

广电行业综合信息

2022年 第12期 （总第137期）

中国广播电视设备工业协会

2023年 01月 03日



目 录

一、 行业信息	5
(一)、 新技术和市场动态	5
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态	5
(1) 2022 年, 近二十家频道陆续关停	5
(2) 广电总局规划院: 推进江苏、江西两省 700 兆赫频率迁移工作	5
2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术	5
(1) 全国首个超高清视频产业发展白皮书在成都发布 预计今年产业规模突破 3 万亿元	5
(2) 6G 推进组发起 6G 关键技术全球征集!中国广电 6G 是否会把握机遇	6
(3) 宋起柱: 中国广电实际可用 4G、5G 基站总量达 360 万个	8
(4) 赛迪智库: 我国超高清视频产业呈现五大发展趋势	9
(5) 中国广电: 700M 5G 网络优势渐显, 192 号段用户已超 500 万户	12
(6) 双 Vivid 标准落地, 超高清视频产业迎来视听消费新体验	12
3. 直播星和户户通、村村通	14
(1) 2022 年 11 月份直播卫星户户通开通数量统计图出炉	14
(2) 广电总局: 2023 年 1 月 1 日起卫星直播电视高清频道不再标注“高清”字样	15
4. 有线电视	15
(1) 江苏有线“国家文化大数据华东区域中心机房”项目入选新型数据中心典型案例	15
(2) 广西广电局成功推动全区 14 个地市频道全部上线广西 IPTV	16
(3) 江苏有线“我为群众办实事”活动年度完成率接近 100%	16
5. 前端、制作与信源	17
(1) 湖南卫视、芒果 TV 发布 2023 重点节目	17
(2) 河南广播电视台台长王仁海: 文化节目要有底蕴, 也要有新韵	17
(3) 广电总局印发八条意见, 推动短剧创作繁荣发展	18
(4) 公共频道改革进入关键阶段	20
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态	22
(1) 四川 IPTV 用户数全国第一	22
(2) 中国联通启动全 4K 智能机顶盒终端技术测试	23
(3) 今年前三季度全球电视销量为 1.43 亿台, 电视销量下降或迎拐点	23
(4) 山东广电局加强 IPTV 安全播出管理	24
(5) 2022 年全球电视出货量将降至 2.02 亿台 创十年新低	24
7. 新媒体	25
(1) 湖南省广电局加快推进省级应急广播调度控制平台建设	25
(2) 江西: 推进突发事件预警信息发布与应急广播平台对接工作	25
(3) 广电总局副局长朱咏雷: 积极推进“未来电视”部署, 构建广电大视听格局	25
(4) 短视频与长视频的 2022	26
(5) “全国文化企业 30 强”出炉, 这些广电机构上榜	28

8. 媒体融合	30
(1) 如何推进媒体融合发展? 海口这场会议干货满满, 速围观	30
(2) 中国数字经济规模已达 45.5 万亿元 天眼查发布《2022 中国数字经济主题报告》	31
9. 虚拟现实/增强现实 (VR/AR) 技术	34
(1) 中国移动已提前布局元宇宙核心领域 卡位新的产业层级	34
(2) 山东广电元宇宙创新实验室成立	35
(3) 元宇宙关键性技术应用, 4K 花园 8K 3D VR 技术赋能文娱赛事直播 ..	36
(4) 全球元宇宙 2022 年终盘点: 中国诞生 4 只独角兽	37
10. 国际动态	40
(1) 全球 5G 签约数今年有望突破 10 亿,2028 年底前将达到 50 亿	40
(2) 在 AR/VR 场景中感知用户手势,苹果新“智能戒指”专利曝光	41
(3) NEC 研发出瞬间识别多人的人脸识别技术	41
(4) SA: 全球 5G 用户超 10 亿, 5G 网络将覆盖全球 36%的人口	41
11. 走向海外	42
(1) 中央广播电视总台与沙特广播电视局签署合作谅解备忘录	42
(二)、重要政策进展	42
1. 三网融合	42
(1) 山东: 七部门联合加强应急信息传播管理	42
(2) 我国千兆宽带用户达到 8707 万户 同比增长 157%	43
2. 宽带中国	43
(1) 中国电信总经理邵广禄曝光今后的投资重点 5G 重要性下降	43
(2) 上海 5G 基站建设密度全国排名第一, 持续推进 700MHz 频段补充完善 5G 网络覆盖	44
(3) 中国联通董事长刘烈宏: 加快推进 900MHz 低频打底网建设	45
(4) 前 10 月我国电子信息制造业实现营业收入 12.45 万亿元 同比增长 8.4%	46
(5) 工信部: 2022 年我国建成 81 个千兆城市 总数达到 110 个	47
(6) 1—11 月份我国电信业务收入累计完成 14504 亿元 同比增长 8%	48
3. 相关政策法规	49
(1) 反电信网络诈骗法 12 月 1 日起实施, 你读懂了吗	49
(2) 国家文化数字化战略分析报告	50
(3) 广电总局局长有了新职务	55
(4) 工信部印发《工业和信息化领域数据安全管理办法(试行)》	55
(5) 中共中央、国务院发文! 支持利用 5G 对有线电视网络进行改造升级 ..	55
(6) 国家发改委: 加快研发超高清视频、虚拟现实等智能化产品	56
4. 与广电相关的标准	56
5. 广电行业动态与分析	56
(1) 【国家广电智库】智慧广电+文旅: 乡村振兴的重要推动力量	56
(2) 事关人才队伍建设, 浙江广电局发文	59
(3) 安徽: 全面落实国家基本公共服务标准要求, 完善广播电视公共服务标准规范	59
(4) 黑龙江年底省市电视台主频道高清率将达到 100%	59
(5) 国家广电总局部署推进基本公共服务县级标准化试点建设	60

(6) 国家广电总局发展研究中心积极开展“智慧广电乡村工程”研究	60
(7) 福建厦门广电：探索城市台转型新路径	60
(8) 内蒙古广电局印发《内蒙古自治区推进智慧广电发展方案》	61
(9) 吉林广电局扎实做好吉林省广播电视安全保障工作	65
二、会员企业信息	66
1. 博汇科技与山东浪潮超高清视频产业有限公司战略签约	66
2. 新奥特参展 2022 南京长三角高新视听博览会，以创新技术助力区域行业发展	66
3. 博汇科技呈现新视听新成果	67
4. 技术赋能视听，中科大洋助力开启最潮视听新体验	68
5. 博汇科技再添新彩 自主可控赋能智慧监管	69
6. 大洋参编《超高清视频产业发展白皮书》，解析产业最新发展趋势	69
7. 新奥特中标山东滨州市新闻传媒中心演播室项目，重塑主流媒体传播新形象 ..	70
8. 中科大洋入选 2022 年度媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划	71

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) 2022 年，近二十家频道陆续关停

2022 年 12 月 06 日来源：CMNC—广电头条综合

近期，经广电总局批复同意，泸州市广播电视台稳妥有序推进频道的优化整合工作。2022 年 11 月 8 日零时起，泸州广播电视台电视频道将进行优化整合和编排播出调整，“科技教育频道”调整呼号为“科教生活频道”，“公共频道”停止播出。

2022 年以来，湖北省宜昌市夷陵区融媒体中心关停夷陵电视台影视频道；云南广播电视台生活资讯频道、昆明市广播电视台文体娱乐频道、云南文山广播电视台公共频道停播；广西百色电视台公共频道、广西台公共频道、科教频道停播；盱眙综艺、少儿两频道电视节目停播；湖北荆门广播电视台公共频道、宜昌三峡电视台公共频道停播；辽宁省凌源市公共影视频道、大连广播电视台公共频道、财经频道停播。

(2) 广电总局规划院：推进江苏、江西两省 700 兆赫频率迁移工作

2022 年 12 月 16 日来源：广电总局规划院

广电总局规划院积极推进江苏省、江西省地面数字电视 700 兆赫频率迁移工作。

一是加强沟通对接。主动与厂家和台站联系，核实设备运行状况，及时反馈并解决相关问题，做好现场测试的前期准备工作。

二是周密制定方案。结合仿真优化分析结果与当地疫情防控政策的实际要求，动态调整测试路线。

三是有序推进工程进度。克服恶劣天气、疫情影响等不便因素，开展台站覆盖测试、单频网调试调优等工作。目前已完成江苏、江西两省共计约 50% 的测试任务，有效检验组网效果，助力 700 兆赫频率迁移项目高质高效推进。

2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术

(1) 全国首个超高清视频产业发展白皮书在成都发布 预计今年产业规模突破 3 万亿元

2022 年 12 月 02 日来源：中国新闻网

12 月 1 日，2022 世界显示产业大会分论坛“新型显示+超高清”主题论坛在成都举行。论坛上，中国电子信息产业发展研究院电子信息研究所首次发布《超高清视频产业发展白皮书(2022 年)》(简称《白皮书》)。《白皮书》指出，2022 年我国超高清视频产业规模预计超 3 万亿元。

超高清是显示产业继数字化、高清化后的新一轮重大技术变革。《白皮书》显示，当前各类超高清频道的开播拉动效应明显，内容生产能力迅速提升，截至2021年底，新闻资讯类、专题服务类、综艺益智类超高清制作比例分别达到62.3%、55.7%和59.4%。

超高清视频和新一代信息技术深度融合，正在赋能千行百业数字化转型。除了广电领域，超高清视频目前已在煤矿勘探、机器人巡检、安防监控识别、内窥镜手术、产品质量监测等场景进行广泛应用。

今年11月，工业和信息化部批复组建国家超高清视频创新中心，建设地位于四川成都。论坛上，国家超高清视频创新中心主任、四川新视创伟超高清科技有限公司董事长姚平在演讲中介绍，国家超高清视频创新中心要做成超高清视频产业链的孵化器，将重点突破国产化8K摄像模组及整机、超高清编解码框架、算法和设备、超高清图像及视频智能处理等共性关键技术，解决超高清视频关键设备国产化替代的问题。

当日活动中，四川省“百城千屏”联播网正式开启。“百城千屏”活动是由工业和信息化部等六部门于2021年10月共同发起的超高清视频落地推广活动，现已进入运营推广阶段。

“四川省‘百城千屏’联播网正是基于这一活动背景，利用联播网平台作为中间枢纽，连接控制内容输出和大屏播放，将原本的基础功能大屏赋能为新型媒体大屏，因地制宜探索商业模式。”四川省超高清视频产业联盟秘书长王乐说。

世界超高清视频产业联盟副秘书长邹海明指出，“百城千屏”活动有效促进了超高清内容来源的多样化，下一步将推进“百城千屏”取得实效，完善商业模式，力争早日进行项目复制。

(2) 6G 推进组发起 6G 关键技术全球征集!中国广电 6G 是否会把握机遇

张晓宝| DVBCN| 2022-12-02

DVBCN 注意到，11月28日IMT-2030(6G)推进组发布通知称拟组织开展“面向6G的关键技术全球征集”工作，并且该工作是在工业和信息化部指导下进行的（征集工作的时间周期暂定为2022年11月至2023年12月）。

根据通知内容，本次涉及6G关键技术全球征集的主要工作任务为：

- 1) 公开征集6G潜在关键技术，分类分期对征集所得技术进行评估与验证，建立渠道，形成机制，帮助其中具有标准化产业化潜力的重点技术进行优化、优化和成果转化；
- 2) 支持征集所得技术开展迭代优化和设计实现，优先推荐参加6G技术试验；
- 3) 重点支持通过6G技术试验验证的征集所得技术进入标准化研究进程。

而补充材料中也指明，本次征集主要参考国际电信联盟（ITU）发布的《面向2030及未来IMT技术趋势报告》，聚焦6G关键核心技术演进方向，征集、评估、优选一批方向重要、技术领先、应用潜力大的6G关键技术方案，包括（但不限于）以下技术方向：

- 1、关键基础研究
 - 1) 通信基础研究；
 - 2) 跨学科基础研究：例如，计算理论、人工智能理论、控制理论等；
- 2、新型无线技术
 - 1) 增强型无线空口技术：例如，物理层基础技术（先进调制编码技术、新波形、新型多址等）、超大规模天线技术、同时同频全双工技术等；
 - 2) 跨域融合技术：例如，通信与人工智能融合、通信感知一体化、通信与计算融合等；
 - 3) 新物理维度传输技术：例如，智能超表面技术、智能全息无线电技术、轨道角动量技术等；
 - 4) 新型频谱技术：例如，太赫兹技术、可见光技术、频谱共享与动态频谱使用技术等；

- 5) 关键共性技术: 例如, 无线信道测量与建模等;
- 6) 低功耗绿色通信技术。
- 3、新型网络技术
 - 1) 新型网络架构: 例如, 无线接入网架构、核心网架构、分布式自治网络架构等;
 - 2) 新型组网技术: 例如, 天地一体、星地组网等;
 - 3) 先进网络技术: 例如, 算力网络/算网融合技术、智能网络技术、数字孪生网络技术、确定性网络技术、网络节能/绿色网络技术等;
 - 4) 网络运营与管理技术。
- 4、新型安全技术
 - 1) 无线空口安全技术;
 - 2) 网络安全技术;
 - 3) 数据安全技术;
 - 4) 面向应用的安全技术。
- 5、产业基础技术
 - 1) 基础软硬件技术: 例如, 芯片器件设计、硬件架构设计、基础软件开发与设计等;
 - 2) 新型材料与工艺技术。
- 6、其他技术方向(可自行拟定)

中国广电如何参与 6G 前沿领域? 这些要点一定要掌控

DVBCN 也注意到, 中国广电作为新晋运营商企业也已经成为了 IMT-2030(6G)推进组的成员单位, 当然也在 5G 的国内外重要标准立项中近些年来逐渐有了一些话语权, 特别是像在 3GPP、ITU 等等重要组织中对 700MHz 大带宽标准、5G NR 广播技术等立项起到了至关重要的作用。



不久前 IMT-2020(5G)推进组在 2022 年中国 5G 发展大会上正式发布的《5G-Advanced 场景需求与关键技术白皮书》中, 中国广电也是作为参编单位, 其间涉及到的诸多 5G 广播/多播等相关内容便是中国广电的参与成果。据 DVBCN 的了解, 还有国内的携号转网网间互通、5G 异网漫游、5G 网络语音业务互联互通等相关行业性标准也有中国广电的参与制定。

因此, 作为基础电信业务运营企业的中国广电, 在当前继续携手产业界推进 5G-A 的技术及场景重要任务后, 也注定了将参与到 6G 的重要标准制定工作, 本次征集活动也应是中 国广电尽力争取奋进的抓手之一。

关于 6G 目前国内外主要处于提愿景等阶段, 毕竟 5G-A 还尚在演进探索阶段, 根据不久前中国通信标准化协会理事长闻库在 2022 全球 6G 发展大会上的说法, 6G 将实现多空间融合且其通信能力将是 5G 的 10 倍以上, 将支持沉浸体验、智慧泛在、数字孪生、全域互动等业务, 场景方面将在进一步深化 5G 场景同时, 增加通感一体的智能全域新场景。

中国信息通信研究院副院长王志勤也曾表示, 我国已经启动 6G 技术试验, 在太赫兹通信、通感一体化、智能超表面、分布式自治网络、算力网络五方面制定了相关测试规范, 得到了初步验证结果, 预期将涉及为太赫兹通信、智能超表面、通信感知一体化、算力网络、分布式自治网络五大关键技术。

近期 DVBCN 也关注到 IMT-2030(6G)推进组发布的《6G 典型场景和关键能力白皮书》

中也作了具有当前业界广泛业界代表性的表述，由于涉及内容较多，暂且浓缩提取一些关键内容如下：

总体来看，因为增强移动宽带、海量物联网、低时延高可靠是 5G 的三大典型场景，因此“白皮书”中 IMT-2030(6G)推进组认为，面向 2030 年及未来的 6G 将在 5G 三大典型场景基础上深化，构建超级无线宽带、超大规模连接、极其可靠通信能力，并拓展感知和智能服务新场景，即通信感知融合和普惠智能，普惠智能还将赋能其他场景，实现网络性能和服务能力跃升。此外，6G 服务范围将扩展至空天地，实现全球立体覆盖。

五大场景及潜在应用主要为：

1) 超级无线宽带

其是增强移动宽带（enhanced Mobile Broadband, eMBB）的演进和扩展，涉及应用为沉浸式云 XR、全息通信、感官互联（即视觉、听觉、触觉、嗅觉和味觉为代表的感官信息的有效传输）。

2) 超大规模连接

超大规模连接将在 5G 海量物联网通信（massive Machine Type Communication, mMTC）基础上，拓展全新的应用领域和能力边界。超大规模连接的对象将包括部署在智慧城市、智慧生活、智慧交通、智慧农业、智能制造等场景的各类设备，典型应用包括远程抄表、环境监测、智能灯杆互连等。主要涉及应用为数字孪生。

3) 极其可靠通信

极其可靠通信将在低时延高可靠通信（Ultra Reliable Low Latency Communication, URLLC）的基础上进一步增强能力。典型应用包括智能化工业领域的机器人协作、无人机群和各种人机实时交互操作，智能交通系统中的全功能自动驾驶，精准医疗中的个性化“数字人”及远程医疗手术，以及智慧能源、智能家居领域的应用等。主要涉及应用为机器控制等。

4) 普惠智能服务

普惠智能服务是 6G 的新增典型场景，依托网络对需要进行高效分布式智能学习或推理的智能化服务提供集成化的通信和 AI 算力。它不仅服务于特定应用服务，还将服务于未来整个通信系统，提高网络整体的性能和效率。主要涉及应用为智慧交互、智能互联等。

5) 通信感知融合

通信感知融合是 6G 新增典型场景。感知和通信的集成将提供高精度定位、环境重构、成像、识别等多元化能力，极大促进超高分辨率和精度的应用需求，如超高精度定位、高分辨率实时无线地图构建、基于设备甚至无设备的被动目标定位、环境重建和监控、手势和动作识别、产品缺陷监控、访客识别等。主要涉及应用为多维感知。

(3) 宋起柱：中国广电实际可用 4G、5G 基站总量达 360 万个

2022 年 12 月 22 日来源：中国广电

12 月 20 日，中国广电董事长宋起柱出席 2022 中国无线电大会，并在大会主论坛发表题为《坚持融合创新发展 做强做优广电网络》主旨演讲，分享了中国广电在全面统筹全国有线电视网络与广电 5G 一体化运营的新发展阶段，将继续坚持走符合广电特色的发展道路的思考与战略布局。

宋起柱指出，工信部充分发挥了政策先导性和基础性作用，对 5G 频谱资源做出合理规划与强化政策引导，为国内 5G 产业生态健康发展营造了良好环境。中国广电将统筹企业在技术、市场、管理、安全等方面的综合优势，维护良好的频谱资源保障环境，让广电频谱资

源发挥更大价值和效益。

宋起柱表示，当前，广电 5G 已从规模建设期走向运营发展期。在网络建设方面，中国广电实际可用 4G、5G 基站总量达 360 万个；自有核心网连接电信/移动/联通/通管局/专业单位/国际等 200 多个方向；与中国电信、中国联通全面实现了网间的互联互通；在市场经营体系方面，围绕品牌、产品、定价、渠道、服务、营销、宣传和 BOSS 运营支撑等环节，完成了相关平台系统的部署和平台间的相互贯通。中国广电以开拓进取、百折不挠之韧，迎来了广电的新的发展阶段。

宋起柱认为，面对新发展阶段，中国广电应聚焦核心职能，不断深化融合发展，走广电差异化运营道路。中国广电要围绕“智慧广电”实施战略，立足媒体传播网主责主业，推进有线、5G、卫星协同发展，构建“5G+电视+宽带+语音+内容”的新型服务体系；快速推进网络基础设施建设融合，建设全业务承载、无缝切换的多渠道协同传播网；加快推进固移融合业务发展，丰富产品形态，满足不同场景下的业务需求，以客户为中心提升服务质量；加快推进商业运营与公共业务融合，在市场运营中不断提升公共服务供给覆盖和品质。

一是要“坚持网络强基，夯实有线、5G 的融合网络”。以全网 IP 化、云化、数智化、融合化为根本演进方向，加快研究“有线+5G+卫星”协同、“云网边端”融合的立体网络覆盖方案，重点开展国家干线光缆传输网改造、全国 IP 数据承载网、广电云等强基工程；同时，优化广电 5G 网络，继续深化共建共享，完成与三大运营商网间互联互通收尾工作。

二是要“坚持融合创新，在服务质量和经营效益上力争双突破。”5G 为广电行业带来了整装再出发的生机与活力，中国广电要通过泛在的连接建设广电经营矩阵，实现企业的转型升级和价值提升，在 2C 服务基础上，不断深耕矿山、养老、教育、政务、工业互联网、应急广播、智慧固边等服务领域。

中国广电的融合创新已取得阶段性成果。在融合技术创新方面，中国广电牵头推进的 5G NR 广播技术已获得 3GPP 和 ITU 国际标准组织的支持，5G 广播大小塔协同覆盖技术方案已被实施验证，在应急广播、冬奥会等实战场景中，已让用户体验到了免流量、多机位直播、VR/XR 虚拟现实沉浸式的收视服务。

在融合业务创新方面，中国广电已推出“广电慧家”固移融合服务业务品牌，“精彩”“慧家”业务套餐包含“5G 手机语音+移动流量+广电宽带+基础收视+部分付费点播”等融合新服务，在推进家庭用户向个人用户转化上已凸显成效，并助推广电 5G 用户的快速增长。

三是要“坚持做优内容，传播主旋律，传递正能量。”一方面建好平台系统，加快推进广电 5G 融合服务平台、智能推荐与全国广电内容数据库、两级播控平台等建设，提升内容汇聚、制作、个性化推荐与播发、运营能力；另一方面强化内容供给，加强与电视台、文旅单位的合作，打造具有权威发布能力的全国性媒体资源中心，推进全媒体服务、个性化服务、精准服务，推动与垂直行业融合，逐步提升全国一网多屏互动体验，更好地满足新时代人民群众对精神文化生活和信息服务的新需求和新期待。

最后，宋起柱表示，“潮平两岸阔，风正一帆悬”，中国广电正走在大跨步向前发展的新征程上，广电人将继续秉承自信、坚守初心、坚持融合创新，推动广电网络赋能千行百业，推动广电行业融入千家万户，推动广电行业价值再造。

（4）赛迪智库：我国超高清视频产业呈现五大发展趋势

2022 年 12 月 22 日来源：中国电子报

超高清视频产业是引领信息消费升级、驱动行业智能化转型的具有代表性的产业，也是推动高质量发展、构建新发展格局的重要抓手。自 2019 年《超高清视频产业发展行动计划》

发布以来，我国超高清视频产业加速发展，由点及面、遍地开花的高质量发展局面正在加速形成。前不久，中国电子信息产业发展研究院正式发布了《超高清视频产业发展白皮书（2022年）》（以下简称《白皮书》），全面总结我国超高清视频产业的发展特点，系统梳理产业链各环节的发展情况、典型行业应用案例和重大赛事活动应用情况，分析产业发展趋势并提出了若干措施建议。为此，《中国电子报》记者采访了报告发布方——中国电子信息产业发展研究院电子信息研究所所长温晓君。温晓君仔细阐述了《白皮书》内容并表示，当前，我国超高清视频产业呈现出五大趋势。

2022年我国超高清视频市场规模将超过3万亿元

温晓君表示，总结而言，《白皮书》呈现出当下我国超高清视频产业发展的六个特点。

第一个特点是在产学研各界的协同推进下，我国超高清视频产业规模快速增长，预计2022年全国整体市场规模超过3万亿元。温晓君表示，目前从终端角度而言，4K电视的渗透率已经超过74%，到今年年底渗透率将达到75%左右。在大尺寸屏幕方面，43寸以上的屏幕已基本实现100%的渗透率。在网络传输方面，百兆用户、千兆用户的增速非常快，目前我国已经超过7000~8000万的用户在使用。

2015-2022年上半年我国4K电视出货量及渗透率



2016-2021年全国广播电视行业总收入变化情况



第二个特点是超我国高清频道的开播拉动效应开始显现，内容生产能力得到了迅速提升。目前，全国有8个4K频道、2个8K频道都实现了开播，在北京冬奥、党和国家重大的活动，以及其他国际赛事活动中，均能看到超高清视频的身影。在内容生产能力方面，中央广播电视总台已经突破每年5000个小时的4K内容产出以及8K内容的制作。广东省现存的4K内容已经超过2万多个小时。除此之外，咪咕视频等视频直播平台均开启了一些4K、8K专区，提供的内容数大大推动了超高清内容的繁荣。

第三个特点是我国超高清视频产业链实现了多个技术从无到有的创新突破，这其中包括图像传感器芯片、8K电视、机顶盒芯片、摄像机光学镜头，以及4K、8K的监视器、转播车、采编播系统等，均实现了整体性能的提升。

第四个特点是超高清视频等标准体系的建设在逐步完善，团体标准生态建设取得了重要进展。2020年工信部和国家广电总局联合制定了《超高清视频的技术标准体系》，四年过去，在体系的引导下，超高清视频产业针对多项技术难关进行了逐一突破，使得HDR已经成为广电的行业标准，三维声、DRM等标准也在向行业标准进行迈进。

第五个特点是我国超高清视频在与新一代信息技术进行深度融合，并正在赋能千行百业。例如，超高清视频的数据低时延和实时分析的特性，在煤矿探测、电视直播等对数据传输要求较高的场景开始逐渐普及；超高清视频与AI技术的融合，大大提供了数据精准分析能力，使其能广泛应用于产品质量检测、视频修复、内容审核等场景；分发、存储、计算等技术的发展，也提升了超高清视频传输、编解码、内容制作效率等。

第六个特点是在部省联动的协调发展下，我国超高清视频产业的发展取得了非常好的成效。全国有十几个省市开始陆续推进超高清产业的顶级设计，也有很多产业化的项目开始纷纷落地。此外，各地方在超高清视频产品领域也形成了差异化的发展格局，使得我国超高清视频产业由点及面、遍地开花的局面正加速形成。

超高清视频应用正从个人迅速向行业迁移

基于此，温晓君表示，超高清视频产业呈现五大发展趋势。

视频技术趋势方面，正由二维视频向多维视频发展。随着采集、制作、渲染等技术不断向多维发展，以全景相机为代表的产品持续推陈出新，实时计算能力日趋成熟，二维视频逐渐向三维、沉浸式、多维视频发展。“一方面，以数字孪生为代表，利用数字建模、3D 实时渲染等多项技术，将真实世界映射到虚拟空间的实时、移动化视频逐步兴起。另一方面，以体积视频为代表，通过捕捉、建模将生成的视频映射到任何空间中实现跨空间互动的视频技术日渐成熟。”他说，“未来，视频技术与虚拟现实、仿真模拟、实时渲染、自由视角等技术深度融合，虚拟现实世界相互交融，视频将无处不在。”

视频产生来源方面，正由个人消费者向行业应用迁移。根据预测，全球数据量以年增长率 30% 的速度增长到 2025 年的 175Zb，其中 85% 的新增流量来自非娱乐的各行业，摄像头采集的行业视频以及机器视觉、数字孪生的应用将成为视频和流量的重要来源。“一方面，随着超高清与各行各业的结合，通过摄像头采集的交通、工业制造、安防等实时数据将成为视频内容的主要来源，同时，源于机器视觉技术的分析需求，行业流量将实现爆发性增长。另一方面，面向消费者娱乐类的流量增长将主要来自依靠媒体技术的机器生成的 UGC 与 PGC 媒体。”温晓君表示。

视频消费模式方面，正由随时转发向实时互动转变。随着 5G 普及，分发网络技术、流媒体技术、人工智能技术日趋成熟，基于超高清、低时延互动的沉浸式音视频业务场景不断演化，成为视频行业主力之一。温晓君告诉《中国电子报》记者，疫情以来，直播带货、演唱会上直播、互动 K 歌、线上网课等新业态兴起，用户视频消费已从随时转发转向低延时、高还原性、沉浸式的实时互动迁移。据 IDC 预测，2025 年实时视频将占据 30% 的比例。“同时，在智能交通、安防监控等实时采集、分析的行业应用驱动下，实时视频流量将进一步增长。”他补充说。

多家电视台已开播 4K、8K 视频频道

序号	节目名称	所属电视台	状态
1	CCTV 4K 超高清频道	中央广播电视台	已开播
2	广东综艺 4K 频道	广东广播电视台	已开播
3	广州南国都市 4K 超高清频道	广州广播电视台	已开播
4	“欢笑剧场” 4K 超高清频道	上海广播电视台	已开播
5	北京冬奥纪实 4K 超高清频道	北京广播电视台	已开播
6	求是纪录 4K 超高清频道	杭州广播电视台	已开播
7	奥林匹克 4K 频道	中央广播电视总台	已开播
8	新闻综合频道	深圳广播电视台	已批复，尚未开播
9	冬奥纪实 8K 超高清测试频道	北京广播电视台	已开播
10	CCTV 8K 超高清频道	中央广播电视总台	已开播

