

广电行业综合信息

2017 第 11 期（总第 76 期）

中国广播电视设备工业协会

2017 年 12 月 6 日

目 录

一、行业信息.....	6
(一)、新技术和市场动态.....	6
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态.....	6
(1) D-BOOK 10 定义英国电视要求.....	6
(2) 意大利准备部署免费 5G 频谱上 DVB-T2 HEVC.....	6
(3) 【ICTC】“广电无线”论坛汇集业内“最强大脑”.....	6
(4) FCC 批准下一代电视计划.....	7
(5) 重新思考地面数字电视频谱分配.....	8
(6) 美国电视广播公司撸起袖子加油部署 ATSC 3.0.....	8
(7) 辛克莱广播、One Media 部署下一代电视.....	9
2. 移动电视及 CMMB.....	10
3. 直播星和户户通、村村通.....	10
(1) 全国直播卫星“户户通”用户达 10881 万户.....	10
(2) 山东潍坊高新区应急广播户户通、潍高网同时发布.....	11
4. 有线电视.....	11
(1) 过去三个月 近百万美国民众停止订阅有线电视服务.....	11
(2) GCI 全球有线创新杭州峰会精彩前瞻之一(人工智能篇)有线智能之变的“新”思路.....	12
(3) 万物互联时代有线的“新”机会.....	13
(4) 学习! 广电网络公司自服务平台的建设.....	14
(5) 全球有线创新杭州峰会盛大开幕 中外行业精英齐聚一堂话创新.....	15
(6) 【资本】歌华有线与华为技术签署《战略合作协议》.....	16
(7) 【ICTC2017】曾庆军谈国网互联互通平台在融合业务服务方面的尝试.....	17
(8) 【争鸣】浅谈有线行业发展的几个命题.....	18
(9) 2017 年第三季度有线电视行业观察.....	19
(10) G 比特时代, 广电运营商如何为用户带来最佳网络体验.....	20
(11) 2017 年第三季度有线电视行业观察.....	21
5. 前端、制作与信源.....	23
(1) 大咖论道广电未来, 探讨超高清与云平台发展.....	23
(2) 喜报 中国电科三所声音质量主观评价用节目源标准样品获批.....	24
(3) 一箱在手, 直播录播拎着走, 新产品“洋铭易直播 GO 650 Kits ”重磅来袭.....	24
(4) 中央电视台移动外场 4K/HD 演播室视音频系统项目花落安达斯集团.....	25
(5) 腾讯 NBA 新演播室重装登场.....	26
(6) 满足用户多样化需求, 佳能发布六款数码摄像机新品.....	28
6. 机顶盒产业技术及市场动态.....	30
(1) 亚马逊将 Fire TV 电视棒推向全球市场.....	30
(2) 破局者来了: 给尚未更新换代的传统电视机顶盒一条生路.....	31
(3) 一脸懵圈: 电视盒子、IPTV 和智能电视到底选哪个.....	33
(4) 中国联通公布 IPTV 全 4K 智能机顶盒测试结果.....	34

7. 新媒体.....	35
(1) 用户饱和的 IPTV 已难抵挡汹涌而来的 OTT 了.....	35
(2) 美国三季度 OTT 电视服务用户增加 90 万.....	36
(3) 付费电视和 OTT 用户现状分析.....	36
(4) OTT 发展关键：流媒体质量.....	38
(5) IPTV 成第三大电视传播通路，用户对于新型媒体的满意度高.....	38
(6) 截至 2017 年 8 月 全国 IPTV 用户达 1.09 亿.....	39
(7) 中移电视出炉，IPTV 会不会成为历史垃圾.....	43
(8) 《2017 年中国网络视听发展研究报告》发布，解读网络视听五大走向.....	44
8. 媒体融合.....	45
(1) 实例！地市级广播电视台融媒体技术的新局面.....	45
(2) ICTC2017 精彩前瞻 7—媒体融合，数字版权保护迫在眉睫.....	47
(3) 新 IT 助推数字化转型 北京电视台迈进融媒云时代.....	48
(4) 城市广电的融媒体生存.....	48
(5) 【ICTC2017】加速智慧广电建设，王效杰全面分析媒体融合发展新思路.....	51
(6) 第二十五届媒体融合技术研讨会开幕.....	52
(7) 广播电视融合发展台长论坛在济南举行.....	54
(8) 全国首次互联网+传媒大会在青岛举行.....	56
(9) 中国电视媒体融合峰会 传媒大学赵子忠：媒体融合模式点评及未来发展路径探讨.....	57
(10) 《2016-2017 中国电视媒体融合发展报告》发布.....	60
9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术.....	64
(1) 微软：混合现实将有助于推动第四个工业革命.....	64
(2) AR 技术是“后互联网时代”，应用到信息化教学是大势所趋.....	65
(3) 谷歌：AR 和 VR 任重道远.....	66
(4) 全球 VR 头显销量持续增长 索尼 PS VR 卖的最好.....	66
10. 国际动态.....	67
(1) 西班牙电信推出塑料光纤网.....	67
11. 走向海外.....	67
(1) 首次中柬广电合作定期会谈在四川成都举行.....	67
(2) 腾讯再签 OTT 中国科技公司进军北美将迎来新机遇.....	68
(二)、重要政策进展.....	69
1. 三网融合.....	69
(1) 2017 年中国三网融合及 IPTV 行业发展趋势分析.....	69
2. 宽带中国.....	72
(1) 华为联合中国移动研究院发布《家庭宽带市场的价值空间报告》产业分析报告.....	72
(2) 全球宽带网速现状，韩国第 1、中国第 74.....	74
3. 相关政策法规.....	74
(1) 国家互联网信息办公布《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》.....	74
(2) 无线电管理局赴国家新闻出版广电总局调研.....	78
(3) 中国广播影视数字版权管理生态体系联合推进签约仪式在杭州举行.....	78

(4) 国家新闻出版广电总局下发关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知.....	79
(5) 中办、国办发文部署全国 IPv6 建设发展,广电网络在列.....	79
(6) 工信部: 启动 5G 技术研发试验第三阶段工作.....	80
4. 与广电相关的标准.....	80
(1) 中国人工智能标准化体系建设正加快推进.....	80
(2) 首个超高清电视(UHDTV)广电行业标准正式发布实施.....	81
(3) DVB 正式通过最新版 UHD-1 超高清标准.....	82
(4) HDMI 2.1 标准正式发布: 带宽增至 48Gbps 支持 10K.....	83
(5) AIMS 发展势头猛.....	84
5. 广电行业动态与分析.....	84
(1) 电视台在改变 电视媒体注定不会死亡.....	84
(2) 首届“智慧广电”论坛在川成功举办.....	85
(3) 智慧广电”怎么让电视引领新的生活方式.....	87
(4) 【罗小布问道】广电体制、原生态数据以及自身优势是什么,你有思考过么.....	88
(5) 浅析地方广电媒体之发展.....	89
(6) 【专访】烽火布局新型智慧城市,做数字化转型的使能者.....	90
(7) 【ICTC2017 现场】王效杰为广电指明四大发展路径.....	93
(8) 460 亿市场规模! 网络超电视: 2017 年我国影视行业市场全概况.....	94
(9) 近 50 位行业大咖登台演讲 ICTC2017 分论坛第一天,哪些观点惊艳了你.....	97
(10) ICTC2017 分论坛进入第二天,精彩亮点继续.....	100
(11) 第三届“世界电视日”中国电视大会开幕.....	103
(12) 【中国电视大会】王效杰为第三届“世界电视日”中国电视大会致辞.....	105
(13) 广电马上开始全国部署 700M 的 4G 网络.....	106
(14) ICTC2017 观察: 广电的忧虑与机会,“电视淘宝”率大屏购物来袭.....	107
(15) 新闻出版广电基地产业联盟成立.....	108
(16) “中国广播电视科技创新奖(2017)” 评奖报名工作正式启动.....	108
(17) 国家新闻出版广电总局印发《全国应急广播体系建设总体规划》.....	109
(三)、领导讲话.....	112
1. 张海涛会长在 ICTC2017 上致辞.....	112
2. 田进出席第五届中国网络视听大会开幕式并作主旨演讲.....	114
二、会员企业信息.....	115
1. 快讯 新大陆通信成功中标贵州省网机顶盒项目.....	115
2. 安全责任重于泰山----公司加强安全大检查.....	115
3. 新的开始,新的起点,新的期待.....	116
4. 中标喜讯: 中标山东广播电视台专业设备采购公开招标 A6 包.....	116
5. 海华跻身 2017 年中国通信业百强行列.....	116
6. 国科微新一代监控系列产品首发 2017 深圳安博.....	117
7. 中广传播公司委托中天鸿大在 19 大前完成 4 个 CMMB 站点的天馈.....	118
8. 丰天鼎业连续三年荣膺德勤光谷高科技高成长 20 强--不忘初心继续前行... ..	118
9. 四川电视节 新奥特与国务院副总理聊一聊民族科技.....	118
10. 保障十九大,博汇科技受到客户单位高度认可.....	119

11. 英属直布罗陀政府商务部长阿尔伯特·伊索拉先生一行到访北电科林.....	119
12. 中国演艺设备技术协会第二分会成立大会.....	119
13. 我司党总支换届选举大会顺利举行.....	120
14. 远东通信助力“2017年中国（成都）智慧轨道交通与创新发展论坛”.....	120
15. 成都新光微波工程有限工程公司应邀参加双流机场应急演练.....	121
16. 中环安讯达公司第一届董事会第二次会议顺利召开.....	121
18. 画质之上，声场之中 海信发布 NU7700 影响力系列 ULED 新品.....	122
19. 经济型地下停车场 FM 调频广播覆盖系统.....	123
20. 长江通信召开第七届董事会第十五次会议.....	123
21. 华侨城集团与康佳集团双创战略发布会成功举行.....	124
22. 朗威视讯再次联手山东广播电视台为您呈现全球唯一海上马拉松.....	125
23. 深耕场景化“中央厨房”，大洋连续中标浙江省六大媒体融合项目.....	125
24. 电控公司领导莅临北广科技调研指导基层党建工作.....	128
25. 索贝荣获中国传媒中央厨房年度最具价值品牌.....	128
26. 浙广科技参展 ICTC 2017.....	129
27. 刘超到九洲集团调研时强调：认真学习贯彻党的十九大精神 做军民融合标杆创新驱动典范.....	129
28. 中天科技为南通新一代信息技术博览会添彩.....	130

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）D-BOOK 10 定义英国电视要求

（2017-11-06 - 来源：依马狮广电网）

英国数字媒体技术领域创新协作中心——数字电视集团（DTG）出版了英国地面数字电视（DTT）技术规范 D-Book 10，它支持未来交互服务及实现向 HbbTV 的持续转换。

D-Book 9 在 MHEG 转换到 HbbTV 时为 Freeview Play 服务推出了 HbbTV 参考，包括对 IP 分发服务引入对 HEVC 和 HDR 的支持，然而 D-Book 10 通过引入对 COM 7&8 T2 复用转换到 700MHz 频段的单频网支持，继续支持 HD 产品和服务的开发。

为响应厂商升级软件以应对当前复杂的电视的要求，避免对 SSU Broadcast 升级的需求，包含了一个 IP 软件升级选项。

DTG 从 1996 年起出版 D-Book，并且明年更新此规范以跟上英国 DTT 的发展。

（2）意大利准备部署免费 5G 频谱上 DVB-T2 HEVC

（2017-11-06 - 来源：依马狮广电网）

意大利已与其它欧洲国家一起规划地面数字电视（DTT）转向 DVB-T2 HEVC 标准并释放 700MHz 无线电频段。

尽管西班牙、法国和葡萄牙还没有 5G 网络商业部署前对必要频谱的计划，但意大利已经成为南欧首个提出铺开新 DTT 的国家。

根据意大利 2018 年国家预算，意大利通信管理局（AgCom）将在 2018 年 5 月 31 日前制定重组广播频率的规范。

而 DVB-T2 HEVC 转换将从 2020 年 1 月开始，并持续两年。根据政府的估计，约有 4000 万台电视机需要调整以适应此新标准。因此将提供政府补助以支持购买 DVB-T2 DTT 机顶盒。

德国、捷克和芬兰是少数几个已在部署 DVB-T2 标准的欧洲国家，大部分欧盟国家还没有计划。

（3）【ICTC】“广电无线”论坛汇集业内“最强大脑”

（编辑：passion 来源：科讯广电网 2017 年 11 月 13 日 11:28:43）

在国家“十三五”战略性新兴产业发展规划中，明确提出“加快构建下一代广播电视无线网”。因而，充分发挥全国广电体系的内容、网络 and 系统优势，建立发展一个新型的无线广播电视平台，是广电适应未来媒体信息发展态势的必经之路。

今年第二十五届媒体融合技术研讨会（ICTC2017）上，“广电无线”论坛将在 11 月 16 日举行。届时，来自广电行业的“最强大脑”们，将就此展开热烈讨论。

本次论坛的与会嘉宾们，可谓是大咖云集。国家新闻出版广电总局总工程师王效杰，将率先发言，为大会论坛致辞。

广播无线媒体与新兴媒体融合发展是大势所趋，是广电赢得未来的重要途径。中国国际广播电台总工程师王联，将发表题为“广电无线媒体融合发展路径”，来谈一谈他对这一议题的看法。

在题为“互联互通平台与移动交互多媒体广播”的演讲中，来自中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军，将从专业的角度，和来宾们进行深入探讨。

如何在面积覆盖、信号强度、成本优势上，与惠民便民方面取得良好的平衡，这需要广电的领导专家们在广电无线网络建设、无线频率规划上动一番脑筋。

为此，广电总局规划院无线研究所教授级高级工程师李雷雷，会在“广播电视无线频率规划”的演讲中，分享他的经验和想法。

技术是第一生产力，这条金律同样也适用于广电行业。国家数字电视工程研究中心总经理管云峰，将在论坛上介绍国际无线广播新标准的关键技术。

“广电无线”论坛上，不仅有国家广电机构的专家，还有一大批企业代表也将发表精彩演说。

这其中就包括了北京中天鸿大科技有限公司、阿里云、中兴通讯、诺基亚贝尔、富士康科技集团 FG 次集团、浙江大华技术股份有限公司、东方明珠数字电视有限公司、上海佰贝科技发展有限公司、利尔达科技集团股份有限公司……

汇集行业专家、聚焦业内热点，这又将是一场高水准的盛会。

(4) FCC 批准下一代电视计划

(2017-11-17 - 来源：依马狮广电网)

美国联邦通信委员会 (FCC) 以 3:2 的投票结果，批准美国广播公司志愿使用新 ATSC 3.0 先进电视传输方案。FCC 此决定为美国免费无线电视台打开了下一代广播标准的起跑门。

本质上，FCC 此裁定允许美国电视台运营有宽带回程的 VOD 服务以及提供 UHD 4K 服务。

不过，此新标准并不向后兼容，因此要求消费者购买新电视机（或转换盒），而广播公司如果选择采用 ATSC 3.0，将需要以现有的 ATSC 1.0 标准同播。电视台可联合本地市场内的其它广播公司，一家电视台传输 1.0 信号，另一家传输新 ATSC 3.0 信号。

但投反对票的一个 FCC 委员称美国有真正的数字电视鸿沟的危险，对财力有限的美国家庭不公平，是不可接受的。

较积极的方面是来自 LG 公司的一个声明，LG 电子公司高级副总裁兼 Zenith 研发实验室总裁 Jong G. Kim 博士表示，这是下一代电视的重大时刻。FCC 批准此灵活、可扩展的新 ATSC 3.0 标准将发动创新革命，使宽带和广播紧密结合，为消费者提供各种新服务。

LG 将现今的 FCC 举动与 1996 年圣诞节那天 FCC 采纳最初的数字电视广播标准 (ATSC 1.0) (这为电视业普及的数字 HDTV 传输和活跃的业务奠定了基础) 相比较。LG 电子 (美国) 公司公共事务高级副总裁 John I. Taylor 表示，FCC 此举为广播公司和制造商特别是美国电视观众开启了又一个新时代。

（5）重新思考地面数字电视频谱分配

（2017-11-17 - 来源：依马狮广电网）

“数字英国”组织发布一新研究报告，支持其早先时候要求重新评价 UHD 频谱分配方式的呼吁。

该报告估计改动可能使容量增加高达 70%。

在十年间，一直有对当前用于地面数字电视的 UHF 频谱的要求。尽管 Freeview 免费电视服务为英国使用最广泛的电视服务，但 700MHz 频段仍是待售的最新部分。

数字英国 CEO Jonathan Thompson 说，现在是时候采取更战略性观点，跨越“切香肠式”除去地面数字电视频谱的做法，为移动数据创造容量。任何进一步削减电视广播频道的做法都可能导致双输结果，损害 Freeview 和产生更大的低效率。本报告内的建议提供一种双赢状况的前景，在保护英国使用最广泛的电视服务的同时大幅提升移动容量。

该报告强调渐进式改变进程产生 700、800 和 900MHz 频段移动宽带碎片化计划。它建议简化这些频率的使用可能产生 25%-70% 的重组红利，同时使用于包括 5G 等的新技术的频谱适应未来需求。

该报告提供三种说明性的选择，包括从现有的频分双工（FDD）传输（它提供相等的上行和下行容量）转向时分双工（TDD）协议。采用 TDD 可以增加下行容量以满足如视频流媒体这样的活动。

（6）美国电视广播公司撸起袖子加油部署 ATSC 3.0

（2017-11-20 - 来源：依马狮广电网）

许多广播公司和组织对美国联邦通信委员会（FCC）表决批准 ATSC 3.0 下一代电视标准快速做出了积极的反应且付诸于行动。

美国公共电视台总裁 Patrick Butler 称观众将对该标准的声像质量感到震惊。

八家全美最大广播公司之联盟明珠电视台（Pearl TV）称此表决是“广播对公共安全和为观众提供下一代内容占有极其重要的地位的一个确凿的证明。”

NAB 总裁兼 CEO Gordon Smith 表示 FCC 支持 3.0 标志着美国免费和本地广播电视重塑的开始。

而除了赞扬、预言和老生常谈，广播公司、先进电视系统委员会、AWARN（国际领先的广播、消费电子和公共安全组织联盟）更多的是闻风而动，为电视观众提供下一代电视服务。

例如，辛克莱广播集团及其子公司 ONE Media 3.0 在 FCC 批准 ATSC 3.0 广播后，宣布它们打算铺开一个全国性下一代电视网。作为此战略的一部分，辛克莱即将在前十个电视市场实施一个多频道、多站点单频网（SFN）扩建项目。

此 SFN 部署的目的是联合供应商界、集成、SFN 传输计划和射频部分，形成一个能够在未来两到三年完成全国性扩建的方法。扩建的初始阶段将集中于有一个能够容纳最多 6 个多站点、多频率、多租户 SFN 基础设施。

3 月，辛克莱和明日之星传媒集团成立一个聚合和货币化频谱的联盟。7 月，西班牙语环球电视台本地传媒公司加盟，马上又将有一大广播公司加盟。这些合作伙伴以及其它可能租用 SFN 容量的广播公司，可能是全美这些部署的租户，并且为涉及的每个参与者支付费用。

频谱聚合的一个主要目标是实现 3.0 在全美推广，同时维持本地市场的 1.0 灯塔服务。同样地，明珠电视台成员的 3.0 部署也在向前推进。最近，七家广播公司宣布他们的本地凤凰电视台的 10 家将在 2018 年 4 月推出 3.0 服务。明珠电视台正在协调，使凤凰电视台成

为 3.0 部署以及 1.0 灯塔概念的一个样板市场。此努力将为广播公司提供调整剩下的技术问题，同时为观众提供提高的音视频服务的机会。

明珠电视台注意到一些 FCC 委员所表达的对 3.0 缺乏与 1.0 相互兼容性的忧虑，称明珠电视台将努力确保在部署下一代电视期间可继续广泛收看广播电视。

LG 电子公司公共事务和通讯副总裁 John Taylor 表示：“凤凰电视台样板市场和辛克莱宣布的部署对促进 3.0 电视机的全国范围部署准备真的很重要。”

LG 高级副总裁兼 Zenith 研发实验室总裁 Jong G. Kim 博士指出，FCC 批准此新标准是下一代电视的一个开创性时刻，将为消费者发动一个创新革命。

韩国部署 ATSC 3.0 以便为 4K UHD 无线广播 2018 年平昌冬奥会做准备是最终在美国部署的一个很好的入口通道，Taylor 表示，他补充说韩国销售的下一代电视机兼有 ATSC 1.0 和 3.0 调谐器。“当美国的 ATSC 3.0 商业广播有达到预想效果所需的足够数量，我们将大批量供货。”

AWARN 执行董事 John Lawson 说，对于 AWARN 联盟来说，3.0 批准意味着撸起袖子加紧解决技术问题。迄今为止，该联盟的主要工作是用用户界面和公众的用户体验以及公共安全界的高级告警要求。

Lawson 表示，2018 年，该联盟将雇佣和管理技术承包商，研制一个对告警信息提供一致观感和从告警源知道消费设备的互操作性的 AWARN 软件包。与此同时，它将继续与公共安全界人士就 AWARN 洽谈，征求社会科学家的帮助，整合有关公众对紧急信息的实际反应的经验教训。

对 ATSC 来说，ATSC 3.0 的批准可喜可贺，也提醒其工作必须持续下去。

“尽管很容易把 FCC 的行动视为路途之终点，但现实是这仅仅为开始，” ATSC 总裁 Mark Richer 表示，他预期 ATSC 3.0 标准的收尾工作可在 2017 年底前完成。

对使用 FCC 的试验牌照，已经部署了一个 3.0 SFN 的 Watch TV 电视台总裁兼 CEO Greg Herman 来说，此新标准的批准是无线电视广播和数据广播复兴的开始。基于 OFDM 调制，此下一代电视标准是全和低功率电视台的一种均衡，原因是 3.0 不再是低功率电视台难以实现的使用不太大天线的室内接收。

“我认为这是广播公司的梦想之地，”他说，“如果我们建立它，它们一定会到来的，原因是数字鸿沟可被 3.0 调制熔化。美国公众将感到震惊——无论是 UHD、稳健的 1080p 还是移动性，我们用 3.0 都有。”

（7）辛克莱广播、One Media 部署下一代电视

（2017-11-20 - 来源：依马狮广电网）

在美国联邦通信委员会(FCC)11月16日批准广播公司自愿部署下一代电视标准 ATSC 3.0 后，美国辛克莱广播集团正趁热打铁，它及其总公司 One Media 将在其全国范围的电视台部署此标准。

按照 FCC 的决定，选择开始自愿 ATSC 3.0 传输的广播公司被要求与其它广播公司合作同播 ATSC 1.0 服务，以保证传统无线数字电视观众的服务不变。1.0 同播还必须提供与 3.0 服务相同的节目 5 年。如广告、电视预告片片和利用 3.0 功能的专题节目等可有一些例外。

“从 1997 年起，我们倡导一个稳健、以广播为中心的数字标准，我们欣慰地看到 ATSC、广播公司和政府现在都赞成这样做，”辛克莱总裁兼 CEO Christopher Ripley 表示，“真正的移动电视和数据分配、与互联网兼容，现在能够成为现实。”

2. 移动电视及 CMMB

(本期无)

3. 直播星和户户通、村村通

(1) 全国直播卫星“户户通”用户达 10881 万户

(编辑: passion 来源: 流媒体网 2017 年 11 月 20 日 16:53:16)

截止 2017 年 9 月 30 日全国直播卫星“户户通”开通用户数量总计 10881 万(1 亿 881 万)户, 单月增加 137 万户, 平均每天增加 4.57 万户。



历史数据比较:

2017 年 8 月份平均每天增加 4.55 万户

2017 年 7 月份平均每天增加 4.44 万户

2017 年 6 月份平均每天增加 3.83 万户

2017 年 5 月份平均每天增加 3.74 万户

2017 年 4 月份平均每天增加 5.80 万户 2017 年 3 月份平均每天增加 7.65 万户

近六年来,直播卫星公共服务快速发展,用户总规模将超过 1.1 亿户。其中,原有村村通用户约为 1632 万户,户户通用户已达 9886 万,单独破亿指日可待。目前中央财政累计投入资金 26 亿元在全国 21 个省(区、市)实施直播卫星“户户通”工程,已发展 2398 万用户。卫星直播中心与各省(区、市)广电部门协同配合,加强对“户户通”零售市场的引导和管理,共设立 36271 个专营服务网点,覆盖全国超过 2/3 的农村地区,市场秩序逐步规范。

直播卫星的用户突破,有力扩大了中央和省级广播电视主流媒体在农村的覆盖率、影响力,为促进城乡广播电视基本公共服务均等化发挥了无可替代的作用。国家新闻出版广电总局广播电视卫星直播管理中心主任杨一曼表示:“要充分发挥卫星直播的覆盖优势,推进地方节目覆盖本地,丰富广大农村地区用户收视内容。推动民航飞机通、铁路火车通、长途客车通和航运船舶通,满足广大移动人群收听收看广播电视的紧迫需求。2017 年直播卫星会持续保持开放的政策,对于行业用户的开拓、零售市场的支持,不会变。”

（2）山东潍坊高新区应急广播户户通、潍高网同时发布

（编辑：passion 来源：齐鲁晚报 2017 年 11 月 28 日 14:55:18）

11 月 21 日，潍坊高新区举行应急广播户户通智能客户端发放和潍高网上线仪式。据介绍，应急广播户户通智能客户端的发放是高新区党工委、管委会 2017 年确定的首批 16 件民生实事之一，潍高网、虹新闻客户端的上线将为高新区打造阳光政府、效能政府开辟新渠道、新阵地、新窗口。

首先亮相的是由潍坊高新区自主创新研发的全国首款应急广播户户通智能客户端，作为全国第一款创新型的应急广播户户通智能客户端，这既是一个全新打造的普惠性信息发布平台，也是一款功能强大、居家必备的高科技智能产品。实施潍坊高新区应急广播户户通工程，是高新区党工委、管委会今年确定的 16 件民生实事之一，是一项惠民利民的重大民生举措，也是对全区广大群众作出的一项“庄严承诺”。

紧接着是潍高网、虹新闻客户端的上线仪式，潍高网是近年来全省县市区唯一获批具备正规资质的新闻网站，高新区传媒中心依托其新闻资源，开发建设虹新闻客户端。潍高网，既是高新区打造阳光政府、效能政府的重要举措，也是为“互联网+政务服务”开辟新渠道。

今年以来，潍坊高新区按照“走在前列、起好带头作用”的总体要求，抢抓建设山东半岛国家自主创新示范区重大机遇，统筹推进产业转型升级、创新驱动发展、城市更新提升、营商环境优化、基层基础再造、体制机制改革、干部作风建设，全力打造产城融合的国际化现代新城，经济社会发展保持了强劲增长势头。1—10 月份完成规上工业总产值 811.8 亿元、社会固定资产投资 142.9 亿元、财政总收入 86.5 亿元，多项主要指标居全市前列。

在全市“四个城市”建设目标指引下，根据高新区党工委、管委会部署要求，高新区传媒中心以“打造全省乃至全国响当当媒体品牌”为目标，用新媒体的思维办好传统媒体，用传统媒体的基因壮大新媒体，为进一步提高新闻传播力、引导力、影响力和公信力打下了坚实的基础。

潍坊高新区应急广播户户通智能客户端和潍高网、虹新闻客户端正式投入使用、上线，标志着潍坊高新区集报纸、广播、电视、网站、新媒体“五位一体”的全媒体发展格局已经形成。高新区将以此为契机，加快推动传统媒体与新兴媒体的深度融合，为加快建设一流国家高新区，努力争当“四个城市”建设排头兵，不断凝聚宣传合力，奋力实现更高层次新发展。

4. 有线电视

（1）过去三个月 近百万美国民众停止订阅有线电视服务

（2017-11-02 10:02 来源：网络视听生态圈）

“剪断电缆”（cord-cutting）或是用户停止订阅有线电视是美国有线电视运营商今年最担心的问题之一。最近美国几大有线电视运营商的第三季度财报显示，过去三个月中近百万美国民众停止订阅有线电视服务。

据 DSL 报道：“七家最大的付费电视运营商中只有五家发布了第三季度的用户数据，但这些公司在这段时间内共失去了 632,000 名付费电视用户（AT&T 和 DirecTV 共有 385,000 名，Comcast 有 125,000 名，Charter 有 104,000 名，Verizon FiOS TV 有 18000 名）。当添加 Dish 和 Altice 未发布的数字后，其可能接近 100 万。

去年有一项调查显示，美国约有 1600 万人停止订阅有线电视服务。仅仅在第三季度再增加的一百万就显示了行业变化的速度。

有线电视运营商正在努力适应。AT&T 是一个很好的例子：该公司已经成功推出了

DirecTV Now，这是更好的互联网流媒体服务之一，最初其基本套餐费用约为 40 美元。然而 AT&T 目前正在向无线用户提供 10 美元的 DirecTV Now，这意味着目前该公司并没有从这项服务真正获利。

从根本上说，市场正在从一系列区域性垄断转向竞争激烈的国家市场。目前美国民众可以从 AT&T，YouTube，Hulu，Fubo 或 Sling 购买流媒体电视服务，这些服务可在全国大部分市场上使用。

（2）GCI 全球有线创新杭州峰会精彩前瞻之一(人工智能篇)有线智能之变的“新”思路

（2017-11-06 - 来源：依马狮广电网）

天下武功，唯快不破。

科技变革，唯新是崇。

任何一次巨大的变革，都离不开科技强力的驱动。

每一只独角兽的长成，都离不开新技术的率先应用。

对前沿技术的知晓、理解、应用的速度和程度，决定着企业的地位和高度。

互联网已经风风火火进入下半场，新一轮的科技革命正掀起。人工智能成为风口。面对滚滚而来的时代洪流，企业只有两种选择：迎难而上成为弄潮儿，或被巨浪吞噬。

广电企业如何借风扬帆？

全球有线创新杭州峰会组委会在全球范围内，进行了项目遴选。今天为大家揭晓人工智能生态链上的一系列创新型的科技和应用，希望能为有线企业的创新提供全新的思路。

浪潮 Dongle：语音交互的智能控制终端。

浪潮 Dongle 盒子，拥有将普通机顶盒瞬间变为“超清 4K 智能机顶盒”的强大魔力，使老盒子用户也可以轻松享受 4K、游戏、购物、智慧语音，以及海量应用的乐趣。该盒子集成了优秀的语音交互技术，解放了用户的双手，使设备的控制更加简单方便，老人孩子都可以轻松驾驭。浪潮 Dongle 将成为广电企业探索“广电智慧+”生态建设的利器，为用户带来更具科技感的电视服务与使用体验。

智屏科技电视淘宝：语音购物新风潮。

电视淘宝是阿里巴巴集团旗下杭州智屏电子商务有限公司为电视用户精心打造的新一代电视购物平台。

电视淘宝团队利用 NLU（自然语言理解）技术和经验，将语音购物体验推向极致。用户通过蓝牙遥控器或者麦克风阵列，和电视淘宝这个生活小秘书对话，将导购、下单、支付、配送等一系列购物场景交给 AI，获得最便捷、最贴心的购物服务。

TVOS 创新应用：要公客也要集客

毫无疑问，终端智能化已成为大势所趋。但是，广电如何结合自身的资源优势，深度挖掘终端的功能，为用户提供更丰富、多元、个性化的服务，才是问题的关键所在。

更重要的是，除了服务公客用户，有线企业通过整合自身资源，深度参与新型智慧城市建设，将收获更广阔的集客市场。

浙江浩渺立足 TVOS 的规模化推广和商业化运营，提供定制化的集成开发和服务支撑工作。目前已开发出亲情通话、健康咨询等特色媒体化业务。实现了媒体业务和信息业务的一体化承载和融合化服务。

英雄造时势，战略赢未来！

如果说人工智能是病毒，那就是无药可医的超级病毒。既然无法清除，就只能努力共生。从用户需求出发，以新技术和新思路为桨，也许，有线人会驶入新的蓝海！

（3）万物互联时代有线的“新”机会

（编辑：passion 来源：科讯广电网 2017 年 11 月 08 日 09:17:54）

眼界决定格局，行动决定未来。

上一篇中，我们看到了人工智能与有线结合后散发的璀璨魅力。这一期，我们将揭秘有线峰会上展示的与物联网相关的技术和应用。

世界因为科技的发展，正在变得越来越精彩。万物皆互联，信息任流通，正在变成越来越清晰的现实。

谁拥有了物联网，谁就抢占了这一轮科技变革的新风口。

峰会组委会在全球范围内经过一年寻找，精选出了几项新的物联网技术和方案。对于想分吃物联网市场蛋糕的广电企业，值得一看。

TrackNet 带来最新的物联网硬件

美国、欧洲企业，从事位置感应器和空气质量监测器领域的远距离低速率物联网无线通信，他们开发物联网网关、服务器和设备，支持移动互联网接入。

Edgewater，全新的 wifi 解决方案

加拿大企业，采用高功率、多频道无线电、波束天线阵列提供人口集聚区的 wifi 解决方案。产品被多个美国有线电视运营商采用，实现室外 wifi 热点覆盖。该技术可支持 DOCSIS 调制解调器或 ONU 接入。产品在室内或室外均可配置使用。

华为全双工新技术：同轴接入有望实现 25G

为了应对未来上行带宽增长需求，华为全双工技术将带来上下行对称 10G，甚至对称 25G 的带宽。目前华为已完成全双工关键技术研究及原型开发，同轴接入带宽将有望跨进 25G 时代，可轻松满足未来万物互联的需求。全联接世界的建立，触手可及。

NikolaLab：无线充电黑科技

美国公司，专业从事无线充电技术的研发，利用电磁波给设备充电。该技术将帮助低功耗的物联网设备，摆脱对电池以及物理充电器的依赖。再也不用担心家庭物联网传感器电尽后罢工的麻烦了。

杭州古北电子科技有限公司：全球最成熟的 IoT 的 PaaS 平台之一

刘宗孺，物联网行业的开拓者和领军人物，带领品牌 BroadLink 品牌提出新的“AI+IoT”理念。打造了智能家电一站式服务平台 DNAKit 及智能家居生态圈 BroadLink DNA，让生态内的设备、家电可以互联互通、自由组合及无限拓展。DNA 家族已经接入了近 200 家家电厂商。

公司自主研发的 Wi-Fi 智能模块，年销售量超过 500 万片，已集成到 200 余家家电品牌客户的白电、厨电中；开发了一系列“轻”智能家居系列产品（智能遥控、智能插座、智能空气检测仪、智能音响等）销量在线上遥遥领先于同类产品，智能单品覆盖全球 30 多个国家。

英雄造时势，战略赢未来！

万物互联与人工智能，是一个硬币的两面，相辅相生，连成一体。离开了物联网技术的人工智能，只能是伪智能。有线遍布城市及农村的网络资源和巨量的接入终端，在这场万物互联的科技运动中，有着天然的优势。如何把优势变成价值，则依赖技术的应用和运营思路的创新。科技日新月异，世界瞬息万变！

要么跟上时代的节奏，要么成为历史的尘埃。

有线人，把握机会，就能开创新未来！

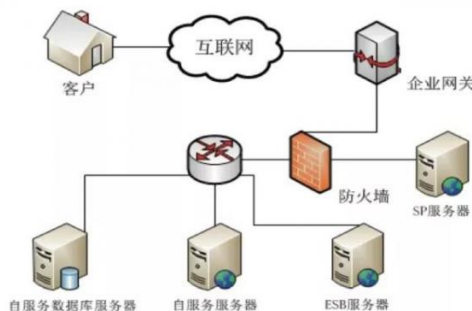
（4）学习！广电网络公司自服务平台的建设

（2017-11-09 09:27 来源： 广播电视信息）

目前广西广电网络公司的网络销售渠道分为电视营业厅、网上营业厅、支付宝、微信等。为了整合不同的渠道提供统一线上销售服务,需要建设一个与 BOSS 系统对接,为电视端、电脑端、手机端提供自助服务内容,为其他线上渠道提供订购、支付接口的统一业务平台。

A、系统架构及业务流程

自服务平台采用分布式系统架构,通过调用 BOSS 接口统一对外提供线上业务服务。网络架构如图所示。



系统使用人员包括自助服务客户、系统信息维护人员、系统管理员、线上服务提供商等。自服务平台的主要功能如下。

用户首页

自服务平台为用户提供统一个人用户中心,通过电视版、电脑版、手机版三种不同终端类型的访问方式。用户登录的认证方式分为硬件认证、手机号码注册、微信用户登录、支付宝用户登录等多种方式。不同登录方式均可通过输入账户信息认证的方式绑定账户,用户下次登录即可直接操作账号下的账户。

电视端个人中心可进行账号充值、积分兑换、信用额度管理、礼品查询、已订购业务查询、消费记录查询、浏览可订购产品等。另外还有电视端特有的观看记录和个人中心壁纸设置的个性化服务。

电视端个人中心

电脑版自服务平台前端展示页面因为解除了电视浏览器的条件制约,可用首页平面化的展示自服务内容。除了电视端的内容外,还增加了搜索功能条、产品分类展示、用户故障报修、投诉建议、用户使用帮助等功能。营销策划的促销活动可以在系统后台配置好后在首页以大图的方式展示并提供活动页面链接。

电脑端首页

手机版自服务平台前端展示页面的功能和内容与电脑端基本统一。在自服务系统后台配置的产品列表、产品内容、促销活动等在电视端,电脑端,手机端实现了统一配置、统一展示的效果。

手机端首页

统一用户中心

自助服务渠道未整合前,同一用户在不同的渠道由不同的系统管理相同的用户信息。用户在线下缴费或订购业务时,可以通过身份证号、用户姓名、设备号等信息定位到用户想要充值或订购业务的设备。用户使用线上自服务平台时,系统可以通过接入渠道使用不同的登录方式。

使用机顶盒打开自服务平台时,系统可以通过设备信息和设备绑定的方式登录用户账号。

使用电脑或手机打开自服务平台时,用户可通过手机号码注册账号,系统会根据客户在营业厅预留的手机 号码绑定客户名下的用户,或通过系统提供的线上渠道设备绑定方式绑定用户,即可对用户进行充值、订购等 操作。

当客户使用第三方账号登录自服务平台时,如支付宝服务窗、微信公众号等,系统可以记录下该账号,并关联之前绑定的用户,或让用户自行绑定。

除了普通用户账号外,系统还包括其他组或其他系统的用户登录方式,例如页面内容维护员,服务提供商接入等。用户可设置其中一个绑定账号为主绑定关系,其后每次登录时均可默认以主绑定账号操作,需要使用其他账号时可自行切换绑定用户。用户权限由用户中心统一授权管理,解决了整合前用户账号权限管理复杂 的问题。

项目持续集成

自服务平台是直接面向客户服务的系统,面向全区大量客户,而线上业务和产品又是灵活多变的,要尽可能地缩短响应时间,满足营销和客服的业务需求,提高用户体验。因此应该具备实时、高效的项目特性。另外,不间断的提供服务也是自服务平台必须具备的能力,所以系统应该采用集群方式部署,降低单点故障可能造成的影响。

自服务管理后台

自服务管理后台是提供给自服务 相关管理部门使用的图形界面管理工具,为整个线上渠道的业务管理提供了一个统一入口。包括客户浏览的前端页面的内容管理,自服务广告内容的配置,客户通过自服务提交的投诉建议和故障报修,客户服务和意见反馈的调查问卷,自服务渠道的订单查看,自服务的产品和产品组配置,SP 消息和对账功能,优惠促销配置等。

B、系统安全

自服务系统的接入渠道众多,所以需要根据接入渠道的不同情况制定不同的安全策略。

对于管理人员来说,接入网络为相对安全的管理网段,已和其他网络做了物理隔离,因此可以单独使用口令密码的方式进行接入者的身份验证,根据后台配置的管理角色获得相应的管理页面权限。

对于 SP 来说,接入网络是内网 VLAN 接入,可由自服务分配不同的授权号给不同的 SP 进行 SP 接入的身份验证和对应的权限配置。

一般用户可统一视为互联网接入,因此必须做好网络安全的防护措施。首先通过互联网出口防火墙做第一道保障,外网访问 Web 服务器经过了 VPN 及 WAF 防火墙。数据采用 SSL 加密传输,防止信息被截取泄露。身份认证上采用 OAuth 方式, OAuth 能够让第三方应用程序获得对 HTTP 服务的有限访问权限,使发布和保护数据更简单方便。用户提交账号 密码或第三方服务提供的身份信息经过身份验证服务器验证成功后,验证服务器核发 Access Token 给对应的资源管理服务器返回用户请求使用的资源。各个系统的相互间的调用接口通过 esp 管理,增加了授权号校验,确保接口的安全性。

C、成效

自服务平台的建设为统一线上渠道的销售和管理进行了良好的项目实践,为用户提供了一致的自服务体验。自服务平台在建设和使用后产生的用户数据可以为数据中心提供宝贵的数据资源进行大数据挖掘,分析客户的价值取向,为客户提供更多的个性化和定制服务,如“为您推荐”和“热卖” 等内容,提升用户对公司产品的粘度。

(5) 全球有线创新杭州峰会盛大开幕 中外行业精英齐聚一堂话创新

(2017-11-14 19:33 来源: 中广互联)

利用电磁波为设备无线充电,简单的语音指令让家庭物联网瞬时启动,功能强大的 TVOS 智能平台……14 日下午在杭州华数白马湖数字电视产业园举行的全球有线创新杭州峰会上,这些充满想象力的智能化生活场景,让与会嘉宾惊艳万分。

峰会是由中广联合会技术委员会、Cable Labs（美国有线电视实验室）、华数集团、亚媒智汇（Media Partners Asia）于去年 10 月共同发起，旨在广泛征集全球广电领域最新的技术和产品，进行现场实物演示和展示，推动国际交流与合作。首届峰会由华数集团负责主办，汇聚了欧美及中国新技术、新产品代表企业、有线行业精英、有线运营商等近 200 位嘉宾。

中国广播影视联合会会长张海涛、副会长张丕民，国家新闻出版广电总局总工程师王效杰，中国广播影视联合会党委书记包峰，国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川，中广联技术委员会会长王联，广电总局广科院总工程师盛志凡，浙江省委宣传部副部长唐中祥，杭州市副市长谢双成等领导出席峰会。

过去一年来，组委会在全球广发英雄贴，征集新技术、新产品，并从美国 Cablelabs 夏季和冬季峰会、ICTC 2017、全国 TVOS 大赛中遴选了十个项目进行现场实物展示和演示，涵盖了人工智能、物联网和视频处理及运营领域。

经过现场嘉宾投票评选，Nikola Labs 的“无线充电技术”、杭州古北电子科技的“让人工智能走进千家万户”、杭州智屏电子商务有限公司的语音电视淘宝荣获年度创新大奖。

中国广播影视联合会会长张海涛、杭州市副市长谢双成成为获奖产品颁发了奖杯，国家新闻出版广电总局总工程师王效杰宣布了获奖名单。

浙江省委宣传部副部长唐中祥在讲话中指出，当前，信息网络技术发展日新月异，更新换代的周期越来越短。广电有线网络面临着深刻的变局，传统的盈利模式已现疲态，新型的商业模式尚未铺开，我们正处在这么一个关键的历史节点。怎么破局，关键要靠创新。刚才看了那么多主题产品展示，有很先进的部分，也有让人很惊艳的部分，很有创新精神，特别富有想象力，为未来打开了新的想象空间，展示了新的增长点。

杭州市副市长谢双成在讲话中提出，以人工智能与互联网为代表的新技术正在为文创产业注入了焕然一新的基因与活力，在新一轮技术发展的背景下，文创产业和信息技术互相融合的步伐正在不断加快，逐步形成了以文化与科技、艺术与技术彼此支撑，相互促进为特点的产业发展新思路。有线创新杭州峰会就是在行业大趋势，大变革，大发展的一个缩影，为国内外优秀的广电有线企业同台竞技、切磋交流提供了舞台。

华数集团党委书记、董事长王健儿代表东道主向来宾表达热忱欢迎。他表示华数将继续深入实施“新网络+应用”、“新媒体+内容”、“大数据+开发”三大战略，致力于打造智慧广电、融合媒体和数据大脑的标杆企业。华数愿与合作伙伴一起搭建平台，增进国际交流，共同携手开创未来。

在与会领导和嘉宾的共同见证下，华数传媒与 CNC、中国财富传媒集团；浙江华数与深圳市海思半导体有限公司、科大讯飞股份有限公司、浙江浩渺通讯科技有限公司签订了合作协议。

华数集团党委副书记、总经理陆政品出席了峰会并致欢迎辞。华数传媒和浙江华数携 TVOS+智能运营平台、华数小邑等创新成果与嘉宾进行探讨和分享，浙江华数副总裁陆忠强作了“开启『智慧家庭』新时代”的主题演讲。

科技的发展，让人与人的连接已经做到极致，接下来，人与物，物与物的连接也将无处不在。生活将会越来越智能，世界将会越来越精彩。面对技术的快速迭代，不创新，被革命！欢迎大家继续关注我们对本次峰会演示产品的后续报道。

（6）【资本】歌华有线与华为技术签署《战略合作协议》

（2017-11-15 09:42 来源： 中广互联 作者： 浦梦月）

11 月 14 日，歌华有线发布公告称，与华为技术有限公司在北京签署了《战略合作协议》。协议有效期为三年。双方将在智慧城市、云计算、大数据、资源共享、基础网络、创新领域、

物联网等领域进行合作。

A、智慧城市合作

双方在开拓“智慧城市”类业务方面共享市场信息、优势资源互补，实现信息网络、信息应用、信息技术和信息产业的全面良性互动。

B、云计算、大数据合作

合作内容包括但不限于华为技术有限公司对公司及下属企业提供云平台建设、大数据中心建设、大数据管理平台建设等，共同拓展第三方政企市场的云数据中心及大数据管理平台业务。

C、资源共享合作

充分发挥各自的资源优势，借助公司现有成熟的网络资源及华为技术有限公司广大的终端消费群体资源，整合内容与流量资源共享合作，实现互联互通。

D、广播电视有线无线融合网及基础网络建设合作

双方加大在后续有线无线融合网项目建设中合作力度，同等条件下，公司优先选择华为技术有限公司的解决方案、设备及交付服务，合力打造在全国具有示范意义的项目标杆，为广电业务转型提前储备技术能力、网络建设和无线业务运营经验。

E、加强有线+无线产业布局，创新领域合作

双方合力打造有线+无线模式的精品网络，打造良好的有线+无线的产业布局，同时创新合作领域，以先进的技术和理念，融合双方在各自领域的优势资源，联合拓展 ICT（信息与通讯技术）产品及解决方案，提升公司在 ICT 的产业创新服务能力，打造品牌效应。

F、物联网合作

双方共同拓展第三方企业市场的物联网创新业务，合作包括但不限于物联网平台建设、物联网基础传输网络建设、物联网终端及芯片开发与拓展等。

G、平安城市合作

开展共同视频资源整合共享服务，推进首都平安城市项目合作。

（7）【ICTC2017】曾庆军谈国网互联互通平台在融合业务服务方面的尝试

（2017-11-15 11:43 来源：中广互联独家 作者：李思楚）

中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军在第二十五届媒体融合技术研讨会（ICTC2017）上，分享了国网互联互通平台在新时期融合业务服务方面的尝试经验。

他指出，推动有线电视高速发展的五个要素：好用（体验便捷），技术（平台、网络），好看（内容、生态），市场（市场、运营），体系（战略、组织）。

有线电视用户规模稳定，智能终端，宽带业务增长势头良好。截至9月底，有线电视的家庭收视渗透率 55.7%，有线电视用户总量 24898.2 万，双向网渗透用户 7945.5 万，智能终端用户总量 1042.7 万，宽带用户 3173.1 万。

美国的情况是 TV 大屏平均占有率、使用时长均位列第一。

美国 TV 平均使用时长略有下降，移动互联网增幅明显。

美国智能终端、智能电视渗透率、年增幅约 30%，受各年龄层普遍欢迎。

美国智能终端、电视月均使用天数分别达 15 天、20 天。

通过对比，引发了 3 点思考，一是 TV 屏人事家庭用户的首要选择，但传统广电服务一不嗯呢该充分满足用户需求。二是如何借鉴经验，创新服务，打造智慧广电，全行业正在探索尝试。既要引入新型内容服务，又满足内容审核，安全监管的需要，我们能做哪些尝试和调整？三是改革创新过程中要坚持：发挥内容优势，坚持提升基础能力，坚持打造智慧广电。

围绕市场，国网把握三个要素，思考有线网技术布局。支撑内容优势，增强服务能力，拓展智慧服务。

2016 年国网提出“CHINA”模式，传输 IP 化，视听+宽带+媒体融合全业务要经营；媒体融合是新视听核心，平台经营要开放接口，内容运营，模式开放，可管可控。

（8）【争鸣】浅谈有线行业发展的几个命题

（2017-11-20 13:02 来源： 中广互联独家 作者： 孙晓龙）

最近参加了一个论坛，听闻 IPTV 已经喊出了后时代的口号，在当下用户规模不断扩大，搭载着宽带高歌猛进的时候，已经将保用户和价值提升纳入思虑范畴。不得不说，有线行业在用户流失后的幡然醒悟或者说还有一些幻想，相对于前者，实乃后知后觉。

也许是没有经历过 IPTV 和 OTT 初期发展的举步维艰，生存环境的错综复杂，有线被突然扔进了市场，强敌环伺，多数疲于应付，处于跟着跑的状态，跑慢了还不行，无论是管理层还是一线员工，这两年的日子，一定过得是刻骨铭心。

存在即合理，适者生存的法则恒古未变。现实中，在市场竞争面前只有两条路可以选择，要么放弃“回家种地”，要么扛住了硬着头皮上。可做的事情很多，命题很多，在此罗列一二，道理摆上，剩下就是怎么干的问题了。

A.保持定力与自信。这点总是在各种场合被率先提及，事实也是如此，有线远未到夕阳余晖的境地，何必戴上“遗老孤臣”的帽子。自己都看不起自己，何能指望别人看得起，无论哪一方，都是些普通人，也没有什么三头六臂，更多时候拼得是意志力和执行力，正向激励和内部文化的有效驱动至关重要。此外，消除限制发展的因素要高度重视，做好了事半功倍，做不好雪上加霜。

B.差异即希望。在面对相同或相似境地的时候，最怕的就是高度相同，或者大同小异，这时候最需要出现的是好坏之分，这说明问题有解决的方法，有标杆、有方向。在如此严峻的市场环境下，行业内仍不乏现象级的发展，成功之例可以说也是不胜枚举，即便是在个体内部，同样有先进。在此基础上，开诚布公的学习和交流，成果的尽快复制和落地成为关键。

C.答好三个问题。日常运营亦或是经营管理，可以引入行为反思，解答好最简单的三个问题，即实际发生的情况是什么？我们曾经期望发生的是什么？从两者的差距中我们能学到什么？不得不承认，现实的空气中总是会弥漫着一些眼高手低，郁郁不得志，批评抱怨之气，但这不能成为主流，与其终日战战兢兢，不如从大处着眼，从细处谋划，通过一些问题来理清思路，一定会豁然开朗。

D.了解自己很重要。体制机制的改变，是主动谋求还是被动无奈，已然不是那么重要，重要的是能否将自己暴露在光天化日之下，让隐性的矛盾充分暴露出来，不再遮遮掩掩，不能悬而不解，这需要勇气，更需要方法。理顺了内部关系，消除掣肘，引入现代企业的管理模式，提高决策效率，打造可持续性的学习型团队，建设内部良性循环的生态环境等等，才会有生命力。

E.拥抱互联网，要垂直体现。无论是模仿互联网企业的做法，还是与互联网大鳄们的战略合作，最重要的是尽快实现落地，要有具体举措，形成典型案例。合作不是风花雪月的邂逅，而是互通有无，获得价值，再直接点就是要提高变现能力。十分认同“命运共同体”的说法，个人理解就是要形成内容体系建设、运营体系建设和创新体系建设的合纵连横，共进退，但这些一定要提速，否则只是一纸空文，看上去很美，仅此而已。

F.产品打造不简单。现在的产品设计，不能再是那种堆砌似的，呈现的只是不同的排列组合，而是要提前规划产品的生命周期，基于细分市场，经过粗加工、细加工和精研磨三道工序的产物，试问现在你的产品是怎么出来的？经历的工序有哪些呢？你的产品体系是否具备了核心产品、形式产品和附加产品这三个部分呢？同时一定要防止支离破碎的产品信息孤岛。产品不只是用来卖的，要提升产品的内涵，增收盈利能力的背后，更要看重其作为用户连接和流量导入的价值。一直呼吁产品经理这个岗位，需要专业的人来做专业的事。

G.用户反哺迫在眉睫。如同产品，用户同样有着自己的生命周期，这里的反哺主要是强调优化其生命周期的体验，用户不了解，或者是平庸，那何来口碑和忠诚度。下力气研究如何提升用户的活跃度和满意度，不要再想着掌控用户，而是要多想想如何培养和经营用户，才是正道。这里还想说一点，小众市场值得关注，有人说：“商业的未来是小众市场”，不无道理。

H.渠道争夺不可忽略。在终日大喊着保用户、抢用户的同时，不能低估渠道的作用。防止用户被策反，更要防止渠道的丢失。线上线下无需多论，但有线的优势其实在于“线下坪效”，无论是网格化，还是营业厅，与用户实打实、面对面的接触最有效。线下经营需要借助外力，以公客为例，社区物业，村级代办员等，是不能丢失的渠道，必须想方设法保住。如何保住？政策倾斜是最基本的。

