

# 广电行业综合信息

2019 年第 08 期（总第 97 期）

中国广播电视设备工业协会

2019 年 9 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) 【快讯】河北广电无线传媒有限公司国有股权公开转让.....	4
(2) 广电总局展台解密！中国广电 700M 5G 基站真面目揭晓！.....	6
2. 移动电视及 CMMB.....	10
(1) 山东新闻广播：手机节目，打造媒体融合“轻骑兵”.....	10
3. 直播星和户户通、村村通.....	12
4. 有线电视.....	12
(1) 【BIRTV2019】有线运营商如何助力县级融媒体中心建设？这场会议好评如潮.....	12
(2) 有线电视失血难避免 “宽带+5G” 能否成广电逆袭的解药?.....	13
(3) 有线电视还有救吗？且看三大运营商如何作为.....	14
(4) 【TV 资本论】广电企业半年报“如期而至”，“全国一网”仍旧“杳无音信”.....	15
5. 前端、制作与信源.....	20
(1) 【BIRTV 看点】“牛气冲天”的 5G，就是这么引人注目！.....	20
(2) 【BIRTV 看点】红红火火 BIRTV，闪闪亮亮 4K/8K 超高清.....	26
(3) 5G+8K 转播车亮相北京，男篮世界杯转播将投入使用.....	31
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	32
(1) OTT 新变局:深挖 OTT 应用价值,离商业变现爆发很近.....	32
7. 新媒体.....	33
(1) 广深港高铁将成为全国第一条 5G 全线覆盖高铁线路.....	33
(2) CNNIC 发布第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》.....	34
(3) 广电：5G 网络建设之路！.....	36
8. 媒体融合.....	40
(1) 重磅：独家完整版《2019 中国传媒产业发展报告》PPT.....	40
9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术.....	60
(1) 5G+4K+VR，给广电带来的是什么？.....	60
10. 国际动态.....	65
(1) 葡萄牙将从 2020 年释放 700MHz 频段.....	65
11. 走向海外.....	66
(1) DTMB-A 进军拉美市场再创辉煌.....	66
(二)、重要政策进展.....	70
1. 三网融合.....	70
(1) 2025 年——广电首次明确 5G 建设时间节点.....	70
(2) 5G 时代来临 给广电媒体带来更多的冲击还是机遇?.....	71
2. 宽带中国.....	73
(1) 总局印发《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》的通	

知.....	73
4. 与广电相关的标准.....	78
(1) AVS3 标准正在制定中 将为 5G+8K 视频传输铺路.....	78
5. 广电行业动态与分析.....	78
(1) 【BIRTV2019】张宏森：要把一体化理念融入到广电发展的全过程....	78
(三)、领导讲话.....	79
二、会员企业信息.....	80
1. 华为联合索贝面向超高清视频领域推出双品牌存储产品 FusionStorage-VIDA 80	
2. 中科大洋与抖音达成重要合作，助力媒体快速融入短视频生态.....	82

# 一、行业信息

## (一)、新技术和市场动态

### 1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态

#### (1) 【快讯】河北广电无线传媒有限公司国有股权公开转让

2019年08月23日 中广互联 作者：苗梦佳

8月23日，“河北产权市场”微信公众号发布消息称，受河北广电传媒集团有限责任公司、河北广电信息网络集团股份有限公司委托，河北广电无线传媒有限公司部分国有股权在河北产权市场公开转让。



据了解，河北广电无线传媒有限公司成立于2009年04月24日，注册地位于石家庄市

新石北路 368 号，法人代表为焦磊，注册资本 5000 万人民币，实缴资本 5000 万人民币。经营范围包括移动多媒体广播电视、地面数字电视的工程建设、网络维护服务；短信息服务业务（全省）；因特网信息服务业务（范围以许可证核定为准）；网络视频制作，研发、设计、管理、维护多媒体互动网络系统及应用平台；设计、制作、代理、发布广告；房屋租赁；河北省行政区域范围卫星地面接收设施配套供应及组织安装施工、售后服务维修等相关服务（许可证有效期至 2019 年 6 月 30 日）；与上述业务相关的设备销售；技术开发、技术咨询服务。



作为河北广电内容集成播控平台运营机构，河北广电无线传媒公司运营的河北 IPTV 截止 2019 年 4 月 16 日用户数突破 1500 万。

一、河北广电传媒集团有限责任公司转让标的

1、河北广电无线传媒有限公司 1%国有股权(标的 A)

挂牌价格 2657.83 万元。

2、河北广电无线传媒有限公司 1%国有股权(标的 B)

挂牌价格 2657.83 万元。

3、河北广电无线传媒有限公司 1.5%国有股权(标的 C)

挂牌价格 3986.75 万元。

4、河北广电无线传媒有限公司 1.5%国有股权(标的 D)

挂牌价格 3986.75 万元。

5、河北广电无线传媒有限公司 1.5%国有股权(标的 E)

挂牌价格 3986.75 万元。

6、河北广电无线传媒有限公司 1.5%国有股权(标的 F)  
挂牌价格 3986.75 万元。

7、河北广电无线传媒有限公司 2%国有股权(标的 G)  
挂牌价格 5315.66 万元。

8、河北广电无线传媒有限公司 2%国有股权(标的 H)  
挂牌价格 5315.66 万元。

9、河北广电无线传媒有限公司 4%国有股权(标的 I)  
挂牌价格 10631.33 万元。

10、河北广电无线传媒有限公司 5%国有股权(标的 J)  
挂牌价格 13289.16 万元。

二、河北广电信息网络集团股份有限公司转让标的

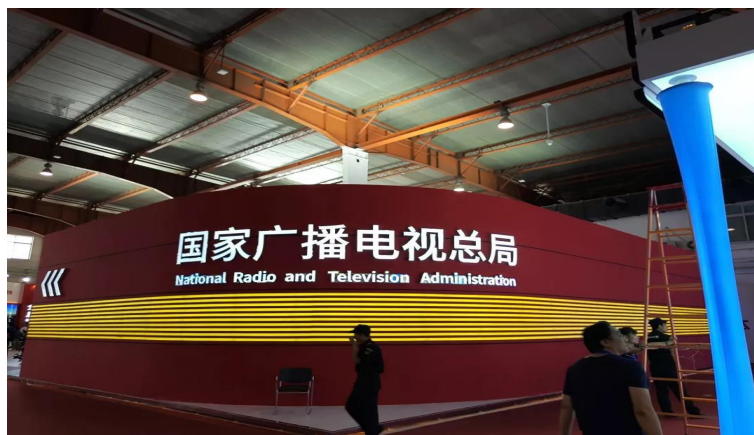
1、河北广电无线传媒有限公司 1%国有股权，挂牌价格 2657.83 万元。

2、河北广电无线传媒有限公司 3%国有股权，挂牌价格 7973.5 万元。

挂牌起止日期：2019 年 8 月 19 日至 2019 年 9 月 16 日。

## (2) 广电总局展台解密！中国广电 700M 5G 基站真面目揭晓！

2019-08-23 15:49:13 来源： **ASIAOTT** AsiaOTT



众视网小编第一时间来到广电总局位于 6002 号的展台。总局立足广播电视技术前沿，把握未来传播方向，按照“智创未来，融通天下”的理念，运用 AR/VR、云计算、大数据、人工智能、5G、物联网等技术，实现时间与空间、虚拟与现实、人与物等各种场景的连接，着力体现智慧广电、媒体融合、全媒体建设等方面的应用成果和发展趋势。

展台上展示了基于融媒体的统一指挥调度信息系统，包括实时指挥调度系统、来自各媒体的线索信息、各类选题信息、发布信息和反馈结果。

展台上展示了国内首个基于 5G 环境下，展现全息视频对文化产业的生态重大影响，现场实现观众与远程嘉宾“面对面”互动。



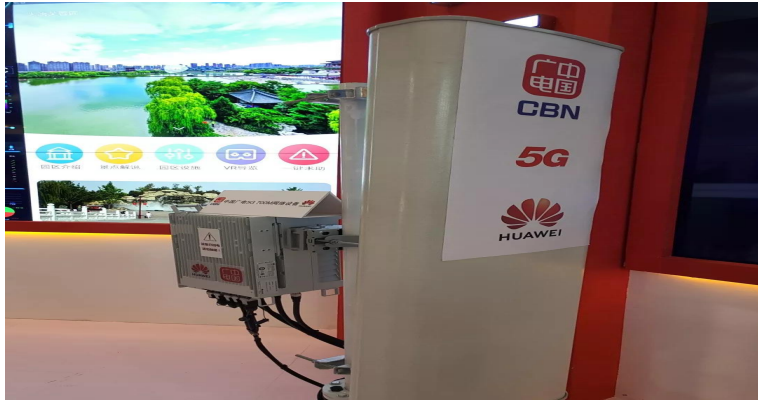
展台上展示了广电系统县级融媒体建设的成果，同时展示了县级融媒体“新闻+政务+服务”的移动客户端服务。

广电智慧城市操作系统，以地理信息系统为基础，实现移动化、社交化和可视化。基于广电物联网和共享经济模式，向社区提供，包括医疗和健康服务在内的更多公共服务。向家庭共享更多福利。

同时，总局展位还展示了有关于全国一张网的发展情况，基于广电 5G、700MHz 资源、全国有线网络的互联互通及网络整合发展情况进行了展示。

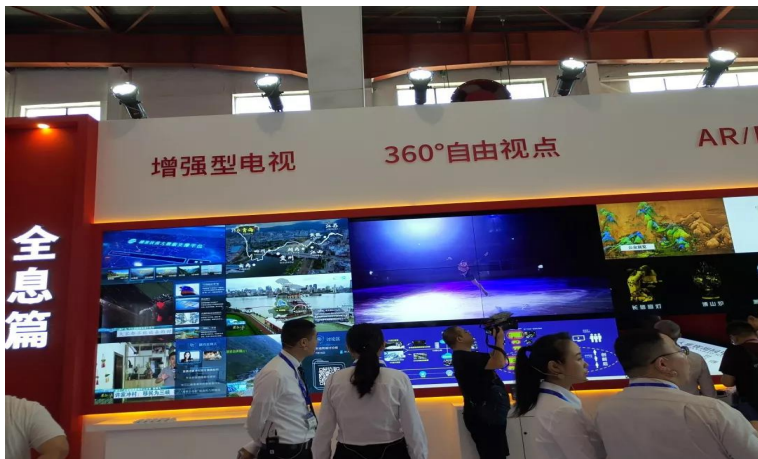
在现场，总局展位展示了中国广电与华为共同合作推出的 4.9GHz 小基站与基于广电 700MHz 的基站案例。700MHz 对于广电而言是重要的通信资源，这是首次在公开展位上看到广电基于 700MHz 的 5G 设备方案。





旁边不远处就是广电智慧城市的平台展示，基于智慧城市、智慧医疗、智慧健康、智慧社区、智慧家庭等万物互联环境下的智慧广电解决方案。

也就是说，此次国家广播电视总局展位，以中国广电为代表，展示了包括基础通信、连接、平台、业务等全覆盖的 5G 未来场景。







## 正能量传播与区块链管理



## 2. 移动电视及 CMMB

### (1) 山东新闻广播：手机节目，打造媒体融合“轻骑兵”

时间：2019-08-05 10:09:03 来源：传媒一线 Report

【慧聪广电网】面对媒体融合的新形势，山东新闻广播（呼号“山东人民广播电台”）积极创新传播业态，摆脱原有途径依赖，从2018年10月下旬起，在业内率先推出“手机节目”形态，并集中优势兵力，成立“手机节目部”。到目前，已成功举办了50多场手机直播，累计观众3000多万人次，留言260多万多条。其中《双十一驾到》单场直播观众人数超过400万，留言50多万条。“手机节目”显著提升了山东新闻广播的传播力、影响力。



所谓“手机节目”，就是以手机为接受终端，以手机用户为目标受众，集纸媒的图文、广播的声音、电视的视频、网络的游戏互动为一体，借助移动互联网进行传播的节目。山东新闻广播的“手机节目”除了事件性直播外，还推出常态化的“手机节目”，正在实验中积极推进。

山东新闻广播的实践探索表明，对于传统媒体而言，“手机节目”具有投入少、见效快、易操作等特点，可以有效地把传统媒体的品牌优势和公信力赋予到新型移动传播平台，尽快实现媒体融合并获得收益。概况起来，“手机节目”有以下六个“创新点”：

一是不绕弯子，直接进入“主阵地”。在移动互联时代，手机无疑是信息传播的“主阵地”。山东新闻广播的“手机节目”有的直接围绕党和政府的中心工作，比如，“一次办好”改革、纪念改革开放40周年、山东瞪羚企业发展、山东“冠军企业”发展等；有的紧紧围绕群众关切和百姓民生，如全省供暖、“双十一”电商节、年货大集等；有的配合企业营销，比如为格力电器、小鸭电器、融创地产、银座集团等进行商业直播。直播时间为连续15小时的“一次办好”直播；最大范围直播是“改革潮畔侧耳听——纪念改革开放40周年”，省市县区50家电台参与，手机全网观看量超过370万，网友手机留言50多万条；的直播是到上海，直播“2019中国家电及消费电子博览会”，都取得了非常好的传播效果，“回头客”大增，口碑效应初步呈现。

二是不用等待，直接看到受众反馈。“手机节目”就是以手机为接受终端的节目形态，但并不是简单地把电视节目搬到手机上，它不仅具有电视的视频，更重要的是可以实现与受众的即时互动，第一时间获取受众反馈，并适时调整内容及播出。山东新闻广播在“手机节目”中推出“砸金蛋、中奖品”环节深受受众欢迎，也成为节目吸粉的重要途径。以今年5月举办的10小时直播“红动齐鲁——山东红色讲解故事大赛”特别节目为例，提

前 3 天在频道官微开通公众启动平台，118 万人参与启动。

30 日当天，在济南战役纪念馆前广场举办启动仪式，50 分钟时间，通过手机节目在线收看参与的网友达到 17.38 万人，1.87 万人在新浪微博进行话题讨论，后台点赞 5.67 万，网友留言 8678 条。当天，山东新闻广播还联合全省 31 家电台，通过官微、闪电新闻客户端、51 听客户端等，从早上 8 点半到晚上 7 点，进行了时长 10 个半小时的不间断手机直播，有 275 万网友通过手机直播平台、抖音短视频等方式观看了直播。

三是不用测算，直接看到传播效果。同传统的广播电视节目不同，客户投放宣传只能通过收视率、收听率推算的方式，估量出大体的传播效果，而“手机节目”可以让客户立竿见影的看到成效。比如，山东制造业单项冠军（主营产品市场占有率达到省内第一、国内前五）名单出炉后，山东新闻广播联合山东省工信厅举办了 150 分钟的手机直播节目，派出 16 路记者奔赴 16 家企业，用事先录好的视频和现场连线的方式发回报道，山东省工信厅李莎副厅长做客济南的直播间。两个半小时时间，受众达到 65 万人次，互动留言 2 万多条。用李莎的话说，效果之好大大超出自己的预料。

此后，山东新闻广播又与山东省工信厅举办了手机直播“奔跑吧，山东瞪羚”，宣传山东瞪羚企业；在改革开放 40 周年手机节目中，对济南小鸭集团作为一个点进行了报道，良好的传播效果给他们留下了深刻印象。3 月 14 日，又邀请山东新闻广播到上海，对他们参加 2019 中国家电及消费电子博览会的展览进行手机直播，2 小时全媒观看量 130 多万。对于传统媒体而言，如何将媒体融合的成果变现是一个普遍性的难题，高投入、负产出是很多媒体面对的结局，所以难以持续。由于手机直播可以让客户立即看到效果，山东新闻广播的市场开拓能力因此增强，过去从来不在该频道投放广告的格力电器、银座集团、燕之屋碗燕和一些房地产企业等，开始在手机节目投放广告。齐鲁银行冠名赞助了“温暖 2018”融媒体直播，并派一位副厅长参与节目，直播后，他们对传播效果极其满意，之后又增加了对频道的品牌广告投入。

四是不用安装，直接观看视频直播。一个成功的 APP 需要数以亿计的资金投入，强大技术队伍的支撑，并且需要用户下载安装，安装量、日活量都是难以逾越的坎。

山东新闻广播推出的“手机节目”可谓是媒体融合的“轻骑兵”，不用下载安装专用 APP，更不用投入大量的资金和技术维护，用户只要关注“山东人民广播电台”微信号即可直接看直播，甚至不用关注微信号，在朋友圈获悉一个二维码即可观看。

五是不用维护，直接兼容各个平台。山东新闻广播使用的是专业公司提供的技术支持，使用管理起来非常简单可以简单到不分时间地点，只要一部手机、一个笔记本电脑即可实现直播，而且直播信号可以与山东广播电视台的闪电新闻 APP、51 听 APP 和今日头条、抖音、新浪微博、蜻蜓、喜马拉雅等平台兼容，同步直播，借船出海，扩大传播效果。

以直击全省供暖为主题的“温暖 2018”为例，山东新闻广播自身直播平台累计观看量超过 46.8 万人次。同时，山东广播电视台闪电新闻客户端浏览量 62.6 万人次，51 听 APP 浏览量 22 万人次，抖音短视频浏览量 117.4 万人次，再加上其他传播平台，总计浏览量 300 多万人次。

六是不用催逼，人员直接进入状态。传统媒体在推进媒体融合中关键的因素是人，需要从业人员转换思维方式，提升新的技能。山东新闻广播以“手机节目”为抓手，倒推队伍建设，提出了融媒体时代新闻工作者需要掌握的基本技能：“写得好稿件、拍的好照片、做得好视频、讲得好故事、用得好两微、玩得转抖音”。

新形态带来新流程、新标准、新要求，从而倒推队伍建设，不用催逼，人人都感受到了紧迫感和危机感。山东新闻广播推出“手机节目”后，最大的收获是人的改变，换来的是采编播人员思维方式的转变和技能的提升。两会期间，“手机节目部”的一位主播出差一天，回来后直呼“同事谈话已听不懂，一天就落伍了”。

“手机节目”的推出也倒推了播出平台建设和技术升级改造。山东广播电视台党委非常重视和支持山东新闻广播的媒体融合，在融媒体中心办公区设立了“山东新闻广播融媒体直播间”，直接连通融媒体中心；投入 200 多万元，对山东新闻广播原有机房进行融媒体改造，加装 10 个摄像头和相应的灯光、背景屏等，改造成为国内的融媒体广播直播间。

总体而言，“手机节目”是媒体融合的“轻骑兵”，虽然不能替代战略意义上的媒体融合及顶层设计，但是低成本、可复制、易操作，特别适合县市区级媒体及单个广播电视频道操作，具有强大的生命力。

### 3. 直播星和户户通、村村通

（本期无）

### 4. 有线电视

#### （1）【BIRTV2019】有线运营商如何助力县级融媒体中心建设？这场会议好评如潮

2019 年 08 月 23 日 中广互联

由 BIRTV 组委会和中国广播电影电视社会组织联合会技术委员会联合主办、中广互联承办的“县级融媒体的内容建设与技术看创新论坛-有线电视网络运营商 VIP 专场”于 8 月 21 日下午在北京国际展览中心综合楼 2 层 205 室举行。



中国广播电影电视社会组织联合会技术委员会副会长杨玉龙和中国广播电视国际经济技术合作总公司副总经理孙柯林到会致辞，中国广播电影电视社会组织联合会有线电视委员会副秘书长曾会明主持了会议。



论坛邀请了广东广播电视台触电传媒董事、总经理施文辉发表了题为《脚踏实地，仰望星空——“珠江云”省级技术平台的实践与探索》、陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司融

媒体事业部技术总工吕星焯发表了题为《陕西融媒体中心省级平台设计》、浙江华数广电网络股份有限公司副总裁章军发表了题为《浙江省华数县级融媒体中心平台实践》、湖北省赤壁融媒体中心副主任李维伟发表了题为《内容为王 移动优先 引导群众 服务群众-县级融媒体中心建设的赤壁探索》、四川省有线广播电视网络股份有限公司媒资事业部副总经理何少平发表了题为《融媒体中心建设经验分享》等已开展县级融媒体中心建设的省局、台、网的领导到会做了经验分享，并与参会者就共同围绕县级媒体发展的创新、变革和融合等方面展开了讨论；成都索贝数码科技股份有限公司、北京启明星辰信息安全技术有限公司北京华云融汇科技有限公司项目等厂商代表也到会发表了县级融媒体中心相关的解决方案和应用。

本次会议为中国广播电影电视社会组织联合会技术委员会理事单位VIP理事会员活动，全国31个省有线电视运营商应邀到会，代表们通过围绕着“如何满足建设主体的能力需求”、“保障意识形态领域的安全可控”、“提升运营效率”、“更好地提供覆盖城乡宣传文化基础设施和技术服务”等问题，探讨了有线广播电视网络运营商如何助力县级融媒体中心建设这一议题。活动得到了与会代表的一致好评，积极推动了县级融媒体中心的建设。

## （2）有线电视失血难避免 “宽带+5G”能否成广电逆袭的解药？

时间：2019-08-19 09:49:28 来源：C114 通信网

【慧聪广电网】8月19日消息，日前，中格兰研究发布2019年第二季度中国有线电视行业季度发展报告。报告显示，二季度有线数字电视用户流失放缓，有线数字化率出现小幅提升。但失血仍无法避免，今年上半年，有线数字电视缴费用户1.44亿户，净减少178.9万户。未来，被广电寄予厚望的宽带和5G能否成为其逆袭的新解药？

虽“放缓”，但失血无法避免

虽然有5G牌照护身，但广电的日子依然很不好过。

因为我国有线电视行业发展实在不太乐观。业内人士坦言，有线电视的衰落是必然。

不出所料，有线电视持续“失血”的常态依然没有改变，用户规模持续下滑。报告显示，2019年上半年，我国有线电视用户总量净减少385.6万户，降至2.19亿户，有线电视在中国家庭电视收视市场的份额降至49.02%。

令人稍感欣慰的是，2019年二季度，有线数字电视用户流失放缓，有线数字化率出现小幅提升。

与之形成鲜明对比的是电信运营商主导的IPTV。在国家政策红利、宽带提速、用户需求三方共同作用下，IPTV获得了巨大的发展空间。在IPTV市场快速扩张的局面下，通信运营商的IPTV业务发展可谓顺风顺水。

