

广电行业综合信息

2021 年 第 09 期 （总第 122 期）

中国广播电视设备工业协会

2021 年 10 月 03 日

目 录

一、 行业信息.....	4
(一)、新技术和市场动态.....	4
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态.....	4
(1) 四川泸县 6.0 级地震 应急广播大喇叭、电视、手机等多终端多渠道成功 提前预警.....	4
(2) 广西应急广播打造“一平台+多通道+多终端”网络架构体系.....	5
2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术.....	6
(1) 西安广播电视台 4K 超高清转播车走进国网西安供电公司.....	6
(2) 【TV 最前线】中国广电甘肃公司、中国移动举行白银 5G 700M 项目建 设启动仪式.....	6
(3) 打造引领全国的超高清视频产业高地，重庆怎么做.....	7
(4) 广东省超高清视频产业计量测试联盟正式成立.....	9
(5) 通信展上中国广电都展览了啥.....	9
3. 直播星和户户通、村村通.....	12
4. 有线电视.....	12
(1) “双减”政策落地，江苏有线引领“大屏+教育”数字新生态.....	12
5. 前端、制作与信源.....	14
(1) 东京奥运会与流媒体直播的模式转型.....	14
(2) 广电总局网络影视剧 IP 征集平台建设加快推进.....	16
(3) 国际领先！十四届全运会转播首次采用 8K 信号.....	16
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态.....	17
(1) 彩电巨头趋差异化竞争 发力新型显示技术.....	17
(2) OTT 营销三部曲：扩内容、提转化、抓场景.....	19
(3) 激光电视三年内成本将降四成 可卷屏、8K 产品明年上市.....	22
(4) 陕西广电局副局长对陕西移动开展互联网电视业务调研.....	23
(5) 工信部:8 月 IPTV 总用户数达 3.4 亿户,5G 手机终端连接数达 4.19 亿户.....	23
7. 新媒体.....	27
(1) 创新、人才、技术……县域融媒体发展还有哪些关键词.....	27
(2) 广电总局信息中心官方微博上线.....	28
(3) 低价低质无序竞争 千亿短视频广告市场蒙眼狂奔.....	28
(4) 新媒体太烧钱？东方明珠拟转让东方龙 50% 股权，标的尚在亏损.....	31
8. 媒体融合.....	33
(1) 贵阳融媒体中心市级单位分中心集中上线暨融媒贵阳直播基地上线.....	33
(2) 地市媒体推行工作室是否可行？这家传媒集团有心得.....	35
(3) 青海省印发广播电视媒体融合三年工作行动计划（2021--2023）.....	36
9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术.....	40
(1) “中国共产党在江苏历史展” VR 体验馆在学生中掀起知史爱党爱国热 潮.....	40
10. 国际动态.....	41
(1) 日本已开始筹备 6G 竞赛.....	41

(2) 预测：2026 年亚太地区 SVoD 订阅量将接近 7 亿.....	42
(3) 越南将停止部分广播服务.....	42
11. 走向海外.....	43
(1) 中国—东盟电视周组委会召开第三届中国—东盟电视周动员部署大会.....	43
(二)、重要政策进展.....	44
1. 三网融合.....	44
(1) IPv6 标准工作组成立.....	44
2. 宽带中国.....	45
(1) 5G 基站覆盖全国所有地级市 多地明确未来 5 年目标.....	45
(2) 华为等完成全球首个 5G 高低频 CA 完成验证.....	48
(3) IMT-2030 (6G) 推进组 6G 研讨会开幕.....	48
(4) 北京 5G 建设“建用并举” 多场景实现落地应用.....	48
(5) 工信部辛国斌：我国已建成 5G 基站超百万个，5G 终端超 4 亿部.....	49
3. 相关政策法规.....	50
(1) 广电总局：不得播出偶像养成类节目、明星子女参加的综艺节目.....	50
(2) 刘鹤：支持民营经济发展的方针政策没有变，将来也不会改变.....	52
(3) 国务院：网络游戏、网络直播等应针对未成年人设置相应的时间管理等 功能.....	52
(4) 广电总局发布停止播出“美容贷”及类似广告的公告.....	52
4. 与广电相关的标准.....	53
5. 广电行业动态与分析.....	53
(1) 湖南广电开展文娱领域综合治理：直面问题坚决整改 守正创新引领风尚	53
(2) 北京广电局在全国广电系统对口援藏工作会议上交流工作.....	54
(3) 福建省广电局召开推进全省应急广播体系建设视频会议.....	55
(4) 朱咏雷赴广电总局定点帮扶县四川德格调研.....	56
(5) 扎实推进，江苏智慧广电乡镇建设任务完成过半.....	57
(6) 服务乡村振兴，智慧广电有为有位.....	57
二、会员企业信息.....	60
1. 中科大洋东京奥运日记 换种姿势看奥运，跨地域对话奥运健儿.....	60
2. 2021 中国国际服务贸易交易会，新奥特呈现融媒超清技术新精彩.....	61
3. 北广科技团委赴企业新厂区开展志愿服务活动.....	62
4. 2021 服贸会圆满闭幕，新奥特融媒超清核心产品引多方关注.....	62
5. 5G+8K 加持 康佳打造“短视频+云游戏”大屏新生态.....	63

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）四川泸县 6.0 级地震 应急广播大喇叭、电视、手机等多终端多渠道成功提前预警
来源：四川应急、央视新闻客户端 时间：09 月 16 日 17:18
2021 年 9 月 16 日 4 时 33 分四川泸州市泸县（北纬 29.20 度，东经 105.34 度）发生 6.0 级地震，震源深度 10 千米。

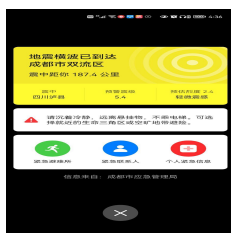
据四川应急微博消息：地震发生后，泸县融媒体中心 FM88.4 泸县广播电视台综合广播、“村村响”应急广播第一时间响应号召，全县 2655 组喇叭“大喇叭”端口齐开，及时播放泸县消防救援大队提供的“地震救生自救常识”（自制川话版、普通话版）呼吁大家避震逃生。

截至 16 日 13:51 分发稿时间，已播报省市县“抗震救灾”相关资讯、各方驰援力量赶赴泸县救援、交通出行等消息 17 条，相关情况仍持续追踪更新中。



据央视新闻客户端消息，此次地震，中国地震局与成都高新减灾研究所（减灾所）联合建设的中国地震预警网利用电视、手机、大喇叭等多终端多渠道成功提前预警。其中，给成都市提前 49 秒预警、重庆市提前 31 秒预警，给泸州市提前 6 秒预警。

减灾所初步统计表明，云南省昭通市、四川省乐山市、四川省宜宾市、四川省成都市等的学校、社区、内江-宜宾高速公路服务区等通过“大喇叭”提前 9 秒—59 秒发出预警，成都铁路局、成都地铁、危化企业等通过专用接收终端预警，开启了预警功能的小米、华为、vivo、OPPO 手机、小米电视、TCL 电视、四川广电电视、四川移动电视等都提前发出预警，包括四川公安等近 50 个政务和媒体微博发布了地震预警信息，中国地震预警网还为国家减灾中心、四川省应急管理厅、泸县应急管理局等部门提前预警了该地震。



地震预警系统为距震中 36 千米的泸州市，预警时间 6 秒，预估烈度 4.7 度；距震中 50 千米的内江市，预警时间 10 秒，预估烈度 4.3 度；距震中 57 千米的自贡市，预警时间 12 秒，预估烈度 4.1 度；距震中 84 千米的宜宾市，预警时间 20 秒，预估烈度 3.6 度。地震预警四川省重点实验室主任、成都高新减灾研究所所长王暾表示，鉴于国产 4 家手机厂商（小米、华为、vivo、OPPO）的手机操作系统都已内置地震预警功能，为了民众自身安全，建议民众都开启地震预警功能。

（2）广西应急广播打造“一平台+多通道+多终端”网络架构体系

2021 年 09 月 27 日来源：广西广电局

广西壮族自治区广播电视局自启动应急广播体系建设以来，根据国家广电总局发布的《县级应急广播系统暂行技术要求》和《全国应急广播体系建设总体规划》，以广西实际情况为基础，坚持自主研发，通过科技创新，打造了全省（区）应急广播上下联动的“一张网”，实现统一联动、安全可靠、平战结合。

广西应急广播体系坚持统一规划、统一标准、统一建设、统一监管的原则，打造了“一平台+多通道+多终端”的安全、稳定、高效网络架构体系。

一平台统管。运用云计算、大数据和人工智能等新技术，自主研发广西应急广播平台。可满足各级应急广播中心极简建设模式，不用再购买服务器、交换机、适配器等硬件设备，只需通过广电专网远程登录应急广播平台就可实现对辖区应急广播体系的播发管理，使用便捷，极大地降低各级应急广播中心的建设和运维成本。

多通道传输。采用有线网络为主，无线覆盖为辅，4G 网络为补充的传输覆盖模式。传输通道包括：广电光纤网络、地面数字电视、调频 RDS 广播、4G 通信网络、北斗卫星等。具有广覆盖、低延时、高响应的特点。

多终端播发。拥有大喇叭终端、广电机顶盒、智慧广电门禁、北斗接收终端、RDS 收音机等多种终端。系统具备多终端广播和管理能力，通过对不同类型的终端播发应急消息，实现对不同区域的精准覆盖。

目前，已建成了广西应急广播平台和 34 个县级应急广播体系，覆盖 404 个乡镇、5118 个行政村（社区），覆盖人口 1375.08 万人，纵向实现省（区）、市、县、乡、村五级应急广播垂直播发，具备分级、分区、分终端播发等服务功能；横向可以实现与应急、气象、地震、水利等政府部门信息发布系统的互联互通，做到全网可管可控。2021 年，广西广电局将继续投入 6 千多万元新建或完善 29 个县区应急广播体系建设，到年底，广西应急广播体系将覆盖全区 50%左右的县区。

广西应急广播体系将进一步加快创新步伐，推进在疫情防控、风险预警、社会治理、应急处置、国防动员、基础教育、文化旅游、乡村振兴等工作中发挥更大的作用。

2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术

(1) 西安广播电视台 4K 超高清转播车走进国网西安供电公司

2021 年 09 月 06 日来源：西安网

9 月 5 日下午，西安广播电视台 4K 超高清转播车走进国网西安供电公司，为国网西安供电公司举行“服务十四运 奉献我的城”——国网西安供电公司保障十四运会出征仪式进行全程直播。西安广播电视台电视、网络同步直播，咬定目标、攻坚克难，全力保障十四运会。



西安广播电视台 4K 超高清电视转播车，是西部地区城市台第一个把 5G 引入转播系统的大型 4K/IP 转播车。整车展开尺寸(含拖车头)17m×5.5m×4m(长×宽×高)，强大的气场，足以提升活动规格。全车分为主制作区、音频区、技术区、多功能区等多个独立工作区域，系统采用最新业界标准，搭建 4K 超高清竖屏生产发布中心，在超高清节目录制、直播的同时可进行全媒体多平台协同分发。

(2) 【TV 最前线】中国广电甘肃公司、中国移动举行白银 5G 700M 项目建设启动仪式

2021 年 09 月 06 日来源：中广互联

9 月 3 日下午，白银市首个 5G 700M 基站开通，甘肃广电网络白银分公司与白银移动公司共同在白银市水川镇举行中国广电、中国移动白银 5G 700M 项目建设启动仪式。这一基站的开通，标志着中国广电、中国移动在白银市的合作迈开了实质性的一步。双方将充分发挥各自在 5G 技术、频率、内容等方面优势，在共享 5G 网络资源、700MHz 网络共建、2.6GHz 网络共享，共创业务融合等方面，共同打造“网络+内容”生态，以高效集约方式加快 5G 网络覆盖，推动 5G 融入百业、服务大众。



双方人员参观了白银市移动公司机房和大数据运营中心。双方就机房运行，云计算、业务开拓等方面深入交流，双方表示将进一步加强相互交流学习，以及技术人员的培训，为以后 5G 700M 等项目的合作提前布局，多维度开展各项合作。

随着广电 5G 建设提速，本次开通将为年底前 192 号段放号奠定业务与技术基础。

（3）打造引领全国的超高清视频产业高地，重庆怎么做

2021 年 09 月 17 日来源：重庆马路社

超高清视频无疑成为近两年最热关键词之一。9 月 13 日，2021 第二届中国超高清视频产业西部高峰论坛在重庆举行。现场，重庆康佳光电技术研究院有限公司、超高清视频(四川)制作技术协同中心、重庆赛宝工业技术研究院有限公司签署“超高清视频研发应用战略合作协议”。根据协议，两地三企将深入贯彻落实“成渝地区双城经济圈”建设战略部署的重要举措，进一步加快推动川渝两地超高清视频产业发展。

一、超高清视频产业当前最大风口之一

今年 3 月公布的《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》指出，要着眼于抢占未来产业发展先机，培育先导性和支柱性产业，推动战略性新兴产业融合化、集群化、生态化发展。毫无疑问，超高清视频就是这一典型的代表。公开资料显示，超高清视频是视频技术继模拟、标清、高清后的新一轮代际演进，与 5G、人工智能等同为当今新一代信息技术的重要发展方向，将带动视频采集、制作、传输、呈现、应用等产业链各环节发生深刻变革。中国对超高清视频产业发展寄予厚望，按照“4K 先行、兼顾 8K”的总体技术路线，计划到 2022 年产业总体规模超过 4 万亿元，4K 产业生态体系基本完善，8K 关键技术产品研发和产业化取得突破。

超高清视频产业链总体可以分为核心元器件、设备层、服务层和应用层，具有产业链长、涉及范围广、跨领域综合性强等特性，正在形成全新复杂的产业生态体系。其中，设备层提供硬件设备的生产制造，涉及视频生产设备、网络传输设备、消费终端设备及相关核心元器件。服务层提供面向超高清视频的网络及平台运营服务;应用层展现为超高清视频与各行业融合应用形成的新模式新业态及所对应的内容。因此，加快培育发展超高清视频产业对于社会经济全局的作用主要体现为以下几个方面：

首先，直接带动制播设备、终端产品、面板、新型显示产品、半导体等硬件设备的提档升级代;其次，鉴于超高清视频对于网络大带宽、低时延性有着很高的要求，因此，全国各地大力发展超高清视频产业，客观上会带动“千兆光宽+千兆 5G 网”的双千兆基础网络建设和部署，夯实新基建的承载能力;其三，提升制播能力和节目内容供给。比如，《超高清视频产业发展行动(2019—2022 年)》就提出，计划持续推进 4K 超高清电视内容建设，创新内容生产，丰富超高清电视节目有效供给;其四，加快在广播电视、文教娱乐、安防监控、医疗健康、智能交通、工业制造等领域的应用创新。比如，将 8K 影像技术与医疗检查结合，实现精准医疗。超高清视频技术与工业物联网结合，可以实现精细原材料识别、精密定位测量。还有，超高清视频技术运用到文教娱乐领域可以带来更真实逼真的体验。

二、重庆具有得天独厚的优势

作为制造业重镇的重庆发展超高清视频产业具有得天独厚的优势。在终端产品方面，重庆笔记本电脑产量持续多年占据全球约 1/3 的市场份额，其智能手机产量也位居全国前列。根据重庆市制造业高质量发展“十四五”规划，重庆在巩固现有全球计算机、手机生产基地地位的基础上，还将依托峰米科技等大力布局激光电视。

在新型显示方面，京东方、惠科等液晶面板生产企业已在重庆布局生产线并吸引了一大批相关配套企业落户，其中，今年年底，京东方在重庆两江新区建设的第 6 代 AMOLED(柔性)面板生产线项目计划有望投产，月产能为 48000 片。此外，重庆为顺应柔性显示、超高清显示发展趋势，提出了多项具体举措。

在核心关键器件上，近年来重庆围绕着“补链、强链、延链”，聚焦“功率半导体芯片、存储芯片、模拟与数模混合芯片、人工智能和物联网芯片”四大重点方向，取得重大突破，2020 年其集成电路设计产业增幅高居全国第一。“十四五”期间，重庆将以打造国内重要半导体产业基地为目标，对探索设计成果本地化流片途径，丰富集成电路产品种类、加强存

储封装技术研发应用等做出具体部署。在网络基础设施建设方面，重庆提出打造“双千兆”网络之城，其中 5G 网络建设方面，截至 2020 年底，重庆累计建成 5G 基站 4.9 万个，进入全国 5G 规模化建设第一梯队。

此外，在成渝地区双城经济圈建设的背景下，成渝地区超高清视频产业协同发展迎来了重大突破，去年 9 月，重庆市超高清视频产业联盟与四川省超高清视频产业联盟、成都新型显示行业协会签订了战略合作协议。

值得一提的还有，重庆强化顶层设计，从全市产业发展的角度出发，于 2019 年 5 月出台《重庆市超高清视频产业发展行动计划(2019-2022 年)》。行动计划从突破核心关键器件、推进产业转型升级、推动重点产品产业化、提升网络传输能力、丰富节目内容供给、加快行业推广应用等方面入手，提出到 2022 年全市超高清视频总体产业规模达到 3000 亿元，打造引领全国且具有全球影响力的超高清视频产业高地。

三、重庆该如何夯实优势？

不过，我们应该看到的是，目前重庆超高清视频产业与广东、上海等先进地区，不论是产业基础、政策支持力度，还是内容制播方面，都存在着比较明显的差距。那么，下一步重庆又该如何抓住当前超高清视频产业巨大的市场机遇，加快产业发展？

一是加快超高清视频产业基地规划建设。我们知道，产业通过集群集聚发展，容易提高规模效应，提升产业链水平，构建起全产业链的协同创新体系。

对于超高清视频产业来说，更是如此。一方面，如上文说的那样，超高清视频产业具有与 5G、制播设备、终端产品、面板、新型显示产品、半导体等多个战略性新兴产业交叉融合的特点，因此通过产业集聚集约发展，有利于构建起的分工协作、优势互补的产业发展链条，打造出极高效率的制造供应体系，并为最终实现相互融合促进的“同频共振”格局，奠定坚实的基础。另一方面，超高清视频应用场景丰富，可以与广播电视、文教娱乐、安防监控、医疗健康、智能交通、工业制造等领域结合起来。在这个意义上，超高清视频产业依托基地或者园区，试点建设一批应用场景，可以增强产业的创新应用能力。

有鉴于此，国内不少地方已经启动建设超高清视频产业基地或者园区。这方面领跑全国的当属广东，也从中尝到了不少甜头。据悉，广东于 2019 年获批建设全国首个超高清视频产业发展试验区的基础上，现已形成广州、深圳、惠州 3 个超高清视频产业基地，今年广佛惠超高清视频和智能家电产业集群还成功入围第一批国家先进制造业集群决赛优胜者名单。我们的近邻四川于 2019 年 5 月也落地国内首个国家级超高清视频产业基地——中国(成都)超高清创新应用产业基地。近日，四川又传出，省超高清视频产业联盟与超高清视频(四川)制作技术协同中心等六方将共建四川省超高清视频产业园的消息。

事实上，重庆也意识到打造产业基地对于超高清视频产业发展的重要性。2019 年出台的产业发展行动计划就提出，到 2020 年打造 1—2 个产业配套较好、辐射带动能力较强的产业基地。然而，事与愿违，截至目前重庆规划建设的超高清视频产业基地还停留在图纸上。我们建议，重庆应该以两江新区等重点区域为重点，依托当地雄厚的智能终端、新型显示、半导体、5G 产业、云计算等分别布局超高清视频产业基地。在此基础上，重庆再以建设国家新一代人工智能创新发展试验区、国家数字经济创新发展试验区为契机，申请建设国家级超高清视频产业发展试验区。

二是提高核心零部件的自主创新能力。尽管重庆超高清视频产业基础扎实，发展潜力巨大，但是其产业链中的许多关键设备和元器件目前尚无法实现自主供应。以显示面板为例，LCD 的前段阵列制程设备全部进口，OLED 除个别模组设备外全部进口，OLED 的关键材料基本进口，显示面板产业大而不强的局面需尽快破解。对于重庆来说，要想打造引领全国且具有全球影响力的超高清视频产业高地，就必须实现关键核心元器件的技术突破。简单来说，重庆可以发挥西部(重庆)科学城、两江协同创新区的科研优势，牵头整合龙头企

业、科研院所等资源，加强产学研合作，加速高性能存储芯片、超高清图像传感器等关键核心元器件的技术突破。同时，进一步拓展第三代数字音视频编解码技术标准应用的广度和深度，攻关新一代视频编解码技术。

三是提升内容制作能力，争取服务全国的版权交易中心落地。超高清视频产业生态体系中，视频研制、影视科技研发等是极其重要的一环。目前重庆 IPTV(网络电视)建设了 4K 点播专区，不断丰富超高清视频内容供给。行动计划提出，推动重庆电视台至少开播 2 个以上 4K 超高清电视频道，鼓励万州、永川等有条件的区县广播电视台积极申请开办 4K 超高清电视频道。此外，随着全国各地超高清视频内容供给日益增长，集内容生产、集成、认证、交易为一体的版权交易中心也会应运而生。重庆应该抓住服务业扩大开放综合试点的机会，争取落地服务全国的版权交易中心，同步建立线上的版权交易平台。

(4) 广东省超高清视频产业计量测试联盟正式成立

2021 年 09 月 22 日来源：广东省计量科学研究院

近日，“广东省超高清视频产业计量测试专家委员会暨产业计量测试联盟”成立会议在广东计量院召开。广东省市场监督管理局计量处苏永龙调研员、广东计量院总工程师罗旭东等参加了启动仪式，华南理工大学发光材料与器件国家重点实验室宁洪龙研究员、中山大学物理学院周建英教授、广州新视界光电科技有限公司邹建华研究员等专家委员共同研讨了产业中心和产业联盟的发展规划。

广东省超高清视频产业计量测试联盟是由广东计量院广东省超高清电视网络应用产业计量测试中心牵头发起，联合了省内超高清视频产业领域中的 10 家知名科研院所及企业，以“自愿、平等、合作、共赢”为原则组建的，旨在以超高清视频产业发展的技术需求为导向，以提升产业计量测试服务能力为目标，进一步集聚产业计量科技资源、搭建产业协同创新平台，重点开展多用户需求和多场景评测标准体系的研究和制定，有效推进我省超高清视频产业发展。

(5) 通信展上中国广电都展览了啥

2021 年 09 月 27 日来源：中广互联独家

9 月 27 日，2021 年中国国际信息通信展览会在北京国家会议举行。本届展会以“创新点亮数字化未来”为主题，国内外约 400 家知名企业参展，展出规模 4 万平米。

此次展会上，中国广电作为第四大运营商进行了参展，吸引了很多人的关注。到底展览了哪些内容以及产品呢？中广互联带你一探究竟！

1、5G 应用

据了解，中国广电目前已聚焦媒体、应急、警务、电网、港口、制造、农林等重点领域，在全国范围开展了超过 100 个广电 5G 示范应用，后续将持续打造 5G 示范标杆项目，催熟、加速 5G 行业应用。

展会上，主要展示的是“5G+智慧教育”、“5G+智慧港口”、“5G+智慧海事”、“5G+智慧医疗”、“5G+工业互联网”、“5G+智能机械手”（这个小编是第一次见，吸引了大家的围观）、智能家居。

工作人员表示，目前医院物流机器人在湖北武汉多家医院落地，破解医院无线通讯 Wi-Fi 不连续、4G 速率瓶颈困局，持续保障医疗安全，降低感染风险提升医护效率和精细化管理水平。在抗击疫情、抗洪救灾、复工复产方面，中国广电通过抢搭广电 5G 网络，为全国多地

抗疫、抗洪的重大活动、重点场所提供了 5G 直播传输和公共 Wi-Fi 服务。



2020 年 11 月 4 日，中国广电、北京歌华有线与国家电网信息通信产业集团成功完成了基于广电 700MHz 频段的电力 5G CPE 终端的初步接入测试。

此次展览展示了广电 5G 在电网业务综合应用以及特色电力 5G 通信终端产品和网络产品。据了解，面向有源配电网、智慧变电站等电网业务，利用中国广电 5G 网络，通过电力 5G 终端和网络产品，可以支持新型电力系统全环节各业务数据安全、可靠、高效通信。

