

# 广电行业综合信息

2021年 第11期 （总第124期）

中国广播电视设备工业协会

2021年12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) 2021 年内地与澳门地面无线电业务频率协调会谈顺利举行.....	4
(2) 广东发文:扩大广电 700MHz 5G 网在广州、深圳等地的试验和建设规模.....	4
(3) 河南、湖南、河北等地 5G 700M 基站频频开通! 迈入 700M 时代指日可待.....	5
2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术.....	8
(1) 工信部向中国广电等发通知: 提升携号转网服务能力.....	8
(2) 广电绝不是下一个“铁通”.....	9
(3) 福建“十四五”战略性新兴产业发展专项规划: 发展壮大超高清视频显示产业.....	11
(4) 京东方 8K 240Hz 显示技术取得突破: 成本降低.....	14
(5) 宋起柱:中国广电目前正在申请固网通话牌照.....	14
(6) 山东广电网络与山东高速集团签署战略合作协议.....	15
(7) 工信部批准研发的 8K 传感器芯片验收完成! 打破依赖国外进口局面.....	16
3. 直播星和户户通、村村通.....	16
4. 有线电视.....	16
(1) 广电首个、江苏唯一, 江苏省广电有线信息网络股份有限公司国家文化和科技融合示范基地获国家五部委共同认定.....	16
5. 前端、制作与信源.....	17
(1) 观众规模增 4 倍, 覆盖 3 亿用户! 总台奥林匹克频道火了.....	17
(2) 电视台的新选择.....	18
(3) 广电总局为新疆近百县捐赠“5G 智慧电台”.....	19
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态.....	20
(1) 毛利率普遍下滑 彩电巨头欲破行业“内卷”.....	20
(2) 需求回调,前三季度全球 TV 品牌出货量下降 3.3%.....	22
(3) 预计 Q4 全球电视出货量 5913 万台.....	24
7. 新媒体.....	24
(1) 5G 赋能智慧冬奥: 机器人送餐 8K 超高清直播.....	24
(2) 中国 5G 两岁了.....	25
(3) 86%企业青睐的视频营销,你准备好了吗.....	28
8. 媒体融合.....	30
(1) 《黑龙江省广播电视媒体深度融合发展三年行动计划 (2021-2023 年)》发布.....	30
(2) 媒体融合的下半场: 既要快得起来, 也要慢得下来.....	31
(3) 福建省广电局扶持一批广播电视媒体融合发展项目.....	33
(4) 年营收 4.04 亿元! 绍兴市级媒体融合发展中如何实现“瘦身健体、突出主业”.....	33
(5) 支撑媒体融合 全国广电网络多家公司入选获奖.....	35

9. 虚拟现实/增强现实 (VR/AR) 技术.....	36
(1) 超高清时代来临 视频监控企业如何跟上步伐.....	36
(2) 媒体遇上元宇宙: 数字记者吸引眼球, 5G、云计算等新技术推动媒体融合.....	37
10. 国际动态.....	38
(1) 每年亏掉数亿元 索尼为何还要收购印度 OTT 服务平台.....	38
(2) 报告:拉丁美洲的数字音频市场增长势头强劲.....	39
11. 走向海外.....	40
(二)、重要政策进展.....	40
1. 三网融合.....	40
(1) 在你看不见的地方, 5G 正引发深刻变革.....	40
2. 宽带中国.....	42
(1) 长沙已开通 500 多个 5G 700M 基站.....	42
(2) 工信部、北京市政府等联合开展北京重点场所 5G 网络信号覆盖提升行动.....	43
3. 相关政策法规.....	43
(1) 广电总局约谈四大地方卫视,文娱领域综合治理“正逢其时”.....	43
4. 与广电相关的标准.....	44
5. 广电行业动态与分析.....	45
(1) 朱咏雷出席第三届中国人工智能大赛启动仪式并致辞.....	45
(2) 解读《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》.....	45
(3) 青海省广播电视局局长申红兴:总投资 1.42 亿元,完成 32 个县应急广播体系建设项目.....	47
(4) 聂辰席会见江西省委常委、宣传部部长梁桂一行.....	49
(5) 河北广电局局长王离湘到河北广电无线传媒股份有限公司调研.....	49
(6) 陕西广电局大力推动行业监管与治理.....	50
(7) 辽宁省广电局召开协调会 推进全省 IPTV 播控分平台规范对接工作.....	50
(8) 《内蒙古自治区“十四五”广播电视和网络视听发展规划》出台.....	51
二、会员企业信息.....	52
1.喜讯! 博汇科技获评北京市企业技术中心.....	52
2.中科大洋 5G 远程信号制作中心助力中央广播电视总台完成赛事直播/转播.....	52
3.北电科林迅速部署抓落实, 疫情防控不松懈.....	54
4.北广科技成功中标巴布亚新几内亚数字电视项目.....	54
5.新奥特承建省级广播电视机构共享平台隆重上线, 积极推动安徽广电媒体转型发展.....	55

# 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) 2021 年内地与澳门地面无线电业务频率协调会谈顺利举行

| DVBCN 中广 5G | 2021-11-09

来自工业和信息化部无线电管理局的消息显示，2021 年 11 月 5 日，内地与澳门地面无线电业务频率协调会谈以视频会议方式在北京、广州、珠海、澳门四地举行。

本次会谈，内地代表团由工业和信息化部无线电管理局、国家广播电视总局安全传输保障司、广东省工业和信息化厅、广东省广播电视局、珠海市工业和信息化局，驻澳门部队等单位组成，广东省工业和信息化厅党组成员、二级巡视员叶元龄担任团长。澳门特别行政区代表团由澳门邮电局等单位组成，澳门邮电局局长刘惠明女士担任团长。

本次会谈，内澳双方本着互利互让、友好协商的精神，在充分遵守和理解各方频率管理和行业发展诉求的基础上，围绕公众移动通信业务频率规划和使用许可、公众移动通信信号边界覆盖和干扰协调、广播电视业务频率迁移等议题开展会谈，达成了一系列共识，取得了良好成效。

#### (2) 广东发文:扩大广电 700MHz 5G 网在广州、深圳等地的试验和建设规模

| DVBCN | 2021-11-08

11 月 4 日，广东省人民政府公示了此前印发的《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的实施意见》，DVBCN 注意到，该文件对包括广电 5G 700MHz 等网络层的建设也提出了诸多内容。

在加强信息基础设施建设的重点工作中：

支持加快 5G 网络建设，支持基础电信企业以 5G SA（独立组网）为目标，加快建成 5G SA 核心网，扩大 700MHz 频段广电 5G 网络在广州、深圳等地的试验和建设规模。

加快推动城市信息模型（CIM）基础平台建设，支持城市规划建设管理多场景应用，促进城市基础设施数字化和城市建设数据汇集。

加快全省地理信息三维数据库建设，为智慧自然资源、智慧城市建设提供数字化、智慧化的信息基础设施和应用支撑。建立完善智慧城市领域标准体系，推动智慧城市领域标准化工作。

在一些新消费场景方面也有许多值得注意的内容：

#### 1) 深入发展“互联网+文化旅游”

制定全省公共数字文化建设三年计划，推动公共数字文化融合创新发展。推动网络文化产品内容和形式创新，鼓励支持国产原创网络动漫、音乐制作，增强优秀网络文化产品供给能力。加大公共文化消费扶持力度，鼓励公共场所引入电子图书馆、网络课堂、群众文艺、社区教育、非遗传习等公共文化服务。鼓励和引导 A 级旅游景区开展智慧化建设，支持有条件的单位积极运用 5G、大数据、云计算、人工智能等新技术提供无接触式服务、智能导游导览等智慧化服务，完善分时预约、流量预警、科学分流等智慧化管理机制。

## 2) 有序发展“互联网+教育”

加快教育网络设施建设，推动数字校园、智慧校园和智慧课室发展，形成开放协同的现代化校园生态。建设完善“粤教翔云”教育资源公共服务平台，实现省、市、县（市、区）教育资源互联互通。利用大数据、云计算、人工智能、区块链、5G 通信等新技术加强课程质量监测，推进互联网环境下的课程和教学改革。

## 3) 大力发展“互联网+体育”

支持举办国内首个 2B+2C 的线上赛事活动“湾区运动汇”。鼓励体育企业利用大数据、云计算、人工智能、5G、区块链等新技术，发展数字体育、在线健身、线上培训等新业态。依托广东省现有体育电视频道、新媒体、平面媒体和省体育总会资源，对接国际体育单项协会，争取国际知名赛事转播权在广东落地，打造具有影响力的体育传媒品牌。加快发展体育动漫、体育游戏、电子竞技、运动在线指导等体育新兴产业，重点培育一批体育与文化融合发展的骨干企业。

### （3）河南、湖南、河北等地 5G 700M 基站频频开通！迈入 700M 时代指日可待

2021 年 11 月 24 日来源：中广互联综合整理 作者：张丽欢

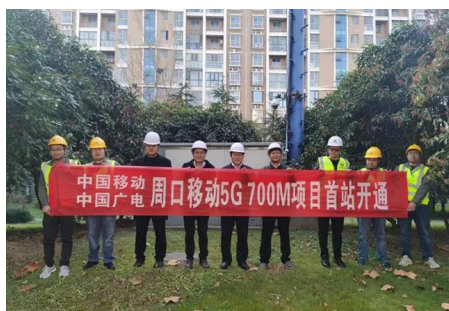
一方面，在年底 5G 700M 基站建设与投资上，河南周口、湖南长沙等地都提出了具体完成目标，如河南周口提出确保年底完成 750 个 5G 基站建设目标；2021 年南阳移动将投资 2.5 亿元建设 900 余个 5G-700M 基站；湖南长沙计划于年底建设开通 976 个 700M 站点等；

另一方面，在实际应用上，5G 700M 基站在助力乡村振兴上也发挥了较大的作用。据河南移动报道，首批使用上 5G-700M 网络的乡镇居民对 5G 网络的到来表现出极大热情，优质的 5G 网络使乡镇区域用户摆脱了网速慢、信号弱、覆盖存死角等痛点，农村、农业和农民利用移动 5G 网络搭上了互联网发展快车，通过网红直播、自媒体、网络销售等渠道，在田间地头与买家进行实时沟通推广，极大促进了农业和农村发展，让农民钱袋子鼓起来。

河南周口：开通全市首批 5G 700M 基站，为乡村振兴注入新动能

（以下信息来源周口广电融媒）

目前，周口首个 5G 700M 基站已建设安装完成，后续基站也在各乡镇陆续建设中，这是继 5G 网络大规模商用后又一里程碑事件，也标志着周口 5G 网络正式迎来 700M 时代。



无论是高楼大厦还是田间地头，700M 网络都能为广大用户提供更高质量、更高速率的 5G 网络服务，便民生活、振兴乡村。下一步，周口移动将加快乡镇 5G 700M 网络建设进程，统筹规划，确保年底完成 750 个 5G 基站建设目标，在周口县城以上全覆盖的基础上，实现乡镇连续覆盖和农村热点覆盖，不断拓展乡村应用场景，持续提供更可靠、更稳定、更优质的服务，为乡村振兴注入 5G 动能。

河南南阳：开通 9 个 5G-700M 基站

（以下信息来源河南移动）

近日，南阳移动公司在镇平、邓州、淅川等县区开通了 9 个 5G-700M 基站，标志着南

阳市 5G 网络正式迈入 700M 时代。5G-700M 网络具有覆盖距离远、绕射能力强、信号穿透力大大提升等优势，并且组网成本显著降低，非常适合农村地区用户分散，对信号广度要求高，而容量要求低的特点。本批开通的 5G 基站分别选取了建筑物密集、用户聚居分散、复杂山地等具有代表性的场景，为今后大规模 5G-700M 建设收集经验，筑牢基础。



首批使用上 5G-700M 网络的乡镇居民对 5G 网络的到来表现出极大热情，优质的 5G 网络使乡镇区域用户摆脱了网速慢、信号弱、覆盖存死角等痛点，农村、农业和农民利用移动 5G 网络搭上了互联网发展快车，通过网红直播、自媒体、网络销售等渠道，在田间地头与买家进行实时沟通推广，极大促进了农业和农村发展，让农民钱袋子鼓起来。在石佛寺国际玉城，一个个玉器店主正卖力地对着手手机向天南海北的客户推销自家的玉器产品；在淅川果园，乡村网红们搭起了临时展台，通过直播展销特产水果；在邓州花洲书院，众多青年男女在拍摄短视频，争取成为下一个网络红人。



在 5G 网络快速发展的同时，炙手可热的 5G 手机品类也逐渐丰富，且价格已下探至千元以下。华为、荣耀、OPPO、VIVO 等各大终端厂商均已推出支持 5G-700M 频段的 5G 手机，共计 100 余款。移动营业厅及合作商门店均有销售，且推出了各类购机优惠和流量补贴政策，为广大 5G 移动客户提供了“看得见、摸得着、用得上”的实惠与便利。2021 年南阳移动将投资 2.5 亿元建设 900 余个 5G-700M 基站，建成后将实现南阳市乡镇以上及热点乡村区域 5G 全覆盖，助力乡村振兴，为南阳市经济转型发展注入新动能。

湖南长沙：已开通 500 多个 5G 700M 基站

（以下信息来源长沙晚报）

11 月 2 日，长沙晚报记者从长沙移动获悉，目前长沙 74 个乡镇已经陆续开展 5G 700MHz 站点大规模建设，计划于年底建设开通 976 个 700M 站点，实现长沙乡镇 5G 全覆盖。据悉，长沙已累计开通 500 多个 5G 700M 基站，每日产生流量 3600GB 左右，流量占比为千分之一点三。

什么是 700MHz 频段？长沙移动相关负责人介绍，今年强势布局的 5G “700M 频段”被称为通信行业的优质低频“黄金频段”，相对于目前主流的高频 5G 频段，具有信号覆盖范围广、传输损耗小、建设成本较小等优势，能够与现网“2.6G 频段”形成互补优势，实现城市深度覆盖和农村广覆盖，提升网络质量，极大地改善用户的网络感知。但由于 700MHz 频段去年才正式划分给中国广电和中国移动使用，因此目前支持 700MHz 频段的设备并不



多。

“没想到在乡下上网网速也很快，而且手机信号满格。”通过华为手机进行实测的市民吴先生说。

那么消费者买的 5G 手机能否支持 700M 频段的 5G 网络呢？据长沙移动透露，目前可直接接入 700MHz 频段 5G 网络的手机型号已达 20 款，如 HUAWEI Mate 30E Pro 5G、HUAWEI Mate40 pro、红米 Note10 Pro、摩托罗拉 edge s，以及暂未上市的 OPPO A93s 5G 等手机型号，涵盖华为、OPPO、小米、摩托罗拉、一加等终端设备厂商，覆盖了高中低端设备，其他终端厂家后续也将陆续推送软件版本支持。

河北石家庄：省内首个 5G 700M 基站“鹿泉 4”在石家庄鹿泉建成并完成测试

（以下信息来源石家庄新闻网）

今年 9 月，河北省内首个 5G 700M 基站“鹿泉 4”在石家庄鹿泉建成并完成测试，拉开了全区 700M 建设的序幕。该基站为全省 700M 示范基站，为全省打造高质量建设样板标杆。



中国移动 5G 700M 具备频段低、传播损耗小、覆盖能力强等特点，广覆盖优势明显，覆盖面积是 2.6G 的 4.5 倍，实测 300 米距离内可满足深度覆盖需求，尤其适合农村区域的环境和业务特点。该项目是石家庄移动全力助推乡村振兴战略举措之一，旨在加大乡镇农村地区 5G 基站建设，以新基建助推数智乡村建设。

此次 700M 示范站的建设，石家庄移动强化党员先锋模范作用，成立 700M 专项攻坚党员先锋队，提前摸排打通绿色建站流程，全力协调厂家，制定分批到货计划，缓解对主设备、天线产能供货不足情况，提拉货期缩短至 21 天。同时，按照“全量建设、分批开通”总体原则梳理建设清单，勘察站点的空间、动力、传输、天线等资源现状，依据流量与保障要求划分建设优先级，提前开展天面、传输整治建设，有效缩短整体建站时长。



石家庄移动抢抓每个时间节点，设备到货 8 小时完成设备出库安装，21 小时即顺利开通全省首个 700M 示范基站。经现场测试，上行峰值速率是 103.48Mbps，下行峰值速率 331.13Mbps，楼宇内同一点位 700M 网络信号比 2.6G 网络信号强 10dB 左右，室内 5G 信号满格，有效提升深度覆盖场景下的用户体验。本次示范站的顺利建成为后续站点积累宝贵经验，更为后期 700M 批量建设奠定了坚实基础。

下一步，石家庄移动将加快 5G 700M 网络建设，为广大农村地区用户提供更可靠、更稳定、更优质的服务，让更多农村群众共享数字化、信息化发展红利。

## 2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术

### (1) 工信部向中国广电等发通知：提升携号转网服务能力

2021 年 11 月 03 日来源：工业和信息化部

11 月 1 日，工信部向包括中国电信集团有限公司、中国移动通信集团有限公司、中国联通网络通信集团有限公司、中国广播电视网络集团有限公司等在内的企事业单位发布了《关于开展信息通信服务感知提升行动的通知》。

通知提到，为推动信息通信行业进一步改善服务质量，提升服务水平，工业和信息化部决定自即日起到 2022 年 3 月底，开展信息通信服务感知提升行动（简称“524”行动）。

其中，重点任务包括——

#### (一) 服务举措“五优化”。

1. 优化资费套餐设置展示方式。基础电信企业应在自有营业厅、掌厅、网厅、资费专区、代理渠道提供面向公众市场在售的资费套餐，以及面向老年人、残疾人的优惠资费套餐查询入口。全面梳理在售套餐名称，避免引发理解歧义。及时提醒用户套餐内流量使用情况，合理设置套餐外流量单价。（2021 年 12 月底前完成）

2. 优化双千兆服务宣传方式。基础电信企业应进一步落实 5G 服务“四个提醒机制”和“四条营销红线”要求。应在宽带服务合同中明确接入上行、下行理论速率，按照承诺提供服务，确保用户接入速率达标，并采用适当方式向用户告知硬件设备、环境因素等对宽带网速的影响。（2021 年 12 月底前完成）

3. 优化隐私政策和权限调用展示方式。互联网企业（首批实施的企业名单见附件）应以简洁、清晰、易懂的方式，向用户提供 APP 产品隐私政策摘要；涉及调用用户终端中相册、通讯录、位置等敏感权限的，还应当以适当方式告知用户调用该权限的目的，充分保障用户知情权。（2021 年 12 月底前完成）

4. 优化 APP 开屏弹窗信息展示方式。互联网企业应在其 APP 开屏信息和弹窗信息窗口设置明显、有效的关闭按钮，按钮大小、位置、颜色应易于操作辨认，让用户“找得到，关得了”。APP 开屏信息窗口不得使用整屏图片、视频等作为跳转链接，诱导用户点击或易造成用户误点击，给用户带来不便。（2021 年 12 月底前完成）

5. 优化网盘类服务提供方式。相关企业应优化产品服务资费介绍，清晰明示存储空间、传输速率、功能权益及资费水平等内容，不得进行误导宣传。在同一网络条件下，向免费用户提供的上传和下载的最低速率应确保满足基本的下载需求。（2021 年 12 月底前完成）

#### (二) 建立个人信息保护“双清单”。

各相关企业应建立已收集个人信息清单和与第三方共享个人信息清单（首批设立“双清单”的企业名单见附件），并在 APP 二级菜单中展示，方便用户查询。（2021 年 12 月底前完成）

已收集个人信息清单应简洁、清晰列出 APP（包括内嵌第三方软件工具开发包 SDK）已经收集到的用户个人信息基本情况，包括信息种类、使用目的、使用场景等。

与第三方共享个人信息清单应简洁、清晰列出 APP 与第三方共享的用户个人信息基本情况，包括与第三方共享的个人信息种类、使用目的、使用场景和共享方式等。

#### (三) 服务能力“四提升”。

1. 提升跨区域通办能力。基础电信企业新增“亲情网”和“固移融合”服务跨区域通办。在同一基础电信企业网内，归属地不同的手机号码组成亲情网，实现跨省办理。实现省内跨本地网固定宽带和手机号码融合，鼓励具备能力的基础电信企业积极推动实现跨省办理。（2021 年 12 月底前完成）

2. 提升携号转网服务能力。基础电信企业在履行前期对外承诺开放渠道基础上，在全国



范围内新开放可办理携出服务营业厅 10000 家，并将可办理携出服务营业厅情况及时向社会公示，营业厅应合理布局，让用户少跑路。实现携入服务的网上办理和携出用户异地营业厅话费余额退还服务，鼓励具备能力的基础电信企业实现异地营业厅办理携入服务。（2021 年 12 月底前完成）

3.提升客服热线响应能力。从事互联网信息服务的企业应建立客服热线电话，并在网站、APP 等显著位置公示客服热线电话号码。鼓励具备条件的企业提供充足的人工客服坐席（首批实施的企业名单见附件），并向老年人提供人工直连热线服务，客服热线力争达到月均响应时限最长为 30 秒，人工服务的应答率超过 85%。（2022 年 3 月底前完成）

4.提升 APP 关键责任链个人信息保护能力。鼓励应用商店为本平台 APP 提供检测服务，及时向 APP 开发者反馈相关问题并督促改正，防止违规 APP 上架。内嵌 SDK 在非服务所必须或无合理应用场景下，不得自启动或关联启动；APP 开发者、内嵌 SDK 应提供相应功能，由用户自主选择是否开启关联启动。（2021 年 12 月底前完成）

## （2）广电绝不是下一个“铁通”

螺丝刀| 常话短说| 2021-11-02

自中国广电与中国移动达成“共建共享”协议以来，关于“广电就是下一个铁通”的声音不绝于耳。近期，一份《深化铁通公司改革实施方案》的文件在网络上流传，引发热议，广电再一次躺着中枪。从成立到变卖，铁通是如何一步一步走到今天这一步的？既然铁通是广电绕不开的话题，那现在咱们直面下这个问题：广电会是下一个铁通吗？