视频生产模式方面，正由线下制作逐步向云端迁移。随着云计算、云存储、通信技术的不断成熟，视频剪辑、渲染、修复、导播、编码等视频制作正逐渐向云端迁移。IDC 预测，2021 年中国视频云市场约为 91.4 亿美元，预计 2025 年其规模将接近 300 亿美元。温晓君表示，从供给端看，以 5G、数据中心为代表的数字新基建的建设，以及边缘计算、实时计算等先进计算技术的快速发展奠定了技术基础；从需求端看，视频从娱乐向办公、教育、医疗、制造、交通等各个场景的快速渗透，以及视频超高清化、移动化、实时化带来的带宽与存储需求的增长都催生了视频云的发展。

行业应用方面，正从文化娱乐向民生、安全等多领域逐步扩展。超高清视频技术不再局限于传统的广播电视、文教娱乐，而是通过与 5G、热成像、3D 渲染、机器视觉等技术的结合，不断扩展应用领域。“随着行业应用需求企业与超高清视频产业链企业合作持续深化，针对不同行业痛点的技术、产品、解决方案不断推出，面向医疗、教育等民生领域，以及卫星遥感、地理测绘等国家亟须重大领域的超高清应用将持续扩展。”温晓君判断说。

超高清视频产业高质量发展三点建议

基于上述蓬勃发展的趋势和我国超高清视频产业已有的基础，温晓君表示，《白皮书》认为下一步中国超高清视频产业应该从以下三个角度着力，推动产业高质量发展。

建议一是未来需要围绕场景化布局，丰富音视频领域的高质量应用。未来，超高清视频

产业将面向家庭场景、车载场景、安全会议场景、行业应用场景等量大面广的场景，尽快扩大音视频产品的场景化应用。

建议二是需要通过标准牵引，打造高质量的产业生态。面向新的产业发展阶段，需着力构建高质量产业生态，夯实我国企业在视音频领域的技术优势、引领产业发展。《白皮书》建议面向全球建设开放性生态，进一步优化已有标准，布局、推动三维声、高速短距接口等领域标准建设与协同，打造“全球合作、国际领先”的高质量产业生态。

建议三是通过修炼内功，夯实产业高质量发展“底座”。中国超高清视频产业的整体发展以及繁荣程度已经大大超前了一些底层产品的本土化水平。因此，未来需要将 8K 芯片、8K 采编播设备等产业基础不够牢固的底层产业补足，打牢核心基础元器件、关键软件等基础工作，夯实产业基础，将超高清视频产业打造成为中国的优势高端产业。

（5）中国广电：700M 5G 网络优势渐显，192 号段用户已超 500 万户

2022 年 12 月 30 日来源：C114 通信网

12 月 29 日，中国广播电视网络集团有限公司副总经理曾庆军出席 2022 通信产业大会暨第十七届通信技术年会期间作了视频致辞，也对这一年来中国广电 5G 的一些工作情况及成果作了简要介绍。



曾庆军表示，2022 年中国广电砥砺前行、与时间赛跑，完成了广电 5G 网络分布式控制面与用户面分离的核心网建设，完成了云化与有线电视网协同的运营支撑平台，完成了跨省的光纤网络和数据交换平台的改扩建。

中国广电通过与中国移动共建共享，完成了 48 万个 700MHz 基站的建设，从 7 月起到目前，中国广电的“192”号段用户已经超过了 500 万户，700MHz 5G 网络覆盖的优势逐渐显现。与此同时，有超过 500 款的 5G 手机已实现支持 700MHz 频段。

中国广电加速建设 5G 高清应用平台，服务大屏和小屏，实现广播电视与通信的融合服务，有线电视网以自己技术的优势，提供永不卡顿的、灵活快速的高清和超高清服务，使得 5G 终端让电视跟着人走，实现电视的“人人通”。

2022 年，中国广电主导的 5G 广播标准在 3GPP 获得通过，还与和业界合作伙伴基本完成了 Mission Critical Service over 5G Multicast broadcast service 技术标准的工作。同时，中国广电在 3GPP 和 CCSA 完成或正在完成 700MHz 与其他频段的上下行载波聚合的标准。

（6）双 Vivid 标准落地，超高清视频产业迎来视听消费新体验

2022 年 12 月 29 日来源：中广互联

随着视频消费需求不断增长，人们越来越追求更好的视听消费体验，我国超高清音视频行业发展也面临着新的机遇和挑战。12 月 26 日-30 日，世界超高清视频产业联盟（以下简

称 UWA 联盟)举办超高清音视频技术标准生态成果展,集中展示了 HDR Vivid 和 Audio Vivid 双 Vivid 标准体系的核心技术标准和生态建设情况,为我国超高清音视频行业发展指明了方向。

超高清音视频市场规模超过 3 万亿,统一标准是必经之路

前不久,中国电子信息产业发展研究院正式发布了《超高清视频产业发展白皮书(2022 年)》(以下简称《白皮书》),全面总结我国超高清视频产业的发展特点,系统梳理产业链各环节的发展情况、典型行业应用案例和重大赛事活动应用情况,分析产业发展趋势并提出了若干措施建议。

《白皮书》指出,我国超高清视频产业快速普及、产业规模迅速增长,2022 年产业规模预计超 3 万亿元。同时,在关键技术突破、标准体系完善、内容建设能力、行业应用等方面累结硕果。在分析到如何推动我国超高清视频行业高质量发展时,《白皮书》提出建议,通过标准牵引,打造高质量的产业生态。面向全球建设开放性生态,进一步优化已有标准,布局、推动三维声、高速短距接口等领域标准建设与协同,打造“全球合作、国际领先”的高质量产业生态。

事实上,任何产业的发展壮大,都离不开标准体系。我国互联网经济发展迅速,视频应用层出不穷,如果没有一套统一的行业标准,就会出现各自为政、一个平台一个标准的混乱局面,不仅仅给观众造成不好的观看体验,也会增加内容生产者的制作成本,不利于整个行业的良性发展。

从国际上看,发达国家很早就实现了超高清领域的标准制定工作。2015 年,美国消费者技术协会发布 HDR10 标准;2017 年,三星、松下和二十世纪福克斯公司成立了“HDR 10+ 联盟”;英国广播公司(BBC)和日本广播协会(NHK)推出 HLG。我国超高清视频产业发展,也需要相应标准。

UWA 联盟先后发布 HDR Vivid 和 AUDIO Vivid,带来视听消费新体验

基于前述背景,世界超高清视频产业联盟(以下简称 UWA 联盟)发布了 HDR Vivid 标准。UWA 联盟是中国成立的第一家科技领域国际性产业与标准组织,聚焦于超高清音视频的核心标准,研发研制、技术研究、产品开发,以及相应的运营。到目前为止 UWA 已经有 254 家会员单位,覆盖了超高清音视频领域内容生产制作、平台、工具、编解码系统、芯片、终端等产业链全领域的企业单位。联盟海外会员数量超过 30 家,日本夏普、法国 Explores、比利时 Auro 等海外企业在联盟创始初期就选择加入,随着双 Vivid 核心技术标准和生态建设取得积极进展,高通、LG、三星、SONY 等国际知名企业也积极加入联盟,参与生态建设。

菁彩声(Audio Vivid)是全球首个基于 AI 技术的音频编解码标准,该标准首次引入了神经网络技术用于编解码,在提高编码压缩率的同时极大的还原语音质量,支持主流三维声编码同时兼容单声道、立体声、环绕声,让声音在平面声场的基础上增加高度感,精准定位,更加立体真实。

Audio Vivid 技术标准最大的突破在于,该标准打破声道限制,为每个声音对象赋予独特个性,让声音萦绕于听众四周乃至上方。引入可兼容的元数据贯穿内容创作、服务分发、终端呈现,保证端到端的效果传递和声音层次,无限趋近真实,为听众提供极致的沉浸式听觉体验。

此次生态成果展特地设计了超高清创新技术体验厅和超高清音视频技术标准生态成果展厅,在现场就可以感受到新技术标准带来的视听体验。

腾讯视频纪录片《风味人间 第二季》中有一个关于盐的故事,由于该纪录片采用 HDR Vivid 视频标准,整体画面会变得明亮通透,海盐的颗粒感呈现的非常清晰。

喜马拉雅首档原创自制菁彩声 Audio Vivid 专辑《“华裔神探”李昌钰 罪案剧》在喜

马拉雅悬疑厂牌“白夜剧场”隆重上线，菁彩声带来的三维沉浸式听觉体验全面提升专辑音质，实现声音版“3D 电影”的效果，让听众在收听时更有代入感和氛围感。这是首个采用 Audio Vivid 音频标准的空间音频有声书专辑。

从 2020 欧洲杯到央视秋晚和世界杯，双 Vivid 标准屡次现身重大场合

2020 欧洲杯，中国移动咪咕公司首次把 HDR Vivid 技术运用在国际大型体育赛事直播上，全面提升了直播画面整体的色彩层次和画质细节，并对运动画面进行特殊渲染优化，使动态画面更流畅、清晰，还原更真实的视觉效果。

2022 年北京冬奥会，中国移动咪咕公司咪咕视频通过优化视频解码器，采用 CPU 多线程协同、视频码流解码与 HDR Vivid 关键元数据提取同时进行的方式，探索了基于软渲染的移动端 HDR Vivid 解决方案，首次通过软件解码方式在移动端试验直播业务，拓展了 HDR Vivid 标准终端覆盖范围，给观众带来了全新的观看体验。

今年 9 月 10 日，央视总台秋晚首次启用三维菁彩声技术进行示范应用，Audio Vivid 首次在重大场合中亮相；

2022 年卡塔尔世界杯，中国移动咪咕公司在赛事直播中同时应用了 HDR Vivid 和 Audio Vivid 技术，引领了行业创新应用示范，成为全球音视频领域关键技术标准产业化的一个重要里程碑。

今年是《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022 年）》的收官之年，过去三年，UWA 联盟先后发布 HDR Vivid 和 Audio Vivid 标准体系，解决了超高清视频行业标准从无到有的问题，在欧洲杯、北京冬奥会和世界杯等重要场合经受住了考验，得到了腾讯视频、爱奇艺、华为视频、咪咕视频等合作伙伴的认可。未来，UWA 联盟将立足全球视野，携手会员单位和合作伙伴打造端到端生态系统，推动我国超高清音视频产业实现更高质量发展。我国网络消费人口众多，超高清内容产业繁荣，相信随着双 Vivid 标准的推广应用，我国超高清视频产业将迎来更好的明天。

3. 直播星和户户通、村村通

（1）2022 年 11 月份直播卫星户户通开通数量统计图出炉

| 户户通行业网站 | 2022-12-06

【流媒体网】摘要：截止 2022 年 11 月 30 日全国户户通累计开通用户数量 13327.3 万户。



根据广电总局发布的直播卫星户户通开通用户数量统计图计算，截止 2022 年 11 月 30 日，全国户户通累计开通用户数量总计 13327.3 万户（1 亿 3327.3 万户），11 月全国开通数新增 10.7 万户，平均每天开通 0.36 万户。

(2) 广电总局：2023 年 1 月 1 日起卫星直播电视高清频道不再标注“高清”字样

2022 年 12 月 26 日来源：IT 之家

12 月 23 日消息，国家广电总局卫星直播中心发布了关于卫星直播高清频道从 2023 年 1 月 1 日起不再标注“高清”字样的公告。

公告称，根据《国家广播电视总局关于进一步加快推进高清超高清电视发展的意见》（广电发〔2022〕37 号）要求，从 2023 年 1 月 1 日起，高清频道将成为电视播出的基本模式，各广播电视台届时将不再在高清电视频道播出画面的右上角标注“高清”字样。IT 之家获悉，用户既可通过画面质量高低来辨识高清频道与标清频道，也可通过换台时查看画面下方的电子节目指南（EPG）信息区分高清频道与标清频道，如“CCTV-1 综合高清”或“CCTV-1 标清”。

卫星直播标清终端（村村通、户户通，俗称“二代机”、“三代机”）无法收看到高清频道，请用户及时换装卫星直播高清终端，可享高清频道，当然，也还能下兼容收看到标清频道。

广大用户注意，在选购卫星直播接收设施时，一定要选购卫星直播高清终端，以收看画面质量更好、清晰度更高的高清电视节目。而标清终端是无法上兼容收看到高清电视节目的，请用户切勿购买，以避免不必要的损失。

4. 有线电视

(1) 江苏有线“国家文化大数据华东区域中心机房”项目入选新型数据中心典型案例

2022 年 12 月 06 日来源：中国 IDC 圈

12 月 1 日，江苏省工信厅公布了《2022 年江苏省新型数据中心典型案例名单》，将根据《关于组织开展 2022 年江苏省新型数据中心典型案例申报推荐工作的通知》评审的结果进行了公示。公示时间为 2022 年 12 月 1 日至 12 月 7 日。

根据名单，本次共有 6 个新型数据中心入选。而数据中心所属企业，其中 3 个属于中国电信，一个属于中国移动，一个属于江苏有线（江苏省广电有线信息网络股份有限公司），一家属于凤凰传媒旗下的江苏凤凰新云网络。

根据《工业和信息化部办公厅关于开展 2022 年国家新型数据中心典型案例推荐工作的通知》（工信厅通信函〔2022〕245 号）和《江苏省新型数据中心统筹发展实施意见》（苏工信数据〔2021〕651 号），申报推荐方向为：

大型数据中心

针对互联网、工业、金融、政务等重点行业领域，聚焦数据中心基础设施、运营管理、数字技术、生态能力，特别是在支撑行业数字化转型、赋能千行百业两方面效果明显的大型及以上数据中心典型应用案例。[大型数据中心：单体规模大于等于 3000 个标准机架(2.5kW/机架)]

中小数据中心

针对“老旧小散”数据中心改造升级等重点行业实践，聚焦“老旧”数据中心应用高密高效 IT 设备和基础设施系统，“小散”数据中心加速迁移整合，特别是改造升级后大幅提升能源利用效率和算力供给能力的中小数据中心典型应用案例。[中小数据中心：单体规模大于 100 小于 3000 个标准机架（2.5kW/机架）]

边缘数据中心

针对 5G、工业互联网、VR/AR、智慧城市等重点应用场景，聚焦数据中心运行效率、

算力算效、监控安全、网络能力，特别是应用创新突出、易推广的边缘数据中心典型应用案例。[边缘数据中心：部署在网络边缘、靠近用户侧，单体规模不超过 100 个标准机架(2.5kW/机架)]

(2) 广西广电局成功推动全区 14 个地市频道全部上线广西 IPTV

2022 年 12 月 22 日来源：广西广电局

近日，随着贵港、来宾、崇左等 3 个地市频道信号顺利通过测试，并正式接入广西 IPTV 集成播控分平台，标志着广西 IPTV 实现在全区 14 个地市频道全部上线播出。全区各市用户可随时通过广西 IPTV 宽带电视收看、回看本地新闻节目，解决了长久以来各地市反映强烈的突出问题，为及时准确地把党和政府的声音传递到千家万户拓宽了渠道。

据了解，广西 IPTV 电信客户端率先完成全部地市频道上线播出。全区各市台均授权广西 IPTV 上线综合频道，其中，崇左上线标清频道，防城港上线高清频道，其余地市已完成高清标清频道两路同播。

2019 年以来，在国家广播电视总局和自治区党委宣传部的指导下，自治区广电局全力推动广西 IPTV 规范建设与管理工作，协调有关各方完成广西 IPTV 集成播控分平台与电信、联通传输分发系统规范对接，实现 IPTV 节目内容集成播控和用户“双认证、双鉴权”管理。今年，自治区广电局协调有关单位完成了广西 IPTV 集成播控分平台与国家广电总局中央监管中心-海南台 IPTV 监管系统的技术对接工作，进一步落实意识形态主体责任，促进广西 IPTV 健康有序发展。截至目前，广西 IPTV 用户数 650 万户，覆盖全区 2000 多万人口，直播频道上线 161 路，拥有影视综艺、少儿动漫、体育电竞等超 30 万小时的海量点播内容，以及 4K 超高清节目，持续推出影视全家桶、千兆权益、数字院线等新产品，并为广西用户提供具有桂风壮韵的本地内容，满足家庭成员多样化的观影需求。

广西 IPTV 不仅在传播节目内容方面，不断为用户提供更优质的服务，同时在助力疫情防控、乡村振兴、社会经济发展等方面也发挥了重要作用。广西部分地市突发新冠肺炎疫情期间，广西 IPTV 积极主动向有关地区用户免费开放“影视全家桶”全部视听节目；上线“空中课堂”，保障有关地区中小学生居家抗疫期间停课不停学；每日按时切播疫情防控新闻发布会，第一时间传达疫情防控最新消息，支持有关地区抗疫防疫工作。广西 IPTV 通过开设乡村振兴专区，深入宣传报道广西乡村建设取得的新进展新成效，围绕“产业兴旺、生态宜居、乡村文明、治理有效、生活富裕”总方针，传播乡村振兴政策，讲好乡村振兴故事，并接入“广西视听商城”融媒体综合电商服务平台，以“媒体+互联网+消费服务”的形式，助力全区乡村振兴发展。

下一步，自治区广电局将继续履行属地监管职责，按照国家广电总局和自治区党委宣传部的有关部署，加大督查指导力度，全面推进广西 IPTV 频道上线、内容专项治理等工作。

(3) 江苏有线“我为群众办实事”活动年度完成率接近 100%

2022 年 12 月 30 日来源：江苏有线

近日，江苏有线建立党史学习教育常态化、长效化制度机制，不断巩固拓展党史学习教育成果。



今年以来，江苏有线牢牢把握媒体深度融合、“全国一网”整合与广电 5G 建设一体化发展、“长三角”一体化发展、乡村振兴、智慧广电建设等重要战略机遇，迅速启动新一轮“我为群众办实事”实践活动，先后印发了《关于推动党史学习教育常态化长效化的实施意见》《〈关于推动党史学习教育常态化长效化的实施意见〉重点任务细化实施方案》以及《2022 年度江苏有线“我为群众办实事”项目清单》，着眼群众、用户、职工“急难愁盼”问题，聚焦“一老一少”，确定当年新增“办实事”项目共 21 个。

截至目前，20 个项目已全面完成，其中，低保用户看电视、老旧小区基础网络改造等 2 个项目超额完成。“职工之家”因品类较多，计划调整为两年项目。江苏有线“我为群众办实事”活动年度完成率接近 100%。

5. 前端、制作与信源

(1) 湖南卫视、芒果 TV 发布 2023 重点节目

| 湖南卫视等 | 2022-12-23

日前，湖南卫视&芒果 TV“暖冬品鉴”2023 内容 IP 分享会举办。活动推介了湖南卫视、芒果 TV 双平台 2023 年重点节目，可谓亮点颇多。作为双平台的王牌赛道，2023 年《乘风破浪 4》《披荆斩棘 3》《声生不息·宝岛季》《时光音乐会 2》四大 IP 将续写行业音综赛道经典。此外，重磅音乐竞技节目《全民歌手 2023》也将颠覆上新。

慢综艺赛道，《向往的生活》《中餐厅》口碑综 N 代续集继续，全网口碑盛赞的《再见爱人》将推出第三季，《你好，星期六》将全面升级焕新而来，全新武术题材节目《无名之辈》、军旅题材节目《真正的勇士》也将热血来袭。

“全年迷综带”企划，全面覆盖四个季度、各个迷综品类，将带来全年不间断芒系悬疑旋风。《大侦探 8》《密室大逃脱 5》两档王牌综艺高能集结，创新再生；《女子推理社》推出全女性连续剧式沉浸推理真人秀，《推理开始了》打造中国实景沉浸式推理剧综。睽违 7 年的《全员加速中》即将回归，带来国内首创虚实结合的加速之城。

创新及定制综艺同样储备充足。《这一波好 6》带来全新反诈互动体验户外真人秀，《城市中的桃花源》开启国内历史街区“焕新”纪实综艺，《宠爱同行》聚焦萌宠和亲密关系，《好样的！国牌》用年轻人的视角去探索“新时代新国牌”，《爸爸当家 2》聚焦全职爸爸、暖心治愈，真诚率性出圈的《快乐再出发 2》也已快乐回归。具有超高粉丝黏性和绵延后劲的职场综艺将续写《初入职场的我们 3·就业季》。此外，泛纪实、文化类节目也将重磅开启，《中国 3》《白驹过隙与君逢》《我的大学》均在待播之列。

(2) 河南广播电视台台长王仁海:文化节目要有底蕴,也要有新韵

| 《人民日报》 | 2022-12-23

最近，中共中央宣传部公布第十六届精神文明建设“五个一工程”优秀作品获奖名单，

《中国节日系列节目 2021 季》名列其中。从 2021 年河南春晚的《唐宫夜宴》到 2022 年的《重阳奇妙游》，河南广播电视台聚焦春节、元宵、清明、端午、七夕、中秋、重阳等传统文化节日，以创新表达、美学呈现、技术赋能创作生产的两季 14 期节目获得了超 600 亿的网络播放量，有力助推中华优秀传统文化深入人心。此前，该节目还获得第二十七届电视文艺“星光奖”电视综艺节目奖、第三十一届中国电视金鹰奖提名。我们将以此为动力，继续探索文化类节目的创新创优和繁荣发展。

追寻《中国节日系列节目 2021 季》底蕴丰厚、内容丰盈、形态丰富的创作基因，最直观的要素就是坚定的文化自信和文化自觉。河南作为中华文化的重要发源地，贾湖骨笛、仰韶文化、殷墟甲骨文等见证着人类探索文明的步履，节日、节气、发明创造等映照着先祖生产生活的智慧。中华优秀传统文化为文艺创作提供了取之不尽、用之不竭的灵感源泉。文以载道，艺以弘德。我们在深耕黄河文化、中原文化上笃行不怠，持续发力，形成了《梨园春》《武林风》《华豫之门》等文化节目群，塑造了河南卫视的“文化中国”定位。

在《中国节日系列节目 2021 季》创作过程中，我们以深度的文化认同和昂扬的创作主动，多维度寻找与新时代观众的情感互动、文化链接、心灵交汇，让具有“中国意象”的节目将鲜明活泼的历史人物、丰富厚重的优秀传统文化和昂扬向上的审美情趣进行聚合，有了文化在时代框架下的整体观照、大众认同和社会意识。节目策划新颖、形态新锐、视听新潮，通过“奇妙游”系列化组合，用形式的创新，呈现出一个个具有故事感、共鸣感的“艺术小宇宙”。

在文化的创新表达中，只有体裁、题材、形式、手段的充分发展，才能推动内容呈现的时代性和人民性。《中国节日系列节目 2021 季》通过对文化的创造性转化、创新性发展，将中国传统节日在自我超越的过程中进行了完美表达。单是在《唐宫夜宴》中，移步换景之间，就能欣赏到《千里江山图》《簪花仕女图》《捣练图》等一幅幅流传千百年的名画。通过场景再造、文化阐释、情感渲染、调性设计，远去的历史演绎成眼前的艺术，优秀传统文化内容在审美表达上开创了新的全景视窗。

我们在将《中国节日系列节目 2021 季》生产传播运行“节节高”的同时，开阔文化视野、放大传播声量，围绕二十四节气拓展奇思妙想，进一步打造了《“中国节气”系列节目》的“奇遇记”新品牌。以文化为魂，以美学架构。我们将持续靶向选题，锐意破题，精准答题，深度挖掘、左右连接、艺术升腾，通过“文化+技术+艺术”谋划制播《“中国发明”系列节目》《“中国神话”系列节目》等，持续探索文化类节目内涵、意境、传播方式创新。

心怀“国之大者”，当有大道之行。在推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌的使命中，我们要通过有底蕴、有新韵的系列化节目，焕发中华优秀传统文化在新时代蓬勃的生命力、传播力，在引领文化节目创作新风尚、打开优秀传统文化传播新视窗中担当主流媒体的责任。

（3）广电总局印发八条意见，推动短剧创作繁荣发展

2022 年 12 月 27 日来源：国家广播电视总局

12 月 26 日，国家广电总局印发《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》，以下为意见原文：

关于推动短剧创作繁荣发展的意见

党的十八大以来，广播电视和网络视听行业深入学习贯彻习近平总书记关于文艺工作的重要论述，聚焦人民群众新期待，把握科技发展、技术变革新趋势，探索推进题材、体裁、风格、样式创新。短剧创作传播日益活跃，发展潜力强劲。短剧通常采用单集时长 15—30 分钟的系列剧、集数在 6 集内的系列单元剧、20 集内的连续剧、周播剧等多种形态，具有

篇幅短小、内容精炼、情节紧凑等特点，与中长剧集、微短剧、短视频等优势互补、各展所长，在丰富人民精神文化生活、满足多样化收视需求方面发挥了积极作用。短剧为人民所急需，符合精神文化产品精品化的发展规律，已成为一种新趋势，应当大力倡导推动。为进一步适应新时代媒体格局、传播方式深刻变化，深化供给侧结构性改革，构建现代视听发展格局，现就推动短剧创作繁荣发展制定意见如下。

一、坚持正确创作方向。各广播电视行政部门、播出机构、制作机构、网络视听节目服务机构要高举中国特色社会主义伟大旗帜，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神，深入贯彻落实习近平总书记关于文艺工作的重要论述，坚持中国特色社会主义文化发展道路，增强文化自信，坚持以社会主义核心价值观为引领，牢牢把握短剧创作的正确政治方向、舆论导向、价值取向、审美趣向，坚持把社会效益放在首位、社会效益与经济效益有机统一，坚持讲品位、讲格调、讲责任，抵制低俗、庸俗、媚俗，建设短剧创作传播良好生态，推动短剧创作健康繁荣。

二、坚持以人民为中心的创作导向。新时代短剧创作要坚守人民立场，让人民成为作品主角，把思想倾向和情感同人民融为一体，积极反映人民生产生活的伟大实践和喜怒哀乐的真情实感，打造立足生活接地气、人民群众欢迎喜爱的优秀作品。要坚持深入生活、扎根人民，把“下生活”作为重要的创作方式，发掘更多代表时代精神的新现象新人物，通过富有吸引力、感染力的故事和人物，描绘人民群众的智慧 and 创造，讴歌人民群众的新风貌、新奋斗、新精神。要把人民满意不满意作为最高检验标准，尊重和遵循文艺规律，在提升短剧作品思想性、创新性、艺术性、文化性上下功夫，满足人民文化需求，增强人民精神力量。

三、加强现实题材短剧创作。新时代短剧创作要深刻把握历史进程和时代大势，把握民族复兴的时代主题，把反映新时代作为重中之重，通过小切口反映大主题、小人物折射大时代、小故事讲述大道理，生动展示在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下新时代十年的伟大成就和伟大变革，生动展示在全面建设社会主义现代化国家新征程上亿万人民的伟大奋斗、丰富多彩的社会生活，用跟上时代的优秀短剧热忱描绘以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的恢宏气象，讲好充满光荣和梦想的远征故事。要把目光投向世界、投向人类，创作更多彰显中国审美旨趣、传播当代中国价值观念、反映全人类共同价值追求的优秀短剧。

四、提升短剧创新创造能力。拓展短剧题材类型，突出记录新时代、书写新时代、讴歌新时代主题主线，深入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史挖掘选题，面向中华历史之美、山河之美、文化之美打开创作视野，形成主题突出、百花齐放的生动景象。丰富短剧创作来源，鼓励优秀中短篇小说改编短剧，增强短剧剧本文学性。开拓短剧艺术境界，把中华文化价值、中华美学精神作为创新的重要源泉，彰显高尚的精神境界、涵养崇高的审美追求；善于运用新的技术、新的手段激发短剧创意灵感，积极探索新的艺术形式和表达手段。统筹发挥短剧和中长剧集等不同类型剧集优势特长，根据题材特点和内容含量合理安排篇幅，既倡导史诗气象的鸿篇巨制，也鼓励删繁就简的精炼短剧，推动电视荧屏、视频网站、移动客户端等剧集供给结构科学合理、内容丰富精彩。

五、培育壮大短剧创作主体。要紧紧依靠广大文艺工作者，坚持百花齐放，发扬艺术民主，营造积极健康、宽松和谐的氛围，尊重广大电视剧网络剧工作者的艺术创新创造，激发电视剧网络剧工作者的创作积极性。广播电视机构和网络视听节目服务机构要深入把握新时代视听产品受众需求和观看习惯，尊重和遵循短剧艺术规律、传播规律、市场规律，适应不同传播媒体、面向不同受众群体，积极创作开发系列剧、单元剧、连续剧、时代报告剧等不同形态短剧产品，支持鼓励在主题创作中重视采用短剧形态、加强短剧创作规划。鼓励各电视台立足本台实际、本地实际，积极创作生产低成本、大情怀、正能量的短剧，打造富有地方特色、生活气息浓郁、群众喜闻乐见的短剧品牌。电视剧网络剧制作经营机构和网络视听平台要重视短剧篇幅短小、内容精炼、节奏轻快、定位精准等优势，进一步优化产品结构，

