

广电行业综合信息

2017 第 7 期（总第 72 期）

中国广播电视设备工业协会

2017 年 8 月 2 日



目 录

一、行业信息.....	5
(一)、新技术和市场动态.....	5
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态.....	5
(1) 国家评估广电 700MHz 频谱 移动通信之梦堪忧.....	5
(2) 广电用好 700M 很重要, 目前开启融合网二轮试点建设.....	6
(3) 法国监管机构考虑适用于 UHDTV 服务的新地面数字电视复用.....	7
2. 移动电视及 CMMB.....	7
(1) 移动设备促使 2017 年视频观看量上升百分之二十.....	7
3. 直播星和户户通、村村通.....	8
4. 有线电视.....	9
(1) 【现场】有线参与智慧城市的秘笈就这四个字——先纵后横.....	9
(2) IPTV 用户破一亿 广电系是时候抛弃有线电视拥抱电信运营商了.....	10
(3) 【国网行业观察】建设有线电视网络专项统计体系, 支撑行业转型发展决策.....	13
(4) IPTV 缘何代替 DVB 成为电视台节目传输主力军.....	14
(5) 【独家】罗小布广电问题思考系列八: “有线”你准备好了么.....	15
(6) 广电总局:推进有线电视网络整合取得实质进展.....	17
(7) 【集客干货】这就是有线网络的优势, 攻下政府专网这块高地.....	18
(8) 有线电视用户规模不断扩大市场潜力有待激发.....	20
(9) 【热点】虽然有点晚, 毕竟还是来了! 细数国网“带头大哥”的心路历程.....	21
(10) 运营商 IPTV 快速增长:广电有线电视该怎么办.....	22
(11) 上千万广电有线电视用户选择不再续费 背后的真实原因.....	23
(12) 【现场】国网新思路! 曾庆军谈广电网络融合发展的 CHINA 模式.....	24
5. 前端、制作与信源.....	25
(1) Avid Pro Tools S6 助力上海东方传媒技术有限公司打造全景声终混棚.....	25
(2) 重磅! 全国首个超高清内容制作生产基地将在四川落户.....	25
(3) Cobalt Digital 推出广播音频处理器 AUD-PRO.....	26
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	27
(1) 构建“一触即成”场景式生活体验: NXP 与咪咕视讯推出 NFC 智能机顶盒.....	27
(2) 天猫魔盒遭全线下架, 互联网电视盒子难逃夭折命运.....	28
(3) 内蒙古广电网络发布智能机顶盒(TVOS2.0)产品.....	29
7. 新媒体.....	30
(1) 7 月 11 日, 中国互联网电视生态论坛将盛大开启.....	30
(2) 大视频生态来临, 电视究竟要扮演什么样的角色呢.....	30
(3) 视频与电视台争食互联网电视, OTT 代替 IPTV 趋势已在演进.....	37
(4) 酷开模式引发 OTT 投资新热点.....	40
(5) 互联网电视行业的 4 个陷阱: 自己、政策、资本和战略.....	42

(6) “十二五” 国家科技支撑项目顺利通过验收.....	43
(7) 广西移动 IPTV 招标结果异常 是市场在暗示什么.....	43
(8) 中国促进亚太区 OTT 电视和视频繁荣.....	44
8. 媒体融合.....	44
(1) IPTV 已成媒体融合试验田, 广电未来发展之路在哪里.....	44
(2) 北京公布首批媒体融合发展重点实验室.....	46
(3) 努力开创广电媒体融合新篇章, 王效杰寄语“第四届中国广播电视紫金论坛”.....	46
(4) 【现场】技术引领媒体融合, 中广联合会王联论道紫金论坛.....	47
(5) 中央电视台加快推进媒体深度融合.....	48
9. 虚拟现实/增强现实 (VR/AR) 技术.....	48
(1) IBC 2017 从各个角度考察 VR 和 AR.....	48
(2) 国内首次广电 VR 试播箭在弦上.....	49
(3) BBC 研究: 消费者依然怀疑 VR 未来.....	49
10. 国际动态.....	50
(1) 联合国呼吁加强宽带基础设施建设.....	50
(2) 美国 UHD 发展加快.....	51
11. 走向海外.....	51
(1) 移动分销对于非洲 OTT 的发展的重要性.....	51
(2) 中兴与 Conax 达成全球 IPTV 经销协议.....	51
(二)、重要政策进展.....	52
1. 三网融合.....	52
(1) 传广电或参与联通混改 三网融合再迎突破.....	52
2. 宽带中国.....	53
3. 相关政策法规.....	53
(1) 国家无线电办公室明确 2017 年广电 700MHz 频谱走向.....	53
(2) 工信部: 加快人工智能、虚拟现实等技术的研发和商用.....	54
(3) 互联网电视监管政策编年史(2004—2017).....	54
(4) 《无线电频率使用许可管理办法》自 9 月 1 日起施行.....	58
(5) 【特急】工信部联通信【2017】92 号, 广电纳入共建共享组.....	58
4. 与广电相关的标准.....	59
(1) ATSC 3.0 标准制定进展 (2017.6).....	59
(2) 4K 电视标准与应用发展座谈会召开.....	60
5. 广电行业动态与分析.....	60
(1) 甘肃融合网试点项目通过总局验收.....	60
(2) 【现场】坐而论道 起而行之——广电网络定位是关键.....	64
(3) 总局开展新闻出版广播影视重点工程督查.....	64
(4) 联通混改再传绯闻: 广电携 700MHz “黄金频段” 入股.....	65
(5) 广电渠道再不发力, 市场更要被电信互联网蚕食光了.....	65
(6) 广电总局批准湖北广电开展广播电视有线无线融合网试验项目.....	66
(7) 广电总局:推进有线电视网络整合取得实质进展.....	67
(8) 广电总局两个重点实验室在京挂牌.....	68
(9) 国家新闻出版广电总局副局长田进到河南有线调研.....	68
(10) 广电蓝皮书发布: 广播电视服务业创收 4322.4 亿.....	69

(11) 【热点】广电!“十三五”规划喊你亮起国家应急广播的小喇叭.....	69
(12) 广电系欲整合旗下全国宽带业务 专家称暂不具备竞争优势.....	70
(13) “第六届广电传媒产业论坛暨第四届中国广播电视紫金论坛”在宁召开71	
(14) 【现场】广电马上要用的黑科技,你准备好了几样.....	72
(三)、领导讲话.....	76
二、会员企业信息.....	77
1. 安徽现代成功中标广州市从化区广播电视图像比对监测系统.....	77
2. 中国(首届)智能舞台技术研讨会在京成功开展.....	77
3. 中共北京北广科技股份有限公司第一次代表大会胜利召开.....	77
4. 抓好国企党建 助推公司发展--2017年党委工作会议召开.....	79
5. KXWELL 助力司法公开,提供广播级无人化拍摄方案.....	80
6. 公司喜获“安全生产标准化三级达标”证书.....	80
7. 强化安全红线意识 筑牢安全发展基础.....	81
8. 英属直布罗陀政府代表一行到访北电科林.....	82
9. 熊猫股份召开 2016 年度股东大会.....	82
10. 远东通信 Acro@LTE 宽带集群产品顺利通过 B-TrunC 认证专家评审.....	83
11. 求突破 增动力 ——公司坚决完成全年经营目标不动摇.....	83
12. 体验新奥特 VSE 慢动作:更高效的移动外场制作.....	84
13. 康佳喜获红点产品概念大奖.....	84
14. 中标喜讯:中标贵州广播电视台贵阳市区调频广播应急灾备系统采购项目 A 包	85
15. 浙广科技携全系列 RFOG 产品亮相 ANGA COM 展会.....	85
16. 丰天鼎业 2017 年上半年总结暨下半年计划会议圆满召开.....	85
17. 大洋视频人工智能领域科研人员入选青年人才托举工程.....	86
18. 德芯科技 2017 年夏季展会预告.....	86

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) 国家评估广电 700MHz 频谱 移动通信之梦堪忧

(2017-07-13 09:59 来源：通信世界网)

沉寂数月的广电 700MHz 频谱最近又有新动向，有消息称：广电拟为中国联通提供 700MHz 频谱，以换取中国联通的股权，然而该消息并未得到各方证实，尚存在很大的不确定性。但是，出自工信部无线电管理局(国家无线电办公室)的消息却明确了 2017 年广电 700MHz 频谱的走向。

工信部开展频谱使用评估专项活动

早在 2016 年 3 月，工信部无线电管理局(国家无线电办公室)下发通知，要求各省(区、市)无线电管理机构部署开展频谱使用评估专项活动，由此拉开了全国频谱使用评估专项活动的帷幕。2016 年，主要针对公众移动通信业务的频谱使用进行专项评估，为我国 5G 频谱规划以及 2G、3G、4G 频率的优化调整提供重要依据。在评估中，采用移动和固定监测相结合的方式数据进行采集与分析，从时域、频域和空域 3 个维度，综合评估相关频段的频谱使用情况。在该项活动中，各地无线电管理机构均开启固定监测站并派出移动监测车，全面开展对相关频段的监测和对监测数据的采集工作。

例如，四川省测试范围覆盖了全省 21 个市(州)县级及以上城市建成区超过 90% 的快速路、主干道、次干道等城市道路，测试里程达 1.24 多万公里，可见频谱评估工作之艰巨与繁杂。

据统计，在 2016 年的移动通信频谱使用评估工作中，全国无线电管理机构累计投入固定监测站 1059 座、移动监测车 391 辆，监测总时长达 17.82 万小时，移动监测车行驶总里程达 38 万余公里，共完成公众移动通信网络 7 种技术体制、25 个频段以及相关业务的数据采集，全面掌握了全国公众移动通信等业务的频谱使用状况。

在此基础上，2016 年 11 月，工信部无线电管理局(国家无线电办公室)下发《关于开展无线电频谱使用评估常态化试运行工作的通知》，对频谱使用评估常态化工作进行了全面部署。继而，工信部无线电管理局(国家无线电办公室)确定：2017 年频谱使用评估工作的重点是广播电视频段，并在 2017 年 1 月下发通知要求各省(区、市)无线电管理机构结合打击黑广播等非法设台行为，对广播电视频率实施评估，全面了解广电有关频段的实际使用情况。

700MHz 何去何从由国家决定

工信部无线电管理局(国家无线电办公室)相关领导指出：今年开展的以广播电视业务频段为重点的频谱使用评估，是去年频谱使用评估工作的延续，标志着此项工作已逐步走上常态化的轨道。同时，明确为满足经济社会发展对频谱资源日益增长的需求，无线电管理机构一方面要准确把握无线电技术应用的趋势，切实做好无线电频谱资源的需求预测和前瞻性研究，科学规划、合理配置有限的频谱资源；另一方面，要通过开展频谱使用评估，全面梳理现有无线电业务的用频情况，摸清有关业务频率的使用底细，为相关频率规划、分配、调整和回收提供依据，以此推动频谱资源领域的供给侧结构性改革，提升频谱资源的使用效率。

显然，2017 年组织开展广电频谱使用评估，有助于无线电管理机构摸清现有广电业务的实际用频情况，进而更加科学地评估用频需求，实现频谱资源的精准供给。因此，开展广

电频谱使用评估是推动频谱资源领域的供给侧结构性改革、缓解频谱资源结构性供需矛盾的一项基础性工作。

而国家评估后，广电数字化后节省的 700MHz 频谱的数量和频段就可以得到明确，有利于国家收回并重新分配。至于多少用于移动通信，也由国家决定，广电应有建议权。

由上可见，广电 700MHz 频谱已纳入国家频谱评估系列之中，打破了广电号称的“部门”所有的臆想，以及拟以 700MHz 频谱进入移动通信领域的计划，彰显了频谱资源国家所有的根本特征。

（2）广电用好 700M 很重要，目前开启融合网二轮试点建设

（来源：科讯广电网 王建利 2017 年 07 月 13 日 10:54:42）

7 月 12 日，湖北省广播电视信息网络股份有限公司发布《关于国家新闻出版广电总局同意公司开展有线无线卫星融合网试验项目》的公告。公告表明，“近日，公司收到《国家新闻出版广电总局科技司关于同意<有线无线卫星融合网试验项目 —湖北省神农架林区试验技术方案> 的批复》（技网字 [2017]308 号），同意公司开展广播电视有线无线融合网试验。”在第一批广电 700M 试点全部通过验收后，第二轮试点也正紧锣密鼓地开展。

公告显示，“目前，公司通过广播电视网络及互联网数据中心为政府、企业及个人用户提供有线电视传输、宽带接入业务等服务，致力于湖北省智慧城市、数字家庭、宽带乡村、平安城市、雪亮工程等建设，是湖北省信息化建设的重要力量之一。试验期间公司将按照《广播电视有线无线融合业务试验项目及无线频谱使用暂行管理办法》的要求，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，探索运用技术创新广播电视和互联网传播方式，形成有线无线融合发展的综合信息服务传播体系，拓展智慧城市、视频监控、智慧家庭和物联网业务的发展空间，实现电视和互联网业务融合发展。”

有线无线融合网是国家重要战略信息基础设施，通过有线无线融合网建设可满足广播电视网络升级和业务发展的需求，实现多屏互动电视户外延伸、有线无线融合、无线物联网等功能。湖北广电网络试点 700M 建设将有助于加速湖北宽带网络和智慧城市建设，探索广电网络融合业务发展。700M 频谱不仅要好用，而且要用好？

前几日，一条“广电愿意为中国联通提供 700M 频谱以换取中国联通的股权”的消息不胫而走，讨论更多的不是关于此条信息的真假问题，而更多关注的 700M “黄金频段”真正归属联通后产生的影响。一种声音认为“中国联通如果真获得 700M 的使用权，那么在 5G、NB-IoT 等领域将获得弯道超车的机会”。而在此基础上，一些媒体甚至推测出，广电和中国联通携手利用 700M 可以挖掘物联网金矿。当然一篇“700M 频段是国家战略资源，岂容广电私相授受？”似乎泼了一盆“冷水”，把人们浇醒。

冷静思考一番，国家确有条例规定，无线电频谱资源确实属于国家所有，“无线电管理局作为工信部直属机构，负责无线电频谱的划分、分配与指配”。但是由于历史遗留问题，上世纪 700M 被分配给各省、市、县的广播电视台，用于承载模拟广播电视信号。目前来说，700M 仍由广电系统使用。但随着技术进步，模拟电视逐渐数字化，大部分 700M 频谱资源逐渐闲置，700M 的重新分配开始引发热议。

在 2016 年 11 月 25 日，国务院公布新修订的《中华人民共和国无线电管理条例》，这是该条例自 1993 年颁布以来的首次修订。条例规定了频率回收制度，“无线电管理机构有权对取得无线电频率许可超过两年不使用，或者使用率达不到许可证规定要求的机构及企业撤销其无线电频率使用许可，收回无线电频率。”这表明广电完成模拟转数字后，如果广电在 700M 上无作为，700M 频段或将重新分配。

700MHz LTE 网络在无线覆盖上具有良好的性能，可能帮助广电低成本实现双向网改造，解决广电网络无线数据服务，融合解决广电局部面向家庭的收视和上网服务。广电目前

进行的有线无线融合网项目就是对此做的重要探索。并且广电在去年获得《基础电信业务经营许可证》，用 700MHz 无线频谱发展 4G 也并非不可。手握“虎符”的广电不仅要用 700M 无线频谱，而且必须用好，才不至于白白把手里这块肥肉拱手让人，真到 700M 被收回的那一天，就尴尬了！

（3）法国监管机构考虑适用于 UHDTV 服务的新地面数字电视复用

（2017-07-31 - 来源：依马狮广电网）

法国媒体监管机构 CSA 开启对法国地面数字电视平台未来的公众咨询，介绍推出一个新的可用于播出 UHD 服务的多城复用的想法。

为提高包括 UHD 等的新服务的质量以及为它们腾出空间，该咨询还将考虑将该平台迁移到 DVB-T2 和采用 HEVC 编码的可能性。与英国或德国不同，但与西班牙一样，法国还没有在其平台上引入 DVB-T2 服务。

CSA 的咨询文件指出，考虑到消费者需要在家中采用新设备，从现在起的大约五年或六年以前，在国家层面对全部复用不可能发生应与引入 HEVC 相协调的 DVB-T2 转换。

CSA 因此正在考虑推出一个利用当地可用频率的新多城复用的可能性，这可以在较短的时间内播出 DVB-T2 和 HEVC 以及传输 UHD 服务。通过部分覆盖巴黎、马赛、里昂、图卢兹、波尔多、南特和格勒诺布尔，这可能覆盖 60% 的人口。

CSA 称在第二阶段，可能扩大到靠近边境的城市。它表示覆盖 70% 的人口的心雄心勃勃，但只要协同工作顺利完成，是可能实现的。

根据 CSA 的描述，该复用可以实现现有服务的 UHD 同播，或新的专门 UHD 内容。服务是基于付费电视模式还是免费广播尚待确定。

CSA 表示新复用的工作可能马上开始。国际频率协调协商预计今年年底开始。

此复用可能在 2019 年 6 月后推出，与将现有的地面数字电视服务移出 700MHz 的工作同时进行。

除了考虑 UHD TV 的前景，该咨询还将考虑如何引入更多的基于 HbbTV 和基于推送的交互服务。

这将包括引入如回看这样的服务以及一个统一的 HbbTV 服务指南。它还将考虑如利用回程数据为用户提供有关内容推荐的特性以及引入精准广告。

该咨询的最后期限为 10 月 13 日。

2. 移动电视及 CMMB

（1）移动设备促使 2017 年视频观看量上升百分之二十

（2017-07-25 09:44 来源：广电猎库）

咨询公司 Zenith 的报告《2017 年网络视频预测》显示，2017 年的网络视频观看量将上涨 20%。全球用户人均每日的网络视频观看时间将到达 47.4 分钟，较 2016 年的 39.6 分钟有所上涨。这一增长主要源自于用户在移动设备上的观看量上涨。在移动设备（包括智能手机和平板）方面，2017 年全球每日人均观看时间达 28.8 分钟，涨幅为 35%；固定设备方面（台式电脑、笔记本电脑和智能电视）这一数据为 18.6 分钟，涨幅仅为 2%。

在英国地区，用户网络视频观看时长达每日 53.3 分钟，去年这一数据为 47.9 分钟。移动设备方面的观看时长约翻了一番，从 10.9 分钟上涨到 20.3 分钟。

《2017 年网络视频预测》是 Zenith 公司《网络视频预测》年鉴报告的第三版。它包括网络视频消费和广告方面的历史和预测数据，以及行业专家对于个别市场发展的评论。该版本覆盖 63 个主要市场，去年仅包含 57 个市场。网络视频包括所有通过互联网连接观看的

视频内容,包括 Hulu 等广播公司运营平台的视频、Netflix 等 OTT 订阅服务的视频、YouTube 等视频分享网站以及在 Facebook 等社交媒体上观看的视频。

在过去的几年中,所有视频平台上的可用视频内容急剧增加,但社交媒体平台快速的接纳了这些视频。通过添加工具,鼓励用户和品牌创建和分享视频,还提供了包括体育赛事等内容的直播业务。在许多市场,Facebook 如今已成为仅次于 YouTube 后的第二大视频内容供应商。

报告还显示,固定设备上的视频观看量在今年达到峰值,移动设备方面则继续增长。

2017 年将是固定设备上视频收看的峰值年,全球消费者每天平均观看时间为 19 分钟。随着消费者将注意力逐渐转移到移动设备上,智能电视上的视频观看量继续上升,但不足以弥补台式机和笔记本电脑方面观看量的迅速下降。我们预测固定设备观看量将在 2018 年以及 2019 年分别缩减 1%和 2%。

今年的移动视频观看时长为人均每日 29 分钟,但伴随着移动设备的普及,更好的显示器以及更快的移动数据连接,人均观看时长涨幅将在 2018 年及 2019 年分别达 25%和 29%。到 2019 年,移动设备占有所有网络视频观看的比例将由今年的 61%上涨到 72%。

网络视频广告费用在 2017 年上涨 23 个百分点。

视频消费的快速增长导致视频广告业务同样呈现快速增长的趋势。我们预测全球网络视频广告支出将由 2016 年的 222 亿美元增长至 2017 的 272 亿美元,涨幅 23%。今年,我们预测英国的网络视频广告支出将从 11 亿英镑上升到 17 亿英镑。

年增长率在 2014 年达到峰值,为 37%,但随着网络视频广告规模的扩大,年增长率在逐渐下降。我们预测 2018 年的年增长率将为 21%,2019 年这一数据将为 17%,届时网络视频广告支出总量将达 387 亿美元。

视频正在成为消费者互联网体验的组成部分,对于数字显示广告市场而言,网络视频广告变得越来越重要。到 2019 年,网络视频占数字展示广告总支出的比例将达 31%,高于 2017 年的 28%以及 2012 年的 21%。

移动网络视频广告支出将在 2018 年首次超过固定视频广告支出。

尽管大多数网络视频观看量是通过移动方式实现的,但大多数广告支出源自于固定设备的网络视频上。我们估计今年的固定视频广告费用为 152 亿美元,移动视频广告费用为 120 亿美元。与在移动设备上观看视频相比,在固定设备上观看视频通常需配备更大的屏幕,且环境的干扰因素更少。因此,这些视频可以更有效地传达品牌信息,从而可以在广告商那里争取到价格溢价。明年,不仅移动视频观看量要超过固定视频观看量,同时,移动视频广告支出(180 亿美元)要超过固定视频广告支出(150 亿美元)。

Zenith 公司的预测主管兼全球情报总监 JonathanBarnard 说:“网络视频是增长最快的广告渠道之一,引发了品牌对高品质内容的巨大需求。能够以最优质的内容吸引到大多数消费者关注的视频平台将获得最高的收益。”

Zenith 公司的全球品牌总裁 VittorioBonori 说:“网络视频使得品牌有机会利用强大的数字技术使消费者作为个体而非统计群体融入其中,这种高度参与度的环境中使得电视广告对品牌建设如此行之有效。电视和网络视频互为补充,共同发挥作用,前者为消费者提供了接触和共享体验,后者则提供了用户定向和个性化体验。”

3. 直播星和户户通、村村通

(本期无)

4. 有线电视

(1)【现场】有线参与智慧城市的秘笈就这四个字——先纵后横

(2017-07-04 15:22 来源： 中广互联独家)

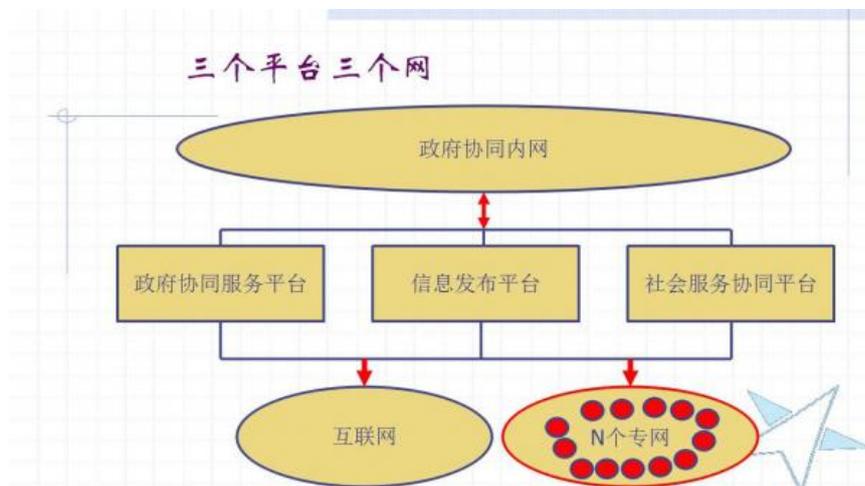
罗小布认为，集客业务要想顺利开展必须要具备五大基本保障，即组织保障、网络保障、平台保障、技术保障和服务保障。广电集客部门的属性需要为事业部制，因为客观上，集客部门需要更大的经营权，才能够能够快速决策和调度资源，实现产品和市场的独立性或独特性。

除此之外，集客还需要基本的网络条件：1.独立的不连接互联网的、公共集客业务网；2、独立的公共集客互联网；3、独立的、独享的集客业务网。具体来说，现代集客业务的网络条件要求固网+无线网和多 SSID 的 WIFI。

再次，集客需要全面的平台系统。该平台需拥有基本的能力系统，包括通讯能力、会议电视系统能力、网管能力、IDC 能力、云计算能力、手机平台能力，以及集客 BOSS 支撑系统。

在技术支持方面，集客业务需要网络工程支持、技术方案支持——SE 是集客部门的必需和第三方协同技术支持、而服务保障则需要独立的客服系统、快速响应的体制和机制。

五大基本保障处理妥当后，广电同仁们还要找准方向，以智慧城市为中心进行全面覆盖。罗小布认为，政府的“三网融合”（政务网、民生网、安保网）是智慧城市的核心。而智慧城市的建设首先要理解政府的三个 Web 思想：1、内部的 Web：专网，独立的业务系统 2、协同的 Web：政府部门之间的信息共享，专网 3、外部的 Web：直接对百姓服务，互联网和专网的协同。





有线经营政府的秘笈：顺应体制

- ◆ 一个政府机构，一个完全独立的网
- ◆ 不引入家庭，即不接电视
- ◆ 不对接有线的平台，而是对接各个政府机构的平台
- ◆ 讲政治：敬畏体制、顺应体制、加强体制



可视电视电话通讯网



(2) IPTV 用户破一亿 广电系是时候抛弃有线电视拥抱电信运营商了

(2017-07-04 17:32 来源： 有点儿内容)

该来的终究要来。当有线电视谈 IPTV 色变的时候，IPTV 已经悄无声息地迈过了一亿大关。据工信部数据显示，截至 2017 年 5 月末，我国 IPTV 用户总数突破 1 亿，1-5 月净增 1372 万户。

而有线电视 2017 年一季度用户总量降至 2.51 亿户，环比减少 172.8 万户。增减之间高低立现，广电系是否到了抛弃有线电视拥抱电信运营商的时候了？

A、有线电视为何会被时代抛弃？

其实抛弃有线电视的并不是广电系而是时代。有线电视曾经辉煌过，他们凭借 DVB 的成熟模式叱咤市场十几年，每个月都会有固定的收入。不管用户活跃与否，只要你不销户就会持续为有线电视做贡献。

但是随着互联网的普及，尤其是视频网站的冲击，用户们的收视体验发生了改变，但是

有线电视还以不变应万变的方式面度这个日新月异的时代，难免会出问题。

值得注意的是有线电视虽然有 2.5 亿用户，但是其中双向互动的有线用户不到 7000 万，这就为有线的转型设置了巨大的障碍，他们的传输系统无法满足当下用户的互动化需求。

虽然有线也在尝试增值服务，但是用户的接受度和渗透率其实不高，在运营上的无力、以及盈利方式上的单一，正在让有线电视成为明日黄花。

B、IPTV 是运营商的自留地还是广电系的试验田？

与有线电视的 DVB 点播不同的是，IPTV 自问世起就是对用户既有收视习惯的一种颠覆。直播、回看、时移三大功能将原本线性传输的电视节目变成了非线性的节目流，用户可以自己挑选节目而非收看节目。

这种体验与互联网的互动性体验是一致的，IPTV 在市场摸索中还建立起自己一套成熟的盈利机制，成为继有线电视后广电系创收的主力军。

当然很多人对于 IPTV 的认识还停留在电信运营商+百视通的时代，觉得 IPTV 是电信运营商的自留地，是广电系的竞争对手。殊不知政策的支持正在让 IPTV 成为广电系媒体融合的试验田。

三网融合推广方案的 IPTV 总分平台建构体系，已经杜绝了电信运营商关起们来自己玩的可能性，在政策的扶持下，广电系正在竭力向 IPTV 渗透。这不由爱上电视传媒有限公司主办的“2017IPTV 总分平台业务交流会”，近日就在广西南宁举行，首次齐聚了全国 31 省的新媒体播控平台，也体现出广电总局和各地新媒体对于 IPTV 业务的真正重视，而所谓的“从新出发”也是别有意味。

众所周知，爱上总平台和各个地方省级播控平台在对接时并不愉快，不知道这次从新出发，能否理顺大家的利益共同点，一起推动 IPTV 市场规范发展，让广电系重新掌握 IPTV 发展的主动权。

C、博弈中向前：广电系的 IPTV 发展并非一帆风顺

即使有政策支持，广电系的 IPTV 发展之路也非一帆风顺，广电系的 IPTV 之路在多方角力之下艰难前进。

a.认识不足：省级播控平台建设艰难

老实说并不是所有的广电人都能够认识到 IPTV 对拓展电视业务的重要性，这种不重视不清楚不知道是从上而下的。这也从另外一个角度说明了为何三网融合方案全面推广以来，省级播控平台通过验收的省份寥寥无几，毕竟在我们的国度领导不重视的事情向来推进缓慢。

而底层员工甚至 IPTV 从业人员对于 IPTV 业务的熟悉度也让人担忧，和运营商对 IPTV 的了解相比，广电系有很多的功课要补上。

b.利益不同：总分平台商务谈判各自为政

如上文所述，中央播控平台和省级播控平台同为广电系把控，按道理说本是一家，但遗憾的是两方并没有站在一起。总分平台与运营商的谈判过程中，广电系各自为政的现象十分突出。

地方广地和运营商大多数还能够以发展的眼光一起协商共同运营 IPTV，但是爱上总平台却总有一种我是老大说啥是啥赚一笔是一笔的态度，让地方广电在谈判中处于十分尴尬的地位，各地三方协议的签署以及总分平台的验收迟迟未决与此不无关系。广电系的分歧让地方广电怨言颇多，前文所述的“从新出发”或许与此有关。

c.队友拖腿：不同运营商发展成果迥异

IPTV 在发展过程中除了要面对播控方的内耗，还要面对合作运营商的不作为。目前的 IPTV 架构是广电系负责视听内容，运营商负责内容传输和用户发展。但是不同的运营商在用户发展的成果上是迥异的。

以中部某省为例，该省的电信运营商 IPTV 用户已经发展到了 400 万，但是联通运营商的用户却仅仅只有 5 万，巨大的差距虽然和 IPTV 发展的时间以及宽带用户的体量有关系，但是同时也暴露出了不同运营商在发展 IPTV 能力上的差异。如何协同各方戮力同心发展用户也是广电系必须面对的问题。

d.盈利粗放：行业天花板效应即将来临

目前看来，今明两年是 IPTV 发展的窗口期，在这段时间内 IPTV 将获得飞速发展赢得用户红利。但是随着用户的累积，用户基数也将触到天花板，后期靠跑马圈地依赖用户增长的方式来盈利难度陡增，IPTV 或许会面临着和有线电视一样的盈利困局。

不仅如此，随着移动 IPTV 牌照的申请以及获得，未来三家运营商共同抢夺 IPTV 用户，难免会发生价格战的情况。作为内容提供方的广电侧，如果单靠用户分成其实重复的是有线的老路，只有从视频内容基础运营到精细化运营，才是广电侧的出路。

D、智能与跨屏，未来的 IPTV 发展之路

从短期来看，目前 IPTV 的发展基本上满足了市场需求，但是其自身的诸多弊病也需要解决，不仅如此，IPTV 还面临着 OTT 和移动端的夹击，要想继续保持较快发展，仍有许多课题要做。

a.运营：打造智能化、精细化、差异化运营体系

这其实是针对 IPTV 的内容运营来说的，要求 IPTV 要立足已经取得的大数据，做好千人千面的智能推荐，读懂用户此刻的需求，并且创造用户下一刻的需求。当然用户的习惯也是需要引导的，这就需要内容运营的时候还要注意推荐的专业性。

节目运营编辑要根据热点，根据自己所熟悉的内容优秀的程度，尊重用户的时间，给用户推荐精细化的内容。

一个家庭的用户年龄阶段是不同的，这就要求我们给以他们推荐的内容也是不同的，这就对我们的推荐内容提出了差异化的需求。

只有积极拥抱新技术，做好智能化的运营，才能从传统的播控运营真正走向内容运营。

b.跨屏：大小屏联动决定 IPTV 发展新出路

视听产业红海搏杀早已进入血雨腥风的地步，IPTV 在竭力分得一杯羹的同时，天花板也是隐约可见。守住大屏只是规定动作，大屏之外的用户争夺也成为 IPTV 产业关注的焦点。

在移动互联网垄断生活的当下，如何打通大屏与小屏的壁垒，将大屏的内容和小屏的互动紧密结合起来，决定了 IPTV 发展的未来，毕竟电视屏日趋显示器化，而手机屏却成为连通一切的工具。

在这方面东方明珠做了不错的尝试，他们将跨屏业务全部统一在 BesTV 品牌下运营。这些大屏小屏实现了物理叠加，实现了 IPTV3200 万，OTT1980 万，数字电视 5200 万，移动端月活 1000 多万，打造了一个上亿的跨屏用户体系。

c.智能家庭：打造大屏生态智慧家庭布局

目前中国的消费理念正在迅速向全球化、精致、智能等方面转变，日益壮大的中产阶级渴望更加有品质的生活，体验经济、智能、绿色成为体验消费的动因，智能家庭正在成为新的热点。

目前很多厂商都在争夺“客厅入口”、“家庭互联网入口”，而 IPTV 在这其中占据着先天的优势，因为放大到物联网的整个业务矩阵中看，娱乐肯定是整个矩阵的核心部分，IPTV 业务的可拓展性将使得他们在这场战争中抢得先机，如何打造大屏生态智慧家庭，将 IPTV 作为中枢机构与智能家庭连接起来，将成为未来 IPTV 发展的一个新的亮点。

(3)【国网行业观察】建设有线电视网络专项统计体系，支撑行业转型发展决策

(编辑：passion 来源：国网业务部 2017年07月05日 17:05:42)

近年来,我国宽带中国、文化强国战略不断取得新进展,信息和大视频产业的结构不断优化调整,三网融合持续深化推进,有线电视网络行业所处的外部环境出现了巨大的变化,行业步入转型发展的新时期。

在新的形势下,我国有线电视网络已经完成了收视覆盖的历史使命,由封闭垄断型市场环境逐步向开放竞争型市场环境适应,由自发型松散的行业组织逐步迈向统一规划运营的一体化组织,由粗放型企业经营模式逐步向精细化、价值化运营新模式转型。因此,无论是行业管理层面还是企业经营层面,都需要依据外部形势的变化,对自身进行重新定位和规划,及时调整管理体系和经营策略,以匹配新形势的发展要求。

A. 有线电视网络行业专项统计指标体系的建设目标

一是进一步补充和调整统计指标,将可能反映未来行业发展重大变化和新趋势的指标纳入统计范畴,同时统计指标体系也应能够为国家战略及重大政策的实施情况提供基础数据依据。

二是合理提高行业统计的频次,根据指标特性区分月度、季度和年度进行统计上报,以适应目前产业环境动荡调整的阶段性特征,提升行业基础数据信息对市场发展变化的敏感度,为准确衡量行业所处形势、及时制定应对策略提供更为可靠和时效性高的基础信息依据。

三是提高行业统计指标的针对性和准确性,适应广播电视网络行业发展从“节目人口覆盖”向“用户服务”过渡的阶段性特征。

四是进一步提高有线电视网络统计指标的标准化和规范性,提升数据获取质量。

B. 指标体系建设原则

(a)科学性原则

统计指标体系的科学性是确保统计数据合理准确的根本,统计指标的概念要清晰明确,避免出现误解和理解偏差,指标体系的逻辑结构应当清楚合理,同时各构成指标应统一。

(b)可操作性原则

为确保统计数据的可获得性,选取的统计指标必须具有可操作性,要紧密切合实际工作情况,统计指标要概念明确、含义清晰,能够在实际工作中及时获取。

(c)时效性原则

为保证统计指标体系的可持续性,选取的指标体系应当具有时效性,及时反映行业的实际发展情况,并且能够跟踪其变化情况,才能掌握行业发展的动态信息。

(d)系统性原则

统计指标体系的建设是一项系统工程,包括业务发展、分省情况、投资和资产、网络运营等多方面,统计指标的选取应当全面完整,各指标之间应当相互独立,同时具有有机的联系

C. 有线电视网络行业专项统计指标体系建设

在历经多次的市场调研摸底的基础上,建议从用户规模、业务量、网络建设、行业效益、创新能力等六个方面进行统计指标建设,综合考量有线电视网络行业的发展情况。

(a)有线电视网络用户统计指标

有线电视网络用户类统计指标,根据目前各地有线网络运营商提供的业务和服务的现状,可细分为有线电视用户、有线数字电视用户、有线数据用户、有线增值用户、融合业务用户。

(b)有线电视网络业务量统计指标

有线电视网络业务量统计指标衡量全行业频道及互动点播内容的供应情况、行业节目内容采购情况、视频业务总体收视情况以及互联网通信等方面的业务量情况。

(c)有线电视网络能力统计指标

有线电视网络能力指标主要衡量有线电视网的基础能力和资源条件,考虑现阶段的网

络建设重点和发展演进方向,主要选择光缆建设和双向网改相关指标进行考量。

(d)有线电视网络收入统计指标

一般来说,当前我国有线电视网络的营业收入主要由基本收视维护费收入、工程配套费收入、落地费收入、宽带业务收入、增值业务收入、集团业务收入、其他收入及营业外收入构成。

(e)有线电视网络固定资产统计指标

有线电视网络固定资产类指标衡量行业总体的生产投资情况,一般需同时考量上一年度固定资产投资完成情况和本年固定资产投资计划情况,其中根据网络运营实际,投资类目可分为基础网络投资、业务系统平台投资、终端设备投资、机房土建投资四个方面。

(f)创新统计指标和从业人员统计指标

有线电视网络的创新能力主要从研发投入及专利情况来衡量。

D. 统计实施建议

为确保有线电视网络专项目标的实现,建议依托行业管理部门现有体系完善、公信成熟的广播影视统计体系,设立有线电视网络专项统计体系,按照统计规范自上而下统一标准、统一管理,自下而上逐级填报信息资料。结合相关统计指标的特点,建议以年度为单位对网络能力、行业效益、固定资产、创新和从业人员等相关指标进行统计披露,以月度为单位收集市场经营类相关数据指标,包括用户规模、业务量等,进行统计披露,以提升市场灵敏度,切实支撑发展决策。

(4) IPTV 缘何代替 DVB 成为电视台节目传输主力军

(2017-07-17 10:17 来源: 中广互联)

前天,南皮老殷那厮发了个《解读 2016 年中国电视业发展报告,有线电视仅剩 1.5 亿》,我看了很不以为然,这厮光知其然,没告诉大家为何所以然,也看了一些其他媒体的分析,感觉都没说到点子上,老炮儿就利用周末的时间,你们睡觉,我捉刀!