2、战略规划

2020 年 10 月 12 日，中国广播电视网络有限公司董事长、中国广电网股份有限公司董事长宋起柱在第八届中国网络视听大会上曾提到中国广电的两大战略——圆心战略以及 359 战略。

宋起柱谈到，未来 5 年是中国广电从起步向成熟发展的关键时期。中国广电正在编制股份公司的战略纲要，围绕核心战略、商用模式、管理水平、人才、品牌等方面与国内一流企业持续对标，正视差距，找准问题。初步考虑客户服务中心的圆心战略以及公司发展的“359”发展设想。

圆心战略就是坚持用户体验和行业发展为圆心，以人民为中心着力强化平台化思维，践行新发展理念，主动融入新发展格局。以用户为中心、市场为导向，以快速响应服务、精准配置资源等为目标，建设极简网络，搭建扁平化的极简组织架构。坚持统分结合、管服一体，最终实现公司管理扁平高效和市场服务的最短距离。

359 战略主要是践行现代传播体系，巩固和扩大宣传文化主阵地，满足人民新需求的使命担当。成为创新驱动、有市场活力的国家级新型基础设施提供商，领先的数字生活服务商和智慧广电网络的运营商。

“3”主要是指秉承融合、创新、开放三大发展理念，聚焦 5G、有线电视和媒体内容及创新业务三大板块，实现三步走战略。经过十年左右的努力，要基本建成具有全球竞争力的媒体、信息和科技融合的平台型企业。

其中，三步走战略——

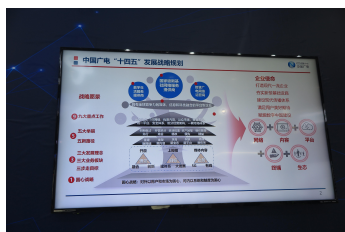
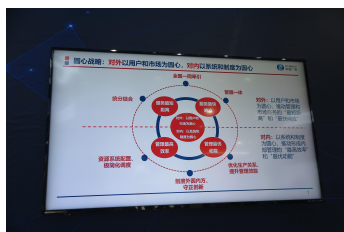
第一步：体系构建（技术迭代、网络重构、体系升级，2021-2023 年）

第二步：规模增长（新时代大视听全产业链发展格局，2023-2025 年）

第三步：高质量发展（媒体传播特色凸出，信息和技术并重，2025-2030 年）

“5”是要提升 5 个能力，提高股份公司综合竞争力，具体是提升创新驱动的先行能力、业务发展的牵引能力、资源配置的主导能力、资产投资的回报能力以及组织管理的系统能力。

“9”是九大工程，主要包括 5G 的共建共享工程、有线网络升级改造工程、内容创新工程、差异化市场战略、全新运营体系架构以及业务中台、数据中台等建设。



3、5G NR 广播

资料显示，2020 年以来，中国广电联合华为、中兴、大唐、爱立信、诺基亚等产业合作伙伴共同研发 5G NR 广播系统方案，并在北京完成了全球首次基于蜂窝基站和广播电视发射塔的 NR 广播融合方案部署、方案验证、外场覆盖测试及视频服务移动性交互测试等工作，实现了端到端 5G 广播在电视频道直播和公共安全服务场景的应用。

8 月中旬在上海东方明珠电视塔部署基站并启动 5G NR 广播基于多地广播电视发射塔的差异化场景测试，是在北京测试验证基础上的关键环节。后续中国广电将密集开展北京、上海、南京三地基于广播电视发射塔的 5G NR 广播测试工作，包括差异化场景覆盖、应急广播应用、超高清多机位直播应用性能、5G 广播电视与通讯业务切换等，为 5G NR 广播业务在国内尽早规模化商用做好充分的技术准备。

对于 5G NR 广播的发展规划，此前宋柱曾提到，要大力发展 5G 广播，加快推进 5G NR 广播电视国际标准的产业化，计划在 2022 年冬奥会期间推广融合媒体广播，并持续拓展到公共服务等更广的领域，不断探索 5G 广播电视和通信深度融合的可持续发展道路。中国广播电视网络有限公司副总经理曾庆军也指出，5G NR 广播将推动广播电视服务走向终端通、人人通。网络、终端、应用、服务协同发展实现广播电视发射塔与蜂窝基站混合覆盖、协同发展、多屏终端，真正做到“终端通、人人通”，极大拓展广播电视受众范围和服务业态。



4、192 号段

9 月 23 日，在第十七届深圳文博会上，中国广电正式启动广电 5G 内部友好用户 192 号段放号测试。据悉，测试期间，中国广电将全面检验网络、业务、系统、客服等各方面运转和联动情况，并全面完成与其他运营商的互联互通工作。中国广电将根据测试情况，适时

启动广电 5G 正式放号商用。（PS：个人认为，19210701 号段可谓寓意深远！）



5、LOGO

展会上，中国广电集团新 LOGO 再一次出现在大众的视野中！

2021 年 7 月 1 日，中国广播电视网络有限公司完成工商变更，正式更名为中国广播电视网络集团有限公司。今年 5 月份，曾有网友发现该公司向国家知识产权局申请注册全新的商标，目前这款新的 LOGO 已经在其官方网站小范围的开始使用了。另外，中国广电河北和安徽淮北公司的官方社交媒体账号已经换上了新 LOGO。

3. 直播星和户户通、村村通

（本期无）

4. 有线电视

（1）“双减”政策落地，江苏有线引领 “大屏+教育” 数字新生态

2021 年 09 月 05 日来源：中广互联

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》（以下简称“双减”），展现了中央对降低教育成本、减轻学生和家长负担的决心。

实施“双减”政策，既要做好减轻学生过重的作业负担和校外培训负担的“减法”，也要做好促进教育公平和学生全面发展的“加法”。孩子在家的时间宽裕了，如何合理安排孩子的学习，成为家长必须思考的问题。

大屏+学习：有线电视成为家庭教育好帮手

孩子在家怎么学？家长教不了怎么办？家住苏州市竹辉新村的张女士就遇到了这样的问题。孩子上高二了，考试的题目自己也看不懂，很着急。幸亏找到了一个好帮手，那就是电视大屏上的“名师空中课堂”。打开江苏有线机顶盒，就能看到和学校教材同步的知识点解析，省级名师精心制作，孩子一看就懂。还有南师附中校长、高考数学命题组成员葛军讲授的数学课，精准分析重难点，传授学好数学的秘诀，深受学生和家长的欢迎。

据了解，“名师空中课堂”是江苏省教育厅联合江苏有线共同推出的全国首个省级智慧教育公益服务平台，用优质的资源、先进的技术、高效的网络和贴心的服务，打造“大屏+教育”数字新生态，为学生提供个性化、互动化的学习体验，包括同步课程、互动答疑、心理辅导等，全省中小學生都可以免费使用。

江苏省小学品德特级教师、南京市锁金新村第一小学校长唐隽菁老师认为，相比手机或 PC 端线上教育，“大屏+教育”具有不可比拟的优势。首先，电视大屏可以有效保护视力，缓解学生长期观看手机的眼睛疲劳。其次，有线电视内容绿色健康，可以限制游戏、娱乐等方面的应用，杜绝了不良信息的影响。同时，家长放下手机，回归以客厅为中心的生活模式，

有利于高质量亲子陪伴和互动，通过电视大屏进行校内学习的补充，能有效巩固教学知识，提升家庭教育水平。

大屏+均衡：多种手段促进教育资源公平分配

电视大屏摆脱了地理位置和教师水平差异的束缚，具备公平的良好基因，真正“让每个孩子都能享有公平而有质量的教育。”

来自宿迁市沭阳县的李宏和他的爸爸妈妈最近特别开心。他就读的乡村中学老师推荐了“名师空中课堂”，回家打开江苏有线机顶盒一看，里面都是省级名师和学科带头人，好多名字都在新闻里听过。他感觉从这一刻开始，和大城市的名校学生站在了同一条起跑线上。

据了解，“名师空中课堂”向全省师生和家长提供了全名师、全学段、全免费的公益普惠在线教育服务。“大屏+教育”的深度结合，打造了良好的家庭学习氛围、视觉效果、沉浸式体验以及极强的亲子互动，构建了“数字化、个性化、终身化”的教育体系，建设了“人人皆学、处处能学、时时可学”的学习环境。

为了让教育改革的成果惠及更多家庭，江苏有线积极探索新时代教育信息化新模式，着力打造“大屏+教育”的数字新生态，持续扩大优质教育资源覆盖范围，启动了“名师空中课堂提质增效工程”，制作并推出省级名师新教材同步课“苏e优课”，加快推进优质教育资源均衡化，持续增强平台内容供给，让青少年在内涵丰富、形式多样、优质高效的大屏学习中收获成长。特别是疫情防控期间，“名师空中课堂”全力保障了全省“停课不停学”，为全省学生提供强有力的学习支持，再次突显“大屏+教育”的卓越成效。通过科技来解决教育资源均衡问题，推动“教育平权”，其重要意义在于，让每一个孩子都能公平、有尊严地享受国家发展带来的红利，进而为实现中华民族伟大复兴，培养更多高素质的人才。

大屏+未来：大思政课培养有担当的新时代接班人

习近平总书记指出：“思政课不仅应该在课堂上讲，也应该在社会生活中来讲。‘大思政课’我们要善用之，一定要跟现实结合起来。”全国政协委员、江苏省锡山高级中学校长唐江澎在两会答记者问时，也通过引用总书记的话，道出了教育的真谛，那就是“培根、铸魂、启智、润心”，好的教育应该是培养终生运动者、责任担当者、问题解决者和优雅生活者，给孩子们健全而优秀的人格，赢得未来的幸福，造福国家社会。

“名师空中课堂”也特别注重突出青少年思想政治教育、社会主义核心价值观教育、中华优秀传统文化传承、文明礼仪、美育、心理健康等内容，推出了“苏e德苑”等上千节课程资源，内涵丰富、形式多样，并向学生推荐“中国共产党在江苏历史展”VR电视馆，让中小学生在居家自主学习的同时，知史爱党，知史爱国，品格和素质得到提升。江苏省优秀班主任、小学道德与法治学科带头人、南京市拉萨路小学武立华老师在观看了党史展VR电视馆后表示，360度VR1:1还原了展览现场，配合专业解说，江苏党史了然于胸，希望更多的家长能带着小朋友一起学习，激发少年儿童对党、对祖国的热爱，以全新的精神面貌投入到学习生活中。

伴随“双减”政策的落地，江苏有线正在努力“以数据要素的高效配置，赋能产业转型升级”，围绕“数字高地”建设，运用VR虚拟现实、AI人工智能、大数据分析、智能外设等最新技术，大力发展智能机顶盒终端，积极开发应用场景，推出用户画像、智能推荐、互动直播、AI在线评测等灵活交互功能，为在线教育赋能，引领“大屏+教育”的数字新生态，通过最权威的名师团队、最全面的知识覆盖、最实时的同步课程、最贴心的学习体验，持续为孩子们创造一个健康、安全、公平的成长环境。

5. 前端、制作与信源

（1）东京奥运会与流媒体直播的模式转型

2021 年 09 月 17 日来源：青年记者

虽然遭遇延期和疫情等不利因素的影响，东京奥运会依然在重重困境中顺利落幕。东京奥运会的转播中呈现出传统媒体的江河日下和流媒体订阅直播的异军突起并存的状态。在短视频平台和流媒体日益占据内容流量的背景下，东京奥运会则成为流媒体进军体育直播和赛事订阅的一个重要机遇。立足于视频转向的思路，包括北京奥运会在内的未来重大体育赛事转播也需要进一步吸纳流媒体和短视频平台主导的融合媒介呈现逻辑。

奥运会媒体收视的受众迁移

在东京奥运会之前，对于这届命运多舛的奥运会的转播和收视状况的悲观论调就已经出现。美国全国广播公司（NBC）花费 11 亿美元买下转播权，但开幕式在美国本土只获得了 1700 万人的观看，比里约奥运会开幕式收视率下降约 36%，更是远低于伦敦奥运会 4000 万的观看人数。[1]由于收视率不及预期，甚至有媒体报道 NBC 可能面临多家广告商的集体索赔。《华盛顿邮报》记者保罗·法尔希称收视率的急剧下降对 NBC 而言是“灾难性的”。

类似的情况也同样出现在欧洲，根据收视率调查公司 Mediametrie 的数据，东京奥运会前三天在法国公共电视频道收看奥运会的观众比里约奥运会同时期下降 17.4%，比临近的伦敦举办奥运会时的收视率更是暴跌 74%。在德国，东京奥运会的开幕式只吸引了 207 万观众，相比类似时间段播出的北京奥运会开幕式下降 73%。由此可见，传统电视媒体在东京奥运会遭遇了前所未有的挑战，“剪线族”（cord cutters）规模日益庞大使得传统媒体即使在奥运会这样的重大媒介事件中依然难挡颓势。

但在东京奥运会落幕之后，尼曼新闻实验室发布的报告却认为 NBC 对于奥运会的转播是“史无前例的成功”（a historic success）。这不仅是因为 NBC 获得了史上最高的 12.5 亿元的广告收入，更是因为它借此成功地推动了自身的流媒体转型，借助奥运会推广了 NBC 新打造的流媒体平台“孔雀”（Peacock）。数据显示，NBC 利用奥运会的转播为“孔雀”平台带来了超过 2000 万的月活跃用户，通过数字订阅+广告组合营收的方式夺回了在传统电视媒体中失去的流量和份额。[2]此外，NBC 还利用“孔雀”为欧洲的天空电视台（BskyB）2000 万用户免费提供流媒体直播服务。

事实上，2016 年的里约奥运会已经由于数字媒体技术的广泛使用被冠以“数字媒体奥运会”的称号。[3]但在东京奥运会中，流媒体平台和短视频正在颠覆传统媒体行业对于奥运传播资源的独占。通过传统电视渠道的内容分发只是 NBC 此次东京奥运会的一小部分，因此收视率并不能完整衡量 NBC 转播在美国和英国的影响力。相比于里约奥运会，东京奥运会在流媒体平台总播放时长上升了 24%，这使得“孔雀”平台在东京奥运会开始的第三天就登上 Apple Store 最受欢迎的免费应用排行榜上前十。

由此可见，NBC 在东京奥运会转播的成功不仅在于史上最高的广告营收，更重要的是推广了“孔雀”，推动了 NBC 从一家传统广播电视公司向流媒体互联网公司的转型。考虑到近几年美国电视网收视率持续走低，CBS 和 NBC 在 2020 年的收视率同比下滑 20% 的背景下，NBC 此次借助奥运会这样的重大媒介事件实现“广播电视公司”向“互联网公司”的转型，显然具有超越收视率和广告收入本身的现实意义。

付费订阅：体育赛事转播的路径升级

NBC 在 1992 年巴塞罗那奥运会的转播中首次尝试引入了付费订阅播放，并与有线电视供应商 Cablevision 合作建立了“三联播”（Triplecast）机制，搭建红、白、蓝三个频道，在黄金时间通过磁带录像播出观众期待最高的节目，并在午夜等非黄金时段 24 小时重播。为了购买这个“三联播”频道，观众需要支付每天 29.95 美元，或整个奥运时段 125 美元的

打包价。

由于美国篮球“梦之队”等体育明星的参与，NBC 曾认为巴塞罗那奥运会的“三联播”会吸引至少 200 万用户订阅，但事实上最终订阅用户不到 20 万。对于已经习惯了免费看电视的观众而言，要求付费才能收看特定节目是不可接受的。虽然“三联播”在 30 年前的尝试以失败告终，但时任 NBC 总裁汤姆·罗杰斯说：“我可以看到它将如何改变观看奥运会的方式。”

站在当前的视角来看，“三联播”可以被视为“孔雀”流媒体系统的前身，它为媒体理解如何更好地满足受众的需求提供了新的思路。但传统的电视渠道显然无法匹配这种转播模式。直到流媒体服务（streaming media service）技术在直播领域真正普及后，“三联播”所期待的自主点播体育赛事直播模式才真正有了落地的可能。正如 NBC 的“孔雀”平台对东京奥运会的转播，用户可以在所有正在比赛的项目中自由选择，甚至同时播放不同比赛的直播或重播。

在奥运会重大体育赛事中，这种流媒体付费订阅点播的转播模式无疑是更符合用户和广告商期待的。奥运会既包含田径、游泳这样的热门赛事，也包含马术和帆船等传统媒体体育直播几乎不会涉足的项目。通过“孔雀”这样的流媒体平台订阅转播，一方面，可以避免转播商在有限的频道资源中进行艰难的选择，提升用户的主动权，从而分众化地吸纳更多用户观看不同项目；另一方面，原先难以出现在主流媒体转播视野中的冷门项目也有了接触更多受众的渠道，进而增加了其商业价值。

事实上，基于流媒体的付费订阅赛事转播模式已经在美国市场得到了初步的普及。在东京奥运会开始前的一个月，Facebook 宣布计划将其在线活动直播的产品转变为专门以按次付费进行赛事转播的平台。美国职业足球大联盟（MLS）已经与 Facebook 达成了合作直播协议，用户可以选择 74.99 美元购买全年赛事或者 7.99 美元购买单场。在 Facebook 体育媒体和联盟合作总监 Rob Shaw 看来，体育赛事的按次收费订阅“不会濒临灭绝，因为总有些用户愿意花钱来体验某些激动人心的特殊时刻”。

“孔雀”平台东京奥运会转播的成功更进一步证明这种转播模式变化的合理性，根据第三方营销机构 NP Digital 的测算，订阅式的付费在线赛事传播能够将营收提升 28%，因为它更加精确地接触到了更多用户。[4]从 Facebook 到 NBC，社交媒体和传统媒体都在尝试抢夺流媒体直播的蓝海，而体育赛事转播作为用户黏性较强的内容，成为各家媒体进军流媒体直播的试金石。

流媒体、短视频与体育赛事的未来

除了 NBC 推出的“孔雀”平台之外，短视频平台 TikTok 也成为此次奥运转播中不容忽视的力量。TikTok 上不仅有赛事的高光集锦，更有运动员从比赛现场和奥运村等地发来的各类花絮和自拍，这在很大程度上拉近了用户与奥运会这一盛大赛事之间的距离。[5]无论是“孔雀”流媒体平台对于赛事转播模式的改变，还是 TikTok 对于运动员和观众之间关系的改变，都体现了互联网“视频转向”背景下视觉内容生产的逻辑转型。

视频转向的概念包含了主流媒体的视频叙事转型与社交媒体的短视频平台兴起。[6]东京奥运会则充分体现了视频转向对于体育赛事直播带来的影响。它绝不仅仅是将传统媒体的视频内容直接照搬到流媒体直播平台或短视频平台，而是需要围绕平台特性进行有针对性的内容和产品形式设计。

对于即将到来的北京冬奥会，充分利用好流媒体平台在赛事直播中的分众化传播和精准传播功能，提供不同视角、解说和场地的转播画面以供全球流媒体用户选择；同时可以将 TikTok 等短视频平台与流媒体平台联动，第一时间呈现奥运赛场内外动向和赛事集锦精选。这种融合媒体的转播思路，代表了视频转向趋势下流媒体体育赛事转播的全新逻辑，对于用户自主选择收视内容，深度浸润赛事环境具有积极的意义。

（2）广电总局网络影视剧 IP 征集平台建设加快推进

2021 年 09 月 17 日来源：广电总局

9 月 13 日，广电总局网络司与艺委会联合召开“IP 与网络影视创作”研讨会，邀请网络影视制作、播出机构和编剧、文艺评论家代表，就广电总局网络影视剧 IP 征集平台充分发挥强化价值引领、连通多方需求、汇聚多方创意作用，从源头培育网络视听精品节目，提升政府职能部门治理能力，推动网络视听行业健康长足发展，研提意见建议。

会上，艺委会与江苏凤凰出版传媒股份有限公司签署合作协议，发布首批入库作品。

广电总局网络影视剧 IP 征集平台 2020 年 10 月上线，并列入 2021 年广电总局重点工作。平台面向全社会征集优质原创选题，吸引投资机构洽谈合作，为播出平台寻找优质资源。2021 年 6 月，依托 IP 平台开展首届高校网络影视剧 IP 精品征集推介活动，目前征集到作品 400 余件。

（3）国际领先！十四届全运会转播首次采用 8K 信号

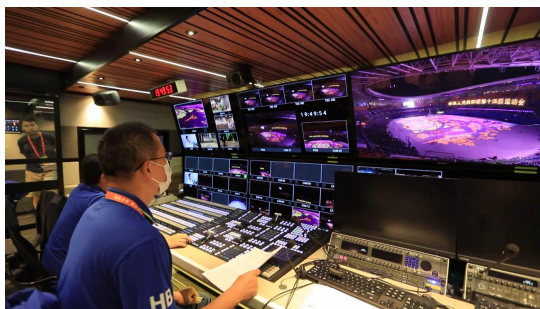
来源：央视新闻 时间：09 月 17 日 16:32

9 月 15 日，国内水平最高、规模最大的综合性运动会——第十四届全国运动会在古都西安盛大开幕。这也是全运会首次在中西部地区举办。中央广播电视总台依托 5G+4K/8K+AI 战略，对本届全运会开、闭幕式及重点赛事新闻报道及转播，进行创新实践。



中央广播电视总台前方共派出约 450 人的转播和新闻报道团队，并在全运会国际广播中心设立了 1890 平方米的工作区，协调配置前后方全部赛事信号资源。

在整个赛事期间，中央广播电视总台在西安全运会前方的工作区承担全运新闻的采集、制作、传输及前后方演播室的直播对接任务。



总台还承担了提供本届全运会的开闭幕式 and 赛事电视公共信号制作的任务，依托总台 5G+4K/8K+AI 战略创新实践，本届全运会转播将首次采用 8K 超高清信号，对全运会开、闭幕式及重点赛事进行转播报道。

中央广播电视总台开幕式电视转播技术总协调李培：开幕式的 8K 电视转播已经达到了国际领先水平，为即将举办的北京冬奥会做全要素的直播演练积累宝贵的经验。



中央广播电视总台全运会开幕式转播导演梁冰：我们中央广播电视总台为这次十四运开幕式做了充分的准备和精心的排练，多角度、多空间地展示出开幕式的盛况。

比赛期间，总台央视体育频道和体育赛事频道，全天投入全运会报道。

总台体育频道青少年节目中心体育节目部副主任朱文韬：全运会会有很多赛事就是国际最高水平，除了这个高水平的竞技项目以外，我们还要关注全民健身，这次有几个群众体育的项目我们也有直播信号，同样会呈现给电视观众。

除总台央视体育和体育赛事频道外，总台央视综合频道、新闻频道、中文国际频道以及中国之声、大湾区之声、台海之声、环球资讯等总台多个电视、广播和新媒体平台也对开幕式进行了现场直播。

6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

（1）彩电巨头趋差异化竞争 发力新型显示技术

苑伟斌| 深圳商报 | 2021-09-06

近日，“面板双雄”京东方、TCL 科技发布 2021 年半年报，两家企业上半年业绩创新高，京东方营收首次突破千亿元，净利润同比增长超 10 倍；TCL 科技营收同比增长 153.3%，归母净利润同比增长 461.5%。

上游面板价格周期性上涨使得下游的彩电行业均价整体上扬，市场“量额双降”后呈现罕见的“量降额升”现象，电视企业增收不增利。为此，创维、海信、TCL 等发力新型显示技术。创维深耕 OLED 电视赛道，海信致力于激光电视推广，TCL 将 Mini LED 作为未来发展重心，不同品牌走出了各具特色的差异化竞争路径。

面板企业业绩纷纷创出新高

据半导体显示产业咨询机构 CINNO Research 报告，2021 年上半年，全球 LCD TV 面板出货量为 1.3 亿片，同比增长 2.5%，出货面积为 8312 万平方米，同比增长 10.3%。京东方 BOE、TCL 华星、惠科 HKC3 家国产头部厂商 2021 年上半年 LCD TV 面板出货面积占当期全球总出货面积 50.9%，首次过半。

上半年，京东方实现营收 1072.85 亿元，同比增长 89.04%，同时实现归属于上市公司股东净利润 127.62 亿元，同比增长 1023.96%。其中，显示器件销量同比增长 18%，销售面