在资源、人才、营销、排播、宣传等各方面对短剧进行倾斜性支持。

六、构建现代短剧传播格局和市场体系。坚持好作品进入好平台、好时段，各电视台和网络视听平台要积极采购具有较高思想艺术水平的优秀短剧，在卫视黄金时段播出或在首页首屏上线。鼓励各电视台统筹卫视频道和地面频道、各网络视听平台统筹网页端、客户端、OTT端等，推动日播、周播、季播等播出模式创新，提高短剧播出频次，加强短剧宣传推送，扩大短剧受众规模，形成立体多元的短剧传播体系。各电视台及所属新媒体要积极开展自制或主导制作短剧，重视短剧版权开发经营；各网络视听平台要发挥规模、数据、技术等优势，积极探索创新运营模式，通过自制、定制、版权、分账等方式进一步激活短剧创作动能；各电视剧网络剧制作经营机构要及时捕捉市场需求，推出满足受众心理期待的优秀短剧，打造精神文化生活新亮点，形成短剧投资、生产、消费良性循环。

七、加强短剧文艺评论。紧跟创作实践，加强短剧艺术规律和审美属性研究，积极开展短剧创作评论，把社会效益、社会价值放在首位，政治性、艺术性、社会反映、市场认可有机统一，增强文艺批评的褒贬甄别功能，引领短剧创作正确方向。要重视倾听人民群众呼声，积极回应人民群众关切，灵活多样开展短剧创作舆论引导。要加强优秀短剧宣传，提升短剧社会关注度和影响力，及时研究总结优秀短剧创作经营经验做法，采取多种方式表扬推广。

八、切实履行管理职责。各级广播电视行政部门要深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，认真落实意识形态工作责任制，进一步压紧压实属地管理责任、主管主办责任和主体责任，切实把好短剧导向关、内容关、播出关，做到守土有责、守土负责、守土尽责。各电视播出机构和网络视听节目服务机构要认真落实播前审查审核各项制度。电视剧网络剧相关行业组织要发挥行业服务、行业管理、行业自律作用，为推动短剧创作健康繁荣创造良好发展环境。

（4）公共频道改革进入关键阶段

2022年12月30日来源：国家广电智库

公共频道改革已进入关键阶段。2020年，国家广播电视总局（以下称广电总局）印发《关于落实国务院下放县级广播电视播出机构有关行政许可事项的通知》指出，县级广播电视播出机构在省、地级台公共频道插播电视节目的政策不再执行。经广电总局批准后，省、地级台公共频道可撤销或调整为具有本地特色的专业频道。随后，一些广播电视台公共频道陆续撤销停播。据统计，2001年以来，全国先后经批准开办了275个公共频道，经过近两年的调控转型，截至2022年9月底，全国公共频道尚有173个，已减少102个。各省和地市公共频道的调整和转型是频道精简精办的重要任务，既要明确特色化差异化定位，做强专业内容，更要在媒体融合基座上深化系统性创新，走高质量融合发展之路。

过去20余年中，公共频道作为主办和插播节目的各级播出机构的共用频道，供辖区内县级台在预留时段内插播当地节目。在推动市（地）、县（市）广播电视播出机构职能转变，做好基层覆盖和规范宣传秩序等方面发挥了重要作用。当前，媒体深度融合正在推进，广电总局出台政策，推动改革创新，为基层广电发展注入新活力新动能。

一、公共频道亟待变革

近年来，全国县域经济社会不断发展，各地县级台已逐步具备开办电视频道的能力，很多县级台在当地党委政府的现实需要和支持下，已自行开办电视频道。恢复开办电视频道，是建设县级融媒体中心的重要措施，有利于进一步巩固和壮大基层主流舆论阵地。面对新形势，广电总局自2014年起，多次就地方台特别是县级台建设管理情况组织开展大规模实地

调研。2020年广电总局正式印发通知，提出“具备条件的县级广播电视播出机构，可开办一套广播节目和一套电视节目”。无需再通过公共频道插播节目，公共频道的历史使命也随之发生改变，反映了不同时期基层广电媒体改革创新的时代要求。与此同时，为适应频道的供给侧结构性改革公共频道也亟待变革，在撤销或转型中需要明确发展方向，锚定特色化定位，走向更高水平的融合发展之路。

二、融合化、系统化创新是公共频道转型的必然选择

公共频道改革转型，势必要深度融入媒体融合发展大局，在融合发展的底层基座上，走系统化、高效化、协同化的融合发展新路径。

基于融合促转型，协同推进公共频道改革发展与媒体深度融合。

这是当前公共频道高质量转型的“题眼”，以传统媒体思维运营专业频道的时代已经过去，只有深度融合才能实现公共频道的华丽转身。据了解，山东台在公共频道转型新闻频道时，立足融合发展全局，树立以“小屏反哺大屏”的理念，重构节目编辑、播出流程，以“互联网+电视新闻”为精办思路，把频道新闻节目与闪电新闻客户端完全打通，充分融入全台融媒体进程，使专业频道建设迅速步入高速发展阶段。

深度融合正成为公共频道向专业频道转型的关键环节，立足融合谈改革才更有发展价值和前景。而融合业务尤其要注重构建两个体系：一是融合内容生产体系，推进传统工作室向融媒工作室转型，推动专业节目网生态创新，利用新媒体优势，在深度融合中培育新动能。二是融合传播体系，既要融入全台媒体融合建设大局，向“台网屏端微号”全面迈进构建传播“强阵”，又要构建“以我为主”的新媒体矩阵。如湖南台公共频道转型为“爱晚频道”，打造了由电视频道、社区大屏和交互式新媒体矩阵构成的“三屏合一”体系，同时确定了以“爱晚俱乐部互联网平台”+爱晚频道双平台支撑的融合发展思路。

基于融合建内容，打造特色化、专业化内容集群。

融媒体时代，内容建设不是单纯办节目，对于公共频道转型后的专业内容建设，更需要打造融合化的专业内容，形成内容的线上线下互动和特色化供给，增强用户黏性。一方面，结合频道定位设置专业化内容矩阵，节目之间错位互补，着力以融媒思维打造融合态节目，使节目天生具有新媒体基因。另一方面，强化外部资源的融合协同，探索与外部相关机构跨部门跨领域合作，搭建专业内容供给体系。如甘肃台公共频道调整为公共应急频道，其与甘肃省应急管理厅、定西市消防救援支队等单位签订合作协议，针对性地策划推出了《公共应急新闻》《问安陇原》《消防视线·蓝盾》《消防视线·火线》《应急大讲堂》《应急十八班》《对话新空间》《守护者》《企业风云路》等一系列专业栏目，利用外部力量助力专业内容供给。

基于融合强服务，构建特色化产业发展体系，打造发展活力。

公共频道转型发展过程中，不仅要构建专业化、特色化内容体系，更要创新经营模式和产业发展方式，构建基于融合基座的产业创新体系。传统的广告思维早已不应当前媒体发展形势，亟待拓展频道融合平台建设，以平台思维、用户思维、网络思维创新促进融媒产业的多元发展。如湖南爱晚频道在经营好电视大屏的同时，着力开发“爱晚俱乐部互联网平台”，通过“爱晚APP”、社区产业等渠道平台建设消费入口，通过与“芒果TV”“小芒电商”“风芒APP”等平台的融合打通，实现产业升级。面对“银发经济”，爱晚频道还创建了享老消费平台“快乐一号”，打造以线上购物、线下体验为主的高端食品连锁平台。在构建频道产业发展新模式时，关键是打造个性化的创新服务，依托融合平台探索多样态的产业模式。值得注意的是，融合平台不仅是产业经营的入口，更是配套产业经营的推广营销窗口，可实现内容与服务的深度捆绑。

基于融合转机制，构建公共频道转型发展的高效系统。

公共频道迈向高质量融合的“桥梁”和“加速器”是重塑一个适配融合发展的新机制。

江西九江台公共频道将向农业农村频道转型，计划增加农业农村新闻比例，打造农旅融合新业态。为此积极转变生产创新机制，立足融合发展要求，建立广播与电视联动、传统媒体与新媒体联动、内宣与外宣联动、市级媒体与县级媒体联动的一体化联动机制，在不改变现行频率频道制管理模式的情况下，把台内各频道、频率、新媒体、报纸等不同媒体形态的采访记者都融入到全媒体新闻中心，打造全新的地市级广电融媒体云平台，尤其是强化入口建设，推出“云上九江”手机客户端，“中心+频道”的运行机制和客户端建设，不仅为公共频道转型提供了高效的内容供给，更建立了制播生产的联动体系，撬动了地市级媒体转型发展活力。与此同时，融媒体工作室建设也是重要的机制探索，比如，广东台、安徽台、北京台、湖南台、河北台等通过工作室改革，组建一系列融媒体工作室，实现扁平化、专业化、垂直化管理，有效助力专业内容生产。

三、优化融合转型布局，做好“撤销”与“调整”的选择题

当前，全国各地的公共频道正在开展撤销调整工作“重整行囊再出发”。公共频道转型并非“一刀切”，而是提供了两个选项：撤销或调整。从目前情况看，大部分广电机构选择了“调整”，下一步，既要考虑频道发展实际，实现平稳过渡，也要统筹好未来发展的专业化定位和融合化布局。

一是不盲目选择，充分结合自身条件、本土资源、发展基础等研判“是去是留”。“撤销”并不意味着结束和对过去的否定，“调整”也不意味着一路坦途，这一切都需要结合实际，实事求是，充分考量发展利弊。

二是循序渐进，在试验与探索中逐步明确发展方向和发展思路。转型过程中，务必要进行充分的必要性、可行性研判，并且还可按照专业频道建设的制播要求探索试运行，不断调整内容排播、人员配置、经营模式、融合路径等。

三是统筹布局，坚持问题导向和目标导向相统一。无论“撤销”还是“调整”，都应充分考虑人员安置、内容供给、技术设备、频道定位、运营模式、人才资金等一系列问题，结合实际全面统筹，以实现平稳过渡和高质量发展。

6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

（1）四川 IPTV 用户数全国第一

| 四川日报| 2022-12-02

12月1日，2022世界显示产业大会分论坛——新型显示+超高清主题论坛在成都举行。论坛上，中国电子信息产业发展研究院电子信息研究所首次发布《超高清视频产业发展白皮书(2022年)》。白皮书预计，2022年我国超高清视频产业整体规模将超过3万亿元。

超高清是显示产业继数字化、高清化后的新一轮重大技术变革。白皮书显示，2021年我国4K电视出货量达2729万台，渗透率达71.1%；截至今年8月，我国千兆宽带用户数达7055万户，百兆以上宽带用户占比达93.8%。

中国电子信息产业发展研究院电子信息研究所所长温晓君表示，截至2021年底，全国新闻资讯类、专题服务类、综艺益智类电视节目高清超高清制作比例分别达到62.3%、55.7%和59.4%，拉动全国广播电视行业总收入达到11488.81亿元，同比增长24.68%。

白皮书特别提到，四川已成为全国超高清视频产业链最全的省份之一，超高清视频摄录编设备技术水平、产业规模、市场占有率全国第一，超高清视频内容制作国内领先，IPTV(交互式网络电视)用户数全国第一，超高清视频终端产品种类齐全，是国家数字家庭应用示范基地之一，超高清视频产业已发展成为四川电子信息产业的一张亮丽名片。

当天的论坛上，四川省“百城千屏”联播网正式开启。“百城千屏”活动是由工信部等

六部委于2021年10月共同发起的超高清视频落地推广活动,现在这一活动已走过模式探索、技术系统完善阶段,开始运营推广。

论坛还发布了“百城千屏”第二批名录,其中包括成都春熙路、交子大道、光华大道等地的大屏和绵阳、内江、宜宾、泸州、甘孜、阿坝的多块高清大屏。

(2) 中国联通启动全 4K 智能机顶盒终端技术测试

林想| C114 通信网| 2022-12-02

为有效支撑宽带视频业务发展,推进全 4K 终端的智能化升级,全面提升用户感知,中国联通集团启动支持全 4K 功能(包括 4K 分辨率、P60、10bit、BT.2020 等)的全 4K 智能机顶盒终端设备集中测试工作,包括基础型机顶盒、标准型机顶盒和创新型终端机顶盒。

公告显示,此次集中测试范产品名称:基础型 IPTV 全 4K 智能机顶盒、标准型 IPTV 全 4K 智能机顶盒、创新型全 4K 智能机顶盒,产品形态范围具体如下:

(1)操作系统 Android 4.4, CPU、Flash 要求 1G Byte RAM +8G Byte Flash,基础型 IPTV 全 4K 智能机顶盒

(2)操作系统 Android 4.4, CPU、Flash 要求 1G Byte RAM +8G Byte Flash,标准型 IPTV 全 4K 智能机顶盒

(3)操作系统 Android 4.4, CPU、Flash 要求 1G Byte RAM +8G Byte Flash,创新型全 4K 智能机顶盒

(4)操作系统 Android 9.0, CPU、Flash 要求 2G Byte RAM +8G Byte Flash,基础型 IPTV 全 4K 智能机顶盒

(5)操作系统 Android 9.0, CPU、Flash 要求 2G Byte RAM +8G Byte Flash,标准型 IPTV 全 4K 智能机顶盒

操作系统 Android 9.0, CPU、Flash 要求 2G Byte RAM +8G Byte Flash,创新型全 4K 智能机顶盒

针对上述 6 种产品形态,每家报名方每种产品形态最多可以提供两款芯片解决方案(不同芯片厂商)的机顶盒参加测试,并标明检测顺序。

此次测试将设立基本合格要求,未满足合格要求的送测设备视为不合格。同时根据测试情况对设备及厂商进行评价,不进行排名。测试结果将作为中国联通 IPTV 及创新型全 4K 智能机顶盒终端采购及入网应用依据。未经测试及测试不合格、未入围的设备,将不得在中国联通现网应用。

(3) 今年前三季度全球电视销量为 1.43 亿台,电视销量下降或迎拐点

| 经济日报| 2022-12-01

今年以来,全球消费市场需求承压,电子消费品市场需求也呈下降趋势,多数电子产品类的销售情况都不及预期,除智能手机外,电视市场的表现也十分低迷。

市场调研机构奥姆迪亚(Omdia)最新统计数据显示,今年前三季度全球电视销量为 1.43 亿台,同比下降 4.4%;销售额为 723.9 亿美元,同比下降 12.7%。从销售额看,三星电子的市场份额为 30.2%,居全球第一, LG 电子以 17%的份额排名第二, TCL 市场份额为 9.3%,居全球第三。

从数据看,全球电视市场整体表现不佳。即使大部分品牌在过去 3 个季度中保持长时间的低价策略,并通过线上线下渠道实施了多种优惠方案,但仍没有获得消费者的认可和青睐。

今年全球电视销量下滑早在意料之中。受新冠肺炎疫情、全球经济放缓叠加通货膨胀等因素的影响，需求疲软以及衰退早已成为全球电视市场的高频词汇。据悉，三星和 LG 电子已经多次调低今年全球彩电市场的目标量。三星从今年年初制定 4500 万台目标量，修改到 4000 万台以内。而 LG 电子则从年初制定的 2900 万台左右的目标量调整为 2700 万台。这也预示着他们对今年电视市场整体需求的看衰。

不过电视市场也并非一片黯淡，正在火热进行的 2022 年世界杯，可能成为影响全球电视销量的重要变量。与往年不同，今年的世界杯恰逢国内“双 11”购物节以及欧美“黑色星期五”购物节，这使得电视机成为炙手可热的单品。调查显示，83% 的巴西人已经将电视机放入“黑五”的购物愿望清单。因此，业内人士预计，全球电视销售量会因世界杯的到来在年底迎来小高峰。在当前全球电视销售额不断降低的情况下，未来几周能否恢复增长至关重要。

(4) 山东广电局加强 IPTV 安全播出管理

2022 年 12 月 05 日来源：山东广电局

山东广电局加强 IPTV 安全播出管理。

一是扎实开展全省 IPTV 安全播出大检查。先后开展 3 轮全网隐患检查，排查各项技术环节，发现问题已全部整改到位；组织渗透测试，对测试中发现的安全漏洞完成修复；完成多轮压力测试，结果符合预期。

二是督促各责任单位认真开展应急演练。累计完成 28 次 IPTV 播控分平台应急演练和 2 次 IPTV 播控分平台与电信运营商联合应急演练。加强安全播出、网络安全等方面的技能培训，实行考试持证上岗，累计组织 9 次培训和 2 次上机考试。

三是坚持属地管理、分级管理和“谁主管谁负责、谁主办谁负责”原则。通报安全播出事故典型案例，针对发现的问题制定事前预防、事中应急等措施；督促电信、移动、联通等公司严格落实网络意识形态工作责任制，强化领导干部带班和 24 小时值守，确保全省 IPTV 节目安全、优质、稳定播出。

(5) 2022 年全球电视出货量将降至 2.02 亿台 创十年新低

2022 年 12 月 22 日来源：爱集微 APP

12 月 21 日，研调机构 TrendForce 发布消息指出，预估 2022 年全球电视出货量 2.02 亿台，年减 3.9%，创下十年来新低，且明年在全球通货膨胀下，出货量恐进一步下滑，估仅剩 1.99 亿台，跌破 2 亿台大关。

TrendForce 认为，虽然出货量表现衰退，但今年大尺寸面板价格及航运费用降幅超过五成，有效提高品牌对大尺寸产品促销力度，推升电视平均尺寸增长 1.4 英寸达 56 英寸。

TrendForce 进一步指出，2023 年电视面板供应仍呈现宽松，面板价格出现大涨的可能性不高，将有效降低品牌的成本压力，有助于大型促销活动更灵活的操作。但全球主要消费市场仍将面临高通货膨胀压力，预期电视出货增长，明年全球电视出货量预估将再次衰退 1.4%，至 1.99 亿台。

TrendForce 表示，即使今年下半年电视面板价格创历史新低，但今年中国境内电视销量受防疫政策影响，双 11 促销衰退近 1 成，反观北美地区，下半年为刺激终端需求，从 Prime Day 率先展开促销，黑五假期更达高峰，今年 11 月北美电视销售量年增 13%。

受电视需求下滑影响，面板厂商不断受到冲击。有消息称 LG 显示计划于本月停止韩国坡州 P7 工厂的运营，该工厂生产 43 英寸至 50 英寸的电视液晶面板。

7. 新媒体

(1) 湖南省广电局加快推进省级应急广播调度控制平台建设

2022年12月16日来源：湖南省广电局

12月8日，湖南广电局组织召开了省级应急广播调度控制平台建设工作碰头会。会议由湖南省广电局党组成员、副局长肖荣主持，省纪委监委驻局纪检监察组、局机关相关处室和部分直属单位负责同志参加会议。

会议听取了网络传输中心关于省级应急广播调度控制平台申报建设进展情况汇报，参会同志就项目选址、资金落实、体系建设和职工之家搬迁等工作发表了意见和建议。

肖荣指出，省级应急广播调度控制平台建设是湖南局一项紧迫而重要的工作，时间紧、任务重，要切实提高认识、服从大局，确保项目按期完成。各部门要相互配合，发挥好“五个方面”的作用。

一是安全传输保障处要发挥好牵头性作用，就全省应急广播体系建设，结合湖南省实际，抓紧理顺头绪，提出重点工作，积极对接应急管理等部门，做好顶层设计；

二是规划财务处、办公室、科技处和公共服务处要发挥保障性作用，尽快落实资金和场地，做好技术指导和县级应急广播终端的对接；

三是网络传输中心要发挥基础性作用，进一步优化建设方案，夯实工作基础；

四是后勤服务中心和机关工会要发挥辅助性作用，做好施工场地安防和职工之家搬迁等配套服务，机关工会要做好干部职工的思想工作；

五是请驻局纪检监察组发挥监督性作用，全程监督项目的组织实施，杜绝违法违纪行为，确保招投标等工作公开公平公正。

(2) 江西：推进突发事件预警信息发布与应急广播平台对接工作

2022年12月22日来源：中国气象局

12月5日，江西省广播电视局与省气象局联合印发《江西省突发事件预警信息发布系统与省应急广播平台对接管理办法（暂行）》（以下简称《办法》），规范江西省突发事件预警信息发布系统（以下简称“省突系统”）和江西省应急广播平台（以下简称“省应急广播平台”）对接工作，提高突发事件预警信息传播的时效性、精准度，扩大覆盖面。

江西省突系统与省应急广播平台的对接工作于2020年7月启动，2021年5月省应急广播平台建设完成后正式开始，同年6月完成与省应急广播平台的专线对接，并开展系统测试，2022年9月在高安市完成靶向精准广播发布。现已对接覆盖全省4.5万多套省应急广播“村村响”终端，并均已实现基于地理位置的精准靶向发布，目前数量还在进一步增加。

(3) 广电总局副局长朱咏雷：积极推进“未来电视”部署，构建广电大视听格局

2022年12月30日来源：国家广播电视总局

日前，国家广播电视总局党组成员、副局长朱咏雷以视频方式出席2022中国无线电大会并致辞。

朱咏雷表示，在世界多极化、经济全球化、社会信息化、文化多样化深入发展的大背景下，广电行业将持续推进广播电视高质量发展，向更远目标、更严要求、更高标准发起挑战。

一是实施“智慧广电”战略，强化频谱资源储备，积极推进“未来电视”部署，构建广

电大视听格局，建设无线网络应用新生态。

二是贯彻“移动网络优先，有线、无线、卫星协同”的发展思路，加快打造“连接+计算”泛在智能基础设施，建设新型媒体多渠道传输覆盖传播网。

三是加强“大安全”统筹，不断提高广播电视无线电管理水平，持续完善相关法规规章，加大边境广播电视频率协调等工作力度，切实维护我国广播电视无线电台站和频谱权益，筑牢安全防线。

2022 中国无线电大会由工业和信息化部、国家广播电视总局、广东省人民政府共同主办，12 月 20 日-22 日以线上线下相结合的方式举行。21 日，广电总局承办的“新技术、新视听、新动能”分论坛成功举行，中央广播电视总台、中国广电集团、华为公司、无线局、广科院、规划院、深圳大学相关专家分别发表主题演讲。

(4) 短视频与长视频的 2022

2022 年 12 月 29 日来源：文娱价值官

如果说 2021 年是长短视频短兵相接、冲突频仍的一年，那么 2022 年长短视频平台已经走向了握手言和，双方之间的“时长争夺战”已经不再是市场主旋律，开始进入一种新的均衡态势。

前几年攻城略地的短视频开始触及增长天花板，视频号虽然来势凶猛，却并未对抖音、快手形成足够挑战，商业化成为悬在所有平台头上的紧箍咒，各家都在加紧巩固自成一体的商业城池。

长视频行业的付费用户规模虽然长时间触顶，但已经形成了稳定的受众群体，几家平台之间通过爆款内容的比拼，吸引着用户有限的注意力。在这场“零和博弈”中，今年爱奇艺会员规模的增长是以腾讯视频的“失血”为代价，但很难说谁能笑到最后。

今年，“电子榨菜”成为文化风向标，相比个性化的短视频，“集体狂欢”的剧集更能帮助 2.4 亿单身人群摆脱孤独，更不用说作为社会情绪收集器的综艺，这是长视频短时间内无法被跨越的“护城河”。当长短视频之间越来越“泾渭分明”，内容市场将会迎来更加健康的竞争格局。

视频号快速进击却并未改变短视频竞争格局

近日，马化腾在年底内部大会上的讲话成为全网热议的焦点，“全厂的希望”也再次让舆论的目光投注到视频号身上。Quest Mobile 发布《2022 中国移动互联网半年报告》显示，截止今年 6 月，微信视频号月活规模突破 8 亿，已经超过抖音。然而，视频号增长提速，抖音、快手却并未受到明显冲击。



在腾讯二季度的财报中，视频号总用户使用时长超过了朋友圈总用户使用时长的 80%（据张小龙在 2019 年微信公开课 pro 上披露的数据，多年以来用户在朋友圈花费的时间基本没有变化，每天平均 30 分钟），这意味着视频号的 用户时长仍然只有抖音、快手的三分之一左右，距离颠覆短视频市场的竞争格局、游戏规则仍有一段长路要走。用户渗透率快速提升，但用户参与度增长有限，意味着视频号仍未形成足够的用户黏性，内容仍然缺乏鲜明特色，用户多以随意性消费而非沉浸式消费为主。今年视频号的增长，离不开一系列直播演

唱会的拉新效应，只可惜尚不完善的内容生态、社区氛围使得留存度堪忧。目前看来，视频号战略意义更多是在腾讯“围墙花园”的内部，通过电商和广告担负起整个集团“养家”的重任，同时在一定程度上抵御抖音、快手的用户侵蚀。

年末，抖音入局打车市场的消息不胫而走，成为科技新闻的头条。继前不久开放外卖服务之后，抖音在本地生活市场再次出击，这也让媒体开始把抖音视为下一个微信。当抖音的江湖地位基本稳固之后，摆脱广告依赖症、开辟更多的商业化增长点成为下一步的战略重点。虽然自营电商业务推高了抖音广告收入的天花板，但2022年的业绩仍然低于字节的预期，这也让它加快了向本地生活的行军步伐。

短视频平台已经成为数亿用户的购物平台，它有没有可能再下一城，成为网民须臾不离的生活服务平台？这就要看从短视频到生活服务之间的转化路径与转化成本。直播带货的路径足够直接，转化率平台清晰可控，且物流客服基础设施足够到位。相比之下，本地生活是一门强运营、重资产、效率为先的生意，流量本身并非万能，习惯了主动搜索的用户，也不会轻易接受衣食住行全面的“算法投喂”。

要做下一个微信，抖音还需要在社交版图上实现突破，然而无论是熟人社交、陌生人社交、内容社交、种草社交，字节独立开发的社交App全部“扑街”。即便如此，字节的社交梦仍然跳动不息，新升级的多闪又开始克隆海外社交产品Bereal，恐怕难逃“水土不服”的窘境。

作为“行业第三”，站稳了自己生态位的快手却并未成为两强相争的牺牲品。三季度财报显示，快手平均日活用户达达3.63亿，同比增长13.4%。一个更为关键的指标是，累计互关用户对数达235亿对，同比大幅增长63.1%，这意味着快手的“老铁关系网”编织得更紧密。这也让快手基于私域流量的电商业务有望实现26%的增长（据LatePost报道）。

目前快手的当务之急是在激活“市井经济”的同时，实现经济生态的“去家族化”、品牌化、品质化，这注定是一场如同走钢丝的平衡游戏。11月底，粉丝数高达2.2亿的快手小店官方账号开始直播带货，无疑是为了增强用户、品牌方对于平台的信任感，为电商业务树立品质标杆。目前，快手的客单价相比抖音、京东、淘宝天猫仍存在一定差距，这同时也意味着它的电商业务仍有着巨大的提升空间。

爱奇艺“涨粉”，腾讯视频“失血”长视频陷入“零和博弈”？

在今年第五部站内热度破万剧集诞生之际，爱奇艺再次宣布会员涨价，两年三次密集的涨价节奏，引来了外界的调侃——“一次爆剧换一次涨价”。然而从开始涨价以来爱奇艺会员业务的表现来看，爆款内容的稳定产出换来的是用户黏性的不断增强，会员的价格弹性越来越不敏感。

爱奇艺三季度财报显示，当季会员数净增超千万，日均订阅会员数量再次破亿。或许正是爆款内容的引流效应，给了爱奇艺再次涨价的底气。12月21日“迷雾剧场”新作《回来的女儿》的强势回归，更是让爱奇艺的股价一度涨幅超过20%。数年以来，头部长视频平台的付费用户始终围绕1亿波动，这意味着长视频消费群体已经基本稳固，从未真正远离，一部优质剧集就能轻松唤回。

从爱奇艺今年在剧集市场的表现来看，它似乎找到了爆款方法论，正在逐渐克服“脉冲式”内容供给的不确定性。五部热度破万剧集《人世间》《苍兰诀》《罚罪》《卿卿日常》《风吹半夏》类型较为均衡，在国民剧、年代剧、甜宠剧、仙侠剧、刑侦剧等类型上都实现了突破。然而，爱奇艺的内容领先优势能否持续保持，还有待明年的进一步检验，即便是Netflix都不可能高枕无忧，这正是流媒体行业的残酷之处。

与短视频市场不同，今年的长视频市场并未实现共同做大蛋糕，而更像是一场“零和博弈”。腾讯财报显示，三季度腾讯视频付费会员总数同比减少900万，环比减少200万，用户的持续流失反映了“内容力”的衰退。这部分是因为腾讯视频未能摆脱“古偶依赖症”，

屡试不爽的“IP+流量明星”配置也在今年屡屡失灵。云合数据的剧集市占率年榜上，前五名中仅有一部腾讯视频独播剧（《星汉灿烂》）上榜，爱奇艺则有三部。

腾讯视频今年的表现不尽如人意，也与备受诟病的排播策略有关。多部重点作品排播延后，排播档期随意插播，为了招商拉长播出战线，严重干扰了观众的追剧节奏，也一步步耗尽了观众的耐心。不过，从2023年的片单来看，腾讯视频的内容多元化程度相比今年有了很大的提升，“剧场化”策略也终于姗姗来迟，有望部分收复今年的失地。

阿里巴巴2023财年Q2（2022年7月1日至9月30日）财报显示，优酷日均付费用户规模同比增长8%，连续六个季度亏损同比收窄。灯塔专业版发布的《2022剧集市场观察》中，全年正片播放指数Top 10优酷与爱奇艺各占了四席，虽然在前五名中优酷仅占一席。在悬疑题材、女性题材等细分内容上，优酷今年都表现抢眼，在长视频赛道中正在找到差异化的生存之道。年底《无限超越班》的话题不断，也显示了优酷在综艺领域不容小觑的实力。

