

广电行业综合信息

2021年 第07期 （总第120期）

中国广播电视设备工业协会

2021年 08月 03日



目 录

一、 行业信息.....	4
(一)、 新技术和市场动态.....	4
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态.....	4
(1) 第三十届北京国际广播电影电视展览会邀请函.....	4
(2) BIRTV2021 观众注册通道开启.....	4
2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术.....	5
(1) 中国广电的 5G 征程.....	5
(2) 700MHz 5G NR 广播车联网应用!工信部发最新 5G 示范项目,唯一广电 5G 项目是它.....	8
(3) 中国广电 5G 700M 基站集采,这些公司中标.....	9
(4) 北京建设 8000 个 5G 基站、力争今年 192 放号,广电 5G 建设“任务表”出炉.....	12
3. 直播星和户户通、村村通.....	13
4. 有线电视.....	13
(1) 歌华有线助老活动走进《京城帮帮团》直播间.....	13
(2) 江苏有线政企客户部到淮安分公司调研智慧广电乡村工程建设推进情况.....	14
(3) 中国广电股份公司发布招标公告,涉及集团管控、有线网视听点播等项目.....	14
5. 前端、制作与信源.....	16
(1) 中共中央宣传部、国家广播电视总局联合举办“庆祝中国共产党成立 100 周年优秀广播剧展播”.....	16
(2) 中央广播电视总台象舞广告营销平台上线.....	17
(3) 京牌沪牌超高清转播车现身东京街头,承担东京奥运会转播任务.....	19
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态.....	19
(1) 中国电视市场:Q1 勉强持平,Q2 断崖下跌.....	19
(2) 上半年彩电与投影“冰火两重天” 智能投影正加速替代电视.....	20
7. 新媒体.....	23
(1) 拉动投资 5G 发展前景可期.....	23
8. 媒体融合.....	25
(1) 2021 年媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划开始啦.....	25
(2) 北京日报社社长赵靖云:媒体融合要解决“融”和“通”的问题.....	26
(3) 湖南广电积极推动媒体深度融合发展.....	29
9. 虚拟现实/增强现实(VR/AR)技术.....	29
(1) 消费观察 游戏电视前景可期.....	29
10. 国际动态.....	30
(1) 西班牙:沃达丰推出全新电视 4K Pro 机顶盒.....	30
(2) 日本 KDDI 和韩国 LG U+团队进行 6G 技术与标准的研究.....	31
11. 走向海外.....	31
(二)、 重要政策进展.....	31
1. 三网融合.....	31

(1) 郭全中：“十四五”时期传媒业的新机遇与新挑战.....	31
(2) 工信部发文：3年内国家枢纽节点算力规模占比超70%，推动基础电信企业强化网络等基础设施建设.....	33
(3) 北京广电发文：加快广电5G网络建设布局，支持有线电视光改、整合及互联互通.....	33
2. 宽带中国.....	35
(1) 5G行业融合应用落地着力点清晰.....	35
(2) 工信部：国内5G终端连接数约3.65亿户，千兆宽带用户已达1362万户.....	36
(3) 《中国移动互联网发展报告（2021）》正式发布.....	37
(4) 中国电信IPO申请过会 三大运营商或会师A股.....	42
3. 相关政策法规.....	43
4. 与广电相关的标准.....	43
5. 广电行业动态与分析.....	43
(1) 辽宁广电局指导协调全省广电媒体开展打击侵权假冒宣传工作.....	43
(2) 广电总局部署在全行业开展智慧广电服务乡村振兴专项行动.....	44
(3) 广电总局聂辰席：继续深入实施“六大工程”，构建“一五一”工作格局.....	44
(4) 北京市广播电视局向和田捐赠30000多分钟视听作品播放权.....	45
二、会员企业信息.....	46
1. 中科大洋安全巡检服务助力媒体百年献礼.....	46
2. 北电科林党总支积极参加“共产党员献爱心捐献活动”.....	47
3. 新奥特投资集团有限公司向北京大学捐赠设备仪式在校内举行.....	48
4. 北广科技庆祝建党100周年暨表彰大会顺利召开.....	48
5. 精彩奥运看咪咕，监播监测有博汇.....	49
6. 博汇科技获批成为北京市智慧广电重点实验室.....	50
7. 罗德与施瓦茨的解决方案助力Element提升5G VoNR测试能力.....	51
8. 中科大洋亮相2021新加坡亚洲广播展线上展 云签约加速出海步伐.....	51

1、微信公众号

扫描下方二维码，关注 BIRTV 公众号，点击右下角“在线索票”。



2、BIRTV 官网

登录“www.birtv.com”——“观众索票”。

通过以上方式填写相关信息，成功注册后获取二维码并妥善保存，于开展当日到国展门口凭二维码打印胸卡入场。

2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术

(1) 中国广电的 5G 征程

2021 年 07 月 16 日来源：通信世界

万众瞩目的中国广电 700MHz 频率迁移招标却流标了。

7 月 2 日，因有效投标人数量不足 3 家，中国广电 700MHz 频率迁移招标宣告失败。

中国广电频率迁移意味着清频工作的正式启动，对中国广电来说是实现 700MHz 正式商用的必经之路。清频是一项工作量巨大同时又复杂的工作，尽管预算上限为 18 亿元，但既要保障 5G 700MHz 网络建设进度，还要边建设边运营，难度可想而知。钱少活多，招标失败似乎也在情理之中。

对于成立还不到 10 年的中国广电来说，招标失败其实也算不了什么。毕竟在探索 5G 发展这条路上，中国广电所遇到的挑战也着实不少。

一张沉甸甸的 5G 牌照

2019 年 6 月 6 日，对于中国广电而言是一个足以载入史册的日子。上午 8 点 40 分，时任中国广播电视网络有限公司董事长赵景春代表中国广电接过了时任工信部部长苗圩颁发的 5G 商用牌照，中国广电与三大运营商并肩跨入 5G 时代。

而也正是这张 5G 牌照把中国广电推上了“风口浪尖”。

“非科班”出身的中国广电凭什么也能拿到 5G 商用牌照？当时有不少人对此感到困惑和不解。如果要追溯原因，或许与中国广电所拥有的 700MHz 频段密不可分。2016 年初，广电总局党组会议明确将 700MHz 频段划给中国广电，但只是应用于广播电视业务；直到《关于调整 700MHz 频段频率使用规划的通知》出台，将部分原用于广播电视业务的频谱资源重新规划用于移动通信系统，700MHz 频段才真正成为中国广电建设 5G 的一个重要因素。

众所周知，被称为“黄金频段”的 700MHz 频段具有频率低、覆盖范围广、传播损耗

低、穿透能力强等优质特性，适合大范围连续网络覆盖，可大幅节省 5G 建设成本，700MHz 频段因此成为 5G 建设中炙手可热的存在。与其他三大运营商相比，虽然中国广电的基建相对滞后，但这也为中国广电建设 5G 独立组网增加了许多优势。综上所述，中国广电的 5G 蓝图并非是“空中楼阁”。

虽然中国广电已得到 5G “入场券”，但中国广电从内容提供商转向通信运营商，面临着不少挑战。没有长期的移动通信网络规划、业务模式部署经验，没有专业的通信人才和技术，没有足够的资金，四分五裂的行业格局，中国广电拿什么建 5G?

机不可失的“翻身”机会

时间回溯到 2014 年，那一年，中国广电横空出世，但彼时的中国广电只负责全国范围内与有线电视网络相关的业务。直到 2016 年，在获颁《基础电信业务经营许可证》后，中国广电成为继中国电信、中国移动、中国联通后的“第四大运营商”，才开始涉猎互联网国内数据传送业务以及国内通信设施服务业务。

然而，与资历深厚、经验丰富、专业度更强的三大运营商相比，被称为“第四大运营商”的中国广电明显底气不足。能否借助 5G 牌照，成为真正的运营商，是中国广电最为关键的一次“翻身机会”。没钱、没人、没基础、没经验，在“四面楚歌”的形势下，白手起家的中国广电开始放手一搏。

没人，那就调人来。2020 年 1 月 15 日，中国广电迎来了首位通信系董事长。湖北省通信管理局原局长、党组书记宋起柱接替赵景春担任董事长一职。宋起柱历任国家无线电监测中心副主任，工信部无线电管理局副局长，湖北省通信管理局局长、党组书记等职位。对于想要转型成为电信运营商的中国广电来说，宋起柱的到来无疑是“雪中送炭”，这次调整也被业界认为是中国广电加快 5G 建设的“大动作”。

没钱，那就吸引投资入股。中国广电的初始注册资金仅有 40 亿元，在 2020 年中国广电网络股份有限公司揭牌仪式现场，中国广电与国家电网、阿里巴巴签署了战略合作协议，国家电网、阿里巴巴分别出资 100 亿元入股中国广电网络股份有限公司，各自获得 9.88% 的股份。再加上母公司注资以及国网信通、酒泉钢铁等非广电系资本入股，中国广电网络股份有限公司注册资本直升至 1012 亿元。

没网络基础，那就加速整合，推进“全国一网”。此前，国家曾明确提出加快推动全国有线电视网络整合和广电 5G 建设一体化发展。为响应国家号召，中国广电联合省级网络公司、战略投资者共同发起组建形成中国广播电视网络有限公司，形成“统一建设、统一管理、统一标准、统一品牌”的运营管理体系，开启了“全国一网”行动。

没经验，那就强强联手，合作共赢。2021 年 1 月 26 日，热议许久的“移动广电联姻”终于尘埃落定。中国移动与中国广电在北京签署“5G 战略合作协议”，正式启动 700MHz 5G 网络共建共享。一方是手握 700MHz “黄金”频谱资源的新晋运营商，另一方是资金雄厚、用户众多、技术领先、经验丰富的全球最大移动运营商，合作双方堪称“强资源+强实力”的最佳搭档，坊间也笑称是“中国广电带着 700MHz 频段的嫁妆嫁给了中国移动。”

此种合作模式不论是对“新手”广电还是“老手”移动，都是利益最大化的选择。从更深的层面看，中国移动和中国广电的组合不仅是网络的共建，更是业务生态的融合，创新打造“网络+内容”的新生态。

决定成败的“全国一网”

想将 5G 网络广泛融入千行百业，就要保障“全国一网”的顺利铺开。中国广电进入通信领域面对的第一个难题，就是如何将四分五裂的行业格局整合成团。在未进行“全国一网”行动前，全国各地有线电视网络运营商的对外品牌和形象多是以自己为主，相应的公司名称、商标、业务范围等各不相同。这与三大运营商相比更是显得格格不入，如此发展对中国广电建设 5G 网络是极其不利的。

“全国一网”行动的重要性，对中国广电来说不亚于 5G 建设。可喜的是，目前“全国一网”整合工作正在不断纵向推进。在“2021 世界电信和信息社会日大会”上，中国广电总经理梁晓涛表示，中国广电已于 2020 年 12 月 31 日完成全国 24 家省级系统广电网络公司的整合工作。同时，自今年 3 月起中国广电也开启了 23 家非上市省级子公司的更名工作，目前已有 18 家完成了更名。

但业界对于中国广电“全国一网”工作的推进一直不太看好——分散的局面，加之最近 700MHz 频率迁移首次招标失败，更是为“全国一网”的发展前景蒙上了阴影。有专家认为，只有加快“全国一网”整合的步伐，打破有线行业发展的瓶颈，中国广电才能从传统的有线电视网络运营商真正蜕变为通信运营商。

不过令人欣慰的是，在今年 7 月 1 日，中国广电正式更名为“中国广播电视网络集团有限公司”。虽然目前“全国一网”已经取得一定成果，但想要整体实现“全国一网”，还需要一定的时间。“全国一网”真正实现之时，将是中国广电真正蜕变为通信运营商之日。

设备商眼中的“大蛋糕”

中国广电在 5G 建设方面下了不少功夫。中国广电副总经理曾庆军透露，中国广电计划 2021 年开通 40 万座 5G 基站，2022 年上半年计划开通 48 万座。此外，中国广电已与中国移动共同完成了年内部署 700MHz 5G 基站 40 万座总体建设原则和无线侧主设备集采测试等工作。

而就在 2021 年 6 月 25 日，业界热议的 700MHz 设备招标终于启动。受中国广电委托，招标工作由中国移动代表中国广电和中国移动进行，采购总计 480397 座 5G 700MHz 宏基站。

如此大规模的设备采购无疑成为设备商的争抢目标。尽管此次招标多家中中的概率极大，但收获较大市场份额才是设备商们的最终追求。业界普遍认为，华为、中兴、爱立信、诺基亚都将是有力的竞争者。

有专家预测，华为与中兴可能成为最大赢家，爱立信、诺基亚和中国信科可能获得较小市场份额。不论哪几家中标，都将对中国广电 5G 建设起到助推作用，2022 年上半年能否按计划开通 48 万座基站，设备商承担着至关重要的角色。

不仅积极推动 5G 建设，中国广电也将适时着手发放 192 号段，推出特色套餐，让大家尽快享受到中国广电的高品质服务。同时，中国广电也更加注重创建 5G 新生态，推动 5G 应用融入千行百业，积极探索 5G 技术承载新的信息传播、文化娱乐、智慧广电和新媒体，促进传统媒体和新型媒体的融合发展。因此，对于设备商乃至全产业来说，中国广电这块“大蛋糕”绝对不能错过。

共建共享或许还有“变数”

不同于以往的合作模式，中国广电和中国移动创建了一种新的合作模式，即一方出频谱资源，一方出资，各取所需，公平合作。合作协议对双方共同建设 700MHz 无线网络作出了具体规定，新建、扩容、更新改造由双方按 1:1 比例共同投资，700MHz 无线网络作为不可分割的整体资产由双方按照 1:1 的份额享有所有权；双方均有权充分使用 700MHz 无线网络为各自客户提供服务；双方分别作为 700MHz 无线网络的项目建设单位，各自履行建设程序。在如此详细的协议敲定后，业界基本认为“电联”共建 700MHz 似乎已经不太现实。

但也有专家认为，近年来通过铁塔公司模式、“电联”合作模式等前期试点，多个运营商开展各种类型的共建共享已经不成问题。同时，全网通终端成为业内主流，也可以打破运营商之间的频率瓶颈。该专家认为“电联”加入 700MHz 共享不是“天方夜谭”。

中国广电手握的 700MHz 频段一直都是业界的“香饽饽”，即便中国广电已经与中国移动签订了共建共享合作协议，坊间依旧流传 4 家共享的消息。

中国联通董事长王晓初在中国联通 2020 年度业绩发布会上就曾表示，共建共享 700MHz 频率，对于 4 家电信运营商而言，都是机遇。全国政协委员、中国联通产品中心总经理张云

勇也在今年两会期间提出提案，建议将“数字乡村”移动通信基础设施和 700MHz 频谱资源，定位于覆盖包括乡村地区人口在内的全体移动通信用户的基础公共资源。故此，关于 4 家运营商共建共享 700MHz 频段的传闻一直未断。

今后“电联”能否加入 700MHz 频段共享，还需拭目以待。不论是两家共享还是 4 家共享，这其中还存在着很多实际的困难需要一一解决。即便未来会有政策调整，但对于中国广电来说，脚踏实地，立足当下，建设好一张信号稳定、方便好用的 5G 网络才是目前最重要的目标。

“第四大运营商”的突破

“5G 牌照不仅是颁发给中国广电的，还是给予整个广电行业的资质。差异化的竞争不仅是企业间的差异化发展，更是广电行业如何利用移动通信加上已有的有线电视和无线电视，实现‘媒体+网络’融合的全新探索。”曾庆军在“700MHz 技术与产业应用研讨会”上说道。内容制作出身的中国广电从技术上摸索出了与另外三大运营商差异化发展的突破点——5G NR 广播。

中国广电高层也曾多次公开表示将大力发展 5G NR 广播。有专家表示 5G NR 广播有助于推动媒体融合纵深发展，借助广播电视服务融入到公共安全、应急通信、防疫救灾、工业互联网、物联网等千行百业的不同场景中。但从目前来看，5G NR 广播进展并不尽如人意。

截至 2020 年 12 月，我国网民规模已达 9.89 亿户，网民使用手机上网的比例更是高达 99.7%。此外在短视频时代，互联网行业纷纷推出了 OTT TV、短视频、网络视频等视听产品，吸引了大批用户。同时三大电信运营商也借助自身宽带网络基础和用户数量，大力推动 IPTV 走进千家万户，这些对于 5G NR 广播的发展都是不小的挑战。5G NR 广播的优势对于中国广电来说是得天独厚的，5G NR 广播的成败还要看中国广电对 5G 广播如何定位，如何寻找可行的商用模式，抓住机会，将路铺得更远。

今年是“十四五”规划开局之年，也是中国广电 5G 规模化建设和应用的起步之年。只有加速完成清频任务以及“全国一网”行动推进，才能在根本上提升具有广电特色的 5G 网络在全新行业发展时期的竞争力。也希望中国广电能如宋起柱所言，“今年，中国广电将乘势而上，决战‘全国一网’整合和广电 5G 一体化建设与发展。中国广电将高起点、高标准建设一张安全可靠、绿色可信、敏捷智能的 5G 网络。”

(2) 700MHz 5G NR 广播车联网应用!工信部发最新 5G 示范项目,唯一广电 5G 项目是它

呢喃| DVBCN| 2021-07-19

7 月 15 日，工信部公示了“2021 年新型信息消费示范项目公示名单”。

本批公示项目共计 135 个，其中涉及到 5G 的项目共 14 个，值得注意的是，含有一项广电 700MHz 5G 的应用项目。

涉及到的 5G 示范项目包括：

1) 北京天拓四方科技有限公司的“基于 5G+工业互联网的农业污水治理行业智慧运营服务平台应用示范”；

2) 哈尔滨爱威尔科技有限公司的“5G+VR 云展览平台系统研发及应用”；

3) 无锡识凌科技有限公司的“5G+云医护平台及机器人示范应用”；

4) 南京联创信息科技有限公司的“基于 5G 的全网融合智慧教育云平台”；

5) 中国联合网络通信有限公司浙江省分公司的“5G+掌上超声平台的新型便民、惠民消费服务”；

6) 杭州趣看科技有限公司的“面对数字创意内容服务的‘5G+4K+AR/VR+AI’云场端

融合演播制作技术应用”；

7) 科大智能电气技术有限公司的“基于 5G 和人工智能的智能巡检机器人项目”；

8) 江西太空机器人科技有限公司的“5G+可视化立体安防智慧系统”；

9) 郑州宇通客车股份有限公司的“基于车路协同的 5G 智能网联微循环公交及解决方案”；

10) 武汉光谷信息技术股份有限公司的“基于广电 700MHz 的 5G+NR 广播服务车联网应用”；

11) 中移(成都)信息通信科技有限公司的“四川省 5G+医疗健康远程应用体系”；

12) 甘肃加华联合信息科技有限公司的“基于人工智能与 5G 物联网技术的供水主干管网远程智慧抄表系统项目”；

13) 青岛海纳云科技控股有限公司的“5G+王台全域视联网暨智慧镇街监控服务平台项目”；

14) 中国电信股份有限公司的“5G+MEC 智慧商业数字孪生平台项目”。

唯一的广电 5G 示范项目为武汉光谷信息技术股份有限公司的“基于广电 700MHz 的 5G+NR 广播服务车联网应用”项目。涉及到的武汉光谷信息公司主要企业信息如图：

■ 营业执照信息

· 统一社会信用代码： 91420100663491955X	· 企业名称： 武汉光谷信息技术股份有限公司
· 注册号： 420100000011893	· 法定代表人： 姜益民
· 类型： 股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	· 成立日期： 2007年08月20日
· 注册资本： 5000.000000万元人民币	· 核准日期： 2020年10月12日
· 营业期限自： 2007年08月20日	· 营业期限至： 2057年08月19日
· 登记机关： 武汉东湖新技术开发区市场监督管理局	· 登记状态： 存续(在营、开业、在册)
· 住所： 武汉东湖新技术开发区高新大道888号高农生物园总部A区19#楼	
· 经营范围： 信息系统集成；应用软件开发；IT外包服务；土地登记咨询；地理信息系统工程；地理信息数据采集、地理信息数据处理、地理信息系统及数据库建设、地理信息软件开发、地理信息系统工程监理；工程测量：控制测量、地形测量、规划测量、建筑工程测量、市政工程测量、线路与桥隧测量、矿山测量、地下管线测量、变形形变与精密测量、工程测量监理；不动产测绘：地籍测绘、房产测绘、行政区划界限测绘、不动产测绘监理；摄影测量与遥感：摄影测量与遥感外业、摄影测量与遥感内业、摄影测量与遥感监理；地图编制：地形图、电子地图、真三维地图、其他专用地图(凭许可证在核定期限内经营)；大地测量；测绘航空摄影；土地规划；安全防范工程设计、施工、维修；第二类增值电信业务中的信息服务业务(不含互联网信息服务)(凭许可证在核定期限内经营)；广告设计、制作、代理、发布；会议会展服务；电子工业制造设备安装工程和电子工业环境工程、电子系统工程和建筑智能化工程的施工；货物进出口、技术进出口、代理进出口(不含国家禁止或限制进出口的货物或技术)；规划设计管理；城乡规划编制；国土空间规划；建筑工程设计；农业技术专业咨询；土地整治、复垦、开发服务；土地流转服务；环境治理和生态修复项目服务；农业项目投资开发与运营。(涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营)	

