

广电行业综合信息

2022年 第08期 （总第133期）

中国广播电视设备工业协会

2022年 09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) 中国广电董事长宋起柱：“5G+有线”双轮驱动，加快建设新型广电网	4
(2) 中国广电宋起柱出席 2022 世界 5G 大会，现已有 327 款手机支持 700MHz 频率	5
(3) 江苏完成全省广电 5G 700M 基站电台执照办理	7
(4) 中国广电下发倡议书，携手争做广电 5G 的建设者、使用者、推广者和 服务者	7
(5) 8K 电视市场外热内冷，成本和内容生态影响普及速度	8
3. 直播星和户户通、村村通	9
(1) 7 月省级上星频道融合传播指数榜单发布	9
4. 有线电视	10
(1) 陕西省应急管理数据中心落户陕西广电网络西咸数据中心，全省应急管理 “上云用数”取得了新突破	10
5. 前端、制作与信源	11
(1) 宁夏广播电视台文旅频道正式开播！“广电+文旅”赋能媒体深度融合 发展改革	11
(2) 广电总局调度 10 档重点文艺节目，徐麟提出四点要求	12
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态	14
7. 新媒体	14
(1) 市场规模超千亿元 存量时代的直播还有哪些新风口	14
(2) 光明日报：长短视频互利共生	16
8. 媒体融合	18
(1) 中宣部发布：全国 2585 个县级融媒体中心建成运行	18
(2) 《我国媒体融合发展的十大创新探索》报告发布	19
(3) 多项媒体融合创新技术进入应用“快车道”	19
9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术	20
(1) 2022 世界 5G 大会热词：元宇宙、6G、工业互联网	20
(2) VR 设备出货加速 产业链公司布局热情高	22
10. 国际动态	23
(1) 美国流媒体平台收视率超过有线电视	23
11. 走向海外	23
(1) 扩大非洲“朋友圈”，奏响北京新视听国际传播的“交响乐”	23
(二)、 重要政策进展	24
1. 三网融合	24
2. 宽带中国	24
(1) 张平院士：6G 演进需要以创新突破堵点	25
(2) 北京移动完成基于 700M 频段和 2.6G 频段的上下行 5G 三载波聚合技术	

商用验证	26
3. 相关政策法规	27
(1) 商务部等 13 部门：开展全国家电“以旧换新”活动 推进绿色智能家电下乡	27
(2) 网信办：重拳整治网络直播、短视频领域乱象，已关闭违规用户账号 12 万个	28
(3) 四部门发文：推进 5G 与智能家居融合，发展 5G 技术终端产品	29
(4) 广电总局拟定新规：管理片酬、禁止收视率虚假宣传	32
(5) 对财政部印发修订版《广播电视事业单位财务制度》的五点理解	32
(6) 104 项！工信部、广电总局公布超高清视频典型应用案例名单	33
5. 广电行业动态与分析	34
(1) 慎海雄：要做有头脑的记者，不做“花花草草”的记者	34
(2) 总局检查组检查中国有线党的二十大安全播出准备工作，重点提出三点要求	35
(3) 广电总局副局长孟冬：面向未来，电视将不止于“电视”	36
1. 北广科技“方舱式短波多频广播系统”项目以区级前三的成绩顺利进入市赛 ..	37
2. 北广科技荣获第十九届北京市工业和信息化“高级技术能手”荣誉称号	38
3. 博汇科技亮相 57 届中国高等教育博览会	38
4. 新奥特 CTO 戴霖接受中关村科学城专访 超高清遇上 IP/IT，媒体融合更给力 ..	38
5. 中科大洋以创新为引领 构建超高清产业全新生态	39

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) 中国广电董事长宋起柱：“5G+有线”双轮驱动，加快建设新型广电网

2022 年 08 月 01 日来源：人民邮电报

7 月 30 日，由工业和信息化部、山东省人民政府共同主办的 2022 中国算力大会在山东济南正式开幕。中国广播电视网络集团有限公司（以下简称“中国广电”）党委书记、董事长宋起柱出席开幕式，并在大会主论坛作主旨演讲。宋起柱表示，中国广电定位媒体、信息和科技融合的平台型企业，将深入贯彻新发展理念，夯实算力网络，打造新型广电媒体传播网、国家文化专网和国家新型基础设施网，更好满足人民精神文化生活新期待，增强人民群众的获得感和幸福感。



一是以网强基，“5G+有线”双轮驱动，加快建设新型广电网。宋起柱表示，中国广电坚持以全网 IP 化、云化、智慧化、融合化为根本方向，搭建 5G 和有线协同、云网边端一体化融合发展技术架构体系，推动建设全互联、广连接、广电和通信技术融合的新型广电网网络。

第一是建设高品质 5G 网络。中国广电已建成覆盖全面、功能完备、业务灵活的核心网及业务平台系统，通过 5G 共建共享向用户提供优质服务。6 月 27 日广电 5G 启动网络服务，标志着全国有线电视网络整合和广电 5G 建设一体化发展取得新的突破性进展，广电网络初步形成“有线+5G”融合发展新格局。

第二是加速有线电视网络升级。宋起柱表示，中国广电将深度挖潜广播电视网络行业基础资源、升级广播电视国干网；统筹建设固移融合传输承载网、建设 IP 骨干网 CBNET；以市场业务导向，加速千兆光纤网络升级。同时，按照“算网融合、云网一体”架构思路，实施广电网络与云计算、数据中心、边缘计算深度融合，目标将广电网打造成具备“超大带宽”、

“超高安全”、“超低时延”、“超高灵活”特点的“连接+计算”泛在智能的基础设施。

二是以算融媒，加快算力基础设施升级，夯实国家文化数字化底座。宋起柱表示，中国广电积极贯彻“国家文化数字化战略”、“东数西算战略”，统一规划建设数据中心、广电云、CDN 等基础设施，打造集约化云资源池，打造数字化、自动化、智能化的“算网大脑”；整合跨地区、跨平台的算力资源，构建数据中心、云计算、大数据一体化的新型算力网络体系。

融合视听算力方面，以广电云算力平台为基础，基于异构的 AI 和多云协同的分布式计算能力，支撑跨屏、跨网、跨域融合的广播电视一体化视听享受和数字化智能应用。

文化专网算力方面，从接入服务、算力服务、存储服务三个方面，聚焦建设文化专网、文化大数据中心以及具备云计算和超算能力的文化计算体系，不断提高广电网络、广电云平台的服务支撑能力，实现算力、算法和模型的产业共享，基于算网资源的任务式调度，满足不同应用场景的“潮汐式”分时算力需求，做到网络算力“随算而动”。通过文化专网连接文化大数据供给端、生产端、需求端，服务文化资源数据存储、传输、交易和分发。

三是以媒促算，实施文宣领域算力应用创新，培育算力服务新业态。文化宣传以及广播电视、网络视听行业对网络和算力基础设施具有海量的应用需求，中国广电正重点围绕文化专网、视听服务两个方面，实施文宣领域算力应用创新。

一是激发文化数字化计算活力。将文化计算体系运用在文化资源的要素采集、分解重构、标识关联、数据索引、产品交易等场景，通过算网融合的建设和应用理念，为文化资源在元宇宙、空间计算、异构计算、3D 采集及渲染、人机自然交互等多样化创新上提供强大的支撑能力，在保护文化遗产和知识产权的同时，探索构建新的商业模式，深入挖掘文化资源的价值，促进优秀文化资源的传播速度和广度。

二是创新千人千面的视听服务智能化推荐。通过智能感知算力网络，对全量的节目数据、用户数据、点播数据、观看数据、EPG 数据及消费数据等进行多维度的关联计算，形成用户心理标签和用户画像，以海量的内容资源为基础，结合 AI 内容识别技术，为用户提供智能化接入和实时数据处理，协同大小屏媒资标签体系和全场景智能推荐能力，实现跨网、跨屏、跨终端视听内容的自动化编排、个性化推荐和智能化运营，打造连接、聚集和服务全国家庭用户的新入口、新平台、新生态。

宋起柱表示，进入算力时代，算力网络必须先行。中国广电秉持“融合、开放、创新”发展理念，与系统内外、产业链生态圈上下游合作伙伴一起，拥抱 AI 算力新技术，携手算网融合创新，共建繁荣的视听内容生态、充满活力的算力网络生态，盘活文化资源，激发文化活力，丰富文化产品，发展文化产业，为建设文化强国、网络强国、数字中国贡献广电智慧和力量。

（2）中国广电宋起柱出席 2022 世界 5G 大会，现已有 327 款手机支持 700MHz 频率

2022 年 08 月 11 日来源：中国广电

8 月 10 日，由黑龙江省人民政府、国家发展和改革委员会、科学技术部、工业和信息化部共同主办的 2022 世界 5G 大会在哈尔滨市开幕。大会以“筑 5G 生态 促共创共利”为主题，结合多种形式呈现 5G 产业的技术进步和产品创新，搭建跨区域产业协作联动桥梁。中国广电党委书记、董事长宋起柱出席开幕式，并在大会主论坛上作《扬帆起航，守正创新，服务文化与数字经济大发展》的主题演讲。



宋起柱指出，自今年6月27日中国广电5G正式开网运营，向社会提供5G服务以来，中国广电聚焦媒体、信息和科技融合方向，加快构建新型媒体传播网、国家文化专网和国家新型基础设施网，不断完善5G网络覆盖和业务服务水平，大力推动广电5G规模化部署商用。

宋起柱表示，中国广电正着力实施“圆心战略”，紧抓“四个坚持”，创“心”发展，共创共利。

一是坚持客户为中心，塑造全新品牌，打造优质服务体系。业务产品方面，以电视大屏为基础、叠加广电5G，为用户提供更顺心、更满意、更优质、更具性价比的文化信息综合服务。渠道方面，中国广电将从线上线下、自有合作两个维度，完善渠道布局，形成定位清晰、重点突出的全渠道营销服务体系，为用户提供更广泛、更便捷、更安心的服务触点。运营服务方面，中国广电秉持客户至上的原则，立足用户体验，洞察客户需求，加快丰富用户权益，切实兑现服务承诺。

二是坚持网络强基，实施创新驱动，端到端建设智慧ICT网络。在IT侧，统一规划数据中心、广电云、CDN等基础设施，整合跨地区、跨平台的算力资源，构建数据中心、云计算、大数据一体化的新型算力网络体系，支撑数字化新体验。在CT侧，实施核心网集约化建设，推进网络架构统一、资源调度统一、运营管理统一，提升运营效率、资源利用率和客户业务体验，支撑个人业务快速放号、政企业务敏捷创新、全程全网快速复制。在终端侧，现已有327款手机支持700MHz频率，95%新入网手机支持700MHz频段，覆盖高、中、低全档位，还支持多类型可穿戴设备、平板、老年机等，中国广电计划在九月底完成全部高存量4G/5G终端的适配升级。

三是坚持内容特色，发挥行业优势，构建新内容、铸造新服务。首先是强化文化特色内容供给，依托国家文化专网，整合汇聚全国的广播影视、文物文博、新闻出版、网络视听、公共数字文化等各类优质内容资源，加强新一代信息技术应用，打造4K/8K、沉浸式视频、互动视频、VR/AR/MR视频、云游戏等高新视听内容，探索拓展中华文化元宇宙空间。其次是推动优质互联网内容汇聚，建设互联网内容引入基地，打造互联网内容的全国性汇聚中心；依托资质资源和业务平台开展互联网内容集成服务，实现广电网络和互联网视听节目服务的集约化运营。

四是坚持融合发展，打造智慧广电，赋能千行百业。中国广电始终牢牢把握数字中国、文化数字化等国家重大战略机遇，充分利用频谱资源优势和内容差异化优势，打造了一批智慧政务、智慧文旅、智慧教育、应急广播、平安城市等典型行业应用，特别为黑龙江着力打造了哈尔滨政务云、智慧城市、综治视联网、雪亮工程、县级融媒体中心、应急广播等多个应用。中国广电还将进一步发挥广电5G网络优势，重点聚焦电力、矿山、海事、港口、农林、交通、物流、应急等领域，打造可复制的商用标杆，创新融合发展新业态。



宋起柱最后表示，中国广电将携手推动 5G 产业发展和应用场景创新，更好地赋能社会、服务人民，为推动经济社会高质量发展贡献力量，中国广电也将深化与黑龙江战略合作，助力当地数字经济和文化建设取得新进展。

（3）江苏完成全省广电 5G 700M 基站电台执照办理

2022 年 08 月 11 日来源：江苏有线

按照《工业和信息化部无线电管理局关于 5G 频率使用相关事宜的通知》（工无函【2022】399 号）文件要求，在中国广电集团统一部署以及省市无线电管理机构指导支持下，江苏有线与江苏移动密切配合，快速组织全省开展广电 5G 700MHz 基站电台执照办理工作。

工业和信息化部司局简函

三无函〔2022〕399 号
工业和信息化部无线电管理局关于 5G 频率使用相关事宜的通知

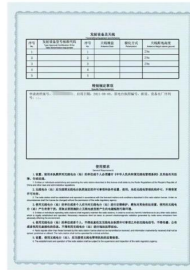
各省、自治区、直辖市工业和信息化主管部门，新疆生产建设兵团工业和信息化管理部门：
近期，工业和信息化部对广播电视网络传输系统（以下简称“广电”）5G 公共移动通信系统频率使用事宜进行了批复。为贯彻落实工业和信息化部批复要求，加快推进广电 5G 公共移动通信系统频率使用管理工作，现就有关事项通知如下：
一、中国广电 5G 牌照商用部署安排
2022 年 5 月 30 日，工业和信息化部牌照中国广电 5G 牌照，中国广电 5G 公共移动通信系统频率使用事宜由工业和信息化部批复。中国广电 5G 公共移动通信系统频率使用事宜由工业和信息化部批复。中国广电 5G 公共移动通信系统频率使用事宜由工业和信息化部批复。

江苏省广电有线信息网络股份有限公司

苏广网基字〔2022〕90 号

关于办理广电 5G 基站设置许可的通知

各市分公司：
为贯彻落实工业和信息化部批复要求，加快推进广电 5G 公共移动通信系统频率使用管理工作，现就有关事项通知如下：
一、办理材料清单
（一）《广电 5G 公共移动通信系统频率使用申请表》（见附件 1），申请表中应填写基站设置位置、使用频段、使用设备等资源信息。
（二）《广电 5G 公共移动通信系统频率使用申请表》（见附件 1），申请表中应填写基站设置位置、使用频段、使用设备等资源信息。
（三）《广电 5G 公共移动通信系统频率使用申请表》（见附件 1），申请表中应填写基站设置位置、使用频段、使用设备等资源信息。



在江苏省市公司积极协同下，于 7 月 27 日顺利提交全省 13 地市共计 21357 处广电 5G 700MHz 基站电台执照材料。经省市两级工信部门近两周数据录入、证书编制等工作，8 月 9 日，江苏有线收到工信部首批颁发的广电 5G 700MHz 基站电台执照。