积同比增长 45%，整机 3C 产品销量同比增长 38%，创新应用器件销售面积增长 66%。

TCL 科技实现营业收入 743 亿元，同比增长 153.3%；实现净利润 92.5 亿元，同比增长 7.65 倍；归属于上市公司股东净利润 67.8 亿元，同比增长 461.5%。报告期内，TCL 华星实现销售面积 1779.2 万平方米，同比增长 25.3%，半导体显示业务实现营业收入 408 亿元，同口径同比增长 93.6%，净利润 66.1 亿元，同比增长 67.5 亿元，其中 2021 年第二季度实现净利润 42.1 亿元，环比第一季度增长 76%。

京东方称，上半年，半导体显示行业景气度持续向好，行业整合加速，资源进一步向龙头企业聚集；TCL 科技表示，TCL 华星作为半导体显示行业的头部企业，充分受益于行业景气度上行，同时通过内生增长及外延并购持续扩大规模，效率效益保持全球行业领先。

彩电行业向高端大屏转变

根据《2021 年上半年中国家电市场报告》，受显示屏、芯片为代表的上游关键元器件涨价等因素影响，大幅拉高了彩电产品销售均价，2021 年上半年彩电行业出现了“量降额升”的罕见市场现象，整体市场零售额为 581 亿元，同比上升 15.8%，零售量同比下降 11.0%。

从中期业绩数据来看，上半年，TCL 电子的 TCL 智屏、海信视像的智慧显示终端业务、创维集团的智能电视系统等业务较去年同期都有所增长，康佳集团的彩电业务营收同比减少 0.86%。

值得注意的是，各家电视产品毛利率整体下滑，其中康佳电视毛利率 5.44%，同比下滑 9.33%。TCL 电子毛利率为 15.9%，同比下降 4.7 个百分点；创维集团公司毛利率 16.6%，同比下降 2.7 个百分点。

受上游采购成本和盈利压力影响，彩电企业正在积极转变营销战略，力推高端大屏产品。因小尺寸面板涨幅高于大尺寸面板，受此影响，彩电产品尺寸结构正在加速向 65 英寸以上甚至 85 英寸以上的超大尺寸升级。上半年，TCL 智屏在中国市场 65 英寸及以上的销售量占比提升至 25.1%。

同时，液晶电视长期价格战，也令各家企业纷纷升级显示技术，推出高端化产品。今年，创维发布了 88 英寸 8K OLED 电视与可变形 OLED 电视两款最新产品。据统计，OLED 量产 9 年来，创维共有 16 代、26 个系列、40 款产品；8 月，TCL 举行 Mini LED 战略发布会上，未来大尺寸中 TCL Mini LED 销售渗透率将超 60%，到 2024 年 Mini LED 智屏实现年产能 1000 万台。

周期性波动影响下半年需求

经历了史上最长价格上行期后，半导体显示行业正逐步走出强周期波动。根据群智咨询最新研究显示，今年三季度进入下半程，随着供需关系的转变，LCD TV 面板市场话语权由供应链上游向下游转移。需求侧、外销需求明显回落，国内内销市场库存走高。电视厂商面板备货策略转向保守，需求急速下降，而这无疑又将影响彩电行业的发展。

为降低面板业周期性波动的影响，TCL 科技在中期业绩交流会上称，将有“三招”应对：首先是产能有序增长，根据市场需求，把握产能增加节奏，扩大销量来抵消未来面板降价的影响；其次是优化产线布局，将每条产线最擅长、最有效率的产品做调配，持续提升产线配置效率，提高非 TV 屏和中高端屏的占比；第三是优化客户组合，依托供应链优势，提高中高端产品比例及综合竞争力。

京东方在业绩说明会上指出，半导体显示产业这一轮价格的上涨过程中，很重要的一点是各方资源向头部企业集中，无论是品牌市场、原材料供应市场、产业链各环节，都无一例外。目前 TV 市场价格回落，事实上对前期价格过快上涨修正的因素。

（2）OTT 营销三部曲：扩内容、提转化、抓场景

2021 年 09 月 17 日来源：中广互联

近年来，随着智能终端普及率提高及人口红利逐步消失，移动互联网流量天花板已现，场景互联网开始萌芽。尤其在 2020 年疫情期间，全民抗“疫”催生了宅经济风潮，用户线上娱乐时间大幅上涨，OTT 大屏内容成为居家娱乐的刚需项目，成功迎来了高速增长期。

据奥维云网的数据，截至 2020 年底，全国 OTT 规模已近 3 亿且仍持续增长，OTT 大屏已经成为家庭场景的第一大入口，其价值潜力毋庸置疑。

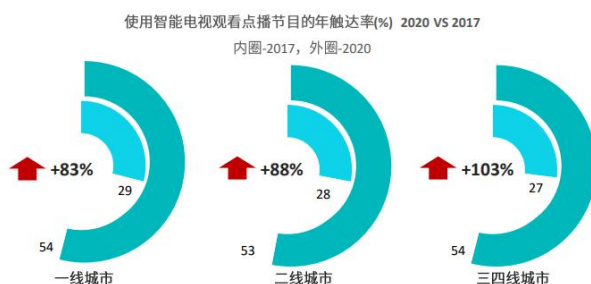


虽然 OTT 坐拥庞大用户基数，但其广告营收并不匹配其应有的营销价值，因此，如何挖掘并正视 OTT 智能大屏的商业化能力是行业时下值得思考的问题。

为了帮助业界厘清 OTT 行业发展现状及所面临的机遇和挑战，近日，群邑智库携手易平方、欢网、创维、小米发布《2021 OTT 商业化白皮书》（以下简称“白皮书”），帮助我们洞悉时下智能大屏的发展状况，并对 OTT 的商业化方向作出前瞻性预判。

OTT 的三大营销价值

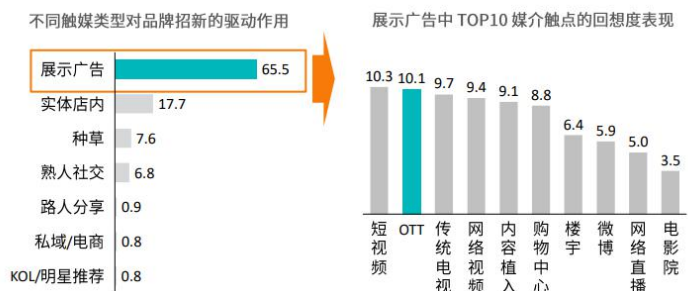
白皮书指出，对比 2016 年，2020 年通过 OTT 上网的用户比例显著提升，一线城市增幅超 400%；同时，在 OTT 上观看点播节目的比例已经从 2017 年的 30% 不到增长到 2020 年的 50% 以上。这些都说明越来越多的消费者已经不再仅仅把 OTT 这块屏当做一块被动接受信息的屏，更把它看作是一个交互设备。



随着消费者使用 OTT 行为模式的变化，以及相应 OTT 资源和技术能力的不断开发，OTT 投放逻辑也在不断演化，群邑智库将其归纳总结为买认知、买协同、买共识。

首先，OTT 是认知营销的主力军。超级曝光效果对品牌营销而言是不可多得的资源，而 OTT 大屏能够有效实现人群触达增量，提升人群触达覆盖，赋能品牌招新，扩大认知影响力。

其次，OTT 是效果营销的助推器品牌。白皮书指出，展示广告、KOL/明星推荐、种草和口碑等触媒类型更能促成消费者的认可和多次选择，而在展示广告中，OTT 广告的重要性位列第一。针对效果型营销的品类，依托 OTT 端的营销，叠加效果类广告的投放（如搜索引擎、电商网站广告），能够助力效果/社交类广告，有效提升消费者购买转化的效能，助推营销效果。



最后，OTT 是共识营销的加速器。针对主打信任和认同感的品类，OTT 端营销可以通过“同一空间”下的共识营销，降低群体认知成本，提升消费者对品牌及产品的认可和忠诚。

数据显示，有 82.1% 的受访者倾向与家人一同观看 OTT 点播节目。处于同一家庭环境下的所有决策者，同时获得信息、共享信息，能够增强品牌在家庭层面的信任感，最终影响其消费和转化。

助力 OTT 营销的三大策略

作为主打强势曝光的媒介，OTT 大屏的视觉效果、内容绑定，以及其他屏幕不可比拟的家庭属性都为其带来独特的曝光属性。那么如何利用好 OTT 大屏的天然优势，明确其战略地位，从而打通 OTT 的商业化之路呢？基于群邑智库归纳的投放逻辑，易平方总结出 OTT 营销的三大策略。

策略一：挖掘开机后资源，强化曝光效果

随着大屏硬件的普及，承载开机资源的设备数在增长，使得开机资源趋于饱和，这促使广告主开始将目光转向关注开机后的内容资源。品牌借助内容型资源，伴随着消费者的观影路径而曝光；而新兴的直播、语音、插件组件等潜力资源，也可以带来互动，促进转化。

针对内容需求，以易平方为代表的 OTT 厂商将目光聚焦于内容数量与质量：一方面，加快影剧综内容精品化，推动垂类内容深入发展；另一方面，重新聚集、组合内容，强化精细化运营能力，为广告主提供内容包或工具化的内容触达方案。

同时，短视频在 OTT 大屏上的快速崛起也拓展了内容营销的形式与边界，不仅为用户提供了一个泛内容、强趣味、可消费的内容平台，也为广告主提供了更为立体丰富的广告投放选择，打开了营销增长的新空间。其中，信息流广告、数字发行和电商模式成为重要的发力点。

以抖屏为例，其独创裸眼 3D TopView 视频广告，在用户从电视首页滑至抖屏页面之后，以裸眼 3D 方式呈现，延续开机广告后的震撼体验。进一步强化营销信息的传播，让品牌信息在短时间内迅速被构建，保持高效的触达率，让用户形成深刻印象，强化了曝光的效果。



此外，以短带长是短视频在大屏端的重要优势，与原版影剧综相关的短视频内容可引导用户看正片，从而与基础的长视频业务和热门 IP 资源形成联动，同时可对长尾内容进行运营与盘活。“抖屏”的影视广告就将短视频花絮片段与原版内容关联，为品牌主搭建影视专区，助力数字发行。

由此看出，OTT 广告的未来突破点，一定要抓住开机后资源的深度挖掘，对于更具互动性广告形式的开发，以及在 OTT 广告生态层面的专业化服务、资源平台接入以及行业协同的加强与细化。

策略二：打通营销链路，实现品效协同

现阶段，仅做到品牌曝光已然不能满足广告主需求，大屏内容营销正在从系统层、内容层曝光走向全链路闭环打通。利用大数据支撑下的精准营销能力与技术升级后的大小屏联动，大屏营销的效果转化方式将会被极大地拓展。

例如，在今年三八妇女节期间，法国娇兰通过在抖屏中的投放，突破大屏场景限制，利用大小屏联动、城市圈定、人群标签精准定向，助力法国娇兰实现了持续曝光和高效转化。

第一步，抖屏通过海量家庭标签，圈定出中青年女性群体和中产家庭，进行城市、人群定向投放，实现精准覆盖和触达。并通过广告投后的曝光与互动人群洞察分析，帮助品牌主了解消费者性别、年龄、价格偏好，指导后续营销策略。其通过全面洞察消费者，获取用户心智，重构品牌与用户的交流生态，成为助力法国娇兰曝光度和产品销量的重要举措。

第二步，抖屏中信息内容和品牌广告的交叉出现，能实现广告的多次曝光以及碎片式触达，利于低成本获客，同时降低用户对广告的抵触心理。更值得一提的是，当用户使用手机淘宝登录后，品牌权重会赋能到手机端，实现大小屏充分联动，让商品获得更多推荐和曝光。

第三步，抖屏所搭载的 AI 智能识别功能能够自动精准识别视频中的商品；同时携手电视淘宝，为用户提供一键购买入口，打通了 OTT 大屏端从品牌曝光到销售转化的路径，实现品效协同。



随着数据标签的不断积累和成熟，未来 OTT 互动广告将会越加精准化和智能化，“边看变买”会成为常态；同时，随着大小屏联动技术日趋成熟，账号与数据打通后，通过跨屏投放从屏到人，将能够追踪和提升 OTT 广告效果，为品牌创建更大的发挥空间。

策略三：建设互联场景，构建私域流量

在人工智能时代，抓住场景，才是抓住了未来。OTT 为营销提供了与传统媒体不同的新场景，它天然的融合了传统电视广告与互联网广告的双重优势。既有传统电视广告具备强曝光、强冲击、低干扰的优势，也可以像互联网广告一样，拥有更精准、更多创意与互动空间、可定向、易检测、可追溯。

更为关键的则是，全场景营销所需的数据和对场景的深度认知，使得 OTT 广告可以根据具体的场景差异，提供能够满足用户即时需求的营销服务。多场景的融合，场景与创意相匹配，全场景路径转化，用户会获得更为感性的体验，代替相对复杂的购买决策。

例如，“易聚屏”跨场景广告营销中台通过聚合家庭场景(OTT 大屏)与酒店场景多屏(OTT、IPTV、手机屏、商显屏、电梯屏等多屏)以及景区、社区、办公等场景的营销机会，构建易平方的“私域流量”，利用跨场景生态营销的方式盘活私域流量，扩充自身的私域流量池，为广告主提供新形式、广范围的跨场景营销解决方案。

当交互的场景越来越丰富，智能大屏的互动能力越来越强，我们可以看到，OTT 正在通过链接消费者多种生活场景，进行全媒体环境受众识别与深度影响，从而释放更多潜在的消费力量。可以预见的是，以 OTT 大屏为中心的跨场景营销正成为下一个超级风口。

从传统电视到 OTT，我们看到人们的生活方式已经发生了改变；而从传统电视广告到如今的 OTT 广告，改变的不只是广告旧有的意识形态，也不只是广告与媒介平台的关系，广告与受众的关系，更会改变广告与消费决策的更深层次的关系。

（3）激光电视三年内成本将降四成 可卷屏、8K 产品明年上市

2021 年 09 月 22 日来源：第一财经网

面对液晶（LCD）电视低价格、OLED 电视柔性化、LED 显示拼接化的挑战，激光电视产业计划三年内成本下降四成，可卷曲屏的激光电视、8K 激光电视也将在明年上市。

海信集团控股公司副总裁、海信视像总裁于芝涛 9 月 16 日在第三届全球激光显示技术与产业发展论坛上透露，2022 年海信激光电视的 8K、可卷曲屏、商用拼接产品将上市，到 2024 年客厅激光电视的成本降幅将达 40%，主机体积仅为目前一半。

据奥维云网的数据，今年上半年中国彩电销量同比下降 14.7%，至 1781 万台。另据洛图科技的数据，今年上半年中国激光电视销量同比增长 34.3%，首次突破 10 万台至 11.6 万台。于芝涛预计，未来三年国内激光电视的年销量将超过 100 万台，超大屏、微投激光化将成为趋势。未来，激光电视还会进入车载、全息显示等新应用领域。

经过七年发展，中国市场上的激光电视品牌已达 34 个，而液晶电视品牌约为 40 个。激光电视产业链上参与企业的数量日益增加。德州仪器副总裁、中国区总裁姜寒认为，激光电视的发展方向，一是高分辨率；二是高亮度、低能耗；三是更小体积，更经济的成本，覆盖更多场景。

长虹激光显示公司总经理李先平表示，全球超大尺寸显示竞争激烈，激光显示成本和亮度竞争力仍需加强。Mini LED 背光的液晶电视、OLED 电视、LED 显示都在向超大尺寸延伸。LED 显示的成本呈几何级数式下降，对激光电视规模拓展形成一定竞争压力。中低端激光显示亟需降本，中高端激光显示的亮度仍需提升。

与 LCD、OLED 电视是面光源不同，激光电视是点光源。李先平说，激光显示将小型化、便携化、融入家居环境，让显示无处不在。在餐厅、卧室、书房、户外等地点，形成移动式大屏；还可以做成分体式投影吸顶灯，融入家居，投影开启时显示大屏，关闭时使用照明功能。

在创新应用方面，激光显示用于车载 AR（虚拟显示）抬头显示系统，正在产业开发期，将可让驾驶者不用低头看，更加安全和舒适。未来，激光显示还可与语音智控、人脸识别、手势控制结合。长虹将围绕激光电视，同时覆盖商用工程应用，打造系统解决方案。

中国工程院院士许祖彦预测，激光显示产业在 2025 到 2030 年之间将产生重大突破，全面达到超高清显示 BT.2020 国际标准的要求，成为下一代显示产业的主流之一。

长江证券家电行业首席分析师管泉森认为，激光电视的核心器件价格波动弱于液晶面板，激光电视“光源+光调制+镜头”成本合计占比在 63%左右，低于液晶电视中 69%的液晶面板成本占比，激光电视成本结构更分散，行业各个环节可以在规模效应、自主生产、自主研发上逐个击破。

海信激光显示公司总经理、首席科学家刘显荣曾在接受媒体采访时透露，激光电视核心器件和部件的国产化已经全面展开，预计三年内国产化比例将提升到 75%-80%。

（4）陕西广电局副局长对陕西移动开展互联网电视业务调研

2021年09月18日来源：陕西广电局

9月14日，陕西广播电视局党组成员、副局长韩棚格带领局融媒处有关人员一行4人对中国移动通信集团陕西有限公司（以下简称陕西移动）互联网电视（以下简称OTT）业务进行调研并召开了OTT业务管理工作座谈会。陕西移动OTT业务集成平台方银河互联网电视有限公司、陕西移动OTT业务节目服务单位（未来电视有限公司、上海百视通公司、华数传媒网络有限公司）、陕西移动OTT业务节目分发部门代表参加了座谈。陕西移动有限公司副总经理莫文弘同志陪同调研并参加了座谈会。

调研组首先参观了陕西移动公司信息化展厅和网络运行中心监控大厅，了解陕西移动公司十四运会实时信息转播保障等工作情况；随后召开OTT业务管理工作座谈会，听取了陕西移动OTT业务集成平台、节目内容服务单位和节目分发部门OTT业务开展情况汇报，组织学习了国家广电总局《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》，并就OTT业务管理工作进行了交流研讨。

韩棚格同志在讲话中指出，陕西移动公司及各有关单位对陕西广播电视覆盖做出了积极贡献，在5G网络建设和技术应用研发等方面取得了不少成绩，值得肯定。OTT业务发展要进一步落实网络意识形态工作责任制，做好风险隐患防范，遵守广播电视节目属地管理原则，不得跨地区设置OTT节目前端。要求OTT业务有关单位一要提高政治站位，坚守社会责任，从守好意识形态阵地的高度推进互联网电视建设管理；二要严守规章制度，依法依规运营，坚持互联网电视业务有序发展；三要坚持安全为本，有效结合广播电视和视听新媒体两者优势，推进互联网电视业务高质量发展。

（5）工信部:8月IPTV总用户数达3.4亿户,5G手机终端连接数达4.19亿户

| 运行监测协调局| 2021-09-22

1-8月份，通信业运行态势总体良好。电信业务收入稳步增长，电信业务总量快速增长；5G用户数快速扩大，网络建设和应用不断推进；固定宽带接入用户数稳步增加，蜂窝物联网、IPTV用户数较快增长，新兴业务对电信业务拉动作用持续显现。

一、总体运行情况

电信业务收入稳步增长。1-8月份，电信业务收入累计完成9919亿元，同比增长8.4%，增速同比提升5.3个百分点。按照上年不变价计算的电信业务总量为10932亿元，同比增长27.5%。

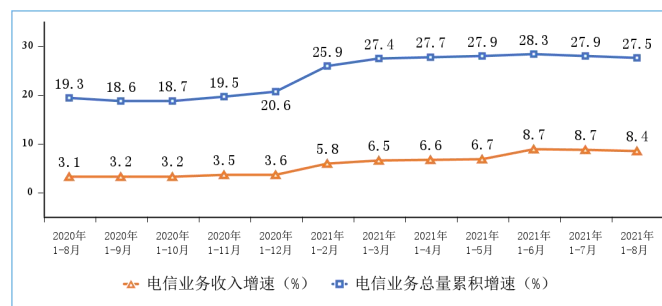


图1 2020-2021年1-8月份电信业务收入和电信业务总量累计增速

数据及互联网业务收入平稳增长。1-8月份，三家基础电信企业完成固定数据及互联网业务收入为1708亿元，同比增长11.3%，在电信业务收入中占比为17.2%，占比同比提升0.5个百分点，拉动电信业务收入增长1.9个百分点。完成移动数据及互联网业务收入4392

亿元，同比增长 4.3%，在电信业务收入中占比为 44.3%，拉动电信业务收入增长 2 个百分点。

语音业务持续下降。1-8 月份，三家基础电信企业完成固定语音和移动语音业务收入 156 亿元和 797 亿元，同比分别下降 6.8%和 5.9%，合计在电信业务收入中占比 9.6%，占比同比回落 1.5 个百分点。

新兴业务收入持续加快增长。1-8 月份，三家基础电信企业积极发展 IPTV、互联网数据中心、大数据、云计算等新兴业务，共完成新兴业务收入 1491 亿元，同比增长 28.1%，增速较 1-7 月份提高 0.6 个百分点，在电信业务收入中占比为 15%，拉动电信业务收入增长 3.6 个百分点。其中云计算和大数据收入同比增速分别达 98%和 34.8%。

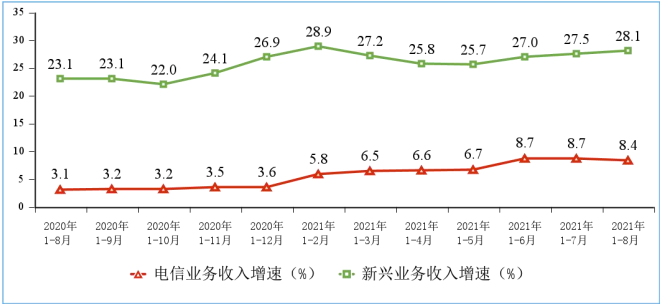


图 2 2020-2021 年 1-8 月份电信业务收入分类增长情况

二、电信用户发展情况

移动电话用户规模稳中有增，5G 用户规模快速扩大。截至 8 月末，三家基础电信企业的移动电话用户达 16.26 亿户，比上年末净增 3205 万户。其中，5G 手机终端连接数达 4.19 亿户，比上年末净增 2.2 亿户。

固定宽带接入用户规模稳步增长，千兆用户发展加快。截至 8 月末，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户达 5.19 亿户，比上年末净增 3510 万户。其中，100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 4.77 亿户，占总用户数的 92%，占比较上年末提升 2.1 个百分点；1000Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 1864 万户，比上年末净增 1224 万户。

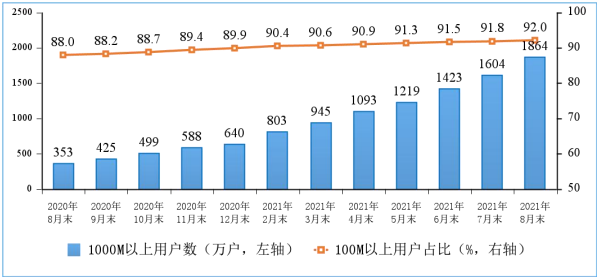


图 3 2020 年-2021 年 8 月份末 100M 速率以上、1000M 速率以上的固定互联网宽带接入用户情况

蜂窝物联网用户增长较快，IPTV 用户稳步增加。截至 8 月末，三家基础电信企业发展蜂窝物联网终端用户 13.3 亿户，比上年末净增 1.9 亿户，其中应用于智能制造、智慧交通、智慧公共事业的终端用户占比分别达 17.6%、16.8%、22.4%，智慧公共事业终端用户同比增长 24.6%，增势最为突出。IPTV（网络电视）总用户数达 3.4 亿户，比上年末净增 2469 万户。

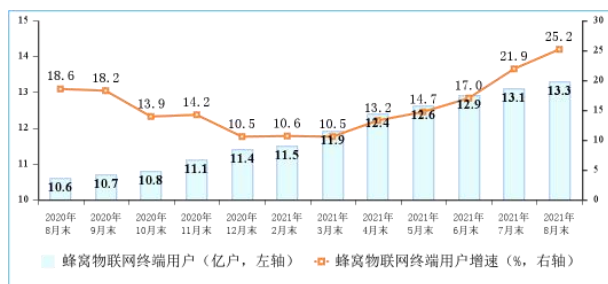


图4 2020-2021年8月末物联网终端用户情况

三、电信业务使用情况

移动互联网流量大幅增长。1-8月份，移动互联网累计流量达1420亿GB，同比增长36.7%。其中，通过手机上网的流量达到1359亿GB，同比增长35.5%，占移动互联网总流量的95.7%。8月份，当月户均移动互联网接入流量(DOU)达到13.73GB/户·月，同比增长22%，比去年底提高1.81GB/户·月。