铁通的过去

铁通公司的前身中铁通信中心，是 1995 年 11 月 6 日经铁道部批准成立的，由铁道部领导并归口铁道部电务局进行行业管理。中心成立后，先后在全国 13 个铁路局和各个铁路分局设立通信中心，形成 3 级管理体制。

当时的中铁通信中心主要是统筹全路的通信经营管理，并经铁道部授权，代铁道部管理与中国联通的一切往来业务，进行经济合作，并和中国联通一起共同管理联通铁道通信有限公司。这是中国铁路通信走向中国电信市场的开始。

中铁通信中心先后于 1998 年 8 月和 1999 年 10 月成立了中铁寻呼有限公司和中铁互联网有限公司，铁通通信进行市场化经营。

2000 年 12 月 20 日，在中铁通信中心基础上成立铁道通信信息有限责任公司，共有省级分公司 31 个，地市分公司 321 个，员工 4.7 万人，系国有大型基础电信运营企业。

2001 年，获得许可证之后，中国铁通成为一家新的全国性电信服务提供商，允许开展除移动通信外的所有电信业务，可以从事长话、市话、数据传输及网络运营，当时被成为电信、移动、联通、吉通、网通之后的“第六只老虎”。

2004 年 1 月 20 日，经国务院批准，由铁道部移交国资委管理，更名为“中国铁通集团有限公司”。

2008 年 5 月 23 日，中国铁通集团有限公司正式并入中国移动通信集团公司，成为其全资子公司，保持相对独立运营。

2009 年 12 月 15 日，铁通公司将铁路通信业务、人员移交铁道部。铁路通信专网剥离后，铁通公司继续作为中国移动通信集团公司的全资子公司，从事公众通信业务。

2015 年 11 月 27 日消息，中国移动宣布其子公司中移铁通有限公司以 319 亿元向母公司中国移动通信集团公司收购中国铁通的目标资产和业务。

自此，“中国铁通”品牌正式消失，铁通退出历史舞台。取而代之的是“中移铁通技术有限公司”，而中国移动借此整合所有资源发力宽带市场。

## 铁通的改革

为什么这次改革反响这么大，从网上传出的方案中有以下几个核心的点。

改革的目的是：为进一步做好属地装维服务、充分发挥装维触点的营销价值，推动工程业务规模发展、提升市场竞争力，集团公司决定深化铁通公司改革。

——关键词：属地装维、营销价值总体思路：坚持集团公司利益最大化的原则，进一步明确铁通公司定位，加强装维营销业务的专业化管理，推进装维营销深度融入属地并实施矩阵式管理，提升属地装维营销效率和服务质量；推动工程业务数智化转型、市场化发展，构建覆盖建设、交付、维护全流程的一体化能力体系，深化改革，规范治理结构，建立符合工程企业特点的管理模式和市场化机制，打造具备市场竞争力的工程企业。

——关键词：集团公司利益最大化、装维营销业务专业化、矩阵式管理重要举措：1、铁通公司定位于全集团属地装维营销专业化支撑者和数智工程服务市场化拓展者。2、属地公司和铁通公司对装维营销业务及装维营销组织运营体系、系统等资源实行矩阵式管理。铁通公司省级以下装维营销团队逐级融入属地公司进行融合管理，由属地公司和铁通公司协同指挥和考核。3、属地公司负责向装维营销团队安排生产任务、制定装维营销规范、提出合理用人需求、制定计酬体系、确定属地装维营销业绩目标，并对装维营销团队具有 50%的考核权。4、铁通公司在做好现有工程业务的同时，要积极向高价值的工程业务和信息服务拓展，为客户提供数智化信息基础设施的建设、交付、维护一体化服务，实现传统工程业务向数智化新型基础设施建设转型升级。5、推动辽宁、黑龙江、湖北中移通信技术有限公司三家单位与铁通公司整合。6、铁通公司对中移建设进行独立管理与核算，持续深化改革，建立市场化机制，逐步推动中移建设市场化发展和资本化运作。

——原来铁通公司是独立运营，现在是矩阵式管理。简单来说，铁通公司成为了中国移动的一个装维营销部门，听属地公司指挥、考核、调配。

## 广电与铁通

广电会是下一个铁通吗？

答案显然不是。首先，虽然双方都是和中国移动合作，但是出发点是不一样的。电信重组改革方案，铁通是并入中国移动，但是中国广电和中国移动的合作，是基于国家的共建共享战略，和电联合作是一样的，而且主要合作点也只是 5G 网络。

其次，中国广电虽然也是基础电信运营商，但是定位是中央文化企业（在 2021 年，中国广电入选“全国文化企业 30 强”）广电要走的路是媒体+通信+科技，和中国移动电信运营商的定位是有本质区别的，这也是国家为什么要单独颁发一张 5G 牌照的原因，这和当时铁通的地位是完全不一样的。

再次，中国广电有着自己独特的资源优势和竞争性业务，目前可能在外界看来，中国广电 192 的放号将形成全业务套餐，在个人和集团业务上都将与三大运营商直面竞争。但是另一方面，中国广电的这张网络是有着自己的优势的，比如量子通信，比如国家文化大数据专网，这便是广电网络的价值，而当时的铁通和中国移动在业务上是重合的，丧失了品牌后，被兼并是迟早的事。

说了这么多，小编只想说，当前广电正在加速推进全国一网和广电 5G 一体化发展，有很多非常重要的工作要做，不要被旁人的闲言碎语轻易左右了自己前进的步伐。近期，广电 5G 700M 好消息不断，大家更应该有信心，稳扎稳打做好当下事，拿结果证明便是最好的反击。

### （3）福建“十四五”战略性新兴产业发展专项规划：发展壮大超高清视频显示产业

2021年11月09日来源：福建省人民政府网

近日，福建省人民政府办公厅印发《福建省“十四五”战略性新兴产业发展专项规划》（以下简称《规划》）。

《规划》提到，到2025年，福建省战略性新兴产业规模与创新能力迈上新台阶，取得一批重大标志性成果，培育一批具有全球影响力的龙头企业，打造创新引领、结构优化的生态体系，稳步提升在全球产业链、价值链中的地位，培育一批特色鲜明、优势互补、结构合理的战略性新兴产业集群。

《规划》明确，聚焦新一代信息技术、高端装备、新材料、新能源、生物与新医药、节能环保、海洋高新七大重点领域，前瞻布局未来产业，打造具备国际竞争力的战略性新兴产业集群。

#### 新一代信息技术产业

深化新时代“数字福建”建设，聚焦高性能集成电路、超高清视频显示、光电等电子核心产业，扩大下一代信息网络及高端信息服务多元优质供给，将福建省打造成为国内领先的新一代信息技术产业高地。到2025年，新一代信息技术产业增加值力争达到3500亿元，年均增长10.9%。

#### 电子核心产业

高性能集成电路。聚焦存储器、光通信芯片、多媒体芯片、车规级芯片、第三代半导体芯片等领域，布局建设较大规模特色工艺制程生产线和先进工艺制程生产线，积极发展先进封装测试，加快推进芯片设计平台（EDA平台）及配套知识产权库（IP库）的国产化，推动设计、制造、封测、材料、设备产业链一体化跨越发展。发挥海峡两岸集成电路产业合作试验区的示范带动作用，形成以厦门、泉州为辐射高地的“一带双核多园”集聚发展格局。

超高清视频显示。重点发展有机发光二极管（OLED）、铟镓锌氧化物（IGZO）、有源矩阵有机发光二极管（AMOLED）、量子点发光二极管（QLED）、印刷显示、量子点显示、柔性显示等新型显示产业。加快布局柔性显示生产线，提升柔性基板、低温半导体背板、薄膜封装、柔性器件等量产技术研发能力，开发曲面屏、可折叠屏、可弯曲屏等柔性显示产品。支持本土发光二极管（LED）龙头企业切入小间距显示领域，前瞻布局微型发光二极管显示（Micro LED）、迷你发光二极管显示（Mini LED）产业。做强做优面板、模组、整机、显示材料等新型显示全产业链。推动超高清视频芯片、人脸识别、智能视觉、全息成像、三维显示（3D）等技术取得突破。发展壮大福州、厦门、莆田等产业集聚区。

光通信、精密光学、光电探测等光电产业。攻破高速光通信关键器件和芯片等“卡脖子”技术，打造光芯片、光器件、光模块、光通信设备、光纤光缆等光通信全产业链。突破精密光学制造与检测技术，培育壮大光学镜头、光学镜片、光学测量设备等精密光学产业。依托中国兵器装备集团—福州大学先进技术创新研究院，加快新一代光电探测与数字图像传感器的基础研究和落地转化。重点打造福州、厦门、泉州等产业集聚区。

新型元器件。敏感元器件领域，突破微机电系统（MEMS）、薄膜工艺技术，支持发展光电器件、磁光器件、声光器件、运动传感器、压力传感器等。电力电子功率器件领域，重点发展大功率器件、电源驱动芯片等。

#### 下一代信息网络

第五代无线网络（5G）。抢抓第五代移动通信发展的窗口期，支持龙头企业推进核心技术、标准以及关键产品研制，加快5G建设，开展典型场景应用。推进超大容量核心交换机研发和产业化。加强核心芯片、显示屏、基站天线、射频组件等5G核心器件研发和产业化。

#### 高端装备产业

顺应装备制造业绿色化、智能化、网络化发展趋势，以新能源、智能网联为方向提升汽车产

业特色优势和规模，着力推动“电动福建”建设，强化智能制造装备产业自主研发、制造与系统集成能力，提升专用装备对重点行业转型升级的支撑作用，加强闽台高端装备制造产业对接。到2025年，高端装备产业增加值力争达到1270亿元，年均增长10.0%。

#### 新能源汽车

新能源整车。做大新能源客车、做优新能源乘用车、做精新能源专用车，打造自主品牌，开发高附加值产品。加快上汽宁德基地、龙海金龙基地、闽侯青口汽车工业园区、三明埔岭汽车工业园等园区基地建设。支持企业加快燃料电池客车和货车的研发和规模化生产。加强智能网联汽车关键零部件及系统开发，突破车载智能计算平台、高精度地图与定位、车辆与车外其他设备间的无线通信（V2X）、线控执行系统等核心技术和产品。鼓励整车企业与互联网、人工智能、信息通信等企业深度合作，研发具备自动驾驶功能的智能网联汽车，支持福州、厦门、宁德、平潭等地推动智能网联汽车道路测试及商业示范应用。

#### 新材料产业

以重大装备、重大工程需求为导向，结合传统制造业改造升级，做优一批先进基础材料，突破一批关键战略材料。到2025年，新材料产业增加值力争达到3000亿元，年均增长9.8%。

#### 前沿新材料

石墨烯材料。发挥福建省石墨资源储量优势，加强石墨烯材料规模化制备和微纳结构测量表征等关键共性技术攻关，聚焦复合材料、能源材料、导热材料、电子信息器件、环保健康产品等石墨烯应用材料与功能器件的研发和产业化。打造三明、泉州、厦门等产业集聚区。

增材制造材料。聚焦医疗、模具和鞋服等领域，开展增材制造专用材料特性研究，推动增材制造关键材料制备技术及装备研发，提升金属增材制造材料、无机非金属增材制造材料、有机高分子增材制造材料以及生物增材制造材料等材料品质和性能稳定性，形成一批满足增材制造产业需要的专用材料牌号。

#### 关键战略材料

电子信息材料。围绕集成电路、新型显示、第三代半导体领域需求，突破一批高端产品生产关键技术，填补国内空白。围绕半导体产业配套需求，发展光刻胶、高纯试剂、电子气体、封装材料等电子专用化学品。依托中国科学院福建物质结构研究所，巩固提升激光晶体、磁光晶体、半导体发光材料等光电子材料技术优势。依托省内龙头企业，发展以氮化镓、碳化硅、钙钛矿为代表的第三代半导体材料。依托将乐军民融合第三代半导体晶体研究中心等创新平台，研发、生产第三代宽禁带半导体晶体材料。

#### 节能环保产业

抢抓创建美丽中国福建典范良好机遇，推进“碳达峰、碳中和”工作，以构建绿色低碳循环发展经济体系为目标，突破能源高效与梯级利用、污染防治与安全处置、资源回收与循环利用等技术，促进产业发展壮大。到2025年，节能环保产业增加值力争达到600亿元，年均增长9.0%。

#### 高效节能

高效照明产品及系统。巩固大尺寸高效低成本发光二极管（LED）外延片、芯片制造优势。提升衬底、高纯金属有机化合物（MO源）、高纯氨气、新型荧光粉、荧光陶瓷等配套水平。支持石墨烯、紫外、深紫外等技术创新方向。积极引进金属有机化合物化学气相沉积设备（MOCVD）、刻蚀机、光刻机、等离子体增强化学气相沉积设备（PECVD）、固晶机、光谱分析仪等核心设备研发生产项目。推动产品在新型显示、工业照明、健康照明、教育照明、植物照明等领域应用。打造原材料、外延片、芯片、封装、终端应用及核心生产设备全产业链。

#### 未来产业

跟踪国际科技前沿，聚焦引领产业变革的颠覆性技术，围绕未来网络、基因与生物技术、深

海科技等新技术领域，前瞻布局新兴产业前沿科学问题研究与技术研发，加快新技术、新产品产业化应用，培育未来产业。

#### 未来网络

量子信息。引导福建省量子信息与量子光学重点实验室、创新型优势企业围绕量子信息核心器件与技术、量子计算与量子模拟平台、专用与通用量子计算机、量子精密测量技术、量子通信、量子网络及科研成果工程化与产业化等方面开展攻关。探索量子信息在政务、金融和国防等国计民生重要行业和领域的推广应用。

第六代移动通信（6G）。积极对接和参与 6G 技术愿景规划概念性研究和标准讨论。探索启动下一代信道编码及调制技术、新一代天线与射频技术、太赫兹无线通信技术、空天海一体化通信技术等潜在关键技术研发。前瞻布局和培育 6G 技术团队和企业主体。超前布局人体数字孪生、空中高速上网、基于全息通信的高保真扩展显示（XR）等新应用场景、新业态、新模式，打造虚实空间泛在智联的统一网络。

类脑智能。布局脑认知原理解析、脑观神经联接图谱绘制、脑重大疾病机理与干预研究、儿童青少年脑智发育、类脑计算与脑机融合技术研发。开发神经网络芯片和神经元传感器等微处理器及设备、脑机交互等新一代智能技术，研制类脑人工智能器件及人机交互、共融设备。开展类脑人工智能特色应用示范，积极培育无人驾驶、智能家居、图像识别等新业态新模式。

区块链。实施区块链技术创新和产业培育专项行动，建设福建省区块链主干网，开发上线数字福建区块链应用公共平台，拓展“链上政务”“链上民生”“链上金融”等应用，推动福州创建区块链发展先行示范区，泉州、南平、龙岩等地打造区块链产业集聚区。

此外，《规划》提到了重点工程，加快推动产业创新、产业组织、投资驱动，大力组织实施战略科技力量平台、十个以上重点战略性新兴产业集群、百个以上细分领域龙头企业、千家“专精特新”企业、万亿项目投资等“个十百千万”重大工程，全面提升全省战略性新兴产业发展能级。

在“专精特新”企业培育工程方面，《规划》提出，力争到 2025 年，省级“专精特新”中小企业达到 1000 家。

全力培育单项冠军企业。构建单项冠军培育梯队，推动企业实现创业型、科技型、“专精特新”、单项冠军的梯次升级。积极引导和鼓励企业主攻行业细分领域，培育一批国家级单项冠军企业（产品）。加强培育企业的监测、指导和跟踪服务，鼓励企业建立现代化生产管理体系，深化企业知识产权保护、技术创新、管理提升、市场开拓、品牌建设等指导服务工作。加快发展专精特新“小巨人”企业。鼓励中小企业走“专精特新”发展道路，培育主营业务突出、竞争能力强、成长性好、专注于细分市场、具有一定创新能力的专精特新“小巨人”企业。鼓励中小企业以专业化分工、服务外包、订单生产等方式与大企业建立稳定的合作关系。促进中小企业数字化网络化智能化改造，业务系统向云端迁移，并通过工业设计促进提品质和创品牌。

在产业投资促进工程方面，《规划》中规定，加快产业链补短板锻长板。积极谋划储备推进一批强基础、增功能、利长远的重大项目，加大集成电路、高端装备、新能源、新能源汽车等领域补短板项目的投资力度，积极开展产业链并购，在核心基础零部件（元器件）、重大基础装备与关键基础材料等领域组织实施工业强基项目。完善科技重大专项“揭榜挂帅”攻关机制。

#### (4) 京东方 8K 240Hz 显示技术取得突破：成本降低

2021 年 11 月 09 日来源：快传号

昨日京东方对外宣布称，其广视角 ADS Pro 硬屏技术取得又一技术突破，成功研发出 65 英寸 8K 240Hz 超高分辨率、高刷新率显示产品。该产品搭载独有的 EPQ 驱动和 HSR 倍频技术，可用于大尺寸超高清电视产品，为用户提供更流畅、真实的显示体验。

据了解，京东方的 8K 240Hz 显示技术，与常规 8K 60Hz 产品相比透过率提升近 30%，对比度提升近两倍，同时显示屏的成本以及功耗都得到大幅降低。京东方表示，未来将继续优化该项技术，争取覆盖到 98 英寸、110 英寸等更大尺寸级产品，8K 240Hz 超大屏电视将逐步登上市场。

目前行业实现大尺寸 8K/4K 高刷新率显示主要有两大技术路线，分别为使用电子迁移率更高的 Oxide 背板+1G1D，或 a-Si 背板+2G2D。后者采用的 a-Si 背板是当前最主流的方向，相比于 Oxide 背板在成本、普及率等方面更具优势。

但是在 a-Si 背板上采用 2G2D 方式，就会影响显示面板的透过率，进而影响显示亮度及功耗。所以，实现 8K/4K 高刷新率显示最为合理的方式，应该是 a-Si 背板+1G1D 设计。京东方这次带来的产品，正是在这一路线上获得突破，它相比市面上的其他竞品，成本和功耗降低，显示效果也会有所提升。

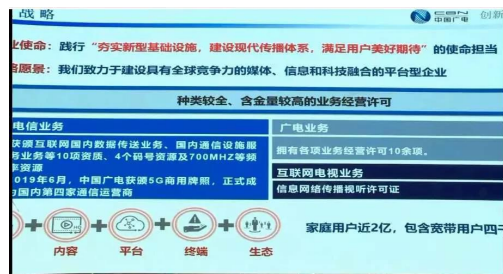
如今，4K 电视已经全面普及，市场占比超过 70%，8K 电视也陆续出现在消费者的视野中。电视尺寸选择上，更多人也偏向于 55 英寸以上的大尺寸，75 英寸甚至更大尺寸产品，销量也在逐渐攀升。Redmi Max 86 和 Max 98 两款超大屏产品，上市后就出现供不应求的状况，可以看出消费者的热情。

4K 大屏电视已经很常见，但 4K 高刷电视却非常少，很多都只支持传统 60Hz 刷新率，4K 120Hz 仅出现在少部分高端产品中，8K 240Hz 就更为罕见了。因此，京东方在这一技术领域取得突破，很有可能推动 4K 240Hz、8K 240Hz 高分辨率高刷新率电视的普及，带给消费者高清大屏、流畅画面体验。使用 PS5 等游戏主机时，游戏体验也能得到提升，值得期待。

#### (5) 宋起柱:中国广电目前正在申请固网通话牌照

2021 年 11 月 08 日来源：通信头条

近日，中国广电董事长宋起柱介绍，中国广电目前正在申请固网通话牌照，即将拥有通信业务全业务牌照，同时介绍了在内容和网络层面的优势，表示有线+无线+内容将成为中国广电发展的三驾马车。



广电网络正在加快推进“双千兆”！！

——最新的数据：中国广电与中国移动已经建设和开通 4 万个 700M 5G 基站到今年年底完成 20 万建设，把无线建设好，把有线联通好。

中国广电年内工作完成情况



广电 5G 核心网仍是要自己建的，北京、广州节点基本建设完成，初步具备试运营规模；广电新的 BOSS 系统完成了相应的准备工作。

700MHz 设备已经基本到位，年内开通应该没太大问题。

2022 年底前，全国数字广播电视频率迁移将实现分阶段完成迁移工程，2021 年优先完成全国骨干发射台站的频率迁移。

将会适时启动广电 5G “192” 的正式放号商用。

2021 年 6 月，中国广电牵头的 5G 组播广播在 R18 的演进方向获得了全会审议通过，3GPP 已明确 5G 组播广播将作为 18 版本重要功能特性持续演进。

## （6）山东广电网络与山东高速集团签署战略合作协议

2021 年 11 月 15 日来源：山东广电网络

11 月 12 日，山东广电网络与山东高速集团有限公司战略合作协议签约仪式在济南举行，本次签约标志着双方在网络资源、智慧应用、宣传推广等方面开启了合作新篇章。未来，双方将本着开放公平、优势互补、互利共赢、市场主导的原则，发挥各自在政策、产业、科研、技术、装备、信息、网络、人才等方面的资源优势，强强联手，合作共赢，为全省经济社会发展作出更大贡献。



公司党委书记、董事长李建华，党委副书记、总经理刘继永，山东高速集团党委书记、董事长周勇，党委副书记、总经理王其峰出席签约仪式。公司副总经理黄平和山东高速集团副总经理李航分别代表双方签署战略合作协议。

周勇介绍了山东高速集团发展情况，他说，山东高速集团大力发展基础设施核心业务，致力于打造主业突出、核心竞争力强的基础设施投资建设运营服务商和行业龙头企业，连续 15 年入选“中国企业 500 强”。他指出，山东高速集团在公路、高速公路、铁路、物流、金融等行业资源丰富，山东广电网络在网络传输、文化传媒等领域优势明显，双方分别在基础设施和精神文化领域深耕，有广阔的合作空间，希望双方增进交流、深入沟通，促进友好合作关系进一步发展。

李建华介绍了公司基本情况，指出，山东广电网络公司是传播党和政府声音的舆论宣传主渠道主阵地、是国家重要信息网络基础设施和重要战略资源网、是满足人民群众美好生活需要的综合文化信息服务商，此次与山东高速集团这样优秀的企业开展战略合作是我们宝贵的学习提升机会。当前，广电 5G 700M 拥有信号覆盖广、绕射能力强、传输距离远的优势，公司 11 项业务成果走在全国前列，双方可以在广电 5G 应用、企业“一企一屏”等智慧项目建设以及投资、宣传、品牌推广等方面展开全方位合作，实现互利共赢。

