

广电行业综合信息

2026 年 第 08 期 （总第 181 期）

中国广播电视设备工业协会

2026 年 09 月 03 日

目 录

一、 行业信息	4
(一)、新技术和市场动态	4
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态	4
(1) 广电又一“硬核”科技奖揭晓	4
(2) 2026 年中国电影电视技术学会学术年会将于 9 月 14 日在重庆永川举行	5
2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术	5
(1) 落实“全国一网”统筹部署,中国广电召开 2026 年半年工作会	5
(2) 中国广电大小屏共燃“疆超”激情	6
(3) 布局 AI 服务新赛道,中国广电宁夏推出词元运营服务平台	7
(4) 布局“AI+广电+”,重塑“造血”能力:中国广电山东公司年中工作会 释放全面转型强烈信号	8
(5) “广电方案”纳入国家应急通信一体化保障体系	8
3. 直播星和户户通、村村通	9
(1) 浙江卫视 2026 上半年:关于内容、传播与生态的行业观察	9
(2) 央卫视部署 2026 下半年工作重点,有哪些发力点	12
(3) 2026 年 7 月份户户通四代机开户数据出炉	13
(4) 直播卫星上高清、停标清,宁夏定向节目先行试点	14
4. 有线电视	15
(1) 江苏有线与常熟农商银行达成战略合作,双方将在三大领域深化合作	15
5. 前端、制作与信源	16
(1) 新疆实现全省域广电高清+4K 超高清全覆盖	16
(2) 慎海雄:总台不仅是内容生产者,还将是生态构建者、标准制定者	17
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态	19
(1) 2026 上半年全球液晶电视面板市场量降面积涨	19
7. 新媒体	22
(1) 新闻高质量发展,广播电视向新而行的时代答卷	22
8. 媒体融合	25
(1) 锚定高质量发展,用好“广电融合网”:内蒙古广电网络吹响下半年改 革攻坚冲锋号	25
9. 虚拟现实/增强现实(VR/AR)技术	25
(1) 2026 上半年中国智能眼镜市场销量大涨 85.5%	25
10. 国际动态	27
(1) 美国启动史上最大频谱重耕研究 4.4GHz 等频段将用于 6G	27
(2) 英伟达 AMD 博通追单:台积电 3nm 月产 18 万片目标有望提前至 Q4 初达成,2nm 年底冲刺 10 万片	28
(3) 马斯克宣战美国三大运营商:SpaceX 将部署地面基站,配合卫星网络 正面硬刚 AT&T、Verizon 和 T-Mobile	29
(4) 谷歌扩建全球网络基础设施,拟建 3 条新海底光缆	29
(5) 苹果带头涨 67%,流媒体盒子集体“内存危机”全面涨价	30
(6) ITU 批准日本低延迟全光子网络框架	30

11. 走向海外	31
(1) 广电总局代表团应邀访问吉尔吉斯斯坦、俄罗斯	31
(二)、重要政策进展	32
1. 科技热点	32
(1) 河北雄安新区智慧城市科创中心正式揭牌	32
(2) 国务院国资委召开央企 6G 未来产业推进会	33
(3) 工信部：持续开展北斗规模应用试点培育	33
(4) AVS 正式与 W3C 建立联络关系，中国自主标准加速融入全球互联网生态	34
(5) 上半年数字产业收入超 20 万亿元 同比增长 13.6%	34
(6) 工信部:推动量子科技、具身智能、6G 等未来产业成为新经济增长点	35
2. 宽带中国	36
(1) 工信部新增配置 P 频段资源 助力气象部门提升应对极端天气能力	36
(2) “一盘棋”推进 6G 创新	36
(3) 136 个试点验收收官，万兆光网从技术验证迈向规模部署	37
(4) 半年大涨 30%：中国移动国际业务换挡提速	38
(5) 第三届“金灵光杯”中国互联网创新大赛落幕 国广东方揽获三奖	39
3. 相关法律法规	40
(1) 9 月 1 日起，《微短剧发展管理办法》正式施行	40
(2) 两部门印发《安全应急装备产业发展“十五五”规划》	40
(3) 广电总局发布真人、AI 和互动微短剧分类分层标准	40
(4) 广电总局网络视听司发布“三农”题材微短剧管理提示	41
(5) 姜辉已任中宣部副部长	41
4. 与广电相关的标准	42
(1) 国家广播电视总局发布 3 项行业标准	42
5. 广电行业动态与分析	42
(1) 广东省广电局赴横琴开展微短剧产业发展专题调研	42
(2) 3 亿研发经费，超六成数字文化收入，山东广电科技创新激发新动能	43
(3) 从湖南短剧到上海频道号:大屏真正的拐点,藏在“琐碎事”里	43
(4) 湖南广电 9 部作品入选国家级扶持项目	44
(5) 网络音频及播客业务高质量发展座谈会召开	45
二、会员企业信息	45
1.北电科林 107 号院开展综合消防联合演练	46
2.博汇科技再获国家级广电科技创新奖	46
3.VEGA H2 获特别推荐项目，博冠全系超高清产品线完整呈现	47
4.博汇科技两大“安播王牌”护航微短剧审核&直转播安全	47
5.南京熊猫近期要闻一览	48

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) 广电又一“硬核”科技奖揭晓

原创 尧九 常话短说 2026 年 8 月 6 日 22:07

2026 年 8 月 5 日，中国广播电视设备工业协会正式公布了 2025 年度科技创新奖的评选结果。本届共有 31 个项目脱颖而出，其中一等奖 6 项、二等奖 10 项、三等奖 15 项，集中展现了过去一年我国广电视听装备领域的创新活力与硬核实力。

从获奖项目的技术特征来看，呈现出三大亮点：

一是前沿技术突破显著，部分项目在芯片设计、大功率发射机、国产绝缘电缆、AI 融媒体演播系统、全固态多相调制、人工智能与广电融合等“卡脖子”领域取得原创性成果；

二是成果转化效益突出，多项技术已在省市级发射台站及广电运营体系中实现规模化应用，大幅提升了安全播出保障能力与运维效率；

三是产业协同效应明显，产学研用深度融合，有效带动了上下游产业链的国产化替代与整体升级。

中国广播电视设备工业协会邹峰秘书长表示：“科技创新是广电行业应对新一轮科技革命和产业变革的核心动力。本次获奖项目不仅代表了国内广电设备技术的先进水平，更为全行业树立了可借鉴、可推广的创新标杆。协会将持续发挥桥梁纽带作用，加大对获奖成果的宣介与转化支持力度。”

序号	项目名称	完成单位	主要完成人	获奖等级
1	国产高性能网络音频传输芯片	中国电子科技集团公司第三研究所	汤跃忠、张巍、 魏楠、谢海啸、 董博文、吴昕、雷鸣、王辉、侍艳华、刘帅、蒋墨、林贤、徐明浩、郭正宇、何永刚	一等奖
2	40KW 水冷调频广播发射机	北京北广科技股份有限公司	贺正、 张建华、 梁富林、 刘凯、 刘思雨、 夏小雪、 新书畅、甄润帅、吴永生	一等奖
3	大功率空气绝缘电缆	天津中环安讯达科技有限公司	谷越涛、李明、马建良、远晓峰、张凯微	一等奖
4	江宁智慧融媒“1+5”平台融合应用项目	南京市江宁区融媒体中心	施金龙、孙斌、杨余骏、郭振明	一等奖
5	多模态 AI 驱动的 XR 演播室数字内容创制系统	苏州市广播电视总台	郭昌雄、瞿向雷、杜歆文、蔡晨东、程晨、黄敏杰、曹清、徐之慰、任科、徐海峰、江晓峰、陈昱祚、孙斌、金叶、吴铭禹	一等奖
6	MPDM-10A10kW 中波调幅发射机	陕西循天广播技术有限公司	白建军、刘国庆、马玉忠、苗慧娜、乌吉斯古冷、孙岩、陈功、次仁德吉、陶海峰、王明伟、胡玉龙、温常明、李泓林、胡凌峰、王颖	一等奖
7	大模型驱动的多模态视听内容监测监管智能体	北京中广恒通科技有限公司 国家广播电视总局海南监测台	朱佩江、段奎、夏泳、党海飞、陈义、叶毅、吴剑、郭莎莎、施连禹、龙际帆	二等奖
8	5G 大塔广播电视发射机	成都凯腾四方数字广播电视设备有限公司	郑鑫、汤善武、黄建春、万鹏鹏、张轩铭	二等奖
9	博冠 8K 广播级讯道摄像机 DC0300-EFP	广州博冠光电科技股份有限公司	曾德祥、 王旭耀、 雷波、周世根、蒋奥博、 杨乐、苏泽耀、 韩丽芳、郑若山、梁永健	二等奖
10	天馈线智能监测预警系统	北京中天鸿大科技有限公司	陈燕武、王昭、邓晓雷、张丹、徐海涛、王佳伟、贺凤凯、甄诚、刘巍、李忠辉	二等奖
11	全面国产化的 4K 超高清后期制作网络系统	北京中科大洋信息技术有限公司	朱庆余、谷显峰、汪冰、薛亚瑞、崔海维、衣龙桥、赵宇、王琪江、韩光、张浩	二等奖
12	基于大模型的智慧运维 AI 助手	北京蓝拓科技股份有限公司	刘艺龙、 汪玉山、 郭振东、 陈卓、 孔维琛、郭浩文、 赵吉、卫海豹、刘春艳	二等奖
13	4K 超高清地面数字电视广播发射机型号：HCDF-1kW-HD	杭州杭涛广播电视设备有限公司	潘忠江、周晓隆、张必健、吴利文、樊强龙、王娟	二等奖
14	MS6A 高保真源监听音箱	音王电声股份有限公司	郑建国、夏建东、严志辉、张强、张康禹、蒋海秋	二等奖
15	AI 场景及数字人全链路智媒工场	南京广播电视集团	岳翔宇、苗琨、陈雨、杜宣明、孙靛、王召兵、刘前伦、陈思宇、张提临、刘沁茹	二等奖
16	AI 视频感知统一纳管平台研发与应用	江苏省广电有线信息网络股份有限公司南京分公司	瞿勇、王永平、沈强、陈亮、袁金海、陈宗元、袁驿、 谷鹏飞、周寒晨、徐崇辉	二等奖

17	媒体内容生产 AIGC 应用平台建设及应用	江苏泰州广播电视台	李晋、周云华、高祝秋、高远、钱明光、秦发存、戴华星	三等奖
18	方舱式全固态液冷短波广播发射机	北京航天广通科技有限公司	姚少峰、张 诚、张伟松、霍彦波、李红刚、关志鹏、于澍洸	三等奖
19	高场强电磁环境中波发射台站分布式光伏发电系统建设	江苏东亨声音文化传媒有限公司南京绿谷分公司	吴昊、唐波、王正星、段晶、黄茹、孙岩君、朱峰	三等奖
20	跨品牌发射机通用底座技术研究与应	江苏凌通通信技术有限公司	展再铭、谭娟、沈能源、严俊、柏梓、吴露、温陈驰	三等奖
21	应急广播高可靠终端	成都德芯数字科技股份有限公司	李俊、袁胜利、石振堃、张振强、魏作贤、张浩、牛伟	三等奖
22	DTMB 技术创新研发与全球化落地应用示范工程	青岛海永顺创新科技股份有限公司	孙永乐、刘伟、韩光达、王彦辉、李仙玉、初航、丁凤仪	三等奖
23	盐都区融媒体中心技术系统新建项目	盐城市盐都区融媒体中心	邵晓玲、魏峰、徐德来、朱建明、戴启健	三等奖
24	智能化高效率调频频段数字音频广播发射机	成都成广电视设备有限公司	张强、张熙熙、马洪平、王仁忠、张长飞、章志刚、李祥荣	三等奖
25	PTC-6004K30 倍智能追踪云台摄像机	上海洋铭数码科技有限公司	陈威成、苏健民、陈叁豪	三等奖
26	中移（杭州）信息技术有限公司移动高清大屏监测中心综合展示处理一体化平台	北京市博汇科技股份有限公司	姜传金、邵千里、李宝璐、张家斌、殷松迁、栗阳力、陈佳磊	三等奖
27	4K 超高清电视 IP 播控先导平台	南京广播电视集团	岳翔宇、杨昶、谢毅、陈军、梅征宇、顾文清、刘颢	三等奖
28	5G+8K 多业态智能融合终端关键技术研究及应用	四川九州电子科技股份有限公司	孙锐、刘军、石才才、姜明辉、刘永刚、李洪斌、张文龙	三等奖
29	基于 Kriging 插值的可视化中短波场强在线评估系统	南京广播电视集团	李臻、戴玮、张晗、马骏、邵定、严浩、吴平	三等奖
30	长春广播电视台新闻网智能化升级项目	成都索贝数码科技股份有限公司		三等奖
31	江苏省视听节目共享服务平台	江苏有线数据网络有限责任公司	葛静娴、范伟、余杰、谢才军、孟志鹏、沈洁、许翰林	三等奖

（2）2026 年中国电影电视技术学会学术年会将于 9 月 14 日在重庆永川举行

2026 年 08 月 05 日来源： 中国电影电视技术学会

为深耕影视科技融合创新赛道，赋能视听产业数智化转型升级，搭建行业高端产学研用交流合作平台，中国电影电视技术学会学术年会 9 月 14 日将在重庆永川举行，在此诚邀各位同行聚力永川，共襄盛会！

作为国内电影电视技术领域极具权威性、专业性、影响力的年度行业盛会，本次年会立足新时代广播影视和网络视听行业系统性变革纵深推进的发展大势，以“智视听 深融合 向未来”为核心主线，设置主旨报告、专题论坛、权威奖项颁奖、技术成果展示、行业交流对接等多项特色环节，为行业从业者提供技术学习、经验互通、资源对接的最佳契机。聚焦超高清生态构建、媒体深度融合实践、AI 全链路内容创制、智慧广电发展建设、影视产业合作与科创成果转化等前沿核心领域，进行政策标准解读、创新技术发布、落地应用案例与最新经验分享。会议将汇聚行业重要学者嘉宾、头部平台领军专家、科研院校专业骨干、创新企业技术代表，齐聚一堂共话技术创新、共探行业痛点、共享前沿成果、共启发展未来。

重庆永川是西部影视数字产业核心集聚地，产业配套完善、科创氛围浓厚。本次年会落地永川，将有力推动先进影像视听技术与西南特色文旅及影视科创产业深度互动融合与高质量发展，助力永川打造具有更大影响力的科技影视产业创新高地。

2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术

（1）落实“全国一网”统筹部署，中国广电召开 2026 年半年工作会

2026 年 08 月 03 日来源：中国广电

7 月 31 日，中国广电召开 2026 年半年工作会，学习贯彻党的二十届四中全会精神，全面总结上半年经营发展情况，系统部署下半年重点工作，动员全行业全力攻坚年度目标，为实现“十五五”良好开局奠定坚实基础。中国广电主要负责同志出席会议并讲话。

会议指出，2026 年上半年，在国家广播电视总局的坚强领导下，中国广电带领全行业

迎难而上、协同攻坚，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢牢把握“二三四”工作定位，统筹发展和安全，推动超高清产业链升级、“双提升”工程实施、人工智能创新等多项重点任务取得阶段性进展，各领域工作有序推进、多点突破，进一步凝聚了全行业深化转型发展的思想共识和行动自觉。

会议要求，全行业下半年要以“文化服务、通信服务、数智服务”为主攻方向，落实“全国一网”统筹部署，扎实做好各项重点工作：一是加快推进电视业务升级，牢牢把握市场契机，以一体化电视部署为抓手，有力有序推动存量用户迭代，持续夯实基本盘。二是以融合业务拓价值增量，加快构建“超高清融合视听服务+基础通信服务+各类权益及增值服务”核心产品体系，形成差异化竞争优势。三是精准光改强基扩能提质，以光纤改造提升网络承载能力和业务供给水平，支撑多屏专属视听服务与融合产品矩阵。四是深化5G共建共享高质量发展，深化差异化合作，强化网络运维安全保障，确保5G业务安全稳定运行。五是创新全网内容布局体系，加快统一内容产品全国上线和FAST频道试点，推进“全端通”落地，加强“广电+”生态建设。六是锚定政企业务高潜市场，围绕国家总体布局挖掘业务应用场景，持续拓展增长空间。

会议强调，围绕固存量、拓增量、控成本、提效益整体目标，全行业要以精细化管理驱动运营提效，聚焦核心经营指标，从数据规范管理、督导考核闭环、因地分类管理等维度提升整体运营能力；以体验优先铸就品牌信誉，重点做好系统数智化和装维服务改善，以高质高效服务赢得用户信赖；以品牌焕新打造行业形象，围绕超高清视频内容供应商、直播信号传输与运营商、综合信息服务商、移动通信运营商核心定位，构建清晰统一的品牌认知；以比学赶超激发内生动力，推动改革创新典型经验落地见效，为各地经营注入活力。

会议期间，总部市场、政企、内容、技术条线的相关部门负责同志作专项报告，福建公司、四川公司、歌华有线、广东广电网络相关负责同志分别作交流发言。

会议采取“现场+视频”方式召开。中国广电集团、中国广电股份、中广电移动班子成员、各部门负责同志在北京主会场参会，中国有线、中广传播，各省（区、市）、新疆兵团广电网络公司，深圳天威视讯公司，各专业子公司班子成员和核心经营部门负责同志以视频方式在各分会场参会。

（2）中国广电大小屏共燃“疆超”激情

2026年08月03日来源：中国广电

8月1日-2日，中国广电将通过有线电视网络及中国广电App，全程直播2026“同心杯”新疆足球超级联赛（“疆超”）半决赛第二回合两场焦点对决。本周六，东北超、苏超及粤BA等多项“城超”赛事也将通过大小屏同步呈现，为广大体育迷奉上周末视觉盛宴。

疆超半决赛第二回合战火重燃，两场较量场场关键。8月1日20:00，吐鲁番主场迎战喀什，在上周的半决赛首回合较量中，喀什1比0战胜吐鲁番，本回合双方攻防博弈看点十足；8月2日21:00，伊犁主场迎战阿勒泰，两队半决赛首回合1比1握手言和，实力旗鼓相当，本场再度交锋，胜者直通决赛，悬念拉满。

东北超赛场，大连主场迎战鸡西，大连目前排名第4位，战胜鸡西则可锁定四强席位。苏超赛场，盐城迎战南京，“争冠梯队”与“保八临界”正面交锋；淮安迎战南通，两队同积7分，此役堪称“谁输谁掉队”的关键之战；连云港迎战宿迁，未尝胜绩的港城力求主场拿下3分，八强之争日趋白热化。篮球赛场，粤BA总决赛第二回合比赛，东莞首回合客场告捷，深圳唯有逆势翻盘，才能将总决赛拖入决胜局。两队养精蓄锐，巅峰较量胜负难料。

本周疆超、东北超、苏超及粤BA，北京、天津、河北、内蒙古、辽宁、黑龙江、上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、湖北、湖南、广东、广西、重庆、四川、贵州、陕

西、甘肃、青海、新疆、新疆兵团、深圳等地区有线电视用户可进入“城超专区”观看全场次直播，所有用户均可通过中国广电 App 同步收看。全国观众可分别通过辽宁卫视、江苏卫视收看大连 VS 鸡西、盐城 VS 南京比赛。同时，中国广电 App 还将为您呈现蒙超、齐鲁超、赣超等精彩比赛。

目前，中国广电大小屏直播已覆盖东北超、苏超、疆超、村超、蒙超、吴越杯、赣超、齐鲁超、渝超、湘超、青超、粤 BA、浙 BA、湘 BA、赣 BA 15 项地方群众性体育赛事，从边疆绿洲到沿海湾区，从足球赛场到篮球赛场，中国广电持续深耕“广电+体育”赛道，以城超专区为窗口，打破地域壁垒，将各地群众体育赛事汇聚于同一平台。一场场竞技比拼不仅是城市荣誉的争夺，更成为展示城市风貌、激活文旅产业的纽带。中国广电将持续以高品质视听服务为支撑，记录每一项赛事品牌的成长轨迹，见证群众体育最纯粹的热忱与荣光。

