

视频行业动态月报

2017年1月

统计周期：2017年1月

统计范围：IPTV、OTT、互动电视、VR、网络流媒体行业政策、数据及动态

一、 本月观察.....	5
中国 IPTV 变迁之路（2004-2016）	5
2017 IPTV，运营致胜	14
运营商 2016 年成绩单出炉.....	20
三大运营商 2017 年战略布局.....	27
工信部发文整顿互联网接入服务市场.....	29
促进移动互联网健康有序发展意见出台	30
二、 国内宏观政策	30
1、行业最新政策.....	30
信息基础设施重大工程建设方案出炉	30
TD-LTE 获国家科学技术进步奖特等奖.....	31
电视播出二维码技术要求通过审核.....	31
江苏印发广电融合发展计划.....	32
海南印发户户通实施方案.....	32
2、领导讲话精要.....	32
聂辰席：2017 年广播影视工作重点	32
张维海：广电 2017 年将加快手游审核流程	33
3、重要人事动态.....	33
联通原高管王竑弢离职.....	33
广电总局科技司司长王效杰离任.....	34
廖朝晖任湖南有线董事长.....	34
郑蔚离职加盟今日头条任副总裁.....	34
阿里巴巴多名高管轮岗.....	34
小米副总裁雨果·巴拉宣布离职.....	35
华数传媒副总裁刘宁子辞职.....	35
三、 市场动态	35
1、电信运营商.....	35
中国电信公布 2016 年光纤采购结果.....	35
中国联通 IPTV 平台质量监测系统招标.....	36
广东电信 IPTV 智能语音系统招标.....	37
咪咕视讯 2016 互联网电视 IPTV 试验局项目招标.....	37
中国电信发布《智能光纤宽带白皮书》	37
中国电信启动 NB-IoT 七省 12 城大规模试验	38
中国电信引入百亿民资盘活宽带市场.....	38
中国联通制定首个国际云计算框架标准.....	38
财联社就流量劫持起诉中国联通.....	39
四川电信 IPTV 首开扶贫专区.....	39
北京移动推 4G 套餐免费送 4K 机顶盒	39
四川移动推宽带电视“先装后付”服务	40
2、OTT TV.....	40
芒果 TV 专区落户重庆有线.....	40
东方明珠新媒体改名.....	40
华数携手乐视体育打造超级体育专区	41
南方新媒体联合腾讯推出 OTT 盒子	41

互联网电视品牌微鲸布局线下渠道	41
小米电视正在内测关机广告	41
勾正联合欢网打造实时收视平台	42
3、广电运营商	42
湖南 IPTV 集成播控平台通过总局验收	42
广电大数据合资公司将成立	42
新疆广电网络 “今日电视” 上线	43
广东广电网络投资百亿打造智能网络	43
湖北广电网络进入全省一网时代	43
陕西广电网络开展智能终端联合运营	44
四川攀枝花开展地面电视整改退费工作	44
中国国际电视台开播	44
4、互联网视频	45
搜狐视频诉暴风影音胜诉	45
PPTV 聚力或改名苏宁视频	45
新华网与人民法院开展庭审直播合作	45
乐视发布直播营销一体式自助化平台	45
5、VR	46
华数加入虚拟现实产业联盟	46
央视鸡年春晚推出 VR 全景直播	46
爱奇艺推出 VR 一体机	47
暴风集团切入 VR+旅游	47
百度成立 AR 增强现实实验室	47
ODG 联手咪咕推中国版 AR 眼镜	47
大朋 VR 新一轮融资超千万美元	47
IDC 预测 2017 年中国 VR 市场增长 441.2%。	48
BBC 携手 Oculus 打造 VR 体验	48
谷歌 Daydream 平台上线首款社交应用	48
阿里巴巴 600 万美金投资 AR 厂商 Lumus	48
HTC 建立 1000 万美元 VR 基金	49
6、资本市场	49
三大运营商出资中国互联网投资基金	49
金亚科技并购卓影科技拓展 IPTV 产业链	49
乐视宣布融资 168 亿元	50
新疆广电组建北京未来媒体科技公司	50
2016 电影三巨头市值蒸发 1200 亿	50
7、其它互联网相关	51
北京网信办关闭多家违规网站	51
招商局与腾讯签订互联网+合作协议	51
阿里巴巴 8 亿美金赞助国际奥委会	51
腾讯成立新的音乐集团	51
8、海外市场	52
欧盟计划将 OTT 服务纳入监管	52
Facebook 欲获取更多电视广告预算	52

Facebook 欲在视频中插播 15 秒广告	52
YouTube 为视频直播开发付费弹幕	53
近日头条收购美国短视频应用 Flipagram.....	54
传 Verizon 有意收购有线电视运营商.....	54
康卡斯特宣布进军智慧家庭领域.....	54
挪威 2017 年将停止 FM 声音广播	55
德国有线电视运营商推出 4K 机顶盒.....	55
印度模数转换进程接近完成.....	55
菲律宾拟推出国家宽带计划.....	55
四、 市场数据	56
1、 IPTV 收视数据	56
2、 网络视频数据.....	58
我国网络视频用户达 5.45 亿户.....	58
我国付费视频用户超过 7500 万.....	58
3、 IPTV/OTT 数据.....	59
我国 IPTV 用户达 8673 万户	59
河南 IPTV 用户达 315 万户	59
陕西电信天翼高清用户达 339 万.....	59
广东联通沃 TV 用户超百万.....	59
海信智能电视用户突破 2300 万.....	60
TCL 智能电视用户突破 1800 万.....	60
2018 年智能电视保有量将近 2 亿台	60
三大运营商 4K 用户近 3000 万.....	61
4、 广电行业数据.....	61
中国广电发布 2016 年收视数据.....	61
湖南广电 2016 年营收超百亿.....	61
福建广电网络有线电视用户近 740 万.....	62
5、 宽带用户数据.....	62
三大电信运营商 12 月运营数据.....	62
2017 年全国行政村通光纤比例超 90%.....	63
陕西 2016 年新建住宅 100%光纤到户.....	63
江苏电信宽带用户数突破 1700 万.....	63
青海省新增 22.2 万固定宽带用户	64
6、 其它市场数据.....	64
2016 中国彩电市场规模破 5000 万.....	64
中国电视销售均价首超美国.....	65
7、 海外相关数据.....	65
Netflix 全球用户达到 9380 万	65
2016 年全球液晶电视出货增长 1.6%.....	66
2016 年全球曲面液晶电视销量约 900 万台.....	66
五、 附录	66
政策文件.....	66
关于清理规范互联网网络接入服务市场的通知.....	66
信息基础设施重大工程建设三年行动方案.....	71

关于促进移动互联网健康有序发展的意见.....	75
2016 年芒果 TV 运营商业运营数据年报.....	81
每月报告精选（附文档）	108
CNNIC 第 39 次中国互联网发展报告	108
中国网络视频市场盘点专题.....	111
2016 年中国视频行业付费市场研究报告	112
2016 OTT 广告价值蓝皮书	114

一、本月观察

中国 IPTV 变迁之路（2004-2016）

自 2004 年国内开展小规模 IPTV 试验以来，IPTV 已运营探索了十多年。其发展过程起起伏伏，前期用户增长缓慢。但道路的曲折并没有阻碍这个产业的发展壮大，据 point-topic 统计，2016 年全球 10 大 IPTV 运营商 Q3 用户数据显示，中国电信以 5370 万高居榜首，中国联通以 1887 万位列第二。中国电信和中国联通在 IPTV 的用户数量上超过了后面 8 强的总和，领跑全球。

2004 年

中国的 IPTV 发展史，是一个戴着镣铐跳舞的过程。

2004 年，中国电信和网通在实验室积极测试 IPTV 的同时，也在一些地方进行了小规模的用户试验。但业务模式以点播为主，规模有限，视频质量也不尽人意，而且更多依赖 PC 终端。截至 2004 年底，国内 IPTV 用户数量为 4.6 万户。

2005 年

2005 年，国内第一张 IPTV 牌照正式颁发，成为 IPTV 商用的催化剂，电信、网通分别在南北几省确立了十几个城市作为 IPTV 试点并进行测试。

2005 年 2 月底，哈尔滨试点用户量为 6000 户以上，同年 5 月，哈尔滨 IPTV 正式商用放号，半个月达到用户入网高峰期，最多是一天有 2000 个用户申请入网。

也是在这一年的下半年，各地电信网通纷纷开始招标。截至 2005 年底，国内 IPTV 用户数量为 26.7 万户。

采购类别	招标主体	招标时间	采购数量
IPTV平台建设	云南电信	2005-01	19000线
	上海电信	2005-06	6000线
	陕西电信	2005-09	30000线
	浙江电信	2005-09	不详
	广东电信	2005-11	100000线
	江苏电信	2005-11	100000线
	四川电信	2005-11	不详
	福建电信	2005-11	不详

(2005 年中国电信 IPTV 试点与招标情况统计)

2006 年

2006 年，受地方业务的博弈，国内的 IPTV 市场出现变数，新年前后，北京、泉州、浙江等地广电发文查封 IPTV，给 IPTV 浇了一盆冷水。有阻力也有动力，广电的频频叫停虽然使 IPTV 的发展受挫，但新发的三张牌照又看到了继续前行的希望。

这一年里，上海电信、武汉电信、安徽电信以及内蒙古联通等地都启动了 IPTV 项目招标。截至 2006 年底，国内 IPTV 用户数量为 45.6 万户。

2007 年

2007 年，国内 IPTV 依然在夹缝中求生存。正在 IPTV 用户迅速增长之际，各地广电纷纷上书广电总局，要求对 IPTV 业务进行限制。不过可喜的是，上海 IPTV 发展表现出强劲势头，2007 年上半年发展了 15 万用户。

也是在这一年，广东电信首次推出 ITV 网络电视；湖北 IPTV 开始试商用；沈阳推出了 IPTV 的节目，包括电视频道、点播节目、信息服务三大部分。

截至 2007 年底，国内 IPTV 用户数量为 120 万户。

2008 年

2008 年，国内 IPTV 利好频传，不但奥运会为其提供了吸引用户体验的良机，宽带产

业也为其制造了机遇。在这一年里，上海电信宣布高清 IPTV 正式试商用，中国电信 IPTV 实验室在上海研究院成立。江苏电信 IPTV 项目放号用户突破 20 万，成为继上海电信后，国内第二个突破 20 万用户门槛的省份。

截至 2008 年底，IPTV 用户数量为 260 万户，增速明显，其中中国电信 IPTV 用户数更是从 2007 年底的 51 万扩张到 180 万。

2009 年

2009 年，随着 IPTV 用户规模的增长，话语权得到提升。《电子信息产业调整和振兴规划》发布，首次明确提出“支持 IPTV(网络电视)、手机电视等新兴服务业发展”。

同时，随着三网融合的推动，IPTV 的用户规模得到进一步增长。2009 年 2 月，福建 ITV 用户突破了 20 万。上海 IPTV 用户数在这一年突破 100 万，成为全球 IPTV 用户数最多的城市。截至 2009 年底，国内 IPTV 用户数量为 470 万户，这不仅仅是规模的增加，更代表了 IPTV 作为极具商业价值的互动媒体平台的重要性正在日益凸显。

采购类别	招标主体	招标时间	采购数量
IPTV终端集采	湖北电信	2009-07	6万台
	中国电信	2009-08	92万台
IPTV平台建设	安徽电信	2009-08	30万线
	甘肃电信	2009-11	不详

(2009 年中国电信 IPTV 招标情况统计)

2010 年

2010 年，各地广电查禁 IPTV 之声不断传出，IPTV 遭遇诞生以来最为集中、最大范围的叫停危机，IPTV 的发展在上半年几乎停滞。在各部门利益的博弈中，三网融合试点方案六易其稿才获通过，第一批试点名单公布。

下半年，中国电信和中国联通纷纷启动 IPTV 项目招标，也昭示了其继续投入的决心。在 2010 年之前，几乎只能看到中国电信 IPTV 的各种招标以及动作，而在 2010 年，中国联通于 8 月启动了招标，在三网融合所列出的 10 个试点城市进行平台建设。

同时，中国电信和中国联通在各地先后开展光纤宽带技术，进行“城市光网”建设。

2010 年 4 月，江苏电信 IPTV 用户数突破 100 万，成为全国除上海外 IPTV 用户最多

的省份。截至 2010 年底，国内 IPTV 用户数为 800 万户。

2011 年

2011 年，三网融合第二批试点名单公布，IPTV 作为三网融合的重要业务形态，进一步迎来其发展的新阶段。同时，宽带提速也成为电信行业发展的一大关键词，这直接关系到三网融合的进程，也关系到 IPTV 的观看体验，进而直接影响用户规模的扩张。

这一年的 8 月，中国电信启动 IPTV 终端集中采购的项目招标，其中 IPTV 标清设备采购为 283 万台，高清设备采购数量为 88 万台，集采数量远超往年。

截至 2011 年底，国内 IPTV 用户数为 1350 万，中国超越法国，成为全球 IPTV 用户最多的国家。

2012 年

2012 年，三网融合迅速推进，IPTV 随着政策的开放得到快速发展。同时，“宽带中国”战略出台在即，为 IPTV 带来基础保障。以 IPTV 的主要推进者中国电信为例，2012 年新增光纤入户覆盖家庭 2500 万户，总数达到 5500 万户以上。新增固定宽带用户 1600 万，用户规模突破 1 亿，其中，新增固定宽带接入互联网家庭 1300 万户，总数达到 8300 万户以上。

截至 2012 年三季度，国内 IPTV 标清机顶盒市场规模达到 2030 万台，中国 IPTV 高清机顶盒市场规模达到 800 万台。在这一年里，中国电信集团和中国联通集团分别启动了 IPTV 机顶盒终端集采项目。

招标主体	招标时间	采购内容	采购数量	详情
中国电信	2012-07	IPTV终端机顶盒	486.4万台	标清机顶盒：354万台
				高清机顶盒：125万台
				智能机顶盒：7.4万台
中国联通	2012-09	IPTV终端机顶盒	133.6万台	标清机顶盒：67.7万台
				高清机顶盒：65.9万台

(2012 年中国电信集团、中国联通集团 IPTV 招标情况统计)

截至 2012 年底，国内 IPTV 用户数为 2300 万户，其中江苏 410 万居首，中国的 IPTV 用户已达到全球 1/4。同时，在这一年里，欧洲的 IPTV 用户数逐渐下降，全球 IPTV 用户的主要增长发生在中国、韩国、日本等亚洲国家。

2013 年

2013 年，政策频繁利好，为 IPTV 健康可持续发展提供有力保障。国务院办公厅 8 月发布的《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》中明确指出要加快广电和电信业务双向进入，在试点基础上于 2013 年下半年逐步向全国推广，鼓励发展交互式网络电视和 IPTV 等融合性业务。

同时，IPTV 播控平台积极推进，三网融合更是正式迈入推广阶段。8 月，国务院《“宽带中国”战略及实施方案》正式颁布，解决了宽带的瓶颈，也为 IPTV 的快速发展埋下了伏笔。

另外，在运营商电视业务的招标集采上，除了中国电信、中国联通的身影之外，尚未获得牌照的中国移动也开始频频现身。中国移动将福建、广东、四川、上海、江西、湖北、安徽浙江以及江苏 9 个省份作为首批互联网电视业务试点城市，并于 8 月 22 日推出了互联网电视产品“I 视界”。

采购类别	招标主体	招标时间	采购内容	采购数量
终端集采	福建移动	2013-04-27	互联网电视机顶盒	不详
	河南移动	2013-10-24	互联网电视机顶盒	2万台
	四川移动	2013-11-08	互联网电视机顶盒	不详
	浙江移动	2013-11-25	互联网电视机顶盒	5万台
平台建设	福建移动	2013-05-03	互联网电视业务管理平台与内容分发系统	不详
	内蒙古移动	2013-06-05	互联网电视平台	不详
	四川移动	2013-09-09	互联网电视平台	不详
	四川移动	2013-09-23	互联网电视牌照提供方	不详

(2013 年中国移动互联网电视招标情况统计)

在这一年里，国内共有 6 个省市的 IPTV 用户规模超过 100 万，分别是江苏、浙江、广东、上海、福建、安徽和陕西。截至 2013 年底，国内 IPTV 用户数为 3100 万(未将中国

移动用户数统计在内)。

2014 年

2014 年，在声势浩大的互联网电视的映衬下，IPTV 显得极其低调。相比前几年的高速扩张，这一年 IPTV 的发展脚步慢了下来。运营商内部“营改增”的税率改革、机顶盒社会化推广模式和 4G 业务投资导向等因素，对 IPTV 的营销模式构成了一定的影响。而在外部则由于互联网电视市场的热闹，导致不少地区在 IPTV 和互联网电视业务间举棋不定。另外，各大运营商间宽带降价竞争则直接影响了捆绑业务的发展。

在这一年中旬，中国电信启动了 200 万台的 IPTV 机顶盒终端集采，此次集采以高清和智能终端为主，无标清，重点推进机顶盒终端智能化。截至 2014 年 5 月，中国电信 IPTV 用户数近 3000 万，其中江苏用户为 530 万。开机率稳定在 80%左右，日均观看时长超过 5 小时。同时，中国电信开始计划推出智慧家庭的概念，试图通过智能终端和智能应用带动整个家庭的信息消费。

值得一提的是，四川电信在这一年里用户量增长迅猛。四川电信大力推动手机、宽带、IPTV 的 169 融合型全业务捆绑套餐，使得宽带离网率下降 60%。截至 6 月，用户 280 万，月均增长 15 万，成为这一年里中国电信 IPTV 和宽带发展增长最快的省份。

中国联通继续保持一盘散沙的发展局面，其内部 IPTV 和 OTT 抗衡斗争。

中国移动继续以 OTT 的名义做 IPTV 的事，以提升宽带为目的明确战略，在 2014 年的互联网电视市场闯出了不小的规模，尤其是在浙江、江西、陕西、四川、福建等多地，用户规模在不断提升。