公司总经理助理尹志波、董事会秘书刘洪昌、总经理助理张立锋，山东高速集团执行总监左志武等有关负责同志参加签约仪式。

### **(7) 工信部批准研发的 8K 传感器芯片验收完成！打破依赖国外进口局面**

2021 年 11 月 25 日来源：IT 之家

11 月 23 日消息，据 CMOS 图像传感器设计公司长光辰芯官网消息，今年 10 月，长光辰芯承担的核高基重大专项“8K 超高清图像传感芯片及系统应用”课题顺利完成验收工作。据介绍，核高基重大专项是《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020 年）》所确定的国家十六个科技重大专项之一，其目的为在核心电子器件、高端通用芯片及基础软件领域，追赶国际技术和产业的迅速发展。

核高基重大专项“8K 超高清图像传感芯片及系统应用”由长光辰芯作为牵头单位，联合浙江华睿科技股份有限公司、深圳市大疆创新科技有限公司及深圳市大疆百旺科技有限公司共同承担，于 2019 年由工信部批准立项。

该课题旨在研制具有自主知识产权的 8K 超高清 CMOS 图像传感器芯片及摄像系统，打破我国超高清成像芯片及系统长期依赖国外进口、发展严重受限的局面。项目执行期内，在工信部及各地方政府的支持下，四家研制单位通力合作，最终完成了两款 8K 超高清 CMOS 图像传感器的研制，同时基于两款图像传感器，完成了全国产化、自主可控、具备竞争力的 8K 超高清摄录机的研制工作。

在本专项的支持下，长光辰芯完成了一款 8K 全画幅、背照、堆栈式 CMOS 图像传感器的研制，该芯片分辨率为 4900 万像素，采用了 4.3 微米的像素设计，读出噪声小于 2e<sup>-</sup>，单幅动态范围达到 87dB；芯片采用了最先进的背照式、堆栈工艺，在 16bit ADC 输出下，8K 模式下帧频高达 120fps，4K 模式帧频高达 240fps。

长光辰芯称，该项目的顺利验收，必将为我国超高清产业带来新的变革，同时也将带动我国超高清显示产业、5G 超高速传输等产业的快速升级。该芯片在工艺平台选择、性能指标等方面具备极大的先进性，也必将加快我国超高清摄像系统追赶国际领先水平的步伐。

记者了解到，长光辰芯是国内一家专业从事高端、高性能 CMOS 图像传感器设计的公司，其产品核心应用方向包括高端科学成像及工业视觉成像。长光辰芯成立于 2012 年 9 月，公司总部位于吉林省长春市。目前产品包括 1.52 亿像素分辨率、全局快门 CMOS 芯片 GMAX32152（53mm x 29.4mm）、1000 万像素、2000fps 全局快门传感器 GSPRINT4510（4/3 英寸）等。

### **3. 直播星和户户通、村村通**

（本期无）

### **4. 有线电视**

#### **(1) 广电首个、江苏唯一，江苏省广电有线信息网络股份有限公司国家文化和科技融合示范基地获国家五部委共同认定**

2021 年 11 月 03 日来源：江苏有线

11 月 2 日，第四批国家文化和科技融合示范基地名单正式公布，江苏省广电有线信息网络股份有限公司国家文化和科技融合示范基地成功上榜。国家文化和科技融合示范基地由科技部、中宣部、中央网信办、文化和旅游部、广播电视总局联合认定，江苏省广电有线信息网络股份有限公司国家文化和科技融合示范基地是全国广电行业首个国家文化和科技融合示范基地、江苏省唯一的单体类国家文化和科技融合示范基地。

江苏省广电有线信息网络股份有限公司国家文化和科技融合示范基地依托“全国文化企业 30 强”、国有高新技术企业——江苏省广电有线信息网络股份有限公司设立，广泛集聚江苏省内各级广播电视有线网络资源优势、人才优势、技术优势和产业优势，围绕推进文化与科技融合发展核心要求，将最新的信息通信与互联网技术植入广电文化领域，重点在广电 5G 与有线网络协同发展、高新视频应用、“智慧广电”技术与业态创新、广播电视媒体深度融合发展、新一代广电智能终端设计研发等方面开展技术创新、产品创新和服务创新，并通过创新成果转移应用、创新产品转化生产、创新业务跨域服务，带动江苏暨“长三角”文化及周边产业整体发展，进一步丰富广大人民群众的物质精神文化生活，为落实省委省政府建设“强富美高”新江苏总体部署、推动江苏文化产业高质量发展提供文化创新引擎。

## 5. 前端、制作与信源

### (1) 观众规模增 4 倍，覆盖 3 亿用户！总台奥林匹克频道火了

2021 年 11 月 09 日来源：央视新闻

作为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，10 月 25 日开播上线的中央广播电视总台央视奥林匹克频道（CCTV-16）及其数字平台，以丰富的节目内容、精彩的赛事集锦和年轻态、国际化的视觉呈现，迅速成为国内外受众关注的热点。

据统计，奥林匹克频道单日观众规模从开播上线首日（10 月 25 日）的 262 万人，迅速提升至 1106 万人（11 月 6 日），增幅超过 420%。截至 11 月 7 日，频道累计观众规模超 5643 万人。全国 31 个省（自治区、直辖市）IPTV 平台均已上线奥林匹克频道，覆盖用户近 3 亿户。

全国覆盖 CCTV-16 成为千家万户的新选择

多渠道广泛落地，奥林匹克高清频道实现全国覆盖。截至 11 月 7 日，全国 31 个省（自治区、直辖市）IPTV 平台均已上线奥林匹克高清频道，覆盖用户近 3 亿户。观众可通过当地电信、联通和移动的 IPTV 高清或 4K 机顶盒进行观看。全国 28 个省（自治区、直辖市）广电网络公司上线奥林匹克高清频道，覆盖用户超 1.16 亿户。

此外，北京、河北、内蒙古、辽宁、吉林、浙江、安徽、福建、山东、湖南、广东、重庆、四川、新疆等 14 个省市区已上线奥林匹克 4K 超高清频道，覆盖用户超过 6100 万户。

传播奥林匹克文化弘扬中华体育精神的“国家队”

自开播上线以来，总台央视奥林匹克频道充分发挥“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，形成了具有奥林匹克独特气质的频道形象。有网友评价：“在更专业的频道看更丰富的赛事，用超高清的画质见证更多冰雪奇迹”“CCTV16 播出的都是宝藏节目！精彩停不下来！”

深度挖掘奥林匹克运动和文化精神内涵，《逐冰追雪》专业解读中国运动健儿在平昌冬奥会和冬残奥会上跌宕起伏的拼搏故事，诠释“更快、更高、更强、更团结”的奥林匹克格言。节目 4K 素材占比超 95%，画面清晰度高、冲击力强，充分释放冰雪运动魅力。《奥林匹克人》以人物短片形式，聚焦在东京奥运会上取得佳绩的中国优秀运动员、教练员，讲述他们在赛场内外的人生故事，被网友评价“语言朴实，情节感人”。

《五环纪事》《北京 2022》等节目均采用 4K 技术拍摄制作，对北京冬奥会筹办中重大发布活动进行全面报道。《火炬诞生记》《奖牌诞生记》两部精品纪录片，讲述融入中国传统文化元素的 2022 年北京冬奥会火炬所体现的“双奥之城”理念，专访北京冬奥会与冬残奥会奖牌“同心”设计团队。业内专家评价说：“故事讲述细腻，逻辑性强，体现较为丰富

的冬奥知识和中华民族优秀传统文化、中华民族精益求精的精神，是讲好中国故事的佳作。”

体现创新，追求完美。《奥秘无穷》采用XR虚拟与现实结合技术，定制沉浸式演播室场景，通俗化讲解运动技巧和规则。节目还创新引入“3D+AI”建模技术，突破体育赛事传统观赛视角，通过先进的可视化数据分析系统，由专家将运动技术数据、人体数据、量化评估进行动作解析，更立体形象地揭秘冰雪运动的奥秘。《冬奥山水间》节目通过4K航拍，带观众“飞”上云霄，从空中尽赏北京冬奥会各个场馆与祖国大好河山的美妙。

此外，频道还设计了《现场直播》《实况录像》《赛事集锦》《体育直播间》《奥林匹克典藏》等多个赛事播出栏目。全方位转播“相约北京”2021年世界轮椅冰壶锦标赛，通过赛前演播室串联和赛事评论解说，展现中国轮椅冰壶项目近年来取得的突出成绩，折射出中国冬季项目的整体进步和中国冰雪运动员自强不息、奋勇拼搏的精神风貌，与广大受众一起见证中国冰雪健儿夺得世界冠军、为国争光的高光时刻。

精品迭出广大体育迷的共同期待

据了解，奥林匹克频道潜心打造的专题节目《艺术里的奥林匹克》正紧锣密鼓投入制作，并将于近期开播。这一特别策划创意独特，选取奥林匹克发展进程中具有代表性的艺术作品，通过多种影像呈现方式将其历史背景、人物故事、视觉科技、文化渊源融为一体，生动传递奥林匹克运动所具有的相互理解、友谊、团结和公平竞争的精神内涵。

CCTV-16还将陆续推出《奥林匹克荣光》《奥林匹克传奇》《体育达人会》等特色栏目，打造更多眼前一亮、闻之一振、爱不释手的融媒体产品。

“一起向未来”。随着北京冬奥会的日益临近，国际上首个以4K超高清和高清标准24小时上星同步播出的专业体育频道，值得期待。

## （2）电视台的新选择

2021年11月25日来源：视听广电

很多年前，电视台台长们争论最多的一个问题就是：内容为王，还是渠道为王？其背后逻辑是电视台应该搞内容制作，还是搞商业创新；是坚持制作优质内容的本业，还是做大做强广告营销的主业。

光阴荏苒，现在的电视台正在进行融媒体建设，就有人问了，这融媒体是搞技术呢，还是搞内容呢？技术上，好像电视台的人对新媒体并不是很熟，尤其是对以手机为载体的技术更是几乎没有碰过。内容上，社会上的独立制作公司、自媒体公司快速崛起，给电视台带来巨大的竞争压力。

或许也正是因为这样，才会有人问起这个问题——电视台应该内容为王，还是技术为王？早年，我进入电视台工作的时候，发现电视台里都是人才，几乎都是国内顶尖大学的毕业生。理工类学生更是其中的佼佼者，电视台的技术部门会聚了无线电、通信方面的顶级人才。如今时过境迁，当初进入电子通信行业的技术人员现在都身价不菲，而进入电视台的技术人员却面临技术淘汰、“即将退休”的窘境。

内容方面，电视台已经流失了大量内容制作人才，他们或独立成立制作公司，或投身新媒体。很多看似不错的节目虽然在电视台播出，但其制作班底却并非电视台人马。现在，国内很多电视台的自制能力已经不足以称之为竞争优势，有实力喊出“内容为王”口号的电视台更是寥寥无几。

当下，广播电视领域的核心词大概就是“云”和“流”。很多电视台在制定发展战略和目标的时候，都强调“云”建设。这个“云”本身是个技术概念，但是在很多场合下被理解为以大数据技术为基础的内容生产。“流”指的是以互联网为基础的直播服务。简而言之，做电视基本上就是个“行云流水”的事情了，而这些恰恰是媒体竞争的前沿。可以说，在时

下的电视竞争中，做好融合发展、创新传播的基础还是在技术。

将目光投向世界舞台，Disney+于2019年11月12日正式在苹果、安卓等主流应用商店上线。为了这一天，迪士尼蓄力三年。2016年，迪士尼砸下10亿美元，收购流媒体技术公司BAMTech 33%的股权，第二年再次以15.8亿美元收购后者42%股权，为Disney+奠定了技术基础。即便如此，Disney+上线首日，服务器仍然出现了故障，Disney+故障报告显示，29%的用户被困在无法登录的界面，71%的用户在成功登录后播放视频时也遇到了大大小小的问题。诚然，迪士尼有着独家的内容优势，但是Disney+的成功却是技术布局的成果，其持续发展也离不开技术的保驾护航。

挪威一家电视台，因为社会上的公司不能满足电视台节目制作的技术需求，于是自己研发了一套图文包装系统。这套包装系统在世界各地都销售得不错，他们干脆将这部分业务独立出来，成立了一家公司——Vizrt（维斯）公司。关于Vizrt，百度百科如是介绍：维斯（Vizrt）公司是全球最大（市场占有率第一和年营业额第一）、为电视广播行业提供高端三维虚拟演播室系统、在线三维图形包装软件和媒资管理系统的软件研发企业。Vizrt并非个例，BBC的体育转播部门也因为技术过硬，进而成立了一家独立公司，为全球体育赛事直播提供服务。

在世界范围内，电视台将技术做到顶级的案例并不少；反观我国，电视台能够孵化出创新企业的案例罕见。这和我国电视台在发展过程中，多以购买设备、技术为主有关。这不禁让人想到我国的民航业，曾经同样长期以买和租为主，直到被核心技术“卡脖子”，才不得不发展独立知识产权的民用飞机。广播电视业应当引以为鉴。

在融合发展的今天，电视台应该“以技术为王”，在融合技术创新方面投入大量的人力、物力、财力，借力华为、中兴这些强大的通信企业，努力发展自己的内容生产技术和传播技术。以中国风、中国潮，形成自己的“行云流水”，用国人的技术、国人的设备，报道讲述好中国人喜闻乐见的中国故事，甚至走向世界，向世界输出中国广电标准。

### （3）广电总局为新疆近百县捐赠“5G智慧电台”

2021年11月25日来源：国家广电总局

近日，全国广播电视系统积极对接推进各项对口援疆项目落地落实，助力新疆经济社会特别是广播电视事业发展。

广电总局指导举办2021年新疆广播电视安全播出培训班；协调相关单位为新疆近百县对接捐赠“5G智慧电台”，目前已开播43个；协调相关单位捐赠的优质网络视听节目和电视节目正在受援地区播出。

各援疆省（市）广电局纷纷建立对口援疆长效机制，协调项目支持新疆广播电视发展。工作会上明确捐赠项目的省（市）中，浙江、辽宁、河北、福建、湖北、黑龙江、吉林等地广电局已落实全部捐赠项目，北京、广东、江苏、湖南、安徽、江西等地广电局已落实部分捐赠项目。山西广电局会后组织捐助活动，并签订合作框架协议。

## 6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

### (1) 毛利率普遍下滑 彩电巨头欲破行业“内卷”

段楚婷 赵毅 | 中国经营报 | 2021-11-02

近期，家电行业上市公司纷纷赶在10月末公开2021年三季度财务报告。

在彩电三巨头中，创维集团有限公司(00751.HK，以下简称“创维集团”)在今年前三季度的整体营业额为358.91亿元，同比增长33.2%。康佳集团股份有限公司(000016.SZ，以下简称“康佳集团”)在前三季度取得营业收入316.27亿元，同比增长6.13%。

另一边，TCL电子控股有限公司(01070.HK，以下简称“TCL电子”)目前暂未公布今年前三季度业绩，但根据其2021年中期报告，上半年，TCL电子来自持续经营业务的收入达349.3亿港元，同比增长103.7%。

记者注意到，在上述已公布的财报中，创维集团、康佳集团的毛利率均出现同比下滑。从行业背景来看，受疫情影响，电视面板、原材料、运输等价格的上涨仍是影响企业毛利率的主要因素。

不过，随着电视面板价格在今年三季度出现回调，行业分析师预测，彩电企业未来可能会面临多个挑战。

盈利空间被压缩

延续2021年上半年的市场趋势，今年第三季度，我国彩电市场仍呈现零售量下降，零售额上涨的特征。据奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示，2021年第三季度，彩电市场零售量规模达808万台，同比下降18.4%;零售额规模达273亿元，同比增长4.5%。

从企业角度来看，根据创维集团公布的今年九个月未经审核的业绩，该集团在内地市场的营业额约为233.1亿元，较去年同期增长40.6%。其中，多媒体业务占59.8%、智能系统技术业务占21%、智能电器业务占9%。

据了解，创维集团的多媒体业务主要包括智能电视系统、酷开系统的互联网增值服务及光伏业务等。而今年前三季度，创维集团的智能电视系统产品在内地市场取得营业额89.3亿元，同比增长10.8%。

不同于创维集团公布了各业务数据，康佳集团在2021年第三季度报告中并未详细列明各业务的业绩，仅发布了财务数据。

从数据来看，康佳集团虽然在今年前三季度取得营业收入同比增长，但其归属于上市公司股东的净利润(以下简称“归母净利润”)却由正转负，亏损1.26亿元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润更亏损至10.54亿元。

对于归母净利润的亏损，康佳集团解释称，“受原材料价格大幅波动、市场竞争愈加激烈、国内消费疲软、海外疫情持续影响出口业务等因素影响，本公司主营业务毛利率下滑，并产生了一定额度的亏损。”

与此同时，康佳集团曾在2020年第三季度处置东莞康佳投资有限公司51%股权产生收益约9.28亿元，但2021年第三季度不含类似的大额非经常性收益。

记者注意到，不仅康佳集团提到主营业务毛利率下滑，创维集团也于业绩报告中披露，“截至2021年9月30日，本集团之整体毛利率为16.3%，较去年同期下降1.6个百分点”。而TCL电子也在2021年中期报告中表示，“毛利率受屏价上涨影响同比下降4.7个百分点，至15.9%”。

对于前三季度的彩电市场，奥维睿沃(AVC revo)高级研究经理荣超平告诉记者，“上半年面板价格以及其他原材料价格上涨以后，整机成本的大幅提升导致整机厂盈利空间被不断压缩，给品牌厂的经营带来了较大的压力，为了转移自身风险，一方面品牌厂增加大尺寸销量，另一方面，积极调高整机零售价格。”



不过，自 2020 年 6 月开始连续涨价的 LCD TV 面板也在今年三季度开始回调。荣超平指出，三季度电视需求下降、塞港等问题集中爆发，导致电视面板供需关系快速转换，价格经历大幅下调。备货旺季结束后，预计四季度电视面板需求持续疲软，虽然面板厂有进行产品结构、产线调整等使面板生产量下降，但面板供应端的减少幅度不及需求端的减少，预计四季度电视面板价格将继续下降。

而根据调研机构群智咨询(Sigmaintell)测算，四季度全球 LCD TV 面板整体供需比为 8.9%(面积基准)，整体供需宽松，面板价格维持下降趋势，其中小尺寸价格降幅明显收窄，中大尺寸 LCD TV 面板价格依然维持较大降幅。

#### 抢占行业新赛道

随着面板行情的变化，曾在今年上半年赚得盆满钵满的面板行业龙头——TCL 科技集团股份有限公司(000100.SZ,以下简称“TCL 科技”)也在第三季度出现归母净利润环比近乎“腰斩”。

Wind 数据显示，今年前三季度单季，TCL 科技的归母净利润分别为 24.04 亿元、43.8 亿元和 23.18 亿元，其中第三季度环比减少 47.07%。在上述报告公布当日及后一个交易日，TCL 科技股价也连续两日下跌。

在今年 8 月的业绩交流会上，TCL 科技董事长李东生也曾回应过面板行业的趋势及发展格局。彼时，李东生也坦言下半年面板供不应求的情况会得到缓解，未来面板行业的周期波动将会明显减弱，并表示对行业的周期波动一贯采取产能有序增长，优化产线布局、优化产品结构、优化客户组合等措施。

与此同时，电视面板价格的快速下降也对彩电企业带来一些挑战。荣超平向记者分析指出，电视厂商前期超预期采购上游资源，在终端销售回落后形成高价位库存。现在电视面板价格快速下跌，对企业将造成严重的存货跌价损失。

另外，荣超平也进一步预测，“面板价格快速下降，彩电企业将不可避免又陷入到一场‘价格战’中，如何平衡市场份额和企业利润将是企业比较大的考验。而未来半年内，海运问题仍将困扰彩电出口企业。”

记者注意到，对于后续增长乏力的中国彩电市场，彩电巨头们也纷纷布局其他产业。其中，创维集团以光伏系统集成行业作为切入点，进入清洁能源行业，并在 2020 年初成立深圳创维光伏科技有限公司。

从光伏业务的业绩来看，截至今年 9 月 30 日，创维集团光伏业务取得收入 21.9 亿元，较去年同期的 800 万元同比增长 272.75 倍。在创维集团公布业绩报告的交易日首日，即 10 月 27 日，港股创维集团在当日涨幅达 59.17%，收于 3.82 港元/股，创下三年内收盘价新高。

创维集团也表示，计划以户用光伏开端，逐步开拓工商业光伏、用电侧综合智慧能源管理等业务，逐步发展成为用电侧清洁能源产业互联网的行业的行业领导者。而创维集团相关负责人也告诉记者，光伏业务现有布局主要集中在山东、河南、河北三个地方。

与创维集团不同，康佳集团则在近两年围绕“半导体+新消费电子+园区”的新产业实施转型升级。其中，在备受投资者关注的半导体业务上，康佳集团主要在光电、存储等领域进行了布局。

不过，记者在梳理康佳集团近两年的营业收入构成时注意到，2020 年及 2021 年上半年，半导体业务在康佳集团的营业收入中分别占 0.56%、1.11%，某种程度上仍处于培育阶段。

而近期，康佳集团拟收购江苏海四达电源股份有限公司和赣州明高科技股份有限公司的公告一经披露又使康佳集团布局新能源赛道的猜想不断。对于投资者关注的收购进展，记者也向康佳集团相关工作人员了解最新进度，但对方并未透露相关信息。

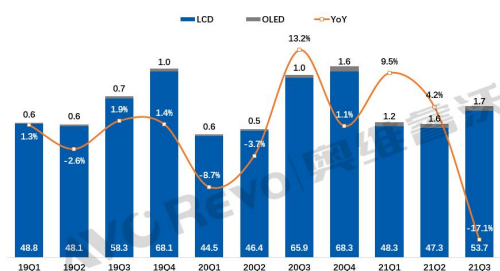
此外，记者也向 TCL 科技了解企业对全球 LCD TV 面板预计在四季度供过于求的看法，截至发稿前未获回复。