本次基站电台执照办理工作是江苏省广电 5G 建设运营以来首次组织开展，由江苏有线 5G 工作专班组织，各地市分公司对接当地工信局无线电管理处具体办理。通过此次办理工作，高效建立了台站执照办理工作流程机制，促进各地工作人员通过实践掌握业务办理流程，为后续电台执照办理工作常态化开展起到试点、示范作用。同时，通过台站执照办理，有助于全省各单位深入掌握全省广电 5G 基站电台设置位置、使用频段、使用设备等资源信息，确保全省广电 5G 基站设置、使用合法合规。

（4）中国广电下发倡议书，携手争做广电 5G 的建设者、使用者、推广者和服者

2022 年 08 月 10 日来源：中广互联综合整理

近日，中国广播电视网络集团有限公司对全国各广电网络公司下发了一份倡议书。

倡议书显示，今年 6 月份以来，中国广电集团见证了中国广电网络发展史上一个又一个具有里程碑意义的历史性时刻。

1、6 月 6 日，顺利发布了中国广电、广电 5G 和广电慧家三大品牌，全国营业厅门头同步换标，各级领导和社会各界一片赞扬、满怀期待；

2、6月27日，在中央党史馆成功举办了“中国广电5G网络服务启动仪式”，相关重要领导同志也亲临现场，体现了中央领导以及中央各部委对广电网络的重视和关怀；

3、7月27日前后，又有9个省份实现了5G开网试商用，为党的二十大前中国广电5G实现全国全域商用运营奠定了更加坚实的基础。

中国广电在文中表示，值此广电5G网络全面铺开试商用、中国广电开启“有线+5G”融合发展新格局的重要时刻，为进一步凝聚全国广电网络上下“万众一心促改革、同心协力谋发展”的强大合力，进一步坚定行业发展信心，推动广电5G坚毅起航，立足新起点，整装再出发，不断推动智慧广电网络高质量融合发展取得新成效，因此向广大员工发出以下倡议：

让我们携手争做广电5G的建设者。

广电网络是我家，改革发展靠大家。让我们更加热爱自己的企业、热爱自己的岗位。在日常工作中，保持拼劲，笃定前行，比学赶超，勇于争先，创业干事，不负韶华。立足岗位、自足自身，主动解决广电5G发展有关的网络建设、技术对接、互联互通、套餐设计、营销宣传、用户发展、客户服务等各种难题，为广电5G发展建设交出优异的本职答卷。

让我们携手争做广电5G的使用者。

人人争当“友好用户”，尽早开通自己的广电5G号码，积极体验广电5G套餐服务，从用户的角度帮助测试单移业务、固移融合业务、5G增值业务的线上线下开通、变更、报障等业务流程，积极使用广电5G语音、数据上网、增值业务、客户服务等，全方位体验网络覆盖、业务使用情况，及时反馈给有关同事并提出优化意见。

让我们携手争做广电5G的推广者。

人人争当“放号营销员”，带动家人、朋友及广大用户积极使用广电5G及融合套餐服务。通过现身说法，讲好700MHz频率优势、套餐优势、覆盖优势、内容优势、服务优势的故事，主动做好业务宣传、办理引导、问题协调等工作，给用户创造良好的服务体验。

让我们携手争做广电5G的服务者。

我们已争取到了最好的条件、最快的速度实现全国广电5G全程全网开网服务。当前，广电5G网络正处于试商用阶段，还有一些问题需要完善、优化。试商用是运营商的惯用做法，也是通信网络商用的重要阶段。让我们携手争做广电5G的服务者，主动做好解疑释惑、宣传引导等服务，对广电5G发展始终秉持拥抱、包容心态，积极做好用户的预期管理。

(5) 8K 电视市场外热内冷，成本和内容生态影响普及速度

2022年08月19日来源：百姓家电网

相信大家对上个月央视网创新性的采用5G+8K技术直播“年度最大满月”的活动记忆深刻，给广大群众和天文爱好者带来了全新的观赏体验的同时，又一次将8K电视推向热门话题。

目前来说，在4K电视普及的背景下，人们对8K电视的呼声越来越高。但是，事实真的是这样吗？并不是。目前，8K电视市场呈现外热内冷的局面，外热指的是整个电视市场对8K的推动非常火热，电视品牌、行业上下游都在积极推动8K电视的市场教育和推动。目前的电视品牌包括三星、TCL、LG、海信、创维、夏普等，都推出了8K电视布局市场。

不过，8K电视市场的表现并不乐观，形成了内冷的局面。内冷指的是8K电视市场的增长非常有限，而且消费群体对8K电视的态度并不热情。为什么会出现8K电视市场外热内冷的局面呢？

其实，这与8K电视很多方面的原因有关，其中就包括核心的成本和内容生态的原因。

8K 电视的成本高

虽然长虹将 8K 电视的价格拉低到了非常让人容易接受的价格，但是其它品牌的 8K 高品质电视价格依然居高不下。而且，虽然现在液晶面板价格下降，8K 电视的价格几乎已经快要接近普通液晶电视的价格。

2020 年我国 8K 电视均价为 21780 元，2021 年为 16479 元，同比下降 24.3%，价格虽然下调趋势明显。进入 2022 年，8K 电视价格进一步下降，但是 1W+ 的价格也是普通消费者无法接受的性价比。

中怡康消费电子事业部总经理彭显东表示，和 4K 相比，目前满足 8K 要求的物理硬件成本相对比较高，导致整机销售价格较高，从而直接影响消费者的购买意愿。

8K 电视生态并不完善

目前，我们体验到的 8K 内容很大一部分是定制内容，而且是短期内的试运行内容，包括 2022 年北京冬奥会的 8K 直播、还有 5G+8K 的超级月亮直播等，这些都是定制内容的直播。其它常规性的 8K 内容资源其实并不多。

为什么 8K 内容资源并不多呢？其实这个与投入产出比有着密切的关系。我们都知道目前互联网内容平台大部分还是处于亏损的状态，内容并不能带来非常可观的收益。

而 8K 不仅仅是电视，更是技术，乃至一个生态，这个生态中包括网络、硬件、内容、芯片等各个维度的技术。同时包括从制作、存储、传输、解码再到终端的播放，整个产业链闭环都需要适配 8K。

所以，在内容资源变现效率不够的情况下，进行 8K 内容生态资源的建设和投入，可能会得不偿失，这也是 8K 内容资源相对很好，而且目前发展比较缓慢的核心原因之一。

8K 终究是未来的终极分辨率

“从 2K 到 4K，电视分辨率的提升带来的体验升级肉眼可见，而 8K 超高清通过大屏幕呈现的广视角和视网膜级的清晰度带来的立体感和临场感却是高清所无法比拟的。”在中国电子视像行业协会执行秘书长彭健锋看来，从 2K 到 4K 再到 8K，是质的飞跃。

百姓家电网创始人杨帆表示：“虽然 8K 面临许多问题，但是 8K 一定是未来电视分辨率的终极状态，8K 既能满足消费者对高清晰画面的要求，也是人眼看到的分辨率上限。但是，受限于目前 8K 电视的价格以及内容资源匮乏的原因，8K 电视的增长暂时并不明显。但是未来的某一个时间点，8K 电视就会像现在的 4K 电视一样，拥有超高的性价比，慢慢成为标配、慢慢普及。”

今年，工信部印发《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022 年）》，按照“4K 先行、兼顾 8K”的总体技术路线，其中明确了一个目标，2022 年 4K 电视终端全面普及，8K 电视终端销量占比超过 5%。有了国家相关政策的支持，8K 电视有望迎来快速发展和增长。

根据奥维云网(AVC)数据，2020 年中国 8K 电视销量同比增长超过 300%，2021 年同比增长超过 17%。受北京冬奥会的带动，2022 年 1 月，中国 8K 电视市场规模环比增 38.2%，其中线下规模环比增长达 92.8%。8K 电视市场未来增长比较可观。

3. 直播星和户户通、村村通

(1) 7 月省级上星频道融合传播指数榜单发布

慧聪广电网 2022-08-11 10:09 来源：美兰德视频大数据

【慧聪广电网】7 月省级上星频道中，湖南卫视、浙江卫视、北京卫视、东方卫视、江苏卫视频道融合传播指数榜单 TOP5。北京卫视立足文化传承，山东卫视布局中国文化经典，两大卫视分别位列榜单第三与第六位。

7月省级上星频道中，湖南卫视、浙江卫视、北京卫视、东方卫视、江苏卫视频道融合传播指数榜单TOP5。其中，湖南卫视多档艺高位输出，《向往的生活6》《花儿与少年露营季》《声生不息》《你好，星期六》《天天向上》《牧野家族》等多档综艺全方位输出，5档节目成功跻身7月热播电视综艺TOP10，占据综艺头部市场半壁江山，7月频道西瓜视频与今日头条短视频播放量合计达3322.4万次，频道融合传播指数位列榜单第一，频道网媒报道量、微博提及量均位列分维度第一。

7月北京卫视立足文化传承，多档文化类节目实力强劲，频道融合传播指数位列榜单第三。《博物馆之城》走进北京市各类博物馆，挖掘博物馆内文物所蕴含的历史价值、文化价值及时代价值；《书画里的中国》第二季从不同维度深度地了解名画背后的故事，传播中国书画文化；《京城十二时辰》第二季强势回归，以时辰之序乐动京城烟火，为观众带来音乐文化盛宴，引发网友热议。

东方卫视新老综艺齐出，引人关注。《极限挑战》第八季在夏日给观众们带来欢笑与快乐，造梗连连，频登热搜；《开播！情景喜剧》再掀情景喜剧热潮，引发网友热议；美食趣味真人秀《打卡吧吃货团》第二季强势回归，开启暑期美食文化盛宴，带领观众寻找身边的宝藏美食。

山东卫视布局中国文化经典，热度十足。《中国礼·中国乐》以沉浸式的视听体验，展现传统礼乐文化的魅力与活力；《戏宇宙》运用观众、网友喜闻乐见的艺术创作形式，用“新”贴近当下年轻审美颠覆观众体验，用“心”见证戏曲文化极致表达；《超级语文课》节目还原经典语文课堂，邀请全国优秀语文老师公开授课，带观众重温凝聚了民族文化精华的经典课文，一窥当下大语文教育的全新风貌，刷新对于语文课堂的传统认知。

此外，东南卫视户外旅行体验类真人秀《快乐再出发》集结“初代快男团”，节目爆梗频出，气氛融洽治愈，收获观众好评；科幻漫谈节目《不要回答》以三体宇宙观为原点，展开对未来的设想和解读，一起在未来之境，论现实之题，引领科学探索热潮，7月东南卫视融合传播指数位列省级上星频道榜单第七位。

4. 有线电视

(1) 陕西省应急管理数据中心落户陕西广电网络西咸数据中心，全省应急管理“上云用数”取得了新突破

2022年08月11日来源：陕西广电网络官网

8月9日，陕西省应急管理厅在陕西广电网络西咸数据中心举行省应急管理数据中心挂牌仪式，标志着全省应急管理“上云用数”取得了新突破。省应急管理厅二级巡视员马晋、科信处处长周利军，陕西广电网络市场总监李文华等参加挂牌仪式。



应急管理数据中心是陕西省应急管理信息化的核心，是全省应急管理数据的处理中心。应急管理数据中心依托陕西广电网络西咸数据中心数据存储和承载能力，为省应急管理厅提供高效、可靠、安全的数据计算和存储服务，进一步为全省各级应急管理工作高效开展、提

质增效提供更好支撑。

揭牌仪式后，陕西省应急管理厅与公司相关人员进行了座谈。省应急管理厅二级巡视员马晋表示，希望以此为契机，进一步推进信息数据在应急管理工作中的创新应用，切实发挥信息化作用，提升陕西省应急管理水平。

公司市场总监李文华表示，陕西广电网络将秉承党媒政网价值初心，强化技术引领和支撑能力，发挥好西咸数据中心赋能政企单位“上云用数”的“承载底座”强大能力，为“数字陕西”建设贡献力量。

5. 前端、制作与信源

(1) 宁夏广播电视台文旅频道正式开播！“广电+文旅”赋能媒体深度融合发展改革

2022年08月01日来源：湖北垄上频道

文旅相伴，让生活更美好”。7月29日，宁夏广播电视台文旅频道正式开播，宁夏广播电视台联合宁夏文化和文旅厅共同举办了频道开播仪式。自治区党委常委、宣传部部长李金科，自治区党委常委、自治区副主席买彦州，及宁夏文化和旅游厅、宁夏广播电视局、宁夏广播电视台主要负责人共同出席仪式。自治区相关厅局负责人，中央驻宁媒体及区、市各级媒体记者和来自浙江、湖南、陕西、重庆等兄弟台嘉宾等近150人共同见证宁夏文旅频道开播仪式。



宁夏文旅频道是宁夏广播电视台与宁夏文化和旅游厅共同打造的西北首家省级电视文旅频道。在开播仪式上，双方签订了共建宁夏文旅频道战略合作备忘录，将充分发挥各自优势，共同挖掘和推广我区文化旅游资源，共同助力宁夏黄河文化传承彰显区和大西北旅游目的地建设，努力推进新时代文化强区。

据了解，宁夏广播电视台与宁夏文旅系统长期以来保持着紧密合作关系，在文旅品牌宣传推广上发挥了积极作用，双方前期曾探索联合创办宁夏旅游广播和《这里是宁夏》《天天文旅荟》《周末旅行家》等一系列优秀电视节目，积累了一定实践基础，形成了一定优势。宁夏广电与宁夏文旅此次合作，开启了宁夏广播电视史上电视频道“特色要特、专业要专”的新跨越。双方合作是贯彻落实自治区第十三次党代会精神的重要举措；是符合文旅融合和全域旅游高质量发展的现实需要；是助推宁夏广播电视台媒体深度融合发展的创新之举。



仪式上，宁夏广播电视台与宁夏文化和旅游厅签订了战略合作备忘录。即推动宁夏文旅

频道专业化、品质化发展；打造互联网文旅频道；构建全方位的文旅频道宣传矩阵；积极加入全国文旅宣传合作联盟，有力塑造和推广宁夏文旅品牌、提升宁夏文旅影响力和美誉度。未来，两单位将通过紧密合作，积极探索“广电+文旅”的发展路径，通过纵向贯通、横向打通、平台联通、业务融通，进一步生动讲好宁夏文旅故事，广泛传播宁夏文旅声音，打造双赢、可持续发展的战略合作伙伴关系，更好服务宁夏经济社会发展，满足人民群众美好生活需求。