工信部发布的数据显示，截至6月底，国内IPTV用户数量2.81亿户。显然，IPTV已成为中国电视媒体传播的重要渠道之一，超过有线电视、卫星电视、地面电视、OTT TV等，事实上成为我国最大的电视传输平台。

报告显示，截至6月底，广电的视频点播用户仅为6698.2万户，其中4K点播用户1610.2万户。

有人指出，“有线用户的流失对于广电来说本来就是一个兔死狐悲的故事，而在IPTV发展中的地位也略显尴尬：二级播控是政策给的；运营经验不如运营商；自身内容江河日下，根本无法当作谈判的。对于大多数省份的广电而言，我们正在逐步丢掉内容制作的地位，我们自己生产的内容在IPTV上已经很难算是优质的内容了。”

对于IPTV与有线数字电视行业的博弈，专家指出应理性看待。“这几年的发展现状也是IPTV业务未来所要面对的。如想长远发展，一定要深度挖掘及创新IPTV业务新的产业模式与增

长点，否则只能是步有线数字电视的后尘。”

宽带+5G，明日黄花的新生机？

由于广电行业结构仍未得到根本性的改观，市场分割、资源分散的局面尚未突破，全国一网的合力仍未实现。对于广电来说，随着有线电视业务受到挤压，也急于寻找新的经济增长点。被广电寄予厚望的有线宽带业务虽然有了不少起色，但也是“差强人意”，经历了漫长的缓慢增长，用户数终于突破 4000 万大关。

报告指出，2019 年二季度，我国有线宽带用户季度净增 73.7 万户，环比增长 1.9%，同比增长 4.8%，总量达 4010.6 万户，占有有线数字电视用户总量的比重提升至 20.3%。

由于先天营养不足，有线宽带的发展的前景不会太过明朗，这种劣势，也让中国联通看在眼里，希望能和广电结成战略同盟。

中国联通董事长兼首席执行官王晓初表示，广电的最佳合作伙伴就是中国联通。“广电现有的有线网络体系与移动及电信存在较大冲突，这两家公司的宽带用户比较接近，中国联通用户数只有 8300 万用户。所以，相对的互补性在这块冲突是最小的。对此，我们希望和广电进行沟通和广泛的合作。”

且不说最终结果如何，但就这么打眼儿一看，真有点落难兄弟依偎取暖的意思。

某业内人士指出，“有线虽然不会消失，但其垄断地位或是辉煌历史已经是明日黄花。对于广电来说，未来已经不是扩张新用户而是如何盘活存量用户。”

据了解，在智能终端方面，二季度我国有线智能终端用户持续增长。智能终端用户季度净增 145.0 万户，环比增幅 7.0%，同比增长 41.5%，用户总量达 2231.3 万户，占有有线数字电视用户总量的比重达到 11.3%。

此外，广电在网络建设方面也下足功夫，努力一搏。二季度我国有线电视双向网络渗透用户突破 1 亿户。有线网双向网络覆盖用户总量达 1.74 亿户，占全国有线电视用户的 79.6%。

有线双向网络渗透用户总量达 1.01 亿户，占有有线覆盖用户的比重达 58.1%。

与三大运营商相比，中国广电在网络侧并不具备优势，甚至劣势明显，如各自为政、缺钱少粮、缺乏全国一张网经营经验等等。但这并不能阻止广电行业对于电信业务的期盼以及对 5G 的厚望。

对于目前这种尴尬，广电自身也有着非常清晰的认识，将举全系统、全行业之力，谋划广电 5G 建设与“全国一网”整合。截至目前，山西广电网络、广西广电网络、福建广电网络、北方广电网络、河北广电网络、华数集团、龙江网络、山东广电网络、电广传媒等都已经与企业签订协议，开展 5G 方面的合作。

### （3） 有线电视还有救吗？且看三大运营商如何作为

时间：2019-08-16 09:21:10 来源：OTT 知多少

【慧聪广电网】这要是在前几年，有线电视也是每个家庭电视必须的，还曾一度垄断了电视行业的发展，但是随着以运营商旗下 IPTV 为代表的互联网电视的强势介入与崛起，这种景象是再也看不到了。

据中国有线电视行业 2019 年第二季度发展报告表示，2019 年上半年，我国有线电视用户总量净减少 385.6 万户，降至 2.19 亿户，有线电视在中国家庭电视收视市场的份额降至 49.02%。

与过去传统的有线电视不同，互联网电视有着更为全面的功能、吩咐的内容节目已经新奇的体验，更甚至是在价格上也完胜有线电视。同时，随着消费观念的升级，越来越多的用户在选择上更加的倾向于 IPTV。

随着有线电视用户持续流出，现在用户数已经被 IPTV 反超。根据工信部最新资料显示，2018 年底有线电视用户总数为 2.22 亿户，而今年上半年，国内 IPTV 的用户总数已经突破 2.8 亿大关。此消彼长间，二者差距将会被进一步拉大。

面对这样的困境，广电也做出了不少回应，包括推出 4K 频道、在各地陆续取消多项有线电视费用等，试图通过体验升级和价格让步来缓解市场压力，但收效甚微。

【慧聪广电网】对于有线电视能是否或将被取代，未来该何去何从的问题，三大运营商给出了自己的“态度”。

首先，广电近几年不可谓不努力，但可惜，重点并不在有有线电视，而是通信领域。我们都知道，成功拿下 5G 牌照的广电成为名副其实的“第四大运营商”，很明显，接下来广电的工作重点将围绕通信领域展开。即便是真的最后通过 5G 给有线电视注入新鲜血液，也不是朝夕之间就能完成的。



另外三大运营商那边，竞争愈发激烈，谁都不想在关键时刻掉队。所以能够看到，宽带套餐整体市场优惠力度表现相当突出，不仅仅是体现在价格方面，套餐内容也更加充实，比如广西电信就推出“提速宽带送视频会员年卡”的活动，这样一来，产品内容更加丰富，价值优势进一步扩大。

而大家都明白的一点是，有线电视无法做到用户体验感上，而且在画质上也是无法满足用户需求的。

事实上，尽管在画质及资源上，现阶段有线电视依然保有 IPTV 无法逾越的行业堡垒，但能够看到，由于用户感受组成的复杂性，更加全面的 IPTV 才是电视市场未来发展的方向。

#### （4）【TV 资本论】广电企业半年报“如期而至”，“全国一网”仍旧“杳无音信”

2019 年 08 月 31 日 中广互联

政策一览

##### 【广电总局】

1、8 月 15 日，国家广播电视总局印发了《C 频段广播电视卫星接收站与 5G 基站干扰协调实施办法(试行)》【广电办发[2019]214 号】，用于指导和规范 5G 基站设置、使用单位和 C 频段广播电视卫星接收站使用单位，采取有效措施保护广播电视相关系统免受 5G 基站有害干扰。

2、8 月 13 日，科技部、中央宣传部、中央网信办、财政部、文化和旅游部、广播电视总局共同研究制定了《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》。

大事提醒

### 【中央广播电视总台】

1、近期，中央广播电视总台动作频频。在8月16日-26日短短10天之内，总台成立了英语环球节目中心，召开了新中国成立70周年重要文艺活动转播动员会，召开了央视综艺频道创新节目推荐会，以及展开“打假”行动。

2、8月28日下午，央视新闻发布微博，正式发布我国首个大湾区广播电台：中央广播电视总台粤港澳大湾区之声(FM101.2 AM 1215)的开始曲。根据计划，大湾区之声将于今年9月1日正式开播。与此同时，在这条微博中，中央广播电视总台的LOGO“CMG”也首次亮相。

3、8月28日，中央广播电视总台联合中央有关部委、部分省区市党委宣传部、国家重大工程主导单位，以及国内知名品牌企业，共同举办“品牌强国工程”发布活动。新一轮“广告精准扶贫”和“国家重大工程公益传播”两大公益宣传传播活动同时启动。

### 【电信运营商】

1、8月27日消息，三大电信运营商5G商用放号时间推迟，推迟至9月20日前或者国庆后。

2、截至7月底，三家基础电信企业发展手机上网用户数为13.1亿户，对移动电话用户的渗透率为82.5%。IPTV(网络电视)用户达2.85亿户，比上年末净增2998万户，对固定宽带用户的渗透率为65%，较上年末提升2.3个百分点。

### 【报告】

8月30日，中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第44次《中国互联网络发展状况统计报告》。《报告》从互联网基础设施建设、网民规模及结构、互联网应用发展、互联网政务应用发展和互联网安全等多个方面展示了2019年上半年我国互联网发展状况。

### 重要言论

### 【广电总局】

1、8月25日，国家广播电视总局在青岛西海岸举办“面向5G高新视频企业座谈会”。国家广播电视总局副局长、党组成员张宏森在讲话中就进一步推动5G高新视频产业发展提出三点意见：一是推进科技和文化的深度融合，助力5G高新视频内容建设。二是完善体制机制，助力5G高新视频产业发展。三是加强政府监管，助力5G高新视频发展行稳致远。

2、8月26日，中国广电·青岛5G高新视频实验园区项目战略合作备忘录签署及揭牌仪式在山东青岛西海岸新区举行。中宣部副部长、国家广播电视总局党组书记、局长聂辰席，山东省委书记、省人大常委会主任刘家义出席仪式，并为全国首个5G高新视频实验园区揭牌。聂辰席对推动5G高新视频发展提出三点意见：一是坚持正确方向，大力推动视听内容创新创优。二是坚持科技引领，持续强化高新视频技术自主研发应用。三是坚持开放合作，努力做强做优高新视频产业生态。

2、近日，国家广播电视总局副局长、党组成员张宏森会见飞利浦公司负责人何国伟一行。张宏森强调，在5G条件下广播电视供给侧结构性改革责任重大、任务繁重，我们将面向5G着力打造高技术规格、新应用场景的视频业务。广电将以开放合作的姿态创新体制机制，促进科创和文创的深度融合，打造高新视频产品，不断丰富5G业务应用，满足5G背景下人民群众对高质量内容的需求和期待。

### 【工信部】

近日，工信部信息通信发展司司长闻库接受记者采访时表示，4G网络至少还能用10年。不存在建了5G就拆除4G或限制4G速率的必要性。5G网络的建设并不意味着4G网络的撤退。5G网络建设的同时，仍要加大4G网络的建设。

### 公司动态

### 【陕西广电网络】



1、日前，陕西广电网络发布 2019 年半年度报告。报告显示，上半年，公司实现营业收入 14.23 亿元，归属于上市公司股东的净利润 8,120.62 万元。

2、近日，陕西广电智慧社区公司总经理杨晓军、西安沃克智能科技有限公司董事长吕超分别代表陕西广电网络智慧社区服务运营管理有限责任公司与西安沃克智能科技有限公司签订了“广电智慧社区服务平台产品与服务合作协议”。

#### 【广西广电】

1、日前，广西广电网络发布公告称，决定拟投资建设数字广西“广电云”村村通户户用工程，项目总投资为人民币 671146.2 万元。

2、近日，广西广电网络发布 2019 年半年度报告。报告显示，公司上半年实现营业收入 9.54 亿元，同比下降 12.73%;归属母公司所有者的净利润 3474 万元，同比下降 57.86%。

#### 【湖北广电】

1、8月26日，湖北广电网络与中国信通院签署《业务合作协议》。据悉，该业务合作协议的签署及实施，有利于统筹整合产学研用优势资源，把握行业发展与政策监管的趋势，提高公司在工业互联网、5G、云计算、大数据、网络与信息安全、大视频等重大领域的战略定位，进一步促进湖北广电向综合信息服务提供商的转型升级。

2、8月30日，湖北广电发布 2019 年半年度报告。报告显示，上半年公司累计实现营业收入 12.57 亿元，较上年同期下降 0.42 亿元，同比降低 3.24%，归属于上市公司股东的净利润 1.31 亿元，同比下降 26.80%。

#### 【江苏有线】

8月26日，江苏有线发布了 2019 年半年度报告。报告显示，2019 年上半年江苏有线实现营业收入 37.10 亿元，同比下降 5.07%;归属于上市公司股东的净利润 2.84 亿元，同比下降 17.11%，并连续第十次被评为“全国文化企业三十强”。

#### 【吉视传媒】

8月26日，吉视传媒发布了 2019 年半年度报告。报告期内，公司实现营业收入 94,274.35 万元，较上年同期减少了 1.70%;实现归属于上市公司股东的净利润 9,898.36 万元，较上年同期减少了 25.21%。

#### 【东方明珠】

1、8月27日，上海信投拟向东方明珠转让其持有的东方有线 2%股权，股权的转让价格预估为人民币 100,480,000 元。股权转让完成后，上海信投将持有东方有线 49%股权，东方明珠将持有东方有线 51%股权。

2、8月28日，东方明珠发布 2019 年半年度报告。报告显示，2019 年上半年公司实现营业收入 57.06 亿元，同比降低 5.34%，实现归属于母公司净利润 10.71 亿元，同比降低 13.62%。

#### 【天威视讯】

近日，天威视讯发布 2019 年半年度报告。报告显示，2019 年上半年公司实现营业收入 7.68 亿元，同比增长 1.31%，实现归属于母公司净利润 1.07 亿元，同比增长 0.85%。

#### 【歌华有线】

8月30日，歌华有线发布 2019 年半年度报告。报告显示，2019 年上半年，歌华有线实现营业收入 12.2 亿元，同比增长 2.35%;实现归属于上市公司股东的净利润 4.36 亿元，同比增长 19.20%。

#### 【贵广网络】

8月30日，贵广网络发布 2019 年半年度报告。报告期内，贵广网络总体经营状况良好，实现营业收入 15.38 亿元，同比增长 7.15%，归属于上市公司股东的净利润 1.5 亿元，同比降低 37.55%。

### 【华数传媒】

8月30日,华数传媒发布2019年半年度报告。报告期内,公司实现营业收入165,046.92万元,比上年同期增加8,989.80万元,同比增长5.76%,实现归属于上市公司股东的净利润40,465.26万元,同比增长27.68%。

### 【新媒股份】

8月29日,广东南方新媒体股份有限公司(股票简称:新媒股份)发布了2019年半年度报告。2019年上半年,公司实现营业收入44,793.02万元,同比上升56.47%;归属于上市公司股东的净利润为17,093.90万元,同比上升63%。

### 【暴风集团】

8月30日,暴风集团发布2019年半年度报告。报告显示,暴风集团2019年1-6月份实现营业总收入8359.29万元,同比下降89.44%。实现归属于上市公司股东的净利润-2.64亿元,相对于去年同期-1.06亿元的净利润,亏损幅度同比扩大了148.51%。

### 【芒果超媒】

8月30日,芒果超媒发布2019年半年度报告。2019年上半年,公司实现营业收入550,399.60万元,同比增长10.41%,实现归属于上市公司股东的净利润80,360.36万元,同比增长40.33%。

### 人事变动

#### 【广西广电网络】

8月29日消息,广西广电网络发布了《关于补选公司第五届董事会董事及聘任公司总经理的公告》。广西广电网络董事会提名罗勇为公司第五届董事会董事候选人,并提交公司股东大会选举;聘任罗勇为公司总经理,聘期与第五届董事会任期相同。

### 地方新闻

#### 【内蒙古】

日前,内蒙古广电局启动“智慧广电”建设,推进广播电视事业高质量发展。在自治区党委、政府的支持下,推进重点项目;组织广电网络集团与国云数据公司签订战略合作协议,运用市场机制推进工程建设。

#### 【辽宁】

8月15日,北方联合广播电视网络股份有限公司中标阜蒙县融媒体中心建设项目,标志着北方广电在业务转型、培育新能的青山绿水中又开辟了一条新的路径,是北方广电产业大开发的又一新突破。

#### 【重庆】

1、日前,重庆广电聚焦内容生产推动媒体融合发展。印发执行系列政策文件,明确融媒体中心建设重点任务、规范标准和效能评估指标体系。整合广电、报纸、网站、“两微一端”等多种媒体资源,优化重构媒体策划、采集、生产、发布全流程。

2、8月26日—29日,2019智博会在重庆举办。中国信息通信研究院副院长王志勤透露,根据中国信息通信研究院测算,预计5G在2020—2025年,将拉动中国数字经济增长15.2万亿元。截至今年7月,包括重庆在内,全国省市共发布5G相关政策文件35个。下一步,5G应用的重点将集中在云多媒体、智慧医疗、工业互联网、车联网方面。

#### 【福建】

1、8月26日消息,福建广电网络将从8月29日起新增多套高、标清频道,并对部分频道位序进行调整。据悉,福建广电网络本次调整升级将新增12套高清频道,其中央视CCTV11戏曲高清、央视CCTV13新闻高清、央视CCTV15音乐高清、央视CCTV17农村农业高清频道落地福建。

2、8月24日,福建广电网络在泉州市丰泽区“碧桂园·清源里”小区开展千兆宽带信

号接入首日优惠活动，现场吸引了大量业主前来参与体验和办理业务。福建广电网络集团首个千兆宽带试验小区成功落地泉州，在国内广电同行率先实现了千兆宽带落地，这也标志着福建广电网络宽带业务发展步入千兆时代，树立了广电高带宽接入的标杆。

3、近日，福建省委宣传部、福建省广播电视局联合印发了《关于加快推进“智慧广电”建设的实施意见》。主要任务包括建设“智慧广电”内容生产、传播网络、服务生态、安全监管等四大体系，共 11 项具体任务。

#### 【吉林】

8 月 23 日，东北三省及内蒙古自治区有线无线融合试验网建设推进研讨会暨 5G 发展论坛在吉林省抚松县隆重召开。

#### 【黑龙江】

近日，黑龙江广播电视台党组书记、台长杨晶，龙江广电网络集团党委书记、董事长赵鸿洋与腾讯副总裁王寒冰一行就数字龙江、融媒体建设等问题进行了深入讨论，在市场互补、资源互补、结构互补、技术互补等方面达成了一致共识，进一步加深了双方战略合作的深度和层次，为强强联手、共建共赢奠定了前提和基础。

#### 【贵州】

8 月 26 日，贵州省县级融媒体中心省级技术平台和多彩云事业发展中心揭牌仪式在贵阳举行，标志着“多彩贵州宣传文化云”建设应用工作又取得了新的阶段性进展。

#### 【广西】

1、8 月 23 日，经广西壮族自治区人民政府同意自治区数字广西建设领导小组重磅发布了《广西加快 5G 产业发展行动计划(2019—2021 年)》。《行动计划》中透露了 5G 网络建设时间表，2019 年底全区 5G 基站规模确保达到 3000 座，力争达到 6000 座，南宁市重点区域实现 5G 网络连续覆盖及商用，柳州、桂林、玉林等城市开通 5G 网络商用。

2、8 月 27 日消息，广西自治区党委宣传部、自治区广电局发布关于印发广西数字网络图书馆(数字农家书屋)工程建设实施方案的通知。通知要求，要完成 15143 个实体农家书屋的光纤联网，将信号接入实体农家书屋，配置三网融合数字电视机顶盒、液晶电视(43 寸)，宽带接入能力达到 30Mbps 以上，提供宽带、无线 Wi-Fi 及“广电云”服务，实现三屏联动(电视+手机+PAD)。

#### 【北京】

8 月 27 日至 8 月 28 日，国内第一次利用 5G+8K+5.1 环绕声进行赛事直播在北京体育大学成功举行。直播的内容是 2019 “丝路杯”国际女子冰球联赛首站比赛。

#### 【广东】

8 月 29 日，由横琴中拉经贸合作园与中国移动共建的粤港澳大湾区 5G 联合创新实验室项目现场启动。据悉，未来该实验室将为横琴中拉经贸合作产业园企业、横琴企业以及大湾区企业提供一站式 5G 应用孵化服务，打造 5G 公共服务平台，共同将该园区打造为 5G 创新产业园。

#### 【香港】

近日，大湾区 5G 产业联盟在香港成立，同时，中国移动宣布与华为合作，实现广深港高铁 5G 全线覆盖，广深港高铁将成为全国第一条 5G 全线覆盖的高铁线路。

#### 【安徽】

8 月 29 日，安徽广播电视台海豚 TV 与安徽省志愿服务联合会正式签约。基于双方共同打造“传媒+公益”的整体规划，积极宣传安徽省好人好事，双方本着互帮互助、共同发展的原则，双方建立战略合作关系，合作的宣传媒介是基于安徽广播电视台海豚 TV 客户端。

海外瞭望

#### 【迪士尼】

8月27日消息，迪士尼为将于11月启动的独立流媒体平台“Disney+”全力造势，意图提升迪士尼在全球流媒体服务市场的竞争力。迪士尼及旗下的漫威影业、卢卡斯影业、皮克斯动画工作室以及国家地理频道等将把各自原创节目置于“Disney+”平台上与观众见面。此外，“Disney+”还将成为所有迪士尼品牌家庭娱乐内容的唯一流媒体播放平台。

## 5. 前端、制作与信源

### (1) 【BIRTV看点】“牛气冲天”的5G，就是这么引人注目！

2019年08月23日 中广互联

第二十八届北京国际广播电影电视展览会(BIRTV2019)于8月21-24日在中国国际展览中心举办。国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省带来三大主题成果展——献礼新中国成立70周年，进入5G商用元年，在此次BIRTV2019展览会上5G又是怎样大放异彩呢？跟随小编的脚步我们一起一探究竟！



国家广播电视总局“智创未来，融通天下”



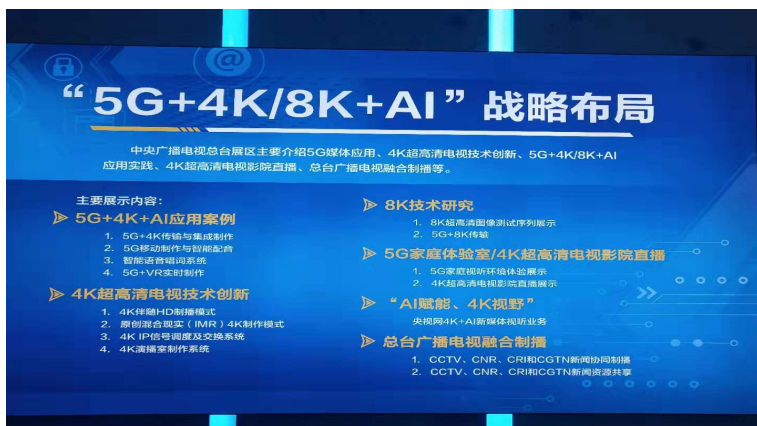
红红火火的国家广播电视总局展区在远处一眼就能望到，走进国家广播电视总局展区可以看到展区分为全程篇、全息篇、全员篇、全效篇、全国一张网几部分。其中360°自由观点是通过5G传输和边缘计算机等技术，实现用户个性化选择不同视角、不同人物观看电视。全息视频是5G环境下，展现全息视频对文化产业的生态的重大影响，现场实现观众与远程嘉宾“面对面”互动。全国一张网部分展示了广电5G、全国有线网络互联互通及网络整合发展情况。



