

广电行业综合信息

2018 年第 03 期（总第 80 期）

中国广播电视设备工业协会

2018 年 04 月 03 日



目 录

| | |
|--|----|
| 一、行业信息..... | 5 |
| (一)、新技术和市场动态..... | 5 |
| 1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态..... | 5 |
| (1) AVS 标准有大事,广电与 IPTV 或共同推广使用..... | 5 |
| (2) 西班牙:地面数字电视要求一个 UHD 推广频道..... | 7 |
| (3) 美国 ATSC3.0 部署法规生效..... | 8 |
| (4) 电视的未来将结合线性和 OTT 的力量..... | 8 |
| 2. 移动电视及 CMMB..... | 10 |
| 3. 直播星和户户通、村村通..... | 10 |
| (1) 甘肃广电总台建成三级通联报道网..... | 10 |
| (2) 辽宁省农村广播电视“村村通”升级“户户通”..... | 10 |
| (3) 达茂旗广播电视全覆盖 满足农牧民精神文化需求..... | 11 |
| (4) 罗德与施瓦茨将为最新一代的卫星上行链路提供紧凑型放大器..... | 12 |
| (5) 全球卫星联盟成立..... | 12 |
| 4. 有线电视..... | 13 |
| (1) 有线电视订阅用户减少,但收入增加..... | 13 |
| (2) 欧洲有线电视产业持续增长..... | 13 |
| (3) 广电与体彩宣布,全国首家电视体育彩票花落湖北..... | 14 |
| (4) 临沂当地政府购买山东有线电视服务,“老人免费看电视”写进政府民生实事..... | 15 |
| (5) 德国电信将关闭模拟有线电视..... | 17 |
| 5. 前端、制作与信源..... | 18 |
| (1) 媒体制作中如何使用 AI 技术..... | 18 |
| (2) 全国首个县级高清同播频道在江苏正式开播..... | 20 |
| (3) 广东首批 4K 电视应用示范社区惊艳亮相!快看看有你家吗..... | 21 |
| (4) “The Lockers”索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 便携一体机应用分享会盛大举行..... | 22 |
| (5) EVS 下一代 XT 服务器与人工智能解决方案..... | 25 |
| 6. 机顶盒产业技术及市场动态..... | 26 |
| (1) 【看图说话】AWE2018,10 大彩电企业遭遇“正面刚”..... | 26 |
| (2) IPTV 内容权再燃战火:南昌广电告江西电信侵权胜诉..... | 32 |
| (3) 抢攻中国客厅经济 海尔联手阿里发布人工智能电视..... | 33 |
| (4) 2018AWE 家博会,原来是一场 AI 之间的较量..... | 35 |
| 7. 新媒体..... | 37 |
| (1) 不可不知的 20 个传媒产业发展新动向(2018)..... | 37 |
| (2) 产业价值重构 电视厂商应提供完整 4K 体验..... | 40 |
| (3) 罗德与施瓦茨携手紫光展锐,拟建立联合网络运营商测试实验室..... | 43 |
| (4) InfoComm China 2018 峰会:亚洲最大规模专业课堂 接近 60 场学习讲座会议..... | 43 |

| | |
|--|----|
| (5) 【CCBN2018】李巍：泛生态新智慧——智慧广电贵州探索..... | 46 |
| 8. 媒体融合..... | 47 |
| (1) 四川广播电视台与腾讯公司战略合作 推进广电行业融合发展..... | 47 |
| (2) 专访政协委员中的广电总局领导,谈电影票房、媒体融合等行业热点..... | 49 |
| (3) 媒体融合新征程..... | 51 |
| (4) 2017 年全国电视收视市场回顾(下)..... | 55 |
| (5) 《广播电视媒体融合技术研究与应用》出版发行..... | 60 |
| 9. 虚拟现实/增强现实(VR/AR)技术..... | 61 |
| (1) 谷歌发布 AR 软件开发包 ARCore 1.0..... | 61 |
| (2) VR 转播来了! 皇马面向全球推出 360° 全景及虚拟现实频道..... | 62 |
| 10. 国际动态..... | 63 |
| (1) 5G 电视广播试验..... | 63 |
| (2) 英国家庭娱乐消费超过印刷品..... | 64 |
| 11. 走向海外..... | 66 |
| (1) “一带一路电视台”正式启动..... | 66 |
| (2) 5G 第一版国际标准将于今年 6 月完成..... | 67 |
| (二)、重要政策进展..... | 67 |
| 1. 三网融合..... | 67 |
| (1) 两会提案关注网络视听产业监管, 重点指出这些问题!..... | 67 |
| (2) 广东省网信办等多部门联合开展网络直播专项整治行动..... | 70 |
| 2. 宽带中国..... | 71 |
| (1) 中国移动启动“5G 终端先行者计划”..... | 71 |
| (2) 中国电信与华为成立商业联合创新中心..... | 71 |
| (3) 尚冰:2018 年中国移动 4G 用户将破 7 亿 固网宽带超 1.3 亿..... | 72 |
| (4) 【快讯】国网拿下 OTT 牌照, 将持有国广东方 35%的股权..... | 74 |
| (5) 延安宽带已普及 2260 个村子 今年年底实现全覆盖..... | 74 |
| 3. 相关政策法规..... | 77 |
| (1) 最新消息: 工信部最新颁发 14 张 CDN 牌照 18 张云牌照..... | 77 |
| (2) 政府工作报告为广电发展提出哪些新要求..... | 78 |
| (3) 广电总局发布《点播影院、点播院线管理规定》..... | 79 |
| 4. 与广电相关的标准..... | 82 |
| (1) 黄金频段屡被争抢 700M 被建议用于 5G..... | 82 |
| (2) 广电总局印发《国家新闻出版广电总局改革发展项目库项目评价指引(试行)》通知..... | 83 |
| 5. 广电行业动态与分析..... | 84 |
| (1) 首单国企传媒(四川广电)精准扶贫供应链金融 ABS 发行落地..... | 84 |
| (2) 蔡伏青新任广东广播电视台台长 张惠建卸任..... | 85 |
| (3) 2017 广播电视广告收入下降 1.84% 首次负增长..... | 86 |
| (4) 和亚宁拟任云南广播电视台台长 蔺斯鹰拟任新闻出版广电局副局长..... | 89 |
| (5) 【TV 资本论】“两会”春风又起, 这些议案能带广电回暖吗..... | 90 |
| (6) 上海广播电视台台长高韵斐: 2018 年不出爆款就要死..... | 92 |
| (三)、领导讲话及动态..... | 96 |
| 1. 总局领导聂辰席、周慧琳、张宏森参观 CCBN2018..... | 96 |
| 2. 丁文华谈 HDR、3D Audio 标准及产业化进展..... | 96 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 二、会员企业信息..... | 98 |
| 1. 星光影视组织员工参加节后培训..... | 98 |
| 2. 熊猫电子坚持以市场为导向 着力推进公司重点科研项目..... | 98 |
| 3. 北电科林与建行北京市分行签署战略合作协议..... | 99 |
| 4. 凝心聚力 新奥特两会服务进行时..... | 100 |
| 5. 湖南省副省长陈飞考察国科微，鼓励公司再创佳绩..... | 101 |
| 6. 大洋与松下签署战略协议 为视频云端专业制作开启新模式..... | 102 |

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) AVS 标准有大事,广电与 IPTV 或共同推广使用

编辑: passion 来源: 常话短说

3月2日,“AVS2编解码技术产业应用研讨会”在深圳召开。常话短说注意到,这是一场专门面向IPTV业务的AVS2技术产业研讨会,呼吁产业在更高的战略认知上建立“AVS2护航IPTV,IPTV推广AVS2”的共识,希望用2-3年的时间,让AVS2在IPTV中真正使用起来。

我们知道,AVS2作为AVS+的进阶版,主要面向超高清编解码,对标对象就是久负盛名的HEVC/H.265。

而从出席会议名单来看,可以说IPTV产业链的重量级嘉宾都到了:

内容端:百视通、4K花园、优朋普乐等

播控端:南方传媒,江苏新媒体、百视通、华数传媒等

编码器厂商:上海国贸、数码视讯、柯维新等

系统厂商:华为、中兴、烽火

芯片厂商:海思、中兴微、MStar、Amlogic、全志、瑞芯微

IPTV运营商:中国电信、中国联通、中国电信四川公司、中国电信广东公司

其他:广电规划院、广科院、AVS工作组的专家、AVS产业联盟

1)机会

随着国家力量的介入,AVS标准在广播电视领域的普及正在飞速发展,包括卫星传播、直播星、有线电视都已经建立起AVS的应用场景,主要是AVS1和AVS+。

随着广播电视传输向超高清发展演进,其编解码标准从AVS+过渡到AVS2也就是顺理成章的事情。

但也不得不意识到的问题是,AVS在IPTV、OTT、互联网等新媒体领域的进展还是稍显缓慢,而新媒体又是未来音视频产业的重中之重。

不过,现在AVS得到了一个机会,那就是HEVC的专利费——HEVC的授权政策非常复杂,

且相比于 H.264 倾向于高额收费，这已成为国际共同忧虑。虽然现在不少运营机构已经采用 HEVC，但专利费并无定论，始终是一个巨大的潜在风险。

所以才有谷歌、微软等公司组织了一个 AOM，正在制定免专利费 AV1 标准试图抗衡 HEVC。但 AV1 目前还未定稿，编解码实现成熟还需要一段时间。

一方面是对 HEVC 专利费的担忧，一方面是 AV1 等新的标准尚未成熟，这无疑让 AVS2 获得了一个“插队”缝隙：标准授权优惠（据说 AVS2 将继续定位公益性质，专利费可以忽略不计），性能优越，而且编解码实现基本成熟，是国内视频产业界的绝佳选择。

而 AVS2 的首个目标对准了 IPTV——根据电信透露的信息，IPTV 目前已经从“4K”转向“全 4K”，对于先进、便利的先进编解码需求也更加迫切。

AVS 产业联盟张伟民就表示，在 IPTV 的层面来讲，以前的盒子解不了全 4K，换盒子势在必行，不是换 AVS2 盒子的问题。

从会议所传达的信息来看，广科院、规划院、广东电视台、南方传媒和 AVS2 上下游厂家，完成了对 AVS2 标准编解码器在有线网和 IPTV 网的端到端测试。厂家对测试很用心，测试中发现的小问题一一得到解决。

据了解，广东在发展 4K 产业中将有两个强制性的要求：1. 电视终端和播控方要加大 4K 内容的制作；2. 终端的 4K 必须适配 AVS2 标准。

2) 表态

在研讨会上，大家对于 AVS2 在 IPTV 上的应用也进行了表态，有支持和肯定，也有疑惑和顾虑，小编认为这是正常现象，说明是真的是市场化思维在推动。

播控方：

南方新媒体：商用存在欠缺，尤其是头端和终端的设备。起点和时间还没确定，从技术层面提一个愿想，希望尽快有能够商用的终端和编码器能和我们播控方配合起来。

江苏新媒体：生产流程这一块不只是盒子的芯片，还要考虑在 intel 芯片上能否实现。软件厂商能否跟上。

华数传媒：我们这边由实验室来完成技术上的问题，我这边比较关心压缩比、速度与质量，端到端的这块，4K 我们已经换了一批盒子，不知道已经换的盒子能否支持 AVS2，另外我们已经有 HEVC 了，再来一套 AVS2 的，成本比较高。

芯片方：

海思：目前已经有支持 AVS2 的芯片，我们未来的芯片也都将支持 AVS2。现在也在积极推动盒子厂商来做，芯片厂商的热情取决于 IPTV 运营商的态度，如果运营商态度很积极，

我们没问题，一定会支持。

中兴微： 18 年的芯片会支持 AVS2，大概在第三季度芯片会出来

Mstar： 17 年下半年已经有了相关芯片，今年将有更多产品。对错误码率的容错性有没有一个标准，需要一个评估的方式。

晶晨(Amlogic)： Amlogic 公司正在积极推进 AVS2 支持进程中，18 年支持 AVS2 的电信运营商专用芯片计划是 Q2 末-Q3 初出来。

全志： 芯片已经去流片了，可能在二季度末推出，目前也是缺失码流的测试和评估。

瑞星微： AVS 我们一直在跟进，希望和 HEVC 的复杂度不要相差太大，场模式之类的比较复杂的工具要不要实现?AVS2 在 1080P 分辨率的效率会不会不如 4K 分辨率下提升得多;AVS 场景编码的模型有没有推荐的?

此外，AVS 将集产业的共识编写 IPTV 业务系统 AVS2 实施指南(2018 版)，争取作为 3 月 27 号广东 4K 产业生态联盟大会的献礼。

(2) 西班牙：地面数字电视要求一个 UHD 推广频道

2018-02-28

考虑到第二次数字转换将于 2020 年完成，西班牙地面数字电视运营商敦促管理部门分配一个 UHDTV 频道促进 4K 广播。



地面数字电视运营商协会还要求西班牙政府保证当前地面数字电视容量有 8 个地面数字电视复用及其在 700MHz 频段的态度至少到 2030 年。

他们还要求一个对支付数字转换和调整天线费用的运营商和用户的补偿计划以及一个清晰的转换时间表。

(3) 美国 ATSC3.0 部署法规生效

编辑: passion 来源: B&C

美国时间 3 月 5 日, 美国联邦通信委员会 (FCC) 有关下一代广播电视标准 ATSC 3.0 可按自愿原则部署的法规正式生效, 这标志着美国下一代电视标准部署进程正式启动。

WRAL-TV 是采用这一标准的先驱电视台, 上月已进行了 ATSC 3.0 广播测试, 首次以 4K 格式播送了冬奥会内容。



冬奥会 ATSC 3.0 广播测试

FCC 仍需就服务如何铺展作出一些决议, 但已确定采用自愿形式。在新标准铺展之初, 电视台需要进行 ATSC 1.0 和 3.0 标准的同步联播 (ATSC 3.0 并不向后兼容)。

今年 5 月, 来自 LG 电子的 Madeleine Noland 将接任 Rich Chernock 担任 ATSC 技术小组主席。

ATSC 主席 Mark Richer 表示, 还有许多标准工作要做, 但有关下一代电视的竞争已经正式开始。

新的电视标准支持定向广告、紧急报警、视频点播等互动性功能, 是一个基于 IP 的标准。

本周一起, 大多数的规则已经生效。只有三个规则因为涉及到情报搜集, 必须首先获得管理与预算办公室 (OMB) 的同意。因此, 这部分规则必须在 OMB 签署后才能生效。这些规则涉及电视台之间的同步联播协议 (分别为 73.3801、73.6029、74.782 小节)。

(4) 电视的未来将结合线性和 OTT 的力量

编辑: passion 来源: 德外 5 号

新加坡最大的广播集团——新传媒 (MediaCorp) 的首席商务官 Parminder Singh 告诫道, 不要摒弃无线广播。

10 年前, 一个典型家庭的电视收看情景是, 一家人在用餐过程中聚集在电视机前观看他们最喜欢的节目。现在的“电视之夜”看起来则相当不同: 家庭里的不同成员待在不同的房间, 在不同的设备上观看不同的节目。对电视网而言, 好消息是人们仍在观看电视节目, 不那么好的消息是发行模式已经改变, 并将永远改变。

电视业务过去非常简单，采用线性运营模式，由内容、发行和观众组成，收入主要来自广告和/或订阅。电视网和电视台能够控制观众观看的内容，从而决定来自广告主的收入。但是，随着技术的发展和不断变化的消费习惯，以及媒体分散化的增加，电视网和电视台的收视率和广告收入逐渐下降。

广播公司想要维持商业利益，很显然，基于线性收视率的传统广告收入模式必须发展。但是该如何发展？

先来看看影响当前电视消费习惯的一些趋势。首先，通过宽带连接提供内容的 OTT 内容供应商正在崛起，诸如 Netflix 和 Hulu 等运营商让观众能随时随地观看他们想看的内容，而费用只是大多数有线订阅成本的一小部分。其次，放弃有线的人数急剧增加，尤其是在北美。第三，地方电视节目仍在提供的观众类型和数量，在代理商看来，对其客户最有价值。

在新加坡这样一个紧凑的地区，电视渗透率达到 98.9%，手机普及率达到 149.6%，无线宽带渗透率达到 194.3%，广告的成功取决于能否在各种可用媒体选项中提供本地相关内容。为此，无线广播公司所在的特有位置，将能够使其提供综合了这些媒介的优势。例如，一个故事可以先在电视上播放，然后作为 OTT 网剧播放，再进一步开发成迷你电视剧或电视电影（Telemovie）。这样的话，变现机会也可以遵循类似的轨迹，并且可以让广告主获得线性和 OTT 的综合优势。

关于“数字化是电视的未来”说法已经有很多，但我想提醒大家不要忽视那些不太懂技术、但购买力过高的老年人口。如果我们赞成“内容为王”，那么数字化则是一个内容载体平台。

无线广播仍然是向大量家庭发行实时节目的最有效方式之一，相比大多数互联网视频网站，其规模更大、效率更高，特别是在有带宽问题的国家。USP TV Networks 已经超越了 OTT 玩家，他们会很好地利用这个优势。电视仍然很受欢迎，因为它可以在广告播放过程中讲述引人注目的故事并产生 100% 广告占有率。由于这些原因，我们知道具有高传播价值的广告通常会在电视上播放。在一天结束时，广告主希望利用他们的营销资金在目标人群中吸引最多的眼球。

传统上，电视网络的收视率决定其生死。现在情况已经不再是这样，当前的电视观看很多是线性和非线性的组合，广播公司通过 OTT 领域的回看或高级观看来吸引观众。因此，更合适的测量系统将能够在各种屏幕上捕获线性和非线性观看。收视率很重要，但更重要的是能帮助广告主了解其投资的综合指标。

从有线和录像机到 DVD 和流媒体，电视业务经历了严重的混乱。它可以继续增长，但需要适应，所以会出现新的商业模式。这就是为什么新媒体（Mediacorp）与新加坡报业控股（Singapore Press Holdings）结成联盟，创建一个新的数字广告市场，纳入了双方网站上的展示类和视频广告资源。

媒体公司必须接受动态和非传统的合作，让视频叙事随着消费习惯和技术一起发展，成功的电视收入模式将是那些利用线性和 OTT 的组合力量，并为广告主提供相关指标来测量其影响的模式。

2. 移动电视及 CMMB

(本期无)

3. 直播星和户户通、村村通

(1) 甘肃广电总台建成三级通联报道网

编辑: passion 来源: 中国新闻出版广电报

甘肃省广播电影电视总台经过 3 年的努力, 依托 14 个市(州)、86 个县(区)、部分行业企业电视新闻机构和下派驻点, 形成了由 120 个报道组网格布局、无缝隙覆盖全省的省、市、县三级通联报道网, 确保在重点报道和应急报道中迅速行动、及时发出报道。

甘肃广电总台电视新闻中心主任杨德灵告诉记者, 甘肃通过深入实施新闻质量提升工程, 努力拓宽报道领域, 依托全省各通联台(站)、行业站点的协作配合, 新闻报道的时度效明显跃升, 新闻的吸引力、感染力和可视性显著增强。

据介绍, 《甘肃新闻》栏目已经成为反映全省各地各行业时政、经济、民生、文化、教育、社会发展的重要宣传阵地和传播平台。2017 年该栏目发稿 4663 条, 比上年增长 5%。

“2017 年是甘肃省主题报道非常密集的一年。这些报道主题鲜明, 特色突出, 具有较强的舆论引导力、影响力和传播力。”杨德灵举例说, 《十九大时光》专栏从小切口看大成就, 利用新闻故事暖人心, 生动展现 2600 万陇原儿女爱党、护党、永远跟党走坚定决心和信心。中宣部、国家新闻出版广电总局对该专栏给予肯定时表示, 记者能够进老区、上高原、入乡村、走军营, 充分报道基层干部群众对党的十九大的高度关注, 以及甘肃 5 年来的巨大变化, 极大振奋人心。

此外, 《新时代新气象新作为》《新春走基层》报道采制了一批有内容、有思想、有温度的电视新闻节目, 侧重在新想法、新行动上做文章, 在节目样式上要求有新闻故事、百姓寄语, 也要有记者手记。

杨德灵表示, 2018 年将继续实施好“头条工程”和“快报工程”。坚持让头条报道围绕核心、服务中心、贴近全省实际, 更加及时反映当下宣传主题; 让深度报道更接地气、让新闻快报更快反映各地经济社会变化的最新成果, 进一步减少概念化、汇报式、综述性的新闻报道内容, 进一步提升新闻产品的融合传播力。

(2) 辽宁省农村广播电视“村村通”升级“户户通”

2018-03-05 09:53 来源: 农民日报

记者日前从辽宁省新闻出版广电局获悉, 截至目前, 辽宁全省已全面实现 20 户以下已通电自然村村村通广播电视。下一阶段, 辽宁将按照国家要求, 推动村村通向户户通升级。

据辽宁省新闻出版广电局副局长田铁林介绍, 目前辽宁省正在制定有关文件, 因地制宜推进数字广播电视无线覆盖和入户接收。围绕这项工作, 重点将实施省级广播电视节目无线覆盖、无线台站基础设施建设、应急广播示范系统三项重点工程。力争到 2020 年, 基本实

现数字广播电视户户通，让全省群众人民都能看上电视、看好电视，不断满足人民群众日益增长的美好生活需要。

据悉，辽宁省全面完成了全省县城数字影院建设，共建数字影院 56 家。农村公益电影五年来累计放映 70 余万场。全省无线高山台站基础设施建设一期工程基本完成。全省广播、电视综合覆盖率分别达到 99%和 99.07%。

（3）达茂旗广播电视全覆盖 满足农牧民精神文化需求

编辑：passion 来源：科讯广电网

对于达茂旗巴音花镇敖龙忽洞嘎查的牧民布图白音来说，电视是他们一家唯一了解外面世界的窗口。这段时间，家里的电视节目又新增了几个频道，可把布图白音高兴坏了。他说，现在不仅能看到中央台、卫视台，还能看到地方台，给生活增添了很多乐趣，可以更多更快地了解各种政策信息和知识。

近年来，达茂旗坚守基层、坚守公益，结合新农村新牧区建设，全面推进地面数字信号边境全覆盖和广播电视“户户通”工程，进一步丰富了农牧民群众的精神文化生活，也为他们更好地了解党和国家的政策信息添油助力。

来到达茂旗百灵庙广播电视发射台，高耸入云的自立铁塔，宽敞明亮、焕然一新的机房，舒适整洁的宿舍，让人眼前一亮。始建于 1976 年的百灵庙广播电视发射台，基础设施严重老化，改建机房，更新设备迫在眉睫。随着自治区广播电视高山无线发射台站基础设施项目的实施，百灵庙广播电视发射台进行了机房改建、重新装修。经过改造，电台发生了巨大的变化，办公条件充分改善，机房布局更科学、更合理、更完善，而新建的 100 米自立铁塔扩大了广播电视信号覆盖范围。“目前，在现有的百灵庙、红旗牧场发射台基础上，满都拉、巴音花、查干哈达、达尔汗、小文公、西营盘、石宝、腮忽洞、西河、明安等地都建设了转播台站，形成以百灵庙发射台为中心，以红旗牧场发射台为重点，以 10 个转播台站为补充的覆盖体系，全旗基本实现了中央、自治区、包头市和达茂旗四级广播电视的一揽子覆盖，重点地区、重要通道、重要节点广播电视信号的全覆盖。”达茂旗新闻传媒中心主任胡强说，特别是市、旗两级电视节目和达茂旗自办调频广播的覆盖面积由不足 30%提高到 95%以上，覆盖的农牧民常住人口由 20%提高到 98%以上。

达茂旗在推动地面数字信号边境全覆盖的同时，还着力推进“户户通”工程，坚持不漏一村、不漏一户。从 2012 年开始至今，在全旗 12 个苏木乡镇 77 个行政村（嘎查）完成安装直播卫星“户户通”19800 套，2017 年又争取 2000 套户户通设备，基本解决了全旗农牧区常住人口看电视、听广播的实际问题。“户户通”工程实施以来，农牧户可以收看到 64 套清晰的电视节目，收听到 44 套广播节目；特别是地面数字覆盖工程实施后，通过“户户通”还能够收看到 3 套包头、1 套达茂电视节目，收听到 1 套达茂调频广播节目。同时强化维护保障和后期服务，抽调专门技术人员成立“户户通”服务中心，在各乡镇设置服务联络点，开通 24 小时服务电话，并设立应急小分队。按照“坚守公益、面向基层、服务群众”的要求，实行低成本、零利润的维修服务，定期对“户户通”设备进行巡查维护，确保农牧民用得上、用得好，使“户户通”工程真正成为让农牧民长久受益的惠民工程。

广播电视“通”到群众心坎上

广播电视全覆盖，就像春雨一样滋润着偏远农牧区群众的心田。用最低成本、最快速度、

最有效方式，打通农村牧区家家户户听广播、看电视的最后一公里，加快推动城乡广播电视公共服务均等化，给农牧民打开一扇了解外界的窗户，在自己家中就能享受到丰富多彩的文化、科技大餐，同时也把党的声音第一时间传到基层，通了人心，顺了民愿，架起了党和群众的“连心桥”。

(4) 罗德与施瓦茨将为最新一代的卫星上行链路提供紧凑型放大器

2018-03-12

凭借其新型 R&S PKU100 放大器，罗德与施瓦茨公司正在进军 Ku 波段的卫星上行链路放大器市场。R&S PKU100 将固态放大器无与伦比的优势以及管式放大器高紧凑性和低重量的特点集成在一台设备中。自适应线性化使得 R&S PKU100 真正具有创新性。

2018 年 3 月 12 日，慕尼黑——罗德与施瓦茨公司的 R&S PKU100 带来了上行链路信号放大技术的真正变革。该设备始终采用固态输出，可成为传统管式技术的真正替代品。例如，如果单个晶体管失效，则放大器将继续以降低的功率运行。

R&S PKU100 与传统的管式放大器一样轻巧、紧凑且节能，因此明显优于同类半导体产品。市场上尚无其他设备可以提供自适应线性化。它可提高信号质量，使网络运营商能够在相同的信号带宽上传输更多的数据。该放大器具有出色的效率，降低了运营成本。

R&S PKU100 提供室内和室外两种版本。它可应用于地面站和卫星新闻采集 (SNG) 车辆中。

罗德与施瓦茨对放大器的电源考虑良多。如果配有可选的冗余电源，当其中一个电源出现故障时，R&S PKU100 仍将继续运行。

固态放大器采用 400 W 和 750 W 两种版本，每种版本的频率范围为 12.75 GHz 至 13.25 GHz 和 13.75 GHz 至 14.5 GHz，覆盖 Ku 频段。R&S PKU100 可以配备一个块上变频器 (BUC)，能够处理低频的 L 波段信号并将其转换为 Ku 波段。放大器支持远程控制，并支持所有通用标准，如 Web 界面，SNMP，RS 232 和并行 I / O 接口。

罗德与施瓦茨公司的 R&S PKU100 将于 2018 年 6 月上市。

(5) 全球卫星联盟成立

编辑：passion 来源：传播与制作技术

6 家世界主要卫星行业协会成立全球卫星联盟 (GSC)，这是一个国际集团，通过它，在世界各地的许多成员公司合力支持下，目标行动将得到协调和实施。

该联盟将一致地促进行业优势，开启行业增长机会，并保证无数依赖基于卫星的解决方案之利益相关者的未来。GSC 的最终目标是获得一个连接每一位世界公民的生态系统。

创始合作伙伴为：

Abrasat (巴西)

APSCC (亚太卫星通信委员会)

CASBAA (亚洲有线与卫星电视广播协会)

欧洲、中东和非洲卫星运营商协会 (欧洲、中东、非洲、独联体)

全球 VSAT 论坛 (世界)

卫星行业协会 (美国)

响应数字世界的快速变化和对连通的巨大要求，GSC 将促进对颠覆性卫星行业创新以及

它们对频谱和监管决策和市场发展意义的认知和了解。

GSC 优先考虑事项是主张卫星在实现完全连通上的作用（从对联合国的可持续发展目标和宽带委员会的实现 5G 所需之网络的网络的连通目标的贡献出发）。此外，它还将致力于保证卫星服务是国家宽带战略、普遍服务计划和防灾准备工作的一个必需的元素。

4. 有线电视

（1）有线电视订阅用户减少，但收入增加

编辑：passion 来源：广播与电视技术

欧洲有线电视市场的订阅用户数量出现了增长，但是总体来看，订阅用户数量与去年同期相比出现了下降。

IHS 在有线电视大会上发布的数据表明，随着竞争对手平台不断增加用户数量，这种下降并不意味着有线电视业务出现了削减。

IHS 的泰德·霍尔解释说，“英国的维珍传媒在非常成熟的电视市场新增超过 10 万订阅用户，但是总体而言，整个欧洲和欧盟的用户数量下降幅度都很大。这慢慢呈现出的状况与当年数字转换预测的结果相同，所以流失到其他平台的模拟用户会越来越少。”

但是用户的流失并不能解释数字订阅业务每用户平均收入提高的原因。

宽带也毫无疑问地成为了有线电视领域的重头业务。去年，除了欧洲的三个市场外，所有有线互联网用户都增加了。下一代接入服务在有线电视方面也表现强劲，尽管面对强有力的竞争，其市场份额从前年的三分之一降到了 26%。

在占有 46% 市场份额的视频服务中，网飞（Netflix）比欧洲任何大牌视频提供商的用户都多，亚马逊 Prime 也以 16% 的份额领先。然而，泰德·霍尔指出，这种订阅规模远小于传统的付费电视订阅。

（2）欧洲有线电视产业持续增长

编辑：passion 来源：广播与电视技术

荷兰曾经是第一个关闭模拟地面电视的国家，在之后的十年内，欧洲有四分之一的已安装有线电视基地仍然保持着模拟状态。但是，来自 IHS 的数据表明，欧洲有线电视产业持续稳定增长，总收入同比增长 2.4%，于 2017 年达到 234.3 亿欧元。

行业贸易协会欧洲有线（Cable Europe）今天在都柏林年度有线电视大会上公布了最新的数据。

尽管电视、互联网、电话等服务的消费方式出现了一定变革，但欧洲有线电视产业在过去十年间（2007-2017）仍持续增长。电视仍然是该行业最大的收入来源，但是宽带服务正在推动该行业迄今为止最大的增长（2017 年增长了 5%）。与去年同期相比，宽带用户数量

增长了4.6%（即达到了160万用户）。这种多年来强劲的增长使得该行业减轻了对电视产业的依赖，而且随着DOCSIS 3.0的成功推动了互联网订阅的兴起，该行业的整体收入再一次得到提高。

2017年付费电视收入增长了2.1%（达到了2.2亿欧元），数字电视收入增长了8%，视频点播收入增长了18.5%。尽管模拟转换在年内继续保持增长，但是数字电视收入占有线电视总收入的80%（算上视频点播比例达到83.8%）。

有线电视依然是欧洲绝大多数家庭主要的电视接收模式。2017年电视、互联网和电话订阅总额的产业度量标准增加了240万创收单位，使总量达到了1.214亿。

欧洲有线电视总裁曼努埃尔·科恩斯塔姆评论说：“在竞争激烈的市场中，欧洲有线电视产业持续稳定增长2.4%。经过多年来对创新和基础设施的投资，在适应了不断地变化和重组后，有线电视产业能够一直为其客户提供高端宽带和数字电视服务。”

欧洲有线电视执行主席马赛厄斯·库尔斯补充道：“欧洲有线电视运营商面对宽带发展所带来的机遇，适时推出了高速连接、在线娱乐、原创点播内容和下一代电视平台等多项措施。新的数字电视服务和最快的宽带速度已经帮助有线电视产业保持领先，并为未来的发展提供了一个强大的平台。”

（3）广电与体彩宣布,全国首家电视体育彩票花落湖北

编辑：passion 来源：常话短说

3月8日晚间，湖北广电网络发布公告称，由湖北广电网络和湖北省体育彩票管理中心联手打造的全国首家体育彩票电视购彩平台正式上线。



湖北广电网络与北京华阳创美文化科技有限公司签署《湖北体彩电视购彩渠道合作协议》，公司作为彩票中心独家授权认可的湖北省行政规划区内电视渠道彩票资讯及投注系统开发运营服务商，华阳创美作为电视彩票服务平台，双方就用户在湖北广电网络平台彩票资讯及投注事宜达成合作协议。

此前的 2017 年 11 月，湖北广电网络华阳创美技术团队确认了湖北电视购彩项目的技术开发进展，以及解决主要的技术对接难题。

据了解，湖北体育彩票电视购彩是通过广电智宝盒在电视上实现彩票购买投注，该购彩方式操作简单方便，通过遥控器的上下左右及确认键即可完成注册、充值、投注、提现等操作。每次开奖后，通过电视购彩的彩票将自动兑奖，单注彩票万元以下的奖金，将自动到达电视购彩者注册的账户，真正实现“小奖无弃奖，大奖有提醒”。

该平台首期已推出体彩大乐透、11 选 5、排列 3、排列 5、七星彩等五个彩种的购彩投注功能。2018 年世界杯前将上线竞彩足球、竞彩篮球、传统足球等更多彩种。

考虑到今年是体育大年，世界杯等大型赛事将再次催生有线电视“续费”热，而电视体育彩票无疑又为有线电视用户提供了额外乐趣，想必能进一步拉动用户看电视的兴趣，形成良性循环。

（4） 临沂当地政府购买山东有线电视服务，“老人免费看电视”写进政府民生实事

2018-03-12 11:20 来源： 山东广电网络

2018 年年初，临沂市政府发布三号文件，“农村 65 岁以上老人收看有线电视免费”被写进了临沂市《2018 年度重点民生事项》。



作为牵头单位之一，山东广电网络临沂分公司与各地区政府积极洽谈，在河东区、经济开发区、莒南县和高新区达成了统一意向，由各分公司免费安装及提供设备，由政府购买有线电视服务、补贴收视费，让越来越多的居民，尤其是老年人、贫困户看上有线数字电视。



