

广电行业综合信息

2019 年第 05 期（总第 94 期）

中国广播电视设备工业协会

2019 年 6 月 03 日



目 录

一、行业信息.....	4
(一)、新技术和市场动态.....	4
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态.....	4
(1) 德国通过 5G 电视广播试验.....	4
(2) 4728 万!江苏财政厅、江苏广电局下达 2019 年第一批广播电视覆盖专项 资金.....	5
(3) 5G 深入 (1)：再谈网络架构重构.....	6
2. 移动电视及 CMMB.....	9
3. 直播星和户户通、村村通.....	9
(1) 国家广播电视总局印发广播电视卫星应用总体规划.....	9
(2) 2019 年 4 月份“户户通”开通用户数量统计图出炉.....	10
4. 有线电视.....	11
(1) 【盘点】有线上市公司年报、季报“成绩单”放榜，这 10 个“娃”考得 咋样.....	11
(2) 全国一网整合即将到来，三十余家省网共议全国一网的新业务.....	18
(3) 国网整合+5G! 广电运营商的命运在此一搏.....	20
(4) 5G 之于有线电视依然是机遇大于威胁.....	21
(5) 广电 5G 进行时! 华为与台网合作新增十余例.....	22
(6) 有线如何涅槃重生? 请打好这三场“革命战”.....	27
5. 前端、制作与信源.....	30
(1) 芒果 TV2018 年盈利近 7 亿，是如何做到的?.....	30
(2) 电视将死?从 CITE 2019 看 OLED 如何重构产业竞争力.....	32
(3) 上海超高清视频到 2022 年产业规模突破 4000 亿元.....	34
(4) 全国最大 4K/8K 转播制作公司——南方超高清转播制作公司正式签约成 立.....	36
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	38
(1) 山东广电网络干 5G，是认真的!.....	38
(2) 未来银行网点已来! 银行业首家 5G 生活馆亮相京城.....	40
(3) 中国大数据发展呈现十大新趋势.....	42
7. 新媒体.....	43
(1) 4K 超高清+能否带领 LED 走出行业低谷.....	43
(2) 互联网电视增长加速 Q1 流媒体观看时间增加 72%.....	44
(3) 【盘点】政策如此给力，超高清产业不火都难.....	45
(4) 【重磅】超高清视频大会开幕 总局、总台、工信部领导对产业寄予厚望 (附音频).....	48
(5) 一文吃透 IPTV 和 OTT 八大重要概念.....	51
8. 媒体融合.....	53
(1) OTT/IPTV/DVB 齐发力 风行正在打破边界.....	53
(2) 广电 5G 在行动 华数与华为共商未来.....	56
9. 虚拟现实/增强现实 (VR/AR) 技术.....	57
10. 国际动态.....	58

(1) AT&T 推 5G 体育现场直播 解决 5G 电视直播问题.....	58
11. 走向海外.....	59
(1) 【海外】华为 5G 正式英国商用，目前仅限 6 座城市.....	59
(二)、重要政策进展.....	60
1. 三网融合.....	60
(1) 山东省广播电视局全面推进 IPTV 专项整治工作.....	60
2. 宽带中国.....	61
(1) 科普：5G 基础知识 (2)	61
(2) 全球 5G 看中国 中国已备千万站址.....	66
(3) 5G 商用提速，谁会是大规模商用的先头部队.....	67
3. 政策法规.....	71
(1) 广电总局通知:换发广播电视播出许可证和广视频道许可证.....	71
(2) 中央广播电视总台中央电视台媒体社会责任报告 (2018 年度)	73
4. 与广电相关的标准.....	81
(1) 广电总局科技司孙苏川：正制定《互联网电视总体技术要求》、《互联网电视终端接口规范和检测办法》等共 20 多项标准.....	81
5. 广电行业动态与分析.....	82
(1) 庆祝新中国成立 70 周年，广电总局对 IPTV、网络视听提出了哪些具体要求.....	82
(2) 广电总局要求到 2022 年：电视节目全面高清化、4K 超高清电视频道达 20 套.....	85
(3) 【TV 资本论】政策助推、产业共议，超高清视频“硬核”时代到来.....	86
(4) 广电总局、工信部宣布“4K/8K”9 项重点工作.....	89
(5) 做好这三步，地市级广电将有机会翻盘.....	91
(6) 【517 特别策划】5G 到底有多大魔力？吸引着广电、电信争相入局.....	93
(7) 国家广播电视总局(NRTA)政府网站新版上线.....	96
(三)、领导讲话.....	97
1. 聂辰席：将持续推进 4K/8K 超高清电视内容建设.....	97
2. 苗圩：超高清视频有望成为 5G 商用部署的重要场景和驱动力.....	99
3. 阎晓明：未来三年逐步实现全部电视频道的 4K 超高清改造播出.....	100
二、会员企业信息.....	103
1. 索贝国际顶尖项目，引领全球市场风向.....	103

一、行业信息

(一)、新技术和市场动态

1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态

(1) 德国通过 5G 电视广播试验

2019 年 05 月 13 日来源： 未来媒体网络



据 Broadband TV News 报道，5 月 9 日，在德国广播技术研究院 IRT 于慕尼黑举行的启动仪式上，5G Today 项目正式开始了通过 5G 进行电视广播的现场试验。

项目合作伙伴巴伐利亚公共广播公司 BR、德国广播技术研究院 IRT、天线生产商凯士林集团、罗德施瓦茨公司以及西班牙电信(德国)公司正在联合测试 5G 技术的广播选项。巴伐利亚高山地区新的大面积 5G 现场试验由 BR 发射站两台高性能发射机覆盖，一台位于慕尼黑附近的伊斯曼宁，一台位于文德尔泰因山顶，均以 100 千瓦有效辐射率(ERP)运作。

利用高功率发射机和高发射塔(HPHT)，可基于新广播模式 FeMBMS(进一步演进的多媒体广播组播业务)测试覆盖大区域的电视频道广播。FeMBMS 可在半径高达 60km 的大覆盖区域内广泛地分发内容。

5G Today 项目旨在为在 5G 网络中高效传输广播内容打下基础。自 2017 年以来，该项目一直得到巴伐利亚研究基金会的支持。

“我很高兴今天我们能推出世界上第一个用于 5G 广播的大规模测试网络”，BR 总干事、德国公共广播协会 ARD 现任主席 Ulrich Wilhelm 在 5 月 9 日启动仪式上表示，“我们必须设计我们未来的数字通信基础设施，使每个人都能继续受益于媒体内容的多样性。”

到目前为止，广播内容分发方面所缺乏的是一种高效且直接的方式，在不增加用户成本的情况下通过移动设备向他们提供实时和线性内容。这就是 BR 与 IRT 以及三家业内公司在 2017 年推出 5G Today 项目的原因。该项目将测试如何利用 5G 广播创建一个可同时为未来数以百万计 5G 移动接收设备提供服务的覆盖基础设施。目标是既不占用常规的移动网络，也不使市民产生额外的费用。

两台试验发射机在 56/57 信道(750-760 MHz)上以一个单频网(SFN)运行。凯士林集团提

供天线系统，罗德施瓦茨公司提供用于 5G 传输的 HPHT 发射机。西班牙电信(德国)公司贡献频率。

“这次覆盖慕尼黑和巴伐利亚高山地区的现场试验，使我们有了一个独特且真正的先锋项目——即使它仍将需要几年，在商业接收设备可用和公共运作成为可能后才能实现。”IRT 总经理 Michael Hagemeyer 表示，“这项测试将为我们的研究提供重要的见解。”

IRT 正在协调该项目，并正在开发一个基于软件定义无线电(SDR)解决方案的原型 FeMBMS 接收机。未来，这项技术可以集成到智能手机、平板电脑和电视机中，接收 5G 实时和线性内容。启动仪式的试验接收机由布伦瑞克工业大学通信技术研究所提供。

5G Today 的测试运行将持续到 2019 年秋季，之后将对结果和对结果的进一步利用进行评估。该项目将于 2019 年 10 月 31 日结束。

(2) 4728 万!江苏财政厅、江苏广电局下达 2019 年第一批广播电视覆盖专项资金

2019 年 05 月 17 日来源：众视 DVBCN

5 月 16 日消息，江苏省财政厅、江苏省广播电视局于近日下达了 2019 年度江苏省广播电视覆盖专项资金(第一批)的通知，

根据《江苏省广播电视覆盖专项资金管理暂行办法》(苏财规[2014]21 号)要求，苏省财政厅、江苏省广播电视局将 2019 年度江苏省广播电视覆盖专项资金(第一批)下达给各市、县(市)财政局、文化广电和旅游局，相应增列 2019 年度“其他广播电视支出”预算支出指标(政府收支分类科目：2070899)。

					单位：万元
省级节目无线数字化运行维护经费	县级应急广播体系建设补助经费	农村低保户收看有线电视补助经费	中波发射台运行维护经费	节目共享平台奖励经费	合计
1133.32	979.9	1449.2	886	280	4728.42

1、省级节目无线数字化运行维护经费 1133.32 万元。参照中央节目无线数字化运行维护经费测算标准，依据发射机功率及负担的任务进行测算分配。

2、县级应急广播体系建设补助经费 979.9 万元。对尚未开展县级应急广播平台建设的县级财政保障能力 1-4 类地区，按照每个行政村 3000 元、每个县级平台 20 万元的标准进行补助。本次先行下达补助金额的 50%。

3、农村低保户收看有线电视补助经费 1449.2 万元。按照县级财政保障能力 1-4 类地区农村低保户数，以每户每年 48 元为基准，分别按照 70%、60%、50%、40%的比例进行补助。

4、中波发射台运行维护经费 886 万元。按照中波发射台考核管理办法，依据发射机功率、数量及承担的实验工作任务进行综合测算分配。

5、县级广播电视台节目共享平台奖励资金 280 万元。根据各县级广播电视台 2018 年节目报送情况分类下达资金：节目上传量超平均数的 12 家县级台，每台 10 万元；节目上传量低于平均数的 31 家县级台，每台 4 万元；未上传节目的 18 家县级台，每台 2 万元。

请有关市、县(市)财政局、文化广电和旅游局在收到省财政预算指标后 30 日内将经费下达到项目单位。各项目单位应主动加强与本级财政及行政主管部门的沟通，争取资金及时到账，同时要加强对专项资金管理，确保专款专用，按时保质完成目标任务，进一步提升财政资金使用效益。

(3) 5G 深入 (1)：再谈网络架构重构

2019 年 05 月 23 日来源：中广互联

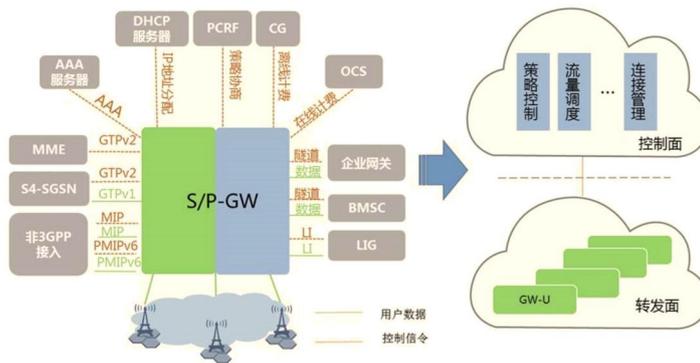
在此前 5G 科普文章背景下，笔者希望进一步帮助广电人打开脑洞，理性认识 5G 发展背景与前景，以及各方面的挑战。本文希望深入介绍 5G 网络架构。



重构背景：“官僚”做派的传统网络架构

在传统 3G/4G 网络中，对于某位利用 4 观看腾讯体育节目的 G 用户而言，即便他就处在腾讯视频数据中心附近，但这些节目仍然要通过可能是千里之外运营商中心局点用户面转发，这使得网络时延大大增加，而且途经整个骨干网络的视频流量占据了大量带宽资源——与开放的 IT 技术相比，传统移动网络的业务流程看起来属于那种挺“官僚”的作派。也就是说，传统 4G 移动业务体验与内容源的远近并没有直接的关系。这是由于，传统 3G/4G 核心网 (EPC) 网关设备既包含路由转发功能 (转发面/用户面)，也包含控制功能 (信令处理和业务处理，即控制面)，控制功能和转发功能之间是紧耦合关系，集中部署在电信运营商中心局点。

关于传统移动网络的“官僚”做派，可以拿微信视频通话与常规的手机通话相比。笔者在家中用笔者手机和家人手机做了个实验：在同一个 WIFI 网络下，微信视频通话基本是拨出后对方马上响应 (因为对话通道直接走路由器)，而常规手机通话大约是拨出后 5-6 秒后对方才响应。



图为：移动网络核心网用户平面与控制平面相分离

但在移动视频业务快速增长的背景下，必须对上述移动网络架构做出优化才能改善用户体验。在 5G 网络中，基于 SDN 思想，移动核心网网关设备的控制功能和转发功能将进一步分离，网络向控制功能集中化和转发功能分布化的趋势演进 (如上图所示)，并且转发面下沉至网络边缘。

用户平面与控制平面分离的好处

在两者分离之后，转发面将专注于业务数据的路由转发，具有简单、稳定和高性能等特性，以满足未来海量移动流量的快速转发需求。控制面采用逻辑集中的方式实现统一的策略

控制，保证灵活的移动流量调度和连接管理。集中部署的控制面通过移动流控制接口实现对转发面的可编程控制。控制面和转发面的分离，使网络架构更加扁平化，网关设备可采用分布式的部署方式，从而有效的降低业务的传输时延。控制面功能和转发面功能能够分别独立演进，从而提升网络整体系统的灵活性和效率。

按照笔者肤浅的理解，或许可以拿酒店管理流程比喻移动网络架构，在 3G/4G 的架构下，酒店管理人员和服务人员是一体的，客户到了之后一个酒店人员不仅要负责安排入驻手续，之后还得带着客人到房间，在业务结束并安排退房手续之前这个工作人员要完全服务于这个客户，中间不能安排其它工作；而 5G 架构下，酒店入驻手续、退房手续就是交给前台，给一张房卡客人自己就到了最近的坊间。

按照 3GPP 确定的《EPC 用户平面与控制平面相分离的技术标准》，上述分离机制具备以下 5 大优势能力。

(1) 最重要的是降低移动应用服务的时延。可以选择靠近 4G/5G 基站的 EPC 用户平面节点或者更适合移动终端使用类型的 EPC 用户平面节点来向移动终端传输数据，这既可降低时延，还可不用增加 EPC 控制节点的数量。

(2) 灵活应对不断增大的移动数据流量。当移动网络需要承载更大的流量时，可以在无需增加控制面节点(主要指 EPC 网络中 SGWC、PGW-C、TDFC 等)的数量增加用户平面节点。

(3) 可对 EPC 节点中的用户平面资源、控制平面资源进行独立的部署及扩展；或者说，用户平面功能、控制平面功能可以分开来独立进行演进。

(4) 可采取软件定义网络(SDN)技术，由此更为高效地传输和处理用户平面数据，包括：提高分布式数据转发和处理能力，提供动态的锚点设置能力，以及更丰富的业务链处理能力。

友好开放的 5G 网络架构



图为：5G 功能架构图(源自 IMT-2020)

进一步，面对前文《5G 基础知识(2)》描述的 5G 极致的体验、效率和性能要求，以及万物互联”的愿景，通过采用 SDN 和 NFV 技术，5G 在网络架构重构方面遵循网络业务融合和按需服务提供的核心理念，并引入更丰富的无线接入网拓扑，提供更灵活的无线控制、业务感知和协议栈定制能力等。

上图的 5G 功能架构图与此前的“三朵云”架构是相对应的。其中管理编排层要基础网络功能虚拟化实现网络功能的按需编排和网络切片的按需创建；能力开放功能则提供对网络信息的统一收集和封装，并通过 API 开放给第三方。通过开放 API，5G 网络就可以针对各种场景提供按需的接入、移动性和会话管理，将各种网络能力进行开放性提供。

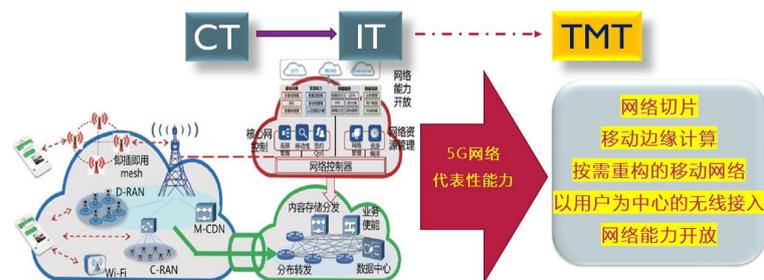
总的来看，通过重构网络控制和转发机制，改变单一管道和固化的服务模式，5G 利用友

好开放的信息基础设施环境,为不同用户和垂直行业提供高度可定制化的网络服务,构建资源全共享、功能易编排、业务紧耦合的综合信息化服务使能平台。显然,这种按需服务的理念完全是遵循 IT 化和云化的思想。

从产业演进角度看 5G

抛开前述的技术性描述,我们完全可以在产业演进的角度理解 5G。“宽带中国”政策从 2011 年由工信部正式提出,到 2012 年国务院正式颁布,这一政策推动中国数字社会的快速演化,推动互联网经济的蓬勃发展。举个例子,在此政策之前,大家很难想象李彦宏、马化腾之流成为人大代表。但在另一方面,电信运营商在“提速降费”的过程中并未获得好处。反而是微信语音和视频通话广泛替代传统话音业务,4G 流量也成为视频业务包或者诸如“腾讯王卡”套餐包的廉价流量。

那么,在更好的接入技术基础上,5G 网络如何才能避免成为单一的管道服务商,如何真正地与未来的智慧社会深度融合。5G 的全新网络架构给出了初步的答案:在 SDN/NFV 等新兴技术的赋能之下,5G 网络将提供如下关键服务能力,包括:网络切片、移动边缘计算、按需重构的移动网络、以用户为中心的无线网络、网络能力开放。由此,5G 将走出“网络业务融合”的关键一步,笔者认为就是要从“网络即服务”(NaaS, Networks-as-a-Service)走向“智慧网络赋能社会”(Intelligent-Networks-Empower-Society)。



图为:从产业演进视角看 5G 网络架构

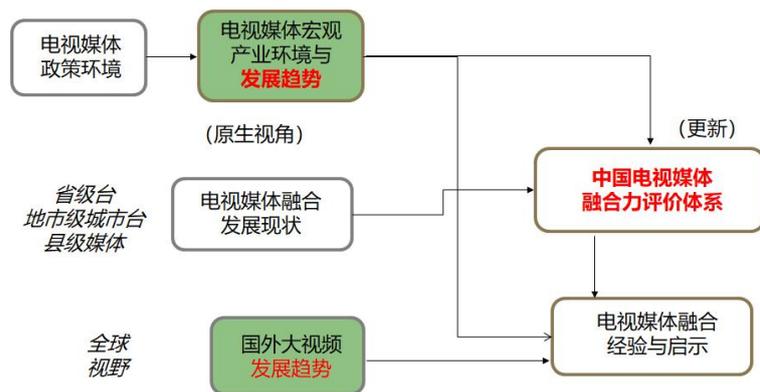
对于广电传媒行业,笔者想要强调的是,5G 网络代表性能力体现“网络业务融合”的理念,这与大视频大传媒产业“内容+渠道”的发展趋势是一致的!这正是 CT 走向 IT(信息化)再进一步走向 TMT(信息媒体融合)的大趋势!

但在另一方面,笔者很多年前研究学习三网融合的时候,非常认同的一个观点或者说规律是:三网融合在技术演进上应该是电信网、广电网分别与互联网融合之后,前两者再深度融合。但是,当前背景下广电传媒行业与互联网的技术融合进程还处于起步阶段,这是阻止广电传媒行业进一步发展和融入智慧社会的关键因素,也是国家推动媒体融合创新的目标之一。

接下来,系列文章将继续介绍传说中的 5G 网络切片与边缘计算。

新书介绍:2018 媒体融合发展政策、趋势、案例请关注:《2017-2018 中国电视媒体融合发展报告》,以下是报告整体框架(报告购买请咨询张女士:15611597395)





扫码购买《报告》

在媒体融合实践方面，本报告反映的省级电视媒体机构包括江苏广播电视台、浙江广播电视台、上海广播电视台、北京广播电视台、广西电视台、广东广播电视台、山东广播电视台、重庆广播电视台、海南广播电视台、山西广播电视台、云南广播电视台、贵州广播电视台、山西广播电视台、陕西广播电视台、河南广播电视台、甘肃广播电视台、黑龙江广播电视台、西藏广播电视台、天津还和传媒中心、深圳广播电视总台等近20家机构媒体融合发展情况；在城市台方面则包括南京广播电视台、苏州广播电视台、扬州广播电视台、无锡广播电视台、武汉广播电视台、广州广播电视台、金华广播电视台这7家的媒体融合情况。县级融媒体中心推进介绍则涉及15个省（直辖市/自治区）情况及5个典型案例。

请点击“价格”，再点击“上架时间”



2. 移动电视及 CMMB

（本期无）

3. 直播星和户户通、村村通

（1）国家广播电视总局印发广播电视卫星应用总体规划

2019年05月05日 15:26 来源：《广播与电视技术》

【慧聪广电网】卫星广播电视是舆论宣传的重要阵地，是现代传播体系和公共文化服务体系的重要组成部分，是我国广播电视传输覆盖的重要手段和渠道。为深入贯彻党中央关于宣传思想工作的部署，进一步加强广播电视卫星应用工作，国家广播电视总局编制了《广播电视卫星应用总体规划（2018-2022年）》，并于近日印发各相关单位。

《广播电视卫星应用总体规划（2018-2022年）》涵盖了卫星资源规划、卫星频率规划和地面系统规划，着力解决当前卫星广播电视在系统资源、技术支撑、业务服务及安全保障等方面存在的不平衡、不充分问题。

总体规划的目标要求：进一步优化存量卫星资源配置，扩大增量卫星资源供给，提升卫星传输的业务承载能力、资源利用效率和安播支撑水平，丰富卫星直播的智能科技含量、增值业务种类和用户收视体验，逐步构建形成定位清晰合理、功能明确完备、布局科学均衡、安全保障有力、资源储备充分、支撑未来发展的广播电视卫星系统格局。

具体到2022年：

- 资源方面，共有5颗传输卫星提供C频段3582MHz和Ku频段810MHz带宽容量，2颗

直播卫星提供 1728MHz 带宽容量，卫星地面系统资源更加均衡、充裕，L、C、Ku、Ka、Q、V 等多频段卫星广播频率资源储备更加充分，资源承载能力大幅提升，卫星频率轨位资源的申报协调、国内国际卫星业务规则制修订、业务兼容分析等方面工作进一步加强，我国卫星广播电视资源的权益和地位得到有效巩固。

●技术方面，全面启动卫星传输向效率更高的新一代传输技术标准升级，基本完成卫星直播向业务支撑能力更强、安全防护措施更完备的新一代技术体系过渡，推动卫星直播系统向 Ka 频段延伸，探索 Q、V 频段卫星广播业务应用，卫星资源集约节约利用水平有效提升，技术支撑能力明显增强。

●业务方面，传输卫星广播节目品质进一步提高，电视节目基本实现全高清化，对于已实现高标清同播的电视频道，逐步关闭其标清电视信号，4K 超高清电视频道达到 20 套传输能力，8K 超高清电视卫星传输试验得到开展；直播卫星兼有高清、标清电视节目，4K 超高清、推送点播、增值付费、移动接收、双向交互、智能融合等新业务得到开发试验和应用推广。

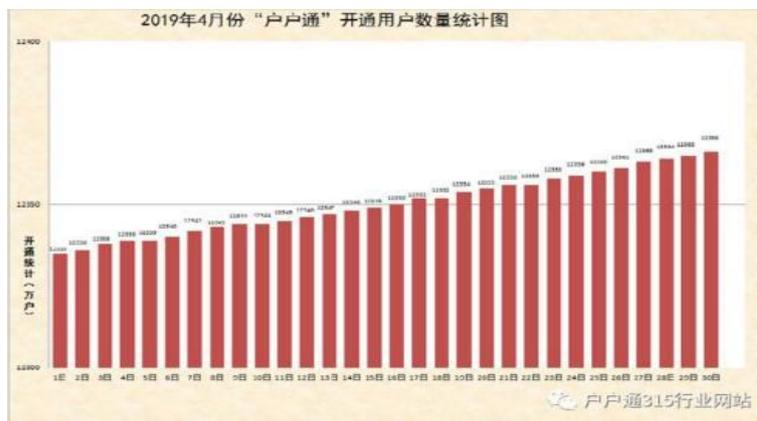
●安全方面，全面形成中央和省级卫视频道等重要节目在多星之间、多站之间、星网之间的传输保障机制和应急备份格局，央地之间、省区之间的节目异地代播机制更加完备，卫星监测监管和指挥调度体系更加健全，卫星广播电视设施安全保障力度进一步加强，卫星广播电视接收信号受地面业务或其他业务的同邻频干扰得到有效避免，安全播出保障能力全面提升。

《广播电视卫星应用总体规划（2018-2022 年）》旨在规范引导我国卫星广播电视健康有序发展，优化卫星广播电视系统资源布局，进一步提升卫星广播电视的综合技术水平、业务承载能力和安全保障能力，从而推动卫星广播电视转型升级、提质增效，不断满足人民群众对更高品质卫星视听服务的新需要，实现卫星广播电视高质量发展。

（2）2019 年 4 月份“户户通”开通过户数量统计图出炉

2019 年 05 月 13 日 10:04 来源：户户通 315 行业网站 T|T

【慧聪广电网】根据广电总局卫星直播中心统计的数据计算，截止 2019 年 4 月 30 日全国户户通开通过户数量总计 12366 万户（1 亿 2366 万户），本月比上月底的 12337 万只增加了 29 万户，平均每天增加 0.97 万户。



注意，以上数据包含招标机和市场零售机安装数量总和。

4. 有线电视

(1) 【盘点】有线上市公司年报、季报“成绩单”放榜，这 10 个“娃”考得咋样

2019 年 04 月 30 日来源：中广互联独家

2019 年即将过半，10 家有线上市公司过得怎么样呢？

让数据来说话！通过各家公布的 2019 年一季报，我们似乎可以看出些端倪。

2019年一季报				
	营业收入(亿元)	同比增减(%)	归属于上市公司股东的净利润(亿元)	同比增减(%)
江苏有线	17.88	-3.28	0.82	-39.18
吉视传媒	4.57	-2.90	0.36	-6.76
广西广电	4.03	-31.43	0.11	-75.88
贵广网络	6.38	10.44	0.56	0.95
天威视讯	3.72	-2.57	0.54	-4.85
歌华有线	5.72	7.51	2.49	45.17
华数传媒	8.12	5.87	2.28	46.97
湖北广电	5.96	-5.77	0.66	-28.53
陕西广电网络	7.40	13.24	0.44	-4.68
电广传媒	14.25	-39.02	0.08	



天威视讯

4月25日，天威视讯发布了2019年第一季度报告。数据显示，公司实现营业收入3.72亿元，同比减少2.57%；归属于上市公司股东的净利润0.54亿元，同比减少4.85%。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	371,978,541.49	381,778,948.00	-2.57%
归属于上市公司股东的净利润(元)	54,301,642.47	57,070,317.11	-4.85%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	45,421,923.67	54,390,555.27	-16.49%
经营活动产生的现金流量净额(元)	29,235,514.90	68,703,654.95	-57.45%
基本每股收益(元/股)	0.09	0.09	
稀释每股收益(元/股)	0.09	0.09	
加权平均净资产收益率	1.94%	2.07%	-0.13%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产(元)	3,927,444,360.62	3,903,675,225.19	0.61%
归属于上市公司股东的净资产(元)	2,827,288,329.49	2,772,986,687.02	1.96%

贵广网络

4月26日，贵广网络发布了2019年第一季度报告。数据显示，公司实现营业收入6.38亿元，同比增长10.44%；归属于上市公司股东的净利润0.56亿元，同比增长0.95%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	14,566,582,990.35	12,498,694,960.56	16.55
归属于上市公司股东的净资产	4,681,548,751.93	4,376,927,052.96	6.96
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-89,088,413.33	-17,829,997.78	
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
营业收入	638,415,690.68	578,059,076.87	10.44
归属于上市公司股东的净利润	55,680,115.99	55,154,263.28	0.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	50,454,764.72	50,231,640.83	0.44
加权平均净资产收益率(%)	1.26	1.30	减少0.04个百分点
基本每股收益(元/股)	0.05	0.05	0.00
稀释每股收益(元/股)	0.05	0.05	0.00

电广传媒

4月28日,电广传媒发布了2019年第一季度报告。数据显示,公司实现营业收入14.25亿,同比下降39.02%;归属于母公司所有者的净利润0.08亿。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	1,424,982,164.67	2,336,622,675.74	-39.02%
归属于上市公司股东的净利润(元)	8,593,055.28	-54,003,269.06	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-32,790,674.07	-73,009,058.10	
经营活动产生的现金流量净额(元)	34,649,983.50	468,882,325.79	-92.61%
基本每股收益(元/股)	0.01	-0.04	
稀释每股收益(元/股)	0.01	-0.04	
加权平均净资产收益率	0.08%	-0.54%	0.62%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产(元)	23,129,035,717.77	23,268,773,898.56	-0.60%
归属于上市公司股东的净资产(元)	10,121,133,432.72	10,109,295,669.12	0.12%

广西广电

4月28日,广西广电发布了2019年第一季度报告。数据显示,公司实现营业总收入4.03亿,同比下降31.43%;归属于上市公司股东的净利润0.11亿元,同比减少75.88%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	8,070,186,970.03	8,455,388,897.87	-4.56%
归属于上市公司股东的净资产	3,701,837,623.16	3,694,346,682.32	0.20%
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	4,631,246.36	66,786,428.06	-93.07%
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
营业收入	403,443,420.74	588,408,437.50	-31.43%
归属于上市公司股东的净利润	11,386,085.33	47,212,230.57	-75.88%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-7,743,316.86	38,200,155.93	-120.27%
加权平均净资产	0.31%	1.04%	减少0.73个百分点

吉视传媒

4月28日,吉视传媒发布了2019年第一季度报告。数据显示,公司实现营业总收入

4.57 亿，同比下降 2.90%;归属于上市公司股东的净利润 0.36 亿元，同比减少 6.76%。

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	13,179,511,044.53	13,388,002,803.48	-1.56
归属于上市公司股东的净资产	6,973,721,331.73	7,156,242,212.16	-2.55
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-26,541,947.58	9,327,767.58	-384.55
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
营业收入	456,919,875.19	470,546,347.06	-2.90
归属于上市公司股东的净利润	35,514,424.51	38,089,029.44	-6.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	29,288,256.68	35,396,896.53	-17.26
加权平均净资产收益率(%)	0.50%	0.63%	减少0.13个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0114	0.0122	-6.56
稀释每股收益(元/股)	0.0114	0.0122	-6.56

歌华有线

4月29日，歌华有线发布了2019年第一季度报告。数据显示，公司实现营业总收入5.72亿，同比上涨7.51%;归属于上市公司股东的净利润2.49亿元，同比增长45.17%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	16,208,626,508.32	15,933,192,045.46	1.73
归属于上市公司股东的净资产	13,296,011,383.46	13,046,991,120.69	1.91
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	121,195,141.40	204,420,226.70	-40.71
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
营业收入	572,368,681.92	532,367,626.48	7.51
归属于上市公司股东的净利润	249,020,262.77	171,532,460.82	45.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	96,550,950.84	98,477,052.95	-1.96
加权平均净资产收益率(%)	1.89	1.34	增加0.55个百分点
基本每股收益(元/股)	0.1789	0.1232	45.21
稀释每股收益(元/股)	0.1789	0.1232	45.21

江苏有线

4月30日，江苏有线发布了2019年第一季度报告。数据显示，公司实现营业总收入17.88亿，同比减少3.28%;归属于上市公司股东的净利润0.82亿元，同比减少39.18%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	32,010,847,543.41	32,230,022,989.89	-0.68
归属于上市公司股东的净资产	21,583,239,758.67	21,500,719,085.22	0.38
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	273,819,233.14	394,845,382.07	-30.65
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
营业收入	1,787,642,418.55	1,848,284,340.07	-3.28
归属于上市公司股东的净利润	82,520,673.45	135,682,690.57	-39.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,750,840.41	115,974,279.06	-64.86
加权平均净资产收益率(%)	0.38	1.01	减少0.63个百分点
基本每股收益(元/股)	0.02	0.03	-33.33
稀释每股收益(元/股)	0.02	0.03	-33.33

华数传媒

4月30日，华数传媒发布了2019年第一季度报告。数据显示，公司实现营业总收入8.12亿，同比增加5.87%；归属于上市公司股东的净利润2.28亿元，同比增加46.97%。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	811,974,812.50	766,922,920.51	5.87%
归属于上市公司股东的净利润(元)	228,269,336.16	155,321,358.09	46.97%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	134,587,567.38	123,636,380.46	8.86%
经营活动产生的现金流量净额(元)	152,019,251.23	124,767,614.45	21.84%
基本每股收益(元/股)	0.1593	0.1084	46.96%
稀释每股收益(元/股)	0.1593	0.1084	46.96%
加权平均净资产收益率	2.12%	1.49%	0.63%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年末增减
总资产(元)	14,964,552,074.51	14,773,173,502.81	1.30%
归属于上市公司股东的净资产(元)	10,906,174,001.06	10,677,904,664.90	2.14%

湖北广电

4月30日，湖北广电发布了2019年第一季度报告。数据显示，公司实现营业总收入5.96亿，同比减少5.77%；归属于上市公司股东的净利润0.66亿元，同比减少28.53%。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	595,510,454.30	631,982,498.05	-5.77%
归属于上市公司股东的净利润(元)	66,172,734.96	92,588,940.49	-28.53%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	45,354,010.61	78,060,611.10	-41.90%
经营活动产生的现金流量净额(元)	64,935,503.84	95,564,035.81	-32.05%
基本每股收益(元/股)	0.1	0.15	-33.33%
稀释每股收益(元/股)	0.08	0.15	-46.67%
加权平均净资产收益率	1.00%	1.56%	-0.56%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年末增减
总资产(元)	11,446,807,784.94	11,155,334,806.99	2.61%
归属于上市公司股东的净资产(元)	6,742,761,188.97	6,385,908,742.90	5.59%

陕西广电网络

4月30日，陕西广电网络发布了2019年第一季度报告。数据显示，公司实现营业总收入7.40亿，同比增加13.24%；归属于上市公司股东的净利润0.44亿元，同比减少4.88%。

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年末增减(%)
总资产	8,001,927,362.14	8,049,951,087.03	-0.60
归属于上市公司股东的净资产	3,723,219,731.56	3,178,742,018.13	17.13
	年初至报告期末	年初至上年报告期末	比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-34,732,712.99	-47,695,150.55	-
营业收入	739,630,441.91	653,178,022.04	13.24
归属于上市公司股东的净利润	43,727,283.79	45,970,421.55	-4.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	44,597,546.76	44,525,206.28	0.16
加权平均净资产收益率(%)	1.37	1.54	减少0.17个百分点
基本每股收益(元/股)	0.063	0.076	-17.11
稀释每股收益(元/股)	0.061	-	-

关联阅读

与此同时，截止到2019年4月30日，10家广电网络上市公司的2018年度“期末成绩单”全部出炉。根据广电总局发布的《2018年全国广播电视行业统计公报》显示，2018年

有线电视网络收入 779.48 亿元，同比下降 6.59%，降幅较 2017 年有所收窄，但行业仍呈现整体下行的趋势。为了“保用户、促发展”，广电网络上市公司不断探索转型发展新路径。例如：策划宽带、电视长周期产品，努力留住老用户；研究离网用户挽留措施，减少用户流失；根据不同时期营销特点及针对各类用户人群特征，进一步精准精细化地策划产品、政策及宣传方案，以期在吸引拉新、关怀留存等方面取得成效；发挥协同效应，挖掘各个渠道拓展潜能，发展新用户；大力发展集客业务，拓展新的用户群体，构建健康持久的用户结构。

	2018年年报			
	营业收入(亿元)	同比增减(%)	归属于上市公司股东的净利润(亿元)	同比增减(%)
江苏有线	78.85	-2.60	6.24	-20.30
吉视传媒	20.12	-1.72	3.04	-18.09
广西广电	24.30	-10.27	1.24	-38.41
贵广网络	32.31	25.55	3.12	-29.45
天威视讯	15.60	-1.92	1.97	-16.28
歌华有线	27.25	1.00	6.94	-8.81
华数传媒	34.36	7.06	6.44	0.45
湖北广电	27.48	5.20	1.83	-45.31
陕西广电网络	27.14	-4.89	1.05	-40.33
电广传媒	105.11	20.24	0.88	



天威视讯

3月29日，天威视讯发布了2018年年度报告。报告显示，公司2018年实现营业收入15.60亿元，较上年降低1.92%；实现归属于上市公司股东的净利润1.97亿元，较上年降低16.28%。

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	1,560,405,514.50	1,590,888,309.25	-1.92%	1,692,959,269.51
归属于上市公司股东的净利润	197,223,366.34	235,574,969.76	-16.28%	305,093,945.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	150,111,843.89	218,918,937.29	-31.43%	289,163,142.73
经营活动产生的现金流量净额	431,177,283.23	568,167,823.82	-24.11%	650,533,232.95
基本每股收益(元/股)	0.32	0.38	-15.79%	0.49
稀释每股收益(元/股)	0.32	0.38	-15.79%	0.49
加权平均净资产收益率	7.17%	8.68%	-1.51%	11.72%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	3,903,675,225.19	3,882,623,627.65	0.54%	3,794,200,918.08
归属于上市公司股东的净资产	2,772,986,687.02	2,730,101,620.68	1.57%	2,703,878,110.92