中央广播电视总台展区以“5G+4K+AI”为核心主题



中央广播电视总台以“5G+4K+AI”战略指导下的技术创新为主题，集中展示和系统介绍展示总台在 5G 新媒体应用方面的技术创新与应用实践，在 4K 超高清制播等方面的科研进展和技术成果。突出展现总台“5G+4K+AI”战略发展中，最新技术在重大活动中的技术支撑作用与创新应用成效，以及三台融合传播的技术工作进展，同时借此行业盛会与业内同行进行多方位的技术交流与宣传推广活动。



在展会现场，中央广播电视总台展区主要介绍了 5G 媒体应用、4K 超高清电视技术创新、5G+4K/8K+AI 应用实践、4K 超高清电视影院直播、总台广播电视融合制播等。

中央广播电视总台按照中央领导指示要求，以标准规范为主线，以应用需求为牵引，以体系建设为平台，联合产学研用，全面推进 5G+4K/8K 全产业链的科技创新。

#### “5G+4K+AI”应用

5G+4K 信号多路传输、5G 移动制作与智能配音、智能语音唱词系统、5G+VR 实时制作，用以体验 5G 网络为电视制作流程和技术手段创新带来的新变化。

中央广播电视总台央视网旗下的未来电视将以“三网”融合为指导，充分加强总台内部

相关资料的协同,努力构建电视电视屏与各类新兴屏的融合生态,全力推荐总台“5G+4K+AI”战略和央视网智能网屏战略落地家庭智能大屏场景,构建5G时代以“智能屏为中枢”的全球最大智屏传播网。

#### 5G 家庭体验

通过5G网络搭建家庭视听环境,实现高质量4K超高清投屏,使观众获得最高水准和最好质量的观赏体。



广东移动联通电信——开启5G超高清新视界

广东移动

中国移动始终致力于5G技术与高清视频的结合,进而推动高清视频产业蓬勃发展。广东移动本次带来多项高清视频在5G+网络下的全新应用。



#### 一、5G+教育(全息+VR互动教学)

以5G互动教学应用场景为基础,设计全息屏幕+智能终端为主要展示内容的教室场景,通过全息通话结合互动学生卡还原全息形式的双师课堂。

VR党建课堂提供身临其境的课堂环境,让学员更深刻学习党史、建国70周年和改革开放40周年相关内容。

#### 二、5G+VR+4K体育直播

通过引入4K世界杯、NBA、中超等赛事以及4K演唱会等节目,为客户提供超高清的视觉盛宴,同时创新4K应用,提供在线教育、在线医疗、家庭娱乐等。

#### 三、5G+真4K

将真实5G环境下真4K超高清与高清视觉效果对比的视频内容进行对比,让观众可以直观感受到5G技术对高清视频产业的巨大推动作用。

#### 四、5G+4K医疗

基于5G网络进行手术直播,任何联网医院可以即刻接入信号实时收看远程手术示教,在5G+医疗之下能够实现低延时、高清晰度的3D视频转播,使得院方间的双向交互更为准

确及时。



广东联通

5G+4K/VR 直播是广东联通携手联通视频公司共同推出的超高清直播应用，它是结合 5G 网络高带宽、低时延的传输优势，利用专业级 4K、VR 六目全景摄像头、进行现场拍摄和拼接缝合，然后通过沃视频平台的专业 4K、VR 播放引擎为用户提供 360 度全景、超清直播的体验。

广东电信



#### 【5G+8K 直播和点播】

通过 5G 网络，实现 8K 超高清视频在网络上的高质量传输。5G 网络通过低时延、高带宽的无线传输，突破了传统直播的固定场所限制，可随时随地进行拍摄、回传，大大提升超高清视频的拍摄制作效率。

#### 【5G+VR 直播和点播】

VR 直播能实现大视角、零卡顿的观看效果，可带来更好的沉浸感，让体验者有一种身临其境的感觉。目前可应用场景有，体育赛事，文艺演出，VR 教育，商业会议，全景旅游风光体验等。

#### 【5G 领域的发展回顾与展望】

目前，中国电信 5G 联合试验客户已超 200 家，在十大垂直行业进行了 5G 创新应用开发。至 2022 年，中国电信将在粤港澳大湾区累计建成 5G 站点 3.4 万个，形成世界级 5G 产业集聚区和 5G 融合应用区。

华为 5G 端到端全面领先，亮相展台！

此次展会，华为展出了其端到端的解决方案。具体到业务方面，有 5G+4K 多屏多视角；采集方面，提供 5G+8K 的解决方案；制作方面，提供桌面云非编系统和视频 AI；传输方面，提供全光承载，芯片方面，提供 8K 显示芯片等，全方位助力超高清产业的升级。







### 后记

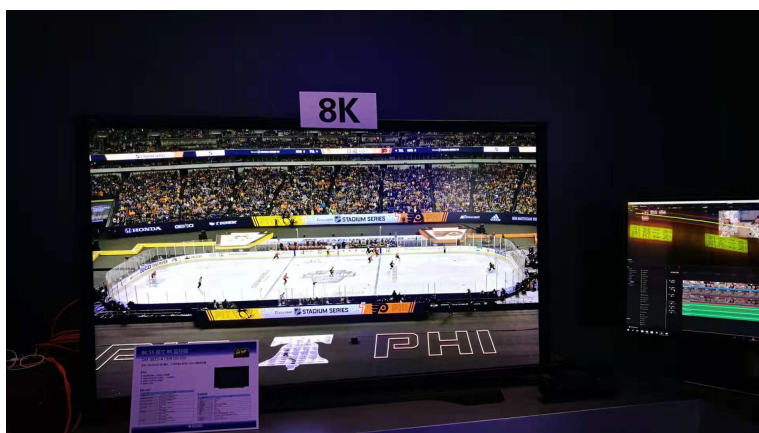
一年一度的行业盛会落下帷幕，国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省带来三大主题成果展成为展会的点睛之笔，吸引了众多行业人士前来参观学习。今年的展会 5G 成为“新宠儿”，三大运营商和中国广电积极部署 5G 战略，在此次展会上 5G 大放异彩，“神化”的 5G 在将来还会带给我们怎样的惊喜？

## (2) 【BIRTV 看点】红红火火 BIRTV，闪闪亮亮 4K/8K 超高清

2019年08月23日 中广互联

伴随着立秋后的新雨，BIRTV2019如期而至。此次展会以“创新驱动·构建全媒体新生态”为主题，重点展示了4K/8K超高清制播、5G传输及发展趋势、媒体融合新发展等产业链。走进展会，随处可见4K超高清演播室、4K UHD超高清录播、8K超高清图像测试……超高清无疑是今年展会最闪亮“仔”。值得一提的是，中央广播电视总台与广东省都在展区展示了超高清发展成果，让我们得以一览超高清的技术核心与未来趋势。





下面小编就带大家走进 BIRTV2019 的超高清“时刻”。

#### 总台引领超高清走上快车道

今年,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发布了《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》,提出坚持“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线,实现我国超高清视频产业快速、健康、有序发展。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,未来五年将是我国超高清视频产业发展的战略机遇期。中央广播电视总台以标准规范为主线,以应用需求为牵引,以体系建设为平台,联合产学研用,全面推进UHD全产业链的科技创新。

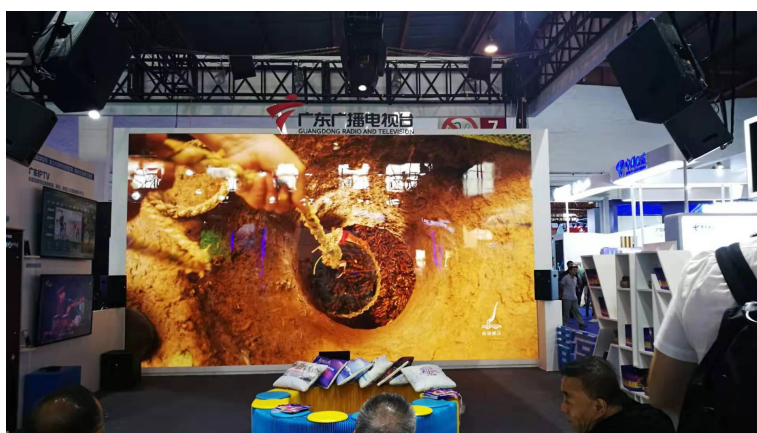


总台展区重点展示了在影院观看 4K 超高清直播节目的技术实践。搭建影院的视听环境，通过影院 4K 投影机播放 4K 频道直播节目。展示总台将 4K 超高清节目投放到影院进行实时播放的流程和效果，力求为观众带来更有冲击力的视听体验。



同时，展区介绍了总台对 8K 技术的研究。通过展示 8k 测试序列画面及 8K 测试序列拍摄和制作过程，展示总台自主创新科研能力；通过介绍 5G+8K 传输测试方案及工作情况、介绍 8K 采编播一体化制播流程，展现总台已初步具备 8K 节目制作能力；并通过标准序列的拍摄，引领 8K 超高清制作规范，推 8K 拍摄制作标准化进程。

#### 4K 花园点亮广东超高清展区



广东省 4K/8K 超高清视频产业发展成果展区集中展示广东省在超高清产业核心技术，特别是在芯片、标准和 4K/8K 摄像机研发、新型显示终端等方面取得的突破；在超高清内容生产、网络建设、终端升级、跨界应用等方面高质量发展的成果；在支撑内容生产的云计算

等方面的能力,探寻与全国各省展开合作的可能。其中,作为中国 4K 行业领跑者——4K 花园成为展区的亮点。



4K 花园是华语地区最大的超高清(4K8K)内容生产与分发平台,拥有 10000 小时 4K 内容库,同时也是国内唯一具有批量持续更新能力的 4K 内容平台,月更新能力可达 300 小时以上。

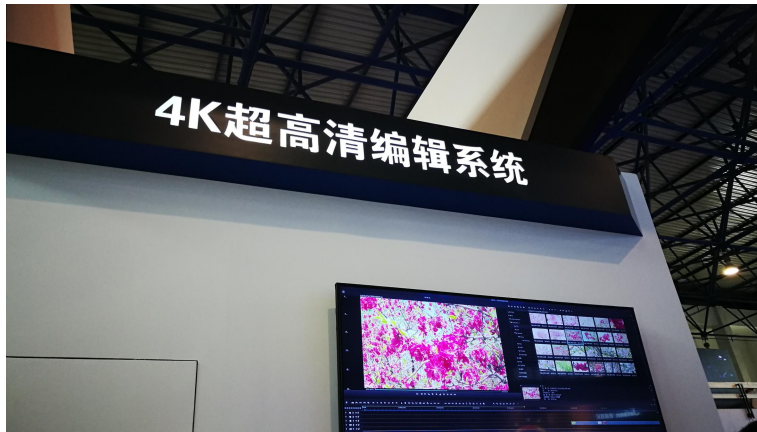
4K 花园通过与众多影视剧制作机构合作,联合阿里云的云渲染服务,一起为中国影视剧机构提供拍摄制作+后期渲染的全管线合作。今年开始,将陆续与国内各大内容制作公司合作,提供给各电视剧公司完成的 4k 电视剧制作能力,同时,也将提供新的 4k 电视剧盈利模式。

在内容分发方面,4K 花园拥有大屏端|PTV+OTT 的完整渠道覆盖,在专网方面,已经完成了 C|BN、华数、南方新媒体集团、北京|PTV、芒果 TV、歌华有线、湖北有线等几十家专网渠道。在 OTT 方面,4K 花园先后与创维、海尔、海信、TCL 雷鸟、极米等数十家厂商合作,完成了所有重要 OTT 智能电视终端的落地,4K 花园的覆盖用户达 3.5 亿人。

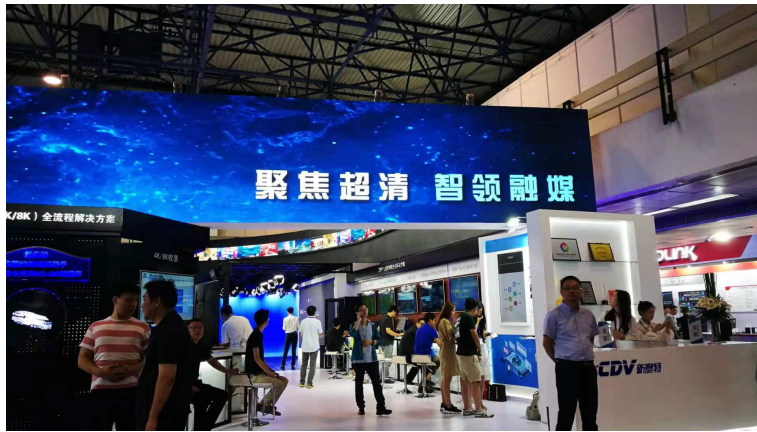
4K/8K 展品层出不穷,谁将脱颖而出?



在数字影院区,索尼展出了一款小型激光电影放映机—SRX-R608,噪音以及体积大大减小。索尼将两种先进的放映机技术—4 K SXR 显示芯片和荧光体激光光源汇于一身,打造了这一款强大的小型激光电影放映机—SXR-R608。由于采用了 SXR4K 芯片,可投射四倍于 2K 分辨率的更高像素以及 10,000:1 高对比度,从而带来更加清晰的画面,可令观看者近距离欣赏展示内容而获得更具沉浸感的体验。



中科大洋重点展示 4K 超高清领域最新成果, 分享行业最新技术, 并全面展示 4KHDR 全流程制播解决方案和 IP 化解决方案。大洋还将率先以创新理念发布融媒演播新品, 多核心产品, 结合 5G 媒体云, 融合跨界, 创新未来应用, 引领新一代融媒演播潮流。

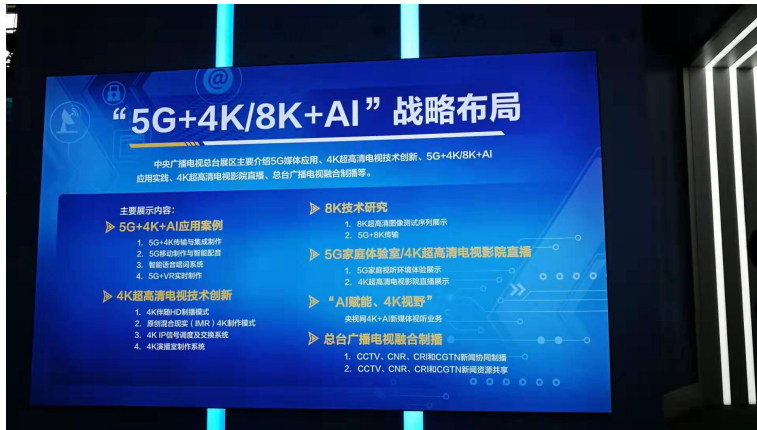


新奥特展出了超高清 4K8K 产品组成全新的超高清解决方案。同时还以果壳超高清虚拟演播室作为重点, 打造 4K 虚拟(蓝箱)演播室, 并结合实景演播区进行呈现。综合展示新奥特在超高清方面取得的阶段性成果及领先的超高清演播室技术应用。

### 后记

逛完一圈下来, 小编满满的收获, 与去年相比, 今年的超高清技术更加成熟, 不仅在采录、编辑、传输、播出、存储等环节做了详细介绍与展示, 还呈现了更多高质量、高规格、高概念的技术及产品。然而, 最大的差别在于 5G 与 AI 的加入, 为超高清赋能。无论是总台的“5G+4K+AI 国际一流新型主流媒体”, 还是广东“5G+超高清直播”, 对 4K\8K 超高清来说, 都是全新体验。





如今，超高清的未来已来，去年10月1日，中央广播电视总台4K超高清频道正式开播，为观众带来分毫毕现的超高清画面体验。《行动计划》也提出，到明年，不少于5个省市的有线电视网络和IPTV平台开展4K直播频道传输业务和点播业务，实现超高清节目制作能力超过每年1万小时，超高清视觉盛宴将走进更多家庭。

### (3) 5G+8K 转播车亮相北京，男篮世界杯转播将投入使用

时间：2019-08-06 14:37:00 来源：慧聪网

【慧聪广电网】在大兴区星光工业园内，全球首台5G+8K超高清转播车日前组装完毕，即将投入使用。



记者了解到，这台高清转播车由超高清制作（北京）协同中心牵头，由星光负责车体制造与系统集成，在国内众多高科技企业共同努力下，目前，转播车全部集成工作已基本完成，最终的调试工作正在紧张进行中，为接下来的男篮世界杯转播任务备战。在2020年，这辆车还将投入世界杯高山速降滑雪的试验性转播，为2022年前后，实现5G+8K的转播打下坚实的基础。



据相关负责人介绍，这台高清转播车常驻 8 个 8K 摄像机讯道和 2 个高速摄像机讯道，在 8K 模式下，最多可以使用 12 个 8K 摄像机制作精彩的直播节目。4k 模式下常驻 16 个摄像机讯道，并具备扩展道接入 32 台以上 4k 摄像机的能力，能应对复杂的体育赛事转播。车上装载的 8k 国产慢动作收入系统和 8k 字幕包装系统、车载计算中心等都是全次装车适用。

## 6. 机顶盒产业技术及市场动态

### (1) OTT 新变局:深挖 OTT 应用价值,离商业变现爆发很近

2019 年 08 月 28 日 中广互联

OTT 作为电视与数字视频世界不可避免不可阻挡的融合中心，其主要在于 OTT 应用商店的开放性优势，比如像一些原来由基础运营商、增值运营商提供的业务现在开始在应用商店提供，并对原有的电信行业商业模式形成了重大影响，同时也对行业监管带来了挑战和竞争。

根据研究机构 Ovum 的估计，2018 年通过这种方式流入的 OTT 视频总收入有 72 亿美元，占到了 22%。消费者通过应用程序商店支付了 39 亿美元用于视频租赁，下载和订阅的费用，通过电信服务包或其宽带或移动账单的方式支付了 21 亿美元，这种机制称为运营商计费。通过亚马逊 Prime Channels 平台向 D2C 应用程序再收取 16 亿美元的费用。每个中间商削减了约 10-30% 的费用，相当于 14 亿美元。

由于 OTT 应用程序和服务是通过互联网提供的，用户仍然需要宽带连接，而他们通常从有线电视提供商那里获得宽带连接。可能的结果是，传统的分销商将继续在 OTT 的增长中发挥重要作用，因为它们还专门从事电视网不擅长的领域，包括销售、营销和客户管理。

应用商店是典型 OTT 应用，苹果开通 AppStore 后，Google 开通了 Google Play、诺基亚、微软等以及一些运营商均开通了自己的应用商店，应用商店得到迅速普及，是移动互联网最重要的发展趋势。

OTT 业务越来越多的深入的日常应用中，用户在 OTT 应用市场下载 APK 行为愈加显著。在非视频类 APK 月活跃终端中，使用分发类应用终端占比达 20.6%。不同类型分发平台中，厂商应用商店占据天然优势，2018 年吸粉势头非常显著，月活率水平 5%~6%；第三方平台中，当贝市场表现突出，月活率 2.6%，位列 NO.1。

另外，在购物类应用中，电视淘宝一枝独秀，但市场的繁荣发展，仍有待更多的同伴加入。音乐类应用整体良性增长，月活规模占据垂直类应用(不包含工具、分发)之首，其中，



听歌类应用占据较大市场份额，且增长显著，年末较年初月活规模增长 50%。而互联网企业的内容大多在服务器上，通过互联网传送，所以可以实现笔记本、PAD、电脑的显示。这些应该都是 OTT 的雏形，未来的 OTT 业务应该是能够进行视频同步，视频、图片、文字同步，相当于所有的操作可以在 PAD 上完成，也可以在电脑上完成，也可以在电视上完成。这有点像协同工具，每个人都可以进行更改。

## 7. 新媒体

### (1) 广深港高铁将成为全国第一条 5G 全线覆盖高铁线路

2019 年 08 月 30 日 中广互联

近日，大湾区 5G 产业联盟在香港成立，同时，中国移动宣布与华为合作，实现广深港高铁 5G 全线覆盖，广深港高铁将成为全国第一条 5G 全线覆盖的高铁线路。

“大湾区 5G 产业联盟”成立，进一步推动大湾区 5G 产业发展。

“大湾区 5G 产业联盟”由中国移动香港、中国移动广东、澳门电讯和广东省通信行业协会共同倡导成立。联盟以“战略引领、协同创新、产业推动、开放共享、合作共赢”为宗旨，围绕互助、互动、互补的目标，发挥完善的大湾区 5G+产业链，引领产业持续、快速、健康地发展，促进联盟成员之间的商机共享、合作交流、供需对接，形成优势互补，共同研究基于 5G 通讯技术的产品服务、技术创新及行业标准等，发挥联盟的影响力，并联合学界、政界，共同构建共赢的 5G 产业生态。



“大湾区 5G 产业联盟”于 8 月 21 日在香港科学园举行“大湾区 5G 产业联盟成立典礼暨中国移动 OneNET 物联网创科比赛大湾区赛事四强颁授仪式”，除了大湾区 5G 产业联盟荣誉会长包括中国移动香港董事长李锋博士、中国移动广东公司董事长、总经理魏明先生、中信国际电讯集团及澳门电讯董事会主席辛悦江先生及联盟创会会长中国移动香港董事兼行政总裁李帆风先生外，更特别邀请了大力支持 5G 产业发展的中国人民政治协商会议全国委员会副主席梁振英大紫荆勋贤，GBS, JP，担任主礼嘉宾。