小编了解到，5G NR 广播技术是基于 5G 蜂窝移动通信网络、并可融合广播电视发射塔进行协同覆盖的全新广播组播技术，该技术已在 3GPP 5G 国际标准立项成功，并将于 Rel-17 版本支持，由中国广电联合国内外行业伙伴共同支持推动。

5G NR 广播主要面向全新广播业态与多种类应用场景，以单播、组播、广播动态智能切换、适配全种类 5G 通用终端、支撑视频/数据/公共安全/物联网/车联网业务等全业务为主要特点，并具有针对区域及内容开展精准智能广播和组播的能力，可广泛应用在手机、平板、电视、穿戴设备、汽车中控台等各种形态 5G 通用终端，从而演进为无处不在的泛在化新型 5G 广播业务。

基于全种类通用终端、全场景协同覆盖和全新业务形态，中国广电将通过 5G NR 广播技术推动广播电视向移动化、交互化、泛在化演进创新。同时还将重点在公共安全、应急通讯、车联网、物联网等行业服务领域开展广播业态创新，以实现传统广播电视网络服务的转型升级。

(3) 中国广电 5G 700M 基站集采,这些公司中标

常报道 | 常话短说 | 2021-07-19

在 6 月 25 日，中国广电和中国移动共同启动了 700MHz 无线网主设备和多频道天线产品的集中采购招标工作，采购规模为 48 万站！

7 月 18 日，备受关注的 5G 700M 集采结果揭晓了！中国移动采购与招标网发布 5G 700M

无线网主设备集采中标候选人公示。

华为、中兴、中国信科（大唐移动）、爱立信、上海诺基亚贝尔五大设备商集体中标本次总额约为 380 亿元的 48 万站 5G 700MHz 无线网主设备集采。

5G 700M无线网主设备集中采购_中标

5G 700M无线网主设备集中采购于2021年07月16日09时00分开标，并按照国家招投标有关法律法规及招标文件载明的评标方法完成评标工作

一、中标候选人的投标报价及中标情况：

标包一、190061站5G 700M宏基站

第一中标候选人：华为技术有限公司和華為技术服务有限公司联合体，投标报价为15171410021.00元（不含税），中标份额为：61.12%；

第二中标候选人：中兴通讯股份有限公司，投标报价为15131919569.00元（不含税），中标份额为：28.77%；

第三中标候选人：上海诺基亚贝尔股份有限公司，投标报价为13304199846.56元（不含税），中标份额为：10.11%；

标包二、190061站5G 700M宏基站

第一中标候选人：华为技术有限公司和華為技术服务有限公司联合体，投标报价为15171410021.00元（不含税），中标份额为：58.89%；

第二中标候选人：中兴通讯股份有限公司，投标报价为15131919569.00元（不含税），中标份额为：33.53%；

第三中标候选人：大唐移动通信设备有限公司，投标报价为14247860837.97元（不含税），中标份额为：7.58%；

标包三、100275站5G 700M宏基站

第一中标候选人：华为技术有限公司和華為技术服务有限公司联合体，投标报价为8004518064.00元（不含税），中标份额为：59.98%；

第二中标候选人：中兴通讯股份有限公司，投标报价为7983731096.00元（不含税），中标份额为：30.44%；

第三中标候选人：爱立信（中国）通信有限公司，投标报价为7420350000.00元（不含税），中标份额为：9.58%。

中标结果

据公告，此次集采共划分了三个标包。

标包一为 190061 站 5G 700M 宏基站。

第一中标候选人为华为技术有限公司和華為技术服务有限公司联合体，投标报价为 15171410021.00 元（不含税），中标份额为 61.12%；

第二中标候选人为中兴通讯股份有限公司，投标报价为 15131919569.00 元（不含税），中标份额为 28.77%；

第三中标候选人为上海诺基亚贝尔股份有限公司，投标报价为 133 0419 9846.56 元（不含税），中标份额为 10.11%；

标包二为 190061 站 5G 700M 宏基站。

第一中标候选人为华为技术有限公司和華為技术服务有限公司联合体，投标报价为 15171410021.00 元（不含税），中标份额为 58.89%；

第二中标候选人为中兴通讯股份有限公司，投标报价为 15131919569.00 元（不含税），中标份额为 33.53%；

第三中标候选人为大唐移动通信设备有限公司，投标报价为 14247860837.97 元（不含税），中标份额为 7.58%；

标包三为 100275 站 5G 700M 宏基站。

第一中标候选人为华为技术有限公司和華為技术服务有限公司联合体，投标报价为 8004518064.00 元（不含税），中标份额为 59.98%；

第二中标候选人为中兴通讯股份有限公司，投标报价为 7983731096.00 元（不含税），中标份额为 30.44%；

第三中标候选人为爱立信（中国）通信有限公司，投标报价为 7420350000.00 元（不含税），中标份额为 9.58%。

5G 700M无线网主设备集采中标候选人						
标包	名称	需求数量(站)	排名	中标候选人	中标报价(元, 不含税)	中标份额
标包一	5G 700M宏基站	190061	1	华为	15171410021.00	61.12%
			2	中兴通讯	15131919569.00	28.77%
			3	上海诺基亚贝尔	133 0419 9846.56	10.11%
标包二	5G 700M宏基站	190061	1	华为	15171410021.00	58.89%
			2	中兴通讯	15131919569.00	33.53%
			3	大唐移动	14247860837.97	7.58%
标包三	5G 700M宏基站	100275	1	华为	8004518064.00	59.98%
			2	中兴通讯	7983731096.00	30.44%
			3	爱立信	7420350000.00	9.58%

整体来看,华为所占份额约为60%,中兴所占份额约为31%,诺基亚所占份额约为4%,大唐移动所占份额约为3%,爱立信所占份额约为2%。华为成为最大赢家。根据通信产业分析,此次700M 5G无线网主设备集采耗资总额平均约380亿元,约合8万元/站。相较以往5G主设备集采,此次单价下降较多。

建设进展

自中国广电与中国移动达成5G共建共享合作协议,关于5G 700M建设就备受关注。尤其是在三大运营商都已经陆续启动5G相关设备集采,并且规模建设的背景下,关于700M 5G的采购时间,采购规模等,整个行业,尤其是设备产商都在等!现在终于落地了!

2020年5月20日,中国移动与中国广电签署5G网络共建共享合作框架协议。框架协议约定,双方共建共享700MHz、共享2.6GHz频段5G无线网络,在保持各自品牌和运营独立的基础上,共同探索产品、运营等方面的模式创新,开展内容、平台、渠道、客户服务等方面的深入合作。

2021年1月26日,中国移动与中国广电在北京签订了一系列具体合作协议,包括《5G网络共建共享合作协议》《5G网络维护合作协议》《市场合作协议》与《网络使用费结算协议》。根据协议,700MHz无线网络新建、扩容、更新改造由双方按1:1比例共同投资。700MHz无线网络(包括但不限于基站、天线及必要的无线配套设备)作为不可分割的整体资产由双方按照1:1的份额享有所有权。

2021年2月20日,来自中国移动的官方消息显示,中国广电及中国移动将组织多频段(含700M)天线产品常态化测试,测试结果将用于后续的采购环节。

2021年6月21日,中国广电全国地面数字电视700兆赫频率迁移项目工程总承包(EPC)招标工作正式启动,共涉及台站6026座,涉及频道12350个,预算金额18亿元。

2021年6月25日,中国广电与中国移动宣布启动700M无线网主设备集中采购。

2021年7月5日,中国广电启动了全国地面数字电视700MHz频率迁移项目工程总承包(EPC)(第2次)招标。此次招标项目共涉及台站6026座,涉及频道12350个,预算金额18亿元。

值得注意的是,第二次700M清频项目招标拟于7月26日公布招标结果。

后记

随着5G 700M集采结果的出炉,这也正式宣告中国广电与中国移动正式拉开5G 700M规模建设的序幕。根据之前媒体的报道,中国广电将在2021年计划开通40万座5G基站,2022年上半年开通48万座,并全面支持5G NR广播业务。

关于大家对关心的放号时间,据透露已经在做相关的套餐方案,应该也快了!

广电5G,加油啊!

(4) 北京建设 8000 个 5G 基站、力争今年 192 放号，广电 5G 建设“任务表”出炉

2021 年 07 月 23 日来源：中广互联综合整理

7 月 20 日，在 2021 世界 5G 大会即将开幕之际，以“5G 新视听发展前景及趋势”为主题的 5G 与新视听论坛会前座谈会在北京召开。

此次座谈会由北京市广播电视局主办，国家广播电视总局广播电视科学研究院，中央广播电视总台，北京经济技术开发区，北京市科委、中关村管委会，北京广播电视台，歌华有线等行业专家、企业代表、以及区县融媒体中心代表，共同就 5G 新视听发展前景及趋势热议。

北京广电局杨培丽：将聚焦“一园区两资金三平台”建设

北京市广播电视局副局长杨培丽就北京 5G 的发展做了简要介绍。

她表示，北京 5G 发展将借助“十四五”开好局，带好头。北京市广播电视局聚焦“一园区两资金三平台”建设，加强顶层设计、统筹规划，从全局着眼、从宏观思考、从长远入手，勇于担当、敢于作为，充分发挥北京在全国新视听机构数量、生产能力和科研收入等重要方面的发展优势，推进产业结构优化，产业布局更趋合理，具有全球影响力的优质视听企业数量不断增加，不断壮大视听产业规模，打造北京新视听高质量产业集群，为“双奥之城”注入更多“科技亮点”。

其中“一园区”指中国(北京)高新视听产业园区。

“两资金”一是 3000 万的智慧广电发展专项资金，二是 2500 万的 8K 超高清视频制作专项扶持资金，推动 5G+8K 技术在更广泛领域创新应用，培育数字经济新生态，不断满足市民精神文化需求和高质量超高清视听体验需求。

“三平台”指研发平台、应用平台和推介平台。

其中研发平台聚焦视听节目创作生产和拍摄制作技术服务，充分利用 4K/8K 超高清电视应用创新实验室等重点实验室研发能力，鼓励引导高校企业开展交流合作联合攻关，完善产学研用一体化发展机制，支撑视听应用场景落地测试、融合发展和成果转化。

应用平台发力 5G 视听创新应用场景落地建设，以重点项目为抓手，推动冬奥超高清 5G+8K 在户外广场、重点场馆、示范小区等区域进行示范展示，贯通新视听产业内容链、技术链、服务链，引导社会资本投资 5G+8K 应用场景项目。

推介平台以节会展为抓手，利用中国服贸会北京新视听展、中国(北京)国际视听大会、中国广电媒体融合发展大会等重点视听会展平台，开展政策宣贯和应用场景推介，突出展示 5G+8K 最新应用成果和最前沿技术趋势，搭建技术协作和合作交流平台，推动 5G+8K 超高清视频领域创新发展。

中央广播电视总台梅剑平：应尽快推动 5G+8K 新视听产业普及化应用

中央广播电视总台技术管理中心工程管理部主任梅剑平表示，5G+8K 将在北京冬奥会上亮相，应借助冬奥会的东风，尽快推动行业普及化应用。

据梅剑平介绍，近年来 5G 和超高清技术进步很快，但目前当务之急就是如何尽快地挖掘和开发行业应用，加速落地。同时，从应用层面来看，更多的应该关心如何在产业中创造新生的价值，将价值聚合、凝聚起来。

“我们现在面临最大的问题就是产业的问题。技术和标准经过这几年的发展，大部分问题已经攻克了，但是落地到产业，实实在在给大家带来回报，让用户体验到、引起大家兴趣、产生广泛的效益，还需要我们去研究和发展。”梅剑平在会上提到。

北京冬奥会即将开幕，5G+8K 势必将在北京冬奥会上亮相。目前，很多国家重点项目都是围绕科技冬奥展开的。“5G+8K 新视听应用，应借助冬奥会的东风，尽快推动它的行业普及化应用，这可能需要整个行业上上下下共同努力。”梅剑平总结道。

歌华有线唐文伟：中国广电将在今年力争 192 放号，正式启动商用

活动上，歌华有线副总经理唐文伟表示，歌华有线作为北京地区的第四大运营商，计划在北京建设八千站 5G 基站，覆盖全部平原地区，建设周期为两年。

据唐文伟介绍，歌华有线作为 2022 年北京冬奥会有线电视服务提供商，主要发力于两点——

首先是通过 5G 实现终端的传输。只要终端支持 700MHz 传输，任何人包括媒体记者、运动员都可以通过终端实现传输。

其次是通过 5G 实现超低时延的视频转播。计划在每一个场馆里实现低延时视频传输，使场馆拍摄的内容第一时间传递出来，同时将延时控制在 50 毫秒以内。在保障低时延的同时，也将通过数字技术保障清晰度。

唐文伟还表示，按统一部署，中国广电将在今年力争 192 放号，正式启动商用。同时，作为中国广电差异化项目，5G NR 广播也在加速推动。在未来，歌华有线表示仍要把握 5G、云计算、物联网、大数据等新技术扩展契机，围绕完善“文化+科技+融合+创新”体系，推进技术集成创新和应用创新，创新运营模式，增强核心竞争力。

3. 直播星和户户通、村村通

（本期无）

4. 有线电视

（1）歌华有线助老活动走进《京城帮帮团》直播间

2021 年 07 月 05 日来源：首都广播电视

6 月 29 日，由北京市广播电视局统筹指导、歌华有线公司承办的“尊老助老服务”活动，应北京广播电视台《京城帮帮团》栏目邀请，由公司有关负责同志向广大听众介绍活动内容，在线解答有线电视用户关注的问题，直播期间共有三万余听众在线收听，节目取得良好宣传效果，为“尊老助老服务”活动的推广营造了良好氛围。



歌华有线公司员工详细介绍活动内容

为确保“尊老助老服务”活动落实到位，让首都老年有线电视用户切实感受到贴心服务，自 6 月 17 日“尊老助老服务”活动启动以来，歌华有线分别前往 15 家分公司 48 家营业厅进行实地走访座谈，组织员工对《贴心八条》内容进行深入学习，积极落实相关工作。各营业厅设计助老进社区条幅等宣传物料，规范营业厅宣传物料摆放，确保宣传到位。增加老花镜、免费口罩等助老物品，要求营业厅员工做到细致耐心地解答老年用户的问题。网格维护人员为老年用户提供上门服务，耐心指导老年用户使用机顶盒、遥控器等，以实际行动帮助

老年用户脱离“数字鸿沟”。在助老服务中让老年用户体验公司宽带产品，指导老年用户使用即时通讯等功能，为老年用户与出外工作的子女打开联系渠道，得到老年用户的广泛认可和好评。

(2) 江苏有线政企客户部到淮安分公司调研智慧广电乡村工程建设推进情况

2021年07月19日来源：江苏有线

近日，江苏有线政企客户部主任孙国兵一行赴淮安分公司调研智慧广电乡村工程推进实施情况。分公司党委委员、副总经理徐金美，市场运营部、政企客户部负责人，各县区公司分管副总及相关人员参加调研座谈。

座谈中，淮安市县公司分别汇报了智慧广电乡村工程建设推进情况。徐金美表示，近阶段淮安分公司认真贯彻落实省公司部署要求，加强市县联动，积极推进智慧广电乡村工程建设。下一步，淮安分公司将落实会议要求，积极与文旅局、乡镇对接沟通，优化设计方案，争取智慧广电乡村工程项目早启动、早建设、早见效。

孙国兵在听取汇报后，对淮安分公司在智慧广电乡村工程建设方面取得的工作成效表示肯定，对推进下一步工作提出要求。他指出，一是要加强与乡镇、文旅局交流沟通，凝聚共识、形成合力。二是要完善智慧广电乡村工程体系建设，积极探索在民生服务、社会治理等领域的合作模式。三是注重统筹协调。要按照规划要求，加强省市县联动，努力打造智慧广电乡村工程“淮安”特色。

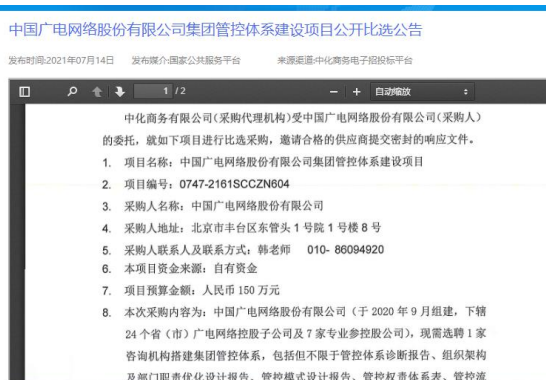
(3) 中国广电股份公司发布招标公告，涉及集团管控、有线网视听点播等项目

2021年07月16日来源：中广互联综合整理

近日，中国广电网络股份有限公司在中国招标投标公共服务平台上相继发布了《中国广电网络股份有限公司集团管控体系建设项目公开比选公告》以及《中国广电网络股份有限公司2021-2023年度全国有线网视听点播基础内容合作项目比选公告》。

“全国一网”股份公司财务管理及集团管控项目启动

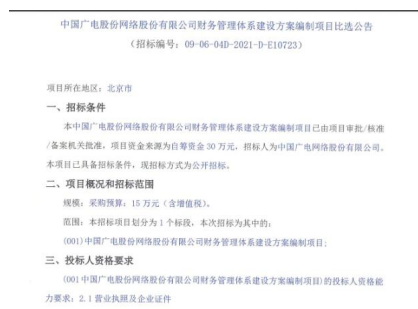
7月14日，中国广电网络股份有限公司启动了名为“中国广电网络股份有限公司集团管控体系建设项目”的招标工作，该项目预算资金为150万元人民币。



图为：《中国广电网络股份有限公司集团管控体系建设项目公开比选公告》

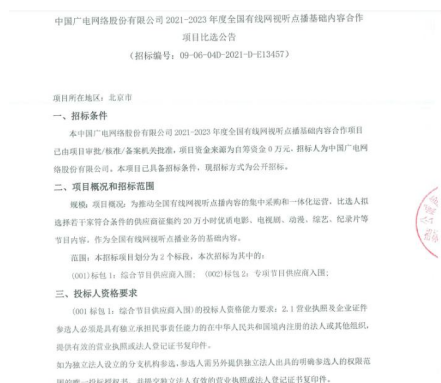
根据采购内容看，中国广电网络股份有限公司（于2020年9月组建，下辖24个省（市）广电网络控股子公司及7家专业参控股公司），现需选聘1家咨询机构搭建集团管控体系，包括但不限于管控体系诊断报告、组织架构及部门职责优化设计报告、管控模式设计报告、管控权责体系表、管控流程手册、管控体系建设相关的核心管控制度编制等。

联系到此前启动的“中国广电股份网络股份有限公司财务管理体系建设方案编制项目”（该项目已于6月29日公示了中选候选人）以及加上6月份的“一省一网”的两项招标（项目已于6月30日、7月1日分别公示了中选候选人），意味着中国广电股份公司在一个月之内已进行了多次关于整合及股份公司建设事宜的招标工作。



全国有线网视听点播基础内容合作项目启动

7月15日，中国广电网络股份有限公司启动了名为“中国广电网络股份有限公司2021-2023年度全国有线网视听点播基础内容合作项目”的招标工作。



图为：《中国广电网络股份有限公司2021-2023年度全国有线网视听点播基础内容合作项目比选公告》

项目概况显示，为推动全国有线网视听点播内容的集中采购和一体化运营，比选人拟选择若干家符合条件的供应商征集约20万小时优质电影、电视剧、动漫、综艺、纪录片等节目内容，作为全国有线网视听点播业务的基础内容。项目分为2个标段，标包1为综合节目供应商入围，标包2为专项节目供应商入围。