单位：人民币元

吉视传媒

4月12日，吉视传媒发布2018年年度报告。报告显示，公司2018年实现营业收入20.12亿元，较上年同期减少了1.72%；实现归属于上市公司股东的净利润3.04亿元，较上年同期减少了18.90%。

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	13,388,002,803.48	11,581,915,634.57	15.59	9,845,667,930.23
营业收入	2,012,031,525.74	2,047,177,786.71	-1.72	2,214,702,428.70
归属于上市公司股东的净利润	304,467,778.11	375,415,934.71	-18.90	372,905,694.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	204,109,751.48	326,152,061.57	-37.42	345,482,236.52
归属于上市公司股东的净资产	7,156,242,212.16	6,583,618,347.40	8.70	6,319,591,704.97
经营活动产生的现金流量净额	719,541,541.54	713,209,469.52	0.89	1,062,939,685.86
基本每股收益(元/股)	0.0979	0.1207	-18.89	0.1199
稀释每股收益(元/股)	0.0979	0.1207	-18.89	0.1199
加权平均净资产收益率(%)	4.52	5.86	减少1.34个百分点	5.99

歌华有线

4月20日，歌华有线发布了2018年年度报告。报告显示，公司2018年实现营收27.25亿元，同比增长1%；归属于上市公司股东的净利润6.94亿元，同比下降8.81%。

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	15,933,192,045.46	15,326,787,026.43	3.96	15,083,842,335.82
营业收入	2,725,247,342.33	2,698,182,813.35	1.00	2,664,832,276.57
归属于上市公司股东的净利润	694,216,598.03	761,305,154.57	-8.81	725,201,893.95

江苏有线

4月23日消息，江苏有线发布了2018年年报。年报显示，公司实现营业收入78.85亿元，同比减少2.60%；归属于上市公司股东的净利润6.24亿元，同比减少20.30%。

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	32,230,022,989.89	32,203,488,491.51	0.08	31,660,202,732.15
营业收入	7,884,977,231.67	8,095,104,575.05	-2.60	5,421,823,716.45
归属于上市公司股东的净利润	624,398,559.14	783,466,408.26	-20.30	874,041,799.15

湖北广电

4月25日消息，湖北广电网络发布了2018年年报。年报显示，公司实现营业收入27.48亿元，同比增长5.2%；归属于上市公司股东的净利润1.83亿元，同比减少45.31%。

单位：人民币元

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
营业收入	2,748,148,343.21	2,612,386,778.53	5.20%	2,482,477,176.41
归属于上市公司股东的净利润	183,360,452.18	335,285,516.25	-45.31%	303,268,291.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	135,232,720.28	327,097,166.10	-58.66%	285,685,041.18
经营活动产生的现金流量净额	563,234,132.29	923,889,694.62	-39.04%	1,053,337,270.44
基本每股收益(元/股)	0.29	0.53	-45.28%	0.48
稀释每股收益(元/股)	0.29	0.53	-45.28%	0.48
加权平均净资产收益率	3.10%	5.86%	-2.76%	5.55%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末 增减	2016年末
总资产	11,155,334,806.99	9,459,251,672.21	17.93%	8,119,581,574.45
归属于上市公司股东的净资产	6,385,908,742.90	5,863,572,816.47	8.91%	5,597,596,807.48

贵广网络

4月26日，贵广网络网络发布了2018年年报。年报显示，公司实现营业收入32.31亿元，同比增长25.55%；归属于上市公司股东的净利润3.12亿元，同比减少29.45%。

单位：元币种：人民币

主要会计数据	2018年	2017年	本期比上年同期增减(%)	2016年
营业收入	3,231,026,636.68	2,573,435,958.12	25.55	2,289,174,593.07
归属于上市公司股东的净利润	311,709,752.95	441,825,063.84	-29.45	442,945,678.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	294,118,588.06	410,185,686.63	-28.30	443,883,539.77
经营活动产生的现金流量净额	699,457,770.20	652,401,875.11	7.21	641,597,893.01
	2018年末	2017年末	本期末比上年同期末增减(%)	2016年末
归属于上市公司股东的净资产	4,376,927,052.96	4,202,878,902.66	4.14	3,875,736,367.33
总资产	12,498,694,960.56	8,526,734,645.42	46.58	6,608,763,741.10

广西广电

4月28日消息，广西广电2018年实现营业总收入24.30亿，同比下降10.27%，降幅较去年扩大；实现归属于母公司所有者的净利润1.24亿，同比下降38.41%。

单位：元 币种：人民币

主要会计数据	2018年	2017年	本期比上年同期增减(%)	2016年
营业收入	2,430,794,927.78	2,708,892,645.81	-10.27%	2,795,283,938.82
归属于上市公司股东的净利润	124,253,454.51	201,741,677.20	-38.41%	301,078,807.01

电广传媒

4月28日消息，电广传媒发布年报，公司2018年实现营业总收入105.10亿，同比增长20.24%，实现归属于上市公司股东净利润0.88亿。

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入(元)	10,510,706,410.45	8,741,482,179.27	20.24%	7,486,392,472.39
归属于上市公司股东的净利润(元)	87,579,279.87	-464,288,791.96		333,141,800.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-738,829,122.59	-507,423,008.78	45.60%	243,233,495.34
经营活动产生的现金流量净额(元)	654,630,273.24	149,943,370.42	336.59%	-294,628,448.53
基本每股收益(元/股)	0.06	-0.33		0.24
稀释每股收益(元/股)	0.06	-0.33		0.24
加权平均净资产收益率	0.88%	-4.43%	5.31%	3.07%

陕西广电网络

4月28日消息，陕西广电网络发布年报，公司2018年实现营业总收入27.13亿，同比减少4.89%，实现归属于上市公司股东净利润1.05亿，同比减少40.33%。

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年增减(%)	2016年
总资产	8,049,951,087.03	7,236,225,562.67	11.25	6,516,344,569.62
营业收入	2,713,843,226.25	2,853,312,786.51	-4.89	2,596,185,052.06
归属于上市公司股东的净利润	105,063,754.55	176,084,275.70	-40.33	133,273,704.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	74,103,295.83	169,178,737.03	-56.20	124,077,937.36
归属于上市公司股东的净资产	3,178,742,018.13	2,953,144,732.39	7.64	2,802,053,181.35
经营活动产生的现金流量净额	553,349,597.63	865,874,670.31	-36.09	653,714,398.38

华数传媒

4月30日消息，华数传媒发布年报，公司2018年实现营业总收入34.36亿，同比增加7.06%，实现归属于上市公司股东净利润6.44亿，同比增加0.45%。

	2018年	2017年		本年比上年 增减	2016年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入(元)	3,435,994,345.95	3,209,307,928.54	3,209,307,928.54	7.06%	3,081,183,980.30	3,081,183,980.30
归属于上市公司股	644,188,211.38	641,275,527.64	641,275,527.64	0.45%	602,197,096.62	602,197,096.62

8

4

999

华数传媒控股股份有限公司2018年年度报告全文

东的净利润(元)						
归属于上市公司股 东的扣除非经常性 损益的净利润(元)	550,124,335.25	579,213,098.10	579,213,098.10	-5.02%	577,850,598.80	577,850,598.80
经营活动产生的现 金流量净额(元)	1,194,901,642.03	1,263,591,598.86	1,274,256,135.29	-6.23%	1,485,291,540.40	1,495,311,057.60

(2) 全国一网整合即将到来，三十余家省网共议全国一网的新业务

2019年05月05日14:58 来源：众视DVBCN

【慧聪广电网】不久前，2019年广电国干网运行维护暨业务合作研讨会在海口隆重召开，全国30多个广电网络公司及合作单位的130多名代表出席会议。

会议由中国广播电视网络有限公司、中国有线电视网络有限公司董事长梁晓涛主持。国家广电总局安全传输保障司副司长杨晓东、监管中心总工程师周新权、媒体融合发展司改革处处长黎刚及中国广播电视网络有限公司副总经理、中国有线电视网络有限公司总经理于保安讲话。总局传媒机构管理司传送处处长杨亮、广电规划院副院长谢锦辉等莅临指导。

海南省旅游和文化广电体育厅总工程师汤德辉、海南省工业和信息化厅副厅长陈万馨致辞。

本次会议就2018年国干网运行维护工作进行了总结，此外还部署了2019年国干网运行维护重点工作，特别是对确保完成建国七十周年等重大安全传输保障任务进行动员和部署；在全国一网的大趋势下，交流探讨基于全国一网的业务合作问题。

在广电国干网运行维护会议上，中国有线电视网络有限公司总工程师彭劲回顾了国干网2018年运行维护工作说明了2019年国干网运行维护重点任务。会议对2018年国干网运行维护先进集体和个人进行了表彰。

网络公司代表内蒙古广电网络公司和福建广电网络公司介绍了做好国干网运行维护工作的经验。总局监管中心总工程师周新权在讲话中介绍了安全播出检测监管的情况。总局媒体融合发展司改革处处长黎刚在讲话中就有线网络整合及有线网络发展谈了自己的思考。

总局安全传输保障司副司长杨晓东介绍了机构改革后新成立的安全传输保障司工作职能，对国干网安全传输工作提出了要求，强调2019年要始终抓住建国七十周年安全传输保障这个主线抓好安全播出、网络安全、设施维护三个方面的工作。

中国广播电视网络有限公司副总经理、中国有线电视网络有限公司总经理于保安在讲话中阐述了做好2019年国干网运行维护工作的想法，特别强调2019年中国有线面临建国七十周年等重大安全传输保障任务，责任大、任务重、要求高，不容有失，希望各兄弟单位及合作单位进一步提高责任意识，采取有效措施，按照广电总局的相关要求把2019年的国干网运行维护工作做得更好。

关于基于全国一网的业务问题，于保安总经理还提出，目前全国一网整合正在加快，干线网与用户网亟需结合在一起实现转型发展，开展全国性的新业务已是当务之急。为此，他提出六个创新，即业务创新、服务创新、政策创新、机制体制创新、经营理念创新、技术创新。

在业务合作研讨会上，中国有线副总经理秦龚龙主持会议并首先介绍了中国有线围绕全国一网业务开展的重点工作。中国有线经营中心总经理黄岩做了《面向全国一网的业务运营探索》的报告，中国有线经营中心副总经理蒋峰做了《面向全国一网付费频道集成业务运营探讨》的报告，中国有线经营中心副总经理舒兴勇做了《面向全国一网宽带运营立案》的报告。

新疆广电网络股份有限公司副总经理陈长伟、中广云媒总经理沈林华、海南慧多智能科技有限公司 CEO 倪定华分别发言，就 IPTV、宽带、5G、融媒体、物联网、智能网关以及信息化与广电网络的深度融合等行业热点话题发表了看法。

其他与会代表也畅所欲言，各抒己见。代表们还参观了题为“全程全网全业务：全国一网大趋势下的业务探索与实践”的展览展示，直观地感受到了中国有线 4K 超高清视频业务、付费频道集成平台业务、国家文化大数据云服务平台业务、县级融媒体业务，中国有线海南分公司及中广娱文相关业务。

本次会议为做好 2019 年国干网运行维护工作，确保圆满完成建国七十周年等重大安全传输保障任务打下了坚实基础。同时，也为开展全国一网业务开阔了视野丰富了思路。

根据常话短说的消息，在业务运营方面，有这样的一番研讨：

根据中国有线电视行业发展 2018 年第四季度公报数据显示：有线电视用户 2.23 亿，直播卫星用户 1.38 亿，IPTV 用户 1.55 亿，OTT TV 用户 1.64 亿。根据*数据，IPTV 用户已经达 2.58 亿。

在广电网络宽带业务层面，近期增长已经放缓，甚至下降，虽然云计算、CDN 等技术改善了用户宽带体验，但是出口、技术等问题始终制约其发展，宽带成本在逐步上升。

在全国一网下，出口问题将得到解决，通过互联互通，网内流量调度，内容资源共享以及规模效应，将有效降低运营风险，*终改善宽带的性价比和价值。同时，在 IP 化已成趋势的背景下，宽带电视将有效降低成本。

5G+AIoT 智能互联网时代即将到来，究竟如何才能保住和守住大屏。全国一网下，业务的分类和定位需要重新定义。而且要改变三大业务结构配比，形成大众业务、集客业务、创新业务三足鼎立。

如何发展大众业务、集客业务、创新业务？

大众业务要聚焦重度垂直用户，实现线上与线下的融合，基于大数据平台为用户提供个性化服务，典型的案例就是广场舞。

当前很多广电网络公司全身心投入集客业务，但是却遭遇周期长、回款慢、毛利润低等尴尬局面，集客业务不等于一次性项目，应该像链路租赁这样的长远可持续的业务才能健康发展。

创新业务要大胆进行模式、技术的创新，比如目前在新疆、山东、黑龙江等地试点的亲多多业务就属于创新业务，不再是分蛋糕的增值业务模式，而是通过线上+线下+空间的 OMO 创新模式，为儿童提供专属内容+专属服务共同去做大蛋糕，实现网络视听与新闻出版的融合跨界。

面向全国一网的业务运营，将形成统一业务产品、统一营销体系、统一经营支撑，统一生态圈，目前行业已经在内容储备、技术路线支撑、网络设施建设等多个层面发力，大家应该恢复信心，积极向上，不断去尝试和探索。

（3） 国网整合+5G！广电运营商的命运在此一搏

2019-05-06 16:53:46 来源： **ASIAOTT** AsiaOTT

有线电视行业正受到越来越严重的业务挤压，电信运营商开启了 5G 网络的部署计划，对于广电网络运营商而言，毫无疑问再不做有效的业务调整，势必在未来将面临“死局”。

当前的状况是，有线电视网络的用户流失在持续加剧中，部分地方有透露用户已经出现了大幅度的下滑。在广电行业发展过程中，随着三网融合在业务层面上的进行，电信运营商获得电视传输许可后，其推行的 IPTV 融合宽带业务招揽了越来越多的用户。

根据广电总局发布的广播电视行业公报数据显示，2018 年全国交互式网络电视（IPTV）用户已达 1.54 亿户，互联网电视（OTT）用户达 4.20 亿户。工信部数据显示，2019 年第一季度三家基础电信企业发展 IPTV（网络电视）用户达 2.72 亿户。

有线电视的用户流失似乎已经不可避免，光广电新生军 IPTV、OTT TV 就分割掉了大量的用户，此外移动互联网的盛行正催生出更新的视频娱乐形势——网络直播、短视频、竖屏视频……甚至于还有投屏等新业务、新行业在出现。

根据第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据，截至 2018 年 12 月，我国网民规模达 8.29 亿，全年新增网民 5653 万，互联网普及率为 59.6%。

此外手机网民规模达 8.17 亿，网民通过手机接入互联网的比例高达 98.6%，全年新增手机网民 6433 万。2018 年，互联网覆盖范围进一步扩大，贫困地区网络基础设施“最后一公里”逐步打通，“数字鸿沟”加快弥合；移动流量资费大幅下降，跨省“漫游”成为历史，居民入网门槛进一步降低，信息交流效率得到提升。

基于以上的数据及信息，在当前居民视听娱乐习惯的改变情境下，传统广电领域内，包括特别是以地方级电视台为代表的广告/招商收入、收视率，广电网络运营商的用户等都在严重下滑。

随着今年将正式进入 5G 的元年，全球各电信及通讯运营商在加快推进 5G 的合作部署，而 5G 网络因此稳定性、时效性等极致的速率显性特征，朝着未来将“取代有线宽带及 Wi-Fi”的目的迈进。

这对于有线电视网络运营商而言可是严峻的形势，电视直播服务费并不能造就舒心的利润，有线宽带本身并不能带来更多利润的情况下，在未来也将被 5G 网络全面侵蚀，加之上述提及的有线电视的用户流失问题，有线电视运营商急需实现真正意义上的突破自我。

有线电视运营商需要继续主动抓住融合电信/通信业务的时机，同三大运营商一起拿到 5G 商用牌照，尽管与电信运营商们的近万亿级的投入无法相比，但还是可以同分一杯羹的。

由于限制性因素的存在，有线运营商是分割管制的，专网的模式下只能实行国网统一下的有线电视网络整合，而发展不均衡的问题似乎很难实现广电运营商的协调。

有观点也提出了随着国网融合、5G、4K 有望革新互联网时代日趋势微的广电行业，“云管

端”一体化思维下，正实现用户从“看”电视向“用”电视转变。

通过 4K 的丰富上“云”内容，广电网络公司具备先发优势有望率先提供丰富且高质的 4K 内容，提升用户粘性。

国网融合可解决“管”归属问题，未来广电固定资产归属于国网，由国网统一管理、规划、建造（包括 5G），最具价值的运营权利归属于地方。

此外，5G 在未来因其优势可解决“端”与“端”的物联问题，未来大屏将成为愈发重要的流量入口，从单向“看”电视向双向“用”电视转变。

一直有消息称，《全国有线电视网络整合实施方案》正进行最后的修订完善并按程序报批中，此外深改委正式将网络整合及升级改造方案列入 2019 年工作要点。

未来广电网络的命运，一手掌握在了 5G 的牌照申请及应用上，另一手则在有线电视网络的整合中。毫无作为的等待并不是办法，广电网络运营商还是应当主动出击，逐步开始与通讯领域内的运营商如华为、中兴等企业接触了，为 5G 未来的切实投入做好准备工作。

（4）5G 之于有线电视依然是机遇大于威胁

2019-05-15 10:00:48 来源：ASIAOTT AsiaOTT

有线电视运营商必须对即将到来的 5G 家庭宽带服务带来的威胁保持警惕，但 5G 时代技术也为 MSO 带来了巨大的商机，因为它们可以提供关键的回程和前传功能。

5G 网络部署和服务发布的早期阶段，对于有线电视运营商是敌是友，业内存在着一些观点。

5G 网络运营商和服务提供商面临的主要挑战将是确保底层光纤和有线网络能够使这些无线信号足够接近客户。

作为未来潜在的家庭宽带替代品，5G 给予广电的机会其实是远大于其威胁的，早期用于基于 5G 的室内宽带服务的毫米波频谱具有有限的范围。

使用毫米波作为家庭宽带替代品将难以跟上不断增长的消费者数据需求，有线电视家庭的平均月度数据消耗现在每月超过 250 千兆字节（美国区域）。知名电视运营商 Charter 的用户宽带的流量数据攀升至 400GB，他们还没有使用 MSO 的付费电视套餐，并且多会使用基于 OTT 的选项服务满足他们的视频需求。

Redzone Wireless 总裁 Jim McKenna 认为，服务提供商很难使用需要信号车和专业安装的毫米波频率和平台来创建一定的规模部署。

但 McKenna 仍将固定无线视为有线宽带的重要替代品。就其本身而言，Redzone 使用 2.5GHz 频段的许可频谱向缅因州的住宅和商业客户提供了固定无线宽带服务（无限数据使用），在那里其与 Charter 等运营商展开了竞争。

Redzone 在美国有线电视运营商服务的市场中取得了最大的成功，每个月 Redzone 的客户中有 90% 是前电缆客户寻求替代品产生的。

虽然有线电视运营商已将其无线和移动工作重点放在 WiFi 和各种 MVNO 交易上，但有线电视行业非常重视增加其无线产品。有线电视行业有兴趣释放更多未经许可的 WiFi 容量，其非常积极地参与 CBRS（公民频段无线电服务）试验，以及对中频段表现出了狂热兴趣，可以在目前卫星公司正在使用的 C 波段向各种电视发行商传输视频。

CableLabs 的首席策略师 Sanjay Patel 表示，CBRS 可以为有线运营商提供 5G 服务，并改善他们在开发和部署新的移动和无线服务方面的财务基础。

随着有线电视运营商正在权衡其计划，CBRS 生态系统将实现从网络到客户端设备的继续发展。虽然一些智能手机，如三星 Galaxy S10 可支持 CBRS 频段（Band 48），但实现 CBRS 在客户设备层面广泛使用之前可能还需要多年的时间。

（5）广电 5G 进行时！华为与台网合作新增十余例

2019-05-21 10:09:54 来源：ASIAOTT AsiaOTT

5G 不只是属于电信行业的技术应用新升级，同时更是广电系在互联网+新时代环境下翻身的福音。以广电网络公司为例，在日趋严峻的用户流失的问题上，有线电视运营商必须要直面现状，在 5G 未来的势必冲击下，须要继续突破传统专网的运营方式，5G 或许将是他们成功接入移动无线业务的不可多得一次时机，届时实现有线+无线的融合运营真得以成为可能。

随着中国广电拿到 5G 牌照已经成为可能，广电系已提前做出行动安排，近期多级电视台以及广电网络公司开始频频接触华为并签订相关协议，基本上都提及会围绕 5G 网络、融媒、视频云、智慧广电等方面展开合作。

5G 网络的施行，必将先在视频领域进行，而由于其高速率、低延时的特性，在直播的应用中会比 4G 网络更为适合，伴随着 4K 超高清的推进，未来的 8K 最需要 5G 网络得以实现。此外，5G 网络可使得 VR/AR 互动直播成为可能，在 IoT 系统中定能发挥实际性作用，甚至于未来机器人、自动驾驶汽车等场景应用在 5G 的支持下也将呈现异彩。

福建广电网络



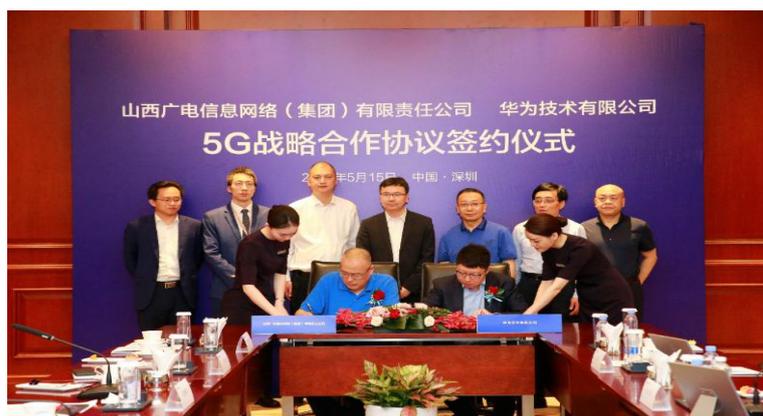
5月17日，福建广电网络集团与华为公司在深圳签署战略合作协议。根据协议，福建广电网络集团与华为公司将在广电基础网络、云平台、智慧产业、5G/700M、融合视频云、融媒体中心建设等领域展开深度合作，借助物联网、大数据+AI等技术资源，构建平台生态系统，加快打通基层宣传“最后一公里”，助力智慧产业发展。

贵广网络



5月19日，贵州广电网络公司与华为技术有限公司在深圳签订深化战略合作协议，双方将携手在5G、华为云、融合视频云、智慧家庭及智能终端等领域开展深度合作，共同推进“智慧广电”新变革。双方的携手，不仅对抢抓新一代信息技术的发展机遇、加速创新变革、信息基础设施快速演进升级，确立贵州在大数据、下一代互联网等领域的优势地位具有重大意义，还为推进“中国（贵州）智慧广电综合实验区”建设，实现网络强省、网络强国具有巨大的推动作用。

山西广电网络



5月15日，山西广电信息网络（集团）有限责任公司与华为技术有限公司在深圳华为总部签署战略合作协议。双方将调集各自的资源在5G、700M基础网络建设、集客业务、智慧城市、融合媒体、4K超高清、人工智能以及企业文化和人才交流培养等领域，进行深入战略对接与务实合作，全面推进“智慧广电”创新、实践和应用。

广西广电网络



5月17日，深圳文博会期间，广西广电网络公司与华为技术有限公司等4家公司，基于中国-东盟网络视听产业基地（广西新媒体中心），分别就5G合作项目、VR合作项目、有线电视内容制作、面向东盟视听节目输出等内容签订合作协议。与华为将在融媒体建设、物联网、云计算、智慧旅游、智慧城市等方面助力“数字广西”建设。

北方广电网络



5月17日，北方广电网络公司在深圳文博会上与华为技术有限公司签署战略合作协议。未来将在广电基础网络、集团客户专线、云平台扩容、智慧城市建设、5G/700M融合应用、全IP视频云、智能终端应用、企业文化以及人才交流培训等领域展开深入合作。此次合作协议的签署，标志着华为公司与北方广电将共同着力打造辽宁地区智慧广电+新业态，进一步增强广播电视服务能力，加强智慧广电、媒体融合、宽带中国、数字经济、信息消费、乡村振兴等国家战略的统筹规划、加快广播电视与物联网、车联网、移动互联网等新兴网络业态的集成创新、协同服务，助力辽宁在执行中央新一轮东北振兴战略，推进实施中国制造2025辽宁行动纲要，建设国家创新驱动发展的科技强省等领域取得更大发展。

电视台合作新入4家

央视总台



近日，中央广播电视总台、中国移动与华为三方在北京成功完成了业界首次基于 3GPP 标准的 5G SA 网络切片环境下的超高清直播验证。中国移动联合华为基于 5G SA 网络构建了专门用于央视 4K 视频直播业务的端到端网络切片，保障 4K 视频直播对传输带宽、时延的需求。测试验证了央视直播网络切片可以有效保障直播业务的带宽需求。即使在无线接入网、传输网及核心网等网络节点出现拥塞的情况下，具有高优先级保障的视频直播业务仍然不受影响，视频播放清晰、流畅。

山东台



5月14日，山东广播电视台与华为公司在泉城济南签署战略合作协议。一起共同建设超高清体系，围绕 IT 基础设施、IP 化网络、云、AI、超高清调度及交换技术和基于 5G 的超高清内容传输技术开展技术研究和攻关，推动山东超高清视频产业蓬勃发展。

河南台



5月17日,在第十五届深圳文博会期间,河南广播电视台与华为技术有限公司在广东东莞签署战略合作协议。双方秉持着优势互补、互利共赢的宗旨,以河南广播电视台4K超高清制播体系建设为契机,围绕河南台基础IP网络、云数据中心、4K调度及交换技术、移动新媒体、信息化平台和基于5G的4K电视传输技术开展技术研究和攻关,加快河南省在4K超高清电视关键核心技术的国产化,共同推进河南省4K超高清电视产业快速发展。

济南台



5月16日,济南首个5G试验网启用,华为技术有限公司为试验网提供了5G网络设备和全部的信号覆盖。济南广播电视台4K超高清电视转播车是国内第一台具备全流程HDR制作能力的4K转播系统,具备全媒体制作、发布能力,兼顾了常规高清制作和4K高端制作的能力,配备了全媒体直播服务器,运用5G传输技术,可以与台内融媒体平台互联互通,进行4K信号推流直播,实现全媒体制作、新媒体直播功能,目前已经承担了如亚运会、全运会等国际国内著名体育赛事的公共信号制作和传输业务。

未来将为济南市新闻宣传融媒体公共服务平台提供完整、优质、先进的5G技术支持,进而推动5G时代下广播电视产业向融合化、智能化、持续化发展,为济南“新媒体之都”的打造升级助力。

广电新媒体集团合作再添案例

河北广电传媒



5月18日，河北广电传媒、河北电信、华为公司在华为公司深圳总部共同完成5G三方战略合作协议签署。将联合打造4K+5G+AI智慧融媒体创新应用，在智慧家庭、5G、云服务等方面战略合作，进一步深化合作关系、加强协同创新、推进行业应用，实现共同发展。三方将充分整合资源，发挥各自优势，秉持优势互补、互惠互利、共同发展的目标，在5G技术应用、云计算应用、智慧家庭、视频新技术应用、IPTV体验设计、IPTV平台能力提升、固移业务融合、大数据融合共享、商业模式探索等方面开展广泛合作。

总结：时下5G暗战已经来临，5G技术将掀起全行业数字化转型的浪潮，引爆高清融媒体、虚拟现实、云技术应用、智慧家庭、视频新技术应用、大数据融合共享等新兴产业，孵化出多个千亿级经济增长点。

华为作为全球领先的ICT(信息与通信)基础设施和智能终端提供商，拥有强大的ICT产品及解决方案研发和咨询规划能力，在广电媒资领域具备深厚的技术积累，提供端到端的解决方案。而广电系内各方拥有数字电视、互动电视平台、数据平台以及丰富的内容资源。

未来，依据各自优势，肯定足以撑得起这一庞大的未来市场，在用户体验上更将提供以前所未有的娱乐新视听等全新升级场景体验。

(6) 有线如何涅槃重生？请打好这三场“革命战”

2019年06月03日来源：中广互联独家

电视全面萎缩，媒体领域出现了新的拐点，从互联网到移动互联网，从信息的多元化到碎片化再到粉尘化，消费升级、新零售，营销4.0、竞争4.0、采购4.0，5G时代的到来，组织机构的迭代，一系列的生存困境，有线人我们面临的什么？企业的生存将何去何存？

有线人试着每天问问自己我们做到了什么？想了什么？

每年的两会工作报告，包括县、地市、省三级两会工作报告，有线网络公司有人读吗？

有线的集客业务组织学吗？

有线是与“网”竞争？还是与“台”竞争？还是与“网台”联合体竞争？

中国的广播电视应该是福利性的公益性？还是经营性的公益性？也就是，在中国广播电视管控的体制下，广播电视应该免费？还是应该收费？

我们是否受到自我技术上的约束，而且这些约束不是技术本身造成的，而是人为造成的？你是否受到体制上的约束，同样的约束，不是国家体制造成的，而是自己的体制造成的，也就是自己折腾自己造成的？你认为受到了市场制约，有哪些你自己试都没试过，就人为的想象被制约了？

广电网络将宽带行业作为增长点~!？这样的重资产、高投入、密集型的通讯基础服务设施，赚多被人骂，赚少了玩不转。如何反思？

.....

有线仍举步维艰，用户流失依然没有实质好转，但并非仅存哀鸿，行业政策的新气象、标杆的榜样效应、转型升级步伐的加快等等，能够激荡人心，引领砥砺前行。这些根源在于谋求创新发展，活下去，活得更好，如下几个观点：

面对众所周知的原因，有线遇到了前所未有的生存压力；用“每况愈下，危在旦夕”来形容有线行业并不过分。从五个调研报告分析阐释有线的出路，即《2019年政府工作报告》《广电10大上市有线运营商(2018年的成绩)》《2019年各地广电规划》《各地广电网络转型分析》《广电跨界发展(转型)——广电+》，有三个理由对有线充满信心：一是即将梦

想成真的国网整合，即“体制革命”；二是对传统经营模式终于死心并决心改变，即“技术革命”；三是挑战与机遇并存的融媒体自我革命，即“自我革命”。

体制革命

“一看”：国有有线网络机构发展(国家广播电视总局、中国有线电视网络有限公司、中国广播电视网络有限公司)现状，国网整合进程及聂辰席 2018 年 7-11 月行程；

技术革命

外部革命，即“三网融合”，在 5G 时代的三网融合也是广电网络转型的基础，以“智慧广电”为切入点，从“两端”着手。

输入端革新：第一个层面是新老媒体融合云平台层面，第二个层面是现代网络架构的广电网络层面，第三个层面是基于大数据的个性化服务层面。

输出端定义：以前的有线用户是以“家庭”为单位，实现的“丰富家庭的电视文化生活”。有线网络应从以社区为单位，丰富社区文化生活；以物业为切入点，彻底打通用户的最后一公里。

自我革命

有线网络历年持续做的三件比较重要的事：保持规模化的用户，建设优质的网络，发展多样化业务；这三方面工作始终彼此依赖，互为影响。自我革命即内部革命，从“三新”着手。

“新三网融合”，指用户网络、传输网络、销售网络三者的有机融合。

“新三网融合”思路：从我想做什么转变为用户需要我做什么，主张由用户端向我，以用户需求、消费习惯及消费能力结合网络承载力来集中精力和资源与人手拓展业务，同时，实践操作中主张由业务引导网络资源倾斜配置服务于高价值用户区域。

新三网融合是要做到“改变自己，重塑有线，涅槃重生”，重新找到或定位自己生存的环境。

Ø 重新定义“有线广播电视”的性质

“有线电视广播”到底应该是经营性的公益性？还是福利性的公益性？无法否认的事实是，在无法改变电信捆绑送电视的情况下，广播电视已经社会福利化了，也就是广播电视的经营性已经消失或不再成立。不是有线愿不愿意广播电视福利化问题，而是有线不得不有线广播电视福利化。

国家广电总局重组，“三台合一”，提高政治站位，定位我们的角色，回归本源政体+国体，保住主阵地，建设好主阵地，用好主阵地，真正做到让党放心、让人民满意。

Ø 有线广播电视竞争对手是谁

是三大运营商吗？是“网台联合体”，是中国最强和最大的电视台、地方最强和最大的电视台与三大运营商的联合体。

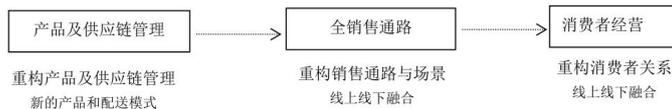
Ø 采取“三招”求生存

“保用户”，激活沉淀用户、休眠用户以及僵尸村(是指该地区的有线电视维护成本已经大于有线电视收益)。以农村、企事业、社区(小区)等单位实行频道自办或(招商)合作经营，模式是“一要两卖”；“一要”是要政府购买服务；“两卖”是既卖频道又卖广告。

“谋转型”，三个“拥抱”，即拥抱互联网(在可管可控的情况下，节目包分账转变为平台服务收费等)、拥抱电视台(创建的频道向全市所有电视台招商等)、拥抱“智慧城市”(向各级政府应用全面开放，构建“智慧城市”等)。

“不忘初心”，回归有线政体本源，即真正成为地方政府的管理工具。以“社会发展治理”、“振兴农业”等政府责任为己任，大力开展集客业务。

新零售(广电新零售“三重构”)



- Ø 构建涉及广电行业供应链产品零售
- Ø 构建涉及广电业务零售
- Ø 构建以广电业务消费者为主体的新零售

通过广电业务重构，升位思考，降维打击，构建“广电生活圈”：“广电生活圈”致力于构建全新的媒体圈+生活圈的全渠道水平产业链。其中核心体现在以消费者为核心的媒体新零售平台——广电生活圈、以社会化分享和企业集采为中心的采选平台——广电优选、以O2O全渠道跨境营销为核心的一站式购物平台形成多维度水平互联网电商服务矩阵。

新服务

Ø 采样新零售分析消费升级后的消费者画像，利用数据分析提升用户体验，用“心”服务

采用网格化管理——数据网格化；

用户数据：基础业务，增值业务用户分布区域图；

网络数据：主干分配网络由节点检测指标、维护用户投诉、各类故障分布数据；

业务数据：增值业务分布图、销售渠道覆盖图(营业厅、代收点、电子渠道)；

有线网络转型

通过三场革命，“体制革命”了解产业形式看我们的发展方向——转型方向；技术革命，在5G时代的三网融合，诠释我们的如何转型——转型的方法论；“自我革命”，“新三网融合”重新定位广电产品，广电人应该具备的素质，实现自我突破转型——转型落地实操。

三场革命定义了公司的“转型”，转型的关键“业务”，如何定义公司业务？从“用户的认知(用户需求)”建立“供应商、公司、顾客”的融合网络，打造成公司的“智库”，从“拥抱政府”“赋能行业”“服务民生”定位，产生公司的“业务生态”——以“服务”为核心，以“转型”为方向。

如何实现公司转型？

重新定位：经营网络(集客)、经营用户

有线网络的性质：政体+国体，经营网络围绕政府及企事业单位；经营用户，建立用户网络，提供标签个性化的业务服务。

角色认知：与台的关系

处理好与电视台的关系；首先是尊重；其次是融合；最后成为电视台的台助手，协同电视台共同发展。

自我革新：共生 互生 重生

从价值链到“共生”，构建有线网络自己的生态圈。从电视台、供应商、公司、顾客，创造一个价值平台，各个利益相关者能够系统化的组织，有机的形成一个整体，协同为用户创造价值，实现价值最大化。

“互生”，建立广电自身低成本的分享价值的管理机构，让广电利益相关者彼此相互有依赖关系，从而获取新生业务的价值。

“重生”，通过价值再造，机构重构，利益相关者真正实现价值最大化，实现有线网络的真正“转型”。

5. 前端、制作与信源

(1) 芒果 TV 2018 年盈利近 7 亿，是如何做到的？

2019 年 05 月 05 日来源： 红星新闻

近日，芒果超媒(300413.SZ)发布了 2018 年财报。

在被称为“资本寒冬”的 2018 年，影视行业受到的影响更为直接。不过，芒果超媒旗下公司芒果 TV 的运营主体快乐阳光在 2018 年净利润达 6.79 亿元，增长 16.8%。

记者注意到，在线长视频领域“第二梯队”的芒果 TV 盈利近 7 亿，但第一梯队的爱奇艺、优酷、腾讯视频(简称“爱优腾”)仍然在“烧钱”的路上。

第一梯队亏损第二梯队赚钱，这是什么原因？

芒果 TV 净利润 7 亿

2018 年 6 月，芒果 TV 的运营主体快乐阳光、芒果互娱、天娱传媒、芒果影视、芒果娱乐五家公司整体打包注入上市公司快乐购，后更名为芒果超媒，开始了从“媒体零售平台”向“国有新型主流媒体集团”的转型。