## (2) 需求回调,前三季度全球 TV 品牌出货量下降 3.3%

奥维睿沃| 奥维云网| 2021-11-08

全球 TV 市场在海外“宅经济”拉动下，经历了连续四个季度的出货增长，2021 年三季度 TV 出货回落，奥维睿沃（AVC Revo）《全球 TV 品牌出货月度数据报告》显示，2021 年前三季度全球 TV 出货量下降 17.1%，近年来单季降幅最为明显。综合来看，2021 年前三季度全球 TV 出货量 153.7M，同比下降 3.3%，其中 OLED TV 出货 4.4M，同比增长 106.7%；出货面积 105.6M m<sup>2</sup>，同比增长 3.0%；出货平均尺寸 48.1”，同比增长 1.4”。

2019Q1-2021Q3 全球 TV 出货量与同比

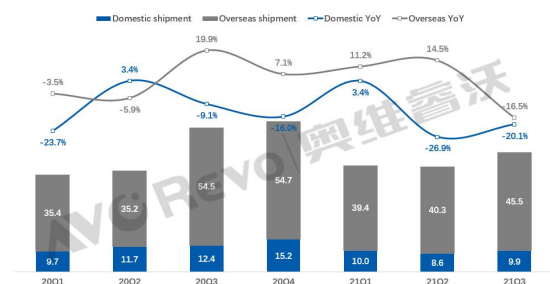


Data Source: AVC Revo unit: 百万台，%

2020-2021 年度，COVID-19 疫情持续影响全球 TV 市场需求。2020 年全球 TV 市场受疫情影响最为深刻，上半年受疫情的影响，内外需求急速下滑，但随着户外活动的限制，下半年北美、欧洲市场为首的海外市场居家娱乐、教育、办公需求增加，带动海外 TV 出货暴增。

2021 年上半年在欧洲杯、奥运会、美洲杯三大体育赛事观赛需求拉动下，全球 TV 出货量同比增长 6.8%，但对比疫情之前的 2019 年上半年仅有 0.2% 的微幅增长，全球 TV 需求已显疲态，赛事刺激效应结束叠加整机市场价格高位、发达市场需求透支、中国市场需求疲软等多因素影响下，三季度全球 TV 出货下降 17.1%，海外需求同比 2019 年三季度持平。

2020Q1-2021Q3 全球 TV 分内外销出货量与同比



Data Source: AVC Revo unit: 百万台，%

区域表现：美、欧失速，中国市场降幅有望收窄

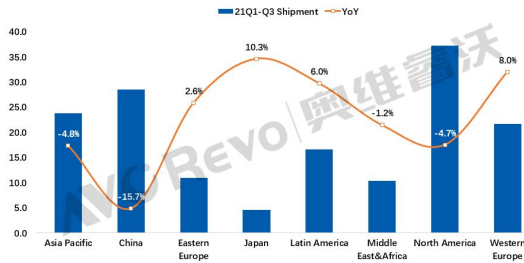
分区域来看，中国市场前三季度 TV 出货下降 15.7%。中国市场需求已由新增需求为主转变为换机需求为主，终端市场保持着每年 40M 上下的基本盘，但市场大盘能否恢复增长与市场均价、品牌厂与渠道的推广力度有很大关联，7 月以来 TV 面板价格急速下跌，至 9 月线上市场整机均价下降较多，线上零售量降幅收窄，市场已有好转迹象。中国市场多数品牌前三季度出货表现不佳，寄希望于“双 11”，品牌出货意愿有所恢复，奥维睿沃（AVC Revo）预计四季度中国市场 TV 出货降幅将会收窄。

2021 年前三季度，北美 TV 出货下降 4.7%。北美 TV 出货自 2020 年二季度起连续四个季度高速增长，需求提前透支叠加整机均价增长，二、三季度北美终端零售表现不佳，2021

年二季度北美 TV 出货微降 0.4%，三季度下降 19.5%。面板价格虽已转向下行周期，但尚未传导到海外整机市场。

体育赛事拉动效应消退后，欧洲、拉美、日本虽然三季度 TV 出货均有下降，但前三季度整体出货仍然有 6.2%、6.0%、10.3% 的增长；新兴市场亚太与中东非经济恢复慢于发达市场，整机均价较疫情之前增长较多，TV 需求下滑，前三季度 TV 出货分别下降 4.8%、1.2%。

#### 2021Q1-Q3 全球 TV 分区域出货量与同比

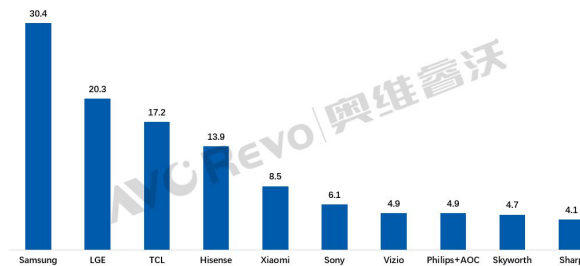


Data Source: AVC Revo unit: 百万台, %

#### 品牌表现

进入三季度以来，市场情绪很复杂，海外市场需求的快速回落引发了面板价格的急速下跌，品牌厂商面临着库存增长与跌价损失的双重压力，因而在面板采购与品牌策略上都做出了部分调整，来应对变化，品牌出货表现也出现了分化。

#### 2021Q1-Q3 全球 TV TOP10 品牌出货规模



Data Source: AVC Revo unit: 百万台

#### 解读：前三季度企业别出货表现剖析

三星 全球出货 30.4M，同比下降 8%。上半年三星在海外市场实现了高速增长，欧洲、拉美、亚太、中东非出货增幅显著，三季度出货虽有衰退，欧洲前三季度出货仍然有 0.7% 的增长，2021 年三星全球 TV 出货有望冲击 42M。

LGE 全球出货 20.3M，同比增长 15.7%。前三季度 LGE 在发达市场表现突出，在北美，LGE 实现了同比 32.9% 的高速增长，欧洲出货增长 11.5%，新兴市场中 LGE 重点发展拉美市场，拉美前三季度出货增长 27.9%。前三季度高端 OLED TV 出货 2.9M，同比增长 129%，全年出货预计 4M。

TCL 全球出货 17.2M。前三季度，TCL 海外出货占比高达 79.4%，出货量同比增长 5.8%。近年 TCL 在北美市场份额大幅提升，今年重点布局欧洲市场，前三季度欧洲出货增长 38.7%，新兴市场出货增长 6.8%。在品牌策略上，TCL 公布了 Mini LED 电视的战略规划，期望“3-5 年智屏做到全球第一，在大尺寸中 TCL Mini LED 的销售渗透率超 60%”。

海信（含日本东芝）全球出货 13.9M，同比增长 4.7%。在海外，海信借助体育营销策略与双品牌策略，不断提升国际影响力，前三季度海外出货同比增长 7.4%，其中欧洲出货增长 40.2%，日本及新兴市场出货增长迅速。

小米 全球出货 8.5M。中国市场是小米的基本盘，在保持中国市场地位的同时，小米也在不断扩展海外市场，前三季度小米海外出货量增长 9.6%，海外市场份额达 31.3%，同比 2020 年提升了 4.1%，亚太、西欧出货增长较多。双品牌策略下，红米承接了小米电视的中低端消费需求，今年增长迅速；小米品牌在中高端产品上不断丰富产品线，三季度发布的第二代 OLED 电视系列带动小米 OLED 电视出货大幅增长。

2021 年出货预测：四季度需求继续回调，全年出货预计下降 6.1%

进入四季度，发达国家疫苗接种率将陆续达到群体免疫水平，“宅经济”预期降温；TV 面板价格虽然下降明显，但尚未传导至海外整机市场，难以形成降价消费刺激；国际航线货柜紧张、海运周期增加与港口货物积压将对“黑五”促销货品充足性提出考验；中国品牌厂对“双 11”寄予厚望，内销出货意愿虽有所恢复但四季度中国区出货仍难以实现增长。

综合以上因素，奥维睿沃(AVC Revo)预测 2021 年全球 TV 出货同比下降 6.1%。

### (3) 预计 Q4 全球电视出货量 5913 万台

| 众视 AsiaOTT | 2021-11-25

根据 TrendForce 调查显示，今年第三季电视品牌出货量达 5,251 万台，季增 8.3%，年减 14.7%。预计第四季度电视出货量达 5,913 万台，季增 12.6%、年减 10.3%，今年下半年全球电视出货将创下历年同期新低。

TrendForce 表示，随着各国疫苗覆盖率提升以及整机零售价格涨价，终端电视需求受到抑制，因而出现旺季不旺的情形。虽然电视面板价格于 8 月开始大幅下跌，短期间有助于中国品牌透过扩大中国双 11 促销规模，同时弥补今年销售目标的缺口。但对于国际品牌而言，考量到生产、运输时间和库存去化等问题，最快于明年第一季才能将面板降价的价差反映在整机售价上，意味着今年第四季电视出货也难有突出的表现。

其进一步指出，今年电视出货表现愈趋转弱，上半年受惠于美国救济金带动北美出货持续畅旺，品牌端持续进行面板库存回补，推升面板价格不断攀高。下半年随着欧美疫情趋缓生活恢复正轨，疫情红利不再。此外，原物料和运费的高涨，导致整机成本垫高进而转嫁至消费者身上，终端需求也就此消失殆尽，最终导致 2021 全年电视出货衰退 3.2%，达 2.10 亿台。

## 7. 新媒体

### (1) 5G 赋能智慧冬奥：机器人送餐 8K 超高清直播

2021 年 11 月 03 日来源：北京日报

5G 正在赋能智慧冬奥，助力运动员与观众逐梦冰雪。北京联通昨天披露，已完成多个“相约北京”系列冬季体育赛事通信保障任务，最快 5G 网络不仅惊艳冰雪赛场，为“冰丝带”“冰立方”带去各具特色的赛事体验，更为首体这座建于上世纪 60 年代的老场馆重新注入科技活力。

“冰丝带”迎来最快 5G 网络

作为北京冬奥会唯一官方通信服务合作伙伴，中国联通正全力做好通信服务筹备工作。在“冰丝带”国家速滑馆，北京联通速滑馆通信保障团队为“相约北京”系列冬季体育赛事提供了 5G 信号覆盖、专线开通等一系列通信保障和技术支撑。

在未来冬奥场景下，最快网络有望成为“5G 智慧观赛”的一大亮点。基于 5G 高速网

络，“冰丝带”内下行速率最高可达每秒900M，上行速率也可达每秒200M。“1G大小的文件基本上几秒钟就能下载完毕，如果是上传，喝几口水的时间也就妥了。”北京联通相关负责人告诉记者。

来到“冰丝带”国家速滑馆的媒体工作者还会发现，包括媒体间、媒体看台和比赛场边摄影点位，联通都提供免费的高质量有线和无线互联网业务。“我们配合各国媒体开展了‘媒体’网络测试并进行广泛合作，支持相机远程控制及图片即拍即传等功能，让场馆内的精彩赛事能及时呈现在万千观众面前。”这位负责人说。

北京联通还在“冰丝带”内布置了“冬奥5G智慧观赛”示范产品，开通了200M互联网专线及1.5G点对点专线。这能为海内外观众提供自由视角观赛、子弹时间精彩回放、个性化视频分享等多种服务，助力实现“冬奥5G智慧观赛”的要求。

#### 首体惊现8K VR超高清直播

来到首都体育馆，在“相约北京”2021亚洲花样滑冰公开赛的场边，冰面周边的一圈“长枪短炮”格外引人注目。“这里的40台4K摄像机阵列和3台8K VR相机，正是我们携手生态合作伙伴打造的冬奥创新应用之一。”北京联通相关负责人称。

依托5G网络低时延大带宽特性，联通基于云-馆-端三层架构，可呈现出毫秒级低时延多视角切换、4K画质的360度自由视角、8K VR超高清直播等创新观赛体验，并在“相约北京”系列冬季体育赛事中实现了应用落地。

上述科技创新能在比赛中顺利实现，得益于联通保障团队反复调测网络，并高效开通各类应用，力争“零误差”保障赛时相关服务。

从入场施工到一轮轮精密调试，历经一年改造，科技为这座上世纪60年代的老场馆重新注入源源不绝的活力。如今这里已实现5G信号全覆盖，在满足赛事举办、高速上网的同时，也为未来冬奥会举办时超高清直播与智慧观赛等应用，精心编织起了一张高速信息网络。

#### “冰立方”感受5G机器人送餐

走进“冰立方”国家游泳中心，一场2021年轮椅冰壶世锦赛激战正酣。其实早在赛事开始前，北京联通就为场馆准备好了智慧防疫、资产管理、送餐机器人等多项科技保障方案。

随着相关赛事的到来，运动员、工作人员和媒体无不感受到了5G应用为赛事带来的新鲜体验。

用餐时段无需集体排队打饭，在座位静静等待，就会有一位黑白相间乖巧可爱的小机器人来到面前，这个充满未来感的小家伙会随身带来一份美食。而这既能助力防疫，又为百忙中的工作人员节约了宝贵时间。如今“冰立方”已实现在闭环区域内的5G机器人送餐服务，避免了人员间的不必要接触，为防疫减轻了压力。

与此同时，5G还为媒体服务提供了便利，混合采访区通过云转播方式已实现远程采访，既保证了新闻媒体与闭环内运动员、教练员和管理人员的互动，又为防疫提供了安全保障。

借助最新科技，可手持的“沃智护”智慧防疫一体机还能实现仅凭身份证，就同时查验个人身份、健康码与核酸检测等情况，并即时打印凭证，方便注册人员在24小时内反复进出场馆。

## (2) 中国5G两岁了

| IT时报 | 2021-11-02

两年前的北京深秋，见证了中国通信发展史上极其重要一页的掀开。2019年10月31日，在第28届中国国际信息通信展开幕首日，中国5G列车的引擎被激活。这一天，时任工信部副部长陈肇雄、中国电信董事长柯瑞文、中国移动董事长杨杰、时任中国联通董事长王晓初、时任中国铁塔董事长佟吉禄站在一起，共同开启5G商用启动仪式。次日，运营商

5G 商用套餐上线，中国 5G 由此进入规模商用阶段。

两年时间过去，又至深秋，中国 5G 开始进入“下半场”。经过这两年的发展，中国 5G 发展至何种水平？正在经受哪些挑战？未来将驶向何方？

中国 5G 规模商用两周年之际，记者发出三问。因为，看到成绩能增强信心，看到压力能更好发掘深层动力，看到未来才能看清大势。

### 【一问发展】

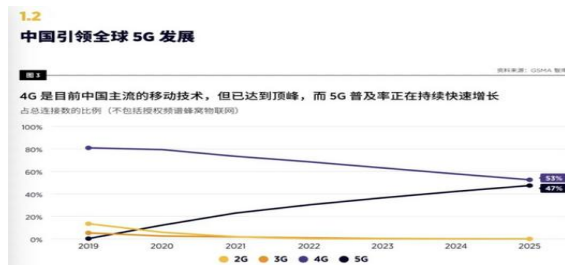
中国 5G 水平到底如何？

之前技术引领，如今全方位领先

2019 年规模商用之初，甚至更早之前，业界普遍在说中国处于全球 5G 发展的最前沿、第一阵营。经过“1G 空白、2G 落后、3G 突破、4G 并行”这段漫长的奔跑之后，终于能处于领跑的位置，喜悦之情溢于言表。

那时谈中国 5G 领先，是从技术、标准角度而言，中国是 5G 标准的主导者之一，中国企业拥有的 5G 关键技术专利数量全球第一，而且在技术研发试验方面走在前面。

经过这两年的发展，中国 5G 处于什么样的位置？GSMA 组织在今年发布的《2021 中国移动经济发展报告》中如是表述：“中国引领全球 5G 发展。”



图源：GSMA 组织

现在，中国 5G 的领先不仅仅局限于技术层面，而是在网络、用户、应用等方面全方位领先。

在网络建设方面，我国已经建成全球最大规模的 5G 独立组网，5G 网络覆盖范围不断扩大。在 2021 年中国国际信息通信展期间举行的第五届 5G 创新发展高峰论坛上，信通院副总工续合元介绍，至今年 8 月底，我国在所有地级市以上城市已全面覆盖 5G，另外在县城行政区范围，开通 5G 网络服务的城市数量超过 2900 个，占比超过 97%，且已有 29 个省份实现了县县通 5G 网络的情况。

在用户拓展层面，我国拥有全球最大规模的 5G 用户群体。从全球范围内来看，绝大多数国家仍处于起步期，而我国已进阶至发展期。截至今年第二季度，全球 5G 用户渗透率为 5.9%，而我国已达到 23%。业界普遍认为，一旦超过 20% 的临界点，5G 将进入快速增长阶段。GSMA 预测，到 2025 年中国 5G 的渗透率将达到 47%，届时全球平均水平约在 21% 左右。

在 5G 应用领域，我国 5G 应用创新案例已经超过万例，数量和创新性都处于全球的第一梯队。而且，全球超过一半的 5G toB 项目都发生在中国，华为副总裁、无线网络产品线总裁杨超斌表示“中国 5G 在行业端上的应用，比消费端在全球更领先一些。”

### 【二问挑战】

“样板间”如何变成“商品房”？

之前打“乒乓”，如今踢“足球”

在今年 9 月下旬举行的 2021 年中国国际信息通信展上，记者看到，矿山、钢厂等 5G 行业应用成为最热门的展示项目。多位行业人士表示，矿山、钢铁等行业领域已拥有可复制、可推广的示范案例，开始从“1”走向“N”。



矿业生产因其作业环境的特殊性，对 5G 等新技术应用存在刚性需求。“我们大部分金属矿产资源都是地下开采，有的甚至是在海底开采，面临生产风险大、人员成本高、环境污染大、设备管理难等难题”。矿冶科技集团副总经理战凯表示，“矿业企业招矿工的难度甚至超过招科研人员、管理人员。”所以，矿业生产迫切需要实现自动化、信息化、智能化、智慧化、无人化的变革，来降低生产成本，提高效率和安全。

就顶层设计角度而言，我国较早之前就将矿业视为 5G 行业应用的突破口，工信部、发改委等部委陆续出台关于加快煤矿智能化发展的指导意见。续合元表示：“目前，基于 5G 低时延特性的智能采集与生产控制的应用，基于大连接特性的环境监测与安全防护的应用，以及基于大带宽特性的井下巡检类应用不断成熟，山西、内蒙古、山东、甘肃等多地采矿类 5G 融合应用不断涌现。”

虽然 5G 在一些行业找到了合适的应用场景，但是，尚未形成可持续的商业模式。

“用我们的观点来看，5G 经济还没有真正到来，目前仍处于大规模的布网阶段。”爱立信中国总裁赵钧陶对《IT 时报》记者表示，“中国 5G 启动比较早，动作也比较快，即使这样，也仍然处于大规模投资部署阶段。全球来看，5G 商业部署仍然在早期的商业部署阶段。”

业界人士表示，5G 商用两年来我国 5G to B 呈现健康发展态势，但仍处于导入期，需要从“样板间”转变为“商品房”。为此，一方面需要进一步提升 5G 支撑行业应用的技术成熟度，另一方面要推动 5G 跨行业融合。

规模商用以来的这两年，电信运营商是主角，大力推进 5G 网络建设，在打“乒乓球单打比赛”。接下来则是一场足球比赛，需要运营商、设备商、行业企业等协同配合，推动 5G 在更多行业领域得到深耕。

### 【三问未来】

低碳绿色成必由之路

之前努力推进，如今头等大事

在中国 5G 未来发展过程中，绿色、低碳是最重要的关键词。

目前，中国 5G 发展仍面临巨大的功耗压力。在 9 月 1 日举行的世界 5G 大会上，中国移动研究院副院长黄宇红介绍，2019 年 5G 商用之前，5G 基站的功耗是 4G 现网的 4~5 倍，通过采取新的基站设计、新材料的应用等改进措施，使 5G 基站功耗降低了 1/4，现在 5G 是 4G 功耗的 3 倍左右。

与此同时，5G 基站规模仍会快速提升，未来两年将是我国 5G 网络建设提速的关键期。十部委今年 7 月份印发了《5G 应用“扬帆”行动计划（2021-2023 年）》，其中提出：“到 2023 年每万人拥有 5G 基站数超过 18 个”。中国移动研究院用户与市场研究所发布的一份报告显示：“按照今年 6 月份的基站数量推算，到 2023 年还要建设 155 万基站，相比过去两年以来的平均建设速度，5G 网络建设速度至少提速半年。”

根据绿色和平组织预测，“十四五”期间我国 5G 基站数量将保持 63.6% 的年复合增长率，2025 年将达到 800 万站。

一方面是 3 倍于 4G 基站的高功耗，另一方面为了增加迅速的 5G 基站规模，5G 在低碳绿色的发展之路上面临巨大挑战。

在世界 5G 大会“5G 与碳中和、碳达峰论坛”上，中国工程院院士吴锋发出警示，他预计 2026 年三大运营商全部升级 5G 后，电力消耗将会达到全国总用电量的 2.1%，高于数据中心的耗电量水平。

对于运营商来说，高功耗是未来发展之路上必须要翻过的“大山”。两个月前，三家运营商都公布了自己的减碳目标和实施举措。如中国电信提出，到“十四五”期末，实现单位电信业务总量综合能耗和单位电信业务总量碳排放下降 23% 以上，为此将开展建设绿色云

网、打造绿色新运营等行动。

虽然运营商压力很大，但低碳节能的大环境也带来巨大机遇。能源、工业、建筑等重点双碳行业对绿色低碳发展有着巨大需求，运营商可以发挥自身的 5G 云网融合，推动重点双碳行业加速数字化智能化转型，助力企业减排降碳、提质增效。

### （3）86%企业青睐的视频营销,你准备好了吗

张雨欣 | 德外 5 号 | 2021-11-26

当下，视频正在影响全球传播的形态。互联网中各种可观的视频营销数据，似乎都在指向其光明的未来：Namechk 的数据表明，2021 年约有 86%的企业将视频用作内容营销工具；Hubspot 发现，过半（54%）用户每天观看视频；Statista 十月份的预测，2021 年美国的数字视频广告支出将超 550 亿美元.....