(3) 布局 AI 服务新赛道,中国广电宁夏推出词元运营服务平台

| 中国广电宁夏公司| 2026-08-03

为深耕算力业务赛道，精准布局人工智能服务，中国广电宁夏网络有限公司正式上线了词元（Token）运营服务平台，发布了词元（Token）产品服务体系，标志着公司正式实现从基础算力供给向全链条 AI 智能服务交付的跨越式升级。



词元（Token）运营服务平台由中国广电宁夏公司自主研发运营，统一纳管 30 余种主流大模型，平台整合封装底层算力资源、大模型推理能力、智能体等应用能力，具备 API 统一调用、Token 计量计费、内容安全审核、多租户权限管理及智能调度等核心能力，提供标准化、可计量、可调用、可运营的一站式词元产品，实现人工智能服务从“算力资源供给”向“AI 能力服务交付”的延伸。

词元（Token）产品服务体系涵盖“算力租赁、模型服务、词元产品”等三类产品，广泛适用于政务、媒体、文旅、教育、交通、医疗等行业。零散算力租赁产品，包括 GPU 裸金属、GPU 云主机、GPU+云服务器、算网融合，满足大模型高精度训练、轻量化场景推理等梯度化算力需求。MaaS 模型服务产品，提供数据预处理、模型训练微调、效果验证到推理部署的全流程闭环服务，降低大模型应用落地的技术门槛与投入成本。词元产品，包括标准词元产品、词元+知识库、词元+插件、词元+智能体研发工具，支持按月订阅、一次性服务包等灵活计费模式，无需搭建底层环境即可快速接入大模型能力。

下一步，公司将围绕“算力+数据+模型+服务”持续完善词元（Token）产品运营体系，聚焦广电视听、文化传播、政务服务等核心优势领域，重点研发智能内容生产、全维度内容安全审核、定制化行业智能体等特色服务，打通算力供给、数据加工、模型调用、应用落地的全流程业务闭环、为千行百业提供低门槛、高可靠、安全可控的全栈式人工智能服务。

（4）布局“AI+广电+”，重塑“造血”能力：中国广电山东公司年中工作会释放全面转型强烈信号

2026年08月05日来源：中国广电山东公司

8月3日，中国广电山东公司党委召开2026年中工作会议，传达贯彻省委十二届十一次全会精神、国家广电总局推进广播电视高质量发展研讨班精神、中国广电2026年半年工作会议精神，全面总结公司上半年工作，对上半年经营情况进行分析研判，安排部署下半年重点工作，确保完成全年目标任务。公司党委书记、董事长张伟出席会议并讲话。

会议总结了2026年上半年各项工作取得的阶段性成果。上半年，在省委、省政府的坚强领导下，在中国广电集团大力支持下，公司党委坚决扛起国企责任、主动担当作为，团结带领各级各部门攻坚克难、锐意进取，紧紧锚定“1237”发展思路，深入贯彻落实“四个走进”工作要求，扎实推进“市场推广宣传月”专项活动。全体干部员工凝心实干、奋勇争先，推动公司三大主营业务稳步提质、整体发展态势持续向好。会议强调，全体员工要客观、正确看待上半年工作成效，精准查摆短板与不足，统一思想、凝聚共识，坚定加快高质量发展的信心与决心，锚定“今年起势转型、明年乘势提升、后年跨越发展”的阶段性目标，持续推动经营质效稳步提升。

会议深入分析行业发展新形势，指出当前主流媒体正发生系统性变革，传统的广播电视业务向广电网络视听业务加速迭代升级，已迈入流媒体、融媒体、数智化、全媒体时代，必须坚持以市场为导向、以客户为中心，以全链条思维统筹内容生产、集成播控、网络传输、终端分发各环节，构建广电网络视听产业全链条运营闭环。与此同时，数字基础设施业务正向智能化、平台化、融合化、一体化方向加速演进，要主动顺应行业变革趋势，加快调整业务结构，重塑核心竞争优势，在深度融入人工智能、数字经济发展大局中抢占先机。

会议对下半年重点工作作出安排部署。会议要求，要抓实公客业务，坚持市场推广制度化、常态化、长效化，全面推行人员进网格，规范营业部运营管理，筑牢市场发展基本盘。要做好政企业务，以ICT业务为主攻方向，加强“云网数智端安”核心能力建设，打造可持续平台化运营业态。要做强媒体业务，以数字电视平台为载体实现转型升级，开辟新的盈利增长极。要夯实基础设施，分级做好骨干传输网升级改造，筑牢高质量发展硬件底座。要聚力科技创新，深度布局“AI+广电+”发展体系，加快推进数智化转型。要提升服务水平，把经营思维、营销意识贯穿客户服务全流程。要统筹发展和安全，全力抓好安全生产、安全播出、经营风险管控等工作，守牢高质量发展底线红线。要加强组织领导，持续强化党的建设、作风建设，突出实干实绩用人导向，进一步强化督导考核，确保实现公司年度发展目标。

会上，公司对“市场推广宣传月”活动中涌现出的先进单位和个人进行了表彰。公司党委副书记、总经理王俊冰对上半年经营情况进行了分析并提出工作意见。

省公司领导班子成员、总经理助理级管理人员，各市公司主要负责人，省公司各部门中层正职及以上管理人员、直属子公司负责人，以及“市场推广宣传月”获奖团队、优秀员工代表在主会场参会；各市、县公司领导班子成员、中层管理人员通过视频连线在分会场参会。

（5）“广电方案”纳入国家应急通信一体化保障体系

2026年08月05日来源：中国广电

近日，在工业和信息化部应急通信保障中心指导下，中国广电5G实现核心网与国家应急通信融合接入平台的全面对接，并完成行业首例5G 700MHz“全网通”便携式基站接入验证，标志着中国广电技术方案正式纳入国家应急通信一体化保障体系。

国家应急通信融合接入平台由工业和信息化部应急通信保障中心主导研发，创新实现“单基站、全网通”技术，可对无人机、背包、车载、船载等各类应急基站进行全国统一接入、监测、调度与管理。该平台聚焦“断网、断电、断路”极端场景保障需求，在移动通信公众网因灾受损时，可支撑一套应急基站同时服务四家基础电信企业用户。灾区内的手机可自动搜索并接入“国家应急通信”网络，获得语音、短信及数据等基础通信服务，有效保障灾区群众对外联络与抢险指挥通信畅通。

为夯实应急保障基础，中国广电在接入过程中开展了多轮严苛的联调测试。地面验证阶段，完成多款终端在该平台上的语音、短信及数据业务验证，确保极端场景下中国广电用户可通过“全网通”基站获得通信兜底保障。在此基础上，中国广电联合中国卫通进一步创新突破，利用高通量卫星终端将 5G 700MHz 便携基站接入该平台。实测表明，这一方案不仅可满足四家基础电信企业用户的“全网通”应急需求，其覆盖范围、语音质量等核心指标也显著优于传统应急背包基站。

此次完成接入验证的 5G 700MHz “全网通”便携式基站是中国广电于 2025 年推出的业界首个 5G 700MHz 便携应急通信背包站，其轻量化设计使其可通过背负、车载或无人机搭载等方式快速部署，满足“三断”场景下的灵活应急需求。

面向未来，中国广电将深度融入国家应急通信保障体系，加快技术迭代与能力升级，全面强化极端场景下的通信韧性底座，坚决守牢抢险救灾的“生命线、指挥线、保障线”。

3. 直播星和户户通、村村通

（1）浙江卫视 2026 上半年:关于内容、传播与生态的行业观察

郑楷| 传媒 1 号| 2026-08-03

2026 年过半，省级卫视的处境无需讳言：大屏收视的基本盘仍在，但广告承压、用户注意力向小屏与碎片化持续迁移，已是行业共同的背景音。媒体的深度融合传播、系统性变革已然挺进纵深地带。在这种环境下，省级卫视持续增长的答案究竟在哪里？是靠一两档爆款的灵光一现，还是靠一套能循环、可迭代的系统能力？

近日，浙江卫视连发三篇半年报——“好内容 强集群”“跨全域 破圈融”“新生态 新格局”——恰好构成了一份完整的切片。在传媒 1 号看来，这三份报告的价值，远不止于一声“叫好”的战报。它真正值得行业琢磨的，是一条从内容到传播、再到生态的三级跳路径：当多数同行还在讨论“如何活下去”，浙江卫视上半年的数据已经指向了“如何活得更好”——对于媒体系统性变革之路来说，从来不存在标准答案或者万能公式，但是浙江卫视半年报中的“三笔账”可能是一个值得参考的样本。

要读懂这份样本，得先回到最朴素的问题：好内容，到底靠什么持续产出来？

内容：用“集群”对抗不确定性

无论是在长视频平台，还是电视行业，存在着一个长期的悖论：爆款能带来一时的声量，却从不等于平台的长期能力。真正决定竞争力的，不是偶尔长出一棵参天大树，而是是否拥有孕育整片森林的土壤。对浙江卫视而言，这道题的解法，是打造内容的“集群”而非单点的“爆破”。

不管市场环境如何变化，内容始终是媒体的核心根基。以“新闻立台，文化强台”为指引，浙江卫视上半年的内容底盘，给出的正是一片“森林”而非“独木”的答案。继去年的《文化的力量》之后，浙江卫视紧扣“义乌经验 20 周年”重要节点，重磅打造专题片《世界义乌——习近平关心引领义乌发展》，深入阐释习近平总书记关心引领义乌发展的重大意义。积极推进《浙江新闻联播》改版，聚焦“深度挖掘、鲜活表述、融合联动”，打通大小

屏采编播链路。

在筑牢新闻根基的同时，浙江卫视的综艺内容也用一组硬核数据交出了答卷。广视索福瑞媒介研究（CSM）的数据显示，浙江卫视周五黄金档综艺平均收视位列省级卫视第一，且领先第二名40%以上；在广告含金量最高的周末三天，全天与黄金时段平均收视双双第一。更关键的是结构——中国视听大数据（CVB）省级卫视季播黄金档综艺TOP10中，浙江卫视独占6席且包揽前三：《国乐无双》以双平台1.011%稳居第一，《奔跑吧14》《奔跑吧·天路篇》紧随其后；加上《有歌2》《菜鸟与大鱼》《无限超越班4》，六档节目覆盖音综、户外、演艺、经营等差异极大的赛道。标杆IP《奔跑吧14》拿下微博、抖音、B站、快手、酷云五平台年度爆款综艺称号，#奔跑吧#话题阅读量达885亿。

内容的厚度还延伸到剧集与文化赛道。《太平年》以吴越国“纳土归宋”为母题，一举斩获五项白玉兰大奖，并创下CVB有记录以来历史正剧收视率第一；与之深度互文的纪录片《吴越国》以“剧纪联动”构建起高辨识度的吴越文化IP，而且联动综艺《有歌2》预热主题曲《霜剑吟》。同时，浙江卫视、Z视介首部定制剧《我的鸵鸟先生》也已蓄势待发。晚会矩阵同样多点开花：《浙江卫视跨年晚会》揽获14个TOP1，《越韵中国年——2026越剧春节晚会》覆盖全球200多个国家和地区，获《人民日报》连续三天点赞。

这些数据共同指向一个判断：浙江卫视的优势，不是某一个IP的偶然，而是多赛道协同的必然。在行业普遍押注“单一爆款”抵御周期性风险的当下，浙江卫视“头部引领、梯队完整”的内容集群策略，恰恰提供了对抗不确定性的护城河。

内容解决了“有没有好东西”，但好内容要转化为真实的增长，还差传播层面的升维。

传播：把“一锤子买卖”变成“全领域共振”

媒体在融合传播的推进过程中，一个误区始终存在：把“融合”简单理解为“把电视内容搬上网”。但在1号看来，融合的胜负手，在于能否把一次创作变成可多次分发的“源头”，并最终沉淀出属于自己的阵地——否则，再好的内容也只是在别人的平台上替别人养用户。

浙江卫视上半年的传播数据，呈现的正是“一次创作、多次分发、全域触达”的渠道重构。上半年，中国蓝新闻全矩阵数据持续增长，加速从粉丝原始积累的1.0版向提升全国影响力的2.0版跃升：客户端全网推送篇目已超过去年全年的70%，16件产品获全国广电新媒体联盟全国推荐；微博端480多个话题词登上全国热搜，热点报道单条内容传播量近10亿。

在剧综融合传播领域，浙江卫视同样稳居省级卫视频道的领先位。据CSM统计，《风华合伙人》《国乐无双》等7个账号跻身“核心流量区”。其中@浙江卫视 发布量增长30.6%，粉丝量、点赞量、传播量稳居卫视账号首位；在抖音、快手双平台，浙江卫视成为全国唯一粉丝过千万、点赞破十亿的省级卫视账号。海外传播矩阵粉丝近1300万，覆盖200多个国家和地区。据统计，浙江卫视新媒体矩阵粉丝总量突破2.29亿，上半年各档文艺节目、晚会累计收获全网热搜超5.6万个。更值得注意的是分发结构：除电视端与Z视介外，《奔跑吧》《无限超越班》《天赐的声音》等独家内容还在爱奇艺、优酷、腾讯视频等长视频平台实现了数十亿级播放量的“长播”——同一内容在不同场域彼此加码，共同构成传播声势。

但真正标志拐点的，是自有阵地Z视介的快速“发育”。今年4月17日的三周年大会上，Z视介发布新质IP生态战略。据了解，Z视介上半年累计举办线上线下活动超600场、吸引1600万人次参与；全网粉丝半年净增近600万，全网内容传播量同比提升15倍以上。围绕综艺IP、传统文化、体育赛事等核心场景，Z视介构建“第二现场”专属内容品牌，以探班直播、独家直拍、衍生综艺三大产品形成立体化独家矩阵，《十亿吨跑男的料》《天赐麦没关》《无限自习室》等成为现象级衍生内容标杆，创新推出以专访为主要形式的衍生特色专栏《内场不设防》。

这意味着，Z视介正从“流量增长”迈向“生态生长”——它不再只是分发渠道，而是

具备了完整的平台属性。对广电而言，把内容搬到视频平台是“借船出海”，解决的是触达与流量，而在自有阵地规划内容是“造船出海”，解决的是价值与留量，两者相互耦合，相互赋能，形成传播的合力。

内容与传播解决了“声量”，但要把声量变成可持续的“增量”，靠的是产业延伸与机制托底。

生态：模式+机制，长出来的“第二增长曲线”

广电媒体转型的最后一公里，从来不是“想不想做”，而是“能不能落地”。很多平台的困局在于：好点子不少，却卡在决策链条过长、试错空间不足，最终要么“胎死腹中”，要么“昙花一现”。浙江卫视上半年最值得行业借鉴的，恰是它把“创新”拆成了一个朴素等式：创新=模式+机制。没有模式的迭代，好内容只能播完即止；没有机制的托底，好模式也难逃悄无声息的结局。

模式创新的第一条路径，是把IP从“节目名”做成“生意”。以《奔跑吧》为例，其衍生从寒假十城快闪破2亿次话题互动，到夏天二十城快闪接力铺开176万人次客流，已构建“快闪店+慢闪店+文创店”矩阵，覆盖全国23城、25店，衍生品SPU超400个，并在天猫开设旗舰店、打通线上线下会员体系。IP不再只是被观看，而是被触摸、被购买、持续产生现金流。

第二条路径，是把流量沉淀为体验经济。浙江卫视自有“天赐巅峰”“天赐歌会”“天作之合”等演出品牌，叠加市场化合作个唱，上半年累计举办十余场演出、创收突破亿元；“中国蓝音乐节”首秀2.5万张门票售罄，直接带动当地文旅消费超4.75亿元。综艺积累的粉丝势能，从线上“路过式”关注，转化为线下“到场式”的消费与情感沉淀。与之配套，“Z伙伴计划”已携手65家头部品牌、覆盖12大领域，商业生态为创新提供了变现通路。

第三条路径，是在内容生产端做增量实验。AI短剧《中国传说·白蛇》登陆大屏；Z视介推出入镜、智看、星动等AI计划，数字人“谷小雨”联动热门IP；“AI+综艺XR文娱大空间”同时入选国家级视听系统典型案例与元宇宙典型案例。微短剧赛道，《姐姐的三条簪》入选总局2026首批“微短剧+”行动计划、全网播放破3亿。

第四条路径，是把“借力”升级为“全链条共创”。《国乐无双》与央视电影频道联合播出，《无限超越班4》与优酷深化联合制作，《有歌2026》提前与七家版权公司签约锁定首播，《菜鸟与大鱼》则联手英国ITV Studios实现跨国共创。合作已从零散的资源置换，覆盖内容生产、播出分发、版权变现、国际输出全链条。

而上述四条路径能同一年集中冒头，答案藏在机制里：2025年9月启动的新一轮组织改革，搭建起“超级工作室+工作室+微型工作室”三级体系，目前共28个工作室，覆盖综艺、晚会、纪录片、演唱会、大健康、AI应用等十余条赛道。工作室作为最小经营单元，直接对赛道结果负责，也直接拥有资源调配与试错空间。由此看，浙江卫视真正的护城河，不是某一档节目，而是“让好模式可复制”的组织能力。28个工作室，就是28个能独立造血、快速落地的创新单元。

给行业的四点启示

把三份半年报连起来看，浙江卫视上半年的样本可以提炼为四条对行业有共通意义的结论：其一，内容论——省级卫视的存量价值仍在，但必须靠“集群”而非“单点”兑现，多赛道协同是对抗周期的最优解，也是高质量发展的底盘；其二，融合论——媒体融合的胜负手在于自有阵地能否从分发渠道升级为生态平台，“造船”比“借船”更决定长期资产，也是转型的底气所在；其三，机制论——转型的最后一公里是组织机制，没有工作室制这样的“敢试错、能落地”底座，好内容未必能沉淀为好生意；其四，变现论——从“卖广告”到“卖产品、卖体验、卖感受”，广电营收结构正在被重写，第二增长曲线不是口号而是已经落地的现实。

当然，作为观察者也需要保持一份清醒。流量与粉丝的高增长能否持续，取决于重运营模式（演唱会、衍生品）对组织能力与现金流的真实要求；AI 短剧、微短剧仍处于投入期，商业化闭环尚未完全跑通。省级卫视的真正考题，从来不是上半场赢了多少第一，而是下半场能否把“新生态”变成稳定的“财务报表”。

（2）央卫视部署 2026 年下半年工作重点，有哪些发力点

2026 年 08 月 06 日来源：广电头条—视听快评

8 月 3 日，中央广播电视总台召开 2026 年年中工作推进会，深入学习贯彻习近平党建思想，贯彻落实习近平总书记对总台工作的一系列重要指示批示精神，总结上半年工作，分析形势任务，动员部署下半年工作。中宣部副部长，中央广播电视总台党组书记、台长兼总编辑慎海雄出席并讲话。

总台党组成员、副台长邢博主持会议。总台党组成员、副总编辑范昀，总台党组成员、副台长齐竹泉、余俊生，总台编务会议成员彭健明、周振红、姜海清、马书平，总会计师董为民出席会议。

慎海雄在讲话中指出，今年是中国共产党成立 105 周年，也是“十五五”开局起步之年。习近平总书记向中美“乒乓外交”55 周年纪念大会暨中美青少年体育交流系列活动启动仪式致贺信，这是总台成立以来总书记发来的第 9 封贺信。我们深入学习贯彻习近平总书记对总台工作的一系列重要指示批示精神，各项工作在高起点上取得新成效，“头条工程”进一步提质增效，重大主题宣传报道亮点纷呈，国际舆论定调权、话语权和影响力持续提升，经营工作再开新局，阵地管理扎实有效，高质量发展创新成效明显。

慎海雄强调，在总结成绩的同时，也要清醒认识到，总台高质量发展还存在改进提升的空间。我们要以变应变，进一步激发创新创造活力，全力以赴做好下半年工作，确保实现全年满堂红，奋力打造具有强大引领力、传播力、影响力的国际一流新型主流媒体，以实际行动推动“两个维护”再上新台阶。

一是要进一步深学细悟笃行领袖思想，用当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义武装头脑、指导实践、推动工作、破解难题。百年未有之大变局加速演进，新的时代必须要有新的理论武装。当前，人工智能革命风起云涌，地缘政治博弈日趋加深，人类社会面临一系列前所未有的重大课题与严峻挑战。面对中国之问、世界之问、人民之问、时代之问，习近平总书记以马克思主义政治家、思想家、战略家的历史主动精神、非凡理论勇气、卓越政治智慧、强烈使命担当，坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，提出一系列原创性的新理念新思想新战略，开辟了马克思主义中国化时代化新境界。