1.2 比选内容及标段划分：
 标段号、标段名称、服务内容及入围供应商数量
 标包1：综合节目供应商入围，拟选定6-16家符合条件的综合节目供应商，综合内容包括电影、电视剧、动漫、综艺、纪录片等节目内容。
 标包2：专项节目供应商入围，拟选定若干家符合条件的专项节目内容供应商，专项节目包含：（1）专项教育内容：K12、职业教育、外语教育等；（2）其它专项内容：（少儿、短视频、体育、游戏、健康、法治、音乐、戏曲、生活、运动、财经、汽车、轻小说、知识、健身、美食、老年、广场舞、地方特色语言类节目等）；（3）专项终端内容：酒店终端、移动终端。
 注：（1）本项目2个标段之间互相独立，参选人可根据情况响应其中某个或多个标段，即允许兼投兼中；（2）入围供应商数量参照比选文件“第二章 参选人须知”前附表，具体工作及要求内容详见比选文件“第五章 技术规范书”。

联系到此前《中国广电网络股份有限公司公开招聘公告》发布时，涉及的公司表述：“服务各级党委和政府以及社会各行业的国家重要信息网络基础设施运营商，是服务广大人民群众数字生活的综合文化信息服务商。注册资本金 1343.86 亿元，拥有 31 家下属企业，1 家控股上市公司。可以想见，中国广电股份公司未来的发展走向。因此，目前招兵买马、启动项目招标都是之后“大干一场”的前奏。

5. 前端、制作与信源

(1) 中共中央宣传部、国家广播电视总局联合举办“庆祝中国共产党成立 100 周年优秀广播剧展播”

2021 年 07 月 05 日来源：中国新闻出版广电报

近日，中共中央宣传部文艺局、国家广播电视总局网络视听节目管理司联合印发《关于开展庆祝中国共产党成立 100 周年优秀广播剧展播活动的通知》，定于 2021 年 7 月至 12 月开展庆祝中国共产党成立 100 周年优秀广播剧展播活动。

展播荟萃了从全国范围内遴选出的 26 部广播剧，突出庆祝中国共产党成立 100 周年和全面建成小康社会主题，展播作品中既有《北大红楼》《到延安去》等一批讲述建党百年历史不同时期故事的剧目和《林俊德》《我在敦煌等你》等歌颂英模人物的剧目，又有展现脱贫攻坚伟大成就的《大凉山》、讴歌抗疫精神的《英雄的守护》和生动演绎“中华民族一家亲，同心共筑中国梦”精神的《阿克苏的石榴红了》等现实题材的广播剧。

这些优秀广播剧采用先进的制播技术，用独白、对白、同期声、音乐、现场音效等方式，带领听众“声”临其境感受中国共产党波澜壮阔的百年征程，艺术反映党的十八大以来党和国家各项事业取得的历史性成就、发生的历史性变革，热情讴歌了中国共产党团结带领全国各族人民进行革命、建设、改革所建立的丰功伟绩。

展播期间，中央广播电视总台央广文艺频率、各省级广播电台文艺频率、都市频率、交通频率等在黄金时段滚动播出。“学习强国”学习平台、喜马拉雅、蜻蜓 FM 等网络平台也将在首屏首页设立专栏。

以下为展播的具体剧目：

附件

庆祝中国共产党成立 100 周年优秀广播剧

展播活动推荐剧目

(共 26 部)

- | | | | |
|-------------------------|----------|---------------------|---------------|
| 1. 《北大红楼》(3 集) | 北京市委宣传部 | 16. 《种子方舟》(4 集) | 西藏自治区党委宣传部 |
| 2. 《红船》(3 集) | 浙江省委宣传部 | 17. 《我在敦煌等你》(3 集) | 甘肃省委宣传部 |
| 3. 《一大代表毛泽东》(3 集) | 湖南省委宣传部 | 18. 《扫雷英雄杜富国》(3 集) | 云南省委宣传部 |
| 4. 《点亮星星之火》(3 集) | 河北省委宣传部 | 19. 《春桃满园》(6 集) | 陕西省委宣传部 |
| 5. 《到延安去》(3 集) | 中央广播电视总台 | 20. 《安妮的花海》(3 集) | 中央广播电视总台 |
| 6. 《丰碑》(52 集) | 黑龙江省委宣传部 | 21. 《大凉山》(3 集) | 中央广播电视总台 |
| 7. 《烈火芳华——雨花英烈传》(100 集) | 江苏省委宣传部 | 22. 《绿水青山》(3 集) | 四川省委宣传部 |
| 8. 《龙华·血红花白》(6 集) | 上海市委宣传部 | 23. 《我们村里的年轻人》(3 集) | 山西省委宣传部 |
| 9. 《大营救》(2 集) | 中央广播电视总台 | 24. 《一路逆行》(3 集) | 广东省委宣传部 |
| 10. 《北上》(3 集) | 辽宁省委宣传部 | 25. 《英雄的守护》(4 集) | 湖北省委宣传部 |
| 11. 《马三立入党记》(2 集) | 天津市委宣传部 | | 重庆市委宣传部 |
| 12. 《血染千山换春来》(5 集) | 贵州省委宣传部 | 26. 《阿克苏的石榴红了》(3 集) | 新疆维吾尔自治区党委宣传部 |
| 13. 《祖国知道我》(4 集) | 湖北省委宣传部 | | |
| 14. 《林俊德》(3 集) | 福建省委宣传部 | | |
| 15. 《高地》(4 集) | 吉林省委宣传部 | | |

(2) 中央广播电视总台象舞广告营销平台上线

2021年07月19日来源：中央广播电视总台总经理室

7月17日，中央广播电视总台象舞广告营销平台上线仪式在京举行。中央广播电视总台编务会议成员、总经理室总经理彭健明，中国广告协会会长张国华，总台英语环球节目中心主任、视听新媒体中心召集人范昀，总台技术局局长徐进，总台总经理室常务副召集人任学安，央视国际网络有限公司党委书记、董事长钱蔚，央视频融媒体发展有限公司常务副总经理过彤共同启动象舞平台上线仪式。来自企业、广告代理公司、行业主管机构及媒体的400余位代表共同见证了这一重要时刻。



彭健明在致辞中表示，推出象舞广告营销平台，是中央广播电视总台深化媒体融合发展、升级融媒体营销传播服务的一项重要举措。总台组建以来，在中宣部副部长、中央广播电视总台台长兼总编辑慎海雄同志的带领下，奋力打造具有强大引领力、传播力、影响力的国际一流新型主流媒体，取得了丰硕成果。媒体融合优势和强大的融合传播实力已成为总台区别于其它任何媒体的核心竞争优势。依托总台强大的融媒体平台和独家视音频内容资源，总经理室加快推进总台经营工作转型升级，奋力开拓经营新局面：一是强化了“全台一盘棋”的整合经营意识；二是确立了“大屏和小屏联动”“广告与版权捆绑”的融合营销思维；三是明确了“向用户要效益”和“数字化营销”的发展方向。正是基于以上三个方面的转型升级需要，总经理室推出了象舞广告营销平台，借助数字化、智能化平台工具，强化整合经营、融合营销和用户服务能力，提升客户品牌传播效果。

彭健明介绍，“象舞”二字源自慎海雄部长提出的“大象也要学会跳街舞”，代表总台营销工作迎接数字化、拥抱数字化的改革决心。象舞平台将从资源管理和客户服务两大层面全面提升总台营销水平。从资源管理角度看，象舞平台整合了总台旗下电视、广播、新媒体等各平台资源。可以实现对广告资源的全面、动态管理，通过灵活多样的方式设计广告产品，适配市场需求，提高资源使用效率。同时，象舞平台将沉淀大量数据，形成大数据库，既可以帮助客户进行广告投放分析，促进交易平台高效运营，也可以为总台的资源管理、产品设计、价格制定等提供更直接的依据。从客户服务角度看，象舞平台为广大客户提供了包括资源查询、产品定制、在线交易、广告制作、投放执行、数据分析、效果反馈、实时沟通在内的一站式营销传播服务。未来总台还将通过象舞平台对外整合广播电视、新媒体、户外、影院、报纸杂志等多类媒体资源，满足客户更多需求。面对中国经济、中国市场的美好前景，总台愿意为企业界、广告界提供更系统、更优质、更高效、更便捷的品牌传播服务，借助象舞平台这一全新的数字化工具，为品牌的生命力、公信力、美誉度强势赋能。



中央广播电视总台总经理室广告资源管理部主任余贤君介绍了象舞广告营销平台的运用策略，象舞平台的诞生顺应了广告业向“数字化”“故事化”发展的趋势，运用这个平台，可以计算出最优的媒介组合，也可以找到最佳的广告创意。借助象舞广告营销平台，可以灵活使用“定点传播”“接触点传播”“植入式传播”“互动传播”“融合传播”等五种营销策略，高效运用广告资源，提升品牌传播效果。



象舞平台的运营公司——央拓国际融合传播集团有限公司总经理徐立军介绍了象舞平台的特点和亮点，即“客户全覆盖、资源可定制、服务全天候、执行更高效、玩法更灵活”，如增设“广告代理人”的角色，允许个人从事广告代理工作；可以在象舞平台选择定向投放用户人群、灵活排期，一站式选购广告资源；提供7*24小时的全天候服务，以一网一端为阵地，辐射全国，甚至全球企业客户；实现程序化自动投放功能，可实现广告一键触发，一秒上线；推出多种激励玩法等。



中央广播电视总台总经理室副召集人扎西顿珠、于小青，总经理室党委副书记陈荣勇，总经理室相关部门负责人以及央视频、央拓国际、中电高科相关负责人出席仪式。仪式由陈伟鸿、张韬、李思思、龙洋、王冰冰主持，薇娅、李佳琦通过VCR祝贺象舞广告营销平台上线。

(3) 京牌沪牌超高清转播车现身东京街头，承担东京奥运会转播任务

2021年07月19日来源：央视新闻

2020年东京奥运会将于2021年7月23日正式开幕，整个赛程将持续16天。受新冠肺炎疫情影响，部分赛事将空场举办，以将疫情传播风险降到最低。随着赛事临近，各国代表团及各方工作团队也陆续抵达东京。

近日，有网友发帖晒出“中央广播电视总台4K/8K超高清转播车现身东京街头”的照片。这一抹“中国红”的出现，让中国网友和旅日华人倍感亲切，不少人纷纷表示“居然在东京街头看京牌车，是我们的‘中国红’没错了！”“期待总台的奥运报道！”“中国奥运健儿加油！”

据“央视新闻”透露，此次2020东京奥运会，是中央广播电视总台首次向海外奥运赛场派出大型超高清转播车，车上搭载着4K/8K超高清转播系统，将提供东京奥运会和残奥会赛艇和皮划艇项目公共信号制作服务，一直要在日本工作到9月初。

为了完成漂洋过海转播奥运会的任务，央视总台做了精心筹备。6月底，转播车和辅助车即从北京驶达上海，后经过海运，于7月11日被运达日本横滨港，经过2日清关，于13日离港，并开往位于东京的海之森水上竞技场。

转播车辆在日本工作期间，将严格遵守当地的交通规定，央视总台特聘了专业的日本司机驾驶车辆。

不仅如此，中央广播电视总台还派出近800人团队前往日本全面开展本届奥运的转播报道。作为国际奥委会的主转播机构之一，央视总台还承担了东京奥运会部分赛事的公共信号制播任务。

“中国红”来了，“中国蓝”也没缺席。

据上海文广传媒消息，其旗下的SMT天鹰4K超高清转播团队也已驾驶6辆蓝色涂装的转播车，于7月14日夜里抵达日本东京，并开往相关场馆。这支团队也将承担本届奥运会赛事的转播任务，向世界展示中国视听传播技术的技能和水平。

6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

(1) 中国电视市场:Q1勉强持平,Q2断崖下跌

| OFweek 智能家居网 | 2021-07-19

根据洛图科技(RUNTO)发布的《中国电视市场品牌出货月度追踪》报告中显示:2021年上半年,中国大陆前7大国产电视品牌,包括小米、海信、TCL、创维、长虹、康佳、海尔的总出货量为1464万台,同比减少16.08%。

品牌强弱分化

分品牌来看,第一阵营(200万台以上规模)的Top4品牌出货总量为1120万台,同比下降13.45%。第二阵营3个品牌的出货总量为344万台,同比下降23.64%,跌幅几乎为Top4品牌的2倍;平均出货量为百余万台。

在面板成本同比上涨100%-180%,而整机终端价格仅上涨30%-50%的情况下,市场几乎没有赚钱效应:经历多年价格战,企业持续微利润之后,在2021年上半年,企业的经营质量可谓雪上加霜,前7大国产品牌的平均经营亏损在2亿元左右。

而所有国产品牌中唯一实现物量增长的是华为,上半年出货约45万台,同比实现100%以上的增长,考虑到华为电视当下的供应链窘境,后市仍需观察。值得一提的是,华为在进入和电

视一样是标准产品的会议平板市场,表现非常亮眼,今年第一季度首次列入排名即成为市场第二,并且相当的逼近市场头名--视源旗下 MAXHUB。

剩下的国产品牌荣耀、PPTV、风行、乐视则是各自遇到了多方面的经营难题,在更复杂的多因素交织之下,表现一言难尽。

Q1 勉强持平,Q2 断崖下跌

第一季度和第二季度发生了销量倒挂。其中,第一季度七大品牌出货量为 794 万台,而去年同期正是 COVID-19 疫情爆发期,同比基数较低,因此获得 1.33%的微弱同比涨幅。

第二季度,七大品牌出货量为 670 万台,同比大降 30.29%。重要大促如 618,整体市场仍面临上游原材料涨价,终端不降价则不卖、降价也不出量的尴尬局面。仅部分品牌献出底价进行冲锋,更多的品牌毫无做多热情,未实施有效的促销,而是希望把重心放到推高卖贵的交易机会上。加上全球疫情的反复导致部分消费者的消费意愿趋于保守,市场大幅后撤。

进入 7 月,市场更加清淡,情绪更加低迷,进入冰点。上旬,受 618 透支影响,诸多品牌单日出货不足 1 万台,截至 7 月 10 日的单品牌出货均在 15 万台以下。依此节奏,7 月出货表现难谈乐观,洛图科技(RUNTO)预计仍将有 20%以上的降幅。

电视机已经不再是刚需产品

事实上,洛图科技(RUNTO)在《UHD 将持续统治全球电视市场;中国电视的生死线是应用场景》一文中表明了观点:中国市场,年轻人将大部分业余时间花在手机上,一些年轻家庭甚至没有电视。电视有变成非必需家电的趋势。虽然多数家庭还是会有电视,但观看时间在减少,换机周期在拉长。初婚作为家电首次购买的主要拉动力,正在平稳下降。中国人居住的环境正在去客厅化,传统核心区的会客、接待、展示的厅堂功能大幅弱化,“沙发+茶几+电视墙”配置已经不是所有人唯一的选择。

另外,在外部环境方面,市场可能也忽视了一些经济走弱的现象。上周的降准可能和部分地区的经济放缓有关。一些城市和地区如武汉、石家庄、银川等省会的消费正在经历二次探底。在疫情之前,这些城市零售总额从未出现过负增长,疫情期间虽然负增长,但疫情放缓立即转正。今年五月份,这些城市的零售总额再次出现负增长,这是一个值得注意的信号。

多方位的原因造就一个事实:在中国市场,电视机已经不再是刚需产品,价格波动会更加敏感。在经济环境不明朗的预期下,主力消费人群不会为涨价的非刚需产品进行买单。

2021 整体中国市场零售规模将在 3800 万台以下

2020 年,中国大陆前 7 大电视品牌全年出货 3969 万台,同比减少 10.7%,其中上半年出货 1744 万台。按 2020 年上下半年节奏,洛图科技(RUNTO)预测,前 7 大品牌 2021 年出货为 3330 万台。零售方面,整体中国市场规模将会在罕见的 3800 万台以下。

中国市场规模在临近“冰点”、陷入“地量”之后,品牌间的竞争将越来越直接。从今年起,中国电视市场长期以来维持的多头共进局面将会进入真正的优胜劣汰竞赛。从业者会放弃对市场曾经的 5000 万台规模的幻想,转而回归理性经营。消费者也将看到企业品牌对于电视机在更多场景和应用创新下的努力。

(2) 上半年彩电与投影“冰火两重天” 智能投影正加速替代电视

| ZNDS 资讯 | 2021-07-09

随着 618 购物节的结束,上半年家用显示市场呈现“冰火两重天”现象,彩电销量持续下滑,而智能家用投影销量接连创新高,智能投影替代电视的进程在加快,未来家庭娱乐中心的“竞争”正在升级。

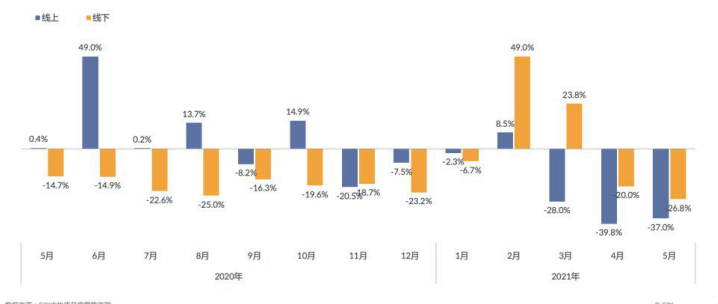
根据 GfK 中怡康数据公开显示,上半年,彩电行业彩电市场在年初经历了短暂的反弹

后，从3月开始持续遇冷，5月市场延续了4月的颓势，继续大幅下滑；5月彩电市场线上线下零售量同比分别下降了37.0%和26.8%；而在618购物节期间，彩电线上销量规模达265.5万台，同比下降19.6%；另外，受上游TV面板价格持续上涨的影响，彩电价格涨势空前凶猛，618市场线上均价涨幅高达56%；彩电销量预计还将持续走低。

5月彩电市场延续4月颓势，继续大幅下滑

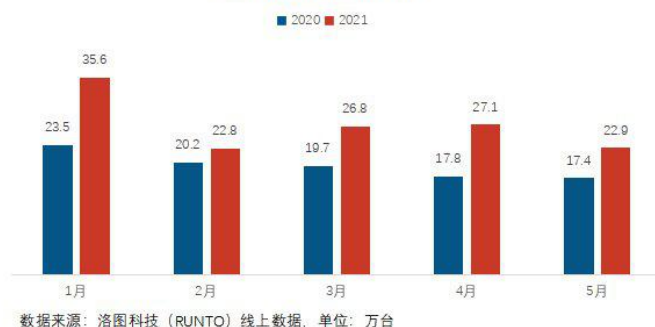


彩电分渠道零售量同比变化



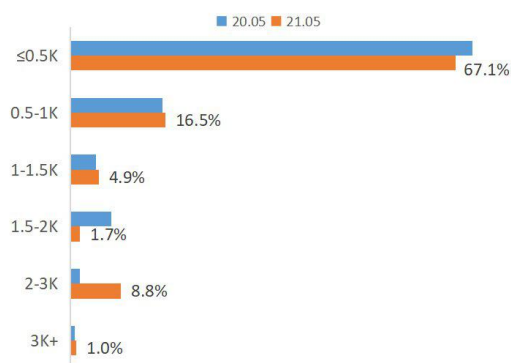
而与此同时，以大屏见“长”兼具成本优势的智能投影销量接连创新高。根据洛图科技（RUNTO）数据显示，智能投影行业2020年出货量接近400万台，同比增长15%；且2021年一季度国内智能投影行业继续延续增长，市场销量首次在一季度突破100万台，达到108.4万台，同比增长46.3%；在智能投影行业最新5月出台数据显示，5月智能投影市场大涨58%；

分月度中国智能投影线上销量



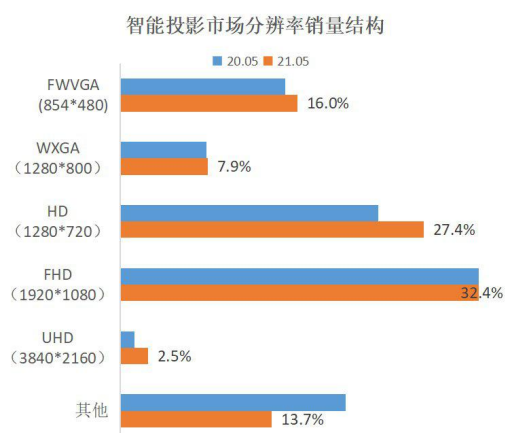
2021年上半年，智能投影在亮度和分辨率这两项“核心参数”呈现全面上扬；根据洛图数据显示，5月，500流明以下亮度段份额环比基本持平，1000流明以上各亮度段份额环比均有所上涨，其中1-1.5K份额涨幅明显；