坐而论道，不如起而行之，上面说的但愿能成为引子，然而更需要的是思考过后的践行。

起意之时，拿来鲁迅先生的《狂人日记》读读，“阿，造物的皮鞭没有到中国的脊梁时，中国便永远是一样的中国，决不肯自己改变一支毫毛！”与诸君共勉。

（9）2017 年第三季度有线电视行业观察

（编辑：passion 来源：国网业务部 2017 年 11 月 22 日 16:58:52）

2017 年第三季度,我国有线数字电视用户 2.08 亿户,有线数字电视缴费率降至 74.2%;双向网覆盖用户接近 1.6 亿户;有线宽带用户季度净增 158.9 万户,总量达到 3173.1 万户;智能终端用户成功突破 1000 万大关。在市场竞争的巨大压力下,仍然圆满完成了十九大安全播出保障的重大历史使命。

A 市场竞争格局

竞争对手方面,2017 年第三季度,中国电信和中国联通的 IPTV 用户比上年同期增长 48.3%,总数达 1.12 亿户。分省来看,四川、江苏、河北、广东、浙江、山东、湖南这七省的 IPTV 用户均已突破 500 万户,其中四川省 IPTV 用户更是超过了 1200 万户。

除传统全业务经营的三大电信运营商外,随着工信部进一步提升宽带接入网市场的开放水平,第三方民营宽带企业已经成为固定宽带市场上不容小觑的一方竞争力量。截至 8 月末,此类互联网企业共发展宽带接入用户 4050 万户,在一些省市区域形成了不小的竞争压力。

在收视市场,借助新一轮的“智能化”换机潮,电视机厂商的智能电视出货量逐年加大,目前全国智能电视家庭渗透率超过 86%,使互联网电视具备了广阔的用户和硬件条件基础,也为电视机厂家提供了新的产业链延伸的空间:对于行业平均利润率不足 1% 的传统电视机制造业来说,更具高附加价值的互联网电视成为了新的战略必争之地。

B 重大政策

党的十九大报告将文化自信的重要性提升到一个新的高度,其中提到“文化”一词达到 79 次之多,并在“坚定文化自信,推动社会主义文化繁荣兴盛”部分对未来文化事业和产业发展提出了具体要求。另外,十九大报告中,3 次提及智能,4 次提及互联网,7 次提及信息网络,也对未来的信息技术发展和基础网络建设提出了更高的要求。

另外一个值得全行业加快贯彻和学习落实的重大政策文件是 8 月底国务院正式印发的《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》(国发〔2017〕40 号)。《指导意见》提出了扩大和升级信息消费应着力聚焦的“四大领域”:在生活类领域,重点发展线上线下融合(O2O)服务、数字创意内容和服务、交通旅游服务等便民惠民新业态。在公共服务类领域,重点发展智慧健康、在线医疗、在线教育及“互联网+政务服务”。在行业类领域,面向垂直领域的电子商务平台、支撑信息消费全过程的网络支付、现代物流、供应链管理支撑服务。在新型信息产品领域,大力推广中高端移动通信终端、可穿戴设备、数字家庭等产品,创新发展虚拟现实、智能网联汽车、智能服务机器人等前沿产品。

3 有线电视网络运营商的应对措施

作为微观主体,有线电视网络运营应该把握新的时代特征,担当起国家文化宣传阵地的重任,坚守政治原则,不断提高自身传播能力建设。在信息网络建设方面,应紧握“两大抓手”,提高相关信息消费产品供给能力和水平。

首先,加速自有网络升级提速,建设新一代信息基础设施。多连接、超宽带将成为万物移动互联时代的标签,云计算、大数据和物联网是万物互联时代的重要基础设施,因此,运用新的固定宽带技术进行已有固网提速,积极跟进 5G 发展布局,搭建云计算、大数据和物联网基础设施是形势所需,必须加紧布局。

其次,聚焦四大领域,推进重点领域信息消费产品创新,提供智能化、高端化的信息消费产品。在生活类信息消费领域,发展面向定制化应用场景的智能家居“产品+服务”模式,推广智能电视、智能音响、智能安防等新型数字家庭产品,开展数字家庭产品的创新与推广;拓展数字影音、动漫游戏、网络文学等数字文化内容,丰富高清、互动等视频节目,丰富数字创意内容和服务等。在公共服务类信息消费领域,重点发展智慧健康、在线医疗、在线教育等应用创新。在行业类信息消费领域,利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术,在农业、交通、能源、市政、环保等领域开展新型应用创新。在新型信息产品领域,开展可穿戴设备、虚拟现实、数字家庭等产品的创新应用。

第三,控制成本,提供低价优质的宽带接入服务。降本增效,既是国家支持信息消费发展的着力点,也是信息消费生产者开展供给侧改革的一个重要方面。有线电视网络运营商如要保证竞争优势,则需要在网络运营的关键环节全面提升效率、降低成本,以提供质优价廉的接入服务。

第四,跟进政策,拓展国内外两大市场,关注低收入者和老年人两大人群。借助“一带一路”战略和“宽带中国”电信普遍服务机制,积极参与“一带一路”沿线重要国家、节点城市的网络建设,积极参与电信普遍服务试点和“百兆乡村”等示范工程,拓展国外和我国农村市场。在国家支持企业推广面向低收入人群的经济适用的智能手机、数字电视等信息终端设备的政策背景下,还可针对低收入群体和老人群体推广相关应用产品,如面向老年人的健康管理类智能可穿戴设备等。

(10) G 比特时代,广电运营商如何为用户带来最佳网络体验

(来源:科讯广电网 王建利 2017 年 11 月 23 日 09:56:23)

针对接入网和 Wi-Fi 技术,ARRIS 带来两款全新产品

随着 4K、VR、智能家居、在线游戏等新业务的发展,带宽需求量不断提升,对于运营商来说,为用户提供 G 比特服务,构建超宽带家庭互联网势在必行。并且在“宽带中国”战略的引导下,各大运营商都在采取措施实现提速降费,这跟用户的需求量增长是相吻合的。而从全球现在来看,各国也陆续的进入 G 比特时代。

“对于电信运营商来说,主要是通过光纤到户的手段,积极对网络进行升级扩容,以实现百兆甚至千兆入户,保证用户良好的体验。而对于广电运营商,也要有相应的技术跟上时代的发展,来支持自身的服务。”深耕有线电视行业多年的 ARRIS 资深主管方案架构师周强博士对此感叹,“广电运营商目前面临严峻的竞争局面,有很多工作要做。而不容忽视的一大优势是非常丰富的同轴资源。”

目前,中国广电已经拥有 2.5 亿的同轴电缆存量,如何盘活同轴资源,把其利用好,是中国广电网络运营商最要考虑的问题。2013 年发布的 DOCSIS 3.1 技术标准为其带来曙光。在有线同轴网络上应用 DOCSIS 3.1 技术,就能提供千兆以上宽带速率接入,从而实现千兆入户的最高目标。

HFC 是光纤与同轴混合网,从光传输设备到光接点,以及同轴电缆传输,ARRIS 都能

提供一系列的产品和服务。在客户端提供全球占有率很高的 Cable Modem 产品；中间传输部分，ARRIS 也提供全面的 HFC 方案和产品；头端设备则有 E6000 做支撑。

而在 2017 年 10 月 17 日,ARRIS International plc 又宣布其第二代(Gen 2) 有源模块 - E6000® 聚合边缘路由器(CER)在业内领先的 CCAP™平台上正式商用。ARRIS E6000 第二代模块在不占用更多机架空间的前提下,极大地增加了服务组和相关通道的数量。这能够使运营商即刻提供更多的 IP 视频服务及更高速的宽带服务。现在,第二代模块将 E6000 部署的服务组密度提升超过 70%。值得一提的是 E6000 第二代产品已经完整支持 DOCSIS 3.1。周强博士补充道,E6000 第二代有很强的软件处理能力,通过软件升级,将来可以升级到 10G 比特。

对于未来接入网技术发展,周强博士发表自己的看法,第一趋势是 DOCSIS 全双工标准,该技术能为上行信道提供额外的物理宽带,使上行和下行流量同时在相同的频谱中运行,极大程度的提高双向有线电视宽带接入网络的系统容量。另外一个发展的动向是进一步扩充同轴能力。通过一系列技术手段,比如说通过扩充频谱的手段,进一步扩充 CCAP 架构产品的端口能力,达到 10G 比特以上接入能力。而这也是 ARRIS 未来布局的重点领域和研发的主要方向。

高速宽带接入后,家庭 Wi-Fi 的覆盖也是影响用户体验的一大因素。目前家庭用户通过安装路由器的方式来连接 Wi-Fi,获取网络需求。但是根据统计,全球平均每户家里用 Wi-Fi 连宽带的设备在六台以上,再加上如果家里空间比较大,就会出现 Wi-Fi 覆盖不到位,信号就会有时强时弱的现象。

针对上面现象,大多数用户通过在信号弱的地方安装延伸器来解决。但对于传统的 Wi-Fi 来讲,不管你移动到任何地方,只要还有原有连接网络的信号,就不会自动跳转到延伸器上,用户体验还是不能得到保障。

针对目前 Wi-Fi 应用面临的各种挑战,ARRIS 推出 HomeAssure 解决方案。其为运营商提供了一种手段,让它的宽带用户和 Wi-Fi 的用户在屋内外都能体验高速不间断的 Wi-Fi 覆盖,从而让用户能够得到更好的网络速率和更快的网速体验。周强博士进一步阐述了 HomeAssure 的五大优越性能。

第一是 Wi-Fi 覆盖范围的延伸。ARRIS HomeAssure 支持 Wi-Fi 扩展器,客户仅通过自动配置,即可扩大家庭 Wi-Fi 的覆盖范围,把死角的地方进行信号延伸覆盖。

第二是自动化网络优化。ARRIS HomeAssure 解决方案通过软硬件结合的方式优化网络,设备能几毫秒内自动切换到信号最好的接入点。

第三是方便消费者控制。消费者可通过应用、网络和语音管理家庭网络。比如 Wi-Fi 口令设置、检测信号、接入人员的控制等。并能对自己家庭网络进行问题修复。

第四,提高运营商 Wi-Fi 能力管理。目前运营商接到 30%的投诉都是 Wi-Fi 体验不好,可是 Wi-Fi 往往是由于用户自己的原因。ARRIS HomeAssure 解决方案则拥有 ECO 云管理能力,使运营商获得家庭网络可视性,从而解决消费者问题。

第五,对邻里之间的网络信号做一些避让和优化。

简单来说这款产品是根据家庭的 Wi-Fi 提供了一个软件和硬件结合的产品。在网关设备和延伸器内内置一个软件,运营商通过云对软件进行管理。最终使得用户和运营商黏度增强,增加用户的 Wi-Fi 体验。

(11) 2017 年第三季度有线电视行业观察

(2017-11-28 10:07 来源: 国网业务部)

2017 年第三季度,我国有线数字电视用户 2.08 亿户,有线数字电视缴费率降至 74.2%;双向网覆盖用户接近 1.6 亿户;有线宽带用户季度净增 158.9 万户,总量达到 3173.1 万户;智

能终端用户成功突破 1000 万大关。在市场竞争的巨大压力下,仍然圆满完成了十九大安全播出保障的重大历史使命。

A、市场竞争格局

竞争对手方面,2017 年第三季度,中国电信和中国联通的 IPTV 用户比上年同期增长 48.3%,总数达 1.12 亿户。分省来看,四川、江苏、河北、广东、浙江、山东、湖南这七省的 IPTV 用户均已突破 500 万户,其中四川省 IPTV 用户更是超过了 1200 万户。

除传统全业务经营的三大电信运营商外,随着工信部进一步提升宽带接入网市场的开放水平,第三方民营宽带企业已经成为固定宽带市场上不容小觑的一方竞争力量。截至 8 月末,此类互联网企业共发展宽带接入用户 4050 万户,在一些省市区域形成了不小的竞争压力。

在收视市场,借助新一轮的“智能化”换机潮,电视机厂商的智能电视出货量逐年加大,目前全国智能电视家庭渗透率超过 86%,使互联网电视具备了广阔的用户和硬件条件基础,也为电视机厂家提供了新的产业链延伸的空间:对于行业平均利润率不足 1% 的传统电视机制造业来说,更具高附加价值的互联网电视成为了新的战略必争之地。

B、重大政策

党的十九大报告将文化自信的重要性提升到一个新的高度,其中提到“文化”一词达到 79 次之多,并在“坚定文化自信,推动社会主义文化繁荣兴盛”部分对未来文化事业和产业发展提出了具体要求。另外,十九大报告中,3 次提及智能,4 次提及互联网,7 次提及信息网络,也对未来的信息技术发展和基础网络建设提出了更高的要求。

另外一个值得全行业加快贯彻和学习落实的重大政策文件是 8 月底国务院正式印发的《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》(国发〔2017〕40 号)。《指导意见》提出了扩大和升级信息消费应着力聚焦的“四大领域”:在生活类领域,重点发展线上线下融合(O2O)服务、数字创意内容和服务、交通旅游服务等便民惠民新业态。在公共服务类领域,重点发展智慧健康、在线医疗、在线教育及“互联网+政务服务”。在行业类领域,面向垂直领域的电子商务平台、支撑信息消费全过程的网络支付、现代物流、供应链管理支撑服务。在新型信息产品领域,大力推广中高端移动通信终端、可穿戴设备、数字家庭等产品,创新发展虚拟现实、智能网联汽车、智能服务机器人等前沿产品。

C、有线电视网络运营商的应对措施

作为微观主体,有线电视网络运营应该把握新的时代特征,担当起国家文化宣传阵地的重任,坚守政治原则,不断提高自身传播能力建设。在信息网络建设方面,应紧握“两大抓手”,提高相关信息消费产品供给能力和水平。

首先,加速自有网络升级提速,建设新一代信息基础设施。多连接、超宽带将成为万物互联时代的标签,云计算、大数据和物联网是万物互联时代的重要基础设施,因此,运用新的固定宽带技术进行已有固网提速,积极跟进 5G 发展布局,搭建云计算、大数据和物联网基础设施是形势所需,必须加紧布局。

其次,聚焦四大领域,推进重点领域信息消费产品创新,提供智能化、高端化的信息消费产品。在生活类信息消费领域,发展面向定制化应用场景的智能家居“产品+服务”模式,推广智能电视、智能音响、智能安防等新型数字家庭产品,开展数字家庭产品的创新与推广;拓展数字影音、动漫游戏、网络文学等数字文化内容,丰富高清、互动等视频节目,丰富数字创意内容和服务等。在公共服务类信息消费领域,重点发展智慧健康、在线医疗、在线教育等应用创新。在行业类信息消费领域,利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术,在农业、交通、能源、市政、环保等领域开展新型应用创新。在新型信息产品领域,开展可穿戴设备、虚拟现实、数字家庭等产品的创新应用。

第三,控制成本,提供低价优质的宽带接入服务。降本增效,既是国家支持信息消费发展的着力点,也是信息消费生产者开展供给侧改革的一个重要方面。有线电视网络运营商如要

保证竞争优势,则需要在网络运营的关键环节全面提升效率、降低成本,以提供质优价廉的接入服务。

第四,跟进政策,拓展国内外两大市场,关注低收入者和老年人两大人群。借助“一带一路”战略和“宽带中国”电信普遍服务机制,积极参与“一带一路”沿线重要国家、节点城市的网络建设,积极参与电信普遍服务试点和“百兆乡村”等示范工程,拓展国外和我国农村市场。在国家支持企业推广面向低收入人群的经济适用的智能手机、数字电视等信息终端设备的政策背景下,还可针对低收入群体和老人群体推广相关应用产品,如面向老年人的健康管理类智能可穿戴设备等。

5. 前端、制作与信源

(1) 大咖论道广电未来,探讨超高清与云平台发展

(2017-11-06 - 来源:依马狮广电网)

11月2日,2017(第十四届)四川电视节国际视听设备展览“超高清与云平台发展”论坛在世纪城国际会议中心5楼锦江厅圆满召开。

本次论坛由四川省新闻出版广电局、四川广播电视台主办、中国电信四川公司支持,中央电视台《现代电视技术》杂志媒体支持。

论坛由四川广播电视台副总工程师刘济主持,四川省新闻出版广电局副局长黎万恒、世界广播联盟技术委员会副主席、亚广联技术部主任 Amal 博士、中国电信四川公司总经理郑成渝、四川广播电视台总工程师柳耀辉出席并致辞。

论坛围绕如何在广电领域实现超高清节目的制作、传输、存储、播出等全产业链打造,研讨在媒体融合背景下云架构节目制播新技术体系、新流程、新业务。

国家新闻出版广电总局科技司副司长孙苏川以“广播电视融合创新规划与发展”为主题发表演讲,提出要推动全行业实现战略转型,通过融合发展,建设智慧广电;要推动广电融合媒体制播云平台搭建,开展全台网建设,推进广播电视制播系统的IP化、云化,构建协同采编制作、共享存储管理、智能搜索分析的融合媒体制播云平台,以及直播大数据系统。面向用户享受广播电视融合媒体服务的需求,积极推动有线网络、直播卫星、网络广播电视以及IPTV、互联网、手机电视集成播控平台、建设融合媒体服务云平台,同时还要构建融合媒体大数据采集、分析、应用和管理系统,创新广电融合媒体集成、服务和管理模式,推动有线无线卫星智能协同一体化,构建广电融合传输覆盖网;要实现服务云和制播云的协同联动,构建广电媒体云,推动广电行业的服务向智慧广电升级。孙苏川表示,以上几点是广电战略转型的关键和基础,也是未来几年广电工作的重中之重。

国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川普及了大量的广电技术干货,从介绍什么是HDR、到电视系统的特性、UHD TV 六个方面、以及图像的五个纬度+声音的技术知识等,全面阐释了采用HDR需要整个电视系统的升级转型的主题,让嘉宾更深一步了解了超高清与云平台在广播电视领域的重要性。

中央电视台技术管理中心工程管理部主任梅剑平从一体化协同制作、多渠道协同分发、多终端互动呈现、全媒体精准传播、央视媒体云IT基础资源支撑平台等方面详细阐释了中央电视台媒体融合技术体系,与大家分享了央视媒体融合技术体系规划与实践经验。

中国电信四川公司副总经理尹进则着眼大视频时代超高清视频业务的探讨,他提出大视频时代,国内OTT视频百花齐放,TV业务呈爆发式增长,视频已成为运营商主流业务,视频的黄金时代正在开启,超高清视频产业链逐渐成熟,视频业务呈现出高码率、高存储、高并发业务特征。同时,他认为尽管我国视频业务取得快速发展,但也面临着带宽、网络质量、

存储/分发和运维、资金等方面的挑战。针对这一系列挑战，尹进提出要升级软硬件，增强软硬实力的对策。

作为国际试听设备展览的主题活动之一，论坛邀请国家新闻出版广电总局、世界广播联盟技术委员会、亚洲-太平洋广播联盟、中央电视台、电子科技大学、索尼、腾讯、华为、捷成世纪、中国电信、新奥特、中科大洋、索贝、安达斯、中视广信、上海港聚等专家领导和业界精英齐聚一堂，探讨交流在媒介融合的时代背景下，广电媒体未来的机遇与挑战，搭建了一个战略研讨、技术交流、思想交融、资源共享的特殊交流平台。

（2）喜报 中国电科三所声音质量主观评价用节目源标准样品获批

（2017-11-06 - 来源：依马狮广电网）

近日，国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会批准由中国电子科技集团公司第三研究所研制的《声音质量主观评价用节目源标准样品》为国家标准样品，并对外公布，编号为：GSB 16-3451-2017。

《声音质量主观评价用节目源标准样品》是一种在对电声产品、声频设备和电声系统等音质进行听感检测时用的节目源标准样品。

该节目源标准样品的评价用节目源共由 60 多个节目段组成，全部都是在消声室环境下拾取信号的，并且在整个录音和后期编辑过程中均排除任何的人为加工。全套节目段涵盖了语声、声乐、器乐和打击乐等节目内容，乐器种类基本上囊括了中西方的全部常用乐器，尤其是包含了由中国国家交响乐团大型交响乐队演奏的管弦乐节目段，另外的 50 多个节目段全部是邀请中国音乐学院等专业艺术院校和演出团体的著名演奏家或演唱家演奏或演唱，可谓群星荟萃，经典闪耀。

该节目源标准样品的应用版采用的是集数字信号存储与播出为一体的数字音频播放器，并且带有节目段的编控功能，这在节目源的研制历史上尚属首次！

近年来，中国电科三所及奥特维公司坚持贯彻国家关于标准样品工作精神，为促进电声系统及产品的音质提高，推动技术在艺术领域的发展，组织专家团队，潜心研制《声音质量主观评价用节目源标准样品》。

音质主观评价是一个跨越科学与艺术两大领域的学科，有关音质主客观之间的关系是一个长远的研究课题。节目源标准样品的成功研制和获批发布，使国内音响技术领域进行主观音质评价活动在节目源的选择方面有了统一标准，是推动行业发展的又一次成功实践，是技术、艺术与商业智慧的成功融合，具有重大的现实意义！

为回馈业界，传递友谊，分享智慧，中国电科三所及奥特维公司拟于 2017 年 12 月～2018 年 1 月期间，举办声音质量主观评价用节目源标准样品新闻发布会，届时将邀请音乐界、音视频领域及音频行业百余名专家莅临，高朋满座，群星云集，诚邀您的光临。

（3）一箱在手，直播录播拎着走，新产品“洋铭易直播 GO 650 Kits ”重磅来袭

（2017-11-09 - 来源：依马狮广电网）

随着直播越来越简便，自媒体的盛行让智能手机就能完成直播节目。但是因为直播的需求越来越多，更优秀的直播视频会受到更多用户喜欢和追捧，因此一套专业便携而且易于使用的直播产品就变得非常重要，Datavideo 洋铭推出的新产品洋铭易直播 Go 650 Kits，让用户可以非常便捷的实现广播级切换、直播、录播的需求。

洋铭易直播 GO 650 Kits 配备了 Datavideo 洋铭 SE-650 高清 4 通道切换台和 NVS-30 网络直播编码器，两者集成在一个小型便携箱中，SE-650 搭配 NVS-30 可以做到视频节目的切换、录制、直播三个功能于一体，极大方便用户便携性，并且 GO 650 Kits 搭配的便携箱定制防护泡沫，可以在运输过程中保护产品不会被外力撞击损坏。



GO 650 Kits 中的 SE-650 高清 4 通道切换台继承了 datavideo 洋铭 SE 系列切换台的优良血统，方便用户操作同时可以保持优秀的专业性，符合广电标准，而且机身小巧美观，除了具备四路高清信号输入外，还内置混音功能，所以只要一台 SE-650 就可以解决小型影、音制作的需求。SE-650 还内置了 Chromakey 功能，可以作为虚拟抠像使用。

GO 650 Kits 中另一个产品 NVS-30 是一台小型直播推流和录制设备，可同时处理录制和推流编码工作，专为需要同步编码直播上传和录制高质量视频所设计。NVS-30 可接收任何 HDMI 视频源(比如来自摄像机或是切换台)，并将视频在任何直播云平台像是斗鱼 TV，奥点云等，直接进行直播作业。NVS-30 符合 RTSP 或 RTMP 的 H.264 直播编码，在直播时，还可以同时在 SD 卡、USB 录制高质量的 MP4 或 MOV 文件，可以通过计算机或移动设备的网络浏览器进行远程控制设备。

GO 650 Kits 一经推出就获得大量用户关注，并在 2017NAB 美国专业广电展获得 Videomaker 最佳切换台直播录像大奖。

GO 650 Kits 非常适用于自媒体，婚礼现场，优课，微课的制作，校园电视台，小型的音乐会现场等，是小型 EFP 现场制作的完美解决方案。

GO 650 Kits 现已发售，更多的具体信息可以关注 datavideo 洋铭微信公众平台或来电咨询，电话：021-56036599

（4）中央电视台移动外场 4K/HD 演播室视音频系统项目花落安达斯集团

（编辑：passion 来源：科讯广电网 2017 年 11 月 13 日 17:04:33）

2017 年 9 月，安达斯中标中央电视台移动外场 4K/HD 演播室视音频系统-音频系统主体设备及系统集成项目，该项目规模大，涉及技术层面多，今后将应用于 2018 年 02 月 09 日至 2018 年 02 月 25 日举行的 2018 韩国平昌冬奥会 CCTV 移动外场音频项目及其他外场移动项目。

为保障节目安全优质的直播，安达斯为中央电视台移动外场 4K/HD 演播室视音频系统专门设计了 EFP 音频系统设计方案，提供了 Lawo MC² 36 和 Lawo MC² 56 等高性能调音台，建设了两套能够承担外场大型体育赛事包装类节目制作的外场音频制作系统，融入 AoIP 技术，互联互通，以应对不同规模的节目制作需求。

中标中央电视台项目，是用户对我们的产品和技术的认可！我们信心满满，必将用更加

优质的服务回馈用户的信任与支持！

（5）腾讯 NBA 新演播室重装登场

（来源：腾讯视频 2017 年 11 月 16 日 17:26:53）

演播室设计理念和亮点

在规划新 NBA 演播室时，对体育赛事转播而言，如何营造出身临其境的氛围，激发观众对观看比赛的激情是尤为重要的。此次设计初衷希望给观众带来宛如置身球场顶级 VIP 包厢内观看比赛的极致奢华感受。

为此，演播室触摸屏后的背景墙设计成类似 VIP 包厢的窗户，贴上球场背景灯箱片，宛如置身于球场之中，仿佛探过头去就能通过窗户看到球场内激烈的比赛场面。如下图所示。



图 1 演播室实景

考虑到不同类型赛事的转播应用，采用全色域可调灯光设计，可更换地贴设计，使演播室可以满足不同时段，不同内容，不同形式的节目对环境配色及视觉呈现的要求。以下为世界杯和超级碗主题的效果图。

访谈区则设计成了类似于球员更衣室的效果，同时作为赞助商的展示橱窗，极大提升了节目本身的商业价值。

女主播屏是新 NBA 演播室一大亮点，整块大屏由 5 个等分的纵向屏幕组合而成，分开组合可以任意控制。在介绍球队首发五虎时给观众带来独特的视觉感受。承载大屏的轨道被隐藏在地台下面，这样从镜头拍摄的画面中是看不到轨道的。整个轨道系统全电动可变频控制，可由手持 IPAD 无线控制其开合。在应急情况下还可以通过控制室的遥控面板控制开合。

比赛大屏为播报主屏幕，和解说席及解说席地台为整体设计。为体现视觉呈现的多样性，将比赛大屏做了双屏的设计，从平面布局图上可以看到两块大屏成 90 度夹角设立，可通过两个交叉机位拍摄出不同的效果。

为了契合 NBA 的主题，增强和嘉宾的互动性，还设计了互动区。利用篮球场造型的地胶和可移动的篮球架，嘉宾可以在演播室现场一展自己的风采。

由于本次演播室的设计搭建时间紧，任务重，从 7 月底招标到 11 月中旬节目上线，仅有三个多月的时间。为了保质保量完成整个景区的建设工作，腾讯 OMG 的同事在 9 月 27 日特意去到安徽制景工厂，亲自在厂房里查验了一比一还原的预搭建工作。

最终演播室的效果呈现也以超高的还原度，和唯美的灯光效果赢得了国内外专家的赞誉。

包装全新升级

A、品牌升级

今年这套 NBA 包装在去年黑金设计的基础上，对设计体系进行了完善，定位更加精准，完成了整体品牌升级，既保证品牌延续性，更突显腾讯高端定位、品质卓越。

a 色调

在色调上，本赛季包装采用暗黑金配色，低调奢华。经典的黑金组合彰显品牌的尊贵性，

又保证品牌视觉风格一致。

b 统一的视觉语言和动画形式

在视觉语言上，运用几何切割、机械感，大大增强了视觉冲击。

本赛季包装升级的目的在于实现整体风格更加简洁高雅。通过使用多变的几何结构，锋利的边沿，亚光的颜色组合以及灵动的动画，将品牌提升到新的高度。同时也使信息的传递更加简洁精确。

c 布局

设计的布局更加干净、简练，使用动态分层动画营造出华丽绚烂的氛围。

B、设计亮点和突破

强大的数据信息展示

a 直观性和实用性

此次包装设计本着视觉化呈现、操作灵活的原则，将数据信息整合到操作界面，不同界面有灵活顺畅的动画衔接，过渡自然、一目了然、易于操作。

主持人触摸控制赛事分析界面，采用左右双导航栏的设计，灵活多变，满足单人、双人等不同操作需求和拍摄需求。

b 各包装模块紧密配合

这次我们为新演播室主要设计了 7 个模块：**AR**（数据类和互动类）、主播大屏包装、女主播互动大屏包装、赛事触摸屏包装、环形屏包装、海报屏包装、在线包装等。

在线包装+AR 虚拟前置+大屏的包装构成：画面左上方的倒计时板提示时间，画面底部的滚屏循环提示重要信息。搭配 AR 虚拟前置，重点展示数据信息。大屏作为背景，呈打开状态，展示球员和队标。这样前后呼应，信息丰富，打造出有层次感的画面效果。配合摄像机镜头缓动，营造空间感、动感和节奏感。

c 互动趣味性

此次配合节目内容，为网友和女主持人互动环节设计了新颖有趣的交互方式。其中弹幕环节“至尊道具”的玩法是：网友在客户端购买付费道具，购买冠军有机会以 AR 的形式将爱心送到演播室女主持人身旁，用户名和购买数量也会清晰呈现在画面中，并被永久记录下来。

爱心道具设计特色主要有两点：**(a)专属感**：用户名和购买数量被放在突出位置，体现独一无二的地位。**(b)尊贵奢华感与粉嫩少女感有机结合**，既是演播室黑金包装体系的一部分，又体现女主年轻可爱的特色。

C、技术改进及自研

a NBA 比赛实时数据

NBA 直播需要大量的实时数据支撑，通过官方提供的 FTP 地址获取数据，优化算法批量对数据进行存储、解析保证数据的时效性，使用特定算法完成数据的再处理实现了球队投篮热区图的统计，实时数据与本地数据的关联实现了数据的中英文翻译，并且关联本地球员照片。

b 腾讯社区交互数据

为了保持比赛暂停、中场时直播的趣味性，吸引观众参与到节目中来，我们把腾讯体育社区和直播中的互动数据，包括社区留言、直播弹幕、赠送道具、用户画像等数据引入演播室，在大屏和 AR 中进行展示。在上赛季的基础上，为了方便使用，我们又重新对互动数据接口整合开发了新的数据拉取软件；同时，由于互动数据内容的随机性和节目组的定制化需求，我们对拉取到的数据进行了二次加工，可以高效的、及时的、选择性的展示优质的互动内容。

c 应急备用直播方案升级

由于直播中不可控因素，必须对每一个环节准备备播方案。在数据对应的每一个呈现环节都是可以通过人工修改的方式应急播出，同时也会处理实时数据对手动数据的影响。女主播网友互动环节 iPad 如果出现网络故障，在导播间也有备用的播控方案。互动数据也会在本地磁盘应急映射，如果因为网络原因没有数据，也可以保证直播的顺利进行。

d 内外网分离和数据迁移

为了保证演播室内部设备的安全，我们把演播室内部局域网与外网隔离开，但演播室中有需要从外网获取比赛数据和互动数据，因而我们搭建了一个数据获取服务器，把拉取数据的功能迁移到服务器上，由该服务器从外网下载所需数据，再通过共享盘或部署在内部设备的软件向服务器发送请求获取到所需数据，进而在演播室中呈现，同是兼顾了节目内容和直播安全。

e 触摸屏交互

在比赛中场以及结束，主持人与解说嘉宾通过触摸屏可以对本场比赛进行分析点评，包括了球队数据展示分析，第一时间通过数据点评比赛呈现给观众。新增加球队投篮热区的展示，可直观分析出两队的进攻区域以及投篮命中情况。球员数据展示、数据的对比、投篮点的展示，可重点点评核心球员的本场表现。赛前环节通过战术点评功能、图片浏览，对球员的过去比赛表现进行点评分析。

f 大屏展示（社交、赛事）

四得演播室的两块数据大屏分别呈现赛事数据和社交数据。赛事数据屏承载了球队数据对比、球员数据对比、对阵数据展示；社交数据大屏承载了社区留言互动、弹幕道具互动、用户画像、道具榜单、抽奖等十余个互动功能，其中某些环节还能与 AR 进行联动展示，女主播使用 iPad 即可进行控制，增加了新的节目交互展现的形式。

g AR 全新体验

今年三机位不同角度呈现 AR，AR 也包括比赛数据 AR 和社交数据。比赛数据 AR 包括比分数据，首发球员，球队数据对比，单球员数据展示，东西部排名，季后赛对阵；社交数据 AR 又有三个部分，包括与社交数据大屏联动的道具榜和抽奖环节 AR、模拟球场、座位展示道具互动的抢座位环节 AR 和展示送至尊道具用户的至尊爱心 AR，更大的场地，更精美的设计，给用户带来更冲击的直播体验。

h 主持人交互控制

根据节目的展现需要，应用技术组同学自研了 iPad 控制系统，替代了传统导播间后台控制，增强了网友互动环节的实时性以及互动性，直播过程中屏幕上所展示的内容交由女主播控制，可随意挑选互动内容。在技术环节打通了背景 LED 大屏幕与包装渲染引擎的交互。实现了开合功能同时充分做好了应急备份机制，在网络中断后可自动恢复，服务端与客户端无先后顺序，最大限度的保证播出安全。

i 定制化播控系统

自主研发播控系统，替代了传统的播控端软件，更贴合播控人员的使用习惯，提升节目制作的效率，数据的解析更符合节目的直播流程，播控页面的布局呈现与包装板式稳合，为播控人员提供了清晰的数据预览。可同时控制多台引擎 AR，大屏，触摸屏数据，针对节目的需求做了定制化开发。

（6）满足用户多样化需求，佳能发布六款数码摄像机新品

（2017-11-22 - 来源：依马狮广电网）

2017 年 11 月 22 日，佳能（中国）有限公司（以下简称“佳能”）发布 6 款数码摄像机新品，分别是拥有小型化设计、支持 4K/60P 记录的专业机型 XF405、XF400 和家用机

型 LEGRIA GX10，以及更加轻便小巧，支持全高清记录的专业机型 XA15、XA11 和家用机型 LEGRIA HF G26。



XF405 和 XF400 是能够满足新闻访谈、纪录片和婚礼等多种拍摄需求的 4K 专业数码摄像机。LEGRIA GX10 是适用于高端视频爱好者的机型 1，具有与 XF405 和 XF400 相同的高画质表现。

新机型采用佳能新开发的能够满足 4K 成像需求的 15 倍光学变焦镜头（相当于 35mm 焦距：25.5 毫米-382.5 毫米）、1.0 型 CMOS 影像传感器，以及双 DIGIC DV 6 影像处理平台，全焦段都能满足 4K 60P 高画质拍摄的需要。机身设计贯彻了佳能摄像机一贯的紧凑、轻量原则，XF405/XF400/LEGRIA GX10 三个型号的机身尺寸仅为约 135 毫米（长）x 97 毫米（高）x 214 毫米（深），重量分别约 1150 克、1145 克和 1140 克。小巧紧凑的机身在拍摄新闻活动报道时，具有更好的便携性。

由于三款新品摄像机采用了支持平滑自动对焦和具有高性能追踪能力的全像素双核自动对焦技术，即使是在拍摄对于对焦点要求精细的 4K 视频，使用者也能通过触摸面板进行快速且高准确度的聚焦。

XA15/XA11/LEGRIA HF G26

XA15/XA11/LEGRIA HF G26 采用了 20 倍光学变焦镜头（相当于 35mm 焦距：26.8 毫米-576 毫米），该机型可应对更加广泛的单机拍摄任务。Hi-UD 镜片 2 的加入，可帮助用户拍摄出生动的低色差的影像。在手持拍摄应用中，借助 5 轴影像稳定系统的动态防抖功能，可有效抑制三款新品摄像机在轴向滚动、水平滚动、垂直滚动和上下左右方向的抖动，从而记录平稳的影像。这三款摄像机还借鉴了 EF 镜头技术，采用了 8 叶片圆形光圈，能够使拍摄的影像获得美丽、自然的虚化效果 3。

XA15/XA11/LEGRIA HF G26 都预置了可提高画面质感的高光优先模式，能自动修正已捕捉画面的亮度，并提升中、高亮度区域的层次、色彩还原和锐度表现，从而凸显出云彩

的立体感和水的半透明感，同时也适用于拍摄黑暗环境中的背光主体。

三款新品摄像机还增加了可用于视频制作的宽动态范围（Wide DR）伽马设置，可以平滑压缩高亮度区域的影像，实现 600% 的动态范围，即使在明暗差距大，容易产生曝光过度的环境中，也能够拍摄出平滑的色彩层次并抑制过度曝光，同时也为调色保留了自由度。另外，快慢动作拍摄功能为用户提供了 0.5 倍 4 至 1200 倍 5 的快慢动作效果选择，使影像表现更加丰富。

三款新品都使用了相当于约 156 万点的 0.24 型寻像器，并支持上倾 45° 操作，以满足低角度拍摄需求；同时，新品还均配备了专业用户和视频拍摄爱好者都喜欢的跷跷板式变焦杆。

A.XF405 配有演播室常用于传送视频文件的 3G-SDI 接口。GX10 配置有微型高级接口（热靴），但是不具备输入和以太网接口（和可拆卸手柄）和 XF405/XF400 配备的红外模式。

B.高指数超低色散镜片。

C.光圈全开时，光圈值为 f/4.0。

D.记录帧速率 50.00p，播放帧速率为 25.00p。

E.记录和播放帧速率为 25.00p。

【产品上市信息参考】

商品名	预计销售时间
XF405/XF400/LEGRIA GX10	2018 年 1 月
XA15/XA11	2018 年 2 月
LEGRIA HF G26	2018 年 1 月

6. 机顶盒产业技术及市场动态

（1）亚马逊将 Fire TV 电视棒推向全球市场

（编辑：passion 来源：未来媒体网络 2017 年 11 月 10 日 14:39:48）

日前，亚马逊 Fire TV Stick 基础版电视棒进驻了 100 个新的国家与地区市场。该设备可输出高达 1080p 高清分辨率和 60 帧/秒的视频，目前已经登陆包括加拿大、法国、意大利和西班牙在内的全球市场。

亚马逊 Fire TV 副总裁 Marc Whitten 表示：“去年，我们向全球观众推出了亚马逊 Prime Video 服务，今天，我们将向全世界的新用户推出 Fire TV Stick 基础版电视棒。”“这个设备能让观众更快更容易地获取来自 Prime Video 等 APP 的流媒体内容。”



这一 HDMI 设备包含一个四核处理器，1GB 流媒体内存以及 8GB 存储空间用于保存 APP 和游戏。此外，还带有 802.11ac WiFi，支持 HEVC 串流以及杜比音响。

Fire TV Stick 基础版

在全面推广这一设备之前，亚马逊还在英国和美国等主要市场更新了 Fire TV 产品线。

在美国，全新的 Fire TV 盒子售价 69.99 美元，Fire TV 电视棒售价 39.99 美元。两款产品均包含 Alexa 语音控制，并支持 4K 超高清视频。

而基础版 Fire TV 并不包含 Alexa 语音控制，目前在美国售价 49.99 美元。在法国和西班牙等新市场中，该产品售价 59.99 欧元，亚马逊 Prime 会员优惠价为 39.99 欧元。

去年 12 月，亚马逊将 Prime Video 服务推广到超过 200 个国家和地区，在覆盖范围上超越了 Netflix。

（2）破局者来了：给尚未更新换代的传统电视机顶盒一条生路

（2017-11-14 13:57 来源：中广互联）

近些年来，随着科技的不断发展，客厅电视正朝着更清晰、更丰富、更智能的方向迈进，而硬件终端的智能化无疑成为最关键的一环。尽管硬件厂商和运营方都在极力推进传统机顶盒的更新迭代，但在有线电视领域，成果似乎依然不尽人意。

近日中国广电发布了 2017 年第三季度有线电视行业发展公报，数据显示，截止 2017 年 9 月底，中国有线电视用户总数为 24898 万户，其中智能终端用户为 1042.7 万户，渗透率仅为 4.2%，具体到 4K 高清用户就更屈指可数，仅为 500 万户左右。

在 4K 不再只是趋势，而是已经大规模普及的当下，近 2.5 亿的有线电视用户中仅 1000 万拥有智能终端，这也就不难理解有线电视的没落了。面对两大竞争对手，IPTV 以捆绑形式免费赠送智能终端，OTT 以低廉价格抢占用户，反观有线电视，似乎还未找到行之有效的对策。

不过最近浪潮新推出的 Dongle 产品倒是为有线电视开辟了另一条智能化捷径，不需要替换存量机顶盒，也可以享受超清 4K 的智能体验。



一种新的智能盒子实现方式

在浪潮推出 Dongle 产品之前，电视机顶盒的竞争一直处于一种不是你死就是我亡的状态。直到今年上半年，浪潮推出了一种新的智能盒子实现方式，仅需将 Dongle 直接插在原有机顶盒的 USB 口即可变身智能盒子，这无疑给仍在超期“服役”的大量传统有线电视电视机顶盒提供了一条生路。

从时间窗口来看，这其实并不是一个十分“应景”的产品，IPTV 和 OTT 早已开始进行智能终端的更新迭代，并且成果显著；但从市场环境来看，这又是一款出现得很“及时”的产品，目前的有线存量机顶盒配置低、支撑业务少、用户体验差，只能满足基本的“看电视”需求，不支持新业务形态，也很难进行新业务的拓展，面临用之无味、弃之可惜的两难境地。部分用户转而投向更便宜甚至免费的 IPTV、OTT 的怀抱，以至有线数字电视缴费用户在过去 5 个季度里出现逐季递减的情况。

事实上，在如何充分利用现有机顶盒提供更加智能的服务，使其变得具有活力和价值这件事上，广电行业一直在探讨，也一直在试图寻求突破。其中也不乏一些积极的尝试，比如采用流化服务，实现机顶盒终端全面云化升级，让传统有线机顶盒变身 OTT；推出 DVB+OTT

机顶盒，以此来扩充 DVB 机顶盒的应用生态；发展智能媒体网关，使有线电视在开展超高清视频服务的同时，同步提供高速互联网和家庭全终端互联的功能。但似乎受限于技术、运营、成本等因素，上述方案在推广中并未达到预想的进展。

在这样一个“内忧外患”的形势下，浪潮的 Dongle 产品问世，或能解有线电视的燃眉之急。



量身打造的高性价比方案

先说这是个怎样的产品。Dongle 又称为“浪潮智能电视狗”，其最突出的特色就是智能。体积只有 U 盘大小，却搭载了四核 64 位处理器+五核 GPU，最新安卓系统和超大存储，拥有 4K、蓝牙、双频 Wi-Fi、超级语音等能力，能够畅享互联网影视资源和海量电视应用，还能实现手机 APP 多屏交互控制。

其实这些配置在智能终端大行其道的当下并不新鲜，但正如每一款互联网产品都有其特定的用户群，这个用户群来自长江还是大海决定了它适应淡水还是咸水，淡水只适合河鱼生存，咸水只适合海鱼生存。把带鱼放到长江，或者把鲫鱼扔到黄海，都是南辕北辙的。

从既往经验不难看出，有线电视当前所面临的竞争环境和商业模式都发生了翻天覆地的变化，终端急需更新迭代，但 IPTV 的免费模式和 OTT 的低价战略都不可照搬复制，网络维护成本、内容采购成本、人力成本、软硬件成本都是其压在肩上的大山。而想要将成本转嫁给用户，必将带来用户的持续流失。

浪潮针对这一特定用户群体量身打造了高性价比的终端升级方案。Dongle 连接简便、使用简单，只须将它插入机顶盒的 USB 接口，老盒子就能升级为智能盒子，降低了传统用户的使用门槛；老盒子+Dongle 方案的高性价比成本，比直接更换智能机顶盒更划算，更易被用户所接受，有着相对广阔的市场空间。



现有DVB+OTT智能机顶盒

简单说来，Dongle 和传统有线机顶盒的组合，等同于一台超智能的 DVB+OTT 融合产品。它让有线运营商既保留了原有 Cable 的绝对优质资产优势和平移增值业务，带来稳定持续的高 ARPU 值，并在兼容原机顶盒所有业务的基础上，致力于将用户体验进行极致创新。

开创平移终端融合新生态

值得一提的是，Dongle 不仅仅只是一款为用户省钱的硬件产品，作为中国领先的云计算、大数据服务提供商，浪潮要打造的是基于新型智能终端、智慧语音、移动 APP 和个性化电视的融合新生态，在探索“广电智慧+”生态圈的过程中，为用户带来全新的电视服务与使用体验，从而实现创新增值，运营智能的实在价值。



毕竟，单纯技术层面的改良显然无法为广电带来直接的可观收入，只能成为新一轮技术革命的业务尝试。广电网络在技术变革之外，更加需要的是完善的业务运营、优质的产品体验，才能真正发挥出 **DVB+OTT** 的合力价值。

从 **Dongle** 中不难窥出浪潮为此做出的努力，超级语音的引入，可以通过广电+人工智能战略布局，推动广电网与互联网的深度融合；移动 **APP** 的接入，可以充分发挥家庭互联的特性，助力广电打造整个客厅娱乐生态链；通过在数字电视服务基础上扩展多屏服务，实现跨平台分享，全线支持与移动设备的互联互通。

也就是说，浪潮一直在围绕着“广电智慧+”这个方向不断探索和尝试，总结过往经验，分析当前形势，将长期积累的经验和技術注入其中，最后通过 **Dongle** 这个产品实现了“贯穿”。用户没变，目的没变，但手段进化了。

对于市场而言，这无疑是一个全新概念的产品应用形态，在进行普及推广之后是否能助力有线电视走出当前的困境，迎来真正意义上的“广电智慧+”？让我们拭目以待。

（3）一脸懵圈:电视盒子、IPTV 和智能电视到底选哪个

（2017-11-20 09:35 来源： 电生活）

随着互联网的普及，越来越眼花缭乱的概念出现在我们生活中，以至于大家在选择的时候一脸懵圈，甚至被人各种忽悠。

今天我们给大家讲解的是，一般常见的智能电视、电视盒子、**IPTV**、广电机顶盒，这些电视信号源的选择。想看个电视都要这么多乱七八糟的东西要考虑，还不如让我们回到那摇摇天线都能调整清晰度的纯真年代。

广电机顶盒

广电机顶盒是有线电视转换设备，而且在商品房交房的时候，就已经铺好入户线，是广电局运营的一种将数字电视信号转换成模拟信号的变换设备。它对经过数字化压缩的图像和声音信号进行解码还原，产生模拟的视频和声音信号，通过电视显示器和音响设备给观众提供高质量的电视节目。

广电局运营，每个月有固定的资费，看直播不卡，清晰度，流畅度很高。但是电视节目相对较少，消费者可以选择的地方较少。

电视盒子

电视盒子可以被当作一个运营了 **Android** 系统的但没有显示屏的小型的计算终端设备。只要简单的通过 **HDMI** 或色差线等技术将其与传统电视连接，就能在传统电视上实现网页浏览、网络视频播放、应用程序安装，甚至能将你手机、平板中的照片和视频投射到家中的大屏幕电视当中。

电视盒子被很多年轻人所喜爱，可以在电视上安装各种 **app**，来观看自己想要的视频，但是看直播需要安装电视直播软件，存在版权的问题，看电视就像你在电脑上看直播一样，很依赖于网速，电视直播信号质量不稳定。

IPTV

IPTV 即交互式网络电视，主要由电信运营商来运营。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崭新技术。

IPTV 虽然也是利用的宽带网，但通信运营商在宽带公网的基础上建立了 **IP 专网**(有别于传统的同轴电缆有线电视网络)用于承载 **IP 化**的数字视频内容，并通过 **QoS** 控制，保证视频的流畅观看，用户只需安装 **IP 机顶盒**进行流媒体接收和解码，就可以使用数字电视业务了。

IPTV 除了电视盒子的优势之外，看直播的时候基本上不会卡顿，资费会根据运营商不同收取不同的费用。**IPTV** 是个人比较看好的一种方式。

智能电视

智能电视，是具有全开放式平台，搭载了操作系统，用户在欣赏普通电视内容的同时，可自行安装和卸载各类应用软件，持续对功能进行扩充和升级的新电视产品。智能电视能够不断给用户带来有别于，使用有线数字电视接收机(机顶盒)的、丰富的个性化体验。

智能电视基本上就是电视+电视盒子的功能，所以用户一定不要买重复了，你买了智能电视，联网就可以看电视了，如果感觉卡，再考虑 **IPTV** 或者广电机顶盒就好。

(4) 中国联通公布 IPTV 全 4K 智能机顶盒测试结果

(编辑: passion 来源: 通信世界网 2017 年 11 月 22 日 13:47:24)

11 月 9 日消息，中国联通采购与招标网公布了《2017 年中国联通 IPTV 全 4K 智能机顶盒终端（基础型）技术测试项目结果公示》。为有效支撑 **IPTV** 业务发展，推进 **IPTV** 终端的智能化升级，全面提升用户感知，中国联通集团于 8 月 22 日启动支持全 4K 功能（包括 4K 分辨率、P60、10bit、BT.2020 等）的 **IPTV** 全 4K 智能机顶盒终端设备（基础型）集采测试工作。

根据测试公告载明评审标准，2017 年中国联通 **IPTV** 全 4K 智能机顶盒终端（基础型）评审委员会对各申请人技术测试结果进行了详细评审。本次测试将依据测试结果排序优选“12 家主要供应商+2 家备选供应商”作为中国联通全 4K 智能机顶盒供应商。

根据评审结果，主要供应商及终端型号公示依次如下：

- A、华为技术有限公司（EC6109-U）
- B、中兴通讯股份有限公司（B860AV2.2U、B860AV2.1U）
- C、四川长虹网络科技有限责任公司（IHO-3300、IHO-3300A）
- D、烽火通信科技股份有限公司（HG680-L）
- E、深圳创维数字技术有限公司（E900V20D、E900V21D）
- F、上海诺基亚贝尔股份有限公司（S-010W-AV2T、S-010W-AV2S）
- G、青岛海信宽带多媒体技术有限公司（IP106H、IP108H）
- H、北京数码视讯科技股份有限公司（Q6、TX102）
- I、四川九州电子科技股份有限公司（PTV-8698）
- J、广州杰赛科技股份有限公司（S65）
- K、广东九联科技股份有限公司（UNT400G）
- L、福建新大陆通信科技股份有限公司（NL-5101-RK3228H）

备选供应商及终端型号依次如下：

- A、浪潮软件集团有限公司（IPBS9506）
- B、UT 斯达康（中国）股份有限公司（MC8638S）

7. 新媒体

(1) 用户饱和的 IPTV 已难抵挡汹涌而来的 OTT 了

(2017-11-07 11:00 来源: TVInsider2)

日前工信部公布, IPTV 用户已经达到 1.12 亿, 今年 1-9 月共新增 IPTV 用户 2541 万户。这 1.12 亿用户全部是中国电信和中国联通的 IPTV 用户, 中国移动已经累计发展了 4600 万 OTT 用户。

这两年时间中国三大电信运营商的视频业务可谓如火如荼, 高速发展。一是在传统电信业务走向衰落的情况下, 电信运营商都把视频业务作为未来的重点战略方向, 开始全国性大规模推广 IPTV; 二是 IPTV 政策明朗, 中国电信和中国联通都拿到了 IPTV 传输牌照, 理顺了播控权和传输权, 理顺了 IPTV 播控总平台(央视)和二级播控平台(地方电视台)利益关系。

在中国电信、中国联通 IPTV 用户迅速过亿的同时, 地方电视台(IPTV 二级播控平台)也赚得盆满钵满, IPTV 突然成为地方电视台的香饽饽现金牛业务。电信行业和广电行业从没如此和谐、如此双赢。

令人匪夷所思的是, 中国 IPTV 业务这么异军突起, 而欧美的 IPTV 业务都在衰退。最新的栗子是, 2017 年第三季度美国 AT&T 的传统电视业务 IPTV 业务和卫星电视流失 39 万用户, 而 OTT 用户增加了 30 万。不仅仅是 AT&T, 欧美所有的传统电视业务——有线电视、卫星电视、IPTV 都在呈现用户加速流失的态势, 欧美各大电视台、运营商都将视频业务的中心向 OTT 转移。

为啥就中国的 IPTV 业务高速发展, 这不符合产业逻辑的。大家知道, 世界上有两种逻辑, 一种叫逻辑, 一种叫中国逻辑。中国现阶段 IPTV 高速发展只符合中国逻辑, 不符合产业逻辑。

众所周知, 中国电信运营商有着极强的市场推广能力, KPI 层层加码和个人收入直接挂钩, 在 IPTV 捆绑宽赠送的业务模式下, IPTV 用户 KPI 快速的完成。电信运营商将 IPTV 捆绑宽带赠送的业务模式并没有损害自己的利益, 但是把宽带的定价和 IPTV 打成一个包之后定价, 在某种程度上是坑害用户的利益, 加上 IPTV 业务之后每月每户多收 30 元, 1.12 亿用户一年的市场规模就是 400 亿的市场, 给广电分六分之一就是 60 多亿。中国 IPTV 市场是电信运营商依靠自己的宽带业务垄断, 就这么硬生生捆绑出来的, 这是活生生的垄断利益, 并非市场化需求带来的利益, 中国广电依靠广电总局的 IPTV 政策从电信运营商的垄断利益中分得一杯羹, 所以皆大欢喜。