首先这个数据是没毛病的,按照有线电视基本收视维护费为 458 亿、月均收视费 24.5 元计算,2016 年全国有线电视缴费用户仅为 1.56 亿户,要知道 2015 年累计数字可是 2.6 亿户,在群里讨论的时候,常话短说的常小二说,老殷说的 2.6 亿用户,应该视作注册用户,1.56 亿用户是有效用户,这个应做说明。

先来分析 2.6 亿用户的构成,模拟有线电视用户还有 5000 万,这些理论上都是不缴费的用户,因为没有机顶盒和 CA,即使用户不缴费,你也没有能力不让用户看,除非你去他家门口,把入户的 CABLE 同轴给绞了。

其余的 2.1 亿用户是数字有线电视用户,但其中只有 7000 万户是高清互动数字有线电视用户,这是近几年发展起来的,虽然在功能和内容及体验上都优于 IPTV,但几乎已是强弩之末了,再推进很难,为什么呢?

就是因为剩下的 1.4 亿户数字有线电视,是广电总局搞的“免费平移”,已经透支了有线电视网络公司十来年的利润,本来模改数是好事,网络改造+机顶盒,户均成本在 300 元左右,1.4 亿户+7000 万高清互动的平移成本就至少是 1000 亿!

要知道,这 1000 亿养活了多少广电设备厂商和上市公司:永新视博、同洲电子、金亚科技、数码视讯、华为、视达科、中兴。

而各地有线电视网络公司一年的合计基本收视费收入才 458 亿!

2003 年开始搞的免费数字平移工程,号称 2015 年关闭模拟信号广播,结果该关的没关,还有 5000 万模拟用户甩在外面,1.4 亿标清单向盒子发出去以后,各地有线再没有能力再送用户高清互动数字电视机顶盒。

卖吗?用户没有动力了,而且电信和联通开始捆着宽带免费送 IPTV 机顶盒,IPTV 虽然

没有有线的高清互动好，但优于有线的标清单向啊，能互动、有点播，还可以时移回看直播频道。

所以 5000 万的模拟有线和 1.4 亿的标清单向根本没有招架之力，等于是被 IPTV 屠杀，所以 IPTV 应该是从这 1.9 亿用户里，抢走了上亿用户。

习惯了有线的高清互动的，是不屑于电信和联通的 IPTV 的，而模拟有线和标清单向里面，还有有线电视的死忠粉，这些都将是 IPTV 攻城略地 1 亿用户后的新争夺点。

而电信和联通坐拥 1.2 亿和 8000 万宽带用户，还会进一步捆绑和赠送出新的用户，在 1 亿的规模上继续增长。而各地有线的实际缴费用户已经从累计的 2.6 亿户下降到 1.5 亿户，应该还会进一步流失。

一长一消，说明电信和联通已经代替各地有线成为电视台节目传输的主力军。

当然广电网络，除了 1.5 亿户有线电视，还有 1 亿户直播星用户，以及各地林林总总的地面数字无线电视用户。但电信和联通的 IPTV 很快会成为电视节目第一大传输手段，这是毋庸置疑的趋势和事实。

而且与各地有线纷纷收取电视台动辄上亿、少则数千万的节目落地费不同，电信和联通是花钱向电视台买内容的，美其名曰二级播控平台，电视台节目落地不但不是成本，而且创收了！

虽然电视台的新媒体部门从电信和联通拿回的收入还成不了电视台收入的大头，但在传统广告收入下滑的时候，这部分新媒体收入无异于雪中送炭、久旱甘露。当然了这部分钱也不能各地电视台自己全留着，还有个号称 IPTV 播控总平台的爱上传媒来雁过拔毛、捞走一票的。

如果有线电视网络公司还不能把尽快的把高清互动规模从目前的 7000 万户扩大到 1 亿户以上，甚至更多，理论上剩下的用户基本都将是 IPTV 扫荡的势力范围。

而电信和联通的宽带还会继续增长，移动也发展了 9000 万户家庭固定宽带，全国 4.5 亿户家庭里面，宽带普及率已达到 70%，假如移动也拿到 IPTV 传输牌照，从 OTT 转战 IPTV 市场，理论上三大运营商能占据 4 亿户的家庭宽带份额，IPTV 则能发展到 3 亿户左右的规模。

而同期的有线电视高清互动用户维持在 1 亿户左右，还有 1 亿户是卫星电视用户。当然这里面还有一个巨大的变量是智能电视机(OTT)。

智能电视机迅速普及，市场存量已经超过 1.5 亿台，正在以每年 4000-6000 万台的速度淘汰老式 CRT 电视和功能平板电视机，这些电视机不需要任何 DVB 盒子或 IPTV 盒子，开机就能上网，直接点播内容，能否有直播也只是一个政策问题，而非技术瓶颈。

这才是改变未来电视业格局的决定性力量。

(5)【独家】罗小布广电问题思考系列八：“有线”你准备好了么

(2017-07-17 12:02 来源：中广互联独家 作者：罗小布)

之前小编收集了罗小布在中广互联雷锋班群发布的广电提问，并整理成文章推出。现再次整理了罗总今年 5 月份至 7 月份在中广互联雷锋班群发布的一些提问，本篇讲述了罗总对“有线”的一些思考。

A、有线网络到底是什么？

连接电视机的有线电视网不是物联网吗？连接医疗设备的医疗网不是物联网吗？有线网络公司是用互联网作物联网有优势，还是用专网做物联网有优势？海尔的冰箱做物联网，服务主体是海尔公司还是有线网公司？用户会找有线网络公司做冰箱服务吗？就冰箱物联网而言，有线应该面对海尔公司，还是面对用户？

家庭安全监控用手机监控吗？手机的号码早就让通讯运营商卖给小偷了，用手机做监控

不是此地无银三百两吗？安装了你的家庭监控，被盗了，你负责了吗？探头一定是为监控服务的吗？不能有温情吗？为什么不可以是“快递来了”、“朋友来了”……，而一定是“小偷来了”呢？

家庭养老的社会责任主体，是有线网络公司，还是民政部？有线网络公司有家庭养老的资源吗？负得起家庭养老的责任吗？健康检测也是一样，健康检测了，人死了，你上法庭吗？你有开展健康检测的资质吗？你是法律主体吗？

公共服务的基本法律市民法，可以刑事诉讼，你了解吗？绝大部分公共服务都有对应的机构，如民政局、卫计委、教委、文化局……，你为什么不去找组织开展公共服务呢？你为什么不会每个组织构建独立的物联网呢？你冒充老大已经干了很久了，有效果吗？老百姓认你做老大吗？

B、从端午节中有线得到的一些启示

端午节有固定的时间，你举办的活动有固定时间吗？端午节有固定的程式或仪式，你的活动有固定的仪式吗？端午节有屈原投江的故事，你的活动有故事吗？端午节有固定的图腾，粽子，你的活动有固定的图腾吗？正是因为端午节是节庆化，才流传几千年，你的活动不节庆能持续吗？端午节有广泛的社会参与，你的活动有广泛的社会参与性吗？你从端午节中，还悟出了哪些启示？

C、有线能从中国移动那里学到什么？

中国移动不患得患失，不值得有线学习吗？中国移动快速规模意识，不值得有线人学习吗？中国移动的分权机制，而不是集权机制，不值得有线人学习吗？中国移动的忧患意识，不值得有线学习吗？中国移动的狼性，不值得有线学习吗？中国移动向流量转型、前向经营向后向经营转型，不值得有线学习吗？中国移动没有条件创造条件的 OTT 精神，不值得有线学习吗？中国移动 OTT 等视频业务，不值得有线学习吗？中国移动先结婚、再生子、再离婚的 OTT 他人资源的方式，不值得有线借鉴吗？中国移动内容基地的做法，不值得有线学习吗？中国移动敬畏对手，也学习对手，不值得有线学习吗？你敬畏中国移动吗？我知道你敬畏领导，但你敬畏专业精神或职业精神吗？你敬畏科学吗？你敬畏互联网吗？……

D、有线内容领域的三种丰富内容方式

在有线内容领域，有三种方式丰富内容：一种方式而是通过开放，敞开平台让大家提供内容；这种方式要求有开放的胸襟，不要眼红别人挣钱，广电小九九做了这件事情。第二种方式是金钱的函数，也就是不断的购买版权，需要投入；有线一方面广电小九九作祟，另一方面确实捉襟见肘，兜里没钱。第三种方式，就是通过劳动，通过重构直播的理由和其他的理由，来丰富自己的内容平台；最近发现，广电小九九不仅只是会算小账，而且非常懒惰，不愿意劳动。然而你准备采用哪种方式来丰富自己的内容？你们单位有没有我说的小九九现象？你是否愿意开放你的平台，广泛集成内容？你是否愿意加大投入，购买内容，或者投资内容？你是否愿意劳动，通过自己的辛勤劳动，让内容更加丰富？你还用哪些方式能够丰富自己的内容平台？

E、有线电视免费时代到来了么？

前段时间，在考察电信营销时，感受到有线网络必须改变策略。电信现在送电视(含机顶盒)+送话费+送手机+20兆宽带=52元/月。老百姓根本抵御不了这样的诱惑，纷纷离有线而去。电视免费绝对不是天方夜谭，而是大势所趋。请同仁们回忆一下，电视免费并不是从电信开始的，而是广电总局倡导的，直播卫星是不是免费，地面广播是不是接近免费？既然直播卫星可以免费，地面广播可以免费，为什么 IPTV 不能免费？有线电视不能免费？难道只许州官放火，不许百姓点灯？

那么，面对大势所趋的有线电视免费时代到来，你做好准备了吗？今年你的政策做调整了吗？还是宁死政策也不变？除电视免费外，你开展其他增值业务了吗？没有其他业务收入

来源，你挡得住电视免费的大势所趋吗？有线电视的增值业务领域非常宽阔，你为什么不做呢？为什么非要在一棵树上吊死了？上吊，在没死之前，很难受，你知道吗？

简单的解释一下免费，免费不是不要钱，往往不是一次交换，而是多次交换，至少是两次交换。例如，有线电视免费换来了观众，在把观众卖给广告商；或者卖给宽带运营商等。

趁着现在还有大量的用户，有线早点免费可以留住这些的用户，完全可以把用户再卖了，获得生存的机会；如果用户都走光了，你再免费，用户还回得来吗？你现在免费，对手可能知难而退，等到对手占领了半壁江山，您免费对手还会知难而退吗？广电小九九，是广电行业绝对“聪明”、善于精算的人群，能理性的算计算计吗？

F、有线在移动、联通 IPTV 整顿中得到的启示

也许大家在为广电总局对中国移动和中国联通 IPTV 整顿而高兴。那么，有线能高兴多长时间？整顿是否能阻挡中国移动和中国联通 IPTV 的步伐？整顿后，中国移动和中国联通会更快发展，还是放缓前进的步伐？在整顿前，中国移动和中国联通已经做了哪些重大突破？这些突破东西会整顿掉吗？从整顿前到整顿、再到整顿后，中国移动和中国联通从寻求被整顿中获得突破，不值得有线学习吗？

G、有线网络公司进行创新时应注意什么？

面对现在的竞争压力，有线网络公司不得不创新。在创新时，大家总是抱怨公司的资源不足、能力不足、体质不行等等。也就是，把公司的运营能力不是看作资源，而是视为限制条件，这样的创新是很难成功的。

可是，你能把公司的能力、体制等作为资源看待吗？能在不破坏公司目前状态的情况下进行创新吗？单向网络不能作为有效的资源吗？在应急广播的基础上开展社区广播，不是也可以用单向吗？没有高科技技能的人员不能成为资源吗？社区影院工程需要人员进行管理，现有的人员不能用吗？承揽公共服务缴费，如水电煤气等，用微信直接缴费，让人员去部署微信二维码，需要很高的人员素质吗？广电的体制没有优势吗？信息发布权不是你的优势吗？与政府的关系，即便是你没有资质，也让你竞标，不是体制的优势吗？你能否先寻找市场需求和公司能力、设备技术之间的交集，再去创新，不是可以提高创新的成功率吗？你为什么非要看着别人的桌上菜吃饭，而不看自己的桌上菜去吃饭呢？与公司资源不匹配的创新会成功吗？

H、有线网络应该怎么选择电视应用？

有线网络把什么应用都往电视上搬，把电视屏变成了垃圾场。所以，你搬上去的应用有人看吗？老百姓常看的是什么？搬这么多应用上电视，老百姓的体验好吗？是不是搬的应用越多，体验越差？这种体验越来越差的搬运，难道你自己没有感受吗？你除了往电视上搬，就没有别的出路了吗？老百姓不用的应用，会持续吗？你大吹的应用，有几个老百姓喜欢？社区的应用，就一定要上电视吗？不能就在社区吗？不能在手机上去实现吗？什么都往电视上搬，百姓又不用，不是费力不讨好吗？有人说领导喜欢就行，老百姓不用的应用领导会喜欢吗？即便是领导今年喜欢了，明年呢？……

(6) 广电总局:推进有线电视网络整合取得实质进展

(2017-07-14 15:22 来源： 常话短说)

7月13日，国家新闻出版广电总局在郑州召开全国广播电视传媒机构管理工作会。国家新闻出版广电总局党组成员、副局长田进同志出席会议并作重要讲话。

田进指出，要认真落实中宣部、财政部、国家新闻出版广电总局联合发布的《关于加快推进全国有线电视网络整合发展的意见》，加快推进双向化宽带化智能化建设，加快推进网络整合和互联互通平台建设，争取取得实质性的更大进展。

全国有线电视网络整合，何为实质性的更大进展？

A、背景

2016年11月底，某种程度上是对十三五规划的回应，中宣部、财政部、国家新闻出版广电总局联合发布《关于加快推进全国有线电视网络整合发展的意见》，相比于之前广电总局等发布的全国有线电视网络整合文件，在具体实施步骤和程序上有一些进展。

文件最关键的一点是：原则上以省网是否上市区别对待，第一步，中国广电首先入股省级非上市公司，并组建全国性网络股份公司；第二步，推动全国性网络股份公司上市，整合省级上市公司。

而田部长的发言，很大程度上也是对文件工作目标的要求。

B、现实

其实早在2015年2月13日，国家新闻出版广电总局印发《加快推进全国有线电视网络整套发展试点工作方案》，明确强调国网是全国有线电视网络整合试点工作的主体。对国网来说，当前的主要任务就是网络整合，实现互联互通。

2015年5月28日，在国网成立一周年会议上，则提出了网络整合时间表。2015年完成6到8家省级网络公司整合试点任务；2016、2017年，全面推开全国有线电视网络整合，组建全国性有线电视网络股份制公司；2018、2019年，深化、细化全国有线电视网络整合，重点是全国性有线电视网股份制公司上市。

但纵使有这么多文件和规划保驾护航，但实际却进展甚微，至今仅与河北广电网络签署了资本战略合作协议，之前传闻的青海、宁夏等也都不了了之。

倒是广电国网屡屡陷入联通混改传闻，从广电+中信携手入股，到利用700MHz入股，传的有板有眼。

不过也有业内资深人士指出，广电对于700MHz只有使用权(有线无线融合网)，也能进行利益交换(700MHz换无线通信牌照)，但却没有对外使用交易权(自行决定700MHz广电之外用途)，再考虑到广电的资金实力，这个传闻可能真的就是个传闻而已，当不得真。

C、未来

不过历史并不代表未来。实际上随着全国有线电视用户流失现象越来越普遍，不少地方的中小型广电运营商举步维艰，出现“亏损加剧、工资发不出”的局面。

根据国家广电总局等统计，虽然2016年我国有线电视网络收入达到910亿元，较2015年增长5.10%，但有线电视基础收视费收入却从2015年的475亿元下降至458亿元，可见以基本收视收入为主的县市级广电网络公司的生存艰难程度。

所以，近两年来不少县市级广电网络公司主动投靠求“整合”，仅需要省网负担人员薪酬即可，省级网络的深层次整合明显加快。

因此，在全国一张网的IPTV、OTT大力发展的背景下，广电运营商的经营压力也会逐级向上传递，这将有利于全国有线电视网络整合。

但话也说回来，如果仅靠市场自然规律来推动网络整合，真到了那时候，这张网的价值几何也要搭上问号了。所以市场与行政双向出击，寻求利益平衡点当为上策。

(7)【集客干货】这就是有线网络的优势，攻下政府专网这块高地

(2017-07-18 10:43 来源：中广互联 作者：路红梅)

在公客流失严重的情况下，集客业务已成为不容小觑的支柱性业务，在三大运营商的步步紧逼之下，有线网络更要沉下心来，重新认识自己的用户，重新把握自己的优势，挖掘自己的潜能，政府专网就成为有线网络首当其冲要攻下的高地。

7月初在青岛召开的“首届广电网络集客业务峰会”上，山东广电网络有限公司德州分公司总经理商明明介绍的他们基于政府专网，拓展有线业务的实践令行业为之振奋，有很大的参考价值，中广互联小编特针对其政府专网业务做出整理，以飨读者。

智慧党建——应用换市场，党教保用户

当前，全国自上而下各级党组织对于党建工作开展给予高度重视。围绕新形势、新理论、新政策、新要求，加强党员培训学习刻不容缓，原有的远程党员教育电教模式已不再适应时下党建的发展需要。德州分公司根据组织部需求，定制开发上线智慧党建应用平台及大数据分析系统，并免费开发软件提供全市各级组织部门使用。

视频会议系统全程录制、回放、统计、大容量高并发，通过有线网络传输实现市委组织部视频会议，系统优势可以同时召开上万个市县乡村基层党支部会议，党员通过家中数字电视机顶盒在电视上观看，后台大数据分析系统将相关数据提交组织部门统计考核。该系统一期项目已在德城区、武城县组织部完成试点建设，并顺利通过验收，目前开始在全市推广应用。视频会议带动了广电数据专线业务推广，拓宽了有线电视用户发展渠道。

智慧公安——网络是根本，虚拟应用添助力

智慧公安虚拟社区应用，为全市公安系统提供了一个全新的公安宣传平台、警务信息发布平台。智慧社区中的社区监控可以让老百姓在家中电视上查看本社区、本村监控视频，既方便了百姓，也为社区联防、协防共管、群防群治、社会综治提供了特有的便利条件。通过智慧公安的建设，加强了与公安系统更紧密地联系，促进了村村通监控、公交站监控、公安卡口等延伸业务的合作。

德州分公司经过几年网络工程改造升级建设，在全市已实现了双向覆盖，为全面与公安合作监控项目打下坚实基础，截止目前中标的项目有德州三区四县三期村村通工程、公交站监控、110 商铺联防报警、铁路沿线监控、公路卡口监控等等。其中，三区四县建设完成和正在建设的公安监控点位已达到了 18894 个，年收入达 950 余万元。

德州分公司的智慧公安系统具有多屏观看社区监控的功能，这独有的应用提升了其在政府采购中的竞争优势。除此以外，在公安部门大力支持协助下，降低了监控传输网络的铺设难度和成本，通过智慧公安模式的推广，增强了其与通信运营商的竞争力，形成自己的竞争优势，扩大增值业务的占比。

智慧民政——产品+产业曙光初现

到 2020 年，德州市 60 岁以上老年人口将达到 118.3 万人，仅在城区就超过了 10 万人。市民政局以机构养老、社区养老、居家养老、学养结合等多种形式开展德州市智慧养老工程。学养结合的老年大学是民政局在今年重点推广的养老模式，但限于活动场所少、人口多、分布广等因素，难以在全市推广。

针对民政局遇到的难题，德州分公司在智慧社区平台为民政局开设了《电视课堂》线上应用，利用视频会议系统将老年大学中心课堂的现场授课视频送到各个街道、社区养老服务中心和老年人家庭的电视机上，打通了线下环节。

《电视课堂》实现了线上、线下的良好互动，为学养结合养老模式在全市推广提供了可行的解决方案。为下一步智慧养老产业的发展奠定了良好的开端，既扩大了有线用户的规模，又增加了有线电视老年用户收视黏度。

智慧民政的开通，为搭建老年大学、养老院、智慧养老虚拟社区类的集团客户业务的开展打下了坚实的基础。

智慧农业——宣传平台、产品溯源、社会监督、提升品牌

德州市已纳入京津冀协同发展规划，定位为京津冀优质农产品供应基地；市委提出了打造周边城市“放心农场”的发展目标，市政府提出了建设好优质农产品供应基地和放心农场的“十大工程”，以创建省级农产品质量安全市为契机，狠抓农产品标准化生产。2017 年市政府将在德城区、临邑县等五个县市区建设 30 个百亩智慧大棚。

2016 年德州分公司在智慧农业方面进行了较深入的业务探索与实践。一是在全省率先成功对接省农业厅农产品质量安全监管网，部署完成德城区农产品溯源点位建设，顺利通过

农业局验收，并得到高度认可，为近期两个千亩智慧大棚项目的合作奠定了良好基础。

二是禹城分公司成功签署禹城花果山生态农业的智慧农业一期（346万元）建设项目，并达成长期战略合作协议，武城分公司中标县智慧农业项目60.6万元，为智慧农业项目建设积累了宝贵经验。

三是武城分公司依托智慧社区电商平台积极探索农产品线上线下销售运营模式。

四是德州分公司部署上线“智慧农业”平台，全面服务于智慧农业整个产业链条。平台通过对农业生产基地的宣传，可提升其品牌知名度；通过产品溯源、基地监控可以使用户直观了解农产品生产过程，增加了产品的附加值，通过打通线上线下各环节，拓展了营销渠道，打造了智慧农业产业化链条，以平台+品牌+营销的综合运营模式，推动企业转型升级。

乐陵县智慧农业建设与生态园区相结合，既是旅游采摘景点，又是农业合作综合体。在进行智慧农业建设的过程当中，通过监控摄像探头播放植物生长实时信息，以“健康、绿色”为卖点吸引客户，实现智慧农业观光旅游，采用线上宣传，线下体验消费，助力农业供给侧转型升级。

智慧科协

德州分公司与德州科协进行合作，由科协提供科学技术知识的宣传视频。补充、丰富了智慧社区建设的内容。在提供了宣传窗口的同时，也成功的争取到科协单位到乡镇、到村五百个点位专线传输的业务。

民营经济之窗

德州中小规模以上工业企业超过了3000家，广电电视视频会议系统及宣传平台得到了中小企业局的高度认可。他们开通了具有企业宣传、产品推广、业务培训等功能的民营经济之窗平台。通过该平台宣传政策法规、企业信息、产品信息，提供科技创新、金融服务、商学院教学讲座等服务内容。

德城区政府

德州广电智慧社区政府专网的建设，就是要为地方党委、政府做好信息化服务，全面宣传党委政府政策法规、新闻动态，拓宽了党委政府与群众沟通的渠道；同时在城市概况、人文历史、景观景点的宣传方面取得很好效果，得到地方党委政府对我们智慧社区建设的高度认可和大力支持。

房寺镇政府

房寺镇政府智慧社区，针对其需求进行定制开发相应功能，如居民风采、社区活动、事务公开，通知，投票等。在获得镇政府的高度评价和认可之后，指定由我们承接房寺镇智慧农业建设项目。

结语

德州分公司集客业务以智慧社区建设为切入点，全面运用大数据、云平台、物联网新技术，建设广电智慧社区信息化云平台，依托广电行业政治资源优势、网络覆盖优势、网络营销优势，整合各行业信息资源，服务于党委政府、企事业单位、各行各业集团客户，经过一系列的努力，目前德州分公司已经探索出一条从传统单一化模式向多元化方向转变之路，在行业激烈竞争中不断提高广电差异化的服务内涵，增强集客业务核心竞争力。

（8）有线电视用户规模不断扩大市场潜力有待激发

（2017-07-19 11:22 来源： 家电网）

近几年来，我国的宽带中国、文化强国战略不断取得了新突破。在三网融合政策的支持下，信息、视频产业的发展环境得到了进一步优化。大环境的改变为有线电视发展提供良好的外部发展空间。在新的形势下，有线电视面临着向前发展的重要机遇期。

纵观目前的电视格局，互联网电视作为后起之秀迅速地占领了一部分家庭的客厅。因此，

一些唱衰有线电视的说法便在业内广泛传开。但是，作为电视领域资历较老的电视形式，有线电视的生命力并没有在互联网电视的冲击下走向崩溃的边缘。正所谓“存在即合理”，从实际情况来看，有线电视依然有着顽强的生命力，其独特的发展形势以及内在有点是互联网电视无法匹敌的。

首先，从电视的带宽要求来看，以 IPTV 为带表的在线流媒体对网络带宽的要求比较高，这就增加了互联网电视的推广成本。地区发展的不平衡也为有线电视提供了一片发展的沃土。就我国实际情况而言，农村人口在数量上的表现依旧是一个庞大的群体。互联网电视高标准的带宽要求目前在农村地区还无法得到快速普及。而有线电视的电视信号则是通过线缆传输并且不受楼房高山的阻挡，因此具备收视质量好的特点。同时，有线电视台的建台成本相对较低，不需要昂贵的发射机和巨大铁塔的有线电台的普及速度相对较高。

其次，从内容层面来看，在内容为王的时代，谁掌握了优质的内容资源，谁就可以赢得用户的青睐。有线电视不仅可以接受和转播大电视网的节目，而且可以播放自己录制的不同专题内容的节目。而在自主录制节目这方面，互联网的弱势就相对明显了。尤其是近些年，有线电视运营商不断加大在体育、电视剧、综艺节目等内容上的投入，让原本在内容上稍占优势的互联网电视转向了式微的局面。此外，直播权的限制也让互联网电视的内容格局有所限制。

第三，互联网电视在增值服务的布局上，大多数是通过付费会员和广告费来实现盈利。如今，随着各大视频网站的兴起以及模式布局的同质化，缺乏创新的网站让用户的付费意愿降低。而对于使用有线电视的用户来说，只需要承担基础使用费即可，无需再顾及其它额外费用。有线电视运营商也可以利用这一优势开拓电视购物等模式来拓展电视内容。

观看体验上的差别同样是支撑有线电视在电视市场上保持强大生命力的重要因素。虽然目前的在线流媒体视频发展地如火如荼，但是这些移动端、PC 端的视频播放媒体的观看环境更多地是适合一个人或者 2-3 人观看。作为一种娱乐性工具，这种封闭式的观看环境不利于人际关系的发展。一些注重家庭关系的消费者可能会更愿意选择观看环境比较轻松活跃的有线电视来作为茶余饭后的娱乐活动。

从需求层面来看，人们选择观看电视更多的主要是为了消磨时间。如果没有太多的闲暇时间可以用来消费，那么很多人是不会接触到电视的，甚至可以说当电视出现在一个失误繁忙的家庭里的时候，它更多地扮演着一件家具的角色。而此时如果选择带宽要求相对较高以及使用再付费方式的互联网电视，就会进一步增加电视的使用成本。因此，出于对观看电视频率的实际情况，更多的消费者愿意选择有线电视。

据前瞻产业研究院分析，目前我国有线电视行业的用户规模正处于逐年上升状态。数据显示，2015 年的用户规模为 2.03 亿户，2016 年达到了 2.2 亿用户，而 2017 年的有线电视用户预估会增长到 2.37 亿用户。这种逐年递涨的趋势为有线电视行业的下一步布局打下了良好基础。

(9)【热点】虽然有点晚，毕竟还是来了！细数国网“带头大哥”的心路历程

(2017-07-19 17:02 来源： 中广互联独家)

2017 年 7 月 18 日，中国有线电视网络有限公司与重庆有线电视网络股份有限公司、北京歌华有线电视网络股份有限公司、东方有线网络有限公司、云广互联（湖北）网络科技有限公司、山东广电网络有限公司共同签署了《宽带业务运营公司发起人协议》。协议各方就共同发起设立中国广电宽带运营有限公司的相关事宜达成共识。

据了解，合资公司设立时注册资金为人民币 2 亿元，各发起人均以现金出资。其中中国有线出资 7000 万元，持有该公司的股权比例为 35%；重庆有线电视网络股份有限公司出资 4000 万元，占比 20%；北京歌华有线电视网络股份有限公司、东方有线网络有限公司、

云广互联（湖北）网络科技有限公司、山东广电网络有限公司均出资 2250 万元，占合资公司总股本的 11.25%。

由国网牵头成立的合资公司，定位于广电行业内全国性宽带综合业务运营公司，为全国广电网络运营公司的宽带业务发展提供技术支持和服务。合资公司成立后，可以借助广电宽带网络平台，促进广电网络公司宽带业务的规模化发展，同时也能够通过降低宽带业务运营成本，提升宽带业务竞争力。

看看“全国性宽带综合业务运营公司”的主营业务：

实施全网流量的实时调度与优化，向各省网络公司和各驻地网运营企业提供互联网出口优化调度，大幅降低出口流量户均成本；运营全国性的互联网内容资源（汇聚与分发）平台，聚合互联网内容资源，开展网页、流媒体及应用等加速业务，向各省网络公司和各驻地网运营企业提供宽带 IDC 和 CDN 业务；为各省网宽带业务运营以及骨干与接入网络优化提供技术咨询和支持服务。

有线运营商看了真是热泪盈眶，互联网出口优化，IDC 和 CDN 业务，不正是有线网络发展有线宽带而急需的吗？这场似甘露的及时雨虽然来的晚了些，但毕竟还是来了，我们期待着宽带公司成立后一系列的动作，给整个行业带来促进作用。

（10）运营商 IPTV 快速增长:广电有线电视该怎么办

（编辑：passion 来源：中国有线电视 2017 年 07 月 25 日 10:42:13）

曾几何时，电视台播出节目，地面无线、卫星和有线负责传输，共同构筑起了广播电视网，三网协同、天地一体，相继完成了村村通、户户通工程，使得 99% 的中国民众看上了电视。

全国有线电视注册用户(2.54 亿人)中，目前只有三分之二的用户(1.67 亿人)在缴费，有三分之一用户已经不再缴费，转向宽带和手机电视。中国广播电视网络有限公司和格兰研究共同发布了《2016 年第二季度中国有线电视行业发展公报》，根据公报显示，截至 2016 年 6 月底，我国有线电视用户总量 25376.9 万户，较 2015 年净增 268.9 万户，而有线缴费用户却从 2015 年的 17464.9 万户减少至 16706 万户，减少 758.9 万户。

IPTV 即交互式网络电视，是一种利用宽带网，集互联网、多媒体、通讯等技术于一体，向家庭用户提供包括数字电视在内的多种交互式服务的技术。

虽然有线电视缴费用户下降三分之一的事情可能并不属实，但是有线电视用户流失却是不争的事实。有线电视用户流失是全球电视运营商共同面临的问题。

第一、有线电视吸引力大幅降低

随着互联网、移动互联网以及智能手机的发展，老百姓在娱乐方式的选择上有了很大余地，不再像过去那样，全家人围坐在一起看电视的画面已经渐渐远去。除有线电视外，人们可以有更多的选择，可以选择宽带电视、互联网等方式来获取自己想看的内容，并且与有线电视相比，具备更大的优势。

第二、IPTV 的快速增长

在电视市场上，IPTV 连续三年提速发展，上半年相比去年同期增长近 70%。工信部公布数据显示，2016 年上半年，IPTV 净增接近 2000 万，达到 6581.2 万户。

第三、三网融合全面推进

国务院办公厅印发《三网融合推广方案》，标志着标志着整个工作从试点阶段开始进入全面推广阶段。在三网融合的全面推进下，有线电视用户开始快速转向电信运营商，而广电将面临着有线电视用户流失的巨大压力。

随着通信技术的发展，电信运营商可以在自己的宽带捆绑 IPTV，一种基于 IP 专网传输的视频服务，开始发展的初期，也没有多少安装宽带的用户接受赠送，直到有一家叫“百

视通”的公司把台里接收到、在东方有线网里传输的节目，全部压缩编码并卖给电信运营商的时候，IPTV 才得以快速发展，因为他们号称，可以代替有线电视，除了电视直播频道，比有线电视节目更多，还能互动、点播电影，而且还不用交有线电视费。

（11）上千万广电有线电视用户选择不再续费 背后的真实原因

（2017-07-28 10:12 来源： 格兰研究）

广电国网和格兰研究联合发布的《中国广电 2016 第二季度有线电视行业发展公报》显示：2015 年有线电视用户数量达到 25108 万户，触及天花板后增速开始放缓。2016 年上半年有线电视用户仅增加 268.9 万人，不到 2015 年增加用户数量的五分之一。

除了付费客户流失外，有线电视还面临着第二道难题：网络视频对传统电视造成分流。随着生活节奏的加快，以及娱乐方式的转变，电视屏幕开启的次数逐渐减少。与之相对的是，手机网络视频的使用人数不断上升。



数据来源：中国广播电影电视发展报告（广电蓝皮书）（2011-2015）

中国互联网络信息中心发布的《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2016 年 6 月，我国网络视频用户规模达 5.14 亿，其中 85.7% 的视频用户分布在手机端。手机网络视频用户规模为 4.40 亿，与 2015 年底相比增长了 3514 万，远超过有线电视用户增长速度。

同时随着智能电视的普及，有 21.1% 的中国网民使用电视上网，这也威胁到了有线电视的用户数量。

以优酷、爱奇艺等为代表的互联网视频企业正不断扩展自身产业链，往产业链上游延伸。尤其是近两年《太子妃升职记》、《余罪》等网络剧的大卖，更让各大视频网站把自制剧作为重中之重；这进一步将观众从有线电视中带离。资本实力强大的互联网视频企业加盟开发网上视频，让有线电视行业雪上加霜。

拥有了用户就等于占领了市场，就掌握了主动权，广电有线需要借助市场化发展的智能终端发展用户。所以，为了有线用户不再流失，广电终端必须结束传统分封割据的发展模式，打破封闭的技术壁垒，尽快建立开放统一的标准化体系，脱离单纯靠机顶盒发展数字电视的局面，帮助数字电视与互联网在开放的环境中融合，走符合经济规律的市场化发展的道路。

种种迹象表明，有线电视发展的黄金时代已经远去。在互联网时代，有线电视要面对的早已不再是发展问题，而是生存问题。

(12)【现场】国网新思路！曾庆军谈广电网络融合发展的 CHINA 模式

(2017-07-28 15:38 来源：中广互联独家 作者：李思楚)

7月18日，有线运营商看到了一条好消息，中国有线电视网络有限公司与重庆有线电视网络股份有限公司、北京歌华有线电视网络股份有限公司、东方有线网络有限公司、云广互联（湖北）网络科技有限公司、山东广电网络有限公司共同签署了《宽带业务运营公司发起人协议》，各方将由国网牵头成立的合资公司，定位于广电行业内全国性宽带综合业务运营，为全国广电网络运营公司的宽带业务发展提供技术支持和服务。