截至 2014 年底，国内 IPTV 用户数为 4000 万(未将中国移动用户数统计在内)。

2015 年

2015 年，对于 IPTV 来说，是个峰回路转之年，在 OTT 大潮的挤压下，上半年 IPTV 的发展泛泛可陈。下半年，随着政策利好的陆续发布，以及融合电视终端技术的发展与应用，IPTV 开始展露其第二春，并且势头不减，与受政策打压的 OTT 成为鲜明反差。

这一时期的 IPTV 进入智能化发展新阶段，各省市电信已开始采购 4K 智能机顶盒。也是在这一时期，用户对 IPTV 的满意度明显提升。

在这一年里，中国电信 IPTV 正随着三网融合的全面推广，进入新一轮的快速成长期，高清、智能化是这一阶段最为突显的特点。截至 2015 年 10 月，中国电信 IPTV 用户规模

已达 3958 万户，基础业务收入突破 60 亿元，增值业务收入超 10 亿元。其中，江苏电信 IPTV 用户近 600 万，四川电信 IPTV 用户超 700 万，广东电信 IPTV 用户超 400 万。

也是在这一年，四川电信开始将视频业务定位为基本业务，通过以电视为中心的业务思路，在市场上取得了不俗的成绩，成为各地电信运营商学习的样板。

在中国电信的宽带用户中，IPTV 的渗透率为 23%，而中国联通仅 10% 左右。但可喜的是，经历了多年 IPTV 的辗转反侧之后，中国联通终于在 2015 年迎来了从集团到地方的统一部署。尤其是原电信集团董事长王晓初就任联通集团董事长后，对于 IPTV 的重视，也在极大程度上带动了联通 IPTV 的发展。2015 年 9 月，王晓初视察山东联通后，仅一个季度，山东联通的 IPTV 用户数就从刚过 100 万，迅猛增长到近 200 万。

截至 2015 年底，中国电信 IPTV 用户数达到了 4100 万左右，中国联通的 IPTV 用户数也超过了 900 万，国内 IPTV 的总用户数为 5000 万户(未将中国移动用户数统计在内)，已经超过有线体系中可双向交互的数字电视用户。IPTV 作为电视的一种主流形态正式进入中国的电视领域。

2016 年

2016 年，随着“三网融合”和“宽带中国”的全面推进，IPTV 进入发展快车道。在这一年里，三大通信运营商发展电视业务的决心和动作都很大，IPTV 用户增速已远超历年。根据工信部公布的数据显示，截至 2016 年 11 月底，IPTV 用户总数达到 8201 万户，1-11 月净增 3611 万户。

根据流媒体网统计(流媒体网统计数字要比工信部数字略高，但更符合市场实际)，截至 2016 年 12 月底，中国电信 IPTV 用户数为 6700 万，中国联通 IPTV 用户数为 2300 万，中国移动的互联网电视用户数为 2600 万，三大通信运营商电视业务总用户量已经突破一个亿。

据不完全统计，在这一年里，三大通信运营商相继抛出的采购大单中，智能终端设备已超过 6600 万台。其中，中国电信和中国移动都从集团层面启动了招标集采，中国联通虽然还未从集团层面进行集采，但各地方的集采数量也不少。

招标主体	招标时间	采购内容	招标数量
中国电信	2016-02-22	IPTV 4K智能机顶盒	2106万台
中国移动	2016-01-12	互联网电视机顶盒	1069万台
	2016-09-06	安卓智能机顶盒	2000万台
中国联通	准备中		

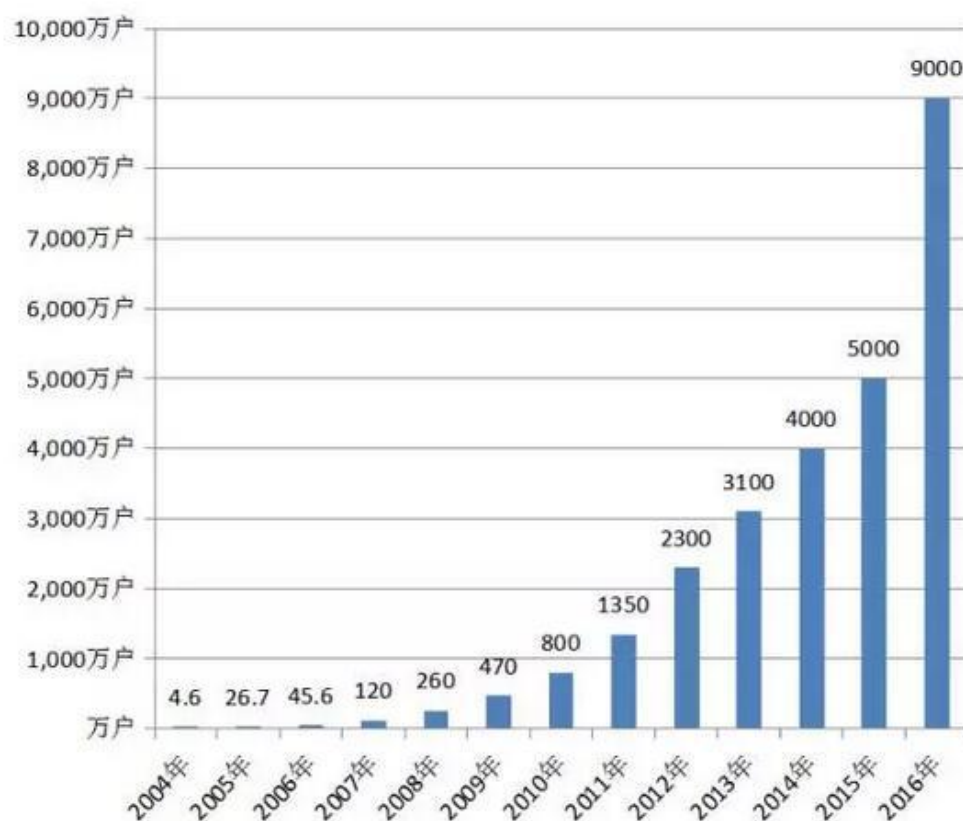
(2016 年三大通信运营商集团层面招标情况统计)

在这一年里,四川电信 IPTV 用户数于 10 月底突破 1000 万大关,成为全球最大的 IPTV 单区域。中国电信 2016 年终端集采数达到了 2000 多万台。中国电信总经理杨小伟表示,将继续扩大 IPTV 用户规模,2017 年实现用户 9000 万户,2018 年过亿户。

尤其值得一提的是,中国移动在这一年的招标终端集采量居三大通信运营商之首,智能机顶盒的招标数达到 3500 万台左右。这得益于“不差钱”的中国移动在这一年里对固网宽带的大力拓展,其固定宽带用户数已经赶超联通,增速远超两位竞争对手,宽带的拓展使其“宽带+手机+TV+智能家居”的策略得以稳步推进。

相较于中国电信和中国移动的大踏步前进,中国联通的 IPTV 用户增速只能算稳步攀升,不过从各分公司的招标情况看来,也是热情空前,4K IPTV 成为其主推业务。

从 2016 年整个 IPTV 的发展轨迹来看,政策上的支持和红利让其得到快速发展,甚至部分省份已经把 IPTV 列入“十三五”重点发展项目。IPTV 业务被三大通信运营商定位为业务,以 4K 内容为卖点的视频业务在全国范围铺展开来。



注：该图表只将中国电信和中国联通的 IPTV 用户数统计在内，未统计中国移动互联网电视用户数。若加上中国移动用户数，三大通信运营商电视总用户量已经突破一个亿。

流媒体网点评：

从 2005 年的不足 30 万用户到 2016 年的 9000 万用户，IPTV 在这十多年的发展进程中，受到国家相关政策、产业整合、市场博弈等多方面的影响，一路走得艰辛且坎坷，前期用户规模增长缓慢。但随着时间的推进，产业进入大视频时代，政策上的支持和红利，通信运营商寻求新增长点的不断探索，以及广电新媒体和通信运营商经历十多年磨合，对彼此业务模式认可之后共同推动 IPTV 发展，使其用户量增长趋势明显。

如果说刚刚过去的 2016 年是 IPTV 的规模大年，那么 2017 年将会是其业务运营之年。大视频时代已经到来，对于三大通信运营商而言，视频+内容+宽带俨然是最有效黏住用户的运营方式。一方面将内容和宽带绑定，实现传统管道的变现和增值；另一方面构建融合视频平台，聚合大量精彩内容，包括 4K 节目、各类应用、视频通讯以及内容推荐等服务，提供更好的视频体验，在留住用户的同时，提升用户的 ARPU 值。

最重要的是，运营商要知道单打独斗是不能有大作为的，深度整合资源才是出路。将视频能力开放给各行业，通过 B2B、B2B2C 等多场景业务，在不断扩大用户规模的同时，获

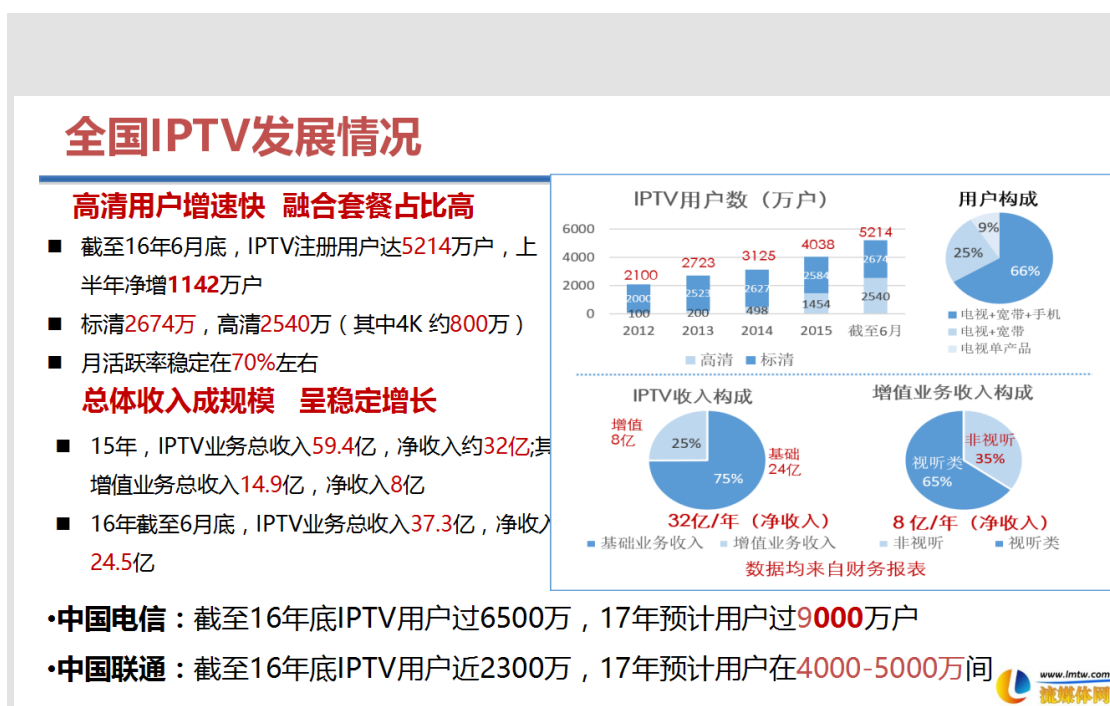
得更高附加值。医疗、游戏、教育、广告等都是视频走向垂直行业的契合点。

2017 年，“多屏化+高清化+交互化+社交化”的内容将会是视频业务消费的核心，现有的 IPTV 平台为适应整个行业的发展趋势，不仅要提供业务，也要提供服务，还需要往更清晰、更丰富、更智能的方向迈进，从以 IPTV 为切入点进入以电视为核心的智慧家庭时代。而 IPTV，作为通信运营商从产品到服务转型的试金石，其价值将日益彰显。

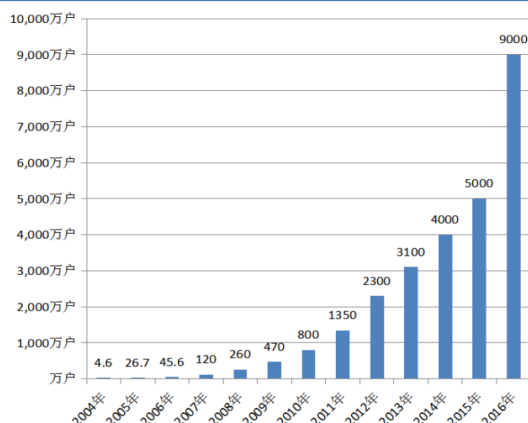
2017 IPTV，运营致胜

根据流媒体网统计，截至 2016 年底，中国 IPTV 用户总数已经接近 9000 万户。此外，2017 年，流媒体网预测，中国电信 IPTV 用户将超过 9000 万户，中国联通 IPTV 用户则预计在 4000-5000 万之间。联通用户数的差异取决于于联通集团对于 IPTV 的战略决性。

市场总体收入方面，2015 年，中国电信 IPTV 业务总收入 59.4 亿，净收入约 32 亿；其中增值业务总收入 14.9 亿，净收入 8 亿；截至 2016 年 6 月底，中国电信 IPTV 业务总收入达 37.3 亿，净收入 24.5 亿。IPTV 市场总体收入稳定增长。而随着规模的增加，2017 年，运营将成为提升 IPTV 产业价值的最为关键因素。2017，赢在运营！



2017：迎接市场红利

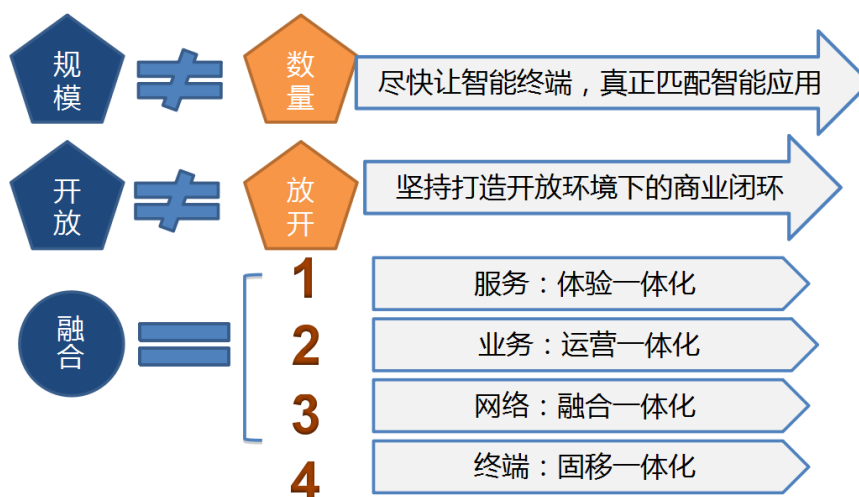


2004-2016年IPTV用户规模



2017

我们要用互联网的思维补全产业细节，但不要
用互联网的行为主导电视产业。



业务面

内容精细化
业务应用化
终端联动化
家庭智能化

运营面

营销媒体化
服务本地化
数据价值化
运营分层化

IPTV业务区分

基础视听类

和

增值业务类(非视听)



首页界面



直播界面



回看界面



点播界面



游戏



购物



卡拉OK



信息

基于电视屏做精视频节目
是留住用户在网关键

结合终端能力，开发增值应用
提升业务活跃度是赢利突破关键

提升体验，减少层级，做好聚合是成长关键



内容精细化

一、直播+

- 从以地域、标签为代表的长直播进入以栏目、标签为代表的短直播（赛事直播、综艺直播）
- 发挥IPTV的聚合价值：聚合短直播，淡化长直播，打造精品轮播
- 挖掘直播的入口价值：直播+点播、直播+应用、直播+电商。。。

二、四化一效应

- **频道专业化，运营频道化。** 标签、垂直、内容与运营分离。
- **节目细分化、体验4K化。** 细分、重构、大数据下的用户定制。
- **龙头凤尾效应。** 以新带旧，盘活存量内容，价值再发挥。专题，专区，热点。

专业人做专业事：媒资和运营的分离



业务应用化

- 定位：从锦上添花到花团锦簇（APP时代）
- 方向：从多多益善到精挑细选
- 手段：发挥运营商的导流能力，孵化业务
- 改变：从应用中找内容 变成 用内容装应用（内容驱动）
- 运营商重平台，重规范，轻运营，少涉足（放水养鱼）
- 视频通话不应只是服务，而是诸多业务的基础服务
- 大平台---小社区，打造圈子文化。（以业务点串用户群）

- 天时：顺势而为，有可为有可不为
- 地利：因地制宜，一二线城市差异
- 人和：随需而变，从看到用的社交服务

协调，均衡视听和非视听的收入解构，提升非视听收入的比例



终端联动化



- 手机是**存量**的第一终端，规模第一
- 电视是**增量**的巨大蓝海，成长性极佳
- 视频消费是**多层次**的，同屏共生
- 固移结合构成用户的消费画像



TV（注意力）

- 电视+应用
- 视听产品及内容服务最大程度吸引用户的关注
- 未来智能生活的家庭中心屏



手机（行动力）

- 电商、广告（同步、精准、互动）、生活服务
- 移动屏的社交价值
- 移动屏作为应用的电视切入口，
- 移动屏成为电视强有力的互补
- 移动屏连接线上线下、构建商业闭环和商业延展。
- 未来智能生活的操控屏

