

广电行业综合信息

2019年第09期（总第98期）

中国广播电视设备工业协会

2019年10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) 总局广科院正与中国广电推进 5G 广播试验网工作.....	4
(2) NHK 将开始 8K 地面广播.....	4
2. 移动电视及 CMMB.....	5
3. 直播星和户户通、村村通.....	5
(1) 2019 年 8 月份“户户通”累计开通用户数量统计图出炉.....	5
4. 有线电视.....	6
(1) 【资本】10 家有线上市公司半年报集中出炉，几家欢乐几家愁.....	6
(2) 【罗小布问道】关于有线应对策略的系列讨论（26）组织“摆摊”不如组织“旅游”.....	10
(3) 融媒体时代,有线电视能否靠 DVB+OTT 模式自救.....	12
(4) 有线电视行业计划需要机器人呼叫检测技术.....	14
(5) 爆运营商将压缩销售费用、禁止赠送营销 有线电视或迎来盼头.....	16
(6) 【罗小布问道】关于有线应对策略的系列讨论（27）——救新，不救老.....	17
5. 前端、制作与信源.....	18
(1) 我国首个湾区电台粤港澳大湾区之声开播.....	18
(2) 从互联网电视到智慧电视，又是一轮跨界革命.....	19
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	20
(1) 我国网络视频用户超 7 亿 网民电视上网比例达 33.1%.....	20
(2) 【重磅】总局发 76 号文！2019 年实现 IPTV 播控与传输的规范对接工作.....	22
(3) OTT 终端和用户活跃度稳步提升 万物互联不再是幻想.....	25
(4) OTT 是什么?互联网服务商如何深挖服务价值.....	26
7. 新媒体.....	27
(1) 中央广播电视总台新动作不断，5G 拉动 15.2 万亿元经济增长后还会带来什么.....	27
(2) AI 来了！我们的世界会变得更更有爱（AI）吗.....	29
(3) 5G 技术赋能医疗产业 智慧医疗将大有可为.....	33
(4) 【广电热搜】联通+电信抱团取暖式合作，广电+移动是否会紧随其后.....	35
(5) 4G 建设成本还没收回 5G 是运营商不可承受之重.....	37
8. 媒体融合.....	38
(1) 5G 已来，8K 起步！多地提前布局超高清成像产业.....	38
(2) 温州中广有线全力打造智慧医养综合应用平台.....	40
(3) 县级融媒体中心建设推进一周年,这三个字很重要.....	43
9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术.....	45
(1) VR 不再小众，德国 VR 收入 2018 年增长 38%.....	45

10. 国际动态.....	45
(1) 日本 4K 电视销量暴涨 46% OLED 狂涨 160%更夸张.....	45
(2) 运营商放狠招! 用新宽带服务就免费送 4K 电视、机顶盒、固话.....	46
(3) 日本智慧城市建设的经验及借鉴.....	47
11. 走向海外.....	53
(二)、重要政策进展.....	53
1. 三网融合.....	53
(1) 谁最有可能“干掉”电视台.....	53
(2) 工信部: 将支持电信运营商 进入智慧居家养老领域.....	56
2. 宽带中国.....	57
(1) 【5G 月刊】2019 年上半年 5G 建设如火如荼.....	57
(2) IPTV 用户已达 2.88 亿户 4G 用户规模为 12.57 亿户.....	63
(3) 工信部:5G 网络建设全面启动, 明年正式大规模投入.....	64
3. 相关政策法规.....	65
(1) 广电总局重要通知!这 5 类项目可申报重点产业发展项目入库.....	65
4. 与广电相关的标准.....	68
(1) AVS3 标准正在制定中 将为 5G+8K 视频传输铺路.....	68
(2) 我国启动制定《基于 5G 技术的医院网络建设标准》.....	69
(3) 广电总局有望年底推出“互动视频行业标准”.....	69
5. 广电行业动态与分析.....	71
(1) 《广播电视行业应用大数据技术白皮书(2018)》解读.....	71
(2) 【TV 资本论】相比忙着发展 5G 的电信, 广电到底在做什么.....	76
(3) 云南广电将迎来高质量、创新性、跨越式发展.....	80
(4) 张宏森出席 49 期高新技术培训班开班式.....	88
(三)、领导讲话.....	90
二、会员企业信息.....	90
1. 索贝再度携手华为发布超高清分布式内容制作联合解决方案.....	90

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) 总局广科院正与中国广电推进 5G 广播试验网工作

2019-09-06 13:42 阅读 2,991 来源: DVBCN

有媒体报道，国家广电总局旗下广科院正在北京建设 5G 广播试验网，目前正在进行安装调试阶段。

据透露，未来将联合中国广电进行广电 5G 传输测试，主要围绕两方面进行工作：

一是通过试验，评估技术，推进 5G 广播标准制定；

二是通过演示，号召各方参与，促进产业链形成。

根据此前 DVBCN 的报道，罗德与施瓦茨表示，由于中国广电于 2019 年 6 月获得了在 4.9 GHz 和 50 MHz 带宽上的商用 5G 许可证。总局广科院和中国广电都决定依靠罗德与施瓦茨的发射机和核心网络组件来建立广电的 5G 网络。

据了解，北京试验网络将包括三个在单频网络（SFN）中运行的发射机站点。罗德与施瓦茨的输出功率为 1 kW 的发射机将工作在 754 MHz 的中心频率，带宽为 5 MHz（后 10 MHz）。通过这种端到端的实验进行，总局广科院和中国广电正计划进行各种测试，例如场强传播、网络覆盖、移动接收、应用可能性以及与 LTE 单播网络的互连。

此前，广电总局代表团曾在 2019 年 4 月访问慕尼黑时考察了罗德与施瓦茨的广播电视 5G 解决方案。巴伐利亚公共广播公司 Bayerischer Rundfunk, 广播技术研究所 (IRT), Kathrein, Rohde & Schwarz 和 Telefónica Deutschland 在此研究项目中合作探索了 5G 下的广播电视解决方案。

(2) NHK 将开始 8K 地面广播

日本 NHK 目前每天在其卫星 BS 服务上传输 12 小时的 8K 内容，正努力将这些内容提供给家庭观众。

NHK 人士在 IBC 2019 上表示，他们必须克服的主要难题是数字压缩。



NHK 正在绘制的“Super Hi-Vision”路线图计划在 2025 年左右开始试播 8K 地面电视。早在 2012 年，NHK 的科学与技术研究实验室就已经使用一个 UHF 频道成功测试了 8K 地面传输。

最近，东京和名古屋也进行了类似的全地面传输测试，随后在 2018 年 12 月 1 日正式开通服务之前，通过其卫星频道（8K）传输了高分辨率信号。

使用 HEVC 作为其编解码，此卫星比特率目前约 100Mb/s。“但这降低还不够，”NHK 人士在 IBC 表示，“我们转而把重点放在通用视频编解码（VVC）。”

VVC 是由联合视频专家组和 MPEG 开发的，专家表示，最终应可实现 30-35Mb/s 的比特率。最近在法网期间进行的 8K 测试考虑到了 5G 蜂窝网络（测试由法国电视台在哈雷、华为和三星的帮助下主持）。

工作仍在进行中，VVC 的最终规范要到 2020 年才会出台，到 2022 年左右才会实施。为了向后兼容，NHK 还打算在其 8K 信号中包含 HLG。

2. 移动电视及 CMMB

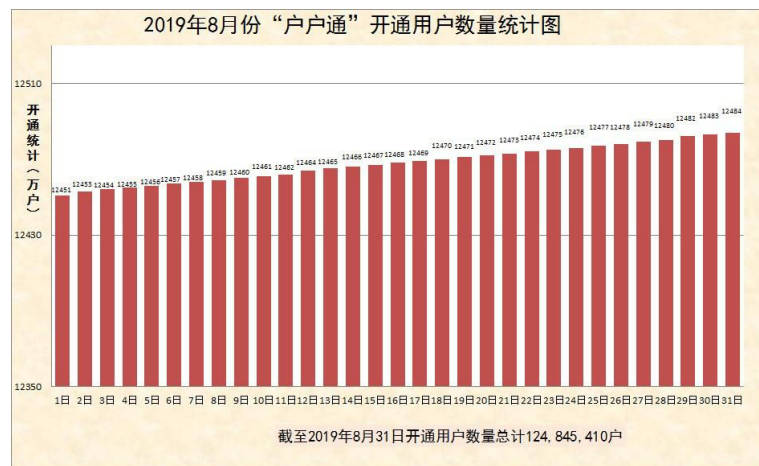
（本期无）

3. 直播星和户户通、村村通

（1）2019 年 8 月份“户户通”累计开通用户数量统计图出炉

时间：2019-09-05 16:19:42 来源：户户通 315 行业网站

【慧聪广电网】截止 2019 年 8 月 31 日全国户户通累计开通用户数量总计 12485 万户（1 亿 2485 万户），本月比上月底的 12450 万增加开通 35 万户，平均每天开通 1.13 万户。



例行公布：

根据广电总局发布的户户通用户开户统计数据图计算，截止 2019 年 8 月 31 日全国户户通累计开通用户数量总计 12485 万户（1 亿 2485 万户），本月比上月底的 12450 万增加开通 35 万户，平均每天开通 1.13 万户。

以上数据代表的是在用户管理系统已开通登记数量总和，了解即可，不代表目前的实际正常使用的用户数，因机顶盒故障、位置信息改变和其它原因导致的机顶盒被弃用的数据未能统计，实际还在正常收看用户数远低于开户总量。

4. 有线电视

(1) 【资本】10 家有线上市公司半年报集中出炉，几家欢乐几家愁

2019 年 09 月 02 日 中广互联

2019 年 8 月 30 日，广电总局给各省局正式下发 2019（76）号文《IPTV 集成播控平台与传输系统规范对接方案》。有媒体表示，这无疑可以看作是 IPTV 的地位到达了历史巅峰。随着 5G 的建设与发展，家庭宽带进一步发展，智能电视全面普及。面对 IPTV、OTT 等新兴媒体的冲击，有线网络的用户流失、市场份额减少、缴费率下降已经成为有线电视网络的行业性问题。数据显示，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%。

近几周，10 家广电网络上市公司的半年报相继发布，到底表现如何呢？



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，歌华有线牢记使命，砥砺奋进，全面贯彻落实新发展理念，大力推进融媒体和智慧广电建设，深化改革并全力实施“一网两平台 2.0”战略规划，在有线电视网络行业面临用户流失、市场份额减少的大环境下，以用户体验为核心，以业务创新为导向，围绕网络核心练内功，提升网络价值变现，保存量促增量，积极应对行业调整和市场变化，上下迎难而上，开拓进取，保持了公司的健康平稳发展。其中，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%。

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	16,286,192,289.66	15,933,192,045.46	2.22
归属于上市公司股东的净资产	13,278,949,313.17	13,046,991,120.69	1.78
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同 期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	385,741,575.46	453,466,645.31	-14.93

营业收入	1,220,070,579.98	1,192,004,195.15	2.35
归属于上市公司股东的净利润	436,070,539.44	365,823,086.97	19.20
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	240,313,938.80	281,627,892.79	-14.67
加权平均净资产收益率(%)	3.31	2.86	增加0.45个百分点
基本每股收益(元/股)	0.3133	0.2628	19.22
稀释每股收益(元/股)	0.3133	0.2628	19.22

电广传媒

8 月 31 日，电广传媒发布 2019 年半年度报告。报告显示，2019 年上半年，电广传媒按照“新网络、新文旅、新投资、新科创”战略布局，围绕年初制定的全年工作任务和重点工作，实施经营业绩“倍增计划”和“助推计划”，逐步整合各方资源，努力实现效益最大化。上半年完成营业收入 29.05 亿元，实现归属于母公司股东净利润 1117.37 万元，较去年同期扭亏为盈。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	2,905,194,999.92	4,636,545,272.40	-37.34%
归属于上市公司股东的净利润(元)	11,173,745.27	-35,329,150.93	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-72,166,247.32	-107,039,251.11	

经营活动产生的现金流量净额(元)	39,841,785.32	380,550,987.82	-89.53%
基本每股收益(元/股)	0.01	-0.02	
稀释每股收益(元/股)	0.01	-0.02	
加权平均净资产收益率	0.11%	-0.35%	0.46%
	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)	22,188,059,591.60	23,268,773,898.56	-4.64%
归属于上市公司股东的净资产(元)	10,219,065,168.45	10,109,295,669.12	1.09%

陕西广电网络

日前,陕西广电网络发布2019年半年度报告。报告显示,上半年,陕西广电网络坚守党媒政网价值初心,以智慧新广电为战略定位,以“新网络、新媒体、新平台、新生态”“四新战略”为引领,坚持转型发展的战略定力,坚持产业结构的优化升级,以“秦岭云”进万家为核心,推进雪亮工程、融媒体全覆盖、5G试点、文创IP基地建设“1+4”重点项目,大力实施效益投资、产品管理、用户价值、服务能力“四大提升工程”,各项工作取得阶段性进展,实现营业收入14.23亿元,同比下降7.33%;归属于上市公司股东的净利润8,120.62万元,同比下降27.98%。

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	8,137,962,767.80	8,049,951,087.03	1.09
归属于上市公司股东的净资产	3,839,795,072.68	3,178,742,018.13	20.80
	本报告期(1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-5,023,754.91	83,027,709.65	-
营业收入	1,422,733,159.17	1,535,300,497.65	-7.33
归属于上市公司股东的净利润	81,206,154.52	112,751,444.96	-27.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	80,576,124.01	111,681,266.78	-27.85

华数传媒

8月30日,华数传媒发布2019年半年度报告。2019年上半年,华数传媒面对激烈的市场竞争,在“新网络+应用”、“新媒体+内容”、“大数据+开发”三大战略指导下,全面建设“智慧化新网络”、“融合化新媒体”和“数据化新平台”,加快向智慧广电运营商和数字经济发展主体转型。公司全力推动各项业务发展,继续保持了经营业绩稳健增长。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%。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	1,650,469,175.66	1,560,571,184.71	5.76%
归属于上市公司股东的净利润(元)	404,652,587.19	316,916,947.21	27.68%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	282,308,331.37	256,735,446.93	9.96%
经营活动产生的现金流量净额(元)	608,279,453.50	411,489,268.75	47.82%
基本每股收益(元/股)	0.2823	0.2211	27.68%
稀释每股收益(元/股)	0.2823	0.2211	27.68%

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
加权平均净资产收益率	3.76%	3.02%	0.74%
	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)	15,466,951,737.86	14,773,173,502.81	4.70%
归属于上市公司股东的净资产(元)	10,767,219,243.41	10,677,904,664.90	0.84%

广西广电

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3474.17万元,同比下降57.86%。

据悉，报告期内经营业绩下滑的主要原因：一是受三网融合等市场环境的影响，用户可以通过多种途径收看电视，传统业务面临严峻竞争，用户收费率有一定下降，对公司业绩造成了较大的影响。二是专网收入和宽带收入下滑，造成公司营业收入下降。三是为应对竞争，公司采取积极措施，优化服务、提速降费，由于固定成本支出占比较大，降本增效对业绩贡献不明显。四是公司目前处于转型发展时期，正在加速布局新业态，新业务、新业绩增长点尚未显现。

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	8,147,419,807.75	8,455,388,897.87	-3.64
归属于上市公司股东的净资产	3,729,088,384.50	3,694,346,682.32	0.94
	本报告期(1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)

经营活动产生的现金流量净额	88,392,848.14	85,531,270.55	3.35
营业收入	954,068,481.84	1,093,299,678.36	-12.73
归属于上市公司股东的净利润	34,741,702.18	82,436,926.35	-57.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,433,710.08	62,509,536.91	-96.11
加权平均净资产收益率(%)	0.94	2.28	减少1.34个百分点
基本每股收益(元/股)	0.02	0.05	-60
稀释每股收益(元/股)	0.02	0.05	-60

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%。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	768,163,406.09	758,237,692.24	1.31%
归属于上市公司股东的净利润(元)	107,215,838.59	106,309,481.40	0.85%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	88,529,829.69	101,384,933.10	-12.68%

经营活动产生的现金流量净额(元)	81,268,478.68	184,908,491.50	-56.05%
基本每股收益(元/股)	0.1737	0.1722	0.87%
稀释每股收益(元/股)	0.1737	0.1722	0.87%
加权平均净资产收益率	3.79%	3.82%	-0.03%
	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)	3,734,827,648.19	3,903,675,225.19	-4.33%
归属于上市公司股东的净资产(元)	2,571,525,925.61	2,772,986,687.02	-7.27%

截止报告期末，天威视讯共拥有有线数字电视用户终端数为185.15万个，较2018年底减少8.20万个；高清交互电视用户终端数为121.95万个，较2018年底减少2.91万个；付费频道用户终端数为13.7万个，较2018年底减少0.14万个；有线宽频缴费用户数为55.67万户，较2018年底增加0.62万户。

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”。据悉，2019年上半年江苏有线的有线电视用户数量为1,445.66万户，宽带用户数量为303.92万户，基本业务的

ARPU 值为 16.97 元，付费点播量为 16,760.63 万次。

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	31,739,868,411.02	32,230,022,989.89	-1.52
归属于上市公司股东的净资产	21,572,081,553.11	21,500,719,085.22	0.33
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	772,589,068.87	881,667,587.63	-12.37

营业收入	3,710,108,941.17	3,908,309,332.05	-5.07
归属于上市公司股东的净利润	284,302,692.06	342,980,699.18	-17.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	210,179,741.62	296,657,715.57	-29.15
加权平均净资产收益率(%)	1.32	2.53	减少1.21个百分点
基本每股收益(元/股)	0.06	0.09	-33.33
稀释每股收益(元/股)	0.06	0.09	-33.33

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%。公司围绕转型升级、创新发展目标，强化主责主业，着眼转型发展，构建政用、民用、商用智慧广电生态链。

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	14,062,847,601.90	12,498,694,960.56	12.51
归属于上市公司股东的净资产	4,674,727,278.59	4,376,927,052.96	6.80
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	21,219,640.37	62,928,592.11	-66.28
营业收入	1,537,836,170.41	1,435,179,282.56	7.15

归属于上市公司股东的净利润	150,070,332.16	240,323,466.88	-37.55
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	132,847,751.60	227,533,711.36	-41.61
加权平均净资产收益率(%)	3.37	5.56	减少2.19个百分点
基本每股收益(元/股)	0.14	0.23	-39.13
稀释每股收益(元/股)	0.14	0.23	-39.13

湖北广电

8月30日，湖北广电发布2019年半年度报告。报告期内，湖北广电围绕“保用户促发展”为工作重心和发展目标，克难攻坚，重点突破，全力以赴落实年初各项工作部署，累计实现收入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%。上半年数字电视新增有效用户26.22万户，宽带新增有效用户26.67万户，新发展“宜家乐”全业务套餐用户29.51万户；实现集客业务收入2.39亿元，同比增长77.04%。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	1,257,388,239.84	1,299,428,482.60	-3.24%
归属于上市公司股东的净利润(元)	131,129,854.83	179,139,382.80	-26.80%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	102,424,367.04	172,515,522.63	-40.63%

经营活动产生的现金流量净额（元）	157,741,989.64	187,236,124.40	-15.75%
基本每股收益（元/股）	0.20	0.28	-28.57%
稀释每股收益（元/股）	0.16	0.28	-42.86%
加权平均净资产收益率	1.98%	3.01%	-1.03%
	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）	11,220,975,364.02	11,155,334,806.99	0.59%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,863,918,817.53	6,385,908,742.90	7.49%

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9.43亿元，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%。公司全网覆盖户数863.73万户，其中，城网覆盖户数580.76万户，农网覆盖户数282.96万户，双向覆盖用户828.22万户。集团客户专网业务运营良好，公司累计向省内400余家企事业单位提供社会信息化服务和专网接入服务，涵盖了政府机关、金融保险行业等多个领域，树立了公司良好的品牌服务影响力。

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	13,568,007,173.67	13,388,002,803.48	1.34
归属于上市公司股东的净资产	7,015,215,710.29	7,156,242,212.16	-1.97
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-15,486,518.10	-11,080,987.55	-39.76

营业收入	942,743,518.16	959,070,693.42	-1.70
归属于上市公司股东的净利润	98,983,637.49	132,346,075.02	-25.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	86,672,489.59	115,960,250.60	-25.26
加权平均净资产收益率(%)	1.37	2.12	减少0.75个百分点
基本每股收益（元/股）	0.0318	0.0452	-29.65
稀释每股收益（元/股）	0.0318	0.0452	-29.65

（2）【罗小布问道】关于有线应对策略的系列讨论（26）组织“摆摊”不如组织“旅游”

2019年09月09日 中广互联

有线为了降低用户流失率，积极进小区营销，不断地在小区“摆摊”，不断地出台许多优惠政策，还不断地送“大米”、“食油”等礼物促销。开始，还有些效果，日子长了效果就不那么明显了，这很正常，因为该现状完全符合经济学的“边际效用递减规律”；如此同时，营销人员由于长期从事无效劳动或不太有效的劳动，产生了“厌战”情绪，导致在“摆摊”时，出工不出力，甚至出现各种“有桌子、有牌子、无人”等形式主义或造假行为……

企业讲究的是“投入与产出”；对于比较穷的有线，更是追求比较高的投资收益率。“摆摊”是有成本的，是一种投入。“摆摊”的收益如何呢？用户流失率降低了多少？用户增长率是多少？续费率是增长还是降低？投资收益率如何？……想必有线都有明明白白或清清楚楚的一本账，或者说大家都心知肚明。问题是：同样的营销投入，是否有更好地提高投资收益率的办法？也就是，同样的营销投入，是否有更好地降低用户流失率或提高用户续费率的办法呢？

大家常说“要满足用户需求”，那么有线的用户是谁？有线用户的需求又是什么？不可否

认的事实，今天的有线用户主要是“老头”、“盘头”（妇女）、“小萝卜头”（儿童），“小平头”和“小丫头”早已不是有线电视用户了。有线的“老头”和“盘头”除了看电视还有别的需求吗？有线是否能够通过满足别的需求或非电视需求，来个“声东击西”或“旁敲侧击”呢？……

大家是否注意到了广场舞，多数是大爷和大妈，广场舞不仅满足了健身的需求，还满足了交友或社交的需求，常言道“老伙伴，老了更需要伙伴”。有没有与广场舞类似的其他需求呢？同仁们不妨做个调查，看“旅游”是否是有线老用户的需求？旅游功能与广场舞类似，既可以健身，又可以结伴……

如果“旅游”是用户的需求，只是缺少有可信赖的人去组织，余下的问题是：有线是否愿意组织用户旅游？组织旅游的费用如何？又如何将旅游与降低用户流失率挂钩或关联起来？……

进一步地讲，竞争对手采用转移支付或“流量货币”方式与有线竞争电视用户，即用户只是需要购买“流量货币”，便可以用“流量货币”购买或交换宽带、电视和花费，也就是所谓“买流量，送电视、送宽带、送话费”。有线是否也可以设计一套属于自己的转移支付呢？除了学对手“看电视，送宽带”或“买宽带，送电视”外，是否可以“一日游，送电视”呢？

需要强调的是：一般情况下，任何营销都是有投入的，包括人和费用的投入，除非你是绝对垄断，有线绝对垄断的时代早已是过去时，有线的现在进行时是竞争。对现代企业而言，追求的是高产出/投入比，也就是在同样的投入下，追求更高的投资回报率。因此，有线首先要确定是在现在“摆摊”方式下每月的投入是多少？假设1000户的小区，月摆摊投入是1000元。其次，计算收入？假设收视费是每月20元/户，目前用户流失率已经是30%，而且处于继续下滑的趋势，平均每月的流失率3%；也就是说，现在该小区的预计月收入=1000户×70%（30%的流失率）×20元/户=14000元；下个月的收入=1000户×67%（33%的流失率）×20元/户=13400元，再下个月的收入是12800元，第三个月是12200元，以此类推。最后，比较的营销投入产出，也就是计算收入/营销投入，分别是：14、13.4、12.8、12.2……。现在的问题是：同样的1000元营销投入用于组织用户“旅游”，能否取得比上述更好的收入/营销投入？

相信大家都赞成“实践是检验真理的标准”，不妨大家选择1~2个小区，特别是用户流失率高的小区试验一下……

第一步是选择试验小区。建议选择邻里相互熟悉的小区，如矿山小区、油田小区、企业员工集中居住的小区等。因为邻里相互熟悉不仅可以降低组织成本，而且可以降低传播成本，同时可以充分利用邻里相互之间的攀比心态。此外，由于有线有“只许成功，不许失败”的传统，一次不成功，就容易“推出午门斩首”，所以需要精选试验小区，以便快速见效。

第二步是组织申报。去民政局老年办，以“关怀老人，和谐社会”的名义申请活动备案，不仅是申请道义上支持，运气好的话，还可能申请到费用的支持。同时，以“新时代文明实践中心活动”的名义向宣传部申请，是否能够得到费用的支持，也看运气。向两个组织申请旨在“出师有名”，取得活动的正当性，进而规避旅游资质等问题；当然，未来推广时，有线可以申请旅游资质。

第三步是设计旅游营销方案。为了取得数据或检验效果，建议初期试验，每月组织一次，持续三次；也就是，三个月后再进行总结。由于初期试验主要采用免费方式，费用总预算以“摆摊”的投入为上限；因此建议原则上采用“一日游”形式。首先，为“有线电视用户一日游”标价，例如，每人98元。其次，制定政策，有线电视用户全部免费，非有线电视用户5折优惠且按户缴费，即49元/户；因为，“旅游”活动的目的重在降低用户流失率和发展用户，而不是把“旅游”当业务。再者，设计旅游线路，为了降低成本，尽量选择持老年

卡可以免费进入的景点,并在活动实施时,要求老年用户带老年卡或“养老助残卡”。最后,设计宣传和落实活动组织细节。

第四步是设计关怀和差别对待。首先,许多有线已经开展电视体检业务,可以设计一个站点或一个营业厅集中进行一下体检;有条件的有线可以邀请社区医生陪同旅游。其次,设计有差别的免费午餐;由于有线用户消费不等,有的用户购买了价格比较高的套餐包,在午餐时将这些用户单独组织在一起或坐在一个桌,并在菜肴上有所区别(提醒一下,不要差别多大,多两个菜足矣)。最后,对活动的安全保障需要独立设计或策划,绝对保障用户安全。

第五步是设计活动闭幕。建议在活动即将结束时,不仅进行活动满意度调查,而且预告下个月活动的时间、线路等,同时进行下一次活动的报名或预登记。在活动即将结束时,要暗示用户重新计算有线电视的性价比,如同竞争对手转移支付手法一样,对手是将电视收费转移到宽带或流量支付上,“旅游”活动是将有线电视收费转移到“一日游”支付上;也就是,让用户计算每月20元“一日游,送电视”值不值?

第六步是活动效果评估。活动的目的就是降低流失率、提高续费率、提高来自竞争对手用户的转户率。需要用数据说话,与“摆摊”方式对比投入产出比。

第七步是总结。三次活动后,通过数据分析,进行全面总结,进而决策“旅游促销”是继续试验(如用户缴纳一定费用,由有线来组织的多日游、异地游、出国游等)?还是推广?还是宣判“死刑”?还是彻底的让“有线电视一日游,并且送电视”成为传统电视的替代产品?

还有没有其他促销方式可以降低用户流失率?当然有!这需要大家去发现或挖掘或创造了。“有线用户一日游”只是抛砖引玉。

《组织“摆摊”不如组织“旅游”》依然是仅供同仁们参考和讨论。认为有价值,建议就尝试一下;如果认为没有价值,就只当是谈资笑料。

2019年9月7日星期六写于西安

(3) 融媒体时代,有线电视能否靠 DVB+OTT 模式自救

2019年09月09日 中广互联

随着LTE技术和智能手机为代表的移动互联网发展愈发成熟,人们对移动端网络视频的衷情与依赖,压缩了人们在电视机前的时间。而在观看电视的碎片化时间里,人们更有意愿在OTT TV中实现智慧点播,而非在频道“蹲守”观看有线电视,有线电视用户被进一步分流。

公开数据显示,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,而2018年中国OTT激活设备超2.14亿台,2019年激活总规模预计达2.4亿台,智慧化点播类媒体似乎正加速把有线电视挤到墙角。

近日,各大电视台动作不断,正加速推出以视频新闻为主的手机APP,与OTT平台抢占移动端视频的市场份额.....融媒体时代,电视台的有线电视业务如何自救?