活动上，联盟三位荣誉会长先后致辞，向一众嘉宾介绍联盟的成立目的及主要工作。

大湾区 5G 产业联盟荣誉会长、中国移动香港董事长李锋博士表示，“4G 改变生活，5G 改变社会”，社会上对于 5G 的讨论越来越热烈，可见各界已开始了解到 5G 的重要。中国移动一直积极推动 5G 发展，早已经开始新一代 5G 网络基建，并同步教育大众有关 5G 的一切。未来，中国移动会积极推动“5G+”计划，促进 5G 和 4G 协同，进一步推广 5G 的应用，与社会各界建立 5G+生态系统，让 5G 逐步融入生活，达致 5G+X 的愿景，而这个想法正正跟大湾

区 5G 产业联盟的宗旨一致。联盟汇聚大湾区各界的精英企业和机构，整合各方优势，产生协同效应，为会员提供最全面的协助，带动产业链上下游的资源整合，实现产业集聚发展，共创商机。

大湾区 5G 产业联盟荣誉会长、中国移动广东公司董事长、总经理魏明先生表示，公司正加快 5G 网络建设和 5G 应用创新，助力打造粤港澳大湾区智慧城市群。在网络建设方面，今年将率先在广州、深圳实现 5G 商用，2020 年将实现全省县以上核心城区 5G 网络的连续覆盖。在应用创新方面，携手产业链伙伴打造了 5G 智能园区、5G 智能电网、5G 自动驾驶、5G 智能钢厂、5G 智能医院等一系列标杆应用。接下来还将重点面向全省 152 个工业园区，加快实现 5G 网络覆盖，大力推进智能园区建设和工业企业上云用云。大湾区 5G 产业联盟的成立，将极大地促进大湾区 5G 产业链资源共享、技术产品创新和智能城市群发展，希望借助这个平台，整合先进的 5G 产业能力，联合各领域的合作伙伴，构建富有活力的产业生态，为大湾区的高质量发展打下坚实的基础。

大湾区 5G 产业联盟荣誉会长、中信国际电讯集团及澳门电讯主席辛悦江先生表示，作为积极参与粤港澳大湾区建设发展的一员，澳门电讯近年来积极投入资源，以实际行动响应大湾区建设发展，包括于香港设立澳门电讯境外数据中心、于珠海设立软件研发中心等，此外，澳门电讯亦致力为参与湾区发展的本地企业和市民提供强而有力的通讯支持，早于 2017 年，澳门电讯联合了大湾区内友好的同业伙伴，共同推出了「大湾区服务计划」，这项创新的跨域服务共享计划，获得了企业和市民的积极响应，为大湾区内的通讯交流和融合，作出了示范作用。今日，澳门电讯很荣幸能够联合中国移动香港、中国移动广东和广东省通信行业协会，共同成立“大湾区 5G 产业联盟”，期望能够为推动大湾区 5G+产业链的长远发展奉献更多力量。

联盟创会会长、中国移动香港董事兼行政总裁李帆风先生表示：“作为香港领先的流动通讯品牌，中国移动香港一直致力引领 5G 技术发展，并在推动香港智慧城市发展方面不遗余力。今次与大湾区内的业界龙头包括中国移动广东、澳门电讯及广东省通信行业协会共同发起并成立首个推动大湾区 5G 产业发展的非牟利联盟，目的就是要进一步催化大湾区内各行业的 5G 发展，并藉此推动智慧城市的进程。现时，已有接近 80 个来自大湾区内不同行业的盟友加入，对此我们感到非常鼓舞，此外，在众盟友支持下，我们深信联盟必能为有需要的成员提供最丰盛的资源，助力他们于 5G 方面的快速发展。”

未来，“大湾区 5G 产业联盟”会深入研究 5G 技术在不同范畴及地域的可能性和合作机会，为 5G 网络基础设施提供架构和技术，及在建设难题上寻找解决方案。

## （2）CNNIC 发布第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》

2019 年 08 月 30 日 中广互联

8 月 30 日，中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称：《报告》)。《报告》从互联网基础建设、网民规模及结构、互联网应用发展、互联网政务应用发展和互联网安全等多个方面展示了 2019 年上半年我国互联网发展状况。

党的十九大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，各地区、各部门深入贯彻落实全国网络安全和信息化工作会议精神，网络强国建设整体推进，网络安全保障能力稳步提升，互联网在经济社会发展中的重要作用更加凸显。2019 年上半年，中国互联网发展呈现出六个特点。

一是 IPv6 地址数量全球第一，“.CN”域名数量持续增长。

截至2019年6月,我国IPv6地址数量为50286块/32,较2018年底增长14.3%,已跃居全球第一位。我国IPv6规模部署不断加速,IPv6活跃用户数达1.3亿,基础电信企业已分配IPv6地址用户数12.07亿;域名总数为4800万个,其中“.CN”域名总数为2185万个,较2018年底增长2.9%,占我国域名总数的45.5%。2019年6月,首届“中国互联网基础资源大会2019”在京召开,大会围绕网络强国战略大局,回顾中国互联网二十五周年发展历程,聚焦互联网基础资源行业发展,展示前沿创新技术,搭建行业交流平台,推动行业规范有序发展。

二是互联网普及率超过六成,移动互联网使用持续深化。

截至2019年6月,我国网民规模达8.54亿,较2018年底增长2598万,互联网普及率达61.2%,较2018年底提升1.6个百分点;我国手机网民规模达8.47亿,较2018年底增长2984万,网民使用手机上网的比例达99.1%,较2018年底提升0.5个百分点。与五年前相比,移动宽带平均下载速率提升约6倍,手机上网流量资费水平降幅超90%。“提速降费”推动移动互联网流量大幅增长,用户月均使用移动流量达7.2GB,为全球平均水平的1.2倍;移动互联网接入流量消费达553.9亿GB,同比增长107.3%。

三是下沉市场释放消费动能,跨境电商等领域持续发展。

截至2019年6月,我国网络购物用户规模达6.39亿,较2018年底增长2871万,占网民整体的74.8%。网络购物市场保持较快发展,下沉市场、跨境电商、模式创新为网络购物市场提供了新的增长动能:在地域方面,以中小城市及农村地区为代表的下沉市场拓展了网络消费增长空间,电商平台加速渠道下沉;在业态方面,跨境电商零售进口额持续增长,利好政策进一步推动行业发展;在模式方面,直播带货、工厂电商、社区零售等新模式蓬勃发展,成为网络消费增长新亮点。

四是网络视频运营更加专业,娱乐内容生态逐步构建。

截至2019年6月,我国网络视频用户规模达7.59亿,较2018年底增长3391万,占网民整体的88.8%。各大视频平台进一步细分内容品类,并对其进行专业化生产和运营,行业的娱乐内容生态逐渐形成;各平台以电视剧、电影、综艺、动漫等核心产品类型为基础,不断向游戏、电竞、音乐等新兴产品类型拓展,以IP(Intellectual Property,知识产权)为中心,通过整合平台内外资源实现联动,形成视频内容与音乐、文学、游戏、电商等领域协同的娱乐内容生态。

五是在线教育应用稳中有进,弥补乡村教育短板。

截至2019年6月,我国在线教育用户规模达2.32亿,较2018年底增长3122万,占网民整体的27.2%。2019年《政府工作报告》明确提出发展“互联网+教育”,促进优质资源共享。随着在线教育的发展,部分乡村地区视频会议室、直播录像室、多媒体教室等硬件设施不断完善,名校名师课堂下乡、家长课堂等形式逐渐普及,为乡村教育发展提供了新的解决方案。通过互联网手段弥补乡村教育短板,为偏远地区青少年通过教育改变命运提供了可能,为我国各地区教育均衡发展提供了条件。

六是在线政务普及率近六成,服务水平持续向好。

截至2019年6月,我国在线政务服务用户规模达5.09亿,占网民整体的59.6%。在政务公开方面,2019年上半年,各级政府着力提升政务公开质量,深化重点领域信息公开;在政务新媒体发展方面,我国297个地级行政区政府已开通了“两微一端”等新媒体传播渠道,总体覆盖率达88.9%;在一体化在线政务服务平台建设方面,各级政府加快办事大厅线上线下一体化发展,“一网通办”“一站对外”等逐步实现;在新技术应用方面,各级政府以数据开放为支撑、新技术应用为手段,服务模式不断创新;在县级融媒体中心发展方面,各级政府坚持移动化、智能化、服务化的建设原则,积极开展县级融媒体中心建设工作,成效初显。

### (3) 广电：5G 网络建设之路！

2019 年 08 月 29 日 中广互联

过去几十年来，广播电视不断发展，经历了从模拟电视到数字电视再到网络电视的创新历程。

但你有没有发现一个问题？

这几十年来，广播电视网络与 3G/4G 为代表的移动通信网络始终相互隔离——广播电视网络不能直连你的手机，移动通信网络也不能直通你家的电视。

如果这两张网络融合在一起，将会发生怎样的一场变革？

首先，从技术角度看，广播电视网络的特点是将相同的内容同时单向广播(Broadcast)给大量用户，这对于拥有大量观众的直播节目来说，是一种非常高效的网络传送方式，但它不能提供按需点播服务。

而移动通信网络的特点是将内容单独传送给每一台手机，这是一种单播(Unicast)模式，它能提供按需服务，但存在网络效率较低的问题。

其次，广播电视网络的特点是“固定”的，其终端电视机的位置是固定不动的；而移动通信网络的特点是“移动”的，其终端手机的位置是随时变化的。

显然，若将这两张网络融合为一张网络，并在同一张网络上同时提供广播和单播能力，使两者优势互补，一定是一件极好的事吧。

这意味着一张融合的网络能无缝连通你的手机、平板、电视机和汽车等，让你能随时随地都能无缝观看精彩丰富的高清视频内容。比如，你正在家里通过电视观看球赛直播，突然有事需外出，关掉电视，拿起手机一边出门一边继续观看就行了。

是的，广播电视网络与 5G 网络融合，这是广电 5G 值得期待之处。

但值得期待的广电 5G 不止于此，现在让我们慢慢讲来…

广播电视网络与 3G 融合

说到广播电视网络与移动通信网络融合，这一想法早在本世纪初就提出来了。

DVB-H

2004 年，标准组织 ETSI 发布了 DVB-H(手持数字视频广播)标准，其定义了可兼容移动设备的附加模块，使得手持终端可稳定地接收广播电视信号。



图为：早年支持 DVB-H 的终端

但由于缺乏设备支持和可持续盈利的商业模式，这个美好的想法很快就破裂了。

MBMS

3GPP 也认同了这样的趋势，随后定义了 MBMS 标准，即 Multimedia Broadcast Multicast Service，多媒体广播多播业务。

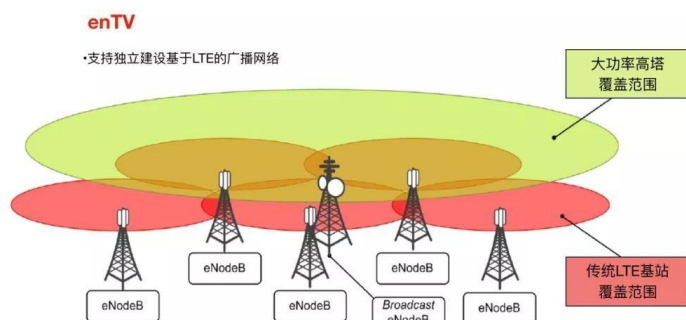
MBMS 扩展了 3G UMTS 的网络能力，以支持点对多点(PMP)的内容分发。

尽管与 DVB-H 仅聚焦于终端侧不同，MBMS 实现了网络支持，但它对频谱带宽分配做了严格的限制。

广播电视网络与 4G 融合

## eMBMS/LTE Broadcast

进入 4G 时代后，3GPP 在 R9 版本对 MBMS 的功能做了进一步增强，定义了 eMBMS，也被称为 LTE Broadcast。有了 eMBMS 后，运营商可以将小区 60% 的下行带宽用于向多部手机单向广播相同的内容。



随后，3GPP 为了进一步提升资源使用效率，新增了 MoD (MBMS Operation On Demand, MBMS 按需操作) 机制。

MoD 可以通过设定阈值来动态切换单播和多播模式，比如，如果阈值设置为 3，当同一区域内有三台手机同时单播观看相同的内容时，网络可切换为多播模式，将相同的内容同时单向多播给三台手机。

eMBMS 可支持的商业用例包括移动电视直播、视频点播 (内容预加载)、广告推送、车载娱乐、公共安全等。

一种被称为 “Venue casting” 的用例曾经被业界广泛看好，它主要应用于体育赛事、演唱会等直播场景。

以全球最火的足球比赛直播为例，运营商可以通过 eMBMS 同时向很多观众的终端设备单向广播视频流，以提升网络资源使用效率，让用户随时随地都能观看高质量的直播；同时，运营商还可以通过预加载和缓存内容、大批量的定制广告等方式，让用户在边观看直播的同时，还能按需实时回放内容、多角度观赛，以及在线视频购物和博彩等。

eMBMS 推出后，一些运营商对此服务表现出了较大的兴趣。

2013 年，美国运营商 Verizon 宣布将于 2014 年在其 LTE 网络上推出 eMBMS 服务。

随后，美国另一家运营商 AT&T 也宣布将采用 700MHz LTE 网络推出 eMBMS 服务。

2014 年 1 月，韩国运营商 KT 推出了首个 LTE Broadcast 服务。

2014 年 7 月，英国运营商 EE 在英联邦运动会上展示了 LTE Broadcast 服务。

2014 年 8 月，波兰运营商 Polkomtel 在世界排球锦标赛上成功测试了 LTE Broadcast 服务。

2015 年 6 月，英国运营商 EE 在足总杯决赛期间展示了 LTE Broadcast 服务。

2015 年 10 月，美国运营商 Verizon 商用 Go90 eMBMS 服务。Go90 是一款视频 APP，可同时支持广播和单播模式下的视频直播和点播服务。

但令人惋惜的是，eMBMS 在 2014 前后风靡一时之后便沉寂了下来。

尽管 eMBMS 技术实现简单，只需在 4G 核心网通过软件升级即可，但技术往往不是商业成功的首要因素。

eMBMS 为什么未能成功？原因无非两点：

- 终端支持不给力。

手机要支持 eMBMS 需要专用芯片组。

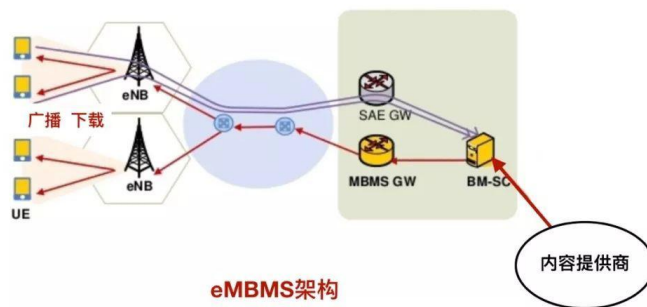
- 没有找到盈利模式。

eMBMS 的盈利模式主要靠付费观看和广告收入，但考虑成本和潜在用户规模因素，互联网 OTT 视频的单播和接近实时直播方式比 eMBMS 模式更加有利可图。

但行业并未因此而停滞不前，业界相信广播电视网络与移动通信网络融合一定是未来的必然趋势，只是时机未到，只欠东风而已。

enTV

2017 年，3GPP 在 R14 版本中进一步增强了 eMBMS 功能，推出了 enTV(增强型电视)。



这一次主要增强的功能包括：

- 支持 HPHT (High Power High Tower, 大功率高塔) 方案，这可基于 700MHz 频段广覆盖优势，进一步扩展覆盖范围，从而降低站点建设数量和成本。
- 支持高达 100% 的 eMBMS 载波资源分配，这意味着可以建设独立专用的广播网络。
- 支持仅接收模式，即使终端没有 SIM 卡，也能观看广播内容。
- 支持多家运营商可共享使用广播网络，可创建公共分发平台而无需复制内容。
- 一种传输模式，无需转码就可重用广播服务，确保了前后兼容性。

enTV 支持两种模式：

- 一是独立的地面广播服务，即利用蜂窝网络技术使能一张独立的地面广播网络，这张独立的网络将作为一个公共平台，传送来自不同内容提供商的内容和服务。
- 二是混合广播模式，即利用单播与广播之间动态切换，以更有效的传送相同的内容。

通过 enTV，3GPP 首次系统性地定义如何通过移动通信网络广播数字电视内容，可以说是实现移动通信网络与电视广播网络融合之路上的一次重大跨越。这对于电信业重耕 700MHz 黄金频段也意义重大。

广播电视网络与 5G 融合

可以说，enTV 已满足了大部分 5G 需求，但 5G 相对于 4G 又是一次技术和应用跨越，为了不断跟进时代需求，3GPP 将在 R16 版本以及更高版本进一步增强 enTV 功能。

目前，3GPP 正在研究基于 LTE 的 5G 地面广播的 enTV 演进，该研究项目主要是为了匹配目前 enTV 与 5G 需求的差异，将于 2020 年 3 月 R16 版本冻结时更新到标准里。

至于原生于 5G 的广播模式设计估计将在后续版本中定义。

这意味着完全基于 5G-NR 的广播电视服务将会晚一些到来，也就是说，如果广电现在要建设 5G 网络，只能从 enTV 开始，再等一两年演进至 5G-NR 广播网络。

不过，业界没有坐等标准完成，目前已有许多项目正在研究使用 5G-NR 来进行广播电视服务，比如欧盟的 5G-Xcast 项目。

事实上，随着 5G 时代的到来，所有人都预测到 5G 更大带宽、更低的时延，以及万物互联能力，必将激发一波内容和应用革命，而 5G 广播必将在这场革命中扮演重要的角色。

发挥一下想象力…

未来的 VR/AR 直播需要高效的 5G 广播模式。

大量物联网终端的 OTA 固件升级需要高效的 5G 广播模式。

车联网的无数汽车之间要实时传送信息，需要高效的 5G 广播/混播模式。

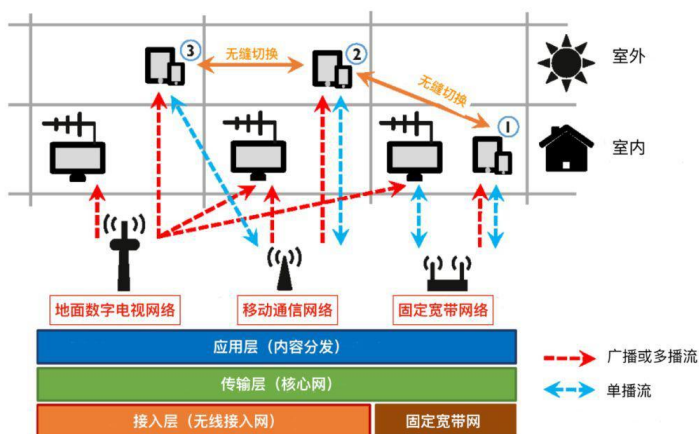
防灾、抢险、公共安全等领域需要高效的 5G 广播模式。

此外，5G 网络本身将大大简化电视媒体内容的制作和传输流程。比如，大带宽、低时延的 5G 无线网络可以替代传统直播中采用的光纤、微波和卫星等复杂的传输，只需在一个背包里放上 5G CPE 终端，再连上超高清摄像机就可以完成现场采编和传输了。

广电将怎样建 5G 网络？

介绍完了长达 15 年的略含心酸的广播电视网络与移动通信网络的融合史，估计广电 5G 网络的雏形已在你的心里出现。

借用 5G-Xcast 项目的一张图，它是这样的…



它是一张将地面数字电视网络、移动通信网络和固定宽带网络融合为一体的网络。

地面数字电视网络仅提供广播服务，移动通信网络提供广播和单播服务，固定宽带网络提供多播和单播服务。

三网融合形成一个统一的内容分发架构，为手机、平板、电视机、车辆等所有终端随时随地提供高效灵活的、无缝的、丝般顺滑的内容传输服务。

这就是广电的 5G 网络。

当然，你的思维还可以跳出地面，未来的广电 5G 网络还能上天与卫星连接，打造天地一体的网络，可广泛应用于海洋、草原、山区等物联网场景。

3GPP 正在着手制定地面 5G 与卫星集成的架构标准，这一天迟早要来。

不过，我们还是先把思绪从天上收回来，最后再思考一下广电 5G 当下面临的一些问题。

最后的思考

如前所述，面向 5G 新一波视频内容创新以及万物互联，广电 5G 的未来是值得期待的。行业也为之一直努力了 10 几年，相信心血也不会白费。

融合就是创造价值。

想象一下，移动通信网络已拥有几十亿移动用户，未来还要连接无数的物联网终端，广电拥有丰富的内容，当 5G 与地面数字电视网络和固定宽带网络融合一体之后，这将创造一个何等规模的新市场？

但问题来了，移动用户都在中国移动、中国电信和中国联通三家移动运营商手里，广电要想实现这个融合愿景，靠一己之力根本不可能。

不难猜想，广电 5G 一定会与三大运营商以及内容提供商、终端设备商等全行业共同合作，共建生态和商业模式。

从技术上看，融合的广电 5G 网络本身可以是一个独立的公共平台，支持多家运营商共享，传送来自不同源的内容和服务，是一个天然的合作平台。甚至终端只需芯片支持，连 SIM 卡都可以不用发行。

有了广电 5G 网络这个合作平台，产业各方均将受益…

运营商可以通过广电 5G 网络扩展服务。

设备商可以多卖点设备。

铁塔可以新增一家租户。

广电和内容提供商可以增加收入。

消费者可以随时随地享用更丰富的内容。

所以，广电 5G 还是非常值得期待的。

## 8. 媒体融合

### (1) 重磅：独家完整版《2019 中国传媒产业发展报告》PPT

2019 年 08 月 23 日 中广互联

2019 年 8 月 23 日，由清华大学新闻与传播学院主办，央视市场研究(CTR)、中国广视索福瑞媒介研究(CSM)、社会科学文献出版社、中国新闻史学会传媒经济与管理学会合办的“2019 传媒蓝皮书发布会暨第 10 届传媒发展论坛”在清华大学举行。论坛上，清华大学新闻与传播学院院长柳斌杰教授致欢迎词，并对《传媒蓝皮书》十五年来的研究成果给予了高度评价和充分肯定。清华大学崔保国教授代表专家课题组发布了《中国传媒产业发展报告(2019)》。社会科学文献出版社人文分社社长宋月华、央视市场研究(CTR)执行董事、总经理徐立军，中国广视索福瑞(CSM)董事、总经理丁迈，北京师范大学新闻与传播学院执行院长喻国明教授，清华大学新闻与传播学院熊澄宇教授等学者专家就《传媒蓝皮书》的各个研究领域作专题报告并展开对话。