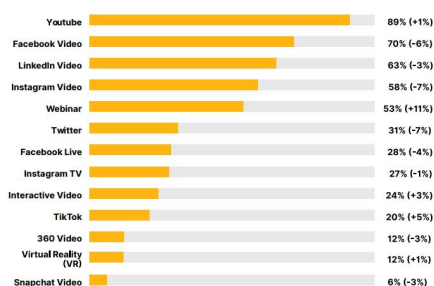
随着视频普及率的增长，“视频+互联网”的营销模式正在席卷全球，它的影响力是可见的、可观的、可循的。与其他数字营销方向相比，有 51%的营销人员认为视频营销为他们带来了最多的潜在客户和转化率。可以说，视频放大了“一图千言”的影响力。

视频提升点击、分享、转化

此前，关注社交媒体营销的 Neal Schaffer 发现，六成用户都表示对于在线内容的青睐。依托互联网开展的内容营销成为数字营销的有效补充，相较于大屏投放广告等传统营销方式，内容营销成本更为低廉，触及的受众范围也更广。Demand Metric 发布的报告指出，内容营销的成本比传统营销方式低 62%。好的内容被视为提高受众参与度的重要手段，据统计，九成企业都会在营销中使用内容营销，同时他们也会将超过四分之一预算都投入到内容营销之中。

随着数字化的深入发展，加之疫情的影响，用户在行为习惯尤其是视频消费方面有了很大的改变。视频开始成为越来越多的用户了解世界的窗口，他们观看视频的时长达到平均每周 18 小时，甚至可能更多。相较于文字性内容，用户向朋友分享视频内容的可能性是前者的 2 倍。

据统计，用户每日在 Facebook 上观看视频的总时长超过十亿小时。为了进一步确认视频的影响力，Biteable 分别在 Facebook 上投放了图文广告和视频广告，其发现测试视频的影响力大大优于静态图像，前者产生了后者 3 倍以上的潜在客户，而视频的点击次数较图文广告增加了约 480%，也随之带来了更高的投资回报率。



注：2021 年用户使用社交媒体获取视频意愿（来源：Wyzowl）

无独有偶，英国视频营销机构 Wyzowl 对 813 名市场营销专业人士和在线消费者进行调查后发现，2018 年用户平均每天观看在线视频的时长达到 1.5 小时，到 2020 年，这项数字就已跃升到超过 2.5 小时。

移动互联网的普及，加速了在线视频的发展，只要拥有一部手机，就都可以随时随地创作及分享视频内容。网络视频制作的易得性和低廉性，帮助用户用较为直接的方式来记录生

活，也帮助传播主体更加生动形象地传达自己的理念和价值，视频这种鲜活的内容形式正在将吸引用户眼球的短暂停留转化为对用户的心绪影响，并逐渐占据内容营销的重心。

同时，长时间的驻足和关注也激发了用户原始的内容消费意愿，继而催生了更多的购买行为。该报告还指出，高达 94% 的用户表示，他们会通过观看视频来了解自己感兴趣的服务和产品；另有 79% 的用户会受视频内容的驱动，进而下载应用程序并实现应用内购买。

#### 视频增强用户体验

视频内容能够帮助品牌建立知名度并实现转化，它的蓬勃发展与消费者的需求密不可分。某种程度上，文字的吸引力正在被视频所攫取，越来越多的用户开始沉浸于在线内容，他们自觉或不自觉地投身于跃动的字符和画面之中，并愈加表现出对视频的青睐。

视频营销往往具备以下 3 个特征：多内容形态、吸引力强和可直接购买。简单来讲，动态的视频画面结合了视觉图像、音频效果以及文本标题，丰富多样的形式能够有效吸引用户，助推潜在用户理解产品并进行购买。与此同时，视频的另一个显著特征是更易于跨平台访问，换句话说，视频不仅可以通过网站页面在线播放，在社交媒体帖子中被下载，也可以轻松地被用户广泛共享。

Wyzowl 在调研中发现，自 2016 年至今，作为一种市场策略，视频营销的占有量飙升了 41%，2021 年有 86% 的企业都将视频作为内容营销工具，他们对视频的引流能力给予了肯定，更有 94% 的品牌主认为视频确实帮助提升了用户对其内容或产品的理解。因此，越来越多的营销组织开始着手视频内容生产，以期畅通沟通渠道，顺应受众变化着的使用习惯。

按照 Avadhut 的说法，视频营销有“7C 原则”值得注意：交流互动（Communication）、捕捉用户（Capture）、简短紧凑（Compact）、真实可信（Credibility）、内容优质（Content）、连接（Connection）、号召性用语（Call to Action）。也就是说，视频营销的新颖之处不仅在于动态的音像内容，它也创造了与受众真实对话的体验感，以及互通互联的共同时刻，这些时刻“雁过留痕”，使视频营销散发并保持着持续的影响力。

Neal Schaffer 认为，人们能够记住视频中近 95% 的信息，不论购买行为是否即刻产生，视频内容都提供了一个更为长久的选项，并可能在下一次需求产生之时成为备选。Cisco 预估，2021 年，视频流量将推动 82% 的互联网流量增长。



注：2021 年，86% 的企业将视频用作内容营销工具（来源：namechk.com）

#### 视频营销 Tips

作为聚焦消费者注意力的第一大视频平台，2020 年 YouTube 的用户使用率达到 87%，它不仅提供了一个开放的“内容展柜”，也提供了广告和其他变现渠道。HubSpot 的另一项研究表明，嵌入内容页面的视频可将转化率提高约 80%，这进而强调了深究视频曝光率提升策略、优化技术设置的重要性。

具体而言，如何提升营销内容的竞争力呢？在此我们分享内容营销专家 Vinay Koshy 总结的几种备受欢迎的视频内容以及如何创建的问题。

##### 1. 直播视频

直播是能够快速实现用户增长和影响力扩张的有效途径之一。一场直播往往由娴熟的主

持人或主播引导，具备完善的信息链条和高频的分享节奏，且不加修饰、无法 NG，它也因此被认为是有趣的、互动性极强的和“原生态”的。如今，无论是国际还是国内，一些大的平台几乎都接入了实时直播，直播也因此获得了更加丰沃的成长土壤，延伸出购物带货、旅游分享、研讨会、在线培训和直击新闻等多种形式。

如 Koshy 所述，创建实时视频的一个简单又核心的规则是：真实。这就要求在与用户见面之前要做好充分的准备，拿出十足的诚意，比如在技术层面，可通过设置按键和提醒邀请观众开启订阅或通知，以及明确标识直播时间；在内容层面，可精心打磨文案，撰写引人入胜的介绍；在互动层面，定时上线直播，获取用户反馈等等。

在此提醒，克服完美主义倾向有时是必要的。好的直播并非完美无瑕，而是体现出用心、真诚和趣味性。

## 2. 教程视频

值得注意的是，教程视频被认为是三种最有效的视频内容类型之一。通过利用行业经验和专业知识来实现价值共享，是实现用户黏性的有效之策。

创建教程视频仅需三个关键因素：1.编写视频脚本；2.规划视频主题和目标；3.真诚感、个性化。精良的内容才可能长青，它不是混迹众口的老生常谈，也并非泥沙俱下的网络万花筒，而是真正有机会跳脱出圈、能够深入人心的拓印。

## 3. 幕后视频

“幕后视频”可被理解为内容生产背后的故事，它类似于综艺节目中台前幕后的有趣记录，也像是正片之外的搞笑花絮。总而言之，它是为了向受众展示“当前源于哪些努力”这件事。内容生产来自于人，缠绕在丰富的人的关系中，根植于深邃的人的头脑之中，借助于此，人的魅力得以披露和展现，并成为表达个性化的生动手段，也有益于建立用户对于品牌的信任。

因此，幕后视频应该着重于关系的建立，通过全方位地展示品牌历史和产品，深化用户认知，获取用户反馈，当然，特定的社交媒体渠道和独家的栏目设置也是必不可少的。

此外，还有描述品牌、戳中用户痛点的解说视频，解决问题、提供价值的问答类视频，以及表达自我、亲近受众的活动视频等等。总结而言，要想产出精妙的创意、闪光的内容，就应转变“以我为主”的表达思路，设身处地地考虑用户需求，尽可能精简时间，尽可能传达关键信息。

## 结语

常言道，“字如其人”，这句话延伸到数字时代的内容中也同样适用。对于聪明的用户来说，他们相信内容蕴含着主体的价值观，从这个意义上讲，思想和技术无法割裂，只有先改变头脑，继而才能提升行动力，这也就进一步强调了真诚和专注的效用。唯有潜心挖掘内容的独一无二性，竭力提供给用户无论是情绪还是信息的核心需求，才能激发更多的分享，创造更多的价值实现。

# 8. 媒体融合

## (1) 《黑龙江省广播电视媒体深度融合发展三年行动计划（2021-2023年）》发布

2021年11月03日来源：黑龙江广电局

近日，《黑龙江省广播电视媒体深度融合发展三年行动计划（2021-2023年）》发布。

一是明确目标任务。用1至2年时间，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，在重点领域和关键环节的改革创新取得实质

性突破，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。

二是落实重点工作。扎实推进打造具有区域影响力的新型主流媒体、强化内容建设、推动技术创新、实施以改革促融合工程、加强人才队伍建设等五方面 17 项具体工作。

三是强化保障措施。从强化党的领导、组织保障和督查指导三方面确保行动计划顺利实施。

## （2）媒体融合的下半场：既要快得起来，也要慢得下来

2021 年 11 月 09 日来源：时代周报

媒体融合迈入第 8 个年头。

从“十三五”的“推动传统媒体和新兴媒体融合发展”，到“十四五”的“推进媒体深度融合”，媒体融合进入发展新阶段。经历了早期简单相加、低端同质化竞争的粗犷生长阶段后，现在媒体融合已步入内涵式增长差异化的纵深发展阶段。

媒体深度融合，“融”什么，怎么“合”，“深”向何处？

根据《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》（以下简称《意见》），当中明确提出，推动传统媒体和新兴媒体在体制机制、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。

在此背景下，媒体要实现深度融合，就要踩正传播鼓点，适配用户需要，运用新兴技术手段，以报、网、端、微为平台，形成传播矩阵并互为生态支撑，聚合渠道合力分发内容，加速推进优质内容“出圈”、媒体品牌“出圈”。

以广东时代传媒集团股份有限公司（以下简称“时代传媒”）为例，旗下 1 报 12 刊，研发时代在线等新媒体产品，培育时代数据、时代商学院等融媒体项目。去年，时代传媒依托《时代周报》、时代财经 APP 为龙头的“财经系”和《新周刊》为代表的“生活系”，打造“财经+生活”全媒体矩阵的一体两翼，下属全媒体矩阵全网年流量超 5 亿，累计用户数达 1 亿。

数据是推动媒体融合的基础，也是媒体深度融合的方向。站在“十四五”的开局之年，媒体尤其是传统媒体要守正创新、顺势而为、应时而动，把握数字时代的传播趋势规律，在整合资源基础上进行一场革命性实践。

快：由增量扩张进入内涵拓展

根据中国互联网络信息中心报告显示，截至 2021 年 6 月，我国网民规模达 10.11 亿，互联网普及率达 71.6%。其中，网络新闻用户规模达 7.60 亿，较 2020 年 12 月增长 1712 万，占整体网民的 75.2%。

面前是数量如此庞大的网络新闻用户，媒体如何才能抓住他们的注意力？关键是内容和效率。

新媒体平台为传统媒体提供了技术手段，传统媒体则是优质内容的提供商，两者从“相加”到“相融”，合力向用户传递出快而准的新闻消息。

《意见》提出，以互联网思维优化资源配置，把更多优质内容、先进技术、专业人才、项目资金向互联网主阵地汇集、向移动端倾斜，让分散在网下的力量尽快进军网上、深入网上，做大做强网络平台，占领新兴传播阵地。

事实上，近年已有不少传统媒体挺进新媒体战场，探索适合自身定位的媒体融合发展路径，通过不断重构“策采编发”流程，持续打通“报网端微屏”传播模式，“移动优先”成为媒体共识，用户意识深入人心。

时代传媒也有类似的案例。近年来，时代传媒以内容建设为根本，以流量改革为推手，坚持“移动优先”，以 APP 为龙头，推动报刊、杂志与新媒体融合，创新内容表现形式。

通过打造多样化、个性化、可视化的“融合产品”，释放出强大的内容生产能力。

2021年10月14日发布的《媒体融合蓝皮书：中国媒体融合发展报告（2021）》（以下简称《蓝皮书》）提到，“信息采集的智能化、新闻制作的智能化和发布、互动的智能化，正在催生新‘四全’（全程、全息、全员、全效）媒体、塑造媒体新‘四力’（传播力、引导力、影响力、公信力）。”

近年，媒体融合呈现了智能化、液态化特征。在智能化方面，大数据、云计算等技术从互联网进入主流媒体，创新应用层出不穷，部分媒体实现数据驱动和智能驱动。液态化方面，媒体新兴和传统部门优化组合工作获得实质性进展，组织活力得以彰显。

《蓝皮书》认为，媒体融合已由增量扩张变为内涵拓展，进入智能融合、生态融合、柔性融合的新阶段。

慢：保持定力，追求有价值的流量

媒体融合的下半场，该怎么走？

如今，一些市场化平台通过搜集、分析用户数据及浏览习惯，利用算法推荐技术，将信息精准地推送给用户，以此满足受众分众化、个性化、差异化的需要，由此形成信息茧房。更有甚者，为吸引流量和注意力无视媒体伦理道德，严重扰乱行业秩序，对社会公德和主流价值观造成严重损害。

用户有限的注意力被无数的端口瓜分，流量变成了稀缺资源。各类媒体不得不从“跑马圈地”到“精耕细作”，转为深度挖掘、专业化的比拼，以期吸引更多注意力，获取更大流量。

在流量、质量面前，媒体的选择很大程度上决定着媒体深度融合的方向。在此背景下，媒体更应该做好“把关人”的角色，做好“新闻产品”的生产者。不论媒体融合在技术及手段上如何创新，都应当坚守优质内容为本。否则，过于商业化的“流量崇拜”将贬损和消解媒体的影响力、公信力。

《意见》提出，要更加注重网络内容建设，始终保持内容定力。只有守住“初心”，保持住定力，才能走好自己的媒体融合之路。

这也是时代传媒的态度。在新的传播语境之下，坚持准确报道，秉持理性客观的新闻观点，输出有态度的新闻报道，同时找准信息同质化时代的突破口——深度报道。

曾担任过南方报业掌舵人的资深媒体人范以锦认为，在互联网的大环境下，如何用好互联网信息是一种生存方式。“比如什么新闻要抢时效，什么新闻值得花时间慢慢琢磨，必须到第一线去深入调查，就需要好好衡量。”在他看来，随着社会整体素质提高，深度报道依然备受欢迎，“对事件本身进行调查、分析和反思，以求引发思考。不一定追求量，要更注重品质”。

时代传媒始终坚守媒体的社会责任，追求有价值的流量。不论是“财经系”还是“生活系”，以专业的新闻态度深入挖掘和阐明事件的因果关系，洞悉事件背后的实质和意义，追踪和探索其发展趋向，借助新媒体手段反映事实，让媒体融合步入良性循环轨道。

媒体融合任重道远。这是连续性、系统性、综合性的过程，也是一场只有起点、没有终点的自我革命。每一个新闻媒体机构都要担当起新时代的历史使命，坚持守正创新，把握时度效，加速推进媒体融合深度发展，用全媒体扩大主流价值影响。



### (3) 福建省广电局扶持一批广播电视媒体融合发展项目

| 福建省广播电视局| 2021-11-08

为加快推进福建省广播电视媒体深度融合发展,福建省广电局开展了广播电视媒体融合发展专项扶持项目的征集评审工作。经评审研究,共有10个项目获得专项扶持,分别是漳州人民广播电台的“融媒体直播中心广播多元化演绎”等5个市级项目和沙县区融媒体中心“近邻e家”网格化管理等5个县级项目。

福建省广电局将进一步加强媒体融合发展等服务指导,推动媒体融合制作、发展模式探索、技术应用创新等工作,推进市、县两级广电媒体融合向纵深发展。

福建省广播电视媒体融合发展专项扶持项目名单

序号	申报单位	项目名称
1	漳州人民广播电台	融媒体直播中心广播多元化演绎
2	莆田市广播电视台	莆田TV融媒体平台升级项目
3	南平广播电视台	南平广播电视台融媒体平台建设项目
4	宁德电视台	《主播带你游》
5	三明市融媒体中心	图片三多云平台
6	泉港区融媒体中心	泉港区融媒体中心综合服务平台建设
7	松溪县融媒体中心	网络电台直播间建设项目
8	武平县融媒体中心	武平县融媒体中心“中央厨房”技术平台升级改造项目
9	沙县区融媒体中心	沙县“近邻e家”网格化管理平台推进县域治理现代化
10	福鼎市融媒体中心	福鼎市融媒体中心“中央厨房”平台

### (4) 年营收 4.04 亿元! 绍兴市级媒体融合发展中如何实现“瘦身健体、突出主业”

2021年11月24日来源: 国家广电智库

近两年,绍兴市级媒体强调“瘦身健体、突出主业”,以机构融合为基础,以人员融合为根本,以内容融合为关键,以管理融合为保障,在三个月内实现绍兴广播电视台和日报社的机构、人员融合,打造了一个市级媒体融合的“绍兴样本”。融合后全新打造的“越牛新闻”客户端上线一年多,用户量从12.6万骤增至420万,位居全省前列;融合第一年即实现了全集团扭亏为盈,2020年实现营收4.04亿元,增长2.5%。2020年,绍兴市新闻传媒中心(传媒集团)荣获“2019—2020全国媒体融合创新典型案例奖”。

融合贵在“快”,加快体系重建

绍兴广播电视总台和绍兴日报社的融合只用了3个月时间。融合之前,两机构共签约员工1250人,旗下有4张报纸、3个频道、3个频率、3个网站、3个新闻客户端。媒体资源分散、重复建设、市场萎缩的问题十分突出。两个主要新闻客户端经过多年发展,用户也只有十余万,发展步履维艰,亟需调整发展路径,破局突围。

2019年4月23日,绍兴市整合原绍兴日报社、原绍兴广播电视总台,正式成立市新闻传媒中心(传媒集团)。传媒中心为绍兴市委直属事业单位,传媒集团为绍兴市政府直属国有文化企业,实行“两块牌子、一套班子”运行模式。中心(集团)旗下共有十大媒体平台,现有员工1100余人,总资产13亿元。中心(集团)组建后,坚持真融、实融、快融,积极



推动机构整合、人员融合和工作磨合，构建全新的六大体系。

一是组织体系。明确“三个条线、五大中心”整体架构，即行政、采编、经营三条业务线，在采编序列设置调度中心、采集中心、编发中心、新媒中心、技术中心共五个二级采编中心。机构改革后，内设机构由改革前的49个压缩到25个，精简49%。尤其是按照“中央厨房”模式，新建了全媒体供稿的时政要闻部、社会民情部、专题部、地方部等部门，推进一次采集、多元传播。

二是干部体系。以机构改革为契机优化干部结构，中层职数由改革前的112个核减至75个，中层岗位精简33%。对于年龄原因退出中层岗位的干部，委派担任部门业务指导，继续发挥作用。全面实行部门定岗定编定经费，开展员工双向选聘，其中精简行政岗位35%，增加采编、经营一线岗位员额。

三是薪酬体系。统一和规范薪酬管理制度，制定出台员工薪酬分配实施办法，明确基本原则、薪酬标准、发放形式等，打破事业企业身份限制，以岗定薪、以绩取酬。考虑到原绍兴日报社、广电总台员工的薪酬水平差距，对原待遇较高的保持稳定，对原待遇较低的逐年提高、三年并轨，所有员工薪酬体系日常完全统一，年终体现差异。从2019年7月1日开始，新老薪酬制度实现平稳转换，员工反响良好。

四是制度体系。坚持在媒体融合改革创新中完善制度体系，目前已制定出台采编协同制度、绩效考核意见、财务审批办法、党风廉政建设意见等涉及采编管理、人事管理、绩效管理、财务管理等方面制度60多项，初步建立起一整套科学规范、运行有效的制度体系。

五是产业体系。围绕传媒产业链、传媒生态圈全面梳理产业发展方向，按照“瘦身健体、突出主业”的方针，把下属26家公司清理整并为10家全资子公司。积极拓展会展、文创、旅游、体育等新兴产业，尤其是新组建的会展公司已成为绍兴会展业的“金字招牌”，每年营收超亿元，净利润超千万元。按照现代企业管理制度，健全法人治理结构，对经营主体考核逐步从成本控制转变为利润考核，推动下属公司实行独立核算、自我发展、自我约束、自负盈亏。

六是技术体系。坚持技术驱动、技术引领，把重大项目建设作为媒体转型升级的重要抓手，不断以新技术、新应用推动媒体融合发展。中心（集团）成立以来，计划总投资14.5亿元建设绍兴传媒新大楼，2021年1月5日已正式开工；投资2260万元采购5G+4K超高清电视转播车，实现从数字标清电视转播技术跨越到4K超高清电视转播技术；投资600万元建设数字媒资系统，以云计算和音视频智能识别技术，实现对历史音视频资料的集中管理和快速利用；积极推进报业印刷厂的整体搬迁改造，更新印刷设备，确保报纸印刷质量和出版安全。

融合必须“实”，产业经营逆势回暖

经过两年的努力，绍兴市级媒体一体化融合改革的成效不断显现。

1.传统媒体健康发展。两年来，中心（集团）旗下报纸发行逆势增长，广播电视收听收视率稳居浙江省第一，新闻奖项的获奖数量和质量均创历史新高。目前，《绍兴日报》位列“全国城市日报经营十强”，《绍兴晚报》发行量居浙江省同类城市第一。电视频道、广播频率市场份额屡创新高，绍兴台稳居全国最有影响力城市台前三，绍兴综合广播蝉联城市电台新闻资讯类前10强。

2.新型媒体实现跨越。融合改革后全新打造的“越牛新闻”客户端，上线仅一年多用户量从2.6万骤增至420万，实现了超常规、跨越式发展，一举进入全省乃至全国新闻客户端前列，荣登“中国媒体客户端最具影响力50强”。“越牛新闻”2020年度实现营收1360万元，连续两年比上年同比翻一番。

