

广电行业综合信息

2021年 第10期 （总第123期）

中国广播电视设备工业协会

2021年 11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
2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术.....	4
(1) 5G 频道样板演示受到业内关注肯定.....	4
(2) 超前布局 8K 赛道, 搭生态抢占标准高地.....	4
(3) 中国铁塔将采购 2.5 万基铁塔.....	6
(4) 中国广电辽宁公司: 抓好 700 兆 5G 应用对接、抓好 1921 号段商用放号.....	6
(5) 曾庆军:中国广电 5G NR 广播建设的四方面布局.....	8
3. 直播星和户户通、村村通.....	9
(1) 卫星直播中心在中星 9B 卫星增加南海覆盖广播电视节目.....	9
4. 有线电视.....	10
(1) 聊聊有线数字乡村建设那点事: 夯实基础, 抢占制高点.....	10
(2) 河北张家口: “电视县”惠民项目打通农村群众收看“最后一公里”.....	12
5. 前端、制作与信源.....	13
(1) CCTV16 来了! 总台奥林匹克频道即将开播.....	13
(2) 中宣部、总局、总台等六部门: 开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动.....	14
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态.....	16
(1) 投影电视成新宠.....	16
(2) 2021 年 10 月 TV 面板&整机价格快报(下旬版).....	16
7. 新媒体.....	17
(1) 老年群体中,智能电视占主导地位 智能音箱和健康监测穿戴设备等成为新兴增长领域.....	17
(2) 梅剑平:中央广播电视总台将构建融合传播网络.....	18
8. 媒体融合.....	19
(1) “2021 粤港澳大湾区创新成果巡展”举办 多媒体融合展现创新力量.....	19
(2) 北京广播电视台媒体融合新跨越 十大垂类频道上线“北京时间”.....	19
(3) 北京市广播电视局奋力谱写首都广播电视媒体深度融合发展新篇章.....	20
9. 虚拟现实/增强现实(VR/AR)技术.....	22
(1) 芒果 TV 首场 XR 线上演唱会 《潮音实验室》开启虚拟直播新方向.....	22
10. 国际动态.....	22
(1) 苹果在加州建造大型电视和电影制作工厂 扩大剧集开发规模.....	22
(2) 捷克观众对付费电视的兴趣与日俱增.....	23
(3) 三星公布 Q3 业绩展望:营业利润将达 133 亿美元,同比增长 28%.....	23
(4) 英国 5G 业务加快增长.....	24
11. 走向海外.....	24
(1) 第三届中国—东盟电视周聚焦广电视听产业融合创新.....	24
(二)、 重要政策进展.....	25

1. 三网融合.....	25
(1) 82%用户青睐流媒体直播, 媒体发展「直播+」业态三大招.....	25
2. 宽带中国.....	28
(1) 我国 5G 向泛在千兆进阶.....	28
(2) 工信部孙姬:毫米波将在 5G 网络部署中发挥重要作用.....	30
(3) 江西“十四五”信息通信行业发展规划:到 2025 年 5G 基站超过 10 万个.....	31
(4) 北京已建成 4.7 万个 5G 基站 基本实现 5G 网络全覆盖.....	32
3. 相关政策法规.....	32
(1) 发改委征求意见:非公有资本不得从事新闻采编播发业务.....	32
(2) 广电总局令第 9 号、广电总局令第 10 号发布!涉及广播电视视频点播业务、卫星电视广播地面接收设施等.....	33
4. 与广电相关的标准.....	39
(1) 广播电视台融合媒体云平台总体架构和接口协议两项广播电视和网络视听行业标准发布.....	39
5. 广电行业动态与分析.....	40
(1) 《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》来了.....	40
(2) 福建省广电局部署开展智慧广电服务乡村振兴专项行动.....	40
(3) 安徽广电局坚持“三化”并举建设高质量应急广播体系.....	41
(4) 湖北广电“十四五”科技发展规划发布:明确湖北广电科技发展七大任务.....	41
(5) 姜文波:传统电视媒体推进全媒体建设的三大重点.....	41
(6) 需求导向,科研先行,应用为要——朱咏雷到广电总局广播电视规划院调研.....	43
(7) 广电总局下发组织参加第三十届北京国际广播电影电视展览会(BIRTV2021)的通知.....	43
(8) 河北局印发《河北省广播电视和网络视听发展“十四五”规划》.....	44
二、会员企业信息.....	45
1. 智慧教学 校企联合 中科大洋技术助力“强校梦”.....	45
2.R&S CMX500 集成到 Bluetest RTS 混响测试系统,提升 5G NR FR1 测量优势.....	47
3.中科大洋联合陕西省宝鸡电视台打造西北最大“4K 超高清制作网”.....	48
4.“新奥特汇创融媒体中心”荣获全国重大 5G 赛事二等奖,技术创新驱动媒体深度融合.....	48
5.创维:老牌电视品牌“变形记”.....	50
6.北电科林迅速部署抓落实,疫情防控不松懈.....	53

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

(本期无)

2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术

(1) 5G 频道样板演示受到业内关注肯定

2021 年 10 月 09 日来源：中国广电

在第十七届深圳文博会上，中国广电牵头会同上海台等联合研发的样板 5G 频道首次亮相演示。广电网资深专家给予肯定，一致认为新频道及其新体验，符合全国广电行业重塑新格局、聚合新动能的紧迫发展需要。

下一步，中国广电将会同上海台等单位，配合广电 5G 放号大局，尽快实现 5G 频道试验播出，同时策划推出“192+5G 频道”用户套餐和“广播电视上 5G”传播行动，有效赋能各级广电网转型升级发展。

(2) 超前布局 8K 赛道，搭生态抢占标准高地

2021 年 10 月 09 日来源：河北网络电视台

9 月 24 日，一场超高清视频直播在深圳文博会现场正式上演。国家级非物质文化遗产广绣市级代表性传承人王新元在直播镜头前展示了花线劈丝技巧，一根细丝被劈成了 64 缕。

“要放在以前，花线细得连相机镜头都难以对焦，在肉眼下也很难分辨，只能靠手感穿针引线，如今通过超高清视频直播，线头竟在 8K 屏幕上清晰可见。”王新元颇为感叹。

王新元能够获得如此体验，多亏了“5G+8K”超高清视频直播技术。这场搭载了博冠光电 8K 超高清摄像设备、应用了广东广电 5G 高速传输技术的直播，与此前 2021 年的春晚超高清直播如出一辙。

这场直播背后，是广东近年来在超高清视频领域不断创新的一个缩影。广东通过大力推进超高清视频产业创新协同发展，重点依托广深惠等珠三角核心区，发展新型显示产业，推进摄录设备、终端显示等关键技术取得突破，在全国率先实现了技术突围，产业集群态势初现。2020 年，广东超高清视频显示产业营业收入达 6000 亿元，加速迈向万亿级产业集群。

超高清视频产业发展的先行地

随着 5G 技术的不断演进，8K 超高清视频产业发展迎来新的风口。

此前，工信部、广电总局、央广总台联合印发的《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022 年)》显示，到 2022 年，我国超高清视频产业总体规模超过 4 万亿元。

中国电子信息产业发展研究院院长张立也公开表示，目前我国超高清视频的生产、网络传输、终端呈现、核心元器件、视频服务等环节直接的销售收入超过了 8500 亿元，带动垂

直行业硬件销售和应用规模超过了 9300 亿元，总规模已实现 1.8 万亿元。

而广东在其中扮演了重要角色。2019 年，广东获批建设全国首个超高清视频产业发展试验区，短短几年便培育引进来一大批重大项目，从广州的维信诺、超视界、乐金显示、博冠光电，到深圳、惠州的华星光电、雷曼光电，初步形成从核心零部件、面板、模组到终端整机的全产业链生态。

博冠光电 8K 超高清事业部副总经理张傲雪对此感受颇深。她所在的博冠光电原本是一家专注于运动光学行业的科技企业，2017 年开始全面进军超清行业，并研制成功了中国首个 8K+5G+AI 超高清摄像机。

据她透露，目前博冠光电在 8K 超高清业务上增速迅猛，该业务已经成为公司的重点战略业务之一。“2020 年，公司 8K 业务销售额 100 万元，今年截至目前，已实现的销售收入和达成的意向订单近千万元，预计今年有望实现十倍增长。”

博冠光电 8K 业务的快速增长背后，离不开自身的前瞻布局与政策的大力支持。2017 年，博冠光电并未选择已经相对成熟的 4K 领域，而是选择布局超高清行业，与上下游伙伴共同研发 8K 视频采集设备。

“国家与广东省及地市的课题经费，对中小型科技企业作用巨大。2017-2019 年期间，我们在 8K 业务上一直处于不断战略投入的状态，国家的课题经费很大程度上缓解了公司的研发压力。”张傲雪说。

除了研发经费的支持，广东在 4K/8K 领域出台了一系列政策文件。2017 年，广东率先出台了第一个省级 4K 产业发展实施方案《开展新数字家庭行动推动 4K 电视网络应用与产业发展的实施方案》，2019 年，又推出了《广东省超高清视频产业发展行动计划(2019—2022 年)》。

得益于此，以广东为代表的超高清视频产业已经形成终端先行发展、网络传输设备逐步突破、内容制作初具规模的良好态势，成为超高清视频产业发展的先行地。

“2021 年是 8K 超高清视频产业发展元年。”张傲雪认为，8K 产业的发展速度与 5G 是同频的，快则三年、慢则五年，一定会迎来爆发。

TCL 创始人、董事长李东生也判断，随着北京冬奥会等重大赛事的举行，未来中国 8K 电视市场渗透率有望从目前的不到 0.5% 升至 2025 年的 7%。

数字经济新浪潮下，超高清视频发展提挡加速，更多体现在满足了各行各业的应用场景。“超高清技术越来越多被应用在工业领域，为企业降本提效。”张傲雪向 21 世纪经济报道记者介绍，5G+8K 技术正在被广泛应用在智慧交通、智慧工地与工业检测领域。

例如，5G+8K 智能超清安防监控摄像机，依托远距离、场景、机多屏的功能，一台高清摄像头就能替代原来需要数台摄像头覆盖的范围，实现了降本增效的效果。

强芯补链，抢占标准高地

尽管广东在超高清视频产业发展上取得了先发优势，但 TCL 科技集团高级副总裁、TCL 华星首席执行官金旻植表示，目前超高清视频产业在核心材料、设备、传感器和芯片等方面与国际尚存差距，也存在 4K 节目内容匮乏、市场化应用模式尚未完善等不足。

张傲雪对此颇为认同。她向 21 世纪经济报道记者举例，超高清视频产业是一个系统工程，产业链上的短板决定了产业发展的水平。

2019 年底，博冠光电成功研制出国内第一台 5G+8K+AI 超高清摄像机，但在推向市场时遇到了难题。“我们的客户光有设备还是用不了，于是，公司 2020 年开始将研发从单一的设备研发转向了涵盖视频采集、视频制作、存储与编码等一整套解决方案。”张傲雪说。

同时她还表示，广东超高清视频产业的发展，还有赖于大湾区协同发展、交通的便利、技术的强沟通。“我们公司虽然在广州，但能够享受整个大湾区的技术研发能力，合作伙伴也多集聚在大湾区内。”

宝视达技术总监黄竞告诉 21 世纪经济报道记者，内容是超高清视频产业发展的另一个关键环节，内容制作相当于整个超高清视频产业上的衔接端，衔接着产业链条的各环节。

宝视达凭借丰富的摄制经验，获得了拍摄全国首部 8K 城市宣传片《深圳之声》的机会。在拍摄 8K 宣传片的过程中，黄竞发现了一系列问题。

他发现，内容制作涉及多个流程，而且每个流程是相互关联的，缺了任何一环都不能顺利推进。例如，制作 8K 内容对硬件和软件的要求很高，团队的拍摄设备、电脑都需要全部更新；同时制作的技术门槛也高，单是调色的编码就需要专业人才。

黄竞认为，相比其他地区，广东在 8K 内容制作上还是有优势的。“广东一方面在 8K 视频设备、核心技术与算法方面有积累，一方面也在积极推动 5G、8K 等技术的落地应用。”目前，广深均已上线 4K 超高清电视频道，广东省 4K 节目已累计时长接近 3 万小时。

广东在此前发布的《广东省发展超高清视频显示战略性新兴产业集群，加快建设超高清视频产业发展试验区行动计划(2021—2025 年)》中提出，要保持产业规模全国领先优势，逐步完善产业生态，并提出了补链强链工程、标准先行工程、节目内容跃升工程等。

例如，打造具有湾区特色的超高清视频产业标准体系，建立具有国际竞争力的行业标准，加快推动 AVS2、AVS3、DRA 等国家标准的研发应用，加大国家标准推广普及力度。

在业内人士看来，有了统一的标准，才能带动整个超高清视频产业的大发展。广东率先搭建起了超高清视频产业生态，其中深圳的鹏城实验室参与制定的 AVS 标准已经实现了领跑全球，现在国内无论是做整机还是机顶盒、前端内容的，基本都按照这一标准。

“博冠光电的超高清视频设备已经成功出口日本市场，打破了以日韩为代表的国外巨头对超高清摄录设备的长期垄断。”张傲雪透露。

黄竞也透露，目前工信部正联合广电总局、中央广播电视总台等单位，开展“百城千屏”8K 超高清视频落地推广活动，在各地设立公共场所 8K 大屏，展映优质 8K 内容，带动超高清视频产业链各环节协同发展。“广东超高清视频产业迎来新的发展机遇。”

(3) 中国铁塔将采购 2.5 万基铁塔

2021 年 10 月 09 日来源：C114 通信网

中国铁塔官方消息显示，中国铁塔 2022 年度铁塔产品招标项目已具备招标条件，现进行集中资格预审，特邀请有意向的潜在投标人提出集中资格预审申请。

本项目用于移动通信覆盖的高耸钢结构，采购单管塔、非单管塔两类产品。单管塔通常有钢管塔、景观塔（美化塔）、一体化塔及塔房等类型；非单管塔通常有三管塔、角钢塔、增高架、拉线塔（桅杆）等类型。

其中，单管塔预估采购量 1.49 万基；非单管塔预估采购量 1.01 万基，合计采购 2.5 万基。

资料显示，集中资格预审有效期限至 2022 年 12 月 31 日。

(4) 中国广电辽宁公司：抓好 700 兆 5G 应用对接、抓好 1921 号段商用放号

2021 年 10 月 20 日来源：北方广电网络

2021 年 10 月 19 日上午，中国广电辽宁网络股份有限公司（简称中国广电辽宁公司）召开 2021 年 10 月份经营分析会议。会议由公司党委委员、副总经理张晓钧主持。公司党委书记、董事长、总经理曾绍武出席会议并讲话，公司领导要春华，总助级领导李成雨、王婷、李笑阳及总部各职能部门中层管理人员，各分（子）公司主要领导及相关职能部门负责人和

部分骨干人员在主分会场参加会议。



图为：中国广电辽宁公司 2021 年 10 月份经营分析会议主会场

会上，公司市场经营中心总经理文剑，首先从公司经营收入完成情况、用户指标完成情况、用户节执行情况、大走访活动执行情况及主营业务分析等五个方面，对公司 2021 年 1 至 9 月市场经营情况进行了客观全面的分析，并通报了服务质量监督考核情况。

鞍山市分公司湖南区域公司经理刘薇和沈阳市分公司东陵区域公司经理沈国柱分别以《真抓实干 全力冲刺年度任务指标》《用真心 干实事 推进排查走访出实效》为题，做“我为群众办实事”用户大走访活动经验交流分享。



图为：公司党委书记、董事长、总经理曾绍武讲话

公司党委书记、董事长、总经理曾绍武就做好公司下一阶段工作提出五点要求：

一是持续狠抓经营增收工作。截止目前，公司总体经营收入距年度时序指标还有一定差距，公司上下要充分利用今年第四季度，精准预测、找准差距，细分指标、倒排进度，压实责任、务求必胜，面向公司现有“五大业态”，各司其职，协同发力。一要在抓好家客大营销业务上狠下功夫。围绕保卫有线用户、增加互动点播用户和家庭宽带用户的“一保二增”家客经营战略，精准施策，持续发力，深入开展好“我为用户办实事”大走访活动，精心组织好“有线电视节”大营销活动，积极践行好“百日攻坚战”大会战活动，同时也要有效推进县区企网络整合、信源合作、广告经营等工作；二要在抓好非网商品销售业务上狠下功夫。进一步开发智能手机、家用电器、智能门锁以及无线路由器等相关商品的销售代理，鼓励各分（子）公司有效拓展非网商品合作渠道；三要在抓好政企集客业务开发上狠下功夫。政企业务是公司转型的主攻方向，今年呈现出较好态势，要进一步调动干部员工积极性，培育好集客业务市场，规范好集客经营行为，同时严防集客项目投资风险；四要在抓好节目版权代理业务上狠下功夫。做好各省卫视和购物频道落地费收缴、央视 3568 频道代理、视频信源对外合作等工作；五要在抓好 IDC 数据经营业务上狠下功夫。努力推进“三线”机房建设、阿里云等项目合作以及宽带业务集约化经营等业务，争取尽快落地，产生效益。

二是持续狠抓技术应用工作。技术创新与应用与公司经营业务的成败息息相关。一要尽快抓好新终端机顶盒的研发，保障好一线市场供应；二要持续抓好北方云 A、B 平台的应用推广；三要高效抓好大连宽带出口一体化供给的设备安装调试，要在 12 月 1 日前正式投入运营；四要及时抓好 700 兆 5G 的规划建设应用对接，做好核心网接入后备承载网建设；五要提前

抓好 1921 号段商用放号前的技术准备，做好 BOSS 系统、客服系统和结算系统等的规划建设；六要努力抓好与中广宽带公司集约化业务合作试点，促进公司宽带业务提质、降本、增效；七要全力抓好安全运营保障，确保万无一失。

三是持续狠抓内容拓展工作。持续坚持“内容为王”策略，时刻将内容建设作为重点工作抓好抓实。一要抓好直播频道的拓展，及时对接好奥运频道落地工作；二要抓好点播节目的丰富，开发引进 4K 超高清、经典影视剧等节目内容；三要抓好互动专区的建设，联合经营好“老年大学”互动专区；四要抓好老年数字电视频道的申报；五要抓好精品内容的宣传推介。四是持续狠抓内部管理工作。管理是企业制胜的法宝，管理出效率，管理出效益，管理出人才，“制度稳则企业稳，制度强则企业强”。公司要在强化企业管理，强化制度建设上狠下功夫。一要抓好公司新董事会、监事会的改组完善。中国广电股份公司拟根据公司章程规定，加强省级子公司章程、董事会、监事会等现代企业制度建设，有关部门和分（子）公司要全力配合；二要抓好公司年底前经营收入及财务收支精准预测。要进一步端正态度，尽心尽力，精打细算，精确测算，不藏私心，不留埋伏；三要抓好公司年底前经营收入指标再分解。对年底前的经营任务，进行分类分解，抢抓机遇，夯实责任，取得成效；四要抓好公司集客项目规范管理制度建设。在进一步培育好政企集客市场基础上，对集客经营行为进行规范管理；五要抓好公司经理层成员任期制契约化管理的落实。在做好签约工作总结的基础上，认真抓好贯彻落实，尤其是年度经营指标的落实和奖惩的兑现；六要抓好法律案件应对及规避。公司上下要提高法律法规意识，在经营工作中增强底线思维，维护公司利益，避免造成损害公司利益的法律纠纷。

五是持续狠抓公司党建工作。要始终不渝坚持以高质量党建引领企业高质量发展。一要抓好党史学习教育深入开展。近日中央党史学习教育领导小组印发了《关于充分发挥基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用 进一步深化党史学习教育“我为群众办实事”实践活动的通知》，公司上下要在深入开展“我为群众办实事”大走访活动上动真本事，要在高质量完成党史学习教育规定动作上下真功夫；二要抓好党风廉政建设。一方面要面向广大党员干部员工做好党纪国法等廉政知识的宣传教育，另一方面要对事实确凿的举报进行严肃查处；三要抓好干部队伍建设。希望公司上下树立正气，坚持正义，严格坚守道德底线，约束自身言行，维护公司良好发展局面，全心全意做好本职工作，促进企业发展，努力营造健康向上、风清气正的发展局面，度过近期市场经营的严冬，迎来 1921 号段 2C 业务商用和 700 兆 5G2B 业务应用的春天，走进公司“5G+电视+宽带+语音+卫星+X”的广电和通讯全业务融合快速发展的新时代。