2018 年中国传媒产业总规模达 20959.5 亿元，突破 2 万亿元大关。传媒产业增长率从 2017 年的 16.6% 下降至 10.5%，但依旧保持两位数的增长，传媒产业整体格局在保持稳健的同时进行深度的结构性调整和政策规制的调整。





对于传媒产业的整体发展趋势，崔保国教授提出了六点洞察与思考：第一，中国传媒产业发展突破2万亿元，取得了举世瞩目的发展成就。与全球传媒产业2万亿美元相比，占到世界传媒产业的1/7，与中国的经济发展体量是相匹配的；第二，中国传媒产业的发展速度稳中放缓，放缓的主要原因是受到宏观经济调整期的影响，也受到国家传媒政策改革和内容规制调整的影响；第三，传媒产业发展进入大众自媒体传播时代，大众媒体、平台化媒体、自媒体等传媒形态并存且相互竞争；第四，传统媒体与网络媒体的融合取得了很大进展，但传统媒体与网络媒体的分化也越来越明显，国内外都存在这种现象，传媒产业与传媒事业的发展定位尚需进一步探索和明确；第五，在数字经济、网络空间、5G、人工智能的背景下，传媒产业将变得更加复杂，并迎来新的风口期；业界与学界都需要研究新课题，创造新模式、探索新范式；第六，传媒未来发展趋势受到中美关系、世界格局变化的影响，具有很大的不确定性。



以下为完整版 PPT

# 《2019传媒蓝皮书》 中国传媒产业发展报告

清华大学、CTR、CSM、MEMA联合发布

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。





## 中国报刊产业发展

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 报刊行业经营持续断崖下跌，报业距峰值已跌去超八成

2013年左右进入断崖式下行阶段，在短短数年间，报纸广告收入跌得只剩下2011年15.7%。期刊的广告和发行收入的巅峰在2013年前后，如今也仅仅剩下当时的66.7%。这个时间节点的可能原因与中国的移动互联网与智能手机移动终端的崛起有关。



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 电视广播产业发展概况

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 网络视听行业的市场规模首超传统广电广告



从2013年中国网络视听节目服务协会开始发布行业数据来源至今，市场规模已经在六年前从132.2亿激增至2016.8亿，增幅高达1525%。

网络视听行业市场规模在2018年第一次超过广播电视广告收入，实现了相对数据的位置交叉，这对中国的网络视听行业来说是历史性的时刻。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 广播听众收听时间的碎片化带动收听内容的碎片化

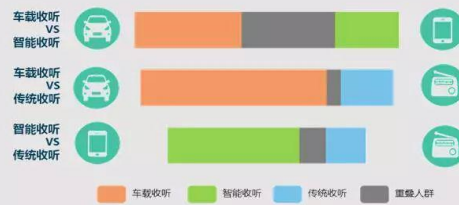


听众在休闲和运动场景的收听需求

来源：高立伟媒介研究

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 智能终端收听人群在广播整个收听群体中占比越来越大



不同终端的广播收听情况

数据来源：高立伟媒体用户基础调查，2018年

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 电影产业发展概况

清华大学传媒蓝皮书课题组

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 电影产业发展：风雨晦明中砥砺前行

- 01 低速发展（票房/观影人次/票房总量等）
- 02 市场规则和商业规则的重构
- 03 独立制片公司与平台公司互补

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 电影产业的十年激增与挑战

2018年，中国大陆的电影院数达到9504家。银幕总数为60079块，放映技术水准世界领先。

2018年中国电影票房为609.76亿元，位列全球第二。中国内地观影人次位列全球第一，院线观影人次达17.16亿人次，增长5.93%，增速为近十年最低。



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 2018年中国大陆电影票房



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 2018年上市影视公司市值TOP10 (单位：亿元)

上市公司	2014-01-01	2015-01-01	2016-01-01	2017-01-01	2018-01-01	2019-01-01	2018年涨跌幅
万达电影			172.14	634.94	611.10	384.52	-37%
芒果超媒		57.58	158.80	92.15	119.70	366.41	206%
完美世界	14.38	84.37	102.56	391.64	439.90	366.17	-17%
中国电影			239.72	431.09	287.52	267.35	-7%
华策影视	185.32	162.80	325.20	198.24	191.84	158.89	-17%
皖新传媒	113.48	151.24	297.39	349.50	210.46	132.88	-37%
华谊兄弟	336.51	327.57	577.29	306.43	242.21	131.08	-46%
横店影视				100.79	129.20	101.02	-22%
电广传媒	231.20	239.28	376.50	203.99	128.43	98.09	-24%
新经典			41.38		90.59	83.51	-8%

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。  
数据说明：公司年初市值为公司IPO首日市值。

## 互联网电影公司：内容控制力+数据和宣发平台=潜能爆发



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 游戏产业发展概况

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 网络游戏产业：十年激增近十二倍

2018 年我国网络游戏（包括客户端游戏、手机游戏、网页游戏等）业务收入达 1948 亿元，同比增长 17.8%，收入增速较去年呈高位回落态势。

十年间，游戏市场从 185.6 亿激增至 2144.4 亿，成为中国传媒产业中第三大的细分市场，增幅高达 1155%



数据来源：GPC、CNG、IDC，《2018年中国游戏产业报告》

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 媒体融合：构建“智能+”立体传播新格局

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 中央级媒体融合：打造有特色的媒介生态系统

中央级媒体在“中央厨房”、全媒体矩阵、内容聚合平台领域已经形成了具有自身特色的媒介生态系统。

#### 人民日报“中央厨房”项目

建立总编调度中心，建立采编联动平台，统筹各方采访、编辑和技术力量，“报、网、端、微”一体联动，建立移动优先、PC做全、纸媒做深、多次生成、多元传播的策采编发新流程。

人民日报在全媒体矩阵已经拥有 7.8 亿用户，客户端累计下载量达 2.48 亿，法人微博总粉丝数近 1.1 亿，微信公众号关注人数超 2000 万。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 省、市级媒体融合：模式创新与标杆平台

- 通过拓展自身内容产品形式、功能和“智能+”寻找新的受众群体和信息消费市场。
- “互联网+”、“新闻+服务”、“新闻+政务”等模式创新使原本单一的信息服务向综合性服务。
- 大量省市级传统媒体积极介入“智慧城市”建设和“电子政务”领域。

### 上海报业集团

2018年底，旗下的澎湃新闻、界面和财联社App，成为可实现稳定覆盖亿级规模的全国性平台

集团旗下新媒体创新服务收入主要包括六种形式：版权内容服务，财经信息服务，第三方服务输出（内容、技术、审核等），信息流内容分发及交易服务，自媒体广告服务，整合营销服务等。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 县级媒体融合：基层媒体融合的大幕拉开

### 2018年：县级媒体融合的开局之年

#### 媒体融合条件

虽内容、技术、资本资源有差距，但县级媒体是基层地方政府的群众工作不可或缺的渠道和平台。

#### 媒体管理角度

县级媒体体制机制压力相对较小，可以实现从“合”到“融”的一步到位

#### 媒体人员角度

县级媒体团队精干、贴近群众，能在媒体融合过程中激发基层团队创新活力和热情。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 传媒资本：互联网企业加大传媒领域的投资和布局

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 传媒上市企业：资本与行业有机融合，行业向更加健康、可持续发展的道路行进

2018年

传媒上市公司数达到138家

行业总市值为**11853.38亿元**

流通市值为7938.39亿元

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书-中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 个股收涨：138家传媒上市公司中仅5家公司全年收涨

公司名称	年涨幅	公司名称	年跌幅
上海钢联	21.41	乐视网	-83.76
视觉中国	19.77	文投控股	-79.72
元隆雅图	17.96	印纪传媒	-78.33
东方财富	12.28	*ST巴士	-75.89
凤凰传媒	0.42	恺英网络	-74.73
		ST中南	-74.10
		华闻传媒	-70.29
		天神娱乐	-69.29
		聚力文化	-65.38
		唐德影视	-65.31

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### BATT：互联网企业成为传媒业资本市场的主导者

- BATT以资本优势跑马圈地
- 战略投资者增多，更偏好中后期的头部企业
- VC/PE融资数量下降明显，融资金额大幅上涨
- 融资规模前三的领域为媒体网站、网络视频和影视音乐



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 阿里巴巴的传媒业投资布局：投资65笔，金额超5400亿元

公司名称	时间	轮次	金额	行业
New TV	2018.2	天使轮	10亿美元	视频网站
万达电影	2018.4	入股	46.76亿元	院线
Video++	2018.4	战略投资	3.49亿元	视频
华人文化	2018.6	A轮	100亿元	文化投资
分众传媒	2018.7	战略入股	150亿元	广告营销
神居动漫	2018.7	A轮	—	动漫
灿星制作	2018.8	战略投资	3.6亿元	影视制作

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 腾讯的传媒业投资布局：传媒业投资56笔，约占总投资数1/3

项目	投资时间	金额	行业
快手	2018.1	10亿美元	短视频
SkydanceMedia	2018.1	—	媒体网站
灵动文化	2018.1	—	内容创作
Wetripad	2018.1	5000万美元	网络阅读
艺尚开天	2018.2	数千万元	动画创作
盛大游戏	2018.2	30亿元	网络游戏
即刻	2018.2	—	社交网站
Caama	2018.2	1.15亿美元	音乐
柠檬影业	2018.3	数亿元	影视行业
鼎盛社	2018.3	4000万元	动漫
有狐文化	2018.3	数千万元	直播
炫客	2018.3	1.2亿元	音乐社交
虎牙直播	2018.3	4.6亿美元	直播
斗鱼TV	2018.3	6.3亿美元	直播
新丽传媒	2018.3	33.17亿元	影视
趣头条	2018.3	18.2亿美元	媒体网站
梨视频	2018.4	6.17亿元	视频网站
快手	2018.4	4亿美元	短视频
华人文化	2018.7	100亿元	传媒投资
知乎	2018.8	2.7亿美元	问答网站
喜马拉雅	2018.8	4.6亿美元	音频网站
VIP陪练	2018.10	1.5亿美元	在线教育
B站	2018.10	3.17亿美元	视频网站

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



### 百度的传媒投资布局：投资易云音乐、百度视频、梨视频等项目

项目	时间	轮次	金额	行业
极米科技	2018.3	—	8亿元	智能硬件
梨视频	2018.4	A轮	6.17亿元	视频网站
百度视频	2018.9	B轮	1亿美元	视频网站
网易云音乐	2018.11	B轮	超6亿美元	音乐网站
新潮传媒	2018.11	战略投资	12亿元	广告营销

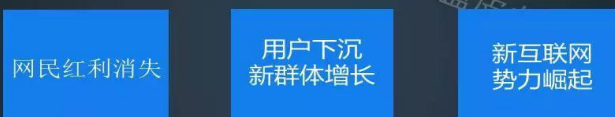
资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 字节跳动的传媒投资布局：孵化新项目，布局传媒业

内容	<b>媒体资讯</b>	<b>动漫</b>	<b>图讯</b>	<b>垂直媒体</b>
	Dailyhunt	半次元	东方IC	世界说科技
	华尔街见闻 News Republic	声影动漫 快看漫画		机器之心 快梯科技
视频	<b>短视频</b>	<b>直播</b>	<b>3D视频</b>	
	Music.ly/Filpagram/biu 动画/脸萌科技	Live.me	维境视讯	
	西瓜视频			
工具	<b>团队协作</b>	<b>内容编辑</b>	<b>存储</b>	<b>日程管理</b>
	幕布/Tower/石墨	简图	坚果云	朝夕日历
教育	<b>高等教育</b>	<b>课后辅导</b>		
	Minerva	晓羊教育/一起作业		

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 互联网发展：用户下沉，新互联网势力崛起



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 网民数量：人口红利已殆尽，网民和移动网民数量趋于稳定



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 以字节跳动为代表的新互联网势力崛起

BAT“三足鼎立”局面，借助于大数据和人工智能技术，字节跳动和快手等互联网企业迅速成长，对于现有互联网三巨头带来了重大冲击。

字节跳动旗下产品涉及领域	字节跳动旗下产品涉及领域
内容形式：资讯（核心产品：今日头条、懂车帝、懂房帝） 短视频（抖音、火山、西瓜、Flipagram、Musical.ly）	图片（图虫、Faceu激萌）、问答（悟空问答） 服务：教育（gogokid）、知识付费（好好学习）、电商（放心购、值得买）

## 5G时代短视频继续为大风口

在字节跳动、快手等互联网企业凭借短视频红利取得了高速发展。

腾讯、阿里巴巴、百度也纷纷投入短视频战局。

在未来相当长的时间内，短视频红利依然存在，有着巨大的潜力。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 广告现状及趋势

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

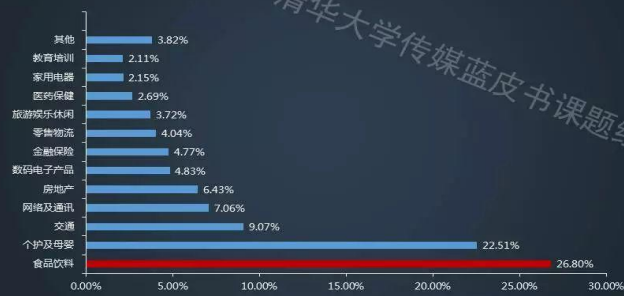


### 广告经营额前十的互联网公司占比由2017年的90.92%上升至2018年的92.67%



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 主要行业互联网广告收入品类占比:食品饮料领先



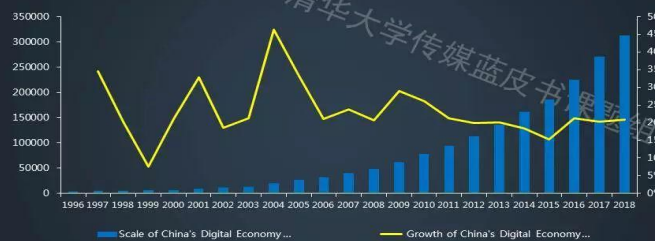
资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 数字经济发展现状及趋势

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

### 中国数字经济发展的规模与增长率



2018年中国数字经济规模达4.61万亿美元（约31万亿元人民币）。数字经济占全国GDP的比重上升至34.43%，较上年增长2.15个百分点。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 全球数字经济规模：预计2025年达到23万亿美元

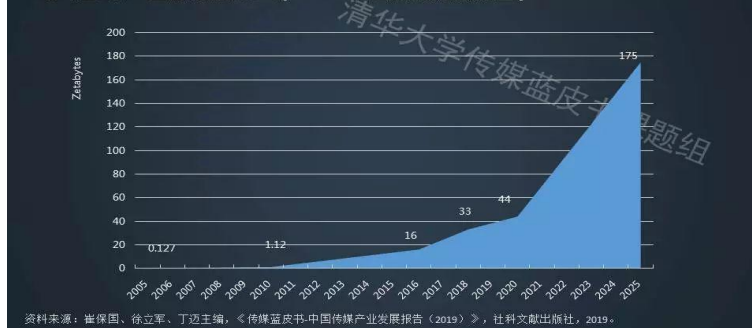


## 2018年、2019年全球市值前20名互联网企业对比

2018年				2019年			
排名	公司	国家	5/29/18	排名	公司	国家	5/29/18
1	Apple	USA	924	1	Microsoft	USA	1007
2	Amazon	USA	783	2	Amazon	USA	888
3	Microsoft	USA	153	3	Apple	USA	875
4	Google/Alphabet	USA	739	4	Alphabet	USA	741
5	Facebook	USA	538	5	Facebook	USA	495
6	Alibaba	China	509	6	Alibaba	China	402
7	Tencent	China	483	7	Tencent	China	398
8	Netflix	USA	152	8	Netflix	USA	158
9	Ant Financial	China	150	9	Adobe	USA	136
10	eBay + PayPal	USA	133	10	PayPal	USA	134
11	Booking Holdings	USA	100	11	Salesforce	USA	125
12	Salesforce.com	USA	94	12	Booking.com	USA	77
13	Baidu	China	84	13	Uber	USA	75
14	Xiaomi	China	75	14	Recruit Holdings	Japan	52
15	Uber	USA	72	15	ServiceNow	USA	51
16	Didi Chuxing	China	56	16	Workday	USA	48
17	JD.com	China	52	17	Meituan-Dianping	China	44
18	Airbnb	USA	31	18	JD.com	China	39
19	Meituan-Dianping	China	30	19	Baidu	China	38
20	Toutiao	China	30	20	Activision Blizzard	USA	35

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 每年全球产生的数据总量（2018年之后为预测数值）



## 网络空间、数字宇宙的特点

网民数量过半  
物联网加速普及

互联网移动化  
数据总量巨大化

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 数字经济核心部分的ICT产业表现可观

2018年中国信息通信产业规模达到**6.4万亿元**，占GDP比重为**7.1%**。

中，软件和信息技术服务业、互联网行业增长较快，收入同比分别增长**14.2%**和**20.3%**。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

GSMA预计，到2025年，5G连接数将达到**11亿**，约占移动连接总数的12%。

### 5G传媒应用

增强移动媒体      家庭宽带和电视  
沉浸式媒体      车载媒体  
直播媒体      广告媒体

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 全球数字化转型到达重要转折点，互联网正式进入下半场

截至2018年底，全球网民数量达到**38.96亿人**，占世界人口总数的**51.2%**；

手机互联网用户达到**36亿人**，占世界人口总数的**47%**，预计在2025年将达到**50亿人**，占比为**61%**。

2018年中国网民数量达到**8.29亿人**，其中手机网民**8.17亿人**，互联网普及率达**59.6%**。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 数字基础设施进一步完善，各国纷纷发布数字经济发展战略



《数字科学战略计划》  
《美国国家网络战略》  
《美国先进制造业领导力战略》



《数字宪章》  
《产业战略：人工智能领域行动》  
《国家计算战略实施计划》等



《欧盟人工智能战略》  
《通用数据保护条例》  
《非个人数据在欧盟境内自由流动框架条例》  
《促进人工智能在欧洲发展和应用的协调行动计划》  
《可信的人工智能道德准则草案》  
《地平线欧洲》



《联邦政府人工智能战略要点》  
《人工智能德国制造》  
《高技术战略2025》



《法国人工智能发展战略》  
《5G发展路线图》  
《利用数字技术促进工业转型的方案》



《日本制造业白皮书》  
《综合创新战略》  
《集成创新战略》  
《第2期战略性创新推进计划（SIP）》



《人工智能研发战略》  
《创新增长引擎》五年计划

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 数据保护、平台垄断等数字经济治理问题走到了台前



数据保护、平台垄断等数字经济治理问题走到了台前，数字税、数字贸易等规则竞争与国际合作也提上议程

同时国际主流开始深入研究和讨论数字经济的测算方法，这些迹象都表明数字经济开始进入了全面普及和纵深发展的阶段

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 数据保护、平台垄断等数字经济治理问题走到了台前



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

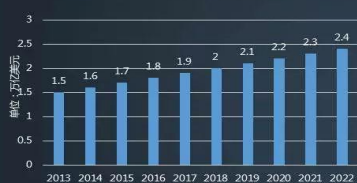


## 全球娱乐及传媒产业发展概况

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

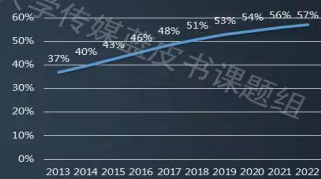
### 全球娱乐及传媒产业发展概况

2013年至2022年全球娱乐与传媒产业规模及预测



2018年全球娱乐与传媒产业行业总市值首次突破2万亿美元，2019-2022年复合增长率预计为4.4%，高于3.7%的全球GDP预计年增长率，将会是驱动全球经济发展的关键引擎。


2013年至2022年全球娱乐与传媒产业中数字收入占总收入比重的变化及预测



在娱乐和传媒产业的各细分领域中，增长最快的部分出现在数字经济驱动的行业。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

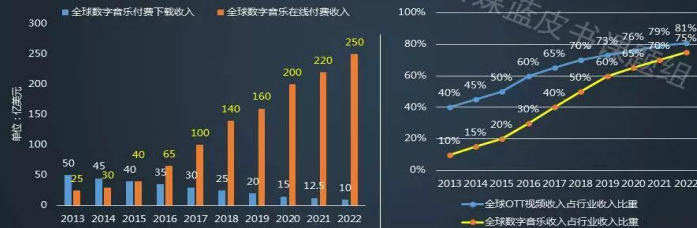
## 报刊和图书出版业市场日益萎缩

- 
- 1 报纸出版业收持续入降低，2018年全球报纸出版业总收入为1098亿美元，年复合增长率为-6.9%。
  - 2 2018年，全球杂志出版业的收入达到650亿美元，同比2017年收入基本保持持平。
  - 3 2018年，全球图书出版业总收入为1118亿美元，年复合增长率仅维持在0.9%的小幅增长。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 电视和视频业正处于转型时期，音乐和广播业稳健发展

2018年，全球音乐和广播业总收入为984亿美元；全球电视和视频业的总收入为2615亿美元。在广播电视视频以及音乐产业中，数字部分的重要性不断增加。



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 全球娱乐与传媒产业发展趋势

- 全球传媒加速融合，平台商成最大赢家
- 传媒市场竞争加剧，深耕内容成突围关键
- 从广告转向内容付费，传统商业模式愈发式微

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 英国传媒产业发展

2017年，英国通信收入(包括电信，电视，广播和邮政)总额下降了11亿英镑(按通货膨胀因素调整后)降至547亿英镑。

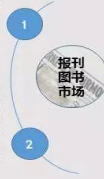
资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 报刊杂志业断崖式下跌，艰难探索转型之路



由于社交媒体的影响，英国报刊业收入从2007年的68亿英镑减少到2017年的36亿英镑。

英国新闻媒体协会（News Media Association）在2018年11月要求政府应该强迫Facebook和谷歌等社交媒体网站支付年度财务税来资助新闻业，并设立监管机构，迫使他们对其平台上的所有内容承担法律责任。



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 英国娱乐传媒产业发展趋势



英国传统电视业面临订阅流媒体与点播服务的挑战，订阅流媒体与点播服务份额增长较快。



英国广播听众中使用智能扬声器收听广播的比例越来越高，英国受众对新技术接受较快。



报刊业整体下跌趋势明显，传统媒体公司正艰难向互联网转型。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 日本传媒产业发展