宁夏文旅频道发起立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，展现文旅频道新作为助力“稳保促”的倡议，全国数十家省级电视文旅频道、文旅节目中心积极响应。陕西、山东、重庆、湖北、宁夏等多家媒体在活动现场签订了省级广电媒体“广电+文旅”战略合作协议，通过运行机制共建共享、媒体资源互融互通等“广电+文旅”特色“组合拳”推动全域旅游和文旅融合高质量发展！现场还举行宁夏广电文化发展有限责任公司揭牌仪式，推出“文旅相伴，让生活更美好” Slogan 和《陪你一起看星星》频道主题曲，引起了大家的共鸣。

（2）广电总局调度 10 档重点文艺节目，徐麟提出四点要求

牛春颖 张新| 广电时评| 2022-08-11

8月3日，国家广播电视总局召开迎接党的二十大重点文艺节目创作推进会，调度《博物馆之城》《时间的答卷（第二季）》《未来中国》《我们的新时代》《十年·逐梦向未来》《万里走单骑（第三季）》《闪亮的坐标（青春季）》《黄河文化大会》《中国节日系列节目 2022 季》《图鉴中国·昂首阔步这十年》10 档重点文艺节目创作。

中宣部副部长，国家广电总局党组书记、局长徐麟出席并详细了解节目创作情况，提出工作要求。国家广电总局党组成员、副局长杨小伟主持会议。中宣部文艺局局长刘汉俊出席会议。

在听取 7 家创作单位对 10 档重点文艺节目的介绍，观看了《我们的新时代》《博物馆之城》《未来中国》等节目片花后，徐麟指出，这些节目视野宽、选题好、内容新、形式活。

徐麟强调，深入学习贯彻习近平总书记关于文艺工作的重要论述，围绕迎接党的二十大推出优秀文艺节目，是广播电视服务党和国家工作大局的重要政治责任，也是光荣的使命任务，要做到“四个要”——格局气象要大，价值坐标要准，创作导向要正，艺术表达要新。

一是格局气象要大，让广播电视文艺吹响新时代前进的号角。

要有大情怀、大格局、大担当，从国家和民族命运的高度认识自己的职责和使命，树立大历史观和大时代观，在选题上多下功夫，从时代脉搏中感受艺术脉搏，从时代之变、中国之进、人民之呼中提炼主题，展现中国之美、历史之美、文化之美，全方位全景式展现新时代的精神气象，更好地为党和国家工作大局服务。

二是价值坐标要准，提升广播电视文艺节目的精神能量、文化内涵、审美功能。

要很好地发扬中国文艺追求向上向善的优良传统，用社会主义核心价值观培育精神情操，用中华优秀传统文化滋养思想内涵，用中华美学风范引领时代风尚。

要亮出鲜明的价值底色，培育深厚的文化底蕴，树立正确的审美趣向，坚决摒弃畸形审美。

三是创作导向要正，让广播电视文艺节目的百花园永远为人民绽放。

要坚持以人民为中心的创作导向，让人民群众站到文艺节目的舞台中央，寻找蕴藏在人民中的精神力量。

要让生活成为文艺节目最好的舞台，扎根人民，扎根生活，不仅要把舞台设在演播室内，也要把舞台搭建在火热的生活实践之中，真挚真诚地讲好人民的故事。

四是艺术表达要新，增强广播电视文艺节目的传播力、吸引力、感染力。

要在牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向、审美趣向的前提下，坚持守正创新，增强自我突破的勇气，向更广阔的创作天地迈进，不断推陈出新、加强技术赋能、加强融合传播。

徐麟强调，创作单位要按照“找准选题、讲好故事、拍出精品”的要求，围绕选题策划、剧本创作、拍摄制作、后期剪辑等关键环节，在深化思想主题、塑造人物形象、创新艺术手法上下功夫。

相关部门要做好指导服务工作，急主创团队所急，应主创团队所需，深入参与，精心指导，保障节目顺利创作完成。

播出机构要紧扣时间节点提早规划，不断掀起播出热潮，以优异的成绩迎接党的二十大胜利召开。

■ 10 档重点文艺节目创作推进情况

发言人：北京广播电视台党组成员、副总编辑 徐滔

项目：《博物馆之城》

7月15日，文化节目《博物馆之城》在北京卫视开播。8期节目分别走进北京8家各具特色的博物馆，为观众推开了博物馆的“三重门”：

第一重门是文物之门，通过探秘博物馆未开放区域，带领观众品味中华文明的博大精深；第二重门是匠心之门，通过体验基层文博工作，带领观众感受文物保护的精湛技艺；第三重门是精神之门，通过对话文博工作者，带领观众感悟民族复兴的精神力量。

发言人：上海广播电视台台长、上海文化广播电视影视集团总裁、台（集团）党委副书记 宋炯明

项目：《未来中国》《时间的答卷（第二季）》

《未来中国》以“燃科学之光，树青年之‘新偶像’”为核心亮点，虽谈论的是高精尖的前沿科学，但最终落地还是见人、见事、见精神。其特色在于选择了一种具有现代感、年轻化的呈现方式，结合综艺表现手段，让科学传播更“接地气”。主题立意方面提倡包含理性底色的“科技自信”。

《时间的答卷（第二季）》以“我和我的未来”为主题，将首次采用“人生影院”的新模式，通过设置主题人物“与过去、现在以及未来的自己对话”的核心环节，在更宏大的时空背景上，以现在的全知视野解读过去的自我，直观感受个人命运与国家命运的休戚相关。

发言人：浙江广播电视集团党委副书记、总编辑 华宣飞

项目：《我们的新时代》《十年·逐梦向未来》《万里走单骑（第三季）》

《我们的新时代》以“人民的奋斗和幸福”为主题，通过沉浸式探访、现场互动等手法，讲述新时代人民对美好生活的获得感、幸福感和认同感。节目形态注重“青春范儿”，兼具体验感、烟火气、人情味与纪录片的品质感，努力追求跨屏互动、破圈传播。

《十年·逐梦向未来》是一台联合沿海12个省、市共同打造的行进式大型实景晚会，以“中国高铁”为形象载体，邀请12个省、市媒体组织富有地域特色的品牌节目联动，用5G+AR+VR等先进技术实现年轻化、时尚化、故事化表达。

《万里走单骑（第三季）》将进一步凸显中华文化的厚重内核，并特别设计“围炉夜话”环节，拓展社文化传播，让世遗文化在“活起来、潮起来、燃起来”的过程中，更好反映中华文明探源工程的重大意义，进一步彰显文化自信。

发言人：江西广播电视台（集团）党委书记、台长、董事长 梁勇

项目：《闪亮的坐标（青春季）》

《闪亮的坐标（青春季）》将讲述更青春的故事、选择更青春的嘉宾、创新更青春的表达、拓展更青春的平台。

节目将挖掘更多鲜为人知的闪光点和家国情，应用 XR 技术演绎等新技术新手段，用青春的语言表达青春的心声和青春的姿态。青春季还将更注重年轻人聚集的新媒体平台，更大范围实现广电媒体与新媒体平台的交织推送、多屏共振、广泛触达，尽可能形成更加强大且立体的青春声浪。

发言人：山东广播电视台党委书记、台长 吕芃

项目：《黄河文化大会》

《黄河文化大会》共 11 期，是首次以综艺节目方式对黄河文化进行整体巡礼。

节目将结合黄河文化标志地的文旅常识、发展成果、奋斗故事等出题，选拔黄河文化爱好者参与答题挑战，并邀请文化学者作为点评嘉宾，深入解读黄河文化；同时将用户思维嵌入节目制作过程中，力求掀起传承弘扬黄河文化的热潮。

发言人：河南广播电视台党组书记、台长 王仁海

项目：《中国节日系列节目 2022 季》

《中国节日系列节目》将制作播出“七夕奇妙游”“中秋奇妙游”“重阳奇妙游”等 3 期节目。

节目将继续以创意驱动美学引领，将丰厚的文化底蕴、鲜活的历史故事“活化”再现；注重寻找传统文化与现代生活的连接点，链接古与今、旧与新、传统与现代，引发情感共鸣、文化共鸣、心理共鸣；提炼民俗文化标识、经典文化意象、中国美学精神，生动演绎中国人传统的生存智慧与生命哲学。

拍摄景地也将从河南走向全国，展示大美中国的奇山秀水。

发言人：深圳广播电影电视集团党组副书记、总编辑 刘璋飏

项目：《图鉴中国·昂首阔步这十年》

《图鉴中国》以“昂首阔步这十年”为主题，以照片为线索，通过实地走访、青年脱口秀、嘉宾访谈、提问互动等形式，真实生动讲述中国故事，弘扬时代精神。

节目由昂首阔步·走现场、昂首阔步·面对面、昂首阔步·青年说 3 个板块组成，突出沉浸式体验和青年视角与表达，从小切口入手，立足大湾区，放眼全国，力求打造一档充满正能量、年轻态的主旋律节目。

中宣部文艺局，总局办公厅、宣传司，以及信息中心、艺委会、中广联合会等部门和单位相关负责人参会。

会议主会场设在国家广电总局，北京广电局、北京广播电视台负责人等现场参会，上海、浙江、江西、山东、河南、广东、深圳广电局和广播电视台负责人，重点节目主创人员在分会场线上参会。

6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

（本期无）

7. 新媒体

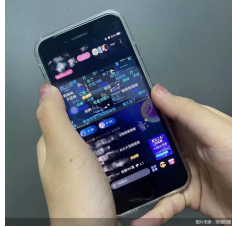
（1）市场规模超千亿元 存量时代的直播还有哪些新风口

2022 年 08 月 11 日来源：北京商报

随着互联网与直播行业的发展，直播平台在几年的时间中遍地开花，越来越多的用户涌入这个新的消费风口成为主播或观众。8 月 10 日，《中国网络表演（直播）行业发展报告（2021-2022）》（以下简称《报告》）发布，《报告》显示，2021 年我国网络表演（直播）

行业市场规模达 1844.42 亿元，截至 2021 年 12 月，网络表演（直播）行业主播账号累计近 1.4 亿个，一年内有过开播行为的活跃账号约 1 亿个。

网络表演与直播正在从最初单纯的娱乐功能转变，催生出更多新业态，但日渐繁华的行业正渐渐显露出乱象与问题，亟待解决。行业虽然已进入存量时代，但随着直播经济的理念逐渐深入人心，仍大有可为。



主播账号累计近 1.4 亿个

近年来，直播经济按下“加速键”，从娱乐聊天到带货健身，从百姓明星，到机构商家，不仅直播内容层出不穷，主播背景也趋向多元。《报告》数据显示，2021 年我国网络表演（直播）行业市场规模达 1844.42 亿元，在市场主体方面，截至 2021 年末，具有网络表演(直播)经营资质的经营性互联网文化单位有 7661 家，其中 2021 年新增 1641 家。行业内共有 11 家网络表演(直播)上市主体，直播行业内中头部平台约 20 家，含抖音、快手、微信视频号、陌陌、YY 等。

2021 年来，MCN 行业整体处于高速增长期，据《报告》数据，截至 2022 年 6 月，MCN 机构数量超 24000 家(以企业营业执照数量计算)。

主播和用户方面，截至 2021 年 12 月，我国网络表演（直播）行业主播账号累计近 1.4 亿个。一年内有过开播行为的活跃账号约 1 亿个，2022 年上半年，新增开播账号 826 万个。截至 2022 年 6 月，曾在直播场景下有过任意付费(打赏和直播购物)的用户账号数量累计约为 3.3 亿个。

舞台很大 不能出格

面对直播经济的快速发展，行业也渐渐显露出乱象与问题，正确引导和加强规范是当务之急，而行业监管亦能为良性发展施划好轨道。

据北京商报记者不完全统计，2022 年以来，多个有关部门已就直播行业问题发布多条相应措施。3 月 30 日，国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局宣布联合印发《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》，着力构建跨部门协同监管长效机制，加强网络直播营利行为规范性引导，鼓励支持网络直播依法合规经营；5 月 7 日，中央文明办、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室发布《关于规范网络直播打赏 加强未成年人保护的意见》，并对未成年人直播打赏、从事主播等领域做出进一步规范。

今年 4 月以来，中央网信办会同相关部门开展为期三个月的“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动，集中整治“色、丑、怪、假、俗、赌”等违法违规内容呈现乱象，从严整治功能失范、“网红乱象”、打赏失度、违规营利、恶意营销等突出问题。

专业化趋势渐明

各行各业都在通过直播谋求新的生存环境。《报告》指出，直播行业作为数字经济共同体，在乡村振兴、产业融合、文旅开拓、公益普惠、促进就业等方面发挥作用。

而链条上的各个主体，包括 MCN 机构、主播、用户等，其专业度也越来越高。一个明显的趋势是直播领域“知识付费”意识的觉醒，用户对文化消费的需求增加，专业内容的传播成本降低，而高质量的内容将引入更多理性参与的用户，推动整个行业更加的规范化。

“直播行业正在由增量模式向存量时代发展，但直播经济理念已逐渐深入人心，行业风

口并未消失，而是来到了精细化发展的下半场。”在投资分析师高嘉看来，直播正在助推文化产业和文化事业的有机融合，持续提升主播专业素质，推动直播内容优化，从而为行业打开更广阔的发展空间。

（2）光明日报：长短视频互利共生

2022年08月18日来源：光明日报

（本文为国家社科基金艺术学重大项目“5G时代文化产业新业态、新模式研究”阶段性研究成果；作者：徐海龙，系首都师范大学文学院副教授；姜照君，系南京航空航天大学艺术学院教授、南京大学长三角文化产业发展研究院研究员）

近日，爱奇艺与抖音达成合作，将围绕长视频内容的二次创作与推广等方面展开探索。新闻一出，引发了各界关于长短视频相关话题的讨论。近年来，随着影视行业与数字互联网的深度融合，一般在30分钟以上的电影、电视剧、综艺节目等影视节目被统一归为长视频产品，与互联网原生内容、一般在5分钟以内的短视频产品展开了激烈竞争。据中国互联网络信息中心数据显示，在中国9.75亿的网络视频用户中，短视频用户覆盖了8.73亿。短视频正深刻影响着受众文娱消费习惯。面对来势汹汹的短视频，影视节目在减量提质、降本增效的同时，还需及时适应新的媒介环境，转变媒介观、受众观。从业者应从长视频的概念出发，对比短视频来归纳影视节目共同的传播特征和优势，并思考长短视频的互利共生之道。只有这样，传统影视作品才能在网络新赛道上实现更大发展。