OTT迎合移动交互时代用户需求

自2016年起,中国有线电视用户开始大规模下降;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。究其原因,互联网的OTT TV以及OTT移动端视频平台这两大因素主导着用户的流失。

电视作为观看综艺节目、电视剧、电影等视讯内容的重要终端,原本的有线电视“大本营”,如今已被OTT TV占了“三分天下”。在消费升级以及4K、AI、大数据进一步赋能电视技术等多重因素推动下,用户对智能点播、交互等多功能视频平台的使用需求持续加码。2018年中国OTT激活设备超2.14亿台,预计2019年激活总规模可达2.4亿台。

中国联通研究院院长张云勇在接受《中国电子报》记者采访时表示，OTT TV业务的发展是一个双向流动的过程，OTT TV运营在公共互联网上，各种联网设备都可能做收视端，OTT TV是多屏分发、多屏互动的视频服务，广播数字信号、宽带、电视棒装置均可连接到电视机，这就使得电视机成为公共互联网的一个播放出口，它的内容来源变得并不重要，有线电视一旦变得可有可无，份额下降就成了必然。

奥维互娱副总经理宋丽敏指出，2018年OTT垂直类应用月活规模已经达到8367万，音乐类、教育类、购物类、投屏类等应用引流效果明显。2019年，随着智能电视和智慧家居的进一步渗透，中国OTT行业的智能化更加显现，对用户的吸引力更强，垂直应用也将产生更多的商业变现空间。

OTT作为一个点对点的综合类视频点播平台，对终端的革新意识以及内容成为独特优势。张云勇表示，在终端的革新意识方面，相较于传统机顶盒，OTT TV的盒子市场化最为彻底，也最具有创新意识，依托互联网公司的技术背景和对用户需求的洞察，市场反应最为敏捷，能够抓住消费者的心；在内容方面，海量资源，电视直播、视频点播、游戏K歌应用繁多，虽然OTT经历了“牌照危机”，但在互联网公司积极业务拓展下，小米、阿里、腾讯和百度系纷纷布局家庭客厅战略，走出了一条“软硬一体化”的OTT行业新路径。百度借助爱奇艺从内容角度切入，通过和银河的合资绑定牌照商，固定自己的内容地位，借助爱奇艺的内容，和下游的家电企业、盒子厂家进行广泛合作，提升用户规模。阿里和华数，以资本纽带形成双方的紧耦合，从操作系统切入，牢牢把握平台的入口，同时以资本来收购上游内容资源，与硬件厂商紧密合作，大手笔收购优酷扩展内容自营方式。对于OTT TV的发展来说，内容无疑是核心，在大力发展内容的同时，各式各样的商业变现模式也逐渐推广。

“试水”移动融媒体——有线电视的“自救”之道？

在手机、平板电脑等移动终端的视频业务方面，OTT平台则运行得更加“得心应手”，以完整的产业链锻造出丰富的视频内容以及其它附加应用，不断吸引着用户的目光。借鉴OTT的产业生态，有线电视开始“试水”移动客户端，在手机、平板电脑等终端上开展“电视业务”。记者在近日举办的“第二十八届北京国际广播电影电视展览会”上了解到，中央广播电视总台、北京广播电视台、广州广播电视台以及深圳广播电视台等传统电视台均推出了“手机电视”APP。中央广播电视总台展台的工作人员向记者介绍了“CCTV手机电视”，她表示该款APP主打无广告，首页视频新闻内容一应俱全，集结央视全频道高清电视直播专区和“听”专区，可在线免费收看全套央视直播内容、热门纪录片、综艺节目等。在直播专区，用户可随时查看节目当前直播进度，支持投屏、转发和评论等OTT基本功能，并可随时回看直播，视频下方也有与直播内容相关的热点内容。“会员专区”可根据用户日常搜索的关键词定义喜好，推送更新内容。

广东省广电事业联合展台的技术人员向记者表示，深圳广电正在以用户为导向主动拥抱互联网进行供给侧改革，推出了“直新闻”APP。从APP界面设置以及节目形式来看，与“CCTV手机电视”差异不大，但首页主要以精简过的新闻为主，可有效节省用户获取新闻要点的时间。据工作人员介绍，APP上线的内容通常要比有线电视放送内容丰富得多，时效性也更强，更添加了定制化内容，是基于有线电视的业务升级。

有线电视拥抱OTT——视频业务完美互补

对电视台的有线电视业务而言，其在内容制作播出、版权、牌照以及用户基础等方面有着深厚的积淀，尤其是直播节目，与OTT业务形成良好互补。在张云勇看来，直播是电视用户的第一需求，即使对OTT用户来说也是如此。

然而，OTT互联网企业背后掌握着一套完备的内容供应链，被视为OTT视频业务经营的核心命脉。谈到这点时，华为技术有限公司视频产品线一位分析师告诉《中国电子报》记者，腾讯视频背后有着整个腾讯集团的产业积淀，包括微信、QQ、腾讯游戏、腾讯体育、腾讯汽

车等，全方位满足用户获取全面内容的需求。而有线电视在这一块业务几乎没有话语权。

奥维云网黑电事业部研究总监揭美娟向记者指出，OTT 业务是大势所趋。在竞争压力下，有线电视业务急需突破和改进，进行 OTT 内容的补充，包括互联网高清视频、游戏业务、智慧社区、智慧家居以及其它互联网增值业务，进而探索出 DVB+OTT 的新模式。这将极大丰富数字电视业务内容资源，起到提升有线电视用户粘性和提升业务的收益作用。

直播许可是电视台手中紧握的一张牌。为加强 OTT 等业务直播环境治理，早在 2016 年，国家广播电视总局下发《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》，重申了相关规定，加强直播监管。

传统电视台在新媒体领域的动作特别值得关注，比 OTT 企业更难搞到那张牌的，是传统电视台的融媒体创新业务探索。湖南广播电视台就用好了这一张牌，于 2014 年开启了新媒体视频网站——芒果 TV，开始了广电媒体与新兴媒体融合发展的一系列探索。芒果 TV 一方面传承了湖南广电的优良制作基因，将直播业务融入到了新媒体领域，另一方面结合 OTT 业务优势，生成创新成果。有线电视较强的生命力得到了彰显，同时 OTT 也能免受“牌照之苦”。

2019 年 10 月 30-31 日，“聚视而上、向智而生”珠海论道暨第 18 届中国 IPTV/OTT 智能视听产业高峰论坛将在长隆横琴湾酒店举行，IPTV 第二价值曲线的培育和建设；智能大屏的创新与边界；从投屏到智慧屏，如何抢占时代风口……更多行业话题尽在珠海论道，欢迎关注和参与！

（4）有线电视行业计划需要机器人呼叫检测技术

时间：2019-09-09 11:19:01 来源：AI 锐见

【慧聪广电网】NCTA 反对在严格的截止日期前推出 shake /STIR 来电显示身份验证。



Enlarge

有线电视行业正在努力要求部署 robocall 检测技术。

一些手机供应商已经开始使用这种技术，这种技术被称为“SHAKEN / STIR”。该技术使用数字证书对呼叫者进行身份验证，以防止对呼叫者 ID 号码的。但是，代表康卡斯特和其他有线电视公司的游说团体 charter 希望确保联邦通信委员会不会对这项服务的推出设定任何截止日期。

今年 6 月，美国联邦通信委员会提议，“如果主要语音服务提供商未能在 2019 年底的截止日期前自愿实施”，那么就需要实施 shake /STIR。欧盟委员会还就该提议征求公众意见。

《消费者报告》和其他消费者权益团体随后要求联邦通信委员会要求，到 2020 年 6 月，主

要手机供应商实施 shake /STIR，不向消费者收取额外费用。

有线电视游说团体——互联网与电视协会(ncta)上周在一份文件中告诉美国联邦通信委员会，“这些强制性要求的请求应该被拒绝。”

NCTA 继续说：“作为一个阈值问题，重要的是要记住，语音服务提供者不会生成困扰消费者的非法调用。在这种情况下，供应商也不会固执地拒绝实施简单的、现成的、有利于客户的解决方案。恰恰相反，正如 NCTA 所解释的那样，所有语音服务提供商都有强烈的动机及时实现 shake /STIR，因为非法的自动呼叫会降低提供商向消费者出售的服务的价值。由于失去对客户价值对业务不利，服务提供商在过去几年一直在努力解决这些问题。语音提供者从零开始，共同负责开发 shake /STIR 标准、建立治理机构和选择策略管理员来管理身份验证系统的管理。”

尽管消费者权益倡导人士只要求对大型电话公司设定严格的截止日期，但 NCTA 仍在其文件中辩称，强制规定将损害小型电话公司的利益。NCTA 在报告中写道：“目前，对供应商(尤其是规模较小的供应商)进行强制性规定是没有帮助的。”“要求一家公司在经济上和技术上可行之前实施震荡/搅拌，只会导致无效和低效的行动。”

NCTA 还认为，即使联邦通信委员会想要强制执行，现在也不应该这样做。该组织表示：“更好的办法是，欧盟委员会继续监测动荡/骚动的展开，并在晚些时候重新评估授权的必要性。”代表美国电话电报公司(AT&T)、威瑞森(Verizon)和其他电信公司的 USTelecom 也对美国联邦通信委员会(FCC)表示，它不应该强制执行命令。一个代表中小型有线电视公司的游说团体同样敦促 FCC 拒绝授权。

“真正的截止日期”

消费者权益组织认为，现在是“为电话认证设定真正截止日期的时候了。”

这些消费者团体写道：“尽管美国联邦通信委员会(FCC)已向主要语音服务提供商施压，要求它们在今年年底前实施通话认证技术 shake /STIR，但到 2019 年年中，跨运营商的实施相对有限。”“一些主要的固定电话运营商拒绝提供他们计划何时开始对通话进行认证的具体估计。”

这些消费者团体表示，小型和农村运营商应该“在截止日期方面具有灵活性”，但他们没有为这些电话公司提出任何具体的截止日期。但这些团体表示，主要的手机供应商应该会在严格的期限内完成任务。

AT&T、Comcast 和 T-Mobile 已经宣布了 shake /STIR 实现。

Pai 威胁监管干预

FCC 主席 Ajit Pai 通常避免对有线电视公司实施任何消费者保护要求，因此 nta 很有可能会如愿以偿。今年 6 月，Pai 旗下的联邦通信委员会(FCC)授予运营商更多权力来屏蔽机器人电话，但没有提出任何实际要求。

尽管如此，Pai 也并非完全不可能实施规则，因为他之前曾威胁称，如果大型电话公司今年未能采用“shake /STIR”策略，他将采取“监管干预”。Pai 曾批评 Sprint、Charter 和 CenturyLink 等运营商没有充分承诺部署 shake /STIR。这些拒不合作的公司大多改变了态度，承诺今年将部署 shake /STIR，不过 Sprint 今年仍未承诺全面实施。

今年 6 月，Pai 表示，“自愿的、行业主导的进程有可能实现这一目标”，即在 2019 年底前全面部署。但他也表示，如果有必要，FCC “将在明年初采取监管行动。”

shake /STIR 对来电者 ID 的认证实际上并不会阻止自动呼叫。当来电显示号码经过身份验证后，消费者将看到来电通知，但未通过身份验证的来电仍将拨打客户的电话。如果 shake /STIR 得到足够广泛的应用，它可以帮助客户识别什么时候是合法来电者打来的电话。

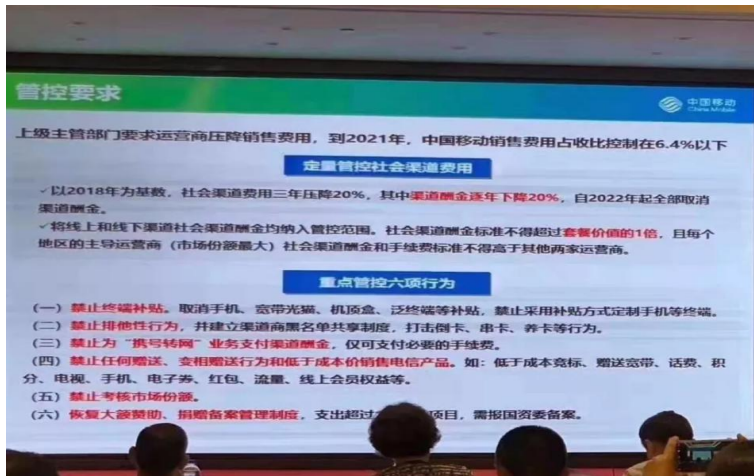
理论上，运营商可以使用 shake /STIR 来决定是否要屏蔽通话，但如果所有手机运营商都不

采用这项技术，就可能导导致合法通话被屏蔽。美国电话电报公司(AT&T)本月表示，它在反机器人电话算法中使用来电显示身份认证作为一个数据点。但 AT&T 也表示，它不会仅仅根据电话是否未经认证来屏蔽电话。

(5) 爆运营商将压缩销售费用、禁止赠送营销 有线电视或迎来盼头

时间：2019-09-09 11:25:07 来源：DVBCN

【慧聪广电网】近日，有消息爆出一家运营商的 PPT 重磅内容：上级主管部门要求运营商压降销售费用，终端补贴、赠送营销等都将取消。具体内容如下：



压降销售费用：相关主管部门要求运营商压降销售费用，到2021年，中国移动消费费用占收比控制在6.4%以下。

定量管控社会渠道费用：

以2018年为基数，社会渠道费用三年压降20%，其中渠道佣金逐年下降20%，自2022年起全部取消渠道佣金。

将线上和线下渠道社会渠道佣金将纳入管控范围。社会渠道佣金不得超过套餐价格的1倍。且每个地区的主导运营商（市场份额最大）社会渠道佣金和手续费标准不得高于其他两家运营商。

重点管控六项行为：

（一）禁止终端补贴，取消手机、宽带光猫、机顶盒、泛终端等补贴，禁止采用补贴的方式定制手机等终端。

（二）禁止排他性行为，并建立渠道商黑名单共享制度，打击倒卡、串卡、养卡等行为。

（三）禁止为“携号转网”业务支付渠道佣金，仅可支付必要的手续费。

（四）禁止赠送、变相赠送行为和低于成本价销售电信产品。如低于成本竞标、赠送宽带、话费、积分、电视、手机、电子券、红包、流量、线上会员权益等。

（五）禁止考核市场份额。

（六）恢复大额赞助、捐赠备案管理制度。

众所周知，运营商近些年一直在销售方便大作功夫，特别是获得IPTV、OTT传输资质后，进行了许多融合套餐服务。终端方面，更是从“0元购”手机到近期被紧密关注的可能会规模推出白菜价电视等。随着有线电视行业的整体业务能力下降，用户流失问题难以痊愈，而运营商IPTV及相应的无线网络服务都是有线电视的最大业务挤压者，若运营商停止爆棚式的营销方式，有线电视会迎来转机吗？

(6) 【罗小布问道】关于有线应对策略的系列讨论(27)——救新,不救老

2019年09月16日 中广互联

世界上有许多两难的命题,破解两难的命题,很难做到“两全其美”;而且,其破题的方法和结果,也没有优劣或好坏之说;也就是说,出发点或价值观不同,破题方法和结果也不同。例如,母亲和可以怀孕的、你不可能再娶的媳妇都掉到河里了,你只有一次救人的机会,问:你救谁?救母亲,可以得到孝子的名望,但可以传宗接代、延续香火的媳妇没了,你的家族从此断子绝孙了;救媳妇,你可以继续家族的香火,老有所养,但不孝之子的骂名将伴随你终身……

技术也经常遇到两难的命题。例如,一个需要适配安卓不同版本的手机软件,如果适配所有的新老手机版本,不仅技术难度大,而且成本高,同时,软件使用的效果往往由于过于复杂而难以使用;怎么办呢?通常采用的策略是“救新,不救老”,只是考虑安卓6.0以上的版本……

在5G即将商用、智能电视机已经普及、智慧屏即将成为未来趋势、折叠屏手机即将上市、手机投影将成为“新宠儿”、国网即将完成整合、融媒体大势所趋……的环境下,有线也面临着两难的选题。传统电视业务已经奄奄一息,即将推进ICU(重症监护室);开展全新的、适合社会和技术发展潮流的新电视业务,必然会怠慢传统电视业务,而且有一定的风险……。对有线而言,是继续“温水煮青蛙”“快乐的逝去”,还是凤凰涅槃“痛苦”的重生?确实是两难的命题……

现在社会和技术的发展,客观上要求有线构建满足不同需求的多重电视网,多重电视网不是在传统电视网上、像目前电视“万花筒”般的叠加,而是构建满足不同需求或不同终端的多个新电视网。在目前的环境下,有线至少需要四个不同的电视网,甚至四个不同的前端平台。第一个电视网和平台是传统的交互电视网和交互电视平台;第二个电视网和平台是直接面对智能电视机的、去机顶盒的、全IP化的OTT电视网和平台;第三个电视网和平台是面对华为智慧屏或手机化大屏的、配备电视商城(TV app Store)的、电视商城对外合法开放的、传统频道app化的、EPG自适应的、用户自由选择的OTT智慧屏电视网和平台;第四个电视网和平台是面对移动终端的、特别是面对折叠屏手机的和手机投影的、移动互联网的电视网和平台……

新型的电视网不是以传统电视升级的4K为主,而是面对新的电视业态,如今年BIRTV总局展台展示的“多维度多路同屏联播电视”、“VR视频与VR双路传输电视”、“360度自由视点电视”、“人工智能的增强型电视”、“全息视频电视”以及“正能量的抖音电视”、“物联网新闻电视”、“人工智能的新闻电视”、“社交电视”……

构建新型电视网的最大障碍是体制和机制,现在有线的环境正在发生重大变化。首先是融媒体是整个宣传系统的大事,有线参与融媒体不仅是责无旁贷,而且是顺理成章,完全可以将“新型电视网”纳入“融工程”(融终端、融媒体、融业态、融平台、融内容……)。其次,国家正在大力提倡创新,包括体制和机制的创新,特别是基于5G环境下的创新。再者,国网整合一定会带来新的、鼓励创新的体制和机制。最后,有线生存的紧迫性,迫使有线不得不走创新之路,晚创新不如早创新……

创新必然有一定的风险,有线即便是可以通过体制和机制改革促进创新,有线传统的、“只许成功,不许失败”的文化却不那么一时能够扭转的过来,怎么办呢?最简单和最有效的方法就是试验,常言道“实践是检验真理的标准”;采用试验的方式,一方面可以检验真伪且控制成本,另一方面构建容错机制……

试验就万事大吉了,当然不是,因为试验风险不是每个有线的网络能够承受的。另一种方法就是“等”,等到别人试验成功了,再“照葫芦画瓢”;等到自己活不下去了,再试验(届时舆论会小很多,政策也会宽松很多;舆论是妨碍有线创新或作为的软刀子);等国网来

救……

有一点是可以肯定的，即“救新的”或“救老的”是两难的命题，怎么做都没有错，况且孝子名声可以流芳百世，而创新完全可能遗臭万年……

《救新，不救老》依然是仅供同仁们参考和讨论。认为有价值，建议就尝试一下；如果认为没有价值，就只当是谈资笑料。

5. 前端、制作与信源

（1）我国首个湾区电台粤港澳大湾区之声开播

2019年09月02日 中广互联

据央视网消息，中央广播电视总台粤港澳大湾区之声，9月1日上午7时正式开播。这是我国首个专门面向粤港澳大湾区播出的国家级电台频率。大湾区之声新媒体平台同步启用。

定位于“一流湾区、一流生活”的粤港澳大湾区之声（简称大湾区之声），覆盖粤港澳大湾区区域内的广东省广州市、深圳市、珠海市、佛山市、惠州市、东莞市、中山市、江门市、肇庆市和香港特别行政区、澳门特别行政区。广播播出频率为调频101.2MHz、中波1215KHz，全天播音21小时。大湾区之声及其新媒体平台，重点面向大湾区受众，及时传播中央权威声音，传播粤港澳大湾区国家战略实施进程，传播“一国两制”事业发展新实践。

中宣部副部长、国家广电总局局长聂辰席，中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄，中宣部副部长、中央网信办主任庄荣文，国务院港澳办副主任黄柳权，中央广播电视总台副台长阎晓明，广东省委常委、宣传部长傅华等共同为大湾区之声及其新媒体平台启动开播上线。



慎海雄在致辞时表示，粤港澳大湾区是我国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，在新时代国家发展大局中具有重要战略地位。建设粤港澳大湾区，既是新时代推动形成全面开放新格局的新尝试，也是全面准确贯彻“一国两制”方针的新实践。中央广播电视总台大湾区之声及其新媒体平台的开播上线，将助力发挥粤港澳综合优势，深化内地与港澳合作，支持香港、澳门融入国家发展大局，增进香港、澳门同胞福祉，保持香港、澳门长期繁荣稳定，让港澳同胞同祖国人民共担民族复兴的历史责任、共享祖国繁荣富强的伟大荣光。

据中央广播电视总台港澳台节目中心负责人介绍，按照“一流湾区、一流生活”理念打造的大湾区之声频率和新媒体将突出四大特点：一是服务国家大局，履行国家主流媒体的职

责使命和时代担当，立足湾区、服务全国、辐射全球。二是聚焦财经科创、生活资讯服务，加强财经及创业就业等资讯采集和政策解读，满足大湾区内受众工作及生活需求。三是以粤语播出为主，并设有客家话、潮汕话等方言节目，贴近大湾区收听习惯。四是受众目标年轻化，设置多档年轻人关注的文体娱乐、网络热点、文化精品等节目，以及满足青年生活就业需求的创业指导、心理疏导类节目。

大湾区之声节目类型分为新闻、财经、生活、文化、音乐等五大版块。其中新闻版块包括《湾区，早晨!》《湾区速递》《湾区在线》等三档新闻栏目、热点话题评论栏目《“港”清楚》和聚焦引导网络热点的《热搜新视界》。财经版块包括《谈股论金》及科创类栏目《科创梦工场》。生活版块包含推介青年就业需求、行业资讯和创业达人故事的《搵食大湾区》、畅谈国际旅游生活类信息的《叹世界》、提供政策法律服务的《问答大湾区》及心理疏导类节目的《同一星空下》。文化版块中，《风雅东方》传播中华传统文化，《韵味岭南》播出受岭南地区受众喜爱的粤剧粤曲、潮剧潮歌等内容，《最紧要健康》传播传统中医养生内容。音乐版块主要设置发布最新港澳原创流行音乐的《华夏原创金曲榜》及经典粤语歌曲赏析的《千千阙歌》。

(2) 从互联网电视到智慧电视，又是一轮跨界革命

2019年09月09日 中广互联

彩电，一个已经被冷落了许久的行业，突然之间成了香饽饽。整个8月，来自不同领域的厂商们，竟然不约而同地发布了同一个新产品，那就是更智能的电视机。

1. 8月10日，荣耀发布了华为旗下首款电视机，尽管起了个新名字“智慧屏”。它采用了55英寸4K UHD全面屏，搭载了华为自己开发的鸿蒙系统和鸿鹄818处理器，售价3799元。

2. 8月19日，海信发布了搭载摄像头的S7系列“社交电视”，能够实现六路同时视频聊天(标准版支持三路)，还支持边看边聊和共享放映厅。

3. 8月28日，创维发布了真全景声智能电视Q60系列，也是配备了AI升降摄像头，通过与Keep的合作，用户在健身的时候可以实现双屏互动，实时矫正和打分。

4. 8月29日，Redmi发布了旗下第一款电视——Redmi红米电视70”，竟然采用了70英寸超大屏幕，售价却低至3799元。小米副总裁卢伟冰表示，希望Redmi电视能够做到中国第一。

在接下来的9月里，我们还将看到华为电视、一加电视，也许还有OPPO电视、京东电视……为什么原来不做电视的，如今却一窝蜂冲进来，难道电视是个成长性很好的市场？

并不是。奥维云网(AVC)2019年上半年中国彩电市场总结报告显示，今年上半年中国彩电市场可谓量额齐跌：其中销量为2200万台，同比减少2.7%；销售金额则为640亿元，同比减少11.8%，下降得更厉害，说明均价也在下降。与中国智能手机半年将近4000亿元的销售金额相比，彩电市场也要小很多。

关键还是在于，随着物联网和智能家居的进一步发展，未来的电视将不再只是一块收看电视节目的大屏，而有可能成为家庭的智能交互中枢。

在8月发布的这些电视新品中，我们已经看到了未来电视的一些模模糊糊的可能性：用户将手机投屏，用电视来分享手机中的内容；用户利用电视中的视频软件和弹出式摄像头，给远方的朋友打视频电话；甚至在电视息屏的时候，用户还能够利用部分显示区域查询天气、视频留言……

这些事情智能手机都能做，但是到了家庭这个场景，往往没有电视做得那么自然、那么亲切、那么共情。例如，我们当然可以围坐在6英寸手机屏幕前，欣赏几天前在迪斯尼乐园

游玩的情景;但是如果把这些情景放大到 55 英寸的电视屏幕上,是不是全家人一起看着就更有意思?此外,有了这块电视大屏幕,全家人一起打游戏、一起体验 AR,都会有更多的乐趣。

不过,要让功能日趋复杂的电视,就像过去的电视一样好用,人工智能(AI)必不可少。有了 AI,电视就能够清楚地识别你的语音指令,并且在浩如烟海的内容中找到你的需求;有了 AI,电视才有可能自动地连接各种家庭智能设备,并且给它们分配各种任务;有了 AI,就连老人和小孩也不需要任何培训,就能够自然地使用电视……

我们即将迎来的,将是智慧电视的革命。正如“手机+AI”为我们的个人生活提供了诸多便利那样,“电视+AI”也将为我们的家庭生活带来前所未有的使用体验。

2013 年 5 月 7 日,乐视超级电视发布,由此掀起了电视行业的第一轮跨界革命。如果我们现在回头总结,这一轮跨界革命的成果就是所谓的“互联网电视”,它彻底颠覆了过去这么多年我们在电视上看到的内容和分发渠道:之前,我们通过无线广播或者有线网络,在电视上看电视台制作的节目;此后,我们通过互联网电视、OTT 盒子或者 IPTV 盒子,在电视上看互联网视频节目。

当然,乐视自己并没能成为这场跨界革命的胜利者,此后进入的小米反而成了收割者。凭借对爱奇艺、腾讯、优酷、芒果四大视频网站内容的全面接入,凭借更好用的 UI 和更高的性价比,小米这个外来者竟然成为了今年上半年中国市场的销量冠军。

如今,新的跨界革命即将到来。当年乐视曾经说,乐视超级电视不仅仅是一台电视,而是一套完整的大屏互联网生态系统。如今进入的新玩家则说,智慧电视不仅仅只是一台电视,而是一套完整的 AI 大屏物联网生态系统。

要成为智慧电视这场跨界革命的赢家,仅仅接入几大视频网站的内容已经远远不够,而必须实现家庭生活的全面连接、数字化和智能化。基于这样的愿景,新赢家不仅需要很强的 AI 能力,还需要搭建一个从底层操作系统到中层数据中台,再到上层各种应用的生态系统。一旦成功,新赢家将赢下这个价值数千亿元市场的大部分筹码。而这,才是新玩家一窝蜂涌入电视市场的根本原因。

面对咄咄逼人的新玩家,传统电视机厂商其实是欢迎的,因为他们也非常希望从小小的 1200 亿的传统市场,进入几倍于此的新市场。为此,他们也在积极打造生态系统。例如,创维也在 8 月 28 日发布了号称“全球首个大屏 AIoT 生态”的 Swaiot 小维智联。在整个生态链条中,电视是生态中心,它负责连接家中各类智能硬件;TrensAI 是智能生活管家,用户借助远场语音即可通过电视掌控家中设备,支持声纹识别和免唤醒多轮对话。

谁将赢得这场跨界战争的最后胜利?也许还要过几年才能见分晓。

6. 机顶盒产业技术及市场动态

(1) 我国网络视频用户超 7 亿 网民电视上网比例达 33.1%

OTT 张晓宝 2019-09-02 10:18 阅读 3,021 来源: DVBCN

8 月 30 日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布了第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》。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。

该报告数据显示,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%。

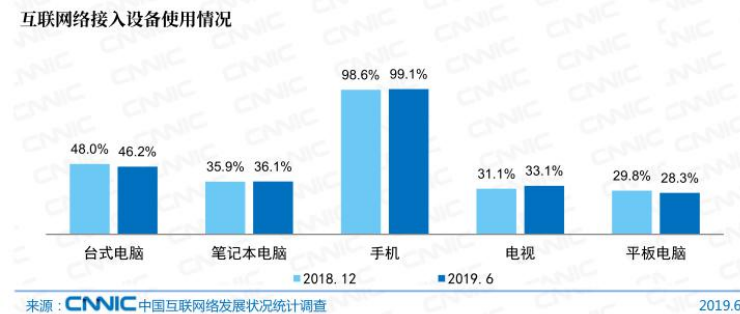
“提速降费”推动移动互联网流量大幅增长，用户月均使用移动流量达 7.2GB，为全球平均水平的 1.2 倍；移动互联网接入流量消费达 553.9 亿 GB，同比增长 107.3%。

网民规模和互联网普及率



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%；其中，短视频用户规模为 6.48 亿，占网民整体的 75.8%。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。

互联网接入设备使用情况



使用手机上网的网民比例达 99.1%，较 2018 年底提升 0.5 个百分点；网民使用电视上网的比例达 33.1%，较 2018 年底提升 2.0 个百分点

固定宽带/4G 平均下载速率



截至 2019 年第一季度，我国固定宽带平均可用下载速率为 31.34Mbit/s，同比增长 55.5%；移动宽带用户使用 4G 网络访问互联网时的平均下载速率达到了 23.01Mbit/s，同比增长 20.4%。

（2）【重磅】总局发 76 号文！2019 年实现 IPTV 播控与传输的规范对接工作

IPTV 张晓宝 2019-08-30 18:23 阅读 3,312 来源：DVBCN

8 月 30 日，广电总局向各省局正式下发 2019（76）号文，即《IPTV 集成播控平台与传输系统规范对接工作方案》，要求各省局实现本地区 IPTV 现网用户割接至规范对接的集成播控平台（包括以互联网电视名义开展的 IPTV）。

以下为对接工作方案内容：

IPTV 集成播控平台与传输系统规范对接工作方案

为在 IPTV 领域深入落实意识形态工作责任制，加快实现 IPTV 集成播控平台与传输系统的规范对接，推动 IPTV 持续健康发展，制定本工作方案（本方案包括以互联网电视名义开展的 IPTV 业务）。

一、严格按政策要求推进规范对接

IPTV 集成播控平台和传输系统相关开办单位要按照广电播出机构负责集成播控、电信企业负责信号传输的原则，全面落实国务院三网融合推广方案，落实《专网及定向传播视听节目服务管理规定》（总局第 6 号令）、《关于三网融合试点地区 IPTV 集成播控平台建设有关问题的通知》（广局〔2010〕344 号）、《关于 IPTV 集成播控平台建设有关问题的通知》（广发〔2012〕43 号）、《关于当前阶段 IPTV 集成播控平台建设管理有关问题的通知》（新广电发〔2015〕97 号）等相关政策规定，按以下要求规范对接：

（一）广电播出机构负责 IPTV 集成播控平台的建设和管理，负责 IPTV 节目的统一集成和播出监控，负责电子节目指南（EPG）、用户端、计费、版权等管理；电信企业负责为 IPTV 集成播控平台与用户端之间提供信号传输和相应技术保障。

（二）IPTV 的全部内容和 EPG（包含电信企业提供的内容和 EPG 条目），由 IPTV 集成播控平台审核通过后进行统一集成，经一个对接接口统一提供给电信企业的 IPTV 传输系统。未经集成播控平台审查的内容和 EPG 条目一律不得纳入节目源和 EPG。

（三）IPTV 集成播控总平台将内容传至各省（自治区、直辖市）集成播控分平台，分平台再将总平台的完整内容和分平台的内容传至本省（自治区、直辖市）IPTV 传输系统，IPTV 传输系统不得传输其他来源的内容。

（四）各集成播控分平台负责本省（自治区、直辖市）IPTV 用户的开通、鉴权、计费等日常运营管理，可与传输系统采取“双认证、双计费”的方式对用户端和计费进行管理。

（五）IPTV 集成播控总分平台和传输系统开办单位根据广电监管部门的要求和标准，向 IPTV 监管平台提供节目信号接口和数据接口，将 IPTV 节目信号和运行数据准确、完整、真实、有效地传达到广电总局指定地点和监管平台上，并永久授权无偿接收。

（六）IPTV 集成播控总平台、分平台采用经总局批准的统一系统软件，按照总局管理规范实行统一业务运营支撑系统（BOSS）管理、统一电子节目指南（EPG）管理，实现统一的计费和用户认证。

具体要求详见附件《IPTV 集成播控平台与传输系统对接要求》。

二、推进规范对接工作安排

各省级广电行政部门负责组织协调指导督促 IPTV 集成播控平台和传输系统开办单位按照国务院和总局文件规定，进行全面规范对接。尚未对接和虽已对接但不符合政策要求的地区，应按以下要求分两个阶段进行全面规范对接：

第一阶段：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，在对接接口层面完成规范对接；规范对接的集成播控平台实现对本地区任何一个电信企业传输系统中不少于 10 万户或 10%的现网用户进行管理。本阶段工作原则上应于 2019 年 9 月 30 日前完成。

第二阶段：在第一阶段的基础上，6 个月内实现本地区所有 IPTV 现网用户割接至规范对接

的集成播控平台。鼓励具备条件的地区一次性完成上述两个阶段的规范对接工作。

对 2019 年 9 月 30 日前未完成第一阶段规范对接工作的地区,各省级广电行政部门按照属地管理原则,向负有开办主体责任的广电播出机构、电信企业下发整改通知,明确具体的整改要求和整改时限(原则上不超过 3 个月),集成播控平台和传输系统开办单位必须在限定时间内对不符合要求的行为进行整改。

IPTV 集成播控平台与传输系统实现规范对接,并按要求将相关信号接入广电监管部门的监管平台,同时已完成 IPTV 内容专项治理工作的地区,由所在地省级广电行政部门初核通过后,报总局验收。

三、推进规范对接工作要求

(一)严格落实意识形态工作责任制。在“政府监管、机构履责、分级负责”的构架下,按照“谁主办、谁负责”的要求,把意识形态工作责任层层分解到 IPTV 的管理环节、工作流程、操作细节和责任追究中去。各省级广电行政部门要履行 IPTV 属地监管责任,做好 IPTV 建设管理各项政策、制度、规范、标准的落实工作,组织协调指导督促本地广电播出机构和电信企业规范对接,依法合规开展 IPTV 业务。各广电播出机构和电信企业要承担开办主体责任,严格按照各项政策规定要求,建立清晰明确的内部责任分级和责任追究机制,把意识形态工作责任分解到岗、到事、到人,做到任务落实不马虎、阵地管理不懈怠、责任追究不含糊。对于整改时限后仍无视管理要求,以经济利益、商务合作、技术操作等各种理由,拖延或拒绝整改,继续违规开展 IPTV 业务的单位,总局和省级广电行政部门将通报宣传部门,按照意识形态工作责任制严肃追究相关运营机构、广电播出机构、电信企业及有关人员的责任。

(二)强化组织实施。各省级广电行政部门要认真组织 IPTV 集成播控平台和传输系统开办单位做好全面规范对接工作,制定本地区 IPTV 规范对接的工作方案和时间表,确保工作平稳有序推进。各 IPTV 集成播控平台和传输系统开办单位要成立工作专班,细化工作任务,明确工作责任,按照规范对接各阶段工作要求,倒排工期和时间表,确保按时完成规范对接工作。

(三)落实监管要求。IPTV 集成播控总分平台与传输系统开办单位在按照本方案要求进行规范对接的同时,还应认真落实广电监管部门的要求,切实做好信号和数据的对接、传送和接收等工作。

各省级广电行政部门要定期报送相关工作信息。第一、第二阶段对接工作完成后 20 个工作日内,向总局报送各阶段工作总结。

附件: IPTV 集成播控平台与传输系统对接要求

本要求适用于 IPTV 集成播控平台与传输系统的规范对接工作。

1. 广电播出机构负责 IPTV 集成播控平台的建设和管理,负责 IPTV 节目的统一集成和播出监控,负责电子节目指南(EPG)、用户端、计费、版权等管理;电信企业负责 IPTV 传输系统的建设管理,为 IPTV 集成播控平台与用户端之间提供信号传输和相应技术保障。
2. 全国 IPTV 内容服务平台接入 IPTV 集成播控总平台,省级 IPTV 内容服务平台接入本省 IPTV 集成播控分平台, IPTV 集成播控总平台与 IPTV 集成播控分平台对接。
3. IPTV 集成播控总平台、分平台采用经总局批准的统一系统软件,按照总局管理规范实行统一业务运营支撑系统(BOSS)管理、统一电子节目指南(EPG)管理,实现统一的计费和用户认证。
4. IPTV 集成播控总平台、分平台和传输系统开办单位根据广电监管部门的要求和标准,向 IPTV 监管平台提供节目信号接口和数据接口,将 IPTV 节目信号和运行数据准确、完整、真实、有效地传送到广电总局指定地点和监管平台上,并永久无偿授权。
5. IPTV 集成播控分平台与所在省(自治区、直辖市)IPTV 传输系统进行具体技术对接,通过对接接口统一将 IPTV 全部内容和 EPG 提供给 IPTV 传输系统。