（5）曾庆军：中国广电 5G NR 广播建设的四方面布局

苗梦佳 | 中广互联 | 2021-10-27

10月26日，由江苏省广播电影电视协会、江苏省广播电视总台、江苏省广电有线信息网络股份有限公司主办的2021年第八届广播电视紫金论坛在南京召开。会上，中国广播电视网络集团有限公司副总经理曾庆军以《中国广电引领世界5G广播》为题进行演讲。他谈到，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。

网络方面，推动方案标准化，电视塔和蜂窝基站协同组网，数量上，基站达40+万座、电视发射塔达2000+座。

终端方面，推进终端支持广播功能，电视、手机、平板、穿戴设备、汽车中控台等全类型终端，是无处不在的泛在化业务。

应用创新方面，广播电视发射塔、蜂窝基站业务内容统一。利用与单播通讯融合的组播/广播技术，弥补蜂窝网与广播电视发射塔频谱带宽差异带来的节目源数量差异。

服务方面，从音视频服务到海量物联网、车联网，逐步实现新型交互化视频广播服务和融合多媒体信息广播服务的全国覆盖。



图为：中国广播电视网络集团有限公司副总经理曾庆军

3. 直播星和户户通、村村通

(1) 卫星直播中心在中星 9B 卫星增加南海覆盖广播电视节目

2021 年 10 月 12 日来源：国家广电总局

2021 年 10 月 10 日零时，国家广电总局卫星直播中心通过中星 9B 卫星增加传输南海覆盖广播电视节目，直播卫星相关用户在中国海域只要将天线对准中星 9B 卫星（东经 101.4 度），自动搜索频道即可收看原中星 9A 传输的广播电视节目，具体节目及频道号见下表。同时，中星 9 号南海覆盖节目停止传输。

中星 9B 卫星南海波束节目单			
频道号	电视节目名	频道号	广播节目名
851	CCTV-1 综合	881	中国之声
852	CCTV-2 财经	882	中华之声
853	CCTV-4 中文国际	883	神州之声
854	CCTV-7 国防军事	884	大湾区之声
855	CCTV-10 科教	885	环球资讯广播
856	CCTV-12 社会与法	886	海南新闻广播
857	CCTV-13 新闻	887	福建新闻综合广播
858	CCTV-14 少儿	888	广东新闻广播
859	CCTN	889	浙江综合广播
860	CCTV-17 农业农村	890	江苏新闻综合广播
861	CETV-1	891	南海之声
862	海南卫视		
863	福建东南卫视		
864	广东卫视		
865	广西卫视		
866	浙江卫视		
867	江苏卫视		
868	深圳卫视		
869	三沙卫视		

备注：三沙卫视和南海之声仅对海南用户开放授权。

4. 有线电视

(1) 聊聊有线数字乡村建设那点事：夯实基础，抢占制高点

2021年10月09日来源：中广互联 作者：罗小布

数字乡村建设“总体参考架构”的底座是“信息基础设施”，这里引用“常话短说”主编陈常伟经常说的一句话“打破认知边界”，才能理解数字乡村建设“信息基础设施”内涵和要求。有线必须清晰地认识到，目前有线的信息基础设施还很薄弱，甚至无法全面满足数字乡村“信息基础设施”的要求。解决问题之道，就是开放，也就是，只要学会“分钱”和“分权”一切皆有解。

一、“今非昔比”的有线。首先，全国网络已经整合，有了中国广电央企的名号，地位上就可以与三大运营商平起平坐；更实际一点，原来只是可以找处级领导说事，现在可以找到厅级领导交谈，甚至可以找副省长汇报；说得更直白一点，不利用中国广电提升政治地位，就枉入中国广电。其次，有个已经联姻的亲家中国移动，完全可以与本地的中国移动深度合作，以弥补有线的不足，特别是云计算能力（说明：IDC 尽管是云能力的基础，但与云能力是两回事），包括中国移动云架构体系（云边缘+边缘云+边缘网关），像 700 兆合作一样，追求合作共赢。第三，抛弃一切皆“拥有”思维，建立合作生态，弥补应用上的不足，特别是要充分利用中国广电与阿里、华为等建立的“大厂”合作生态，学做新上海人，海纳百川，会抢先说“我爱你”。

二、分门别类，制定具有竞争优势的策略。数字乡村的“信息基础设施”分为三大类，分别是网络基础设施、信息服务基础设施和传统基础设施数字化升级。

(一) 网络基础设施。主要的要求如下：

网络基础设施			
市场主体	基础网络	均得化业务要求的主要基础业务	要求
中国移动	宽带网络	固定网络固网长途及本地电话业务	基础设施到村（宽带千兆接入）
	互联网	移动通信电话和数据业务	
中国电信	物联网	卫星通信及卫星移动通信业务	具备为农村居民提供网络接入能力
	移动网	互联网及其它公共数据电信业务	
中国联通	其他	宽带、波长、光纤、光缆、管道及其它网络	为乡村智慧感知系统部署提供网络连接基础
	卫星网	元素出租、出警业务	
中国广电	其他	网络承载、接入及网络外包等业务	
	其他	国际通信基础设施、国际电信业务	
		无线寻呼业务	
		传统的固定电话业务	
		广播电视业务	

按照网络基础设施要求，有线首先是完善自身的网络能力，包括千兆宽带入村、百兆宽带入户。其次是利用 700 兆的覆盖能力，不仅提高农村居民移动端的接入能力，主要是放号，更要提高农村物联网的接入能力。第三是充分利用中国广电的牌照以及与中国移动合作开展基于电信的基础业务

(二) 信息服务基础设施。信息服务基础设施是指利用信息技术为农村居民提供政务、生产、生活等领域信息服务的站点和设施，包括村级政务服务代办站（点）、农村电商服务站、益农信息社、村级供销合作社等。也就是说，信息服务基础设施既包括线上也包括线下，重在支撑数字乡村所需的服务。主要的要求如下：

信息服务基础设施	
主要类型	主要设施
线上	网站
	APP
	电视屏
	户外屏
线下	其他：社区信息服务站
	村级政务服务代办站（点）
	农村电商服务站
	益农信息社
	村级供销合作社
	（文化室） （图书室） （文化综合服务站） 其他：智慧信息服务终端

信息服务基础设施必须支撑服务		
主要服务领域	主要类型	主要服务内容
政务信息服务	政策信息服务	涉农政策宣传、推送、查询等
	党建信息服务	村级党务信息采集、维护等
生产信息服务	政务信息服务	政策补贴查询和申领、政务服务事项互联网代办等
	农业生产经营信息服务	农情咨询、农具及农资网上采购、农机作业服务网上预约等
	科技知识培训服务	农业生产技术培训、信息技术使用技能培训、农业科技信息推送等
生活信息服务	销售流通信息服务	网上代购代卖、农产品产销信息对接、农产品及特色资源网络营销推广、网络开办指导等
	社区交流信息服务	各类通知发布推送、乡村居民线上交流互动平台维护等
	便民类信息服务	生活费用代收代缴、商业服务及中介服务代办、公益服务等
就业信息服务	就业信息获取和发布、就业技能培训、农村创新创业经验交流等	

信息服务基础设施的集中体现就是政务网的重要组成部分“县级政府外网”。“县级政府外

网”是数字乡村“信息基础设施”的制高点，是兵家必争之地，也是有线参与“数字乡村建设”的当务之急和重中之重。对有线抢占制高点而言，最重要的不是网络，而是客户关系。传统基础设施数字化升级。首先是网络化和物联网化，其次是信息化、数字化和智能化。主要的要求如下：

传统基础设施数字化升级			
新增基础设施	主要领域	主要任务	基本要求
互联网	农村地区智慧水利设施建设	建设全要素动态感知的水利监测体系	涉水信息动态监测和自主感知 水利信息性基础设施“一网两库共享”
	农村地区智慧气象设施建设	具备自我感知、判断、选择、行动、创新和自适应能力的智慧气象系统	水灾预防和公共安全 服务于农业生产
物联网	农村地区智能电表设施建设	加大农村电网建设力度	实现用电量预警
	农村地区智能单户设施建设	推进多种可再生能源上网	实现电力供需调配
云平台	农村地区智慧农业设施建设	利用数字化技术对田间进行监测、鉴别、控制和管理	保障“三农”数据安全
	农村地区智慧交通设施建设	建设面向农村居民的公共出行服务平台	将农村道路（含村内道路）建设管理纳入省管一体化路网管理体系
大数据	农村地区智慧农业设施建设	构建农村公路管理系统	在农业生产经营中普及性能器
	农村地区智慧交通设施建设	构建农村公路管理系统	形成农业控制网络
人工智能	农业生产基础设施数字化升级	建设农业物联网平台	实现农业生产环境监测和生产过程精准管理
	农村地区智慧交通设施建设	构建县、乡、村三级物流网络体系	建设县镇农村物流配送中心、乡镇农村物流配送站和村级农村物流配送点
其他	农村地区智慧农业设施建设	构建县、乡、村三级物流网络体系	推进乡镇山邮服务站的信息化建设和农村物流配送网络建设
	农村地区智慧交通设施建设	农产品仓储保鲜冷链物流设施建设	建设预冷仓、分选仓、配备冷藏和低温配送设备

有线参与“传统基础设施数字化升级”最基本的策略就是建立生态，也就是与原有的参与者建立联盟，考验有线的不是技术，而是心态，以及“分钱、分权”的智慧。

三、构建差异化、具有广电特色的县级政府外网。首先是一定要加强对政府的理解力，外在的理解是体制，包括敬畏体制、顺从体制、巩固体制和发展体制；内在的理解就是理解权力，包括权力的边界、权力的欲望、权力的禁忌等；巩固权力和不破坏权力是基本要求，也就是切勿妄想抢夺权力、侵占权力（这是传统有线的老毛病）。其次是社会效益优先原则，也就是要提高政绩政绩的表现力。第三是按照“六独立”法则规划、设计和建设好三类网，即政府各部门独立的业务网、政府部门之间的协同网、各政府部门面对服务对象或大众服务网；也就是说，政府外网有大量的、不同要求的网中网。第四提高基础网络服务业务的供给，如融合通讯系统、指挥调度系统、会议电视系统、广播电视会议系统、大数据中台服务系统、政府融媒体服务系统、云服务等。第五，利用全省网络优势和全国有线网络互联互通优势，与中国广电一起争取第一类网络全省和全国专网。最后是联合合作伙伴，提升政府应用的开发能力。

四、突出广电差异化的竞争优势。尽管有线与对手想比有很多不足，但也不要妄自菲薄。首先，“六独立模型”就是有线体制机制的竞争优势。其次，700兆的“低空经济网”可算得上有线的独门绝技。第三，中国广电可与阿里合作“智慧乡村操作系统”，可全面实现“数字乡村建设”内外一张图的构想，是有线竞争的杀手锏。第四，有线以公众服务为重心的融媒体（注意：不是以媒体宣传为中心）可为政府外网锦上添花，全面助力政府实现面对百姓的“勤务兵”和面对政府网格化人员的“勤务员”。第五，有线足够冗余的网格化人员是政府外网最可靠的志愿者团队……

需要说明的是，助力乡村振兴的广电低空经济网由“三网一平台”组成，即低空700兆飞行器识别网、低空700兆超高清5G通讯网、飞行器智能控制网和无人机综合信息服务平台，如下图所示：



今天关于《数字乡村建设指南 1.0》的“信息基础设施”的相关话题就聊到这里，其他章节的话题后续再聊。不当之处，请批评指正，旨在抛砖引玉。

（2）河北张家口：“电视县”惠民项目打通农村群众收看“最后一公里”

2021年10月09日来源：河北广电

近年来，河北广电网络集团张家口公司（简称：张家口公司）在当地党委政府大力支持下，立足地区特点，挖掘区位优势，先后在万全、怀来、康保、崇礼、阳原等5个县区探索开展“电视县”项目，让22万户农村居民近百万人口，通过享受免费收看有线电视惠民补贴，收看到高质量的电视节目，并且在助力脱贫攻坚、乡村振兴、文化旅游和冬奥宣传等方面发挥了重要作用，有效推动区域电视基本公共服务均等化，这一做法被国家广播电视总局《广播电视公共服务工作动态》刊登。



一是推进双向网改，夯实“电视县”项目基础。近年来，张家口公司因地制宜推进数字广播电视覆盖和入户接收，完善农村广播电视现代传输覆盖体系。推进有线电视网络基础设施建设，完善农村有线广播电视网络的双向化改造及IP城域网建设，先后启动实施了中小城市网络完善工程、宽带乡村干线网络和宽带乡村分配网建设工程，总投资约3.5亿元，新建光缆10000多公里，实现了县乡村广电网络双向全覆盖，确保有线网络光纤化改造率达到100%、村（社区）有线数字电视联网率达到100%，为实施“电视县”项目打下了坚实的基础。

二、争取政策支持，确保“电视县”项目实施。张家口公司将业务模式创新作为“一把手”工程，积极争取当地党委政府对项目的支持，5个县区党委政府高度重视，专门召开会议专题研究，制定补贴政策、确定补贴年限及金额，及时印发文件，落实项目补贴。5个区县结合实际情况，分别制定了5年补贴标准和10年补贴标准，并列入年度财政预算，22万农村居民享受补贴资金达21964万元，形成了政府、企业携手推进“电视县”项目建设的良好局面，为项目实施提供了资金保障。

三、注重融合创新，突出“电视县”项目特色。张家口公司围绕地方政府重点工作需求和人民群众精神文化需求，遵循共建共享原则，打通广播、电视、手机、户外大屏等多种应急信息发布通道，实现重要应急信息全覆盖发布。重点打造“一云”“六屏”“一播”。“一云”即新时代文明实践智慧云平台；“六屏”即各县区根据业务实际需求建设电视屏、电脑屏、手机屏、中心LED大屏、触摸屏和户外大屏；“一播”即应急广播终端。在电视端建设“新时代文明实践中心”、“智慧党建”、“乡村振兴”等本地化特色板块，促进服务数字化、高清化、网络化、智能化和移动化，进一步助力当地经济发展。

四、加强资源整合，助力乡村振兴和宣传冬奥。“电视县”项目依托覆盖农村区域的有线电视网络和综合视听内容平台，进行重新整合，形成了集电视播出、时政宣传、政务服务和民生服务一体的全新广电公共服务平台，更好地发挥有线广播电视舆论宣传主阵地和制高点作用，更好的配合当地县区党委政府进行脱贫攻坚和乡村振兴及文化旅游的宣传工作；更好地宣传冬奥，服务冬奥，进一步加强了主流媒体在当地的宣传力度和影响力。

5. 前端、制作与信源

(1) CCTV16 来了！总台奥林匹克频道即将开播

2021 年 10 月 12 日来源：央视新闻

10 月 11 日，中央广播电视总台奥林匹克频道开播上线专家座谈会在北京举行。该频道将是全球首个 24 小时上星播出的 4K 超高清体育频道。中宣部副部长、中央广播电视总台台长兼总编辑慎海雄出席座谈会，并与国际奥委会委员代表、专家学者和优秀运动员代表座谈，共同为即将开播的奥林匹克频道集思广益。



奥林匹克频道是中央广播电视总台与国际奥委会战略合作的成果，也是中国大陆地区唯一得到国际奥委会授权使用奥林匹克名称和五环标识的传播平台。作为国际上首个以 4K 超高清和数字平台同步播出的体育频道，包含央视奥林匹克电视频道和数字平台。其中，电视频道将以 CCTV16 为呼号，以 4K+高清同播模式 24 小时上星开路播出；数字平台覆盖 PC 端、APP 端、H5 以及微信、微博新媒体平台。



图为：中宣部副部长、中央广播电视总台台长兼总编辑 慎海雄

慎海雄在讲话中强调，开办中国版奥林匹克频道是中央广播电视总台贯彻落实习近平总书记重要指示精神，扎实推进奥林匹克运动在中国发展的一项重要举措。奥林匹克频道开播后的首要使命就是要服务好北京冬奥会和冬残奥会，全面立体讲好中国双奥故事，持续为北京冬奥会营造良好舆论氛围，带动三亿人参与冰雪运动，为全球观众奉上一届精彩非凡卓越的冬奥盛会。

慎海雄指出，着眼于受众需要、平台特色，总台将把奥林匹克频道建设成为赛事转播的推广平台、奥林匹克文化和体育精神的传播平台、中国特色赛事体系的引领平台、深化体教融合的共享平台、对外讲好中国体育故事的沟通平台，也将成为总台科技创新、示范应用的展示平台。总台将以更大的创新力度讲好新时代奥林匹克故事和中国体育故事，为弘扬奥林匹克精神和中华体育精神、推动体育强国建设贡献力量。

座谈会上，与会代表围绕奥林匹克频道内容创作、技术应用、平台建设、事业发展等主题进行了深入研讨和广泛交流。

国际奥委会副主席、中国奥委会副主席于再清在讲话中指出，奥林匹克频道的开播，对推广、普及和发展奥林匹克运动具有重要意义。要着力宣传奥林匹克精神的核心价值即和平思想，宣传奥林匹克运动在中国的长足发展，展现中华体育精神。

国际奥委会委员、中国奥委会副主席李玲蔚表示，奥林匹克频道开播有利于促进奥林匹克精神的广泛传播，为奥运会项目和参赛运动员提供“非赛时”持续曝光平台，激发青少年对于奥运赛事和奥运人物的更多期待。

国际奥委会委员、中国奥委会执委张虹表示，奥林匹克频道的开播有助于让观众更好地了解奥林匹克运动的魅力。同时，中国运动员愿意当好奥林匹克文化的使者，为宣传奥林匹克价值观、传递好冰雪“接力棒”贡献力量。

东京奥运会射击女子10米气步枪冠军、10米气步枪混合团体冠军杨倩表示，总台对射击项目的广泛宣传报道，有力地推动了射击运动在中国的发展。奥林匹克频道开播给观众创造了一个可以全面了解奥林匹克的平台。

国家体育总局宣传司司长涂晓东指出，奥林匹克频道的开播上线，是我国积极参与国际体育事务，日益走向世界舞台中央历史进程中的必然产物。国家体育总局愿与总台一道，共同推动频道建设，向广大受众提供更多更好的优质体育内容与公共服务。

中国篮协主席姚明表示，体育搭台，文化唱戏。希望通过奥林匹克频道的开播，让受众了解更多精彩的体育故事，打造成为我们“身边的频道”。

百度首席技术官王海峰表示，百度和总台正通力合作，制定出“科技竞技、科技媒体、科技传播”三个技术合作方向，探索通过科技提升冰雪运动竞技水平和全民对冬季运动项目的关注。

中国国家画院美术馆原馆长何加林表示，观众可以通过奥林匹克频道更全面地了解奥林匹克文化，看到奥林匹克运动竞技之美。2022年北京冬奥会即将到来，奥林匹克频道将会把中国对奥林匹克文化的理解与和平共生的文化价值观传播到世界各地，把奥林匹克运动推向一个新的起点。

中国人民大学副校长胡百精表示，希望即将开播上线的奥运频道讲好奥运故事，彰显中国价值；讲好体育故事，阐释中国道路；构建体育赛事体系，讲好人类命运共同体的故事；以用户为中心，讲好总台自身融媒体建设的故事。

据介绍，CCTV16奥林匹克频道将充分发挥“5G+4K/8K+AI”战略技术优势，全力打造“核心体育赛事+特色精品节目+社会文化活动”的频道内容体系，形成具有奥林匹克独特气质的崭新形象。

中央广播电视总台编务会议成员薛继军、姜文波、李挺，总台有关部门负责人，以及来自科技、教育等方面的专家参加了座谈会。

(2) 中宣部、总局、总台等六部门：开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动

2021年10月20日来源：工业和信息化部



10月19日，工业和信息化部、中央宣传部、交通运输部、文化和旅游部、国家广播电视总局、中央广播电视总台等六部门联合发布通知，决定开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动。

通知指出，活动以“点亮百城千屏 炫彩超清视界”为主题，支持有条件的城市设立超高清公共大屏，通过展播社会主义核心价值观、党的建设、北京冬奥会、文化旅游等优质超高清 4K/8K 内容，充分发挥时事政策宣传、公益发布和弘扬社会主义核心价值观主阵地、主渠道、主力军作用，弘扬民族精神，呈现中国文化，提升超高清视频产业的渗透性。