图5 2020-2021年1-8月份移动互联网累计接入流量及增速情况

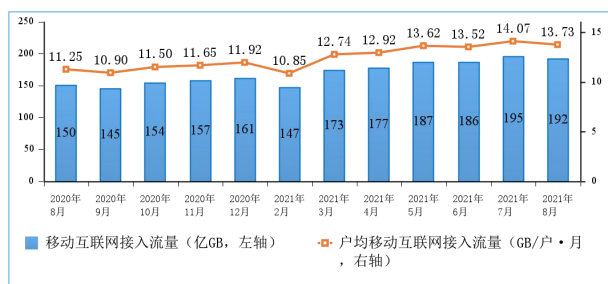


图6 2020-2021年8月份移动互联网接入月流量及户均流量（DOU）情况

移动电话通话量低速增长，移动短信业务量降幅不断收窄。1-8月份，移动电话去话通话时长完成1.5万亿分钟，同比增长2.1%；固定电话主叫通话时长完成627亿分钟，同比下降7.8%。1-8月份，全国移动短信业务量同比下降0.3%，降幅较1-7月收窄0.9个百分点，已连续5个月收窄；移动短信业务收入同比增长12.9%，量收差呈缩小态势。

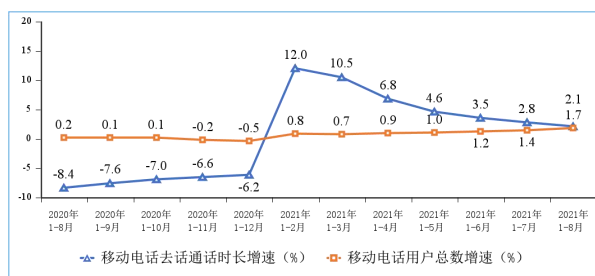


图7 2020-2021年1-8月份移动电话用户增速和通话时长增速

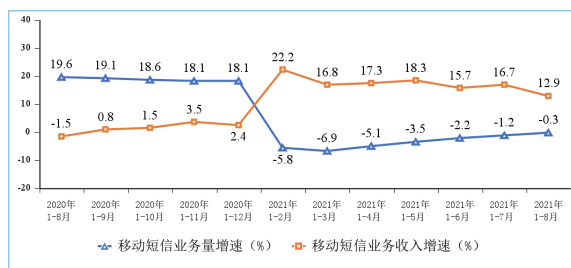
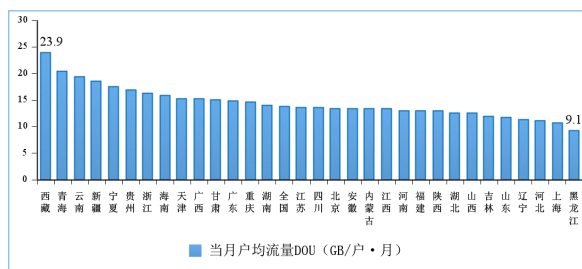


图 8 2020-2021 年 1-8 月份移动短信业务量和收入同比增长情况

四、地区发展情况

中部和东部地区移动互联网接入流量增长较快。1-8 月份，东、中、西部和东北地区移动互联网接入流量分别达到 604 亿、317 亿、421 亿和 77.4 亿 GB，同比增长 38.6%、39.2%、32.9%和 33%，中部地区增速领先全国。西藏、青海、云南和新疆 4 省 8 月份当月户均移动互联网接入流量(DOU)超过 18GB/户·月；各省 DOU 值最高值与最低值之差为 14.8GB/户·月，差值较去年同期扩大 3GB/户·月。



7. 新媒体

（1）创新、人才、技术……县域融媒体中心发展还有哪些关键词

2021年09月17日来源：湖南日报·新湖南客户端

9月16日上午，第十六届中国传媒年会暨“全国百家党媒看湖南”活动将举行三场分论坛。其中，来自中国社科院新媒体研究所的专家、湖南日报集团和全国各市州县级融媒体中心负责人，将围绕“媒体深度融合背景下市县融媒体中心平台建设”的话题展开交流和讨论，助力县域融媒体“破圈”。



中国社会科学院新媒体研究中心秘书长黄楚新从协同顶层设计创新战略运行机制、协同内容科技创新内容生产机制、优化人才结构创新考核评价机制、整合多样资源创新综合运营机制等四个方面进行了《媒体深度融合的机制创新路径》的主题演讲。

黄楚新表示，深度融合是主流媒体转型发展的全面的系统性过程，机制创新在这个过程中起关键核心作用。随着技术、市场、政策、需求不断发展变化，机制体系要结合多元因素不断进行战略调整，才能适应网络时代的发展趋势。

湖南日报社党组成员、社务委员、副总编辑吴文海在论坛上以《用情用心用力，服务好县级融媒体中心发展》为题分享了，新湖南云技术平台建设的做法、经验。目前，新湖南云平台服务建设了69家县级融媒体中心。

“我们始终认为，人才培养是最重要的。在各项事业的发展过程中，没有优秀的人才各项事业都做不好。对于县级融媒体中心不管是领导班子，还是采编记者、保障服务人员，都是同样重要。”吴文海介绍，针对县级融媒体中心不同需求，湖南日报社规划有一系列专业培训，组织县级融媒体中心人员不定期到湖南日报社的各采编部门进行跟班实训，还将推出网上培训课程。“同时，我们还通过延伸服务，助力县级融媒体中心更好更快的发展，希望能将各县级融媒体中心打造成一个互帮互助、携手前进的发展联盟。”

“融合、创新、跨越、共生，我们一直在路上。”浙江安吉县融媒体中心（安吉新闻集团）党委书记、主任祝青以“两轮机制体制改革融得前卫、三个定位精准探索融在前沿、四类保障优化完善融向前方”为主题，介绍了县级融媒体中心建设的安吉实践经验。

甘肃日报报业集团党委委员、副总经理，甘肃新媒体集团执行董事张斌强介绍了甘肃省融媒体省级技术平台“新甘肃云”建设情况。“新甘肃云”目前实现了全省媒体融合“平台统一、技术统一、数据统一、资源共享”的核心目标，形成了独具特色的县级融媒体中心建设“甘肃经验”以及“省带县”融媒体建设新模式。

“县域媒体要不断向数字化，智慧化，平台化迈进，让县级融媒体中心‘潮’起来。”长兴传媒集团（长兴县融媒体中心）总编辑王晓伟通过介绍“长兴经验”与现场嘉宾一起探讨，在移动互联网背景下如何实现让县域媒体“破圈”。

王晓伟表示，要全面实施移动优先推动主力军全面挺进主战场，不断提升自身引导功能和服务功能，加速推进媒体数字化建设。“县级融媒体中心要以用户为中心，加快建设移动端传播平台；以匠心铸精品，提升融媒体产品原创能力；以技术强创新，增强新媒体属性。要发挥媒体优势开展监督问政，着眼技术赋能提升智慧服务，研发本地应用解决治理痛点。”

（2）广电总局信息中心官方微博上线

2021 年 09 月 17 日来源：中广互联综合整理

9 月 16 日，国家广电总局信息中心官方微博正式上线，微博账号名为“视听中国”。



目前其微博账号粉丝有 3 万人，转评赞 1.5 万。当天 20:20 “视听中国”微博账号发布了第一条微博——【#百集微纪录片《百炼成钢：中国共产党的 100 年》创作座谈会在京召开#】。

目前关于 #广电总局开设微博账号# 的话题谈论阅读量达 72 万。



据了解，2020 年 9 月 18 日，国家广电总局信息中心注册了微信公众号，22 日其新注册公众号认证为“视听中国”。



（3）低价低质无序竞争 千亿短视频广告市场蒙眼狂奔

2021 年 09 月 17 日来源：证券时报

“今年 2 月份我们给上海一家公司拍广告，他们给我提供的脚本竟然是三年前我自己写的，你可以想象这个行业到底有多乱。”武汉一家短视频广告制作公司创始人金韬接受证券时报记者采访时这样说。

在一些平台，用户每隔几分钟，便有可能刷到一个内容简单直白、表演夸张的广告视频，这类视频即目前火热的短视频信息流广告。

近年来，短视频广告发展迅速，市场规模不断增长。但因存在低俗、低质、价值导向等问题，这类广告频频引发争议。

低俗广告泛滥

短视频广告在互联网广告中的地位，正变得越来越突出。根据市场研究机构 QuestMobile 公布的数据，2021 年上半年，短视频信息流广告已占互联网广告的 54%。

从具体市场规模来看，根据智研咨询公布的数据，2020 年，我国短视频广告的市场规模已达 1200 亿元。平安证券研究所发布的报告显示，2020 年，短视频广告市场规模已攀升至 1351 亿元，而 2017 年，这一数字还只有 32 亿元。

目前的游戏、电商、医美，此前的在线教育等行业，均是短视频广告的投放大户。

市场规模快速增长，短视频广告却屡屡因素材问题引发舆论批评。2020 年 9 月，360 借条投放的短视频广告，被指低俗及诱导借贷；2020 年 12 月，京东金融一则短视频广告被指存在严重的价值观问题。

今年 1 月，4 家在线教育机构投放的短视频广告中，出现了同一名“老师”。在不同广告中，该“老师”一会自称“教了一辈子小学数学”，一会又成了“教了 40 年英语的资深教师”，该广告引发广泛批评。

层出不穷的事故表明，短视频广告素材的粗制滥造，已经影响到广告品牌本身的形象，也影响了行业的有序发展。

三年前的脚本还在用

投放短视频广告素材时，投放成本会随着素材投放的时间、地区不同而不断波动。刚投放的新素材，吸引用户下载的成本较低，但越往后成本就会越高，当成本超过广告主预算，就需要投放新的广告素材，这是短视频广告素材消耗的基本逻辑。

广告素材，通常由广告代理机构或独立的广告公司制作。近年来，随着用户口味变化，流量成本攀升，短视频素材迭代也越来越快，行业对于广告素材的需求量越来越高。

“素材需求量非常大，我知道一个小型的代理公司，一周需要的素材就有 200 多条。这么大的需求量，如果靠小团队全部原创基本不可能，只能靠盗版、模板、翻拍才能搞定。”金韬说。

金韬向记者介绍了短视频广告素材制作中常见的套路。“比如社交类应用对广告素材的需求量很大，很多公司就会直接买一套套素材包，里面有美女照片、自拍视频、口播配音等，一次买几十套，然后不停地换音乐和文字，批量生产广告。”

在内容上，短视频广告表演以浮夸、搞笑为主，模式化、套路化严重，低俗、打擦边球的内容非常常见。

“现在各投放渠道对短视频广告审核虽然比较严，但只要你不存在明显的违法违规行为，一般不会有太大的问题，所以行业里打擦边球的现象非常多。”金韬告诉记者。

曾在游戏公司、互联网金融公司、手机应用市场等领域工作过的齐志华则告诉记者，平台审核广告第一道是 AI，第二道是人工。人工审核难免有松有紧，尤其是深夜审核人手少的时候，社交类广告素材打擦边球的现象往往更显著。

版权意识缺失，抄袭现象严重，也是行业的突出问题。金韬告诉记者，今年 2 月，他在给上海某公司制作广告素材时，对方提供的脚本竟然是他三年前写的。

“这个行业里基本没有任何版权意识，跟风、炒作是普遍现象。只要一个素材跑量效果好了，就会有无数公司翻拍，同一个剧本你可以在无数个平台看到，很多公司拍广告都是只换个人，换个配音。”金韬表示。

制作费用不断压缩

制作成本过低，是导致短视频广告粗制滥造的直接原因。

素材制作是短视频广告链条上的第一环，但在整个产业链中，素材制作环节的费用占比微乎其微。

“头部金融、游戏、教育公司，每年在短视频广告上花费数亿元属于稀松平常，但其主要资金都消耗在渠道方面，在制作上的费用通常只占零头，而且这部分费用控制还比较严格。”齐志华表示。

由于广告主的投放通常通过代理商进行，制作公司获得的订单并非直接来自广告主，甚至存在层层转包的情况，冗长的中间环节可能导致制作费用一再缩减。

“目前市场价大概 400 元~1500 元/条，根据广告类型(口播或实拍)、使用场景和演员要求不同，价格也有所差别。但总有些客户想花 400 元做 1500 元的事，要求高大上的场景，或者指定要求中年演员出演，在行业里中年演员的价格是很高的。”金韬说。

金韬表示，从业几年来，短视频广告的整体制作费用几乎没有涨，甚至越来越低，“之前有客户做一些有质感的短视频广告，预算能达到 5000 元~1 万元/条，现在行业天花板是小说阅读类企业，制作精良的视频也只有 3000 元~5000 元/条。”

费用不断压缩，拍摄制作的成本却在不断上升。

以演员成本为例，金韬介绍，深圳拍短视频广告请演员，最开始只需要 600 元一天，2018 年就涨到了 1200 元，现在普遍要 1500 元到 2000 元，甚至报价 5000 元~8000 元的都有。

深圳某短视频广告制作公司创始人樊爽也告诉记者，原来请一个演员只需要 500~800 元，但今年成本比去年几乎翻了一倍。

由于成本攀升，这两年，短视频广告制作公司出现了明显的迁移现象。“北上广深竞争越来越激烈，现在一线城市公司比较流行的做法是，去中西部设立分公司，比如武汉、长沙、成都等地，我们周边最近就冒出来很多这样的公司。”金韬说。

不过，虽然广告主预算控制严格，而制作成本不断攀升，但据记者了解，现阶段很多短视频广告公司的生存状况并不差。究其原因，在当前庞大的市场需求量下，采用流水线式生产的短视频广告公司，通过薄利多销也能实现利润最大化。在这个过程中，被牺牲的往往是短视频广告的质量。

效果导向

短视频广告行业以效果为核心，不论是广告主、代理商还是制作公司，都追求投放效果最大化。因此，短视频广告内容上的问题，并不仅仅来自制作公司。

“之前金融类产品广告出事之后，我所在的公司就加强了对短视频广告的审核，制定了完整的流程。脚本要审、素材也要审，销售、运营都要看一遍，但流量很重要，能打擦边球的还是会尽量打。”齐志华表示。

“很多时候，广告内容低俗、打擦边球，广告主都是默许的。只要有效果，不违反法律法规，不管怎么拍都行。”金韬介绍，在行业内，广告素材的版权大多默认属于代理商，而代理商会把素材给广告主。一些广告主如果觉得素材好，还可能直接把素材给其他代理方，让他们去拍同样的内容。

在代理商层面，为了达到最佳效果，部分代理商会直接找出目前市场最跑量的素材，让制作公司翻拍。“有时候，同一个视频还不止翻拍一条，换个产品名字和卖点而已。”金韬表示。

代理商与制作公司合作时，除了直接支付制作费用，也可以采取分成模式。这种模式下，代理商无需支付素材制作费用，而是根据素材效果支付提成，这种方式更容易导致片面追求流量效果的素材产生。

“分成模式下，有时候出了一个爆款素材，制作公司就可以赚两三万。为了多赚钱，很多人会铤而走险，制作一些低俗的素材。由于平台审核也是时严时松，部分时段这些素材就

能‘浑水摸鱼’，现在行业整体还比较混乱。”金韬说。

快钱难长久

在海量的短视频广告中，偶尔也能看到一两个有创意、有质量的作品，其点击量一般也不会低。这或许说明，短视频广告并非只有当前一条路可以走。

“我最开始入行的时候，拍摄都是用手机，演员都是公司的同事。后来随着竞争越来越激烈，大家就开始使用专业设备、专业演员，提高竞争力。这几年行业的水平虽然一直在提升，但是现在明显陷入了瓶颈。”作为较早涉足短视频广告制作的从业者，樊爽对短视频广告当前的状况感到惋惜。

“刚开始做的时候大家都是原创，得结合广告主本身的产品痛点、用户想方案，那时候盗版很少。但后来大家觉得哪个效果好就去翻拍，原创比较稀缺。”樊爽说。

金韬同样对当前的行业环境表示失望。“行业门槛太低，竞争太激烈了，目前很多从业者都是在挣快钱，而不指望一直做下去，包括很多演员以前讲究咖位，不接短视频广告，但现在都加入进来了。”

低质量的短视频广告，不仅影响了用户体验，有时候甚至会给广告主带来了品牌影响。

如某上市公司就在公告中表示，短视频媒体中投放的广告内容普遍存在同质化的现象，同行业不同广告主投放的广告内容相似度较高，媒体平台用户难以区分广告主品牌，从而降低了用户对广告主的品牌印象，影响了短视频信息流广告的转化，降低了广告投放效果。

此外，该公司表示，同行业广告视频内容存在抄袭现象，将对广告主的品牌造成严重负面影响。因此，数字营销行业的广告内容质量需要提升，在满足媒体用户体验的同时，提升广告主投放效果。

从大规模铺开到现在，短视频广告在短短几年内出现爆发式增长。短视频广告的核心是投放效果，一旦内容质量开始影响到投放效果，行业可能真得需要一场提档升级。

（4）新媒体太烧钱？东方明珠拟转让东方龙 50%股权，标的尚在亏损

2021 年 09 月 16 日来源：界面新闻

东方明珠拟转让控股子公司的部分股权。

9 月 15 日盘后，东方明珠发布公告称，拟公开挂牌转让全资子公司上海东方龙新媒体有限公司（下称东方龙）50%的股权，以此引入战略投资者，实现流媒体战略的转型升级。

值得注意的是，东方龙仍在亏损，且经营状况可能在继续恶化。公告显示，2020 年东方龙实现营业收入 1683.07 万元，亏损 9060.67 万元。今年 1 月-4 月，东方龙实现营业收入 2049.01 万元，亏损 7061.42 万元。

4、东方龙最近一年又一期的主要财务指标

单位：人民币万元

项目	2020. 12. 31	2021. 4. 30
资产总额	48,494.12	54,400.07
负债总额	24,282.74	37,250.11
所有者权益	24,211.37	17,149.95
项目	2020 年度	2021 年 1-4 月
营业收入	1,683.07	2,049.01
净利润	-9,060.67	-7,061.42

图：东方龙财务指标

尽管今年 1 月-4 月东方龙的营业收入明显上升，但亏损的幅度却在进一步增大。值得一提的是，东方明珠还披露了东方龙的盈利预测。用户数量的多寡将会直接影响企业未来的收入和利润，因此盈利预测主要基于 MAU（月活人数）进行。

整体来看，东方龙今年预亏 5.30 亿元，预计 2022 年还将亏损 1.74 亿元，到 2023 年才能够实现扭亏，小幅盈利 79.01 万元。

不过东方龙要想顺利完成营收目标，或许还有些难度。公司 2020 年营收仅为 1683.07 万元，2021 年业绩回暖，预计营收达 1.38 亿元，考虑疫情因素尚为合理。但预计 2022 年营收为 8.09 亿元，较 2021 年增长幅度达近 5 倍，东方龙能顺利实现吗？

项目/年份	21 年 5-12 月	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年
一、营业总收入	11,733.80	80,860.00	141,982.00	186,292.00	235,720.00	292,024.00	352,732.60	406,518.58
二、营业总成本	57,687.23	98,220.27	141,902.99	177,703.51	210,655.39	251,119.00	292,409.97	333,138.43
其中：营业成本	45,454.59	58,438.00	76,391.17	97,658.40	116,004.78	139,597.80	165,423.90	194,005.89
税金及附加	7.97	33.41	53.09	93.67	569.21	764.14	991.27	1,247.43
销售费用	9,725.74	30,799.34	52,182.87	65,223.06	78,295.25	93,959.66	108,122.40	119,036.01
管理费用	1,081.52	2,557.03	3,063.10	3,340.58	3,606.65	3,861.29	4,088.47	4,255.26
研发费用	1,417.41	6,392.50	10,212.75	11,387.79	12,179.51	12,936.11	13,783.93	14,593.84
财务费用	-	-	-	-	-	-	-	-
二、营业利润	-45,953.43	-17,360.27	79.01	8,588.49	25,064.61	40,905.00	60,322.63	73,380.15
三、利润总额	-45,953.43	-17,360.27	79.01	8,588.49	25,064.61	40,905.00	60,322.63	73,380.15
减：所得税费用	-	-	-	-	-	5,625.93	10,521.29	12,281.85
四、净利润	-45,953.43	-17,360.27	79.01	8,588.49	25,064.61	35,279.07	49,801.34	61,098.30

图：东方龙盈利预测

值得一提的是，东方龙仍有借款要还，可能导致财务状况进一步恶化。公告显示，截至目前东方明珠对东方龙提供了 2.4 亿元的借款，且均将在 2022 年到期。东方明珠称，东方龙将按照借款协议约定按时归还上述借款。

截至今年 4 月 30 日，资产评估显示东方龙股东全部权益价值为 9.997 亿元，50%股权对应价格为 4.999 亿元。

东方明珠称，如本次交易年内完成，东方龙剩余股权将计入“长期股权投资”项下后续计量。本次股权转让对公司本年度或未来会计年度业绩的影响，需根据实际交易价格及交易完成时间来确定。

对于此次交易的目的，东方明珠称能为东方龙未来发展提供新的思路和启发，通过“内容+电商”双轮驱动的商业模式在流媒体业务与内容、市场与客户、渠道与技术以及市场化机制等方面探索创新模式和发展路径，实现流媒体战略的转型升级。

今年上半年东方明珠营收与净利双降。公司归属于上市公司股东的扣非净利润同比下降 22.08%至 5.84 亿元，而今年 1 月-4 月东方龙净利润为-7061.42 万元，上半年东方龙亏损金额想必还要更多。

今年上半年东方龙已经对东方明珠业绩造成影响。同时，预计东方龙今年全年将巨亏 5.30 亿元，也难怪东方明珠急于在年内完成剥离。

半年报显示，东方明珠的流媒体业务主要由东方龙、百视通、东方购物等组成。流媒体业务对公司十分重要：占总营收的 36%，毛利率为 61.19%，为所有业务中最高，而东方龙则是一个亏损的“累赘”。

从股价表现来看，东方明珠自 8 月 9 日开始新一轮上涨，至今涨幅为 6.81%。

8. 媒体融合

（1）贵阳融媒体中心市级单位分中心集中上线暨融媒贵阳直播基地上线

2021年09月06日来源：知知贵阳

9月3日，贵阳市融媒体中心市级单位分中心集中上线暨融媒贵阳直播基地上线仪式举行，全市50个市直部门融媒体中心正式上线运行，媒体融合的传播力、引导力、影响力、公信力进一步提升。

贵阳市民政局副局长 王俊：融媒体的建设，有利于我们更好地整合各方面的资源，将会为民政带来更好的宣传阵地，为民政在乡村振兴、社会救助方面会有更好的宣传作用。

贵阳市住建局副局长 张俐：下一步，我们在融媒体建设方面，会把报道内容更加贴近群众。通过住建融媒体中心搭建一个桥梁，在收集汇集民意的同时，把我们和群众的需求能够贴合在一起。

贵阳市交通运输综合行政执法支队政委 何骏：希望通过融媒体平台的搭建，让我们更加精准地了解整个行业的实际情况，通过媒体的嫁接，发挥媒体宣传的主阵地作用。

50家市级单位融媒体分中心上线，进一步壮大了主流舆论的新生力量，标志着贵阳市在全国率先探索“市级统筹、市县联动、全市一张网、对外千条线”的融媒体中心建设“贵阳模式”迈出新步伐。

作为省会城市，近年来贵阳市紧扣中央、省、市媒体融合发展的目标任务和工作要求，确定了“全市统筹、分级负责，优势互补、市县联动，统一出口”的融媒体中心建设原则，媒体深度融合发展向纵深推进。



2018年，贵阳市建成全省首个市级融媒体中心及其技术平台；2019年，全市11个县级融媒体中心 and 1个市直部门融媒体中心正式挂牌，并全部接入市级技术平台；截至2021年7月，以贵阳网、贵阳头条、知知贵阳、数据观等为代表的市级融媒体矩阵达到81个，移动端下载和粉丝量接近4000万，市直单位融媒体中心建设达到50个，发展通讯员队伍超过4200人。



贵阳日报传媒集团总编辑 周治友：通过体制机制改革流程再造，推动集团传媒业务全部接入“融媒大脑”，进一步加快数字化转型步伐，进一步优化采编流程再造，整合集团资源，推动市级单位融媒体分中心建设，为构建融媒贵阳传播体系贡献自己的力量。