6. IPTV 集成播控总平台将内容传至各省（自治区、直辖市）集成播控分平台，分平台再将总平台的完整内容和分平台的内容传至本省（自治区、直辖市）IPTV 传输系统，IPTV 传输系统不得传输其他来源的内容，也不得插播、截留、变更集成播控平台发出的节目、EPG 及控制信号。
7. IPTV 集成播控平台应当具备对 IPTV 中所有内容的集成和播出控制功能。
8. 电信企业提供的节目，不得自行纳入 IPTV 传输系统，须按照规定交广播电视播出机构审查后统一纳入 IPTV 集成播控平台的节目源。
9. IPTV 用户终端启动后须直接呈现 IPTV 的 EPG 服务界面。
10. IPTV 集成播控分平台负责管理本省（自治区、直辖市）EPG 系统，包括 EPG 管理系统和 EPG 服务系统。EPG 服务系统应当具备防篡改机制。
11. IPTV 集成播控平台应当具备对 EPG 上所有条目进行消除、紧急下线等应急能力。
12. 电信企业提供的 EPG 条目，须按照规定交广播电视播出机构审查后统一纳入 IPTV 集成播控平台的 EPG。
13. IPTV 集成播控分平台负责本省（自治区、直辖市）用户、认证及计费管理。
14. 本省（自治区、直辖市）IPTV 用户状态由 IPTV 集成播控分平台进行管理。
15. IPTV 用户终端开机时，需要向 IPTV 集成播控分平台进行认证，认证通过后，才可以使用 IPTV 业务。

其中，采用“双认证、双计费”管理方式的，IPTV 用户终端需要向 IPTV 集成播控分平台和 IPTV 传输系统进行认证，只有双方认证都通过，才可以使用 IPTV 业务。IPTV 集成播控分平台用户管理系统中的用户账户应当与电信用户管理系统中的用户账户实现一一对应。
16. IPTV 用户终端播放节目时，须由 IPTV 集成播控分平台进行鉴权，鉴权通过后，才可以播放节目。

其中，采用“双认证、双计费”管理方式的，IPTV 用户终端需要向 IPTV 集成播控分平台和 IPTV 传输系统进行鉴权，只有双方鉴权都通过，才可以播放节目。
17. 对于需要订购计费的内容，由 IPTV 用户终端向 IPTV 集成播控分平台发起订购或退订，IPTV 集成播控分平台对用户的订购/退订请求进行处理。

其中，采用“双认证、双计费”管理方式的，IPTV 集成播控分平台和 IPTV 传输系统均需对用户的订购/退订请求进行处理。IPTV 集成播控分平台的订购/退订处理结果应当与 IPTV 传输系统的订购/退订处理结果实现一一对应。
18. IPTV 集成播控平台负责部署、应用版权管理技术系统。
19. IPTV 集成播控平台负责 IPTV 中应用软件的审核和管理，应当具备对各个应用软件的上线、下线等能力。应用软件不得违规访问公共互联网。
20. IPTV 集成播控总平台、分平台、传输系统开办单位应当建立健全相应的节目内容、安全传输、网络安全等管理制度、保障体系。
21. IPTV 集成播控总平台、分平台、传输系统开办单位应当按照国家和行业有关要求进行信息系统等级保护定级、备案，开展安全测评、风险评估和安全整改。
22. IPTV 集成播控总平台、分平台之间，IPTV 集成播控分平台与传输系统之间，应采用两路不同物理路由或不同物方式的链路进行互连，主备链路应具备自动和手动切换功能。IPTV 内容服务平台与集成播控平台间应采用专线方式接入。
23. IPTV 集成播控总平台、分平台应当具备对编码器输出、播出链路输出等重要节点信号的码流、视音频等进行自动监测的能力，分平台还应当具备对分发至传输系统目标站点的节目分发状态进行自动监测的能力。
24. IPTV 传输系统应当在信源接入、分发等重要传输节点对 IPTV 业务质量进行监测，包括业务质量评价指标和网络、视音频码流传输指标。

(3) OTT 终端和用户活跃度稳步提升 万物互联不再是幻想

2019 年 09 月 06 日 中广互联

近年来，消费者看电视的习惯变化非常剧烈：2008 年我国 IPTV 用户是 260 万，2018 年(十年之后)这一数字是 1.5 亿，占广电市场总量的三分之一强——IPTV 的普及过程，基本就是家庭宽带网络的普及过程，这背后实质是家庭利用互联网获得视听内容应用规模的增长。这些 IPTV 用户，半数采用的是具有 OTT 功能的智能盒子。



而在 OTT 用户方面，奥维云网最新数据显示，2018 年中国 OTT 激活终端设备已达 2.14 亿台——没有 OTT 功能的传统数字电视和 IPTV 的盒子总量不过 1.6 亿台。也就是，具有网络视频功能的家用盒子终端已经占据彩电市场的大部分——且目前存量电视中大部分自身就具有智能电视功能，具有网络 OTT 视频应用体系。

此前，据 Digital TV Research 针对性的调查显示，目前的付费电视包括有线电视(模拟、数字)、卫星电视、IPTV 等由电信运营商、广播电视提供商开展的电视类业务；OTT 互联网电视则是指以 Netflix、Hulu、Disney+ 等为代表的 OTT 在线流媒体产品。

在节目内容方面，仅涉及电影、电视剧等内容，不包括专用体育类内容。产品订阅方式仅包含 SVOD 包月、PPV 等实际付费的用户数及收入，而不包括试用用户。

从预测结果来看，在未来 5 年中，OTT 在全球范围内的快速增长，事实上已经成为传统或新型付费电视业务(如 IPTV)最大的竞争对手。面对 OTT 产品的竞争，多数付费电视运营商选择采用产品打包的方式以拉动用户增长，但却拉低了用户 ARPU 值，最终形成“增量不增收”的局面。



此外，随着 5G 商用牌照落地，这也意味着我国正式进入 5G 商用元年。OTT 终端和用户活跃度的稳步提升，大屏运营价值已经迎来爆发时期，“客厅经济 2.0”时代正式开启。根据勾正数据显示，截至 2019 年上半年 OTT 大屏可运营户数为 2.03 亿台，未来 3 年 OTT 可运营终端数量仍将持续增长，预计到 2021 年将达到 2.6 亿台。

不过，随着网络的加速，在人工智能和物联网技术加持下，以电视端作为终端入口的智能家居产业也将得到快速发展，万物互联也不再是幻想。

(4) OTT 是什么?互联网服务商如何深挖服务价值

佚名 | 中关村在线 | 2019-09-10

【流媒体网】摘要：OTT 就是指通过互联网向用户提供各种应用服务。这种应用和目前运营商所提供的通信业务不同，它仅利用运营商的网络，而服务由运营商之外的第三方提供。它运营在用户已经获得的网络之上而且不需要网络运营商额外的商业/技术支撑。典型的 OTT 业务就像是互联网电视业务。

互联网时代下，催生出了很多新兴的产业与服务类型，Over The Top(简称 OTT)就是其中之一，我们的生活中，就被无数类似的产品与衍生服务所包围着，笔者尝试用一个比较官方的解释来说明其作用与意义。



OTT 就是指通过互联网向用户提供各种应用服务。这种应用和目前运营商所提供的通信业务不同，它仅利用运营商的网络，而服务由运营商之外的第三方提供。它运营在用户已经获得的网络之上而且不需要网络运营商额外的商业/技术支撑。典型的 OTT 业务就像是互联网电视业务。

用户购买产品，然后享受电视产品厂商提供的基于线上的服务，和内容商提供的内容服务，就是 OTT 十分典型的运行模型。

如酷开、小米等互联网电视厂商，都有自己的 OTT 运作模型

互联网时代，流量为王。令人担忧的是，互联网线上流量红利式微可能将成为事实。以流量之争最为典型的电商平台为例，尽管近年来依旧是营收大幅增长，却掩盖不了净利润下降和活跃用户数增速放缓的事实。



举例酷开的 OOTT 模式，在 OTT 规模化发展过程中，酷开网络作为行业内第一家估值近百亿的独角兽公司，目前总激活终端数量突破 3777 万台，其市场份额将其他品牌远远甩

在身后。在此基础上，酷开网络获得了海量的开机流量、交互路径流量和活动流量，为众多广告主提供营销服务，成为客厅消费场景的第一入口。



硬件为入口，为用户提供优质服务，再以用户付费和广告组合的形式盈利，其实就是OTT的本质，而一切都要建立在更加高效的流量转化中，优质产品+优质服务，才能更好的帮助OTT完成更好的盈利。

7. 新媒体

(1) 中央广播电视总台新动作不断，5G 拉动 15.2 万亿元经济增长后还会带来什么

2019年09月02日 中广互联

中央广播电视总台动作频频，LOGO“CMG”首次亮相，展开“打假”行动，粤港澳大湾区之声开播及成立英语环球节目中心

8月16日，中央广播电视总台英语环球节目中心正式成立。

8月26日，中央广播电视总台发布《严正声明》，对社会机构冒用央视名义伪造证书，成立组织收费招商，以及设立假冒网站、公号、展演，虚构栏目头衔等情况，将配合有关部门共同采取法律行动，严厉查处此类违法行为。总台同时提醒社会各界提高警惕，注意甄别，切勿上当受骗。

中央广播电视总台粤港澳大湾区之声9月1日上午7时正式开播。这是我国首个专门面向粤港澳大湾区播出的国家级电台频率。大湾区之声新媒体平台同步启用。

定位于“一流湾区、一流生活”的粤港澳大湾区之声(简称大湾区之声)，覆盖粤港澳大湾区区域内的广东省广州市、深圳市、珠海市、佛山市、惠州市、东莞市、中山市、江门市、肇庆市和香港特别行政区、澳门特别行政区。

为推进中国经济“三个转变”、助力高质量发展，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。

5G将拉动中国数字经济增长15.2万亿元，并全面加速智慧冬奥的到来

资料显示，预计5G在2020—2025年，将拉动中国数字经济增长15.2万亿元。5G与人工智能、大数据等ICT新技术融合发展，将推动数字经济生产组织方式、资源配置效率、管理服务模式深刻变革。

近来，中国联通在“智慧冬奥”方面也是动作频频。今年4月底，中国联通针对“5G赋能智慧冬奥”，提出三大场景及十大应用。

日前，中国联通与北京市国有资产经营有限责任公司在北京签署战略合作协议，并宣布正式启动北京冬奥会三大场馆——国家体育场“鸟巢”、国家游泳中心“水立方”、国家速

滑馆“冰丝带”的5G智慧场馆建设。根据协议内容，双方将重点围绕智慧观赛体验、智能赛事服务、智慧化场馆运营等场景，共同打造5G智慧场馆，为观众、赛事组织和参与者、场馆业主提供优质的观赛体验、完备的服务保障和高效的运营支撑。

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。在这次直播中，从8K摄像机信号采集到5G通讯技术回传，再到8K大屏幕多视角观看，整个流程无缝衔接，畅通无阻，从而验证了北体传媒与合作伙伴提供的5G+8K+5.1环绕声多种技术应用于赛事转播的整体解决方案的科学性和有效性。这为以后利用5G+8K进行赛事直播，特别是冬奥项目的直播积累了经验。它对进一步提高我国赛事的转播水平、增强赛事转播的技术素质具有重要意义。

粤港澳大湾区5G联合创新实验室项目启动，广东广电促粤港澳大湾区“智慧湾区”建设

据悉，粤港澳大湾区5G联合创新实验室项目横琴启动。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。

依托粤港澳大湾区科技和产业优势，广东广电加快构建4K新数字家庭及智慧广电产业新体系，积极打造领先的智慧广电生态圈。同时，新数字家庭将成为未来广电行业转型升级的主战场，广东广电正持续推进“智慧广电+县级融媒体”技术服务平台建设，促进新数字家庭快速转型，助力粤港澳大湾区更好的建设发展。

电视广告贬值?电影广告支出增长?植入开机广告多家厂商被约谈?

资料显示，2019上半年，电视广告同比下降12.4%，呈现两位数的负增长，可谓是个阶段性的拐点：电视广告入冬了。相比之下，2019上半年的电视人均收视时长为125分钟，去年同期为132分钟，同比则仅下降5.3%。

据悉，今年电影行业的广告收入将达到46亿美元，同比增长6.8%，这比此前所有媒体预测的4.6%的平均水平还要高出几个百分点。，电影广告支出将仅次于互联网，排在第二位。

经调查，开机广告问题普遍存在，包括创维、海信、小米、海尔、长虹、夏普、乐视等品牌智能电视。其中，最长的开机广告达40秒以上，且不能关闭。消保委表示，这涉嫌侵犯消费者权益，并涉嫌违反了《广告法》相关规定。

中国广电·青岛5G高新视频实验园区揭牌

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举行揭牌仪式，并成为全国首个5G高新视频实验园区揭牌。“中国广电·青岛5G高新视频实验园区”将重点布局5G条件下更高格式、更新应用场景的高新视频内容产品创新、高新视频云、高新视频软硬件设备研发生产、高新视频应用集成创新、内容监测监管和数字版权服务以及高新视频产业运营等六大板块，打造涵盖高新视频生产、传播和服务的端到端产业链，构建高新视频生态圈，建成具有重要国际影响力的高新视频产业示范区。

(2) AI 来了！我们的世界会变得更爱（AI）吗

2019 年 09 月 02 日 中广互联



除了医疗诊断、自动驾驶、智能机器人等“高大上”的新技术，还有会变脸、会跳舞、会织毛衣、会打麻将、甚至给你的食物计算卡路里等“不务正业”的有趣小应用，亮点多多，让人惊叹连连：AI 太聪明了！



来自世界各地的行业“大佬”们围绕 AI 开启一场场“头脑风暴”。两位地球“最强大脑”阿里巴巴董事局主席马云与特斯拉首席执行官埃隆·马斯克(Elon Musk)，也在开幕式上进行了一场“双马”对话。围绕 AI 未来、火星移民、教育就业、科技未来与人类命运等话题，两人“金句”频出。



观点：AI 帮忙 既喜又忧

AI 让工作失去意义？人们天天干点啥？

马云说，未来生命科学技术可能让人们活 100 年甚至 120 年，甚至祖父、祖祖父还在工作，但这不是一件好事。为什么要有那么多工作呢？一周工作 3 天，一天工作 4 小时很好了。晚上可以去唱唱歌，跳跳舞，有了人工智能之后，人们会有更多的时间去享受作为人的乐趣。



电影《机器人总动员》中：未来的科技高度发达，让所有机器都高度自动化、智能化，所有人类劳动都被机器所取代，人类无需工作只需享受，生活的各个方面都无比简单、闲适。

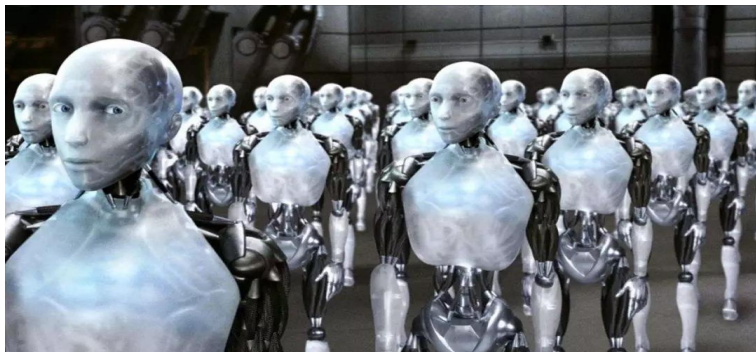
马斯克也认为，今后 AI 会使得工作失去意义，人类最后的工作可能就是写 AI 软件，最终可能 AI 自己都会写软件了。



可是……机器太万能了，只要动动手指，万事俱备，慢慢地，由于过度依赖智能设备，人们都退化成四体不勤的大胖子。支在眼前的电脑屏幕成了生活的全部，离开屏幕，他们不懂得如何与其他人交流，甚至无法生存……这样的“幸福生活”你想要吗？

观点：畅想未来 既爱又怕 AI 会让世界更有爱吗？AI 会让世界更危险吗？

自从有了人工智能，“人工智能威胁论”的声音始终不曾停止。英国物理学家霍金生前多次提出警告，人工智能的崛起可能是人类文明的终结：“我们不确定我们会从人工智能得到无限帮助，还是被无限边缘化，甚至毁灭。”而马斯克对人工智能的态度也较为悲观，他多次强调 AI 的危险性，甚至认为“AI 的危险远大于核武器”。在这次的“二马”对话中，马斯克也说：“我不是个天然的乐观或者悲观的人，但未来科技发展将会超越我们理解它的能力。我不知道这是好事还是坏事。”





2004年的经典电影《我，机器人》，现在看来依然很有未来感，拥有了自己情感与思维的机器人，究竟是敌人还是朋友？

对此，马云显然更为乐观。他觉得AI能够给全世界、全社会打开一个新的篇章，让大家更好的理解自己，人工智能应该被用于解决地球面临的问题：“我很乐观，我不觉得AI是一种威胁、一种很恐怖的东西，因为人类很聪明。我觉得AI很好，很有意思，我们会拥抱它。”



就像《超能陆战队》中的“暖男”机器人大白：忠诚、勇敢，作为一个医疗机器人，不但能治愈身体上的伤痕，还能治愈心理上的伤痛。而且一改大家眼中精密、高冷、金属质感的机器人固有印象，身材胖胖、最爱“抱抱”、棉花糖般软绵绵的形象，让人们的心也忍不住跟着柔软起来。



著名科幻作家，《三体》、《流浪地球》作者刘慈欣在接受采访时，也曾多次提到对人工智能的想法与态度。他认为：如果说人工智能威胁人类，有点“危言耸听”，但是未来的人工智能可能比我们还要聪明，想象力将是我们的唯一优势。





高分美剧《西部世界》《爱，死亡和机器人》中，也探讨了有关人工智能伦理和意识等更深刻的一些问题。技术高速发展带来的社会和道德问题，是否应该引起人类的警惕？

观点：心 VS 芯片：人和机器谁更聪明？



“二马”对话中，马斯克举例说：计算机已经在很多方面比人更聪明，AlphaGo 4: 1 打败围棋世界冠军李世石。而 AlphaGo Zero 则以 100: 0 打败了 AlphaGo。人类差的太远了，以后每个方面都会被计算机越来越多的超越，这是肯定的。

而马云则从另一个角度认为：和计算机下棋很“愚蠢”，100 年前人们创造了机器，但只有傻子才会去和汽车赛跑。计算机可能更聪明，但人类有更多的智慧。机器只有“芯片”，但人有“心”。人工智能并不会带来灾难，通过改革教育体系能让人更有创意和建设性。



英剧《黑镜》里的经典一集，女主因思念去世的未婚夫，搜集了其生前在网络上留下的所有痕迹，包括照片、录像、语音、回答问题的逻辑等，生成了一个有着未婚夫外貌、口音、性格、思维方式的人工智能，连平时朝夕相处的女主都时常真假难辨。



而在现实中，2017年，以丰富的脸部表情和号称自我意识觉醒而闻名的AI机器人索菲亚(Sophia The Robot)，被沙特阿拉伯授予公民身份，并且当上了联合国开发计划署创新大使。

和《黑镜》里设想的一样，索菲亚外观就像人类女性，拥有橡胶皮肤，能够使用很多自然的面部表情。其“大脑”中的计算机算法能够识别面部，并与人进行眼神接触，同时还能理解语言并记住与人类的互动，随着时间推移，“她”还会变得越来越聪明，越来越像一个真人一般。



除了外表“像”人，索菲亚更让大家难以忘记的是在各种场合表现出的聪明、幽默、甚至“毒舌”。当被问到AI机器人是否会取代人类时，索菲娅不失幽默说：“你看了太多马斯克有关AI的警告、看太多好莱坞电影了……不过别担心，人不犯我，我不犯人(If you're nice to me, I'll be nice to you)。”

也有人质疑，索菲亚只是一个预设好的复杂聊天程序，人工智能是否会从模拟人类开始、到独立于人类智能，最终超越人类智能，导致真正意义上的“颠覆”，还难以下定论。不过，毫无疑问的是，人工智能可以模拟人的思考方式，帮助人类进行感知、推理、决策、博弈等，在未来，成为人类的日常生活中重要的组成部分。

未来：智慧+智能 负责任的AI让世界更有爱(AI)

在2019世界人工智能大会上，还发布了国内首个AI安全与法治导则《人工智能安全与法治导则(2019)》，从算法安全、数据安全、知识产权、社会就业和法律责任等五大方面，对人工智能发展的安全风险作出科学预判，提出安全与法治应对策略，守卫人工智能发展的“安全基因”。

而对AI技术本身的发展，微软、谷歌、腾讯等科技公司也纷纷提出人工智能发展的准则：包括对社会有益、可靠安全、保障隐私、可用可控、避免制造或加强不公平的偏见等，来引导人工智能的发展，真正造福社会，打造“负责任的人工智能”。

智慧+智能，“心”+“芯片”，相信未来，AI会让我们的世界更加有爱(AI)。

(3) 5G 技术赋能医疗产业 智慧医疗将大有可为

5G 宽带任放 2019-09-06 17:49

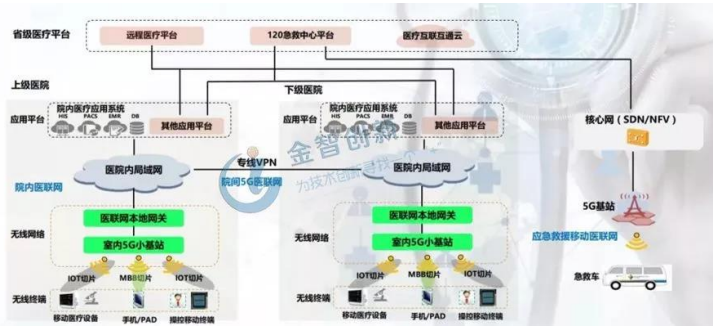
移动网络的出现为医疗健康行业提供了一张安全可靠、超低时延的移动基础网络，为智慧医疗注入了新的动能，医疗健康行业是5G技术应用的重要领域之一。近年来，随着5G与区块链、人工智能、大数据、互联网+等前沿技术的充分整合运用，5G医疗健康在实现过程中呈现出强大的生命力及其影响力，5G技术在智慧医疗行业将大有可为。

5G医疗健康这一概念兴起时间并不长，其发展仍处于初始的摸索阶段，但5G医疗健康的前期探索已经取得了良好的应用成果，实现了AI辅助诊断、智慧院区管理、移动医护、远程监护、远程示教、应急救援、远程手术、远程超声、远程会诊等众多场景的广泛应用，未来还需要在5G医疗健康的系统设计、顶层架构及落地模式等不断完善。

5G 智慧医疗健康行业发展前景较好 国内大型医院已完成初步应用

2019 中国 5G 智慧医疗健康发展大会发布的《5G 智慧医疗健康白皮书(2019 年)》显示, 5G 医疗健康是指以第五代网络通讯技术为基础, 充分利用现有的医疗设备及人力资源, 在病患监护、疾病诊断和疾病治疗等领域提供移动化、信息化和远程化等医疗服务, 发挥出大医院医疗技术的最大优势范围。

5G 网络技术在医疗行业中的应用可以创新智慧医疗业务, 促进医疗资源下沉, 提高医院的就诊效率和诊断水平, 节省医院的运营成本, 协助推进医疗资源稀缺地区的精准扶贫, 缓解患者看病难等问题。



5G 医疗健康框架

当前, 国内一些大型医院和医疗机构已经在 5G 的应用上初具规模。如华西医院及其附二院为代表的领头医院, 它们已经在 VR 病房探视、健康管理、医疗监管、应急救援、互联网医疗、远程医疗等方面开展 5G 技术智慧医疗的初步应用与创新研究。

一方面是提升医疗服务质量效率, 最大程度的提高医疗资源利用效率, 缩短就医流程, 另一方面可以将医疗方面的数据进一步整合, 产生新的移动医疗应用服务。

智慧医疗助力传统服务转型 未来建设将得益于 5G 的发展

2008 年, IBM 提出将物联网技术充分应用到医疗领域, 建立以病患为中心的服务和信息管理新体系, 旨在提升健康水平、降低医疗开销及提高医疗护理效率, 并首次提出“智慧医疗的概念”。随着互联网和医疗行业的飞速发展, 智慧医院的概念已应用到诊断科学、临床创新、共享协作、医疗信息互联。

智慧医院的应用是基于互联网、云计算、人工智能、区块链等先进的信息通信技术, 以病患为中心将医护人员、医疗设备及医疗机构连接起来, 形成医疗信息沟通的信息化系统平台, 通过丰富的智能医疗器械、智能医疗应用、智能医疗平台等, 实现在支付、诊断、治疗及卫生管理等各个环节的高度信息化、智能化、自动化和移动化, 为患者提供高质量医疗服务, 解决居民看病难、医疗资源分配不均的问题。



5G 医疗健康助力传统医疗服务模式转型

未来智慧医疗的建设将得益于 5Gbps 的速率、5ms-30ms 的低时延和移动性、大数据分析的平台能力等, 让人们享受便利及时的医疗服务同时, 满足未来医疗的新需求, 如智慧导

诊、智慧病房、智慧手术室、远程门诊、远程急救等。充分利用 5GMEC 的 MEC 能力，提供低时延、实时计算的医疗边缘云服务。

5G 医疗健康备受资本关注 智慧医疗将大有可为

2019 年被称为 5G 医疗健康产业商业化的元年，资本市场对于 5G 医疗的投资充满热情，据火石创造研究院数据显示，目前我国智慧医疗市场规模已经超过 800 亿元。单在 6 月份，我国智慧医疗领域便有 11 个融资项目，其中 7 个项目已经披露融资金额，合计融资金额为 10.19 亿元。

今年，5G 在医疗领域开创了多个第一次。如 2019 年 3 月，中国移动、北京解放军总医院和三亚解放军总医院联合操作完成第一次 5G 开颅手术；同月，中国移动、郑大一附院、华为、诺基亚联合推出第一个 5G 智慧医疗实验网；2019 年 4 月浙大二院首次推出第一台 5G 急救车。除了开创多个第一次，我国医院对于 5G 智慧医疗的应用重视空前。2019 年上半年，我国已有 37 家医院与三大网络运营商达成合作，共同探索 5G 技术在智慧医疗领域的应用。

医院	运营商	合作项目	时间	医院	运营商	合作项目	时间
院内智慧应用				院内智慧应用			
厦门大学附属厦门眼科中心	中国电信	全国首家 5G 眼科智能医院	2019 年 6 月	广东省人民医院	中国移动	战略合作框架协议签署	2019 年 3 月
内蒙古人民医院	中国联通	5G 智慧医院战略合作	2019 年 5 月	江西南昌大学第一附属医院	中国电信	建立智慧医院 5G 实验室	2019 年 2 月
四川大学华西第二医院	中国移动	5G 互联网+智慧医院	2019 年 5 月	远程会诊			
昆明医科大学第一附属医院	中国移动	5G 智慧医疗示范医院	2019 年 5 月	江苏中医院	中国移动	首次 5G 国际远程会诊	2019 年 6 月
北京大学深圳医院	中国联通	智慧医院战略合作	2019 年 4 月	四川大学华西医院	中国电信	首次 5G 网络多地联合远程会诊	2019 年 5 月
海南医学院第二附属医院	中国电信	智慧医院（5G）创新实验基地	2019 年 4 月	温州医科大学附属眼视光医院	中国移动	全国首家 5G 远程眼科门诊	2019 年 4 月
贵州医科大学附属医院	中国电信	5G+医疗联合实验室	2019 年 4 月	应急救援			
黑龙江省医院	中国联通	5G 医院互联网+智慧医疗项目	2019 年 4 月	四川人民医院	中国移动	5G 城市医疗应急救援	2019 年 5 月
上海市第十人民医院	中国移动	5G 超声系统	2019 年 4 月	浙江大学医学院附属第二医院	中国移动	多维度 5G 智慧急救绿色通道	2019 年 4 月
高要中西结合医院	中国电信	全球首个千兆智慧医院	2019 年 3 月	远程手术机器人			
深圳大学第一附属医院	中国移动	国内首个 5G 医疗实验网	2019 年 3 月	中国人民解放军总医院海南医院	中国移动	全国首例 5G 远程外科人体“脑起搏器”植入手术	2019 年 3 月

5G 智慧医疗在院内及院外的应用 结语

5G 技术是社会数字化转型的关键技术之一，也是智慧医疗万物互联的根本条件。5G 智慧医疗的推广应用可以缓解我国医疗在资源配置中的矛盾，加快医疗升级。未来，网络运营商和医疗设备制造商将在智慧医疗领域建立更多的合作，将有更多的智慧医疗项目落地开花。

（4）【广电热搜】联通+电信抱团取暖式合作，广电+移动是否会紧随其后

2019 年 09 月 16 日 中广互联

联通和电信将共建一张 5G 网 15 城市分区承建

运营商的竞争已经进入白热化了，联通和电信合作将建一张 5G 网，那么小编有个大胆的猜测，接下来是不是会传来广电+移动的好消息。在 9 月 9 日晚间两公司双双发布公告，中国联通(香港)全资附属子公司联通运营公司与中国电信签署《5G 网络共建共享框架合作协议书》，采用接入网共享方式，核心网各自建设，5G 频率资源共享。

根据合作协议，联通运营公司将与中国电信在全国范围内合作共建一张 5G 接入网络，双方划定区域，分区建设，各自负责在划定区域内的 5G 网络建设相关工作，谁建设、谁投资、谁维护、谁承担网络运营成本。5G 网络共建共享采用接入网共享方式，核心网各自建

设，5G 频率资源共享。网络建设区域上，双方将在 15 个城市分区承建 5G 网络。

分析人士指出，双方 5G 网络共建共享合作，特别是双方连续的 5G 频率共享，有助于降低 5G 网络建设和运维成本，高效实现 5G 网络覆盖，快速形成 5G 服务能力，增强 5G 网络和服务的市场竞争力，提升网络效益和资产运营效率，达成双方的互利共赢。

网络生态治理规定公开征求意见，《互联网互动视频数据格式规范》将推出

近日的“换脸”风波，想必大家还记得，存在用户隐私协议不规范，数据泄露风险等网络数据安全问题。9 月 10 日，国家互联网信息办公室发布关于《网络生态治理规定(征求意见稿)》公开征求意见的通知。为了加强网络生态治理，维护良好网络秩序，保障公民、法人和其他组织的合法权益，构建天朗气清的网络空间，根据《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息服务管理办法》《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》，国家互联网信息办公室会同有关部门起草了《网络生态治理规定(征求意见稿)》。

在 9 月 6 日，国家广播电视总局广播电视规划院与北京爱奇艺科技有限公司(以下简称“爱奇艺”)牵头召开《互联网互动视频数据格式规范》行业标准启动会。

《互动标准》将通过定义互动视频相关术语、互动视频能力、互动视频制作流程、互动视频数据格式，帮助视频内容创作者便捷高效地制作出高品质的互动视频，促进内容创作者、软件工具、视频平台等各方在统一的数据格式标准下对互动视频领域进行探索和发展，为互动视频产业生态健康发展奠定良好基础。广播电视规划院、爱奇艺联合行业各方，共同组成《互动标准》编制小组，实施标准编制全部工作。

上海打造全球“双千兆宽带”第一区 5G 全球创新港亮相虹口

今年以来上海全面开展 5G 网络建设、5G 产业生态，在全市率先实现 5G 网络全覆盖。9 月 10 日，全球首个综合性 5G 应用展示及联创平台——“5G 全球创新港”在上海正式开港。坐落于上海北外滩核心区域的“5G 全球创新港”聚焦全球信息科技的发展前沿，集 5G 技术展示、联创平台、场景应用、科学普及等诸多功能于一体。创新港云集了 5G 高端行业和产业伙伴，通过上海 5G“双千兆宽带城市”的落地，加速行业和数字经济的智慧转型，全面激发上海科技经济活力。

截止 8 月底，虹口区已建成 5G 基站 610 个，综合完成率 106%，基站密度全市最高，也是全市唯一一个率先完成移动、联通、电信 5G 基站年度建设目标的行政区。北外滩核心区域实现 5G 信号精品覆盖，网速全球领先。作为全球首个综合性 5G 应用展示联创平台重要组成部分。

四川广电携手京东，青岛有线与万科建设智慧家庭

中国广电与三大运营商同获 5G 牌照以来，动作不断。近日，国家广电总局已宣布开始建设 5G 广播试验网，释放出广电介入 5G 大战的重要信号。

显然，争夺智慧家庭入口成为 5G 战中最为重要的主战场。9 月 8 日，四川广电网络携手京东，在成都推出其全省首家会员制居家生活体验馆，打响了自获得 5G 牌照以来争夺家庭入口的第一枪。据悉，基于“互联网+”与数字化转型，今年初四川广电网络与京东企业业务签订合作协议，正式启动了面向全川家庭的居家生活服务体系建设。四川广电网络联合京东通过线下实体店感知、体验京东京造的商品，再通过扫描四川广电网络“广电居家精品”商品小程序码下单，用户购买的商品通过京东物流配送到指定地址，极大地提升了用户的购物体验。

近日，山东广电网络青岛分公司宣布与青岛万科签署战略合作协议，双方本着“互利共赢、资源共享”的原则，将在智慧社区建设、智慧家庭、5G 服务、网络通信等领域开展深度合作。

(5) 4G 建设成本还没收回 5G 是运营商不可承受之重

2019 年 09 月 16 日 中广互联

有种观点认为：运营商 4G 建设成本还没收回，大规模建设 5G 就是冒险行为。关于这个观点，我们有必要分析一下。

关于 4G 部署的成本问题，通信领域最资深的院士贺铨院士提供了一组的数据：中国在 4G 建设上花了大概是 7000 亿元到 8000 亿元的建设投资，总共花了 6、7 年才完成建设，相当于运营商每年投入 1000 多亿元。