习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义，是中华文化和中国精神的时代精华，为我们认识世界、改造世界提供了强大思想武器。作为新时代中国共产党人，作为中央广播电视总台人，首要任务就是要深学细悟笃行领袖思想，用当代中国马克思主义指导我们认识世界、改造世界。“深学”是前提，要扎扎实实读原著、学原文、悟原理，坚定不移从领袖思想中找启迪、找思路、找答案，做到学深悟透、融会贯通，深刻领悟领袖思想的科学体系、核心要义、实践要求，做到如数家珍、了然于胸。“细悟”是关键，要对领袖思想反复咀嚼、细细领悟，不断深化认识，在深学细悟中，扎扎实实领悟领袖思想所蕴含的共产党人的政治品格、价值追求、精神境界和作风操守，以“唯恐辜负”的责任感使命感推动“两个维护”再上新台阶。“笃行”是落点，要坚持学思用贯通、知行信统一，把领袖思想转化为净化心灵、提高觉悟、提升境界的自觉行动，持之以恒从领

袖思想中找灵感、找题材、找方法，转化为一个个创新创业、一档档精品节目、一项项实践成果，做到“以效果论英雄”。

二要充分发挥总台党的宣传报道主力军压舱石的重要作用，有力有效履行好党的意识形态重镇职责使命。要进一步推动“头条工程”提质升级，扎实做好习近平总书记重要活动时政报道，以更及时、生动、丰富的时政产品巩固宣传报道“一骑绝尘”优势。要进一步提高主流舆论引领塑造能力，精心组织纪念红军长征胜利 90 周年宣传报道、党的二十届五中全会等宣传报道，巩固壮大自信自强、团结奋进的主流思想舆论。要进一步巩固深化“满屏皆精品”，以“两个有所提高”为目标，精益求精打造重点项目、精品节目。

三要全面提升国际传播效能，进一步提高总台在国际舆论场的地位、分量、份额。要持续创新方式方法，做好领袖思想对外宣介。紧跟元首外交步伐，拓展“媒体外交”合作领域，扎实做好对外签约、联合制播、合办活动等各项工作。要增强国际舆论战认知战主动性预见性，运用人工智能等新手段开展舆论斗争，破立并举抢占国际舆论主导权。要深化“媒体外交”和“好感传播”，广交朋友、广结“善缘”，提升“影响关键人、促成关键事”的能力水平，持续巩固壮大国际舆论统一战线。

四要识变应变求变，以历史主动精神纵深推进主流媒体系统性变革。必须以“时间不等人、历史不等人”的紧迫感危机感全力以赴，把人工智能这个“最大变量”转化为推动高质量发展的“最大增量”。要敏锐识变，持续增强创新引领力。抓住“十五五”时期“人工智能+”、“文化+科技”等领域新机遇，走出“舒适区”、敢闯“无人区”，加快布局一批具有前瞻性、引领性的标杆项目、创新活动，全面激发创新创造活力。要主动应变，培育发展新质生产力。扎实推进重点项目建设，构建总台“人工智能+全媒体超高清”技术体系，着力构建总台 AI 生态体系，进一步巩固媒体科技实力“国际领先、国内最好”地位。要积极求变，全面提升媒体竞争力。持续深化从“传统广告营销”向“融合产业经营”转变，拓宽市场挖掘新增量，培育更多营收增长点。

五要以高质量党建引领总台高质量发展。要深入学习贯彻习近平党建思想，扎实落实新时代党的建设总要求，持续加强政治机关建设，深化党建与业务工作深度融合、同频共振。要扎实落实意识形态工作责任制，见微知著、防患未然，严格落实“三审三校”“重播重审”等制度机制。要扎实落实管党治党政治责任，持之以恒推进全面从严治党，一体推进“三不腐”，健全风腐同查同治工作机制，着力铲除腐败滋生的土壤和条件。要扎实落实新时代党的组织路线，坚持“目中有人”，完善在“跑马场”选“千里马”全链条机制，锻造政治上忠诚可靠、业务上精益求精的干部人才队伍。

（3）2026 年 7 月份户户通四代机开户数据出炉

2026 年 08 月 10 日来源：户户通行业网站

一、户户通四代机发展数据

根据国家广电总局广播电视卫星直播中心上周发布的数据计算，截至 2026 年 7 月 31 日，累计发展高清用户 1107.4 万户，

2026 年 7 月份新增（四代机）高清用户约 11 万户。

平均每天新增开通约 0.35 万户。

二、直播卫星累计总用户

从 2026 年 7 月份起，官方没有再公布直播卫星（高清+标清）累计总用户。

三、2026 年 7 月份 33 个四代机厂家开通数据见下图：



下面是 26 年 6 月份开通情况，两个月做一下比较。



注：以上品牌排名只是代表销量和开通量（销量受多种因素影响），不代表产品质量排名。

由于成本上涨，部分厂家库存材料耗尽后，新材料价格高昂，已暂停或减量生产。

五、户户通四代机 2026 开户数据：

2026 年 7 月份平均每天开通 0.35 万户；2026 年 6 月份平均每天开通 0.35 万户

2026 年 5 月份平均每天开通 0.32 万户；2026 年 4 月份平均每天开通 0.37 万户

2026 年 3 月份平均每天开通 0.39 万户；2026 年 2 月份平均每天开通 0.71 万户

2026 年 1 月份平均每天开通 0.61 万户。

（4）直播卫星上高清、停标清,宁夏定向节目先行试点

| 户户通行业网站| 2026-08-12

根据卫星直播中心 8 月 3 日发布：

自 9 月 1 日起，宁夏广播电视台将停止在直播卫星平台传输宁夏“公共频道”、“文旅频道”两个标清频道。

7 月 31 日，直播卫星平台已增加传输宁夏“公共频道”和“文旅频道”高清节目。7 月 31 日至 8 月 31 日期间两个频道在直播卫星平台同步播出高、标清节目。9 月 1 日后，宁夏地区直播卫星标清机顶盒将无法收到上述两个频道，其他标清节目收视不受影响。

在此提醒广大用户，请您及时更换直播卫星高清机顶盒，享受画面质量更好、清晰度更高的高清电视服务。

提前近一个月发布标清停播通知，并在部分标清三代机开机画面进行了提示，官方非常重视。

上高清、停标清，虽然进度比原计划缓慢，但这依旧是发展趋势。

宁夏先行停播两个定向标清，有着重要意义。因为宁夏是户户通最早发展的省份之一。

早在 2011 年左右，户户通三代机开始测试安装时，先在宁夏、内蒙古、河北等地区试点，重点在宁夏地区，属于三代机最早测试区域，2011 年 9 月，中宣部、广电总局在宁夏银川召开了全国直播卫星公共服务试点工作现场交流会，会后下发了 71 号文件，试点成功后，2012 年开始全国大规模推广销售户户通三代机。

时隔十五年后的今天，正是标清向高清过渡，三代机向四代高清机过渡的关键阶段，也是十五五发展规划的开局之年，宁夏依然是先行试点，虽然本次停播的是本地定向节目，但也是上高清、停标清的第一个案例，依然是直播卫星户户通试点的先行者。

本次停标清对宁夏户户通用户的影响：

宁夏地区还在使用三代标清机的用户，9月1日后将无法收看本地定向节目宁夏公共频道和宁夏文旅频道，四代机用户可以继续收看两个节目的高清版。

4. 有线电视

（1）江苏有线与常熟农商银行达成战略合作，双方将在三大领域深化合作

2026年08月11日来源：江苏有线官微

8月10日，江苏省文化科技控股集团旗下上市公司江苏有线与常熟农商银行在苏州金融会客厅举行战略合作签约仪式。江苏农商银行党委书记、董事长胡建斌，省文化科技集团党委书记、董事长庄传伟，省文化科技集团党委委员、总会计师王展，常熟农商银行党委书记、董事长薛文出席仪式并为签约见证；江苏有线党委副书记、总经理朱瑞娟，常熟农商银行党委副书记、行长陆鼎昌代表各自单位签署战略合作协议。

根据战略合作协议，双方将在三大领域深化合作：

服务乡村振兴

江苏有线与常熟农商银行在产品设计、渠道布局、客户服务等环节向农村地区及涉农主体倾斜，共同探索“文化+金融”服务乡村的新模式。

业务联动

江苏有线与常熟农商银行将在数智服务、供应链金融、财富管理等领域深化协同。

资源共享

双方将联动开展品牌宣传与公益活动，推进客户权益互通、员工福利互享，形成“资源互通—服务互促—品牌互赢”的良性循环。

庄传伟表示，省文化科技集团始终把“党之所指，我之所向；国之大者，我之所为；民之所盼，我之所趋”作为行动准则，集团控股的上市公司江苏有线，作为全国广电网络行业的“排头兵”，连续17年入选“全国文化企业30强”。我们把“党媒政网民屏”的属性优势扎根到极致，把满足人民对美好生活的新期待作为高质量发展的出发点和落脚点，时刻保持对市场的敬畏与谦逊之心，秉承达人达己的精神，从“我等你”“我懂你”向“我找你”转变，以文化和科技融合的创意表达，在周而复始的四季，日益精进更具“心价比”的产品和服务，与用户“三观共情”，在与用户的共创实践中沉淀品牌的力量。

此次双方签署战略合作协议，是在与江苏农村商业银行良好合作基础上的创新延展。常熟农商银行从水乡阡陌起步，数十载如一日，扎根县域、深耕普惠，不逐虚声、笃行实干，陪伴小微企业的每一次转型，赋能城乡民生的每一个细节，托举城市产业的每一次跃升。这家本土上市银行，用稳健穿越周期，用坚守定义温度，可谓“同声相应，同气相求”最生动的注脚。“推进乡村全面振兴”的关键，不在于合作形式的确立，而在于能力能否真正下沉、资源能否真正贯通、生态能否真正扎根。江苏有线输出的是围绕乡村用户需求的文化内容供给能力、数字场景运营能力和C端触达能力，这些能力构成了服务乡村的软实力根基。常熟农商银行则提供了数十年深耕本地所积累的乡村用户洞察、小微群体服务经验和普惠金融实践，这些积淀构成了连接乡村的硬底盘。两类能力相得益彰，转化为面向地方实体经济与广大百姓的综合服务效能。

这世间最深的联结，从来不是轰轰烈烈的相遇，而是细水长流的“懂得”。所有宏大的事业，终究要落脚于烟火寻常。就像虞山上的每一片叶子，都记得自己从哪一棵树上落下；尚湖里的每一滴水，都清楚自己终将汇入哪一条江河。而我们，只管做温柔而坚定的同行者，在每一个具体的人身边，在每一个平常的日子里，“让生活好一点点”写成不必言说的笃定。

5. 前端、制作与信源

（1）新疆实现全省域广电高清+4K 超高清全覆盖

2026 年 08 月 05 日来源：国家广电智库

截至 2026 年 8 月，新疆在全国省级行政区中率先全域完成高标清同播标清频道退网，整体迈入高清+4K 超高清时代，55 项有线电视、60 项 IPTV 套娃收费指标合格率、开机看直播合格率均达 100%。新疆 2639 万各族群众广播电视收视体验显著改善，公共服务水平实现整体跃升。

新疆率先实现全域高清+4K 超高清全覆盖

新疆作为我国陆地面积最大、边境线最长的边疆省级行政区，63.4 万户有线电视与 200 余万 IPTV（移动、电信、联通）用户已率先完成双平台全量高标清同播标清频道退网和频道号统一，成为全国唯一全省区域内实现全域高清+4K 超高清全覆盖的省份。新疆电视服务整体迈入高清、超高清时代，实现标清频道、标清用户、标清终端“三个清零”，全面提升新疆地区广播电视公共服务水平。

2022 年，国家广播电视总局印发《关于进一步加快推进高清超高清电视发展的意见》明确提出，到 2025 年底，全国地级及以上电视台和有条件的县级电视台全面完成从标清到高清转化，标清频道基本关停，高清电视成为电视基本播出模式。2025 年，国家广播电视总局将这一年定为“超高清发展年”，推动超高清端到端全链条发展取得明显成效，把巩固深化拓展电视“套娃”收费和操作复杂治理纳入全国广电十大工作任务。新疆广播电视局立足边疆地域特点与民生实际，坚持全疆统筹、上下协同，精准摸排收视终端底数，分层分类推进网络改造、设备更新、信号调试等各项工作，确保改造任务按节点、保质量落地。

标清信号向高清、超高清的转换是一项涉及传输网络 IP 化改造、前端编码设备升级、传输链路扩容及终端机顶盒替换等多环节的系统工程。新疆广播电视局面临着“双平台”同步改造的复杂局面，既有传统广电网络覆盖的有线电视用户，也有三大运营商服务的 IPTV 用户。如何在同一时间节点按照同一画质标准完成全部用户的切换，是项目实施的核心难题。新疆广播电视局通过强化顶层设计，推动中国广电新疆公司于 2025 年 5 月启动全疆标清机顶盒免费升级工作，以频道排序优化为关键抓手，关停 82 套同播标清频道。按照“1-20 央视频道、21-50 本地及地州频道、51-100 外省卫视频道、101-110 国际频道、111-135 专业频道”的规则优化频道排序，最终实现全疆超高清与高清电视终端频道序号统一，为全域高清、超高清覆盖奠定了坚实基础。

数据显示，有线电视端 82 套同播标清频道全部关停，IPTV 平台 59 套标清频道全部关停。新疆有线电视与 IPTV 在网家庭用户约 260 余万户，其中有线电视用户日均电视收视时长约 4.34 小时，IPTV 用户日均电视收视时长约 3.7 小时。目前，全疆全网用户实现在线尽享高清+4K 超高清节目，各地区完成高标清同播标清退网、高清+4K 超高清信号的全域覆盖，2639 万各族群众率先实现超高清电视体验。

新疆“双治理”工作稳步推进，运营管理规范成效显著

根据国家广播电视总局“双治理”专项工作要求，新疆广播电视局扎实推进有线电视、IPTV、互联网电视平台等电视终端页面优化、收费规范及运营管理工作。核查显示，全疆有线电视及 IPTV（电信、移动、联通）的合规率达到 100%。用户端均实现开机直接进入 CCTV-1 直播，通过优化页面操作，压减收费包 73%，落实二次确认订购，并同步开展服务进社区及多渠道宣传引导。

在操作复杂治理方面，新疆地区对电视终端的页面交互流程、直播入口设置、功能菜单层级等进行了系统优化，开机广告全面下线，开机时长压缩至 35 秒以内，用户从开机到进入直播画面的等待时间大幅缩短，收视便捷度明显提升。在收费治理方面，通过压减收费包、

落实二次确认订购等措施，有效遏制了“套娃收费”乱象，保障用户知情权和选择权。

目前，新疆地区“双治理”整改任务已全部通过验收，电视机顶盒治理覆盖率达100%，用户满意度显著提升。新疆地区广播电视运营管理规范化水平迈上了新台阶，新疆各族群众的收视合法权益得到有效保障。此次全疆有线电视频道排序统一调整，覆盖面广、影响深远，是新疆广播电视局贯彻落实国家广播电视总局部署、推动新疆广电事业高质量发展的重要实践。

节目供给同步实现跨越式升级，内容供给体系不断完善

节目内容供给实现质效双升，构建起与高清超高清传播体系相匹配的内容供给体系。中国广电新疆公司从节目供给侧发力，持续丰富优质视听内容供给，现阶段网内常态化播出节目超103套，其中少数民族语种节目5套，落地11套上星4K频道，搭建多语种菁彩超高清专区，高清、超高清免费点播资源超28万小时，并开通“重温经典”“光明影院”“科普新疆”多语言版本点播专区。

IPTV方面，中国电信、中国移动和中国联通为用户终端提供95个直播频道，全方位满足各族群众本土化收视需求。多语种内容供给和本土化节目配置，有效契合新疆多民族聚居区的收视特点，为各族群众提供更丰富、更具贴近性的视听服务。

新疆广电网络及IPTV平台在节目套数、4K超高清频道数量、免费点播资源总量等方面均实现显著增长，内容供给体系日趋完善。高清、超高清内容资源的持续扩充，不仅提升了各族群众的收视体验，也为“文化润疆”工作提供了有力的内容支撑。

依托国家广播电视总局“双治理”政策落地，新疆已成为全国唯一全域完成高清超高清全覆盖的边疆省区，播出效果显著提升，用户收视体验明显改善。下一步，新疆广播电视局将持续巩固“双治理”工作成果，进一步完善长效监管机制，推动新疆广播电视公共服务水平向更高质量、更高效能、更优体验的方向持续迈进。

（2）慎海雄：总台不仅是内容生产者，还将是生态构建者、标准制定者

2026年08月31日来源： 广电视界

8月26日，中央广播电视总台“全面拥抱人工智能 协同共建媒体生态 全力推动总台数智化转型系统性变革”座谈会在京召开。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄出席并讲话。

（一）

这是一次身份的重塑。

在传统认知中，中央广播电视总台是新闻的发布者、节目的制作者、声音与画面的传播者；而在这场座谈会上，总台的自我定位正在发生深刻变化。

慎海雄用清晰的逻辑勾勒了这一转变的必然性，“媒体历来是技术创新最活跃、受技术变革影响最深刻的领域，而总台拥有国家级平台强大的生态整合能力、海量独家高质量语料数据以及丰富的制播场景与验证环境”。

换言之，总台手中握有的不仅是内容，更是AI时代最珍贵的“生产要素”……语料、场景、验证环境。这些资源的聚合，使一个内容生产机构具备了成为生态基础设施的条件。

“总台不仅仅是内容生产者，还将是生态构建者、标准制定者。”慎海雄将总台的定位再度做了延伸，标志着一种深刻的自我认知与角色重构。

曾几何时，主流媒体的使命被牢牢锚定在“内容”二字之上——采编、制作、播出，形成一条清晰的线性链条。而在人工智能汹涌而来的今天，这条链条正在被重新锻造，算力成为新的纸笔，模型成为新的印刷机，数据成为新的油墨。

总台清醒地意识到，若仍自囿于“生产者”的旧壳，便只能在技术浪潮中被动跟随；唯

有跃升为“生态构建者”，才能将自身沉淀数十年的语料宝藏、制播场景与验证环境，转化为滋养整个行业智能转型的土壤。

（二）

这是一场生态的共建。

座谈会上，中国电信、中国联通、中国移动的掌门人悉数到场。三大运营商齐聚总台，并非偶然，他们所代表的，正是人工智能媒体生态的“地基”——算力与网络。

中国电信集团有限公司总经理刘桂清谈“五位一体”智能云体系，中国联合网络通信集团有限公司总经理简勤勾勒“连接”“算力”“网络”“安全”四大赛道，中国移动通信集团有限公司总经理陈扬帆谈“智能基础设施支撑精品业务生产”……三大运营商将算力底座、网络传输、安全保障等底层能力注入总台的 AI 蓝图。

由此可见，总台将成为汇聚通信巨头、云服务商、AI 实验室的枢纽节点，并以自己的场景为引力场，吸附起从芯片到算法、从安全到传输的完整产业链条。

这便是“生态构建”的实义，不是独善其身的自我升级，而是开放平台的主动营造。

这更是一次标准的争夺。

在 AI 浪潮中，谁掌握了标准，谁就掌握了未来。慎海雄给予总台“标准制定者”的定位，透露出总台更深层的战略考量。

“央视听大模型”共建行动的启动，正是这一战略的具体承载，其汇聚大模型研发机构的技术优势，共享媒体场景资源，打造“行业领先、自主可控”的媒体大模型体系。

自主可控，这四个字在当下的语境中分量千钧，意味着总台不仅要在应用中受益，更要在技术架构、语料规范、安全治理等层面输出标准，为整个媒体行业树立标杆。

华为技术有限公司副总裁甘斌谈到，要与总台携手打造国家级“人工智能+全媒体超高清”技术标杆；北京火山引擎科技有限公司副总裁魏嘉旭谈到“构建安全可控、适配媒体业务全流程的技术体系”；当腾讯集团副总裁、云与智慧产业事业群高级副总裁徐翊鸣强调“安全和规范是 AI 进入生产线的前提”，当阿里云智能集团资深副总裁李津提及“数据治理、语料工程的配套工具”，当上海人工智能实验室主任助理石伯明建议共同打造媒体智能创新标杆，我们看到的不仅是技术供应商的表态，更是一种围绕总台场景逐渐成形的规范共识。