活动时间为 2021 年 10 月至 2023 年 6 月。

通知强调，各地相关部门、中央广播电视总台地方总站要建立联合工作机制，加强工作协同，确保活动取得实效。鼓励地方积极出台配套政策，给予资金支持。

工业和信息化部 中央宣传部 交通运输部 文化和旅游部 国家广播电视总局 中央广播电视总台关于开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动的通知

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门、党委宣传部、交通运输厅（局、委）、文化和旅游厅（局）、广播电视主管部门，中央广播电视总台相关地方总站，有关单位：

为落实《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022 年）》和《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》，大力推进实施“公益宣传平台传播工程”，促进我国新一代信息技术产业和文化产业整体实力提升，现决定开展“百城千屏”超高清视频落地推广活动。有关事项通知如下：

一、活动内容

以“点亮百城千屏 炫彩超清视界”为主题，支持有条件的城市设立超高清公共大屏，通过展播社会主义核心价值观、党的建设、北京冬奥会、文化旅游等优质超高清 4K/8K 内容，充分发挥时事政策宣传、公益发布和弘扬社会主义核心价值观主阵地、主渠道、主力军作用，弘扬民族精神，呈现中国文化，提升超高清视频产业的渗透性。

按照政府引导、市场运作、多方联动、提速发展原则，发挥超高清视频龙头企业和行业组织主体作用，探索形成可复制、可推广的新业态、新模式，丰富应用场景，深入推动信息消费全面升级，培育发展新动能，完善产业链，营造良好产业生态环境，加速推动超高清视频在多领域的融合创新发展。

二、活动时间

2021 年 10 月—2023 年 6 月。

三、组织形式

（一）支持产业基础较好、有意向的城市先行先试，形成可复制可推广的活动模式。鼓励在城市重要商圈、大型综合交通枢纽、网红地标、文化场馆等地改造或新设超高清大屏。

（二）鼓励各地依法依规开展多元超高清视频内容播放业务，探索多种技术路线方式传输，促进商业运营模式创新。

（三）鼓励终端厂商、网络设备商、电信运营商、内容制作商等产业链上下游企业，为活动开展提供产业支撑。

（四）充分发挥各类超高清视频产业联盟、相关行业组织的服务带动作用。

四、活动要求

（一）加强组织领导。各地相关部门、中央广播电视总台地方总站要建立联合工作机制，加强工作协同，确保活动取得实效。鼓励地方积极出台配套政策，给予资金支持。

（二）明确运营主体。运营主体须按照规定获得节目播放等运营资质，按照“谁运营谁负责”原则，做好具体工作。

（三）做好内容审核。落实属地管理原则，配强审核力量，确保展播内容符合社会主义核心价值观，唱响时代主旋律。

（四）加强安全管理。设置超高清公共大屏应符合相关专项规划和安全规范，加强设施设置日常安全管理，防范安全隐患。

(五) 规范大屏建设。接入活动的超高清公共大屏须统一标识、统一技术标准，并由专业第三方机构统一认证。

工业和信息化部 中央宣传部 交通运输部 文化和旅游部 国家广播电视总局 中央广播电视总台 2021年10月15日

6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

(1) 投影电视成新宠

刘成| 经济日报 | 2021-10-09

当前，“躺在家里追剧观影刷综艺”是许多消费者在假期放松身心的首选，超大尺寸的投影电视凭借“把电影院搬进家中”的观看体验，已成为家电市场消费新宠。

国庆节当天，位于青岛西海岸新区香江路的利群商场人头攒动。“这‘电视’真大，跟看电影似的”“站这么近看都不刺眼”……在海信电视专柜，一款100英寸的投影电视吸引了不少人驻足观看。

“这是最新的激光电视，通过超短焦镜头把光源反射到抗光屏幕上，能达到4K分辨率，而且还更保护眼睛。”海信电视青岛西海岸区域营销经理孟辉向前来咨询的顾客介绍。

如果说激光电视是投影电视的高端产品，那么小巧便捷、性价比高的家用投影仪作为大众消费品，正快速走进千家万户。

国庆假期首日，市民刘勇早早来到极米无屏电视青岛线下店体验，不到半小时就定下了一款4000多元的投影仪产品。“之前在网上有所了解，今天实地来感受一下画质清晰度，确实不错。”

记者在商场了解到，80英寸及以上的传统电视售价基本都在8000元以上，而一台可投射出100英寸画面的家用投影仪，市场均价在3000元左右，价格优势十分明显。

“店里平常一个月能卖出去近100台，大多是年轻人来买，4000元以下的入门级产品比较畅销。”极米无屏电视青岛线下店销售人员说，随着国庆假期和“双11”的到来，销售势头正不断攀升。

(2) 2021年10月TV面板&整机价格快报（下旬版）

奥维睿沃| AVC 产业链洞察 | 2021-10-27

【流媒体网】摘要：面板价格大幅调整带动整机成本下探，在线上降价的带动下，线下市场价格也将迎来一波调整。

Panel Price		Unit: \$ Set Price			Unit: ¥		
Size	Resolution	Oct (E)	Nov(F)	Change [Nov-Oct]	Oct (E)	Nov(F)	Change [Nov-Oct]
32	HD	44	40	-4	986	889	-97
39.5	FHD	70	65	-5	1427	1318	-109
43	FHD	80	75	-5	1635	1519	-116
50	UHD	130	115	-15	2845	2687	-158
55	UHD	150	135	-15	3924	3734	-190
65	UHD	230	210	-20	5997	5796	-201
75	UHD	330	310	-20	9390	9178	-212

Data Source: AVC Revo

睿沃观点（面板）

面板快速降价后，短期内品牌、代工厂需求有所回暖，面板厂三季度末调减产线稼动率后，电视面板生产量环比下降，在客户积极拉货下，面板厂库存水位回落，但第四季度整体面板需求依然疲软，预计面板价格继续下降，但尺寸表现分化，降幅将明显收敛。

32”：由于面板厂减少小尺寸投片，供应减少明显，代工厂、小客户需求回暖，面板供需逐渐改善，预计 10 月降幅 6 美金，11 月预计降幅收窄至 4 美金。

39.5”-43 ”：供需关系逐渐趋稳，10 月价格下降 10 美金，11 月降幅预计收窄至 5 美金。

50”-55”：终端需求不振，供应依然宽松，10 月价格继续补跌，11 月预计下降 15 美金。

65”-75”：终端需求疲软，品牌拉货动力不强，G10.5 产线爬坡，整体供应宽松，11 月预计继续下降 20 美金。

睿沃观点（整机）

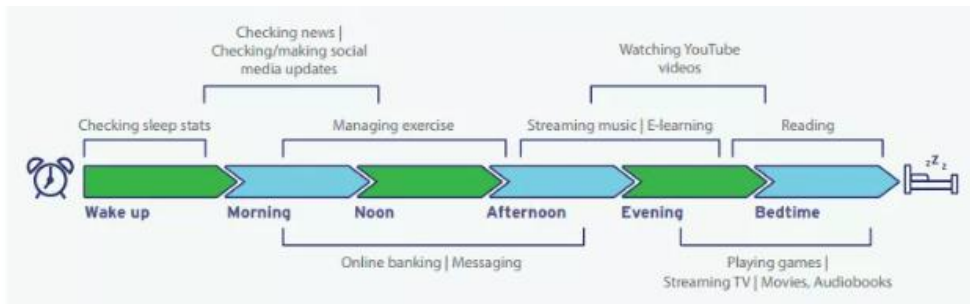
面板价格大幅调整带动整机成本下探，在线上降价的带动下，线下市场价格也将迎来一波调整。

7. 新媒体

（1）老年群体中,智能电视占主导地位 智能音箱和健康监测穿戴设备等成为新兴增长领域

| 众视 DVBCN| 2021-10-27

近年来，人口老龄化与日俱增。其中，老龄化消费者群体约占 55 岁及以上人口的 75%，其定义是积极进行社交、心理、身体和数字活动的老年人。



图片来源：互联网数据中心

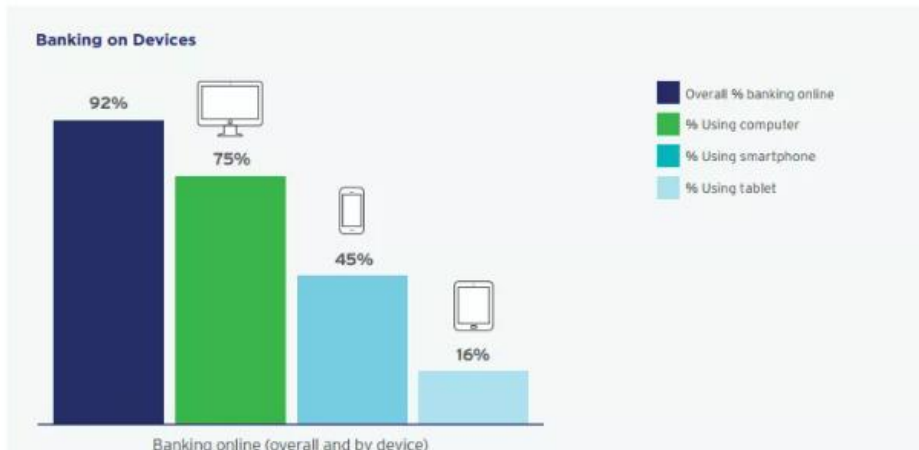
为此，Age of Majority 和 Revolution55 研究了在家庭内外使用多种设备管理老年消费者生活的八个方面：健康与健身、娱乐、电子商务、金融、新闻与信息、社交以及组织与导航。



图片来源：互联网数据中心

越来越多的老年人正在使用智能电视等设备

据了解，55岁及以上消费者依靠网络设备购物、理财、收集新闻、与朋友、家人和同事联系、娱乐、组织生活和管理家庭。



图片来源：互联网数据中心

电脑、智能手机、智能电视和平板电脑在设备使用中占据主导地位，但智能音箱和可穿戴设备是新闻/娱乐和健康监测的新兴增长领域：

据数据显示，91%的活跃老年人使用智能手机；89%在使用电脑；58%拥有智能电视；54%有平板电脑；34%使用可穿戴技术；24%使用智能音箱。

后记

技术使用在一定程度上已成为规范，而在活跃的老年人中则是例外，这反映在使用数字技术和理念上。活跃的老年人将越来越多地使用技术来管理他们生活的方方面面，阅读内容，购买产品并与品牌打交道。

现如今，适老政策也正在下达多个行业。为此，像智能电视等，可供老年人休闲娱乐的设备则是发展的重头戏之一。希望未来，OTT行业也能够更大程度考虑到老年用户群体，让每一位用户都能享受到智慧生活的乐趣！

（2）梅剑平:中央广播电视总台将构建融合传播网络

慧聪广电网 2021-10-27 09:28 来源：中广互联

【慧聪广电网】10月26日，由江苏省广播电影电视协会、江苏省广播电视总台、江苏省广电有线信息网络股份有限公司主办的2021年第八届广播电视紫金论坛在南京召开。会上，中央广播电视总台技术局数据应用部主任、超高清视音频制播呈现国家重点实验室常务副主任梅剑平以《中央广播电视总台国际传播技术体系与科技创新》为题进行演讲。

他指出，中央广播电视总台全新战略布局是从传统节目制播模式向深化内容生产供给侧结构性改革转变，从传统技术布局向“5G+4K/8K+AI”战略格局转变，从传统广播电视媒体向国际一流原创视音频制作发布的全媒体机构转变，从而建成具有强大引领力、传播力、影响力的国际一流新型主流媒体。技术体系方面实现超清化、移动化、智能化；持续构建轻量、移动和云化的融合内容生产系统集群。

构建融合传播网络，对内强化互联网、5G传输，向对基础薄弱的中西部地区采取适度倾斜政策，在“十四五”期间分批完成约40个地市、50个频率的覆盖建设。对外强化“互联网+卫星”传播新格局，扩大互联网传播，以“网红工作室”等新媒体方式扩大国际传播能力。

8. 媒体融合

(1) “2021 粤港澳大湾区创新成果巡展” 举办 多媒体融合展现创新力量

2021 年 10 月 09 日来源：中国青年报

近日，“2021 粤港澳大湾区创新成果巡展”陆续在深圳、佛山、广州、珠海、中山、江门、肇庆等大湾区城市举办，展期长达一个半月。

此次巡展活动以“对标国际一流湾区、聚焦创新引领发展”为主题，以“图片展+明信片+云巡展”等多媒体融合形式呈现方式举行。巡展内容聚焦粤港澳大湾区城市在国际科技创新中心建设、基础设施互联互通、青年创新创业、生态环境保护、产业发展、城市营商环境、宜业宜居等方面的创新发展成果。

据了解，2020 年，广东研发投入达 3200 亿元，有效发明专利量、PCT 国际专利申请量等指标连续多年居全国首位，区域创新能力连续四年居全国首位。

“广东正以蓬勃的活力、开阔的胸襟、良好的环境成为全球科技创新的重要策源地和吸引全球科技人才工作生活的热土。”广东省科学技术厅二级巡视员何棣华表示。

在新冠肺炎疫情常态化防控的情况下，巡展开启“云展览”线上看展互动模式，只需扫码进入就可看到大湾区各城市发展成果。

为充分利用和推广广东丰富的红色旅游资源，本次巡展也为广东各地文旅项目搭建展示平台，同步在各大湾区城市进行宣传推广。此外，巡展还特别制作了大湾区创新成果明信片，在大湾区巡展各城市免费派发。



(2) 北京广播电视台媒体融合新跨越 十大垂类频道上线“北京时间”

2021 年 10 月 08 日来源：北京时间

9 月 30 日，北京广播电视台各频道中心推出的垂类频道专区在“北京时间”全新上线。快讯、法治、影视、金融、球迷、味道、军情、微剧场、微档案、文化大家说，这十大垂类频道专区聚合形成“北京时间”深耕垂类内容新矩阵，实现电视节目与新媒体内容的大小屏一体策划，定向生产内容，多元聚合服务，是北京广播电视台推动媒体深度融合的新跨越。



“北京时间”自上线以来，广聚优质资源，不断开拓创新。截至目前，“北京时间”客

户端下载量超 4000 万，全网覆盖用户近 1 亿。“北京时间”致力于建成首都权威的新闻信息资讯和城市生活服务移动视听平台。此次，“北京时间”与新闻频道中心联合上线的“快讯”频道，即充分依托北京本地热点新闻资讯的独家优势，立足北京、放眼全球，以首善标准，赋予资讯新动能。聚合强势资源，聚力全新领域，“味道”频道立足生活频道中心 25 年来在美食领域深度培养的重磅资源，打造具有广泛参与度，兼具专业性与权威性的美食信息发布高地，形成美食爱好者的欢聚平台。“北京时间”聚焦社会综合治理，致力于为全网用户提供综合服务的智慧融媒体平台。此次全新上线的“法治”频道，即充分整合科教频道中心法治类品牌栏目内容资源，通过移动网络化传播方式，及时发布北京及全国各地的法治类信息，提高全民法律意识，弘扬道德风尚、传播法治精神，力争打造权威的法治类信息发布平台和法律服务平台。

快讯、法治、影视、金融、球迷、味道、军情、微剧场、微档案、文化大家说，十大垂类频道，是北京广播电视台各频道中心探索新媒体运营的重要尝试，也是“北京时间”依托全台优质资源，与各频道中心进一步深度融合的重要契机。

垂类频道陆续上线后，“北京时间”各内容专区将更具特色，极大扩充“北京时间”内容池，提升内容广度与深度。全台各频道中心专业制作人才将全面挺进新媒体主阵地，结合新媒体传播特征，为“北京时间”融媒体平台定制生产更多符合垂类特色的原创内容，从而更精准地吸引和服务受众。

北京广播电视台各频道中心的垂类频道上线，是助推全台媒体融合发展从“相加”迈向“相融”的坚实一步，也是激活全台新媒体创新力，做大做强“北京时间”的关键一步，更是夯实北京广播电视台媒体融合向纵深发展的重要一步。

（3）北京市广播电视局奋力谱写首都广播电视媒体深度融合发展新篇章

2021 年 10 月 11 日来源：中广互联

媒体融合是一场不容回避的自我革命。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央从全局和战略高度出发，作出了推动传统媒体和新兴媒体融合发展的重大战略部署。广播电视作为重要的主流媒体，承担着舆论宣传的重要使命，在媒体融合发展中更应当好排头兵。北京市广播电视局认真贯彻落实中央和市委市政府关于加快推进媒体深度融合发展的决策部署，因势而谋、应势而动、顺势而为，以新视听引领新融合，高质量谱写新时代首都广播电视媒体深度融合发展新篇章。

以顶层设计为引领，擘画广电全媒体传播新格局

北京市广电局坚持首善标准，紧扣首都城市功能定位，推动主力军全面挺进主战场，初步形成了具有首都特色的广播电视政策体系。出台《关于加快推进北京市广播电视媒体深度融合发展的三年行动计划(2021-2023)》，明确未来三年的发展目标，确定六大方面的工作任务，成为统领首都广播电视媒体深度融合发展的行动指南。出台《北京市广播电视媒体融合发展扶持资金管理办法(试行)》，支持北京市媒体融合领域在融合发展模式探索、技术研发应用推广、媒体融合内容制作等方面具有典型性、示范性和引领性的单位和项目。出台《北京市智慧广电发展行动方案》《北京市超高清视频产业发展行动方案》等一系列政策文件，从不同角度推动北京市广播电视媒体融合发展。

以内容建设为根本，抓好主题主线创作新宣传

坚持以人民为中心的发展思想，推动内容生产供给侧改革，满足人民群众美好生活新需求。发挥北京广播电视网络视听发展基金等专项资金的撬动作用，对《觉醒年代》《什刹海》《中国飞侠》等上百个电视剧、网络视听作品、广播电视节目予以扶持，精品创作北京模式日趋完善。聚焦主题主线，统筹全市广播电视和网络视听媒体打造宣传矩阵，完善重点作品

种子库、项目库、片单库，策划制作《香山叶正红》《冰雪之名》等精品力作。指导视听平台设置“奋斗百年路 启航新征程”专栏专区，组织“理想照耀中国”优秀剧目展播展映，开展“红色视听之旅”融媒行动，指导北京广播电视台推出“同唱一首歌”京津冀广播媒体主题活动，以全媒体矩阵全渠道传播营造主题宣传良好氛围。

以先进技术为支撑，培育媒体融合发展新动能

融合发展是一次以技术创新为引领的媒体变革，必须用好信息技术这个“杀手锏”。北京市广电局连续两年面向全国开展“媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划”，评选出上百个入库项目，推动“AI合成主播”等四项技术在融媒体中心落地应用。实施区融媒体中心能力提升工程，帮助区融媒体中心在社区服务、文化实践等方面拓展功能。以2022年北京冬奥会冬残奥会为契机，抓住5G+8K+高新视频战略机遇，加快超高清视频实验室、产业园区等重大项目建设，为媒体深度融合发展持续赋能。

以品牌活动为纽带，搭建全国媒体融合交流新平台

创办中国广电媒体融合发展大会、中国(北京)国际视听大会，持续做好春秋两季电视节目交易会、北京纪实影像周、北京国际公益广告大会等传统品牌活动，节节相接、会会相融，探索走出一条具有北京特色的媒体融合交流合作之路。去年九月举办的首届中国广电媒体融合发展大会上，来自全国26个省、自治区、直辖市的局台网领导和相关负责人，以及100余位专家学者、媒体精英，通过十场精彩纷呈的活动，分享成果、交流经验，打造全国媒体融合交流活动的知名品牌。

以人才培养为突破，打造跨区域人才交流培养新模式

推进媒体深度融合发展，人才是关键。北京市广电局与国家广播电视总局研修学院、河北省广播电视局共同设立京津冀新视听媒体融合学院，2021年举办两期研学班，通过政策解读、趋势分析、案例展示、分组研讨、现场观摩等形式，提升参训人员的专业技能，力求以人才培养为杠杆撬动人才发展战略、人才孵化与交流、产学研项目结合，为推动京津冀乃至全国媒体融合向纵深发展汇集智力资源，提供有力人才支撑。