说到综艺，就不得不提依靠爆款综艺在长视频市场立足的芒果超媒，虽然今年手握《乘风破浪3》《披荆斩棘2》两档热门综艺，但两者的高开低走意味着芒果的综艺玩法正在逐渐失效。相比这些纯娱乐综艺，能够激发年轻人价值观鲜活表达的“态度综艺”更受追捧，比如第二季热度依然居高不下的《一年一度喜剧大赛》。

“电子榨菜”走红长、短视频无法互相取代

“短视频会侵蚀掉很多长视频、游戏等产品的时间，这是一个客观发展规律。”在内部员工大会上，马化腾表示短视频正在倒逼腾讯调整长视频战略，比如砍掉非精品内容。今年爱奇艺下决心降本增效，聚焦内容精品化也是绝地求生之举，只不过背靠大树的腾讯转型动作慢了半拍。

今年7月，爱奇艺与抖音达成内容授权合作，意味着长、短视频的头号玩家化敌为友。在过去几年突飞猛进的冲击波之后，长视频、短视频的消费场景、用户偏好正在逐渐泾渭分明，彼此之间也不再剑拔弩张。如《2021中国网络视听发展研究报告》所言：单一碎片化时间使得用户难以进入沉浸式体验。短视频并不能承包年轻一代所有的内容需求。

今年，“电子榨菜”一词成为风靡一时的流行语，有多部“以小搏大”的古偶剧具有鲜明的“电子榨菜”属性，甚至是根据年轻人的下饭需求量身定制。有意思的是，与3至5分钟的“泡面番”不同，当代年轻人的电子榨菜却往往是单集时长半小时以上的长视频，而非短视频。

为何《甄嬛传》《武林外传》这样的经典剧集能成为百吃不厌的“电子榨菜”，为何《卿卿日常》能成为今年最火的新晋“电子榨菜”？因为“电子榨菜”的流行离不开“孤独”二字，伴随着大家都在追的剧集下饭，能够很好地缓解独处产生的空虚感，有一种与千千万万人一同“聚餐”，“众乐乐”的集体参与感。

同样的，《一年一度喜剧大赛》《脱口秀大会》这样的热门综艺，也是孤独年轻人之间的一种“隔空社交”，个体情绪的集体碰撞与释放。相比之下，一个人刷着千人千面的快餐式短视频，只会让独居年轻人倍感空虚寂寞，在“信息茧房”中距离人群越来越远。

从这个意义上来说，日益扩大的独居人口（2021年已达9200万）有着更强烈的追求大众娱乐的心理需求，短视频的流行在侵蚀长视频用户时长的同时，也在把更多用户推向对方。

（5）“全国文化企业30强”出炉,这些广电机构上榜

| 新华网 | 2022-12-29

12月28日，光明日报社和经济日报社向社会联合发布了第十四届“全国文化企业30强”名单。中国出版集团有限公司、中国电影股份有限公司等30家企业进入行列。从本届“30强”企业有关情况看，面对国内外形势的变化，骨干文化企业完整、准确、全面贯彻

新发展理念，主动服务和融入新发展格局，坚持固本培元、守正创新，坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一，进一步发挥引领支撑作用，加快产业结构调整优化，推进发展方式转型升级，总体规模实力进一步壮大，市场竞争力和盈利能力持续稳定增强，推动文化产业质量和效益实现有效提升。本届“30强”企业2021年度合计主营业务收入5288亿元、净资产7170亿元、净利润466亿元，主营业务收入和净资产均创历史新高，分别比上届增加85亿元和178亿元，净资产首次突破7000亿元大关，尤其是盈利能力明显提高，净利润比上届增长18.3%。

光明日报社和经济日报社按照鼓励先进、支持创新等原则，继续发布了“30强”提名企业，对中国对外文化集团有限公司等20家企业予以提名。

第十四届“全国文化企业30强”名单（排名不分先后）如下：

中国出版集团有限公司
中国电影股份有限公司
华夏电影发行有限责任公司
中国广电网络股份有限公司
中国国际电视总公司
华侨城集团有限公司
中国工信出版传媒集团有限责任公司
北京蓝色光标数据科技股份有限公司
完美世界股份有限公司
上海世纪出版（集团）有限公司
上海电影（集团）有限公司
上海米哈游网络科技股份有限公司
东方明珠新媒体股份有限公司
江苏凤凰出版传媒集团有限公司
江苏省广电有线信息网络股份有限公司
江苏省广播电视集团有限公司
华数数字电视传媒集团有限公司
浙江出版联合集团有限公司
浙江华策影视股份有限公司
浙报传媒控股集团有限公司
安徽新华发行（集团）控股有限公司
江西省出版传媒集团有限公司
山东出版集团有限公司
中原出版传媒投资控股集团有限公司
中南出版传媒集团股份有限公司
芒果超媒股份有限公司
广东省出版集团有限公司
广西出版传媒集团有限公司
四川新华出版发行集团有限公司
西安曲江文化产业投资（集团）有限公司

第十四届“全国文化企业30强”提名企业名单（排名不分先后）如下：
中国对外文化集团有限公司
央广传媒集团有限公司
北京流金岁月传媒科技股份有限公司

北京盛通印刷股份有限公司
北京歌华传媒集团有限责任公司
唐山市文化旅游投资集团有限公司
内蒙古新华发行集团股份有限公司
黑龙江出版传媒股份有限公司
上海风语筑文化科技股份有限公司
上海阅文信息技术有限公司
宋城演艺发展股份有限公司
芜湖三七互娱网络科技集团股份有限公司
福州古厝集团有限公司
景德镇陶文旅控股集团有限公司
广东南方新媒体股份有限公司
丝路视觉科技股份有限公司
华强方特文化科技集团股份有限公司
四川文化产业投资集团有限责任公司
域上和美文化旅游股份有限公司
读者出版集团有限公司

8. 媒体融合

(1) 如何推进媒体融合发展？海口这场会议干货满满，速围观

2022年12月09日来源：海口网

12月7日，由海南省委网信办主办，海口网承办的2022媒体融合创新研讨会在海口开幕。来自南海网、万宁市融媒体中心、海南师范大学、东方市融媒体中心等单位，以及高校的专家学者、媒体大咖纷纷建言献策，助推媒体融合高质量发展。



图1为：陈书焕以“‘自贸+’定位下的海报创新融合发展”为主题进行分享。

图2为：邢芳琳以“加强矩阵建设，努力构建全媒体生产传播体系”为主题进行分享。

海南国际传播中心首席执行官、南海网副总编辑陈书焕以“‘自贸+’定位下的海报创新融合发展”为主题带来主旨分享。他分享了三点“海报经验”，总结海报集团近几年来推进媒体深度融合发展的历程。一是以互联网思维做好顶层设计，采取“互联网+”思路，注重互联网化思维。二是重视技术驱动，以技术为重要驱动力，以技术创新为引领，把握技术“制空权”。三是充分利用资本的杠杆效应，加大资本运作和投融资力度，以资本杠杆撬动媒体深度融合。

“自2020年3月挂牌以来，万宁市融媒体中心始终围绕建设主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽的目标定位，不断加强矩阵建设，推进媒体融合……”万宁市融媒体中心党支部书记、主任邢芳琳以“加强矩阵建设，努力构建全媒体生产传播体系”为主题带来

主旨分享。她表示，要构建立体化融媒矩阵，打造主流舆论阵地；不断营销话题热度，增加对外宣传“能见度”；精准对接群众需求，延伸融媒+服务功能与市新时代文明实践中心联合打造“守望者”。

据邢芳琳介绍，万宁融媒体中心将继续推进媒体深度融合，加快实现采、编、播 4K 高清升级改造和智慧广电建设，同时引进一批技术型和应用型专业化人才，打造全媒体融合矩阵，推出一批现象级外宣产品，不断提升万宁的整体形象、能见度知名度，逐步将万宁融媒打造为地区主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。



图 3 为：刘磊以“外国短视频播主对海南自贸港形象的国际传播研究”为题进行分享。

图 4 为：王晓玲向会议分享东方市融媒体中心推进媒体融合具体方式方法。邵阳 摄

海南师范大学新闻传播与影视学院教师刘磊以“外国短视频播主对海南自贸港形象的国际传播研究”为题带来主旨分享。他提到，大量国际短视频播主的参与对于降低国际传播中的“文化折扣”，加强民间化展示具有重要的实践性意义。海南需要抓住时机，通过海外媒体平台进行内容传播，提升传播力，为讲好海南故事提供新路径。

“东方市融媒体中心按照‘一次采集，多种生成、多元传播’的模式，打造全媒体采编团队，新媒体产品制作和推广团队，除了常规的电视新闻播出之外，以对新闻素材的二度创作加工为内核，加强短视频的生产和传播，打造有温度、接地气的新闻短视频。”东方市融媒体中心主任、台长王晓玲介绍，该中心在二度创作的时候把握一个基本逻辑——“内容底层逻辑”，力争内容形式大众亲民、接地气。

内容如何做到亲民接地气？王晓玲表示，要把握两个字：“人性”，抓住用户的痛点、痒点、爽点，与用户达成共鸣、共情。除了内容方面，在制作技巧和文案撰写方面也紧跟网络热点，比如文案上注重使用网络语态语言，吸引年轻用户，通过对原有新闻素材再挖掘、再加工，不断放大传播效果。

（2）中国数字经济规模已达 45.5 万亿元 天眼查发布《2022 中国数字经济主题报告》

| 央广网| 2022-12-30

掏出手机，随时随地叫车出发；从买菜到大件消费，点击手中小屏即可交易；视频会议重构了办公与教学方式；工厂无需开灯，也可以承载精密的设备制造……智能设备的普及和数字产业的建设，支撑起了飞速演进的数字化生态……过去十几年，每一个中国人都能深切地感受到数字经济带来的福祉。

党的二十大报告提出“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”的任务。而近年来，互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新，日益融入经济社会发展各领域全过程。中国信息通信研究院调研显示，2021 年，全球 47 个主要国家数字经济增加值规模达到 38.1 万亿美元，占 GDP 的 45%。其中，中国数字经济规模达到 7.1 万亿美元，占 47 个国家总量的 18% 以上，位居世界第二。数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有，赋予了经济社会发展的“新领域、新赛道”和“新动能、新优势”。

为了更细致地展现数字经济发展进程，感受数字产业价值，近日，天眼查发布《2022

中国数字经济主题报告》，系统梳理了我国数字经济的现状和推动因素，展现了数字经济对个人职业发展带来的影响，聚焦数字经济下的农业、制造业、服务业变化，洞察北京、上海、深圳、杭州、苏州五城的“数实发展”，立体化展示了数字经济对于我国经济发展、社会发展的重要引领作用。让我们透过报告“看清新趋势，点燃新引擎”。

「数」改变生活：97个新兴「数字职业」应运而生

近年来，我国数字经济发展不断取得新突破。据中国信通院相关数字经济报告显示，2021年，我国数字经济规模达到45.5万亿元，较“十三五”初期扩张了一倍多，同比名义增长16.2%，占GDP比重达39.8%，较“十三五”初期提升了9.6个百分点。

多元因素正在推动数字经济快速发展，其中最突出的，是数字经济相关政策浓度的全域化提升。天眼查报告显示，2012-2021年，我国数字经济相关政策数量从19项增长到335项，其中，广东、北京、上海，三地2021年数字经济政策颁布位居前三，数字经济的高速发展离不开强有力的政策支持。

此外，以数字化公共服务、数字经济治理体系为主的社会推动，和推动消费动能增长、牵引投资提质增效和促进贸易高水平循环为主的经济推动，是加快数字经济建设步伐的两大动力。在技术层面，新基建的快速发展，为数字经济发展夯实了基础条件；产业链上下游的联动需求，成为数字经济为重要纽带。

政策加持及市场需求推动了数字经济相关职业的涌现，“数字人才”炙手可热。《“十四五”数字经济发展规划》明确提出“鼓励将数字经济领域人才纳入各类人才计划支持范围”；《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》新增标注了97个数字职业。天眼查报告显示，“数字孪生”、“数字化解决方案”相关职业招聘企业3年复合增长率分别高达225%和324%。

数字人才的需求扩容，与各行各业数字化转型的速度成正相关。为了帮助更多传统企业将生意做到线上，“数字化管理师”这一新职业应运而生，目前从业人员已超过200万。而在直播带货崛起的大背景下，“大数据分析师”则成为了消费类企业发展电商的必备人才吗，通过专业化采集、分析、挖掘等方式，让数据“开口说话”，帮助品牌洞察迎合消费者的偏好。

「数」改变产业：快速渗透三大产业，制造机器人密度十年间提升13倍

2021年，国家统计局出台的《数字经济及其核心产业统计分类（2021）》从“数字产业化”和“产业数字化”两大方面，确定了数字经济的基本范围，即数字产品制造业、数字产品服务业、数字技术应用业、数字要素驱动业、数字化效率提升业，共五大类。其中，前四大类为数字产业化部分，包括为产业数字化发展提供数字技术、产品、服务、基础设施和解决方案，以及完全依赖于数字技术、数据要素的各类经济活动；第五大类则属于产业数字化部分，指应用数字技术和数据资源为传统产业带来产出增加和效率提升，是数字技术与实体经济的融合。

在数字产业化领域，天眼查报告显示，2021年我国数字产业化规模为8.35万亿元，同比名义增长11.9%。在数字产业化领域的上市公司，大多集中在“电子元器件及设备制造”领域，共有357家公司，占比34%，“信息技术服务”和“软件开发”次之，分别有151家和128家公司，占比14%和12%。技术类企业在数字产业化领域上市公司的高占比，彰显出我国数字产业化的高质量发展。

与此同时，伴随着数字技术的创新演进，以及互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，产业数字化转型也正向深处迈进。天眼查报告显示，2021年我国产业数字化规模达到37.18万亿元，同比名义增长17.2%，占数字经济比重为81.7%，占GDP32.5%。其中，“智能制造”领域上市公司分布最多，截至统计共有2443家公司，占比67%。由“中国智造”提供核心驱动力的产业数字化，俨然已成为我国数字经济发展主引擎。

数字经济不仅提升了增长的速度，也改变了产业的“生态”。近年最突出的变化是，“智能制造”在多个产业发展中扮演着越来越重要的位置。天眼查报告显示，产业数字化上市公司分布中，“智能制造”领域拥有 2443 家上市公司，占中国上市公司的 67%。数字产业化的上市公司，大多集中在“电子元器件及设备制造”领域，有 357 家公司，占中国上市公司的 34%。

在全行业经历数字化转型的大背景下，数字经济向农业、制造业和服务业快速渗透。

天眼查报告显示，2021 年，我国农作物耕种收综合机械化率超过 72%，北斗终端的农机超过 60 万台套。数字经济的发展同样改变了农业零售的面貌：2021 年，我国农村网络零售额达到 2.05 万亿元，较前一年增长 11.3%。其中，我国脱贫地区农副产品网络销售平台，在 2020 年 1 月上线以来，累计销售额突破 200 亿元。数字经济正在改变中国农业的传统发展思路，为我国农业农村现代化、建设农业强国奠定了坚实的基础。

以数字经济背后的技术为依托，机器人相关产业蓬勃发展。据天眼查报告显示，近 10 年来，机器人相关企业注册数量逐年上升，仅 2021 年新增机器人相关企业就达到 12.39 万家；2021 年，我国制造业机器人密度达到 322 台/万人，相较 2012 年增长 13 倍。目前，我国机器人产业已基本形成从零部件、整机到集成应用的全产业链体系。“机器人”参与“智造”，是中国制造业成长的缩影之一。

电商是我国数字经济的重要组成部分，天眼查报告显示，我国电子商务交易额保持快速增长，已经由 2012 年的 8 万亿元增长至 2021 年的 42.3 万亿元，年均增长 20.3%。除了电子商务领域，诸如网约车、外卖、本地生活、数字文创、智慧旅游等产业也在数字经济的助力下不断开拓新圈层用户，市场规模不断扩大。在服务业领域，数字经济为我国的服务业转型提供新机遇，与人民对美好生活的追求同向而行。

多城市「数实」结合初见成效，北京 34 家企业跻身互联网企业百强

人们的生产与生活、产业的运行发展、社会行政落地、经济治理、环境管理等，都以城市作为依托。透过报告可以发现，不同城市均被数字经济所带动，依据自身的优势和方向，走出了各具特色的「数字+实体经济」结合之路。

北京是国内政策的重要“窗口”，也是数字经济发展的标杆城市。今年 11 月，北京出台了《北京市数字经济促进条例》，确立了“立足高精尖产业集聚优势，建设‘数字生产’高地、提升‘数字治理’能力，打造‘数字生活’城市，按照‘一基、两化、多场景’的思路高标准建设全球数字经济标杆城市”的目标，为城市数字经济建设提供了坚实有力的政策支撑。

北京的数字经济及其相关产业发展较为突出：在发展规模上，2022 年前三季度，北京数字经济实现增加值 1.28 万亿元，同比增长 3.9%，占地区生产总值的比重高达 42.7%。北京软件和信息技术服务产业实现营业收入 2.2 万亿元，规模居全国首位。此外，在互联网领域，北京已有 34 家企业入选“2021 年中国互联网综合实力前百家企业”、58 家企业入选“国家鼓励的重点软件企业”，入选企业数量居全国首位，北京互联网产业综合实力之强劲可见一斑。

杭州是数字经济的前沿探索者，聚焦人工智能、跨境电商、数字经济、金融科技等主导产业，加快自贸试验区建设。天眼查报告显示，杭州集聚了全省 36% 的人工智能核心企业，创造了占全省三分之一跨境电商出口知名品牌、全国三分之二出口零售平台和全国七成跨境电商支付交易额。2022 年 1-7 月，在自贸试验区带动下，杭州数字贸易额占全省比重达 41.8%。此外，杭州还拥有两家年营收超千亿数字经济企业、20 家超百亿企业，位居全国之首。围绕打造“全国数字经济第一城”的目标，杭州在数字经济发展上成效显著。

作为中国的大型城市，在数字经济发展上，上海、苏州、深圳的数字经济延伸渗透，在第二产业更为突出。在上海，新能源汽车产业是产业数字化的代表。天眼查报告显示，

2019-2021年，上海新能源汽车领域专利申请量快速增长，均突破了10000件，持续的高质量技术创新为上海新能源汽车产业的稳健发展奠定了良好基础。

依托长三角雄厚的制造业基础，苏州在智能制造领域长线发展。天眼查报告显示，苏州2021年高技术制造业产值14062.2亿元，比上年增长11.9%，占规模以上工业总产值的比重达34.0%。截至2021年底，苏州已有6000多家工业企业推进实施了8000多个“智改数转”项目，工业互联网规上应用企业近5000家；拥有全球“灯塔工厂”5家，数量占全国七分之一，制造业数字化在数量和质量上均取得领先。

当前，“数字经济”在深圳的经济发展中位居决定性地位。天眼查报告显示，2021年，深圳数字经济核心产业增加值突破9000亿元，占全市GDP比重达30.5%，规模和质量位居全国大中城市之首。面对数字经济巨大“风口”，深圳出台政策措施，推进数字产业化、产业数字化，全力构建数字经济产业新生态，打造国家数字经济创新发展试验区，以及新型信息基础设施标杆城市和全球数字先锋城市。而在全市的数字经济版图中，深圳宝安区是“产业高地”。天眼查报告显示，在深圳市电子信息相关企业数量地域分布中，宝安区位列首位。电子信息制造业在此生根，为深圳数字经济的高速发展持续赋能。

从个人生活到产业迭代，从城市变革到政策变局，天眼查《2022中国数字经济主题报告》揭开数字经济不易察觉的细节——它们是数字经济政策宏大叙事的注脚，也是真正组成中国数字经济的一个个“齿轮”和“螺丝”。对于处于浪潮之中的个人、企业而言，《报告》有助于我们看清“数字社会”新形势、把握“数字产业”新势能，共情“数字城市”新构造，与时代共振，以主动应变，拥抱未来发展的无限可能。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）中国移动已提前布局元宇宙核心领域 卡位新的产业层级

2022年12月02日来源：飞象网

近年来，“元宇宙”概念持续火爆，元宇宙是继PC互联网、移动互联网之后互联网发展的新阶段，实现“人人物”多元主体的永续在线和实时交互。

11月30日消息，今天中国移动举行2022年第三季度业绩说明会，中国移动执行董事兼首席执行官董昕在会上表示，中国移动已提前布局元宇宙核心领域和关键环节，卡位新的产业层级和关键枢纽。

具体来说：算力层方面，构建的算力网络，会成为元宇宙构建的重要基石，支撑海量接入、真实建模与交互、大规模虚拟内容创作与体验。能力层方面，积极布局人工智能、区块链、智能交互等技术领域，加大核心能力自主构建，拥抱产业链合作方，培育优质能力服务。应用层方面，聚焦咪咕视频、视频彩铃、云游戏、云VR、云AR等方向，加速元宇宙内容及应用领域的布局。

另外，董昕还指出元宇宙的发展将带来“四个融合”：

一是新一代信息技术的融合，即元宇宙的技术环境。将对网络的带宽、延时、连接数、可靠性，以及算力、人工智能、区块链等的运用提出更高要求，加速新一代信息技术及配套新型基础设施的结构性变化。

二是虚拟空间与现实空间的融合，即元宇宙的时空观。现实空间事物将被映射到虚拟空间，数字艺术品、道具、虚拟房屋、城市等被创造，时间也能根据人的需要进行编辑和操作，空间和时间的范畴被不断拓展。

三是科技与金融的融合，即元宇宙的价值观。将建立虚实交互、人机互通、防篡改、可

追溯的新型安全信任机制，形成新型数字资产信用平台和运营主体，创新非同质代币(NFT)、去中心化金融(Defi)等新业态，实现数字资产的跨平台公平、安全、高效流通。

四是硅基生命和碳基生命的融合，即元宇宙的生命观。在脑机接口、外骨骼等前瞻技术推动下，以碳基为核心的实体人和以硅基为核心的“虚拟数智人”将日益融合，突破人类智力、体能等生理极限，拓展人类认知的范围和深度，更好的改造世界。

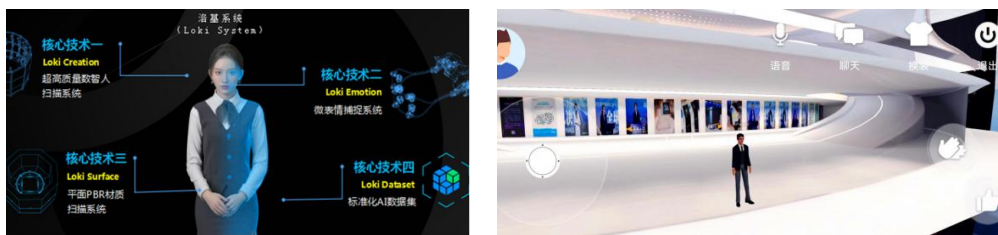
(2) 山东广电元宇宙创新实验室成立

2022年12月09日来源：中国山东网

日前，山东广播电视台和中科院、清华大学等单位发起的山东广电元宇宙创新实验室正式成立。

山东广电元宇宙创新实验室旨在联合国内外一流的产、学、研资源，打造元宇宙技术的产品研发和应用推广平台，发展数字文化经济，赋能实体企业。

山东广电元宇宙创新实验室创始单位是山东广播电视台、中国科学院北京中科科技创新发展研究院和中国科学院浙江数字内容研究院，学术支持单位有清华大学新闻学院元宇宙文化实验室、南开大学新闻传播学院、中国传媒大学设计思维学院，理事单位包括国内数字人和元宇宙行业一线机构和公司，它们是北京奥丁信息科技有限责任公司、北京元一畅想科技有限公司、北京清博智能科技有限公司、中科启蒙(北京)科技有限公司、华为云计算技术有限公司、世优(北京)科技有限公司、墨宇宙(北京)科技有限公司、北京聚力维度科技有限公司、有点像(天津)科技有限公司。山东省科协应邀作为指导单位，山东广播电视台旗下的山东一千河数字科技有限公司作为执行单位负责实验室的日常运营。



党的二十大报告指出，要加快发展数字经济。元宇宙，是基于 Web3.0 之上新一代互联网技术的通俗称谓。近年来，在数字经济浪潮下，以元宇宙为代表的新型数字文化已成为文化经济的重要组成部分，成为推进社会全面进步的“新动能”。

作为中国东部沿海的经济大省，山东经济实力和历史底蕴深厚，工业基础和商贸物流发达，发展数字经济具有得天独厚的优势。山东广播电视台牵头成立山东广电元宇宙创新实验室，目的就在于和合作伙伴一起，搭建一流的数字文化经济平台，以技术为驱动，以产业为导向，以市场为手段，立足山东，面向全国，将先进的元宇宙技术，以快捷的速度、优惠的价格、优质的服务引入山东，服务于各级政府、各类企业，促进提质增效、产业转型，加快新旧动能转换，实现高质量发展。

据悉，“山东广电元宇宙创新实验室”已推出一系列基于元宇宙技术的创新产品，包括超写实数字孪生空间、高仿真超写实数字人、功能性数字人(数字员工、数字客服)、元宇宙会议、元宇宙展会、元宇宙党建、元宇宙音乐会、元宇宙电商卖场等元宇宙空间产品，并为客户提供数字人、元宇宙产品的创意策划、设计制作、执行运维等服务。

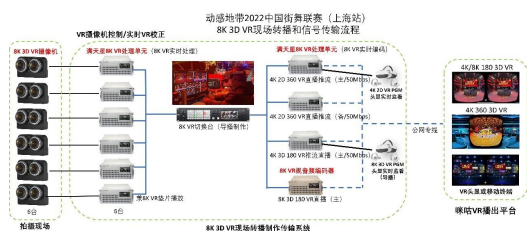
(3) 元宇宙关键性技术应用，4K 花园 8K 3D VR 技术赋能文娱赛事直播

2022 年 12 月 26 日来源：中广互联

日前，动感地带·2022 中国街舞联赛（上海站）暨中国国家霹雳舞队选拔赛在上海卢湾体育馆完美收官，4K 花园与咪咕文化合作，携国内首个专业级、多机位、8K 3D VR 直播系统满天星呈现沉浸式 8K VR 直播，为观众带来极具身临其境的观赛视角，推动 5G+8K+VR 在大型文娱赛事领域的落地应用和数字文化产业的创新升级。

据了解，本次街舞联赛的直播，4K 花园搭建起一整套 8K 3D VR 多机位大型现场转播系统。根据赛场和赛事特点，从提升观看 VR 沉浸感体验的角度，在赛场内及周围共分布了 6 个 8K 3D VR 转播机位，其中包括了舞台正前方的 VIP 最佳观看视角，及最靠近比赛选手表演位置的近距离技巧体验视角，还增加了台上选手观赛位置的选手体验视角和裁判评判视角，“一方面通过最合理的设计来最大程度呈现比赛紧张、刺激的氛围，同时也获得了最具临场感的视角观看位置，保证观众获得绝对超越现场观赛的极致体验”，4K 花园副总裁兼 4K 前端技术总工程师于路介绍，本场转播共向咪咕平台推送了 3 种不同的 VR 直播信号，包括 2D 4K 360 度 VR 全景、3D 4K 和 8K 180 度立体 VR。

于路介绍，为了满足本场精彩赛事的制作直播要求，共启用了 9 套 4K 花园自主开发的 8K 满天星 VR 直播服务器和 1 套 8K VR 直播编码器，其中 6 套满天星服务器负责现场实时 8K 3D VR 摄像机的控制和 VR ERP 及误差校正和监看，保证最高质量的 8K 直播信号品质；2 套满天星负责实时现场 2D 360 度 4K VR 信号的虚拟舞台拼接缝合及推流直播；1 台满天星用于现场 VR 导播通过佩戴 VR 头显直接实时观看 8K 3D VR 效果，并完成多机位现场节目切换输出。两天比赛共超过 20 小时不间断直播和推流，整套系统以极佳的稳定性、可靠性运行，展现了专业转播系统支撑顶级赛事的现场服务能力。



值得一提的是，本次通过 4K 花园自主研发的 8K VR 编码器，向咪咕推送了最高规格的 8K 分辨率 3D VR 直播信号，满足了 8K 高规格实时直播的稳定性和高性能实时编解码需求，同时也针对 VR 直播影像特征开发了实用功能，以保证 VR 直播中可以实时监测信号质量和标准，确保观众观看 8K 立体 VR 影像的沉浸感和舒适感。

8K 3D VR 直播技术和定制研发的 8K 3D VR 直播系统、8K 满天星直播服务器、8K VR 推流编码器，是 4K 花园继超高清 4K/8K 制作技术、裸眼 3D 制作技术后，接下来将深入大力推广的超高清新型应用解决方案和专业系统级产品。4K 花园技术团队基于多年来在超高清、3D 和 VR 方面的直播制作技术经验积累，进行了细化的功能设计开发，力求为专业化制作提供稳定、专业、简洁、直观的 8K 和 VR 制作平台，实现高性价比的顶级规格内容创制和直播能力。