剧场化传播：重建“天涯共此时”的集体观看仪式

在信息碎片化的传播环境中，长视频首先需要坚持“反碎片化”的观看形式。无论是电影、电视剧还是综艺节目，其时长容量和叙事结构都对应着一种娓娓道来、隽永反思的传授过程，与之最契合的是剧场式环境——受众怀揣共同期待，一段时间内沉浸在固定空间中。其中，电影的影院放映方式沿袭的是戏剧剧场的传播方式。电视从诞生伊始，虽把受众从剧院、影院分散到家庭环境中，但全家人围坐在客厅观看电视剧、综艺节目，也营造了一种仪式感和沉浸感。回望影视行业发展历史，每逢国庆档、贺岁档，人们纷纷走入影院贡献票房；《渴望》《三国演义》等电视剧播出时出现了万人空巷的现象；《综艺大观》《非诚勿扰》等综艺节目曾是大家每周的“节日”，更不用说每年除夕全国人民必备的“文化年夜饭”央视春晚。广义的剧场式观看，为人们的日常生活开辟了一个可以获得精神滋养和心灵浸润的文化空间。

当下短视频急速增长，对人们的娱乐生活、信息接收习惯产生深远影响。人们在观看短视频的过程中，逐渐意识到这种移动、划刷式观看所造成的沉迷快感、麻木追随等问题。很多受众希望进入剧场空间暂时远离信息轰炸的诉求愈发强烈。再者，相较于短视频，长视频生产成本高，周期长。如果在作品数量、题材新奇度等方面与短视频竞争，无疑是以己之短比人之长。因此，另辟蹊径，发挥剧场的传统魅力，应成为长视频今后发展的重要方向。

我们看到，影视剧借助智能大屏电视普及之势，采用影院级音画标准的技术打造“云影院首映”“迷雾剧场”“合家欢剧场”等产品专栏，搭建“剧场会员”体系，以期将受众拉回客厅和“家庭影院”。文化综艺节目如《中国诗词大会》《典籍里的中国》等设置小剧场板块，将虚拟现实技术与舞台美术相融，在演播室打造出剧场表演的视听盛宴。还有疫情发生以来，视频号直播的演唱会、音乐会、话剧和戏曲表演吸引了远超线下演出的千万受众同时虚拟在场。在移动、点播和倍速化的数字传播时代，尽管广大受众已没有统一固定的收看时间段，但长视频依靠复杂的内容结构、绵延的叙事节奏，以及剧场舞台演出的质感，努力扭转着网生内容市场重情绪、轻信息，重爽感、轻审美的接受趣味，营造静心沉潜的时空氛围，重建“天涯共此时”的集体观看仪式。

中介化传播：利用短视频为作品铺垫引流

剧场化不是让长视频成为网络视听阵营中的“孤勇者”，而是在精品化战略基础上思考如何利用短视频为作品铺垫引流。网络视频原无长短之分，只因短视频的崛起，专业生产影视作品的长视频概念区别于用户生产模式的短视频。这种长短阵营划分实际上是专业作品与民间段子的区分。一段时间里，长视频葆有一种艺术优越感，认为台网联动就是把影视作品切成片段挪到网上。的确，长视频是一种综合艺术，包含文学、戏剧、音乐、歌舞等多种艺术元素，但在当今短视频崛起的网络视频生态中，长视频不可再孤芳自赏，而应打开视野，与更多短视频及受众进行联结交流。

如《三国演义》《武林外传》《父母爱情》等经典剧集成了短视频“二创”的热门素材，各种解说、混剪、配音以及表情包、观剧笔记，成为短视频平台的流量密码。可见，坐拥艺术宝库的长视频无论新旧，都可以与短视频进行内容情节的联动（如艺术经典桥段或“金句”片段），角色关系的联动（如设置“虚拟IP角色”微博），优秀演员表演的联动（如“高能场面”、演技炸裂瞬间），以及背景知识点、幕后花絮和热搜词条的联动等。其中，一些不规范的切条搬运剧透短视频吸引了很多原本想看正片的受众的流量，侵害了片方版权收益，但影视作品仍需要借助短视频平台推广传播，这也是不争的事实。为了解决这一矛盾，除了进一步规范短视频创作的版权意识，还可以加强长短视频之间的授权合作，科学分配各自播出窗口期，以及大力建设发展片方、节目组的自制短视频业务。

在内容制作方面，长视频不仅要思考大情境设定和长叙事架构，还要注重小情境、小段落、小知识点的创意和趣味。如提高现实题材影视作品的社会话题性；加大悬疑剧情节和角色的开放性、延展性；在古装剧场景、服饰之中埋下更多可被考证、解读的历史文化细节；打造综艺节目嘉宾的“舞台名场面”等，为影视作品的“二创”和IP衍生留出素材和路径。而在相应的短视频制作上，则要注重“含意未伸、有案无断”，善于“藏锋、藏咏”，如多用悬念型叙事而非“真相大揭秘”，进行背景性知识解读而非剧透，在剪辑合集中用“戛然而止的高潮瞬间”，引出“强烈建议观看原片”的话语，还可以在影视解说短视频里对经典作品进行较专业的艺术解读，以促使受众去二刷原作。

这样，长视频内容成了“开放源代码”，不仅“向内”追求作品的自律和完整，还要“向外”提供可让各个主体进行实践互动的公共焦点。影视节目不是文化消费的最终产品，而成为联结起短视频UP主、受众和圈层的中介。从零和博弈走向携手共进，长短视频均可获得长尾价值。

伴随式传播：调动受众观看、聆听、触摸等体验

实践证明，适合日常伴随和多感官切换的文娱内容更能强化受众黏性。很多品牌化、系列化的优质长视频经过短视频的持续传播讨论，已深嵌于受众日常生活之中。所以，伴随式传播不失为影视节目今后一个有益发展路径。

伴随式传播是指长视频能形成弥漫在人们日常生活中的信息景观和氛围。单独吃饭时的“下饭剧”“下饭综艺”，通勤、健身、做家务时的访谈节目播客音频版，文旅景点、博物馆、主题餐厅和节事活动现场循环播放的美食纪录片、传统文化综艺和经典电影，依托影视节目IP开发的交互式VR叙事游戏等，这些长视频的传播场景都是伴随式的，使受众长时间浸淫在内容进展过程中。

若要开发伴随式传播途径，一是要求长视频拥有广泛的播出平台，让信息可以从不同地方流淌出来；二是长视频各部分能独立成篇又前后呼应，可被断裂式观看、无画面收听和多媒体界面播放，既能单独也能统一调动受众的观看、聆听、触摸、运动、品尝、嗅闻等体验。近年来，《爱情公寓》《无证之罪》《国家宝藏》《奔跑吧》《大侦探》《脱口秀大会》等长视频纷纷打通影像、声音和身体的载体，建立了“收看—收听—游戏”的传播空间和宣发矩阵。

在国家文化数字化战略实施的背景下，影视业应打破旧的内容生产结构和行业划分，在与互联网的碰撞中建立新的媒介观、受众观。总而言之，立足媒介变革的潮头，影视创作方和制片方才能实现作品跨界传播路径的多元化，变现方式和营收渠道的多元化，影视行业才能构建新的一套从资源到生产再到消费的数字化生产体系。

8. 媒体融合

（1）中宣部发布：全国 2585 个县级融媒体中心建成运行

2022 年 08 月 19 日来源：上游新闻

8 月 18 日上午，中共中央宣传部就新时代宣传文化工作举措与成效举行发布会，上游新闻记者从发布会上获悉，社会舆论总体氛围清朗清新、昂扬向上，广大干部群众对党中央大政方针的认知认同进一步增强，对党中央的信赖信任信心进一步加深，社会舆论主旋律更强劲、正能量更充沛。



▲ 中央宣传部副部长孙业礼（图片来源：国新网）

中央宣传部副部长孙业礼介绍，精心策划开展庆祝中国共产党成立 100 周年、中华人民共和国成立 70 周年、改革开放 40 周年、全面建成小康社会、北京冬奥会和冬残奥会等重大主题宣传，激发中国人民团结奋斗的精气神。我们推动社会主义核心价值观入脑入心，入法入规，融入日常。广泛开展群众性主题宣传教育，全面铺开新时代文明实践中心建设，选树和宣传一大批先进典型，引导人们崇德向善、见贤思齐。

着力促进媒体融合发展，各级各类媒体传播的内容方式发生重大转变，中央主要媒体完成创新转型，2585 个县级融媒体中心建成运行，新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力大大提升。还加快国际传播能力建设，讲好中国故事、传播好中国声音，深化文明交流互鉴，弘扬全人类共同价值，使可信可爱可敬的中国形象更加鲜亮，中华文化影响力显著提升。

此外，宣传文化领域治理全面推进。旗帜鲜明坚持党管宣传、党管意识形态，党对宣传文化工作的全面领导更加有力。

一是着力创新文化体制机制，努力构建大宣传工作格局，搭建起文化领域改革主体框架的“四梁八柱”，圆满完成宣传口机构改革各项任务。二是制定出台《中国共产党宣传工作条例》等党内法规，制定修订《公共文化服务保障法》《电影产业促进法》《著作权法》等领域，中国特色社会主义文化法律体系日趋完善。三是加强能力和作风建设，精心组织“脚力、眼力、脑力、笔力”教育实践，广泛开展“深入生活、扎根群众”主题实践活动，创新

实施文化名家暨“四个一批”人才等计划，打造政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的干部人才队伍。

（2）《我国媒体融合发展的十大创新探索》报告发布

2022年08月31日来源：湖南日报

8月30日上午，在2022中国新媒体大会开幕式暨主论坛上，中国记协新媒体专业委员会《中国新媒体研究报告》主编、中国传媒大学电视学院党委书记曾祥敏发布了《我国媒体融合发展的十大创新探索》报告，回顾总结了党的十八大以来我国的媒体融合发展之路。

党的十八大以来，在党中央的坚强领导和中宣部的有力推动下，我国各级主流媒体协同推进媒体融合向纵深发展，围绕内容建设融合发展，媒体融合成效日益显著。报告课题组连续调研我国媒体融合发展的现状、问题，回顾总结党的十八大以来我国的媒体融合发展之路。

报告显示，我国媒体融合发展具有十大创新探索。在战略战术上，顶层擘画蓝图，从战略、体系、路径和生态对媒体融合纵深推进；在体制机制上，改革体制机制、重塑组织架构、再造生产流程，向“融为一体、合而为一”的目标转型；在内容生产上，融合创新的重点，从产品创新到渠道拓维，进而到自主平台建设；在技术应用上，以先进技术赋能，积极探索全媒体技术开发和智媒技术创新；在队伍建设上，一专与多能并重，激励与培养并举；在用户连接上，以融合创新增强用户黏性，增强鲜活性 and 亲近性来突圈破壁，实施“开门办媒”；在服务模式上，参与社会治理，强化应用创新，拓维媒体智库；在运营方式上，拓展多维运营，实现文化价值和商业价值突破，提升自我造血能力；在网络治理上，加强网络引导，营造清朗空间，规范版权保护；在国际传播上，打造旗舰媒体，培育外宣网红，传播中华文化。

报告认为，主流媒体融合发展需要持续抓住人才、平台建设和盈利模式创新这三大重点。新型主流媒体要努力实现自身公信力的柔性强化和用户注意力的刚性影响，通过做强多元化、分层级、跨地域的新型主流媒体，进而渗入网上网下各领域。

（3）多项媒体融合创新技术进入应用“快车道”

2022年08月30日来源：光明网

近日，“媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划”扶持项目落地合作签约仪式在京举行，共有6个项目在北京市、区两级融媒体中心落地。

自2020年起，北京市广播电视局面向全国发起了媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划。2021年，北京市广播电视局秉承“为媒体找技术、为技术找场景”的工作思路，助力媒体深度融合，探索建立媒体融合相互结合、相互促进的一体化发展格局。

2021年的遴选活动，在总结2020年经验基础上，表现出三大突出特点：

一是宽入口广泛征集。媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划面向全国展开，2021年共收到来自全国13个省市区的147个申报项目。经过综合评选，最终确定迭代升级项目4个，新入库项目100个，其中优秀项目40个。

二是小切口精准聚焦。聚焦采、编、播、发等内容生产的具体环节，着力解决当前市、区级融媒体中心存在的“先进技术买不起、用不好，转化运用难”的现实问题，扶持落地项目实用管用。

三是大视角全面推广。项目征集过程中，北京市、区两级融媒体中心参与热情高，积极

反映出一线单位的实际需求，体现了需求主导的重要原则，保证了征集项目的针对性和实用性。

党的十九届五中全会审议通过的《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》提出，“推进媒体深度融合，实施全媒体传播工程，做强新型主流媒体”。这标志着媒体融合发展已从顶层设计，进入全面落实的新阶段。媒体融合优秀技术和应用落地签约仪式是 2021 年媒体融合创新技术与应用遴选推广计划的落笔之处，也是把新技术推到实处的关键举措。

释放创新技术活力 推动媒体融合发展

为深入贯彻落实习近平总书记关于媒体融合发展的重要论述，加快推进首都媒体融合发展，突出先进技术引领，北京市广播电视局自 2020 年起，面向全国率先发起了媒体融合创新技术与应用遴选推广计划。经过两年的实践，共评出了 140 个入围项目，其中 60 个为优秀推荐项目，共有 10 个项目在北京市市级融媒体中心、区级融媒体中心落地（2020 年 4 个，2022 年 6 个），实现区级融媒体中心全覆盖。

以媒体融合技术创新推动媒体融合应用产品的更迭，以媒体融合应用需求为前置驱动力，激发创新技术的升级。通过“入库”式统计管理，构建媒体融合创新技术集纳平台，在媒体融合创新发展的关键时期，充分释放创新技术活力同时融合新机遇，也将为北京市、区两级媒体融合提供强有力的技术支持。

拓展媒体融合发展空间 引领行业变革方向

2018 年 8 月的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记指出：“扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众。”县级融媒体中心建设被提到新的历史高度。为更好的拓宽媒体融合发展的维度，在媒体融合纵深发展的关键时期，北京市广播电视局通过构建媒体融合领域“产、学、研、用”一体的创新发展平台，发挥自身资源优势吸引前沿的媒体融合技术，将科技创新技术与优质资源进行高效衔接，赋能区级融媒体中心发展，助推无限的融合发展前景。

每一次媒介的演变都伴随着技术的进步。大数据、人工智能、物联网等新技术的发展，把媒体带入到智能化时代。技术需要应用场景，媒体需要技术，通过相互作用形成良性循环，能够在应用场景的带动下不断影响行业的变革，引领行业变革发展方向。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）2022 世界 5G 大会热词：元宇宙、6G、工业互联网

2022 年 08 月 11 日来源：证券日报

8 月 10 日，“2022 世界 5G 大会”正式开幕，中国铁塔元宇宙、5G 海洋装备、华为鸿蒙小矿车、中国联通 5G 智慧港口等场景均在现场进行了展示，元宇宙、6G、工业互联网等成为热词。

“从此次大会来看，工业互联网的创新应用最为丰富，已逐步呈现规模化效应，元宇宙等成为 5G 技术应用创新的重要方向。作为基础移动通信，5G 生态已经呈现蓬勃发展的态势，国产化、自主化的需求将进一步加大，这也给光通信等产业链企业带来更多新机会。”首都改革发展研究会理事肖旭对《证券日报》记者表示。