以协同发展为抓手，推动京津冀新视听再上新台阶

京津冀协同发展是习近平总书记亲自谋划、亲自决策、亲自推动的重大国家战略。2020年9月，北京市广电局与天津市广电局、河北省广电局共同签署《京津冀新视听战略合作协议》，开启协同发展新征程。过去一年里，京津冀新视听协同发展取得良好成效，成立中国(京津冀)广播电视媒体融合发展创新中心，搭建协同发展新平台；设立“京津冀之声”调频广播，整合区域媒体资源、推进平台深度整合；联合打击“黑广播”、治理“灰广播”，共同构建海晏河清的宣传舆论环境；规划设计“京津冀视听走廊”，加强产业联动、推动高新视听产业集聚发展；举办“共享新视听 同心过大年”等活动，逐步提升广播电视公共服务均等化水平。

第二届中国广电媒体融合发展大会将于10月13日正式拉开帷幕，新成果分享、新观点碰撞，必将为行业带来更新的收获。北京市广播电视局将乘着这股东风，统筹处理好传统媒体和新兴媒体、中央媒体和地方媒体、主流媒体和商业平台、大众化媒体和专业性媒体的关系，努力构建以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的具有首都特色的广电全媒体传播体系，以时不我待的紧迫感和使命感，写好媒体融合发展这篇大文章，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献首都力量！

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）芒果 TV 首场 XR 线上演唱会 《潮音实验室》开启虚拟直播新方向

2021 年 10 月 08 日来源： 湖南广播电视台办公室

近日，芒果 TV 的《潮音实验室》上线啦！节目是以音乐为载体，融合先锋艺术、时尚潮流、前沿科技等最新内容表现形式的实验性音乐品牌。

品牌首次触电，就集结来自芒果 TV《说唱听我的 2》节目的七组嘉宾，推出时长一个小时的说唱内容专场线上虚拟演唱会。在虚拟技术助力下，七组嘉宾分别于 7 个天马行空的创意虚拟舞台上完成了精彩表演。晚会还别出心裁地采用了付费直播、直播后不可回看的模式，更独特、更小众、更不可错过！

本场演唱会亦是全国首个尝试虚拟在线直播的音乐直播节目。和传统演唱会的巨型舞台不同，本场演唱会的嘉宾们只能在由几块绿幕搭成的小型舞台中表演，活动空间有限。为了捕捉到恰到好处的镜头语言，体现出画面层次感，导演们需要不断运镜和切换机位，用 12 台工作站实时进行抠像、场景渲染、虚拟灯光合成、颜色校正，同时让每一个机位均有深度、动捕、交互信息——科技感满满！

虚拟演唱会直播的面世，意味着行业新变量——游戏融合视频“玩法”的出现。虚拟直播的核心在于用虚幻 4 引擎构建一个实时渲染、任意变化、甚至是靠用户驱动变化的虚拟舞台。其中，舞台变化和艺人表演、音乐节奏及歌词转换要做到梦幻联动、无缝对接。未来，观众的实时互动也会成为改变舞台的元素之一，从而为虚拟直播赋予群体游戏般的魅力体验。

另外，芒果 TV 首个虚拟人形象“瑶瑶”在本次虚拟演唱会上也作为主持人亮相。她的面孔是依托数亿人脸大数据，通过算法计算后得到的“最美面孔”，观众朋友们可以期待日后在更多的场景上与她见面！



10. 国际动态

（1）苹果在加州建造大型电视和电影制作工厂 扩大剧集开发规模

2021 年 10 月 09 日来源： 站长之家

随着苹果公司开始在洛杉矶附近的卡尔弗城建设两个新设施，苹果继续扩大 Apple TV+ 项目的生产力度。新设施建成后总面积将超过 550,000 平方英尺，将位于国家大道、威尼斯大道和华盛顿大道沿线。

据一位与 Variety 交谈的苹果代表称，该设施将是多用途的。该公司没有透露该项目将包括什么样的制作工作室空间。苹果也没有提供该设施何时投入运营的时间表，只是表示该

项目仍处于早期阶段。建成后，卡尔弗城将成为该地区的总部。

7 月份获悉，苹果一直在寻找 50 万平方英尺以增加其现有场地设施。苹果的目的在于寻找足够的拍摄空间，提升剧集制作的能力。

2017 年，苹果公司也一直在关注卡尔弗城的房产。当时，苹果公司曾表示，它主要是在寻找办公空间，而不是与视频制作有关的任何事情。2018 年，据报道，苹果在卡尔弗城租赁了超过 200,000 平方英尺的房产。

苹果公司自推出 Apple TV+ 流媒体之后，就开始在原创剧集制作投入大量精力，虽然目前苹果的剧集规模还不如 Netflix 或者迪士尼、华纳等几家老牌公司，但随着投入的增加，未来苹果的原创新剧也可能出现更多机会。

(2) 捷克观众对付费电视的兴趣与日俱增

2021 年 10 月 09 日来源：广播与电视技术

捷克观众平均每月要为付费电视服务支付 354 捷克克朗（13.9 欧元）。

Atmedia 是一家提供互联网整合营销服务的公司，最近，Atmedia 援引媒体研究机构 Nielsen Admosphere 的研究报告称，捷克的付费电视普及率目前已达到 54%，并将会继续增长。Atmedia 的经理 Michaela Vasilova 补充说：“捷克付费电视的费用通常在每月 300-399 捷克克朗之间。在这个范围内，通过付费电视运营商接收电视台节目的观众比例为 23%”。

她还表示，35%的付费电视观众每月支付 80-300 捷克克朗，42%的付费电视观众每月支付 400-700 捷克克朗。

Atmedia 指出，由于付费电视可以观看到数字地面广播中没有的频道，所以超过一半的捷克观众愿意为此购买付费服务。有 43%的受访者（付费电视运营商的客户）明确表明了这一原因。37%的受访者表示，他们会关注运营商为观众提供电视节目的能力。付费电视的其他优势包括高清广播（32%）和在多个设备上同时观看电视节目的能力（26%）。

Vasilova 继续说道：“如今，许多电视观众希望能够在更多频道之间进行选择，并且他们通常会选择专注于特定类型的不同付费主题频道。同时，他们希望以尽可能高的质量观看自己最喜欢的节目，而不考虑这些节目最初播出的时间。长期以来，我们一直在观察电视观众行为的变化，而新冠疫情进一步加速了这些变化。

“近一半的捷克人不想购买付费服务的主要原因是电视台已经提供了足够多的数字地面广播频道。”

(3) 三星公布 Q3 业绩展望:营业利润将达 133 亿美元,同比增长 28%

箫雨 | 凤凰科技 | 2021-10-09

三星电子公布了今年第三季度业绩展望。三星预计，第三季度营业利润将达到 15.80 万亿韩元（约合 132.63 亿美元），同比增长 27.94%。



SAMSUNG

三星称，第三季度营收预计为 73.00 万亿韩元（约合 612.80 亿美元），较上年同期的 66.96 万亿韩元增长 9.02%，较第二季度的 63.67 万亿韩元增长 14.65%；营业利润预计为 15.80 万亿韩元（约合 132.63 亿美元），较上年同期的 12.35 万亿韩元增长 27.94%，较第二季度的 12.57 万亿韩元增长 25.70%。

三星的这一展望低于分析师预期。接受路孚特 SmartEstimate 调查的 16 位分析师平均

预计，三星第三季度营业利润很可能增长至 16.1 万亿韩元，较上年同期的 12.35 万亿韩元增长 30%，营收将同比增长 11% 至 74.6 万亿韩元。

（4）英国 5G 业务加快增长

| 广播与电视技术| 2021-10-08

根据最新的 Ookla Speedtest 报告数据显示，虽然英国在 5G 发展的起跑线上落后，但正迅速迎头赶上。目前英国在 5G 下载速度方面仅次于韩国和中国。

这项研究发现，随着运营商在全英国扩大 5G 的部署范围，越来越多的英国社区获得了 5G 网络接入，享受到了 5G 速度。数据表明，英国电信公司 Three UK 的 5G 网络覆盖了 30% 的“户外用户”，沃达丰公司为英国 123 个城镇提供 5G 服务，O2 公司则在 180 多个城镇拥有 5G 网络，EE 计划到 2028 年为超过 90% 的英国地区提供 5G 信号。然而，Ookla 也发现，尽管网络速度有所提高，但英国各地之间的 5G 接入情况仍有较大差距。

在英国的移动网络下载速度发展停滞了两年之后，2021 前半年来，所有移动技术的下载速度中位数出现了明显上升趋势。Ookla 之前的研究表明，2019 上半年各种技术的网速中位数为 21.44 Mbps，直到 2020 年第三季度，网速中位数才上升至 23.60 Mbps，到 2021 年第二季度进一步上升至 29.96 Mbps。同时，4G LTE 网络的下载速度基本保持不变：从 2019 年第一季度的 23.50 Mbps 开始，到 2021 年第二季度略有下降，速度降为 23.01 Mbps。

据 Ookla 表示，5G 服务行业消费者的激增，是 2021 上半年英国 5G 服务增长的主要原因。与 2020 年第三季度相比，在 2021 上半年进行 5G 速度测试的客户增加了近 7 万。

在对英国性能数据的中位数进行全球比较时，Ookla 观察到，在英国主要贸易伙伴中，韩国和中国的 5G 下载速度最高，分别为 440.53 Mbps 和 302.78 Mbps，在 2021 上半年。英国的下载速度排名第三，为 167.38 Mbps，略高于日本的下载速度（163.68 Mbps）。美国 5G 下载速度最慢，中位数为 81.04 Mbps。

在上传速度中位数排名中，中国 5G 上传速度最快，为 46.31 Mbps，其次是韩国（41.79 Mbps）和荷兰（33.16 Mbps）。英国的上传速度为 15.91 Mbps，落后于除法国以外的其他主要贸易伙伴。

Ookla Speedtest 的数据还显示，2021 上半年，这些国家的 5G 使用率也存在较大差距。美国处于领先地位，49.5% 拥有 5G 设备的消费者大部分时间都在使用 5G 连接。荷兰排名第二，为 44.0%，韩国排名第三，为 40.4%。英国则以 10.2% 的 5G 使用率居处于榜单中间。

11. 走向海外

（1）第三届中国—东盟电视周聚焦广电视听产业融合创新

2021 年 10 月 28 日来源：新华网

10 月 27 日晚，由国家广播电视总局、老挝新闻文化旅游部、广西壮族自治区人民政府主办的第三届中国—东盟电视周在南宁开幕。本届电视周以“守望相助 融合创新”为主题，聚焦中国—东盟视听合作新趋势，展现中国和东盟国家努力克服新冠疫情影响深化广电视听合作的丰硕成果，围绕广电技术发展、产业合作等开展研讨。

中宣部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席在开幕式视频致辞中说，今年恰逢中国—东盟建立对话关系 30 周年，双方在政策沟通、节目互播、内容制作、人才培养、青年交流、技术交流与产业发展等多个领域开展了富有成效的合作。中国愿与东盟各国进一步加强政策

沟通，聚焦民心相通，推动视听产品互通，实现视听产业融通，为构建更为紧密的中国—东盟命运共同体作出积极贡献。

据了解，本届中国—东盟电视周从10月27日持续至11月2日。电视周期间计划举行五大活动：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—东盟优秀视听节目展播周、中国—东盟电视周视听传播峰会暨视听（科创）产品展示交易会。

本届电视周首次邀请老挝新闻文化旅游部作为联合主办单位，首次与老挝、印尼签订合作协议，举办中国—东盟优秀视听节目展播周。电视周期间，在当地主流媒体和网络视听平台将展播本土化语言译制的电视剧《山海情》、纪录片《秘境广西》、动画片《海豚帮帮号》等我国优秀视听作品。

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（1）82%用户青睐流媒体直播，媒体发展「直播+」业态三大招

2021年10月20日来源：德外5号

今年初，腾讯微信事业群总裁张小龙在演讲中称，近5年用户每天发视频的数量上升了33倍，朋友圈视频的发表数量上升了10倍。视频化呈现愈加普及，社交观念日益更迭，用户也愈来愈多地使用流动的影像进行社交和个人表达。

乘着视频化尤其是短视频的春风，国内外的科技巨头纷纷抢食直播业务，其中，Facebook、Instagram Live、Twitch、YouTube等都打造了实时直播平台。

JW Player发布的针对媒体公司数字视频产业发展情况的专项报告显示，76%的广电机构以及51%的纸媒均表示，提升在视频及直播领域的参与度和存在感，是他们当下面临的重大挑战之一。

视频流崛起，为直播业态发展打好平台基础

App Annie最新发布的研究报告《社交媒体应用的演变》显示，英美两国用户在TikTok上花费的时间已经超过YouTube。该报告更是将TikTok描述成“颠覆流媒体和社交格局的破局者”，助力视频和直播流应用在去年一举创下12亿美元的用户支出热潮，社交应用内购买和创造者经济均出现了爆炸性增长。可以说，短视频已经成为人们生活中密不可分的一部分。

1、长短视频正在全面增长

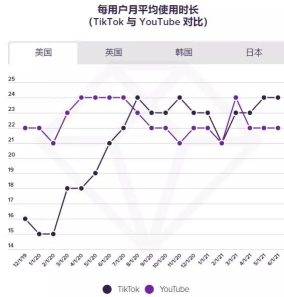
过去十年，各类新兴社交媒体异军突起，从最基础的文本内容分享，到音视频内容发布，再到沉浸式流媒体平台的打造，社交媒体的阵营不断壮大，其提供的服务不断升级迭代，利用直播等多元形式向观众实时播放体育赛事、新闻发布会等内容成为日常操作。在社交媒体的带动下，视频化趋势正在席卷全球。

eMarketer的研究数据显示，全球数字视频用户日前已突破30亿人，尤其是疫情暴发以来，美国互联网用户对媒体的依赖度有所加深，超过三分之一（39%）的人群通过YouTube和TikTok获取包括传统媒体在内的账号提供的新闻资讯。

据Alphabet7月发布的报告，YouTube第二季度的广告收入达到70亿美元，比去年同

期增长了 83%，它正以高昂的发展势头，抢夺 Netflix 和 Disney+ 的用户。另一方面，YouTube 的竞争对手 TikTok 也在迅猛发展。尽管在全球应用下载量上，Facebook 和 WhatsApp 仍有不可取代的话语权，但 TikTok 现已打败 Facebook，占据了全球应用下载榜单首位。

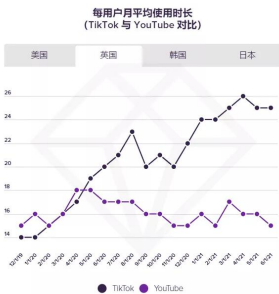
App Annie 的报告指出，TikTok 已经颠覆了在线视频和社交应用的格局，并连续二年成为全球下载量最多的社交和娱乐应用。在英国，TikTok 的月均使用时长早在 2020 年 5 月就超过了 YouTube，并且二者的差距日益拉大；在美国，TikTok 与 YouTube 的用户大战长期处于胶着的状态，且目前 TikTok 以一定的优势领先。



注：英美两国 Tiktok 与 YouTube 两大应用月均使用时长对比，仅为海外安卓手机端数据（来源：App Annie Intelligence）

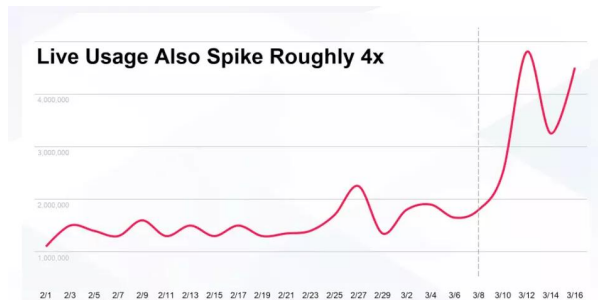
2、直播+：网络视频增长最快的领域之一

随着视频流攻城略地，直播生态的羽翼渐趋丰满。相比于访问官网和社交平台主页，多达 82% 的人青睐直播的形式。自推出以来，“Facebook Live Stream”一词的受欢迎程度增加了 330%。JW Player 的数据也显示，当前用户对直播内容的需求急剧增长，在疫情的影响下，去年直播内容一度飙升了 400%。



注：2020 年 2-3 月直播流量增长情况（来源：JW Player）

相关数据显示，在观看次数最多的直播内容类型中，突发性新闻的占比达到 56%。超过一半的 24 岁以下的主播群体出于业余爱好从事直播行业；然而，24% 左右的 25 岁至 44 岁人群和约 29% 的 45 岁及以上的群体，选择直播业态是为了更好地推广他们的个人品牌。



注：直播类应用使用时长的猛增趋势（来源：App Annie Intelligence）

YouTube 是美国乃至全球最受欢迎的直播网站之一。在一项调查中，当用户被要求选择

他们最喜欢的流媒体平台时，70%的人更倾心 YouTube Live，大约 66%的用户选择了 Facebook Live，还有 45%的用户将自己的一票投给了 Livestream。

根据 Facebook 提供的数据，用户观看直播视频的时间往往是非直播视频的 3 倍，而直播视频的评论次数是非直播视频的 10 倍。虽然该社交媒体巨头在一段时间内叫停了直播交易支付，但很多观众还是倾向于观看直播内容。

直播业态的真实、实时的连接属性，正在推动其保持持续的增长态势，并洗牌媒体未来的发展格局。此外，这种突破物理空间距离的实时互动形式，正在加速由 PGC 内容向 UGC 内容的转换，夺取消费者的注意力。

依靠直播达成的应用内购买极大推动了商业价值的转化和实现。目前年轻群体几乎占据了直播用户的半壁江山，约 55%的 Twitter 直播观众年龄在 25 岁以下，近半的 Twitch 用户年龄在 18 至 34 岁之间。与 2018 年相比，今年直播应用在用户支出方面的市场份额增加了近四成（24%），而 App Annie 预测到 2025 年，社交应用的用户支出将达到 780 亿美元。

在 PR Daily 的调查中，多达 67%的直播观众认为直播质量至关重要。由此可见，用户与直播主播的互动性体验，是用户从直播平台获取的核心价值之一。App Annie 将创作者经济视为直播变现策略的关键，即用户为创作者的工作成果买单。

当市场需求开始向渴望获得真实体验转变时，用户在其中获得的情感感知成为商业化的基础，加之在平台精心设置的打赏机制的推动，用户的付费意愿被大量激发，商业变现最终得以实现。不过，虽然在线视频的商业化发展已经相对强劲，但仍有很大的增长空间。

流媒体直播+的探索之道

面对人人都想抢食的流媒体直播+市场蛋糕，处于数字化转型关键期的媒体机构该如何大口吃下？这里有三个建议。

1.图文并茂，为直播引流

好马配好鞍，好的内容也自然需要好的宣传和预告。可以说，直播赛道的竞速早在直播前就已经开始了，信息量足、形式多样且贯穿内容发布始末的推广能够进一步为直播助力。

按照 Dacast 的说法，多渠道、明确的宣传是有必要的，在发布直播预告时，可选择社交媒体等多平台进行联合发布。首先，要选择合适的标签索引，拟定引人注目的标题和介绍。每个视频都最好包含 200-500 字的内容摘要，以使搜索引擎能够检索到视频的实际内容，并吸引更多的观众观看；此外，还应注明直播的主题、时间、链接等信息，必要时附以号召性用语（例如“订阅我们的电子邮件”）发送提醒或实时倒计时。

直播开始后，不妨从视频中截取信息片段，并制成图片、GIF、短片、推文等滚动发布，以此提升曝光率和关注度。当媒体机构捕捉到自身最核心的竞争力所在，由此驱动的视频创新，更有机会打通用户和平台的通道，以增加活跃用户访问、培养用户粘性、强化用户口碑。

2.激励受众，提高参与度

在提升受众参与度方面，WNIP 针对出版商自有平台运营提出了两种可行的方式：个性化推荐，即智能分析直播或其他格式的视频内容，并根据观众的观看历史推荐其可能喜欢的相关视频，从而延长他们在网站上的停留时间，并创造更多的获利机会；文章匹配，即将视频与相关文章配对，利用视频引流，提升文字性内容的吸引力。

一般而言，更多的观众往往意味着更多的评论、更多的参与、更多的信息和更多的转化。具体落实到视频直播的参与度上，转评赞是衡量这一表现的重要指标。

为此，视频发布者可借助奖励为用户提供更好的体验。奖励既可以是优惠券或奖品此类实物，也可以是沟通类问答、社交性质的虚拟活动，比如直播间里抽取观众连线等，操作形式包括抽取现场幸运观众，以及与现场或长期的活跃度挂钩，以此来筛选匹配的用户。