在努力夯实主流舆论阵地的同时，贵阳市大力加强融媒体中心“综合服务平台、社区信息枢纽”的功能建设。2019年，贵阳市融媒问政平台上线；2021年，贵阳市进一步探索形

成了融媒贵阳“1233”群工机制。推进“融媒体中心”和“新时代文明实践中心”两“心”相悦，建好用好融媒贵阳群工站、融媒问政服务站、新时代文明实践站三位一体的社区阵地，2019年底至2021年7月底，贵阳贵安共有131家单位部门入驻贵阳市融媒问政平台，累计受理转办市民反映问题20151件，办结率96%，满意率84%。探索出服务群众、舆论引导、监督督查、舆情化解四位一体的群众工作创新机制。

融媒传播，还让贵阳走出中国，走向世界。2019年，全省首个外宣电视栏目——《贵阳时间》落地欧洲，面向欧洲45个国家和地区、6000万受众宣传展示贵阳，并在2020年第三十届中国新闻奖评选中，荣获国际传播二等奖。

依托媒体融合这个新“引擎”，打造新经济新业态新模式，迸发出高质量推进“强省会”的新动能。



在9月3日正式上线的融媒贵阳直播基地内，主播正在向网友们推荐产自贵州的各种优质商品。

贵阳市农业农村局局长 马骁：非常激动，特别是看到以直播带货的方式，展现了很多从田间地头出来的农产品，能很好地带动老百姓增收致富，对于巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接，发挥的作用是非常大的。

目前直播基地已完成一期建设，共有全省3000余种农特、文创产品入驻，下一步还将规划建设直播产业孵化基地，提供人才培训和品牌培育。

贵阳广电传媒集团有限公司总经理 杨萍：融媒直播基地上线，它是在加快推进媒体融合深度融合发展的背景下，传统媒体宣传阵地主力军全面进军互联网主战场的有益尝试。直播基地它将以坚持用好正能量，管住用好为总体要求，以贵阳市的政务宣传、形象宣传、文化旅游、招商引资，营商环境为我们工作建设的主要内容，力争在互联网主战场讲好贵阳故事，传播贵阳好声音。

贵阳市还积极应用大数据、区块链、人工智能等先进技术创新赋能，引领融合创新发展。日前，一个“广电+科技+垂直领域”的交通大数据融媒体平台“筑翼行”亮相筑城。

贵阳广播电视台副总经理 王锋：“筑翼行”交通融媒体发展到今天，它已经覆盖了贵阳市1.9万台出租车，3万名出租车驾驶员，总共的用户数是180万，它在手机端的高通达性使“筑翼行”交通融媒体在融媒时代成为党委政府宣传的重要的一个新的阵地。下一步，我们将把“筑翼行”项目作为贵州省大数据运用的一个样板，力争覆盖全省，实现政用、商用、民用三位一体。

2021年7月，贵阳市再次在全国率先设立媒体融合发展服务中心，按照“五个一”工作思路，正式启动全国领先的“融媒大脑”技术平台建设，打造“融媒贵阳”传媒品牌和“一三十百N”自主主流媒体矩阵。

贵阳市委宣传部常务副部长 戴建伟：贵阳市在全国率先探索“三级协作，四级融通”融媒体中心建设的贵阳模式，站在新的起点，我们要认真贯彻中央和省委市委的决策部署，按照“五个一”的工作思路，大力推动融媒大脑技术平台和融媒贵阳传播体系建设，推动主力军全面进军互联网主战场，以主流舆论的迅速壮大，为贵阳贵安高质量发展凝聚更强的力量。

（2）地市媒体推行工作室是否可行？这家传媒集团有心得

2021年09月06日来源：北大纵横

近日，大连新闻传媒集团在首次启用的直播大厦举行第二批工作室授牌仪式，包括新闻、传媒经纪、品牌策划、体育、技术制作、动漫配音、游戏剧本创作等细分门类的工作室成立，代表着大连新闻传媒集团在推行企业化运营改革，实现在内容创作升级和产业经营大发展等



方面迈出坚实的一步。

礁点视频，8月31日，#大连新闻传媒集团直播大厦启用 暨第二批工作室授牌仪式启动。集团直播公司和工作室基地入驻直播大厦，产业经营探索进入新阶段。新批准设立的8家工作室，涵盖新闻、传媒经纪、体育、游戏等门类。

视频号

工作室制度在当前的广播电视行业中并不鲜见，伴随着湖南卫视、东方卫视、广东卫视等主流媒体纷纷建立工作室制度，通过对节目生产、项目运营、多元传播等方面的扁平化运营，全面促进了内部体制机制创新和多元高效体系的建立。

尤为可贵的是，一大批有能力、有抱负的优秀广电骨干人才脱颖而出，成为促进行业发展的重要支柱力量。

由此，行业内普遍认为，工作室制度是“目前一种最适合的体制内创业方式”。

今年年初，面对行业发展大势，大连新闻传媒集团率先推出了首批5个工作室，既有“百年初心”专题片项目工作室，也有为集团在电视剧创作、大型综艺节目等重要领域提供智力支持的郝岩工作室，还有以培训娱乐主播、带货主播为目标的“沫问出处”主播工作室、意图打造大连相亲交友第一品牌的“红娘来了”工作室，以及以大连晚报抖音号为主体的“独教授”融媒工作室等，以此带动集团媒体融合全面提速。

“工作室改革就是要给员工提供大展身手的平台和机会，集团所有的单位、部门和个人都可以大胆探索实践‘新闻+政务+服务+商务’的有效形式。”大连新闻传媒集团党委书记、董事长王会军表示，工作室是活力迸发的孵化器和桥梁纽带，希望通过营造全员想干事、能干事、干成事的文化生态，不断激发模式创新的源头活水，培育出一批具有核心竞争力和传播影响力的创新型团队，成为集团新闻生产、舆论引导、产品运营、传播推广、技术应用、产业发展的生力军。

显然，首批工作室的成立在短短的半年时间内取得了实效，也由此推动了第二批8家工作室的快速成立。

第二批工作室呈现出更加专业化、垂直化、多样化、全业态的特征：既有盘活集团播音员、主持人资源的传媒经纪工作室，也有盘活转播车、演播室资源的影视传媒技术制作工作室；既有承担各类文化项目策划、执行和传播的苏航策划工作室，也有从事剧本杀游戏剧本创作和发行的后浪剧本杀工作室；既有开发运营体育相关产业的万生工作室，还有聚焦大连籍在国内外各领域领军人物的“天下大连人”电视艺术工作室、打造新品牌生态的阿麦新品牌工作室，以及提供专业影视后期声音制作、有声读物制作的玛咪巴卡有声工作室等。

大连新闻传媒集团工作室改革从2人开始、直播公司从5人起步，这也是集团第一次用

从零开始培育的两股创新创业力量。

工作室将全部入驻集团新打造的直播大厦，既盘活了集团的房产资源，又为创业者提供了坚实的创业保障。

在王会军看来，工作室的成立不仅可以把集团的演播室、转播车、化妆室等资源盘活，而且可以把 203 名主持人、播音员和 50 多名技术人员激活，这将迸发出巨大的潜力和能量。

与此同时，工作室直接推动了集团体制机制的创新，并转化为新一轮发展的动能活力。

“下一步将大力推动改革，大刀阔斧实施数字化转型。”王会军表示，传统媒体的困境，既有体制机制落后于时代发展的客观原因，更是面对大数据、人工智能等新一轮技术革命，无动于衷、不担当、不作为的必然结果。错过了移动互联网，不能再错过数字化革命。

集团在挂牌之初就已着手谋划数字化转型，这一轮企业化经营不能再走各自为战、烟囱林立的老路，要在数字化的引领下统筹推进，形成合力，让运营效率得到提升，让用户体验得到改进，通过交易模式、运作模式、组织模式和治理模式创新，释放集团新动能，实现传媒新跨越。

（3）青海省印发广播电视媒体融合三年工作行动计划（2021--2023）

2021 年 09 月 22 日来源：青海省广播电视局

9 月 7 日，青海省广播电视局印发《青海省广播电视媒体融合三年工作行动计划（2021--2023）》，提出用 2 至 3 年时间，在内容生产、传播体系、管理机制、运营模式等重点领域和关键环节的改革创新取得实质突破。着眼长远，全省广播电视行业逐步建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系的目标计划，并提出八大项 24 条具体任务。

原文如下：

青海省广播电视媒体融合三年工作行动计划（2021--2023）

为落实国家广播电视总局《关于加快推进广播电视媒体深度融合的意见》（广电发〔2020〕79 号），加快推进全省广播电视媒体深度融合，推动广播电视高质量创新性发展，结合全省广播电视发展实际，制定三年工作行动计划如下。

一、总体要求

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，全面贯彻落实习近平总书记关于媒体融合发展的重要论述，特别是在十九届中央政治局第十二次集体学习时重要讲话精神，深入贯彻落实中央《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》和国家广播电视总局《关于加快推进广播电视媒体深度融合发展的意见》，加强党的全面领导，坚持深化改革、激发活力，坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要，在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面，加快融合步伐，建立融合传播矩阵，加快推进广播电视媒体深度融合发展，打造具有强大影响力和竞争力的新型广播电视主流媒体，占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

二、目标计划

坚定不移加快推进广播电视媒体深度融合发展，巩固扩大舆论阵地，坚守和完善新发展阶段广播电视媒体机构的定位，突出特色，发挥优势，坚持多屏互动、矩阵传播，坚持平台与网络并用、内容与服务并重，实现广播电视传播能力和效果的显著提升，形成融为一体、合而为一的全媒体传播格局。自 2021 年 9 月起，力争用 1 至 2 年时间，全省广播电视新型传播平台和全媒体人才队伍建设取得明显进展，主流舆论引导能力、精品内容生产和传播能力、信息和服务聚合能力、先进技术引领能力、创新创造活力大幅提升。用 2 至 3 年时间，

在内容生产、传播体系、管理机制、运营模式等重点领域和关键环节的改革创新取得实质突破。着眼长远，全省广播电视行业逐步建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系。

三、主要任务

（一）推进新型主流媒体建设

1.优化资源配置。按照主力军全面挺进主战场的要求，以互联网思维优化媒体资源配置，加快把分散的、优质的资源要素向互联网主阵地聚合、向移动端倾斜。优化生产传播各环节，整合采编制作力量，构建集约高效的新型采编制作播发流程，建立全媒体指挥调度体系。加快推进频率频道和节目栏目的供给侧结构性改革，精办频率频道、优化节目栏目、整合平台账号，对定位不准、影响力小、用户数少的坚决关停并转，打通各个领域、统筹各种资源、形成建设新型主流媒体的整体合力。

2.大力建设新型传播平台。积极支持各级广电机构发挥整体优势和视听特长，结合各地实际，运用市场机制加快打造技术先进、特色突出、用户众多、自主可控的新型传播平台，引入多方资源，加强多方合作，面向各类终端，形成强大聚合引领力。大力增强平台信息服务聚合与精准分发能力，提供专业性、针对性、亲民性强的媒体服务，拓展广电+政用、民用、商用服务，提高平台价值和用户活跃度。构建“广电+”生态体系，实现事业产业有机统一、良性互动，增强自我造血机能，推动可持续发展。

3.完善全媒体传播格局。推进省、市、县级广电媒体协同联动，整合网上网下资源渠道，一体运营网上网下业务，集中力量做优主平台、拓展主渠道、做强主账号，建立健全资源集约、协同高效、方式创新、内宣外宣联动的全媒体传播矩阵，占据全媒体传播主流地位。青海广播电视台立足服务全省经济社会发展，以推进新闻频率频道的整体转型为突破点，加快资源整合步伐，推进品牌化和规模化运营，打造区域性传播平台。市（州）级广电媒体因地制宜，加强上下联动和横向合作，加快自身融合发展步伐。鼓励引导县级融媒体中心精耕本地内容，强化本地服务和社交互动，建成本地主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽，做强做实基层党的宣传思想工作新平台、新载体、新阵地。

（二）加强全媒体内容建设与供给

4.提升广播电视舆论宣传能力。坚持以人民为中心的工作导向，深化广播电视媒体“头条”和网络视听媒体“首页首屏首条”建设，全力做好习近平新时代中国特色社会主义思想大众化、通俗化传播表达。充分发挥广电媒体作为党和政府联系群众的桥梁纽带作用。支持各级广电机构“开门办台”，加强深度互动，生产群众喜闻乐见的内容。准确及时发布融媒体新闻信息，为其他媒体转载提供新闻信息源，牢牢掌握网上网下舆论主动主导权，为建设富裕文明和谐美丽新青海营造良好的舆论环境。

5.提高精品内容的持续供给能力。加强选题规划，按照“找准选题、讲好故事、拍出精品”的要求，加强现实题材创作生产，以反映新时代、讴歌新时代为创作重点，推出有影响力的电视剧、纪录片、动画片、公益广告、网络电影、网络纪录片等广播电视和网络视听优秀作品。加大扶持力度，鼓励广播电视节目制作机构、网络视听服务机构合作开发选题，提高内容供给能力，力争打造出彰显青海地域文化特色的广播影视精品，讲好青海故事、传播好青海声音。

6.提升民族语广播电视节目供给能力。完善各级广播影视机构译制设备及配套设施，鼓励引导各制作机构加强民族语广播电视节目制作，围绕生态保护、民族团结进步、乡村振兴等题材，拍摄制作各族群众喜闻乐见的民族语广播电视和网络视听节目。加强省民族语影视节目译制能力，为涉藏州县广播影视播出机构和网络视听平台提供更多的影视译制节目。

（三）强化先进技术引领

7.推进广播电视高清化智能化建设。积极推进各级广播电视台电视节目内容制播高清

化，让高清节目成为电视的主流模式。利用人工智能、虚拟现实、混合增强等新技术，推进4K超高清节目全链条体系建设，使电视节目具有更好的视听效果，声音广播从立体声向环绕声、沉浸声演进，各级广播电视台形成节目内容生产智能便捷、品质优良、产品丰富的良好局面。

8.加大高新视听内容供给。加快建设全媒体内容供给体系，统筹考虑音频节目、短视频、竖屏节目形式针对不同场景和需求提供丰富多彩的内容。加大移动端内容产品制播力度，提升内容传播效果。逐步推进5G+4K+AI的系统布局，加强超高清视频、互动视频、VR/AR/MR等内容供给，推动高新视频创新发展。

9.推进制播云平台建设。以推动省、市（州）级广播电视节目制播平台云化、互联网协议（IP）化为重点，提升省级和市（州）级广播电视台制播能力，推动制播体系从数字化、网络化向融合化、智慧化转变，提升节目制播效率和水平。

（四）提升广播电视公共服务能力

10.推动公共服务标准化均等化建设。积极对接乡村振兴、新型城镇化建设等重大战略和部署，主动适应科技创新发展趋势，积极探索广播电视公共服务数字化、高清化、移动化、智能化发展新路径，不断提升广播电视传播力和公共服务承载力。

11.完善全省应急广播体系建设。按照国家广电总局建设上下贯通、综合覆盖、平战结合、安全可靠的应急广播体系的安排部署，在完成涉藏州县应急广播体系建设项目的同时，推进省、市应急广播调度控制平台及青海东部地区县级应急广播体系建设，健全应急信息采集发布机制。加强与信息发布源头部门合作，不断提高处置各类突发事件的能力。

12.大力发展“智慧广电+公共服务”。加快推动有线电视网络整合和广电5G建设一体化发展，加快推进有线电视网络高清化、IP化、智能化，推动有线电视系统业务平台、网络等由IPv4向IPv6演进升级；推动“云、网、端”资源要素相互融合和智能配置，支撑广播电视公共服务、远程医疗、远程教育、公共安全等融合业务，满足政用、民用、商用，实现智慧广电人人通、移动通、终端通。

13.提升广播电视设备设施维护能力。进一步规范广播电视设备设施运行维护管理工作，建立全省广播电视设备设施运行维护联动服务保障机制，开展日常技术服务指导，建立技术维护和运行管理信息共享制度，健全广播电视设备设施运行维护绩效考核办法，全面提高全省广播电视设备设施的运维水平。

（五）加强智慧广电监管体系建设

14.推动智慧广电监管平台建设。实施广播电视综合监管服务能力提升项目，加强广播电视和网络视听监测监管，逐步建成集监测、监管、指挥、调度四位一体的广播电视监测监管模式，形成传统媒体与新媒体兼顾、技术监测与内容监管相结合的监管体系。

15.推进广播电视网络安全保障体系建设。进一步增强广播电视安全保障能力，加快各级广播电视台网络安全等级保护及风险评估，加快构建“分区分域、多层防护”的网络安全防护体系，建成集传播平台、内容制播、传输覆盖、监测监管系统安全防御为一体的智慧广电安全体系。

（六）加强改革成果运用

16.推动广电科技创新能力。鼓励和引导科研机构 and 研发型企业参与智慧广电领域的理论创新和关键技术攻关，探索组建5G创新应用实验室。推动大数据、超高清、5G、人工智能等新技术应用和科技成果转化，提升我省智慧广电领域的科技创新能力。

17.建立健全一体化管理体系。坚持广播电视和网络视听实行一个标准、一体管理，落实导向管理全覆盖要求，强化主管主办责任和属地管理责任，完善广播电视和网络视听协调一致的节目管理机制。要统筹协调广播电视和网络视听对重大活动的宣传，坚持统一部署、统一编排、统一调度、统一协调，突出重点、聚合亮点，做强正面宣传，形成强大合力。要

统一节目制作播出标准，落实节目先审后播制度，规范广告播出。将电视剧、网络剧、网络电影等重点节目的管理机制在播出宏观调控、内容审查和后续监督管理等方面统一起来，实行一致的题材拍摄制作备案公示、完成片审查许可、播出调控的全链条管理机制。严格执行境外节目引进传播的相关规定。

18.全面提升政务服务能力建设。落实“放管服”改革要求，建立政务服务事项目录清单，优化办事流程，简化办事环节，缩减办事期限。持续优化完善对广播电视播出机构、网络视听服务机构、融媒体中心 and 广播电视制作机构的监督管理。全面加强广播电视和网络视听节目的安全播出监管。规范从业人员行为，严格执行编辑记者、播音员主持人持证上岗和注册规定。广播电视和网络视听机构要强化阵地意识，加强制作管理，做到关口前移、全程把控。在节目演员和嘉宾选用上要严格把关，坚持把政治素养、道德品质、艺术水准、社会评价作为选用标准，坚决抵制违法失德人员。

（七）推动全媒体人才队伍建设

19.优化人才发展环境。支持广播电视企事业单位建立符合政策精神和行业特点的薪酬分配制度和人才管理制度。落实人才激励政策，推进和落实“四个一批”人才工程、全国广播电视和网络视听行业“领军人才工程”和“青年创新人才工程”等重点人才项目”。健全人才评价体系，推进职称评审与专业技术人才继续教育相衔接，做好各类人才服务管理工作，营造良好的人才成长使用环境。

20.健全人才培养体系。增强“脚力、眼力、脑力、笔力”教育实践，积极与科研机构、高等院校联合开展广播电视和网络视听的人才培养工作；借助对口援青平台，把对口支援工作与新型主流媒体人才建设结合起来，加强新兴媒体和智慧广电建设、公共服务维护及民族语影视译制等急需人才培养；加大媒体融合传播、广电 5G 网络应用管理及大数据应用管理等专业技术人才培训。积极探索外出考察、跟班学习、专题调研等多种学习形式，综合运用线上线下培训、实操演练、比赛选拔等方式，分层分类，提高培训效能。

（八）加强组织保障和政策支持

21.强化党的领导。各级广播电视部门机构党委（党组）要将推进广播电视媒体深度融合作为落实意识形态工作责任制的重要内容，主要负责同志亲自抓、负总责，加强研究部署、统筹规划、政策制定和工作落实，压紧压实责任。主动争取当地党委宣传部门的指导和政策支持，把好广播电视媒体融合发展的方向导向。

22.用足用好财税金融政策。充分发挥财政资金引导带动作用，加强财政预算与规划实施的对接协调，创新现有资金渠道对广电媒体深度融合发展的支持方式，争取各级财政资金对广电媒体融合发展业务的扶持，完善资金核算监督和绩效评估机制，提高配置效率、使用效益。

23.加强管理服务。优化完善资质管理，积极支持广电机构和其他新闻媒体申办《信息网络传播视听节目许可证》。各级广播电视部门机构党委（党组）要积极创造条件，加强辖区内配套政策和具体举措的出台落实，确保在推进媒体融合中的导向、内容、技术、传输、网络安全。

24.强化督察考核。省级广电行政管理部门领导班子开展联点帮扶工作，指导各广电机构把媒体融合发展作为“一把手”工程，班子成员全员参与，协同配合，共促发展。要加强对媒体融合发展目标任务完成情况的督察考核，坚持指导监督与正向激励相结合，增强发现问题、解决问题的实效。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）“中国共产党在江苏历史展”VR 电视馆在学生中掀起知史爱党爱国热潮

2021 年 09 月 04 日来源：中广互联

在海量史料中感受波澜壮阔，在光影变幻中见证江苏力量。“中国共产党在江苏历史展”VR 电视馆上线以来，在江苏各地掀起了党史学习的热潮。正值新学年开学之际，江苏有线联合江苏省教育厅大力开展“开学第一课”活动，突出爱国主义教育，引导广大中小学生厚植爱党爱国爱社会主义情怀，努力成长为中国特色社会主义事业建设者和接班人。江苏全省师生，通过江苏有线电视大屏参观中国共产党在江苏历史展 VR 展馆，这种跟着电视学党史的创新形式受到了全省中小学师生、家长们的广泛好评，仅三天，线上观展人次突破 600 万。



全国著名特级教师、享受国务院特殊津贴专家、当代教育名家、全国教育系统劳动模范李庾南老师，在家中观看了党史展。她告诉记者，没想到 VR 电视馆这么真实，内容还这么丰富。不用出门，打开电视就能参观，就像一步一步走在展览现场一样。她表示“育人先育德，首要的是育精神、育理想，要促使学生形成为‘中华崛起而读书’的强烈自觉，要有爱党、爱祖国、爱人民、爱社会主义的博大情怀，有为实现美丽中国梦而奋斗的责任担当。”希望更多的学生通过 VR 电视馆了解党史，树立起自尊、自信的良好品格，健康成长、全面发展。

当在 VR 电视馆里看到新安旅行团的 14 个“小先生”，打着三角团旗，踩着草鞋，毅然决然地迈向战火纷飞的前线，去宣传抗战的照片时，淮安市师范附属小学四年级的张瑞同学，忍不住热泪盈眶。



他告诉记者，今年六一儿童节前，习爷爷给新安小学少先队员的回信，老师在课堂上给我们读了，我们都很激动。看了 VR 电视馆的展览后才知道，新安小学还有这么一段光荣的革命历史，也深刻地感受到如今的幸福生活是这样来之不易。同是淮安的小学生，自己感到特别的骄傲与自豪。当年“新安旅行团”的小先生们只有十几岁，最小的才 12 岁。和自己一般大的年纪，就能在战火里走遍全国宣传抗日，前后 17 年，行程 5 万多公里，真的是太了不起了。张瑞同学表示，要以“新安旅行团”为榜样，好好学习，不忘历史，戴好这条红

领巾，做一名“小好汉”，将来把江苏建设得更好。

9月3日正值中国人民抗日战争胜利76周年，这也是近代以来中国反抗外敌入侵第一次取得完全胜利的民族解放战争。一幅幅历史照片、一段段珍贵视频，曾经艰苦卓绝、波澜壮阔的革命历程，被真实还原在眼前，让江苏的中小学生深受震撼，也更加深切体会到中国从站起来到富起来、强起来的伟大飞跃。

江苏省锡山高级中学校长、省人民教育家培养对象唐江澎老师通过电视观展后，又感动又高兴。习近平总书记曾指出，“思政课不仅应该在课堂上讲，也应该在社会生活中来讲，‘大思政课’我们要善用之，一定要跟现实结合起来。”今年两会答记者问时，唐校长就通过引用总书记的话，道出了教育的真谛。他告诉记者，对于孩子们来说，VR电视馆，真实、直接、震撼，就是社会生活中一堂特别重要又必要的思政课。“前几天抗战胜利纪念日，有学生问我：‘为什么要缅怀先烈？’我跟他说了这么一句话：‘因为我们是在他们的身躯下才可以站着说话。’”唐校长表示，希望更多的家长能带着孩子一起学习，了解中国共产党，感受祖国的历史辉煌，激发他们对党、对祖国的热爱，帮助孩子们形成健全而优秀的人格，赢得未来的幸福，造福国家社会。