国网成立三年以来的一举一动一直备受行业密切关注，国网领导的公开讲话也被视为会议的重点。7月28日，“第六届广电传媒产业论坛暨第四届中国广播电视紫金论坛”上，中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军带来了全国广播电视网络融合发展的探讨。

他表示，国网公司成立以来一直在和各地的广播电视网络公司合作，一直在研究在现有的形式下有线电视行业的发展。

各省有线电视公司在发展中遇到了不同程度的问题，一是整个市场环境发展的劲头不是十足，另外就是有线网络公司没有很好的适应市场的变化。目前，整个市场和用户群体都在发生变化，有线电视的阵地仍以客厅为竞争焦点，但用户的收视习惯与场景已发生变化。有线电视行业在多业务模式的发展方面有所欠缺，特别是在基础网络方面欠账很多，随着智能终端的发展，过去频率如何变成视频的流量这方面，行业做的远远不够。

有线电视网络之所以在转型中遇到重重困难，是因为传统有线电视网络技术体系封闭，造成创新业务落地困难，脱离互联网的传统有线电视服务，随着技术发展以及受众群体的更迭，将发展乏力。其次，基于互联网协议的传统服务演进和新型服务创新，将是有线电视网络发展的原动力。再有，通过全国有线电视互联互通平台整合带宽资源、频点资源、内容资源、家庭用户资源，发挥有线电视网络可管可控、绿色安全的优势，也是有线电视网络重新崛起的保障。

那么，有线电视网络的发展趋势是互联网 IP 协议，引导信息网络技术走向，破局点在于融合互联网的视听与综合信息服务。国网在建设互联互通平台的过程中通过借鉴和反思，总结出了全国广播电视网络融合发展的新思路——CHINA 模式。

CHINA 模式 = Comcast（传统有线电视网络运营商向全业务服务转型的典范）+ Hulu+Netflix（互联网视频与内容运营的典型）+ Amazon（互联网服务于平台运营的典型）。四家典型代表的首字母组合起来就是 CHINA 的英文单词，国网也需要学习他家的经验，因此提出中国模式。

国网在上海、江苏、山西、海南等地作为互联互通项目的先导试点，初步摸索出对国网的地位，比如跨域传输、低密度业务的集成，弥补了各省网络公司对用户需求不足的劣势，这应该是互联互通平台第一个突破点。在运营方面，国网想建立一个全国一体化的体系，把不同省市优质的内容传输到其他地区，创造全业务融合的新业态。全业务融合运营的定位是电视是核心业务，宽带是基础，无线是未来的战略业务。从而实现电视无所不在、无缝生活体验的目标。

人工智能方面，智能语言发挥了重要作用，未来，有线电视行业会建立自己的语音系统，国网准备联合省网公司和智能终端产业链的企业，成立一个智能终端公司。过去，各省网都做过有力的尝试，但成功的案例不多，通过国网建立的公共平台，为各省有线电视公司提供服务，降低成本，形成联合发展的模式。

在过去有线电视的基础上，新增了广电宽带电视业务，开辟了业务服务新通道，打破了公众对传统有线电视单一服务形态的认识，增强了市场竞争力。通过这种方式，互联互通平台的跨域传输可以更好的增加省网络公司用户的粘性，为智能终端提供新的业务平台。目前，上海已现网覆盖全部智能机顶盒用户，陕西“秦岭云”预装中国广电 apk，江苏也实现了覆

盖南京、无锡等地的智能机顶盒。

宽带业务是未来有线电视网络发展的一个抓手，但是各省网和市网的发展经验来看，没有什么利润，反倒是像给别人打工，那么，未来国网发展宽带业务的思路是共同打造一个内网化的直联网，是克服低成本、恶性竞争的有效的办法，通过内网流量化的经营完成有线电视行业从提供接入互联网的角色向对等接入的演进。独立经营宽带是没有出路的，宽带与应用组合，全业务捆绑才有发展，其次，普遍服务、智慧社区是快带应用的切入点。

接下来，国网要致力于打造“云服务、直联网和融合终端”的体系，保障“中国模式”的落地。并且与各省网络公司携手共建、公运营，十三五期间，国网计划于与各省网络公司完成互联互通平台一、二期的规划建设，围绕“全国一网”和“全程全网”，完成“目标网”画像和建设，突出技术和业务的双轮驱动，其次，大幅提升全国广电网络基础能力，成为国家重要基础信息网络，成为全国有线电视网络、去昂过移动多媒体交互广播电视网络的内容提供与业务服务基础性平台，推动全国有线网络业务范围、类型和体量的跨越式发展。

5. 前端、制作与信源

（1）Avid Pro Tools | S6 助力上海东方传媒技术有限公司打造全景声终混棚（2017-07-06 - 来源：依马狮广电网）

近日，上海第二个杜比全景声（Dolby Atmos）终混棚——上海东方传媒技术有限公司（SMT）搭建完成，显示了模块化控制台在主要电影制作、音乐制作和后期制作中的强劲势头。需求持续增长的 Pro Tools | S6 将音频控制台置于创意工作流程的中心，让混音工作更高效、流畅。

系统使用了 Pro Tools | S6 M40 调音控制台、MTRX 音频接口箱、HD IO + HD MADI 音频接口箱、SYNC HD、Pro Tools | S3 等，将承担大量 SMT 的日常节目制作。SMT 技术部门负责人表示，选用 S6 M40 调音控制台是相中了它的两大特色。首先，定制平台选择预配置的系统，为环绕声和后期混音添加可选模块，配合 SMT 的工作流程成为完美的混音平台。S6 既可以横向扩展，也可以纵向扩展，为以后需求增长的相应扩展提供了空间。其二，智能触摸控制为工作带来极大便利。主触控模块（MTM）相当于整个平台和核心操作组件的引擎。通过其倾斜的 12.1 英寸多点触屏、旋钮和其它控件，用户可以快速访问和控制混音及系统的不同方面，其中包括快速导航和编辑音轨及插件，选择、静音、独奏和启用录音通道，查看电平表和参数状态，监听和路由信号，配置和管理 S6 设置以及更多其它功能。

Pro Tools 12.8 已于 6 月 27 日发布，现可原生支持杜比全景声混音。Pro Tools | HD 提供一个全面的杜比全景声工作流程包，来提升音频后期专业人士对多通道和基于对象的声音格式的制作流畅度。新的功能包括内置的杜比全景声声像调节，深入的 Avid 专业混音控制台的整合，升级的针对杜比渲染和母版处理单元（RMU）的自动化控制，以及更多。这使全景声制作更加高效和便捷，必将帮助 SMT 开拓更多的业务机会、激发更多内容创新。

（2）重磅！全国首个超高清内容制作生产基地将在四川落户

（编辑：passion 来源：四川传媒学院 2017 年 07 月 10 日 08:55:46）

7 月 7 日上午，国家新闻出版广电总局广播科学研究院与四川传媒学院在成都市郫都区四川传媒学院内举行战略合作签约仪式，这标志着全国首个超高清内容制作生产基地将在四川落户。此举将开启四川省“高清四川·智慧广电”建设的重要里程碑，对于落实国家新闻出版广电总局和省省委政府的“智慧广电”战略，具有十分重大的战略意义。

国家广电总局广科院院长邹峰与四川省新闻出版广电局党组书记、局长邹吉祥、四川省

教育厅巡视员王康、四川省教育厅副厅长汪小帆、四川传媒学院党委书记、校长马洪奎、四川传媒学院董事长张书玉、郫都区区委常委、宣传部部长尹贤鹏等出席签约仪式。邹吉祥局长指出，“智慧广电”是国家新闻出版广电总局的重大战略，“高清四川·智慧广电”是省委省政府“十三五”重要建设内容和重点改革事项，是新闻出版广电行业转型升级、提高能力、科学发展、加快推进四川由新闻出版广播影视大省向强省跨越的“一号工程”，站位高、理念新、路子广、前景好。在大互联、大数据、大视频、大移动的背景下，“高清四川 智慧广电”是新闻出版广电与信息技术深度融合化的发展新战略，是视听产品和服务全面高清化的传播新格局，是全业务全流程全网络协同智慧化的行业新生态。国家广电总局广科院和四川传媒学院作为中国广播电视的最高研究机构与全国现代传媒人才的重要培养基地，双方携手打造国内首个超高清内容制作与科研生产基地，必将是强强联合、实现双方优势资源的互补与有效整合，对于提升行业的价值及带动区域经济发展具有良好推动作用和积极的示范效应，必将对行业发展产生深远而重大的影响。

签约仪式上，国家新闻出版广电总局广播科学研究院邹峰院长代表总局广科院与四川传媒学院院长马洪奎教授分别代表合作双方签订了战略合作协议。双方将在我省共同建设国内首个超高清内容制作生产基地，还将筹建四川省数字创意产业研究院，挂牌成立国家广播电视网工程技术研究中心四川分中心。拟采用“政产学研用”创新模式在四川传媒学院新校区暨府河源影视传媒科教产业园打造“成都影视硅谷”，力推郫都区团结创建中国文创小镇。并在数字媒体融合、智慧广电等应用领域进行全方位长期深入的合作，这对于全面提升我省广播电视高清制播能力、多终端制作和大数据处理能力，加快培育我省高清智慧等战略性新兴产业，推动内容生产精准化、高清化、智慧化，提升全川群众阅读体验和视听享受，形成千亿级数字创意产业聚集区，助推四川文化强省和成都创建西部文创中心，具有十分重大的战略意义。

国家新闻出版广电总局广播科学研究院、四川省新闻出版广电局、郫都区区委区政府、四川传媒学院相关领导同志和华为、中兴、亚马逊、上海高清等知名企业相关负责人也出席了项目签约仪式和国家级广电网工程技术（四川）中心的授牌仪式。

背景资料

国家新闻出版广电总局广播科学研究院是中国广播电视的最高研究机构，是国家新闻出版广电总局制定科技规划和进行重大技术决策的依托机构，是我国广播电视应用技术研究和技术开发的中坚力量和人才培养基地，始终处于广播电视科技领域最前沿。

四川传媒学院是全国现代传媒人才的重要培养基地，以“一流的理念、一流的设备、一流的师资”著称，斥巨资打造了围绕传媒产业链的高水平、前沿性实验实践平台集群，形成了独特的办学优势。

（3）Cobalt Digital 推出广播音频处理器 AUD-PRO

（2017-07-27 - 来源：依马狮广电网）

Cobalt 公司推出下一代先进广播音频产品 AUD-PRO。此新产品代表了音频处理和编码一体化的最高水平，并且提供当前最先进的音频传输要求所需的单点监控。

AUD-PRO 结合来自 Linear Acoustic UPMAX 立体声到立体声上混、Dolby E/AC-3/E-AC-3 解码/编码和 RTLL 实时响度均衡的工具集，产生一个观众将欣赏的均匀的声音基底。应用包括全面的广播音频合规，支持多语种以及制作环境自动音频调节。

基于 Cobalt 获奖且广泛部署的 3G/HD/SD-SDI 模拟和 AES 音频嵌入器/解嵌器 openGear 平台，AUD-PRO 采用强大的 FPGA 和 DSP 硬件加速处理 Cobalt 的现代化音频概念，包括遵循 FCC 21CVA 的语音合成。

AUD-PRO 高度可扩展，具有需求变化时增加功能的能力。基本嵌入器/解嵌器可通过

许可密钥现场升级，从带帧同步的上/下/交叉转换到隐含字幕检测和错误报告。



9934-AUD-PRO



BBG-1034-AUD-PRO

6. 机顶盒产业技术及市场动态

(1) 构建“一触即成”场景式生活体验：NXP 与咪咕视讯推出 NFC 智能机顶盒

(编辑：passion 来源：电子工程专辑 2017 年 07 月 04 日 11:13:27)

恩智浦半导体日前宣布携手中国移动旗下全资子公司咪咕视讯科技有限公司推出基于 NFC 安全接入的新一代 OTT/IPTV 智能机顶盒。该款机顶盒旨在最大程度上简化机顶盒操作的复杂性，是全球首款融合 NFC、ZigBee、BLE 通信技术的机顶盒产品，轻轻“一触”即可实现机顶盒操作、支付和指定视频播放功能，全面优化用户使用体验，实现用户与智能家居产品的互联互通，为用户构建“一触即成”场景式的全新生活体验。

近年来，随着科技的高速发展和人们对于家居简易操作需求的提升，智能家居开始真正走进人们的日常生活，各种具有创新性功能的智能机顶盒也相继问世。此次恩智浦携手咪咕视讯推出的新一代智能机顶盒将“一触即成”的概念应用在日常生活中的方方面面：用户只需给家中物品贴好预先设置的标签，并将此物品触碰机顶盒，相应的多媒体视频即可在电视上播放，极大增强互联网智能电视的用户体验；同时，该款机顶盒还可延伸手机功能，用户只需用手机轻触遥控器或者机顶盒，手机和电视机屏幕的内容便可实现播放切换；此外，该款机顶盒还可优化电视购物支付体验，用户只需将银行卡轻触遥控器或者电视机并输入密码，即可完成支付过程。

新一代智能机顶盒的发布不仅是智能机顶盒领域的革新，同时也标志着恩智浦与咪咕视讯长期战略合作计划首战告捷。2017 年 5 月，恩智浦与咪咕视讯正式签署战略合作协议，双方在 OTT/IPTV 机顶盒、智能遥控器与智能电视三大领域全面开展合作。通过整合机顶盒与电视机产业软硬件资源，并结合中国移动的线上线下服务产业链，共同实现新一代智能机

顶盒与电视机开发和市场推广。此外，恩智浦与咪咕视讯还将陆续完成电视棒、智能遥控器的开发和试生产，构建完整的智能家庭视频终端生态。

咪咕视讯 CEO 王斌表示：“作为中国移动在视频领域的唯一运营实体，咪咕视讯致力于打造国内领先、世界一流的综合性视频服务企业，助力新媒体及中国智能家居行业的发展。恩智浦能够整合 NFC、ZigBee 和 BLE 三大通信技术，是物联网安全连结的首选解决方案供应商。我们对于这次与恩智浦的全面合作充满期待。”

恩智浦大中华区副总裁田陌晨表示：“我们很高兴与咪咕视讯开展合作。作为全球安全连接和通信技术的领导者，恩智浦长期致力于智能家居领域的技术创新，此次合作更是国内智能家居产品领域的强强联合。恩智浦将以领先的技术解决方案助力咪咕视讯，助力中国智能家居产业，全面发展适合中国用户需求的世界级物联网智能家居解决方案。”

作为全球安全连接技术解决方案领导者，恩智浦多年来持续推动中国智能家居领域的技术创新，积极与国内企业建立战略合作关系，旨在全面助力中国智能家居产业的高速发展。2015 年，恩智浦与小米联手，为“智能家居套装”实现安全连接；2016 年，恩智浦携手海尔，为中国首款智能家居机器人提供处理器解决方案；同年，恩智浦助力美的实现智能家居的高效配网。凭借在智能家居领域全球领先的技术和经验积累，恩智浦将持续为中国本土产业与广大消费者提供更安全可靠的智能家居解决方案，为智慧生活保驾护航。

（2）天猫魔盒遭全线下架，互联网电视盒子难逃夭折命运

（编辑：passion 来源：搜狐 2017 年 07 月 14 日 10:32:40）

天猫魔盒突然于近日全面下架，目前登录其天猫旗舰店，包含天猫魔盒 3、天猫魔盒 3S、天猫魔盒 3 Pro 等在内的各款天猫魔盒均显示“此商品已下架”。

根据网友提供的信息，天猫魔盒突然于近日全面下架，目前登录其天猫旗舰店，包含天猫魔盒 3、天猫魔盒 3S、天猫魔盒 3 Pro 等在内的各款天猫魔盒均显示“此商品已下架”。而在天猫、淘宝搜索框搜“天猫魔盒”或者“魔盒”，也完全没有相关信息。（天猫魔盒下架原来是因为这个！还能购买哪些性价比高的电视盒）

天猫魔盒客服对此回复是“因产品供应链配件物料短缺，天猫魔盒暂时缺货。”

客服并未言明是供应链哪个环节物料短缺，总之，这个理由放在家大业大的阿里身上，说服力略弱。

天猫魔盒突然下架倒是更容易联想到的理由是监管。早在 2015 年 9 月 18 日，229 号文件出台，发文单位是最高法、最高检、公安部和广电总局，互联网电视监管首次上升到法律层面。

2015 年 9 月 19 日，国务院召集各省、自治区相关部门，就互联网电视整治，召开电视电话会议，网信办、广电总局、工信部、公安部、工商总局、质检总局等多部委重要领导人出席。

主要针对目前市场上的电视棒、盒子、一体机以及软件 APK 上所提供的境外频道等非法行为，要求进行严查。并且确定了进行大检查，建立有害内容快速切断机制，对于色情发动及非法内容，公安部配合取证，查处一批大案要案，设立国家级成平台的标准，同时要求各大互联网电视集成播控牌照商建立黑白名单制度，白名单准入，并且对于互联网电视应用商店进行全面清查。

根据 229 号文，非法电视网络接收设备主要包括三类：“电视棒”等网络共享设备；非法互联网电视接收设备，包括但不限于内置含有非法电视、非法广播等非法内容的定向接收软件或硬件模块的机顶盒、电视机、投影仪、显示器；用于收看非法电视、收听非法广播的网络软件、移动互联网客户端软件和互联网影视客户端软件。

天猫魔盒是由阿里巴巴旗下天猫联合国内著名智能电视盒子厂商 TCL、创维、珠海迈科电子共同打造的网络高清机顶盒。通过“天猫魔盒”，用户可在电视上免费观看高清电影电视、玩体感游戏、热门大型 3D 游戏、网络购物、支付水电煤费用等等功能，将人机交互由传统的 PC、移动终端搬到客厅中，实现未来数字家庭的高清互联概念。

当前，经过几年的市场培育，互联网电视进入快速发展阶段，形成大量用户积累的同时监管刻不容缓。自去年 6 月以来，国家新闻出版广电总局对互联网电视盒子下达了一系列越来越严厉的“整改令”。

继今年 7 月要求七大互联网牌照方整改违规现象之后，最近，广电总局又公布了一批电视盒子、互联网电视中的违规视听应用的名单，要求电视盒子厂商屏蔽、移除这类违规的应用，多家厂商也开始据此升级、整改盒子中提供的内容。对此，有观点认为，电视盒子几成“空壳”，其发展寒冬已经到来，但也有声音认为，从长远看，整改或许会为野蛮生长的市场带来更丰富的版权及自制内容。

（3）内蒙古广电网络发布智能机顶盒(TVOS2.0)产品

（2017-07-27 15:39 来源： 广电猎酷）

2017 年 7 月 25 日，内蒙古广播电视网络集团有限公司和国家新闻出版广电总局广播科学研究院在内蒙古呼伦贝尔市联合召开智能机顶盒（TVOS2.0）产品发布会。此次发布活动的盛大举办，标志着全国首家以省级为单位的 TVOS2.0 智能终端规模化部署正式落地。

产品发布会由内蒙古广播电视网络集团有限公司董事长付海波主持，公司副总经理周速飞全面介绍了 TVOS2.0 智能机顶盒的产品特点及部署情况。国家新闻出版广电总局科技司司长许家奇、国家新闻出版广电总局广播科学研究院院长邹峰、内蒙古自治区新闻出版广电局副局长邹涛先后发表讲话，对本次 TVOS 2.0 智能机顶盒的正式部署表示祝贺，高度赞扬了内蒙古广电网络积极推进 TVOS 部署工作，并希望以此为契机推动有线电视终端更新换代，适应智慧广电的发展要求。

产品发布会启动仪式上，国家新闻出版广电总局科技司司长许家奇、广播科学研究院院长邹峰、中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军，以及内蒙古自治区新闻出版广电局副局长邹涛、内蒙古广电网络董事长付海波等领导登台启动了具有浓郁草原风格的骏马图标按钮，屏幕最终幻变出正式在内蒙古广电网络大规模商用的 TVOS2.0 智能机顶盒图案。来自国家新闻出版广电总局科技司、科技委、直属单位、科研院所，以及全国多家地市广电网络的领导嘉宾 100 余人，共同见证了这一具有里程碑意义的时刻。

发布会同期还进行了 TVOS2.0 智能机顶盒的产品展示。据介绍，此次发布的 TVOS2.0 智能机顶盒按照硬件配置的不同，分为基本型、增强型、融合基本型、融合增强型四个类型。智能机顶盒软件系统采用 TVOS2.0 软件架构，符合 TVOS 标准的安全要求，全面支持 4K@60P 视频解码、杜比全景声、智能高清节目推荐、节目购买指引、直播点播智能关联、个性化 Launcher 呈现、海量应用静默安装，支持智能家居、视频通话、语音操控等功能，其中增强型机顶盒还支持直播分享、画中画、家庭多媒体互联互通等功能，可为用户提供极致的使用体验。TVOS 2.0 智能机顶盒的大规模部署，有望全面支撑内蒙古广电网络业务转型发展战略的实施。

7. 新媒体

(1) 7月11日，中国互联网电视生态论坛将盛大开启

(2017-07-06 16:43 来源：中广互联)

当电视遇上互联网，会碰撞出什么样的火花？

融合了互联网技术的电视，将为产业带来什么样的新风口？

近年来，互联网技术的不断推陈出新，使电视的更新换代逐渐加快，电视厂商竞争趋于白热化，内容从传统单一的电视节目发展至包含网剧、网综、网络大电影三大长视频以及短视频等丰富多彩的呈现形式。手机终端的出现，带来大小屏联动。4K、AR、VR、3D等新技术的使用，使大屏娱乐方式更加多元化。大屏连接互联网，打通各领域产业链，带来了大屏电商、教育、健康等多种便利生活的应用。客厅中的这块大屏似乎能够连接人们生活中的方方面面。

这种背景下，互联网电视牌照方、终端厂商、视频运营商将如何看待电视与互联网的碰撞，7月11日，由中国互联网协会携手CIBN互联网电视举办的“中国互联网电视生态论坛”将给出答案。

本次论坛主题为“新电视，新风口”，是中国互联网大会设立的多场特色论坛之一，也是“互联网电视”作为主题首次在中国互联网大会设立论坛，其它热点还包括人工智能、智能制造、分享经济、互联网医疗健康等。

论坛将向互联网业界展示——以互联网电视为中心的家庭大屏风口已经到来！出席本次论坛的嘉宾包括中国传媒大学校长胡正荣，未来电视董事总经理李鸣，东方明珠副总裁、百视通总裁史支焱，南方新媒体总经理林瑞军，乐视网CEO梁军，CIBN互联网电视总经理宫玉国、副总经理付强、王明轩，华闻传媒独立董事、传媒经济学者郭全中，南方新媒体高级副总裁姚军成，康佳集团KKTV电视总经理杨俊钢，尼尔森网联CTO张弘、华视网聚高级副总裁张明等。多位互联网业界标杆人物、国际知名调研公司研究人以及兼具学界影响和社会影响的一流学者将云集于此，分别从传媒研究、全球传媒产业、互联网发展等角度来解析互联网电视产业机会。

CIBN高清影视将对本次论坛进行实况转播，CIBN手机电视、看东方将进行手机端直播，更有多种渠道全方位报道本次论坛。

中国互联网大会由中国互联网协会主办，是中国互联网业界极具知名度的行业会议，至今已成功举办十五届。大会凭借高端规格、专业品质、前沿内容及其开放精神，已成为国内最具规模、最为专业、最有价值的互联网品牌盛会！中国互联网大会得到工业和信息化部、国家互联网信息办公室、国家发展和改革委员会等十余家部委的指导与认可。

本届大会的主题是“广连接、新活力、融实业”。作为互联网与实体经济创新融合发展的代表之一，互联网电视的产生与发展都与大会主题相契合。

今年是媒体跨界融合后的元年，想要了解当电视遇上互联网，将给产业以及人们的生活带来何种变化？7月11日下午13:30，“中国互联网电视生态论坛”与您相约北京国家会议中心报告厅。

(2) 大视频生态来临，电视究竟要扮演什么样的角色呢

(2017-07-06 14:37 来源：中广互联)

大视频生态来临，电视要扮演什么样的角色？是做全媒体渠道的平台之一？还是在百舸争流中做视频系统分支？还是构建属于自己的生态系统，将自己打造成龙头，引领新的媒体产业格局？

本文主要从大视频生态趋势研判、电视构建视频生态的风口与入口，为传统媒体视频生态构建、破局支招！

大视频生态发展态势

随着海量视频消费成为全民生活方式，互联网高姿态宣告了大视频时代的到来！尤其近三年来，伴随智能手机的普及，移动互联网的迅猛发展，微信等新媒体平台的全民化入侵，注意力碎片化造就的短视频的流行，使得视频行业呈迅猛发展态势，基本形成由电视台、互联网以及移动互联网三个平台构建的大视频生态格局。

具体以电视视频、IPTV、OTT、户外视频等大屏平台和网络视频、移动视频等互联网视频媒体，共同构成了一个全天候的大视频生态系统。

今天，新媒体的发展更是今非昔比，多屏共存并在不同的时间和地点服务于同样的受众成为常态，电视媒体受众导向新媒体，以网络视频、移动视频为首的新媒体正在逐步取代传统媒体成为使用率最高的媒体形态。以传播渠道多元、用户终端多屏、视频内容海量、媒体形态多样、媒体服务个性、无处不视频为特点的大视频时代已然深刻影响着媒介生态格局的改变。

趋势 1：中国视频广告市场多元化、垂直化发展。

2016 年中国网络视频广告收入市场规模为 271.7 亿元，增速达 43.1%，远高于网络广告的平均增速。中国网络视频用户规模的爆发增长以及多元化商业模式的开发创新，无不促动视频广告市场的迅猛发展。2017 年，中国视频整体行业竞争由早前只通过渠道、内容获取用户的阶段进入到了通过整合或联动多方渠道和内容资源，构建 IP 生态系统的阶段。呈现以优质内容催生多元化的商业模式，整合内容为用户带来更创新的营销服务解决方案的特点，网络视频整体市场朝多元化、垂直化融合发展。

一是网络视频市场垂直细分。以优酷土豆、爱奇艺、腾讯视频为首的网络视频在用户、内容的抢夺上竞争异常激烈，并开始通过深挖用户垂直化、个性化需求探索新的业务突破。2016 年百度视频获得 A 轮融资后致力于 PGC 内容平台建设，凤凰视频转型为短视频媒体平台，巨头强势发展的同时，网络视频市场的垂直细分拓展将在 2017 年迎来新一轮高潮。表现为：一方面在用户争夺上，各大平台出于自身发展需求以差异化获得市场空间；另一方面在内容争夺上，各大平台极力进行政策扶植和资源倾斜，使得垂直领域的内容创作者不断涌现；第三方服务机构大量出现，为垂直视频平台的内容发展带来强劲力量；用户付费观念的深化同样也为垂直视频内容商业化形成驱动。

二是网络视频移动端市场流量和收入贡献稳定提升。预计到 2019 年中国移动视频广告市场规模将达到 410.0 亿元，占网络视频广告市场规模的 59.4%。这是不容小觑的互联网下半场最猛烈的风向，也是传统媒体转型最强入口。加之智能电视、VR 设备兴起，网络视频平台的服务将在更多屏幕上得到延伸。总之，中国视频产业发展势头迅猛，前景看好。

趋势 2：网络视频会员付费收入将持续强劲增长。

根据 CNNIC 的统计数据显示：截至 2016 年 12 月，中国网络视频用户规模达 5.45 亿，其中，网络直播用户规模达到 3.44 亿，手机视频用户规模接近 5 亿。庞大的互联网网民基数，为中国视频付费会员市场搭建了坚实用户基础。又据艺恩统计数据，截至 2016 年 12 月，中国视频有效付费用户规模已突破 7500 万，增速为 241%，预计 2017 年中国视频付费用户将超过 1 亿。

如此迅猛增速的背后：一方面是更丰富的付费内容资源、更差异化的内容编播形式、更广泛的付费会员权益，为网络视频付费市场带来强劲发展动力；另一方面，基于移动互联网发展背景催生的一批移动视频应用逐渐占据市场主流，为网络视频市场整体发展带来新生力量。进入 2017 年，移动端综合视频将继续保持领先，短视频、直播、VR 等新形态内容将继续丰富整体视频内容生态；爱奇艺、腾讯视频、优酷土豆等网络视频和秒拍、映客等移动

视频将加大创新力度，实现新的业务突破，为网络视频市场整体发展增添力量。

美兰德最新数据显示，全国共有 **41.6%** 的人有对优质视频内容付费的意愿，也就是说中国网民大约有五六亿人愿意为优质内容付费。国内领先的视频网站今天已经有了千万级的付费规模，爱奇艺已经有三千万以上的用户付费规模。随着版权环境持续改善，支付手段成熟，用户消费观念转变，未来网络视频厂商“广告营销+用户付费”的营收模式将逐渐成型，为厂商带来更坚实的营收结构。未来，网络视频、移动视频会员付费收入表现出的强劲增长趋势，或将带动整个网络视频媒体上下游产业链的整体繁荣。

趋势 3：IPTV、OTT 将共同构成家庭第二大收视方式。

过去一年，IPTV 发展了之前十年的用户量，成为中国电视的新鼎足，让全球运营商都在瞩目中国特色 IPTV 发展模式。截止 2017 年一季度，IPTV 用户达到 **9591.5** 万户，OTT 用户达到 **7667.9** 万户。IPTV、OTT 发展之迅猛，恐怕也让三大运营商深感意外。IPTV 即将过亿，和 OTT 将共同成为我国居民家庭的第二大收视方式。今年，局部地区的 IPTV 用户规模会逐步超越有线电视，并拉开差距，三大运营商准确把握形势，将会投入更多精力放在 IPTV、OTT 用户价值挖掘上，探寻 IPTV 业务发展从规模扩张向价值兑现的转变模式，开启“IPTV、OTT 运营之年”。

互联网下半场 电视构建视频生态须准确把握住风口

风口 1：短视频风口来临

随着智能手机普及，短视频风潮提前到来。无论是短视频用户规模和渗透率，还是内容生产端、发布传播平台，短视频行业都经历超快速发展。“二更”视频宣布全网播放量达到 **10** 亿次，拥有秒拍、小咖秀的一下科技向外宣布完成 **5** 亿美元 E 轮融资。平台争夺的背后，是短视频用户规模的快速增长，据艾媒咨询数据显示，2016 年中国移动短视频用户规模为 **1.53** 亿人，预计 2017 年将达到 **2.42** 亿人。用户规模增速达 **58.2%** 的短视频行业已然成为大视频生态的下一个风口。

表现优异的平台可迅速获得资本青睐，而对于优质内容及其生产者的争夺也成为平台竞争的重点。我们看到诸多传统媒体人涉足短视频内容生产，短视频内容的头部创作团队已获得资本青睐，2016 年 7 月，短视频生产团队“一条”宣布完成一亿人民币 B+轮融资。2016 年 9 月，微博宣布投入 1 亿美元补贴短视频创作者，头条视频称将拿出 10 亿元进行短视频补贴。注意力碎片化时代，短视频更加符合当下用户娱乐习惯，电视媒体涉足短视频内容生产+优质短视频平台合作，将成为传统电视扩展视频渠道和资源的新渠道。



风口 2：移动视频直播平台规模化增长

2016 年，直播平台风生水起，以赶超之势引领了全球移动视频领域发展前沿。当前，我国移动视频直播行业主要由四个方面组成，除了斗鱼、虎牙、映客、花椒原生直播应用外，还有传统自媒体平台向视频内容形态的拓展、传统视频网站新开办的直播平台以及美拍、秒拍等短视频平台加入了直播功能。截至目前，全国在线直播平台数量已超过 **200** 家，网络直播用户数量达到 **2** 亿、市场规模约为 **90** 亿。面对直播的爆发式增长以及自媒体行业的兴

盛，传统移动视频如优酷、腾讯、搜狐、爱奇艺，也纷纷开始向直播平台、自媒体平台延伸。而今日头条平台上的视频内容每天有 10 亿次播放，视频已超过图文和组图，成为今日头条最大的内容载体，意味着今日头条这个当前我国最重要的自媒体平台正在转型视频化。移动视频直播呈现规模化增长，且已形成稳定生态格局，2017 年，还将继续成为新媒平台以及传统媒体布局大视频生态战略的一部分。

风口 3：IPTV、OTT 无疑是超级风口

据中国广电发布数据显示：2017 年一季度，我国家庭电视收视市场的竞争格局发生变化。我国有线电视用户总量为 25064.5 万户，环比减少 172.8 万户，持续了 2016 年四季度以来的负增长态势。而直播星、IPTV、OTT TV 仍保持了较快增长。其中 IPTV 用户季度净增 918.7 万户，达到 9591.5 万户，OTT TV 用户季度净增 599 万户，总量达到 7667.9 万户。虽然乍看之下，有线电视 2.5 亿规模的保有量很大，但是真正能与 IPTV 相较量的高清互动数字有线电视用户还不到 7000 万户，这还不算上用户数量增长惊人的 OTT。恐怕这份数字会让广电系统感到束手无策，网络视频的广告在腾飞，传统电视危机显而易见，平台优势在丧失，唯一的客厅这块阵地被 OTT/IPTV 互联网终端平台挤占，紧抓互联网家庭终端入口，实现向互联网转型，这是电视目前最要紧的战略布局。

正确对接入口，电视或将成为大视频生态主角，引领新的媒体格局

每当一种新媒介形态出现的时候，新媒介替代老媒介的预言一直就很流行，但事实上，每一种新媒介出现之后，旧媒介都没有死亡，大多与新媒介一起共存。只是在新媒介的冲击下，传统媒介的地位会有所改变，甚至要经历蜕旧变新的差异定位，它需要从内容生产、包装加工到服务逻辑上进行全面深刻的模式重组，重新获得与新媒介竞争的位置和优势。小编认为，曾经的执牛耳者面对虎视眈眈、梦想颠覆生态的互联网新媒体平台的竞争，逐渐失去平台优势、内容优势和受众优势，传统电视必须改革转型，方能涅槃重生。目前，大视频生态尚未形成一家独大垄断格局，而是呈现百花齐放的姿态，可以说电视构建视频生态大有机会，正当其时。抓住视频风口，准确对接入口，电视不仅不会

衰落，还会以全新的姿态傲立群雄！

策略 1：基于电视视频生态构建逻辑，重新布局内容生产。

过去传统媒介最重要的两大模式——“渠道为本”、“内容为本”这两种盈利模式都因为互联网的迅速发展而被解构和重新定义。传统媒介线性的、共性的、大众化的内容传播与大视频背景下非线性的、个性的、分众化的内容传播相比，性价比越来越低。在这种媒体环境下，只有正确认识视频内容生产的模式与布局，传统媒介才能在时代变革中沉淀原有优势、扬帆远航。

首要解决的是融媒环境下“视频产品”的流量入口问题。传统媒体可借助新媒体流量入口，沉淀自己的粉丝、扩大内容影响力。今年 2 月，央视移动新闻网正式发布上线，全国 37 家省级和计划单列市广电机构宣布入驻央视新闻移动网矩阵号，借助互联网，集合了传统媒介的综合优势建设了一个巨大的流量入口，在内容生产模式上也不再局限于央视原有资源，而是纳入了更多的社会合作力量。以今年全国两会为例，入驻矩阵号的各广电机构将生产的两会新闻、直播报道加入央视新闻移动网的“两会”专版及“两会”特别直播，并通过央视新闻微视频、微博、微信、客户端、移动网在全网推广，既放大了内容传播力，又放大了矩阵号影响力。浙江日报启动媒体融合后重组的视频团队“浙视频”成立半年时间，已经有数个传播千万级的视频产品，浙视频以视频为突破口，不仅突破自身传统媒体的传播局限，还为自家媒体平台拓展了新的用户群体。据浙视频统计，他们制作的视频在自己的媒体渠道（浙江新闻客户端、浙江在线、浙江日报微博微信等）的播放量占到 30%，另外的 70% 的点击全部来自于腾讯视频、秒拍以及微博转发。这两个典型的案例值得传统电视借鉴学习。

其次要解决的是融媒环境下“视频产品”的内容战略定位和生产模式问题。须重新谋划

视频产品的战略定位。在各家电视台还在奔波于版权剧和版权综艺的价格战和明星战中，网络视频平台已经在自制剧和自制综艺上走得更加深远，反向输出已经不是个别现象，优质剧和优质综艺会伴随前一段时间总局关于《进一步加强网络视听内容管理》通知的同一标准、同一要求，更加合理地进行先网后台。网络视频平台将成为电视台购买大剧和综艺的试金石。