3.精进技术，优化传播效能

掌握了内容和互动的生成秘籍，视频生产主体还要重视技术上的精进策略，深化竞争优

势。直播流的观看数以登陆次数作为依据，同一用户的重复登录次数都会计算在内。Dacast认为，这充分表明了在进行直播时放慢速度的价值。

为了让随时进入直播间的用户尽可能多地触及到事件核心、获取事件细节，一定时间（如30分钟）的倒放或在直播同时开启录制功能以做日后访问，都是比较容易实现的。

在日常运营中，也要不断加强SEO（即“搜索引擎优化”）建设。简单来讲就是利用相关规则提高网站在搜索引擎内排名的过程，既涉及如何产出引人入胜的标题和关键字，也包括如何在网站上更好地托管和展现内容；既要求深化内容的吸引力，也需要发挥技术人员的协同效应。

结语

疫情造成用户外出活动的减少，加速线上直播迎来高光时刻：各式各样的“造物节”、购物晚会，又为直播平台提供了收割流量的大好时机，“直播+”也逐渐渗透到学习培训、资讯传播、社交互动等多场景和领域中……

不过，视频和直播生命力的保鲜期长短难以预料，正如App Annie高级副总裁Sam Yang所说，随着市场环境的变化以及争夺用户的竞争加剧，人们的媒介使用习惯也在不断变化中。“我们今时所见可能并非是他日所见。”

内容的外在表达形态会随着技术的发展从增强传播体验的角度持续升级，但切忌本末倒置，只逐形式而失内核，既要持续对信息含量和质量予以把控，也要对既存优劣存有反思。无论信息内容的形式如何变化，坚守专业性，保持对内容价值的热忱，做有利于公共讨论的事永远是媒体追求的核心价值之一。

2. 宽带中国

（1）我国5G向泛在千兆进阶

2021年10月09日来源：人民邮电报

商用两年多来，我国5G发展取得了积极成效，建成了全球最大规模的5G网络。截至8月底累积建成5G基站达到103.7万个，已覆盖全国所有的地市级城市，95%以上的县城城区，以及35%的乡镇镇区，打造了上万个5G应用创新案例。在媒体、医疗、交通、教育等行业形成了一批典型应用。我国5G终端用户已经突破了4亿，是全球最大的用户群体，国内5G手机出货量也达到了1.68亿部，同比增长80%。

我国5G已从覆盖普及转向高质量发展，根据全球统计数据，在5G用户里面大约有86%的中国用户对5G网络性能表示满意。5G速率的提升带来了体验的质变。在性能体验上，中国的5G已经实现了千兆用户体验。目前中国5G用户渗透率已经超过29%，超过了此前预测的在2025年才能达到的水平。国内5G 2B应用案例超过一万多个，覆盖了包括钢铁、电力、矿山等20多个重要的行业和领域，5G正在快速融入到各行各业里。由高质量的5G带来的体验质变和行业赋能已经在深刻地改变我们的生活和工作。

“随着5G商业的发展，扎扎实实打造一个全程全网优质的5G网络，持续提升5G体验，赋能行业应用，是支撑5G高质量发展的基础。”华为无线网络5G产品线总裁彭红华在刚刚召开的第一届移动网络高质量发展论坛中说。“围绕整个5G千兆打造一个泛在千兆网络”是当前我国5G发展的重点，是当下5G高质量发展最闪亮的标签。具体可分为四个方面：

一是持续提升网络性能，实现从一人千兆到人人千兆，满足用户的业务体验升级需求，保障用户体验一致；

二是加速扩大5G网络城乡覆盖，实现从城区千兆到城乡全千兆，构建城乡无差别5G

体验，助力数字乡村建设；

三是强化典型场景 5G 网络服务质量，实现从热点千兆到全场景千兆，不断提升用户上网体验，满足用户日益增长的流量需求；

四是不断提升网络上行能力，实现从下行千兆到上下行双千兆，助力直播经济发展，契合行业应用场景大上行需求。

从这四个方面可以看到，基本上整个 5G 千兆要考虑到从过去一小部分人千兆到大多数人千兆，从一小部分区域千兆到整个大区域千兆，以及从单一下行千兆变成上下行千兆。

从一人千兆到人人千兆

5G 的良好性能带来了 toC 业务质量的升级。以视频业务为例，其流量已占 5G 全部流量的 60%以上，并不断向高清化演进，720P 及以上分辨率高清视频流量占到视频流量的 50%以上；用户观看视频的方式发生变化，当前约 3 成的用户选择倍速播放，而在“00 后”用户中这一比例达到 40%；短视频业务使用量不断增加，人均单日使用时长超过 2 小时，流量已占 5G 网络流量的 40%，同时短视频也在向高清和 HDR 演进。

“这些变化带来了对网络能力的更高要求，比如超高清 HDR 视频的缓冲速率要求达到 90Mbps 以上，相比 720P 视频提升了 6 倍；1080P 视频采用 2 倍速播放，缓冲速率要求达到 71Mbps，相比正常速度播放需求提升了 2 倍。”彭红华谈到。

他指出，为保障用户体验，一方面是持续以 Massive MIMO 广泛部署夯实优质网络基础。Massive MIMO 已经兑现了千兆极致用户体验，带来 10 倍以上的体验提升。

另一方面，华为也在不断创新软件算法，最大化利用功率和频谱等资源，持续提升用户体验，并保障用户体验一致。比如创新的 Bi-Power 算法，针对未来开通 5G 双载波场景，动态共享全部功率资源，保证了每个 5G 小区的覆盖和性能一致；针对中国移动的 160MHz 频谱，华为和中国移动联合创新的智简载波方案，动态共享频谱资源，实现每个 5G 小区等效 100MHz 频谱资源，保证用户体验的一致性。

从城区千兆到城乡全千兆

后疫情时代的数字化发展，一定程度上加剧了城乡间的马太效应。从城区千兆到城乡全千兆，既是打造城乡无差别用户体验的要求，也是 5G 赋能数字乡村的要求。

“我国城乡 5G 发展基本齐头并进，业务和体验需求一致。”彭红华表示，以东部某省份为例，从 5G 终端渗透率看，农村 5G 终端渗透率 23%，与城区仅相差 1 个百分点；从业务模型看，农村视频流量占比达到 64%，相比城区高出了 5 个百分点；从无线网络流量增长看，乡村 4G 流量同比涨幅达到 39%，远高于城区流量涨幅。

另一方面，国家政策也高度重视乡村 5G 的建设和应用，“扬帆”计划明确要求扩大 5G 网络城乡覆盖，持续打造高质量网络。

最近，华为和媒体共同走访了浙江乡村，发现 5G 已经在乡村的生产和生活中逐步应用，涌现出了如 5G+远程医疗和移动急救、5G+中药材数字化种植、5G+平安乡村治理等用例。

将 5G 网络从城市延伸到乡村，实现通信设施同网同速，打造从城区到乡村无差别千兆体验，是下一阶段 5G 高质量发展的关键方向。但乡村 5G 建设也带来新的挑战，比如乡村站间距扩大所带来的广覆盖的挑战，亟需创新的产品解决方案支撑网络建设。华为 MetaAAU，通过引入新架构，天线阵列规模翻倍，在发射功率不增加的情况下，可实现相比传统方案上下行覆盖半径增加 30%。

从热点千兆到全场景千兆

当前，部分典型流量密集场景，通过高质量网络的部署，已经有效激发了 5G 流量的大幅增长。比如在高校，5G 单站日均流量已经超过 1000GB，5G 网络流量占比超过 60%；在机场，5G 日均流量接近 6000GB，5G 网络流量占比 40%以上；在景点，忙时 5G 流量超过 800GB，5G 网络流量占比 60%以上。

但在同时，还有大量场景存在 5G 覆盖和性能上的挑战。比如约 25%的居民楼面临弱覆盖问题，写字楼场景约 34%的覆盖区域存在 5G 流量高回落，地铁隧道场景存量 4G 网络平均资源利用率达 70%，亟需场景化完善 5G 覆盖水平，以有效释放用户被压抑的流量需求。

华为认为，通过宏站、杆微站、室分等全场景产品的组合，构建高质量 5G 立体网络，可极大促进网络流量增长，提升 5G 和 4G 用户体验。在样板区域，建设 5G 立体网络后，整个区域的流量增长了 20%，5G 网络流量占比也超过了 30%，同时 4G 网络的用户体验速率也提升了 50%。

从下行千兆到上下行双千兆

传统移动通信业务以下行为主，对下行资源的分配远高于上行，主流 TDD 系统设计时隙配比多为 4:1、8:2 和 7:3。上下行双千兆，既是直播等 toC 业务带来的需求，也是行业数字化应用创新的需求。

彭红华解释说，当前中国网络直播用户规模已达 6.4 亿，进入了全民直播时代，个人移动直播需求越来越多，对网络的上行能力提出了更高要求。比如年初山东临沂“拉面哥”爆红网络，大量网红聚集开启实时直播，5G 网络忙时上行流量是下行流量的 2.5 倍。未来随着 4K/8K 视频和 VR 直播应用的流行，上行能力将变得越来越重要。

行业应用方面，高清视频回传、远程操控等业务，需要上行高至 250Mbps 甚至 600Mbps 的带宽来满足。同时，未来工厂生产流程中的质量检测等环节，对机器视觉 AI 检测存在巨大需求，普通的视觉 AI 检测对于单点上行速率的要求一般为 300~600Mbps，而 3D AI 检测对单点上行速率的要求更将达到 1Gbps 以上。

面向大上行的需求，华为 SUL 上行增强解决方案不断演进，持续提升网络上行能力。2018 年，华为推出上下行解耦解决方案，在远点提升下行覆盖可达 2 倍；2019 年，联合运营商推出超级上行解决方案，可以全面提升近中点的上行能力以及远点的上行覆盖，达 2~5 倍；2020 年，又联合运营商利用 SUL 专属频谱，实现了上行速率突破 1Gbps。

今年，随着 SUL 端到端产业生态的加速成熟，SUL 上行增强解决方案已逐步开启规模商用部署。4 月份，华为和厦门电信一起通过 5G 超级上行支撑厦门大学校庆、厦门马拉松等重要活动的 8K VR 实时直播和手机直播，实测上行峰值速率 450Mbps 以上、上行平均速率 300Mbps 以上。目前，其足迹已遍及北京、湖北、内蒙古、山西、广西和江西等多个省市。

（2）工信部孙姬：毫米波将在 5G 网络部署中发挥重要作用

岳明| C114 通信网| 2021-10-08

10 月 7 日在日前召开的“高频通信产业技术发展论坛”上，工业和信息化部信息通信产业发展司网络技术处处长孙姬在致辞中表示，工信部高度重视 5G 毫米波的发展，提前组织、积极储备，持续推动产业成熟。

孙姬表示，以 5G 为代表的新一代信息技术创新活跃，成为推动传统产业转型升级的重要驱动，对于经济社会高质量发展具有重要意义。党中央、国务院高度重视 5G 发展，习近平总书记多次指出要加快 5G 网络等新型基础设施建设，丰富 5G 技术应用场景。

工业和信息化部深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚持网络先行、建用并举，强化协同、开放合作，全力推进 5G 建设和应用发展，取得积极进展。截止目前，我国已建成 5G 基站达 103.7 万个，覆盖了全国所有的地级市，95%以上的县区以及 35%的乡镇，5G 终端用户突破 4 亿，5G 应用创新案例超 1 万个，呈现地域广、行业多、业务逐步深入的特点。在工业、医疗、矿山、港口，等多个领域赋能作用显现。

孙姬指出，毫米波具有大容量、大带宽等天然优势，不仅能满足人流密集区域的网络容

量需求，还可以为自动控制、VR/AR、检测等业务提供支撑，有望在 5G 网络部署中发挥重要作用。工信部高度重视 5G 毫米波的发展，提前组织、积极储备，持续推动产业成熟。

一是依托新一代宽带无线移动通信网重大专项，支持 5G 毫米波关键技术和产品研发攻关，着力提升我国 5G 毫米波技术产业能力。

二是组织爱立信、华为、中兴、高通、联发科等国内外系统、芯片企业，联合开展 5G 毫米波技术试验，解决技术难题，验证产品性能。

三是协调产业界各方就 5G 毫米波的载波带宽、帧结构等关键参数达成一致，已经奠定了很好的基础。目前，主流厂商已经陆续启动了单载波带宽为 200 兆的 5G 毫米波设备的研发和测试工作。

孙姬强调，在各方的共同努力，我国 5G 毫米波发展取得积极成效。但在产品研发、应用场景探索等方面仍存在一定挑战，需要产业界继续努力。

一是加强技术攻关，夯实 5G 毫米波产业基础。围绕个人用户及垂直行业需求，技术研究、产品研发等各项工作，持续优化波束管理等关键技术，进一步提升 5G 毫米波产品的稳定性、可靠性，持续推进 5G 毫米波技术试验，进一步畅通系统、芯片、终端等产业链各环节，加速 5G 毫米波产业链的熟悉。

二是挖掘应用场景，助力 5G 毫米波商用落地。聚焦工业、交通、传媒等重点行业，加速 5G 毫米波在室内展馆、室外场馆、高人流街区等典型场景的应用演示和验证，探索可推广、可复制的网络部署模式、商业运营模式，积极拓展 5G 毫米波应用场景，与 Sub-6G 形成有效的互补。

三是坚持开放合作，营造互利共赢的产业生态。5G 的快速发展是产业界共同努力的结果，要积极开展跨行业、跨领域的沟通交流。深化各方在 5G 毫米波技术创新、应用探索等方面的合作，紧密跟踪全球 5G 毫米波发展态势，吸收国际先进经验，加强双边多边协作，共同营造优势互补、互利共赢的良好产业生态。

(3) 江西“十四五”信息通信行业发展规划：到 2025 年 5G 基站超过 10 万个

2021 年 10 月 12 日来源：江西晨报

10 月 9 日，《江西省“十四五”信息通信行业发展规划》（以下简称《规划》）发布。《规划》提出，到 2025 年，全省所有设区市建成千兆城市，5G 基站超过 10 万个，实现城市和乡镇 5G 网络全面覆盖、重点应用场景深度覆盖。

《规划》提到，“十四五”期间，我省电信业务总量年均增长达 20%。到 2025 年，全省信息通信行业规模进一步壮大，综合发展水平在全国排名升位提档，为江西省经济社会高质量跨越式发展提供有力支撑。

融合创新信息应用赋能千行百业，实施 5G 行业应用推广工程，加强产业协同和跨行业合作，加快推进 5G 在交通、物流、能源、矿山、农业、水利、智慧城市等领域重点场景的规模化应用。促进工业互联网创新发展，打造 100 个 5G+工业互联网典型应用案例，建设 100 个 5G 虚拟专网。

此外，推广普及高品质数字化产品服务，通信网络连接数超过 1 亿，5G 用户超 2000 万户。全面推进互联网应用适老化及无障碍改造，支持新兴技术在导盲、声控等方面的实际应用。

(4) 北京已建成 4.7 万个 5G 基站 基本实现 5G 网络全覆盖

2021 年 10 月 21 日来源：北京日报

北京市通信管理局昨天披露，截至 9 月底，本市已建成 5G 基站 4.7 万个，基本实现全市 5G 网络覆盖。

来自市通信管理局的最新统计显示，截至今年 9 月底，本市已建成 5G 基站 4.7 万个，数量再创新高，基本完成全市 5G 网络覆盖。市通信管理局副局长黄平表示，5G 产业作为国家战略一直受到高度重视，5G 应用的开发正成为推动 5G 产业发展的主战场。市通信管理局将持续加强 5G 网络基础设施建设，由规模建设、广泛覆盖向重点建设、深度覆盖转变，以满足行业差异化需求，提升 5G 赋能效果，推动 5G 在智能物流、无人仓储、智能佩戴等场景的应用落地。

“5G+智能物流”是 5G 应用典型场景。5G 给智能物流带来的价值正在显现，高速率大带宽的 5G 网络让机器人更加“耳聪目明”，效率提升明显。昨天，北京电信联合京东物流在亦庄推出首个 5G 全连接智能仓。在 5G 全连接智能仓内，无人车与机器人在人流中也能穿梭自如，一摞摞货物被机器人井井有条地快速送至指定位置，大量包裹则被机械臂迅速分门别类，送到各自指定的货柜内。据了解，北京电信和京东物流将把 5G 全连接智能仓推广至全国乃至其他亚洲国家，构建电商物流仓储的新生态。

3. 相关政策法规

(1) 发改委征求意见：非公有资本不得从事新闻采编播发业务

2021 年 10 月 09 日来源：北京日报

10 月 8 日，国家发改委就《市场准入负面清单（2021 年版）》向社会公开征求意见。征求意见稿提到，禁止违规开展新闻传媒相关业务。



具体内容如下：

- ①非公有资本不得从事新闻采编播发业务。
- ②非公有资本不得投资设立和经营新闻机构，包括但不限于通讯社、报刊出版单位、广播电视播出机构、广播电视站以及互联网新闻信息采编发布服务机构等。
- ③非公有资本不得经营新闻机构的版面、频率、频道、栏目、公众账号等。
- ④非公有资本不得从事涉及政治、经济、军事、外交，重大社会、文化、科技、卫生、教育、体育以及其他关系政治方向、舆论导向和价值取向等活动、事件的实况直播业务。
- ⑤非公有资本不得引进境外主体发布的新闻。
- ⑥非公有资本不得举办新闻舆论领域论坛峰会和评奖评选活动。

项目编号	禁止或许可事项	事项编码	禁止或许可准入措施描述	主管部门	地方性许可事项
6	禁止违规开展新闻传媒相关业务	100006	<p>非公有资本不得从事新闻采编播发业务</p> <p>非公有资本不得投资设立和经营新闻机构，包括但不限于数字报社、日报出版社、广电网络播出机构、广播电视网站以及互联网新闻信息采编发布服务机构等</p> <p>非公有资本不得经营新闻机构的版面、频率、频道、栏目、公众账号等</p> <p>非公有资本不得从事涉及政治、经济、军事、外交、重大社会、文化、科技、卫生、教育、体育以及其他关系政治方向、舆论导向和价值取向等活动、事件、实况直播业务</p> <p>非公有资本不得引进境外主体发布的新闻</p> <p>非公有资本不得举办新闻领域论坛峰会和研讨会、高峰论坛</p>	<p>新闻出版署 广电总局 国家网信办</p> <p>新闻出版署 广电总局 国家网信办</p> <p>新闻出版署 广电总局 国家网信办</p> <p>新闻出版署 广电总局 国家网信办</p> <p>新闻出版署 广电总局 国家网信办</p> <p>新闻出版署 广电总局 国家网信办</p> <p>新闻出版署 广电总局 国家网信办</p>	

市场准入负面清单（2021年版）

附件1

与市场准入相关的禁止性规定

说明

本附件所列禁止措施是现有法律、法规、国务院决定等明确设立、且与市场主体投资经营活动密切相关的禁止性规定，在此汇总列出，以便市场主体参考。法律、法规、国务院决定设立的其他禁止性措施，从其规定。

北京日报

在《市场准入负面清单（2021年版）》征求意见稿的附件部分，作出了与市场准入相关的禁止性规定的说明。

其中提到，禁止措施“非公有资本不得投资设立和经营通讯社、报刊社、出版社、广播电台（站）、电视台（站）、广播电视发射台（站）、转播台（站）、广播电视卫星、卫星上行站和收转站、微波站、监测台（站）、有线电视传输骨干网等；不得利用信息网络开展视听节目服务以及新闻网站等业务；不得经营报刊版面、广播电视频率频道和时段栏目；不得从事书报刊、影视片、音像制品成品等文化产品进口业务；不得进入国有文物博物馆。”

设立依据为《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》（国发〔2005〕10号）。

序号	禁止措施	设立依据	管理部门
154	禁止从事色情业、赌博业和发行销售境外彩票	《中华人民共和国刑法》 《中华人民共和国治安管理处罚法》 《彩票管理条例》	公安部 财政部 体育总局
155	非公有资本不得投资设立和经营通讯社、报刊社、出版社、广播电台（站）、电视台（站）、广播电视发射台（站）、转播台（站）、广播电视卫星、卫星上行站和收转站、微波站、监测台（站）、有线电视传输骨干网等；不得利用信息网络开展视听节目服务以及新闻网站等业务；不得经营报刊版面、广播电视频率频道和时段栏目；不得从事书报刊、影视片、音像制品成品等文化产品进口业务；不得进入国有文物博物馆	《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》（国发〔2005〕10号）	广电总局 新闻出版署 电影局