智能投影市场亮度销售结构



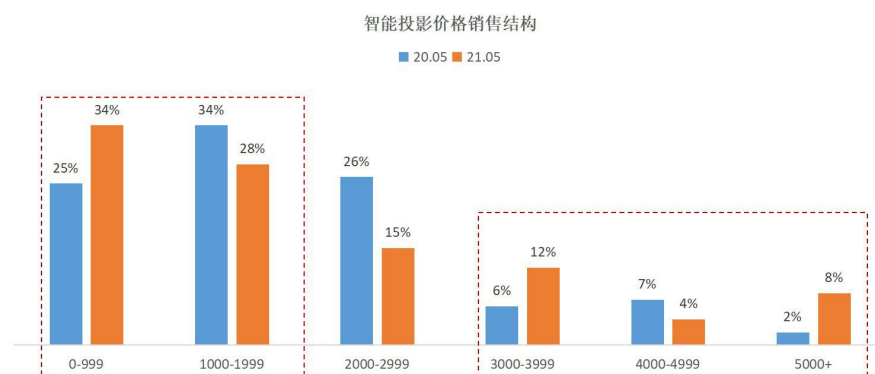
在分辨率方面，HD分辨率比去年同期增长了4.1个百分点；FHD较去年同期基本持平；

UHD 比去年同期增长 1.2 个百分点；



在产品技术升级下，智能投影以便携、智能、性价比的优势同时还能获得更大屏带来的感官刺激，更多的家庭用户选择用智能微投来代替电视；例如，当贝上半年推出的“激光光源”智能投影——当贝 X3，将智能投影机的亮度上限刷新为 3000+流明，大大强化了产品的可用性和价值体验。另外，在智能投影显示技术不断升级中，智能投影的价格也在降低；例如，长虹上半年为市场提供了价格首次低于 2000 元的 500 流明 DLP 技术智能投影机，打开了 1500+消费市场 1000+亮度的产品，价格已经从 5000 元档位下降到 3000 元档位，高品质产品价格门槛的降低加大了智能投影市场的普及率。

2021 年上半年，智能投影市场仍以 2000 元以下价格段为主，但行业“长尾”格局也在进一步加强；市场 3000 元以上价位的中高端产品销售份额由去年的 15%增加至 24%；2000 元以下价位的低端产品市场销售份额由去年的 59%增加至 62%，其中 999 元以下的产品销售份额比去年同期增加了 9 个百分点，市场消费持续下沉，表明智能投影从主要集中在一二线城市市场，正在加速向三四线城市，乃至县城乡镇“下沉”。



随着产品技术升级与消费市场下沉，智能投影正在成为家庭视听市场的新主角之一。由于消费升级，用户正在走向成熟和理性化，对电视的需求逐渐减弱，对兼具便携、大屏、护眼和成本优势的智能投影更青睐，加上彩电厂商掀起的高端化转型以及彩电上游原材料涨价的助推，未来智能家用投影市场的规模还会进一步扩大，尤其是结合投影产品价格的不断下降，市场承受能力增强，智能投影替代电视的进程在加快，智能投影市场规模未来有很大希望进入“千万级别”空间。

7. 新媒体

(1) 拉动投资 5G 发展前景可期

2021年07月23日来源：人民日报

5G商用两周年，在显著带动消费的同时，也在稳投资、带动产业链发展方面起到了重要作用。在业内人士看来，随着“建是根本，以建促用”和“用是目的，以用促建”的双向推动，5G在推动经济社会发展方面将发挥更积极的作用。

截至目前，我国5G基站总数96.1万个，其中1—6月新建19万个；5G连接数已超过3.65亿，占全球80%；今年上半年，我国5G手机出货量快速增长，达到1.28亿部，占同期手机出货量的73.4%……5G牌照已正式发放两周年，5G商用成绩亮眼。

作为新型基础设施的重要组成部分，5G成绩引人关注，其对于稳投资、带动产业链发展起到的积极作用同样值得瞩目。数据显示，今年1—5月，我国高技术产业投资同比增长25.6%，其中高技术制造业中，5G投资同比增长47.7%，5G已成为拉动投资增长的“助推器”。

网络建设加快部署，带动庞大产业链

吊臂挥动、天线飞架……炎炎夏日，杭州奥体博览城主体育馆内，中国移动浙江分公司通信覆盖项目施工人员，正在45米高空的天线安装点位，架设5G室内分布设备器件。

“主体育馆可容纳8万人，超高的用户密度需要5G超密组网。”中国移动杭州亚运会服务保障办公室副主任胡镇介绍，截至目前，亚运场馆5G覆盖项目线缆布线工作已完成65%，完工后，场馆内数万人可以畅快地同时享受网络交互体验。

5G网络建设持续推进，不断撬动投资增长。中国移动计划建设部总经理周承阳介绍，通过亚运精品公专网络建设，将部署5G站点超1000个，直接投资超2.5亿元。不仅如此，基于5G网络开发出的智能导航、语音交互、智慧安防等终端应用，将打开巨大的信息消费空间，预计带动智能亚运信息化项目投资超2亿元。

5G终端消费不断扩大，用户换机量持续攀升。成都春熙路红星广场，一加手机线下销售活动现场，新款5G手机一经推出，便备受青睐。“今年前4月，我们的5G手机国内市场销量较去年同比增加142%。”一加手机有关负责人说。

“5G将带动一条庞大的产业链，上游是芯片、模组、射频器件等电子元器件产业，中游涉及网络系统设备、网络建设等，下游则是网络运营、多样的应用场景和终端产品等。”中国信通院政策与经济研究所副总工程师韦柳融分析，这就使得5G具有较高的投资乘数，预计从5G商用牌照发放到2025年，5G将带动电信运营商网络建设投资约1.2万亿元，带动垂直行业5G网络和5G终端设备投资约4700亿元，累计直接带动经济总产出超10万亿元。

加速融入千行百业，垂直行业潜力巨大

百度“5G云代驾”亮相后，可在极端场景下远程接管车辆，为无人驾驶系统补位……工信部数据显示，目前5G行业应用创新案例已超1万个，5G正加速融入千行百业。

在浪潮智能工厂，记者看到，5G技术已经应用到AGV（自动导引运输车）运输、智能锁附、工业视觉质检、操作系统灌装等10多个服务器生产环节中，既保障了生产数据的安全，又提高了运营效率。

“较应用5G之前，工厂产能提升了12%，产品合格率提升了6%，质检效率提升56%，成效显著。”车间负责人罗希望告诉记者，在生产车间的11年间，自己见证了工厂从制造到智造的一步步转变。“5G是打开智能工厂大门的一把钥匙，随着5G建设的发展，我们也正与全国多个行业伙伴携手，一起深入研究车间各生产环节与5G的融合，进一步提升工厂智能化水平，非常期盼有更多的5G智能工厂落地应用，共同为国家智能制造发展添力。”

从2019年我国5G正式商用以来，5G在智慧工厂、电网、矿山、交通、医疗、教育等领域的价值不断彰显。

“5G建设更大的市场潜力和投资空间在垂直行业。”中国电子信息产业发展研究院无线电管理研究所副所长彭健分析，5G在与各垂直行业深度融合的过程中，不仅需要对原有信息基础设施进行改造升级，各行业还将产生5G应用的个性化投资，潜力巨大。

“5G的海量数据，正带动数据中心、云计算、人工智能等新型基础设施的投资需求。”韦柳融介绍，初步预测，我国企业对云计算和数据中心的投资到2025年将达到2万亿元。

释放投资增长潜力，仍须加快应用创新

进一步释放5G投资增长潜力，仍面临多方面挑战。

从建设来看，“覆盖同等面积，5G基站建设投资大约是4G的1.5倍，投资大且回报周期长，存在一定资金压力。同时，5G基站能耗较高、电费开支大，也掣肘推广覆盖。”彭健说。

从应用来看，“5G消费端尚未出现‘明星’应用，消费者的感受仍不够强烈；另一方面，千行百业的需求千差万别，5G行业应用难以借鉴消费市场的经验实现快速和规模化复制。”彭健补充道。

如何更好释放5G发展潜能，有效发挥投资带动作用？

——建是根本，以建促用。在彭健看来，要坚持适度超前原则，在进一步加大5G网络覆盖范围的基础上，加强与应用场景的供需匹配，通过建设5G专网等方式，提升网络有效利用率，持续降低建网成本。

工信部有关负责人表示，2021年将有序推进5G网络建设及应用，加快主要城市5G覆盖，推进共建共享，新建5G基站60万个以上。

——用是目的，以用促建。在业内专家看来，加快5G应用创新步伐，一方面运营商要转变身份，从网络建设运营者转向价值链更高的内容应用服务商。另一方面，相关部门也应牵线搭桥，推动上下游企业深度互联和协同合作，形成应用创新的“团体赛”。

应该看到，拓展5G应用已有了时间表和路线图。工信部、中央网信办、国家发改委等10部门日前联合印发的《5G应用“扬帆”行动计划（2021—2023年）》提出，到2023年，每个重点行业打造100个以上5G应用标杆。

“下一步将推动各行业龙头企业率先突破，打造5G应用创新标杆。”工信部副部长刘烈宏说，同时，充分发挥市场作用，在深耕5G消费市场的基础上，鼓励行业企业进一步开拓5G行业应用蓝海。

感受

我是5G手机的首批用户，2019年5G商用刚开始就第一时间购置了5G手机，并上网升级办理了5G套餐。这两年，能明显感觉到5G网络覆盖越来越好，5G手机使用体验越来越顺畅，5G手机的价格也越来越便宜。在不少城市都有5G信号，用手机看电影、刷直播流畅不卡顿，希望未来5G套餐价格更加亲民，5G应用越来越多，能在更多场景体验到高速率的网络服务。

——5G手机用户李妍

我一直从事5G网络基站的规划建设和部署工作，近两年明显感觉到5G建设的飞速发展。5G网络基站的规划建设和部署过程中，经常能够听到周边市民兴奋地讨论：“看来不久后我们家也能有5G信号覆盖啦”“这么早就能用上5G啦”，也时常会有人来问“帮我看看我们家那里有没有5G信号”，用户对5G的期待越来越强烈，也鼓舞了我们。相信在不久的将来，5G网络将会为虚拟现实、自动驾驶、远程医疗、无人机快递等各种新兴业务助力，让科技真正走向人民群众，改变人们的生活。

——5G网络部署工程师许超

我们为企业客户提供云计算、人工智能和大数据技术服务，今年以来明显感觉到，企业客户对视频点播、直播、AR（增强现实）等 5G 应用技术的需求越来越大。很多客户会说，5G 的网络覆盖越来越广，企业要把握住机遇，为 5G 时代的到来做好技术准备。由于 5G 具有低时延、高速率、大带宽的优势，AR 被广泛认为是 5G 时代将率先爆发的业务之一，在工业、教育、医疗、游戏、零售等众多方面都有很强的应用价值。相信在未来几年，每个人在生活、工作和娱乐中都会越来越多感受到 5G+AR 带来的身临其境的交互体验。

——5G 应用软件工程师张淼

这两年在一二线做销售，明显感觉到消费者对于 5G 手机的购买意愿越来越强烈。进入门店后，不少人都会问上一句：“支持 5G 网络吗？”“想换个 5G 手机”“这些都是 5G 手机吗？”消费者意识的转变背后，是近年来 5G 建设的加快推进。目前，5G 基站覆盖越来越广，5G 流量免费体验越来越多，套餐资费优惠力度越来越大，5G 手机技术越来越成熟，相信未来几年，5G 手机普及速度一定会越来越快，每个市民都能用得上、用得起、用得好 5G 手机！

——5G 手机导购刘彦君（记者 韩鑫）

8. 媒体融合

（1）2021 年媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划开始啦

2021 年 07 月 05 日来源：北京市广播电视局

今日，北京市广播电视局官网发布《北京市广播电视局关于实施 2021 年媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划的通知》（以下简称《通知》）。

《通知》提到，为深入贯彻落实习近平总书记关于媒体融合发展的重要论述，加快推进媒体深度融合，突出先进技术创新引领，北京市广播电视局拟面向全国开展 2021 年媒体融合创新技术与服务应用遴选推广工作。

值得注意的是，《通知》还提到，遴选范围包含 5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、超高清、AR/VR 等技术，在媒体融合内容采集、生产、分发、接收、反馈、服务等全链条中的创新应用。包括但不限于创新技术、应用工具、系统解决方案、集成平台、服务模式等。同时，入选项目将纳入“北京媒体融合创新技术应用项目库”，并在北京市主要媒体和区融媒体中心推广应用，对实际落地应用项目予以一定的资金扶持；通过中国（京津冀）广播电视媒体融合发展创新中心、中国广电媒体融合发展大会等平台向京津冀地区及全国推介。

以下为《通知》全文：

北京市广播电视局关于实施 2021 年媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划的通知
各相关单位：

为深入贯彻落实习近平总书记关于媒体融合发展的重要论述，加快推进媒体深度融合，突出先进技术创新引领，北京市广播电视局拟面向全国开展 2021 年媒体融合创新技术与服务应用遴选推广工作。有关事项通知如下：

一、遴选范围

5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、超高清、AR/VR 等技术，在媒体融合内容采集、生产、分发、接收、反馈、服务等全链条中的创新应用。包括但不限于创新技术、应用工具、系统解决方案、集成平台、服务模式等。

二、申报条件

1. 申报单位应为全国范围内（不含港澳台地区）具有法人资格的企事业单位，不接受个

人申报。申报主体须在申请之日前三年内无重大违法违规记录及与申报项目相关的其他民事纠纷。

2.申报单位对所报项目应具有自主知识产权或合法授权。

3.申报项目应适应本年度的遴选方向，适应媒体融合发展需要，导向正确、创新性强。

4.具备行业应用推广价值。

三、申报方式

1.登录北京市广播电视局官方网站（<http://gdj.beijing.gov.cn/>），点击“2021年媒体融合创新技术与服务应用遴选推广活动”申报入口，扫描下方二维码，进行项目申报。



2.相关材料汇成一个PDF格式文件统一上传（详见附件3），具体包含：①申报主体营业执照复印件（加盖公章）；②材料真实性、知识产权合法性及无违法违规行为承诺书（加盖公章）。

四、项目评审

按照公开、公平、公正的原则，成立专家委员会，通过专家评审确定入选项目，评审结果将在我局官网进行公示。

五、成果扶持与推广

入选项目将纳入“北京媒体融合创新技术应用项目库”，并在北京市主要媒体和区融媒体中心推广应用，对实际落地应用项目予以一定的资金扶持；通过中国（京津冀）广播电视媒体融合发展创新中心、中国广电媒体融合发展大会等平台向京津冀地区及全国推介。

请各相关单位于2021年7月31日前，通过申报入口上报相关材料。

申报咨询方式：张老师 010-64081605；

李老师 010-58926262。

附件：

1.2021年媒体融合创新技术应用申报表填写示例

2.2021年媒体融合创新技术与服务应用申报承诺书

3.上传材料参考示例

北京市广播电视局

2021年7月5日

（2）北京日报社社长赵靖云：媒体融合要解决“融”和“通”的问题

2021年07月16日来源：北京日报客户端

《北京日报》创刊于1952年10月1日，是中共北京市委机关报，至今已有69年历史。2000年，北京日报报业集团正式组建，是北京地区影响力最大的报业集团。自2014年媒体融合上升为国家战略以来，北京日报报业集团认真贯彻落实中央、市委有关媒体改革融合的战略部署，坚持党报姓党、守正创新、主动作为，在供给侧结构性改革、采编流程再造、体制机制创新、传播平台建设等方面采取了深层次的改革举措，融媒体生产能力大幅提升，新媒体收益逐年增长，取得了良好的社会效益和经济效益。北京日报报业集团如何大刀阔斧推进改革，提升党报传播力、影响力、竞争力？我们对北京日报报业集团社委会主任委员、社长赵靖云进行了专访。

媒体融合要真正解决“融”和“通”的问题

记者：赵社长，请您介绍下北京日报报业集团媒体融合的发展历程。

赵靖云：北京日报的媒体融合改革起步不算晚，我们在2011年就推出了移动端的北京日报APP，2013年上线采用AR技术的“魔法报纸”，读者用手机扫描报纸上的标题、照片或正文内容，就会弹出与报道相关的视频，这在当时是比较新鲜的。我们还鼓励各部门办新媒体，可谓“村村点火、户户冒烟”，“长安街知事”就是在那个时期冒出来的。

但是几年下来，总体感觉成果不大。主要有以下几方面的原因，首先是当时移动互联网并没有普及，新媒体的发展缺少环境支持。其次是新媒体内容跟不上，也没有自己的视频内容，“魔法报纸”扫出来的是电视台的视频。还有观念问题，对搞媒体融合存在顾虑，认识并不统一。最根本的问题是体制机制，传统媒体之间、新媒体之间、新旧媒体之间都没有从根本上打通。各报刊各自为战，各报刊、各部门办的新媒体也是各自为战。

后来，我们痛切地认识到，要真正解决“融”和“通”的问题，必须改变生产关系，从体制机制下手，带动观念深刻转变。

记者：您刚刚提到媒体融合要真正解决“融”和“通”的问题，北京日报报业集团是如何解决这一问题的？

赵靖云：2018年，我们下决心彻底改变过去60多年形成并固化的以报纸为中心的生产模式、工作流程和组织架构，重构党报集团的运行体系、产品体系。同年7月，《北京日报报业集团深化改革融合发展工作方案》经市委深改组会议审议通过，明确了集团改革融合发展的总体思路。

首先是快速“止血”，果断关停生存困难、影响力弱小的报刊。共有序关停了京华时报、北京晨报、北京娱乐信报、京郊日报、北京文摘报等多家报刊，腾出资源和采编力量转场融媒体。

其次是确定新的产品体系。过去60年一直在办报纸，2011年后又办了一堆新媒体账号，整个产品体系比较杂乱。我们思考了发展重点，确定了“2+3+X”融媒体产品构架。报纸方面，重点办好北京日报和北京晚报两张主报；新媒体方面，集中力量办好“北京日报客户端”“长安街知事”“艺绽”3个新媒体品牌；X是支撑2+3的融合产品生态，鼓励各部门在不同垂直领域进行创新，以各报官网、官微和“识政”“长安观察”等原创新媒体，构成党报集团新媒体基础生态圈，为融合发展提供源源不断的活力。

第三是重构内容生产流程。过去各报、各新媒体有独立的生产流程。改革后，我们把报、网、端、微放进同一个生产链条，统筹其策、采、编、发，形成了各端口、各形态7×24小时接力运行的生产传播链条。

第四是调整组织架构。为了从根本上改变各自为战状况，解决“融”和“通”的问题，2019年我们下决心大刀阔斧整合北京日报、北京晚报采编体系，将两大编辑部打通。北京日报和北京晚报都有60多年的历史，有各自的文化和风格，要打通是不容易的。打通后，我们实现了每一个生产单元的融媒体化，即每个生产部门都面向日报、晚报、新媒体三个端口进行融媒体内容生产，构建起“横向集约、纵向扁平、前端统合、后端分立、融合生产、分态传播”的新型组织架构体系。

第五是构建融媒体薪酬绩效体系。这是一个重要的指挥棒，我们用了很大力气设计，用传播力指数和成长性评价两个维度来实现对新媒体的绩效考评。传播力指数是考核单篇作品传播效果的指标，是记者编辑取酬的基本依据；成长性评价是考核新媒体产品在考核周期内的整体成长状况，更偏向于考核团队。这套我们自己设计的融媒体绩效考评方案自2020年1月起试行，对推动全员深度转型发挥了作用。当然也还存在不少问题，需要继续完善。