市场研究机构 IDC 近日发布的最新研究报告显示，预计 2022 年 AR 和 VR 头显全球出货量为 970 万台，2023 年出货量将同比增长 31.5%。预计 AR 和 VR 头显在未来数年将持续增长 30% 以上，到 2026 年的出货量将达到 3510 万台。随着消费级终端的迭代推出和各行业应用场景的落地推动，VR 元宇宙生态呈现由虚向实的发展趋势，包括 2022 北京冬奥会、NBA 观赛、美国超级碗等赛事，都实现了 VR 直播的落地，超高清+VR 的加持，将成为观众远程观赛、观看直播节目、以及通往元宇宙的关键性技术应用。

据 Mordor intelligence 的一项调查显示，全球 VR 市场前三大应用场景游戏/直播/视频的

用户群体分别为 7000/2800/2400 万人，对应占比分别为 49.8%/19.9%/17.1%。VR 直播与视频的受众比例共占到了约 40%。用户对直播类视频内容有较高的关注度，而持续吸引用户，除了存量内容，需要持续生产与输送规模化的优质内容，而“满天星”这种操作便捷的工具将解决 VR 直播与制作上的诸多问题，将为广电系统、影视制作机构、运营商及大型 MCN 机构等专业内容制作者提升制作效率。据中国电子信息产业发展研究院预测，2023 年全球 VR 市场规模将达到 4300 亿元人民币，而随着 VR 用户群体的日渐庞大，对优质直播视频的观看需求也将快速打开 VR 制作工具及 VR 内容生态的市场空间。

4K 花园作为一家以超高清技术为底层驱动的应用型科技公司，在 VR 元宇宙领域定位为基础设施服务方和 VR 应用提供方，依托超高清技术直转播和 5G+超高清应用的丰富经验，围绕 8K 3D VR 直播和制作技术，将为 VR 及未来元宇宙沉浸式体验的相关应用和内容生态进行赋能。以“满天星”为硬实力驱动，将 8K+VR/AR、AI 技术融合应用到不同领域，包括演唱会直播、联合国家大剧院进行演艺录制，与咪咕合作进行纪录片、文娱综艺、体育赛事直播等应用场景的落地。

未来，4K 花园还将基于超高清+VR 技术，围绕沉浸式和视音频体验相关增强方面，在空间音频与视频结合、XR 制作技术虚实景结合方面拓展技术应用，进一步强化观众在大屏与 VR 头显中的整体沉浸感体验，推动元宇宙 VR 终端视音频体验的不断完善，以及“超高清+”赋能下的数字文化产业创新升级。

（4）全球元宇宙 2022 年终盘点：中国诞生 4 只独角兽

慧聪广电网 2022-12-30 09:23 来源：元宇宙 NEWS

【慧聪广电网】2022 年即将结束，在这一年时间里，无论在政府层面还是在投资机构眼中，元宇宙都是当前少有的风口。

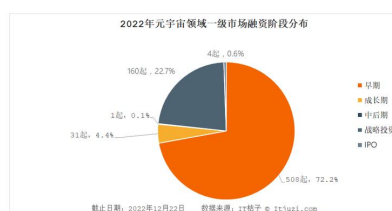
为全面展示元宇宙行业情况，财联社创投通联合 IT 桔子发布了《2022 年全球元宇宙投融资报告》。

根据报告，今年以来我国有 15 个省市市政府出台了 29 项元宇宙专项扶持政策。另外，2022 年全球元宇宙产业共发生了 704 笔融资，总金额达 868.67 亿元。其中，中国（包括港澳台）完成 125 起，融资总额为 127.82 亿元，并且诞生了 4 只行业独角兽。

从细分赛道来看，元宇宙行业应用、底层技术、游戏、社交、媒体和社区、数字人最受资本追捧。特别是数字人在国内受到更多资本的关注。

一、2022 年全球元宇宙产业融资 868.67 亿元

根据报告，2022 年全球元宇宙产业共发生了 704 笔融资事件，总金额达 868.67 亿元。从逐月分布来看，每月的融资数量较平稳，其中 4 月份 42 起、11 月份 44 起，12 月份 19 起相对较少；6 月份的融资数量最多，达到了 83 起。



从融资金额上看，2 月份以单月融资 138.7 亿元位居第一，12 月份以单月融资最少，为 13.1 亿元，其余月份多维持在单月融资 60 亿元~70 亿元区间。

按照早期（种子到 A+）、成长期（pre-B 到 C+）、中后期（D 及以后）、战略投资以

及 IPO（IPO 上市以及基石轮）的融资轮次划分。

2022 年，全球元宇宙行业融资有 508 笔属于早期轮，占比达 72.2%；战略投资轮 160 笔，占比 22.7%；IPO 轮有 4 笔。

二、10 大融资事件

元宇宙大火，资本也是重金在这里投入。报告梳理了 2022 年十大融资事件。

3 月 23 日，“无聊猿”NFT 母公司 Yuga Labs 宣布完成 4.5 亿美元融资，“无聊猿”是近年来全球最热的 NFT 之一，但其诞生时间仅仅一年多，估值达到 40 亿美元。Yuga Labs 也成为今年元宇宙领域融资最多的公司。

公司	融资日期	融资金额	融资轮次
Blue Lian 蓝链	2022/1/12	1.1 亿美元	Pre-A 轮融资
Melange Brands	2022/1/19	1.1 亿美元	Pre-A 轮融资
Immutable	2022/1/21	1 亿美元	Pre-A 轮融资
Animoca Brands	2022/1/28	1 亿美元	Pre-A 轮融资
Hexapop	2022/02/14	1.44 亿美元	Pre-A 轮融资
小冰	2022/1/17	10 亿人民币	Pre-A 轮融资
Animoca Brands	2022/1/18	3.589 亿美元	Pre-A 轮融资
Genies	2022/1/27	1.5 亿美元	C 轮融资
Magic Eden	2022/1/28	1.3 亿美元	B 轮融资
Fenix Games	2022/1/27	1.5 亿美元	B 轮融资
Uniswap Labs	2022/1/27	1.65 亿美元	Pre-A 轮融资
Future Stars	2022/1/27	1.4 亿美元	Pre-A 轮融资
Web3 X to EARN	2022/1/27	1.4 亿美元	Pre-A 轮融资



1 月 18 日，链游开发与投资公司 Animoca Brands 获得约 3.589 亿美元融资，投后估值为 50 亿美元。Animoca Brands 成立于 2014 年，最初以手机游戏研发和发行为主要业务，它曾在澳大利亚证交所上市，但后续遭遇退市，而 NFT 和元宇宙的出现，改写了它的命运。

因无聊猿的大火，NFT 也成为资本争相竞逐。NFT 初创公司 Immutable 获得腾讯等 2 亿美元融资，Genies 以 10 亿美元的估值获得了 1.5 亿美元的 C 轮融资，Magic Eden 以 16 亿美元估值完成 1.3 亿美元 B 轮融资以及 Fenix Games 完成 1.5 亿美元融资。

2022 年典型的 10 大融资事件还有：去中心化交易协议背后的公司 Uniswap Labs 宣布完成 1.65 亿美元融资，成为去中心化交易所最大一笔融资；Web3 X to EARN 巨头 FUTURE STAR 宣布完成 1.4 亿美元融资；小冰公司宣布完成总额 10 亿元人民币的新融资。

三、美洲成为元宇宙数量和融资金额最多的地区

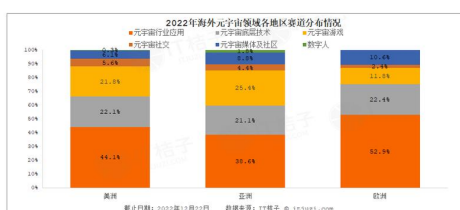
从地区分布来看，2022 年发生在美洲的元宇宙融资事件共计 358 起，占全球总数的 62%；亚洲发生 114 起，占比为 19%；欧洲发生 85 起，占比为 15%；大洋洲发生 7 起，占比为 1%；非洲 6 起，占比 1%。

发生在美洲的元宇宙融资总额为 422.34 亿元，占比达 57%；发生在亚洲的元宇宙融资总额为 173.6 亿元，占比达 23%；发生在欧洲的元宇宙融资总额为 73.49 亿元，占比为 10%；发生在大洋洲的元宇宙融资总额为 55.77 亿元，占比达 8%；非洲为 9.49 亿元，占比达 1%。

四、元宇宙行业应用融资数量最多，元宇宙游戏融资金额最多

根据报告，元宇宙各个赛道按照行业应用、底层技术、游戏、社交、媒体及社区、数字人划分。

细分领域	融资事件	估算融资金额（亿元）
元宇宙行业应用	312	309.78
元宇宙底层技术	139	151.01
元宇宙游戏	134	312.69
元宇宙媒体及社区	45	40.37
数字人	39	30.51
元宇宙社交	35	24.31



其中，2022 年元宇宙行业应用融资 312 笔，融资总额为 309.78 亿元；元宇宙底层技术融资 139 笔，融资总额为 151.01 亿元；元宇宙游戏融资 134 笔，融资总额为 312.69 亿元；元宇宙社交融资 35 笔，融资总额为 24.31 亿元；元宇宙媒体及社区融资 45 笔，融资总额为 40.37 亿元；数字人融资 39 笔，融资总额为 30.51 亿元。

从各个地区的细分赛道来看，美洲的元宇宙行业应用融资金额占比达到 44.1%，元宇宙

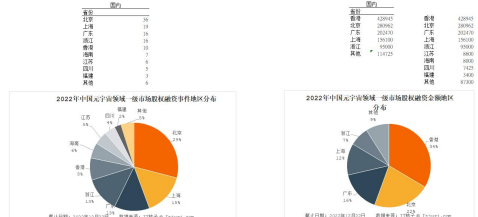
底层技术占比 22.1%，元宇宙游戏占比 21.8%，元宇宙社交占比 5.6%，元宇宙媒体及社区占比 6.1%，数字人占比 0.3%。

亚洲的元宇宙行业应用融资占比达到 38.6%，元宇宙底层技术占比 21.1%，元宇宙游戏占比 25.4%，元宇宙社交占比 4.4%，元宇宙媒体及社区占比 8.8%，数字人占比 1.6%。欧洲的元宇宙行业应用融资占比达到 52.9%，元宇宙底层技术占比 22.4%，元宇宙游戏占比 11.8%，元宇宙社交占比 2.4%，元宇宙媒体及社区占比 10.6%。

五、Animoca Brands、了得资本等出手前五

从机构出手情况来看，Animoca Brands 2022 年在元宇宙行业出手投资了 57 次，成为本年在元宇宙领域出手最多的机构，其中元宇宙行业应用和元宇宙游戏各自都出手 23 次。

投资方	出手数量	主要出手赛道
Animoca Brands	57	元宇宙行业应用（23起）、元宇宙游戏（23起）
Coinbase Ventures	32	元宇宙底层技术（11起）、元宇宙行业应用（10起）
Shima Capital	24	元宇宙游戏（9起）、元宇宙行业应用（8起）
Andressen Horowitz-a16z	18	元宇宙行业应用（9起）、元宇宙游戏（5起）
了得资本LD Capital	16	元宇宙行业应用（6起）、元宇宙游戏（5起）



排名第二的是 Coinbase 出手了 32 次，其中 11 次投向元宇宙底层技术，10 次投向元宇宙行业应用。Shima Capital 排名第三，出手了 24 次，其中元宇宙游戏 9 次，元宇宙行业应用 8 次。紧接着 Andressen Horowitz (a16z) 出手了 18 次，其中元宇宙行业应用 9 次，元宇宙游戏 5 次。第五位是了得资本，出手了 16 次，其中元宇宙行业应用 6 次，元宇宙游戏 5 次。

六、中国 2022 年元宇宙领域完成 127 亿元融资

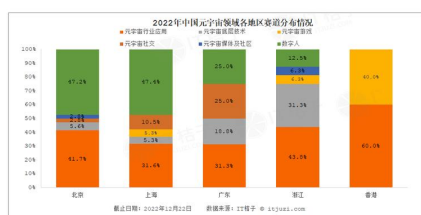
根据报告，2022 年中国地区（包括港澳台）元宇宙领域融资完成 125 起，融资总额为 127.82 亿元。

从数量来看，北京、上海、广东、浙江和香港成为融资数量最多的前五地区。其中北京完成 36 起，上海完成 19 起，广东和浙江完成 16 起，香港完成 10 起。

从融资总额来看，香港、北京、广东、上海以及浙江是融资额前五的地区。其中香港地区融资 42.89 亿元，北京地区融资 28.10 亿元，广东地区融资 20.25 亿元，上海地区融资 15.61 亿元，浙江地区融资 9.5 亿元。

七、京、沪偏向数字人

从细分赛道情况来看，北京的元宇宙行业应用的融资数量占比为 41.7%，元宇宙底层技术占比 5.6%，元宇宙媒体及社区、元宇宙社交各自都占比 2.8%，数字人占比 47.2%。



序号	公司	上市时间	地区	最新一轮融资	最新估值
1	Animoca Brands 元宇宙	2021.07.01	香港	2022.09.23 总额融资 2100万美元	560亿
2	小冰 元宇宙	2021.07.12	北京	2022.11.07 A+轮 100亿人民币	523.08亿
3	Soul App 元宇宙	2019.06.24	上海	2021.06.18 融资轮 1.69亿美元	320亿
4	耀活科技Xmov 元宇宙	2022.04.06	上海	2022.04.06 C轮 1.1亿美元	511亿

上海的元宇宙行业应用融资数量占比为 31.6%，元宇宙底层技术和元宇宙游戏占比都为 5.3%，元宇宙社交占比 10.5%，数字人占比 47.4%。

广东地区的元宇宙行业应用融资数量占比为 31.3%，元宇宙底层技术占比 18.8%，元宇宙社交占比 25%，数字人占比 25%。

浙江地区的元宇宙行业应用融资数量占比为 43.8%，元宇宙底层技术占比 31.3%，元宇宙媒体及社区、元宇宙游戏各自都占比 6.3%，数字人占比 12.5%。

香港地区的元宇宙行业应用占比 60%，元宇宙游戏占比 40%。

八、中国诞生 4 只元宇宙独角兽

根据报告，2022 年中国元宇宙企业有四只独角兽，其中 Animaoca Brands 估值 60 亿美元，成为当前中国估值最高的元宇宙公司，小冰估值 23.08 亿美元为估值第二高，上海的 Soul 和魔法科技分别估值为 20 亿美元和 11 亿美元。

10. 国际动态

(1) 全球 5G 签约数今年有望突破 10 亿,2028 年底前将达到 50 亿

| 全球 TMT | 2022-12-02

尽管当前全球多地面临经济挑战，全球 5G 签约数仍有望在今年年底前突破 10 亿，并于 2028 年底前达到 50 亿。爱立信 2022 年 11 月刊《移动市场报告》同时预测，全球固定无线接入（FWA）连接增长速度将超越此前预期。

作为家庭和企业有线宽带连接的无线替代方案，FWA 是 5G 的主要早期用例之一，尤其是在没有宽带服务或宽带服务匮乏的地区。

在印度加快实施其 FWA 计划及其他新兴市场预期增长等因素的驱动下，在 2022-2028 年期间 FWA 预计将以每年 19% 的速度增长，到 2028 年底连接数将达到 3 亿。

此次受访的分布于 100 余个国家的运营商，有超过四分之三正在提供 FWA 服务。相比一年前五分之一的比例，现在有近三分之一的运营商在提供基于 5G 的 FWA。在过去 12 个月新上线的 5G FWA 中，近 40% 位于新兴市场。

2022 年 7 月至 9 月期间，全球 5G 签约数新增约 1.1 亿，总签约数达约 8.7 亿。正如此前报告预测，5G 签约数仍有望在今年年底达到 10 亿，预计 5G 将比 4G 早两年达到 10 亿签约数。

该统计数据证明了 5G 依然是扩展速度最快的一代移动技术，其主要原因包括多家厂商及时推出 5G 机型且其价格下降速度也比 4G 手机更快，以及中国已经提前大规模部署 5G 等。

5G 在北美和东北亚继续保持强劲增长。预计到 2022 年底，这些地区的 5G 签约渗透率将达到约 35%。

全球迄今已有近 230 家运营商上线 5G 服务，700 多个 5G 智能手机型号已发布或商用。

到 2028 年底，预计全球 5G 签约数将达到 50 亿，占签约总数的 55%。同样，到 2028 年底，5G 人口覆盖率将达到 85%，5G 网络将承载约 70% 的移动流量，成为所有同时期流量增长主要贡献者。

全球 4G 签约数同样继续上升，2022 年 7 月至 9 月期间增长了约 4,100 万。预计全球 4G 签约数将在今年年底左右达到约 52 亿的峰值。

预计，全球移动签约总数将在 2022 年底和 2028 年底前分别达到 84 亿和 92 亿，其中大多数与智能手机相关。智能手机签约数估计将于 2022 年底达到 66 亿，约占所有移动电话签约数的 79%。

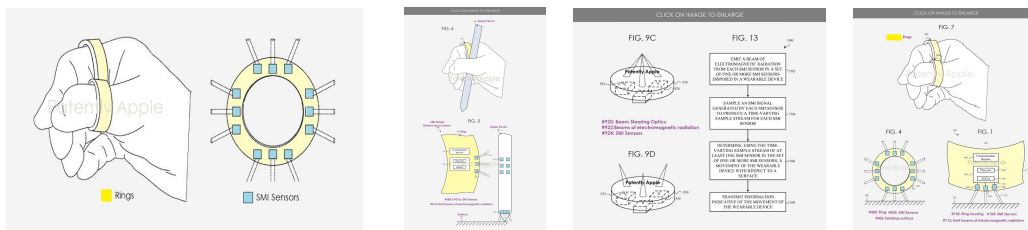
此外，该报告还强调了降低环境影响的重要性，包括电信行业可通过释放减少自身及其他行业碳排放的潜力，在实现全球可持续发展目标方面发挥关键作用。

为减少对环境的影响，电信行业需使用现代化智能网络，并采取平衡的网络性能策略管理持续增长的数据流量。

(2) 在 AR/VR 场景中感知用户手势,苹果新“智能戒指”专利曝光

故渊| IT之家| 2022-12-02

据报道,美国商标和专利局(USPTO)近日公示的清单中,苹果获得了一项“智能戒指”的专利设计。根据专利描述信息,这款智能戒指可以配合 AR、VR 和 MR 应用程序使用。



IT之家了解到,这项专利的核心是开发了名为 SMI (self-mixing interferometry) 的传感器。根据专利描述,这款智能戒指具备“感知对象的存在、对象的距离,对象的移动(例如速度,加速度或方向)等”,可以提高传感器系统操作的敏感性或速度。

更具体地说,该专利与基于 SMI 的手势输入系统有关,即可以使用从一个或多个 SMI 传感器接收的信号来识别用户手势。SMI 传感器可通过子波长度分辨率来检测 SMI 传感器和目标(例如某个表面或者物体)的相对运动(位移)。

当位移测量与测量时间相关联时,也可以测量目标的速度。此外,通过使用已知波长调制(例如,三角形调制)调制 SMI 传感器,可以测量从 SMI 传感器到目标的绝对距离。”

(3) NEC 研发出瞬间识别多人的人脸识别技术

| 界面新闻| 2022-12-01

NEC 公司 11 月 30 日发布消息称,开发出了通过摄像机瞬间识别多人的人脸识别技术。

不需要像以往那样单人依次通过识别门,即使不停留而是像往常一样走进,也可分辨是否是事先登记的人物。1 台摄像机每分钟可识别 100 人以上,且无需刻意将脸转向摄像机。

该公司在写字楼、工厂和主题公园等推进出入管理等的测试,力争 2024 年度能实际应用。

(4) SA: 全球 5G 用户超 10 亿, 5G 网络将覆盖全球 36%的人口

2022 年 12 月 30 日来源: IT之家

12 月 29 日消息, Strategy Analytics 发布报告称,5G 是今年运营商业绩改善的主要贡献者。5G 用户从 6 月的 8.19 亿增加到 9 月的 9.24 亿,并在过去 4-5 周内超过 10 亿。全球 5G 发展势头持续增强。

报告指出,到本月底,5G 网络将覆盖全球 36% 的人口,5G 手机即将占到全球手机销量的一半。

IT之家了解到, Strategy Analytics 预计,2023 年全球 5G 将继续强劲发展。随着印度 5G 服务上个月上线,该市场明年将为亚太地区的增长做出额外的贡献,而拉丁美洲更多的运营商将效仿巴西和智利,扩大 5G 服务范围。

据介绍,对于 5G 来说,今年将是令人兴奋的一年,因为用户强劲增长的基础,加上 5G 独立服务的更广泛部署,以及这些为运营商提供的垂直解决方案和更先进的消费者应用的新

的高级网络服务机会。

工信部数据显示，截至 11 月末，我国三家基础电信企业的移动电话用户总数达 16.84 亿户。其中，5G 移动电话用户达 5.42 亿户，占移动电话用户的 32.2%。

11. 走向海外

（1）中央广播电视总台与沙特广播电视局签署合作谅解备忘录

慧聪广电网 2022-12-12 11:25 来源：总台之声

【慧聪广电网】在习近平主席出席首届中国—阿拉伯国家峰会、中国—海湾阿拉伯国家合作委员会峰会并对沙特进行国事访问之际，中国中央广播电视总台台长慎海雄与沙特阿拉伯王国代理新闻大臣兼沙特广播电视局管理委员会主席马吉德·卡斯比签署了《中央广播电视总台和沙特广播电视局合作谅解备忘录》。该合作文件被列入习近平主席访问沙特的重要双边合作成果。

近年来，中国中央广播电视总台与沙特广播电视局合作不断拓展。为进一步深化中沙人文交流，总台与沙特广播电视局商定，将建立常态化合作机制，在节目交换、人员互访、经验交流等方面开展广泛合作，夯实中沙友好民意基础，促进两国文明互鉴和民心相通，推动中沙全面战略伙伴关系迈上更高水平。

沙特广播电视局是沙特国家广电媒体机构，拥有多个电视和广播频道，信号覆盖沙特全境及多个阿拉伯国家。

（二）、重要政策进展

1. 三网融合

（1）山东：七部门联合加强应急信息传播管理

2022 年 12 月 02 日

近日，山东省公安厅、自然资源厅、水利厅、应急管理厅、广播电视局、地震局和气象局联合印发《山东省应急信息传播管理办法》（以下简称《办法》），进一步发挥应急广播在应急信息发布中的作用，指导和规范应急信息在应急广播中的接入、播出和呈现。

《办法》明确，气象灾害预警信息在视频中以滚动字幕方式播发，在主动发布终端以音频形式进行播发，应急广播系统自动播发最高预警级别的气象灾害预警信息，其他级别的气象灾害预警信息由应急广播调度控制平台择机调度传输覆盖资源进行播发。应急广播系统在接收到气象灾害预警信息时，应第一时间播发，从信息接收到播发的时间应不超过 5 分钟。

《办法》还明确了应急信息产生、对接和播发机制等内容。

(2) 我国千兆宽带用户达到 8707 万户 同比增长 157%

C114 通信网 南山

C114 讯 12 月 30 日消息（南山）近日，工信部公布了《2022 年 1-10 月份通信业经济运行情况》。

报告显示，我国固定宽带接入用户稳步增加，千兆用户规模持续扩大。截至 11 月末，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 5.87 亿户，比上年末净增 5117 万户。其中，100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 5.51 亿户，占总用户数的 93.9%；1000Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户达 8707 万户，比上年末净增 5248 万户，占总用户数的 14.8%，占比较 1—10 月份提升 0.9 个百分点。



从数据来看，2022 年千兆宽带用户每月保持在 500 万用户左右的增速。据此推测，全年将超过 9000 万用户。

按照工信部 2021 年 3 月份发布的《“双千兆”网络协同发展行动计划（2021-2023 年）》，《计划》要求到 2023 年底，千兆光纤网络具备覆盖 4 亿户家庭的能力，千兆宽带用户突破 3000 万户。

实际速度显然远远快于预期，2022 年即 3 倍完成了既定目标。

此外，千兆光纤宽带网络覆盖和服务能力持续提升。截至 11 月末，全国互联网宽带接入端口数量达 10.65 亿个，比上年末净增 4721 万个。其中，光纤接入（FTTH/O）端口达到 10.19 亿个，比上年末净增 5900 万个，占互联网宽带接入端口的 95.7%，占比较上年末提高 1.4 个百分点。截至 11 月末，具备千兆网络服务能力的 10G PON 端口数达 1416 万个，比上年末净增 630.3 万个。

2. 宽带中国

(1) 中国电信总经理邵广禄曝光今后的投资重点 5G 重要性下降

2022 年 12 月 02 日来源： 运营商财经

在 2022 中国电信三季度业绩说明会上，中国电信集团总经理邵广禄针对 2023 年以及未来的投资重点进行了解答，原来不再是 5G，而是产业数字化？不知其他两家友商情况如何？

据邵广禄透露，“预计未来 1-2 年 5G 投资规模与近几年相比稳中有降，产业数字化投资占比将有所提升，力争 2025 年资本支出占收比降至 20%以下。”

三大运营商纷纷开始降低 5G 投资规模

这意味着什么？其实就是中国电信从明年开始，投资重点将倾斜于产业数字化业务，而 5G 投资将会相对下降。

并且三大运营商今后的发展也都将如此。

此前，原中国联通董事长王晓初就曾预计，“5G 的资本开支高峰主要集中在 2020~2022 年，这三年中国联通每年的网络开支计划都在 700 亿左右，其中 5G 的投资占到 350 亿左右，持续 3 年后，5G 的投资就将开始进入下降阶段。除非 5G 话务量找到新的突破点引发 5G 流量的迅速上升，那样的话会再进行及时的调整。”

同时，他还表示，“我们希望通过 5G 建设能迅速把 5G 应用抓上去，主要是产业互联网上。”

现任联通董事长刘烈宏当前也一再重视数字经济的发展，其实也就是对产业互联网发展的重视。

中国移动董事长杨杰也曾表示，“从 2023 年开始，若没有其他重大事项，5G 资本开支会呈现逐步下降趋势。”

当时中国移动还称，2022 年将全面进行算力网络建设，未来算力网络的相关资本开支会逐步增长。

产业数字化正成为营收增长的第一驱动力

从目前的营收结构上来看，在今年上半年中，中国电信产业数字化收入占增量服务收入的比重已经达到 49.3%，几乎占据“半壁江山”。截至今年前三季度，中国电信产业数字化收入达到 856.32 亿元，可比口径下同比增长 16.5%，天翼云收入翻番。

今年上半年，中国移动数字化转型收入达到 1108 亿元，同比增长 39.2%，占通信服务收入比达到 26.0%，是推动公司收入增长的主要驱动力。前三季度中中国移动 DICT 业务收入达到 685 亿元，同比增长 40.0%。而

中国联通收入结构也在不断优化，在前三季度中，产业互联网业务实现收入 531.5 亿元，同比大幅提升 29.9%，占主营业务收入比达到 22.2%。

能够看出，当前产业数字化业务正成为推动三大运营商收入增长的第一驱动力。

所以，运营商 5G 投资再多、建设再好也终究是“管道”，真正赚钱的还是要靠新兴产业，而产业互联网则成为当前最重要的营收增长驱动力，大家自然都要重视这项业务前期的投入。

（2）上海 5G 基站建设密度全国排名第一，持续推进 700MHz 频段补充完善 5G 网络覆盖

2022 年 12 月 01 日来源：界面新闻

2022 年 11 月 29 日，上海“双千兆”行业发展高峰论坛召开。

上海市通信管理局副局长王天广在论坛上透露，当前，上海已实现全市 16 个行政区的 5G 网络全覆盖，5G 基站建设密度全国排名第一，5G 移动电话用户、全市固定互联网宽带接入用户均达千万。

上海已经率先建成“双千兆宽带城市”，固定宽带和 5G 网络下载速率均全国领先。目前，上海的千兆光网已覆盖 961 万户家庭。在 2022 中国算力大会上，中国信通院宣布上海的算力指数位列全国第一。

上海市经信委副主任汤文侃表示，目前大多数行业的 5G 应用仍处于技术验证和场景摸索阶段，未来 5G 深入行业发展还面临诸多挑战。上海信息基础设施主要从“建、用、育”三个方面协同推进，激发新动能。

“建”就是加快 5G 和千兆光网“双千兆”网络建设，加快推动全市商用数据中心建设，加快上海超算中心 AI 算力平台建设；“用”就是加快推动 5G 规模化应用，在 5G 与工业、交通、教育等垂直行业融合领域，树立一批高水平先导应用标杆；“育”表示要构建 5G 行业专网，推动在电力、港口和矿山等垂直行业的深度应用。

汤文侃透露，上海将持续推进 700MHz 频段补充完善 5G 网络覆盖；继续推进红色场馆、

文创会展、三甲医院等 58 个重点场馆 5G 室内覆盖；加快居民小区地下空间信号覆盖建设进程，满足汽车电动化和网联化的日益增长需求。

此外，上海将发挥信息通信传统优势，重点发展 5G 智能终端“两强产业”，推动 5G 通信全产业链发展。上海还将引导全市 10000 家规上工厂开展评估，并根据评估结果协调系统集成商、设备制造商与企业对接合作，推动智能制造数字基础新设施改造。在智慧民生方面，上海将对全市的老旧电话亭升级改造，为市民提供“一键叫车”、“免费通话”等服务。