据中国政府网显示，该决定于2005年4月13日成文，于2008年3月28日发布。



（2）广电总局令第9号、广电总局令第10号发布！涉及广播电视视频点播业务、卫星电视广播地面接收设施等

2021年10月21日来源：国家广播电视总局

10月18日，国家广播电视总局官网发布“国家广播电视总局令第9号”及“国家广播电视总局令第10号”，公示《国家广播电视总局关于第三批修改的部门规章的决定》及《国家广播电视总局关于第四批修改的部门规章的决定》。

《国家广播电视总局关于第三批修改的部门规章的决定》中提到：

- 一、修改《广播电视设备器材入网认定管理办法》（国家广播电视总局令第1号）
- 二、修改《广播电视节目传送业务管理办法》（国家广播电影电视总局令第33号）
- 三、修改《广播电视视频点播业务管理办法》（国家广播电影电视总局令第35号）
- 四、修改《未成年人节目管理规定》（国家广播电视总局令第3号）

《国家广播电视总局关于第四批 修改的部门规章的决定》中提到：

一、修改《〈卫星电视广播地面接收设施管理规定〉实施细则》（广播电影电视部令第 11 号）

二、修改《卫星电视广播地面接收设施安装服务暂行办法》（国家广播电影电视总局令第 60 号）

以下为“国家广播电视总局令第 9 号”通知原文

国家广播电视总局令第 9 号：《国家广播电视总局关于第三批修改的部门规章的决定》

国家广播电视总局令

第 9 号

《国家广播电视总局关于第三批修改的部门规章的决定》已经 2021 年 9 月 18 日国家广播电视总局局务会议审议通过，现予公布，自公布之日起施行。

国家广播电视总局局长：聂辰席

2021 年 10 月 8 日

国家广播电视总局关于第三批修改的部门规章的决定

一、修改《广播电视设备器材入网认定管理办法》（国家广播电视总局令第 1 号）

删去第十七条。

二、修改《广播电视节目传送业务管理办法》（国家广播电影电视总局令第 33 号）

（一）将第七条修改为：“禁止外商投资的机构从事广播电视节目传送业务。”

（二）将第二十二条修改为：“违反本办法规定，擅自从事广播电视节目传送业务的，由县级以上广播电视行政部门没收其从事违法活动的设备，并处投资总额 1 倍以上 2 倍以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”

（三）将第三条中的“国家广播电影电视总局”修改为“国家广播电视总局”。

（四）将第三条、第十条、第二十二条、第二十三条、第二十四条中的“广播电视行政部门”修改为“人民政府广播电视行政部门”。

三、修改《广播电视视频点播业务管理办法》（国家广播电影电视总局令第 35 号）

（一）将第四条第二款修改为：“禁止外商投资的机构申请开办视频点播业务，但符合本办法第八条第一款的除外。”

（二）第七条增加一项，作为第三项：“（三）有线广播电视网络运营服务机构。”

（三）将第十条第二款修改为：“由宾馆饭店以外的机构申请《广播电视视频点播业务许可证（乙种）》的，还应当提交公司章程以及宾馆饭店同意在其宾馆饭店从事视频点播业务的书面文件。”

（四）将第十一条修改为：“申请《广播电视视频点播业务许可证（甲种）》的，应当向广电总局提出申请，并提交符合第十条规定的申报材料。

广电总局对申报材料进行审核，审核合格的，组织有关专家进行论证，论证期限为二十个工作日。广电总局根据论证结论作出决定，符合条件的，颁发《广播电视视频点播业务许可证（甲种）》；不符合条件的，书面通知申办机构并说明理由。”

（五）将第十三条修改为：“负责受理的广播电视行政部门应当按照行政许可法规定的期限和权限，履行受理、审核职责。其中，《广播电视视频点播业务许可证（乙种）》的审批时限为十五个工作日。”

（六）删去第三十一条中的“相关责任人三年内不得担任视频点播开办机构的节目总编或节目审查员。”

（七）将第三条中的“国家广播电影电视总局”修改为“国家广播电视总局”。

（八）将第三条、第十二条、第二十条、第二十五条、第二十八条、第二十九条、第三十二条中的“广播电视行政部门”修改为“人民政府广播电视行政部门”。

四、修改《未成年人节目管理规定》（国家广播电视总局令第 3 号）

（一）删去第三十条。

（二）删去第三十一条。

此外，对上述规章的条文顺序和个别文字作相应修改。

本决定自公布之日起施行。

《广播电视设备器材入网认定管理办法》《未成年人节目管理规定》《广播电视节目传送业务管理办法》《广播电视视频点播业务管理办法》根据本决定作相应修改，重新公布。

广播电视设备器材入网认定管理办法.pdf

广播电视节目传送业务管理办法.pdf

广播电视视频点播业务管理办法.pdf

未成年人节目管理规定.pdf

（以上通知原文及 PDF 请于国家广播电视总局官网查看：
http://www.nrta.gov.cn/art/2021/10/18/art_1588_58215.html）

以下为“国家广播电视总局令第 10 号”通知原文

国家广播电视总局令第 10 号：《国家广播电视总局关于第四批修改的部门规章的决定》

国家广播电视总局令

第 10 号

《国家广播电视总局关于第四批修改的部门规章的决定》已经 2020 年 12 月 31 日国家广播电视总局局务会议审议通过，现予公布，自公布之日起施行。

国家广播电视总局局长：聂辰席

2021 年 10 月 9 日

国家广播电视总局关于第四批 修改的部门规章的决定

一、修改《〈卫星电视广播地面接收设施管理规定〉实施细则》（广播电影电视部令第 11 号）

（一）将第二条第三款修改为：“广播电视行政部门的职责是对卫星地面接收设施实行归口管理，审批卫星地面接收设施的设置，组织对卫星地面接收设施的生产、销售、使用情况进行检查；公安机关的职责是查处抗拒、阻碍管理部门依法执行公务的违法行为，协助管理部门对卫星地面接收设施进行技术检查；国家安全机关的职责是根据工作需要，依法对单位、个人安装使用的卫星地面接收设施开展电子查验，防范、发现和打击利用卫星地面接收设施从事危害国家安全的活动。”

（二）将第四条第二款修改为：“下列单位和场所可申请设置、使用卫星地面接收设施接收卫星传送的境外电视节目：

“（一）级别较高、规模较大的教育、科研、新闻、金融、经贸和党政机关等确因业务工作需要的单位；

“（二）确有境外电视节目接收需求，且具备接收条件 2 的规模较大、级别较高的宾馆酒店；

“（三）专供外国人和港、澳、台人士办公或者居住的写字楼、公寓等；

“（四）其他确有需要设置卫星地面接收设施接收卫星传送的境外电视节目的情形。”

增加一款，作为第三款：“经国家广播电视总局批准，通过有线电视网等其他传输方式开展境外卫星电视节目传输业务的地区，不再受理设置卫星地面接收设施接收境外电视节目的申请。”

（三）将第五条第一款修改为：“凡需设置卫星地面接收设施接收境内电视节目的单位，应当向当地县级以上人民政府广播电视行政部门提出申请，报地、市级人民政府广播电视行政部门审批。省、自治区、直辖市的直属单位可直接报省、自治区、直辖市人民政府

府广播电视行政部门审批。经审查批准的单位，凭审批机关的批准文件或者审批机关开具的证明购买卫星地面接收设施。卫星地面接收设施安装完毕，经审批机关检验合格后由其发给《接收卫星传送的境内电视节目许可证》（以下简称《许可证》），并报省、自治区、直辖市人民政府广播电视行政部门备案。此种《许可证》格式由国家广播电视总局统一制定，各省、自治区、直辖市自行印制。”

第三款修改为：“凡需设置卫星地面接收设施接收境外电 3 视节目的单位，应当向当地县级以上人民政府广播电视行政部门提出申请，经地、市级人民政府广播电视行政部门签署意见后，报所在省、自治区、直辖市人民政府广播电视行政部门审批。经审查批准的单位，凭审批机关的批准文件或者审批机关开具的证明购买卫星地面接收设施。卫星地面接收设施安装完毕，经省、自治区、直辖市人民政府广播电视行政部门检验合格后，由其发给《接收卫星传送的境外电视节目许可证》（以下简称《许可证》），并报国家广播电视总局备案。省、自治区、直辖市人民政府广播电视行政部门应当定期向当地国家安全机关通报《接收卫星传送的境外电视节目许可证》办理发放情况信息。此种《许可证》由国家广播电视总局统一印制。”

（四）将第六条修改为：“国家广播电视总局设置直播卫星提供广播电视公共服务。“在直播卫星公共服务覆盖区域内，个人因自用需要安装、使用直播卫星地面接收设施接收境内电视节目的，应当符合国家广播电视总局的要求。”

（五）删去第八条。

（六）将第九条改为第八条，修改为：“禁止未持有《许可证》的单位和不符合第六条规定的个人设置、使用卫星地面接收设施接收卫星传送的电视节目。”

（七）将第十条改为第九条，修改为：“安装、维修卫星 4 地面接收设施的施工单位，应当符合国家广播电视总局规定的条件。“单位设置卫星地面接收设施，应当由持有《卫星地面接收设施安装服务许可证》的机构提供安装和维修等相关服务。”

（八）将第十一条改为第十条，第一款修改为：“持有《许可证》的单位，应当按照《许可证》载明的接收目的、接收内容、接收方式和收视对象范围等要求，接收卫星传送的电视节目。”

第二款修改为：“依本细则取得许可的宾馆酒店，可以通过其内部闭路电视系统向客房传送所接收的境外电视节目。”

第三款修改为：“依本细则取得许可的其他单位，应当根据工作需要限定收视人员范围，不得将接收设施的终端安置到其规定接收范围外的场所。禁止在本单位的内部闭路电视系统中传送所接收的境外电视节目。”

（九）将第十二条改为第十一条，修改为：“转播卫星传送的境外电视节目，应当遵守国家广播电视总局的有关规定。”

（十）将第十三条改为第十二条，修改为：“《许可证》不得涂改或者转让。需要改变《许可证》规定的内容或者不再接收卫星传送的电视节目的单位，应当按照本细则规定的 5 程序，及时报请审批机关换发或者注销《许可证》。“《许可证》有效期为两年。有效期届满需继续设置、使用卫星地面接收设施的，应当在有效期届满前一个月，按照本细则的规定申领《许可证》。”

（十一）将第十四条改为第十三条，修改为：“卫星地面接收设施的宣传、广告，不得违反国家广播电视总局的有关规定。”

（十二）将第十五条改为第十四条，修改为：“卫星地面接收设施的生产，应当符合国务院有关行政部门的规定。“直播卫星地面接收设施的生产，还应当按照国家广播电视总局的有关要求，履行生产备案、设备信息上传等程序。”

（十三）将第十六条改为第十五条，修改为：“卫星地面接收设施生产企业，应当将

卫星地面接收设施定向销售给依法设立的卫星地面接收设施安装服务机构。“卫星地面接收设施安装服务机构，应当向持有有关批准文件或者购买证明的单位和符合第六条规定的个人供应卫星地面接收设施。”

(十四) 删去第十七条、第十八条。

(十五) 将第十九条改为第十六条，修改为：“对违反本细则下列规定的单位和个人，由县级以上人民政府广播电视行政部门予以处罚：

“（一）对违反本细则第八条规定的，可给予警告、通报批评，没收其使用的卫星地面接收设施，对个人可以并处一千元至五千元罚款，对单位可以并处一万元至五万元罚款；

“（二）对违反本细则第十条至第十二条规定的单位，可给予警告、通报批评、一万元至三万元罚款；

“（三）对违反本细则第十三条规定的，可给予警告、通报批评、五千元至三万元罚款；

“（四）对违反本细则第十四条第二款的，可给予警告、通报批评、一万元至三万元罚款。”

(十六) 将第二十条、第二十一条、第二十二条合并，作为第十七条，修改为：“对违反本细则第十四条第一款、第十五条规定的，由县级以上人民政府有关行政部门依法予以处罚。”

(十七) 将第二十三条改为第十八条，修改为：“抗拒、阻碍管理部门依法对卫星地面接收设施的生产、销售、设置、安装和使用进行管理的，由公安机关依法予以处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”

(十八) 将第二十四条改为第十九条，修改为：“利用卫星地面接收设施从事危害国家安全活动的，由国家安全机关、公安机关依法处理。”

(十九) 删去第二十五条、第二十六条。

(二十) 将第三十一条改为第二十四条，修改为：“本细则自发布之日起施行。”

(二十一) 将《<卫星电视广播地面接收设施管理规定>实施细则》中的“广播电影电视部”修改为“国家广播电视总局”。

二、修改《卫星电视广播地面接收设施安装服务暂行办法》（国家广播电影电视总局令第60号）

(一) 将第四条第三款修改为：“卫星地面接收设施安装服务机构，应当向持有审批机关批准文件或者审批机关开具购买证明的单位或者使用直播卫星地面接收设施的个人，提供卫星地面接收设施安装服务。所安装的卫星地面接收设施，应当由省、自治区、直辖市以上人民政府广播电视行政部门核准的卫星地面接收设施安装服务机构，从合法的卫星地面接收设施生产企业定向进货；进货时，应当核验该企业所持相关生产资质等文件。卫星地面接收设施不得进入社会市场流通领域。”

(二) 删去第五条第一款第一项。增加一款，作为第二款：“拟申请设立的卫星地面接收设施安装服务机构，应当凭《卫星地面接收设施安装服务许可证》及时到登记机关办理登记注册，取得法人资格。”增加一款，作为第四款：“外商投资企业不得从事卫星地面接收设施安装服务活动。”

(三) 将第六条第三项修改为：“（三）主要工程技术人员名单和资质材料；”第四项修改为：“（四）法定代表人、主要经营者的简历和任职文件。”

删去第五项。

(四) 增加一款，作为第八条第四款：“《卫星地面接收设施安装服务许可证》有效期为两年。有效期届满需继续从事卫星地面接收设施安装服务的，应当在有效期届满前一

个月，按照本办法办理申领手续。”

(五) 增加一条，作为第九条：“专门从事直播卫星地面接收设施安装服务活动的，按照国家广播电视总局有关规定执行。”

(六) 将第十一条改为第十二条，第四项修改为：“(四) 单位卫星地面接收设施安装完毕后，应当先报请审批机关或者其授权的机构实施检验并加贴合格标志，方可为其开通使用；”

增加一项，作为第五项：“(五) 个人安装直播卫星地面接收设施，应当按照国家广播电视总局的有关规定上传个人信息，经核验成功后方可开通使用；”

第六项改为第七项，修改为：“建立用户业务档案和信息管理系统，妥善保存用户安装、维护等资料，确保信息资料真实、合法、准确，主动接受管理部门监督检查。”

(七) 将第十四条改为第十五条，第一款修改为：“违反本办法规定，擅自提供卫星地面接收设施安装服务的，由县级以上人民政府广播电视行政部门给予警告、通报批评，没收其安装的卫星地面接收设施，对个人可以并处五千元以下的罚款，对单位可以并处五万元以下的罚款。”

第二款修改为：“卫星地面接收设施安装服务机构和卫星地面接收设施生产企业之间，存在违反本办法规定的利益关联的，由县级以上人民政府广播电视行政部门给予警告、通报批评，可以并处三万元以下的罚款。”

第四款修改为：“存在无证无照经营情形的，依据《无证无照经营查处办法》等有关规定处理。”

(八) 将第十五条改为第十六条，修改为：“本办法所称用户，是指符合国家规定的设置使用卫星地面接收设施的条件，并持有或者提出申请《接收卫星传送的电视节目许可证》的单位或者使用直播卫星地面接收设施的个人。

“本办法所称审批机关，是指依据《卫星电视广播地面接收设施管理规定》《〈卫星电视广播地面接收设施管理规定〉实施细则》规定，负责审批设置使用卫星地面接收设施的国务院、省和地(市)三级广播电视行政部门。”

(九) 将第十七条改为第十八条，删去第二款、第三款。

(十) 将《卫星电视广播地面接收设施安装服务暂行办法》中的“国务院广播影视行政部门”修改为“国家广播电视总局”，“广播影视行政部门”修改为“广播电视行政部门”。

此外，对上述规章的条文顺序和个别文字作相应修改。

本决定自公布之日起施行。

《〈卫星电视广播地面接收设施管理规定〉实施细则》《卫星电视广播地面接收设施安装服务暂行办法》根据本决定作相应修改，重新公布。

《卫星电视广播地面接收设施管理规定》实施细则.pdf

卫星电视广播地面接收设施安装服务暂行办法.pdf

4. 与广电相关的标准

(1) 广播电视台融合媒体云平台总体架构和接口协议两项广播电视和网络视听行业标准发布

2021年10月21日来源：国家广播电视总局

2021年10月19日，国家广电总局发布《广播电视台融合媒体云平台总体架构》和《广播电视台融合媒体云平台接口协议》两项广播电视和网络视听行业标准。

其中《广播电视台融合媒体云平台总体架构》给出了广播电视台融合媒体云平台的总体架构及相关内容，对云部署方式、云平台架构的基础设施服务层、平台服务层、软件服务层进行功能定义。

《广播电视台融合媒体云平台接口协议》规定了广播电视台融合媒体云平台基础设施服务层、平台服务层和软件服务层之间，以及私有云、公有云和专属云之间进行消息通讯、控制指令和数据交换的接口协议、功能和调用方式。

两个标准文件适用于广播电视台融合媒体云平台的设计、研发、建设和运行维护。由江苏省广播电视集团有限公司、上海文化广播影视集团有限公司、湖南广播电视台、浙江广播电视集团、北京广播电视台、国家广播电视总局广播电视科学研究院、国家广播电视总局广播电视规划院联合起草，国家广播电视总局发布。

通知具体内容如下：

国家广播电视总局关于发布

《广播电视台融合媒体云平台 总体架构》等两项

广播电视和网络视听行业标准的通知

广电发〔2021〕64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，中国广播电视网络集团有限公司，广电总局无线局、监管中心、卫星直播中心、广科院、规划院、设计院，中央广播电视总台办公厅、电影频道节目中心，各有关单位：

国家广播电视总局组织审查了《广播电视台融合媒体云平台总体架构》和《广播电视台融合媒体云平台接口协议》等两项标准文件，现批准为中华人民共和国广播电视和网络视听推荐性行业标准，予以发布。

标准编号：

GY/T 354-2021《广播电视台融合媒体云平台总体架构》；

GY/T 355-2021《广播电视台融合媒体云平台接口协议》。

上述两项标准自发布之日起实施，标准内容在国家广播电视总局门户网站（<http://www.nrta.gov.cn>）公开。

附件：

GYT 354-2021《广播电视台融合媒体云平台 总体架构》.pdf

GYT 355-2021《广播电视台融合媒体云平台 接口协议》.pdf

国家广播电视总局

2021年10月12日

5. 广电行业动态与分析

(1) 《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》来了

2021年10月09日来源：国家广播电视总局

近日，国家广播电视总局官网正式发布《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》，并提出要强化节目规范管理，升级广播电视和网络视听节目收视综合评价大数据系统。

“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年，也是广播电视和网络视听立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，实现新跨越的关键时期。根据《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》《中华人民共和国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》和《“十四五”文化发展规划》，编制本规划。

(2) 福建省广电局部署开展智慧广电服务乡村振兴专项行动

2021年10月09日来源：福建广电局

福建省广电局认真落实省委、省政府和国家广电总局部署，组织开展智慧广电服务乡村振兴专项行动。

一是严格落实我省广播电视基本公共服务标准。对照省发改委、财政厅、广电局等部门印发的《福建省基本公共服务标准（2021年版）》，完善工作机制、补齐短板弱项，明确广播电视基本公共服务标准，要求各地按照每个行政村每年不低于2000元的标准落实农村广播运行维护费，改善提升广播电视公共服务基础设施条件。