芒果超媒业务图

收购快乐阳光的资金为 95 亿的，另芒果互娱的资金为 5 亿、天娱传媒为 5 亿、芒果影视为 5.4 亿、芒果娱乐为 4.6 亿，共 115 亿。

在报告期内，芒果超媒共实现营业收入 96.6 亿，净利润增长 16.8%。上述五家公司也全数完成收购时的业绩承诺。其中，业绩对赌需在 2018 年共计完成 8.73 亿净利润，芒果 TV 需承担 6.79 亿，占 78%。

记者发现，芒果 TV 超额完成了对赌。2018 年实现营业收入 56.07 亿元，同比增长 66%，营收净利润达到 7 亿多，超过承诺利润 3000 多万。此外，其他四家公司的利润也都超过业绩承诺。

根据年报，芒果 TV 用户日均活跃数为 3588 万，同比增长 25%；年末视频会员用户数达到 1075 万户，同比增幅达 138%。2018 年全年平台投放广告品牌数 324 个，同比增长 155%。广告业务、会员业务、运营商业务的收入同比增幅分别为 81%、114%、52%。

不过，虽然视频板块盈利 6.79 亿，但其实芒果 TV 也是上市公司中极为“烧钱”的一块。根据年报，2018 年整个超媒的新媒体平台互联网视频业务成本近 22 亿，新媒体互动娱乐内容制作板块的版权购买及内容制作成本达 17.5 亿，两者共计 37.5 亿，占营业总成本的 65%。

然而，在线长视频行业里，芒果 TV 虽然盈利，却只能属于第二梯队。

2010 年，百度投资的爱奇艺上线；2011 年，腾讯视频(前身为 QQ Live)上线，2012 年，优酷视频和土豆视频合并，并在 2015 年被阿里收购。如今，由互联网巨头“BAT”入局的“爱优腾”，也已成为了在线长视频领域第一梯队的“三巨头”。

根据 QuestMobile 2019 年 3 月数据，移动端爱奇艺 APP、腾讯视频 APP、优酷 APP 日活在 1 亿人左右，而芒果 TV 的日活为 2300 万人，排在第二梯队。

“爱优腾”集体亏损

不过，虽然第二梯队的芒果TV在18年净利润达7亿，但第一梯队的“爱优腾”在2018年仍在继续“烧钱”。

2月21日，在美股上市近1年后，爱奇艺(IQ.O)提交了首份年报。在在线视频行业，爱奇艺是最早推出会员制度的公司之一，在2018年，爱奇艺的全年会员服务营收为106亿元，较2017年增长72%。从会员人数来看，2018年爱奇艺的会员人数也超过了8600万人。

从内容来看，爱奇艺在2018年推出的《偶像练习生》《中国新说唱》等综艺都需要订阅会员才能观看。这样的背景下，2018年一年新增加的订阅会员就超过3500万。

但即便订阅会员人数剧增，全年收入也达250亿元，同比增长52%。但“赚钱”的速度仍跟不上“烧钱”的速度，年报显示，2018年爱奇艺全年亏损达到91亿元。根据爱奇艺此前的招股书在2015年、2016年、2017年的净亏损也分别为25.75亿元、30.74亿元和37.369亿。

最近影视圈最火的两个IP非《复仇者联盟》和《权力的游戏》莫属。实际上，早在2014年腾讯视频就与HBO达成战略合作，成为《权力的游戏》国内独家授权播放平台。在3月腾讯控股(00700.HK)披露的年报中，腾讯视频的订阅用户同比增长58%，达8900万人，比爱奇艺公布的数字多300万人。

不过，相比起爱奇艺，腾讯并未在年报中直接公布腾讯视频的利润情况。但据第一财经报道，2018年腾讯公司副总裁孙忠怀在接受采访时表示，仍将会重金投入内容，不会在乎眼下暂时的亏损，在目前竞争态势下，内容竞争可能会更加激烈，全行业亏损的状况可能还要持续。

阿里巴巴(01688.HK)也并未在财报中具体说明优酷的业绩情况，不过就优酷所在的阿里大文娱板块，在2018年就亏损了214亿。此外，在4月17日举行的搜狐视频2019春季推介会上，搜狐公司CEO张朝阳也公开表示，搜狐视频也并未盈利。

第二梯队“逆袭”？

在线长视频行业发展十多年，亏损几乎是常态。

对比会员数量，爱奇艺、腾讯视频都在2018年超过了8000万人以上，而芒果TV则是在2018年年底宣布会员超过1000万。移动端日活数量比较来看，爱奇艺和腾讯视频在日均1亿人左右，而芒果TV在日均2300万左右。

体量相差甚远，第一梯队的选手们还在亏损，第二梯队的芒果TV却率先盈利？

实际上，第一梯队的选手们并非不赚钱，而是赚钱的速度赶不上“烧钱”的速度。

以财务数据最详细的爱奇艺来看，营收250亿元人民币，同比增长52%。但在2018年四个季度的内容成本上，分别花了39亿元、47亿元、60亿元、65亿元，达211亿元。同比增速分别为44%、47%、66%、97%。

《延禧攻略》《偶像练习生》《中国新说唱》……内容投入的增加直接使得爱奇艺在2018年会员人数增长了3500万人。也是在这样的情况下，“爱优腾”对于内容的争夺异常激烈，也导致“爱优腾”的内容成本居高不下。

据媒体报道，爱奇艺财报电话会议上，爱奇艺CEO龚宇称，中国人对内容付费认可度越来越高，在这样的市场驱动下爱奇艺原创内容会越来越多，照他预测，2019年付费用户净增长数量不会少于2018年增长的数量。

而背靠湖南卫视，芒果TV却在成本上有与生俱来的优势。人才、内容、受众等资源来说，芒果TV都可以从湖南卫视得到支撑。《歌手》《女儿们的恋爱》等大热的综艺节目又经芒果TV分销给“爱优腾”等平台，进一步获得收益。

此外，记者在财报中注意到，由于其国有属性，芒果超媒旗下公司都享有一定的税收优惠，芒果TV所在的快乐阳光即是其中一家。此外，2018年政府对超媒的补贴额度达到近3600万。都让芒果超媒的财务数据更加好看。

不过，2018 年营收为 56.07 亿元的芒果 TV，营收体量上只有爱奇艺的 1/5。即便已经获得盈利，但有评论认为，芒果 TV 与第一梯队平台仍有较大差距。“今天的新媒体看重的是大数据、用户量、活跃度，核心的是用户，而吸引用户的東西是内容。从这方面来说，芒果 TV 比起其他几家还差一些。”有从业者对记者这样说。

(2) 电视将死?从 CITE 2019 看 OLED 如何重构产业竞争力

2019 年 05 月 05 日来源：钉科技

电视将死，听上去有些危言耸听。但熟悉行业的人都知道，当前的彩电业的确已触碰到了增长的天花板，是温水煮青蛙式的消极沉沦，还是积极拥抱新趋势破局重生，考验着整个产业的勇气与智慧。

在日前举办的 CITE 2019(第七届中国电子信息博览会)上，拥抱 OLED 从而重构电视产业竞争力的这一趋势，再次得以强化。而之所以说“再次”，是因为在 CITE 2019 之前的 AWE 2019 和 CES 2019 上，这一趋势在全球面板巨头 LG Display 的创新引领下，已经显性地表露出来。

那么，OLED 真的足以拯救濒危的 TV 行业吗？

液晶阵营的焦躁与不安

不可否认，当下的电视市场仍是液晶阵营在主导。但液晶阵营心里非常明白，电视市场如今面临着重重危机，中国市场尤甚。

奥维云网数据显示，2019 年第一季度国内电视市场零售量规模 1202 万台，同比下降 1.1%；零售额规模 349 亿元，同比下降 13.1%。量额齐跌，这样的状况令人揪心。

实际上，市场萎靡不是 2019 年才遇到。2018 年，中国彩电市场零售量规模为 4774 万台，同比微增 0.5%，增长几乎停滞，而零售额同比下降 8.6%。

另外，IHS Markit 针对全球 34 个国家的超过 100 家零售商进行的市场调查显示，中国液晶电视目前的价格已经是全球最低，产品均价只有 441 美元，约合人民币 2800 多元，而全球均价在 560 美元左右。

致命的是，低价换市场的普遍策略，让电视企业的利润大幅下滑，主流电视品牌经营困难，互联网品牌大多处于出局边缘，行业净利润率从 5% 左右一路下滑至如今的 1.5% 左右。

需求下滑、产品同质化、低价竞争……液晶阵营主导的电视市场已经显现衰败的迹象。于是，我们看到量子点技术的出现，看到了不少品牌祭出了 8K 的“解药”，但这并不能真正舒缓液晶阵营的焦躁和不安。

三星提倡的 QLED 量子点，本质上仍是液晶，显示能力虽然有了升级，但并不具有换代的意义；而 8K 虽然是产业趋势，但远水救不了近火，8K 液晶无论从面板、产能还是内容、生态链以及用户成本来考量，都无法挽狂澜于既倒。

按照市场调研机构 WitsView 的数据，2019 年全球 8K 电视市场占比仅有 0.2%。而按照《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022 年)》，到 2022 年 8K 电视终端销量占比超过 5%，市场规模大概也就在 250 万台左右。如此低的渗透率和市场规模，何谈拯救电视产业？

其实，指望液晶阵营重振电视产业，并太现实。技术短板、视野局限、利益掣肘，这些都不可能让他们主动完成一次换代的颠覆。真正的颠覆与重构，必须来自液晶之外。

OLED 可以“挽狂澜于既倒”

液晶在显示能力上有短板，在形态展示上有不足，在提高品牌溢价方面有缺陷，而弥补这些短板、不足和缺陷，具备换代能力和意义的，正是 LG Display 创新引领的 OLED 电视。

管中窥豹，从 CITE 2019 展上 OLED 所表现出颠覆性能力就可以看出，一个全新 OLED 电视时代到来的必然性。

在 LG Display 展台，一朵盛开的“玫瑰”最引人注目：由 4 块 65 英寸 UHD OLED 旋转拼接而成，让画面中的玫瑰栩栩如生；在两侧，两块 88 英寸商用 OLED 显示所组成的“对联”与之交相辉映，共同彰显着 OLED 的无限设计空间。

另外，LG Display 展台上还出现了两款“颠覆性”的电视产品：77 英寸的壁纸电视 (Wall paper) 紧贴墙面，如同画卷一样展开，与家庭装修风格完美贴合；88 英寸 8K OLED 电视向观众展示了高清画面带来的细腻画质，其画面细节纤毫毕现，极具品质感，带来了极佳的观影体验。

不仅在 CITE 2019 上，在此前举办的全球最具影响力的两大家电和消费电子展会 AWE 2019 和 CES 2019 上，LG Display 带来的 OLED 技术和产品，也都给产业从业者和观众带来了极大震撼。

因为，与液晶相比，OLED 具有真正的换代性，体现在：

更完美显示画质。与液晶的被动发光不同，OLED 采用自发光，能够带来完美的黑场表现、无限的对比度、超广的可视角。

更舒适健康护眼。液晶亮度动辄在 1000 尼特以上，响应时间 5ms 以上，且散发大量的蓝光，长期观看会极大损失视力；而 OLED 全黑画质，540 尼特就可以带来液晶 1000 尼特的认知亮度水平，具备合适的亮度，蓝光比液晶减少 70% 以上，0.001ms 的响应时间比液晶快了 5000 倍，画面没有拖尾现象，眼睛观看更加健康舒适。

更漂亮设计造型。像画一样完全贴在墙上的壁纸电视，可以像画一样卷起来可卷曲电视，屏幕可以震动发声的自发声电视、屏幕呈现透明状态的透明电视……基于 OLED 面板自发光、柔性、高透明度等技术特性，电视的设计、形态都能发生天翻地覆的变化。融入并提升家居环境的美感，OLED 电视可以成为家庭的一件艺术品、一幅壁画、一扇窗户，具备更多的设计和造型可能。

LG Display 倡导的 OLED 时代，在 OLED 颠覆性能力的感召下，已有越来越多的产业链企业张开双臂拥抱。LG、索尼、飞利浦、创维、海信、长虹、康佳，全球来看已经形成了一个强大的 OLED 阵营。

一些企业已经率先享受到了 OLED 带来的市场红利。比如，索尼 2017 年整体电视收益相比 2016 年增长 21%，其中 OLED 电视贡献率达 8%；LG 电子 2017 年整体电视收益相比 2016 年增长 9%，其中 OLED 电视贡献率高达 52%；创维在 OLED 电视的带动下，国内整体销量也不断跃升，第一季度已位列第一。

另据 IHS Markit 数据显示，早在 2017 年，在 2500 美元以上高端电视市场，OLED 电视全球占比就达到 51.3%，超越了液晶电视。在全球市场，特别是在欧盟和日本，OLED 电视已经主导了高端电视市场。高端电视等于 OLED 电视，渐成用户共识。

随着中国消费升级带来的市场空间放大，中国 OLED 电视市场也在高速成长。奥维云网数据显示，2019 年中国 OLED 电视市场数量将达 38 万台，比 2018 年增加 130% 左右，预计到 2020 年将超过 80 万台。

挽狂澜于既到，OLED 凭借的是创新的能力和开放的格局，一个“真正的 OLED 中国时代”，对电视产业乃至更广大的显示产业，都将带来深远的价值和意义。

DOT 时代的最佳信息载体

不要以为 OLED 只能深度变革电视产业，实际上，OLED 还会在全球物联网呈现爆发式发展情况下，深度改变人们的生活、生产方式。

万物互联的社会，人与人的交互、人与机器的交互，都离不开显示屏幕。当前，我们也确实看到越来越多的智能设备增加了显示屏幕，带屏的智能冰箱、智能洗衣机、智能空调，带屏的智能音箱、行车记录仪、车机等等都在表明，未来将是一个“万物皆显示” (Display Of Things, DOT) 的时代。

在 DOT 时代，OLED 显示屏幕将迸发出巨大的发展能量。凭借柔性、透明、折叠、超薄等一系列优势，OLED 无疑会成为 DOT 时代的最佳信息载体。

行业权威专家也非常认同 OLED 在 DOT 时代的巨大作用。中国电子视像行业协会秘书长郝亚斌就认为，在 5G、8K、物联网等新技术逐渐成为主流的今天，显示成为人机信息交互的关键窗口，这是中国 OLED 时代的关键机遇期，相信 OLED 会引领中国显示行业进入崭新的未来。

OLED 技术和产业化的引领者 LG Display 当然也清楚的认识到了这一点。LG Display 全球推广副总裁高规荣认为，显示已成为人机信息交互的关键窗口，相信 OLED 是 DOT 时代最理想的显示技术，由 OLED 的超薄、轻量化和各种形状展示出的优势，使其向商业化显示领域敞开了大门。

拥有超高清、透明、弯曲、超薄等创新显示技术的 OLED 显示屏，在电视、车载以及更广阔的商用显示领域，都具备广阔的发展空间，这也对 OLED 面板产能和良率提出了考验。

2018 年 7 月，LG Display 在广州投建了一座全球最先进的 8.5 代 OLED 生产线已经启动，预计今年三季度开始量产 OLED 面板，届时 OLED 产能将因此提升 35.7%，从 280 万片增加至 380 万片。而 OLED 面板产线的良率目前也提升至较高水平，已由 85% 提升至 90% 以上，成本和经济性得到了有效控制。

产能扩充、良率提高，在 LG Display 的努力下，OLED 面板的产能和良率问题都逐个破解，产业界在静待一场 DOT 时代的 OLED 普及风暴。

电视产业不会死，DOT 时代已扑面而来，而 OLED 带来的生活和生产方式的变革，才刚刚开始。

(3) 上海超高清视频到 2022 年产业规模突破 4000 亿元

2019 年 05 月 06 日来源：看看新闻

超高清视频是继视频数字化、高清化之后的新一轮重大技术革新，将带动视频采集、制作、传输、呈现、应用等产业发生深刻变革。发展超高清视频产业，有利于提升信息产业和文化产业整体实力，有利于提升以视频为核心的行业智能化水平，同时为人工智能、虚拟现实等新兴技术提供重要应用场景，是推动信息交互和社会创新发展的重要引擎。

今天(5 月 6 日)下午，上海市超高清视频产业联盟成立大会暨 2019 上海超高清视频产业发展高峰论坛在浦东新区召开，并发布《上海市超高清视频产业发展行动计划(2019-2022)》，这是打造“上海制造”和“上海文化”品牌的重要举措，标志着上海超高清视频产业发展进入新的阶段。

上海市经济和信息化委员会 上海市文化和旅游局 文件 上海广播电视台

沪经信信〔2019〕264号

上海市经济和信息化委员会、上海市文化和旅游局、 上海广播电视台关于印发《上海市超高清视频产业发展 行动计划（2019-2022年）》的通知

各有关单位：

现将《上海市超高清视频产业发展行动计划（2019-2022）》
印发你们，请结合实际认真贯彻落实。

— 1 —

根据行动计划，上海将夯实超高清视频技术和产业基础，丰富超高清视频内容供给，大幅扩展网络传输承载能力，促进以超高清视频为核心的行业智能化应用，着力构建具有核心竞争力的超高清视频产业体系。到2022年，本市超高清视频产业规模突破4000亿元，培育一批具有国际竞争力的头部企业，建设领先的超高清视频产业内容中心等，形成具有核心竞争力、资源要素集聚的产业生态体系。

在超高清视频内容上，上海将推动超高清视频电视制播体系整体升级，到2020年开通1个4K超高清视频综合性公益频道，到2022年再开通4个4K专业付费频道。建成面向全国所有省市（除港澳台）的超高清视频内容集成分发平台、版权交易平台。超高清视频自制内容储备量超过5千小时，多渠道4K版权内容总库存量超过5万小时。在网络传输能力提升方面，将全面实现光纤到户，增强网络承载能力，满足超高清视频传输需求，实现超高清视频业务与5G网络的系统发展。

为促进重点领域应用，上海将实施“5G+4K/8K+AI”应用示范工程，支持中国国际进口博览会、世界人工智能大会及重要交通枢纽等重点区域，开展“5G+8K”超高清视频实时转播试验等创新应用。支持虹口区等双千兆覆盖区域，率先开展细分行业“5G+8K”示范应用。长三角区域联动共建“5G+8K”创新实践区。支持金桥等园区建设国内领先的超高清视频内容集聚区。发挥本市在智慧城市建设和智能制造领域的优势，重点推进智能制造、城市精细化管理、文化旅游、教育、医疗健康等领域的超高清视频融合应用。

会上，东方明珠新媒体、信息家电行业协会、文广影视集团、百视通等47家单位发起成立了上海超高清视频产业联盟，联盟将促进跨行业联动融合，共同推动超高清视频产业发展。

(4) 全国最大 4K/8K 转播制作公司——南方超高清转播制作公司正式签约成立

2019-05-09 16:34:07 来源: ASIAOTT AsiaOTT

5月9日,以“超清视界,点亮湾区”为主题的世界超高清视频(4K/8K)产业发展大会在广州隆重举行,大会由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台和广东省人民政府主办。

本次大会是全球超高清视频(4K/8K)产业领域规格高、规模大、国际影响力强的盛会,大会邀请了来自美国、日本、韩国、英国、法国等国家和地区的全球知名专家、主导企业、机构代表出席,围绕国内外超高清视频全产业链,探讨技术路径和市场趋势,展览最新创新技术和应用成果,进一步加强超高清视频产业领域国际交流合作,推动优质产业资源集聚粤港澳大湾区,促进全球超高清视频产业创新、健康、可持续发展。

此次 4K 花园应邀亮相大会,与众多国际重量级专家、企业同台交流,在大会的签约环节中,4K 花园与广东广播电视台、中山广播电视台、清远广播电视台、韶关广播电视台正式签约成立南方超高清转播制作公司,这也将是全国最大 4K/8K 转播制作公司。



4K 花园董事长吴懿在接受央视记者采访时表示,成立南方超高清转播制作公司,首先是因为国内目前没有超大型的 4K/8K 转播公司,相关企业普遍在技术及硬件上存在短板,所以必须要有一个行业的“巨无霸”出现,而 4K 花园在硬件技术、生产流程、合作布局、渠道分发等方面都在国内有着绝对的领先优势,与合作伙伴共同成立南方超高清转播制作公司,可引领我国超高清视频行业更快更好地发展。其次,我省一直走在在全国 4K 行业的前列,如 4K 内容产量、4K 电视机产量、4K 芯片水平、5G+4K 等方面都是全国第一,通过成立南方超高清转播制作公司,也将在 4K 生产技术方面做到全国第一,这也积极响应了习总书记对广东嘱托践行的“四个走在全国前列”,这是 4K 花园作为一个民营企业,在得到了省市各级支持下,必须要做的事业。



吴懿还表示，目前 4K 花园已经拿到了 2020 年东京奥运会的 offer，届时将代表广东、代表中国为国际奥运会服务。未来 4K 花园还将在 5G+4K/8K 的商业变现中取得更多成绩，包括在医疗、教育上的应用，也是 4K 花园下一个着力点。

在本次大会在全球超高清产业应用分论坛演讲环节中，4K 花园总裁魏宁作出以《突破超高清内容生产瓶颈》为主题的演讲，他表示 4K 花园目前有 300 多个内容合作伙伴，为他们提供从前期拍摄的现场支持、DIT 支持、设备管理，到后期制作的剪辑、特效包装、调色、渲染等全流程的内容制作支持。4K 花园将成立独立的内容制作公司和独立的特效制作公司，以弥补超高清视频行业内容的短板，加速行业快速发展，同时引领超高清视频特效行业趋势，推动国内视频特效的跨越式发展。

在大会的主论坛与分论坛展位中，4K 花园通过演示 8K 内容、5G+4K、8K 摄像机等技术和设备，展示了在超高清视频（4K/8K）产业领域的最新技术应用和内容布局，以及在 4K/8K+5G 等前瞻科技方面的探索成果，吸引了众多与会者驻足。



此前不久，4K 花园还受邀在第二届数字中国建设峰会中的福建广电网络“5G+智慧广电网络”展区亮相展示。4K 花园通过 5G+4K 直播展示，带领参会者领略极速 5G、超清 4K 的直播体验；并演示操作 4K 超高清大型转播车，同时接入 16 路 4K 直播信号，通过广电网络或 5G 信号向电视大屏、手机移动端传输 4K 超高清节目，让人看到更接近真实的成像。

4K 花园作为国内最早发力、唯一具有批量持续更新能力的 4K 内容领域的公司，自创立以来一直专注解决 4K 内容少、制作难两大痛点，屡次突破超高清内容生产瓶颈，先后成立了 4K 直播实验室与 4K 联合实验室，攻克了诸多技术难点，建立起高质量、高效率的 4K 节目生产流程，在两年内打造出成熟的 4K HDR 及宽色域制作流程方案、4K HDR 现场节目转播方案、全面优化的 4K DIT 与后期流程、8K 节目生产流程等多套技术解决方案。此外，4K 花园还于今年 2 月发布了全新 8K 产品标识，正式启动 8K 内容生产，规模化生产各类 8K 节目及 8K 演示片，携手运营商与 8K 终端厂商共建 8K 内容生态圈。

此次世界超高清视频（4K/8K）产业发展大会，通过开幕式、主旨演讲、七场分论坛、4K/8K 成果展示和一系列签约发布活动，为在超高清视频产业发展的企业和机构，提供了极具国际影响力的共享共赢平台，为产业未来发展注入新方向、新动力。4K 花园相关负责人亦表示，未来 4K 花园将重点组建发展国内最大的 4K/8K 转播制作公司，全面深入到各类形态节目的制作中，布局 8K 现场转播系统方案的研究，并着重探索如 5G+4K/8K 的行业新技术

在商业化领域的应用和拓展。

同时，4K 花园将通过建设超高清视频产业集团，打造国内乃至全球最大的内容生产制作基地、最大的超高清转播技术服务商、最大的 4K/8K 内容集成分发平台、最大的 4K/8K 版权交易中心和最大的超高清技术创新人才中心，强有力地推动我国超高清视频行业的发展，继续做好这个领域的先行者和推动者。

6. 机顶盒产业技术及市场动态

(1) 山东广电网络干 5G，是认真的！

2019 年 06 月 03 日来源：中广研修院

近期，多省广电网络纷纷把 5G 提上日程。据笔者观察，山东广电网络干 5G，从政府支持到自身进一步落实工作，都是有实质性进展的。

政府支持：将广电网络 5G 试点项目写入政府工作报告

2 月 14 日上午 9 时，山东省第十三届人民代表大会第二次会议在济南山东会堂开幕。山东省委书记、省人大常委会主任刘家义出席并主持会议，山东省委副书记、省长龚正代表省政府向大会作政府工作报告。山东省委书记、省人大常委会主任刘家义出席并主持会议，山东省委副书记、省长龚正代表省政府向大会作政府工作报告。政府报告中提出，2019 年政府工作重点任务之一，是聚焦聚力“一个工程”，进一步拓展高质量发展有效路径。其中提到，推进媒体融合发展，重点建设海报新闻客户端、县级融媒体中心、新媒体大平台和广电网络 5G 试点项目。



广电网络 5G 技术与 4K、8K、VR 等超高清视频的结合，致力于为视频内容各个环节带来革命性的变化。新的技术和场景将会提升 4K 超高清内容生产效率，构建超高清直播节目的多屏、多视角等全新场景，让用户自主切换观看视角，提升视听体验。

广电网络 5G 将成为新旧动能转换的重要支点，推动互联网与实体经济深度融合，拓展经济高质量发展新空间；将成为激发万亿级新兴市场的催化剂，吸引产业链上下游研发、生产、运维企业入驻，扩大内需，促进就业。

广电网络 5G 将成为一块关键的拼图，实现从“固网”向“固网+移动网”一体化传输的战略转型，弥补产业发展短板；将成为发挥“党网政媒”公共服务属性的有力抓手，更好的提升政府、民生服务能力；将成为业务融合的重要手段，为用户提供更高质量、更多业态的

视频应用服务。

实际落实：成立广电网络第一家“5G 联合创新应用实验室”

1月23日-25日，山东广电网络集团总结部署大会召开，会议提出2019年要抢抓全国网络整合和5G机遇！

随后1月29日上午，山东广电网络有限公司和华为技术有限公司“5G 联合创新应用实验室”揭牌仪式在济南举行，代表着双方将发挥各自优势，重点在5G规划与建设部署研究、5G行业业务孵化和示范推广、广电5G新媒体研究、全媒体云平台等方面开展研究。这标志着山东广电网络有限公司在5G项目上，迈出了实质性的步伐，将成为推动山东全媒体融合的新引擎和新动能。



揭牌仪式上，山东广电网络有限公司副总经理黄平和华为公司山东代表处广电系统部部长刘向林代表双方签署合作成立“5G 联合创新应用实验室”的协议。

继续推进：“5G 联合创新应用实验室”进行内容展示

“5G 联合创新应用实验室”并不是一个摆设，山东广电网络一步一个脚印，在脚踏实地做事。4月26日下午，山东广电集团“5G 联合创新应用实验室”首次对外进行内容展示。北京歌华有线、上海东方有线等全国多家广电网络公司代表及山东大学、广电规划院、华为等单位的嘉宾莅临现场观摩。

此次“5G 联合创新应用实验室”展示的内容，涵盖了5G云与网、5G物联网、5G产业与生态、5G版享TV、智能制造、智能城市、智能家居、人脸抓拍与面部识别、VR情境呈现、网络切片、车联网等多种业务形态，从端到端展示了适用于5G网络的不同业务场景，让来宾直观感受到高带宽、低时延、海量终端接入的沉浸式体验。

5月15日上午，中国广播电视网络公司总经理梁晓涛、中国有线电视网络有限公司总工程师彭劲一行到公司参观考察融媒体中心 and “5G 联合创新应用实验室”。梁晓涛对公司融媒体中心和“5G 联合创新应用实验室”建设给予高度评价。

高管讲堂：高度把脉5G

5月27日下午，山东有线集团举办2019年第三期高管讲堂，新华三集团联席总裁韩志刚与新华三集团部分专家现场授课，授课内容为“5G时代网络演进”。韩志刚与新华三集团的相关专家围绕“新华三5G发展与合作交流”“广电IP网络重构解决方案”“广电网络IPV6演进与探讨”三个方面，对5G时代广电网络下一步该如何发展进行了解读。



纪涛在总结本期讲堂时指出，网络新技术不断更新，山东有线业务不断拓展，5G 联合应用实验室和 IPV6 试点建设也稳步推进中，随着 5G 时代来临，需要利用好 5G、IPV6 等新技术，结合公司实际和网络现状，实现新技术条件下的网络提升。通过新华三集团几位专家的全方位知识普及，我们更清晰了解到 5G、IPV6 等新技术的特点，也认识到了我们的网络改造仍任重道远。

讲课结束后，集团副总经理黄平与韩志刚就集团在 5G 时代如何转型与发展进行了座谈。

集团党委成员、高管，各部门副职以上干部，集团直属子公司负责人，济南分公司领导班子成员、总经理助理级管理人员、中层副职级以上管理人员在讲堂现场听课，其他各市分公司班子成员通过视频形式同步参加学习。

（2）未来银行网点已来！银行业首家 5G 生活馆亮相京城

2019 年 06 月 03 日来源：经济日报

5 月 31 日，中国银行“5G 智能+生活馆”在北京正式开业。这也是银行业首家深度融合 5G 元素和生活场景的智能网点。

经济日报记者在现场看到，中国银行“5G 智能+生活馆”内部科技感十足，引入无人全自助智能服务，充分运用生物识别、影像识别、大数据、人工智能、语义分析、AR、VR、流程自动化等前沿科技，实现智慧识别、智慧交易、智慧营销。无需工作人员协助，客户可以借助面部识别技术无卡、无证、无感办理业务，还可以依据自身特点和需求科学匹配业务产品，享受“千人千面”的定制服务。

在互联网不断冲击银行物理网点的当下，未来银行网点究竟如何发展？5G 智能网点能否成为银行制胜纯线上互联网金融的有力武器？

多家银行积极探索新思路

近年来，多家银行在智能网点上都进行了探索，利用数字化技术赋能线下网点，仅 2018 年银行网点改造数量就将近 1 万个，建设银行等银行还开始了无人网点的尝试。银行业务的离柜率水平已经高达 88.67%。

就在本月，浦发银行也联合中国移动在上海张江推出了 5G+智慧银行网点，并完成 5G 网络环境下首笔银行卡开卡业务。该网点展示了在 5G 网络、生物认证、混合现实等技术支持下，银行正在逐步实现的云服务架构、沉浸式体验、无介质交易等。

针对“5G 智能+生活馆”，中国银行相关人士表示，“中国银行‘5G 智能+生活馆’的设计理念是创造一个无感体验的数字化智能空间，把追踪、智能、流动、互动、共享等功能融入其中，实现科技与人性、品牌与个性、线上与线下、金融与生活的结合。它是过去几年中国银行科技创新成果的‘集大成者’，也是未来科技持续迭代、新成果投入应用的‘试验田’。”

具体来看，“5G 智能+生活馆”除聚焦智慧、便捷、数字化的金融服务外，生活元素的充分融入也使人耳目一新。想要购买珠宝首饰，在生活馆可以 AR 试穿，让购物选择更精准；想要休闲放松，在生活馆可以体验拉花咖啡，品味醇香；想要规划家庭财富，在生活馆可以与全球专家连线，收获专业服务……简单来说，在这里，客户不仅可以得到贴心的金融服务，更可以收获便捷的生活体验。

“我们希望改变网点服务形态，弱化传统网点交易处理的属性，突出定制服务、产品体验、社交互动的属性，发掘新时代网点的优势和战略价值，让网点服务更加有温度。”上述中行人士表示。

5G 改变银行网点逻辑

“5G 具有高带宽、低延时、广覆盖的优势，最重要的是 5G 不仅是网络的提速，而将催生整个社会在商业逻辑、系统底层架构方面发生变革。”在浦发银行总行网络金融部总经理薛建华看来，云计算、边缘计算等技术的应用，将会在 5G 的驱动下得到快速发展，与之相适应，金融的底层架构、表现形式、服务效率也将发生巨大的变革，银行网点也是如此。

在近日《银行家》杂志社携手中国社科院金融研究所、中央财经大学中国互联网经济研究院共同主办的“2019 中国金融创新论坛”上，中国建设银行信息总监金磐石也透露，在物联网领域，今年建设银行要建设自己的物联网平台及物联专网，实现新技术应用于业务创新融合的银行服务新形态，将结合 5G 技术在北京地区推出十家无人银行。他特别指出，北京的十家无人银行跟上海的无人银行概念不一样。

金磐石同时认为，未来商业银行的网点会发挥不可替代的，且越来越重要的作用，在他看来，现在都强调线上其实是不对的，未来的银行服务一定是线上和线下的结合，传统商业银行的优势也在线下的行列，“所以我们要研究如何把线下网点用到极致。”

“一个时代有一个时代的金融。数字世界和物理世界的组合、在线与在场的连接正是当今金融的新特征。”中国银行副行长吴富林表示，“网点作为银行与客户接触的传统渠道，在科技革命引领下，正演变出全新的服务形态，将迸发出鲜活的生命力。”他指出，中行“5G 智能+生活馆”诠释了中国银行对金融未来的预见，是传统银行网点向场景金融、生态金融、生活金融转型的一次勇敢探索。

科技推动网点形态演变

不可否认的是，移动互联的快速发展和向社会各领域的深度渗透，银行与客户的触点日益多元化，网上银行、手机银行、微信银行等各类线上渠道不断涌现，客户足不出户，就能随时随地接入银行，化解绝大多数基础金融需求。

但值得注意的是，一位银行业内人士指出，如果将视野进一步扩大，不难发现，线下渠道在经历了前几年的低迷和收缩后，正呈现出复苏逆袭之势。互联网公司近两年全面发力线下，积极布局新零售。阿里巴巴的河马鲜生、无人超市、无人酒店，京东的线下超市，苏宁的小店等等，都将线下视作一片“新蓝海”，构建新的获客触角。而随着抖音、火山小视频的兴起，00 后似乎也不再推崇“宅文化”，越来越多走出去，体验、娱乐、放飞自我、彰显个性，由此也催生了一个个线下“打卡”的网红城市、网红景点、网红书店、网红餐馆……这一切都预示着，线下的价值正在被重新评估，网点可能会迎来新一波发展机遇。

换言之，科技不断刷新网点与客户的交互方式，也推动网点形态的一次次颠覆式演变。

麦肯锡发布研究报告指出，为了迎合全渠道的大趋势，智能网点转型势在必行。银行必须双管齐下：做到物理渠道“硬实力转型”和运营、营销和服务模式“软实力转型”并重，从而在数字化时代制胜未来。“为了实现智能网点模式的落地，银行必须整合线上线下数据，提升网点之间资源调配的灵活性，提升网点人员综合能力，唯有此才能成功。”麦肯锡有关负责人表示。

(3) 中国大数据发展呈现十大新趋势

2019年06月03日来源： 人民网

5月31日，大数据战略重点实验室研究编著、社会科学文献出版社出版的《大数据蓝皮书：中国大数据发展报告 No. 1》(简称《大数据蓝皮书》)5月28日正式发布。作为全国首部《大数据蓝皮书》，从制度、技术、产业和学科建设等层面对大数据的发展进行分析与研判，并提出中国大数据发展的十大新趋势。

趋势之一：丰富细致的政策体系助推大数据落地。从中央到地方，更加丰富的配套政策与实施细则将促进大数据加快落地，更多地方政府积极推进大数据发展，并在大数据政务、商用、民用领域打造大数据应用的典范。

趋势之二：地方试点创新体系呈现特色化差异化。国家级“试验区”、部委级“产业示范基地”和省市级“示范园区”的大数据试点创新体系正在形成，将带动发展一系列大数据重大工程、实验室建设以及产业的转型升级，形成协同创新、区域特色化发展的新格局。

趋势之三：数据跨境流动管理体制机制逐渐完善。从国际上看，数据全球化趋势明显，各国数据主权管辖全面兴起。中国将积极开展跨境数据流动管理的政策法规建设，促进数据资源有序流动与规范利用，进而推动全球跨境数据流动相关国际规则的完善。

趋势之四：大数据在人工智能的应用将爆发。人工智能将成为大数据生态中的重要组成部分，相关方面的应用将呈现爆发态势，并将在医疗健康、网络电商、公共交通、金融、教育、饮食等细分领域取得突破。

趋势之五：区块链技术将重构数据流动机制。区块链技术凭借不可篡改、可以追溯等特性为人们在应对数据安全问题时提供了更多的可能，金融业、国际贸易、不动产交易、法律行业、社会保障等任何存在数字流动、交换与交易的领域都将会受益于区块链技术。

趋势之六：工业大数据为实现制造强国提供强大支撑。随着工业大数据创新应用的不断深化发展，我国将迎来以数据驱动的全生命周期以及全产业链的优化升级。工业大数据在自身基础设施建设以及同其他产业平台的融合将更加完善，必将探索出制造业网络化、数字化和智能化发展的新模式。

趋势之七：大数据安全问题受到持续关注。大数据在为网络空间提供传播便利的同时，也对传统的安全防控技术以及现有行政监管手段等带来了挑战。未来，大数据安全法律体系建设将进一步完善，安全可控信息产业将呈爆发式增长，安全技术、产品和服务方面的创新应用将不断增多。

趋势之八：数据权属的法律问题亟待破题。我国大数据相关立法与标准的推进速度将会加快，通过不断深入研究数据权益、数据管理、数据交易、数据安全等关键问题，逐步完善以“数权法”为核心的与大数据相关的法律体系。