总台以其独特的政治地位与行业影响力，正在成为媒体 AI 伦理、质量与流程标准的天然锚点。其所制定的，或许不仅是技术参数，更是价值取向，在效率与安全之间，在创新与秩序之间，划出一条可供全行业参照的航线。

（三）

这是一场安全的底线博弈。

值得注意的是，几乎所有与会者的发言都绕不开一个关键词：安全。总台的 AI 转型，从一开始就将安全置于核心。慎海雄明确表示要“构建媒体人工智能安全治理体系”，这是对 AI 时代意识形态安全的未雨绸缪。

在“人人皆媒、万物皆媒”的时代，主流媒体的价值不仅在于生产了什么，更在于坚守了什么。AI 可以生成文字、图像、视频，但价值观的锚定、事实的核查、伦理的边界，仍需人来把握。总台将安全治理体系建设列为战略任务，正是对这一命题的正面回应。

这是一次人才与机制的深层变革。

座谈会披露的信息中，总台新闻中心、财经节目中心、视听新媒体中心、技术局负责人的实践分享，勾勒出 AI 正在渗透内容生产的每一个环节。从策采编审播的全流程，到 AI 生产数字岗群、AI 办公等智能体创新应用，技术的触角正在重塑一个百年媒体机构的肌理。

然而，真正深层的变革在于人。慎海雄提出“深化人才联合培育”，这意味着总台的采编队伍需要经历一次集体能力跃迁。从“会写会拍”到“会驾驭 AI”，从内容工匠到智能协作者，这种转变的难度不亚于任何一次技术迭代。

如果将视线拉远，总台的这次转型宣言，实则是中国主流媒体应对 AI 时代的一张“路线图”，既回应了“AI 取代媒体人”的焦虑，也提供了“媒体驾驭 AI”的路径；既顺应了技术演进的浪潮，也坚守了主流价值的锚点。

当慎海雄说“共建生态、共享机遇、共赢未来”时，这是一个国家级媒体在技术变革关口的战略自觉。从内容生产者到生态构建者、标准制定者，这条路径的终点，或许是一个全新的媒体形态……总台不再仅仅是信息传播的中介，而是智能时代基础设施的有机组成部分。

这场座谈会的意义，或许要等到若干年后回望才能完全显现。但至少在今天，总台已经迈出了那一步，从“迎接 AI”到“定义 AI”，从“使用技术”到“创造生态”。

6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

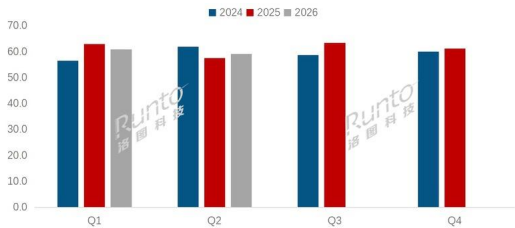
（1）2026 上半年全球液晶电视面板市场量降面积涨

电视供应链| Runto 洛图科技观研| 2026-08-04

根据洛图科技（RUNTO）发布的《全球液晶 TV 面板市场月度追踪》报告，2026 年上半年，全球大尺寸液晶电视面板的出货量为 120.2M 片，同比微降 0.3%；出货面积为 91.3M 平方米，同比增长 2.8%。

其中，第一季度的出货量和出货面积较去年同期分别下降 3.2%和 0.9%；第二季度的同比变化则由降转增，增幅分别为 2.8%和 6.8%。

2024-2026 年 全球液晶电视面板市场分季度出货量



数据来源：洛图科技（RUNTO），单位：百万片

综合来看，2026 年上半年，全球液晶电视面板行业呈现出“总量微幅承压、结构升级提速、利润韧性凸显”的复杂格局。在终端需求整体疲软的大背景下，行业并未陷入恶性价格战，而是通过持续的供给调节与大尺寸化战略，实现了从“规模扩张”向“面积与利润双盈”的平稳过渡，并且在资本市场收获了一定惊喜。

1. 面板市场呈现“前升后稳”的行情韧性

今年上半年呈现“一季度强涨价、二季度高位钝化”的阶段性走势。第一季度，受世界杯备货预期及存储芯片紧缺带来的前置备货拉动，各尺寸面板报价上行，环比上涨 4%-15%，面板厂借此窗口期成功收获利润。进入第二季度，随着赛事备货进入尾声及国内 618 大促效应减弱，终端需求环比回落；面板价格虽失去上涨动能，但仍在高位持平。这主要得益于大陆系头部面板厂践行成熟的“按需生产”策略，自 5 月份起主动实施控产，将整体稼动率控制在 85%以下，通过灵活调整排产来匹配下游保守的采购节奏，有效稳固了面板价格。

2. “量弱面积增”成为常态，大屏化搭建行业重要支撑

上半年出货量和出货面积的“剪刀差”深刻反映了大尺寸显示行业的结构性蜕变。在存储等核心零部件大幅涨价的背景下，中小尺寸电视整机成本承压，需求显著萎缩；面板厂与品牌厂将战略重心全面向中大尺寸转移，推动产品平均尺寸稳步上行，有效对冲了中小尺寸

需求下滑带来的缺口。大尺寸化已从单纯的消费升级趋势，演变为支撑面板厂高世代线产能价值、维持出货面积正增长的核心驱动力。

3. 上游成本持续攀升，大陆系厂商依托产能优势夯实盈利韧性

进入 2026 年，在 AI 算力扩张、大宗商品、石化原料涨价等多重因素共振下，液晶面板的 BOM 成本持续攀升。不过，得益于中国大陆面板厂商的规模效应，以及对供应链的话语权，上半年 TV 面板的整体盈利水平仍保持稳健，依然是各大厂的最主要利润产品线。下半年，面板厂将面临成本滞涨和售价回落的局面，这就需要更有效的产品结构升级和精细化控产策略，从而在弱周期中守住利润基本盘。

4. 价值或重估为“泛半导体/AI 算力材料平台”

上半年，市场最热的关注点是大陆四家电视面板厂的股价飙升。核心作用力是 AI 算力光互连+玻璃基先进封装的强预期，使得资金面将其从“周期面板股”重估为“泛半导体/AI 算力材料平台”。自行情启动，京东方最高涨幅达 111%，TCL 科技的最高涨幅约 86%，彩虹股份的最大涨幅近 196%，新上市的惠科股份市值一度突破 5000 亿元。尽管后续各家股价发生回落，但这无疑是中国液晶面板行业二十余年来最令人惊叹的行业认识刷新，必将对企业的经营和市值管理产生深远的影响。

一、区域格局：

全球产能加速集聚，大陆系厂商市占率超 72%

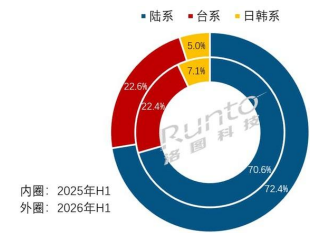
今年上半年，中国大陆系四家面板厂的出货总量约为 8710 万片，同比增长 2.3%，合并市占率为 72.4%，较 2025 年同期提升了 1.9 个百分点。

台系面板厂 Innolux（群创）和 AUO（友达）在今年上半年的合并市占率为 22.6%，同比上升 0.2 个百分点，合并出货量同比微增 0.7%。

日韩系面板厂从去年第二季度起，只剩下 Sharp（夏普）的一条广州 G10.5 产线；其在今年的市占率仅有 5.0%，较 2025 年同期下降了 2.1 个百分点。

整体来看，全球液晶电视面板产能持续向中国大陆集聚。自去年第二季度大陆系厂商份额站稳七成关口，中长期份额具备上行潜力，逐步逼近 80%。

2026H1 全球液晶电视面板市场区域结构及变化



数据来源：洛图科技（RUNTO），单位：%

二、厂商格局：

双寡头主导市场；出货量四家上涨三家下降

今年上半年，全球七大液晶面板厂中，四家出货量同比上涨，三家同比下跌。实现增长的为中国大陆面板厂 CSOT（华星光电）、HKC（惠科）、台系面板厂 Innolux（群创）、日系面板厂 Sharp（夏普），除 Sharp 涨幅超 10% 外，其余三家涨幅均为个位数；大陆面板厂 BOE（京东方）、CHOT（彩虹光电）、台系面板厂 AUO（友达）出货量同比下降。

洛图科技（RUNTO）定义年出货量在 5000 万片以上的为头部阵营。目前，该阵营包括 BOE（京东方）和 CSOT（华星光电）。

出货量排名第一的仍然是 BOE（京东方），约为 3240 万片，同比下降 1.7%，市场份额为 27.0%，同比微降 0.4 个百分点。

CSOT（华星光电）在今年上半年的出货量约为 2950 万片，同比增长 6.5%，市场份额

为 24.5%，同比提升 1.6 个百分点。

颈部阵营的年出货量在 3000-4000 万片之间，包括大陆面板厂 HKC（惠科）和以中小尺寸为主的台系面板厂 Innolux（群创），两家面板厂排名稳定。

HKC（惠科）上半年的出货量约为 1900 万片，同比增长 8.5%，市占率为 15.8%，较 2025 年同期提升 1.3 个百分点。同时从出货面积来看，今年上半年 HKC 以 12.7M 平方米大幅领先 Innolux 的 9.0M 平方米，稳定排在出货面积维度上的第三。

Innolux（群创）上半年的出货量约为 1860 万片，同比增长 4.6%，市占率为 15.5%，同比提升 0.7 个百分点。

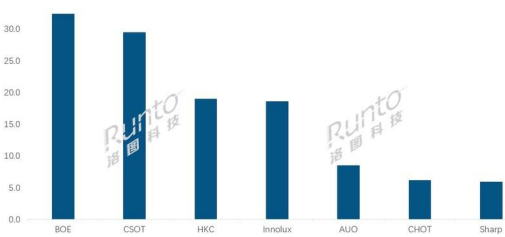
腰部阵营出现断档，其余三家面板厂均归入长尾阵营（年出货 2000 万片以下）。

AUO（友达）上半年的出货量约为 850 万片，同比下降 6.9%，市占率为 7.1%，较 2025 年同期下降 0.5 个百分点。

只有一条 G8.6 产线的大陆厂商 CHOT（彩虹光电）上半年出货量约为 620 万片，同比下降 10.7%，市占率为 5.1%，较去年同期下降 0.6 个百分点。

日系厂商 Sharp（夏普）位于广州的超视界 G10.5 工厂为日韩系现存唯一 LCD 电视产线，上半年出货量约为 600 万片，同比增长 11.1%，市占率仅有 5.0%，同比提升了 0.5 个百分点。

2026H1 全球液晶电视面板厂出货量排名



数据来源：洛图科技（RUNTO），单位：百万片

从 2025 年第一季度起，TIANMA（天马）的厦门 TM19 开始出货 50 英寸 LCD 面板产品，当年出货了不到 50 万片的 50 英寸产品，面积约为 30 万平方米。2026 年上半年，天马 50 英寸产品出货量约为 15.5 万片，较 2025 年同期的 19.9 万片大幅下降 22.1%；面积约为 10 万平方米。考虑到数量不大，整机形态尚不明确，洛图科技（RUNTO）暂未将其计入电视面板统计范畴。

此外，在本文主要叙述范围不包含在内的 OLED 电视面板方面，今年上半年总出货量约为 330 万片，同比增长 5.1%。其中，LGD 出货 WOLED 面板约 290 万片，同比增长 7.2%；SDC（三星显示）出货 QD-OLED 面板约 40 万片，同比下降 8.2%。

三、尺寸格局：

32 英寸仍为第一尺寸；泛百寸上涨 39.6%，涨幅最高

根据洛图科技（RUNTO）数据显示，2026 年上半年，全球液晶面板出货的平均尺寸为 50.3 英寸，较 2025 年同期提升 0.9 英寸。

出货量第一的面板尺寸仍为 32 英寸，约为 2540 万片，同比大幅下降 13.4%；市场占比为 21.1%，较 2025 年同期下降了 3.2 个百分点。

43 英寸排名第二，上半年出货量约为 2160 万片，同比下降 4.8%；市场份额为 18.0%，同比下降 0.8 个百分点。

32 英寸和 43 英寸这两大主力产品主要由大陆三大面板厂“BCH”生产，合并的份额均在七成上下，BOE 相对控盘。

55 英寸和 65 英寸分别排第三和第四，上半年出货量分别约为 2010 万片和 1480 万片。55 英寸同比增长 10.2%，市场份额为 16.7%，较 2025 年同期提升 1.6 个百分点；大陆三大

面板厂在 55 英寸的合并出货量占比达 83.8%，较 2025 年同期提升 5.6 个百分点。其中 CSOT 相对控盘，上半年出货约 960 万片，占比达到 47.7%。

65 英寸的上半年出货量约为 1480 万片，同比增长 5.5%，市场份额达 12.3%，较 2025 年同期提升 0.7 个百分点。大陆三大面板厂在 65 英寸的合并出货量占比达 73.2%。

75 英寸和 85 英寸上半年出货分别约为 800 万片和 370 万片，市场份额分别为 6.7% 和 3.0%。其中 BOE 和 CSOT 两大厂商在 75 英寸的合并出货量占比高达 78.6%；大陆系面板厂在 85 英寸的合并出货量占比达 78.2%。

在 98 英寸及以上的超大尺寸中，包括 98、100、115 和 116 英寸（合称“泛百寸屏”）产品的合并出货量约为 120 万片，同比大幅增长 39.6%，增幅为行业第一。大陆三大面板厂的出货量份额高达 94.7%。

特别注意到，由 CSOT 生产的 115 英寸和 HKC 生产的 116 英寸产品在上半年的合并出货量近 8000 片，同比增长 24.0%。

2026H1 全球液晶电视面板市场尺寸结构及变化



数据来源：洛图科技（RUNTO），单位：百万片，%

四、未来展望：

下半年量价承压，全年出货量预降 3.1%，面积持平

在之前发布的《2026 年 8 月液晶电视面板价格预测及波动追踪》一文中，洛图科技（RUNTO）判断，2026 年全年，液晶电视面板的价格走势大致为：Q1 上涨、Q2 持稳、Q3 回落、Q4 企稳。当前正处在第三季度的下行周期，中小尺寸承压程度更高，大尺寸相对抗跌。此外，当季的累计跌价幅度应与第一季度涨价幅度基本相当，全年均价相对稳定。

在电视整机市场，根据洛图科技（RUNTO）预测数据显示，2026 年，中国国内电视的全年出货总量将为 3012.0 万台，同比下降 8.4%，创下至少从 2010 年以来 17 年市场规模的新低。全球市场，进入下半年，中小尺寸大众机型的出货动能逐季减弱，全年出货总量将降至 2.05 亿台，同比下降 0.9%。

在规模方面，受上半年赛事相关备货前置影响，市场需求提前释放，品牌采购节奏有所前移，预测下半年全球液晶电视面板出货量为 1.17 亿片，同比下降 5.8%，同比降幅将明显扩大。其中，第三季度，面板厂在以价换量的过程中，稼动率将保持高位；进入第四季度，头部面板厂商将灵活管控产能，缓解价格下滑风险。

全年来看，洛图科技（RUNTO）预测，2026 年全球液晶电视面板出货量为 2.38 亿片，同比下降 3.1%。结合中小尺寸的压制，以及持续的大屏化，全年出货面积有望维持 2025 年的 1.81 亿平方米。

7. 新媒体

（1）新闻高质量发展，广播电视向新而行的时代答卷

2026 年 08 月 14 日来源：国家广电智库

2026 年 7 月 29 日，广播电视新闻高质量发展座谈会在江苏南京召开，为正处于深刻变

革中的广播电视新闻业注入了新的思考维度。从“二三四”工作定位的深化，到“两个主战场”的挺进，中国广电新闻正在经历一场从理念到机制、从内容到技术的全面焕新。在这场变革中，各地以鲜活的实践回答着同一个时代命题：广电媒体如何以新闻立台，真正实现高质量发展？

一、“两个主战场”：重新锚定新闻的坐标

“推动广电媒体全面挺进互联网主战场、广电视听挺进经济社会发展主战场。”这一判断精准勾勒了当下广电新闻的历史方位。

互联网早已不是“新媒体”，而是传播的“主战场”。对广电新闻而言，这意味着必须从“办给谁看”的惯性思维中走出来，真正回答“为谁服务、如何服务”的问题。“挺进经济社会发展主战场”，则是对新闻功能的一次再发现——拓展“新闻+”，新闻不仅是记录者、传播者，更可以成为经济社会发展的建设性力量。

在实践中，这种理念在各地的“广电+体育”区域群众联赛中得到了生动诠释。近两年，“苏超”“川超”“东北超”等群众足球赛事相继出圈。四川台深度运营“川超”群众足球赛事，开创了省级广电整合全台资源运营群众赛事的全新模式。大屏小屏同步、线上线下联动，“川超”相关全媒体信息总量超550万条、全网传播238亿次，2700万人次参与，全赛季累计拉动消费178.81亿元，全省21市（州）精准投放消费券1.2815亿元。“苏超”成为现象级传播事件，促进转化全省文旅消费430亿元。

广电媒体从赛场边的转播者、记录者，成长为区域资源的连接者、赛事价值的生产者、社会情感的组织者和主流观念的凝聚者。这正是“新闻+”的生动注脚——新闻创造价值，价值反哺社会。

二、理论宣传的破壁之道：让思想“飞入寻常百姓家”

理论宣传长期面临一个难题：如何让深邃的思想真正抵达大众？在信息碎片化、传播分众化的今天，这一挑战尤为严峻。

四川台的探索提供了一条路径。跳出单向说教模式，打造《习习春风》《学习新天地》常态化理论融媒矩阵，以短视频、情景剧、基层访谈等轻量化形态阐释党的创新理论，2025年相关融媒产品全网传播突破7200万次。紧扣总书记视察四川重要指示精神，推出《向总书记报告》《“天府粮仓”添新粮》深度报道，将理论话语转化为群众听得懂、愿意听的生活话语。河南台创新节目《聊会儿》和《豫观察》，用年轻人喜欢的语态聊时政新闻，增加评论元素、增加网感表达，以正能量持续澎湃大流量。

“1+32”理论宣传矩阵的打造，则从体系层面破解了“各自为战”的困局——一个中央广播电视总台加三十二个省级广播电视台，形成从中央到地方的立体化传播网络。中央台提供顶层设计和内容标杆，省级台立足本地实际进行在地化转化，让理论宣传既有高度又有温度。矩阵的意义不仅在于“铺开”，更在于“协同”：重大主题宣传中，中央与地方同频共振；日常传播中，各地因地制宜、百花齐放。

三、内容焕新：把“用户”放在心上

如果说渠道是骨架、技术是血脉，那么内容就是灵魂。内容创新的核心命题是什么？江西台给出了一个朴素却深刻的答案——“把用户放在心上”。

江西台的实践表明，用户导向不是迁就受众，而是真心实意与用户重建连接，把“我想说什么”转变为“用户关心什么”，让报道真正有烟火气。《江西新闻联播》子栏目《一线调研》，记者带着问题走进车间地头，真正“问需于民”，主流媒体把新闻变成帮群众办实事的载体，才能真正成为群众生活的贴心人。

这种理念的转变带来了实实在在的变化：江西台5件作品获第四届中国广播电视大奖，11件作品获第35届中国新闻奖；2026年以来，8件作品入选中宣部“三好作品”。

北京台《向前一步》践行习近平总书记“共建共治共享理念”，深度参与社会治理，化

解群众急难愁盼。成功推动北京 320 多条街巷完成整治，拆除违建近 3500 处；推动 8000 多名未签约居民签约；惠及市民超过 450 万人次，推动了北京市疏解整治促提升工作中许多老大难问题。开播八年以来，《向前一步》全网主话题词阅读量达到 105 亿，相关视频播放量超 93 亿，累计覆盖粉丝超 100 亿人。上海台《民生一网通》以互联网模式重构生产流程，以全媒全端打破传播边界，累计直播解决民生“急难愁盼”事务近 4000 件。