显然, 按照这种垄断坑害用户的方式, 中国 IPTV 用户的高速发展是无法长久的。工信部 10 月份的数据公布电信业务的各项经济指标, 而 IPTV 只有用户数字, 没有经济指标。在这捆绑出来的 1.12 亿用户之中, 实际开机率有多少? 收视时长有多少? 付费用户有多少、收入有多少? 增值业务规模有多大? 没有公布的这些数据, 显然小到没法示人, 跟电信运营商的主营业务相比, 几乎不值一提。只有捆绑的几百亿收入, 因为涉嫌捆绑销售损害用户利益也没法对外公开。

按照工信部公布的数据, 三大电信运营商固网宽带总用户 3.37 亿, IPTV 用户 1.12 亿, 加上中国移动的 4600 用户, 电信运营商视频业务的渗透率已经达到 47%, 按照目前的发展速度, 未来两年 IPTV 用户渗透率将达到饱和, 用户总量增长带来的垄断利益将消失, 同时将不可避免迎来用户的大量退订, 和有线电视业务一样成为鸡肋业务。

按照产业的逻辑, OTT 已然毫无疑问是视频业务的方向。欧美的 OTT 业务在保持快速增长, 传统电视台们已经开始全面将 OTT 作为重心业务。美国 OTT 大屏收视份额(新媒体)占比从 2016 年的 21% 增长到 32%, 已经超过 PC 的 22% 的份额, 在 OTT 不断成熟的条件

下，移动视频的份额已经开始下降，从 2016 年的 53% 下降到了 2017 年的 46%。OTT 已经是未来的收视王者已经没有悬念。中国 OTT 市场也已经进入成熟期，OTT 用户、广告收入、用户付费收入和应用业务收入正在井喷式发展。

然而，苦逼的中国电信、中国联通却不得不靠垄断捆绑发展已经是昨日黄花的 IPTV，中国移动敢想敢做，直接发展了 4600 万 OTT 用户，然而在广电的压力下中国移动也开始低头向广电屈服，在部分省份将 OTT 业务向 IPTV 业务迁移。最新的一票是安徽移动和安徽广电刚刚签署了合作协议，将 OTT 向 IPTV 迁移。

老尤已经给中国移动的视频业务指明 4 个选项，可是中国移动选择了最差的选项。

IPTV 是要向 OTT 升级，而不是 OTT 向 IPTV 迁移，这是三大电信运营商应该非常明确的方向。广电的政策需要博弈，广电不会向电信让步，但是政策是会向市场让步的

（2）美国三季度 OTT 电视服务用户增加 90 万

（2017-11-07 10:23 来源： 未来媒体网络）

德意志银行分析师 Matthew Niknam 表示，三季度虚拟付费电视服务(如 DirecTV Now、Sling 等)新增用户约 90 万，而同期，线性服务流失了 100 多万视频用户。

主流虚拟 MVPD(OTT 电视)服务

前 7 名上市付费电视服务运营商中，有 5 家公布了三季度财报数据。数据显示，取消线性服务的用户数高达 63.2 万。

分析师认为，由于 OTT 服务的竞争压力和飓风季节的影响，Dish Network 的卫星电视服务将再一次遭遇严重的订户流失。

据分析师预测，AT&T 的 DirecTV 卫星电视平台和 U-verse TV 平台共流失订户 38.5 万，占据三季度付费电视订户流失量的 38%。而 Dish，加上康卡斯特流失的 12.5 万视频用户，共占据了 40% 的份额。也就是说，Dish 的三季度线性电视用户流失量至少达到了 30 万。

与此同时，AT&T 的虚拟 MVPD 服务 DirecTV Now 新增订户 29.6 万，占据全部虚拟 MVPD 服务新增订户量的 33%。其他同类服务还有 Sling TV、Hulu Live、YouTube TV 以及索尼 PlayStation Vue 等。(这类服务的详细介绍请戳《一文读懂美国四大 OTT 电视直播服务》)

分析师 Niknam 认为，虚拟 MVPD 市场将继续增长，但还不够快。

他表示：“我们预测，2018 年之后，线性电视订户将逐季减少(约 100 万)，而 OTT 服务订户的增加数量将不足以弥补这个缺口。”

最后，分析师指出，线性服务的利润是 OTT 服务的三倍，这最终将对 AT&T 的账面造成显著影响。

“从有线性电视向 OTT 服务的转移是 AT&T 将要处理的一大难题。”

（3）付费电视和 OTT 用户现状分析

（2017-11-16 11:17 来源： 依马狮广电网）

付费电视运营商能够保护其收入并持续增长，但他们必须挖掘对 SVOD 不断增长的要求和满足“内容行家”（市场营销者现在必须满足的 5 类“电视部落”之一）的口味。这是安培分析公司得到 Nagra 赞助的调研项目的结论。



尽管 OTT TV 尤其是 SVOD 增长，但在可预见的未来付费电视依然将为付费视频收入的大头。

全球付费电视市场此消彼长。在北美付费电视退订和 SVOD 增长特别明显的同时，如中印两国等的新兴市场持续高增长，欧洲及其它地区更成熟的市场持续增长，但增长速度比以前慢。

美国今年第一季度流失 55.5 万户付费电视订户，但中国增加 472.6 万户，印度增长 197.7 万户。从整体来看，到 2022 年全球付费电视订户数量预计达到 10 亿户，订阅 OTT 跨过 5 亿户大关。尽管 OTT 收入将增长更快，但付费电视依然将为付费视频收入的大头。

安培分析公司认为付费电视提供商现在必须瞄准 5 类截然不同的“电视部落”：传统电视观众、超级用钱者、追剧者、数字分离者和内容行家，其中内容行家和传统电视观众至关重要。

安培表示，为对抗 OTT 威胁，付费电视运营商应注意满足日益增长的高消费内容行家群体（第一季度占市场的 24%）的需求。该群体包括年轻、富裕、高消费的付费电视尤其是 SVOD 用户，付费视频服务月均支出 70 美元。

内容行家比其它群体更可能退订付费电视，但依然为最可能订阅付费电视服务的群体，四分之三接受付费电视服务。

安培称，为保持这个市场，付费电视运营商必须提供“自己堆叠的内容包”，而不是精简的付费电视包。内容行家希望汇编自己的点菜式服务，兼有电视频道、多个 SVOD 服务、频道标记的 OTT 以及音乐流媒体，并且希望接入可用的新服务。他们还想在多种装置上消费电视。

五电视部落中另一关键部落是传统电视观众，他们构成付费电视订户的基础。对此群体——中年、中等消费者和体育迷，预定观看依然是关键。传统电视观众占市场的 18%，第一季度平均支出 60 美元。

安培指出，对运营商最重要的是，与其他人相比，他们流失的可能性较小，过去六个月只有 9% 更换了提供商，低于内容行家的 33% 的流失率。让此部落开心对保护稳定、循环收益非常重要。

追剧者（23%）——喜欢电视剧的花钱较少者，而超级花钱者（17%）为高消费的线性电视爱好者，他们在社交媒体上谈其喜爱的电视节目。数字脱离者（18%）是难以覆盖的年老消费者，他们对付费电视和内容兴趣不大。

（4）OTT 发展关键：流媒体质量

（2017-11-17 - 来源：依马狮广电网）

OTT 观看体验分析公司 Conviva 和独立研究及战略咨询公司 MTMM 完成的一项调研调查了花在发现和解决如高缓存、低码率以及导致减少观看时间、放弃会话乃至退订等的缓慢开始时间之服务分发问题的时间和努力。

“因特网原本设计不是支持大规模、高质量视频流媒体，然而随着越来越多的消费者从传统付费电视服务专线各种 OTT 服务，我们的客户别无选择只能使用此媒介分发视频，” Conviva CEO 张辉（译音）表示，“此调研不仅显示领先的 OTT 发布商当前正在用来分发其服务的方式的多样性，而且显示如 Conviva 等的技术提供商应了解的大量机会，以建立更好的流媒体服务，使因特网为视频效力。”

该调研的有启迪和意外结果是不存在所谓的典型 OTT 发布商——原始目标是发现各发布商的共性以建立经济标杆。尽管广播业采用内容分发的公共标准和做法，但 OTT 发布商使用各种方式管理视频分发和保证观众有高质量体验质量（QoE）。虽然没有发现公共商业模式，但受访者的共鸣是最难的运营任务之一是如再缓冲或码流失效这样的根本原因分析。大部分受访者还同意自动化或机器学习有助于他们诊断问题的根本原因。

“我们打算为 OTT 业建立一种商业模式，更好地理解提供高质量、无差错流媒体体验的经济意义，” MTM 副总监 Nick Thomas 表示，“而在其它很多有意义的结果中，我们发现大部分 OTT 发布商有非常独特的服务运营和处理分发问题的策略和工作规程。”

（5）IPTV 成第三大电视传播通路，用户对于新型媒体的满意度高

（编辑：passion 来源：美兰德媒介咨询 2017 年 11 月 23 日 15:06:45）

由北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司策划执行的“2017 年中国电视覆盖及收视状况调查结果”日前已经新鲜出炉。调查结果显示：IPTV 成第三大电视传播通路，用户对于新型媒体的满意度高。

2017 年 IPTV 全国用户规模接近 1.9 亿人，在全国电视人口中的比例增至 14.4%，成为第三大电视传播通路。2011-2017 年 IPTV 全国用户规模实现不同程度增长，年增幅均维持在 35% 以上，年均增长率达 66.0%。具有互联网基因的 OTT TV 同样发展迅速。2017 年 OTT TV 全国用户规模接近 7300 万人，在全国电视人口中的比例为 5.5%。2014-2017 年 OTT TV 全国用户规模保持快速增长态势，年增幅均在 90% 以上，2017 年相较上年增长 6000 余万人，年增幅达 482.0%。OTT TV 凭借丰富的内容和自由的操控颇受年轻用户青睐，短短数年“野蛮生长”积累了大量用户，未来仍需要加强政策监管控制，实现稳定可持续发展。2011-2017 年 IPTV 用户发展状况



数据来源：美兰德·中国电视覆盖与收视状况调查数据库 Source:2011-2017@CMMR Co.Ltd

2014-2017 年 OTT TV 用户发展状况

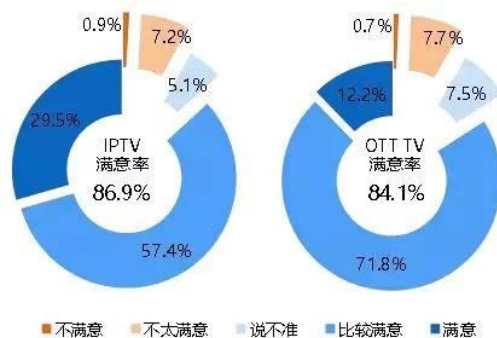
2014-2017年OTT TV用户发展



数据来源：美兰德·中国电视覆盖与收视状况调查数据库 Source:2014-2017@CMMR Co.Ltd

用户规模的快速增长对 IPTV 和 OTT TV 的服务水平提出了更加严苛的要求，服务水平能否跟上用户规模的扩张，将影响未来 IPTV 和 OTT TV 用户规模的进一步发展。调查显示，2017 年用户对 IPTV 与 OTT TV 的满意率均相对较高，其中，IPTV 用户的满意率达 86.9%，仅 8.1% 的用户表示对 IPTV 不太满意或不满意；OTT TV 用户的满意率为 84.1%，有 8.4% 的用户表示不太满意或不满意。IPTV、OTT TV 应基于内容优势与渠道优势，培养用户逐渐从“看电视”到“用电视”再到“玩电视”，不断增强用户黏性，提升满意率。

2017 年 IPTV、OTT TV 用户满意率



数据来源：美兰德·中国电视覆盖与收视状况调查数据库 Source:2017.7-2017.8@CMMR Co.Ltd

（6）截至 2017 年 8 月 全国 IPTV 用户达 1.09 亿

（编辑：passion 来源：网络视听生态圈 2017 年 11 月 23 日 15:21:04）

9 月 18 日消息，工信部发布 2017 年 1-8 月运营商数据，据统计，截至 8 月底，三家基础电信企业的移动电话用户总数达 13.8 亿户，4G 用户总数达到 9.3 亿户，占移动电话用户的 67.2%，较上月提高 0.9 个百分点，移动互联网用户累计净增 1.24 亿户。

A、总体运行情况

电信业务收入平稳增长。2017 年 8 月，电信业务总量完成 2375 亿元，同比增长 77.8%。电信业务收入完成 1077 亿元，同比增长 5.8%，较上月降低 1.9 个百分点。

1-8 月，电信业务总量完成 15589 亿元，同比增长 59.2%。电信业务收入完成 8594 亿元，同比增长 5.9%。

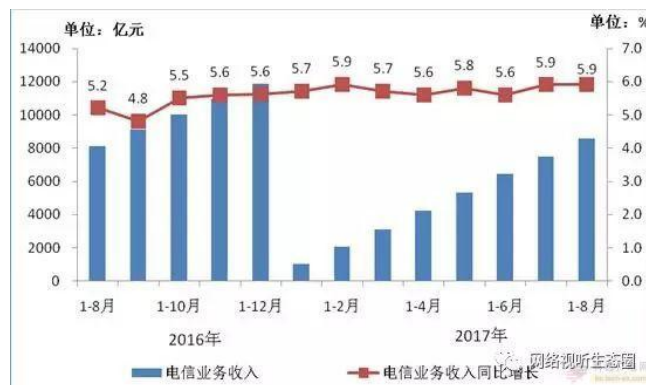


图 1、2016-2017 年 8 月电信业务收入发展情况

固定通信业务收入占比同比小幅提高。1-8 月，三家基础电信企业实现移动通信业务收入 6226 亿元，同比增长 5.0%，占电信业务收入的 72.4%。实现固定通信业务收入 2368 亿元，同比增长 8.2%，在电信业务收入中占 27.6%，较去年同期上升 0.6 个百分点。话音业务收入在电信业务收入中占比 19.0%，较上月回落 0.2 个百分点，比上年同期回落 6.8 个百分点。



图 2、2017 年 1-8 月电信业务收入结构占比情况(固定和移动)

固定数据及互联网业务收入同比增长 9.5%。1-8 月，三家基础电信企业固定数据及互联网业务收入实现 1316 亿元，同比增长 9.5%，占电信业务收入的 15.3%。移动数据及移动互联网业务收入实现 3684 亿元，同比增长 28.6%，占电信业务收入的 42.9%，拉动电信业务收入增长 10.1 个百分点。

B、电信用户发展情况

4G 用户占比超三分之二，今年净增 1.6 亿户。8 月末，三家基础电信企业的移动电话用户总数达 13.8 亿户，其中 1-8 月累计净增 6008 万户。移动宽带用户(即 3G 和 4G 用户)总数达到 10.7 亿户，其中 1-8 月累计净增 1.31 亿户。4G 用户总数达到 9.3 亿户，占移动电话用户的 67.2%，较上月提高 0.9 个百分点，其中 1-8 月累计净增 1.6 亿户。



图 3、2016-2017 年 8 月移动宽带用户当月净增数和总数占比情况

50Mbps 及以上固定宽带接入用户占比近六成，光纤接入用户累计净增 4409 万户。8 月末，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 3.3 亿户，其中 1-8 月净增 3282 万户。20Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数达 2.9 亿户，占比为 88%；50Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数达 1.97 亿户，占总用户数的 59.8%，其中 1-8 月净增 7070 万户。光纤接入(FTTH/O)用户总数达到 2.72 亿户，比上年末净增 4409 万户，占固定互联网宽带接入用户总数的 82.3%，较上月提高 0.5 个百分点。

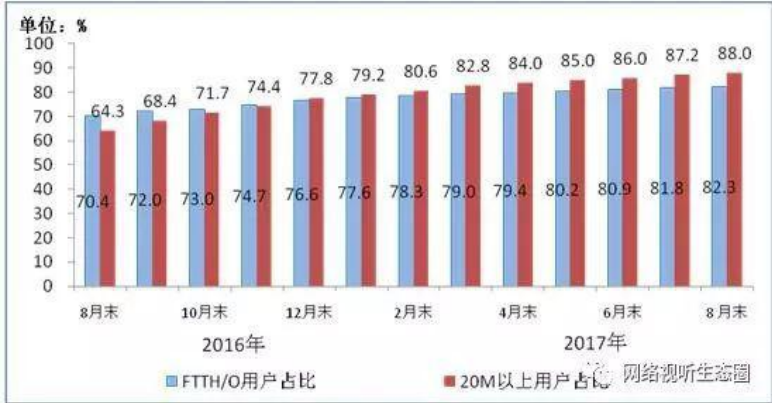


图 4、2016-2017 年 8 月光纤接入(FTTH/O)和 20Mbps 及以上固定宽带接入用户占比情况

IPTV 用户达 1.09 亿户，移动互联网用户累计净增 1.24 亿户。8 月末，移动互联网用户总数达到 12.2 亿户，其中 1-8 月净增 1.24 亿户，同比增长 15.3%。使用手机上网的用户 11.4 亿户，对移动电话用户的渗透率为 82.3%。光纤接入普及继续推动 IPTV 业务加快发展，IPTV 用户总数 1.09 亿户，1-8 月净增 2202 万户。



图 5、2016-2017 年 8 月手机上网用户和对移动电话用户渗透率情况

C、电信业务使用情况

移动电话通话量降幅同比扩大。1-8 月，全国移动电话去话通话时长完成 1.79 万亿分钟，同比下降 4.6%，较去年同期扩大 3.4 个百分点；全国固定本地电话通话时长完成 1043 亿分钟，同比下降 18.5%，降幅与 1-7 月持平。



图 6、2016-2017 年 8 月移动电话用户和通话量增幅比较

移动短信业务量及收入降幅同比收窄。1-8 月，全国移动短信业务量完成 4339 亿条，同比下降 1.7%，较去年同期收窄 5.6 个百分点。移动彩信业务量同比下降 12.0%，发送总量 331 亿条。移动短信业务收入完成 241 亿元，同比下降 4.5%，较去年同期收窄 5.4 个百分点。



图 7、2016-2017 年 8 月移动短信业务量和收入同比增长情况

当月户均移动互联网接入流量超 1800M。8 月当月户均移动互联网接入流量达到 1835M，比去年同期增长 129.8%。1-8 月移动互联网累计流量达 130 亿 G，同比增长 143.5%。其中，通过手机上网的流量达到 123 亿 G，同比增长 156.8%，占移动互联网总流量的 94.1%。固定互联网使用量保持稳步快速增长，1-8 月固定互联网宽带接入流量达 1167 亿 G。



图 8、2016-2017 年 8 月当月移动互联网接入流量和户均流量比较

D、地区发展情况

中西部收入增速小幅提高。1-8 月，东、中、西部地区电信业务收入同比分别增长 6.2%、6.2%和 7.3%，中部和西部地区增速比上年同期均提升 0.3 个百分点，东部地区增速回落 0.1 个百分点。东、中、西部电信收入占比分别为 53.4%、22.9%和 23.7%。

8 月末，东、中、西部地区 50M 以及上宽带接入用户分别达到 9800 万户、5706 万户和 4225 万户，用户渗透率中部地区领先，达到 67%，东部、西部地区分别为 58.5%和 54.7%。各省 50M 以及上宽带接入用户占比差异呈缩小态势，河南、河北、天津和内蒙古分别居全国前四位，占比均超过 80%。山东、吉林位于最后两位，占比均低于 40%。

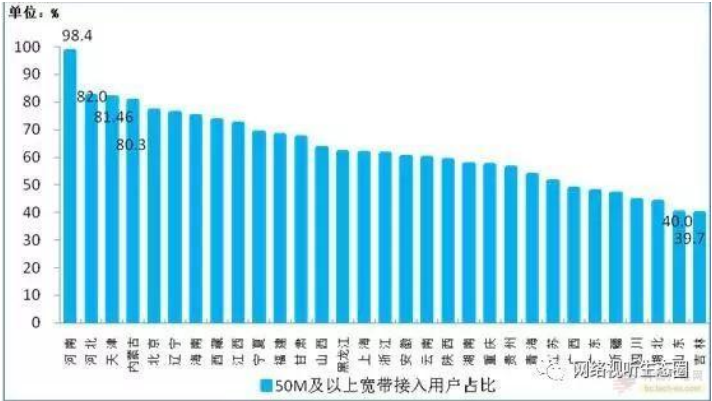


图 9、2017 年 8 月末 50M 及以上宽带接入用户占比各省分布情况

(7) 中移电视出炉，IPTV 会不会成为历史垃圾

(2017-11-27 09:20 来源： 北国骑士公号)

媒体报道，根据 3C 质量认证中心网站的信息显示，中国移动正在准备一款智能电视，已经通过了认证，意味着未来几个月之内或将上市发售。

实际上，在年中的世界移动大会上海现场，中国移动已经发布了消息，只是当时很多人以为是说着玩玩，并没有大肆报道。

此后，9 月，中国移动和京东方就提供数字化显示产品与系统达成合作并签署合作协议，共同推进运营商 TV(IPTV&OTT)产业发展。双方通过推出多款大尺寸 4K 超高清电视，并以“China Mobile”的品牌上市。而“China Mobile”也将会成为首款运营商旗下的电视。

有人批评说，中国移动做电视就是不务正业。如果这也叫不务正业，那中国移动的正业会是什么呢？在云管端充分整合的今天，互联网公司除了骨干网没有做，其他的运营商蛋糕已经被抢食差不多了，运营商也不能混吃等死。何况，这么大的网络基础设施，上百万人的维护队伍，不挣钱，你还指望腾讯阿里们去投资建设维护？

智能手机与移动网络是一对，智能电视就与高速宽带是一对，中国移动这两年在大力快上的建设宽带，这个时候开始生产电视机，显然合情合理。

智能手机与移动网络是一对，智能电视就与高速宽带是一对，中国移动这两年在大力快上的建设宽带，这个时候开始生产电视机，显然合情合理。

数据显示，截至 2017 年 9 月 30 日，中国移动的有线宽带客户总数突破 1 亿户，前三季度净增 2580 万户。也就是说，按照这样的增长，很快就有望超越中国电信。

但是，与中国联通、中国电信拥有 IPTV 牌照不同，中国移动至今不被广电方面接受，拿不到牌照的中国移动在申请时又遭遇“刁难”，只好另辟蹊径做互联网电视。

既然是要做互联网电视，那么，用户的体验就很重要。虽然互联网能力已经是智能电视的标配，但现在大多数互联网电视厂商都在按照自己的想法推产品，很难做到一致性，这给中国移动的互联网电视带来了困扰，与中国移动做自主品牌手机一样，中国移动亲自操盘不在意能卖多少，关键是可以以点带面提升整个产业的关联度和成熟度，树立一个标杆和尺子。

在中国移动宽带数量暴增和自主品牌智能电视上市之时，我们再回头看看有线电视。据相关机构报告，2017 年二季度末，我国有线数字电视付费用户已经下滑至 15993 万户，首次跌破了 1.6 亿户大关。今年三季度，有线用户流失用户达 557 万户，缴费率也从 76.56%

跌至 74.19%。

据相关爆料，在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。

自从 2004 年电信运营商开始 IPTV 试验，这些年，广电与 IPTV 之间一直在争执和磨合。2015 年，国务院办公厅印发了(2015)65 号文《三网融合推广方案》，广电、电信业务双向进入扩大到全国范围，全面推广三网融合。2015 年至 2016 年，全国 IPTV 的用户数呈现上升趋势，特别内蒙、河北、山西、河南、吉林等“联通优势”省份，更是大干快上。

据工信部数据显示，截至 2017 年 9 月末，我国 IPTV 用户达 1.12 亿户，1-9 月净增 2541 万户。有数据显示，北京市 2015 年的 IPTV 用户量是 98 万，2016 年达到了 180 万，实现近一倍增长，增长率达到 83.67%；广东省 IPTV 的用户量从 2015 年的 432 万上升 2016 年的 680 万，增长率达到 57.41%。

即便如此，IPTV 的发展也并非一帆风顺，甚至只能是传统有线电视向互联网电视转变过程中的一个环节，未来的趋势一定是互联网电视模式。当然，这个还需要政策的支撑。

很多业内人士都认为，电信运营商有将 IPTV 机顶盒虚拟化的动力，IPTV 很可能在不久的将来成为智能电视上的 APP 应用。不论是有线电视机顶盒，还是 IPTV 机顶盒，与智能电视的关系一定是此消彼长。

目前，有线电视用户依旧是家庭电视收视市场的核心。资料显示，2016 年我国有线电视用户规模总量 2.52 亿户，占全国家庭电视收视市场的比重为 59.6%，相比去年同期基本持平；直播卫星用户总量突破一亿大关，达到 1.07 亿户，收视份额 25.3%，相比去年同期提升近 9%，位居第二；IPTV 用户达到 8672.8 万户，收视份额突破 20%，同比提升近 10%；OTT TV 紧随其后，收视份额也提升显著，达到 17.26%。随着中国移动的强势发展，整个市场格局会在 2018 年快速发生变化。

我们可以肯定的说，当中国移动的互联网电视不可避免的走向前台，包括有线电视、IPTV 都可能成为历史遗迹。

（8）《2017 年中国网络视听发展研究报告》发布，解读网络视听五大走向

（2017-11-29 16:19 来源：中广互联）

11 月 29 日，中国网络视听节目服务协会在成都发布《2017 中国网络视听发展研究报告》（以下简称“报告”）。该报告借助数据、调研、访谈还首次参考第三方数据，客观描述中国网络视听发展环境、现状及趋势，并总结了九项主要发现，尝试为行业提供新的路径参考。在发布会现场，中国网络视听节目服务协会常务副秘书长周结着重从五大走向对网络视听市场进行了解读。

他指出，网络视听产业用户规模和使用率进一步提升、网络自制内容全面进入精品化时代、网络视频消费移动化趋势日益显著、用户视频付费意识已经养成、用户内容需求细分化，网生内容有待提升，已成为中国网络视听行业的新走向。

网络视听节目进入精品化阶段

发布会上，周结首度公开了 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 10 月 31 日国家新闻出版广电总局网络视听节目备案库的数据：网络剧 555 部，6921 集；网络电影 5620 部；网络动画片 659 部，专业类节目 2725 档（包括综艺、娱乐、财经、体育、教育）。

随着监管政策的完善与加强，网络视听行业更加规范化，“线上线下统一标准”对整个行业格局产生重大影响。网络视听节目数量在稳中有升的基础上，进入了“精品化”阶段——无论是网络剧、网络电影还是网络综艺都“从粗放的数量增长变为追求精品的质量增长”，周结表示。

虽然网站自制内容在节目数量、播放量上屡创新高，但调查结果显示，在节目口碑、人

气上不如传统版权节目，未来仍有较大的提升空间。

视频消费移动化趋势显著

传统媒体地位日渐式微，周结指出，根据调查数据，已有超四成用户不再接触传统媒体。此外，从网络视频用户终端设备的使用情况来看，视频消费向移动端集中的趋势更加明显——95%的视频用户会使用手机收看网络视频节目。但同时，一直以来被看好的视频碎片化消费却并不理想，调查显示，大部分观众收看视频的场景发生在晚上在家（55.1%）和睡觉前（48.1%）。

作为一种新兴的商业模式，对网络影视剧的衍生消费，即购买以影视剧内容或人物为核心的周边产品，用户的接受程度也较低，仍需长期培养。数据显示，大多数用户（54%）并未为网络影视剧的衍生品进行付费。

用户的付费意识已经养成

值得一提的是，2017年国内网络视频用户的付费比例继续增长，有超过四成的用户曾为视频付费，付费意识已经养成。并且相比去年，用户的付费能力也有较大提升，每月支出40元以上的付费会员从2016年20.2%增加到了2017年的26.0%。

周结在现场还提出了一个需要行业共同思考的问题。在他看来，“付费用户扩大≠付费意愿提高”，全网付费内容比例扩大所带来的付费用户增量，并不代表付费已经成为稳定的业务收入来源。在他看来，如何以审慎的态度分析细分付费意愿，是网络视频营收的重要突破口，也是从业者们需要思索的问题。

网络视频是网络娱乐生态的重要部分

网络视听已经成为网民信息获取与文化消费的主要形态之一，是满足人民群众精神文化需求的重要渠道。据中国互联网络信息中心第40次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2017年6月，我国网络视频用户规模达到5.65亿，占网民总数的75.2%，继续保持网络娱乐类应用首位。

据了解，为更严谨、更科学地呈现视听行业现状，报告在前两年的基础上进行了扩容和优化，除了通过CATI电话调查、在线问卷调查、网站上报数据、专家访谈等以往方式，还首次引用了部分第三方调研公司的监测数据，尽可能多地整合多方资料。协会希望通过更大投入、更多合作深入调研用户行为、偏好，力求更准确、客观地还原视听行业的发展现状，为从业者们提供有价值的参考

8. 媒体融合

（1）实例！地市级广播电视台融媒体技术的新局面

（2017-11-07 10:08 来源：广播电视信息）

地市级电视台建设一个具备全媒体汇聚、内容生产、多屏分发功能于一体的融合媒体技术平台是适应当下新媒体环境的重要手段。

本文主要以石家庄广播电视台融媒体中心技术平台建设为案例，介绍了融媒体技术环境下的互联互通平台的建设思想和方式，希望能为城市台高清新闻网的建设提供借鉴。

A、项目概述及特点

石家庄广播电视台融媒体中心技术平台项目于2015年下半年建设完成并投入运营，该项目融合了台内现有的高清新闻制作网、媒资系统、网络台系统、电台音频制作系统，实现了传统媒体和互联网新兴媒体之间的融合生产和多屏分发。

依托此项目，石家庄市成立了石家庄市全媒体运营指挥中心和石家庄市新媒体产业发展研究院，除石家庄广播电视台所属媒体外，“石家庄发布”、“文明石家庄”、“石家庄新闻网”等都在此平台上进行生产和发布。

B、融媒体技术平台的总体设计

系统总体架构

系统在总体架构上由基础资源平台、公共服务平台、融合资源库、应用模块等四个部分组成。

系统根据石家庄广播电视台的实际建设情况设计而成,原有的媒资系统和高清新闻网,通过接口设计完成和融媒体平台的紧密结合,实现了同一电视台内不同系统的资源共享与融合生产。

系统业务设计

融合内容库与电视高清新闻网、媒资系统、网络台(网站及手机 APP)、电台音频制作系统、办公网等系统之间保证互联互通,实现各媒体之间资源共享。业务设计内容详细如下。

(a)内容汇聚

互联网各门户网站、论坛、微博 / 微信公众平台等新闻线索的汇集,专业记者手机新闻回传、微信爆料、通联客户端回传等新闻线索的汇集,高清新闻网、媒资系统、卫星收录系统的资源汇集,台内其他媒体通过办公电脑手动上传资源的汇集。

(b)内容呈现、检索及生产功能

对所汇集线索的集中呈现,按源分类,多维度查询可快速查找所需线索 ;多种加工工具,可对所汇集线索进行快速二次加工,包括图文编辑、视频编辑 ;编辑完成后可送审,进入发布流程。

(c)内容分发

可将审核后的待发布内容发布至网络台、无线石家庄、微博 / 微信等 ; 可将平台内所有资源一键报题至高清新闻网,进行传统媒体的生产播出 ; 可通过办公网直接在内容库下载自己所需的相关内容,并转入台内其他传统媒体生产系统 ;可将内容库中重要资料一键归档至媒资系统。

(d)监控指挥

对各渠道汇入的最新线索进行即时监控,及时处理 ;生产流程监控模块主要是对平台内各渠道生产发布流程的监控,可以及时了解生产发布信息 ;平台内嵌通稿功能,可在重大事件发生时,对台内各媒体统一报道口径。

系统业务流程

融媒体中心编发及互联互通平台的业务流程分为四个模块。

(a)内容汇聚模块

按来源划分为高清新闻网、媒资、手机、网台、互联网和电台等不同渠道。

(c)内容整合模块

分为高清新闻网素材及文稿、融媒体技术平台内容库及通稿、办公网本地素材及文稿三大板块。

(d) 节目生产模块

由于内容整合的不同,随之节目生产的业务流程也不相同,有分别对应的三条生产方式。

(e)发布模块

除了有传统的发布方式,还有新增的各种互联网发布渠道,来实现多屏自动分发。多屏分发的平台包括无线石家庄手机 APP、新浪微博公众平台(支持多平台)、微信公众平台(支持多平台)、优酷 / 爱奇艺 / 腾讯网站 以及台内其他手机 APP 终端等渠道。

C、全媒体运营指挥

在传统媒体的汇聚、生产和发布中,不能对整个流程进行直观的审视判断和指挥,只能通过线下的人工协调来完成,工作量大且进度缓慢,很难对整个系统进行统一的指挥监控。

针对此问题,石家庄广播电视台建设了融媒体技术平台指挥监控模块。融媒体指挥模块

主要用于专题和重大事件等新闻报道的统一指挥、调度和监看。它依据“大数据 + 互联网”的思维,实现了对重大新闻线索和新闻资源进行统一的处理和呈现,充分地挖掘了真正有价值的新闻题材,为新兴媒体和传统电视新闻生产提供统一调配使用。

同时,建立手机 APP、燕赵名城网、最新汇聚新闻线索、舆情信息(互联网热点新闻)、待发布单监控、节目收视率(台里购买数据)等监看大屏。监看大屏可按需调用监看舆情分析、大数据分析、平台数据统计等各类报表、图示等信息。最新汇聚新闻线索监控,可定制实时抓取新华网、人民网、CNTV 等主要网站的即时新闻,并汇聚入新闻线索监控池后,按时间顺序以列表的形式显示出来。

(2) ICTC2017 精彩前瞻 7—媒体融合, 数字版权保护迫在眉睫

(2017-11-08)

ICTC2017 倒计时 6 天, 广电盛会即将震撼开幕。

11 月 15 日、16 日, 除了备受关注的开幕式以及主题报告以外, 尤其值得一提的是, ICTC 为了增强行业交流, 激荡更多头脑风暴, 首次创新举办夜间沙龙“西湖夜话”。组委会特邀两位重量级媒体人“常话短说”陈常伟和融合网创始人兼总编辑、中国三网融合研究专家吴纯勇主持交流。届时, 广电大咖将和与会代表面对面、一对一探讨、对话。

在媒体融合加速发展的背景下, 随着 4K/HDR、VR/AR 和智能终端等技术的发展与进步, 数字版权市场不断扩大, 数字版权内容的价值也越来越显著。数字媒体产业迫切需要有效的技术手段来保护融合数字媒体内容的安全, 同时保障数字内容的创作者、出版商、发行商及消费者的权益。

11 月 17 日, ICTC2017“超高清电视与内容保护论坛”由 ChinaDRM 实验室负责召集, 邀请了新闻出版广播影视版权领域相关领导、专家与国内外的优秀企业代表参会, 共同探讨超高清电视的发展, 以及我国数字版权管理生态体系建设。

目前, 超高清电视已成为当下电视发展的重要方向, 高动态范围(HDR)是超高清电视的一项关键技术, 涉及端到端的技术和产业实现。

会上, HDR 工作组组长潘晓菲将向大家介绍我国 HDR 标准制定工作的进展情况。

与此同时, 美国二十世纪福克斯高级副总裁 Ian Harvy 将围绕“国际 HDR 与内容保护发展趋势”这一话题发表专题演讲。

ChinaDRM 实验室致力于我国自主知识产权数字版权保护技术和相关标准的研究开发, 隶属于国家新闻出版广电总局广播科学研究院, 于 2016 年被广电总局认定为“新闻出版行业科技与标准重点实验室”。

该实验室成立以来, 相继发布了《广播影视数字版权管理广播电视内容制作—数字内容版权标识》、《广播电视数字版权管理元数据标准》、《互联网电视数字版权管理技术标准》、《数字版权管理系统与 IPTV 集成播控平台接口技术规范》、《广播影视数字版权管理广播电视内容分发-广播控制标记》、《内容水印嵌入与检测规范》等多项行业标准, 并将我国自主知识产权 DRM 技术推广到全球。

今年 6 月份, ChinaDRM 实验室与美国 MovieLabs 公司(由迪士尼、派拉蒙、索尼影业、FOX、环球、华纳兄弟等好莱坞 6 大电影公司共同成立的非盈利性技术研究实验室)就组织中美数字媒体版权保护产业链各方共同创建一个健康的数字媒体内容产业生态环境达成合作。

ICTC2017“超高清电视与内容保护论坛”上, 广播科学研究院信息技术研究所所长郭沛宇将详细介绍 ChinaDRM 的产业生态体系建设、技术规范、安全要求以及未来发展规划, 阐述构建 ChinaDRM 未来服务体系的愿景。

此外, 永新视博、爱迪德技术、北京江南天安科技有限公司等相关企业, 将分别介绍和

展示各自研发的符合 ChinaDRM 相关标准的数字版权保护技术与服务。

内容保护技术的提高，将为高价值内容的健康流通保驾护航。

（3）新 IT 助推数字化转型 北京电视台迈进融媒云时代

（2017-11-09 11:19 来源： 新华三）

近日，北京电视台与紫光旗下新华三集团共同召开了北京电视台融合媒体生产云平台项目启动会，标志着北京电视台将对关键业务系统进行全面提升，正式迈进融媒云时代。

北京电视台总工程师田方、副总工程师毕江、信息网络部主任周旭辉等项目负责人均出席本次启动会并发表重要讲话，新华三高级副总裁黄智辉、副总裁杨然和广电系统部副总监穆戈作为新华三集团代表参加了本次启动会。

随着新 IT 技术的不断发展和新兴媒体的崛起，传统媒体与新兴媒体借助新 IT 技术实现媒体融合就成为了必然。北京电视台副总工毕江表示：“作为北京电视台构建新一代核心业务技术支撑平台的开局项目，北京电视台将从三个层面对关键业务系统全面提升：核心业务的全面转型、业务范畴全面拓展、核心业务的持续演进。”

为了帮助北京电视台技术体系全面升级实现数字化转型，新华三携全新一代 H3CloudOS 云平台、CAS 虚拟化、SDN 控制器等企业级产品和融媒云整体解决方案，与合作伙伴一道，将帮助北京电视台完成融合媒体生产云平台整体框架的建设。

会上，北京电视台和新华三签署了《BTV 融合媒体生产云平台项目服务保障备忘录》。新华三集团高级副总裁黄智辉表示：“广电的媒体融合是一个系统工程，技术是重要环节，是融合发展的重要推动力。新华三凭借先进的技术、成熟的产品、国际化的视野和丰富的融媒云建设经验，将为北京电视台在融合媒体发展的道路上做出更多贡献。”

作为全球新 IT 解决方案的领导者，新华三在私有云 IaaS 层的建设上有完整的产品覆盖和多年的技术积累，陆续为河南、浙江、湖北、云南等多个省级电视台成功交付了运行稳定、功能丰富、易用、易维护的融合媒体云平台，为广电行业媒体融合的发展做出了巨大贡献。

北京电视台融合媒体生产云平台项目的顺利启动，不仅是新华三融合媒体云平台的又一个行业先锋实践，更为我国广电企业实现数字化转型升级提供了宝贵借鉴。广电的媒体融合之路机遇和挑战并存，新华三将一如既往与广电客户砥砺前行，开创融媒云未来。

（4）城市广电的融媒体生存

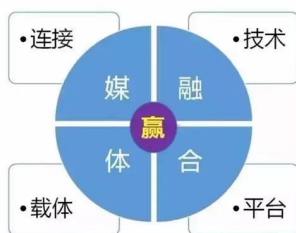
（2017-11-13 11:49 来源： 传媒人手记）

中国城市广播电视台，特别是最基层的区县广电，以“接地气、近民生”这种不可替代的优势，曾经为我国新闻宣传事业的繁荣与广电文化产业的发展作出了巨大的贡献。然而，由于大多数城市广电错过了前两三年移动互联网技术与智能手机技术高速发展带给传统媒体进行互联网改造与产业化改造的重要时间窗口。当下的城市广电特别是最基层的区县广电，面临不深度改造、不自我革命就几乎失去传媒优势价值的局面。

面对生存与发展，城市广电台必须加快转型，实现广电事业与文化产业，信息服务属性与生活服务属性的双轨并存与双重突破。而作为其传媒定位而言，城市广电台必须坚守阵地，并开疆拓土，成为“坚决听党话、坚定跟党走”的有信念的媒体，成为“与群众最近、和百姓最亲”的负责任的媒体，成为“为地方政府添彩、为区域经济助力”的正能量的媒体。要做到这些，城市广电应毫不迟疑立足广电传媒特点，以“互联网+”而不是“+互联网”作为主体定位，主动拥抱互联网，从核心底层开始进行传媒的互联网改造，强化广电与互联网媒体的高度融合、一体运营，全面实现广电传媒的互联网生存。

而“融媒体、全产业、大联盟”，可能会成为我们城市广电的重要的发展之路。

A、融媒体：城市广电融媒体生存的根本理念与执行规范，是城市广电立命之本



城市广电媒体吃的是信息饭，在保证导向正确的前提下，我们必须成为信息采集分析、信息提炼整合、信息管理传播方面的专家。同时，作为大众媒体，我们还必须对受众接收信息的场景、信息可能导致的情绪反应、以及信息沉淀后的社会影响等一系列综合体验进行预判与评估，以对我们传播的信息给受众带来的综合体验有全面的把控与引导。

但这是个信息贬值的时代，是个体验多元化的时代，随着社会的普遍信息化，借助互联网发布信息门槛较低，信息源正在大规模的扩展。区县广电的影响力的确在下降，同时，我们也必须看到，其实互联网上的基本信息也在大幅度贬值，因为，在信息高度垃圾化的现状下，其实伤害互联网信息对手正是互联网本身。而在信息传播业方面，城市广电如果通过传媒资源的整合运营与融合发展，是有机会成就区域最为强大的信息传播平台的。城市广电，要想成为信息传播业的区域强者，必须重点强化两大能力：

第一是大喝一声的能力。传播，是影响力为目标的。想象着我们在百人以上的房间里，现场没有权威的主持人，没有氛围的把控者与主要发声者，没有统一的组织、没有规范的秩序，大家都自由地讲着自己想传播的内容，这样的状态下，信息量虽然很多，但我们听到的基本都是噪声。互联网时代的信息环境与此类似。我们应该怎么办呢？其实，比较有效的办法是大喝一声，成为一定时空内的焦点，而且，这种大喝一声还不是一个人的努力，就我们现有的媒体而言，是有纪律有规则地齐声断喝，以形成我们广播、电视、纸媒、互联网、户外广告资源、线下活动甚至是我们相关产业资源的集合共振，这份共振产生的融合一体的力量是强大的，他会让我们成为当时当地所有时空内唯一的高地，成为一根刺破天的锥子，这是一种有效传播。对于城市广电而言，跨传播方式的媒体整合与融合几乎是我们在这个时代超越互联网对手的唯一手段。我们做信息传播业，需要细水长流的服务能力，但就信息服务产品而言，我们不要烧 80℃ 的水，而一定要将水烧沸腾，那怕之后水凉下来了，也是好的，因为它正是老百姓们想要喝的东西。

第二是窃窃私语的能力。在嘈杂的空间里，还有一种信息是有效的，就是有人在您的耳边很用心地讲您自己的事情，这时候，即使周边人声鼎沸，您也会认真听，这种窃窃私语的状态下，信息的传播也是有效的。在各城市，我们广电人接地气、近民生，近身作战的线下活动优势明显，结合我们传媒优势与互联网平台，城市广电完全可以形成多维度的、更具体验感与亲和力的数据收集能力与融媒体贴身传播能力，我们完全可以将现有的大众传播弱势变成这是我们独特的分众与专众服务优势，贴近地方实际、贴近日常生活、贴近当地群众。实实在在地更贴心地为当地的老百姓服务。域外信息本地化，本地信息服务化，通过贴身优势的融合再造与整合传播，让更多的当地人喜欢当地的“近传媒”，这是城市广电的特色，也是城市广电的机会。

B、全产业：是城市广电融媒体生存的基础业务与基本动力，是城市广电台的活力之源

万物皆媒体，一切皆传播，城市广电的媒体融合千万不要忘记与产业这个真正的大媒体的融合。

生活服务业本来就是传媒影响力经济的直接体现。而当下，城市老百姓在被不断升级的各类互联网平台的各类服务所教化，成为了能够熟练利用移动互联网平台进行消费、体验、

获取信息、享受城市服务的高手。城市广电如果还只是停留于传统意义上的广电信息服务甚至是互联网信息服务，其传媒影响力与经营服务能力就会很快沦为极低层次的街边赚吆喝的阶层。城市广电只要不想被淘汰，其全力建成的融媒体平台就必须主动或被动地实现延伸服务区域百姓生活、满足用户体验需求这些功能，并进一步利用区域资源优势与渠道优势，拓展全产业服务能力。这是一个趋势，而且不可逆转。更为重要的是，也只有区域性的深度实现这些能力，融媒体才有可能形成一个自主发展、自觉完善的信息产业生态圈。

同时，以媒体融合为主导的区域全产业开发一定要形成的尽可能完备的产业链条，并在链条中形成具备媒体可把控的核心价值点。全产业开发运营不求多，但要做深做透，这是我们超越常规产业对手与纯粹互联网媒体的关键与必须。具体地说，就目前可见的媒体开发范围内，针对一个产业（行业），我们要想建成有城市广电特色与核心竞争力的产业链条，我们必须做到：一是要建立两类线上平台，其中一类是立足传统广电传媒的定向服务于这个产业（行业）的广电节目或者专栏，创造该产业（行业）的服务品牌，形成对这个产业（行业）的信息源头的控制能力，另一类是打造针对这个产业的基于互联网的手机移动端（含网站）平台，包括微信、专业 APP 或基于 H5 技术的微网站等，以实现广电传媒互动与信息服务用户的目标；二是强化线下活动，进一步主导搭建好该产业（行业）内商家与消费者线下活动平台；三是主导建立两个社团，包括商家服务社团与用户服务社团；四是主导建设每年一场的产业（行业）高峰论坛与一套常态化的产业（行业）产品与服务优劣的内部评价体系，引导有限的优质传媒资源向产业（行业）内少数优质商家靠拢；五是主导运营一个该产业（行业）内更具传媒特色、更利于大数据分析的产品或服务。

总之，我们要利用我们多年历练的强烈的传媒意识，从传媒角度为我们所选定的特色产业来一次文化创新、体验革命，实现传媒产业的全面创新。

C、大联盟：是城市广电融媒体生存的实现路径与实践方向，是城市广电的发展之基

在城市广电的融媒体生存构架中，要想真正实现“融媒体”与“全产业”，一定少不了“大联盟”。甚至，要想实现习总书记提出的建设新型主流媒体，实现传统媒体的互联网化，建设生态级媒体平台这个要求。省级（含）以下的广电平台，没有大联盟，其实现的难度都会非常之大。即使一些处于国内第一方阵的省级卫视，没有整体的整合区县广电、形成产业联盟的思路，要想实现弯道超车，变成全国最后重点发展的“几家”之一，也是机会不大的。

作为城市广电，则更是离不开“大联盟”这种形式的支持。这主要是因为：一是不管从传媒角度还是产业角度，城市传媒存在着共性缺陷，那就是相对的低品质与高成本，不管是做传媒的老本行节目，还是现在家常便饭的各类活动，或者是产业产品的开发与发展等，都是这样。而如果独立自建的新媒体平台，其产品投入大、影响力小，同时，更是违反了互联网“连接一切”的基本原则，天花板就在眼前；二是我们传媒对手不断增多也不断强大。其实，作为广电台与许多别的产业之间原本并不是对手，但温饱之后，市场上的任何产品其实都更努力地在满足着人类的精神文化需求，万物几乎都成为了文化产品。况且，即便不是如此，跨界从来都不是经济大佬们的障碍，扩张从来都是资本大鳄们的自然选择。立足资本市场的新型传媒建设与产业开发，其形成的力量都不是一个小区域范围的城市广电可以抗衡的。城市广电，要想真正建立起自己独特的自然而自在生存的良好“生态圈”，只有一条路——实现城市广电大联盟。“一起走，更精彩”，城市广电特别是区县广电联合起来，在形成联盟规模效应、品牌效应、集聚效应的情况下，利用其与百姓最亲、与市场最近这些最独特优势，立足其背后一个个鲜活生动的市场，成为解决城市最后两公里问题的最有力的力量。

为了确保城市广电联盟建设的合理性、高效性与独特性，城市广电联盟的建立与发展必须坚持这些基本原则：一是“以我为主”的原则。这是联盟发展的根本性原则，解决谁为主的问题。广电人主导广电事，对于责权利而言，城市广电必须守住“让利不让权”这个底线，

业务方面可以适度让利，但绝不可以让主导权。二是“特色为先”的原则。这是联盟项目的开发与定位原则，解决做什么的问题。城市广电联盟不是什么都可以做，必须明确有所为有所不为，无特色则不为。三是“市场为本”的原则。这是联盟项目的管理运营原则，解决怎么做的问题。让专业的人做专业的事，传媒是如此，产业也是如此，联盟是虚，真正的项目运营必须坚持市场化原则，引入规范的法人治理结构，实现一虚一实的管理模式。四是“资本为助”的原则。这是联盟项目的发展原则，解决如何做大的问题。联盟只有充分利用资本的力量，形成在资本市场客观市场化的评价体系，才会形成不管是对城市广电也好，还是对联盟项目运营管理者也好，都相对公平的利益分配机制，促进城市广电联盟的良性发展。

总之，在“互联网+”这个时代背景下，对于城市广电而言，“媒体融合”是其必须融进血液里的基本理念，而要真正实现城市广电的良好生存，“融媒体、全产业、大联盟”是其重要的发展之路。

（5）【ICTC2017】加速智慧广电建设，王效杰全面分析媒体融合发展新思路

（2017-11-15 10:35 来源： 中广互联独家 作者： 李思楚）

国家新闻出版广电总局总工程师王效杰出席第二十五届媒体融合技术研讨会（ICTC2017），她在演讲中指出，目前，我国广播电视发展呈现以下趋势：一是向更高清晰度和更高维度的智能化方向演进发展；二是向更加丰富的媒体形态方向演进发展；三是适配更多的传输网络和更多的接受接受显示终端，例如广电有线、无线卫星传输网络，电信网络、互联网络，移动互联网络，电视机、手机、PAD、计算机等。

融合发展泛在化，广电全媒体泛在化发展，全媒体、全服务无处不在。多种终端协调收看成为新常态，广电传统媒体与新兴媒体融合发展使广电全媒体发展成为必然。

但是，有线网络发展差距较大，缺乏竞争力。截至 2017 年 9 月底，全国 333 个地市中，超过 240 个第十有线网完成数字化转换，全国有线数字电视用户 2.5 亿，有线数字化率超过 84%，但大部分还是单向用户。

有线电视用户主要指标	单位	2017, Q3	2017, Q2	季度净增
有线电视用户总数	万户	24898.2	24992.2	-94
有线数字电视用户数	万户	20807.3	20889.9	-82.6
有线数字化率	%	83.57	83.59	-0.02
有线数字电视缴费用户	万户	15436	15993	-557
有线数字电视用户缴费率	%	74.19	76.56	-2.37
有线双向网改覆盖用户数量	万户	15922.9	15756.9	166
有线双向覆盖率	%	63.95	63.13	0.82
有线双向网改渗透用户数量	万户	7945.5	7598	347.5
有线双向渗透率	%	31.91	30.44	1.47
有线宽带家庭用户数量	万户	3173.1	3014.2	158.9
有线宽带渗透率	%	12.74	12.08	0.66
有线高清用户数量	万户	8501.7	8334	167.7
有线高清渗透率	%	34.15	33.39	0.76
有线智能终端用户数量	万户	1042.7	833.8	208.9
有线智能终端渗透率	%	4.19	3.34	0.85

其次，广电网络融合媒体服务能力不足。各地有线电视网络区别分割，技术上不能互联互通。广电网络数字化率较高，但宽带双向化率仍处于较低水平。智能终端刚起步，新业务在传统终端上部署缓慢。智能终端尚未实现全国标准化。支撑三网融合的媒体融合的安全保障体制尚未建立。融合业务、服务方式、运营机制、商业模式等有待增强。

广播电视台融合媒体制播能力不足。尚未建立面向融合媒体、不同传输网格、不同接受终端的综合制播系统。各类业务制播系统重复投资严重。制作流程负责，制播效率不高。融

合媒体 制播平台和服务平台之间缺乏技术协同手段。

同时，广电充满看挑战和机遇。电视机正在快速走向 4K 超高清智能化。多种终端协同收看成为新常态，广电传统媒体与新兴媒体融合发展使广电全媒体发展成为必然。

广电发展的机遇：党的十九大提出到 2035 年基本实现社会之一现代化的宏伟目标，十九大报告也提出了‘鉴定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛’等思路。

智慧广电发展路径：智慧化是在智能化基础上的开放、融合、协同的可持续创新。智慧广电发展路径包括广电融合媒体生产方式智慧化，广电融合媒体服务方式智慧化，广电融合媒体传输方式智慧化，广电同和媒体监管方式智慧化。

智慧广电建设：一是构建广电融合媒体制播云平台，总局颁布《电视台融合媒体平台建设技术白皮书》《广播电台融合媒体平台建设技术白皮书》系统提出了基于云计算的融合媒体平台技术架构，全面解析了关键技术、业务流程等要素。二是构建广电融合媒体服务云平台，实现对“内容、网络，终端，位置”的智能感知，对融合传输覆盖网的智能协同适配。三是构建广电智能媒体融合网络——直播和服务云平台融合微服务化，推动智能媒体融合网络与微服务化的广电融合媒体制播和服务云平台、多形态智能终端之间的开放、协同，支撑实现广电融合媒体传输方式的智慧化发展。四是构建广电智能媒体融合网络——终端智能化。五是构建广电智能媒体融合网络——天地一体、宽带交互、互联互通，支持移动、宽带、交互、跨屏广播电视融合业务的开展。六是构建广电融合媒体监管云平台。