1) 政府拿补贴，居民看上高清有线电视

“以前我们家看电视用的是天线，只能搜到六七个台，而且‘雪花’特别多，遇到打雷下雨刮风，电视就没法看了。”临沂经济技术开发区村民刘维奇说，过去看电视不方便，无聊的时候就去打牌，经常惹得妻子不高兴，“现在有政府和山东有线给补贴安装的有线电视，能收看好几十个台，而且画面非常清晰，有新闻、电视剧、电影，内容也丰富。”说起这项惠民工程，刘维奇和妻子的脸上笑容洋溢。



山东广电网络临沂市直分公司副经理于洪波介绍，由于经开区农村居民居住分散，有线电视网络投资大，但农民经济能力有限，因此大多数农民一直依靠“小锅盖”、“大锅盖”等非法地面卫星接收设备及其他途径看电视，“这就导致经开区农村居民不能正常通过有线电视及时收看区党工委和政府的消息。”

2017年，临沂市经济开发区在全省率先以政府购买服务的方式，为村居和农村社区群众购买有线广播电视服务。经过探讨确定了优惠政策，政府每年为每户补贴80元，居民只需缴纳40元，就能收看60套高清节目。截至目前，山东广电网络有限公司临沂市分公司已完成4万户安装，开发区财政每年补助300余万元。

2) 老年人、贫困户免费看电视，三区居民享福利

不仅在经济开发区，临沂市莒南、河东和高新区也正在进一步推进以政府购买服务的形式，为65岁以上老年居民及贫困家庭申请有线电视补贴。

山东广电网络河东分公司目前正在为全区的4.5万户老年人积极安装有线电视。与经济开发区不同，河东分公司与区委区政府协议，为全区共66323名65岁以上老年人免费安装有线电视，政府补贴收视费。这样一来，区里老人们一分钱都不用掏，也能看上有线数字电视了。

山东广电网络临沂分公司综合部工作人员史家介绍，为了高效率高质量地完成这项惠民工程，河东分公司在对全区65岁以上老年人的用户数字电视档案进行调查、分类后，全体职工集体上阵，结合春节前夕的“新春用户大拜访”活动，挨家挨户深入走访，“不仅把惠民政策宣传到每一位老年居民家中，还帮老人们解决了许多力所能及的生活问题。”

去年，山东广电网络莒南分公司也与县政府签订购买服务协议，免费为65岁以上居民安装有线电视，减免收视费48元。在此基础上，县政府又根据莒南县的实际情况，为所有贫困家庭免费购买有线电视服务。

3) 四地区已在推进，将尽快覆盖临沂全市

近年来，国务院和省、市各级均出台了一系列关于加快推进广播电视户户通、政府向社会力量购买公共文化服务等方面的意见，均对做好政府购买有线电视服务、实现文化惠民作

出了具体要求。借助政策东风，自 2017 年起，山东广电网络临沂分公司就开始推进政府购买有线电视服务工作。截至目前，经济开发区已经有 2.1 万户完成有线电视安装；河东区有 1.6 万户完成安装；莒南县已经摸底排查完成，进入工程安装阶段；高新区则已达成统一意向，很快也可以开始推进安装。



“从前期试点情况来看，老年人用户群体对政府购买有线电视服务这件事非常满意。因为这不仅满足了老年群众‘看电视’的需要，也让党委政府的发展政策深入人心，推进了城乡文化一体化、服务均等化。”史家介绍，下一步，临沂分公司将进一步加快网络延伸和安装进度，争取在全市各县区开展政府购买服务，让更多老年群众尽快享受到看电视的优惠政策。

(5) 德国电信将关闭模拟有线电视

编辑：passion 来源：Broadband TV News

德国电信（Deutsche Telekom）将终止模拟电视和广播频道分发，并提供数字服务。

这些数字服务将包含逾 135 个未加密电视频道，包括 25 个高清（1080p/全高清）频道、逾 35 个外语频道、付费电视套餐和广播电台。

2018 年 4 月，德国电信将在巴伐利亚州和巴登-符腾堡州进行模拟信号关闭试验。今年 8 月至年末，德国电信将陆续在全国范围内关闭模拟信号。

德国电信已在专门的网站上通知有线用户有关模拟信号关闭事宜。该公司还希望在模拟电视频道中播出滚动文字信息，同时开通电话热线。

通过这一举措，德国电信已与其他计划在 2018 年底关闭模拟信号的有线运营商步调一致。作为“数字有线”行动计划的发起方之一，德国电信支持项目办公室与媒体机构、行业协会、电视广播商和有线运营商共同协调关闭模拟信号进程。

5. 前端、制作与信源

(1) 媒体制作中如何使用 AI 技术

编辑: passion 来源: TV Technology

为更好地理解媒体与娱乐 (M&E) 产业对 AI 技术的采纳程度, TV Technology 杂志和美国 Quantum 公司采访了 300 名媒体娱乐领域的商业和技术专家。该报告通过对调查结果的分析, 为 AI 技术在实际制作环境中的使用提供了一个精准的全景展现。以下为报告节选:

AI 的应用

在测试过 AI 技术的组织机构中, 三分之二将其用于工作流中至少一个重要环节的自动化。许多受访公司已经完成了最初的试验阶段, 开始将 AI 用于制作系统。

他们的态度表明, 如今 AI 已经成为可以成功规模化部署的工具。

在媒体娱乐领域, AI 主要应用于如下领域:

1) 自动元数据创建。这最为普遍的应用。这一过程节省了标注体育和新闻内容的大量的时间和工作量。

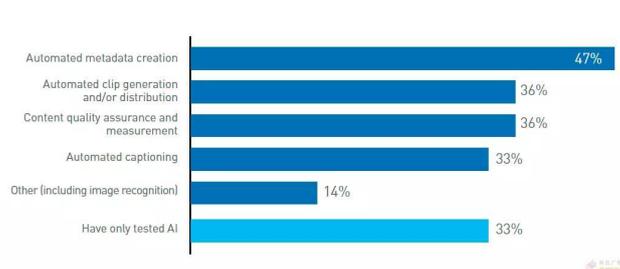
2) 自动剪辑片段 (clips) 生成和分发。内容文件或直播流会被分析是否具备受关注欢迎, 或在社交媒体上引起关注的特性。一旦确定, 这些剪辑片段可被转换为各社交媒体平台要求的特定文件格式, 自动发布, 并带有相关评论和标签。

3) 内容质量保证与监测。例如, 对于分析工具而言, 验证字幕是否出现是相对容易的任务, 但要验证字幕是否与对话和叙述相符、是否准确同步就需要更高水平的认知能力了。

4) 全自动标题字幕。这是 AI 技术的另一个重要目标。目前的系统还做不到 100% 的准确率, 但一直在朝这个目标努力。机器辅助多语种字幕是另一项可行的技术, 尤其是对于库存的素材而言。例如, 这一过程可用于已经播出过的存档素材。存档的剪辑一旦加上字幕, 就能更方便地重播。此外, 字幕本身为搜索内容提供了丰富的数据。

调查显示, AI 在媒体制作实践中开始显现出重大的意义。已有 21% 的受访者有使用过 AI 技术的经验。其中, 近一半将其用于自动元数据创建。各有三分之一将其用于剪辑片段分发、质量监测或自动字幕。还有一些机构将 AI 同时运用在了这三个方面。

如下图所示, 三分之一接触过 AI 的公司仅仅测试了这一技术, 尚未投入使用。



大型内容素材库

拥有大量内容资源和“丰富元数据”的媒体公司对于采纳 AI 技术尤为热衷。

在拥有大量内容资源（超过 2 万小时）的公司中，四分之三将 AI 用于自动元数据创建。

这些公司中，四分之三会定期或自动将内容迁出陈旧过时的存储技术。这一举措可以防止内容因为不支持当前设备读取而丢失或无法检索（例如老的录音带）。

近三分之二目前将 AI 用于自动生成或分发视频片段。这一过程有利于简化并加速与节目发布相关的工作流。

五分之三使用媒体资产管理（MAM）系统执行自动归档、跨平台文件管理和元数据管理等任务。这些系统能帮助公司确保内容在需要时可用、经济地存储，并且防止未授权的访问。

对于 68%拥有大量内容资源的公司而言，超过半数被元数据准确标注的内容可在 10 分钟内检索到。

内容存储偏好

为了进行内容分析，AI 系统需要访问待处理的文件和媒体流。我们需要考虑两个位置，一是内容存储的物理位置；二是分析算法可用于运行的处理资源位置。这两个位置未必要保持一致。

随着高速网络连接和处理虚拟化的发展，如今位置已经不像从前那么重要了。但事实上，这些公司更倾向于将存储和分析文件放在类似的位置。

最受欢迎的云存储（非结构化对象存储）位置是就地（on-site）私人存储。近一半受访者采用这种方式，场外（off-site）私人存储相对来说不那么流行，约占 18%。剩余三分之一受访者则采用公共云存储。

对于 AI 分析而言，就地私人资源最为流行，超过半数受访者青睐这种方式。四分之一表示使用场外私人云存储。

有趣的是，公共云（如亚马逊 AWS、微软、谷歌的服务）仅被一小部分受访者使用。这有些令人吃惊，因为大多数公开的材料都说 AI 类技术使用公共云执行所需的分析。

媒体机构对私有云的偏爱可能有如下原因：一是私有云和公共云服务的成本区别，尤其是考虑到传送和检索文件时所需的高带宽互联网花费；二是安全和隐私因素，尤其是有些内容持有协议规定了特定的内容文件存储地点。

未来增长预期

受访者认为，内容制作的步伐会加速，这将为使用 AI 推进内容工作流自动化带来压力。

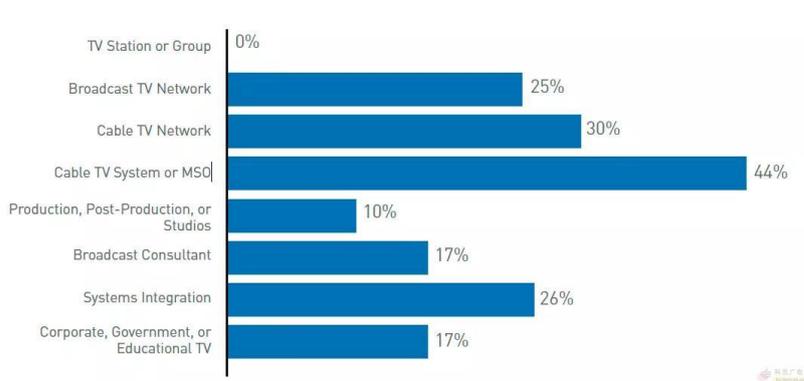
四分之三的受访者认为，未来三年他们制作的内容将增长 10%以上。三分之一认为，未来三年，其内容库存将增加 50%以上（按内容时长计）。

存储成本正在持续下降，而内容重复使用和变现的潜在营收有所增加，这让更多公司选择维持更大的内容库存。每小时内容的制作成本也呈下降趋势，因此在不增加制作预算的情况下，可以生产更多的内容。

各类型公司的 AI 使用情况

如下图所示，广播电视网、有线电视网、系统集成商等不同类型的媒体公司使用 AI 技术的比例在 10%-45%不等，使用率最高的是有线电视系统和多系统运营商（MSO），而电视台或电视集团则并未使用。

使用过或正在使用 AI 技术的公司(按类型分)



为何一个本地电视广播商不想简化元数据的生成流程呢？整体上，广播商对于其制作新内容的元数据量已经相当满意了。事实上，20%表示，已拥有了足够的元数据，53%认为新制作内容的元数据已足够，但老素材还不够。

已经使用 AI 技术的公司通常拥有足够的元数据（能让它们知道库存里有些什么），它们也能更好地快速检索视频片段，从存档内容中攫取价值。

在内容库上进行投资是有意义的，而在准确组织并标注存档内容上进行投资会更有意义。

（2）全国首个县级高清同播频道在江苏正式开播

编辑：passion 来源：苏州日报

从黑白电视机，到彩电，再到高清电视，更加舒适的观看体验，不断满足市民对美好生活的追求。昨天，吴江电视台高清频道开播，更加清晰逼真、鲜艳醒目的画质带给电视观众更好的视觉享受。吴江电视台也由此成为全国首个获批高标清同播电视频道的县级广播电视台。

吴江电视台副台长邹伟健介绍，从 2012 年起，他们投入 5500 多万元，先后对节目生产流程中的各技术环节进行高清数字化改造。2015 年 1 月，在周边区域率先实现全台节目生产流程的高清化。2018 年 1 月获国家新闻出版广电总局批复，成为全国首个获批高标清同

播电视频道的县级广播电视台，提前实现了江苏省《广播影视“十三五”科技发展规划》中2020年前实现节目制播高清化的目标。

同时，考虑到部分观众家中目前仍未安装高清机顶盒，吴江电视台也采取有效措施，保证所有观众的收看质量。据邹伟健介绍，他们通过学习央视一些先进的技术手段，对画幅进行相应处理，保证现有16:9平板终端上，不管看高清还是标清，都是最真实的一面，画面不变形。

（3）广东首批4K电视应用示范社区惊艳亮相！快看看你家吗

2018-03-05 10:05 来源： 中广互联

都说新年要有新气象，家家户户都希望能过得一年比一年好，最好能年年都跟上新时代的节奏。2018年对于广东人来说，将会是新数字家庭奋力发展的一年，4K超高清电视、智能家居、人工智能……都有谁已经搭上新时代的列车，过上新一代数字家庭生活了呢？

2017年省政府办公厅印发《关于开展新数字家庭行动推动4K电视网络应用与产业发展的实施方案》，提出广东力争用3至5年时间，在全国率先建成以4K超高清应用为标志的新数字家庭示范区。

为贯彻落实省政府有关指示精神，助力广东省4K电视网络发展和示范区建设，2017年广东有线全面启动数字家庭4K行动，遴选了淘金家园、岭南新世界锦云峰等多个小区，打造成4K电视应用示范社区。结合示范社区建设，广东有线在全市范围内建成5个4K公共体验场所，方便广州市民抢先体验4K业务，同时制定多种4K促销优惠方案，为用户提供低资费、高带宽的4K超清极致体验服务。4K电视应用示范社区获得了用户的肯定。

淘金家园，大型园林高尚住宅小区，目前小区升级4K业务的用户超过小区总户数的60%。



▲ 淘金家园4K应用体验展示厅及套餐办理现场

岭南新世界锦云峰，十年美誉品质大城。目前4K用户数占总户数的比例超过80%。

用户可在体验区免费体验真4K超清视频、智能安防、智能家居、多屏接收、视频通话、智能控制、高速宽带等项目带来的便利的新数字家庭生活。

开展新数字家庭行动，推动4K电视网络应用与产业发展，是广东省全面贯彻党的十九大精神，深入贯彻落实“四个坚持、三个支撑、两个走在前面”重要批示精神，深化广电媒体供给侧结构性改革，培育信息消费新动能，提升人民群众精神文化生活质量的重要举措，具有深远意义。省、市政府高度重视，快速推进相关工作。工作协调小组及专家多次前往淘金家园、岭南新世界锦云峰等4K应用示范社区视察，走访示范社区4K用户，高度关注4K

用户体验，并对下一步 4K 示范区建设工作进行了指导。



▲ 协调小组及专家现场视察淘金家园 4K 示范社区



▲ 协调小组及专家上门访问 4K 应用示范社区用户

广东有线将以 4K 电视应用示范区建设为重点，持续加强 4K 电视网络应用推广，争取让更多家庭升级为 4K 用户，享受更高品质的文化生活，助力广州市信息和文化产业转型升级。

(4) “The Lockers” 索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 便携一体机应用分享会盛大举行

2018-03-12

2018 年 3 月 9 日，“The Lockers”索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 便携一体机应用分享会在北京索尼影像技术学院盛大举行。本次活动由索尼中国专业系统集团主办，videocase 承办。在活动上，现场嘉宾与到场观众对 PXW-Z90 和 HXR-NX80 的功能做了深入浅出的探讨和交流，对它们的应用前景充满了信心。

索尼中国专业系统集团创新业务开发本部总监冈田修司先生、索尼影像技术学院院长国以均先生、公共关系与市场宣传科高级经理宋涛女士、产品市场部产品经理陈鑫先生、ATOMOS 亚太区副总裁宋慧桐先生、北京雷特世创科技市场总监纪杰女士，以及 videocase 网站主编郝大鹏先生出席了现场活动。

索尼中国专业系统集团创新业务开发本部总监冈田修司先生在活动开始前对这两款产品和市场战略做了简要的介绍。他表示，索尼的全系列影视设备都不断的进行升级和优化，本次为大家带来的产品 PXW-Z90 和 HXR-NX80 更是经典型号 PXW-X70 的升级机型。它延续了前代产品的优秀特性，同时也有新的性能，相信能在真人秀和单机运动拍摄中发挥重要的作用。

索尼中国专业系统集团创新业务开发本部总监冈田修司先生致开幕辞

本次活动以 Locking 街舞作为开场，现场气氛火热。街舞不但提升了现场热度，而且同时展现了 PXW-Z90/HXR-NX80 的拍摄性能，将设备的拍摄效果做了现场展示。

索尼中国专业系统集团产品市场部产品经理陈鑫对索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 便携一体机的性能做了详细的介绍。他表示，索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 体积小，性能强大。它作为轻便高性能的摄影机代表，其高速混合自动对焦在运动拍摄和真人秀拍摄上发挥着重要的作用。同时 HLG 功能能在拍摄时就直接得到 HDR 影像，大大简化了拍摄高动态范围视频的流程。S-Log2/3 系列曲线在前期拍摄时对画面信息分布进行了优化，使我们能够更轻松的对大光比的拍摄环境，同时为后期调色预留了充足的空间。TC Link 功能能够迅速的一键进行无线时码同步，方便多机位拍摄的素材对位处理。而将 PXW-Z90、MCX-500、RM-30BP 配合使用时，摄像机液晶屏和寻像器能够显示 Tally 信号，帮助用户进行导播机位状态的监看。



索尼中国专业系统集团产品市场部产品经理陈鑫介绍 PXW-Z90/HXR-NX80 特性

随后，Videocase 主编郝大鹏在活动现场，为到场观众做了深入浅出的讲解。他以丰富的实拍素材，通过大量的图片为观众进行讲解，使现场观众直观的得到关于 PXW-Z90/HXR-NX80 特性的认识。郝大鹏主编着重介绍了高速混合自动对焦、HLG、S-Log、升格、Tally 显示和 TC Link 功能，从实际案例出发介绍了设备性能优势，并以此分享了使用技巧。



videocase 网站主编郝大鹏介绍使用技巧



现场观众踊跃提问 活动气氛热烈

在活动现场，还展示了 PXW-Z90/HXR-NX80 作为摄像机的拍摄与制作全流程的解决方案与附件。HXR-NX80 搭配大疆 Ronin-S 稳定器，为大家展示了适合运动拍摄的组合。而 PXW-Z90 搭配科旭威尔的电控云台，则为大家展示了在真人秀拍摄中常见的遥控机位解决方案。ATOMOS 搭配 PXW-Z90 可以直观的进行 HLG 监看。Edius 9 则可以让到场观众将拍摄的素材导入到非编系统，直接进行 HLG 的剪辑。同时，在液晶电视上，也为到场观众播放了 PXW-Z90/HXR-NX80 的功能展示视频，让大家直观全面的对摄像机进行了解。



观众体验 PXW-Z90/HXR-NX80 摄像机

关于索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 便携一体机

索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 是新一代的便携一体机，它体积小巧，尤其适合于真人秀和体育运动等拍摄。它采用了高速混合自动聚焦，对焦范围宽广，自动跟焦稳固。而且它带有 HLG 拍摄功能，可以直接在机内拍摄 BT. 2020 色域的 HLG HDR 4K 影像。它还带有 S-Log2/3 系列曲线，能够在高对比度下充分还原高光 and 暗部细节，也能在后期调色上留有更大的空间。它最高可以拍摄 1000fps 的慢动作视频，满足升格拍摄的需求。同时，PXW-Z90、MCX-500、RM-30BP 组合使用时，可以在摄像机液晶屏上显示 Tally 信号，方便摄像师对导播使用情况进行监看。它还有 TC Link 的功能，能够快速将多达五台的摄像机通过手机 CBM APP 进行时间同步，方便多机位拍摄剪辑。

本次 The Lockers 索尼 PXW-Z90/HXR-NX80 便携一体机应用分享会的直播回放可通过以下二维码进行观看。

(5) EVS 下一代 XT 服务器与人工智能解决方案

编辑: passion 来源: 科讯广电网

在 NAB 2018 展会上, 您将看到有更多新产品补充到 EVS 解决方案中, 其中包括下一代 XT 现场制作服务器和引入人工智能 (AI) 的视频裁判系统-Xeebra。除此之外, EVS 还将展示其荣获大奖的一体化制作系统 X-ONE、IP 流/矩阵系统 SCORE MASTER, 电子竞技制作以及体育场馆控制系统。

下一代 XT 服务器

新一代 XT 系列服务器拥有更高的 UHD-4K 通道密度, 在 UHD、HD 以及 1080p 下, 视频服务器整体带宽提升 4 倍。基于对集成 HDR 的支持, 该服务器能够满足更高清晰度现场制作环境下不断增长的制作需求。

在与现有 EVS 工作流程保持互操作性的同时, 新一代 XT 服务器还将支持 SMPTE ST2110 以及 IP 架构下的高速摄像机。更重要的是, 该服务器将通过降低对 SDI 和 IP 之间网关设备的需求, 充分发挥 IP 部署的能力, 无缝过渡到下一代制作架构。

更多技术细节和服务器的新名称将在 NAB 现场揭晓。

人工智能 (AI) 驱动的裁判系统

Xeebra 2.0 是这次 EVS 展出的多机位回看系统, 通过它, 体育裁判和转播分析师能够快速、准确、可靠地对场上的动作进行回看。该系统可以同步处理多达 16 个机位信号, 使用者可以在系统的触摸屏上快速选择优先的机位, 并通过简单的触摸挤压手势放大画面。

Xeebra 采用客户端/服务器架构, 它可以被部署在需要它的任何地方, 包括场边、制作机房, 甚至是中央裁判区。

2.0 版本的一个重要特色就是引入了人工智能科技, 这大大简化了原本耗时甚多的手工处理环节, 明显缩短了系统设置和调试时间, 操作人员可以快速而精准地在视频画面上叠加虚拟图形, 以便帮助裁判做出决定。

一体化制作

X-ONE 一体化现场制作系统也将在此次 NAB 上展出, 它适用于小型制作, 在不久前刚刚荣获 IABM 享有盛名的设计和创新奖-Peter Wayne 奖。

X-ONE 采用情境化用户界面, 该界面仅显示时间相关的功能, 起到了内置制作助理的作用, 通过该界面, 一位操作员不仅可以对最多 6 路现场机位信号进行切换, 而且可以进行音频调音、图文叠加、慢动作回放等操作。X-ONE 让低成本可靠覆盖更多赛事制作的完美平衡得以实现。

用于现场制作 IP 路由管理的工具

SCORE MASTER 是 EVS 为基于 IP 的现场媒体制作系统专门研发的 IP 矩阵系统, 它可

以对控制系统中的所有 IP 流进行管理，随时感知带宽和延迟状态，从而帮助用户纵览 IP 连接网上的所有源和终点，实现对 IP 路由的全面控制。



专门制作区

在电竞展区，EVS 将与世界上最大的电竞组织之一 ESL 合作，展示 EVS 技术被用于电竞直播以及如何连接更多受众人群方面的独特优势。

与此同时，场馆制作控制区将展示 EVS 的场馆集成控制系统。EVS 将与多个合作伙伴合作，为观众演示如何增强比赛日的体验，其中包括与 ChyronHego 合作，演示场内视音频和图文动画的集成交付，以及通过 Trans-Lux 公司的场内 LED 显示屏演示新泽西魔鬼冰球队使用 EVS 的现场制作切换台 DYVI，将现场视频内容传输到世界最大的场内计分板上的过程与效果。

以上只是 NAB 2018 期间 EVS 将在拉斯维加斯会展中心南馆 SL3816 展台展示的部分内容，更多精彩期待您的到来。

6. 机顶盒产业技术及市场动态

(1) 【看图说话】AWE2018，10 大彩电企业遭遇“正面刚”

2018-03-12 13:40 来源：中广互联独家 作者：苗梦佳

3 月 8 日，中国家电及消费电子博览会(AWE)拉开帷幕。今年的主题是“智慧生活、全球平台”，会议将围绕“新思想、新科技、新趋势、新权威、新生活”五个维度，深入探讨智慧生活与人之间的关系。作为 AWE 最受关注的品类之一，在经历 2017 年的行业寒冬之后，各大彩电企业如何破局?乱花渐欲迷人眼的“彩电圈”会有哪些新技术?小编通过看图说话的形式，带你一探究竟!

TCL

在 AWE 展前，TCL 多媒体集团发布了三款电视产品——X5 原色量子点电视、C6 新剧院电视、P5 超薄新曲面。其中，X5 应用了原色量子点技术，实现色域高、色度纯、色彩久三大特点，并搭载杜比视界(Dolby Vision)HDR 技术。C6 支持原色高色域搭配杜比视界(Dolby Vision)，可以给用户的观看带来更清晰的画面效果和更丰富的细节表现。P5 则采用了 4000R 黄金曲面屏和中框一体成型技术，在音画质上，支持 MEMC 运动防抖技术，搭配专业的 Conchs sound 音响，是新生代用户的必选。

据了解，2017 年 TCL 电视全球总出货量达到了 2323 万台，同比增长 16.4%。基于如此亮眼的成绩，TCL 在 2018 年提出对电视和厂商本质要进行重新思考，在互联网智能技术更新迭代推动下，电视产品不再仅仅是一个硬件，它还包括了系统、丰富的内容、以及各种

各样的家居场景下的应用服务。因此，电视厂商的本质，是用户时间方案的提供商。

海信

作为 2018 年世界杯的官方赞助商，海信则打出了世界杯组合拳——带来了定制版电视 U7、U9 世界杯限量款等多款新品。其中，海信 U7 首创 AutoSport 自动体育模式，可智能感知用户观看体育赛事场景，并自动切换至体育模式；而海信 U9 则具备全程 HDR2200、纳米蛾眼仿生技术、量子点思维真实还原系统、智慧光感系统、独立音质处理芯片等旗舰配置。

此外，海信请来了 FIFA 历史上的传奇人物、2010 南非世界杯金球奖得主迭戈·弗兰，在 AWE 上担任海信的产品体验官。与世界足球博物馆合作，展出一些珍贵的世界杯藏品，包括八支世界杯冠军球队的球衣展览。

最令人震撼的还是首款 300 英寸 8K 激光影院，由四台激光电视组合显示而成，宽 6.6 米，高 3.7 米，面积比一个正规足球球门还大出不少。据海信介绍，该产品的激光光源使用寿命超过 20000 小时，超越传统灯泡投影上的千小时寿命，降低了后续维护成本，而且激光光源颜色纯正，色域空间的覆盖能力强。



近年来，海信一直执着于激光显示技术电视化的应用。从 100 英寸 1080P、100 英寸 4K、100 英寸双色 4K 到 80 英寸、88 英寸 4K 以及更大的 150 英寸 4K 都能看到海信的身影。去年 11 月份，海信就一口气发布了 80 英寸、88 英寸、100 英寸的 L6 系列 4K 激光电视，以及可以组建家庭影音室的 120 英寸、150 英寸的 S6 系列 4K 激光影院，完成了激光电视在大尺寸市场的产品布局。



创维

继 CES、MWC 之后，人工智能继续成为彩电展示的重点。创维自主研发的 AI 画质芯片“蜂鸟”，包括“精密平滑处理”、“动态目标重塑”、“超级 4K 增补”等核心关键技术。通过 AI 技术对图像对象进行搜索、识别和重构，可以精准地提升图像画质，分毫毕现地还原极具临场感的高品质影像，电视画质观感更加逼真和真实。



此外，创维在 AWE2018 展会上展示了旗下强大的 OLED 电视阵容。W9 采用柔性 OLED 屏，3.65mm 屏体附在钢化玻璃背板上，达到了超薄的视觉效果，如同悬在墙上的一幅壁画。W8 采用分体式设计，OLED 屏与 Smart Bar 之间通过转轴连接，既可成 180 度垂直，又可折成 90 度直角，巧妙地将挂装、坐装融合为一体。最新研发的 Crystal Sound OLED 荧幕自发声电视，采用“屏幕声场驱动技术”，由超轻薄的 OLED 屏幕震动空气发声，使得显示图像和声音能够融合，实现“音画同位”。

据家电调研公司奥维云网 (AVC) 全渠道推总数据显示，2017 年 OLED 电视的市场零售量规模达 11.3 万台，同比增长 92%。“随着 OLED 面板良率的稳健提升，LCD 与 OLED 的价差逐步缩小，使 OLED 不仅盘踞在高端产品上，也逐步向下渗透到中高端市场。”奥维云网副总裁董敏预计，2018 年 OLED 同比增长将达 123%。可见，OLED 电视产业正迎来飞速发展时期，未来电视时代或将由 OLED 主导。

长虹

和创维一样，长虹对“人工智能”也充满了自己的想象。此次展会，长虹不仅发布了 AI3.0 系列的产品—ChiQ 电视 Q5T、Q5E 和 Q5R 系列，还推出了人工智能智慧家庭解决方案 (ChiQ Life)。



据 ChiQ 电视产品经理陈科宇介绍，AI3.0 产品与以往产品相比，在画面清晰度、电视音质、TTS 情感化语音交互、语义算法等多方面均有大幅提升。以 Q5T 为例，防蓝光健康护眼技术可以让人更加舒适的欣赏节目，与同类产品相比，同等时间下眼睛疲劳度更低。



值得注意的是，3 月 8 日，腾讯宣布与长虹达成战略合作，今后前者旗下的腾讯叮当 AI 助手解决方案将登陆到长虹新一代智能电视上。Q5R 就是其双方合作的科技结晶，不仅在外观、设计上采用了无边框、悬浮画框、施华洛世奇定制的水晶转运环，还实现了腾讯叮当图像捕捉和语音交互的配合，支持声纹以及远场语音识别。

康佳

此次 AWE 展会，康佳发布了 A2 艺术玻璃电视以及 75 英寸 8K 分体式电视。据了解，由导演贾樟柯代言的康佳 A2 艺术电视，采用了高强度钢化艺术玻璃为前后背板，边框的前后都使用了透明的玻璃基板，实现了“无边框”效果，在实际观看中，能够很好的帮助消费者延伸视野范围，从而获得更好的观看体验。

8K 分体式电视则是目前全球唯一通过一条线显示 8k 60P 信号的产品，通过 8K 信号内部信号无损传输，图像得到了无损还原。分辨率达到 7680x4320，是 4K 分辨率的 16 倍。



除此之外，康佳还展示了 OLED 壁纸电视以及 LED65A1C 曲面电视。前者厚度仅 3.66mm，内置 Smart Bar，利用康佳自主研发的 3.0 喇叭系统，可以再现具有 3 维空间包围感的声场。后者搭载康佳 frequency 变频技术，有效提高画面清晰度，消除画面闪烁问题。如此多的“黑科技”亮相，也让康佳提出了 2018 年实现 450 亿的销售收入，5 亿纯利润的展望。

暴风

暴风电视在 AWE 期间展示了多款电视新品，包括 5 米内的人声远讲对话 AI 电视和即将发布的 AI 无屏电视 Max6S。

据悉，暴风 AI 电视是基于人工智能助手暴风大耳朵的人机交互，既可以精准实现 5 米内的人声远讲对话，支持模糊语义识别和深度语义理解。也能通过用户声纹判断其年龄段、性别，并结合行为大数据，实现千人千面的个性化推荐。同时将日常功能与人工智能有效结合，为用户提供儿童娱教、语音购物、大屏视频聊天、周边问问等多种人工智能服务。



而暴风 AI 无屏电视 Max6S 则是暴风 AI 无屏电视 Max6 的全新升级版，采用 1080P 物理分辨率，最高亮度为 1100ANSI 流明亮度，支持大屏 AI 助手和语音交互。此外，在原有的基础上还新增了“AI 自动对焦”功能，可以解决便携式投影仪跑焦的问题，将于 3 月 15 日在淘宝众筹正式开启。

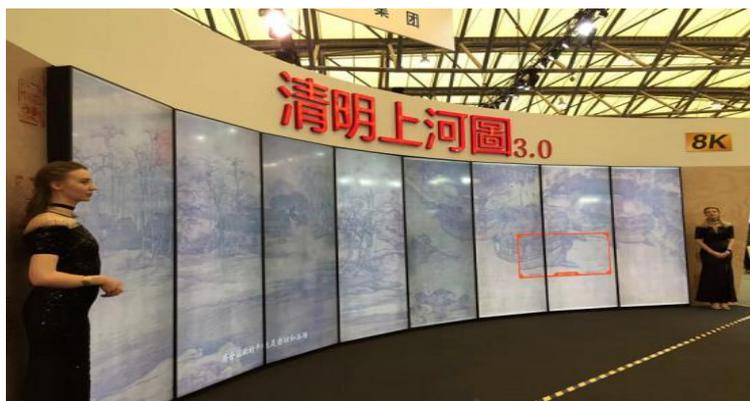
夏普

在富士康的赋能支持下，回归中国市场之后的夏普为 AWE 带来了一款 65 英寸 8K 电视——XLED-65SX980A。该电视分辨率达 7680×4320，搭载了全新的“新煌彩技术”，环保无毒的无镉广色域技术，使得电视具有饱和度高，色相准确、明度自然的特点。富士康科技集团副总裁陈振国认为：“这款 8K 电视符合众多家庭客厅的规模，能覆盖更多用户家庭。”夏普则表示，此款产品售价将非常亲民，具体售价及上市日期暂不公布。



除了发布这款电视，富士康与夏普带来的 8K 超大显示屏让许多人都纷纷驻足。据悉，由 8 块 104 英寸高清屏拼接而成的液晶屏幕，可分屏为两个 8K*5K 显示器，是目前最大的液晶屏幕，最大分辨率可达到 16K，可用于鉴赏、修复、研究细节了解当下历史，未来和媒体合作，还可运用于家庭装饰当作一面墙，甚至是在教育上使用。