四、技术赋能：从“跟跑”到“并跑”的跨越

技术在新闻生产传播中的角色正在从“辅助工具”升级为“核心引擎”，深刻改变广电新闻的生产方式和传播形态。2026 年全国两会报道中，多家省级广电媒体已将 AI 应用于新闻解读、互动传播、融媒栏目等场景。

山东台积极拓展“人工智能+”领域的创新与应用探索，自主研发的“视听传媒智创大模型”，涵盖智能剪辑、智能审核等智能体产品；自主研发的“闪电成章”等 AI 功能已在闪电云系统中投入应用。

在技术基础设施建设方面，江苏台与江苏省文化科技集团联合打造的“荔枝智媒中心算力平台”正式启用，标志着江苏媒体系统性变革与文化科技深度融合发展迈入算力驱动的新阶段。

内容一体化生产传播，要求新闻生产从策划阶段适配多个终端；新媒体客户端建设，意味着广电媒体要真正拥有自主可控的传播平台。技术与内容的深度融合，正在重塑新闻生产传播的每一个环节。

五、机制变革：打破频道频率的“围墙”

体制机制改革是广电新闻高质量发展的“深水区”。长期以来，频道频率各自为政、资源分散配置的架构，难以适应全媒体时代一体化生产传播的要求。一场“刀刃向内”的改革正在各地深入推进。

浙江广电集团打破重大屏、轻小屏的传统考评价体系，从工分计算、KPI 考核到创优评级、专项奖励激励，将新媒体传播力、引导力、影响力纳入核心评价，引导人才、资源全面向融媒一线集聚。四川台推出“157 变革计划”，建设“四川观察、四川卫视”双核品牌单元，建立以实绩为导向的“赛马”竞争与选拔机制。

这些改革指向一个共同的方向：让资源配置向关键岗位、主战场、一线团队倾斜。频道频率的“围墙”正在被打破，适应全媒体发展的新架构正在形成。

六、人才为要：让“广电大 V”脱颖而出

人才是广电新闻高质量发展的第一资源。湖北台推行工作室制，打造高效敏捷的融媒战队，扩容“评论员朋友圈”，对内整合全台骨干评论力量，对外搭建特聘评论员队伍。浙江广电集团推行人才双通道建设，在传统行政晋升通道外，增设专业技术晋升路径，为个人 IP 主理人设计清晰多元的成长路径。

名记者、名编辑、名主持人、名评论员在互联网平台上建立个人品牌，既是机构影响力的延伸，也是与用户建立深度连接的重要方式。这要求人才培养从传统的“单位人”思维转向“平台人”思维，让优秀人才在全媒体生态中脱颖而出。

七、守牢底线：在流量时代保持定力

在追求传播力、影响力的同时，导向和安全是不可退让的底线。江苏省广电局构建了“事前引导、事中监管、事后评议”全链条治理体系，开展虚假新闻、“标题党”等专项整治，坚决抵制泛娱乐化、恶意炒作等不良倾向。

新闻高质量发展，不是流量导向的发展，而是导向正确、内容优质、传播有效的高质量发展。在“流量至上”的诱惑面前保持定力，在“泛娱乐化”的浪潮中坚守初心，这是广电新闻人必须回答的考题。

当技术迭代加速、用户习惯重塑、传播格局重构，广电新闻唯有坚持守正创新，在变局

中开新局，方能不负时代赋予的使命。从“两个主战场”的挺进到“1+32”矩阵的构建，从“新闻+”的拓展到全媒体评价体系的建立，每一步探索都在为这张答卷增添新的注脚。而检验这份答卷的唯一标准，是人民群众的满意度——党的新闻舆论工作，归根结底是做“人”的工作。

8. 媒体融合

（1）锚定高质量发展，用好“广电融合网”：内蒙古广电网络吹响下半年改革攻坚冲锋号
2026 年 08 月 18 日来源：中国广电内蒙古网络有限公司

2026 年 8 月 11 日，中国广电内蒙古网络有限公司 2026 年半年工作会议在呼和浩特市召开。公司党委书记、董事长方士武出席会议并讲话，公司党委委员、总会计师白宝祥代表公司经营层作上半年经营工作报告。公司党委委员、副总经理陈昊主持会议。

会议深入学习贯彻党的二十届四中全会精神、自治区党委十一届十二次全会精神，传达中国广电半年工作会议精神，落实自治区党委“1571”工作部署，全面总结上半年各项工作成效，客观剖析改革发展存在的问题，围绕稳住用户基本盘、用好广电融合网、强化科技创新引领、提升客户服务水平、推动降本节支增收减亏、落实审计和巡视整改、加强党对经营工作的领导等方面对下半年经营工作进行部署。

会议强调，公司上下要统一思想，深刻认识当前面临的复杂困难局面，以铸牢中华民族共同体意识为主线，坚定信心决心，坚定不移推进公司高质量发展。要聚焦学习教育，深化改革，用户、市场、安全等重点工作抓好落实，推动各项工作见行见效。

会议要求，要将党的政治建设摆在首位，强化党建引领，加强基层党组织建设，扛牢管党治党责任。同时，加强党风廉政建设，坚持严的基调，持之以恒正风肃纪，营造风清气正的良好政治生态，以饱满的工作热情和过硬的业务本领，奋力推进各项工作落实，确保年度任务目标顺利完成。

会议以视频形式召开。公司领导班子成员、各部门主管以上人员；子公司领导班子成员和各部门主管以上人员在主会场参加会议。一、二级分公司领导班子成员、各部门主管以上人员在分会场参加会议。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）2026 上半年中国智能眼镜市场销量大涨 85.5%

2026 年 08 月 17 日来源：Runto 洛图科技观研

根据洛图科技（RUNTO）发布的《中国智能眼镜零售市场月度追踪》报告显示，2026 年上半年，中国智能眼镜市场的全渠道销量为 90.9 万台，同比增长 85.5%；销额为 18.8 亿元，同比增长 98.7%。

2025-2026H1 中国智能眼镜市场季度销量趋势

其核心驱动力首先来自供给侧的变化。品牌、产品和技术的空前丰富直接激活了消费需求，家电/消费电子、显示面板、互联网大厂等纷纷跑步入局，市场参与者持续扩容；截至 6 月底，雷鸟创新、Rokid、VITURE、华为、科大讯飞等新老玩家均推出了旗舰新品。

需求侧的爆发则是政策红利与售价下探共振的结果。2026 年，智能眼镜首次被纳入国家消费品以旧换新补贴品类，个人消费者可享受“售价 15%、上限 500 元”的补贴，直接

降低了大众尝鲜门槛。再叠加主流产品定价持续下探，千元价位即可搭载离线大模型，智能眼镜加速从极客圈层向大众市场渗透。

总体上，洛图科技（RUNTO）认为，当前，智能眼镜赛道正处于高景气度的红利爆发期，是全球及中国消费电子领域中确定性最高的增长极之一。

一、细分品类规模：

AR 眼镜扛起规模主力，拍摄眼镜大幅增长，音频眼镜增速回落

根据产品形态和产品功能，洛图科技（RUNTO）将智能眼镜划分为 AR 眼镜（有显示+有音频）、音频眼镜（无显示+有音频）和拍摄眼镜（无显示+有摄像头）。

2026 年上半年，中国智能眼镜市场各细分品类的市场表现存在一定分化：AR 眼镜与拍摄眼镜实现了大幅增长，AI 音频眼镜的增长趋缓。洛图科技（RUNTO）认为，这既反映了不同技术路线的商业化成熟度差异，也预示着未来市场将进一步向高场景价值、高 AI 赋能的赛道集中。

根据洛图科技（RUNTO）全渠道数据显示，AR 眼镜、拍摄眼镜的销量占比分别增长了 5.1 和 9.7 个百分点，至 44.9%和 34.4%；相应的，音频眼镜的销量份额降至了 20.7%。

2026H1 中国智能眼镜市场分产品类型销量结构变化

中国 AR 眼镜市场在 2026 年上半年的销量为 40.8 万台，同比增长 109.4%。其中，一体式 AR 眼镜延续了第一季度 37.7%的环比增速，成为拉动品类增长的核心引擎，其与分体式 AR 眼镜的销量占比已经从 2025 年第一季度的 9:91 陡增为 2026 年第二季度的 47:53。这一爆发式增长的背后，是头部品牌在上半年密集的产品攻势。在技术路线层面，单绿波导方案的市场占比从 2025 年同期的 9.1%快速提升至今年的 57.3%，逐步赶超传统 Birdbath 方案，产品定价也下探至了 2000-2999 元的主流区间。AR 眼镜得以从科技发烧友圈层向更广泛的年轻消费群体扩展。

拍摄眼镜在 2026 年上半年的市场销量为 31.3 万台，同比上涨 158.2%，是三大品类中增速最快的赛道。这一高增长既源于 Vlog 创作、户外运动等刚需场景的持续扩容，也得益于头部品牌在产品定义上的精准突破。拍摄眼镜正从单一的功能性工具向“时尚配饰+智能设备”的融合载体延伸，时尚化设计与场景细分策略持续激活消费需求，推动品类边界不断外扩。

音频眼镜在 2026 年上半年的市场销量为 18.8 万台，同比增长 8%，增速较此前的高速增长态势出现显著回落。这一放缓并非偶然，而是多重因素叠加的结果。音频眼镜曾是智能眼镜市场中商业化最早、成熟度最高的品类，但当前来看功能已经显得单一，同质化严重，正在被“音频+拍摄”及轻量 AR 眼镜替代、并且缺乏不可替代的刚需场景。更为重要的是，主流品牌的战略重心正在发生系统性迁移，对音频眼镜的资源投入与市场优先级明显降低。

二、品牌竞争：

排位赛竞争激烈，尚未形成稳定格局

尽管 2026 年上半年市场整体高速增长，但智能眼镜赛道远未形成稳定的品牌竞争格局，反而正处于近年来最为剧烈的洗牌周期。

根据洛图科技（RUNTO）数据显示，2026 年上半年，在中国智能眼镜线上市场，销量排名前四的品牌是雷鸟、Rokid、千问、华为；其合计占比在第一季度为 56%，第二季度下降至 53%。

雷鸟创新和 Rokid 的合计出货占比超过了三成，领跑行业；千问、华为的份额接近并与 Xreal、夸克、小米依托不同定位形成中层阵营。

2026H1 中国智能眼镜市场线上市场品牌销量占比

雷鸟创新在线上整体市场的销量份额为 18.9%，排名第一；其在 AR 眼镜品类中的销量份额更是高达 28.5%。雷鸟除了先发优势之外，目前在业内是极少有的实现了核心光学方案

从设计、制造到整机生产全链路自控能力的公司，并且通过自建光学工厂与整机产线赋予了在产能保障与成本控制上的领先保障。产品层面，雷鸟已构建了覆盖 AR 观影眼镜（Air/X/GT 系列）、拍摄眼镜（V 系列）的全品类、多价位段产品矩阵。根据产业链信息，今年 8 月，其还将推出新款 AI 眼镜“雷鸟 iO”，主打轻量化设计与日常佩戴体验，进一步拓展在智能眼镜市场的布局。

Rokid 的销量份额为 16.7%，排名线上整体市场第二，不过其产品溢价能力较强，销额维度下的份额高于销量。Rokid 的核心竞争力是爆品策略与开放生态。其一是爆品 Rokid Glasses 以轻量化机身集成了实时翻译、AI 问答和 AR 导航等功能；其二是全开放 AI 生态策略的差异化壁垒，支持千问、豆包等多模型自由切换，并于 6 月发布面向智能眼镜的 AI 操作系统 YodaOS，同时打通了支付宝与微信两大支付体系。

千问以 8.6% 的销量份额位居线上整体市场的第三。千问深度耕拍摄眼镜，上半年在该赛道位居线上市场的首位，销量份额达到 23.3%，是阿里生态赋能下的“黑马突围”。其竞争力是“大模型+生态”的协同能力，深度打通淘宝、高德、支付宝、夸克网盘等阿里系应用，用户可通过语音完成外卖点单、物流查询、扫码支付等操作，形成跨终端行为闭环。

华为以 8.2% 的销量份额位居线上整体市场的第四。今年 4 月，华为正式推出了首款鸿蒙 AI 拍摄眼镜，凭借跨设备互联能力与庞大的手机用户基数，上半年在拍摄眼镜市场的销量份额达到 16.5%，位居第二。此外，华为还以 23.7% 的销量份额成为音频眼镜线上市场的第一名。在生态协同层面，华为 AI 眼镜深度融入鸿蒙全场景体系，构建起了“眼镜—手机—手表—车机”多端联动的无感交互体验。

小米位居线上整体市场的销量第五。小米的产品重心正在从音频向拍摄眼镜迁移，上半年在拍摄眼镜市场的销量份额达到 11.7%，排名第三；同时位居音频眼镜领域的第二名。其核心竞争力在于深度绑定米家生态，依托内置的“超级小爱”实现跨终端 IoT 联动，在家居、出行、支付等全场景的智能入口定位，使小米 AI 眼镜从单一拍摄工具升级为家庭控制中心。

此外，科大讯飞、华硕、BleeqUp、Vidda 等跨界品牌凭借各自在 AI 技术、垂直场景等领域的差异化优势，在上半年快速切入市场，并抢占了一定份额。

洛图科技（RUNTO）认为，在智能眼镜领域，头部品牌的护城河尚未真正建立。当前的发展现状是：技术路线尚未收敛、产品形态仍在分化、杀手级应用尚未确立；接下来任何具备独特场景切入能力的玩家都有机会在窗口期内改写座次。

三、市场预测

下半年迎来全年销售高峰，全年规模有望冲击 250 万台

考虑到下半年传统电商大促（双 11、双 12）的集中放量效应，叠加苹果 Apple Glasses 预计年底发布带来的话题热度、各品牌的旗舰新品密集发布等多重因素催化，洛图科技（RUNTO）判断，下半年的销量将显著高于上半年；并预测，2026 年全年中国智能眼镜市场的全渠道销量将可能触及 250 万台，同比增长 71.9%。

与此同时，“百镜大战”加速进入淘汰赛阶段，缺乏核心技术壁垒和生态能力的中小品牌将加速出清，行业竞争逻辑正从“有产品就能上桌”转向“有生态才能留下”。

10. 国际动态

（1）美国启动史上最大频谱重耕研究 4.4GHz 等频段将用于 6G

颜翊| C114 通信网 | 2026-08-04

据 MWL 报道，美国国家电信和信息管理局（NTIA）表示，特朗普总统政府已批准开展对 4.4GHz 频段的研究，以用于全功率商业授权用途，并称此举是确保美国在 6G 技术领

域保持领先地位的重要里程碑。

随着最终方案提交国会，政府已为同时启动四项频谱重耕研究扫清障碍。

2025 年，立法者要求 NTIA 在五年内确定 500MHz 的政府频谱用于商业重新分配。特朗普随后加快了这一进程，指示该机构在 12 个月内完成对 7.125GHz 至 7.4GHz 频段的研究。

NTIA 表示，上述工作将成为构建未来 6G 网络中频段资源管道的核心战略。

负责通信与信息的助理部长兼 NTIA 局长 Arielle Roth 表示，同时开展四个频段的研究是“历史性的首次，表明我们正以履行使命所需的速度和精度开展工作”。

联邦机构将依靠频谱迁移基金支付工程和过渡成本，但在动用资金前必须提交详细计划。

这些计划将制定技术路线图，在保障关键国防和政府任务的前提下评估频谱重耕可行性。目前，全部四个目标频段（1.6GHz、2.7GHz、4.4GHz 和 7GHz）均已获得行政批准。

国会通知程序已启动，商务委员会和拨款委员会将进行为期 60 天的审查。审查期结束后，管理和预算办公室即可拨付申请资金，四个频段的正式工程研究也将随即展开。

NTIA 指出，此次行动涉及的频谱数量为美国历史上最大规模的主动重耕研究项目。

（2）英伟达 AMD 博通追单：台积电 3nm 月产 18 万片目标有望提前至 Q4 初达成，2nm 年底冲刺 10 万片

IT 之家 问舟 026/8/3 16:14

据中国台湾《经济日报》今日报道，在英伟达、AMD、博通等大客户积极追单的推动下，台积电 3nm 制程原定于 2026 年底实现的月投产量 18 万片目标，有望提前至第四季度初达成。同时，台积电 2nm 制程订单同步升温，有望在 2026 年底朝月投产 10 万片的目标靠拢。

消息人士称，由于客户持续追单，台积电 3nm 制程在 2026 年上半年月投产量已接近 15 万片；预计到第四季度初，月投产量即可达到 18 万片，较原定年底目标提前两至三个月。

为满足客户需求，台积电已宣布新增三座 3nm 晶圆厂，同时在中国台湾将部分 5nm 设备转换至 3nm 以支援产能建设。

2nm 制程方面，供应链透露台积电 2026 年上半年月投产量已达 5 万至 6 万片，预计第四季度初将超过 8 万片，年底有望达到 10 万片。

台积电资深副总经理侯永清在今年北美技术论坛上表示，2026 年将有五座 2nm 厂同时放量，包括新竹两座、高雄三座。台积电 2nm 量产目标为第一年晶圆产出较 2023 年 3nm 第一年增加 45%，2026 年至 2028 年 2nm 产能年复合增长率将达 70%。

下一代制程方面，台积电位于中科二期园区的 1.4nm 新厂建设进度同样超前。中科管理局局长许茂新 7 月 29 日表示，第一座厂房预计 2027 年 4 月前完工。该厂区规划建设四座厂房，目前前两座已完成发包，由达欣工程、互助营造得标，已进入钢构施工阶段。供应链评估，若建厂进度持续，最快 2027 年第三季初可进入试产，2028 年中正式量产。

参考此前报道，台积电 1.4nm 制程代号 A14，采用第二代 GAA 纳米片晶体管，相比 2nm 工艺晶体管密度提高 20% 至 23%，在相同功耗下性能提升 10% 至 15%，在相同性能下功耗降低 25% 至 30%。

(3) 马斯克宣战美国三大运营商：SpaceX 将部署地面基站，配合卫星网络正面硬刚 AT&T、Verizon 和 T-Mobile

2026 年 08 月 06 日来源：IT 之家

8 月 5 日消息，马斯克旗下 SpaceX 公布了上市后的首份财报：2026Q2 营收 78 亿美元（现汇率约合 527.51 亿元人民币），同比增 92%。

SpaceX 总裁兼首席运营官格温·肖特韦尔（Gwynne Shotwell）在公司首次财报电话会议上表示，公司计划建设地面移动通信网络，直接与美国三大电信运营商 AT&T、Verizon 和 T-Mobile 展开竞争。

肖特韦尔称，美国三大运营商每年合计营收约 6,000 亿美元（现汇率约合 4.06 万亿元人民币），“我预计我们能够吸引到他们相当一部分客户，因为我认为我们的服务会更好”。

肖特韦尔在会议问答环节明确表示：“我们从 EchoStar 收购的频谱确实包含地面网络部分，所以我们绝对打算建设地面网络。”

她补充道，用户不仅能获得卫星本身的通信容量，还能享受到地面网络硬件和系统带来的优势，从而打造出真正符合用户期望的移动服务。SpaceX 创始人兼首席执行官埃隆·马斯克也参与了讨论。

目前，SpaceX 已运营名为“Starlink Mobile”的卫星直连设备（D2D）服务，通过约 5MHz 带宽为 T-Mobile 等运营商网络在蜂窝信号盲区提供有限的消息和数据服务。

通过收购 EchoStar，SpaceX 将获得 65MHz 频谱（该交易涵盖 AWS-3、AWS-4 和 H-Block 频段）。

肖特韦尔表示，结合新一代卫星和 EchoStar 频谱的 Starlink Mobile，性能将是目前的 100 倍。新一代 Starlink Mobile（V2）卫星“将于明年开始发射”，并计划在“明年年底”开始提供服务。

关于地面网络的具体建设方案，肖特韦尔透露：“你可以把基站——蜂窝基站——放在 Starlink 宽带天线的支架上，这样就能在全国部署这种小型微基站，按需部署即可。”