工业互联网规模化效应显现

5G 正式商用已三年，如今在工业互联网等面向企业领域的应用取得了突破性进展。在

此次大会上，5G 前沿技术、典型应用悉数亮相。通信巨头华为、中国联通、中国铁塔等公司均展示了最先进的技术及应用场景。

从各大展区来看，华为展示了 VR 元宇宙、虚拟健身、智慧矿山等 5G 创新业务应用，其中一辆搭载无人驾驶的矿车引发关注。

中国信科展出 SoC 系列等高端芯片、智慧光网及特色 5G 应用，并在光通信领域展示了针对煤炭、电力、石化行业的典型应用场景；中国联通则设立 5G 智慧医疗、5G 智慧工厂等展示内容；在“龙江数字经济展区”，数字制造、农业技术等领域的发展前景也得到体现；北大荒打造的 5G 数字农场，演示了人、机等一体化的智能感知体系。

中国联通终端与渠道支撑中心相关负责人告诉记者：“目前主力运营商已基本解决了 5G 建设选址难、进场难等问题。5G 在工业互联网、智慧城市的众多领域已首先实现规模化发展，相关效应正在显现。”

在看懂研究院研究员、通信工程师袁博看来，目前 5G 在垂直行业依然处于商用的探索期，在工业领域的商用场景得到更多落地，5G 在智慧矿山、智慧港口等场景已经逐渐形成规模化效应，在工业制造、机器视觉、仓储物流等场景也开始逐步走入正轨。

6G 离我们还有多远？

被视为 5G 下一代的技术，6G 此次也备受热议。

中国工程院院士、未来移动通信论坛理事长邬贺铨在此次大会的先导论坛上表示，目前 6G 处于早期愿景研究阶段，全球相关组织正在积极讨论 6G 相关愿景和需求，并进行关键技术的研究。6G 将全面支撑全社会的数字化转型，实现智联万物和数字世界。

环球通信行业分析师马波对《证券日报》记者表示，5G 商用以来，实质上已经进入了从“样板间”到“商品房”转变阶段，属于规模应用爆发的阶段，而 6G 等技术布局也在酝酿。目前，5G 还没有出现“杀手级”应用，随着技术进一步发展，应用场景也将从 to B 领域加速向文旅、电竞等行业 to C 业务拓展，有望出现爆发性应用。

不过，袁博认为，5G 目前的难点依然是成本和商用场景问题，短期内还不会很快向 6G 过渡，而是会更聚焦于向 5.5G 的演进，做厚行业的应用场景，让 5G 在 B 端得到大规模的商用。

中国工程院院士张平表示，6G 对新一轮技术创新和产业变革至关重要。开展 6G 前瞻研究，对于发挥我国超大规模市场优势，抢占技术高地、构建产业生态、培训核心企业、取得战略主导权具有重要意义。他建议，企业应坚定不移走独立创新的路线，破解 6G 发展中的堵点。

元宇宙将成创新发展重要方向

值得注意的是，元宇宙成为众多专家关注的 5G 创新方向，运营商、手机等企业亦在联合布局。

中国工程院院士谭建荣在此次大会首设的元宇宙论坛上表示，元宇宙将开创互联网发展的新局面，推动网络进入第三代互联网，即从移动互联网到元宇宙互联网。不过，元宇宙从概念到落地，还需要加强人才培养等方面的全面协同。

而行业产业联盟也得到落地。在“2022 世界 5G 大会”上，未来移动通信论坛、清华大学、HTC 等联合发起成立元宇宙产业与技术联盟。该联盟将为建立元宇宙生态体系提供有力支撑，在虚拟现实、人机交互、数字孪生等领域形成发展合力。

在元宇宙相关展区，HTC 展出了全球首个全息娱乐元宇宙平台；联想也展示阐述了图像识别预警系统、用 AR 眼镜和控制器操作的晨星立式机器人等。

联想集团副总裁毛世杰在论坛上表示，目前联想围绕 AR/VR 这一元宇宙入口持续发力，已经打造了制造业元宇宙与电力元宇宙、教育元宇宙等应用场景，以支持产业智能化转型升级。

不过，业内也对元宇宙提出了冷思考。工信部高质量发展高层次咨询专家项立刚接受《证券日报》记者采访时表示：“5G生态的扩容带动元宇宙、车联网等各类新兴应用场景蓬勃发展，但整体尚未在应用上形成成熟的商业模式，很多领域仍存不确定性，热效应不宜过度，资本也应更加理性。”

（2）VR 设备出货加速 产业链公司布局热情高

2022年08月10日来源：中国证券报·中证网

2022年以来，作为“元宇宙”入口的VR设备市场发展提速。在Meta、字节跳动、大朋VR、爱奇艺等主要硬件厂商出货量加大的同时，小米、创维等也加入了这一赛道。业内人士表示，目前VR产业仍处于快速迭代阶段，VR硬件产品的性能提升是C端市场加速放量的重要因素。

市场放量提速

近日，VR赛道多款面向C端的新产品出炉。创维VR发布Pancakexr新品牌，同时推出首款消费级6DoF短焦VR一体机Pancakexr，正式进军C端VR硬件市场；联想拯救者官宣旗下首款VR产品VR700。

IDC数据显示，2022年一季度全球VR头显出货356.3万台，同比增长241.6%。国内方面，Pico二季度出货量为16.0万台，同比增长64.8%。去年被字节跳动收购的Pico在VR营销上十分亮眼，截至2022年8月2日，抖音话题“玩VR选Pico”总播放量达10.6亿。

在应用场景方面，VR目前主要应用于娱乐，包括观影和游戏。不过，财通证券电子首席分析师张益敏表示，未来随着保有量的增加，预计在ToC板块可以把应用场景推广到线上消费、“元宇宙”社交、线上教育等领域。娱乐功能也不会仅限于现在的内容，VR直播、VR文旅体验等都有机会实现。

产业链公司加码布局

VR设备的硬件产业链主要包括终端/整机代工以及光学器件、芯片、显示屏、传感器、摄像头等核心器件。

VR整机代工龙头歌尔股份7月19日公告称，公司及公司控股子公司同歌创投与米哈游、三七互娱签订合伙协议，拟合计认缴约5.6亿元开展创业投资活动。本次歌尔股份牵手下游细分场景公司，拟在包括VR在内的先进制造、半导体等领域进行创业投资。

7月4日，国产偏光片龙头三利谱披露的机构调研公告显示，公司研究开发VR产品认证工作已基本接近尾声，同时已采购相应的生产设备，目前正在安装调试，预计下半年可以实现小批量供货。在VR领域，三利谱主要根据客户需求设计光学模组方案，并将采购的各种光学膜材进行处理贴合。

舜宇光学科技日前宣布，7月份公司子公司、XR（扩展现实，包括增强现实AR和虚拟现实VR）整机制造公司舜为科技正式开业。目前，舜宇光学的光学模组和摄像头已经开始向VR厂商供货，Oculus Quest 2中的红外捕捉镜头80%由舜宇光学提供，其菲涅耳透镜和显示屏30%由舜宇光学提供。

此外，VR设备巨头纷纷开始并购和整合上下游。国外方面，索尼与乐高以20亿美元投资EpicGames、谷歌收购MicroLED创企Raxium、高通收购乌克兰3D地图厂商Augmented Pixels等。国内方面，字节跳动收购波粒子团队、腾讯投资心域科技、阿里巴巴投资AR眼镜厂商Nreal等。

体验感不佳或成推广痛点

百度副总裁马杰日前表示，VR设备如今面临着画质粗糙、体验效果欠佳、内容体量较

小、可玩度不高四大痛点。

中国证券报记者走访了位于上海南京西路的一家 VR 体验店，店主告诉记者，“目前体验店中的 VR 设备分辨率在 2K-4K 之间，单个设备的市场价格在一万元左右，对普通玩家来说 4K 的设备可以满足需求，当然 4K 以上设备体验感要好很多。现在 4K 以上的设备在店里还没有。”

据中信证券研报分析，VR 设备未来理想状态需要单眼分辨率达到 4K-8K，刷新率在 120Hz-240Hz，像素密度达 2000ppi-4000ppi。

张益敏表示，目前 VR 体验的主要问题在于长时间使用产生的晕眩感以及佩戴不够舒适等。产生晕眩感的主因是反馈延迟，可以通过通讯速率和图像优化解决；佩戴舒适度上，各品牌产品情况不同。随着 pancake 方案的出现，降低了设备体积，预计后续产品在这方面会有明显提升。

10. 国际动态

(1) 美国流媒体平台收视率超过有线电视

2022 年 08 月 19 日来源：凤凰网科技

北京时间 8 月 19 日消息，最新数据显示，以奈飞为首的流媒体平台的收视率在 2022 年 7 月首次超过了有线电视网络，占据当月美国电视收视的最大份额。数据仅包括在电视和联网电视上观看的节目，移动或网络流媒体不在考虑范围之内。这一结果在意料之内，因为近年来流媒体使用量持续攀升，而传统有线电视在断线损失的持续影响中下降。

7 月，美国家庭的流媒体服务在家庭总消费中份额占比达到了创纪录的 34.8%，而有线和广播分别为 34.4% 和 21.6%。流媒体的使用量此前已经超过广播，这是它首次超过有线电视。其中，奈飞再次以 8.0% 的比例在流媒体平台中占据整体电视收视率的最大份额，创下其历史新高。这很大程度上归功于 7 月份影视剧《怪奇物语 4》近 180 亿分钟的观看，以及《维琴河》和《伞学院》近 110 亿分钟的总观看。

数据占比

总体而言，7 月流媒体的使用量与 6 月相比增长了 3.2%，播放时间平均每周接近 1910 亿分钟。而与 6 月相比，7 月有线电视的收视率下降了 2%。体育频道的收视率在有线电视中跌幅最大，比 6 月下降 15.4%，比一年前同时期的东京夏季奥运会开幕下降 34%。另外，NHL 和 NBA 季后赛的转播对体育收视率也有很大的影响。

11. 走向海外

(1) 扩大非洲“朋友圈”，奏响北京新视听国际传播的“交响乐”

2022 年 08 月 30 日来源：中广互联

文化是人类所独创的，反过来又对人类的发展和交流产生了深远的影响。

近年来，随着“一带一路”的建设中非文化交流日益频繁，渠道不断拓宽、内容不断丰富、机制不断完善。北京作为中国的政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心，也是中国影视创意策划、制作生产、宣推发行、传播交流和装备制造的中心，目前正在以国际合作为突破口，创建务实有效的中非视听交流平台。

为了让更多的非洲友人了解中国的优秀影视作品，北京市广播电视局自 2014 年开展“北京优秀影视剧非洲展播季”活动，为推进中国文化在非洲的传播搭建了桥梁。过去的八年，

北京优秀影视剧海外展播季围绕讲好“中非故事”、“北京故事”，取得了丰硕成果。

2014年展播季活动期间，以英语配音方式展播了《咱们结婚吧》《奋斗》《我的青春谁做主》《北京青年》《婚姻保卫战》《无贼》等6部优秀当代题材京产电视剧。

进入2019年，正值展播季走进非洲5周年，除了日常展播活动外，还举办了回顾展、中国影视欢乐跑、中非影视交流会等主题活动，丰富了展播季的活动内容。

2021年展播季全新推出了特别活动“中非视听之夜”。活动期间中非代表齐聚一堂，面对面进行影视和文化交流。在“中非视听之夜”现场，还同时举办了“非唱京彩”影视歌曲表演秀和“非声中外”中国影视剧配音秀活动……

据统计，北京优秀影视剧海外展播季作为北京市中外高级别视听对外品牌活动，已先后在肯尼亚、尼日利亚、南非、坦桑尼亚、科特迪瓦等12个非洲国家和地区成功举办。通过线上线下结合，实现疫情期间中非视听交流不断档、不停更。

2020年，“北京广播电视网络视听节目走出去服务体系”被评为北京市服务业扩大开放综合试点第三批最佳实践案例，是该次推广中唯一一个作为好经验、好做法向全国推广的文化领域案例。同年，首届中国（北京）国际视听大会举行，30余场专业论坛以及中非圆桌论坛、中阿圆桌论坛等活动，吸引了近300名国内外专家学者齐聚一堂，肯尼亚、突尼斯等国驻华官员更是踊跃赴现场参观交流。

2022年8月25日，第五届中非媒体合作论坛在京举行。论坛由国家广播电视总局、北京市人民政府、非洲广播联盟主办，北京市广播电视局承办。

论坛上，北京市广播电视局局长王杰群强调，今后北京市广播电视局将继续举办友城故事会、新视听沙龙等，推动中非影视合拍、直播带货、技术设备升级换代等合作走向深化。此外，还将持续发挥北京国际电影节、“一带一路”广播电视科技发展论坛、“一带一路”视听服务贸易论坛等平台效应，加大与非洲视听产业的对接，挖掘更多视听产业合作机会。

值得注意的是，为鼓励北京视听企业“走出去”，北京市广播电视局还设立了全国首个省级提升广播电视和网络视听国际传播能力专项资金和项目库。专项资金项目实施以来，已奖励项目300多个，项目库收录项目超过200个，涌现出一批北京优秀视听企业。

“志合者，不以山海为远。”随着数字化、网络化、智能化技术的演进，中非视听领域产业合作必将迎来更多机遇。通过线上+线下相结合的形式，加强开放合作、不断开拓创新，无疑会进一步扩大北京新视听的国际传播声量，同时也为中非文化交流提供了有力支撑和坚实保障。

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（本期无）

2. 宽带中国

（1）张平院士：6G 演进需要以创新突破堵点

2022 年 08 月 11 日来源：中国电子报

8 月 9 日，在世界 5G 大会前瞻论坛上，中国工程院院士张平以视频演讲的方式分析了 6G 发展对经济和产业的巨大影响，以及 6G 技术演进中面临的主要挑战。张平表示，6G 作为国之重器，要基于双循环发展格局开展 6G 科技政策前瞻性研究，对充分发挥我国超大规模市场优势有重要意义。

6G 面临激烈的国际竞争

目前，全球 6G 正面临激烈的国际竞争格局，对新一轮技术创新和产业变革至关重要。中国与全球同步启动 6G 研究，全面布局成立了 IMT-2030（6G）推进组和总体专家组。

张平说，6G 不仅仅体现在速率的增强，在智能性和泛在性上会有更大的变化，这种变化相比以前各代移动通信，是更深层次的变化，各国需要研制一些核心的技术进行变革。针对激烈的国际竞争格局，各国纷纷拿出自己的绝技，中国在 IMT-2030(6G)工作组中，提出了各种创新的技术，美国提出了弹性与智能下一代网络通信技术的计划，欧盟、芬兰、日本、韩国等都提出了自己的技术。