家庭智能化

看：以视频为主，从单向到互动，改变用户的观看体验，形成以用户需求为中心的转移。

用：将智慧家庭、智能家居诸多应用融入电视屏，形成以家庭网关为核心，手机屏为操作平台，电视屏为信息平台的融合场景。

一类为**数据场景**，如医疗健康类，雾霾测试等，在电视屏形成数据曲线，便于用户直观感知，同时结合相关医疗板块或商城等，构成商业模式的组合。

一类为**家居场景**，如控制产品类（开关、电器）实现家庭组网，要基于共建的基础，以时间换空间，以覆盖换机会，以用户的主动行为加引导换取家庭地位的构建

电视屏起到了信息屏的作用。更进一步回归其中心价值的地位。



玩：叠加增值服务，改变电视大屏视频的单一需求，用多元娱乐使用户和电视形成更多的关联。

营销媒体化

IPTV需要二次营销，加强品牌度，提升激活率

- 传统电信业务，发展即收获，
- 新兴电视业务，持续源于宣传
- 媒体化运营：提升影响力

环球小姐，超女初选，广场舞——借势，这是个眼球经济时代，也是发挥群众，聚合粉丝

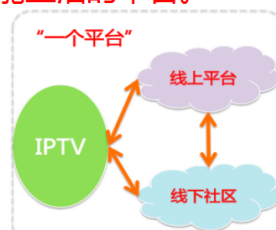
接地气，进小区，做社区，体验营销
接人气，两微一端，热点传播，口碑营销
接时气，互联网思维，品牌营销

- 品牌化营销：提升知名度
- 口碑式传播：强化美誉度
- 多屏间推广：提高激活率



服务本地化

IPTV的区域化电视运营特征日趋明显。要发挥地方运营商的本地化服务优势，将IPTV从视频的入口，转变为智能生活的平台。



以电视屏为基点，社区为服务节点，构建智慧社区，建立服务的O2O模式，电视屏作为信息的传递屏，以满足用户的生活服务为基础，将用户在客厅内的消费链链接到社区的商业循环之中



数据价值化

- 运营商是唯一能把线上线下数据打通的企业；**全局性和相关性**，是体现价值的关键
- 注重用户数据分析，贴近用户，智能化洞察，精准化营销。
- 数据不限于电视，要注注重于手机的横向打通，用户的消费大画像
- 根据数据报告来制定营销策略，抓回用户。

@广东TV(新浪微博)

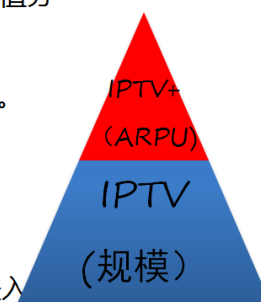
排名	名称	粉丝人数
1	英雄联盟	781219
2	武工队传奇	753534
3	因为爱情有多美	677293
4	爱情面前谁怕谁	546042
5	神枪狙击	524012
6	妈妈再爱我一次	496740
7	风雷动	385725
8	向前胜利前进	314269
9	天狼星行动	222992
10	巨轮	202240



运营分级化

依托现有IPTV的商业模式、用户基础，融合互联网的丰富内容、创新产品和服务思维进行产业革新

- 以IPTV为普遍服务，IPTV+为高端服务，进行用户价值分层和沉淀的挖掘。
- 多元化终端，满足用户的差异化高端需求和用户分层。
- 行业化市场，关注行业市场的渗透和业务定制挖掘。
- 差异化服务，进一步拓展并挖掘高端用户的价值。
- 以现有IPTV为基础的多元演进，从单一的视频业务进入以家庭为主体的智能化服务领域。发挥电信运营商智能管道、运营平台以及运营聚合的优势。



建议

坚定、大力推进IPTV，

建议

构建IPTV+的大视频服务

- 规避政策风险，合法进军IPTV市场
- 提升直播价值，内容+数据=面面俱到
- 宽带融合电视，城市农村齐头并进
- 智能化4K化，体验优势传播到位
- 在IPTV 已建立的市场口碑基础上分层运营
- 发挥政策所赋予的内容引进权，提升平台价值。
- 积极加强与内容方的深度合作。存量不变，增量分成，利益共荣
- 做好内容的二次运营，进行价值再挖掘。
- 发挥运营商固网优势，重视大视频对于运营商的价值
- 在收入稳定增长下，提升非视听服务收入的占比
- 发挥电视和手机的联动和定位，从业务的服务到体验
- 注重大数据研究和运营，数据联系实际

运营商 2016 年成绩单出炉

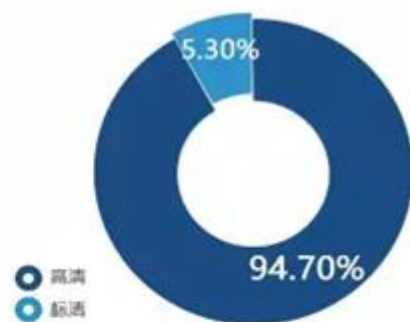
广电关键数据



有线电视用户主要指标	单位	2016	2015	净增
有线电视用户总数	万户	25242.8	25108	134.8
有线数字电视用户总数	万户	20892.9	20198.5	694.4
有线数字化率	%	82.77	80.45	2.32
有线双向网改覆盖用户数量	万户	15127.4	13349	1778.4
有线双向覆盖率	%	59.93	53.17	6.76
有线双向网改渗透用户数量	万户	6735.5	4996.9	1738.6
有线双向渗透率	%	26.68	19.9	6.78
有线宽带家庭用户数量	万户	2576.9	1838.9	738
有线宽带渗透率	%	10.21	7.32	2.89
有线高清用户数量	万户	7749.2	6194	1555.2
有线高清渗透率	%	30.7	24.67	6.03
有线智能终端（机顶盒/网关）用户数量	万户	384.6	186.3	198.3
有线智能终端渗透率	%	1.52	0.70	0.82

视频点播

2016年四季度，我国有线电视视频点播用户（VOD）增长532.2万户，总数达到5108万户，占有线电视数字电视用户的24.45%；其中，94.7%为高清视频点播用户。



高清视频点播、标清视频点播占比情况示意图

2015 - Q4,2016视频点播业务发展



宽带业务

2016年四季度，广电宽带用户增长248.1万户，总量达到2576.9万户，占数字电视用户的比重进一步提升到12.33%。其中，以重庆有线为代表的省/市/直辖市的有线网络运营商，不断加大网络优化和内容平台建设的力度，为广电宽带业务的市场运营作出了良好的示范，起到了引领的作用。■

2015 - Q4,2016宽带业务发展（万户）



2015-Q4,2016有线智能终端用户发展



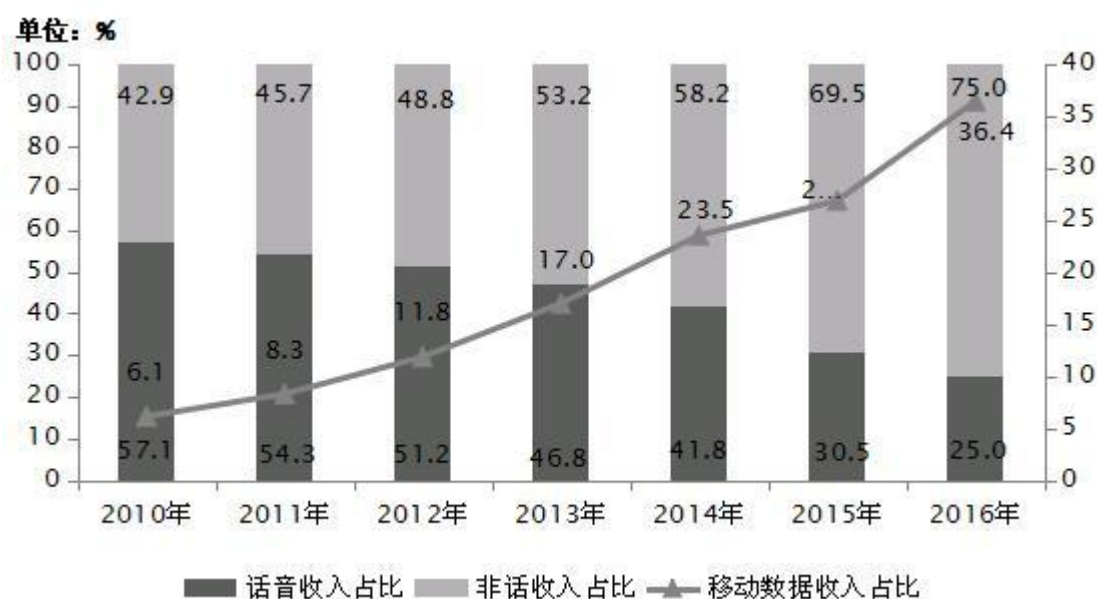


电信关键数据

经初步核算，2016 年电信业务收入完成 11893 亿元，同比增长 5.6%，比上年回升 7.6 个百分点。电信业务总量完成 35948 亿元，同比增长 54.2%，比上年提高 25.5 个百分点。



2016 年，电信业务收入结构继续向互联网接入和移动流量业务倾斜。非话音业务收入占比由上年的 69.5%提高至 75.0%；移动数据及互联网业务收入占电信业务收入的比重从上年的 26.9%提高至 36.4%。



移动宽带（3G/4G）用户占比大幅提高，光纤接入成为固定互联网宽带接入的主流。移动宽带用户在移动用户中的渗透率达到 71.2%，比上年提高 15.6 个百分点；8M 以上宽带用户占比达 91.0%，光纤接入（FTTH/O）用户占宽带用户的比重超过四分之三。融合业务发展渐成规模，截至 12 月末，IPTV 用户达 8673 万户。

2016 年，三家基础电信企业固定互联网宽带接入用户净增 3774 万户，总数达到 2.97 亿户。宽带城市建设继续推动光纤接入的普及，光纤接入（FTTH/O）用户净增 7941 万户，总数达 2.28 亿户，占宽带用户总数的比重比上年提高 19.5 个百分点，达到 76.6%。8M 以上、20M 以上宽带用户总数占宽带用户总数的比重分别达 91.0%、77.8%，比上年提高 21.3、46.6 个百分点。



2016 年，在 4G 移动电话用户大幅增长、移动互联网应用加快普及的带动下，移动互

联网接入流量消费达 93.6 亿 G，同比增长 123.7%，比上年提高 20.7 个百分点。全年月户均移动互联网接入流量达到 772M，同比增长 98.3%。其中，通过手机上网的流量达到 84.2 亿 G，同比增长 124.1%，在总流量中的比重达到 90.0%。固定互联网使用量同期保持较快增长，固定宽带接入时长达 57.5 万亿分钟，同比增长 15.0%。



流媒体网点评：

1 月底，广电和电信相继发布 2016 年数据：截止 2016 年底，有线电视用户为 25243 万户，比 2015 年增加 134.8 万户，增长率为 5.37%。IPTV 用户数为 8673 万户，较 2015 年的 4589.5 万户增加 4083.5 万户，增长率为 89%。如果算上中国移动近 3000 万运营商 OTT 用户，三大电信运营商 2016 年实现电视用户过亿目标。

此消彼长，趋势不可违。如果用双向数字用户来衡量，2016 年广电双向用户为 6735.5 万户，较 2015 年的 4997 万户增加 1738.5 万户，增长率为 34.8%。无论是绝对用户规模，还是增长率，IPTV 也已经超过了广电双向用户。

以下是媒体机构统计整理的一些对比数据：

类别/万户	有线电视	电信运营商	备注
电视用户	25243	8673	
双向用户	6735.5	8673	指视频用户
高清用户	7749	—	
宽带用户	2577	21300	
三网融合渗透率	10.21%	40.72%	未计算移动

无论是从舆论还是真实数据来看，广电的日子并不好过，基础用户增长率几乎停滞，用户缴费率持续下降，而转型中的宽带业务一直无法形成主流市场地位，只能靠低价甚至免费赠送来抢占市场，面临着巨大的用户流失压力和财务成本压力。

但电信的日子就好过，电信面临 BAT 级别互联网企业 OTT 业务的全面竞争，除了高速增长流量收入，智能管道转型仍旧任重而道远。即使对于视频业务而言，更多是从指挥家庭、用户入口出发，不是要挣那一个月 25 元的基础收视费。

2016 年，可能反映在数字层面冰火两重天，但广电电信都是在转型之路上奔波着，2017 年也将继续奔波。

《2016 年有线电视行业发展公报》以及《2016 年通信运营统计公报》完整版报告见附带发送文档！

三大运营商 2017 年战略布局

2017 年是我国实施“十三五”规划的重要一年，也是供给侧结构性改革的深化之年。作为三家超大型央企，中国电信、中国移动和中国联通在目前已经形成的 4G、全光网、流量经营充分竞争的市场格局下，也在 2017 年以各自不同的战术进行战略布局，全面摆脱传统的“基础运营商”概念，以新面貌、新成果迎接智能化时代的全面来临以及党的十九大胜利召开。

中国电信：智能化转型

冬去冰雪融，春归万物苏。刚刚过去的一年，中国电信积极推进网络智能化、业务生态化和运营智慧化，实现了企业发展的新跨越和“十三五”发展的良好开局。在中国电信董事长杨杰的新春致辞中，特别提到“智能化”、“转型”。

“展望未来，智能化时代已经来临。全体电信人将拿出撸起袖子的干劲、抓铁有痕的韧劲、勇毅笃行的稳劲，继续以党的建设为统领，切实履行政治责任、经济责任、社会责任，加快打造智能网络，积极培育业务生态，持续推进智慧运营，不断提高发展的质量和效益，促进企业价值、客户价值和员工价值共同成长，向‘领先的综合智能信息服务运营商’目标昂首迈进，以转型升级新成果迎接党的十九大胜利召开！”。这也可以看作是中国电信对 2017 年新战略的解读。

CATR 产业与规划研究所战略管理研究部副主任石立峰分析指出，中国电信在明确了新

的领导层后，迅速提出“转型 3.0”战略，从网络、业务、运营三个维度定义了转型的基本方向。在网络转型方面，中国电信相对比其他两公司更加鲜明的提出了“云网一体”、“全面软化”的智能网络发展方向。这也契合了包括 AT&T 等国际运营商在内的网络转型大方向。在业务转型方面则充分借鉴互联网公司的战略理念，致力于打造“智能连接、智慧家庭、互联网金融、物联网、新兴 ICT”五大业务生态，其中 4G 和光宽仍然是基础性业务。在运营转型方面，则强调两个关键抓手，即“大数据”和“市场化”来推动“运营智慧化”。

中国移动：“大连接”战略

2016 年是中国移动转型发展取得丰硕成果的一年。这一年，中国移动加快深化改革，推进提速降费，加快推动 4G 发展和普及，网络覆盖超过 13 亿人口，用户超过 5 亿户，中国移动携手业界推进的“第四代移动通信系统(TD-LTE)关键技术与应用”项目荣获 2016 年度国家科学技术进步奖特等奖，在我国信息通信业创新史上描绘了浓墨重彩的一笔。

“2017 年，是国家推进供给侧结构性改革的深化之年，也是中国移动实施‘大连接’战略的关键一年”，中国移动董事长尚冰指出，“中国移动将进一步做大连接规模、做优连接服务、做强连接应用，不断提升服务水平和用户满意度，持续打造开放合作良性互动的转型发展新生态”。

在 CATR 石立峰看来，中国移动面向“十三五”提出了“大连接”发展战略，明确了以连接驱动增长的发展路径。因为“做连接”是运营商的天然属性，并且贡献着 90%左右的收入。“做连接”最核心的是拓展连接规模，当前我国个人移动通信市场连接趋近饱和，需要进一步扩展连接的范畴。

同时，中国移动提出“成为全球数字化创新的领军企业”的战略愿景，而实现这一愿景的业务布局方向就是其提出的“拓展连接深度”。据了解，在扩展连接规模方面，中国移动已经取得了较大的成效。截至 2016 年 11 月，中国移动 4G 用户突破 5 亿，家庭宽带用户更是高歌猛进，用户数达到 7718 万，超过中国联通的 7540 万成为第二大有线宽带提供商。

中国联通：全面实施聚焦战略

刚刚过去的 2016 年是中国联通全面实施聚焦战略的起步之年。一年来，中国联通全面实施聚焦战略，打造 4G 匠心网络，加快建设全光网络，全面推进“全网通”终端普及，探索客户消费体验模式，持续推进机制改革，大力加强企业党风廉政建设，各领域工作持续向前迈进。

而对于已经到来的 2017 年，中国联通董事长王晓初强调，2017 年是我国实施“十三五”规划的重要一年，是我国供给侧结构性改革的深化之年，也是中国联通加快落实聚焦战略的关键一年。中国联通将全面加强企业基础工作和综合能力建设，推动移动网、宽带网、创新网、营销网、IT 网、人力网的提质增效；加快改善网络覆盖，加快提高客户服务质量，努力为广大客户提供更好的信息通信服务，助力国家信息化建设。

“在接盘中国联通后，王晓初迅速改变既有的战略犹豫，明确实施聚焦战略，着力补齐 4G 网络短板，追赶错失的 4G 发展先机。在工作会上，中国联通也透漏出‘效益水平’是公司当前最核心的战略关切，并且提出推动‘移动网、宽带网、创新网、营销网、IT 网、人力网’等‘六张网’提质增效。从最近中国联通与 BAT 密切的接触，相继推出腾讯‘大王卡’、‘小王卡’，蚂蚁‘大宝卡’、‘小宝卡’可以看出，中国联通正在以混合所有制改革试点为契机，加快业务模式创新化改革。作为区域市场的弱势运营商，必然充当这一打破规则的‘改革者’角色，以打击竞争对手，获取生存空间。2017 年将是中国联通推进‘改革’的关键一年”，石立峰分析称。

工信部发文整顿互联网接入服务市场

2017 年 1 月 22 日，工信部在官网发布《关于清理规范互联网网络接入服务市场的通知》（工信部信管函[2017]32 号）。

通知指出，为进一步规范市场秩序，强化网络信息安全管理，促进互联网行业健康有序发展，工业和信息化部决定自即日起至 2018 年 3 月 31 日，在全国范围内对互联网网络接入服务市场开展清理规范工作。

通知明确要求，依法查处互联网数据中心（IDC）业务、互联网接入服务（ISP）业务和内容分发网络（CDN）业务市场存在的无证经营、超范围经营、“层层转租”等违法行为。