3.产业经营逆势回暖。依托会展、文创、旅游、体育、户外广告等新兴产业的培育，绍兴传媒集团整体经营逆势回暖。一体化融合改革前，绍兴两家媒体总体每年亏损1500万元

至 2000 万元，融合改革后第一年就实现了全集团扭亏为盈。2020 年度，在新冠疫情影响下，传媒集团仍然实现营收 4.04 亿元，增长 2.5%，继续实现净盈利。

4. 员工收入普遍提高。实行统一的薪酬制度后，原来收入较低的广电员工收入平均增长 20% 左右，原来收入较高的报社员工收入平均增长 5% 左右，传媒员工的改革获得感强、满意度高，一些员工对改革的态度也从最初的担忧转向坚定支持。

### 三、经验启示

1. 党委政府支持是前提。媒体融合离不开党委政府的高度重视和大力支持。改革之初，绍兴市委市政府和市委宣传部主要领导多次研究传媒中心组建方案。融合过程中，绍兴市委市政府在政策资金上给予大力扶持。市政府通过固定资产置换的方式协调解决了新的绍兴传媒中心大楼 14.5 亿元建设资金的来源问题。从 2020 年起，绍兴市政府还设立了每年 3000 万元的媒体融合专项资金，通过购买服务和专项补助的形式支持市级媒体融合。

2. 真融实融快融是基础。“真融、实融”就是以机构融合为基础，以人员融合为根本，以内容融合为关键，以管理融合为保障，全面实现流程、机制、管理等各环节的融合。“快融”就是一旦确定了方向就快速推进，仅用了 3 个月时间就完成了阶段性整合工作。融合推进速度快了，反而矛盾问题少了。

3. 把握战略方向是关键。融合改革的成效如何，一个重要衡量因子是新媒体发展的如何。实行媒体融合，必须坚定不移地实行“移动优先”战略，打通报、台、网、微、端所有资源，让主力军全面进入主战场，实现从内容编审、全网分发、互动沟通到协同管理、数据分析的一站式管理，努力把新媒体打造为全媒体集团的“第一平台”。

4. 做好人的文章是保障。改革前要稳人心，通过讲清形势、讲清道理、讲清思路、讲清要求，让大家心中有底、心中有数。改革中要融人心，无论是干部选配还是薪酬制度改革，都必须充分考虑原来两家单位的实际，坚持一盘棋统筹、一体化推进。改革后要聚人心，用事业聚人心、用发展聚人心，让大家心往一处想、劲往一处使，让大家发展有目标、工作有干劲。

在推进市级媒体深度融合的进程中，特别是市级广播电视台和报业的融合中，绍兴提供了一种有益的尝试：快速完成机构融合、人员融合；重点发力内容融合、产业融合；扎实做好制度融合、管理融合，让融合之路走稳、走实、走出成效。

## （5）支撑媒体融合 全国广电网络多家公司入选获奖

慧聪广电网 2021-11-22 10:24 来源：中国广电

【慧聪广电网】11 月 19 日，国家广播电视总局发布《关于公示 2021 年全国广播电视媒体融合先导单位、典型案例、成长项目征集评选结果的通知》，全国广电网络系统多家公司入选获奖。

为深入贯彻落实习近平总书记关于媒体融合发展的重要论述精神，加快推进广播电视媒体深度融合发展，充分发挥先进典型的示范作用和重点项目的带动作用，国家广电总局启动全国广播电视媒体融合先导单位、典型案例、成长项目征集评选活动。近期，评选结果公布，全国广电网络系统多家公司入选获奖。

其中，中国广播电视网络有限公司“5G 广播标准和产业推进项目”入选 2021 年全国广播电视媒体融合成长项目，陕西广电网络传媒股份有限公司“微信电视双屏融合项目”、江苏省广电有线信息网络股份有限公司“以‘视界观’客户端为载体的全媒体融合转型案例”获得 2021 年全国广播电视媒体融合成长项目提名奖；中国广电山东网络有限公司“网络平台融

合项目”获 2021 年全国广播电视媒体融合典型案例提名奖。

据悉，2021 年 3 月，国家广电总局启动了全国广播电视媒体融合先导单位、典型案例、成长项目征集评选活动，得到各地各单位的积极响应。经过初评、复评和现场终评，共评出全国广播电视媒体融合先导单位 10 家、全国广播电视媒体融合典型案例 15 个、全国广播电视媒体融合成长项目 15 个。

## 9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

### （1）超高清时代来临 视频监控企业如何跟上步伐

2021 年 11 月 03 日来源：安防展览网

近年来，由于科技的进步、国家政策的推动，AI 和 5G 技术的引入及推广，超高清视频监控市场终于迎来了破局的曙光，视频监控企业如何利用超高清技术获得更好的发展就显得尤为重要。

政策驱动，逐步延伸到安防监控领域

2019 年 3 月 1 日，工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台联合印发了《超高清视频产业发展行动计划(2019—2022 年)》。行动计划提出整体目标：按照“4K 先行、兼顾 8K”的总体技术路线，大力推进超高清视频产业发展和相关领域应用。

4K 超高清，这个原本应用于电视产品的技术，正逐步伸向安防领域。《行动计划》提出，未来要加快推进超高清监控摄像机等研发量产，推进安防监控系统升级改造，并支持发展基于超高清视频的人脸识别、行为识别、目标分类等 AI 算法，提升监控范围、识别效率及准确率，打造一批智能超高清安防监控应用试点。

毫无疑问，高清化、超高清化是未来视频监控需求方向，数据规模指数级增长不可避免。一般而言，标清视频所需码率在 512kps 以内，高清视频在 1024kbps 之间，超高清视频就意味着更高的码率、更多的网络流量和存储空间，这对互联网流量、存储和计算能力都提出了新的要求。

技术革新，推动大量智能应用落地

超高清化是继音视频数字化、高清化之后的新一轮技术革新，随着超高清产业正式进入规模商用时代，将撬动芯片、显示面板、视频制作设备、存储设备、网络传输设备、终端整机等数十个产业数万亿的产业规模增量。

超高清视频对于安防行业的影响，从技术层面上来讲，可以说是从“看得清”向“看得更清”迈进。超高清视频能在画面中呈现更多的细节特征，更清晰、更准确地还原监控场景，同时还能实现对场景中车辆的车牌、行人人脸进行精确化的识别，以及实现对行人行为的侦测等智能分析应用。

超高清视频监控可以为用户提供高质量的视频数据，不仅更为直观的还原监控场景，而且为 AI 技术在大场景应用中提供更好的视频资源。用户可以通过对这些优质的视频内容进行深度挖掘，分析出更多有价值的信息。因此，超高清视频必将推动大量智能应用落地。

视频监控企业如何提高清晰度？

对于视频监控而言，图像清晰度是关键特性之一，图像越清晰，细节也就越明显，不但会使用户的观看体验更好，对场景中的特征与行为分析也更准确。“5G+AI+安防”一个全新的组合，对视频监控行业的发展有着深远的影响，是视频监控企业迈向超高清的一个助推器。

1、利用 5G 网络技术

5G网络和超清视频的结合，带来一些新的商业模式，也给运营商带来重要机遇。5G+超高清实际上是一个共同的生态，需要基础网络、用户运营、技术服务、内容供给等产业链各方合作，才能分羹万亿市场。

## 2、推动 AI 融合创新

实时超分辨率技术是 AI 技术与超高清技术的结合，随着视频业务的蓬勃发展，用户对于视频业务实时画面的分辨率与画质要求也不断提高。深入研究基于 AI 的实时超分辨率服务的总体流程、网络架构、模型训练、视频流同步等模块，推进超高清视频与 AI 技术的紧密结合，对于超高清业务发展具有非常重要的意义。

随着技术、市场需求的不断发展变化，视频图像逐步从标清、走向高清甚至超高清。图像越清晰，细节越明显，观看体验越好，视频监控企业想要获得更好的发展，提高图像清晰度就是一个很好的切入点。

## (2) 媒体遇上元宇宙：数字记者吸引眼球，5G、云计算等新技术推动媒体融合

2021年11月25日来源：21世纪经济报道

11月24日，以“创新：技术赋能”为主题的2021中国网络媒体论坛技术论坛（下称“技术论坛”）在广州广交会展馆举行。

多家权威媒体及创新型企业代表现场路演，新华社数字记者“小诤”、中央广播电视总台8K超高清电视频道、人民日报社“白泽”跨模态智能搜索引擎等人工智能、5G、AI、VR/AR技术与媒体传播融合的产品一一展现，足见创新技术已逐步成为推动媒体融合向纵深发展的重要动力。

“回顾过去几十年传媒行业的发展情况，我们可以看到一个内容-信道-数据-传播相继占据核心地位的媒体行业发展脉络。”中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室常务副主任段鹏表示。

过去，传统媒体的时代以内容为王，各大卫视电视台的龙头地位不可撼动。随后，互联网时代来临，移动、联通、电信等掌握着信道的运营商迎来发展。而在万物互联的现阶段，抖音、快手、bilibili等掌握着媒体融合传播“脉搏”的企业异军突起。

在融合特性凸显的时代背景下，传统媒体纷纷响应转型号召，在媒体融合发展上尝试探索。而高速发展的5G、AI、VR/AR等创新技术被广泛应用于媒体行业，赋能传统媒体更新迭代。

2020年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》指出，要以先进技术引领驱动融合发展，用好5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等信息技术革命成果，加强新技术在新闻传播领域的前瞻性研究和应用。

在技术论坛上，这一融合转型表现明显。论坛现场，由新华社推出的数字记者“小诤”十分吸睛。据新华社媒体融合生产技术与系统国家重点实验室主任徐姗姗介绍，“小诤”除了是新华社数字记者，也是全球首位数字宇航员，是率先发起的元宇宙原型项目。作为数字人，“小诤”要在超大规模数字场景中活动，以5G、云计算、计算机图形学等技术为支撑。

徐姗姗表示，“小诤”不仅是一位主流价值观虚拟偶像，也代表着面向未来的探索。“这与时下大热的元宇宙概念密切相关，也有人叫它3D互联网、全真互联网，其实指向的是同一件事：互联网的未来。有了数字人、数字世界，还要有互动。除了自然语言处理外，我们也在探索情绪感知等新的人机交互方式，目前正联合国内外多家机构联合开展攻关。”

由人民日报社传播内容认知国家重点实验室主任，人民网党委书记、董事长、总裁叶蓁蓁带来的“白泽”跨模态智能搜索引擎也颇具亮点。叶蓁蓁介绍，白泽的主要特征就是跨平台，无论是抖音、快手、微博、微信，所有平台同时用一个搜索引擎能够进行跨平台搜索、

跨模态搜索。

传统的搜索引擎局限于单模态语义理解，随着技术发展，多模态信息融合被推出，但仍存在信息相互隔离、运维成本高、资源复用率低等局限性。“白泽”则实现了跨模态的语义关联，可以做到用图片搜视频、用视频搜视频，用图片搜文字，用视频来搜文字等搜索方式。

在叶蓁蓁演示的案例中，“白泽”被用于媒体行业甄别假新闻，通过截取视频中的典型画面，输入关键词，找到国内所有的相关视频，缩小核查范围；再通过人工比对，就能准确找出视频出处。

“白泽是中国传说中的一个神兽，熟悉人世间的一切妖魔鬼怪，我们希望这个系统最重要的应用就是在内容安全领域去‘斩妖除魔’，所以用了‘白泽’这个名字。”叶蓁蓁说。

此外，中央广播电视总台超高清视音频制播呈现国家重点实验室主任姜文波展示了总台 8K 超高清电视频道的概况。据了解，总台今年 2 月在台内 IP 网和 5G 网以组播方式启动 8K 超高清电视频道播出试验和春晚直播，试验取得成功。

姜文波表示，未来总台将以春晚、冬奥会等重大活动为节点，积极开展超高清电视科技创新应用。“总台将发挥在视音频领域的优势，将 5G、AI、虚拟现实、大数据等新技术运用于超高清电视生产，解决我国高品质超高清电视内容短缺这个关键环节，推动我国超高清电视产业快速发展。”

这些仅仅是创新技术赋能传统媒体转型成功案例中的一部分。纵观中国网络媒体成长经历，也清晰呈现出传媒事业发展的内在逻辑，改革创新是不变的推动力，技术赋能将成为媒体迭代发展的重要力量。

## 10. 国际动态

### (1) 每年亏掉数亿元 索尼为何还要收购印度 OTT 服务平台

OTT 研究| 2021-11-02

虽然国内玩很多头部腰部 OTT 平台的用户数量，以及活跃的付费用户数量可能会在数百万以上，但是绝大多数的 OTT 领域著名“玩家的财报会显示出与庞大基数截然相反的现象，换句话说，对于很多企业来说，旗下 OTT 平台绝对不是最赚钱的业务。

就在前日，索尼影业宣布将要收购的印度 OTT 公司 Zee Entertainment 的进程中，该公司公布了 2021 第一季度的财报，根据财报显示，在第一季度该公司的收入为 11 亿卢比，而在版权、维护、流量等方面的支出却达到了 20 亿卢比，也就是说 2020 年第一季度便亏损了 9 亿卢比，合约人民币 7 千 7 百万。

值得注意的是，虽然亏损程度非常之巨大，但是 2021 年确是 Zee Entertainment 从去年开始一直连续增长的季度，2021 年第一季度增长 4 千万卢比。也许正是因为从去年开始表现出的潜力，才让 Zee Entertainment 进入了索尼影视的眼中。当然，从去年开始的增长很大程度上是因为全球疫情闭户不出政策所导致。

目光回到国内，市面上几乎人人皆知的 OTT 视频平台同样面临着这种困境。根据各个视频网站的财报显示，2020 年，爱奇艺营收 297 亿，同比增 2%，亏损 70 亿；截至 2019 年，阿里数字媒体和娱乐营收 240.77 亿元，亏损 157.96 亿元，大头便是优酷；腾讯视频 2020 亏损财报未公布，2019 年亏损 30 亿。可以说，报的上名号的视频平台除了芒果 TV，其他都在亏本。

在以往的文章中，OTT 已经分析过视频平台的主要盈利手段，以及在“市盈率”上的表现，所以这里也就不再赘述了。OTT 视频网站，包括前文提到的索尼收购连年亏损的 Zee Entertainment，想要发展，无他，唯砸钱耳。在索尼通过收购该平台的进程中，还要面临更

多的问题，其中便包括带宽成本。那么为什么索尼要在这个档口收购 Zee Entertainment 呢？

众所周知，在前些年优酷、土豆、爱奇艺等几乎占据了中国的视频市场的大部分用户，腾讯却能够后来居上分一杯羹，这便是在前期并没有采用大规模收购政策，而是将更多的资源用在了带宽预算和买剧预算都会大大增加，前者会显著提高用户体验（流畅度），后者则直接带来 UV 和观看时长，而所有的变现都基于这大指标。在这其中要着重突出原创内容、用户体验，以及用户基础。

根据波士顿咨询公司数据显示（Boston Consulting Group）到 2023 年，印度 OTT 市场的规模预计将达 50 亿美元，具有非常巨大的市场潜力，所以拥有丰富的影视原创资源，且背靠不差钱的索尼，遇到了市场潜力巨大的印度市场，那么本次索尼收购困难重重的 Zee Entertainment 也就不难理解了。

## （2）报告:拉丁美洲的数字音频市场增长势头强劲

梁启蓉/译 | 广播与电视技术 | 2021-11-02

数字音频业务（流媒体音频和播客）目前在拉丁美洲市场份额有限，2020 年其广告收入仅为 2500 万美元（2140 万欧元）；相比之下，该收入相当于传统广播电台总收入的 5%。然而，从广播电台到 OTT 平台，许多拉丁美洲区域性媒体最近开始采用数字音频的业务形式。

数字媒体的出现主要影响了电视和印刷媒体的广告收入。相比之下，广播电台行业在这场风暴中却安然无恙，它们几乎没有受到任何重大损害，在整个广告市场中所占的份额仍稳定在 7% 左右。从技术提供商的角度来看，这种收入的稳定性延误了许多广播电台的数字业务发展。

与此同时，广播电台发现，让数字业务货币化的技术几年前才出现。目前，广播电台的目标是成为多平台公司，其股东将视频作为战略发展的关键要素。

2020 年，数字音乐流媒体平台每月独立用户达到 1.1 亿，创收 9.7 亿美元。尽管思播有限公司（Spotify）仍然占据主导地位，但平台之间的竞争也非常激烈。由于它们提供的服务非常相似，随着时间的推移，播客已成为关键的差异化因素。

虽然音乐播放平台也在推广数字音频业务，但它们并不参与这类内容的货币化。音频内容的创作者需要负责自己产品的营销和商业化，他们才是数字音频业务货币化的主要机会获得者。

根据互联网数据研究公司 Datisis 估计，到 2026 年，数字音频相关领域的广告收入将达到近 1 亿美元。

## （3）三星取消明年生产 70 英寸 MicroLED 电视计划 保留大尺寸

| IT 之家 | 2021-11-08

根据外媒 TheElec 消息，三星电子计划取消 2022 年生产 70 英寸 MicroLED 电视的计划，但保留针对家庭市场推出 89、101、114 英寸 MicroLED 电视的计划。MicroLED 相比 MiniLED 背光技术更加先进，单个光源仅为一个像素大小，独立显示红、绿、蓝，制造难度十分大。三星表示，将在这几款电视中应用 LTPS 以及 TFT 技术，基于玻璃基板打造。

三星今年早些时候推出了 110 英寸的 MicroLED 电视，屏幕部分采用了印刷电路板，这种方式在 LED 芯片体积变小时很难应用，因此无法进一步在保持相同分辨率的情况下缩小尺寸。LTPS TFT 技术相比 PCB 方式更加先进，能够生产 70 至 80 英寸的电视，预

计为 4K 分辨率。

外媒表示，以目前的技术，100 英寸以下 4K MicroLED 电视的价格很难低于 1 亿韩元（约 54 万人民币）。而 8K 分辨率的大尺寸 OLED 电视相比之下要便宜许多。这样使得 70 英寸等小尺寸电视没有竞争力。

三星此前计划向友达光电采购晶体管，但是转而使用自家三星显示公司的 LTPS TFT。

据了解，在今年 1 月份，三星计划在今年 3 月至 4 月推出 99 英寸 MicroLED 电视，然而至今未量产。该公司正在研发新技术，使得 100 英寸以下电视的 LED 芯片间距缩小至 0.5mm。目前 110 英寸 MicroLED 电视的像素间距为 0.63mm，该产品标价达 1.7 亿韩元（约 91.8 万元人民币）。

## 11. 走向海外

（本期无）

### （二）、重要政策进展

#### 1. 三网融合

##### （1）在你看不见的地方，5G 正引发深刻变革

2021 年 11 月 15 日来源：虎嗅 APP

2019 年 6 月 6 日，工信部颁布了四张 5G 商用牌照，意味着中国进入了 5G 时代。如今两年过去了，除了手机上显示的 5G 信号，我们普通消费者对于 5G 几乎毫无感知。

正是由于 C 端应用的匮乏，所以坊间常有唱衰 5G 的声音，各种吐槽也是层出不穷。

5G 真的如此没用吗？答案当然是否定的。与消费者端的冷清不同，在行业应用端，5G 正在从试用走向现实。那么当前，中国 5G 的现状究竟是什么样的，一场声势浩大的盛会正在给出它的答案。

5G 商业两年，中国进入“数智”时代

行业里有个公认的事实“世界 5G 看中国，中国 5G 看移动”。近日，一年一度的中国移动全球合作伙伴大会在广州拉开帷幕，而该大会也被业内认为是中国通信界的风向标。

今年的主题为“数即万物，智算未来”。这似乎在向外界传递着数智时代已经到来的消息。什么是数智化？简单来讲，“数智化”可以简单理解为是“数字化+智能化”，是在数字化的基础上的更高诉求。

此前有专家指出，数智化的核心，是以海量大数据为基础，结合人工智能相关技术，打通原来数据“端到端孤岛”，结合场景化去解决问题。

而关于数智化更为具象的体现，我们在这次大会的展区找到了答案，据悉，今年以来 5G 的行业落地案例已经多达 5000 个，这里的案例指的是实打实的商业客户案例，涵盖工业互联网、政务、交通、医疗等数十个垂直场景。

比如在医疗领域，借助 AI 技术，“5G 远程手术”变得无缝顺滑；在矿山领域，“5G+矿山”能实现百米井下实时监控调度，在娱乐领域，与 VR 合作，5G 让人提前感受了冬奥滑雪魅力等等。



同时，还有诸如“5G+智慧银行”、“5G智慧文旅”、“5G智慧驾校”、“5G智慧交通”等贴近我们现实生活，但没有被更多察觉的日常服务。

可以发现，应用场景中的5G并非一项孤立的技术，当它与云计算、大数据、人工智能、物联网和边缘计算等技术融合，才会发挥出真正的价值。

做数智时代的推动者

独行快，众行远。

作为创新技术的佼佼者，同样也是中国移动多年合作伙伴的英特尔，在此次大会上展示出了自己在计算、存储、连接三大领域的软硬件平台，包括至强处理器、5G云小站的解决方案、Intel Tofino系列P4可编程以太网交换芯片等。

今年，虎嗅继续探访中国移动全球合作伙伴大会，在5G的多重应用场景中，尝试用10分钟去揭示数字化与智能化碰撞出来的无限灵感，让更多的人看到5G在我们日常生活中的作用。

据介绍，在5G方面，英特尔主要有三大发力点，其一是基于服务器网络推出的工作负载融合，其二是基于网络云化推出的标准与软件，其三则是基于协作和开放平台构建的生态系统。

基于此，英特尔在数智化方面也发挥着自己的作用。

比如，浪潮与英特尔联合推出的5G云网融合一体机，做到了开箱即用，软硬协同，可以广泛应用到智慧工厂、科创教育、智慧医疗、智慧电网等场景，实现数智化转型。

同样的，对于一直被诟病的室内网络信号问题，英特尔也带来了自己的解决方案，其与新华三研发的“5G云化小站”，助力运营商成功解锁了室内5G覆盖难题，为将来实现室内定位等技术提供了前提。