趋势之九：大数据交易将带动生态体系进一步完善。伴随市场对数据交易的巨大需求，以及数据相关的权益归属、价值评估和交易规范机制的建立完善，有望出现规模超万亿元的数据交易市场。在现有的交易平台构成中，会呈现多层级的特征，未来将形成1~2家国家级、8~10家区域级的立体化市场格局。

趋势之十：数据科学逐渐兴起。随着学科探索的深入，以及对块数据等大数据创新理论的不断探索，大数据学科自身的理论体系将得以建立，并有望在丰富完善过程中对学理基础的探索发挥更大作用，同时各种不同学科领域的的数据科学应用将不断确立完善，并在此基础上有望实现诸多学科在数据层面的一致性。

7. 新媒体

(1) 4K 超高清+能否带领 LED 走出行业低谷

2019 年 05 月 05 日来源： 安防展览网

中国 LED 产业经过十年高速发展后，逐渐成为世界 LED 制造工厂。但随着 2018 年去杠杆向全社会推进，加上中美贸易摩擦的影响，整个经济进入下行通道，行业也迎来周期性低谷，企业面临需求不振、库存高企的双重压力。

芯片行业现状

受益于政府 MOCVD 补贴及十城万盏工程等政策推动，中国大陆 LED 产业近十年来历经高速增长，产能规模也不断拉高。中国大陆 2018 年 MOCVD 机台总数达到 1,900 台以上，较 2017 年又增加 200 多台，2018 年底中国大陆 LED 磊芯片厂商总产能达到 1,120 万片/月(折合 2 英寸磊芯片)，年增幅度超过 3 成。预期 2019 年中国大陆 LED 磊芯片产能还会再增 140 万片/月(折合 2 英寸)，增幅仍逾 1 成。

然而，在 2018 年整体经济下行，国内需求增速放缓，加上芯片企业扩产步伐持续推进，产能持续释放，芯片企业库存不断攀升，LED 芯片价格承受双重压力。2018 年报数据显示，芯片企业普遍出现增收不增利现象，相比于 2017 年增速也出现明显回落。今年一季度，这一趋势更进一步加强。受此影响，芯片企业已开始集体压缩产能，产能利用率降至 50%左右，亟需新的增长点带动需求回暖，消化库存。

5G 最新进展

1 月 10 日，工业和信息化部部长苗圩在接受央视记者专访时表示，我国将进行 5G 商业推广，国家将在若干个城市发放 5G 临时牌照，使大规模的组网能够在部分城市和热点地区率先实现，同时加快推进终端的产业化进程和网络建设。下半年还将用上 5G 手机、5G iPad 等商业产品。

今年的 MWC 世界移动通信大会上，华为、三星等一众手机厂商集体发布为 5G 时代特制的折叠屏手机，一度引发全社会的广泛关注。不过坏消息是，接到三星折叠屏试用机的媒体近日纷纷爆出其质量、使用体验等方面的问题，4 月 23 日三星公布了初步调查结果，并宣布推迟折叠屏手机上市时间。

折叠屏手机质量与使用体验问题，或许只是 5G 应用端现状的一个缩影。从目前情形看，5G 相关的基础设施建设、配套的应用场景都无法与其热度相匹配，一个重要原因就是目前应用场景的缺乏导致其接口预留难度大，隐性成本高。

超高清产业的机遇

不管是从整个社会经济角度衡量 5G 商用落地的可能性，还是解决 LED 产业库存高企、需求疲软的现实困境，推动 5G 相关配套应用场景都显得迫在眉睫。鉴于此，3 月 1 日，工信部、广电总局、央广总台联合印发《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022）》，按照“4K 先行、兼顾 8K”的总体技术路线，到 2022 年，4K 超高清电视需全面普及，大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用。

相关数据显示，全球液晶电视销量约 2.5 亿台，假设全球 2020 年 4k 电视渗透率将达到 40%，到 2022 年 4K 电视在全球渗透率到 70%以上，则对应 1.75 亿台 4K 电视销量。以每片 LED 2 寸片可以供给 2.5 台 4K 电视算，1.75 亿台 4K 电视机需要消耗 7000 万片 2 寸外延片，折合 580 万片/月的需求，接近目前国内 LED 芯片产能的一半，加上 monitor 等其他液晶面板对 Mini LED 背光的需求量，预计 LED 芯片的需求将翻倍。巨大的市场需求将会带动 Mini LED 背光源在电视市场的普及，为 LED 企业提供技术研发的源动力，同时也将为 LED 行业开辟一条全新的产业链，带动行业需求回暖。

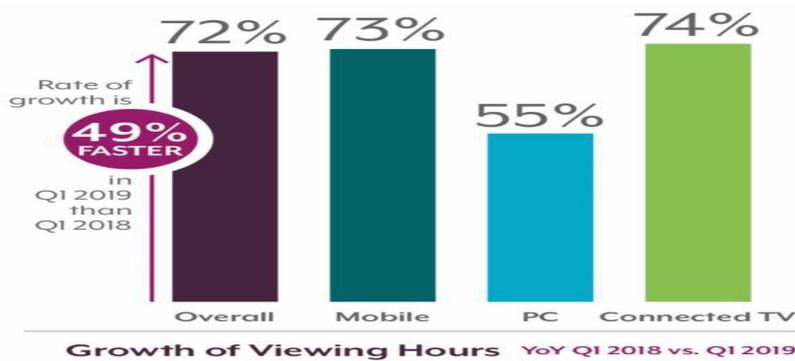
结语

从目前的情形来看，政策走向已经明朗，唯一存在的问题就是 Mini LED 能否真正攻克技术难关实现工业化量产。Mini LED 目前技术研发进展如何？是否能满足超高清显示的要求？如何在众多显示技术路线中突围而出？

（2）互联网电视增长加速 Q1 流媒体观看时间增加 72%

2019-05-06 17:48:31 来源：ASIAOTT AsiaOTT

根据 Conviva 的研究，Netflix 作为流媒体重要的参与者，流媒体电视的增长速度实际上正在加速中，并且在 2019 年 Q1 比 2018 年 Q2 快 49%。流媒体质量也在提升中。Roku 在电视平台方面有很强的领先优势，但电视之战尚未结束。



电视是首选的流媒体平台

从 2018 年第一季度到 2019 年第一季度，流媒体观看时间增加了 72%，增长率比去年同期快 49%。令人难以置信的增长表明观众正在被大力吸引进视频流媒体之中。

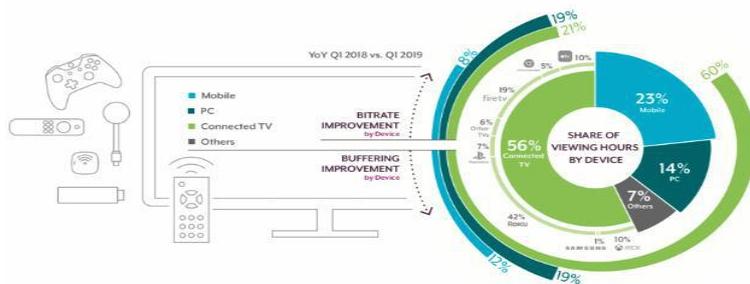
Conviva 声称能够在 180 个国家的设备上通过 30 亿个流媒体应用程序（包括 HBO 和 Hulu）每天测量出数万亿项数据，能够保证深入了解流媒体电视的世界。

Conviva 表示，观众在电视上播放的视频数量超过所有其他设备的总和。可连接电视（智能电视，流媒体播放器和家庭电视游戏机）是所有平台中最受欢迎的设备。

当前形势可称之为是——电视端的达胜利，在过去的一年中，以比特率衡量的流媒体图像质量在可联网电视上提高了 21%。

流媒体收视率全面提升。互联网电视设备的消费量持续增长已成为最快的设备，其同比增长为 74.3%，占 2019 年第一季度所有收视率的 56.1%。联网电视也实现了最大的改进，在质量方面，缓冲率降低了 60.1%，图像质量提高 20.6%，视频启动失败率降低 42.7%。

电视之战还没有结束



Roku 仍继续领导电视平台，在互联网电视领域的观看时间占 42%；亚马逊 Fire TV 占据了 18.6% 的份额，高于 2018 年第一季度 11.4% 的份额；苹果电视同比增长 113%；Xbox One 占 10% 的份额；而三星的 Tizen 是唯一能够从其他电视中脱颖而出的智能电视平台，仅占 1% 的份额。

Apple TV 也出现了显著的增长，同比增长 113.3%。在 2019 年第一季度，它占可连接电视总消费时间的 10%，比去年的 8.2% 有所增长。苹果电视也在关注观众体验方面也表现出众。其实现业界最短的 2.25 秒的开始时间，其它联网电视的最短视频开始时间为 4.65 秒，与其他连接电视类别的 5.4 Mbps 的比特率相比，其最高为 7.1 Mbps。

尽管 Roku 强势领先，但 Conviva 强调电视屏幕的争夺还没有结束。它指出，所有参与者都必须提供高质量的观看体验，否则将会被观众抛弃，或许这也是对标向了 HBO 所做的暗示。在视频开始的相对短暂的 5 秒延迟后，13.6% 的观众会选择停止观看。

“在内容和广告中保持高质量的观众体验变得越来越重要，因为流媒体提供商希望提高观众的参与度和货币化。流媒体市场份额的争夺是一个快速增长的馅饼，服务必须提供与线性电视相媲美的体验才能满足观众的期望。”

随着越来越多的受众从线性电视向流媒体服务过渡，预计流媒体电视市场将继续以惊人的速度增长。今年早些时候，Apple, Disney 和 WarnerMedia 都将推出新的流媒体服务，届时将迎来多方巨头同台竞争的形势。

（3）【盘点】政策如此给力，超高清产业不火都难

2019 年 05 月 10 日来源：中广互联独家

进入 2019 年，4K 超高清视频产业成为了社会关注热点。无论是工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台联合印发的《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022 年)》，还是各省市发布的“超高清视频产业发展行动计划”，都标志着超高清视频产业的发展已进入快车道。

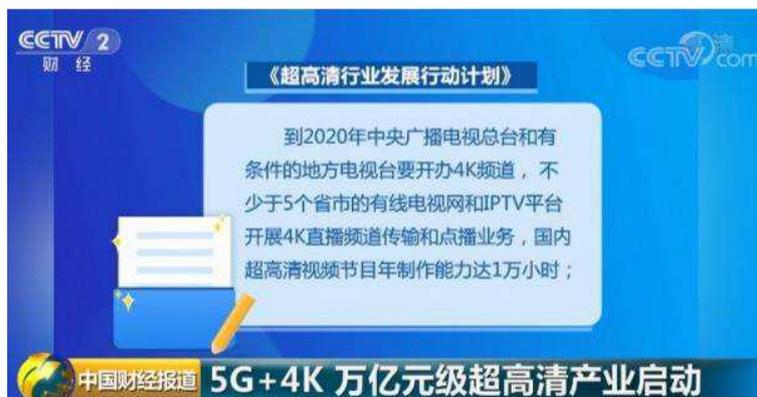
昨日在广州召开的 2019 世界超高清视频(4K/8K)产业发展大会上，国家广播电视总局局长聂辰席指出，广电总局要深入学习贯彻习近平总书记新时代中国特色社会主义思想，加快推动超高清视频创新应用，与各方面协同促进我国超高清视频产业健康快速发展。中央广播电视总台副台长阎晓明谈到，《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022 年)》的发布从某种意义上说，是中国超高清视频产业的一个转折，集结、行动和面对这种世界性技术革命的潮流由观潮到弄潮的转变。工业和信息化部部长苗圩表示，工业和信息化部将按照中央有

关部署和安排，与广电等部门密切合作，以实施超高清视频产业发展行动计划为抓手，全面推进超高清视频产业快速健康发展。来自总局、总台、工信部的领导对超高清视频发展划出的重点，无不说明着超高清产业正作为一个风口，等待起飞！

政策接二连三，力推超高清产业蓬勃发展

2019年1月下旬，发改委等十部门印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》。明确要加快推进超高清视频产品消费。加大对中央和地方电视台4K超高清电视频道开播支持力度，丰富超高清视频内容供给。支持广电网络和电信网络升级改造，提升超高清视频传输保障能力。有条件的地方可对超高清电视、机顶盒、虚拟现实/增强现实设备等产品推广应用予以补贴，扩大超高清视频终端消费。

3月1日，工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台联合印发《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》。计划要求按照“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线，推进超高清视频产业发展和相关应用。到2020年超高清视频产业总体规模超过4万亿元，4K生态基本完善，8K关键技术研发和产品化取得突破，4K电视终端销量占比超过40%，不少于5个省市的有线电视网络和IPTV平台开展4K直播频道传输和点播业务，4K超高清视频用户达1亿。



3月12日，工信部网站发布消息称，中国超高清视频产业联盟标准制定工作组完成了《超高清电视机测量方法》等4项联盟标准的制定，下一步将加快完善超高清视频标准体系框架，开展内容、传输、终端等环节重点急需的标准制定工作。

众所周知，超高清视频技术是继数字化、高清化之后视频产业新一轮重大技术革新，将带动视频采集、制作、传输、呈现、应用等产业发生深刻变革。工信部部长苗圩曾指出，未来5年将是我国超高清视频产业发展的战略机遇期，要加强顶层设计，加大政策支持，加快产业发展和应用普及，推动电子信息产业转型升级，打造经济新的增长点。国家广播电视总局科技司副司长孙苏川也表示，超高清视频产业发展行动计划的发布对广播电视行业将产生深远的影响。今年恰逢5G元年，5G临时牌照的发放将助推超高清产业。5G+4K有望带来广播电视节目从制播到传输、从内容到硬件的全面升级，将促进供给侧的改革，提升用户体验，从而吸引用户回流到客厅电视大屏。可以想象，发展4K超高清电视对于有线电视、IPTV等业务将产生巨大的正面影响。

与此同时，反应敏感的资本市场也给予了良好反馈，信息发布之后广电系全线爆发，佳创视讯、广西广电、湖北广电、贵州网络、万隆光电、天威视讯集体涨停。A股4K概念股飞乐音响、海信电器、大恒科技等封死一字板，创维数码、TCL电子、华显光电等港股也同步走高。让投资者终于体验了一把“A、H双飞”之感。多家券商更是预测，中国超高清市场巨大，未来三年将成为中国超高清产业发展的机遇期。受益于国家政策的推动，巨大的市场需求将给产业链相关公司带来新的机会。随着行动计划的落地，未来相关配套政策和计划有望陆续出台，广电、电信运营商在网络层的投入有望持续增长。

各地迅速响应，超高清行动计划陆续推出

早在今年1月7日，广州市人民政府办公厅就率先发布《关于印发广州市加快超高清视频产业发展行动计划(2018—2020年)的通知》。通知指出，到2020年，广州力争建成“一都、一区、一基地”(“世界显示之都”、国家超高清视频应用示范区、国家超高清视频产业内容制作基地)。超高清视频产业总规模超过3000亿元、工业产值超过2500亿元、投资总额超过1500亿元。力争实现骨干面板企业产值超过1000亿元、生产配套企业数量超过100家、服务类企业主营业务收入超过10亿元的企业达到10家的“千百十”目标。

这得益于广东省对于4K超高清产业的先行先试。去年5月，广东省印发落实国家广播电视总局和广东省政府《推动广东省4K超高清电视应用与产业发展合作备忘录》工作方案。2个月后，广东省政府又印发了《广东省国家标准化综合改革试点建设方案》，明确大力推进4K产业标准化建设。广东省广播电视局党组成员、副局长陈小锐更是提出了四个“小目标”：一是在2022年前广东省新增开办不少于3个4K频道；二是大幅度提升超高清节目制作能力，包括形成2万小时的储备和5000小时的完全符合技术参数的节目；三是到2022年发展2000万户的4K用户，广东省80%以上的家庭将能够收看到4K电视节目；四是传输网络将提供不少于5套的4K超高清电视频道传输内容，以及形成不少于20套的4K超高清电视频道传输服务能力。



而后，上海市超高清视频产业联盟成立大会暨2019上海超高清视频产业发展高峰论坛于5月6日在浦东新区召开，并发布《上海市超高清视频产业发展行动计划(2019—2022)》。根据行动计划，到2022年，上海市超高清视频产业规模突破4000亿元，将培育一批具有国际竞争力的头部企业，建设领先的超高清视频产业内容中心等，形成具有核心竞争力、资源要素集聚的产业生态体系。

顺势而为，重庆市、青岛市也相继出台了超高清视频产业发展行动计划(2019—2022年)。根据计划要求，重庆市提出将按照“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线，大力推进超高清面板产业转型升级，加快超高清视频产业在数字医疗、消费电子、安防等领域的应用，到2020年全市超高清视频总体产业规模将达到1000亿元，到2022年将达到3000亿元。青岛市要用4年时间，建成具有全球影响力的超高清视频产业高地，目标产业总规模超过1000亿元。并形成“一带四核”的产业空间布局，以市南区动漫产业园、崂山区国际创新园、即墨区青岛(芯园)半导体产业基地为超高清视频产业辐射带，作为技术创新、内容制作、设备和终端产品生产、服务支撑、人才集聚的超高清视频产业集聚区，推动产业链上下游联动发展。

除此之外，福建省委宣传部、福建省广播电视局还联合印发《关于加快推进高清和超高清电视发展的意见》。要求一是各级电视台结合融媒体建设，加快电视节目采集、编辑、播出系统的高清化升级改造。二是提升有线电视网络高清、超高清传输服务水平，加快高清、超高清电视机顶盒推广普及，推进超高清视频业务与5G协同发展。三是推进4K电视试点及应用，鼓励福建电视台和福州、厦门等有条件的设区市级电视台开展超高清电视试点工作。

四是提升高清、超高清电视节目供给能力，支持有条件的地方打造超高清电视内容制作生产基地，加快 4K 超高清节目技术体系建设，探索 8K 超高清节目内容生产。五是加强高清、超高清电视监管，规范高清、超高清电视审批工作，加快广播电视与视听新媒体监测监管平台建设。

后记

资料显示，日本、韩国、美国、欧洲已从战略高度推进超高清视频发展，初步形成涵盖超高清视频芯片、显示面板、采编播设备和终端的产业体系。日本制定了 4K/8K 推进路线图，已于 2018 年年底开通了 16 个 4K 和 1 个 8K 卫星广播频道，并计划在 2020 年东京奥运会和残奥会开展赛事 8K 直播。欧洲也制定了 2020 年前后实现 8K 商用的计划。

进入 2019 年，我国的 4K 超高清利好政策与消息接踵而来，这无疑是 4K 超高清产业爆发前的“集结号”。但我们也必须认识到，面对日趋激烈的竞争形势，我国必须把握稍纵即逝的窗口机遇期，及早谋划布局，抢抓发展主导权，避免重蹈模拟和数字标清、高清时代我国视频技术、产业落后于人、受制于人的覆辙。

（4）【重磅】超高清视频大会开幕 总局、总台、工信部领导对产业寄予厚望（附音频）

2019 年 05 月 09 日来源：中广互联独家

5 月 9 日，2019 世界超高清视频(4K/8K)产业发展大会在广州市举办。大会由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省人民政府主办，以“超清视界、点亮湾区”为主题，旨在加强超高清视频产业领域国际交流合作，展示超高清视频产业发展最新成果，探讨加快超高清视频产业发展的先进路径，推动优质产业资源集聚粤港澳大湾区，促进全球超高清视频产业创新、健康、可持续发展。

出席本次大会的嘉宾有：广东省委书记李希，工业和信息化部部长苗圩，国家广播电视总局局长聂辰席，广东省委副书记、省长马兴瑞，中央广播电视总台副台长阎晓明，中央广播电视总台原中央电视台分党组成员姜文波，上海市副市长吴清，重庆市副市长李殿勋，广东省委常委、广州市委书记张硕辅，广东省委常委、宣传部部长傅华，广东省委常委、省委秘书长郑雁雄，广东省副省长许瑞生，广东省副省长覃伟中，乐金显示集团 1G 韩相范，夏普株式会社会长兼 CEO 戴正吴，索尼公司首席总工程师 根本章二，杜比全球高级副总裁 John Couling，欧洲通信卫星组织新电视格式高级副总裁米歇尔·夏布洛尔，中国工程院院士丁文华，中国电信集团有限公司董事长柯瑞文，TCL 集团股份有限公司董事长兼 CEO 李东生，京东方科技集团股份有限公司 CEO 陈炎顺，中兴通讯董事长李自学，创维集团创始人 黄宏生，康佳集团总裁 周彬，华为公司董事会成员战略发展总裁徐文伟，IDG 资本投资顾问有限公司创始合伙人熊晓鸽，创维集团有限公司董事局主席 赖伟德。

另外，出席本次大会的领导和嘉宾还有工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台的相关领导；广东省委、省政府相关部门领导；全国各省、自治区、直辖市经济和信息化主管部门、广播电视局、通信管理局的相关负责同志；广东省直有关部门、各地级以上分管领导同志；全国骨干企业、产业链上下游制造企业代表；国内外行业组织、高等院校及研究机构、专家学者，以及新闻媒体等。



开幕式上，广东省委副书记、省长马兴瑞在致辞中表示，当前，广东正深入贯彻习近平总书记对广东重要讲话和重要指示批示精神，紧紧抓住粤港澳大湾区建设的重大机遇，加快构建现代化产业体系、推动经济高质量发展。广东将以此次大会为新契机，认真落实国家《超高清视频产业发展行动计划》，积极推动超高清视频产业国际交流合作和粤港澳大湾区协同创新，推动4K/8K技术向文教娱乐、安防交通、医疗健康、工业制造等领域渗透，深入开展5G+超高清视频示范项目建设，加快实现4K跨界应用、4K+5G融合，着力构筑世界级超高清视频产业发展高地。

中央广播电视总台副台长阎晓明在致辞中表示，今年初，工业和信息化部、国家广播电视总局和中央广播电视总台联合发布了《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》，从某种意义上说，这是中国超高清视频产业的一个转折，集结、行动和面对这种世界性技术革命的潮流由观潮到弄潮的转变，当它的重要性越来越被认识，并且由此形成一种方向时，我想有两个问题可能需要引起我们的关注。第一、它是信息革命的产物，某种意义上也是信息革命的引领。我们在研究讨论超高清视频技术时，必须将其与最先进的传输技术、制播技术结合起来，将正在进行的信息产业与其他产业的融合进程结合起来，才能打开想象可空间，不断创新业务形态。第二、超高清视频因需求应用而生，但更大的意义在于改变生产和生活方式。我们必须打破传统行业壁垒，集中资源重点突破关键器件、内容供给、网络传输等薄弱环节，做好标准体系建设，推动产业链上下游通力合作，从而带动各环节整体提升、协同发展。

（该音频为中央广播电视总台副台长阎晓明致辞）



图为：中央广播电视总台副台长阎晓明

中央宣传部副部长，国家广播电视总局党组书记、局长聂辰席在致辞中表示，广电总局

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，加快推动超高清视频创新应用，与各方面协同促进我国超高清视频产业健康快速发展。一是践行新发展理念推动高质量发展。坚持创新驱动、技术支撑、智慧引领，加快推进超高清视频与广电行业深度融合应用，打造行业优化升级的新引擎。二是强化内容供给。持续推进4K超高清电视内容建设；支持有条件的地区打造超高清电视内容制作生产基地，建设超高清电视内容集成平台。三是健全生态链条。引导支持有条件的地方电视台开办4K频道，加强超高清视频点播平台建设。加快广播电视传输覆盖网络升级改造，推动超高清电视在有线电视、卫星电视、IPTV和互联网电视的应用，特别是加快推动面向5G的移动交互广播电视网建设。四是深化开放合作。推进4K超高清电视技术标准体系建设和产业支撑能力建设。吸收借鉴国内外的先进理念和做法，推动科技创新、内容创新、服务创新、模式创新和体制机制创新。五是守牢安全底线。把好内容、技术、播出安全关口。完善有关标准规范，建设监测监管系统，规范发展秩序，为超高清电视等新业态健康发展保驾护航。

（该音频为中央宣传部副部长，国家广播电视总局党组书记、局长聂辰席致辞）



图为：中央宣传部副部长，国家广播电视总局党组书记、局长聂辰席

工业和信息化部部长苗圩在致辞中表示，当前，互联网、大数据、人工智能和新一代信息技术加速向实体经济的融合、渗透，形成了新的发展动能。超高清视频是继数字化、高清化之后的新一轮重大技术变革，发展超高清视频产业对于推动产业的转型升级、满足人民对美好生活的需要具有重要的意义。工业和信息化部将按照中央有关部署和安排，与广电等部门密切合作，以实施超高清视频产业发展行动计划为抓手，全面推进超高清视频产业快速健康发展。下一步，将重点开展以下工作：一是深化协同发展。建立完善部省合作机制，做好统筹规划，引导差异化布局，形成发展合力。二是支持先行先试。加大政策协调，指导支持地方培育超高清视频产业创新集群和应用基地，聚焦产业链薄弱环节，建设产业协同中心和制造业创新中心。三是构建产业生态。加快公共服务体系和标准体系建设，发挥企业主体作用，促进产业链协同共进，推动关键技术、重点产品的研发和产业化，催生更多行业应用和商业推广新模式。四是加强开放合作。深化与海外优势国家和地区的交流合作，鼓励支持外资企业参与我国超高清视频产业发展，实现合作共赢。



图为：工业和信息化部部长苗圩

（5）一文吃透 IPTV 和 OTT 八大重要概念

2019 年 05 月 24 日来源： 传媒内参—传媒独家

国家广播电视总局发布《2018 年全国广播电视行业统计公报》显示，电信专网、互联网成为用户收看广播电视节目重要途径。2018 年全国交互式网络电视(IPTV)用户 1.54 亿户，互联网电视(OTT)用户 4.20 亿户。

公报显示，2018 年新媒体业务收入 467.76 亿元，比 2017 年(277.66 亿元)增加 190.10 亿元，同比增长 68.47%，占实际创收收入比例从 5.73%提高到 8.29%。其中，交互式网络电视(IPTV)收入 100.45 亿元，比 2017 年(67.61 亿元)增长 48.57%；互联网电视(OTT)收入 46.96 亿元，比 2017 年(18.31 亿元)增长 156.47%。

一方面，在 IPTV 以及 OTT 等冲击下，我国有线电视近几年收视份额持续下降，有线电视用户总数呈现减少趋势，数字电视缴费用户持续流失。

另一方面，在全媒体、全生态链条下，IPTV 和 OTT 作为广电行业重要一环正逐渐向其他行业渗透，以 IPTV、OTT 为代表的中国电视新媒体，正在进入一个全新的阶段。

由于 IPTV、OTT 技术性和专业性过强，对于很多行外人士来讲理解相对较难，传媒独家通过专访勾正数据相关负责人，综合公开资料，以相对通俗的方式对 IPTV 和 OTT 八大重要概念进行解析。

交互式网络和互联网有何区别？

IPTV 是电信运营商通过 IP 专网和专用的 IPTV 机顶盒开展的一项视频业务，其显示终端通常是电视机。

OTT 是通过公共互联网来开展的一项视频业务，其显示终端可以是个人电脑，也可以是电视机或平板电脑等其他显示终端。

通俗来讲，IPTV 信号通过专网传输，需要购买运营商盒子或宽带，OTT 是在公网上，连接家庭 WiFi 即可。

如何判断 IPTV 和 OTT？

三大运营商在宽带公网的基础上建立了 IP 专网用于承载 IP 化的数字视频内容，并通过 QoS 控制，保证视频的流畅观看，用户只需安装 IP 机顶盒进行流媒体接收和解码，就可以使用数字电视业务了，而网络电视盒子是以 Internet 公网(宽带网)为承载，难以进行 QoS 控制。



通俗来讲，IPTV 会有直播信号，OTT 没有，或者家里看内容是向谁付费，视频会员还是联通、电信营业厅等，再或者就是家里电视是否有电信或者联通盒子等，两者就如同手机打电话 (IPTV) 和微信语音 (OTT) 的区别。

IPTV 和 OTT 上的内容有何区别？

OTT 的优势是点播资源丰富，尤其是在国内的大环境下，OTT 盒子刚买到的时候也只有点播资源，如果想看直播的话，得需要自己安装第三方软件。

IPTV和OTT对比	
传输	IPTV: 走的IP域网 OTT : 走的互联网
内容	IPTV: 牌照方内容 OTT: 牌照方内容+视频网站(版权)+其他
屏幕终端	IPTV: STB+普通家庭电视 OTT : OTT机顶盒+显示屏(电视、电脑、Pad、手机等)
视频编码技术	IPTV视频使用的是H.264视频编码技术。 OTT TV的视频根据机顶盒等终端配置,支持多种视频编解码技术
网络	IPTV电视内容的传播基于电信运营商搭建的专用网络,前期投资较大,但是对于用户来说网络带宽和视频质量都有保证。 OTT TV的传播只需普通的公共宽带互联网作为基础,需要一定的带宽才能保证视频服务质量。
牌照商	目前已取得IPTV的内容提供商牌照的包括上海文广、央视国际、南方传媒、国际广播电台等。 OTT TV的内容提供商为互联网集成平台牌照商,包括华数、百事通、南方传媒等共7家。
业务运营商	IPTV业务的业务运营由电信运营商负责。 OTT TV业务的服务由7家互联网集成平台牌照商提供,用户在租用了运营商的宽带业务后,OTT业务不会再为电信运营商带来其他的收益。
由于政策的限制,运营IPTV和OTT TV均需要获得相关部门颁发的相关牌照与传统的模拟式有线电视和经典的数字电视不同,OTT TV与IPTV均是通过IP网络传播视频内容	

IPTV 优势是直播，因为是走专用网络，所以在直播源的清晰度和稳定上很有优势。基本上央视、各大卫视、各地主流地方台都会涵盖。不过可扩展性要差些，不能安装第三方软件或者有限制，点播资源收费的比较多。

通俗来讲，电视台的直播只能在 IPTV 看到，OTT 上的点播节目资源要多些。

OTT 和 IPTV 的牌照是如何颁发的？

据 DVBCN2017 年梳理，广电总局总共颁发了 12 张 IPTV 牌照，4 张全国性牌照(百视通、央视国际、南方传媒、国广东方)，2 张地方性牌照(华数、江苏电视台)，3 张省级播控平台牌照(辽宁广播电视台、广东广播电视台、湖南广播电视台)，2 张 IPTV 传输牌照(中国电信和中国联通)，1 张 IPTV 行业牌照(北京华夏安业科技有限公司)。

2018 年 6 月，国家广播电视总局批准中国移动通信集团有限公司开展 IPTV 传输服务，在中国移动获得 IPTV 牌照之后，中国电信和中国联通在家庭客户业务上阻挡中国移动的最

后一个业务许可壁垒消失，宽带业务的竞争将会更加激烈。

目前全国仅有七张 OTT 牌照，在七大互联网电视牌照方中，百视通、华数传媒、芒果 TV 和南方新媒体等 4 张地方牌照运营机构全部上市，而央视国际 (CNTV)、中国国际广播电台 (CRI) 以及中央人民广播电台 (CNR) 等 3 家中央牌照全部待上市。

在 IPTV 中，电信运营商负责传输通道，牌照方可以开展 IPTV 业务；OTT 中，视频网站就是第三方应用中的应用，牌照方负责播控。

IPTV 和 OTT 是竞争关系吗？

IPTV 内容通过专网传播，两级播控的机制保障内容可管可控；而 OTT 的自由度更大一些，但未来很可能会面临监管政策调整的风险。

通俗来讲，两者之间存在竞争，但不是非此即彼的竞争关系。当 IPTV 盒子连接了一台智能电视机，那这台电视就既能看到直播电视，也能看到网上的海量内容。

IPTV 和 OTT 是如何盈利的？

IPTV 在用户增量逐步稳定的背景下，增值服务及广告收入将重新带动市场增长。

OTT 广告+会员收入的未来增量空间均仍然较大，而由于内容不互通，OTT 市场的内容提供主要系视频网站，头部牌照商和运营商也或将依附其获利。

一般而言，两者都有众多参与者，IPTV 主要是面向用户增值业务、用户会员，OTT 主要是广告市场、会员市场和硬件市场。

为何 IPTV 和 OTT 被市场看好？

在互联网时代，媒介进化进入新的形式，互联网成为一切媒介的母媒介，同时放大文字、图片、音频、视频的媒介价值，人们开始根据契合需求场景选择媒介，其中电脑对应工作场景、手机/平板等对应移动/碎片化场景、电视对应家庭娱乐场景。

IPTV 和 OTT 除了能提供传统电视的功能，还能提供更多的内容与服务，随着智能技术发展，大屏将解锁更多的应用场景。而且现在越来越多人回归家庭，家庭场景可以聚合人-设备-时间，场景再利用空间更加多元丰富，并且技术也不再提高，带动周边行业迅速提升。

5G 时代，对 OTT 和 IPTV 有哪些影响？

对于 OTT 来说，在用户观看方面可以得到更佳体验，网速提升随之内容更加高清，并在 5G 的助力下游戏、音乐等其他功能应用也会有快速的发展。

未来的超高清时代，有线电视、IPTV 和 OTT 将会融合在一起，电视的直播与点播也会结合在一起，用户根据自己的喜好灵活选择，“三网融合”将逐步变为现实。

随着 5G/超高清时代来临，且居民闲暇禀赋的存在上升预期，未来大屏娱乐生态重新崛起趋势逐渐明显。电视契合家庭娱乐场景，其需求将趋于稳态，并有望提升，IPTV/OTT 作为大屏娱乐生态重新崛起的重要终端载体，预计将受益于行业趋势。

8. 媒体融合

(1) OTT/IPTV/DVB 齐发力 风行正在打破边界

作者：流沙 来源：流媒体网 发布时间：2019-05-05 08:12:31

【流媒体网】消息：今年初，中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布的第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2018 年 12 月，短视频用户规模已达 6.48 亿，这个数字甚至高于网络视频用户规模的 6.12 亿。短视频的风口吹了两年终于吹成了气候。

这场气候所带来的巨大价值和收益都归了移动端，但大屏端有没有可能分一杯羹呢？风行走在了探索的前列，专为大屏端开发的橙子短视频在 OTT/IPTV/DVB 三端渠道都已上线。

过去一年多，和很多互联网电视企业一样，风行面临内生需求与外在赋能两个维度的挑

战。前者的挑战是，人口红利消耗殆尽，用户增量市场趋于饱和，必须回头向存量市场要效益，运营是关键；后者的挑战是，如何通过新技术为产业赋能，如何让核心能力走出舒适区，发现更大的市场。

基于此，风行去年进行了“脱胎换骨”的战略调整，6月发布 FUNUI4.0 系统，发起 FUN OTT Cycle 运营联盟；12月又提出 F+ 战略，从媒体平台转型为运营服务商。短视频只是其增强战斗力的手段之一，而在短视频之外，风行正在多条线并进。

越来越轻的风行

回顾 2018 年的互联网电视市场，战略调整已经成为玩家们规定动作，几乎每家企业都进行了不同程度的转型。风行的不同在于，在一个硬件终端企业下场厮杀的战场上，它正变得越来越轻，不管是去年 6 月，还是 12 月，两场重要的会议上，风行对硬件只字未提。

在接受流媒体网记者采访时，风行整合营销中心总经理雷蕴表示，就去硬件化这件事上，风行做得很彻底。早在 2015 年风行就将硬件、软件进行了隔离，风行多媒体负责风行电视的销售和市场推广，而北京风行在线技术有限公司严格意义上讲，是一家运营服务商，内容、平台、系统、技术、营销产品体系等是其主要发力点。“我们的商业模式是一个轻资产的生意模式”，雷蕴说，“我们的核心关注点一方面在于如何开发出一个更好的操作系统，能适配到各类电视品牌和场景中；另一方面则在于如何运营它，产生用户价值和商业价值。”

如果将有限的精力进行量化的话，雷蕴透露，风行绝大部分的精力都专注于 FUNUI 操作系统及内容运营服务。这样的投入比也带来了相应的结果反馈——风行 FUNUI 操作系统最大的激活量不是来自风行电视，而是来自非风行自有品牌电视。目前风行已与国内多家电视主机厂和电视板卡厂商达成合作，通过在电视整机和电视板卡中预装 FUNUI 操作系统，快速推动终端业务发展，提升用户触达率。

终端覆盖方式的多样化，让风行的用户规模和活跃用户都得到了显著提升。而在 OS 输出能触达到的用户之外，风行也在思考如何影响到更多的用户？于是风行在大屏端的 APK 矩阵应运而生，涵盖橙子视频、风行影视 TV、橙子教育、橙子乐园等。而这些内容不仅出现在智能电视的应用商城，也在 IPTV、DVB 端以专区的形式呈现。



在雷蕴看来，大屏就是一张屏，OTT/IPTV/DVB 只是接触用户的管道不同而已，但未来一定会向融合的方向演进。而将身份定位更新为专业的全渠道内容运营服务商的风行，将不再仅固守 OTT 这一亩田，也将在 IPTV、DVB 开垦。

除了内容运营服务之外，风行也致力于通过大屏端广告营销服务为 IPTV、DVB 运营商进行商业赋能，通过促进 OTT/DVB/IPTV 在营销领域的创新融合，进一步助力电视媒体的创新与发展。

覆盖近千万用户的橙子短视频

随着运营服务工作的逐步延展，风行发现，在拓展用户规模，丰富传播手段和提升服务品质方面，还有很多事可做。

以橙子短视频为例，它于 2018 年上线，是全网首款大屏精品短视频，但这并不是一款拍脑袋蹦出来的产品，从孵化到推向全网，经历了风行内部的数据验证。雷蕴透露，风行一路从 PC 到移动，内容都采用了长短视频结合的方式。在运营过程当中，风行发现一些短视频内容得到了用户的良性反馈，譬如热点资讯、影视综的片花及电竞游戏等，因而试图将成