媒体融合让传统媒体释放新活力

记者：北京日报报业集团的媒体融合改革，取得了哪些成效和社会反响？

赵靖云：2019年国庆节前夕我们合并日报、晚报两个编辑部后，马上就经受了一系列

重大报道的检验。在新中国成立 70 周年的报道中，集团的移动传播矩阵总阅读量突破了 15 亿，取得前所未有的传播业绩。

2020 年年初新冠疫情爆发，以北京日报客户端为龙头的集团移动传播矩阵充分发挥即时、快速、多平台、全形态优势，综合运用图文、动漫、视频、直播、“快报”“秒报”等形式，全天候第一时间报道疫情动态、重要新闻发布会、党和政府举措成效、普及防疫知识，形成多层次、高密度、持续释放权威信息的宣传格局和强大声势，2020 年累计推出疫情防控融媒体报道 8 万余篇，直播新闻发布会 300 余场，总阅读量超过 200 亿。

2020 年是全面建成小康社会收官之年，我们“一盘棋”部署、全媒体联动，开设“致富奔小康京郊走一线”“点亮北京扶贫地图”“幸福北京”等 20 余个专栏专题，推出“瞰小康”“行走脱贫路”“京心助梦”等系列短视频。在这些重大主题报道中，京报集团的媒体融合经历了高强度的实战演练。

整体来看，我们的媒体融合取得了可喜成效，今天的北京日报报业集团处在历史上影响力最广泛的时期。纸媒时代，北京日报、北京晚报加起来发行量也不到 200 万，而现在我们的融媒体传播矩阵拥有 20 个百万级粉丝平台、6 个千万级粉丝平台，受众超过 1.3 亿并在持续增长，这在传统媒体时代是不可想象的。虽然纸媒在走下坡路，但由于媒体融合，首都党报集团的传播力、影响力、引导力、公信力得到了大幅提升。

纵深发展，趟出媒体融合“深水区”

记者：媒体融合并不是媒介形态的简单相融相加，而是持续性的自我革命。当下媒体融合向纵深推进，触及的都是深层次矛盾，结构性问题也随之暴露，您认为应该如何趟出媒体融合“深水区”呢？

赵靖云：根本的还是要解决体制机制问题。我们在内部经常说，当前我们正在经历的是北京日报社 60 多年来最深刻的生产关系变革。从媒体融合的早期实践，我们深刻认识到，不从体制机制入手，没有办法解决媒体深度融合的关键问题。2020 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》也明确要求，要用 2 至 3 年时间深化媒体内部体制机制改革。下一步，我们要在前一阶段采编流程再造、组织架构调整、考评制度创新的基础上，总结经验，发现问题，优化流程，继续推进改革融合。

另外，要处理好打造自主可控平台和充分利用商业平台的关系。既要充分利用商业平台的传播力和影响力来打造自己的平台，又要正确估价和设定自己的目标。互联网没有边界，但分圈层、分地域。自主可控平台也可以是分层级的。作为地方媒体，都追求做全国性的平台，既不现实，也无必要。如果每个地方的主流媒体都能立足于各自的地域优势，打造以本地化为基础、同时辐射更大范围的自主可控平台，连结起来，主流声音照样可以一呼百应。

还有很重要的一条，到什么时候也不能忘了为什么要搞媒体融合。必须充分考虑各自媒体的定位、使命、特色。定位即特色。别人做的未必是你能做的，也未必是你该做的。仅仅考虑眼球、粉丝、流量，可能就偏离了你的目的、你的初心。北京日报是首都党报，我们鼓励探索具有党报特色的音视频产品发展路径，探索理论、评论的可视化，探索新闻报道和主题宣传的融媒化，推出理论短视频《解码新中国》、评论短视频《新闻我来说》、大型系列微纪录片《光影记忆》等等，都是从我们的定位、使命、特色出发。

本质上，要解决怎么融合、靠什么融合、为什么融合的问题。

记者：媒体融合中，您认为主流媒体面临的重大挑战是什么？

赵靖云：很多，资金、技术、人才、理念、体制机制等等。但我们得自实践的深刻体会是，主流媒体开启融合进程后，首先面临的重大挑战还不是这些，而是把关问题。因为这是一票否决的事情。纸媒时代，我们有丰富的把关经验，严密的制度流程。新媒体时代不一样，海量发布，分秒必争，还要吸引眼球。把关形态的差异，也许更多是心态的变化、动作的变形，带给我们新媒体把关上的重大风险挑战。这几乎是所有主流媒体在融合过程中都面临的

问题，需要引起高度警惕。

我始终认为，把关能力是主流媒体的核心能力。现在人人都有麦克风，谁都可以方便地发布信息，但我们发布的内容是经过慎重地选择、核实、甄别的。在信息过剩和发布可以如此轻易草率的年代，主流媒体的权威性、公信力来源于我们对发布信息的态度。在媒体融合的过程中，主流媒体绝不能弱化甚至丢失掉自己的核心能力。

记者：您作为资深报人，不仅见证并推动北京日报从一张四开四版的报纸成长为现代传媒集团，也亲历了纸媒的黄金时代和艰难的阵痛转型期，您对党媒融合改革最深刻的体会是什么？

赵靖云：最深的体会是，对传统主流媒体而言，内容仍然是第一位的。不管有多少人说过“技术为王”“渠道为王”“平台为王”，就我们的资源禀赋、优势和局限性而言，还是内容为王。这是安身立命之本。

当然，今天所说的内容已不再是过去我们理解的内容，而是融合了新技术、多元媒介形态、新传播理念的创新内容。

（3）湖南广电积极推动媒体深度融合发展

2021年07月16日来源：湖南广电局

近日，湖南广电积极推动媒体深度融合发展。

一方面，完善深度融合的顶层设计。成立中国（湖南）广播电视媒体融合发展创新中心，发力以中短视频为主的泛资讯类APP“芒果新闻”，探索媒体深度融合的体制机制、产品形态与产业模式。

另一方面，实施深度融合的人才计划。在湖南卫视“创新飙计划”、芒果TV“芒果青年说”“青芒计划”基础之上，将推出“创新合伙人”“双聘管理”等制度，为湖南广电媒体融合发展吸引人才。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）消费观察 游戏电视前景可期

李燕京 | 中国消费者报 | 2021-07-14

如今，电视机的屏幕越来越大，清晰度和响应速度也越来越高，但是开机率却一直不见起色，使得电视机企业不得不想尽办法拓展新功能。记者注意到，随着人们对游戏兴趣的不断提高以及云技术、5G技术的发展，可以云游戏的游戏电视逐渐在市场上崭露头角。

在大中北京中塔店，记者看到不少电视品牌都推出了游戏电视。海信销售人员告诉记者：“能连接智能盒子、游戏主机电视早就有了，但现在的游戏电视和以往能打游戏的电视机大不相同。首先，现在游戏电视主推的都是云游戏，通过联网获得游戏资源，不再需要与其他硬件设备链接。其次，电视机硬件得到了大幅提升，清晰度、屏幕刷新率都大大提高，游戏的体验感更好。”

记者了解到，游戏电视与其他普通电视不同，需要高刷新率、高分辨率、高接口性能，才能实现画面清晰、无拖尾的效果。玩游戏，目前市场上常见的4K、8K电视的清晰度已经足够，但是普通电视机的屏幕刷新率远远满足不了需求。一般来说，影视资源每秒显示画面

30 帧左右，最高也不会超过 60 帧，所以大部分电视标配 60Hz 刷新率就足够了，而游戏电视需要 120Hz 刷新率。

记者看到，市场上高端游戏电视多采用可变刷新率。也就是说，在看电视的时候是 60Hz 刷新率，而用它打游戏的时候是 120Hz 刷新率。海信、小米、索尼等品牌的游戏电视都采用了一键切换到游戏模式的功能，当切换到游戏模式时，刷新率即变成 120Hz。

在价格方面，游戏电视之间的差距比较大。比如同样是 55 英寸电视，有的仅售 2000 多元，有的则达到 6000 元左右。通过仔细比较参数，记者发现，这些电视在清晰度上差别不大，基本都是 4K 产品，区别主要是刷新率，价格较高的产品都具备可变刷新率。

在硬件可以满足游戏的需求下，内容就成为了游戏电视能否受到消费者喜爱的关键。据了解，随着 5G 技术的发展，国内云游戏已经日渐完善。华为、腾讯、三大电信运营商、金山云、阿里云、盛趣网络等企业都加入到了云游戏行业。

另据了解，目前，各大游戏巨头已纷纷在当贝市场(国内较大的电视应用分发市场)上线了大屏云游戏应用，包括 START 云游戏、网易云游戏、网易爱玩、天翼云游戏、咪咕快游、沃畅游、云鲸游戏厅等，都已发力大屏云游戏市场。记者在康佳游戏电视页面中看到，专门有一个游戏栏目，里面从几岁小孩玩的简单游戏到成人参与较多的对战游戏都有。

据销售人员介绍，具备可变刷新率的游戏电视虽然价格略高，但仍受到不少消费者的喜爱，销量也在逐月攀升。采访中，记者刚好碰到在国美北京公主坟店购买游戏电视的消费者张茜，她告诉记者：“放暑假了，电视机买来主要是给孩子打游戏的。因为用手机打游戏太伤眼睛，电视屏幕大，对视力伤害小一些，而且用电视打游戏动静大，全家都知道，便于限制孩子打游戏的时间。另外，还可以一机多用，比较划算。”

随着硬件不断升级、内容不断丰富，游戏电视已经成为电视机制造商、游戏内容提供商的新商机，也成为了消费者升级换代电视机的新动力。

10. 国际动态

(1) 西班牙:沃达丰推出全新电视 4K Pro 机顶盒

未来媒体网络编译| Advanced Television| 2021-07-19

沃达丰西班牙公司 (Vodafone Spain) 正在推出一款新的机顶盒，即达沃丰电视 4K Pro。这款设备在法国发布之后，在西班牙首次亮相，配备 Bang & Olufsen 音频系统、蓝牙、4K HRD 视频、语音控制、V Home 和亚马逊 Alexa。它还包括三个具有杜比全景声 (Dolby Atmos) 音效的集成扬声器。



每月 5 欧元的价格 (目前的机顶盒为 3 欧元)，从 7 月 26 日起，超过 160 万电视客户

可以使用机顶盒。

“我们汇集了音频和电视方面最好的产品。除了观看电影和电视剧外，还可以在家里用它作为手机蓝牙，或者作为智能手机来遥控数字家庭。”沃达丰电视总监伊格纳西奥·加西亚-莱加兹（Ignacio Garcia-Legaz）指出。

（2）日本 KDDI 和韩国 LG U+团队进行 6G 技术与标准的研究

2021 年 07 月 23 日来源：广播与电视技术

近日，韩国电信运营商 LG U+和日本电信公司 KDDI 开始在下一代移动网络技术中占据领先地位，扩大现有合作范围以涵盖到 6G 研究领域，同时强化各自 5G 产品现有的优势。

LG U+表示，双方旨在通过开发相关技术和规范，在 6G 时代建立领先地位，LG U+解释说，这项工作最终将扩展到为全球标准做出贡献。

KDDI 公司指出，自 2015 年以来，该公司一直与 LG U+在联合设备采购、推动扩展现实 (XR) 服务以及无人机等领域开展合作。

上述领域仍是他们扩展合作的重点，同时，LG U+的 5G 创新实验室和 KDDI 的 Digital Gate 将致力于开发和推出新的服务，这些设施都专注于开发 5G 和物联网技术。

KDDI 和 LG U+公司也正在安排最新的人员交流计划。

两家公司还将“分享创新理念”，目标是为固定和无线网络提供商业服务。

KDDI 公司补充说，这项最新协议包含了各种元素，有助于双方“确保未来的竞争力”，双方还计划与其他国家的运营商“扩大合作关系”。

11. 走向海外

（本期无）

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（1）郭全中：“十四五”时期传媒业的新机遇与新挑战

2021 年 07 月 05 日来源：传媒 作者：郭全中（中共中央党校（国家行政学院）文史教研部高级经济师）

“十四五”时期是我国社会主义现代化和数字化转型的关键期，是 5G、区块链、物联网、VR、高清等新技术给传媒业带来革命性变化的质变期，更是我国传媒业深度融合发展的关键期，这就要求传媒业“跳出传媒看传媒”，把自身置身于我国经济社会高质量发展和治理能力现代化的伟大实践中，置身于文化强国建设中，来寻找可能的新机遇。

新时期传媒业依然是朝阳产业

互联网技术作为社会操作系统和底层架构，从根本上改变了传媒业的运作方式，大大拓展了传媒业的内涵和边界，传媒业一直处于高速发展期。据《2020 中国传媒产业发展报告》数据，2019 年，在新冠肺炎疫情影响下，中国传媒产业总产值达到 22625.4 亿元，较上一年增长 7.95%。“十四五”期间，大数据、人工智能等技术会进一步成熟，而 5G、区块链、物联网、高清、VR、AR、MR 等技术的快速发展，会大大拓展传媒业的边界，并大大加深传媒业与其他产业的融合程度，从而带来潜力巨大的新产业机会，如万亿级产业规模的高清产业，规模巨大且会对传媒业带来重大变革的区块链产业，VR、AR、MR 产业等。因此，新技术及融合发展将驱动传媒业继续保持较高增速，传媒业将依然是不折不扣的朝阳产业。

我国产业的数字化转型将给传媒业带来巨大机遇

“十四五”期间，我国的数字经济将继续高歌猛进，而传统产业的数字化转型将取得重大进展。一方面，整体体量巨大的传统媒体业的数字化转型将给传媒业带来强大的新内生动力，如国家文化数字化战略等；另一方面，传统产业的数字化转型将给互联网媒体巨头以及有能力的媒体提供更为广阔的市场空间。例如，2020 年我国网络营销市场过万亿，而网络广告市场不到 5000 亿元。相比于现有的以广告业、网络游戏业、出版业等为主的传媒业来说，产业智能带来的市场增量空间更大。

政府治理能力提升孕育着巨大机遇

党的十八届三中全会首次提出“推进政府治理体系和治理能力现代化”，党的十九届四中全会提出“到二〇三五年，各方面制度更加完善，基本实现国家治理体系和治理能力现代化”，而“十四五”时期必然是我国政府治理体系和治理能力现代化的关键期，治理体系和治理能力现代化的核心是治理能力提升，而主要途径则是政府数字化转型。由于我国采取的是“大政府”模式，政府手中掌控着丰富多样的资源尤其是价值连城的政府数据资源，这为传媒业发展转型尤其是国有媒体数字化转型升级提供了可能的数据资源支持。对于传媒企业尤其是国有媒体来说，“十四五”期间，“智慧媒体+智慧政务+智慧城市运营”是最为可行的数字化转型路径，而“新闻+政务服务商务”则是最为可能的商业价值变现模式。

“十四五”时期传媒业存在诸多发展机遇的同时，也面临一些新的挑战。

一是传统媒体将面临严峻挑战。从整个传媒业的角度，挑战主要体现在用户红利的衰竭且国际化战略困难重重，但整体来说，互联网媒体业遇到的挑战相对较小，而传统媒体业则会面临着比“十三五”期间更为严峻的挑战，传统传媒业断崖式下滑仍将继续。虽然我国传媒业整体是朝阳产业，但传统媒体已经是彻彻底底的夕阳产业。尤其是随着传统媒体业务的大幅度萎缩，已经难以支持数量众多的传统媒体生存和发展，这就要求国有媒体积极推进供给侧改革和融合发展，并积极利用体制性优势获取稀缺资源拓展互联网业务。

二是人才大量流失导致人才密度低。“十三五”期间，传统媒体优秀人才大量离开，而优秀的互联网人才尤其是复合型人才又不愿意进入事业发展机会相对少、收入相对低的传统媒体，导致传统媒体的人才密度远远低于数字化转型的人才需要。而纵观成功的互联网媒体和企业，高人才密度是其成功的关键和核心，因此，实现复合型人才队伍的高密度就是传统媒体融合发展不得不迈过的一个重要门坎。

三是创新创业、试错迭代的企业文化匮乏。创新创业、试错迭代是互联网媒体和数字化转型能够成功的不二法门，致力于数字化转型的传统媒体也必须打造这样的企业文化。但是囿于传统媒体的体制机制相对僵化，企业自主权有限，难以在短期内打造这样的企业文化，这就要求国家层面通过深化改革来为传统媒体营造更为市场化的制度环境，进而促进传统媒体建构起创新创业、勇于试错的企业氛围。

面对机遇与挑战，如何在“十四五”期间取得新跨越、新发展，考验着我们每个传媒人的意志和智慧。

(2) 工信部发文：3年内国家枢纽节点算力规模占比超70%，推动基础电信企业强化网络等基础设施建设

慧聪广电网 2021-07-15 09:43 来源： DVBCN 中广 5G

【慧聪广电网】7月14日，工信部正式发布了《新型数据中心发展三年行动计划（2021-2023年）》。

根据解释，新型数据中心是以支撑经济社会数字转型、智能升级、融合创新为导向，以5G、工业互联网、云计算、人工智能等应用需求为牵引，汇聚多元数据资源、运用绿色低碳技术、具备安全可靠能力、提供高效算力服务、赋能千行百业应用的新型基础设施，具有高技术、高算力、高效能、高安全特征。

在主要目标中，“行动计划”指出，到2021年底，全国数据中心平均利用率力争提升到55%以上，总算力超过120 EFLOPS，新建大型及以上数据中心PUE降低到1.35以下；到2023年底，全国数据中心机架规模年均增速保持在20%左右，平均利用率力争提升到60%以上，总算力超过200 EFLOPS，高性能算力占比达到10%。国家枢纽节点算力规模占比超过70%。新建大型及以上数据中心PUE降低到1.3以下，严寒和寒冷地区力争降低到1.25以下。国家枢纽节点内数据中心端到端网络单向时延原则上小于20毫秒。

基本原则中提到，坚持多元主体共建原则，鼓励不同主体在新型数据中心建设运营中发挥各自优势，推动基础电信企业强化网络等基础设施建设，引导第三方数据中心企业提供差异化、特色化服务，支持互联网企业创新行业应用。

该“行动计划”对国家枢纽节点建设任务中指出，要推动京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等国家枢纽节点适当加快新型数据中心集群建设进度，实现大规模算力部署，满足重大区域发展战略实施需要；贵州、内蒙古、甘肃、宁夏等国家枢纽节点重点提升算力服务品质和利用效率，打造面向全国的非实时性算力保障基地。

支持按需建设各省新型数据中心，对于国家枢纽节点以外的地区，着力整合并充分利用现有数据中心资源，加快提高存量数据中心利用率。面向本地区业务需求，结合能源供给、网络条件等实际，按需适度建设新型数据中心，打造具有地方特色、服务本地、规模适度的算力服务。

支持灵活部署边缘数据中心，支持积极构建城市内的边缘算力供给体系，支撑边缘数据的计算、存储和转发，满足极低时延的新型业务应用需求。引导城市边缘数据中心与变电站、基站、通信机房等城市基础设施协同部署，保障其所需的空、电、水等资源。

对于优化区域新型数据中心互联能力方面，支持优先支持国家枢纽节点内的新型数据中心集群间网络直连，稳妥有序推进国家新型互联网交换中心建设，促进跨网、跨地区、跨企业数据交互，支撑高频实时交互业务需求。引导基础电信企业建立合理的国家枢纽节点内网络结算机制，逐步降低长途传输等主要通信成本。

(3) 北京广电发文：加快广电5G网络建设布局，支持有线电视光改、整合及互联互通建设

慧聪广电网 2021-07-15 09:37 来源：网络

【慧聪广电网】7月12日，北京市广播电视局公示了《北京市广播电视局关于加强广播电视网络视听公共服务体系建设的实施意见（2021年-2025年）》，该“实施意见”将自2021年7月23日起实施。

在主要目标中，“实施意见”提出了到2025年实现广播电视媒体深度融合，广电5G网络

完成规模化部署，高新视频制播能力不断增强，数字家庭建设有序开展，云转播技术广泛应用等内容。

主要任务中，共列出了6大项30个具体的内容，涉及到了应急广播、有线电视光改、广电5G、4K/8K超高清视频内容生产、智慧广电服务、网络视听等。

1) 在广电公共服务标准管理方面，支持开展有线电视、交互式网络电视（IPTV）、网络视听纳入基本公共服务清单研究论证，支持规范有线电视、IPTV、网络视听以及公交、地铁、楼宇电视和户外大屏等管理。

2) 对于农村区域的广电设施完善方面，支持有线电视高清化普及、光纤化改造向农村地区重点倾斜，强化地面数字电视频率资源整合利用，完善农村地区地面数字电视覆盖网络，加强直播卫星系统设备运行维护和用户服务，加大远郊山区广播信号覆盖，为农村地区提供更高质量的广播电视服务。