一起来看看 2017 年下半年各大视频平台的内容战略定位：爱奇艺凸显出上游资源战略，自制和版权比重几乎平分秋色。在自制剧的选择上将坚守品质底线，不断提高自制剧质量要求。优酷打出泛文化综艺战略，综艺与大剧并驾齐驱。腾讯视频在上海电视节期间举行电视剧年度发布，确定以 IP 为基石的泛娱乐战略，进一步加速上游布局，实现内容的全产业链开发。可见，在内容层面，各大视频网站纷纷将自制剧提升到战略高度，自制内容朝精品化方向发展。因此，传统电视的内容战略定位必须是基于全屏而生产开发的，网络所有能利用的平台都是构建电视视频生态的基础，在此基础上传统电视需要重新定义内容为王，重新制定好内容生产的战略定位。

须重新构建视频内容的生产模式。当前，我国互联网上综合视频的月活跃用户数已接近 3.5 亿，视频付费成为视频消费新常态，最为突出的表现就是对优质内容的渴求。在视频网站等新内容载体的冲击和用户总体注意力有限的情况下，以什么模式生产以及生产什么样的视频内容成为传统媒体必须面对的问题。我们先看看大视频时代用户的需求，内容容易分享、容易成为话题、利于互动，相较于传统电视的一次性直传播，大视频内容传播具有明显的分享互动特点。因此传统电视进行内容设计需要考虑到传播终端互动设计的内容策划才是完成完整的产品分发需要解决的实际问题。还有一个值得电视人关注的消息是，对于视频内容生产来讲，网台统一标准监管已成为新常态，负能量传播的内容将会无处藏身，传统电视拥有的优质资源、优秀人才和策划制作正能量视频节目的经验，是电视天然的优势，将更多量身订制的个性化资源输入到内容服务中，传统媒体在视频风口期完全可以大有作为！



策略 2：紧抓家庭互联网端口，布局 IPTV、OTT 业务投入与运营。

“我们看一个行业能不能变成风口，主要看它的用户是不是在高速增长，是不是达到一定的规模。”今年，央视和华数通过与 TCL 等多家家电厂商合作，覆盖了 6000 万用户，而湖南、上海两家广电机构，利用牌照控制权均发布了自己的 OTT，半年时间两家 OTT 用户分别为 2953 万和 1600 万。家庭终端的快速 OTT 化正处于发展的黄金时期，电视应迅速进入家庭互联网端口，掌控 OTT 渠道，抢占客厅这个电视的传统根据地，在个性化内容上进行分发，在广告经营上进行上输出，在数据联结上进行分析，抓住电视前所未有的战略机遇。

IPTV、OTT 的数据化支撑还将有利于电视的内容变现，传统广电的一个弱势就在于数据的模糊化，收视率、收听率的统计是在一定用户范围内的数据，而加大 IPTV、OTT 的用户体量后，覆盖的人群结构、行为习惯、消费能力等数据，都可以用来有效地进行用户分析，从而在传播中形成市场杠杆，指导电视生产进行节目内容制播和有价值引领的内容推送。在互联网生态下，任何一个内容和服务，如果没有数据作为路径引擎，它的价值都很难实现。

从广告经营角度来说，OTT 的广告开始快速增长，2016 年整个 OTT 的广告有 10 亿左右，其中一半是开机广告，另外一半是跟内容结合的广告。预计今年 OTT 的广告规模将达到 25 亿，到 2019 年 OTT 的广告将达到 100 亿。站在如此巨大的风口面前，电视怎能无动于衷。如果传统电视还不抓紧向电信及移动网络运营商开放，三年后，地方台电视节目可能会在广电中心内空转。所以应尽快研究地方台向电信或移动开放合作的问题，不能错失良机，一旦电信及移动几乎全部瓜分视频接受端，电视台再找他们传输节目就不仅仅是收费那么简单的事了。

策略 3：运营手机电视，开展多媒体增值业务。

中国目前手机用户有十亿+，智能手机更是飞速发展，功能以及网络覆盖日益完善，这给手机电视的发展提供了迅速发展的机会，也给电视进入新端口开展增值业务提供了新的契机。手机电视，是区别于有线电视、卫星电视、IPTV 之外的另一种门类独立的信号接受模式。全国卫视、地方节目，以及新闻、影视、体育、综艺、纪录片、教育、美食等各类型专业频道都可在手机上清晰流畅地观看，用户还可以把精彩的视频片段在互联网上进行分享。

这种以手机为终端传播视听内容的技术，既有电视媒体的直观性、广播媒体的便携性、又有平面媒体的滞留性和网络媒体的交互性，除了提供传统的音视频节目，还能利用手机网络方便的完成交互功能，适于传统媒体 IP 活动推广、民生咨询服务、粉丝沉淀与管理、广告多媒体经营等业务的开展。虽然目前手机电视还受政策、资费、网络等风向的影响，但是随着移动技术的发展，必将成为传统电视媒体内容生产的另一个强劲入口。目前全国拥有手机电视运营牌照的电视台有十家左右，这些传统广电正加速推进与通信运营商移动互联网手机电视业务的全面合作，并凭借牌照优势，将内容生产通过移动终端在全国范围内进行传播。

策略 4：搭建好移动端视频矩阵，实现传播轨道前移。

整合移动端视频矩阵，积极构建新型传播体系，这是传统电视在大视频风口实现突围的有效武器。

首先将移动端渠道进行整合，力争全渠道覆盖。要增强移动新闻客户端、微博微信等社交媒体、移动音频平台、移动视频平台、移动直播平台、百度贴吧、天涯论坛、知乎等多种移动传播载体和移动舆论场的触达能力和分发能力，努力实现用户在哪里，我们的新闻和内容就覆盖就在哪里。其次，要实现最优化内容在各个移动渠道上的分布，扩大在移动端的传播力和影响力。要充分发挥传统媒体的专业采编优势、信息资源优势、媒体品牌优势，强化用户意识，优化使用体验。充分利用各种先进技术手段，实现内容产品从可读到可视、从一维到多维的升级融合，满足多终端传播和多种体验的信息获取需求。同时根据不同渠道的特性和用户喜好进行有侧重加工，实现精准推送，最大限度吸引用户。最后要有统有分。

一方面可推出官方中心账号整合内部其他移动渠道的用户资源，同时作为官方品牌的重要推广阵地，实现传播内容和传播主题 IP 化，让所有渠道的内容输出都打上官方品牌烙印，扩大整个媒体品牌的影响力；另一方面，在具有官方品牌标识的基础上，设立具有不同定位、资源和市场空间的子账号，针对垂直细分领域的目标人群进行规划，主打强内容或强服务，进行差异化运营和 O2O 引流。

“终端随人走、信息围人转”目前已成为信息传播的新态势，我国移动新闻用户已超过 5 亿，占网民总数的 70% 以上，未来，移动媒体必将进入加速发展的新阶段。整合移动端矩阵最终的核心目的就是改变过去信息滞后的传播形态，实现传播轨道前移，激发整合聚变的“融合传播力”和“融合营销力”，和社会各类资源以各种形式融合共赢，同时为传统媒体大数据分析和数据挖掘提供可能。

策略 5：立足区域特色，依托传统电视公信力、影响力，构建区域视频生态。

媒体融合背景下的电视视频生态创新，有一个现实问题：电视的优势内容，如何精准、快速、即时触达用户？我国除了几十家卫视频道外，城市台和省级地面频道在当地的社会影

响力不容小觑，其区域公信力、舆论引导力、基于区域的服务功能，是互联网新媒体所不具备的，这是电视的一笔财富。在此之前，已有省份基于区域化整合成立新的跨媒体机构，打造新型区域化主流媒体机构。如河南省政府推动成立的河南大象融媒体集团公司，北京市政府推进成立的北京新媒体集团公司等，传统媒体平台利用好区域公信力和影响力打造新媒体平台一样能在互联网生态下实现良性生存！

今年4月，新榜最新公布的中国微信500强榜单中，黑龙江台“新闻夜航”公众号跻身全国10强，成为首次进入全国十强的地方电视媒体类微信公众号，6月份排名为全国第7。“新闻夜航”公众号依托中国新闻名专栏、以“节目短视频+公益短视频+民生服务”为经营理念，粉丝量突破136万，今年曾创造单条视频24小时内150万点击阅读的纪录，微信号的经营创收也从0迅速达到今年年内的160万元+，万达、麦当劳、肯德基等用户都已成为公众号的固定合作伙伴，形成了线上、线下有机对接、良性互动的闭环。公众号还与多家新媒体平台签署协议，将享有版权的部分视频内容分发投放，仅四个月时间，已在各大平台累计分发视频内容2000多条，全网累计阅读、播放、点击量超过6000万余次，累计获得流量分成12万元。

还有部分电视台基于媒体公信力将业务延伸到信息化领域，形成商业模式，这主要涉及两个方面：一方面是“智慧城市”服务，如“无线苏州”、“智慧无锡”；另一方面是基于云计算提供区域信息服务平台，如湖北广电的“长江云”、贵州广电的“广电云”和“版权云”等。

策略6：建立APP，沉淀粉丝，为电视视频生态构建积累用户基础。

建立智能电视APP或手机APP，扩大APP影响力，扩大装机量，拓展电视生产内容，实现沉淀粉丝的活跃度，实现客户端品牌广告的精准推送与自主创收，同时对用户进行有效的引领和管理。APP给传统媒体提供的机会有很多。电视人做APP，最重要是转变思维方式，不能做传统内容的简单复制粘贴和移植，不能只将其作为广电进入移动互联网的入口，而是建立一个真正的新媒体矩阵，拥有相对完整的社交群、内容包、产业链、体验区、视频流、服务带，将资讯、生活服务、新闻线索反馈、社区互动、电商购物、活动营销等功能融为一体，通过服务聚集，管理细分粉丝群体，从而形成视频内容垂直、服务精准的新媒体运营态势。

策略7：开发原创模式更要坚守媒体价值信仰。

当下，各大社交媒体、直播平台、视频网站、新闻客户端，都开始大力扶植和鼓励精品内容的生产，战略布局上都在逐渐抛弃UGC（用户生产内容）、越来越趋向PGC（专业生产内容），比如“今日头条”推出了千人万元计划就是为了扶持正能量原创内容的生产。在这种生态下，电视媒体一直坚守的视频原创精神、体制内保留的优秀视频策划制作专业团队、以及传统媒体一直坚守的人文价值追求就成为视频内容生产的基石。其实，无论视频以什么样的表达方式出现，其内容都是用户与受众的第一需求，电视受众转为用户，变化的只是渠道和平台，电视仍然是内容生产者，仍然向市场输出着其他媒介制作不了的大体量视频节目。坚持原创、守望价值，在保证内容质量前提下融合创新，提供与众不同的内容产品，仍是电视占领风口的首要策略。

2017年国内制作推出众多文化类节目，《中国诗词大会》《见字如面》《朗读者》《非凡匠心》《诗书中华》等“清流”综艺，誓要开启全年霸屏模式，口碑、收视、网络点击量、传播力全线丰收，昂首阔步攀上话题榜。

这些综艺节目，给了电视媒体很好的启示，那就是：唯有精品方能杀出内容红海。相比即时消费的娱乐综艺，“清流”综艺回归到视频创新和价值守望上，通过对文化内容的普及和挖掘，唤起文化觉醒，以真正优秀的文化产品和价值号召力，获得长久的生命力和广阔的成长空间！互联网上，同质化、低俗化、浅薄化的泛滥内容不可能形成真正的用户黏性，也

让用户对获得这些内容的渠道和平台毫无忠诚度可言。而真正的好内容可以自带粉丝和流量，游走于各个渠道，它们不但具有摆脱渠道制约的能力，而且能够借助渠道引爆口碑，提高传播效率和影响力。当下，许多电视台纷纷布局精品战略，以优质内容的多元衍生价值重构与用户的关系链，这正是传统媒体机构和媒体人重获新生之路！

结语

传统媒体无论作为渠道还是内容生产机构，都必须找准自己的位置，清醒的认识到自身的挑战和机遇所在，我们的破局之路，也许不止一条，但观念的转变却永远是最关键的一步。

相信有了观念的转变、适合的道路以及必胜的信心，电视的未来一定是光辉美好！

（3）视频与电视台争食互联网电视，OTT 代替 IPTV 趋势已在演进

（2017-07-10 10:02 来源：文汇报）

2016 年年底，波士顿咨询集团 (BCG) 发布的数据显示：全球 OTT (Over The Top) 电视视频类收入在 2016 年增至 250 亿美元。BCG 称，虽然 OTT 电视仅占全球行业的 5%，但是其年增长却超过 20%，市场份额开始高于传统电视。OTT 是指创新企业绕开传统渠道、通过互联网向用户提供各种应用服务，典型的 OTT 业务包括互联网电视、苹果应用商店等，国内的一些咨询机构也把互联网电视称为 OTT 电视。

比传统电视更进一步，互联网电视的用户在看电视时是留下身份特征、兴趣偏好、行为轨迹等数据，这给互联网电视运作方推送广告时提供了数据依据。

2013 年，国务院发布“宽带中国”战略实施方案，部署未来 8 年宽带发展目标及路径，意味着“宽带战略”从部门行动上升为国家战略。

在政府的助推下，包括 IPTV 及 OTT 电视在内的互联网电视在国内迅速普及。咨询机构奥维云网 (AVC) 的数据显示，截止到 2016 年 12 月，按照互联网电视激活量计算，中国互联网电视覆盖人口为 3.11 亿。“传统电视成为夕阳产业，但也有很多人在看，中国每年有 4500 万台电视在售，这个数字仅次于手机。”小米电视 CEO 王川说。

美国一家在线视频市场调研机构近期公布的全球视频调研报告也印证了这一观点：在观看在线视频设备方面，观看 5 分钟之内的视频，有 55% 的用户选择使用智能手机观看，20 分钟之内的视频，用户通常使用智能手机、平板或者 PC 观看；而最值得关注的是，超过 20 分钟的视频内容，用户更喜欢使用电视大屏观看，占比达 92%。短视频的主阵地，是移动互联网。长视频的主阵地，仍旧是家庭使用场景的核心——电视。

争食蛋糕 “该来的都来了”

面对这一局面，从视频网站到传统电视台，从电视生产商到电信运营商，都在争食互联网电视这块大蛋糕。

2013 年 7 月，视频网站乐视网的第一代乐视电视诞生。

同年，以手机为主业的小米科技也发布第一款小米电视。

2015 年 7 月，创业公司微鲸电视成立，主要业务涉及到互联网电视的硬件以及内容整合。

2017 年 2 月，广电背景的芒果 TV 联手国美、创维、光大优选基金等四家公司成立爱芒果电视，强势加入这场互联网电视的厮杀。

2017 年 3 月，海信电视宣布与 Netflix 合作，在美国运营互联网电视。

2017 年 6 月，最新一家“大鳄级”玩家进场——中国移动旗下的咪咕公司联手康佳推出“咪咕电视”，型号覆盖当下主流的 32 寸曲面屏、43 寸及 55 寸 4K 屏三种。其中 32 寸售价 1999 元，55 寸售价 3999 元。相比市场上的同类产品，由于中国移动在宽带年费、内容上会提供极具竞争力的补贴，这个价格相当吸引眼球。

互联网背景、广电背景、运营商背景的新玩家不断进入，彻底改变了电视行业的固有格

局。“互联网电视改变了传统电视厂商只靠硬件盈利的模式，而转为运营用户。”奥维云网家庭互联网大数据事业部总经理李晔表示，“但在过去一段时间，传统电视用户面临着老龄化的趋势，互联网企业正是抓住了这个机会入局。”

经过三年多的发展，互联网电视的用户群体的确在往年轻化方向发展。国家新闻出版广电总局发展研究中心 2013 年发布的《中国视听新媒体发展报告》显示，北京地区电视机开机率三年内从 70% 下降至 30%，40 岁以上的消费者成为收看传统电视的主流人群，电视观看人群的年龄结构呈现“老龄化”趋势。媒介 360 发布的《2016 年 OTT 智能电视行业电视直播用户分析报告》中显示，25 岁到 44 岁之间的受众占比为 75%，据 IMI 市场信息研究 2012 年的定义：“25 岁到 44 岁这个年龄段为一个社会的中坚消费人群。”

互联网电视一旦拥有了中坚消费阶层，群体可挖掘的商业价值维度便丰富起来，用户点播为其中一种，小米电视的 CEO 王川总结为“收小费模式”。“向互联网用户收费在前几年几乎不可能，最近几年的付费习惯正在形成，或者通过购买成为会员，或者单部剧点播”。王川说。来自乐视的数据则显示，目前乐视的受众有 13% 看电视台直播，有约 58% 的人选择互联网电视的内容。

除了点播，电视广告潜力也为互联网电视看重。Zenith 提供的数据显示，2015 年，全球范围内电视的广告份额占比 36.9%，电脑的份额为 19.5%，手机的广告份额为 10.4%。Zenith 预计，到 2018 年，全球范围内的广告份额，电视、电脑和手机的占比分别是：33.7%、16% 和 22.4%。尽管规模有所减少，但由于基数大、效果好，电视广告依旧是最大的一块蛋糕。

“电视的广告价值虽然在增量下滑，但存量基础仍然很大。”李晔解释：“传统电视作为大众传播媒体，通过输出优质内容提高收视率，又用高收视率吸引品牌商投广告，实践的是传媒的‘二次售卖理论’。”同时，根据 2016 年爱奇艺联合群邑、奥维云网发布《2016 中国互联网电视生态链发展白皮书》，消费者对于电视广告的信賴度达到 54%，是所有渠道中的第一位。

在国美电器总裁王俊洲的眼中，互联网电视代表着电视行业的未来，互联网电视以内容优势、互动优势，日渐获得年轻用户的青睐。这也是国美投资互联网电视、成为爱芒果电视第一大股东的强大信心来源。

目前 OTT 电视早已突破了家庭电视的范畴，从以内容为王的“七屏合一”，到以应用场景为核心的智慧家庭，OTT 电视都在重新定义客厅大屏的价值。未来，OTT 电视有望将传统电视观众转化为智能用户，智能电视将在游戏、教育、广告、医疗健康、智能技术以及视频 6 个应用方面大放异彩。

吸引用户各显神通

比传统电视更进一步，互联网电视的用户在看电视时是留下身份特征、兴趣偏好、行为轨迹等数据，这给互联网电视运作方推送广告时提供了数据依据，而以往传统媒体的短板，正是非数据化运营。

为了获取用户数据，互联网电视上都有“电视操作系统”为用户登录提供环境。小米电视的操作系统是基于安卓定制的 MIUI，小米用户的账号可以通过手机、iPad、一个账号多屏登录。乐视电视的操作系统为 Letv UI，乐视网站、乐视 App、乐视电视通过一个账号打通，了解用户在三屏上的使用习惯。微鲸电视为 WUI，它的侧重点在于把微鲸的投影和互联网电视统一起来，“互联网电视是大号的 Pad。”微鲸电视 CEO 李怀宇这样总结。

把用户从小屏“拉”回大屏，实现更大的广告效应，互联网视公司都把竞争的着力点放在内容建设上。微鲸电视的策略是找到用户痛点，像瑜伽、跳操这样的教学内容大屏的观看体验优于小屏，儿童教育则更合适父母陪伴，边看边讲解，因此，锻炼包、儿童包这样的教学内容被打包到微鲸电视的视频上。

小米电视则于 2014 年 11 月投入 10 亿美元到内容建设上,并且请来了时任新浪网总编辑陈彤负责内容建设,之后不久,小米电视以 18 亿元人民币投了爱奇艺,紧接着又投资优酷土豆,入股华策影视,从视频网站到影视剧制作公司,小米都进行了资本注入。

今年 2 月正式上线的爱芒果电视希望改变互联网电视现有的以烧钱为主的商业模式,通过“买内容,送硬件”的模式实现销售目标。用硬件补贴内容,由内容实现前端收费、后端变现。

电商巨头阿里巴巴则是通过“霸屏”策略黏住用户,“互联网电视的竞争是一场长跑,它的时间跨度从 2013 年开始,会一直持续到 2020 年,犹如过去十年的移动互联网。”阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群总裁兼阿里音乐 CEO 杨伟东这样认为。2016 年 12 月 27 日,阿里家娱与芒果 TV 合作,芒果 TV 是湖南卫视的移动互联网产品。这次合作,让阿里家娱拥有湖南卫视的内容,一共有 1989 部电影、69815 部电视剧,以及 13 万 9327 期的综艺。“让用户不需要切换其他 App 就能满足视频需求。”杨伟东总结。

作为国内最大的正版内容聚合平台,新玩家咪咕电视挟中国移动的资金、规模优势,聚合了咪咕视频、咪咕音乐、咪咕游戏和咪咕学堂四款专属应用,其中包括覆盖 80% 以上头部内容、总时常逾 20 万小时的海量视频资源;100 多款云游戏、200 余款电视游戏的正版游戏资源;1000 万首以上的音乐资源,包括近 200 场演唱会和十多万首卡拉 OK;深耕四大垂直领域,累计超 5000 个精品课程的教育资源,用户在各种生活场景都能找到高质量的内容……

奥维云网的监测数据预测,到 2017 年,OTT 电视对于中国家庭的渗透率达到 45%,在移动互联网市场爆发的 2013 年,智能手机渗透率达 43%。而 OTT 电视端的广告投放从 2013 年起,每年都以 160% 的涨幅在发展,2016 年,OTT 电视的广告销售达到 15 亿元,“可以预测,2017 年到 2018 年,OTT 电视广告业将处于翻倍增长的超高速增长阶段。”李晔说。

用户“忠诚度”是个大问题

虽然以 OTT 电视为代表的互联网电视商业前景看起来很美,然而,也有一些质疑的声音,像点播业务与用户忠诚度之间并无直接联系,美国市场就是前车之鉴

根据 Park Associates 公司公布的 2016 年相关视频 OTT 厂商数据,截至 3 月底,美国市场有 101 个 OTT 视频服务厂商,但只有 5% 的用户会订阅相关服务,主要集中在 Netflix、亚马逊和 Hulu 三巨头所提供的服务。但是截至 2015 年年底,大约有 20% 的美国家庭宽带用户至少取消了一个 OTT 服务,相比 2015 年第二季度的 18% 有所下滑。

“很多时候,用户会不断尝试新的服务,在试用期结束前或在几个月内继续使用此服务,然后取消订阅。”媒介 360 的咨询师沈浩卿说道,“一些受欢迎的节目会吸引一批新的用户,比如 HBO 大热剧《权力的游戏》和 WWE 的全美摔跤大赛,然而这些用户并不是死忠用户,在节目结束或者用户观看完相关节目后,往往会取消订阅。”

OTT 电视的最大擅长是从传统电视公司那里挖来新用户,但受限于 OTT 电视本身的技术及商业模式,用户迁移的成本非常低,流动性极高,用户忠诚度几乎为零。如何黏住用户,把过高的流动性降下来,是对各家 OTT 平台最大的考验。

背景 两种制式之争, IPTV 优势不再

近 10 年来,互联网技术和视频技术不断发展,广播电视网、互联网、电信网融合度逐步提高,视频传输网络也从广播电视网向信息网络扩展,接收终端从电视扩展到计算机、手机、平板电脑等,因此衍生出互联网视频、移动互联网视频、互联网电视 (OTT 电视)、交互式网络电视 (IPTV)、手机电视等多种业务形态。

目前,基于互联网传播的视频服务可以分为两类。

一是利用互联网 (含移动互联网,以下简称互联网) 向计算机用户提供视听节目,以互

联网电视和电视盒子为代表的 OTT 电视。

另一类是广播电台、电视台形态的网络视听服务，包括业内所熟知的 IP 电视 (IPTV)、手机电视、互联网电视服务，以 IPTV 为代表。

虽然 IPTV 的发展历史更早，商业模式也更成熟，但从发展趋势上看，OTT 电视正在取代 IPTV。

在国内，从 2012 年开始，“OTT”取代了“三网融合”，成为视频行业最炙手可热的词汇。OTT 电视接入方式和 IPTV 相同，导致用户很容易转移，且 OTT 电视运营商不断加大内容整合力度，已经逐步包含了 IPTV 的内容。

除了内容的整合以外，OTT 电视拥有更大的产业生态与盈利空间。一方面，诸多视频企业不断增加与电视台、内容制作商、影视公司的合作，让产业参与者不断扩大，操作方式灵活，进一步提升了内容提供的质量。另一方面，更大的产业生态，意味着更多的商业模式。目前 OTT 电视早已突破了家庭电视的范畴，从以内容为王的“七屏合一”，到以应用场景为核心的智慧家庭，OTT 电视都在重新定义客厅大屏的价值。未来，OTT 电视有望将传统电视观众转化为智能用户，智能电视将在游戏、教育、广告、医疗健康、智能技术以及视频 6 个应用方面大放异彩。客厅大屏与其他屏幕的互动，将衍生出除了娱乐之外更多的应用场景。

从未来发展看，IPTV 是电信发展视频的早期业务，OTT 电视的形态与 IPTV 是一样的，但更加开放，有可能让所有的互联网企业、内容制作商，甚至是直播、自媒体等个人用户进入，从而形成对专网 IPTV 业务模型的冲击。OTT 电视代替 IPTV 的趋势已经在演进，这一趋势不以哪个公司、哪个运营商的意志为转移。

(4) 酷开模式引发 OTT 投资新热点

(编辑: passion 来源: 中国经济网 2017 年 07 月 11 日 11:11:55)

OTT 是“Over The Top”的缩写,这个词来源于篮球等体育运动,是“过顶传球”之意,在通信行业是指通过互联网向用户提供各种应用服务,典型的 OTT 业务有互联网电视业务,各种移动应用商店等。

近期 OTT 市场风起云涌,市场热点频现。2016 年 9 月 13 日,内容资源排名第一的爱奇艺率先战略投资 1.5 亿元于创维旗下互联网电视品牌酷开。6 月 8 日,腾讯 3 亿元投资酷开,并获得 7.7142% 股权。7 月 2 日,腾讯以 4.5 亿元认购 TCL 集团旗下雷鸟科技新增注册资本 2027.03 万元,获得本次增资后雷鸟科技 16.67% 的股权。阿里在升级数娱计划后,通过夏普和海尔布局 OTT 端的速度明显加快。

其中,雷鸟科技刚成立三个月,就获得如此规模投资,可见 OTT 市场所蕴藏巨大商机,OTT 模式已完全获得资本市场的充分认可。特别是酷开高品质硬件基础上的大内容智能化运营得到了所有合作伙伴的充分肯定,这种模式正在行业内被快速复制,酷开的这种成功模式所带来 OTT 大屏价值已逐步得到释放,OTT 行业迎来高速发展。

创维十年探索终成酷开模式

据了解,早在十年前的 2006 年,创维集团就看到了 OTT 的商业价值,开始对酷开做了前瞻性的重要战略布局,逐步向内容运营版块渗透,通过多次摸索、创新、协同,最终形成了如今广被推崇的开放式大内容平台模式。截至目前,酷开系统是行业内支持芯片最多、对其他电视系统环境要求最低的电视系统,对多个品牌的电视机的适应性最大,无“排异”现象,合作品牌的电视用户对酷开系统的黏性也日益增加。

去年酷开在行业中首次提出“大内容战略”,并积极布局影视,教育,游戏,商城,旅游,音乐和健康七大内容领域,联手各行业顶级合作伙伴,已触及用户观影、健身、购物、游戏等方方面面的生活场景。就目前情况来看,酷开系统已经相当成熟,具备了不小的行业影响力,用户量

已突破千万。如此庞大的系统流量,让酷开可以更准确地了解用户需求,更深入地思考什么样的产品才符合不断变化的市场。

正是基于这样的用户思维导向,6月6日酷开发布的OS 6.0以内容为核心,对整个系统做了许多颠覆性的创新和优化。比如,酷开将主页变为竖向交互,平铺式瀑布流展示;以专辑形式组织有主题的内容推荐;全局主题切换功能;结合大数据分析,做个性化的千人千面推送。这一切改变,都是为了解决用户难以从海量内容中找到自己喜欢的内容这个痛点,让众口难调成为了“你看到的都是你喜欢的”。

OS 6.0发布后,短短20多天,启动升级的用户已经突破千万级关口。除了酷开电视本身的用户外,还有一部分是来自搭载了酷开系统6.0的创维、松下、飞利浦等电视的用户。正是酷开明开放合作,共谋发展的品牌态度,既是其获得爱奇艺、腾讯入股的最大原因,又是多方不断融合进步的结果。

酷开网络科技有限公司董事长、创维软件研究院院长王志国表示,截至2017年6月6日,酷开的激活用户量高达2200万,日活用户突破900万,2016年内容分成后运营收入高达1.67亿元,毛利1.2亿元,预计未来两、三年酷开业绩有望继续保持每年超过两倍增长速度,酷开成长空间非常可期。

强强联手助推OTT发展

随着PC端和Pad端流量导向大屏幕电视与日俱增的态势,在行业内已形成不可逆转的潮流。权威数据显示,截至2016年12月,OTT终端的激活量为1.15亿,预计到2020年底,OTT终端的激活总量将达2.77亿。OTT激活终端规模升级将带来巨大用户流量。未来,OTT终端将成为能够与PC端、移动端规模相抗衡的智能终端设备,届时OTT的巨大商业价值也将充分释放出来。根据权威大数据公司奥维云网的预测,预计至2020年,OTT端市场规模将达6300亿元。

李晔表示,相对传统电视,OTT端具备天然的内容优势。OTT端通过连接互联网,背后是具有海量版权内容的视频网站。现在是内容为王时代,内容是吸引用户的基础,直接影响用户规模与活跃程度,更是留住用户的关键。

从腾讯和酷开的联手来看,腾讯拥有目前国内最大的授权影视资源和优秀的原创内容生产能力,酷开拥有一套精细化的内容展示端口与用户运营体系。强强联合为用户构建更好观影体验的同时,酷开联手腾讯、爱奇艺等巨头,可以各方共享、共建大内容体系,共享发展红利。譬如说,目前在腾讯视频上热播的《楚乔传》,作为内容合作方的腾讯视频自然希望这部大热IP剧收视率节节上升,实际上酷开庞大的终端激活基数,已经给这部剧置换出相当数量的观众粉丝。目前,酷开已经覆盖了游戏、购物、教育等多个充满潜力的生活场景,可以预见这是一个可以尽情想象的未来。相信除了腾讯、爱奇艺这两大巨头,还会有更多的合作伙伴加入其中。

利益的共同体有了稳定合作的基础,腾讯除了入股3亿资金外,还将与爱奇艺、酷开三方联合投入300亿资金,共同打造优质影视内容,不排除这些内容在酷开电视上独家或者首播的可能。这也可以看出,酷开在用户运营和商业化运作方面有更高追求,更大雄心。

从无到有,酷开模式赢得了爱奇艺和腾讯的认可并入股,而随后发生的腾讯入股雷鸟,更像是酷开模式在另一家互联网品牌身上的复制。

腾讯视频客厅产品部总经理赵罡曾表示:“2016年OTT的发展远超预期,腾讯OTT业务完成“三个亿”的突破,即累计用户数、广告收入、会员收入均突破1亿大关。对2017年充满信心,继续推进广告产品多元化,打通前后端营销资源,挖掘智能电视launcher端软性资源价值。”

（5）互联网电视行业的 4 个陷阱：自己、政策、资本和战略

（编辑：passion 来源：钉科技 2017 年 07 月 14 日 10:15:33）

11 日，中国互联网大会首次举办了以生态为主题的互联网电视论坛。论坛由 CIBN 主办，与会的有乐视致新、东方明珠、南方新媒体，以及看尚、康佳等终端企业。看得出来，生态概念已经被 OTT 行业所接受，成为一种共识，只不过，各自看法和玩法不尽相同。

互联网电视的 4 个坑

牌照方是互联网电视内容监管的重要平台，此前有些观点认为牌照方是产业发展的一种阻碍。

对于牌照方的作用，南方新媒体高级副总裁姚军成归纳为三点：堡垒、桥梁、孵化器。所谓堡垒，主要还是确保内容的安全性；桥梁，主要是要起到连接用户和产业链上下游企业的作用；孵化器，是指基于这个产业的发展，南方新体会打造一个新媒体的投资基金，给予产业相关企业更多的政策、资金、技术上的支持。

CIBN 互联网电视总经理宫玉国则认为，牌照方是互联网电视发展的正能量，绝不是阻碍。真正的阻碍，或者大坑、陷阱，宫玉国认为有 4 个：

第一个坑，是自己。互联网电视相关方不要把产业想的太美好了，要清醒地认识这个产业，虽然很大，但是要玩起来不容易。做 OTT，一定要有看破生死的态度。

第二个坑，要把握好政策。毕竟互联网电视是一个有政策监管前提下的产业，必须有行业底线，这个底线随时要守好。不要突破底线，陷入政策的坑。

第三个坑，是资本。资本确实是一个好东西，如果没有资本的介入，这个产业很难做起来。但同时也需要跟资本博弈。在这个过程中，同样还要清醒地意识到资本投你来干什么的，不是来做公益的，是为了挣钱的。

第四个坑，是战略和打法之间的坑。战略上，大方向左偏 15 度，右偏 15 度，基本上不会有太大的偏差。但是战术上，如何在执行上让自己不落入坑里，这又是另外一件事。不要跳进战略偏航的坑里，应在战术上寻求各自不同的玩法。

万亿市场蛋糕怎么分

互联网电视的坑多，但机会也大。据预测，到 2020 年，中国将成为全球第一大 OTT 国，OTT 电视保有量将达 4 亿台，家庭覆盖率预计将达到 72%。客厅经济也将全面爆发，2020 年中国客厅经济总量将达 1.1 万亿元。

根据智研咨询的数据，在业务构成方面，视频类业务在万亿级市场里，约占 45%，高达 3000-4000 亿元；电视大屏购物市场，约占 45%，预计在 3000-5000 亿元的规模；电视游戏与应用类业务市场，约占 10%，规模在 200-300 亿。

CIBN 副总经理、看尚 CEO 付强认为，互联网电视作为一个风口，最终是一个全面共赢的价值载体平台。由于面向家庭的中心，它既能实现一个平台价值的升值，也能实现每一个单元、每一个业务的业务增值。

在这方面，乐视网 CEO 梁军有着类似的看法。不过，梁军特别强调了互联网电视运营的重要之处。比如，他透露，通过分众精细化运营，乐视电视上一个内容推荐的点击率，可以达到行业 10 倍以上的水平。

另外，梁军还突出说明了互联网电视全量数据的概念。所谓全量数据，是与之前收视率抽样数据而言的。以前的节目内容收视情况，只能通过抽样调查的方式得出，数据偏差严重且容易被认为操控。但在智能化运营时代，可以精准的获得全量数据，这对广告商而言是一大利好。

“真实、透明、准确的数据对这个行业非常珍贵，如果互联网视频行业失守了电视这个阵地，互联网视频行业将没有引领机会。”他说。

在广告方面，梁军透露，开机广告、屏保广告潜力巨大。乐视 2016 年大屏广告收入 1

亿元，今年有望达到 4 亿元，明年有望 6-8 亿元。

监管方面，梁军和牌照方一样，认为是正能量。一方面，有了严厉管控，国外的苹果、Netflix 进不来，在一定程度上保护了国内的互联网电视相关企业；另一方，将盗版和不合规的黄赌毒内容去除，有利于正版合规版权内容价值的释放。

（6）“十二五”国家科技支撑项目顺利通过验收

（编辑：passion 来源：科技部 2017 年 07 月 14 日 09:49:04）

近日，科技部高新技术发展及产业化司在北京组织召开了“十二五”国家科技支撑计划“面向智能互联网电视的媒体内容和应用聚合云服务系统建设与示范”项目验收会，项目组织单位上海市科学技术委员会有关负责同志参加了会议。

验收专家组由 13 名专家组成，按照《国家科技支撑计划管理办法》和《国家科技支撑计划专项经费管理办法》等有关规定，验收专家组听取了项目负责人对项目执行情况的汇报，审阅了相关材料，观看了项目成果演示，经质询和讨论，验收专家组认为，该项目基本完成了规定的主要任务，同意通过验收。