为发挥标杆项目引领能力，上海今年遴选支持了中国商飞、江南造船、上汽集团三个“新基建 新智造”示范应用项目。除了智能制造，上海在交通、教育、能源、金融、文创体育等 10 个方向共推进了 800 余项创新应用，包括上港集团的智慧码头、二工大的模拟仿真实训平台、铁塔能源公司的智能充换电安全运营平台等项目。

与此同时，上海也明确了 ICT 技术的发展重点。

近日，上海发布《上海打造未来产业创新高地 发展壮大未来产业集群行动方案》，明确提出面向数字化、智能化发展方向，以技术策源、广泛赋能为导向，推动智能计算、通用 AI、扩展现实（XR）、量子科技、6G 等技术研发突破及产业化，为城市数字化转型提供更加智能、更加可靠、更加集成的技术底座；发挥在线新经济生态园、数字化转型示范区等载体功能，推动未来智能应用落地，赋能经济社会高质量发展。

（3）中国联通董事长刘烈宏：加快推进 900MHz 低频打底网建设

2022 年 12 月 01 日来源：飞象网

11 月 29 日下午中国联通召开 2022 年三季度业绩说明会，中国联通董事长刘烈宏在会上表示，加快推进 900MHz 低频打底网建设。

加快推进 900MHz 低频打底网建设

900MHz 频段具有传播损耗低、覆盖范围广、穿透能力强、网络部署成本低等特点，是全球公认的公众移动通信“黄金”频段，也是早期 2G 公众移动通信系统使用的主要频段。

11 月初工信部批准中国联通使用 900MHz 频段开展 5G 业务，这将有利于中国联通加快建网速度，降低投资成本，提升网络竞争力；丰富商用场景，增强服务感知，提升业务竞争力。具体来说：

一加快建网速度，降低投资成本，提升网络竞争力。在典型的农村地区实现同样覆盖效果，广覆盖场景下 900MHz 所需基站数为 2.1GHz 的 1/3。900MHz 频段重耕，将有利于中国联通利用现有网络站址资源，以更少的投资快速推进农村及边远地区的 5G 覆盖，为公司高质量发展打造坚强网络底座。

二丰富商用场景，增强服务感知，提升业务竞争力。900MHz 频段重耕，有利于公司扩充商用场景，帮助农村及边远地区消费者更好享受高质量 5G 服务，并拓展低频段 5G 产业空间，推动 5G 用户渗透率进一步提升。

此前，中国联通副总经理何飏在 2022 年世界互联网大会乌镇峰会上透露：“中国联通 900MHz 频段低频网年底预计实现农村覆盖 17 万站，将快速提升农村 5G 覆盖水平，助力数字乡村建设。”

在会上，刘烈宏透露，中国联通积极打造连接“人、机、物”的 5G 精品网络，下好“先手棋”，加快推进 900MHz 低频打底网建设，持续提升农村及边远地区的网络覆盖水平，强化“网络强国、数字中国”建设的担当作为。“随着 5G 精品网的建设，已经有越来越多地区的用户为中国联通打上网络好、服务好的标签，未来随着 900MHz 5G 在农村及偏远地区打底网的加快部署，相信会有更多用户充分认可中国联通的高质量网络和优质服务。”

元宇宙的发展策略：三个“聚焦”

刘烈宏表示，VR 产业开辟了消费元宇宙和产业元宇宙两个赛道，尤其是产业元宇宙将会为中国联通丰富更多业务场景，创造更多价值增长空间，成为中国联通在 VR 领域深耕的重要赛道。

为此，中国联通在产业元宇宙已经做出了技术储备和战略部署。据刘烈宏介绍中国联通的发展策略是三个“聚焦”：

一是聚焦算网一体化能力建设，筑牢“虚实相通”的数字底座。着力打造覆盖更广、速度更快、体验更优、效能更好的精品网络，提供“联接+感知+计算+智能”的算网一体化服务，为 VR 助推元宇宙发展筑牢数字底座。

二是聚焦数字技术融合创新，深耕“虚实相融”的产业元宇宙。中国联通在南昌成立了 VR/AR 基地，持续深耕数字孪生、区块链、人工智能等元宇宙关键技术领域，加快推进 5G+VR 成果应用转化。为江铃汽车打造的 5G 智慧工厂，实现了数据采集、远程控制、VR 巡检等创新应用，缩短巡检时间 30%以上。

三是聚焦安全可信核心技术，铸就“虚实相合”的安全第一盾。中国联通在积极推动产业元宇宙创新应用的同时，也非常注重安全能力的打造：打造“联通链”平台，为数据安全可信的传输、算力安全可信的使用保驾护航；充分发挥网络安全现代产业链链长作用，构建数字经济“国家首席、政府首选、人民首信”安全第一盾。

推动“5G+工业互联网”规模化发展着重做好三件事

工业互联网是智能制造的实现路径，智能制造则是工业互联网发展的重要方向，两者作为“一体之两翼”，为我国经济高质量发展注入强大的动力。

对此，刘烈宏指出，为进一步推动“5G+工业互联网”规模化发展，中国联通将着重做好三件事：

一是全力打造“5G+工业互联网”主赛道的第一品牌。中国联通深入落实 5G 应用“扬帆”行动计划，推动“5G+工业互联网”和 5G 全连接工厂建设升级到公司战略层面，用好“关键招”，成绩斐然。今年 10 月，中国联通荣获第 19 届 5G World 峰会“5G 专网产业领导力奖”，这代表了产业界对我们以 5G 专网赋能产业转型升级的高度认可。刚刚结束的“绽放杯”大赛，中国联通的项目申报数量达到总数的 40%，获一、二、三等奖的总数也位列行业第一。未来，我们将以 5G 全连接工厂为着力点，明年全面启动“5G 点亮千座工厂”计划，打造 1000 个 5G 全连接工厂，致力于成为国家和地方推进新型工业化的重要力量。

二是着力锻造“5G+工业互联网”新发展的最优能力。中国联通通过构建“一个联通、一体化能力聚合、一体化运营服务”的特色能力体系，为全国各地的广大客户提供“一点接入、全国响应”的 5G 集团级服务，为各行各业的转型升级提供“量身打造、贴身定制”的 5G 一揽子方案。

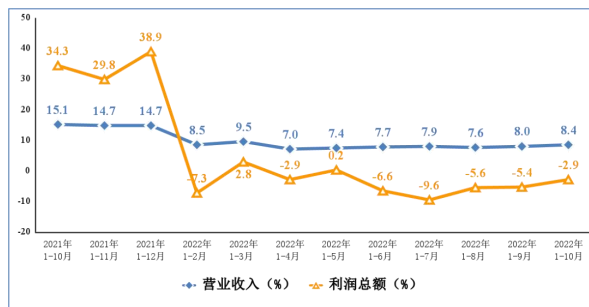
三是倾力成为“5G+工业互联网”大合作的第一选择。中国联通依托 5G 应用创新联盟、Open Lab 开放实验室等，构建 5G 生态开放平台，联合 3000 多家合作伙伴，积极打好 5G 应用规模化发展的“团体赛”。今年 7 月，中国联通正式发布了工业互联网产业生态合作战略 6 大行动计划，通过行业军团聚能力、科技创新齐攻关、安全塑链大护航、城市产业提能级、市场共创开新局、资本赋能创价值，与产业各方深化务实合作，共同推动“5G+工业互联网”向深层次拓展。

（4）前 10 月我国电子信息制造业实现营业收入 12.45 万亿元 同比增长 8.4%

C114 通信网 乐思

C114 讯 11 月 30 日消息（乐思）来自工信部发布的报告显示，1—10 月份，我国电子信息制造业实现营业收入 12.45 万亿元，同比增长 8.4%，较前三季度上升 0.4 个百分点；营业成

本 10.85 万亿元，同比增长 9.4%；实现利润总额 6046 亿元，同比下降 2.9%，较 1—9 月份、1—8 月份降幅分别收窄 2.5、2.7 个百分点；营业收入利润率为 4.9%，较前三季度上升 0.1 个百分点。



电子信息制造业营业收入、利润总额累计增速

与此同时，投资增速保持高位。数据显示，1—10 月份，电子信息制造业固定资产投资同比增长 20.8%，比同期工业投资增速高 10 个百分点，但比高技术制造业投资增速低 2.8 个百分点。

(5) 工信部：2022 年我国建成 81 个千兆城市 总数达到 110 个

2022 年 12 月 22 日来源：C114 通信网

近日，工信部发布关于 2022 年千兆城市建设情况的通报。报告显示，截至 2022 年 10 月底，全国共有 110 个城市达到千兆城市建设标准，完成总结评估工作，约占所有地级市的三分之一。其中，2021 年度建成 29 个千兆城市，2022 年度建成 81 个千兆城市。从区域分布看，东部地区建成 41 个千兆城市，中部地区建成 29 个千兆城市，西部地区建成 40 个千兆城市。

网络建设方面，截至 2022 年 10 月底，我国千兆城市平均城市家庭千兆光纤网络覆盖率超过 100%，实现城市家庭千兆光网全覆盖。千兆城市平均每万人拥有 5G 基站数达到 22.2 个/万人，高于全国平均水平（15.7 个/万人），其中，第一批千兆城市平均达到 25.8 个/万人，第二批千兆城市平均达到 19.1 个/万人。千兆城市平均 10G-PON 端口占比达到 46.7%，高于全国平均水平（32.1%），其中，第一批千兆城市平均达到 52.9%，第二批千兆城市平均达到 40.8%。

用户发展方面，截至 2022 年 10 月底，我国千兆城市平均 500Mbps 及以上用户占比达到 32.6%，高于全国平均水平（24.8%），其中，第一批千兆城市平均达到 34.5%，第二批千兆城市平均达到 30.9%。千兆城市平均 5G 用户占比达到 38.9%，高于全国平均水平（31.1%），其中，第一批千兆城市平均达到 38.3%，第二批千兆城市平均达到 39.5%。

重点场所 5G 网络覆盖情况方面，千兆城市市属公办医院（三级以上）、重点高校、文化旅游重点区域以及开办客运业务的火车站（二等以上）、干线机场、重点道路等重点场所 5G 网络通达率均超过 80%，5G 网络信号电平指标满足相关建设标准，其中 84 个城市重点场所 5G 通达率达到 100%。

应用创新方面，千兆城市大力推进 5G、千兆光网等新技术在信息消费、垂直行业、社会民生、数字政府等领域的融合应用，积极探索“双千兆”网络协同部署建设方案和业务模式，为当地特色产业、传统企业等发展带来经营管理、生产方式的数字化变革，多个项目获得“绽放杯”5G 应用征集大赛、“光华杯”千兆光网应用创新大赛全国奖。江苏南通大学附属医院打造“双千兆”智慧手术室，实现千兆光网+手术室环境设备、千兆光网+VR 远程手术教学、千兆光网+远程诊断直播等应用落地，将单个手术室成本由 300 万元下降到 150

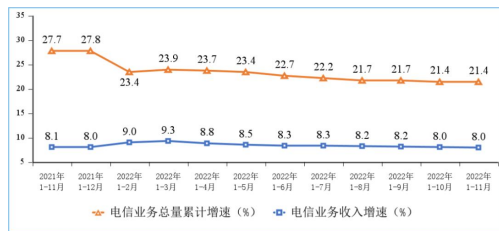
万元，节省建设成本 50%。广东佛山创兴精密制造公司基于“双千兆”网络打造生产内网，能够同时适配智能排产、智能仓管、工件准确定位等多个应用场景，产品良品率提升 16%，备料成本降低 12 倍，人工成本降低 38.6%。四川攀枝花攀钢集团矿业公司“双千兆”智慧矿山应用，实现露天矿开采设备远程操控、作业场景高清视频实时监测等应用落地，应用年收益能够达到建设成本的三分之一。

（6）1—11 月份我国电信业务收入累计完成 14504 亿元 同比增长 8%

C114 通信网 乐思

C114 讯 12 月 26 日消息（乐思）根据工信部发布的《2022 年 1—11 月份通信业经济运行情况》，1—11 月份，信息通信行业整体运行平稳。电信业务收入增长稳定，电信业务总量较快增长。

具体来看，1—11 月份，电信业务收入累计完成 14504 亿元，同比增长 8%，按照上年不变价计算的电信业务总量同比增长 21.4%，量收增速均与 1—10 月份持平。



电信业务收入和电信业务总量累计增速

新兴业务收入增长情况

固定互联网宽带业务收入平稳增长。1—11 月份，三家基础电信企业完成互联网宽带业务收入为 2183 亿元，同比增长 7.4%，在电信业务收入中占比为 15.1%，拉动电信业务收入增长 1.1 个百分点。

移动数据流量业务收入低速增长。1—11 月份，三家基础电信企业完成移动数据流量业务收入 5882 亿元，同比增长 0.5%，在电信业务收入中占比为 40.6%，拉动电信业务收入增长 0.2 个百分点。

新兴业务收入快速增长。三家基础电信企业积极发展 IPTV、互联网数据中心、大数据、云计算、物联网等新兴业务，1—11 月份共完成业务收入 2811 亿元，同比增长 32.6%，在电信业务收入中占比为 19.4%，拉动电信业务收入增长 5.1 个百分点。其中云计算和大数据收入同比增速分别达 124.8%和 60.5%，数据中心业务收入同比增长 12.6%，物联网业务收入同比增长 24%。

值得一提的是，移动语音业务收入实现由负转正。1—11 月份，三家基础电信企业完成固定语音业务收入 188.3 亿元，同比下降 8.9%；完成移动语音业务收入 1070 亿元，同比增长 0.4%，扭转 1—10 月份负增长局面；两项业务合计占电信业务收入的 8.7%，占比同比回落 0.8 个百分点。

3. 相关政策法规

(1) 反电信网络诈骗法 12 月 1 日起实施，你读懂了吗

2022 年 12 月 02 日来源：光明网

近年来，随着计算机信息技术的快速发展，以电信网络诈骗为代表的新型犯罪持续高发。2022 年 9 月 2 日，《中华人民共和国反电信网络诈骗法》（以下简称《反电信网络诈骗法》）由中华人民共和国第十三届全国人民代表大会常务委员会第三十六次会议审议通过，自 2022 年 12 月 1 日起施行。《反电信网络诈骗法》共分为总则、电信治理、金融治理、互联网治理、综合措施、法律责任和附则等七章，法律条文共计五十条。

电信网络诈骗犯罪严重侵害人民群众的财产安全，严重侵蚀了社会诚信根基，广大人民群众对此深恶痛绝。与传统诈骗不同，电信网络诈骗中犯罪分子并不与受骗者直接接触，而是通过电信网络手段与受骗者远程交流，具有较强的隐蔽性，从而导致电信网络诈骗案件存在侦破难、取证难、资金查控难的困境，如果无法在第一时间紧急止付或账户冻结，被害人的损失很难挽回。

以往关于电信网络诈骗的立法规定较为分散，存在对电信网络诈骗犯罪行为精准打击不足的问题；另一方面，对电信网络诈骗犯罪行为不能仅立足于事后打击惩治，更应重视源头预防，实现标本兼治的效果。因此，在此背景下，《反电信网络诈骗法》应运而生。

打防并举，构建全方位治理体系

北京市一中院法官谢兆勇指出，《反电信网络诈骗法》是一部针对电信网络诈骗活动的专门法律，通过加大宣传与惩处力度、增强防控主体的责任、落实多方位法律责任，达到对电信诈骗的精准、严厉打击，从源头预防电信网络犯罪行为，守护人民群众的安全感和幸福感。

《反电信网络诈骗法》的第六条、第七条明确了电信网络诈骗的治理主体，即国务院负责建立反电信网络诈骗工作机制，统筹协调打击治理工作；地方各级人民政府组织领导本区域内反电信网络诈骗工作，开展综合治理，对于反电信网络诈骗工作，由公安机关牵头，金融、电信、网信、市场监管等部门在各自领域内负责反电信网络诈骗工作，并承担风险防控的责任。对于上述机构，《反电信网络诈骗法》第二章、第三章、第四章对各自业务范围提出了更为细致、规范的要求，以实现电信网络诈骗活动的综合治理。

突出对个人信息的保护

电信网络诈骗的背后往往伴随着个人信息泄露的问题。大量、长期的非法获取、提供公民个人信息等违法犯罪行为助长了电信网络犯罪行为。《反电信网络诈骗法》第二十五条规定了，任何单位和个人不得为电信网络诈骗行为出售、提供个人信息；第二十九条规定了个人信息处理者应当依照《个人信息保护法》的规定，加强个人信息的保护，建立个人信息被用于电信网络诈骗的防范机制。

谢兆勇法官认为，《反电信网络诈骗法》是在《民法典》和《个人信息保护法》之外，针对电信网络诈骗的特点，对个人信息的保护提出了新的补充规定，进一步完善了我国公民个人的信息保护制度。

强调对境外电信网络诈骗的打击

《反电信网络诈骗法》明确规定，对于电信网络诈骗活动的打击同时适用属地管辖和属人管辖原则。即在中国境内实施的、中国公民实施的及针对中国公民实施的诈骗行为，《反电信网络诈骗法》都可以适用。为了加强国际合作，《反电信网络诈骗法》还规定了公安部门等会同外交部门加强国际执法司法合作，打击遏制跨境电信网络诈骗活动。此外，对前往电信网络诈骗活动严重地区人员或因从事电信网络诈骗受过刑事处罚的人员，需采取限制出境的措施，以降低其再犯罪的可能。

加大惩处力度，落实多层次法律责任

《反电信网络诈骗法》第六章对参与电信网络诈骗或提供帮助的主体、电信业务经营者、银行业金融机构、非银行业支付机构、电信业务经营者、互联网服务提供者等机构违反本法法律责任进行了详细规定。

谢兆勇介绍说，对于上述机构违反本法者，需视其情况承担不同维度的责任。其中，对于组织策划参与电信网络诈骗活动的，构成犯罪的，依法追究刑事责任。若违法行为尚不构成犯罪，可以适用罚款、拘留、没收违法所得等行政处罚手段。对于造成人身损害的，依照《中华人民共和国民法典》等法律规定承担相应的民事责任。

（2）国家文化数字化战略分析报告

2022年12月09日来源：新元新经济智库

当前，文化数字化是国家文化领域的核心战略，国家文化数字化战略对文化产业的发展发挥重大影响和促进作用，未来有可能催化出数万亿级的产值。同时，国家文化数字化战略将极大改变文化产业的整体产业结构和业态，也将进一步推动文化产业与国民经济其它部门的进一步融合发展。

文化数字化战略自2020年之后被确立为国家战略。

《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》提出要实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。《规划》强调，提升公共文化数字化水平，加快文化产业数字化布局，推动科技赋能文化产业。

2022年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》；同年10月，党的二十大提出要实施国家文化数字化战略。

可以肯定的是，随着国家文化数字化战略的实施，文化在生产模式和消费模式将发生极大的变化，文化和科技融合从单点走向复合立体化方向，从互联网文化新业态走向复合型数字文化新业态模式，从单纯线上的数字化走向虚实共生无处不在的数字化。

对于文化管理部门和企业而言，如何认知国家文化数字化战略，又应该如何考虑推动本地区的文化数字化发展，或者在文化数字化战略中抓住市场机遇呢？

作为长期研究文化产业发展的研究机构，新元智库有着一些思考和建议。

从互联网到互联网+（+互联网）再到一体式数字化

文化新业态的发展，可以划分为三个层次：第一个层次是自2000年之后互联网信息与内容服务、互联网文娱产品与平台的持续迭代发展，从门户网站到BBS，从图片到音视频，从短视频到直播，在2012年之后逐渐成为文化消费的主流模式；第二个层次是广电、出版、影视、演艺、文博文物、设计等传统文化领域的数字化；第三个层次是线下文化消费与线上文化消费的数字一体化。

从我国文化数字化历程来看，也大致可以划分为三个阶段：第一阶段是单纯互联网内容生产与消费。第二阶段是互联网和传统文化领域的相互双向融合，第三阶段是线上线下一体化数字化，这个阶段已经不是简单的互联网+或者+互联网，而是数字技术全面集成式应用。

从发展模式和产业结构来看，文化数字化包括了五个部分：最底层是数字化硬件基础设施，包括人工智能技术工具和平台、数据处理云服务平台、VR/AR技术平台、广电影视数字化拍摄与传播数字平台、空间全息投影技术与设备等等；第二层是软件工具层，主要涉及信息处理、内容创作生产等方面的软件，包括影视3D特效软件、三维建模软件、智能图形生成软件、人工智能音视频软件等等，第三层是数字化内容层和信息流；第四层是数字化产

品层；第五层是数字化消费终端层。

从早期的互联网技术再到信息技术再到数字技术，当前文化数字化是数字技术的全面集成，下面简单就一些技术进行分析。

上述表格只是简单的列出一部分数字技术，从文化数字化发展过程来看，数字技术在文化领域的应用分为三个层次：第一层次是单项技术工具，实现单个任务目标的实现；第二层是多种任务型工具，第三层次是集成式技术平台。

文化数字化的产业结构：第一层次是底层技术研发企业，第二层是技术工具开发企业和硬件研发生产企业，第三层次是技术平台式服务企业，第四层次是技术集成式服务企业，第五层次是工具或平台使用企业，用于内容生产与传播，可用于消费者消费的产品。

随着数字技术的发展与应用，技术平台成为一大亮点，可以分为两个方面。一方面是基础性开发和支撑平台，主要是指人工智能平台和云服务平台，主要为互联网文娱企业、集成应用性企业提供基础性技术服务和能力，第二类是 SaaS 软件平台。SaaS，是 Software-as-a-Service 的缩写名称，意思为软件即服务，即通过网络提供软件服务。SaaS 软件平台广泛应用在在线设计、互联网广告、影视动画等领域。

在文化数字化发展中，起到主导作用的包括游戏开发引擎、虚拟现实引擎、视频云平台、数字人引擎、人工智能技术平台、三维动画软件等等。在相当一些领域，关键性数字技术方面我国仍处于追赶欧美先进技术水平阶段，比如在游戏引擎方面，世界上最著名的现代 3D 引擎（“现代”指的是那些能够达到目前 3A 游戏渲染水平的游戏引擎），除了 Epic 的 Unreal 和 Unity，还有 EA 的 Frostbite Engine、Activision Blizzard 的 IW 引擎、ZeniMax 的 id Tech 引擎、Crytek 的 CryEngine 引擎、Take Two 的 Rage 引擎、Valve 的 Source 引擎、育碧的 AnvilNext 引擎，都是欧美企业开发的。国内只有网易和腾讯等少数自研的游戏引擎，市场占有率很低。

数字技术在文化领域的应用发展整体趋势是从专业化走向大众化，从本地化走向云端化，从硬件化走向软件化，从实体化走向虚拟化，从工具化走向平台化、从数据化走向智能化。

● 从专业化走向大众化

影视编辑、视频拍摄、动画制作、游戏设计等专业化工作由于数字技术工具的便捷性和傻瓜化从专业操作人员才能使用变成不需经过专业培训人人可以使用，从而使得内容转化生产变成大众化参与模式，也创造出大量新的就业机会。

● 从本地化走向云端化

原本需要内容生产者购买大量硬件和软件在本地完成的工作，由于云服务的兴起，可以在云端完成，节省大量单体投资，比如云渲染。

● 从硬件化走向软件化

大量的技术工作建立在远程软件基础上，软件平台重要性日益凸显。

● 从实体化走向虚拟化

原本需要通过在现实物理空间完成的工作越来越多的被虚拟数字技术所取代，虚拟数字技术广泛应用在影视、广电、文旅等行业。

● 从工具化走向平台化

未来将有更多的创意生产性工具在技术平台上完成，技术平台的高度决定了文化数字化的高度，也将对未来文化内容生产和文化产业的格局。

● 从数据化走向智能化

基于大数据分析和人工智能，文化领域的再生产过程中的智能化应用越来越多，在拥有海量数据基础上，计算机辅助创作、设计、生产、分发成为普遍现象。

国家文化数字化战略下的数万亿产业增量

自 2018 年起，国家统计局统计文化及相关产业规模以上企业营业收入时，专门发布文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类的数据，包括广播电视集成播控，互联网搜索服务，互联网其他信息服务，数字出版，其他文化艺术业，动漫、游戏数字内容服务，互联网游戏服务，多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发，增值电信文化服务，其他文化数字内容服务，互联网广告服务，互联网文化娱乐平台，版权和文化软件服务，娱乐用智能无人飞行器制造，可穿戴智能文化设备制造和其他智能文化消费设备制造。

从近年来国家文化产业增加值数据可以看到，文化和科技融合下的新业态成为文化产业产值增长的核心点。文化及相关产业增加值已从 2012 年的 18071 亿元增长到 2020 年的 44945 亿元，占 GDP 比重从 3.36% 增长到 4.43%，其中，数字文化新业态特征较为明显的行业营收增速超过传统文化业态营收平均约 11%，为推动文化产业向支柱产业迈进提供重要力量。文化新业态营收从 2018 年的 2.1 万亿元增长至 2021 年的 3.96 万亿元，比上年增长 18.9%，其占文化企业营收的比重从 2018 年的 21.5% 上升至 2021 年的 33.3%。

按照 2018 年至 2021 年的数据计算，三年时间规模以上文化企业营收增量为 1.86 万亿，如能以每年度 5% 的增速发展，则 2030 年数字文化新业态 16 个小类规模以上企业将实现营收 6.77 万亿元，相比 2021 年实现增量将达到 2.81 万亿元。如能以每年度 8% 的增速发展，则将 2030 年实现营收 7.91 万亿元，相比 2021 年实现增量 3.95 万亿元，可以实现翻一翻。

可以看出，数字文化新业态未来数年将有可能创造出数万亿元的产业增量。

同时，从经济角度分析国家文化数字化战略，可以看出目前国家统计局统计的 16 个文化新业态数据，并没有全部纳入了文化数字化的企业收入。

这方面没有纳入统计的包括了部分文化数字化硬件基础设施的生产与投资、文化数字化软件开发与服务、线下数字化文娱旅游服务、文化数据资源处理与存储服务、电竞赛事与场馆经营等等。

举例来说，当前相当一部分线下文娱旅游空间结合数字化工具和内容改造为沉浸式数字化体验产品和服务，以数字化、游戏化、内容化为核心成为新型数字化文化消费新场景。这些空间融合应用了数字 3D 建模、虚拟现实/增强现实、全息投影、数字动画等数字技术，所创造的收入理应纳入文化数字化的统计范畴。

截止 2021 年底，全国共有 318 家 5A 景区、1284 个 4A 级旅游景区，全国博物馆机构数为 5772 个，全国共有革命博物馆、纪念馆超过 1600 家，全国共有艺术表演场馆 3093 个，全国展览馆场馆 298 座，目前有一部分场所已经推出了数字化文化旅游消费产品或项目。2019 年全国景区门票收入约在 1200 亿元，我国博物馆收入约为 324 亿元，演出门票收入在 200 亿元左右。

另外，《2020 年中国沉浸式体验娱乐行业报告》显示，2019 年，中国沉浸式体验娱乐项目数量亦已达到 1,100 余项，覆盖 34 类业态，行业市场规模由 2015 年 2.0 亿元增长至 2019 年 48.2 亿元，年复合增长率为 121.6%，呈现指数级增长态势。未来，伴随游戏设计、虚拟现实技术、心理学等多个领域在沉浸式体验娱乐行业不断进行高度融合和碰撞，沉浸式体验娱乐项目的模式和内容亦将不断迭代，预计未来五年中国沉浸式体验娱乐行业市场规模将保持增长态势。

从上面分析可以看出，线下数字化文化消费新业态未来极有可能创造出数千亿元的营收。

如果进一步分析其它未纳入统计的文化数字化领域，可以推测出在未来有着每年至少万亿级以上的产业空间。

可见，从经济角度来看，国家文化数字化战略将在未来数年极大推动文化及相关产业的增长，创造数百万乃至千万级的新增就业机会。

文化数字化的重点方向与产业热点

当前，我国文化数字化战略的重点方向包括八个方面：1、文化遗产数据化；2、媒体融合（广电新闻出版的数字化生产和发行）；3、文化创作，包括文字、视频、绘画、设计等等；4、音视频内容生产；5、内容审核；6、消费行为大数据分析；7、物理文化消费空间数字化；8、演出或展览。

从技术和模式角度分析，文化数字化战略的可以概括为文化资源数据化、创作生产智能化、内容分发跨平台化、线下消费沉浸数字化等等。

文化资源数据化方面，核心是建设国家文化大数据体系。

2021年3月公布的《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中，专栏13“社会主义文化繁荣发展工程”明确提出“分类采集梳理文化遗产数据，建设国家文化大数据体系”。这是国家文化大数据体系建设上升为国家战略并迈入全新发展的阶段的重要标志。

《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》明确，到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。到2035年，建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系，中华文化全景呈现，中华文化数字化成果全民共享。

创作生产智能化是在文化内容创作、生产等多个领域包括但不限于新闻稿件智能化写作、音视频内容智能化生产（智能字幕、文本语音智能互换、自动拆条等）、智能化在线图形与建筑设计、动画内容智能生产、虚拟数字人、内容智能审核等等方