以百年党史立少年之志，以信仰之光照亮未来之路。据了解，江苏有线此次在全国首创电视大屏VR学党史的“江苏模式”，着力打造永不落幕完整展示江苏党史的核心教育基地。通过现场拍摄等方式和360度VR、4K超高清等技术，1:1还原，操作简便，沉浸感强。2500多幅图片、900多件套文物实物、160多个场景模型、130多幅图表地图等，全方位、全过程、全景式、史诗般展现中国共产党在江苏一百年的不懈奋斗史、不怕牺牲史、理论探索史、为民造福史、自身建设史。通过有线电视大屏，风云激荡的百年史册变得立体鲜活。

足不出户，跟着专业解说员，就能身临其境参观展览，江苏党史了然于胸。为此，江苏有线投入优质资源，专门开辟多个入口，直播、轮播、点播等多种方式，助力全省中小学生爱国主义教育，“培根、铸魂、启智、润心”，为实现中华民族伟大复兴，培养更多高素质的人才，让红色基因、革命薪火代代传承！

10. 国际动态

（1）日本已开始筹备6G竞赛

2021年09月06日来源：广播与电视技术

8月23日，日本移动通信运营商软银宣布了其未来6G技术部署计划。软银副总裁兼高级技术部门负责人河川瑞治（Ryuji Wakikawa）表示，未来的6G网络通信速度将比5G快100倍，该技术将于2030年推出，被称为“2030年代通信技术”。

软银给出的技术预期是一个意外的开端，因为日本在2020年初才开始推行5G技术。据全球互联网市场数据与咨询公司Dataxis的报道显示，截至2021年第一季度，5G在日本移动网络用户中的占有率仅为3%，处于世界上的较低水平。

当然，Dataxis公司表示，这种推陈出新的热潮可以解释为这样一种愿景：网络连接性的改进将促进工业技术和工业应用创新，例如交通安全行业甚至医学行业等，这将极大提升日本国内产业的竞争力。但使这一切处于危机之中的最大因素可能来源于中国的竞争。事实上，中国在全球5G竞赛中取得了令人难以置信的成绩。

中国的5G网络渗透率已超过25%，成为全球5G消费端部署最为成熟的国家之一。此外，中国还拥有占比超过40%的5G基站，而日本方面该比例仅为5%。未来，中国将继续在通信领域进行技术扩张，中国全国人大于3月份公布的第十四个五年规划为中国未来6G技术的发展铺平了道路。

Dataxis 公司指出，为了避免重蹈覆辙，日本政府和电信公司正在押注一项稳定的发展战略：国际合作伙伴关系。

首先是与芬兰：早在 6 月，两国就签署了谅解备忘录（MoU），在工业和教育领域对 6G 技术共同开展研究。

其次，美国在 5G 网络部署方面处于相对落后的局面，而且美国也对中国在电信市场上的领导地位存在安全担忧。去年 4 月，美日双方宣布了一项价值 45 亿美元的技术投资，重点用于开发 6G 通信技术。美日双方有着共同的研究兴趣点：开放无线电接入网络（Open RAN），该技术能够在规避兼容风险的基础上使多个通信网络供应商使用相同的网络基站，从而降低基础设施投资成本。Open RAN 的发展也许意味着，日本和美国能够结束不得不在中国通信硬件供应商和欧洲韩国硬件供应商（十分昂贵）之间进行选择的窘境。

为了确保安全和国际竞争力，日本和美国同样计划在欠发达地区推进这项技术，这让人想起 2019 年帕劳海底电缆项目，这是澳大利亚、日本和美国牵头投资的最大海底基础设施建设项目。Dataxis 公司表示，这显示出了日本在引领亚洲其他地区技术创新方面的实力，特别是在中国，其消费市场对日本来说是一个巨大的机会。

（2）预测：2026 年亚太地区 SVoD 订阅量将接近 7 亿

2021 年 09 月 17 日来源：广播与电视技术

全球著名数字电视与媒体行业分析公司 Digital TV Research 近日发布的一份《亚太地区 SVoD 市场预测》报告显示，预计到 2026 年，亚太地区 SVoD 订阅量将达 6.98 亿，该数字在 2021 年底仅为 5.02 亿。到 2026 年，中国将贡献亚太地区 3.54 亿 SVoD 订阅量，占该地区订阅总数的一半以上，与此同时，印度将贡献约 1.57 亿订阅量。

Digital TV Research 首席分析师西蒙·莫里（Simon Murray）表示：“中国将继续占据亚太地区 SVoD 市场的主导地位，但其近几年的增长将放缓。究其原因，主要是由于中国政府近期出台了整治文艺节目及粉丝乱象的有关规定，限制了未成年人的游戏时间，并迫使 SVoD 平台限制真人秀综艺节目。这些措施将会削弱人们对 SVoD 平台的兴趣。”

Disney+ 在 2020 年的亚太地区订阅用户总数首次超过 Netflix，这在很大程度上归功于其在印度取得的非凡成功。预计到 2026 年，Disney+ 在亚太地区的订阅用户总数将达到 1.21 亿，是 2021 年订阅总数的两倍。

（3）越南将停止部分广播服务

2021 年 09 月 28 日来源：广播与电视技术

据越南信息通信部广播和电子信息管理局透露，从 10 月 1 日起，越南将停止 14 个外国电视频道在越南的广播服务。

迪士尼网络集团亚太有限公司（Disney Networks Group Asia Pacific Limited）和博伟国际有限责任公司（Buena Vista International Inc）在声明中表示，他们将从 10 月初开始停止在东南亚和中国香港提供广播服务。

停止在越南广播服务的电视频道有福克斯电影、福克斯家庭电影、福克斯动作电影、福克斯、福克斯生活、福克斯犯罪、FX、以及第五频道（Channel V）、福克斯体育 1、福克斯体育 2、福克斯体育 3、国家地理人物、迪士尼频道和迪士尼少年频道。

越南管理局已要求付费电视服务供应商尽快提供当前在越南提供服务的外国频道名单，以便在 10 月 1 日后制定合适的商业应对方案。

11. 走向海外

（1）中国—东盟电视周组委会召开第三届中国—东盟电视周动员部署大会

2021年09月22日来源：广西广播电视台

9月18日，中国—东盟电视周组委会在南宁召开第三届中国—东盟电视周动员部署大会。第三届中国—东盟电视周组委会副主任、广西壮族自治区党委宣传部副部长、自治区广电局局长张虹出席会议并作动员部署，第三届中国—东盟电视周组委会副主任、自治区政府办公厅二级巡视员戴倩主持会议。



会议现场及出席会议的领导

会议指出，2021年是中国和东盟建立对话关系30周年，同时也是中国—东盟可持续发展合作年。今年4月，习近平总书记视察广西时指出，融入共建“一带一路”，高水平共建西部陆海新通道，大力发展向海经济，促进中国—东盟开放合作，办好自由贸易试验区，把独特区位优势更好转化为开放发展优势。自治区党委、政府高度重视对外开放工作，提出奋力打造面向东盟更好服务“一带一路”的开放合作高地，高水平推进“南向、北联、东融、西合”全方位开放发展，奋力打造国内国际双循环重要节点枢纽。在此背景下，举办中国—东盟电视周既是深化中国—东盟战略伙伴关系的重要举措，也是深化中国与东盟各国广播电视和网络视听领域交流合作的重要平台。

今年10月27日—11月2日，第三届中国—东盟电视周将在广西南宁市举行开幕式等五大系列活动，即第三届中国—东盟电视周开幕式暨中国—东盟青年主播创造营结营盛典、中国—东盟青年主播创造营、中国—东盟友好合作主题短视频大赛、中国—东盟电视周拍摄译制展播活动、中国—东盟电视周视听传播峰会暨视听产品展示交易会。

会议肯定了第三届中国—东盟电视周活动前一阶段筹备工作，并强调，要全面贯彻落实习近平总书记在致第18届中国—东盟博览会和中国—东盟商务与投资峰会上的重要贺信精神，进一步深化电视周“守望相助 融合创新”的主题，精益求精、从严从实做好电视周各项筹备工作，继续打造好电视周品牌，将广西打造成我国面向东盟的视听媒体交流和视听产业开放合作高地。各责任单位要把举办电视周作为当前工作的重中之重来抓，加强协调配合，加快筹备工作进度，把握重点难点，健全联席工作机制，进一步细化、完善工作细案，同时做好应急预案。各配合单位要切实服从安排，全面落实责任，多方形成合力，推动各项工作落实落地，有序推进。

会议强调，为贯彻落实好本次会议精神，要坚持正确的政治方向，进一步提高政治站位，切实增强做好筹备工作的紧迫感和责任感，把思想和行动统一到中央、自治区的决策部署上来；要细化责任分工，倒排工期层层压实工作责任，确保工作任务和职责清晰，确保各项工作任务顺利推进；要加强沟通协调，形成工作合力；要加强疫情防控，确保电视周活动安全、精彩、高效；要注重实效，强化终端见效，建立评价标准体系进一步提高举办活动的质量和效率。

会议同时通报了国家广播电视总局和自治区人民政府对第三届中国—东盟电视周总体

方案的批复情况，以及第三届中国—东盟电视周筹备工作总体进展情况。广西广播电视台、广西广电网络公司、南宁市文广旅局代表作了表态发言。

南宁市副市长张自英，自治区广电局副局长、一级巡视员韦风云，自治区广电局副局长李承武、陆正宁，自治区广电局一级巡视员朱日荣，广西广播电视台副总编辑郑葵，广西广电网络公司董事长谢向阳，广西民族大学党委副书记陈铭彬等出席会议。自治区党委宣传部、自治区外事办、广西博览局、广西广播电视台、南宁市人民政府、广西广电网络公司等承办、协办单位代表共 93 人参加会议。

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（1）IPv6 标准工作组成立

慧聪广电网 2021-09-03 09:26 来源：通信产业报

【慧聪广电网】9 月 1 日，IPv6 标准工作组成立大会在北京召开，IPv6 标准工作组正式成立。



据了解，IPv6 标准工作组是在中央网信办、国家发展改革委、工业和信息化部、国家市场监督管理总局指导支持下成立的专业标准化组织，标志着 IPv6 标准化工作进入新阶段，将加速 IPv6 国内国际标准化工作进程，加快互联网演进升级，助力网络强国建设。

工业和信息化部原副部长、中国通信标准化协会理事长奚国华，工业和信息化部信息通信发展司司长谢存、中央网信办信息化发展局副局长温锐松、国家市场监督管理总局标准技术管理司刘大山处长出席会议并致辞，国家发展改革委高技术司赵军处长等到会指导。

奚国华指出，成立 IPv6 标准化工作组是产业发展的新开端，吹响了互联网演进升级新号角。他建议我国 IPv6 标准化工作应放在下一代互联网体系中进行整体设计，从四个业务需求和六个技术需求推进。

其中四个业务需求一是持续推进网络改造，提升网络质量;二是提高固定终端、网络和 APP 支持，突破终端短板;三是深化行业应用改造，激发创新活力;四是强化安全保障能力，确保安全运行。

六个技术需求一是 IPv6 功能的提升，二是核心网、域名解析、根服务器等技术的提升，三是 IPv6 与 IPv4 的互联互通，四是网络安全和内容安全，五是全球经济一体化，六是制定 IPv6 终端标准。

谢存指出，党中央、国务院一直高度重视 IPv6 规模部署工作，2017 年 11 月，中办、国办联合印发《推进互联网协议第六版(IPv6)规模部署行动计划》，进一步明确了推进 IPv6 规模

部署的时间表和路线图，全面吹响了我国大力推进 IPv6 升级改造攻坚战的冲锋号。

工业和信息化部按照《行动计划》工作部署，先后开展“IPv6 网络就绪”、“IPv6 端到端贯通能力提升”系列专项工作，取得了显著成效。在推进 IPv6 规模部署过程中，标准化工作是前提和基础，对于促进 IPv6 技术和产业发展，提升国家网络空间综合竞争力具有重要意义。中国通信标准化协会牵头成立 IPv6 标准工作组，汇聚国内各方 IPv6 力量，统筹推进 IPv6 国家标准、行业标准和团体标准的研制，为 IPv6 的部署和改造提供标准指引正当其时。谢存建议 IPv6 标准工作组后续做好三项工作。

一是加强统筹布局。中国通信标准化协会要在各有关部门的指导下，充分发挥平台作用，汇聚产学研用各方力量，积极组织开展 IPv6 标准化研制工作，为 IPv6 部署改造和应用推广提供指导。

二是完善标准体系。在国家标准方面，基于 TC485 等现有体系架构，积极推进 IPv6 监测评测、IPv6 新技术、IPv6 垂直行业应用等方面的国家标准建设，增强标准全局影响力；在行业标准方面，进一步结合新形势、新要求，加强 IPv6 网络、协议、设备、质量、安全等相关行业标准和团体标准的研制和推进工作；在国际标准方面，要深入参与 IETF、ITU-T、ETSI 等 IPv6 国际标准化工作，由“点”及“面”加快布局，积极推动将我国自主知识产权的标准转化为国际标准。

三是注重标准推广。各有关方面要进一步加强协同，深化 IPv6 相关标准成果的推广和应用，促进 IPv6 端到端网络质量提升、产业发展和应用创新，构建广泛的 IPv6 应用生态。

无疑，IPv6 是互联网演进升级主攻方向，是下一代互联网创新发展的新起点，也是网络强国建设、数字中国建设重要内容。

刘大山指出，成立 IPv6 标准工作组，是中央网信办、国家发展改革委、工业和信息化部、国家市场监管总局就 IPv6 标准化工作进行的一次总动员，也是我国 IPv6 标准化工作的再部署、再出发，将进一步加速 IPv6 标准研制进程，开启我国 IPv6 标准化工作新篇章。

刘大山就做好 IPv6 标准化工作提出三点建议。

一是设立 IPv6 标准化专项，协同推进 IPv6 规模部署，支撑产业繁荣发展。

二是加快标准化工作流程，继续支持中国通信标准化协会不断完善 IPv6 国标体系，持续推进 IPv6 国家标准制。

三是深化 IPv6 国际合作，促进全球下一代互联网高效互联互通，推动构建下一代互联网国际治理新秩序。

大会同期举行了 IPv6 标准工作组成立仪式，工业和信息化部信息通信发展司谢存司长宣布闻库秘书长担任 IPv6 标准工作组组长，工作组下设 3 个子工作组，中国信息通信研究院副院长王志勤、工业和信息化部通信科技委专职常委赵慧玲、清华大学教授崔勇担任 3 个子工作组组长。

2. 宽带中国

（1）5G 基站覆盖全国所有地级市 多地明确未来 5 年目标

2021 年 09 月 06 日来源：第一财经网

“十四五”时期，是我国 5G 网络规模化部署的关键期，也是 5G 应用场景和产业生态的快速发展期。

日前举行的“世界 5G 大会”上，工信部部长肖亚庆表示，我国 5G 商用两年来，已开通建设了 99.3 万个 5G 基站，覆盖全国所有地级市、95%以上的县区、35%的乡镇，5G 手机终端连接数超过了 3.92 亿户。

当前，我国 5G 网络建设仍处于规模部署阶段，各地明确了未来五年 5G 建设定小目标。各地明确“十四五”5G 建设目标

专家表示，按照 14 亿人口估算，2023 年末，5G 基站要达到 250 万个以上。因此，未来 2~3 年，我国 5G 网络建设仍将呈现持续推进趋势。

据不完全统计，北京、上海、江苏、浙江等地近日陆续公布了“十四五”期间 5G 建设计划。

最早被中国三大运营商同时列为 5G 网络首发城市的上海，截至 7 月底，已累计建设 5G 室外基站超 4.3 万个，5G 室内小站超 8.2 万个，实现中心城区和郊区重点区域连续覆盖。

根据《上海市信息通信行业“十四五”发展规划》，预计到 2025 年末，上海将建成并开通 5G 基站 7 万个，固定宽带接入带宽将达到 500Mbps，IPv6 活跃用户数占比将提升至 80%。而“十三五”时期，上海市 5G 用户 859.7 万户，占移动电话用户总数 20.1%，4G 用户正加速向 5G 用户迁移。

就在 8 月 31 日，上海城投、隧道股份与上海电信、上海移动、上海联通、上海铁塔签署战略合作框架协议，共同推进桥隧 5G 建设，助力交通数字化转型，推进信息基础设施与交通设施的跨界融合和共建共享。

5G 先发城市北京，截至 2020 年底，累计建设 5G 基站 3.8 万个，已覆盖全市重点区域，实现了对政企单位、交通枢纽、景区、垂直行业等需求场景，以及对人员流动密集地区的覆盖。另外，2020 年北京市移动电话用户数达到 3906.4 万户，其中 4G 用户达 3159.7 万户，5G 在网用户也突破了 400 万户。

专栏 1 信息通信行业发展主要指标					
类别	序号	指标名称	2020 年 基数	2025 年 目标	十四五 CAGR/增 减
总体规模	1	信息通信业务收入（亿元）	637.6	699	1.9%
	2	信息通信基础设施累计投资（亿元）	136.7	175	[38, 3]
	3	电信业务总量（亿元）	3251.1 （2015 年不变 单价）	580 （2020 年不变 单价）	—
基础设施	4	每万人 5G 基站数（个）	17.4	28.8	[11.4]
	5	千兆宽带接入端口占比（%）	5	50	[45]
	6	数据中心标准机架数（万架）	15	30	[15]
	7	工业互联网标识解析公共服务节点数（个）	11	21	[10]
	8	移动互联网 IPv6 流量占比（%）	18	70	[52]
	9	国际互联网出入口带宽（Tbps）	1.7	14.5	[12.8]
绿色节能	10	单位电信业务总量综合能耗下降幅度（%）	—	15	—
	11	新建大型和超大型数据中心的 PUE 值	1.4	1.3	—
应用普及	12	5G 在网用户普及率（%）	18.6	83	[64.4]
	13	千兆宽带家庭普及率（%）	3.1	30	[26.9]

《北京市“十四五”信息通信行业发展规划》显示，预计到 2025 年末，全市将建成并开通 5G 基站 6.3 万个，基本实现对城市、乡镇、行政村和主要道路的连续覆盖。

江苏 2025 年的目标是 5G 基站数要在 25.5 万个。数据显示，2020 年底，江苏省建成并开通 5G 基站 7.1 万座，基本实现城市、县城和重点乡镇覆盖。根据《江苏省“十四五”新型基础设施建设规划》，“十四五”时期，其目标是信息基础设施均衡发展能力达到国内领先水平。5G 网络实现全覆盖，“全光网省”基本建成，物联网技术和平台影响力全国领先。

数字强省浙江的网络通信能力持续增强，光缆线路总长度居全国第三，建成全国领先的光纤和移动宽带网络，建设 5G 基站 6.26 万个，实现 5G 网络规模商用。

江苏省“十四五”新型基础设施主要发展目标

指标分类	指标名称	2020 年	2025 年	指标性质
信息基础设施	5G 基站数（万）	7.1	25.5	预期性
	10G PON 端口数（万）	55	150	预期性
	大数据中心在用标准机架数（万架）	35	70	预期性
	大型、超大型数据中心运行电能利用效率	1.5	1.3	约束性
融合基础设施	工业互联网标识解析二级节点（个）	14	40	预期性
	省级工业互联网平台（个）	86	100	预期性
	车联网覆盖道路（公里）	770	2000	预期性
	各类快速充电桩（万）	9	30	预期性
创新基础设施	国家级创新平台（个）	14	21	预期性
	省级创新平台（个）	127	246	预期性

注：国家级创新平台指国家重大科技基础设施、国家实验室、国家产业创新中心、国家“双创”示范基地、国家制造业创新中心和国家级技术创新中心；省级创新平台指江苏省实验室、省级产业创新中心、省级“双创”示范基地、省级制造业创新中心和省级技术创新中心。

根据《浙江省信息通信业发展“十四五”规划》，到 2025 年，全省建成 5G 基站 20 万个，实现行政村以上地区 5G 网络全覆盖。加快 5G 独立组网(SA)规模化部署，优先在中心

城区、产业园区、港口、交通枢纽、居民住宅区、医院、学校、重点景区等重点区域以及杭州亚运会、杭州国际会议中心、世界互联网大会等重要场馆完成 5G 网络部署优化，加快向乡镇以下区域延伸，率先实现城乡全覆盖，建成 5G 精品网络。面向行业应用需求，推动 5G 行业虚拟专网在工业制造、交通、教育、医疗、港口等重点领域试点部署。

中国信息通信研究院数字技术与应用研究部副主任王骏成在世界 5G 大会上表示，我国 5G 基站突破 100 万大关，代表着我国 5G 网络规模组网已经迈上了一个新的台阶。下一步，我国 5G 网建设要坚持适度超前的原则，匹配 5G 应用的发展路径和节奏，要让“路等车”，而不是“车等路”。

应用要从“样板间”到“商品房”

工业和信息化部总工程师韩夏在世界 5G 大会的“5G 与行业应用标准化论坛”中透露，目前我国 5G 应用创新案例已经超过了 1 万个，在工业、医疗、教育、交通等多个行业领域发挥赋能作用。

世界 5G 大会上，公布了 5G 十大应用案例。这十大应用案例从 25 个省市、自治区的 206 个申报项目中选出，涵盖工业互联网、智慧医疗健康、智慧交通等多个行业。

“5G 十大应用案例，来自我国 5G 行业应用的第一线，展现了赋能重点行业的优秀实践。下一步各方要形成合力，推动 5G 应用从‘样板间’向‘商品房’加速转变，从先导行业向千行百业规模推广，加速赋能经济社会高质量发展。”8 月 31 日，在世界 5G 大会“行业应用创新论坛——5G 十大应用案例”上，工业和信息化部信息通信发展司副司长刘郁林表示。

今年 7 月，工信部等十部门联合印发《5G 应用“扬帆”行动计划(2021-2023 年)》，提出坚持协同联动。加强各方沟通衔接，畅通跨部门、跨行业、跨领域协作。其中，在垂直行业领域，大型工业企业的 5G 应用渗透率超过 35%，电力、采矿等领域 5G 应用实现规模化复制推广，5G+车联网试点范围进一步扩大。

而从 5G 规模部署阶段到未来垂直行业应用，还需要解决和突破哪些问题？

上海新兴信息通信技术应用研究院首席专家兼副院长贺仁龙对第一财经记者表示，相较于 4G 的应用和投资，5G 要实现应用，首先基站的建设需求就远远高于 4G 阶段的基站需求，按目前的基站建设进度来看，仍有一段时间的路要走。

他还表示，另外从投资回报来看，4G 时期的投资基本是从个人用户、通过移动互联网来收回，但是 5G 不同。由于前期投资大，未来更主要是通过行业的深度应用来收回投资。

“这不是仅靠个人用户就足够的，要靠机器设备、生产设备互联，用 5G 去服务行业应用。”

所以，按照这个目标的话，当前 5G 建设还有几个方向需要注意。

贺仁龙说，既然是服务于产业，那么 5G 基站建设就需要考虑以产业园区为中心，并不是以前按照居住、办公圈定的以人为中心，“现在我国近 100 万个 5G 基站已经做到主要地级市的基本覆盖，未来还需要围绕行业应用做深度覆盖。”

除此之外，在他看来，5G 应用和行业要深度结合，并形成平台化的应用，才能产生生产价值。“要实现 5G 与行业自我造血的能力，实现规模化的部署，还需要形成一个合适的机制。5G 与垂直行业的融合面临刚需场景较少、投资成本较大、行业壁垒较高等挑战，并不是只像以往安安宽带，做做无线这些，还需要解决产业界的问题。”

所以，贺仁龙表示，需要有一个穿透行业知识壁垒的运营模式，解决行业规模化的痛点以及平台化的运营，“比如华为的 5G 煤矿军团，其成员不仅有理论研究，也有技术研发、解决方案和行业专家等，这样就能实现 5G 在煤矿行业应用的快速响应”。