3) 对于应急广播的建设方面，支持贯通国家、北京市、各区三级平台，实现全媒体分发、多终端显示，统筹有线、无线、新媒体覆盖网络资源，打造应急广播融合媒体传播网络。制定应急广播使用规范，完善应急报道机制，建立播发协同联动机制。

4) 对于打造广电5G服务网络也有明确说明，支持加快广电5G网络建设布局，提升广电5G网络综合承载能力与智能化水平，开展基于视频的政企服务和个人信息与视听娱乐服务，推广垂直行业应用，打造有线无线交互协同的北京市广电新媒体智慧服务网与城市信息化综合服务网。

5) 对于有线电视网的升级方面，要求加快全市有线电视网络整合和互联互通建设，加快IPv6部署和应用。鼓励开展光纤到房间、光纤到桌面建设，提升有线电视网络对宽带业务、数据业务、信息服务、超高清视频的承载能力。支持推进“云+边缘计算”技术在有线电视网络中的应用，推进有线电视网络服务云建设。推进大数据和人工智能技术在广电网络的融合应用，提升有线电视网络智慧化水平和服务能力。

6) 也支持宾馆饭店电视系统数字化改造，提出要以冬奥会定点接待宾馆饭店改造为突破口，建立完善北京市重点接待宾馆饭店数字化广播电视服务标准，推进宾馆饭店电视系统数字化改造，提升北京市宾馆饭店广播电视服务水平和安全保障能力。

7) 支持积极推进冬奥会有线电视服务专网、冬奥云转播平台、“科技冬奥”重点项目等冬奥相关项目建设，高质量呈现冬奥赛事盛况。充分利用冬奥会场馆设施、转播平台及技术团队等资源，为实现体育赛事、重大活动等应用场景转播提供服务支撑。

8) 对于4K/8K超高清视频内容生产方面，要求进一步提高北京市4K超高清节目频道数量，推动8K频道建设，丰富IPTV和有线电视4K/8K超高清专区节目内容，推动视听网站4K/8K超高清专区建设。

9) 对于智慧广电服务城市治理方面，支持积极参与智慧城市、智慧乡镇、智慧家庭建设，开展“街乡吹哨、部门报到”政务服务系统建设实践。加快推进“一网通办”和“一站式集中审批”改革，建立影视制作机构服务对象数据库，提高政务服务水平和工作效率。参与“雪亮工程”、智能交通、社区服务、公共设施管理等工程，开展物联网、车联网、医疗健康、教育培训等应用实践，为首都精细化治理贡献力量。

10) 支持整合网络视听优势资源服务基层群众，要求加强与卫生健康、文化旅游、教育体育等系统的对接合作，组织引导视听企业充分发挥传播覆盖力、平台整合力和品牌影响力，参与“健康北京行动”、冬奥会主题活动等。聚合平台优势资源，策划举办网上网下联动的群众性文化活动，促进优秀网络视听内容和创新产品进社区、进学校、进农村。

2. 宽带中国

(1) 5G 行业融合应用落地着力点清晰

2021 年 07 月 05 日来源：科技日报

在 2021 年世界 5G 大会即将到来之际，中国移动研究院副院长黄宇红在接受科技日报记者采访时以“高歌猛进”来表述全球 5G 的发展进程。

我国 5G 牌照发放已两年有余，个人用户数量不断攀升，行业应用全面绽放，但黄宇红也指出，5G 在垂直行业的融合应用中尚有商业模式创新难度大、行业应用需求千差万别等诸多问题待解决。

全球 5G 发展高歌猛进 实现“三个前所未有的”

谈及当前 5G 发展状况，黄宇红给出了“三个前所未有的”。

首先，5G 正以前所未有的速度在全球快速部署和商用。

据 GSA 数据，截至 2021 年 4 月底，全球共有 64 个国家和地区的 163 家运营商启动了 5G 商用服务。

从工业和信息化部数据看，截至 5 月末，我国三家电信运营商 5G 手机终端连接数达 3.35 亿户，比上年末净增 1.37 亿户。

其次，5G 行业应用前所未有的多。

黄宇红说：“许多行业对 5G 应用给予了前所未有的关注和热情。如果说一年多前谈 5G，更多的是一种设想、一些方案，经过这一年的努力，已经有很多应用成功落地实施。”

黄宇红介绍，中国移动已经面向 15 个行业落地 100 多个全国龙头企业示范项目，各省也已有超过 2000 个本地行业应用落地，很多企业已亲身体会到 5G 带来的生产效率及安全程度的提升。

还有，中国贡献前所未有的大。

据黄宇红介绍，中频段 5G、大规模天线等我国主导的技术方向已经成为主流；我国牵头制定并主导的 5G SA（独立组网）模式在全球率先商用，并获得越来越多的运营商支持；我国积极贡献的 5G 第二个版本 R16 标准也已冻结，产业即将进入网络建设和应用阶段，5G 将因此释放更强大的能力。

智慧无处不在、万物可感可控、算力存储无限、数据创造价值、应用本地可得、行踪随时可知……随着 5G 与人工智能、物联网、大数据、边缘计算等技术的不断融合共生，这样的场景将不再是想象。

作为全球运营商龙头，中国移动积极推进技术创新和产业发展，牵头 5G 国际标准制定，联合产学研用推动信息通信产业转型发展。

5G 行业融合应用破局尚需努力

5G 赋能社会数字化发展，垂直行业的融合应用是关键，也是电信运营商转型发展的着力点。

黄宇红表示，阻碍 5G 行业应用落地尚存在的诸多挑战。

首先，行业需求千差万别，他们不仅需要连接能力，还需要更多的差异化能力解决生产中的各种问题，这些能力与原有协议和系统的兼容问题也不能忽视。

其次，传统通信服务收费量纲相对简单，相比之下，5G 商业模式创新难度大，全球电信运营商都处在探索中。

此外，目前 5G 的能力尚不能满足某些行业特殊应用场景的需要，还在等待标准的继续完善。与此同时，5G 应用的行业标准缺失导致很多行业不敢也不会复制应用。

另一个 5G 行业应用大规模发展的障碍是，行业应用终端差异大、成本仍然偏高。

据黄宇红介绍，为解决这些发展中的问题，中国移动正在与行业和产业联手有针对性地

寻求解决方案，以达到“需求共同发现、产品共同创新、项目共同交付、价值共同创造”的目的。

针对行业用户的差异化需求，中国移动在推出“优、专、尊”定制化网络服务模式的同时，推出了 9 one 平台，也就是包括工业、农业、医疗、教育、金融、城市、园区等在内的九个针对不同行业的开放平台，以满足不同类型的客户的业务需求。

在 5G 商业模式的创新上，中国移动推出的“BAF 多量纲”5G 专网商业模式，支持带宽、速率、连接数等多维度收费模式，使计费更灵活，定制化的分级权益体验，让服务更贴心，“按单点菜”的设置，降低了客户的使用难度。

对于终端差异大、成本高的问题，中国移动正在推动通用模组标准制定，研发推进面向行业的低成本芯片，通过“5G 行业终端扬帆计划”凝聚行业需求，开展联合研发，以推动行业终端向规模化和低成本发展。

据黄宇红介绍，为不断丰富 5G 能力，中国移动一方面继续在国际标准组织 3GPP 推动相关标准的完善，以确保 R16 标准如期完成，推进 R17、乃至 R18 标准制定。另一方面，为推进 5G 赋能各行业，中国移动正积极在各类跨行业合作组织中与行业客户、伙伴共同研究融合标准。

(2) 工信部：国内 5G 终端连接数约 3.65 亿户，千兆宽带用户已达 1362 万户

慧聪广电网 2021-07-19 09:01 来源： DVBCN 中广 5G

【慧聪广电网】7 月 16 日，工业和信息化部党组成员、总工程师田玉龙出席国务院新闻办新闻发布会，就 2021 年上半年工业和信息化发展情况做了介绍。

根据田玉龙的说法，目前我国已累计开通 5G 基站 96.1 万个，截至 6 月底，覆盖到了全国所有地级以上城市，5G 终端连接数约 3.65 亿户，同时正加快部署“双千兆”网络，千兆宽带用户达到了 1362 万户。

“5G+工业互联网”应用场景正不断拓展，重点领域、重点行业和重点区域示范推广取得较大进展，5G 赋能工业提质、增效、降本、绿色、安全等方面成效凸显。

当前，我国 5G 产业生态逐步扩大，融合应用日趋活跃，已经形成系统领先优势。主要表现为以下三个方面：

1) 5G 网络建设保持领先。目前国内建成了全球最大的 5G 独立组网网络，开通 5G 基站数为 96.1 万个，其中推动共建共享基站超过 40 万个，5G 终端连接数达到 3.65 亿。

2) 5G 产业优势不断扩大。我国企业声明的 5G 标准必要专利占比持续全球领先，华为、中兴 5G 设备市场份额超过五成。今年 1-6 月份国内 5G 手机出货量达到 1.28 亿部，占比提升至 73.4%。

3) 5G 应用赋能融入千行百业态势已经显著。5G 商用两年以来，已经融入到工业、能源、医疗等各个行业领域，发挥了重要作用，为经济社会数字化转型、发展数字经济开辟了新路径、提供了新引擎。

田玉龙称，工业互联网是今年重点推动的工作，依托工业互联网创新发展工程，聚焦 5G 应用产业，在关键系统设备的研发和产业化上下功夫。特别是在“5G+工业互联网”的应用方面，在重点行业、重点领域和优势区域进行示范推广，以点带面，通过典型案例来推动“5G+工业互联网”应用、加快融合发展，已经取得了一批成果，逐步深化“5G+互联网”发展。目前，已经建成“5G+工业互联网”的项目接近 1600 个，覆盖了 20 余个国民经济重点行业和领域，在实体经济向数字化、网络化、智能化转型升级中发挥了重要作用。

“5G+工业互联网”下一步还将继续作为工信领域工作的重点，工信部已经出台了两个行动

计划，一个是 5G 应用“扬帆”行动计划，另一个是工业互联网创新发展行动计划，重点聚焦四个方面：

1) 继续夯实网络基础。坚持适度超前原则，推动 5G 网络的建设，加快工厂、园区等重点区域和行业的 5G 网络覆盖，开展 5G 专网试点，增强行业网络供给能力。

2) 强化产业支撑。加快垂直行业“5G+工业互联网”融合应用标准制定，持续推进定制化发展，特别是在 5G 芯片、模组、终端等关键产品、器件研发和产业化进程方面，下大力气提供优质技术产品。

3) 继续丰富融合应用。开展工业互联网试点示范应用和融合应用先导区建设，继续发布第二批应用场景示范和行业实践，指导各地结合特色和优势产业，通过召开一系列现场会，打造一批行业和领域标杆，以点带面，进一步深化融合应用。

4) 重点优化 5G 生态。与各部门统筹协调，形成合力，推进“5G+工业互联网”创新发展。继续推动各地方在 5G 建设场地、用电、人才等方面支持和扶持。

同时，工信部也支持企业不断创新，发挥主观能动性，形成合力，协同创新，合作共赢，使“5G+工业互联网”在数字化经济中发挥引导和牵引作用。

(3) 《中国移动互联网发展报告(2021)》正式发布

2021 年 07 月 23 日来源：人民研究院

7 月 22 日下午，由人民网主办、人民网研究院承办的“拓展新移动应用，构建新发展格局”高峰论坛暨 2021 移动互联网蓝皮书发布会在人民日报社新媒体大厦举行。人民网总编辑罗华发布了《中国移动互联网发展报告(2021)》主要内容。



人民网党委副书记、副董事长、总编辑、副总裁罗华

以下为发布全文：

2020 年，是极不平凡的一年。新冠肺炎疫情之下，健康码、直播带货、在线教育等基于移动互联网的应用与服务，为我国疫情防控阻击战取得重大战略成果、成为全球唯一实现经济正增长的主要经济体、脱贫攻坚战取得全面胜利、决胜全面建成小康社会取得决定性成就提供了有力支撑。“新基建”的落地布局推动移动互联网基础设施实现技术突破与智能升级，移动互联网迎来了全新发展变革。

一、2020 年中国移动互联网发展概况

(一) 移动互联网基础设施

1. 5G 网络建设快速推进，蜂窝物联网用户数增长迅速。截至 2020 年底，我国已建成全球最大 5G 网络，建成 5G 基站 71.8 万个，覆盖全国地级以上城市及重点县市。全国移动通信基站总数达 931 万个，全年净增 90 万个。三家基础电信企业发展蜂窝物联网用户达 11.36

亿户，全年净增 1.08 亿户。

2.IPv6 网络改造全面完成，应用迈向新阶段。2020 年 8 月，我国 IPv6 网络改造全面完成，全国 13 个骨干网直连点已全部实现 IPv6 互联互通。截至 2020 年 11 月，我国 IPv6 活跃用户数已达 4.35 亿，IPv6 地址资源位居全球第二。截至 2020 年 12 月，我国 IPv6 地址数量为 57634 块/32，较 2019 年底增长 13.3%。

（二）移动互联网用户和流量消费

1.移动互联网用户稳步增长。2020 年我国 4G 用户总数达到 12.89 亿户，占移动电话用户数的 80.8%。我国 5G 用户规模快速扩大，5G 终端连接数突破 2 亿户。截至 2020 年 12 月，中国手机网民规模已达 9.86 亿，较 2020 年 3 月增长 8885 万，占整体网民的 99.7%。不过，移动互联网用户增速继续放缓，2020 年月活跃用户数的月均增长率已由 2019 年的 2.3%放缓至 1.7%。

2.移动互联网流量消费较快增长。2020 年全年移动互联网接入流量消费达 1656 亿 GB，比上年增长 35.7%。全年移动互联网月户均流量（DOU）达 10.35GB/户·月，比上年增长 32%。其中，手机上网流量达到 1568 亿 GB，比上年增长 29.6%，在总流量中占 94.7%。

（三）移动智能终端发展

1.移动智能终端出货量总体下降。2020 年，国内智能手机出货量 2.96 亿部，同比下降 20.4%。智能音箱市场销量 3676 万台，同比下降 8.6%。智能家居设备市场出货量为 2 亿台，同比下降 1.9%。同时，2020 年中国可穿戴设备市场出货量近 1.1 亿台，同比增长 7.5%，其中智能蓝牙耳机市场出货量 5078 万台，同比增长 41%；成人智能手表市场出货量 1532 万台，同比增长 48%。

2.5G 手机逆势增长迈上新台阶。2020 年国内市场 5G 手机累计出货量 1.63 亿部，占同期手机出货量的 52.9%，比例不断攀升。上市新机型累计 218 款，占同期手机上市新机型数量的 47.2%。

（四）移动应用数量和下载量

国内市场上移动应用数量小幅减少。截至 2020 年 12 月，国内市场上监测到的 App 数量为 345 万款，较 2019 年减少 22 万款。其中，游戏类、音乐视频类、日常工具类、社交通信类、系统工具类 App 下载量排在前列。

与此同时，随着 5G 网络建设快速推进，5G 创新应用日益丰富，5G 行业创新应用项目已超 5000 个。

（五）移动互联网企业投融资规模

截至 2020 年 12 月，我国互联网上市企业在境内外的总市值达 16.80 万亿元人民币，较 2019 年底增长 51.2%，再创历史新高。

2020 年中国互联网行业共发生投融资事件 1719 笔，完成融资额 360.7 亿美元，同比 2019 年增长 10.37%，资本市场活跃度开始增高。企业服务、电子商务、在线教育、互联网金融、医疗健康成为 2020 年互联网领域投融资重点领域。

二、2020 年中国移动互联网发展主要特点

（一）5G 带动工业互联网、区块链应用等不断拓展

1.工业互联网进入快速发展期，赋能千行百业数字化转型。截至 2020 年 11 月，我国已建成具有影响力的工业互联网平台超 70 个，连接工业设备数量达 4000 万台（套），工业 APP 突破 25 万个，工业互联网标识注册量超过 80 亿。工业互联网网络覆盖全国 300 个城市、30 多个行业，连接 18 万家企业。2020 年，我国工业互联网产值规模约为 3.1 万亿元，同比增长 47.9%，对 GDP 贡献率超 11%。

2.区块链产业蓬勃发展，应用场景持续扩大。2020 年，区块链产业迎来新发展。中央及各部委陆续出台推动区块链应用落地政策。疫情防控期间，区块链技术为“不见面审批”

“一网通办”等政务服务平台项目赋能；区块链技术在金融行业广泛应用；国家电网基于区块链技术建成“国网链”；最高人民法院指导规范全国法院数据上链。2020年全国共有1958个区块链项目，已建成40个区块链产业园区，区块链相关企业数达64996家，区块链市场规模达到32.43亿元。

3.人工智能等技术不断突破，各类移动应用发展势头迅猛。2020年，十余省份出台相关政策，进一步推动人工智能发展与产业落地。人工智能与移动互联网相结合的应用场景日趋丰富，自动驾驶汽车、智能语音、虚拟现实和增强现实等正越来越广泛地应用在社会生活领域。受新冠肺炎疫情影响，人工智能在医疗领域应用加速。疾病监测预警人工智能、导诊机器人、语音电子病历等应用不断拓展，人工智能辅助疫苗研发与药物临床研究也得到进一步深化。

2020年，中央政治局集体学习时强调，要加强量子科技发展战略谋划和系统布局。浙江、广东、重庆等相继提出推进量子信息技术发展措施。我国实现千公里级量子密钥分发，成功研发量子计算原型机“九章”，被视为下一代网络关键技术的量子信息技术研究与应用不断深入。

（二）移动互联网新业态成经济发展“强牵引”

1.网上零售、直播带货赋予消费新活力。新冠肺炎疫情在一定程度上“重塑”了人们的消费方式，推动了网上零售、直播带货等新模式全面爆发。2020年，我国手机网络购物用户规模达7.81亿。全国网上零售额达11.76万亿元，同比增长10.9%，占社会消费品零售总额的比重接近四分之一。截至2020年12月，电商直播超2400万场，电商直播用户规模达3.88亿，较2020年3月增加1.23亿。网络零售的蓬勃发展推动各地复工复产与经济复苏。不少地方领导干部参与直播带货，获得舆论与市场的积极反馈。不少地区制定直播发展计划，抢占直播经济这一新风口。

2.“宅经济”催生经济增长新动能。2020年新冠肺炎疫情让许多线下消费转移至线上，在线办公、远程医疗、在线教育、外卖闪送等移动生活服务呈现爆发式增长，由此催生的“宅经济”成为拉动经济增长的一个重要引擎。数据显示，截至2020年12月，我国远程办公用户规模达3.46亿，占网民整体的34.9%，用户使用日趋常态化。2020年我国在线教育用户规模达到3.52亿人，在线教育销售额同比增长超过140%。远程医疗用户规模达2.15亿，远程医疗患者咨询人次同比增长73.4%。手机外卖用户达4.18亿，外卖市场总体规模达到8352亿元，同比增长14.8%。

3.“云旅游”、网络视频创新消费新业态。2020年，基于移动互联网的“云上游”“云看展”等旅游新业态、新模式迅速发展。全国有超过100个城市的500多个景点“上云”，可利用手机参观游览，“云游故宫”等活动给游客带来了全新的体验。截至2020年12月，我国手机游戏用户达5.16亿，手机游戏市场销售规模达2096.76亿元，同比增长20.71%。网络视频用户规模达9.27亿，短视频用户规模为8.73亿，较2020年3月增长1.00亿。各大短视频平台也积极发力布局直播带货模式，引领了新型消费方式。

（三）移动互联网赋能民生与社会治理

1.支撑疫情精准防控，方便公众出行。截至2020年12月，“健康码”已经覆盖9亿人，支撑全国绝大部分地区实现“一码通行”。“密切接触者测量仪”“新冠肺炎病例曾活动场所地图”等应用小程序，方便广大民众及时知晓疫情传播态势与防控信息。多地火车站、飞机场采用5G+热成像技术，快速完成大量人员的测温及体温监控，实现精准疫情防控。

2.助力乡村振兴，推动内容和公共服务“双下沉”。网上购物、直播带货等新模式的普及，有效推动农产品“上线”与电商“下乡”，带动乡村产业发展，助力农民增收，有力支持打赢脱贫攻坚收官战。2020年，全国农村网络零售额达到1.79万亿元，国家级贫困县网络零售额为3014.5亿元，同比增长26.0%。移动互联网进一步推动内容和公共服务的“下