日本广告市场整体保持良好增长势头，尤其在互联网广告方面，视频广告的进一步发展和用户的移动化为广告市场带来了新的增长点。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 图书出版增长强势，电影产业回暖

报纸总销售额



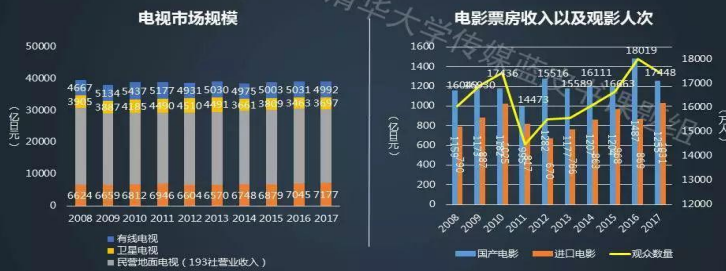
书刊出版销售额



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 广播电视行业整体保持稳定，电影市场增长趋势受阻



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 美国传媒产业发展

传统媒体的“寒冬”仍在延续，但行业巨头通过数字付费和商业模式的更新迭代保持着在各自领域的优势地位。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 报刊业“寒冬”仍持续，盈利模式亟待转型



### 美国报业的盈利模式转型期

《纽约时报》在数字付费领域的探索上一直处于领先地位。该报2018年总收入达17.48亿美元，其中在数字付费领域获益7.09亿美元，从目前的发展势头来看，该报有望在2020年实现数字收入反超“半壁江山”的目标。



20%的美国人经常通过社交媒体获取新闻



16%的美国人经常通过报刊获取新闻



57%的美国人认为，社交媒体在新闻传播的准确性和专业性上仍然无法匹敌传统媒体。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 广播电视行业整体保持稳定；电影市场增长迅速，产业格局重构

在数字视频平台领域，网飞（Netflix）实现了全球范围内的强劲增长，目前，它在全球190多个国家拥有超过1.24亿付费用户，其市值超过了老牌有线电视公司（Comcast）。



在广播领域，在线电台和数字播客已成为重要的传播平台。

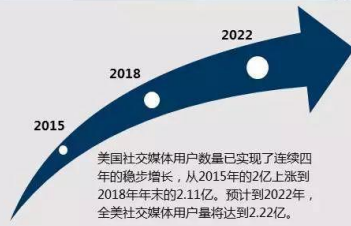


2018年美国电视业的整体收视情况略有下降，收视下滑也在一定程度上影响了其广告收入，他们开始积极探索新的营收模式。

2018年，北美票房达到创纪录的119亿美元，较2017年增长7%，较此前创纪录的2016年增长了4.5%。同时，美国电影产业格局正在发生深刻变化。美国最大的流媒体服务公司Netflix宣布加入MPAA，将替代20世纪福克斯成为“新六大”。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

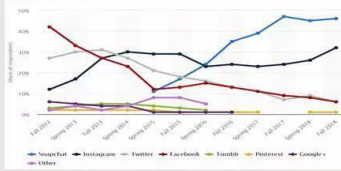
## 互联网与移动媒体稳步增长，社交平台更新迭代趋势明显



美国社交媒体用户数量已实现了连续四年的稳步增长，从2015年的2亿上涨到2018年年末的2.11亿。预计到2022年，全美社交媒体用户量将达到2.22亿。

Snapchat已经超越Facebook成为美国青少年群体中最受欢迎的社交平台。

全美约有46%的青少年用户常刷Snapchat；32%的青少年用户常刷Instagram，而Facebook只有6%的偏好率，数据与Twitter大致齐平。这充分表明，社交平台的更新迭代已经势不可当。



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 广告业转型明显

互联网广告成为持续拉动营收增长的主要动力，2018年移动互联网广告支出首次超过了有线电视广告，数字广告的收入超过了电视和印刷媒体广告收入的总和，同时，搜索引擎广告是数字广告的主流，2016年的市值就已达到250亿美元。



脸书

当今的互联网用户将三分之一的时间花在社交媒体上，这就为社交媒体广告拓展奠定了坚实的基础。据调查，96%的B2C（即企业对消费者）的企业认为，Facebook是最有效的营销平台。Google和Facebook也是美国数字广告的两大巨头，市场份额分别为37.2%和19.6%。



谷歌

2018年搜索引擎广告的收入增长主要是由于Google的带动作用。上半年Google广告收入就实现了超额增长，全年广告收入达344.2亿美元，较上一年度增长19.4%。作为数字广告的领头羊，Google占据了美国搜索引擎广告市场的71%，广告收入也成为该公司最主要的收入来源，占到九成以上。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 美国娱乐传媒产业发展趋势



**数字化转型已成为行业主潮，数字技术的影响力已经渗透到了传媒业的各个领域和各个环节当中。**



**跨界融合成为不可抵挡的大势，不论是传统媒体、社交平台亦或是流媒体，都需要按照“跨界融合”的思路来规划未来的发展战略。**



**前沿技术与内容生产的深度融合成为传媒产业变革的助推器，前沿技术与内容生产如何实现深度融合仍旧是“现在进行时”。**

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



## 法国传媒产业发展

数字化的趋势对法国文化与传媒产业的方方面面产生深刻影响，在互联网领域尤其明显。数字消费领域逐渐成熟，用户数字内容的购买在2017年表现尤其亮眼。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 电视业收视载体转变明显；电影业本土保护政策奏效

2017年度法国家庭每日观看电视的平均时长约为3小时42分钟，相比2016年增加了1分钟。电视收视载体在近年来转变明显，由主要为台式与笔记本电脑转变为主要为手机与平板。



2018年度法国观影人次为2.05亿人次，同比2017年下降了4.3%。就观影人次而言，法国仍然排在欧洲第一位。2018年度法国影片占约40%的市场份额，而美国影片占约45%的市场份额，比去年同期减少约11%。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。



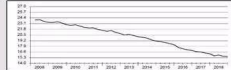
## 德国传媒产业发展

数字化的趋势对法国文化与传媒产业的方方面面产生深刻影响，在互联网领域尤其明显。数字消费领域逐渐成熟，用户数字内容的购买在2017年表现尤其亮眼。

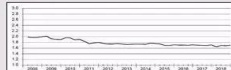
资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 日报持续萎靡，周报发展较平稳；杂志业规模不断缩小，转型不顺

2018年，德国报纸的整体数量继续保持下降的趋势。



2008-2018年德国日报发行量变化趋势对比（单位：百万份）



2008-2018年德国杂志发行量变化趋势对比（单位：百万份）

2018年德国大众杂志的种类为744种，是自2012年数量达到893种的高峰后持续下降的新低；其总发行量和零售量也在近几年不断缩减，规模从2012年的12320万及10940万变为2018年的9342万和8596万。

自2012年以来，德国电子杂志的发行量增长了五倍多，然而电子杂志的市场增长极为缓慢，规模在德国也并不大。2018年，德国的大众杂志的电子版（ePaper）只占总发行量的1.17%，而专业杂志电子版更是只有总发行量的0.37%。



资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 欧盟娱乐传媒产业发展趋势

欧盟传统媒体发展较为平稳，传统媒体尚未迎来‘寒冬’，但仍处在转型时期。

互联网以及移动媒体产业发展迅速，各国差异较大。

德国传统媒体发展较为平稳，互联网以及移动媒体产业发展迅速。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 结语：传媒发展洞察与思考

- 第一，中国传媒产业发展突破2万亿元，取得了举世瞩目的发展成就。与全球传媒产业2万亿美元相比，占到世界传媒产业的1/7，与中国的经济发展体量是相匹配的；
- 第二，中国传媒产业的发展速度稳中放缓，放缓的主要原因是受到宏观经济调整周期的影响，也受到国家传媒政策改革和内容规制调整的影响；
- 第三，传媒产业发展进入大众自媒体传播时代，大众媒体、平台化媒体、自媒体等传媒形态并存且相互竞争；
- 第四，传统媒体与网络媒体的融合取得了很大进展，但传统媒体与网络媒体的分化也越来越明显，国内外都存在这种现象，传媒产业与传媒事业的发展定位尚需进一步探索和明确；
- 第五，在数字经济、网络空间、5G、人工智能的背景下，传媒产业将变得更加复杂，并迎来新的风口期；业界与学界都需要研究新课题，创造新模式、探索新范式；
- 第六，传媒未来发展趋势受到中美关系、世界格局变化的影响，具有很大的不确定性。

资料来源：崔保国、徐立军、丁迈主编，《传媒蓝皮书·中国传媒产业发展报告（2019）》，社科文献出版社，2019。

## 9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

### （1）5G+4K+VR，给广电带来的是什么？

8月21-24日，第二十八届北京国际广播电影电视展览会（BIRTV2019）在中国国际展览中心开幕，大会以“创新驱动·构建全媒体新生态”为主题。而从此次的大会现场来看，无论是论……

8月21-24日，第二十八届北京国际广播电影电视展览会（BIRTV2019）在中国国际展览中心开幕，大会以“创新驱动·构建全媒体新生态”为主题。而从此次的大会现场来看，无论是论坛还是展区，都已经成为各种广电前沿技术的“秀场”。



尤其进入今年以来，5G的来临、4K的爆发、VR的求索、人工智能在媒体行业更广泛的应用，都让广电行业难以平静。内部风云际会，外部百舸争流，也正是在这样的背景下，这一年度性的广电大会，吸引着产业的更多关注。

正如此次大会的主题，“构建全媒体新生态”，同时，需要以“创新”来“驱动”，而创新的最前沿，是以5G、4K、VR、人工智能等为代表的新技术、新产品、新应用——它们正在由点到面、由浅入深地给广电行业带来赋能，甚至重塑。

那么，全媒体时代的正确打开方式，到底是什么？

全媒体时代，广电媒体的核心竞争力

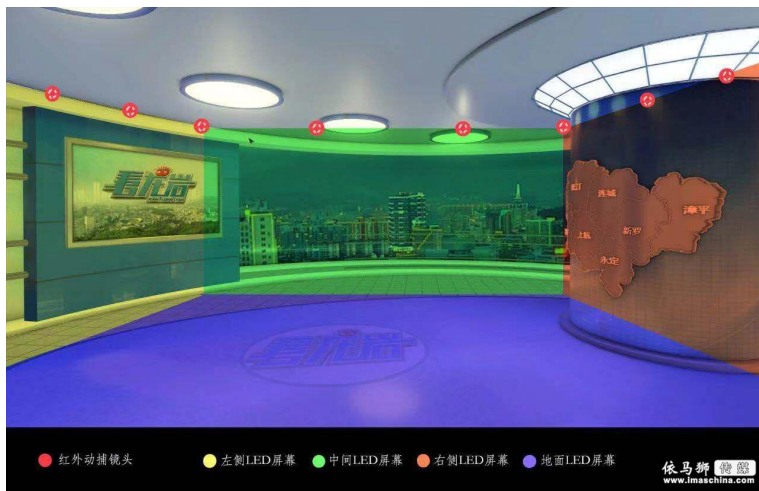
近几年，面对日益复杂的媒体需求，在现有全媒体演播室的基础上，很多电视台、新媒体纷纷通过功能扩展，使其具备更强的直播、互动等能力。在这样的背景下，基于虚拟现实、增强现实等新一代演播室技术的交互沉浸式演播室应运而生，并且可以广泛应用于广播电视演播室、新闻播报、体育赛事直播、综艺节目包装等场景，极具前景。



有别于传统的全媒体演播室和虚拟演播室，交互沉浸式演播室有几个主要特征：首先，注重舞美设计——这是基础；其次，拥有优秀的设计理念——这是进阶；最后，要符合全媒体直播平台的目标——这是核心要求。

在全媒体时代，具备这些特征的媒体平台，也就有了更强的竞争力。

具体而言，交互沉浸式演播室是通过VR、AR、MR、全息等沉浸式技术的融合应用，将演播室打造成一种身临其境的视觉化体验，让主持人或现场嘉宾仿佛置身于现场。当然，还要满足虚拟场景与实景采集的无缝切换。



比如，通过交互沉浸式演播室，可以将高逼真度的虚拟三维场景置于主持人身后，这样一来，就节省了虚拟抠像、合成等环节，在节目制作和播放过程中，不仅提高了节目制作的工作效率，还做到了所见即所得。

大场景有了，还要有技术支持，在演播环境中，需要通过虚拟演播、虚拟植入、在线包装、动态捕捉、数据通讯等技术，满足不同条件下的不同需要，而满足各类场景的基础，是演播室系统的丰富扩展性，通过简单、易用、灵活的再配置能力，去根据实景应用需求的变化进行动态调整。

比如此次 BIRTV2019 展会上，七维科技展区就首次亮相了 ViCave 交互沉浸式演播室，以其自行研发的实时渲染引擎 ViBox 为核心，以多点距、多结构的 LED 大屏为呈现方式，面向全媒体时代推出这一新型演播室技术。

如上所言，交互沉浸式演播室的应用场景广泛，但就当下而言，主要有两大应用方向，除了广电新媒体行业，文旅行业也是体现其价值的所在——5G 来临，文旅产业的智能时代也随之到来，同样需要技术来推进其在智能互联网时代的转型和升级。比如七维科技现场与洲明电子合作，通过扬州光线电影世界项目开拓文旅市场，进行软件+硬件+内容的生态探索。从这方面，也正能看出交互沉浸式演播室的广阔前景。

#### 解决广电内容制作需求

超高清视频是继视频数字化、高清化之后新一轮的重大技术革新。在广电行业，4K 正在成为新的增长极。今年工信部、国家广播电视总局、中央广播电视总台印发的《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022 年）》显示，2022 年，我国超高清视频产业总体规模将超 4 万亿元，而在“4K 先行、兼顾 8K”的总体技术路线下，从终端到网络再到内容，全产业链已经行动起来。

比如在总台的“5G+4K+AI”的战略布局中，4K 就是关键一环。此外，各地超高清布局也进入加速度，在传统高清演播室基础之上，基于 5G 的 4K 融媒体创新实验室也在各省市落地开花。计划显示，到 2022 年，全国将开播 30 多个 4K 超高清频道。4K 之势，山雨欲来。

显然，5G 时代，无论是电影、电视剧，还是体育、综艺等，必须是 4K 才能有市场。随着 4K 甚至 8K 的到来，电视台需要利用更多、更新的新媒体技术完成电视节目的制播需求。但当下的 4K 产业，概念火热、口号响亮，其实并不成熟。比如，缺资金，缺内容，缺受众，当然，对媒体平台而言，更缺少行之有效的技术和解决方案。

成熟的 4K 融媒体演播室解决方案，除了可以生产高分辨率、高帧率、高动态范围(HDR)的内容，内容的输出也可以适配各种 4K 超高清电视节目的制作、播出、编码、传输系统及终端。此外，还能运用三维虚拟演播室、大屏互动、图文包装等多种电视技术手段为电视栏目提供支持，并实现多信源采集、多媒体互动、多景区空间共享、多平台传输分发等功能，进而满足媒体平台的品牌频道创建、新媒体业务拓展、全媒体制播平台打造等需求。

以七维科技展出的 4K 融媒体演播室解决方案为例，其 ViBox 实时渲染引擎支持 4K 分辨率，可以实时完成抠像、无轨跟踪、虚拟场景运动等，使真实人物和虚拟背景能够同步变化，从而获得更完美的合成画面。当然，这也提供了更多的创作空间。比如这一方案落地的曹县电视台融媒体演播室，集演播室舞美制景、灯光系统、虚拟演播室系统、虚拟跟踪系统、大屏包装系统、图文包装系统、切换系统、矩阵系统、高清摄像机等于一体，实现了全媒体节目采、编、播的一体化。

#### VR+AR 的更多可能

5G 带来了高带宽、低时延的超宽时代，也让对此具有强依赖性的 VR 开始真正崛起，并在新闻、旅游、游戏、影视、科研等更加广泛的领域得到应用。正如人们所说，VR 是继互联网、智能手机之后，有可能改变人们生活方式的技术。显然，VR“+”出来的，是更多可能。

而 VR 在媒体行业的应用中，带来的同样是一种全新的叙事方式——不仅可以将整个新闻事件发生的环境毫无遗漏地进行展现，而且其“沉浸”“在场”等特点可以让受众身临其境，变成真正的“目击者”，以第一人称的视角去审视、理解新闻。这样的全貌展示对新闻报道带来的影响，说是重构也不为过。所以，这是突破点，更是发展方向。

设想一下这样的场景：

通过 VR+AR 视频内容制作方案，对多个视频方便灵活地进行实时拼接，并组合成一个 4K 或 8K 分辨率的全景 VR 视频，再通过 5G 网络随时随地进行直播分享。而且，由于 5G 网络的低时延、高带宽以及云服务高度的可扩展性，VR 视频采集端并不需要进行本地处理，而是直接通过 5G 网络上传，云端处理后再通过 5G 网络分发超高分辨率的 VR 视频。



如此看来，5G+VR+4K 的组合可以说是王炸。

而除了以上功能的实现，七维科技开发的 VR+AR 视频内容制作方案，在 VR 全景直播的基础上，还能利用增强现实虚拟植入技术，通过其 ViBox 平台将三维虚拟场景或元素放置于 VR 全景摄像机现场信号前面作为前景呈现。这样，就能基于每场活动的主题，对三维虚拟场景或元素进行定制开发，丰富 VR 直播内容，提升用户体验。

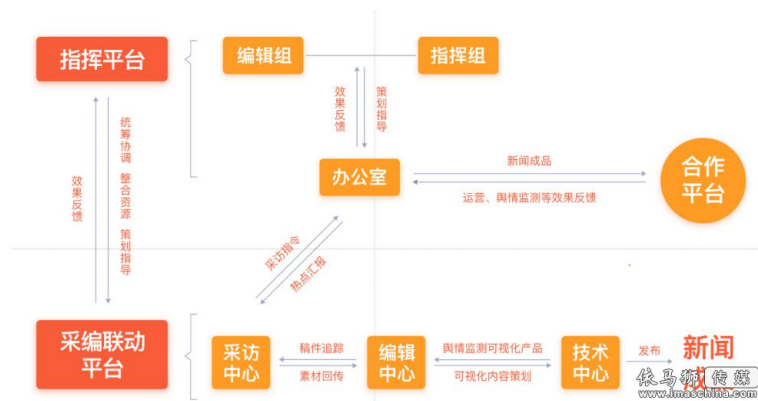
人工智能+媒体=?

融媒体中心的建设发展必然离不开技术的支持，随着 5G 的到来，以人工智能为代表的技术和应用已经逐步介入到内容生产、产品形态、内容传播、内容监管等媒体业务生产的各个环节，也改变着我们的工作环境。

目前的人工智能，虽然还处于弱人工智能阶段，即可以专注于完成某个特定任务，但终究是优秀的数据处理者，而这一阶段也尚有红利期，比如语音识别、图像识别、翻译等。在媒体生产方面，人工智能可以创新媒体形态和生产模式，重构生产流程，提升媒体生产能力和水平；在用户体验方面，能实现信息云端预处理、信息精准传播，终端极简、永远在线等效果。

以中央广播电视总台为例，人工智能在总台智慧媒体的构建中，有智能语音、智能主播、智能标签、智能审核、智能搜索、智能编辑等多种应用。比如用户感兴趣的智能主播，在央视《经典咏流传》节目中，就采用了这一技术塑造了一个仿真撒贝宁形象；再比如 2019 年春晚，采用智能语音转写技术进行小品的字幕制作，带来了 10 倍的效率提升。

再以七维科技与当虹科技联手打造的融媒体指挥调度中心为例，同样是以先进的视频采编技术为基础、以智能技术为手段、以人机协作为特征、以大幅提升生产传播效率为重点进行智能化编辑部建设，推动人工智能技术全流程的应用。



### 七维科技融媒体方案架构

比如这一指挥调度中心可以进行线索的多维度汇聚，通过智能化方式分析新闻线索库数据，发现热点新闻主题，再由指挥中心策划选题，就近调派记者，逐级进行任务指派，然后，可以远程跟踪进度并进行指挥。基于大数据，指挥调度中心可以用最便捷的方式呈现数据可视化形态。而这一方案，市级电视台、区县级融媒体中心都可以适用。

### 5G 时代下，广电的未来

此前，从 3G 进入 4G 时代，人们并没有准确预测到之后各种 APP、视频业务的大规模爆发，而 5G 具体会给产业带来什么，我们同样无法准确预言。但 5G 作为一项可以让任何行业都有所受益的“通用型”技术，并且具有相当强的势能，其前期红利就已经塑造了巨大的市场。就像人们常常作的那个比喻，5G 低延迟、高带宽、广连接等特性打造出了一条高速公路，这条路上，足可以让 4K、8K、VR 踩足油门向前狂奔，同时，与之相关的各类场景，也在加快走到我们身边。往近了说，比如 5G+4K/8K+VR 直播的兴起。



今年 5 月，在广东广播电视台音乐之声等全国 29 家省级音乐电台联合主办的“音乐先锋榜·三十一载荣耀盛典”上，七维科技通过 8K+VR 技术，为活动提供前期 8K 视频录制及后期 8K 视频缝合，提供多维度、个性化、零距离的全新观看体验。而这，其实也只是 5G 带来的开胃菜。

在 5G 时代，更多新型娱乐互动形态的打造已经是大势所趋，以国内外科技企业在推进的体积捕捉和体积采集技术为例，可以实时生成带有图像和颜色信息的三维模型、动态模型，并且可以在 5G 环境下实时进行传输。比如一个被“体积采集”的明星，可以通过 VR/AR 头显站在用户面前，并与之进行互动。七维科技此前就利用这一技术，采集了阿森纳球队的球员信息，让球迷去与球员进行真实的互动。





这些都是 5G 给用户带来的新体验、给行业带来的新机会，尤其对于广电媒体、互联网平台等与之具有强相关性的垂直行业来说，5G 这条高速公路通向的，是极具价值和前景的未来，这也正是需要七维科技等技术玩家们不断去挖掘和探索的。

写在最后：

2019 年，媒体融合已经进入关键阶段，如何在技术变革加速与传媒业态重构的大环境中找到有效路径，尽快打造出具有影响力、竞争力的新型媒体平台，是产业需要思考的。而通过此次 BIRTV 展会其实也不难看出，随着 5G、4K、VR 等新技术、新应用与广电的融合走向深入，智慧广电新生态的打造也将迎来新局面，传播新格局也将加快呈现。在此过程中，像七维科技这样积极参与融媒市场建设，并与广电行业一同成长的玩家，也将不断发挥自身优势，助力广电产业在新阶段中更好地前行。