此外，夏普还将《清明上河图》超高清视频在北京故宫 1375 平米独立展厅内运用夏普 8K 八连屏展区循环播放，展期持续 180 天，日均流量 8 万游客。夏普预计 2018 年将有 1400 万游客有机会，在夏普 8K 超高清显示屏上近距离接触《清明上河图》。



索尼

早在 CES2018 上，索尼 OLED 电视 A8F 已经亮相，此次 A8F 再次亮相 AWE。据了解，A8F 共有 65 英寸、55 英寸两个版本，采用了 4K 超清分辨率 OLED 面板，支持 HDR10、HLG 以及杜比实验室的 Dolby Vision™ 三种主流 HDR 格式标准。从目前邀请函信息来看，索尼 3 月 10 日举办的新品发布会 OLED 电视 A8F 将是主角。



LG

LG 则带着内含 AI 架构的 OLED 电视和 4K 家庭影院投影机高调亮相 AWE。据了解，LG OLED 采用自行研发的 Alpha 9 智能处理器，其 CPU 及 GPU 的运算能力较以往处理器提高 35%，并配备 4 步骤杂讯抑制、“进阶映射” (Advanced Mapping) 及改进颜色校正运算法，让画面的清晰度、颜色、渐变层次都有较以往更佳的表现。此外，在使用者界面上，LG OLED 也能透过 Alpha 9 智能处理器，利用自然语言语音辨识来控制音量、改变频道，预约广播收看、预约 TV 关闭等。



当然，LG 展示的 4K 家庭影院投影机 HU80 也颇有亮点。该投影机与其他大部分同行的 4K 投影机不太一样，HU80 是一个极其轻便的小机器，该机的尺寸为 16.5×16.5×47 厘米，

整机重量仅为 6.35 千克，工作噪音为 21 至 30 分贝，它可以在墙上投射一个 150 英寸的屏幕。在投影方式上，LG HU80 能够进行三大直投方式以及一个反射式投影方式，不仅实现了桌面直投、吊装直投以及天花板直投，而且还能进行传统的便携立式反射投影。

三星

因为种种原因，在中国市场持续下滑的三星缺席本届 AWE，但这并不妨碍三星推出电视新品的脚步。虽远隔万里，拥有 13 个小时的时差，三星在纽约发布会上依旧一口气推出了超过 11 款新品电视，涵盖 QLED TV、优化型超高清 (Premium UHD)、超高清 (UHD) 和超大屏等多个品类和多种尺寸段，提供了平面与曲面两种形态以供选择。其中，QLED TV 拥有 Q9F、Q8F、Q7C、Q7F 以及 Q6F 五个系列，在色彩和对比度方面有了进一步的提升，支持 HDR10+ 和环境屏模式，Bixby 语音强化 Smart TV 智能体验，此外还配备了万能遥控功能和隐形连接。



此前有评论指出，三星因为一直固守着 QLED 技术，断然放弃了 OLED，在产品技术上一直处于温吞水的状态。对此，三星电子映像显示事业部总裁韩宗熙表示，通过 2018 年电视新品阵容，三星正重新定义视觉显示。全新 QLED TV 系列产品旨在为极致沉浸式的观影而设计，在提升各地消费者日常生活品质的同时，又非常易于使用，为用户带来最惊艳的视觉体验。

后记

4K、8K、人工智能 (AI)、OLED、QLED、激光、分体……彩电技术的多元化给未来发展带来了无限可能。正如奥维云网 (AVC) 副总裁董敏所言，2018 年彩电企业需要通过差异化产品来提高竞争力，一是通过先进的显示技术来提高显示效果；二是外观设计艺术化和实用性的结合；三是通过科技手段实现高质量的交互体验。

海内外各家企业在 AWE 的展示实则是彩电业激烈竞争的一个缩影，鹿死谁手，拭目以待！

(2) IPTV 内容权再燃战火：南昌广电告江西电信侵权胜诉

2018-03-12 10:06 来源： 运营商世界网

自 2014 年广电要求清查“电信运营商 IPTV 违规”事件后，中国电信、中国联通与广电之间的平衡维系了三年。然而，近日，南昌广电网络传输中心与江西电信的一起诉讼打破了这种平衡，而这回离奇的是，并非江西电信不遵守广电 IPTV 播控平台的规则，而是一些地方广电网络传输中心不承认给广电 IPTV 播控中心转播可以转播一部分节目。广电系统内部的一些事情让电信运营商困惑。

央视 3589 套节目之争

江西电信与南昌广电的纠纷已经多年，今年年初才有了结果。

经过三次庭审的南昌广播电视网络传输中心 (以下简称“南昌广电”) 诉江西电信侵害作品广播组织权纠纷及不正当竞争纠纷案落幕，南昌经济技术开发区人民法院审理终结，判定

南昌广播电视网络传输中心胜诉。

此事缘于南昌广电认为江西电信擅自通过其 IPTV 业务传播(转播)相关节目,因为南昌广电不承认江西电信从 IPTV 播控平台取得的中央电视台 3、5、6、8 套节目合法。

据了解,中央电视台综艺、体育、电影、电视剧频道即 CCTV3、5、6、8 四套属卫星加密频道,该四套节目在全国范围内的落地覆盖和收视均为有偿形式,中广影视卫星有限责任公司系该四套卫星加密频道节目的版权播出所有者,负责该四套节目的落地覆盖、用户发展及市场管理工作。

南昌广电方面表示,常年以来,他们通过支付高额收视费的方式,取得上述四套加密节目在南昌范围内的独家广播权(含收视和转播权),依法传输给用户收看。江西电信则是在没有授权许可的情况下擅自通过其 IPTV 业务传播(转播)相关节目,构成了侵权行为。

最终,法院判决被告中国电信股份有限公司江西分公司立即停止通过其 IPTV 业务传播(转播)中央电视台 3、5、6、8 套节目的行为;被告中国电信股份有限公司江西分公司赔偿原告南昌广播电视网络传输中心经济损失及合理费用 20 万元。

遵守 IPTV 播控平台政策是否就有用?

此事引发人们思考的是,电信运营商遵守 IPTV 播控平台政策是否就有用,IPTV 播控平台提供的节目是否是电信运营商的护身符?

近年来,广电总局向各省、自治区广电局发文,要求各地清查违规 IPTV 业务。对于未经广电总局批准擅自开展 IP 电视业务的地区,将依法予以查处,限期停止违规开展的 IP 电视业务。

开办 IPTV 业务,需要四证齐全:包括《网上传播视听节目许可证》、《网络文化经营许可证》、《ICP 证》和《移动增值业务许可证》。其中《网上传播视听节目许可证》由国家广电总局颁发,也即俗称的“IPTV 牌照”,目前全国共有七家公司获得此牌照,包括上海文广、央视等。

显然,电信运营商如要开展 IPTV 业务,需要与拥有 IPTV 牌照的公司合作,购买内容。就本次纠纷来看,运营商世界网分析,江西电信应该是遵守了广电 IPTV 播控平台的管理政策,从 IPTV 播控平台引入了内容,但却被南昌广电告上法庭,这表明,广电内部也是利益纠葛的,一些广电地方运营商不承认 IPTV 播控平台可以向电信运营商提供所有节目。

(3) 抢攻中国客厅经济 海尔联手阿里发布人工智能电视

2018-03-12 09:23 来源: 北京晨报

3 月 8 日,全球家电领域最有影响力的“中国家电及消费电子博览会(简称家博会)”在上海开展,吸引了数十万人参观。“海尔五代电视”的发布成为此次家博会的亮点之一。随着这款“拳头产品”的发布,阿里不仅抢占了客厅经济的“先机”,也在大屏赛道卡位赛中脱颖而出。

阿里、海尔强强联合 抢占中国客厅经济“第一入口”

阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群 COO 戴玮表示:“中国客厅经济蕴含巨大商业潜力,大屏是家庭互联网的第一入口。优酷、阿里音乐、阿里影业等内容引擎,加之电商、金融、云计算、人工智能技术等资源的协同,都是阿里进军家庭娱乐的根基和独特优势,将助力阿里与产业链合作伙伴一起共赢大屏新赛道。”

早在几年前,智慧客厅的概念便引发资本热议,不少厂家强势进攻但随后大多销声匿迹。阿里文娱大优酷事业群 OTT 业务总经理穆咏对北京晨报记者表示,比起几年前的客厅强攻战,今天厂家所做的所有东西都要首先赢得用户和消费者的信赖,这不仅要求产品本身质量好,能提供具有差异性和足够优势的内容,品牌拉力也非常关键。如同智能手机一样,电视机这个市场也是中国走向世界的名片。海尔和阿里的强强联手,可以引领电视的全内容时代。

“大家都喊人工智能，不少人看成是高高在上的炫技，但是人工智能需要落地。”阿里巴巴机器智能技术实验室语音交互首席科学家鄢志杰对北京晨报记者表示，阿里巴巴的投资是严肃投入。“例如我们在与海尔合作的过程中，会从硬件、软件方面进行很多深入的交互。原始信号通过电视机喇叭有多大的非线性失真？能不能在电视音量很大的时候依然轻松地用语音操控电视？这些细节我们都会一起打磨。”

鄢志杰透露，为了给消费者提供更好的人工智能体验，阿里内部所有数据实现了业务方、内容团队与人工智能团队的打通。例如一个新的电视剧要发布，人工智能需要知道接下来要上的电视名、电影名，否则就无法理解用户的指令。“如果没有做到这样及时的数据打通，及时的理解，用户再通过语音交互就会听不懂。”

助力海尔逆袭增长 阿里全面抢占大屏新赛道

据阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群 OTT 业务总经理穆昉介绍：“2015 年阿里与海尔开始合作，近三年来成果显著。特别是在 2017 年整个电视行业下滑时，在双方的共同努力下，海尔取得了销售利润双增长的佳绩，一路逆袭上扬，证明了互联网+传统电视合作的价值。”

近年来，电视行业利润一直呈现连续下滑的状态，奥维云网相关数据显示，去年电视行业销量跌幅高达 6.6%，市场竞争格局也逐步从以系统和硬件为主转变到以内容为核心，行业发展尽显颓势。与行业形成鲜明对比的是，阿里全面赋能海尔，助力其销量和利润实现逆势双增长。阿里的生态优势也获得了海信、康佳、长虹、创维、夏普、索尼等众多电视厂商的青睐，以不同模式展开合作。

海尔和阿里还强调，双方战略合作将进一步升级，在新体验、新内容、新营销方面三箭齐发。

在用户体验上，得益于阿里人工智能在语音交互上的最新成果，“海尔五代电视”实现了近场和远场语音上的体验突破，融合了基于机器学习的数据建模机制，有效抑制典型居家噪声，显著提高语音交互准确率。无需唤醒词，就能对电视完成“我要看”、“我要听”、开关机、音量调节等复杂指令的操控，实现口令一气呵成。通过声纹识别技术，“海尔五代电视”可以识别说话人的音色，细分用户属性，并基于大数据千人千面提供智能推荐，精准筛选 TA 人群的专题内容。当下指令者为儿童，“海尔五代电视”将根据儿童人群特征智能推荐专题内容，既满足儿童观影需求又实现内容隔离，有效保护了儿童的健康成长。

内容一直是智能电视吸引用户持续关注的核心，依托于优酷，“海尔五代电视”提供的新内容囊括了剧、综、影、漫四大板块。涵盖了近期热播的《烈火如歌》《飞虎之潜行极战》等超级剧集和《这就是街舞》《这就是铁甲》等超级网综；影漫内容不仅有来自 NBC 环球、索尼的顶级 IP 电影。得益于阿里文娱与迪士尼的内容授权合作，“海尔五代电视”更集合了超过千集的迪士尼经典动画系列剧集，不但有备受追捧的《唐老鸭俱乐部》《小熊维尼与跳跳虎》等动画片，更有《美女与野兽》《花木兰》《冰雪奇缘》等经典动漫电影。

阿里的赋能还体现在营销上。依托天猫的强势线上电商平台和基于 IP 内容所联动的线下营销活动，阿里为海尔打通了营销的新场景。每年的天猫家娱节都为海尔电视导入巨大流量，而通过与《春风十里，不如你》等超级剧集的联动，阿里和海尔就内容、IP、明星、品牌成功展开整合营销。

“软硬兼施”生态布局 OTT 阿里或将重塑产业新格局

青岛海尔多媒体有限公司 CEO 郑刚表示，“从技术到内容再到营销，互联网赋予了电视行业新的生机，特别是阿里的赋能让海尔不但引领了人工智能时代，相信随之而来的全内容时代将给家庭用户更加精彩的客厅体验。”

承载“让天下没有难做的生意”这一使命，阿里将开放、赋能、共享理念推广到智能电视行业，以生态思维重新布局 OTT，打出了“软硬兼施”的组合拳。根据奥维云网监测数

据显示，天猫魔盒用户激活量已经突破 1000 万，与阿里合作内置优酷独家内容的智能电视累计用户激活超 2000 万、CIBN 酷喵影视日活峰值高达 600 万。

在自有硬件终端领域，阿里不断进行技术研发和创新探索，开发了以天猫魔盒、天猫魔屏为主的硬件产品，这些硬件产品通过与智能电视组“CP”，创造了更多家庭娱乐方式，获得越来越多用户的青睐。相关数据表明，天猫魔盒累计用户次 36 月留存率接近 60%，生命周期大幅度超过预期；天猫魔屏则引领智能微投技术，斩获了 2018IF 设计大奖和红点大奖。

不仅是家庭娱乐场景，阿里的人工智能布局还在更多的场景落地。阿里巴巴机器智能技术实验室语音交互首席科学家鄢志杰表示：“阿里的语音交互智能通过电视、智能音箱、车联网汽车、智能家居 IOT 设备等多种终端触达用户，将阿里生态中丰富的互联网内容和服务带给千家万户”。

有预测显示，2020 年，中国客厅经济的整体商业价值总量将达到 6300 亿元，付费规模将增长近 30 倍，家庭娱乐无疑是新的战场。海尔与阿里合作的步步升级，累积了这条新赛道的最强势能。

（4）2018AWE 家博会，原来是一场 AI 之间的较量

2018-03-12 09:16 来源： 网易科技

3 月 8 日，中国家电及消费电子博览会 AWE2018 在上海新国际博览中心举行，吸引了来自全球各地超过 800 家知名家用电器、消费电子及跨行业企业参展，作为家电行业规模最大的综合性展会，此次展出的展品远远超出了“家电及消费电子”本身的含义，已经升级为一场各企业各产品间 AI 技术的较量。

在智能化时代，单纯的家居、电子产品无人问津。在这残酷的现实面前，2018AWE 家博会上演了一场 AI 秀。

长虹：AI 智慧家庭解决方案

长虹以人工智能电视、冰箱、空调、手机、厨电等智能终端为载体，围绕着人们生活中娱乐、烹饪、空气、用水等不同生活场景，构建起更加科学化、系统化的人工智能智慧家庭解决方案。

比如，当你下班做饭手忙脚乱时，口令唤醒冰箱帮你查菜谱打下手；当你疲惫的身体瘫倒在沙发里时，唤醒电视给你换台点歌搜节目；当你急忙赶着离家上班时，唤醒安防设备，帮你料理家居水电安防后顾之忧。



长虹人工智能智慧家庭解决方案的落地，突破了智能家居市场联通难、过于被动、产品不成套等多重门槛。长虹以人工智能技术及创新应用打破一个个信息孤岛，并在大数据和云计算支持下，形成一个能够让智能设备主动感知于人、服务于人的全新体验氛围。

此外，长虹还发布了人工智能电视 Q5T、Q5R、Q5E 等系列产品，还有人工智能空调 Q3Ts 以及冰箱新品等人工智能家电，这里不再一一展示，总之长虹已经抓住了 AI 这一科技创新的支点，同时也是消费者关注的热点。

暴风:AI 电视

暴风 AI 电视已成为家庭人工智能助手。区别于其他互联网品牌基于遥控器的语音操控，暴风 AI 电视是基于人工智能助手暴风大耳朵的人机交互，可以精准实现 5 米内的人声远讲对话，并支持模糊语义识别和深度语义理解。



除了“会听话”，暴风大耳朵还能通过用户声纹判断其年龄段、性别，并结合行为大数据，实现千人千面的个性化推荐。同时将日常功能与人工智能有效结合，为用户提供儿童娱教、语音购物、大屏视频聊天、周边问问等多种人工智能服务。

“会听话”的暴风大耳朵吸引了大批观众的围观，现场观众跃跃欲试，与暴风大耳朵直接对话，一秒内获得了智能应答。

美的: AI 智能冰箱

美的 AI 智能冰箱的代表产品 BCD-750WGPZV 冰箱发布，以全球领先的 ALLINSIDE 全鲜空间和 AI 智能美食管家两大核心优势，在多项科技及设计中再次突破智能冰箱的行业水准。



内置的高清防雾摄像可毫秒级精准识别超 500 种食材，并配备了行业领先 21.5 寸高清智能大屏，通过大屏智显，AI 智能美食管家尽可一屏拥有，轻松享受在线购物、营养健康管理、食材管理等智能体验。远程语音识别系统为用户提供全场景的语音服务，彻底解放双手，让用户和冰箱的交互更加自然和便捷。PST 智能杀菌、极速冻鲜舱、智能控湿三大科技锁住新鲜原味，打造出纯净的储鲜空间。

LIFAAir: 空净机器人

本届展会上 LIFAAir 的 LA500 系列空净机器人、LA350 空净机器人，配置了独立的，可移动的，多传感器的智能监测控制器，以无死角监测，自主判断分析，远程控制的方式实

现全智能净化运行。



总结

当然，此次展会展出的 AI 产品不止这些，还有海尔的可以定时监测食品保质期以及自动生成菜谱的智能冰箱、U+智慧生活开放平台，以及格力重点打造的智慧厨房、智慧客厅、智慧卫浴等，再比如熟悉主人每天作息规律且在空闲时间清扫房间的科沃斯扫地机器人……这些原来只在科幻电影中出现的产物，现在却在 AWE 上真实的呈现在我们面前。

7. 新媒体

（1）不可不知的 20 个传媒产业发展新动向（2018）

来源：CTR 洞察

1) 智能媒体崛起，世界是屏的。人工智能技术的进化，推动着数字媒体越过了一个全新的临界点，向着更智能、更友好、更个性化的方向演进。人工智能技术在媒体行业大规模的安装、普及和应用，为本已经波涛汹涌的传媒领域带来了更加激动人心的风口浪尖。智能屏幕将不再仅仅限于手机、电视、电脑、户外等媒体终端，汽车已经变为装在轮子上的屏幕，冰箱已经变为放在厨房里的屏幕，越来越多与能源网络、通信网络和运输网络连接终端都将通过安装屏幕的方式变得更具互动性。

2) 泛媒介化趋势愈演愈烈。物物皆媒介，事事皆数据，人人皆传播。原来只属于少数传媒机构和部分专业传媒精英的话语权进一步解构直至崩塌。有人的地方就有手机，有手机的地方就有信息，有信息的地方就有传播。全民都变成了自媒体的产消者，所有企业的官方沟通工具都具备了媒体的属性。媒介泛化的更高阶段就是媒介功能基础设施化，它就像空气和水一样，之于所有的人类活动都不可或缺。

3) 机器人成为媒体标配。写稿机器人已经不是什么新鲜事儿了，从国际赛事报道到财经新闻撰写，从数据的采集到内容的编辑再到信息的发布，自动化程序浪潮已经席卷了新闻业，成为每一个大型新闻传媒机构的必选项。如果写稿可以被取代，编辑可以被取代，发布可以被取代，那么新闻领域还有哪些工作能够真正属于媒体从业者独有的？是价值判断？意见输出？还是趋势引领？记者、编辑、主编们需要花更多的心思来好好思考一下自身和自身所在机构的核心竞争力。

4) 算法提升个性化推荐。信息规模的指数型爆发把我们带入了一个后稀缺时代，怎样更好地过滤并筛选信息成为困扰用户的巨大痛点。购买这件商品的人也购买了那一件，喜欢这篇文章的人也喜欢那一篇，今日头条们试图用数据思维和算法逻辑预测用户的媒介阅读习惯和

消费需求，并取得了一定的成功。算法，算法，还是算法，个性化推荐将会在任何一个需要应对大量选择的领域找到它们的用武之地。现在的个性化推荐还不够智能，谁能在这方面迈出一小步，谁就能在红利收割方面收获一大步。

5) 传统媒体开启智能化进程。事实上，传统媒体在技术上早已经不再“传统”，完成了数字化转型以后的大部分媒体忽然发现，数字化只不过是转型的中点而非终点，它是通向智能媒体的必由之路。因此，各大传统媒体又纷纷马不停蹄地踏上了通往智能媒体的高铁。

6) 程序化广告打通全媒体。程序化购买不再是互联网媒体的专利，理论上讲，它适用于任何媒体的广告资源，而且事实上它也在不断地向各类媒体尤其是传统媒体渗透。而传统媒体在技术层面的迭代升级也加快了其拥抱程序化广告的步伐，电视的互联网化、广播的移动化、户外屏幕的场景化等，为广告主通过程序化手段对各类媒体资源进行整体性布局购买和效果测量带来了希望。

7) 机器间传播快速兴起。真正的智能媒体不可能存在于任何一个媒介终端上，而是存在于数十亿甚至更多终端节点相互连接形成的网络中，网络承担着存储、计算、学习和进化的大量功能，就像飘在地球上空的云层一样包围着所有用户。未来，将有越来越多的终端节点在安装了智能芯片后接入这个网络，终端界面负责与用户互动，云端网络负责智能化运行。伴随而来的就是机器传播。彭博社有专门提供给华尔街的机器人阅读的财经新闻内容，尽管这对于人类就像是天书。事实上，机器之间相互交流、传播和互动产生的数据量将占据大数据相当部分的比例。随着物联网的广泛应用，机器间经济和机器间传播必将在未来成为备受瞩目的焦点。

8) 区块链技术带来新思维。区块链技术的颠覆性超出了很多人的想象，建立在互联网基础之上的价值网络和信任关系将会以一种全新的方式被重塑。在大众还没有反应过来的时候，其拥趸者已经意识到区块链将在底层逻辑上对我们当前的这个世界进行一次再造。尽管“区块链+智能媒体”的未来生态还没有完全成型，但这也恰恰意味着更多的机会和无限的可能。

9) 移动互联网进入下半场。第一代PC生态下的互联网和互联网人相继老去，移动互联网的竞争也进入到下半场。虽然很多垂直方向上仍然没有形成赢家通吃或几家独大的格局，但BAT借助资本杠杆进行整合、并购和布局的能力也在很大程度上对其他中小型企业造成了巨大的压力。好消息是，仍然有诸如今日头条、京东、美团、小米和360这样的企业对三大寡头形成冲击；坏消息是，游戏规则都是上述大佬们制定的，越来越多的创业公司正在前赴后继的倒在通往大佬的路上。

10) 曾经失落的部分媒体不断找回自我。广电和报业的产业化进程是伴随着改革开放的步伐渐进式展开的，传统媒体利用自身兼具的产业功能和事业属性获得了巨大的利益。在互联网冲击、广告收入下滑和传媒反腐加码的背景下，传统媒体伴随着改革进入到不惑之年，必须在近期内作出个清晰的抉择了。市场的归市场，事业的归事业，无论是那些光环还在的传媒巨头，还是那些难以为继的地方卫视，无论是改制或分离，无论是重组或回归，很多曾经失落过的媒体的定位都将会更加清晰起来。

11) 电影产业暗流涌动。总体票房持续增长的背后，掩盖了中国电影优质内容不足和产业生态不完善的弊端。但随着用户观影能力的提升和观影习惯的养成，单纯依靠明星效应和营销

噱头谋取高额回报的传统思路已经成为强弩之末。年轻力量正在用更先进的技术、更国际化的视野和更具诱惑力的故事为电影产业注入新的转型动能，此后更有可能的是，中国票房将在五年内超越美国成为全球最大。

12) 内容民主化浪潮再度来袭。博客、社交网络、微博、微信以及今日头条等内容生产与分发工具将内容民主化的进程一步步推向高潮。尽管全民自媒体、全民直播、全民网红的说法有些夸张，但它也在很大程度上反映了用户参与内容生产和传播的高涨热情。接下来，全新的能够让更多人以更简单的操作、更流畅的体验和更低廉的成本参与内容(尤其是视频内容)生产的工具一定会把内容民主化的进程推向浪潮之巅。

13) 原创内容价值愈发凸显。劣币驱逐良币，良币便会被雪藏，这一现象在零成本复制的互联网领域屡见不鲜。但随着自媒体生态的逐渐完善和内容付费模式的渐入佳境，无论是平台、市场还是用户，都正在不断提高对原创内容的重视程度。传媒产业的核心是内容，内容的核心是创意，创意的核心动力是市场对原创的保护和激励。原创的优质内容资源将会是未来市场竞争的最大焦点。

14) 后真相时代的现象还会持续。技术在降低内容准入门槛的同时，也带来了信息的激增和观点的泛滥，尤其是对于热点事件的主观评论和道德判断，将事件的当事人、负有监管或处理责任的相关部门和不明就里的用户全都席卷进了网络舆论的狂潮，导致真相的失真、残缺甚至被刻意歪曲。这样的状态还会持续很长一段时间，直至权威新闻媒体归位、自媒体自律能力提升以及媒体用户媒介素养得到改进。

15) 中国故事不再流于形式。无论新闻、影视，还是综艺、娱乐，中国的绝大多数内容创作者曾经都不擅长以用户喜闻乐见的形式讲述主流价值观。中国梦与美国梦都是普世价值和正能量的精华体现，只是中国的创作者比起美国的创作者要逊色很多。随着用户对网络快餐内容产生的视觉疲劳和政策对网络视听内容监管的日趋严格，越来越多具有匠人精神的创作者将会深耕细作，开发出兼具时代精神和娱乐元素的内容精品，《战狼》《朗读者》等将不再仅仅只是现象级作品。

16) 新工作和新分工。智能媒体把人类劳动从大量枯燥无聊的程序化传媒工种中解放出来，并且持续创造着几年前还不存在的新工作类型。与此同时，人工和智能之间的劳动分工边界会越来越清晰，体力劳动和脑力劳动都会陆续的交给那些比我们完成得更好的机器人，而我们或许更适合从事那些需要大量情感、情绪和情商投入的创意型传媒工种，我们可以称之为“心力劳动”。

17) 资本依旧看好TMT。只要存在高于其他产业的获利和套利空间，资本就一定会把握住这些投资和投机机会。从房地产、股市、制造业以及其他领域逸出来的游资热钱，以及来自上市公司、投资基金和其他机构的金融资本，会进一步推高影视版权、内容创业和智能媒体等方面的市场估值。未来五年，大文创和泛娱乐以及与之高度相关的业态仍会存在大量的价值投资洼地，产业并购的热潮虽然温度有所下降，但仍然不会那么快就褪去。

18) 跨界创新促进媒体融合。计算机背景出身的程序员们通过对传媒产业底层逻辑的改造和传统思维的颠覆，一次次成功地完成了对传统媒体的降维攻击。除了大数据、人工智能和个性化算法之外，未来还将会走更多其他领域的精英跨界到传媒领域进行打劫。金融+动漫有

什么新思路？体育+电影能否找到新进展？算法+创意是否会再造广告公司？不同产业之间边界的消弭将会推动媒介融合进到全新阶段。

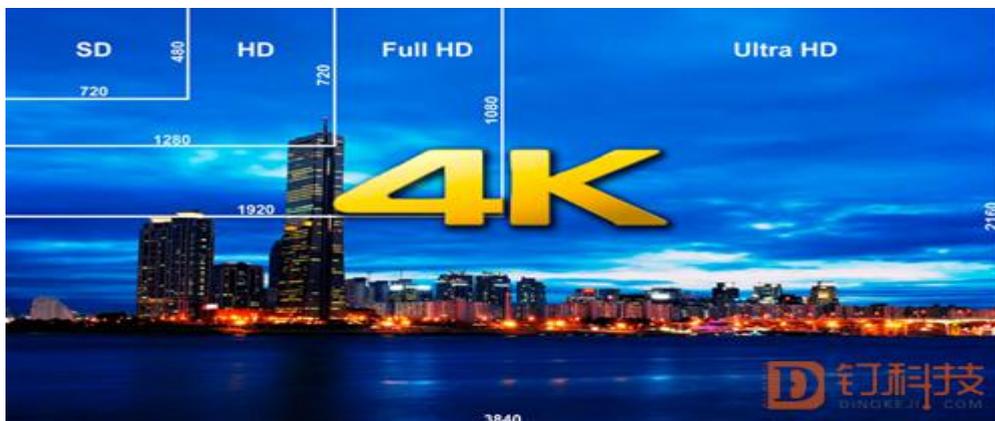
19) 传媒监管继续加码。与金融管控和房地产宏观调控相应成章的是，传媒领域的规制政策近几年来也不断强化，舆论问题、明星问题、寻租问题频频曝光，究其根源，这仍是中国传媒产业发展不成熟的结果。毋庸置疑，中国已经成为名副其实的传媒第一大国，然而却还谈不上具备国际影响力的传媒强国。政策规制在未来几年只会愈加强化，这必将引导着传媒产业向着规范化和国际化的赛道上切换。当然，如果矫枉过正也可能使我们的传媒产业继续错过这一轮的窗口期。

20) 一带一路拓宽国际市场。伴随着一带一路战略的稳步推进，与产品贸易同步提升的还有文化贸易，与企业走出去相伴相生的还有文化走出。当初，欧美日韩国家的产品进入中国市场的时候带来了奥美、电通、彭博、好莱坞、韩流等广告公司、新闻媒体和流行文化；未来，中国的广告公司、传媒机构和内容产品也将会搭乘着一带一路的快车遍布到全球各地。

(2) 产业价值重构 电视厂商应提供完整 4K 体验

2018-03-05 10:46 来源： 钉科技

在新的技术风暴面前，要么进化为新物种，要么被时代彻底抛弃。拥有 30 多年历史的彩电业正处于进化的关键阶段。从硬件+被动接收的模式，向软硬一体+人工智能的方向演进，彩电业的产业价值重构正不可阻挡的呼啸而来。在这一阶段，内容成为价值重构的核心要素，是成就差异化能力、AI 能力的基础资源。就彩电业的现状而言，4K 内容是务实的发力目标，电视厂商应提供完整的 4K 内容体验，确保电视产业创造可感知的新的产业价值和用户价值。



过气的“硬件为王”

长期以来，彩电业的产业价值都由硬件主导，整个产业的进化轴线也是围绕硬件能力、特别是显示技术能力而展开。

从最初的显像管 CRT 时代，到以液晶为代表的平板时代，再到如今 QLED、OLED 等新型显示百花齐放的时代，每一次显示技术的升级都带来彩电业新的发展红利。

可以说，彩电业在过去 30 多年里，一直深处“硬件为王”的竞争时代。

改变是最困难的挑战。深谙硬件玩法的彩电企业，其实并不太愿意做模式和方向的调整，但时代的变迁和技术的变革并不以企业的意志为转移，基于新技术、新模式的竞争时代或迟或早都会到来。

原因并不复杂：一方面，硬件本身的进化已趋近于天花板，用户可感知的差异化越来越小，硬件的标准化、平台化特征越来越明显；另一方面，互联网、AI 智能席卷整个制造业，

硬件不再是消费的核心要素，内容才是消费体验的关键所在。

在这样的大环境下，“硬件为王”让位于“内容为王”，消费的核心和竞争的关键从硬件转移到内容上来，是产业发展的大势所趋，也是彩电业价值重构的内在逻辑。

内容脱节的产业教训

新的认知并非凭空而来，而是建立在陷入一个个误区而获得深刻教训的基础上。

比如，如今看来依然让人唏嘘不已的蓝光产业。

当年，以索尼为代表的蓝光 BD 阵营在击败以为东芝为首的 HD DVD 阵营后，看似前景光明的蓝光产业在中国市场却并没有出现爆发式增长，相反整个产业陷入了沉沦，且再也没有复兴。

复盘蓝光市场的发展历史，不难得出其失败的原因——不仅蓝光碟机价格高昂，蓝光片源更是价高量少，因此即便技术再先进也始终无法形成普及之势。

类似的产业教训不止一例。



高清电视、3D 电视概念也都风靡一时，但没有一个形成持久的商业价值。关键原因就在于，在内容能力还极度匮乏的时候，终端厂商就大肆进行概念炒作，短期内虽拉动了终端的销售，却终因无法获得包括内容在内的完整的高清、3D 体验，而让用户失去了对产品的热情，终端厂商不得不寻找下一个刺激市场的概念，以期再次拉动销售。这显然是一个恶性循环。

例如，高清电视概念和产品在 2004 年之前就已经被彩电企业推出，但中国第一个高清电视频道直到 2008 年北京奥运会后才亮相，用户在五六年里其实都只能看标清内容。

当下的 8K 电视也有重蹈覆辙之嫌。在 4K 还没有真正普及的时候，一些电视企业为了拉动电视的销售，大力热炒 8K 概念，不顾用户体验的透支市场，电视产业的恶性循环似乎并没有完全停止下来。

蓝光、高清、3D、4K、8K 的发展进程证明，终端先行没有错，但如果内容长期脱节，则会导致电视产业市场概念透支、用户体验不完整、缺乏可持续运营能力。

亟需完整的 4K 体验

在模拟电视时代，内容消费完全是被动的，用户没有选择权，可以说硬件即体验。但在新的互联网、智能时代，硬件只是载体和入口，内容是决定体验的关键。

从终端的角度看，说如今的中国已经进入了 4K 电视时代并不夸张。

据奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示，2017 年 4K 电视市场零售量份额为 60.1%，较去年同期增长了 11.9 个百分点。2017 年中国彩电市场零售量规模为 4752 万台，4K 电视大约占据 3000 万台。

与 4K 电视大面积普及相比，4K 内容则滞后太多。2012 年 4K 电视就已经面市，但中国首个 4K 频道直到 2017 年底才在广东试播，全国范围内真正开通还需要不短的一段时间。

除了电视台的 4K 节目之外，4K 影视片源也很匮乏。一个显性的指标是，很多电视品牌也都设有 4K 内容专区，但 4K 片源数量少的只有几十部，多的也不过一两百部，且很多还是演示类内容。