在对数据安全等级要求最为严苛的银行业，英特尔也有成功的探索和落地。

以基于第三代英特尔至强可扩展处理器的易华录数据银行安全可信解决方案为例，众所周知，安全可信是数据银行的重要基础，易华录是在授权下按重要性分级分类存储数据，并在授权下清洗、整理数据，维护数据安全。

得益于第三代英特尔至强可扩展处理器及SGX (Software Guard Extensions)技术，易华录数据银行为数据资产利用提供了安全可信的环境，能够全面帮助政府和企业实现数据的资产化、运营及增值变现。

当然，以上种种，只是英特尔助力企业在数智化转型中的冰山一角，作为数智化转型的推动者，英特尔一直在用技术说话，在幕后付出。

底层技术助力新想象

不可否认，数智化，数据优先，智能为辅，这其中最关键的一环就是数据处理环节，而这一项也是英特尔的优势所在。

以Intel Tofino系列P4可编程以太网交换芯片及超融合Server-Switch为例，该组合在提高性能，降低时延的同时，助力了云网交换，存储互联，机器学习等应用场景的爆发式增长。

此外，在新兴领域，我们也看到了英特尔带来的新的可能。如果要给2021年下半年划定两个热点词，那么元宇宙和电竞必然是榜上有名。而作为与这两大热门领域相关的VR游戏也再次成为人们关注的焦点。

过去，经过多年发展，VR技术已在多个领域获得了广泛应用。

这其中，VR游戏以其绚丽的视觉效果、新颖的交互方式以及沉浸式的体验，受到更多玩家的青睐。

VR电竞等新场景的蓬勃发展，也为5G MEC与智能应用的结合带来更多机遇。英特尔亚太区网络平台事业部高级总监阮伯超也谈到，5G VR是最能体现云网边端技术融合的应用。

今年8月份，2021 VR电子竞技国际大赛（VRES）北京站赛程重磅开启，除了赛程本身的精彩外，另一个亮点，则由第三代英特尔至强可扩展平台的产品与技术、北京移动5G网络共同构建的5G VR边缘计算解决方案以及当红齐天的VR电竞系统。

通过5G VR边缘计算解决方案，电竞选手可在5G VR电竞赛事中丢掉沉重的VR背包，行动更加自如和灵活，从而获得更具沉浸感的对战体验。对电竞行业来讲，5G VR边缘计算解决方案不仅升级了产品带来全新升级，还有助于线下电竞乐园的优化革新，帮助当红齐天实现了大幅度降本增效，提升市场竞争力。

可以看到，正是有了英特尔这样的厂商在底层技术上的突破，5G应用才能打破想象，逐步成为现实。

当然，5G VR电竞只是5G VR应用的一个缩影。

通过与全新第三代英特尔至强可扩展处理器带来的高性能计算处理能力相结合，5G边缘计算解决方案和5G专网两大能力正为更多领域创造新的可能，通过在“连接+算力+能力”上的不断升级，持续赋能千行百业数字化、智能化转型。

一枝独秀不是春，百花齐放春满园。

需要承认的是，对于5G在千行百业的应用，我们所能看到和感受到的十分有限。

但我们有理由相信“百花齐放”的5G应用才刚刚开始。

## 2. 宽带中国

### （1）长沙已开通500多个5G 700M基站

2021年11月03日来源：长沙晚报

11月2日，记者从长沙移动获悉，目前长沙74个乡镇已经陆续开展5G 700MHz站点大规模建设，计划于年底建设开通976个700M站点，实现长沙乡镇5G全覆盖。据悉，长沙已累计开通500多个5G 700M基站，每日产生流量3600GB左右，流量占比为千分之一点三。

什么是700MHz频段？长沙移动相关负责人介绍，今年强势布局的5G“700M频段”被称为通信行业的优质低频“黄金频段”，相对于目前主流的高频5G频段，具有信号覆盖范围广、传输损耗小、建设成本较小等优势，能够与现网“2.6G频段”形成互补优势，实现城市深度覆盖和农村广覆盖，提升网络质量，极大地改善用户的网络感知。但由于700MHz频段去年才正式划分给中国广电和中国移动使用，因此目前支持700MHz频段的设备并不多。

“没想到在乡下上网网速也很快，而且手机信号满格。”通过华为手机进行实测的市民吴先生说。

那么消费者买的5G手机能否支持700M频段的5G网络呢？据长沙移动透露，目前可直接接入700MHz频段5G网络的手机型号已达20款，如HUAWEI Mate 30E Pro 5G、HUAWEI Mate40 pro、红米 Note10 Pro、摩托罗拉 edge s，以及暂未上市的OPPO A93s 5G等手机型号，涵盖华为、OPPO、小米、摩托罗拉、一加等终端设备厂商，覆盖了高中低端设备，其他终端厂家后续也将陆续推送软件版本支持。

## (2) 工信部、北京市政府等联合开展北京重点场所 5G 网络信号覆盖提升行动

2021 年 11 月 25 日来源：工信部网站

我国 5G 商用以来，5G 网络、产业、应用取得系统领先优势。北京市大力推进 5G 网络规模部署，加强 5G 服务和应用创新，取得明显成效。近日，工业和信息化部、北京市人民政府、中央网信办、国家发展改革委、教育部、财政部、住房和城乡建设部、文化和旅游部、国家卫生健康委、国资委、国家能源局、国铁集团等联合开展北京市重点场所 5G 网络信号覆盖提升行动（简称“241”行动），聚焦北京重点区域，着力优化发展环境，破解选址难、进场难、场租高等问题，进一步推动提升北京市重点场所 5G 网络信号覆盖，提升北京 5G 网络质量和服务能力，提升 5G 融合应用创新水平，夯实北京市数字经济城市底座。“241”行动自 2021 年 11 月起至 2022 年 10 月，为期一年，主要包括六项重点推进任务。

一是推进政府机关 5G 建设。发挥推进 5G 应用“扬帆”行动计划实施部门的示范带头作用，在 10 部门办公区域内优化 5G 网络，相关部门为其办公区域的 5G 网络建设、维护提供必要的支持和保障。

二是推进重点医院 5G 建设。选择北京市入围“工业和信息化部和国家卫生健康委 5G+医疗健康应用试点项目”及部分人流量大、5G 应用潜力大的重点医院，加快提升院内 5G 覆盖水平。鼓励支持这些医院开展 5G+急诊救治、远程诊断、远程治疗等医疗健康应用。

三是推进重点高校 5G 建设。选择清华大学、北京大学、北京师范大学等信息化基础较好的重点高校，加快部署优化 5G 网络。鼓励这些大学将 5G、物联网、大数据、云计算、人工智能等新技术与教育教学深度融合。

四是推进文化旅游重点区域 5G 建设。选择代表性强、特点显著的国家图书馆、故宫博物院、中国国家博物馆等文化旅游重点区域，通过提升馆内 5G 网络覆盖水平，支持开展 5G+智慧景区、VR 全景直播、AR 慧眼等 5G 智慧应用。

五是推进交通设施 5G 建设。提升广渠路东沿线沿途、长安街沿线至城市副中心京通快速路等“两横”道路沿途，二环路、三环路、四环路、五环路等“四环”道路沿途，以及人员密集的地铁、大型客运火车站等区域的 5G 信号覆盖水平。

六是推进重要交通和市政设施资源支持 5G 建设。推动汽车站、火车站、地铁站等公共交通设施和公路、市政道路、铁路、桥梁等向 5G 基站建设开放时减免相关费用。在保证安全的前提下，加快推进利用路灯杆、电力杆、信号杆等市政设施资源用于 5G 基站建设，实现资源共享，一杆多用。

下一步，工业和信息化部、北京市人民政府将会同有关部门加强协同联动，推动 5G 建设工作有序进行，深化行业内共建共享，加快 5G 融合应用创新，形成“以建促用、以用促建”的良好局面，推动 5G 服务质量及用户感知持续提升。

## 3. 相关政策法规

### (1) 广电总局约谈四大地方卫视,文娱领域综合治理“正逢其时”

| 北京日报客户端 | 2021-11-01

10 月 29 日，中央宣传部、国家广电总局就卫视节目存在的过度娱乐化问题，对上海、江苏、浙江、湖南广播电视台进行约谈。约谈要求 4 省市广播电视台要深入开展文娱领域综合治理工作，坚决整改过度娱乐化、追星炒星等问题。

此次约谈强调，各台要坚持政治家办台，坚持社会效益优先，大力弘扬社会主义核心价值观，更加聚焦新时代火热生活，聚焦新时代奋斗者、劳动者，当好省级广电转型发展排头

兵。4省市广播电视台表示，要认真落实约谈要求，全面加强整改，加快转型发展，用更多高品质的电视节目丰富和引领人民群众的高质量精神文化生活。

这似乎是今年针对文娱领域展开的“清朗行动”的后续动作。中国人民大学新闻学院视听传播系主任、博士生导师高贵武认为，此次约谈既可以看作是总局在近一段时间内开展“清朗”行动，即文娱领域综合治理的一部分，也可以看作是总局本来就有的节目内容管理和指导日常工作的一部分。在高贵武看来，这次被总局约谈的四家卫视都是属于一直以来在国内地方卫视中发展比较好和影响力比较强的，这几家卫视在以往的发展中确实对其他地方卫视的发展也起到过积极的示范和引领作用。“这次约谈后，这几家电视台如果在正在播出的节目以及未来节目计划中做出调整和回应，必将会对国内其他媒体和平台的内容产生重要的引领作用，特别是对剧综未来的内容生产将产生重要的影响。”

无独有偶，10月29日，湖南卫视在其举行的2022年度资源招商会上，也公布了《快乐大本营》的改版方案。主持人变化方面，节目将加入虚拟主持人小漾，内容设计也将以明星艺能秀和趣味互动为主，相比之前的棚内游戏为主还是进行了很多的调整。10月27日，东方卫视也在其2022开放大会上表示，“东方卫视要当好新时代的窗口，着力打响‘上海文化’品牌；要当好未来人的镜子，坚持‘精品现实主义’这一鲜明的内容标签。”

在其官方账号发布的解读文章里，东方卫视表示，未来要加快转型发展，用更多高品质的电视节目丰富和引领人民群众的高质量精神文化生活，意在上海这片文化沃土上打造出具有海派韵味的“理想之城”，实现正能量成大流量，主旋律带来高人气。上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司台长、总裁宋炯明提出，东方卫视将主要采取新闻立台、文艺兴台、影视强台的三大战略，“无论重大影视题材还是综艺娱乐节目，我们都坚持在高品质公共文化服务的供给与滋养中，打造年轻人的精神高地。”

这种改变与整个文娱领域治理行动的推进显然有着密不可分的关系。高贵武表示，如今文娱领域的综合治理进一步拓展到电视台领域，而且是针对电视节目当中的过度娱乐化和追星炒星行为与电视台进行约谈，对整个电视领域的内容生产显然会产生一定的影响。“从电视领域的大氛围来看，近些年的中国媒体在内容生产上确实存在着一定的娱乐化倾向，特别是受到某些竞争压力和市场化媒体的影响，一些电视台和网络媒体中确实存在着某些为娱乐而娱乐以及流量至上的内容，对青少年的主流价值观甚至社会风气存在着不良影响。”

对于目前已经卫视已经采取的行动，高贵武认为未来正面的影响还会进一步拓展，“这种影响将主要表现在对这些节目的导向和质量的严格把关上，一方面剧综的内容生产将更加注重质量和品质，主动减少节目中过度娱乐化和‘三俗’的内容，另一方面将更加注重在节目中自觉加入正能量的部分，自觉为社会大众提供导向正确、品质高雅且有内涵的精神文化产品。”今年以来，以河南卫视为代表的地方卫视，开始花大力气进行传统文化与电视节目的创新尝试，并得到了市场的良好反馈，这种变革式的创新就得到了行业的普遍认可，以电视为代表的文娱领域治理，正在展现其正本清源的正面成效。

#### 4. 与广电相关的标准

(本期无)

## 5. 广电行业动态与分析

### (1) 朱咏雷出席第三届中国人工智能大赛启动仪式并致辞

2021年11月03日来源：国家广电总局

10月29日，由国家互联网信息化办公室、公安部、工业和信息化部、国家广电总局、厦门市人民政府联合主办，以“融新汇智，竞促发展”为主题的第三届中国人工智能大赛在北京正式启动。国家广电总局副局长、党组成员朱咏雷出席启动仪式并致辞，就办好本届大赛和下一步工作提出三点建议：

一是加强创新协同，强化问题导向，推动基础性、关键性核心技术取得更大突破，共创人工智能发展新局面。

二是产学研用机构共同发力，加快推进人工智能技术在广播电视全链条各环节的深度应用，推动广播电视和网络视听高质量创新性发展。

三是加强监管，守好广播电视领域人工智能应用安全底线，确保网络安全、数据安全、播出安全、导向安全。

### (2) 解读《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》

| 国家广播电视总局 | 2021-11-02

近日，《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》（以下简称《规划》）正式印发。《规划》立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，以科技自立自强为战略支撑，以推动广播电视和网络视听高质量创新性发展为主题，明确了“十四五”时期广播电视和网络视听科技发展的总体目标和战略举措。现结合《规划》中的核心亮点进行解读分析。

#### 一个核心目标

《规划》共24600字，通篇以“科技创新驱动广播电视和网络视听高质量创新性发展”为核心目标，清晰阐述“十四五”时期广播电视和网络视听科技发展的指导思想、基本原则、发展目标、主要任务和保障措施。

#### 两项中心任务

《规划》中“媒体融合”“智慧广电”等关键词的高频出现，清晰勾勒出“十四五”时期推进广播电视媒体深度融合发展和智慧广电建设两项中心任务。“媒体融合”是党中央对媒体发展提出的战略要求，“智慧广电”是广播电视系统贯彻落实党中央要求采取的具体战术。在《规划》全文中，“媒体融合”“媒体深度融合”“融合媒体”共出现了40次，“智慧广电”共出现了61次，任务中心明确、主题鲜明。

#### 三个重点突出

《规划》所提出的核心目标和中心任务，重点体现了“三个突出”：

第一，突出做好党和国家战略的贯彻落实。《规划》体现了对“新发展阶段、新发展理念、新发展格局”的整体把握，体现了对国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要的系统贯彻，体现了与国家科技中长期发展规划有机衔接，体现了对文化强国、科技强国、网络强国、数字中国等党和国家重大战略的一体落实。

第二，突出体现广播电视和网络视听的科技特色。《规划》聚焦“科技创新”这一定位，围绕广播电视和网络视听全链条各环节的科技发展，系统性地提出推动实现广播电视和网络视听更高水平内涵型增长所需要解决的科技创新六项新任务，预期实现六个新成效。

第三，突出强化规划任务实施的落地支撑。《规划》不仅提出目标和任务，还设置13个专栏，提出70个具体举措，以此为抓手推进规划落地；此外，从组织领导、配套保障、

人才支撑、督促落实四个方面，提出明确要求，加强规划宣贯、培训和监督检查，确保规划目标如期实现。

#### 四个深刻认识

《规划》从党中央要求、用户需求、风险挑战和发展机遇四个维度对广播电视和网络视听当前所立足的新发展阶段给出了深刻认识。

第一，深刻认识全媒体时代党中央对媒体发展的新要求。全媒体时代信息无处不在、无所不及、无人不用，舆论生态、媒体格局、传播方式都在发生深刻变化。“十四五”时期，要形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系，推动主流内容的立体传播、多向传播、海量传播，巩固壮大主流舆论。

第二，深刻认识新发展阶段用户对媒体发展的新需求。在新发展阶段，人们对更高质量、更高水平的精神文化需求不断上升，受众出现移动化、分众化、差异化、互动化趋势。“十四五”时期，要大力创新节目形态，提升节目品质，强化用户意识，优化使用体验，实现精准推送，更好服务用户。

第三，深刻认识互联网传播给媒体发展带来的新挑战。传统媒体曾经掌控的“舆论主场”已成为众多跨界者涌入的“舆论广场”，传统媒体引领、主导舆论的作用受到挑战。“十四五”时期，要坚持移动优先策略，强化技术平台建设，紧紧依靠科技创新，助力主流媒体牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

第四，深刻认识技术迭代给媒体发展带来的新机遇。全球范围内广播电视网、通信网、互联网等基础网络持续互融互通，新技术新应用不断涌现，技术从媒体的保障要素变成了引领要素，对信息的生成方式、传播方式、接收方式带来从未有过的革命性影响。“十四五”时期，要把最新最好的技术运用到信息采集、生产、传播、反馈各环节，深度拓展传播领域，实现网络化、数字化、智慧化发展。

#### 五条基本原则

《规划》从顶层设计、发展理念、发展方式、安全要求、支撑保障五个方面提出了必须坚持的原则。

第一，“系统观念、前瞻布局”，这是从顶层设计角度提出的必须坚持的原则。“不谋全局者，不足以谋一域；不谋万世者，不足以谋一时”，必须按照“四个面向”的要求，加强前瞻性思考、全局性谋划、战略性布局、整体性推进。

第二，“创新引领、深度融合”，这是从发展理念角度提出的必须坚持的原则。强调了科技第一生产力作用，必须加强科技自立自强，深化新技术在广播电视和网络视听领域的融合应用。

第三，“移动优先、一体发展”，这是从发展方式角度提出的必须坚持的原则。坚持移动优先，这既是党中央对广播电视媒体挺进互联网主战场提出的要求，也是移动互联网时代满足用户视听服务需求的有效举措；坚持一体发展，充分考虑了发展现状，统筹兼顾现有存量资源，推动广播电视行业整体发展。

第四，“可管可控、保障安全”，这是从安全要求角度提出的必须坚持的原则。没有“刹车”，不能上路。“可管可控”，是党中央对媒体舆论宣传工作的总要求，是广播电视媒体高质量发展的衡量指标，也是广播电视媒体行稳致远的重要保证。坚持管建同步、管建并举，更好地维护政治安全、政权安全和意识形态安全。

第五，“机制创新、合作共赢”，这是从支撑保障角度提出的必须坚持的原则。“人心齐、泰山移”，要坚持开放合作，集聚全社会力量共同推进广播电视和网络视听创新发展，形成政产学研用结合、区域协作、行业协同、系统内外优势互补的创新生态。

#### 六项任务举措

《规划》以“六个新”的表述方式系统性地提出了服务业态、视听内容、媒体平台、网

络传播、终端迭代、科技支撑端到端各环节的具体任务举措。

第一，发展新业态，“新”体现在综合服务能力的提升。通过科技创新，不仅提升媒体宣传+“政用、民用、商用”能力，更重要的是提升行业协同服务能力，推动广播电视和网络视听机构构建云基础设施，共享云数据、云工具、云服务，从供给侧推进行业内部资源共享和协作，强化智慧广电新供给、新模式、新业态。

第二，培育新视听，“新”体现在节目形态的创新。推进高新视频发展，向用户提供超高清、多维声、VR、AR、MR、360°全景视频、全息成像等高品质视听服务，充分发挥广播电视媒体内容品质优势，更好地满足人民美好生活新需求，引领文化新消费。

第三，建设新平台，“新”体现在广电媒体平台的IP化、云化、融合化、智慧化。推动中央、省级融合媒体云平台互联互通，云服务能力向地市级、县级延伸，向垂直行业拓展，打造区域一体化协同云平台；推进开放移动传播平台建设，加强媒体与用户的连接；推进广播电视与网络视听机构实现内容、业务、用户等资源共享；加快推进制播体系升级，优化生产流程，提高生产效率和智能化水平。

第四，重塑新网络，“新”体现在构建面向广电5G的智能协同网络。加快广电5G网络建设，推动广播电视终端通、人人通；加快推进有线电视网络升级改造，构建“云、网、端”新型网络总体架构，建立与广电5G融为一体的技术体系；持续优化地面数字电视、调频广播、中短波广播等在公共服务领域的效能，探寻新技术条件下的无线广播电视技术迭代路径；进一步提升卫星传输和直播系统的承载能力，推动卫星直播系统向交互卫星直播系统演进；加快推进IPTV、互联网电视服务升级，完善标准体系，确保规范发展。

第五，打造新终端，“新”体现在用户终端的云端化、软件化和智慧化。进一步推进终端软硬件解耦，将计算能力从终端迁移至中心云和边缘云，支撑业务快速迭代；推动电视屏智慧化，打造新型智慧家庭终端，使之成为智慧广电服务的重要入口和智慧家庭的信息中枢；持续推进自主智能电视操作系统迭代升级，加快在有线电视、卫星直播电视、地面数字电视、IPTV和互联网电视终端中的部署。

第六，构建新支撑，“新”体现在科技支撑的体系化和开放性。加强科技创新实验室建设，推动广电科技力量融入国家创新体系；加强科技创新公益性基础设施建设，提升行业科学研究、技术开发、产品研制的支撑能力；加强技术规划和标准体系的顶层设计，进一步发挥科技对行业发展的引领作用；加强新技术在行业统计监测中的应用，提升决策分析能力；加强国际合作，积极参与国际学术交流和标准制定，推动广电创新技术走出去。

### **(3) 青海省广播电视局局长申红兴:总投资 1.42 亿元,完成 32 个县应急广播体系建设项目**

| 青海广电局| 2021-11-02

青海省广电局党组始终把“我为群众办实事”实践活动作为检验党史学习教育成果的重要内容和载体，始终坚持以人民为中心的思想，立足广播电视文化惠民，紧盯人民群众“急难愁盼”具体问题，以实实在在的举措答好“我为群众办实事”考题，不断增强各族群众获得感、幸福感、安全感。为此，记者专访了青海省广播电视局党组书记、局长申红兴。

记者：在“我为群众办实事”实践活动中，省广电局在推进广播电视公共服务均等化、标准化建设上采取了哪些具体举措？

申红兴：省广电局始终聚焦“让人民生活幸福”这一国之大者，坚持基础建设和内容供给并重，在提高广播电视覆盖面和实效性上下功夫，一体推进公共服务提质增效。充分发挥全省各级广播电视播出机构和网络视听媒体主阵地作用，网上网下一体推进、同向发力，让各族群众及时了解党的路线方针政策和党中央及省委的重大决策部署。加大广播电视惠民工程建设力度，总投资 1.42 亿元完成了涉藏地区 32 个县应急广播体系建设项目，投资 3206