沉”，丰富了乡村地区文化，进一步推进在线教育等公共服务均等化，赋能乡村地区社会治理与数字乡村建设。

3.催生新就业形态，助力稳定和扩大就业。移动互联网新业态催生了网约车司机、外卖骑手等大量新就业形态，不但成为扩大就业的新引擎，在疫情防控期间也是实现“稳就业”工作的重要载体。比如，2020年淘宝直播带动包括主播、脚本策划、运营、场控等在内的超170万就业岗位。网约配送员、互联网营销师（含直播销售员）、在线学习服务师、全媒体运营师等成为人社部认定的新职业。移动互联网平台成为了社会化就业的“蓄水池”。

4.赋能数字政府建设，推进“一网通办”。截至2020年12月，我国互联网政务服务用户规模达8.43亿。全国一体化政务服务平台基本建成，面向全国14亿多人口和1亿多市场主体提供服务，推动“一网通办”进入新阶段。“国家政务服务平台”作为全国一体化政务服务平台的总枢纽，汇聚了31个省（自治区、直辖市）和新疆生产建设兵团，以及46个国务院部门的政务服务事项。新冠肺炎疫情期间，面向全国推出系列政务服务专栏，推动“网上办”“掌上办”，助力疫情期间全国政务服务24小时“不打烊”。2020年为33亿人次及时提供了“无接触”线上服务。至2021年1月底，平台实名注册用户突破了2亿，访问用户数超过10亿。

（四）移动网络政策法规不断完善

1.大数据应用与个人信息保护备受关注。新冠肺炎疫情加速“大数据”时代到来，各地政府通过大数据助力精准防控和复工复产，各行各业借助大数据提高效率、创造效益。与此同时，大数据应用与个人信息保护也成为相关部门重点关注议题。《中华人民共和国数据安全法(草案)》《个人信息保护法(草案)》分别在2020年7月和10月公布，向社会公开征求意见。

2.强化反垄断和防止资本无序扩张成监管重点。2020年以来，党中央多次强调强化反垄断和防止资本无序扩张。互联网平台的垄断和资本无序扩张将损害市场公平竞争和消费者合法权益，带来巨大风险。2020年末有关互联网企业涉嫌垄断行为被立案调查。2021年2月，《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》发布，为加强平台经济领域反垄断监管提供了科学有效、针对性强的制度规则。

3.网络生态治理不断优化升级。2020年，一系列网络治理专项行动陆续开展，相关法规陆续出台，标志着移动互联网治理进一步深入。《网络信息内容生态治理规定》自2020年3月1日起施行。针对网络直播、未成年人网络安全的监管成为互联网治理一大重点。相关监管持续发力，网络生态治理不断强化，移动网络空间更加清朗。

4.互联网适老化改造稳步推进。全国有近1.4亿老人使用功能机或使用智能机但不上网。新冠肺炎疫情使老年人“数字鸿沟”问题浮出水面。2020年11月，国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》。其后工信部宣布“互联网应用适老化及无障碍改造专项行动”将在全国范围启动。这不仅能让老年人共享数字技术发展成果，也将催生移动互联网“银发经济”。

（五）移动网络空间正能量充沛

1.主流媒体发挥主流价值引领作用，移动空间主旋律高昂。2020年，媒体融合发展持续向纵深推进，极大增强了移动舆论场正能量的内容供给，持续引领移动互联网主流价值。主流媒体第一时间报道疫情最新动态、解读相关政策、回应群众关切、辟除谣言消息，凝聚起抗疫的强大力量。中国北斗卫星导航实现全球覆盖等发展成就点燃网民爱国热情，相关话题微博阅读量破亿。

2.制度认同和文化自信进一步强化，展望未来网民信心倍增。2020年全世界遭受百年一遇的新冠肺炎疫情影响，广大网民对中国疫情防控表示积极肯定，高度认同中国的制度优势和文化优势，中国人民的民族自尊心、自信心与爱国热情又一次被极大激发。党的十九届五

中全会胜利召开，舆论盛赞其“为夺取全面建设社会主义现代化国家新胜利擘画宏伟蓝图”。

三、中国移动互联网发展面临挑战

（一）自主核心技术待突破

2020年，美国对中国“技术断供”成为事实。中国移动互联网核心技术和平台对外依赖程度依然较高，核心技术“卡脖子”问题仍不容忽视。

（二）5G应用场景待拓展

5G需适应各行各业千差万别的业务需求，与行业应用场景深度融合。5G个人应用总体上还处于先导期，用户感知度和接受度还不高，缺少规模化、现象级的应用，有待进一步结合需求、场景和终端等深度研发。

（三）法律法规短板待补齐

目前“新就业形态”劳动者法律保障一时还跟不上，互联网平台“二选一”“大数据杀熟”等问题备受质疑，无人驾驶、在线医疗、金融科技、智能配送等监管框架有待探索建立，相关法律法规和伦理审查规则需进一步完善。

（四）数字资源产权等制度待建立

新冠肺炎疫情防控是中国大数据应用的一个里程碑。如何加强大数据运用与权益保护，关乎移动互联网的进一步发展。国家《“十四五”规划纲要》已明确提出：“统筹数据开发利用、隐私保护和公共安全，加快建立数据资源产权、交易流通、跨境传输和安全保护等基础制度和标准规范。”

四、中国移动互联网发展趋势

（一）移动互联网助力构建新发展格局

当今世界正经历百年未有之大变局。构建“双循环”新发展格局需要充分发挥我国内需潜力，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求。网络零售、直播带货、在线教育等基于移动互联网的新应用、新业态呈爆发式增长，必将进一步促进消费增长和潜力释放。5G、数据中心、工业互联网等新型基础设施建设进一步扩大规模，芯片与操作系统国产化进程加速推进，也将助力产业数字化转型升级，增强移动互联网发展韧性，为打造经济高质量发展新引擎，构建新发展格局提供强劲动力。

（二）5G与工业互联网、车联网及超高清视频进一步深度融合

5G迎来正式商用后，5G边缘计算、终端节点技术、5G定位技术、5G V2X车联网技术等新技术的应用与突破，将进一步推动移动互联网优化升级。“5G+工业互联网”融合应用成为传统制造业转型升级的方向和趋势，随着相关政策的密集出台，5G网络建设的加快推进，5G与工业互联网必将进一步深度融合，推进工业互联网迈入新阶段，加速中国新型工业化进程。5G也将进一步推动车联网快速发展，推动4K/8K超高清视频的普及与产业链升级，助力开启超高清视频时代。

（三）加速智慧城市、数字乡村建设进程

新冠肺炎疫情成为检验一个城市智慧水平和政府社会治理能力的大考，人工智能、大数据、区块链等移动互联网前沿技术在政务、交通、医疗、教育等广阔领域的应用价值逐渐显现。我国脱贫攻坚战取得了全面胜利，2021年将全面推进乡村振兴。2021年中央一号文件再次提出“实施数字乡村建设发展工程”。可以预见，移动互联网在智慧城市、数字乡村建设中的应用将会全面加速，为社会治理和乡村振兴提供有力支撑。

（四）连接人与物的超级网络应用空间无限

国家《“十四五”规划纲要》提出，“推动物联网全面发展，打造支持固移融合、宽窄结合的物联接入能力。”随着5G大规模建设和4G全面普及，“万物智联”的时代正向我们走来。不仅人与人之间便捷相连，更多的物体加入人类社会网络，形成人与物的大规模同时在线。工业互联网上的各种机械设备，农田里各类监测传感器，交通线路上的各种摄像头

和无人驾驶车辆,进入家庭和公共场所的各种智能电器和日常用品,随时随地与人进行交互。移动互联网将演变成人与海量物品共生的超级网络。2021年,智能家居生活、自动驾驶体验、远程田间管理等,离人们将不再遥远。

(五) 在线教育、远程医疗行业迎来爆发

新冠肺炎疫情一定程度改变了公众的工作生活模式,在线教育、远程医疗需求大增。随着疫情防控进入常态化,远程医疗、在线教育等消费习惯将被保留。国家政策大力支持“聚焦教育、医疗、养老、抚幼、就业、文体、助残等重点领域,推动数字化服务普惠应用,持续提升群众获得感”,这将进一步推动相关产业发展。与此同时,在线教育、互联网医疗的政府监管也将趋严,行业将更加规范,有利于进一步拓宽移动互联网应用,推动移动互联网发展红利在全社会普及。

(4) 中国电信 IPO 申请过会 三大运营商或会师 A 股

| 经济参考报 | 2021-07-26

中国电信回 A 上市的脚步越发近了,中国移动也加快了回 A 的步伐。

7月22日晚间,中国电信公告称,中国证监会发行审核委员会于2021年7月22日对该公司 A 股发行的申请进行了审核。根据审核结果,该公司 A 股发行的申请已获通过。7月23日,中国电信 H 股收跌 3.13%,收报 3.09 港元,而根据同花顺数据,自 3 月 17 日以来,中国电信累计涨幅为 22.07%。

从中国电信宣布回 A 到 IPO 首发过会,不到 5 个月时间。3 月 17 日,中国电信在港交所公告称,申请 A 股发行并在上交所主板上市,拟公开发行 A 股数量不超过 120.93 亿股(即不超过 A 股发行后总股本的 13%)。中国电信预计募集资金 544 亿元,主要用于云网融合新型信息基础设施项目、科技创新研发项目、5G 产业互联网建设项目等建设。

计划回 A 上市的还有中国移动。5 月 17 日,中国移动发布公告称,公司将申请于上交所主板上市,拟公开发行人民币股份数量不超过 9.65 亿股。募集资金拟用于 5G 精品网络建设项目、云资源新型基础设施建设项目、千兆智家建设项目、智慧中台建设项目和新一代信息技术研发及数智生态建设项目。中国联通此前已经在上交所主板上市,业内人士指出,或许不久之后,国内三大电信运营商将齐聚 A 股。

业绩方面,7 月 15 日,中国电信公告显示,公司预计 2021 年 1-6 月实现营收为 2136.06 亿元至 2184.17 亿元(人民币,下同),同比增长约为 11%至 13.5%;归母净利润约为 175.76 亿元至 178.55 亿元,同比增长约为 26%至 28%。中国电信称,结合行业持续向好的发展趋势和集团的实际经营情况,预计集团上半年经营业绩将较去年同期显著向好,移动、宽带用户价值稳步提升,天翼云高速增长,产业数字化收入占比持续提升,网络运营及支撑成本、销售费用增幅得到良好管控。

兴业证券认为,继 2020 年以来,移动数据流量平均资费降幅逐步收窄,后续随着 5G 用户渗透率提升,运营商 ARPU(每用户平均收入)值提升确定性再次增强。考虑 ARPU 值提升带来经营业绩改善,三大运营商未来估值向上修复空间充足。东吴证券也认为,随着当前运营商进一步加大数字转型力度以及资本投入程度,运营商的估值也有望进一步提升。

3. 相关政策法规

(本期无)

4. 与广电相关的标准

(本期无)

5. 广电行业动态与分析

(1) 辽宁广电局指导协调全省广电媒体开展打击侵权假冒宣传工作

2021年07月05日来源：辽宁广电局

辽宁省广播电视局全面落实辽宁省打击侵犯知识产权和假冒伪劣商品工作领导小组部署要求，依托全省广播电视宣传管理月例会，协调指导全省各级广播电视播出机构围绕打击侵权假冒工作开展宣传工作，充分发挥主流媒体的舆论引导作用，为鼓励诚信经营与创新、切实保护好知识产权营造了良好舆论氛围。

2021年上半年，辽宁卫视频道《辽宁新闻》播发《全省法院启动法治化营商环境建设提升年活动》《我省部署2021年“扫黄打非”任务》《我省公安机关深入开展“营商环境就是我们自己”专题讨论》《省公安厅：立足公安职能 优化法治化营商环境》《狠抓法治化营商环境建设推动全省法院工作提档升级》等。围绕3月15日第39个国际消费者权益日，制作组合报道《国际消费者权益日：守护安全 畅通消费》。《第一时间》《说天下》栏目播发《出境旅客携百件手机壳被海关全部暂扣》《“人人影视字幕组”因盗版视频被查》《表情包或侵权 再也不能“愉快”斗图了！》《大连市邮局海关查获问题内衣》《锦州集中销毁一批假冒伪劣产品》《2021年1月起 一大波重磅新规正式实施》《拍摄网上热传的“蚂蚁牙黑”要当心》《抑菌霜成“大头娃娃”元凶官方明确：含激素》《涉事的两款产品作为“消字号”产品均违规添加激素》《今年春茶来的有点“急”》等。

辽宁北方频道《直通市县区》播发《农资打假保春耕》《辽阳公安：约束激励两手抓打造发展“平安盾”》《开年备春耕 农民购种忙》《诚信3.15 守护“舌尖上的安全”》《清理卷烟市场 销毁假私卷烟》《集中销毁不合格消防产品200多件》《民警进高校 开展反诈宣传》等。《大海热线》围绕侵权假冒案件曝光25起，“说法”版块制作打假专题节目2期；“大海热线”微信公众号、官方抖音账号等新媒体平台同步推送相关内容。《北方警事》正在与辽宁省公安厅经侦总队和辽宁省公安厅食品药品犯罪侦查总队积极协调和沟通，拟对其查处的典型侵犯知识产权的案例进行报道。

东北新闻网转发中央及省内媒体关于打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品的相关稿件，重要稿件在网站首页重点发布。及时曝光侵犯知识产权、侵权假冒典型事例，如315期间，发布省市场监督管理局、省消协、沈阳市消协发布的各类消费提示，《提醒沈阳人！买到假烟可拨12313投诉！》报道了沈阳市烟草专卖局保护消费者权益，现场销毁假烟集中整治行动。东北新闻网消费维权频道与消协等相关部门及时联系，接受网友投诉，维护消费者合法权益。

(2) 广电总局部署在全行业开展智慧广电服务乡村振兴专项行动

2021年07月05日来源：国家广电总局

国家广电总局印发《关于开展智慧广电服务乡村振兴专项行动的通知》，部署在广播电视和网络视听全行业开展智慧广电服务乡村振兴专项行动，从加强乡村振兴宣传引领、聚焦乡村振兴题材作品创作传播、深化智慧广电消费帮扶、拓展智慧广电人才教育帮扶、推进智慧广电公共服务等五方面，要求全国各级广播电视和网络视听机构发挥行业优势，开展好各项帮扶工作，推进巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。

(3) 广电总局聂辰席：继续深入实施“六大工程”，构建“一五一”工作格局

2021年07月06日来源：国家广电总局

7月3日，中宣部副部长，国家广电总局局长、党组书记聂辰席主持召开广电总局党组扩大会议，专题学习习近平总书记在庆祝中国共产党成立100周年大会上的重要讲话精神，研究部署贯彻落实举措。广电总局副局长、党组成员高建民、朱咏雷、孟冬出席并作交流发言。

会议认为，习近平总书记的重要讲话，视野宏阔、饱含深情，既具有厚重的历史感，充满了对党的历史、党的成就、党的传统的无比珍视、无比敬仰；又具有鲜明的时代感，把握历史潮流、坚守初心使命、顺应人民期待，彰显了马克思主义政治家的博大格局和深谋远虑的战略思维、坚强核心的执着信仰信念和强烈历史责任、大国领袖的炽热为民情怀，彰显了中国共产党的政治品格、精神谱系、光荣传统、红色血脉，蕴含着铸就伟业、不负人民的强烈历史担当。习近平总书记的重要讲话，思想深邃、富有创见，贯穿辩证唯物主义和历史唯物主义的世界观方法论，在洞察历史、把握大势中揭示规律，立足时代之基、回答时代之问、引领时代之变，提出一系列新的重大思想、重大观点、重大论断，反映了习近平新时代中国特色社会主义思想的最新发展，具有很强的政治动员力、时空穿透力、理论说服力、心灵震撼力，是一篇充满真理力量的马克思主义纲领性文献，为我们进行伟大斗争、建设伟大工程、推进伟大事业、实现伟大梦想提供了强大思想武器。习近平总书记的重要讲话，统揽全局、纵贯百年、远眺未来，高屋建瓴、气势磅礴、振奋人心，既讲怎么看，也讲怎么办，举旗定向、启迪当下、昭示未来，集中体现了中国共产党的政治立场、政治方向、政治原则、政治道路和奋进目标，是对9500多万共产党员的政治动员，是汲取历史经验、铿锵有力的宣言书，是闪烁历史智慧、照耀前行道路的航标灯，是我们党踏上第二个百年奋斗目标新的赶考之路的强大进军令和行动指南，必将指引和激励全党全国各族人民劈波斩浪、一往无前，实现全面建成社会主义现代化强国的宏伟目标，创造属于中华民族也属于全人类的历史伟业。

会议强调，要把学习领会好习近平总书记“七一”重要讲话精神，作为当前和今后一个时期一项重要政治任务抓紧抓实，迅速兴起学习宣传贯彻热潮。

一是坚持全员覆盖，切实把习近平总书记重要讲话精神的学习引向深入。各部门各单位、各级党组织要紧紧围绕学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，谋划展开下一步党史学习教育工作，精心组织、抓紧抓好习近平总书记重要讲话精神的大学习。广电总局党组理论学习中心组和各级理论学习中心组要深入开展专题学习、专题研讨。从现在到8月，基层党组织要召开一次专题组织生活会，重点学习习近平总书记重要讲话精神。突出领导带头学，各级党员领导干部以身作则、以上率下，发挥示范带动作用。强化系统培训学、结合融合学，把习近平总书记重要讲话纳入各类教育培训，用好青年理论学习小组等形式，引导广大党员干部开展多种形式的学习活动，及时准确、全面系统学习。广电总局党史学习教育领导小组办公室

室要加强对各部门各单位学习的统筹协调和指导督促，确保党员干部职工全员覆盖，力求学深悟透、融会贯通，指导实践、推动工作。

二是坚持聚焦发力，不断深化习近平总书记重要讲话精神的宣传阐释，持续浓厚庆祝建党百年的氛围。指导、统筹各级广播电视和网络视听媒体，在前期工作成果基础上，深入推进习近平总书记重要讲话精神的宣传阐释，继续做好庆祝建党百年主题作品创作播出。进一步深化广播电视媒体“头条”建设和网络视听媒体“首页首屏首条”建设，统筹网上网下、内宣外宣，强化宣传创新，以结构化编排、逻辑化链接、亮点化聚合增强宣传效果；注重面向青年人，用足用好新媒体；加强理论节目对习近平总书记重要讲话精神的贯穿融入；推进习近平总书记“七一”重要讲话精神宣传同建党百年宣传的有机结合；积极主动做好对外宣介。继续全力推进庆祝建党百年主题精品电视剧、动画片、纪录片、网络影视作品、广播电视文艺节目等的创作播出，加强选题规划、创作引导、跟踪指导、播出调控，保持主题作品的热度和力度；把握“十四五”重要时间节点，主动出题、提前谋划、抓紧推进冬奥会等主题精品创作；调动行业优质力量，汇聚行业优质资源，坚持全国一盘棋，合力打造高质量重点作品。

三是坚持学用结合，切实抓好习近平总书记重要讲话精神的贯彻落实。努力把习近平总书记重要讲话精神贯彻落实到工作实际中、体现在工作成效上，转化为推动广电总局党的建设、推动行业发展的新思路、新办法、新成效。坚定政治定力、把握正确方向，坚持政治工作和政治机关定位，坚持党管宣传、党管意识形态、党管媒体，不断增强政治判断力、政治领悟力、政治执行力，把党的领导体现落实到工作各环节、全过程。始终牢记初心使命，践行全心全意为人民服务的根本宗旨，把人民对美好生活的向往作为奋斗目标，坚持以人民为中心的发展思想，努力提升广电工作服务人民的能力和水平。始终胸怀“两个大局”、心系“国之大者”，着眼“十四五”时期和更长远的发展，继续深入实施“六大工程”，构建“一五一”工作格局，继续深入谋划新的战略举措，努力开创事业产业高质量发展的新局面。坚定不移加强党的建设，深化党史学习教育，以党的政治建设为统领，实施好广电党建“提质铸魂”工程，努力推动广电总局党的建设和全面从严治党高质量发展、各项工作再上新台阶。

会议要求，要认真落实王沪宁同志在庆祝中国共产党成立100周年理论研讨会上的重要讲话精神，按照中宣部学习宣传贯彻习近平总书记“七一”重要讲话精神电视电话会议部署，持续深入学习宣传贯彻习近平总书记重要讲话精神，牢记初心使命，主动担当作为，奋力谱写广播电视和网络视听发展新篇章，为实现全面建成社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。