文件全文请参加附录-政策文件。

流媒体网点评：

相比于之前各大电信运营商的“自查自纠”行为，本次工信部政府层面的查处更加严格，相关规定非常细化。考虑到各地运营商特别是广电运营商纷纷开展 IDC、ISP、CDN 等相关业务，本次“清理”范围广（类型多）、时间长（1 年多），对宽带市场，以及连锁而至的宽带电视市场带来巨大的影响。

从文件内容来看，大量依赖第三方宽带出口发展宽带业务的广电，以及相关第三方出口交易商会受到很大影响，移动也会带来一些影响，但不至于伤筋动骨，对电信和联通则是利好。

虽然本次整治在一定程度上会带来市场波动，但有利于正常市场交易秩序的建立，对中国宽带市场长期健康有序发展还是有利的。

促进移动互联网健康有序发展意见出台

1 月 15 日消息，中共中央办公厅、国务院办公厅近日印发了《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

意见指出，《意见》指出，加大中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站等主流媒体移动端建设推广力度，积极扶持各类正能量账号和应用。加强新闻媒体移动端建设，构建导向正确、协同高效的全媒体传播体系。

文件全文请参加附录-政策文件。

流媒体网点评：

从意见全文来看，涉及到文化传媒相关的主要有：1）主流媒体移动端建设推广力度。2）互联网新闻信息服务、网络出版服务、信息网络传播视听节目服务等领域开展特殊管理股试点。3）建设新型媒体集团。

上述 3 点是 2016 年整个文化传媒领域的市场热点，也是广电等传媒媒体改革转型的方向与目标。可以预料，传统媒体将得到更大程度的政策扶持。而商业视频网站等社会新媒体机构则通过更严格的监管将其纳入管理。

二、国内宏观政策

1、行业最新政策

信息基础设施重大工程建设方案出炉

1 月 12 日，发展改革委、工信部印发《信息基础设施重大工程建设三年行动方案》，其

中为今后几年时间里国家网络信息建设提出了诸多目标。

具体概括如下：

1、到 2018 年，新增干线光缆 9 万公里，新增光纤到户端口 2 亿个，城镇地区实现光网覆盖，提供 1000 兆比特每秒以上接入服务能力，大中城市家庭宽带用户提供 100 兆比特每秒以上灵活选择，行政村通光纤比例由 75%提升到 90%。

2、到 2018 年，新增 4G 基站 200 万个，实现乡镇及人口密集的行政村 4G 网络全面深度覆盖，移动宽带用户普及率超过 75%。

3、到 2018 年，我国国际陆海缆通达方向和带宽容量大幅增加；海外 POP 点新增 40 个，总数达到 120 个。

4、到 2018 年，初步形成技术先进、结构合理、规模适度、绿色集约的数据中心新格局；CDN 网络延伸到所有地级市；互联网应用广泛支持 IPv6 协议。

文件全文请参加附录-政策文件。

TD-LTE 获国家科学技术进步奖特等奖

1 月 9 日，国务院发布《关于 2016 年度国家科学技术奖励的决定》国发〔2017〕2 号，授予“第四代移动通信系统（TD-LTE）关键技术与应用”等 2 项成果国家科学技术进步奖特等奖。

据悉，2016 年，工业和信息化部推荐，由中国移动通信集团公司联合中国信通院等 14 个单位合作申报的《第四代移动通信系统（TD-LTE）关键技术与应用》项目已经通过专家组评审。同时，国家科学技术奖励办公室在“国家科学技术奖励网站”发布第 84 号公告，公布了 2016 年度国家科学技术奖初评结果。《第四代移动通信系统（TD-LTE）关键技术与应用》项目的初评结果为特等奖。

电视播出二维码技术要求通过审核

1 月 20 日，广电总局科技司和全国广播电影电视标准化技术委员会在北京组织召开了广播电视行业标准《电视播出二维码技术要求》审查会。

审查委员会专家听取了标准起草小组关于标准编制说明、征求意见处理情况、测试报告

和知识产权报告的介绍，对标准送审稿进行了逐条逐章的审查，并对有关内容提出了修改意见。审查委员会认为该标准对规范电视制作和播出中的二维码的生成、发布、识读和管理提供了重要依据，一致同意该标准通过审查。

江苏印发广电融合发展计划

1 月 11 日消息，《江苏省新闻出版广播电视媒体与新兴媒体融合发展行动计划（2016—2020 年）》日前发布实施。

该《计划》提出，力争经过 5 年左右的努力，江苏省新闻出版广播电视媒体基本实现新闻传播理念升级、内容生产流程重构、新闻传播平台创新，基本确立媒体融合发展的先进思维方式和业务运营模式，建设一批形态多样、手段先进、特色鲜明的新型主流媒体和媒体集群，建成 2—3 家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力、全国一流的新型媒体集团，基本形成覆盖广泛、布局合理、竞争有序、特色鲜明、形态多样并具有可持续发展能力的现代全媒体传播体系。

海南印发户户通实施方案

1 月 25 日消息，为加快海南省广播电视村村通向户户通科学升级，全面构建全省广播电视公共服务体系，海南省近日正式印发《海南省加快推进广播电视村村通向户户通升级工作实施方案》(以下简称《方案》)。

海南省将通过无线数字广播电视覆盖网建设、推进地面数字电视覆盖接收等途径，全面实现无线广播电视数字化。与此同时，全省要加快实施有线电视网络建设和升级改造，积极稳妥开展直播卫星服务，大力提升广播电视节目供给能力和市场服务水平，满足广大公众对广播电视节目日益丰富的需求。

2、领导讲话精要

聂辰席：2017 年广播影视工作重点

2017 年 1 月 3 日下午，全国新闻出版广播影视工作会议在北京召开，中宣部副部长、国家新闻出版广电总局局长、党组书记聂辰席作了重要讲话，国家新闻出版广电总局副局长、

党组成员田进同志主持会议。

第一，牢牢把握正确舆论导向，精心组织重大宣传，营造良好舆论氛围。第二，认真落实中央全面深化改革决策部署，加快事业产业发展，实现“十三五”良好开局。第三，认真落实意识形态工作责任制，依法依规加强阵地管理，有效规范发展秩序。第四，坚持全面从严治党，坚决维护良好政治生态。

今后一个时期，新闻出版广播影视要加快向更高更优更强方向发展，巩固壮大意识形态和宣传舆论阵地，建设人民群众满意的精神文化家园，在传播党的声音、弘扬先进文化、丰富人民精神文化生活、维护意识形态和文化安全等各个方面发挥更大更好作用。要顺应新形势新任务新要求，始终坚持党性原则，牢记职责使命，不断提高传播力引导力影响力公信力。

张维海：广电 2017 年将加快手游审核流程

1 月 3 日消息，在日前举办的 2016 中国数字娱乐产业年度高峰会上，国家新闻出版广电总局数字出版司网络出版处处长张维海在提到手游出版审核方面的问题时表示，广电总局将继续严格按照中央要求认真履行相关数字内容管理职责，持续推进简政放权，放管结合，优化服务，进一步改善产业发展环境，其中就包括减少审批流程，压缩审核时间，尽可能满足市场需求。

张维海在致辞中简单总结了 2016 年中国游戏市场的整体现状，概括下来不外乎三点，首先就是创新能力不足，尽管中国游戏市场发展到现在体量已经十分庞大，但是富有创意且正能量的作品却很少；第二就是精品力作太少，绝大多数厂商几乎都是以最纯粹的商业角度来开发一款游戏，用急功近利来形容中国游戏市场再贴切不过了；第三点就是内容传播缺乏一定的责任感，各种低俗不雅的玩法和内容层出不穷，此外还有各种消费陷阱引诱未成年人消费，游戏厂商有责任改善这方面的问题。

3、重要人事动态

联通原高管王竑弢离职

1 月 14 日消息，据来自紫光集团的信息显示，曾任中国联通集团信息化部总经理的王竑弢先生已加盟紫光集团，担任高级副总裁，同时出任紫光云数的 CEO。紫光云数是紫光

集团旗下公司，注册资本金 10 亿人民币。

作为紫光集团“从芯到云”战略的有机组成部分，紫光云数的业务定位为企业级用户提供投融资、建设、运营的一体化新 IT 解决方案的运营服务，也将承担新华三集团的融资项目，为新华三集团提供新的运营类商业模式。

广电总局科技司司长王效杰离任

据可靠消息，国家新闻出版广电总局科技司司长王效杰已经离任，由广电总局规划院院长许家奇接任，而王效杰将转任国家新闻出版广电总局总工程师。

根据国务院办公厅颁发的《国家新闻出版广电总局主要职责内设机构和人员编制》规定，广电总局总工程师为司局级正职，科技司与规划院也为司局级正职单位，这意味着本次人事调动全部为平级调动，这在体制内并不多见。

廖朝晖任湖南有线董事长

1 月 12 日消息，原湖南电广传媒股份有限公司副总经理廖朝晖出任湖南广电网络董事长，原任董事长邓秋林退休。

资料显示，廖朝晖 1967 年 7 月出生，生于川，长于湘。哲学博士。廖朝晖曾担任湖南省领导的专职秘书、湖南省人大常委会新闻中心副主任、上海市长宁区政协委员、湖南广电网络控股集团有限公司党委书记。

2008 年至 2012 年，廖朝晖主导重大资产重组项目，以“换股吸收合并”方式并购湖南省 97 家市县网络公司，被中国证监会并购重组审核委员会列为“重大无先例”案例。

郑蔚离职加盟今日头条任副总裁

1 月 10 日消息，原爱奇艺高级副总裁郑蔚离职，加盟今日头条任副总裁兼视频合作总经理，爱奇艺方面确认郑蔚已经离职。

阿里巴巴多名高管轮岗

1 月 13 日，阿里巴巴集团宣布组织结构全面升级，全面拥抱“五新”（新零售、新金融、

新制造、新技术和新能源）战略。阿里巴巴集团 CEO 张勇宣布：任命童文红为阿里巴巴集团 CPO（首席人力官）兼任菜鸟网络董事长，万霖出任菜鸟网络总裁；任命蒋芳担任张勇的国际业务特别助理兼阿里巴巴集团副首席人力官等。

小米副总裁雨果·巴拉宣布离职

1 月 23 日，小米公司副总裁雨果·巴拉在社交媒体上宣布，由于健康问题，他决定从小米离职，未来将回到硅谷。

华数传媒副总裁刘宁子辞职

1 月 18 日消息，华数传媒控股股份有限公司董事会收到副总裁刘宁子女士提交的书面辞职报告，刘宁子女士因个人原因辞去公司副总裁职务，辞职后不再担任本公司任何职务。刘宁子在华数主要负责内容版权相关产品线。

三、市场动态

1、电信运营商

中国电信公布 2016 年光纤采购结果

1 月 22 日消息，中国电信日前公布 2016 年 G.652D 光纤集中采购中标结果，其中包括江苏亨通、长飞、烽火通信等 17 家企业进入候选名单。据了解，中国电信此次光纤光缆招标为中国电信继 2014 年底后首次公开纤缆招标计划，需求总计 3500 万芯公里，为电信半年用量，对应 2015 年全年用量 5000 万芯公里略有增长。

序号	产品名称	中标候选人	候选人数量
1	G.652D 光纤	1.江苏亨通光电股份有限公司 2.长飞光纤光缆股份有限公司 3.江苏中天科技股份有限公司 4.烽火通信科技股份有限公司 5.杭州富通通信技术股份有限公司 6.江苏永鼎股份有限公司 7.南京华信藤仓光通信有限公司 8.江苏南方通信科技有限公司 9.西安西古光通信有限公司 10.深圳市特发信息股份有限公司 11.成都康宁光缆有限公司 12.中国普天信息产业股份有限公司 13.通鼎互联信息股份有限公司 14.山东太平洋光纤光缆有限公司 15.宏安集团有限公司 16.中利科技集团股份有限公司 17.湖北凯乐科技股份有限公司	17

从市场角度来看，2017 年光纤光缆市场的需求势头仍然十分强劲。中国电信集团公司在全国 31 个省级行政区联动召开智能光纤宽带发布会，并发布了电信 100M 智能光纤宽带新标准。

中国联通 IPTV 平台质量监测系统招标

1 月 8 日消息，2016 年中国联通 IPTV 平台质量监测系统新建工程-北京单项工程项目已由中国联合网络通信有限公司北京市分公司批准建设，本项目的招标人为中国联合网络通信有限公司北京市分公司，资金来源为企业自筹且已落实，具备招标条件，现委托北京市驰跃翔工程监理有限责任公司对该项目进行国内公开招标。

项目划分为三个标段：

第一标段：统一采集与指令适配平台及综合监控应用软件改造及系统集成服务；

第二标段：综合调度及掌上运维系统应用软件改造；

第三标段：互联网综合网管应用软件改造。

广东电信 IPTV 智能语音系统招标

1 月 23 日消息，2016 年广东电信 IPTV 智能语音系统建设项目(招标代理机构编号：ZJZB-2017-0058)招标人为中国电信股份有限公司广东分公司，招标代理机构为中捷通信有限公司。项目资金由招标人自筹，已具备招标条件，现进行公开招标。

本项目为货物招标，报价不得高于人民币 180 万元(不含税)，否则投标将予以否决。

招标货物的名称、数量及主要技术参数:2016 年广东电信 IPTV 智能语音系统。

项目完成期为：中标通知书发出后 90 个日历日内系统具备上线及初验条件。

咪咕视讯 2016 互联网电视 IPTV 试验局项目招标

1 月 16 日消息，咪咕视讯 2016 年互联网电视 IPTV 试验局项目建设工程定制开发软件采购项目已由咪咕视讯科技有限公司总经理办公会议决议同意，经规划管理部下达计划任务书批准实施，资金来源已落实。本招标项目的招标人为咪咕视讯科技有限公司，委托上海通信招标有限公司现对该项目进行国内公开招标。

本期项目由于是试验局建设，用户总规模为 4 万用户，本期项目在上海松江机房部署 IPTV 试验局软件 1 套用于与合作方进行对接。本期项目采购集中式部署，需要配置 2 台内容管理服务器、2 台终端管理服务器、2 台认证鉴权服务器、2 台服务质量管理服务器、1 台业务管理服务器、2 台数据库管理服务器、1 套数据库存储、2 台鉴权网关服务器、4 台录制服务器、5 台内容源服务器、200T 存储用于点播服务、80T 存储用于直播服务。所需硬件资源均由“咪咕公司 IT 系统资源池一期上海节点建设工程”项目提供，无需另行新增。

中国电信发布《智能光纤宽带白皮书》

1 月 17 日，中国电信在京发布了《智能光纤宽带白皮书》。据悉，中国电信的光纤宽带用户已突破 1 个亿，成为全球最大的光纤宽带运营商。

中国电信发布智能光纤宽带白皮书，旨在面向新的发展阶段，重新定义 100 兆及以上高速宽带通信服务能力，推动产业链共同加快推进智能化信息服务需求，为用户带来接入速率的大幅提升、应用内容的丰富填充、以及服务体验的全新升级。

该白皮书的核心内涵在于，中国电信智能光纤宽带以 100 兆宽带速率起步，1000 兆超高速率引领，不断填充全 4G 天翼高清、天翼智能组网、家庭云 TB 级存储、全高清天翼想家、宽带智能提速等创新业务，加快培育以智能终端、品质服务、生态合作、技术标准为核心的宽带新优势，发挥示范引领和带动作用，持续打造家庭宽带市场的行业标杆。

中国电信启动 NB-IoT 七省 12 城大规模试验

1 月 26 日消息，中国电信近日发布中国电信 NB-IoT 设备 V1.0 版本，并表示随后将启动 NB-IoT 七省 12 城大规模外场试验，并将于 6 月份完成 NB-IoT 试商用。有专家指出，“结合 800M LTE 的部署，中国电信应该是国内第一家具备 NB-IoT 大规模商用能力的运营商。因为中国移动现在还没有 FDD 牌照，联通的 NB-IoT 主力要部署在 LTE 1800 上，但产业链非常不成熟，网络终端都匮乏，大规模商用估计要到下半年了。

据了解，NB-IoT 技术基于蜂窝网络，具有覆盖广、连接多、速率低、成本低、功耗低、架构优等特点，主要应用于静止且速率超低、超低功耗、超低成本的 NB-IoT 业务场景，未来可应用于远程抄表、智慧路灯、资产跟踪、智能停车、智慧农业等广阔领域，初步形成了“端、管、云”协同发展的良好局面，快速推进万物互联的智慧城市建设与发展。

中国电信引入百亿民资盘活宽带市场

1 月 20 日消息，中国电信集团公司董事长、党组书记杨杰表示，民间资本的进入，将有利于提升移动通信市场市场的竞争层次，促进电信资费水平不断下降。杨杰透露，截至 2016 年底，中国电信已累计引资约百亿元。

杨杰指出，“随着民资的开放和加快进入，我国已经开始形成多种资本成分共存，各类电信市场主体充分竞争的新格局。民间资本的进入，有利于提升移动通信市场市场的竞争层次，提升业务创新能力和用户服务质量，促进宽带网络基础设施发展和业务服务水平提升，促进电信资费水平不断下降。”

中国联通制定首个国际云计算框架标准

1 月 16 日消息，电信领域的标准化组织 ITU-T 近日在其官方主页上正式公布了由中国联通主导的标准《Y.3501—Cloud computing framework and high-level requirements》(云计算框

架及高层需求)，引起了业内的强烈反响。

这不仅是 ITU-T 云计算 Y.3500 系列标准中的第一个标准，也是国际上首个云计算框架性标准，更是云计算标准化进程中的一个重要里程碑。

财联社就流量劫持起诉中国联通

1 月 9 日消息，近期媒体报道的联通流量劫持事件有了最新进展。目前受流量劫持的财联社就 APP 问题已正式向北京市西城区人民法院提起诉讼，而法院则已对此事进行立案。

2016 年 11 月 30 日，媒体曾曝出一位上海联通用户刘超(化名)在登录一款财经软件时遭遇流量劫持行为，该软件下方经常会弹出一个“红包”弹窗广告，点进去之后则是转盘抽奖游戏。