6G 对数字产业的影响会有多大？张平认为，6G 在数字产品的制造业、数字产品的服务业、数字技术的应用业、数字要素的驱动业、数字要素的提升业等方面，都会显示强大的威力：6G 的通感一体化目标，对环境感知、实体数字虚拟化的实现具有超前的支撑作用；通信和感知实现一体化后，过去通信和感知分离变成了一体，可以帮助元宇宙实现虚拟化和数字化；在数字货币方面，6G 与区块链结合实现可以实现技术安全交易和数据保护；6G 还可以实现多维感官互联。

张平说，用 6G 带动国内数字产业化高质量发展表现在两方面：一方面是推动科技创新，争取 6G 主导权；另一方面扩大内需促进 6G 技术，普惠未来社会发展。

6G 要以创新技术疏通“堵点”

而 6G 目前面临四大挑战。

一是发展 6G 的基础理论急需突破，这是全球共同面临的挑战。从 1G 到 5G 赖以持续发展的香农信息论已经逼近性能极限，迫切需要变革。整个行业需要找到新的技术创新作为引领，对根本堵点进行疏通。二是我国在 6G 必要的支撑环节，基础核心技术是比较薄弱的，需要在一些关键技术器件方面做更多的工作。三是“杀手级”应用平台尚缺。四是开源生态尚未完备。

6G 技术也在发生大的变化，语义通信技术、算力网络技术、智简网络技术、通信感知一体化技术、空天地融合技术以及区块链技术，都具有创新的空间。

6G 的高质量发展需要在网络端做好几件事，一是做好网络基础设施的部署，包括卫星、无人机等空中设施的部署，支持 AI、云等新技术的设施部署；二是要做好内生智能的新型空口及网络架构，实现云边端协同部署；三是做好算力感知网络的部署，以通信、计算、存储为一体的信息系统、算力资源的统一建模度量、统一管控、智能化调度方面，都有很大的创新空间。

在推动 6G 产业以及技术发展中，做好 6G 通信的基础设施建设，实现云边协同算力的基础设施部署是第一步，更需要结合 XR、元宇宙等新型消费模式、商业创新模式的需求，推动超高速、高可靠的数据传输，智能全息无线电、算力感知网络、智简网络、网络切片、云网协同以及区块链的技术成熟和商业应用。

发展 6G 实现“五通”

张平说，6G 在数字经济发展中要打通大动脉、促进双循环，就要实现“五通”畅通。而目前“五通”还有堵点，需要进一步疏通。

一是全要素流通，堵点主要表现在要素流动的效率低，数字要素潜力在传统产业释放不

充分，数字孤岛问题突出；二是全产业链畅通，堵点则是关键技术的卡脖子以及产业链被低端锁定的问题；三是在全生命周期上，则是原材料短缺形成供给的约束堵点，资源使用效率不理想、可持续性发展不够强、物流成本偏高；四在全过程方面，会由于生产、分配、流通、消费各环节未能有效衔接而产生堵点，使得低端供给过剩、中高端产能不足并存，消费端恢复速度远不及生产端；五是在全球化方面，由于全球化发展出现逆流，暂时进入调整期，全球供应链有“断链”风险。

张平认为 6G 可以在疏通堵点中发挥效力：“6G 等数字技术具有替代和空间压缩的效应，从传统经济空间向数字化空间聚集，促进实时、便捷的连接，提升要素流通效率，改变要素配置路径，兼顾发展效率与安全，平衡全球的竞争与合作。”

6G 将是智能性泛在性与高速率并举

张平表示，未来 6G 网络中智能性、泛在性和高速率同时并举，6G 创新在力度和深度上与之前几代会发生根本变化。

中国的 6G 技术路线如何走，又一次为产业未来发展定向的关键选择。

“我们需要仔细研究、精准研判，深刻认识移动通信发展堵点。”张平说，“要坚定以智简为移动通信系统设计核心理念，短期可以纾解高端芯片‘卡脖子’难题，长期实现理论原始创新和新模式生态的构建，赋能移动通信的可持续发展。”

要做好这一选择，需要先对未来信息的形态有预判。以 VR/AR/XR 为代表的交互媒介、通信网络和算力算法的发展将推动网络从 web2.0 向 web3.0 发展。张平表示，未来 web3.0 就是元宇宙，元宇宙将会为我们带来更大的想象空间，而且这种想象空间都有技术支撑，这为未来的业务应用创造了环境，是具备引导性的方向。

张平提出，6G 演进中存在的堵点要通过坚定不移地走创新的路线来破解，以政府加市场双轮驱动的模式，构建新型举国机制，同时建立广泛的科技联盟，重塑突破堵点的国际环境。

（2）北京移动完成基于 700M 频段和 2.6G 频段的上下行 5G 三载波聚合技术商用验证

2022 年 08 月 26 日来源：IT 专家网

近日，中国移动北京公司（北京移动）联合中兴通讯和联发科技，完成了基于 700M 频段和 2.6G 频段的上下行 5G 三载波灵活聚合技术手机到手机（即用户端到用户端）的验证测试，这在国内尚属首次。测试结果显示，单用户峰值下载速率可达 3011Mbps，较单载波提升 77%；上行则可在 2.6G 频段内的双载波聚合、以及 2.6G 频段和 700M 频段的三载波聚合之间实现灵活切换，峰值速率达 385Mbps，较单载波提升 50%。说明该技术可行，具备商用条件。



自 2019 年 5G 技术商用以来，北京移动全力打造“更广、更优、更专业”的 5G 首善网络，持续为用户提供体验更好、感知更优的高品质网络服务。截至今年年中，北京移动 5G 基站总规模已超过 3.2 万个，借助规模领先的 2.6G+700M 双层组网，移动 5G 网络已基本实现了全市室外连续覆盖。本次商用技术验证正是立足北京移动双层 5G 网络，融合了中兴通

讯和联发科技的设备优势，让 700M 网络的覆盖优势和 2.6G 网络的超大带宽优势“强强联合”，上下行吞吐量再创新高，网络能力得到大幅提升。

据北京移动项目经理石勇介绍，这种三载波灵活聚合技术具有广阔的应用前景：网速的大幅提升有效改善了用户网络体验，也为当前火爆的 VR/AR 类体验应用提供了可靠的网络承载解决方案。他还表示，在目前三载波聚合技术的基础上，北京移动还将不断探索多频段立体组网策略，借助技术手段深度挖掘频谱价值，提升网络质量，为首都打造一张多频立体 5G 精品网络。

3. 相关政策法规

(1) 商务部等 13 部门：开展全国家电“以旧换新”活动 推进绿色智能家电下乡

2022 年 08 月 01 日来源：第一财经网

7 月 29 日，商务部等 13 部门发布关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知，提出推进绿色智能家电下乡。各地可统筹用好县域商业建设行动等相关资金，积极引导企业以县城、乡镇为重点，改造提升家电销售网络、仓储配送中心、售后维修和家电回收等服务网点。鼓励家电生产和流通企业开发适应农村市场特点和老年人消费需求的绿色智能家电产品。鼓励有条件的地方对购买绿色智能家电产品给予相关政策支持。

通知还提出，全面落实增值税留抵退税政策，切实减轻家电流通企业资金压力。加大对符合政策的绿色家电政府采购力度，发挥示范引领作用。引导金融机构提升服务能力，加大对中小微企业的金融支持力度，在依法合规、风险可控、商业可持续的前提下，加强对绿色智能家电生产、服务和消费的支持。倡导生产企业投保产品质量安全相关保险。

商务部等 13 部门关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知

各省、自治区、直辖市人民政府，新疆生产建设兵团：

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，补齐家电市场短板弱项，打通家电消费堵点，满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级需求，拉动家电及上下游关联产业发展，助力稳定宏观经济大盘，更好服务构建新发展格局，经国务院同意，现将有关事项通知如下：

一、开展全国家电“以旧换新”活动

各地要发挥政府部门、行业协会、电商平台和家电生产、流通、回收企业等各方面作用，通过政府支持、企业促销等方式，开展家电“以旧换新”活动，全面促进智能冰箱洗衣机空调、超高清电视、手机以及智慧厨卫、智能安防、智能办公、智慧康养等绿色智能家电消费。各地可结合实际探索促进废旧家电回收行业发展，对相关车辆进社区给予保障，便利居民交售废旧家电。鼓励企业上门回收、免费拆装。鼓励有条件的地方通过现有资金渠道给予政策支持，不得设置不合理和歧视性的准入、退出条件，扩大政策覆盖面，丰富消费者选择。

二、推进绿色智能家电下乡

各地可统筹用好县域商业建设行动等相关资金，积极引导企业以县城、乡镇为重点，改造提升家电销售网络、仓储配送中心、售后维修和家电回收等服务网点。鼓励家电生产和流通企业开发适应农村市场特点和老年人消费需求的绿色智能家电产品。鼓励有条件的地方对购买绿色智能家电产品给予相关政策支持。

三、鼓励基本装修交房和家电租赁

引导保障性租赁住房实行简约、环保的基本装修，鼓励配置基本家电产品。积极开展家

电租赁业务，满足新市民、青年人等群体消费需求。

四、拓展消费场景提升消费体验

统筹举办家电消费季、家电网购节等各类消费促进活动。推动实体商业与电商平台全渠道融合，开展家电新品首发首秀体验活动，打造沉浸式、体验式、一站式家电消费新场景。开展智慧商圈、智慧商店、绿色商场示范创建，扩大城市一刻钟便民生活圈试点，提升绿色智能家电消费体验。组织行业协会、消费者协会等开展家电更新消费公益宣传行动，普及超期使用家电危害知识，传播绿色智能、安全健康的消费理念。

五、优化绿色智能家电供给

完善绿色智能家电标准，推行绿色家电、智能家电、物联网等高端品质认证，为绿色智能家电消费提供指引。深入实施数字化助力消费品工业“三品”行动。推进智能家电产品及插头、充电器、遥控器等配件标准开放融合、相互兼容、互联互通。加快发展数字家庭，推广互联网智能家电全场景应用。鼓励发展反向定制（C2M）、个性化设计、柔性化生产和智能制造。用好中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际消费品博览会等重要平台，便利国际优质家电产品进入中国市场。

六、实施家电售后服务提升行动

完善家电配送、安装、维修服务标准，推动全链条服务标准化。培育一批售后服务领跑企业，提升售后维修人员服务水平，推动售后维修服务进社区、进商场、进平台，提升专业化、标准化、便利化水平。培育家电领域供应链创新与应用示范企业。强化消费者权益保护，全面推行消费争议先行赔付，引导商家积极开展无理由退货承诺。

七、加强废旧家电回收利用

推动家电生产企业开展回收目标责任制行动，依托产品销售维修服务网络，通过自建或合作共建等方式，构建废旧家电逆向回收体系。各地要加快废旧物资循环利用体系建设，强化政策保障，支持家电回收网点、绿色分拣中心建设。

八、加强基础设施支撑

全面实施千兆光纤网络部署工程，深入推进5G（第五代移动通讯）应用“扬帆”行动计划，夯实智能家电应用网络基础。加快推进高清超高清智能机顶盒普及应用，丰富电视内容供给，提升网络传输能力。加快城镇老旧小区改造，实施农村电网巩固提升工程，加大用电用水用气用网保障。

九、落实财税金融政策

全面落实增值税留抵退税政策，切实减轻家电流通企业资金压力。加大对符合政策的绿色家电政府采购力度，发挥示范引领作用。引导金融机构提升服务能力，加大对中小微企业的金融支持力度，在依法合规、风险可控、商业可持续的前提下，加强对绿色智能家电生产、服务和消费的支持。倡导生产企业投保产品质量安全相关保险。

各地要加强组织领导，细化实施方案，调动整合资源，压实各方责任，抓好具体落实。要坚决维护全国统一开放大市场，注重用市场化、可持续办法扩大消费，充分发挥各类市场主体作用，切实保障公平竞争。商务部会同有关部门加强统筹协调，跟踪落实情况，及时通报工作进展，推动相关政策措施尽快落地见效，促进家电消费持续恢复。

商务部、发展改革委、工业和信息化部、财政部、生态环境部、住房城乡建设部、人民银行税务总局、市场监管总局、广电总局、银保监会、能源局、乡村振兴局 2022年7月28日

（2）网信办：重拳整治网络直播、短视频领域乱象，已关闭违规用户账号12万个

2022年08月01日来源：中国网信网

今年4月以来，中央网信办会同相关部门开展为期三个月的“清朗·整治网络直播、短视频领域乱象”专项行动，集中整治“色、丑、怪、假、俗、赌”等违法违规内容呈现乱象，从严整治功能失范、“网红乱象”、打赏失度、违规营利、恶意营销等突出问题。

专项行动期间，各直播、短视频平台积极开展自查自纠，针对问题全面深入整改，依法依约主动处置处罚违规行为。抖音、淘宝、微信视频号等16家重点直播、短视频平台共处置违规直播间56.3万个，清理违规短视频235.1万条，关闭违规用户账号12万个，处置处罚违规主播、短视频账号21.86万个，推动网络直播、短视频行业信息内容呈现面貌实现初步改观。

为解决连麦比赛（PK）低俗恶俗惩罚屡禁不绝问题，抖音、陌陌等取消连麦比赛（PK）惩罚环节；为减少对普通用户非理性消费的刺激，腾讯、斗鱼等取消跨直播间充值打赏广播功能；为进一步加强未成年人网络保护，百度、网易等通过建立便捷通道、简化申请材料、缩短退款时间等方式，积极解决未成年人使用成年人账号打赏问题；为更好维护网络营销秩序，淘宝、京东等加强账号和内容管理，从严处置处罚虚假宣传、恶意营销等违规行为等等。

整治期间，各级网信部门根据网民举报、督导检查、网上巡查发现的线索，依法查处存在信息安全管理漏洞、问题整改不及时不彻底的网站平台134件次，予以行政处罚1200余万元。其中，对存在传播色情引流、低俗庸俗、暴力谩骂、诱导打赏等有害不良信息问题的快手、哔哩哔哩、虎牙等平台，依法予以约谈、限期整改、责令关闭账号、罚款等处置处罚；对集纳传播淫秽色情、赌博等违法信息的葡萄美女直播、雪月直播、萌果直播等106个直播、短视频平台，依法予以下架关停，并将其经营主体纳入应用程序开发者黑名单。地方网信部门约谈网站平台、服务机构等经营主体2万余家次，督促属地直播、短视频平台依法处置处罚存在违规问题的10万粉丝以上账号3335个，其中永久关闭1391个；依法处置处罚存在违规行为的服务机构1061个，其中永久清退256个。

整治网络直播、短视频领域乱象不是一朝一夕之功，需要持续保持高压严管态势，坚持标本兼治、久久为功。网信部门将督促指导直播、短视频平台持续优化重点功能、规范重点环节、健全制度机制，不断加大对违法违规行为的打击力度，推动网络直播、短视频行业规范健康发展，更好维护人民群众合法权益。