对于普通消费者而言，获得完整 4K 体验有两大阻碍：一是可观看的 4K 内容过少，二是观看 4K 内容成本过高。

所以，对于彩电品牌而言，既要解决 4K 内容的有无问题，还要解决低门槛普及化的问题。这也成为 4K 时代彩电企业市场竞争的关键所在。



在 4K 电视的竞争赛道中，已有个别品牌建立起了竞争优势，比如海尔电视。从跻身头部阵营，到率先提供全程 4K 体验，海尔电视在彩电行业上演了一出弯道超车的好戏。

就成功的方法论说，海尔电视在 4K 战略方面有两大策略：

一是强强联合，确立数量优势。

基于“内容为王”的战略认知，海尔电视坚决告别“抱残守缺”的固化心态，摒除简单的“硬件思维”，以开放的理念与战略合作伙伴协同提供软硬一体的用户体验。就 4K 来说，海尔电视接入阿里的 4K 内容生态，在 4K 内容数量方面无出其右。以去年海尔阿里四代电视为例，其推出了全球首个 4K 影视 VIP 俱乐部，海尔 4K 影视 VIP 内容十分丰富，包含了 3 年至少 2000 部 4K 大片。海尔阿里五代电视在 AWE 2018 期间呼之欲出，4K 内容数量有望进一步提升。

二是定价亲民，确立价格优势。

蓝光产业的失败证明，没有接地气的产品和价格，就没有规模的市场和可运营的空间。在 4K 内容的消费方面，海尔的做法显得格外亲民。比如，购买海尔阿里四代电视指定型号的用户，可享受价值 798 元的海尔 4K 影视 VIP 会员权益，观影一部 4K 大片的成本不到一块钱。要知道，一张正版蓝光碟片的价格少则几十元，多则数百元。这样的低门槛，让 4K 内容走进千家万户成为可能。

在 2017 年海尔电视 20 周年庆典上，一向低调海尔电视提出了 3 年冲进行业前三的目标。当时不少人认为，在彩电业大环境并不乐观的大环境下，海尔电视的目标略显激进。但电视市场的不景气，一个重要原因就在于硬件同质化严重，内容吸引力不足。疾风知劲草，当海尔电视能够低门槛提供完整的 4K 体验，打通制约当下电视产业进化的最后一公里，不仅可以确保海尔电视硬件销量激增至行业前三，而且有望带动整个电视市场的复苏。

互联网先知凯文凯利总喜欢说，一切才刚刚开始。对于厚重的彩电业来说，真正的 4K 时代，也才刚刚开始，我们拭目以待。

(3) 罗德与施瓦茨携手紫光展锐，拟建立联合网络运营商测试实验室

2018-03-02

罗德与施瓦茨与紫光展锐在巴塞罗那世界移动通信大会上签署了一项谅解备忘录，双方将在五个重要领域开展合作：5G 通信、网络运营商测试、汽车电子产品、广播产品和物联网应用。

巴塞罗那，西班牙/2018 年 3 月 1 日 —— 罗德与施瓦茨公司联合紫光展锐，全球领先的移动通信及物联网核心芯片供应商之一，计划在中国建立一个联合运营商测试实验室。该项目是双方在巴塞罗那世界移动通信大会（2 月 26 日至 3 月 1 日）上所签署的谅解备忘录的一部分。两家公司将专注于无线通信和测试理念，以更好地服务于双方的共同客户，其中包括三家中国网络运营商，以及罗德与施瓦茨已合作多年的其他国际运营商。在测试实验室中，罗德与施瓦茨将提供技术咨询和产品支持；同时，罗德与施瓦茨与紫光展锐也将根据国内外网络运营商的要求进行协同测试。双方的共同目标是确保芯片解决方案能更好地满足全球运营商的要求。



此前，紫光展锐已经选择了罗德与施瓦茨作为其 2G、3G 和 4G 领域的合作伙伴。如今，两家公司将在现有的关键技术继续合作。罗德与施瓦茨将支持紫光展锐设计和开发 5G Sub 6 GHz 和毫米波芯片平台。作为具有先进移动通信技术的全球领先测试仪器供应商，罗德与施瓦茨可提供包括早期阶段仿真软件、测试模块、仪器和测试系统在内的一系列产品，这将加快 5G 测试平台从算法、ESL、物理层设计、FPGA 仿真到协议栈的建设。对于 5G 手机的研发，来自紫光展锐的被测试设备（DUT）和来自罗德与施瓦茨的无线通信测试仪将进行相互验证测试，加速 5G 芯片的原型设计。此外，基于双方在 2G、3G、4G 和非蜂窝技术的早期合作，两家企业将进一步优化 5G 制造测试方案，以降低客户的制造成本，并缩短 5G 产品的上市时间。

上述谅解备忘录还包括双方在广播领域的测试计划。在此领域，罗德与施瓦茨公司拥有 80 多年的电视台和制造商服务经验，可提供电视发射机、信号发生器和分析仪等产品。双方进一步的合作也将关注汽车电子、蜂窝及非蜂窝物联网应用。

(4) InfoComm China 2018 峰会：亚洲最大规模专业课堂 接近 60 场学习讲座会议

编辑：passion 来源：科讯广电网

备受专业视听和集成体验业界期待的北京 InfoComm China 高峰会议，将与北京 InfoComm China 2018 展会同期举行，于 2018 年 4 月 11-13 日在北京的国家会议中心进行三天的行业会议。

InfoCommAsia 执行董事陈庭福先生受访时说：“新兴技术和其创新应用不断颠覆着企业和商业界，而北京 InfoComm China 峰会过去多年来提供一个独特的教育平台，与业界分享如何适当部署并创新应用尖端的专业视听和集成体验解决方案，提升技术知识水平与市场竞争性，在区域性商业格局方面的转型，发挥了至关重要的作用。”

多元丰富的会议议程

北京 InfoComm China 峰会是亚洲地区规模最大的学习课堂，专门为各行各业专业视听及 IT 专业人士、企业家、商界领袖和管理决策者而设，也是北京 InfoComm China 这场亚太地区首屈一指的专业视听和集成体验商贸展览会的一个重大环节。本届峰会，与会代表可以期待接近 60 场免费的学习讲座和会议。

北京 InfoComm China 高峰会议是一个以行业为中心的学习平台，向来致力于与各垂直产业的最终用户行业协会及领先的技术出版媒体联手合作，合办具高度针对受众群体的讲座、论坛和研讨会。这有效地确保了各场主题演讲和讨论会议更加深入、更有见地的，探讨影响每个行业当前和未来发展的趋势和挑战，助力各方企业提升技术水平，更具备前瞻性和竞争性。今年，大会非常荣幸与下列合作伙伴和组织携手合作，呈献多元丰富的专题研讨：

中国计算机报：人工智能（AI）技术论坛
中国人工智能与服务机器人应用联盟（CASR）：人工智能与机器人技术论坛
台湾数位看板多媒体联盟（DSMA Taiwan）：亚洲数字标牌论坛
广东省新能源汽车产业协会：智慧城市行业实践研究讲座
InfoCommAsia QuickFire 系列

高度针对性的会议

高峰会议主要分成三大环节——InfoCommAsia 研讨会针对 AV 和 IT 专业人士，行业实践研究讲座和科技论坛分别针对垂直行业（如教育、智慧城市）和专业技术领域（如 AI、物联网、机器人等）。AV 和 IT 专业人员以及各行业企业家、商界领袖和决策管理层都将能从多场会议中受益。

峰会新单元

本届北京 InfoComm China 峰会特地推介全新的议程单元，由 InfoCommAsia 呈献的一系列名为 QuickFire 的课程单元——适合各级经验与程度的 AV 专业人士而设计的 20 分钟快捷培训课程，关注最新行业动态，如数字体验、了解 4K、声学等课题。所有单元将于会场里的 IFC QuickFire Arena 进行。

嘉宾讲师与会议议程

北京 InfoComm China 峰会作为专业视听和集成体验行业领先的知识及信息共享平台，每年诚邀业界权威和学术界名望莅临现场，讲解并深入分析数字发展和其他颠覆性新兴技术，将如何影响并重塑企业未来发展。

英特尔物联网事业部副总裁暨视觉零售部门总经理何迈思，是本届峰会开幕式的主题演讲嘉宾。何先生的专业经验涵盖了数字标牌、数字白板和交互设备等领域，同时领导拓展全球的市场生态环境，并倡导及推广产业的可持续发展。

Biamp Systems 亚太区高级应用工程师 Kane Zhang 将主讲“视频压缩技术：有时简约才是回归！”、“CobraNet, Dante 和 AVB 协议端口备份的深度分析”及“在调试会议室时，如何提高传声增益，避免产生啸叫？”

美国数字音频技术开拓先锋 Luxi 电子公司总裁吕晓政，将谈论“4k, 8k 电视, HDMI 2.1 及视频技术的走向和应用”、“HDCP 和 EDID 解密”及“音频产品技术规格及系统增益设计”。

其他受邀的主讲嘉宾还包括易科国际科技有限公司高级副总裁张涛、圣谛智能影音机构 CEO 冯光宇、深圳锐取信息技术股份有限公司培训讲师黄金、北京小鸟科技股份有限公司创始人 & CTO 李厚鹏、维图斯中国有限公司 CEO 韩小龙、爱思创电子（上海）有限公司技术销售经理张烨、深航国际酒店集团总裁黄俭，以及银川市副市长（智慧城市总设计师）郭柏春等，讲师阵容空前强大。

本届峰会预备了多场精彩的行业相关议题讨论，有意参与代表可敬请期待。

InfoCommAsia 研讨会

- FIR EQ 原理及其应用
- 智能家居的零售新体验
- 音视频路由产品的发展趋势
- 大数据可视化的交互设计探索

智慧城市行业实践研究讲座

- 展望篇：车联网与出行大数据实现人、车生活应用的深度融合
- 技术端：高级驾驶辅助系统 ADAS 在智能出行运营车辆上的关键应用
- 政企合作：智能出行大时代与城市交通 PPP 建设的有机融合

教育行业实践研究讲座

- 深入理解交互式学习空间
- 智慧教室大飞跃，建构高效的教育环境

人工智能技术论坛（与《中国计算机报》合办）

- 人工智能的现在和未来
- 人工智能行业应用迎来的机遇与挑战
- 打造中国人工智能生态体系

人工智能与机器人技术论坛（与中国人工智能与服务机器人应用联盟（CASR）合办）

- 行业及传统企业制定人工智能战略的重要性
- 人工智能落地创造非凡价值
- 人脸识别引领行业应用
- 旅游及酒店行业人工智能及服务型机器人的发展分析

亚洲数字标牌论坛（与台湾数位看板多媒体联盟合办）

- 亚洲跨界应用媒体探讨

东南亚正在流行的数字媒体发展
数字显示大数据

北京 InfoComm China 2018 展会所有展位已经售罄。主办方 InfoCommAsia 特此衷心感谢所有予以鼎力支持的参展商、各大支持单位以及赞助单位。敬请期待 4 月为业界呈献的这场视听与集成体验的年度飨宴！

展会与高峰会议所有讲座和会议均一律免费入场。有兴趣参观展会人士可通过官方网站 [infocomm-china.com / ifcshow.com](http://infocomm-china.com/ifcshow.com)，或扫描微信二维码预先登记。欲知更多详情，可登录官网查询。

（5）【CCBN2018】李巍：泛生态新智慧——智慧广电贵州探索

编辑：passion 来源：CCBN

在 3 月 21 日举办的主题报告会上，贵州省广播电视信息网络股份有限公司总经理李巍先生作了题为“泛生态新智慧——智慧广电贵州探索”的精彩演讲。



贵州省广播电视信息网络股份有限公司 总经理 李巍

李巍总经理首先介绍了贵广网络对于目前广电行业的认识和理解，他认为广电网络面临着新形势、新任务和新要求，要顺应时代潮流，不断转型、不断升级、不断创新。智慧广电既是国家智慧社会建设的重要组成部分，也是广电行业转型发展的必然要求。从技术层面看，智慧广电要以智能化的下一代广电网络为基础，依托云计算、大数据、物联网、人工智能、超高清等新兴的技术，构建泛在的智慧广电的技术生态，推动新一代信息技术与社会生活的深度融合。从应用层面看，智慧广电通过对广电行业资源的统筹利用，不断地创新服务业态和方式，为个人、家庭、社会各界提供智慧服务，不断地拓展民用、政用、商用服务领域，促进广电与各行业的深度的融合，打造泛在的智慧广电产业生态，推动全社会智慧化可持续地发展。

随后李巍总经理汇报了贵广网络对于智慧广电的探索，贵广网络建设智慧广电的思路可以概括为构建“一云、双网、三用”的智慧广电新体系，推动智慧广电与智慧社会建设的全面融合发展。

“一云”，是指通过平台的 IT 化、网络的 IP 化、终端的智能化“三化”的技术手段，构建云管端一体化的智慧应用新技术体系，实现内容、服务、资源的云化供给。“双网”是

在网络建设方面，实现有线、无线网融合协同的覆盖，并协同物联网提升广电网络对智慧城市、智慧社区、智慧乡村、物联网等新兴业态的支撑能力。“三用”是在民用、政用、商用三个方面全面发力，努力推进城乡综合信息服务的均等化，推动智慧广电在城市和农村同步发展。

关于贵广网络已在实施和正在实施的重点应用，主要包括农村全面综合信息服务；推动央视 4K 专区全覆盖，覆盖用户已超百万；推进乡村雪亮工程建设；构建远程医疗服务系统；推进新时代党员干部学习大讲堂的建设；创建创新建设公安物联网项目；构建全域智慧旅游服务平台；打造融合网教育平台；延伸农村电商服务等。通过这一系列探索与实践，有效地推动了贵广网络质量变革，使广电网络的业务承载能力明显提升，用户数量快速增长，收入结构明显改善，市场份额不断扩大，为全省经济社会加快发展做出了贡献。

接着李巍总经理谈到了贵广网络智慧广电建设未来发展计划，包括争取贵州省政府政策支持；推动 4K 快速发展；依靠 SDN/NFV 技术推动云网融合；大力推广混合业态；推动基础网络向 IPV6 升级；发展物联网；借助 AI，助力智能的运营；积极跟进 5G 广播技术。

李巍经理最后总结道，智慧广电建设是一个渐进的、不断探索、不断实践、不断提高的过程，贵广网络将认真落实关于智慧广电建设的规划和要求，与全国广电行业通力合作，奋力推进智慧广电的建设，为建设科技强国、网络强国、数字中国、智慧社区、智慧社会做出积极的贡献。

8. 媒体融合

（1）四川广播电视台与腾讯公司战略合作 推进广电行业融合发展

编辑：passion 来源：国际在线 中国青年网

3月6日，四川广播电视台与腾讯公司战略合作框架协议签订仪式在深圳市腾讯大厦举行。四川广播电视台副台长王红芯，腾讯副总裁、腾讯云总裁邱跃鹏出席并分别致辞，见证了签约仪式。



根据协议，签约双方将在云服务、内容开发等方面展开深度合作，共同推进广播电视事业和产业的转型升级。

以云为核心，联手川台构建高效稳定的运营管理系统

云计算是时下最具颠覆性的 IT 技术，云计算正在广泛深刻地影响着各行各业，包括传统企业的数字化转型和整个媒体行业的升级转型。多维度云服务合作，是四川广播电视台与腾讯公司合作的重要内容。

四川广播电视台作为中国西部综合实力最强、影响力最大、传播手段最丰富、受众最广泛的现代传媒集团，近年来，四川广电锐意改革，推动媒体转型，深挖区域资源，开拓新媒体市场，取得了显著的成绩，川台优质的新闻视频、新媒体产品、季播综艺节目借助腾讯等各平台广泛传播，多渠道展现了四川美丽繁荣和谐的良好形象，为探索深度合作，奠定了基础。

此次合作，双方以云计算为核心，开展网络存储、网络分发等云服务技术领域展开的深度合作，腾讯云将输出技术，联手川台有效建成高效稳定的运营管理系统。

深耕内容合作，深度促进媒体融合

除了云服务领域的合作，四川广播电视台与腾讯也将会在内容合作、深度开发等方面携手并进。

在内容合作方面，四川广播电视台拥有以直播社会、民生新闻、突发事件为核心竞争力的新闻频道，拥有以高端消费群体为受众、音频直播为特色的交通广播，并于 2017 年成立直播四川联盟，拥有强大的全省资源整合能力，是权威的广播电视主流媒体，具有不可替代的视频制作的原创能力。腾讯将为四川广播电视台优质内容提供多渠道立体化分发服务；在新闻资讯和泛资讯领域等进行全方位合作，利用双方的优势，形成合力，对外打造强品牌。未来，双方还将协商共建中央厨房，协调各自内部资源，互相促进媒体融合。

跨界合作，推进“电视+互联网+新媒体”融合发展

当前，互联网正加速改变着传媒格局和生态环境，传统媒体面临转型发展的任务十分迫切。2016 年 7 月，广电总局再次发布《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》，明确指出，力争两年内，在局部区域取得突破性进展。

四川广播电视台副台长王红芯表示：“双方在新闻、资讯、纪录片、综艺等节目版权方面有巨大合作空间，在开发运用云技术，提高对内容生产的支撑方面，有着互补的需求和各自优势。未来在双方共同努力下，将资源转化为产品和服务，使受众个性化、精确化的需求“思而即得”，共同实现内容优势和技术支撑的双轮驱动。”

腾讯副总裁、腾讯云总裁邱跃鹏表示：“腾讯公司与四川广播电视台的此次战略合作有着及其重要的意义，标志着双方在在媒体融合领域将共同发力。腾讯公司愿意充分发挥自己在大数据、云计算、人工智能等领域的先进技术优势，扮演好连接器角色，助力合作伙伴在视频领域实现跨越升级。”

四川广播电视台与腾讯公司的合作，双方建立的高规格、高级别、全方位的战略合作关

系，将推进“电视+互联网+新媒体”融合发展。未来，通过双方的共同努力，也将实现社会效益和经济效益最大化。

（2）专访政协委员中的广电总局领导,谈电影票房、媒体融合等行业热点

2018-03-12 10:03 来源： 广电独家

在“两会”期间，“广电独家”记者对政协新闻出版界别进行采访，国家新闻出版广电总局副局长童刚，中央人民广播电台台长阎晓明，及国家新闻出版广电总局科技司副司长、中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军接受了记者采访，回答了当下广电及网络媒体发展中的诸多热点问题，如：电影市场推动与监管、主流媒体与新媒体融合等。

全国政协委员，国家新闻出版广电总局副局长童刚：保障产业健康发展，努力建设电影强国



问：春节档票房不错，能够看出总局去年在规范电影市场方面做了很多工作，今年总局在这方面还会做哪些工作？

答：首先，中国电影市场要有优秀影片来支撑，要尽可能地做到多类型、多品种和多样化。比如今年春节档的类型就很丰富，《红海行动》这样的军事题材影片在《战狼2》受到观众追捧之后，再次创造佳绩，凭借口碑实现了逆袭和长线放映，说明主旋律、正能量的影片拍好了，观众一定会“用脚来投票”。

其次，围绕规范市场这个重头工作，我们继去年提出“电影市场规范年”的目标后，进一步将今年确定为“市场规范加强年”，加大力度巡查，在规范市场、提高放映质量等方面出实招，在进一步保护制片方权益和科学合理的市场分配机制的同时，也更加充分地保障观众的观影热情和观影利益。

像今年的春节档，几家制片方联合提出19.9元的最低限价、且单部影片的补贴票数不得超过50万张，这一举措取得了良好的市场效果。据不完全统计，春节初一至初六票房高达57.37亿元，吸引了1.44亿人次观影，两大指标同比分别增长69.53%和61.48%。

我们相信，在中国电影市场会将这一举措常态化，只有观众和产业链各环节的权益都得到充分保障，才能实现电影市场更加科学、健康、稳定的发展。

问：市场对去年560亿元的票房很振奋，您如何看待这样的高票房现象？未来中国电影还有哪些可以发展的空间？

答：中国电影市场票房高、产业发展好，一定是因为电影与人民群众的需求更加紧密。我们不仅在创作中要牢牢把握以人民为中心的创作导向，在产业培育、市场服务等方面也要将“以人民为中心”落到实处。

今年因为春节档的不俗表现，仅2月份的票房就超过100亿元，创造了全球电影市场

上单月票房的新纪录，迎来了一个开门红。回顾中国电影市场化改革之初，2002年、2003年前后，中国电影市场的全年票房也就10亿左右，到去年的559亿，15年的时间里，中国电影票房每年以30%的速度在增长，市场容量从约占北美市场的1%增长到80%，中国电影赢得了国际同行的尊重，在世界影坛的重要性日益凸显。

因为市场的壮大和开放力度的不断增强，与美国电影对话的能力与信心也越来越足，美国电影也在适应形势不断调整对华策略。因为面对如此巨大且仍保持增长的中国电影市场，他们不可能熟视无睹，无动于衷，更不愿意置身其外。

我想，在打造人类命运共同体的美好愿景下，中国与美国两个最大的电影国度一定还有更加广阔的对话、交流与合作的空间。如果逐步把中国发展成世界电影的制作中心，我认为，传播中国文化的手段将会极大的丰富，有很多不需要我们直白去讲大道理，潜移默化的东西是最好的。

我的建议是，一是要努力培育电影市场，为多出人民满意的优秀作品创造条件。二是加快电影走出去的步伐。好电影产生的社会效应、经济效应比我们能够想象的空间还要巨大，相信会有更多体现中国精神和中国气派的优秀影片不断涌现，把中国从电影大国变为电影强国。

全国政协委员，中央人民广播电台台长阎晓明：主流媒体内部的小循环限制了它融入到社会的大循环中



问：您认为现在主流媒体的融合存在哪些问题，着力点在哪里？

答：当下的媒体融合面临三个背景：第一，互联网进入长尾阶段；第二，5G可能会产生颠覆性的改变；第三，媒体融合逐步成熟。在这三个背景下，主流媒体怎么应对？媒体融合经历过一个乱花渐欲迷人眼的阶段，媒体融合必须从概念的喧嚣转入实际的操作。

互联网时代的创作是一种社会的大循环，主流媒体在很长时间内面临一个非常大的问题，是内部的小循环限制了它融入到社会的大循环中，要充分用好互联网这个融合的基础设施。

当前，一是要解决版权问题，主流媒体的内容生产是要付出成本的，知识是需要保护的，而现在的互联网不突出内容的作者和应有的权利，主流媒体免费为所有的互联网企业打工。其次，必须要有自己的平台，或者说必须让自己的内容和其他平台产生契约式的合作模式。

全国政协委员，国家新闻出版广电总局科技司副司长、中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军：如果把中间环节去掉，那么主流媒体占领主流终端、主流阵地，就是一句空话



问：您认为现在主流媒体的融合存在哪些问题，着力点在哪里？

答：党和政府提出主流媒体应占据主流舆论场，从技术角度来说中间有一个环节需要加强重视。过去主流舆论通过主流传播渠道，肯定占领主流阵地。阵地其实是终端的概念，收音机也叫无线电，无线电就是传递的方式——也就是说，方式和终端是密切结合的。我们今天有很强大的主流媒体，但是如何抵达到用户、观众、听众，是个问题。

举一个不太恰当的例子，现在的互联网有点像集装箱运输，各种视频、文字、声音统合为集装箱，也就是互联网上的数据包。但是，由于你没有货运公司，没有运输公司，那么你的集装箱送到码头或者快递公司，什么时候运、运到哪儿、发送地是哪儿、中转地是哪儿、收多少钱、时间是多少，你控制不了。

这非常像我们互联网上的信息传播。理论上来说，报纸、杂志或广电机构办一个网站，跟集装箱一样，中转了十次和中转了一次效果是不一样的。如果把中间环节去掉，那么主流媒体占领主流终端、主流阵地，就是一句空话。尤其是现在媒体的表达形式和传递手段密不可分的时候，更需要把传输方式、内容、终端有机地结合在一起。

具体来说，现在在移动终端看一集电视内容要花很多钱（流量费），如果广电总局能够在电视频道发送手机能够接收的信号，比如能看央视一套，能点播《舌尖上的中国》，那么用户再看这些节目的话就可以不收费，不产生流量费、通讯费。而且，我们的信号可以送到三大运营商的手机上，技术上可以达到，4G、5G也给我们提供了便利。只不过由于现在分业监管的问题不能做这件事，国家政策一旦允许做这件事情，三大运营商的手机不用花费任何流量费都能看到电视发送的手机信号，这样主流媒体占领主流阵地就更容易实现。

（3）媒体融合新征程

2018-03-07 作者或编者：何传威

记得，习近平总书记在中央深改小组第四次会议上提出“推动传统媒体和新兴媒体融合发展，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合”。党的十九大，习近平总书记在报告中要求我们“要深化文化体制改革，完善文化管理体制，加快构建把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的体制机制”，为我们广电媒体融合发展指明了前进方向，注入了强大动力，具有重大的实践指导意义。

前言

新闻、电视剧、综艺节目是拉动电视收视的“三驾马车”，而新闻节目始终是电视台的“立台之本”。2017年，电视新闻不断丰富节目形式，充分发挥传播优势，并且利用融媒

体手段传播互动，增强节目趣味性的同时也显得更亲民、接地气。

当前，媒体融合从相“加”阶段迈向相“融”阶段。经过近几年的探索，全国各地涌现除了不少优秀案例。我们列举一二以飨读者。



中央电视台：打造“智慧融媒体”

作为具有强大公信力以及传播力的国家电视台，中央电视台在大力推进“智慧融媒体”建设的过程中，一直坚守国家主流媒体的责任与使命，把握国内舆论“主方向”。

中央电视台紧紧围绕建设国际一流媒体旗舰的目标，以新闻为龙头，以视频为重点，以用户为中心，实施移动优先创新驱动战略，大屏带小屏、小屏回大屏、多屏连受众，打造“智慧融媒体”，初步形成“融机构、融机制、融产品”的融合发展格局，建成“多终端、多语种、多产品、多平台、全覆盖”的融合传播体系，从“相加”迈向“相融”，取得显著成效。其中，央视新闻新媒体用户总数 3.4 亿，央视网多终端全球覆盖用户 10.7 亿。

打造观众获取权威信息的资讯平台、专业记者直播的首发平台、电视机构汇聚的共享平台、用户参与生产的交互平台。目前入驻矩阵号已达 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”。

“作为国家电视台，在大力推进融媒体建设的过程中，我们始终坚持一条，不忘初心，牢记使命，无论技术手段如何更新，无论媒体形态如何变化，所有这一切融合创新的初衷和目的，都是为了坚守国家主流媒体的责任，更好地发挥主流媒体主力军、主阵地、主信源的作用，都是为了做好主题主线宣传，传播主流声音，弘扬主流价值，讲好中国故事。”中央电视台有关负责人说道。

在 2017 年全国两会期间，央视新闻频道有一档节目名叫《两会有啥事我们帮你问》，这是央视首次推出融媒体实时互动两会报道，每天参与互动话题的观众达数百万。与以往不同的是，以前的大屏节目多是单向传输的，服务也是单向的，而《两会有啥事我们帮你问》则着力打造沟通大小屏的双向互动。



中央人民广播电台：构建新型广播

30年来，中国的广播电视经历了不少重大的技术变革和发展，技术从弱到强；规模从小到大；节目套数、频道数由少到多；节目质量不断提高；从地位落后到屹立于世界强国之林。现在，广播电视不但是党和国家相关政策重要的宣传舆论工具，也成为群众越来越不可或缺的娱乐和获得信息的重要手段。

2017年，中央人民广播电台重点开展媒体融合、数字电视、移动电视、互联网电视等新媒体、全媒体业务。通过中央电台媒体融合重要产品“央广新闻”客户端；运用互联网思维构建的全媒体采编平台——中国广播云平台；4G播控中心；互联网电视的集成播控平台与央广TV互联网电视内容服务平台；“中国广播”客户端推介的新款智能硬件产品；手机移动视听；车联网视听产品；以及电视购物；中国交通广播和国家应急广播网等多类型业务、多终端产品等等一一体现出来。

中央人民广播电台总工程师钱岳林说道，对于我们中央广播电台来说，我们在技术上一方面追求着完美和极致，类似于电视由SD向HD发展，并研究UHD和HDR，我们在不断应用新技术提升节目质量，以优质和良好的体验来锁住用户，另一方面，我们广播也在逐步形成跨屏收看的生态，做各种转码，以低码率来适配手机和PAD收看，也在追求着混合广播，比如RadioDNS、HbbTV以及互联网设备企业提出的IMDA，这些都涉及了广电媒体对双向互动的追求和优质连续覆盖的理念。

广电发展那么多年，我们需要明白自己的责任和所长，过去我们一直做的是大众传媒，是为了适应大多数人的需求，而在互联网产生以后，又有人提出要适应小众的、精准化推送的需求，实际上这两者之间是有一定矛盾的，那么为了适合不同人的需求，可以开发互联网、移动互联网去做好小众，而我们身为大众传媒必须清楚明白自己的责任、擅长和特点，不忘初心。

中国国际广播电台：构建一个主流融媒体

中国国际广播电台从2005年以后提出了多媒体融合，全媒体发展的战略思路，而且依托新的互联网技术，传统广播电视技术实现全球覆盖，国际台在过去六七年的时间里在全球建立了100多个本土化的分台，建立了全球化、多语种的网站，随着媒体融合技术的发展实现了移动媒体的多语种应用。从最近的发展来看，到目前为止，新媒体全球社交移动媒体用户超过4000万，而互联网电视用户已经超过了1个亿。另外还建立了融媒体的中华云平台，形成了强大的生产能力，面向各种新媒体的制作，发布等等。

从前两年开始，媒体制作的融合化、传输的融合化的趋势日趋凸显，国际台未来要打造的方向是从媒体融合发展、到构造一个主流融媒体，即传统媒体如何通过技术转型、技术发展构建一个主流融媒体，这是国际台努力的目标。主流融媒体有几大特征，一个是在技术领域的媒体云，大数据等大规模的应用，通过媒体云来实现融合制作，在传输域内就是融合覆盖网的出现，实现广播电视网和电信网以及移动互联网的融合实现一种高质量、高效率 and 更高安全性的融合媒体传输体系，终端是智能化管理和服务的体系，同时融合网络不仅服务于广播电视，也将助力社会信息化，服务智慧化城市。

国际台英语环球广播中心有关负责人说道：“广播早已从单一的电台传播转变为电台与网站、视频、移动端、社交媒体等众多新型手段和平台同步发展的综合传播。”中国国际广播电台的节目多以融媒体新闻产品呈现，国际台一直持续围绕“一带一路”建设这一主题，组织特色采访，策划独家报道，很多新闻产品成为“网红”。

广东广播电视台：全新融媒体新闻中心掀开全新篇章

广东广播电视台大力实施新闻传播全媒体战略，着力实现“一个平台、多个端口”的融媒体生产流程。早在2016年2月，广东广播电视台全媒体重点项目“触电”启动，并与移动互联网阅读平台ZAKER展开合作，上线“触电”频道，这也是国内首个省级广电媒体与新

兴媒体企业共同打造的视频资讯频道。

去年12月22日，广东广播电视台全新融合媒体新闻中心（高清演播室群）正式上线。TVS-2 最新闻、今日一线，新闻频道今日焦点两个演播室同时正式开播，广东台新闻制作播出掀开了全新的篇章。

该融媒体新闻中心生产平台基于云架构，共有13个讯道。整个设计采用与老楼内的演播室互为主备、互为灾备的概念，两个网络全部连通，因此容灾备份能力十分强大。

广东台新融合媒体新闻中心主要分布在环市路二期广电中心5楼，承担全台所有新闻节目的制作，为台内五个主力频道（广东卫视、珠江、TVS-1、TVS-2 和新闻频道）服务。项目总投资约1.3亿元，使用面积达到3000m²，设计包含三个演播室、分控&收录中心、及新闻指挥中心。三个演播室分别为一个开放式的、一个封闭式的和一个全虚拟的演播室，各有一个分控中心全部具备直播功能。分控&收录中心与台方原有播出信号对接，实现了二期广电中心的演播室信号与台里原播出中心的信号相互调度。目前3个演播室已全面投入运行。

湖南广播电视台：打造行业果敢先锋

湖南广电是最早“触网”的广电媒体之一，从2004年尝试性进入新媒体开始，到如今打造以芒果生态圈为核心的全媒体集团，积极变“观众”为“用户”，变“电视内容”为“IP资源”，逐渐从“内容制作机构”升级为“内容分发平台”，对电视媒体的全媒体转型进行了积极、有益的探索。

湖南卫视与芒果TV完全打通，全部实行了双平台播出。从新闻采编、节目策划、文艺创作、影视剧采购、定制，以及生产方式与流程，真正实现了双平台打通。“我们非常欣慰的看到，芒果TV的内容生产能力也开始得到了市场的肯定。湖南卫视的原创能力到了芒果TV，芒果TV也反哺湖南卫视。2018年芒果TV自制的《全民大侦探》、《火王》、《甜蜜暴击》等都将由芒果TV自制主控并输送到湖南卫视。由过去的单向内容输送，到双向内容互动。”湖南广播电视台有关负责人说道。

芒果TV在渠道融合上，通过大数据来分析用户的需求，提供用户所需要的各方面信息以及其他各种服务，真正实现了湖南卫视和芒果TV媒资、技术、数据的互联互通，做到了“一云多屏”，从传统电视的直播屏，到IPTV、OTT，以及平板电脑、移动端，所有渠道全部融合打通。观众到受众，受众到用户，内容变产品，产品到商品。过去，芒果台的发动机是单一的，只有湖南卫视，各个业态都附着于它。随着芒果TV不断地迭代升级，它也正在加速从“附着”的地位变成了“独立”的平台，越来越具有“引擎”的价值。芒果TV的终极表达不是当网上的“专卖店”，在互联网上做传统媒体的业务，而是要加速成为又一个“引擎”，与湖南卫视形成“双核驱动”、全媒体发展的新格局。

