任‘共责’，促成网络空间命运共同体的达成，不管是从国内还是从全球的角度来说，是我们追求的一个终极目标。”胡正荣说道。

1月6日，在“媒体融合时代与实践实验教学”主题研讨会上，胡正荣做了题目为《全媒体生态系统与人才培养》的主题报告，他表示媒体需要的是全媒型人才，而现在高校的专业结构、学科结构都是工业时代的，它难以适应今天全媒型人才的需求，“智能媒体是未来的趋势，要培养适应未来智能化全媒体的人才。”

当今，视听越来越从单屏走向多屏，再走向跨屏，再走向无屏。在单屏时代，电视是最主要的媒体，而多屏时代独领风骚的时代过去了，到了跨屏时代，电视几乎没有了发言权。

胡正荣认为，在进入一个智能沉浸的无屏世界的时候，消费方式会发生深刻的变化。沉浸的、智能的、全息的视听生产方式必然是所有资源都是数字化、云端化，所有的内容日益垂直化、细分化的。

以前媒体从业者只要具备采、写、编、评、播的能力，到行业里就足够胜任工作。但采、写、编、评、播只是内容，对社交的把握、营销的把握、多业态产业链的把握都是高校下一步在课程设置和专业设置里面要去考虑的。全媒体人才需要懂得去实现用户的需求和视听供给之间的高度智能匹配。

胡正荣深谙互联网时代对媒体的影响，也为未来全媒体人才的培养提供了很多思路与建议。而如果他真的接受了中国教育电视台总编辑一职，他将如何带领传统媒体“拥抱”互联网？

## (2) Apple 进军影视圈,正在拍摄一部未来主义电视剧

编辑: passion 来源: 36 氪 2018 年 01 月 15 日 15:10:52

Apple 进军影视产业的野心早已是公开的秘密。

鉴于 Netflix、Amazon 以及 Hulu 都依靠各自的平台优势以及手中的优质作品版权,在竞争激烈的美剧圈杀出一条血路,坐拥 iTunes 平台以及 Apple TV 等渠道的 Apple 大概是终于坐不住了。其实早在去年,Apple 就已经开始大量猎取好莱坞影视管理人才,并洽谈各种拍摄计划了。

此前据花旗集团分析师 Jim Suva 和 Asiya Merchant 的报告称,Apple 有 40% 的可能性将收购 Netflix,交易金额可能将高达 1040 亿美元。而外媒 The Verge 更在 1 月 10 日爆出消息称,为了发展其流媒体业务,Apple 要拍美剧了!

其最新作品《See》是一部史诗级的“未来科幻”电视剧,由 Steven Knight 编写、Francis Lawrence 导演。

2017 年,Apple 在原创内容上投资了 10 亿美元。2017 年 10 月,该公司重启了 Steven Spielberg 的 Amazing Stories 系列电影;并买了一部太空剧;以及一部主打互联网晨间节目的原创剧,主演为 Jennifer Aniston,这也是她继《老友记》之后首次以主演的身份回归电视圈。本月早些时候,Apple 还订购了一个探索“非凡”家庭的纪录片。

关于 Apple 的流媒体业务,《史蒂夫·乔布斯传》一书中提到了乔布斯关于苹果电视未来的蓝图设计,而外界也一直在期待着 Apple 能推出像 Mac、iPod、iPhone 一样重新定义一个类别的智能电视产品。

但 Apple TV 被定义成了一款浏览播放个人媒体内容的「Home Server」(家庭服务器)设备,其功能及市场表现都乏善可陈。也许是看到了流媒体大势所趋,除了硬件,Apple 也开始寻求内容上的机会。

2015 年,Apple 发布了第四代 Apple TV,以第三方流媒体应用和游戏功能为卖点。

2016 年秋季发布会上,Apple 宣布将美国网红节目《拼车卡拉 OK》(Carpool Karaoke)收入 Apple Music 麾下,做起了自己的原创流媒体内容。

但是不得不说,Apple 对内容的重视程度似乎依然不够。相对于其 2017 年投入 10 亿美金在内容制作方面,Netflix 投入了 70 亿美元,Amazon 则在原创视频上投了 45 亿美元。但中国有句古语,“亡羊补牢,犹未迟也”。

Apple 能做出全球畅销的手机,是否也能作出全球爱看的美剧?我们一起期待。

## (3) 勾正数据《2017 年 OTT 行业发展报告》2019 年智能电视存量规模将超过有线电视

12 月 22 日,2017 中国 OTT 行业发展峰会在北京举行,勾正数据董事长&CEO 喻亮星先生在会上发布了《2017 年 OTT 行业发展报告》,报告中显示,从 OTT 行业发展趋势判断,智能电视存量规模 2019 年将超过有线电视,2020 年将覆盖 70% 的家庭。



### OTT 行业的三大价值

从 2016 年的爆发，到近两年迅速发展，现如今已经进入发展快车道的 OTT 行业价值正在被大家认可。勾正数据认为，规模、时间、用户三大价值，未来会成为推动整个行业快速发展的动力。

规模价值：智能电视存量规模 2019 年将超过有线电视，2020 年将覆盖 70% 的家庭；

时间价值：观众重回客厅，并且在电视上消费更多的时间；

用户价值：成功新贵、中产、小众人群占比过半。

喻亮星表示，这三大价值的核心是 2020 年以后：

存量规模 70% 的智能电视，

OTT 行为时间超过 50%，

更多的用户付费，更大的广告价值得以实现。

2018 年的 OTT 广告收入将达到 60 亿元

先来看一下 2017 年的数据：2017 年 OTT 广告市场日趋成熟，各行业头部广告主纷纷入局 OTT，汽车、快消、电商、手机等在 OTT 大屏出现的品牌，助力 2017 年 OTT 广告收入实现 23 亿元，同比增长 130%，其中贴片 16 亿，同比增长 70%，开机 4.6 亿，同比增长 20%，其他 2.4 亿，同比增长 10%。

喻亮星预计 2018 年 OTT 广告收入还会呈现爆发式的增长，超过 60 亿，“也有机构认为会达到 100 亿，但不管 60 亿还是 100 亿，实际上 OTT 广告爆发式增长不可避免。



2018年OTT广告会有什么样的变化和趋势呢？喻亮星表示，未来，互动广告也将会因具有互动性、零距离触达用户，双向反馈而受到广告主青睐；趋势二：跨屏投放广告会满足广告主精准、有效触达的高需求。

媒体融合：新旧媒体间共生式的经营场景

从《那年花开》的直播和点播数据可以看到，点播为直播带来20%的流量，点播与直播之间用户时相互流动的。因此传统电视台与智能电视或视频媒体绝非简单的对立关系，它们之间存在着一种共生式的经营场景。

勾正数据认为，未来，电视台与视频媒体联合精细化运营，打造用户生态圈，并改良节目前播出的预告片，加强前置节目的引流能力，将成为双方共同的话题，由此也将提升大屏广告投放价值，实现1+1>2。

智能电视时代，广告主的受众都在哪些应用、频道里？

目前在智能电视上，用户看电视的选择多样丰富，光视频类APP就有2500+，占据了OTT点播流量的71%，其中视频TOP4与尾部所有平分流量红利，二分天下；

与此同时，用户也不仅局限在看电视，电视被新时代技术赋予了更多想象空间，生活类APP3200+、游戏类APP3000+、教育类APP2800+、分发平台类240+，但总的来说垂直类应用用户使用习惯还有待培养，或者说，应用方对用户的吸引力还有待深度挖掘。

根据勾正数据（GozenData）显示，教育类应用使用情况相对保持一个高活跃高频次状态，预测教育类应用将是智能电视的下一个引爆点。

同时，当下广告主对于OTT大屏广告投放需求更加具体、精准，对于媒体平台选择也更加具象，精准的媒体用户画像已成为广告投放前必不可少的必修环节、必问环节，解决终端到人问题，2018年将真正实现以用户为核心的广告投放，提高有效触达，精准人群。

本次《2017年OTT行业发展报告》的发布，旨在为OTT产业链上下游各方提供真实、全面、连续的数据，支撑业界人士自身业务的健康良性运营与管理，勾正数据将始终坚定第三方数据身份，致力于智能电视大数据研究，助力OTT行业迅速健康发展。

#### (4) 华数转型升级实现跨越发展，营收利润稳定增长，新业务收入占比首次超过 50%

居家购物、生活缴费、视频监控……在杭州不少小区，居民只要通过电视机就可以实现。1月16日，由华数集团与绿城物业共同打造的“华数小邑”智慧社区云服务平台，宣告实现超过100个小区签约覆盖。而在新落成的滨江白马湖华数数字电视产业园内，国家数字电视开放实验室展示了家庭、社区、城市实现全连接的TVOS（国家智能电视操作系统）应用，日常生活琐碎都能在一台电视机上全部完成。



丰富的智慧家庭场景体验，是华数集团更换发展新动能、加快转型升级的鲜明注脚。从2014年11月升格为杭州市直属国有企业至今，华数集团一路“小步快跑”，提出实施“新网络+应用”“新媒体+内容”“大数据+开发”三大发展战略，把打造“智慧华数、融合媒体”作为新一轮发展目标，实现了整体快速健康发展，圆满完成了G20杭州峰会、党的十九大等重要会议的安全播出保障任务。



最新数据显示：集团合并营业收入从 2014 年的 55 亿元增长至 2017 年的 76 亿元（含税收入达 83 亿元），比 2014 年增长 42%。集团合并净利润从 2014 年的 6985 万元增长至 2017 年的 5.58 亿元。

全面打造智慧生态

率先使用国家智能电视操作系统

这三年，华数努力在智慧广电的蓝海中探索新领域、寻求新契机。

2016 年，杭州市政府与华数集团签署“十三五”战略合作协议，支持华数参与杭州信息化建设和“互联网+”行动。如今，华数集团正在以家庭数字电视和宽带服务为基础发展智慧家庭服务；在政府和行业信息化的基础上发展智慧城市服务；依托大数据分析开展智慧化的内容、应用和媒体服务。

近年来，华数多次成功中标智慧城市建设领域项目，智慧业务已拓展到视频监控、网络安全、应急指挥、电子政务、城市管理等多个方面。如 2017 年中标浙江省“四个平台”基层平台信息系统建设项目，在杭州的承建项目就覆盖了 8 个区县 50 多个乡镇（街道）。



华数还率先使用 TVOS 平台，进一步打通与物联网的连接，完成“家庭小脑”与“城市大脑”的对接，既为智慧化运营准备海量丰富的数据资源，也打造了更具活力的智慧家庭服务生态。

TVOS 平台试点地区已接入海量视频、亲情通话、云健康、雪亮工程、智慧乡村（社区）、智慧城市等应用，实现家庭与社区、城市全连接。

深化媒体融合发展

多屏联动拓展广电传播新路径

参照工信部发布的数据，截至 2017 年 11 月，我国 IPTV 用户总数 1.18 亿。与之形成鲜明对比的是，同期有线数字电视用户 2.08 亿户，缴费率降至 74.2%。

面对电信运营商和互联网新媒体企业的强有力冲击，华数集团始终坚持传统媒体与新媒体融合创新，全力保有基础用户，积极拓展新用户和新业务，巩固传播主流阵地。

在重大主题宣传中，华数集团统一策划、多屏联动，使华数各平台既可以结合特性、尽显所长，又能够做到主题统一、形成合力。特别是在华数互动电视、互联网电视、一体机厂商以及华数 TV 网、手机客户端等全平台上线十九大专题，真正形成媒体融合传播矩阵。十九大期间，通过华数各平台观看会议专题的总点播数 1032 万人次，仅在杭州市就有 197 万