4G 是否收回了成本？拿经营最好的中移动来说，2018 年的利润大约 1200 亿人民币，4G 网络建设的回报确实不高，但是肯定没有赔本。

不过，对于电信和联通来说，他们的利润却是远不及移动，悲观点估计，他们没有回本的可能性还是有的。当前，电信和联通的现金流都不充沛，所以最近传出电信、联通要合建一张 5G 网络。

移动号称已经准备好了 5000 亿资金建设 5G，不过年中惨淡的财务数据也在告诉我们，其实移动的资金也在承受重大的压力。

在这个背景下，单纯站在行业的角度，确实有必要把我 5G 建设的节奏和速度，合理控制建设成本，以防出现 3G 时代日本和英国运营商的过度乐观的“冒进行为”。

在上个世纪 90 年代，高通公司很早就开发出了基于 CDMA 的 3G 技术，但当时大家的通信需求基本就是打电话、发短信，2G 的移动通信就能很好满足了。

从需求端看，2G 没有明显的痛点，3G 就一直没有找不到很好的应用。日本和英国的运营商，当时设想就通过先建设 3G 网络再孵化出相关应用。

2003 年，日本运营商 KDDI，率先实现了 3G 商业运营，2005 年达到了 2 千万的用户。KDDI 希望开通 3G 服务后，其它应用能够跟上，但是它显然过于乐观了。

事实上，当时普及 3G 的技术预先要求没有完全达到，配套的产业更不成熟。当时的处理器耗电量极高，电池的寿命极短，KDDI 的 3G 手机，如果真的上网，当时主要是音乐下载服务，只能待机 4 小时，而且当时流量费极贵。这就导致该运营商虽抢到 3G 的首发，却遭遇了亏损。

英国运营商沃达丰，在 2000 年花巨资拍下了 3G 的无线电频带，但是因为和 KDDI 遇到同样的原因，业务完全没有做起来，再加上随后互联网泡沫破碎后全球 IT 产业不景气，最终出现巨亏。

KDDI 和沃达丰，在 3G 投资上的失败，主要有两方面的原因：一是技术上不成熟，制约了对用户需求的刺激；二是需求不旺盛，相关的配套产业难以兴起。

两个原因，其实也可以归结为一个原因，就是技术的崛起。3G 时代，后来有了低功耗的 ARM 处理器，有了很省电的安卓操作系统，有了容量密度翻番的电池，有了能够容量大的存储器，有了云计算提供服务，在这种条件下 3G 手机得到迅速普及，各种基于移动终端的应用得到了发展，成为“技术创造市场、技术激发需求”很好的例子。

现在 5G 建设面临的情况，跟 3G 初期，倒有几分相似之处。比如，现在 4G 能够满足大多数通信需求，可见的痛点不多、不明显，对应的应用需求也没有被完全激发出来。虽有一些可见的应用，但没有形成大产业。

根据产业发展规律，若普及 5G 的技术全部准备就绪，相应的需求和应用自然就起来了。我们也要看到，技术的发展有时要比我们想的快得多。比如从 1952 年 IBM 第一台商用计算机诞生，到 1959 年计算机普遍用于飞机订票等其他大规模应用，只有 7 年的时间间隔。而从 2003 年 KDDI 推出 3G 服务，到 2007 年—2008 年苹果和 Google 让移动互联网普及，只有 4、5 年的时间。

5G 网络技术方面，华为公司在全球已处于领先地位；权威科学期刊《自然》上个月底专

门发表了一篇关于中国 AI 现状，文章认为在该领域我们也处于世界前列。应该说，普及 5G 的上下游技术，我们国家都取得了突破性地进展，已经走到了世界前列。我们有实力在 5G 上领跑世界。

当前，“网络强国”已成为国家战略，5G 技术毫无疑问是发展的重中之重。从中央到地方，纷纷出台政策支持 5G 的发展，为 5G 普及发展做了很多产业配套。业内专家预计，5G 普及的预先技术和产业配套，再过 4、5 年的时间，就能够满足。这些条件一旦满足，相关的应用就会迎来“井喷式”发展，从而给运营企业带来巨大的收益。

当然，抢跑者、领先者总是要承担更多的“沉没成本”，现在开始大规模建设 5G，除了商业利益驱动，还体现了国家意志，站在这个层面看，“用金钱换时间、以时间铸优势”是一个国家大战略。

当然，具体到执行层面，运营商建设 5G 网络还是要算好“成本收益账”。要紧密结合各个地方、各个领域的产业发展情况，合理控制建网规模和速度。

坚持“产业带动建设、建设催生产业”的“双轮驱动策略”，可以超前，但要适度，这样可以比较快地收回成本，让产业像滚雪球似的继续发展。而不要像 2000 年沃达丰那样过早背负巨大的债务，让 5G 建设成为运营商不可承受之重。

8. 媒体融合

(1) 5G 已来，8K 起步！多地提前布局超高清成像产业

2019 年 09 月 02 日 中广互联

高清、超高清、4K 高清，这是近几年显示技术的重大飞跃，你能想象比高清更清晰数十倍的 8K 高清吗？

近几日，一场利用“5G 8K 5.1 环绕声”进行体育赛事直播的体验活动在北京体育大学举行。这场直播由国内新晋的体育垂直媒体平台——北京体育大学北体传媒联合数十家高科技公司举办，旨在利用 5G 技术的高速率、低时延，为屏幕前的观众提供了 8K 视频的高分辨率、逼真的成像还原、沉浸式的临场感觉和近距离观看舒适感的场景。

在显示产业中，人们对视像化的追求就是最大限度接近人眼观看的效果，随着 4K 视频不断覆盖人们的日常生活，8K 产业必将是未来探索的方向。而所谓 8K 技术，即屏幕上每一条水平线充满了约 8000 颗像素点，其总像素数量相当于我们平时看到的高清画面的 16 倍。

8K 来了

“8K 的成像跟我们视觉是基本接近的，我们可以想象，有了 8K 超高清以后，我们所看到的虚拟世界，跟我们的现实世界应该说越来越接近了。”北京体育大学教授、体育赛事制作与转播实验室主任李岭涛表示，从这个大的应用场景来讲，它是虚拟世界跟现实社会链接的桥梁，从这方面延伸下去，它会有无数的应用场景。

李岭涛说：“这个高科技最大的特点，就在于我想象不出它有多少用处来，这就是它的魅力。”



图为：北京体育大学教授、博士生导师、体育赛事制作与转播实验室主任李岭涛

这几年，中国显示产业已进入以超高清、人工智能、5G 等为代表的新一轮科技革命和产业融合发展的新阶段，有数据显示，2022 年中国超高清视频产业总体规模将超过 4 万亿元，仅超高清视频用户数达到 2 亿，到那时，4K 产业生态体系基本完善，8K 关键技术产品研发和产业化将取得突破。

3 月初，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《超高清视频产业发展行动计划》，随后北京、上海、广东、安徽、湖南、重庆、四川等地迅速响应，结合本地产业发展实际情况，制定了各具特色的地方行动计划，超高清视频产业驶入发展快车道。

对于用户对 8K 视频的认知，北体传媒联合专业的市场调查公司正在进行市场调研，针对用户对于大屏使用习惯、8K 的认知、购买 8K 电视意愿以及对于 8K 画面的全景、特写、慢动作的感受以及 8K 视频的播放场景等等。

这些调研结果也将为超高清节目的开发以及探索“5G+8K”的应用场景落地提供参考数据，助力超高清视频技术和产品的研发方向。当 8K 走近时，以用户为导向的产品设计，更能挖掘 8K 视频价值和应用场景。

在关键技术、产品研发不断取得突破之后，我们要做进一步的思考：在政策引导和各方资源积极投入下，如何全面着手布局 8K 产业？

场景

据介绍，8K 摄像系统除了清晰度和画面的解析度大大提升之外，更重要的是增加了信息量。在 4K 视频时代，基本是以线性叙述时间为核心，但是 8K 的空间性更强，在画面的每一个角落，每一个部分，可能都有信息传播。无论是远景、近景，视频传递的信息都更加饱满。

目前，很多专家都认为，8k 高清对于体育赛事的直播具有天然优势，因为体育赛事的快速变化只有通过超高清的直播，才能传递全方位的信息。

清华大学新闻与传播学院教授尹鸿表示，4K 视频呈现时，你只能了解这个事情怎么样；而 8K 最大的不同在于，你会发现这个事情在什么环境，什么空间，什么状态当中发生的，周边与它的关系是什么，都会有非常不同的全方位体验。

在不久的将来，当 5G 走进日常生活之后，传输媒介的强大会使 C 端用户对于 8K 视频获得感增强，沉浸式全方位的体验实现，可以让我们对于新的商业场景有更大的想象空间。

“以前我们必须到现场去看比赛，以后我们可以到剧场里看比赛，那种效果跟现场差别不是很大，从技术上来讲，用 3 到 5 年的时间完全有望实现。”李岭涛表示，“8K 关键是要有应用场景，大家都用起来之后，成本降低了，市场就推广得快。”

日前，上海市已提出的“5G AI 4K/8K”应用示范工程，将超高清视频产业与城市精细

化管理、智能制造、文化旅游、教育医疗等应用深度融合，布局超高清视频在航天、安全等领域的应用；北京也在积极推动 8K 超高清示范应用，将选取影院等场所试点 8K 超高清文化演出、体育活动直播等商业应用，选取住宅及特定公共场所试点布局 8K 超高清传输系统、机顶盒及显示终端，开展区域性示范直播、点播实验……

布局

按以往的技术迭代革新经验来说，一旦应用场景产生之后，使用成本的降低会使市场迅速推广，进而完善产业布局。

而对于 8K，每进一步似乎都有很长的路要走。首先，现在 8K 大部分的设备，基本没有达到量产的状态，而形成大规模应用要有成品。对于用户来说，成品意味着整个链条从信号采集、制作到播出，通过有线电视或者无线传输，再到用户的 C 端，每个环节都必须达到 8K 的技术标准。

如前文提到的“5G 8K 5.1 环绕声”体育赛事直播，怎么把 5G 网络、8K 技术和环绕声融合在一起，在这场直播中就需要克服多个设备、不同系统、不同标准之间如何兼容的难题。

8K 实现量产的过程中需要大量技术设施改造，但由于成本高昂，现在还很难实现。对于 2022 年北京冬奥会 8K 技术的期待，即便还有 2 年多的时间，李岭涛预测，“到那时候，8K 要形成大规模应用，我觉得还不太现实。”

如何使 8K 视频规模化、产品化生产，很多城市在重点区域率先推出解决方案。上海实施“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。除此之外，四川省提出到 2022 年，超高清视频产业总体规模有望超过 3500 亿元；重庆要打造全国超高清视频产业示范基地……

在超高清产业政策的支持下，企业也合纵连横，探索新模式。京东方与华为牵手，联合自主研发终端；长虹与中国移动 5G 创新应用中心合作创建了 5G 智慧制造工厂，并加入了华为主导的华为海灵生态圈，在内容上与腾讯达成了战略合作；中国移动咪咕在上海启动“5G 超高清视频产业”示范基地……

基于整体市场、产品成熟度及技术发展等指标的研判，中商产业研究院数据显示，预计 2019 年中国超高清视频产业产值在 1.5 万亿元左右。在 5G 加持下，信息视频化、视频超高清化的趋势不可阻挡，4K 正在普及，8K 已经起步。

(2) 温州中广有线全力打造智慧医养综合应用平台

2019 年 09 月 02 日 中广互联



“让创新‘健’证未来”，由浙江省卫生健康委、浙江省发展改革委、浙江省经信厅共同主办的 2019“第五届浙江国际健康产业博览会”8 月 29 日至 8 月 31 日在杭州国际博览中

心举行。温州中广有线以“智慧新中广，时尚智生活”为主题参加了本次展会，向前来参观的群众展示了以智慧医养产品作为入口的温州市智慧医养综合应用平台。



温州中广有线展厅现场

温州市智慧医养综合应用平台，集医疗健康管理、民政生活照护、文化精神养老为一体。作为温州市卫健委的市级医养结合试点项目，温州中广有线以智慧医养产品作为卫健系统开展医养结合服务的入口，发挥有线电视网络已覆盖千家万户的有利条件，在短时间、大规模推广医养结合项目建设，积极响应“十九大”报告中提出的医养结合健康中国的奋斗目标！



浙江省卫健委老龄健康处处长周世平、温州市卫健委老龄健康处处长陈光富现场调研

展会现场，最新的 TVOS 智能机顶盒吸引了众多市民驻足观看，工作人员通过操作向市民展示了这款机顶盒在具备收看、点播电视节目的功能以外，还可点播养生健康、文化教育视频、健康管理信息查询的功能，在爱爸妈专区有养生保健、曲艺、老年大教学等视频栏目，为居家养老提供丰富的精神文化生活。同时，通过机顶盒还可以获得民政生活照护服务，如物业助急、家政助洁、上门助餐等服务。



参观市民现场体验平台内容

一些市民饶有兴致的在现场体验了远程医疗服务，通过视频连线社区卫生服务中心，不仅可以获得医疗健康服务，咨询用药指导，还了解到很多自我保健知识。



参观市民体验远程医疗服务

温州中广有线自 2017 年开始与温州市瓯海区卫健局积极合作，将健康信息准确广泛地应用于养老服务。通过智慧医养产品方便家庭医生了解患者实时动态，方便居民简便的获得医疗服务。通过在社区日间照料中心、银铃之家等机构投放智能化自助式血压仪、血糖仪等设备，为居民提供便利性的自我保健服务，提高基层公共卫生服务的工作效率，提升区域内整体医疗健康管理水平。截至 2019 年 8 月 25 日，已有 6019 户开通智慧医养应用，实现视频连线服务 16765 人次，派单服务 12640 人次。



医养结合签约服务平台

2019 年，在“数字经济”建设的大背景下，温州中广有线将继续立足视听文化、引领信息生活。转型升级“新网络、新媒体、新平台”，进一步推进广电网络向融媒体综合服务商转变。实现“智慧新中广，时尚智生活”！

（3）县级融媒体中心建设推进一周年,这三个字很重要

2019年09月23日 中广互联

导语

2018年9月20号,中宣部召开县级融媒体中心建设现场推进会,吹响冲锋号,要求2020年底基本实现在全国的全覆盖。一年来,全国各地融媒体中心建设高潮迭起。观察下来,有些成效明显,事业发展焕然一新;有些成效不明,老问题未解决,新问题又冒出来。这说明推进基层媒体融合发展,面临的情况比较复杂,要在工作落细、措施精准上下更大功夫。

2018年9月20号,中宣部在浙江长兴县召开县级融媒体中心建设现场推进会,吹响在全国范围推进县级融媒体中心建设的冲锋号,要求2020年底基本实现在全国的全覆盖。

一年来,全国各地融媒体中心建设高潮迭起。但是,有些成效明显,事业发展焕然一新;有些成效不明,老问题未解决,新问题又冒出来,这说明推进基层媒体融合发展,面临的情况比较复杂,要在工作落细、措施精准上下更大功夫。

可以肯定,2020年底基本实现县级融媒体中心全国全覆盖的目标将会实现。在完成进度目标的同时,要确保质量达标和改革成效,就需要把“施工图”设计和“施工过程”聚焦到两个点上:一是建成一个什么样的县级融媒体中心;二是怎样以县级融媒体中心的建设,推动媒体变革和基层治理平台创新。

广电基层特别期待加快建设成县级融媒体中心,希望这项改革既要“冒热气”,更要“接地气”。建设和改革要坚守初心,切实务实求实。总结分析县级融媒体中心一年来的探索实践,基层的同志觉得三个字最重要,就是要更“实”、要更“大”、要更“强”。

更实,就是措施更实、成效更实。

一是落实中央部署和政策要更实。中宣部和总局有关建设标准规范是中央部署要求的具体化,这些建设规范是着眼发展全局和长远,解决问题的基本要求和路径。有的地方急于求成,不严格按省级平台和县级融媒体中心建设标准施工,新业务支撑和开发能力不强,钱花了,但离基层舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽建设的目标差距不小。习近平总书记指出,媒体融合发展不仅仅是新闻单位的事,要把我们掌握的社会思想文化公共资源、社会治理大数据、政策制定权的制度优势转化为巩固壮大主流思想舆论的综合优势。有些的地方配套政策跟不上,不落地,制约了省平台和县级融媒体中心建设效果。

二是改革和建设效果要更实。省级平台和县级融媒体中心建设一定要坚持建设初心,否则容易走偏路子。某省的几位县级台台长列举省级平台建设不到位的“四宗错”。其一,个别省台或省报的技术力量不足,难以达到省级平台建设要求;其二,省级平台的融媒体技术与市县融媒体中心的具体运作要求不匹配,出现了建成了也用不起来的现象,也就是说,融媒体中心建成了挂牌了,但难以解决各县的实际应用问题;其三,个别省(区、市)的省级台、省党报、省有线网络缺乏协同,各自为政组建“三朵云”,利用各自权力争抢市县级“融媒体中心”的资源,让基层左右为难无所适从;其四,有的省级平台还是传统思维,习惯到基层“抽血”而不是帮助“造血”,安排市县台干这干那,使得人力和运作资源本来就不足的市县“融媒体中心”更加捉襟见肘。

做实县级融媒体中心,省级平台重在支撑和运营服务,强化优化平台功能,为县级融媒体中心解决技术痛点和难点;其他相关部门重在推动人事改革、内在机制、资源配给改革落地,把改革的难点转变成工作的亮点。

更大,就是要着眼主流融媒大体系,以更高的站位更大的视野去建设省级平台和县级融媒体中心。

县级融媒体中心建设的一个重要目标是在新闻宣传、产业运营各方面全面突破“孤岛”困局,成为主流媒体生态系统中的面向用户的活跃前台,形成小依着大,大托着小的格局。实现媒体融合纵深发展,关键的是要加快建立融合制播体系,这个体系的基本功能就是一体

化资源配置、多媒体内容汇聚、共平台内容生产、多渠道内容分发、多终端精准服务、全流程智能协同。

当下媒体体制机制创新的潜力空间就是集成和协同。省级平台、县级融媒体中心 and 将要推进的地市融媒体中心都应从上下左右资源业务集成、运营协同和互相支撑、业务上手拉手上做文章。只有立足于媒体资源整合互补、集成协同，才能坚守定位，形成合力，巩固主流媒体的地位和作用，真正建成为上下贯通、左右相连的思想舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。省级平台、地市和县级融媒体中心建设都要聚焦主流媒体发展前途和舆论阵地大格局，不能让小部门眼下的利益遮住了望眼，瞄准合力建设融媒大体系，从基层需求出发，从本身痛点着手，将省级平台建成中枢后台，实现上下左右互动互助互利，将市县融媒体中心建成为大的融媒体系中的一个“中台”，为前端服务提供智慧支撑。

更强，就是发展能力和竞争力引导力进一步增强。

没有自我发展能力和市场竞争力就没有持久的传播力与引导力，也不可能占领现代传播制高点。习近平总书记指出，要坚持一体化发展方向，通过流程优化、平台再造，实现各种媒介资源、生产要素有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通，催化融合质变，放大一体效能，打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体。县级融媒体中心也需要增强竞争力。

一是进一步增强服务群众引导群众的能力。省级平台也好，县级融媒体中心也好，都是手段，关键在于坚持以人民为中心，以群众需求为依归，增强创造用户价值的价值。如果我们的服务对群众没有价值，那群众不需要我们，我们也就失去了存在的价值，用户离开了，阵地也就不在了。有的地方在实际工作有点本末倒置，重建设形式，不重实际效果，这种形式主义作风危害甚大。

有些县级融媒体中心把工作重点下沉到帮助群众脱贫致富和乡村振兴建设，利用融合媒体服务为乡村种养、文化建设和社会发展提供细致入微的服务，对准解决老百姓生产生活和乡村工作的痛点难点堵点，短时间内就实现了转型升级。服务和引导群众，首先要看得见老百姓的需求，而这需要深入到百姓当中去。心中装着百姓，才能服务和引导群众，才能快速增强新时代媒体服务能力，这正是省级平台和县级融媒体中心能力建设的关键所在。

二是进一步增强市场竞争力。满足市场需求与追求社会效益并不冲突，人们的选择是通过市场来表达的，媒体产业是媒体事业发展的土壤，媒体事业是媒体产业发展的目的。省级平台和县级融媒体中心是融媒共同体，应该基于主流媒体大定位进行差异化小定位，着力综合优势和公信力权威性变现，提供商业和社会化媒体难以提供的媒体信息产品和服务，接入政府治理大数据，发挥整体优势，大力增强造血能力，依靠财政扶持但不依赖财政生存。

做好服务才是增强引导力竞争力的王道。如何做好服务，要建立新体制，运用新机制，激发新活力，应用新技术，创造新价值，提供新服务，满足新需求，占领新市场，这是必然的选择。从这几个“新”里，省级平台和县级融媒体中心或许可找到摆脱建设发展困境的锦囊。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）VR 不再小众，德国 VR 收入 2018 年增长 38%

普华永道一份最新报告显示，虚拟现实正在走出小众市场，进入主流市场。



普华永道称，新销售数据显示，2018 年德国 VR 收入增至 1.16 亿欧元，比 2017 年增长 38%。增长最大的领域是游戏行业，收入 6200 万欧元，增长 31%，其次是虚拟现实视频，收入 4300 万欧元（增长 48%）。

普华永道驻德国技术、媒体和电信主管维尔纳·包豪斯(Werner Ballhaus)表示：“最初的狂热已经过去，虚拟现实即将成为大众市场的技术的迹象正在增加。”

鲍尔豪斯表示，5G 的到来以及虚拟现实和增强现实的融合是决定性的技术驱动因素：“由于所需的数据量和尽可能低的延迟，到目前为止，家庭以外的虚拟现实设备几乎不能使用。与此同时，虚拟现实和增强现实的可预见的融合可能会显著增加 VR 的应用可能性，进而提高用户的接受度。”

10. 国际动态

（1）日本 4K 电视销量暴涨 46% OLED 狂涨 160%更夸张

2019 年 09 月 06 日 中广互联

日本拥有全球领先的显示技术企业和显示设备厂牌，消费者对于家用电视产品的理解也较为成熟，并且具有较强的购买能力，参照日本电视市场的晴雨表，应该能够看到优质消费市场中电视产品的消费趋势。

近日，日本电子情报技术产业协会(JEITA)最新公布统计数据指出，2019 年 7 月份日本国内薄型电视出货量(含 4K 电视、OLED 电视)较去年同月大增 19.0%至 40.1 万台，连续第 2 个月呈现增长，创 4 年 4 个月来(2015 年 3 月以来、大增 23.5%)最大增幅。



其中，7 月份日本 4K 电视出货量为 21.5 万台，较去年同月成长 46.3%，连续第 26 个月呈现增长。此外，7 月份日本 4K 电视出货额为 339 亿日元。从 2011 年开卖迄今、日本 4K

电视累计出货量正式突破 700 万台(包含 OLED 电视)。

7 月份日本 OLED 电视出货量为 3.8 万台,较去年同月暴增 160.1%,月出货量创 2018 年 4 月开始公布月次别 OLED 电视出货量数据以来上次高纪录(仅次于 2019 年 6 月份的 3.9 万台);7 月份日本 OLED 电视出货额为 115 亿日元。

累计 2019 年 1-7 月期间日本薄型电视出货量较去年同期成长 4.7%至 264.9 万台,其中 4K 电视出货量成长 28.3%至 134.0 万台、OLED 电视出货量为 17.1 万台。

(2) 运营商放狠招!用新宽带服务就免费送 4K 电视、机顶盒、固话

IPTV 张晓宝 2019-09-09 11:03

电信运营商 Reliance 周四宣布推出其高速宽带服务——Jio Fiber, 将为其用户提供免费的 4K 电视、机顶盒、免费的固话及低成本的高速率宽带服务,业界人士认为预计这一举措将扰乱印度的互联网和流媒体行业。

Jio Fiber 的年度计划内容除了免费电视、机顶盒之外,还有一些优质流媒体服务订阅还会提供给用户。

Reliance 表示将向用户收取每月 10 美元至 118 美元的不等费用,宽带速度可实现从 100Mbps 到 1Gbps 不等。

免费服务加上相对低成本的互联网,可能会引发激烈的价格战。

早在 8 月 12 日该公司的年度股东大会上,作为亚洲首富的 Reliance 董事长 Mukesh Ambani 告诉股东们,这些计划损失将“不到全球利率的十分之一”。



他补充说,用户可获得各种奖励,包括免费拨打固定电话和免费的 LED 电视。他还表示,高级会员用户“可在这些电影上线的同一天便能够在他们的客厅里实现观看”。

这一系列的组合服务意味着印度用户只需该公司的一款产品便能获得多种需求,将为其他电信公司,流媒体平台甚至电影院带来更大的压力。

低价竞品击溃了数家运营商

印度是世界上增长最快的互联网市场之一,预计视频点播的需求将继续增长。根据咨询公司 Price Waterhouse 最近的一份报告,电视、流媒体平台和电影将占印度媒体行业增长的 46% 左右。

Reliance Jio 是该公司的电信部门,今年早些时候成为印度最大的运营商,截至 6 月 30 日的季度收入超过 16 亿美元。

与 Reliance 的任何新服务一样, Jio Fiber 在 9 月 5 日推出之前就已经成为头条新闻。穆克什·安巴尼 (Mukesh Ambani) 8 月份的宣布震惊了整个行业,并让宽带运营商不得不以还价方式回归。其最大的竞争对手 Airtel 在 Jio Fiber 发布之前也推出了名为 Xstream 的数字娱乐服务平台。

安巴尼还宣布了与预期一样令用户心动的优惠举措，会有一个漫长的免费试用优惠期。在免费试用期内，名为“Jio Fiber preview offer”的套餐可免费提供给用户 100Mbps 的宽带连接，以及一系列 Jio 应用服务。其中有 100GB 的数据配额，但耗尽它的用户可以免费在线充值 40GB，共计 24 次。这意味着用户可以免费获得近 1000GB 的数据。唯一的收费项目是路由器的 2500 卢比（约 35 美元）的可退还押金。

他表示，这项促销计划将包括印度史无前例的赠品：高清晰度的 LED 电视机，以及 4K（超高清）机顶盒，它们也可以进行群组视频通话。

约有 1500 万人已经注册了这项服务。Reliance 的目标是实现在印度 1600 个城镇的 2000 万住宅用户和 1500 万家企业的覆盖。

Reliance Jio 相关手册规则现已成熟，积极推出免费试用，吸引了数百万客户并震撼了市场。

Jio 于 2016 年 9 月推出了移动服务，其免费试用产品仅用了 6 个月便吸引了 1 亿客户。其累计 3.4 亿客户的支出比其他运营商的客户多 30%，它还在印度大幅降低了移动数据价格。当 Jio 推出时，当时有 10 家电信运营商竞争，如今只剩下了 4 家。

印度的许多宽带运营商正在紧密盯着类似的前景，其中一些如 Airtel 和 BSNL 为规模庞大到遍布全国各地的运营商，而另一些则规模较小，仅限于区域市场。

（3） 日本智慧城市建设的经验及借鉴

杨巍 | 中咨研究 | 2019-09-09

【流媒体网】摘要：智慧城市建设周期较长，建设资金巨大且回收周期长，要有重点有选择的进行可复制的成功的商业化建设运营模式，总结经验教训，逐步形成具有中国特色的智慧城市建设运营模式。

日本是世界开展智慧城市建设较早的国家，通过几十年的发展，其在智能基础设施、智能社区、智慧城市建设等方面取得了较好的成果，在应对气候变化、人口少子老龄化、资源能源日益紧张、大城市病等方面走在了世界前列，并步入高质量发展的路径。建设智慧城市的意义是通过人工智能、先进技术等创造前所未有的新价值、以新的价值兼顾经济发展和社会问题。在城市建设的复杂环境中，如何统筹推进智慧城市的建设，使其能够提供高水平的公共服务和舒适的人居体验，实现可持续发展是我们需要思考的问题。我国城镇化发展和美丽乡村建设工程正在规划建设的关键时期，学习世界有关先进经验，特别是同处东亚的日本建设智慧城市的有关经验更具有现实意义。

总结日本智慧城市建设经验，我们应树立并贯彻“以人为本、生态至上”的规划建设理念，通过立法保障在前、市场手段为主、企业积极参与，各方协调实施，规划引领强化，在持续不断的探索改进下，逐步实现我国智慧城市建设的快速发展。

从 2012 年开始，我国开始逐步推进智慧城市的建设，开展工作的过程中取得了一定成绩，但也存在一些问题：缺乏整体建设的顶层规划设计、指导意见；建设规范或标准制定进度较慢；项目建设社会及企业参与度不足；缺乏问题反馈和调整机制；建设内容有失均衡，建设节奏出现一哄而上，虎头蛇尾等现象。如何解决存在的问题，通过对日本相关领域的学习研究，对日本柏叶智慧城市的实地考察，总结其发展中的部分特点，提出有关建议。

一、日本建设智慧城市发展历程

环境污染、人口膨胀和不断向城市大量集中引起的交通拥堵、犯罪率上升、城市资源消耗增加等是世界许多国家共同面临的重大问题，也是需要各国研究和解决的战略问题。日本国土狭小而人口众多，经济发展早已进入发达国家，如何进行城市建设和经济的可持续发

展，解决发展中的众多矛盾，成为该国政府研究解决的重大问题，尤其日本国土及各类资源贫乏，特别是能源的缺乏问题始终是其发展的最大制约，因此早在 2002 年日本政府首先从智慧能源开始进行尝试，2009 年推出“智慧日本战略 2015”。2011 年日本大地震后，鉴于灾害发生所反映出来的城市建设问题，进一步扩展了智慧城市的建设领域。到目前，开展有 ICT 数据有效利用型智慧城市和环境、能源、交通、通信、医疗、教育、健康等跨领域型智慧型城市的建设，提出了指导智慧城市长期发展的超智能社会的计划，且取得了一定成果。

在政府推动，政策鼓励、资金支持等的推动下，民间企业成为建设的主力军。例如：以三井不动产公司为区域开发主体建设的柏叶智慧城市，以丰田公司为主创建智能低碳示范小区、以松下公司为主的建设的藤泽智慧城市等。

日本作为世界发达国家，与我国同处东亚地区，同样面临着经济发展减缓、资源环境压力、人口老龄化和迅速城镇化等问题，其建设智慧城市经验对我国具有较好的借鉴意义。

二、日本智慧城市建设的特点

日本在经历了近二十年智慧城市的建设，取得大量的经验。特别是在理念方面，无论是政府规划、还是城市规划设计、到具体项目建设，均将以人为本和生态优先的理念深入智慧城市建设的各个阶段中；在保障体系方面，法律制度建设、城市设计规划等实施在前，起到较好的保障和规范作用；在城市设计方面，形成政、企、民、学、科等多方共同参与的模式；在城市定位方面，注重民生与基础设施的融合；在实施主体方面，以企为主、政企充分合作；在实施运营方面，实现多元化的融资和收益模式，推动了日本智慧城市的建设与发展。

（一）发展理念，以人为本

日本在整个社会体系建设中，尤其是基础设施、城市开发建设、运营管理方面，贯彻始终的理念在于“以人为本”“生态优先”，建设中考虑生态和人的需要，并贯彻节约、集约资源以及城市管理运行效率提高，实现健康、安全、舒适、智能生活的理念。例如，神奈川县藤泽市 Fujisawa SST 模式，已不再是传统的基础设施建设，首要考虑人们的生活，从智能生活的规划设计到实现智能生活的智能服务设计，进而实现可持续的智能生活智慧城市的构建。相模原光丘生态城市提出的理念，“谁都想住的生态城市”，包括智能+生态、地域环境和周边社区的融合、生态与城市传统风格的传承。千叶县柏之叶市提出“柏叶智慧城市”的理念，将丰富自然环境有效利用，通过“节能+创能+蓄能”和下一代交通系统，绿化项目、产业研发、智能化的人居和健康养老等全方位的智慧化的建设，实现区域内宜居宜业城市模型，同时注重考虑日本灾害频发的现实，着重考虑基本公共安全和水电等的基本供给。

（二）企业为主，多方参与

日本智慧城市建设的另一个明显特征就是民间资本作为建设主体，其在建或是已取得一定成效的智慧城市建设，均由该国大型企业牵头作为主体，包括日立公司、丰田、松下、三井不动产等民营企业都参与了建设。在开发建设过程中，各牵头企业并未独立进行，而是注重采取各种方式吸引社会力量参与其中，除了各类相关企业外，还注重原住民与预期使用者的共同参与，从而构建起从规划设计到建设使用的各类规划、建设内容和使用功能的不断完善，达到可建设、多元化、可运营、都得益的建设效果。

例如：日本柏叶智慧城市的建设以土地的开发者三井公司为主，规划设计中根据发展的不同阶段，逐步将日立公司、千叶大学、日建集团等 25 家具有不同特点和专长的企业、团体吸引合作，吸纳土地拥有者和使用者一起组建合作建设机构，共同商议规划、建设、使用中的问题，并不断调整建设方案。神奈川县藤泽市以松下株式会社为主，联合了东京电气株式会社等 18 个团体共同规划开发建设。田町智能园则从基本构想、到规划、设计、施工、运行的全过程将多座不同用途的单项建筑整合为一个建筑群，由各企事业单位、设计者、施工者共同参与实施。