王效杰最后寄语说，推动广电融合媒体生产、服务、传输和监管方式智慧化，建设智慧广电，促进广电媒体融合发展。

（6）第二十五届媒体融合技术研讨会开幕

（2017-11-16 10:48 来源： 中广互联 ICTC）

11 月 15 日上午，第二十五届媒体融合技术研讨会（ICTC2017）在杭州黄龙饭店盛大启幕。

ICTC 走过 25 年，随着广电事业的发展，不断赋予新内容，稳步成长。

今年，会议现场依旧人气爆满。

来自国家新闻出版广电总局、中国广播影视社会组织联合会等相关单位的领导，中国工程院院士丁文华、国际电信联盟电信标准分局（ITU-T）SG9 主席、美国有线电视实验室、美国 20 世纪福克斯的高管等受邀参会。

包括华数集团、创维、永新视博、数码视讯、凌云、瑞斯康达、康特、吉视汇通等在内的上千位广电同仁，以及腾讯云、360 等 IT 领域的企业代表，华为、中兴、大唐、烽火、

思科、诺基亚、华三等通讯行业的专家们，还有中科大洋、索贝、新奥特等全球知名媒体信息制播品牌纷纷参会，大家齐聚一堂，共商广电发展大计。

ICTC 深入贯彻落实十九大精神

开幕式上，中国广播电影电视社会组织联合会会长张海涛致辞。

十九大提出了在全面建成小康社会的基础上，在本世纪中叶建成富强、民主、文明、和谐、美丽的社会主义现代化强国的新“两步走”战略。

他指出，ICTC2017 媒体融合技术研讨会围绕国家发展大局，结合广电工作实际，共商行业发展之路，就是深入贯彻落实十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想的具体实践，意义重大。如何把握新时代，解决新矛盾，开启新征程，需要每一个广电人认真思考。

今年上半年，广播电视的发展情况并不乐观：2017 年 1 月份到 6 月份，全国广电行业服务业实际收入是 1823.85 亿元，比去年同期 1727.8 亿元增加了 96.27 亿元，增幅是 5.57%。总的来看，广电行业用户下降、收入滑坡，绝大多数电台、电视台面临着亏损的边缘，行业面临的压力前所未有。

新形势下，大家应该怎么做？

张海涛会长认为，广电的核心竞争力是公信力，广电的核心资源是内容，广电的基础业务是公共服务。广电人要从以下几个方面入手，脚踏实地，扎扎实实的做好工作。第一，守好阵地，牢牢掌握意识形态的主动权。第二，做好服务，坚持以人民为中心的工作导向。第三，抓好改革，把广电体系向手机端延伸，真正以受众为本，把手机作为工作的第一目标，不断的升级技术、更新服务，提供精准化、个性化的节目内容。

智慧广电发展路径越来越清晰

“加速智慧广电建设，促进融合媒体发展”，是本次大会的主题，也是广电行业发展的趋势。在随后的主题报告环节，各位演讲嘉宾不约而同地围绕“智慧广电”、“媒体融合”等关键词发言。

国家新闻出版广电总局总工程师王效杰明确提出智慧广电发展的四大路径，包括广电融合媒体生产方式智慧化、服务方式智慧化、传输方式智慧化，同时在媒体监管方面实现智慧化。

广电融合媒体生产方式智慧化，首先要构建一个广电融合媒体制播云平台，实现融合媒体生产方式的智能化，在此基础上通过各种业务创新来实现智慧化；服务方式智慧化，则要构建广电融合媒体服务云平台，通过人工智能与微服务化，来实现融合媒体服务方式的开放、融合、协同、可持续创新；传输方式智慧化方面，要构建天地一起、宽带交互、互联互通、智能协同、可管可控的广电有线无线卫星融合一体化的智能融合媒体网络，来实现传输方式的智能化；同时，在广电融合媒体监管方式智慧化上，要构建安全、开放和统一的广电融合媒体监管云平台，实现广电融合媒体监管方式智能化。

中国工程院院士丁文华则对智慧广电环境下，综合广播宽带系统的发展状况做了详细介绍。现在，IBB 融合技术在全球已经取得了广泛的成功。但是，如何结合我国 TVOS2.0 在上层进一步打造明确下来这种融合性架构和标准体系，这一块尚不清晰。怎么形成政策引导，利用 IBB 概念促进融合平台发展，是我们必须考虑的。

广电如何启动智慧？国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川也发表了自己的看法。他认为，广电在服务上大有可为。就像互联网上淘宝和微信，尽管它没有基础设施，但是它也可以做强做大。如何在基础设施上做好智慧城市、智慧家庭，是广电突破重围的重点。

媒体融合从相“加”迈向相“融”

当前，媒体融合从相“加”阶段迈向相“融”阶段。经过多年的探索，全国各地也涌现除了不少优秀案例。

会上，中国广播电视网络有限公司曾庆军副总经理与大家分享了全国有线电视网络互联

互通平台新时期融合业务服务的几点新尝试。

中国广播电影电视社会组织联合会技术工作委员会会长、中国国际广播电台总工程师王联，则围绕智能、融合、媒体等关键字阐述了广电系统怎么向未来演进。

他指出，实现广播电视现代化的目标，一是在技术架构上实现云+网+端全面融合，同时以大数据、智能技术的广泛应用，来支撑智能化的建设。配合总局规划，积极推动开放的技术交流合作。促进中国技术标准的国际化；推动传播渠道的国际化 and 影响力的全球普及；探索先进技术和经验的中国市场落地；实现关键技术的突破；建立示范系统，打造良性生态环境，以此来推动广电的转型发展。

China DRM 生态体系再添新成员

值得一提的是，作为中外交流的桥梁，ICTC 开幕上自然少不了国际大咖的身影。当天，国际电信联盟电信标准分局（ITU-T）SG9 主席 Satoshi Miyaji、美国有线电视实验室（CableLabs）首席运营官 Chris Lammers、德国 Fraunhofer IIS 音频及媒体技术部门亚太地区代表 Toni Fiedler 分别发表精彩演讲。

华为技术有限公司中国区企业业务 BG 广电媒资业务部副部长王剑飞、思科中国广电事业部 CTO 凌江、创维集团副总裁酷开公司董事长王志国、烽火通信科技股份有限公司技术总监吴军等嘉宾的报告内容，也让大家一次次惊艳不已。

在媒体融合、智慧广电、超高清电视大力推进的今天，数字版权保护也越来越受到产业链各方的关注和重视。

开幕式上，中国广播影视数字版权管理认证中心与美国二十世纪福克斯电影公司签署内容提供商合作协议；广科院与福克斯公司签署数字版权保护技术与服务战略合作框架协议。这标志着中国广播影视数字版权管理生态体系的建设再进一步。

此外，广播科学研究院和浙江传媒学院签署战略合作框架协议，建立全方位合作关系，共同开展媒体融合和智能传播等技术领域的协同创新。

为表彰在广电领域做出杰出贡献的广大科技工作者，今年的开幕式，还举办了 2016 年度广播影视科技创新奖颁奖典礼。

2016 年度广播影视科技创新奖共计收到中央电视台、中央人民广播电台、中国国际广播电台、广科院等 8 个总局直属单位和北京、上海、浙江、深圳等共 25 个省（市）和计划单列市广电部门申报的项目 173 项。颁奖典礼上，大会共颁出突出贡献奖 1 项，一等奖 13 项，二等奖 39 项，三等奖 94 项。希望大家再接再厉，继续为广电事业增光添彩。

（7）广播电视融合发展台长论坛在济南举行

（编辑：passion 来源：齐鲁网 2017 年 11 月 20 日 16:58:35）

11 月 14 日，为认真学习贯彻党的十九大精神，落实山东省委省政府加快全省主流媒体融合步伐的要求，顺应媒体融合发展的体制机制要求，加快内容生产、信息通联、渠道传播的供给侧改革，提升全省广播电视媒体的传播力、引导力、影响力和公信力，11 月 14 日下午，“拥抱新时代——广播电视融合发展台长论坛暨闪电新闻与腾讯新闻内容战略合作签约仪式”在济南举行。闪电（青年）融媒学院同日揭牌。

山东省委宣传部、共青团山东省委领导，山东十七市电视台及五十余家区县台领导，传媒界知名专家学者等两百余人参加论坛。

未来已来：变革推动新作为 融合产生新气象

从“闪电新闻”客户端上线到高标准打造融媒体工作平台——“中央厨房”正式投入使用；从以《山东新闻联播》为龙头的多档全新电视新闻节目改版亮相，到党的十九大融媒体报道屡获中宣部、广电总局、山东省委宣传部表扬；从机构再造到流程再造；从技术变革到理念变革……山东广播电视台坚定改革步伐，在推动媒体融合发展的进程中，始终走在前列。

组建新机构、搭建新平台、开拓新渠道、培育新业态，一年来，媒体融合初见成效。

山东广播电视台台长吕芑介绍说,今年 8 月份,山东广播电视台搭建的融媒体工作平台“中央厨房”启用,标志着山东台融媒体发展进入真正的实施阶段。作为山东广播电视台重点打造的融媒体旗舰产品,闪电新闻客户端上线不足一年,综合传播力跃居山东第一位。这些工作让用户都感受到山东广播电视台在正在利用过去的生产、制作资源与技术平台作出一种全新的改变,产生了新的气象、新的作为。相信,新媒体发展与以及山东台与各方合作会有无限空间与美好未来。

腾讯网媒体拓展总经理王永治说,腾讯新闻一直在大数据算法基础上,坚持专业编辑理念,给用户“提供最靠谱的新闻”。现在的互联网最稀缺的是优质内容资源,广电媒体是优质视频资源生产的主体。希望联合闪电新闻生产出更多优质新闻,主动引导舆论,同时动员山东全省广电媒体做大视频业务,形成从直播到点播的区域内容资源的全面覆盖与分享,实现山东精神、山东故事、山东力量传播的最大化。

山东省委宣传部副巡视员陈强在讲话中指出,闪电新闻牵手腾讯新闻,将提高山东优质新闻宣传内容的广覆盖与到达率,同时,与全省广电媒体抱团发展,将极大提高山东新闻舆论工作的传播力、引导力、影响力和公信力,为山东创新发展、持续发展、领先发展,奋力开创经济文化强省建设新局面营造良好舆论氛围。

内容为王:闪电新闻大数据首次公开发布

山东广播电视台党委副书记周盛阔及 17 市电视台的各位台长,集体开通“闪电号”,开启山东广电系统内容运营的全新生态。

2016 年 9 月 30 日,山东广播电视台融媒体资讯中心成立。2017 年 1 月 11 日,定位于融合旗舰产品的闪电新闻客户端上线。一年来,闪电新闻成为了山东资讯内容的“首发地”,实现了电视屏、电脑屏、手机屏的全屏覆盖;与腾讯新闻等平台级伙伴合作,面向用户精准分发,提高了“闪电 IP”的“到达率”;深耕特色产品,打造外宣主渠道、主阵地,成就了山东资讯的归属感。

这 10 个月里,闪电新闻聚力短视频与直播内容生产,3500 多次炫酷的推送音,见证了融合发展带来的影响力。

山东广播电视台融媒体资讯中心主任王忠对闪电新闻大数据进行了系统梳理,这也是闪电新闻首次公开发布运营数据。

作为一款定位山东广电融合发展的旗舰产品,闪电新闻客户端对山东台所有新闻资讯类节目进行碎片化处理,具有每年 5 万条以上的独家短视频生产能力,本地年度流量达到 21.9 亿;上线以来,闪电新闻客户端全面发力移动直播领域,建立了 24 小时融媒体全平台反应机制,年均独家直播报道超过 5000 场次,直播总时长超过 8 万小时,覆盖人群超 10 亿人次;发展了超过 6 万名海外拍客,具备了强有力的全球资源整合能力和全平台渠道分发能力。

截止到 2017 年 10 月 31 日,闪电新闻客户端装机量已超 400 万,建成了覆盖电视屏、电脑屏、手机屏全渠道的传播网络,总用户量达到 1.89 亿。

2017 年 10 月,根据中央网信办《网络传播》杂志的最新排名,闪电新闻综合传播力位居山东资讯类 APP 首位。

北师大艺术与传媒学院院长胡智锋、国家行政学院高级经济师郭全中、传媒大观察 CEO 薛陈子、“智慧无锡”创始人林刚获聘闪电(青年)融媒学院首批特聘导师。

由共青团山东省委、山东广播电视台、山东大学新闻传播学院共同发起成立的“闪电(青年)融媒学院”公益项目同日启动,共青团山东省副书记刘少华,山东大学新闻传播学院院长、山东广播电视台台长吕芑共同为学院揭牌。北师大艺术与传媒学院院长胡智锋、国家

行政学院高级经济师郭全中、传媒大观察 CEO 薛陈子、“智慧无锡”创始人林刚获聘闪电（青年）融媒学院首批特聘导师。

闪电（青年）融媒学院是适应媒体融合大背景下创立的一套的人才培养体系，通过开展多种形式的培训项目，加强融媒人才队伍建设，不断提高专业技能和综合素养，以更加灵活的机制、更加新型的业态推动主流媒体加快发展。

闪电（青年）融媒学院启动后，将面向全省开设融媒人才培训班、媒体融合沙龙、融媒设计创意大赛等多个融媒项目，全面部署闪电融媒人才战略。学院将定期邀请知名专家学者开设专题讲座，并展开深度交流，开拓学术视野，改善知识结构，提高创新意识，为传媒业发展提供理论先导、思想动力和人才支持。

（8）全国首次互联网+传媒大会在青岛举行

（编辑：passion 来源：中国新闻出版广电网 2017 年 11 月 21 日 17:11:29）

11 月 16-17 日，GMIC+2017 全球移动互联网青岛峰会暨中国传媒融合发展年会在青岛举行，这是国内首次互联网+传媒跨界融合盛会。本次大会以“新时代、新动能、新生态”为主题，全面展示全球范围内互联网与传媒融合发展的丰硕成果，深入探讨新一代信息技术引领传媒业实现新旧动能转换的战略路径和解决方案，推动媒体融合在新时代取得新成果。

中国互联网发展基金会理事长马利、国家新闻出版广电总局新闻报刊司司长李军、中国报业协会秘书长胡怀福、长城会 CEO 郝义出席开幕式并致辞，青岛市委常委、副市长王家新代表市委市政府致辞，青岛市政府党组成员、高新区工委书记、红岛经济区工委书记王作安出席开幕式。

青岛市委常委、副市长王家新在致辞中说，大会汇聚了互联网领域和传媒领域的顶尖级专家，必将在探索移动互联网发展方向，构建产业互联新生态等方面取得重要成果，也为青岛互联网企业和媒体单位提供了一次近距离学习的机会。青岛将以开放的心态，开阔的胸怀搭建好平台，创建好环境，加速产业集聚发展。

开幕式上，著名物理学家霍金进行了视频演讲，展望了对人工智能和人类未来的美好畅想；人民日报媒体技术股份有限公司党支部书记、总经理叶蓁蓁，美国工程院院士、卡内基梅隆大学机器学习学院教授兼院长、深度学习科学家 Tom Mitchell，以及来自阿里巴巴、小米、京东、IMB、海信等企业界代表发表了主题演讲。

会议期间，中国社会科学院新媒体研究中心与中国新媒体实验室联合发布《互联网+传媒融合发展报告》。报告提出，2016 年中国传媒产业总规模达 16078.1 亿元，较上年同期增长了 19.1%，并有望在 2018 年突破 2 万亿元。中国传媒正在快速挺进移动传播时代。

据了解，大会开幕式上还举行了中国新媒体实验室（HDML 红岛媒体实验室）共建启动仪式暨掌控传媒智慧产品矩阵上线仪式、中央厨房融媒学院青岛教育示范基地挂牌暨首届中国新媒体技术实战训练营开营仪式；长城会科创中心与创新基金、GMGC 全球移动游戏联盟数字创意创新中心两个项目进行了战略签约，落户青岛高新区。

大会同期举办中国移动互联网与传媒融合风云榜，向领军人物、经典案例、知名品牌、政务新媒体平台颁奖，全面展示移动互联网与传媒融合领域所取得的成就。

本次大会由国家互联网信息办公室、人民日报社、青岛市人民政府指导，中国报业协会、长城会、青岛高新区、青岛报业传媒集团主办。来自国内外互联网、投资机构、传媒等领域的参会嘉宾以及各界观众代表约 1000 人参加开幕式。

（9）中国电视媒体融合峰会 传媒大学赵子忠：媒体融合模式点评及未来发展路径探讨

（2017-11-21 16:17 来源： 中广互联）

11月21-22日，第三届“世界电视日”中国电视大会在北京国际会议中心隆重开幕。21日下午，中国电视大会“中国电视媒体融合峰会”上，中国传媒大学新媒体研究院院长赵子忠发表题为“媒体融合模式的点评与思考”的演讲。

演讲PPT如下：

我从2014年8月18日以后一直在中宣部媒体融合专家组的专家，这几年来，一直致力于媒体融合的顶层设计，政策规划各相关研究工作。对于媒体融合，从前年开始，我们大约去了100多家机构，去的电视台一共7家。其实我自己对电视媒体融合的状况也不是特别清楚。对于电视媒体怎么融合，如何融合和后面融合的方向在哪儿，可能都是我们要探讨的问题。

A、媒体融合的发展阶段

在过去十几年，2002年开始，我陪着广电总局先是做了有线电视的数字化，忙了好多年。2005年去了CMMB，就是移动视频，2005年做工作一直到2008年，把这个研发交给一家公司。也就是说在手机上怎么看电视，我们也跟着忙了四五年。后来又忙卫星，怎么把卫星信号导到家里，先从村村通到户户通，过去这些年，得有十几年时间献给了把电视节目弄到电视上，弄到手机上，到处弄这样一个过程。

但是我发现，在过去这些年，整体电视媒体往这几个大的方向转化，其实速度比较慢。

到了今天，媒体融合发展到了现在，还是需要再重新思考，电视或广播电视行业遇到了一个什么样的问题。1980年代上中学时我读的书叫《信息社会》，之后学了一个词叫“信息爆炸”，再往后学了克林顿讲的“信息高速公路”，这都是当年的热词，现在已经十年没用这个词。到现在为止，我们都没有真正地理解什么叫信息社会或者信息爆炸，我们在这个信息爆炸中处于真正样的地位和作用，也就是说我们的媒体其实要面对一个非常的社会环境，也就意味着你的信息处理能力，要处于原来的一半。

原来的传统媒体、新兴媒体本质的问题是信息处理能力，如果拥有巨大的信息处理能力和非常弱的信息处理能力，是传统媒体和新兴媒体一个非常具有标志性的事情，比如你能不能处理1亿人、10亿人的数据。我们和中国联通的合作从2004年开始，今年我在联通，联通每天要处理的数据量是6000万条，也就意味着在手机上每天的点击量大约是6000亿条，如果加上移动的就是1.8万亿条，你要除以2万亿再看1亿点击量，我说的是一天，差不多2万亿条，如果一天能达到1亿条。融合媒体经常强调的10万+。

现在的媒体融合大概有三个状况，一是数字化，数字化就是原来的媒体谈的数字化，说白了能用电脑干活的，到2017年，大部分传统媒体还在陷入我怎么用电脑干活的事儿，这个技术大约是1990年，到2005年，我们要解决的网络，就是怎么把这些东西弄到互联网上去，那个互联网代表着PC，就是把这些东西弄到电脑上看，于是我们建了各种网站。我们从开始考虑电视节目和电脑结构考虑的不一样，看的不一样，用的不一样，消费者情况不一样。报业的网站大约都是2000年建的，电视网站大约2000年代建的。2008年以后我们看到的问题是要在手机端上建，2008年传媒大学伴着优酷研究怎么搬家，把PC端搬到手机端，2012年是10亿，当时阿里对这次搬家采取的行动就是把PC界的老大撤了，我也不要电脑了，进入移动。现在传统的媒体融合和新兴媒体融合的问题，还是得先把这个玩意儿变成数字，还有人做网络化，用互联网思维。还有就是往客户上走，做客户端太吃力，微信比较简单。于是大家想简单、有宣传效果、便捷的方式，这是媒体融合非常重要的，到底面对现在的信息社会，我们说的电视、视频，信息处理能力怎么样？

好在视频技术没有得到突破，图片和文字的技术已经得到了突破，于是报业媒体出现了非常严重的挑战，视频技术到现在也没有出现革命性突破，于是电视媒体的日子看上去还不

错，虽然有挑战和竞争，整体没有颠覆，是因为视频实在个儿太大，不管是采、存、传都非常得复杂。

这么两三家做了两三年的媒体融合，第一就是中央的政策。哪来那么多新媒体、传统媒体的土豪，就是政府的政策，这次媒体融合是中央的要求，符合中央政策的，地方、政府、党委、中央都是有钱的，中央的资源、地方资源怎么给你，凭什么给你，这也是媒体融合的一次考验。传媒在各省市 GDP 里，一个省委书记和市委书记基本可以不用考虑。

广电从宣传部从地方政府来看日子还行，起码还没有到山穷水尽的地步，日子还行，你要钱干嘛？为什么有这么多钱？除了钱之外你还需要什么资源？对于传统媒体，还没有完全准备好这件事情。我看了这么多媒体融合的项目，大约觉得给 500 万就够了，因为不知道他要干嘛。

对媒体融合来讲，传统媒体内容制作能力都非常强，互联网媒体基本就不会做内容，大家想说人家那些媒体点击率高，喜闻乐见，昨天我跟部里汇报，在中国喜闻乐见最多的东西叫香烟，香烟也是最挣钱的，你总不能因为抽烟的人多就说香烟是社会主义精神文明建设的重要组成部分，因为抽的人多。有的人问我，主流媒体能不能做香烟（广告），香港从 1980 年到 2020 年都是中国最挣钱的生意，三家烟厂就等于 BAT 利润的总和。不知道到底互联网公司怎么挣钱，说一个企业的市值大，企业的市值和股票并不是衡量这个企业的唯一标准，还是要看企业的利润。

2007 年、2008 年我在广电的会上讲，广电把一些内容卖给互联网公司，就是拿自己的子弹打死自己，不要抱怨什么。我记得讲了一次以后，2009 年还是 2010 年，芒果 TV 就把给爱奇艺挣的那一年版权给取消了。看看这个模式是用自己的内容打死自己。我看主流媒体内容生产远远超过新兴媒体，新兴媒体的发展主要是踩在传统媒体的基础上，现在互联网公司盘剥了主流媒体内容。

微博、微信算不算，大家都在讲内容。大家都在举了一个例子，你补了一张票在上面卖茶鸡蛋，就说你在发展高铁业务，你想想车上有多少卖茶叶蛋的，几十万家，几百万家。

B、媒体融合的经验

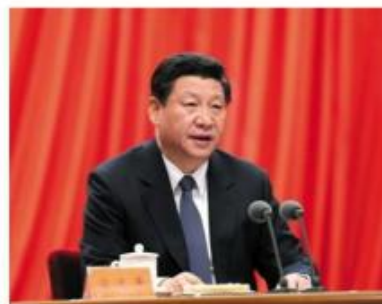
媒体融合的经验——机制的改革创新。现在很多的内容沿着软件系统和信息革命的机制调整变化，这大约是媒体融合进步。

媒体融合的经验——中央政策

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进。

——2014年8月18日，习近平主持召开中央全面深化改革领导小组第四次会议

2016年2月19日，习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上强调，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，从“你是你，我是我”变成“你中有我，我中有你”，进而变成“你就是我，我就是你”，着力打造一批新型主流媒体。

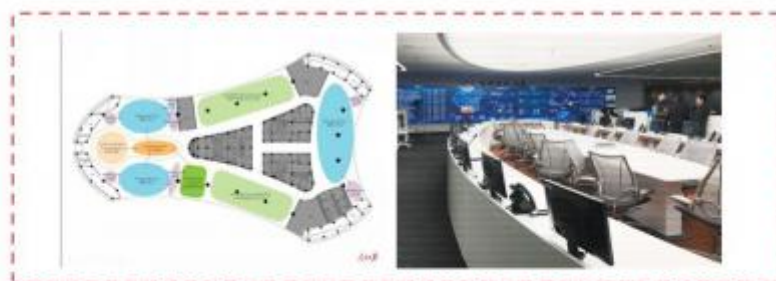


媒体融合的经验——内容建设



媒体融合的经验——机制的改革创新

- 机制改革配合、生产模式的转变



人民日报提出：中央厨房是一种内容生产机制

C、媒体融合的几点思考

a、媒体融合的核心问题是影响人。媒体融合不管怎么做，核心问题还是影响人。传媒大学之所以还有地位，是因为在社会传媒界还是很有影响力，因为你可以影响别人，你到底想影响哪群人，想影响到什么程度，我倒是听到房地产业，什么挣钱就做什么业务，除了主营业务，要明确，媒体融合不管搭什么戏，通过什么渠道还是要影响人，这是媒体融合生存的第一要务。

b、渠道商。新媒体渠道大部分都是时间非常长，我和爱奇艺讨论，一家挣的钱等于省级电视台挣的钱，从 2007 年我就陪着他们建，一直到 2017 年，这些媒体渠道的坚持和投入是需要思考的问题。

c、内容。内容的问题比较复杂，版权的问题，精致节目的问题，到底要不要做香烟内容，抽的人多，这也是非常重要的问题。即使现在传统媒体内容生产能力还是非常好的，起码到目前为止是这样的。

d、技术。传统媒体和新兴媒体融合里，现在应该做的技术应该是 2018 年的技术，而不是回去倒 2012 年的技术。比如算法问题，头条创立时，我就是头条的顾问，头条在 2012 年做的算法没有问题，但是到 2017 年再做 2012 年的事情就是非常 Low 的事，技术没有领先性，抄人家还能抄成功的这是非常难的。包括算法的看法，也未必像大家想的那样，大家都在讲的精准推送。精准推送是什么？2008 年电商的成熟技术，2012 年有一家公司把它很好地用到新闻里，到 2017 年大家再讲这个事儿，起码是落后了五年的融合。融合出来就是落后，对于国际主流技术的思考也是媒体融合的一项核心方面。

核心的技术主要是提高你的信息能力，提高信息采集处理能力，对于媒体融合而言，这是中央的一项布置，这次布置和大家讲的媒体融合都不太一样，对于这次怎么把握中央主导

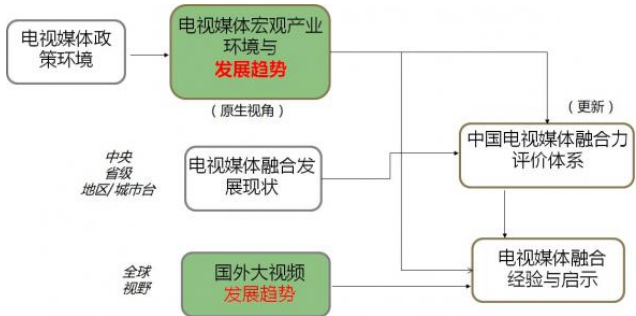
的媒体融合是个机会，怎么驾驭这样的机遇，怎么真的能让媒体影响人，怎么真的实现在信息社会里和信息爆炸这样的状态下能够重新找到你的社会地位。我认为，这是媒体融合的关键问题。

（10）《2016-2017 中国电视媒体融合发展报告》发布

（2017-11-30 14:16 来源： 中广互联独家）

11 月 30 日，在第五届中国网络视听大会上，中国电影电视技术学会和中国电视艺术家协会媒体融合推进委员会联合发布了《2016-2017 中国电视媒体融合发展报告》。据该报告主编、国家新闻出版广电总局科技委副主任何宗就介绍，这是上述两个行业组织连续第二年发布这一系列报告，去年的报告将媒体融合放在电视媒体转型发展的坐标体系之下，今年的报告则强调，“媒体融合的核心和本质，就是要符合媒体本身的发展趋势和规律。”

何宗就先生在发布仪式上详细介绍了该报告的主要内容，主要包括：媒体融合相关政策、电视及大视频市场宏观环境与发展趋势、中国电视媒体融合力评价体系、电视媒体融合发展现状、海外趋势研究和媒体融合启示等。其中，详细介绍了中央级、省级及部分地市电视媒体机构在媒体融合发展方面的情况。



图：《2016-2017 中国电视媒体融合发展报告》框架

报告编委之一、北京电视台研究发展部主任秦新春女士在发布仪式上谈到，近几年媒体融合进程风生水起，学界、业界的相关研究、讨论不少，但系统性不足。这本报告希望能够帮助业界梳理媒体融合过程中的痛点、难点，总结媒体发展规律，分享各地成功经验，甚至在理论上做一些纠偏。

A、中外结合揭示媒体产业发展趋势与规律

报告在产业宏观环境方面描述了过去一年多来行业的重大事件与变化。例如，在机制突破方面，2016 年 10 月底，作为“传媒第一股”的上海东方明珠新媒体公司成为第一家实施股权激励机制的大型国有文化企业。在供给侧改革方面，包括深圳、河北省、山东等地方政府通过相关改革方案，针对电视台等新闻媒体机构的媒体融合、社会公益服务等工作加大地方财政支持，同时也加大传统媒体机构的精兵简政和“瘦身”改革，并推动相关的考核机制改革。在新媒体演进方面，过去两年里自媒体、移动直播及短视频等业态带来一波非常显著的内容创业高潮，并促成内容形态多样化和付费模式创新；同时，众多互联网机构尝试“头条化”智能推荐模式，推动新媒体传播格局进入一个重大变迁阶段。

结合过去一年的产业竞争格局、重大事件与重要领域动态，报告深刻揭示了大视频产业的关键发展趋势。何宗就指出，最重要的是媒体商业模式的变化：数字时代下媒体发展规律已经从注意力原则演进为“影响力机制”，“信息入口”价值对于媒体商业模式而言越来越重要，这要求媒体与用户及实体产业不断加强和深化“连接”，“媒体+服务”正在成为一种长远发展趋势。



图：信息入口价值在媒体整体价值的地位日益凸显

何宗就指出：媒体产业正处于整体升级阶段，消费观念的显著升级成为媒体产业的根本驱动力；在产业升级过程中，媒体将回归价值本源，内容与渠道关系日益密切，媒体产业组织趋向精细化变革。应对这种发展趋势，广电行业自发成立了“台网协作专业发展委员会”，积极探索广电网协作模式，加强广电行业自身平台能力建设。必须强调的是：这一新的产业组织发展趋势在海外大视频领域也有所体现，尤其是推动了一波台网垂直整合并购浪潮（如下图所示）。



图：国际大视频领域内容与渠道整合并购浪潮

B、电视媒体机构加快融合步伐，整体转型仍待进一步探索

报告指出，总体上看，中国电视媒体机构整体上在媒体融合推进工作方面取得了相当的进步。就战略思路和整体规划而言，很多电视媒体机构的媒体融合工作很大程度是出于落实政策的需求，也有一些领先的电视媒体机构具备较清晰的战略思路与整体规划，走出独特的媒体融合道路。例如，北京电视台旗下的北京新媒体集团，通过与奇虎 360 进行深度合作，探索“广电内容+互联网强势渠道”的强强联合发展路线；长沙广电则发挥自身在内容制作及发行渠道的优势，提出“内容+资本”的双轮发展战略，全力搭建本土全媒体平台和全国产业平台；重庆广电集团和深圳广电集团则分别基于垂直领域深挖和大数据平台支撑探索“台网协作”路线。

在去年系列报告原创提出的电视媒体融合力评价体系基础上，今年的报告结合媒体领域最新发展趋势与融合实践，对原有评价体系进行了调整更新。新的评价体系在整体思路与规划方面，强调媒体价值观的认识，在整体运营方面倡导集约化与扁平化架构，在用户运营方面倡导社群化互动。

最后，结合上述发展规律与实践状况，编委会对于广电行业下一步的媒体融合发展实践给出若干启示。其中，对于“中央厨房”，编委会建议以集约化、扁平化及资源共享为目标，推动融合生产流程与经营模式变革，而不要为技术变革而技术变革。在产业组织方面，编委会建议基于台网协作推动广电自有平台和生态重构；在微观运作层面：编委会建议高效连接用户、精准连接产业，积极发展互动社群，积极推动本地化业务创新与商业模式创新，逐步

发展自身大数据平台。

报告编写过程中，得到了中央电视台、CTR 媒体融合研究院、中国传媒大学、北京电视台以及各级省市电视媒体机构的大力支持，史安斌、郭全中教授作为特约编委给予了诸多指导，行业媒体与研究机构中广格兰承担了报告撰写与执行工作，中科大洋提供了技术与案例方面的相关支持。

附：发布仪式演讲 PPT 摘要



口大视频发展趋势总结

- ① 行业监管力度将持续加强，市场秩序更加健康，同时门槛提高。
- ② 非常重要的是，**媒体商业模式逐步发生根本性变迁**，影响力模式推动媒体与产业的深度连接！
- ③ **媒体产业正处于整体升级阶段**，消费观念的显著升级成为媒体产业的根本驱动力。
- ④ 媒体产业组织趋向精细化变革，内容创业从蛮荒阶段进入缓慢成熟阶段，工业化制作和IP化运作成为关键瓶颈。
- ⑤ 付费内容、“内容+电商”等新业态的兴起将促成新的媒体生态协作关系，媒体平台与内容生产者生态协作关系日益重要。
- ⑥ 市场竞争及深度媒体融合发展需求将迫使传统电视台传统运营模式进行重大调整。
- ⑦ **内容与渠道关系日益密切，广电行业将积极探索台网协作！**
- ⑧ 大数据推动“收视率+”演进。

口媒体商业模式——信息入口价值日益凸显



中国电视媒体融合力评价体系（2016-2017）

结合现实发展情况尤其是媒体演进状况，在2015-2016评价体系基础上稍作更新

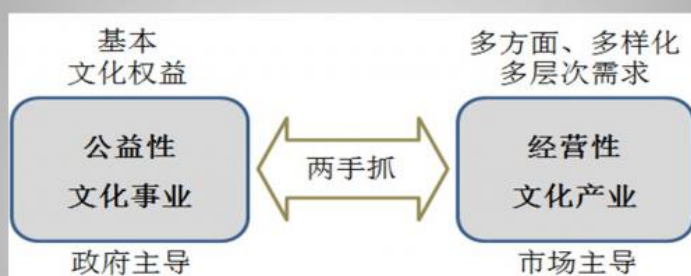


海外大视频发展趋势

- ◆ 首先，以Netflix、Amazon、YouTube 为代表的OTT业态持续扩张，形成全球化运营态势，并对区域市场竞争格局产生重大影响。
- ◆ 第二，OTT业态与传统业态也在进行深度融合，这或将推动统一的大视频市场。
- ◆ 第三，OTT业态积极向上游拓展，原创内容成为战略竞争焦点。
- ◆ 第四，网络电视升温加快大视频市场迁移。
- ◆ 第五，以AT&T-时代华纳收购案为代表并购潮流，正在推动台网垂直整合和促成新的媒体生态体系。
- ◆ 第六，以美国ATSC3.0和欧洲HBBTV处于快速发展之中，或将引领新一代电视技术创新浪潮。

中国电视媒体融合发展的经验与启示（1/3）

- 充分重视文化发展规律，推动公益服务与市场服务适度分离，深化文化体制改革。



中国电视媒体融合发展的经验与启示 (2/3)

从政策贯彻和媒体产业发展两个角度认识媒体融合的紧迫性和必要性。

• 在积极贯彻上述政策的同时，电视媒体机构的决策者必须深刻认识到：媒体融合也是媒体文化产业自然演进的需求，是数字时代的发展必然

以集约化、扁平化及资源共享为目标，推动融合生产流程与经营模式变革，而不要为技术变革而技术变革！

• 电视媒体机构的集约化和扁平化运作，以及高效的资源共享与协作，不仅要体现生产流程之中，还要进一步体现在电视媒体机构的整体经营模式和组织机构设计之中，只有整体转型这样才能真正推动媒体融合。

中国电视媒体融合发展的经验与启示 (3/3)

高效连接用户、精准连接产业，积极发展互动社群，积极推动本地化业务创新与商业模式创新，逐步发展自身大数据平台！

• 网络电视、IPTV、微博、微信公众号、移动客户端等服务越来越成为一种新媒体标配，但新媒体价值的关键在于“连接”的效率，必须面向各类细分用户群及其真实需求形成紧密互动，乃至社群化氛围，并逐步发展大数据平台提高用户“感知”

基于台网协作推动广电自有平台和生态重构！

积极探索新一代数字电视技术，推动广播技术与IP宽带技术的融合，推动广播电视产业的系统性创新！

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）微软：混合现实将有助于推动第四个工业革命

（2017-11-06 - 来源：依马狮广电网）

微软（英国）CEO Cindy Rose 表示，混合现实（MR）将是推动第四个工业革命的技术之一。

她在不久前的微软网络解码大会上谈及将帮助微软使其用户、合作伙伴及其业务更上一层楼的新功能。

“这些在过去使我们成功的功能不一定是未来将使我们成功的功能，” Rose 说，“微软相信云服务、AI、MR 和适当时候的量子计算构成第四个工业革命的基础。”

“我们认为这些技术转型确实将改变我们的生活、我们的业务、我们的组织、市场和社会，我们相信这些技术转型将具有巨大的价值。”

在未来解码大会展览上，微软及其合作伙伴演示了 AR 和 VR 技术已在商业和娱乐业部署的方式。

微软的 Hololens AR 头显演示表明此技术可用于工业，如汽车制造业。来自合作伙伴（如宏碁等）的 Windows 驱动的 VR 头显也显示 VR 游戏和娱乐体验的潜力。

（2）AR 技术是“后互联网时代”，应用到信息化教学是大势所趋

（2017-11-08 10:22 来源： 牛点聚焦）

AR(增强现实)技术被称为继语言、文字、印刷、电话和互联网之后的第六次信息革命的核心技术，近年来在教学领导备受青睐，尤其是智能制造人才培养方面甚受好评。

“中国制造 2025”提出要把智能制造作为信息化与工业化深度融合的主攻方向。

那么，AR 技术到底是一种什么样的新技术？对信息化教学与工业化深度融合，以及智能制造人才的培养以及信息化教学的改革有什么样的意义，起着怎样的作用？

近日，全国机械行业自动化专业教学指导委员会委员武昌俊就相关问题作出阐释。

武昌俊，系国内高校访问学者，教授他对当前智能制造人才培养以及信息化教学工作有着丰富的经验和造诣。

武昌俊指出，AR 技术是一种全新的人机交互技术，它是以交互性和构想为基本特征的计算机高级人机界面

利用该技术，可生成一种逼真的视、听、力、触和动等感觉的虚拟环境，通过各种传感设备，使用户“沉浸”到该环境中，实现虚拟世界和真实世界的实时同步，满足用户在现实世界中真实地感受虚拟空间中模拟的事物，增强使用的趣味性和互动性，实现用户和环境直接进行自然交互，体现在实现虚拟事物和真实环境的结合，让真实世界和虚拟物体共存。

“AR 技术现已成为‘后互联网时代’的新风口和显示技术与人机交互技术的重大变革。”武昌俊表示，当前，人工智能等战略性新兴产业的发展为智能制造实现“弯道超车”带来新机遇、新元素、新活力。

而新一代信息技术与制造业深度融合，正在引发影响深远的产业变革，形成新的生产方式、产业形态、商业模式和经济增长点。基于信息物理系统的智能装备、智能工厂等智能制造正。

在引领制造方式变革。培育人工智能、智能硬件、新型显示、移动智能终端等，已被列入战略性新兴产业发展行动。

而 AR 技术便是推进产业发展非常重要的手段之一，它在虚拟现实与真实世界之间的沟壑上架起了一座桥梁，因此，AR 技术的应用潜力是相当巨大的。

武昌俊认为，增强现实供求关系是一个行业能否快速发展的前提，目前来看，市场需求是很大的，但供应方面却略显不足，尤其是拥有核心知识产权，产品质量过硬的企业并不多，行业整体缺乏品牌效应，而能做到像 RealMax(塔普翊海智能科技有限公司)那么响亮品牌的企业更是凤毛麟角。

“在需求旺盛的阶段，行业需求巨大，发展前景好，这是毋庸置疑的。但该如何保持行业的健康，稳定且可持续发展？

这其实要像傲唯刃道公司那样，呼吁业内企业共同努力，尤其需要发挥吹毛求疵的研发精神，进一步提高生产工艺，降低成本，真正解决客户的实际困难，严把质量关，提供最可靠的产品。”武昌俊坦言。

武昌俊还表示，把 AR 技术具体应用到信息化教学领域，神奇而又新颖，就仿佛身临其境地感受新的知识的到来，让学习过程更加的真实，这应该来说是大势所趋。

比如，用 AR 技术做远程指导，以观看立体图像的形式帮助身在远方的技术人员指导工作，相对于纸上谈兵来说是更进一步，能够让整个过程更加明晰和快捷。另外，在智能制造技术行业，往往现场教学特别重要，通过相关信息化教学手段使得学习者通过身临其境感受比课堂的纸上谈兵更直接、更有效。

（3）谷歌：AR 和 VR 任重道远

（2017-11-13 - 来源：依马狮广电网）

谷歌 AR 和 VR 战略负责人 Steven Kan 认为在认识我们如何使用这些新技术方面，我们还任重道远，可能需要数十年。

Kan 称虚拟和增强现实将为继移动通信崛起后的下一场演进。

不过，在以 VR 叙事方面，他说视觉语言和技术的有效利用方式仍有待解决。

Kan 表示“在我与业内人士谈及 VR 叙事时，兴奋和沮丧并存。”

“沮丧是因为说实话我们还没有真正了解如何用这些技术去讲故事。是创作者也是观众，我们不知道如何诠释这些事情。”

在 2D 电影摄制中，视觉语言随着时间的推移不断发展。Kan 用“拯救大兵雷恩”的开场举例采用各种技术（包括音响、取景、切换和快门使用）可产生的惊人影响力。

但相同的 VR 技术可能还不存在，Kan 认为观众可容易地学到很多并使自己适应（这与电视观众一样，他们逐步明白，一个大楼的外景镜头，接着是一个人们在房间内交谈的镜头可找到该地的情节发展。

“这些 VR 和 AR 技术非常强大，而且它们有巨大潜力。我们，特别是我自己和此业内人士，也急切能够使用它们，产生我们能够看到的全部价值和美好前途。” Kan 表示。

“但与此同时，我们还刚刚起步，我们离完全了解这些技术的使用，它们应如何使用还很早，培养观众明白所有这些线索方面也处于起步阶段。”

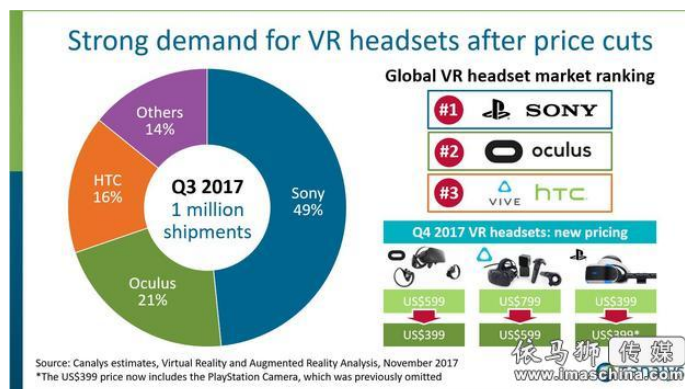
在讨论 VR 的早期案例时，Kan 称 VR 或 360° 视频在花费的时间方面是最常见或最普遍的行为，随后是游戏。

Kan 总结道：“VR 和 AR 是我们大家投资、进入、学习和培养的热土，原因是我相信它们将是一种不断推动创新的媒介，而且是未来多年的重要时刻和强大体验。”

（4）全球 VR 头显销量持续增长 索尼 PS VR 卖的最好

（2017-11-29 - 来源：新浪科技）

虚拟现实头戴式显示设备（以下简称 VR 头显）出货量一直在增长，2017 年第三季度总共卖出了超过 100 万台设备，这是首次季度销量超百万。在所有品牌中，索尼的销量排名第一，在今年第三季度卖出了 49 万台 PlayStation VR 设备。其次是 Oculus，卖出了 21 万台 Rift 设备。HTC 排名第三，Vive 出货量超过 16 万台。索尼、Oculus、和 HTC 这三家的销量和占总销量的 86%。



Oculus 通过限时降价来增加 Rift 的销量，每台低至 399 美元，和 PS VR 的价格差不多。Canalys Research 分析师 Vincent Thielke 说：“VR 设备的定价很重要，Oculus 的降价策略肯定能为其提升不少销量。很多厂商都采用类似的定价区间。”同时他还提到：“雨果·巴

拉（Hugo Barra）正在为下款新产品下注，售价仅 199 美元的 Oculus Go，以低价来吸引更多用户，特别是那些第一次买 VR 头显的消费者。”雨果·巴拉在加入 Oculus 之前曾任小米全球副总裁，雷军曾叫他“虎哥”。

在亚洲地区，日本独特的游戏和娱乐文化使得 VR 头显很受欢迎。受益于大量出现在日本街头的 VR 体验区，VR 在日本变得十分流行。日本消费者很享受 VR 所带来的虚幻感，这也是和他们发达的动漫和游戏产业分不开的。Canalys 分析师 Jason Low 称：“索尼很好的利用了日本消费者对 VR 设备的极大兴趣，自发布 PS VR 以来就主导了日本 VR 头显市场，拥有超过 80% 的市场份额，并将随着更多新功能的加入持续增长。”

随着更多的厂商开始支持微软的 Windows Mixed Reality 混合现实平台，全球 VR 头显设备销量将在 2018 年实现可观的增长。Jason Low 说：“VR 可以应用于很多不同产业，比如制造业、医疗、和教育行业。随着主流 PC 厂商，比如戴尔、联想、惠普、宏碁等，推出自己的 VR 头显，然后通过自己已有的渠道进行销售，VR 的商业应用还是很有前景的。”

10. 国际动态

（1）西班牙电信推出塑料光纤网

（编辑：passion 来源：依马狮广电网 2017 年 11 月 22 日 13:42:33）

西班牙电信正在测试易于家庭安装且保证最高 1Gb/s 的网速的塑料光纤（POF）网络。

到目前为止西班牙电信已经测试了 30 户家庭，每户内有最多 4 个光纤插口，都有 POF 和 WiFi 混合网。塑料光纤直径 2mm，安装不需连接器，因此布线较便宜。

西班牙电信还在测试 60GHz WiFi，带宽最高 4600Mb/s。此技术允许快速下载内容、高质量视频流式传输、无线扩充基座和连接到 VR 设备。

11. 走向海外

（1）首次中柬广电合作定期会谈在四川成都举行

（2017-11-06 10:11 来源：国际在线）

11 月 3 日，首次中柬广电合作定期会谈在四川成都举办。会谈总结了中国和柬埔寨在广电领域已经取得的合作成果，并共同议定 2018—2020 年双方合作计划和重点项目。

中方代表团团长、中国国家新闻出版广电总局副局长童刚在发言中表示，中柬双方媒体在广播频率、电视频道、节目生产、技术和人员交流培训等方面保持了良好的合作。两国媒体的交流与合作为增进双方人民的相互了解和传统友谊，巩固两国“全面战略合作伙伴关系”发挥了不可替代的作用。2018 年，中柬两国将迎来建交 60 周年。他希望中柬双方媒体抓住机遇、不断深化务实合作，并提出三点建议：

一是加强广电合作，助力中柬全关系发展。中柬同为丝绸之路沿线重要国家，广播电视应充分发挥桥梁纽带作用，全方位报道中柬交流合作，共同展示中柬各领域合作的成果，促进民心相通，夯实两国合作的民意基础。

二是提升广电内容合作水平。中柬媒体应在现有合作的良好基础上，围绕“一带一路”、中柬建交 60 周年等主题，拓展内容合作方式，谋划新的合作项目，加强内容合作。中方目前提出了制作、播出纪录片《魅力柬埔寨》《魅力中国》《家在青山绿水间》和专题片《中柬友谊之路》、系列片《你好，中国》和合作开设《电视中国农场》栏目等合作项目，并希望在中柬举办中柬媒体发展论坛、“中柬优秀电影巡映”活动、“2018 中柬青年对画行动”等，希望得到柬方的大力支持和积极参与。

三是深化广电产业合作。全面加强双方在广电技术、设备、标准与培训等方面的合作，分享发展经验，为对方在人才培养、技术应用、产业发展等方面提供力所能及的帮助。

柬方代表团团长、柬埔寨新闻部部长助理黎·瓦宏在讲话中高度赞扬了中柬两国媒体的合作成果，包括柬埔寨国家电台与中国国际广播电台合作运营的中柬友谊台、柬埔寨国家电视台与云南电视台的 TDMB 数字合作，以及柬方与中央电视台、广西人民广播电台和云南电视台的各项合作。他感谢中方在广电技术、节目内容和资金方面给予柬方的帮助。他表示，媒体在加深两国友谊和加强民心相通方面发挥着重要的作用，柬方将继续支持中国提出的“一带一路”倡议，加强两国的媒体交流与合作。

会谈结束后，双方签署了《首次中柬广电合作定期会谈纪要》，同意以 2018 年中柬建交 60 周年为契机，合作策划、组织和实施相关主题活动，为两国关系发展营造良好氛围。

（2）腾讯再签 OTT 中国科技公司进军北美将迎来新机遇

（2017-11-28 09:26 来源： 中国网）

11 月 24 日，腾讯云副总裁 Sam Xie 与加拿大 OTT 方圆国际金融副总裁 Alex Liu 交换合作协议，腾讯在北美的又一个重大动作即将拉开帷幕——在未来的数月中，腾讯将与 OTT 联手在多伦多建立腾讯云加速器。安大略省省长 Kathleen Wynne、安大略省国际贸易部部长 Michael Chan 等人现场见证了协议的签署。

腾讯云与 OTT 的这次签约，恰逢 OTT 方圆国际金融副总裁 Alex Liu 随安大略省访华团来华进行经济、文化交流之际，也成为本次行程中的重要活动之一。OTT 方圆国际金融是一家位于加拿大多伦多市的金融服务机构，旗下公司在加拿大证监会、加拿大银监会、安省证监会、BC 省证监会、魁省证监会等多家监管机构注册；业务涵盖证券交易、基金投资、资产管理、国际汇款、外汇交易、境内支付和跨境支付等领域。由于地处北美第二大城市、加拿大经济金融中心多伦多，加上热衷于连接北美与中国市场，OTT 与腾讯已经展开了多重深度合作。

构建中国科技公司在加发展生态

科技企业的生态系统已经成熟，只等中国公司前来扎根——这是腾讯与 OTT 在加合作的重要部分。

自 2014 年起，中国互联网进入存量市场，这意味着想要轻易在国内突出重围难上加难了，于是一股出海的潮流在国内互联网圈兴起，随着越来越多的中国企业到海外发展，有的甚至直接将业务和资源全部放在海外，这令世界各国逐渐认识到中国企业的创新实力和乐观的发展前景。于是早在今年年初的时候，加拿大政府就积极推动中加两方在科技创新领域的合作。

原箭牌口香糖加拿大公司总部(1123 Leslie Street, Toronto ,Ontario M3C 2K5)如今已经变身成为科技创新行业的孕育地。拥有可媲美 Google 公司的办公场地，建筑面积达 22000 平方米，紧邻多伦多 200 亩的中央公园及高校，无论是硬件设施还是区位优势都首屈一指。这里正是 OTT 集团响应加拿大政府号召所建设的互联网创业园，也是与腾讯合作服务于中国企业在加发展的基地所在。

在 24 日腾讯与 OTT 的签约仪式中，双方透露即将共同筹建的腾讯云加速器也将为入园的互联网企业提供更加高效的技术环境，同时借助腾讯云的开放平台，为双边科技公司提供技术对接的桥梁。至此，OTT 已经具备了向入园企业提供包括公司注册、人力资源咨询、投融资金融服务和技术环境等在内的全面生存发展生态。

渊源来自支付

事实上，OTT 这家加拿大公司原本的业务优势在于金融服务，而正是由其中的支付业务，引发了今天所看到的一系列动作。

有数据统计，2016 年约有 61 万中国游客抵达加拿大，与之相对应的无疑是旅游和留学带来的消费增长。然而，货币兑换和信用卡境外支付安全，都是以往国人境外出行深受困扰的几大难题，随着中国移动支付在亚洲国家试水初见成效，日渐增长的中国游客和人民币消费需求也在督促中国移动支付手段向北美等地区发展。

为了向习惯于手机支付的中国游客和留学生提供消费便利，今年 4 月，在加拿大安大略省国际贸易部部长 Michael Chan 的亲自带队下，拥有加拿大全境支付牌照的 OTT pay 与包括微信在内的国内两大移动支付平台签约合作。截至目前 OTT pay 与微信支付合作的支付系统上线仅 7 个月，平台已签约 1000 多家商户，覆盖机场、免税店、酒店、景点门票、租车行、商场、超市、餐饮及娱乐服务等，为人民币跨境支付、结算提供高效服务，更为中国游客和在加华人提供生活上的便利。

如果认真琢磨腾讯与 OTT 方圆国际金融的合作，就会发现双方已经面向中国建立起企业服务和个人服务的生态体系。这种国内互联网巨头与加拿大本土实力金融公司的合作，对于想要在北美地区寻求发展的中国科技公司或个人而言无疑是绝佳的机遇。

(二)、重要政策进展

1. 三网融合

(1) 2017 年中国三网融合及 IPTV 行业发展趋势分析

(编辑: passion 来源: 中国产业信息 2017 年 11 月 20 日 17:15:58)