马斯克补充称，SpaceX 有信心通过大量部署小型基站，而非传统昂贵且选址困难的大型蜂窝基站来提供移动网络覆盖。这些基站本质上是 Starlink 天线，同时提供移动频段连接，可部署在房屋和企业的屋顶上。马斯克认为，这种方式提供的连接“可能比目前蜂窝运营商提供的更好、带宽更高”。

SpaceX 进军美国无线市场的计划此前已有传闻。肖特韦尔表示，Starlink Mobile 将消除信号盲区，利用卫星覆盖地面网络无法到达的区域，且在自然灾害发生时表现优于传统地面系统。

受此消息影响，AT&T、Verizon 和 T-Mobile 股价在盘后交易中均下跌超过 4%，但截至 IT 之家发稿已有所回升。

(4) 谷歌扩建全球网络基础设施，拟建 3 条新海底光缆

IT 之家 故渊 2026/8/12 09:01

谷歌昨日（8 月 11 日）发布博文，宣布将在美洲扩建全球网络基础设施，部署阿尔西奥斯（Alisios）、卡诺亚（Canoa）与奥拉图兹（Olaluz）三套全新海底光缆系统。

Alisios 海底光缆将连接多米尼加共和国、巴拿马和智利，该名称源自西班牙语“vientos alisios”，意为信风。

Canoa 是一条连接多米尼加共和国和百慕大的新海底光缆系统。“Canoa”来自泰诺语中的独木舟一词，指向加勒比海和北大西洋长期形成的海洋文化。谷歌表示，Canoa 与 Nuvem、Sol 光缆结合后，将为拉丁美洲和加勒比地区通往欧洲、北美提供可靠且具备韧性的直连通道。

OlaLuz 海底光缆将直接连接多米尼加共和国和佛罗里达。“OlaLuz”由西班牙语中的“ola”（波浪）和“luz”（光）组成，指代沿海底光缆传输数据的光波。谷歌称，这条新线路将显著增强加勒比地区与美国东海岸之间的网络容量，并为该地区提供提升韧性的路径。

（5）苹果带头涨 67%，流媒体盒子集体“内存危机”全面涨价

流晓生| 流媒体网| 2026-08-26

继苹果对 Apple TV 4K 大幅提价后，亚马逊、Roku 和沃尔玛也相继上调了 Fire TV、Roku 流媒体棒和机顶盒的价格。

6 月下旬，苹果对多款产品提价，其中 Apple TV 4K 涨幅最为显著，最高达 67%。64GB 版本从 129 美元涨至 199 美元，128GB 版本则从 149 美元升至 249 美元。

7 月下旬，Roku 跟进，将其流媒体棒、机顶盒及音响条价格上调，最高涨幅达 60%。值得注意的是，Roku 的主要收入来源是硬件售出后通过用户变现，而非硬件本身。

本周，亚马逊也宣布全线上调 Fire TV 流媒体棒及 Fire TV Cube 的价格，最高涨幅达 43%。与 Roku 类似，亚马逊的大部分 Fire TV 收入也来自用户后续变现。

三家公司均将涨价归因于成本上升，主要与内存和存储芯片有关。这场“内存危机”（RAMageddon）已波及游戏主机等众多消费电子产品，但智能电视价格目前尚未明显受此影响。

Google TV Streamer 会是下一个吗？

在主流流媒体玩家中，Google TV Streamer——或许还有已显老态的 Nvidia Shield TV——是唯一尚未因内存芯片危机而涨价的设备。

然而，这可能只是时间问题。因此，在它从当前 100 美元价位上涨前入手，或许是明智之举。目前该产品在亚马逊等零售商处仍有现货。

沃尔玛旗下的 Onn 品牌已上调其 Google TV 流媒体设备价格，部分型号涨幅高达 100%，同时内存芯片采购困难也对库存造成了影响。

Google TV Streamer 采用联发科（MediaTek）SoC，亚马逊多款 Fire TV 棒也是如此。Roku 主要使用瑞昱（Realtek）SoC，沃尔玛 Onn 设备则采用晶晨（Amlogic）芯片。Apple TV 4K 搭载的是苹果自研的 A15 仿生芯片。

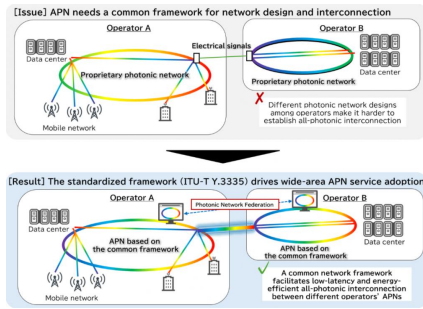
（6）ITU 批准日本低延迟全光子网络框架

C114 通信网 岳明 2026/8/25 10:51

C114 讯 8 月 25 日消息（岳明）近日，国际电信联盟标准化部门（ITU-T）正式批准了一项由 KDDI、NTT 和 NEC 等日本企业开发的低延迟全光子网络（low-latency all-photonic networks）标准化框架。

据悉，共有 7 家日本企业参与了该框架的制定，其目标是支持由不同运营商运营的所谓“全光子网络”（APN）之间实现低延迟且节能的连接。

这一工作得到了 NTT 主导的“创新光无线网络全球论坛”（IOWN Global Forum）的大力支持，该论坛一直致力于制定关于 APN 架构和功能要求的通用技术文档。



资料来源：KDDI 集团。

此次获批意味着 ITU-T 已将该框架确立为国际标准。不过，APN 框架的落地实施之路尚远，这些日本企业正着手制定针对功能架构部分的后续 ITU-T 建议书，目标是在 2028 年 10 月完成。

富士通旗下 IFinity 和乐天移动（Rakuten Mobile）等日本电信运营商及设备制造商都参与支持了 APN 设计，该技术利用光信号而非传统的电子信号进行端到端的数据传输与处理。NTT 首席执行官 Akira Shimada 表示，APN 概念对于该公司向 AI 基础设施转型至关重要；不久前，NTT 旗下运营商品 DoCoMo 还展示了一个测试平台，演示了如何通过低延迟光链路构成的广域网连接分布式 GPU。

ITU-T 达成的共识不会取代 IOWN Global Forum 的技术工作，但它确实让这一概念有机会被日本和 IOWN 以外的运营商采用。

在 IOWN 扩大了与 Linux 基金会旗下云原生计算基金会（CNCF）的合作伙伴关系后，这一目标得到了相当大的推动。此次合作将 CNCF 在解耦基础设施中的可组合硬件（CoHDI）方面的工作整合到 IOWN 的 APN 推进计划中。

这一概念在今年 7 月得到了进一步验证：当时，中国台湾运营商中华电信与富士通 IFinity 网络业务部门达成合作，旨在全台范围内扩展 APN 应用。

11. 走向海外

（1）广电总局代表团应邀访问吉尔吉斯斯坦、俄罗斯

| 国家广播电视总局 | 2026-08-03

7 月 28 日至 8 月 1 日，应吉尔吉斯斯坦文化信息和青年政策部、俄罗斯数字发展通信与大众传媒部邀请，国家广播电视总局党组成员、副局长何飏率代表团先后赴两国访问。

访吉期间，何飏与吉文化信息和青年政策部副部长萨尔诺戈耶娃、国家广播电视集团副总经理萨乌尔巴耶娃、地区电视台台长阿曼巴耶夫举行工作会谈，推动磋商签署中吉广播电视听合作协议。何飏表示，中吉睦邻友好源远流长，两国战略互信持续深化，为广播电视听领域合作奠定坚实政治基础。希望双方紧扣两国元首共识，持续推进节目落地播出和人员培训合作，积极拓展人工智能、微短剧等新兴领域交流。萨尔诺戈耶娃高度评价中国广播电视听产业发展成就，期待与中方围绕“一带一路”、互联互通、绿色能源等共同关注的议题开展联合拍摄，深化技术交流，互鉴发展经验。访问期间，代表团见证了吉国家广播电视集团与中方机构启动“东方时间”节目播出季签约仪式，并重点调研了吉广播电视听发展现状、技术设施及中国节目在吉落地播出情况。

访俄期间，何飏与俄罗斯数字发展通信与大众传媒部副部长切尔科索娃共同出席中俄人

文合作委员会媒体合作分委会第十九次会议，并举行双边会谈。何飏表示，中俄媒体合作分委会运行二十余年来，持续推动两国媒体合作稳步前行，有力服务中俄新时代全面战略协作伙伴关系发展。中方将与俄方共同成立内容、技术专项工作小组，围绕中俄教育年等主题，推动实施新闻报道、联合采访、合作制作、青年交流、技术应用、图书出版等领域重点合作项目。切尔科索娃表示，俄中媒体交往密切、合作成果丰硕，今年适逢俄中战略协作伙伴关系建立 30 周年，俄方愿以此为契机，推动两国媒体全方位合作迈上新台阶。

代表团还参访了全俄国家广播电视公司、红线电视台、俄罗斯社交媒体平台 VK 等，与机构相关负责人进行深入交流。在参访红线电视台期间，俄罗斯共产党主席久加诺夫高度评价红线电视台“中国时间”项目，认为它是增进俄中人民友谊、展示真实立体全面中国的重要窗口，希望双方深化合作，进一步增加中国节目播出时长，向俄罗斯观众解读中国特色社会主义的成功密码。访问期间，中俄双方共同启动了中俄短视频和微短剧大赛，代表团就俄罗斯广播电视、网络视听及社交媒体发展情况，以及中国节目在俄落地播出效果进行了调研。

（二）、重要政策进展

1. 科技热点

（1）河北雄安新区智慧城市科创中心正式揭牌

2026 年 08 月 11 日来源：人民邮电报

8 月 6 日，雄安新区智慧城市科创中心正式揭牌。河北省、雄安新区有关领导与中国移动总经理陈扬帆、副总经理陈怀达等出席揭牌活动。

雄安新区智慧城市科创中心是中国移动在雄安设立的集团级智慧城市科创成果展示中心，内部划分为“创新之城、魅力之城、未来之城”三大主题展区。其中，“创新之城”以红色通信初心为主线，串联起 1G 至 6G 的通信技术发展历程；“魅力之城”集中呈现了中国移动在智算、低空经济、智慧城市等领域的全栈创新成果，可远程演示雄安低空应用公共服务平台，一键调度无人机起飞并展示定制化飞行计划；“未来之城”则依托 AI 助手“灵犀”，勾勒出未来城市生活图景。

作为中国移动服务雄安新区建设的重要窗口，展厅内一件件可视、可感、可体验的数智成果，勾勒出未来城市图景；其背后，则是中国移动扎根雄安、系统布局新型基础设施、扎实推进各类智慧应用落地的坚实支撑。

在新一代通信网络建设方面，中国移动推动通信网络与新区发展同频共振。紧跟雄安新区建设步伐，目前已建成 3080 个 5G 基站，实现了启动区、容东片区等重点区域的网络连续覆盖。同时，全国唯一的 E 波段高容量微波通信试点成功落地雄安，并通过 5G-A 通感一体化技术的验证，使通信塔兼具“雷达站”功能，为城市低空监管提供了技术支撑。该技术已在生态保护领域深度应用，如在白洋淀生态保护区，通过 5G-A 通感一体化技术开展鸟类保护及应急场景试点，可精确感知并可视化监控低空无人机、飞鸟及船只的轨迹、速度和经纬度等数据。结合 AI 大模型，系统还能进行轨迹与行为预测，在航线偏离或碰撞发生前及时预警，为白洋淀景区无人机大规模、高频次的常态化巡逻筑牢安全屏障。

在低空经济领域，中国移动已部署 28 套无人机，开通 22 条常态化航线，并上线 44 种 AI 算法和 60 个应用场景。此外，联合中国雄安集团组建了雄安低空经济产业发展有限公司，

构建起“1中心+3平台+N场景”的低空经济管理体系。以道路巡检场景为例，以往地下管线施工巡检需要巡查人员沿线人工排查，一个施工区域全覆盖排查至少需两天，且隐蔽管线与动态施工隐患极易遗漏。如今，无人机搭载高清摄像头和AI识别算法，沿预设航线飞行，仅需十五分钟即可完成同路段施工区域的全面扫描，并自动推送预警和处置工单，大幅提升了巡检效率。

（2）国务院国资委召开央企6G未来产业推进会

2026年08月25日来源：通信产业网

8月20日，国务院国资委召开中央企业6G未来产业推进会，深入学习贯彻习近平总书记关于前瞻布局和发展未来产业的重要指示精神，落实党中央、国务院关于6G工作的部署要求，总结阶段进展成效，部署下一阶段工作。国务院国资委党委委员、副主任李镇出席会议并讲话。科技部、工业和信息化部有关司局、北京市有关部门同志出席会议。

会议强调，推动6G未来产业发展是中央企业落实国家战略部署、履行战略使命的必然要求，中央企业要主动衔接国家、地方、行业规划，加快实现产业发展目标。要补齐技术短板，加强基础理论源头创新，推动关键技术器件底层突破，构建安全稳定的6G产业链供应链。要夯实产业底座，加强创新平台建设、市场主体培育、人才队伍锻造，筑牢6G高质量发展基础。要加快国际合作，构建多元合作体系，全方位提升国际话语权。要孵化场景业态，积极推进6G技术与实体经济融合，全面构筑应用生态先发优势，加快实现6G商业闭环。

会前，与会人员参观了中央企业6G未来产业成果展。会上发布了中央企业6G未来产业场景共创任务。国务院国资委有关厅局负责同志、6G未来产业相关31家中央企业负责同志和相关部门负责同志参加会议。

（3）工信部：持续开展北斗规模应用试点培育

2026年08月26日来源：人民邮电报

为更好地推动北斗规模应用走深走实，赋能千行百业，8月24日，工业和信息化部在北京组织召开北斗规模应用宣传媒体圆桌会，介绍北斗规模应用最新工作进展和成效。

据介绍，“十五五”期间，工业和信息化部将会同有关方面，以强化北斗生态建设为重点，进一步夯实北斗创新发展基础，继续支持关键技术攻关及产业化应用，持续开展北斗规模应用试点培育，总结推广北斗规模应用新技术新模式，加快推动北斗“走出去”。同时，以北斗规模应用为基础，积极培育时空信息产业，一体推进卫星定位、导航、授时、遥感、地理信息系统（GIS）、通信、卫星互联网等协同发展。

北斗规模应用城市试点工作，是加快推动全国北斗规模应用的重要抓手。下一步，工业和信息化部将持续深化试点培育工作，进一步拓展北斗应用广度和深度，适时启动第二批城市试点培育工作。一方面，强化资源统筹，与地方形成工作合力，通过政策、资金、专项等渠道，引导创新资源向北斗产业聚集，激发企业发展动力，催生北斗应用新技术、新产品、新业态。另一方面，加大试点先进经验宣传推广力度，指导有关行业协会开展供需对接，促进先进技术转化和创新应用落地，扩大北斗独立定位社会推广力度和规模应用效果。

近年来，工业和信息化部深入贯彻落实党中央、国务院关于北斗发展的决策部署，大力推动北斗产业创新发展，持续扩大北斗在大众消费、工业制造、融合创新等领域的规模化落地，统筹推进试点培育、产品推广、标准完善、生态构建等，北斗规模应用取得阶段性成效。

（4）AVS 正式与 W3C 建立联络关系，中国自主标准加速融入全球互联网生态

2026 年 08 月 26 日来源：新一代人工智能联盟

近日，AVS 产业联盟与万维网联盟（W3C）正式建立联络关系（Liaison），AVS 产业联盟已被纳入 W3C 媒体与娱乐兴趣组（Media & Entertainment Interest Group）的外部组织名单中。AVS 产业联盟作为 W3C 的外部联络关系中唯一的来自于中国的联盟组织，标志着中国自主音视频编解码标准体系进一步融入全球互联网标准生态。

W3C 作为全球互联网标准制定的权威机构，在多媒体交互、Web 视频等领域拥有深厚积累。此次联络关系的建立，将推动 AVS 产业联盟与 W3C 形成常态化交流机制，聚焦于将 AVS 的高效编解码技术与 W3C 的 Web 媒体标准相结合，优化流媒体传输、提升跨平台兼容性，并探索在新兴场景的协同创新。双方的合作有望推动国产音视频标准进一步融入全球互联网生态，同时为下一代超高清、低延迟的 Web 媒体体验提供技术支撑。

从 AVS1 到 AVS3，中国自主标准已实现从“跟跑”到“领跑”的历史性跨越。此次与 W3C 建立联络关系，是中国标准走向世界的又一关键步伐。

未来，AVS 产业联盟将继续深化与国际标准组织的合作，推动中国优势标准“走出去”，为全球视听产业发展贡献中国智慧与中国方案。

（5）上半年数字产业收入超 20 万亿元 同比增长 13.6%

2026 年 08 月 26 日来源：工信微报

上半年，我国数字产业加快发展，总体呈现向优向好发展态势，业务收入保持较快增长，盈利水平大幅改善，出口需求保持旺盛，核心技术加快创新突破，新领域新赛道发展动能增强，为稳定经济增长、培育发展新质生产力、赋能千行百业数智转型提供有力支撑。

一、发展质效稳步提升

收入稳中有进。数字产业实现收入 20.71 万亿元，同比增长 13.6%，增速同比加快 4.1 个百分点，环比一季度加快 0.7 个百分点。

利润大幅增长。受国内人工智能需求增长和出口增势强劲双重拉动，数字产业盈利水平持续改善，实现利润总额 1.79 万亿元，同比增长 19.3%，增速较上年同期加快 10.3 个百分点。收入利润率达 8.6%，较上年同期提升 0.7 个百分点。

二、重点区域、重点集群带动有力

东部大省产业集聚态势显著。广东、江苏、北京、上海、浙江等数字产业收入前 10 大省（市）合计完成业务收入 17.21 万亿元，同比增长 13.2%，占全国总量的 83.1%，占比较上年同期提升 0.3 个百分点，对全国数字产业收入增长贡献率达 87%。

中部地区增速加快。中部地区实现数字产业收入 2.86 万亿元，同比增长 28.3%，较上年同期加快 18.7 个百分点，高于全国 14.7 个百分点，其中安徽、湖北增速领先。

产业集群蓬勃发展。截至目前，围绕集成电路、人工智能等数字产业领域，各地累计培育建设 16 个国家级先进制造业集群，依托集群培育一批骨干数字企业，这些企业成为推进技术创新、促进产业高端升级、塑造集群竞争优势的关键支撑。

三、数字基础设施持续优化升级

“双千兆”网络建设提质升级。截至 6 月底，5G 基站达到 510.2 万个，具备千兆网络服务能力的 10GPON 端口达 3286 万个，5G-A 商用网络加快建设应用，5G RedCap 基站数达 224.7 万个，万兆光网在小区、工厂、园区等场景试点部署。

算力基础设施体系加速完善。我国智能算力规模达 2185 EFLOPS（FP16），同比增长 177%，全国算力设施整体上架率达 71.4%，建成万卡以上智算设施 52 个。

融合应用效能持续释放。建成 5G 行业虚拟专网超 8 万个，5G、千兆光网应用已融入 94 个国民经济大类。全国“5G+工业互联网”在建项目超 2.6 万个，建成 1260 家分类分级、特色鲜明的 5G 工厂。

四、数字制造业继续保持“量效”齐升

生产保持较快增长。电子行业增加值同比增长 14.8%，增速较一季度加快 1.2 个百分点，高于整体工业 9.4 个百分点。其中，电子器件、电子元件及专用材料、智能消费设备行业增速较快。

效益显著提升。规模以上电子信息制造业实现营业收入 12.15 万亿元，同比增长 17.8%；实现利润总额 7036 亿元，同比增长 66%。其中，集成电路、计算机整机制造、电子专用材料行业的利润拉动作用最大。

五、数字服务业保持稳步增长

信息通信业总体运行平稳，按上年不变单价计算的电信业务总量同比增长 8.3%，增速较上年同期提高 0.6 个百分点。

软件和信息技术服务业业务收入同比增长 9.5%，其中，软件产品收入同比增长 6.9%，信息技术服务收入同比增长 10.4%。

规模以上互联网企业业务收入同比增长 10.1%，增速较上年同期加快 7 个百分点，利润总额同比增长 16.6%。

（6）工信部：推动量子科技、具身智能、6G 等未来产业成为新经济增长点

颜翊| C114 通信网| 2026-08-26

8 月 26 日消息在国务院新闻办召开的“开局起步‘十五五’”系列主题新闻发布会上，工业和信息化部副部长辛国斌介绍工信部全力抓好“十五五”规划实施，加快推进新型工业化有关情况。