（三）市场推动，政府协调

智慧城市建设项目具有全面性、复杂性和多方参与的特征。在日本，开展智慧城市的建设经验表明，建设的主体可以是房地产开发建设商、是汽车制造商、是高科技公司、电气制造商，也可以是能源供应商，但不论由哪个企业做主导，单靠一家来“包打天下”，都是不现实的。因为智慧城市的建设包括了城市土地所有者、房产建设、商业开发、基础设施建设、城市运营管理、智慧城市建设的技术实现等等各个方面，是一个复杂的系统工程。因而日本的智慧城市建设，基本采取了企业牵头，政府与企业共同推行，由政府与主导企业，或是联合若干企业形成合资公司进行共同建设。政府的任务更多的侧重于政策导向、资金扶持、总体规划，并参与城市基础设施建设和后期的运营调整、维护工作。这类建设方式包括：三井不动产公司进行的千叶县柏市“柏叶智慧城市”建设，丰田公司在丰田市开展的智慧城市建设，松下电器在藤泽市打造可持续智慧城市等。

（四）策划周详，逐步推进

日本智慧城市的建设在前期阶段均进行了较为详细的策划和设计，参与策划、设计、建设、运行的不仅有土地开发者，也包括当地居民、潜在使用者、基础设施所有者、信息技术公司、设计公司等，得以充分取得相关利益者的诉求并贯彻在设计中，逐年分区逐步推进并适时修订。例如：神奈川县藤泽市 Fujisawa SST，占地面积 19.3 公顷，建设期 2014—2020 年；相模原光丘生态城市，占地面积 3.5 公顷，建设期 2013—2015 年；千叶县柏市“柏叶智慧城市”占地面积 12.7 公顷，2005 年—2020 年。

（五）理念相同，协商解决

日本智慧城市的建设目前已有一定成果，并将这些成果移植到了国外的一些项目中。其成功的一个重要特点是参与各方协商、沟通。在政府的规划指导下，在建设智慧城市理念相同的情况下，参与各方就开发规划和项目实施进行协商沟通，解决项目建设存在的问题。例如，神奈川县藤泽市 Fujisawa SST 模式，开发、运营商与政府共同制定周密的城市建设方案，聚集了与其有相同目标的企业，与相关居民达成共识，由管理公司进行运营。柏叶大学城的开发是在企业、政府、学校、居民共同合作下开展的，设计由东京大学、千叶大学、柏市和有关团体等组成的设计中心负责，建设实施由三井不动产为主导，联合 24 家企业和团体来实施。

（六）政府部门，各司其职

日本政府在推动智慧城市建设过程中，主要起到推动作用。从顶层设计、到政策支持、法律保障等方面，为建设智慧城市起到了重要的推动作用。政府各部门在各个领域有着明确的分工，信息领域—Society5.0（超智能社会）项目由经济产业省负责，智慧城市—数据有效利用由总务省负责，交通领域—紧凑型城市+网络型城市由国土交通省负责，农业领域—智能农业由农林水产省负责，医疗领域—健康大数据由厚生劳动省负责。

各政府部门在推动规划的实施方面，也制定了具体的目标、措施、实现路径和时间表。例如：农业领域—智能农业由农林水产省负责。按照日本“农业新技术的现场实装推进方案”，到 2025 年农业主产业实现数据化生产，主要做法：根据新技术的实现，明确农业智能化的目标；构建实现目标的各技术路线图，包括如何进行必须技术的开发、试验、普及和工作路线图，包括更加具体的自动驾驶拖拉机、农业用无人机、自动收割机器人等的研发和推广应用；编制具体技术实施的推进方案，扩大相关类型企业的规模；制定相应的人才培养计划，培训新技术的使用者计划，在农业高校中开办智能化农业课程，推动使用设备的配套及服务等等，从顶层、中间层到科研、试验、使用、人才、配套服务等各个层面的问题均予以考虑，制定相应措施予以解决，以确保规划方案能够如期实现。

三、日本智慧城市建设的部分重点

日本在建设智慧城市中的出发点主要考虑自然资源贫乏、灾害频发的国情，更多注重

于实现节省能源的“3E”（Energy Security, Environment, Efficiency）标准和“低碳可持续”发展的智慧化。即改变城市基础设施的建设理念，重点以基础设施建设为核心，对交通、农业、公共健康、能源等通过新的智能技术进行整合，通过对城市设施、人流物流、各类建筑的网格化、智能化管理，提供高效的公共服务，实现高效、节能、绿色、环保的低碳城市目标。

（一）智慧能源

日本智慧能源的建设起步于智能电网，智能电网的一个特点在于智能化整合、分配、调节各类能源供给系统，实时监控、调节区域供电、用能单位的现实用能与计划用能，实现能源间的智能调节和高效利用。日本智能电网的另一个特点是以建筑太阳能、小型风能、生物质能、垃圾发电、区域储能装置等作为电力供给的重要来源，通过区域电网和电动车辆的运营，来实现对化石能源的减少使用。第三个特点建立区域的能源管理系统。这个系统充分利用现代智能技术和大数据应用，通过区域内公共建筑、商业企业建筑、居民建筑的用能计划，建立用能规划，并通过对各用能单元的实施监控和智能调度，向用户的可视化智能终端推送合理化用能建议。以实现区域用能最合理的利用和尽可能的使用清洁能源，实现最大的节能减排目标。

日本的柏叶智慧城市已建成一定范围的社区智能电网，通过自有的区域电网，将外来电力和区域内自建的太阳能发电系统、区域内蓄电系统存储发电等各类电源进行智能化调节使用，实现了区域电力的调节分配、电力削峰和智能供电。通过该系统的建设运行，相较常规供电实现 26% 的电力削峰，并实现节能、二氧化碳减排等目标。该项目在未来建设中，规划新建建筑都将安装太阳能发电装置，并设置区域蓄电装置，以实现电力调度智能化的基础设备和自然灾害发生时的应急电源。区域调度中心将各用能单元及区域、区域间的预测用电量 and 实际使用量等信息进行智能分析并给出自动配置方案。智能终端系统可以通过大数据和智能化的分析，建立省电、灾害等多种用电模式，将民居、办公、大型商场的电视、空调、电灯等用电器形成一个系统，根据不同模式向用户推荐。通过系统调节，可以按照不同电力来源、价格和不同的使用时间对电力调节，实现削峰填谷和能源节约。该系统还担负备灾任务，要求在停电时能保证连续三天日负荷的 60% 的电力向居民供电，同时也负担灾害发生时消防电梯、照明设备、供水设备及其他公用区域提供电力，从而提供了能源使用的安全保障。

（二）智慧水务

日本政府对水资源关注的重点是合理使用和污水的治理与排放。在供水方面，通过设置传感器、水质监测仪等先进的监测技术，利用现代智能技术，利用大数据和大型计算机进行分析和处理水资源的利用，实现水资源利用的最优。其监测系统目前已实现对水源、供水、排水设备运行的自动化检测、评价和管理，可远程监控供水量、水压的实施情况。尤其是在面临重大自然灾害或是重大事故时，能够做到快速反应，通过智能化系统提前预警并应对处置。在污水处理方面，建立了全方位的监控网络，除了在污水处理厂实现全自动检测，远程监控外，对于排放的监测实现了远程自动报警、事故报警和应急处置的自动控制，同时可实现向不同管理单位发出警示信息。

（三）智慧交通

日本人口众多，交通运输发达，由此出现高频交通事故并带来巨大的人员、经济损失。为缓解这一问题，日本政府在 1996 年、2006 年、2010 年分别推出了三代智能交通系统，分别是车载数字信息通信系统、智能公路系统和该系统的加强版。车载数字信息通信系统的重点是行驶路线的规划；智能公路系统的重点是建立车辆信息平台，目的是整合车辆缴费系统、导航系统、安全驾驶系统等有关信息，实现人工驾驶和部分智能控制，以实现更高的驾驶安全性；智能公路系统加强版是在第一代的基础上实现辅助驾驶实施信息传输，以提高驾驶的合理性安全性，包括路况图像信息、周围行驶汽车信息、交叉路口信息、停车电子付费、互

联网服务等功能，核心是实现驾驶提前预判、减少时间消耗和增加服务功能。

在区域交通领域，采用紧凑型城市+网络型城市。特别是在应对中小城市人口减少和老龄化的社会变化中，利用智能交通实现医疗、教育、商业等城市功能的运行，使居住者实现区域化的便利生活。因此，为实现以上目标，首先通过对城市再生特别措施法、地方公共交通活性化再生法等相关法律的修改，实现在地产开发项目中利用法律引导公共交通网络与公共设施、医疗设施、商业等设施在区域改造时统一规划设计实施，形成紧凑型城市+网络城市，以应对中心城区、郊区、卫星城等之间和智慧城区内人员的交通问题。例如，对公共交通工具与共享自行车、电动汽车、汽车等个人交通工具有效组合分工，综合运用先进的路面、车辆、传感器及先进的信息通讯技术和人工智能，实现节能、就近、长短结合、公共交通与个人交通、路面与地下交通的快捷、有序、节能环保的立体化交通。

丰田市正在尝试新一代汽车及智慧交通系统，打造未来“世界人车和谐城市”的建设目标，即探索可再生能源的充分应用，节能、蓄能设备的普及使用，同时以 HEMS(家庭能源管理系统)模式包括交通在内的能源使用进行综合控制，引导居民环境意识，普及太阳能发电、电动车以及住宅里建设充电站等。

(四) 智慧康护

日本的高龄化已是其社会经济发展的重大问题，实现全体国民都能够能够在自己熟悉的环境中安心、快乐、健康地生活，老年人也可以充分享受再工作的乐趣和积极主动开展各项社会活动，这是日本政府正在力争实现的城市计划。

在健康医护领域，将个人实时的生理数据、医疗信息、环境信息等大数据通过人工智能进行解析，并通过机器人进行生活服务、看护、陪伴等，实现一个人也能较为舒适的生活，以应对步入少子老龄化社会带来的问题；通过实时自动健康检查，及早发现疾病；通过整理、共享医疗数据实现不分地域均可接良好的医疗；通过现场看护机器人来减轻家庭和社会医疗费、护理费，解决看护人员不足等问题。

(五) 智慧农业

农业领域通过实施农林水产+地域活力创造计划，将机器人、人工智能、无人机、传感技术等尖端技术的研发、技术试验等加快向农业生产一线推广。在农村组建由农民、科研单位、生产企业、政府参与的协会，共同提出推动计划的相关技术革新、需求、研发建议或是进行技术试验。主要是应对在农业领域劳动者减少，劳动力不足的问题。按照日本“农业新技术的现场实装推进方案”，到 2025 年主要农业实现数据化生产。主要做法包括：根据各类新技术的实现，明确农业智能化的目标；同时构建实现目标的技术路线图，包括农业新技术开发、试验、普及的工作路线图，例如：自动驾驶拖拉机、农业无人机、自动收割机器人；编制技术实施的推进方案；扩大相关类型企业的规模；培训新技术的使用者计划、在农业高校中进行智能化农业课程开办和推动使用设备的配套服务等。

在企业层面，开展工厂化种植的科研试种，例如，在柏叶智慧城中，由千叶大学的研究机构开展植物工厂的试验工作，区域建设的主体三井不动产也参与其中，建设目的是为实现稳定、低成本、高产量的食品供应，并研究探索未来型新型农业技术，实现区域内基本农产品的供给和集约式、工厂化农业生产，提高农产品的供给。

四、几点启发

中国与日本同为东亚国家，人口高度集中，资源相对短缺，且分布不均，人口逐步老龄化、人地矛盾问题相似，文化底蕴相通，借鉴日本建设智慧型城市发展模式的实践经验非常有意义。但借鉴要有所选择，两国有些具体情况又是不同的，如中国快速而大规模的城镇化是日本不具备的；日本建设智慧城市是全方位协同，但是各方协同在我国还存在一定难度；日本建设智慧城市相关的公共政策和推动政策标准高且可持续，我国的顶层设计和各类配套政策相对薄弱；此外，管理体制双方不一样，管理精细化程度也存在差距。

日本智慧城市的建设经过几十年的发展，通过法制引导与保障，市场手段为主导，生态优先，以人为本的建设理念，在整体谋划的逐步推动下，取得了较为丰富的经验，对正处于高速城镇化发展和步入老龄化国家的我国具有现实的借鉴意义。

（一）完善规划体系和保障机制

从日本实施的经验看，首先是从规划及有关政策的角度进行调整，依法依规保障土地拥有者、项目建设者、使用者等各方的权益，为政府部门的管理提供相关依据，例如：经济产业省的超智能社会计划、总务省的数据有效利用型智慧城市规划、国土交通省的紧凑型城市+网络型城市等。我国在促进智慧城市的建设中，首先要从国家规划层面进行保障，研究和制定顶层规划、实施方案、建设标准与规范、评估与评价体系等，并应以总的规划为引领，以各分项实施方案为统筹，以各省、市为规划实施和建设主体，推进智慧城市的有序建设。各地开展智慧城市建设的区域做好相应规划，并与上位规划衔接一致。政府各部门从行业角度制定具有明确目标、建设路线图、技术研发、企业发展、人才培养等规划或实施方案，要明确主要职责、任务、实现路径和要求，各负其责，保障建设工作可持续，同时主导部门要切实做好协调工作，充分调动社会资本参与建设。

（二）构建多方协同的体制机制

探索建立“体制机制协同、数据协同、利益相关主体协同”的新型模式。“体制机制协同”是实现智慧城市的有利保障。智慧城市的建设涉及到多部门多行业多领域，现行的管理体制是行业或部门的垂直管理体制，因此需要构建横向统筹、组织、协同机制。例如，多部门要协同制定统一制式或是统一标准的联网入网标准，逐步打通各行业、地区的信息壁垒，为智慧城市的建设提供条件。“数据协同”是实现智慧城市的基本前提，各地区都积极建设智慧城市，但是有的地方数据采集的基本网络机制都没建立，智慧城市是一个复杂的系统，而数据协同、集成、动态分析是其神经中枢，只有发挥好神经中枢的作用，才能及时反映出城市运行管理中出现问题，并做出合理有效的决策。“利益相关主体协同”是实现智慧城市的根本目标。政府在智慧城市的建设中不再是单一的主导者，而是多个利益相关主体之一，其作用更多是引导和政策的支持。智慧城市建设过程中应建立多方主体的交流平台，促进公私合作、多元参与、同谋同策，以保证未来在运行过程中更好的实现以人为本的高质量的生活。

（三）以人为本贯穿项目全周期

建设理念是项目建设的灵魂，关系到城市发展定位、实施方式、运营方式等。从日本智慧城市建设的成功案例柏之叶智慧城来看，始终贯穿着以人为本的建设理念，规划设计实施中全面考虑了老年人的康养医疗，年轻人的创业就业，儿童成长需求等各个年龄都愉快生活的战略目标，实现智慧城内提供创业平台、稳定就业、就近上学、健康养老、美好生活的现实目标，以吸引更多的人，特别是年轻人前来居住，为我们中小城市发展提供了可借鉴的思路。

（四）遵循智慧城市发展规律

需要懂得和掌握城市发展的规律，才能促使智慧城市建设取得实效。在规划、建设、管理、运行四个方面进行深入探索研究。在顶层设计中城市规划要做好对空间资源的合理配置，实现多规合一，尤其是在规划中要将智慧城市的建设理念贯彻进去，在国土规划、基础设施建设、城市管理、信息化建设等方面，做到顶层规划做引领，专项规划抓落实的规划体系。

智慧城市的建设是一项复杂的系统工程，不是几个部门、几家企业或是几个项目就能实现的，需要有步骤、有计划的逐步实现。要在做好规划的基础上，做好实施方案。要落实具体负责单位，要有具体目标和重点，要有具体实现路径，避免政策空洞化。以人为本在规划建设过程中是始终遵循的核心思想，在城市规划、房地产建设、供排水、供热、交通、健康卫

生、城市管理等各个专项建设规划中，要按照生态、环保、智能的要求，结合发展实际把握建设节奏。逐步形成城市管理的综合智慧化。

（五）注重新兴技术的研发应用

智慧城市的建设与运营需要大量的高新技术的支撑，这些技术推动智慧城市建设和实现成效的必要条件。高新技术应用要讲究经济效益，要注重信息技术的统筹集约，把大数据、资源和人有机结合，建立高度灵活的智能模式。运用先进技术研究建立具备智能化的决策系统，实现对城市交通、重要基础设施、民生设施和城市建筑等的监测、预警及预测，使得城市能够智慧运行。

（六）尊重国情，分步实施，典型示范

九层之台，始于垒土，规划建设智慧城市要充分结合我国现阶段发展的实际情况和地广人多、经济发展的不平衡的特点，不能一蹴而就，要循序渐进，逐步推进智慧城市建设工作。各行业、各地在制定规划和实施方案中，要量力而行，分步实施，逐步推进，实现可持续发展。要建立政策激励机制，对于制度创新、模式创新、机制创新、路径创新等要采取鼓励措施，逐步形成中国特色的智慧城市建设和多模式，为全国建设智慧城市提供可供借鉴的标准化模式。

（七）探索可持续的智慧城市运营模式

智慧城市建设和运营周期较长，建设资金巨大且回收周期长，要有重点有选择的进行可复制的成功的商业化建设运营模式，总结经验教训，逐步形成具有中国特色的智慧城市建设和运营模式。智慧城市的建设主体应多元化，政府引导并提供政策支持，企业为建设主体，互联网及电信运营商等为技术支撑，研究咨询机构为外脑，构建协商、合作、共享的工作机制。通过企业自主投资、社会融资、企业间合作、建设债券、政府补贴、使用者付费、地产开发等方式，统筹谋划建设和运营费用，逐步实现可持续的运营模式。

11. 走向海外

（本期无）

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（1）谁最有可能“干掉”电视台

2019年09月16日 中广互联

“未来的电视竞争不是老三‘干掉’老二，或是老二‘干掉’老大，而是谁有可能‘干掉’电视。”这句2015年对电视未来的预言犹言在耳。

如今，媒体融合已经跨过了五周年，当视频网站与电视台实现“权力交接”，当纸媒视频化转型初步成效，当短视频平台瓜分完下沉市场，当运营商借助5G介入电视业务，我们不禁再次发问，谁最有可能“干掉”电视。

警惕对象 1：视频网站 迹象：台网实现“权力交接”

从2016年的《蜀山战纪》，到2017年的《最好的我们》，到2018年的《延禧攻略》，再到今年的《破冰行动》，随着视频网站崛起，网剧反输入卫视平台已成常态，卫视话语权逐渐式微：

今年大火的《破冰行动》不仅实现视频网站自制剧首次反输至央视，也是北京卫视黄金档近年来首次“跟播”的二轮剧，更是一线卫视黄金档罕见播出的二轮剧。该剧也同时登陆央视、北京卫视、山东卫视、广东卫视等4家电视播放平台，对于网生影视内容产业发展的意义重大。

近年来“先网后台”剧目案例		
剧目	视频平台	卫视平台
《黄金瞳》	爱奇艺	东方卫视
《延禧攻略》	爱奇艺	浙江卫视 山东卫视
《如懿传》	腾讯视频	东方卫视 江苏卫视
《最好的我们》	爱奇艺	浙江卫视
《你好，旧时光》	爱奇艺	深圳卫视
《海上牧云记》	爱奇艺、优酷、腾讯视频	湖南卫视
《天坑鹰猎》	优酷	东方卫视
《破冰行动》	爱奇艺	央视 北京卫视 山东卫视 广东卫视

来自中国广视索福瑞媒介研究的数据显示，上半年卫视晚间黄金档共播出221部电视剧，首轮剧仅占比1/3。对于部分卫视而言，视频网站自制剧一定程度上也弥补了其优质内容资源匮乏的现状。在视频网站与电视台的这场权力交接之中，电视台的优势地位在逐渐丧失，台网正在实现“权力交接”。

QuestMobile的数据显示，视频行业会员用户近2/3来自高线城市。而低线城市用户规模超过7亿，18岁以下、46岁以上用户数量占比众多，这也将会成为视频会员开发市场下一步的大好机会。

正所谓，“表面上视频网站烧钱是为了互相烧，从大的宏观格局来看，是新的这波人烧钱干传统的这帮人。”视频网站“下沉战场”新赛道，尚不知谁将会成为赢家，但可以预测的是，这场“下沉战”将会进一步瓦解掉电视台的存量受众，如已与电视台形成“约会意识”的中老年观众。

警惕对象2：纸媒 迹象：报纸开始抢广电的饭碗

今年年初，有专家预判，纸媒在融媒经营方面成绩突出，实现了营收的大幅增长。在传统媒体融合改革的背景之下，纸媒抓住了转型发展的历史机遇，报业的“自救”似乎比广电更有成效：

早在2017年，河南日报报业集团多元产业收入占总收入的比重上升到69%，已经成为河南日报报业集团新的经济增长极；

公开资料显示，上海报业集团2018年总收入达35.29亿元，新媒体收入占媒体业务收入的比重首次超过50%；

据央视市场研究资深研究顾问姚林透露，封面新闻新媒体净利润已过千万元。而通过发行减量，减少人工等，报纸成本大幅度下降了。

互联网是一个融合性的载体，它不仅仅是一种表达方式，它更多的是靠调动文字、图片、音频、视频等各种媒介形态。在“两微一端”成为媒体转型标配后，报纸视频业务呈爆发式增长，视频业务是纸媒转型过程中一个不断探索的方向。

纸媒视频化转型案例	
人民日报	人民视频
新京报	我们视频
广州日报	广视频
南方都市报	N视频
浙江日报	浙视频
济南时报	时视频
封面新闻	封面新闻视频
澎湃新闻	澎湃视频
红星新闻	红星视频
界面新闻	箭厂视频

相对报纸而言，纸媒面临的危机更早一些，从实践中看，广电媒体融合一定程度上落后于纸媒；相对纸媒，广电的包袱比较重，当报纸在抢广电的饭碗，但广电又没有能力去反击，甚至去改变，纸媒在全媒体转型中抢占了电视台的业务，而电视台尚未发挥出本有的视频优势，一定程度上就造成了对电视台的威胁。

警惕对象 3：短视频 迹象：当下沉市场被瓜分殆尽

最新数据显示，2019年上半年，省市级地面频道收视均呈现出提升乏力，优势被蚕食的迹象。从29个省网省级地面频道近两年数据的对比情况来看，晚间时段期整体份额从27.2%下滑至25.7%，其中只有6个省份省级地面频道份额出现增长，23个省份呈现下跌，下降范围较去年进一步扩大。

相比省级地面频道，城市台面临的压力更大，在112个城市调查网中，市级频道晚间整体份额从12.3%下滑至11.4%，其中只有46个城市台份额值出现增长，其余城市呈现不同程度下跌。

图8 2019年上半年市级地面频道晚间市场份额同比增长值对比（18:00-24:00，各城市网）



一边是收视率的下滑，一方面是短视频全面崛起。《2019中国网络视听发展研究报告》显示，短视频日均使用时长首次超过长视频，催生了新的传播平台、节目形态与用户消费习惯，快节奏、碎片化、开门见山、短小精悍成为行业潮流。甚至有预测，到2020年，短视频(产品)将会达到10亿DAU与微信相当。

有观点认为，视频网站吃的，是地方电视台的电视剧市场；短视频平台，取代了地方电视台最重要的职能：当地真实生活展现。而由于广电媒体生产的内容、思维方式被固化，当传统电视传播介质被瓦解，广电媒体生产的内容也就渐渐失去了受众。

警惕对象 4：通讯运营商 迹象：借助5G介入电视业务

由于受到中国政策的影响，运营商的电视业务受到限制，目前各大电信运营商都将大视频作为核心战略之一，运营商和电视业务的结合已经是一个历史的趋势，各地运营商正在通过各种方式开展电视业务。

而随着5G牌照的发放，作为内容出口的电视台，在5G中拥有着举足轻重的地位，也正加强与运营商的合作。

部分电视台与运营商合作案例
中国移动与中央广播电视总台强强联手布局5G时代
中国联通与7家电视台签署多项业务合作协议
中国移动16亿元入股芒果超媒
云南广播电视台与中国联通公司云南分公司战略合作
安徽广电与中国电信安徽公司、中国移动安徽公司、中国联通安徽公司合作
河南广播电视台与河南联通进行战略签约
江西联通已与江西广电组建5G+VR联合实验室
济南广播与中国移动通信集团山东有限公司济南市分公司合作
太原广播电视台与中国移动太原分公司签署战略合作协议

5G 时代带来的是全面开放合作，三大运营商从混合业务演变到全业务形态，不断深入与电视台合作。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，这些功能成为现实以后，很有可能未来 5G 时代就是革掉了电视台的命。

再不追赶，干掉电视台的不仅仅是视频网站。这不是耸人听闻，而是正在或即将发生的事实……对于电视台来讲，它们最大的竞争对手不仅仅是视频网站们，还必须与其他平台一样争夺“国民总时间”。

新的娱乐方式正一步步的把用户的时间拉走，导致电视机的价值大幅度降低。而电视台目前最重要的问题，就是怎样把用户重新拉到电视机前，这是一场重大的考验，也是一个再次起飞的绝佳时机。

（2）工信部：将支持电信运营商 进入智慧居家养老领域

2019 年 09 月 16 日 中广互联

近日从工信部网站获悉，工信部答复十三届全国人大二次会议第 3593 号建议称，下一步，工信部将鼓励支持养老服务机构、企业等利用新一代信息技术产品，创新发展智慧养老服务，提升居家养老服务质量。支持电信运营商等具有普遍服务能力企业进入智慧居家养老领域，发挥自身优势，开展多样化的智慧居家养老服务，更好地满足老年人群需求。

工信部表示，下一步重点工作包括，创新财政投入机制，弥补养老服务业发展短板，继续开展居家和社区养老服务改革试点工作，进一步推动智慧养老服务发展；继续开展智慧健康养老应用试点示范工作，鼓励有条件的地方加大对智慧健康养老示范企业的资金支持力度；推动优秀智慧健康养老产品及服务推广应用，鼓励有条件的地方通过补贴等形式支持家庭和个人购买智慧健康养老产品及服务。

此外，工信部将继续加强智慧健康养老标准体系建设，加快智慧健康养老产品、服务、系统平台等标准制定工作，制定统一的规范和标准，破除数据使用障碍，推动平台互联互通和信息开放及应用。

2. 宽带中国

(1) 【5G 月刊】2019 年上半年 5G 建设如火如荼

2019 年 09 月 02 日 中广互联

5G 移动通信是我国信息技术领域自主创新的战略支点，是通信技术的颠覆式变革。国家“十三五”规划纲要中明确提出“积极推进第五代移动通信（5G）和超宽带关键技术，启动 5G 商用”的要求。国务院办公厅 2019 年 8 月 1 日发布的《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》中明确提到，要“加强网络支撑能力建设。深入实施‘宽带中国’战略，加快 5G 等新一代信息基础设施建设，优化提升网络性能和速率”。

格兰研究发布的《中国 5G 市场发展月刊-7 月》显示，2019 年上半年，北京市、湖南省、广东省、江西省、山东省等地区为推动 5G 网络建设发展，积极推出一系列文件政策，印发了关于 5G 产业创新发展的行动计划政策，明确目标、规划任务、积极发展 5G 产业。广东省人民政府办公厅印发《广东省加快 5G 产业发展行动计划（2019-2022 年）的通知》。通知中，明确规划了 2020 年和 2022 年的基站建设数量、5G 个人用户数、5G 产值、应用场景等。具体规划比较如下：

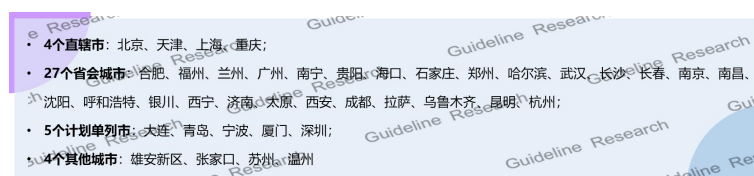
图表 1 广东省 5G 产业发展规划对比



来源：格兰研究整理

目前，中国移动与中国联通对外公布了首批 5G 网络覆盖城市。这两大运营商将覆盖至少 40 个城市，并在部分城市推出 5G 服务。首批支持 5G 网络的城市名单如下：

图表 2 首批 5G 网络覆盖城市名单



中国电信尚未公布 40 城完整名单，但目前已在北京、上海、重庆、广州、雄安、深圳、杭州、苏州、武汉、成都、福州、兰州、琼海、南京、海口、鹰潭、宁波这 17 个城市进行 5G 规模测试和应用示范，其中，琼海和鹰潭是中国电信独有的首批 5G 城市。

格兰研究发布的《中国 5G 市场发展月刊-7 月》显示，2019 年 4 月-7 月，三大电信运营商积极在浙江省、北京市、云南省推进 5G 基站建设工作，覆盖城乡多地区 5G 信号。

图表 7 三大电信运营商推进 5G 建设动态

浙江省	<ul style="list-style-type: none"> 4月28日，浙江省人民政府与中国电信、中国移动、中国联通、中国铁塔在杭州共同举办5G+行动联合发布会，明确了5G发展的目标。网络建设方面，到2020年，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信号覆盖。到2025年，实现所有5G应用区域全覆盖。
北京市	<ul style="list-style-type: none"> 截止5月底，北京地区铁塔公司已交付给三家基础运营企业的5G站点共计4983个，三家基础电信企业共建设完成了5G基站4300个，目前主要覆盖区域为城市核心区、冬奥会相关园区、世园会、北京大兴国际机场及典型应用场所等。
云南省	<ul style="list-style-type: none"> 7月8日，昆明市将与三大通信运营商和铁塔公司共同推进5G试点工作，率先在滇池大坝、翠湖片区、滇池国际会展中心、产业园区、重要交通枢纽及部分地铁站点、市级行政中心、呈贡大学城等区域试点覆盖5G信号，并在医疗、VR/AR视频、高清直播、水文监测、平安城市等领域开展试点应用。

在此背景下，格兰研究推出 5G 相关研究报告及月刊等产品，为行业人士全面、客观了解 5G 发展动态提供参考和借鉴。《中国 5G 市场发展月刊》主要内容包含：

- 5G 发展相关政策及监管
- 三大电信运营商各省市 5G 建设动态
- 广电网络各省市 5G 建设动态
- 各地 5G 基站建设部署
- 各地 5G+4K 高清技术推动产业发展
- 5G 相关设备招标情况

更多关于 5G 行业资讯内容，请关注格兰研究推出的《中国 5G 市场发展月刊》。



前言

GR 格兰研究
Guideline Research

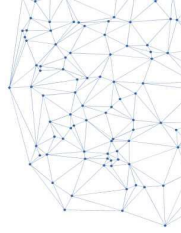
- 5G移动通信是我国信息技术领域自主创新的战略支点，是通信技术的颠覆式变革。国家“十三五”规划纲要中明确提出“积极推进第五代移动通信（5G）和超宽带关键技术，启动5G商用”的要求。国务院办公厅8月1日发布的《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》中明确提到，要“加强网络支撑能力建设。深入实施“宽带中国”战略，加快5G等新一代信息基础设施建设，优化提升网络性能和速率”。
- 在此背景下，格兰研究推出5G相关研究报告及月刊等产品，为行业人士全面、客观了解5G发展动态提供参考和借鉴。
- 格兰研究发行的《中国5G市场发展月刊》主要包含以下内容：
 - 5G发展相关政策及监管
 - 三大电信运营商各省市5G建设动态
 - 广电网络各省市5G建设动态
 - 各地5G基站建设部署
 - 各地5G+4K高清技术推动产业发展
 - 5G相关设备招标情况
- 《2019年中国5G市场发展月刊》属于格兰研究C系列基础普及类常规报告,主要追踪资讯行业最新的业务/技术进展,并甄选相关案例进行介绍,更多C系列报告请查阅格视网库(<http://www.vdata360.com>)。





CONTENT 目录

- 01 → 中国5G发展相关政策监管
- 02 → 电信运营商5G建设动态
 - 2.1 三大运营商推进5G建设动态
 - 2.2 中国移动推进5G建设动态
 - 2.3 中国联通推进5G建设动态
 - 2.4 中国电信推进5G建设动态
- 03 → 广电网络推进5G建设动态
- 04 → 中国各地5G基站建设推进
- 05 → 5G+4K 发展
- 06 → 5G设备招标情况



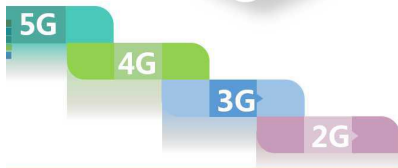
图表目录 CONTENTS

<p>PART 01 中国5G政策监管</p> <p>图表1 各地5G通信网络建设发展政策</p> <p>图表2 河南省&重庆市5G网络建设发展</p> <p>图表3 各地5G产业创新发展规划政策</p> <p>图表4 广东省5G产业发展规划对比</p> <p>PART 02 电信运营商5G建设动态</p> <p>图表5 三大电信运营商5G部署</p> <p>图表6 首批5G网络覆盖城市名单</p> <p>图表7 三大电信运营商推进5G建设动态</p> <p>图表8 中国移动推进各地区5G建设动态</p> <p>图表9 中国联通推进各地区5G建设动态</p> <p>图表10 中国电信推进各地区5G建设动态</p> <p>PART 03 广电网络推进5G建设动态</p> <p>图表11 广电运营商推进各地区5G建设动态</p>	<p>PART 04 中国各地5G基站建设推进</p> <p>图表12 华北地区5G基站建设推进</p> <p>图表13 华东地区5G基站建设推进</p> <p>图表14 上海市5G基站建设推进</p> <p>图表15 东北&西北地区5G基站建设推进</p> <p>图表16 华南地区5G基站建设推进</p> <p>图表17 华中地区5G基站建设推进</p> <p>图表18 西南地区5G基站建设推进</p> <p>PART 05 5G+4K融媒体发展</p> <p>图表19 中国各地区5G+4K发展内容</p> <p>PART 06 设备招标情况</p> <p>图表20 中国移动5G设备类招标情况</p> <p>图表21 中国移动5G研发服务类招标情况</p> <p>图表22 中国联通5G产品招标情况</p> <p>图表23 中国电信5G产品招标情况</p>
--	--

目录 CONTENTS



部分内容摘要



5G产业创新发展政策



北京市、湖南省、广东省、江西省、山东省等地区为推动5G网络建设发展，积极推出一系列文件政策，印发了关于5G产业创新发展的行动计划政策，明确目标、规划任务、积极发展5G产业。

地区	省份	时间	发布单位	文件名	主要内容
华东	江西省	2月26日	江西省人民政府	《江西省人民政府关于印发江西省5G发展规划(2019-2023年)的通知》	完善5G公共服务支撑，加强对5G网络、应用和产业的动态监测，提升科技成果应用转化效率效能，健全5G标准体系，围绕江西特色产业优势产业，形成5G重点行业应用标准规范，并加强标准规范有序实施与监督检查，构建相互衔接、协调配套的行业标准体系。
	山东省	6月6日	济南市人民政府办公厅	《济南市人民政府办公厅关于印发济南市促进5G创新发展行动计划(2019—2021年)的通知》	2019年，推动5G规划布局和应用；2020年，推动5G规模化商用；2021年，推动5G深度融合。

总结：5G整体技术创新能力中国领先世界，其中在中国的华东地区和华南地区表现尤为抢眼。华东地区作为首个开放式5G产业技术创新服务基地，可以说，该基地彻底打通了政府、产业界和学术界各方力量，是一个聚合了基金、运营商、新型研发机构、各行各业人才，深度融合创新链、服务链和产业链的开放型服务基地。华南地区广东省推进力度最大，关键的核心技术创新能力已经迈入世界前列，到2020年底，珠江三角洲中心城市5G网络基本实现连续覆盖和商用。



- 在2019年5月15日，广东省人民政府办公厅印发《广东省加快5G产业发展行动计划（2019-2022年）的通知》。通知中，明确规划了2020年和2022年的基站建设数量、5G个人用户数、5G产值、应用场景等。具体规划比较如下：

图表4 广东省5G产业发展规划对比



中国移动运营商5G发展动态

- 今年中国移动将在40个城市实现5G覆盖，同时在全国的布局中，包含陕西省、江西省、西藏自治区、北京市、内蒙古自治区、山西省、吉林省、黑龙江省、天津市、河南省、广西壮族自治区、广东省、辽宁省、海南省、甘肃省等多地区的5G建设推进工作正在积极扩展。

图表8 中国移动推进各地区5G建设动态

- 陕西省**
 - 1月15日，陕西省通过打造5G创新研发平台、建立5G联创发展联盟、建设5G联创示范网络，陕西移动与政府、高校、研究院所、企业等一起深入挖掘数字化需求，为5G创新应用提供定制化的端到端技术服务和孵化平台。
- 江西省**
 - 2月17日，江西移动合作伙伴大会以“和5G赢未来”为主题，深化产业开放合作，实现共同繁荣进步。会议审议并原则通过了《江西省5G发展规划（2019-2023年）》，明确到2023年将江西省打造成为“5G融合应用的江西样板和我国5G产业发展的核心区域之一”。

中国联通运营商5G发展动态

- 中国联通运营商在河北省、山东省、新疆维吾尔自治区、上海市、贵州省、海南省等地区深入推进5G建设工作。

图表9 中国联通推进各地区5G建设动态

- 新疆维吾尔自治区**
 - 2019年1月30日，新疆联通在乌鲁木齐市成功开通首个基于NSA(非独立组网)架构的5G基站，通过5G CPE终端(设备)让用户真实体验到5G极速网络，为新疆联通探索5G技术的应用奠定了基础，标志着新疆的信息通信网络迈出了向5G迈进的第一步。
 - 2月16日，全国首个5G基站的成功开通，为新疆联通探索5G技术的应用奠定了基础，标志着新疆的信息通信网络迈出了向5G迈进的第一步。
- 上海市**
 - 4月23日，2019上海5G创新发展峰会暨中国联通全球产业链合作伙伴大会在上海世博中心开幕，本次大会以“联通5G·共见未来”为主题。在本次大会上，中国联通宣布正式开启上海等7个城市的5G试验网，到2021年，中国联通将在上海投资150亿元，上海将建设超过3万个5G基站。
- 山东省**
 - 5月15日，山东联通召开.....