功经验复制到大屏端。

而大屏端的短视频最初形态也并不是一款大屏端的独立 APP，是放置进了 FUNUI 体系内，经过大约一年的运营服务之后，基于大量的良性数据反馈，发现许多用户都有观看短视频的诉求，风行才单独把它抽离成一个 APP，分发到 OTT/IPTV/DVB 全网大屏。

和移动端的短视频应用不同，大屏端的短视频只有精品路线这一条路可走。由于大屏对内容审核的高规格、严要求，注定了大屏端的短视频是一个漏斗型的更新量，准备的内容很多，但过审的有限，即使每天能有 5000 条的更新量，也没办法和 PC、移动端大水漫灌的内容量相比。雷蕴说，“5000 条的更新量就决定了只能做精品内容，要尽量在这其中将内容玩出花来。”

目前，橙子短视频的内容源主要是将优质、精品的 PGC 短视频内容及自制内容进行整合，专注在生活、美食、娱乐领域。已入驻酷开、TCL、长虹、海尔等 OTT 渠道及山东海看和湖北广电等 IPTV、DVB 渠道，大屏全网已覆盖了近千万左右的用户量，人均每日播放次数达到 21 次，播放时长达到 49 分钟，在风行大屏的运营占比、用户收视占比和播放量上均表现亮眼。

不过值得一提的是，不同渠道用户的使用习惯差异巨大。雷蕴表示，风行对每个渠道都做了数据分析，发现不同的渠道品类的热度指数不同，用户的粘性也会不一样。以湖北广电 DVB 渠道为例，如果把整个 OTT 当成一个大渠道来看的话，湖北广电的用户粘性是 OTT 渠道的两倍，人均时长达到 98.9 分钟，人均观看次数达到 44.7 次，成绩表现十分不俗。

之所以会出现这么大的差异，一方面在于 DVB 的点播资源没有 OTT 丰富，另一方面则在于，OTT 的用户往往触网较为丰富，且短视频在移动端已是较成熟的产品形态，以至其在大屏 OTT 端的表现不够突出。但也可以看到，短视频在传统大屏渠道上，依然值得深挖。

而 IPTV 侧的用户粘性则介于 OTT、DVB 二者之间。风行目前已在全国多省的 IPTV 上线了橙子短视频，以山东海看为例，橙子短视频拓宽了海看 TV 的内容边界，同时山东海看也为橙子短视频提供了健康生活类内容，形成了双向合作模式。

当然，橙子短视频只是目前风行向大屏全网推出的内容产品之一，除此之外，大屏教育类产品橙子乐园也已在 OTT/IPTV/DVB 上线，雷蕴透露，在内容领域未来风行还将进行更多尝试。

聚视 SSP 助力 IPTV/DVB 价值挖掘

内容的延展是风行着力推进的工作，但绝不是全部。雷蕴从三个方面剖析了风行 2019 年在大屏端的主要发力点：

一是拓展 FUNUI 的激活量以及 ARPU 值，这是基础也是核心；二是壮大大屏内容矩阵，提升用户覆盖和 VV，譬如短视频业务，这关系到手里的牌面够不够广；三是多渠道推进聚视 SSP 广告平台，这或将成为风行未来在大屏端最大的收入增长来源之一。

如果将第一点看作风行的老业务，那么第二和第三点则可视为风行的新业务。前文对短视频已进行了详细解析，那么，聚视 SSP 广告平台又是什么？

简言之，F+ 聚视 SSP 广告平台是风行针对大屏端的广告变现，推出的创新广告产品。风行通过 F+ 聚视 SSP 打破了 IPTV、DVB 封闭的运营体系，首次实现大屏泛 OTT (OTT/IPTV/DVB) 的 IGRP (互联网电视总收视点数) 售卖，通过将覆盖在大小屏、各终端的流量统一汇聚在 F+ 聚视 SSP 平台上进行分类、管理与售卖，为广告主提供跨屏跨媒体内容的场景营销服务。

雷蕴分析，目前，OTT 市场的广告增长幅度非常快，2018 年已接近 60 亿，但 IPTV 用户规模已达 2.67 亿，广告份额占比却依然有限。针对这个割裂又分散的市场，F+ 聚视 SSP 平台提供了基于专网的 IGRP 广告解决方案。这既保证了 IPTV、DVB 专网的完全性和可控性，不影响专网的数据安全和要求，同时又实现了第三方实时数据监测的效果，更好地实现监测触达、频控策略和样本控制，提高了 IPTV、DVB 的广告变现率，真正将 IPTV、DVB 纳入到泛

OTT 的营销新生态中来。

目前，风行已经与全国多地的 IPTV、DVB 运营商展开了广告投放方面的合作，其中包括湖南 IPTV、贵州广电、湖北广电、青岛广电、昆明广电等，这将进一步推动大屏价值挖掘，为大屏营销提供了更多的可能性。

可以说，风行从去年至今，一直处于不断进化延展中，标签不断翻新。作为一家全渠道的内容运营服务商，OTT 只是其业务的一部分，IPTV、DVB 也成为其进击的方向，这也为国内电视媒体的创新与发展提供了巨大助力。

在即将于 5 月 8-9 日举办的齐鲁论道上，风行整合营销中心总经理雷蕴将在 9 日上午的主论坛上，现场分享风行在助力电视媒体创新与发展中的探索尝试与成功经验，风行也将在论道展区对相关业务产品进行展示，敬请期待。

(2) 广电 5G 在行动 华数与华为共商未来

2019-05-06 16:50:45 来源： **ASIAOTT** AsiaOTT

广电运营商应立足国家宣传阵地的角色定位，争取推动国家基于 5G 技术的安全专网及政府公益项目的基础建设；同时也可以通过开展物联网建设，创新家庭 5G 应用，拓展家庭用户的服务模式。

今年可谓是 5G 试商用的元年，三大电信运营商在多地再次开启了新的试用推进行动。对于传统广电运营商为代表的有线电视网络而言，注定了必须要做好接受 5G 计划的准备了，尽管国网取得 5G 牌照的进展尚未有最新的消息确定。

从央视春晚到“两会”，再到多地的马拉松赛事等活动，5G 在电视直播的实际应用检验当中取得了不错的成绩。电视台主动出手，牵手运营商，为广电基于对 5G 的新应用上正取得突破。而广电网络运营商方面，更要立足于自身实际，逐步进行与 5G 通讯领域内的企业开启洽谈，为未来做好准备。



近期，作为广电领域的先锋军之一的浙江华数集团表示，为加强双方的战略合作与深入交流，华为的技术专家戎维莉、郑坚伟来华数进行了交流，分享了目前 5G 的组网规划、标准进展及关键技术概念；介绍了国际、国内 5G 建设进展情况，行业 5G 应用试点的动向；让与会人员更清晰的了解到当前基于视频、语音、宽带等方面的技术发展趋势，并针对视频 VR 类、

车联网、联网无人机、智能制造、无线医疗等行业共同探讨了 5G 的未来应用。

据悉，双方代表探讨了广电运营商根据自身特点，就安全、公共服务、移动视频等公益服务方面，结合 5G 产业进行创新与发展，初步形成一张有自身优势和区域特点的网络，与其他运营商进行差异化服务。

广电运营商应立足国家宣传阵地的角色定位，争取推动国家基于 5G 技术的安全专网及政府公益项目的基础建设；同时也可以通过开展物联网建设，创新家庭 5G 应用，拓展家庭用户的服务模式。



华数传媒党委副书记、总裁乔小燕对此次技术交流进行了总结：华数作为广电运营商，需要持续不断地创新和改进，5G 产业是国家驱动的高资本投入产业，华数未来的发展还需要我们进一步去深入探索和思考，希望华数也能学习华为不断拼搏的精神，成为广电行业的“华为”公司。

而此前于 2019 年 3 月 21 日，华数集团与华为技术有限公司的合作瓜熟蒂落：双方共同签署了《关于共同推进智慧产业生态发展的战略合作协议》，携手在 5G 技术创新应用等智慧广电领域开展更加深入的合作。

华为作为行业执牛耳者有着雄厚的技术储备，致力于更好、更广泛地运用该项技术，布局更多领域，实现更多场景，创造更多价值。当广电行业发展陷入瓶颈的大背景下，运用新技术、创造新需求、打造新业务，将为广电行业打开一条新的通道。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（本期无）

10. 国际动态

(1) AT&T 推 5G 体育现场直播 解决 5G 电视直播问题

2019-05-09 10:01:40 来源: **ASIAOTT** AsiaOTT

AT&T 和 LiveU 正在合作, 将 5G 技术带入到了 LiveU 的 HEVC (高效视频编码) 粘接便携式传输解决方案。

“在一个 24 小时新闻周期的世界里, 能快速向观众发布突发新闻已经是势在必行, ” AT&T Business 首席营销官 Mo Katibeh 说, “通过与 LiveU 合作, 用便携式 HEVC 广播单元试用 5G, 我们将在此基础上得以学习如何帮助广播电视公司提高生产能力, 扩大未来创新的可能性, 并帮助他们与消费者建立更加新型的互动模式。想象一下, 届时广播电视公司可以通过 5G 以 8K、AR/ VR 实现 360 度的实时现场直播。”

“我们认为 5G 是广播电视行业的一个重要进步, 它使得突发新闻, 现场体育和其他现场活动的制作方式得以实现新全新的突破。我们预计该技术将为我们的客户带来更多功能, 例如多个音频通道, 单个便携式传输解决方案的多摄像头制作, 4K 流媒体和高质量视频回传等等方面都将得以实现。”

LiveU 首席运营官兼联合创始人 Avi Cohen 也表示: “AT&T 是一家强大的全球领导者, 致力于提供高质量的解决方案, 可满足消费者和内容创作者不断变化的需求。与 AT&T 合作, 体现了 LiveU 致力于为客户提供独特的功能和解决方案, 充分利用 5G 带来的所有可能性。”

AT&T 和 LiveU 计划探索在 AT&T Foundry 创新中心中使用 5G 功能, 以增强实时视频内容的捕获和传输。

LU600 HEVC 装置下能提供市场上最高的视频质量和比特率, 可实现最快的文件传输和最低的延迟。结合 5G 的更高容量和速度, 这些技术有望进一步使得广播电视行业得以实现突破。

不久前, AT&T 在亚特兰大地区的公用网络上通过 Netgear 移动路由器进行 5G 网络试验中实现了 2Gbps 的速率传输。

去年 12 月时, AT&T 已在当地 12 个城市部分地区推出移动 5G 网络, 今年 4 月份其宣布已将旗下 5G 网络覆盖范围再扩大至美国七个主要城市的“部分”地区。

LiveU 在俄罗斯世界杯期间为 40 多个国家的客户提供了其直播解决方案, 实现了超过 15, 000 小时的现场直播, 通过使用 LiveU 的 LU600 4K HEVC 解决方案, 使客户能够以更少的数据实现播放更多的时长。

一直致力于对直播系统的改进, LiveU 此前就完成了基于 5G 移动通信网络的视频传输测试, 结合了 SMG 实际使用场景, 联合诺基亚, 中国电信等多家技术合作伙伴一同进行, 而其中国区相关业务已经形成一定的规模。

11. 走向海外

(1) 【海外】华为 5G 正式英国商用，目前仅限 6 座城市

2019 年 05 月 31 日来源：中广互联

5 月 30 日，英国第一大移动通信运营商 EE 正式启动 5G 商用，使英国成为世界上第一批商用 5G 的国家。也使得 EE 成为英国第一家提供 5G 商用服务的电信运营商。

英国 EE 电信公司首席执行官马克·阿莱拉(Marc Allera)表示，“中国华为公司将继续为我们提供 5G 无线网络设备，这家公司依然是我们所重视的、具有创新能力的设备供应商。”

据悉，英国 EE 电信公司当日率先在伦敦、加的夫、爱丁堡、曼彻斯特、伯明翰、贝尔法斯特六个英国城市开展 5G 通信业务，并计划在今年底之前将 5G 商用服务扩展至其他 10 个英国城市。

据悉，EE 的 5G 套餐（面向 5G 手机），20 GB 一月的需要花费 32 英镑（而 20 GB 一月的 4G 需要花费 20 英镑），100 GB 一月的需要花费 52 英镑。5G 微信公众平台（ID: angmobile）还了解到，目前，EE 的 5G 终端共计有 6 款：① 三星、OnePlus、LG、Oppo 提供的 5G 智能手机，使用这些 5G 手机，合同规定用户每月花费至少 54 英镑；② 5G CPE 设备 ---5G EE 家庭路由器、5G EE Wi-Fi。

微信号: angmobile

资料显示，英国移动通信专家罗伯·贝利(Rob Baillie)称，“今天确实是朝着正确方向迈出了一大步”。预计 5G 互联网速度将比 4G 快几倍。客户可实际体验到 5G 的下载速率增加至 100-150Mbps，远远高于 4G 平均 30Mbps。

此外，英国另一家电信运营商沃达丰公司也将于 7 月 3 日在英国 7 个城市正式启动商用 5G 服务，并在今年底前在其他 12 个英国城市开展 5G 商用业务，中国华为公司也是沃达丰公司 5G 无线网络设备的供应商之一。

关联阅读

资料显示，当日 BBC 新闻网闻讯已派出 3 组报道团队前往伦敦科文特花园，抢先进行了英国国内首次 5G 新闻直播。



图为：3 个 BBC 报道组

61 岁的 BBC 科技记者洛瑞(Rory Cellan-Jone)称直播一度因连接问题遭到推迟，他发

推特解释：测试 5G 直播时，由于华为 5G 流量太大超出设备内 EE 提供的 Sim 卡流量上限。随后 BBC 新闻网称，不得不往卡里再充流量保证直播进行。

另外两组 BBC 记者 5G 体验不一。BBC 记者沃尔顿(Sarah Walton)选择了一个“5G 信号最好”的地段，本该由她完成“首个 5G 直播”，但直播到一半，画面出现卡顿继而转成灰色，但音频依旧继续传播。

另一名记者福克斯(Chirs Fox)并没有进行画面直播，而是文字报道。他在伦敦街头使用华为 5G 时不时在推特上发段小视频，脸上露出骄傲的笑容，称这网速“超级快”。回到办公室福克斯写了一篇文章，《5G：EE 启动英国次时代移动网络》，称此前各路媒体在现场进行报道时，一次必须连接多个 4G 网络进行报道，而这次 BBC 记者仅凭 1 张 Sim 卡就完成了直播。

据了解，现阶段英国 5G 网速预测为 4G 的 5 倍，而 The Verge 新闻网实际测速下来，不同的地域信号不同，从 190Mbps 到 980Mbps 不等。洛瑞所在地区测速为 260Mbps。

此外，去年底，媒体报道称，英、美在内的西方情报集团“五眼联盟”曾密谋“围堵”华为 5G。但今年开始该集团出现内部分歧。4 月 24 日，由英国首相特蕾莎·梅担任主席的国家安全委员会(National Security Council)已经同意华为“有限制”地参与诸如天线以及其它“非核心”基础设施之类的 5G 网络建设。

(二)、重要政策进展

1. 三网融合

(1) 山东省广播电视局全面推进 IPTV 专项整治工作

2019 年 05 月 06 日 11:06 来源：山东省广播电视局网络视听节目管理处

【慧聪广电网】4 月 26 日，山东省广播电视局在济南召开全省广电和电信企业 IPTV 专项整治工作会议，贯彻落实全国 IPTV 建设管理工作会议精神，总结经验、分析问题，安排部署 IPTV 专项整治工作。省局副局长刘国华出席会议并讲话。

会议指出，自 2010 年三网融合试点以来，全省 IPTV 业务适应经济化、网络化发展大势，实现快速发展，成为弘扬主旋律、传播正能量的一支重要力量。下一步，要准确把握新时代新形势新要求，深刻认识当前加强 IPTV 专项整治工作的极端重要性、必要性、紧迫性，全力推动 IPTV 建设管理规范有序、高质量发展。一要提高政治站位，增强意识形态工作责任感。有关广电播出机构和电信企业要落实好开办主体责任，建立清晰明确的内部责任分级和责任追究机制。省广播电视监测中心要加快建设完善省级监测监管平台。二要坚持问题导向，依法维护 IPTV 发展秩序。按照总局统一部署，省局于 4 月下旬至 5 月底在全省开展 IPTV 专项治理，清查各种违法行为和违规内容，重点整治省 IPTV 集成播控分平台内容审核主体责任落实不到位问题、电信企业自建 EPG/Launcher 平台和自行引入未经审核视听内容行为，全面推进 IPTV 行业深度整改，着力维护 IPTV 发展秩序。三要全面规范对接，推进 IPTV 健康有序发展。认真做好深度对接、限期整改、组织验收三个环节工作，推进 IPTV 集成播控总分平台之间、IPTV 集成播控分平台与传输系统之间的全面规范对接，按期实现全省 IPTV 用户“双认证、双计费”，切实做到 IPTV 内容安全可控。四要聚焦主题宣传，庆祝新中国成立 70 周年。继续深入推进“首页首屏头条”建设，认真做好庆祝新中国成立 70 周年相关

活动宣传。启动全行业安全大检查工作，坚持高标准、严要求，确保 IPTV 安全万无一失。

会上，山东广播电视台、中国电信山东分公司、山东移动公司、中国联通山东分公司有关负责同志作了发言。省局办公室、传媒机构管理处、网络视听节目管理处、科技处和监测中心负责同志参加会议。

2. 宽带中国

(1) 科普：5G 基础知识 (2)

2019 年 05 月 05 日来源： 中广互联独家

摘要：随着 5G 概念的热炒，很多广电行业人士可能对于 5G 产生过高的期望乃至误解。本公众号故此进行 5G 基础知识普及。第一篇文字主要介绍了无线通信的一些基础知识及 5G 无线网络创新，本篇文章则进入 5G 范畴，开始介绍 5G 应用场景、驱动力、5G 核心概念、关键技术及网络架构等。

本文信息主要根据 IMT-2020 (5G) 推进组官网及互联网公开信息整理。

5G 愿景、典型应用场景及驱动力

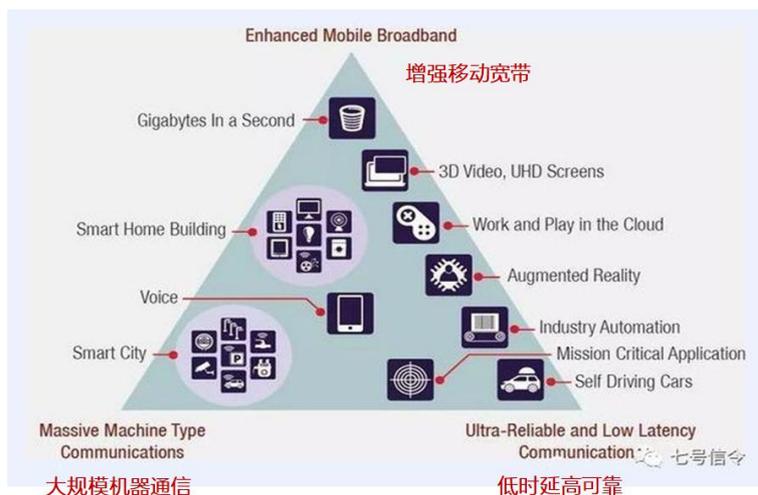
5G 将使信息突破时空限制，提供极佳的交互体验，为用户带来身临其境的信息盛宴；5G 将拉近万物的距离，通过无缝融合的方式，便捷地实现人与万物的智能互联。



图为：5G 总体愿景（源自 IMT-2020）

ITU 为 5G 定义了 eMBB (增强移动宽带)、uRLLC (低时延高可靠)、mMTC (海量大连接) 三大应用场景。

eMBB 场景是指在现有移动宽带业务场景的基础上，为用户提供极致的通信体验，主要满足超高清视频、下一代社交网络、沉浸式游戏、全息视频等移动互联网业务需求，随时随地(包括小区边缘、高速移动等恶劣环境和局部热点地区)为用户提供无缝的高速业务。这类场景首先对带宽要求极高，关键的性能指标包括 100Mbps 用户体验速率（热点场景可达 1Gbps）、数十 Gbps 峰值速率、平方公里数十 Tbps 的流量密度、每小时 500km 以上的移动性等。其次，涉及到交互类操作的应用还对时延敏感，例如虚拟现实沉浸体验对时延要求在十毫秒量级。



图为：5G 应用场景（源自 IMT-2020）

uRLLC 场景包括各类延迟/时延高度敏感类型的业务应用，同时大都要也要求高可靠性。包括自动或辅助驾驶、AR（增强现实）、VR（虚拟现实）、触觉互联网、工业控制。如果网络时延较高，URLLC 类业务的正常运行就会受到影响，并会出现（工业）控制方面的误差。自动驾驶实时监测等要求毫秒级的时延，汽车生产、工业机器设备加工制造时延要求为十毫秒级，可用性要求接近 100%。

mMTC 场景主要面向智慧城市、环境监测、智慧农业、森林防火等以传感和数据采集为目标的应用场景，具有小数据包、低功耗、海量连接（连接密度高）等特点。显然，mMTC 场景呈现行业多样性和差异化特点。例如，智慧城市中的抄表应用要求终端低成本低功耗，网络支持海量连接的小数据包；视频监控不仅部署密度高，还要求终端和网络支持高速率；智能家居业务对时延要求相对不敏感，但终端可能需要适应高温、低温、震动、高速旋转等不同家具电器工作环境的变化。

eMTC 基于 LTE 协议演进而来，为了更加适合物与物之间的通信，也为了更低的成本，对 LTE 协议进行了裁剪和优化。eMTC 基于蜂窝网络进行部署，其用户设备通过支持 1.4MHz 的射频和基带带宽，可以直接接入现有的 LTE 网络。eMTC 支持上下行最大 1Mbps 的峰值速率。目前较可见的发展是 NB-IoT。以往普遍的 Wi-Fi、Zigbee、蓝牙等，更多属于家庭用的小范围技术，回传线路主要都是靠 LTE，近期随着大范围覆盖的 NB-IoT、LoRa 等技术标准的出炉，可望让物联网的发展更为广泛。其中，NB-IoT 构建于蜂窝网络，只消耗大约 180kHz 的带宽，它可直接部署于 GSM 网络、UMTS 网络或 LTE 网络，以降低部署成本、实现平滑升级。

场景	关键挑战
连续广域覆盖	<ul style="list-style-type: none"> • 100Mbps 用户体验速率
热点高容量	<ul style="list-style-type: none"> • 用户体验速率：1Gbps • 峰值速率：数十 Gbps • 流量密度：数十 Tbps/km²
低功耗大连接	<ul style="list-style-type: none"> • 连接数密度：10⁶ /km² • 超低功耗，超低成本
低时延高可靠	<ul style="list-style-type: none"> • 空口时延：1ms • 端到端时延：ms 量级 • 可靠性：接近 100%

图为：5G 不同应用场景的技术要求（源自 IMT-2020）

上述不同的应用场景有着不同的技术需求。而作为多种技术的融合，5G 针对不同的应用场景提供不同的技术支撑和频段选择。其中，增强型移动宽带 eMBB 场景面和高可靠低时延通信 uRLLC 场景均可向高、中、低频段开展；而大规模机器通信 mMTC 场景面向低频段开展。中国目前已经确定使用中频段开展 5G 业务，而高频段应用正在征求意见中。

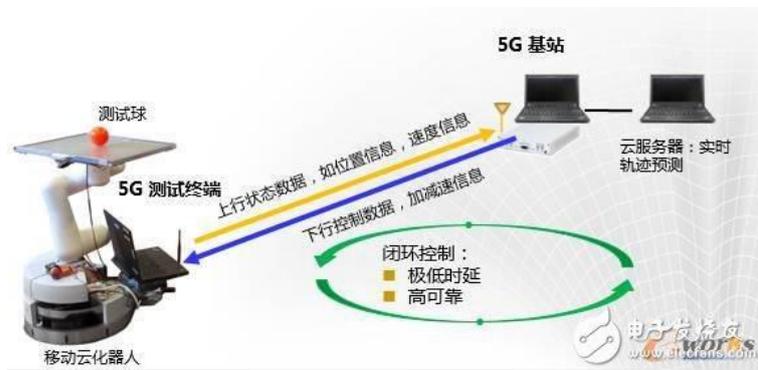


图为：5G 网络驱动力（源自 IMT-2020）

移动互联网和物联网是 5G 的两大主要驱动力。前者为用户提供增强现实、虚拟现实、超高清 (3D) 视频、移动云等更加身临其境的极致业务体验。后者支撑移动医疗、车联网、智能家居、工业控制、环境监测等物联网应用爆发式增长。按照某些方面的观点，5G 初期会主要用于 eMBB 场景（即移动互联），而后期主要用于 uRLLC 场景和 mMTC 场景（即物联网）。

5G 应用案例：云化机器人

在智能制造生产场景中，需要机器人有自组织和协同的能力来满足柔性生产，这就带来了机器人对云化的需求。和传统的机器人相比，云化机器人需要通过网络连接到云端的控制中心，基于超高计算能力的平台，并通过大数据和人工智能对生产制造过程进行实时运算控制。通过云技术机器人将大量运算功能和数据存储功能移到云端，这将大大降低机器人本身的硬件成本和功耗。并且为了满足柔性制造的需求，机器人需要满足可自由移动的要求。因此在机器人云化的过程中，需要无线通信网络具备极低时延和高可靠的特征。



图为：5G 网络与云化机器人

5G 核心概念

显然，面对上述多样化应用场景的极端差异化性能需求，5G 很难像以往一样以某种单一技术为基础形成针对所有场景的解决方案，而是多种技术的融合。

一般而言，5G 概念可由“标志性能力指标”和“一组关键技术”来共同定义。其中，标志性能力指标为“Gbps 用户体验速率”，一组关键技术包括大规模天线阵列、超密集组网、新型多址、全频谱接入和新型网络架构。也就是说，5G 不是简单 4G 与移动互联技术的演进，也不是简单的技术“1+1”叠加，而是多种技术的融合，尤其是 5G 的开放网络架构与服务理念，与互联网的思想是一致的！



图为：5G 概念（源自 IMT-2020）

可持续发展及效率需求

笔者认为，专业人士非常有必要了解或理解 5G 的可持续发展及效率需求，这或许有助于深层次理解目前的现状及未来 5G 发展路线。下属内容完全摘自 IMT-2020（5G）推进组相关白皮书。

可持续发展。目前的移动通信网络在应对移动互联网和物联网爆发式发展时，可能会面临以下问题：能耗、每比特综合成本、部署和维护的复杂度难以高效应对未来千倍业务流量增长和海量设备连接；多制式网络共存造成了复杂度的增长和用户体验下降；现网在精确监控网络资源和有效感知业务特性方面的能力不足，无法智能地满足未来用户和业务需求多样化的趋势。此外，无线频谱从低频到高频跨度很大，且分布碎片化，干扰复杂。应对这些问题，需要从如下两方面提升 5G 系统能力，以实现可持续发展。

在网络建设和部署方面，5G 需要提供更高网络容量和更好覆盖，同时降低网络部署、尤其是超密集网络部署的复杂度和成本；5G 需要具备灵活可扩展的网络架构以适应用户和业务的多样化需求；5G 需要灵活高效地利用各类频谱，包括对称和非对称频段、重用频谱和新频谱、低频段和高频段、授权和非授权频段等；另外，5G 需要具备更强的设备连接能力来应对海量物联网设备的接入。

在运营维护方面，5G 需要改善网络能效和比特运维成本，以应对未来数据迅猛增长和各类业务应用的多样化需求；5G 需要降低多制式共存、网络升级以及新功能引入等带来的复杂度，以提升用户体验；5G 需要支持网络对用户行为和业务内容的智能感知并作出智能优化；同时，5G 需要能提供多样化的网络安全解决方案，以满足各类移动互联网和物联网设备及业务的需求。

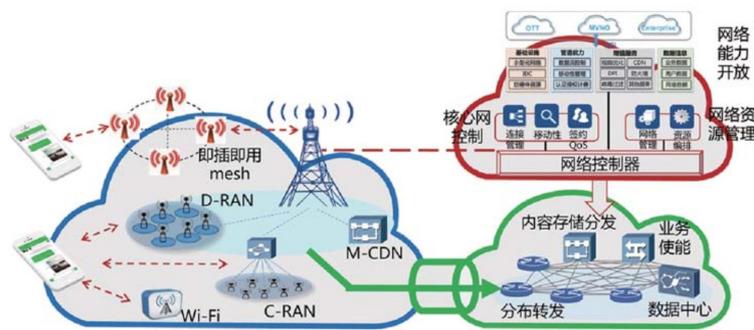
效率需求。频谱利用、能耗和成本是移动通信网络可持续发展的三个关键因素。为了实现可持续发展，5G 系统相比 4G 系统在频谱效率、能源效率和成本效率方面需要得到显著提升。具体来说，频谱效率需提高 5~15 倍，能源效率和成本效率均要求有百倍以上提升。事实上，相比 3G、4G 在频谱效率方面的巨大提升，5G 的频谱效率提升空间非常有限。所以，国外有“物理层已死”的观点。

从上述的可持续发展和效率需求来看，笔者想表达的是：相对于无限的需求，资源总是有限的，这正是 5G 及其对应的智能社会背后的根本发展动力！

5G 关键技术与网络架构

5G 技术创新主要来源于无线技术和网络技术两方面。其中无线技术主要包括：大规模天线阵列、超密集组网、新型多址和全频谱接入等。新型网络架构的共识主要包括：软件定义网络(SDN)和网络功能虚拟化(NFV)。

大规模天线阵列是提升系统频谱效率的最重要技术手段之一，对满足 5G 系统容量和速率需求将起到重要的支撑作用；超密集组网通过增加基站部署密度，可实现百倍量级的容量提升，是满足 5G 千倍容量增长需求的最主要手段之一；新波形和多址技术通过发送特定信号的叠加传输来提升系统的接入能力，可有效支撑 5G 网络千亿设备连接需求；全频谱接入技术通过有效利用各类频谱资源，可有效缓解 5G 网络对频谱资源的巨大需求；新型网络架构基于 SDN、NFV 和云计算等先进技术可实现以用户为中心的更灵活、智能、高效和开放的 5G 新型网络。此外，基于滤波的正交频分复用(F-OFDM)、滤波器组多载波(FBMC)、全双工、灵活双工、终端直通(D2D)、多元低密度奇偶检验(Q-ary LDPC)码、网络编码、极化码等被认为是 5G 潜在的无线关键技术。



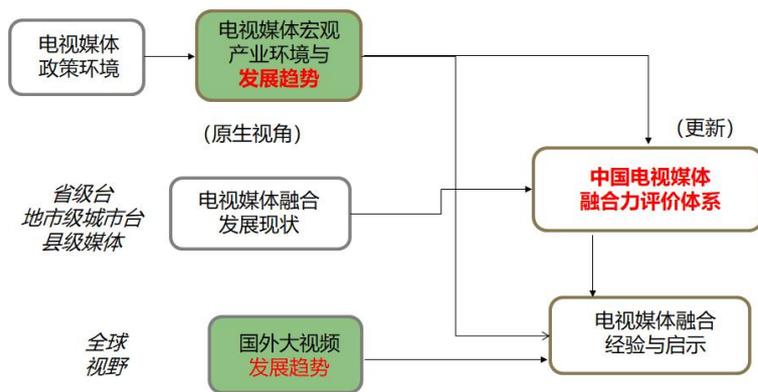
图为：5G 网络架构(源自 IMT-2020)

未来的 5G 网络将是基于 SDN、NFV 和云计算技术的更加灵活、智能、高效和开放的网络系统。5G 网络架构包括接入云、控制云和转发云三个域。接入云支持多种无线制式的接入，融合集中式和分布式两种无线接入网架构，适应各种类型的回传链路，实现更灵活的组网部署和更高效的无线资源管理。5G 的网络控制功能和数据转发功能将解耦，形成集中统一的控制云和灵活高效的转发云。控制云实现局部和全局的会话控制、移动性管理和服务质量保证，并构建面向业务的网络能力开放接口，从而满足业务的差异化需求并提升业务的部署效率。转发云基于通用的硬件平台，在控制云高效的网络控制和资源调度下，实现海量业务数据流的高可靠、低时延、均负载的高效传输。

笔者想要强调的是：很多广电人士对于 5G 的关注更多是在无线网络技术层面，而对于网络架构的理解是非常不足的。事实上，随着移动网络和互联网在业务方面的深度融合，云计算、虚拟化、软件化等互联网技术是 5G 网络架构设计和平台构建的重要使能技术！或者说，5G 代表着移动网络与互联网业务的深度融合！与之相比，广电行业与互联网的媒体融合才刚刚起步。

基于“三朵云”的新型 5G 网络架构是移动网络未来的发展方向，但实际网络发展在满足未来新业务和新场景需求的同时，也要充分考虑现有移动网络的演进途径。5G 网络架构的发展会存在局部变化到全网变革的中间阶段，通信技术与 IT 技术的融合会从核心网向无线接入网逐步延伸，最终形成网络架构的整体演变。

新书介绍：《2017-2018 中国电视媒体融合发展报告》，以下是报告整体框架(报告购买请咨询张女士：15611597395)



在媒体融合实践方面，本报告反映的省级电视媒体机构包括江苏广播电视台、浙江广播电视台、上海广播电视台、北京广播电视台、广西电视台、广东广播电视台、山东广播电视台、重庆广播电视台、海南广播电视台、山西广播电视台、云南广播电视台、贵州广播电视台、山西广播电视台、陕西广播电视台、河南广播电视台、甘肃广播电视台、黑龙江广播电视台、西藏广播电视台、天津还和传媒中心、深圳广播电视总台等近 20 家机构媒体融合发展情况；在城市台方面则包括南京广播电视台、苏州广播电视台、扬州广播电视台、无锡广播电视台、武汉广播电视台、广州广播电视台、金华广播电视台这 7 家的媒体融合情况。县级融媒体中心推进介绍则涉及 15 个省（直辖市/自治区）情况及 5 个典型案例。

（2）全球 5G 看中国 中国已备千万站址

2019 年 04 月 30 日来源： C114 通信网

钱塘一望浪波连，顷刻狂澜横眼前；看似平常江水里，蕴藏能量可惊天。

5G+行动联合发布会 4 月 28 日刚刚结束，钱塘大潮却在中国通信人心中波澜涌动起来。自浙江移动联手华为打造杭州“5G 第一城”以来，浙江 5G 又一次在战略目标和实施方案上走在了全国前列。仅从浙江一省来看，到 2020 年规划建成 5G 基站 3 万个，实现设区市城区 5G 信号全覆盖，重点区域连片优质覆盖；到 2022 年建成 5G 基站 8 万个，实现县城及重点乡镇以上 5G 信号全覆盖；到 2025 年实现所有 5G 应用区域全覆盖。

此次浙江省人民政府与中国电信、中国移动、中国联通、中国铁塔的 5G 联合发布行动，看到了政府周密统筹和重点产业扶持，运营商战略投入和规模实验的同时也明确了全覆盖建设计划，为中国 5G 快速规模发展吃了一颗定心丸。

中国移动：2020 年在全省全面部署 5G 网络

2019 年实现核心城区 5G 网络试商用，2022 年扩大 5G 网络覆盖区域，实现规模商用。

移动在全国 5 个城市开展网络规模试验,在 12 个城市进行了 5G 业务示范试验网建设,围绕 31 个应用场景建设 5G 应用示范。成立 5G 联合创新中心,建成 22 个实验室,汇聚 400 多家成员,成为国际领先的融合创新平台。

中国电信:2020 年实现浙江 11 个设区市城区 5G 信号全覆盖

电信按“1+3+7”重点推进浙江 5G 网络建设,即杭州主城区全面覆盖,宁波、温州、嘉兴重点覆盖,其他 7 个城市有效覆盖,在 2020 年 11 个设区市城区实现全面覆盖;2022 年县级以上城市及重点乡镇实现全覆盖;坚持 10 大垂直领域应用引领,助力数字经济“一号工程”。

中国联通:高起点规划和建设 5G,推动技术与应用的创新融合

中国联通将在北京、杭州等 7 个特大城市,宁波、温州等 33 大城市及 n 个行业应用方面开通实验网。成立中国联通 5G 应用创新联盟并启动领航者计划。在全国,以“打造 200+5G 示范项目、建立 50+5G 开放实验室、孵化 100+5G 创新应用产品、制定 20+5G 应用标准、聚合 10000+成员单位”为五大目标引领。

中国铁塔:推进大共享,储备千万站,支撑“5G+”

统筹站址规划,共享社会资源。目前,中国铁塔已储备形成了千万级的社会杆塔资源站址库,包括 350 万电力塔、33 万楼宇、106 万监控杆,769 万路灯杆。其中浙江已储备杆塔资源 57 万个,预计 80%以上的 5G 地面微站要利用路灯杆、监控杆等社会资源建设,以达到资源节约、环境友好的目的。

5G 对中国是发展,更是崭新的变革。5G 建设就在当下,我们共同期待的第一波钱塘大潮。

(3) 5G 商用提速,谁会是大规模商用的先头部队

2019 年 05 月 10 日来源: 5G

笔者最新统计,截至目前国内已有 24 个省份成功打通 5G 手机电话,而且都有着共同的特点——采用 5G 手机作为终端;既有单个运营商网内 5G 手机间通话,也有运营商网间 5G 手机通话;既有在本地市进行的,也有跨地市的,甚至还有跨省份的;5G 新空口网络,既有 2.6 GHz 频段,也有 3.5 GHz 频段。