作为传统广电中大力推动媒体融合，湖南广播电视台用三年时间将旗下国有新兴媒体打造成行业前四的果敢先锋！

浙江广播电视台：唱响融合发展新歌声

过去的2017年，浙江广电集团围绕建设六位一体新型媒体平台这一总体目标，坚定信念，无论是舆论引领、品牌打造还是融合创新都取得了新的成效和突破。浙江卫视牢牢占据省级卫视头部阵营，被广大观众誉为最具传播力的卫视媒体。向新媒体延伸的两微一端粉丝总量突破7200万，其中中国蓝融媒体中心，跻身国内主流新媒体第一方阵。党的十九大期间，中国蓝融媒体中心打通大屏、小屏、线上线下，联通场内场外，推出了一大批跨屏走红的融媒产品。由浙江卫视协同阿里巴巴和几家兄弟卫视一起推出的2017双十一晚会，又精彩演绎了一场电视加互联网的多屏狂欢，网络点赞超过2亿。“浙江卫视双十一晚会，我们总共投资100多人的团队，实现了电视技术的又一次全新升级。其中的AR、VR技术、真人三维建模、动作捕捉技术等等，这些令人惊叹的高科技在我看来就是成功突破边界线、突破资源墙，突破电视表达空间，互联网电视晚会变得可看可玩、可购物、可娱乐、可互动，全

方位复制到电视、网络、手机等各种终端。”浙江广播电视集团负责人说道，“我们必须拥抱技术变革，2017 的双十一晚会还给了我一种更深层次的思考，就是晚会由去年的花开一朵变成今天的三台一网，我们倡导也惟有如此才能更好构建新时代背景下的大媒体、大传播、大格局。”

四川广电：媒体融合打造“智慧广电”

近年来，“高清四川智慧广电”建设全面启动，传统媒体和新兴媒体融合发展取得突破性进展，广电行业转型升级步伐越走越快。去年，四川广播电视台投入 3000 万建设融媒体中心，建设成多终端多渠道的新闻采编播平台。四川广电网络公司投入 5000 万建设“TV+ 媒体融合平台”，目前已完成硬件建设，成都台建成媒体融合发展“中央厨房”。截止到去年年底，四川各市（州）级广播电视台媒体融合深入推进，融媒体平台建设全部完成。

“推动媒体融合发展，产品是根本核心。”据四川省新闻出版广电局负责人介绍，近年来，四川广电媒体在融合发展中涌现出一批品牌产品，如四川广播电视台围绕“熊猫 TV”核心，打造出包括“四川观察”、“金熊猫”、“熊猫视频”、“香巴拉资讯”的全媒体多终端产品矩阵。四川广电网络公司建设交互电视“好看”专区、“好看”手机客户端、“好看”微信公众服务号，形成了跨屏、多终端融合架构。成都广播电视台“看度”客户端累计下载用户数达 300 多万余人，被评为 2014—2016 全国广电媒体融合创新案例 20 佳称号。绵阳市、甘孜州整合市（州）台和区县台资源，统一建设面向全市（州）的融媒体产品，直播绵阳、圣洁甘孜移动客户端已经成为具有区域影响力的融媒体产品。

太原广播电视台：五大创新打造新型媒体

作为集广播、电视、有线网络、新媒体、舞台艺术、文化旅游、文化会展、科技开发等为一体的综合文化传媒机构，太原广电围绕中心、服务大局，持续推动技术创新、传播形态创新、内容生产创新、运营模式创新和体制机制创新，努力打造“以移动互联为核心、以广电媒体业务为特色”的新型媒体集团。

2016 年 3 月 29 日，太原广播电视台精心打造的媒体融合新平台——太原手机台正式上线。太原手机台以“在线实时、丰富互动”等特征，弥补了传统广播、电视媒体的不足，主要具备直播点播、新闻资讯、活动互动和公共服务等四大功能。直播点播——用户可以同步听广播、看电视，错过的节目内容可点播回看，实现了视音频传播的全球化与随身化；新闻资讯——快捷发布各类新闻资讯，唱响主旋律，传播正能量；活动互动——实时推送政策宣传、社会公益、法律服务、企业推广等活动，市民可通过手机台直接参与报名、还可以上传图文及视频内容进行投稿；公共服务——目前已开通交通查询、演艺信息等内容。

编后语

除此之外，其他各地电视新闻融媒体报道方式也呈现遍地开花的趋势，例如在对于党的十九大新闻报道中，河北广播电视台、黑龙江广播电视台、陕西广播电视台等都在北京设立了融媒体演播中心。比如，黑龙江广播电视台《新闻联播》节目利用全媒体互动等新技术手段，变传统的主持人“坐播”为“站播”，结合虚拟植入技术“让数据活起来”“让场景活起来”“让形式活起来”，增强报道的互动性和体验性，增强舆论引导力。

改革永不停步，创新未有穷期。在传统媒体和新兴媒体融合发展焕发出勃勃生机、释放出无限活力的今天，我们有理由相信，新型主流媒体正迎来并创造着发展机遇期，中国正从新媒体大国向新媒体强国阔步迈进。

（4）2017 年全国电视收视市场回顾（下）

编辑：passion 来源：收视中国 2018 年 03 月 14 日 17:02:10

回顾 2017，媒体融合进入改革深水区，多种融合模式的探索在全国如火如荼地展开，但内容竞争依然是媒体竞争不变的主题。内容价值的体现离不开受众的测量和经营，电视受众和

电视收视市场是整个媒介市场的重要组成部分，对电视收视市场的把握和了解，有助于对整体媒介市场的把握和运营。继推出《2017年全国电视收视市场回顾（上）》之后，今天将继续推出系列（下），基于CSM媒介研究2017年所有调查城市收视调查数据，对全国电视收视市场进行简要分析，梳理电视媒体在媒体融合浪潮中的受众收视变化与特征。

电视内容市场的竞争与博弈

三驾马车收视格局未变，电视剧收视拉动效应增强

整体市场各类节目的播出与收视中，电视剧、综艺和新闻依然是拉动收视的三驾马车，三大类型节目收视量占据总收视量的56.8%，与往年基本一致。其中，电视剧收视比重由2016年同期的29.6%提升至30.9%，提升1.3个百分点；新闻/时事类节目收视比重由13.8%提升到13.9%，较2016年增加了0.1个百分点；而综艺类节目收视比重则有明显下降，由2016年同期的13.7%降至2017年的12%，下降1.7个百分点，与2016年相比，2017年综艺新节目数量明显减少，收视较高的也是综N代节目。其他节目类型中，专题、青少、电影等类型的收视比重同比有所增长。

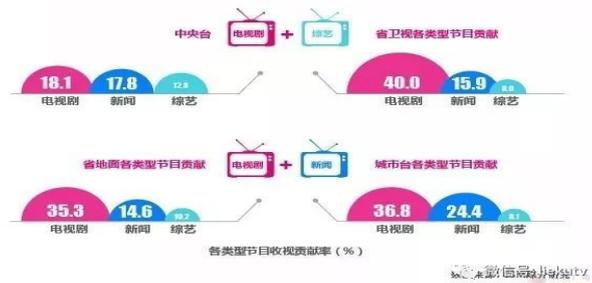
图9 2017年各类节目收视比重（%，全天，所有调查城市）



综艺节目引领上星频道收视，地面频道挖掘生活服务类节目潜力

各级频道不同类型节目收视分布数据显示，上星频道主要侧重于电视剧和综艺节目资源，而地面频道则发力于电视剧和新闻/时事节目资源。2017年，中央级频道各类节目的收视分布相对均匀：电视剧、新闻和综艺节目位列三甲，占据了整体收视量的48.2%，专题、电影、体育节目也取得了较好的收视效果，频道专业化优势愈发明显。省级卫视则更多倚重电视剧和综艺节目，二者贡献了近六成的收视总量，其中电视剧独占四成的份额，同比明显提升，综艺节目的份额则有下降。省市级地面频道方面，电视剧、新闻及生活服务类节目是维系收视的三大支柱，电视剧是地面频道收视贡献最大的节目类型，其收视份额在省市级地面频道均在30%以上；此外，新闻/时事节目也表现突出，在省级地面频道及市级频道分别占有14.6%和24.4%的收视份额；综艺节目在地面频道的收视份额不高，生活服务节目则成为近年来地面频道努力拓展的方向。

图10 2017年各级频道组各类型节目收视份额（%，全天，所有调查城市）



电视剧收视竞争：资源使用效率触底反弹，推荐剧目引领收视

电视剧是拉动收视的三架马车之首，是老少皆宜、大众喜闻乐见的节目资源，占总收视量的三成。数据显示，在电视剧收视市场中，中央台所占的收视份额稳中略升，省级频道保持稳定，市级频道继续下降；上星频道（中央级频道及省级上星频道）合计占据电视剧收视市场近三分之二的收视份额，其中省级卫视电视剧收视份额达到 43.9%，是电视剧市场的主导力量，地面频道（省级非上星频道和市级频道）在电视剧市场的收视份额为 34.9%。



电视剧一直是收视贡献最大的资源，被誉为收视发动机，业内也有“得电视剧者得收视”的共识。历年电视剧资源使用效率走势也验证了这一观点：电视剧资源自 2000 年开始就处于供不应求的状态，资源使用效率很少低于 10%，对收视的拉动作用有目共睹；随着电视剧播出量的不断增加、广电政策对电视剧播出的规范管理，近年来优质爆款剧目难觅，电视剧资源利用效率呈现震荡下降趋势，但 2017 年电视剧资源使用效率明显回升，达到了 15.6%。

图 12 2000 年以来电视剧资源使用效率（历年所有调查城市）



2017 年是广电总局加强管理、政策规范的重要一年，《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》《关于电视剧网络剧制作成本配置比例的意见》《网络视听节目内容审核通则》等通知的颁布为电视剧市场的健康发展奠定了规则基础。今年广电总局在重要宣传期推荐了多批次优秀剧目，总计达 72 部，截止到 2017 年底，累计播出了 27 部。其中《人民的名义》成收视爆款，凭借全国网首播平均收视率 3.05% 的成绩，成为 2017 年当之无愧的卫视剧王，该剧不仅获得了高收视，还引发观众在社交媒体上的广泛热议。此外，推荐剧目中，《生逢灿烂的日子》、《急诊科医生》等 9 部剧目收视均过 1%，收视示范效应明显。

CSM 媒介研究电视剧收视数据显示，在 100 城市晚间时段播出的电视剧中，《人民的名义》几乎在所有城市收视均进入了排名前 20 位，《因为遇见你》《那年花开月正圆》《欢乐颂二》等多档不同类型的剧也在超过 50 个城市进入前 20 名，展现出优秀剧目超强的收视竞争力；从电视剧播出情况看，《伪装者》在 13 个频道播出，《炮神》在 10 个频道播出，2016 年的热剧 2017 年还在延续。

表 1 2017 年晚间时段热播热视剧 (100 城市)

| 热播剧 | 播出总频道数 | 题材 |
|------------|------------------|-------|
| 伪装者 | 13 | 反特/谍战 |
| 炮神 | 10 | 军事斗争 |
| 刑警队长 | 9 | 警匪 |
| 鸡毛飞上天 | 7 | 时代变迁 |
| 特种兵火凤凰 | 7 | 军旅生活 |
| 海棠依旧 | 7 | 重大革命 |
| 我的前半生 | 6 | 都市生活 |
| 漂洋过海来看你 | 6 | 言情 |
| 不可能完成的任务 | 6 | 反特/谍战 |
| 卧底归来 | 6 | 警匪 |
| 热视剧 | 进入收视排名前 20 名的城市数 | 题材 |
| 人民的名义 | 98 | 反腐倡廉 |
| 因为遇见你 | 72 | 言情 |
| 那年花开月正圆 | 63 | 近代传奇 |
| 欢乐颂 2 | 59 | 都市生活 |
| 放弃我抓紧我 | 53 | 言情 |
| 东风破 | 46 | 军事斗争 |
| 楚乔传 | 45 | 历史故事 |
| 孤芳不自赏 | 43 | 历史故事 |
| 我们的少年时代 | 43 | 青春 |
| 青年霍元甲之冲出江湖 | 36 | 近代传奇 |

数据来源:CSM媒介研究
微信号:liekuty

分析电视剧播出题材发现:卫视频道军事斗争、都市生活、言情和反特/谍战剧播出量超过 10%, 相比 2016 年同期, 大类题材中都市生活、反特/谍战有所下降, 中小类题材播出比重增幅较大。收视表现较好的电视剧题材多样, 既有推荐剧目、反腐倡廉题材的《人民的名义》, 也有《因为遇见你》和《放弃我抓紧我》等言情剧、还包含都市生活类的《欢乐颂 2》等剧, 在卫视收视较好的 10 部剧中题材类型达到 7 种, 一方面说明了电视剧创作的繁荣, 另一方面也是电视剧观众开始分化的表现。在地面频道, 军事斗争和反特谍战等题材仍是地面频道的重头戏, 硬剧当家是市场主流。地面频道收视较好的剧目中, 题材仍然主要集中在军事斗争、反特谍战类型, 收视较好的剧目包括《战地枪王》《我的压寨男人》《雪地娘子军》和《我的父亲我的兵》等。

表 2 2017 年晚间时段地面频道进入收视排名前 20 名城市数较多的电视剧 (100 城市)

| 电视剧名 | 题材 | 进入收视排名前 20 名的城市数 | 总频道数 |
|----------|-------|------------------|------|
| 战地枪王 | 军事斗争 | 24 | 26 |
| 我的压寨男人 | 军事斗争 | 26 | 25 |
| 雪地娘子军 | 军事斗争 | 24 | 25 |
| 烈火刀影 | 近代传奇 | 18 | 24 |
| 我的父亲我的兵 | 军事斗争 | 29 | 23 |
| 第一声枪响 | 军事斗争 | 27 | 23 |
| 冰锋 | 反特/谍战 | 22 | 22 |
| 双枪 | 军事斗争 | 24 | 21 |
| 神西武工队传奇 | 军事斗争 | 26 | 20 |
| 女子特战队 | 军事斗争 | 47 | 19 |
| 李三枪 | 军事斗争 | 31 | 19 |
| 勇者 | 军事斗争 | 19 | 19 |
| 铁核桃之无间风云 | 反特/谍战 | 11 | 19 |

数据来源:CSM媒介研究
微信号:liekuty

综艺节目收视竞争:多元创新,头部综艺加大原创力度

2017年，综艺节目播出时长占总节目时长的5.9%，相比2016年同期水平有小幅下滑，收视比重则明显下滑至12%。从收视分布上看，超八成的节目收视量为上星频道所贡献，中央级频道收视份额逐年提升，而省级卫视的收视份额则较上年明显下降，地面频道综艺节目的收视份额则相对稳定。

图 13 2015-2017年综艺节目市场各级频道的收视份额（全天时段，历年所有调查城市）



2017年综艺节目收视份额超过3%的省级上星频道收视主要集中在六家卫视，六家卫视在省卫视综艺节目中占份额达到84.3%，相比2016年同期卫视数量减少一家，综艺资源竞争进一步白热化，双虞效应更加凸显。其中浙江卫视凭借综N代节目如《奔跑吧》和《中国新歌声》等，在省级卫视综艺节目收视市场处于领先地位；北京卫视则全力打造“跨界”品牌，《跨界歌王》和《跨界喜剧王》等助力追赶头部卫视；江苏卫视季播和常态综艺双向发力，在省级卫视综艺收视市场的市场份额大幅度提升；湖南卫视发力原创，《向往的生活》、《中餐厅》等慢综艺显露荧屏，摒弃浮华回归生活和日常，安徽卫视则保持稳定。从收视较高的季播节目在不同人群的收视表现看，满足了“圈层文化”不同需求。

图 14 2016-2017年主要省级卫视综艺节目收视份额⁴（历年所有调查城市）



CSM 媒介研究季播真人秀统计数据显示，2017年季播真人秀共播出242季，与2016年基本相当。首播收视率超过1%的季播节目共计37档，相比2016年的52档，减少了约30%；收视率超过2%的节目数量大幅减少，仅有《奔跑吧》和《中国新歌声》2档，综N代节目勉强支撑收视，高收视季播综艺的难觅，凸显了综艺节目创新的尴尬。2017年初，以《见字如面》、《中国诗词大会》和《朗读者》为代表的传统文化类节目开启了文化类节目的创新，拓展传统文化的内涵和外延，以中华传统戏曲为题材的《中国戏曲大会》《喝彩中华》等纷纷涌现，地面频道多向拓展，传承文化，但整体收视表现不高。此外，自湖南卫视推出《向往的生活》开启国内“慢综艺”序幕起，《中餐厅》《青春旅社》《但愿人长久》和《生活相对论》等荧屏持续发酵，虽有收视但爆款难现。

新闻节目收视竞争：公信力竞争，重大社会事件彰显新闻力量

2017年新闻/时事类节目收视继续由中央级频道主导，中央级频道收视份额明显提升，收视份额由40.7%跃升至44.4%；而省市级地面频道收视份额则有明显下降，收视份额由41.8%下降至37.4%；省级上星频道收视份额保持稳定。新闻收视的基础在于公信力，中央级频道具有先天的优势，在重大社会事件报道中尤为明显。2017年在两会报道、朱日和阅兵、十九大期间，央视新闻频道新闻收视比平时分别提升了16%、122%和29%，彰显了新闻的力量。

图 15 2015-2017年新闻/时事类节目市场各级频道中的收视份额(%, 全天时段, 历年所有调查城市)



在刚刚结束的党的第十九次全国代表大会上，习近平总书记指出：我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。在传媒领域，要解决这个主要矛盾，就要求各类媒体创新发展以满足人民日益增长的精神需求。解决过程中，媒体融合是解决矛盾的线路图，内容竞争是实施的关键点，而电视这一传统媒体在内容竞争中拥有天然的优势，当下媒体融合进入改革深水区，媒体融合的大幕已经拉开，内容为王，电视人有信心在更广阔的天地里徜徉。

结语

在刚刚结束的党的第十九次全国代表大会上，习近平总书记指出：我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。在传媒领域，要解决这个主要矛盾，就要求各类媒体创新发展以满足人民日益增长的精神需求。解决过程中，媒体融合是解决矛盾的线路图，内容竞争是实施的关键点，而电视这一传统媒体在内容竞争中拥有天然的优势，当下媒体融合进入改革深水区，媒体融合的大幕已经拉开，内容为王，电视人有信心在更广阔的天地里徜徉。

(5) 《广播电视媒体融合技术研究与应用》出版发行

编辑：passion 来源：广电猎酷

为更好地指导全行业深入推进媒体融合发展，充分发挥科技引领行业发展的作用，总局科技司组织广播科学研究院、中国传媒大学、格兰研究等单位，在总局科研项目“广电传统媒体与新媒体融合发展技术研究”的成果基础上，编写了《广播电视媒体融合技术研究与应用》，并以《广播与电视技术》科技期刊第 3 期增刊的形式出版发行。

近年来，各地广播电视机构按照中央和总局部署，积极推动传统媒体与新兴媒体融合发展，大力推进新技术在广播电视领域的应用，广播电视行业进入了一个新的转型期，各级广播电视机构普遍积极探索并开展新媒体业务。

中央三台和各省广播电视机构纷纷建设融合媒体云平台，并基于云平台部署了内容生

产、多渠道智能分发等业务，创新了业务应用，一定程度上实现了资源灵活调配、提高了生产效率。部分播出机构初步尝试了大数据应用，通过数据分析，精准指导内容生产、传播运营。新技术的应用逐步彰显出广电行业在新时代融合媒体形势下的蓬勃生命力。

媒体融合是一项艰巨而又复杂的系统工程。当前，各地在推进媒体融合发展中还存在很多困难与不足。

在组织协调方面，有相当一部分广播电视机构思想重视程度不够，统筹组织不力，行动比较缓慢，创新力度不够，技术创新与业务发展“两张皮”相互脱节现象严重，制约了新媒体业务的发展。

在技术研发方面，新技术不断推出，行业应用形成业务产品并提供服务还有很长的路要走，需要加强行业自身技术团队的培育与建设。在新业务发展方面，需要进一步加强互联网思维，按照总局智慧广电的战略部署，推进相关工作。

本书分析了广播电视传统媒体与新媒体融合发展现状，整理了目前行业内普遍采用的技术，列举了部分广播电视机构新技术应用的成功实践和创新的业务形态，预判了人工智能、区块链等新技术在广电行业的应用趋势。希望通过本书能为行业内各相关单位提供借鉴和参考，进一步提升行业内对媒体融合发展技术的认识水平，能够为各单位开展媒体融合业务提供帮助。

本书在编写过程中，得到中央人民广播电台、中国国际广播电台、中央电视台、中国国际电视台、央广新媒体文化传媒（北京）有限公司、爱上电视传媒（北京）有限公司、未来电视有限公司、广播电视规划院、北京新媒体集团、上海广播电视台、东方明珠新媒体股份有限公司、河北广播电视台、山东广播电视台、江苏广播电视总台、浙江广播电视集团、安徽广播电视台、湖北广播电视台、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司、广东广播电视台、广西广播电视台、深圳广播电视集团、苏州广播电视总台、成都广播电视台等单位的大力支持，在此一并表示感谢！

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）谷歌发布 AR 软件开发包 ARCore 1.0

编辑：passion 来源：Digital TV Europe

上周，谷歌推出了增强现实 SDK——ARCore。这将与苹果的 ARKit 一起大力推动 AR 体验走向大众市场。日前，谷歌在世界移动通信大会（MWC）上表示，AR 将成为移动行业的“下一个重大转折”。

谷歌的 SDK 目前已由测试版正式发布为 ARCore 1.0 版本。

ARCore 目前已进驻 13 个不同型号的手机，包括谷歌的 Pixel、Pixel XL、Pixel 2 和 Pixel 2 XL；三星的 Galaxy S8、S8+等；LG 的 V30、V30+；以及华硕、OnePlus 旗下的两款手机。

随后，还将进驻三星、华为、LG、摩托罗拉、华硕、小米、诺基亚、中兴、索尼和 Vivo

等品牌手机。

据谷歌介绍，ARCore 1.0 改进了环境理解能力，能让用户将虚拟内容放置在海报、家居、玩具盒、书本、罐子等不同形状的表面。

谷歌全球 VR/AR 合作伙伴主管 Adrienne McCallister 表示，谷歌已与华为、小米和三星合作在中国经销其 AR APP。

目前，已有约 1 亿设备可使用 ARCore，谷歌正与制造商合作，希望将 AR 体验带到他们的新设备上。

(2) VR 转播来了！皇马面向全球推出 360° 全景及虚拟现实频道

2018-03-05

皇家马德里足球俱乐部与 The Dream VR 公司 2 月 27 日正式达成合作，让其在 The Dream VR APP 中正式建立自己的 360° 全景虚拟现实频道。The Dream VR 公司是目前全球最大的 360° 全景虚拟现实的全球内容发布网络，覆盖了 180 个国家。



皇家马德里足球俱乐部与 The Dream VR 公司的合作将为全球超过 5.6 亿的皇马粉丝提供享受独家的全景视频内容的机会。该合作内容包括在 The Dream VR APP 中创建皇家马德里俱乐部频道，该 APP 目前可在所有移动设备、虚拟现实平台及三星智能电视上使用，而很快将在 LG 和索尼电视等设备上推出。通过这样的平台，每个人都可以通过第一视角，享受与俱乐部近距离接触的独家体验。

The Dream VR 公司是全球唯一一家为全球三星智能电视用户提供 360° 虚拟现实视频内容的企业。得益于其自身平台的优势，The Dream VR 公司为皇家马德里足球俱乐部的沉浸式虚拟现实内容战略提供更大的技术支持，助力俱乐部实现更接近全球球迷的目标。

皇家马德里足球俱乐部的内容已于 2 月 27 日开始在 The Dream VR 平台上发布，并定期在每月更新。The Dream VR APP 在所有移动设备（IOS 和 Android）、三星智能电视以及所有虚拟现实平台均能免费下载。

The Dream VR 团队位于马德里、巴塞罗那及迈阿密。其 APP 拥有超过 200 万的下载量，均可用于三星智能电视、苹果智能电视，IOS 及安卓系统等各大主要 360° 全景虚拟现实平台。

The Dream VR 首席执行官艾伯特·帕莱（Albert Palay）表示：我们很荣幸能够与世界上顶尖的足球俱乐部合作，也是目前最有名的运动品牌合作；我们很荣幸能作为领导和先锋者，为皇家马德里俱乐部建立官方 360° 全景虚拟现实频道，让皇马的全球粉丝能够找到为其量身定制的独家内容和令人难以置信的沉浸式体验。

10. 国际动态

(1) 5G 电视广播试验

2018-03-02

一个 5G 广播试验场正在德国巴伐利亚奥伯兰设立，这是巴伐利亚研究项目“5G Today”（今日 5G）的一部分。在广播技术研究所（IRT）的领导下，项目合作伙伴 Kathrein 公司和罗德与施瓦茨公司正在研究 5G 网络上进一步演进的多媒体广播多播服务（FeMBMS）模式的大规模电视广播。此项目得到关联合作伙伴西班牙电信（德国）和德国巴伐利亚广播公司（它正在其发射站运行此试验性 5G FeMBMS 广播网）的支持。



在车辆高度自动化以及设备在物联网中互相联网时，此新 5G 网络标准为面向未来的关键技术。5G 还提供高效分配媒体内容的巨大潜力。5G 的推出可能打开一个全世界市场，无数的智能手机和平板电脑充当能够把直播电视服务、媒体库、社交网及其它很多媒体服务相结合的可能的电视接收机。与欧洲广播公司和行业合作伙伴合作，实现大型 4G 和 5G 网络内高效广播的国际标准化工作于 2017 年 6 月完成。

“与 EBU、BBC、RAI 和 SWR 及很多行业合作伙伴一起，我们确定了 5G 的广播要求并成功把它们纳入国际标准，” IRT 商业局域网技术总经理 Jochen Mezger 表示，“要求包括百分百广播模式和提高频道间隔。我们很高兴 5G Today 项目允许我们在试验场实施和评估标准化结果。”

为建立大覆盖区，结合了大小发射机单元。使用电视信号的首批试验广播预计在 2018 年底进行。它们将从巴伐利亚广播公司的文德尔斯泰因发射站发射的 56 频道上同播。在那之前，将开发和安装传输发射和接收设备，也将进行理论研究和初步调查。

“随着 5G 的发展，此标准接近广播系统的传统参数，这将实现电视节目的广泛和经济的分配，”巴伐利亚广播公司制作和技术总监 Birgit Spanner-Ulmer 教授解释道，“我们欢迎 5G Today 项目提供的这个机会，用我们现有的广播设施测试未来的网络。”

“作为一家全球网络运营商和下一代移动网络（NGMN）联盟的一个成员，我们希望支持在现代和融合 5G 网络上的媒体内容分配，”西班牙电信（德国）广播接入网总监 Jaime Lluch 补充道，“这就是如果需要，我们将为 5G Today 提供另一 700MHz 频谱（欧盟委员会优先考虑的 5G 频段）的原因。”

“此 5G 标准提供独特机会，将广播传输的长处与移动通信的广阔机会智能相连，”罗德与施瓦茨公司发射机系统研发高级总监 Manfred Reitmeier 表示，“我们积极参与此突破性研究项目，贡献我们领先的地面发射机技术和移动通信测试测量技术，为向移动和便携式设备高效传输媒体内容奠定基础。”

Kathrein 创新管理主管 Ralf Exler 认为此项目在广播和移动通信融合中起重要作用，指出特别是年轻人新闻在所有用户设备上收看广播内容。“此新标准把融合网络更靠拢一定。

用户不必担心他们如何收看他们使用的内容。在 5G Today 项目中，我们将实地优化天线和网络参数，并进行试驾，以便能够为我们的汽车用户提供创新技术。”

该 5G Today 研究项目得到巴伐利亚研究基金会为时 28 个月的资助。

（2）英国家庭娱乐消费超过印刷品

编辑：passion 来源：广播与电视技术

根据《英国娱乐零售商协会（ERA）年鉴》首次公布的官方数据，2017 年，英国公众在音乐、视频和游戏方面的消费高于书籍、杂志和报纸。

这是娱乐产业的收入有史以来第一次超过印刷品的收入。其关键驱动因素是来自于 Spotify、Steam、Netflix、Amazon、Deezer、Sky、Apple 和 Google 等数字服务的巨大增长。

根据谢菲尔德哈莱姆大学休闲产业研究中心为 ERA 准备的研究，2017 年，英国人在音乐、视频和游戏上的花销为 72 亿英镑（合 80.9 亿欧元），在书籍、杂志和报纸上的花销为 71 亿英镑。

娱乐销售额连续三年达到历史新高，但印刷品销售额却停滞不前，并且大幅下降。2007 年印刷品销售额达到峰值，为 83 亿英镑。

ERA 首席执行官 Kim Bayley 表示：“这是数字娱乐服务吸引力的一个有力证明，数字娱乐服务已经帮助家庭娱乐达到了一个新里程碑。”

2017 年是娱乐行业的特别辉煌的一年，这一年娱乐行业收入达到了 72.4 亿英镑，比 2016 年增长了 8.8%。该 8.8% 的增长率超过了休闲产业研究中心监测的几乎所有行业，包括餐饮（增长 7.7%）、酒精饮品（增长 6%）、休闲度假（增长 4.4%）和赌博（增长 1%）。总的来说，休闲类消费增长了 5.2%。

“2008 年至 2009 年的经济衰退对娱乐和阅读市场造成了巨大的冲击，”休闲产业研究中心的 Themis Kokolakakis 博士指出，“但是自 2012 年以来，娱乐市场快速恢复，并在 2017 年创下了销售记录。传统媒体正处于压力之下，一部分原因是流媒体服务的快速增长，还有一部分原因是人们的时间和注意力受到了非常激烈的竞争。娱乐行业不断发展，但是阅读行业却停滞不前。”

“英国娱乐市场的成功主要归功于创造出具有强烈吸引力的内容的创意人员、工作室、唱片公司和将这些内容推向大众的零售商及服务之间的合作。” Bayley 补充说。

《ERA 年鉴》中的其他数据显示了娱乐业务构成发生的巨大变化。五年前，超过 80% 的收入是通过个人购买（如光盘或下载）产生的。而 2017 年，56% 的收入来自所谓的访问模式，如音乐和视频流、电子电影租赁或在线多人游戏订阅、数字微型交易支付和移动设备程序内的购买。

“娱乐业务的成功证明了创新的力量，也为人们享受他们喜爱的音乐、视频和游戏创造了新途径。” Bayley 表示。

年鉴追踪了数字媒体的持续增长，其中，有两类数字产品表现出了显著增长：

面向游戏机的盒装软件，如新版本的 Nintendo Switch 和 PlayStation 4，实现了它们十年内的首次增长——销售额上升了 5%，达到了 7.5 亿英镑。

黑胶唱片继续复苏，销售额上升了 34%，达到了 8770 万英镑。

“数字服务可能会占据领先地位，但是实体零售商将会继续寻找新的机会来展示和推动光盘的销售，” Bayley 建议说，“黑胶唱片是零售商培育需求的一个典型例子，大部分人早就不再使用这种产品。但是低估消费者对实物产品的持续影响是愚蠢的。”

ERA 年鉴还包括了 2017 年 ERA 娱乐产品销售榜。ERA 娱乐产品销售榜结合了音乐、视频和游戏的数字及实物销售数据。

ERA 娱乐产品销售榜表明，Ed Sheeran 的专辑《Divide》是 2017 年英国最畅销的娱乐产品，其销售量达到了 2702839 张。

在 2017 年，有 33 个音乐、视频或游戏产品的销售量超过了 50 万套。其中，有 10 个产品的销售量超过了 100 万套，3 个产品的销售量超过了 200 万套。在前 40 名的畅销排行榜中，有 7 个产品是音乐专辑，10 个产品是电子游戏，还有 23 个产品是视频。视频排行的前三名是迪士尼制片厂出品的三部影片，它们分别是《美女与野兽》、《星球大战外传：侠盗一号》和《海洋奇缘》。

“我们都知道《Divide》取得了巨大的成功，其销售量是《海洋奇缘》的两倍，是《魔法精灵》的三倍，” Bayley 表示，“非常感谢 Ed 和所有帮助他取得成功的人们。”

| 2017 年 ERA 娱乐产品销售榜 | | | | | |
|--------------------|------|---------------------------------|----------------|-----------------|-----------|
| 排名 | 类别 | 标题 | 艺术家 | 公司 | 销售量 |
| 1 | 专辑 | Divide | Ed Sheeran | 华纳唱片公司 | 2,702,839 |
| 2 | 电子游戏 | FIFA 18 | | 美国艺电 | 2,696,721 |
| 3 | 电子游戏 | 使命召唤：二战 | | 动视暴雪 | 2,442,416 |
| 4 | 视频 | 美女与野兽 (2017) | | 迪士尼制片厂 | 1,484,565 |
| 5 | 视频 | 星球大战外传：侠盗一号 | | 迪士尼制片厂 | 1,380,402 |
| 6 | 视频 | 海洋奇缘 | | 迪士尼制片厂 | 1,293,787 |
| 7 | 视频 | 神奇动物在哪里 | | 迪士尼制片厂 | 1,279,850 |
| 8 | 电子游戏 | 侠盗猎车手 5 | | Take 2 | 1,080,022 |
| 9 | 视频 | 单身日记：好孕来袭 | | 环球影业 | 1,052,753 |
| 10 | 专辑 | Human | Rag'n'Bone Man | 索尼音乐 | 1,001,913 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 24 | 视频 | 神奇女侠 | | 华纳家庭录像 | 591,316 |
| 25 | 电子游戏 | 幽灵行动：荒野 | | 育碧 | 574,889 |
| 26 | 专辑 | Now That's What I Call Music 96 | 群星 | 索尼音乐/环球唱片 | 560,286 |
| 27 | 视频 | 蜘蛛侠：英雄归来 | | 索尼音乐 | 551,227 |
| 28 | 视频 | 加勒比海盗——萨拉查 | | 迪士尼制片厂 | 538,735 |
| 29 | 视频 | 火车上的女孩 | | 二十世纪福克斯电影公司 | 525,996 |
| 30 | 视频 | 爱乐之城 | | Elevation Sales | 525,342 |
| 31 | 专辑 | The Thrill Of It All | Sam Smith | 环球唱片 | 501,952 |
| 32 | 视频 | 娃娃老板 | | 二十世纪福克斯电影公司 | 501,453 |
| 33 | 视频 | 速度与激情 8 | | 环球影业 | 500,617 |
| 34 | 视频 | 乐高蝙蝠侠大电影 | | 华纳家庭录像 | 494,446 |
| 35 | 电子游戏 | GT 赛车：竞速 | | 索尼电脑娱乐 | 484,933 |
| 36 | 专辑 | Glory Days | Little Mix | 索尼音乐 | 468,173 |
| 37 | 视频 | 五十度黑 | | 环球影业 | 466,119 |
| 38 | 视频 | 血战钢锯岭 | | Elevation Sales | 465,138 |
| 39 | 电子游戏 | 地平线：黎明时分 | | 索尼电脑娱乐 | 456,374 |
| 40 | 视频 | 猩球崛起 | | 二十世纪福克斯电影公司 | 435,440 |