（3）四部门发文：推进5G与智能家居融合，发展5G技术终端产品

2022年08月10日来源：央视网

近日，工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局等四部门联合发布了《推进家居产业高质量发展行动方案》。工业和信息化部将有关内容解读如下：

一、《行动方案》重要意义

今年以来，国务院印发《扎实稳住经济的一揽子政策措施》，明确“要稳定增加家电等大宗消费”。国务院办公厅印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，提出“鼓励消费者更换或新购绿色节能家电、环保家具等家居产品”。为深入贯彻落实党中央、国务院关于促进消费相关决策部署，推动家居产业优化供给体系，提升供给水平，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求，工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局等四部门联合编制了《行动方案》，编制意义体现在三个方面：

（一）有助于促进工业经济稳定增长

家居产业具有规模体量大、消费带动强、产业覆盖广的特点。2021年，家电、家具、照明电器、五金制品四个重点行业规上企业营业收入达3.8万亿元，占轻工业比重近20%。家居产业品类多、产业链齐备，对于稳定传统工业基本盘十分重要。当前我国经济面临需求

收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，家居产业发展面临的挑战和困难也明显增多。《行动方案》围绕高质量发展方向，提出产业发展目标和重点任务，引导资源要素向推动家居产业高质量发展集聚，有利于提振发展信心，营造有利环境。

（二）有助于促进供需两侧有机结合、协同发力

家居产品属于耐用消费品，是仅次于汽车的家庭第二大消费支出。《行动方案》提出增加健康智能绿色产品供给、培育智能家居生态、实施家居产品推广行动、推动绿色智能家居产品下乡等任务，通过优化市场供给结构，开发适应多层次、多样化、多场景需求的产品和服务，促进供给需求高效衔接、产业成果充分共享，形成需求牵引供给、供给创造需求的高水平动态平衡。

（三）有助于推动产业突破发展瓶颈

家电、家具等家居产业发展已进入成熟期，面临存量升级的增长瓶颈，亟须通过创新发展开辟“第二增长曲线”。当前家居产业融合化、智能化、健康化、绿色化趋势越来越凸显，各行业在发展过程中还存在创新引领不足、质量精细化水平不高、智能化发展不充分等问题。

《行动方案》结合产业实际和发展趋势，细化、深化、强化产业高质量方向和具体目标任务，促进补短板、育长板、优产品、强推广，推动产业发展焕发新活力、迈上新台阶。

二、《行动方案》总体要求

《行动方案》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，面向人民美好生活需要和产业升级需求，以创新为引领，以应用促发展，大力推动家居产业协同联动、融合互通、智能互联，培育壮大新业态新模式，巩固提升国际竞争优势，以优质供给引领消费，为推动高质量发展和创造高品质生活提供有力支撑。

《行动方案》确立了未来四年产业发展目标。到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。

具体目标为：在家电、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台，重点行业两化融合水平达到65%，培育一批5G全连接工厂、智能制造示范工厂和优秀应用场景。反向定制、全屋定制、场景化集成定制等个性化定制比例稳步提高，绿色、智能、健康产品供给明显增加，智能家居等新业态加快发展。在家居产业培育50个左右知名品牌、10个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立500家智能家居体验中心，培育15个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。

三、《行动方案》重点任务

《行动方案》以提升研发、设计、生产、管理、推广全产业链现代化水平为主线，以高质量供给引领创造消费为目标，提出夯实产业基础、加快数字化绿色化转型、推进培优育强、扩大优质供给、加大应用推广等五个方面13项任务。

（一）夯实产业基础，提升发展动力

一是加快技术突破和设计能力提升。支持建立各类创新中心和公共服务平台，制定智能家居产业链图谱，加强关联行业在健康应用技术、智能家居集成、智能解决方案等领域合作，提高家居一体化设计和集成创新能力。二是加快标准互联互通和融合创新。开展智能家居标准体系建设，推进融合标准、数据安全标准研制和应用示范，促进产业互联互通。加快针对婴童、老人等特殊人群相关产品标准制修订。三是推进家居产品和服务质量提升。支持智能家电、绿色家具、智能照明等重点产品瞄准国际先进标杆进行技术改造，强化家用电器、灯具、床垫、儿童家具等产品质量安全监管，开展家居产品质量提升行动，加强质量管理数字化创新与应用，推动家电、家具行业产品质量追溯体系建设。

（二）加快数字化绿色化转型，助推提质增效

一是深化推进产业数字化。推进5G、工业互联网、智能制造等技术深度应用，支持龙

龙头企业建设推广特色型工业互联网平台和标识解析二级节点，强化网络安全保障，培育一批试点示范项目和优秀应用场景。二是深入推广新模式新业态。大力发展个性化设计、用户参与设计、交互设计，支持企业建立柔性化生产系统，推广按需定制、反向定制等新模式，培育发展共享制造平台，开展个性化定制典型案例征集，推广集成场景化定制、智能家居定制、全屋定制等系统解决方案。三是大力推行绿色制造。加强绿色材料、技术、设备和生产工艺推广应用。积极推行家居包装材料减量化，采用环保可回收包装材料，指导企业落实安全生产主体责任，规范安全生产条件，提升本质安全水平。

（三）推进培优育强，巩固提升产业竞争力

一是强化龙头企业示范引领。加强跟踪服务和指导支持，培育一批“链主”企业，鼓励跨行业强强联合，引导龙头企业建立完善质量审核机制。在家居领域开展优质中小企业梯度培育工作，增强创新型企业引领带动作用。二是推动产业集群升级。支持东部地区打造高端化、绿色化、智能化家居产业发展高地，加强国际创新成果交流和科技成果转移扩散。支持中西部地区充分发挥现有产业集群作用，加快推进转型升级，形成一批特色鲜明、服务平台完备的现代家居产业集群。三是提升品牌影响力。持续推进重点行业品牌建设，组织开展智能家居品牌评价，加强成果发布和交流推广。支持举办国际家居博览会等活动，加强经贸合作和品牌推广。

（四）扩大优质供给，提升供给结构适配性

一是增加健康智能绿色产品供给。编制发布升级和创新消费品指南，细分领域，细化品种，加强消费引导。发展天然材质家居产品，推进5G与智能家居融合，发展基于5G技术的终端产品。推动适老化家电家具、健康电器、生活服务类机器人等产品研发应用。二是培育智能家居生态。支持企业在产品智能应用基础上，拓展衣、食、住、学、娱、康、养等场景体验和增值服务。鼓励家居企业和电信运营商、互联网、建筑及房地产企业合作，推动家庭安防、智慧厨房、智能睡眠、健康卫浴等更多智能家居场景落地。

（五）加大应用推广，释放家居消费潜力

一是实施家居产品推广行动。开展网上购物节等促消费活动，鼓励智能家居体验馆等新零售发展并向社区下沉。推进智能家居与智慧社区共融共建，打造一批应用示范项目。二是推动绿色智能家居产品下乡。在家居领域大力推广绿色产品认证，支持企业构建消费场景，创新营销模式，提供一站式购物体验，促进更新消费。鼓励企业针对农村市场开发个性化、定制化、健康化智能绿色家电产品，开展促销让利、以旧换新、以换代弃等活动，促进农村居民升级消费。

四、《行动方案》组织保障

建立部门、地方、行业组织等多方参与的工作机制，充分调动各方积极性，共同推进家居产业高质量发展。

一是相关部门要加强沟通协作，充分发挥各自在质量监管、跨界融合、示范推广、消费应用等方面的职责作用，用足用好相关政策资源，形成有效工作合力。加强对地方和行业协会组织指导，总结推广家居产业高质量发展典型经验和案例，解决发展中遇到的问题，推动形成促进产业发展的良好市场环境，确保发展目标顺利实现。

二是各地要结合自身条件和特点研究提出具体工作方案，明确目标、任务及措施，抓实抓好方案落实。定期跟踪评估政策落实效果，加强经验总结和成果报送。

三是相关行业组织要围绕消费升级需求，加强产业发展趋势研究，组织开展技术成果交流、品牌评价和产品推广等活动，及时发布行业发展报告。加强运行监测调度，及时掌握行业发展动态，收集企业困难和诉求，提出促进行业发展的意见建议。

(4) 广电总局拟定新规：管理片酬、禁止收视率虚假宣传

慧聪广电网 2022-08-09 12:11 来源：国家广播电视总局

云栖网：8月8日，国家广播电视总局发布关于就《广播电视和网络视听节目制作经营管理规定(征求意见稿)》公开征求意见的通知。《通知》指出，主要修改体现在完善节目制作经营行为规范等方面，包括对于行业组织及从业主体提出了自律要求，完善节目禁载内容，增加有关片酬管理规定，禁止开展收视率点击率等方面的虚假宣传等。

《广播电视和网络视听节目制作经营管理规定(征求意见稿)》主要修改体现在：

完善节目制作经营业务范围规定。在管理对象方面，按照“网上网下一个标准、一体管理”的要求，明确将网络剧片等网络视听节目纳入管理范畴，明确将经纪机构、网络视听节目服务机构等从事节目制作经营活动的主体以及在他人组织下参与节目制作的主体纳入管理范畴。

完善节目制作经营行为规范。包括对于行业组织及从业主体提出了自律要求，完善节目禁载内容，增加有关片酬管理规定，禁止开展收视率点击率等方面的虚假宣传等。

在行政许可设定方面，根据国家“放管服”改革精神进行了优化，包括委托实施相关行政许可、取消逐级审核环节、合并电视剧片制作许可、进一步明确许可条件、简化申报材料等。

完善对节目制作经营违法行为的处理。在监督管理方面，明确了广播电视行政部门管理职责和有关机构、个人的配合义务，违法行为投诉、举报制度。在法律责任方面，明确了具体违法行为的处罚措施。

(5) 对财政部印发修订版《广播电视事业单位财务制度》的五点理解

2022年08月21日来源：中广互联独家

核心要点：

- 背景理解；
- 此次是“修订印发”，不是“新版”；
- 主要依据是《事业单位财务规则》（财政部令第108号）；
- 修订版《广播电视事业单位财务制度》的框架；
- 修订版制度提出全面实施绩效管理，并衔接国有资产管理新要求。

8月15日，财政部官方网站发布了《关于印发〈广播电视事业单位财务制度〉的通知》（以下简称《通知》）。



该通知发放的对象是“教育部，各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、广播电视局、新疆生产建设兵团财政局、文化体育广电和旅游局”。通知写到，“将修订后的《广播电视事业单位财务制度》印发你们，请遵照执行”。

本篇观察，将简单谈谈对该修订制度的一些学习和理解。

首先，理解此次修订制度印发的大背景。

近期，财政部修订印发了文化、广播电视、文物、体育等四个行业事业单位财务制度。即，广播电视是修订了原有事业单位财务制度的四个行业之一，不是唯一。

第二，这次是“修订印发”，不是“新版”。

这意味着，在原有制度基础上有修订更新，不是全部重新来过，即充分考虑了跟原有制度的衔接和连贯。

第三，此次印发修订版制度的四个行业事业单位财务规则，依据都是“《事业单位财务规则》（财政部令第108号）和国家有关法律制度”。

《事业单位财务规则》（财政部令第108号）已经在2021年12月31日审议通过，自2022年3月1日起施行。

这次印发的修订版《广播电视事业单位财务制度》，可以理解为：

- 大前提为以依据《事业单位财务规则》（财政部令第108号）和国家有关法律制度为大前提，

- 在大前提基础上，结合了广播电视事业单位特点。

该《规则》中明确，

事业单位财务管理的基本原则是：执行国家有关法律、法规和财务规章制度；坚持勤俭办一切事业的方针；正确处理事业发展需要和资金供给的关系，社会效益和经济效益的关系，国家、单位和个人三者利益的关系。

从三方面理解“基本原则”：

- 要执行国家法律法规和财务规定；

- 勤俭；

- 处理三个关系：发展与供给，社会效益和经济效益，国家、单位和个人利益。

第四，修订版的《广播电视事业单位财务制度》，可以理解为是《事业单位财务规则》（财政部令第108号）在广播电视事业单位的“落地”版。

此次印发的修订版《广播电视事业单位财务制度》与自2022年3月1日起施行的《事业单位财务规则》（财政部令第108号）的框架完全一样，共有十二章。

（6）104项！工信部、广电总局公布超高清视频典型应用案例名单

2022年08月29日来源：工业和信息化部电子信息司

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、广播电视主管部门，有关单位：

根据《工业和信息化部办公厅 国家广播电视总局办公厅关于征集超高清视频典型应用案例的通知》（工信厅联电子函〔2022〕50号），经各地主管部门和有关单位推荐、专家评审和网上公示，确定了104项超高清视频典型应用案例（名单见附件），现予以公布。

请各地工业和信息化主管部门、广播电视主管部门结合本地区实际，在技术创新、应用落地、政府服务等方面对入选案例加大支持力度，加强实施效果跟踪评估，推动优秀成果规模化应用。

特此通知。

4. 与广电相关的标准

(本期无)

5. 广电行业动态与分析

(1) 慎海雄：要做有头脑的记者，不做“花花草草”的记者

2022年08月10日来源：央视网

8月3日，中宣部副部长、中央广播电视总台党组书记、台长兼总编辑慎海雄与赴地方总站锻炼的青年业务骨干进行专题座谈。总台党组成员、副台长王晓真主持会议，总台编务会议成员邢博介绍两批青年业务骨干赴地方总站锻炼工作有关情况。



图为：中宣部副部长、中央广播电视总台党组书记、台长兼总编辑慎海雄

慎海雄指出，选派青年业务骨干赴地方总站“蹲苗”，是总台党组贯彻落实习近平总书记对总台工作的一系列重要指示批示精神，特别是贯彻总书记对总台干部人才队伍建设工作重要指示要求的具体举措，是新时代党的组织路线在总台落地生效的具体实践。

慎海雄强调，第一批“蹲苗”的同志要保持好状态、好作风，保持工作激情和热情，继续发扬精益求精、一丝不苟、追求完美的工作精神，真抓实干、埋头苦干，在总台持续深化“三个转变”、努力实现“满屏皆精品”的过程中展现更大作为。第二批“蹲苗”的同志要珍惜锻炼机会，向基层学习、向群众学习、向实践学习，扛起责任、勇挑重担、不负重托，对标优秀、发挥所长，干出好成绩、赢得好口碑，为地方总站建设发展注入新活力。

一是要打牢思想根基，永葆对党忠诚的政治本色。

总台是党的意识形态重镇，总台青年要以高度的政治自觉“走好第一方阵”，坚定理想信念，始终保持对党绝对忠诚，坚定不移忠诚核心、紧跟核心、捍卫核心，让忠诚成为最鲜明的政治品格。