多个家庭通过互动电视收看点播大会报道。

2017年，浙江卫视的《中国新歌声》第二节目成为吸引年轻用户观看节目的最大看点。华数互联网电视作为浙江卫视在新媒体大屏的核心阵地，也成为互联网牌照方唯一的内容上线平台。在中国新歌声第二季播出的两个半月时间里，华数互联网电视中国蓝专区月均点播量达845万次，月均用户数是181万，用户数环比上涨216%。



为打造以媒体融合为核心的综合娱乐平台，华数还加大新媒体内容领域的战略布局，与全球六大影视公司及香港TVB、优酷土豆、芒果TV等国内外800多家内容方达成战略合作伙伴关系，并与美国Discovery成立合资公司。同时，投资4K花园等一批业内领先的内容生产企业，参与或直接投资影视剧，布局网络文学IP，扩大平台内容生态链。

深化改革驱动创新

为加快转型升级提供有力保障

三大战略的实施，不仅为华数集团带来了基本用户的低流失率，也扩大了新业务用户规模——仅杭州市，个人互动电视用户从2014年128万户发展到2017年的382万户，个人宽带用户从2014年143万户发展到2017年的246万户。

随之而来的是一份漂亮的成绩单：集团营收从2014年55亿元连续突破60、70亿两个台阶达到2017年的83亿元（含税），比2014年增长42%。其中基础收视费等传统业务收入占比降至47%，新业务收入占比首次超过50%。旗下上市公司华数传媒2016年利润超6亿元，比2014年增长63%，预计2017年业绩继续保持增长；浙江华数2017年成功减亏1.62亿元。集团总资产从2014年的194亿增加到2017年的288亿元，整体资产负债率下降20个百分点，资信评级自2017年起达AAA。在广电行业盈利普遍下滑的情况下，成绩实属来之不易。

充足的资本为华数集团深入实施三大发展战略、加快向智慧化新网络、融合化新媒体转型升级提供了强有力的保障。

新时代、新征程、新跨越，成绩只是一个新的起点，“智慧华数、融合媒体”的蓝图正逐步铺设开来。2018年是全面贯彻落实十九大精神的第一年，华数集团将巩固良好发展势头，继续推进前沿科技及第三方智慧应用与TVOS平台的融合，积极布局数字电视上下游相关产业，全力以赴完成转型升级，成为服务智慧城市美好生活的一流广电运营商。

## （5）2018年数字视频服务6大发展趋势

编辑：passion 来源：eMarketer

市场研究机构eMarketer本月发布了有关2018年数字视频服务发展趋势的预测，对联网电视广告、社交视频、SVOD、线性OTT服务等业态的市场表现作出了判断，以下为其



预测的 6 大发展趋势:

1) 联网电视广告将初现规模

据 eMarketer 预测, 2018 年, 美国将有 1.815 亿人每月至少使用一次联网电视, 约占总人口的 55%。

到 2021 年, 联网电视用户的规模将扩大至 1.944 亿, 接近总人口的 58%。尽管用户基数增长极快, 但联网电视广告尚未掀起任何波澜。

其中涉及的规模、商业等一系列障碍明年都无法完全克服, 但我们能看到这一方向上的进展。毕竟联网电视位于传统电视和数字视频的交叉点上, 后两者是最稳定也是最持久的广告渠道。

2) 社交媒体平台播送电视级节目

Facebook、Instagram、Twitter 和 Snapchat 等知名社交媒体平台已经关注视频多年。然而, 目前为止他们仍主攻用于分享的短视频, 或者一些实验性的体育流媒体直播。

电视级别的节目尚未出现在这些社交视频中, 但这一情况会在 2018 年有所改变。

这些平台开始寻求在节目中插入广告, 这就需要一些长一些的叙事视频, 而不是那些普通的萌宠短视频。这并不是说 Facebook、Twitter 或 Snapchat 会成为下一个 Netflix, 但他们会与 YouTube 产生更大的竞争, 一同尝试拓展中等长度内容市场。

3) 内容泡沫或将出现

据 FX Networks 研究指出, 从 2009 到 2016 年, 美国广播、有线和流媒体视频产出的剧情剧集数量增长了一倍多, 近期的增量全部来自数字端。

	Basic cable*	Broadcast**	Digital video services***	Pay cable	Total
2009	66	122	1	21	210
2010	74	113	4	25	216
2011	111	116	6	33	266
2012	125	119	15	29	288
2013	161	131	24	33	349
2014	175	148	32	34	389
2015	188	150	46	37	421
2016	181	145	93	36	455

Note: as of Dec 14, 2016; excludes children's programs, daytime dramas, library, non-English-language programs, short-form content (<15 mins) and 1-episode specials; includes recently-produced imports; \*includes DirecTV; \*\*includes PBS; \*\*\*includes Amazon Prime, Crackle, Hulu, LouisCK.net, Netflix, PlayStation, Seeso, Vimeo, Yahoo and YouTube Red  
Source: FX Networks as cited by Adweek, Dec 21, 2016

221799 [www.eMarketer.com](http://www.eMarketer.com)

2009-2016 美国原创电视剧片数量 (按运营商类型分)

我们认为, 向数字转换的整体趋势会继续, 尤其是领先流媒体运营商内容预算在增加, 但长节目数量的逐年增长不会一直持续下去。正如人们在订阅型视频服务上愿意花费的金额有限, 他们一天能花在连续看剧上的时间也是有限的。

虽然 2018 年节目数量不会出现明显下降, 但很可能会显现扁平的增长曲线。

#### 4) 线性 OTT 服务加速发展

YouTube TV 和 Hulu Live TV 两大线性 OTT 服务均在去年推出，加入了与 Sling TV、DirecTV Now 和 PlayStation Vue 的竞争。

这些通过数字渠道分发的电视套餐成为了传统付费电视服务的一个低价版选择。

尽管频道选择相对较少，终端设备和服务区域也比较受限，但这些线性 OTT 服务仍旧会在 2018 年强势崛起。

这些服务间将产生激烈的订户竞争，导致“掐线”（取消付费电视服务）的趋势加剧，在“千禧一代”和年轻观众中更是如此。

在订户基数上，OTT 服务可能需要一年以上的时间才能达到与有线和卫星订户相当的规模，而 2018 年将是朝着这一目标大步跨进的一年。

#### 5) SVOD 订户增长放缓

尽管数字渠道的电视直播服务加速发展，但订阅型视频点播（SVOD）平台将在 2018 年出现增速放缓的迹象。

市场领导企业 Netflix 的订户和营收已经经历了长期的高速增长，2018 年很可能会增速放缓。我们没理由认为 Netflix 会在 2018 年停止增长，但因为美国市场接近饱和，同类服务竞争加剧，其增长速率很可能有所减缓。

Netflix 不仅要与亚马逊、Hulu、HBO、Showtime 等数字视频服务竞争，还要和那些感受到 SVOD 服务威胁的传统公司竞争。很快，Netflix 就需要担忧来自 ABC 和 ESPN 等电视网新推出的订阅服务的竞争了。

#### 6) 更多“视频核心”战略受挫

Vice、BuzzFeed、Mashable 以及 Mic 等许多数字媒体公司 2017 年都减少了“视频核心”战略的开支，2018 年也可能延续这一策略。

其原因各有不同，但也有一些共性可循。制作视频的成本比文字高很多，因此即便视频的回报更高，许多出版方都发现其回报无法覆盖基础设施投入。

此外，YouTube、Facebook 和其他社交平台等巨头的实力也不容低估。这些公司占据着绝大部分消费者的注意力，也相应占据了绝大部分的广告收入。

出版方很难在培育受众和保证用户体验之间取得平衡，更不用说广告收入了。这并不是说视频无法拥有一席之地，只是完全的视频核心战略并不一定是出版方获得现金流的最佳途径。

### (6) 广电 700MHz 发力物联网，或因工信部一纸新规胎死腹中

近日，工信部发布的《微功率短距离无线电发射设备技术要求(征求意见稿)》一文，在物联网行业掀起了不小波澜，各种声音都有。



倒是有一家涉事方--广电，在这里面相对沉默。

毕竟，谈到物联网等相关频谱话题，不仅这一段频谱的使用权在广电手里，700MHz 是一个绕不开的话题。特别是考虑到目前各地广电网络纷纷在进军水电气抄表、智慧社区等集客业务，其部署方案显然也是物联网的典型应用。

那么这份征求意见稿到底对广电有何影响，是否真的如一些业内人士所言:工信部的这次行动，主要是针对广电物联网的呢？

## 1) 争议

这份征求意见稿争议最大的部分是:

在满足传输数据时，其发射机单次工作时间不超过 5 秒的条件下，470-510MHz 频段可作为民用无线电计量仪表使用频段。限单频点使用，不能用于组网应用。，占用带宽不得大于 200kHz，发射功率最大值不得超过 50mW(有效辐射功率)

若使用频率与当地声音、电视广播电台频率相同时，不得在当地使用;若对当地声音、电视广播接收产生干扰时，应立即停止使用，待消除干扰或调整到无干扰频率后方可重新使用。

目前，国内基于非授权频谱的低功耗广域网络部署主要集中在 470-510MHz 频段上，最具代表性的就是 LoRa。

按照此征求意见稿，实际上，不仅仅是 LoRa，所有非授权频段的物联网通信，都封杀了。

有业界专家形象比喻，按上述这种最新配置计算，将来一个 LoRa 基站能够承载的 LoRa 连接连 500 个都到不了，这让 LoRa 相对于 NB-IoT 还有何竞争力?所以，《意见稿》无疑给 470-510MHz 频段的 LoRa“间接地宣判了死刑”。

至于原因，有业界人士指出，除了基于 Lora 是国外技术引起的安全性不确定之外，电信运营商希望通过政策垄断强推 NB-IoT(授权物联网频段)的意图也非常明显。

有消息称，工信部在 2018 年下半年会有一个大检查，所有非授权频段的物联网通信正式封杀。

目前，NB-IoT 使用了授权频段，有三种部署方式:独立部署、保护带部署、带内部署。全球主流的频段是 800MHz 和 900MHz。中国电信会把 NB-IoT 部署在 800MHz 频段上，而中国联通会选择 900MHz 来部署 NB-IoT，中国移动则可能会重耕现有 900MHz 频段。

有人形象比喻称，工信部的这个技术要求，就是说，像自来水公司这样的客户不能自己建网，必须用电信运营商的网络来抄表。

## 2) 影响

据了解，正是因为此政策出台，可能会从根本上影响目前的物联网产业格局，众多在 470-510MHz 频段上采用 LoRa 方案的物联网企业情绪激动，已经召开了多次闭门会议，商讨应对之策。

实际上，工信部的此次行动与广电其实有很大关系:

首先，470-510MHz 频段的使用主导权在广电手中--如果广电使用，其它就不能使用。按照新规，这一频段今后也不能使用物联网组网应用，包括广电也不能使用。

其次，按照新规，广电开展有线无线融合网的 700MHz 频段，也不得用于其他物联网应用，包括采用 NB IOT 做运营，这将在很大程度上限制广电有线无线融合网的业务场景。事实上，此前就有消息传出，广电 700MHz 试点的业务场景已经受到了很多限制。

无论是 470-510MHz 频段，还是 700MHz 相关频段，广电在物联网领域的想象空间还是很大的，这从近日一则新闻已经可以感知一二:

近日，国内某广电网络赴中兴克拉开展业务交流，了解了适合各种行业的物联网解决方案，以及中兴克拉的自研产品，三大物联网核心平台、系列化 LoRa 网关、定位产品等，并

通过演示大屏展示了行业应用案例及其实时动态数据展示，如：智慧停车、智慧园区、智慧城市、智慧油田等。

而在 2017 年 11 月底，东方明珠表示，广电总局已经授权东方明珠在 56M 的频谱带宽上建设下一代广播电视的无线专网(NGB-W)，该网络可通过技术手段实现对高速宽带和低速窄带应用的动态适配，能有效满足绝大部分物联网的应用承载需求。

东方明珠已经正式推出“社区大脑”，这是结合社区公共安全、公共服务、公共管理的需求，部署传感装置，比如门磁、烟感、无线摄像头、水质传感器、电梯运行传感器等，通过对数据的分析，为管理行为提供依据和预警。目前，物联网应用已经落地包括烟感消防预警、实时监测高空抛物、明厨亮灶、无人值守车棚、微信开门等智能应用 20 余项。

### 3) 未来

中国广电副总经理曾庆军曾经表示，广电针对 LPWAN 物联网连网技术具有两个初步考虑。一是在 NGB-W 建网过程中，测试验证 3GPP 物联网技术;二是何时布局 LoRa，快速完成行业市场的占位。

他提出广电物联网应该有三个着力点:

一是搭建开放平台。搭平台，聚规模;云能力提供，大数据分析;聚合省网、设备商、系统集成、应用开发等上下游企业，发挥各自优势，形成生态圈，快速响应个人或行业客户需求。

二是提供网络连接，部署适合物联网的有线/无线，高、中、低速连接。

三是在智慧家居、智慧城市、行业应用等进行应用示范引导。

可见，无论是在规划层面，还是在落地层面，广电在物联网领域已经“入戏颇深”。但随着工信部的一纸新规，出现了巨大的不确定性。

接下来，中国广电能否代表广电运营商获得 5G 等相关牌照(4G 牌照看来是发放无望了)，将成为其中的关键。因为中国广电已经是基础电信运营商，需要的就是给 700MHz 发放牌照许可。

如果真出现这样的局面，那么广电反倒是以“正规军”的形式获得政策“庇护”，参与到物联网产业中去了。

最新消息称，我国 5G 牌照或将于 2018 年底或者 2019 年初发放，广电应该积极行动起来。

## 9. 虚拟现实/增强现实 (VR/AR) 技术

### (1) Facebook 新研究暗示要在 AR/VR 实现全身追踪

2018-01-26 来源:TechWeb 

1 月 26 日，据 TechWeb 报道，新研究表明，Facebook 正在研发一项应用程序不仅能改变你的脸，还能改变你的整个身体。



Facebook 今日发布的一篇博客文章中，其人工智能摄像团队（AI Camera Team）展示了一些最新的工作进展，很明显目的是要在 VR 或 AR 的环境中做全身替换或跟踪。


研究人员写道，“我们最近开发了一种新技术，能够精确地检测人体的姿势，并将一个人从他们的背景中分离出来。我们的模型目前还处于研究阶段，但它只有几兆字节，而且可以实时运行在智能手机上。”

当然，这类研究还远远称不上前所未有，而骨骼追踪系统在许多行业都很常见。事实上，这个博客文章更多的是关于该特殊的系统和它的神经网络是如何运作的，而不是宣称取得了任何重大的进步。

这就是说，Facebook 显然是在寻找更高效、更容易在手机上部署的东西。这意味着要在传感器数据、图像分辨率和刷新率、可用的处理能力等方面有许多严格的限制条件下工作。这项技术称作 Mask R-CNN，它就是朝着这个方向迈出的一步。

当然，未来人们可以在 Facebook 上期待更多类似的事情——公司甚至正在寻找一名专门从事这方面研究的研究实习生。

## （2）克莱默推出一款先进紧凑的集成系统——VS-88UT

2018-01-26 来源:克莱默 

克莱默 VS-88UT 是一款用于多信号源/多显示器环境的终极 AV 演示系统。这一 AV 动力结合了克莱默的最佳技术，提供真正的动态演示体验。

VS-88UT 具备集成快速矩阵切换、HDBaseT 2.0 范围延长、主房间控制器和出色的音频功能，在单个紧凑演示系统中即可提供所有您需要的 AV。

VS-88UT 多环境应用示意图



广泛应用于多场所

行政会议室

酒店

多用途可分割空间

视频会议

游客中心

展厅

优特点概括

最大分辨率 - 4K60

内置 HDBaseT 2.0 延长，可用于视频、音频、红外、RS-232 数据、USB 和以太网

主房间控制器和网关

以太网供电

完整音频矩阵

音频嵌入/解嵌、功率放大器和麦克风输入

紧凑 2U 外形

## 10. 国际动态

### (1) 美国下一代电视传播标准的确定成为里程碑事件

编辑: passion 来源: 独家编译 2018年01月19日 15:08:24

伴随着 ATSC（美国高级电视业务顾问委员会）的成员们通过了将 ATSC 3.0 作为下一代电视传输标准的决议，ATSC 将此成就视作数字电视标准的“重大里程碑”事件。

ATSC 3.0 标准于 2018 年拉斯维加斯 CES（国际消费类电子产品展览会）上宣布，相关人士称此项标准是五年以来的努力成果，是互联网时代对于无线广播电视服务重新思考的结晶。ATSC 3.0 标准通过增强传输和接收能力以及例如 4K 超高清（Ultra HD）电视业务交付、沉浸式音频的交付、互联网和广播连接的交互式服务等，为广播上提供了极大的灵活性和市场机遇。

对于 CES 展会上这项里程碑似的事件，ATSC 的主席 Mark Richer 与 CTA（美国消费技术协会）总裁兼 CEO Gary Shapiro，NAB（全美广播电视协会）总裁兼 CEO Gordon Smith 等人同台发言。

Richer 说到：“ATSC 3.0 标准为新型电视服务铺平了道路，相比于以前的标准更具灵活性和适应性。ATSC 3.0 将为广播商和观众带来历史性的创新，从信号的稳定传输到沉浸式音频，从 4K 超高清电视业务到交互型业务等等。多达 20 项独立标准组成的 ATSC 3.0 将使得广播商有能力利用新的传输方式，最终促成无线和宽带业务的创新结合。”

Richer 补充说到：“ATSC 期待着继续完善这项标准，包括其在初始市场的部署和未来的提升。我们将坚定不移地支持今年首项 ATSC 3.0 服务和产品的试用。除了我们正在进行的标准工作之外，ATSC 在教育利益相关方关于如何在美国和世界其他地方协助实施计划方面发挥着非常重要的作用。”

韩国于去年最早试用 ATSC 3.0 标准服务，他们专注于超高清电视业务的应用，并计划使用这一标准对二月份第 23 届平昌冬奥会的赛事进行转播。美国广播商也喜爱这项新标准及其互联网协议，这为标准的推广提供了良好契机。

#### 广播和宽带的结合

Smith 说到：“这项成果结晶可以无缝连接广播和宽带内容，为观众提供强大的信息和娱乐功能，而广播商早已准备好利用这项标准的巨大能力。ATSC 3.0 最引人注目的新功能之一将是强大的媒体紧急警报功能，当灾难发生时，当地广播公司可以为其针对的市场特定区域观众提供帮助。观众依靠其地方电视台来获取突发新闻和信息，而 ATSC 3.0 使得地方电视台能够以前所未有的方式合并资源和信息。”

伴随着 ATSC 3.0 标准在 2018 年拉斯维加斯 CES 展会开放日的推出，科技行业开始展望新的一年。ATSC 3.0 标准预计将会在年度 CES 展会上通过私人套件和各种幕后场景得到体现，相关的消费产品预计将于 2019 年或 2020 年推出。

Shapiro 说：“由 ATSC 3.0 推动的下一代电视传输标准将伴随最新的显示器和音频设备的诞生，通过一系列创新和互动信息服务，为消费者提供身临其境的观看体验。我们预计 2018 年数字显示器的销量将有所增长，同时我们期待着这项新技术与其带来的惊人特性将进一步推动显示器销量的增长。”

#### 美国地区将很快开始部署

ATSC 董事会主席，同时作为 FOX 公司网络工程运营部执行副总裁兼总经理的 Richard Friedel 说道：“展望未来，ATSC 将为广播商和制造商推出服务和产品提供重要的信息。这意味着我们的成员在今年有机会参与现场测试、广播测试和插件测试。还将有机会为标准的一致性和合规性、隐私和安全等方面的重要新工作做出贡献。”

## (2) NHK 将以 8K 格式摄制冬季残奥会比赛

编辑: passion 来源: Advanced Television  
日本公共广播商 NHK 宣布, 将首次直播冬季残奥会。

NHK 将从 3 月 9 日起 (直到 18 日) 在韩国平昌对开幕式等进行实时广播, 并在 NHK 教育电视频道播出。晚上十点的一档专属节目中将播出每日精彩瞬间。NHK 的综合电视频道也将进行特别报道。

NHK 的 BS1 卫星频道将播送特定的节目。另外, 还会有一个音频子频道提供专为视障人士准备的, 带有专用评论音轨的节目。

NHK 表示, 一些残奥会比赛将以 8K 格式录制, 将主要拍摄日本选手。NHK 还将播送残奥会精彩瞬间用于测试 8K 广播。

## (3) 美国 ATSC 3.0 广播商共建单频网

编辑: passion 来源: FierceCable

美国支持 ATSC 3.0 标准的广播商 Sinclair、Nexstar Media 和 Univision 将与美国电塔公司合作, 在达拉斯建立并运营搭载 ATSC 3.0 信号的单频网 (SFN) 站点。这是其全国性铺展的第一步。



这一单频网将用于下一代广播服务的测试、校验和部署。这些服务包括高级无线接收、沉浸式音频、更深入的室内接收、移动接收、分区节目/广告、车载服务以及高级紧急预警。

达拉斯的站点将用于从 ATSC1.0 到 ATSC3.0 过渡的测试工作, 帮助广播商为未来全国性 ATSC 3.0 单频网的部署作准备。

除了提供美国 4 万多发射塔站点和安装广播设备的专业技术外, 美国电塔公司还将提供成熟的网络连通性、SFN 同步、无线 RAN 和无线电频率传播。

这些支持 ATSC 3.0 的广播公司希望此举能促成一个部署路线图, 更快更高效地推动下



一代电视服务落地。

进入 2018 年以来，Sinclair 广播公司一直在加快 ATSC 3.0 方面的工作。

本月早些时候，该公司宣布与 Imagine Communications 共建 ATSC 3.0 广告管理软件平台，并与韩国电信签订协议，研发 ATSC 3.0 下一代电视平台，计划 2018 年上半年建成。

与此同时，索尼和广播商集团 Pearl TV 共同宣布了凤凰城测试 ATSC 3.0 互动频道导航的计划。凤凰城是 ATSC 3.0 服务测试的一个示范市场。

在今年的 CES 展会上，美国高级电视系统委员会（ATSC）正式发布了整套 ATSC 3.0 标准。

## 11. 走向海外

（本期无）

## （二）、重要政策进展

### 1. 三网融合

#### （1）2017 年地方广电坐不住了，政策法规接连出台，有哪些内容值得关注

编辑：passion 来源：国家广电智库 2018 年 01 月 15 日 13:24:05

2017 年，地方广电行政部门在落实中创新，一方面认真贯彻落实国家和地方有关法规政策，因地制宜制定实施细则、配套措施；一方面主动有为积极为广电事业产业高质量发展创新提出地方方案。