四川电信 IPTV 首开扶贫专区

1 月 10 日，四川省首届“互联网+精准扶贫”峰会在成都举行。四川省扶贫基金会与中国电信四川公司合作，在全国的 IPTV 中率先开通“精准扶贫大爱四川”电视专区，由爱心企业原价采购贫困村农户的农特产品，通过 IPTV 展示并销售，款项全部捐赠给四川省扶贫基金会。截至 2016 年底，四川 IPTV 用户规模已突破 1000 万户。

在 IPTV 首页上，乐山峨边的腊肉、阿坝茂县的糖心苹果等上千种产品已经上线，项目将电信积累的农村电商资源在 IPTV 上嫁接，用户通过扫描电视机上的二维码，可以实现购买。自 1 月 6 日上线运行以来，专区访问量已经超过 10 万，购买量接近 1 万人次。

北京移动推 4G 套餐免费送 4K 机顶盒

1 月 12 日消息，1 月 13 日-3 月 31 日期间，北京移动用户办理 58 元及以上档位 4G 套餐，宽带即可免费使用。

活动期间，购买 1600 元/2 年、1080 元/年的 50M 宽带，1 年包用户可获赠 4K 机顶盒，其中办理两年包的新装用户可获送 300 元话费，续费 1 年包用户可获赠 4K 机顶盒，续费两年包用户可获送 400 元话费。

四川移动推宽带电视“先装后付”服务

1 月 23 日消息，四川移动在全省率先推出宽带和电视“先装机，后付款”服务，凡省内移动用户通过 10086 热线、网上营业厅、掌上营业厅、微信营业厅等线上渠道办理移动宽带电视业务，均可享受“先装机，后付款”服务。

四川移动相关人士介绍，此次推出宽带“先装后付”服务，通过当日开户、次日装机，先使用、后付款，使整个服务更流畅、完善和贴心。截至目前，移动宽带已实现全省百兆光纤宽带接入，而且家庭接入带宽“1000 兆引领、100 兆普及、50 兆起步”。

2、OTT TV

芒果 TV 专区落户重庆有线

1 月 9 日消息，芒果 TV 与重庆有线携手打造的“芒果 TV 专区”日前在重庆有线正式上线。芒果 TV 凭借自身优质内容为重庆的电视观众量身定制了视听专区，为重庆有线的发展注入更多新活力。

据悉，重庆有线电视客户约 500 多万户，其中数字电视用户约 260 多万户。如今，面向公众客户，除了提供多套高标清数字电视基本服务外，还构建了以自主内容品牌“爱看”为代表的涵盖影视、新闻、娱乐、体育、人文等个性化节目视频内容。

东方明珠新媒体改名

2017 年 1 月 26 日，东方明珠新媒体发布公告称，公司拟将公司注册中文名称由“上海东方明珠新媒体股份有限公司”变更为“东方明珠新媒体股份有限公司”。

对于此次公司更名，东方明珠新媒体解释，鉴于公司旗下多项业务并不限于上海本地，且公司正稳步推进“娱乐+”战略，打造线上线下泛娱乐平台，进一步在全国范围内进行产业布局和市场拓展。为顺应战略发展需要，提升品牌知名度，公司全称拟变更为“东方明珠新媒体股份有限公司”，公司简称不变。

华数携手乐视体育打造超级体育专区

1 月 20 日消息，华数互联网电视携手乐视体育，重磅打造超级体育专区，精准定位体育人群。超级体育专区的打造，真正意义上使华数互联网电视的家庭娱乐化版图达到了完整性。

2016 年，华数互联网电视不断聚合内容、打造优质视频资源，致力于打造完整的家庭娱乐化版图。先后引进了网易新闻、飞狐专区、咪咕影院、网易云音乐等一系列优质内容，满足用户的多样性需求。涉及新闻、娱乐、影视、音乐等多方面，在多领域进军发展。

南方新媒体联合腾讯推出 OTT 盒子

1 月 19 日，腾讯视频联合南方新媒体推出首款定制版网络电视机顶盒“企鹅盒子 Q1”，目前京东商城已开启预售。企鹅盒子 Q1 最大的特点是内置了南方新媒体与腾讯视频合作打造的互联网电视 APP “云视听极光”，在内容上依托于腾讯视频，用户可随心享受 2000000 小时的视频资源。

互联网电视品牌微鲸布局线下渠道

1 月 19 日消息，在日前举行的微鲸科技华东媒体沟通会上，记者获悉，互联网电视品牌微鲸电视用一年多的时间在线上打响品牌口碑后，开始迅速布局线下渠道。

微鲸电视全国线下销售负责人钟志峰表示，微鲸将和天猫联姻搭建 O2O 体系，借助天猫开放的物流体系，在全国范围内建立 1000 个县级服务中心，发展 10 万个村点，实现在供应链、渠道等方面的协同效应。此外，微鲸也将坚持学习传统电视的渠道铺建，通过代理商及分销商深度扎根渠道下沉，计划在 2017 年完成 1 万个消费者实体体验点的建设，真正成为一家不一样的、拥有全渠道能力的互联网企业。

小米电视正在内测关机广告

1 月 26 日消息，近日，关于小米电视在用户关机时强制播放广告引起强烈舆论反映，在知乎上更是掀起“口水之争”。据网友透露，自己在 2015 年 7 月买了一个小米 60 寸电视，之前一直好好的，2016 年 12 月开始有开机广告，当时可以跳过。2017 年 1 月开始开机广

告必须看到最后五秒才能跳过。在 2017 年 1 月 20 日小米电视在更新系统之后，目前连关机也出现了强制 15 秒广告，广告结束后电视才会进入关机步骤。

据了解，小米电视目前的开关机广告不是必现，而是间歇性出现。而且目前这一功能也仅限于内测，并没有向全用户推广。

勾正联合欢网打造实时收视平台

1 月 20 日消息，致力于打造中国最大实时收视率平台的勾正数据与欢网科技展开全方位深度合作，资源共享，优势互补，强强联手后，两家合作的智能电视终端基本覆盖了所有提供智能电视终端数据的电视品牌，包括 TCL、创维/酷开、康佳、长虹等，联合打造全球领先的智能电视数据采集和增强互动生态体系。

勾正数据董事长喻亮星表示，此次勾正数据与欢网科技强强联合，剔除重复用户，两家用户终端将达到 5000 万，覆盖家庭 1.5 亿，达成此次深度合作，独立后的勾正数据将发力打造国内最大的实时收视率平台。

3、广电运营商

湖南 IPTV 集成播控平台通过总局验收

1 月 9 日消息，湖南 IPTV 集成播控平台于 12 月 28 日通过总局验收。

在听取了湖南 IPTV 集成播控平台建设情况汇报，审阅了验收材料，现场测试了平台 EPG 管理、节目内容集成播控、用户管理、计费管理、“双计费、双认证”等核心技术功能后，国家新闻出版广电总局验收组一致认为湖南 IPTV 集成播控平台符合国务院 IPTV 试点政策要求和总局要求，可通过验收。

广电大数据合资公司将成立

1 月 13 日消息，中国广播电视网络有限公司（广电国网）和北京歌华有线将成立“广电大数据合资公司”，目前正在征询各地网络公司意见。

“广电大数据合资公司”目的在于共同搭建中国广电大数据分析、共享平台，构建权威数据发布平台，构建统一的资源及数据交易平台，实现数据共享、联合发布，打造科学准确、

客观公正、导向正确的收视评价体系，打造全国权威数据发布品牌和产品，探索大数据助力电视+与智慧广电发展新方向。

新疆广电网络 “今日电视” 上线

1 月 26 日，新疆广电网络正式推出“今日电视”，完善从内容、网络、平台到终端的天山云产品。今日电视通过“电视直播场景”和“人工智能技术”的结合，增强了电视与用户的互动性，解决了换台费时、操作繁琐、体验单一等缺点，让电视根据用户的喜好进行即时节目推荐，使用户更好地把时间“消费”在自己喜爱的电视节目中。

据悉，2017 年 3 月 30 日，天山云视频 5.0 将正式上线，为智能手机用户打造具备沉浸模式的新版 APP，该版 APP 将使用 VR 播放器，用户既可按常规方式观看天山云视频，也可切换沉浸模式并配合 VR 眼镜观看 2D、3D、VR 节目，体验影院级沉浸式观影效果。

广东广电网络投资百亿打造智能网络

1 月 17 日，“网精彩一起来”广东广电网络 2017 新春战略发布会在广州举行。在未来的 3 到 5 年，公司将投入超过 300 亿元用于“智能网络”建设；投入超过 100 亿元，用于“智能终端”升级。重点打造内容、投融资、智慧家庭、无线、行业信息化五大板块。

2016 年，公司营业收入达到 48.1 亿元，数字电视主机用户达到 850 万户，高清双向终端达到 440 万台，宽带用户数达到 168 万户。

根据广东广电网络的规划，其 2017 年在投资领域将向产业链上下游和智慧产业延伸，探索发起成立 200 亿元产业投资基金，打造开放平台，构建产业生态，架起用户和内容、应用、服务之间的桥梁。

湖北广电网络进入全省一网时代

1 月 24 日，湖北省广电信息网络股份有限公司与楚天网络签订《网络统一经营管理委托协议》，其实际控制人湖北广播电视台、间接控股股东楚天网络将其拥有的尚未注入该公司的有线电视网络资产及相关负债、业务、人员委托给该公司统一经营管理，具体包括楚天网络整合的资产、楚天网络直属公司和楚天网络控股公司，委托统一经营管理期限最长不超过两年。

“全省一网”实质运作时代的到来，将极大推动全省广电网络统一发展战略，加速实现技术、市场、财务、人力资源管理一体化，提高运作效率，降低经营成本，增强综合竞争力，促进持续发展。

陕西广电网络开展智能终端联合运营

1 月 4 日消息，陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司与上海澳润信息科技有限公司（以下简称澳润科技）日前在西安隆重举行智能终端运营合作签约仪式。本次合作澳润科技计划投入 200 万台智能终端，澳润科技将围绕融合网、智慧家庭、智慧社区等领域在产品、技术、运营、资本等方面全方位发力，推进“广电+”融合发展的新模式。

澳润科技作为和晶科技“互动数据”业务的践行者，一直积极拓展智慧家庭业务。澳润科技通过与广电网络合作运营，大力推广家庭智能终端，布局家庭互联网生态的入口，搭建了以家庭为中心的智能硬件、平台运营、内容提供一体化的生态链。

四川攀枝花开展地面电视整改退费工作

1 月 13 日，四川攀枝花市仁和区文广新局召开地面数字电视整改工作会，全区各乡镇宣传文化中心主任参加会议。区文广新局向与会人员传达了《四川省新闻出版广电局关于印发〈地面数字电视整改实施方案〉的通知》的文件精神，并与各乡镇签订了地面数字电视整改退费责任书。

会议要求，各乡镇要增强责任感和紧迫感，抓紧清查，该关停的频道一律关停，该退给用户的费用全部退到位，该停收的费用一分钱不能收，坚决做到问题不解决不罢休、整改不落实不收兵。同时，要做好解释、宣传、矛盾化解工作，保证全市地面数字电视整改工作有力、有序推进。

中国国际电视台开播

1 月 3 日消息，中国国际电视台（中国环球电视网）于 2016 年 12 月 31 日开播，包括 6 个电视频道、3 个海外分台、1 个视频通讯社和新媒体集群。原 CCTV NEWS 频道被重新命名为 CGTN，是 24 小时新闻频道，也是新机构的主打频道。

4、互联网视频

搜狐视频诉暴风影音胜诉

1 月 19 日消息，北京知识产权法院就搜狐视频诉北京暴风科技股份有限公司（以下简称“暴风公司”）网络剧作品《高品格单恋》信息网络传播权侵权二审一案，作出终审判决，搜狐视频终审胜诉，认定暴风公司主观恶意程度较高，构成直接故意侵权，判决暴风公司赔偿搜狐视频经济损失及合理费用共计 125000 元。

暴风影音网站在该剧仅在搜狐视频免费播出 4 集时（后 16 集仍属于搜狐视频会员付费观看期间）即提前上线该剧全集，且故意屏蔽了原告的重点监控城市（如：北京、上海），而在外省/市实施全集盗播行为，同时在盗播的剧集片头接入自己的广告以实现非法商业获利。

PPTV 聚力或改名苏宁视频

1 月 22 日消息，有消息称年后聚力视频(原 PPTV)将改名为“苏宁体育”。聚力体育划归苏宁体育并全部搬到南京。另有消息称苏宁文创互联网事业部常务副总裁、聚力传媒高级副总裁曾刚已调至聚力体育，未来将重点发展体育业务。

如果传闻落实“聚力”改名“苏宁视频”，则意味着苏宁方面的全面接管，或许还会伴随着新一轮人事变动。就本月，PPTV 的媒体活动已经和苏宁云商安排在了一起。

新华网与人民法院开展庭审直播合作

1 月 18 日，在最高人民法院的支持和指导下，新华网股份有限公司与人民法院新闻传媒总社签署了庭审网络直播战略合作协议。此次庭审直播合作，是最高人民法院第一次和中央重点新闻网站的合作，具有重要的战略意义。这不仅有助于实现我国司法公开从静态到动态质的飞跃，也是新华网致力于服务中国法治建设的重要里程碑。

乐视发布直播营销一体式自助化平台

1 月 20 日消息，乐视云近日发布国内首个直播营销一体式自助化平台，针对企业客户

和用户，打造集直播、互动、营销、导播、数据等功能为一体的直播营销产品及解决方案。

乐视云此次推出的“直播神器”涵盖直播内容的前端采编、视频云平台和视频营销服务。据介绍，主要针对于远程会议培训、商业发布会、企业年会、娱乐活动等场景，深度挖掘企业级直播市场。

5、VR

华数加入虚拟现实产业联盟

1月4日消息，作为目前全国最大的互动电视、手机电视、互联网电视等综合数字化内容的运营商和综合服务提供商之一，华数传媒日前加入虚拟现实产业联盟，是作为唯一一家广电运营商加入联盟。

“虚拟现实产业联盟”在工业和信息化部电子信息司的指导下应运而生。它由国内外虚拟现实领域主要企业、研究机构、产业园区等共同发起成立，包括 HTC、阿里巴巴、华为、中央电视台、优酷、光线传媒、乐视、Nvidia、AMD、Unity、英特尔等。此外，包括北京大学、清华大学、中国科学院、美国哥伦比亚大学、斯坦福大学等国内外著名高校和研究机构旗下的相关实验室和研究中心亦将鼎力为联盟提供支持。

央视鸡年春晚推出 VR 全景直播

在鸡年的央视春节联欢晚会上，央视开创性的采用了多种高科技元素，给观众带来不一样的新奇体验，在诸多高科技手段中近期火爆的 VR 直播最受瞩目。其特有的沉浸式体验，给予观众宛如身临其境的“现场”观看体验，借助春晚这一中国最重要的年度盛会，VR 直播市场认知度进一步提升。

本次春晚 VR 直播的技术供应商是国内顶尖内容制作公司兰亭数字，此前兰亭数字就曾和 CCTV5 合作过 CBA 全明星赛的 VR 直播，还出品过国内首部 VR 电曾出品国内首部 VR 电影《活到最后》、首部中国首部 VR MV《敢不敢》、中国首档 VR 综艺《谁是大歌神》等作品。

爱奇艺推出 VR 一体机

1 月 6 日消息，在 CES 全球消费电子展上，爱奇艺首次推出 VR 一体机。该产品是全球首款拥有 4K 分辨率的 VR 移动设备，采用夏普屏幕，分辨率为 3840x2160 像素，像素密度高达 806ppi，超高清分辨率可以更加逼真还原视觉场景，拒绝网格现象。

暴风集团切入 VR+旅游

1 月 13 日消息，暴风集团成立新文化公司切入 VR+旅游，拟设立 2 亿数字创意产业投资基金。

公司将以科技+文化+旅游为本，以 VR、AR 为核心，专注文化旅游等领域的 IP 投资、项目孵化和产品运营。同时，暴风新文化宣布与重庆成立暴风 VR 和数字创意产业投资基金，首期拟募资 2 亿创投基金，将投向数字创意产业、VR 内容、VR 硬件创新、科技场馆建设运营、景区 VR 项目，暴风三级体验中心建设等行业。

百度成立 AR 增强现实实验室

1 月 17 日消息，百度公司正式成立增强现实实验室（AR Lab），作为 2 亿美元资金投入的 AI&AR 项目的一部分，百度希望能利用这些前沿技术来挽救其萎缩的利润。据了解，该实验室团队目前有 55 人，最初旨在通过 AR 营销增加收入，未来将探索医疗保健和教育。

ODG 联手咪咕推中国版 AR 眼镜

1 月 12 日，以为美国军方制造智能眼镜和其他设备而闻名的可穿戴设备公司 Osterhout Design Group(ODG)在上海宣布，其刚刚在 CES 上公布的两款增强现实眼镜，将于今年在中国推出，而其首发合作伙伴是中国移动和其下内容服务商咪咕视讯。这两款眼镜是首次运用高通骁龙 835 芯片的增强现实产品。

大朋 VR 新一轮融资超千万美元

1 月 7 日，上海乐相科技(大朋 VR)宣布，获得新一轮超千万美元融资。恺英网络领投，另有一些 VR 产业基金跟投。据悉，此次投资恺英网络出资 2000 万人民币，获得大朋 2.27%

的股权。

IDC 预测 2017 年中国 VR 市场增长 441.2%。

1 月 18 日消息，IDC 预测，2017 年中国 VR 市场将持续增长，全年同比增长将达到 441.2%。

竞争将变得激烈且多样化，主要表现在大公司纷纷入场、VR 平台格局显现、无屏头显初迎爆发、桌面头显将实现 4 倍以上增长、独立头显寻找突围之路、内容进一步成熟，轻度行业应用兴起、体验店经济进一步扩大等七个方面。