中国电信运营商5G发展动态

- 当前中国电信正在全国各地积极开展5G商用准备工作，5G网络部署和终端全面普及，在银川市召开“千兆与5G数字经济创新大会”，在江苏省准备开通5G试商用，在海南计划5G基站建设，在四川助力5G融入产业发展和城市生活。

图表10 中国电信推进各地区5G建设动态

- 中国电信宁夏公司** 5月15日举办千兆与5G数字经济创新大会在银川召开，预示宁夏经济社会发展即将迎来“千兆+5G”时代。
 - “5G+AR”工业机器人实时还原了吴忠仪表厂智能机器人“千兆+电商扶贫”助力石嘴山市平罗县庙湖生态移民区脱贫增收；“5G+医疗”完成急救车与指挥中心的交互，助力远程急救。在“5G+VR”体验区，戴上VR眼镜，宁夏5A级景区镇北堡西部影城的月亮门“触手可及”，仿佛已置身景区。
- 中国电信海南公司** 5月18日中国电信海南公司.....

- 各地广电运营商积极开展5G商用准备工作，5G网络部署和终端全面普及是持续推进的过程。贵州省、河北省、广东省、山东省、甘肃省等多个省份地区开展广电5G试点工作，积极响应国家5G发展政策，推进5G的建设部署。

贵州列入广电5G首批试点

图表11 广电运营商推进各地区5G建设动态

01

6月19日，贵州省广播电视信息网络股份有限公司（简称贵广网络）发布了一篇题为《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、国家广电总局局长蔡辰席同意将贵州列入广电5G首批试点。这是自中国广播电视网络有限公司（简称中国广电）拿到5G牌照后，关于广电系统5G建网的首个消息。

02

河北广电网络与中通服建设有限公司签署业务合作框架协议

6月26日，河北广电网络与中通服建设有限公司签署业务合作框架协议，共同开展5G融合网络建设。根据协议内容，双方将在优势互补、资源共享、合作共赢的原则下，积极开拓市场，推进项目开展，携手在河北省内5G基础设施建设、基于5G的行业智能应用、服务民生的“四个”工程、大数据应用服务等领域进行广泛深度合作。

03

中国5G基站建设推进

- 中国5G基站建设推进工作逐步展开，北京市、天津市、山西省、内蒙古、江苏省、江西省、福建省、浙江省、上海市、吉林省、辽宁省、甘肃省、宁夏、广东省、海南省、广西、河南省、湖北省、湖南省、西藏、云南、贵州、四川、重庆市等地区的相关单位积极加入到5G基站的建设大军中；

- 华北地区** 北京市、天津市、山西省均建设完成了多个5G基站，内蒙古自治区的5G也已进入快车道发展；其中，北京三大电信运营共建设完成了4300个5G基站；山西省太原市截止3月27日已完成46个5G基站；内蒙古自治区也在积极开展5G基地的建设工作。

图表12 华北地区5G基站建设推进

华北地区

截至5月底，北京地区 铁塔公司已交付给三家基础运营企业的5G站点共计4983个，三家基础电信企业共建完成了**5G基站4300个**。

3月27日，山西省太原市，三家运营商首期主要围绕二青会场馆、党政机关、主要商圈、大学校园等热点区域实施5G基站建设，目前已完成**46个基站的建设**。

天津市将从2018年底起的3年内，通过共建共享的方式，**建设不少于1万个5G基站**。

从2018年12月15号，**内蒙古**移动率先在呼和浩特开通全区首个5G试验基站以来，截至目前，已在**全区12个盟市所在地**的中国移动旗舰店开通了**5G应用演示和体验**，5G发展已经进入快车道。

5G+4K发展

- 5G+4K**：2019年堪称5G元年，5G成为社会进步，产业推动，经济发展的重要推进器，推动了超高清视频，4K作为5G的伴随者，他们的结合，为人们带来了视觉上颠覆级的体验。对于5G+4K，最重要的一点是传输，随着5G的不断发展，还会不断产生其他技术加入进来，如5G+4K+AI、5G+4K+VR/AR、5G+4K+音乐等等。在此情况下，多个地区城市都开始运用5G+4K高清技术手段，推进超高清视频产业迈出新步伐。

图表19 中国各地区5G+4K发展内容

青海省 3月7日，青海电视台对大型电视纪录片《格萨尔的英雄草原》首播仪式进行网络直播，此次网络直播紧跟全媒体、数字化发展大趋势，运用5G网络+4K高清技术，借助网络直播聚合优势，实现青海长云网络融媒体中心直播矩阵的全平台5G双轨同步直播，标志着青海台在打造新型主流媒体、大胆运用新技术、加快融合发展上迈出了重要一步，为全省5G技术在融媒体领域的应用发挥了示范引领作用。

浙江省 4月28日，三大电信运营商和中国铁塔公司等行业龙头企业集中展示了基于5G技术创新和应用的机器人、无人机、自动驾驶汽车、物流车、AR/VR、4K直播、8K超高清视频、智能制造、智慧交通、智慧物流、智慧安防、物联网、工业互联网、远程急救、未来医院、未来社区等最新科技成果、应用和解决方案，发布**5G智能手机等一批终端产品**。

5G设备招标情况—5G设备类



- 中国移动、中国联通、中国电信在获得**5G业务经营许可**后，关于5G招标工作也在逐步开展中。
- 在中国移动的5G采购项目中，很明显的两方面：一是5G商业化进程正在加快，二是加快标准5G核心网的商业化测试和验证。中国移动在关于5G招标产品中，主要有5G设备和研发服务两大类，5G设备类包含试验终端、终端仿真仪、光纤设备、电视机、相机等终端产品。

图表20 中国移动5G设备类招标情况

5G试验终端	5G终端仿真仪	无源光纤设备	电视机	VR全景相机
2019年8月9日，合肥移动合肥市广播电视台等单位5G测试终端采购项目中5G试验终端2台（品牌型号为：华为CPE PRO），本次采购预算总价为12000元（含13%增值税）。	2019年7月31日中国移动通信集团设计院有限公司采购5G终端仿真仪正系统2套。	2019年8月7日，中国移动江苏公司2019年度25G无源波分彩光设备采购项目中为满足5G二期第二批5G基站的建设需求，采购一批无源光纤复用设备2520套。	2019年8月8日，中国移动舟山分公司5G电视机采购项目中电视机（规格86寸，采购数量3台）	2019年8月8日，中国移动云南公司西双版纳分公司2019年5G试点VR直播全景相机采购6台。



中国移动在获得5G业务经营许可后，加快5G网络部署，打造全球规模最大的5G精品网络，大力推进“5G+”计划。为推进扩大5G服务，中国移动积极参与招标，除了上述的5G终端产品类，还有技术服务、研发服务、产品服务的服务产品。

图表21 中国移动5G研发服务类招标情况



报告定价及联系方式



- 售价：12800/年
- 发行形式：月度发行
- 欢迎各位客户联系订购！

扫这里！



联系人：张经理 Tel：15901251636
E-mail：jessica@glresearch.cn



格兰研究简介

格兰研究成立于2004年3月，是专注于视频行业的独立第三方产业研究机构，面向视频行业提供行业数据、专项调研、管理咨询服务。成立十余年以来，格兰研究建立了一套科学严谨的数据搜集体系和规范独特的研究方法，成为中国视讯产业最权威的产业研究机构之一。

格兰研究积累了最为丰富的视讯产业发展数据，并积极推进产业数据的行业应用工作。参与研究的“有线数字电视服务质量评价体系”获得中国电影电视技术学会科技进步三等奖。2016年，格兰研究与广电电网公司签署数据战略合作协议，携手推进行业数据体系标准化建设，也取得显著成果。

格兰研究在产业数据积累的基础上，可以为客户提供更为精准和客观的市场调研和管理咨询服务。目前，格兰研究已经为二百余家单位提供过涉及商业可行性分析、用户行为分析、竞争力分析、客服质量检测等多个方面的市场专项研究服务，积累了丰富的市场研究经验，并以过硬的服务质量获得了客户的广泛好评。

格兰研究还积极参与行业标准制定和行业事务，参加智能电视应用程序安全标准起草组，参加中国网络视听节目服务协会互联网电视工作委员会和虚拟现实产业联盟等协会组织。

格兰研究期待与更多合作伙伴携手合作，共同进步！



2019年格兰研究常规报告报价（1/2）

项目	报告名称	类别	期次/年	价格
一、视频产业领域				
1.1	《中国有线网络产业发展季度分析报告》	B	4	¥29,800
1.2	《中国宽带网络有线双向网络改造季度分析报告》	B	4	¥29,800
1.3	《中国有线运营商互动业务营销策略分析报告》	C	1	¥2,800
1.4	《中国有线运营商宽带业务营销策略分析报告》	C	1	¥2,800
1.5	《中国IPTV/OTT TV市场发展月度监测报告》	B	12	¥29,800
1.6	《中国大屏平台竞争市场情况分析报告》	A	1	¥28,000
二、机顶盒/智能终端主题报告				
2.1	《中国机顶盒季度分析报告》	B	4	¥29,800
2.2	《智能语音音箱市场分析报告》	B	1	¥8,800
2.3	《智能家居市场分析报告》	B	1	¥12,800
2.4	《智能家居视听终端月刊》	C	12	¥8,800

项目	报告名称	类别	期次/年	价格
三、5G/物联网主题报告				
3.1	《中国5G市场发展产业报告》	A	1	¥12,800
3.2	《中国5G小基站市场发展及预测报告》	A	1	¥15,800
3.3	《中国5G市场发展月刊》	C	12	¥12,800
3.4	《中国物联网市场发展报告》	A	1	¥12,800
四、融媒体系列报告				
4.1	《县级融媒体中心发展报告及案例分析报告》	C	1	¥598
4.2	《中国融+媒体月报》	B	12	¥12,800
4.3	《中国融+媒体周报》	C	49	¥2,680
4.4	《中国融+媒体年底资讯汇编》	C	1	¥980

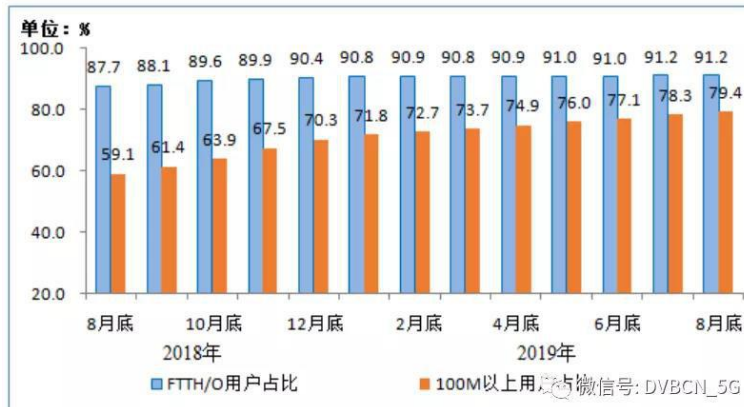
备注：A类—研究分析类；B类—数据监测类；C类—基础普及类。

(2) IPTV 用户已达 2.88 亿户 4G 用户规模为 12.57 亿户

2019年09月23日 中广互联

日前，工信部运行监测协调局公示了《2019年1-8月通信业经济运行情况》。前8个月，我国电信业务收入累计完成8881亿元，同比下降0.02%。

4G用户在移动电话用户中的占比稳步提高。截至8月底，三家基础电信企业的移动电话用户总数达15.96亿户，同比增长3.8%，较7月末增加491万户。其中，4G用户规模为12.57亿户，占移动电话用户的78.8%，占比较上年末提高4.4个百分点。



固定互联网宽带接入用户规模稳步扩大，百兆以上宽带用户占比近八成。截至8月底，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达4.43亿户，比上年末净增3590万户。其中，光纤接入(FTTH/O)用户4.04亿户，占固定互联网宽带接入用户总数的91.2%。



宽带用户持续向高速率迁移,100Mbps及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达

3.52 亿户，占总用户数的 79.4%，占比较上年末提高 9.1 个百分点。“双 G 双提”工作稳步推进，固定宽带迈入千兆时代，至 2019 年 8 月底，全国 1000M 以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 50.9 万户。

IPTV 用户规模稳步扩大。截至 8 月底，三家基础电信企业发展手机上网用户规模保持为 13.14 亿户，对移动电话用户的渗透率为 82.3%。IPTV(网络电视)用户规模稳步扩大，总用户数达 2.88 亿户，比上年末净增 3290 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。

(3) 工信部:5G 网络建设全面启动，明年正式大规模投入

2019 年 09 月 23 日 中广互联

日前，在国新办发布会上，工信部部长苗圩表示，独立组网的 5G 明年正式大规模投入建设。



工信部部长苗圩表示，中国拥有全球最大 4G 网络，5G 网络建设全面启动。移动通信产业历经“2G 跟随、3G 突破”，实现了“4G 同步”“5G 引领”的历史性跨越，5G 标准必要专利数量全球第一。

工信部部长苗圩表示，对广大的用户来而言，4G 网络足够用了，5G 真正的应用场景的 80%应该是在工业互联网，比如车联网。虽然现在在中国市场上商业发布的 5G 手机有 11 款，但是大部分的手机都是非独立组网的。手机真正能够体现 5G 性能，还得依靠独立组建的 5G 网络，而不是基于 4G 核心网上面的 NSA，就是非独立组网的产品。

至于 5G 的应用，苗圩认为是“二八律”的分布。“对广大用户而言，4G 手机够用了，对少部分特殊用户，比如从事电竞、大型手游的年轻人，可能 4G 网络不能满足他们的需要。”苗圩说，5G 真正的应用场景，80%应该是在物与物的通信，如工业互联网、车联网、远程医疗等领域。

3. 相关政策法规

(1) 广电总局重要通知!这 5 类项目可申报重点产业发展项目入库

国家广播电视总局 | 2019-09-10

【流媒体网】摘要：2019 年度主要支持广播电视和网络视听产业精品制作生产、产品业态创新、服务和商业模式创新、网络升级和融合发展、关键和核心技术开发推广应用等方面有重大影响的产业发展项目。



首页 > 新闻 > 公告公示

总局规划财务司关于开展2019年度国家广播电视和网络视听产业发展项目库申报工作的通知

发布日期：2019-09-09 14:28

信息来源：规划财务司

字体：[大 中 小]

视力保护色：

财规字〔2019〕314号

近日，广电总局印发《国家广播电视总局关于建立广播电视和网络视听产业发展项目库的通知》，建立国家广播电视和网络视听产业发展项目库，每年遴选一批重点产业发展项目入库。

2019 年度主要支持广播电视和网络视听产业精品制作生产、产品业态创新、服务和商业模式创新、网络升级和融合发展、关键和核心技术开发推广应用等方面有重大影响的产业发展项目。

具体方向共 5 大类，包括：高新技术创新开发与应用推广类、精品内容制作能力与衍生开发项目类、智慧广电生态体系建设与网络融合类、海外传播“走出去”拓展推广类、其他对广播电视和网络视听产业发展有重要影响和促进作用的项目。

项目申报时间为 2019 年 9 月 3 日至 9 月 30 日。

以下为通知全文及项目申报指南：

总局规划财务司关于开展 2019 年度国家广播电视和网络视听产业发展项目库申报工作的通知

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，中央有关单位：

为充分发挥广播电视和网络视听产业项目支撑作用，培育扶持符合行业高质量创新性发展方向的重点产业发展项目，总局印发《国家广播电视总局关于建立广播电视和网络视听产业发展项目库的通知》（广电发〔2019〕60 号），建立国家广播电视和网络视听产业发展项目库，每年遴选一批重点产业发展项目入库。

现将开展 2019 年度国家广播电视和网络视听产业发展项目库申报工作有关事项通知如下：

一、总体要求

各单位要深入贯彻党中央、国务院关于广播电视和网络视听方面的重大决策部署和要求，以推动广播电视和网络视听产业高质量创新性发展为目标，紧密结合行业发展趋势和市

场需求，衔接“十四五”发展规划，围绕广电发〔2019〕60号文件所列的5类重点申报方向，科学谋划、精心申报具有较强示范带动作用、较大市场潜力和较好发展前景的产业发展项目。

各单位要仔细对照《国家广播电视和网络视听产业发展项目库2019年度申报指南》(附件)所提的申报项目、申报单位、申报程序、申报材料等相关要求和规范，精心组织项目申报和开展审核工作。项目申报单位要对项目申报材料的真实性负责，确保材料齐全、客观、真实。

二、申报程序

各单位申报时间为9月3日至9月30日，实行网络申报和纸质申报并行，请各单位在申报期内登陆网址：<http://pingshen.nrta.gov.cn:3580>进行线上申报，并将通过系统生成的纸质材料装订成册加盖公章后，通过正式行文方式报送总局规划财务司。

需要说明的是，如申报项目同时申报了中宣部“国家文化产业发展项目库”，须在申报材料中单独说明。

三、工作要求

各单位应高度重视国家广播电视和网络视听产业发展项目库申报和管理工作，进一步强化项目主体责任，加强对申报项目的审核把关，项目申报入库后要进一步切实推动项目实施和执行，确保实现社会效益和经济效益相统一。

国家广播电视总局规划财务司

2019年8月30日

联系人及联系方式：

张凡：86093313

毛恩荣：86092162

附：

国家广播电视和网络视听产业发展项目库2019年度申报指南

一、申报方向

2019年度主要支持广播电视和网络视听产业精品制作生产、产品业态创新、服务和商业模式创新、网络升级和融合发展、关键和核心技术开发推广应用等方面有重大影响的产业发展项目，具体方向如下：

(一) 高新技术创新开发与应用推广类。

积极推进大数据、云计算、人工智能等技术在广电领域的应用实践，加大5G、移动互联网、虚拟现实等技术的创新开发与应用。

积极探索广播电视和网络视听产业流程的重构再造，推进媒体资源聚合、生产流动融合、采编力量整合，支持云采编、云分发、云安全管理、云运营支撑系统，推进产学研用相结合，加快科技创新成果转化及推广应用，提高技术装备水平，增强产业科技竞争力。

(二) 精品内容制作能力与衍生开发项目类。

支持思想精深、艺术精湛、制作精良、具有原创价值、国际元素、自主知识产权和核心竞争力的广播电视和网络视听内容产品制作能力项目建设。积极拓展产品开发、版权交易、衍生产品市场，延展提升内容产业价值链，促进创意制作和相关产业创新融合，推动产业良性循环和综合效益增长。

(三) 智慧广电生态体系建设与网络融合类。

主动对接用户个性化多样化需求和新兴技术，推动制播分发、用户服务、技术支撑、生态建设以及运行管理等广播电视和网络视听全链条革新与重构的产业项目。加快广播电视网络建设改造及广播电视网络升级等关键技术、核心技术研发、集成，以规模化应用为目标，带动行业技术进步。

(四)海外传播”走出去”拓展推广类。

积极响应国家对外开放与交流战略,以“一带一路”沿线国家为重点,鼓励参与全球广播电视内容、技术和服 务供给,支持拓展海外渠道,支持海外新媒体平台建设,支持举办“视听中国一公共外交播映工程”等展示中国形象的公共外交活动,开展对外合作并对全国经济发展或者区域经济发展产生重大影响,以及推动.文明交流互鉴、促进民心相通的项目。

(五)其他对广播电视和网络视听产业发展有重要影响和促进作用的项目。

二、申报要求

(一)申报单位要求

1.在中国境内依法设立,具有独立法人资格,财务管理制度健全,会计信用和纳税信用良好,近三年无重大违法违规行为。

2.具有一定规模实力,成长性好,净资产规模一般不低于 300 万元,资产负债率在合理范围内。

(二)申报项目要求

1.项目应具备正确的政治导向,符合国家法律法规和总局相关政策、管理要求,能产生较好的社会效益和经济效益。

2.项目需符合国家产业政策和节能、降耗、环保、安全等要求。

3.项目方案合理可行,有比较明确的盈利模式和详细的盈利分析报告。

4.项目已基本具备实施条件,项目所需资金来源和渠道已落实,知识产权归属明晰。

5.申报项目分为具有直接投融资需求的项目和具有示范引领作用的项目两类,一个项目只能申报一类,不能同时申报。

6.单个单位申报项目数,原则上每年不能超过两个。

(三)申报程序

1.项目单位通过总局广播电视和网络视听产业发展项目库在线平台报送项目申报材料,并通过项目库在线平台生成项目入库申请书,加盖公章后连同相关证明材料,一并提交省级广播电视行政管理部门或相关行业主管部门,网络版与纸质版申报材料须完全一致。

2.按照行业管理和属地管理原则,有关行业和省级广播电视行政部门需对项目申报材料进行在线审核并填写审核意见,并在纸质版申报材料加盖公章后,正式行文报送总局规划财务司。

3.对跨地区、跨部门组织申报的项目,可由相关地方或部门联合或协商确定主管部门。

(四)申报材料

1.申报材料包括项目申报书、相关证明材料,并统一装订成册。

2.申报单位须在项目库在线平台进行注册,完整准确填报单位信息(单位名称为全称并与单位公章一致),并提供相关证明材料(电子版上传扫描件,纸质复印件随项目申报书一并报送),具体包括:

(1)申报单位的企业法人营业执照副本或事业单位法人登记证书。(2)法人代表有效身份证明文件。(3)税务登记证。(4)申报前近两个月的缴税付款凭证(含增值税、所得税以及个人所得税等)。(5)申报单位为企业的,需提交经审计的 2017、2018 年度企业财务报告及财务报表(资产负债表、损益/利润表、现金流量表);申报单位为事业单位的,需提交 2017、2018 年度部门决算报表。(6)项目申报单位相关从业资质证明,如:广播电视节目制作经营许可证、电视剧制作许可证、信息网络传播视听节目许可证等。(7)根据项目实际情况提供:地方党委政府或行业主管部门已经明确意见的文件材料,有关项目资金落实证明材料,具有自主知识产权或科技成果的证明材料等。

(五)注册帐号及登录

项目申报单位通过在线平台即时注册帐号并登录。行业主管部门和地方广电部门帐号名称为部门全称，如“北京市广播电视局”，密码请联系技术支持电话 010-86093681 获取。

(六) 申报时间

国家广播电视和网络视听产业发展项目库 2019 年度项目申报时间为 2019 年 9 月 3 日至 9 月 30 日，申报网址为：

<http://pingshen.nrta.gov.cn:3580>

三、工作要求

省级广播电视行政部门及有关主管单位对本领域、本地方项目的实施负有指导和监督责任，负责对项目真实性、合规性进行审核，对项目推进加强监督管理。

项目单位按法人责任制推进实施入库项目，对项目的质量、进度、安全、效果等负主体责任，申报单位对项目申报书和相关证明材料的真实性负责，并对项目实施人员的申报资格负责。要认真贯彻落实意识形态工作责任制，坚持把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一。

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 2,780 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。

（2）我国启动制定《基于 5G 技术的医院网络建设标准》

2019 年 09 月 06 日 中广互联

《基于 5G 技术的医院网络建设标准》(以下简称《标准》)启动会, 9 月 4 日在北京中日友好医院举行。

据介绍,《标准》是由医疗行业与通信行业共同联合启动的 5G+医疗的行业级标准,将纳入国家卫生健康标准体系。基于实践经验推出的《标准》,将涵盖医院行业应用场景、业务对网络的具体要求、5G 网络能力和建网指导等方面。

2019 年是我国 5G 商用的元年。近年来,远程医疗、互联网诊疗、互联网医院正在逐步建立服务体系、保障支撑体系和管理体系,优质医疗资源区域性不平衡、基层临床诊疗能力差、医患互信度低等问题得到一定程度的解决。5G 通信技术的“大带宽,低时延,高可靠”等优势,将有效助力医学服务的数字化、移动化、远程化、智能化。

卫健委基层卫生健康司司长聂春雷表示,互联网+医疗在基层医疗的发展,一定要有好的顶层设计,建立统一的规范和标准。《标准》出台后,5G 作为基层医疗信息化的基础设施,可以加速互联网+医疗健康建设,提升基层医疗卫生服务能力,提高老百姓就医的便利性。

卫健委医政医管局副局长焦雅辉认为,医疗作为一个科学,需要通过规则来提供高质量的服务,行稳致远。“如果 5G+医疗在实践应用的摸索中能产出并成为中国医疗的标准、甚至成为国际标准,将会成为我们的骄傲。”

据华为公司战略部总裁张文林介绍,2016 年华为就启动了在 5G+医疗方面的探索和研究。华为联合产业合作伙伴,基于华为 5G 室内解决方案,已经构建了上百家 5G + 医疗的示范点,诸如远程会诊(包括 MDT 多学科会诊)、远程门诊、远程影像诊断、远程心电诊断、远程超声、远程培训的医疗业务已经可以落地商用。“《标准》的制定将加快医疗健康行业的数字化,在促进规模效应的同时保障质量和安全,最终将提升医疗健康行业的技术和服务,促进智慧医院、健康中国的发展。”

（3）广电总局有望年底推出“互动视频行业标准”

时间: 2019-09-19 10:29:52

【慧聪广电网】5G 时代到来,视频行业被顺势点燃,各大平台相继上线互动视频专区,剧集、综艺、短视频等各类内容创新层出不穷,互动视频成为影视娱乐新热点。

但是,从行业的角度来说,由于业内暂未形成一套系统、通用的互动视频制作流程,这种试水仍处于各平台方、制作方探索期,无论是市场还是产业,互动视频都还没有探索出一条能真正打动用户的内容产出模式。

正如爱奇艺创始人、CEO 龚宇此前所言:“互动剧这个概念并不新,但为什么没有大规模的推广起来,有一个特别重要的原因是没有形成标准。”

近期,互动视频又有新的进展,国家广播电视总局广播电视规划院与各大视频平台等业界相关机构共同探讨互动视频发展方向与《互联网互动视频数据格式规范》(以下简称《互动标准》)制定相关细节。

《互动标准》预计将于今年年底正式推出,将通过定义互动视频相关术语、互动视频能力、互动视频制作流程、互动视频数据格式,帮助视频内容创作者便捷高效地制作出高品质的互动视频,促进内容创作者、软件工具、视频平台等各方在统一的数据格式标准下对互动视频领域进行探索和发展,为互动视频产业生态健康发展奠定良好基础。

新风口“互动视频”为何需要标准化?