梳理各地新出台的政策法规，件件直面问题、回应关切、讲求实效，呈现诸多新亮点。本文以顶层设计、固本培元、依法管理三个关键词，管窥一二。

#### 1) 顶层设计：规划制定紧贴实际突出重点

##### a、规定动作尽展地方特色

经初步梳理，目前全国各省（区、市）基本都公布了广播影视“十三五”发展规划，充分贯彻落实中央和地方精神，紧跟总局“十三五”规划制定的路线图、时间表、任务书。

同时，各地根据自身发展实际，提出具有鲜明特色的发展目标和具体任务、重点工程。

安徽契合当地“创新高地”建设目标，依托在合肥市包河区设立的全国唯一一家“国家广播影视科技创新实验基地”，提出环巢湖广播电视综合实验网及广电网络核心语音云系统

的研发与产业化项目两大广播影视科技创新工程。

云南注重少数民族地区特色,根据云南面向南亚东南亚对外宣传和文化交流辐射中心的定位,提出建设云南省少数民族语言节目译制中心项目,且该项目已被列入“云南省十大标志性文化设施重点项目”。

贵州紧紧围绕省委省政府大扶贫大数据战略行动和建设多彩贵州民族特色文化强省要求,实施大文化助推大扶贫大数据战略行动。

## b、重点领域专项规划求突破

在供给侧结构性改革、媒体融合发展等重点领域,各地纷纷根据中央和地方有关要求,结合广播影视行业实际,制定出台有关方案。

江西落实本省广播影视业“十三五”规划目标任务,出台《2017-2020年江西省新闻出版广播影视业供给侧结构性改革的指导性意见》,要实现从粗放低效供给向精准高效供给、从单一产品供给向融合产品供给、从资源分散开发向整体开发的“三个转变”。

江苏实施《江苏省新闻出版广播电视媒体与新兴媒体融合发展行动计划(2016-2020年)》,制定“融合型传播观念强化行动”等八项重点行动,江苏局将从强化组织领导、推动资源整合、加大财政投入、加强行政管理、完善融合考评体系等方面提供保障。



## 2) 固本培元: 实在举措扎实推动各地广电创新发展

### a、深入源头, 扶持培育精品内容创作生产

地方广电行政部门深入内容创作生产源头,出台优秀剧本、作品和创作主体扶持、奖励、评奖办法,制订人才培育培养方案,为促进本地内容繁荣发展提供有效保障。

山西印发《优秀电影扶持奖励办法》,设立“山西优秀电影奖”、电影发行放映和电影学术及市场分析研究项目奖励。

四川制定《关于加快推进网络视听健康繁荣发展的意见》。

福建出台十佳影视创作机构培育扶持管理办法，以及电视短纪录片、电影短片扶持项目管理办法。

江西制定电影、电视剧精品项目评选办法，实施电影精品孵化计划，开展影视单位、人才、题材“三库”建设。

广西制定贯彻落实“广西新闻出版广播影视百名人才”计划的实施意见，做好优秀人才选拔培养。

#### b、健全公共服务政策体系，助力提质增效

山西发布《“十三五”基本公共服务均等化实施方案》，对数字广播电视户户通、国家级扶贫开发工作重点县和集中连片特殊困难县广播电视播出机构设备更新等提出实施步骤。

山东局联合省财政厅印发《关于做好2017年全省农村公益电影放映工作的通知》，明确继续实施农村公益电影标准化放映提升工程等具体任务，加强多种方式监督考核。

江苏发布实施《关于推进全省应急广播体系建设的实施意见》。

广西印发《关于加快推进广播电视村村通向户户通升级的实施意见》《广西农村电影公益放映监督管理工作制度（试行）》，明确目标，加强监管。

福建局与省财政厅印发《福建省广播电视公共服务专项补助资金管理办法》，提高资金使用效益。

#### c、夯实发展基础，筑牢基层广电舆论阵地

各地出台专门制度扶持基层广电发展。

湖北出台《关于扶持县级广播电视台发展的意见》，从进一步强化主流媒体地位、提升现代传播力、理顺体制机制、提高人才队伍素质、加大财税保障等方面给出意见，湖北局与省委宣传部、省编办、省财政厅、省人社厅、省地税局等六部门共同推动，对理顺管办体制、建立灵活高效用人用编机制、深化人事薪酬制度改革、享受财政保障和税收优惠政策等各方面提供切实支持保障，具有较强的实践指导性和可行性。

经总局批准，青海新设立多个县级台，及时制定印发了《青海省县（市）级广播电视台宣传管理实施细则（试行）》《青海省县（市）级广播电视台管理制度》等规章制度，为县级播出机构提供发展规范和制度保障。

多省份建立市县台发展联盟。

河北制定《关于推动河北广电市县联盟建设的指导意见》，以“广电+”理念发挥广电新媒体优势，创新资源聚合发展模式，“市为节点、一市一策、试点先行”，力求省、市、县广电事业产业协调协同协作繁荣发展。

宁夏局推动建立宁夏市县级电视台媒体联盟，探索“广电+产业”项目发展模式，以贺兰台为试点，全区 13 个市县级台联合开展行业内产业资源共享，形成市县级广电利益共同体。

中共湖北省委宣传部  
湖北省机构编制委员会办公室  
湖北省财政厅  
湖北省人力资源和社会保障厅  
湖北省地方税务局  
湖北省新闻出版广电局

文件

鄂新广发〔2017〕20号

湖北省新闻出版广电局等六部门关于印发  
《关于扶持县级广播电视台发展的意见》的通知

各市、州、县委宣传部、编办、财政局、人力资源和社会保障  
局、地方税务局、新闻出版广电局、广播电视台，湖北广播电  
视台、省广播电视信息网络股份有限公司：

经省人民政府同意，现将《关于扶持县级广播电视台发展



d、扎实发展广电产业，增强造血能力

多地实施创新驱动发展战略，以广电产业为龙头，谋求率先取得跨越式、突破式发展，为文化产业成为国民经济支柱性产业提供坚实支撑。

一是放大优势产业辐射功能。

北京修订发布《北京市多厅影院建设补贴管理办法》，实施差别化政策引导，优化升级电影产业结构和市场布局，计划五年内打造 2 公里影院圈。

上海发布“文创 50 条”，即《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》，提

出要建设全球影视创制中心，制定了构建影视产业目标体系、优化影视产业扶持机制、提升影视产业链发展能级等具体意见。

浙江发布《浙江省人民政府办公厅关于加快促进全省影视产业繁荣发展的若干意见》，到 2020 年力争把浙江打造成全国影视产业副中心，影视产业作为主动力助推浙江打造万亿级文化产业。

二是强化战略协作推动产业升级。

北京局与北京银行签署新一轮为期五年的全面战略合作协议，授信额度提高到 500 亿元，提供版权贷等适应文创产业特点的全面金融服务和优质企业融资“绿色审批通道”，此外将成立北京版权银行，做大做强版权产业链。

内蒙古局出台《鼓励民间资本进入新闻出版广播影视行业的指导意见》，并与中国农业银行内蒙古分行、包钢集团、鄂尔多斯蒙古源流文化产业园区签订助力产业发展全面战略合作协议。

福建局与有关单位签订了《推动福建影视创作合作备忘录》《繁荣微电影创作合作框架协议》，力求加快推动福建影视创作由“高原”向“高峰”迈进。

## 浙江省人民政府办公厅文件

浙政办发〔2017〕88 号

### 浙江省人民政府办公厅关于加快促进 影视产业繁荣发展的若干意见

各市、县(市、区)人民政府,省政府直属各单位:

影视产业是文化产业的重要组成部分。影视产业繁荣发展对丰富和活跃文化消费市场、推动经济转型升级、打造万亿级文化产业、推动文化浙江建设具有重要意义。经省政府同意,现就加快促进我省影视产业繁荣发展提出如下意见。



3) 依法管理: 以依法行政为基础, 营造良好发展环境

a、不断发力优化行业生态

各地广电行政部门建章立制, 明晰管理导向, 规范行业秩序。

新疆下发《关于进一步加强广播电视行业管理工作的通知》，建立广播电视行业管理量化考核通报制度，制定量化考核标准。

山西、海南印发电影电视剧审查工作办法（试行），为属地审查提供清晰依据。

重庆印发《重庆市文化委系统新闻宣传工作管理办法（试行）》，构建大文化宣传格局，加强和规范新闻宣传工作。

吉林下发《吉林省新闻出版广电局关于进一步加强微博、微信等网络社交平台传播视听节目管理的通知》，进一步规范互联网视听节目传播秩序。

河北修订印发《河北省广播电视播出机构宣传违规处理办法》，进一步加强广播电视播出机构管理。

浙江公布《浙江省广播电视安全播出和网络安全应急预案管理实施办法》，规范并增强应急预案的针对性、实用性和可操作性。

#### b、依法行政制度体系建设持续完善

各地加紧建立和完备依法行政制度体系，让行政权力规范透明运行，切实有效保障人民权益，依法行政能力普遍提高。

行政执法工作得到进一步规范、保障和监督。

吉林印发《吉林省新闻出版广电（版权）系统关于贯彻〈法治政府建设实施纲要（2015-2020）〉的落实规划》，明确法治政府衡量标准。

广东开展阳光政务建设，发布《广东省新闻出版广电局2017年政务公开工作落实措施》，印发《广东省新闻出版广电版权部门移送涉嫌刑事案件标准》，建立健全行政执法与刑事司法衔接工作机制。

四川建立《媒体违反宣传纪律约谈制度》，规范约谈方式、要素、内容。

广西出台实施《广西新闻出版广播影视（版权）行政执法调查取证制度》等七项工作制度。

山西、吉林、江西、青海等地也发布有关行政执法责任制实施方案、行政处罚程序和裁量权细化标准，为行政执法提供清晰依据。

行政决策更加科学化、民主化、法治化。

江西制定听证工作规则及重大行政决策合法性审查制度，云南建立法律顾问制度，吉林、湖北等地公布实施“双公示”等信息公开制度，辽宁、江西等地建立制度规则落实行政复议、

行政应诉、行政调解职责。



### c、“放管服”改革落地生根见成效

各地深化行政审批制度改革，全面清理行政审批事项，推进网上办理，建立权责清单制度并实行动态管理，加强市场监管，全面推行“双随机、一公开”执法检查，加快职能转变，规范工作流程，提高工作效率，提升服务质量。

江西、吉林、安徽、福建等地印发加快推进“放管服”改革工作的实施方案、重点任务台账。广西发布关于加快推进网上政府服务工作实施方案，同时公布“2017年工作任务进度表”细化分解各项任务。

为提高行政审批效率，更好更快地为行业主体服务，宁夏推行“不见面、马上办”行政审批模式；黑龙江发布《“只见一次面审批”事项清单》；内蒙古严格落实“减证便民”政策；河北修订行政许可事项审批工作规程、行政审核事项工作流程，增加了“直通车”快速审批业务，由河北局相关业务处室直接受理、审批。

2017年，各地广电行政部门在政策法规的落实中不断创新，在行业管理的实践中互学互鉴，用优质高效的服务创造持续优化的行业环境，激发主体活力和发展新动能，共同推动广电事业产业高质量内涵式发展。