辛国斌表示，“十五五”时期是基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期，工信部将牢牢锚定基本实现新型工业化目标任务，以推动高质量发展为主题，以发展新质生产力为重点，以科技创新和产业创新深度融合为路径，推动信息化和工业化深度融合，推进产业基础高级化和产业链现代化，加快构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系，推动制造强国、网络强国建设迈上新台阶，为中国式现代化奠定更加坚实的物质技术基础。今后五年的目标任务已经明确，接下来的关键是要全力抓好落实。

着力优化产业结构，统筹推进传统产业改造升级、新兴产业培育壮大、未来产业前瞻布局，保持和发展好完整的产业体系。加快打造集成电路、航空航天、生物医药、低空经济、新型储能、智能机器人等新兴支柱产业，推动量子科技、生物制造、氢能和核聚变能、脑机接口、具身智能、第六代移动通信（6G）等未来产业成为新的经济增长点。

着力加强产业创新，加强原始创新和关键核心技术攻关，建好用好国家制造业创新中心、制造业中试平台等载体，引导创新资源向企业集聚，完善企业主导的产业创新生态，提升制造业创新体系整体效能，不断催生新质生产力。

着力提升先进制造能力，加快发展新一代智能制造，促进制造业“智改数转网联”，建设智能工厂和高标准数字园区。推动工业绿色低碳转型，积极稳妥推进和实现工业领域碳达峰。促进先进制造业与现代服务业深度融合，加快培育平台化设计、个性化定制等新模式新业态，创新发展服务型制造。

着力培育优质企业，完善优质企业梯度培育体系，培育壮大专精特新中小企业，打造更多专精特新“小巨人”企业、制造业单项冠军企业。深化大中小企业融通发展，促进产业链上下游协同创新。我们要建好用好全国中小企业服务“一张网”，实施减轻企业负担专项行

动，推出更多创新服务，进一步增强企业的获得感。

着力推动信息通信业高质量发展，加快新一代通信网、算力网规划建设，推动 5G、工业互联网在重点行业规模化普及应用，加强 6G 技术研发，增强网络和数据安全保障能力，巩固提升信息通信业竞争优势和领先地位。

着力提升产业治理能力水平，坚持用改革的思路办法，健全法律法规体系，推动电信、道路机动车辆等重点领域立法。会同有关部门深化电信网络诈骗防范治理。健全产能监测预警机制，加强规划引导、产能调控、价格治理、行业自律，综合整治“内卷式”竞争，打造市场化、法治化、国际化营商环境。

2. 宽带中国

（1）工信部新增配置 P 频段资源 助力气象部门提升应对极端天气能力

2026 年 08 月 11 日来源：工业和信息化部无线电管理局

为应对当前汛期强对流、暴雨、台风等极端灾害性天气频发、重发、并发情况，工业和信息化部近日为气象部门新增配置 P 频段无线电频率资源用于北斗卫星导航气象探空系统技术试验，提升我国应对极端天气能力。

2023 年，工业和信息化部为北斗卫星导航气象探空系统规划了 P 频段无线电频率资源，指导各地气象部门做好北斗卫星导航气象探空站和地面接收站的规范建设和台站设置，用于短时降水预报、台风监测、精细化智能网格预报及天气系统分析等场景，有效提高了高空观测数据质量，助力我国高空观测整体能力达到世界先进水平。此次新增配置 P 频段无线电频率资源，用于极端天气下重放球（备份）、汛期加密观测、平漂观测等业务试验，将进一步提升气象部门防灾减灾、增强应对气候变化特别是极端天气能力。

下一步，工业和信息化部将立足天气预报预测和气象防灾减灾现实需要，持续为我国气象事业高质量发展提供可靠频率资源服务保障。

知识小课堂

P 频段（400MHz 频段）北斗卫星导航新型气象探空系统是中国自主研发的高空气象探测系统，利用北斗卫星导航定位技术，相较于传统 L 频段（1.6GHz 频段）探空系统的雷达定位技术，具有传播损耗小、链路可靠性高等优点，将现有高空风的测量精度提升了一个数量级，有助于提高探空要素测量准确性和时空分辨率，提升我国探空业务智能化水平。同时，该系统采用“空分+频分”频率复用模式，极大提高了无线电频率使用效率。

（2）“一盘棋”推进 6G 创新

2026 年 08 月 12 日来源：工信微报

目前我国 6G 领域技术专利全球占比位居前列，具备发展优势，开展 6G 部省协同试点，是统筹区域创新资源、走好新一代通信技术创新之路的重要实践

“部省协同”统筹全国研发成果与区域场景资源，能够凝聚统一的技术和产业共识，形成成套的标准提案参与国际标准制定

在 2029 年 6G 国际标准制定前，鼓励地方聚焦推进 5G 和 5G-A 的应用探索，对部分 6G 技术进行提前验证，为 6G 标准制定和技术落地积累宝贵经验

全球第六代移动通信（6G）标准制定进入关键窗口期。全球移动通信产业的核心规则

制定者——第三代合作伙伴计划明确，要在 2029 年确定 6G “游戏规则”，为 2030 年左右全球 6G 正式商用铺好路。

6G 是通信、感知、计算、智能等多技术融合创新的新一代移动信息网络，服务对象从人、机、物拓展至智能体，服务空间从地面升级为空天地一体化，瞄准的目标是“万物智联”。

目前，我国已完成第一阶段 6G 单点技术试验，形成超过 300 项关键技术储备，正在全面开展第二阶段试验，即原型样机研发与典型场景测试阶段，包括搭建 6G 试验平台，推动 6G 技术从实验室的单点验证，迈向真实场景下的系统方案集成等，为第三阶段预商用设备研发与系统组网试验阶段打下坚实基础。

v 适配全球标准竞争紧迫节奏，破解 6G 技术高复杂度难题，近日，工业和信息化部印发《关于组织开展 6G 创新发展部省协同试点专项行动的通知》（以下简称《通知》），部署全国一盘棋开展 6G 技术创新、产业生态培育、应用场景拓展，加快形成新质生产力。

为何在这一阶段开启“部省协同试点”推动 6G 创新？受访专业人士认为，当前 6G 技术路线尚未定型，是核心技术方案、专利布局的集中攻坚阶段，成果直接决定后续标准话语权分配。目前我国 6G 领域技术专利全球占比位居前列，具备发展优势，开展 6G 部省协同试点，是统筹区域创新资源、走好新一代通信技术创新之路的重要实践。

（3）136 个试点验收收官，万兆光网从技术验证迈向规模部署

2026 年 08 月 06 日来源：人民邮电报

2026 年 4 月，工业和信息化部正式公布万兆光网试点项目完成情况：全国 168 个入围试点中，136 个项目顺利通过验收。从千兆普及到万兆启航，我国光网络发展正在经历一场代际跨越。52 个万兆小区、38 个万兆工厂、46 个万兆园区——这份成绩单验证了 50G PON、Wi-Fi 7、FTTR 等关键技术的现网可行性，培育出云电脑、云游戏、工业光学质检、AI 超高清监控、模型训练与推理应用、通感一体等一批创新业务应用，为万兆光网从“技术验证”迈向“规模部署”铺平了道路。

2025 年 1 月，工业和信息化部印发《关于开展万兆光网试点工作的通知》（工信厅通信函〔2025〕3 号），在万兆小区、万兆工厂、万兆园区三大场景部署万兆光网试点。文件明确，试点工作旨在推动产业链各方协同解决万兆光网落地应用中的重点难点问题，带动核心技术和关键设备取得突破，促进构建成熟产业链和完备产业体系，有序推动我国万兆光网从技术试点逐步走向部署应用。

从场景结构看，三类试点各有侧重。万兆小区试点 52 个，占比 38%，主要开展 50G PON 超宽光接入、FTTH/FTTR 与 Wi-Fi 7（第七代无线局域网）协同等技术的部署应用，验证 5000Mbps 及以上家庭宽带套餐和万兆家庭业务。万兆园区试点 46 个，占比 34%，面向省级及以上高新技术产业开发区、经济开发区、产业园区等，探索光网与人工智能技术融合，打造生产制造、园区服务等多维度智能化应用场景。万兆工厂试点 38 个，占比 28%，部署工业 PON、工业 OTN、工业 TSN、FTTM 等新技术，试点工业 AOI 光学自动质检、生产和安全监控等业务。

从各省份完成情况看，一批省份表现尤为突出。广东以 14 个试点项目评审通过的成绩位居全国前列，数量并列全国第一。广东全省 15 个项目入选全国试点，数量居全国首位，并实施“粤启万兆 百区齐发”行动。江苏 13 个试点项目通过验收，包括 1 个万兆小区、4 个万兆工厂、8 个万兆园区，其中万兆园区试点数量与湖北并列全国第一。江苏省通信管理局联合省工信厅出台全国首个《民用建筑光纤到户通信设施工程建设标准》和全国首个《万兆数智园区建设导则》，高标准推动万兆园区建设。湖北 13 个项目成功上榜，包括 1 个万

兆小区、4 个万兆工厂、8 个万兆园区，覆盖武汉、宜昌、黄石、荆州、鄂州、咸宁、恩施 7 个地市（州）。重庆 5 个入围试点项目全部通过验收。内蒙古 5 个入围试点项目同样全部通过专家评审，涵盖呼和浩特人才佳苑、呼和浩特万锦云玺、包头正翔国际 3 个万兆小区，呼和浩特蒙牛乳业万兆工厂，以及和林格尔新区万兆园区。辽宁 7 个项目全部通过评审终验。贵州 3 个试点项目全部通过工信部评审，圆满完成预期目标。

（4）半年大涨 30%：中国移动国际业务换挡提速

2026 年 08 月 17 日来源：通信产业网

8 月 13 日，中国移动发布 2026 年中期业绩。据半年报，中国移动国际市场收入达 181.73 亿元，同比增长 30.1%，是其为数不多的高增长板块之一。

中国移动董事长陈忠岳在报告书中表示，持续推动国内国际“两个市场”深度融通，加快能力规模出海。



拆解半年报，30.1%的增速在多个维度上得到印证。漫游业务增长明显，来访漫游业务量同比增长 59.9%，出访漫游客户 5,623 万户，同比增长 5.2%，国际差旅和商务往来的恢复是最直接的业务拉动。中资出海需求构成另一重拉动力，能力出海项目数量同比增长 38.6%，累计服务中资出海企业数量较上年末增长 19.6%。中国移动作为通信产业链的链长企业，正通过海外网络资源和通信能力输出跟随中资企业走向国际市场，半年度报告将其概括为“构建产业链出海合作生态”。

支撑这些增长的，是网络基础设施和技术能力的同步扩张。全球 POP 点从上年末 446 个增至 463 个，国际传输能力从 406Tbps 增至 437Tbps，覆盖范围和传输容量的提升与漫游增长、能力出海项目落地形成呼应。技术投入同样在加码，上半年研发投入同比增长 6.5% 至 138 亿元，6G 国际标准立项数居全球运营商第一阵营，获得 WSIS、MWC、TM Forum、GTI Awards 等权威组织多个奖项，标准话语权的提升正在拓宽国际业务的拓展空间。同期国内通信服务收入同比下降 5.7%，在国内基础业务承压的背景下，国际业务从漫游结算向能力输出和企业服务方向的延伸，显得尤为关键。

展望下半年，中资企业出海的服务需求预计持续增长，能力出海项目和企业服务能力的积累将在下半年逐步兑现。国际传输能力的持续扩张和 POP 点的增加，为业务规模扩大提供了基础条件。汇率波动、地缘政治风险、海外监管环境变化等因素可能影响推进节奏，但在传统通信业务承压的背景下，国际业务的高增长为整体营收提供了正向拉动，这一势头有望延续。

（5）第三届“金灵光杯”中国互联网创新大赛落幕 国广东方揽获三奖

2026 年 08 月 14 日来源： CIBN 互联网电视

近日，2026 年（第三届）“金灵光杯”中国互联网创新大赛落下帷幕。由国广东方网络（北京）有限公司申报的“CIBN 端到端视频云平台”“基于智能词库构建跨平台 AI 数据内容服务平台”“仿生机器人面部驱动与多模态情感计算关键技术”，从上千个优质创新项目中脱颖而出，分别斩获信息技术应用创新专题赛优秀奖、合规科技专题赛优秀奖及 AI+ 创新应用专题赛二等奖，体现了公司在技术研发积累与行业应用落地的综合能力。



全链路视频云平台
驱动业务数智升级

“CIBN 端到端视频云平台”基于高性能算力集群与分布式存储架构，采用模块化设计，构建了面向多场景的视频 SaaS 服务体系，具备高可扩展性和灵活部署的能力。

平台涵盖内容汇聚、智能生产、媒资管理、统一分发、运营编排、多屏互动、数据洞察等核心功能，实现从内容上传到终端呈现的全链路支撑，可提供视频生产、储存、分发三位一体化服务，支持直播、点播、全媒体传播、智慧大屏等多种业务场景。各功能模块可独立拆分，能够根据业务体量弹性调配资源，实现服务的智能化与集约化。平台具备高安全性、高并发、高稳定性，在提升业务运营效率的同时助力内容服务产业的数字化升级。

一体化敏感内容管理系统
推动内容治理精准高效

国广东方自主研发的“基于智能词库构建跨平台 AI 数据内容服务平台”，针对行业内容合规治理痛点，集成敏感词管理、多级分类、合作方接口管控、系统权限与日志审计等功能，实现敏感内容从创建、编辑、分类到标准化输出、接口调用、风险拦截的闭环管理。多级分类与精细化风险标签可覆盖内容监管的重点维度，支持灵活配置与定制化扩展，实现接口调用可管可控、操作行为全程留痕。目前，平台已形成词库输出、接口调用、定制服务等稳定商业模式，为多元场景提供合规支撑，助力内容审核行业向智能化转型。

仿生人面部关键技术
提升情感交互体验

“仿生机器人面部驱动与多模态情感计算关键技术”面向孤独经济与人机交互需求，以可量产、可 IP 化的头部模块为载体，打造具身情感终端。项目自主研发的情感计算模型可将生理信号转化为 52 维 FACS（面部动作编码系统），驱动 50 余种微型伺服或形状记忆合金“人工肌肉”，在 0.1 秒内完成微表情响应，能够灵活应用于酒店服务、康养陪伴等场景，为仿生机器人的情感表达与自然交互提供支撑。

本次获奖，是对国广东方长期坚持技术创新、深耕行业应用的积极肯定。未来，国广东方将继续提升自主研发能力与产品服务水平，加快推动科技成果向实际应用转化，以更加稳健的技术积累和更加务实的业务布局，为数字经济高质量发展贡献积极力量。

3. 相关政策法规

（1）9月1日起，《微短剧发展管理办法》正式施行

2026年08月03日来源：国家广播电视总局

7月30日，国家广播电视总局公布《微短剧发展管理办法》。《办法》提到，鼓励微短剧与经济社会各领域、各行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，促进微短剧赋能千行百业。

支持外向型微短剧创作生产和传播，为境外主创人员参与微短剧创作提供便利，支持优秀微短剧境内外同步播出。鼓励和支持微短剧行业开展平等互利的国际交流与合作，促进中外文明交流互鉴。

国家广播电视总局令 第16号

《微短剧发展管理办法》已经2026年7月27日国家广播电视总局局务会审议通过，现予公布，自2026年9月1日起施行。

国家广播电视总局局长：曹淑敏 2026年7月30日

（2）两部门印发《安全应急装备产业发展“十五五”规划》

2026年08月14日来源：工信微报

大力发展安全应急装备产业，是满足日益增长的安全应急需求、提升本质安全水平和国家防灾减灾救灾能力的重要举措，是贯彻落实“人民至上、生命至上”理念的必然要求，对支撑平安中国和制造强国建设具有重要意义。为推动安全应急装备产业高质量发展，工业和信息化部、应急管理部近日联合印发《安全应急装备产业发展“十五五”规划》（以下简称《规划》）。

《规划》坚持以人民为中心的发展思想，统筹发展和安全，锚定基本实现新型工业化目标，为全面提升行业本质安全水平与防灾减灾救灾能力提供产业支撑，以高水平安全保障高质量发展，助力实现中国式现代化。《规划》明确了“十五五”期间，安全应急装备产业发展目标，聚焦产业发展关键环节，从加强产业创新、促进装备推广应用、培育壮大产业主体、优化产业生态4个方面，细化提出15项具体任务，部署5个专栏。预计到2030年，安全应急装备产业规模、技术水平、产品质量、应用深度和广度显著提升，家庭社区安全应急产品配备水平进一步提高；重点领域产业规模达到1.4万亿元，建设10个竞争力强的安全应急装备产业集群、70个产业特色园区；形成一批国际竞争力强的龙头企业，培育一批专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。

下一步，工业和信息化部、应急管理部将统筹做好《规划》组织实施，加强部门协同、央地联动、供需对接，强化政策供给和行业指导，动态评估实施情况，保障完成《规划》目标任务。

（3）广电总局发布真人、AI和互动微短剧分类分层标准

| 国家广电总局网络视听司 | 2026-08-18

为更好贯彻执行即将于9月1日起施行的《微短剧发展管理办法》（国家广播电视总局令第16号），并衔接现行微短剧有关管理规定，现就不同类别微短剧分类分层标准有关

内容提示如下：

一类微短剧是指主要剧情涉及政治、军事、外交、国家安全、统战、民族、宗教、司法、公安等特殊题材，或者投资额度达到 300 万元及以上的以真人表演为主的微短剧（以下简称真人微短剧）、投资额度达到 80 万元及以上的以 AI 生成为主的微短剧（以下简称 AI 微短剧）。一类微短剧由国家广电总局实施备案公示、省级以上广电主管部门进行成片审核，审核通过后获得《微短剧发行许可证》。

二类微短剧是指投资额度在 100 万元（含）至 300 万元之间、且为一般题材的真人微短剧，以及投资额度在 30 万元（含）至 80 万元之间、且为一般题材的 AI 微短剧。二类微短剧由省级以上广电主管部门进行成片审核，审核通过后获得批准文件。

三类微短剧是指投资额度不足 100 万元、且为一般题材的真人微短剧，以及投资额度不足 30 万元、且为一般题材的 AI 微短剧。三类微短剧由相关网络视听平台履行内容管理职责，进行播前审核并标注节目编号。

对于互动微短剧（具有游戏特征，以分支叙事形成多个情节供用户选择，相当于一组存在内在关联的微短剧集合），根据其主要内容由真人拍摄、制作或者由 AI 生成、制作，分别执行以上管理标准。

（4）广电总局网络视听司发布“三农”题材微短剧管理提示

2026 年 08 月 24 日来源： 广电视界

8 月 21 日，国家广播电视总局网络视听司发布管理提示，聚焦“三农”题材微短剧创作。该管理提示恰逢《微短剧发展管理办法》即将于 9 月 1 日正式实施之际，既是对“微短剧+”行动计划赋能“三农”发展的进一步深化，也是对乡村题材创作生态的一次精准把脉与悉心引领。

在微短剧日益成为大众文化消费重要形态的当下，这份提示为乡村题材的影像表达标定了精神坐标，也为乡村振兴的影像叙事打开了更广阔的天地。

（5）姜辉已任中宣部副部长

2026 年 08 月 28 日来源： 广电业内

据山东省政府网消息，8 月 27 日，第十六届中国国际数字出版博览会主论坛在济南举行。中央宣传部副部长姜辉，山东省委副书记、省长周乃翔出席。

上述消息显示，姜辉已任中宣部副部长。

姜辉，男，汉族，1969 年 11 月生，研究生，法学博士，中共党员。第二十届中央候补委员。

姜辉在中国社会科学院工作 20 余年。2012 年 2 月任信息情报研究院党委书记、副院长；2018 年 9 月任马克思主义研究院党委书记，当年 11 月任院长。