面。内容分发跨平台化指的是内容在电视、手机、计算机、大屏级其它新型消费终端的一体式分发，包括了文字、图片、音频、视频、动画、虚拟现实/增强现实等等内容形式。

线下消费沉浸游戏化是以互联网游戏技术、文化IP在线下文化消费空间中打造出新型文化消费场景。这一方向也是国家文化数字化战略的重要组成部分之一。

《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》提出了8项重点任务，其中第5条就是发展数字化文化消费新场景，大力发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验。

近年来，随着文化数字化进程的推进，文化产业出现很多热点，催化出很多新业态、新模式和新企业。

新元智库将从产业层、消费层两个方面分析数字文化新业态和新模式。

数字文化新业态在产业层上的核心价值体现在：第一，成本效率性，重在降低人工成本并且通过数字技术提高单位时间生产规模；第二是投资节省性，降低中小企业的硬件与软件投资规模，从而降低使用成本；第三是提高一次性完成率，比如虚拟片场拍摄，通过动作捕捉技术、实时渲染技术等实现人物与虚拟场景实时合并，在实拍前完成现场各项准备事务，从而减少重复性工作和资金浪费；第四层是资金使用效果提升，比如智能广告投放，通过大数据分析精准投放到目标消费人群；第五层是规模化与即时性：人工智能技术实现了部分领域的海量内容自动化处理和生产。

按照产业链理论和数字文化新业态发展过程，数字技术的应用在文化产业链方面产生了几个重要的作用，一是产业链持续延伸，出现一些新兴产业环节；二是产业链重构，产业环节流程改变；三是产业环节分裂，原有一个产业环节分为两个产业环节。

数字文化新业态在消费层上体现在：一是新型消费产品，二是增强感官体验；三是创造收入。

文化数字化战略的重大作用与数字文化产业发展趋势

随着国家文化数字化战略的实施和推进，其巨大作用将在以下几个方面体现：

文化及相关产业产业结构发生重大改变，新产业涌现，数字化是文化及相关产业增长的核心。

“新业态-新模式-新产业”是文化数字化推动产业发展的基本逻辑路径。

- 1、数字技术孵化新业态：新业态是数字技术市场应用的最初显现。
- 2、新价值推动新商业模式：新模式是创造新价值并被市场认可的新业态。
- 3、新模式企业集聚为新产业：新产业是数字文化产业宏观规模的判断。

可见，文化及相关产业的产业结构随着文化数字化战略的推进将发生重大变化。

数字文化消费成为消费主流，线上线下数字一体化将传统消费转变为数字化消费。

未来数年，大多数文化消费均将成为数字文化消费或者数字文化消费是其一部分，包括一些实物产品消费，也将结合数字文化，比如文博文创产品结合了手机视频、AR 游戏等，大多数消费场景都是将实体产品消费和虚拟产品消费的结合。

数字文化将极大地改变消费品业、零售业、服务业、商业空间、旅游景区等行业，数字文化与其它产业融合深度进一步加强。

当前，众多行业都和数字文化在融合上逐步深化，比如零售业中的电商直播、虚拟数字人导购、服装虚拟试穿等等，很多产业的营销模式和服务模式发生着重大变革，文化数字化战略不仅仅推动了文化及相关产业的发展，还推动着很多产业的升级。

文化数字化战略推动着中华文化走向国际化，数字文化成为国际文化传播的主要形式。

当前，网络游戏、网络文化、网络动漫、短视频、网络视频等成为文化出海的主流，同时中国企业研发推动的数字文化消费平台已经在海外占据相当比例市场份额。

文化数字化战略实现了文化再生和数字孪生，中华传统文化传承保护发生革命性变化。

当前，我国文化数字化战略的推进中，在政策推动上持续加大力度，各省市也在十四五规划中列为文化及相关产业的核心方向。

然而，我国数字文化产业的发展，存在着不均衡、不匹配、不协调的问题，体现在以下几个方面：

1、重应用轻研发：应该看到，我国大多数企业的数字技术性工作是集成应用性，底层技术研发投入不足，大多数关键性技术平台来源于欧美企业。

2、重内容轻场景：大多数规划中提到数字文化产业，只是将网络游戏、网络文学、网络视频、网络动漫等作为规划重点，而在数字文化消费新场景上缺少规划。

3、重消费端轻产业层：大多数政策制定者将数字文化消费产品作为重点推动方向，但是对数字文化产业层新业态、新模式的重要性认识不足。

4、重硬件轻软件：数字技术是硬件和软件的集合，大多数政策制定者把关注度放在硬件，对数字文化的后台软件、中台技术平台、前台技术工具的作用认识不足。

5、重文化轻科技：文化主管部门更重视文化内容生产传播型企业，在政策上对数字技术研发、集成服务型企业关注度不足。

省市部门推动文化数字化战略实施的建议

从前面分析，国家文化数字化战略在省市层面上实施，需要注重一下方面：

加强顶层设计，制订推动文化数字化的整体规划和相关政策文件。整体规划和政策推动是地方文化数字化发展的关键，建议针对文化数字化和数字文化产业的发展制订专项措施。

加快基础设施发展，推动人工智能、云服务、数字人、大数据等文化数字化设施投资。引导中大型互联网、通讯电信等企业投资区域性基础性技术平台，推动基础性技术平台企业降低收费标准。

围绕数字文化新业态和数字文化消费新场景推动文化数字化战略。推动数字文化新业态和发展数字文化消费新场景，发动线下文化场所积极寻求数字文化企业的合作，推动数字文化企业研发数字核心技术，推动数字文化企业积极参与数字文化消费新场景建设。

加大优质企业扶持，引导文化企业发展数字化文化新业态和新模式，引导社会资本投资。

加快公共文化服务数字化服务水平提升，推动公共文化机构与数字文化企业的合作。

强化技术支撑，推动数字创意共性、关键技术原创研发和集成应用。文化数字化的基础

是数字核心技术的研发和应用，需要针对不同的场景进行技术创新性应用，政府相关部门可以牵头组织跨界联合实验室，鼓励数字技术和实体产业的跨界实践。

推动校企联合培养重点稀缺领域人才，建设文化数字化创新人才队伍。推动政、产、学、研联动，打通人才培育、技术研发、科研转化通道，以“产学研用”融合方式助力数字化人才培养。加强创新型、应用型、技能型文化科技跨界人才培养，吸引计算机、人工智能、自动化、通信技术等相关学科优秀人才，鼓励企业与高等院校、科研机构共建人才培养基地。

（3）广电总局局长有了新职务

2022年12月09日来源：中广互联综合整理 作者：苗梦佳

12月9日，国家广播电视总局局长徐麟已任贵州省委委员、常委、书记。

（本文根据新华社、百度百科等综合整理，转发请注明“中广互联综合整理”）

12月9日，根据新华社消息显示，中共中央决定：谌贻琴同志不再担任贵州省委书记、常委、委员职务，另有任用；徐麟同志任贵州省委委员、常委、书记。

（4）工信部印发《工业和信息化领域数据安全管理办法（试行）》

人民邮电报

为规范工业和信息化领域数据处理活动，加强数据安全保护，促进数据开发利用，保护个人、组织的合法权益，维护国家安全和利益，根据《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国国家安全法》《中华人民共和国民法典》等法律法规，工业和信息化部近日印发《工业和信息化领域数据安全管理办法（试行）》。本办法共八章四十二条，主要内容包括七个方面：一是界定工业和信息化领域数据和数据处理者概念，明确监管范围和监管职责。二是确定数据分类分级管理、重要数据识别与备案相关要求。三是针对不同级别的数据，围绕数据收集、存储、加工、传输、提供、公开、销毁、出境、转移、委托处理等环节，提出相应安全管理和保护要求。四是建立数据安全监测预警、风险信息报送和共享、应急处置、投诉举报受理等工作机制。五是明确开展数据安全监测、认证、评估的相关要求。六是规定监督检查等工作要求。七是明确相关违法违规行为的法律责任和惩罚措施。本办法自2023年1月1日起施行。

（5）中共中央、国务院发文！支持利用5G对有线电视网络进行改造升级

2022年12月16日来源：新华社

近日，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》主要内容如下。

坚定实施扩大内需战略、培育完整内需体系，是加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的必然选择，是促进我国长远发展和长治久安的战略决策。为推动实施扩大内需战略，根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，制定本规划纲要。

(6) 国家发改委：加快研发超高清视频、虚拟现实等智能化产品

2022年12月16日来源：国家发展改革委

近日，国家发展改革委印发《“十四五”扩大内需战略实施方案》。

实施方案提到，推动互动视频、沉浸式视频、虚拟现实视频、云游戏等高新视频和云转播应用。发展第五代移动通信（5G）广播电视，推动广播电视终端通、移动通、人人通。

丰富5G网络和千兆光网应用场景，加快研发超高清视频、虚拟现实、可穿戴设备、智能家居、智能教学助手、医疗机器人等智能化产品。

加快5G网络规模化部署。加快千兆光网建设，扩容骨干网互联节点，新设一批国际通信出入口，全面推进互联网协议第六版（IPv6）商用部署。加快运用5G、人工智能、大数据等技术对交通、水利、能源、市政等传统基础设施的数字化改造。

4. 与广电相关的标准

（本期无）

5. 广电行业动态与分析

(1) 【国家广电智库】智慧广电+文旅：乡村振兴的重要推动力量

2022年12月06日来源：国家广电智库

党的二十大强调全面推进乡村振兴，建设宜居宜业和美乡村。2022年1月，国家广电总局印发一号文件《关于推进智慧广电乡村工程的指导意见》，部署推动智慧广电促进乡村振兴，全国各地广电机构结合实际积极探索。国家广电智库梳理总局公共服务司提供的智慧广电乡村工程实施情况及典型案例材料，陆续刊发工程建设的特色案例和观察文章，今天刊发《【观察】智慧广电+文旅：乡村振兴的重要推动力量》。

文化旅游是智慧广电乡村工程的重要板块。党的二十大提出坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。《“十四五”文化和旅游发展规划》等规划和文件在完善文化遗产保护传承利用、现代文化旅游业、提升文旅发展科技水平等方面对智慧广电促进文旅产业发展提出明确要求。在各地智慧广电乡村工程实施过程中，初步形成了以各级政府为支撑、以有线网络和融媒体平台等为载体的建设，出现了全域旅游平台、数字化博物馆、应急广播+文旅、电商+文旅等服务模式，为朝气蓬勃的文旅行业提供便利的公共服务和数智化的解决方案，成为乡村振兴的重要推动力量。

智慧广电赋能文旅服务基本情况

1、全域旅游平台：旅游管理规范化+精准营销

全域旅游平台是一种以物联网、云计算、下一代通信网络、数据挖掘等技术在旅游体验、产业发展、行政管理等方面的智慧平台，促进旅游管理规范化、智能化和精细化，实现全域旅游的精准营销，有效解决各景区旅游业“吃、住、行、游、乐、购”各方面需求面广，旅游资源分散等问题。例如，江苏有线吴江公司在黎里古镇打造智慧旅游综合管理平台，集会议、指挥、调度、展示、监控安防等于一体，实现一部手机管景区、一个平台控全局。江苏有线溧阳公司为溧阳“1号公路”沿线商户们进行产品推广、公益直播、市场活动等服务，实现游客在“旺溧阳”小程序吃穿住行的一站式商业服务。安徽广电芜湖分公司以“文化币”支付形式将全市书店、演艺单位、影院、网吧、文创企业纳入统一文化消费活动平台。

无锡广电融媒体中心建设“电视文旅”平台，通过电视、手机等终端连接市民和文旅行业，实现文旅商家资讯汇聚、文旅商品销售等功能和特色化线上线下服务，促进消费升级，带动乡村产业振兴。



溧阳广电“1号公路”商户电视服务平台

2、数字博物馆：创新国家文化大数据体系建设场景

《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》提出要积极参与国家文化大数据体系建设，多个省份如江苏、云南均将国家文化大数据体系建设纳入十四五智慧广电的发展目标。当前，在文旅领域工程应用的一个重要场景是数字博物馆。如云南广电网络承建云南沧源县班乡红色文化广电数字化集成试点工程，通过对陈列品、纪念碑等数据采集和标注，以历史事件、英烈人物故事为线索，通过电视大屏等多媒体技术向观众开展红色文化教育。

3、应急广播+文旅：安全预警+公共广播

作为为基层群众提供多元化、全覆盖、快速便捷信息服务的应急广播平台，既是凝聚民众参与乡村振兴的强大力量，也是强有力的旅游公共服务平台。一些地方针对乡村景区地域广、人员活动密度较大的特点，通过高效、灵活的应急广播服务，满足景区的安全预警、游客疏散、广播通知、寻人等公共广播服务需求。例如安徽靖安县广电网络公司在乡镇村组和景区设置视播一体的应急广播设备，既实现了森林防火预警功能，又发挥政策宣传和应急处置作用；南京市江宁区余村社区通过应急广播平台播放背景音乐、通知、新闻等信息，为景区游客营造温馨舒适的乡村生活气息。

智慧广电文旅建设的特点

1、有线网络基础资源+第三方智慧化解决方案

部分条件好的广电有线公司经过多年积累，机房、管道、网络、无线覆盖、应急广播等广播电视网络基础设施较为完备，双向网覆盖面和用户接入率有一定基础，成为智慧广电互动服务和应用的基础支撑，在此基础上结合第三方合作伙伴的大数据科技、智能设备、消费服务公司等智慧化解决方案，加速推动5G、人工智能、物联网、大数据等技术在文旅景区智慧化建设中的实践应用。其典型代表是智慧旅游管理平台，主要应用包括景区综合安防、车辆及停车场管理、业务统计分析、信息服务等方面。例如江苏吴江黎里古镇智慧旅游管理平台和四川省巴中市恩阳区旅游大数据服务平台，游客可通过手机端了解景点概况、线路规划、车位状况、游客密度、美食酒店、购物娱乐、疫情防控等方面的信息，管理部门可通过平台实现信息采集、智慧停车、流量统计、视频监控、疫情防控、全域导览等智慧化管理。



黎里古镇景区智慧旅游管理平台（江苏有线吴江分公司供图）

全域旅游全产业链融合发展

全域旅游是整合景区旅游、休闲和商品消费等资源的全场景旅游，需要整合景区所在地

市委、文旅局、融媒体中心、商务局等多个政府部门，以及网络、直播、电商、物流、民宿、交通等多个产业链协同，形成跨越式延伸，是景区整体的开发工程。部分地区形成了以政府为主导，以广电有线和融媒体中心为重要载体的全域旅游业态机制，形成以自驾道路结合景观、景点服务、旅游产品的空间整合以及“旅游+”产业融合的商业模式。

以空间整合的“溧阳1号公路”为例。“溧阳1号公路”是溧阳市将旅游公路作为全域旅游新载体的重点工程，建成了全长365公里的公路，联结全市200多个乡村旅游土特产品地点，作为“1号公路”商户服务平台，江苏有线溧阳公司与当地企业家和行业协会合作，为公路沿线商户们进行产品推广、公益直播、市场活动等服务，商户可由融媒体中心配合公益直播或商业直播，助力提升品牌，扩大销售。

以“旅游+”产业融合为例，多地以融媒体中心为核心，搭建与产品供应商、邮政物流、视频与直播平台的合作环节，通过展示本土文化、民俗、非遗、特色产品、风景、人居环境等带动当地旅游和电商经济。例如山西应县融媒体中心与当地电商平台合作开展直播带货和文旅公益广告；江苏有线吴江分公司旗下的新媒体工作室打通供销社、物流、直播环节进行当地农产品与旅游的推广；吉视传媒股份有限公司利用多机位直播田地情况，进而带动农产品销售和当地旅游，江苏有线电视文旅平台为有线电视用户带来公园门票、酒店房间、健身卡等免费福利，以及一站式吃、喝、玩、乐、购服务内容。

线上线下参与国家文化大数据场景建设

国家文化大数据体系建设是新基建在文化领域的核心体现，有线电视网络公司承担国家文化专网等的建设，将成为最大的受益者，一是可利用5G技术为文化行业提供更安全的专网建设，做好信息服务工作，二是在承接项目的同时为各类相关企业提供适合的商业模式，合作共赢。

例如的云南沧源县班红乡的红色文化广电数字化集成试点工程顺应了我国博物馆数字化建设迅猛的势头，工程需要分批次对革命烈士陵园纪念设施、馆藏文物进行数据采集和结构化存储，以历史事件、文物故事为线索，对红色文化数据进行专业化标注和关联，最后通过高清互动电视的红色文化教育专版向广大观众提供宣传展示和点播。工程需要集中广电5G的文化专网的信息技术，大数据采集、存储和分析技术，VR、AR及其他多媒体展示技术，以及动态捕捉、触控感应等交互技术等，承建方中国广电云南网络有限公司充分发挥主体责任，协调各方完成工程。尽管当前博物馆数字化仍处于技术融合的探索阶段，不过该工程创新了智慧广电应用场景，可为各地广电有限公司在线上线下参与国家文化大数据场景建设提供借鉴。

问题与建议

当前智慧广电+文旅在拓展智慧广电服务模式，服务乡村振兴，促进产业发展等方面发挥了重要作用，但也存在一些短板和不足，比如，智慧广电+文旅应用场景较为单一，在旅游全产业链特别是中高端环节布局点位不够强；基层广电机构跨部门跨区域联动联营较为简单，系统合力没有充分发挥；广电5G、VR、AR等新技术应用不足；衔接和服务国家文化公园建设、国家文化大数据体系建设等国家重大文化产业项目不到位等。下一步，需要各地广电机构坚持问题导向，加大政府和相关部门合作力度，布局更丰富应用场景和中高端产业链环节，融合和服务中实现合作共赢；深化广电5G与大数据、云计算、VR、AR等技术融合应用，打造线下线上沉浸式旅游新场景；发挥广电特色和优势，积极参与和嵌入国家重大文化产业项目建设，探索智慧广电+文旅的多元化应用，以智慧广电乡村工程赋能乡村振兴。

(2) 事关人才队伍建设，浙江广电局发文

2022年12月08日来源：浙江省广播电视局

近日，浙江省广播电视局发布《关于加强广电人才队伍建设的实施办法（征求意见稿）》。

意见稿提到，通过5年努力奋斗，进一步构建与我省经济社会发展和文化高地建设相适应的广播电视和网络视听人才工作体系，培养造就一支规模适度、结构合理、门类齐全、符合发展需要的广播电视和网络视听人才队伍，人才供需配置更加科学，能力素质明显提升，人才结构不断优化，发展环境持续改善，职业吸引力明显增强，实现人才工作与行业发展相互促进、相得益彰。到2025年，推动全省广电行业新增宣传文化系统“五个一批”领军人才30名左右、青年英才50名左右，培育后备人才300名左右。

(3) 安徽：全面落实国家基本公共服务标准要求，完善广播电视公共服务标准规范

2022年12月08日来源：安徽省广电局

近日，安徽省广播电视局面向全省广电系统，正式发布《安徽省广播电视公共服务标准规范指引（2022年试行版）》（以下简称《指引》）。

《指引》共包含17个章节和1个附件。从内容上，着眼全面落实国家基本公共服务标准要求，着眼“补短板”和“高质量发展”两手抓，着眼广播电视公共服务体系的健全完善，涵盖了应急广播、直播卫星户户通、无线地面传输、有线电视和IPTV免费收视、对农节目、公益广告、特殊群体保障等基本公共服务，节目共享平台、有线电视基本收视等普惠性非基本公共服务以及广电有线智慧门户建设等生活服务三大类。从结构上，依据国家最新划定的公共服务分类，按照《服务业组织标准化工作指南》（GB/T 24421—2009）关于标准体系总体结构的规定，系统架设了“安徽省广播电视公共服务标准体系框架”，从“通用基础标准”“服务供给标准”“支撑保障标准”三大块面，划分了基本公共服务、非基本公共服务、生活服务、服务资源配置、运行维护管理、服务绩效评价等逻辑分类，就13个广播电视公共服务具体事项推出了针对适用、简明清晰、便于操作的服务指南。

《安徽省广播电视公共服务标准规范指引（2022年试行版）》的发布，是省广电局深入贯彻中办国办《关于建立健全基本公共服务标准体系的指导意见》、省委省政府《关于全面推进标准化发展的实施意见》和国家广播电视总局《关于加强广播电视公共服务体系建设的指导意见》的重要举措，是细化执行《国家基本公共服务标准（2021年版）》的工具书，是落实国家和省级《“十四五”公共服务规划》、《安徽省公共文化服务保障条例》的操作手册，为各级广播电视行政部门和服务单位（机构）开展广播电视公共服务标准化建设，提高工作专业化、精细化、科学化水平，提升广播电视公共服务的质量和效能，健全完善广播电视基层服务体系，指明了方向，提供了路径。

下一步，安徽省广电局将全力做好《指引》的执行解读，立足群众需求、紧跟时代发展，推动《指引》不断补充、更新和完善，指导和引领新阶段全省广播电视公共服务高质量发展。

(4) 黑龙江年底省市电视台主频道高清率将达到 100%

2022年12月08日来源：黑龙江广电局

黑龙江广电局进一步加强广播电视频道频率建设管理。

一是加强频道频率监管。开展全省播出机构许可证、频道许可证换证工作，完成县级播出机构变更台名、节目设置范围或套数情况“双随机、一公开”抽查工作，对频道频率进行

专项监测 28 次，未发现擅自开办或调整频道频率问题。

二是优化频道频率布局。指导 4 个公共频道调整为特色专业频道，开展 6 期专项监测，纠正部分频道专业节目比例不达标问题。落实精简精办要求，全省先后关闭电视频道 7 个、广播频率 7 个。

三是推进电视频道高清化建设。指导全省各级播出机构加快推进高清化改造，黑龙江台 7 个频道全部实现高清播出，26 个市级频道中已有 13 个频道实现高清播出，9 个频道高清播出申请已获批复，计划年底前正式播出，省市电视台主频道高清率将达到 100%。

（5）国家广电总局部署推进基本公共服务县级标准化试点建设

2022 年 12 月 14 日来源：国家广播电视总局

广电总局部署推进基本公共服务县级标准化试点建设。

印发《关于开展广播电视基本公共服务县级标准化试点建设工作的通知》，要求各地学习借鉴前期广电总局在 5 省 12 个县（市）开展基本公共服务标准化试点的经验做法，以健全标准规范、完善运维体系、增强本地化节目供给、创新公共服务方式为主要任务，每省选取不少于 2 个具有代表性的县（市）开展标准化试点建设，明确县级基本公共服务质量水平和支出责任，推进基层服务机构标准化管理，以确保广播电视“长期通”“优质通”。

（6）国家广电总局发展研究中心积极开展“智慧广电乡村工程”研究

2022 年 12 月 16 日来源：国家广播电视总局

广电总局发展研究中心积极开展“智慧广电乡村工程”研究。

通过实地调研和典型案例梳理，完成区域性调研报告 1 篇，并从发展特点、政策保障以及助力安防、文旅、康养、电商、教育、产业振兴、新时代文明实践中心建设等角度撰写专项研究报告 9 篇，编撰典型案例 17 篇，彰显广电在助力乡村振兴战略中的重要作用和巨大潜力。

相关研究系统总结成果经验，提炼工程建设的实施路径、建设主体、应用场景、业务模式和保障机制；突出案例分析，梳理工建中出现的优秀案例，探索可复制可推广的实施模式和应用方案；坚持问题导向，找准工程实施的痛点、难点，提出相应对策建议。

（7）福建厦门广电：探索城市台转型新路径

2022 年 12 月 16 日来源：《传媒》杂志

2022 年，媒体融合上升为国家战略已经迈入第九个年头，传统媒体的融媒转型发展在纵深化实践中步入深水区：传统媒体优势资源全面布局互联网，省市县跨区域协同发展，效果评价体系从构建转入实施，同时在机制层面的创新将更具突破性，在增量空间的探索上将更具开拓性。在这场深刻变革中，县级媒体的强下沉性、省级媒体的厚资源性，使其在融合发展中亮点突出，相比之下，市级媒体融合发展的资源掣肘、困境更多。2021 年，城市台成为继省级、县级媒体深度融合之后行业关注的重点，在当年国家广电总局评出的广播电视媒体融合先导单位、典型案例、成长项目中，青岛、苏州、嘉兴等多家城市级广播电视台（集

团) 上榜。

厦门广播电视集团(以下简称“厦门广电”)作为副省级城市的头部主流媒体,其资源能力、转型路径与速度,综合体现了省级与城市媒体之间的差异与共性。近几年,厦门广电以“守正创新、融合发展”为改革发展战略,坚持移动优先,持续推进供给侧结构性改革;统筹大小屏,推进品牌栏目和平台建设;在新媒体端持续释放产能,传播量及传播力逐年攀升,爆款频出。集团全力打造的第一发布平台“看厦门 APP”入选 2020 年国家广电总局智慧广电示范案例;2021 年,依托“看厦门 APP”建立的 PUGC 内容生产模式获评福建省广播电视媒体融合典型案例。厦门广电的一系列创新性、系统性融合实践,有效地推动了广电事业的高质量发展,其融合转型解题思路既反映了目前广电机构困境突围的普遍思路,又在落地实施上个性鲜明,在城市台融合发展的进程中具有积极的示范效应。

(8) 内蒙古广电局印发《内蒙古自治区推进智慧广电发展方案》

2022 年 12 月 27 日来源: 内蒙古广电局

近日, 内蒙古自治区广播电视局印发了《内蒙古自治区推进智慧广电发展方案》。内蒙古自治区广播电视局关于印发《内蒙古自治区推进智慧广电发展方案》的通知内广发(2022) 171 号

各盟市和满洲里市、二连浩特市广播电视行政管理部门, 内蒙古广播电视台, 中国广电内蒙古网络有限公司, 局机关各处室、直属各单位:

现将《内蒙古自治区推进智慧广电发展方案》印发给你们, 请结合实际, 认真组织实施。内蒙古自治区广播电视局

2022 年 12 月 7 日

内蒙古自治区推进智慧广电发展方案

为深入贯彻习近平总书记关于“打造智慧广电媒体, 发展智慧广电网络”重要指示精神, 全面落实党中央、国务院关于推进智慧广电建设重大战略, 更好地满足人民群众精神文化和信息服务需求, 按照国家广播电视总局工作部署, 结合内蒙古自治区行业实际, 特制定本方案。

一、总体要求

(一) 指导思想

高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜, 深入贯彻党中央重大决策部署和自治区党委、政府工作要求, 以深化广播电视与新一代信息技术融合创新为抓手, 以推动广播电视和网络视听高质量创新性发展为目标, 打造智慧广电新业态、拓展智慧广电新服务、引导智慧广电新供给、拉动智慧广电新消费, 服务全区工作大局, 为奋力谱写全面建设社会主义现代化国家内蒙古篇章提供有力舆论支撑和强大精神力量。

(二) 工作目标

稳步推进全区智慧广电建设, 以有线、无线、卫星、互联网等多种手段协同承载为依托, 以云计算、大数据、物联网、IPv6、5G、超高清、人工智能等综合数字信息技术为支撑, 力争用 3-5 年时间, 实现广播电视和网络视听智慧化生产、智慧化传播、智慧化服务、智慧化应用和智慧化管理。充分发挥广电媒体主力军作用, 建成具有影响力和竞争力的区域新型广播电视主流媒体, 打造智慧广电媒体。统筹利用全区现有基础设施资源, 升级改造广播电视公共服务业务支撑平台, 进一步提升广播电视公共服务能力, 优化智慧广电服务。集聚全区行业内外产学研优势创新资源, 与社会各领域深度融合, 推动“智慧广电+”取得突破性进展, 拓展智慧广电应用。提升广播电视技术系统的智慧化运行维护水平, 强化监测监管系

统的网络化、智能化、协同化管理能力。

二、重点任务

（一）智慧广电内容生产体系

1.提升高清超高清制播能力

统筹推进全区广播电视播出机构高清超高清制播能力建设以及技术体系升级迭代，不断提升高清超高清电视发展活力。逐步完善全区高清电视节目的采集、制作和播出体系，指导各级播出机构结合本地实际逐步关停高标清同播的标清频道，加快推进全区各级广播电视播出机构全面实现高清化。有序推动自治区和盟市两级超高清电视发展，积极探索4K超高清制播系统建设，支持有条件的播出机构开办4K超高清频道，鼓励有条件的播出机构开展4K超高清纪录片拍摄制作，推动内蒙古广播电视台探索8K超高清节目内容制作生产。

2.深化内容生产创新应用

积极推动全区各级播出机构制播体系从数字化、网络化向融合化、智慧化转变，加快制播平台IP化、云化建设，强化人工智能、大数据在内容选题、素材集成、编辑制作、内容审核、媒资管理等环节的全流程应用。鼓励内蒙古广播电视台探索高新视听在重大赛事（活动）中的示范应用，推进互动视频、VR视频等技术在教育、体育、会展等领域的应用，逐步实现互动化、全景化、全息化展现，创新节目形态、提升用户体验。盟市级融媒体中心按照国家广播电视总局发布的地市级融媒体中心技术标准进行建设，初步实现自治区、盟市、旗县级平台的对接联通。鼓励有条件的盟市播出机构结合本地实际，探索利用人工智能、大数据等新技术服务于节目生产，逐步开展智能媒资系统建设升级。加强盟市、旗县播出机构智能生产系统、智能审核系统的规模化、精准化应用，提高旗县播出机构精品内容创作生产能力。