该项目研发了电视内容聚合、电视支付、高清编码等互动电视服务技术与系统平台，开展了应用示范。

借助本项目，百视通构建了 IPTV、OTT 智能电视内容和应用聚合平台，研发了云转码、集成播控和电视应用商店系统等相关系统，集成了云计算/高清专码/电视支付/电视应用商店/CDN 等技术，并在上海 IPTV 上开展了视频交互娱乐以及电视商务的示范；实现了电视用户仅需通过一张银联卡即可方便、快捷、安全地完成视频点播、应用商城等在线支付功能，为智能电视用户提供良好的支付体验；实现首个面向 NGB 网络智能电视系统商用，应用示范区数量和用户规模超出预期。

本项目主要面向三网融合环境下互动电视服务创新，基于智能互联网电视和宽带互联网网络，集成云计算、媒体内容应用聚合、智能交互等技术，开展家庭互动媒体应用聚合云服务平台系统应用示范，形成家庭内容服务新模式及规模化应用服务能力，推动数字电视智能设备的升级和家庭内容服务产业的发展。

（7）广西移动 IPTV 招标结果异常 是市场在暗示什么

（2017-07-14 15:43 来源：运营商世界网）

日前，中国移动采购与招标网上显示，中国移动广西分公司正在进行 IPTV 业务平台软件及集成服务采购项目的招标。然而今天却有公告显示，此项目招标异常，难道这是在暗示中国移动的 IPTV 业务真的前途渺茫了吗？

据了解，该项目异常的原因，公告仅仅用了 8 个字来概括即“有效投标不足三个”。按照以往的经验来看，运营商省分公司的 IPTV 业务是比较大型的招标案。然而，有效的投标却不足三个，究竟是什么让这些投标公司眼睁睁地看着这块“肥肉”飞走了呢？

如果非要有一个确切的答案，那么无疑是中国移动在 IPTV 业务上的被动处境了。

在中国移动 IPTV 的发展路途中，一直有一个难以逾越的大山，那就是牌照问题。所以大多数时候中国移动都选择绕道而行，然而这条路确是无比的艰难。伴随着申请 IPTV 牌照的请求一次次被驳回，中国移动也陷入了被动发展的局面。

所以，即使卯着劲地发展宽带业务，也无法移除 IPTV 发展名不正言不顺的局面。

在各方都在振臂高呼今年将迎来运营商 IPTV 发展的关键之年时，中国移动非但没有如愿拿到牌照，还被勒令要求整改，这原本不太好过的日子更加雪上加霜了。

虽然广电给中国移动整改 IPTV 业务的时间截止到了 6 月底，但是至今还没有披露整改

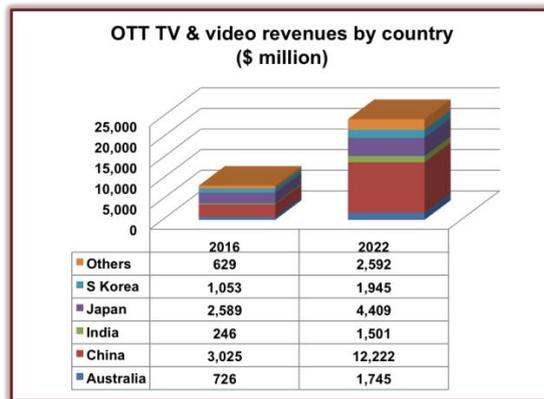
结果。而广西移动在这个时候选择 IPTV 业务的招标确实是欠考虑的，目前各方都处在观望期，不敢轻举妄动。

故出现这种招标异常的情况可以说是意料之中的，不过，这也在暗示广电应该及时将各方 IPTV 业务整改情况公之于众，以免耽误了这项业务的前进和发展。

（8）中国促进亚太区 OTT 电视和视频繁荣

（2017-07-31 - 来源：依马狮广电网）

根据数字电视研究所的预测报告，2022 年亚太区来自电视剧集和电影的 OTT 收入将达 244.1 亿美元，为 2016 年创纪录的 82.7 亿美元的三倍。单单 2017 年总收入就将增加约 30 亿美元。



中国将占该“2022 年前亚太区 OTT 电视和视频预测”报告中涉及的 22 个国家和地区的 OTT 收入的一半（2016 年只占三分之一强）。到 2022 年中国和日本两国共占该地区总收入的三分之二。

OTT 网站上的广告收入和 SVOD 收入正不分上下。SVOD 将在 2017 年和 2018 年领先，但 AVOD 将从 2019 年起夺回桂冠。到 2022 年中国将贡献该地区 61% 的 AVOD 收入，或 72.7 亿美元。

亚太区 SVOD 收入将从 2016 年的 33.88 亿美元攀升到 2022 年的 90.9 亿美元。2017 年中国将超过日本，成为 SVOD 收入领先者。

数字电视研究所预测 SVOD 订户数量将从 2016 年的 9100 万户增加到 2022 年的 2.34 亿户。2022 年中国将有 1.39 亿 SVOD 订户（占该地区总数的 59%）。印度和日本加起来有 5000 万订户，其余 19 个国家和地区瓜分区区 4400 万户订户。

到 2022 年，该地区四分之一的电视家庭将订阅一个 SVOD 包，而在 2016 年底只有十分之一。

8. 媒体融合

（1）IPTV 已成媒体融合试验田，广电未来发展之路在哪里

（2017-07-05 11:53 来源：看电视）

即使有政策支持，广电系的 IPTV 发展之路也非一帆风顺，广电系的 IPTV 之路在多方角力之下艰难前进。

A. 认识不足：省级播控平台建设艰难

老实说并不是所有的广电人都能够认识到 IPTV 对拓展电视业务的重要性，这种不重视不清楚不知道是从上而下的。这也从另外一个角度说明了为何三网融合方案全面推广以来，

省级播控平台通过验收的省份寥寥无几，毕竟在我们的国度领导不重视的事情向来推进缓慢。

而底层员工甚至 IPTV 从业人员对于 IPTV 业务的熟悉度也让人担忧，和运营商对 IPTV 的了解相比，广电系有很多的功课要补上。

B.利益不同：总分平台商务谈判各自为政

如上文所述，中央播控平台和升级播控平台同为广电系把控，按道理说本是一家，但遗憾的是两方并没有站在一起。总分平台与运营商的谈判过程中，广电系各自为政的现象十分突出。

地方广地和运营商大多数还能够以发展的眼光一起协商共同运营 IPTV，但是爱上总平台却总有一种我是老大说啥是啥赚一笔是一笔的态度，让地方广电在谈判中处于十分尴尬的地位，各地三方协议的签署以及总分平台的验收迟迟未决与此不无关系。广电系的分歧让地方广电怨言颇多，前文所述的“从新出发”或许与此有关。

C.队友拖腿：不同运营商发展成果迥异

IPTV 在发展过程中除了要面对播控方的内耗，还要面对合作运营商的不作为。目前的 IPTV 架构是广电系负责视听内容，运营商负责内容传输和用户发展。但是不同的运营商在用户发展的成果上是迥异的。

以中部某省为例，该省的电信运营商 IPTV 用户已经发展到了 400 万，但是联通运营商的用户却仅仅只有 5 万，巨大的差距虽然和 IPTV 发展的时间以及宽带用户的体量有关系，但是同时也暴露出了不同运营商在发展 IPTV 能力上的差异。如何协同各方戮力同心发展用户也是广电系必须面对的问题。

D.盈利粗放：行业天花板效应即将来临

目前看来，今明两年是 IPTV 发展的窗口期，在这段时间内 IPTV 将获得飞速发展赢得用户红利。但是随着用户的累积，用户基数也将触到天花板，后期靠跑马圈地依赖用户增长的方式来盈利难度陡增，IPTV 或许会面临着和有线电视一样的盈利困局。

不仅如此，随着移动 IPTV 牌照的申请以及获得，未来三家运营商共同抢夺 IPTV 用户，难免会发生价格战的情况。作为内容提供方的广电侧，如果单靠用户分成其实重复的是有线的老路，只有从视频内容基础运营到精细化运营，才是广电的出路。

从短期来看，目前 IPTV 的发展基本上满足了市场需求，但是其自身的诸多弊病也需要解决，不仅如此，IPTV 还面临着 OTT 和移动端的夹击，要想继续保持较快发展，仍有许多课题要做。

A.运营：打造智能化、精细化、差异化运营体系

这其实是针对 IPTV 的内容运营来说的，要求 IPTV 要立足已经取得的大数据，做好千人千面的智能推荐，读懂用户此刻的需求，并且创造用户下一刻的需求。当然用户的习惯也是需要引导的，这就需要内容运营的时候还要注意推荐的专业性。

节目运营编辑要根据热点，根据自己所熟悉的内容优秀的程度，尊重用户的时间，给用户推荐精细化的内容。一个家庭的用户年龄阶段是不同的，这就要求我们给以他们推荐的内容也是不同的，这就对我们的推荐内容提出了差异化的需求。

只有积极拥抱新技术，做好智能化的运营，才能从传统的播控运营真正走向内容运营。

B.跨屏：大小屏联动决定 IPTV 发展新出路

视听产业红海搏杀早已进入血雨腥风的地步，IPTV 在竭力分得一杯羹的同时，天花板也是隐约可见。守住大屏只是规定动作，大屏之外的用户争夺也成为 IPTV 产业关注的焦点。

在移动互联垄断生活的当下，如何打通大屏与小屏的壁垒，将大屏的内容和小屏的互动紧密结合起来，决定了 IPTV 发展的未来，毕竟电视屏日趋显示器化，而手机屏却成为连通一切的工具。

在这方面东方明珠做了不错的尝试，他们将跨屏业务全部统一在 BesTV 品牌下运营。这些大屏小屏实现了物理叠加，实现了 IPTV3200 万，OTT1980 万，数字电视 5200 万，移动端月活 1000 多万，打造了一个上亿的跨屏用户体系。

C. 智能家庭：打造大屏生态智慧家庭布局

目前中国的消费理念正在迅速向全球化、精致、智能等方面转变，日益壮大的中产阶级渴望更加有品质的生活，体验经济、智能、绿色成为体验消费的动因，智能家庭正在成为新的热点。

目前很多厂商都在争夺“客厅入口”、“家庭互联网入口”，而 IPTV 在这其中占据着先天的优势，因为放大到物联网的整个业务矩阵中看，娱乐肯定是整个矩阵的核心部分，IPTV 业务的可拓展性将使得他们在这场战争中抢得先机，如何打造大屏生态智慧家庭，将 IPTV 作为中枢机构与智能家庭连接起来，将成为未来 IPTV 发展的一个新的亮点。

（2）北京公布首批媒体融合发展重点实验室

（2017-07-13 09:38 来源：国家新闻出版广电局）

北京市新闻出版广电局日前公布了首批 20 家媒体融合发展重点实验室的依托单位和共建单位名单。

据悉，北京市局于 4 月 11 日发布了媒体融合发展重点实验室申报公告，并采用计算机随机抽签的方式在专家库中确定了评审专家，经专家独立、客观的评审，确定了北京日报报业集团等 20 个通过评审的申报项目。

北京市新闻出版广电局局长杨烁表示，建设实验室既能聚集北京地区的优秀科技资源服务于媒体融合，又能为未来北京地区媒体融合发展提供科技动力和必要的成果储备，同时，还能进一步创造有利于人才脱颖而出的条件和环境，实现实验室的聚集效应、带动效应、辐射效应。

记者在采访中了解到，在借鉴国家新闻出版广电总局开展出版融合发展重点实验室评审、新闻出版业科技与标准重点实验室评审等经验的基础上，北京市局将重点实验室建设拓展到各类传统媒体和新兴媒体。

据了解，对确定的媒体融合发展重点实验室，北京市局将进行命名挂牌并纳入优先支持范围，对其申报符合条件的产业项目优先列入相关项目库，优先支持其承接新闻媒体业转型升级重大项目，优先安排其有关人员参加北京市局组织的学习和培训。

（3）努力开创广电媒体融合新篇章，王效杰寄语“第四届中国广播电视紫金论坛”

（2017-07-27 09:51 来源：中广互联独家）

7 月 27 日，业界具有影响力的“第六届广电传媒产业论坛暨第四届中国广播电视紫金论坛”在南京开幕。国家新闻出版广电总局总工程师王效杰出席开幕式并带来讲话。

她代表国家新闻出版广电总局对论坛的开幕表示祝贺，并对出席论坛的各位来宾表示热烈的欢迎，向关心支持我国广播电视发展的各界人士致以衷心的感谢。

2017 年的论坛阵容更大，影响更广，得到了业界广泛的关注和高度的认可，在业界具有很好的凝聚力和影响力。当前，我国广播电视正处于传统媒体和新兴媒体深度融合发展的关键时刻，特别需要新的思想，新的技术、新的经验，需要加强相互交流和分享，希望本次论坛能够充分发挥积极的作用。

党的十八大以来，中央高度重视科技创新与媒体融合发展，大力实施创新驱动战略，对媒体融合做出了一系列的战略部署，要求从相加阶段尽快迈向相容阶段，着力打造一批新型主流媒体。在过去一年中，广电总局高度重视，坚决贯彻落实中央部署，制定颁布了《新闻

出版广播影视十三五科技发展规划》等政策。中央和部分省市媒体加快建设融合媒体平台，主流媒体阵地得到有效拓展，全国广电系统也加快高清应用，数字化、信息化、网络化、高清化、智能化和媒体融合深度推进，和广播影视播出能力全面增强，传输覆盖与接入服务能力显著提升，现代公共服务体系建设取得新突破，全国有线电视网络互联互通平台先导网开通，有线网络整合技术平台建设取得实质性进展。从总体上看，广播电视科技创新与媒体融合工作已经取得了积极成效，但与中央推进媒体深度融合的要求还存在不小的差距。

本次论坛以“传媒·产业·技术 融合创新”为主题，共同探讨广电融合媒体发展的方向和战略，交流媒体融合发展的新理念、新思想、新技术、新经验，非常契合当前的发展形势，和未来的发展趋势，我们要积极适应技术创新所带来的传媒格局的变化，依靠科技的力量推动广电媒体融合的发展，通过改革创新提升传播能力，提升广播电视的服务水平。

她还指出，在今年召开的全国广播影视工作会议上，聂辰席同志强调要加快科技创新，深化一体发展，推动媒体融合取得新突破。王效杰根据中央和总局领导关于媒体融合发展的相关指示精神，结合广电媒体融合的发展趋势和实际，针对广电媒体融合发展创新提出以下观点。

当前，广电媒体融合呈现三个发展趋势：一是正在向广播电视以及互联网业务的大融合方向发展；二是通过一侧采集、多元生产、多端传播，传统媒体和新媒体的界线正在被彻底打通；三是云平台、云服务正在逐渐成为支撑媒体融合业务的首选模式。

推进广电媒体深度融合，重点要在以下四个方面聚焦：一是要打通制作生产环节，推进制作流程一体化，资源共享便捷化，实现内容产品融媒化。二是要打通传播分发环节，构建支撑业务运营媒体服务的集成播控平台，实现传播分发融媒化，满足需求应用个性化。三是要加快广播影视传播覆盖网络融合创新转型升级，向天地一体、互联互通、宽带交互智能协同发展。四是要加快建设智能融合广电、广播影视监测、监管体系，提升安全保障能力，将安全作为融合创新的前提和基础，充分利用大数据、云计算构建融合新型广电。今年又是十九大召开的重要时期，全国广播系统必须切实增强政策意识，全力以赴做好各环节的安全工作。

加快科技创新步伐，推进媒体深度融合是巩固文化思想宣传阵地，壮大主流思想舆论的战略举措，是关系广电生存的战略工程，我们要在思想上、认识上不断深化，方法举措上再创新，工作推进上再发展，努力开创广电媒体深度融合的新篇章！

（4）【现场】技术引领媒体融合，中广联合会王联论道紫金论坛

（2017-07-27 09:41 来源：中广互联独家）

7月27日，由中广联合会技术工作委员会、江苏省广播电影电视协会、江苏省广播电视总台（集团）、江苏省广电有线信息网络股份有限公司联合主办的“第六届广电传媒产业论坛暨第四届中国广播电视紫金论坛”在十朝古都南京拉开帷幕。

业界两个极具影响力的论坛双剑合一，再一次将传媒产业技术和媒体融合发展的主题推向行业最前端，来自行业内外的知名专家，全国各省市局、台、网的领导和业务骨干及知名广电和互联网行业的企业齐聚一堂，以新思想、新技术、新经验为酒，坐而论道。

中广联合会技术工作委员会会长王联出席开幕式并发表讲话。他对各位嘉宾的出席表示热烈的欢迎，紫金论坛作为业界具有影响力的论坛，今年围绕媒体融合的主题为产业发展提供了宝贵的观点，本次论坛以“传媒·产业·技术融合创新发展”为主题，涵盖内容丰富。

2014年中央提出媒体融合，要着力打造一批新型媒体，深度推进媒体发展成为实现媒体融合的必由之路。要实现媒体融合离不开技术的支持，而如何打造互联互通的平台是今后要探讨的重点。

目前，各省市电视台和广播电视台着手构建媒体云，其中，云南台的七彩云探索出了新

的路径，国际台的中华云也在多语种的应用上取得了成效。未来，开放化的云平台是发展的重要方面，要重视技术在引领广播电视行业转型发展中起到的作用。

（5）中央电视台加快推进媒体深度融合

（2017-07-31 13:35 来源：国家新闻出版广电总局）

中央电视台加快推进媒体深度融合、一体发展效果显著。

一是强化顶层设计，集全台之力推进媒体深度融合。台分党组立足中央电视台战略发展的高度，多次专题研究部署媒体融合的体制机制、技术保障、统筹规划等。台媒体融合发展领导小组负责统筹全台媒体融合的整体性、系统性、协同性，确保各项举措落实到位。

二是建设新媒体集群，形成有影响力的传播矩阵。坚持以新闻为龙头，以视频为重点，以用户为中心，以“三微一端”为抓手，初步建成多终端、多语种、全覆盖的“一云多屏”新媒体传播体系。央视新闻移动网上线以来共发布移动直播 1992 场、短视频 8 万余条，入驻矩阵号 134 家。“央视新闻”新媒体用户突破 3.27 亿，用户规模和影响力在主流媒体中居领先地位。央视网多终端全球覆盖用户超过 10 亿。“央视影音”客户端全球累计下载量达 5.8 亿。

三是重大项目进展迅速，深度融合步伐加快。大力推进统一的移动资讯发布平台建设，全新矩阵式呈现各频道精品内容；新媒体内容集成发布平台投入试运行半年以来，移动直播总场次突破 110 场，发稿量达 11 万条；互动电视平台“央视专区”覆盖 19 个省市的 5000 万用户。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）IBC 2017 从各个角度考察 VR 和 AR

（2017-07-07 - 来源：依马狮广电网）

VR、AR 和 MR 将在 IBC 2017 接受现实生活的检查，观众有机会在此展会上了解这些新技术更多的信息，从它们当前在市场中的地位到它们提供的机会以及探讨技术挑战和用户体验。

Viveport 总裁和 HTC Vive 高级副总裁 Rikard Steiber 将于 9 月 16 日发表一个会议的主题演讲，探讨 VR 的未来之路。此会议将考察大量新涌现的消费设备和服务（如 Viveport VR 应用商店）以及展现从娱乐到体育内容的平台上成功的 VR 体验。

尽管未来三年 VR 和 AR 收入预测达到数十亿美元，但许多公司对投资依然举棋不定。9 月 17 日的专题讨论会“丢弃天花乱坠的宣传：VR、AR、MR 及其它现实中的下一个前沿”有望是关于 VR 和 AR 现实的启示性会议。成功故事、对研发领域项目的透视以及对 VR 和 AR 技术发挥出它们的潜力所需的能力都将在会上分享。

同样在 9 月 17 日，创业者论坛为进入 VR、AR 和 MR 的成熟媒体机构、创业公司和投资者提供一天分享他们对这些先进技术的未来的看法。

IBC 2017 还组织了一批关于此热门话题的会议论文，在“VR 和 AR——制作、潜力、误区”的会议上宣讲。演讲者将分享迄今为止吸取的教训，并讨论用摄像机阵列拍摄 VR 实景的潜力、对 VR 和 AR 可能的不利影响以及如何避免它们。

此外，IBC 未来展区将展示最新的思路和创新，包括 BBC 研发部、Generic Robotics、NHK、Sennheiser 和 Immersia TV 公司等将在那里展示包括 MR、3D 音频和全景投影等技术，一个重点是多感知虚拟世界和未来成像。

IBC 网络展区还是 IBC 未来现实剧院的所在。

(2) 国内首次广电 VR 试播箭在弦上

(编辑: passion 来源: 金融界 2017 年 07 月 24 日 10:37:23)

佳创视讯日前宣布“VR+广电”正式落地,与 5 个省市地区广电运营商展开 VR 试播。

佳创视讯与天威视讯、吉视传媒、华数传媒、广电网络及河南有线近日在深圳举办签约仪式,拟在前述公司网络覆盖范围内选择试点城市,并于每地区选择首批试点用户数不低于 1000 户,开展“虚拟现实+广播电视”的 VR 业务试播运营。

天威视讯总经理麦上保在签约仪式上表示,近年来 VR 技术十分火爆,作为传统有线电视运营商,天威视讯非常重视,也在探索如何在应用 VR,而佳创视讯在技术研发上走到前面,天威视讯将积极配合,共同推动试播的顺利开展。

“VR 内容是核心,除了创作团队制作的内容,我认为 VR 现场直播将带来更大的发展机遇,相应的投入也会比较多。”麦上保说。

“目前,北京意景技术已经把 VR 直播的链路打通,我们希望接下来能在广电网络上打通进行试播。”佳创视讯董事长陈坤江表示,公司投资的北京意景技术已经拍摄了部分 VR 内容,接下来还要继续制作一些 VR 精品,希望未来有更多的公司参与 VR 内容创作。

据佳创视讯副董事长、总经理张海川介绍,公司自 2016 年初与虚拟现实技术及系统国家重点实验室、信息光子学及光通信国家重点实验室、国家广播电视网工程技术研究中心及数字电视国家工程实验室等机构合作,开展重要技术攻关和关键技术创新、行业标准研究及推广、产学研合作开发实现产业化等工作。此后,公司设立北京意景技术,经过一年的准备,已经拍摄编辑的成片内容近 50 个小时。

“高清 4K 电视,广电在做,互联网一样在做,但 VR 是很好的突破口。”河南有线有关负责人认为,目前互联网受带宽限制尚且不能全面应用 VR 技术,而广电网络在 VR 方面有网络技术上的优势,是弯道超车的机遇。

华数传媒有关负责人表示,VR 概念大于实践,公司去年也整合浙江省的一些资源,通过小规模试点,但技术与内容跟不上。“这个行业前景非常好,我们尽快落地试播,产生数据反馈,形成实际上的产业建议和见解。”

吉视传媒有关负责人认为,在电视机的场景下看 VR 感受不一样,但有线电视运营商缺乏 VR 方面的人才、技术,广电网的很多优势没有挖掘出来,佳创视讯的“VR+广电”充分挖掘了广电网的潜能,争取扩大市场,多投入,以后可以发展成“广电网络+”。

广电网络有关负责人同样也表示看好 VR 行业前景,“我希望尽快落地,希望在今年为正式播出做好相关准备工作。”

(3) BBC 研究: 消费者依然怀疑 VR 未来

(2017-07-24)

BBC 对虚拟现实 (VR) 的研究发现初始模糊的期待转化为对该媒体的兴奋。

那些之前有入门级移动 VR 体验的人们感到乏味在意料之中,而后来者对他们可能期待的体验不确定。

高级受众市场分析师蒂姆·法因斯表示这呈现了一个微妙的市场挑战,“该行业传播 VR 体验实际上像什么有困难。考虑到能够决定体验性质和质量的技术之丰富多样性,为受众设定恰当水平的期待,这样他们就不会感到乏味地离开需要技巧。”

研究参与者被要求每天玩一玩该技术,他们多半选择寻找刺激的东西,如恐怖的事物或过山车,或其它极端体验。不过,他们不太可能更深搜索 VR 必须提供的东西。一个令研究

人员吃惊的事是参与者用这些设备在曾被认为是家中最大屏幕的设备中观看 2D 宽屏幕内容。内容从有剧本长内容到 YouTube 音乐视频。

法因斯说：“我们形成的假说是头显为观众提供完全不受干扰参与内容的稀有机会。智能手机越来越与人们形影不离，意味着要观众全身心投入任何种类的活动往往具有挑战性。”

内容起作用的诸多方面中一个关键方面是通过观众参与。例如太阳马戏团体验产生共鸣是因为演员与观众有大量的眼神交流。一旦过山车的新奇逐渐消失，正是这种类型的内容赢得被抽选人员的青睐。

在此试验进入一个新阶段时，很多设备没有被动过。一个年龄不到 44 岁的女性参与者说：“它没有取代我的媒体习惯……使用起来不那么容易：你必须准备好你的手机，把它插入头显，然后找到一些要看的東西。一般我可能就打开电视机，立即看一些节目。”

法因斯表示存在差劲的体验充斥市场且令观众对 VR 概念完全失去兴趣的危险，他说该行业必须携手打造硬件和软件方面的一致性体验。

10. 国际动态

(1) 联合国呼吁加强宽带基础设施建设

(编辑：passion 来源：中国经济网 2017 年 07 月 20 日 15:30:39)

联合国宽带促进可持续发展委员会近日发表声明，呼吁各国政府和私营机构将部署宽带网络基础设施作为重中之重，以早日实现联合国 2030 年可持续发展目标。

委员会在声明中说：“我们必须开展合作，利用信息和通信技术、大数据和人工智能等新兴技术以及宽带技术带来的机遇和福祉，同时消除其不利影响和风险。这对于实现可持续发展目标并建设我们梦想的未来至关重要。让我们抓住实现可持续发展目标这个历史机遇，通过普遍可获取的廉价宽带技术和数字素养，建设可持续发展的典范，创建不让任何人掉队的美好未来。”

委员会认为，信息和通信技术及大数据和人工智能等基于宽带网络的新兴技术，已成为驱动发展的独特有力工具。这些技术不仅有助于解决医疗健康和粮食生产等基本需求，还能通过电子商务增加就业、帮助人们摆脱贫困。就全球来讲，新技术还可用于观测气候变化、海洋生态系统、全球环境污染等，为可持续发展提供依据。

声明列举了利用宽带推进全球可持续发展以及在此过程中改善全球千百万人生活的多种方式，其中包括满足人们诸如在卫生保健和食品生产方面的基本需求，通过电子商务机遇和增加就业帮助人们摆脱贫困等。

声明呼吁全球政策制定者、私营行业以及利益攸关方充分认识到宽带基础设施、设备、应用及服务在未来发展中的独特地位，加大宽带网络建设投入，为早日实现联合国可持续发展目标共同努力。声明还强调，宽带网络作为一项基础设施，只有价格“亲民”才能实现全民普及，在实现可持续发展的过程中真正“不落下任何人”。

国际电信联盟日前还公布了“2017 年信息社会世界峰会奖”各奖项归属。联合国宽带促进可持续发展委员会副主席、国际电信联盟秘书长赵厚麟表示，最新评选出的 90 个杰出项目代表了如今世界各地利用信息和通信技术改善民生所作出的最佳努力。

联合国宽带促进可持续发展委员会成立于 2010 年，由来自政府、行业、国际组织和学术界的代表组成，是促进宽带作为全球发展加速器的顶级倡导机构。

(2) 美国 UHD 发展加快

(2017-07-24 - 来源: 依马狮广电网)

随着又有 9 家电视运营商加入 SES 卫星公司的 UHD 试验, 一共有 30 家美国付费电视提供商 (共有超过 1000 万观众) 现在正在他们的分配网上试用 SES 的 4K 内容分发平台。

在 SES 的 4K 平台上的 30 家运营商中, 三家已经开始通过 SES 的端到端解决方案在订户家中开展商业线性 UHD 服务。

SES 的一体化 UHD 平台包括卫星分配服务、接收设备和世界最大的 4K UHD 频道阵容, 包括 Fashion One 4K、Travelxp 4K、4KUNIVERSE、NASA TV UHD、INSIGHT TV、UHD1、C4K360、Funbox UHD、Nature Relaxation 4K 和 SES 的 UHD 示范频道。

11. 走向海外

(1) 移动分销对于非洲 OTT 的发展的重要性

(编辑: passion 来源: 独家编译 2017 年 07 月 05 日 17:25:26)

尽管到 2022 年, 撒哈拉以南的 OTT 电视视频业务预计可为其 35 个国家带来高达 6.4 亿美元的收入, 但是这项服务在该地区的发展仍然处于一种不成熟的阶段。

不过, 根据《非洲撒哈拉以南地区 OTT 电视与视频发展预测报告》的结果显示: 这一数字为 2016 年总收入 5200 万美元的 12 倍。到 2022 年, 南非 OTT 电视视频业务的收入将占该地区总收入的 40%, 尼日利亚地区有望进一步增长到该地区总收入的 21%。

短视频点播 (SVOD) 服务已经成为了 OTT 电视和视频的主要收入来源。到 2022 年, SVOD 的收入将达到 4.75 亿美元 (占 OTT 总额的 74%); 在 2016 年总计 (OTT 收入的 40%) 上升了 22 倍。

Digital TV Research 公司的首席分析师西蒙·默里 (Simon Murray) 强调: “移动运营商对撒哈拉以南非洲地区 OTT 电视和视频的发展有着极为重要的作用。”

“尽管到 2016 年总收入已经翻了 3 倍, 但是到 2022 年, 我们预计家用固定带宽仅有 1300 万。这样的固定带宽明显不足以维持一项 OTT 服务的正常运营。然而到 2022 年, 智能手机用户将达到 4.86 亿。”

“移动运营商认识到了他们的关键性, 因为他们不仅可以让 OTT 玩家能够访问广泛的用户群, 还可以同时进行计费 (因此需要 SVOD 平台来支持信用卡付款)。”

“最重要的是, 许多移动运营商目前正在为 OTT 服务的接入收取高昂的价格, 这可能给用户增加相当大的成本。然而, 与移动运营商签订分销协议可以大大降低这些花费。”

Digital TV Research 机构预测: 到 2022 年 SVOD 用户将达到 1220 万, 这比 2016 年年底的统计高出 52.5 万人。南非用户 (到 2022 年将达到 270 万) 仍将是领先者, 但尼日利亚地区的用户人数 (264 万) 将接近顶峰。

(2) 中兴与 Conax 达成全球 IPTV 经销协议

(编辑: passion 来源: 人民邮电报 2017 年 07 月 13 日 16:31:17)

Conax 近日宣布与中兴通讯股份有限公司签署经销商协议。这一经销商协议拓展了 Conax 的 IPTV 扩张计划, 第一个联合运营商部署正在筹备中。

Conax 是 Kudelski 集团的子公司, 是一家专为面向全球广播、宽带和网络连接设备的

数字电视服务提供内容安全保护的跨国公司。中兴公司是全球领先的综合通信解决方案提供商，也是中国大陆最大的通信设备上市公司。二者合作的重点是中兴通讯面向全球 IPTV 市场的所有产品上将使用 Conax 公司下一代 IPTV 安全客户端。

Conax Connected Access 多用途安全客户端为中兴通讯的运营商提供全面的 IPTV 和 OTT 内容保护，使中兴在新市场上占有一席之地。高度灵活的架构具有条件访问和 DRM 的融合安全性。这种客户端还采用了先进的混合方式，无需多个后端，单一的安全客户端可将所有运营商连接至 STB。整合后的中兴通讯 IPTV 生态系统将为运营商提供一流、部署完整、安全的 IPTV 平台，针对注重内容的消费者来拓展市场。

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（1）传广电或参与联通混改 三网融合再迎突破

（2017-07-06 10:12 来源：常话短说）

据《经济通》最新报道：富瑞证券发表研究报告指出，国家新闻出版广电总局愿意为中国联通提供 700MHz 频谱，以换取中国联通股权。富瑞称，对中国联通和广电总局达成交易有信心，但需要时间。

其实广电和联通混改闹绯闻已经不是一次两次了，最早在今年 4 月份，当时市场就传出联通集团混改对象为中信集团、广电和“BAT”互联网巨头。

但中国联通对相关混改参与对象一直未予明确，只是表示需要具有战略上的一致性。从此标准来看，携有 700MHz 黄金频谱的广电够格。如果真获得 700MHz 的使用权，那么联通在 5G、NB-IoT 等领域将获得弯道超车的机会。

700MHz 是业界公认的“黄金频段”，目前使用权掌握在广电手中。也正因为 700MHz 频谱的宝贵性，电信运营商一直在争夺其使用权，在国家相关的频谱发展规划中，也确实有通过拍卖等机制来实现 700MHz 分配的考虑。

更具体一点，目前 700MHz 归已经划拨广电电网的中广传播使用。此前也有传闻称，广电电网与中信已经组建合资公司，广电就以 700MHz 资源作为入股，不过未得到官方证实。

不过广电携 700MHz 参与联通混改的传闻并未得到官方证实，传闻也未提及广电参与混改的主体是哪一方(这很重要)，所以存在很大的不确定性。

一个不容回避的事实是，即使在广电内部，关于 700MHz 也一直处于博弈状态。

首先，关于其规划与监管机构，广电内部就存在不同的线路之争，在一定程度上影响了 700MHz 的产业化步伐。

其次，关于 700MHz 的使用主体，则存在中央与地方之间的竞争，在相关广电发展规划中就明确指出，要协调好国网和省网的关系，充分发挥国网互联互通平台、资质平台建设的重要作用和各省网在地方的网络资源、内容资源、渠道资源优势。

第三，地面有线卫星之间的争夺，不利于 700MHz 在广电的规模化推广使用。包括在地面数字电视全数字化整转前及整转后，有线无线卫星融合网频率使用原则的制定和规划，要避免有线、无线、卫星的独立分割以及各地融合网网络分割建设的局面。

最新进展显示，广电利用 700MHz 开展的有线无线卫星融合网第一批试点验收工作全

部结束。除了在第一阶段试点地区继续推进各项工作之外，广电 700MHz 工作重点将主要有三个方面：一是扩大试点范围；二是完成有线无线卫星融合网技术白皮书；三是建立有线无线卫星融合网标准体系。

2. 宽带中国

（本期无）

3. 相关政策法规

（1）国家无线电办公室明确 2017 年广电 700MHz 频谱走向

（编辑：passion 来源：通信世界网 2017 年 07 月 11 日 10:50:00）

沉寂数月的广电 700MHz 频谱最近又有新动向，有消息称：广电拟为中国联通提供 700MHz 频谱，以换取中国联通的股权，然而该消息并未得到各方证实，尚存在很大的不确定性。但是，出自工信部无线电管理局（国家无线电办公室）的消息却明确了 2017 年广电 700MHz 频谱的走向。

工信部开展频谱使用评估专项活动

早在 2016 年 3 月，工信部无线电管理局（国家无线电办公室）下发通知，要求各省（区、市）无线电管理机构部署开展频谱使用评估专项活动，由此拉开了全国频谱使用评估专项活动的帷幕。2016 年，主要针对公众移动通信业务的频谱使用进行专项评估，为我国 5G 频谱规划以及 2G、3G、4G 频率的优化调整提供重要依据。在评估中，采用移动和固定监测相结合的方式数据进行采集与分析，从时域、频域和空域 3 个维度，综合评估相关频段的频谱使用情况。在该项活动中，各地无线电管理机构均开启固定监测站并派出移动监测车，全面开展对相关频段的监测和对监测数据的采集工作。

例如，四川省测试范围覆盖了全省 21 个市（州）县级及以上城市建成区超过 90% 的快速路、主干道、次干道等城市道路，测试里程达 1.24 多万公里，可见频谱评估工作之艰巨与繁杂。

据统计，在 2016 年的移动通信频谱使用评估工作中，全国无线电管理机构累计投入固定监测站 1059 座、移动监测车 391 辆，监测总时长达 17.82 万小时，移动监测车行驶总里程达 38 万余公里，共完成公众移动通信网络 7 种技术体制、25 个频段以及相关业务的数据采集，全面掌握了全国公众移动通信等业务的频谱使用状况。

在此基础上，2016 年 11 月，工信部无线电管理局（国家无线电办公室）下发《关于开展无线电频谱使用评估常态化试运行工作的通知》，对频谱使用评估常态化工作进行了全面部署。继而，工信部无线电管理局（国家无线电办公室）确定：2017 年频谱使用评估工作的重点是广播视频段，并在 2017 年 1 月下发通知要求各省（区、市）无线电管理机构结合打击黑广播等非法设台行为，对广播电视频率实施评估，全面了解广电有关频段的实际使用情况。