万元实施6州和湟中、大通等东部5县应急广播体系建设项目。加大广播电视设施设备运行维护力度，建立全省公共服务运行维护联动服务保障机制，投资1900万元实施政府购买直播卫星接收设施维护服务项目，投资中央广播电视节目无线数字覆盖项目等运行维护资金1.93亿元。玛多县“5·22”地震发生后，省广电局第一时间组织力量抢修抢险，及时恢复广播电视公共服务设施，为玛多受灾干部群众捐赠了120台电视机和120套直播卫星接收设备，保障了灾区群众第一时间观看庆祝建党百年重大系列活动直播。投资1000万元实施青海广播电视综合监管智慧服务能力提升项目，投资2000万元实施玉树、果洛两州州级广播电视台广电融合提升项目；印发《青海省广播电视媒体融合三年工作行动计划（2021-2023）》等文件，提升全媒体时代广播电视和网络视听行业治理能力。精准对接涉藏地区群众精神文化生活需要，争取国家广电总局支持，北京、上海等对口支援省份向我省玉树、果洛等涉藏地区广播电视局捐赠价值1.37亿元的节目、培训等。译制《山海情》等各类影视节目1116集，让各族群众共享更为丰富更高质量的广播电视节目。

记者：省广电局在坚持以人民为中心的创作导向，打造更多人民喜爱的影视精品方面有什么亮点和成效？

申红兴：省广电局坚持以人民为创作之根，深入生活、扎根人民，为人民奉献更多精品，更好满足人民精神文化生活新期待。深入贯彻落实习近平生态文明思想，策划推出纪录片《青海·我们的国家公园》，在央视和全国上星频道全年多轮播出，并作为“生物多样性主题视听节目海外展播”活动作品在境外主流平台展出，向世界展现中国推进生态文明建设和生物多样性保护的丰硕成果。策划推出纪录片《跑马溜溜的云上》，充分展现了我省决战脱贫攻坚、投入乡村振兴建设的新牧区新牧民的生活，央视进行了多轮播出。举办“百年潮·看青海”网络视听献礼中国共产党百年华诞短视频大赛和颁奖活动，充分激发了我省各级广播电视播出机构、制作机构文艺创作的内生动力和发展活力，以更多精品力作讲好青海故事，传播青海声音，弘扬新青海精神。

记者：省广电局作为行业管理部门，在保障群众收听好广播、看好电视以及促进广播电视和网络视听行业健康发展方面做了哪些工作？

申红兴：省广电局深入贯彻落实统筹发展和安全要求，及时跟进广播电视技术迭代步伐，完善安全播出制度机制，创新监管手段方式，加强事前防范和事中、事后监管，做实做细安全播出各项举措，组织开展全省广播电视安全播出大检查和安全防范督查工作，着力防范化解广播电视和网络视听领域风险隐患，筑牢意识形态安全屏障，确保导向安全、播出安全、网络安全、信息安全。同时，着力在提高广播电视和网络视听行业治理体系和治理能力现代化水平上下功夫，持续开展网络视听节目专项整治行动，对IPTV集成播控平台内容安全进行专项检查，联合省网信办等单位查处34家网络视听违法违规平台，营造良好网络视听环境；持续开展非法卫星电视地面接收设施专项整治工作，依法查缴非法接收设备717套，净化声屏荧屏；持续开展虚假违规广告整治工作，重点强化医药、保健、瘦身减肥类及商业广告虚假夸张夸大、误导消费等10类违规广告整治。开展文娱领域综合治理工作，加强文艺节目及其人员管理，有效遏制行业不良倾向，廓清文娱领域风气，引导从业人员崇德尚艺，积极营造广播电视领域的“绿水青山”。

记者：下一步，省广电局如何推动“我为群众办实事”实践活动走深走实？

申红兴：下一步，省广电局将坚持守正创新，坚持以人民为中心，以深入实施智慧广电建设工程为主题，以加快实施广播电视迭代行动计划为主线，充分发挥科技创新引领和支撑作用，大力推进全媒体传播体系建设，打造具有强大影响力和竞争力的新型广播电视媒体，全面挺进互联网主阵地，提升广播电视媒体的传播力、引导力、影响力，更好地满足人民群众对美好生活的向往。同时切实找准“我为群众办实事”实践活动与广播电视主责主业的结合点，既聚焦发展大局、又关注基本民生，建立健全常态化为群众办实事的工作机制，进一

步梳理在开展工作、服务群众等方面发现的热点难点问题，努力把实事办实办牢办细，确保实践活动取得实实在在的成效，不断推进党史学习教育走深走实。

#### **（4）聂辰席会见江西省常委、宣传部部长梁桂一行**

2021年11月09日来源：国家广电总局网站

11月3日，中宣部副部长，国家广电总局局长、党组书记聂辰席会见江西省常委、宣传部部长梁桂一行。梁桂感谢广电总局长期以来对江西广播电视工作的大力支持，介绍了江西广播电视发展情况及下一步工作打算，希望在智慧广电建设、电视剧播出、网络视听发展等方面进一步得到广电总局关心和支持。

聂辰席代表广电总局党组对梁桂一行的到来表示欢迎，对江西省委、省政府、省委宣传部长期以来给予广播电视工作的关心支持表示感谢。

聂辰席表示，近年来，在江西省委、省政府、省委宣传部领导支持下，江西广电系统紧紧围绕广电总局实施的“六大工程”，扎实推动广播电视业取得良好成绩，高质量发展步伐加快。广电总局高度重视并积极支持江西广播电视事业产业发展。“十四五”期间，广电总局将在项目、政策、人才等方面进一步加大支持力度。希望江西广播电视从革命老区的红色基因中汲取智慧和力量，奋力开创发展新局面；也希望江西省委、省政府、省委宣传部进一步支持和关心广电工作，共同推动广播电视和网络视听高质量创新性发展。

广电总局办公厅、电视剧司、规划财务司、公共服务司和江西省委宣传部、省广电局、省广电台有关负责同志参加会见。

#### **（5）河北广电局局长王离湘到河北广电无线传媒股份有限公司调研**

2021年11月09日

11月8日，河北省广播电视局党组书记、局长王离湘一行到河北广电无线传媒股份有限公司，就如何促进产业发展，进一步推动国有文化企业利用资本市场做大做强，加强对无线传媒公司上市工作的指导和管理，积极稳妥推进上市工作进行了专题调研。

王离湘局长实地参观了无线传媒公司，详细了解了2021年IPTV相关增值业务的开展情况及下一步工作谋划。在随后召开的座谈会上，王离湘局长听取了无线传媒公司上市工作进展情况的汇报，并就继续推进上市工作提出了指导意见。

王离湘表示，过去一年，无线传媒公司取得了社会效益和经济效益双丰收，并大力推进公司上市工作。省局立足自身职责，多方沟通协调，指导无线传媒公司取得了广电总局颁发的IPTV集成播控服务许可和同意发行股票并在创业板上市的审查意见。接下来，省局将认真落实广电总局批复精神，按照问题导向、需求导向、目标导向，继续做好无线传媒公司的上市指导和管理，积极促进我省广播电视事业产业发展。

王离湘指出，2021年是“十四五”开局之年，也是中国共产党成立100周年，是“两个一百年”奋斗目标的历史交汇期。在这一重要的时间节点，要深刻认识广播电视行业的历史责任、使命担当，贯彻落实好中宣部、广电总局关于文化体制改革的安排部署，利用资本市场做大做强国有文化企业，为“十四五”起好步、开好局，坚守舆论阵地，传播好党的声音。

王离湘强调，实现广播电视高质量创新性发展，要提高政治意识、增强阵地意识、加强创新意识。要在“融”字上下功夫，坚持主题主线不动摇，做优智慧广电，做强法治广电，

做好魅力广电，加快推动广播电视媒体深度融合发展；要在“链”字上做文章，拉长产业链，优化供应链，提升价值链，探索区块链，完善治理链；要在“能”字上见成效，强化能动，以更高的主观能动性推动工作，注重赋能，重视专业人才和团队的作用，提升效能，以最小的投入争取最高的产出。

河北广播电视台（集团）党委副书记、集团总经理吉建英，省局相关处室主要负责人陪同调研。

## （6）陕西广电局大力推动行业监管与治理

2021年11月09日来源：陕西广电局

近日，陕西省局大力推动行业监管与治理，取得良好成效。

一是深化“放管服”改革。全面推进政务服务事项标准化梳理工作，将原47项政务服务事项精简为32项，并重新编制办事指南。大力推进全网通办，新上线“秦务员”APP事项1项，增加一网通办事项1项。制定出台推动深化“证照分离”改革配套措施，开展局主要领导“坐窗口、走流程、跟执法”活动，全面提升行政审批效率和服务质量。

二是加强广播电视和网络视听传播秩序管理。积极发挥全省境外电视传播秩序专项整治工作联席会议制度作用，开展专项整治行动，查处整改9家问题商户。组织举办全省广播电视行政执法业务暨卫星电视管理培训班，大幅提高行政执法能力水平。建立“黑广播”长效监测监听机制，打击关停2个“黑广播”频率。加强互联网视听阵地建设，核查关闭3家包含非法内容网站，停止网站视听节目服务2家，向广电总局上报包含淫秽色情内容的网站5家，开展网络视听机构开办的APP调查摸底工作。

三是加强广播电视节目制作经营机构监管。对全省国有广播电视节目制作经营企业严格开展社会效益评价考核。开展年度《广播电视节目制作经营许可证》年检换证工作，对机构同步进行摸底和清理。新批广播电视节目制作经营机构197家，电视剧制作（乙种）证6个，全省制作经营机构达1163家。

四是加大广告监管力度。与省市监管局建立联动机制，协同违规广告治理。开展全省违规广告专项整治，共下达广告整改通知18份，处理违规广告533条次，全省广告违规率显著下降。

## （7）辽宁省广电局召开协调会 推进全省IPTV播控分平台规范对接工作

2021年11月09日来源：辽宁省广电局

按照国家广电总局统一部署和安排，11月3日，辽宁省广播电视局组织召开协调会，进一步推进辽宁省IPTV播控分平台规范对接工作。省广播电视局网络视听和媒体融合发展处、省广播电视及信息网络视听节目监测台、中国联通辽宁省分公司IPTV播控分平台规范对接工作协调小组、辽视新媒体发展有限公司等相关部门负责同志参加了此次会议。

会上，辽视新媒体发展有限公司介绍了辽宁省IPTV播控分平台规范对接工作情况，目前规范对接条件已经具备，表示将按国家广电总局相关文件要求，积极做好对接工作。中国联通辽宁省分公司IPTV播控分平台规范对接工作协调小组就具体工作中遇到的实际问题，提出了有针对性的对接方案与操作建议，表示将全力配合规范对接工作，确保规范对接任务圆满完成。省广播电视及信息网络视听节目监测台介绍了IPTV监管平台情况，并强调播出内容安全重要性，务必确保IPTV运营和播出安全规范。

省广播电视局网络视听和媒体融合发展处对下一步全省IPTV播控分平台规范对接工作

提出要求：一是明确责任，IPTV 具有意识形态属性，要强化责任意识。二是增进信任，合作双方共同直面问题，解决问题。三是密切配合，制定切实可行的时间表和路线图，确保顺利通过国家广电总局验收。

#### **（8）《内蒙古自治区“十四五”广播电视和网络视听发展规划》出台**

2021 年 11 月 15 日来源：内蒙古自治区广播电视局

近日，经内蒙古自治区人民政府同意，《内蒙古自治区“十四五”广播电视和网络视听发展规划》正式出台。

《规划》明确“十四五”期间八个方面的重点任务：

- 一是强化舆论宣传阵地建设，开创媒体融合发展新格局。
- 二是提升优秀作品创作能力，满足人民精神文化新需求。
- 三是健全广电公共服务体系，拓展公共服务发展新路径。
- 四是科技创新推动迭代升级，打造业务支撑体系新模式。
- 五是培育孵化视听新兴业态，实现广电产业发展新突破。
- 六是加强行业治理体系建设，发挥安全与监管应有作用。
- 七是深化内宣外宣一体发展，形成对外交流合作新局面。
- 八是是党建队伍建设同向发力，服务改革发展提供新支撑。

## 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. 喜讯！博汇科技获评北京市企业技术中心

近日，北京市经济和信息化局发布了《关于公示 2021 年度第一批北京市市级企业技术中心创建名单的通知》，博汇科技顺利通过资格核查，荣获“北京市企业技术中心”认定。



北京市政府为贯彻科技创新精神，推进企业技术中心建设，对全市技术创新能力较强、创新业绩成效显著、具有重要示范作用的企业予以认定，鼓励引导企业利用社会资源不断提高自主创新能力，促进产业升级。

此次成功创建“北京市企业技术中心”，是北京市经济和信息化局对博汇科技在技术创新、人才培养、产出效益以及知识产权等综合实力的全面肯定，同时也激励着博汇科技在创新驱动发展的崭新平台上继续前进。

作为专注于视听信息化服务领域的高新技术企业，博汇科技在传媒安全、信息化视听方向持续加强研发投入，打造视听信息技术智能应用体系和高质量业务集群，以创新思维、创新技术、创新应用不断打造行业标杆。

未来，博汇科技将继续紧密结合人工智能、大数据、区块链、超高清视频处理等技术，对各个业务领域进行不断的探索和深挖，为助推信息化产业高质量发展贡献积极力量！

### 2. 中科大洋 5G 远程信号制作中心助力中央广播电视总台完成赛事直播/转播

在今天的十四届全运会上，中央广播电视总台携手中科大洋联合打造的“5G 远程信号制作中心”首次出现在公众视野，引来众多媒体的围观。

5G 来了，信号更强了，远程制作更高效了

本届全运会上，5G 技术被如此大范围的应用并不多见。与传统赛事直播中的单边信号回传不同，总台远程制作中心通过低延时、高带宽 5G 网络特性加持，完成了广播级质量的远程信号制作。



图 1 西安中学排球比赛场馆

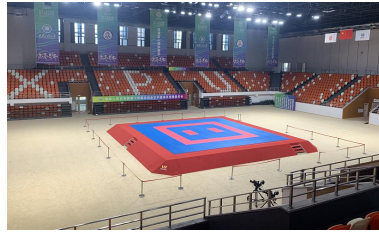


图 2 西安工程大学临潼校区空手道比赛场馆

云上快速回传，零延时，打破地域限制超乎想象

在男子 U20 排球和空手道的赛事转播中，中科大洋助力总台部署 2 套 5G 远程制作系统，分布在不同区域。通过 5G 传输的方式，将现场拍摄到的超高清信号远程回传至制作区，导播无须亲临现场，而是在几百公里外的转播中心通过部署在云端的云导播台就能实时地完成实时切换工作。



图 3 广播电视中心信号测试工作照

“高低码率回传”双赛道并驾齐驱，云端传输更高质、更可靠

大容量的数据回传对 5G 网络的传输效率也提出了非常高的要求。在总台技术局与中科大洋的共同研究下，制定的高低码率回传解决方案发挥了巨大价值。

采用在比赛场馆铺设的 5G 专网，赛事摄像机信号分别通过大洋高码编码器和低码编码器将信号回传至 IBC 广播电视中心，导播在广播电视中心内通过大洋导播切换一体机进行低码信号的切换、预览、包装、慢动作切换、监听等，并能同步 TALLY 信息至高码流信号的操作。这样，既保证了转播工作安全顺利开展，也兼顾了素材质量。可喜的是，前场信号回传延时低至 100ms，表现十分出色。



图 4 男子排球 U20 组现场直播信号



图 5 空手道现场直播信号

新华网客户端曾这样评价“远程制作系统”：这一创新性的赛事转播工作流程打破了以往广播电视工作者的传统工作模式。同时，这次尝试在大型综合类体育赛事转播中也属首次，这是就连东京奥运会都没能使用的先进技术。



同时，总台作为本届全运会的主转播机构不仅创造性实现了 5G+4K/8K+AI 战略下的又一次创新实践，同时又打造出一次真正意义上数字化、智能化、全媒体化的“云上全运”。

大洋 X-Studio 融媒演播直播解决方案加持，远程信号传输媒体“杀手锏”

十四届全运会“5G 远程信号制作中心”的投入使用是中科大洋助力广电拥抱 5G 的一次全新尝试，基于 X-Studio 融媒演播直播解决方案打造的大型赛事应用模式，充分满足广播级节目制播需求，同时其高安全及可靠性，得到了全运会这类大型赛事的“0”失误验证，确保直播的圆满成功。另外还可大幅减少现场工作人员、转播车辆及设备的复杂需求，实现了降本增效。

同时，这次尝试让远程信号传输跨越时空限制，前方信号直接通过便携式编码器回传至后方，后方马上可以进行制作直播。只要在 5G 网络信号覆盖区域，就能做到跨区域无限制的信号传输，给今后的直播业务带来更多新领域的想象空间。



图 6 广播电视中心远程信号制作区

未来已来。在 2022 年冬奥会期间，总台与中科大洋间的创新创造还将继续，以高科技为新的起点，共同为 2022 冬奥会发力，并谱写数字化直播/转播的全新篇章。

### 3. 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 10 月 29 日

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。

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。

### 4. 北广科技成功中标巴布亚新几内亚数字电视项目

北广科技 11 月 12 日

2021 年 10 月 22 日，北京北广科技股份有限公司成功中标巴布亚新几内亚数字电视项目，中标金额 2.15 亿元。巴新数字电视项目是中国国际发展合作署成立以来广播电视类援外优惠贷款项目，是中宣部和广电总局推动中国声音出海的典型案例。北广科技中标的该项



目包含在其首都莫尔兹比港及莱城建设演播室系统、企业运营管理系统、广播发射台站等，项目受到了两国政府在审批、资金等各方面政策的全面支持。

长期以来，北广科技积极融入国家“一带一路”发展大局，实施国内和国际“两个市场”战略布局，积极采取“精耕国内”和“进军海外”并驱的开拓思路，巩固深化企业在国内广电市场的优势地位，拓展了海外市场影响力，实现内外联动、协调互促的发展局面。此次中标巴布亚新几内亚数字电视项目不仅为公司进一步开发大洋洲区域市场打下基础，更意味着中国广电企业、中国声音的海外拓展版图进一步扩大。接下来，北广科技将持续提升海外市场竞争力，厚植国际海外根基，为推进智能装备产业平台高质量发展注入新的强大动力。

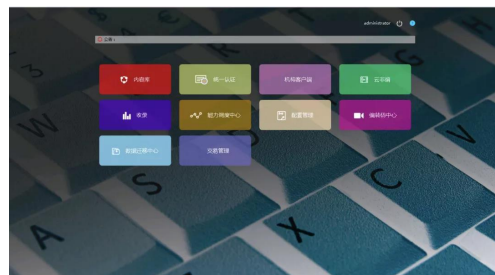
## 5. 新奥特承建省级广播电视机构共享平台隆重上线，积极推动安徽广电媒体转型发展

2021-11-10

2021年11月9日上午，安徽省广播电视局和中国广电安徽网络股份有限公司在合肥联合举办安徽广播电视机构共享平台新闻发布会暨开通仪式，省广播电视局党组书记、局长陈焯宣布安徽广播电视机构共享平台开通，安徽广播电视台、安徽广电传媒产业集团有限责任公司、安徽新媒体集团、中国广电安徽网络股份有限公司等相关领导出席会议。



安徽省广电局以更好的发展壮大省广播电视事业和产业，更好的满足人民群众对广电媒体的新需求，以实现安徽省广电机构媒体互联互通、统一调度、共建共享、抱团发展、降本增效为目标，积极创建安徽广播电视机构共享平台（以下简称共享平台）。在全省市、县广播电视局和播出机构、传送机构、制作经营机构的大力支持下，经过5个月的建设，安徽广播电视机构共享平台于11月9日正式开通，线上为全省各市、县播出机构提供节目供给服务。



该平台由安徽省广播电视局指导中国广电安徽网络股份有限公司利用全省的广播电视传输专网创建，新奥特（北京）视频技术有限公司提供技术支撑，负责平台建设。

建设完成后的共享平台主要服务于省辖市、县（市、区）级播出机构（融媒体中心）。平台建设分步实施，第一期将利用广播电视专网对全省各市县播出机构、传送机构和部分制作经营机构提供业务服务，第二、三期可实现“专网平台”+“互联网”平台，逐步向更多节目直播机构和受众提供服务。

同时，共享平台将规范有线电视节目供片渠道，维护有线电视宣传秩序和节目著作权人的合法权益，加强广播电视阵地建设；打破地域限制、畅通市县台交流，汇聚全省广播电视播出机构、传送机构、制作经营机构优质资源，提升制作传播能力；简化供给流程、便捷服务、降低成本，保障市县台（电视剧等）供给，满足不同观众群体对节目内容需求的需求；统一调度、加强管控、共建共享，有效解决广播电视播出节目同质化问题，确保安全播出，推进媒体深度融合。



该平台作为全省性广播电视媒体资源母库，可以为全省广播电视行业内多种类型的媒体素材资源共享和管理提供可靠的保障，目前已经可以为全省各市、县播出机构提供 3000 余集电视剧、60 部电影、1200 余个市县精品节目、100 期广播电视栏目，节目类型涵盖电视剧、电影、纪录片、动画片、专题片、宣传片、戏曲片、文艺片、社教片、公益广告、短视频、文化旅游推介、微电影、公益片、情景剧、广播剧、微宣讲共 17 类。

另外，在发布会现场，通过新奥特云图数据视觉呈现系统进行了共享平台的操作演示，以两个主要流程展现平台主要功能和使用方式。共享平台直观简洁的操作界面、创新的呈现形式、便捷的操作体验，直接进一步提升工作效率。

随着共享平台的正式上线，将助力安徽省广电行业加快融入长三角比肩江浙沪，助力省广播电视事业产业高质量发展，助力省智慧广电建设和媒体深度融合，助力安徽省我为群众办实事实践活动，将成为安徽广电在全国具备重要竞争力的新名片。

未来，新奥特将继续以先进技术，丰富实践经验，给融合媒体建设带来新的技术推动力，全面助力省市县级广播电视媒体转型，推进媒体深度融合。

（本期结束）