5G时代的来临让互动视频市场直接成为新蓝海。各大视频平台纷纷加码下注，但是，行业暂未形成系统的互动视频制作流程，互动视频的内容、生产流程、商业模式等没有标准参照，各平台方只能凭经验各自探索。

比如爱奇艺将互动视频定位为爱奇艺未来的创新方向，并推出了互动内容技术标准，互动视频标准提供从互动视频理念到生产及发布流程、互动视频平台使用说明等一系列指引，旨在帮助创作者便捷高效地打造互动视频，互动视频标准提供分支剧情、角色切换、画面信息探索等剧本结构设置，并提供与之对应的互动组件，帮助创作者实现丰富的故事情节。

腾讯视频发布的互动视频技术标准提供了从互动视频理念到创作流程以及互动视频平台使用流程等的一系列指引，让创作者和开发者可以通过互动视频平台实现一站式的互动内容生产、创作、发布和数据监控。

此外，腾讯视频为创作者提供通用互动组件和互动视频的创作平台，创作者可以在创作平台自由编辑互动故事线，无需技术开发即可使用通用的互动模版与上传、发布互动作品，借助平台创作标准化的互动视频项目。此外，B站、芒果TV等平台也有自己的相关准入标准。

但是，从目前国内互动视频的发展来看，行业想要取得质的突破，从技术层面来看，国内目前具有成熟制作互动视频能力的团队和公司相对稀少，市场没有形成规模，行业也未形成系统的互动视频制作流程。

因此，在互动视频的探索期，行业需要统一的制作标准来完善生态，可以从内容生产、创作发布、数据监控、互动能力添加环节与视频拍摄、剪辑的整个制作流程上为创作者带来一个参考维度，降低技术门槛，让互动视频创作渐渐进入市场化、规模化、产业化运作阶段，这是业界各方共识。

标准有了 互动视频能开出新花吗？

从目前来看，尽管行业标准即将出台，但是各大平台在互动视频创作上关键的核心内容——剧情设计，则依然需要创作者下功夫，面对已成熟的影视剧制作体系，互动视频能开出新花吗？

首先，互动剧最大的难点还是在内容上，毕竟互动过多就和游戏一样，互动过少又像是噱头，要做好互动剧，故事必须是坚实的基础。面对不同选择，演员将要准备多个剧本、台词，故对演员演技来说有较大挑战。同时，从一个故事线发展为多故事线，从单结局发展成数结局，对于故事编剧有较大的要求。

其次，互动剧的扎堆出现，从某种方面来看，代表了一种全新影视娱乐类型即将“崛起”，尤其是其注重观众的代入感和参与感，也将成为各大视频网站吸粉的“利器”。

第三，互动视频和VR、AI、5G、8K、直播这些技术结合在一起时，我们或许可以发现很多新思路——互动技术本质上是一种能力，它可以和各式各样其他新技术结合在一起，有可能会在产业形态上带来更深刻的变革。

比如互动技术+VR，我们或许可以沉浸在VR视觉之中，和画面里的事物进行互动；互动技术+综艺，我们或许可以在不同角度、不同区域获得多样化的画面内容；互动技术+剧集，可以让用户沉浸在故事、人物、戏剧发展走向的参与当中。

各大视频平台持续加码互动视频

尽管，目前互动视频看起来并不成熟，有许多问题亟待解决，但有5G、VR、AR、8K等即将落地的技术做后盾以及行业统一的标准制定，互动视频的想象空间是无限的，从市场化运作来看，2019年以来，爱奇艺、腾讯视频、哔哩哔哩等视频平台都已开始让互动视频“落地”。比如爱奇艺已将互动视频标准应用于多个内容领域，今年6月，爱奇艺推出了《他的微笑》，除此之外，爱奇艺还推出了《波西米亚狂想曲》电影互动预告片，还将互动视频技术应用于超级网综《乐队的夏天》。

内容层面，8月23日，爱奇艺互动视频标准中的“分支剧情”能力正式应用于《中国新说

唱》节目当中，为用户带来了创新性的体验，满足他们的参与感。具体在内容及功能呈现上，该节目的第十一期“明星帮唱环节”部分，选手黄旭、杨和苏在面临嘉宾合作舞台的双向选择时，两人画面各自分别会弹出“选钱正昊”、“选梁博”以及“选梁博”、“选于文文”两个互动按钮供用户选择，以此来观看不同的分支剧情。

技术层面，爱奇艺发布了 IVP 互动视频制作插件(简称 IVP 插件)，IVP 插件与视频剪辑流程深度结合，支持创作者直接在非编软件中创建、编辑、预览和导出互动视频，实现了“零门槛”编辑互动视频。

目前，腾讯视频推出的互动创作平台内测版本正式上线。这次上线的互动视频创作平台内测版本，以简单、便捷的操作方法和高效的创作模式，为创作者和开发者提供了门槛低、效率高的互动内容生产平台。开辟用户创作的新模式，大力提高制作的标准化能力和加深用户体验，从根源上刺激创作，推动互动影视行业的发展，进一步完善腾讯视频一站式互动视频开放平台生态链。

B 站方面，8 月 15 日，哔哩哔哩发布了一条动态，互动视频正式公测，并给创作者们准备了共 100 万元的奖金。只要 up 主们投稿互动视频，打上#互动视频大赏#标签，即可参与。早在 7 月 8 日，B 站就宣布上线了“互动视频”功能，一个多月以后正式公测。B 站相关人士称，互动视频能够将视频从“好看”变成“好玩”，互动视频的出现正在打破视频和游戏的边界，赋予观众更高的参与感。

抱着做精品的心态 才能给互动视频开个好头

未来，互动视频有赖于平台方参与完善后台编辑制作工具以及功能的专业性，降低参与的技术门槛，将互动视频打造成为视频平台上的一个新型的内容互动型版块。

从内容而言，毕竟大家都在摸着石头过河，但应该抱着做精品的心态做内容，因为互动视频作为一个新的品类，用户对一个新品类的刻板印象的形成，前期的作品有着关键的引领作用。如果粗制滥造的视频太多，受众容易产生疲倦感，导致最终的参与度降低，这也会打消创作者的积极性，导致市场短时间内被玩坏。

互动视频的本质是新的技术和叙事手法，但核心还是优质内容，游戏元素是为了辅助剧情服务，但不能喧宾夺主。总之，创新性选题、好故事、鲜明的人物、精良的制作、成熟的市场运营对于互动视频良性发展缺一不可。

5. 广电行业动态与分析

(1) 《广播电视行业应用大数据技术白皮书(2018)》解读

2019 年 09 月 02 日 中广互联

党中央、国务院高度重视大数据发展，将大数据上升为国家战略之一。广播电视行业的内容生产与传播消费过程中产生的海量数据蕴含着丰富的价值，探索实践广播电视行业应用大数据技术，有助于提升广电内容生产的能力、创新广电业务的产品、提升广电运营服务水平，从而助力广电媒体融合发展，推动广播电视行业产业升级。本文从广播电视应用大数据技术的需求、关键技术、平台建设、数据安全以及典型应用等方面对《广播电视行业应用大数据技术白皮书(2018)》进行了详细解读。

0 引言

当前，云计算、大数据、人工智能、虚拟现实、区块链等新一代信息技术的发展与应用，全方位影响着广播电视生产制作、播出传输和服务模式，推动媒体格局的变化。特别是大数据技术的应用，近年来取得了突飞猛进的发展，推进信息化进入一个新的发展阶段，对于广播电视行业的重要性也愈发明显。

国际上,包括美国、欧盟、英国、日本、韩国等许多国家的政府都认识到大数据的重要作用,积极开发利用大数据,制订实施大数据战略,以夺取新一轮竞争制高点。

我国也高度重视大数据发展,将大数据上升为国家战略,相继出台了一系列政策、标准、产业推进计划。我国大数据仍处于快速发展期,在垂直领域的应用程度不断深化。

中共中央总书记习近平提出,要以数据集中和共享为途径,推动技术融合、业务融合、数据融合,打通信息壁垒,形成覆盖全国、统筹利用、统一接入的数据共享大平台,构建全国信息资源共享体系,实现跨层级、跨地域、跨系统、跨部门、跨业务的协同管理和服务。这为广播电视行业应用大数据技术、建设大数据平台指明了方向。

1 广电大数据的应用需求

广播电视行业拥有丰富的数据资源,特别是随着近年来的数字化、网络化、媒体融合发展,内容生产由模拟信号处理方式向全流程的数字化、网络化转变,传输分发由单向发射传输向双向数字网络转变,内容消费方式由简单接收向多元化互动方式转变,广播电视行业在内容生产、传输分发和客户服务过程中产生的数据规模快速增长、数据体量十分庞大。国家广播电视总局《2018年全国广播电视行业统计公报》公布:2018年全国广播节目制作时间为801.76万小时,全国电视节目制作时间357.74万小时。2018年全国公共广播节目播出时间1526.74万小时;全国公共电视节目播出时间1925.03万小时。2018年全国有线电视广播电视实际用户数2.18亿户,全国有线数字电视实际用户数2.01亿户。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。

广电行业产生的数据规模巨大,并且不断快速增长。数据来源多样、类型多样。广播电视行业对于数据获取和处理速度有很高的要求,特别是新闻生产、直播中用户互动等业务数据的处理。数据规模、处理时效和数据类型均在时刻变化。广电行业在业务生产过程中,利用大数据技术不仅能够提高数据使用的效率,而且能够实现数据的再利用;应用大数据采集技术,收集用户终端数据、用户互动数据、用户行为数据等客户服务数据,真正意义上把受众发展为用户,为广电业务带来创新发展的空间。

广电大数据根据不同的维度有多种分类方式,其中按照广电大数据产生的过程、时效、数据结构进行分析,便于和媒体内容生产、用户消费服务业务密切结合,促进广电大数据在各个应用场景的应用。

按照媒体内容生产过程和消费过程,可分为:媒体内容大数据和客户服务大数据。按照数据的产生和时效价值,可分为实时数据和非实时数据。按照数据的逻辑结构,可分为结构化数据、半结构化数据和非结构化数据。

媒体内容大数据,是在内容的采集、制作、播出、分发、传输、交换、管理过程中产生的数据,对媒体内容大数据进行深入的数据分析,可为内容生产提供支撑,优化生产流程、创新内容产品、传播优质内容。这部分数据包括:音频、视频、图片、文稿、字幕、元数据信息等数字化文件,是广电行业进行生产制作与传播的主体对象。这类数据具有非结构化或者半结构化数据的特征,数据体量巨大,蕴含信息丰富,具有很高的数据挖掘价值。

客户服务大数据,是在媒体内容的收看、收听、消费、互动、分享过程中产生的数据,对客户服务大数据进行数据分析,能更好地把握用户的需求和爱好,优化产品与服务,提升运维和运营质量。面向这类数据开展应用,以“用户”为中心研究业务需求特点,有利于创新业务产品,促进媒体融合和智慧广电的发展。

总的来说,广播电视行业的内容生产与传播消费过程中产生的海量数据,蕴含着丰富的价值。应用大数据技术,做好对这些海量数据的聚合、挖掘、分析、应用,可以更好地促进广电业务生产与客户服务,更好地激发媒体融合发展的创新活力。

2 大数据的关键技术

大数据关键技术涵盖从数据存储、处理、应用等多方面的技术。根据大数据的处理过程,

可将其分为数据采集、数据预处理、数据存储、数据分析与挖掘、数据应用等环节。大数据技术与传统的数据处理技术不同，在大数据处理的各个环节中，出现了许多服务大数据的新兴技术。

大数据采集技术包括媒体数据采集、网络数据采集、终端数据采集、系统日志采集、数据库采集等技术应用。

大数据预处理过程可以帮助我们将那些杂乱无章的数据转化为相对单一且便于处理的结构，达到快速分析处理的目的。通常数据预处理包含数据清理、数据整合、数据规约、数据变换等四个部分。

大数据存储管理技术包括：数据存储技术、数据库技术、异构数据融合存储架构、数据模型构建和管理。

媒体内容数据中，特别是音视频内容数据，是一种非结构化数据，这样的类数据如果仅仅是采集和存储，则很难发挥其丰富的数据价值，要深度挖掘媒体内容的数据价值往往需要，需要对媒体内容数据的做处理成结构化数据处理，以便于数据价值挖掘。

大数据挖掘就是从大量的、不完全的、有噪声的、模糊的、随机的数据中，提取有用信息的过程。主要技术包括：分类、预测、关联挖掘、聚类等。

大数据处理框架负责对大数据系统中的数据进行计算。有批处理、流处理、混合处理三种方式。

大数据展现与应用技术包括：借助于图形化手段的数据可视化技术、全文检索技术与数据查询分析技术。



3 广电大数据的平台建设

在媒体融合和大数据发展的背景下，广播电视行业要逐步转变传统理念和运营模式，借助大数据平台采集、存储、挖掘数据资产，通过大数据平台对媒体内容数据、用户服务数据进行全方位分析挖掘，从而提升媒体内容生产的能力，创新网络视听业务产品，升级媒体运营服务、加强媒体传播的监测监管。

广电大数据应用不是一个孤立的应用服务，与广播电视、有线网络、网络视听等各类业务紧密相关。广电大数据平台的技术架构和业务应用服务应进行统筹规划设计。

3.1 广电大数据的平台架构

从实际出发，广电大数据平台目前由各地分散建设，但在建设过程中，要以实现全国性广播电视行业大数据共享共用为目标，建立标准的数据接口规范，具备安全交互数据互联机制，推动形成全国性的大数据采集、汇集和应用机制。

广电大数据的平台建设，广电大数据的架构要以国标《信息技术 大数据 技术参考模型》提出的通用大数据参考架构为依据。在基于媒体融合云平台建设部署时，要充分利用软硬件资源，在平台服务层部署大数据的采集、预处理、存储管理、挖掘与应用等能力，在应用服务层部署媒体内容与用户服务的多种大数据应用服务。

在平台建设策略上，一方面要明确需求目标，做好整体规划，要以支撑大数据应用服务为目标，加强顶层设计，建立互联互通机制，推动各广电机构的数据共享，推进形成全国行业性的广电大数据采集、汇聚和应用机制。

另一方面要立足业务现实，分步推进大数据平台的建设与完善。在自身业务分析的基础上，可以选择性地建设大数据基础计算资源，大数据平台处理流程和大数据业务应用服务，进行技术和人才储备，再逐步扩大平台的规模，增加平台上的业务。

3.2 广电大数据的处理流程

大数据处理要遵循统一大数据采集、统一大数据管理、统一大数据计算、统一大数据处理、统一大数据服务的原则。处理流程上，是从数据采集、数据预处理、数据存储、数据处理、数据分析挖掘、统一数据服务到数据应用等环节的处理，数据应用产生的数据又可作为新数据源采集进入大数据处理平台，形成大数据闭环。

3.3 广电大数据的治理流程

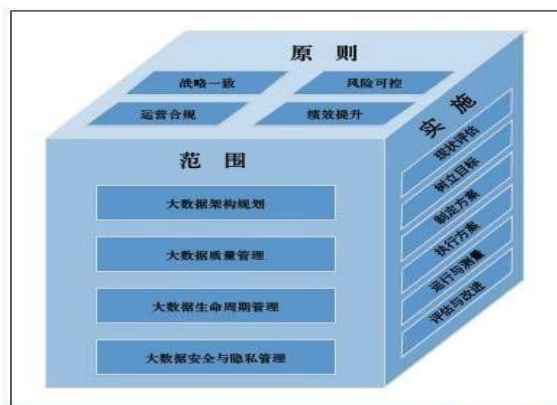
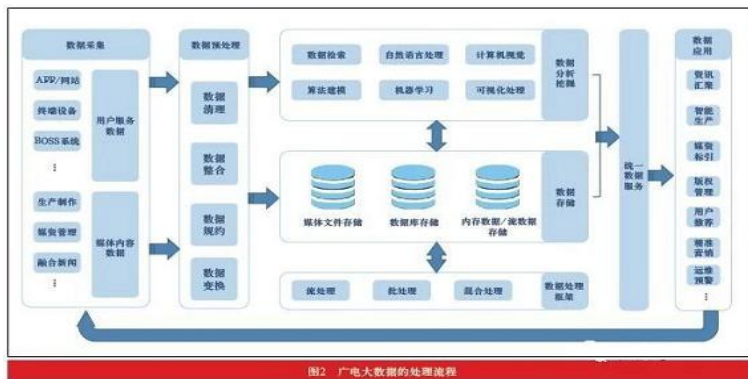
数据治理能够消除数据的不一致性，建立规范的数据应用标准，提高数据质量。统一大数据治理机制，有助于对广电大数据管理和利用进行评估、指导和监督，实现大数据应用服务的风险可控、安全合规、效率提升和价值创造。

广电大数据治理包含以下三个维度：原则，即大数据治理工作所需要循序的基本指导性法则；范围，即数据治理包含的关键领域和主要活动；实施，即大数据治理的实施过程。

大数据治理的准则即大数据治理的重要内容包括组织职责，元数据、大数据隐私、数据质量管理、业务流程整合、数据汇聚整合、数据生命周期管理等。

大数据治理实施是指围绕大数据治理的阶段、关键要素等，建立大数据治理体系。体系包括支撑大数据治理的战略蓝图和阶段目标，岗位职责和组织制度、关键领域与流程，以及软硬件资源。

大数据治理实施流程可分为现状评估、树立目标、制定方案、执行方案、运行与测量、评估与改进等形成闭环的六个阶段。



4 广电大数据安全

广电大数据安全应该基于数据业务链路包括采集、传播、处理、存储、交换、应用，构建全面的数据安全管控体系，覆盖数据加工前、数据加工中、数据加工后、数据合规等方面的数据安全管控。在数据合规层，需参考《GB/T 35273-2017 个人信息安全规范》、《GB/T 35274-2017 信息安全技术 大数据服务 安全能力要求》、《GB/T 31168-2014 信息安全技术 云计算服务安全能力要求》，以及 ISO 27001 系列标准进行实施。通过遵循这些标准，实现对个人隐私信息的保护、保障云服务的安全控制，保障大数据服务的安全性，同时也符合国家的监管要求。通过建立一套标准的大数据采集、计算存储、服务和应用的架构，形成以数据为中心的大数据安全理念。

广电大数据安全需要符合安全播出的要求，包括基础安全、平台与应用安全和数据生命周期安全。

大数据的基础安全，是结合广电数据特性制定相关的制度约束规程，增强数据资产的安全，明确大数据使用者的角色和权限，对元数据安全和数据合规进行管理，从而确保对个人信息进行保护和重要数据的分级管理。

数据生命周期安全是包括数据采集、数据传输、数据存储、数据处理、数据交换和数据销毁等各个环节的安全技术。

广电大数据平台安全是对大数据整体安全形成的安全策略，从数据采集到数据资产的管理，再到平台的访问安全管控和各类数据存储安全，以及数据在分发中的加密和脱敏形成的安全技术，包括：传输交换安全、存储安全、计算安全、平台管理安全以及基础设施安全。

5 广电大数据的典型应用

充分挖掘媒体内容数据、分析用户数据，可广泛应用在广播电视内容的采集与生产、节目的推荐与经营、用户的跟踪与服务、舆情的监控与管理、节目的传输与分发以及节目监控监管等领域。广电行业中，面向广播电视台、有线网络和网络视听等领域，都具有一些应用大数据技术的典型场景。

在广播电视台，大数据的典型应用场景包括：内容采集与生产：新闻融合生产、内容的智能化生产与管理、版权管理。节目播出分发：播出内容监管、收视分析。节目评价。舆情监控监管。平台运行维护。广播电视台建立大数据应用体系可为融合媒体业务全流程提供全面支撑。

在有线网络公司，生产运营上典型应用场景包括：广电大数据共享服务、用户分类、个性化推荐、经营分析。用户服务上典型应用场景包括：收视行为分析、用户活跃度分析、客户服务。运行管理上：设备故障预测、网络优化、网络安全态势感知。

在网络视听中应用大数据的典型场景包括：节目价值导向指引与传播效果评估分析，产品优化与提升用户体验，全链路版权保护，网络安全动态感知，业务运行监管等。

国家广电总局适应行业发展需要，研究部署建立了基于“全网络、全样本、大数据、云计算”的节目收视综合评价体系，强化对广播电视、网络视听节目的规范管理，促进广播电视高质量发展。广播电视节目收视综合评价大数据系统已于 2018 年 12 月 26 日开通试运行。

6 结束语

近年来，我国相继出台了一系列相关政策推动大数据的技术、产业及其标准化的发展。广播电视行业也根据实际业务需求，制定了《电视收视数据元素集规范》、《电视收视数据交换接口规范》、《电视收视数据清洗规范》等行业标准规范。在此基础上，白皮书建议广电行业进一步增加相关数据类、技术类、安全类和管理类行业标准规范。

广电行业建设大数据平台，要以全国性广电行业大数据共享共用为目标。各级广播电视机构分散建设的大数据应用，要符合白皮书的指导要求。要与自身业务紧密结合，制定大数据平台建设的总体规划与实施步骤。建设大数据平台时，应充分考虑利用已建的融合媒体云

平台，建设部署大数据平台。广电大数据平台的建设中，要积极应对数据汇聚、数据分析等带来的安全问题。

广电对大数据的应用将促进媒体融合的进程，为媒体融合发展提供助力。大数据的应用还将推动广电媒体产业升级，包括：推动智慧媒体发展，全面提升媒体的商业价值，为媒体产业升级提供支撑。希望在白皮书的引导下，各级广电机构、行业内外企业共同努力，积极推进大数据技术在行业的深入应用，推进广电大数据平台的建设，为广电全面转型升级赋能，构建行业发展全新格局。

(2) 【TV 资本论】相比忙着发展 5G 的电信，广电到底在做什么

2019 年 09 月 07 日 中广互联

大事提醒

【广电总局】

1、日前，广电总局组织业内专家及广播电视采编一线代表开展了 2019 年第二季度优秀广播电视新闻作品评审工作，从全国选送的 213 件新闻作品中，遴选出《青春英雄》等 21 件优秀广播电视新闻作品，并于 9 月 2 日在官网发布。

2、根据广电总局发布的户户通用户开户统计数据图计算，截止 2019 年 8 月 31 日全国户户通累计开通用户数量总计 12485 万户(1 亿 2485 万户)，本月比上月底的 12450 万增加开通 35 万户，平均每天开通 1.13 万户。

3、9 月 5 日消息，国家广电总局广科院正在北京建设 5G 广播试验网，现已在安装调试，将联合中国广电进行广电 5G 传输测试，一是通过试验，评估技术，推进 5G 广播标准制定；二是通过演示，号召各方参与，促进产业链形成。

【中央广播电视总台】

1、9 月 1 日上午 7 时，中央广播电视总台粤港澳大湾区之声正式开播。这是我国首个专门面向粤港澳大湾区播出的国家级电台频率。大湾区之声新媒体平台同步启用。

2、继 7 月 20 日全新启用中央广播电视总台总部全新演播室后，9 月 1 日 0:00，《午夜新闻》再次让人眼前一亮，首次通过总台总部 N07 演播室直播，更具空间感、立体感，风格大气；首发主播商亮。

重要言论

【广电总局】

9 月 4 日，国家广电总局科技委员会“第 49 期广播电视高新技术培训班”开班式在北京举行。广电总局党组成员、副局长张宏森指出，一是要坚守初心、勇担使命，以技术创新、理念创新引领服务创新、业态创新、模式创新，推动媒体深度融合，推动智慧广电发展；二是要统一思想、凝聚共识，合力攻关、共克难题，全力建设广电 5G 网络，共同推动广播电视高质量发展和创新性发展；三是要坚持一体化发展的理念，提高网络安全意识，加快现代监管体系建设，不断强化广播电视安全保障能力。

【陕西广电集团】

近日，陕西广播电视集团党委书记、董事长、总经理刘兵指出，广电行业面临的环境日趋复杂，竞争日益激烈，需不断突破行业发展边界，丰富产业内涵，延伸产业价值，拓展产业领域，提升综合服务能力，实现成功转型。

公司动态

【电广传媒】

8 月 31 日，电广传媒发布 2019 年半年度报告。报告显示，2019 年上半年完成营业收入 29.05 亿元，实现归属于母公司股东净利润 1117.37 万元，较去年同期扭亏为盈。

【陕西广电网络】

8月30日，陕西广电网络传媒集团股份有限公司渭南分公司与中国联合网络通信有限公司渭南市分公司签署战略合作协议，双方共同推出“广联全家福”创新产品。

【歌华有线】

1、9月3日，北京歌华有线电视网络股份有限公司与北京诚和敬养老健康产业集团战略合作签约仪式在京举行。据悉，北京歌华益网广告有限公司将会与北京诚和敬驿站养老服务有限责任公司签署执行协议，内容包含但不限于人物采访、文化活动等适合50岁以上中老年人参与的项目。

2、9月3日消息，歌华有线近日公布了2019年度4K智能数字有线机顶盒(G4)采购第一包和第二包的招标公告。公告显示，此次4K智能数字有线机顶盒采购数量均为7万台，加起来总计14万台。

【江苏有线】

9月4日消息，江苏有线发布新闻，9月2日三网融合枢纽中心(公司基地)正式启用。据公开资料，江苏有线三网融合枢纽中心包括公司总部和培训基地，工程技术中心与骨干网传输中心，内容集成中心和内容分发监管中心，数据中心，运营支撑中心及客户服务中心，功能均为科技研发。

【贵广网络】

9月5日消息，贵广网络和玖扬传媒签订战略合作协议，双方将发挥各自优势，共同推进“国家文化大数据体系”建设。此前，贵广网络与玖扬传媒曾就数字电视图书馆开展深度合作。此次再合作，双方将充分发挥各自资源优势，共同致力于国家文化大数据体系建设，就国家文化大数据体系贵州(西南)分平台建设与应用开展全面合作，大力推动西南区域的文化大数据平台建设，逐步实现西南省级广电网络接入文化专网。

地方新闻

【北京】

8月31日，在2019年国际篮联篮球世界杯北京赛场上，由我国主导设计、集成建造的全球首台“5G+8K”转播车进行了赛事试播，数百名观众在五棵松篮球公园的户外大屏现场观看了通过5G实时传输的8K电视信号直播试播，实现了我国“5G+8K”技术在国际重大赛事中的首次示范应用。

【浙江】

1、8月29日至8月31日，温州中广有线以“智慧新中广，时尚智生活”为主题参加了2019“第五届浙江国际健康产业博览会”。据悉，温州中广有线自2017年开始与温州市瓯海区卫健局积极合作，将健康信息准确广泛地应用于养老服务。截至2019年8月25日，已有6019户开通智慧医养应用，实现视频连线服务16765人次，派单服务12640人次。

2、日前，嘉兴市政府办公室印发了《嘉兴市加快推进5G产业发展实施意见》。《实施意见》明确了嘉兴市加快推进5G产业发展的四方面主要任务，包括加快5G网络基础设施建设、加快培育5G产业生态链、开展重点领域5G应用示范、加快5G技术创新。

3、9月3日，浙江省首个5G+VR新生儿远程探视平台在浙江大学医学院附属妇产科医院正式上线。

【辽宁】

近日，辽宁省人民政府发布了《辽宁省5G产业发展方案(2019—2020年)》，提出通过实施网络建设、示范应用、5G产品三大工程，加快推进数字辽宁、工业互联网和智慧城市建设。

【上海】

1、8月30日，中国超高清视频产业联盟内容供给工作组在上海组织召开工作研讨会。

会上，百视通、华录新媒、4K 花园、体奥动力等行业核心企业分别就 4K 内容业务的最新发展情况及思路作了引导分享。

2、8 月 31 日，上海市经信委、市文旅局下发文件，正式批复同意静安市北高新园区创建“上海市超高清视频产业基地”，将超高清产业视作未来人工智能产业的重要组成部分，并充分发挥“数智市北”的资源优势，积极助力上海抢抓新一轮超高清视频产业发展机遇，推动超高清视频电视制播体系的整体升级，继而带动视频采集、制作、传输、呈现、应用等产业领域的深刻变革。

3、近日，在落幕的 2019 世界人工智能大会上，《关于建设人工智能上海高地构建一流创新生态行动方案》正式发布，上海将聚焦实施 7 个专项行动，构建扎实的创新生态基础，到 2021 年，全力打响人工智能“一流创新生态”标志性品牌。

【河南】

9 月 1 日，河南移动隆重举行 5G 网络郑州全城试用启动仪式，正式宣告移动 5G 网络率先在郑州启动试用。

【河北】

8 月 30 日，河北省应急管理厅与河北广播电视台举行战略合作备忘录签约仪式。据了解，战略合作备忘录签署后，双方将发挥各自优势，在应急信息发布、应急采访报道、国家应急广播体系建设、安全提示、防灾减灾救灾科普宣传、培树典型、文化建设、重大公益活动举办等方面开展一系列务实合作。

【福建】

近日，福建广电网络集团党委书记、董事长张远会见了龙岩市委书记许维泽一行，双方就数字龙岩、智慧城市、大数据建设、老区扶贫等重大项目建设展开深入交流，并就广电网络集团与龙岩市政府签订全方位战略合作达成共识。

【四川】

9 月 3 日，在工信部、四川省通信管理局的组织协调下，四川电信与四川移动、四川联通齐心协力，联合完成了三家企业 IMS(IP 多媒体子系统)网间关口局间的第一次共 6 个万号群规模的商用业务割接，在国内首次实现了基于 IMS 技术的网间互联互通业务正式商用。

【广东】

1、9 月 3 日，广东移动联合广铁集团、华为公司共同启动广深港高铁 5G 覆盖工程，宣布将在春节前实现境内段全线 5G 覆盖，打造全国乃至全球第一条“5G+智慧高铁”，助力粤港澳大湾区发展提速。

2、8 月 28 日，凤凰卫视与广州经济技术开发区签订了战略合作备忘录，凤凰卫视创新产业平台正式落户广州开发区。双方将在金融、文化、内容、产业等方面开展深化合作，构建粤港澳大湾区内容与创新产业发展的集群平台。

3、近日，深圳出台了《深圳市关于率先实现 5G 基础设施全覆盖及促进 5G 产业高质量发展的若干措施》，并于 9 月 4 日举行了 5G 建设动员大会。根据《若干措施》，深圳将争取今年底实现重点区域 5G 网络全覆盖，到 2020 年 8 月底，深圳将累计建成 5G 基站 4.5 万个，在全国率先实现 5G 基础设施全覆盖和独立组网。

【湖南】

近日，湖南移动与中联重科股份有限公司签署 5G 业务合作协议，双方将在 5G 信息技术与智能制造深度融合、数字化转型及相关标准研究等领域开展广泛、深入的合作。

【海南】

9 月 4 日，中国民生银行海口分行与中国有线海南分公司战略合作暨海南“有线宝”全省上线启动仪式举行。据了解，海南地区的有线电视用户仅需关注“民生银行海口分行”微信公众号即可进入海南“有线宝”购买平台，选择相应套餐办理成功后，将收到海南有线赠

送的综合服务。

【陕西】

9月4日，首台搭载5G设备的402号“和谐HXD3D”型大功率电力机车缓缓驶入西安机务段机车整备场。不到90秒的时间，15.6GB的机车视频数据自动转储完成，这标志着由中国铁路西安局集团有限公司联合华为技术有限公司合作开发的“5G+AI智慧机务系统”正式投用。

【山西】

9月5日，中国移动与阳煤集团、华为公司在山西太原签署5G业务框架合作协议。根据协议，三方将基于各自在5G、井下采矿等领域优势，以研究中心、试验平台和示范应用为依托，围绕理论研究、行业应用和市场服务三大主题，在5G煤炭行业定制化终端、5G新能源、5G智能制造、5G煤炭信息产业四个方面开展研究合作。

【云南】

9月2日消息，云南省广播电视局发布《关于广播电视高质量创新性跨越式发展实施意见》。《发展意见》提到，围绕全省广播电视“12345”发展思路，做好机构改革后半篇文章，力争用3-5年时间，云南广播电视高质量创新性跨越式发展取得重要进展。

海外瞭望

【康卡斯特】

据消息人士透露，美国有线电视服务巨头康卡斯特已向狮门娱乐公司表示，该公司将把狮门娱乐旗下Starz和Starz Encore有线付费电视频道从其主要频道阵容中剥离。

【付费电视】

根据Dataxis的数据，自2014年第一季度到2019年第一季度，直接付费电视市场的订阅总收入增长了19%，达到89亿欧元。DTH(卫星直播)仍然是直接付费电视业务的主要技术，其收入占直接付费电视订阅总收入的39%，但自2015年以来，DTH收入一直在缓慢下降。

【韩国】

根据韩国科学技术信息通信部9月3日发布的数据，7月底韩国5G用户数比6月净增574840人，其中SK电讯净增260895人，KT净增177296人，LG U+净增136649人。

【日本】

近日，日本电子情报技术产业协会(JEITA)最新公布统计数据指出，2019年7月份日本国内薄型电视出货量(含4K电视、OLED电视)较去年同月大增19.0%至40.1万台，连续第2个月呈现增长，创4年4个月来(2015年3月以来、大增23.5%)最大增幅。

【全球】

根据Digital TV Research的研究，2018年全球OTT TV年收入增长170亿美元，达到680亿美元。研究显示，收入前五位的国家占全球总收入的71%，10个国家的OTT收入超过10亿美元。

(3) 云南广电将迎来高质量、创新性、跨越式发展

2019年09月06日 中广互联



云南省广播电视局关于广播电视高质量创新性跨越式发展实施意见

云广发〔2019〕152号

各州、市广电局, 云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司, 省局各处室单位:

为贯彻落实《中共云南省委关于深入学习贯彻党的十九大精神促进云南跨越式发展的决定》(云发〔2018〕3号)及国家广电总局《关于促进智慧广电发展的指导意见》(广电发〔2018〕71号)等有关文件精神, 推动广播电视工作不断强起来, 实现全省广播电视高质量创新性跨越式发展, 现提出如下意见:

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, 全面贯彻党的十九大精神, 深入贯彻落实习近平总书记关于宣传思想工作重要思想, 紧紧围绕宣传工作“一个高举、两个巩固、三个建设”根本任务, 自觉担负起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务, 牢固树立“五大发展理念”, 以人民为中心, 以改革创新为动力, 聚焦巩固壮大主流思想舆论, 聚焦阵地建设和管理, 聚焦行业高质量创新性发展, 全省广播电视阵地管理、行业管理和融合创新发展, 不断提升云南广播电视传播力影响力和综合竞争力, 努力开创云南广播电视工作新局面, 为从更高层次贯彻落实习近平总书记对云南工作提出的“主动服务和融入国家发展战略, 闯出一条跨越式发展的路子来, 努力成为我国民族团结进步示范区、生态文明建设排头兵、面向南亚东南亚辐射中心”重要指示精神, 推动云南高质量跨越式发展、谱写中国梦的云南篇章提供有力支撑, 推动云南广播电视高质量创新性跨越式发展。

(二) 基本原则

坚持政治建设统领全局。坚守意识形态工作责任制, 把党的路线、方针、政策体现到云南广电发展的全过程、各方面, 把满足全省各族人民精神文化需求作为广播电视发展的出发点和落脚点, 弘扬主旋律, 传播正能量, 始终把社会效益放在首位, 实现社会效益和经济效益相统一。

坚持提升效能可管可控。依托全省广电现有资源, 加大统筹协调力度, 加强政策引导和监督管理, 有效防范和化解可能性风险, 补短板、强弱项, 做好纵向系统性资源和横向可利用资源精准衔接, 提升云南广播电视整体服务效能和软硬实力, 保障全省广电发展规范有序、安全可控。