## 2. 宽带中国

### (1) 腾讯视频推出中国首款移动端杜比视界内容服务

编辑：passion 来源：流媒体网 2017年12月19日 16:38:53

2017年12月19日，杜比实验室和腾讯视频今日宣布在腾讯视频 app 上为国内的移动设备提供杜比视界(Dolby Vision)HDR 高动态范围视频。iPhone X、iPhone 8 和 iPhone 8 Plus 的用户可以使用最新 5.9.0 版本的腾讯视频客户端，成为在移动设备上享受杜比视界体验的首批中国用户。首批上线的杜比视界版本内容包含华语大片《战狼 2》、《记忆大师》、《绣春刀：修罗战场》、《鲛珠传》。腾讯计划明年即将上线的杜比视界版本内容包括《风味人间》等。

HDR 创新技术为杜比全球最先进的影院提供支持，利用这项技术，杜比视界能够实现更高的亮度和对比度，以及更全面而丰富的色彩，从而为娱乐体验带来变革。杜比在将先进的影院技术推向家庭和移动端方面拥有深厚技术专长，这为杜比视界赋予了鲜明特性，为腾讯用户带来超凡的视觉体验。

杜比实验室消费类娱乐事业部全球高级副总裁 Giles Baker 表示：“不到一年前，杜比和腾讯视频为中国的消费者带来了杜比视界内容。现在，我们增强了腾讯视频的移动端生态系统，这样中国的观众无论去到哪里，都能够获得杜比视界体验。”

腾讯视频产品技术部总经理何毅进表示：“腾讯视频致力于用前沿创新技术不断提升我们的优质内容服务能力。杜比视界代表的是卓越的 HDR 高动态范围体验，让我们在多个平台上都能为观众带来惊艳的画质。”

从内容创作到分发和播放，杜比视界是端到端的解决方案，能够为各类内容和设备提供一致的体验，获得了好莱坞一线导演、主流电影公司和发行商以及全球设备厂商的大力支持。流媒体点播服务提供大量的杜比视界内容，目前已有 150 多部影片。此外，全球领先的互联网视频服务提供商还提供超过 200 小时的杜比视界原创内容。

## 3. 相关政策法规

### (1) 广电总局发布《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》

编辑：passion 来源：广电猎酷 2018年01月12日 15:13:10

近日，国家新闻出版广电总局向各省新闻出版广电局、总局直属有关单位正式发布了《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》，以贯彻落实中央关于加快传统媒体与新兴媒体融合发展的战略部署，指导和规范我国广播电视台融合媒体互动技术平台的建设。

在融合媒体环境下推动广播电视台用户互动技术的应用和业务发展，是完善融合媒体技术体系的一项重要任务，对促进广电行业融合媒体技术发展，建立新型融合媒体，加强媒体服务属性，推动广播电视台节目营销模式创新，增强节目交互性与用户粘度，提高融合媒体运营水平等方面有重要意义。

《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》旨在加强顶层设计，用于指导全国广播电台和电视台融合媒体互动技术平台的规划、设计、建设、运行和管理，为融合媒体互动



技术应用与互动业务的开展提供参考。

前期，国家新闻出版广电总局委托广播电视规划院牵头开展广播电视台融合媒体互动技术研究，组织行业科研院所和多家省市电视台结合全国广播电视台融合媒体互动技术平台现状、技术发展水平、管理要求、业务形态和实践情况，起草了《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》。

在总局科技司和相关行业专家的指导下，广播电视规划院和参与起草白皮书的相关单位就白皮书起草明确了融合媒体互动技术平台的建设思路：

#### 1) 重点强化媒体融合传播特性

简单的互动形式缺少与节目内容的交互，对提升广播电视主流媒体的传播力和影响力作用有限。融合媒体互动业务应深入挖掘广播电视的核心价值，聚焦于媒体融合的内容互动方式，通过互动业务的开发将用户吸引和聚合在广播电视融合媒体平台之上，才能对广播电视行业发展和业务创新产生正反馈效应。

#### 2) 充分贯彻架构开放融合思想

融合媒体互动技术平台应充分吸纳云服务的开放融合特点，适应各种互动技术和模块的接入，支持各种业务系统的数据交互，才能体现其价值。因此融合媒体互动技术平台建设的各个层面，均需遵循相关的开放标准和架构，支撑跨系统的复制扩展和跨平台的移植应用。

#### 3) 深度契合业务发展创新需要

广播电视台为了有效应对未来融合媒体环境下的业务发展，需不断创新传播模式、业务模式和运营模式，以适应市场和以用户为中心开展各项业务。为此，融合媒体互动技术平台架构应适应互动应用快速部署和多种互动技术并行使用，满足融合媒体业务的高速发展要求。

#### 4) 全面掌握用户互动业务数据

在媒体融合和大数据时代，数据急骤膨胀，行业发展已同大数据密不可分。互动业务一方面生产数据，包括用户收视数据、喜好数据、评论数据等，另一方面又消费数据，互动节目策划、智能推送、广告营销等业务也依赖于用户互动数据。因此只有以数据为核心，将用户数据掌握在广电的自有平台中，才能在即将到来的大数据智能化时代的竞争中占据一席之地。

#### 5) 加强保障业务系统信息安全

在融合媒体互动技术平台建设过程中，应确保原有业务的安全运行，不因新的技术架构造成业务流程的中断；同时针对互动数据的内容审核，互动接入网络安全、互动系统安全运维和安全管理等方面加强安全管控，建立技术保障、人才保障、制度保障和应急预案，

在满足互动业务要求的同时实现安全风险最小化。

## 6) 构建可管可控运营管理平台

融合媒体互动技术平台同时跨越广播电视网、公众互联网、移动互联网等多个传播渠道，并且具有系统开放、覆盖面广的特点，给内容和运营监管造成了很大的困难。因此应该构建可管可控的互动运营管理平台，实现系统资源的分域分权管理，加强对互动技术平台的监测监管，结合内容识别、态势感知等技术手段，实现行之有效的管控，从政策、技术等多个方面对业务进行监控和管理。

根据上述思路，《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》的主要内容包括：

### 1) 融合媒体互动技术平台组成

根据《电视台融合媒体平台建设技术白皮书》的总体技术架构设计，融合媒体互动技术平台是一个服务于媒体平台服务层和媒体软件服务层的跨接平台，系统从逻辑架构角度可划分为互动业务总线、互动模块池、互动终端应用和互动运营管理四个板块。

### 2) 融合媒体互动业务总体流程

对融合媒体互动业务的内容制作、互动内容管理、内容安全审核、多渠道互动内容发布、多样化互动操作手段、多维度互动数据采集、多来源互动数据处理、多类型互动数据存储和多场景互动数据分析与应用等方面的流程提出了总体要求。

### 3) 融合媒体互动技术平台建设与管理要求

提出了互动业务总线、互动模块池、互动终端应用的建设要求和互动运营的管理要求。

### 4) 融合媒体互动技术平台安全保障

从系统安全、数据安全、内容安全、网络安全和运维安全方面提出了融合媒体互动技术平台安全保障的基本要求。

### 5) 融合媒体互动技术方案

介绍了基于视频特征、图像特征、音频特征、音频水印、二维码等常用互动技术方案及其应用特点。

### 6) 融合媒体互动业务形态

介绍了娱乐服务和支付服务等典型的互动业务形态和互动业务运营模式。

### 7) 广播电视媒体的互动技术平台典型应用案例

融合媒体互动技术平台白皮书印发后，广播电视规划院还将在总局科技司的指导下，

牵头组织相关单位，以白皮书确定的框架为基础，编制广播电视台融合媒体互动技术平台接口、管理和网络安全相关技术规范。

## （2）工信部：《关于督促互联网网络接入服务企业依法持证经营的通知》

编辑：passion 来源：IT之家 2018年01月15日 16:36:06

近日，工信部发布了《关于督促互联网网络接入服务企业依法持证经营的通知》（以下简称“通知”）。《通知》要求，自2018年1月1日起，未取得互联网资源协作服务业务、内容分发网络（CDN）业务经营许可的企业，不得继续经营相应业务。



《通知》称，截至2017年12月31日，阿里云计算有限公司等104家企业已依法取得工业和信息化部或各通信管理局颁发的互联网资源协作服务业务经营许可证，网宿科技股份有限公司等70家企业已依法取得内容分发网络（CDN）业务经营许可证。各通信管理局要加强指导，督促上述企业在许可范围内，守法经营诚信服务。

目前，北京百悟科技有限公司等26家企业已提交互联网资源协作服务业务或内容分发网络（CDN）业务经营许可证申请。在正式取得相应许可前，上述企业不得继续发展新用户、签署新合同。

截至2017年12月31日，北京爱无限智慧科技有限公司等147家企业未按前期承诺取得互联网资源协作服务业务或内容分发网络（CDN）业务经营许可证，应自觉停止相应经营活动。

工信部要求，各相关通信管理局要及时对上述企业未履行承诺的事实按“不良记录”录入企业违法不良记录信息库。同时，要加强督查，对拟退出市场的企业，指导其按照有关规

定做好用户善后工作；对拟继续经营的企业，在正式取得相应许可证前，督促其不得继续发展新用户、签署新合同。各基础电信企业不得为其新增经营性网络资源。

同时，要求各通信管理局要加强督查，一经发现非法经营互联网资源协作服务业务、内容分发网络（CDN）业务的企业，要依法严肃查处，并按“违法记录”录入企业违法不良记录信息库。各基础电信企业应从合同约定、使用监测、违规问责等方面，加强清理排查和规范管理，不得为非法经营提供网络资源。

### （3）工信部向中国电信等六家单位颁发首批无线电频率使用许可证

2018年1月15日，工业和信息化部向中国电信集团公司等六家单位颁发了首批无线电频率使用许可证。工业和信息化部无线电管理局局长谢远生出席了颁证会议并讲话。谢远生局长指出，颁发无线电频率使用许可证是无线电管理中一项基本许可制度，是贯彻落实修订后的《无线电管理条例》、深化无线电管理行政许可制度改革取得的重要进展。会上，谢远生局长还对首批取得无线电频率使用许可证的单位提出了要求和希望。中国电信集团公司等六家单位表示，将严格遵守《无线电管理条例》等法规规定，依法依规使用无线电频率资源。

根据新修订的《无线电管理条例》及《无线电频率使用许可管理办法》，依用户申请并经我部审核，中国电信集团公司、中国卫通集团股份有限公司、中信数字媒体网络有限公司、中国科学院国家天文台、长光卫星技术有限公司、中国四维测绘技术有限公司等六家单位成为首批取得无线电频率使用许可证的单位。新版的无线电频率使用许可证取代了原有红头文件的审批方式，明确了特别规定事项，增加了许可证使用须知、使用人权利和义务以及使用承诺书等内容，申请程序进一步简化，也更加注重了事中事后的监管。

## 4. 与广电相关的标准

（本期无）

## 5. 广电行业动态与分析

（本期无）

### （三）、领导讲话

#### 1. 2018年春晚 聂辰席强调了三点！

编辑：passion 来源：广电总局 2017年12月06日 15:55:56

近日，聂辰席同志调研指导2018年春晚分会场筹备工作。

聂辰席强调：

一要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领和指引。要提高政治站位，深入学习宣传贯彻党的十九大精神，坚持方向性、文化性和艺术性相统一，用丰富多彩的节目充分展现新时代的新思想、新风貌、新气象、新作为。紧紧围绕2018年春晚总体定位和主题来进行分会场节目创作和舞美设计，做到分会场与主会场有机衔接、相得益彰。

二要强化创新创优挖掘文化特色。要体现地域性、代表性，精彩呈现当地文化风采和民俗风情。要凸显多样性、群众性，展示当地人民奋发向上的精神风貌，体现人民群众实实在在的获得感、幸福感、安全感。要强化艺术性、创新性，丰富形式手段，深化融合传播，表达新内容、抒发新情怀、拓展新视野，营造视觉景观、艺术景观，打造新时代具有精神指引意义的标志性晚会。