A、IPTV 经历试验发展、正式发展及快速发展三大阶段

三网融合全面推进，IPTV 扩张加速。IPTV 基于电信宽带网络提供电视直播、视频点播、交互式信息传递、互动休闲娱乐(游戏、音乐等)、电子商务等多元化功能。IPTV 汇聚了广电、电信及互联网三方优势，除电视节目传输通道等基本功能外，其双向化优势成用户大数据、创新内容生产及创新营销传播的重要平台，极大拓展了传统大屏电视的功能边界。十多年来 IPTV 先后经历试验发展(2005-2010)、正式发展(2010-2015)及快速发展(2015-2017 年上半年)三个阶段，未来能否保持高速发展仍有待观察。

IPTV 历史发展流程图



数据来源：公开资料整理

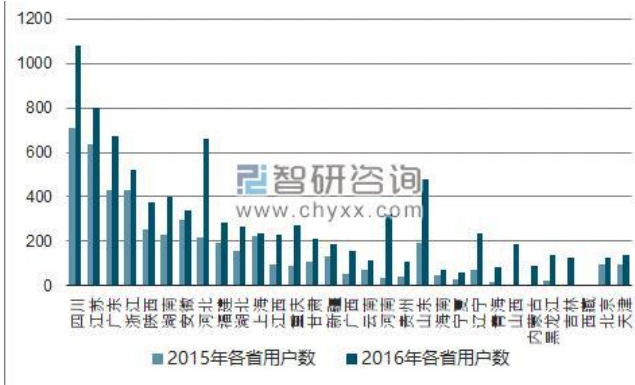
相关报告：智研咨询发布的《2017-2023 年中国三网融合市场深度调研及投资战略研究报告》

(A)试验发展阶段。2001 年，十五计划纲要首次明确提出要促进电信网、广电网、互联网三网融合，IPTV 概念开始出现;2004 年，中国电信与网通在实验室测试 IPTV，并进行了小规模用户测试，当年发展用户数量达 4.6 万户;2005 年，上海广播电视台获得首张全国性 IPTV 集成播控运营牌照，并成立百视通专营 IPTV 业务，先后在上海、黑龙江、辽宁、福建、浙江、陕西等地进行了 IPTV 试验;2006 年 6 月，中央电视台启动 IPTV 试验，在吉林、云南等地区取得进展，同年各地区电信及联通启动 IPTV 项目招标，2005-2010 年之间，IPTV 发展速度较慢，全国 IPTV 用户数不足千万。

(B)正式发展阶段。2010 年，国务院下发《国务院关于印发推进三网融合总体方案的通知》及《国务院办公厅关于印发三网融合试点方案的通知》，正式明确 IPTV 集成播控平台实行中央总平台-省级分平台两级架构，IPTV 进入正式发展阶段。2013 年，中国网络电视台与上海百视通合资成立爱上电视传媒有限公司，合并了试验阶段两大集成播控平台，统一负责全国范围内 IPTV 运营业务。

(C)快速发展阶段。2015 年，国务院印发《三网融合推广方案》，“三网融合”结束试点阶段，在全国范围内正式全面推广。2016 年，IPTV 用户数达到 8673 万，同比增长 89%，几乎所有省市 IPTV 用户数都出现了明显增长，其中西藏、山西、河南增幅最高，分别增长 3400%(2 万至 70 万)、1525%(4 万至 65 万)、800%(35 万至 315 万);2017 年上半年，IPTV 总用户数破亿达到 1.03 亿，相比 2016 年底增幅达 18%。

2015 年、2016 年各省、自治区及直辖市 IPTV 用户数量



数据来源：公开资料、智研咨询整理

B、内外利益博弈阻碍 IPTV 高速发展

从产业链的角度上看，有线电视产业链核心为广电系中的有线网络运营商，IPTV 产业链核心为广电系及电信系。IPTV 业务推进打破有线电视产业格局，各大利益相关者需重新分配权利与责任。

有线(互动)电视产业链包括内容提供商、软硬件提供商、运营支撑系统提供商、电视运营商及有线电视用户。其中内容提供商提供各类直播频道资源、视频内容及各类增值服务;软硬件提供商及运营支撑系统提供商建设、维护及升级设备平台与运营系统;有线电视运营商是产业链核心环节，负责节目内容分发及传输节目与内容信号。

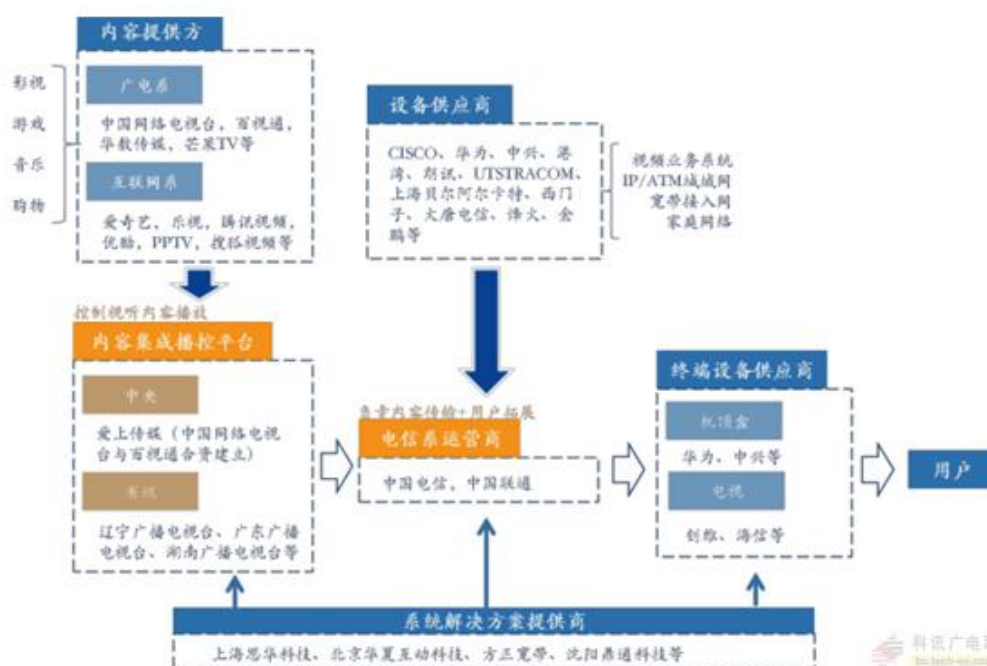
有线电视产业链



数据来源：公开资料整理

IPTV 产业链包括内容提供方、设备供应商、系统解决方案供应商、内容集成播控平台、电信系运营商、终端设备供应商及 IPTV 用户。其中，内容提供方提供各类直播频道资源，视频内容，及游戏、音乐、教育等增值互动服务，包括广电系及互联网系；设备供应商提供视频业务系统、IP/ATM 城域网、宽带接入网及家庭网络四个部分的建设或升级服务，代表企业包括华为、中兴、UTSTRACOM(UT 斯达康)、贝尔阿尔卡特、西门子等；系统解决方案供应商建设并提供运营管理平台、互动电视平台、数字电视服务等 IP 网络系统解决方案，代表企业包括 VCOM、思华科技等；集成播控平台指获得在电视机、手持设备等终端经营视听节目传播业务许可证的牌照商，负责节目的统一集成及播出控制，进行内容分发；电信运营商或宽带运营商指拥有 IPTV 传输牌照，能够传播 IPTV 节目及信号的电信固网运营商，主要负责网络运营、技术维护及终端用户管理，是目前推动 IPTV 用户规模高速发展的关键动力；终端设备供应商提供接受 IPTV 信号的机顶盒等终端设备，代表企业包括华为、中兴等。

IPTV 产业链



数据来源：公开资料整理

各省网台分离推行程度不同，电视台、有线电视网络公司及各地广电局对 IPTV 态度不一。早在 1995 年，中央即提出“网台分离”相关要求；1999 年，国务院发布《关于加强广播电视有线电视网络建设管理的意见》，明确要求广电系统组建企业化的有线电视网络公司；2000 年 6 月，有线及无线播出机构根据国家统一要求实现合并，国内推进电视台及有线电视网络“网台分离”，有线电视网络公司负责组建有线网络及运营，但广电局、电视台、

有线电视网络公司仍保持三位一体、统一进退的垄断状态;近年来,部分地区网台分离落实具体工作,整合省网实现一省一网,为后续产业迭代升级打下坚实基础。(资料来源:流媒体网)电视台广告收入存在下降压力,推行 IPTV 业务有望增厚电视台广告收入,整体呈支持态度;有线电视网络公司的有线电视业务与 IPTV 属于同质化竞争, IPTV 必然分流传统电视收视市场,因此整体呈不支持态度;各地广电局响应国家政策,对 IPTV 业务推进较为支持,但仍需综合考虑各方面因素(如有线电视网络公司在当地的影响力等)。由于各省“网台分离”推行进度不一,部分省市广电局、电视台及有线电视网络实质上三位一体, IPTV 业务推进主要依靠电信系通过营销手段大力推广;部分省市“网台分离”程度较高,电视台愿意为 IPTV 业务导入资源,支持其发展。

2. 宽带中国

(1) 华为联合中国移动研究院发布《家庭宽带市场的价值空间报告》产业分析报告

(来源: AsiaOTT AsiaOTT2017 年 11 月 23 日 阅读 326)

2017 年 11 月 23 日,广州中国移动全球合作伙伴大会上,华为联合中国移动研究院、Strategy Analytics 共同发布《开启家庭宽带市场的价值空间》,报告针对家庭互联网环境下的家庭宽带市场发展及增长趋势,以及运营商应该发现的速率价值、视频价值、融合套餐价值、智慧家庭与家庭网络价值、数据价值进行了逐一的阐述。

调研结果表明,中国消费者在宽带服务的速度、内容、融合业务及智慧家庭等领域,均有强劲需求,例如:

- * 网络的稳定性和可靠性,以及网络速率是影响消费者选择宽带业务提供商的重要因素。
- * 60%的受访者倾向于为采用订购模式购买视频流服务,91%的受访者有兴趣通过电信运营商计费支付所有视频流服务。
- * 45%的受访者在其套餐中包含了移动业务。附加家庭套餐包对消费者最具吸引力。
- * 家庭安防产品、家庭智慧助手和位置追踪是目前最受我国消费者欢迎的智慧家庭应用。

对于家庭宽带市场的发展及增长趋势:

- * 报告中现实预计到 2017 年底,全球家庭宽带普及率将从 2012 年 37%增长到 52%。
- * 光纤和移动宽带是目前家庭宽带增长的主导因素
- * Akamai 的互联网状态报告显示,固定网络平均连接速率健康增长,2017 年一季度,全球平均连接速率年增长率为 15%,达到 7.2MB,其中 28%的连接速率超过 15MB。
- * 中国市场于 2015 年 5 月提出提速降费,至 2017 年 3 月,中国市场固定宽带业务单价下降至 0.88 体验/Mbps/户/月,同比下降 58%。
- * 宽带上网速率仍是影响中国家庭用户宽带业务选择的重要因素,成为影响用户流失的主要原因。

对于运营商在家庭宽带市场的价值创造:

- * 预计 2017 年全球宽带 ARPU 值将下降 1.4%,而宽带业务收入将持续增长,到 2022 年将维持 4%的年均复合增长率(CAGR)。
- * 运营商不仅要关注推广更高速率的宽带业务,还要实施用户增值战略,带动 ARPU 值增长。

速率价值——在大部分运营商难以通过宽带接入服务提升 ARPU 值的时候,一些运营商(意大利电信和 AT&T)通过 FTTP 和 FTTC 实现宽带服务强力转型,显著提升 ARPU 值。

视频价值——在北美和西欧市场,付费电视业务成为 AT&T、德国电信、英国电信等领

运营商宽带接入业务的收入基石。

2017年6月中国电信IPTV业务已经发展了7500万用户,达到宽带业务用户基数的60%。

中国移动魔百和业务,用户已接近3900万,在固定宽带用户中的渗透率超过40%。

中国消费者对于虚拟现实表现出强烈的兴趣,58%的消费者表示未来三年愿意购买VR头盔产品。

家庭两个4K视频要求WiFi的吞吐量超过300M,运营商需要提升WiFi产品的连接质量和用户体验。

融合套餐价值——融合套餐能够获家庭支出中更多的份额,当前家庭用户支出中,宽带服务仅占了电信及媒体服务的一小部分。

在多重业务市场,有一点十分明确,把移动业务加入到融合套餐越来越困难,因为家庭对于固话、宽带和电视业务的购买是整个家庭层面考虑的。

融合套餐在市场营收中有明显的体现,例如在葡萄牙,多重业务的收入是单个固话、宽带或者付费电视业务收入之和的7倍。

多重业务中,较低的客户流失率和客户获取成本可以缓解融合套餐折扣带来的价值损失。

在中国市场,三大运营商也都在积极发展融合业务,中国电信2017年中期财报,53%的固网宽带用户绑定了移动业务,同时有46%的用户同时绑定固网、移动、IPTV多重播放用户。这与SA对1000家用户进行调研的结果相吻合。

智慧家庭和家庭网络价值——全球消费者每年在智慧家庭产品上花费近1300亿美元,超过2.3亿个家庭或约八分之一的家庭将安装至少一种智能系统。

SA预测,2020年运营商将获取智慧家庭消费市场份额的47%,超过600亿美元。

2022年,全球智慧家庭音响设备的使用量将达到1.65亿。

中国消费者对安防产品表现出浓烈的兴趣,包括安全摄像头、家庭监控系统、门锁和猫眼以及位置跟踪器,超过五分之一的消费者预计在2年内有意愿购买智能安防摄像头。

WiFi是当今家庭网络采用的主流技术,然而当前家庭的WiFi方案不足以满足家庭网络的需求,仍然存在性能或管理和维护能力的相关问题。良好的家庭网络环境是智慧家庭服务的基石。

数据的价值——SA预测,电视、广播以及数字广告的收入将从2017年的4440亿美元增至2020年的5210亿美元,对电信运营商来说蕴含着巨大的市场潜力。

在利用客户数据提升客户体验方面,运营商取得了积极的进展。许多亚洲运营商也开始利用客户数据提升经营效率并开辟新的收入来源。最后,报告针对运营商发展家庭宽带市场,提出了部分的增值建议,其中包括:

- * 电信运营商保持对宽带网络的持续投资,保持宽带网络用户体验的竞争力。
- * 运营商、监管机构、地方政府等应合理探索“混合所有制”等新型网络建设模式,加速最后一公里光纤接入的建设。
- * 电信运营商需加大对OTT视频业务投入。
- * 运营商及内容合作伙伴应增加独家内容资源的投入。
- * 运营商可以在宽带套餐中绑定OTT服务
- * 电信运营商需持续发展多重播放融合业务。
- * 运营商固网和移动业务部分,可进行联合资费设计,提高融合业务价值。
- * 运营商及合作伙伴应顺应消费者需求,聚焦家庭安防、智慧助手、位置跟踪等应用。
- * 运营商可充分利用销售渠道与技术人员自愿,提高智慧家庭产品与应用的安装、售后及客户服务水平。
- * 运营商与设备厂商需合力提高家庭网络质量,加速家庭网络生态系统的发展,通过标

准化、产业联盟、运营商合作等手段，提高智慧家庭设备之间的互通能力。

* 运营商及其合作伙伴应关注新兴市场的大数据机会，如 IoT、智慧家庭网络等

（2）全球宽带网速现状，韩国第 1、中国第 74

（编辑：passion 来源：腾讯科技

2017 年 11 月 29 日 09:39:04）

作为全球最大的 CDN 服务商，Akamai 会定期发布全球网速现状报告，而根据 Akamai 提供的《2017 年度第一季度互联网发展状况报告》，全球网速均值为 7.2Mbps，最快的前 10 名国家和地区当中，亚洲占据 4 席，堪称是网速最快的地区。

	国家/地区	2017年第一季度平均 网速 (Mbps)	季度增长	年度增长
-	全球	7.2	2.3%	15%
1	韩国	28.6	9.3%	-1.7%
2	挪威	23.5	-0.4%	10%
3	瑞典	22.5	-1.3%	9.2%
4	香港	21.9	-0.2%	10%
5	瑞士	21.7	2.1%	16%
6	芬兰	20.5	-0.7%	15%
7	新加坡	20.3	0.8%	23%
8	日本	20.2	3.1%	11%
9	丹麦	20.1	-2.9%	17%
10	美国	18.7	8.8%	22%

* 2017年第一季度全球网速排名前10国家/地区

图为 2017 年全球网速排名前 10 的国家和地区具体网络现状以及提速情况

在所有国家和地区当中，韩国凭借 28.6Mbps 的均值速度位列第一，几乎是全球网速平均值的 4 倍，环比上一季度增长 9.3%，而同比去年则下降了 1.7%。

中国香港则以 21.9Mbps 的平均网速位列第四，环比上一季度下降 0.2%，但是同比去年大增 10%，也就是说，过去一年中国香港的网速整体有了明显的提速。

作为亚洲市场宽带提速最快的国家，新加坡今年第一季度的网速同比去年暴增 23%，达到了 20.3Mbps，位列第 7 名，而环比上一个季度，增速偏弱，仅 8.3%，也就是说，新加坡的网速在经历快速增长之后，增幅开始减缓，保持稳定。

同样的，日本的宽带提速效果也很明显，以 20.2Mbps 的平均网速紧随新加坡之后，季度环比增长 3.1%，同比去年则增长了 11%。

美国虽然拥有硅谷这样的名片和众多的互联网巨头，但是在网速方面却并非最佳，整体网速只有 18.7Mbps，位列第 10，离 20Mbps 这个门槛只有一步之遥，而前十名中其他 9 名，全部都在这个门槛以上，不过要计算增幅的话，同比去年增加 22%，提速效果也比较明显。

从网速的排名情况来看，中国则凭借 7.6Mbps 的平均速度位列第 74 名，刚刚超过全球网速的均值，但是从提速情况来看，环比上一季度的增幅为 20%，同比去年的增速达到了 78%，这种增长趋势还是相当的明显，与此同时，也有相当大的提升空间。

3. 相关政策法规

（1）国家互联网信息办公室《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》

编辑：passion 来源：中国网络视听大会（2017 年 11 月 08 日 16:48:02）

国家互联网信息办公室 10 月 30 日公布《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》（以下简称《办法》），自 2017 年 12 月 1 日起施行。国家互联网信息办公室有关负责人表示，出台《办法》旨在加强对互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员的管理和

服务，维护从业人员和社会公众的合法权益，促进互联网新闻信息服务健康有序发展。

国家互联网信息办公室相关负责人介绍，长期以来，各新闻网站内容管理从业人员为丰富网络新闻信息服务，弘扬主旋律，传播正能量发挥了重要作用。与此同时，从业人员也面临接受职业培训少、业务素质能力有待提高等难题，不当报道行为时有发生，导致部分网站出现了一些违法违规信息，污染网络生态，侵害公众利益。为依法规范从业人员职业行为，解决存在的突出问题，国家互联网信息办公室在广泛调研、多方征求意见的基础上，制定了本《办法》。

《办法》明确，国家互联网信息办公室负责全国互联网新闻信息服务单位从业人员教育培训工作的规划指导和从业情况的依法监管。地方互联网信息办公室依据职责负责本地区互联网新闻信息服务单位从业人员教育培训工作的规划指导和从业情况的依法监管。其他有关部门有规定的，应当同时符合其规定。

《办法》要求，从业人员应当遵守宪法、法律和行政法规，坚持正确政治方向和舆论导向，贯彻执行党和国家有关新闻舆论工作的方针政策，坚持马克思主义新闻观，恪守新闻职业道德，维护国家利益和公共利益；按要求参加教育培训，强化马克思主义新闻观教育，强化网信工作、新闻舆论工作等的政策法规等方面教育；按照所在单位的规范管理要求提供互联网新闻信息服务。互联网新闻信息服务单位应强化从业人员教育培训和监督管理的主体责任，建立完善从业人员的教育培训和准入、奖惩、考评、退出等制度，按要求做好从业人员信息备案，并对从业人员违法违规行为采取相关管理措施。

国家互联网信息办公室有关负责人强调，国家和地方互联网信息办公室将建立从业人员管理信息系统、信用档案和黑名单；指导互联网新闻信息服务单位建立健全从业人员管理制度，要求所在单位对存在违法违规行为的从业人员加强管理和教育培训，并对从业人员管理不力，造成严重后果的单位依法进行处理。从业人员应当依法从业，自觉接受社会监督。互联网新闻信息服务单位应当建立举报制度，及时了解从业人员违法违规和不良从业行为，妥善进行处理，并消除不良影响。

互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法

第一章 总则

第一条 为加强对互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员（以下简称“从业人员”）的管理，维护从业人员和社会公众的合法权益，促进互联网新闻信息服务健康有序发展，根据《中华人民共和国网络安全法》《互联网新闻信息服务管理规定》，制定本办法。

第二条 本办法所称从业人员，是指互联网新闻信息服务单位中专门从事互联网新闻信息采编发布、转载和审核等内容管理工作的人员。

第三条 本办法所称互联网新闻信息服务单位，是指依法取得互联网新闻信息服务许可，通过互联网站、应用程序、论坛、博客、微博客、公众账号、即时通信工具、网络直播等形式向社会公众提供互联网新闻信息服务的单位。

第四条 国家互联网信息办公室负责全国互联网新闻信息服务单位从业人员教育培训工作的规划指导和从业情况的监督检查。地方互联网信息办公室依据职责负责本地区互联网新闻信息服务单位从业人员教育培训工作的规划指导和从业情况的监督检查。

第二章 从业人员行为规范

第五条 从业人员应当遵守宪法、法律和行政法规，坚持正确政治方向和舆论导向，贯彻执行党和国家有关新闻舆论工作的方针政策，维护国家利益和公共利益，严格遵守互联网内容管理的法律法规和国家有关规定，促进形成积极健康、向上向善的网络文化，推动构建风清气正的网络空间。

第六条 从业人员应当坚持马克思主义新闻观，坚持社会主义核心价值观，坚持以人民为中心的工作导向，树立群众观点，坚决抵制不良风气和低俗内容。

第七条 从业人员应当恪守新闻职业道德，坚持新闻真实性原则，认真核实新闻信息来源，按规定转载国家规定范围内的单位发布的新闻信息，杜绝编发虚假互联网新闻信息，确保互联网新闻信息真实、准确、全面、客观。

第八条 从业人员不得从事有偿新闻活动。不得利用互联网新闻信息采编发布、转载和审核等工作便利从事广告、发行、赞助、中介等经营活动，谋取不正当利益。不得利用网络舆论监督等工作便利进行敲诈勒索、打击报复等活动。

第三章 从业人员教育培训

第九条 国家互联网信息办公室组织开展对中央新闻单位（含其控股的单位）和中央新闻宣传部门主管的单位主办的互联网新闻信息服务单位从业人员的教育培训工作。

省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展对所在地地方新闻单位（含其控股的单位）和地方新闻宣传部门主管的单位、其他单位主办的互联网新闻信息服务单位，以及中央重点新闻网站地方频道从业人员的教育培训工作。

省、自治区、直辖市互联网信息办公室应当按要求向国家互联网信息办公室报告组织开展的从业人员教育培训工作情况。

第十条 互联网新闻信息服务单位应当建立完善从业人员教育培训制度，建立培训档案，加强培训管理，自行组织开展从业人员初任培训、专项培训、定期培训等工作，按要求组织从业人员参加国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展的教育培训工作。

第十一条 从业人员应当按要求参加国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展的教育培训，每三年不少于 40 个学时。

从业人员应当接受所在互联网新闻信息服务单位自行组织开展的、每年不少于 40 个学时的教育培训，其中关于马克思主义新闻观的教育培训不少于 10 个学时。

第十二条 从业人员的教育培训内容应当包括马克思主义新闻观，党和国家关于网络安全和信息化、新闻舆论等工作的重要决策部署、政策措施和相关法律法规，从业人员职业道德规范等。

第十三条 互联网新闻信息服务单位自行组织从业人员开展的教育培训工作，应当接受国家和地方互联网信息办公室的指导和监督。有关情况纳入国家和地方互联网信息办公室对该单位的监督检查内容。

第四章 从业人员监督管理

第十四条 国家和地方互联网信息办公室指导互联网新闻信息服务单位建立健全从业人员准入、奖惩、考评、退出等制度。

互联网新闻信息服务单位应当建立健全从业人员劳动人事制度，加强从业人员管理，按照国家和地方互联网信息办公室要求，定期报送从业人员有关信息，并及时报告从业人员变动情况。

第十五条 国家互联网信息办公室建立从业人员统一的管理信息系统，对从业人员基本信息、从业培训经历和奖惩情况等进行记录，并及时更新、调整。地方互联网信息办公室负责对属地从业人员建立管理信息系统，并将更新、调整情况及时上报上一级互联网信息办公室。

国家和地方互联网信息办公室依法建立从业人员信用档案和黑名单。

第十六条 从业人员从事互联网新闻信息服务活动，存在违反本办法第五条至第八条规定，以及其他违反党和国家新闻舆论领域有关方针政策的行为的，国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室负责对其所在互联网新闻信息服务单位进行约谈，督促该单位对有关人员加强管理和教育培训。

从业人员存在违法行为的，根据有关法律法规依法处理。构成犯罪的，依法追究刑事责

任。

互联网新闻信息服务单位发现从业人员存在违法行为的，应当依法依规对其给予警示、处分直至解除聘用合同或劳动合同，并在 15 个工作日内，按照分级管理、属地管理要求，将有关情况报告国家或省、自治区、直辖市互联网信息办公室。

第十七条 国家和地方互联网信息办公室将互联网新闻信息服务单位从业人员的从业情况纳入对该单位的监督检查内容。

互联网新闻信息服务单位对从业人员管理不力，造成严重后果，导致其不再符合许可条件的，由国家和地方互联网信息办公室依据《互联网新闻信息服务管理规定》第二十三条有关规定予以处理。

第十八条 从业人员提供互联网新闻信息服务，应当自觉接受社会监督。互联网新闻信息服务单位应当建立举报制度，畅通社会公众监督举报的渠道。

第五章 附则

第十九条 互联网新闻信息服务单位的主管主办单位或宣传管理部门、新闻出版广电部门有从业人员教育培训、管理工作等方面安排和规定的，应当同时符合其规定。

本办法所称从业人员，不包括互联网新闻信息服务单位中党务、人事、行政、后勤、经营、工程技术等非直接提供互联网新闻信息服务的人员。

第二十条 本办法自 2017 年 12 月 1 日起施行。

国家互联网信息办公室有关负责人就《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》答记者问

国家互联网信息办公室 10 月 30 日公布《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》（以下简称《办法》）。国家互联网信息办公室有关负责人接受采访，就《办法》的相关问题回答了记者提问。

问：请您介绍一下《办法》出台的背景？

答：一直以来，各新闻网站内容管理从业人员为繁荣发展网络新闻信息，弘扬主旋律，传播正能量发挥了重要作用。与此同时，从业人员也面临接受职业培训少、业务能力有待提高等发展难题，不当报道行为时有发生，导致部分网站出现了一些违法违规信息，污染网络生态，侵害公共利益，广大网民呼吁依法规范网络空间，网站及其从业人员也强烈要求规范职业队伍，提升职业水平。国家互联网信息办公室在广泛调研、征求多方意见的基础上，立足解决从业人员队伍建设中存在的突出问题，制定了本《办法》。

问：《办法》对互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理工作的具体实施作了哪些规定？

答：国家互联网信息办公室负责全国互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员教育培训工作的规划指导和从业情况的监督检查。地方互联网信息办公室依据职责负责本地区互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员教育培训工作的规划指导和从业情况的监督检查。另外，其他有关部门有相关规定的，应当同时符合其规定。

问：《办法》规定的从业人员具体包括哪些人群？

答：《办法》所称从业人员，是指互联网新闻信息服务单位中专门从事互联网新闻信息采编发布、转载和审核等内容管理工作的人员。不包括互联网新闻信息服务单位中党务、人事、行政、后勤、经营、工程技术等非直接提供互联网新闻信息服务的人员。

问：根据《办法》，从业人员在提供互联网新闻信息服务时应当遵守哪些规范？

答：从业人员应当遵守宪法、法律和行政法规，坚持正确政治方向与舆论导向，贯彻执行党和国家有关方针政策，维护国家利益和公共利益；坚持马克思主义新闻观，坚持社会主义核心价值观，坚持以人民为中心的工作导向；恪守新闻职业道德，坚持新闻真实性原则，按规定转载国家规定范围内的单位发布的新闻信息，杜绝编发虚假互联网新闻信息。从业人

员不得从事有偿新闻活动。不得利用互联网新闻信息采编发布、转载和审核等工作便利从事广告、发行、赞助、中介等经营活动，谋取不正当利益等。

问：从业人员为什么要加强教育培训？《办法》对从业人员的教育培训有哪些要求？

答：互联网发展日新月异，互联网新闻信息服务事业发展不断呈现新趋势，面临许多新挑战，为了让从业人员适应新形势新要求，在提供互联网新闻信息服务中坚持正确导向，传播正能量，加强他们的教育培训势在必行。

《办法》对从业人员教育培训的内容、形式、时长、管理要求和管理部门等都进行了规定，明确了互联网新闻信息服务单位应当落实好主体责任，建立完善从业人员教育培训制度，按要求组织开展好各种类型的教育培训，每年组织从业人员培训的时间不少于 40 个学时，其中关于马克思主义新闻观的教育培训不少于 10 个学时；培训的有关情况要纳入国家和地方互联网信息办公室对该单位的监督检查内容。

问：《办法》对于从业人员加强监督管理的主要措施有哪些？对于从业人员的违法违规行为有什么处理措施？

答：《办法》对于从业人员监督管理的有关规定主要包括两个方面，一是网信部门的管理措施。主要是指导互联网新闻信息服务单位建立健全有关制度，加强从业人员管理；建立从业人员管理信息系统，进行信息备案；依法建立从业人员信用档案和黑名单；对于从业人员存在违法违规行为的，根据实际情况责令所在互联网新闻信息服务单位采取相应处理措施。二是互联网新闻信息服务单位的管理措施。主要是落实主体责任，加强对从业人员的日常管理教育，对存在违法违规行为的从业人员采取管理处罚措施。

发现从业人员存在违法行为的，网信部门负责对其所在互联网新闻信息服务单位进行约谈，督促该单位对有关人员加强管理和教育培训，同时网信部门将建立从业人员信用档案和黑名单，记录从业人员的不良从业行为；所在单位也应当依法依规约对其给予警示、处分直至解除聘用合同或劳动合同，并按要求报告网信部门。

（2）无线电管理局赴国家新闻出版广电总局调研

（2017-11-10 09:50 来源： 工信部网站）

2017 年 11 月 6 日，工业和信息化部无线电管理局局长谢远生带队赴国家新闻出版广电总局科技司调研广电无线电管理工作。国家新闻出版广电总局科技司司长许家奇介绍了近期广电系统无线电频率、台站使用与管理，以及宣贯新修订的《无线电管理条例》的情况。双方就广播电视直播卫星频率国际协调与维护、卫星地球站设台管、地面广播电视网频率规划、打击治理“黑广播”，以及对外广播电视频率协调等议题进行了深入交流。谢远生和许家奇一致表示，广电系统是无线电频率使用的重要部门，也依法承担行业无线电管理职能，希望双方以党的十九大精神为指引，加强工作协调，共同宣传贯彻落实好《无线电管理条例》，在制度建设、频率台站管理、对外频率协调等多个方面形成合力，推动无线电管理工作再上新台阶。

（3）中国广播影视数字版权管理生态体系联合推进签约仪式在杭州举行

（编辑：passion 来源：依马狮广电网 2017 年 11 月 22 日 11:21:50）

2017 年 11 月 15 日上午，国家新闻出版广电总局广播科学研究院与美国二十世纪福斯电影公司（Twentieth Century Fox Film Corporation）在浙江杭州签署协议，联合推进中国广播影视数字版权管理生态体系建设，构建和谐的融合媒体内容生态。

国家新闻出版广电总局广播科学研究院信息技术研究所郭沛宇所长代表广科院与美国二十世纪福斯公司就数字版权保护技术与服务签署战略合作框架协议，广科院将依托

ChinaDRM 实验室为福斯公司提供数字版权保护技术政策、安全评估、市场审计、盗版追踪等技术服务，与福斯公司共同推进版权保护技术与服务模式的应用与创新，推进 ChinaDRM 技术体系的国际化进程。

关于双方的合作，广科院邹峰院长指出：很高兴广科院与美国二十世纪福斯公司就数字版权保护技术与服务开展战略合作，广科院将为国内外产业链各方提供技术支持，携手产业界共同推动我国自主数字版权管理技术体系的产业化实施和国际化。二十世纪福斯公司 CTO Hanno Basse 先生认为：二十世纪福斯公司致力于带给消费者最优质的家庭娱乐内容，期望通过与 ChinaDRM 和广科院的合作更好的保护内容，提供中国消费者最佳的观看体验。

（4）国家新闻出版广电总局下发关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知

（编辑：passion 来源：国家新闻出版广电总局 2017 年 11 月 27 日 09:39:04）

近日，国家新闻出版广电总局向各省广电局及相关单位下发了关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知。通知针对超高清电视发展中出现的管理不规范、技术质量不达标等问题，提出了 7 条指导性意见：

- A、充分认识发展 4K 超高清电视的重要性和艰巨性，坚持从实际出发，加强政策引导。
- B、优先支持高清电视发展较好的省份和机构开展 4K 超高清电视试点，坚持试点先行，稳中求进。
- C、进一步加强 4K 超高清电视技术标准体系建设，统一标准规范，确保技术质量。
- D、持续推进 4K 超高清内容建设，创新内容生产，提高节目有效供给。
- E、鼓励创新发展模式，着力推动制播、传输、服务协同一体化发展，培育发展新动能。
- F、坚持规范发展，开展 4K 超高清电视频道试点和视频点播业务要按程序报批。
- G、加强组织领导，积极与多部门协同联动，营造良好发展环境。

通知旨在规范和促进 4K 超高清电视的健康有序发展，推进实现《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》提出的推广超高清电视、开播 4K 超高清电视试验频道等发展目标，以满足人民群众更高的收视体验需求。

（通知全文见 <http://bc.tech-ex.com/technology/bccenter/2017/87162.html>）

（5）中办、国办发文部署全国 IPv6 建设发展,广电网络在列

（编辑：passion 来源：国网发布 2017 年 11 月 27 日 16:13:53）

11 月 26 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《推进互联网协议第六版(IPv6)规模部署行动计划》(以下简称“行动计划”)，对 2018 年-2015 年全国 IPv6 建设发展作出重要部署，本文将其中涉及广电网络的相关内容整理如下：

重要意义：抓住全球网络信息技术加速创新变革、信息基础设施快速演进升级的历史机遇，加强统筹谋划，加快推进 IPv6 规模部署，构建高速率、广普及、全覆盖、智能化的下一代互联网，是加快网络强国建设、加速国家信息化进程、助力经济社会发展、赢得未来国际竞争新优势的紧迫要求。

主要目标：用 5 到 10 年时间，形成下一代互联网自主技术体系和产业生态，建成全球最大规模的 IPv6 商业应用网络，实现下一代互联网在经济社会各领域深度融合应用，成为全球下一代互联网发展的重要主导力量。

其中，到 2018 年末，广电骨干网全面支持 IPv6;到 2020 年末，广电网络全面支持 IPv6。

重点任务：实现互联网、广电网骨干网络 IPv6 的互联互通;以全国有线电视互联互通平台建设为契机，加快推动广播电视领域平台、网络、终端等支持 IPv6，促进文化传媒领域业务创新升级;加快广电 IPv6 骨干网建设、东中部有线电视接入网升级改造，推进广播电视

应用基础设施建设和 IPv6 应用示范;推广支持 IPv6 的广播电视融合终端。

2019 年-2020 年重点工作: 完善广电 IPv6 骨干网, 实施西部地区有线电视接入网 IPv6 升级改造, 基本实现广播电视内容、平台、网络、终端全流程 IPv6 部署。

(全文见 <http://bc.tech-ex.com/technology/bccenter/2017/87165.html>)

(6) 工信部: 启动 5G 技术研发试验第三阶段工作

(编辑: passion 来源: 太平洋电脑网 2017 年 11 月 27 日 17:15:31)

工信部日前对外宣布, 正式启动 5G 技术研发试验第三阶段工作。力争于 2018 年底前实现第三阶段试验基本目标, 支撑我国 5G 规模试验全面展开。

5G 技术相比目前 4G 技术, 其峰值速率将增长数十倍, 可支持的用户连接数增长到 100 万用户/平方公里, 可以更好地满足物联网这样的海量接入场景。同时, 端到端延时将从 4G 的十几毫秒减少到 5G 的几毫秒。按照此前的规划, 我国将在 2018 年底大规模测试组网, 2020 年启动 5G 商用。

工信部方面表示, 5G 技术研发试验第三阶段工作重点面向 5G 商用前的产品研发、验证和产业协同, 开展商用前的设备单站、组网、互操作, 以及系统、芯片、仪表等产业链上下游的互联互通测试, 全面推进产业链主要环节基本达到商用水平。

工信部要求, 要协调资源, 加快完成中国信息通信研究院 5G 实验室和北京怀柔外场试验系统的构建与优化, 形成多厂家、室内外一体的测试环境, 确保按时满足第三阶段试验需求。

在设备研发方面, 工信部表示, 要按照工信部《关于第五代移动通信系统使用 3300-3600MHz 和 4800-5000MHz 频段相关事宜的通知》(工信部无〔2017〕276 号) 确定的频段尽快开发设备, 根据标准进展同步更新设备能力, 力争与国际标准同期推出 5G 预商用产品。面向增强移动宽带、低时延高可靠、低功耗大连接三大场景, 开展 5G 典型应用相关技术试验, 促进 5G 业务与应用发展。

工信部称, 力争于 2018 年底前实现第三阶段试验基本目标, 支撑我国 5G 规模试验全面展开。

4. 与广电相关的标准

(1) 中国人工智能标准化体系建设正加快推进

(2017-11-16 11:08 来源: 经济参考报)

伴随以 AlphaGo 为代表的人工智能产品不断“走红”, 人工智能标准化建设也日益受到业内关注。记者从相关知情人士处获悉, 目前我国人工智能标准化体系建设正加快推进, 前期主要关注人工智能在线服务平台和人工智能产品的智能化分级。其中, 人工智能产品的智能化分级选取当前最具代表性的智能音箱、智能客服、智能可穿戴产品、智能机器人等十几个方向, 建立相应的评估评测指标, 为产业发展提供科学有效的评价依据。

“两周前, 我们组织腾讯、阿里、小米、灵隆科技(科大讯飞和京东)、先声互联、智能管家、联想、联通等几十家行业翘楚共同参与智能音箱的评估评测工作研讨, 正式启动智能音箱智能化分级评测项目。”中国信息通信研究院云计算与大数据研究所人工智能部工程师曹峰向记者透露。据他介绍, 未来人工智能产品智能化分级项目还将对智能可穿戴产品、智能机器人、IPTV 机顶盒、儿童故事机等人工智能产品或服务建立相应的评估评测方法和指标。

所谓智能化分级, 就是对人工智能产品的智能水平进行评估。以智能音箱为例, 评估其

智能水平将在不同的应用场景下，检测音箱的感知能力、交互能力等，考虑如语音唤醒的灵敏度、准确度，语音理解等指标。

“之所以要建立一套智能化分级的评估体系，就是想对市场上种类繁多、能力各不相同的智能产品进行客观、公正的评测，并根据评估结果，给出不同的等级，以帮助产业树立产品和服务的标杆，为用户提供可信赖的参考依据。”曹峰说。

近年来，人工智能获得各界高度关注和快速发展，自动驾驶、语音和图像识别、翻译等诸多领域都取得重大突破。不过，作为一个新兴产业，人工智能的标准特别是评估评测规范仍显滞后，目前国际国内基本没有相应的行业标准和评估评测规范。以人工智能在家电产品上的应用为例，这一行业由巨头牵头制定标准，其他企业踊跃参与，但由于利益划分问题，目前智能家居存在协议不兼容的怪现象。

“目前，市场上大多数智能电视都是伪智能，或者说其智能化程度还处在非常低的阶段。只不过通过互联网实现了手机操控、内容共享，在体验上并没有太多智能化的改变。厂商各自为战，都想做标准。用户每买一款智能产品，手机上就多了一个APP，也带来不少麻烦。”一位电商业内人士告诉记者。

随着人工智能的快速发展，制定行业标准成为行业持续发展的关键。去年5月，国家制定了《“互联网+”人工智能三年行动实施方案》，其中提出，到2018年，打造人工智能基础资源与创新平台，人工智能产业体系、创新服务体系、标准化体系基本建立。该实施方案明确，要建设人工智能领域融合标准体系，建立并完善基础共性、互联互通、行业应用、网络安全、隐私保护等技术标准，开展人工智能系统智能化水平评估。加强智能家居、智能汽车、智能机器人、智能可穿戴设备等热点细分领域的网络、软硬件、数据、系统、测试等标准化工作，保障人工智能产业的开放协同、公平竞争，形成良性发展的产业生态。

今年7月20日，国务院印发《新一代人工智能发展规划》，提出了我国人工智能目前存在的问题，并给中国版人工智能规划设定了明确的时间表和路线图：到2020年人工智能总体技术和应用与世界先进水平同步；初步建成人工智能技术标准、服务体系和产业生态链，人工智能核心产业规模超过1500亿元，带动相关产业规模超过1万亿元。

据了解，在国家发改委、科技部、工信部、网信办等四部门指导下，由中国信息通信研究院牵头成立了中国人工智能产业发展联盟。该发展联盟的职能之一是，建立人工智能技术、产品与服务的评估认证品牌和体系，研究制定相关技术、产品与服务的评估认证方法和规范，组织开展人工智能技术、产品和服务的评估评测及认证工作。

“在这个发展阶段，政府、企业、研究机构都希望通过行业平台解决产业突出问题。”曹峰透露，中国人工智能产业发展联盟总体组与评估认证工作组组织的人工智能产品智能化分级，其目的是针对各种智能设备，结合不同的性能指标和用户体验，建立一套有效的评估规范。“目前智能音箱的评测框架已经搭建，成型稿明年一季度或将推出。”曹峰表示。

（2）首个超高清电视（UHDTV）广电行业标准正式发布实施

（编辑：passion 来源：广播电视规划院 2017年11月20日 17:04:44）

2017年11月9日，国家新闻出版广电总局批准发布了广电行业首个超高清电视（UHDTV）行业标准GY/T 307-2017《超高清清晰度电视系统节目制作和交换参数值》，标准自发布之日起实施。

超高清电视（UHDTV）是广播电视未来重要的发展方向，日本、韩国、英国、法国、美国等国家陆续制定了超高清电视的广播计划并开展试验播出。国家新闻出版广电总局在2016年发布了《十三五广播影视科技发展规划》，明确提出发展4K超高清电视，央视、上海、江苏、湖南、广东等国内电视机构也开展了4K电视的节目制作和传输试验，中国电信、中国联通在IPTV中推出了4K电视点播节目，广东广播电视台计划于2017年底开播

4K 超高清电视频道。

超高清电视（UHDTV）技术和产业的发展急需建立和完善超高清电视标准体系，此次发布实施的 GY/T 307-2017《超高清清晰度电视系统节目制作和交换参数值》便是其中重要的、基础性的系统参数标准。该标准根据总局科技司的安排，由中央电视台、国家新闻出版广电总局广播电视规划院、中国电影电视技术学会起草完成。

GY/T 307-2017《超高清清晰度电视系统节目制作和交换参数值》标准规定了包括 4K 和 8K 在内的超高清电视（UHDTV）系统节目制作和交换中所涉及的基本参数值，适用于超高清清晰度电视节目制作及节目交换，也适用于超高清清晰度电视系统及设备的设计、生产、验收、运行和维护。

该标准修改采用 ITU-R BT.2020-2《超高清清晰度电视系统制作和国际间节目交换参数值》，主要技术内容包括：

（A）图像空间特性，规定幅型比、有效像素数（水平×垂直）、取样结构、像素宽高比和像素排列顺序；

序号	参数	数值	
1	幅型比	16:9	
2	有效像素数（水平×垂直）	7680×4320	3840×2160
3	取样结构	正交	
4	像素宽高比	1:1（方形）	
5	像素排列顺序	从左到右、从上到下	

（B）图像时间特性，规定帧率和扫描模式；

序号	参数	数值
1	帧率（Hz）	120，100，50
2	扫描模式	逐行

（C）系统光电转换特性及彩色体系，规定 RGB 三基色和基准白坐标；

（D）信号格式，规定恒定亮度和非恒定亮度的色彩矩阵和非线性转换函数；

（E）数字参数，规定编码信号分量格式、取样结构、编码比特深度、亮度信号及色差信号的量化表达、量化电平及使用分配等。

考虑我国的电视制式和应用需求，GY/T 307-2017 删除了 ITU-R BT.2020-2 中的 120/1.001Hz、60Hz、60/1.001Hz、30Hz、30/1.001Hz、25Hz、24Hz 和 24/1.001Hz 帧率。

该标准是广电行业首个超高清电视（UHDTV）标准，为超高清电视产品和系统的规划设计、节目制作和交换提供了重要依据，为后续系列超高清电视标准的制定奠定了基础，对规范和加快超高清电视产业的发展具有重要意义。

（3）DVB 正式通过最新版 UHD-1 超高清标准

（编辑：passion 来源：DVB 官网 2017 年 11 月 21 日 17:10:11）

第 87 届 DVB 指导委员会会议批准通过了技术研讨小组对三项 DVB 标准的重要修订与更新。这意味着当前的超高清电视标准——DVB UHD-1 正式制定完成了。

DVB UHD-1 包含了一系列有助于提高广播电视音视频质量的要素。除了 UHD（4K）分辨率和更广泛的色彩空间外，还包含增强对比度的高动态范围（HDR）、带来更锐利运动画面的高帧率（HFR）以及支持基于对象或场景音频方案的下一代音频（NGA）。此次修订和更新涉及 DVB-DASH、音视频编码以及位图字幕三方面。

MPEG-DASH

关于 ETSI TS 103 285（基于 DVB 服务的 ISO BMFF 在 IP 网络上传输的 MPEG-DASH 配置文件）的修订已获批通过。这一修订增加了如下几项新内容：用于混合数字广播的实时

文本信息和幻灯片规定；支持交互应用与 DVB-DASH 传输的广播服务相关联；HDR；HFR 以及 NGA。

音视频编码

此外，此次指导委员会会议还通过了对于 TS 101 154（音视频编码）标准的修订。修订后的标准包括用于使用 DVB-DASH 的 H.264/AVC 和 HEVC 视频一致性点(conformance points)。这些与广播编解码器一致性点相符合，支持类似的功能，但考虑了 IP 网络上自适应比特率传输的具体要求。

超高清字幕

最后，对 DVB 标题字幕系统（ETSI EN 300 743）的修订也获批通过，增加了对于超高清服务标题字幕的明确支持。最新修订版引入了专为逐行扫描字幕对象编码制定的技术扩展，以及在 ITU-R BT.601 之外的色彩系统中提供字幕颜色对照表（CLUT）的能力。新的逐行扫描字幕对象编码允许把字幕转为相应编码的 PNG 文件。

2017 年 7 月批准通过的基于 TTML 的字幕标准（草案 EN 303 560）又对这一位图字幕标准进行了补充。

DVB 主席 Peter MacAvock 谈及这一里程碑式的 DVB UHD 标准时表示：“超高清是许多广播商投资组合的关键部分。DVB 孜孜不倦地制定完成了一套完整的超高清标准。在继续推进工作的同时，DVB 相信广播商可以在该标准的基础上自信地进行超高清业务部署。”

（4）HDMI 2.1 标准正式发布：带宽增至 48Gbps 支持 10K

（2017-11-29 - 来源：快科技）

HDMI Forum 官方宣布，正式推出最新 HDMI 2.1 版技术标准，最大变化就是带宽猛增，最高能支持 10K 视频。

HDMI 2.0b 目前的带宽为 18Gbps，HDMI 2.0 则猛增至 48Gbps，可以完整支持 4K/120Hz、8K/60Hz、10K 等分辨率和刷新率的无损视频，并同时支持动态 HDR，为此新标准采用了新的超高速数据线(Ultra High Speed HDMI Cable)。

HDMI Forum 强调，新的数据线具备超低电磁辐射，而且依然保持了向下兼容性，现有设备可直接使用，但新特性必然是新标准设备才能提供了。



HDMI 2.1 标准正式发布：带宽猛增至 48Gbps 支持 10K

HDMI 2.1 还支持 eARC(音频回传通道)，家庭影院可以无线连接 HDMI、AVR，并使用最高品质的音频规格。

针对视频、电影、游戏，HDMI 2.1 加入了多个增强刷新率技术，保证流畅无卡顿：

- 可变刷新率(VRR)：用于游戏，减少或消除画面延迟、卡顿、撕裂，保证游戏更流畅、细节更完整。
- 快速媒体切换(QMS)：用于电影和视频，消除内容显示前导致白屏的延迟。
- 快速帧传输(QFT)：降低延迟，游戏无卡顿，VR 虚拟现实可以实时交互。

最后是自动低延迟模式(ALLM)，允许自动设定最佳延迟，实现流畅、无卡顿、无中断的观看与交互。

HDMI 2.1 兼容性测试规范将在 2018 年第一季度到第三季度发布，新标准设备面世则尚需时日。

（5）AIMS 发展势头猛

（2017-11-30 - 来源：依马狮广电网）

IP 媒体解决方案联盟（AIMS）宣布成立近两年后，它已经示范了重要的跨厂家互操作性，证明它建议的标准合用且得到大部分厂家的支持。

2015 年 12 月，AIMS 正式开始推动媒体和娱乐业采纳一系列共同、普遍和基于标准的 IP 互操作性协议。从那时起，AIMS 发展成员 70 多家，代表了受 IP 影响的工作流程和运作方面行业的最大比例，他们一致同意 AIMS 路线图是实现一个公共 IP 工作流程的最佳方式。该路线图包含了标准和规范组织（如 AES、AMWA、SMPTE 和 VSF）的工作，在全行业得到广泛认可。

AIMS 成员本身也到达若干里程碑，在全世界共部署了超过 100 个基于 SMPTE ST 2022-6 的 IP 系统，并且在 IBC 2017 采用最新批准的 SMPTE ST 2110 标准实现 52 个厂家之间的互操作性。通过这些努力，AIMS 成员显示针对现场制作、播出和回传应用的基于标准的 IP 是切实可行的，提供如扩展性、灵活性和改进资源共享的价值。

下一步除了继续建立和推进 SMPTE ST 2110 互操作性，AIMS 正期待与其行业合作伙伴（如 AMWA）继续合作，打造一条公共、可互操作的通向超越 SMPTE ST 2110 传输的更高级功能的路径，包括自动注册和发现、连接管理和非物质外设施。

5. 广电行业动态与分析

（1）电视台在改变 电视媒体注定不会死亡

（2017-11-03 09:52 来源：媒介大脑圈）

最近，又一轮热捧电视媒体的文章横空出世。很不好意思的告诉大家，我也是参与其中的人员之一。之所以参与热捧，不是因为我是做传统媒体营销出身，而是发现不论是社会化营销，还是智能营销，都和传统电视媒体有着千丝万缕的联系。不过，虽提倡力捧电视媒体，但我认为也不能过分依赖电视媒体，毕竟网络生活化和智能场景化的趋势，让我们不得不重视电视媒体会受冲击的问题，以及随之而来的媒体巨变等现象。

其实，唱衰传统电视媒体，很大原因是互联网的规模化普及和渗透。不过，我发现业内很多人士，只看到了互联网表象，并没有深层次思考其背后的趋势。互联网作为一种工具，其普及，只会加速各平台之间的信息共享和平台融合，并非大家所理解的冲击，相反我认为这是推动和升级媒体转型升级的润滑剂。对于传统电视媒体而言，互联网其实拓宽了其渗透空间，加大了其影响范围，优化整合了其资源系统。这不仅大大提升了电视媒体的品质，也逐步形成了电视媒体智能化、产业化和集群化的发展格局。

大家都说，现在年轻人都生活在网络世界里，鲜少再看电视。电视媒体所拥有的收视率，多为家庭主妇和中老年群体。但是，真的是这样吗？我依旧认为这是表象。我们不妨重新认识下电视媒体，就会发现其存在并非只是一种屏幕，而是信息的整合及输出窗口。试想，我们每天所接触的大量优质、核心的信息和节目中，多数都是由电视媒体输出。电视媒体的存在，已经不是单一的媒体呈现，而是成了一种平台，一个窗口。电视台，就是电视媒体存在、发展、转型、创新的根本所在。

我个人认为，电视媒体的价值，不是广告主买不买账就能否定掉的，而是由电视台这个群体组织决定的。只要其依旧履行信息采集和内容输出的职责，电视媒体的价值就一直存在，甚至还会继续扮演着重要的角色。只不过，我们现在看到的，就是电视台在面对网络环境变化和智能科技趋势时，并没有及时赶上而已。我想，当大势所趋之时，电视台自然会顺势改革，届时电视媒体所呈现出来的能量，依旧会是势不可挡。

电视台的存在，注定电视媒体不会衰。当然，这并非说电视媒体保持现状就可以。我认为，电视媒体是没有机会维持现状的，因为趋势迫使电视台这个机构改变，这个机构一变，电视媒体自然也会随之发生变化。所以，我对电视媒体的研究，更多的是判断其变化趋势，其终究会往哪种线路上走。因为，理性判断，我们才能和电视媒体走得更近，才有机会斩获下一波传统电视媒体营销的红利。