二是持续深化农村广播电视基础设施管护体制改革。根据省发改委、财政厅印发的《关于加快推进农村公共基础设施管护体制改革的实施方案》，组织编制我省农村广播电视基础设施管护指南，推进农村乡镇广播电视公共服务网点标准化试点建设，做好农村广播“村村响”和广播电视“村村通”等基础设施建设及运行维护工作，打通基层广播电视公共服务“最后一公里”。

三是加快推进全省应急广播体系建设。认真落实省政府办公厅印发的《关于推进全省应急广播体系建设工作的通知》，按照时间节点、建设标准等要求，扎实推进应急广播体系建设，确保2025年前建成省、市、县、乡、村五级贯通，与各级预警信息发布系统有效对接的全省应急广播体系。

四是持续开展智慧广电乡村工程试点建设。在总结2020年智慧广电乡村工程试点建设经验基础上，采取乡镇整体推进与行政村试点相结合的方式，持续推进智慧广电乡村工程试点建设，深化拓展智慧广电乡村工程在宣传引导、应急服务、智慧党建、乡村治理等多场景应用，发挥示范点带动效应，推动广播电视公共服务提质增效。

五是推进乡村振兴直播产业基地建设。会同中国广播电视社会组织联合会微视频短片委员会、字节跳动直播生态园（福建）等机构，支持各地依托县级融媒体中心建设乡村振兴直播产业基地，首批支持10个基地建设。指导各乡村振兴直播产业基地制播能力建设，开展互联网营销师（网络主播）培训，帮助地方培育专业主播人才。推广“短视频、直播+”“公益广告、节目+”等模式，打造常态化直播带货活动，培育地方示范性直播企业，助力乡村振兴。

(3) 安徽广电局坚持“三化”并举建设高质量应急广播体系

| 安徽广电局| 2021-10-09

近日，安徽广电局坚持“三化”并举建设高质量应急广播体系。

一是全域统筹，项目建设标准化。编制全省应急广播系统整体技术方案及施工技术规范，严格审核把关技术及招标方案，提供设备测试、平台对接、功能验收服务等全流程服务，统一建设内容和技术标准。目前已建成省级应急广播调度控制平台和 59 个市、县（市、区）应急广播平台，部署 13 万多个应急广播终端，覆盖全省 1 万多个行政村，平均在线率 80% 以上，实现省、市、县、乡、村五级应急广播平台和终端互联互通。

二是因地制宜，功能应用特色化。宣传党的创新理念，巩固提升“学习强国”乡村大喇叭试点建设成效；播报预警信息，推进应急广播系统气象预警信息发布机制试点省份建设；服务乡村振兴大局，普及农业政策和农技知识；夯实社会管理基础，与交管部门联合启动道路安全应急广播宣传；涵养乡风文明，编发曲艺、音乐等文化类节目。

三是探索创新，运维管理常态化。制定全省应急广播系统运维管理和信息发布机制暂行办法，完善监督考核、信息通报制度，对工程进展和工作绩效等情况加强跟踪调度，鼓励地方创新模式、整合资源，探索应急广播技术维护、运行管理等新路径。

(4) 湖北广电“十四五”科技发展规划发布:明确湖北广电科技发展七大任务

| 湖北省广播电视局| 2021-10-09

近日，《湖北省广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》发布。《规划》明确“十四五”期间湖北广电科技发展七大任务：

- 1、拓展媒体服务领域，创新赋能智慧广电多元化新业态；
- 2、发挥内容生产优势，提升广播电视节目供给能力；
- 3、加快媒体深度融合，建设打造全媒体一体化新平台；
- 4、加速传输覆盖体系创新，转型重塑智慧广电泛在化新网络；
- 5、推进惠民工程资源整合，实现广电公共文化服务智慧化集约化；
- 6、健全安全保障监管体系，增强广播电视安全播出保障能力；
- 7、夯实科技创新发展基础，构筑智慧广电技术生态体系。

(5) 姜文波：传统电视媒体推进全媒体建设的三大重点

慧聪广电网 2021-09-29 13:58 来源：国家广电智库

【慧聪广电网】9月24日，国家广播电视总局主办的2021广电视听产业高峰论坛在深圳文博博会期间召开。中央广播电视总台编务会议成员姜文波发表题为《媒体深度融合背景下构建全媒体的思考和实践》的演讲。

论坛上，中央广播电视总台编务会成员姜文波从传统电视媒体加快发展新媒体、加快推进电视实体转型以及积极全媒体传播体系三个方面，分享了总台在媒体深度融合背景下构建全媒体的思考和实践。

加快发展新媒体，推进媒体深度融合

当今世界是移动互联网高速发展的时代，手机已成为人们获取信息的主渠道，传统电视媒体必须适应用户接受信息发生的变化，否则就要被用户遗弃。总台坚持移动优先，并充分发挥电视媒体视音频制作的优势，加快建设电视与新媒体一体化协同制作分发平台，抢占信息传

播的主渠道。

姜文波认为推进媒体深度融合，要坚持移动优先，遵循移动互联网环境下媒体传播规律，要以“大象也要跳街舞”的精气神，提升广电媒体的影响力和传播力。2018年，总台在成立之初就把发展新媒体作为首要任务。一方面，改变之前电视媒体发展新媒体理念。重大新闻都在第一时间通过“央视新闻”客户端和“央视网”首发，同时，监测国内主要新媒体对重大新闻首发排名，并将重大新闻首发作为考核的重要指标。另一方面，加快新媒体平台建设。2019年11月，总台5G新媒体平台投入运行，通过抗击新冠疫情报道、2021春晚、《跨过鸭绿江》等总台出品或电视频道首播的电视剧、东京奥运会等宣传报道，视听新媒体旗舰——“央视频”得到快速发展。“央视频”下载用户数超过3亿，激活用户达4420万，奥运会期间日活用户最高达到千万，奥运会结束后日活用户保持在350万以上，付费会员数量超过130万。

据姜文波介绍，总台现已形成“2+6+N”媒体传播矩阵，“2”是“央视新闻”和“央视频”两个客户端，“6”是“央视体育”“央视财经”“央视少儿”“央视文艺”“央视影音”“云听”6个垂直客户端，“N”是在微信、微博、头条等新媒体平台的新媒体号。

推动技术革新，加快推进电视升级换代

目前，城市家庭几乎都已更换为高清电视机，为了满足用户需要、推动技术发展，要加快推进电视实体转型。

姜文波指出，一方面，要积极推动关停标清电视，尽快实现全高清播出。另一方面，要积加快推进4K/8K超高清电视发展，主动推动技术升级换代。2018年2月，总台开通了“央视专区”4K互动电视平台；同年10月1日，总台开播4K超高清电视频道（CCTV-4K），在此基础上积极推进8K超高清电视发展。姜文波提到，今年10月，总台还将开播奥林匹克频道，为满足广大用户收看北京冬奥会，该频道是我国第一个采用4K和高清同播的电视频道。

按照“科技冬奥·8K看奥运”的目标要求，姜文波提出了总台在明年北京冬奥会之前，在8K超高清电视方面的三项工作：一是开播8K超高清电视试验频道，首先将在北京、广东等有线电视网进行试点；二是创新电视传播方式，通过“央视专区”互动电视平台建立用户自主频道，开展8K点播业务；三是推进“百城千屏”项目，建设面向全国城市8K公共大屏传播体系。

聚焦超高清电视和移动新媒体发展，积极构建全媒体传播体系

姜文波提出，电视媒体构建全媒体传播体系，要有所为、有所不为，重点是超高清电视和移动新媒体。

2019年10月1日，总台完成70周年国庆盛典4K超高清电视转播，并在4K/HD央视所有公共频道和全国卫视频道直播和重播，在“央视新闻”新媒体平台进行72小时不间断全景式新媒体直播和全网分发，在全国70家影院直播和《2019·大阅兵》影片全球发行，70周年国庆盛典宣传报道实现了“世界一流，历史最好”的目标要求，也为重大活动全媒体传播树立了新的标杆。

为实现全球新闻协同制作和新媒体直播及分发，2019年，央视新闻云上线运行，央视新闻云基于混合云架构，构建了全球多数据中心的网络化新闻制作平台，实现了全球新闻素材共享、全球电视和新媒体一体化新闻协同生产的工作目标，形成了以台本部为核心、以国内和海外总站为外延，覆盖全球的新一代新闻采编网络，总台在全球的记者都能依托于央视新闻云进行新闻制作、直播和分发。

2020年，总台5G+4K/8K制播示范平台启动建设，其中，体育演播室群4K/8K超高清制播系统升级改造、5G+4K传输系统、CMG媒体云平台等系统已完成建设，支持超高清电视“云、管、端”一体化制作和直播，实现了以5G端到端切片为基础，4K/HD视频码流的

5G 网络传输，以及超大码率的信源汇聚、云编辑制作、云转码分发等业务，并成功应用于东京奥运会、西安全运会赛事电视及新媒体直播和节目制作。

姜文波表示，当前全球科技已进入密集创新时期，我们要以国家科技中长期发展规划为导向，顺应全球信息技术发展趋势，积极运用超高清、5G、云计算、大数据、人工智能、区块链等前沿技术，加速推进广播电视从传统媒体向云网融合、云网一体的方向演进，构建超清化、移动化和智能化的全媒体传播体系。

（6）需求导向，科研先行，应用为要——朱咏雷到广电总局广播电视规划院调研

2021 年 10 月 12 日来源：国家广播电视总局

9 月 27 日，国家广电总局副局长、党组成员朱咏雷到规划院调研党建与重点业务工作，与规划院领导班子及部门负责同志座谈交流，广电总局融合司、科技司有关负责同志参加调研。

朱咏雷指出，规划院以党的政治建设为统领，扎实推进党史学习教育，以“红旗党支部”评选为抓手，促进基层党支部标准化建设，党建和业务融合发展，措施有力、成效显著。

针对重点业务工作，朱咏雷提出三方面要求：

■ 一是坚持需求导向，紧密围绕广播电视和网络视听行业发展和管理的重点需求，统筹考虑业务、市场和用户需求，加快推进重点业务工作；

■ 二是坚持科研先行，深入研究、积极运用人工智能、大数据、区块链等新技术，以技术创新为动力推进项目建设，提升服务水平；

■ 三是坚持应用为要，加快推进项目研发部署、快速应用，在应用中持续优化，助力广播电视和网络视听高质量创新性发展。

（7）广电总局下发组织参加第三十届北京国际广播电影电视展览会（BIRTV2021）的通知

2021 年 10 月 20 日来源：国家广电总局

广电办发〔2021〕317 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，广电总局机关各部门、直属各单位：

第三十届北京国际广播电影电视展览会（BIRTV2021）定于 2021 年 11 月 11—14 日在北京中国国际展览中心（静安庄馆）举办，主题报告会暨广播电视和网络视听发展峰会于 11 月 10 日在北京饭店国际会展中心北京宫西厅举行。此次展览会由国家广电总局、中央广播电视总台共同指导举办，展出面积超过 5 万平米，汇聚 500 多家中外广播电视生产厂商和运营机构。BIRTV 是我国广播影视行业年度最重要的展会与交流之一，是国际化与本土化相结合、专业性和体验性相兼备、技术创新与文化创意相促进的国际广播影视展览会。BIRTV2021 以“智慧引领 融合驱动 产业赋能”为主题，以线上线下双平台全面展示广电行业和视听产业科技新成果。展览会及主题论坛的重点内容将包括：智慧广电、4K/8K 超高清、媒体融合、高新视频、5G、人工智能（AI）、云计算和大数据、虚拟现实（VR）、混合增强现实（MR）、县级融媒体、网络视听、影视制作、全 IP 化网络制播技术、大型体育赛事转播、产业合作、国际传播、公共服务、3D 音频技术和专业 AV 等。展品范围涵盖广播电视和网络视听制作、传输、存储、接收、管理和应用等全产业链。

BIRTV2021 将继续设立国家广播电视总局展区、中央广播电视总台“5G+4K/8K+AI”战略发展成果展和北京 2022 年冬奥会“科技冬奥”展等三大主题展区，并同期举办多场主题峰会论坛等。

请各省（区、市）广电局高度重视本届展会的各项活动，广泛宣传，认真部署并组织有关部门和人员参加，积极推动广播电视和网络视听文化交流和事业产业繁荣发展。同时请将该《通知》转发至省广播电视台，并请传达至市、县局（台）等单位。相关资料可至 BIRTV 官方网站（www.birtv.com）查询。

附件：BIRTV2021 总日程.pdf

国家广播电视总局办公厅

2021 年 10 月 15 日

（8）河北局印发《河北省广播电视和网络视听发展“十四五”规划》

| 河北省广播电视局| 2021-10-27

通知提到，展望 2035 年，广播电视和网络视听传播力、引导力、影响力、公信力、竞争力将大幅跃升，基本建成现代化公共服务体系、现代化视听产业体系、现代化行业治理体系。在远景目标引领下，“十四五”时期力争实现：

广播电视和网络视听事业建设更加巩固、产业实力进一步增强；智慧广电、法治广电、魅力广电建设深入实施，高质量发展格局基本形成；

广播电视新型主流媒体建设取得突破性进展，网上网下一体化舆论引导能力进一步增强，全媒体传播体系逐步建立；文艺精品创作更加繁荣，优质精品成为创作常态；

泛在、互动、智能的协同传输覆盖体系基本建成，全媒体智慧监管平台建设完成，智慧化监管体系基本建成；

公共服务提质增效，全省地面数字电视覆盖网建设完成，全省应急广播体系基本建成，基本实现智慧广电“人人通”；

产业结构优化升级，产业规模持续壮大，供给质量和综合效益显著提升；

人才队伍结构不断优化，创新创业活力明显增强；

行业治理体系和治理能力现代化持续推进，有力维护广播电视和网络视听阵地安全。

做优智慧广电。内容制作、分发传播、生态建设以及运行监管等方面的智慧化发展协同推进，智慧广电广度深度显著增强，智慧广电发展模式基本形成。力争省、市级广播电视台全部频道实现高清播出，有条件的县级台实现高清播出，省台具备超高清制作能力。面向 5G 的移动交互广播电视传输体系逐步建立，业务形态更加多样化，广播电视服务能力和水平大幅提升。

做强法治广电。长效化政策体系更加完备，网上网下、规范统一的行业监管标准建立健全。社会化普法体系逐步成熟，媒体普法的传播力和影响力明显提升。规范化执法体系不断完善，依法行政水平和行政服务效能持续提升。精准化监管体系建立健全，事中事后监管措施更加科学高效，监管能力逐步覆盖县级节目和视听新媒体，全方位、全过程、全覆盖、全天候的监管格局基本形成。

做好魅力广电。高品质视听产品和服务供给日益丰富，涵盖电视剧、纪录片、动画片、节目、栏目、网络视听作品在内的广播电视精品矩阵初具规模，打响河北广电品牌，实现社会效益和经济效益相得益彰。培育 3-5 个品牌网络视听节目服务平台。培育 3-5 家国家级、省级广播电视和网络视听发展基地（园区）。选拔培养 75 人左右的行业领军人才和 150 人左右的青年创新人才。

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. 智慧教学 校企联合 中科大洋技术助力“强校梦”

智慧教学 校企联合 | 中科大洋技术助力“强校梦”

随着人工智能技术的快速发展，各大高校该如何主动拥抱技术革新，建设超一流的数字型智慧校园？

9月17日，“教育部人工智能助推教师队伍建设行动”北京外国语大学试点工作总结交流会在京顺利召开。教育部党组成员、副部长孙尧，教育部教师工作司司长任友群、副司长宋磊，北京市委教工委副书记李奕，教育部试点专家组各位专家，全国23个省教育厅负责人，部分部属高校领导，全国50余所第二批人工智能助推教师队伍建设试点申报高校校领导，教师发展、信息化建设等相关部门负责人、相关专家以及北外教师代表等300余人出席会议。



今年，恰逢北京外国语大学建校80华诞，作为教育部第一批“人工智能助推教师队伍建设行动”试点唯一入选高校，北京外国语大学经过三年的统筹推进，从2018年8月试点启动到2021年8月试点结束，充分利用人工智能、大数据、5G等新一代信息技术，总结新理念，探索新模式，形成新机制成果显著，全面提升教育教学信息化能力，助力高校教学提质增效，推进教师人工智能素养发展。

中科大洋助力校园开启智慧教学模式

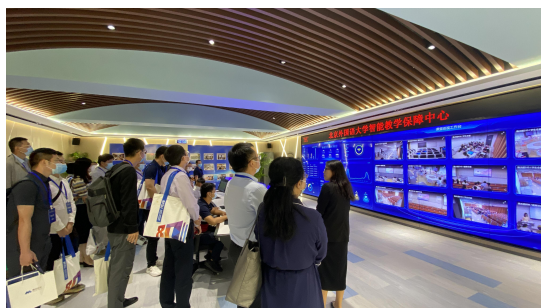
会议结束后，与会代表实地参观了北京外国语大学试点智能教育环境建设成果，包括人工智能与人类语言重点实验室、全球语言文化VR实验室、教师发展智能实验室智能教室示范中心、智能教学保障中心、教室发展智能实验室、智能教室样板间等。

在逸夫楼，这里是由中科大洋参与建设的智能教室示范中心与智能教学保障中心。通过智能大屏可以看到，整座楼内基本已经完成了系统平台与教学资源的互通互享。所有教室均实现教学过程数据的自动采集、传输、处理、储存与管理，同时学生的全部课程可通过数据

进行建模评估，形成动态数据图表，真正做到学生情况“一屏可览”。

可视化、数据化 为智慧教学插上“AI”翅膀

北京外国语大学逸夫楼作为本次重点参观的智慧教育成果中的其中一站，智能教学保障中心主要承担着多项功能。中科大洋结合教育视音频应用的特点和需求，不断推进 AI 技术、大数据分析、移动互联与教学过程深度融合，为学校建立全媒体信息平台提供智能化教育应用，满足教学、教研、管理等多种教育应用场景。



教学数据大屏。教学数据大屏汇集了学校的教学资源数据、教室数据、课程数据、设备数据、用户访问数据等，通过数据建模，实现数据可视化展示。教学数据大屏的搭建，为教学相关部门的决策提供了强有力的数据支撑。



督导巡课大屏。与传统的走班巡课不同，督导巡课大屏的建设则更加凸显了便利性。通过控制台可轻松调取楼内各个教室的实时画面，随时为学校管理者提供课堂巡视功能，可监看每个教室的课堂上课状态以及课表详情信息等，大大提升管理效率。

“本项目作为教育部智能教室建设项目的试点工程，在整体架构、技术选型和设备选型上，主要以满足应用为前提，充分考虑了建设方案的通用性、兼容性、安全性和可扩展性。”中科大洋负责人在向参观嘉宾介绍时说道。

校企携手 融合影像·智教未来

近年来，中科大洋在助力智慧建设方面，积极开展校企合作模式，截至目前，中科大洋结合“AI+大数据”在教育视音频业务上的应用，打通课内课外、校内校外，从而实现泛在学习，课程视频精准推荐、校园智能管理。为北京外国语大学完成了 53 间智慧云课堂教室建设，实现教学视频智能集锦和推送、在线教学传播与互动。

除此之外，在助力智慧教育教学的任务中，中科大洋还与大连外国语大学、哈尔滨工业大学、中国社科院研究生院、山东科技大学、北京社会管理学院等院校开展了亲密合作，共同完成智慧教室的建设。



教育是塑造未来的重要力量。当前，人工智能正在全球范围内蓬勃兴起，深刻改变着人类社会生活、改变着世界，推动教育创造前所未有的未来。随着教育信息化由 1.0 向 2.0 时代的跨越，中科大洋也将充分融合多年经验、创新技术与智能领域的突破，力争打造智慧校园模式的新开端，为智慧教育生态体系建设做出应有的贡献。

最后，在北京外国语大学迎来 80 周年校庆之际，除送上诚挚的祝福以外，中科大洋还希望双方在未来的紧密合作中能够以自身优势，发挥技术势能，助力北外在数字化、信息化建设中提档升级，携手共建智慧化校园新业态。

2. R&S CMX500 集成到 Bluetest RTS 混响测试系统, 提升 5G NR FR1 测量优势

Bluetest 混响测试系统 (RTS) 的用户如今可以畅享罗德与施瓦茨的 R&S CMX500 5G NR 无线综测仪在 5G FR1 MIMO 空口 (OTA) 测量方面带来的优势。该解决方案将 R&S CMX500 集成到 Bluetest Flow 控制软件中，从而提供稳定可靠的环境来测量吞吐量，接收机灵敏度和多载波设备的输出功率，吞吐量最高可达 4x4 MIMO。