11. 走向海外

(1) “世界一带一路电视台”正式启动

编辑: passion 来源: 极体育资讯

2018年3月4日,世界一带一路电视台在泰国曼谷举行“启动仪式”。中国传媒大学博士生导师、凤凰卫视创始人之一、前凤凰资讯台台长、中国传媒大学发展研究院院长钟大年教授,中国著名电视媒体人、央视一套《大国品牌》总出品人吴纲先生,第65届“环球小姐”最佳身材奖、著名青年演员王若兮女士,北京电视台著名主持人、澳大利亚“悉尼杰出华人女性”阎品红女士,北京电视台、旅游卫视、深圳卫视、湖北卫视著名主持人王晓甜女士,大宋官窑董事长苗峰伟先生等组成的中国电视媒体、企业家代表团共30人,以及来自以色列、泰国、菲律宾、老挝、柬埔寨、中国香港及台湾等国家或地区的各界名流共88人连袂莅泰共襄盛举。



启动仪式合影

2017年7月,作为主要发起人,王鸿宾教授在泰国发起成立“世界一带一路组织”。该组织是泰国中央政府批准的“无关政党政治、不涉及宗教信仰”的“国家一级社团法人组织”。迄今,在全球31个国家或地区中,已有联合国前副秘书长4人,联合国现任副秘书长级1人,前总统、总理26人,前副总统、副总理55人,前部长73人共159人成为“世界一带一路组织”的顾问或荣誉主席。



左1世界一带一路电视台名誉台长吴纲,左2世界一带一路基金会主席王鸿宾教授,右1世界一带一路基金会副主席、世界一带一路电视台董事局副主席李晓华先生,右2世界一带一路电视台顾问局主席钟大年教授

世界一带一路电视台，隶属于“世界一带一路基金会”、“世界一带一路组织”及“世界一带一路理事会有限公司”。世界一带一路电视台，是一家具有泰国民联厅(广播电视局)颁发的营运等多种准证的 24 小时全天候的卫星电视台，共 15 个频道。通过“泰空”5、6、8 三颗卫星的传送并透过泰国著名的卫星电视公司 IPM 的 800 万个机顶盒及 350 万个卫星锅，覆盖了泰国、缅甸、老挝、柬埔寨、马来西亚、越南及中国西南地区，受众超过五千万世界一带一路电视台，其董事局由泰、中两国著名政商界人士阿隆功·蓬拉坡先生、蓬贴·贴干乍那先生、素披迪·巴威塔亲王、王鸿宾教授、祝恩福先生、李晓华先生、瞿佳伟先生组成，其顾问局由中国传媒大学博士生导师、凤凰卫视创始人之一、凤凰资讯台台长、中国传媒大学发展研究院院长钟大年教授为首组成，名誉台长为中国著名电视媒体人、央视一套《大国品牌》总出品人吴纲先生出任，由中、泰、港著名电视媒体人史攀先生、孙艺修女士、谭淋丹女士等组成经营管理团队。

(2) 5G 第一版国际标准将于今年 6 月完成

编辑：passion 来源：新华网、北京日报

近日，在全国两会上，全国人大代表、中国信息通信研究院院长刘多在接受采访时表示，5G 第一版国际标准将于今年 6 月完成。

近两年，5G 已经成为了 CES、MWC 等各大展会的焦点，随之大批设备厂商也相继公布了自家 5G 终端计划。与此同时，5G 标准也是落地在即。

2018 年是 5G 标准确定和产品研发的关键一年，我国将注重“标准、研发与试验”同步开展。

我国 5G 研发试验第三阶段将于今年年底前完成，重点是系统验证。此外，我国还在积极探索 5G 应用和商业模式，加快 5G 应用于相关场景，目前已启动 5G 应用征集大赛，向全社会征集 5G 特色创新应用。

我国在全球最早启动 5G 试验，在北京怀柔建设了全球最大 5G 试验网络，加速产业链的合作与技术的成熟。目前，我国提交 5G 国际标准文稿占全球 32%，牵头标准化项目占比达 40%，无论是推进速度还是质量在全球范围内均属较高。

(二)、重要政策进展

1. 三网融合

(1) 两会提案关注网络视听产业监管，重点指出这些问题！

2018-03-05 09:45 来源： 主编温静

全国政协十三届一次会议于 3 月 3 日在京召开。民进中央向本次会议提交党派提案 44 件。

其中，体现民进教育文化出版主界别特色的提案 16 件，包括教育类 10 件、文化类 4 件、出版类 2 件，占提案总量三分之一；在围绕党和国家中心工作、反映百姓关注热点问题方面，提交经济类提案 10 件、科技医卫类提案 8 件、资源环境类提案 6 件、政治法治类提

案4件。

其中文化类4件提案中包括：

多措并举、支持传统地方戏曲长远发展；

进一步推动大运河文化带建设；

优化网络视听产业监管方式；

进一步发挥博物馆对青少年的教育功能。

而在优化网络视听产业监管方式的提案中更是提及了目前网络影视行业中内容多、审核难。备案久、审核标准不明确等问题。

在出版类提案中，提出了出版与广播、电影、电视仍然是各自为战，信息内容的采集、加工、传播等实践活动始终分散在不同的行业部门，不能实现有效的资源共享等问题。

原文如下：

关于优化网络视听产业监管方式的提案

我国对网络视听节目的监管一直采取的是“自审自播”、“谁播出谁负责”的管理方式，在实践中运行良好。2016年12月20日，《广电总局关于进一步加强网络原创视听节目规划建设和管理的通知》（以下简称《通知》）出台，网络视听行业迎来了重点网络原创节目备案制度。

《通知》规定，从2016年12月19日开始，所有视频网站的网络大电影、网剧、网络综艺等网络视听内容，都须实行重点网络原创节目备案登记制度，即重点网络原创节目上线前需要进行“规划备案”和“上线备案”两次备案程序。

新监管方式主要针对文化内容监管，要求坚持网络视听节目线上与线下标准一致，不符合网络视听产品总量大、更新快、时效性强等特点，与中央“放管服”精神相悖，在业内引起较大争议。

一是海量内容审核难度大。网络视听节目数量庞大，种类繁多，增长速度快，审核监管难度大。2016年，网络剧备案4558部，微电影和网络大电影备案5556部，娱乐类栏目备案数达611档6962期。其中，网络剧备案部数同比增长466%，发展迅速。海量的视频为监管带来了压力，无论是广电总局还是各省局，监管队伍人员数量十分有限。

以北京市为例，北京市属网络视听节目服务持证单位123家，占全国网络视听节目服务持证机构近五分之一，而北京市新闻出版广电局投入网络视听节目备案审查的人员编制也不过十余人，即便有外聘专家队伍来辅助审查，但也很难满足迅速发展的产业需求。

二是备案时间过长，影响节目播出。新监管方式需要进行两次备案，两次备案的审核周期均为25个工作日，如果节目需要修改，则时间更长。这大大延长网络视听产品的上线周期，不符合网络视听节目时效性强、更新速度快的特点，给企业造成巨大的负担。

三是内容审核标准不明确。信息产业部发布的《互联网站管理工作细则》规定互联网站管理工作坚持属地管理原则。《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》规定了网络剧、微电影等网络视听节目不得含有的10项内容，但是内容审核标准仍然存在不明确的问题，不同地区监管部门在执行过程中会有所差异，也不利于网络视听节目制作单位在制作节目过程中准确把握内容审核要求。

四是对引进境外剧形成较大障碍。由于需要提前备案，引进的很多境外剧只能在国外播放完之后，才能进行完整的备案，导致引进的很多境外剧很难在国内同步更新。

这一方面会使境外剧上线国内视频网站之前，大量盗版资源在网络滋生，不利于构建清朗的网络空间。另一方面，由于盗版资源更新及时，成为多数观众优先观看渠道，导致引进境外剧的视频网站流失大量观众，损失惨重。

为优化监管方式，建议：

1) 总结传播规律，探索实行分类管理制度。首先，在文化安全问题上，按照节目题材

进行分类管理。对重大题材或者涉及政治、外交、宗教等特殊题材的节目，要加强审查备案。

对于一般性题材则仍可实行“自审自播”、“谁播出谁负责”的管理方式。

其次，网络视听产品的内容监管，在保证内容安全的基础上，可考虑在审查方式、监管手段上进行区别和优化。

再次，应当从传播效果和影响力的角度，采取“力保头部、兼顾长尾”的思路。头部的节目具有影响力强、及时性强、扩散力强的特点，有限的监管力量更应该投入到头部的节目内容中，如网站首页、微博大号、热点节目、新增节目；长尾部分的节目虽然也在一定人群、一定时间内传播，但由于其热度不大、位置隐蔽，因此应该分类梳理，总结其传播的规律，有针对性地监管这类节目，同时广泛接受社会举报，保持对长尾部分违规节目的压力。

2) 强化事中事后监管，建立严格问责制度。目前，我国网络视听产业监管工作重点主要体现在对市场准入的监管和对内容传播的备案审核两个方面，而对网络视听节目的事中事后的监管缺乏严格的规范制度。

广电总局《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》(广发〔2012〕53号)规定：对违规播出网络剧、微电影等网络视听节目的网络视听节目服务单位的主要出资者和经营者，广播影视行政部门视情节予以警告、罚款直至5年内不得投资和从事网络视听节目服务的处罚。类似的惩罚制度应该规范用于事中事后监管。

3) 积极利用新技术手段，创新政府监管模式。要重视技术力量，提高监管体系的信息化水平，提升大规模数据搜集及分析的能力，开展动态监测、举报投诉处理甚至线上听证、处罚公示等，提高发现问题的能力。长远来讲，更要针对移动互联网时代的新特点建构适应时代发展的政府监管新模式。可借鉴国外新媒体技术优化监管环境。

4) 强化判例借鉴，建立监管大数据库。随着网络视听内容生产的不断丰富，诸多以前未曾遭遇的情况时有发生，对已有监管案例进行积累并建立监管大数据库具有重要意义。有关部门应积极推动建设视听节目监管大数据库，使网络运营商可以查询已有的相关判例和判罚数据。

与此同时，行业协会开展相应的判例学习和传播活动，明确“前车之鉴”的同时，熟悉和掌握国家相应法规政策。监管大数据库建立的另一重意义是进一步清晰监管标准，逐步降低网络视听节目监管中的主观性和随意性，使监管主体在有法可依的同时做到“有例可循”，尽量避免因监管者个人喜好判断而影响监管结果的情况发生。

关于打通出版和广电藩篱 加快媒体融合步伐的提案

为助力传统媒体和新兴媒体的融合发展，2014年中央全面深化改革领导小组已经通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。近两年国家相关部门又围绕传媒发展和网络内容建设出台了一系列的政策和扶持举措，力度空前。

从政府管理的层面，出版和广电已经合并，从而在顶层设计上为出版和广电的融合提供了保障。在国家层面的积极倡导下，传统出版业和广电业都在积极利用各种数字技术，拓展以APP、网络视频等为主要形式的新媒体业务，探索媒体融合之路。

在媒体融合的探索实践过程中，还存在一些问题，制约着媒体融合的进程。其中最突出的一个问题，就是当前出版与广播、电影、电视仍然是各自为战，信息内容的采集、加工、传播等实践活动始终分散在不同的行业部门，不能实现有效的资源共享。

在生产实践和具体实施方面，很多地区的出版和广电企业依然是条块分割，如何实现改变、突破、融合，仍是当前困扰管理部门的难题。

出版和广电作为信息内容产业的核心，兼具信息属性与文化属性，管理手段相似，业务部分重合，有着天然的血缘关系，两者的深度融合对于提升内容生产的数量和质量、对于内容的全领域传播和全价值诠释、对于提升主流媒体的综合实力以及社会影响力都具有积极意义。为此建议：

1) 产业政策方面, 以出版业的转企改制和广电业的制播分离为契机, 鼓励出版业与广电业之间开展各种形式的跨界合作。

鼓励出版业依托内容资源优势, 进军影视领域; 鼓励广电业依托平台优势, 进军出版领域。在条件成熟的情况下, 出版企业和广电企业可以进行兼并重组, 充分挖掘、整合两者所能利用的政策资源、内容资源、品牌资源及渠道资源, 优势互补, 形成强大合力, 打造适应网络时代和数字时代的全媒体运营的大型现代传媒企业。

2) 优化管理方面, 可以将一些制度进行合并。

比如国家出台的《网络出版服务管理规定》和《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》两个文件, 前者属于出版管理范畴, 后者属于广电管理范畴, 但是两者在内容和性质方面具有高度一致性, 并且都对网络视听节目实施许可制管理, 建议将二者合二为一。

3) 激励机制方面, 国家有关部门对优秀的融合项目给予资金扶持和荣誉表彰。

建立健全奖励办法, 每年对融合项目进行科学的评估和评比, 调动相关从业人员的积极性, 从而进一步推动出版、广电事业的融合发展。

4) 在出版、广电的融合进程中, 逐步实现出版+广电+网络媒体三者的深度融合。

充分重视运用大数据、云计算、虚拟现实等技术的运用, 推动出版、广电与互联网的深度融合, 为用户群体带来新的感官体验, 使得出版、广电产品通过更为便利、丰富的形式得以展现, 从而最大限度的扩展用户群体范围。

中国的网络视听产业正在蓬勃发展, 生产内容正在也在不断增加, 在这样的大环境下, 两会召开时, 关于影视行业相关问题的更多提案也将浮出水面, 今年, 哪些问题会引发讨论? 哪些乱象会被指出? 小编也将持续关注。

(2) 广东省网信办等多部门联合开展网络直播专项整治行动

2018-03-05 09:21 来源: 网信广东

为进一步加强网络直播行业规范管理, 推动网络直播市场秩序得到明显改观, 按照中宣部、中央网信办等部门统一部署, 2月起至4月中旬, 广东省网信办联合省公安厅、省文化厅、省新闻出版广电局、省“扫黄打非办”、省工商局、省通信管理局等部门开展网络直播专项整治行动。

此次专项行动重点整治危害国家安全、荣誉和利益, 歪曲党史国史军史, 诋毁民族文化, 抹黑英雄模范和革命先烈, 违反国家民族宗教政策, 宣扬传播恐怖、暴力、赌博、迷信、淫秽色情、教唆犯罪等违法违规不良信息, 以及侵害他人名誉、隐私、知识产权和其他合法权益等行为。

专项整治期间, 广东省网信办等部门加大对属地网络直播平台违法违规信息内容的整治力度, 依法依规严肃处理违法违规行为, 指导属地网络直播平台开展自查自纠, 落实主体责任。

广东省从事网络直播业务的互联网企业应主动向属地网信办进行登记备案, 对拒不履行备案义务的, 广东省网信办将会同有关部门依法依规予以查处。

欢迎社会各界和广大网民监督举报, 共同营造清朗的网络空间。

2. 宽带中国

(1) 中国移动启动“5G 终端先行者计划”

编辑: passion 来源: 运营商观察

2018年2月27日,在西班牙巴塞罗那世界移动通信大会期间,中国移动联合全球20家终端产业合作伙伴在GTI国际产业峰会共同启动“5G终端先行者计划”,旨在聚焦产业资源,推进5G终端产业的创新与成熟。

5G具有高速率、大连接、低时延等特性,将开启移动通信发展的新时代。作为移动网络的重要延伸和业务实现的核心载体,终端产业的成熟将极大促进5G的有效商用和业务普及。中国移动“5G终端先行者计划”以在产业初期尽快推出首批5G终端为目标,参与各方将在技术方案研究、应用场景探索、产品形态创新、示范应用推广等方面开展充分合作,共同建立起成熟的5G终端产业生态,实现各方协同创新、融合共赢。

在5G发展初期,尽早明确终端技术方案和试验计划,对聚焦产业资源、提速5G商用步伐有重要意义。作为全球用户规模最大的运营商,中国移动一直以来以新技术引领和推进为己任。目前该计划得到了终端产业广泛响应和积极支持,初期参与企业达到20家,其中包括高通、华为、联发科技、紫光展锐、英特尔、三星等6家主流芯片企业;华为、OPPO、vivo、小米、三星、中兴、联想、HTC、海信、TCL等10家主流终端企业;Qorvo、Skyworks、Taiyo Yuden及飞骧科技等4家元器件企业。

基于“5G终端先行者计划”,各方将通力合作,于2018年底前推出首批符合中国移动需求的5G芯片,2019年上半年发布首批5G预商用终端,包括数据类终端、智能手机等产品。

当前,信息通信行业正处于4G向5G演进的关键时期。“5G终端先行者计划”是中国移动把握产业趋势、与产业链携手共同开辟终端新征程的“先行”之路,势必将给以智能手机为代表的消费类终端带来全新的发展机遇,并加速传统通信行业与垂直行业的跨界融合,最终实现“4G改变生活、5G改变社会”的美好愿景。

(2) 中国电信与华为成立商业联合创新中心

编辑: passion 来源: C114 中国通信网

2月27日,在西班牙巴塞罗那MWC展上,中国电信与华为共同宣布成立商业联合创新中心(以下简称BJIC),合力打造差异化的创新产品与解决方案,为用户带来更加极致的信息通信服务体验。

中国电信与华为共同宣布成立商业联合创新中心(以下简称BJIC),合力打造差异化的创新产品与解决方案,为用户带来更加极致的信息通信服务体验。

BJIC以用户需求和商业场景为源头进行产品和解决方案创新,改变了通信行业传统的产业合作关系,双方共同投入产品和解决方案的开发、验证和上市,将缩短新产品的上线周期,实现双赢,是通信产业合作上的重大突破。

中国电信董事长杨杰在发布会现场表示,“中国电信致力于做领先的综合智能信息服务

运营商，与产业各方一道，构建共享共赢共创价值的“生态魔方”。中国电信与华为公司合作成立 BJIC，正是基于“生态魔方”合作共赢理念进行的一次积极有益的探索。BJIC 的目标是积极创新商业模式，实现用户规模快速上量、业务价值快速变现。”

华为轮值 CEO 徐直军表示，“中国电信和华为改变过去的合作模式，采取创新的建设性的全面合作方式面向未来，天翼云就是很好的探索，已经进入发展正轨。华为与中国电信从原来卖设备的合作方式，走向商业联合创新的新合作模式，就是我们今天向全球发布成立 BJIC 的设想。”

中国电信副总经理高同庆对 BJIC 做了整体介绍，阐述了中国电信转型 3.0 战略和生态魔方的产业合作方向。高同庆表示，中国电信和华为战略匹配、强强联合、优势互补，双方将在 BJIC 的合作中推进战略执行、实现商业成功和建立新型合作伙伴关系。联合创新初期聚焦在智慧家庭、云网融合、物联网、5G 等四大业务方向，未来几年根据行业需求与技术发展扩展到更多领域。

在发布会现场，双方合作展示了近期联合创新实践的三大最新成果：视频 3.0、天翼云和全光网。视频 3.0 实现了 IPTV 业务秒级频道切换、秒级点播启动、九屏导播、四屏同看、语音搜索和千人千面等极致体验，现场观众跨越全球网络感受到了中国电信的真实业务体验。

天翼云作为电信和华为合营公有云，目前月均复合增长率超过 30%，已服务数万家政企大中客户。中国电信已将天翼云定位为 B2B 业务的统一平台和入口，2018 年面向工业制造、交通物流等重点行业构筑创新解决方案。

在全光网合作上，双方在经济活跃的长江中下游区域共同开通全球首张商用全光骨干网，通过 ROADM、100G 超长距、ASON 和全光交换等技术的组合突破，实现跨省城市间百 G 连接分钟级开通，网络综合建设和运营成本大幅降低。三大创新成果作为商业联合创新的尝试，奠定了 BJIC 联合创新中心的基础。

中国电信作为建设网络强国、数字中国和智慧社会的主力军，作为云计算、大数据、人工智能等供给侧改革的先行者和网络基础设施的提供者，以建设网络强国、打造一流企业、共筑美好生活为目标，以加强信息基础设施建设、深化四个融合、提升全要素生产率为己任，加快网络智能化、业务生态化、运营智慧化步伐，致力于成为领先的综合智能信息服务运营商。

华为坚持以客户为中心，探索未来智能社会的变革方向与信息服务需求，在云计算、5G、AI、AR/VR、IoT 等技术领域积极创新。“全面云化”战略通过网络云化、业务云化和运营云化解决方案，助力运营商客户数字化转型。

(3) 尚冰:2018 年中国移动 4G 用户将破 7 亿 固网宽带超 1.3 亿

编辑: passion 来源: CCTIME 飞象网

2 月 26 日，在“2018 世界移动通信大会”上，中国移动董事长尚冰做了《加速万物智能互联 携手共创美好未来》的主题演讲，在演讲中尚冰提到：目前公司移动用户达 8.9 亿户，其中 4G 用户 6.5 亿户，建设 4G 基站达 187 万个。“预计 2018 年 4G 客户突破 7 亿户、家庭

宽带用户超 1.3 亿户。”

4G 用户已达 6.5 亿户

目前公司移动用户达 8.9 亿户，其中 4G 用户 6.5 亿户，建设 4G 基站达 187 万个，推动中国进入全民移动互联网时代。

同时，积极推进网络“提速降费”，两年来手机上网流量资费累计下降近 70%，各项降费举措惠及 28 亿人次，对扩大信息消费、推动经济升级、促进民生改善发挥了积极作用。

四点思考

在把握信息通信行业的“时”与“势”方面，尚冰提出了中国移动的四点思考：

一是产业融通发展方兴未艾，正在激发经济增长新动能。运营商要协同产业各方充分发挥网络、技术、平台等优势，推动网络信息技术与社会各领域全面深度融合，催生出更多的新产品新模式新业态，带动经济发展变革，促进生产力实现又一次质的飞跃。

二是智能万物互联加速到来，将拓展行业发展新空间。未来智能化物联网服务将在城市管理、制造、物流、家居、交通、医疗、教育等领域广泛普及，不仅将深刻改变人们生产生活方式和经济社会的运行方式，也将为信息通信业拓展新的增长空间。

三是 5G 商用进程不断加快，要探索运营管理新模式。5G 时代，基于网络功能虚拟化(NFV)和软件定义网络技术(SDN)的下一代网络将成为重要承载网络，这对移动通信运营商下阶段的网络转型、运营管理、用户服务提出了新的更高的要求。

四是跨界融合转型势不可挡，需打造合作共赢新生态。跨界跨域融合创新需要构建能力互补、资源共享、合作共赢的产业生态。各方都需要在生态链开放合作中培育新的竞争优势，实现共同进步和繁荣。

实施“大连接” 推进“四轮驱动”

尚冰表示，中国移动将主动把握产业演进变革趋势，深化实施“大连接”战略，深入推进“四轮驱动”融合发展，加快推动先进信息通信技术应用普及，努力创造智慧互联新生活。

一是构建泛在智能网络。巩固 4G 网络领先优势，打造一流家庭宽带品牌，实现全国 346 个主要城市城区 NB-IoT 连续覆盖。促进 5G 标准、技术成熟和生态构建，开展 5G 产业应用培育和商业模式创新，为后续 5G 规模商用打好基础。

二是促进数字经济发展。积极推动互联网、物联网、工业互联网、大数据、云计算、人工智能与实体经济深度融合和规模应用，支撑传统产业转型升级，2020 年实现连接数量较 2015 年翻一番，成为数字化创新的全球领先运营商。

三是创造智慧互联生活。持续推动网络“提速降费”，推广数字娱乐、智慧医疗、在线教育、车联网、家庭安防等应用，为老百姓提供用得上、用得起、用得好的数字化生活服务。

预计 2018 年 4G 客户突破 7 亿户、家庭宽带用户超 1.3 亿户。

四是深化对外开放合作。聚焦物联网、数字家庭、5G、大数据等重点领域，与产业链各方开展形式多样、富有成效的合作，共同打造能力互补、资源共享、合作共赢的产业生态体系。

此外，尚冰表示，中国移动愿借助 GSMA 平台，进一步加强与全球同行的沟通和协作，合力推动 5G 产业成熟，联合开展 5G 应用创新，共同探索转型发展路径，携手加强全球产业对话合作，实现互利共赢和共同发展。

（4）【快讯】国网拿下 OTT 牌照，将持有国广东方 35%的股权

2018-03-02 11:01 来源：中广互联独家 作者：李思楚

3 月 2 日，华闻传媒投资集团股份有限公司发布公告，公司 3 月 1 日与国广环球传媒控股有限公司（以下简称“国广控股”）、中国广播电视网络有限公司（以下简称“中国广电”）、国广东方网络（北京）有限公司（以下简称“国广东方”）在北京市签署了《股权转让协议》。

| 持股方 | 出资金额 | 股权占比 |
|----------------|----------------|----------|
| 中国广电 | 6,880.6546 万元 | 35% |
| 国广控股 | 3,538.7010 万元 | 18.0004% |
| 桂林东方时代投资有限公司 | 2,948.8520 万元 | 15% |
| 华闻传媒投资集团股份有限公司 | 2,359.0029 万元 | 11.9996% |
| 合一信息技术（北京）有限公司 | 1,965.9013 万元 | 10% |
| 苏宁文化投资管理有限公司 | 1,965.9013 万元 | 10% |
| 合计 | 19,659.0131 万元 | 100% |

本次股权转让完成后，国广东方股东情况

华闻传媒以 24,985.00 万元的价格向中国广电转让所持有的国广东方 19%股权（对应注册资本 3,735.2125 万元）。同时，国广控股以 21,040.00 万元的价格向中国广电转让所持有的国广东方 16%股权（对应注册资本 3,145.4421 万元）。本次股权转让完成后，中国广电将直接持有国广东方 35%的股权，为单一最大股东、实际控制人。

2 月 12 日，国广控股 25%的股权也被国际电台旗下的国广传媒无偿转让给了国网，国网与国广传媒、中信国安、兴顺文化均以 25%的比例持有国广控股的股权。

公告显示，国广东方作为持有互联网电视集成播控牌照方之一，对比其他牌照方并无明显优势，本次交易通过引入中国广电入股国广东方，借助中国广电的资源及背景优势，将对国广东方的业务体系产生大幅度的提升空间。

同时，国网拥有了这张 OTT 内容集成播控牌照，比另外六张还是电视台背景的 OTT 牌照具有更强的背景资源和想象空间，也比电信三大运管商只有传输权、没有内容集成权相比，更有用户的资本和能力。下一步，国网还将如何布局？

（5）延安宽带已普及 2260 个村子 今年年底实现全覆盖

2018-03-12 09:29 来源：延安广播电视台

畅通的信息是发展的关键。为了实现信息惠民，延安市对全市 3000 多个行政村实施电信普遍服务，推进“宽带乡村”建设。目前，已经实现光缆入村 2260 个，到今年年底实现全覆盖。



宝塔区河庄坪镇赵家岸村，是延安市第一批实施电信普遍服务的示范村，自从引入“智慧广电、美丽乡村”项目后，村上的大棚蔬菜、花卉和特色农产品销售也跟着搭上了互联网的快车道。



顾客：老板你网上发的这个花在哪里呢，有货没有，多少钱。

花卉老板：在这里呢，卖 120 块钱，你在网上下单付 120，我们直接可以给你送货上门。

眼前这位花卉店老板叫刘庭飞，做了十几年的花卉生意，自从店里通了互联网，他便开始在网上也销售，现在生意越做越红火。



花卉经营者 刘庭飞

通过各种就是微信还有淘宝各种网络的平台给我的生意带来了很大的帮助，很多的新老顾客都慕名而来。

电信普遍服务带给群众的好处远不止如此，万庄村周高堂是村里人人羡慕的一位农民，2014 年儿子考上了清华大学，孩子有出息老人高兴，可是远在北京的儿子他一年也见不了几次，现在，有了互联网，他可以天天和儿子视频，这让他直夸好。



河庄坪镇 万庄村 周高堂

三天两头还可以跟娃娃视频，经常给我们提供一些学到的知识这个修剪果树管理或者养殖业经常也讲的不少，反正自从网络通了以后，这确实是对农民很方便。



目前像赵家岸这样实现了网络全覆盖的村子全市共有 2260 个，由电信、广电、移动三大运营商分别实施，实施这样大的工程需要庞大的后台来进行维护。



广电网络延安分公司宝塔乡镇业务运营公司经理 张伟

我们成立了专业的服务技术支撑团队提供后台模块搭建，软件开发，信息更新，向用户提供更新更快的信息服务，随后，我们将开通手机 app 业务，并依通电信普遍服务项目实现远程教育 智慧医疗，电子商务等业务纵推农村产业发展。



延安市农村信息化建设已经初具规模，已经让群众感受到了实实在在的便利，2018年，我市已经申请国家工信部配套资金3.5亿，将全市剩余的535个行政村到年底实现电信普遍服务的全覆盖。



延安市工信委副主任 李红艳

我们延安是从2016年到18年，我们用三年的时间，将我们三千多个行政村全部进行了宽带扶贫覆盖，这么一来以后，给延安的广大老百姓那么就是插上了互联网的翅膀，那么下一期我们主要是搞农村信息化的电子商务平台和农业生产方面的信息化运用，为农村的信息化服务工作奠定了坚实的基础。

3. 相关政策法规

(1) 最新消息：工信部最新颁发14张CDN牌照 18张云牌照

编辑：passion 来源：通信世界全媒体

2月26日，工信部颁发新一批CDN与云服务牌照，此次有14家企业获得CDN牌照，18家企业获得云服务牌照。截至目前获得CDN牌照的企业达到97家、获得云服务牌照的企业已达142家。

此次获得CDN牌照的14家企业分别是：上海蜗牛电子有限公司、浙江山迅网络科技有限公司、广东长城宽带网络服务有限公司、淄博久泰网络工程有限公司、上海聆云信息技术有限公司、厦门市月轮网络科技有限公司、郑州市景安网络科技股份有限公司、深圳市速必

拓网络科技有限公司、北京神狐时代通信技术有限公司、北京银盾泰安网络科技有限公司、郑州珑凌科技有限公司、北京金迅瑞博网络技术有限公司、上海橙域网络科技有限公司、中经云数据存储科技（北京）有限公司。

此次获得云服务牌照的 18 家企业分别是：北京中嘉和信通信技术有限公司、北京悦游信息技术有限公司、北京亚联美讯科技发展有限公司、万达信息股份有限公司、北京中联利信科技有限公司、深圳市稳速网络科技有限公司、中电智云控股有限公司、北京云基数技术有限公司、北京云端智度科技有限公司、北京荣之联科技股份有限公司、中机信息科技有限公司、北京国美云服科技有限公司、北京云盈科技发展有限公司、广州市明昕通信技术有限公司、成都飞数科技有限公司、北京华信巨川科技发展有限公司、中基凌云科技有限公司、青海云网电子科技有限公司。

在所有的获牌企业当中，共有 30 家企业同时获得 CDN 与云服务牌照，分别是：阿里云、腾讯云、金山云、UCloud、网宿科技、三快云（美团云）、百度云、华云数据、牛盾网络、七牛云、云之端网络（江苏）、鹏博士、西藏宁算科技、华为软件、中国移动、京东云、中国电信、中国联通、世纪互联（蓝云）、北京互联互通、奇虎 360、供销科技、咪咕文化、云螭网络、白山云、北京迅安联创、中联利信、云端智度、北京金迅瑞博网络、中经云数据存储科技（北京）。

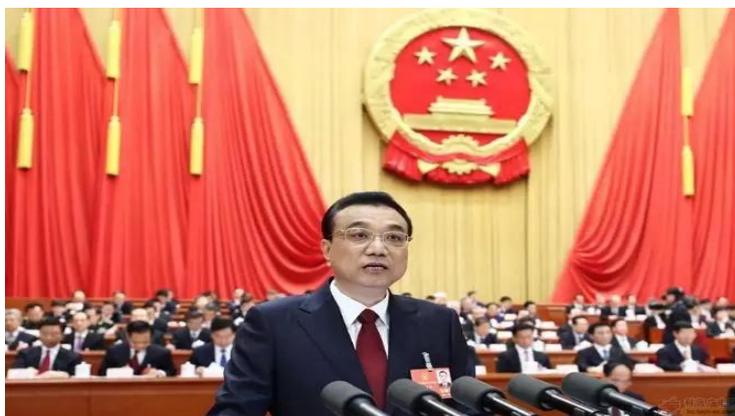
（2）政府工作报告为广电发展提出哪些新要求

编辑：passion 来源：国家广电智库

今年政府工作报告中，文化发展的工作任务已纳入提高保障和改善民生水平的部署之中。广电作为媒体和文化事业，既是推进各项任务的主要媒体，又是事关文化民生的重要事业板块。

3 月 5 日上午，李克强总理所作的政府工作报告总揽政府工作全局，对过去五年经济社会发展做了全面总结，阐述了 2018 年经济社会发展总体要求和政策取向，并对 2018 年政府工作提出了建议。

在第九条建议中，报告提出了八个方面的工作安排，其中文化发展的工作任务已纳入提高保障和改善民生水平的部署之中。对多办利民实事、多解民生难事，兜牢民生底线，不断提升人民群众的获得感、幸福感、安全感作出总体安排，强调提出为人民过上美好生活提供丰富精神食粮。



这方面，李克强总理明确了九大工作任务。广电作为媒体和文化事业，既是推进各项任

务的主要媒体，又是事关文化民生的重要事业板块。

总体来看，广电系统要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实十九大精神，从自身承担的特殊使命和任务出发，按照总局的部署，重点做好方方面面的工作：