BBC 携手 Oculus 打造 VR 体验

1 月 10 日消息，BBC 环球携手 Oculus 打造动物视角的 VR 体验。据悉，BBC 环球与虚拟现实公司 Oculus 就一系列自然历史节目计划达成合作共识，进军虚拟现实领域。根据协议，BBC 环球旗下 BBC Earth 频道将与 Oculus 共同打造三种 VR 体验，带领用户走进不同动物的生活。

谷歌 Daydream 平台上线首款社交应用

1 月 16 日消息，谷歌 Daydream 平台上线首款 VR 社交应用 vTime，由位于利物浦的 Starship 公司开发，可以在 Daydream 免费下载。该应用将成为横跨 Oculus Rift、Gear VR 以及谷歌纸板眼镜的第一款社交应用。同时，vTime 支持安卓以及 iOS 系统的手机。

阿里巴巴 600 万美金投资 AR 厂商 Lumus

1 月 23 日消息，以色列增强现实（AR）镜头制造商 Lumus 已获得阿里巴巴投资，投资金额为 600 万美元。

资料显示，Lumus 成立于 2000 年，是一家研究可用于可穿戴显示器的光学技术公司。其主要技术是波导显示技术，即从屏幕边缘将屏幕投影在一个小小的透明显示屏上。Lumus 的业务范围涵盖多个 AR 垂直市场，包括医疗保健、制造物流、航空电子和消费者产品。

HTC 建立 1000 万美元 VR 基金

1 月 20 日消息，HTC 建立 1000 万美元 VR 基金，资助相关内容与技术。HTC 称，VR 能为我们提供无限的机会，来发展和共享那些能给世界带来变革的创意。通过该基金，HTC 将资助和支持能够打造最强体验以改变世界的内容和技术。目前，HTC 正在其网站上征集创意，首批获胜项目将于今年 4 月 22 日公布。

6、资本市场

三大运营商出资中国互联网投资基金

1 月 22 日上午，国家互联网信息办公室(以下简称“网信办”)在北京召开发布会，宣布中国互联网投资基金正式成立。中国互联网投资基金经国务院批准设立，由国家网信办和财政部共同发起，基金规划总规模 1000 亿元人民币。

在基金成立仪式上，还进行了多项战略合作签约。其中，与中国工商银行、中信国安、中邮人寿、中国移动、中国联通、中国电信等 6 家战略出资企业签署合伙协议，基金首期 300 亿元资金募集认缴到位。

中国互联网投资基金将秉持“专注专业、引导引领、扶优扶强、共享共赢”投资理念，坚持国家战略导向、市场化运营、专业化管理，聚焦互联网重点领域，通过市场化方式支持互联网创新发展，为优秀互联网企业助力，为网络强国战略服务，推动互联网更好造福国家和人民。

金亚科技并购卓影科技拓展 IPTV 产业链

1 月 19 日消息，金亚科技发布公告，拟购买成都卓影科技股份有限公司 100% 股权，交易价格初步定为 6 亿元。根据金亚科技的规划，卓影科技将继续作为独立经营实体存续并由其原有经营管理团继续运营。在此基础上，金亚科技将从客户资源、项目管理、技术研发、企业文化、业务团队、管理制度等方面与其进行整合。

据了解，成都卓影科技股份有限公司主要从事智能终端系统软件和应用软件的研发、销售和技术服务，产品主要为 AndroidIPTV 中间件，并已经延伸到智能终端系统软件和应用

软件，是成都高新区 2012 年重点引入的高新技术企业和双软企业，并于 2015 年 10 月在全国中小企业股份转让系统挂牌。2016 年上半年营收 2897.30 万元，净利润 1517.54 万元。

乐视宣布融资 168 亿元

1 月 13 日，乐视网发布公告表示引入了 168 亿元的战略投资，嘉睿汇鑫（由融创中国实际控制）通过老股转让和增资扩股方式对乐视网、乐视致新和乐视影业方面共计投资 150 亿元，华夏人寿、乐然投资向乐视致新投资 18.3 亿元。融创中国由此成为乐视网和乐视致新的第二大股东。

根据公告，贾跃亭向嘉睿汇鑫售出其在乐视网 8.61% 的股份，套现 60 亿人民币左右；乐视控股出售其在乐视影业 15% 的股份，套现 10.5 亿，乐视致新的股东鑫乐资产套现 26 亿，鑫乐资产的法定代表人为乐视网旗下企业乐视互联，同为贾跃亭控制企业。

新疆广电组建北京未来媒体科技公司

1 月 5 日，新疆广电网络股份有限公司、北京未来共创科技中心、深圳茁壮网络股份有限公司、北京数码视讯科技股份有限公司、北京新奥特股份有限公司和北京云途腾科技有限公司，在北京新疆大厦举行北京未来媒体科技股份有限公司开业暨揭牌仪式。

据了解，北京未来媒体科技股份有限公司是依照《中共中央、国务院关于深化国有企业改革的指导意见》、《关于国有控股混合所有制企业开展员工持股试点的意见》等相关精神要求，经新疆维吾尔自治区新闻出版广电局、新疆维吾尔自治区国资委批准成立的混合所有制试点企业，也是新疆广电网络“一网三化”战略的落地。

2016 电影三巨头市值蒸发 1200 亿

1 月 10 日消息，2016 电影三巨头市值蒸发 1200 亿，万达、华谊、光线股价分别下跌 55%、47%、35%。截至 2016 年 12 月 31 日，影视龙头股万达院线、华谊兄弟、光线传媒分别下跌 55%、47%、35%，较一年前市值分别蒸发了 780 亿、295 亿、195 亿，共计 1270 亿。其它个股亦表现不佳，新文化、奥飞娱乐也均跌逾 50%。

7、其它互联网相关

北京网信办关闭多家违规网站

1 月 23 日消息，据北京市互联网信息办公室官方微信公众号“网信北京”消息，近期北京市网信办、北京市文化市场行政执法总队、北京市通信管理局依法关闭了属地 17 家违法违规网站。关闭的 17 家网站包括“军委会网”、“华讯网”、“天则经济研究所网”、“天则公用事业研究中心网”、“融媒体网”、“A 级小说网”、“中评网”、“微讯啦”、“493262274.com”等。

招商局与腾讯签订互联网+合作协议

1 月 10 日，招商局集团与腾讯公司正式签订互联网+战略合作协议，双方将在互联网+基础设施、互联网+社区/园区、互联网+交通、互联网+物流、互联网+金融五大领域展开全面合作。

阿里巴巴 8 亿美金赞助国际奥委会

2017 年 1 月 19 日，国际奥委会主席巴赫与阿里巴巴集团董事局主席马云在达沃斯联合召开新闻发布会，正式宣布阿里巴巴成为国际奥委会的全球合作伙伴。

双方以四年为一个周期，签署了总共三个周期、横跨 12 年的长期合作协议。按照国际奥委会以往顶级赞助商的赞助金额，阿里此次的赞助总金额将不低于 8 亿美元。

腾讯成立新的音乐集团

1 月 31 日消息，腾讯方面日前正式宣布，腾讯公司 QQ 音乐业务和中国音乐集团合并成为新的音乐集团，现已正式更名为腾讯音乐娱乐集团。目前，新公司的平台业务融合、架构调整和人事任命已经完成。

8、海外市场

欧盟计划将 OTT 服务纳入监管

1 月 19 日消息，据路透社报道，欧盟委员会发布计划修订电子隐私指令（E-Privacy Directive），拟放宽电信公司对用户通信数据的使用限制，并首次将互联网通信服务商纳入监管。

欧盟委员会提出的诸多措施旨在更新现有规则，将其适用范围扩大至所有电子通信提供商；创造处理通信数据的新途径；并加强数字单一市场的信任与安全，而这是数字单一市场战略的主要目标之一。委员会还提出新的规则，以确保欧盟机构处理个人数据时，隐私保护标准与《通用数据保护条例》适用于成员国的标准相同，并制定了有关个人数据跨境转移的战略方针。

Facebook 欲获取更多电视广告预算

1 月 26 日消息，Facebook 正在为包括苹果 Apple TV 在内的电视机顶盒开发应用，希望借此让其成为视频内容的中心，为公司获得视频广告营收增加新的途径。消息人士称，Facebook 目前还在同媒体公司进行谈判，考虑获得电视节目授权。

Facebook 开发的机顶盒应用，是该公司数个旨在实现“视频为先”战略目标的项目之一。通过这些项目，Facebook 将能够争夺广告主的电视广告预算。Facebook 此前已开始推广自己的流媒体视频服务，且正在测试一款新型视频广告产品，并把更多的视频内容整合到了图片分享应用 Instagram 当中。

Facebook 欲在视频中插播 15 秒广告

1 月 10 日消息，Facebook 准备推出一种视频中间播放的广告产品，长度可达 15 秒钟，这一广告将会在视频至少播放 20 秒钟之后播出。

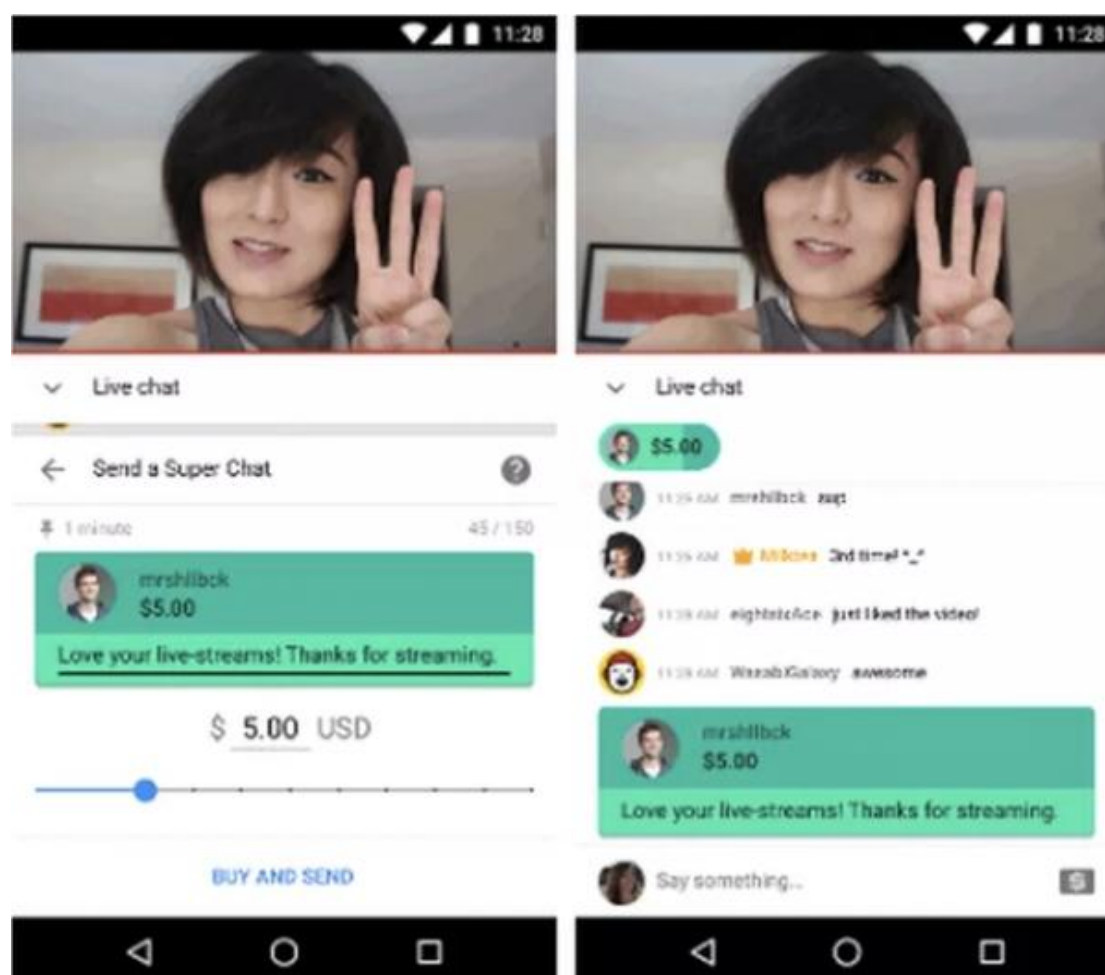
Facebook 和视频作者将会分享广告收入，作者获得 55%，其余归属 Facebook，这也是 YouTube 的广告收入分成比例。如果这种视频广告能够启动，这意味着给 Facebook 提供视频的海量作者，将第一次迎来实质性的创收机会。

Facebook 客户端在全球拥有 15 亿用户，目前在视频播放量上正在追赶 YouTube。然而有意思的是，Facebook 掌门人扎克伯格严格禁止在视频播放前播出广告。这样，即使播放量高，但是视频作者和提供视频的第三方媒体机构对于收入回报并不满意。

YouTube 为视频直播开发付费弹幕

1 月 16 日消息，YouTube 日前推出了一个视频直播创收的新模式，网民付费可以让自己的评论出现在弹幕中。

用户在观看视频直播时，在聊天窗口中将会看到一个美元标志，用户可以设置支付的金额，如果支付的金额越多，自己的评论出现在直播画面上的时间更长，当然支付的金额和留言的长度也有关系。



此前，YouTube 曾经为视频制作者推出一个创收工具，名为“粉丝基金”(Fan Funding)，此次推出的超级聊天将会取代这一功能。YouTube 的产品经理麦克唐纳（Barbara Macdonald）表示，超级聊天功能可以让粉丝第一时间和 YouTube 视频红人们进行沟通互

动，另外直播的视频作者也可以对粉丝留言进行优先级排序。

近日头条收购美国短视频应用 Flipagram

1 月 31 日消息，今日头条宣布全资收购美国移动短视频创作者社区 Flipagram。收购后，今日头条将获得这款美国市场上的主流移动视频产品和其运营团队。双方未公布此次收购的财务细节。基于 Flipagram 和今日头条各自所拥有的用户规模，此次交易应是 2017 年全球短视频行业最重要的一次整合。

Flipagram 正式上线于 2013 年，是一款让普通用户通过短视频来讲述自己故事的软件，2014 年它的月活就达到 3000 万。用户在 Flipagram 上可以非常方便的把照片、视频配上热门音乐，生成大约 30 秒到一分钟左右的短视频进行分享。

传 Verizon 有意收购有线电视运营商

1 月 31 日消息，据《华尔街日报》报道，美国最大移动通信运营商 Verizon，正研究与经营有线电视业务的 Charter Communications 合并，Verizon 此举收购可助其加强媒体业务及丰富内容。

需要指出的是，Verizon 的竞争对手 AT&T 早前提出以 854 亿美元收购时代华纳(Time Warner)。

康卡斯特宣布进军智慧家庭领域

1 月 11 日消息，康卡斯特宣布进入智能家居市场。它宣布一项新的智能网关技术，这项技术将会代替旧的有线模型，并且会使用户更容易操作 wifi 系统。用户也不需要添置新的硬件，康卡斯特将于几个月后推出一个可以设置在智能手机应用中的智能网关。

Xfinity Home 是康卡斯特的下一代家庭安全、自动化、能源管理解决方案，包括不间断的监测系统、遥控警告和解除警告、照明和温度调节、烟道水道泄露检测等。

康卡斯特还建立了新的 wifi 系统。康卡斯特想把 wifi 和智能家庭技术无缝结合起来，使用户设置 wifi 就像扫一个二维码一样简单，而且 wifi 范围扩展器也将与之连接起来方便用户使用。这个新的网关技术将与谷歌的 wifi 系统及其它网络产品竞争。

挪威 2017 年将停止 FM 声音广播

1 月 4 日消息，挪威将成为全球首个停止 FM 声音广播的国家。从 2017 年 1 月 11 日起，挪威国家电台将开始陆续在全国停止模拟 FM 声音广播，改为数字声音广播。这次模数转换为期一年，将在 2017 年年底前完成。首个关闭 FM 广播的城市将是挪威北部的 Bodø 市。

挪威从 1995 年开始向 DAB 迁移过渡，如今已建立了两个国家级和多个地方性的 DAB 网络。据悉，挪威数字声音广播可能采用最新的 DAB+ 标准，而不是之前选择的 DAB。

德国有线电视运营商推出 4K 机顶盒

1 月 22 日消息，德国有线电视运营商 Tele Columbus and Primacom 表示，正式向德国民众推出了名为 Adavance TV 的新型 4K 超高清机顶盒，这在德国历史上也属于首次。

据了解，新式的 AdavanceTV 4K 机顶盒除了传输电视节目之外，还可以实现 VOD 视频点播功能，此外，还内置了 WiFi 无线网络功能。德国民众只需要每月花上 4.99 欧元，就可以拥有 4K 机顶盒的使用权。

印度模数转换进程接近完成

1 月 12 日消息，据 Rapid TV News 报道，随着全国有线电视网络的数字化接近完成，截至 2016 年 12 月印度政府新增注册登记的临时多系统运营商（MSO）有 71 个，2017 年 1 月初总数为 1130 个。预计第三阶段有线网络模拟信号关闭工程将延迟到 2017 年 1 月 31 日竣工（原定截止日期为 2015 年 12 月 31 日），第四阶段截止日期则为 2017 年 3 月 31 日（原定截止日期为 2016 年 12 月 31 日）。

菲律宾拟推出国家宽带计划

2018 年菲律宾预计推出国家宽带计划，以满足每一个菲律宾人对更好的互联网服务的需求。根据信息和通讯技术部(DICT)的提案，菲律宾政府将花费 770 至 2000 亿比索的资金实施国家宽带计划。