Bluetest 的混响室与 R&S CMX500 强强联合，为 5G 器件与终端的开发者和制造商赋能，在高数据速率的实际条件下进行 MIMO 吞吐量测试。

Bluetest 位于瑞典哥德堡，专门研究混响室，例如用于对被测设备 (DUT) 进行高效的 OTA 性能评估的 RTS65。与电波测试箱不同，混响室最大程度地在室内反射射频信号，创造类似于真实室内和城市条件的瑞利 (Rayleigh) 衰落环境。相关设置由 Bluetest Flow 软件运行，这是一个适用于复杂无线解决方案的集成式测试环境。它具有内置的测试结果数据库、全面的定制选件和成熟的科学计算环境等特性，并支持传统和最新的无线标准，例如 5G NR。

R&S CMX500 在测试方案中进行网络模拟。这是一款面向未来的 5G NR 测试解决方案，允许在 FR1 和 FR2 中进行非独立组网和独立组网测试。R&S CMX500 采用模块化设计，在 LTE 的传统解决方案基础上增加了 5G 功能，例如完备的 R&S CMW500 宽带无线电通信测试仪或 R&S CMWflexx 平台。

罗德与施瓦茨与 Bluetest 合作多年，两家公司原先致力于将 R&S CMW500 综测仪集成到 Bluetest Flow 软件中，以支持 LTE、LTE-A 和众多其他蜂窝和非蜂窝无线标准。这一成功合作的先例促成了下一步的合作，即集成用于 5G NR FR1 测量的 R&S CMX500。

罗德与施瓦茨无线综测仪业务高级副总裁 Christoph Pointner 表示：“很高兴继续与行业领

先的合作伙伴 Bluetest 合作，为我们宝贵的客户提供一流的 5G 测试解决方案。对于罗德与施瓦茨而言，这一集成是锦上添花，可以让我们已经非常全面的 5G 测试和测量产品组合更胜一筹。”

Bluetest 产品经理 Klas Arvidsson 评论道：“R&S CMX500 和广受好评的 RTS65 或更强大的 RTS85/RTS95 步入式暗室强强联合，共同打造一个易于使用但功能强大的测试设置，适用于各种尺寸 5G 设备的射频研发，包括更大的物联网设备。”

3. 中科大洋联合陕西省宝鸡电视台打造西北最大“4K 超高清制作网”

2021 年 10 月 21 日来源：投影时代

今年，第十四届全运会的举办让陕西省备受瞩目，而宝鸡电视台作为陕西省重要的媒体传播机构，率先垂范，带头拉开了建设 4K 超高清制作网的序幕，为全省 4K 超高清业务发展注入全新动力。

近日，中科大洋成功中标宝鸡电视台 4K 超高清制作网项目的建设。该项目将成为陕西省地市级电视台规模最大的 4K HDR 超高清制作网，可以满足今后 4K 超高清电视节目制作和高端应用等多重场景。

一直以来，中科大洋都与宝鸡电视台保持着良好的合作关系。在本轮 4K 超高清制作网整体方案推进中，通过多次深入沟通与方案优化，基于台内目前的整体情况，形成最终实施方案，获得了台方高度认可。

在一期项目阶段，基于网络和分布式存储架构，中科大洋为台方部署了多套 4K HDR 非编系统，组成全新“4K 超高清制作网”。届时，宝鸡电视台的超高清制作能力将达到省内领先水平。

该建设项目主要应用于台内新闻报道、专题片、纪录片，以及大型晚会、综艺等节目的录制编辑工作。除此之外，还将应用于今后超高清电视节目的素材储备。这一设计构想，既保证了地市级台 4K 节目生产供需平衡，又可以同步省台 4K 电视节目片源，提供更多优质节目，实现节目生产的最大价值。

目前，国内大部分电视台 4K 制作均以单机为主，并未形成网络化规模。在此次 4K 超高清制作网的建设中，宝鸡电视台创新首开地级市建设先河，以标准化的 4K 超高清节目建设架构，超前部署，不仅在省内成为首个 4K 超高清制作网“试水”单位，甚至在整个西北地区，建设规模都是空前的。

中科大洋作为宝鸡电视台多年的合作伙伴，“先用户之所想，帮用户之所需”，凭借丰富的行业经验与专业知识，结合台内实际需求，为用户制定一步到位的解决方案。不仅如此，在陕西省目前还不具备 4K 播出的条件下，中科大洋与宝鸡电视台的“牵手”，也为台方今后的 4K 超高清业务发展奠定了良好基础。

4. “新奥特汇创融媒体平台”荣获全国重大 5G 赛事二等奖，技术创新驱动媒体深度融合

2021-10-27

日前，2021 年中关村 5G 创新应用大赛总决赛暨第四届“绽放杯”5G 应用征集大赛京津冀区域赛颁奖典礼在北京圆满落幕。此次大赛是在工业和信息化部、北京市人民政府的指导下，

由北京市科学技术委员会、中关村科技园区管理委员会，北京市经济和信息化局，北京市通信管理局，天津市工业和信息化局，天津市通信管理局，河北省工业和信息化厅，河北省通信管理局联合主办的全国重大 5G 赛事。

在连续 3 年成功举办中关村 5G 创新应用大赛的基础上，本届中关村 5G 大赛首次与工业和信息化部主办的第四届“绽放杯”5G 应用征集大赛深度融合，联合天津、河北两地产业主管部门共同主办，旨在推动技术创新与场景应用双轮驱动，进一步提升 5G 成果转化应用能力，加快典型应用场景规模复制，完善 5G 融合应用产业大生态。



正值 5G 商用两周年之际，今年赛事主要围绕 5G+智慧城市（物联网）、5G+工业互联网、5G+融媒体、5G+车联网、5G+应急管理（无人机）等应用场景，展示国内领先的 5G 应用成果，涵盖工业、能源、医疗、教育、媒体、交通等重点行业。

经过数月的激烈角逐和严格筛选，最终在中关村国家自主创新示范区会议中心公布评选结果。新奥特申报的《新奥特汇创融媒体平台》项目在大赛中荣获二等奖。

5G 时代下，5G 技术的应用，使传统媒体格局逐渐加速解构和重构，从媒体、产品、用户以及产业等多个角度发生较大的转变。

在此背景下，新奥特汇创融媒体平台运用 5G、大数据、人工智能、容器化等技术，以“先网后台”、“先端后报”的设计理念，打造的新一代融合媒体解决方案。通过汇内容、汇工具、汇人员、汇渠道、汇技术，满足不同场景下媒体内容的编辑创作，创新传播等需要。该平台由可视化指挥调度系统，内容生产管理系统，媒体号开放与管理平台，新闻数据智采系统，传播力监测系统，舆情监测分析系统及以客户端为中心打造的多渠道传播矩阵等八大核心系统组成，可以为国家、省市、区县等宣传系统、媒体机构、企事业单位的融媒体中心提供“策、采、编、发、评”全流程产品，建设新一代以客户端为核心的移动传播矩阵。

“汇创”融媒体服务平台

- 全媒体指挥调度系统
- 智能内容生产运营系统
- 媒体号开放平台
- 媒体号管理平台
- 飞屏·传播力监测系统
- 舆情·舆情监测分析系统
- 云播·新闻数据智采系统
- 客户端 APP

平台创新性

- 大中台、小前台的技术架构
- 全云、全 IP、接入即服务
- 融合人工智能、大数据等技术手段，打造智慧平台
- 提供智能剪辑、智能剪辑、语音播报、智能剪辑、智能剪辑、智能剪辑等智能剪辑服务
- 打造集内容管理、内容生产、内容分发、内容运营于一体的融合媒体运营平台

特点优势

- 平台化
- 移动化
- 智能化
- 超高清

- 5G 技术打通时空束缚，移动采编存在“掌眼”
- 基于 5G 技术构建客户端、微信、微博、抖音、头条号等多渠道的传播矩阵
- 画面采集上链、剪辑包装、合成分发与存储
- 智能化的云渲染和云分发支持
- 结合与产业链的多维度内容生产模式，构建新型融合采编流程，形成集约高效的融合生产体系。

新奥特汇创融媒体平台已在“光明日报客户端 4.0 版本升级及光明号开发”项目中部署应用。自 2021 年 7 月 29 日零时上线以来，平台运行稳定，得到用户的广泛认可。客户评价道：“光明日报客户端 4.0 版本，有每一个细节都精心打磨过的用户界面，支持百万日活的技术架构。这是我们‘告别纸与笔’之后第一次以光明的生产模式、工作流程和组织架构为标准，打造的属于光明的全媒体采编系统”。



可以说，5G 技术的应用在媒体融合发展中起到积极推动的作用，同时也成为媒体深度融合的有力推手。

近年来，新奥特一直在 5G 应用方面积极探索，作为中国移动 5G 产业联盟和联合创新中心合作伙伴，2018 年中关村 5G 创新应用大赛唯一的一等奖获得者，在 5G 相关技术及应用方面成果显著。参与完成新华社首次通过 5G 传输的 8K 全链条实战直播新中国成立 70 周年庆典报道任务，同时在国际篮联篮球世界杯、中国网球公开赛等大型活动中完成示范性应用。



此外，在刚刚结束的中国广电媒体融合发展大会上，新奥特被正式授予“5G 高新视频体育融合创新应用国家广播电视总局实验室”共建单位牌照。

相信未来在各方共同努力下，5G 领域的新发展将值得期待！

5. 创维:老牌电视品牌“变形记”

Amy Ma | Marketing | 2021-10-27

一个企业的各个业务模块之间可以有机地相互推动，就像是咬合的齿轮一样。不过，这个齿轮组从静止到转动起来需要花费比较大的力气，但每一圈的努力都不会白费。一旦有一个齿轮转动起来，整个齿轮组就会跟着飞速转动。

——这就是亚马逊的飞轮效应，也是企业发展会寻求的方式之一。

已过而立之年的电视品牌创维，一方面需要面对来自华为、小米等手机厂商跨界入局的竞争压力，另一方面也需要提升自身品牌力。经过多年的发展，创维已经积攒了一定的技术力、产品力，亟需与品牌力形成齿轮组，三者之间相互咬合，让技术力、产品力带动品牌力飞速转动。

于是，2019年，创维开始走向品牌升级之路，进行高端化、科技化、年轻化转型。经过两年半的摸索，创维的品牌形象取得了初步进展。

今年上半年，数据咨询公司 KANTAR 围绕品牌力、品牌溢价能力和品牌潜力三个指标，对创维的品牌发展状况进行了调研评估。数据显示，创维品牌总体知名度、品牌考虑度、品牌偏好度分别达到 77%、55%、20%，位列行业第一。

在销量上，2021年上半年，创维电视营业额较去年同期增长 33.1%；在中国市场录得营业额 58.68 亿元，较去年同期增长 13.7%；其中，OLED 电视销量市场占有率达到 41.6%，8K 电视销量环比提升 189%。

为进一步探索创维品牌升级背后的思考逻辑，Marketing 与深圳创维-RGB 电子有限公司首席品牌官唐晓亮进行了对话。

“创维品牌太老了”

2018年，华为等头部科技公司先后跨界入局电视领域。同年11月，刚刚加入创维的唐晓亮发现，公司内部从管理层到一线员工都比较焦虑，“创维如果再不做改变的话，一定会快速滑落”，“创维品牌太老了，要做年轻化”。

但是，由于产品特性的限制，无论年轻人如何代际更迭，电视品牌的受众人群都不会发生重大变化。毕竟，电视的主流购买人群在 18-55 岁之间，年轻化并不意味着 10 岁的儿童也会购买电视。

那么，为什么会有大量品牌去取悦年轻人？一方面，年轻人已然成为当下消费市场的主力军，“得年轻人得天下”早已成为共识；另一方面，因为服饰、食品等品牌的调性能够覆盖大部分低龄人群，也适合走流量带货的模式。

但电视品牌不同，“年轻化不等于要做成网红品牌，而是要长红”，唐晓亮分享道，“我们需要去了解不同年龄层的受众，去调研不同受众的喜好……”

在加入创维后，唐晓亮进行了走访调研。他发现，创维的产品力与技术力在行业中名列前茅，但是品牌声量却明显不如华为等手机厂商。于是将品牌升级的目标锁定在高端化和科技化、年轻化。

当明确了品牌升级的方向后，在具体落地工作中，唐晓亮坦言道，“比较幸运”。

因为品牌升级在企业内部，尤其是老品牌内部，实施起来具有一定困难，首席品牌官在做品牌决策时会受到各种因素干扰。“我之所以能够快速取得成绩，与董事长的充分授权与信任不无关系”，唐晓亮感慨道，“他给予了我百分百的信任。”

在很多人看来，做品牌是一件很简单的工作，只是画一个 logo，画一幅广告而已。甚至在很多企业内部，没有人认为自己不懂品牌。“这也就说明，品牌的工作非常不好做，因为几乎所有人都可以提出意见。所以当董事长帮我去排除众议，避免他人插手，我才能够专注做品牌。”

因而，自从 2019 年启动向高端化、科技化、年轻化方向的品牌升级以来，创维也取得了阶段性的成绩。据 KANTAR 2021 年 6 月《创维智能电视品牌健康度研究报告》显示，创维品牌总体知名度、品牌考虑度、品牌偏好度分别达到 77%、55%、20%，在行业名列前茅。

“高端产品带动高端化营销”

科技产品的高端化营销无论朝哪个方向发展，根基都在于产品与技术。之于创维，也是如此，产品力齿轮带动品牌营销齿轮高速转动。就像唐晓亮对 Marketing 所说的，“我们的营销打法不是无源之水、无本之木。”

在高端化产品方面，创维以 OLED 高端旗舰产品为主阵地，不断推出 W 和 S 系列产品。今年秋季新品发布会上，创维发布了 4 款覆盖 OLED 和 MiniLED 等高端品类的新产品。

除此，面对 5G、8K、AIoT 等技术风潮，创维也从多维领域构建品牌高端化形象。面向全用户场景，创维打造出 8K 应用解决方案和端到端的 5G+8K 全链路解决方案；以高端 OLED 电竞显示器切入显示器赛道……

基于高端产品、解决方案，创维开启了高端化营销。今年 6 月，创维与有着 123 年历史的足球俱乐部尤文图斯跨界合作。

“高端化还包含了国际化，选择尤文图斯有两个目的，其一，面向国际市场，我们需要超级 IP 帮助创维去拓展市场；其二，在国内，创维希望通过与尤文图斯的合作，传递国际化品牌的形象”，唐晓亮分析道。

“基于海外与国内这两个目的去寻找合作品牌，我们没有限制是体育还是娱乐，是个人还是团队，而是要实现品牌高端化的目标。层层筛选后，创维与尤文图斯达成合作，因为其无论是品牌形象还是品牌定位等都与创维存在较高的契合度”，唐晓亮回忆道。

如果仅看流量或者热度，创维肯定还会有更好的选择，但是创维将与超级 IP 的合作看作是一件长期性的事情。创维需要 3-5 年，甚至更长时间与尤文图斯合作，这样双方才能够螺旋式相互成就，为彼此的品牌加分。

从结果来看，“创维与尤文图斯的跨界营销达到了我们的目标”，唐晓亮说道。据懒熊体育发布的《2020 欧洲杯品牌营销榜》显示，创维电视在欧洲杯非官方合作伙伴排名第二，仅次于沃尔沃。

“观影、电竞的年轻化体验”

当下，年轻人群正逐渐成为电视消费市场的主力人群之一。喜欢追剧、玩游戏、看直播、健身等的年轻人群也是创维电视的目标用户。所以，在年轻化方面，创维基于对年轻消费用户习惯的洞察，从智能交互到工业设计，通过 A 系列产品满足年轻用户的需求。

针对年轻用户，创维新推出了创维 Ablaze™系列，通过搭载 WiFi6、HDMI2.1、120Hz 高刷 4K 屏幕等配置，和云游戏、AI 健身、智能通话、远程看护等功能，满足年轻用户的多样化需求，让年轻人的电视不仅“好看”更“好玩”。

另外，为满足游戏爱好者的需求，创维以“游戏电视+电竞显示器”打造“创维游戏装备”的产品矩阵，从屏体、传输、接口、画面优化、乃至交互体验，多维适配当下 PC、主机连接以及手机投屏形成的大屏游戏体验。

那么，创维如何与年轻消费群体沟通？

“一位合适的明星代言人能够迅速拉近品牌与年轻消费者的距离”，唐晓亮指出。

今年 618 购物节前夕，创维宣布青年演员谭松韵成为创维电视 A 系列代言人。从《最好的我们》中灵动可爱的耿耿，到去年热播剧《以家人之名》中积极乐观的李尖尖，谭松韵早已在年轻消费群体中深入人心。

在创维看来，她在荧幕上清新自然、果敢灵动的形象也代表了年轻群体朝气蓬勃的一面，与创维电视专为年轻群体打造的 A 系列产品不谋而合。

除此之外，创维还与 SN 战队合作，深入年轻人群核心需求场景高关联的兴趣社群——明星娱乐社群、游戏社群等，以场景化沟通进一步打动年轻群体。

“科技化的底层支撑”

无论是高端化，还是年轻化，都离不开创维科技化的底层支撑。

在技术方面，OLED 屏体薄、响应快、极高对比度、极宽的色域等一系列性能明显优于传统 LCD，这使得 OLED 在各种终端设备应用中的渗透率连年攀升。而在大屏终端领域，OLED 电视的全球销售增长在 2020 年达到 27.7%。

早在 2011 年创维就开始布局 OLED，2013 年推出了国内首台 OLED 电视，9 年来共推

出了 16 代 38 款 OLED 产品。此外，早在 2019 年，创维已经成为全国首家、全球第二家具备 OBM (OLED 模组自制)能力与资质的企业。

除了 OLED 和 OBM 之外，MiniLED 也已经成为撬动显示产业价值链的热点市场话题。从体验上看，MiniLED 背光在亮度、对比度、色域等显示效果和轻薄化上具备代际优势；从工业上看，MiniLED 背光在成品良率、成本、技术难度、产业化基础上具备显著优势。

据唐晓亮介绍，创维将投入 65 亿元在武汉建设 MiniLED 显示产业园。该项目是集 MiniLED 芯片、背光模组、超高清显示终端的研发、生产、销售于一体的综合性科技园区。

结合具体产品来看，在画质方面，色准值 ΔE （即输入信号和显示画面之间的色差值）是设计、后期等专业人士选配创作工具的重要参考。通常，当显示设备的 ΔE 值小于 2 时，就可以被称为“高色准显示设备”。创维电视凭借创维 30+画质调校技术，应用高精度色彩分析仪，通过 Gamma、WB、3D LUT、在线逐点调校等多维度的精细调校，最终使得本次秋发新品 S82 色准值达到 ΔE 0.86，高于行业水平。

在音质方面，创维声学通过融合音效、核心声学技术、音响系统等三大模块核心技术，已成为行业领先的声学技术。

结语

总而言之，在面临行业竞争环境与自身发展的双重压力下，创维结合自身产品特性，启动品牌升级，向高端化、科技化、年轻化方向发展，通过已有的技术力和产品力带动品牌力，以期三者能够形成亚马逊飞轮效应，快速转动。

6. 北电科林迅速部署抓落实，疫情防控不松懈

北京北电科林电子有限公司

2021 年 10 月 25 日，公司疫情防控工作领导小组组织召开了有关会议，会议就当前全国及北京市疫情防控形势进行了研判分析，传达了北京市、市国资委及北京电控等有关通知精神，并对持续做好常态化疫情防控工作提出了更严、更细的要求。



召开公司疫情防控工作会议



检查园区大门口

2021 年 10 月 27 日，公司疫情防控工作领导小组组长赵万和带队到北新桥园区进行防疫检查，同时查看园区垃圾分类工作落实情况。赵万和强调，疫情防控工作决不可放松，各项防疫措施要不折不扣地落实到位，确保不留隐患，不留死角。做好园区、厂区大门口的扫码测温等工作，严格落实“戴口罩、勤洗手、常测温、少聚集”等个人防护措施。坚决阻断疫情传播链条，不断巩固来之不易的防疫成果确保员工生命健康安全和公司的稳定发展。

（本期结束）