今天，我就想谈谈电视媒体会怎么变，以及改变背后所带来的传播新机遇。当然了，这纯属我的判断，觉得有道理就看看，希望对大家今后的工作有所帮助：

A、多屏呈现，电视媒体也会移动

在我们的概念里，电视媒体就是挂在客厅里的电视机。这种理解，其实是把电视媒体工具化了。作为信息采集和内容输出的窗口，电视媒体完全是可以多样化呈现的。尤其是互联网快速普及和智能科技快速兴起的今天，电视媒体已经充分具备了多形态、多载体输出的条件。我个人认为，电视媒体势必会和互联网衍生出的媒体一样，各自在不同的领域，用不同的思维，为观众带来不同形态的生活服务。而且，电视媒体会和这些不同类型之间，相互整合，取长补短，最终以满足不同屏幕的承载和输出需求。所以，电视媒体会移动，甚至会虚拟化呈现，未尝不是不能实现的事情。

B、高度互联，电视媒体内容共享

内容共享，看似不大可能。但相信趋势所迫，电视媒体会慢慢走上这条路线。其实，这两年来，电视媒体之间已经或多或少的展开了些合作。只是，我们看到，在没有高度互联的情况下，这种合作还没有深入，只是节目的共同播出而已，并没有起到相辅相成的促进作用。所以，我们看到，纵然一个节目在几个卫视同时播出，依旧是反响平平。究其原因，是节目不行，还是各家电视媒体不行，我想都不是。而是大家对内容共享，还有所保留，并没有沉下心来，借助互联网的整合能量，把共享能量最大化释放。

我认为，在互联网高速普及和渗透的情况下，内容共享势必会成为趋势。因为，观众的时间，将越来越会被细分。各家电视媒体只有触及所长，取长补短，才能更全面、更丰富地满足观众的不同口味。当然，这种情况下，广告更多的是玩创意，玩社群渗透了。

已经 11 月了，2018 年已经不远，各家电视媒体也都在准备明年的业务大战。在电视媒体越来越不被看好的当下，我再次挺身而出，希望广大广告人、广告主能够客观审视电视媒体。我相信，只要电视台在，电视媒体永远不会衰，我们看它如何变才是真理。

（2）首届“智慧广电”论坛在川成功举办

（2017-11-06 - 来源：依马狮广电网）

11 月 3 日，首届“智慧广电”论坛在四川成都世纪城国际会展中心成功举行。本次论坛由国家新闻出版广电总局、四川省人民政府指导，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、四川广播电视台承办，四川省有线广播电视网络股份有限公司协办，是 2017（第十四届）四川电视节的重要活动之一。

国家新闻出版广电总局党组成员、副局长田进出席论坛，并代表总局对论坛的开幕表示祝贺，向出席论坛的嘉宾表示欢迎。田进在致辞中表示，论坛以“聚焦智慧广电建设，推动广电转型升级”为主题，深入学习贯彻党的十九大精神，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，深入探讨智慧广电建设和广电转型升级等重大问题，对于新闻出版广播影

视适应新形势贯彻落实党的十九大精神，在新的起点上实现新的跨越式发展，将起到积极的促进作用。他指出，面对新形势新浪潮，智慧广电大有作为，我们必须把握机遇，主动谋划、主动应变，加快实施“智慧广电”战略，努力在新一轮的发展中赢得竞争、赢得未来。他强调，加快实施“智慧广电”战略，必须强化战略定位，必须强化技术支撑，必须强化业务驱动，必须强化安全保障。他要求，通过智慧广电战略的成功实施，为满足新时代人们美好生活的新需求作出更大的贡献！

全国政协委员、中国文联副主席、中国电视家协会主席、中国广播影视社会组织联合会副会长胡占凡在致辞中指出，随着新媒体爆发式、裂变式增长，给广电行业带来很多观念性的、根本性的、系统性的冲击或挑战。广电媒体要在新媒体环境下改变现状，不断创新，必须和先进的技术、理念、手段相结合，必须融合新媒体的优势，建设智慧广电。他强调，时至今日，广电依旧是当今中国最有影响力、最强大的媒体，在公众心目中具有不可动摇的权威性和公信力。他希望，通过本次论坛，使大家充分理解智慧广电建设的内涵、趋势、需求、标准、路径、模式，凝聚起全社会各方面的力量，推动广电转型升级、创新发展。

国家新闻出版广电总局科技司司长许家奇主持论坛。国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川，中国工程院院士丁文华，中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军，国家新闻出版广电总局广播科学研究院院长邹峰，四川省新闻出版广电局党组书记、局长邹吉祥，四川电视节组委会办公室主任、四川广播电视台总工程师柳耀辉，四川省有线广播电视网络股份有限公司董事长王春良，四川传媒学院副校长王家福等出席此次活动。

论坛期间，杜百川、丁文华、曾庆军、邹峰、邹吉祥、王春良、王家福围绕“智慧广电”建设的内涵、趋势、需求、标准、路径、模式等，分别作了《广电如何启动智慧》、《融合媒体环境下综合广播宽带（IBB）系统发展思考》、《全国有线电视互联互通平台融合业务和智能终端》、《“智慧广电”技术体系研究》、《高清点亮视界 智慧成就梦想——“智慧广电”的四川实践》、《“智慧广电”建设促进四川广电网络转型发展》、《“智慧广电”为高校人才培养带来革新的机遇》的主题演讲。

杜百川在演讲中分享了十九大报告有关智慧社会和人工智能论述，分析了影响传媒业的主要社会因素，探讨了广电应该拼基础设施还是拼服务等内容，指出了NB-IoT优势，广电进入智慧家庭三部曲，语言助理是广电启动智慧家庭的钥匙等。

丁文华在演讲中分享了中国互联网发展趋势、央视媒体融合方式、Cable和IPTV运营商的宽带业务，从多角度进行了融合方式比较，介绍了综合广播宽带系统基本需求、应用类型、部署情况等。

曾庆军在演讲中探讨了传统有线电视服务的不足，互联互通平台提供的融合业务服务类别，介绍了国网公司广电宽带电视的经验做法。

邹吉祥在演讲中分享了“高清四川 智慧广电”的提出背景、内涵和实现路径，并提出了倡议。他指出，“高清四川 智慧广电”是指利用互联网平台和信息通信技术，推动新闻出版广电内容、渠道、平台、终端以及应用和服务的高清化、宽带化、智能化，推动新闻出版广电从“功能”向“智能”的转型升级，建设全业务、全流程、全网络的智慧化行业生态。“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新型发展战略，是视听产品和数字服务高清化智慧化的新型传播格局，是四川新闻出版广电行业在信息化大潮下的主动选择。

王春良在演讲中从四个基本目标、四个能力建设、全面拓展智慧广电应用、三大推进举措等方面，介绍了四川广电网络公司落实“高清四川 智慧广电”战略，实现转型升级发展的具体实践。

王家福在演讲中分享了智慧广电领域的背景与前景、中国智慧广电高等教育体系发展历程的概要、我国高校数字艺术学科群的优化教育体系举措、智慧广电行业未来趋势与人才需

求等情况。

本次论坛深入学习贯彻党的十九大精神，展示了“智慧广电”应用示范成果，探讨了“智慧广电”发展趋势，交流了“智慧广电”建设经验，分享了“智慧广电”建设的内涵、趋势、需求、标准、路径、模式等，形成了强化命运共同体意识、研究制定智慧广电中国标准、建立智慧广电常态化交流机制定期举办“智慧广电”论坛等三项倡议，为推动“智慧广电”建设提供了重要借鉴。

来自全国新闻出版广播影视系统等领域的相关负责人、资深专家、行业精英 480 余人共同见证了这一盛会。

（3）智慧广电”怎么让电视引领新的生活方式

（2017-11-06 09:57 来源： 四川日报）

在移动互联网、人工智能新技术的冲击下，电视荧屏怎么留住用户，面对挑战，传统广电媒体又有哪些新玩法呢？11月3日，在2017（第十四届）四川电视节重要活动之一、首届“智慧广电”论坛上，来自全国新闻出版广播影视系统的业界嘉宾给出了解答，四川的嘉宾也分享了四川的成果。

用语音输入撬动升级用户体验

当前社会正处于技术快速迭代的过程中，人工智能等技术的发展不断推动各领域向智能化推进。新技术对于传统媒体来说，不仅仅是挑战，更是新的机遇。这让电视不仅仅是一个传播影像信息的媒介，还能成为一种生活方式。

“语言助理是广电启动智慧家庭的钥匙。”国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川举例道，智能音箱的用户越来越多，而且用户能通过语音实现播放音乐、查看天气、购物等诸多功能。

中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军也认为，广电网络也可以借这股“东风”，以语音控制为突破口，创新交互体验。曾庆军说，通过语音控制，可以进行搜索，甚至信息交互等功能，提升广电宽带电视的好用度。例如，只要说一句“这人是谁”，电视荧屏上立马出现该节目中人物的信息。

创新不仅在技术上，内容上也是不断细分。“加强与垂直行业结合，由收视屏向娱乐屏、教育屏、通信屏、行业屏延展。”曾庆军认为，电视教育，将成为一个关键的盈利增长点，通过“强IP+优质内容+精细化运营，以点带面全面挖掘用户需求，让用户重新回归大屏”，比如用幼教等专项课程、定制化内容满足教育需要等。

让“智慧广电”助力脱贫攻坚

论坛上，与会嘉宾也分享了“智慧广电”在四川的成果。省新闻出版广电局局长邹吉祥介绍，四川贯彻广电总局“智慧广电”的部署，在全省21个市州制定了“高清四川智慧广电”的实施方案，全面完成战略布局。

何为“高清四川智慧广电”？为何将其置于如此重要的地位？邹吉祥给出了解答：“高清四川智慧广电”利用互联网平台和信息通信技术，推出新闻出版广电内容、渠道、平台、终端以及应用和服务的高清化、智能化，推动新闻出版广电从“功能”向“智能”的转型升级，建设全业务、全流程、全网络的智慧化行业生态。

而“高清四川智慧广电”建设，是提升公共文化服务的有效途径。在这方面，四川启动了公共服务云平台建设，探索全民共享阅读体系建设，实施千兆视听传输宽带入户，推进智慧“雪亮工程”、视听乡村工程、乡村新闻出版广电公共WIFI工程等，整合数字文化资源，提供在线试听服务。

“我们陆续推出了‘雪亮工程’、智慧党建、智慧政务、精准扶贫、数字图书馆、数字博物馆、地震预警等智慧应用，形成了较完善的数字化公共服务产品矩阵。”四川省有线广

播电视网络股份有限公司（以下简称“省广电网络公司”）董事长王春良说道。

王春良还向在场的与会人员举了一个“智慧广电”推动农村脱贫的例子。他说，通过广电网络平台，销售土特产，帮助农民增收，不仅把乡村产品送到城市，还把城市产品送到农村，这也是一种新的盈利模式。

“我们花了快一年时间，这个平台系统我们拥有自主知识产权，我们 60% 的产品就是通过电视机来进行交易，交易的主要产品是各地富有特色的产品。”王春良说，该平台上线一个月的时间，在没有进行市场推广的状态下，日均成交额过万元。

有了这个“敲门砖”，也让王春良更有信心，他还分享了省广电网络公司下一步的计划，“我们还将利用自身强大的公信力，面向广大城乡家庭提供优质家居生活和现代家庭服务，将精品川货、特色农产品推向全国家庭。同时，引入外省优质产品、农特产品，覆盖全国，提供优质家庭产品和服务为核心的新型融合型电商领军企业。”

（4）【罗小布问道】广电体制、原生态数据以及自身优势是什么，你有思考过么

（2017-11-06 13:16 来源： 中广互联 作者： 李晟德）

数字、网络、信息技术的发展既给广电带来前所未有的机遇，也带来前所未有的挑战，各方面的竞争日趋激烈。罗总也在中广互联雷锋班群里提出了一些对“广电”自身问题的思考，在这期文章中小编为大家整理推出，希望能引起大家的思考，引发大家的探讨。

A、广电体制是什么样的？

广电一直在寻求变革，问题是什么时候广电变革性的问题？增加宽带就变革了吗？拥抱互联网就变革了吗？……这些变革与广电的资源匹配吗？假设广电的体制是不能改变的，在这种体制下，如何变革呢？我们要想获得一个变革性的答案，首先要提出变革性的问题。

今天的问题是：你认为广电是一个什么样的体制？你是否了解国体与政体的区别？广电属于整体结构，你了解政体的含义吗？你常说广电具有地方优势，这些优势是什么呢？广电是地方政府的管理工具，你了解政府吗？你不了解政府，怎么能够成为好的地方政府的管理工具呢？“如何成为真正地方政府的管理工具？”是不是可以作为广电变革性的问题？广电在宣传系统可以称王称霸，但你知道宣传部只是政府职能机构之一，其他的政府机构呢？只为政府一个部门服务，能叫具有地方优势吗？地方政府是服务一方百姓的，你参与到政府各类公共服务了吗？如果政府的工作报告没读过，如果政府的十三五规划不了解，你又怎么能够发挥地方优势呢？……你认为与广电资源相匹配的变革性的问题是什么？

B、广电原生态会产生什么样的数据？

按照现代信息论的观点，任何事物都是有基因组成，都可转移成编码。在其基因中，有个性的基因，也有共性的基因。大数据在传媒学中称之为内在数据，也就是来源于原生数据或原生态；也就是说内生数据具有一些原生态的基因；如果数据的挖掘和应用还原到原生态，将不会产生排异反应；如果放到与原生态没有相关联的其他地方，就可能出现排异反应。

今天的问题是：广电有哪些原生态产生数据？例如广播就是广电的一个原生态，它产生什么样的数据？原生态会有衍生态，如广告就是广播原生态的衍生态，依然属于原生态，除了广告作为衍生态，还有哪些？这些原生态有哪些不足？或者需要加强的地方？或者需要配套的地方？大数据都可以提供帮助，你发现了这些帮助了吗？……

C、广电自身的优势有什么？

今天的问题是：广电自身的优势认识清楚了吗？网络是你的基础优势，你重视网络吗？用户是你的基础优势，你维系好你的用户了吗？电视台是你的内容优势，你珍重电视台吗？你每天至少有 420 个小时的新内容，你珍惜了吗？你重构了吗？有内容，你只是简单的搬运，不附加其他的劳动，会有增值吗？地方政府是你的优势，你真的了解政府、服务政府、体贴政府了吗？政府需要网络，你愿意为每个政府机构构建一个独立的网络，并移交你的网

管权吗？公信力是你的优势，你珍惜吗？你说的真话多，还是假话多，还是骗人的话多？你用心打造你的产品了吗？没有产品，你的服务有载体吗？你的产品有竞争力吗？你的媒资产品如何？你的宽带产品如何？你的专网产品又如何？供给侧改革，希望你大量的先提供产品，你是这样做的吗？你的产品符合规律吗？家庭医疗，是进家庭吗？还是支持社区医生？你顺应体制吗？你敬畏体制吗？你知道体制是专业吗？你不顺应体制、巩固体质、发展体制，老想打破体制，能获得政府的支持吗？能发展好专网业务吗？

通管局是管理通讯业务的，不是做通讯业务的。你了解通管局的职能吗？在国家的领导下，通管局如果无作为或乱作为，你可以投诉，但是投诉你要有证据，你有证据吗？如果你有证据，有线电视协会可以帮你投诉，你需要帮助吗？文管委管理地面广播和直播卫星是职责所在，有错吗？你的电视业务好，百姓自然选择你；你的电视业务不好，百姓选择地面广播、直播卫星、IPTV、互联网电视，有错吗？重庆的宽带不是发展很好吗？能够发展这样好，与电信不互联互通，可能吗？其他业务，广电都可以OTT，你做了吗？广电网络从组织结构到网络到产品没有融合，是广电自身的问题，还是别人的问题？能先从自己身上找原因吗？怨天尤人有用吗？阿斗扶不上墙，硬扶，行吗？你指望国网有作为，我也指望国网有作为，指望了好几年，还有信心指望吗？如果没有其他的指望，能拿出一点创业精神来吗？你是党员吗？你会唱国际歌吗？我们一起唱过国际歌，好吗？“从来就没有什么救世主，也不靠神仙皇帝……”

（5）浅析地方广电媒体之发展

（2017-11-08 09:44 来源：山西新闻网--山西经济日报）

地方广电媒体要想办出特色，挖掘更大的发展潜力、赢得广阔的发展空间，必须依靠自身技术以及多方优势，用好政策，用活人才，在此基础上创新形式和手段，拓展思维和内容、立足本土、打造品牌、开拓市场。围绕党委和政府的中心工作，高扬主旋律，打好主动仗，占领主战场。培养、塑造、挖掘和打造能够适应新时代地方广电发展要求的创新型人才，坚持区域特色，立足民生、创新求变，坚持不断推出优秀作品，整合全媒体资源，打造适合时代发展要求的全新融媒体，积极探索新媒体环境下地方广电的发展之路。

A、办好民生广电，立足本土，重在创新

对地方广电，最重要的是接地气和节目内容。“内容为王”是生存发展之根。习近平总书记指出：“中国梦的本质内涵是实现国家富强、民族复兴、人民幸福、社会和谐，中国梦也就是我们每个老百姓的梦想”。地方广电媒体朔州广播电视台在办好新闻节目的同时，及时推出民生互动栏《圆梦场》，为怀揣梦想的人提供看得见、摸得着的民生服务平台。由于这档栏目是以平凡视角观察、以新闻手法记录、以助梦方式实现的民生互动栏目，一经播出立刻在全社会引起了强烈的反响和共鸣。百姓梦的实现在全社会引起全新的收视热潮。一位观众在留言中饱含热情地说：第一次真实地感受到广播电视是我们老百姓自己的平台。

倾力打造名牌文化栏目《朔州故事》。文化是一个城市历史的积淀，是一个城市的灵魂。不但能够代表城市的风格品位，而且能够赋予城市以旺盛的活力和旖旎的魅力。在历史的演进中，当一个又一个朝代都无可奈何地成为历史过客时，只有文化留了下来。文化类栏目《朔州故事》“揭秘历史真相，追溯人文情结，讲述尘封往事”，让受众从不同侧面窥探地方历史文脉，让人在观赏中获得文化自信。因为讲述的是本土的人文、历史，视点也是与百姓生活息息相关的山山水水、一草一木，人们看了亲切、听了感动，从而为对外宣传地方区域文化起到积极作用，也有力地推动了地方广电的发展。

新闻媒体是党的喉舌，是重要的舆论宣传工具，也是我国文化产业的重要组成部分。作为主流媒体的地方台，在加强新闻、民生、文化报道的同时，需与公安、交警、法律、环保、气象等部门联手打造一些为民服务的栏目，这样既可丰富荧屏，又可起到为民服务的作用，

从而真正发挥地方广电的优势,做到为社会大众服务,为中国特色社会主义核心价值观服务。

B、走具有地方特色的“三名”之路,催生和塑造自有“品牌”

“名记者、名编辑、名主持人”可以说是广电之本,在当今日日新月异的全媒体时代,没有优秀人才,办好地方广电的难度可想而知。作为区域主流媒体,一定要大投入、大思考,按部就班地把“三名”作为一项系统工程在行业内大力推进,使主持人、记者和编辑真正能够在观众中,形成家喻户晓的广电形象代言品牌人物。

培养“名记者”,首先要他们具有强烈的社会责任感,认真抓好马克思主义新闻观教育,坚持传递正能量。作为主流媒体的“品牌”记者,其笔端、其镜头、其话筒前的状态,关乎我们要褒扬什么、抨击什么、关注什么、高唱什么,用最真实的状态来讴歌火热的生活,用最饱满的激情来谱写多彩的时代。这就要求记者一定要坚持“三贴近”,在新形势下站在讲政治的高度,坚持正确的舆论导向,加大深度报道力度,捕捉鲜活生动的新闻事实,挖掘有价值的新闻线索,有针对性地创意亮点,围绕重点工作,贴近广大群众关注的热点、难点和焦点问题进行深入报道。

造就“名主持人”,是地方广电寻求长期发展所必须重视的工作之一。没有名主持人的地方广电很难吸引受众。所以地方广电要把名主持人放在特别的位置,制定特殊的政策和优惠条件,筑巢引凤。通过挖掘、培养、发现和实践,使一大批受众喜爱的主持人脱颖而出,成为大家心中的“名主持人”。

评选“名编辑”,组成专门的节目评审团,定期对播出的节目进行抽查、评审,根据评判结果,分别给出所评节目以 A、B、C 档认定,与每个编辑的收入直接挂钩。催生和呼唤适合地方广电发展的“名编辑”,在行业内部形成了“比、学、赶、帮、超”的良好风气。

实践证明,地方广电媒体走具有浓郁地方特色的“三名”之路,是催生和塑造自有“品牌”的必然之路。

C、整合新媒体,打造全媒体

在全媒体风暴席卷的今天,如何走出一条适合自身的广电发展之路,是当今地方广电必须面对的问题。实践中,要针对现有媒体资源进行一系列整合和梳理,采用中心厨房新型采编流程,做到广播、电视、互联网、微信、微博平台资源共享,人才互动,新闻作品共用。作品创作由平面到立体,由桌面到手指间,话筒、摄像机、照相机、编辑机,互为一体,形成浓郁特色的全媒体产业链,创造性地整合和打造现有资源是一条通向未来的必由之路。

党的十八大以来,地方广电迎来了又一次大力发展的良好机遇,谁能把握住这次良好的发展机遇,整合全媒体,打造融媒体,谁就能赢得地方广电的发展先机,统辖区域市场、引领区域发展,使地方广电形成更加强大的发展优势,推动产业的快速发展。

(6) 【专访】烽火布局新型智慧城市,做数字化转型的使能者

(2017-11-14 10:21 来源: 中广互联独家)

智慧城市建设已成为当今世界城市不可逆转的历史潮流,在中国,智慧城市建设也成为各地发展的关键词。砥砺前行 18 年的烽火通信股份有限公司专注智慧城市建设并积极贡献力量,曾担任 ITU-T “物联网和智慧城市及社区”研究组(SG20)副主席职位,牵头完成了 11 项,参与完成 21 项国际技术报告和技术规范,参与 9 项国家标准,参加多个智慧城市项目的规划和建设,已成长为国内智慧城市领域的生力军。

作为行业里的领军企业,烽火在一年一度的 ICTC 行业大会上,分享了他们对智慧城市的理解和做数字化转型的使能者的愿望,中广互联在会后对烽火技术总监吴军进行更深入的采访。

中广互联:您如何看待中国智慧城市的发展?烽火在中国智慧城市发展过程中起到的作用?

吴军：古希腊哲学家亚里士多德曾经说过，人们来到城市是为了生活，人们居住在城市是为了生活更美好。到 2050 年全世界 66% 的人口都将生活在城市区域中，到 2030 年预计世界上将有居民超过 1000 万人的 41 个特大城市。智慧城市是伴随着 ICT 技术迅猛发展而蓬勃新起的新理念、新模式。

国际标准组织 ITU 等提出了智慧的可持续发展城市的概念 SSC (Smart Sustainable City)，“智慧可持续发展城市是一种通过综合使用信息通信技术及其他手段来改善生活质量、提高城市管理和效率并提高城市竞争力，同时保障子孙后代的经济、社会、文化及环境需求的创新型城市。”

而中国的“新型智慧城市”与 SSC 有异曲同工之妙：以为民服务全程全时、城市治理高效有序、数据开放共融共享、经济发展绿色开源、网络空间安全清朗为主要目标，其本质是全心全意为人民服务的具体措施与体现。

无论是国家十三五规划，国家和地方政府发布的一系列文件，还是刚刚召开的党的十九大“新时代、新思想、新征程”，都把新型城镇化、新型智慧城市的建设作为提高城市生活品质的现实需要，是加速科技创新应用的主攻方向，是加快经济转型的重要途径。全国有 300+ 个城市在建设或规划新型智慧城市。中国的智慧城市的发展与世界是同步的、接轨的。

中国对国际智慧城市标准和规范的做出了贡献。以烽火为例，烽火担任了 ITU-T “物联网和智慧城市及社区”研究组 (SG20) 副主席职位，牵头完成了 11 项，参与完成 21 项国际技术报告和技术规范，比如《智慧可持续发展城市标准化路线图》、《智慧可持续发展城市综合管理》、《智慧可持续发展城市的网络安全、数据保护和网络恢复》、《城市中的智慧水管理》、《智慧可持续发展城市中的关键性能指标》。烽火牵头和参与 9 项国家标准，比如《智慧城市术语与定义》等。

烽火参加了多个智慧城市项目的规划和建设，烽火承建和运营的“楚天云”已成为国内省级政务云的标杆。烽火已成长为国内智慧城市领域的生力军。

中广互联：您能否分析一下新型智慧城市框架及智慧城市发展需要哪些支撑技术？

吴军：新型智慧城市框架可以归纳为 4 个层次以及贯穿所有层次的智慧城市标准规范和智慧城市的安全体系所构成。智慧城市的 4 个层次从高到低依次是：智慧应用层、智慧平台层、智慧网络层、智慧感知层。

(A) 智慧应用层：面向政府的智慧应用-善政：如智慧政务、智慧城管、平安城市、可信系统等；面向居民的智慧应用-惠民：如智慧教育、智慧家庭、智慧医疗、智慧民生等；面向企业的智慧应用-兴业：如智能建筑、智慧园区、智能制造、创新创业等等。

(B) 智慧平台层：包括数据库（人口数据库、法人数据库、地理空间库、宏观经济库、各种专题数据库）、数据交换平台、大数据平台、虚拟化操作系统等

(C) 智慧网络层：通信网、互联网、物联网，其中互联网、物联网均依赖于基础通信网络。

(D) 智慧感知层：各种各样的集采、传感终端、智能终端等等，是智慧应用所需各种数据的来源。

新兴的 ICT 技术趋势可以归纳为 3S-ABCT。其中 3S: Soft definition(软件定义)、SDNFV (虚拟化)、open Source(开源)。ABCT 为：AI (人工智能)、Bigdata(大数据)、Cloud computing(云计算)、Internet of Things (物联网)。

其中比较重要的有云计算、大数据、人工智能。云计算是服务提供的基础，大数据和大数据分析为决策分析提供支撑，而人工智能将赋予智慧应用以更多的智能智慧。

中广互联：广电下一个发展关键词无疑是智慧城市建设，广电在智慧城市建设中如何进行数字化转型？广电在数字化转型面临什么样机遇和挑战？

吴军：以云计算、大数据、物联网、移动化为代表的新一轮科技革命正在全球孕育兴起，

加速重构全球分工体系和竞争格局。数字化将渗透到万事万物，也正在改变人们的生产、生活方式。要在竞争中立于不败之地，利用新 ICT 技术在产品服务、业务模式、文化理念、组织架构、IT 流程等方面因变而变的数字化转型成为政府、企业乃至每个组织的必然选择。

全球电信运营商在此背景下，纷纷进行网络、业务、运营、管理方面的数字化转型。作为国内第四大的电信运营商，把传统的广电网络向下一代软件定义的智能化开放化网络升级，加强新型智慧城市建设等新 ICT 项目和业务，无疑是广电数字化转型的重要抓手和路径。

总的来说，广电的数字化转型的机遇和挑战并存。

广电面临的机遇：(a) 中国广电公司成立，并获得互联网业务经营牌照，广电正式成为第四大通信业务运营商；(b) 中宣部、财政部、广电总局明确提出十三五规划要求加快全国有线电视网络的整合和智能化建设。(c) 工信部发布包括广电在内的信息基础建设三年规划，总投次达 8000 多亿；(d) 智慧城市建设如火如荼，面向智慧城市的智慧广电在全国范围内发展迅速，各省均在智慧家庭、智慧社区、智慧政务、雪亮工程等发展做了大量的实践。

广电面临的挑战：(a) 传统三大运营商及互联网企业在视频业务上的发展，对传统直播业务冲击极大，终端用户流失率居高不下；(b) 宽带业务发展未达预期，用户渗透率低，业务体验尚待提高；(c) 传统视频业务运营不佳，营收不能满足基础网络的持续建设需求；(d) 对于智慧城市产业的 ICT 解决方案技术和产品整合能力不足，产业链整合差距较大；(e) 广电的内部管理机制还不够灵活。

中广互联：烽火一直秉承为广电行业服务的理念，如果让您给广电规划一个数字化转型战略，您会怎样规划？此战略的落地策略是怎样的？

吴军：面对数字化转型的大趋势，作为 ICT 专家，烽火提出了 SMART 战略，SMART 即 Synergetic Ecosystem(协同共享的生态)、Matching Organization(因变而变的组织)、Agile Operation(敏捷灵活的运营)、Revolutionary Application(创新突破的应用)、Tailormade Service(量身定制的服务)。

数字化转型的战略 SMART，是对行业大趋势深刻洞察而提出的，既是烽火自身的数字化转型的行动指南，也是对信息行业和广大企业的倡议，当然也特别适合广电行业。

SMART 战略落地的四个方面：首先要以客户为中心，这是一切工作的出发点和落脚点。那么以客户为中心的标志是什么呢？就是要做到：愿景式的领导力适应的组织架构、高效工作的团队、无缝连接的流程、得到认可的客户体验、持续的创新内外协作关系、明锐的洞察力和远见。其次是加快业务转型和适应 ICT 融合网络转型，抓住各个企业都需要转型的信息化增量市场机会，以及加大拓展智慧政务、智慧园区等新型智慧城市项目的力度。第三是商业模式的转型，从网络提供商向数字化解决方案服务商转型，包括尝试更灵活更弹性的业务模式等。最后，公司内部的管理也要转型，包括坚持以人为本，企业文化转型，内部业务流程和 IT 系统的转型，利用好公司内部的数据资产，应用企业大数据来驱动运作效率的提高。

中广互联：烽火在数字化转型中的定位是怎样的？

吴军：烽火在数字化转型中的角色定位：业务覆盖 ICT 项目（新型智慧城市项目）的咨询、设计、实施、运营、持续优化的全生命周期，定位于“四者”：智慧网络和智慧平台的提供者、智慧应用的提供和聚合者、智慧城市标准的先行者、健康生态的倡导和实践者。烽火 ICT 业务聚焦于 FitCloud 平台类解决方案（FitOS 云操作系统、FitNet 软件定义网络、FitDC 云数据中心、FitPC/Server 桌面/服务器解决方案、FitDATA 大数据解决方案）和善政、兴业、惠民三大类应用（智慧政务、安全可信、智慧交通、智慧园区、智慧教育、智慧医疗、智能制造、创新创业等）。

烽火生态圈建设：产品生态、合作生态、业务生态构成了烽火开放的、可扩展、可盈利、可持续的健康云生态体系。

总的来说，烽火将成为客户数字化转型的使能者。

中广互联：烽火 Smart ICT2.0+是一个怎样的技术方案？如何助力广电运营商的网络转型？目前有哪些成功的实践案例？

吴军：就烽火自身而言，数字化转型 SMART 战略可表述为：烽火始终以客户为中心，以“高举光通信旗帜、发展 ICT 业务”双轮驱动，为客户提供 Smart 网络和 Smart ICT2.0+全面解决方案，助力数字化转型乃至 Smart 社会。

Smart ICT2.0+可以理解为是这样技术的架构、解决方案框架和产品包、以及端到端服务的集合：（1）一是云网一体化、软硬融合；（2）二是支持运营商传统网络升级为泛在、超宽、极简、随需的 Smart 网络 FitNet；（3）三是包括从云数据中心基础设施到云操作系统、云管理平台、能力开放平台、大数据平台，到智慧城市各类智慧应用的 Smart ICT 产品和解决方案集，能为客户提供从基础设施层 (FitSever/FitStor)、IaaS/IaaS+层 (FitOs/FitVM/FitMgr)、PaaS (FitDP)、大数据平台 (FitData)、应用层的服务；（4）四是采用了 OpenStack、Cloud Foundry、Docker 等开源技术，能对接第三方的基础设施、虚拟化平台和第三智慧应用，可以构建新 ICT 生态；（5）所以这里的“+”有两层含义：一是加产品平台的不断演进，二是加生态圈。

烽火的 Smart ICT2.0+产品和解决方案能够全方位地支持广电运营商的网络转型。

烽火的 Smart ICT2.0+产品和解决方案，已在市场上崭露头角：国内三大电信运营商、国际知名电信运营商、湖北楚天云、国家光电产业云、创慧云、湖北教育云、中航信企业云……，尤其是楚天云项目，它是国内最大、华中地区首个基于 OpenStack 开放技术架构省级政务云，集电子政务、数据产业于一体的数据共享平台，贯穿国家、省、市、县四级的统一信息基础设施服务平台和信息共享交换枢纽平台。湖北省 50+个部委的近 400+个应用运行在楚天云上，节约了成本，提高了办事效率，为“走在前列、建成支点”的智慧湖北提供了强力支撑。

中广互联：您认为广电参与智慧城市建设的未来前景如何？是否能让广电网络重新崛起？

吴军：面临数字化转型的大潮和难得的时代机遇，广电参与智慧城市建设和有基础，是广电自身发展的需要，也是响应十九大号召的责任担当。站在新时代起点上，广电开展下一代网络转型和拓展新型智慧城市的前景远大。作为广电长期的战略合作伙伴，烽火会全力支持支撑广电的网络转型和智慧城市建设和，也祝愿广电的数字化转型之路越走越宽！

（7）【ICTC2017 现场】王效杰为广电指明四大发展路径

（来源：科讯广电网 王建利 2017 年 11 月 15 日 13:04:30）

2017 年 11 月 15 日，第二十五届媒体融合技术研讨会（ICTC2017）在杭州黄龙饭店隆重开幕。

开幕式上，国家新闻出版广电总局总工程师王效杰做了“加速智慧广电建设 促进融合媒体发展”主题演讲，通过分析广播电视目前遇到的机遇和挑战，指出了智慧广电发展的路径。

广电面临的两大挑战

A、广播电视台融合媒体制播能力不足。综合制播系统尚未建立、各类业务制播系统重复投资严重、制作流程复杂、制播效率不高、融合媒体创新能力低。

B、广电网络融合媒体服务能力不足。有线电视网络新业务部署缓慢、各地有线电视网络区域分割、广电网络宽带双向化率水平较低、广电终端尚未实现国家标准、安全保障体系

和技术体系未建立。

C、有线网络发展差距较大，缺乏竞争力。截至 2017 年 9 月底，全国 333 个地市中，超过 240 个地市有线网完成数字化转换。但是有线数字单向用户还占大部分。并且 2017 年 3 季度与 2017 年 2 季度相比，有线电视用户总数、有线数字电视用户数、有线数字化率、数字电视缴费用户、数字电视用户缴费率都呈现的是负增长。

广电发展面临的机遇

A、党的十九大提出到 2035 年基本实现社会主义现代化目标。其中指出，坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛；坚持正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力；推动文化事业和文化产业发展；健全现代文化产业体系和市场体系，培育新型文化业态。

B、党中央高度重视科技创新与媒体融合发展，对媒体融合做出系列战略部署，要求媒体融合从相“加”阶段迈向相“融”阶段，从“你中有我、我中有你”向“你就是我，我就是你”转变，着力打造一批新

型主流媒体。

“智慧广电”发展四大路径

A、广电融合媒体生产方式智慧化。构建广电融合媒体制播云平台，通过融合媒体汇聚、大数据分析、智能化生产，实现广电融合媒体生产方式智能化；推动融合媒体制播云平台人工智能+微服务化，支撑在广电融合媒体生产方式智能化基础上实现广电融合媒体生产方式的开放、融合、协同的可持续创新。

B、广电融合媒体生产方式智慧化。构建广电融合媒体服务云平台，通过收视行为大数据分析、个性化智能服务，实现广电融合媒体服务方式智能化；推动融合媒体服务云平台人工智能+微服务化，支撑在广电融合媒体服务方式智能化基础上实现广电融合媒体服务方式的开放、融合、协同的可持续创新。

C、广电融合媒体传输方式智慧化。构建天地一体、宽带交互、互联互通、智能协同、可管可控的广电有线无线卫星融合一体化智能媒体融合网络，通过构建广电全 IP 宽带网络，实现广电融合媒体传输方式智能化；推动智能媒体融合网络与微服务化的广电融合媒体制播和服务云平台、多形态智能终端之间的开放、协同、融合和可持续创新，支撑实现广电融合媒体传输方式的智慧化发展。

D、广电融合监管方式智慧化。构建安全、开放和统一的广电融合媒体监管云平台，实现广电融合媒体监管方式的智能化；推动广电融合媒体监管云平台人工智能+微服务化，创新管理方式、再造管理流程。

（8）460 亿市场规模！网络超电视：2017 年我国影视行业市场全概况

（2017-11-16 10:38 来源： 中国产业发展研究网）

2017 年影视剧市场规模约为 460 亿（网+台+出海=258+198+5），根据测算，网络端市场总规模有望达到 700 亿，电视端有望达 300 亿，海外市场空间在 100-150 亿元，合计超过 1100 亿，是目前市场的 2.4 倍。

全球互联网用户数量超过 34 亿，渗透率超过 45%，催化网络视频用户数量大幅增长。互联网视频平台快速崛起，主要受益于互联网、移动互联网渗透率的提高。

从全球范围看，消费者获取娱乐内容的渠道正在逐步由传统的纸媒、有线电视、广播向互联网转移。以美国为例，CNN 的用户订阅数自 2009 年的 1.002 亿下降至 2016 年的 9230 万，同期奈飞付费用户由 1189 万上升至 4790 万。2016 年主要经济体网络视频付费用户数超过 4 亿（付费电视用户约为 10 亿），中国超过 7500 万。

美国家庭视频内容支出目前主要是有线电视的订阅，根据数据，2013 年美国家庭有线

电视基础增值服务总成本为 64.4 美元/月，占美国家庭月收入的 1.4%。目前我国有线电视服务费在 25-30 元/月，仅占我国家庭平均月收入的 0.42%-0.50%，若包含 15-20 元/月的网络视频付费，占比为 0.67%-0.84%，与美国相比仍然有一倍的差距，因此未来我国家庭对视频内容的支出增长空间依旧较为广阔。

目前我国有线电视支出成本基本稳定，因此我们预计未来网络视频付费依旧存在涨价空间，ARPU 值有望进一步提升。

到 2020 年我国视频付费规模有望达 506.4 亿，我国视频付费市场总规模有望超 1000 亿。根据估算，2016 年我国视频付费市场规模达 117 亿，我们预计 2017 年有望接近 200 亿，到 2020 年可达 500 亿。

中长期看，若以美国付费率以及家庭月视频内容支出成本占比推算，我国视频付费市场的总规模有望超过 1000 亿元/年，相比 2017 年有超过 5 倍的增长空间，网络视频付费将成为未来我国内容市场增长的最强劲动力之一。

根据国际经验，长期看稳定的付费/广告比在 1 左右，并有不断上升的趋势，预计 2020 年我国在线视频市场规模达 1264 亿，长期看总规模有望超过 2000 亿。

从收入结构角度看，美国的有线电视网与我国视频网站相似，收入来源主要是“广告+付费”，因此类比美国有线电视网的收入结构，可以作为我国网络视频市场未来收入结构的参考。

我们以美国最典型的时代华纳的媒体收入为例（时代华纳运营美国有线电视网 TNT 和 CNN），其付费/广告收入之比长期稳定在 1-1.2。

电视端广告收入增速放缓一方面来自于付费视频的冲击，另一方面电视媒体基于直播的广告模式相比视频平台更加单一。因此我们认为，中国未来视频平台广告收入相比付费占比将会持续下降，但长期将稳定在 1 左右，网络视频门户由于其积累的高流量价值、网络视频广告的多样性等原因，广告收入并不会伴随付费的崛起而衰退。

预计 2020 年我国在线视频市场规模可达 1264 亿元，其中付费收入 506 亿，广告收入 758 亿，付费/广告收入之比由 2016 年的 35% 上升至 67%。长期看在线视频市场规模有望超过 2000 亿（1000 亿付费+1000 亿广告）。

数量方面，点击量和上线数量创新高，网络剧数量快速增长，电视剧数量趋稳。从点击量方面看，2017 年 Q1 我国影视剧（电视剧+网络剧）点击量达 2027 亿次，同比增长 163%，环比增速有所放缓但总体点击量依旧持续上升。

从数量看，2016 年播出的电视剧一共 271 部，其中绝大多数都在视频平台同步播出，电视剧播出数量 2013 年以来不断走低，但其网络版权数量在不断增多，2017 年约有 280 部电视剧在网络视频平台播出，数量上与 2016 年基本持平；网剧数量自 2013 年来持续快速增长，2016 年超过 600 部，增速达 28%，2017 年预计将超过 700 部，增速有所放缓。

价格飙升，头部超电视剧网络版权超 1000 万，超级网剧投资额超过 500 万。伴随网络视频平台以及视频付费的崛起，电视剧版权价格也出现了数量级上的增长，2006 年电视剧网络版权价格仅为千元级别，2009 年为后逐步上升至 30 万/集，2012 年后突破百万，目前头部剧的网络版权已经达到了 800-1000 万/集，是 2012 年价格的 10 倍，比 2014 年也上升了 3-5 倍；网络剧方面，超级网剧的价格也由 2015 年的 100-300 万/集上升至目前的 400-600 万/集。

影视剧网络市场主要分为电视剧和网络剧市场，目前均以版权收入为主，但是包括广告分成、付费分成等各类其他的制作方分成收入也逐步增加。电视剧市场方面，目前主要的收入来自于电视剧的网络版权收入，同时在网络端的广告分成也逐步打开，包括贴片、电商导流等各类收入。

网络剧方面，目前模式更为复杂，主要包括自制剧、定制剧和外购剧，其中定制剧和外

购剧均有外部制作方参与，主要的盈利模式是购买版权或者定制费用支付，还包括正在逐步探索的付费分成、广告分成以及其他渠道的发行收入。

2016 年网络版权市场超过 180 亿，2017 年市场规模有望突破 250 亿。我们通过之前的统计的点击量分布，以及各类别目前网络版权的价格，大致估算 2014-2017 年我国网络版权市场的市场规模，其中电视剧网络版权由 68 亿增长至 147 亿（CAGR=47%），2017 年有望达 199 亿（增长 35%），网络剧版权（投资额）由 2 亿上升至 38 亿（CAGR=330%），2017 年有望达 59 亿（增长 55%）。

网络版权市场总规模 2016 年达 186 亿，2017 年有望达 258 亿，若包含广告、点击分成等，总规模有望达 280 亿。

网络视频平台对内容支出不断扩大，到 2020 年有望达到 750 亿。根据公开数据，加总各平台的内容支出，2013 年以来网络视频行业整体的内容支出情况。2016 年网络视频平台购买内容的成本约为 308 亿元，比 2015 年增长了 100%，占视频网站总收入的 68%。我们预计 2017 年内容支出将达到 416 亿元，同比增长 35%，到 2020 年有望达到 750 亿元，长期看互联网端内容支出有望达 1000 亿/年。

全球范围看，不论中国还是美国，头部自制内容制作仍旧依赖外部团队。从中美两个国家比较来看，整体上头部自制内容大多需要外部团队参与，视频平台主要以出品、联合出品、版权方等形式参与，主要的制作环节、多渠道发行等依旧以来外部公司。

美国方面，奈飞的头部自制剧均来自外部团队制作，包括狮门影业、漫威影业、MRC 等；中国方面，根据 2014-2017 上半年头部独播剧的统计情况，可以发现目前主要的头部独播剧的制作方基本来自外部团队，视频平台更多的是以投资形式进行联合出品。从长期看，自制剧占比不断提高是大趋势，视频平台未来依旧以联合出品形式进行布局，完全主控的自制剧占比不会太高。

头部内容对流量拉动起到决定性作用，流量上升有助于提升平台影响力、广告收入和用户数。目前，点击量 TOP20 头部剧约占每季度 75% 左右点击量，并且保持相对稳定，其中 TOP3 占到 25%-30%，头目内容目前仍然是主要的流量来源，并且并无下降态势。流量的提升会带来平台影响力、广告收入以及总用户数的提升，在头部占据主要份额的情况下，未来视频平台对头部内容的支出将继续扩大。

广告是电视台最主要的收入，2016 年以来电视广告收入 1031 亿，同比略有下滑，五大卫视收入合计超过 300 亿。整体来看，电视广告收入自 2013 年来开始逐渐下滑，预计未来每年略微下滑 2%-3%。另一方面，五大卫视收入规模不断提升，湖南卫视连续两年收入过百亿，浙江、东方也超过 50 亿元，江苏和北京分别为 25 和 18 亿元。

目前五大卫视收视份额相对稳定，市场集中度不断提升，广告收入占比由 20% 提升至 29%。2015 年以来收视排名前五卫视格局基本稳定，湖南卫视居首，浙江、东方、江苏、北京分裂 2-5 位，“一超多强”格局稳定，山东、安徽、天津和深圳坐稳第二梯队。

与整体电视广告收入下滑相比，五大卫视的黄金档、周播档时间段广告刊例价自 2014 年以来不断上升，符合增速保持在 10-30% 之间，黄金档价格目前在 16-20 万/15 秒，周播档在 8-16 万/15 秒。

两个档期的广告价格上升主要是由于受到互联网冲击，电视观影人群观视时间向晚间集中，导致稀缺广告时间段日益受广告主青睐，因此我们判断黄金档、周播档的广告价格有望进一步提升。

根据 2017 年五大卫视黄金档和周播档播出电视剧统计情况，湖南、浙江、江苏、东方和北京每周黄金档播出数量为 12、13、13、13、13 集，周末黄金档会穿插热门综艺因此整体看黄金档已经饱和；周播档方面五大卫视分别为 10、2、0、10、8 集，周播档目前的替代品主要是综艺节目，短期看湖南、东方和北京容量难以提升，浙江和江苏依然存在一定

空间。

黄金档自 2016 年以来呈现下降趋势，主要原因是由三集联播改为两集联播，且周末综艺节目数量增加挤占了部分时间段。我们判断未来黄金档播出数量将趋稳，稳定在 3300 集/年左右。周播档作为新出现的档期，2015 年来快速增长，由 700 集/年增长至目前的 1500 集/年，我们判断未来仍具备上升空间，总容量预计可达 2200/集年，比 2017 年上升 45% 左右。

2016 年我国海外电影收入达 38.25 亿元，创历年新高。同时，我国网文正在经历着快速海外用户沉淀，全球最大的中国网文翻译网站“wuxiaworld”翻译了包括《斗罗大陆》等一系列中国网文小说，其全球流量排名也不断上升，同时起点中文网在 2017 年也推出国际版“起点国际”和相应的 APP，全面进军海外。电影和小说能够为我国内容出海积累一批海外核心用户，未来乘 IP 之风有望为影视剧等内容打开市场。

根据假设，从海外市场未来有望达到国内市场的 15%-20%，即 150-200 亿元，而若以核心海外华人受众计算，市场空间约为 4.88-6.75 亿美元（人民币 33-46 亿）。若以 2015 年出口额 3.77 亿计算，至少具备 10 倍上升空间。

测算方法一：基于韩国可比数据					方法二：基于海外华人人口数据	
	2011	2012	2013	2014	海外华人人口（万人）	6000
韩国广播影视制作规模（亿美元）	7.98	8.76	8.07	9.37	互联网普及率	47%
韩国广播影视出口额（亿美元）	1.54	1.61	2.11	1.89	付费率	40%
海外收入/国内收入	19.31%	18.37%	26.15%	20.18%	月 ARPU（美元，以奈飞为例）	9.0-10.0
平均海外收入占比	15%-20%				海外渠道收入（亿美元）	12.2-13.5
国内影视剧市场空间（亿元）	网络端	700	电视台端	300	内容支出占比	40%-50%
海外收入空间测算（亿元）	150-200				海外收入空间测算（亿美元）	4.88-6.75

我国影视出海市场规模估算

（9）近 50 位行业大咖登台演讲 ICTC2017 分论坛第一天，哪些观点惊艳了你

（2017-11-17 - 来源：依马狮广电网）

11 月 16 日，第二十五届媒体融合技术研讨会（ICTC2017）各分论坛现场，数千广电同仁齐聚，展开一场场交流与思辨之旅。

“智慧广电与安全论坛”“媒体融合论坛”“广电无线论坛”“第一届 TVOS 应用创新开发大赛决赛”“TVOS 与智能电视终端论坛”五场分论坛活动，皆是座无虚席。

论坛议程从早到晚安排得满满当当，近 50 位行业大咖轮番上场，为大家带来无数精彩报告。

会场内，探讨、交流氛围浓烈。会议间隙，不时有参会者向 ICTC 工作人员询问，能否拷贝演讲嘉宾的 PPT，以便会后进一步研究、学习。

相信，通过此次 ICTC 研讨会的头脑风暴，大家都有所收获和感悟，能更加清醒地认识到自身的优势和不足，更加科学地对待转型路上的各种挑战与机遇，共同推动广电事业的发展。

智慧广电与安全论坛：

加快构建智慧广电是广播影视行业面对智慧化的新浪潮，推进转型升级，满足人民美好生活需要的重中之重。近年来，全行业围绕内容、平台、终端应用等，做了不少创新性尝试和实践推广。

会上，中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军先生以《三个着眼，努力推进智慧广电创新发展》为题，分享了国网的几点经验。

他表示，国网现在有两抓手，一个是全国有线电视互联工作平台，还有一个是马上开

始要建设的移动多平台交互广播电视网。两大平台互连互通，从方式上来说既有有线电视，也有无线电视。

三个着眼点，一个是以创新科技的应用推广带动整个升级，一个是基础平台的优化，做好平台支撑，还有一个是垂直行业的融合实践，更好地用信息服务为广电特别是有线电视的转型升级为大家服务。

智慧广电是个大概念，内容包罗万象。

东方有线网络有限公司总经理刘九评以智慧社区为切入点，向大家介绍了东方有线在智慧社区方面所做的思考和初步实践。

以上海金山区为例，东方有线布局的智慧项目有实时监控指挥系统、视频会议系统、市民公共服务呼叫系统，还有全国各地都在推的雪亮工程等。

如果是智慧广电是大势所趋，安全播出则是广电的生命线。

华数传媒网络有限公司副总裁周宏以 G20 杭州峰会为例，讲述了华数在安全播出防护体系建设方面所做的努力。

针对广播网络电视的现状和存在的问题，华数结合自身实际情况，从网络安全、系统安全、终端安全、安全管理、安全基础设施、安全监测中心和内部安全七个方面入手，推动安全播出体系建设。同时，还创新性的开发了前端 DVB 直播信息系统，利用影视基因技术增强内容审核力度，将骨干光纤切换技术应用于接入网，实现数字电视从前段到终端全网络监测、开发“一键熔断”功能、研制 G20 宾馆专用机顶盒、编制了 100 多项应急预案……一系列举措，为 G20 峰会期间广播电视的安播工作保驾护航。

今年，十九大的召开，广电人又一次把安全播出当成头等大事来抓。如何提高安全播出的水平？贵州省广播电视信息网络股份有限公司副总经理徐军的经验是，要聚焦三个目标：一是内容安全，确保内容传输的完整和安全；二是不能出现大面积的中断；三是不能出现人为事故。

中新网络信息安全股份有限公司副总裁沈传宝认为，网络安全应该从被动向主动防御进行转变，并向大家介绍了 CNTV 新一代融合媒体安全防护体系。

媒体融合论坛：

距离 2014 年中央全面深化改革领导小组会议审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》已经过去了 3 年多，无论是媒体，还是为媒体服务的相关技术公司都做了大量的努力和探索。

来自中国国际广播电视台的吴敏女士和大家分享了“中华云”多语种融合媒体云平台的建设、设计和运行情况。

当前，很多电视台都有同样的困扰，太多 APP、太多网站，很难去规范。国际台的做法是，所有在“中华云”上部署的服务和应用，全部通过统一应用注册，这样就把台里所有在建设过程中的网站和 APP 全部连接起来，从内容、用户、传播效果到平台运行情况一目了然。

值得一提的是，无论媒体融合发展到哪一阶段，都少不了内容的支撑。会上，新奥特云视科技的曹飞提出了内容 3.0 应用这一概念。

电视台在数字化的改造过程中首先经历的是 1.0 的过程，即从磁带化到电子化、数字化；在 2.0 的时代，我们考虑的是如何把视频内容转化到不同的移动端和网站端，构建全媒体内容库；现在则是一个数据的时代、智能的时代，3.0 带给我们的一定是基于内容的智能应用的转变。

一个残酷的事实是，如今一个或者少量特色内容的推出，并不足以让你的平台在这场空前激烈的竞争中占据绝对优势。

对此，华数传媒网络有限公司党委副书记、常务副总裁乔小燕提出了“平台赋能”的观

点。

过去,利用综合平台的优势,华数购买了大量版权资源,但内容依旧不足。现在,华数以平台赋能的方式,开放旗下所有的平台,使得芒果TV、沙发院线、鼎级剧场等所有的优质内容都可以在华数的平台上进行独立计费、独立运营、独立发展,从而形成集聚效应。

此外,不管是基于有线电视的服务,还是基于OTT的服务,基于有线电视APP的服务,还是基于互联网APP的服务,华数都尽量把各平台的运营体系按照互联网的标准建立起来。比如,开展细分运营、社交化群体的运营和粉丝活动运营,从而形成一套完整地线上线下相结合的服务体系,最大化发挥整个媒体平台的价值。

广电无线论坛:

无线是广播电视节目传输的重要手段,随着技术的进步,广电无线经历了从模拟到数字,从音频到多媒体,从大屏到小屏,从固定到移动发展的过程。未来广电无线也必然会朝着宽带化、双向化、交互化、融合化的方向发展。

会上,国家新闻出版广电总局总工程师王效杰指出,建设广电无线是国家赋予我们广电的使命,并且是我们必须要做的,要肩负的任务。

中国国际广播电台总工程师王联表示,广电无线媒体融合发展的演进方向已经明确,即沿着融合这条路,在广播网数字化之后,与移动互联网融合,最终把广播电视融入到未来的全新的移动网络架构里面,面向手机等各种终端来占领新的阵地。