相关支持者表示，基础设施投资不应只靠私营企业，还需要得到政府的支持，政府部门

可以建设网络基础设施租给电信运营商。

四、市场数据

1、IPTV 收视数据

2017 年 1 月各省电信 ITV 影视

广东电信

周期	项目	TOP1	TOP2	TOP3
12 月 19 日-12 月 25 日	电视剧	《锦绣未央》	《流氓皇帝》	《致命复活》
	电影	《西游记之孙悟空三打白骨精》	《熊出没之雪岭熊风》	《湄公河行动》
	综艺	《梦想的声音》	《天籁之战》	《天天向上》
	卡通	《小猪佩奇》	《小公主苏菲亚》	《猪猪侠之百变猪猪侠》
12 月 26 日-1 月 1 日	电视剧	《锦绣未央》	《流氓皇帝》	《巾帼枭雄谍血长天》
	电影	《冰雪奇缘》	《我的特工爷爷》	《熊出没之雪岭熊风》
	综艺	《梦想的声音》	《天籁之战》	《我们的挑战》
	卡通	《小猪佩奇》	《小公主苏菲亚》	《猫和老鼠》
1 月 2 日-1 月 8 日	电视剧	《锦绣未央》	《致命复活》	《幕后玩家》
	电影	《湄公河行动》	《第三种爱情》	《马达加斯加的企鹅》
	综艺	《喜剧总动员》	《挑战不可能 2》	《今夜百乐门》
	卡通	《托马斯和朋友》	《猪猪侠之变身战队》	《小马宝莉》
1 月 9 日-1 月 15 日	电视剧	《恋恋不忘》	《锦绣未央》	《味想天开》
	电影	《奥特曼传奇》	《冰雪奇缘》	《赌城大亨 2 之至尊无敌》
	综艺	《梦想的声音》	《我们的挑战》	《最强大脑》

	卡通	《小猪佩奇》	《小公主苏菲亚》	《兔小贝儿歌》
--	----	--------	----------	---------

重庆电信

周期	影视剧	TOP1	TOP2	TOP3
12 月 12 日 -12 月 18 日	付费电视剧	《HD-美人私房菜》	《HD-放弃我，抓紧我》	《HD-冲出迷雾》
	付费电影	《HD-湄公河行动》	《HD-蜡笔小新梦境世界大突击》	《HD-从你的全世界路过》
12 月 19 日 -12 月 25 日	付费电视剧	《HD-放弃我，抓紧我》	《HD-美人私房菜》	《HD-不可能完成的任务》
	付费电影	《HD-湄公河行动》	《HD-从你的全世界路过》	《HD-龙珠 Z 复活的弗利萨》
12 月 26 日 -1 月 1 日	付费电视剧	《HD-美人私房菜》	《HD-放弃我，抓紧我》	《HD-木兰妈妈》
	付费电影	《HD-极限特工 2》	《HD-白日杀机》	《HD-湄公河行动》
1 月 2 日-1 月 8 日	付费电视剧	《HD-乱世丽人行》	《HD-孤战》	《HD-放弃我，抓紧我》
	付费电影	《HD-工厂怪物》	《HD-名侦探柯南纯黑的恶梦》	《HD-星球大战原力觉醒》
1 月 9 日-1 月 15 日	付费电视剧	《HD-神探夏洛克第四季》	《HD-放弃我，抓紧我》	《HD-美人私房菜》
	付费电影	《HD-名侦探柯南纯黑的恶梦》	《HD-无贱道》	《HD-冰河时代》

上海电信

周期	直播/点播	TOP1	TOP2	TOP3
12 月 23 日-12 月 29 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《小猪佩奇第二季》	《海底小纵队第一部》	《开讲啦》
12 月 30 日-1 月 5 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《小猪佩奇第二季》	《超级飞侠第一季》	《芭比姐妹与小马》
1 月 6 日-1 月 12 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《小猪佩奇第二季》	《金星秀》	《汪汪队立大功》

1 月 13 日-1 月 19 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《于成龙》	《流氓皇帝》	《四大名助》

安徽电信

周期	项目	TOP1	TOP2	TOP3
12 月 29 日-1 月 4 日	电视剧	《放弃我，抓紧我》	《北上广依然相信爱情》	《锦绣未央》
	电影	《勇士之门》	《湄公河行动》	《奔爱》
	综艺	《陈翔六点半》	《喜剧总动员》	《江苏卫视跨年演唱会》
	卡通	《兔小贝儿歌》	《熊出没》	《汪汪队立大功》

2017 年 1 月各省电信 ITV 游戏数据

江苏电信

周期	TOP1	TOP2	TOP3
12 月 19 日-12 月 25 日	《斗地主》	《雷伊传奇》	《奥特家族 2》

2、网络视频数据

我国网络视频用户达 5.45 亿户

根据 CNNIC 报告，截止 2016 年 12 月，中国网络视频用户为 5.45 亿，较 2015 年增加 4064 万户，增长率为 8.1%。网络视频使用率为 74.5%，较 2015 年提升 1.3 个百分点。随着 4G 网络的进一步普及和手机资费的下降，网民在微信、微博等主流 APP 上观看短视频的行为更加普遍。

我国付费视频用户超过 7500 万

根据艺恩统计数据，截至 2016 年底，中国有效视频付费用户规模已突破 7500 万，增速达 241%，是美国市场 9 倍。预计 2017 年中国视频付费用户规模将超过 1 亿，中国视频付费正在发生“聚变”，打破原有市场格局，成为国际视频付费市场不可小觑的力量。

3、IPTV/OTT 数据

我国 IPTV 用户达 8673 万户

1 月 22 日消息，根据工信部统计数据，我国 8M 以上宽带用户占比达 91.0%，光纤接入（FTTH/O）用户占宽带用户的比重超过四分之三。融合业务发展渐成规模，截至 12 月末，IPTV 用户达 8673 万户。

河南 IPTV 用户达 315 万户

2016 年，河南省信息通信业围绕建设网络经济强省，持续提升信息网络支撑能力，深入开展宽带提速降费，继续保持较快发展态势，实现“十三五”良好开局。

电信业务总量完成 1832.7 亿元，居全国第 5 位，较上年增长 57.6%，增速高于全国平均水平 3.4 个百分点。电信业务收入完成 601.6 亿元，居全国第 6 位，较上年增长 8.8%，增速高于全国平均水平 3.2 个百分点。

互联网宽带接入用户 1767 万户，固定宽带家庭普及率达到 57.1%；移动互联网用户 6378 万户，移动宽带用户普及率达到 57.3%。50M 以上宽带用户占比（97.4%）居全国第 1 位，率先在全国基本实现固定宽带 50M 以上接入。

融合业务加快发展，IPTV、物联网终端用户分别达到 315 万户、443 万户，居全国第 10 位、第 9 位，较上年增长 599.1%、58.9%。

陕西电信天翼高清用户达 339 万

1 月 20 日消息，陕西省光纤到户端口（FTTH）数已超 1000 万户，覆盖超 1000 万家庭用户；光纤到户接入的宽带用户超过 414 万户，占比超 84%；百兆用户占比近 5 成，宽带平均速率 50Mbps；天翼高清超 339 万户，4K 用户超 30 万户。

广东联通沃 TV 用户超百万

1 月 10 日消息，船承匠心，领航视界——广东联通精彩 2017 极致视频体验启航礼”日前在广州珠江红船开启。

据介绍，广东联通在过去一年持续打造沃 4G+超卓视频网和全光宽带网络，“超卓视频网”已经建设完成；拥有网络基础后，广东联通引入芒果、乐视、优酷等 30 多家合作伙伴构建视频生态圈；并自主研发“沃 TV”视频产品，目前用户已超百万。

海信智能电视用户突破 2300 万

1 月 9 日消息，海信对外发布《2016 互联网电视白皮书》，公布海信智能电视激活用户量已突破 2343 万，日活跃用户数突破 900 万，其中中国地区用户逼近 2000 万。预计 2017 年达到 3300 万家庭用户，覆盖人群超过 1 亿。

据悉，2016 年，海信互联网电视付费 VIP 会员同比增长 8 倍，全平台付费用户暴增 412 倍，人均每日在线时长接近 5 个小时。丰富的视频资源把家庭成员从小屏聚合至大屏，显示出非同寻常的黏着度。

TCL 智能电视用户突破 1800 万

1 月 6 日消息，在移动互联网用户运营及智能电视用户数据方面，TCL 在 2016 年全年增长迅猛。12 月底，通过 TCL 智能网络电视终端运营的激活用户已达 1728.9 万，同比增长 45.0%，月内日均活跃用户数为 747.3 万，同比增长 55.7%；通过欢网运营的智能网络电视终端累计激活用户已达 2858.9 万，日均活跃用户数 1076.2 万。游戏应用用户规模已达 984.2 万，同比增长 124.5%。

值得关注的是，受益于海外目标市场增长，TCL 移动互联网应用平台累计激活用户数达到 5507.6 万，月活跃用户为 2299.0 万，环比增长 36.4%，应用累计下载量达到 5.10 亿。

2018 年智能电视保有量将近 2 亿台

1 月 6 日消息，前瞻产业研究院研究指出，中国智能电视市场开始高速增长，2016 年从视频、广告开始，客厅经济进入商业模式落地之年，智能电视出货比重提升至 86%，未来三年仍有较大更新需求，预计 2018 年智能电视保有量将近 2 亿台，为内容与运营变现提供基础。

终端的普及和消费习惯改变终于以智能电视为核心的“客厅经济”浮出水面，客厅经济商业模式逐渐落地，数据显示，2015 年客厅经济规模达到 1020 亿元，2016 则增长 25.9%，

至 1400 亿元。预计到 2018 年，随着用户对围绕智能电视的内容、应用、服务付费意愿的提升，以及广告主日益认可智能电视平台的商业价值，中国客厅经济市场规模将达到 2300 亿元。

三大运营商 4K 用户近 3000 万

1 月 18 日，由 4K 花园联合华为技术有限公司、阿里巴巴家庭娱乐事业部共同举办的首届“中国 4K 映像节”在北京举行，标志着娱乐视频超高清时代的全面开启。

2016 年人们更多提了支持 4K 的带宽，2016 年在运营商的业务推进里面，4K 更多地出现在运营商的战略发布会里，这是一个明显的变化。4K 花园已经准备了 1500 小时的 4K 内容，并且每个月都会更新，这些内容会在全中国很多省市的 IPTV 里面做一些专网上线，到时候，用户会很容易找到 4K 花园的专区。

据介绍，这两年三大运营商已经发展了近 3000 万的 4K 用户，家电厂商也将 4K 作为电视机的标配。

4、广电行业数据

中国广电发布 2016 年收视数据

中国广播电视网络有限公司联合北

湖南广电 2016 年营收超百亿

2016 年，湖南台全台广告创收 110.25 亿元。这样的数字在电视台整体收入断崖式下滑的今天实属不易。但对比 2015 年湖南台 109.1 亿的广告收入，仅 1 亿的增长显示出互联网视频强攻下传统广电的增长乏力。



吕焕斌在总结会上演讲的题目是《捍卫马栏山》：“我们要直面野蛮人。从互联网上崛起的新媒体就是这样一群野蛮人。面对这些野蛮人，我们既要给予尊敬——尊敬他们创新创业的野蛮精神，也绝不能被他们的野蛮所恐吓。”

福建广电网络有线电视用户近 740 万

1 月 17 日消息，截至 2016 年底，福建省广电网络集团有效用户达 738.88 万户，数字用户达 715.35 户，数字化率达 96.81%(全国第 5 位)。累计发展互动用户 109.59 万台、累计宽带用户 107.28 万户，高清用户 210.67 万台。

5、宽带用户数据

三大电信运营商 12 月运营数据

2016 年 12 月	中国移动	中国联通	中国电信
新增用户/总数	165.1 万/8.48898 亿	83.2 万/2.6382 亿	83 万/2.15 亿
新增 3G 用户/总数	-843.6 万/1.03437 亿		
新增 4G 用户/总数	2520.5 万/5.35036 亿	551.88 万/1.04551 亿	157 万/1.2187 亿
新增宽带用户/总数	44 万/7762.4 万	-16.6 万/7523.6 万	89 万/1.2312 亿

新增本地固话用户/总数		-106.9 万/6664.9 万	-69 万/1.2686 亿
-------------	--	-------------------	----------------

2017 年全国行政村通光纤比例超 90%

1 月 26 日消息，2016 年工业和信息化部会同财政部联合组织实施了电信普遍服务两批试点工作，在各地地方政府的大力支持、基础电信企业的积极参与下，两批试点工作有序开展、取得了积极成效。

截至 2016 年 11 月底，我国农村网络光纤接入占比达到 82.2%(FTTH 端口占比)，比 2015 年底提升 19 个百分点;预计 2017 年两批试点建设完成后全国行政村光纤通达比例将超过 90%。

关于电信普遍服务试点下一步工作考虑，张峰表示，2017 年工信部将联合财政部继续组织实施第三批电信普遍服务试点工作，推进 3 万个以上行政村(包括 8000 个贫困村)开展宽带网络建设，继续引导相关基础电信企业、广电企业、民间资本等投资参与农村宽带网络建设，继续推动地方政府加大配套政策支持保障。

陕西 2016 年新建住宅 100%光纤到户

1 月 23 日消息，2016 年陕西省新建住宅项目 100%实现光纤到户，老旧小区光改数目累计达到 18126 个;新增光纤到户用户数 395 万，较 2015 年同比增长 291.8%;8M 及以上宽带用户占比超过 97%，20M 及以上宽带用户占比达到 77%。

2017 年，陕西管局将着重做好以下几方面工作：一是紧密联各市政府部门，建立健全联合工作机制。二是深入贯彻落实新国标，完善光纤到户工作标准。三是确定目标任务，开展创建活动。四是加强内部管理，规范工作流程。五是强化监督检查，规范市场秩序。六是加强行业交流，组织学习培训。

江苏电信宽带用户数突破 1700 万

1 月 17 日，中国电信江苏公司召开了“智能光宽带 不只是连接”智能光纤宽带新标准发布暨嗨购节启动会，正式发布了智能光纤宽带及智慧家庭产品。在会上，江苏电信表示，

截至 2016 年底，中国电信江苏公司宽带用户数突破 1700 万，家庭宽带渗透率达 77%，宽带平均速率由 2011 年的 2.5M 提升到 49M，5 年上网速度提升 20 倍。据了解，中国电信江苏公司投资 350 亿元建成了全省全覆盖的高速无线数据网络，实现省内电信 WiFi 公共区域覆盖率超过 80%，人流量集中区域均已覆盖电信 WiFi。

青海省新增 22.2 万固定宽带用户

1 月 9 日消息，截止 2016 年底全省固定宽带用户新增 22.2 万户，达到 96.6 万户，3G/4G(移动宽带)用户数新增 20.3 万户，达到 370.1 万户。

全省网络可用下载速率达到 9.48 兆比特每秒，同比提升 41.92%，网络视频可用下载速率达到 7.28 兆比特每秒，同比提升 17.23%，网络首屏呈现时间缩短至 1.07 秒，同比缩短 52.65%；全省信息消费规模达到 244 亿元，占全年计划 240 亿元的 101.7%。预计全年信息消费规模将超过 260 亿元。

6、其它市场数据

2016 中国彩电市场规模破 5000 万

1 月 31 日消息，在 2016 年度中国智能显示与创新应用产业大会暨 CRC2016 年度彩电行业研究会议上，奥维云网(AVC)黑电事业部总经理翁振华透露，2016 年中国彩电全年零售量历史性的突破了 5000 万台，为 5089 万台，同比增长 7.8%；零售额规模为 1560 亿元，同比下降 1.8%。

2016 年彩电线上表现优异，零售量规模达 1970 万台，占比 39%，同比增长 51.3%。随着理性消费者增多，个性化的消费场景和完美的消费体验，这意味着电商们告别了价格互掐的时代，开始重点构建新的消费场景。2016 年智能电视的渗透率达到 83%。2016 年第 4 季度电视 App 人均单次使用时长达 35 分钟。以智能化为中心，电视内容不断丰富和完善，电视生态逐渐成熟。

2017 年彩电市场将继续保持增长态势，预计全年中国彩电市场零售量规模将达 5301 万台，同比增长 4.2%，零售额规模将达 1640 亿元，同比上升 5.1%。

中国电视销售均价首超美国

1 月 16 日消息，2016 年 Q4 的 IHS 全球电视出货数据报告指出:中国互联网电视市场全球出货量占比从 2015 年的 68.6%跃升到 2016 年的 84.7%。中国电视市场消费以 48.3 寸的平均尺寸、41.8%的 4K 超高清电视市场占比和 422 美金的电视均价全面超过北美、东西欧市场，实现全球第一。

从市场规模来看,2016 年全球新增电视消费八成来自中国,2016 年近一成的增量是全球平均水平的 5 倍,全面超越美国成为电视消费大国。这其中,智能电视渗透度超过 80%,是全球水平的 2 倍;中国市场 4K 电视渗透水平达到 4 成,也是全球市场的 2 倍。

7、海外相关数据

Netflix 全球用户达到 9380 万

1 月 18 日，美国付费视频网站 Netflix 发布了 2016 财年第四季度及全年财报。财报显示，该公司第四季度营收达到 24.77 亿美元，同比增长了 36%；净利润达到 6675 万美元，同比增长 55%。Netflix 2016 全年营收达到 88.31 亿美元，上年同期为 67.80 亿美元。净利润为 1.87 亿美元，上年同期为 1.23 亿美元。

Netflix 第四季度新增用户 705 万户，总用户数达到 9380 万户，其中付费用户为 8910 万户。而美国国内市场新增用户数量 193 万，总用户数量达到 4943 万，付费用户数量达到 4791 万。国际市场新增用户数量达到 512 万，总用户数量达到 4437 万，其中付费用户数量达到 4119 万。

该公司首席内容官 Ted Sarandos 在分析师会议上表示，新用户注册的主要动力来自于原创电视剧，其中用户热门搜索的电视剧中，一半以上是公司的原创作品。Netflix 预计，2017 年第一季度营收为 25.16 亿美元，净利润为 1.65 亿美元，每股收益为 0.37 美元，运营利润为 2.39 亿美元,运营利润为 9.1%。2017 年第一季度美国国内市场新增用户 150 万，国际市场新增用户 370 万。

2016 年全球液晶电视出货增长 1.6%

1 月 31 日消息，TrendForce 光电研究(WitsView)最新研究指出，受惠于北美渠道旺季销售优于预期、中国房地产市场热络及大尺寸电视的价格越来越亲民，进而提升买气，2016 年全球液晶电视总出货量为 2.19 亿台，年成长 1.6%。从品牌出货量来看，2016 年前五大电视品牌分别为三星、乐金、海信、TCL、Sony。