三要明确责任，确保各项工作落细落实。要加强与各有关省宣传部和广电部门的合作，明确职责、协调联动、形成合力，有序推进。深化运用“五式工作法”，建立台账，倒排工期，把各项工作进一步细化、具体化、往前赶。强化底线思维，内容把关、技术保障、演职人员、消防用电、天气环境、安全保卫等各方面都要抓紧制定方案预案，确保安全万无一失。要坚持“节俭办春晚”原则，严格落实中央八项规定精神，严格执行各项财经纪律。

#### 2、田进部署2018年广播电视宣传管理工作

编辑：passion 来源：科讯广电网

2018年1月24日，全国广播电视宣传管理工作会议圆满召开。会上，广电总局副局长田进发表重要讲话。

田进指出：今年及未来一段时期广播电视宣传管理主要是围绕“宣传新思想、记录新时代、营造新气象、展现新作为”这四个方面来进行。

广电总局副局长田进

以下是讲话全文：

同志们：

经总局党组批准，今天我们召开全国广播电视宣传管理工作会议。会议的主要任务是，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、十九届二中全会精神，贯彻落实全国宣传部长会议精神和全国新闻出版广播影视工作会议精神和，统一思想、提高认识，总结经验、部署工作，努力开创新时代广播电视宣传管理工作新局面。

刚刚过去的 2017 年，是党和国家发展史上具有标志性意义的一年，也是广播电视工作极不平凡的一年。广播电视宣传管理工作经受了重大任务考验，取得了重要成就。在党中央坚强领导下，在中宣部和总局党组安排部署下，全国广播电视宣传管理系统上下一心、通力协作、苦干实干，圆满完成了迎接宣传贯彻党的十九大这一重大政治任务和多项重大主题、重要活动宣传展播任务；深入落实意识形态工作责任制，宣传工作例会、重点节目备案管理、播前审查等制度有效运行，广播电视宣传阵地更加巩固；大力推进精品创作，迎接十九大重点纪录片动画片产生强烈社会反响，一批优秀纪录片成为卫视黄金时间收视亮点，中国经典民间故事动漫创作工程启动实施，广播电视节目创新创优全面发力，文化节目、理论节目、科技节目等取得突破性进展，我国广播电视原创力大幅提升，文化自信得到彰显，为党和国家事业发展营造了良好氛围，也为做好新时代广播电视宣传管理工作打下了坚实基础。

2018 年是贯彻党的十九大精神的开局之年。这次会议是党的十九大召开后的第一次全国广播电视宣传管理工作会议，是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，为新时代广播电视宣传管理工作开篇布局的重要会议。新时代意味着新起点新要求，新时代呼唤着新气象新作为。这次会议，我们既要部署 2018 年工作，也要为今后一个时期内宣传管理工作明确方向、定准基调、划定重点。这里，结合学习习近平新时代中国特色社会主义思想的心得体会，就做好新时代广播电视宣传管理工作谈几点意见。

总的说，今年及未来一段时期广播电视宣传管理主要是围绕“宣传新思想、记录新时代、营造新气象、展现新作为”这四个方面来进行。

#### 第一，宣传新思想，推动形成新时代新征程团结奋进浓厚氛围

习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国的马克思主义、21 世纪的马克思主义，是全党全国人民为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南。坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，是党的十九大提出的重大战略任务，也是广播电视必须肩负的重大政治责任。进入新时代，广播电视要把宣传习近平新时代中国特色社会主义思想作为头等大事、重中之重。要综合运用多种形态手段，广泛联系生产生活实际，大力宣传展示党的创新理论指引下形成的生动实践、结出的丰硕成果，为实现新时代新目标激发动力和热情、凝聚党心和民心。

一是持续深入宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想。要充分发挥广播电视主流媒体的主阵地作用，积极推出有特色有影响的系列报道，精心策划成系列成品牌的专题节目，多层次、多角度开展阐释解读，做到“天天见”“天天新”“天天深”，形成规模、形成声势，引导广大人民深刻认识新思想的政治意义、历史意义、理论意义、实践意义，让习近平新时代中国特色社会主义思想成为时代最强音。要坚持理论联系实际，把讲清楚思想精髓、核心要义、科学体系，同深入宣传各地各部门落实党的十九大各项决策部署、决胜全面建成小康社会的伟大实践结合起来，实现政治高度、理论深度和实践热度的有机统一，展示出习近平新时代中国特色社会主义思想指导实践、推动工作的强大力量，让党的创新理论在丰富生动的现实生活中放射出更加灿烂的真理光芒。

二是创新推进理论节目建设。做好习近平新时代中国特色社会主义思想等理论宣传是广播电视宣传的一项长期重大政治任务，理论节目是理论宣传的重要载体，必须加强理论节目建设，提高理论节目水平。近年来，广播电视理论节目在生动鲜活阐释解读马克思主义理论

方面进行了积极探索，《社会主义有点潮》《开卷有理》等节目的成功给我们很大启发。广播电视和网络视听理论节目要在坚持科学准确的前提下，在通俗化、大众化、时代化上下功夫。要结合马克思诞辰200周年等重要时间节点，大力推动马克思主义理论、科学社会主义理论，特别是习近平新时代中国特色社会主义思想，与广播电视节目形态和现代技术手段有机结合，把理论节目办得更生动、更活泼、更精彩，更能深入人心，更有影响力。

三是紧扣主题主线宣传大事要事。今年是改革开放40周年，明年是新中国成立70周年，后年是全面建成小康社会，2021年是建党100周年，2022年召开党的二十大。从党的十九大到二十大的五年间，是实现第一个百年奋斗目标的决胜阶段，党和国家大事要事多，中国特色社会主义建设任务繁重。广播电视宣传必须切实担负起围绕中心、服务大局基本职责，聚焦实现中华民族伟大复兴中国梦，紧密配合党和国家重大战略、重大部署、重大活动、重要工作，做好中国梦、新时代中国特色社会主义等重大主题宣传，积极开展形势宣传、成就宣传、典型宣传，特别是深入宣传党的十八大以来历史性成就、历史性变革，深刻揭示中国特色社会主义制度的优越性，深入宣传中国特色社会主义最本质的特征是中国共产党的领导，使习近平新时代中国特色社会主义思想深入人心。

今年要把庆祝改革开放40周年宣传作为贯穿全年的重大主题、重要任务，提前部署，精心谋划，各地要立足地方特色、基层实践策划推出系列报道，注意以小切口揭示大主题、以小人物展现大时代，宣传新时代改革开放的重大意义、目标任务、战略举措、重要成就，深入宣传习近平总书记在推进新时代改革开放中的决定性作用，深入宣传习近平总书记全面深化改革的重要思想。

四是大力提高广播电视宣传传播力引导力影响力公信力。总局今年将实施“舆论引导能力提升工程”和“节目质量提升计划”，以新闻类节目特别是《新闻联播》和主题系列报道为重点，引导各电台电视台全面创新宣传理念、内容、形式、方法、手段，不断提高广播电视宣传水平和效果。要尊重新闻传播规律，准确把握“时度效”要求，不断增强工作能力。要提高突发事件报道和引导能力，展示主流媒体的专业性和权威性，在自媒体、新媒体渐成“第一报道者”的互联网时代，着力打造“第一信源”和“第一解释权”。“讲好故事，事半功倍”，要把讲故事作为基本理念、基本方式，在宣传中注意运用讲故事的方法和手段，与广大受众建立情感上的联系，唤起思想上的共鸣，切实增强广播电视宣传的吸引力和感染力。要紧跟媒体融合时代潮流，主动拥抱新媒体，开发适宜于新媒体传播的短视频和互动产品，针对不同受众人群精准推送，提高新媒体宣传的针对性和有效性。

## 第二，记录新时代，源源不断推出无愧于伟大时代的高峰之作

习近平总书记指出，“没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。”新时代是在新的历史条件下继续夺取中国特色社会主义伟大胜利的时代，是全体中华儿女勠力同心、奋力实现中华民族伟大复兴中国梦的时代，也必将是中华文化繁荣兴盛、中国特色社会主义文化发展道路日益宽广的时代。我们要把繁荣发展广播电视文艺和网络视听文艺、努力推出更多无愧于时代的优秀作品作为新时代广播电视宣传管理的神圣使命，用更多思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀作品满足人民需要、奏响奋进凯歌，在实现中华民族伟大复兴的新征程上书写广播电视文艺、网络视听文艺新篇章。

一是加大现实题材创作力度。任何一个时代的经典文艺作品，都是那个时代社会生活和

精神的写照。当代中国正经历着我国历史上最为广泛而深刻的社会变革，正进行着人类历史上最为宏大而独特的实践创新，为广播电视文艺创作积累了丰富的素材题材，储备了深广的精神资源财富。打造新时代广播电视文艺精品，必须把握时代之魂、关注时代之需、聚焦时代之变、引领时代之风，把书写和记录人民的伟大实践、时代的进步要求作为应尽职责，坚持现实主义文艺传统，加强现实题材创作，奏响时代之声、爱国之声、人民之声。

去年为迎接党的十九大，除了抓《将改革进行到底》《辉煌中国》等七部宏大题材的纪录片外，总局还抓了几部小切口的现实题材纪录片，像《我们这五年》《中国表情》《希望的田野：拉林河畔》等，这些作品没有宏大叙事，而是真实记录了普通百姓奋斗故事，播出后也引起广大观众广泛共鸣。总局和有关地方共同指导创作，于去年播出的现实题材电视剧《鸡毛飞上天》《青恋》《索玛花开》同样受到广泛好评。这些都充分印证了总书记在今年新年贺词中所说的“千千万万普通人最伟大”“幸福都是奋斗出来的”。我们要继续加大现实题材作品创作扶持力度，鼓励广播电视文艺工作者投身现实题材创作。总局已经启动了“记录新时代”工程，以党和人民在实践中取得的重大理论创新、实践创新、制度创新，以新时代党和国家重大工作进展、重大工程项目以及人民生活正在发生的变化为主题，投入专项扶持资金，开展影视作品创作特别是纪录片创作。各地要做好政策衔接、资金配套和创作组织工作，引导发动更多广播影视工作者投身时代大潮，用心用智、倾情倾力打造更多现实题材精品力作，让新时代中国的精彩故事传播四方。

二是推动文化类节目转型升级。博大精深的中华优秀传统文化是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基，也是繁荣发展广播电视文艺的坚实根基。2013年起，总局大力倡导制作播出原创文化节目，五年来共涌现出50多档弘扬中华文化的电视节目，《中国诗词大会》《朗读者》《国家宝藏》等广受好评。文化类节目的繁荣极大坚定了我们立足中华文化、扎根中国大地、开展节目自主创新的信心和决心。目前引进节目模式已经在荧屏上难觅踪迹，国产原创节目成为绝对主流。党的十九大对坚定文化自信、推动社会主义文化繁荣兴盛做出重要战略部署，深刻论述了中国特色社会主义文化的内涵和发展要求。下一步，我们要继续把传统文化的创造性转化、创新性发展作为节目研发重点，把革命文化和社会主义先进文化作为各类节目中要融入弘扬的重要内容，结合新的时代特点和实践要求，制作播出更多有思想深度、精神高度、文化厚度的文化类节目和作品，让中华民族创造的伟大精神财富成为创作的源头活水、文化自信的有力支撑。