700MHz 何去何从由国家决定

工信部无线电管理局（国家无线电办公室）相关领导指出：今年开展的以广播电视业务频段为重点的频谱使用评估，是去年频谱使用评估工作的延续，标志着此项工作已逐步走上常态化的轨道。同时，明确为满足经济社会发展对频谱资源日益增长的需求，无线电管理机构一方面要准确把握无线电技术应用的趋势，切实做好无线电频谱资源的需求预测和前瞻性研究，科学规划、合理配置有限的频谱资源；另一方面，要通过开展频谱使用评估，全面梳理现有无线电业务的用频情况，摸清有关业务频率的使用底细，为相关频率规划、分配、调

整和回收提供依据,以此推动频谱资源领域的供给侧结构性改革,提升频谱资源的使用效率。

显然,2017年组织开展广电频谱使用评估,有助于无线电管理机构摸清现有广电业务的实际用频情况,进而更加科学地评估用频需求,实现频谱资源的精准供给。因此,开展广电频谱使用评估是推动频谱资源领域的供给侧结构性改革、缓解频谱资源结构性供需矛盾的一项基础性工作。

而国家评估后,广电数字化后节省的700Hz频谱的数量和频段就可以得到明确,有利于国家收回并重新分配。至于多少用于移动通信,也由国家决定,广电应有建议权。

由上可见,广电700MHz频谱已纳入国家频谱评估系列之中,打破了广电号称的“部门”所有的臆想,以及拟以700MHz频谱进入移动通信领域的计划,彰显了频谱资源国家所有的根本特征。

(2) 工信部:加快人工智能、虚拟现实等技术的研发和商用

(编辑: passion 来源: 每日经济新闻 2017年07月14日 09:58:07)

无人超市、VR购物……最近吸引人们关注的这些新鲜事物,今后或将更多地走进百姓生活。工业和信息化部部长苗圩11日说,将加强对关键核心技术攻关突破,加快人工智能、虚拟现实等技术的研发和商用。

苗圩是在2017中国互联网大会开幕论坛上发布上述信息的。他表示,将推动互联网与其他产业跨界融合创新,加快构建普惠性、精准性创新支持政策体系,打造以市场服务为纽带、以价值链共创为基础的市场化运行机制。

“互联网发展进入了创新加速、智能转型等新阶段。”苗圩说,随着大数据、物联网、人工智能、虚拟现实等新技术、新产业不断涌现,特别是互联网与实体经济加速融合,推动了传统制造业数字化网络化智能化进程,持续催生新的增长点。

(3) 互联网电视监管政策编年史(2004—2017)

(编辑: passion 来源: 流媒体网 2017年07月14日 11:23:38)

回顾互联网电视的监管历史,也是伴随着市场发展不断演进的。大概2009年,中国互联网电视风起云涌,2010年广电总局开始采取牌照监管制度,牌照商们过了一段躺赢的美好时光,此后,硬件企业话语权渐大,OTT过顶传球的理念一时间甚嚣尘上,然后,互联网电视迎来了一轮一轮严管。大概从2011年年中开始,每年都会加强一次。

前尘——2009年之前(39号令、56号令)

2004年6月15日:《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》(39号令)经国家广播电影电视总局局务会议通过,自2004年10月11日起施行。本办法适用于以互联网协议(IP)作为主要技术形态,以计算机、电视机、手机等各类电子设备为接收终端,通过移动通信网、固定通信网、微波通信网、有线电视网、卫星或其他城域网、广域网、局域网等信息网络,从事开办、播放(含点播、转播、直播)、集成、传输、下载视听节目服务等活动。

2007年12月20日:《互联网视听节目服务管理规定》(56号令)经国家广播电影电视总局、中华人民共和国信息产业部审议通过,现予发布,自2008年1月31日起实行。

这些政策出来时,还没出现互联网电视的概念,但是强调了互联网视听节目由广电总局监管,并且39号令、56号令也成为后续一段时间里在互联网电视上执行的政策,其中规定的《信息网络传播视听节目许可证》更是一个对互联网电视、手机电视、视频网站等都很要命的证件。

缘起——2009年(加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理)

2009年04月02日:广电总局发出《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通

知》，未取得《电影片公映许可证》的境内外电影片、未取得《电视剧发行许可证》的境内外电视剧、未取得《电视动画片发行许可证》的境内外动画片以及未取得《理论文献影视片播映许可证》的理论文献影视片，一律不得在互联网上传播。

2009年8月11日：《广电总局关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知》下发，通过互联网连接电视机或机顶盒等电子产品，向电视机终端用户提供视听节目服务，应当按照《互联网视听节目服务管理规定》(广电总局、信息产业部令第56号)、《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》(广电总局令第39号)的有关规定，取得“以电视机为接收终端的视听节目集成运营服务”的《信息网络传播视听节目许可证》。

2009年，互联网电视概念风起云涌，引来总局针对性监管，并强调了39号令、56号令，此外，当年8月BIRTV上的互联网电视相关展示也被临时叫停。

极速推进——2010年(颁发三张互联网电视牌照)

2010年4月：广电总局下发《互联网电视内容服务管理规范》、《互联网电视集成业务管理规范》，对互联网电视将采取“集成服务+内容服务”的管理模式，分别颁发内容服务和集成业务两类牌照。

2010年，互联网电视牌照制度形成，并颁发三张集成牌照，以牌照方去管理内容的方法沿用至今。当年物以稀为贵，牌照商风光大盛。

第一轮严管——2011年(181号文来了)

2011年7月14日：广电总局下发《关于严禁通过互联网经机顶盒向电视机终端提供视听节目服务的通知》。通知明确，通过互联网经机顶盒(DVD机等)向电视机终端提供视听节目服务的，均须按照国务院关于推进三网融合的有关要求，在经批准的试点城市，由广电部门另行组织。目前，国家广电总局没有批准任何一家单位可以通过互联网经机顶盒(或DVD机等)向电视机终端提供视听节目服务。

2011年10月18日：广电总局《关于印发持有互联网电视牌照机构运营管理要求的通知》(181号文)下发，就互联网电视集成业务管理、互联网电视内容服务管理、互联网电视业务运营、互联网电视机顶盒等终端产品管理提出要求。

2011年，对互联网电视而言有两件大事，一是7张集成牌照颁发完毕，此后再未增加；二是沿用最久、影响最为深远的181号文出台了，对内容集成、内容服务、运营以及终端管理都有相关细则。例如181号文规定“目前阶段，互联网电视集成平台在功能上以支持视频点播和图文信息服务为主，暂不得开放广播电视节目直播类服务的技术接口。”及至目前，直播仍未放开。

过渡期——2012年(OTT概念突然火了)

2012年08月24日：国家广电总局网络视听节目管理司罗建辉司长在第一届中国OTT TV峰会上表示，采取以管理促发展的思路：**1、明确产业分工**，互联网电视集成平台由电视台建设，厂家负责互联网电视的终端发展。**2、依法落实许可管理制度**。**3、坚决打击非法开展互联网电视的行为**。**4、对互联网电视终端进行有序管理**。

2012年监管层的动作算是比较温和，也是这一年，OTT(OVER THE TOP)概念火过互联网电视这个中文称呼，一时间大家都想过顶传球，OVER别人。也是从这一年开始，不但盒子品牌纷纷涌现，乐视小米等互联网品牌电视开始登上历史舞台。

第二轮严管——2013年(剑网行动)

2013年4月25日：国家新闻出版广电总局网络司在京召开互联网电视管理专题会议。

网络司通报了近期互联网电视管理的情况、存在的问题和加强管理的要求，中国网络电视台等7家互联网电视集成服务单位和部分省局负责人发了言。田进指出，要建立退出机制，对严重违规、屡禁不止的互联网电视集成服务和内容服务机构，实行退出。总局将继续

报告并协调解决互联网电视“黑盒子”(未经批准生产的机顶盒)生产、销售问题。还要解决互联网视听节目服务持证机构违规向“黑盒子”提供互联网电视内容的问题。

2013年6月起:从国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部 and 公安部联合四个部门利用4个月的时间,开展“2013年打击网络侵权盗版专项治理‘剑网行动’”,严厉打击利用手机等移动设备、电视机顶盒、电视棒和音视频播放器等硬件工具侵权盗版的违法犯罪活动。

市场OTT的很兴奋,乱象也便难以避免,不但总局首次严厉提出“牌照退出机制”“黑盒子”等问题,还形成延续四个月的四部委联合“剑网行动”。不过,要到2014年才知道更严厉的监管在后边。

最严监管来了——2014年(主抓牌照商)

2014年6月中旬:国家新闻出版广电总局网络司针对互联网电视牌照商,下发了关于立即关闭互联网电视终端产品中违规视频软件下载通道的函(关闭函)。在函件中,总局要求两地互联网电视集成牌照的申请主体进行整顿,立即关闭其所有互联网电视终端产品中各类商业视听网站客户端软件及各类视频聚合软件和互联网浏览器软件的下载通道。并对已经下载的软件。立即予以技术处理,在未完成整顿之前,不得发行新的互联网电视终端产品,如网上有害节目通过其互联网电视集成平台的终端产品进入电视机的问题不能得到有效解决,要追究开办主体的责任。

2014年7月4日:在“第三届中国互联网电视产业论坛”上,国家新闻出版广电总局网络视听节目管理司司长罗建辉重申总局发出的“关闭函”,指出“大量不良内容及未经批准的境外内容进入电视机,违反了中央精神和总局相关管理政策”,他明确指出,互联网电视是广播电视形态的一种。目前已经发放了7张集成播控和14张内容服务牌照,“集成牌照将不再发放,内容服务牌照允许省级广电机构正常申请”,他特别强调,商业网站不能在互联网电视上自建内容平台。

2014年7月:新闻出版广电总局发布通知,决定扩大TVOS智能电视操作系统在有线运营商中的试点范围。今后各地有线运营商发布的OTT机顶盒等终端,应安装使用TVOS1.0软件,不得安装除TVOS外的其它操作系统。

2014年7月11日和15日:新闻出版广电总局分别约见中央三大台(央视、国广、央广)领导以及广东、浙江、湖南、上海四大台及地方局,就当前的互联网电视管理与经营工作存在的问题和整顿方向及时间提出了明确的要求。针对目前的互联网电视市场,总局领导特别指示,互联网电视首先要管好7大牌照商,目前七家牌照方都存在不同程度的违规,后续哪家不按总局要求做就收回牌照,不带好头就处理,如果七家都违规,就暂停互联网电视业务。并将互联网电视的管理上升到了国家根本利益的高度。立即开始整顿活动,境外引进影视剧、微电影要求必须在一周内下线,内容无论是在老盒子还是新盒子,无论哪个版本都要维护和清理。终端内容不管来源是哪,都计入集成播控平台管理,平台上所有内容都由牌照方负责。推出不同版本EPG必须向总局报备。未经批准的终端产品不允许推向市场。

2014年7月22日:国家新闻出版总局网络司给各省广电网络管理处下发文件,要求各省网络管理处针对本地的互联网电视违规整改情况进行协助核查。针对互联网电视机顶盒上的内容核查:不允许机顶盒终端存在独立视频APP客户端;互联网电视机顶盒上的影视内容必须获得《电视剧发行许可证》和《电影公映许可证》,如无此二证,则需下架。针对与运营商合作的机顶盒产品上的违规行为进行核查:各牌照商和运营商的互联网电视合作,必须根据181号文的要求进行;不允许在互联网电视服务上存在直播或延时直播服务,不允许存在商业网站内容,同时对于牌照商和运营商的合作收费情况进行调查。

2014年8月11日:国家新闻出版广电总局办公厅向各省局下发了《关于不得超范围安装互联网电视客户端软件的通知》。该文件要求各省局对辖区内互联网视听节目服务单位

进行全面自查。凡是未持有互联网电视集成服务和互联网电视内容许可的机构，一律不得推出、提供用于安装在互联网电视终端产品中的客户端软件；已经超范围开展互联网电视业务的，要立即整改。8月22日腾讯视频TV发布公告暂停服务，短短10天之内PPTV聚力、优酷TV、爱奇艺TV版、暴风影音、搜狐视频、乐视网都发表声明暂停服务或下线。

2014年9月20日：广电总局以打击盗版、保护版权的名义通知视频聚合应用进行整顿。据悉这次广电总局有两大招向视频聚合类应用“发难”，第一要求视频版权方加强自身视频版权监管力度，不能被视频聚合类网站盗链，否则将直接停止版权方服务器；第二广电总局和几大视频版权方联合工商局针对几家大型的视频聚合类网站进行维权和查处工作，震慑视频聚合类应用行业，使他们主动停止视频聚合服务。

2014年中，总局面向牌照商约谈、自查、协查连出重手，整改雷厉风行，在这样的疾风暴雨之下，8月底各大品牌网络视频的TV版纷纷下线，此后一个月，视频聚合应用也被整顿，一直影响至今。

上升到法律层面——2015年(229号文出台)

2015年9月9日：国家新闻出版广电总局召集部分在京互联网电视牌照商，就互联网电视终端管理、现有业务情况的规范运营、自查自纠召开了一个简短的沟通会议。要求各牌照商按照181号文的相关要求，进一步加强对于现有合作的互联网电视终端(包含一体机)的内容、业务等方面的规范管理，尤其是对于涉及版权和严重违反181号文管理要求的行为，必须予以内部清理。否则将予以严肃处理。

2015年9月18日：史上针对非法互联网电视终端的最严厉的查处文件《关于依法严厉打击非法电视网络接收设备违法犯罪活动的通知》(229号文)出台，由最高人民法院、最高人民检察院、公安部和国家新闻出版广电总局四部门联合下发。根据文件规定：从事生产、销售非法电视网络接收设备(含软件)，以及为非法广播电视接收软件提供下载服务，为非法广播电视节目频道接收提供链接服务等营利性活动，扰乱秩序的都将不仅仅只是违规，而是犯罪，视情节轻重将量刑处理。

2015年10月：国家新闻出版广电总局网络视听节目管理司给7大互联网电视集成播控牌照方下发了《关于对互联网电视集成平台服务器地址信息报备的函》。

2015年11月：各大终端平台加班加点对现有的应用进行调整，并将于11月15日完成新的软件升级，届时很多视频APP将被下架，而广电总局所公布的81个违法违规第三方应用则将会被全部屏蔽。

如果说2014年互联网电视的严厉整顿是范围大、持续时间长，那么2015年则又上升到更高层面——不是违规，是违法犯罪，视情节轻重量刑，229号文的发文单位是最高法、最高检、公安部和广电总局。也是这一年，许多盒子采取强制升级的断腕之举。

重点抓与牌照商与运营商的合作——2016年(6号令、81号文)

2016年4月25日：《专网及定向传播视听节目服务管理规定》(6号令)经2015年11月23日国家新闻出版广电总局局务会议审议通过，现予发布，自2016年6月1日起施行。总局解读，6号令是将三网融合推进过程中的成功做法，包括对互联网电视等新业态的管理经验等，以规章的形式固定下来，为广电和电信双向准入提供法律保障。

2016年7月29日：国家新闻出版广电总局下发《关于做好互联网电视整改工作的通知》(81号文)给7大互联网电视集成播控牌照的申领电视台。总局指出，根据前一阶段的检查来看，各互联网电视集成许可机构在不同程度上存在产品不符合规定，与相关企业合作不规范等问题。导致在传播的内容上存在不合法合规的情况出现，因此要求各大牌照机构就现存问题进行整改，同时也提出了具体的整改要求。

2016年12月22日，国家新闻出版广电总局网络司在北京临时召集在京的互联网电视牌照方开会，就前期互联网电视业务自查和整改情况进行沟通，并重点就牌照商与运营商合

作情况进行了总结。在实际过程中发现某牌照方整改不力，在与地方合作所提供的内容中还带有直播服务，没有达到预定目标，协查情况与实际上报的报告存在着不符的情况，此次受到了点名批评。总局强调指出，针对各地运营商组织的互联网电视招标项目，各牌照方一律不得参加，已经参加并中标的，如果未开展实际业务，要立即停止，已经开展的需要想办法停止并转移用户，如果继续违规，将给以吊销互联网电视牌照的处罚。

2016年总局主抓的是牌照商与运营商合作并违规提供直播信号的问题，至年底直接要求牌照方不得参与运营商的互联网电视招标，中标的也要停止，否则“吊销牌照”。运营商以OTT之名行IPTV之实的行为被叫停，IPTV迎来发展良机。

并不只针对互联网电视——2017(关停微博凤凰网等视频并再次强调56号令)

2017年6月1日：国家新闻出版广电总局印发《关于进一步加强网络视听节目创作播出管理的通知》，强调网络视听节目要坚持与广播电视节目同一标准、同一尺度，把好政治关、价值关、审美关，实行统筹管理。未通过审查的电视剧、电影，不得作为网络剧、网络电影上网播出。不允许在广播电视播出的节目，同样不允许在互联网(含移动互联网)上播出。禁止在互联网(含移动互联网)上传播的节目，也不得在广播电视上播出。不得在互联网(含移动互联网)、广播电视等任何平台上以任何形式传播所谓“完整版”、“未删减版”、“未删节版”及“被删片断”等节目(含镜头片断)。网络视听节目进入广播电台、电视台，要按照相关管理规定重新审核。

2017年6月22日：针对“新浪微博”“ACFUN”“凤凰网”等网站在不具备《信息网络传播视听节目许可证》的情况下开展视听节目服务，并且大量播放不符合国家规定的时政类视听节目和宣扬负面言论的社会评论性节目，国家新闻出版广电总局发函责成属地管理部门，按照《互联网视听节目服务管理规定》(广电总局、信息产业部第56号令)的有关规定，采取有效措施关停上述网站上的视听节目服务，进行全面整改，为广大网民营造一个更加清朗的网络空间。

2017年的监管重心不在互联网电视层面，而在于网络视听节目，必须有《信息网络传播视听节目许可证》，而且要与广播电视节目同一标准、同一尺度。

从2007到2017，56号令仍然拥有最强的效力，10年一个轮回？不管做硬件还是做内容，做互联网电视首要的事情是了解监管政策，在合法合规的范围内跑才有未来。

(4)《无线电频率使用许可管理办法》自9月1日起施行

(附全文、解读 编辑：passion 来源：科讯广电网 2017年07月14日 16:15:15)

7月13日，据工信部官网显示，《无线电频率使用许可管理办法》已经于2017年6月21日工业和信息化部第31次部务会议审议通过，自2017年9月1日起施行。同时为了更好地理解和执行《办法》，工业和信息化部政策法规司负责同志对《办法》进行了解读。

《无线电频率使用许可管理办法》全文如下：(略)

(5)【特急】工信部联通信【2017】92号，广电纳入共建共享组

(2017-07-20 14:52 来源：通信人才网)

近日，工业和信息化部 国务院国有资产监督管理委员会发布关于2017年推进电信基础设施共建共享的实施意见。大致内容如下：

各省、自治区/直辖市信息管理局，中国电信集团公司、中国移动通信集团公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国广播电视网络有限公司、中国铁塔股份有限公司及相关企业。持续提升电信基础设施共建共享水平，打通电信基础设施建设“最后一公里”。

完善了组织机制,将中国广播电视网络有限公司纳入全国电信基础设施共建共享领导小组及其办公室。

终端共建共享提出要求具体包括以下三方面:

- (A) 铁塔和室内分布系统
- (B) 宽带接入网设施
- (C) 杆路、管道等其他基础设施

最后还列出考核监管及保障措施。

公告原文如下: (略)

4. 与广电相关的标准

(1) ATSC 3.0 标准制定进展 (2017.6)

(编辑: passion 来源: 未来媒体网络 2017年07月10日 17:07:05)

近日, ATSC 主席 Mark Richer 在其官网发文总结了近半年来 ATSC3.0 标准制定的最新进展。他表示 ATSC 3.0 标准体系的 23 项标准制定工作已接近完成。

ATSC 成员刚刚通过了重要的 A/341 视频标准, 其中包含 4K 超高清、高动态范围 (HDR)、广色域 (WCG) 以及高帧率 (HFR) 等内容。结合之前通过的高级音频标准, 这一新的视频标准将为下一代电视体验带来显著的提升。

增强用户体验是 ATSC 2017 年下一代电视大会的关键主题之一。在这一为期两天的会议上, 与会代表们在第一天深入讨论了技术与实现的议题, 第二天则讨论了商业与政策的议题。

接下来, A/331 (信令、传输、同步与误码保护) 和 A/360 (安全与服务保护) 这两个建议标准 (Proposed Standard) 将进入成为最终标准的投票阶段。候选标准 (Candidate Standard) A/300 (ATSC 3.0 系统) 有望成为建议标准, 而剩余几项标准的制定工作也会快速推进。

以下为截至 2017 年 6 月最新的标准制定情况:



（2）4K 电视标准与应用发展座谈会召开

（2017-07-24 - 来源：电子信息与软件服务业处）

7月16日下午，4K电视标准与应用发展座谈会在广州召开。会议邀请国内相关领域权威专家、业界代表为我省4K电视应用和产业发展献计献策。省长马兴瑞、省委常委、宣传部长慎海雄出席会议并讲话。

马兴瑞、慎海雄向中国工程院院士高文、丁文华等13位省推动4K应用与产业发展专家组成员颁发了聘书。专家组成员围绕4K行动计划实施的技术考虑、4K电视网络应用发展形势、4K标准落地应用及产业化的可行性、技术和政策瓶颈问题以及协同发展创新机制等作了专题发言。

马兴瑞认真听取与会专家的发言，指出加快推进4K电视应用与产业发展具有巨大的产业带动效应，是我省推进广电媒体供给侧结构性改革，引领信息网络技术和信息消费升级，抢占未来产业发展制高点，满足人民群众日益增长的物质文化需求的重要举措。各地、各部门要认真贯彻落实习近平总书记关于做大做强数字经济、拓展经济发展新空间的重要指示精神，按照李克强总理在今年政府工作报告中关于发展数字家庭的部署要求，坚决遵循党中央对意识形态、文化发展的管理原则和要求，坚持以人民为中心，坚持发挥市场力量，坚定不移推动4K电视网络应用与产业加快发展，使广大人民群众共享科技进步带来的成果。

马兴瑞强调，要积极争取工业和信息化部、新闻出版广电总局等有关部委的指导和支 持，加大政策引领和资金投入，充分调动研发机构、市场主体积极性，着力破解制约4K电视应用和产业发展的瓶颈问题，加快推进4K标准制定，增强4K节目源供给，加快提升网络传输覆盖能力，推动4K电视机生产及其在城乡的推广应用，规范宽带市场竞争秩序，加强知识产权和版权保护，深入开展科普宣传，确保4K电视网络应用与产业发展年内见效，取得实质性突破。要结合信息技术网络升级，加强与通信运营商的合作，推动5G技术研发应用和数字政府建设，为实现“四个坚持、三个支撑、两个走在前列”提供强有力支撑。

省委常委、宣传部长慎海雄表示，我省新闻出版广电部门和单位要按照省委、省政府的部署要求，积极开展以4K电视为中心的 digital 家庭行动计划，在坚持正确意识形态的前提下，开拓视野、创新机制，下功夫抓好4K内容原创等工作。

袁宝成副省长主持会议，省推动4K电视网络应用与产业发展协调小组成员单位负责同志及相关网络应用企业代表参加了会议。省经济和信息化委党组副书记、巡视员邹生参加会议并作为推动4K电视应用与产业发展牵头部门汇报了目前工作进展情况。

5. 广电行业动态与分析

（1）甘肃融合网试点项目通过总局验收

（来源：科讯广电网 王建利 2017年07月03日 15:52:30）

据最新报道显示，2017年6月28日，国家新闻出版广电总局科技司在甘肃组织了《广播电视有线无线卫星融合网技术研究和业务试验项目验收会议》，该项目以甘肃为试点开展广播电视有线无线融合业务试验。在听取相关汇报演示后，委员会经过充分讨论，最终项目实现顺利验收。至此，包括贵州、重庆、广东在内的第一批融合网业务试点项目已经全部通过总局验收。

据了解，重庆融合网试点项目充分利用广播电视网络资源和U频段频率资源，在兰州建成核心网1套，在敦煌建成基站16个，逐步实现了互联网接入、视频点播、智慧城市等各项业务应用，达到了项目预期目标。目前已经在首届敦煌国际文博会期间成功进行了业务

应用及测试验证。下一步，甘肃广电网络将进一步做好有线无线融合网项目的推广应用工作

融合网项目背景和目标

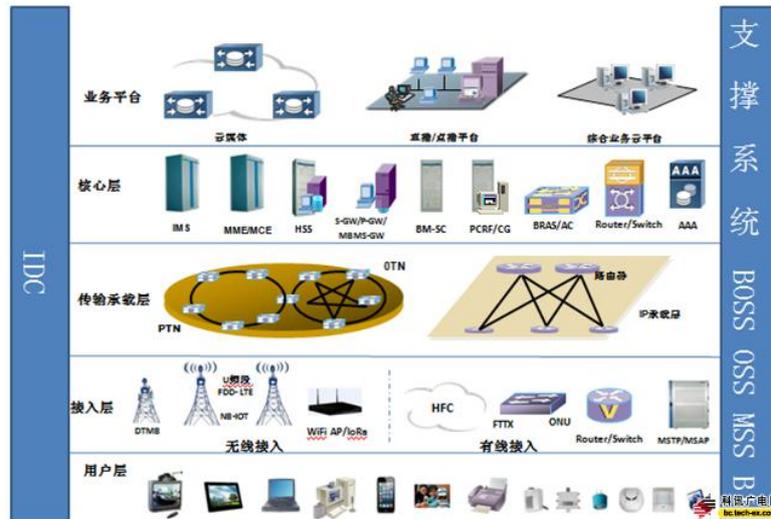
在三网融合背景下，广电行业力图通过构建“有线、无线、卫星融合网”，提升全业务承载能力，推动媒体融合发展。2014年由总局广播电视科学研究院牵头，在贵州、重庆、广东和甘肃四地成立融合网工作组，进行技术和业务示范以及相关技术标准和设备规范研究。最终打造出一张综合利用广播电视网、可运营WIFI平台、互联网等成熟技术标准和产业链资源的可管、可控、可信的广播电视数据网。并且有线无线卫星融合网的建设被列为国家广电总局“十三五”重点项目。

融合网项目建设目标可以分为三点：一是构建技术先进、面向融合媒体发展的广电新一代融合网络；二是开展广播电视有线无线卫星互联互通关键技术研究，研发相关的设备、平台和终端；三是通过规模化实验网，进行相关测试和业务试验，探索广播电视网有线无线卫星一体化融合发展的创新模式。

从2015年12月，4家有线电视运营商对广电有线无线卫星融合网项目进行公开招标以来，经过近两年的发展，如今第一批试点地区的融合网项目已经全部通过总局验收。据悉，总局广科院对四个试点地区所承担的项目试验各有安排，以下为四大试点地区融合网推进的具体情况和成果。

(A) 贵州

贵州省融合网试点项目试验任务主要是在贵安新区进行智慧城市的建设以及农村地面电视机顶盒双向化改造。值得注意的是，省内地面、有线、卫星等广播电视的运营和维护主体都是贵州广电网络公司，也使其开展的有线无线卫星融合项目第一个通过总局验收。

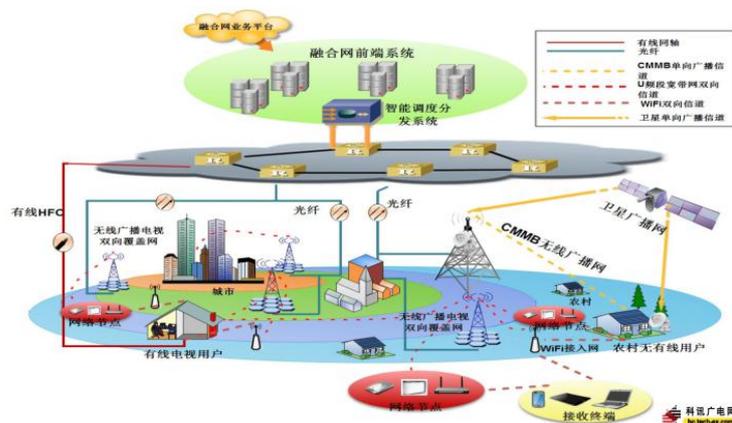


贵州融合网构建

2014年7月17日，《贵州省有线无线卫星融合网技术研究和业务示范项目》技术方案评审会在贵州省广电网络公司召开。确立由贵州省广电网络公司和国家新闻出版广电总局广播科学研究院、中广传播集团有限公司合作研发融合网项目工作；2016年6月7日，“有线无线卫星融合网工作组会议”在贵州省广电网络公司召开。会议对融合网技术、业务、频率三个方面提出具体要求，肯定了有线无线卫星融合网工作组提出的融合网标准规范和贵州省广电网络公司有线无线卫星融合网试验取得的成果；2016年10月9日，以贵州为试点开展的广播电视有线无线融合网业务试验通过验收。值得注意的是，贵州省试点将DTMB地面数字电视纳入了融合网项目中。此外，其打造的公共免费WIFI系统也得到了行业的广泛关注。

(B) 广东

广东省试点的项目试验任务主要是在江门和清远等地进行多媒体广播、融合类业务以及农村多向化覆盖。广东省也配合着出台了《广东省信息基础设施建设三年行动计划（2015-2017年）》。

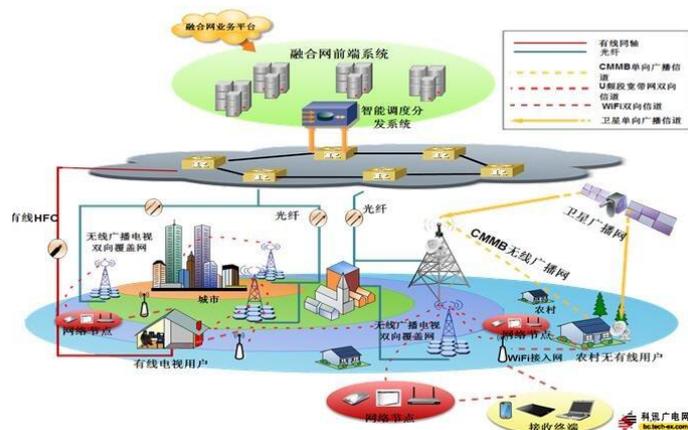


广东融合网业务构架

2016年5月5日，广电总局广科院互联网所在广东省江门市召开了“融合网项目进展协调会议”，会议期间广东省网进行了江门融合网业务演示；2016年10月21日，广电总局科技司在广东组织召开了《面向农村地区的广播电视有线无线智能协同覆盖关键技术研究及规模试验》项目验收会，会上广东省网承担的广播电视有线无线卫星一体化融合网试点项目通过总局验收。广东融合网建设的特点是基于U频段在移动多媒体电视网的优势，开展无线广播电视直播业务的创新。

(三) 重庆

重庆试点的项目试验任务主要是在渝北地区进行多媒体广播，旅游信息发布，以及智慧城市和智慧社区的建设。



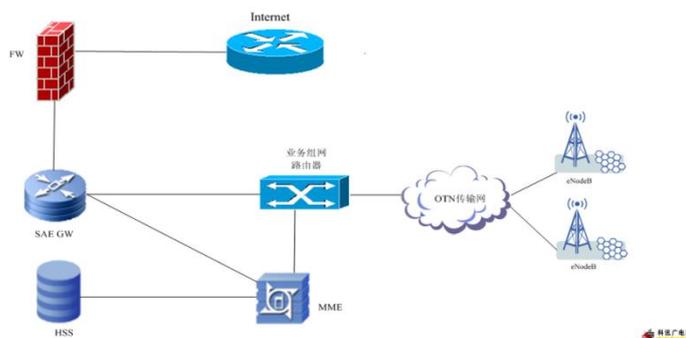
重庆融合网网络结构

2015年1月16日，广电总局科技司在重庆组织召开了《广播电视有线无线卫星一体化融合网络的协同覆盖、组网模式及业务运营模式研究与规模试验》项目技术方案专家论证会，项目确定由广播科学研究院牵头，重庆有线和中信网络共同参与建设广电无线双向试验网；2015年5月8日，重庆广播电视集团与感知科技签订战略合作协议，双方计划在物联网应用领域开展合作，计划依托有线电视网络及广电无线频谱资源，合作开发广电物联网业务应用；2015年5月，重庆有线与重庆忠县人民政府举行了“信息化战略合作框架协议”和“全域重庆政务信息平台合作协议”的签约仪式，双方将联手共建“智慧忠县”；2015

年 10 月，重庆有线与重庆盘溪置业有限公司达成战略合作，将基于重庆有线的无线 Wifi 网络，打造盘溪水产品综合批发市场（即“渔人湾”码头）的智慧市场信息化运营；2016 年 11 月 18 日，重庆有线网络公司承担的广播电视有线无线卫星一体化融合网络重庆试点项目通过总局验收。

(D) 甘肃

甘肃省省试点的项目试验任务是在敦煌召开世博会期间，提供信息化服务、WIFI 覆盖保障以及楼宇信息牌信息的传输。



甘肃核心网组网构架

2015 年 4 月 22 日，广电总局科技司在兰州组织召开了《甘肃省广播电视融合网技术研究与业务示范项目》技术方案专家论证会，该方案融合了 1.4G 频段 20MHz 频谱资源，采用高低频混合组网模式，具有一定的代表性；2016 年 1 月 12 日，甘肃铁塔公司表示愿意提供全省范围内数万台铁塔基站与甘肃广电网络公司进行合作共享；2016 年 3 月 2 日，甘肃省网与广电总局广科院就“广播电视有线无线卫星融合网技术研究和业务试验项目”召开业务交流会议。此后，甘肃广电与思科公司、华为、中兴等公司在智慧城市建设、云平台以及无线城市建设等方面开展合作；2016 年 5 月，甘肃广电网络签订《西部六省广电网络大合作框架协议》，推动全国有线电视网络全程全网整合运营；2016 年 6 月，甘肃广电与玉门市广播电视台成功签约玉门“无线城市”建设项目。利用广电独有的频段资源（700MHz）+WIFI 覆盖方式，覆盖全市主要街道、旅游景点、集贸市场、休闲广场、车站等公共场所；2017 年 6 月 28 日，以甘肃为试点开展的广播电视有线无线融合业务试验通过总局验收。

融合网工作下一步工作展

据了解，在四个省份前期试点项目结束的基础上，融合网工作组下一步工作包含以下几大方面：扩大试点范围；制定融合网系列标准，发布融合网白皮书，进一步整合产业链；跨区域业务示范；冬奥融合网覆盖；物联网内陆港示范；平原多人口地区业务示范；近海环境融合网广播电视业务覆盖。

但当前还不容忽视，在广电 700MHz 问题上，广电内部在规划方向和业务路线上还存在诸多分歧，融合网试点建设过程中也存在诸多问题和难点。而最为关键的是仅仅融合网先期四地试点项目工作就持续了近两年，下一步真正形成完全形态的融合网，实现“全业务、一张网”还需要多久？并且建网的最终目的是实现业务的规模部署，在此基础上真正获利，而最终商业模式又是什么样的，这一过程又将需要多长时间？这是最终变现的一步，是最关键的一步，也是最难的一步。此前笔者就针对“广电融合网建设以及存在的问题”写过文章，里面就提到，融合网地区试点、项目验收只是过程，探索的阶段。网络部署建成后最终的目的是广电业务获得规模发展，商业模式化的探索，运营模式利益的变现。“广电融合网建设是一个漫长而艰巨的工程，不能一蹴而就，不仅受传统广电网络运营影响和束缚，同时存在前期投资大但是回报周期长的特点，还需要各地广电机构砥砺前行。”

而从最近的动向以及各地融合网建设来看，广电有线无线卫星融合网建设将助力广电物

联网发展，从而推动广电在智慧家居、智慧城市、行业应用等业务领域探索。这或许是广电融合网络部署完成后，商业模式探索的首要方向。并且广电新的业务增长点也是物联网！

(2)【现场】坐而论道 起而行之——广电网络定位是关键

(2017-07-03 09:50 东方有线网络有限公司副总经理胡力旗 来源： 中广互联)

在讨论广电网络的发展趋势之前，我们必须清楚一个问题，即广电网络的定位——公益性还是市场性。胡力旗认为，广电网络必须要根植公益性信念，为大众提供高可信用度、高覆盖度、高便民度的服务。

具体来说，广电网络要扬长补短的进行“文化传播、信息服务”，准确理解文化传播与广电网络的相关关系，充分利用既有资源，增强文化传播能力，同时借助文化传播提升信息服务水平，尽力巩固用户习惯，扩展用户群体。