（2）华为等完成全球首个 5G 高低频 CA 完成验证

小如| 集微网 | 2021-09-06

5G 推进组消息显示，近日，华为携手行业伙伴完成了全球首个 5G 高低频 CA（Carrier Aggregation，载波聚合）技术的实验室测试，实现单用户下载速率 5.2Gbps。

这意味着，CA 技术在高低频协同上已获得技术验证，为毫米波未来大规模商用迈出坚实一步。

测试采用 SA（Standalone）独立组网，高频使用 26GHz(n258)频段，基于单载波 200MHz，低频使用 3.5GHz。

CA 通过聚合 5G 高频和低频频谱来同时发挥高频带宽大和低频覆盖好的优势，从而保障 5G 用户的连续高速率体验，是 5G 高低频协同的主流技术方向。一方面，CA 技术更接近于射频侧的信号处理，能够及时感知信号波动，从而基站能够更好得做分流和调度，提升传输效率；另一方面，该技术可同时支持 NSA 和 SA 组网架构，网络架构和演进十分灵活；再者，考虑到 Sub6G 各频段间已采用 CA 技术的基础，高低频 CA 有利于架构和分流点统一，使能全频段 5G 组网演进。

（3）IMT-2030（6G）推进组 6G 研讨会开幕

2021 年 09 月 17 日来源：工业和信息化部信息通信发展司

9 月 16 日，IMT-2030（6G）推进组 6G 研讨会在京开幕。工业和信息化部总工程师韩夏出席开幕式并致辞。

韩夏表示，中国高度重视 6G 发展，在“十四五”规划纲要中明确提出，要“前瞻布局 6G 网络技术储备”。工信部深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，会同国家发展改革委、科技部指导产业界成立了 IMT-2030（6G）推进组，国内外企业广泛参与，扎实推进 6G 各项工作，取得了积极进展。

韩夏指出，面向 2030 年商用的 6G 仍处于愿景需求研究及概念形成阶段，6G 技术方向及方案仍在探索中。下一步，要重点做好三方面工作。一是厚植根基，以 5G 成功商用夯实 6G 发展基础。全力推进 5G 网络部署和规模化应用，深入分析总结现有 5G 难以满足的应用方向，逐步明确 6G 潜在业务场景，引导 6G 愿景需求的形成和完善。二是创新引领，深入开展 6G 潜在关键技术研究。充分发挥推进组平台作用，聚焦 6G 关键核心技术，力争取得重大突破。优化芯片、新材料等支撑产业的发展布局，形成上下游协同发展的良好局面。三是开放共赢，合力营造全球 6G 发展良好环境。坚定不移地走国际化道路，强化全球 6G 推进组织、各类企业、高校及科研院所间的交流合作，推动形成全球统一的 6G 标准。

本次研讨会由 IMT-2030(6G)推进组主办，中国信通院、中国通信学会承办，超过 1500 名中外专家学者及企业代表通过线上线下方式参加了大会。

（4）北京 5G 建设“建用并举” 多场景实现落地应用

2021 年 09 月 22 日来源：新华网

远程医疗探视急救指挥、大学校园 5G 专网、老北京 5G 智慧胡同街区等一系列老百姓身边的 5G 应用项目今年陆续在北京落地。北京市通信管理局日前在 2021（第十八届）北京互联网大会上发布数据显示，截至 8 月底，北京 5G 基站达 4.57 万个。北京 5G 建设“建用

并举”，边建边用，以用促建，在医疗、文旅、校园等多个场景实现应用。

记者在会上了解到，北京已经实现首都功能核心区、北京城市副中心、CBD、奥林匹克中心区等重点功能区的 5G 网络覆盖。数据中心、云计算、大数据等新兴业务成为固定增值业务主要增长点，其中云计算和大数据业务增势突出。

目前，北京每万人 5G 基站数约 20 个，5G 基站与万人平均数量均居全国第一。5G 终端用户 1215.5 万户，占移动电话用户近三成。依托广覆盖的 5G 网络，北京涌现出一系列应用项目。

北京市平谷区卫健委远程医疗探视急救指挥项目为不同医疗机构建立远程互式会诊系统，实现专家和病人之间远程“面对面”视频交互。北京大学 5G 校园专网项目为采用 5G 终端位置实时感知与边缘计算分流技术，实现了接入免认证、无感知，提升师生接入校园网的便利性。北京市公园管理中心颐和园及玉渊潭等公园 5G 智慧景区项目利用 5G 网络高速率、大带宽、低时延的特性，解决高峰时段游客网上购票、入园扫码信号拥堵等问题。

北京市通信行业协会负责人介绍，今年征集与评选出多个优秀 5G 应用案例或解决方案，包括北京西城杨梅竹 5G 智慧街区项目、冬奥 5G 智慧工地项目、基于 5G 平台实现远程中医诊疗与教学项目等多领域应用项目。

北京市通信管理局党组书记、局长苏少林表示，5G 是推动数字经济高质量发展的重要支撑。目前及今后一段时间，5G 发展处于“导入期”，需保持定力，稳扎稳打，促进 5G 成功商用，特别是 5G 的发展涉及社会的方方面面，需要各方共同参与，这不是一个行业的独角戏，也不是关联行业的双簧戏，而是全社会共同参与的大合唱。

（5）工信部辛国斌：我国已建成 5G 基站超百万个，5G 终端超 4 亿部

2021 年 09 月 28 日来源：通信世界网

9 月 27 日，在 2021 中国国际信息通信展上，工业和信息化部副部长辛国斌出席开幕式并致辞。

辛国斌讲道，中国国际信息通信展自 1990 年创办以来，到今年已举办了 30 届，展会始终站在产业发展前沿，致力于为全行业搭建展示、交流、共享、合作的平台，展现信息通信业在推动经济社会转型升级、重塑社会治理和服务模式、增进人民福祉方面的广泛影响和深远作用。本届展会以创新点亮数字化未来为主题，全面展示交流新一代信息技术、业务、应用领域的创新发展，展现信息通信业助力经济社会数字化转型的前沿态势。

当前，全球科技创新进入空前密集活跃期，世界正加速进入数字化全连接的智能时代。信息通信业作为国民经济的基础性、战略性、先导性行业，在推动经济结构调整、促进经济社会发展中发挥了重要的支撑作用。经过不懈努力，我国信息通信也取得了令人瞩目的成就，在推进制造强国、网络强国、数字中国建设、助力脱贫攻坚和乡村振兴、支撑疫情防控等方面做出了积极贡献。

一是行业供给和服务能力显著增强。信息通信业实现高质量、跨越式发展，建成了全球规模最大的光纤和 4G 网络，5G 网络规模商用也取得了积极进展。截至 2021 年八月底，我国建成 5G 基站超过 100 万座，占全球的 70%以上，5G 终端连接数超过了 4 亿。互联网新业态、新模式、新应用蓬勃兴起，电子商务、移动支付广泛普及。互联网企业综合实力和国际市场竞争能力显著增强，涌现出一批龙头骨干企业和科技型独角兽企业。

二是信息通信技术与实体经济深度融合。产业数字化转型加速推进，5G 应用呈现百花齐放局面，文体娱乐、赛事直播、居住服务等消费领域 5G 应用加快探索，制造、矿山、医疗、港口等垂直行业 5G 应用模式日渐清晰，在实体经济数字化、网络化、智能化转型升级进程中发挥了重要的作用，数字经济规模持续扩大，成为创新驱动发展的主要动力。

三是信息通信技术赋能服务质量提升，人民群众获得感持续增强。我国行政村、贫困村宽带网络覆盖率超过了 99%，为全面打赢脱贫攻坚战作出了积极贡献。2021 年底未通宽带行政村将实现动态清零，为推进乡村振兴提供坚实的网络基础。信息无障碍和互联网应用适老化改造深入推进，促进社会发展成果全民共享，个人信息保护、携号转网、骚扰电话整治等信息惠民工作不断推进，人民群众获得感、幸福感、安全感不断增强。新冠肺炎疫情发生以来，信息通信技术成为疫情防控和稳定生产生活的强力支撑。

四是网络安全政策法规和标准体系建设更加完善。安全保障能力不断增强，网络基础设施安全体系基本确立，关键信息基础设施持续安全稳定运行，综合治理能力显著增强，网络安全产业实力快速提升，信息通信服务向更加智能、更加安全的方向不断演进。

2021 年是十四五规划的开局之年，面向未来，信息通信业肩负着推动制造强国、网络强国、数字中国建设的重要使命，要继续努力，持续深入推动信息通信业高质量发展。

●一是全面提升新型数字基础设施发展水平，加快推进 5G 和千兆光网双千兆网络建设。统筹新型数据中心布局，积极发展工业互联网和车联网，提升 IPv6 端到端贯通能力，构建以技术创新为驱动、以新一代通信网络为基础、以数据和算力设施为重点、以融合基础设施为突破的新型数字基础设施体系。

●二是加速拓展数字化发展空间。进一步拓展 5G、云计算、大数据、人工智能等技术在数字化生产、生活和社会公共治理等领域的创新应用，推动信息通信技术和经济社会深度融合，加快智慧城市、智慧交通、智慧社区建设，提升交通、教育、科研、医疗、健康、就业和社会保障信息化服务，促进公共服务均等化。

●三是筑牢网络数据安全屏障。坚决落实国家网络安全工作四个坚持，着力完善网络基础设施保护和网络数据安全体系，持续提升新型数字基础设施安全管理水平，打造繁荣的网络安全产业和可信的网络生态环境，支撑构建国家网络安全新格局。

●四是加强行业开放合作，持续深化电信领域市场化改革。坚持电信领域对外开放，积极支持信息通信业走出去，加强疫情防控国际合作，利用信息通信技术，携手共建有效的国际联防联控网络。

3. 相关政策法规

（1）广电总局：不得播出偶像养成类节目、明星子女参加的综艺节目

慧聪广电网 2021-09-02 10:14 来源：国家广播电视总局

9 月 2 日，国家广播电视总局办公厅发布《关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知》。通知指出广播电视和网络视听文艺节目要坚持讲品位讲格调讲责任、抵制低俗庸俗媚俗，不断推出优秀作品，要进一步加强管理，从严整治艺人违法失德、“饭圈”乱象等问题：

政治立场不正确、与党和国家离心离德的人员坚决不用；违反法律法规、冲击社会公平正义底线的人员坚决不用；违背公序良俗、言行失德失范的人员坚决不用。

广播电视机构和网络视听平台不得播出偶像养成类节目，不得播出明星子女参加的综艺娱乐及真人秀节目。

对违法失德、造星炒星、泛娱乐化、“流量至上”等坚决说“不”，让主旋律和正能量充盈广播电视和网络视听空间。

严格把握演员和嘉宾选用、表演风格、服饰妆容等，坚决杜绝“娘炮”等畸形审美。

严肃惩戒片酬违规、“阴阳合同”、偷逃税行为。

以下为通知原文

国家广播电视总局办公厅关于进一步加强

文艺节目及其人员管理的通知

各省、自治区、直辖市广播电视局，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局，中央广播电视总台办公厅、电影频道节目中心、中国教育电视台：

近年来，广播电视和网络视听文艺节目坚持讲品位讲格调讲责任、抵制低俗庸俗媚俗，不断推出优秀作品，满足人民群众精神文化需要。为进一步加强管理，从严整治艺人违法失德、“饭圈”乱象等问题，旗帜鲜明树立爱党爱国、崇德尚艺的行业风气，现就有关事项通知如下：

一、坚决抵制违法失德人员。广播电视机构和网络视听平台在节目演员和嘉宾选用上要严格把关，坚持把政治素养、道德品行、艺术水准、社会评价作为选用标准。政治立场不正确、与党和国家离心离德的人员坚决不用；违反法律法规、冲击社会公平正义底线的人员坚决不用；违背公序良俗、言行失德失范的人员坚决不用。

二、坚决反对唯流量论。广播电视机构和网络视听平台不得播出偶像养成类节目，不得播出明星子女参加的综艺娱乐及真人秀节目。选秀类节目要严格控制投票环节设置，不得设置场外投票、打榜、助力等环节和通道，严禁引导、鼓励粉丝以购物、充会员等物质化手段变相花钱投票，坚决抵制不良“饭圈”文化。

三、坚决抵制泛娱乐化。坚定文化自信，大力弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化。树立节目正确审美导向，严格把握演员和嘉宾选用、表演风格、服饰妆容等，坚决杜绝“娘炮”等畸形审美。坚决抵制炒作炫富享乐、绯闻隐私、负面热点、低俗“网红”、无底线审丑等泛娱乐化倾向。

四、坚决抵制高价片酬。严格执行演员和嘉宾片酬规定，严格片酬管理告知承诺制度。倡导鼓励演员和嘉宾担当社会责任，参与公益性节目。严肃惩戒片酬违规、“阴阳合同”、偷逃税行为。

五、切实加强从业人员管理。严格执行主持人持证上岗，规范主持人参加社会活动和网络信息发布。加强从业人员政治素质培养，深入开展马克思主义新闻观、文艺观教育，始终坚定人民立场、坚守人民情怀。完善职业道德规范，加强职业道德建设，自觉抵制名利诱惑，不得利用职业身份和个人知名度谋取不当利益，自觉接受社会监督，做社会公德的示范者、正能量的建设者。

六、开展专业权威文艺评论。坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，弘扬真善美、批驳假恶丑，充分发挥价值引导、精神引领、审美启迪作用。把社会效益、社会价值放在首位，把思想精深、艺术精湛、制作精良统一起来，严肃客观评价节目。科学看待收视率、点击率等量化指标，加大“中国视听大数据”推广应用力度。

七、充分发挥行业组织作用。广播电视、网络视听行业协会等社会组织要进一步完善行业规范和自律公约，积极开展道德评议。加强思想政治、职业道德等教育培训，建立常态化培训机制，优化教学内容，强化案例教学，以案说法、以案示法。对行业不良现象、反面典型旗帜鲜明发声批评，坚决反对圈子文化和行业陋习，正本清源，维护行业良好风气。

八、切实履行管理职责。广播电视行政部门要提高政治站位，认真落实意识形态工作责任制，进一步压紧压实属地管理责任、主管主办责任和主体责任，把好文艺节目导向关、内容关、人员关、片酬关、宣传关。要重视倾听人民群众呼声，积极回应人民群众关切，对违法失德、造星炒星、泛娱乐化、“流量至上”等坚决说“不”，让主旋律和正能量充盈广播电视和网络视听空间。

特此通知。

国家广播电视总局办公厅

2021年9月2日

（2）刘鹤：支持民营经济发展的方针政策没有变，将来也不会改变

中华工商时报全联通



9月6日，2021中国国际数字经济博览会在石家庄开幕。中共中央政治局委员、国务院副总理刘鹤以视频方式出席并致辞。

刘鹤表示，习近平总书记高度重视数字经济发展，作出一系列重要指示批示，要深刻学习领会，认真贯彻落实。发展数字经济必须认真落实新发展理念，以强烈的创新和危机意识，主动创造条件，把握发展机遇，实现经济社会高质量发展。要把人才作为重中之重，充分发挥企业家精神，努力吸引和培养人才，依靠人的想象力、创造力使供给创造需求成为可能。要善于创造软环境，持续完善法治环境，适度超前进行基础设施建设，优化资源和服务供给，保护公平竞争，反对垄断。要善于发现和利用比较优势，结合不同地区产业特点，努力创新，进行差异化竞争。

刘鹤强调，必须大力支持民营经济发展，使其在稳增长、稳就业、调结构、促创新中发挥更大作用。民营经济为我国贡献了50%以上的税收、60%以上的GDP、70%以上的技术创新、80%以上的城镇就业、90%以上的市场主体数量。必须坚持社会主义市场经济改革方向，坚持推进高水平对外开放，坚持社会主义初级阶段基本经济制度，坚持“两个毫不动摇”，坚决保护产权和知识产权。支持民营经济发展的方针政策没有变，现在没有改变，将来也不会改变！

（3）国务院：网络游戏、网络直播等应针对未成年人设置相应的时间管理等功能

2021年09月28日来源：中国政府网

9月27日，国务院印发中国妇女发展纲要和中国儿童发展纲要。网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者，针对未成年人使用其服务依法设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能，不得为未满十六周岁儿童提供网络直播发布者账号注册服务。实施国家统一的未成年人网络游戏电子身份认证，完善游戏产品分类、内容审核、时长限制等措施。加强儿童个人信息和隐私保护。

（4）广电总局发布停止播出“美容贷”及类似广告的公告

2021年09月28日来源：国家广电总局

广电办发〔2021〕291号

各省、自治区、直辖市广播电视局，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局，中央广播电视总台办公厅、电影频道节目中心、中国教育电视台：

近期发现，一些“美容贷”广告以低息甚至无息吸引青年，诱导超前消费、超高消费，

涉嫌虚假宣传、欺骗和误导消费者，造成不良影响。为此，广电总局决定，自即日起，各广播电视和网络视听机构、平台一律停止播出“美容贷”及类似广告。

各广播电视和网络视听机构、平台要高度重视，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，严格落实意识形态工作责任制和广告宣传也要讲导向的要求，抓紧组织进行核查清理，确保上述要求落到实处，维护人民群众利益，营造良好传播环境。

4. 与广电相关的标准

（本期无）

5. 广电行业动态与分析

（1）湖南广电开展文娱领域综合治理：直面问题坚决整改 守正创新引领风尚

2021年09月06日来源：湖南广播电视台办公室

9月4日上午，湖南广播影视集团（湖南广播电视台，下称湖南广电）党委召开专题会议，传达学习中宣部文娱领域综合治理工作电视电话会议精神，学习中宣部《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》，学习中央网信办、国家广电总局、国家新闻出版署系列通知精神和省委宣传部专题会议精神。



湖南广电主要负责人传达领学了中宣部《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》等文件精神，传达了中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明在中宣部文娱领域综合治理工作电视电话会议上的讲话精神。湖南广电领导班子和编委会、艺委会、各媒体平台主要负责人展开热烈讨论，表示坚决拥护中央决策部署。



会上，张华立对湖南广电按照中央决策部署开展文娱领域综合治理工作提出五点要求。第一，湖南广电要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深刻领会、深刻理解中央开展文娱领域综合治理工作的重大意义，深刻领会、深刻理解中央开展专项治理的决心意志。这是行业的重大利好，更是党媒国企的重大利好，湖南广电从内心深处坚决拥护、热烈欢呼中央开展文娱领域综合治理工作。

第二，湖南广电要以高度的政治责任感、时代使命感、行业紧迫感，从维护意识形态安全和精神文明建设的高度，落实好中央和省委开展文娱领域综合治理的各项要求。

第三，湖南广电要直面问题，坚决整改，端正认识，治病去疴。要深刻自省，绝不回避在改革创新过程中出现的问题、走过的弯路、存在的毛病，绝不避重就轻、推诿塞责。毋庸讳言，在创新发展过程中我们自身存在着主持人艺人管理不到位、执行有关规定不力、斗争精神不强等问题。对此，要从思想根源上抓整改，要提高文艺内容组织者、策划者、生产者的政治意识、思想认识，从心底树牢马克思主义文艺观，树牢社会主义核心价值观，从创作源头开始就要把社会责任置顶，摒弃过度商业化。要加强对导演、制片人、经纪人、内容立项决策者等实操层面“关键人员”的政治思想、专业知识教育培训，不能让“关键人员”成为行业乱象的“坏根子”。同时，相关职能部门要在已出台实施的《集团公司（台）关于树立行业新风促进内容创新的若干规定》制度基础上，对标中央《通知》要求，加强协同、监督、管理，合力做好综合治理，杜绝各类乱象。

第四，湖南广电要担当作为，守正创新，坚决调整，果断转型，进一步促进文艺的健康发展和繁荣。作为党媒，湖南广电要坚守平台的政治逻辑、内容的价值观逻辑。去年以来，我们逆流而上、主动作为，主旋律作品“脱贫攻坚三部曲”“庆祝建党百年主题交响乐”如火如荼；湖南卫视、芒果TV双平台打造“芒果季风”剧场，旗帜鲜明反悬浮、反注水、反流量；建设小芒电商平台，国货新潮、自主可控。这些作为正是尽我所能、主动出击，与行业乱象作斗争的努力。面对新要求，我们不能步履蹒跚、犹犹豫豫、东张西望，要勇敢地站出来，肩负起新时代使命，拿出最大气魄做颠覆性创新。湖南广电有责任、有信心、有能力引领新一轮创新风潮，做行业标准的建立者，以新一轮创新交出湖南广电践行中央决策部署的芒果答卷。

第五，要全面加强党的领导。做好文娱领域综合治理和新一轮内容创新，关键要加强党的领导，集团公司（台）党委负总责，各级党组织要勇敢地站出来，切实落实落细中央和省委决策部署。要尽快成立在党委领导下的文娱领域综合治理工作专班，制定文娱领域综合治理实施方案，湖南卫视、芒果TV要对标成立工作专班，进行专项治理；要尽快拟定专项治理期间的学习教育计划，与党史学习教育相结合，对全集团公司（台）制片人、导演、经纪人等开展以马克思主义文艺观为主题的教育培训；相关部门、单位要对标中宣部、国家广电总局等部委出台的《通知》，尽快查摆问题，列出问题清单和整改任务书、时间表，立行立改。

（2）北京广电局在全国广电系统对口援藏工作会议上交流工作

2021年09月06日来源：北京广电局

近日，国家广播电视总局在西藏拉萨市召开全国广电系统对口援藏工作会议。中宣部副部长、广电总局局长、党组书记聂辰席，西藏自治区党委副书记、自治区政府主席齐扎拉出席并讲话，国家广播电视总局和西藏自治区领导孟冬、汪海洲、甲热·洛桑丹增、朱强出席。

在大会交流环节，北京市广电局党组书记、局长杨烁介绍北京市广电系统援藏工作。

杨烁指出，近年来，北京市认真贯彻中央第六次西藏工作座谈会精神，援藏工作走在全国前列。在广电总局的有力指导下，北京市广电系统坚持首善标准，发挥行业优势，在首都援藏

工作中取得了显著成效。

一是抓体制机制，坚持统筹推进。成立北京市广播电视和网络视听精准扶贫工作领导小组和工作专班，出台行业“精准扶贫工作行动方案”，重点围绕宣传、精品、产业、公益、智力五大方面，用心用情开展援藏工作。今年3月，北京市广电局主管部门荣获“北京市扶贫协作先进集体”称号。

二是抓正面宣传，推介雪域风光。统筹各级各类媒体平台，积极组织正面宣传，推广西藏大美风光、人文风俗、旅游物产。北京市选派多名广电干部援藏，协助建设援藏记者站，累计近百名（次）记者驻站、供稿千余篇，在中央和省级重要栏目播出。优选技术专家支持玉树融媒体中心改造。爱奇艺开展“祖国边疆行·唱响日喀则”文化艺术交流和志愿服务活动。新浪微博搭建“推广理塘线上专区”，“这里是丁真的家乡”等话题浏览量破亿。

三是抓视听援建，助力文化交融。坚持“引、领、扶”，全流程扶持民族题材艺术创作，指导制作电视剧、纪录片、专题片、网络电影、微纪录片等，讲好民族故事。协助当地媒体创办特色栏目，策划开展相关活动，推出系列短视频，传播民族文化，服务当地群众。

四是抓产业援藏，赋能经济发展。组织网络视听平台发挥“短视频、直播+电商”优势，积极开展援藏线上活动。抖音、今日头条、西瓜视频等开展“西藏青稞”系列项目，京东开展电子商务进农村综合示范工作，美团开展“新青年追梦计划”培训，通过多种方式，大力宣传扶持当地农产品和旅游品牌。

杨烁强调，十四五期间，北京市广电系统将深入贯彻中央民族工作会议和中央第七次西藏工作座谈会精神，贯彻落实习近平总书记考察西藏重要讲话精神，始终坚持把援藏作为分内之事和应尽之责，在对口支援上出实招、求实效，助力雪域高原谱写长治久安和高质量发展新篇章。

一是完善对口支援新机制。构建相关部门齐抓共管、前方后方统筹联动、行业企业全面参与的北京新视听援藏工作格局，不断巩固和拓展高水平支援合作新局面。

二是打造文化援建新模式。开展“组团式”援建，组织企业与拉萨和玉树精准对接，建立援建企业库、项目库，坚持开展宣传援藏、精品援藏、产业援藏、公益援藏、智力援藏等“五个援藏”系列活动。