在新闻宣传方面要有新作为。广电媒体是当今时代覆盖最广的重要媒体，应大力推进和强化新闻宣传的创新，生动准确深入地宣传各行各业各地学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的生动实践，为经济社会全面发展提供强大舆论支撑和精神动力。

在培育和践行社会主义核心价值观方面要有新作为。落实创造性转化、创新性发展的要求，在宣传和创作中，进一步弘扬中华优秀传统文化，继承革命文化，发展社会主义先进文化，促进思想道德建设和促进群众性精神文明创建，大力促进社会主义核心价值观建设。

在繁荣文艺创作、加强互联网内容建设方面要有新作为。视音频是目前文艺创作的主体形态之一，广播、电视和互联网媒体都是大众化艺术创作生产和供给消费的主要内容。繁荣文艺创作和加强互联网内容建设，广电企事业单位是重要责任主体。繁荣广电和网络视听创作的新作为，对繁荣文艺创作具有极为重要的意义。

在推动广播影视事业发展要有新作为。现在，人民群众对文化消费提出了新需求，广电系统应及时洞察需求的变化，以人民为中心，与时俱进实施和创新广电惠民工程，大力培育新型文化业态，为人民群众提供丰富有效的文化服务。与此同时，应在服务国家外交大局和构建人类命运共同体的战略层面上，深化中外广电交流合作，拓展广电事业功能作用。

在建设媒体新型智库方面要有新作为。建设新型智库，媒体义不容辞，广电媒体智库任重道远。在智库服务中，广电媒体具有深厚的信息资源和敏锐及时的反应能力，具有强大的潜在的智库产品生产能力，可以发挥独特和重要的资政作用。有条件的广电媒体应将新型智库建设放在战略层面，进行部署和推进。

用户有多大影响有多大，责任和使命就有多大。在新时代为广大人民群众提供丰富精神食粮，广电要发挥更大作用。我们必须以中国特色社会主义文化的繁荣兴盛，凝聚起实现伟大民族复兴的磅礴精神力量。

（3）广电总局发布《点播影院、点播院线管理规定》

2018-03-12 10:20 来源： 国家新闻出版广电总局

为了规范点播影院、点播院线这一电影行业新业态，国家新闻出版广电总局正式公布《点播影院、点播院线管理规定》（以下简称《规定》），随着3月30日起施行，点播影院、点播院线将进入规范发展的“新时代”。

《规定》全文如下——

点播影院、点播院线管理规定

第一章 总 则

第一条 为促进电影产业健康繁荣发展，弘扬社会主义核心价值观，规范电影产业新业态，丰富人民群众精神文化生活，根据《中华人民共和国电影产业促进法》和《电影管理条例》，制定本规定。

第二条 从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动，适用本规定。

本规定所称点播影院，是指在电影院和流动放映活动场所之外，为观众观看自选影片提供放映服务经营活动的文化娱乐场所。

本规定所称点播院线，是指由一定数量的点播影院组成，拥有一定数量影片的发行权，并对所辖点播影院的电影放映活动提供影片、实施运营管理的发行企业。

第三条 从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动，应当遵守宪法和有关法律、法规，坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持社会效益优先，实现社会效益与经济效益相统一。

第四条 国务院电影主管部门负责全国点播影院、点播院线电影放映、发行活动的监督管理工作。

县级以上地方人民政府电影主管部门负责本行政区域内点播影院、点播院线电影放映、发行活动的监督管理工作。

第二章 业务许可

第五条 企业、个体工商户设立点播影院，应当向所在地县级人民政府电影主管部门提出申请，并应当符合以下条件：

- (一) 放映设备、放映质量和计费系统符合国务院电影主管部门规定的技术规范；
- (二) 所设单个影厅的银幕宽度不超过 6 米，观众有效座位数不超过 20 个；
- (三) 有拟加入的点播院线或者处于筹建期的点播院线；
- (四) 法定代表人或者主要负责人未处于电影从业禁止期间。

第六条 企业设立省内点播院线，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门提出申请；设立跨省点播院线，应当向国务院电影主管部门提出申请；并应当符合以下条件：

- (一) 有与其业务相适应的影片来源；
- (二) 计费系统符合国务院电影主管部门规定的技术规范；
- (三) 法定代表人或者主要负责人未处于电影从业禁止期间；
- (四) 省内点播院线所辖点播影院数量不少于 30 家，跨省点播院线所辖点播影院数量不少于 60 家。

只符合前款第一项至第三项条件的，由有关电影主管部门发给有效期为三个月的同意筹建证明文件。筹建期间内达到前款第四项条件的，方可向有关电影主管部门申请颁发许可证件。

第七条 电影主管部门应当依照《中华人民共和国电影产业促进法》第二十五条的规定，对符合条件的点播影院，颁发电影放映经营许可证；对符合条件的点播院线，颁发电影发行经营许可证。

第八条 点播影院变更其所加入的点播院线或者处于筹建期的点播院线的，应当向原发证机关重新申请核发电影放映经营许可证。

第九条 点播影院的电影放映经营许可证和点播院线的电影发行经营许可证的有效期为两年。

第三章 经营规范

第十条 国务院电影主管部门建立全国点播影院经营管理信息系统和影片著作权授权信息公示查询系统。

第十一条 县级人民政府电影主管部门应当自颁发电影放映经营许可证之日起 10 日内，向省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门报送相关审批材料。

点播影院应当自经许可设立之日起 10 日内，将许可的相关信息报送所加入的点播院线。

第十二条 点播院线负责在全国点播影院经营管理信息系统上办理注册登记，申请点播影院编码。

省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门应当自收到相关材料之日起 10 日内，依据所报材料对全国点播影院经营管理信息系统所载点播影院相关信息进行核对。核对无误的，依点播院线申请向其发放所辖点播影院编码。

第十三条 省、自治区、直辖市人民政府以上电影主管部门应当自颁发电影发行经营许可证之日起 10 日内，在全国点播影院经营管理信息系统上办理注册登记，并向点播院线发放点播院线编码。

第十四条 点播影院编码、点播院线编码是电影主管部门对点播影院、点播院线实施管理的唯一数字标识。

第十五条 点播院线负责向所辖点播影院提供影片。

点播影院不得放映所加入的点播院线发行范围之外的影片。

第十六条 点播影院放映和点播院线发行的影片，应当依法获得电影公映许可。

第十七条 点播院线发行的影片，应当依法取得著作权人许可其在点播影院放映的授权。

点播院线应当及时将影片著作权授权状况上传至影片著作权授权信息公示查询系统。

第十八条 电影著作权人对其作品由电影院进入点播影院放映的期间有限定的，点播院线在限定期间不得发行。

第十九条 点播影院应当合理安排由境内法人、其他组织所摄制电影的放映场次和时段，并且放映的时长不得低于年放映电影时长总和的三分之二。

第二十条 点播影院不得在同一影厅内开展电影院的电影放映活动。

第二十一条 点播影院应当遵守治安、消防、公共场所卫生等法律、法规规定，维护放映场所的公共秩序和环境卫生，保障观众的安全与健康。

第二十二条 点播影院、点播院线应当加强计费系统和放映系统设备的日常维护，确保电影放映质量。

第二十三条 点播院线负责对所辖点播影院的制度建设和放映内容和质量管理、技术系统建设和运行维护、数据报送、人员培训等运营活动实施管理。

第二十四条 点播影院应当按照所加入点播院线的要求，按时报送相关经营数据。

点播院线应当按照国务院电影主管部门的要求，将所辖点播影院的经营数据上传至全国点播影院经营管理信息系统，纳入电影销售收入统计。

第四章 监督管理

第二十五条 电影主管部门应当加强对点播影院、点播院线的日常监督管理。

电影主管部门的工作人员依法履行监督检查职责时，点播影院、点播院线应当予以配合并提供必要的技术支持，不得拒绝、阻扰。

第二十六条 电影主管部门应当记录监督检查情况和处理结果，并定期向社会公布有关执法情况。

第二十七条 任何单位或者个人发现点播影院、点播院线有违反本规定行为的，有权向电影主管部门投诉、举报。

第二十八条 电影主管部门应当分别建立点播影院、点播院线违法行为警示记录档案，并向社会公布；对列入警示记录的点播影院、点播院线，应当加大监督检查力度。

第二十九条 点播影院、点播院线行业协会应当依照章程规定，制定行业自律规范，指导和推动点播影院、点播院线依法规范经营。

第五章 法律责任

第三十条 违反本规定，擅自从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动的，依照《中华人民共和国电影产业促进法》第四十七条的规定予以处罚。

伪造、变造、出租、出借、买卖或者以其他形式非法转让有关电影放映、发行许可证件，或者以欺骗、贿赂等不正当手段取得上述许可证件的，依照《中华人民共和国电影产业促进

法》第四十八条的规定予以处罚。

第三十一条 违反本规定，放映、发行未获得电影公映许可的电影的，依照《中华人民共和国电影产业促进法》第四十九条的规定予以处罚。

第三十二条 违反本规定，有下列行为之一的，依照《中华人民共和国电影产业促进法》第五十一条的规定予以处罚：

- (一) 制造虚假交易、虚报瞒报销售收入，扰乱电影市场秩序的；
- (二) 在电影开始放映之后至放映结束前放映广告的。

第三十三条 违反本规定，有下列行为之一的，由县级以上人民政府电影主管部门责令限期改正，给予警告，可以并处3万元以下的罚款：

- (一) 未按时办理点播影院编码、点播院线编码登记的；
- (二) 点播影院放映所加入点播院线发行范围之外的影片的；
- (三) 点播院线未按时报送经营数据的；
- (四) 点播影院在同一影厅内开展电影院的电影放映活动的；
- (五) 点播院线未有效履行运营管理职责，致使所辖点播影院出现违法行为的；
- (六) 点播影院、点播院线未按照点播影院技术规范的要求选用计费系统和放映系统设备，放映质量不达标的。

第三十四条 点播影院、点播院线违反著作权法律法规的，由著作权行政管理部门依法予以处罚；情节严重的，由原发证机关吊销许可证。

第六章 附 则

第三十五条 本规定未尽事宜，适用《中华人民共和国电影产业促进法》和《电影管理条例》的有关规定。

第三十六条 境外资本从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动的，参照国家有关电影院、电影院线外资准入的规定执行。

第三十七条 公益性点播影院、点播院线的业务许可、经营规范和监督管理参照本规定执行。

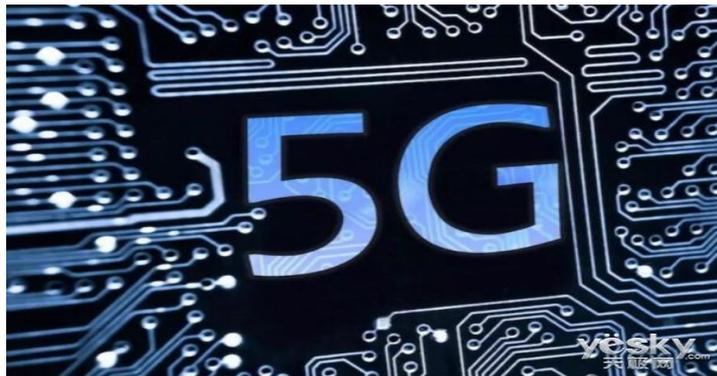
第三十八条 本规定自2018年3月30日起施行。

4. 与广电相关的标准

(1) 黄金频段屡被争抢 700M 被建议用于 5G

2018-03-12 11:40 来源：飞象网

3月9日消息，今年“两会”期间，有政协委员建议“统筹规划5G网络建设，加速释放700MHz频段”。该频段屡被重点提及，意味着业界一直在全力争取可以把该频段用于5G商用部署，以更优质的频谱实现更低成本的网络覆盖。



2018年全国“两会”上，全国政协委员、中国联通研究院院长张云勇在提案中建议，统筹规划5G网络建设，加速释放700MHz频段；并建议尽快出台5G低频部分规划，有效引领5G低频系统的研发、试验、标准和商用。他重点提出，要推进低频段优质频谱资源的可用性方案研究，加速700MHz频段、450MHz频段等优质低频资源释放，为运营商、设备商以及应用开放商开展后续研究开发奠定基础。

张云勇指出，在国内，700MHz频段一直控制在全国各省级广电系公司手中，始终未能重新分配到移动网络中，低频资源遭遇空缺，影响了全国5G高中低频频段的统筹规划，而如果我国频谱方案提出时间滞后或方案不能被国际广泛认同，我国5G产业的发展将受制于人。

700MHz频段为此如此颇受青睐？5G使用700MHz频段又有那些利好？

对此，有专业人士解释，700MHz频段被称为“数字红利”，具有信号传播损耗低、覆盖广、穿透力强、组网成本低等优势特性，也因为被看做发展移动通信的黄金频段。随着全球广播电视模数转换进程的加快，包括美国、欧洲、亚太等多国政府加速释放700MHz发展移动通信，但与全球700MHz频段的快速布局相比，我国略显落后，700MHz频段的整体利用率较低。

目前，随着我国5G大规模部署，以及商用动作的进一步提速，给运营商带来沉重的资金压力，寻求更优质的频谱实现更低成本网络覆盖就成为运营商关注的焦点。而700MHz频段具有的可用频谱较宽、传播特性好、国际标准支持等优势，则成为运营商低成本建网的首选。

此前曾有媒体报道，2017年就有国内某省提出用700M建设5G网络，推动700MHz频段的合理部署利用，全力争取该频段“数字红利”的合理部署及使用。

(2) 广电总局印发《国家新闻出版广电总局改革发展项目库项目评价指引(试行)》通知

2018-03-12 11:29 来源： 国家新闻出版广电总局

为深入贯彻落实党的十九大精神，广电总局制定了《国家新闻出版广电总局改革发展项目库项目评价指引（试行）》（以下简称“《指引》”），具体事项通知如下：

一、要高度重视项目评价管理工作。项目评价管理是项目运营管理水平综合反映，做好项目评价管理工作是贯彻落实项目带动战略和总局《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》的重要手段，开展项目评价管理工作对于提高项目实施质量，加快新闻出版广播影视产业高质量发展，促进行业供给侧结构性改革具有重要作用。

二、要积极推动开展项目评价管理工作。具备条件的地区和单位可结合各自实际情况，参照《指引》，分批分类推动开展项目评价管理工作。各省（区、市）局每年年底前要向总局报送年度相关工作情况，有关工作意见、建议或成效及时报总局规划发展司。

三、要总结推广先进经验。各地各单位要加强总结推广项目评价管理工作先进经验，向总局推荐选送项目评价管理工作优秀企业，总局将以适当的形式予以表扬并对优秀经验进行推广。

5. 广电行业动态与分析

(1) 首单国企传媒（四川广电）精准扶贫供应链金融 ABS 发行落地

编辑：passion 来源：全景网

近日，由平安证券股份有限公司（简称“平安证券”）担任计划管理人、平安银行成都分行担任托管人的“平安-四川广电供应链金融 1 号资产支持专项计划”公告成立，并将于近期在深圳证券交易所挂牌交易，该项目是首单发行落地的传媒行业供应链金融 ABS，也是全国首单通过金融创新、精准扶贫的供应链融资项目。

2016 年 9 月，证监会发布《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》，明确提出“贯彻精准扶贫基本方略，发挥资本市场行业优势，支持贫困地区企业利用多层次资本市场融资”的工作思路。同年 12 月，证监会姜洋副主席在 2016 央视财经论坛暨中国上市公司峰会上的讲话中提出“深化资本市场扶贫功能，补齐经济社会发展短板”。

在广电系统精准扶贫方面，向偏远贫困地区提供广播电视户户通等基础设施建设，对于宣传党和国家的方针政策、传播文化思想，提高农民群众的科学文化素质，加强贫困农村地区政治、经济、文化和社会建设，具有十分重要的积极作用。充分响应了党的十九大报告中要求的精准扶贫、扶贫同扶志、扶智相结合的要求。

据悉，平安-四川广电供应链金融 1 号资产支持专项计划总发行规模 2.73 亿元，其中优先级证券 2.58 亿元，占比 94.51%，次级证券 0.15 亿元，占比 5.49%，上海新世纪资信评估投资服务有限公司给予优先级证券 AA+ 评级。

本专项计划底层资产为四川省有线广播电视网络股份有限公司（简称“四川广电”）上游中小微企业供应商向四川广电提供货物贸易而对四川广电享有的应收账款债权，原始权益人深圳市前海明生商业保理有限公司担任资产服务机构，为供应商债权保理及基础资产管理提供服务。

本项目共涉及四川广电多家下属分公司，其中 19 家位于宣汉、古蔺、北川羌族自治县、马边彝族自治县等国家级贫困县，涉及向中小微企业供应商支付货款 3,356.61 万元，占发行规模约 12.30%。

本项目作为首单传媒行业供应链金融 ABS，通过资产证券化创新方式，为四川广电众多中小微企业供应商实现了高效、低成本融资，也有效支持四川广电不断提升在贫困区域对文化广播电视项目的投入力度，积极促进国家贫困区域文化传媒事业发展。

长期以来，四川广电网络公司全面承建四川省新闻出版广播影视精准扶贫项目，大力推进产业扶贫，促进网络扶贫，信息扶贫，大力推进“智慧广电”向贫困农村延伸，投资并启动实施“智慧广电 文化惠民”工程，让贫困地区与全省各地享受同等的文化信息服务。

完成了 153 个村级综合文化服务中心村广播室、村广播线路及设备安装建设工程；完成 20 多万户广播电视“户户通”建设；完成 1100 多个行政村广播“村村响”建设；完成 49 个县级应急广播平台光缆链路联网；参与了部分县级应急广播平台、阅报栏、数字农家书屋等扶贫项目建设；全面参与全省中央广播电视节目无线数字化覆盖工程。

在扶贫重点区域营山县、仪陇县等实现宽带接入 22 万户，实现行政村光缆通达率超过 80%，农村家庭宽带普及率超 35%；接入网络宽带均在 8M 以上，并具备平滑升级到 20M 以上能力。完成南充、攀枝花等地“党报党刊进家庭”部署，覆盖试点地区近 50 万户，实现户户有广播、有电视，并累计减免困难群众收听收视费 7350 万元。

（2）蔡伏青新任广东广播电视台台长 张惠建卸任

编辑：passion 来源：传媒头条

2 月 28 日上午，广东广播电视台新老领导班子正式交接。蔡伏青同志新任广东广播电视台台长，张惠建同志卸任。

据资料显示，蔡伏青曾先后担任广东省委宣传部副部长，珠江电影集团有限公司党委书记、董事长等职。

据公开报道，蔡伏青和不久前新任国家新闻出版广电总局副局长兼中央电视台台长的慎海雄同志，有不少交集。慎海雄任中共广东省委常委、宣传部长期间，蔡伏青所任职的珠江电影集团，是归属慎海雄分管的大型国有文化机构。

2015 年 11 月 11 日，珠江电影集团召开干部员工大会宣布董事长任职决定。广东省委常委、宣传部长慎海雄同志出席会议并做了重要讲话。在当天的会议上，蔡伏青同志被任命为珠江电影集团有限公司董事长、党委书记。



最中者为慎海雄，右一为蔡伏青

2016 年 12 月 22 日，佛山市政府与珠江电影集团签署共建“广莱坞”战略合作框架协议。广东省委常委、宣传部长慎海雄出席并见证 17 个文化产业项目签约。蔡伏青当时就是主要签字代表之一。

2017 年 12 月 11 日晚 19:30，广东粤剧院出品的新编传奇粤剧《白蛇传·情》上映，广东省委常委、宣传部长慎海雄等领导出席观看。作为珠江电影集团有限公司党委书记、董事长的蔡伏青也一起参加了该活动。

现在，慎海雄从广东省委常委、宣传部长调任中央电视台台长后不久，蔡伏青也接任广东广播电视台台长，两位相识的领导到任相同的行业部门之后，以后的交流值得关注。

同时，广东是中国排行第一经济大省、强省，但广播电视的发展与之经济地位不太相称。临近的湖南广电的芒果台广告收入已经破百亿元，但广东卫视广告收入还在 6-7 个亿左右徘徊。所以，蔡伏青接任广东广播电视台台长后，下一步广东台的发展和战略也非常令人关注。

据悉，张惠建卸任广东广播电视台台长前，已于 2018 年 1 月底被任命为广东省政协文化和文史资料委员会副主任。



张惠建简历：

广东梅州市梅县区人，1978 年后在广东电视台工作。2014 年 5 月任广东广播电视台台长。

历任广东电视台新闻部组长、副主任、台长助理、新闻部主任、副台长、广东省广播电影电视厅助理巡视员兼电视台副台长、广东省广播电影电视党组成员、广东南方广播影视传媒集团有限公司副总裁、广东南方广播影视传媒集团有限公司总经理、广东电视台台长、广东南方广播影视传媒集团有限公司总裁。

2018 年 1 月 27 日，政协第十二届广东省委员会第一次常委会议，任命张惠建为文化和文史资料委员会副主任。

（3）2017 广播电视广告收入下降 1.84% 首次负增长

编辑：passion 来源：传媒大眼

随着新媒体的迅猛增长，广播电视媒体的核心地位越发受到冲击，其广告份额也随之发生变化。广电总局财务司的数据显示，2017 广播电视广告收入稳中趋降，总收入 1518.75 亿元，同比下降 1.84%，这是近年来广播电视广告收入首次负增长。广告收入结构的不断变化，已经迫使广播电视媒体广告经营的转型势在必行。

面对冲击，重视跨界连接

或是电视媒体解决痛点的关键所在

2017 上半年全国广播电视广告收入 631.15 亿元，降幅 7.44%。下半年广告收入回稳，同比增长 2.57%。即便如此，传统广告收入仍在持续减少，而新媒体融合所带来的广告营收方面的冲击也已越来越明显。

比如央视联合技术部门启动新媒体广告系统及央视电商搭建工作，实现“边买边看”的商业链条闭环，使得 2017 年其新媒体广告资源收入同比增长 41%。

仔细研究数据分布发现，虽然央视、央广和部分一线省级广电媒体的广告收入呈增长态势，但大多数市县级电视媒体的广告收入却出现锐减。活动营销类广告有抬头趋势，“平台+活动”的广告运营模式成为新的增长点，这种方式可以结合线上线下优势资源，实现广告与地面活动的紧密结合。特别是在省台地面频道和市县台，活动营销类广告已成为增长主力。头部广电媒体的平台价值仍不容小觑，广告收入增长可期。



如今很多人唱衰电视，看好爆火的移动端，其原因在于电视广告中的硬广少有人看，且存在冠名契合弱、植入尴尬多等痛点，而痛点的根本除了在于不能触达转化外，品牌与受众无法形成有效互动也是其主要原因。如何发挥电视媒体的固有能量？其根本上的解决之道在于实现跨界连接。

塑造品牌，刺激销量，社会传播，都是传统电视广告发展转型升级的探索方向。电视广告帮助企业客户聚拢有购买欲望的粉丝资源，准确定位潜在消费人群，实现从“广而告之”到“准而告知”的转变。通过内容创新、宣传推广、广告增值三个层面完善企业电视投放的链条，即通过建立最短、最快、最直接、最粘性的消费场景，实现用户对电视台、对广告的粘性依赖。

创新“广告+”的运营模式

搭建电视广告用户数据资产管理

面对广告经营上的困境，电视媒体也在寻求突破之道。除了创新“平台+平台”的广告运营模式，推动广电平台之间、广电平台与新媒体平台之间的联合、整合与融合营销也势在必行。

与此同时，还通过积极创新“广告+”的运营模式，整合广告与电商等资源，延伸平台(节目)的价值链，加强综合效益开发，实现效益最大化。

在针对广告业务的扩展经营方面，电视媒体还陆续推出了“广告+旅游推广”“广告+产品”，“广告+服务”等多种经营模式，积极开拓人文、旅游、购物、财经产业同广告的融合，拓展垂直领域的服务业务，依托节目或者广告开发农产品、汽车、房产、旅游、家居等产业链。

有的台积极改变经营模式依靠“栏目——广告推广——线下销售”的模式，尝试引入社会资本合作经营，并与兄弟台开展在旅游、绿色食品、特色农产品方面的整合推广，将原本

零散的销售项目转变成可以持续经营的产业。

缺少数字化，难以进行精准营销，无法获得准确的用户画像是电视广告落后新媒体营销的问题之一。比如《中国诗词大会》《朗读者》，就可以算作是一个电视广告整合的典型案列。节目通过互动形式的吸引，以及节目播出后同款游戏对用户产生粘性留存，实现了数据、用户为客户广告资产的转变。

“TV+原生互动广告”为电视广告营销带来的新趋势主要在于做好两件事，实现中国最大的电视流量聚合分发平台，搭建好中国唯一的电视广告用户数据资产管理平台，通过对流量和用户的有效管理，实现对用户数字资产的积累和持续经营。

以节目创新和品质提升强化平台价值

进一步赢得广告客户认可

2017年，总局就已出台了《关于把电视上星综合频道办成讲导向、有文化的传播平台的通知》，鼓励电视上星综合频道在黄金时段增加播出公益、文化、科技、经济类节目。

由此涌现出了以央视及部分省级卫视为代表的一大批弘扬中国精神、中国审美和中国价值观的文化节目，如《经典咏流传》《国家宝藏》《中国诗词大会》《见字如面》《一本书一座城》《中华文明之美》等。

这些节目的出现，极大拉动、提升了主流媒体的传播力、公信力、影响力。而各家电视媒体也应该抓住这一契机，积极创新“节目+平台”的广告运营模式，提升平台经营价值，吸纳了更多的广告商持续关注。而这些文化类节目的冠名广告、植入和插播广告也在日益增多。

按照传统习惯，行业内部更习惯用CPM计算广告价格，无论电视受众是否增加或减少，CPM的数据不变。之所以电视媒体能够在收视率不断下滑的同时，还能赢得投放电视广告的份额，其实质正是源于电视媒体自身的“严肃”属性符合特定广告客户的精准定位。

有人计算过一个公式： $CPM = \text{媒体郑重感} \times \text{精准度} \times \text{人群消费潜力}$ 。郑重感没有什么量化指标，它的衡量体系根植于整个社会群体的集体价值观认同，凡是具有官方、主流、正面的媒体，它的郑重感就更强；而面对民间、非主流甚至负面媒体时，其郑重感就会弱。媒体郑重感落在电视媒体上，即严肃性、庄重性，对应的广告客户偏于高端。

这类客户急需自身的广告产品披上“电视媒体”这层靠谱的、值得信赖的光环（汽车广告、母婴广告、食品广告等）。基于这一实际情况，电视媒体并不应该因为眼前的广告份额尚且处于安全线以上就沾沾自喜，那种“瘦死的骆驼比马大”的心态，会对谋求长期发展的战略部署形成不利影响。

想要实现广播电视媒体在广告上的止跌回稳？如何在改革创新中不断扩展思路、改变既有模式，才是重中之重。

(4) 和亚宁拟任云南广播电视台台长 蔺斯鹰拟任新闻出版广电局副局长

编辑：passion 来源：中广互联

3月2日，云南省管干部任前公示公告发布，和亚宁拟任云南广播电视台党委书记、台长(正厅级)兼云南广电传媒集团公司董事长。蔺斯鹰拟任新闻出版广电局副局长(正厅级)、党组副书记。



和亚宁：男，纳西族，1964年12月生，中央党校大学学历，中共党员，1984年10月参加工作。历任丽江监狱(省大研农场)政治处主任、副政委、政委、监狱长(场长)、党委书记，省监狱管理局办公室主任，省司法厅政治部副主任、干部处处长、政治部主任等职。现任中共曲靖市委常委、宣传部部长。



蔺斯鹰：女，汉族，1968年6月生，省委党校研究生学历，中共党员，1988年7月参加工作。工作经历：

1986.09—1988.07：保山师专中文系中文专业学习

1988.07—1989.08：保山地区腾冲县打苴中学教师

1989.08—1994.04：保山地区腾冲县广播电视局工作

1994.04—1995.02：保山地区腾冲县广播电视局工作党组副书记

1995.02—1995.08：保山地区腾冲县广播电视局工作党组副书记、副局长

1995.08—1996.10：保山地区腾冲县委组织部副部长

1996.10—1999.11：共青团保山地委副书记

1999.11—2002.11：共青团保山市委书记(1997.08—1999.12 中央党校函授学院党政专业本科班学习)

2002.11—2004.05：保山市隆阳区委副书记(正处级)(2000.09—2003.07 云南省委党校公共管理专业研究生班学习;2003.11 兼任隆阳区委统战部部长)

2004.05—2006.01：保山市政府党组成员、市长助理

2006.01—2006.04：保山市委常委、市长助理

2006.04—2006.06：保山市委常委、市文产办主任

2006.06—2015.02：保山市委常委、宣传部长、市文产办主任(期间：2008.03—2008.09 挂任中国农业发展银行研究室副主任)

2015.02—2015.07：云南广播电视台台长(副厅级)

2015.07—2015.10：云南广播电视台台长(副厅级)、党委书记

2015.10—今：云南广播电视台党委书记、台长(正厅级)兼云南广电传媒集团公司董事长

(5) 【TV 资本论】“两会”春风又起，这些议案能带广电回暖吗

2018-03-09 10:30 来源：中广互联独家 作者：李思楚
政策一览

【广电总局】近日，广电总局规划院和国网共同牵头，多家单位参与共同起草制定了《全国有线电视网络互联互通平台云数据中心技术规范》，该系列暂行技术文件的制订，将指导全国有线电视互联互通平台及广电宽带网络的建设，适用于全国有线电视网络互联互通平台云数据中心的建设与运维。

【工信部】工信部近期下发了《关于集中力量核查违规线索查处违法企业的函》，该份文件中指出，违规企业主要分为三类：自建传输网络、开展跨境经营、层层转租带宽。百度网讯、腾讯云、奇虎、阿里云等企业都处在自建传输网络的名单之中。

【工信部】3月8日，信息化和软件服务业司在北京召开《工业互联网平台建设及推广工程实施指南》研讨会。本次会议重点围绕工业互联网平台建设、工业企业上云、工业APP培育、工业数据采集等领域进行讨论。

【两会】九三学社中央向全国政协十三届一次会议提交提案建议，当前，互联网成为新闻舆论与视听服务的主战场主阵地，要保持广播电视台主流媒体地位，提高影响力传播力，必须加快改革，打造具有核心竞争力的新型主流媒体。

【两会】民进中央向全国政协十三届一次会议提出《关于优化网络视听产业监管方式的提案》，提及了目前网络影视行业中内容多、审核难、备案久、审核标准不明确等问题，并给出了相应建议。

大事提醒

【广电总局】总局系统申报的4个专利项目近日荣获第十九届中国专利优秀奖。分别是：无线电台管理局申报的“一种TSM控制系统背板电器”；中央电视台申报的“一种具有时间属性的节目单实时生成的方法及装置”；中国电影科学技术研究所申报的“一种数字电影传输方法、系统和设备”；中国新闻出版研究院申报的“一种视频水印的嵌入和提取方法”。

【中国卫通】工信部依照法定程序，严格审核，于2018年3月7日向中国卫通颁发了基础电信业务经营许可证，批准中国卫通在全国范围内经营卫星移动通信业务和卫星固定通信业务。

【世界一带一路电视台】3月4日，世界一带一路电视台在泰国曼谷举行“启动仪式”。世界一带一路电视台，是一家具有泰国国民联厅(广播电视局)颁发的营运等多种准证的24小时全天候的卫星电视台，共15个频道。通过“泰空”5、6、8三颗卫星的传送并透过泰国著名的卫星电视公司1PM的800万个机顶盒及350万个卫星锅，覆盖了泰国、缅甸、老挝、柬埔寨、马来西亚、越南及中国西南地区。

公司公告

【湖北广电】3月9日，湖北广电网络发布公告称，近日已与北京华阳创美文化科技有限公司签订《湖北体彩电视购彩渠道合作协议》，由湖北广电网络和湖北省体育彩票管理中心联手打造的全国首家体育彩票电视购彩平台于3月8日正式上线。

【湖北广电】3月7日，湖北广电网络发布《2017年度业绩快报》公告。2017年，湖北广电网络实现营业收入261,019.88万元，同比增长5.14%；利润总额33,808.12万元，同比增长11.42%；实现归属上市公司股东净利润33,748.75万元，同比增长11.28%。

【歌华有线】3月7日，歌华有线披露歌华丝路金桥传媒产业并购基金的进展情况。普通合伙人的认缴出资总额为人民币100万元，其中，普通合伙人认缴出资总额的65%应由丝路金桥认缴、35%应由歌华投资认缴。各方签订的《认购协议》中认缴出资情况如下：

单位：人民币万元

| 合伙人性质 | 股东名称 | 认缴出资额 |
|-------|---------------------|-----------|
| 普通合伙人 | 深圳市丝路金桥股权投资基金管理有限公司 | 65 |
| | 歌华有线投资管理有限公司 | 35 |
| 有限合伙人 | 北京歌华有线电视网络股份有限公司 | 49,965 |
| | 深圳市鲲鹏股权投资有限公司 | 49,977.25 |
| | 天津万翔企业管理有限公司 | 30,000 |
| | 北京永联信通科技有限责任公司 | 19,957.75 |

地方新闻

【宁夏广电】2月6日，宁夏广电传媒集团公司召开了2018年度工作会议。集团公司党委书记、总经理刘文英表示，2018年是宁夏广电产业转型升级的攻坚之年，要本着“抓好主业保基础、带动多元促转型、统筹协调谋发展”的原则，力争实现总收入6亿元，利润4000万元。

【陕西广电网络】近日，陕西广电网络秦云小助手“小秦”正式上线。“小秦”是基于秦岭云终端产品开发的语音识别系统，配合蓝牙语音遥控器，能够实现指令控制、应用启动、

直播跳转、点播搜索、聚合搜索等功能，对 174 套直播节目，7500 多部影片实现语音搜索操作。

【陕西广电网络】陕西广电网络丝路影视精心策划专版——“聚焦两会”，于 3 月 2 日在高清互动 e+TV 首页重磅上线！专版内容包括“热点聚焦”、“两会要闻”、“代表委员报道”、“开卷两会”四个栏目。