这意味着这些省份已经具备支持 5G 手机接入端到端 5G 网络的能力,实现了 5G 跨厂家端到端的业务互通(比如 IMS、核心网、承载网、基站采用不同供应商的设备),全方位验证了多厂家 5G 商用终端的网络接入、业务性能、语音、视频、4G/5G 互操作等,由此标志着这些省份的 5G 网络具备全业务(语音+数据)承载能力,提前具备开通 5G 业务的基础。

另外,笔者还注意到一个很重要的细节。这 24 个省份成功打通的 5G 手机电话,都是基于 NSA(非独立组网)模式的 5G 网络,还做到了“在 5G 手机离开 5G 网络覆盖区域后,业务能快速回落至 4G 网络而且用户的业务体验丝毫不受影响”。

手机的成熟度是影响每一代移动通信技术商用的关键因素。任何一代移动通信,能否正式开启商用,都要看网络承载“手机通话”的功能是否已经成熟。所以,从 3 月底至今,多达 24 个省份成功打通 5G 手机电话,如此密集的频率既说明了 NSA 5G 产业链主要环节已基本达到商用水平,包括高通、华为等芯片厂商以及小米、OPPO、vivo、中兴等手机厂商,更说明国内 5G 商用已经进入到“冲刺”阶段。

5G 商用“冲刺”在多地已经有了非常明显的迹象。中国移动表示要在年底实现北京市五环内 5G 全覆盖;中国电信计划到 2022 年在粤港澳大湾区建成 5G 基站 3.4 万个;深圳、广州计划今年分别建设 5G 基站 7000 个、1 万个;上海市计划年内建成超过 1 万个 5G 基站,到 2021 年累计建成超过 3 万个 5G 基站;浙江省计划到 2020 年建成 3 万个 5G 基站,到 2022 年

建成 8 万个 5G 基站。

综上，可以说国内 5G 商用进程已经全面提速，按此发展态势，笔者预计，年内将启动大规模的 5G 网络建设，有望如期实现“2019 年 5G 预商用，2020 年 5G 规模商用”这一既定目标。

由此，运营商们现阶段关注的焦点，已经转向至实际的网络部署问题，比如 5G 网络的架构如何选择、现网如何引入 5G(涉及站点方案准备)、承载网如何升级、如何提升 5G 时代“四世同堂”网络的运维效率等。

其中，最为基础、重要的就是“5G 网络的架构如何选择”。对于这一问题，5G 微信公众平台(ID: angmobile)通过对近期三大运营商的动静的观察和分析，看出三大运营商已经基本上作出了选择。

4 月 23 日，中国联通宣布在北京、上海、广州、深圳、南京、杭州、雄安等城市开通 5G 网络，这标志着中国联通的 5G 网络已经具备商用条件。当天，中国联通还公布了首批 5G 终端用于用户体验，包括来自努比亚、一加、OPPO、vivo、小米、中兴的 5G 手机，这些 5G 手机都使用了高通骁龙 855 处理器和 X50 5G 基带，采用其他型号 5G 基带的 5G 终端也支持 NSA。可见，中国联通早期的 5G 网络将是 NSA 架构。

另一方面，中国联通也在积极推动 SA(独立组网)5G 产业发展。中国联通 4 月 23 日发布了“7+33+n”5G 网络部署策略，其中“n”代表的是“在 n 个城市定制 5G 网中专网”，其目的是搭建各种行业应用场景，便于合作伙伴测试，并成立了“5G 应用创新联盟”。4 月 28 日，中国联通又在由浙江省政府主导的“5G+行动联合发布会”上发布 8 大 5G 行业应用，即 5G+无人驾驶、5G+智慧医疗、5G+智慧环保、5G+智慧能源、5G+工业互联网、5G+智慧物流、5G+新媒体、5G+智慧港口。

这种 5G 发展策略，印证了全国政协委员、中国联通研究院院长张云勇在 2019 年全国“两会”期间接受媒体采访时的表述：中国联通在 5G 建网时第一步是 NSA，然后逐渐 SA。

中国移动的 5G 发展策略也很明晰。中国移动副总裁李正茂在“2019 GTI 国际产业峰会”上表示，中国移动 2019 年启动 NSA 5G 规模部署，同时加速推进 SA 5G 端到端产业成熟。2019 上半年面世的第一批符合中国移动需求的 5G 预商用终端，分别来自中国移动(“先行者一号”5G CPE)、vivo、OPPO、中兴、小米、三星，其中 5 款 5G 预商用终端同样采用的是高通骁龙 855 处理器和 X50 5G 基带，采用其他型号 5G 基带的 5G 终端也支持 NSA。可见，中国移动早期的 5G 网络将是 NSA 架构。

中国移动也同时在积极推动 SA 5G 产业发展。最近一个典型事件是，于 4 月 28 日在由浙江省政府主导的“5G+行动联合发布会”上宣布依托 5G 产业联盟等创新平台，面向智慧城市、工业制造、金融、交通、物流、医疗、教育、农业、媒体娱乐等重点垂直领域打造 5G 端到端解决方案。

而去年宣布“优先采用 SA”的中国电信，在最近的公开说法中又多出一个重要的细节。中国电信科技委主任韦乐平 4 月 26 日在“中国电信 5G 创新合作大会”上表示，基于 4G 核心网 EPC 的 NSA 是 5G 的初期选择，而基于 5GC+NR 的 SA 是 5G 网络的目标架构，采用 NSA/SA 双模基站将加速 NSA 到 SA 网络的平滑演进。

由此可见，中国电信早期的 5G 网络，将采用 NSA/SA 双模基站。笔者了解到，中国电信已经建成了以 SA 为主，SA/NSA 混合组网的跨省跨域规模试验网，在北京、杭州、深圳、成都等 17 个城市开展了 5G 的创新示范试点，为 5G 规模发展积累经验。中国电信在 4 月 26 日的“5G 创新合作大会”上发布 10 大须 SA 使能的 5G 应用，即 5G+智慧警务、5G+智能交通、5G+智能生态、5G+智慧党建、5G+智慧医疗、5G+车联网、5G+媒体直播、5G+智慧教育、5G+智慧旅游、5G+智能制造。

由此，笔者分析，中国电信在 5G 发展策略上的重要细节变化是，虽然说是以 SA 为主，

但部署 NSA/SA 双模基站，及早为将来的 NSA 向 SA 平滑演进进行战略储备。换个角度来看，如果中国电信早期不采用 NSA/SA 双模基站而坚持采用 SA 基站，就很可能在 5G 面向大众消费者的市场发展方面落后于中国联通与中国移动。

综上，三大运营商部署 5G 的初期皆有 NSA 架构，战略都是最终向 SA 演进，都是在 5G 商用的一开始就从应用、网络架构、产业链培育等方面为将来 NSA 向 SA 的平滑演进做充分准备。5G 微信公众平台 (ID: angmobile) 猜测，中国移动、中国联通有可能采取“NSA→NSA/SA 共存→SA”的演进策略，而中国电信有可能采取“NSA/SA 共存→SA”的演进策略(但是如上一段最后一句的分析，其在本质上有可能是等同于“NSA→NSA/SA 共存→SA”)。

这种整体策略，笔者认为，既符合“加快 5G 商用步伐”的指导精神；也顺应“尽快 5G 规模建网”的大势所趋；更具有战略意义的是，可以确保我国“实现 5G 发展领先”的总体目标。

任何一代移动通信系统的建设，都是一个端到端的系统化工程。从 5G 应用、核心网、承载网、接入网的技术与产业进展及预期看来，关于 5G 架构，更为可行的路径正好就是上文分析的“从 NSA 过渡到 SA”。

从应用上看来：

在面向垂直行业的业务方面，此前国内业界对于“5G+行业”应用的探索过于分散，截至目前，典型的 5G 行业应用屈指可数。

虽然“5G+行业”能够助力运营商开辟全新的市场空间和收入来源，但是也应该看到，“跨界融合”是一个艰巨的、长期的挑战，相关的“磨合”绝非一朝一夕能够完成，所以对于“5G+行业”要做好“持久战”的准备。这也意味着，想在不到一年的极短时间内通过培育典型 5G 行业应用(5G SA)来缓解运营商的 5G SA 建网投资压力，会面临很大的风险。

另一方面，Rel-16 标准被推迟 3 个月，5G 的全业务标准尚未完成，这使得 5G 后续的新业务发展具有一定的不确定性。另外，Rel-17、Rel-18 还将陆续发布，产业规范存在未知发展，也会造成未来出现目前尚不能预见的 5G 新业务需求。而为了应对这种不确定性，笔者认为上策就是“产业变革，架构先行”，也即“采取确定的 5G 网络架构演进”，所以正如上文的分析，三大运营商有可能都形成了或者等同于形成了“NSA→NSA/SA 共存→SA”的网络架构演进策略。

在这种网络架构的演进下，将来向 SA 网络的升级就将会很灵活——运营商可以按业务需求、分区域地进行 SA 升级。比如在将来适时根据业务需求优先在发达地区率先实现 SA 规模连续覆盖，而欠发达区域仍然保留 NSA 热点覆盖。又比如一个工厂需要 SA 网络满足其 5G 全业务需求，就仅针对该工厂升级 SA 网络。

这就体现了尽早启动培育典型“5G+行业”生态的重要性。所以我们可以从上文的分析看到，三大运营商都已经改变了策略——聚焦重点垂直领域、集中优势资源发力。

从核心网看来：

核心网可以说是整个移动通信系统的“大脑”，关涉运营商业务提供及服务稳定性，所以需要非常谨慎地对待。

在部署 4G 系统之初，核心网曾经成为“瓶颈”。比如，美国第一大移动通信运营商 Verizon Wireless 在启动 4G 商用服务后不久，发生了大规模断网事故，后来查实的原因是“IMS 故障”；又如，中国移动的 VoLTE 业务计划曾经由于巨大的网络测试及互通工作量被多次延迟。

如果一开始就“一步到位”SA，则需要新建 5G 核心网(5GC)，由于是新建，就需要事先完成大量互联互通等测试验证工作，并在实施时需要与 4G 现网进行网络、业务、计费、网管等融合，难度很大。如果由于 5GC 不成熟发生故障，由于客户不仅限于人，还涉及垂直行业(比如 5G V2X)，后果或不可想象。另外，由于 SA 初期的 5G 新空口网络覆盖不足，异构式的接入网切换容易使得“移动性”体验弱于 NSA。

而采取“NSA→NSA/SA 共存→SA”，既可以通过把 EPC 升级为“EPC+”来节省 5G 规模部署时间(大概半年至一年的时间)，还可以为 5GC 的进一步成熟设置一段“缓冲期”。此外，也有越来越多的运营商启动或计划启动 EPC 云化改造，这有利于后续向 5GC 的“平滑”演进。

从承载网来看：

业界素有“5G 商用，承载先行”的说法。承载网的建设进度，影响 5G 商用的进程。

如果一开始就“一步到位”SA，则需新建 5G 传输平面，难度较大。而 NSA 可对现网 PTN 进行升级扩容来实现承载网改造，实施难度小。采取“NSA→NSA/SA 共存→SA”，既可保证 5G 快速商用目标的实现，还能为 5G SA 承载网产业的成熟以及网络建设赢得宝贵的时间。

从接入网看来：

5G 微信公众平台(ID: angmobile)观察到，在 NSA 架构上，业界普遍选择 Option 3x；在 SA 架构上，业界普遍选择 Option 2。从无线网部署的复杂度而言，Option 3x 的 NSA 与 Option 2 的 SA 相当，差异不大，比如实际的规划建网都需要考虑与现有低频网络互联互通。

但是，如果一开始就“一步到位”SA，由于 5G 频段相对较高，单站点覆盖范围小，初期进行连续覆盖建设成本高、难度大、建设周期长。比如配置 4G 邻区需要通过重选和切换进行 5G 与 4G 之间的互操作，业务连续性相对较差。

而 NSA 架构在现有的网络资源基础设施上整合新的 5G 网络，连续覆盖压力小，实施难度小(邻区参数配置少；通过采用双连接技术实现无缝切换，保证业务连续性)，而且网络升级所需投资门槛低，既有利于 LTE 投资的收回，又有利于早期 5G 网络的低成本、快速部署。这对于普遍面临 5G 组网投资成本压力的运营商们而言是很有吸引力的。

NSA 无线网较 SA 无线网，在性能上占优势。以主流的 NSA 架构——Option3x 为例，LTE 基站与 5G 新空口基站双连接可显著提高用户下行峰值速率。以 5G NR 下行峰值 1.4 Gbps 为例，添加 3CC CA 的 LTE 峰值为 900 Mbps，能整体提升超过 60%的用户下行峰值。而且 NSA 能根据 4G 网络负载情况进行灵活的分流，避免造成现有 4G 网络拥塞。

另外，针对“NSA 架构的 5G 接入网供应商选择的灵活度受影响”的问题，笔者观察到，已经有设备商推出了相应的解决方案。

其他方面：

NSA 与 SA 的物理层相同，差异在于高层协议。笔者观察到，主流设备商都已有“以软件升级满足 NSA 和 SA 同时使用”的解决方案。

当然，NSA 向 SA 的升级也是有一定代价的，比如频繁升级，但是可以尽量降低由频繁升级带来的影响，避免多次升级，规避产业尚未清晰的架构选项，减少前景不明确的额外网络投资、减少不必要的网络变动。所以，运营商对于产业链发展的引导就显得很重要，目前产业普遍支持 Option3x 的 NSA 以及 Option 2 的 SA，网络产品解决方案规划、芯片终端及其互联互通均支持这两个选项。

总结

综上，从 5G 业务、核心网、承载网、接入网看来，运营商部署 5G 网络不可能一步到位，必定需要逐步部署。“NSA→NSA/SA 共存→SA”可避免短期内的高投入，有效地降低了部署风险。同时，集中资源与重点垂直行业合作，加快培育典型“5G+行业”融合应用。另外，从 5G 平滑健康演进的角度看，需要引导产业链避免多次升级，以减少繁琐工作量和降低长期成本。

3. 相关政策法规

(1) 广电总局通知:换发广播电视播出许可证和广播电视频道许可证

2019年05月06日来源: 国家广电总局



广电发〔2019〕39号

各省、自治区、直辖市广播电视局, 新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局, 中央广播电视总台办公厅、教育部办公厅:

广播电视播出机构许可证制度是广播电视管理的基础性制度。严格执行播出机构许可证制度, 是广播电视依法行政的重要手段, 是确保播出机构和频道频率规范设立和运行的重要保障。2016年颁发的《广播电视播出机构许可证》和《广播电视频道许可证》将于2019年6月30日到期, 现将2019年度换发两证工作的具体事宜通知如下:

一、换证审核条件

符合以下条件的广播电视播出机构和广播电视频道(率), 可予换(颁)发许可证:

(一)经国务院广播电视行政部门批准设立的广播电视播出机构(含各级电台、电视台、广播电视台、教育电视台)和广播电视频道(率)。广播电视数字付费频道不参加此次换证工作。

(二)广播电视播出机构的台名、呼号、台标等符合国务院广播电视行政部门要求, 未有擅自变更台名、呼号等违规行为。省级及以上播出机构未有擅自变更台标等违规行为。

(三)广播电视播出机构所开办的频道(率)的名称、呼号、节目套数、节目设置范围、传输方式、覆盖范围、技术参数等符合国务院广播电视行政部门要求, 未有擅自开办频道(率), 擅自调整频道(率)名称、定位、呼号、传输方式、覆盖范围等违规行为。

(四)广播电视播出机构未有出租转让频道(率)和播出时段、引入非公有资本、外资及境外背景资本投资或合作经营频道(率)等违规行为。

(五)广播电视播出机构和频道(率)在播出内容、广告播放、安全播出、人员管理、资金保障、设备场地等方面符合国务院广播电视行政部门相关要求。

二、换证审核程序

(一)各台自查并填报《申请表》

广播电视播出机构须对照上述审核条件, 认真开展台内自查自纠工作, 在确保本台各项工作均符合上述换证条件后, 填写本台的《播出机构和频道(率)换证申请表》(附表1), 并经本级广电行政部门审核后逐级上报;兵团播出机构填写本台的《兵团播出机构和频道(率)换证申请表》(附表2), 并经本级兵团广电行政部门审核后逐级上报;教育电视台填写本台的《教育电视台和频道换证申请表》(附表3), 并报本级广电和教育行政部门审核后逐级上

报。

(二) 行政部门逐级审核

各级广电行政部门要对照上述审核条件,对辖区内播出机构(含教育电视台)开展深入全面的监听监看和检查督导工作。要以换证检查工作为抓手,及时发现播出机构违规违纪行为并督促按期整改到位。通过认真审核,严格把关,切实落实换证工作要求,淘汰一批不具备设立条件的播出机构或频道(率),进一步强化播出机构的规范管理。

1. 广电行政部门检查合格的播出机构和频道(率),在其《申请表》上给出“合格”的审核意见;对存在违规行为或不符合设立条件的播出机构和频道(率),须要求其在规定期限内整改到位,难以整改到位的,则在其《申请表》上给出“不合格”的审核意见并注明情况。各台《申请表》经逐级审核后报至省级广电行政部门。兵团各台《申请表》经逐级审核后报至新疆生产建设兵团广电局。

2. 省级广电行政部门审核辖区内各级播出机构的《申请表》并汇总填报本辖区的《播出机构和频道(率)换证审核表》(附表4)报国家广电总局;新疆生产建设兵团广电局汇总填报兵团《播出机构和频道换证审核表》报国家广电总局。对审核合格的播出机构和频道(率),《审核表》中给出“合格”的换证审核意见;对存在违规行为尚未整改或不符合设立条件的播出机构和频道(率),《审核表》中给予“不合格”的换证审核意见并注明情况。

3. 教育部审核各级教育电视台的《申请表》,汇总填报全国教育电视台的《播出机构和频道(率)换证审核表》,对各教育电视台及其所办频道给出“合格”或“不合格”的换证审核意见并送国家广电总局。

4. 国家广电总局将结合对全国播出机构的监听监看情况,审核上述部门报送的《审核表》。对合格的播出机构和频道(率),将准予换证;对不合格的播出机构或频道(率)将暂缓换证,待其整改到位后方可换证;对违规情节严重或不符合设立条件的,将予以撤销。

(三) 材料报送时间

1. 2019年6月15日前,中央广播电视总台将《播出机构和频道换证申请表》(附表1)直接送国家广电总局。

2. 2019年6月15日前,各省级广电行政部门、新疆生产建设兵团广电局、教育部将换证审核材料及电子版刻录光盘一并报送国家广电总局,所需材料为:

- (1)《播出机构和频道(率)换证审核表》(附表4)。
- (2)对所辖播出机构换证审核整体工作的情况说明。

三、发证说明

1. 对经审核符合换(颁)发许可证要求的播出机构和频道(率),国家广电总局统一印制新的《广播电视播出机构许可证》和《广播电视频道许可证》,并通过各省级广播电视行政部门、新疆生产建设兵团广电局下发。

2. 《广播电视播出机构许可证》和《广播电视频道许可证》有效期三年,自2019年7月1日至2022年6月30日。在此有效期内,如许可证载明项目经国家广电总局批准有所变更,则以总局批复件为准。

四、换证工作要求

认真落实广播电视播出机构许可制度,对加强播出机构规范管理、维护正常播出秩序、保障广播电视健康有序发展,具有重要意义。各级广电行政部门和播出机构要深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神,进一步强化政治意识、大局意识、核心意识和看齐意识,切实从思想上、行动上高度重视此次播出机构换证审核工作,确保及时传达、周密部署,推进该项工作扎实有效开展。各级广播电视播出机构要强化自律,认真对照总局有关规定以及此次换证审核条件,严格落实自查自纠要求,发现问题及时整改。逾期未能整改到位的,将按照《广播电视管理条例》和《广播电视播出机构违规处理办法》的有关

规定予以严肃处理直至吊销许可证。各级广播电视行政部门要切实履行职责,加强监督检查,认真审核,严格把关,不搞“灯下黑”、不当“二传手”,及时发现并坚决查处播出机构各类违法违规行爲。对换证中审核把关和督办整改工作不力的广电行政部门,总局将视情况对其开展诫勉谈话直至进行全国通报批评。

附件:

1. 播出机构和频道(率)换证申请表.doc
2. 兵团播出机构和频道(率)换证申请表.doc
3. 教育电视台和频道换证申请表.doc
4. 播出机构和频道(率)换证审核表.doc

国家广播电视总局

(2) 中央广播电视总台中央电视台媒体社会责任报告(2018年度)

2019年05月31日来源: 中国记协网

目录

一、媒体概况

(一)中央广播电视总台央视简介

(二)构建全媒体传播体系

(三)2018年优秀节目获奖情况

二、履责情况

(一)履行正确引导责任

(二)履行提供服务责任

(三)履行人文关怀责任

(四)履行繁荣发展文化责任

(五)履行安全播出责任

(六)履行遵守职业规范责任

(七)履行保障新闻从业人员权益责任

(八)履行合法经营责任

三、履行社会责任不足和改进措施

四、今后努力方向

(一)深入宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想,在开拓进取中巩固壮大主流思想舆论

(二)坚持高质量发展,以全媒体思维大力推进内容生产供给侧结构性改革

(三)加强思想政治建设,打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的高素质队伍

一、媒体概况

(一)中央广播电视总台央视简介

中央广播电视总台央视(英文简称 CCTV)成立于 1958 年 5 月 1 日,当年 9 月 2 日正式播出,初名为北京电视台,1978 年 5 月 1 日更名为中央电视台。

2018 年 3 月,党中央决定将中央电视台(中国国际电视台)、中央人民广播电台、中国国际广播电台进行整合,组建中央广播电视总台,撤销中央电视台(中国国际电视台)、中央人民广播电台、中国国际广播电台建制,保留原呼号。4 月 19 日,中央广播电视总台正式揭牌。

2018 年 9 月 26 日,在中央电视台建台 60 周年暨新中国电视事业诞生 60 周年之际,习

近平总书记发来贺信，高度评价我国电视事业发展取得的光辉业绩，充分肯定中央广播电视总台组建以来的进展和成绩，对繁荣发展新形势下广播电视事业、推进中央广播电视总台发展，推动党的新闻舆论工作开创新局面提出了明确要求，勉励总台努力打造具有强大引领力、传播力、影响力的国际一流新型主流媒体。习近平总书记的贺信，是对中央广播电视总台和全国广大电视工作者的巨大鼓舞和激励。

（二）构建全媒体传播体系

截至 2018 年底，中央广播电视总台央视共有 42 个电视频道，包括公共频道 29 个，数字付费频道 13 个，年播出总量 32.8 万小时，电视端全球覆盖人群超过 12.71 亿，是全球唯一使用 6 种联合国工作语言不间断对外传播的电视媒体。2018 年 10 月 1 日，中央广播电视总台央视开播国内首个超高清上星频道 CCTV-4K 超高清频道，为观众带来影院级视听享受。累计覆盖人群已达到 1.68 亿。

新媒体平台用户规模突破 10.4 亿，全年共计发起移动直播 12168 场。其中，央视新闻新媒体平台累计用户近 4 亿。中国国际电视台（中国环球电视网）简称 CGTN，包含英、西、法、阿、俄语种和纪录国际 6 个电视频道，北美、非洲以及在建的欧洲 3 个区域制作中心。2018 年，新增海外整频道用户 3300 万户，用户总数达到 2.8 亿，在 162 个国家和地区实现整频道落地。

（三）2018 年优秀节目获奖情况

2018 年，中央广播电视总台央视参加中国新闻奖、中国广播影视大奖、人大新闻奖、亚广联奖、上海白玉兰国际电视节等奖项 23 项，评审作品 758 件，报送作品 455 件，获奖作品 86 件。其中，16 件作品获第 28 届中国新闻奖。《将改革进行到底》《央视网零首页十九大特别报道矩阵设计》获特别奖；《习近平在瞻仰中共一大会址时强调铭记党的奋斗历程时刻不忘初心担当党的崇高使命矢志永远奋斗》获电视作品消息类一等奖，《庆祝中国人民解放军建军 90 周年特别节目》获电视作品现场直播类一等奖，《初心》获网络作品网络专题类一等奖，《“天舟一号”发射任务 VR 全景直播》获媒体融合移动直播类一等奖，《公仆之路》获媒体融合短视频类一等奖。

二、履责情况

（一）履行正确引导责任

2018 年，中央广播电视总台央视以习近平新时代中国特色社会主义思想统领一切工作，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，深入学习贯彻习近平总书记致中央电视台建台暨新中国电视事业诞生 60 周年贺信精神，认真落实全国宣传思想工作会议精神，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，忠实履行职责使命，坚持以守正促创新，以创新强守正，传播力引导力影响力公信力不断增强。

1. 精心组织、精细策划、精准实施，圆满完成系列重大报道任务 2018 年，中央广播电视总台央视统筹内宣外宣、网上网下，整合各新媒体平台及频道资源，圆满完成了宪法宣誓仪式、向俄罗斯总统普京颁授“友谊勋章”仪式、纪念马克思诞辰 200 周年大会、烈士纪念日向人民英雄纪念碑敬献花篮仪式、庆祝改革开放 40 周年大会等重大时政直播任务，习近平总书记出席博鳌亚洲论坛 2018 年年会、上合组织青岛峰会、中非合作论坛北京峰会，出访中东非洲五国并出席金砖国家领导人会晤，赴俄罗斯出席东方经济论坛，出席首届中国国际进口博览会开幕式和相关活动，对巴布亚新几内亚、文莱和菲律宾进行国事访问并出席亚太经合组织（APEC）第二十六次领导人非正式会议，访问西班牙、阿根廷、巴拿马、葡萄牙并出席二十国集团领导人第十三次峰会等重大外交活动，以及赴四川看望慰问各族干部群众、考察长江经济带，赴东北三省、广东、上海考察等一系列重大时政活动报道。

3 月 17 日，中央广播电视总台央视全终端现场直播习近平当选国家主席、中华人民共和国中央军委主席并进行宪法宣誓，全系统、全过程、多角度、全视野记录这一重大历史性

时刻，各环节完美呈现、一气呵成。

2. 深入打造“头条工程”，首页、首屏、头条同频共振全力推进“头条工程”建设，建立头条工程策划统筹机制，做到宣传习近平新时代中国特色社会主义思想和领袖风采“天天见、天天新、天天深”。

精心打造《平“语”近人——习近平总书记用典》《传习录》《人民领袖》《新闻联播+》等生动阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的创新视频节目和融媒体产品。《平“语”近人》首轮播出覆盖观众规模达4.41亿，总台自有新媒体平台全网累计覆盖156.8亿人次。

全年播出习近平总书记系列重要讲话和时政活动报道350余条，开设“在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下”专栏及“新时代新作为新篇章”等子专栏，全年播发125条，成为贯穿全年的主打系列和名品专栏。

创新言论评论新品牌，以新媒体为依托，精心培育“央视快评”等评论品牌，做到重要讲话、重大活动、重大事件必主动发声引导舆论，被称为时政评论的“轻骑兵”。《央视快评》全年共发稿178篇，在新媒体平台和两微平台总阅读量超17亿次，百余篇评论被香港《文汇报》《大公报》等境外媒体连续转载。

推动习近平新时代中国特色社会主义思想在互联网平台持续“刷屏”。用好放大独家资源，把视频精品作为重要突破口，精心制作推出《总书记的牵挂——一枝一叶总关情》《习近平和母亲》《习近平彝家火塘话脱贫》等时政微视频和时政特稿。其中《习近平和母亲》全网阅读量突破10亿。建立时政快讯首发机制，港珠澳大桥开通仪式消息实现2秒钟内率先发出文字快讯，G20阿根廷峰会期间的“国家主席习近平应邀同美国总统特朗普在布宜诺斯艾利斯共进晚餐并进行会晤”消息做到全球首发，以明显优势引领海内外舆论场。

3. 庆祝改革开放40周年宣传报道有声有色、精彩纷呈 2018年，中央广播电视总台央视将庆祝改革开放40周年宣传报道贯穿全年，将国家重大战略实施、生态文明建设、脱贫攻坚重大主题的融合报道与改革开放40周年宣传紧密结合，稳妥稳健做好加强经济形势和民生热点宣传引导。

2018年12月18日上午，综合频道、新闻频道、中文国际频道、CGTN及新媒体平台同步直播庆祝改革开放40周年大会。综合频道、综艺频道晚黄金时间同步播出《我们的四十年——庆祝改革开放40周年文艺晚会》。庆祝大会直播前后，各频道及新媒体平台推出《改革开放再出发》等直播特别报道。

打造《必由之路》《我们一起走过》《壮阔东方潮奋进新时代》《我们的四十年——庆祝改革开放40周年文艺晚会》《启航》《黄土高天》等纪录片、专题专栏、电视剧、文艺节目和新媒体产品，为隆重庆祝改革开放40周年营造了团结奋进的浓厚氛围。8集大型政论专题片《必由之路》，全面反映改革开放40年的辉煌历程、伟大成就、宝贵经验，累计触达观众3.95亿次，在短视频平台开设的“必由之路”账号互动量、播放量超过48亿次。18集大型专题片《我们一起走过——致敬改革开放40周年》，新媒体平台阅读浏览量1.38亿次。

央视网承建的“伟大的变革——庆祝改革开放40周年大型展览”网上展馆点击浏览量超3.7亿次。《新闻联播》重点打造“壮阔东方潮奋进新时代——庆祝改革开放40年”专栏。央视新闻新媒体“改革开放40年”专题，引导用户持续关注和讨论，阅读总量突破3.5亿次。

4. 关注突发事件、国际和民生热点，以准确及时的报道、鲜明的观点迅速回应社会关切，有效引导舆论 2018年，中央广播电视总台央视发挥主流媒体舆论引导作用。针对长春长生疫苗事件引发的社会广泛关注，新闻节目及时播发权威部门表态和查处过程，用专业性体现了主流媒体主动引导舆论、一锤定音的作用。泰国普吉游船翻沉事故、万州公交车坠江事故、网约车伤害乘客等突发事件，记者第一时间到达现场，及时发布权威消息，有效引导社会舆

论。中美经贸摩擦不断升级，中央广播电视总台央视连续推出系列报道聚焦我国经济发展亮点，提振社会信心，积极引领国际舆论。

坚持科学监督、依法监督、建设性监督，《焦点访谈》《新闻直播间》《新闻1+1》《新闻调查》等舆论监督品牌栏目推出《雇人住院为哪般》《采砂车为何难刹车》《自媒体要自律不要自戕》《农机补贴有点“繁”》《不好上的楼不愿改的错》《这医院有连环套》等舆论监督和深度调查节目，引发社会强烈反响，被新媒体广泛转载。

（二）履行提供服务责任

2018年，中央广播电视总台央视对国内外重大新闻、突发和热点事件报道及时充分，引导有力。全媒体平台充分发挥传播新闻、社会教育、文化娱乐、信息服务等多种功能，成为全国公众获取信息的重要渠道。

1. 强化服务民生，提供实用高效的信息服

中央广播电视总台央视充分发挥民生信息采集、集纳、发布、解读、评论的主流媒体作用。2018年，中央广播电视总台央视新闻节目播出民生资讯类新闻22万余条，直播4500多场，央视新闻新媒体发稿29万余条，累计进行2500多场移动直播，累计触达用户数67亿人次。在元旦、春节、清明、五一、中秋、国庆等节假日发起民俗、美食、交通服务资讯等多类新媒体直播，贯通《春运服务台》《假日服务台》等板块，为民众提供假日交通出行、天气预报、旅游景点情况等信息。

2. 维护消费者权益，讲好诚信故事

2018年，中央广播电视总台央视重点针对假冒伪劣、网络虚假信息、合同欺诈、电信诈骗等，推出了一系列有影响、有深度的报道，维护消费者权益，促进社会公平正义，在全社会营造了“知信、用信、守信”良好氛围。

新闻频道推出“诚信建设万里行”宣传报道，对不诚信现象进行曝光。推出《联合惩戒，让老赖寸步难行》《起底考试作弊黑色产业链》《二手房买卖，谁在违约》等一大批调查报道；推出《有机蔬菜有玄机》《无处安置的安置房》《工业园建到了保护区》等深度报道，引发强烈反响。

央视“3·15”晚会以“共建秩序，共享品质”为主题，将群众反映强烈、危害面广的公共安全领域违法违规案例进行曝光，对维护市场经济秩序，营造良好消费环境，提升消费对经济发展的促进力，倡导诚信的社会风气，起到积极的推动作用。

3. 普及科学知识，倡导科学文明生活方式

中央广播电视总台央视坚持重大科技成就宣传和科普宣传相结合，重点报道国家科学技术奖励大会、成功发射北斗导航卫星、嫦娥四号发射和探月工程等，寒暑假期间集中推出《加油！向未来（第三季）》《机智过人（第二季）》《解码科技史》《身边的保密防线》等节目。

财经频道、科教频道重点打造《是真的吗》《科技之光》《探索·发现》《我爱发明》《原来如此》《走近科学》等栏目，为大众提供科普信息服务和生活服务。

4. 加强普法宣传，提高全民法治素养

中央广播电视总台央视始终坚持普法宣传与服务指向，弘扬法治理念，积极报道政法战线贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想所推进的重点工作，《新闻联播》栏目推出《擦亮正义之剑护航平安中国》等主题主线报道。

2018年，中央扫黑除恶专项斗争督导工作全面启动，新闻频道推出《直击扫黑除恶专项斗争第一线》。《新闻联播》推出《治理网络游戏》《禁毒最前沿》等系列报道，对黑龙江省高院驳回“汤兰兰”案原审被告入申诉、张文中改判无罪等舆论热点进行独家调查，体现出政法报道的专业性和国家媒体的权威性。

综合频道《今日说法》推出《大法官开庭》《看得见的正义》等专题报道，解读《民法总则》，增强了普法宣传的贴近性和感染力。社会与法频道《宪法的精神法治的力量——

CCTV2018年度法治人物颁奖礼》全面梳理2018年立法、执法、司法、普法等领域重大成果，集中宣传优秀法治人物。

(三)履行人文关怀责任

中央广播电视总台央视坚持以人民为中心的工作导向，关注扶助弱势群体、深入“走基层、转作风、改文风”，以“解疑释惑、化解矛盾，理顺情绪、抚慰心灵”为目标，努力创新，加强现实题材创作，反映人民群众的现实生活，切实履行人文关怀责任。

1. 增强“脚力、眼力、脑力、笔力”，持续推出具有沾泥土、冒热气、带露珠、沉甸甸、湿漉漉特点的新闻报道中央广播电视总台央视新闻新媒体、央视网及重点电视栏目精心组织策划推出《来自长江经济带的报道》《支持民营企业在行动》《精准扶贫实施五年来》等大型系列报道，唱响礼赞新中国、奋进新时代的昂扬旋律。

2018年春节期间，中央广播电视总台央视精心组织“新春走基层”活动，上百路新闻编辑记者深入基层、深入群众采访报道，推出了《幸福都是奋斗出来的》《青年中国说》《乡风文明新气象》等一大批鲜活生动、温暖人心的精品佳作，生动展示了人民群众的获得感、幸福感、安全感，营造了喜庆祥和的浓厚氛围。

2. 充分发挥主流媒体传播社会主义核心价值观主渠道作用，弘扬主旋律传播正能量

中央广播电视总台央视将镜头对准基层，用微视频、图文、直播等形式展现医生、交警、保洁、教师等岗位基层人员兢兢业业、默默奉献的风采。《新闻联播》在报道中国残疾人联合会第七次全国代表大会开幕时，首次加入手语播报，凸显人文关怀，这在《新闻联播》40年历史上是第一次。

综合频道《时代楷模发布厅》积极发挥价值引领作用，展现中国人民解放军航天员大队、中船重工第760研究所、抗灾抢险英雄、爱国戍边最美格桑花等群体及个人先进事迹，生动诠释社会主义核心价值观；《等着我》栏目打造国家级全媒体寻人平台，帮助普通大众实现“团圆梦”，2018年发布的微视频播放总量突破1.24亿次。社会与法频道《心理访谈》栏目完善心理剧品牌“心理的故事”，全年播出四部剧集，取得了收视和口碑双丰收。《寻找最美孝心少年》《寻找最美医生》《寻找最美教师》《感动中国》等特别节目弘扬社会主义核心价值观，为普通百姓树立至善至美、可亲可爱的道德标杆。

中央广播电视总台央视继续放大公益广告的感召力，2018年共播出公益广告268支，播出总频次19万次，总时长1800小时。广告精准扶贫项目合作省份增至13个，覆盖超过70类农产品。2018年免费播出青海、宁夏、贵州、重庆、湖南、福建、新疆、陕西、甘肃、内蒙古等10省区市的37种农副产品公益广告片22914次，受益农户395万人。

(四)履行繁荣发展文化责任

中央广播电视总台央视充分发挥主流媒体传播社会主义核心价值观主渠道作用。新闻节目采用海采、快闪等创新报道样态，科教、文化、综艺、电视剧、纪录片、体育节目积极创新，始终坚持深入生活、扎根人民，唱响新时代的颂歌，精准发力、有效传播，讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄，持续推出一大批叫得响、站得住、传得开的精品力作，使社会主义核心价值观自然而艺术地融入到节目的方方面面。