物联网和智慧城市的发展,对广电无线来说是挑战,也是机遇。

在东方明珠数字电视有限公司副总经理戴懿贺的介绍中,我们了解到,他们利用物联、数联、智联三位一体打造了社区大脑。比如,微信扫码、自动开门应用,可以精确到什么时候谁打开的门,进而通过相关数据判断对方是否为常住人口。相邻两个门栋,一个晚上三四点还有人经常出入,另一个到了晚上十一点左右就没有人进出了。如果推行养老服务的话,自然要选择后者。这就是社区大脑的有趣之处。

第一届TVOS应用创新开发大赛:

从阳春三月的北京,到十一月金秋的西子湖畔,第一届TVOS应用创新开发大赛经过了近一年的筹备、征集、开发和选拔,终于迎来了最后的决赛。

大赛涌现出一批质量高、且富有创新性的项目。其中,北京玖扬博文文化发展有限公司的参赛作品“电视图书馆”,获得一等奖。电视图书馆业务激活了传统图书馆存量资源,提升了现在广电网络用户家庭的藏书量,相当于我们把百万图书,将整个图书馆搬到千家万户的家庭里。同时,电视图书馆业务也迎合了这次大会媒体融合技术应用,因为电视图书馆业务不但是新闻出版与广电业务融合的代表,也是科技与出版融合的典型应用。

浙江浩渺通讯科技有限公司研发的“亲情通话”应用获得二等奖。亲情通话业务,以机顶盒为终端,实现了手机和TV,TV和TV之间的无缝互通。比如,村里孤寡老人之间相约活动,大家一起跳个操等,都可以在电视机前进行呈现。

此外,玲珑视界科技(北京)有限公司的玲珑电视应用服务、上海视畅信息科技有限公司展示的智能引擎和微信电视应用、中国传媒大学带来的基于TVOS的养老资讯健康平台以及家庭生活体验式智能辅助平台等项目,被评为三等奖。

各种精彩的应用,充分展现了TVOS操作系统强大的功能,以及安全、智能和开放的特性。

TVOS与智能电视终端论坛:

TVOS系统是国家新闻出版广电总局主推的为智能终端提供支持的操作系统,是建设智慧广电的创新之路。

TVOS与智能电视终端论坛论坛,请到了几位业内专家领导,围绕TVOS与智能终端这一主题,分享各家的实践成果。同时,也为下一步怎样共同推进终端的部署,推进与之相

应的业务开展，进行探讨和讨论。

会上，广科院的总工程师盛志凡回顾了 TVOS 走过的历程，并带来了 TVOS 工作组的进展报告。他透露，2017 年 12 月 22 号，TVOS3.0 计划发布，届时，媒体引擎将会做得更好用，更安全。

甘肃省广播电视网络股份有限公司董事长王永生，则介绍了基于 TVOS2.0 下的业态应用。甘肃省党员教育智慧云教育平台上线后，可以通过高清互动平台系统进行承载，完成同一时间内对不同空间的广大党员干部进行点播式、交互式 and 现场直播式教育；稳步实施雪亮工程；完成“数字电视图书馆”技术开发、平台搭建、内容组织和推广的应用方面建设，并在甘肃广电网络数字电视交互式服务平台上线运营等。

浙江浩渺通讯科技有限公司技术副总张卫发表了题为《智能终端助力广电媒体融合》的演讲。兆芯 ARM 业务发展总监林东海现场分享了芯片是如何高效支持 TVOS 智能操作系统的。

（10）ICTC2017 分论坛进入第二天，精彩亮点继续

（编辑：passion 来源：科讯广电网 2017 年 11 月 20 日 09:00:45）

11 月 17 日，第二十五届媒体融合技术研讨会（ICTC2017）分论坛进入第二天，现场热度丝毫不减。来自广电行业的“最强大脑”们，展示优秀案例、分享创新技术、探讨发展趋势，在交流中擦出智慧的火花。

“广电宽带”论坛、“超清电视与版权保护”论坛、“广电公共服务与应急广播”论坛、“钱塘论道·2017-广电市场营销”论坛、“广电工程与运维”论坛、“智慧家庭与智慧城市”论坛、“产学研用融合创新”论坛等七大分论坛同日举行，场场爆满。

论坛的演讲嘉宾中，不仅有国内广电机构的高层领导、顶尖企业的高管代表，还有来自国外一线厂商的广电专家，一天下来他们畅所欲言，将论坛的气氛推向高潮。

毫无疑问，ICTC2017 火热的分论坛，为广电同仁们架起了一座互联互通的桥梁，对广电行业技术发展起到有效的推动作用。

“广电宽带”论坛：

广电管带是“宽带中国”战略的重要组成部分。建设广播电视绿色宽带网络工程，是广电“十三五”科技规划的重要项目之一。

广电宽带业务已经成为广电网络战略性基础业务，也是广电网络转型升级，迈向全业务建设运营、融合发展的关键一环。

会上，中广联合会技术工作委员会常务副会长兼秘书长盛志凡率先与大家分享了 C-Docisi 2.0 标准规划思路。

他先回顾了 C-Docisi1.0 标准发展的现状，再从 C-Docisi2.0 目前所形成的标准规划思路，谈了谈他的看法；最后，他再次欢迎大家加入 C-DOCSIS 工作组，期待同仁们一起把中国 C-DOCSIS2.0 标准打造成世界先进的标准。

浙江华数广电网络有限公司副总裁陆忠强以《广电双向运营之“道”》为题，畅谈他对广电宽带发展的看法。

他认为，电视未来的发展趋势，由单向直播收看到用户主动点播，最后会走向智能推荐。电视会有“千人一面”，每个用户电视画面都是个性化的。当下，就是要建一张双向网络，收集用户的数据，走向智能化的电视，这是广电双向发展或者广电运营的道路。

不仅如此，陆忠强还着重提到了华数双向网优策略。他表示，网优不是网改，它的特点就是盘活存量、持续优化、快速实施，网络是持续优化、逐步演进的过程，所以华数在双向网络策略是持续进行网络优化。

“超高清电视与版权保护”论坛：

超高清技术的发展代表了广大观众和广电工业对于完美画质的不懈追求,也是提升观众收视体验的最有效手段。

与此同时,随着 4K/HDR、VR/AR 和智能终端等技术的发展与进步,数字版权市场不断扩大,数字版权内容的价值也越来越显著。数字媒体产业迫切需要有效的技术手段来保护融合数字媒体内容的安全。

广播科学研究所所长郭沛宇向大家介绍了 China DRM 生态体系建设的现状以及未来发展的规划。

郭所长从标准体系、技术体系、认证评估体系等几个方面入手,细致入微地进行了阐述。他还表示,未来在 china DRM 演进方面,除了颁布的一系列规范标准之外,总局还会下达关于数字版权管理技术规范标准。

来自北京永新视博的 CTO 洪钧,在题为《DRM 技术展望- 区块链与内容保护》的演讲中,探讨了对于 DRM 的理解和畅想。

在他看来,区块链就是数据在一个区块里面,以一个链条的方式串联起来,这样带来的好处是开放透明。靠分布账本的技术,每个人都拥有完整的账本,分布式的数据库,以此杜绝假账、保障数据安全。

“广电公共服务与应急广播”论坛

为了能在突发事件中第一时间发布民众所需信息,应急广播体系作为文化事业的重点工程,早就被纳入国家“十二五规划”当中。

前不久,国家新闻出版广电总局正式下发的《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》,又将应急广播建设列为新闻出版广播影视重大公共服务项目之一。

国家新闻出版广电总局科技司副司长孙苏川,发表了名为《我国应急广播技术体系》的演讲。

他表示,全国应急广播体系是国家应急体系和国家公共服务体系的重要组成部分,中央和国务院一直是非常的重视这项工作,近年来从国家层面颁布了很多个相关的文件,对应急广播提出了明确的要求。

可以说,无论是研究、标准还是试验试点,相关部门都已经做了大量准备工作。下一步将在各级政府的支持下,步入系统建设、快速发展时期,有大量的工作需要大家共同努力去完成。

四川省新闻出版广电局公共服务处处长李翔,则在《智慧广播,应急服务》的演讲中,向在场来宾介绍了“四川经验”。

他表示,以前项目刚建成的时候是没有数据在跑,但是现在有大数据的资源汇聚进来。所以先要完成广播系统的信息化,之后逐步完成智能化,再通过大数据的汇集以及网络能力的提升,来推进应急广播的智慧化。

“钱塘论道·2017-广电市场营销”论坛

在“广电市场营销”论坛上,华数传媒党委副书记、常务副总裁乔小燕致欢迎辞,她的慷慨陈词点燃了整个会场的气氛。

接下去,华数传媒互动电视事业部副总监陈虹,在《JUST FOR FUN——以用户为核心驱动的运营体系》的演讲中,从内容角度详细阐述“智慧神农计划”。

她提出“娱乐+内容”,内容是整个大屏满足家庭所有成员的娱乐需求,不论在何时,内容依旧为王,华数经过十年的积累和沉淀,构建和涵盖了全类型的影视资源库。

上午的“广电市场营销”论坛几乎成了华数专场,华数传媒互动电视技术部总经理沈涛,从技术平台建设与网络传输,为大伙解读“智慧神农计划”;华数传媒大数据中心总经理张玮,则告诉我们大数据是如何帮助“智慧神农计划”打通任督二脉的;华数全国营销运营中心副总监丁汀,讲述了在运营服务上的成功经验……

可以说,“智慧神农计划”是华数在有线网的新时期,不断思考和尝试后,推出的一整套有线网运营解决方案。此次,华数也把凝结的宝贵经验和不断快速迭代的技术储备,分享给全国有线网的合作伙伴。

为聚广电合力,谋集客发展,钱塘论道还以集客业务为主题,并邀请九位广电网络集客业务执剑人,以集客业务发展为主题,从各公司实际案例为话题出发,进行项目技术、项目运营经验等多角度的分享,现场论道,干货满满。

“智慧家庭与智慧城市”论坛

“智慧广电”是广电转型升级的重要目标。新一轮信息技术革命正在向智能化方向发展,大数据、云计算、物联网、移动互联和人工智能技术引发“智慧浪潮”。广电要加快互联互通、协同覆盖和媒体融合,提升广电智能化服务能力和管理水平。

国家“十三五”规划纲要中也指出,要运用现代信息技术和大数据,建设一批新型示范性智慧城市,各地广电机构要发挥自身优势,积极参与智慧城市建设。

会上,国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川以“人工智能和智慧社会”为题,深入解读智慧议题。

他说道,在十九大的报告当中提出加快建设创新型国家,创新是引领发展的第一动力,是建设现代化经济体系的战略支撑,要瞄准世界科技前沿,突出关键共性技术、前沿引领技术、现代工程技术,为建设科技强国、质量强国、航天强国、网络强国、交通强国提供有力支撑。实际上,创新型国家最后落实到数字中国,就是智慧社会。

当前,国家将发展养老产业列为解决民生、造福百姓的头等大事,国务院印发的《关于积极推进互联网+行动指导意见》中,更是明确提出“促进智慧养老产业发展”的目标任务。

对此,中国电子科技集团公司第三研究所所长吴昕,发表了题为“智慧健康养老政策解读”的演说,并全面的解读。

“产学研用融合创新”论坛

产学研用是一种合作系统工程,就是充分利用学校与企业、科研单位等多种不同教学环境和教学资源,以及在人才培养方面的各自优势,把知识为主的学校教育与直接获取实际经验、实践能力为主的科研实践有机结合的教育形式。

融合创新则是将各种创新要素充分创造性的融合,使各创新要素之间互相匹配,从而使创新系统的整体功能发生质的飞跃,形成独特的不可复制的创新能力和核心竞争力。

这次会上,浙江广播电视集团副总、教授级高工杨勇先生指出,产学研用融合创新这个题目非常好,让学校和用人单位结合起来。自己所在的浙江广电集团既是一个生产单位,生产节目,生产大家的精神食粮,同时也是一个学习的地方。

来自国家新闻广电总局广播科学研究院互联网视听技术研究所副所长、教授级高工张伟,他的演讲题目是《融合媒体平台建设》。他表示,因为最近融合媒体发展非常迅速,无论是在国家层面,还是在地方的落地层面,都推进得非常快速,希望在融合媒体方面能够有规范的依据。

“广电工程与运维”论坛

在北京歌华有线电视网络股份有限公司副总经理唐文伟的主持下,参加“广电工程与运维”论坛的多位嘉宾,从产品、技术等的角度,就各自的议题展开了演讲。

北京歌华有线网络公司总经理助理刘昕,从背景介绍、技术方案、组网设计、施工和开通四个方面,对光纤到户问题进行了探讨。

太平洋宽频带通讯公司(PBN)产品经理尹攀发言,他认为用户需求推动广电通信网络的演进;关于 DOCSIS3.1 网络规划建设,要基于中国网络规划建设,并有一个清晰的脉络;还有在软件这一块,要建设智能通道,实施智慧运维。

江苏省广电有线信息网络股份有限公司工程部业务主管张明龙,他汇报的题目就是统一

标准，分级管理。他说道，所谓统一标准，就是要建立一个规范统一的管理制度和流程，分级管理，要职责明确，在具体工程管理中要岗位清晰，职责明确，这样才能为整个工程管理提供基础的保障。

（11）第三届“世界电视日”中国电视大会开幕

（编辑：passion 来源：科讯广电网 2017年11月21日 17:14:15）

11月21日，以“遇见电视的未来”为主题的第三届“世界电视日”中国电视大会在北京国际会议中心隆重开幕。来自电视领域的行业组织、电视台、有线电视网络、节目制作公司以及大视频领域的各类相关机构近千人参加了会议，对电视行业的现状与未来进行了深入的探讨。会议为期两天，包括主论坛和10个专题论坛。

联合国教科文组织执行局前主席迈克尔·沃布斯(MICHAEL WORBS)，亚太广播发展机构(AIBD)秘书长常进，国家新闻出版广电总局总工程师王效杰，国家新闻出版广电总局科技委副主任何宗就，中国广播电视国际经济技术合作总公司副总经理孙柯林，央视市场研究(CTR)总经理、CTR媒体融合研究院执行院长、中国广视索福瑞媒介研究(CSM)总经理徐立军出席大会主论坛。

此外，来自海内外电视台、有线电视运营商的代表，互联网视频企业负责人以及国内外电视技术企业的代表们也出席了本次大会。中央电视台主持人柴璐主持了大会主论坛。

A、遇见电视的未来

1996年11月21-22日，联合国举办了首届“世界电视论坛”，当年12月17日，联合国大会通过第51/205号决议，指定每年的11月21日为世界电视日。指出“世界电视日不仅只是一个庆祝电视这种工具的日子，更重要的是认可电视所代表的哲学。电视是现代世界的传播和全球化的象征。”正是在这样的背景下，2015年，中国电视艺术家协会媒体融合推进委员会、中国电影电视技术学会、北京国际广播电影电视展览会(BIRTV)组委会、中国传媒大学、北京电视台、凤凰卫视共同发起、举办了首届“世界电视日”中国电视大会。

今天恰逢第22个“世界电视日”，中国电视大会的主题也从2015“电视连接你我TA”，到2016年“90后的电视？”，再到2017年“遇见电视的未来”，随着时代和科技脚步，不断以前瞻的眼光聚焦电视的发展。

国家新闻出版广电总局总工程师王效杰在开幕式上的致辞中也表示，“第三届‘世界电视日’中国电视大会，以‘遇见电视的未来’为主题，推动传统媒体与新媒体融合发展，非常重要，正当其时。”她还指出，我国电视媒体正处在一个变革的时代，同时也面临着发展的大好时机，党的十九大提出了全面建成小康社会和社会主义现代化的宏伟目标，广电科技工作者使命光荣、任务艰巨、责任重大。国家新闻出版广电总局也在推动融合媒体制播云平台建设，推动下一代广播电视网建设，和推动智慧广电建设三大方面做了一系列工作。

B、海内外专家、学者齐聚中国电视大会

中国电视大会以“世界电视日”为契机，积极响应国家“一带一路”和“走出去”政策，搭建起了“走出去”和“引进来”的桥梁，不仅吸引了国内专家、学者的参与，也引起了亚太广播联盟、欧洲广播联盟、欧洲商业电视协会等国际电视组织及亚洲很多电视媒体的广泛关注。

联合国教科文组织执行局主席迈克尔·沃布斯(MICHAEL WORBS)应邀出席了大会主论坛。他表示联合国大会宣布11月21日为“世界电视日”，今天能参加中国这场盛会，感到非常自豪，他认为电视是个有力的媒体工具，通过这个工具能使我们的知识广泛的传播，但是现在新技术的兴起，使传统电视受到了前所未有的挑战，不只是在中国，欧洲许多国家也是同样的情况。但是现在的知识，同样需要分享，电视的力量需要让所有人充分利用，我们的电视如何聚焦于现在全球性问题，包括和平、安全、经济和社会发展，以及推动文化交

流。与此同时，能够帮助推动世界的改变和达成可持续发展。

“世界电视日”设立后的 20 多年来，伴随着互联网在世界范围内的迅速普及，现代传播格局发生了翻天覆地的变化，电视媒体的发展方向也成为业界研究和讨论的热点。亚太广播发展机构（AIBD）秘书长常进在题为《亚太媒体合作：新时代，新使命，新伙伴》的致辞中表示，媒体面对日新月异的技术进步，需要不断调整结构，适配资源，但就其社会使命来说，服务发展无疑成为媒体新时代的首要使命。此外，常进还指出，进入新时代，亚太媒体合作也结成新的伙伴。中国倡议的“一带一路”正为亚太地区媒体合作提供了新的平台。

央视市场研究（CTR）执行董事、总经理，CTR 媒体融合研究院执行院长、中国广视索福瑞媒介研究（CSM）执行董事、总经理徐立军对媒介进化图景中电视方位的解读。他指出，电视是唯一的家用媒介，给人以强烈的视听震撼，并且拥有打透圈层的巨大能量，同时是最有效的广告传播载体。谈及新时代的新电视，徐立军给出三点预判，一是线上和智能的结合，双向互动、时移点播，从追求画质效果到升级操作系统。二是用户化和数据化的结合，将受众转化为用户，以用户和数据为核心进行运营。三是开放和共生的结合，电视节目不单纯为电视大屏而生产，电视大屏也不仅仅为电视台生产。

日本放送内容海外展开促进机构（BEAJ）专务理事村上宪一先生解读了日本电视产业未来的战略方向。BEAJ 与国外电视台联合制作的节目在海外传播后取得了显著效果，目前，BEAJ 不仅掌握了日本全国的节目信息和内容，还在 4 月正式启动了放送内容交易网站——JPC，让日本地方放送局结交更多的国外放送内容相关人。此外，日本总务省已经提出明确规划，计划在 2020 年之前，正式启动 4k、8k 放送，使所有人都能身临其境地体验到东京奥运会、残奥会的现场实况。

C、10 场分论坛，开启广电智慧风暴

本届大会共设立了 10 场分论坛，涉及电视生态产业链各个环节。广电网络发展战略峰会，探讨广电转型升级新模式；中国电视媒体融合峰会，聚焦“融媒体”“全媒体”“新媒体”的全方位解读；TV 跨界融合峰会，大开脑洞“电视+”的各种方程式；智能终端与家庭互联论坛，分享家庭大屏娱乐的新体验。

中国互动营销趋势论坛迈出三部曲。汇源果汁、北京现代、杜蕾斯、ofo 共享单车的代表共同探讨营销的传承与进化，百度搜索携手汽车行业擦出数据智能营销的火花，CIBN 互联网电视与电通安吉斯集团、奥信传媒、北京晴朗一州文化传播共话营销的突破与重生。

在“内容为王”的时代，广电内容产业峰会云集未来电视、中广电传媒、中国广视索福瑞、百度云、广东弘视、湖北广电云数传媒、瀚动体育，在广电内容运营领域开启头脑风暴。

媒体云与大数据创新峰会，作为基础性战略资源的大数据、云计算成为聚光灯下的主角，成为第三届中国电视大会锦上添花的一环。

未来视听峰会和移动视频生态峰会，紧紧抓住互联网的脉搏，在自媒体、短视频、网络直播的风口下，无疑给电视注入了新鲜的血液。

广电网络集客业务峰会正应时下需求。在广电网络公客业务受阻的今天，集客业务成为新的增长点，智慧城市、雪亮工程等项目成为广电网络的高频热词，来自贵广网络、鹏博士、山东广电网络、大唐融合、视联动力、福建广电网络和东方有线的嘉宾齐聚一堂，共话未来。

2017 年，第三届“世界电视日”中国电视大会再次集结大视频行业整个产业链的各个参与环节，以及行业组织领导人、行业权威专家，必会成为 2017 年度电视行业最具广泛影响力的行业盛会。

（12）【中国电视大会】王效杰为第三届“世界电视日”中国电视大会致辞

（2017-11-21 09:17 来源： 中广互联独家）

11月21日，以“遇见电视的未来”为主题的第三届“世界电视日”中国电视大会在北京国际会议中心隆重开幕。来自电视领域的行业组织、电视台、有线电视网络、节目制作公司以及大视频领域的各类相关机构近千人参加了会议，对电视行业的现状与未来进行了深入的探讨。会议为期两天，包括主论坛和10个专题论坛。

国家新闻出版广电总局总工程师王效杰出席大会开幕式，并发表致辞。她指出，第三届中国电视大会以“遇见电视的未来”为主题，推动传统媒体与新媒体融合发展，正当其时，并对国家新闻出版广电总局近年来在加快推动全行业在新技术条件下的转型升级工作做了简要总结，希望电视同行们不断开拓创新，共同为广电发展贡献力量。

以下是致辞全文：

值此11月21日第三届“世界电视日”中国电视大会召开之际，我谨代表国家新闻出版广电总局，向大会的召开表示热烈的祝贺！向长期关心支持广播电视发展工作的各级领导和有关部门表示衷心的感谢！向出席会议的各位朋友和为我国广播电视科技事业做出突出贡献的广大科技工作者，致以诚挚的问候和崇高的敬意！

1996年11月21-22日，联合国举办了首届“世界电视论坛”，当年12月17日，联合国大会通过第51/205号决议，指定每年的11月21日为世界电视日。今天是2017年11月21日，是第22个“世界电视日”。

电视被称为二十世纪最伟大的发明之一，人类的生活方式因为电视而发生了深刻的变化。联合国设立世界电视日的目的，就在于促进世界传媒事业的发展，发挥电视非凡的影响力，展现多种文化和不同观点，以更好地担负起促进经济发展、社会进步，维护人类和平的使命。近年来，新兴媒体以其全时空传播、海量信息、快捷互动等特征，对传统媒体产生了种种冲击，传统媒体的发展走到了重要节点。如何适应新媒体技术的日新月异和媒体环境的深刻变化，推进传统媒体与新兴媒体的融合发展，给广播电视工作者带来了新的机遇和挑战。

中国电影电视技术学会、中国电视家协会媒体融合推进委员会、北京电视台、BIRTV组委会、中国传媒大学、凤凰卫视、央视市场研究（CTR）、中国广视索福瑞媒介研究（CSM）等多家电视媒体和机构共同举办的第三届“世界电视日”中国电视大会，以“遇见电视的未来”为主题，推动传统媒体与新媒体融合发展，非常重要，正当其时。

电视是科技的产物，电视未来的发展离不开技术的不断进步与业务的持续创新。近年来，国家新闻出版广电总局为深入贯彻落实中央关于创新驱动、媒体融合发展等一系列战略，充分发挥科技对新闻出版广播影视的引领、驱动和支撑作用，不断提升广播影视的传播力、影响力和公信力，提升主流媒体的舆论引导能力，加快推动全行业在新技术条件下的转型升级做了一系列工作：

一是加快高清化步伐，大力推动融合媒体制播云平台建设。目前经总局批准的高清频道已经超过120个，中央和省级电视台主要频道即将全转为高清频道。总局陆续颁布了4K超高清电视技术标准，中央电视台以及上海、广东等电视台已进入4K超高清电视技术应用试验阶段。各级广播电视台加快构建传统媒体与新媒体融合的内容制播平台、集成播控服务平台，积极探索构建一云多屏制播体系，实现覆盖电视机、手机、平板电脑等多种终端的跨屏服务，增强广播电视传播能力。

二是加快网络化步伐，大力推动下一代广播电视网建设。总局组织系统内外200多家单位开展关键技术研究，先后制定颁布了100多项下一代广播电视网（NGB）技术标准规范，积极推动有线网络数字化、双向化升级改造和多业务部署，推动全国有线电视网络互联互通，目前全国有线电视用户数超过2亿户，有线电视数字化率超过84%；积极推动无线

广播电视数字化，全国数字电视发射机超过 1.2 万部，数字音频广播发射机超过 600 部；大力开展直播卫星户户通，全国直播卫星用户总数达 1.2 亿户，成为世界上用户最多的卫星平台。下一步，我们将积极推动广电有线无线卫星传输覆盖网融合创新、转型升级，向天地一体、互联互通、宽带交互、智能协同的方向发展，支持移动、宽带、交互、跨屏广播电视融合业务的开展，提升广播电视海量视频内容和融合媒体创新业务的承载能力。

三是加快智能化步伐，大力推动智慧广电建设。总局组织研发了我国自主创新的智能电视操作系统（TVOS）技术标准，积极推动广电终端向智能化发展，使广电智能终端实现数字家庭多媒体网关、物联网网关、数据网关、路由器、语音交互等多种功能，拓展服务领域，为构建智慧广电产业链、促进融合媒体业态创新奠定了坚实基础，目前在上海、浙江、湖南、陕西、内蒙、新疆等有线网络开始推广普及 TVOS 智能终端。与此同时，我们还积极推动建设无线交互广播电视网（NGB-W），通过聚合广电、融合新媒体以及物联网等业务，满足用户利用现有终端随时随地接收广播电视和信息服务的需求，实现“看电视”变“用电视”，为建设智慧城市、智慧社区提供相应的服务，目前已经在上海完成了规模试验，即将在全国推广普及。

各位来宾、各位同行，我国电视媒体正处在一个变革的时代，同时也面临着发展的大好时机，党的十九大提出了全面建成小康社会和社会主义现代化的宏伟目标，广播电视要满足人民群众对美好生活的新期待，我们广电科技工作者使命光荣、任务艰巨、责任重大。

前两届大会因时间原因，我没能参加，但听不少人说开的很成功，受到业界的普遍关注，今年的大会有众多海外电视人出席活动，也越来越受到国际电视界的关注，正是在广大电视工作者的不懈努力下，我国广电事业近年来取得了长足进步。整个行业正在中央关于传统媒体与新兴媒体融合发展的指导方针之下，探索电视服务的新媒体转型之路。

最后，感谢各主办、承办单位的辛勤工作，感谢今明两天所有嘉宾的分享，感谢海内外各位参会的电视同行。让我们借“世界电视日”中国电视大会这个平台，致敬过去，交流当下，展望未来。希望电视同行们不忘初心、继续前进、不断开拓创新，共同为广电发展贡献力量。

预祝大会圆满成功！谢谢大家！

（13）广电马上开始全国部署 700M 的 4G 网络

（编辑：passion 来源：智慧家庭 2017 年 11 月 22 日 17:03:16）

11 月 21 号，广电总局的总工王效杰公开透露，即将在全国推广普及 NGB-W。

那么，NGB-W 是个啥？官方名称为“无线交互广播电视网”。也就是说，NGB-W 是广电双向无线网。

那么，NGB-W 广电双向无线网的本质是什么？大家去看看 NGB-W 的暂行技术文件就能看出，实现 NGB-W 的关键技术是 700M 频段的 LTE-FDD（4G）。

也就是说，广电马上开始全国部署 700M 的 LTE-FDD 网络。但是，这是一种 4G 网络吗？严格地说，说 NGB-W 是 700M 的 4G 网络，并不准确！因为 NGB-W 实际上是在广电网络中采用 4G 技术来提高广电为大家服务的能力，届时，广电就能为大家提供更多、更好的服务！

大家怎么看？

（14）ICTC2017 观察：广电的忧虑与机会，“电视淘宝”率大屏购物来袭

（2017年11月22日 16:50:30）

11月17日，第二十五届媒体融合技术研讨会(ICTC2017)在杭州落下帷幕，在“加速智慧广电建设，促进融合媒体发展”的主旋律倡导下，来自全国各地的广电机构领导，国内外广电媒体运营商高管、广电技术的研究机构代表汇聚一堂。研讨会上的重量级大奖——全球有线创新杭州峰会年度大奖被 Broadlink、电视淘宝与 Nikola Labs 三家企业共同摘得。三家企业在科技创新方面广施拳脚，都取得了不俗成就。

Broadlink 致力于打造智能家电互动平台，使“智能”真正走进家居生活，让千家万户体验到科技腾飞带来的进步。Nikola Labs 则成功将无线频率化为直流电，成功研发出一种可以让 iPhone 增加 30%电量的手机壳。“电视淘宝”作为 OTT 领域创新代表，携其人工智能语音识别系统，一亮相便成为了大会热门。

智能大屏来袭，广电处境颇为尴尬

随着近几年大屏智能电视纷至沓来，以工薪阶层完全可以接受的价格“飞入寻常百姓家”，广电数字电视的“落寞”更加显而易见。据采访到的一位广电网络安装师傅说，现在上门安装维修，用户会反应很多问题，比如为什么要单独走明线，机顶盒不好隐藏，电视卡经常失灵，数字信号不清晰等等，而用户最常抱怨的就是“看电视为什么还要缴费？人家电视盒子、电视里下载的 APP 就不用！”

在此次 ICTC 大会上，就有广电同行就广义和狭义两方面对广电现状进行解读。

广义上来讲，广电系在与互联网视频的几轮竞争中都处于明显落后的地位。据 2017 年 5 月中国广电网络公司公布的 2017 年第一季度数据显示，有线电视用户较上季度下降 172.8 万户，已连续两个季度呈下降态势。相比之下 OTT 用户则环比增长 599 万户。广电系平台在视频内容的丰富程度、制作水平甚至平台顶层设计、盈利模式、运营机制等方面都明显落后于马不停蹄聚拢用户的 OTT 平台。

而狭义来说，广电系平台的用户界面、使用逻辑、网络硬件设备都较为固化、死板，其升级速度已经远远满足不了用户日新月异的体验需求。从本届 ICTC 我们看到，本已稍事领先的 OTT 领域，更率先开始了“大屏购物”领域的拓展和创新。在此次会议上大放异彩的 Broadlink、电视淘宝与 Nikola Labs 就极具代表性，他们与传统、滞后的广电 TVOS 形成了鲜明的对比。

AI“大屏购物”继续颠覆传统

以电视淘宝为例，作为 OTT 领域创新的代表，电视淘宝已经在大屏购物与人工智能结合方面做到了行业领先水平。它更符合智慧家庭、智慧客厅等“通过语音与机器交互”的趋势，是对家用物联网技术的全新实践。

在现场演示环节，OTT 上的电视淘宝迅速俘获了大家的眼球。电视淘宝的用户交互依靠的并不是手动控制，而是人工智能(AI)领域的成熟技术——智能语音识别系统。它就像一位私人导购员一样与用户沟通，所说的每一句话，下达的每一个购物指令，电视淘宝都能够接收回应，并快速执行，帮助用户完成下单和物流跟踪等各式各样的网购需求。它的近远场交互模式可以脱离遥控器的束缚，在家中任何一个方位都可以用语音唤醒电视淘宝。同时，电视淘宝也有效融合大数据技术与人工智能，充分挖掘了大屏智能电视的购物潜能——“边看边买”功能能够自动识别屏幕上正在播放的电影电视剧、卡通动漫等多媒体素材中的商品、品牌，并直接从“万能的淘宝”数据库中检索、呈现在用户面前供我们选购相关商品。这无疑是一种未来感十足的购物体验，试想，当用户在看热播电视剧《猎场》时，只需唤出电视淘宝，就可以轻松获取主演胡歌在剧中穿戴的西装、眼镜，喝的咖啡、红酒等等商品信息，接着和电视淘宝对上几句话，就可以成功下单，等待商品送货上门。

与此同时，我们从大会上了解到，电视淘宝的智能语音和边看边买等创新业务，也正在

往广电的 TVOS 上发展,这正是如 Broadlink、电视淘宝与 Nikola Labs 这样的创新型企业与广电 TVOS 共谋发展的方式。

携手创新,才是广电的可持续发展之路

此届 ICTC 上,广电同仁意识到并表达了广电现实中的落寞,同时,我们也看到了广电同仁们在创新方面的努力。今年 ICTC 上, Broadlink、电视淘宝与 Nikola Labs 等企业向大众展示了各自在人工智能和科技创新方面的成果,有他们与广电一起深耕 TVOS 的创新,携手发展,在不久的将来,广电亦将走出目前的窘迫,开启 TVOS 的新篇章!

(15) 新闻出版广电基地产业联盟成立

(编辑: passion 来源: 中国社会科学网 2017 年 11 月 23 日 14:45:03)

11 月 20 日至 21 日, 国家新闻出版广电总局基地(园区)工作交流会暨优秀产业示范项目推广会在江苏镇江举行。会议总结交流研讨了新闻出版广电基地(园区)发展新成果、新思路、新模式、新经验;展示推广优秀产业示范项目,推动基地(园区)创新发展。新闻出版广电基地(园区)产业联盟同时宣告成立。

十八大以来,总局党组高度重视基地(园区)建设工作,在推动基地(园区)建设上持续发力,基地(园区)建设风生水起,渐成气候,形成了出版创意、数字出版、印刷包装、音乐产业、动漫游戏、出版装备、影视动画等多个类别,东中西部全面开花的态势。目前,全国经总局(原新闻出版总署)批准建设的新闻出版产业基地(园区)共有 30 家,分布在 18 个省份。近 10 年来,各基地(园区)立足行业实际,发挥各自优势,积极探索,锐意创新,取得了飞速发展。据统计,截至 2016 年,全国 30 家新闻出版基地(园区)实现营业收入 2306.2 亿元。

会议达成共识:内容创新是基地(园区)健康发展的内生动力;技术创新是基地(园区)持续发展的驱动力;模式创新是基地(园区)科学发展的生命力。会议认为,基地(园区)建设发展走过的道路,是一条锐意进取、敢为人先的创新之路。

面对新时代面临的新形势、新任务,会议提出 3 点要求:一是坚持优化服务,聚合资源,做到强化服务意识、简化行政流程、优化服务机制;二是坚持营造环境,聚集人才;三是坚持创新驱动,聚变未来。

江苏国家数字出版基地镇江园区等 8 家单位代表作大会交流发言。国家新闻出版广电总局规划发展司司长朱伟峰、副司长李建臣及有关直属单位领导,相关省(区、市)新闻出版广电行政管理部门及全国新闻出版产业基地(园区)管理单位负责人参加会议。

(16) “中国广播电视科技创新奖(2017)” 评奖报名工作正式启动

(编辑: passion 来源: 科讯广电网 2017 年 11 月 27 日 14:46:25)

2017 年“中国广播电视科技创新奖”评选报名工作日前已经启动,这项一年一度的行业重大评选活动旨在奖励我国广播电视设备科学进步方面做出较大贡献的组织和个人,以推动我国广播电视事业的创新和发展。

“中国广播电视科技创新奖”由中国科学技术部批准设立,设奖证书号:国科奖社证字 0158 号。“中国广播电视科技创新奖”评选活动在推动行业创新、调动企业科技创新的积极性和创造性,增强企业的自主创新能力提升行业发展等方面起到了积极的促进作用,对用户的新技术应用和设备选购提供了积极的指导和有效的帮助。同时“中国广播电视科技创新奖”评选工作得到了科技部国家科技奖励工作办公室、工业和信息化部、国家新闻出版广电总局、中国电子学会、国家新闻出版广电总局广播科学研究院等单位的支持,以及知名企业、业内专家、学者的热情参与。

2017 年“中国广播电视科技创新奖”将设置三大类奖项，广播电视科技创新产品奖、广播电视科技创新企业奖、广播电视科技创新个人奖。期待各行业个人、企业积极报名参与 2017 年科技创新奖评选活动，共同促进我国广播电视行业的发展与进步！

申报时间：2017 年 11 月 1 日—2018 年 1 月 11 日

评奖办公室电话：010-64823776 转 812/815

（17）国家新闻出版广电总局印发《全国应急广播体系建设总体规划》

（2017-11-30 09:09 来源：广电猎酷）

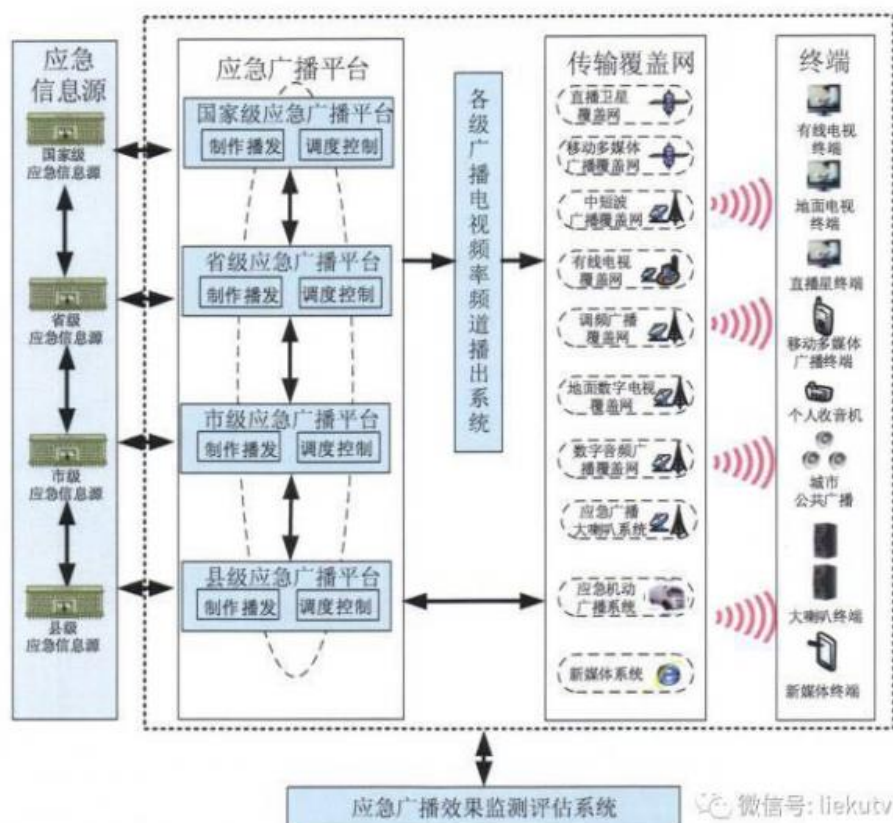
全国应急广播体系是国家应急体系和国家公共服务体系的重要组成部分。党中央、国务院高度重视应对突发事件中的应急广播工作，近年来颁布的相关规划和文件对全国应急广播体系建设均提出了明确要求。近日，国家新闻出版广电总局向各省广电局及相关单位印发了《全国应急广播体系建设总体规划》，请各单位结合本地区、本部门实际，认真组织做好宣贯和实施工作。

应急广播作为基本公共服务的重要组成部分，《全国应急广播体系建设总体规划》提出在国家应急管理体系总体框架下，遵循统筹规划、分级建设、安全可靠、快速高效、平战结合的基本原则，统筹利用现有广播电视资源，建设形成中央、省、市、县四级统一协调、上下贯通、可管可控、综合覆盖的全局应急广播体系，向城乡居民提供灾害预警应急广播和政务信息发布、政策宣讲服务。

主要任务

规划提出全国应急广播体系建设的五大主要任务，包括建立健全各级应急广播技术体系、标准体系、管理体系、运行体系和保障体系。

全国应急广播技术系统由国家、省、市、县四级组成，各级系统包括应急广播平台、广播电视频率频道播出系统、应急广播传输覆盖网、接收终端和效果监测评估系统五部分内容。



应急广播技术系统总体架构

应急广播标准体系包括应急广播系统技术标准和建设标准，其中技术标准包括系统、传输覆盖、安全运行、监测监管等标准；建设标准包括各级应急广播平台、应急广播传输覆盖网、广播电视播出机构的应急广播相关技术系统、机动应急广播系统等建设标准。



应急广播技术标准体系框架图

重点项目

规划提出全国应急广播体系建设八个领域的重点项目，包括：

A、国家应急广播工程：国家应急广播平台、国家应急广播业务工作用房、国家应急广播传输覆盖网、效果监测评估系统等。

B、省级应急广播工程：省级应急广播平台、省级应急广播传输覆盖网以及效果监测评估系统等。

C、市级应急广播工程：市级应急广播平台、市级应急广播传输覆盖网以及效果监测评估系统等。

D、县级应急广播工程：县级应急广播平台、县级应急广播传输覆盖网、应急广播大喇叭系统等。

E、应急广播信息共享工程：应急广播互联互通工程、应急广播信息共享工程。

F、应急广播标准建设：技术标准的编制和应用、建设标准的编制和推广。

G、应急广播新技术研发与推广：国产密码算法在应急广播系统中的应用，应急广播自动唤醒、响应接收终端的技术研发、产业化生产、规模化应用。

H、应急广播科普内容建设：应急广播科普内容库。

规划提出了全国应急广播体系的建设目标：在全国推进应急广播建设，建立健全各级应急广播技术体系、标准体系、管理体系、运行体系和保障体系，在灾害多发地区开展试点示范，实现应急信息及时汇聚、快速制作发布、信号精准覆盖、终端实时响应、效果监测评估等功能，推进全国各地应急广播标准化、规范化、规模化建设，同时适应媒体融合发展方向，推进新兴媒体应急广播系统建设，创新应急广播形式和手段。到 2020 年，初步建成中央、省、市、县四级信息共享、分级负责、反应快捷、安全可靠的全国应急广播体系。

附：规划目录

全国应急广播体系建设总体规划

国家新闻出版广电总局编制

二〇一七年九月

A、背景

(A) 全国应急广播体系建设的必要性、重要性和紧迫性

(B) 全国应急广播体系建设取得的成效

B、指导思想、基本原则和建设目标

(A) 指导思想

(B) 基本原则

(C) 建设目标

C、主要任务

(A) 建立健全应急广播技术体系

a、建设应急广播平台

b、改造广播电视频率频道播出系统并建设新媒体应急广播系统

c、建设应急广播中短波调频覆盖网

d、建设应急广播直播卫星覆盖网

e、建设应急广播移动多媒体广播电视覆盖网

f、建设应急广播地面数字电视覆盖网

g、建设应急广播有线数字电视覆盖网

h、建设应急广播数字音频广播覆盖网

i、建设应急广播大喇叭系统

- j、推进多种类应急广播终端的应用
- k、建设机动应急广播系统
- l、健全应急广播效果监测评估系统
 - (B) 建立健全应急广播标准体系
 - a、制定完善应急广播技术标准
 - b、制定完善应急广播建设标准
 - (C) 建立健全应急广播管理体系
 - a、建立应急广播体系管理体制
 - b、制定完善应急广播管理制度
 - (D) 建立健全应急广播运行体系
 - a、建立应急广播信息采集运行机制
 - b、建立应急广播信息共享运行机制
 - c、开展多种应急广播服务
- (E) 建立健全应急广播保障体系
 - a、加强信息安全保障
 - b、增强系统容灾能力
 - c、强化运行监管和效果评估
- D、重点项目
 - (A) 国家应急广播工程
 - (B) 省级应急广播工程
 - (C) 市级应急广播工程
 - (D) 县级应急广播工程
 - (E) 应急广播信息共享工程
 - (F) 应急广播标准建设
 - (G) 应急广播新技术研发与推广
 - (H) 应急广播科普内容建设
- E、保障措施
 - (A) 加强组织领导
 - (B) 争取政策支持
 - (C) 完善制度建设
 - (D) 开展培训演练
 - (E) 加强示范试点
 - (F) 建立长效机制

(三)、领导讲话

1. 张海涛会长在 ICTC2017 上致辞

(2017-11-16 11:56 来源： 中广互联)

各位嘉宾，同志们，朋友们：

大家上午好！很高兴来到美丽的杭州，再次同各位朋友及全国的技术同行们见面。

上个月，党的十九大胜利召开，聚焦人民对美好生活的向往，以习近平新时代中国特色社会主义思想

社会主义思想为引领，制定了新蓝图，谱写了新篇章，开启了新征程。今天，我们在杭州召开 2017 ICTC 媒体融合技术研讨会，围绕国家发展大局，结合广电工作实际，共商行业发展之路，就是深入学习贯彻十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想的具体实践，意义重大。首先，我代表中广联合会，对出席本届研讨会的总局有关部门、有关单位的领导、各位业界同仁和各位来自海内外的嘉宾表示热烈的欢迎和由衷的感谢！

科技是助力行业转型、推动经济增长的重要引擎。在座的各位都是广电技术方面的专家，是广电新发展的探索者、实践者。近年来，大家在技术创新、媒体融合、产业升级等方面做了大量的探索，很多单位的微信、APP 等新媒体平台运行的很好，有的还实现了新媒体收入的增长，非常难得。同时大家始终坚持把安全播出作为生命线，圆满地完成了十九大安全播出保障任务，为党的十九大的成功召开做出了突出的贡献，成绩喜人、成效显著，值得赞扬。

十九大提出了，在全面建成小康社会的基础上，在本世纪中叶建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的“新两步走战略”。如何把握新时代、解决新矛盾、开启新征程需要我们每个人不忘初心、继续前进、脚踏实地、扎扎实实地做好工作。

而当前，行业面临的形势已经非常严峻。根据总局财务司最新的报告。广电行业用户下降，收入下滑，绝大多数电台电视台面临全面亏损的边缘。我们的现状与国家和人民的要求，与全面小康社会和社会主义现代化的目标相比还有很大的差距，行业面临的压力前所未有。

新形势下，我们应该怎么做，需要每个人认真的思考。昨天我参观了有线电视技术峰会，感触很深。大数据、云计算、人工智、移动互联网能等新一代技术发展很快，新产业、新模式、新业态层出不穷。我们不能等待、更不能观望，应该牢记使命、抢抓机遇、转变方式、加快创新，帮助行业培育新的增长点。

第一，守好阵地，牢牢掌握意识形态主动权

广播影视是党的喉舌和重要的宣传思想阵地。无论时代怎么发展、技术怎么革新，我们都要始终坚持初心不变、定位不变、宗旨不变。哪里需要我们，我们就应该覆盖到哪里（APP、IPTV 等等）。我们要肩负起党和人民赋予的神圣使命，在新时代，站在新高度，占领新领域，拿出新举措，部署新方案，实现新作为，不断巩固互联网时代宣传思想文化主阵地。

第二，做好服务，坚持以人民为中心的工作导向

广电的核心竞争力是公信力，广电的核心资源的是内容，广电的基础业务是公共服务。从 1997 年开始，为解决家家户户人人听上广播看上电视的问题，我们推动实施了广播电视村村通、直播卫星户户通、西新工程、无线覆盖工程、全国中波台上收、农村电影放映等重点工程。时代在不断发展，我们也要与时代同行，推动公共服务不断升级迭代。要适应人民群众在移动互联网时代的新习惯，满足人民群众对美好生活的新需求，构建新时代的现代化公共服务体系。因为，这是关系广电未来发展的战略工程。

第三，抓好改革，把手机作为工作的第一目标

新一轮科技和产业革命势不可挡，手机已经成为获取信息的第一媒体，成为人们必不可少的生活工具。我们要坚持五大发展理念，洞察新趋势，找准新方位，把握新规律，把广电体系向手机端延伸，真正以受众为本，把手机作为工作的第一目标，不断升级技术、翻新服务，提供精准化、个性化节目内容。

ICTC 已经走过了 25 个年头，突出专业性、行业性，在汇聚行业智慧、探索发展道路、促进国际交流等方面不断提升，成为了我国广电领域最具活力、实力、影响力的国际论坛之一。近几年，技术工作委员会在党的建设、内部管理、开展活动、评奖评优等方面又取得了不错的成绩。希望技术工作委员会在新一届会长的带领下，认真总结经验，以改革创新、奋发有为的精神，进一步提高管理水平，搭建行业平台，关心行业、关注行业、助力行业发展，继续为广电科技工作服务好。

最后，再次预祝 2017 ICTC 媒体融合技术研讨会圆满成功！谢谢大家！

2. 田进出席第五届中国网络视听大会开幕式并作主旨演讲

(2017-11-30 10:47 来源： 中广互联)

11月30日上午，以“新使命、新视界、新动能”为主题的第五届中国网络视听大会在四川成都召开。国家新闻出版广电总局党组成员、副局长田进出席开幕式并发表主旨演讲，代表国家新闻出版广电总局，向第五届中国网络视听大会的召开，表示热烈的祝贺。

田进指出，网络视听业界坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入贯彻落实中央决策部署，开拓创新、锐意进取，中国网络视听发展站在了时代的新起点上，突出表现在四个方面：网络视听新媒体成为传播党的声音的重要阵地，网络视听节目成为社会主义文艺的重要力量，网络视听服务成为人民群众文化信息消费的重要平台，网络视听产业成为实施创新驱动战略、培育新经济的重要引擎。

同时，田进提出四大希望：要牢牢把握中国特色社会主义文化前进方向，着力为实现中华民族伟大复兴中国梦凝聚强大精神力量；牢牢把握我国社会主要矛盾转化的新特点，着力满足人民群众美好生活新期待；牢牢把握激发全民族文化创新创造活力的新任务，着力推动视听新媒体加快深度融合和业态创新发展；牢牢把握营造清朗网络空间的要求，着力加强网络视听管理。

会上，中国网络视听节目服务协会副会长罗建辉致开幕辞，四川省委常委、宣传部部长甘霖，成都市委副书记、市长罗强出席并致辞。

据悉，第五届中国网络视听大会于11月29日至12月1日举行，来自网络视听全产业链的5000余名同仁聚齐大会，就行业的生存现状、发展方向等话题展开交流，探寻视听领域发展新趋势。在接下来的两天会期中，将进行网络视听产业峰会、新视听创新峰会、媒体融合发展峰会等30余场活动，内容覆盖媒体融合发展、精品网生内容制作、版权保护、人工智能、视听“鲜科技”、国漫创作、互联网电视产业、知识付费等全行业热点，探讨中国网络视听行业的新使命、新动能与未来蓝景。

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. 快讯|新大陆通信成功中标贵州省网机顶盒项目

（来源：福建新大陆通信科技股份有限公司网站 发布日期：2017.10.10）

捷报频传！



新大陆通信公司日前又接喜报，经过激烈竞争，我司成功中标贵州省网机顶盒项目，该项目预算规模1.3亿元。通信公司此次中标，为贵州省机顶盒市场打下良好基础，对公司全年经营指标具有重要意义。

2. 安全责任重于泰山——公司加强安全大检查

（来源：陕西如意广电科技有限公司网站 发表时间：[2017-10-13] 浏览次数： [60]）

自9月份以来，公司强化安全管理，加大安全检查力度，安全生产自查自纠工作成为一种制度化、常态化的工作得到真抓落实。

根据国资委安全工作部署，结合企业实际，公司安委会主任、邓虎林总经理第一时间做出要求和部署，并在公司司务会上进行了传达。

10月9日，国庆节后第一个工作日的公司中干会上，公司安全会副主任、副总经理叶伟传达了国资委247号文件，并宣布了自10日起，各生产经营实体每天由一把手亲自带队检查本单位安全；每周五由邓总和叶副总亲自带队下实体进行安全检查的决定。

2017年10月13日上午，叶副总率领公司安委会成员，对数网公司、动力能源公司、机械制造公司、佳意公司、数控钣金公司、变压器公司、广电设备公司、物业中心、幼儿园9家单位进行了安全检查。

本次安全检查内容为：公司变电站、水站、经营实体设备运行、电气线路、消防器材、厂房漏雨、现场管理等方面，其中最主要的一项是检查各单位对公司安全工作部署的落实情况，查各单位每天的安全检查纪录。

叶副总在检查时对实体一把手强调，为了迎接十九大召开创造稳定的安全环境，更是为

了加强其自身的安全管理，要求各单位领导一定要高度重视，认识到位，措施到位，行动到位，进一步加强自查自纠和隐患排查力度，全力保障生产经营工作的正常开展。

通过检查，公司各经营单位都做到了认真贯彻执行公司安全工作部署，行政一把手亲自带队检查安全，有安排、有措施、有纪录、有落实。表现突出的单位有：动力能源公司、物业中心、变压器公司。不足方面主要表现在个别单位安全检查纪录内容过于简单和检查纪录天数不够。针对公司院内一处道路塌陷和佳意公司围墙加固，检查组现场提出了整改意见，并要求进行完善与改进。

3. 新的开始，新的起点，新的期待

（来源：北京科旭威尔科技股份有限公司网站 发布时间：2017-10-17 点击：133）

2017年8月29日，科旭威尔整体成功搬迁至新的办公地点

欢迎致电北京科旭威尔科技股份有限公司，请拨分机号，查号请拨“0”。一声问候，当您致电的同时一定不知道科旭威尔正在发生着怎样的变化。

2017年8月29日，每个人的脸上洋溢着幸福的笑容，科旭威尔整体成功搬迁至新的办公地点

离开了曾经的办公环境，进入一个新的征程

本次成功搬迁离不开各部门的配合，周末几只辛勤的小蜜蜂为此次搬迁付出了他们辛勤的汗水，每天临近深夜才离开，监督每一部分的工作，工人们也每天加班加点，只为能够让我们顺利进入新职场。

除了入镜的几位同事，还有吴丽丽、徐静、刘光耀、毕森几位同事牺牲自己的休息时间来到新职场，感谢每一位的付出！财务部的小伙伴们顶着雨，在周日的下午提前来到公司整理办公用品，给你们一个大大的赞