2018 年 12 月，姜辉任中国社科院党组成员、当代中国研究所所长（副部长级）；

2021 年 7 月，任中国社科院副院长、党组成员。

2022 年 4 月，姜辉赴任重庆，任重庆市委常委、宣传部长。至此番履新。

4. 与广电相关的标准

（1）国家广播电视总局发布 3 项行业标准

2026 年 08 月 03 日来源：国家广播电视总局

国家广播电视总局组织审查了《调频频段数字音频广播单频网技术要求》《调频频段数字音频广播 数据广播》和《调频频段数字音频广播实施指南》等 3 项标准文件，现批准为中华人民共和国广播电视和网络视听推荐性行业标准，予以发布。

标准编号为：

GY/T 431-2026 《调频频段数字音频广播单频网技术要求》

GY/T 432-2026 《调频频段数字音频广播 数据广播》

GY/T 433-2026 《调频频段数字音频广播实施指南》

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

5. 广电行业动态与分析

（1）广东省广电局赴横琴开展微短剧产业发展专题调研

| 广东省广播电视局 | 2026-08-04

7 月 30 日，为落实中央港澳办和省政府领导指示要求，省广电局党组成员、副局长钟庆才带队赴横琴开展微短剧产业发展专题调研，并组织召开座谈交流会。横琴粤澳深度合作区民生事务局副局长苏凯慈，文化康体处相关负责同志，省广电局网络视听节目管理处、规划财务处负责同志参加调研。

座谈会上，双方围绕横琴粤澳深度合作区特殊制度、微短剧行业管理新规、琴澳跨境合作、产业扶持政策、海外市场开拓、产业生态培育等议题展开深入交流研讨，全面梳理横琴微短剧产业发展优势、现存短板与发展机遇，针对性探讨产业规范化、规模化、国际化发展的务实举措。

会上，钟庆才副局长立足全省视听产业发展大局，结合横琴实际，从怎么看、怎么办、怎么干三个维度，系统阐述了横琴微短剧海外基地建设的核心思路、实施路径和工作举措：在“怎么看”上，要锚定错位竞争、琴澳协同、数字赋能、跨境贸易四大核心方向，认清横琴微短剧产业的独特区位优势、产业优势和出海发展机遇，找准产业发展定位；在“怎么办”上，要紧扣研判优势、精选赛道、明确定位、精准布局、确保安全五项原则，谋划产业发展路径，筛选优质赛道，统筹推进产业布局，严守行业安全底线，推动产业规范有序发展；在“怎么干”上，要落实成共识、定方案、抓落实的工作闭环，合作区各部门协同联动，细化工作方案，压实工作责任、狠抓落地执行。

下一步，省广电局将持续聚焦微短剧产业规范化、精品化、国际化发展，持续强化政策指导、行业监管、资源赋能，精准对接横琴产业发展需求，助力其打造极具影响力的微短剧出海基地，为全省文化产业提质升级、对外文化交流赋能增效。

（2）3 亿研发经费，超六成数字文化收入，山东广电科技创新激发新动能

2026 年 08 月 17 日来源：闪电新闻

山东广电传媒集团是山东省委、省政府批准设立的省管国有大型文化企业，为省属一级企业、综合运营类媒体产业集团，纳入省国有文化资产管理理事会监管企业范围，是山东广电文化创新与产业发展的市场主体和运营管理平台。

2016 年 8 月，山东广电传媒集团有限公司挂牌成立。十年来，集团坚持党建引领、双效统一、目标导向、底线思维，锚定“成为山东广电全面发展的重要利润中心，长视频、短视频创作与人才培养的高地，山东文化产业新业态新模式的探路者，全国广电媒体融合发展的技术创新的排头兵”战略目标，建设成为主业突出、实力雄厚、融合发展的现代传媒产业集团，综合实力位居省级广电产业板块前列。

科创赋能

山东广电传媒集团深入贯彻落实国家文化数字化战略和山东省行动计划，坚持创新驱动发展，聚力突破关键技术，加速推动成果转化，不断培育壮大新质生产力，构建起数字赋能、技术领先的数字文化产业新生态，为山东广电高质量发展插上“科技翅膀”。

科创投入持续加码 创新基础不断夯实

集团始终将科技创新摆在发展的核心位置，研发投入稳步增长、人才队伍日益壮大。自成立以来，集团研发总投入累计超 3 亿元，2025 年研发投入强度达 3.5%。现有研发人员 317 人，占总人数的 17%，其中本科及以上学历占比 97%，一支高学历、年轻化的创新团队成长为技术突破的核心力量。5 家数字文化企业蓬勃发展，其中 4 家通过国家高新技术企业认证，布局建设国家、省、市级技术创新平台 14 个，下设 6 个研发中心，创新体系日趋完善。

核心技术突破攻坚 技术底座更加坚实

聚焦网络视听、媒体融合、虚拟视觉等关键领域，集团持续推进技术研发与应用落地。广播电视、互联网、媒体融合 3 条技术演进路线协同发展，“IPTV 全内置一体化”、超高清、人工智能、云计算等核心技术深化应用，自主建成文化数字智能开放服务平台、生成式人工智能创新应用平台等 5 大数字平台。海看股份公司发布《人工智能应用创新发展纲要》，布局六项重点任务，攻坚关键核心技术国产化难题，实现 AI 技术链自主可控。

成果转化成效显著 数字业务蓬勃发展

科技创新与产业发展深度融合，成果转化跑出“加速度”。2025 年该收入占总营收比重突破 60%，成为集团核心增长点。推出媒体融合、智慧文旅等领域技术服务 33 项，人工智能技术应用 28 个，累计取得专利 200 件、软件著作权 440 件，获国际专利认证 1 项，参与制定国家及行业标准 5 个，获得王选新闻科学技术一等奖、第 37 届华东电视技术年会技术进步一等奖等国家级、省级科技奖项 106 个，发表专业论文 69 篇。广电信通公司技术对外输出 18 个省市，为海军、新华社、国家广电总局等提供优质服务。科创成果不仅赋能集团自身发展，更在行业内发挥了积极示范作用。

科技赋能产业，创新决胜未来。山东广电传媒集团以持续创新的技术研发、扎实落地的数字平台、显著转化的科创成果，稳步走在广电行业技术变革前沿。面向未来，集团将持续深化科技与文化融合创新，为构建智慧广电生态、推动文化产业数字化转型贡献山东广电方案。

（3）从湖南短剧到上海频道号:大屏真正的拐点,藏在“琐碎事”里

流晓生| 流媒体网| 2026-08-17

近日湖南整理了一批可以直接送上电视的微短剧，上海重新排了有线电视频道序号，江

西 IPTV 改了一个鼓励用户上传家庭视频的小程序，电视数据企业则出现在一份数据智能产业图谱里。

把这些动作摆在一起，意思就不一样了。地方大屏过去不太缺内容，也不太缺功能，真正麻烦的是中间那一截：片子怎么过审、转码、编排，频道怎么让人找得到，用户怎么愿意参与，数据最后又怎么变成经营判断。这些事不显眼，却最磨人。最近的变化是，越来越多机构开始认真补这一层。

1、湖南这次做的，不只是把短剧搬上电视

湖南首批 286 集微短剧已经完成内容审核、版权清理、大屏制式转码和标准化包装，总时长超过 4000 分钟。处理后的内容进入全省广播电视和网络视听节目交流共享资源库，供市县电视台和融媒体中心使用；截至报道时，下载量已经超过 2400 次。

短剧上电视并不新鲜。新意在于，有人把基层台最头疼的几道工序先做了。市县台通常不是完全找不到片子，而是没有足够的人手和预算，一部一部核版权、审内容、改制式，再重新编排。省级平台把这套活集中做完，基层拿到的就不再是一堆“可能播”的素材，而是更接近成品内容。

这套办法能不能长期跑下去，还要看后续更新频率、实际播出量和版权成本。但它至少把问题找准了。家庭大屏要接住微短剧，拼的不是谁先开一个专区，而是谁肯把审核、转码、标签、包装这些琐碎工作做扎实。

2、频道表和积分，看着小，其实最考验耐心

上海东方有线 8 月 14 日公布频道序号优化方案。同一频道的超高清、高清和标清版本不再各占一个序号，机顶盒会按照设备能力自动匹配画质，用户输入旧序号也能跳转。差不多同一时间，江西 IPTV 更新“星耀客厅”小程序，用签到、视频上传和积分奖励，鼓励家庭用户把自己的生活内容送上电视。

一个在整理频道表，一个在做家庭视频，原本不是一回事。但它们碰到的是同一个老问题：大屏功能不少，真正用起来却经常多一步、绕一点。频道版本太多，用户记不住；上传入口做出来了，没有反馈，用户也懒得再来。

所以，这些小改动反而值得看。频道序号改完之后会不会越用越乱，老机顶盒能不能顺利适配；家庭视频上传之后谁来审核，积分能不能让用户持续参与，这些细节决定了改版是一阵热闹，还是一项能留下来的能力。大屏运营最费功夫的地方，往往就在这里。

3、电视与文娱数据，正在被放进更大的数据智能产业里讨论

8 月 13 日，勾正科技披露入选《2026 中国数据智能产业图谱 1.0 版》的广告营销、大数据分析平台和文娱三条赛道。电视数据过去更多用来说明“有多少人看”，现在行业希望它还能回答更多问题：谁看了，在哪块屏上看，看完之后发生了什么，广告投放有没有浪费。对 IPTV、OTT、智能电视和广告主来说，数据如果只能出现在月报里，价值有限；能不能接进内容评估、用户运营和广告系统，才是下一步。

大屏数据的位置变重要了，至于值多少钱，还得拿方法和结果说话。

（4）湖南广电 9 部作品入选国家级扶持项目

| 芒果 TV | 2026-08-18

近日，国家广播电视总局公布 2026 年广播电视公益广告扶持项目评审结果，湖南广电共计 9 部优质公益广告作品成功入选广播、电视扶持名录，湖南卫视获评传播机构类扶持。国家广播电视总局公益广告扶持项目是国内广播电视公益领域的权威评定，本次入选彰显了湖南广电的公益初心与内容创作实力。

（5）网络音频及播客业务高质量发展座谈会召开

2026年08月24日来源：国家广播电视总局

8月21日，国家广播电视总局网络视听节目管理司召开网络音频及播客业务高质量发展座谈会。会上，广电总局发展研究中心发布《2026年网络音频发展报告》，中国传媒大学课题组发布《中国视音频播客发展现状及监管政策调研报告》，与会代表围绕网络音频和播客业务繁荣发展与规范管理进行了座谈交流。

据两份行业报告显示，2025年我国互联网音频年度付费用户1.88亿户，有声阅读市场营收达到134亿元；播客成为近年来网络音频的增量赛道，听众规模超过1.5亿。行业整体呈现出“平台整合加速、业务形态融合、用户规模提升”的发展态势，正在朝着精品化、规范化、数智化的新阶段迈进。

云听、喜马拉雅、帆书、哔哩哔哩、小红书、小宇宙等平台代表围绕平台发展、现存挑战、精品供给进行交流，提出管理建议。凯叔讲故事、日谈公园和创作者代表分享了精品创作经验和体会。北京大学新媒体研究院、中国网络视听协会代表谈了对行业观察思考与发展建议。北京市广播电视局、上海市广播电视局和广东省广播电视局负责同志就平台规范管理、引导扶持、精品创作提出工作举措。

会议指出，要站在繁荣发展新大众文艺的战略高度，深刻认识发展和规范网络音频和播客业务的重要意义。一是把牢方向导向，做到“导之有力”。明确管理红线与资质要求，推动主流价值充盈平台空间，引领主流社会风尚。二是压实平台责任，做到“管之有效”。切实落实总编辑负责制，加大技术投入，强化审核能力，在算法机制上体现向上向善的导向要求。三是扶持优质内容，做到“扶之有方”。将网络音频和播客纳入季度年度推优和网络视听节目精品创作传播工程，鼓励主流媒体和平台深度融合，畅通创作与商业良性循环。四是提升治理效能，做到“治之有恒”。广电行政管理部门要加强属地指导监督，提升监管能力与治理效能。行业协会要积极推动形成风清气正的行业生态。

广电总局网络视听司、发展研究中心、信息中心、信息网络中心，中国网络视听协会，省级广电行政主管部门，网络视听平台、音频制作机构、创作者和专家学者等参加座谈。

二、会员企业信息

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

1. 北电科林 107 号院开展综合消防联合演练

为压实园区消防安全主体责任，完善属地、社区、园区多方应急联动机制，近日，北电科林 107 号院联合东城区应急管理局、北新桥平安办、北新桥消防救援站、九道湾社区开展二级火灾疏散及初期小火扑救综合消防演练，园区物业员工、园区相关方保安人员、保洁人员参与此次演练。

本次演练模拟真实火情场景，模拟从火情上报、全域预警、分区疏散、现场警戒、初火扑救、应急救护全流程应急处置链。演练模拟 C 座二层杂物起火，园区第一时间启动二级火灾疏散预案。工作人员联合社区网格员引导全体参训人员捂住口鼻、弯腰低姿，分两条路线有序撤离充满模拟浓烟的楼道，全程杜绝逆行、乘坐电梯、拥挤滞留等危险行为。同步规范完成楼层清场、特殊人群帮扶、集合点人数清点等各项应急操作，整体疏散过程规范有序、高效顺畅。

2. 博汇科技再获国家级广电科技创新奖

近日，经国家科技部批准设立，由中国广播电视设备工业协会主办的 2025 广播电视科技创新奖（国科奖社证字第 0158 号）评选结果正式公布，作为视听广电领域权威科创荣誉，本届评选面向全国广电企业、科研机构及运营商征集申报，最终遴选出 31 个优质获奖项目。



其中，博汇科技联合中移（杭州）信息技术有限公司打造的“移动高清大屏监测中心综合展示处理一体化平台”斩获科技创新三等奖。至此，博汇科技实现连续五年摘得该科创大奖，技术创新能力获得行业持续认可。

此次获奖项目精准锚定移动高清大屏业务发展的核心趋势，深度整合咪咕、腾讯、爱奇艺、芒果等主流视听资源，汇集世界杯、奥运会等超 10 万部优质点播内容，搭建了丰富的大屏内容矩阵。

针对海量内容运营，该项目搭载博汇科技自研核心技术，实现多项关键突破，凭借端云协同高性能监测技术攻克高并发、大数据处理瓶颈；依托跨模态 AIGC 智能监测技术，联动边缘核验与云端大模型实现审核精度与处理效率同步提升；通过音视频多模态智能诊断决策技术自动执行监测任务、深度溯源业务故障，达成运维全流程智能自主。

目前，该项目已完成规模化商用落地，标准化解决方案覆盖全国 31 个省市，持续推动网络视听智能运维迭代升级，助力家庭高清生态不断进化，有效实现业务降本、提质、增效，为行业数字化、国产化转型提供标杆实践。

3. VEGA H2 获特别推荐项目，博冠全系超高清产品线完整呈现

8月22日，第三十三届北京国际广播电影电视展览会（BIRTV 2026）在中国国际展览中心（朝阳馆）圆满闭幕。

BOSMA 博冠携手国产电影镜头品牌长步道亮相 1 号馆 1A132 展位，展出覆盖 M43 至全画幅的全系超高清摄像机产品，吸引了国内外众多专业用户驻足体验。

展会期间，博冠 6K 全画幅摄像机 VEGA H2 获得“BIRTV 2026 特别推荐项目”第一位殊荣。

该奖项由 BIRTV 组委会组织行业专家评审，从技术创新性、产品完成度及行业应用价值等维度综合评定。VEGA H2 以突破性的技术创新与产品力获得评审组最高评价。

4. 博汇科技两大“安播王牌”护航微短剧审核&直转播安全

8月19日，在 2026·BIRTV 监测监管与视听安全论坛上，博汇科技受邀发表题为《从微短剧到直转播：AI 构建全媒体内容安全防线》的主旨演讲。聚焦微短剧智能审核、节目直转播智能监测两大业务，重磅展示“慧审”网络视听审核系统与“慧巡”直转播智能监测系统，交出了“人机协同、秒级响应”的破局答卷。

微短剧智能审核：从“表面识别”到“深度理解”

1、针对广电总局关于微短剧治理、AI 生成内容标识等最新管理要求，由博汇科技研发的「慧审-网络视听审核系统」，作为播前审核业务的智能核心工作台，是赋能视听审查提质增效、合规风控的核心智能中枢。

○四层认知跃迁：历经“基础视听感知—>多模态理解—>深层语义推理—>广电专属知识库”，彻底跳出“只看表面、不看语境”的局限，真正读懂剧情逻辑、表达意图和价值导向。

○双模协同防线：创新采用“专用小模型高并发初筛+大语言模型深度研判”架构，不仅精准覆盖涉政、低俗、虚假标识及错别字等违规内容，更能借助上下文语境完成二次去噪削减误报率，让一线审核员“敢信、愿用、审得快”。

○业务无缝衔接：打通“流转-审核-反馈-归档”全流程电子化，适配各级监管单位、视听平台、播出机构的运营需求。系统成功落地北京局网络视听节目播前审核、黑龙江 IPTV 播控平台播前智能审核等标杆项目，其稳定、精准、高效的实操能力获得行业高度认可。

2、随着《〈广播电视安全播出管理规定〉安全播出事故管理实施细则（试行）》深化落地，重点频道的直转播保障面临更高考验。博汇科技打造「慧巡」直转播智能监测系统，以 AI 时序分析与音视频一致性比对技术为核心，构建全流程、秒级、闭环的智能监测体系。

○硬核实战性能：系统攻克复杂信号适配、跨链路数据同步、高精度智能预警等多项技术难题，实现电视信号 1 秒检出异常、2 秒快速确认，广播信号 10 秒内推送预警，全面解决人工巡检滞后、漏判与误判难题。○复杂环境自适应：系统具备自适应大时延、自动识别延播监测、精准报警等特点，并可无缝适配各类厂家前端系统与监测平台，快速完成智能化升级。

○监管落地验证：系统已在全国各级广电监管部门及播出传输单位逐步落地，并凭借亮眼的实战表现收获宁夏广电局专项致谢肯定，为广电直转播安全保障提供硬核技术支撑。从微短剧的百舸争流到直转播的万无一失，全媒体内容生态的繁荣，始终需要坚实的安全底座作为支撑。博汇科技将持续以 AI 技术重构安全边界，与行业伙伴同行，共同筑牢全媒体时代坚不可摧的视听护城河。

5. 南京熊猫近期要闻一览

1、“科技雏鹰”进“熊猫” 绿色智造启新程

8月10日，由中国电子团委主办的“科技雏鹰中国电子行”主题实践交流活动在南京启动。来自中国电子对口帮扶地区的24位师生代表首站走进南京熊猫所属熊猫制造的绿色智能工厂，了解智能化生产线运作流程。参访团先后参观了SMT生产车间及产品展厅，分组体验看板管理，并开展镊子夹元件实操活动，现场互动热烈。当日下午，公司技术专家刘生讲授工业机器人主题微课，深入浅出讲解前沿技术与应用场景，与师生积极问答互动。此次活动充分展现了公司在绿色电子制造和智能装备领域的技术积淀与创新活力。

2、熊猫信息全流程护航 筑牢南京地铁1号线通信数字底座

日前，南京地铁1号线通信系统改造工程开工仪式在小行车辆基地试车线举行，标志着这条运营二十余年的骨干线路正式开启智慧化通信升级。目前首批传输与LTE设备已进场，南京熊猫所属熊猫信息技术团队同步进驻现场，与各单位紧密协同，全速推进设备安装、线缆布设联调测试等工作。本次改造完成后，南京地铁1号线将实现通信容量大幅提升、运维效率显著优化，为后续全场景智能化升级筑牢坚实基础。

3、中埃携手育英才 轨道交通AFC专项培训圆满收官

近日，由熊猫信息承办的埃及学员轨道交通自动售检票系统(AFC)专项培训圆满落幕。22名埃及学员围绕AFC技术体系、核心设备、软件平台及工程实践等内容，接受了为期五天的系统化学习。培训采用理论授课、现场参观、实操训练与案例分享相结合的模式，学员深入生产车间与测试平台，直观了解AFC设备研发生产测试全流程，并重点学习了公司承建的埃及斋月十日城铁路AFC项目建设成果与经验。此次培训有效搭建起中埃智慧交通技术互通、人才共育平台。

(本期结束)