（4）北京市广播电视局向和田捐赠 30000 多分钟视听作品播放权

2021年07月19日来源：北京广电局

7月16日上午，北京市广播电视局向新疆和田地区广播电视播出机构捐赠视听作品播放权仪式在和田地委宣传部举行。北京市广电局党组成员、副局长王志，和田地委委员、宣传部部长张建，北京市援疆和田指挥部党委委员、副指挥米佳出席仪式并讲话，和田地区广播电视台及1市7县融媒体中心负责同志接受捐赠，北京市广电局赴和田调研组成员、北京市援疆和田指挥部有关负责同志与和田广电系统干部代表参加。

王志同志在捐赠仪式上指出，在全党全国各族人民深入学习贯彻习近平总书记七一重要讲话、共庆伟大的中国共产党百年华诞之际，北京市广电局开展此次视听作品版权捐赠活动，对于不断丰富和田人民的精神文化生活意义重大。他表示，本次带来的广播电视和网络视听作品有三个特点。一是品类齐全，包括电视剧、电视纪录片、电视动画片、电视节目及公益

广告五大类，几乎涵盖了播出机构当前全部节目形态。二是题材多样，从反映改革开放给北京城市带来重大变化到述说脱贫攻坚，再到医护题材、战争题材等等，共计 58 部 816 集（期）作品，时长约 31123 分钟，对和田地区特别是市县一级融媒体中心节目源可以提供有效的补充。三是质量上乘，《什刹海》《月是故乡明》等 5 部电视剧全部是去年或今年在央视或北京卫视等五大卫视首播，有的在爱奇艺、优酷、腾讯等网络平台同步播出。纪录片《影响世界的中国植物》，动画片《最可爱的人》，电视节目《养生堂》、《档案》、《生命缘》等均获得行业大奖。

张建介绍了和田地区近年来经济社会特别是文化广电事业发展情况，对北京市广电局带来优质精神食粮表示感谢，要求和田地区以及 1 市 7 县广电系统珍惜这批优秀节目资源，用好管好节目资源，使其在民族交往交流交融方面发挥更大作用。

米佳表示，北京市广电局整合行业资源，带来的作品贴近基层、贴近群众特别是贴近青少年，相信这些优秀作品一定能够扩大覆盖面和到达率，受到当地百姓的欢迎。

北京市广电局本次组织捐赠播放权作品全部来自北京广播电视制作机构，包括北京广播电视台、幸福影视、木子合成影视、三多堂、妙音动漫等。北京市广电局将组织捐赠机构与受捐机构签订具体协议，向捐赠机构颁发证书。

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. 中科大洋安全巡检服务助力媒体百年献礼

今年是中国共产党成立 100 周年。

在喜迎建党 100 周年之际，为确保全国各级电视台播出制作系统的正常运行，杜绝隐患，自今年 5 月中旬以来，中科大洋便积极响应国家广电总局关于“安全生产”号召，全力推出“迎接建党 100 周年，赋能媒体安全播出”的系统专项 QC 巡检行动。

5 月中旬至 6 月中旬，巡检组在中科大洋副总裁王杰中的带领下，先后对中央广播电视总台等央级媒体，北京广播电视台等 8 个省级电视台以及 10 个地市级电视台展开专项巡检。



巡检期间，领导高度重视并反复强调，巡检工作是确保安全生产的重中之重，应坚守以知促行，以行促知的原则，做到知行合一，并时刻展现大洋人敢于迎难而上、全心全意为用户创造价值的精神风貌，以专业的服务携手各电视台做好运行安全和服务保障工作，为庆祝中国共产党建党一百周年贡献自己的一份力量。

在巡检过程中，巡检组严格按照公司标准执行检查，细致认真，不放过任何一个细微漏洞，确保没有任何安全隐患才会离开。对于一些细微问题能当场解决的当场解决，不能当场解决的则做好记录，并制定后续解决办法。

截至目前，专项巡检行动已完美收官。此次通过 QC 巡检的形式，进行质量检验、安全评估、系统维护，深入排查隐患，全面提升安全播出保障水平。这是中科大洋多年来专注于用户服务、提升用户满意度的品质保障。一方面是为了提高系统安全性，确保“建党一百年”安全播出；另一方面，为用户提供保质保量的产品以及专业如一的售后服务。

九层之台，起于累土。在迎接中国共产党成立 100 周年的契机之下，大洋人以认真负责、细致入微的巡检精神助力媒体向建党百年献礼，同时，也以“寻弊索瑕”的巡检方式，为中科大洋赢得良好的行业口碑，树立了良好的品牌形象，深受广大行业用户的信任和青睐，中科大洋才能一直屹立于广电潮头，引领行业发展！

2. 北电科林党总支积极参加“共产党员献爱心捐献活动”

北京北电科林电子有限公司



3. 新奥特投资集团有限公司向北京大学捐赠设备仪式在校内举行

小新 CDV 新奥特

近日，新奥特投资集团有限公司向北京大学捐赠 LED 智能控制系统，并举行捐赠仪式。北京大学党委副书记安钰峰、校友工作办公室主任李文胜、北京大学体育教研部主任钱俊伟、新奥特投资集团有限公司董事长郑福双、党委书记杨中印、副总裁杨代军等出席捐赠仪式。

北京大学党委副书记安钰峰代表北京大学，对新奥特投资集团向北大捐献的善举表示衷心感谢，高度赞扬郑福双董事长不仅在企业界具有非凡的胆识和远见，取得了巨大的成功，而且秉承北大人的使命担当和家国情怀，以高度的责任感和使命感参与社会建设、关心母校发展，充分体现了郑福双董事长的企业家精神。安副书记还充分肯定了新奥特投资集团在时间紧、任务重、要求高的情况下，不到 20 天的时间就完成了大屏的安装、调试，充分展示了新奥特投资集团在行业内的龙头地位。

新奥特集团董事长郑福双代表公司致辞表示：从来没有一所大学像北京大学这样，和国家民族的发展如此息息相关。当初，北大光华管理学院“因文化而光华、因思想而光华、因平台而光华”的理念深深地吸引了我，并持续影响着个人和公司的发展。我们初创时确立的“完善自我、回报社会”的公司核心价值观，也始终激励着我们做一个有情怀的新奥尔特人。拥有家国情怀，才能拥有大视野和大作为，公司发展才能行稳致远！在谋求企业创新发展的同时，我们积极回报社会，坚持做各种力所能及的公益事业始终贯穿新奥特的的发展历程。我们将努力提升新奥特各项实力，争取未来有更大的能力回报母校！

4. 北广科技庆祝建党 100 周年暨表彰大会顺利召开

学习百年光辉历程 增强攻坚克难本领

7 月 15 日下午，北广科技召开庆祝中国共产党成立 100 周年暨表彰大会，重温百年党史，表彰先进典型，激励基层党组织和广大党员坚定理想信念、牢记初心使命，以昂扬向上的激情积极投身智能装备产业建设，为北广科技健康、持续、高质量发展奋勇前进。

大会重温了共产党人的初心和使命，王亚臣同志带领与会党员们集体重温入党誓词，神情庄重、声音铿锵。

2020 年以来，北广科技各党支部和广大党员，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，坚决贯彻上级党委决策部署，积极应对各种复杂局面，攻坚克难，始终把党的政治建设摆在突出位置，不断推进全面从严治党向纵深发展，深化“不忘初心、牢记使命”主题教育内涵，加快推进重点项目，加速推进智能装备产业高质量发展，涌现出一大批敢于担当，善于作为的先进典型，充分展示了北广科技共产党员的新形象、新风貌。会上，北广科技党委对表现突出、成绩优异的集体和个人进行了表彰，授予 2 个基层党组织“先进基层党组织”称号、20 名同志“优秀共产党员”称号、5 名同志“优秀党务工作者”称号、2 个项目“优秀党建创新项目”称号。

会议进行典型经验交流，信息系统装备分公司党支部优秀党员赵兴海讲述了作为一名退伍军人，以争当“打赢先锋”作为自己的目标，在工作中积极发挥共产党员先锋模范作用，立足岗位、努力进取、勇创佳绩的先进事迹。天津中广党支部书记柯军严于律己以身作则、全心全意做好党务工作、严守纪律加强作风建设等三个方面阐述了促进党的工作与生产经营工作深度融合的成效和经验。

表彰会后，公司党委书记叶红同志以《学习百年光辉历程 增强攻坚克难本领》给大家上了一堂意义深刻、内容丰富的党课。党课内容以践行为人民谋幸福、为民族谋复兴的初心使命为主线，以道路探索史、思想发展史、自身建设史、民族复兴史、走向世界史五条线索对百年党史作一个简要回顾。以史为鉴，剖析共产党人的使命担当，这既是对我们共产党员身份的提醒，更是对我们在工作中发挥表率作用的要求。叶书记强调，党的百年奋斗历史启示我们，越是发展的关键阶段，越要坚持党的领导，加强党的建设。站在新的历史起点上，我们要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密围绕兆维集团“二二一”战略及北广科技“一二二一”发展规划，着力构建全面从严治党新格局，为产业高质量发展提供坚强保证。一要坚持不忘初心勇担当。作为党员都要首先在初心上找差距，提高政治站位，围绕北京电控打造高新技术产业集群的战略部署，推动智能装备产业平台发展战略落地实施。强化政治担当，确保上级的各项决策部署落地见效，同时要持续抓好常态化疫情防控，落实好助力乡村振兴、桶前值守、垃圾分类等专项任务。二要狠抓实战提能力。共产党员既要有敢担当的意识，又要有能担当的本领，还要有会担当的水平。要紧跟公司改革发展规划，大胆创新、主动作为，以务实的工作作风和奋发有为的精神状态干好每一件事。带头学习，边学边干、边干边学，尽快补齐短板、夯实底板，努力成为各岗位的“专才”。三要聚精会神干事业。习近平总书记强调，“伟大梦想不是等来的、喊来的，而是拼出来、干出来的。”目前，国内外形势发生深刻复杂变化，我们面临的发展机遇和风险挑战前所未有。我们坚持稳中求进的工作总基调，转观念、转机制、做到敢啃硬骨头，落实“两年振兴”计划，抓高质量发展，抓科技自立自强，抓深化变革，抓精细化管理。四要严守纪律作表率。深刻认识纪律和作风建设永远在路上，认真学习关于违反中央八项规定精神和“靠企吃企”问题专项整治工作的通知精神，切实通过整治树新风、防风险。要保持优良作风，以“我为群众办实事”实践活动为抓手，解决群众“急难愁盼”问题，要树牢底线思维，坚守法律底线、纪律底线、道德底线，做到清正廉洁、为人正派。

公司领导班子成员、受表彰个人、先进集体代表、党员及部分团干部共 103 人参加了会议。

5. 精彩奥运看咪咕，监播监测有博汇

7月23日晚，随着东京奥运会开幕式奏起全球最盛大体育赛事的序曲，奥运圣火所传递的奥林匹克精神将再次点燃人们心中久违的火光，用“更快、更高、更强——更团结”的人类共鸣驱散疫情的阴霾。后疫情时代的东京奥运会开幕式有何创意亮点？众多赛事奖牌花落谁家？本届线上直播的奥运会依然看点满满，即将再掀全民共享体育竞技激情的浪潮。



作为中央广播电视总台 2020 东京奥运会、2020 欧洲杯足球赛、2022 年北京冬奥会、2022 年卡塔尔世界杯足球赛的赛事转播顶级合作伙伴，中国移动咪咕是唯一全量全场次直播本届奥运会的新媒体平台，以“5G 奥运会 真直播 上咪咕视频”为口号，咪咕将在这个夏天打造一场精彩的奥运之旅。



东京奥运会-咪咕保障现场

凭借中国移动 5G “云、网、边、端” 的架构优势，以超高清线上直播技术加持的咪咕视讯，利用 HDR Vivid，云包厢、云呐喊、云打 call 等黑科技把观众身临其境地带入到 33 个大项，共 339 块奥运金牌的竞技现场。博汇科技作为咪咕视讯重要的技术合作伙伴，为咪咕视讯 4K 超高清视频能力平台提供了超高清显控调度系统和超高清直播技审系统，全力参与咪咕视讯对奥运会全程直播的技术保障工作。精彩奥运看咪咕，监播监测有博汇！



博汇科技工程师在咪咕保障现场

6. 博汇科技获批成为北京市智慧广电重点实验室

为贯彻落实《北京市智慧广电发展行动方案（2019年-2022年）》，近期北京市广电局组织开展了2021年北京市智慧广电重点实验室申报、评审工作，博汇科技（共建单位：北京市广播电视监测中心）正式成为北京市智慧广电第二批重点实验室，同时获批的还有国家广播电视总局广播电视科学研究院、人民日报数字传播有限公司、北京新媒体（集团）有限公司等15家单位。



北京市智慧广电重点实验室自2019年设立以来，以新发展理念 and 高质量发展战略要求为导向，充分利用大数据、云计算、可信计算、人工智能等新技术，不断创新智慧广电监管手段，主动适应、积极应对新技术、新应用、新业态、新服务可能带来的安全风险和隐患，确保了新时代智慧广电“绿色安全、可管可控”。

随着科技革命加速向智能化演进，建设好智慧广电重点实验室，对优化提升首都核心功能，

不断培育壮大智慧广电产业链具有重要意义。博汇科技将以此为契机，发挥在智慧监管领域雄厚的资源优势，与北京市广播电视监测中心强强合作、优势互补，做好重点实验室建设期的运行管理工作，切实为推动广播电视高质量发展，促进智慧广电成果转化提供沃土。

7. 罗德与施瓦茨的解决方案助力 Element 提升 5G VoNR 测试能力

基于 5G 新空口的语音服务，对于 5G 的成功部署和传统技术的替代起着至关重要的作用。

Element 材料科技集团于近期收购了 PCTEST 工程实验室，PCTEST 使用 R&S CMX500 5G 无线通信测试仪提供 5G 新空口语音技术（VoNR）测试。R&S CMX500 可以模拟包括 IMS 服务在内的 5G 独立组网，并支持所有关键的 VoNR 功能。

5G 独立组网是 5G 网络发展的下一个阶段。VoNR 是成功部署 5G 独立组网的必备功能。VoNR 的优点是通过使用超高清晰度的编解码器极大提高语音音频质量。R&S CMX500 支持 VoNR 音频质量测试所需的所有编解码器，包括 AMR-NB、AMR-WB、EVS-NB、EVS-WB、EVS-SWB 和 EVS-FB。

5G VoNR 在应急服务中也发挥着重要作用。其中，5G 独立组网模式紧急呼叫业务（E911）也将使用 VoNR。FCC 要求的关键是 E911 紧急呼叫的持续可靠性以及移动设备中垂直和水平定位的准确性。R&S CMX500 无线通信测试仪支持基于 VoNR 的 E911 以及移动设备的精确定位，如 A-GNSS 和 AML/ELS。

罗德与施瓦茨公司产品经理 Bryan Helmick 说道：“灵活且高性能的 R&S CMX500 可全面支持 VoNR 测试。随着 5G 无线通信技术的发展，可以覆盖 6-10Gbps 数据速率的 R&S CMX500 将为更多新的测试挑战做好准备。”

Element 的工业和实验室运营副总裁 Andrea Zaworski 说道：“Element 已经做好充分准备来支持我们的客户，我们相信通过升级后的 R&S CMX500 系统，我们的语音服务测试将可以满足设备和模块制造商在应对更大容量、更高比特率和改善媒体质量的测试挑战。”

8. 中科大洋亮相 2021 新加坡亚洲广播展线上展 云签约加速出海步伐



近日，中科大洋亮相 2021 年新加坡亚洲广播展线上展（Broadcast Asia 2021）“中国（北京）

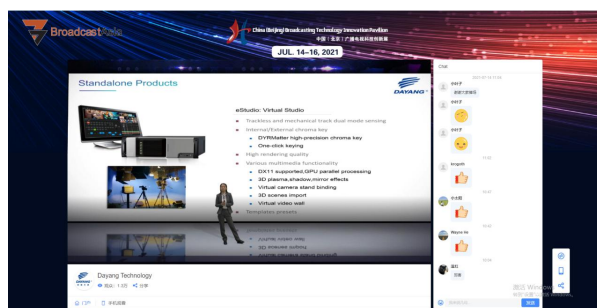
广播电视科技创新展区”。作为亚洲颇具影响力的盛会，本届展会由北京市广播电视局组织 20 家广播电视和网络视听科技企业，以线上展、云签约、视频直播等形式，提供全方位、立体化、互动式云展示服务，在国际传播平台上发出了中国声音。

值得一提的是，在北京市广播电视局副局长杨培丽见证下，通过现场直播的形式，中科大洋先后与越南、斯里兰卡、尼日利亚等国家进行了云签约，双方就后续合作达成了多项共识。这充分彰显了中科大洋在广播电视和网络视听领域丰富的产品结构与先进的技术实力。

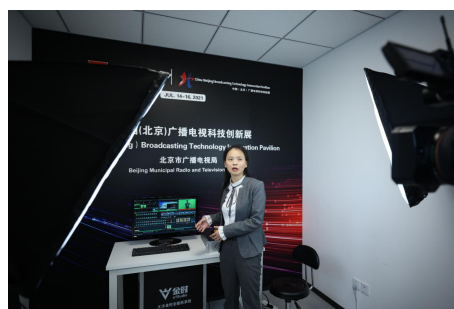


据悉，本届线上展览旨在将优秀的北京广播电视和网络视听科技企业创新成果推向海外市场。一方面，随着我国广播电视和网络视听科技企业不断发展壮大，推动以技术创新为依托的“中国智造”“走出去”；另一方面，充分展现了后疫情时代北京视听科技数字化、网络化、智能化发展的巨大潜力。

作为今年国际上的首个广电行业线上展览盛会，同样吸引了大批行业用户的高度关注。在企业直播期间，中科大洋运用全能机进行了虚拟演播室展示，不仅为线上用户演示了一场更加直观、逼真的虚拟场景效果，更让用户真实体验到虚拟演播室系统在视频切换、音频调音台、字幕、推流、虚拟抠像等多种功能上的实际应用。



此外，在现场，中科大洋海外中心负责人还为广大线上用户进行了全能机现场操作演示。从以 4K 技术为驱动，以自主创新技术融合演播室功能，到易便捷、快搭建、即开即用、广播级质量的产品特点，无不彰显着全能机在教育、文化、体育等多重领域，甚至从国家重点媒体单位到各级机关宣传单位，再到企业内部培训、翻转课堂精品课件制作等等，全能机都能得心应手，全程打造非凡体验。



同时，直播最后，随着云参观中科大洋总部的环节开展，也为本场直播画上了圆满句号。据

统计，中科大洋本次直播活动共吸引了近 1.8 万人次的线上观看与互动。

其实早在 1997 年，中科大洋便开始了进军海外的准备。1998 年，中科大洋首次亮相荷兰 IBC，这不仅代表了中国视频企业首次进入国际展会参与国际竞争，同时也标志着中科大洋全球化战略正式启动。

自此之后，在美国 NAB、荷兰 IBC、新加坡 BCA 等国际大型展会上，都能看到中科大洋的身影。就拿美国 NAB 展来说，中科大洋已经连续参展 20 年，这也让许多海外用户中科大洋早已到了熟知的地步。同时，这也显示了中科大洋对海外市场的战略布局，及坚持“走出去”的信心与决心。

目前，中科大洋在海外很多地区的影响力不容小觑，已服务全球 50 余个国家和地区，遍布欧洲、南美洲、非洲、东南亚及中东等。

总之，在全球经济深受疫情冲击、交流渠道不畅、国际经贸活动减少的情况下，通过北京市广播电视局组织的此次参展活动，鼓励更多的中国企业领航出海，依托国际化的展示窗口将自主创新产品、技术与应用推向海外，更好地把“走出去”和“引进来”结合起来，扩大业务领域，优化合作形式，构建内外联动、互利共赢的发展新格局。

同时，本次展会及时有效的帮助像中科大洋这样的大型企业搭建起商务合作及线上合作交流的平台，进一步推动了国内企业开展国际技术合作，为全球广播电视技术发展与国际贸易复苏作出应有贡献。

对于中科大洋来说，32 年的奋斗征程，中科大洋坚持自主创新，保护知识产权，不仅在海外市场上释放着强大的品牌势能，更不断以先进的产品与技术成果，向世界展现着中国品牌丰富的发展内涵与自信的企业文化，并以开放、包容、共享的心态为全球用户提供更加专业的产品与服务。

（本期结束）