所以在数字化时代，广电网络要挽留受众群，就必须积极参与智慧城市建设，围绕政府痛点、民众难点、社会热点提供服务。比如在智慧物业方面可以提供社区介绍、公告发布、社区新闻、家政服务、维修预约、社区活动、在线投票、电视邮件；在健康医疗方面提供健康提示、生活妙招、健康监测、运动指导、智慧养老、预约挂号；在便民服务方面提供天气预报、水电气费缴纳、社保查询、快递查询、办事指南、政策法规、就业信息、订餐送水；在电视商务方面提供电视商城、电视门店、周边服务、票务查询；在增值服务方面提供社区监控、远程医疗、在线课堂、幼教娱乐、违章查询、公交路况、电视图书、家具安放、智慧家电。

对于近些年大热的智慧社区建设，胡力旗也提出了自己的看法，希望政府能够直接深入社区提供标准化服务，覆盖民众日常生活的方方面面，而不再依靠厂商的协助。

在这弱肉强食的时代，精准预测广电网络业务新动能的潜在方向无疑可以为自身产业增加一层保护膜。胡力旗认为，政企业务、大众业务、融合业务时广电网络发展的三大方向。政企业务要致力于实现云业务、金融企业服务升级、物联网基础设施和应用建设；大众企业要尽快实现三屏业务融合，拉动 O2O、B2B2C 以及 C2B2C 业务的收入；融合业务则要定位于智慧社区、智慧家庭两个方面。

坐而论道，起而行之，广电网络路还远，道还长。

(3) 总局开展新闻出版广播影视重点工程督查

(2017-07-06 10:15 来源： 国家广电总局网站)

为贯彻国务院督查工作部署和落实总局 2017 年督查工作计划，加快推进新闻出版广播影视重点工程建设，总局财务司开展了新闻出版广播影视重点工程督查。

督查工作组织 31 个省（区、市）和兵团新闻出版广电部门对“十二五”尚未完工的和“十三五”新开工的建设项目进行了全面自查。3 月至 5 月，财务司邀请国家发改委社司有关负责同志，共组织了六个督查组，分期分批赴全国 15 个省（区、市），就工程实施的质量、进度、管理、效果等开展实地督查。共召开专题座谈会 37 场，听取了各省、市（州）、县新闻出版广电部门有关汇报和意见建议，深入县级广播电视台、译制中心、出版单位等基层项目点 55 个，检查工程实施情况，了解存在的问题和不足，提出工作意见和建议。

此次督查促进了各地进一步加强工程项目组织管理，有力推动了工程建设和资金执行进度。

(4) 联通混改再传绯闻：广电携 700MHz “黄金频段” 入股

(2017-07-06 15:10 来源： C114)

7月5日消息，富瑞证券发表研究报告指出，国家广电总局拟愿意为中国联通提供700MHz频谱，换取中国联通的股权。富瑞称，对中国联通和国家广电总局达成交易有信心，但需要时间。

值得注意的是，广电一直都是中国联通混改传闻的对象。最早在今年4月，市场就传出混改对象为中信集团、广电和“BAT”互联网巨头。近期市场再传腾讯和阿里巴巴确认入股，联合其他投资者出资100亿美元，但遭到中国联通的无情否认。

联通混改并不是一件轻松的事情，今年5月，中国联通董事长王晓初就透露，混改牵涉的部门很多，需要与十个部委沟通。

700MHz是公认的“黄金频段”，在中国因为历史原因被广电攥在手心里，令电信运营商眼红不已。此前广电将700MHz频段划给了国网，同时国网将与中信国安成立“中广移动”负责700MHz频段的运营。据悉广电意图自己建设LTE宽带移动网络，遭到电信行业专家的一致申讨。

富瑞指出，广电正在继续对700MHz频谱的使用方式进行实验。如果这块频谱以混改形式，最终被联通收入囊中，对电信业发展来说也是一件利好。

(5) 广电渠道再不发力，市场更要被电信互联网蚕食光了

(2017-07-07 11:55 来源： 常话短说)

谈到创收渠道，我们一直在做物业、个人等合作代理，现在也都在做微信和淘宝等电子渠道。

虽然花了不了心思，但普遍（极少部分做出了成绩）都不成气候，有线电视网络的创收更多的依赖于自营业厅和网格人员。

当前用户流失严重，坐门等客希望用户主动来办理业务已不现实，“山不过来，我过去”，只有主动走出去，在渠道建设上多想法子，下沉贴近用户，才是“渠道为王”的必由之路。

A、社区服务站

笔者认为，当下再热衷去建较为规范的大营业厅已没有实际意义了。由于业务量和提成无法带来大的利益，学电信运营商大力发展合作代理也没有生存空间。

笔者认为，到超市、商场等客流量大的地方去设立小型营业点，下沉社区设立营维一体、销服一体的服务站应是比较符合我们的现实情况。

武汉长宽和上海鹏博士就一直是采用社区服务站渠道模式，不建大的营业网点，每2万户左右覆盖一个社区服务站，跟水电煤气、菜市场、小卖部在一起，渠道下沉贴近用户服务民生，很好的解决了最后一公里的问题。

B、电子渠道

有时候想起来，还真有点可悲——在移动互联网高速发展的今天，我们大部分有线网络公司还处在“刀耕火种”的石器时代，用户缴费决大部分还是现金交易。虽然不少地方也通过与支付宝的合作实现了基本收视费的代缴，但一来宣传不够，二来操作繁琐失败率高，三来很多缴费业务还是得亲自去营业厅办理。一来二去三走，大家就觉得还是去营业厅稳妥。

可谁见过腾讯办理业务的营业网点？现在还有多少人大老远跑到电信运营商的营业厅去缴费？连路边卖早餐的小贩都用微信支付了，早也不是什么新鲜事了。

笔者认为，系统支撑能力的缺失其实比产品内容的缺失更为致命，更为可怕。所以看似并不难解决的支付问题，可还真就难倒了我们。

为什么强调线上支付的重要性？很多时候用户都是在冲动消费，比如在爱奇艺上试看了

几分钟电影，一下停了，觉得不错不过瘾，又有多少人会拒绝去点击秒付 5 块钱。

冲动是魔鬼，但对我们来说，用户冲动就带来收入。一旦不能抓住冲动那一刻的机会，你再去推介业务，效果会大打折扣。

笔者认为，甭管开不开通微信、支付宝，重点是一定要打通线上支付瓶颈，实现便捷付费，开通各项付费频道、点播回看等等业务的线上体验，抓住稍纵即逝的用户冲动消费心理。

C、电视机

这几年三大运营商几乎所有的网点都改造成了手机卖场，连自己的旗舰自营厅也都承包给了手机经销商，缴费办业务反到偶居一角。电信提的是“终端为王”，确实，离开了手机终端，4G、5G 不就飘荡在空中了吗？

对于我们有线电视网络来说也一样，离开了电视机这个载体，我们就什么都不是。道理大家都明白，但实际上我们与电视机终端的联系远远没有电信运营商和手机终端来得紧密。

各地有线网络公司都尝试过和电视机厂家或经销商多角度合作，但最后大多变成卖电视机提升创收。当然，不可否认，开展其他宣传和业务方面的合作确实要找到一个较好的切入点。

但笔者认为，电视机这个渠道是我们有线网络的源头和载体，必须突破，而不仅仅是简单的卖台电视机，要与我们的市场和产品业务体系紧紧绑定。

大家想想，卖电视机的、送电视机的、装电视机的、修电视机的，如果各个环节都说“看电视还是有线电视好”，那就真的是“一句顶万句”，比我们自己推介什么都强一万倍，又何愁业务发展和用户流失。

(6) 广电总局批准湖北广电开展广播电视有线无线融合网试验项目

(编辑：科讯广电网 skila 来源：湖北广电 2017 年 07 月 13 日 09:04:53)

7 月 12 日，湖北省广播电视信息网络股份有限公司针对国家新闻出版广电总局同意其开展广播电视有线无线融合网试验项目，发布公告。公告全文如下：

湖北省广播电视信息网络股份有限公司关于国家新闻出版广电总局同意公司开展有线无线卫星融合网试验项目的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

A、基本情况

近日，公司收到《国家新闻出版广电总局科技司关于同意<有线无线卫星融合网试验项目一-湖北省神农架林区试验技术方案>的批复》(技网字[2017]308 号)，同意公司开展广播电视有线无线融合网试验。

B、对公司的影响

有线无线融合网是国家重要战略信息基础设施，通过有线无线融合网建设可满足广播电视网络升级和业务发展的需求，实现多屏互动电视户外延伸、有线无线融合、无线物联网等功能。

公司被列入总局广播电视有线无线融合网实验项目试点单位，是贯彻落实国家、湖北省委、省政府加快高速宽带网络建设、智慧湖北建设，探索广电网络融合业务发展等战略部署的重要成果。

目前，公司通过广播电视网络及互联网数据中心为政府、企业及个人用户提供有线电视传输、宽带接入业务等服务，致力于湖北省智慧城市、数字家庭、宽带乡村、平安城市、雪亮工程等建设，是湖北省信息化建设的重要力量之一。

试验期间公司将按照《广播电视有线无线融合业务试验项目及无线频谱使用暂行管理办

法》的要求，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，探索运用新技术创新广播电视和互联网传播方式，形成有线无线融合发展的综合信息服务传播体系，拓展智慧城市、视频监控、智慧家庭和物联网业务的发展空间，实现电视和互联网业务融合发展。

（7）广电总局:推进有线电视网络整合取得实质进展

（2017-07-14 15:22 来源：常话短说）

7月13日，国家新闻出版广电总局在郑州召开全国广播电视传媒机构管理工作会。国家新闻出版广电总局党组成员、副局长田进同志出席会议并作重要讲话。

田进指出，要认真落实中宣部、财政部、国家新闻出版广电总局联合发布的《关于加快推进全国有线电视网络整合发展的意见》，加快推进双向化宽带化智能化建设，加快推进网络整合和互联互通平台建设，争取取得实质性的更大进展。

全国有线电视网络整合，何为实质性的更大进展？

A、背景

2016年11月底，某种程度上是对十三五规划的回应，中宣部、财政部、国家新闻出版广电总局联合发布《关于加快推进全国有线电视网络整合发展的意见》，相比于之前广电总局等发布的全国有线电视网络整合文件，在具体实施步骤和程序上有一些进展。

文件最关键的一点是：原则上以省网是否上市区别对待，第一步，中国广电首先入股省级非上市公司，并组建全国性网络股份公司；第二步，推动全国性网络股份公司上市，整合省级上市公司。

而田部长的发言，很大程度上也是对文件工作目标的要求。

B、现实

其实早在2015年2月13日，国家新闻出版广电总局印发《加快推进全国有线电视网络整合发展试点工作方案》，明确强调国网是全国有线电视网络整合试点工作的主体。对国网来说，当前的主要任务就是网络整合，实现互联互通。

2015年5月28日，在国网成立一周年会议上，则提出了网络整合时间表。2015年完成6到8家省级网络公司整合试点任务；2016、2017年，全面推开全国有线电视网络整合，组建全国性有线电视网络股份制公司；2018、2019年，深化、细化全国有线电视网络整合，重点是全国性有线电视网股份制公司上市。

但纵使有这么多文件和规划保驾护航，但实际却进展甚微，至今仅与河北广电网络签署了资本战略合作协议，之前传闻的青海、宁夏等也都不了了之。

倒是广电国网屡屡陷入联通混改传闻，从广电+中信携手入股，到利用700MHz入股，传的有板有眼。

不过也有业内资深人士指出，广电对于700MHz只有使用权(有线无线融合网)，也能进行利益交换(700MHz换无线通信牌照)，但却没有对外使用交易权(自行决定700MHz广电之外用途)，再考虑到广电的资金实力，这个传闻可能真的就是个传闻而已，当不得真。

C、未来

不过历史并不代表未来。实际上随着全国有线电视用户流失现象越来越普遍，不少地方的中小型广电运营商举步维艰，出现“亏损加剧、工资发不出”的局面。

根据国家广电总局等统计，虽然2016年我国有线电视网络收入达到910亿元，较2015年增长5.10%，但有线电视基础收视费收入却从2015年的475亿元下降至458亿元，可见以基本收视收入为主的县市级广电网络公司的生存难度。

所以，近两年来不少县市级广电网络公司主动投靠求“整合”，仅需要省网负担人员薪酬即可，省级网络的深层次整合明显加快。

因此，在全国一张网的IPTV、OTT大力发展的背景下，广电运营商的经营压力也会逐

级向上传递，这将有利于全国有线电视网络整合。

但话也说回来，如果仅靠市场自然规律来推动网络整合，真到了那时候，这张网的价值几何也要搭上问号了。所以市场与行政双向出击，寻求利益平衡点当为上策。

(8) 广电总局两个重点实验室在京挂牌

(2017-07-14 09:50 来源： 国家新闻出版广电总局)

7月10日，国家新闻出版广电总局出版融合发展（中国新闻出版研究院）重点实验室和新闻出版技术与标准应用国家重点实验室在京挂牌启用。

据了解，出版融合发展（中国新闻出版研究院）重点实验室将充分发挥科研单位、高等院校、出版机构及企业集团的资源优势，依托数字出版技术与数字版权保护技术发展，紧密围绕出版融合发展的战略需求开展集智攻关，创新数字内容管理体制、经营机制和生产方式；创新版权保护技术、产品和新业态；创新推广新技术、新成果在多个领域的示范应用，为传统出版和新兴出版融合发展提供智力支撑、技术保障和示范经验。新闻出版技术与标准应用国家重点实验室立足于技术和标准的产业应用，瞄准国内外新闻出版技术和标准前沿，解决我国新闻出版业转型升级、融合发展过程中的技术与标准应用的关键问题，在知识服务、ISLI/MPR等资源编码与管理以及标准符合性测试验证方面开展重点研究，为新闻出版产业发展提供技术支撑和创新平台。

出版融合发展（中国新闻出版研究院）重点实验室依托单位为中国新闻出版研究院，共建单位包括读者出版传媒股份有限公司、北京大学、江苏睿泰数字产业园有限公司、上海理工大学。新闻出版技术与标准应用国家重点实验室由中国新闻出版研究院牵头，共建单位包括中国音像与数字出版协会、中国科学院自动化研究所、深圳市天朗时代科技有限公司、同方知网数字出版技术股份有限公司。

(9) 国家新闻出版广电总局副局长田进到河南有线调研

(编辑：passion 来源：河南文化发展网 2017年07月19日 14:02:18)

7月11日和13日，在郑州出席全国广播电视传媒机构管理工作会议的国家新闻出版广电总局副局长田进，两次深入河南有线电视网络集团有限公司，考察调研公司业务融合创新和转型发展情况，勉励公司再接再厉，力争在业务发展、转型发展、参加全国网络整合等方面走在全国有线电视前列。省委宣传部副部长、省广播电视台台长朱夏炎、省新闻出版广电局局长李宏伟、河南有线董事长尹发启和总经理毛振山陪同调研。

田进始终关心、关注河南有线的发展。2011年，他三个月内两次来到河南有线，考察指导公司数字化整转、绿色上网和“用电视”业务等工作。7月11日，刚下火车，田进就来到河南有线安阳分公司，调研广电网络安全播出情况，指导公司做好安全播出工作，为迎接宣传贯彻党的十九大营造良好的传播秩序和传播环境。7月13日下午，田进又冒着酷暑来到河南有线总部生产基地，详细考察公司业务融合创新和转型发展情况。在公司业务展示厅，他认真听取了尹发启董事长的汇报，观看了公司“糖果TV”（手机电视）、扶贫云平台、“云视通”系统和智慧专网类、智能家居类应用项目演示，不时询问全省有线电视网络整合、网络建设改造、用户发展等情况。当他了解到公司已实现手机、PAD、电视等大小屏间相互转换，随时随地移动接收广播电视节目后，频频点头赞许，并亲自操作体验。在公司播控中心，田进一边听取介绍，一边询问机房设备运行情况，全省网络数字化、双向化、高清化情况。在客服中心，他详细查看工作人员接听用户电话情况，了解客服中心建设、员工培训等工作。

考察调研结束后，田进充分肯定了河南有线网络整合、数字化整转、转型发展取得的突

出成绩，对公司业务融合创新、智慧专网项目建设表示赞赏，尤其对扶贫云平台、扶贫远程教育平台及“糖果 TV”多屏业务给予高度评价。他说，远程互动精准扶贫教育平台是认真贯彻落实习近平总书记扶贫开发战略思想的具体体现，为下一步提升贫困地区教学水平做出了积极探索；“糖果 TV”多屏业务契合了用户需求，使传统广播电视收听收看方式多样化、灵活化，不仅方便了用户，更提升了用户收视体验，更增强了有线电视的竞争力。

田进指出，河南要按照中央、广电总局的要求，结合省网和国网的实际情况，兼顾双方利益，加快推进网络整合，在全国网络整合中走在前列，起到带头和引领作用。河南有线要与国家网络公司进行全面的实质性合作，特别在宽带业务和互联互通平台建设方面，密切合作、互利共赢。要加快推进广电网络数字化、双向化、宽带化、智能化，做大做优有线内网，促进互联网业务发展。要深化广电体制机制改革，按照中央的战略部署，大力推动台网深度融合。

田进强调，我们要树立全省一盘旗、全国一盘旗的思想，把中央的要求和中宣部、财政部、广电总局《关于加快推进全国有线电视网络整合发展的意见》(中宣发〔2016〕41号)精神落到实处，把网络整合起来，把互联互通平台建设起来，让我们的身板硬起来、竞争力强起来，做强做大广电网络，广电网络不仅大有希望，而且大有可为。

国家新闻出版广电总局有关司局和直属单位负责同志，河南有线领导班子成员等参加了调研活动。

(10) 广电蓝皮书发布：广播电视服务业创收 4322.4 亿

(2017-07-20 10:06 来源：中国新闻出版广电报)

2017年7月，由国家新闻出版广电总局发展研究中心精心编撰的《中国广播电影电视发展报告(2017)》(广电蓝皮书)，已由中国广播影视出版社正式出版发行。

广电蓝皮书显示，2016年，广播电影电视产业着力深化供给侧结构性改革，转方式、调结构，全国广播电影电视产业总收入 5532.6 亿元，同比增长 9.01%。其中，广播电视服务业创收达到 4322.4 亿元，同比增长 9.36%。

广电蓝皮书披露，2016年，广播影视内容产业转型提质，回归理性。其中，全国共生产创作故事影片 772 部，同比增长 12.54%，电影创作生产能力持续增强；全国电视剧制作投资额约 128.53 亿元，同比增长 6.79%，各类电视剧制作机构制作完成并获得发行许可的电视剧共有 334 部，同比减少 15.23%，电视剧制作进一步回归理性；多部现象级纪录片在各级卫视黄金时段播出，口碑和收视表现突出，纪录片盈利模式不断拓展；全国电视动画片共制作完成发行 125053 分钟，同比减少 9.56%，继续保持产量平稳回调、质量不断突破的发展态势。

(11) 【热点】广电！“十三五”规划喊你亮起国家应急广播的小喇叭

(2017-07-20 11:00 来源：中广互联独家 作者：李思楚)

7月18日，国务院办公厅公开发布《国务院办公厅关于印发国家突发事件应急体系建设“十三五”规划的通知》(国办发〔2017〕2号)，《通知》表示，《国家突发事件应急体系建设“十三五”规划》已经得到国务院的同意，现下发各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构认真贯彻执行。

《规划》指出，“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段，党中央、国务院把维护公共安全摆在更加突出的位置，要求牢固树立安全发展理念，把公共安全作为最基本的民生。同时，我国突发事件应急体系建设也面临新的发展机遇。

作为突发事件应急体系建设的重要组成部分，国家应急广播也在《规划》中被提出，并

作出明确要求：

推进国家应急广播体系建设，升级改造传输覆盖网络，布置应急广播终端，提高容灾抗毁能力；完善应急信息采集与发布机制，实现与突发事件预警信息发布系统的有效对接，健全国家应急广播体系运行制度和相关标准规范，提升面向公众的突发事件应急信息传播能力。

国家应急广播在发生重大自然灾害、突发事件、公共卫生与社会安全等突发公共危机时，可以提供迅速快捷的讯息传输通道，在第一时间把灾害消息或灾害可能造成的危害传递到民众手中，让人民群众在第一时间知道发生了什么事情，应该怎么撤离、避险，将生命财产损失降到最低。

2013年4月22日，国家应急广播在四川雅安地震震中芦山县开播定向应急广播，这是首次以“国家应急广播”为呼号，在突发灾难事件中对灾区民众定向播出的应急频率。

早在党的十七届六中全会，国家就提出建立统一联动、安全可靠的国家应急广播体系，这一体系也被纳入国家“十二五”规划中。此次“十三五”规划中再次被提出，可见国家应急广播体系的重要程度。此前，全国不少地方的广电系统也在应急广播体系方面做出了部署，并且在实际应用方面取得了成效。

（12）广电系欲整合旗下全国宽带业务 专家称暂不具备竞争优势

（2017-07-24 10:47 来源：每日经济新闻）

7月18日晚，北京有线电视服务商歌华有线（600037）发布公告称，将联合另外五家广电系公司发起成立“中国广电宽带运营有限公司”（简称：中国广电宽带公司），注册资本为人民币2亿元，开展全国性宽带综合业务，其中中国有线电视网络有限公司（简称：中国有线）为第一大出资股东。

中国有线来头不小，它是中国广播电视网络有限公司（简称：中国广电）的控股子公司。2016年5月，中国广电获得了《基础电信业务经营许可证》，成为除中国电信、移动、联通之外的第四家宽带业务运营商。

广电系的加入使得宽带传输竞争更加多元，但此前各家广播电视传输运营商开展宽带业务都是分而自治。在业内人士看来，6家公司此次发起全国性宽带业务公司，可以实现统一运营统一管理。从目前各项数据来看，广电系宽带业务并不具备竞争优势，对于全国性广电宽带运营有限公司的未来还有待观察。

公告披露，北京歌华有线电视网络股份有限公司于2017年7月18日与中国有线电视网络有限公司、重庆有线电视网络股份有限公司、东方有线网络有限公司、云广互联（湖北）网络科技有限公司、山东广电网络（600831）有限公司共同签署了《宽带业务运营公司发起人协议》，合资公司名称暂定名为“中国广电宽带运营有限公司”，注册地为重庆。

新发起成立的合资公司设立时注册资本为人民币2亿元，各发起人均以现金出资。其中中国有线出资金额最高，为7000万人民币占比为35%，重庆有线出资4000万人民币占比为20%，歌华有线、东方有线、云广互联、山东广电均出资为2,250，分别占比11.25%。

值得注意的是，从第一大股东中国有线的背景就能看出，此次组建的中国广电宽带公司来势汹汹。中国有线是中国广电的控股子公司，而后者由财政部出资，广电总局负责组建和代管，注册资本45亿元，负责全国范围内有线电视网络有关业务，并开展三网融合业务。

电信行业分析师付亮对《每日经济新闻》记者表示，广电系早就入局宽带传输业务，此次成立合资公司旨在整合现有资源，实现互联互通，减少对中国电信、中国联通（600050）骨干网的利用，降低运营成本。

关于广电网络互联互通的酝酿由来已久，今年3月22日，中国广电副总经理曾庆军透露，中国广电将利用投资驱动互联互通平台建设，规划投资1000亿。其中，一期投资310

亿元，二期投资 690 亿元，目前二期实现完成 1 亿户宽带化改造。

付亮表示，广电系已经积累了相当数量的有线电视用户群，使得有线电视家庭用户宽带入网变得简单些。不过广电系在宽带经营服务经验不足，从目前硬件条件来看网络传输承载能力不突出。在争夺用户方面，前期资费价格可能比电信、联通低些。

（13）“第六届广电传媒产业论坛暨第四届中国广播电视紫金论坛”在宁召开

（2017-07-27 14:37 来源：中广互联）

7月27日，由中国广播电影电视社会组织联合会、江苏省广播电影电视协会、江苏省广播电视总台（集团）、江苏省广电有线信息网络股份有限公司联合主办的第六届广电传媒产业论坛暨第四届中国广播电视紫金论坛在南京拉开帷幕。在为期两天的论坛中，来自全国各地的领导嘉宾、媒体、业界和学界的专家学者将围绕“传媒·产业·技术 融合创新发展”这一主题，共同探讨推动广电传媒发展的融合创新发展之路。

中广联合会会长张海涛、国家新闻出版广电总局总工王效杰、国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川、中广联技术工作委员会会长王联，以及江苏省新闻出版广电局、江苏省广播电视总台、江苏省广电有线信息网络股份有限公司等机构领导出席莅临。全国 20 多家省级广电，江苏各市、县广电局、电视台、网络公司和相关技术、传媒企业的领导嘉宾也应邀出席。中广联合会会长张海涛、国家新闻出版广电总局总工王效杰、江苏省新闻出版广电局局长焦建俊、江苏省广播电视总台台长卜宇、江苏省广电有线信息网络股份有限公司董事长顾汉德、中广联技术工作委员会会长王联在开幕式上致辞。

近年来，习近平总书记多次就推动媒体融合发展作出深刻阐述，强调融合发展关键在融为一体、合而为一，要尽快从相“加”阶段迈向相“融”阶段，着力打造一批新型主流媒体。在今年一月，在《推进媒体深度融合工作座谈会》上，刘奇葆同志提出了“确立移动媒体优先这个发展战略”和“抓好‘中央厨房’建设这个龙头工程”的要求。

推动媒体融合发展，是以习近平总书记为核心的党中央巩固宣传思想阵地、壮大主流思想舆论的重大战略部署。本届论坛设立了主旨论坛及媒体融合、广播电视技术、广电网络发展三场分论坛，共 31 场高峰演讲对话。话题涵盖传统媒体、新媒体、自媒体等多个维度，论坛议题涵盖了创新技术、云技术、智慧城市、大数据、4K、声音和广播技术等多个方面，内容丰富，旨在推进传统媒体、新媒体在内容生产、用户和播发渠道等关键要素的全方位融合。

广电传媒论坛暨紫金论坛作为国内广播电视和传媒产业具有影响力的论坛，经过几年的发展，加强了行业与产业的衔接。近两年来，论坛围绕媒体融合发展这一行业发展大趋势，在多个领域广泛开展创新技术和应用的交流与互动，为中国广播电视行业转型和产业发展提供了丰富而宝贵的建议。今年的参加论坛人数较去年增加了 100 多人，达到 600 多人。

在两天的时间里，来自清华大学、中国社科院、中国传媒大学等学界专家，阿里巴巴、腾讯、亚马逊、新华网等互联网及传媒企业高管，华为、松下、索尼等技术公司代表将分别阐述在各自领域的探索和思考。

值得一提的是江苏广电总台“荔枝云”“荔枝新闻”，江苏有线“云媒体”为代表的新型主流媒体平台受到到场嘉宾的广泛关注。江苏广电新媒体产品“荔枝新闻”客户端独家对论坛进行视频直播，并利用视频点播、主题报道、嘉宾专访、观点提炼等手段全方位跟进论坛进程，得到了与会嘉宾和场外用户的肯定。

(14)【现场】广电马上要用的黑科技，你准备好了几样

(2017-07-27 11:03 来源： 中广互联独家)

传媒行业从口口相传到文字印刷、电报之后，走到了互联网时代，信息技术的飞速发展引发了广播电视行业的巨大变革，这场以数字技术、网络技术为主体的革命最先撞击了广播电视技术平台，也影响了广播电视节目从采集、制作、存储、传送、播出各个环节。“技术”因此成为广电行业会议中不可或缺的关键词。

广电行业马上要用到的新技术都有哪些，你准备好了吗？国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川在“第六届广电传媒产业论坛暨第四届中国广播电视紫金论坛”揭晓了这一答案。



Market Convergence



用户平均每天花费在传统媒体的时间呈下降趋势，但是 OTT 的增长趋势十分明显。到 2020 年新的观看习惯是不断向移动屏发展的趋势，三大市场处于竞争和融合并存的态势。目前，三大市场融合态势为：OTT 是云优先，传统有线是内容优先，移动电信为移动优先。广播业者内容的“文艺复兴”从以广告为主逐渐向内容为主转变，这较数字扩展风险更小，更有效。

广播业者内容的“文艺复兴”

- 广播业者中有一些原来就是制作内容的，但有一些是目前刚刚开发内容策略的。如ITV已经在原创内容进行了重大投资，创立了B2B “movie-studio” 模式，这一措施帮助ITV增加了国际业务的贡献，作为总收入的一部分，过去5年增加了19%。
- 在美国内容战略已经流行多年，许多有线网络已经将其业务转换到内容生产和许可为重点。目前这种方法在欧洲也开始流行，认为较数字扩展风险更小。广播业者建立一个数字业务，如OTT平台，不能保证能吸引足够的观众来付清技术上的预付投入，但转向内容生产，投入到跨不同标准内容和面对不同平台，总会有多种选项的预期买家。埃森哲Pulse of Media 2015报告中称其为广播业者内容的“文艺复兴”。
- 研究报告表明内容收入超过总收入20%的都是采用内容为导向策略的，而内容为导向的广播业者要比广告为导向的广播业者达到更高的投入资本回报率(ROIC)。

Future of Television, the Impact of OTT on Video Production around the World, BCG, 2016.9

8

内容优先

广播业者原来就是制作内容的，因此对于广播业者以内容优先为策略是很有市场的。以广告为主导转向以内容为主导是今后的发展方面。

OTT竞争下商业模式的变化

Capital Market Day Nov 22 2016. Net Insight. 2016.11.22



种种内容

- 标清向高清转换
- 超高清4k
- HDR超高清
- 3D音频
- AR/VR
- 360度视频
- PGC
- UGC
- 线性频道
- 点播
- 直播
- 弹幕
- 社交联网
- 第二屏幕
- VOD
- SVOD
- TVOD
- AVOD
- DMVPD
- FTA

超高清 HDR (4K) 电视系统 (视频和音频) 和工作流程的再造。HDR 是超高清的主要驱动力，决定系统最小和最大电平，0.005-1000cd/m²，重新定义电视系统构架 (光到光、电到光的变化)，SDR/HDR 兼容单一信号传输方法 (两个系统兼容，HDR 内容分配 or SDR 内容分配)。

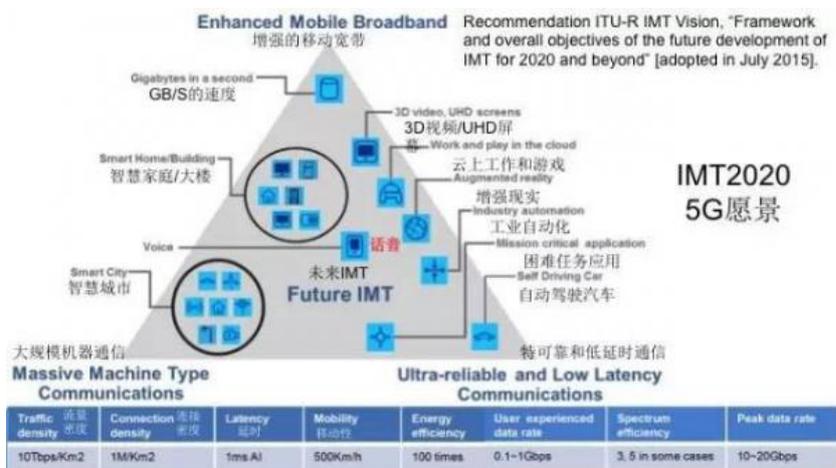
HDR是超高清的主要驱动力

- 目前的流行的超高清电视主要是没有高动态范围、宽色域、高帧率和3D声音的纯增加像素的所谓4K电视，有的甚至是原来高清电视的上变换。
- 去年7月国际电联颁布ITU-R BT.2100-0《用于制作和国际节目交换的高动态范围电视图像参数值》建议书。去年8月欧洲标准组织颁布ETSI TS 103 433 V1.1.1《用于消费电子设备的高性能单层直接与SDR兼容的HDR系统架构(SL-HDR1)》标志着超高清最重要标志性性能HDR电视即将快速推广。
- 所谓的只有像素增加的4K电视不久将全面退出市场。

内容优先的背后是电视系统和流程的再造和商业模式的改造。

移动优先

5G 的标准国际上还没有行程标准竞争的趋势，因此，5G 的统一是很重要的目标。WiFi 是 5G 最大的竞争也是最大的互补，2020 年，WiFi 的流量将占到总数的 50%，远大于移动蜂窝网，大概 3 倍还要多。



下一代无线网络的主要技术包括：高频通道技术、网络切片技术、大规模天线技术、网络虚拟化技术、超密集组网技术、云无线接入网技术、智能移动边缘计算技术和多层发射和基站智能混合覆盖技术。

未来的无线融合网络架构可以按三个层面来描述：底层是可重组的物理资源层，中层是可重构的虚拟网络层，顶层是具有 AI 的认知控制层。未来网络不应当是喜爱带通信网或下一代广播网，而应该是感知、自治、多业务、云加边缘计算的智能数据网。

移动优先就是要拓展广电在移动媒体的主导地位，进而进入智慧家庭、智慧社区、智慧城市和物联车联网等新的领域，拓展和提高广电的生产力。

云优先

网络架构向虚拟化架构转换

- 网络虚拟化(NV: Network Virtualization): 将实际物理网虚拟为多个逻辑网, 使用重叠(Overlaying)实现多客户的隔离 (Cloud), 隔离的好处是可扩展性, 故障隔离, 安全性, 抽象化;
- 软件定义的网络(SDN: Software Defined Network): 在软件定义的网络中, 数据链路层的控制和分发功能被分离出来, 管理和业务建立等功能移至 SDN 编排和控制器中, 将专用设备转换为软件应用;
- 网络功能虚拟化(NFV: Network Function Virtualization): 将网络功能虚拟化, 对计算、存储和网络资源现实统一调度和管理, 并将专用设备转换为通用服务器、存储器和交换机。

云优先方面有五个重要的转换趋势, 分别是服务转向微服务, 从虚拟化转向容器化, 从灵活反应到开发运营保障, 从自管理到“为服务”, 从持续集成到持续开发部署。

什么是Docker docker

- Docker is a platform for developing, shipping and running applications using container virtualization technology. (Docker)
- Docker是使用容器虚拟技术的应用开发、运送和运行平台。
- "Docker allows you to package an application with all of its dependencies into a standardized unit for software development." - docker.com
- Docker允许将一个应用及其所有附属物包装到一个用于软件开发的标准单元中。
- Docker is an open-source project that automates the deployment of applications inside software containers, by providing an additional layer of abstraction and automation of operating-system-level virtualization on Linux, Mac OS and Windows. (Wikipedia)
- Docker是通过在Linux, Mac OS和Windows操作系统层而提供一个附加的虚拟化抽象和自动化层, 可以在软件容器中进行应用的自动化开发的开源项目。

容器: 基于镜像的隔离的应用平台; 镜像: 只读模板

广电从采用云技术到广电转型

- 云的普及不单单是采用云技术, 而是整个行业的转型:
- 台内: 采用云架构实际上是整合台内资源的过程, 将台内原来分散在各处的计算资源、网络资源和存储资源整合在一起, 在虚拟化以后, 实现平台层的图像处理、转码、包装等能力的统一调度、编排和管理。彻底改变原有节目制作从拍摄、前期、后期和播出流程以及制作、播出、媒资、监测和安全架构。整个台内, 传统媒体和新媒体递送的整体生态系统也将发生质的改变; 相当于垂直整合
- 台间: 不可能每个电视台都建自己的云, 无论是建在本台还是和其他云平台提供商合作。但目前云平台提供商在高质量节视频处理如安全和GPU等资源方面还不能满足电视台的要求。因此中央、省和地方电视台资源整合, 按区域建立若干广电云将是必然趋势, 将加快中央、省和地方节目制作能力、网络传输能力和用户传播能力的整合, 将极大改变中央、省和地方电视台的关系。相当于水平集成。

广电从采用云技术到广电转型

- 网络电视和IPTV: 已经做到采用云技术完成节目制作到分发的一站式服务, 并在广电行业迅速攻城略地, 甚至直接出现了云电视。
- 有线电视: 国网已经在全国部署若干云中心, 为解决原有机顶盒升级以及整合后机顶盒不统一的问题, 采用虚拟机顶盒或虚拟网关正成为最佳解决方案。从而在全国实现从简单的互联互通到全国分布式集成分发云平台。
- 广电经过多年的发展, 各地都有相当的节目制作、网络和存储资源, 但电视台的制播云平台和有线的集成分发云平台还要进一步融合成广电媒体云才能实现广电的全程工程贯通。相当于全程互联互通。
- 加快广电云的顶层设计和调整广电生产关系!