## 10. 国际动态

### （1）葡萄牙将从 2020 年释放 700MHz 频段

葡萄牙国家通信管理局(Anacom)已经制定了释放目前用于地面数字电视的 700MHz 频段用于 5G 移动通信的时间表。这改变将由葡萄牙地面数字电视网络运营商 Meo (Altice Portugal) 实……

葡萄牙国家通信管理局(Anacom)已经制定了释放目前用于地面数字电视的 700MHz 频段用于 5G 移动通信的时间表。

这改变将由葡萄牙地面数字电视网络运营商 Meo (Altice Portugal) 实施，为期 6 个月，从南部（阿尔加韦）开始。



Anacom 表示，试点测试计划在 11 月下半月进行，整个过程将从 1 月一直到 2020 年 6 月，这是欧盟设定的实施 5G 的最后期限。

该监管机构的建议草案现正接受公众咨询，为期 20 个工作日。

Altice Portugal 的一名官方消息人士对葡萄牙卢萨通讯社表示，该公司将向 Anacom 提交

分析报告和评论，说明主要担忧。根据该公司的说法，该提案草案“在与这一复杂过程的运作相关的若干问题上，似乎模棱两可、含糊不清且遗漏很多”。

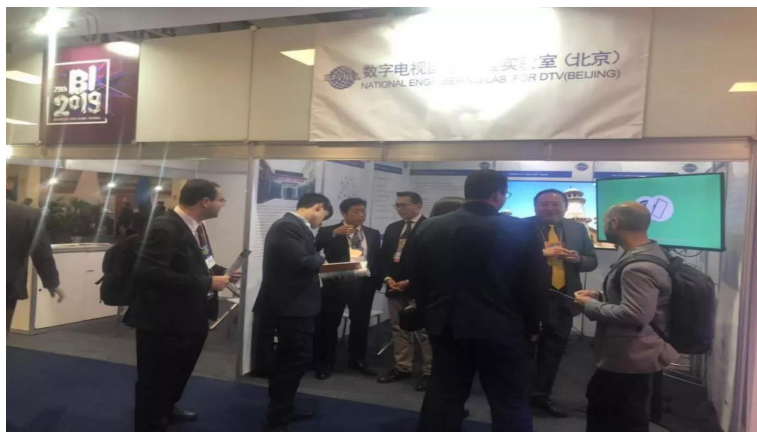
本月早些时候，Altice Portugal 的总裁亚历山大·丰塞卡警告，葡萄牙在该国推出 5G 已比预定计划落后 6 个月。

## 11. 走向海外

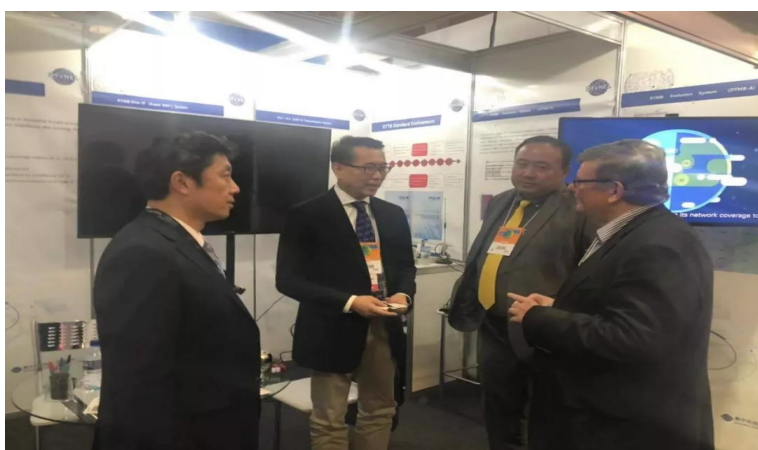
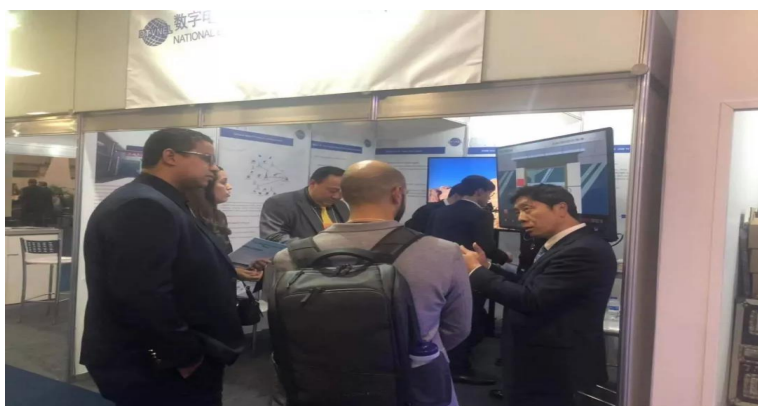
### (1) DTMB-A 进军拉美市场再创辉煌

2019 年 08 月 30 日 中广互联

由巴西商务部主办，巴西国家广电协会承办的 SET EXPO 2019 于 8 月 27 日至 29 日如期在圣保罗市举行。北京数字电视国家工程实验室应主办方邀请参加了本次展会，向观众展示了 6MHz DTMB-A+4K 超高清实时节目传输系统。主办方也诚邀实验室参加本次展会中的三个数字电视论坛演讲及相关主题报告。实验室首席科学家、清华大学宋健教授在主题报告中向所有来宾介绍了 DTMB-A+4K 系统的优势性能及基于 DTMB-A 数字电视扩展应用技术“Super WIFI”；实验室执行副总裁张小英在“全球数字电视运营与市场应用”主题研讨会上向所有来宾介绍了 DTMB/DTMB-A 标准的海外市场状况、运营模式及 DTMB-A+4K 6M 系统在拉美地区的市场应用前景，包括系统设备供应链及投资合作模式。演讲和介绍受到当地电视台、运营商、网络媒体和设备及软件供应商的关注和欢迎。



巴西 SET EXPO 展会是拉美地区规模最大、最具专业性的广播与新媒体行业的结合展，也是全球电子传播媒体界最负盛名的展览会之一，其影响力等同于中国年度 CCBN+BIRTV，美国 NAB 展和欧洲 IBC 展。实验室在展会期间演示了 DTMB-A 标准及其与 4K 超高清相结合的杰出效果。宋健教授也被主办方邀请与 ATSC3.0、DVB-T2、ISDB-T 专家一起做了主题报告，彰显了 DTMB/DTMB-A 标准的国际影响力和国际认同感。



实验室与国际有影响力的企业，如索尼、三星、Panasonic、harmonic，在同一场合演绎了自己的新产品和新系统；与会代表认为6MHz DTMB-A+4K超高清传输系统能够适应拉美市场需求，可以为拉美地区运营商，集成商及终端用户提供超高清视频系统和服务。



同时，宋健教授在”下一代数字电视技术应用”主题研讨会上深入介绍了 DTMB-A 国际标准的优越传输性能、应用于新一代数字电视的编码技术 QC-SC-LDPC 及可与数字电视配套使用的数据传输系统 Super WiFi。美国 ATSC3.0 和日本 ISDB-T 标准组织和实施机构的代表也参加了该主题研讨会。



实验室执行副总裁张小英在”数字电视运营与市场”主题研讨会上介绍了 DTMB/DTMB-A 在一带一路市场及其他国际市场推广状况，对 DTMB-A+4K 6M 系统在拉美地区的市场应用前景做了细致的分析。



展会期间，实验室受邀与巴西数字电视首席科学家，巴西数字电视联盟界学术泰斗

Gunnar 教授开会讨论了 DTMB-A 标准在巴西建立 4K 超高清节目传输示范区的规划,据 Gunnar 教授透露,巴西模拟电视信号将于 2021 年全部关闭,目前地面数字电视在巴西广播电视传输网(卫星,有线,地面,IPTV)中占有 60%的市场份额,6MHz DTMB-A 4K 系统在巴西建立示范区将对巴西选用新一代数字电视标准具有重要意义,此外,巴方还提出与实验室进行合作引进中国优质的中文节目落地巴西。



展会期间,实验室还受邀参观巴西麦肯锡大学数字电视工程实验室并与该实验室首席科学家 Cristiano 教授开会讨论,研究建立中巴数字电视联合实验室的计划。据悉,双方会在近期签署联合实验室的合作框架协议。



继今年 5 月实验室与巴西里约州签署 DTMB-A+4K 示范区合作框架协议后,实验室逐步加快在拉美地区推广 DTMB-A 标准的步伐,将在此次拉美之行中再次与里约州政府聚首,详细讨论 DTMB-A 在里约州建立 4K 传输测试网及 4K 超高清系统示范区的工作部署;实验室还将与巴西多个数字电视研究机构、工程实验室签署中巴数字电视联合实验室的合作框架协议(MOU);并会与在巴西当地具有强大影响力的多个电视台签署市场合作框架协议(MOU)及 DTMB-A+4K 试验网合作框架协议(MOU)。实验室在拉美市场的推广工作中不断获得突破,必将续写出更多合作的篇章。

## （二）、重要政策进展

### 1. 三网融合

#### （1）2025 年——广电首次明确 5G 建设时间节点

时间：2019-08-22 10:02:16 来源：通信世界网

【慧聪广电网】8月19日，国家广电总局(以下简称广电)网站发布了《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》的通知(以下简称通知)。通知就大家关注的几个问题——5G建设、网络“一体化”、人才、资金、设备升级等方面给出了说明。同时，广电总局明确了5G建设时间节点，计划2025年在5G网络和智慧广电建设上取得重要成果。

明确5G建设时间节点

通知显示，在2025年广电总局计划在5G网络和智慧广电建设上取得重要成果，使广播电视行业形成一条更加完整的新型产业链。这也是广电第一次提出明确的5G建设时间节点。

其实，广电的5G建设步伐一直在稳步推进中。7月，山东广电网络有限公司济宁分公司与济宁高新区、华为技术有限公司三方联合举行5G创新应用合作协议签订暨广电5G试点开通仪式，广电5G建设迈出了实质性的一步。

近日，国家广播电视总局副局长张宏森在会见广东广电机构负责人时表示，广电总局将支持深圳申请广电5G建设试点城市。此前，贵州省广播电视信息网络股份有限公司(以下简称贵广网络)发布一篇名为《扩大智慧广电应用，助推经济社会发展》的文章，文中提到中宣部副部长、国家广电总局局长聂辰席同意将贵州列入广电5G首批试点。

加速网络建设“一体化”

通知中显示按照全国有线电视网络整合发展领导小组部署，广电总局加快实现全国“一张网”，与广电5G网络建设一体化推进。

通知中称，将推进国有广播电视企业公司制改革和股份制改造。中国广电作为全国有线电视整合的主体公司，近几年正在加快实现有线电视行业“全国一网”步伐。

7月24日，中国广电成立了分公司——中国广播电视网络有限公司河北雄安分公司。目前，中国广电已经与河北、青海、宁夏、内蒙古、黑龙江、重庆、新疆、山东等省网公司签署了战略投资合作协议。此外，中国广电已入股了河北、新疆、黑龙江三省省网，目前入股比例分别为20.58%、16.75%、12%。

设备升级和人才储备

广电的5G建设时间已定，如何解决“缺钱少人”难题是其需要考虑的问题。5G应用和网络规模部署离不开政府、企业的支持和人才的支撑。广电支持地方以本地特色优势产业为依托，强化本地土地、政策、资金、人才等支持条件和高质量发展的目标约束，建设广播电视和网络视听某一领域或综合性的产业发展先导区(示范区)。

通知表示鼓励广电企业主动对接金融市场，有针对性地在各类资本市场融资，加强与银行、基金、保险、担保、融资租赁等机构合作，解决资金需求。

除了资金和人才，设备的升级改造还需业内企业的支持。TMT产业观察家、融合网执行总编吴纯勇此前接受记者采访时表示：“广电系统对5G网络的升级，无论是从设备的兼容性还是从5G网络建设的投资成本来看，的设备厂商一定是华为、中兴等国内企业。”

同时据记者了解，多地广电网络公司与华为签署了战略协议，邀其协助建设5G等内容，截至目前至少已经有16家省级广电网络实现了与华为的合作立项。广电的5G设备采购也将逐步浮出水面。

## (2) 5G 时代来临 给广电媒体带来更多的冲击还是机遇？

时间：2019-08-22 10:00:16 来源：传媒内参

【慧聪广电网】5G 热度持续高涨，2019 年更被称为“5G 元年”。对于传媒行业来说，5G 也是把剑，它将会实现媒体业务的融合，多维度拓宽媒体体验的同时，也会淘汰落后产能，冲击或摧毁部分传媒行业。随着 5G 的来临，新技术将赋予传媒行业崭新的能力和大量的机遇，却也让媒体从业者感到茫然无所适从，很多传媒行业从业者对 5G 时代带来的变化和机会产生了认知混沌。

5G 时代，将要革掉谁的命？

随着通讯技术的发展，传媒行业也随之发生巨大的变化。在 2G 时代，搜狐、新浪和网易三大门户巨头崛起；3G 时代，智能手机大战、社交类软件成为，也进一步降低了内容生产的门槛；4G 时代，直播与短视频掀起浪潮，以抖音、快手为代表的的社交媒体类短视频火爆，进而带来了第二次内容爆发。

4G 的到来，降低了媒体行业的技术门槛，一定程度上也进一步打破了传统媒体的内容垄断，将原来媒体内容生产、内容分发、内容消费多个阶段，缩短为内容生产、内容消费两个阶段。5G 时代将进一步降低内容生产的门槛，人人都可以通过更为快速、便利和多元的传播方式将所见所闻进行传播，一定程度上而言，在 5G 时代新的内容生产轨道上，机构主体和个人主体在同一个平台同一个起跑线上竞争。



随着 5G 时代的到来，智能手机、穿戴设备、车联网以及智能家居等互联网应用终端入口也开始逐渐成为现实。当智能终端日益多样化，传统媒体的渠道或将进一步被瓦解，这也直接促使传统媒体作为内容分发渠道失灵，而随着传统媒体的渠道优势丧失，传统媒体也进入到注意力稀缺的时代，甚至有观点认为，4G 时代革掉了纸媒的命，5G 时代革掉的将是电视台的命。

警惕边缘化沦为内容供应商

5G 技术在提高下载速度的同时，也极大地膨胀了数据量，5G 能驱动大量的东西，也会带来更多终端、更多场景且更具智慧的内容消费服务。作为最新移动通信技术，5G 技术对媒体行业融合转型将带来显著影响，信息采集、感知、传递环节面临的颠覆性变革，也意味着通信行业生态即将重塑。

目前各大电信运营商都将大视频作为核心战略之一，5G 的到来为视频行业带来巨大变革，从 5G 视频通话到 8K 体验，从体育赛事到城市安防等，5G 必将带来更多维度的消费内容。



证券时报曾报道称，AT&T 和中国移动两个中美的运营商寡头不约而同地通过并购和版权的方式，试图同传统媒体合作，尝试利用运营商的流量和内容结合开辟新的商业模式，而各地市的广电系统，由于内容无法和一线电视台竞争，而广电网络这块业务也在被运营商蚕。由于无线网络与 5G 将为媒体和娱乐产业带来巨大商机，这或许也预示着媒体、电信和科技行业正走向全面融合的趋势，而在 5G 时代，通信运营商将直接进入视频内容生产领域，也将给传统电视媒体带来巨大的冲击，传统媒体也要警惕被边缘化沦为供应商。

媒体也尚不是 5G 的主要受益者

5G 时代的来临，对传媒行业的影响极为深远。一方面，传媒行业抓住 5G 风口，进行媒体融合，实现产业变革；另一方面，技术的变革本就催生着内容行业的变革，随着技术门槛降低，5G 的来临必将带来视频行业的新一轮爆发，进一步加速内容消费，媒体业也成为其中一个受益的垂直行业。



中共中央党校(国家行政学院)文史教研部副教授郭全中曾表示，纵观通信技术的发展实践，当新一代通信技术成熟时，首先受益的是通信设备制造商，其次是通信运营商，再次是各类移动终端制造商，最后再是各类信息服务和娱乐服务提供商。

可以看出，在短期内，主要的受益者必然是华为这样的通信设备制造商和电视与移动终端制造商，而由通信运营商和互联网服务组成的广电业难以直接受益。

5G 只是媒体融合一个环节

5G 时代，人类传播也发生了全时空传播、全现实传播、全连接传播、全媒体传播等颠覆性



改变。具体表现在，任何时间节点、任何空间都可以进行人类传播；现实世界与虚拟世界的界限也可能基本消除；甚至可以实现所有人连接、所有物连接、所有资金连接、所有信息（数据）、所有环节、所有过程、所有时空节点的连接。

数字技术的创新与发展，驱动着媒体生态的进化，但对于媒体融合来讲，5G 的技术只是其中的一个环节。如想打造真正意义上的媒体融合和四全媒体，仅仅依靠高速度、大带宽、低延迟，还远远不够。

正是由 5G 带来的移动互联网和物联网时代，万物互联也就带来了万物皆媒，媒体和技术融为一体，计算和通信合二为一，媒体的形态和功能也发生转变，从资讯提供者变为全能的信息服务者。

媒体仅仅把技术仅仅作为本行业甚至现有形态的升级换代的动力，已经远远不够，必须关注新技术可能催生的新形态对我们的冲击甚至取代。面对这种趋势，媒体需要做的就是充分唤起自身的优势，依托跨行业的泛连接性，继续创新和变革，同时警惕新技术可能带来的问题。5G 更不能包治媒体融合百病

5G 大规模商用之后，媒体将会真正地发挥威力，其价值会立即显现出来，传播方式将会得到变革和创新，5G 对传媒业带来的影响，可以通过五组关键词来总结，不仅在于基础设施的提升，还包括万物互联、新技术的红利、新产品激活以及新闻呈现形式虚拟与现实的交织。5G 时代获益的不是媒体，而是有媒体背景的互联网科技公司，对媒体主要的挑战仍然在于体制机制，体制机制如果不进行变革，再好的机遇可能也很难拿得到。

媒体能不能利用 5G 技术实现弯道超车，可能不取决于 5G 技术本身，而取决于媒体如何围绕 5G 应用来创新体制机制，进而重塑整个媒体运行流程，尤其重构新的产品体系，针对 5G 时代用户的需求提供更多的媒体产品，丰富媒体的服务方式，这才是关键。

## 2. 宽带中国

（本期无）

## 3. 相关政策法规

### （1）总局印发《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》的通知

广电发〔2019〕74 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，总局直属各单位，中央广播电视总台办公厅，中国教育电视台：

《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》已经总局同意，现印发给你们，请结合实际认真贯彻落实。

国家广播电视总局

2019 年 8 月 11 日

## 关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见

为深入贯彻落实党中央、国务院关于推动高质量发展的决策部署，结合广播电视行业实际，现就加快推动我国广播电视和网络视听产业高质量发展提出如下意见。

### 一、总体要求

#### （一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中全会精神，树牢“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，深入贯彻以人民为中心的发展思想和新发展理念，落实《关于深化影视业综合改革促进我国影视业健康发展的意见》，以社会主义核心价值观为引领，以改革创新为动力，以提高产业资源配置效率、推动产业高质量创新性发展为目标，坚持守正创新，强化资源整合，加强扶持引导，不断优化广播电视和网络视听产业结构布局，健全现代产业体系和市场体系，培育新型业态和消费模式，促进数字经济发展和文化消费，更好满足人民群众美好生活新期待。

#### （二）基本原则

坚持正确导向。牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向，坚守主流文化责任担当。坚持把社会效益放在首位，实现社会效益与经济效益相统一。

坚持改革创新。着眼重点领域和关键环节，充分发挥市场作用，推动体制和机制改革、科技和管理创新、产品和服务创新，实现自主创新驱动发展。

坚持提质升级。深入贯彻新发展理念，推动融合发展、全产业链发展、高质量发展，培育产业竞争新优势，探索发展新模式，促进转型升级。

#### （三）发展目标

到 2025 年，广播电视和网络视听内容创作生产更加繁荣，作品质量更加精良，不断推出更多符合新时代要求，既能在思想上、艺术上取得成功，又能在市场上受到欢迎的精品佳作。广电 5G 网络和智慧广电建设取得重要成果，高新技术深度融合应用，网络综合承载能力和智能化水平显著提升，不断满足政务、民用、商用多样性多层次的视听需求和信息需求。产业结构和布局更加优化，京津冀、长三角、粤港澳等地区产业协作发展取得积极进展，辐射带动能力进一步增强。产业市场涌现一批特色鲜明、有较强实力和影响力的骨干企业、龙头企业，一批布局合理、集聚引导效应强大的产业基地和产业园区，一批功能融合、服务多元、优势独具的新产品、新业态，带动形成高新视听消费、创意设计开发融合、新一代移动通信网构建、上下游电子设备生产等行业联动发展、融合一体的新时代大视听全产业链市场发展格局，在拉动文化信息和电子设备消费中发挥中坚作用，成为繁荣文化产业、发展数字经济、扩大内需的强力引擎，不断提升人民群众精神文化生活和信息消费的获得感、幸福感。

### 二、加速升级新型产业体系

#### （四）推动内容产业健康繁荣

以实施“新时代精品工程”为抓手，谋划实施好电视剧、纪录片、动画片、广播电视节目、网络视听节目等重点创作规划，完善优秀选题项目储备库，加强动态调整管理，加大专项资金扶持力度。以结构化管理、宏观调控、引导扶持、评析交流、宣传推介等多种措施推动各类节目创新创优，进一步完善创作选题规划，切实加强创作生产引导，深刻把握时代主题、时代脉搏，努力创作生产更多讴歌新时代的精品佳作。强化好节目进入好平台、好时段的政策取向，加强广播电视节目收视综合评价大数据系统建设和数据发布应用，建立正向舆论引导和市场激励机制。深入推动科创、文创在内容生产领域的应用，不断创新产品形态。积极拓展产品开发、衍生产品市场，提升内容产业价值链，促进创意制作和相关产业创新融合，提高精品节目的成果转化率、社会影响力和市场占有率，推动产业良性循环和综合效益增长。