3.丰富优质节目资源供给

坚持“共建共享共赢”，打通区域壁垒，加强纵向、横向合作，汇聚全区公益性、公共性的优秀广播电视节目资源，无偿提供给各播出机构，盘活全区各级播出机构现有存量节目资源，解决基层广播电视节目生产能力较弱的问题。鼓励和引导各级播出机构统一节目标准，加强主题策划，整合内容相近、题材相似节目，联合策划、联合采编、联合制作、联合播出，引导、培育、打造一批各具特色的优秀广播电视节目，实现跨区域媒体资源融合生产。健全评价机制，增强节目内容评价体系的科学性，共享优质节目资源，打造内容传播矩阵，增强优秀节目的传播力和影响力。

（二）智慧广电传播覆盖体系

1.加强无线广播电视覆盖网建设

利用好现有无线覆盖网存量资源，在稳妥推进广播电视节目无线数字化高清化覆盖的同时，积极探索下一代无线电技术在广播电视行业的应用。拓展无线电频谱的使用空间和信息容量，探寻无线覆盖网服务移动端的切入口，提供特有的定制化服务，促进用户之间信息交换，拓宽“智慧广电”无线覆盖的发展路径，打造广播电视新型业务模式，实现资源整合和有效利用。推进台站标准化建设，重点围绕信息化建设、高新技术应用及科技创新等10个方面内容，提升智慧广电无线网络维护管理水平和无线覆盖发射质量，切实为人民群众听好广播、看好电视提供坚实保障。

2.推进有线电视网络升级改造

充分运用人工智能、大数据、云计算、软件定义网络、网络功能虚拟化、边缘计算、微服务等新技术，以推动有线电视网络高质量创新性发展为主线，以深化有线电视网络与新一代信息技术深度融合为重点，推进全区有线电视骨干网、城域网和接入网的改造升级，打造IP化、云化、智慧化、融合化新型有线电视网络。重点做好前端系统升级改造、前端灾备平台建设、IT支撑系统建设、多级分布式架构的智慧广电云平台建设、智慧广电数据资源

体系建设、智能融合 CDN 建设、视频点播系统改造、IPv6 升级改造等关键项目。初步建成有线无线融合、广播交互协同、大屏小屏联动，高速、泛在、智慧、安全的新型国家信息化基础设施和综合信息服务网络。

3.打造广电 5G 网络

抢抓发展机遇，快速极简建设广电 5G 网络。充分利用现有路由和基础网络设施资源，建设完善区干网和城域网，为广电 5G 提供承载网资源。利用现有接入网设施，建设广电 5G 无线接入网，实现基站互联、基带信号前传和楼宇信号的深度覆盖。逐步建立多频协同网络，提供高速、泛在、安全、可靠的高品质网络服务，推动广电 5G 垂直行业应用发展，应对 2B/2C 业务挑战。加强物联网平台建设，提供良好的网络技术支撑和服务，降低物联网应用开发成本，缩短开发周期，支持海量终端接入，提升大数据运营能力。加快低功耗广域广电物联网网络部署，提供良好的网络覆盖和服务，面向室内、交通路网、地下管网等应用场景，实现深度覆盖。

4.推动微波传输系统扩容改造

完善全区微波信号源传输引接系统，加强节目传送新技术的应用，提升信号源传输能力和可靠性。加快推进微波站标准化建设，积极推动微波数字电路附属设施改造。完成微波传输系统扩容改造，提升微波站的传输引接能力，完善信号源传输布局，实现主备业务信号采用多种技术手段传输。

（三）智慧广电公共服务体系

1.提升智慧广电公共服务能力

充分利用现有的广播电视传输网络及相关基础设施，加快推进各级基本公共服务能力建设。依托广电有线、无线融合网络与广泛覆盖的智能机顶盒终端，逐步建成以“一云、一网、三平台”（广电网络服务云，广播电视有线无线融合覆盖网和公共文化服务平台、宽带乡村互联网服务平台、政企信息化服务平台）为支撑的自治区级基本公共服务系统，加强面向特殊困难群体的公共广播电视服务，进一步满足群众对基本公共服务的需求。

2.加强应急广播系统建设

持续建设完善各级应急广播系统，不断加强与各级应急信息发布部门的互联互通、交换共享、协同服务、统一联动，打通政务网、移动网以及有线数字电视、调频广播、中波广播、地面数字电视、直播卫星、户外大屏等多种平台，实现应急广播消息分类别、分级别、分地域、分对象的精准发布，提升应急广播公共服务水平。鼓励应急广播系统与公共广播、公共显示屏等区域广播设施对接，开展应急广播扩网工作，推进农村牧区应急广播主动发布终端建设，推动城市应急广播系统建设，提升应急广播服务能力，扩大应急广播覆盖面，形成覆盖城市乡村（牧区）的特色应急广播网络。

3.开展智慧广电固边工程

落实党中央固边强边战略部署，在边境地区开展智慧广电固边工程建设。通过广播电视传输网络建设，实现对未通达地区、边防部队和哨所的网络覆盖，提升边境地区城乡地区网络接入能力，将广电网络打造成稳边固边的基础网络支撑。建设智慧广电公共服务管理平台，为边境地区提供爱国主义和民族团结宣传教育、优质义务在线教育、远程医疗、智慧养老、电商服务等多种服务，提供面向多终端覆盖的全媒体业务。建设专用文化信息服务平台，为边防部队提供远程视频监控、灾情险情实时指挥等多种边境专用信息业务，满足边防部队官兵的文化生活、军事训练和应急调度需求。

4.推动新一代直播卫星户户通应用

稳步推进新一代直播卫星户户通机顶盒部署推广工作，加快现有机顶盒的升级换代。统筹应急广播、无线覆盖等基本公共事项，坚持分级负责和主管主办的原则，逐步建立完善“盟市旗县有机构、苏木乡镇有网点、嘎查村有联络人”的广播电视运行维护保障体系，探索构

建政府主导、五级贯通、社会化发展的公共服务长效机制，切实保障服务区域广播电视户户通运行维护工作长效规范。

（四）智慧广电拓展应用体系

1.服务乡村振兴战略

充分发挥自治区广播电视和网络视听行业优势，加强乡村振兴宣传引领、聚焦乡村振兴题材作品创作传播、深化智慧广电消费帮扶、拓展智慧广电人才教育帮扶、推进智慧广电公共服务，服务内蒙古乡村振兴发展。进一步完善农村牧区双向网络覆盖，实现城乡广播电视基本公共服务均等化。以牧区智慧广电宽带网络覆盖与服务工程为基础，紧盯差异化、定制化服务，推进数字家庭牧场建设，实现牧场管理和牧业生产数字化。推动信息技术与教育、医疗、文旅、农牧业、乡村治理等相关行业深度融合。

2.支撑数字经济发展

发挥广电网络绿色、安全、可靠的独特优势，融入和服务内蒙古自治区数字经济、数字政府、数字社会、数字城市建设，积极为自治区政务信息系统提供基础网络设施支撑，为自治区政务信息化提供服务载体。建设完善智慧广电业务支撑系统，拓展政务服务、便民惠民、社会治理、应急指挥、电子商务等综合服务内容，探索智慧广电业务应用场景及商业模式，提升公共服务能力和水平。积极开展智慧广电+新业态的试点工作，提供多场景高质量综合服务，为各行各业信息化发展赋能。

3.融入国家文化数字化战略

依托自治区广电网络现有网络设施、5G网络、互联互通平台等，按照国家文化数字化战略建设标准和要求，建设具备云计算服务能力的内蒙古自治区区域中心云平台，服务文化资源数据的存储、传输、交易和文化数字内容的分发，形成文化专网，为自治区文化数字化建设提供低成本、广覆盖、高可靠的高效安全算力服务。建设内蒙古自治区区域中心文化数据服务平台，联接区域内资源端、生产端、消费端，为区域内文化资源数据和文化数字内容的确权、交易、结算、支付等提供专业化服务。

（五）智慧广电安全监管体系

1.提高监测监管效能

按照统一规划、统一技术标准、分级负责的总体要求，建设自治区、盟市互联互通、资源共享的智慧广电监测监管体系，并与国家广播电视总局监管中心有效对接。加快推进自治区级广播电视和网络视听监测监管平台升级改造，建立风险预评估机制，拓展完善全区传统广播电视监测系统、视频点播监测系统、IPTV监测系统、广播电视广告监测系统、互联网视听新媒体监测系统，构建智能化监测监管体系。

2.加强台站智慧运维管理水平

开展台站智慧运维管理平台建设，逐步构建具备运维数据规范化采集、故障智能发现定位、问题智能诊断分析、事件智能处置修复、风险智能预测预警于一体的台站智慧运维体系，实现直属台、中心台以及各个发射台站数据互联互通，通过集约化管理模式统筹管理行政事业以及技术资源，避免因信息瓶颈造成的无序与冗余，实现整体资源的统一调度管理及优化配置。

3.推进网络安全能力建设

推进全区广播电视和网络视听网络安全威胁预警与态势感知能力建设，积极采用大数据、云计算、可信计算、人工智能等新技术，开展自治区广电行业关键信息基础设施、互联网重要系统和网络视听持证网站的网络安全数据收集、威胁发现识别、态势感知、研判分析、风险预警及处置调度等工作，加快从海量信息监管向精准式、靶向性监管过渡。

4.强化资源数据可视化管理能力

综合运用数据可视化技术，以GIS地图的方式呈现各类数据信息，分专业分区域逐步

将自治区广播电视和网络视听资源数据纳入可视化展现与指挥调度管理,提升广播电视和网络视听资源的“机构可见、覆盖可视、服务可感”一体化管理能力。构建以数据为关键要素、以创新为主要引领的广电大数据应用体系,为自治区智慧广电建设提供有力支撑。

三、保障措施

(一) 加强组织领导

自治区广播电视局负责指导全区的智慧广电建设,对接相关部门,统筹做好组织协调工作。各级广播电视行政管理部门要按照属地管理、分级负责的原则,积极推动辖区内智慧广电建设,把智慧广电建设纳入重要议事日程,结合实际细化任务、提出措施、明确分工、落实责任,整合多方资源,抓好工作推进,为智慧广电建设提供有力组织保障。

(二) 加大扶持引导

各级广播电视行政管理部门要紧紧围绕党中央和自治区党委、政府要求部署,积极争取将智慧广电发展纳入本地区经济社会发展规划和文化改革发展规划,一体统筹、合力推进。充分利用各级各类政府投资、专项资金、财政补助、企业自筹、市场化运作等方式,拓宽投融资渠道,创新投资运营模式,积极引导社会资金参与智慧广电建设。

(三) 强化队伍建设

各级广播电视行政管理部门要加大智慧广电内容生产、技术研发、资本运作及经营管理人才培养和引进的力度,健全人才使用、评价、服务、激励体制机制,建立智慧广电标准体系对接和培训机制,对相关机构和人员开展常态化培训。

(四) 落实监督检查

自治区广播电视局负责督促检查内蒙古智慧广电建设的组织实施。各级广播电视行政管理部门要抓好统筹协调和监督管理,明确管理责任清单,建立动态监测机制,开展常态化监督检查。

(9) 吉林广电局扎实做好吉林省广播电视安全保障工作

| 国家广播电视总局 | 2022-12-27

吉林局扎实做好吉林省广播电视安全保障工作。

压实工作责任

严格落实意识形态工作责任制,按照“属地管理”和“谁主管谁负责、谁主办谁负责”的原则,压紧压实主体责任、管理责任、监督责任。

开展自查整改

组织省内广电行业 279 个部门单位开展安播自查,完成自查项目 33170 个、总体达标率 92.8%,对 99 个单位进行全面检查,发现问题隐患 218 项,下达整改通知书 112 份,确保整改到位。

筑牢网络屏障

推进吉林省安全播出指挥调度平台升级改造、网络安全等级保护等重点项目,对重要信息系统开展风险评估和渗透测试,及时开展排查、发布预警信息、组织应急演练,持续提升网络安全防护和应急处突能力。

二、会员企业信息

说明：以下信息均摘自各会员单位的网站，按发布时间排序。我们将每月浏览一次各会员单位的网站，从中摘录相关信息，以增进各会员单位之间的交流。在此希望各单位能及时更新网站内容，以发挥更好地发挥其作用。

1. 博汇科技与山东浪潮超高清视频产业有限公司战略签约

BoHui-Marketing 博汇科技 688004 2022-12-09 18:28 发表于北京

2022年12月9日，北京市博汇科技股份有限公司（以下简称“博汇科技”或“公司”）与山东浪潮超高清视频产业有限公司达成战略合作并签署《战略合作协议》（以下简称“协议”），拟在智慧广电、智慧融媒、智慧文旅、智慧家居、智慧教育、智能显控等领域在符合国家政策情况下利用各自资源互惠互补开展深度合作。

双方愿共同探讨领先的IT技术解决方案，发挥各自的技术优势，在超高清制播、融媒演播、融合发布、融合监管等解决方案深入合作，彼此作为在中国传媒行业优先选择的核心合作伙伴展开全面合作。

博汇科技是专注于视听大数据领域的科创企业，拥有完善的研发、销售和服务体系。依托多年的经验积累和技术沉淀，公司构建了以具有自主知识产权的软硬件产品为基本架构的产品体系，通过整合运用视听大数据采集、分析和可视化等核心技术，为传媒、教育以及政企等行业客户提供视听信息技术智能应用产品和服务。

山东浪潮超高清视频产业有限公司是浪潮集团下属子公司，依托浪潮集团优势，专业从事超高清软硬件产品研究，聚焦超高清产业发展。

风险提示

本次签订的协议是双方基于合作意向确立战略合作伙伴关系，为双方推进具体项目合作奠定了基础。具体合作项目由双方另行签署项目协议，具体实施内容和进度尚存在不确定性，具体合作项目以正式协议为准。

本次签订的协议不涉及具体内容和金额，预计不会对公司本年度财务状况及经营业绩构成重大影响。

2. 新奥特参展 2022 南京长三角高新视听博览会，以创新技术助力区域行业发展

原创 小新 CDV 新奥特 2022-12-18 10:00 发表于北京

12月15日，2022长三角高新视听博览会在南京国际展览中心举办。本届博览会由江苏省广播电视局会同上海市、浙江省、安徽省广播电视局主办，以“智慧新视听美好新生活”为主题，来自长三角地区广播电视和网络视听制作、传输和播出机构，互联网视听节目集成、播出平台，相关广电设备制造商、运营商、服务商等单位参展。

本届博览会着重呈现更新迭代的视听技术，从三省一市广电行业的技术关键词、实物设

备、超高清电视作品三个方面表现视听技术的进步，诠释科技创新给人们带来一场场精妙绝伦的视听盛宴。



新奥特本次主要围绕融媒体和云服务产品线、超高清制播产品线以及智能虚拟数字人、超高清虚拟图文系统等热点技术精彩亮相；重点展示汇创融媒平台、玲珑智慧生产工具集、臻彩 HDR 动态下变换器、石墨超高清在线包装、虚拟植入系统以及 AI 元生数字人等产品。

这其中，新奥特 AI 元生数字人首次在大展亮相；其拟人化程度较高，形象气质、语音语调、肢体动作跟真人的相似度高达 97%，情绪仿真引擎还赋予了其如同真人的情感表情，特别是说话时的口唇表情、人像结构性逼真度和声音相似度高达 98%以上，让人以假乱真，赋予用户更加创新和多样化的用户体验。组委会也在 AI 元生数字人展区设置技术打卡点，接待各类媒体进行现场采访。

另外，今年获得“BIRTV 展览会推荐项目”产品的臻彩 HDR 动态下变换器（CDV DynaHDR Converter）也被带到了本次展会现场。



臻彩 HDR 动态下变换器采用动态色调映射技术进行实时 HDR 至 SDR 下变换，依据每帧图像的亮度信息进行转换参数计算，转换过程中引入了时域滤波，对亮暗变化进行平滑过渡，避免出现亮暗闪烁。该下变换器支持 PQ 和 HLG 等多种曲线的下变换，并支持峰值亮度的设置及参考白亮度设置，支持显示光参考、场景光参考及带 AirMatching 的场景光参考等三种亮度映射模式，以适配不同场景。同时，在超高清/高节目转码平台中得到了长期应用，实现了制作一版 HDR 超高清节目，通过下变换器实时输出 SDR 高节目，解决了 4K 兼容高节目制播流程的关键问题。具有良好的经济效益和应用前景。

3. 博汇科技呈现新视听新成果

BoHui-Marketing 博汇科技 688004 2022-12-15 14:42 发表于北京

2022 年 12 月 15 日，由江苏省广播电视局会同上海市、浙江省、安徽省广播电视局主办、江苏文创文化发展有限公司承办的 2022 长三角高新视听博览会，在南京国际展览中心正式开幕。

博汇科技以“护航新视听·携手新未来”为主题应邀参展，通过软件+硬件结合的方式呈现，推出“智慧监管、智能运维、智能显控”三大场景的整体解决方案，生动、直观的为参观嘉宾展示创新产品的功能和特点，带来焕然一新的体验。



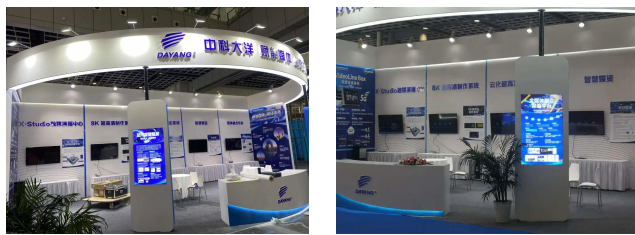
4. 技术赋能视听，中科大洋助力开启最潮视听新体验

中科大洋 2022-12-21 17:06 发表于北京

12月15日-17日，由江苏省广播电视局会同上海市、浙江省、安徽省广播电视局主办的“2022长三角高新视听博览会”在南京圆满落幕。本届博览会以“智慧新视听 美好新生活”为主题，长三角地区及全国近150家视听行业优秀企业受邀参展。

本次博览会总体展览面积达15000平方米，重点打造“我们的新时代”主题展区，设置媒体融合示范、应用新技术、视听新内容等展区，呈现长三角一体化高质量发展的广电篇章，探索“未来电视”发展趋势。

中科大洋4K/8K超高清非编制作系统、X-Studio融媒演播中心、智慧媒资管理系统等科技产品在“视听新技术”展区进行展出，引起众多参观者驻足了解。



中科大洋展台

随着4K/8K技术的普及，中科大洋全力以技术创新驱动媒体深度融合，以丰富的研发及落地经验，全面革新超高清非编制作系统，应用智能化、自动化处理、AI人工智能等多项具有独立自主知识产权的创新技术，实现了视音频一体化制作，可为内容生产者提供一套高效率、高质量、智能化的超高清内容生产制作系统。其凭借优异的性能、全面的功能、良好的用户交互等独家优势，已成功应用于2022冬奥会、第十四届全国运动会、中关村论坛等重大项目部署中，在制作、播出、传播等领域积累了深厚的技术经验和落地经验。

活力“云” 拓宽媒体新力量

为应对各行各业的媒体传播需求，大洋智慧媒资管理解决方案以资产管理为中心，在满足资料汇聚、管理、检索查询等基础业务需求的前提下，充分利用AI技术以及大数据技术，实现媒体资产的智能化、服务化、运营化，盘活媒体资源库存资产，对各种内容数据进行管理，为用户提供了轻量、高效、智能的科技先进化产品。同时深化专业媒体云服务能力，将云服务理念贯穿到产品的每一处落地点，为新媒体行业服务，打造集视频采集、制作、发布、互动于一体的一站式视频云服务解决方案。

博览会期间，展台人员为前来考察的领导及参观者展示了中科大洋近年来在视音频领域的技术成果，并对4K/8K超高清编辑制作系统、AI智慧媒资、云服务等进行细致讲解，让观者对当下视听领域的前沿技术及实践应用有了更直观、更深入的了解。

5. 博汇科技再添新彩 | 自主可控赋能智慧监管

BoHui-Marketing 博汇科技 688004 2022-12-21 18:05 发表于北京

近日，博汇科技凭借优质的产品和专业的集成能力成功中标云南省广播电视局“广播电视与视听新媒体监测监管平台采购项目”，中标金额 2566.88 万元。

该平台以《云南省“十四五”智慧广电发展规划》、《云南省广播电视和网络视听“十四五”科技发展实施方案》为引领，依托云计算、人工智能、大数据等先进技术，充分运用国产化信息技术应用创新成果，实现辖区广播电视及视听新媒体全业务监测监管，补强云南省广播电视局监测监管能力，为智慧监管再立标杆。

01

国产化环境全面适配

数字化浪潮需要自主可控的技术支撑，云南省广播电视与视听新媒体监测监管平台在设计之初即兼顾先进与安全，实现核心系统的国产化适配，通过高性能、高可靠的国产化软硬件产品满足业务构建、算力支撑、数据存储、网络交换、安全保障等需求。是国产化环境下省级媒体监管平台建设的有益实践，将为后续同类项目的落地提供有力参考。

02

智能化技术深度应用

云南省广播电视与视听新媒体监测监管平台深度运用了语音识别、人脸识别、违规场景识别、文字识别等人工智能技术，同时依托平台强大的数据采集分析能力对全省范围的广播电视及视听新媒体技术指标数据、内容安全数据、传播秩序情况、告警信息等进行多维度深入挖掘进而生成可视化报告，为省广电局开展监督、指导、应急调度等工作提供数据支撑。

03

广播电视及视听新媒体全业务覆盖

本次项目建设围绕全省无线广播电视、有线广播电视、卫星广播电视覆盖、交互式网络电视（IPTV）、互联网电视（OTT）及互联网视听节目监测监管业务需求，充分升级整合先期项目的各项软硬件资源，实现无缝对接联动、业务数据充分融合，构建业务可持续生长的智慧型监管平台。

6. 大洋参编《超高清视频产业发展白皮书》，解析产业最新发展趋势

中科大洋 2022-12-15 10:01 发表于北京

近日，《超高清视频产业发展白皮书（2022 年）》在 2022 世界显示产业大会“新型显示+超高清”主题论坛上首次发布。

《白皮书》由中国电子信息产业发展研究院、世界超高清视频产业联盟政策研究工作牵头，总结了《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022 年）》发布实施四年来我国超高清视频产业发展成就和产业链各环节创新突破情况，并就典型应用案例进行了系统分析。中科大洋参与共创超高清编解码、采编、5G 传输及行业应用等部分内容。

《白皮书》中指出，在内容采集、制作、传输、显示、应用等产业链各个环节，我国现有产品的研发应用已取得关键性创新突破。其中，8K 编解码芯片、8K 摄像机、5G+8K 转播车等技术取得了重要进展。

近年来，由中科大洋参与建设的中央广播电视总台、北京广播电视台 4K/8K 超高清频道陆续开播，5G、4K/8K 相关技术多次成功应用于央视春晚、冬奥纪实、全运会、中关村论坛等重大赛事、活动的直播转播项目，在关键技术突破、标准体系完善、内容建设能力、行业应用等方面为行业探寻了坚实可行的发展道路，为广大观者提供了更为极致的视听体

验。

各类超高清频道的开播拉动效应明显，内容生产能力迅速提升。据《白皮书》显示，我国超高清视频产业快速普及、产业规模正在迅速增长，2022 年产业规模预计超 3 万亿元。

与产学研各界协同推动产业快速发展是中科大洋始终不变的初心与决心，在超分、先进计算、AI、虚拟技术等新兴技术的蓬勃发展下，我们坚信技术的突破将为超高清视频产业创造更多的可能性。中科大洋也将持续深耕前沿技术，助力我国超高清视频产业高质量发展。

7. 新奥特中标山东滨州市新闻传媒中心演播室项目，重塑主流媒体传播新形象

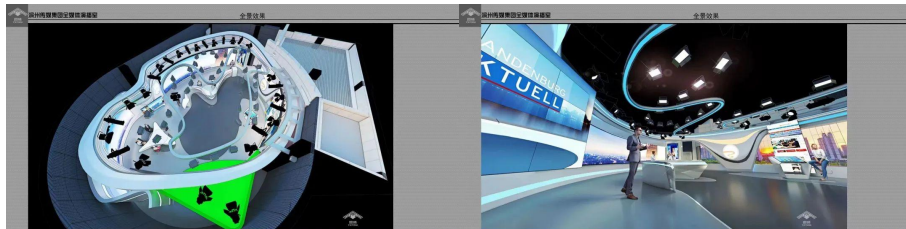
原创 小新 CDV 新奥特 2022-12-27 14:26 发表于北京

日前，新奥特中标山东省滨州市新闻传媒中心融媒体电视演播室项目。将建立全新的高清直播流程和融合媒体平台内容生产制作体系，建设高清智能现代化融媒体演播室，助力市新闻传媒中心构建传媒集团新形象。打造拥有强大传播力、引导力、影响力的新型主流媒体，更好地服务现代化富强滨州建设。

本次，滨州市新闻传媒中心演播室项目主要涉及演播室空间设计及舞美制景声学装修、灯光系统、屏幕系统及大屏包装、图文及虚拟包装系统等。

新奥特提供的演播室解决方案，采用新锐设计形式，融合媒体动感、节奏、韵律组合借助具象元素进行抽象表达，从而打造市新闻传媒中心节目传播新形象。立足全直播、多层次、全景区、智能化，构建融媒体全景直播演播室，将用于民生新闻、专题新闻、访谈、新媒体互动、虚拟等节目演播制作。

项目实施中，将对演播室原始空间结构进行改造，完成全新的功能划分。主要划分为：入口展示区、新闻站播区、新闻主播区、虚拟演播区、站播区、多人访谈区、大屏幕站播区。各景区之间既有相对独立的视觉分区，又能形成演播厅整体视觉的和谐连续，各景区有充裕的构图空间，镜头在一定范围内运动或主持人走动都能形成完美的背景画面。



▲演播室效果图

除了演播室设计改造外，项目当中还部署了新奥特石墨在线包装、虚拟植入、大屏展示系统，将在演播室内为各类屏幕、视频墙等显示屏系统提供视频图文展示平台。其中，大屏展示部分以大分辨率、高性能为特点，具有超高的视频处理能力，支持 HDMI、IP (H.264)、NDI 及 H5 网页等多种类型信号输入，支持手机、移动平板、激光传感等设备的控制交互。适用于演播室大屏，舞美大屏、触摸屏、指挥调度大屏、商业资讯发布大屏、会议演讲发布大屏等多种应用场合。

值得一提的是，“石墨”目前已在多个重大项目当中均有部署和应用，其中就包括：中央广播电视总台 8K 超高清电视频道、北京广播电视台“冬奥纪实 4K 超高清频道”、湖南广播电视台全国首个 4K 超高清新闻演播厅、烟台广播电视台融媒体全景演播室、长春广播电视台全媒体高标清制播平台高清演播室改造项目等。



接下来，新奥特将全力以赴，以领先创新技术，建设技术与艺术并存的现代化融媒体演播室，以满足市新闻传媒中心拓展新业务、创建品牌栏目、打造全媒体直播平台。进一步为推动滨州市媒体融合发展实践，加快媒体融合改革发展提供新动力。

8. 中科大洋入选 2022 年度媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划

中科大洋 2022-12-30 13:20 发表于北京

27 日，北京市广播电视局公布了 2022 年度媒体融合创新技术与服务应用遴选推广计划评审结果，经过严格的项目征集、专家初评、复评、终评、结果公示等阶段，中科大洋“直播与短视频一体化智能创作融合报道云服务平台”成功入选。

2022

媒体融合创新技术与服务应用入库项目名单

48	直播与短视频一体化智能创作融合报道云服务平台	北京中科大洋科技发展股份有限公司
----	------------------------	------------------

2022

媒体融合创新技术与服务应用入库项目名单

39	直播与短视频一体化智能创作融合报道云服务平台	北京中科大洋科技发展股份有限公司
----	------------------------	------------------

直播与短视频一体化智能创作融合报道云服务平台

该平台汇集短视频热点线索、海量版权素材和模板、智能剪辑及拆条、AI 创作工具集、云端合成、一键多平台分发、传播影响力分析等功能，实现零基础也可以轻松制作新闻短视频，大幅降低泛媒体行业以文字内容创作为主的人群的视频制作门槛，将以往需要 1 到 2 个小时制作一个视频降低到 15 分钟以内。同时通过虚拟主播、人物抠像、智能配音、数据视频等创作工具，丰富视频内容包装形式，提供低成本、智能化的新闻短视频制作云服务。

如今，为助力媒体融合纵深发展，中科大洋精研视频云服务、智慧视频领域新技术，努力构建媒体传播新生态，打造万物互联时代下轻量化、便捷化、智能化、云端化的视频制作平台，致力于帮助全领域用户打通媒体与企业之间的信息壁垒，推动创新技术与服务应用在各级媒体落地，为全面提升媒体融合技术提供有力支撑。

（本期结束）