云优先的背后是广电架构的重新设计和改造。广电生产关系的调整和优化。

AI 优先

7月20日，国务院印发《新一代人工智能发展规划》，将人工智能这一技术推向国家战略阶段。杜百川指出，AI 优先是内容、移动和云优先的灵魂，并且，任何业务都是 AI 优先业务，如果不具备 AI 能力，无论是在技术上、在内容上、在商务上，还是安全上都将不堪一击。

三步走战略目标

- 第一步，到2020年人工智能总体技术和应用与世界先进水平同步，人工智能产业成为新的重要经济增长点，人工智能技术应用成为改善民生的新途径，有力支撑进入创新型国家行列和实现全面建成小康社会的奋斗目标。
- 第二步，到2025年人工智能基础理论实现重大突破，部分技术与应用达到世界领先水平，人工智能成为带动我国产业升级和经济转型的主要动力，智能社会建设取得积极进展。
- 第三步，到2030年人工智能理论、技术与应用总体达到世界领先水平，成为世界主要人工智能创新中心，智能经济、智能社会取得明显成效，为跻身创新型国家前列和经济强国奠定重要基础。

重点任务

- (一) 构建开放协同的人工智能科技创新体系。1.建立新一代人工智能基础理论体系。2.建立新一代人工智能关键共性技术体系。3.统筹布局人工智能创新平台。4.加快培养聚集人工智能高端人才。
- (二) 培育高端高效的智能经济。1.大力发展人工智能新兴产业。2.加快推进产业智能化升级。3.大力发展智能企业。4.打造人工智能创新高地。
- (三) 建设安全便捷的智能社会。1.发展便捷高效的智能服务。2.推进社会治理智能化。3.利用人工智能提升公共安全保障能力。4.促进社会交往共享互信。
- (四) 加强人工智能领域军民融合。
- (五) 构建泛在安全高效的智能化基础设施体系。
- (六) 前瞻布局新一代人工智能重大科技项目。
- 并在资源配置、保障措施、组织实施方面提出了具体要求。

(三)、领导讲话

1. (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. 安徽现代成功中标广州市从化区广播电视图像比对监测系统

(来源：安徽现代电视技术有限公司网站 发布时间：2017-06-20 点击：106 次)

安徽现代在广州市从化区广播电视图像比对监测系统项目招标中顺利中标，本次中标不仅证明了我公司的能力和实力，进一步展示了我公司在同行业中的竞争优势，更为我公司开拓市场的推进奠定了坚实的基础，我公司将一如既往以稳定的品质和优质的服务，为广大用户助力，提供最新最好的技术和产品。

2. 中国（首届）智能舞台技术研讨会在京成功开展

(来源：重庆汇锦电子工程有限公司网站 发布时间:2017-06-21 作者:admin)

2017年5月31日，汇锦作为理事单位受邀参加《中国（首届）智能舞台技术研讨会》。此次会议由龙网同传技术的发起、参研单位深圳市宝业恒实业股份有限公司、浙江大丰实业股份有限公司、广州市珠江灯光科技有限公司、江苏领焰智能科技股份有限公司承办。研讨会得到了业界的广泛关注，中国舞台美术学会、中国演出行业协会、北京中关村文化科技研究院等相关机构对会议给予了支持，来自全国各地演艺行业的相关领导、专家、企业家、管理技术人员及社会各界精英百余人参会，研讨龙网同传（LAVMNET）技术实现智能舞台的探索经验，进一步促进艺术与技术装备的创新融合。

6月2日，第二十六届中国国际专业音响·灯光·乐器及技术展览会（PALM展）正式启动。

本次展会包括专业音响、专业灯光、舞台机械、会议系统、音视频系统等领域的设备与器材，是中外演艺设备技术行业产品与科技成果的一次集中展示。

PALM展不仅仅是参展商们产品的展示，也是演艺设备行业设备厂家、集成商等多方的技术交流，调动各方技术创新积极性，营造业内相互尊重，合作共赢的良好氛围，并共同促进行业发展。

3. 中共北京北广科技股份有限公司第一次代表大会胜利召开

(来源:北京北广科技股份有限公司网站 发布时间：2017-06-22)

中共北京北广科技股份有限公司第一次代表大会于6月20日、21日隆重召开，这是北广科技自提升为电控所属二级企业以来召开的第一次党代会，对公司贯彻落实十八届六中全会精神，喜迎十九大，推进落实“十三五”战略规划具有重要意义和深远影响。本次大会的主题是坚定信念、聚焦发展、勇于创新，为开创北广科技改革发展新局面而努力奋斗。

大会应出席正式代表81名，实际出席正式代表78名。北京电控党委副书记、总经理

赵炳弟，北京电控党委副书记、北广科技董事长张岳明，北京电控纪委书记郝妮，北京电控党委工作部部长李前，北广科技监事会主席赵日新，以及北广科技退休老领导代表祖巍同志应邀出席了大会开幕式。10名列席人员参加了会议。

董事长张岳明同志致开幕辞，阐述了这次会议的主题和重要意义，希望通过本次大会进一步解放思想，在北广科技改革发展的关键时期，在新的发展机遇和挑战面前，坚定贯彻好电控和北广科技的发展战略，充分发挥党委的领导核心、政治核心作用，在人才、市场、技术、产品等方面持续创新，在全体党员和职工的共同努力下，把北广科技打造成为国内领先、国际知名、具有较强竞争力的一流企业。

宋立功同志代表党委作了题为《坚定信念、聚焦发展、勇于创新，为开创北广科技改革发展新局面而努力奋斗》的党委工作报告。报告从发挥党组织政治核心作用、提高公司经营效益、推进管理创新和组织变革、加强党组织建设、践行国企社会责任等方面全面总结了党委在过去六年的工作成绩和经验，认为党委在企业发展的关键时期，团结带领广大干部职工团结一致，奋力拼搏，经受住了发展中的波动，党建工作与企业发展取得了阶段性成果。报告客观分析了企业面临的形势和任务，提出了未来三年党的工作的总体思路和目标，要重点处理好减负、强体、助推、发展四个主要环节，要进一步加强顶层设计，实现党建工作新突破；进一步提升班子格局，开创公司事业新局面；进一步强化队伍建设，适应高端发展新要求；进一步聚焦党建基础，构建基层党建新常态；进一步深化反腐倡廉，营造风清气正新生态；进一步厚植企业文化，激活理想信念新能量；进一步凝聚各方力量，焕发凝心聚力新活力。号召各级党组织、广大干部职工高举改革和发展的旗帜，抢抓有利机遇，勇敢迎接挑战，以坚定不移的信念、百折不挠的精神，为谱写“十三五”企业发展新篇章而努力奋斗。

叶红同志代表纪委作了题为《全面履行监督责任 为开创北广科技改革发展新局面提供坚实的纪律保障》的纪委工作报告。报告从落实党风廉政建设、增强监督执纪问责能力、提升服务企业能力等方面总结了纪委六年来的工作成绩和经验，充分肯定了在过去六年中公司党风廉政建设和反腐倡廉工作方面取得的成绩。认为公司纪委能够认真履行党章赋予的职责，积极协助党委履行党风廉政建设的主体责任，落实纪委监督责任，大力推进“转职能、转方式、转作风”，强化监督执纪问责，党风廉政建设和反腐败工作取得了积极成效。报告提出了未来三年纪委的工作任务，要求切实履行管党治党的责任，细化责任分工，严格责任追究，开创党风廉政建设新局面；进一步突出主业主责，深化“转职能、转方式、转作风”的要求，转变监督方式，加强监督审查，坚持预防为主，有效管控风险，在护航产业发展上取得新成效；进一步把握监督执纪“四种形态”，突出作风建设，增强党性观念，打造过硬纪检队伍，在营造风清气正、干事创业的发展环境上取得新突破，为北广科技“十三五”战略目标的实现做好监督保障。

北京电控党委副书记、总经理赵炳弟发表重要讲话，对大会的胜利召开表示祝贺，肯定了北广科技六年来在党的建设和经营管理工作中取得的成绩，要求北广科技党委深入学习贯彻北京市第十二次党代会精神，坚持党的领导，加强党的建设，团结带领全体干部职工，在加快产业发展上下功夫，在科技创新上下功夫，在全面提质增效上下功夫，全面完成电控赋予北广科技的战略任务，为落实“十三五”战略、实现“电控梦”做出新的更大贡献！

与会代表进行了分组讨论，对北广科技第一次党代会党委工作报告和纪委工作报告进行审议。与会代表普遍认为，两委报告全面详实、客观公正地对过去六年来的工作进行了总结，对公司面临的形势和发展问题分析得深刻、有针对性，对未来三年工作的部署，目标明确，鼓舞人心，催人奋进。同时就坚持党的领导，加强党的建设，围绕“一二三六”核心战略的落实等内容提出了建议。

按照大会的选举办法，大会以无记名投票、差额选举的方式，选举产生了中共北京北广

科技股份有限公司第一届委员会和纪律检查委员会。

北广科技党委书记、副董事长、总经理宋立功同志致闭幕辞，他指出中国共产党北京北广科技股份有限公司第一次代表大会为公司发展开启了新的征程。北广科技各级党组织和广大党员干部一定要牢记使命、不负重托，朝着大会确定的目标奋勇前进，为开创北广科技改革发展新局面而努力奋斗。

会议自始至终充满了民主、求实、和谐、奋进的气氛，圆满完成了各项预定议程。大会在雄壮的《国际歌》声中胜利闭幕。

4. 抓好国企党建 助推公司发展——2017年党委工作会议召开

(来源：陕西如意广电科技有限公司网站 发表时间：[2017-6-23] 浏览次数：[46])

6月23日上午，公司2017年度党委工作会议在办公楼六楼会议室召开，回顾总结公司党委2016年工作，谋划部署2017年重点工作，进一步统一思想，凝聚力量，为推动公司提速发展供坚强政治保障。公司领导班子成员、党委委员、全体中干、全体共产党员共109人参加了会议。会议由党工部部长边静主持。

党委副书记王意作了题为《凝心聚力抓党建 驰而不息固根魂 为公司转型升级提供坚强的政治保证》的党委工作报告。2016年公司各级党组织紧紧围绕“投资优化补短板，软硬实力双提速”中心任务，抓好班子，提升能力，扛起从严管党治党的政治责任；结合实际，注重效果，扎实推进“两学一做”学习教育活动；强基固本，铸牢基础，党的领导得到新加强；融入中心，凝心聚力，宣传思想工作正能量迸发；严守红线，落实责任，将全面从严治政党嵌入公司治理之中；提升素质，严格监管，干部队伍建设不断加强；以人为本，推进和谐，群团工作活力彰显。

回顾总结2016年公司党建工作，从国企党的建设规律着眼，抓好企业党建工作，可以得出以下三点启示：1.抓党建，必须坚持思想引领、理念先行；2.抓党建，必须抓住领导干部这个“关键少数”；3.抓党建，必须在切入点和实效性上下功夫。所以，我们要正确认识国企与国企党建，把党建工作和党对国企领导落到实处。

2017年公司党建工作以党的十八届六中全会和全国国有企业党的建设工作会议精神为指导，强化思想引领，发挥党的政治核心作用；强化队伍建设，增强企业发展后劲；强化基层组织建设和发挥战斗堡垒作用；落实从严治党责任，推进党风廉政建设；加强对群团工作的领导，为企业发展凝心聚力。

纪委书记叶伟从以下十个方面对去年一年来的党风廉政工作进行了深度解读：1.持续推进廉政教育，时刻做到警钟长鸣；2.积极开展“提素质、强本领、讲担当、做表率”主题教育实践活动；3.严格落实“五个一”活动计划；4.廉政责任落实较好，预防警示效果明显；5.加强纪律监督检查，对实体单位全面开展财经纪律审计监察工作；6.积极开展因私出国（境）大检查活动；7.认真落实公司“三重一大”决策制度；8.强化招标监督工作，保证公司依法招标；9.圆满完成纪委换届工作；10.抓好纪检监察队伍建设，提高有效履职能力。

总经理邓虎林带领全体党员学习了“习近平总书记在全国国有企业党的建设工作会议上重要讲话精神”。从“习近平讲话说了什么问题？”和“我们要做什么、怎么做？”两方面深入分析当前国企党建的重要性与必要性。我们要在公司系统内坚决贯彻总书记的这次重要讲话精神，明确任务，努力做到“传承不失真，创新不丢根”。

会上，副总经理王长民宣读《2016年度先进党支部和优秀共产党员、优秀党务工作者表彰决定》。公司主要领导对广电设备党支部等3个先进党支部、王克忍等20名优秀共产党员和杨星慧等4名优秀党务工作者进行了表彰。

党委书记、董事长苏增盟在讲话中对我公司加强国企党建工作执行落实情况进行了说

明，提出解决好党建和发展的关系，要做到 2 个“坚决贯彻”--贯彻既定目标，贯彻发展战略。对社区“三供一业”改造工作进行了通报。这一工作是公司党委多年来不辱使命、肩负责任、为党和国家负责的具体体现；是公司党委对如意社区改头换面，为退休职工营造良好居住环境的庄严承诺；是公司党委把全心全意为群众服务时刻记在心里的有力诠释；是公司党委高瞻远瞩，提前决策的良好结果。最后对我公司今后一个时期党建工作和公司发展各项事业提出了明确要求和殷切希望。

党委书记、董事长苏增盟与各单位一把手、党支部书记签订了《党风廉政责任书》。

会议要求，各单位要迅速行动，抓好会议精神的贯彻落实，统一全员思想认识，凝聚起全员推动发展的强大合力。要结合工作实际，把切实做好党建工作与本单位各项工作任务同把握、同谋划、同部署，整合各种资源，形成工作合力。要加强作风建设，各级党组织要充分发挥好“三个作用”，进一步理清思路，围绕党建工作要点，切实融入安全生产、经营管理等中心任务。广大党员要以身作则，发挥先锋模范作用，带领广大职工群众更加紧密地团结一致，担负使命，在各自的岗位上尽情挥洒激情，为全面实现 2017 年提质增效而共同努力奋斗！（刘阿珊）

5. KXWELL 助力司法公开，提供广播级无人化拍摄方案

（来源：北京科旭威尔科技股份有限公司网站 发布时间：2017-06-29）

6 月 23 日上午 9 时，山东省高级人民法院在该院第 22 审判庭公开宣判上诉人于欢故意伤害一案。“于欢案”二审宣判：认定于欢行为属于防卫过当，构成故意伤害罪，一审部分量刑过重，依法予以改判，获刑 5 年。时隔良久的于欢案尘埃落定。

在此过程中庭审纪实首次曝光，这是如何实现的呢？第一是广播级拍摄，第二是现场无人化拍摄控制系统。更多网民和社会群体关注于欢案背后的司法公开和公平，似乎敢于站在公众面前的执法就是具备公信力的，KXWELL 以广播级现场无人化拍摄方案助力此次庭审，已视频影像同期记录，助力法院不断推进信息化建设，在案件审理过程中实现“每庭必录”，全程留痕，推进电子档案，建设高清法庭，以科技助推法制透明化。

在这个有图不一定有真相的时代，数字化庭审系统是保证司法公正的重要科技手段之一，KXWELL 广播级高清无人化拍摄系统对于法庭的建设有利于国家利用科技手段推动司法文明建设的进程，完整、准确、实时记录、再现庭审过程。避免当事人各方事后对笔录内容和庭审过程的争议，同时将形成大型、专业、权威、特色的案件审判音视频数据资源库，成为法官办案的参谋和助手。

在司法领域，公开是最好的防腐剂，也是最好的稳压器。通过最大限度的司法公开，可以消弭各种误解和猜忌。于欢案的公开二审再次说明了这一点。通过全程公开，打消了公众对“暗箱操作”的忧虑，使一些偏离正轨的公众舆论回归理性。同时，把案件放在社会聚光灯下，也是司法担当的体现。

司法，是维护社会公平正义的最后一道防线，努力让人民群众在每一个司法案件中感受到公平正义，是当代司法工作的价值追求。随着我国司法建设的进一步加强，提升审判服务水平和法治宣传尤为重要，KXWELL 广播级现场无人化拍摄系统参与过很多全国关注的重点案件，如郭美美、鸟巢飙车、锦绣未央版权官司等案件。助力司法公开化，真正做到司法为民，实现社会公平正义。

6. 公司喜获“安全生产标准化三级达标”证书

（来源：四川省视频电子有限责任公司网站 发布时间：2017 年 07 月 03 日本站 点击数：11 次）

为认真贯彻落实国家安全生产相关法律法规，不断提升公司安全标准化管理水平，持续

改进公司职业健康安全管理绩效，更好地建立健全企业自我约束、自我完善、持续改进的安全生产长效机制，打造良好的安全生产环境，我公司积极推进安全生产标准化体系建设与落地。

现场审核专家组通过查阅资料、抽查提问、现场验证等形式对公司安全管理的各种文件、规章制度、检查记录、培训记录等进行严格检查，对厂区作业环境、现场安全标识、电气设施、设备状况等进行认真考评。专家组认为我公司安全生产目标明确，安全管理组织机构、职责和安全生产管理制度健全，安全投入、教育培训和生产设备安全设施落实到位，安全隐患排查和整改符合要求，安全危险源监控、职业健康管理和安全持续改进等安全管理工作符合安全标准要求，安全管理工作达到了安全生产标准化三级标准。

“安全生产标准化三级企业”证书的获得，标志着我公司安全生产工作步入标准化管理的轨道，为公司的安全生产打下了坚实的基础。



7. 强化安全红线意识 筑牢安全发展基础

(来源：中国电子科技集团公司第三研究所网站 作者：信息发布人员 发布时间：2017年07月04日 浏览次数：1)

“培训不到位是最大的安全隐患”。按照所领导关于安全生产工作的指示，在中国电科安全教育培训学院（泰瑞特认证中心）的大力支持下，6月19日我所特邀工信部、科工局专家组成员，集团公司安全生产专家李东雷讲师，结合事故案例详解安全生产法和“全面落实企业安全生产主体责任”之间的具体要求，重点阐述单位负责人、中层干部“一岗双责”中安全生产职责与义务——管什么、怎么管。并组织观看了“坚持安全发展红线”宣传片和安全生产知识答题。

冯副所长、王连生助理及各研究部、公司正副职；机关职能部门正副职和全体安全员共计50余人在军工楼7层报告厅参加了专题培训和安全生产知识答题，通过拉网式的集中培训，对强化中层干部的主体责任意识、安全发展红线意识发挥了积极的作用。

“全面落实企业安全生产主体责任意识”，是所快速发展的安全基础和客观要求，条保部采取主题资料宣传、知识答卷、张贴画、内网宣传栏等多种形式及为公司配发宣传品广

泛开展安全生产知识宣传工作,并结合职业健康安全与环境管理体系内审计划重点开展科研生产部门外场试验、相关方危险源辨识、风险管控措施和隐患排查治理工作,在全所干部、职工的辛勤努力下,上半年我所安全生产形势平稳有序,为全年科研生产中心工作筑牢了安全发展基础。

8. 英属直布罗陀政府代表一行到访北电科林

(来源:北京北电科林电子有限公司网站 发布时间:2017-07-04)

6月26日,英属直布罗陀政府代表团布鲁诺·卡拉翰先生和迈克尔·阿什顿先生一行到访北电科林总部开展考察与实地调研,并参观了公司特种车生产基地,北电科林总经理杜玉珉、常务副总经理叶海龙等领导出席并陪同考察。

在会谈中,布鲁诺·卡拉翰先生表示,双方合作正值中国实施“一带一路”国家战略的黄金时代,直方希望加强与中国企业的合作,此次考察交流是继今年5月中直双方就直布罗陀智慧城市建设以及学校、体育场馆、酒店及保障性住房的弱电与强电工程意向会面的延续,也是直布罗陀政府对北电科林公司综合实力、业务水平的认可,希望通过此次会晤加深双方的了解,增进双方在智慧城市、弱电与强电工程方面的紧密合作,助力直布罗陀政府提升城市智能化水平、促使科技、旅游、交通等管理向精细化、智能化方向迈进。

公司总经理杜玉珉对代表团的来访表示热烈欢迎,并向直布罗陀政府代表们详细介绍了公司的概况、业务与全球化战略部署,他表示与直布罗陀的合作将成为北电科林与中欧合作的亮点,北电科林将对各类公共建筑的弱电与强电工程、智慧城市系统进行集中研讨,努力营造共赢局面。

双方紧密围绕“一带一路”战略合作以及框架方案进行友好会谈,为日后双方共同推进城市建设等领域合作奠定了基础。英属直布罗陀地处欧洲,是英国重要的属地城市,本次会晤,是北电科林紧跟国家“一带一路”战略布局全球化战略的实践之一,也是面向欧洲国家市场的首次契机。

9. 熊猫股份召开 2016 年度股东大会

(来源:南京熊猫电子股份有限公司网站 发布时间:2017年07月10日)

6月30日下午,熊猫股份在装备园 B108 会议室召开 2016 年度股东大会。会议由公司董事长徐国飞主持,公司部分董事、监事、管理层相关人员以及会计师、见证律师出席了会议。

董事会工作报告介绍了 2016 年度熊猫股份财务和经营状况,总结了董事会主要工作,对公司未来发展进行了分析与讨论。报告指出,2017 年,熊猫股份以发展电子装备产业为核心,突破关键核心技术,提高产业化水平,落实供给侧改革和提质增效的各项措施,加强国内外企业合作,争取主营业务在产业规模、核心自主知识产权等方面取得突破。主要做到以下几个方面:努力完成经营目标;优化产业结构,加速市场拓展;加大科研投入,加强引进消化;提升核心产业规模,加快转型升级步伐;加强人才队伍建设,完善薪酬结构体系;深入落实提质增效。

监事会工作报告汇报了 2016 年度监事会会议情况、公司依法运作情况、现金分红政策的执行情况、公司财务情况、募集资金使用情况、公司收购和出售资产情况、关联交易情况以及内部控制自我评价报告的情况。

与会人員认为董事会工作报告和监事会工作报告客观详尽、实事求是,对董事会和监事会 2016 年度的各项工作表示肯定。

会议还审议通过了 2016 年财务决算报告和 2017 年财务预算报告、2016 年度利润分配方案、2016 年年度报告及摘要、募集资金投资项目结项并将节余募集资金永久补充流动资

金等议案。(刘娟文 水吉摄)

10. 远东通信 Acro®LTE 宽带集群产品顺利通过 B-TrunC 认证专家评审

(来源: 河北远东通信系统工程有限公司网站 发布时间: 2017-07-10)

2017年7月7日, 宽带集群(B-TrunC)产业联盟在北京唯实酒店召开了 B-TrunC 产品认证第五次专家评审会。经联盟专家的审查和现场答辩, 远东通信 Acro®LTE 宽带集群产品, 包括 B-TrunC 网络设备、B-TrunC 手持终端设备及调度台设备, 均顺利通过评审, 获得了联盟发放的 B-TrunC 认证证书。

此前, 远东通信的 Acro®LTE 宽带集群产品已于 4 月 21 日顺利通过中国泰尔实验室的 B-TrunC Rel.1 认证测试。在测试过程中, 产品表现良好, 运行稳定可靠, 各项功能和技术指标均符合 B-TrunC 测试规范要求, 得到了测试专家的认可。

测试及认证评审的顺利通过, 标志着远东通信 Acro®LTE 产品线具备了同时为用户提供宽带接入和宽带集群业务的能力; 远东通信无线产品线更加丰富, 能够更好的为用户提供更全面的服务。

远东通信始终坚持自主研发, 开拓创新, 目前在无线通信领域已形成 AcroTetra®、Acro®PDT、Acro®LTE 三大产品线, 产品覆盖了系统设备、终端设备、调度及行业应用设备等, 能够为行业用户提供各种不同应用场景下的差异化端到端应用解决方案和系统级融合解决方案。未来, 远东通信将继续面向行业, 面向应用, 和业界同仁一起为 B-TrunC 产业发展做出贡献。

11. 求突破 增动力 ——公司坚决完成全年经营目标不动摇

(来源: 湖南华南光电科技股份有限公司网站 发布时间: 2017年07月12日 宋峻芳/文)

在(集团)和董事会的坚强领导下, 公司紧紧围绕“十三五”规划和年度经营目标, 积极推进以“军、警、特”为核心、以“新”为增长极的战略发展布局, 大营销、大研发体系建设基本完成, 经营业绩整体有所增长。

2017年, 公司以改革、创新为驱动, 坚持目标导向和问题导向, 制定了七个方面共 20 项重点工作。上半年, 各项重点工作有序推进, 初见成效: 一是运营体系建设基本完成, 针对制约业务开拓、核心竞争力不足等运营支撑痛点, 重点搭建大营销、大研发、工程运维三方面运营体系, 减少了内耗环节, 提高了资源配置效率; 二是增资至 5093 万元工作全面完成, 为公司业务拓展、资质升级提供了重要支撑和保障, 同时为第二阶段混改增资工作积累了经验, 打下了基础; 三是建章立制强基固本, 通过对 16 个制度及流程的优化、修订与建立, 逐步做到转变观念、提升执行力、规范内部管理、提高工作效率、降低运营成本; 四是核心能力建设稳步推进, 加快科研开发成果转化为生产力, 取得了一项软件著作权证书, 完成四标一体质量、环境、安全体系认证工作, 取得体系全覆盖新版认证证书。

下半年, 公司将坚定全面完成年度经营目标任务不动摇。在市场开拓方面, 大力开拓“军、警、特、新”核心市场并取得实质突破; 在产品研发方面, 紧密结合市场需求, 完成自主软硬件产品研发, 加大与优势企业合作开发力度, 切实提升公司核心能力; 在增资扩股方面, 推进增资第二阶段工作, 年内取得实质进展; 结合国家实施国有科技型企业股权与分红激励方案精神, 力争建立核心员工中长期激励机制; 在军工标准与资质升级方面, 完成军工安防标准申报、计算机系统集成资质升级工作。同时公司将紧紧抓住国家首个军民融合示范基地落户长沙的重大战略机遇, 配合(集团)加快军民融合产业基地建设方案完善和申报工作。

12. 体验新奥特 VSE 慢动作：更高效的移动外场制作

(来源：新奥特（北京）视频技术有限公司网站 发布时间：2017-07-14)

近日，新奥特(CDV)荣获创新杰出奖的产品 VSE xMotion 视频制作回放系统，参与体育赛事和综艺节目的录制，展示新奥特更高效的移动外场慢动作回放方案。

7月3日-5日，2017年全国射箭奥林匹克项目锦标赛在合肥体育中心举行，新奥特 VSE xMotion 视频制作回放系统参与现场直播制作。两日半的直播中，VSE xMotion 共制作了60多个射箭精彩镜头集锦和慢动作回放，全方位展现运动员的赛场风采和射箭比赛的精彩瞬间，使赛事画面内容更全面，形式更丰富，提高了直播的观赏价值，带给观众更多视觉冲击。

精彩镜头通过 VSE xMotion 系统收录并进行同步帧精度慢放，技术人员进行打点、存储、设置、编辑、编单、变速调整、回放等操作，快速完成现场视频集锦制作，再由现场导播切换进行实时播放。VSE xMotion 系统的运用，可以从不同角度捕捉回放稍纵即逝的精彩比赛镜头，让整个赛事实时多角度呈现，使比赛直播比现场观赛更精彩。

7月7日周五上午，北京电视台“2017北京海洋沙滩嘉年华”节目组顶着炎炎烈日在朝阳公园进行第二次录制。在7月1日的第一次录制后，北京电视台移动外场技术团队对新奥特 VSE xMotion 视频制作回放系统更加熟悉。2天后该节目即完成后期制作，并于周日中午 11:50 在 BTV 体育频道首播。

此次节目录制现场，新奥特 VSE 共收录了四路信号，技术人员随导播口令，用快捷键快速查收定位精彩镜头，在时间线上实时编辑回放游戏的有趣环节，记录节目的精彩瞬间，为录制到剪辑播出缩短了时间，极大的提高了视频的生产效率。同时功能强大的 VSE 系统整套装备更加精简，只需要 1 台工作站、1 个操作面板以及 1 台显示器就可以完成整套节目的慢动作回放，设备更轻便，是节目移动外场慢动作回放的首选。

此外，新奥特 VSE xMotion 视频制作回放系统的还有诸多优点。如：可视化的界面，让用户更加直观地看到所有画面，能够第一时间挑选到自己想要的镜头，更加简洁全中文界面，更符合中国人的使用习惯；系统不但支持高清信号的慢放，更能拓展成 4K 的多讯道慢动作系统；专业的慢动作操作面板，给用户提供更加流畅的操作体验，为慢动作操作提供了便捷的方式，同时，每个面板可以独立应用于系统，也可以调用其它系统素材，实现多面板的配合应用；独有的非线性故事版播出设计，让用户体验到非编时间线的播出方式；特殊设定的循环录制功能为用户考虑更周全；独有的编解码技术，使系统延迟 3 帧后即可播放。

更安全、更稳定、更轻便易用的精品节目移动外场制作，新奥特 VSE xMotion 视频制作回放系统期待与您合作。

13. 康佳喜获红点产品概念大奖

(来源：康佳集团股份有限公司网站 发布时间：2017-07-14 18:46:30)

7月，康佳设计项目“纸乐构”在国际红点设计大奖赛中获得红点产品概念设计奖 (Red Dot Award: Design Concept 2017)。

以公司工业设计所陈小珍为主创意者的项目团队从绿色环保的角度出发，利用康佳电视产品的外包装盒，结合巧妙的设计进行材料再利用，设计出了实用的电视柜，体现了资源再利用的环保设计理念。精妙的设计方法以及有责任感的设计理念是此次获奖的主要原因。

此次国际红点设计大奖评审会在新加坡召开，大赛参赛团队及项目共 4724 组，评奖比例仅 6%。

红点设计大奖可以追溯至 1955 年，是世界上知名设计竞赛中最大最有影响的一个竞赛，素有设计界的“奥斯卡”之称。红点奖评选的标准极为苛刻，评选会严格按照“通过筛选和展示认定资格”的标准进行，每年只有那些达到设计品质极高境界的优秀作品才会被授予“红点奖”。因此红点奖被公认为国际性创意和设计的认可标志，获得该奖意味着产品外观及质感获得了最具权威的“品质保证”。同时，获奖作品还将得到最大范围的推广和认知。赢得红点奖成为每个设计团队及设计师引以为豪的殊荣。

在此前不久，这个充满活力的团队带着“纸乐构”项目，通过层层筛选和通关也闯进了集团团委举办的“康佳青年创新创效大赛”决赛。并凭借出色的表现，获得银奖。

14. 中标喜讯：中标贵州广播电视台贵阳市区调频广播应急灾备系统采购项目 A 包

（来源：杭州众传数字设备有限公司网站 发布时间：[2017-07-14 10:59:50] 浏览量：18）

热烈祝贺我司授权上海飞波通讯科技有限公司中标“贵州广播电视台贵阳市区调频广播应急灾备系统采购项目 A 包”。

项目编号：TXZB2401-1720

中标日期：2017 年 7 月 7 日

15. 浙广科技携全系列 RFOG 产品亮相 ANGA COM 展会

（来源：浙江省广电科技股份有限公司网站 发布时间：2017-07-14）

2017 年 5 月 30 日至 6 月 1 日，本公司参加了在德国科隆举办的 ANGA COM 2017 展会，我们公司以 RFOG 技术为展示重点，全系列 RFOG 产品悉数亮相本届展会。

16. 丰天鼎业 2017 年上半年总结暨下半年计划会议圆满召开

（来源：武汉丰天鼎业信息网络有限公司网站 作者：本站编辑 发布时间：2017-07-17 17:00:24 浏览次数：4421）

2017 年 7 月 15 日 8:00-12:00 我公司 2017 年上半年总结暨下半年计划会议在信阳鸡公山云中宾馆会议室隆重召开，董事长兼总经理傅敏、董事杨少平及公司各部门负责人出席会议，会议由首席顾问林敦主持。

会议开始，由董事杨少平致贺词。随后，营销中心销售一部、销售二部、财经中心、研发部、技术部、生产部、综管中心等各部门负责人对 2017 年上半年工作情况进行了全面总结，详细介绍了各部门年中计划完成情况。同时，各部门负责人还对 2017 年下半年工作重点进行了详细规划。

会上首席顾问林敦对 2017 年上半年的各项工作进行了全面的总结，肯定了半年以来各部门所取得的成绩，同时分析各部门所存在的问题，他希望下半年各部门从八个方面纠正个工作中所存在的问题，为公司年度计划的顺利实现努力奋斗。

会议最后，傅敏董事长兼总经理做了重要讲话。从公司“经营指标”、“市场开发”“产品开发”“人资开发”“公司运作治理”“公司文化”六个方面对上半年成绩做出总结、规划了下半年工作，并对各部门的工作重点作了提示。他希望大家在下半年里，发扬成绩，向工作认真、业绩优秀的同事、部门看齐，坚持原则，努力学习，与时俱进，踏实工作，奋发向上，为完成 2017 年的全年任务而全力拼搏！

这次会议的成功召开，指明了下半年努力和奋斗的方向。对丰天鼎业来说 2017 年上半

年是一个充满活力的半年，全体员工上下坚定信心，以激情澎湃的工作状态，充分发挥主观能动性，积极创新，取得了许多骄人的成绩，但同时也有很多不足，下半年仍需鼓足干劲加油干，团结一致，扎实苦干，创出更好成绩。

17. 大洋视频人工智能领域科研人员入选青年人才托举工程

（来源：北京中科大洋科技发展股份有限公司网站 发布时间：2017-07-19）

前不久，中国科协公布了“青年人才托举工程”（2016-2018 年度）入选名单，中科大洋王培女士以“基于深度学习的目标检测算法的研究”项目，经过学会专家遴选，成功入选本届“青年人才托举工程”。

王培于 2011 年 4 月加入到了大洋后期制作产品部，从事特技算法的研发工作。作为一名女科研人员，她对科研充满兴趣和热情，时刻怀着一颗求知的心。其最新研究的项目“基于深度学习的目标检测算法的研究”是计算机视觉领域中一个富有挑战性的课题，主要目的是从视频中检测并定位特定的目标，综合运用了人工智能、图像处理和自动控制等技术，今后将广泛应用于大洋视频产品中。

接下来就让我们一起来听听，她眼中的“科研”是怎样的吧~

“做科研很孤独，需要投入大量的时间和精力，虽然很累，但也是一种享受，因为在科研中能体会到各种失败与成功带来的酸甜苦辣。科研没有终点，只有不断的努力和付出，才能取得好的科研成果。能够入选成为被托举人，我很开心，感谢青托工程扶持我这样的‘小人物’，感谢大洋的骆总和谷老师对我的督促和鼓励，希望自己能够借此机会搞好技术创新，做出成果，回馈大洋回馈学会。”王培这样说道。

一直以来，大洋十分重视培养这样兢兢业业、努力上进的年轻人，为公司里的“潜力股们”营造更好的发展空间、提供多方面的支持、给予悉心指导。在未来，大洋会再接再厉，为培养德才兼备、勇于创新的国家科技领军人才贡献力量。

“青年人才托举工程”项目是由中国科协举办的，旨在创新青年科技人才的选拔机制、培养模式、评价标准，培育造就大批优秀青年科技人才，打造国家高层次科技创新人才后备队伍。为青年科技人才创造成才机会、指引发展方向，努力形成具有科协系统特色的人才发现、培育、评价工作体系，为建设世界科技强国贡献力量。中国科协青年人才托举工程 2015 年 10 月正式启动，每年选拔 200 名 32 岁以下青年科技人员，连续三年给予每年约 15 万元的稳定支持，资助“小青椒”们开展原创性研究，支持他们在创造力黄金期脱颖而出。

18. 德芯科技 2017 年夏季展会预告

（来源：成都德芯数字科技股份有限公司网站 发布者：成都德芯数字科技股份有限公司 发布时间：2017-7-20）

- 德芯科技 2017 年夏季展会预告
2017 成都国际酒店用品及餐饮博览会
时 间：2017 年 8 月 11 日--13 日
地 点：成都世纪城新国际会展中心成都市世纪城路 198 号
展位号：H3A58
- 北京国际广播电视展览会（BIRTV2017）
时 间：2017 年 8 月 23 日--26 日
地 点：中国国际展览中心（老馆）北京朝阳区北三环东路六号
展位号：7046
- 2017 第十五届广州国际酒店用品展览会
时 间：2017 年 9 月 8 日--10 日

地 点：中国进出口商品交易会展馆 A 区（广州市海珠区阅江中路 380 号）

展位号：4.1 馆 043

参展预约联系电话：028-85551255-8658 / 18780206949

总机：028-85551255 传真：028-85598886

（本期结束）