这里正在发生的一切只是新的开始，科旭威尔还在行走的路上。在将来，你有酒，我有故事，准备好听听科旭威尔的故事了吗？

4. 中标喜讯：中标山东广播电视台专业设备采购公开招标 A6 包

（来源：杭州众传数字设备有限公司网站 发布时间：2017年10月27日）

热烈祝贺我司中标“山东广播电视台专业设备采购公开招标 A6 包”。

项目编号：SHZB2017-504

中标日期：2017年10月19日

5. 海华跻身 2017 年中国通信业百强行列

（来源：海华电子企业(中国)有限公司网站 发布时间：2017-10-30）

10月21日，中国通信行业发展大会在北京召开，经企业经过申报、现场评审等环节，成功申报相关奖励和荣誉：

广州无线电集团荣列“2017年中国通信业百强企业”第23位；

海格通信荣列第34位，海华公司列第97位；

广州无线电集团杨海洲董事长（兼海格通信、海华公司动事长）获得“2017年中国通信行业年度人物”（本年度仅10位）；

海华公司研制的“苍擒”无人机防控系统荣获“2017年最佳产品创新奖”。

6. 国科微新一代监控系列产品首发 2017 深圳安博

(来源：国科微电子股份有限公司网站 发布时间：2017 年 11 月 01 日)

2017 年 10 月 29 日-11 月 1 日，我国安防行业盛典——2017 年第十六届中国国际公共安全产品博览会在深圳拉开帷幕。国内安防监控方案主流厂商国科微携多款最新研发监控芯片、整体解决方案亮相展会。

——更低功耗的新一代高性价比视频监控芯片

第十五届深圳安博会，国科微首次推出自研视频监控芯片 GK7101/7102 系列，经过两年的潜心耕耘和创新研发，国科微 GK7 系列视频监控芯片以高性能、低功耗、高分辨率迅速获得市场广泛认可，国科微一跃成为国内主流的方案提供商，进入国内视频监控芯片一线品牌行列。

此次，国科微在安博会上展出了最新研发成果，更适应市场需求的——新一代高性价比、更低功耗的视频监控芯片 GK7102C 系列，该系列包括了 GK7102C、GK7102C-A、GK7102C-T 三款芯片。

本届博览会国科微主推的芯片为 GK7102C。该款芯片是今年国科微针对消费类视频编解码领域产品专门开发的一款低功耗、低码率、高性价比、高集成度的 SoC 芯片。GK7102C 具有 960P、H.264 多码流编码能力，高效视频编码压缩率，内置国科微第二代 ISP。该芯片在满足客户功能差异化、图像质量及性能要求的同时，高集成度的硬件设计可大幅降低系统成本，稳定完善的 SDK 软件包可极大缩短客户开发周期。芯片应用领域覆盖行车记录仪、无人机图传、楼宇对讲、视频会议和可视门铃等。

同时，GK7102C 具有优秀的功耗控制，500mW 的运行功耗完全满足便携式摄像机、图传、电子门铃等带电池的编解码应用场景，有效地延长了产品的使用时间，给消费者带来更好的使用体验。

与 GK7102C 同一系列的还有 GK7102C-A 与 GK7102C-T 两款芯片。其中 GK7102C-A 支持 1080P 编解码，而 GK7102C-T 则专门针对 RTOS 系统应用进行优化设计，只需要 4MB 的 Flash 就可以支持 960P 码流和系统快速启动。

——覆盖广泛的消费类视频监控解决方案

此次展会，国科微还带来了消费类 IPC、门铃猫眼、图传、无线 NVR 套装等视频监控应用方案。

消费类视频监控应用方案支持 Linux，RTOS 实时操作系统，能够对接主流的 Sensor 和 Wi-Fi 模块，具有高画质、低功耗、高性价比并能支持客户的快速量产。在门铃猫眼应用场景中，该方案除了上述特点，还支持双向语音、P2P 全网穿透、手机 APP 等双向唤醒，在干电池或锂电池供电环境下能够超长待机 3~6 个月。图传应用场景则具有低延迟、100 米无线传输以及支持 TF 卡视频存储等特点。

无线 NVR 套装方案基于 GK7101S 芯片平台，具有高画质、强抗干扰能力、可靠存储、能够使用手机、电脑等实现 P2P 远程监控和回放等特点，能够适用于家庭、商铺、工厂、办公室等各小型安防监控场景。

——国科微第三代 ISP 图像处理模块全新亮相

国科微还在现场首次展出了全新研发的第三代 ISP 图像处理模块。新模块全方位提高了图像处理能力，尤其是低照度和运动场景下的画质得到了大幅提升，已用于国科微新一代 H.265/H.264 多码流视频监控芯片的设计。

未来，国科微将继续在安防视频监控领域持续发力，向功耗更低、性能更强、适用性更好、清晰度更高的方向发展，充分满足各层次客户的不同需求。

7. 中广传播公司委托中天鸿大在 19 大前完成 4 个 CMMB 站点的天馈

(来源: 北京中天鸿大科技有限公司网站 发布时间: 2017/11/01)

为迎接党的 19 大, 中广传播公司委托中天鸿大在 19 大前完成 4 个 CMMB 站点的天馈线供货和安装任务。公司售后部刘孝军和张欢克服了时间紧, 任务重, 施工复杂等困难, 按时保质地完成了任务, 受到了用户的好评。

8. 丰天鼎业连续三年荣膺德勤光谷高科技高成长 20 强——不忘初心继续前行

(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: 2017-11-02 10:19:51 浏览次数: 33690)

经过 3 个多月的评审和选拔, 10 月 27 日由德勤与武汉东湖新技术开发区管理委员会共同主办, 以期表彰武汉光谷地区高速成长、持续创新的卓越企业的“2017 年度德勤-光谷高科技高成长 20 强及明日之星”榜单终于揭晓。武汉丰天鼎业信息网络有限公司(以下简称“丰天鼎业”)以 150% 平均增长率强势入围 20 强, 位列第 17 名。这是丰天鼎业连续三年入选德勤“光谷 20 强”榜单。

“光谷 20 强榜”由全球最大会计师事务所德勤与武汉东湖高新区联合发布, 评选最关键指标是光谷企业过去 3 年的收入增长率, 评选标准包括: 营业至少三年; 公司总部必须在武汉光谷; 在被分析的三个年度中的第一年营业收入不少于一百万人民币; 公司拥有自主知识产权或专有技术, 并且该项技术为公司带来显著的营业收入。丰天鼎业经过严格评选, 成功入选“2017 德勤光谷高科技高成长 20 强”, 说明丰天鼎业人已成为光谷 2017 年成长速率最快的高科技企业之一, 企业发展速度和成长趋势得到了广泛认可。

承载梦想与荣光, 丰天鼎业将不忘初心, 继续致力于多网融合和智慧社区综合信息接入产品、技术及系统解决方案的研发, 以绿色、环保、节能、节材、高效可持续发展为标准, 顺应全球发展紧抓时代发展机遇, 奋勇前行, 以更优异的成绩回报社会。

9. 四川电视节 新奥特与国务院副总理聊一聊民族科技

(来源: 新奥特(北京)视频技术有限公司网站 发布时间: 2017-11-03)

2017 年 11 月 3 日上午, 第 54 届“亚广联”大会暨第十四届四川电视节开幕, 国务院副总理、党组成员刘延东等领导一行莅临指导, 并与新奥特(CDV)代表亲切交流。

当天下午, 作为参展的民族科技企业代表, 新奥特接受四川广播电视台的现场直播采访。

此次电视节新奥特重点展示融合媒体、全媒体互动演播室、8K 后期制作、慢动作回放、融合播出等解决方案展区, 以及“石墨”视频图文包装展示平台、VSE xMotion 视频制作回放系统、敦煌视觉效果合成系统、融合媒体系列解决方案等新产品和新成果。

融合媒体——精细服务

新奥特融合媒体云平台服务三大平台级产品——Newsphere 全媒体新闻融合服务平台、Editsphere 媒体内容生产服务平台和 Mediasphere 全媒体内容库, 以及多个具有针对性、功能更细化的产品和方案, 进一步深层次挖掘和探索融合媒体平台的新价值, 以此满足更多用户的多样化需求, 展现新奥特在融合媒体解决方案技术领域的行业领先地位与综合实力。

石墨包装——匠心科技

石墨视频图文包装展示平台和虚拟演播室技术相结合, 以体育赛事、综艺晚会、科教、等成功案例的模板展现 4K、双 4K、8K 超高清分辨率的艳丽包装画面, 以及 24 路本地视频实时播出的震撼效果, 同时通过多点触摸操控的功能, 采用多层次多窗口的形式对内容进行布局, 将多区域显示与指挥调度纳入统一平台进行管理, 打造实用性、娱乐性、数字化的全

新互动体验。

慢动作回放——掌控时间

获得 CCBN 产品创新杰出奖的 VSE xMotion 视频制作回放系统采集并制作精彩花絮及即时回放，到目前为止已经参与并完成了第十三届全运会和中国网球公开赛等多档体育、综艺、娱乐电视直播节目，动静结合、捕光逐影、全方位实时慢动作展现，使直播画面内容更直观、有冲击。

视觉敦煌——8K 包装

敦煌一体化制作的新型综合性解决方案，可以处理 8K 以下任意分辨率的素材，并在处理与合成中，不进行任何画面的切割，得到最佳的合成效果，同时还拥有 HDR 高动态范围影像处理技术。为影视节目创作者发挥其创意与想象力、创造虚拟与现实融合一体的视觉效果提供了有力的工具，是频道包装、广告片、片头片花、音乐电视、专题片、纪录片乃至长篇电视剧等各种后期制作应用的完美解决方案。

安全播控——智联 IP

无忧 S 一体化播出解决方案，是一套 IP 化基带播出总控解决方案，基于无忧 S 视频服务器和无忧 S 播总控软件，实现了无压缩的 4K 基带 IP 流播出和基于 H.265 编码的 4K 压缩 IP 流播出，并支持无压缩基带 IP 流、压缩 IP 流、浅压缩 IP 流等所有 IP 信号的总控调度工作。系统安全稳定，功能强大，方案成熟，具备标准化快速实施能力，极大提高了工作效率的同时也极大提高了节目的播出质量和安全性。

创新无限，立足客户需求，未来新奥特将更加努力，为大家带去更好更先进的产品技术与服务。

10. 保障十九大，博汇科技受到客户单位高度认可

（来源：北京市博汇科技股份有限公司网站 发布时间：2017-11-03）

中共十九大期间，博汇科技出色地完成了全国各级广播电视播出传输单位及政府监管部门的广播电视节目安全播出传输与接收的保障任务，受到全国客户单位高度认可，并陆续收到了感谢和表扬：

11. 英属直布罗陀政府商务部长阿尔伯特·伊索拉先生一行到访北电科林

（来源：北京北电科林电子有限公司网站 发布时间：2017-11-04）

10 月 30 日，英属直布罗陀政府商务部长阿尔伯特·伊索拉先生一行到访北电科林公司总部，就直布罗陀市智慧平安城市项目方案与进一步合作进行了深入洽谈，并在北电科林总经理杜玉珉、常务副总经理叶海龙的陪同下参观了公司北新桥园区，实地参观和体验了北电科林技术创新中心。

杜玉珉总经理代表公司对直布罗陀政府代表团的到来表示欢迎。杜总表示，近年来，北电科林紧随国家“一带一路”战略布局，不断优化全球化布局，加大市场开发力度，并希望以此为契机，继续巩固双方的友好合作关系，探索双方就智慧教育、智慧交通和平安城市上的深入合作。阿尔伯特·伊索拉部长高度赞扬了北电科林为直布罗陀市打造的智慧平安城市项目的咨询方案，表示非常看好北电科林的发展前景和技术实力，期待接下来的深化合作。

12. 中国演艺设备技术协会第二分会成立大会

（来源：重庆汇锦电子工程有限公司网站 发布时间:2017-11-06| 作者:admin）

2017 年 10 月 29 日，中国演艺设备技术协会演艺工程专业第二分会（以下简称演艺工程专业第二分会）成立大会在蓉城举行，重庆汇锦电子工程有限公司作为会员代表共同见证了演艺工程专业第二分会的诞生。

热烈祝贺重庆汇锦电子工程有限公司董事长朱红峰先生被聘用为《中国演艺设备技术协会第二分会副秘书长》

热烈祝贺重庆汇锦电子工程有限公司董事长朱红峰先生被聘用为《中国演艺设备技术协会第二分会专家委员会专家》

13. 我司党总支换届选举大会顺利举行

（来源：上海金陵电子网络股份有限公司网站 发布时间:2017-11-07）

10月23日下午三点，中共浦东新区陆家嘴街道上海金陵电子网络股份有限公司总支部委员会换届选举大会顺利召开，选举产生了新一届领导班子成员。

会上翁传德同志代表上届总支委员会作工作报告及党费收缴情况报告，并以“无候选人直接选举”的方式选举产生了新一届总支部委员会。翁传德同志当选为我司党总支书记，徐竑同志当选为党总支副书记，马广会、韩学军、杨晓同志当选为党总支委员。

此次换届选举恰逢十九大召开之际，全体党员纷纷表示，将深入学习和贯彻十九大精神，爱岗敬业、甘于奉献，为企业的发展作出自己的贡献。

14. 远东通信助力“2017年中国（成都）智慧轨道交通与创新发展论坛”

（来源：河北远东通信系统工程有限公司网站 发布日期：2017-11-10）

2017年11月9~10日，由成都轨道交通集团有限公司和世界轨道交通发展研究会主办的2017年中国（成都）智慧轨道交通与创新发展论坛在成都举行。远东通信吉树新总裁、厉庆燮高级顾问、李军军副总裁等领导受邀出席论坛。

成都市政府副秘书长涂智、中国城市轨道交通协会常务副会长周晓勤、成都轨道交通集团有限公司党委副书记、总经理沈卫平、世界轨道交通发展研究会副会长兼秘书长董叶青分别致开幕辞，国家发展和改革委员会基础产业司原巡视员李国勇、成都轨道交通集团有限公司常务副总经理于波、国家发展和改革委员会综合运输研究所所长汪鸣、中国地铁工程咨询有限责任公司常务副总经理刘迁等相关领导和专家做论坛主旨发言，为促进城市轨道交通创新和可持续发展出谋划策。

远东通信高级顾问厉庆燮作为协办单位代表致辞，希望与会各方利用此次论坛，分享成果、交流经验，为推进我国城市轨道交通建设、运营的可持续性和智能化发展而共同努力。

远东通信副总工程师李士东做了《融合通信助力智慧城轨发展》的主题演讲，介绍了远东通信面向城市轨道交通通信的Acro®Fusion融合通信解决方案，并结合相关应用案例做了详细说明。远东通信作为国内唯一同时掌握TETRA、PDT和TD-LTE三种不同技术体制专网通信技术的厂家，针对轨道交通通信系统所面临的问题及发展趋势，创新性地提出了“有线+无线”、“宽带+窄带”、“公网+专网”网络深度融合的思路，推出了Acro®Fusion融合通信解决方案。同时，根据不同行业实际需求情况，远东通信可以为用户量身定制最佳解决方案，并提供定制化的应用开发，最大限度的贴合用户需求，服务城市轨道交通用户。

另外，远东通信自主研发的TD-LTE车地无线通信系统、车载台、固定台、TAU、宽带手持终端、窄带手持终端等轨道交通相关产品在论坛现场进行了展示，受到与会地铁业主、专家、学者及业界同仁的广泛关注。

成都轨道交通集团有限公司党委副书记、总经理沈卫平先生参观远东通信展台

远东通信进入轨道交通通信领域已近20年，作为一家国有企业，始终倾力技术创新，积极推进国产TETRA、TD-LTE无线系统等在城市轨道交通领域的应用，在市场开拓方面也取得了丰硕成果，并参与了国家自主创新示范工程、国内首条全自动无人驾驶地铁线路北

京燕房线全自动运行系统的建设。未来，远东通信将不忘初心，砥砺前行，为中国轨道交通的持续创新和发展贡献更多力量。

15. 成都新光微波工程有限工程公司应邀参加双流机场应急演练

（来源：成都新光微波工程有限责任公司网站 发布时间：2017-11-13）

成都商报记者从四川机场集团获悉，11月9日，成都双流国际机场将组织开展应急救援综合演练。计划进行飞机灭火、放滑梯、疏散旅客、搜救伤员等演练内容。为避免公众误解，提前将演练相关情况进行通报，请看到的旅客不必恐慌。

关于成都双流国际机场组织开展应急救援综合演练的说明：

A、演练时间：11月9日 14:00-15:00

B、演练科目：航空器失事应急救援和残损航空器搬移

C、演练目的：验证相关预案的合理性和适用性，优化、完善应急处理程序，加强驻场单位的协同配合，进一步提升双流机场应急救援综合保障能力。

D、演练准备情况：双流机场已划设专门区域作为演练现场，将用一架飞机模拟失事航空器。目前，双流机场已对相关工作进行合理安排，确保演练期间机场的正常运行。

E、其他说明事项：演练期间，如各单位收到与演练相关的信息请一定与机场方面进行确认，以便甄别。

原标题：注意！双流机场今下午将进行应急演练 若有飞机失火不要恐慌。

成都新光微波工程有限工程公司应邀参加双流机场应急演练。

新光公司生产的应急通信调度指挥系统主要包括单兵应急通信及视音频传输系统、车载应急指挥信号传输系统、机房应急信号处理与管理系统、指挥调度中心与大屏显示系统。

该系统为双流机场指挥中心的日常调度指挥和应急救援发挥十分重要作用。

16. 中环安讯达公司第一届董事会第二次会议顺利召开

（来源：天津中环安讯达科技有限公司网站 发布时间：2017-11-14 10:55:42）

2017年9月19日天津中环安讯达科技有限公司第一届董事会第二次会议在公司召开，董事长金津、董事杨光、田顺民、监事会主席王晖、监事李志强、马建良参加会议。

董事长金津汇报了今年以来的临时董事会决议情，对今年新公司组建以来公积极应对形势变化，顺势而为，较好把握形势、驾驭局面，各项工作深入开展，安全生产整体平稳，经营发展实现良好开局。

会议要求，下半年要深入分析当前公司面临的形势，运营工作中要加强对时间节点和现金流关注，保证实现应收周转率的战略目标。财务做好分析，包括应收和存货，要作为下半年重点。确保完成全年各项目标任务，以实际行动推动公司健康可持续发展。

会议审议通过了公司一是2017年1到7月份公司运营情况；二是2017年1到8月份预算执行情况；三是关于车间改善、设备搬迁及扩建环评的议案。

公司总会计师迟大重、副经理李志强、刘千、经理助理、技术质量部经理谷越涛等列席了会议。

17. 多措并举 全力冲刺年度目标

（来源：湖南华南光电科技股份有限公司网站 发布时间：2017年11月14日 阴翀 蔡照桂 宋峻芳 /文）

冲刺的号角再次吹响，为激发全体员工冲刺6亿年度销售目标的斗志，公司紧盯目标、多措并举，确保全年经营目标顺利完成。

全面梳理，精心部署。公司对四季所有项目进行全面梳理摸底，并根据项目类型进行分

级、分类，有针对性的制定营销策略。其中 A、B 类重点调度项目，由营销副总经理亲抓落实。公司总部与各区域事业部每周通过视频会议、电话等方式，实时交流营销策略，力争项目落地。

落实责任，强化考核。公司制定了《冲刺年度目标考核办法》，加大了对冲刺阶段公司各层级员工的激励与考核，明确了各业务部门冲刺指标，各区域事业部对指标进行梳理，逐一分解落实到项目和责任人。层层传导压力，强化责任意识，营造了良好的“比、学、赶、超”的竞争氛围。

深入一线，落实工作。进一步加强公司高管分片负责制，公司高管除每周召开任务落实专题会议外，每月定期前往分管片区一线督导指标完成情况，根据经营工作计划对本片区经营工作进行实时推进、督办、指导和落实。及时了解和掌握片区基本情况及存在的问题，做好沟通、协调工作。

整合资源，统筹协调。最后两个月是工程招标、建设、验收、回款的黄金时期，公司根据在建项目进度状态，制定了重点项目验收计划。对重点项目进行现场指挥调度，加强跨部门协作，加快施工、验收进度，确保大型项目收入落实。

为冲刺目标提供人才体系保障，公司 10 月通过“四能”改革，优化了营销队伍，完成了营销体系改革和条线小组负责人及成员的招聘，并下发了《条线小组管理规定》，明确了条线小组驻京办公，协同作战，重拳出击，有的放矢，重点推进“一带一路”外贸、智慧城市、平安城市等大型项目。

沧海横流，方显英雄本色。我们将立足岗位、携手共进，以时不我待、只争朝夕的工作责任感和紧迫感，加快各项工作向前推进，确保工作落实到实处，为夺取“决战第四季度、冲刺全年目标”的胜利打下坚实基础。

18. 画质之上，声场之中 海信发布 NU7700 影响力系列 ULED 新品

（来源：青岛海信电器股份有限公司网站 发布时间：时间:2017.11.15）

9 月 7 号，海信正式推出了旗下 NU7700 影响力系列 ULED 电视新品，在秉承超画质、高颜值、个性化智能设计产品理念的同时，更是通过“空气声场”技术，完成一场真正的“视听革命”。

彩电音质提升与超薄化趋势是一对矛盾体。声音由震动产生，而震动就需要空间，原则上更好的声音需要更大的空间来承载；而彩电的超薄化使得容纳发声单元的空间逐渐被压缩，在中频人声和高频乐器声的呈现上还不明显，但在还原复杂低频声音时就会感受到比较明显的不足。

海信 NU7700 影响力系列产品采用双模共振超声波密闭音响箱体，通过空气震动直接传导入耳，可呈现 3 倍体积的传统倒相式音箱的低音表现力，让低音表现更加醇厚、有层次，海信将这一获得专利授权的音响技术命名为空气声场。空气声场技术让内置的电视音响实现低于 60Hz 超强低音，开创了“空气传导、超低音、大能量”的新时代。

同时，NU7700 内置 Waves 专业音效处理技术，多达 9 段 EQ 调音，是普通电视的两倍，并新增超重低音，人声增强、高音清晰、3D 音效个性化调音设计。此项技术被应用于全球 40 多万家专业录音棚，并率先由海信引入应用于电视领域。

超画质与高颜值设计依然是标配

“超画质”是海信 ULED 产品的核心关键词。海信 ULED 产品的特点和优势体现在，其应用全新升级的多分区动态背光控制技术，每一个分区均拥有 4096 级精细调光，呈现出普通电视难以表现的层次、细节和真实感。作为世界杯指定电视，海信 NU7700 特别采用的 Motion Flow 智能运动帧测技术，可以清晰、流畅地还原真实物理运动轨迹，更适合观看运动画面。

不得不提的是 NU7700 系列采用的 HDR 电影级专业调校,在大多数产品的 HDR 还停留在 HDR 的解码层面时, 7700 系列严格按照专业电影背光调校标准进行调校, 亮度和颜色曲线均与 HDR10 标准高度吻合。

产品设计方面, 为了配合“超画质”的显示表现, 海信 NU7700 追求超高屏占比, 采用极致无边框设计, 边框窄至 2mm。目前市面上实现极致无边框的产品屈指可数, 其优势有三点: 一是尽可能大的呈现屏幕画面, 从而减少观看内容时机身对画面的干扰; 二是通过简洁的外观, 能够更好地与家居环境相融合; 三是整机一体感更强。

除此之外, 在 NU7700 正反面都采用了全景一体式设计, 突出了海信的简约设计理念, 无论前框还是背板, 均未采用一颗螺钉, 卡地亚经典银色与线条硬朗的双子星底座也成为了产品设计的点睛之笔。

智能设计方面, NU7700 搭载多点 WiFi, 采用 MU-MIMO WiFi 技术, 让电视专享 WiFi, 多设备不会对电视造成影响, 让智慧电视告别等待, 相比普通 WiFi, 速度有近 3 倍提升。另外, 针对视频播放推出智慧观影模式, 在线视频 2 秒启播, 较普通电视提速 60%, 配合多点 WiFi, 观看更流畅。NU7700 系列还设计了儿童锁功能, 可设置开机密码、观看时长等功能, 更可一键开启护眼模式, 观看、娱乐不伤眼。

19. 经济型地下停车场 FM 调频广播覆盖系统

(来源: 北京恒星科通科技发展有限公司网站 恒星科通企划部 发布时间: 2017-11-16 17:21)

汽车在地下停车场无法收听广播信号, 使停车业主深感不便, 也无法适应建筑智能化的要求。建设地下停车场调频广播覆盖系统, 采用“光纤调频直放站+泄露电缆”方式效果最佳, 能防止调频波发射波瓣效应带来的覆盖死角问题。但这种覆盖方式造价昂贵、性价比不高, 一般中小型停车场根本无法接收, 给建设地下停车场调频覆盖者造成瓶颈, 使地下停车场调频广播覆盖系统建设进展缓慢、止步不前。

北京恒星科通针对上述问题, 结合十几年调频广播覆盖产品研发和建设经验, 专门研发生产出针对地下停车场的经济型 FM 调频广播覆盖系统。该系统采用“可选频、光传输、多布点、微发射”的设计理念, 不仅解决了地下停车场泄露电缆覆盖造价高的难题, 还用多布点的方式避免了覆盖死角的出现。该系统功能齐全、结构简单、建设方便、性价比高, 成本只有采用泄露电缆覆盖方式的一半左右, 为地下停车场调频覆盖建设开辟了新的途径, 受到停车业主和地下停车场管理人员的广泛赞誉, 必将掀起停车场调频覆盖的建设热潮。

经济型地下停车场 FM 调频广播覆盖系统, 首先将先进的多路 FM 调频调谐、HFC 光电转换、蜂窝无线放大和宽频发射技术有机结合, 通过专用调频接收天线接收室外广播电台信号, 信号滤波、放大后对所需覆盖的 FM 频率进行选频解调、调制复用; 然后, 输入光近端机将调频广播信号转换成光信号, 经光分路器把光信号分别送至经济型光纤调频直放站, 把接收的光信号转换为电信号, 并进行宽频蜂窝放大; 最后, 输出到宽频发射天线同步无线覆盖。

欢迎新老朋友电话垂询! 创新的我们将不断满足您日新月异的广播需求!

20. 长江通信召开第七届董事会第十五次会议

(来源: 武汉长江通信产业集团股份有限公司网站 浏览次数: 16 发布日期: 2017 年 11 月 16 日 10:05)

8 月 29 日上午, 长江通信第七届董事会第十五次会议暨董事会务虚会在烽火科技园 1 号楼 511 会议室召开。会议由公司董事长吕卫平主持, 董事会成员参加了会议, 公司监事会成员以及全体高管人员列席了会议。

会上，熊向峰总裁代表经营班子作了题为《长江通信 2017 年上半年经营工作总结暨下半年经营工作计划》的报告，报告指出：2017 年上半年，公司围绕战略规划整体目标，在保持经营稳定的基础上，加快业务转型，努力发展新产业，稳步解决历史遗留问题，深化改革，持续推进规范管理、提升运营效能，公司总体经营管理趋于稳定，费用控制取得成效。公司主要参股企业发展势头良好，继续为公司总体盈利增长做出贡献。下半年，公司将坚持“稳中求进”工作总基调，围绕主业核心竞争力提升，继续深化变革谋布局、凝聚动能调结构、瞄准市场抓机遇，持续提升经营效能。

会议审议通过了《2017 年上半年度财务工作报告》、《关于变更会计政策的议案》、《2017 年半年度报告全文及摘要》等议案。

董事会结束后，召开了董事会务虚会。会议围绕北斗应用产业发展前景及外部环境、长江通信北斗应用产业发展情况和存在的问题、长江通信做大做强北斗应用产业的发展思路及建议等问题进行了讨论。与会董事、监事分别从不同专业角度为公司“把脉”，提出了意见与建议，公司经营班子成员也表示将按照董事们的意见谋划好未来的发展。

会上，吕董事长做了总结性发言，对公司经营班子提出了具体要求：一是要充分利用集团及长江通信现有资源，举全公司之力发展北斗应用产业，提升核心竞争力；二是要继续解放思想，着眼于未来的长远发展，努力寻找新项目，但要注意防范业务风险；三是要规范管理，但不能被制度、流程捆住手脚，班子成员要发扬突击队精神，从上到下拓展市场。吕董事长同时强调全体班子成员要有坚持原则、集思广益、勇于创新、开拓进取的精神，为长江通信进入新的拐点做好充分准备。

最后，公司总裁熊向峰代表经营班子表示，将按照公司董事会的要求，巩固务虚会的成果，积极谋划公司产业发展，努力完成 2017 年全年目标任务。

21. 华侨城集团与康佳集团双创战略发布会成功举行

（来源：康佳集团股份有限公司网站 发布时间：2017-11-17 11:11:49 发表）

11 月 10 日，华侨城集团与康佳集团双创战略发布会暨华侨城创投平台、康佳创投中心启动仪式在深圳举行，宣告一个集孵化器、加速器、创新基地及创投基金于一体的双创示范平台正式落成。

华侨城集团公司党委常委、康佳集团董事局主席刘凤喜，华侨城股份公司总会计师何海滨，华侨城股份公司总裁助理、酒店物业事业部总经理金阳，华侨城股份公司战略发展部总监张靖，康佳集团总裁周彬，深圳华侨城文化集团有限公司总经理胡梅林，康佳集团党委副书记、纪委书记黄仲添，华侨城旅游投资管理有限公司副总会计师邓乐天，康佳集团董事局秘书吴勇军，康佳集团副总裁杨波、曹士平、孙清岩，康佳集团董事局主席助理林洪藩、常东，康佳创投发展（深圳）有限公司总经理郭奕绵等领导与会的数百名各界嘉宾一起见证了“康佳之星”的诞生。

启动仪式上，不仅发布了华侨城集团与康佳集团的“双创战略”，同时完成了康佳之星与相关战略合作伙伴的签约授牌，签约对象包括：南京、成都、烟台等地相关政府部门；华南理工大学、电子科技大学、北京理工大学、南方科技大学、中国科学院云计算中心、中国科学院深圳先进技术研究院等科研院校；以及硅谷幼发拉底孵化器、英国 Cocoon Networks、浙江二轻产业投资发展有限公司等企业合作伙伴。

康佳之星得到了行业导师的大力支持，未来将组建强大的导师团队。发布会同时举行了康佳之星特聘顾问聘任仪式，香港科技大学校董会成员、创业中心副主任萧观明，朗科科技创始人、凯盈资本董事长成晓华，中国电子科技集团公司第二十研究所所长专务助理、熠星大赛优秀导师吴小华受聘担任康佳之星首批专家顾问。

发布会上，华侨城集团公司党委常委、康佳集团董事局主席刘凤喜表示：在“大众创业、

万众创新”的社会浪潮下，华侨城与康佳也在全面实行转型升级，积极探索一条属于自己的并具有潜力的可持续发展之路，正是在这个基础上，“康佳之星”应运而生。

“康佳之星”是华侨城集团依托旗下康佳集团推出的双创品牌，基于华侨城集团雄厚的产业基础、康佳集团强大的研发能力，“康佳之星”不仅运营孵化器、加速器、创新基地等创新载体，还深度参与产业对接，为创业者提供包括市场、投资、媒体、空间、供应链、定制生产、创新技术等在内的一系列创业孵化服务。目前，“康佳之星”已在国内五个城市落地创业孵化器，未来三年内将覆盖全球五十余个大中城市。

创新的竞争本质是创新体系的竞争，康佳之星采取四轮驱动发展策略，通过创新基地、创投基金、创业媒体及创投大学，提供深度孵化服务。秉承打造创业生态系统，成为全球创业者心中的圣地的企业愿景，康佳之星携手全球顶尖科技，整合全球资本，全方位打造从科技到产业、从中国到全球的独角兽孵化生态，引领产业孵化 3.0 时代。

按照围绕产业链构建创新链的理念，康佳之星将面向全球布局创新基地，根据当地产业特点进行精耕细作，实现全球创业者和全球创业资源的互联互通。

互联网时代下，多元化发展已成大势所趋。未来，康佳之星将围绕人工智能、智能制造、物联网、智慧城市、医疗大健康、新材料、新能源、新媒体、消费升级这几个方向重点发力，着力构建一个产、学、研、资、政结合的创新创业生态系统。

继往更需开来，康佳之星将锐意进取、开拓创新，实现在创业服务领域的跨越式发展，为国家的创新驱动发展战略贡献自己的一份力量。

22. 朗威视讯再次联手山东广播电视台为您呈现全球唯一海上马拉松

（来源：北京朗威视讯科技股份有限公司网站 发布时间：2017-11-19）

今天上午 9:00，青岛港·2017 青岛海上国际马拉松正式鸣枪开跑，这是国内乃至全球首次在跨海大桥上举行的海上马拉松，85%以上的赛道是山东高速青岛胶州湾大桥，该桥全长 36.48 公里，海上段长度 25.171 公里。来自全国各地以及美国、德国、法国、澳大利亚、韩国、日本等 21 个国家和地区的 15000 名运动员在大海上追风逐浪，欢聚一跑。

这是本月内青岛举办的第二场马拉松，相比月初的海岸线马拉松，这场跨海大桥马拉松的全程直播，无疑需要更多的转播经验与技术手段。于是，山东广播电视台联手朗威视讯，共同奉献这场别开生面的海上马拉松，这也是双方继泰山马拉松、海阳马拉松、枣庄马拉松、临沂马拉松等赛事之后的再次合作。

朗威视讯负责本场海上马拉松的全程移动信号传输保障工作，摩托车跟拍镜头，见证了选手们每一步向前奔跑的拼搏。而无人机航拍画面，将那壮阔的海天景色、如龙的跨海大桥、汹涌的彩虹人流，立体化的呈现出来。

在这样一座全球最长的跨海大桥上奔跑，蓝天碧海的映衬下，大桥每一刻焕发的美都无法复制。晨曦、落日、晚霞、甚至是阴天，随着天空变幻，大桥也随之变成了或雄伟、或梦幻、或壮丽的景色。奔跑的人群，仿若一条在桥上蔓延的彩虹，这一切的美好画面，那 3 个多小时的全程直播节目，由山东广播电视台联手朗威视讯共同为您呈现。

23. 深耕场景化“中央厨房”，大洋连续中标浙江省六大媒体融合项目

（来源：北京中科大洋科技发展有限公司网站 发布时间：2017-11-20）

从今年 9 月份到 11 月份，短短两个月的时间，大洋连续中标了浙江省 6 个地级台项目，包括杭州文化广播电视集团、绍兴广播电视总台、温州市广播电视中心、嘉兴市广播电视集团、台州广播电视总台以及衢州广电传媒集团等媒体融合项目。

杭州文化广播电视集团

此次中标杭州文化广电集团融合媒体生产发布系统（第一期）的建设规划主要为了支撑

新媒体制作生产发布流程,搭建一个具有扩展性的内容库及多渠道的发布平台,为记者在前端视频采集过程中,提供更便捷的工具。

一期项目完成后,将建成互联网内容管理库,为与集团媒资库及制作网打通,建立融合媒体的生产流程,以及视频数据库项目打下基础;同时基于互联网公有云建成融媒体生产发布系统集成 Portal 入口,搭建新媒体内容生产发布管理系统的前端页面,并与各个业务系统进行用户的打通登录。

绍兴广播电视总台

一直以来绍兴广播电视总台的制作网、播出系统等均为大洋承建,多年来一直运行稳定,深得用户信任,此次融合媒体项目台里依旧选择了大洋。该项目将内容汇聚、生产、发布融于一体,集合全媒体所有环节,为台内提供一个长期不间断运行的、高可靠性的、高处理能力的、可扩展性的多业务支撑平台。大洋将融合传统新闻生产和新媒体生产业务,结合台方自身特点为其打造一个以新闻统一生产指挥调度为核心功能的“中央厨房”,实现新媒体、传统媒体的融合生产发布,并系统地呈现和控制融合生产流程的各重要环节。

温州市广播电视中心

温州市广播电视中心作为温州市的主要新闻媒体,力求办出温州特色,走融合发展之路。此次融合媒体生产平台的建设,在原有系统基础上,扩展协同生产能力,并且将全面打通台内现有各业务系统,包括东海网、广播电台、新闻 App、电视频道,真正实现各平台、各渠道的全面融合。此外,大洋将助力温州市广播电视中心规划建设面向全台的私有云平台,实现计算、存储、网络资源的灵活调用,统一监控,降低运维工作难度,逐步实现基础设施的自动化编排和自动化部署。

嘉兴市广播电视集团

嘉兴市广播电视集团新闻综合频道是其主流时政频道,担负着市委市政府的主要宣传任务,而现有系统需要进行融合媒体的项目建设,通过技术设备的改造提升,进一步强化“新闻立台”理念,弘扬时代精神,传播主流价值,打造嘉兴好新闻,抢占舆论制高点。大洋将为嘉兴市广电集团搭建高清化融合新闻及新媒体制播平台,实现台内高清非编网系统、全媒体发布系统、广播制播网系统、嘉兴人网及各业务系统的无缝对接,建立新闻管理指挥系统,实现融合生产、融合发布。

台州广播电视总台

为落实中央号召,创新媒体融合报道流程与机制,力求在新传播格局中提升主流媒体的舆论引导能力,台州广播电视总台将打造“中央厨房”。此次大洋将采用云计算、大数据等新技术,建设支撑融合媒体生产、管理、发布业务的云平台,并为未来台内新业务的支持提供持续发展的框架。

衢州广电传媒集团

为了实现内容和生产的深度融合,衢州广电传媒集团将以融合媒体、融合生产为核心目标打造一套全新节目生产平台,通过该平台,实现全媒体融合生产的流程化、规范化,建立一个全面的融合媒体生产、发布体系,更好的服务于受众。大洋将助力衢州广电传媒集团打造一个既能结合传媒中心的实际应用需求,又能支持“全媒体、全业务、全流程、全覆盖、全扩展”,适应集团未来发展需要的一体化生产平台。

深耕场景化“中央厨房”

解决融合业务痛点

“中央厨房”的概念相信大家已经不再陌生,它不是单纯意义的技术系统,而是一种融媒体运作模式,那么这种运作模式能帮我们真正解决哪些融合业务上的痛点呢?

01 生产效率难提高,跨部门协作难沟通

想象一下,如果你是一名主编或记者,你是否有以下烦恼?开会的时候总有同事因为临

时采访任务而无法到达现场,导致会议一拖再拖;每天大量的报题选题需要排队与主编沟通;采访的时候不可能带着全部设备,常常在回去的路上耽误写稿,结果好不容易得到的一手消息被别人抢先…

协同生产平台的建立就能轻松解决以上诸多问题,帮助我们得到高效、及时的信息反馈,可以方便地实现前方全媒体记者和后方指挥中心编辑、总编辑等构建虚拟工作组,实时沟通策划内容、采访内容等。阿米协同生产平台能够轻松实现协同生产,内容共享,大大提高生产效率。

02 不同类型内容创作怎么做? 渠道个性化创意难

全媒体记者需要在电视、网站、App、微博、微信等不同平台发布新闻,那么不同平台稿件的撰写、审核与发布就很容易降低新闻发布效率。而全媒体稿件编辑系统则很好的解决了这一痛点,它针对全媒体记者的业务,支持不同类型稿件的统一管理和互相复制转换,既是面向新媒体渠道的稿件撰写审核发布工具,也是面向电视媒体的通稿撰写审核工具。

在大洋的全媒体稿件编辑系统中,针对不同类型的平台支持不同的功能,如电视稿件支持常用标签设置,可与台内的新闻文稿系统进行协同工作;网页、App 类型稿件支持文字、图片、视频、音频的插入和混合编辑,同时还提供强大的图片编辑、图片加水印等功能;微博类型稿件,支持标准的微博编辑撰写功能,可多帐号管理,一键发布。微信类型稿件除了支持文字、图片、视频的插入和混合编辑外,还提供了丰富的微信稿件云模板。

03 内容生产没有针对性, 难以建立科学量化的评估机制

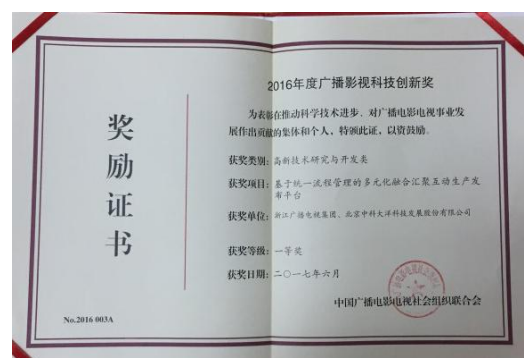
大数据技术颠覆了传统信息的获取与传播途径,刺激着传统媒体与新媒体的融合。通过大数据分析,可以大大提升用户偏好满足度,内容、观点、素材推荐通过消息来源以用户所需进行生产和引导。可全方位收集内容评价,包括 PV、UV、来源媒体、来源地域、内容情绪、关键词、转发监测、访客停留时长等。运营方式走向自动化、程序化、智能化。

在“中央厨房”中,传播效果监测反馈系统就是通过大数据分析来帮助媒体建立起科学、量化、规范的原创新闻网络传播的评估机制,为版权转载统计、媒体传播影响力分析、媒体和个人考核、新闻采编跟踪反馈等方面的需要,提供量化的数据和信息支撑。

04 各种素材和成品的便捷管理, 满足当前“小编”们的诉求

传统资源的管理和再利用模式已经远远不能满足当前“小编”们的诉求,大量的图片、视频、素材、成品等资源难以被统一管理以及跨团队共享。全媒体资源库可对各个来源、多种形态的资源进行统一管理和个性化展现,并通过自动聚类或人工关联的方式,以专题或事件为中心来组织和管理资源,更加便于查找和跨部门使用。大洋全媒体资源库还可以提供移动端应用,方便移动端资源收集、查看、利用和分享。

在浙江地区已运行的诸多媒体融合项目中,大洋携手浙江广播电视集团建设的“基于统一流程管理的多元化融合汇聚互动生产发布平台”获得了 2016 广播影视科技创新奖的一等奖。



该平台支撑台内全媒体资源汇聚、制作、生产与发布的统一管理,实现传统电视与新媒

体在内容、渠道、平台、终端与管理等方面的深度融合。大洋为此项目提供了一整套完成的解决方案，从系统需求调研、方案设计到方案实施，全程保驾护航。经过了大洋与浙江广播电视台的全力协作，该系统已投入使用了一年多的时间，并且一直运行良好，得到了用户的高度好评，为后续传统广电生产与新媒体融合打下了坚实的基础。

新时代给传统主流媒体带来的最主要影响是传播途径和内容制作方面的垄断性被彻底打破，多元化和平民化成为新特征。传统媒体进入了一个立体化、综合型的传播时代，这个新时代意味着前所未有的发展机遇和挑战。

谁能及时融入、利用好新的媒体秩序，谁就能夺得新时代的话语权。大洋融合媒体全线解决方案将助力各级媒体机构在新时代再塑优质内容的高效率产出和多渠道分发，提升自身的传播力、引导力、影响力和公信力。

24. 电控公司领导莅临北广科技调研指导基层党建工作

（来源：北京北广科技股份有限公司网站 发布时间：2017-11-20）

2017年11月9日上午，电控董事长、党委书记王岩带队一行七人来到北广科技调研指导基层党建工作，重点督导北广科技落实“夯实基础、破解难题、抓牢基层、强化监督”的情况，调研基层党支部在推进“两学一做”学习教育常态化制度化，加强党支部规范化建设的主要做法、成效、经验、问题及下一步工作思路。

调研组领导先后与信息工程党支部、生产党支部支部委员、党员代表、入党积极分子代表、群众代表进行座谈。同时，调研组领导认真细致地查阅了公司党委、基层党支部党建工作相关资料。

随后，公司党委委员、领导班子成员、各支部书记、党务干部出席了调研会。研究院党支部、天津中广党总支机加二党支部、组织部分别进行工作汇报。党委书记宋立功围绕党委夯实基础、抓牢基层、坚持党建工作与服务生产经营不偏离，做了题为《强基固本抓党建 凝心聚力促发展》的专题汇报。总经理魏双来围绕明确定位、完善机制、落实责任、实现四个“确保”等四个方面，做了补充发言。

调研组领导首先肯定了北广科技的党建工作，认为北广科技各级党组织对党建工作高度重视，党建工作基础扎实，具有特色，特别是能与生产经营有机结合、发挥作用，党委政治核心作用、党支部战斗堡垒作用、党员先锋模范作用得到凸显。同时，调研组领导对北广科技党建工作也提出了几点建议：一是进一步加强支部规范化基础工作；二是要将支部好的经验进行推广，对难点问题进行调研、下力气解决；三是加强干部队伍的教育与管理；四是把全面从严治党主体责任扛起来。

张岳明书记对北广科技基层党建工作提出三点要求：一是各级党组织一定要保证中央的大政方针政策落实到每个支部、每个党员，加强全面从严治党的认识。二是党建工作要融入中心工作发挥作用，各级党组织要带领职工群众一个难题一个难题地去克服。三是要加强自身建设，尤其是支部建设。张书记提出，希望北广科技在党委、新班子的带领下，逐步分析、解决问题，实现年度工作目标，谋求更新更高的发展。

25. 索贝荣获中国传媒中央厨房年度最具价值品牌

（来源：成都索贝数码科技股份有限公司网站 发布日期：2017-11-21 12:47:00）

11月16至17日，由中国报业协会、长城会、青岛高新区、青岛报业传媒集团主办的“2017全球移动互联网（GMIC）青岛峰会暨中国传媒融合发展年会”在青岛成功举行。大会期间举办的“2017中国移动互联网与传媒风云榜”评选活动中，索贝“中央厨房”荣获“中国传媒中央厨房年度最具价值品牌”。

2017全球移动互联网（GMIC）青岛峰会暨中国传媒融合发展年会以“新时代、新动

能、新生态”为主题，展示全球互联网与传媒融合发展的累累硕果。大会上，中国互联网发展基金会理事长马利、国家新闻出版广电总局新闻报刊司司长李军、中国报业协会秘书长胡怀福、长城会 CEO 郝义、青岛市委常委、副市长王家新出席开幕式并致辞，并与来自全国各地 150 多家媒体的负责人及 40 多名演讲嘉宾，共同探讨在“互联网+”时代大背景下如何推动传统媒体与新兴媒体的融合发展，实现从相加到相融的跨越。

中国传媒“中央厨房”年度最具价值品牌		
	项目名称	申报单位
1	广州日报“中央厨房”	广州日报报业集团
2	温州日报报业集团媒立方“中央厨房”	温州日报报业集团
3	索贝“中央厨房”	成都索贝数码科技股份有限公司
4	北大方正“中央厨房”	北京北大方正电子有限公司
5	大众信息产业融媒体“中央厨房”	山东大众信息产业有限公司
6	拓尔思“中央厨房”	北京拓尔思信息技术股份有限公司
7	苏州广播电视融合媒体“中央厨房”	苏州广播电视
8	江西融媒体“赣鄱云”“中央厨房”	中国江西网
9	羊城晚报“中央厨房”	羊城晚报报业集团
10	东软融媒体“中央厨房”	东软集团股份有限公司

中央厨房是媒体行业中一种全新的融合生产流程和工作机制，它全方面的资源汇聚能力、共平台的协同生产能力，多向融合的发布反馈能力成为传统媒体行业扭转不利局面的有力武器。索贝以“公有云+私有云+专属云”混合云架构设计的云端厨房，以分布式的融合媒体统一内容平台为核心，以互联网思维为导向，以用户和渠道为中心打造“多源汇聚、共平台生产、双向融合、一机多工、一稿多发、编生一体”的新业务模式，建设“统筹化、可视化、互动化”的中央厨房。

在科技创新与数字营销论坛上，索贝融合事业部总监詹枫带来《专注视频技术 共赢媒体生态》的主题分享。

从数字时代到网络时代，从标清高清到 4K，从广播电视到融合媒体，行业每一次转身索贝都不曾缺席。在互联网时代，索贝将继续坚持技术创新，把大数据、云计算、移动通信、智能分析等更多前沿技术应用到媒体业务解决方案中，助力用户实现媒体业务跨越发展，携手共赢融合时代。

26. 浙广科技参展 ICTC 2017

（来源：浙江省广电科技股份有限公司网站 发布时间：2017-11-21）

第 25 届媒体融合技术研讨会于 2017 年 11 月 15-17 日在杭州黄龙饭店、浙江世贸国际展览中心举行。浙广科技携 RFoG 系列产品、FTTH 设备类诸多创新产品和技术解决方案盛装亮相 ICTC2017，这些高新技术产品丰富了展览内容，为盛会带来了全新的科技视角。

展会现场热闹非凡，络绎不绝的参观客户对我们公司的产品有浓厚兴趣。中国广播电影电视社会组织联合会技术工作委员会会长王联、国家新闻出版广电总局科技委副主任杜百川等领导和专家也亲临本公司展位参观。展会期间，我们的团队不遗余力的解答客户的问题，积极与业内同行交流，使更多的客户对我们公司的技术和产品有更深入的了解。

27. 刘超到九洲集团调研时强调：认真学习贯彻党的十九大精神 做军民融合标杆创新驱动典范

（来源：四川九洲电器集团有限责任公司网站 发布时间：2017-11-22 作者： 点击量：406）

11 月 21 日，绵阳市委副书记、市长刘超到九洲集团调研并主持召开座谈会，研究支持九洲集团发展有关事宜。

在九洲集团，刘超重点调研了企业生产设备和工艺提档升级有关情况。12条世界一流全自动高速贴片线体，4条世界最先进的AI插装，部品车间达到制造行业先进水平；36条各类数字接入终端设备组、测、包线体正由传统大流水线制造模式向精益ce11线转型；规划产能1200万台的光接入终端设备制造中心逐渐成为新的业务增长极……新技术、新产品市场前景好、经济效益优、发展潜力大，呈现出良好发展态势。刘超对九洲集团取得的成绩给予肯定，希望九洲认真学习贯彻党的十九大精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为统揽，进一步坚定信心、凝心聚力，以提质增效为目标，以改革创新为路径，攻坚克难、埋头苦干，争做全国军民融合发展的标杆、创新驱动发展的典范，为国防建设和绵阳经济社会发展作出更大贡献。

座谈时，刘超在听取九洲集团董事长杜力平的情况汇报后指出，九洲是全国唯一保留核心科研生产能力的地方军工企业，是全国唯一两度获得党中央、国务院和中央军委表彰的地方军工企业，也是绵阳重要支柱企业。长期以来，九洲立足绵阳、面向全国，辛勤耕耘、砥砺奋进，在服务国防建设和绵阳经济社会发展等方面作出了重要贡献，与一批在绵国防军工单位、科研院所共同奠定了今天绵阳的城市底色和发展基础，已经成为绵阳一张靓丽的名片。

刘超强调，九洲肩负着服务国防建设和地方经济发展的双重使命，服务九洲就是服务国家战略，就是服务绵阳经济发展。市委、市政府将坚定不移、全力以赴支持九洲发展，在科技创新、示范应用、人才培养等方面给予更多支持，努力为企业发展创造最好条件、营造最优环境、提供最大支持，全力推动九洲做强做大做优，服务好创新驱动发展和军民融合重大战略。

刘超强调，九洲有好技术、好产品、好产业、好团队，有着加快发展的坚实基础。面对新时代、新使命，九洲要展现新作为、创造新业绩。希望九洲进一步认清责任使命、树立雄心壮志，抢抓机遇、乘势而上，推动企业发展再上新台阶。要争做军民融合发展的典范，强化需求对接，强化改革创新，强化资源整合，围绕军转民、民参军、军民融合深入探索，推动军民融合协同创新，全力打造军民融合产业集群，走出一条助推经济社会发展、促进国防现代化建设的新路径。要争做创新驱动发展的典范，发挥创新引领发展第一动力作用，在理念创新的基础上，大力推进技术创新、产品创新、产业创新、服务创新和管理创新，推动科技成果孵化、转化、产业化，着力提升企业核心竞争力，努力赢得更广阔的市场空间。

市领导元方、罗宗志，市长助理文剑，市政府秘书长谭岗，九洲集团公司副董事长、党委书记王国春，副董事长、总经理孙仲，以及市级相关部门和园区负责同志参加调研或座谈。

28. 中天科技为南通新一代信息技术博览会添彩

（来源：江苏中天科技股份有限公司网站 发布时间：2017-11-22）

日前，由市委、市政府主办的2017南通新一代信息技术博览会成功举办，中天科技作为南通信息技术龙头企业，积极出席系列活动，为博览会取得的丰硕成果增光添彩。

在新一代信息技术产业展上，中天科技展示了企业在光纤通信、无线通信、海洋通信及智能制造等领域的最新成果。开幕式结束后，相关政府领导、企业及机构负责人、专家学者等纷纷莅临中天科技展台，对中天科技在新一代信息技术与当地特色产业深度融合方面的探索与实践表示赞赏，认为南通特色产业标杆企业走在了智慧创新的前列。

博览会期间，中国移动、中国联通、中国电信的领导还先后走进中天科技，实地参观考察中天科技预制棒工厂和光纤工厂。他们充分肯定了企业近几年在通信领域的快速发展，尤其对中天科技自主研发的一系列行业领先产品服务新一代通信网络建设给予了高度的评价。

本次博览会以“智汇江海，能达天下”为主题，包括主题峰会、高峰论坛、成果发布、人才交流、产品展示等多项内容，成为新一代信息技术的高端交流平台，得到业内外广泛认可。中天科技必将以此博览会为契机，更好地把握新一代信息技术产业发展趋势，加强与

国内外知名企业、科研院所的对接合作，加快构建新一代信息技术创新体系，为区域经济转型升级注入新动力不懈努力。

（本期结束）