要坚持不懈强化理论武装，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作，持续在学懂弄通做实上下功夫，不断从习近平总书记的重要思想、重要论述、重要指示中找思路、找启迪、找答案。

要心怀“国之大事”，把坚决拥护“两个确立”、做到“两个维护”，体现在实际行动上，持之以恒发扬党的光荣传统和优良作风，自觉践行党的初心使命和根本宗旨，更好地履行党的意识形态重镇职责使命。

二是要深入基层，找准定位，练好基本功，锤炼善作善成的过硬本领。

总台成立以来，习近平总书记6次发来贺信，给我们以鼓励、以指引、以期望，这是对总台工作的极大鼓励，也是总台人的无上光荣。希望大家要认识到“蹲苗”锻炼不是为了给工作履历“绣花添锦”，而是要扎扎实实向基层学习，充分认识到实践生活才是源头之水，新闻职业一天也离不开实践。要通过“蹲苗”练就出一双能力过硬、本领高强的“宽肩膀”“铁肩膀”，关键时刻顶得住，扛得了重担，经得住磨难。大家到站后要沉下心来干工作，心无旁骛钻研业务，在补短板、强弱项、固底板、扬优势上下功夫。

要紧紧围绕迎接宣传贯彻党的二十大这条主线做好新闻宣传报道，融入地方总站宣传报道“先锋队”，稳字当头、稳中求进，通过深入基层、深入群众、深入实际，不断增强“四力”，用心用情采写出更多有思想、有温度、沾泥土、带露珠的新闻作品。

三是要练就过硬业务素养，做到闻风而动，目光四射，倚马可待，时刻保持高度新闻敏锐性。

要充分认识到当今时代科技高度发展，新闻报道“有第一无第二”的激烈竞争现实，坚持“阵地前移、一线发声”。

要紧盯时事热点和突发事件，确保首发、首达，精准把握时度效。

要向总台优秀业务团队学习，在重大突发事件报道中抢首发、敢亮剑、争独家、比深度，有力有效开展舆论斗争引导。

要坚持以极强的新闻专业精神和敬业精神，多创作出有权威性、影响力和不可替代性的作品，彰显总台强大的引领力、传播力、影响力。

四是要勤学勤思，守正创新，牢记职责使命，努力拼搏奋斗，保持昂扬斗志。

要做有头脑的记者，不做“花花草草”的记者，要努力提高自身涵养，加强学习，做厚重的专家型新闻工作者。

要充分认识到创新是引领推动总台发展的第一动力，多探索、多寻求解决问题的新方法、新路径。着力通过增强“5G+4K/8K+AI”及新媒体领域的创新能力，积极推进“思想+艺术+技术”创新融合，助力地方总站全媒体发展、全方位传播能力提升，实现节目高质量发展。

五是要慎之又慎，洁身自好，深修品行，守好底线，筑牢拒腐防变的精神堤坝。

要加强道德修养，明辨是非善恶，追求健康情趣，做到心有所戒、行有所止。要从小事小节上加强约束，谦虚谨慎，戒骄戒躁，练就持之以恒、久久为功的过硬作风。不能抱有“月黑风高无人见”的侥幸心理，更不能“错把罂粟当牡丹”，坚决防止权钱交易、商业贿赂等违法违规问题发生。

慎海雄还对地方总站和人事部门提出具体要求。地方总站要关心“蹲苗”锻炼的青年业务骨干，多给机会，多压担子；人事部门要一如既往做好统筹管理和服务保障等工作，确保工作取得实效，以实际行动和优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

5名青年业务骨干代表在会上作了交流发言。总台相关部门主要负责同志，两批赴地方锻炼的青年业务骨干参加会议。地方总站人员通过视频会议系统同步收看实况。

(2) 总局检查组检查中国有线党的二十大安全播出准备工作，重点提出三点要求

2022年08月19日来源：中国广电

8月15日，根据国家广播电视总局关于迎接党的二十大全国广播电视行业安全播出大检查工作部署，国家广播电视总局党组成员、副局长杨小伟带领检查组到中国有线检查党的二十大安全播出保障准备工作。广电总局监管中心总工程师周新权，中国广电董事长宋起柱，副总经理、中国有线董事长于保安，副总经理吕建杰陪同检查。

中国有线详细汇报了国干网扩容与广电5G承载网建设，国干网在光缆干线、基础传输网、IP承载网、宽带数据网、政企多业务平台、节目集成平台与网络承载业务等方面的情况，汇报了隐患自查整改及下一步工作安排与工作目标等党的二十大安全传输保障工作。

杨小伟充分肯定了中国有线为迎接党的二十大安全播出保障所开展的各项工作，并对中国有线下一步工作提出要求：

一要提高政治站位，切实履行重点安播单位责任，高标准做好党的二十大期间广播电视与网络视听安全播出保障工作。

二要坚持问题导向，对于安播隐患要建账销号，对于安播事故要举一反三，全力确保各项整改工作落地见效。

三要强基固本，稳中求进，在中国广电领导下逐步优化基础设施，不断强化安播保障，着力推动政企、宽带互联网等领域业务拓展，积极构筑融合发展新支撑。

中国有线总工程师彭劲、副总经理秦葵龙、纪委书记陈薇及相关部门负责人参加。

（3）广电总局副局长孟冬：面向未来，电视将不止于“电视”

2022年08月19日来源：央视网

“面向未来，电视将不止于‘电视’！”8月18日，中共中央宣传部举行新时代宣传文化工作举措与成效发布会，广电总局副局长孟冬在回答记者提问时说，“未来电视”将会给人们带来更丰富的视听享受、更便捷的互动体验以及更泛在的智慧化服务。



孟冬认为，今年冬奥会期间视听新科技带来的感官震撼，就算不能到场观看，也能享受全新的视听体验，实际上背后是十年来广播电视领域技术创新的实践和融合发展的应用。比如，观众可以滑动5G手机画面，自主选择摄像机视角，就可以360度自由地欣赏比赛。8K超高清看冬奥也成了现实，在屏幕上，运动员的微表情、旋转的慢动作、飞溅的雪花都清晰可见，带来了别样的视觉冲击力。冬奥会期间，云技术的应用实现了、助力了在疫情情况下全球冬奥会的电视转播，实现了云上看冬奥。特别是在冬奥会开、闭幕式的舞台上，超大的LED屏首次呈现了16K超高清的视频，创造出了上千名演员与视频融合跟随的虚拟浪漫效果。

孟冬介绍，可以将广播电视技术发展概括为：呈现高清化、传播立体化、服务智慧化这三化。

这十年，广播电视的呈现高清化了。目前全国已经开通1045个高清电视频道、10个超高清电视频道。越来越多的高品质视听内容呈现在观众面前，还有很多虚拟现实、互动化沉浸式的高新视频以及高新视听新业态，丰富了人们的日常生活，极大地提升了人民群众视听获得感、幸福感。

这十年，广播电视的传播立体化了。着力推动有线、无线、卫星、互联网、5G等多种技术手段协同发展，实现了全媒体、融合化、多渠道的立体传播。人们不仅能在家中收听收看广播电视，还能在汽车、火车、轮船等移动环境下欣赏广播电视的各种视听节目。

这十年，广播电视的服务智慧化了。努力探索广播电视“政用、民用、商用”等等新模式。人们在“看电视”的同时，通过“用电视”可以获得丰富便捷的比如电子商务、在线教育、医疗卫生、社会保障、政务服务、基层治理等等各种综合信息服务。今年中国广电5G已经正式开通运营，还将会带来更多的特色应用场景和服务。可以说，智慧广电正全方位融入人民群众的数字化生活。

面向未来，电视将不止于“电视”。孟冬透露，目前相关部门正在大力推进“未来电视”的研究攻关和创新发展。“未来电视”将会给人们带来更丰富的视听享受、更便捷的互动体验以及更泛在的智慧化服务。

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. 北广科技“方舱式短波多频广播系统”项目以区级前三的成绩顺利进入市赛

北广科技 2022-08-16 11:36 发表于北京

近日，“创客北京 2022”创新创业大赛顺义区域赛暨第三届“创新顺义”创新创业大赛圆满收官。117个创新创业项目展开角逐，我公司参赛的“方舱式短波多频广播系统”项目以优异的成绩被推荐参加市赛。



本次大赛在市经信局指导下，由区经信局主办。顺义区域赛设立十大“高精尖”产业、文化创意产业、新型现代服务业三大领域。我公司技术中心携手广电传输装备分公司以方舱项目为题亮相“创客北京”创新创业大赛顺义赛区，通过路演、答辩等环节，经过资深导师公平、公正、公开的评审，综合考量项目的市场前景、核心竞争力、创新能力、团队能力等条件，最终我公司参赛项目以区级前三的成绩胜出。日后，大赛评选出的优秀项目将推荐至北京市总决赛，在市赛中胜出的项目将进入到“创客中国”全国总决赛。

2. 北广科技荣获第十九届北京市工业和信息化“高级技术能手”荣誉称号

北广科技 2022-08-23 08:56 发表于北京

7月15日“第十九届北京市工业和信息化职业技能竞赛”广电和通信设备电子装接工决赛如期举行，北广科技通过初赛、复赛的层层筛选，共派出6名选手参加比赛。他们凭借精湛的技能、稳定的发挥，取得了优异的成绩。



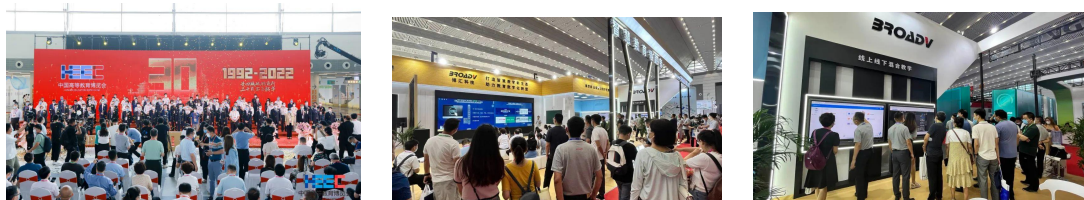
其中，信息分公司供应链部张顺林、广电分公司供应链部刘亚敏分别取得决赛第六、第七的好成绩，同时荣获第十九届北京市工业和信息化“高级技术能手”的荣誉称号。

通过以赛促学、以赛促训、以赛促建，公司持续加强技能人才核心能力培养，营造技能人才成长的良好氛围。8月19日，公司组织召开技能大赛项目复盘总结分享会。公司党委书记叶红、副总经理高宾、业务主管、技能导师团队、赛务人员、参赛选手等25人参加会议。大家从竞赛目标评估、竞赛收获、短板分析、技能指导、技能人才培养等不同角度进行了深入地交流与学习，为公司技能人才队伍建设提供了发展思路。

3. 博汇科技亮相 57 届中国高等教育博览会

博汇科技 688004 2022-08-04 16:44 发表于陕西

2022年8月4日，第57届中国高等教育博览会在陕西·西安国际会展中心隆重开幕，博汇科技（股票代码688004）携智慧教育系列产品及整体解决方案诚意亮相高博会，智慧无限，价值共享！



本次展会，博汇科技精心打造了高校教育、教学全业务场景，现场通过生动的案例讲解、远端连线及明星产品演示，获得现场吸睛无数。

依托数字化科技成果应用，博汇科技充分展示出“云课堂、云资源、云空间和云管理”协同一体化的最新技术实力，尽显数字化、信息化技术加持下，在高校智慧教育领域的新优势。

4. 新奥特 CTO 戴霖接受中关村科学城专访 超高清遇上 IP/IT，媒体融合更给力

CDV 新奥特 2022-08-25 17:00 发表于北京

新奥特 CTO & 高级副总裁戴霖表示，AI 技术为媒体资源平台带来语音转文字、图像转文字等功能，甚至是解决多人图像分割这种行业痛点。但是 AI 还不能撑起一个完整的应用，更多的是作为核心技术融入应用，对现有应用进行补充与支持。

新奥特（北京）视频技术有限公司成立于 1990 年，致力于数字媒体领域提供领先的内容生产及运营的技术与服务，包括图文创作、虚拟演播系统、多种节目现场解决方案以及融合媒体云平台建设以及播出发布端的系列产品，曾两获国家科学技术进步奖一等奖。

连续十七年为春晚提供现场技术保障，是一种认可。新奥特同步在 HD/4K/8K 环境下完成视频收录、在线包装制作、在线包装播出、非编技术支持、频道包装、转码、UQC 质检、总控、播出等环节。在 CCTV-8K 超高清频道直播中也提供大量支持，助力总台通过“百城千屏”点亮城市。



2008 年北京奥运会，新奥特提供中文字幕，率先实现奥运会主办国将字幕转成本国语言；2022 年北京冬奥会，新奥特也带来炫酷的图文包装和剪辑支持。

2022 年 8 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《“十四五”文化发展规划》，提出推动文化产业高质量发展，要求加快文化产业数字化布局、健全现代文化产业体系、建设高标准文化市场体系以及推动科技赋能文化产业。

2021 年广电总局发布的《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》中也用了一整章来强调“强化科技创新引领支撑，推动广播电视技术迭代与网络重构”。

新奥特选择的紧跟科技潮流赋能超高清产品，正是对上述要求的响应和发展，让技术服务于广播电视和网络视听。

5. 中科大洋以创新为引领 构建超高清产业全新生态

2022-08-16 17:26 发表于北京

近日，“超高清时代质量与效率—编解码技术应用探讨”研讨会在北京召开，中央广播电视总台技术局·超高清视音频制播呈现国家重点实验室、中国电影电视技术学会相关领导出席，北京中科大洋科技发展股份有限公司后期制作部技术专家朱庆余先生受邀出席研讨会，并就“JPEG-XS 在超高清制播的应用”进行了主题汇报。



编解码技术作为贯穿内容采集、编辑、传输、播出/分发、存储、管理全链条环节中的关键技术，始终受到媒体行业的关注，也是牵引行业发展的核心要素之一。JPEG-XS 作为当下最受关注的一种视频编码方法之一，具有延迟低、复杂度低、视觉无损化、广泛的硬件平台支持等一系列优异的特性。

汇报期间，朱庆余为与会嘉宾详细讲解了 JPEG-XS 编码的需求背景、技术实现流程、显著特点以及 JPEG-XS 编码的优势应用场景，就中科大洋在 JPEG-XS 广播电视制作域的业务实践进行了总体介绍，并结合云制作、虚拟现实等业务展望了面向未来的制作发展与应用前景。

中科大洋多年来积极参与总台 4K/8K 超高清项目建设，在方案设计、产品设备、项目实施、业务流程等方面进行技术创新，与总台合力攻关，加速了技术产品的不断创新与迭代升级。未来，中科大洋也将进一步推进 JPEG-XS 编码技术在应用中的广泛实践，为构建超高清产业的生态繁荣注入源源不断的创新动力，为促进我国超高清产业发展提供有力技术支撑。

（本期结束）