三是提高文艺创作引导水平。文艺创作生产，既是个性化、个体化的精神生产活动，也离不开科学有效的组织领导。要充分发挥我们的制度优势、组织优势，加强对广播电视文艺创作的规划引导。如前所述，从2018年起，我们要相继迎来改革开放40周年等几个重大时间节点，要通盘考虑广播电视节目、电视剧、纪录片、动画片和网络视听节目重大主题项目，提前部署选题策划、评审扶持等工作，做到规划一批、创作一批、播出一批、储备一批，源源不断推出讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品力作。

四是坚持以人民为中心的创作导向。人民需要艺术，艺术也需要人民。要推出无愧于新时代的高峰之作，广播电视工作者必须深入学习贯彻习近平总书记给乌兰牧骑队员回信精神，扎根生活沃土，服务基层群众，在火热的现实生活、人民的实践创造中开展文艺创新，做新时代的“红色文艺轻骑兵”。有了基层土壤的丰厚滋养、百姓情感的真诚灌注，文艺作品才有新时代的蓬勃朝气，才能为人民接受和喜爱。要让群众成为荧屏声频的嘉宾和主角。这两年，我们大力遏制追星炒星，大力提倡“星素结合”，效果还是很明显的。今年我们将



继续着重解决明星薪酬过高问题,引导各广播电视机构把工作重心转移到节目创意研发和高水平制作上来,用内涵和品质取胜,而不是靠炒作和拼明星来提高知名度。我们要共同努力、同心同向,把工作做好。

这里,再提醒一下大家,要严把嘉宾、演员关,必须把德艺双馨作为首要标准。要鼓励邀请行业精英、专家学者、时代楷模、道德模范参与节目,发挥好嘉宾的价值引领和人格示范作用。

### 第三,营造新气象,建设健康向上正气充盈的广播电视文化空间

习近平总书记强调指出,“文化是一个国家、一个民族的灵魂。”我们繁荣发展广播电视文艺的初心,就是要满足广大人民日益增长的美好生活需要,必须紧紧把握广大人民对广播电视的新需求新期待,以传播先进文化、引领文明风尚为己任,坚持破立并举、扶正祛邪,一手抓建设,一手抓管理,推动广播电视整体面貌气象更新、荧屏声频正气充盈,成为绿色美好的精神文化家园。

一是唱响社会主义核心价值观主旋律。“社会主义核心价值观是当代中国精神的集中体现,凝结着全体人民共同的价值追求。”大力培育和践行社会主义核心价值观,是党的十九大做出的重要部署,是坚定文化自信的重要内容。我们要把核心价值观内化为广播电视始终坚守的价值追求,贯穿于创意研发、制作播出、宣传推介全过程,融入新闻、经济、科教、文化、少儿、综艺、真人秀等各类节目和纪录片、动画片、公益广告中,做到无处不在、无时不有。要继续办好道德建设节目,发掘先进典型,宣传最美人物,在百姓日用而不觉的行为准则中诠释核心价值观,唤起人们的情感认同,做到春风化雨、润物无声。

二是加快文艺创新攻坚步伐。广播电视节目自主创新工作已经取得突破性进展,近两年来一大批自主原创节目已经得到社会各界的普遍好评,但是也要看到,我国广播电视文艺创新能力仍然很不平衡,有“高原”缺“高峰”的现象没有根本扭转。要实现我国广播电视文艺由大到强的转变,必须进一步加大文艺创新力度、提高文艺创新水平。今年起,总局将进一步完善节目自主创新工作机制,把重心向规划引导、创作指导等中前端倾斜。各级广电机构要坚持“小成本、大情怀、正能量”的自主创新方向,聚焦思想观念和体制机制关键环节,以高度的文化自信自觉冲破思想观念障碍,突破利益固化藩篱,革除体制机制弊端,科学合理配置资金、资源和人力,加快构建充满活力的文艺创作和管理机制,破立并举,释放广播电视文艺原创力,推动文艺创新迈上新台阶。

三是大力倡导“三讲”,坚决抵制“三俗”。习近平总书记指出,“倡导讲品位、讲格调、讲责任,抵制低俗、庸俗、媚俗。”广播电视是人民精神文化生活的重要来源,肩负着重要的文化使命和责任,必须认真严肃地考虑作品的社会效果,绝不能用“文化雾霾”“文化地沟油”“文化三聚氰胺”等劣质产品侵蚀社会文化肌体、污染人民精神世界、损害人民文化权益,在这个问题上,我们要寸土必争、决不姑息。要巩固前一阶段治理过度娱乐化、抵制低俗之风成果,注意新的问题苗头,及时辨识各类变异变种,进行坚决有力的回击。要更好地发挥政策杠杆作用,在上星综合频道节目宏观调控、创新创优节目评选表彰等工作中,对优秀节目大力扶持,对缺少价值和意义的节目加以抑制,对内容低俗有害的节目坚决查处纠正直至取缔,鼓励制作播出更多公益、文化、科技、经济类节目,推动广播电视形成讲品位、讲格调、讲责任的共同追求和抵制低俗、庸俗、媚俗的自觉共识,实现更高品质、更加

丰富、更为均衡、更有内涵的生产和供给，满足人民日益增长的美好生活需要。这些要求对网络视听节目同样适用。

四是加强评奖评论引导。文艺评奖是推动多出精品、多出人才，促进广播电视文艺繁荣发展的重要手段。要深入贯彻落实全国性文艺评奖制度改革精神，进一步做好中国广播影视大奖评审工作，严格标准，优化流程，评选出体现时代文化成就、代表国家文化形象的广播电视精品，充分发挥指引正确方向、促进繁荣发展、团结激励广大广播电视工作者的重要作用。

要进一步加强评论引导，坚持马克思主义文艺观，坚守党和人民立场，紧跟广播电视文艺创作实践，及时发声，理性发声，对文艺现象旗帜鲜明地提倡和鼓励、反对和批驳，对深层问题进行鞭辟入里的分析和解剖，对错误思想和模糊认识解疑释惑、正本清源，还要有见之于未萌、识之于未发的预防提示，让文艺评论成为广播电视文艺创作的一面镜子、一剂良药，成为引导创作、多出精品、提高审美、引领风尚的重要力量。

#### 第四，展现新作为，筑牢广播电视领域意识形态安全防线

习近平总书记强调指出，“落实意识形态工作责任制，加强阵地建设和管理。”当今世界正处于大发展大变革大调整时期，机遇和风险并存，传统安全和非传统安全交织，意识形态领域斗争尖锐复杂，我国意识形态安全面临严峻挑战。广播电视覆盖面广、影响力大，是意识形态工作的重要阵地，在开展意识形态斗争、维护意识形态安全中具有重要地位和作用。做好新时代广播电视宣传管理工作，必须深刻把握新时代意识形态工作面临的形势任务，切实肩负起新形势下维护意识形态安全的重要职责，认真落实意识形态工作责任制，大力推进宣传管理体系和管理能力现代化，确保广播电视始终坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，把党的十九大关于牢牢掌握意识形态工作领导权的要求落到实处。

一是加强风险防范应对，一以贯之坚持底线思维、强化忧患意识。进入中国特色社会主义新时代，习近平总书记在一系列重要讲话中告诫全党要增强忧患意识，做到居安思危。意识形态安全形势与国家安全形势紧密相连，经济社会领域的“黑天鹅”“灰犀牛”同样有可能发生在意识形态领域。新时代广播电视宣传管理工作必须增强忧患意识，牢固树立底线思维，提高防范风险能力和驾驭风险本领。要全面梳理宣传管理制度和 workflows，加强对关键环节和高风险环节的隐患排查和清理，未雨绸缪，不留安全隐患。要绷紧风险管理这根弦，对各类风险征兆都不能掉以轻心，更不能置若罔闻，要及时反映处理，抓早抓小，把风险控制苗头阶段，确保广播电视领域意识形态安全。

二是加强制度建设，构建系统完备、科学规范、运行有效的宣传管理制度体系。目前，我们已经建立起三审制度、重播重审制度、上星综合频道节目备案制度、重点时段重点节目主要负责同志审查签字制度、违规节目处理处罚制度、问题节目公开批评制度、属地管理和收听收看制度、广播电视节目网络传播管理制度、广播电视节目和网络视听节目制作管理制度等一系列宣传管理制度，在落实意识形态工作责任制、加强广播电视阵地管理方面发挥了重要作用。

特别是每周广播电视宣传工作例会制度，自 2016 年运行以来，已经成为总局政策发布、工作部署、经验推广、问题通报的重要平台，成为总局联系地方广电行政部门的重要纽带，

有力加强了对各局各台的工作指导，有效增强了广播电视宣传管理队伍的凝聚力战斗力。这一制度得到了中央领导和总局党组的充分肯定，得到了各省局、台的广泛赞誉。我们要继续健全完善宣传工作例会制度，使宣传工作例会成为全国一盘棋谋划部署宣传管理工作的重要抓手。我们要把意识形态工作责任制要求和广播电视宣传管理实践结合起来，及时把比较成熟的经验和行之有效的举措上升为宣传管理制度，让宣传管理制度的笼子越扎越密。

习近平总书记经常强调，一分部署，九分落实。制度的生命力也在于执行。再好的制度没有好的执行，就会形同虚设。广播电视宣传管理干部要牢固树立“四个意识”，站稳政治立场，坚定政治方向，增强业务本领，进一步提高抓落实的能力，确保中央决策部署政令畅通、宣传管理令行禁止。我们要提高政治敏锐性和政治鉴别力，切实增强导向意识和把关能力，在关键岗位配备政治坚定、业务精湛的力量，把工作往细里做、往深里做，用好的执行推动宣传管理制度落地生根、发挥实效。

三是加强全面全程管理，提高广播电视宣传管理工作系统性、整体性、协同性。新时代广播电视宣传管理是一项系统工程，是总局和地方，网上和网下，行政机构、播出机构和收听收看机构，播前审核把关、播中收听收看和播后追责处理等各方面的联动和集成。要创新管理理念、打破部门藩篱，既明确定位分工又加强协作配合，形成做好广播电视宣传管理的强大合力。目前总局层面已经建立起包括广播电视宣传管理、电视剧管理、传媒机构管理、网络视听节目管理和收听收看机构的节目会商协调会制度，及时通报各方面管理的新情况、新问题，协调落实重要宣传管理措施，形成齐抓共管工作格局，推动网上网下标准统一。希望各地也能配套建立起综合性宣传管理协调机制。

加强全面全程管理，各级新闻出版广电局(厅、委)是重要职能部门，必须牢牢把握广播电视宣传管理职责使命，守土有责、守土负责、守土尽责。要善于运用宣传工作例会制度和收听收看两个重要工作抓手，前端抓好政策传达、任务部署、落实检查，后端抓好节目评议、意见反馈、问题处理，坚决履行好属地管理职责，在机构改革和职能调整的大形势中找准定位，有力、有为做好宣传管理工作。

收听收看机构同样是全面全程管理的重要职能部门，是开展播后监管的重要力量。要全天候、不间断监测监听监看，切实做好节目分析研判，做到导向错误、内容有害问题零遗漏。要及时发现广播电视节目集中出现的苗头性、趋势化、类型化问题，早提醒、早干预、早纠正，为调控管理提供科学依据，为节目改进创新提出参考建议。要按中央要求和总局部署，加快现代监测监管平台和体系建设，并且要推进技术创新、完善应急预案、组织应急演练，强化应对干扰、攻击、破坏等突发事件的应急处置能力和水平，全面提升安全播出和网络安全保障能力。