【福建广电网络】3 月 1 日，福建广电网络与石狮市政府开展战略合作。双方就激光电视智能终端等产业项目合作、广电网络产业园区规划落地、智慧城市建设运营等方面进行了深入交流。

【北京广电局】北京市网络视听节目管理与发展工作座谈会 3 月 6 日举行，2017 年北京广电局共清理下线色情淫秽、血腥暴力和低俗视频 28 万多条，关闭上传违规视听节目用户 501 个。同时，进一步提高优秀网络视听节目奖励标准，单部优秀网络剧最高奖励从 100 万元提升到 200 万元，优秀网络电影奖励标准从 20 万元增至 100 万元，优秀网络纪录片、网络动画片最高可获得 50 万元奖励，优秀网络综艺节目和专业类视听节目奖励标准提高至 30 万元。

【广东网信办】2 月起至 4 月中旬，广东省网信办联合省公安厅、省文化厅、省新闻出版广电局、省“扫黄打非办”、省工商局、省通信管理局等部门开展网络直播专项整治行动，加大对属地网络直播平台违法违规信息内容的整治力度。

【四川广播电视台】3 月 6 日，四川广播电视台与腾讯公司战略合作框架协议签订仪式在深圳市腾讯大厦举行。签约双方将在云服务、内容开发等方面展开深度合作，共同推进广播电视事业和产业的转型升级。

【南京】3 月 1 日，南京市正式设立了市委网信办，挂市互联网信息办公室牌子。市委网信办为市委网络安全和信息化领导小组常设办事机构，机构规格为正局级，列入市委工作机构序列，具有政府行政管理职能。

【辽宁】辽宁省已全面实现 20 户以下已通电自然村村村通广播电视。下一阶段，辽宁将按照国家要求，推动村村通向户户通升级。同时，辽宁省全面完成了全省县城数字影院建设，共建数字影院 56 家。

海外动态

【DVB】第 80 次 DVB 商业小组会议通过了有关 DVB CM-I(Internet)的计划。该小组将针对开放互联网上的线性电视频道，制定一系列商业和技术要求。该小组将提供类似于 DVB-S/C/T 或 IPTV 的服务，只不过是针对基于 IP 传输的基础设施，对终端用户而言没有明显差异。

【NHK】3 月 13 日至 15 日，日本公共广播商 NHK 计划在美国奥斯汀举办的“西南偏南大会”(SXSW)上演示一批 8K 节目，搭建一个配有 200 寸影院屏幕的专属剧院。2018 年 12 月 1 日，NHK 还将开播世界首个 8K 卫星广播频道。

【美国】informitiv 最新版《多屏幕指数》对美国前十的付费电视供应商进行统计发现，没干够总共有 8523 万付费电视用户，占美国电视家庭的 70%以上。2017 年最后一个季度增加了 8.46 万用户，但只有三家供应商的用户数量真正增加了。排名前十的电视服务供应商在 2017 年流失了 162 万名用户。

(6) 上海广播电视台台长高韵斐：2018 年不出爆款就要死

2018-03-12 13:04 来源：氢媒工场

高韵斐算得上是上海媒体改革拓荒者，在主导了上海报业集团的大规模转型，诞生了界面、澎湃这样的标志性项目之后，高转战上海广播电视行业，再次进行新一次的大刀阔斧改革。

几年前，报业改革困难重重，阻力重重，而在如今的广播电视行业，问题也同样不少。

在就任上海广播电视台台长、上海文化广播影视集团有限公司总裁七个月后，高韵斐在今年2月11日举行的上海文广集团2018年学习讨论会暨年度工作会议上发表了重要讲话。

高韵斐在其中指出了上海广播电视面临的多重问题。比如《东方卫视》的成本和收入问题，以及除了东方卫视之外的许多地面频道问题。另外他还提到，第一财经的转型紧迫感不够，错过了许多次转型的窗口等等。

高韵斐还对广播电视改革指出一些思路 and 想法。比如互联网节目中心，一定要出爆款。技术运营中心：做好技术统一服务，钱不要随便流出去。他还特别提到“破釜沉舟的勇气”，对于广播方面，要未雨绸缪。

高韵斐在上海文广集团2018年学习讨论会暨年度工作会议上发表讲话

他指出，我们更应该着眼于未来长远发展的布局，要着眼于建设性改革，而不仅仅是做减法，更要做加法。这需要同志们在台集团的指导帮助下，创造性地思考各个不同的业务领域实现突围的办法。从台集团来讲也要选择突破点，充分发挥资源、资产、资金优势，树立目标，快速行动，振奋精神。行胜于言，很多事情条件成熟了，就要坚定不移一步一步去做。

他要求：

1) 东方明珠：战略要贯穿始终，战术要落实，特别要加强集中管控的能力。

希望各个业务板块都能在上市公司的统一领导下形成更好的合力。集团大部分可经营性资产已经装入上市公司，集团本部在资产经营方面的余地并不大。上市公司承载着集团未来发展的重要基础性支撑，某种程度上你们的状况决定了集团的状况，你们的未来就是集团的未来。东方明珠的当务之急是，采取包括并购等多种手段，迅速寻找并形成具有想象空间和实际增长潜力的业务。希望你们今年加大利润分配力度，这符合近期证监会对上市公司在监管上的要求。



2) 东方卫视：坚决把住导向，扎实做好经营。

东方卫视代表上海形象，导向问题非常重要。在把住导向的前提下要更加丰富节目内容。

十年前，东方卫视有个“管委会”体制，我是牵头的，各相关频道和业务单位的负责人参加。这样做并不解决问题，大家都是屁股坐在自己的位子上，在集中力量办卫视这件事情上做得不成功。上一轮改革把娱乐资源全部打通了，现在很多优秀制作人、编导团队原来不是卫视的，这样做对卫视这几年的发展是有助推作用的。几年下来，问题也来了，归卫视中心管的地面频道怎么办？大家所有的精力都放在了东方卫视，几家地面频道目前在节目生产、播出，人员安排、管理等方面都存在很多短板，老百姓意见很大，今年要想办法解决好这个问题。新娱乐、艺术人文、星尚、戏剧，这些频道能不能一个频道一个策略，想办法去把它们的内容和经营做好？卫视中心也不容易，要兼顾地面，的确力有不逮。

但这是个问题，从台集团层面上要指导和帮助卫视中心解决好这个问题。

今年东方卫视的经营是我最担心的。上午建军书记也讲了，东方卫视全成本核算——其实也没有全成本，我们有很多资源其实都没有算，集团的管理成本都没有摊派下去——只是有限的全成本核算。集团在东方卫视的投入上从来没有吝啬过，东方卫视在前年收视率就已经冲到全国卫视第二，我们的收入指标能不能有相应的体现？

说实话，数字讲不准是我最怕的。在了解东方卫视收入结构的时候，卫视中心曾向我汇报，东方卫视目前影视剧投入 10 个亿、产出 10 个亿。新总监到了东方卫视后，告诉我东方卫视的电视剧是投入 15 亿、产出 15 亿。这个数字是可以变的？！说实话，我这个总裁，听到数字不断在变，心里会踏实吗？地面频道的产出到底是多少，分清楚了吗？做经营工作，不能够今天这样明天那样，你们过去说过的话，领导是记得住的。

东方卫视是集团长子，我们开不得玩笑。今年东方卫视必须要把精力集中起来，策略要明晰，老老实实把经营工作做好。

3) 融媒体中心：真正实现“融”。

融媒体中心是我们电视台的《解放日报》，承担了市委市政府大量的宣传任务，这方面，集团对你们全力支持、全力保障。有些板块的业务不应该是绝对地用投入产出比来衡量，当然我们还是要继续发扬艰苦奋斗的精神。下一步，希望融媒体中心对于外语节目、外语频道未来的发展有很好的思考，拿出自己的方案来。Knews 的未来怎么办？直播流，我们已经做了一段时间了，积累了一些经验，一些不符合互联网发展趋势的做法是不是可以有所改变？我希望这些都是由融媒体中心自己经过思考研究后提出来。总体来讲，我们在融合发展方面取得的成绩不小，但是在具体的打法上还是有着改进余地的。希望融媒体中心在新的一年里，可以就这两个问题作一个思考，集团也会全力支持你们把这项工作做好。

4) 东方广播中心：未雨绸缪，提前规划。

东方广播中心这几年总体发展形势不错，但也面临着经营上的压力。当然，从人均产出、从利润率来讲，东方广播中心仍然是很高的。今年受制于宏观经济形势和媒体格局的改变，广播广告的压力仍然很大，听众的收听习惯也在改变。未来 5G 投入运营后可能会对互联网的音频产业产生比较大的影响，我们传统广播如何应对？恐怕这些都是需要提前做一些思考和规划的。

应该说，阿基米德团队在过去几年中非常努力非常勤奋，最近也要完成 A 轮融资，这些都是非常好的迹象。但我们也要考虑阿基米德目前这种社区的做法，能不能够承载东方广播中心未来转型平台的职能。东方广播中心未来整体转型的战略是什么？这些也希望东方广播中心能够拿出自己的设想，我们一起来探索。

5) 第一财经：没有破釜沉舟的勇气，哪来一片新天地？

中宣部去年把大量的经济宣传任务交给了第一财经。现在中宣部在经济工作的宣传中，除中央媒体外，最看重的就是第一财经。可见这几年第一财经在专业内容建设方面所取得的成绩不小。

但也毋庸讳言，第一财经这几年错失了数字化转型的发展机遇。08、09 年的时候，我们就在考虑第一财经未来数字转型发展的战略。09 年 7 月 7 日，在第一财经六周年生日的时候，我们在同乐坊建成了第一财经数字媒体中心，我们的眼光已经转向数字化了。当时思想也很不统一，在转型发展上我们的紧迫感不够。9 月 3 日，市委组织部找我调任谈话，那天下午我参加了一个论坛作了讲话，我讲的是什么？就是第一财经未来数字化转型的基本战略。我希望我离开以后，第一财经在数字化转型方面能够继续有所作为。你们现在还可以到网上去搜一下，那时候我在讲什么？讲数字化、讲移动端、讲 4G、讲数据化。

2013 年夏天，《第一财经周刊》创始主编何力、副主编华威来找我。当时《第一财经周刊》一年盈利几千万，我跟他们说“再办一本杂志吧，我这里有刊号”，他们笑着跟我说：

“杂志再好我们也不做了，不符合趋势。要干就干互联网。”半年后，他们正式提出想做一个新的数字财经媒体，14年夏天界面正式上线。现在，界面还没有宣布，他们已经并购蓝鲸和财联社，估值超过50亿，即将完成C轮融资。反观我们第一财经，有相对比较长的历史、比较丰富的版权积累、很强大的资金资源和品牌优势，但是跟一个只有三年多历史的财经数字媒体相比，我们要思考这几年在转型发展上存在的差距。

你们现在说要“聚焦移动端”，但我怕传统的非核心业务、亏损的业务不砍掉，又要铺摊子。有句网络语叫“不以结婚为目的恋爱都是耍流氓”，套用这句话，如果说传统的非核心的亏损业务不砍掉，来铺新的摊子搞“聚焦”，那就是假转型。

“你要改”和“要你改”，在做法和效果上是不一样的。过去我都是私下跟你们讲，今天我算“赤膊上阵”了。怕的是“要你改”，你明天给我算笔账，说财务上合算不了多少，还是不改的好。这叫“软钉子”。希望你们认清大势，真正能够有自我革新的勇气。蔺志强昨天讲了一句话：我们身处这样一个革命的时代，不幸的是我们是被革命的。假如我们自己不革自己的命，就是别人来革我们的命。没有破釜沉舟的勇气，哪里来一片新天地？

6) 五星体育：用好资源，巩固阵地。

对五星体育在过去一段时间中的努力，要给予充分的肯定。你们把自身融入到上海整个体育产业发展的大格局中，这样一种战略选择是正确的。希望你们真正能够通过自身的努力，把上海的文化体育事业产业的资源用好，千万不要因为自己有钱了，就开始做无效的投资。久事现在进来了，钱到了以后要谨慎投资，不要盲目铺摊子。我最怕的是什么呢？投资进来了，我们占70%，亏损扩大了，扩大的规模又很大，我的报表压力更大了。所以要用好资源巩固阵地。

7) 真实传媒：把精力放到频道建设上来。

我来了以后，去得最多的单位就是纪实频道，去调研，跟班子谈心，去开员工大会，给大家鼓劲，在员工面前给班子提要求、喊话。纪实频道的工作中宣部关心，市委领导关注，市委宣传部领导苦口婆心，我讲的也不是自己的话。纪实频道碰到很多困难和障碍，现在最重要的是要把精力放到频道建设上来，这是解决问题的前提。

我们能够放弃纪实频道这样一个宣传平台吗？我们到底是要一个赚钱的公司，还是要一个有宣传力、影响力、传播力，党的非常重要的宣传平台？根据台集团上报市委宣传部重振纪实频道的工作方案，真实传媒持有云集将来的股权无偿划拨给集团，这项工作要立即启动，不能拖了。股权转让完成后，集团不再是云集的最大股东，集团实施参股公司办法管理，而不是控股公司办法管理。

我们每一位干部都要知道自己肩头的使命是什么，我们的工作重点应该放在哪里，不能首鼠两端，神龙见首不见尾，这样不可能把工作做好。

8) 互联网节目中心：不出爆款，毋宁死。

我最听得进的一句话就是：2018年不出爆款就要死，这句话给我印象很深。希望你们在新的一年里真正能够出爆款，能够按照互联网传播的规律，生产出符合互联网受众接受习惯的一些产品出来。目前，集团在面向互联网生产节目方面还没有形成明确的战略规划，除了互联网节目中心，不少部门单位涉猎其中，力量分散，资源分散，效率不高，形不成拳头。这个问题要研究，事关集团融合发展大局。

9) 技术运营中心：做好技术统一服务，钱不要随便流出去。

大家很关心技术统一服务以后的成本问题。技术和内容制作本来就是一家人。我们有设备，有人员，我们去外面采购技术服务，如果是我们无法提供的，尚可理解，如果我们可以提供，而不在内部购买，那是实实在在的资金流出。我了解了一下，过去有很多单位到年底的时候跟技术中心谈判，我钱付不出，最低的付款率40%多，最高的付款率90%多，没有100%的。我跟林伟明讲，过了节以后，我们是不是跟各个内容制作单位有关的同志一起开个会，

商量一下，看看技术服务价格有没有在现有基础上再下降的空间。我们就是服务嘛，说到底一本账，都在集团的口袋里。

现在大家都是“小巨人”，都是经营主体，都要对报表负责，然后就开始斤斤计较，内部的合作很难达成，对外的合作反而很多。这件事，集团既然已经出台了有关的规定，我们就必须做到底。在这个过程中存在什么问题，及时解决。

10) 炫动传播：启动整合，守住阵地。

春节之后要考虑启动频道整合。事实上炫动现在也已经做好了思想上的准备和节目上的调整。频道要整合，阵地要守住。小荧星可以保持适度的扩张，但是要非常小心。因为教育这个产业其实是人工密集型产业，一旦管理不善就容易出问题。红黄蓝就是一个例子。

11) 幻维数码：健全法人治理结构，开拓新的产业领域。

幻维数码现在和集团之间的关联业务从 50% 下降到了 27%。A 轮融资之后，如何健全法人治理结构，特别是在守住传统产业优势的基础上，又如何能在新的产业领域中有所开拓？你们提出现场娱乐，提出了 AR、VR 等等，要在充分论证的基础上把这项工作、这些产业做好。

12) 演艺集团：持续探索，持续进步。

《不眠之夜》、《繁花》都是非常有益的探索，很不容易。听说从明年开始集团对演艺集团的补贴就可以结束了，接下来演艺集团承担的重任就很多了，特别是在创作方面如何更多、更可持续地涌现新的作品？财务账如何平衡？令我印象深刻的是演艺集团下属的这些院团进步非常大。别的不讲，我十几年没有听过爱乐乐团的演奏了，上次听了他们的演奏，这水平是过去无法比的。

（三）、领导讲话及动态

1. 总局领导聂辰席、周慧琳、张宏森参观 CCBN2018

编辑：passion 来源：科讯广电网

二十六届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2018）3月22日开启。

上午，中宣部副部长、国家广播电视总局局长、党组书记聂辰席和总局副局长、党组成员周慧琳、张宏森来到中国国际展览中心，他们重点参观了智慧广电、超高清、人工智能、物联网、云计算和大数据、媒体融合、智能融合终端、有线无线卫星融合一体化、广电 IPv6 应用、下一代地面数字电视、数字声音广播、应急广播、信息安全、数字版权保护、广播影视商用密码、数字出版、网络视听等广播影视科技创新成果。总局办公厅及相关司局、各相关直属单位以及地方广电厅局等领导同志 30 余人陪同参观。

参观领导对本届展会给予了充分肯定，高度赞扬 CCBN2018 在促进、推动中国广播影视科技创新与发展、推广新技术应用、国际交流与合作等方面发挥的重要作用。

2. 丁文华谈 HDR、3D Audio 标准及产业化进展

来源：科讯广电网 李双北京报道

3月21日，第二十六届中国国际广播电视信息网络展览会的主题报告会在北京国际会议中心举行，会议围绕“新智慧、新生态、新视听”的主题展开。

在主题报告会上的主旨演讲报告时间，中国工程院院士丁文华作了题为“中国超高清 HDR、3D Audio 标准及产业化进展”的主题演讲。丁文华院士提到，2018 年 3 月完成 HDR 标准草案。HDR 标准推进的核心问题，是如何规划国家的一些标准需求，即面向大尺寸的家庭显示终端，支持广电和互联网的应用。重点解决在前端传输 HDR 之后，如何在终端正确显示 HDR 的内容，当然因为有大量的 4K 电视机现在叫做 SDR，也就是基于 SDR 的终端把 HDR 转换成 SDR，这也是标准必须要做的工作。

据丁院士介绍，在 HDR 测试方面，主要分为两轮，第一轮测试面向 HDR 前后处理，未包含编解码环节，并且当时测试条件无法支持 HLG 曲线测试。第二轮测试是端到端全流程测试，在考虑 HDR 特点的同事，重点考虑针对编解码考量点进行设计拍摄。应用 AVS2 的 RD19.1 版本编码软件后，阶段一比阶段二仅有 5.7% 的客观码率节省，主观评价无明显差异；市场上大量现存的显示能力只有几百 nit 的 4K 超高清电视机，传递 HDR 可以更好地呈现原始节目质量。至此，工作组采用方案二，不再把 HDR 的内容还原成 SDR 进行传输，而是直接传输。

针对 3D Audio 标准，2018 年 4 月，将计划完成标准草案，提交广电总局科技司审批。

丁文华院士表示，下一步将构建基于云计算的 AVS2 在线编码云平台，推进 ChinaDRM 标准体系、终端适配等工作。丁文华院士对中国的超高清产业做了以下几点总结：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。目前，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。此外，4K/UHD 节目制作需积累经验，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。

丁文华院士强调，未来 5 年是中国 4K/UHD 发展的黄金时期，广电界应抓住机遇，携手产业链相关各方共同推动产业加速发展。

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. 星光影视组织员工参加节后培训

更新日期：2018-03-01 14:30:15

春节假期结束后，星光影视组织员工参加为期五天的行业培训。

其中，培训内容分别为《安全管理与施工流程》主讲人：吕江涛、刘振东；《市场营销战略》主讲人：李泽青；《公司管理制度宣贯》主讲人：甄何平；《吊挂系统标准化研讨》主讲人：常广胜；《天气预报内容营销新思路》主讲人：李非；《舞台机械》主讲人：王宇；《电视演播室灯光系统的现状和发展趋势》主讲人：冯建国；《新核算管理办法详情》主讲人：刘卫红、宗光昕；《从新版 IS9000 管理体系中组织战略、战术环境分析看各部门风险识别及防控》主讲人：刘娟。

培训中，星光影视的成员积极踊跃，现场座无虚席，认真聆听。新的一年，这是一个好的开端，用知识与经验不断武装自己，从而不断前行。在进步的道路上每一个星光人都在努力，为星光影视的发展贡献力量，与星光影视一同成长。

2. 熊猫电子坚持以市场为导向 着力推进公司重点科研项目

3月10日，熊猫股份在装备园召开重点科研项目和副总工研发工作汇报会。熊猫股份副总工、各职能部门负责人，各产业公司总工、副总工和科技质量负责人等参会。公司领导夏德传、宋云峰、董志明、沈见龙、郭庆、胡回春、邵波、易国富、姜红出席会议。

在上午的技术研发工作汇报中，熊猫装备、熊猫信息、熊猫制造、熊猫广电和熊猫通信的总工、副总工，就各自主管或分管的研发团队，在近两年公司重点项目研发及产业化工作中，围绕研发关键技术，组织或参与申报国家、省市财政支持项目，产学研及国际合作项目的实施等进行了汇报，并结合公司实际情况，提出了一些研发工作思路和建议。

下午，共有15项各产业公司计划研发的重点项目，围绕着项目的可行性和重要性、技术水平和创新点、市场前景和效益、项目实施计划和经费预算等方面进行了汇报。

熊猫股份总经理夏德传在会上讲话，对科研人员为公司发展做出的贡献表示感谢，对汇报会取得的实际成效给予了充分肯定。他说，汇报会给各产业公司总工、副总工提供了信息交流的机会，有利于大家资源共享、项目整合、协同创新。夏德传指出，科技创新是企业发展的第一动力，要紧紧围绕智能制造、智慧城市和电子制造服务三大产业板块，在产品研发与投入上下功夫。他要求，各产业公司要加强技术人才队伍建设，促进技术管理干部向高级技术专家转型，营造崇尚技术、鼓励创新的良好氛围；要积极探索更多的激励方式，增强内生动力，形成创新合力。总工、副总工要站在产业技术发展的最前沿，把握技术发展的趋势，坚持以市场为导向，精准定位研发方向；要发挥领头羊作用，培养优秀人才，提升综合科研水平，培育发展新动能。

熊猫电子党委书记宋云峰在讲话时强调，总工、副总工和科技质量负责人一要进一步提高认识，找准定位，掌握市场动态、了解政策导向，确保产品的研发方向与国家发展方向相一致；二要进一步增强紧迫感，不畏艰苦，抓紧抓好抓实重点研发项目，按节点向前推进；三要进一步加强团队建设，发挥优势，促进关键技术人员数量与质量双提升，在科研工作上做出成绩；四要进一步树立精品意识，发扬“熊猫”优良传统，提高科研产品的技术水平和市场竞争力；五要进一步加强学习，提升专业水平，抢占相关行业和领域技术制高点，增强新研产品活力。

会议由熊猫股份副总工程师、产品战略研究室主任白建川主持。与会领导还就人才队伍建设、项目资源整合、激励机制方案和公司研发资金投入等提出意见和建议。（水吉摄文）

3. 北电科林与建行北京市分行签署战略合作协议

2018年3月9日，北京北电科林电子有限公司与中国建设银行股份有限公司北京市分行战略合作签约座谈会暨签约仪式在107号院举行，就金融服务与产业互融共赢展开了积极探讨。

2018年3月9日，北电科林·建行北京市分行战略合作签约座谈会暨签约仪式在107号院举行，中关村东城园管委会副主任韩树凡、东城区文创中心主任向旭东、北京电控副总经理潘金峰、建设银行北京分行副行长孙庆文、北广集团党委书记蒋开生等领导，园区企业代表出席活动，北电科林总经理杜玉珉、党委书记杨晓冬分别与建行北京市分行公司业务部总经理王林、建设银行北京东四支行行长吴庆慧签署了战略协议。

在座谈会上，北电科林总经理杜玉珉首先对与会领导、园区代表的到来表示热烈的欢迎与诚挚感谢，在详细介绍了北电科林公司整体情况的同时，他谈到本次签约的顺利推进，既拉开了北电科林的科技产业与金融资本融合的序幕，又惠及了107号院入驻企业获取形式多样的金融产品与服务，更助推了东城区文化创意产业发展。

中关村东城园管委会副主任韩树凡、东城区文促中心主任向旭东就北电科林与建行北京市支行达成战略协议的签署表示了由衷祝贺，希望以此为契机，以北电科林为代表推动东城区文化创意产业与金融产业深度融合，成为东城区文化强区的典型案例。

北京电控副总经理潘金峰、北广集团党委书记蒋开生表示祝贺的同时，潘总强调北电科林与建行北京市分行的携手，是站在更高、更广层面的合作，是北电科林深化科技服务的破冰之举，希望以此为开端，向107号院内入驻企业提供更深入全面的一站式集成服务。

北电科林总经理杜玉珉与建行北京市分行公司业务部总经理王林签署战略合作框架协议

建行北京市分行副行长孙庆文做总结发言，他表示建行有资金、有技术、有条件不断布局与创新，通过此次的战略合作，通过科技、文化的双轮驱动，加大与北电科林在科技产业与科技服务业中的双重合作，并且以此进行复制，探索崭新的服务模式。同时通过产业基金等合作模式也进一步加强与东城区政府的合作，真正做好服务的落地工作。

北电科林党委书记杨晓冬与建设银行北京东四支行行长吴庆慧签署党费云平台合作协议

座谈会期间，107号院内企业科技寺、MACE CCloud 新媒体共创中心和绿维文旅企业代表参与了热烈的讨论。座谈会结束后，举行了战略合作框架协议、党费云平台合作协议的签署进行了隆重仪式并参观了北电科林技术中心及园区代表企业。

4. 凝心聚力 新奥特两会服务进行时

2018-03-05

2018年是全面贯彻中共十九大精神的开局之年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键之年，也是改革开放40周年。

2018年的全国两会备受瞩目，在本次两会期间，新奥特(CDV)技术保障团队将为江苏、黑龙江、云南、重庆等全国多地电视台及有线运营商的两会报道提供融合新闻、演播室图文包装、技术运维等一系列技术服务及保障工作，助力两会资讯快速、准确、安全传播。

融合新闻 张弛有度

本次江苏电视台两会报道，新奥特协同运管平台（云图）和荔枝云融合新闻（云峰）两大系统在现场鼎力协助。期间通过云峰指挥策划系统编前会、共享报题库等融媒体模块报道两会进程，实现了台内频道间选题充分共享和立体策划，同时配以云图数据视觉呈现系统窗口，可展现出融媒时代江苏籍代表的报道热度和趋势，为统一指挥提供决策依据。

另外，重庆电视台使用新奥特云畅融合媒体通联系统，将两会稿件和素材进行传输，同时此系统也支持在线轻量级的视音频、图片编辑对素材进行粗编，最后通过通联考评机制对传输用户进行反馈。

虚实结合 锦上添花

除融合新闻外，新奥特还承接了黑龙江省台以及云南广播电视台的两会北京演播室的虚拟植入及图文包装的创意制作等服务工作。增加两会报道的展现形式和表现手法，为两会一线报道提供了更丰富的新闻信息展示以及更加炫目的视觉冲击！

值得一提的是，本次黑龙江电视台北京融媒体演播室使用超高清大屏，同时结合AR增强现实技术，将为观众带来全方位、多角度、立体化、身临其境的观看体验。除了及时、准确、全面的报道两会进程，本次北京融媒体演播室的两会报道还要让时政要闻活起来，把会内会外连起来，让龙江成就走出来，新闻报道动起来。

有线运营 安全保障

除了传统广电客户，新奥特配合全国各地运营商进行全面的安全检查，以确保两会期间的正常转播，保障服务器运行，防病毒侵袭，保障网络安全，通过专项检查，加快构建关键信息基础设施安全保障体系。

并且为中国有线电视网络有限公司、歌华有线、华数传媒网络有限公司、吉视传媒股份有限公司、北方联合广播电视网络有限公司、云数传媒、贵州广电网络、广东南方新媒体、广东省网、广西广电网络、云南省网、贵州电视台CS制作网络等系统的系统巡检、收录上载、拆条等各流程工作。同时排查设备线路，检测系统设备运行状况，为两会保驾护航！

中国有线电视网络有限公司

春回大地，万物更新。2018年春季召开的全国两会将为世界带来暖意和活力。新奥特也争

取通过全面的技术服务保障，为两会期间的媒体工作贡献民族企业的一份力量。

5. 湖南省副省长陈飞考察国科微，鼓励公司再创佳绩

3月8日，湖南省副省长陈飞一行考察国科微，在国科微副总经理周士兵的陪同下，参观了公司展厅、研发办公区，并鼓励国科微加大研发创新，继续努力，实现新跨越。



陈飞副省长一行在国科微展厅参观

国科微副总经理周士兵介绍了公司情况

上午9点，陈飞副省长一行走进国科微展厅，仔细听取了国科微副总经理周士兵关于公司历程、战略布局、产品优势以及市场等方面的汇报。国科微长期致力于广播电视、安防监控、固态存储、物联网等领域大规模集成电路及解决方案开发。公司每年将营业收入的20%以上用于研发，先后承担了国家科技重大专项、国家火炬计划、湖南省战略性新兴产业技术攻关等一系列重大科研项目，在先进工艺制程上积累大量知识产权，具备了快速研发及量产SoC芯片能力。



国科微副总经理周士兵介绍存储产品



陈飞副省长拿起存储芯片了解产品情况

陈飞副省长看的认真，听的仔细，在存储控制芯片介绍区停下脚步，拿起芯片仔细询问产品的研发周期、产品性能、市场应用等情况。当了解到国科微自主研发的 GK2301 是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时，陈飞副省长对国科微对接国家信息安全战略，布局存储产业表示肯定。



陈飞副省长与研发人员交谈

随后，在公司研发办公室，陈飞副省长了解了公司研发技术优势以及研发人员的工作环境、氛围。陈飞副省长鼓励国科微加大研发创新，继续努力，实现新跨越。

6. 大洋与松下签署战略合作协议 为视频云端专业制作开启新模式

3月22日，中科大洋与松下电器（中国）有限公司关于广电云技术签署了战略合作协议。双方共同打造的成熟 P2Cast 流程亮相中科大洋展台，现场直播、采集、编辑、资源保存的全面云化，让用户真正实现了无处不在、随时随地、随心所欲的进行视频报道。

对于本次合作，中科大洋执行总裁李江表示：通过双方此前的合作，我们深深感受到了松下公司强大的技术研发能力与领先的技术水平，以及一丝不苟的工作态度，同时我们也认识到大洋的 IT 技术与松下公司在广播电视相关领域中的技术能够完全互补，共同为用户创造新的价值。时隔多年，双方再次合作，依旧能为客户创造出 1+1>2 的附能，在本届 CCBN 展会首日，专程询问基于双方合作的 P2Cast 流程的用户络绎不绝，许多人表示了希望利用这项技术来助力媒体融合转型，提高工作效率，产生新的价值。

松下电器(中国)有限公司广播电视系统营销公司总经理陈炜表示：随着互联网的普及，

迅猛崛起的新媒体通过云计算技术推动云服务的普及与应用，努力实现了互联网生态下的跨越式发展。我们切身感受到了客户对于新闻素材无线传输、云平台节目生产、网络化播出等工作流程的迫切需求，我们坚信 **P2Cast** 是具有市场前瞻性，符合客户要求的主流应用，松下和大洋作为广电行业的两大知名企业，一直以来都保持着良好的合作关系，今后，松下希望继续保持和大洋的深度合作关系，双方将通过强强联手，为广大用户提出更加优化的解决方案，凭借松下 **P2Cast** 核心技术优势以及中科大洋融云平台的开发能力来开启新的篇章。

中科大洋副总裁毛焯特别指出：松下公司与中科大洋合作历史久远，早在 2005 年广电全台网建设的元年，双方就基于 **P2** 的网络化制播项目进行过深入的合作。在融合媒体迅速发展的今天，双方再次携手，为使用 **P2** 高清摄像机的用户创造了更多更方便的功能来实现快捷的现场新闻生产。比如在新闻现场，摄像记者可通过 **P2** 摄像机直接将代理视频素材实时的上传至云端服务器；而台内制作的人员在大洋 **D³-Edit** 系统中也可立即使用代理素材进行浏览和下载。摄像记者也可以通过大洋提供的 **APP** 控制松下摄像机，直接与大洋融云的大观直播服务接入，免去复杂的操作，实现“一键直播”。

此次合作，双方为视频云端专业制作开启了新的模式。大洋结合松下最新 **AJ-PX298** 摄像机 **RTMP** 的推流能力，直接满足用户新媒体应用需求。除松下摄像机推流即时直播之外，后续结合大观视频云为松下摄像机提供高码率文件素材上云，保证高质量素材实时回传；便捷的云端服务，让素材从开始就进入云端，打开全流程云化之门。

松下电器作为行业领头羊，具有非常敏感的市场前瞻性和准确把握客户诉求的判断力，在技术革新的脚步上，松下从未停止过，与时俱进。本次合作，松下将用户群体扩大到了非专业用户，使用门槛降低，提供了更便捷性的媒体融合以及网络化工作流程，满足了更广大用户在实际工作中的需求。

中科大洋从广电领域发展到现在全面服务泛媒体领域，一直是行业内的佼佼者，以“立足广电，沉淀互联网视频技术与产品，向全行业提供产品与服务”为公司的长期战略，积极打造“互联网视频+”平台，在继续深耕广电及互联网视频业务的同时，致力于落实智慧运营理念，通过云计算技术、推动云服务的普及与应用，努力实现互联网生态下的跨越式发展。

出席此次发布会的领导有：松下电器(中国)有限公司广播电视系统营销公司总经理陈炜、技术部部长陈德山、系统通信营销公司 **ME** 事业执行董事野村一生、松下 **CNS** 社媒体娱乐事业部软件设计部部长竹内诚一、解决方案网络课课长樱井康二；以及中科大洋执行总裁李江、副总裁毛焯、副总裁兼大洋融云 **CTO** 魏伟、市场部副总经理兼大洋融云 **CMO** 胡益申、中科大洋技术委员会主任助理王付生。

在本次 **CCBN** 大洋融媒体中心展位上，现场展示了成熟的 **P2Cast** 流程，即时抽取松下摄像机的低码流素材，进行云端快速编辑，并且在编辑完成后自动生成高码流成品，对于操作者来说几乎感觉不到 **P2Cast** 素材和本地素材的区别，超级便捷的工作体验还请到现场进行实际体验。

（本期结束）