1. 以内容优势赢得发展新优势，形成精品节目集群效应

《朗读者》《国家宝藏》《记住乡愁》《经典咏流传》《挑战不可能》《中华文化探源》《世界听我说》《绿水青山看中国》等精品节目广受欢迎。《2018中秋晚会》《中国诗词大会》《中国戏曲大会》体现了中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

精心打造2018年春节联欢晚会。聚焦“喜气洋洋、欢乐吉祥”主题，坚持“方向性、文化性、艺术性”，着力反映新时代新气象新风貌，社会各界纷纷点赞。观众总规模达11.31亿，其中网络用户增长84%。

2. 以满足人民群众对美好生活新期待为己任，推出优质体育、少儿节目中央广播电视总

台央视体育节目

以体育频道、体育赛事频道、风云足球频道及新媒体构成融媒体传播平台，成功报道冬奥会、世界杯、亚运会等国际大赛，重大赛事转播报道安全优质、出新出彩。精心策划“奔跑中国”马拉松报道，打造中华龙舟大赛等传承中华优秀传统文化品牌赛事，在促进全民健身发展、满足人民群众文化需求等方面发挥了积极作用。

6月14日至7月15日，对2018年俄罗斯世界杯全部64场比赛进行了直播转播，现场赛事评论达55场，为历届世界杯转播之最。世界杯赛事节目电视端观众触达人次121亿次，多终端报道视频直点播收视规模达65亿次。

做大做强自主动画品牌，《丝路传奇特使张骞》《丝路传奇大海图》等原创动画片使孩子们了解丝绸之路的历史文化，助力树立正确的历史观、民族观、世界观和未来观，被誉为属于孩子们的文化精品。

3. 坚持精品路线，电视剧纪录片作品叫好叫座

围绕重要时间节点、重大主题主线超前规划，推出《最美的青春》《岁岁年年柿柿红》《右玉和她的县委书记们》等多部思想精深、艺术精湛、制作精良的电视剧，用心用情用力抒写伟大时代，取得良好社会效应和观众口碑，凸显“国家气质、精品正剧”定位。2018年全国网收视排名前20的电视剧中，央视播出的电视剧占17部。

推出《医道无界》《港珠澳大桥》《不朽的马克思》《大国重器》《如果国宝会说话》等纪录片，强化感召力与吸引力，进一步夯实纪录片行业旗舰平台地位。

央视分别于2月26日起、5月3日起、8月19日起播出《大国重器》（央视财经频道首播）《不朽的马克思》《医道无界》（央视综合频道首播）。

（五）履行安全播出责任

2018年，中央广播电视总台央视修订全台技术管理规范制度，全方位适配媒体融合、4K超高清等新业务、新流程，开展技术系统安全播出大检查，完善播出突发事件应急管理制度，实施复兴路办公区新闻演播室高清化、网络化升级改造。完善和优化节目生产的采、编、播运作流程，有力保障播出安全。全年播出32万小时，总停播率0.29秒/百小时，无停播天数354天，连续多年保持低位。

（六）履行遵守职业规范责任

1. 加强常态化制度化作风建设 2018年，中央广播电视总台央视坚定不移推进全面从严治党，认真落实意识形态工作责任制。坚持“一岗双责”，落实“三会一课”制度，不断提高党建工作水平。把“秒秒政治、字字千钧、天天考试”的“金标准”贯穿到宣传报道全过程。严格新闻从业人员和记者证管理。

2. 提升人才队伍政治修养与专业素养 2018年，中央广播电视总台央视加强马克思主义新闻观学习教育，强化新闻从业人员职业道德，举办学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想培训班、“不忘初心、牢记使命”主题党日活动、重温入党誓词、“进一步提高政治站位，肩负起主流媒体的社会责任”专题培训班，切实增强员工的使命感责任感。

加强系统培训，围绕5G、4K、AI、大数据、国际传播能力建设等内容举办不同类型的业务培训，提升编辑记者的专业知识和技能。组织第二届“跨媒体新闻制作与传播”培训项目，选派获奖者参加第四届“电视节目研发与制作能力深度提高培训”，有效促进央视优秀原创节目落地播出。

（七）履行保障新闻从业人员权益责任

不断深化人事制度改革，营造和谐健康的劳动关系。多方位推动员工一体化管理，设计覆盖全体员工的专业岗位晋升制度，完善日常考核体系，在全台范围内形成创先争优的工作氛围。组织完成了2018年新闻记者持证人员年度核验工作。保障员工合法权益，按照国家政策，全部用工均按法律法规要求签订相应劳动合同，依法保障员工的社会保险、法定休假、

劳动保护等权益。坚持以人为本,不断完善职工薪酬福利体系,努力实现“同工同酬同待遇”。以“民心工程”增强员工获得感,探索建立事业留人、感情留人、待遇留人的新机制。

(八)履行合法经营责任

中央广播电视总台央视始终把社会效益放在首位,认真履行合法经营职责,严格决策程序,刚性执行“三重一大”会议议事规则。严格执行各项规章制度,强化内部审计、财务巡检和稽核监督。

1. 完善业务管理制度,规范广告经营工作中央广播电视总台央视进一步完善业务管理制度,规范广告经营工作。强化业务合作监管,加强广告资质审查,保障播出安全。坚持把广告的导向性放在第一位,不安排与重要时间节点气氛不相符的广告内容,不播出违背国家相关政策的广告内容。组织撰写《中央电视台广告管理规定(试行版)》《重要时间节点广告内容审核及编排管理办法》;完善《广告播出管理规定》《广告屏幕形象提升管理规定》等,加强保健品、药品器械、洗浴卫浴等行业的广告排查,实现广告销售与社会责任并重。

2. 规范版权保护,特别是加强新闻节目版权保护中央广播电视总台央视将版权保护工作贯穿节目规划、生产播出、采购合作、经营开发、台网融合、外宣外销全流程,加强新闻节目版权保护和管理力度。进一步理顺版权资产开发机制,延展版权产业链,拓展版权开发渠道和经营方式;制定版权使用规则,完善版权管理制度体系,提高全台员工的版权意识;加强版权保护和品牌维护工作,规范节目传播秩序,构建和完善法律风险防控体系。

三、履行社会责任不足和改进措施

针对2017年在“主题主线报道方式还需要进一步创新”“对外话语体系和国际传播能力建设与中国日益走进世界舞台中央的大国地位还不完全匹配”“精品创作能力需要进一步挖掘提升”等方面存在的不足,中央广播电视总台央视全力推进“头条工程”建设,突出价值引领,以效果论英雄,打造出一大批精品力作,推动了主流思想舆论持续巩固壮大。以5G、4K等先进技术为引领,启动我国首个国家级“5G新媒体平台”建设,在融合发展中赢得新优势、开辟新空间。讲好中国故事的能力和水平持续提高,对外合作传播不断扩大总台的朋友圈,海外精准传播落地取得了可喜进展。同时在中还发展存在不足和短板,主要表现在:正面宣传报道的吸引力感染力有待进一步提升。尽管在开拓创新方面下了很大功夫,但分众化、差异化表达还不够,传播内容供给侧结构性改革需继续强化。文艺和影视节目精品创作能力需要进一步挖掘提升,艺术水准和群众满意度还有待进一步提升。

媒体融合任务艰巨,亟需积极创新突破。面对近年来舆论环境、媒体格局、传播方式发生的深刻变化,仍需进一步解放思想、开拓创新,下大力气打造自主可控、具有强大影响力的新媒体平台,奋力推进具有强大传播力引导力影响力公信力的国际一流新型主流媒体建设。

四、今后努力方向

(一)深入宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想,在开拓进取中巩固壮大主流思想舆论创新优化提升“头条工程”,不断推动习近平新时代中国特色社会主义思想深入人心。举全台之力精心制作时政微视频、时政纪录片等,推出更多高质量的时政特稿和专刊,更快、更准、更活、更优地在新媒体端延伸覆盖,创作出更多现象级产品,全面引领主流思想舆论阵地。坚持“央视快评”等时政评论与宣传报道同步发力,相互配合,继续发挥“真、短、快、活、强”的特点,着力提升解读能力、评论能力和宣传报道的思想性、传播力。

精心设计庆祝新中国成立70周年主题宣传,用特别节目、文献专题片、电视剧、纪录片、原创微视频等多种形式,充分展示新中国成立70年来的光辉历程、伟大成就和宝贵经验,充分展示党的十八大以来发生的历史性变革和取得的历史性成就。结合全年重要时间节点,一体化谋划、整体化编排,统筹做好全国两会、北京世园会、第二届“一带一路”国际合作高峰论坛、亚洲文明对话大会、澳门回归20周年等重大宣传报道工作,形成舆论宣传

强势，营造良好舆论氛围。

做活做强正面宣传，突出经济宣传，不断改进形势宣传、成就宣传、典型宣传、主题宣传等，有效引导舆论、及时回应关切，切实稳定社会预期、坚定发展信心。针对性地做好社会热点、敏感问题的舆论引导，既讲清楚党和政府的部署安排，又讲清楚现实的困难和问题，引导人们正确认识、理性对待。

(二)坚持高质量发展，以全媒体思维大力推进内容生产供给侧结构性改革实施精品战略，着力打造一批具有中国气派、中国水准、世界影响的精品力作。坚持以人民为中心的工作导向，坚定文化自信，突出价值引领，精心打造《国家宝藏》《国家公园》《我住江之头》等精品电视节目、纪录片。在成功举办2019春节联欢晚会的基础上，继续做好“3·15”晚会、“寻找最美”系列活动、“感动中国”人物评选等重大宣传，着力满足人民群众美好生活需要。

坚持一体化方向，全面提升全媒体精品生产力。围绕重大主题、重点活动、重要节点精心做好全媒体宣传策划，高标准组织融合报道，打造更多令人眼前一亮、为之一振的全媒体产品。

推进全面改版升级，实现总台央视面貌焕然一新。以全媒体视角厘清发展方向和战略定位，做好内容规划布局，明确战略重点和改版任务。大力整合生产、推介、编排、统筹和运营资源，着力打造一支专业化特色鲜明、精品化优势明显、品牌性与影响力俱强的内容品牌舰队，进一步彰显国家台的品质和形象。

(三)加强思想政治建设，打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的高素质队伍始终把政治建设放在首位，坚持一手抓发展、一手抓管理，着力打造“四力”过硬的人才队伍。组织开展“不忘初心牢记使命”主题教育活动，把旗帜鲜明讲政治融入宣传舆论工作全过程。严格落实意识形态工作责任制，切实做到守土有责、守土负责、守土尽责，把讲导向贯穿节目创作全过程，覆盖到全媒体多终端。

2019年，中央广播电视总台央视将紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想统领一切工作，不忘初心、牢记使命，改革创新再出发，以新的优异成绩迎接新中国成立70周年，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献！

4. 与广电相关的标准

(1) 广电总局科技司孙苏川：正制定《互联网电视总体技术要求》、《互联网电视终端接口规范和检测办法》等共 20 多项标准

2019-05-15 14:36:21 来源：ASIAOTT AsiaOTT



5月15日下午，由未来电视有限公司主办的“炫彩大屏、智慧之美”智能电视峰会在天津开幕，来自智能电视产业链上下游的优秀企业能够共同聚会在一起，展示电视大屏的智慧魅力，推动产业创新发展交流，是一次非常难得的盛会。在此次峰会上，国家广播电视总局科技司副司长孙苏川出席会议并发表致辞。

孙苏川副司长表示，智能电视已经成为具有国际竞争力的重要产业之一，2018年中国电视厂商出货在全球市场份额中位居第一，形成了以创维、长虹、康佳、TCL、小米为代表的优秀全球化品牌，并且带动了显示屏、芯片等一系列上下游产业的发展。

更重要的是，通过技术的持续创新和不断努力，特别是在电视进入智能时代后，形成了一批具有国际先进水平和竞争力的核心技术，有力提升了中国电视终端制造在全球的影响力和竞争优势。

目前，随着4K/8K超高清电视技术、5G物联网技术、AI人工智能时代的来临，我们认为依托国内市场的巨大需求和完善产业链，智能电视产业必将发生新的变化，迈向更快的发展赛道，产生更加丰富的应用场景，实现与教育、医疗、智慧社区等领域的融合应用。

未来，电视产业应用边界将会更加宽广，电视市场潜力将更加巨大，这不仅是电视机产业的重要机遇，也将是与智能电视终端息息相关的广播电视未来发展面临的深刻变革。

智能电视发展与广播电视优质内容和应用服务的供给能力息息相关，国家广播电视总局在习近平新时代中国特色社会主义思想指导下，正在通过一系列重大部署和顶层设计，加大优质内容的供给，唱响主旋律，传播正能量。

积极推动融媒体，智慧广电、超高清视听产业建设等系列重点工作，聚焦广播电视高质量和创新发展，努力满足人民群众视听新需求、新期待，做出更大的贡献。

特别是今年将隆重庆祝中华人民共和国成立 70 周年，国家广电总局正在精心组织一系列的重大活动，众多创新优先创新技术，如超高清电视、智能内容聚合、大数据应用、AI 语音识别、面部识别、无感支付、智能主持人等，将在内容制作、网络传播、用户互动等领域推广使用。

孙苏川副司长表示，今年 3 月工信部、国家广电总局和中央广播电视总台共同发布了《超高清视频产业发展行动计划》，根据《计划》国家广电总局将大力推动 4K 超高清能够的建设计划，建设超高清电视内容建设、内容制作生产基地建设、内容集成播控平台建设，推动广播电视覆盖传输网络的升级，将进一步有效改善并丰富智能电视产业的优质内容供给，促进智能电视产业的升级与创新探索。

一个好的电视产业生态的长期繁荣，离不开上下游的协同配合，包括丰富优质的节目内容，体验出色的大屏终端，稳定可靠的传输网络等，实现产业协同发展的基础是要建立完善的技术标准体系，制定相关的标准规范，更要坚持贯彻实施。

网络视听节目传输、系统对接、业务发展，一直缺乏技术标准规范指导，广电总局科技司组织编制了涵盖制作播出、视频编码到终端的标准体系表，并下达了相关标准编制任务。目前已经发布的标准有：《智能电视系统操作系统》、《4K 超高清电视技术应用实施指南》，正在制定的有：《互联网电视总体技术要求》、《互联网电视终端接口规范和检测办法》等共 20 多项。

孙苏川副司长在会上强调了 4K 超高清电视技术应用实施指南，希望大家要认真的对照和执行，因为在 4K 超高清电视的制作到传输、播出、显示，有很多技术参数需要相互的配合，如果配合得不好，4K 的优质质量和丰富的彩色就不能在显示终端显示出来，所以希望涉及到上下游的各个部门，都要重视应用好这个标准，按照标准去做。

希望产业各方携手并进，共同推进技术标准的应用和推广，强化标准上的度量衡，在系统、业务、服务等方面规范发展，从而有力推动智能电视产业健康有序发展。

最后孙苏川副司长还希望智能电视产业能够在产业各方的共同努力下，通过推进电视大屏技术的创新发展，不断探索，让电视真正成为炫彩之屏、智慧之屏、未来之屏，共同创造共赢、健康持久的产业未来，满足人们对电视大屏的美好期待。

5. 广电行业动态与分析

（1）庆祝新中国成立 70 周年，广电总局对 IPTV、网络视听提出了哪些具体要求

2019 年 05 月 05 日来源：综合国家广播电视总局官网

2019 年正值中华人民共和国成立 70 周年，庆祝新中国成立 70 周年是党和国家政治生活中的一件大事，是今年宣传思想工作的主线和重中之重。

近期，国家广播电视总局接连召开会议、发布通知，就如何做好庆祝新中国成立 70 周年的宣传工作，对广播电视系统、网络视听媒体、IPTV 建设管理、电视剧创作播出、公益广告创作播出提出要求。

IPTV 建设管理

3月27日，国家广播电视总局在北京召开全国IPTV建设管理工作会议。会议强调，要紧紧围绕庆祝新中国成立70周年，全力做好IPTV宣传工作。

▶ 一方面，牢牢把握主基调，继续深入推进“首页首屏头条”建设，精心做好习近平总书记和习近平新时代中国特色社会主义思想宣传。

按照统一部署，在首页开设“壮丽70年·奋斗新时代”总栏目，认真做好庆祝新中国成立70周年相关活动宣传，营造礼赞新中国、奋进新时代的浓厚氛围。

▶ 另一方面，启动全行业迎接新中国成立70周年安全大检查工作，坚持高标准、严要求，采取有力措施，筑牢安全防线，确保庆祝新中国成立70周年重要保障期IPTV安全万无一失。

电视剧创作播出

3月29日，国家广播电视总局副局长张宏森主持召开电视剧工作会议。张宏森要求，2019年的电视剧工作要聚焦庆祝新中国成立70周年主题主线，着力打造精品项目，突出宣传报道，加强舆论引导，更加扎扎实实地做好电视剧创作播出工作。

▶ 一、要内容把关环节前置，对重点剧目的粗剪素材进行预审，汇总形成审看意见，为后期制作提供重要参考。

▶ 二、要积极靠前指挥，对已经杀青的重点剧目，主动与主创人员座谈交流，及时了解指导创作进展。

▶ 三、要加强播出协调，不断创新方法，积极探索播出模式，实现台网联动，力求播出效益最大化。电视剧司相关负责同志参加会议。

广播电视系统

4月15日，全国广播电视创新创优工作座谈会在上海召开，中宣部副部长、国家广播电视总局局长、党组书记聂辰席出席会议并讲话，进一步动员部署全国广播电视系统庆祝新中国成立70周年宣传工作，进一步推动广播电视创新创优工作深入开展，并提出四个要求：

▶ 要切实提高政治站位，深刻认识做好国庆70周年宣传报道工作的极端重要性，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，根据本单位本部门工作职责，制定周密详尽的工作计划和实施方案，充分发挥广播电视系统重大宣传协调机制作用，实现宣传报道统一指挥、上下联动、高效协调。

▶ 要做强做亮正面宣传，牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向。聚焦核心宣传，把深入宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿到国庆宣传的全过程、各方面。

▶ 要紧紧围绕突出主题主线、突出思想内涵、突出家国情怀、突出群众参与、突出展示好国家形象的要求，把握宣传节奏，加强编排调控，注重效果导向，着力提高宣传报道质量水平，真正把国庆70周年宣传报道做新做活。

▶ 要倾力打造精品项目，加强国庆70周年精品电视剧、纪录片、动画片、电视节目、网络视听作品创作播出，围绕新中国成立70年来的光辉历程、伟大成就和宝贵经验，特别是党的十八大以来历史性成就、历史性变革策划重点项目，努力把史诗般的社会实践转化为史诗性的优秀作品。对重点项目要加强跟踪指导，组织开展宣推和展播，打造传播热点亮点。

公益广告创作播出

4月24日，国家广播电视总局发布总局办公厅关于认真做好庆祝新中国成立70周年广播电视公益广告创作播出工作的通知。通知中指出：

▶ 高度重视。各级各地广电部门要以高度的政治责任感和使命感，充分认识做好庆祝新中国成立70周年公益广告创作播出的重要意义，将其纳入宣传工作总体部署，加强组织领导，精心谋划、精心安排、狠抓落实。

总局广播电视公益广告专项扶持资金和各省(区、市)已设立的广播电视公益广告专项扶持资金,要重点支持庆祝新中国成立70周年公益广告创作播出。要认真制定实施庆祝新中国成立70周年公益广告创作重点选题计划,组织专门力量,切实加大投入,确保取得实效。各省有关重点选题计划及推进情况,请于5月上旬报总局传媒司。

▶ 多出精品。要在保证数量的同时,把提高质量放在突出位置,集中力量和资源,把握导向,强化创意,落实资金,坚持用心用情用功、精益求精,着力推出一批有思想、有温度、有品质的原创优秀作品。

中央广播电视总台、电影频道、中国教育电视台以及各省级广播电视播出机构,要强化主体责任、强化担当意识,将有关任务落实到专门的责任部门和责任人,保证在7月底前至少创作完成4件反映庆祝新中国成立70周年主线的优秀公益广告作品(广播、电视各2件)。要积极发动企业、社会机构、社会团体参与公益广告创作,鼓励制作适合新媒体传播和国际传播的公益广告作品。

总局将于5月中旬举办“庆祝新中国成立70周年公益广告专题创作培训班”,并于8月中旬开展庆祝新中国成立70周年专题公益广告评审活动,按照“突出主题、优中选优”的原则,评选出一批优秀作品重点推介播出。

▶ 强化播出。各级广播电视播出机构要高度重视公益广告的播出,严格落实有关规定,确保每套节目每天播出公益广告时长不得少于其商业广告时长的3%,其中广播频率在11:00至13:00之间、电视频道在19:00至21:00之间,播出数量不得少于4条(次)。

同时,应在新闻、综合、交通等重点频率频道设立公益广告专栏,定期定时、常态化播出相关公益广告。各级广播电视播出机构和网络视听节目服务机构要根据宣传总体安排,认真开展好庆祝新中国成立70周年公益广告的集中展播活动。

进一步加强“全国优秀广播电视公益广告作品库”建设,进一步实施好重点优秀公益广告作品推荐播出制度。鼓励优秀公益广告作品利用新媒体传播,鼓励优秀公益广告作品扩大国际传播。

▶ 加强监督。庆祝新中国成立70周年公益广告宣传政治性强、关注度高、作用和影响大,必须严格宣传纪律,严格管理。要严格公益广告作品的审查把关,始终坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向,确保不出问题。

要把做好公益广告宣传和加强商业广告治理结合起来,总局相关单位和地方各级广电行政部门要全面加大公益广告、商业广告播出的监听监看力度,依法依规严肃查处各种违法违规问题,切实维护良好传播秩序。

各地要将公益广告创作播出情况纳入节目综合评价考核体系和播出机构评价考核体系,强化激励约束机制,促进健康发展。总局将适时进行总结,对公益广告创作播出表现突出的机构和个人予以表彰。

网络视听媒体

4月25日,国家广播电视总局在京举办网络视听庆祝中华人民共和国成立70周年宣传活动。25家视听网站、部分省广电局和中国网络视听节目服务协会的代表参加了活动。

活动上,国家广播电视总局就做好庆祝中华人民共和国成立70周年宣传工作,向全国网络视听新媒体机构提出了四点要求:

▶ 一是各视听新媒体机构要把牢政治方向,增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”,突出庆祝新中国成立70周年网络视听宣传主线。

▶ 二是全国所有的网络视听节目创作机构都要围绕主题主线,践行“四力”要求,着力打造优秀网络视听作品。

▶ 三是网络视听媒体及网络原创内容制作机构要凝聚行业共识,大力推出现实题材作品,充分展现70年来特别是党的十八大以来历史性变革和成就,营造浓厚庆祝氛围。

► 四是网络视听平台要发挥互动优势，策划开展丰富多样的网络视听互动活动，用好新技术新手段，充分汇集民众智慧热情。

央视网、人民视频、芒果 TV、腾讯视频、北京字节跳动、喜马拉雅等 6 家机构负责人代表全国网络视听行业，就贯彻落实总局网络视听庆祝中华人民共和国 70 周年宣传规划、发挥自身优势做好主题宣传，进行了发言。

在本次活动中，总局组织 25 家视听网站举行了网络视听庆祝新中国成立 70 周年统一标识和“我们的 70 年”专题频道的上线仪式，活动后将推广至全国所有具备条件的视听平台。

(2) 广电总局要求到 2022 年：电视节目全面高清化、4K 超高清电视频道达 20 套

2019 年 05 月 05 日来源：广电总局

《广播电视卫星应用总体规划（2018-2022 年）》涵盖了卫星资源规划、卫星频率规划和地面系统规划，着力解决当前卫星广播电视在系统资源、技术支撑、业务服务及安全保障等方面存在的不平衡、不充分问题。

总体规划的目标要求：进一步优化存量卫星资源配置，扩大增量卫星资源供给，提升卫星传输的业务承载能力、资源利用效率和安播支撑水平，丰富卫星直播的智能科技含量、增值业务种类和用户收视体验，逐步构建形成定位清晰合理、功能明确完备、布局科学均衡、安全保障有力、资源储备充分、支撑未来发展的广播电视卫星系统格局。

具体到 2022 年：

资源方面，共有 5 颗传输卫星提供 C 频段 3582MHz 和 Ku 频段 810MHz 带宽容量，2 颗直播卫星提供 1728MHz 带宽容量，卫星地面系统资源更加均衡、充裕，L、C、Ku、Ka、Q、V 等多频段卫星广播频率资源储备更加充分，资源承载能力大幅提升，卫星频率轨位资源的申报协调、国内国际卫星业务规则制修订、业务兼容分析等方面工作进一步加强，我国卫星广播电视资源的权益和地位得到有效巩固。

技术方面，全面启动卫星传输向效率更高的新一代传输技术标准升级，基本完成卫星直播向业务支撑能力更强、安全防护措施更完备的新一代技术体系过渡，推动卫星直播系统向 Ka 频段延伸，探索 Q、V 频段卫星广播业务应用，卫星资源集约节约利用水平有效提升，技术支撑能力明显增强。

业务方面，传输卫星广播节目品质进一步提高，电视节目基本实现全高清化，对于已实现高标清同播的电视频道，逐步关闭其标清电视信号，4K 超高清电视频道达到 20 套传输能力，8K 超高清电视卫星传输试验得到开展；直播卫星兼有高清、标清电视节目，4K 超高清、推送点播、增值付费、移动接收、双向交互、智能融合等新业务得到开发试验和应用推广。

安全方面，全面形成中央和省级卫视频道等重要节目在多星之间、多站之间、星网之间的传输保障机制和应急备份格局，央地之间、省区之间的节目异地代播机制更加完备，卫星监测监管和指挥调度体系更加健全，卫星广播电视设施安全保障力度进一步加强，卫星广播电视接收信号受地面业务或其他业务的同邻频干扰得到有效避免，安全播出保障能力全面提升。

(3) 【TV 资本论】政策助推、产业共议，超高清视频“硬核”时代到来

2019年05月11日来源：中广互联独家

政策一览

【广电总局】日前，广电总局发布了《广播电视卫星应用总体规划(2018-2022年)》。规划要求，到2022年，电视节目基本实现全高清化，对于已实现高标清同播的电视频道，逐步关闭其标清电视信号，4K超高清电视频道达到20套传输能力，8K超高清电视卫星传输试验得到开展。

大事提醒

【广电总局】1、日前，广电总局决定建立“国家广播电视总局媒体融合发展专家库”。建设初期，专家库包括“优秀专家学者”和“优秀行业从业人员”两个子库。

2、日前，广电总局发布通知，将开展2019年度广播电视播出机构许可证和广播电视频道许可证换发工作。

3、5月9日，广电总局公布4月全国电视剧变更通报，电视剧《巨匠》《艳势番之新青年》《尉官正年轻》等20部剧目变更剧名，不仅数量大幅增加，改名潮也从古装剧向现代剧过渡。

【中央广播电视总台】5月5日，中央广播电视总台5G+4K+AI媒体应用实验室揭牌暨纪录片《而立浦东》开机活动在上海举行。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄，上海市委副书记、市长应勇出席，为5G+4K+AI媒体应用实验室揭牌，并宣布4K纪录片《而立浦东》开机拍摄。

【工信部】日前，工信部运行监测协调局公示了2019年一季度互联网和相关服务业运行情况，数据显示：一季度，我国互联网企业完成业务收入2402亿元，同比增长17.3%。

【会议】5月9日，2019世界超高清视频(4K/8K)产业发展大会在广州市举办。大会由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省人民政府主办，以“超清视界、点亮湾区”为主题，旨在加强超高清视频产业领域国际交流合作，展示超高清视频产业发展最新成果，探讨加快超高清视频产业发展的先进路径，推动优质产业资源集聚粤港澳大湾区，促进全球超高清视频产业创新、健康、可持续发展。

【国家市场监督管理总局】5月9日，据国家市场监督管理总局消息，公布了2019年第一批典型虚假违法广告案件，其中山西运城市广播电视台、山东泰安市广播电视台、宁夏广播电视台因违法发布广告，受到处罚。

【报告】5月9日，2019全球人工智能产品应用博览会在苏州开幕。会上，中国经济信息社江苏中心联合新一代人工智能产业技术创新战略联盟共同发布《新一代人工智能发展年度报告(2018)》，系统分析全球及我国人工智能产业发展新态势，为业界、学界和政府提供重要参考。

重要言论

【广电总局】5月9日，中宣部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席在2019世界超高清视频产业发展大会上表示，持续推进4K超高清电视内容建设；支持有条件的地区打造超高清电视内容制作生产基地，建设超高清电视内容集成平台。健全生态链条，引导支持有条件的地方电视台开办4K频道，加强超高清视频点播平台建设。

【中央广播电视总台】1、4月30日，“央视综艺频道创新节目招投会”在京举行。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄表示，总台文艺部门将以提升文艺原创能力为目标，努力在群众满意度和艺术水准两个方面再提升，全面改版升级。

2、5月6日，浙江省委常委、杭州市委书记周江勇走访中央广播电视总台。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄表示，中央广播电视总台打造国际一流新型主流媒体，

将积极深化与杭州在媒体融合发展等方面的合作。

【江苏有线】5月7日消息，江苏有线董事长王国中受董事会委托，作了《江苏省广电有线信息网络股份有限公司2018年度董事会工作报告》，他指出，2019年公司将自觉以市场化的思维和思路，从拓展业务“挣钱”、向上争取“要钱”、内部管控“省钱”三方面创业绩、挖潜力。

公司动态

【芒果超媒】近日，芒果超媒发布2018年年报。数据显示，公司2018年实现营业总收入96.6亿，同比增长16.80%；实现归属于母公司所有者的净利润8.7亿，同比增长21.03%。

【华数传媒】5月5日消息，华数传媒在华数数字电视产业园召开第十届董事会第一次会议，此次董事会审议了公司换届及2018年报等21项相关议案，至此，华数传媒新一届董事、监事与管理层成员全部确定。

【江苏有线】4月30日，中国共产党江苏省广电有线信息网络股份有限公司第一次代表大会第二次全体会议在南京举行。闭幕会后举行了江苏有线第一届党委第一次全体会议和第一届纪委第一次全体会议，选举王国中同志为党委书记，姜龙同志和黄秉生同志为党委副书记，史振军同志为纪委书记。

【歌华有线】日前，歌华有线在经营计划里面提出，以超高清、融媒体、智慧化为发展方向，以云计算、大数据、人工智能、物联网、IPv6、5G等新技术与广电技术的融合创新为支撑。推进固移网络协同发展，加快探索5G及700M无线网络试点建设工作。

【乐视网】5月7日，乐融Letv品牌发布会在京举办。据悉，Letv超级电视正式将中文品牌升级为“乐融”，并发布全新品牌LOGO和超5。

地方新闻

【上海】5月6日，《上海市超高清视频产业发展行动计划(2019-2022)》发布。根据计划，到2022年，上海市超高清视频产业规模突破4000亿元，培育一批具有国际竞争力的头部企业，建设领先的超高清视频产业内容中心等，形成具有核心竞争力、资源要素集聚的产业生态体系。

【重庆】日前，重庆出台《重庆市超高清视频产业发展行动计划(2019—2022年)》，提出到2020年全市超高清视频总体产业规模将达到1000亿元，到2022年将达到3000亿元。

【广西】1、4月23日，广西广播电视专家智库成立。专家智库集合同内、区内广播电视领域知名专家学者、领军人物。首批专家智库人数为20名，分设发展战略组、广播电视内容审查组、工程技术组等三个组。

2、5月5日，广西壮族自治区广电局召开全区IPTV建设管理工作电视电话会议，学习传达全国IPTV建设管理工作会议精神。

【吉林】从5月1日起，由吉林省委宣传部、省扶贫办指导和协调，吉林广播电视台制作的央视精准扶贫吉林省项目公益广告片，将在中央广播电视总台陆续播出。

【山东】1、4月26日，山东省广播电视局在济南召开全省广电和电信企业IPTV专项整治工作会议，贯彻落实全国IPTV建设管理工作会议精神，总结经验、分析问题，安排部署IPTV专项整治工作。

2、4月26日，作为“广电网络接入网系列活动”的重头戏，山东广电集团“5G联合创新应用实验室”首次对外进行内容展示。

3、近日，《青岛市超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》发布，提出青岛要用4年时间，建成具有全球影响力的超高清视频产业高地，目标产业总规模超过1000亿元。

【江苏】日前，南京移动与秦淮风光旅游公司联手打造的全国首艘5G智慧游船在风光旖旎的秦淮河起航，为游客带来5G时代旅游的全新体验。未来，南京移动将全力打造5G智能新生态，积极探索在智慧城市、智慧旅游、智慧民生等领域5G信息化应用。

【内蒙古】1、4月27日至28日，内蒙古自治区12家旗县融媒体中心建设推进会暨培训班在呼和浩特市召开。会议要求，内蒙古自治区要做好“一个中心、一个规划”，加快推进“草原云”融媒体平台建设，开展常态化人员培训，构建自治区、盟市、旗县三级联动的传播机制。

2、4月25日，内蒙古乌兰察布市察右后旗融媒体中心正式挂牌成立，标志着察右后旗新闻媒体告别传统模式，实现资源整合、平台聚合，迈出了探索媒体融合发展、实现传统媒体与新兴媒体共同发展的新步伐。

【广东】1、5月5日消息，截至2019年3月底，广东汕头市8个4K体验厅已经全部建成投入使用，8个示范小区和8个示范行政村建设全面铺开，示范小区和示范村共发展4K示范用户3256户。

2、5月10日消息，为配合2019世界超高清视频4K/8K产业发展大会，东方宾馆采用了4K超高清电视对酒店有线电视系统进行了升级改造，成为广东省第一个五星级4K智慧酒店！该升级项目由广东广电网络直属公司承建。

【福建】5月6日消息，福建省加快推进“数字福建·智慧广电”建设。研究制定超高清视频产业发展行动方案，加快推进高清、超高清电视制播能力建设，力争2019年底福建电视台所有电视频道和设区市级电视台主频道实现高清播出。

【江西】截至今年4月底，江西省已有80个县(市、区)建成融媒体中心，其中分宜县、贵溪市融媒体中心已被纳入中宣部重点支持推动的县级融媒体中心名单。

【浙江】5月7日，温州市人防办与中广有线温州分公司正式签署《智慧人防战略合作协议》。按照协议内容，双方决定携手启动“智慧人防”建设，统筹运用媒体资源，推动城市安全建设发展。

4月28日，在工业和信息化部支持指导下，浙江省政府与中国电信集团、中国移动集团、中国联通集团、中国铁塔公司在杭州举行“5G+”行动联合发布会，聚力共推5G网络建设、产业发展和创新应用，赋能数字经济“一号工程”和高质量发展。

【贵州】1、2019年5月，以“多彩云”作为统一省级技术平台，贵州省将率先实现全省县级融媒体中心统一上线运行。

2、5月7日，贵州日报当代融媒体集团、贵州广播电视台、多彩贵州网分别与福建日报报业集团、福建广播影视集团、东南网签署战略合作框架协议。双方将在内容资源共享合作、系列主题联动报道、业务项目落地等方面展开深度合作，推进两省传媒产业发展。

【北京】经国家广电总局批准，北京广播电视台冬奥纪实频道将于2019年5月10日零时起上星播出。作为全新体育卫视，冬奥纪实频道在全国26个省市自治区落地，覆盖近3亿电视观众，北京广播电视台现体育频道同步停止播出。

【陕西】5月9日消息，陕西省宝鸡凤县“融媒体中心”正式挂牌成立，“新时代文明实践中心”调度系统同时启动运行，开启了县级媒体宣传从“简单相加”迈向“深度融合”的新征程。

【黑龙江】4月12日，黑龙江大庆新闻舆论宣传事业迎来又一里程碑——大庆日报社、大庆广播电视台设立。大庆日报社、大庆广播电视台、大庆新闻传媒集团三家单位互不隶属，各自依法独立运行。

海外瞭望

【康卡斯特】日前，康卡斯特发布了2019年第一季度财报。数据显示，受宽带收益推动其收入实现增长4.2%至143亿美元。

【美国】数据显示，2019年第一季度，美国排名前十的视频服务提供商共损失电视用户超128万。

【欧盟】5月10日消息，欧盟5G-PPP旗下“5G Today”项目组在IRT（德国广播技术研

究所) 举行“通过 5G 网络进行电视广播试验”的启动仪式。据悉,这是全球第一个 5G 广播“大规模”试验,目的在于测试通过 5G 广播网络大规模传输电视频道内容的能力。

(4) 广电总局、工信部宣布“4K/8K”9 项重点工作

2019 年 05 月 10 日来源: 中广研修院

5 月 9 日,由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省人民政府共同主办的 2019 世界超高清视频(4K/8K)产业发展大会召开。会上,中宣部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席、工业和信息化部部长苗圩对于 4K/8K 产业发展提出了 9 项重点工作。

广电总局、工信部宣布 4K/8K 产业重点工作

■ 广电总局聂辰席: 重点聚焦 5 点工作



广电总局深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,加快推动超高清视频创新应用,与各方面协同促进我国超高清视频产业健康快速发展。

一是践行新发展理念推动高质量发展。坚持创新驱动、技术支撑、智慧引领,加快推进超高清视频与广电行业深度融合应用,打造行业优化升级的新引擎。二是强化内容供给。持续推进 4K 超高清电视内容建设;支持有条件的地区打造超高清电视内容制作生产基地,建设超高清电视内容集成平台。三是健全生态链条。引导支持有条件的地方电视台开办 4K 频道,加强超高清视频点播平台建设。加快广播电视传输覆盖网络升级改造,推动超高清电视在有线电视、卫星电视、IPTV 和互联网电视的应用,特别是加快推动面向 5G 的移动交互广播电视网建设。四是深化开放合作。推进 4K 超高清电视技术标准体系建设和产业支撑能力建设。吸收借鉴国内外的先进理念和做法,推动科技创新、内容创新、服务创新、模式创新和体制机制创新。五是守牢安全底线。把好内容、技术、播出安全关口。完善有关标准规范,建设监测监管系统,规范发展秩序,为超高清电视等新业态健康发展保驾护航。