同志们，有句话说得好——纷繁世事多元应，击鼓催征稳驭舟。让我们更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，不忘初心、牢记使命，夙夜在公、只争朝夕，在习近平新时代中国特色社会主义思想引领下，开创广播电视宣传管理新局面，为决胜全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利做出积极贡献。

## 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. 文化部、工信部、演艺设备协会领导到星光影视调研

12月28日，文化部文化科技司孙若风司长、工信部装备工业司罗俊杰副司长、演艺设备协会朱新村理事长等一行人，就我国文化装备产业发展现状到星光影视进行调研工作，星光影视董事长陈瑞福、副董事长赵铭、总工程师甄何平、星凯达总经理翁正灵等人热情接待。来宾们先后参观了星光影视的舞台机械车间、特种车辆生产线、影视舞台灯具生产线、专业演播室集群，对星光影视多年的发展成绩给予了充分的肯定。

孙若风司长讲到，文化装备的涵盖面已经越来越大，渗入了很多行业的细分领域，今天来看，文化装备产业是文化产业中的实体经济，对于文化产业的推动作用变得越来越大，像星光影视这样的企业，对于行业中存在的问题是十分敏感的，企业敏感的、重视的问题，正是政府要重视和解决的，比如装备的安全问题，尤其是剧场的安全隐患问题，文化部十分重视，从去年开始，先后出台了5项关于舞台、演艺领域的安全标准，有了标准，还需要企业们积极配合，才能使产业安全、良性发展。

罗俊杰副司长指出，文化装备产业，在中国越来越大，从前的重视程度是不足的，现在来看，文化装备产业是有必要单独成为一个行业的，今天看到了星光影视的发展，没想到星光把二产与三产的融合做的这么好，星光影视的产业链足够丰富，有资格代表行业，成为能走出国门的品牌企业。星光影视的品牌是有价值的，可以考虑采用军民融合、文化+装备的思路，促进企业的发展，政府也会拿出相应的举措，多与行业协会合作，促进产业发展。在发展的过程中，一定狠抓质量第一、质量优先，星光影视有条件、有资格引领市场，打造出优质高端品牌。中国的企业，从前重视研发，现在也要重视创意和设计，项目的前中后三端都要提高，打造“一揽子”的服务模式。新技术的应用，如人工智能、VR、AR，要重视起来，结合国家战略，如“一带一路”战略，让文化装备走出去，政府希望在未来可以培育一大批能够走出去的品牌企业，星光影视符合优势发展的条件。中国经济发展到了新阶段，希望星光影视也能够走入新时代。

陈瑞福董事长十分感谢领导们对于星光影视的高度肯定，他讲到，中国的文化装备行业经过多年的发展，某些领域已经赶超国际，但是还有一部分是相对落后的，这需要广大行业人共同的努力。对于安全、质量的问题，是星光影视多年来一直重视的，从标准到检测与监管，星光影视多年一直坚持，近期，星光影视已经和文化部开展合作，免费提供相关资源，帮助政府开展安全检测工作。对于安全问题，星光影视的原则是即使不挣钱，也绝对不妥协。文化装备产业，是朝阳产业，从印象系列到现在的归来系列，星光影视一直走在行业前列，文化旅游的发展，也离不开文化装备的支撑，现在，星光影视正在调整策略，将产品标准化、

模块化，我们引进国外的先进技术，用国际化的标准严格要求，从而提高质量与安全性。未来的星光影视，品牌和服务是两大关键词，即：打造优质的品牌，提供高端的服务。为此，我们收购了几家国外企业，如荷兰的专业吊挂厂家，美国的顶尖设计公司等。在星光影视，我们有五个专业的要求，即专业的设备、专业的人才、专业的技术、专业的管理、专业的服务，五个专业涵盖全部产业链，我们相信，“一”个亿的文化装备，能带来“十”个亿的系统集成，从而促成“百”亿规模的服务项目，这样“一、十、百”的模式，正在中国不断的发生。

## 2. 中科大洋揭秘广东台 4K 超高清领域的创新技术

2017 年底，全国首个 4K 超高清电视试验频道在广东广播电视台正式启动，成为我国 4K 发展史上的一个里程碑，这场 4K 风暴将为我们呈现出画面更逼真、特效更震撼、场景更丰富、表演更细腻的视听盛宴。

在广东广播电视台 4K 超高清频道系统中，中科大洋连续包揽了其中的 4K 播出和 4K 后期非编制作系统两大项目。其中大洋中标的广东台 4K 项目中的剪辑型后期非编制作系统，助力台方 4K 超高清频道内节目内容的精编。由于大洋的 4K 播出项目我们已经发布过详尽的报道了，今天小编就来为大家揭秘大洋 4K 后期非编制作系统究竟有哪些厉害的地方

4K 代表着视频有着更加出色的清晰度，能够显示更为丰富的细节。4K 电视节目的制作需要在流程中快速应用各个工艺环节，难点在于制作量大、制作成本高、技术和设备稳定性不成熟、难以保证无延时地对内容进行输出。要在符合存储、编辑、带宽需求的前提下，合理制定出一套满足针对台方的 4K 超高清剪辑、HDR、颜色管理、4K 播出的系统级流程难度非常大。

大洋积极响应广东省政府推动 4K 超高清电视发展、内容创作和技术开发的要求，配合广东省台多个部门机构，为国内 4K 电视制作工艺带来了深刻的变革。

大洋 4K 专家与台方进行了多次探讨，制定了不同业务方案。对于从未有过的产品标准和技术储备，大洋研发团队夜以继日，高效地提供了 4K+HDR 制作的解决方案。在长达数月的技术测试阶段中，大洋技术团队配合省台制作部、新闻部、播出部开展了全面的指标测试和产品检测，最终在软件功能、操作人性化、编辑实时性、监看方案等多方面超过了用户的预期，大洋推出的全新一代颜色管理体系开创了国内高品质 4K+HDR 制作的新局面。

4K 超高清电视节目除了传统意义上分辨率的提升外，对于视频图像色域表现力、高帧率播放、高动态范围的要求也随之增高，为了满足这些“新挑战”，大洋全新 4K 非编孕育而出

>兼容 SDR 和 HDR 制作，满足最高 XAVC 50P 帧率，编辑 4 层视频、字幕、调色全实时渲染。

> 满足业界主流的 PQ 和 HLG 两种方案制作，兼容 SDR 和 HDR 的双路编辑。

> 满足国际标准的颜色空间 Rec.2020，可在 UHD/HD/SD 之间进行精确的色域转换而无任何质量损失。

> 配合专业定制的调色台，可以精确地控制调色参数，充分展现你的艺术创造力。

> 支持 5.1&7.1 环绕声制作和杜比认证技术，配合国家新闻出版广电总局认证的响度控制功能，满足 4K 节目制作中音频的时效性，让灵感尽情迸发。

> 目前 HDR、WCG (Wide Color Gamut) 及 HFR (High Frame Rate)，成为了新一代电视关键词，大洋最新 4K 产品遵循行业新标准，将新技术融入其中。

> 大洋配合广东台共同开发的颜色管理体系可进行独立、准确、自由的配置，经过了严格的测试评估后，受到了台领导和相关技术负责人的一致好评。

> 支持 PQ 和 HLG 两种标准文件的制作和输出；

- > 支持智能化色彩识别和颜色转换;
- > 独创强大的颜色转换流程和管理体系;
- > 兼容主流 HDR 监看标准和设备;
- > 50/60P 的制作标准可满足 HFR 的流畅制作, 捕捉到完美瞬间, 支持 Rec.2020 宽色域。

一直以来, 大洋作为业内第一家实现全流程 4K 完整解决方案的厂商, 在 4K 制作及 4K 播出领域都处于行业领先地位。在广东台 4K 项目中, 大洋 4K 后期非编制作产品打造了高品质 4K+HDR 解决方案, 而 4K 播出视频服务器、4K 视音频能力处理平台、大洋 4K 画面一致性比对、4K 四选一静净倒换设备等一系列创新研发的自主知识产权产品, 打通了 4K 播控方案的关键环节。

今后, 大洋将持续加强与广东台在 4K 领域的深耕与合作, 助力其深化广电媒体供给侧结构性改革、抢占未来产业发展制高点。

### 3. 发挥核心技术优势 助力智慧城市建设 熊猫信息举办合作伙伴年会暨新产品发布会

1月12日, 由熊猫信息主办的2018年度合作伙伴年会暨新产品发布会在装备园B108会议室召开。来自全国各地的合作伙伴、特邀嘉宾40余人参会, 熊猫股份副总经理、熊猫信息总经理郭庆出席会议并讲话。

熊猫信息副总经理刘昌华首先在会上简要介绍了熊猫信息2017年度取得的成绩, 希望大家通过交流洽谈, 进一步加强沟通, 推动优势互补、共同发展。

郭庆在讲话时, 从熊猫信息智慧城市战略发展规划、核心技术竞争力等方面向来宾作了介绍, 并针对5G、大数据云平台等新一代信息技术对未来发展的影响提出了新的行业切入点和智慧型设备新概念。

与会项目经理、技术专家就智慧城市领域中的大数据分析平台、时空信息平台、生物识别访客系统、智慧驻车系统、智能楼宇综合维保系统以及人脸识别云闸机、一号通停车道闸等多项智慧型新产品等进行了方案分享和新品推介。

与会人员在交流中认为, 新技术发展迅猛, 新方案层出不穷, 创新性应用领域竞争激烈。熊猫信息的新技术具有很强的创新性和实用性, 在市场上具有较强的竞争力。要相互学习相互交流、不断应用新技术, 积极开拓新市场, 将“熊猫”的核心技术优势转化为智慧城市的行业优势, 将研发成果转化为核心竞争力, 抢占市场制高点, 共同为“熊猫”在智慧城市领域进一步突破提供驱动力和爆发力。(郭旭周)

### 4. 北电科林新春慰问送温暖 关怀情谊暖人心

2018年春节前夕, 公司总经理杜玉珉、党委书记杨晓冬、工会负责人艾诗奇等公司领导先后走访和慰问北电科林的部分老干部、老劳模、困难职工, 积极开展2018年新春送温暖走访慰问活动。

每走访慰问一户, 领导们都亲切询问老同志和职工们的身体健康和生活情况, 简要介绍公司这一年来的生产经营情况, 同时向他们转达组织的关怀和牵挂, 为他们送上了节日的慰问金和慰问品, 嘱咐他们多保重身体, 并向他们致以诚挚的问候和新春良好祝福。

新春送温暖活动, 把党组织的温暖、公司的关怀、工会的体贴和企业发展的成果, 传递分享给了每一位老同志和困难职工, 也进一步增强广大员工对企业的认同感和归属感, 密切了党群、干群关系, 提升了企业的凝聚力和向心力, 为公司的持续稳定发展创造了良好的内外部环境。

## 5. 【中标快讯】路通视信 GPON 设备首次入围贵州省网，发力贵州市场 发布日期 [2018-02-01]

在贵州省广播电视信息网络股份有限公司（以下简称“贵州省网”）近日公示的供应商入围名单中，路通视信迎来 2018 开门红，成功中标贵州省网 GPON 采购项目 E 包，中标金额 2560 万元。

此次是路通视信的网络传输设备首次中标贵州省网，标志着公司省级广电网络客户数量由 23 家增至 24 家。1 月中旬，公司还与贵州省铜仁市碧江区人民政府签署框架协议书，携手投资和运营碧江区 6400 万“大数据+智慧社区+农业电商+物流平台”项目。2018 年，公司将在贵州市场多点出击，全面发力，力争以更卓越的产品、更优质的服务、更昂扬的斗志，回报客户信任！

（本期结束）