### （五）加速广电网络提质升级

加快建设广电 5G 网络，打造集融合媒体传播、智慧广电承载、智能万物互联、移动通讯运营、国家公共服务、绿色安全监管于一体的新型国家信息化基础网络。按照全国有线电视网络整合发展领导小组部署，加快实现全国“一张网”，与广电 5G 网络建设一体化推进。建立全国有线电视网络统一运营体系，加快互联互通平台建设，建设国家级云数据中心和超高清节目交换网络及平台，加快推动有线电视网络数字化、光纤化、宽带化、IP 化改造，提升有线电视网络对宽带业务、交互业务、超高清业务的承载能力，拓展综合信息服务和智能化应用等新业态，建设新型家庭信息中心，实现大屏小屏融合互动，让电视大屏用户充分享受通信红利，满足用户对跨屏、跨域、跨网、跨终端的收视和信息需求，实现广播电视人人通、移动通、终端通。加强无线、卫星、有线网络的融合发展，培育智慧广电生态，打造网络强国、数字经济、智慧城市、智慧乡村建设的核心承载网络。

### （六）加快服务能力与科技深度融合发展

发挥国家科技计划和专项规划的引领支撑作用，加快大数据、云计算、人工智能、IPv6、5G、VR、AR 等新一代信息技术在广播电视和网络视听节目制作播出和传输覆盖中的部署和应用。推动打造面向 5G 的更高格式、更新应用场景的视频业务新形态。开展基于用户收视行为深度分析的内容生产，创新视听内容呈现方式，提升视听体验，引导产业向中高端价值链延伸。加快高清电视和 4K/8K 超高清电视采集制作、集成播出、互动分发、数据中心、管理平台等系统建设，推动高清、超高清电视频道建设，推动高清、超高清电视在有线电视、IPTV 和互联网电视的应用，推动普及高清、超高清机顶盒。以重点工程和项目建设为依托，发挥业务应用和技术标准牵引力，带动广播电视和网络信息采集制作、播出分发、传输发射、网络存储、平台管理等关键设备研发和系统建设，推动重点设备升级和国产化、产业化，带动高清、超高清电视机和显示屏、机顶盒以及各类具备视听功能的智能手机、可穿戴设备、沉浸式体验设备等智能终端的应用和配备，拉动电子设备规模化消费升级。

## 三、大力优化产业布局

### （七）鼓励优势产业区域率先发展

突出重点，因地制宜，推动经济基础较好、广播电视和网络视听资源比较集中、产业优势突出的地区、省区以及国家中心城市、城市群率先发展，形成文化产业乃至地区国民经济发展的战略高地。紧紧围绕加强“一带一路”建设、京津冀协同发展、长三角一体化发展、粤港澳大湾区建设、海南全面深化改革开放等国家重大战略，加强资源整合利用开发，推动建立区域产业发展协作体，强化区域资源整合和合作联动，探索产业协同发展新模式。支持地方以本地特色优势产业为依托，强化本地土地、政策、资金、人才等支持条件和高质量发展的目标约束，建设广播电视和网络视听某一领域或综合性的产业发展先导区（示范区）。优先支持将先导区重大发展项目纳入国家中长期发展规划、文化改革发展规划、区域发展规划、广播电视发展规划以及相关政策文件，并从宣传推广、项目推介扶持、改革试点、创新试验等方面给予支持。

### （八）发挥高质量产业基地（园区）的辐射带动作用

加强规划引导、政策支持和管理服务，科学引导广播电视和网络视听优质资源、优势产业、优秀企业集中集约发展、做大做优做强。积极培育一批符合高质量创新性发展方向的广播电视和网络视听专业性或综合性产业基地（园区），推动产业基地（园区）专业化、规模化、高质量发展，发挥引领示范作用。规范基地（园区）申报、认定、命名程序，加强跟踪考核，建立健全退出机制，对长期经营不善、社会效益不好、示范作用不强的产业基地（园区）撤销资格。探索打造集广播电视和网络视听节目采集制作播出分发、智能网络传输、智能终端接收、提供高新视听节目和融合服务的全产业链高新视听产业示范基地（园区）。

### （九）提升品牌展会的市场影响力

坚持依法依规、务实高效、勤俭节约办展办会办节，规范各类展会交易活动审批程序，把握正确导向，加强组织指导，丰富展会活动，创新交易业态，培育品牌价值，推动展会市场化、专业化、国际化、高水平发展，打造产业高质量发展的风向标。对行业影响较大、社会效益突出、示范效应明显的展会，通过协调重大活动、解读分析政策、发布数据报告、举办主题论坛、加强推广宣传等多种方式予以支持，重点办好总局与有关部门和地方共同主办或支持的产业博览会、展览会、交易会、电视节、纪录片节、动漫节、网络视听大会等，打造广电特点显著、融合特色鲜明、引领作用突出的重点展会品牌和国内国际一流产业平台。

#### （十）扩大广播电视对外贸易和文化交流

加大电视剧、纪录片等作品海外推广力度，实施“视听中国—公共外交”播映工程，讲好中国故事、传播好中国声音。大力实施“走出去内容产品创作扶持计划”，通过创新研发、创作引导、中外合拍等方式，打造更多展现中国价值、符合国际表达的电视剧、动画片、纪录片等内容作品。实施广播电视国际传播项目，巩固拓展丝绸之路影视桥、中非影视合作、友邻传播、电视中国剧场等工程项目，扩大覆盖面，增强影响力。积极推动在国际知名电视频节开展“中国联合展台”，策划举办“中国日”“中国主宾国”等海外宣传推广活动。支持我国拥有自主知识产权的广播电视技术标准走出去，带动广播电视技术、设备及工程设计、承包等工程服务出口。积极拓展影视文化进出口协作体作用，提升中国广播电视品牌国际影响力。

### 四、大力完善市场体系

#### （十一）营造健康有序的营商环境

持续深入实施“放管服”改革，在符合法律法规的前提下，进一步研究放宽市场准入条件，积极引导社会力量进入广播电视和网络视听产业，增强市场活力，指导民营企业参与广播电视公共服务领域建设。及时跟踪广播电视和网络视听产业发展的新产品、新服务、新业态、新模式，适时完善产业结构调整指导目录。建好用好总局政务服务大厅，推进“互联网+政务服务”、“互联网+监管”，深入开展“双随机一公开”制度的标准化、规范化建设，提高服务水平和监管效率。规范总局主管协会等社会组织会费层级和标准，坚决清理取消行政审批中介服务违规收费及各类利用行政影响力违规收费项目，切实减轻企业负担。巩固广播电视广告专项整治工作成果，加强对广播电视节目传送有关许可业务的市场监管，推动治理工作常态化长效化。

#### （十二）培育壮大骨干企业

加大指导、扶持和培育力度，引导生产要素向优势企业集中，培育大型专业化主体，打造规模化的旗舰企业，形成龙头效应和集聚效应。加快推进融合新媒体资源整合，打造拥有较强实力和竞争力的新型媒体融合集团。推进国有广播电视企业公司制改革和股份制改造，在允许社会资本进入的领域，支持国有资本和民营资本资源整合和交叉持股，探索推动混合所有制改革试点。支持已上市企业做强做大，鼓励上市企业发挥各自优势，积极稳妥开展跨地区、跨行业、跨所有制并购重组，着力打造综合性产业集团。加快组建全国性有线电视网络股份公司，完善业务运营体系和产品体系，改善用户服务和体验。引导支持基础较好的网络视听企业在符合国家和行业有关法规政策的前提下，加强资源整合和新产品推广应用，壮大主导产业，发展关联产业。鼓励支持具备条件的广播电视和网络视听企业按程序申请认定高新技术企业。

#### （十三）建立产业与金融市场对接机制

探索建立广播电视和网络视听产业发展联盟，搭建体现广电特色的投融资平台，发挥政府引导作用，建立企业主体和金融机构的供需对接机制。鼓励各类金融机构组建广电专业团队，搭建广电专业孵化平台，创新广电金融产品和服务，加大对广电企业、广电项目的金融支持力度。鼓励广电企业主动对接金融市场，有针对性地在各类资本市场融资，加强与银行、基

金、保险、担保、融资租赁等机构合作，解决资金需求。鼓励广播电视和网络视听旗舰企业发起设立股权投资基金，积极参与市场并购重组。优先支持符合条件的广播电视和网络视听企业整合优质经营资源上市融资，尽快利用资本市场做强做大。积极指导广电小微企业利用“双创”平台完善发展条件，走“专、精、特、新”发展道路。鼓励引导私募股权投资基金、创业投资基金进入政策许可的领域，加大对小微企业高成长性初创项目的融资支持。

## 五、加强政策支撑

### （十四）加强组织领导

各地广电部门要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，深刻理解网络信息技术革命对广电产业结构升级和融合发展带来的深远影响，增强做好产业促进工作的责任感、使命感。要加强组织领导，将产业发展工作纳入意识形态工作责任制，健全工作机制，制定完善配套政策，因地制宜，统筹规划。要及时向当地党委政府汇报工作情况，加强同宣传、发改、财政、金融、文旅、网信、工信等部门的沟通协调，争取资金政策支持，合力推动广播电视和网络视听产业高质量创新性发展。

### （十五）用足用好财税优惠政策

落实国家关于经营性文化事业单位转企改制、支持文化企业发展、文化产品出口、民营企业发展、小微文化企业发展、高新技术企业发展等财税优惠政策，推动经营性事业单位转制企业免征企业所得税、有线数字电视基本收视维护费和农村有线电视基本收视费免征增值税、国家重点鼓励的文化产品和服务出口实行增值税减免等政策落到实处，让广电企业轻装上阵。

### （十六）争取政府购买服务支持

推进政府向社会力量购买广播电视公共服务与培育广电产业市场主体相结合。总局积极指导各地广电部门落实好政府向社会力量购买公共文化服务有关政策，对符合先进文化前进方向、适合采取市场化方式提供、承接主体明确的广播电视公共服务项目，积极调整纳入本地政府向社会力量购买公共文化服务的指导性目录。规范引导企业立足群众需求、结合广播电视实际，按照市场机制参与广播电视公共服务供给，提高服务质量。

### （十七）建立完善产业项目库

总局建立广播电视和网络视听产业发展项目库，聚焦精品制作生产、产品业态创新、网络升级和融合发展、关键技术开发应用等方面，培育储备一批符合行业高质量创新性发展方向的重点产业项目。对入库项目积极与各类扶持资金、产业投资基金对接，争取多方支持与合作，在政策扶持、宣传推介、技术引导、成果应用等方面给予支持，引导各类要素向产业链附加价值高、发展前景好的优质项目集中，带动产业升级。对符合条件的优秀入库项目推荐参评“中国版权金奖”“中国专利奖”，推荐涉及国家重大利益或公共利益的专利项目优先审查。有条件的地方也要建立产业项目库，加大本地政策资金支持。

### （十八）强化人才保障

以增强“脚力、眼力、脑力、笔力”为重点，加强对广播电视从业人员的思想教育和政治引领，加强专业人才培养，通过深入实施行业“领军人才工程”和“青年创新人才工程”，为高素质广电人才特别是产业管理和经营、国际交流合作人才培养创造条件，打牢人才基础。建好用好总局媒体融合发展专家库。支持高校、科研院所开展广播电视和网络视听产业前沿研究，承担总局重点社科课题和发展规划课题。强化人才激励，鼓励业内名家、学者、技术能以知识产权、专有技术等无形资产出资、入股，参与企业经营或项目开发。

### （十九）完善统计支撑

加强产业统计体系建设，建立产业数据发布制度，提高统计数据的针对性、时效性和指导性。紧密结合文化产业、战略性新兴产业和生活性服务业发展需要，合理确定广播电视和网络视听产业的统计范围和统计方法，科学设计统计指标，完善统计标准，全面反映产业发展情况，

重点推进广播电视供给消费、乡村广播电视、智慧广电等专项统计工作，建立反映广播电视和网络视听高质量发展的“大统计”体系。进一步强化统计信息系统建设，拓展统计数据采集和服务渠道，加强统计数据分析利用，为产业发展提供数据支撑和分析指引。

## 4. 与广电相关的标准

### (1) AVS3 标准正在制定中 将为 5G+8K 视频传输铺路

智慧广电张晓宝 2019-09-02 10:12 阅读 521 来源: DVBCN

8月29日，“AVS国家标准工作组第七十次大会暨新一代人工智能联盟第八次标准大会”在海口正式开幕。

中国工程院院士、数字音视频编解码技术标准(AVS)工作组组长高文会上表示，从2002年6月中国成立AVS工作组，10多年来上千人的团队坚持不懈，自主知识产权的AVS应运而生，解决了数字音视频产业‘卡脖子’问题，每年给国家节省数亿专利费。

本次会议将讨论、解决第三代AVS标准即AVS3的相关问题，争取尽早完成AVS3标准的制订。此外，联盟AI标准工作组召开8次会议，正加快推动各项标准的制定。希望将来，AVS和AI产业都能在海南落地生根。

根据AVS官网资料，第一代AVS标准制订起始于2002年，2006年成为国家标准，第二代AVS标准包括系列国家标准《信息技术 高效多媒体编码》(简称AVS2)主要面向超高清电视节目的传输。2016年5月，广电总局将AVS2视频标准作为我国广播电视视频行业标准，2016年12月30日其又成为国家标准。

第一代音视频国家标准AVS+已实现了全国地面数字电视覆盖；第二代音视频国家标准AVS2已在广东省实现超高清全省覆盖，中央电视台也已于2018年10月1日开通AVS2超高清频道。

据了解，AVS3标准主要面向未来的8K超高清视频及未来的5G多媒体，此前有报道称关键技术已经获得突破，可将广播视频的数据压缩到原来的六分之一，将监控视频的数据压缩到原来的千分之一，处于国际领先水平。

## 5. 广电行业动态与分析

### (1) 【BIRTV2019】张宏森：要把一体化理念融入到广电发展的全过程

2019-08-20 09:24:04 来源: **ASIAOTT** AsiaOTT

张宏森副局长在会上发表讲话，张宏森副局长在会上对BIRTV2019表达了热烈的祝贺，对长期以来关心支持中国广播电视发展的朋友表示衷心的感谢。

回望广播电视的发展历史，是在党的领导下，守初心担使命，从无到有，从小到大，从弱到强，不断壮大的历史。中央不断推动融媒体发展，赋予了广播电视从业者新的使命与任务。

加快创新驱动，构建全媒体新生态的三个重点：

1、初心使命凝聚为推动广播电视发展的强大动力。中国特色社会主义进入新时代，党和国

家的历史方位发生变化，我国广播电视发展站在了新的起点，一代人有一代人的使命，新时代广播电视人的使命就是要党的声音传得更广，传得更快，传得更深入人心。其中，张宏森副局长提到，将要积极推动应急广播体系的建立。

2、以人民为中心的工作导向，贯彻发展工作的始终，人民立场是中国共产党的根本立场，人在哪儿重点就应该在哪儿，网络空间已经成为生产生活的新型空间。在优质内容的供给上，在内容产品的创新上，在便捷的传输上，在服务的创新上，都有极大的发展空间。推动媒体深度融合必须坚持把人们对媒体生活的向往作为深度目标。

3、把一体化的理念融入到广电发展的全过程，我国经济进入高速增长阶段，向高质量发展阶段，是一个凤凰涅槃的过程，现在不抓紧，未来解决问题会更难。发展广电 5G、推动超高清产业、推动融媒体发展，共同推动科技创新、内容创新、服务创新、体制机制创新，努力推进融媒体发展新生态。

最后，张宏森副局长表示，2019 年是庆祝新中国成立 70 周年的重要年，我们应当在习近平总书记的领导下，全体广播电视同仁共同努力，推动广播电视行业把握新时代，展示新风采，获得新贡献。

### （三）、领导讲话

（本期无）

## 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. 华为联合索贝面向超高清视频领域推出双品牌存储产品 FusionStorage-VIDA

2019年08月24日 中广互联

8月23日，索贝与华为在 BIRTV 展场携手举办主题为“超清存储 巅峰与共”的产品发布会，并推出双品牌存储产品 FusionStorage-VIDA，这是两家企业协同研发的业界首款面向超高清视频处理的分布式对象存储。此次发布会还邀请了中央广播电视总台嘉宾及媒体共同见证，两个民族企业合力将超高清产业推向新高度。



图为：索贝高级副总裁兼 CTO 王伟（左）与华为智能数据与存储产品线总裁周跃峰（右）接受采访

鲲鹏聚数，极致体验

FusionStorage-VIDA 以索贝 VIDA 为基础架构，结合华为自主的鲲鹏架构硬件，实现软件到硬件的完全独立研发。该产品集合了两家企业在超高清和存储领域的领先优势，构建了从底层到应用的安全可信链条。

FusionStorage-VIDA 结合华为自研鲲鹏系列处理器深度优化，拥有卓越的存储性能，实现相同硬件配置下的 IOPS 提升与功耗降低，构建高效、可靠和智能的新型存储服务平台，轻松应对智能时代大规模数据敏捷存取需求。

同时，FusionStorage-VIDA 结合了索贝多年来引领视音频行业的尖端技术与对存储的深度研习，融入索贝“黑科技”——VIDA 视频处理架构，视频处理性能随计算节点增长而线性提升，极致加速集群渲染，将显著提高超高清视频制作效率。FusionStorage-VIDA 分布式



视频处理框架产品的功能、转码合成能力全部通过国家广电总局检测中心检测。

强强联合，共创未来

华为从 2002 年开始存储技术的研究，研发能力在全球布局，不断增强创新能力和核心竞争力。华为存储研发在成都也有大力投入，通过十多年的发展华为已成为业界领先的存储厂商，推出了包括统一存储、分布式存储、全闪存存在的全系列存储产品，服务全球客户 10000+。索贝作为土生土长的成都企业，经过 20 余年的探索，已经发展成为全球知名的专业视音频技术解决方案领导者，尤其在超高清领域，始终保持业界领先。

索贝与华为的合作渊源由来已久，自 2014 年起便保持着合作关系，结合“5G+4K”时代的发展诉求，两家企业深度战略合作成为必然。



今年 7 月以来，索贝和华为两家公司在成都连续签约多个合作协议。7 月 8 日，在成都举行的华为云城市峰会期间，索贝与华为云正式签署全面合作协议，双方将在 5G、VR、存储、人工智能、云技术等多个领域展开合作。7 月 25 日，索贝与华为签约鲲鹏生态战略合作协议，进一步扩大合作领域。从超高清视频存储到鲲鹏生态，双方实现全面战略合作，立足于面向超高清视频的核心技术创新，不断推进发展。

此次索贝和华为联手推出的 FusionStorage-VIDA 通过重新定义存储架构，为用户带来智能管理、极致效率、极速体验，将存储发展推向新高度。该产品可广泛应用于广电媒资、高性能计算、互联网运营和大型企业等各行业领域，为超高清时代发展提供切实的成果。

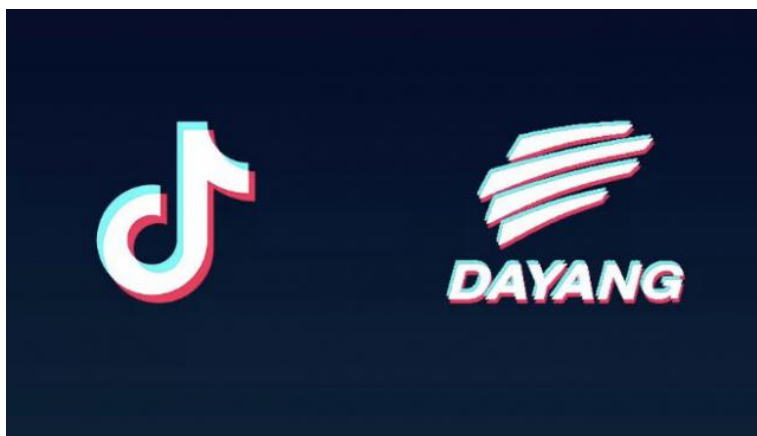
值得一提的是，于 8 月 20 日举行的 BIRTV2019 主题报告会颁奖典礼上，FusionStorage-VIDA 在 55 家申报单位的 95 个项目评选中脱颖而出，荣膺 BIRTV 产品奖。

双方表示，FusionStorage-VIDA 只是起点，双方将合力推进在超高清视频存储领域的发展，并进一步加强合作，积极开展其他领域的拓展。

## 2. 中科大洋与抖音达成重要合作，助力媒体快速融入短视频生态

2019-08-29

当优质内容撞上抖音和头条  
会发生什么样的聚变？！



在新的时代变化下，媒体融合工作正如火如荼，5G时代近在眼前，短视频的风口进一步加剧。

2019年6月26日，中科大洋迎来字节跳动公司负责技术、产品、市场的同学。双方就技术创新与合作、技术成功共享、新模式探索等主题进行深度交流。会上，大洋正式与抖音达成重要合作，双方开放各自优势资源，在技术产品、媒体内容、业务运营、市场品牌层面开展全方位合作。



双方在交流过程中共同认为，各级融媒体机构也意识到运用好短视频对全媒体时代宣传至关重要，开始全面拥抱短视频，提升短视频制作和传播水平，增强脚力、眼力、脑力、笔力“四力”建设，强化精品意识、传播意识、统筹意识。充分利用短视频赋能，推进政务公开、展示队伍形象、凝聚社会共识、创新社会治理手段，加强正面宣传，形成长效机制，推动地方宣传与服务，携手创新实践，营造出更加风清气正的网络环境。

此次合作，双方将打通并优化传统广电业务的制播流程，实现从内容策划、制作、直播到流量平台分发的完整链条，并基于抖音的海量数据分析能力，为媒体、高校、政务等客户提供内容传播、热点分析、用户行为分析等大数据统计能力，进而为内容制作单位提供更直观、

可量化的策划建议。

在融合媒体纵深发展过程中，中科大洋已将“赋能媒体 点亮生活”做新的企业使命，正好与抖音平台新的 slogan “记录美好生活”不谋而合。通过双方的合作，加速我们媒体单位更快在短视频宣传团队顺利开展、提升业务水平，共同为推动为媒体融合发展助力，抓住短视频发展风口，推动正能量声音的短视频传播阵地。

大洋与抖音强强联合，为媒体融合业务场景打造综合系统解决方案，帮助媒体实现业务融合。双方的合作，将为中科大洋产品赋予更多价值与内涵，收获更多行业伙伴认同，更好地服务于媒体市场，更好地推动媒体融合发展。

（本期结束）