坚持项目带动实现跨越。加强统筹规划与分类指导, 因地制宜, 重点突破, 紧盯云南广播电视高质量创新性发展关键环节和重点问题, 开展集智攻关, 突破关键技术, 着力发挥重点工程、重要项目带动作用, 分类别、分层次、分步骤有序推进, 努力推动全省广播电视实

现跨越发展。

坚持改革创新驱动发展。主动求变，以改革促发展、促升级，深化行业供给侧结构性改革，主动适应广播电视高清化、移动化、泛在化、分众化、差异化、智慧化的发展新趋势、新需求，加快推进行业资源整合、产业聚合、平台融合，持续推进理念创新、管理创新、科技创新、传播创新、服务创新和体制机制创新，不断释放全省广播电视发展新动能。

(三)发展目标

围绕全省广播电视“12345”发展思路，做好机构改革后半篇文章，力争用3-5年时间，云南广播电视高质量创新性跨越式发展取得重要进展。意识形态阵地管理水平和能力明显提升，广播电视主流媒体喉舌性质得到进一步强化，与新媒体深度融合、一体化发展取得实质性成效；广播电视与视听新媒体智慧化监测监管体系基本建成，监测监管形式向跨业务、跨网络、跨平台、跨终端的“全方位、全过程、全覆盖、全天候”迈进；广电事业繁荣发展，基本公共服务标准化、均等化程度明显提高；精品创作能力全面增强，广播电视和网络视听精品节目栏目不断涌现；创新创造活力迸发，广播电视在全省数字经济总体战略中的地位作用进一步凸显，智慧广电产业为全省经济社会发展贡献更多力量；云南广播电视外宣新格局初步形成，在南亚东南亚国家的影响力进一步提升；专业队伍人才培养机制不断优化；推动云南成为具有全国影响力和民族特色的广播电视创新活力高地。

——通过直播卫星提供不少于17套广播节目、25套电视节目，通过无线模拟提供不少于6套广播节目，通过数字音频提供不少于15套广播节目；通过地面数字电视提供不少于15套电视节目。

——全省广播电视台基本实现高清化播出，云南广播电视台和具备条件的州市广播电视台开展4K超高清节目试验播出。

——有线电视网络覆盖全省所有行政村，新增覆盖100万农村用户，有线电视融合服务实现省、州市、县、乡、行政村五级贯通。

二、主要任务

(四)推进“数字云南·智慧广电”建设

1. 全面落实国家广播电视总局“智慧广电”战略部署，贯彻落实“数字云南”建设要求，以“局、台、网”合力共建为基础，以“省、州(市)、县”三级联动为依托，以规划为引领，以项目为支撑，高起点谋划、高标准推进、高质量打造，全力推进“数字云南·智慧广电”建设，向基本实现广播电视智慧化生产、智慧化传播、智慧化服务和智慧化监管目标迈进，初步建成布局合理、竞争有序、特色鲜明、形态多样、可持续发展的云南智慧广电新格局，确保实现广播电视人人通、移动通、终端通。(省局科技处(媒体融合发展处)牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市局按照职责分工负责)

2. 加快推动广播电视制播向智慧化融合化转变，建设“一体化资源配置、多媒体内容汇聚、共平台内容生产、多渠道内容分发、多终端精准服务、全流程智能协同”的智慧广电节目制播体系。加快推动广播电视媒体与新媒体融合向纵深发展，加强“局、台、网”联动和统筹协调，促进多渠道资源共享、多业务数据互通，推动广播电视制播、传输、服务一体化，着力打造融媒化制作、智慧化传播、精准化服务的新型智慧融媒体。(省局科技处(媒体融合发展处)牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市局按照职责分工负责)

3. 强化“联动、协同、集成、创新”意识，横向纵向充分沟通，加快各级广播电视台高清化建设，推动高清电视节目内容成为广播电视主流模式，加快4K超高清制播建设；加快推动声音广播从单声道、立体声向环绕声、沉浸声演进；加快有线电视标清用户向高清用户整体转换，推动4K超高清用户规模化发展，探索8K超高清节目生产和传输覆盖。(省局传媒机构管理处牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各

州市局按照职责分工负责)

4. 推动有线电视网络整合和互联互通,推进有线电视网络向行政村和有条件的自然村延伸,扩大并巩固广播电视重要宣传阵地,促进城乡文化信息服务一体化,助推精准脱贫,服务乡村振兴战略。确保有线电视网络村村通户户用,实现省、州市、县、乡、行政村五级贯通的有线电视融合服务新格局。(省局科技处(媒体融合发展处)牵头,省局各职能处室配合;云南广电网络集团有限公司,各州市局按照职责分工负责)

5. 加快实施省、州市、县三级广播电视节目无线覆盖,完善广播电视无线发射台基础设施。加大对边境地区、藏区、少数民族地区广播电视节目无线覆盖。建设全省广播电视发射转播台智能化管理系统。围绕标准、制度、规范、整洁、安全等内容,按照整体达标、综合整治、全面提升的要求,统筹全省无线台站建设,加强安全播出组织管理、指挥调度、统筹协调,加强值班值守、检查督导、应急处置,建设规范化、标准化、智慧化美丽台站。充分用好资源、技术、人才优势,更好服务和支撑智慧广电建设、媒体融合发展。(省局机关党委(人事处)、科技处(媒体融合发展处)、安全传输保障处、规划财务处、公共服务处、无线台站管理中心等按照职责分工负责;各州市局按照管理职责分工负责)

6. 加快新一代信息技术在广播电视网络中的部署和应用,建设智能综合传输覆盖网。构建面向第五代移动通信(5G)的移动交互广播电视技术体系,推进互联网协议第六版(IPv6)在全省广电业务系统中的部署和应用。推动超高清电视、增值业务、双向互动业务在新一代卫星直播上的应用。支持各级广播电视台扩大民族语节目及交通、旅游等广播覆盖范围。(省局安全传输保障处牵头,省局各职能处室配合;云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司,各州市局按照职责分工负责)

7. 统筹各级广电云平台规划与建设,推动广电资源要素有效整合、融通共享、智能协同,构建互联互通的智慧广电融合媒体云。建设云南广电大数据分析系统,加强收视行为等广电行业数据资源的采集和分析,推动广播电视内容生产、传输覆盖、舆情监控、安全监管、业务服务向精准式、靶向性、个性化、智能化发展。同时,依托广播电视多种传输网络及制播优势,联通文化、教育、旅游、气象等行业数据,实现数据集聚融通和综合应用,为各级党委政府、各行业、民众提供大数据服务。(省局科技处(媒体融合发展处)牵头,省局各职能处室配合;云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司,各州市局按照职责分工负责)

8. 整合全省广电系统资源,突出移动优先策略,建设以视听服务为主,兼顾行业管理、便民服务、业务宣传的“一部手机云视听”APP和微信公众号,提供全省各级广播电视节目直播点播和优秀文献片、纪录片、电视剧、公益广告、网络视听节目点播,实现一部手机收听收看全省广播电视和视听新媒体节目。(省局科技处(媒体融合发展处)、信息中心牵头,省局各职能处室配合;云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司,各州市局按照职责分工负责)

9. 构建“智慧广电+N”服务。积极推动广播电视与其他行业的业务合作、业态创新和服务升级,推动智慧广电服务旅游、政务、教育、农业、交通、医疗、健康、金融、政法等行业,打造智慧广电服务新业态,构建泛在、智慧、安全的“政用、民用、商用”新型综合广播电视服务。(省局科技处(媒体融合发展处)牵头,省局各职能处室配合;云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司,各州市局按照职责分工负责)

(五)建立完善广播电视与视听新媒体监测监管体系

10. 在进一步完善现有广播电视的监测监管体系的基础上,加大对IPTV、OTT以及网络短视频等视听新媒体、新业态、新服务的监管。做到业务延伸到哪里,管理就覆盖到哪里,确保内容安全、播出安全、网络安全、信息安全。建设健全省、州(市)两级广播电视与视听新媒体监测监管管理体系、业务体系、技术体系,创新监管体制和运行机制。积极采用大数据、云计算、人工智能等新技术实现智能化安全态势感知、研判分析、风险预警、处置调度,

推动从海量信息管理向精准式、靶向性管理的过渡，开展广播电视技术质量监测、视听新媒体监管、节目内容和广告监管、播出和传输机构监管、安全播出监管、网络安全监管等工作，基本实现跨业务、跨网络、跨平台、跨终端的全方位、全过程、全覆盖、全天候智慧化监管，努力做到管得到、管得住、管得好，不断推进数字政府改革建设，切实提升行业治理能力。

（省局安全传输保障处牵头，事业发展中心、安播监测中心按照职责分工负责，省局各职能处室配合；各州市局按照职责分工负责）

（六）加快推动广播电视媒体融合发展

11. 进一步加快广播电视媒体与新兴媒体融合发展。贯彻落实总局《关于进一步加快广播电视媒体与新兴媒体融合发展的意见》（新广电发〔2016〕124号）。树立深度融合发展理念。加快融合型节目体系、制播体系、传播体系、服务体系、技术体系、经营体系、运行机制、人才队伍等建设，促进广播电视媒体转型升级，提升广播电视媒体在网络空间的传播力影响力公信力和舆论引导能力。（省局科技处（媒体融合发展处）牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市局按照职责分工负责）

12. 根据云南省县级融媒体中心建设领导小组统一安排部署，按照省委宣传部、省广电局等8单位联合印发的《关于加强县级融媒体中心建设的实施意见》及省委宣传部赋予广电行政部门的工作任务，指导推进县级融媒体中心建设。统筹整合县级融媒体中心建设、县级应急广播建设、中央广播电视节目无线数字化覆盖工程县级管理平台等资源，探索利用“云南广电云”平台存储、传输、分发文字、图片、音频、视频，开展媒体、党建、政务、公共、增值等服务。（省局科技处（媒体融合发展处）牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市局按照职责分工负责）

（七）实施三区三州广播电视公共服务提升工程

13. 推进贫困地区民族自治州所辖县村综合文化服务中心工程广播器材配置，结合中央补助深度贫困县应急广播体系建设，发挥基层广播“扶智”“扶志”作用，全面覆盖怒江州、迪庆州所辖行政村，实现三区三州地区基层广播设备全覆盖。（省局公共服务处、安全传输保障处按照职责分工负责；怒江、迪庆等各有关州市局配合完成）

14. 推动怒江州、迪庆州级电视节目（各1套）上星定向覆盖，补齐农村地区广播电视公共服务短板，拓宽三区三州地区本地节目传输渠道，满足偏远山区群众收看本地电视节目的强烈需求。（省局公共服务处、传媒机构管理处按照职责分工负责；迪庆、怒江等有关州市局配合完成）

15. 加大三区三州地区广播电视行业扶贫力度。推动广播电视行业资金向怒江州、迪庆州倾斜，优化资金使用范围，保障广播电视公共服务设施建设和设备运行，实现广播电视信号全覆盖。（省局公共服务处牵头；省局规划财务处、事业发展中心按照职责分工负责；迪庆、怒江等有关州市局配合完成）

（八）探索建立广播电视公共服务示范区

16. 按照中办、国办《关于建立健全基本公共服务标准体系的指导意见》和总局要求，细化广播电视公共服务质量标准，健全公共服务类型、供给模式和监管机制，完善广播电视公共服务标准体系。（省局公共服务处负责；各州市局配合完成）

17. 根据广播电视基础条件、服务网点建设、资金投入、人才保障、用户满意度等情况，评定建立广播电视公共服务示范区，探索形成多元化的服务模式，带动全省广播电视公共服务标准化、均等化。（省局公共服务处负责；各州市局配合完成）

18. 推进向社会力量购买民语节目译制制作服务，组织开展优秀少数民族广播电视节目示范交流活动，推动民语节目在应急广播体系和新媒体中传输，拓宽群众收听收视渠道，提升少数民族语言节目译制制作和传播能力。（省局公共服务处、规划财务处按照职责分工负责；各有关州市局配合完成）

(九) 补齐广播电视公共服务管理和保障短板

19. 全面落实应急广播基本公共服务标准要求，按照全国应急广播体系建设总体规划，统筹利用现有广播电视资源，建设形成省、州(市)、县三级统一协调、上下贯通、可管可控、综合覆盖的应急广播体系，向城乡居民提供灾害预警应急广播和政务信息发布、政策宣讲服务。实现云南省应急广播平台与国家应急广播平台及地方其他应急平台互联互通、信息共享。(省局安全传输保障处牵头，公共服务处等处室单位配合；各州市局配合完成)

20. 落实《关于加强乡镇及村级广播设备使用管理规定与安全播出的意见》(云新广发〔2017〕166号)，结合应急广播体系建设和媒体融合发展要求，加强村综合文化服务中心广播设备管理，进一步完善管理制度，加强日常监督，确保基层广播设备安全播出。(省局公共服务处、安全传输保障处按照职责分工负责；各州市局配合完成)

21. 推动落实广播电视公共服务设施设备运行维护资金。修订《云南省广播影视事业发展专项资金管理办法》，将村村通运行维护资金统筹用于户户通等公益工程，补助标准进一步向贫困县、边境县和民族自治县倾斜。加大绩效管理力度，加强绩效考核结果运用，充分发挥资金使用效益。(省局公共服务处、规划财务处、事业发展中心按照职责分工负责；各州市局配合完成)

22. 以农村用户为重点，发挥云计算、大数据、人工智能等新技术在广播电视公共服务领域的引领和支撑作用，进一步提升用户体验。加快推动广播电视智慧化、融合化发展，推动广播电视公共服务提质增效，满足人民群众数字化、高清化、移动化、社交化的收听收视需求。(省局公共服务处、省局科技处(媒体融合发展处)按照职责分工负责；各州市局配合完成)

(十) 切实提高广播电视新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力

23. 加强传播能力建设，深入推进宣传创新，继续深化宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，强化头条建设，精心策划推出一批重点报道和新闻评论，推进习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神深入人心、落地生根。(省局宣传处牵头；云南广播电视台，各州市广电局及各州市县广播电视台按照职责分工负责)

24. 把握正确导向，坚持新闻立台理念。将新闻变成舆论引导的重要工具，严格新闻信息的筛选和过滤，打造品牌特色，科学地引导新闻舆论。创新新闻理念，改变传统传播方式。加快媒体转型，增强议题设置能力，做好重大突发事件新闻报道和权威信息发布，把握舆论引导的时度效，不断提升舆论传播力、引导力、影响力、公信力。(省局宣传处牵头；云南广播电视台，各州市广电局及各州市县广播电视台按照职责分工负责)

25. 聚焦打赢脱贫攻坚战、“五网”基础设施建设、发展“八大产业”等省委省政府重点工作，广泛报道全省各地各部门把习近平新时代中国特色社会主义思想贯彻到经济社会发展中推出的新举措、创造的新业绩，取得的新经验和新成果。(省局宣传处牵头；云南广播电视台，各州市广电局及各州市县广播电视台按照职责分工负责)

26. 切实加强广播电视公益广告制作展播力度。加强公益广告制播能力提升，坚持弘扬社会主义核心价值观，积极讲好特色(民族团结进步)、绿色(生态文明)、亮色(辐射中心)的故事，为云南跨越式发展凝聚正能量。(省局传媒机构管理处牵头；云南广播电视台，各州市广电局及各州市县广播电视台按照职责分工负责)

(十一) 加强广播电视网络视听的主题宣传

27. 围绕2019年新中国成立70周年、2020年全面建成小康社会、2021年中国共产党成立100周年等重要时间节点，确定宣传主题，加强策划，着力推出一批有影响力的栏目和节目，充分利用新媒体传播平台，引导广播电视网络视听媒体“首页首屏首条”建设。(省局宣传处、网络视听节目管理处牵头；云南广播电视台，各州市广电局及各州市县广播电视台按照职责分工负责)

(十二)抓好广播电视精品创作引导服务及重点项目规划

28. 聚焦高质量发展,持续推进广播电视内容供给侧结构性改革,提升优质供给的贡献率。完善引导、评价、审查、考核等机制,全面提高行业治理能力。实施“引一把、领一把、扶一把”的长效机制,做好节目设置和题材规划,建立重点题材种子库。树立“思想精深、艺术精湛、制作精良”的精品评价标准,引导行业建立口碑和大数据相结合、定性和定量相结合的节目评价体系,破解片面追求收视率、点击率,媚俗、唯利是图等不良生态。下决心整合广播电视人、财、物、设施精办频率频道,坚决去除陈旧过时、缺乏吸引力和感染力的内容供给。建立行业准入机制和退出机制。实行题材规划关口前移、立项创作关口前移、备案审查关口前移,促进提质。坚决抵制突破法律纪律、公序良俗底线的企业和艺人,维护良好行业秩序。积极争取政府财政专项资金,加强精品创作扶持引导。建立完善专家库、领军人才库及分层分类引导机制。积极发挥社会制作机构、网络视听机构作用。(省局宣传处、电视剧处、传媒机构管理处、网络视听节目管理处牵头;云南广播电视台,各州市广电局及各州市县广播电视台按照职责分工负责)

29. 坚持以人民为中心的创作导向,紧紧抓住创作生产优秀作品这一中心环节,大力推出“反映新时代、体现云南特色、在全国有影响”的电视剧、动画片、纪录片、广播电视节目(含广播剧)以及网络视听作品等“五个一批”优秀作品。持续推进广播电视新闻节目质量提升、广播电视和网络视听精品创作传播、广播电视节目创新创优等工作。(省局宣传处、电视剧处、网络视听节目管理处、传媒机构管理处牵头;云南广播电视台,各州市广电局及各州市县广播电视台等按照职责分工负责)

30. 突出抓好国产电视剧(含电视动画片)重点剧目规划工作,重点围绕庆祝新中国成立70周年,全面建成小康社会,庆祝中国共产党成立100周年等重大主题宣传活动进行电视剧题材项目规划。精心制作电视剧《西南联大》《九十九天》《讲武堂之虎牛英雄》《杠杆》《版纳风云》《盛唐南诏》《青山》《云上的恋情》《苦芭花下的约定》,电视动画片《野生菌王国》《依萝传》。(省局电视剧处牵头负责)

(十三)加大原创网络视听精品节目扶持力度

31. 引导全省视听新媒体及广播电视节目制作经营机构创作“三性统一”的原创网络视听节目并获得备案许可;积极参与总局“网络视听节目提升工程”,开展原创网络视听节目征集展播活动,争取获得更多扶持。(省局网络视听节目管理处牵头;云南广播电视台,各州市广电局及各州市县广播电视台等按照职责分工负责)

32. 打造“云南一分钟·地方篇”系列微视频项目,拍摄云南26个民族的交互视频,通过VR技术,以4K高清形式呈现,同时通过H5形式,在观看视频的同时进行更多内容交互。云南广播电视台推出“口述云南”大型微纪录片,聚焦中国共产党成立100周年以来,云南人民在新民主主义革命、抗日战争、解放大西南、新中国民族工作、改革开放、面向南亚东南亚开放等工作中的重要事件。(省局网络视听节目管理处牵头;云南广播电视台等按照职责分工负责)

(十四)加大典型节目和先进经验的宣传交流推广力度

33. 综合运用评奖创优、节目评析、通报表扬等手段方式,加大典型节目和先进经验的宣传交流推广力度。建立健全与总局的广播电视节目自主创新制度相互衔接的创新创优工作机制和奖励扶持制度,充分发挥典型节目的示范引领作用。(省局宣传处牵头,传媒机构管理处、网络视听节目管理处等配合;各州市广电局及各州市县广播电视台按照职责分工负责)

(十五)建立健全澜湄区域广播电视交流合作长效机制

34. 秉持“平等自愿、互利互惠、合作共赢”的原则,紧抓“5G+4K”发展新机遇,主动融入21世纪“数字丝绸之路”建设,积极配合国家战略,创新中国(云南)与澜湄合作机制成员国广播电视行业交流合作长效机制,定期举行交流座谈,反馈、共享发展成果,推动在

广播电视节目合拍、互译、版权贸易、融媒体及互联网发展、人才培养等领域的交流与合作。积极配合国家深化澜湄合作机制建设，拓展澜湄合作领域，提升中国广播电视国际影响力，推动我省广电国际传播能力高质量创新性跨越式发展。（省局对外交流与合作处牵头；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司等有关单位，各州市广电局按照职责分工负责）

（十六）精心打造广播电视国际交流活动品牌

35. 精心打造“澜湄国际电视周（节）”品牌，搭建澜湄区域广播电视交流合作平台，创建国际性人文交流窗口，增进澜湄区域业内人士沟通交流，促进民心相通，推动版权贸易发展，促进澜湄广播电视共同繁荣。推动建成“澜湄合作广播电视互译传播中心”，整合全国广播电视节目版权资源，设立优秀广播、电视剧节目资源库，为我省译配面向南亚东南亚语种广播电视节目提供资源储备平台，解决企业在版权方面遇到的瓶颈，增强合力，实现广播电视精品“走出去”提质增效。（省局对外交流与合作处牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司等有关单位，各州市广电局按照职责分工负责）

（十七）支持鼓励境外落地项目智慧化发展

36. 持续协调、指导、推动云南澜湄国际卫视频道海外分台建设，DTMB+OTT 互联网电视项目在南亚东南亚国家的落地及缅甸吉祥网在缅落地，老中 DTMB 融媒体中心项目建设，加快推动国标地面数字电视、广播电视节目、视听新媒体等标准、技术、产品、服务“走出去”。鼓励、指导企业开展对外传播智慧媒体项目建设，紧跟科技发展步伐，配合国家战略推动构建澜湄区域“5G+4K+AI（人工智能）”合作传播格局，从传统内容的合作、输出，转向智慧媒体打造，在构建移动端媒体矩阵的同时，争取在 5G 技术互联互通、OTT 技术、AI 翻译技术应用等方面实现突破，在新的技术革命浪潮下发展开辟更广阔的对外交流合作空间。（省局对外交流与合作处牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司等有关单位，各州市广电局按照职责分工负责）

三、保障措施

（十八）加强组织领导

37. 全省各级广播电视部门要把高质量创新性跨越式发展任务列入重要议事日程，加强组织领导，高度重视、积极推进。省局负责各项任务推进的总体指导、统筹协调和监督实施，每年在召开全省广播电视工作会议时总结经验、推动工作。地方各级广电部门要结合本地区、本部门实际做好各自负责任务的组织、管理和推进工作，主要负责同志要亲自抓，加强组织协调，制定实施方案，明确分工、落实责任，切实把各项工作落到实处。（省局办公室、机关党委（人事处）、政策法规处、宣传处、科技处（媒体融合发展处）、安全传输保障处、公共服务处、对外交流与合作处、规财处等分别牵头；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市广电局按照职责分工负责）

（十九）加强法治保障

38. 着眼法治政府建设目标，切实加强广播电视法治建设工作，努力实现各项工作法治化，不断提高依法决策、依法行政、依法管理水平，推动广播电视地方性法规、规章和规范性文件立、改、废、释工作。严格依法行政，根据国务院、省政府统一部署，进一步深化放管服改革，加快推进“互联网+政务服务”工作，在全系统实施广播电视系统政务服务事项“一网通办”标准化工作。强化广播电视事前事中事后监管。不断完善公平竞争审查工作机制。切实开展行政执法监督。健全法律顾问制度。（省局政策法规处（行政审批处）牵头，各业务处室配合；各州市广电局按照职责分工负责）

（二十）加强政策统筹协调

39. 全省各级广电行政部门要全面梳理各级地方党委政府对广播电视业的扶持政策，精准扶持、综合施策，推动扶持政策向广播电视公共服务短板、深度贫困县、骨干广电企业和成长型、创新性广电企业倾斜。推动建立广播电视公共服务财政保障机制，加大投入力度，

确保财政对广播电视投入水平与我省经济社会发展总体水平相适应。充分利用现有资金渠道，引导社会资本参与我省广电产业发展。加大协调力度，推动在我省事权范围内依法依规制订针对广播电视业的优惠政策。（省局政策法规处(行政审批处)、规财处牵头；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市广电局按照职责分工负责）

（二十一）完善行业规划统计工作

40. 做好“十三五”规划收官各项工作，认真总结经验、分析问题、研判形势，以规划统筹项目，以项目支撑规划，制定并出台具有前瞻性、引领性、科学性、可操作性的云南省广播电视“十四五”发展规划。（省局规财处牵头，省局各职能处室配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市广电局按照职责分工负责）

41. 完善全省广播电视业统计指标体系，及时更新纳入统计的有关企业目录，同时根据行业发展新情况新趋势，加强对网络视频、直播平台、短视频网站等新兴业态的统计分析，不断增强全省广播电视业统计数据的及时性、准确性、权威性。（省局规财处牵头，省局各职能处室、事业发展中心配合；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市广电局按照职责分工负责）

（二十二）加强人才队伍建设

42. 始终坚持新时期好干部标准，建设高素质专业化广播电视“四力”人才队伍。坚持正确选人用人导向，匡正选人用人风气。突出政治标准，选拔重用牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”，全面贯彻执行党的理论和路线方针政策、忠诚干净担当的干部，选拔重用敢于负责、勇于担当、善于作为、实绩突出的干部。（省局机关党委(人事处)牵头，无线台站管理中心等配合）

43. 拓宽选人用人视野，加大发现、培养选拔优秀年轻干部，注重利用脱贫攻坚第一线培养考察识别干部，统筹做好培养选拔女干部、少数民族干部、党外干部工作，加大轮岗交流力度，加强省局所属中波(实验)台干部队伍建设，推进干部能上能下，切实加强干部人才队伍建设，促进人才队伍建设有序搭配、结构合理。坚持严管和厚爱结合、激励和约束并重，健全完善激励机制，旗帜鲜明为为民服务、求真务实、勤勉敬业，敢于担当、奋发有为的干部搭建成才平台，用好、留住人才。（省局机关党委(人事处)牵头，无线台站管理中心等配合）

44. 加强干部教育培训，不断提升广播电视人才队伍的专业素养、综合能力素质。加强机构改革后广播电视职能、职责、地位和作用定位的宣讲宣传，切实增强从业人员对本系统、本行业的荣誉感、归属感。把“三严三实”和“忠诚干净担当”要求贯穿干部教育培训全过程，把增强“脚力、眼力、脑力、笔力”教育实践贯穿干部教育培训全过程，加强实践锻炼和教育培训，注重培养提升专业知识、专业能力、专业作风、专业精神，努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的广播电视工作队伍。（省局机关党委(人事处)牵头；云南广播电视台、云南广电网络集团有限公司，各州市广电局配合）

（二十三）强化政治建设

45. 旗帜鲜明讲政治，把党的政治建设摆在首位，坚决落实管党治党和全面从严治党政治责任，持续抓好党的创新理论武装，全面加强基层党组织建设。坚持抓好主题教育、教育实践和党员干部教育培训，推动习近平新时代中国特色社会主义思想学习贯彻往深里走、往心里走、往实里走。严格落实组织生活制度，进一步增强党内政治生活的政治性、时代性、原则性、战斗性，坚持党的领导、涵养政治生态、提高政治能力、防范政治风险，坚决做到“两个维护”。树立党的一切工作到支部的鲜明导向，打造坚强战斗堡垒，发挥好党员的先锋模范作用。（省局机关党委(人事处)牵头，机关各处室，局属各单位按照职责分工负责）

46. 深化标本兼治，一刻不停歇地推进党风廉政建设和反腐败斗争。深入推进全面从严治党，严格落实主体责任和监督责任，全面加强纪律建设，重点强化政治纪律和组织纪律，

带动廉洁纪律、群众纪律、工作纪律、生活纪律严起来。运用监督执纪“四种形态”，抓早抓小，防微杜渐。从严贯彻落实中央八项规定及实施细则精神和省委实施办法，持续开展“四风”问题专项整治，重点纠正形式主义、官僚主义问题。严厉整治发生在群众身边的腐败和作风问题，厚植党执政的群众基础。积极探索开展巡察工作，建立巡察机制，开展对下属单位的巡察，强化对下属单位领导班子的政治监督。加强内部审计管理体制建设，强化内部审计监督。增强监督合力，使各方面监督形成有机整体，把权力关进制度的笼子，努力营造风清气正的干事创业环境。(省局机关纪委牵头，机关各处室，局属各单位按照职责分工负责)

云南省广播电视局

2019年9月2日

(4) 张宏森出席 49 期高新技术培训班开班式

时间：2019-09-04 22:08:47 来源：慧聪广电网

【慧聪广电网】9月4日上午，国家广电总局科技委员会“第49期广播电视高新技术培训班”开班式在北京举行，总局党组成员、副局长张宏森出席并发表重要讲话。开班式由总局科技委员会副主任、总局监管中心主任陶嘉庆主持，总局科技委员会高级顾问陈智教、秘书长周志强以及350名学员参加了开班式。



国家广电总局科技委员会“第49期广播电视高新技术培训班”开班式



国家广播电视总局副局长张宏森



国家广播电视总局监管中心主任陶嘉庆

张宏森同志在讲话中指出：广播电视发展面临新的风险挑战，中央关于加快推动媒体融合发展、构建全媒体传播格局的战略决策，又赋予了我们新时代广播电视工作者新的使命。我们比以往任何一个时期都更需要加强学习、统一思想、凝聚共识、理清思路。结合新时代广播电视的新定位、新要求，结合当前总局和广播电视行业发展中的重大任务、重点工作，结合培训主题，他提出了三点要求：一是坚守初心、勇担使命，以技术创新、理念创新引领服务创新、业态创新、模式创新，推动媒体深度融合，推动智慧广电发展；二是统一思想、凝聚共识，合力攻关、共克难题，全力建设广电 5G 网络，共同推动广播电视高质量发展和创新性发展；三是坚持一体化发展的理念，提高网络安全意识，加快现代监管体系建设，不断强化广播电视安全保障能力。张宏森同志还介绍了广电开展 5G 工作的主要任务和推动全国有线电视网络整合的重要举措。



国家广电总局科技委员会“第 49 期广播电视高新技术培训班”现场

“第 49 期广播电视高新技术培训班”的培训主题是“广播电视科技发展与管理”，培训对象主要是 2018 年机构改革后地市级及以上广播电视局、广播电视台、网络公司新任职的主要负责人、技术负责人，总局、省级广电局、总局直属单位科技委委员、专业委委员。在为期三天的培训中，来自总局科技委员会、相关司局、直属单位的领导和系统内外的知名专家将讲授广播电视与视听新媒体监测监管、广播电视安全传输保障、国际媒体技术发展、大数据和云计算应用、媒体融合与县级融媒体中心建设、网络空间安全态势与新进展、人工智能媒体应用、广播电视媒体信息技术规划等课程。

（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. 索贝再度携手华为发布超高清分布式内容制作联合解决方案

2019-09-19 10:39:41

9月18日，在上海举行的一年一度华为全联接大会上，索贝携手华为正式发布基于VIDA架构的超高清分布式内容制作联合解决方案，利用文件及对象接口提高制作和打包合成效率，做到秒级拼接，帮助客户迎接5G+超高清时代，不断释放数据价值，两个民族企业再次合力，将超高清视频产业推向新高度。



强强联合 巅峰与共

预计到2022年，我国超高清行业产值将会超过4万亿元。随着5G网络的兴起，除了传统广电领域，超高清视频产业还会在安防监控、医疗健康、智慧交通等行业大放异彩。随之而来的是，视频数据将以几何倍数增长，为了全面支持超高清发展，在早些时候，索贝已联合

华为推出双品牌存储产品 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。同时，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。

另一方面，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。

生态共赢 未来可期

除了 FusionStorage-VIDA，索贝&华为联合解决方案还将充分利用基于索贝 EditMax/Nova 非线性编辑系统的超高清网络化内容制作能力，以及基于鲲鹏 920 的分布式存储专属硬件的强劲算力，并通过华为鲲鹏生态，对超高清行业应用提供有力的技术支持。

在超高清内容制作领域，索贝始终业界领先，目前，索贝几乎服务了国内所有已经开展超高清工作的广电单位，包括中国中央广播电视总台、广东广播电视台、上海东方传媒集团有限公司（SMG）、贵州广播电视台，不仅如此，在 2018 体育大年中，索贝携手总台，先后和平昌冬奥会、俄罗斯世界杯、雅加达亚运会前场完成 4K/HD 比赛信号收录、新闻专题录像节目制作播出、前后场素材传输协同生产、新媒体直播发稿、素材归档等一系列转播业务，助力总台在全球媒体同行前展现出中国国家电视台在体育赛事报道方面的强大实力和领先技术，开启中小型移动外场 4K HDR 转播的新篇章。可以说，不论是从赛事到专题到晚会，还是从外场到演播室，再从单机到网络化，索贝的超高清建设成果累累。

7 月，华为刚刚宣布未来五年内投资 30 亿元打造“鲲鹏生态”，这次联合解决方案，正式将“鲲鹏生态”的板块扩大到超高清视频领域，可以预见，一个以鲲鹏和昇腾处理器为核心、贯穿整个 IT 基础设施及行业应用，包括 PC、服务器、存储、操作系统、数据库、云服务及行业应用等在内的一个开放、合作、共赢的“鲲鹏生态”的雏形已现，外延还在持续不断扩大。

（本期结束）