三是培育视听援建新品牌。持续开展“北京新视听版权捐赠”活动，联合打造支援合作“六个一”精品工程，继续办好“直播+电商”项目，办好人才建设“线上·提高班”“线下·研修班”等。

会议举行对口支援省（市）广电局向受援地捐赠仪式，其中北京市广电局分别向西藏拉萨市、青海玉树州捐赠价值约5000万元的广播电视节目、培训、技术咨询等。

（3）福建省广电局召开推进全省应急广播体系建设视频会议

2021年09月03日来源：福建省广播电视局

为加快推进市、县两级应急广播系统建设，8月31日，福建省广电局召开推进全省应急广播体系建设视频会议。局党组成员、副局长张明生主持会议并讲话。

会议邀请国家广电总局广科院解读《福建省应急广播体系建设总体技术方案》，分析项目设计和施工建设中需要注意的事项。会议传达了8月27日国家广电总局安全传输保障司召开的城市应急广播讨论会议精神，要求各地在方案设计中关注城市应急广播系统建设。

会议强调，一要提高政治站位，确保按时完成任务。各级广电行政部门要积极行动起来，牵头会同相关部门，积极争取当地党委、政府支持，加强与应急管理等部门对接，将应急广播平台、网络、终端建设纳入各级城乡发展规划和各地惠民工程实施范围，协调落实项目建设和运维资金。二要严格按照国家技术标准和《福建省应急广播体系建设总体技术方案》开

展项目建设，确保应急广播规范化、可贯通、成体系。市、县应急广播平台要加强与本地传输覆盖网络、应急管理平台及上级应急广播系统的有效对接，确保横向、纵向贯通，实现综合覆盖。三要发挥应急广播作用，提高应急广播覆盖面。综合考虑城乡各类应用场景，统筹优化人员聚集区域及风险重点防控区广播站布置，加强应急广播与“智慧广电”、新媒体平台等有机融合，进一步探索在人员密集、具备扩音设施的城市社区、广场、商场、校园、景区、医院、交通枢纽等地部署城市公共广播适配终端，统筹推进城乡应急广播体系建设。四要按照规范申报项目立项和组织招标采购，开展项目建设。完成全省应急广播体系建设时间紧、任务重，各地要抓紧时间，发扬钉钉子精神，扎实有效推进。



国家广电总局广科院无线所、省局科技处，各设区市及县级广电行政部门、广播电视台、广播电视监测台、广播电视发射台、融媒体中心，福建广电网络集团各地分公司等单位负责同志近 370 人参加视频会议。

（4）朱咏雷赴广电总局定点帮扶县四川德格调研

2021 年 09 月 03 日来源：国家广播电视总局

8 月 29 日至 31 日，广电总局副局长、党组成员朱咏雷赴广电总局定点帮扶县四川德格调研慰问，重点围绕广电总局定点帮扶工作，深入德格县戈姑村、康巴文都、县级融媒体中心等，调研脱贫群众生产生活、特色产业项目、广播电视发展等情况，并就进一步做好帮扶工作，召开了广电总局定点帮扶德格工作座谈会。

朱咏雷指出，近年来，德格县经济社会发展特别是广播电视发展取得显著成效，已如期打赢了脱贫攻坚战，广电总局为德格脱贫事业做了一些力所能及的工作，也从德格脱贫攻坚的伟大斗争中汲取了宝贵的精神力量。在全面建设社会主义现代化国家新征程中，我们要深入学习贯彻习近平总书记关于乡村振兴的重要论述，乘势而上、接续奋斗，共同推进德格巩固拓展脱贫攻坚成果，全面推进乡村振兴。

一要提高政治站位，切实增强全面推进乡村振兴的责任感使命感；

二要发挥宣传优势，提升德格的影响力和知名度；

三要厚植发展根基，帮助促进德格特色产业更好发展；

四要增强内生动力，助力培育德格乡村振兴各类人才；

五要聚焦行业自身，促进德格广播电视事业高质量发展。

朱咏雷强调，广电总局将与全体德格人民一道，同心同向、群策群力，推动德格县实现长治久安和高质量发展。

调研期间，广电总局向德格县捐赠了一批优秀电视剧、乡村振兴培训项目和助学金，行业相关单位捐赠了抗疫医疗物资、产业发展资金和一批网络视听节目。

（5）扎实推进，江苏智慧广电乡镇建设任务完成过半

来源：江苏省广播电视局 时间：09月17日 16:27

江苏广电局扎实推进智慧广电乡村工程助力乡村振兴。

一是加强统筹规划。成立江苏智慧广电乡村工程推进小组，印发《关于推进江苏智慧广电乡村工程建设的通知》等政策文件，出台《江苏智慧广电乡村工程建设规范（试行）》，明确责任分工、项目专员、工作要求和评估指标、步骤以及“达标乡镇（街道）”“示范县”建设标准。

二是加强过程指导。建立月报制度以及信息反馈、评估审核、工作例会和年度计划上报等机制，明确筹划、启动、建设、完成、初审、复审等进度节点，实时掌握建设动态。截至7月底，江苏列入建设计划的200个智慧广电乡镇（街道）中，实际启动建设的186个，占比93%；完成建设的104家，占比52%。

三是加强经验交流。在局门户网站开设“江苏智慧广电乡村工程动态”专栏，介绍国家智慧广电服务乡村振兴有关政策、省级智慧广电乡村工程部署、各地智慧广电乡村工程建设进度和部分地区典型示范案例、经验成果。

（6）服务乡村振兴，智慧广电有为有位

来源：国家广播电视总局 时间：09月16日 17:22

2021年6月，国家广播电视总局印发《关于开展智慧广电服务乡村振兴专项行动的通知》，决定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。《通知》涵盖宣传引领、消费帮扶、人才教育帮扶、公共服务等方面。《通知》发出后，多地广电部门根据实际，出台配套政策；相关机构结合所长，让政策落地有新意、有成效。

各地部署推进智慧广电服务乡村振兴行动：

01

广西壮族自治区人民政府提出“壮美广西-智慧广电”服务乡村振兴工作实施方案，加强农村广播电视公共服务体系建设，包括升级贫困地区有线高清交互数字电视机顶盒、开展智慧广电固边工程建设、建设“一村一屏”综合信息发布系统等。

02

江西广电局出台政策，提出开设乡村振兴类专栏，强化“三农”类节目和公益广告制作播出；发挥优秀节目共享平台作用，推动优质资源向基层下沉、向乡村覆盖。

03

江苏广电局打造智慧广电乡村工程项目，通过细化分解任务、开展现场调研、召开专题推进会、组织业务培训等措施，升级改造乡村广电有线网络，建成村级综合信息平台，探索“智慧广电+公共服务+社会治理+产业振兴”路径，稳步推进全省2025年智慧广电乡村振兴全覆盖建设。

04

四川广电局推进乡村振兴信息化平台建设，提出重整体谋划、重统筹联动、重技术保障的思路；横向打通已建成的涉农信息化系统、广播电视公共服务平台数据资源，助力乡村治理数字化。

05

福建广电局部署推进 2021 年智慧广电乡村工程试点建设工作，选择 5 个乡镇和 100 个行政村作为智慧广电乡村工程示范点；增配各类智能终端，加强 5G、4K/8K 的技术应用。

06

云南广电局的具体行动方案提出，探索利用 5G 和 AR/VR 技术，开展“空中课堂”沉浸式教学，提升乡村学生学习体验和学习效果。

各广播电视和网络视听机构实践智慧广电消费帮扶的多样形式，为接续开展智慧“广电+”拓展思路

01

福建省广播影视集团“福建广电商城”采取带货直播与乡村慢直播结合的模式，推出“广电爆款”“美丽乡村乐 go 行”“福安葡萄节”“福鼎白茶开茶节”等一系列活动。

02

湖北广播电视台垄上频道推出融媒体节目《荆楚原产地》《荆楚益农》《地理标志楚天行》《湖北农业开放之窗》等；推进“TV+文旅”产业转型，开展“惠游湖北”系列县域文旅活动、“喜游记”文旅活动等，积极带动当地旅游消费。

03

浙江广电集团针对浙江 8 个对口支援地区，策划并持续推出“886 助跑行动”，为对口支援地区制播公益广告，举办扶贫带货直播，推出大型融媒体新闻行动《大山深处的浙江人》等系列主题宣传，通过集团电商平台“好易购”和浙江卫视《奔跑吧》《蓝莓孵化营》等节目载体，推荐当地特色产品，取得较好实效。

04

安徽合肥市广播电视台推出“幸福路--爱心消费帮扶”项目，利用网上商城、主持人直播带货，让消费者以“以购代捐”“以买代帮”等方式购买脱贫地区的农副产品。

05

重庆云阳广电在重庆有线机顶盒平台以及 APP 端设立“天生云阳”购物专区，开展“超级星期六”系列活动，大屏+小屏线上销售模式助力当地农产品销售。

智慧广电在产业、人才、文化、教育、健康等领域全面助力乡村振兴

01

内蒙古自治区广电局协调内蒙古广电网络建设公共服务平台，提供全方位政用、民用、商用服务。其中的“畜牧直通车”专栏包括兽医远程视频问诊、畜牧政策、牧业直播课堂、牧场

监控，为牧民生产生活提供便利。

02

山东 IPTV 上线“寻医问诊”“医顺通”服务，提供从医疗科普、健康咨询、在线就医到康复保健等一体化医养健康公共服务，让乡村医疗之难在数字时代不断被化解。

03

山西平顺和四川德格，是国家广电总局定点帮扶县。山西平顺智慧广电服务乡村振兴取得的实效令人瞩目：电商方面，去年全县电商产业销售额 1.78 亿元；教育方面，智慧化教育平台已覆盖全县 65 所学校的 1.5 万名学生；正在建设的数字化标注产业，正打造人才振兴和产业振兴相结合的样板。四川德格顺利完成广播电视直播卫星“空中课堂”教育扶贫项目，实现对全县 23 个乡镇 38 所小学共计 352 间教室、1.2 万余名小学生“空中课堂”全覆盖，使雪域高原的学子可以同步享受到来自北京等地的优质教育教学资源。

04

江西大余是国家广播电视总局对口支援县，该县依托智慧广电建设，制定实施了数字大余（智慧城市）建设方案，通过整合打县通融媒体中心、广电网络、智慧城管、智慧旅游、智慧教育、应急广播、“天网”“雪亮”工程等各方面资源和数据，提升了乡村治理能力。

智慧广电将持续助力数字乡村建设

近日，中央网信办、国家乡村振兴局等部门组织编制的《数字乡村建设指南 1.0》发布。其中指出广播电视领域可深度参与的内容：在农村广播电视网络建设中，广电企业应充分利用已有资源，结合广电 5G 网络、卫星直播、无线微波等技术，提高农村广播电视覆盖率，丰富广播电视节目的提供渠道，实现广播电视的全面覆盖。这份指南还对县级融媒体中心建设、智慧应急广播的应用、农村网络文化建设、乡村文化资源数字化提升等方面，提出了要求。在数字乡村的建设中，广播电视和网络视听机构正发挥行业特色和优势，以智慧广电为抓手持续助力

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. 中科大洋东京奥运日记 换种姿势看奥运，跨地域对话奥运健儿



7月23日，第32届夏季奥林匹克运动会在日本东京正式举行。日本本土目前仍在遭受新冠疫情的困扰。因此，本届东京奥运会多数比赛采取了空场举行的隔离措施。在此情况下，想要亲临奥运现场直击运动盛况已是难事。

针对此种情况，各平台为保障中国观众能顺利观看比赛也采取了不同的措施，利用全媒体手段将一场场体育盛事完整呈现。其中，总台开辟了相应的奥运专栏，除了常规的点播、直播外，“大咖陪你看”、“东京日记”、“东京我知道”、“C位看奥运”等自制栏目都受到了相当高的关注。

中科大洋在总台技术局的统筹指导下，将中央广播电视总台5G媒体应用实验室的技术创新成果落地实践，以最新的X-Studio融媒演播整体解决方案为奥运新媒体提供全程技术支持，与全国人民共同见证中国奥运健儿的风采。

值得一提的是，奥运自制栏目“东京日记”，利用云连线服务，通过RTC低延时技术将北京制播区与东京演播室连接起来，采用直播连线的形式互动直播，令身处两地的主持人、评论员与奥运健儿可以进行低延时自由对话，带观众近距离接触奥运冠军，聊一聊赛场上的那些事儿。

节目通过这一方式拉近了身在日本的运动员与屏幕前网友的距离，让不能亲临现场的朋友一睹奥运健儿的光荣时刻，通过网络直播为他们加油鼓劲，也让观众看到了在赛场之下不一样的运动员们。



除此之外，奥运期间，前场体坛英豪的节目录制时间比较紧，也会临时有一些时间上的变化，有的时候演播室没有空出来，这个时候大洋的全能机提供了导播切换的应急支持，随时随地展开节目切换、录制。

其实，大洋全能机在直播连线、赛事报道、论坛举办等活动中都有亮眼表现，在 2020 年先后完成了总台《走村直播看脱贫》、总台《进博 360°》融媒体直播、2020 中关村论坛、青岛啤酒北京 2022 冬奥会战略发布会等大型直播活动，以其小巧轻便、功能齐全等特点，助力活动方最大限度降本增效，受到了来自主办方、组委会的一致认可与好评。

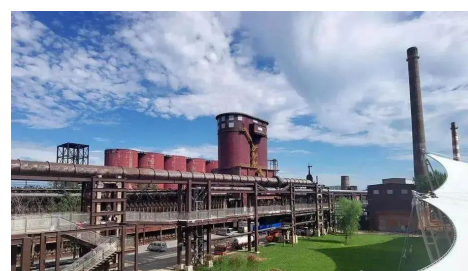
本届东京奥运会，奥运赛事报道也呈多元化发展，各家媒体派出“大神”记者、解说员，带上各种报道“神器”，力争让千里之外的国人打开电视、手机就能有亲临奥运现场的感受，总台的 4K/8K 超高清转播车更是让人眼前一亮。

在即将到来的 2022 年冬奥会上，为了能更好助力媒体赛事报道，中科大洋也做好了充足准备，将充分发挥自身技术优势，紧抓市场机遇，持续实现突破与创新，利用 X-Studio 融媒等产品与服务在 5G、AI、4K/8K 超高清、直播等领域推动媒体行业发展，用科技的力量为观众呈现出一场场冰雪盛宴！

2. 2021 中国国际服务贸易交易会，新奥特呈现融媒超清技术新精彩

2021-09-01

2021 年中国国际服务贸易交易会（简称“服贸会”）将于 9 月 2 日-7 日在北京国家会议中心和首钢园区举办，这是服贸会历史上第一次设置“双会场”。服贸会作为全球服务贸易领域规模最大的综合性展会和中国服务贸易领域的龙头展会，是中国对外开放三大展会平台之一。



图片来源：服贸会官网

今年，新奥特再次受到多方邀请，分别在 1 号馆北京市广播电视局的“北京新视听展”和 9 号馆超高清视频（北京）制作协同中心展示区，展示在融合媒体、超高清 4K/8K 领域的领先技术成果。

3. 北广科技团委赴企业新厂区开展志愿服务活动

北广科技 9月3日



随着公司新厂区建设完成进入待迁阶段，为进一步的净化装修异味，给员工提供更好的工作环境体验，公司于7月购买了1200余盆绿萝放置于新厂区四层楼的各个角落，9月2日值花卉浇灌期，公司团委组织8名志愿者赴新厂房，开展绿植浇水志愿服务活动，为厂区新址优化环境的同时也用实际行动践行“我为群众办实事”，推动党史学习教育走深、走实。

志愿者们充分发挥合作精神，抬水、运输、灌溉、整理茎叶……大家快步穿梭在水房和各楼层办公场所之间，最终用了5个多小时的时间对厂区内所有的绿萝进行了补水和修整。活动期间，大家还积极总结经验，分析问题，结合实际情况更换更为有效的方式方法，从而大大提升效率。萎缩的茎叶再次焕发生机，让志愿者疲惫的身躯得到了舒展，心情也得到了愉悦。

此次活动的开展展现了职工关心企业，服务企业的决心。在以后工作中，北广科技团委将持续开展志愿服务实践活动，发扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神，以实际行动书写新时代的雷锋故事。

4. 2021 服贸会圆满闭幕，新奥特融媒超清核心产品引多方关注

原创 小新 CDV 新奥特

9月7日，2021中国国际服务贸易交易会在北京圆满闭幕。作为全球服务贸易领域规模最大、内容最丰富的高水平国际一流展会之一，吸引了国内外众多知名企业参与其中，各方积极参与，拓展中国和北京市场的新机遇，共同打造一届特色鲜明、富有成效的盛会。



本届大会以“数字开启未来，服务促进发展”为主题，创新实行“一会两馆”办会新空间，在国家会议中心和首钢园区设置双会馆。其中首钢园区专题展分为文化服务、金融服务、教育服务、体育服务等八大主题，涵盖全球服务贸易峰会、展览展示、成果发布等六大类活动。为深化国际服务贸易交流合作，推动全球服务经济发展发挥了积极作用。

服贸会期间，北京市委书记蔡奇，北京市委常委、宣传部部长莫高义等各级领导到访服贸会首钢园区，并莅临 1 号馆北京新视听展参观指导。

北京新视听展由北京市广播电视局主办，围绕“科技冬奥”、智慧城市和全球数字经济标杆城市建设，着力从 5G+8K 超高清服务科技冬奥、智慧广电助力智慧城市、新视听赋能衣食住行三方面重点展示。

• 媒体关注 • 现场采访 /

作为参展北京新视听展的高新技术企业之一，新奥特重点展示业内领先的 8K 超高清视频编辑制作以及图文包装的科研成果和技术设备，受到了广大媒体的关注。新奥特（北京）视频技术有限公司总裁庞刚接受媒体专访，就本次参展情况进行了全面介绍，并重点阐述了新奥特当前在超高清技术和融合媒体方面的研发成果以及未来发展规划问题。

• 现场关注 • 参观交流 /

展台内，全新超高清技术产品和融媒体服务平台的集体亮相吸引众人驻足参观交流，了解前沿视听创新技术成果。

• 智慧广电 • 创新引领 /

9 月 5 日，由北京市广播电视局组织进行评审的“北京市第二批智慧广电重点实验室”名单正式公布，并在服贸会首钢园 1 号馆举行颁奖仪式。新奥特（北京）视频技术有限公司作为授奖企业领取证书，将与国家广播电视总局广播电视科学研究院、北京新媒体（集团）有限公司、人民日报数字传播有限公司等优秀企业，共同推动北京市智慧广电建设和发展。

• 多元展示 • 能力彰显 /

除了设置独立展台之外，新奥特还参与超高清视频（北京）制作协同中心在首钢园区 9 号馆的展示工作。展示区内，新奥特参与建设的拥有世界顶尖技术水平设备的全球首台 5G+8K 超高清转播车备受瞩目。此外，在 5G+8K 转播端到端服务展示中新奥特 8K 慢动作系统、8K 多通道录制系统、8K 超高清网络化制作系统纷纷亮相，综合呈现在超高清 8K 节目制作中的能力。

5. 5G+8K 加持 康佳打造“短视频+云游戏”大屏新生态

| 电科技| 2021-09-16

在科技行业，变革无时无刻不在进行，时代的领先者，往往也是上一轮变革的推动者。IBM 前董事长弗吉尼亚·罗曼提曾说过：“你生存的唯一方法就是不断变换成别的东西。正是这种持续转型的理念让你成为一家创新公司。”

云游戏就是科技行业即将发生的一场重大变革，而大屏行业也有望乘上这阵东风扶摇直上。为了抓住变革的先机，9 月 10 日，大屏云游戏产业链的头部企业们共聚一堂，在北京参加了由电科技举办的中国云游戏大屏生态创新峰会。

在电视行业深耕四十年的康佳集团也出席了本次峰会。在近年来电视备受手机等平台冲击的大环境下，康佳着力创新，寻找大屏的新价值，创造性地将“云游戏+短视频”定为了大屏云游戏增长的突破点。在本次会议上，康佳集团获得了“年度标杆企业奖”，旗下的易抖屏也获得了“年度明星产品奖”。



会上，康佳集团互联网事业部副总经理周波发表了主题为“云游戏生态颠覆之战，大有可玩”的演讲，分享了康佳在云游戏上的一些实践。

近年来，云游戏是除手游外风头最盛的游戏品类。2021 年上半年的《中国云游戏行业发展研究报告》预计，2023 年用户规模将达 6.58 亿人，市场规模将冲击千亿元大关。《2020 年云游戏产业调查报告》也显示，目前游戏用户对云游戏有着充足的兴趣和需求，绝大多数用户不同程度地体验过或了解过云游戏产品，其中还有 15.35% 的用户通过云游戏平台付费进行游戏。

而大屏则是最适合云游戏发挥的载体。大屏设备音画体验相比手机和电脑屏幕有着绝对优势，但其性能又难以比肩手机和电脑。而云游戏将运算放到了云端解决后，大屏设备的优势就将得到尽情释放。

截至 2020 年底，我国智能电视激活量已经达到 2.95 亿台，游戏电视也成了一大热门品类。有业内人士表示：“消费者对手机之外的新游戏体验越来越重视，基于消费市场需求，带游戏功能的电视和显示器等产品，成为电子产品新的消费热潮。”

可以看出，云游戏和电视大屏本就是天作之合，而这两个产业也都正处在上升阶段，因此它们的携手也就变得顺理成章。



“云游戏+电视大屏”的舞台已经搭建好，但想要做到更优秀却并不容易。

对于云游戏来说，要做到优秀，有两个指标：低延迟和临场感。而这也是目前云游戏面临的巨大挑战。据统计，在放弃了云游戏的用户中，有 39.2% 的用户是因为画质，48.8% 的用户是因为延迟。

针对这些问题，康佳也给出了自己的答案：5G+8K。

早在 2018 年，康佳就加入了由中国移动咪咕发起成立的 5G 多媒体创新联盟；2019 年，康佳联合中国移动咪咕建立了 5G 超清实验室；2020 年，康佳又被评为了深圳十大 5G 行业应用示范项目。

康佳既是国内电视行业的老牌企业，也是 8K 技术的先行者。2020 年，康佳投资 300 亿元的重庆康佳光电技术研究院正式投产，其 8K MicroLED 也在同年亮相重庆智博会。另外，2020 年的两会期间，康佳 APHAEA 还承担了 5G+8K 的直播工作。去年年底，康佳“5G

+8K+卫星”超高清直播系统拿下全球 5G 大赛优秀产品奖。



5G 能给现有的网络体验带来质的提升，8K 超高清显示技术也已延展出丰富的应用形态，大大增强观众的临场体验感。5G 和 8K 这两种新型技术的相互融合和赋能，也必将进一步满足大屏端云游戏的体验需求，助力云游戏体验升级。

在当前国内云游戏的市场竞争中，除了技术，内容也是一片激烈的战场。据统计，有半数以上的用户是为了体验没有玩过的大型单机、主机类游戏而为云游戏服务付费的。

为了争取优质内容，康佳与 STAR 云游戏、咪咕快游、天翼云游戏等游戏厂商达成了合作，构建了完善的云游戏生态。而 5G 带来的高速网络传输让每一位游戏热爱者随时都能轻松地享受大屏正版游戏，硬件成本大大降低。

同时，为了获取更多优质内容，康佳也将大屏短视频与云游戏进行了结合。康佳旗下的“抖屏”是行业内独创的跨屏跨场景短视频，与哔哩哔哩等内容方达成合作，在游戏短视频细分领域有着超 100+ 的人气 UP 主、五大游戏细分领域以及丰富的游戏相关视频内容。



此外，抖屏也可以实现“内容带游戏”，通过智能推荐游戏相关内容，实现一键启动游戏，这样就建成了一条大屏内容和云游戏内容的通路。这也是一种用内容盘活大屏云游戏生态的全新思路，有望创新更多商业价值。

今后，康佳也会联合内容发布方联合推出云游戏定制电视，用极致的游戏内容和硬件配置带来更好的大屏云游戏体验。同时，康佳也将持续推进云游戏内容方与抖屏的短视频以及直播等内容的融合，打造“短视频+云游戏”的全新大屏生态。

5G 带来的不止是更大的带宽和更快的速度，还有更多的创新途径以及更多的经济增长点。康佳则抓住了时代发展的机遇，结合自己的优势和经验，在即将到来的新一轮变革中抢占了优势身位。

（本期结束）