■ 工信部苗圩: 部署 4 项重点工作



苗圩指出，超高清视频是继数字化、高清化之后的新一轮重大技术变革，过去一年多来，在政产学研用各方的共同努力下，我国在超高清视频领域达成一系列标志化成果，产业实现了快速进步。苗圩强调，党中央、国务院高度重视新兴技术领域的创新发展，超高清视频面向最广大的消费者市场和行业应用市场，融合创新空间广阔，有望成为 5G 商用部署的重要场景和驱动力。工业和信息化部将按照党中央有关决策部署和整体工作安排，与广电等部门密切合作，以实施超高清视频产业发展行动计划为抓手，全面推进超高清视频产业快速健康发展。下一步，将重点开展以下工作：

一是深化协同发展。建立完善部省合作机制，做好统筹规划，引导差异化布局，形成发展合力。二是支持先行先试。加大政策协调，指导支持地方培育超高清视频产业创新集群和应用基地，聚焦产业链薄弱环节，建设产业协同中心和制造业创新中心。三是构建产业生态。加快公共服务体系和标准体系建设，发挥企业主体作用，促进产业链协同共进，推动关键技术、重点产品的研发和产业化，催生更多行业应用和商业推广新模式。四是加强开放合作。深化与海外优势国家和地区的交流合作，鼓励支持外资企业参与我国超高清视频产业发展，实现合作共赢。

4K/8K 重大项目签约



世界超高清视频产业发展大会重大项目签约仪式，共九项，分别是：8K 超高清产业生态示范项目、超高清转播制作公司项目、超高清演播室实验平台项目、8K 极高清摄录一体机产业化项目、环旭电子项目、5G 超高清联合实验室项目、超高清视频(4K/8K)传输技术及传输质量监测平台项目、惠州 4K 超高清产业与应用创新基地项目、工业互联网操作系统项目。

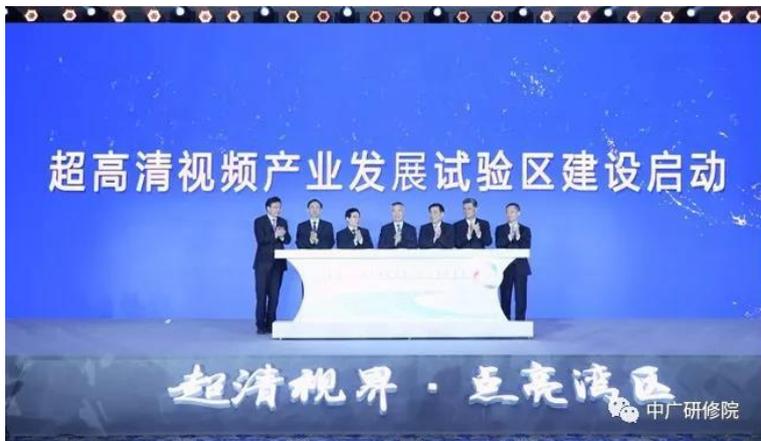
8 个省市联合发布 4K/8K 产业发展政策



工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台于2月28日联合发布了《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》，多个省市快速响应，积极谋划当地产业布局。在工业和信息化部、国家广播电视总局的共同指导下，广东、北京、上海、安徽、湖南、重庆、四川、青岛等8个省市结合当地产业特色，有针对性地制定了产业发展政策，并在大会上进行了联合发布。

李希书记、苗圩部长、聂辰席局长、马兴瑞省长、阎晓明副台长，以及广东省覃伟中副省长、上海市吴清副市长、重庆市李殿勋副市长、四川省代永波副秘书长、青岛市闫希军副市长、北京市经信局王刚局长、安徽省经信厅王厚亮副厅长、湖南省工信厅熊琛总经济师，共同发布。

“超高清视频产业发展试验区”建设启动



广东省在创新支持政策、开通4K频道、加快产业发展等方面率先探索、先行先试，取得了积极成效。会上举行了“超高清视频产业发展试验区”授牌仪式，工业和信息化部、国家广播电视总局联合向广东省授牌。

(5) 做好这三步，地市级广电将有机会翻盘

2019年05月20日来源：广电业内

基于地市级广电现状，建议以全媒问政为中心、以智慧服务为主线、以媒体融合为支撑，着力打造“智慧广电”，不断提升发展水平。

■ 以全媒问政为中心，聚焦“真民意”

发挥“网络问政”优势，通过民意收集、全民监督、办结反馈的良性闭环运行，解决政府与民众之间因信息不对等产生地问题。

一是搭建平台。整合政务资源、采编队伍、传播媒介,运用互联网技术搭建传统媒体(声屏报网)与新媒体(“三微一端”)多通道同步实施的全媒体问政平台。

二是采集发布。聚合政府网站最新文件、政策解读等政务信息,通过建言献策板块问计于民、问需于民,市民可在微信、微博、手机客户端和网站4种渠道之间任意登录、提问、浏览。

三是互动交流。线下邀请相关部门单位负责人走进演播室对话市民、记者深入报道跟踪问效;线上设置各部门论坛发言人专区,邀请人大代表、政协委员与市民在线监督,同步打通后台数据,实现政府职能部门与民众互动“零距离”。

■ 用好“小程序”,推进智慧服务

当前,国务院“互联网+监察”小程序正式上线,意味这款方便快捷、安全稳定、场景丰富、维护简便、入口众多的微信内部云端技术,即将在政务服务领域释放新一轮红利。

为此,建议广电乘势而上,加快推进智慧服务市场的拓展和布局,更加高效服务社会经济发展。

一是智慧政务。基于全媒体网络问政平台,把政务宣传入口变为政务智慧入口,不断加强各级各部门、各单位小程序应用服务对接工作,合作研发各类智能化产品,把原本部门线下工作流程逐步迁移至手机移动端,从网络问政走向网络行政。

二是智慧商务。围绕市民“衣食住行游购娱”需求,深耕垂直行业、细化精准服务,打造本地“行业自明星”形成“看房团”“汽车帮”“吃货圈”“学生会”“病友群”等线上垂直社区,同步策划、推广、实施各类线下活动,分享产品吸引用户,实现粉丝经济。

三是智慧生活。通过“智慧房产”全媒体平台VR应用技术,实现楼盘样板间全景虚拟展示;“智慧金融”平台聚合金融服务机构、中小微企业,开展贷款居间服务、金融理财服务;“智慧餐饮”客户端为食客提供权威美食推荐、餐饮预订、优惠券申领、移动支付等个性化服务;“智慧医疗”为患者提供求医问诊、预约挂号、名医讲堂、健康百科等在线服务;“智慧教育”为莘莘学子提供在线教育;“智慧旅游”推介精品线路等。

■ “多维度”发展,做大做强做优广电事业

围绕宣传经营、体制机制、媒体融合、产业发展持续发力,不断做大做强做优广电事业。

一是服务为王。变宣传经营为用户经营、效果营销,以政务、商务对象成立新闻、用户两大中心,各中心设置采编播、技术岗位及声屏报网全媒体平台,从定位策划、内容生产、技术运用、线下活动、效益产生等环节整体打包,实行产品经理负责制和项目负责制,融合推进传统媒体、新媒体和线下活动。

其中,新闻中心负责统筹全媒问政、智慧政务系统,用户中心负责运营智慧商务、智慧生活系统。

二是考核为先。以管理标准化为核心,通过平衡计分卡或关键绩效指标法细化、量化管理考核制度,分类设置宣传、经营、后勤保障等岗位绩效指标,按劳、按效分配,确保人尽其才、才尽其用、人事相宜。

其中,一线部门采编人员可依据各自新媒体平台粉丝量、活跃度考核,经营创收人员按既定经济指标完成情况考核;二线部门按服务对象满意度考核。

三是融合为翼。加强顶层设计,成立媒体融合发展委员会、内容编辑委员会、技术专家组,构建新老媒体一体化运行机制;设置全媒体岗位操作标准,打通资源、人员、技术、传播通道,增设广播视频直播,做到“听”电视节目、“看”广播节目,同步以图文、视频、音频在新媒体平台播放,实现一次采集、多元生成、全媒发布。

四是产业为基。基于智慧政务、智慧商务、智慧生活3大系统,围绕民生消费刚性需求,把“短平快”产业纳入广电自主经营范畴,强化舆论引导,刺激消费市场,扩展产业格局。

其中,整合政府资源,为本地用户提供金融、交通、医疗、教育等公共服务;整合区域

产业资源，为相关产业提供营销策划、品牌代理、线下推广等增值服务；整合本地用户资源，为用户提供康养、旅游等生活服务。

（6）【517 特别策划】5G 到底有多大魔力？吸引着广电、电信争相入局

2019 年 05 月 17 日来源：中广互联独家

2019 年 5 月 17 日是第 51 个世界电信日，今年的世界电信和信息社会日的主题是“缩小标准化工作差距”。去年 6 月 14 日，3GPP 全会(TSG#80)批准了第五代移动通信技术标准(5G NR)独立组网功能冻结。加之之前 12 月完成的非独立组网 NR 标准，5G 已经完成第一阶段全功能标准化工作，进入了产业全面冲刺新阶段。

如何依托 5G 网络的建设以及普及，实现数字中国的跨越式发展？一幅各地广电、三大电信运营商对 5G 的布局图正徐徐展开——

从中央到地方，电视台对 5G 的热情分外高涨

2018 年年底，中央广播电视总台联合中国电信、中国移动、中国联通、华为公司，合作建设了我国首个国家级 5G 新媒体平台。伴随着春晚、两会和第二届“一带一路”国际合作高峰论坛以及 2019 中国北京世界园艺博览会等多场景的试验成功，中央广播电视总台 5G 新媒体平台已满足集成多路 4K 超高清信号和多类型节目制作形态的条件，具备了多点、多地，全流程、全功能 4K 超高清节目集成制作和发布能力。



与此同时，中央广播电视总台相继在广州、上海建立了粤港澳大湾区总部、5G+4K+AI 媒体应用实验室，更是标志着总台以大数据、人工智能技术为 5G 新媒体平台建设和业务生产赋能，形成“4K+5G+AI”的战略布局，打造自主可控、具有强大影响力的国家级新媒体新平台，努力成为国际一流新型主流媒体的决心。

据不完全统计，仅 2019 年 2 月 27 日这一天，就有四川、吉林、安徽三家地方广播电视台在 5G 领域集中发力——签署 5G 新媒体应用战略合作框架协议，建立 5G 超高清视频应用试验站点，加快广电 5G 试验网建设和 VR、5G、AI 等高新技术研究应用。

山东省更是作为“先进代表”不断进行着多方面的尝试。4 月 17 日，济南广播电视台与中国移动通信集团山东有限公司济南市分公司、中兴通讯股份有限公司山东分公司签署了“5G 联合创新应用合作协议”，共同打造“5G 新媒体港”，准备在 5G 新媒体平台、5G 创客云平台、5G 融媒体演播室、5G 智慧广电云平台以及科技创新等相关领域展开全面合作。4 月 25 日，山东广播电视台又联手中国联通集团，希望通过 AI+VR+4K 全息等技术赋能，共建“5G+”媒体生态链。早在今年的山东两会、全国两会报道中，山东广播电视台其实就已联合山东联通、华为、山东广电信通、山东广电视觉科技等技术企业，实现了以上会记者为圆

心的 5G+VR 多维超清信号全覆盖。

正如中国移动通信集团研究院产业与业务合作部总经理杨光所言：5G 的发展与建设，提升了移动网络的处理能力和承载能力，将影响媒体人员采、编、播的各个方面。从采集环节来看，5G 让视频采集终端更加多样化、移动化，所采即所看。在人人皆主播的环境下，5G 降低直播成本，使得随时随地直播成为可能。从编辑环节来看，5G 让移动化存储、编辑更便捷，其提供的良好网络基础，方便采编人员在移动端进行视频云存储、编辑、审核，即时视频发布，让新闻更及时。从播放环节来看，5G 意味着身临其境与触手可及。电视屏、手机屏、汽车屏、广告屏、智能家居屏之间的互动带来多屏合一的体验。交互视频内容，则可实现用户与电视节目的实时互动。

国网当好“带头大哥”，各地广电网络公司加紧 5G 建设

众所周知，国网公司目前正在申请移动通信资质和 5G 牌照。如果 5G 牌照申请成功，这将意味着中国广电具备固移全业务能力，完成向移动通讯领域进军战略转型。今年 3 月 21 日，中国广电与中信集团及阿里巴巴分别签署了战略合作框架协议，更是引爆资本圈，从而加速了 5G 牌照的下发以及全国一网的整合。“随着广播电视传播方式和通信传输方式走向融合，我们要与运营商采用同样的技术，提供差异化的服务，用广电特色来提升广播电视全媒体的传播渠道。”中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军曾表示，广播电视将在 5G 时代迎来一次升级换代的机会。

3 月 21 日广电系涨停个股			
股票代码	股票名称	最新股价（截至 3 月 25 日）	今年以来涨跌幅（截至 3 月 25 日）
600936	广西广电	5.30	41.71%
600831	广电网络	12.28	81.39%
600037	歌华有线	12.54	45.98%
000156	华数传媒	12.94	63.18%
600996	贵广网络	11.22	76.42%
000665	湖北广电	9.92	38.55%
601929	吉视传媒	3.00	46.34%
000839	中信国安	6.26	85.76%
600959	江苏有线	5.66	37.38%

据了解，作为“带头大哥”的国网在 2019 年的重点工作之一就是建设广电 5G 网络为契机，加快广电网络移动化升级步伐。把握网络移动化的新趋势，加快有线无线卫星移动四位一体协同发展，加快推进引入战略合作伙伴、建设试验网和清频等工作，积极探索有广电特色的建网组网模式和经营模式。

作为“小弟”的各地广电网络公司当然也要紧跟“大哥”前进的步伐。截止 4 月底，电广传媒、华数传媒、广西广电网络、福建广电网络、北方广电网络等多家广电网络公司相继启动 5G 建设。其中，山东、河北广电网络更是有了实质性的动作。资料显示，河北广电网络主导的“冀广 5G 融合网络实验室”将开展应用模拟实验，服务 2022 年冬奥会、雄安新区建设、环京“护城河”建设、环境保护治理等领域。而山东广电网络主导的“5G 联合创新应用实验室”则涵盖了 5G 云与网、5G 物联网、5G 产业与生态、5G 版享 TV、智能制造、智能城市、智能家居、人脸抓拍与面部识别、VR 情境呈现、网络切片、车联网等多种业务形态，从端到端展示了适用于 5G 网络的不同业务场景。

在国家行政学院社会和教研部高级经济师郭全中看来，广电业虽不是 5G 的主要受益者，但是 5G 却给广电业带来了巨大的机遇。5G 带来的万物互联使得广电网络的物联网能够真正落地，使得广电网络公司能够更好地参与本地的智慧城市建设和本地服务。使得传统的广电业的服务能力更强、用户的体验更好，能够吸引更多的用户回归到广电。

电信运营商加大组网力度，5G 商用指日可待

3 月初，工信部长苗圩在回应“5G 牌照何时发放”时表示，5G 牌照将很快发放，无疑

给电信产业提振了信心。加之三大运营商 5G 频谱划分的尘埃落定，5G 商用进程又进一步。

此外，在 5G 试点方面，中国运营商推进实验组网的力度也相当之大。中国移动计划在全国 17 个城市开展 7 大类 16 项 5G 创新应用，在杭州、上海、广州、苏州和武汉 5 个城市启动规模性试验；在北京、天津、深圳、重庆等 12 个城市部署小规模 5G 应用示范。2020 年前，预计部署超过 1 万个 5G 基站，建成世界最大规模 5G 试验网；中国联通将在北京、天津、青岛、杭州、南京、武汉、贵阳、成都、深圳、福州、郑州、沈阳等 16 个城市开展 5G 试点；中国电信也将在雄安、深圳、上海、苏州、成都、兰州等 12 个城市开展试点。

中国电信	<ol style="list-style-type: none"> 1、中国电信携手央视、华为在位于福建福州市的国家 5A 级景区三坊七巷区域内率先通过基于 SA(独立组网)架构的 5G 网络实现 4K 高清视频直播 2、中国电信携手四川广播电视台，通过“5G 无线网络+8K 超高清视频技术”对“夜游锦江”和“元宵烟花秀”的视频直播 3、中国电信广西公司召开媒体发布会，宣布在南宁市开通全国首个 5G 独立组网(即 SA)商用版城市核心区试验网 4、中国电信重庆公司 5G 直通车正式亮相
中国联通	<ol style="list-style-type: none"> 1、江苏联通携手华为在南京汉中路青华大厦旗舰店营业厅率先部署了首个基于 3.5G 频段的 5G 室内数字系统 2、秦皇岛联通开通了秦皇岛市首个 5G 基站，标志着秦皇岛市移动通信网络正式步入了 5G 时代 3、随着天安门广场多个 5G 站点的正式开通，北京联通率先实现对广场的 5G 联通信号全覆盖 4、河南 IPTV 联合河南联通、华为公司、河南建业足球俱乐部首次实现全 5G 传输足球赛事直播信号 5、广州联通携手广州市中级人民法院打造全国首个 5G 智慧法院 6、截至目前，河北联通已经完成雄安国家级互联网骨干直连节点建设;实现雄安新区全域 5G 覆盖，在冬奥张家口赛区开通了 5G 网络
中国移动	<ol style="list-style-type: none"> 1、中国移动 5G 联创中心最南端的开放实验室正式宣布落户海南 2、从中国移动湖北公司获悉，中国首个 5G 智慧高速公路项目已落地湖北 3、山东移动联手华为实现两会会场 5G 覆盖 4、上海移动携手华为在虹桥火车站启动首个 5G 室内数字系统建设 5、在广东移动 5G 网络支持下，广东广播电视台特别设置了元宵节越秀公园灯会 5G 直播节目 6、河南日报报业集团联合河南移动共同打造全省首个“5G+VR”的全新 5G 场景示范 7、甘肃移动透露了甘肃 5G 网络建设的“时间表”，预计 5 月 17 日前，具备 100 个 5G 站点的开通能力 8、重庆移动发布消息：由该公司联合重庆市客运索道有限公司和华为公司打造的“5G 技术长江索道 VR 超感体验”项目已建成 9、深圳移动联合咪咕视频实现全国首次通过 5G 室内设备超高清直播赛事 10、河南移动对拜祖大典现场进行了全方位的网络保障，特别是新增加了 5G 网络 11、天津移动联合华为成功完成了天津市首次 5G 超高清马拉松赛事电视直播

中广互联

表为：国内部分省市最新 5G 试点建设进展（中广互联根据公开资料综合整理）

据前瞻产业研究院发布的《中国 5G 产业发展前景预测与产业链投资机会分析报告》数据显示，按 2020 年 5G 正式商用算起，预计当年将带动约 4840 亿元直接产出和 1.2 万亿元的间接产出，到 2030 年 5G 带动的直接产出和间接产出将分别达到 6.3 万亿和 10.6 万亿元，两者年均复合增速分别为 29%和 24%。并且随着商业化进程的进一步推进，我国 5G 产业的产出结构也将出现一定程度的转化，其中 5G 信息服务商的产出将随着基础 5G 设施的普及在未来出现大幅度的增长。

后记

鉴于 5G R15 标准已经完成，全球各大运营商如今都展开了 5G 试商用组网，以抢占 5G 商用的先机。

韩国电信公司、SK 电讯株式会社以及 LG U+三大电信运营商已于 4 月正式开始为普通用户办理 5G 入网手续，消费者入网后可以享受高速的 5G 网络服务。韩国由此成为全球率先对普通用户开通 5G 网络的国家之一。

美国电信运营商 Verizon 也已在美国 4 座城市推出 5G 业务,届时将同时采用 5G NR 和 5G TF 设备; Sprint 也宣布将在 2019 年上半年在全美范围内推出其移动 5G 网络,包括纽约市、凤凰城、堪萨斯城等。随着 AT&T 正式将 5G 技术推广到另外七个城市,包括洛杉矶、纳什维尔、奥兰多、圣地亚哥、旧金山和奥斯汀,这一数字正在上升到 19 个。总统特朗普更是直言:“5G 竞赛是一场美国必须要赢的比赛……这是我们一定会赢的竞赛。”此外,欧洲和日本的运营商也都推出了各自的 5G 商用计划。

正如 CITE2019 组委会秘书长陈雯海所言:5G 在中国是个热点,在全球同样是大热点。特别是大家极为关注的中美之间有关 5G 标准的博弈,很多事情都是围绕 5G 展开。5G 事关国民经济基础设施建设。与 1G、2G、3G、4G 不同,有了 5G 这个基础设施,它一方面要保证 P to P 的信息传递,同时,更多地还是提供了 P to M(人与物或机器)之间的信息传递,还有一个就是物和物(M to M)的信息传递,这将是几何量级增长的信息传递。有了这个技术,人工智能、机器人等让我们的生活变得更美好等话题才有了实现的基础。

(7) 国家广播电视总局(NRTA)政府网站新版上线

2019 年 05 月 24 日来源: 国家广播电视总局



为更好的服务总局中心工作,方便广大网民,以全新面貌迎接新中国成立 70 周年,近日,总局政府网站(www.nрта.gov.cn)全新改版上线。

按照总局领导提出的“新闻性、准确性、针对性”“突出主线,突出亮点,做强宣传,回应关切”的要求,新版网站主要从专题专栏、政务服务、搜索检索、对接中国政府网、无障碍访问、标志标识规范化等多方面进行整体升级与优化。

（三）、领导讲话

1. 聂辰席：将持续推进 4K/8K 超高清电视内容建设

2019-05-10 14:33:09 来源： **ASIAOTT** AsiaOTT

2019 世界超高清视频（4K/8K）产业发展大会于 5 月 9 日在广州举行。作为全球超高清视频（4K/8K）产业领域规格高、规模大、国际影响力强的年度盛会，大会由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省人民政府主办。

大会上，中宣部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席在会上，就加快推动超高清视频创新应用，以各方面协同，促进我国超高清视频产业健康快速发展。提出了五大方向，以下为聂辰席副部长演讲实录：

各位朋友，很高兴，国内外音视频领域的科技精英、专家学者、业内同仁齐聚一堂共同探讨交流和谋划超高清产业发展大计。首先我仅代表国家广播电视总局，对这次大会的召开表示衷心的祝贺。

党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央领导下，习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，我国顺应新一轮世界科技革命和产业变革浪潮，大力实施创新驱动发展战略，加快建设创新型国家。

超高清视频作为重大技术创新和产业核心的产物，是实现高质量创新技术发展的重要内容。此次大会主题“超清世界，点亮湾区”，充分体现广东省配以创新动能，引领风气之先的战略视野和战略行动。“大潮起珠江”，广东是中国改革开放的排头兵、先行地、试验区，也是中国超高清视频产业的重要创新基地和试验田。

广东省委省政府认真贯彻落实习近平总书记四个走在全国前列的要求，充分发挥区位优势、政策优势、产业优势，大力推动超高清视频上下游产业发展，深化实化大湾区产业协作取得显著成效。

广东省在全国率先出台支持四台产业发展政策，开播全国第一个省级 4K 频道，4K 电视用户增长超三倍，4K 电视产量全国第一，形成了 4K 大品牌、大产业。

今天工业和信息化部广电总局，他将联合为广东国家超高清视频产业发展试验区授牌，相信广东省必将更好发挥艰辛坚持的引领和带动作用。“超清世界、点亮湾区”的绘图一定会更加美好，在国内外一定会产生积极的影响。

当前超高清视频正在成为推动信息产业传媒影视乃至经济社会创新发展的一个新着力点。2017 年，广电总局与广东省签署战略合作协议，支持广东超高清电视应用及产业发展。今年初，工信部、广电总局、中央广播电视总台联合发布《超高清视频产业发展行动计划》，提出了我国未来三年超高清视频产业发展的目标任务和精准举措。

广电总局一定要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，加快推动超高清视频创

新应用，以各方面协同，促进我国超高清视频产业健康快速发展。

一，是践行新发展理念，推动高质量发展。习近平总书记强调高质量发展就是体现新的发展理念，我们一定牢牢把握高质量发展这一根本要求，把新理念贯穿始终，坚持创新驱动，技术支撑，智慧引领，加快推进超高清视频与广电行业深度融合应用，打造行业优化升级的新影线。我们将始终把人民对美好生活的向往作为奋斗目标，深化供给侧结构性改革，提供优质便捷服务，提升更高端视听体验，引导实体经济发展，为音视频高质量发展增强新动能。

二，是强化内容供给，超高清视频内容供给能力，直接决定了超高清视频产业发展速度和水平。我们将持续推进 4K/8K 超高清电视内容建设，支持体育赛事、纪录片、电视剧、文化、科技等超高清节目制作，支持有条件的地区打造超高清电视内容制作生产基地，建设超高清电视内容集成平台，创新内容生产，以高质量供给，增强人民群众文化的获得感，幸福感和安全感。

三，是健全生态链条。广电总局依托正在大力实施的智慧广电建设工程，统筹规划，加快推进在广播电视和网络视听领域构建的生产链。我们将引导支持有条件的地方电视台开办 4K 频道，加强超高清视频点播平台建设，构建支撑超高清视频生产、聚合、分发、应用的融合业务平台。

我们将加快广播电视传输覆盖网络的升级改造，推动超高清电视在有线电视、卫星电视、IPTV 和互联网电视的应用，特别是加快推动面向 5G 的移动交互广播电视网建设，打造超高清视频发展的新生态。

四，是深化开放合作。超高清视频产业发展刚刚起步，希望我们加强合作，共同携手，愿与各方交流合作，着力解决发展中的难题。目前广电总局和工信部将密切配合，推进 4K/8K 超高清电视技术标准体系建设和产业支撑能力建设。同时我们愿吸收借鉴国内外的先进理念和做法，推动科技创新内容创新，服务创新，模式创新和体制机制的创新，为我国视频产业发展提供直接的动力和崭新的动能。

五，是牢牢守住安全的底线。超高清电视是广播电视业务，包括内容、技术、播出、安全管理，是我们义不容辞的职责。我们将总结推广试点应用经验，完善有关标准规范，建设监测监管系统，规范发展秩序，为超高清电视等新业态健康发展保驾护航，确保人民群众安全可靠，享受新型优质服务，确保新技术新应用，真正造福社会，造福人民。

各位来宾，各位朋友，超高清视频产业发展空间巨大，前景广阔。广电总局希望与社会各界携手起来，共同推动中国超高清视频的高质量创新型发展，共同开创超高清视频产业的美好明天。

最后祝本次大会圆满成功，祝各位身体健康，谢谢大家。

2. 苗圩：超高清视频有望成为 5G 商用部署的重要场景和驱动力

2019-05-10 14:37:50 来源：ASIAOTT AsiaOTT

2019 世界超高清视频（4K/8K）产业发展大会于 5 月 9 日在广州举行。作为全球超高清视频（4K/8K）产业领域规格高、规模大、国际影响力强的年度盛会，大会由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省人民政府主办。



大会上，工业和信息化部部长苗圩在会上，就如何全面的推进超高清视频产业快速健康的发展。提出了四点要求，以下为苗圩部长演讲实录：

尊敬的李希书记，马兴瑞省长，尊敬的聂辰席局长，阎晓明副台长。各位来宾，各位朋友，大家上午好！初夏的五月，我们共聚羊城，隆重的召开首届世界超高清视频的产业发展大会。在此我谨代表工业和信息化部，对大会的召开表示热烈的祝贺。对各位嘉宾的到来，表示诚挚的欢迎！向关心支持中国超高清视频产业发展的各位同事，各位专家、学者和企业家朋友们，表示衷心的感谢。

习近平总书记在去年年底召开的中央经济工作会议上，对于制造业的高质量发展作出了重大的决策部署，并且将制造业高质量发展作为今年七项重点工作任务之首。

当前互联网、大数据、人工智能等新一代技术，加速向实体经济的融合渗透，形成了新的发展动力。超高清视频是继数字化、高清化之后的新一轮重大技术变革，发展超高清视频产业对于推动产业的转型升级，满足人民对美好生活的需要，具有重要的意义。去年 3 月，同样在广州，我们成功的举办了超高清视频产业发展大会。一年来，在政、产、学、研、用各方的共同努力下，我国在超高清视频领域达成了一系列标志化的成果，产业实现了快速的进步。工业和信息化部，国家广播电视总局，中央广播电视总台等部门联合印发了超高清视频产业发展的行动计划。

中央广播电视总台，广东广播电视台正式开通了 4K 的电视超高清的频道，中国超高清视频产业联盟和超清视频制作技术协同中心应时而生。

2018 年我国超高清电视的国内销售量占电视机总销售量的比例达到了 67%。三大电信运营商

4K 机顶盒的用户数现在已经达到了 1.5 亿户。在文艺、教育、安防、监控、医疗、健康等领域也涌现出一批创新应用的亮点。党中央国务院高度重视新兴技术领域的创新发展，强调要提升产业链水平，注重利用技术创新和规模效应，形成新的竞争优势，培育和发展新的产业集群。

超高清视频面向最广大的消费者市场和行业的应用市场，融合了创新空间广阔，特别是超高清视频对传输网络的大流量、高速率，低时延的需求，与 5G 网络的建设是高度吻合的，有望成为 5G 商用部署的重要场景和驱动力，展现出旺盛的成长潜力。

作为工业和通信业的行业主管部门，工业和信息化部将按照党中央有关决策部署和整体的工作安排，与广电等部门密切合作，以实施超高清视频产业发展行动计划为抓手，全面的推进超高清视频产业快速健康的发展。

一是要深化协同发展，建立和完善部省的合作机制，做好统筹规划，引导差异化的布局，形成发展合力。

二是要支持先行先试，加大政策的协调，指导支持地方培育超高清视频产业创新集群和应用基地，聚焦产业链的薄弱环节，建设产业协同中心和制造业的创新中心。

三是构建产业的生态，加快公共服务体系和标准体系的建设，发挥企业的主体作用，促进产业链的协同共进，推动关键技术，重要产品的研发和产业化，催生更多的行业应用和商业推广的新模式。

四是加强开放合作，深化与海外优势的国家 and 地区的交流与合作，鼓励支持外资企业参与到我国的超高清视频产业的发展，实现合作共赢。

各位来宾，各位朋友，我国超高清视频产业正迎来全面提速的战略发展机遇期。这几年广东省率先开展探索，取得了显著的成效。我们将联合广播电视总局等部门，支持广东省创建超高清视频产业发展的试验区，探索形成可复制、可推广的经验模式。同时也希望基础比较好，有优势的省市加大超高清视频技术的研发和示范应用，尽早的形成由点及面，遍地开花的发展新局面。

为加快培育新动能，支撑经济的高质量发展，作出新的更大的贡献。最后预祝本次大会取得圆满的成功，谢谢大家。

3. 阎晓明：未来三年逐步实现全部电视频道的 4K 超高清改造播出

2019-05-10 14:31:24 来源： **ASIAOTT** AsiaOTT

2019 世界超高清视频（4K/8K）产业发展大会于 5 月 9 日在广州举行。作为全球超高清视频（4K/8K）产业领域规格高、规模大、国际影响力强的年度盛会，大会由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省人民政府主办。



大会上，中央广播电视总台副台长阎晓明表示，在4K推动上，中央广播电视总台正在构建5G+4K+AI的全新格局，开播了国内首个上星的4K超高清频道，和广东省签署了4K超高清产业的战略合作协议。

未来三年，中央广播电视总台计划投入80多亿元，逐步实现全部电视频道的4K超高清改造播出，并且为8K超高清应用打下坚实的基础。

以下为演讲实录：

尊敬的李希书记，尊敬的苗圩部长，聂辰席部长，马兴瑞省长。尊敬的各位领导企业家，各位嘉宾朋友，很高兴与海内外嘉宾一起参加2019世界超高清视频4K/8K产业发展大会，把这样一个探讨引领产业潮流的会议放在素有引领风气之先的广东举办。汇聚天时，地利以及各位思想交流，分享智慧所形成的人和，标志性是超高清的，也具有广泛的影响力。这是我们举办这次会议的心愿，也必定是我们这次会议的成果。在此，我谨代表中央广播电视总台，对会议的召开表示热烈的祝贺。

今年初，工业和信息化部、国家广播电视总局和中央广播电视总台联合发布了《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》。从某种意义上说，这是中国超高清视频产业的一个转折，它意味着集结行动和面对这场世界性技术革命的潮流，由观潮到弄潮的转变，当它的重要性越来越被认识，并且由此形成一种方向时，我想有两个问题，可能需要引起我们的关注。

第一它是信息革命的产物。某种意义上也是信息革命的引领，由视频数字化，高清化到超高清视频。从形态的逻辑看，是显示端清晰度的升级，实际上它的基础是信息技术革命。

因为超高清的技术，它的实现必须依托于传输渠道，接收终端、生产方式的整体技术进步。可以说它是信息技术革命发展到新阶段的重要标志。而超高清视频的应用方式和普及程度，也必然对信息技术提出更多的要求，成为推动其进一步革命的动力。因此我们在研究讨论超高清视频技术时，必须将其与最先进的传输技术制作技术结合起来，将正在进行的信息产业与其他产业的融合进程结合起来，才能打开想象的空间，不断创新业务形态。第二，超高清视频因需求应用而生，但更大的意义在于改变生产和生活方式。

从目前看，超高清视频最直接的作用在于满足人的视力娱乐化信息需求，但是人的视力的信

息需求是多层次的，在娱乐化之外，还有应用性的信息需求，它渗透在日常生活的方方面面。同时人的视力信息需求还会分开普通生活的需求和专业生产的需求。比如医疗、自动驾驶、天文等等。这就为超高清视频的应用提供了无限的想象空间，无疑它会带来生产和生活的许多革命性变化。而超高清视频产业本身来说，它属于融合创新型的产业形态，包含采集、制作、传输、呈现、应用等多个环节。

对于驱动以视频为核心的行业智能化转型，推动产业链核心环节向中高端迈进，具有重要的带动作用。这要求我们必须打破传统行业的壁垒，集中资源，重点突破关键器件，内容共济，网络传输等薄弱环节，做好标准体系建设，推动产业链上下游的通力合作，从而带动各环节整体提升，协同发展。当前超高清视频内容匮乏，仍然是制约产业发展的重要因素。中央广播电视总台正在构建 5G+4K+AI 的全新格局，开播了国内首个上星的 4K 超高清频道，和广东省签署了 4K 超高清产业的战略合作协议。

不久前的一带一路高峰论坛开幕式上，首次采用 4K 超高清信号，对习主席出席开幕式和主旨演讲全程直播，并且为媒体全程提供 4K 的公共信号。我们深切地感受到 4K 超高清节目的制作，直播带来了直播方式，工作流程，尤其是人的观念的深刻变化。未来三年，中央广播电视总台计划投入 80 多亿元，逐步实现全部电视频道的 4K 超高清改造播出，并且为 8K 超高清应用打下坚实的基础。中央广播电视总台是 4K 超高清视频的使用者，也是产业的推动者。

我们期待并且相信不同角色的智慧汇集，观点碰撞，一定会使本次会议传达出超高清视频发展的清晰的信息，和各方令人振奋的合作成果，从而推动产业的腾飞。最后，预祝大会圆满成功，也感谢大家对中央广播电视总台的支持，谢谢各位。

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. 索贝国际顶尖项目，引领全球市场风向

索贝深耕广电行业二十余载，一直都致力于为客户提供最优质的产品、解决方案及服务，不仅成为国内业界公认的领头羊，也通过国际市场拓展成长为世界广电舞台的一颗璀璨新星。Hive 融合媒体内容平台整体解决方案已在海外斩获多项国际性大奖，并成功应用到了全球著名通讯社及欧美国家级电视台、大型集团电视台等多个顶尖项目中，印证了索贝在全球市场的技术领先性及业务模式的创新性。索贝海外业务主要面向全球媒体机构、国家级电视台、集团电视台及地方新闻电视台提供对应解决方案。

全球云端内容共享及协同生产解决方案：

索贝为全球著名通讯社及全球性媒体机构量身打造全球新闻云整体解决方案，并携手两大著名通讯社提供基于共有云实现了全球内容实时共享、高效协同生产、随时随地编辑及发布，以及资源和业务的自动伸缩能力，实现资源利用率最大化并有效降低用户的综合运营成本。

集团媒体数据中心解决方案：

用于欧美国家级电视台、集团电视台的全集团内容、资源共享及协同生产业务场景。索贝为瑞士国家广电集团打造了一套基于多数据中心的集团化、分布式、跨地域融合媒体制播系统，覆盖了集团内各业务体系的制播及内容无缝共享需求。该方案不仅实现了新闻、体育、后期制作等领域的高效协同生产，还降低了系统整体运营成本。

融合新闻制播解决方案：

在融合新闻生产领域，索贝凭借 Hive 融合媒体内容平台整体解决方案持续保持优势地位，在 NBC 集团波士顿分台及华盛顿分台、罗马天主教廷官方新闻网、荷兰国家电视集团东部分台、丹麦 TV2 集团 Lorry 分台、墨西哥天空电视台等项目中，索贝的优质产品及服务奠定了海外业务发展的坚固基石。

（本期结束）