中国品牌海信、TCL 出货排名第三、四名，自有品牌出货各为 1,330 万台与 1,320 万台，年成长达 3.9% 和 0.8%，主要成长皆来自海外市场的出货。

2016 年全球曲面液晶电视销量约 900 万台

1 月 13 日消息，据台湾 TFT-LCD 面板厂商友达光电(AUO)估算，2016 年全球曲面液晶电视销量约为 900 万台，为 2015 年的 2.25 倍。

中国是曲面液晶电视的最大市场，2016 年出货量预计为 290 万台，占整体液晶电视的 5%。2017 年，中国市场的曲面液晶电视出货量将达 580 万台，占整体液晶电视的 10%。

五、附录

政策文件

关于清理规范互联网网络接入服务市场的通知

各省、自治区、直辖市通信管理局，中国信息通信研究院，中国电信集团公司、中国移动通信集团公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国广播电视网络有限公司、中信网络有限公司，各互联网数据中心业务经营者、互联网接入服务业务经营者、内容分发网络业务经营者：

近年来，网络信息技术日新月异，云计算、大数据等应用蓬勃发展，我国互联网网络接入服务市场面临难得的发展机遇，但无序发展的苗头也随之显现，亟须整治规范。为进一步规范市场秩序，强化网络信息安全管理，促进互联网行业健康有序发展，工业和信息化部决定自即日起至 2018 年 3 月 31 日，在全国范围内对互联网网络接入服务市场开展清理规范工

作。现将有关事项通知如下：

一、目标任务

依法查处互联网数据中心(IDC)业务、互联网接入服务(ISP)业务和内容分发网络(CDN)业务市场存在的无证经营、超范围经营、“层层转租”等违法行为，切实落实企业主体责任，加强经营许可和接入资源的管理，强化网络信息安全管理，维护公平有序的市场秩序，促进行业健康发展。

二、工作重点

（一）加强资质管理，查处非法经营

1.各通信管理局要对本辖区内提供 IDC、ISP、CDN 业务的企业情况进行摸底调查，杜绝以下非法经营行为：

（1）无证经营。即企业未取得相应的电信业务经营许可证，在当地擅自开展 IDC、ISP、CDN 等业务。

（2）超地域范围经营。即企业持有相应的电信业务经营许可证，业务覆盖地域不包括本地区，却在当地部署 IDC 机房及服务器，开展 ISP 接入服务等。

（3）超业务范围经营。即企业持有电信业务经营许可证，但超出许可的业务种类在当地开展 IDC、ISP、CDN 等业务。

（4）转租转让经营许可证。即持有相应的电信业务经营许可证的企业，以技术合作等名义向无证企业非法经营电信业务提供资质或资源等的违规行为。

2.在《电信业务分类目录（2015 年版）》实施前已持有 IDC 许可证的企业，若实际已开展互联网资源协作服务业务或 CDN 业务，应在 2017 年 3 月 31 日之前，向原发证机关书面承诺在 2017 年年底达到相关经营许可要求，并取得相应业务的电信经营许可证。

未按期承诺的，自 2017 年 4 月 1 日起，应严格按照其经营许可证规定的业务范围开展经营活动，不得经营未经许可的相关业务。未按承诺如期取得相应电信业务经营许可的，自 2018 年 1 月 1 日起，不得经营该业务。

（二）严格资源管理，杜绝违规使用

各基础电信企业、互联网网络接入服务企业对网络基础设施和 IP 地址、带宽等网络接入资源的使用情况进行全面自查，切实整改以下问题：

1.网络接入资源管理不到位问题。各基础电信企业应加强线路资源管理，严格审核租用方资质和用途，不得向无相应电信业务经营许可的企业和个人提供用于经营 IDC、ISP、CDN 等业务的网络基础设施和 IP 地址、带宽等网络接入资源。

2.违规自建或使用非法资源问题。IDC、ISP、CDN 企业不得私自建设通信传输设施，不得使用无相应电信业务经营许可资质的单位或个人提供的网络基础设施和 IP 地址、带宽等网络接入资源。

3.层层转租问题。IDC、ISP 企业不得将其获取的 IP 地址、带宽等网络接入资源转租给其他企业，用于经营 IDC、ISP 等业务。

4.违规开展跨境业务问题。未经电信主管部门批准，不得自行建立或租用专线（含虚拟专用网络 VPN）等其他信道开展跨境经营活动。基础电信企业向用户出租的国际专线，应集中建立用户档案，向用户明确使用用途仅供其内部办公专用，不得用于连接境内外的数据中心或业务平台开展电信业务经营活动。

（三）落实相关要求，夯实管理基础

贯彻落实《工业和信息化部关于进一步规范因特网数据中心（IDC）业务和因特网接入服务（ISP）业务市场准入工作的通告》（工信部电管函[2012]552 号，以下简称《通告》）关于资金、人员、场地、设施、技术方案和信息安全管理的要求，强化事前、事中、事后全流程管理。

1.2012 年 12 月 1 日前取得 IDC、ISP 许可证的企业，应参照《通告》关于资金、人员、场地、设施、技术方案和信息安全管理等方面的要求，建设相关系统，通过评测，并完成系统对接工作。

当前尚未达到相关要求的企业，应在 2017 年 3 月 31 日之前，向原发证机关书面承诺在 2017 年年底达到相关要求，通过评测，并完成系统对接工作。未按期承诺或者未按承诺如期通过评测完成系统对接工作的，各通信管理局应当督促相应企业整改。

其中，各相关企业应按照《关于切实做好互联网信息安全管理与系统建设与对接工作的通知》、《关于通报全国增值 IDC/ISP 企业互联网信息安全管理与系统对接情况的函》和《互联网信息安全管理与系统使用及运行管理办法（试行）》（工信厅网安〔2016〕135 号）要求，按期

完成互联网信息安全管理系统建设、测评及系统对接工作。未按期完成的，企业 2017 年电信业务经营许可证年检不予通过。

2.新申请 IDC（互联网资源协作服务）业务经营许可证的企业需建设 ICP/IP 地址/域名信息备案系统、企业接入资源管理平台、信息安全管理系统，落实 IDC 机房运行安全和网络信息安全要求，并通过相关评测。

3.新申请 CDN 业务经营许可证的企业需建设 ICP/IP 地址/域名信息备案系统、企业接入资源管理平台、信息安全管理系统，落实网络信息安全要求，并通过相关评测。

4.现有持证 IDC 企业申请扩大业务覆盖范围或在原业务覆盖范围新增机房、业务节点的，需要在新增范围内达到《通告》关于 IDC 机房运行安全和网络信息安全管理的要求，并通过相关评测。

5.现有持证 ISP（含网站接入）企业申请扩大业务覆盖范围的，需要在新增业务覆盖地区内达到《通告》关于网络信息安全管理的要求，并通过相关评测。

6.现有持证 CDN 企业申请扩大业务覆盖范围或在原业务覆盖范围增加带宽、业务节点的，需要在新增范围内达到《通告》关于网络信息安全管理的要求，并通过相关评测。

三、保障措施

（一）政策宣贯引导，做好咨询服务

各通信管理局要利用各种方式做好政策宣贯和解读工作，公布电话受理相关举报和解答企业问题咨询，引导企业按照要求合法开展经营活动。中国信息通信研究院要做好相关评测支撑工作，协助部和各通信管理局做好政策宣贯、举报受理、企业问题解答等工作。

（二）全面开展自查，自觉清理整顿

各基础电信企业集团公司要组织下属企业全面自查，统一业务规程和相关要求，从合同约定、用途复查、违规问责等全流程加强规范管理，严防各类接入资源违规使用；对存在问题的要立即予以改正，并追究相关负责人责任。

各 IDC、ISP、CDN 企业要落实主体责任，按照本通知要求全面自查清理，及时纠正各类违规行为，确保经营资质合法合规，网络设施和线路资源使用规范，加强各项管理系统建设并通过评测。

（三）加强监督检查，严查违规行为

各通信管理局加强对企业落实情况的监督检查，发现违规问题要督促企业及时整改，对拒不整改的企业要依法严肃查处；情节严重的，应在年检工作中认定为年检不合格，将其行为依法列入企业不良信用记录，经营许可证到期时依法不予续期，并且基础电信企业在与其开展合作、提供接入服务时应当重点考虑其信用记录。部将结合信访举报、舆情反映等情况适时组织开展监督抽查。

（四）完善退出机制，做好善后工作

对未达到相关许可要求或被列入因存在违规行为被列入不良信用记录的企业，不得继续发展新用户。发证机关督促相关企业在此期间按照《电信业务经营许可管理办法》有关规定做好用户善后工作。向发证机关提交经营许可证注销申请的，发证机关应依法注销该企业的 IDC、ISP 经营许可证。

（五）完善信用管理，加强人员培训

积极发挥第三方机构优势，研究建立 IDC/ISP/CDN 企业信用评价机制，从基础设施、服务质量、网络和信息安全保障能力等多维度综合评定，引导企业重视自身信用状况、完善管理制度建设、规范市场经营行为。各通信管理局要加强对相关从业人员的技能培训，不断提高从业人员的业务素质和能力水平。

四、工作要求

（一）提高认识，加强组织领导

开展互联网网络接入服务市场规范清理工作是加强互联网行业管理和基础管理的重要内容，对夯实管理基础、促进行业健康有序发展具有重要意义。各相关单位要指定相关领导牵头负责，加强组织保障，抓好贯彻落实。

各通信管理局、基础电信企业集团公司、互联网网络接入服务企业要落实责任，按照本通知要求，制定工作方案，明确任务分工、工作进度和责任，细化工作、责任到人，确保本次规范清理工作各项任务按期完成。

（三）加强沟通，定期总结通报

各通信管理局、各基础电信企业集团公司要加强沟通协作，及时总结工作经验，每季度

末向部（信息通信管理局）报送工作进展情况，发生重大问题随时报部。部（信息通信管理局）将建立情况通报制度，并定期向社会公示规范清理工作进展情况。

信息基础设施重大工程建设三年行动方案

信息基础设施是新时期我国经济社会发展的战略性公共基础设施，是拓展网络经济空间、发展壮大信息经济的重要抓手，是建设网络强国、推动转型升级的关键支撑。加快信息基础设施重大工程建设，对于促投资、稳增长、惠民生，以及发展新经济、培育新动能具有重要意义。近年来，随着“宽带中国”战略、信息网络重大工程的深入实施，我国信息基础设施发展水平快速提升，供给能力显著增强，与此同时，发展不平衡的矛盾依然突出，演进升级的要求仍然迫切，亟需围绕经济社会发展需求，在信息基础设施领域加快推进供给侧结构性改革，新建一批高速骨干线路，扩建一批宽带接入网络，升级一批应用基础设施，布局一批海外信息通道，不断提升信息基础设施整体水平和支撑能力，争取提早实现“十三五”规划《纲要》提出的网络发展目标。为统筹部署 2016-2018 年信息基础设施建设，特实施本行动方案。

一、总体要求

贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展新理念，牢牢把握信息技术革命和产业变革趋势，坚持引领示范与整体推进并举，适度超前与节约利用兼顾，建设升级与应用需求衔接，既有设施扩容和新兴技术部署并重，进一步优化网络结构，提高网络速率，提升网络质量，积极构建高速、移动、安全、泛在的新一代信息基础设施，为我国全面建成小康社会提供坚实保障。

统筹部署，分步推进。统筹有线和无线技术手段协同发展，统筹城乡和区域宽带协调发展，遵循技术演进规律，因地制宜，分步骤、分阶段推进实施。

全面提升，突出重点。全面提升宽带骨干网、城域网、接入网、国际通信和应用设施能力，重点加快农村宽带网络建设步伐，突破国际出入口、网间互联等薄弱环节。

有效衔接，协同实施。加强与各地各部门“十三五”规划的衔接，有力支撑“三大战略”、“互联网+”行动和“双创”等重大战略实施，构建协同发展的新格局。

市场主导，注重效率。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，鼓励各类社会资金参

与建设，新建、改造和升级相结合，努力提高网络投资效率。

二、目标与任务

紧紧围绕完善新一代高速光纤网络、加快建设先进移动宽带网、积极构建全球化网络设施、强化应用支撑能力建设 4 项重点任务，加快我国信息基础设施优化升级，到 2018 年基本建成覆盖城乡、服务便捷、高速畅通、技术先进、安全可控的宽带网络基础设施。

（一）加速完善新一代高速光纤网络。持续推进互联网

骨干网和城域网结构优化和关键环节扩容，积极构建高速传送、灵活调度和智能适配的骨干传输网络，超前布局下一代互联网，全面向 IPv6 演进升级，大幅提升流量疏通能力和业务承载能力。加快全光网络建设和高速光纤接入技术部署进程，深入推进三网融合，加快有线电视网络双向化改造，重点支持扩大光纤宽带网络在农村地区的有效覆盖。

目标：到 2018 年，新增干线光缆 9 万公里，新增光纤到户端口 2 亿个，城镇地区实现光网覆盖，提供 1000 兆比特每秒以上接入服务能力，大中城市家庭宽带用户提供 100 兆比特每秒以上灵活选择，行政村通光纤比例由 75%提升到 90%。

（二）加快建设先进移动宽带网。

持续加强城镇地区移动宽带网络深度覆盖，做好重要场景和热点地区 4G 演进技术部署，提升用户高速移动数据服务体验。继续扩大农村地区 4G 网络覆盖广度，完善重点行政村、景区、以及铁路沿线的 4G 网络覆盖。促进频谱资源高效利用，积极构建低频 LTE 网络，全面推进 5G 研发。深入推进共建共享，加强移动通信基站站址资源的储备和供给。深入普及高速无线宽带应用。

目标：到 2018 年，新增 4G 基站 200 万个，实现乡镇及人口密集的行政村 4G 网络全面深度覆盖，移动宽带用户普及率超过 75%。

（三）积极构建全球化网络设施。

围绕“一带一路”战略，优化国际进出口布局，拓宽国际进出口带宽，满足日益增长的国际交流合作需求。创新国际跨境陆缆运营模式，积极参与重要方向国际海缆建设，增加国际网络直达方向。加大海外网络服务提供点（POP 点）建设力度，加快数据中心与云服务平台、内容分发网络节点的全球布局。

目标：到 2018 年，我国国际陆海缆通达方向和带宽容量大幅增加；海外 POP 点新增 40 个，总数达到 120 个。

（四）统筹部署高水平应用基础设施。

统筹大型和超大型数据中心部署，积极推进行业云计算平台建设，支持各类行业信息系统和信息化应用平台向云平台迁移。扩大内容分发网络（CDN）容量和覆盖范围。鼓励采用云计算和大数据等技术，提升企业业务支撑、网络管理等系统服务能力。

目标：到 2018 年，初步形成技术先进、结构合理、规模适度、绿色集约的数据中心新格局；CDN 网络延伸到所有地级市；互联网应用广泛支持 IPv6 协议。

三、2016-2018 年重点项目

为保障上述任务和目标的实现，2016-2018 年信息基础设施建设共需投资 1.2 万亿元。为发挥重大工程的引领带动作用，拟重点推进骨干网、城域网、固定宽带接入网、移动宽带接入网、国际通信网和应用基础设施建设项目 92 项，涉及总投资 9022 亿元。

（一）骨干网。优化完善既有“八纵八横”光缆网络架构，及时组织老旧光缆更新换代，积极推进超高速、大容量光传输技术部署。围绕互联网骨干节点和新型交换中心，进一步优化互联网骨干网网间架构，全面提升整体承载和处理能力。重点推进 33 个项目，涉及资金 495 亿元。

（二）城域网。配合不断增长的宽带接入提速需求，适度超前开展城域传输网和 IP 城域网扩容，加快重点网络节点设备升级，提升多业务承载能力。重点推进 8 个项目，涉及资金 1271 亿元。

（三）固定宽带接入网。继续加快推进老旧小区光纤到户网络改造，升级部署高速光纤接入系统，全面开展光网城市建设。积极开展“宽带乡村”工程、电信普遍服务试点，加大投入力度，扩大光纤宽带接入网在农村的有效覆盖，推动实现光纤到村，积极发展宽带入户。重点推进 6 个项目，涉及资金 1884 亿元。

（四）移动宽带接入网。加快移动基站新建和改造，积极推进 4G 网络升级，优化完善室内覆盖，提升热点接入能力，扩大行政村广覆盖。统筹做好无线局域网热点覆盖和应用推广，全面提升高速移动互联网应用体验。重点推进 6 个项目，涉及资金 3902 亿元。

（五）国际通信网。加强“一带一路”重点方向的互联互通，发起亚太、美国等方向新

的国际海缆建设，完善面向周边国家的跨境陆地光缆，积极参与沿线重要国家、节点城市网络建设。完善海外 POP 点全球布局，提高国际网络辐射能力。重点推进 13 个项目，涉及资金 256 亿元。

（六）应用基础设施。建设新型云计算数据中心，改造扩容各类业务平台和重要信息系统。加强内容分发网络建设，新增服务节点，提高处理能力，扩展接入带宽。提升支撑系统资源管理、智能配置、灵活计费能力。重点推进 26 个项目，涉及资金 1214 亿元。

四、保障措施

（一）强化规划落实。国家发展改革委、工业和信息化部需与相关项目实施主体对接 2016-2018 年信息基础设施重点项目建设任务，明确年度进度安排，有序推进项目实施。本行动方案所列重点项目要做好与各地方政府城乡规划等法定规划和中央管理企业规划的衔接。各项目实施主体要加快开展前期工作，落实建设条件，确保重点项目顺利实施。

（二）加强资金支持。积极引导社会资本加大有效投资，利用中央预算内投资继续支持农村地区信息基础设施建设，加快实施以宽带网络为重点的电信普遍服务补偿机制试点，推动尽快实现“十三五”规划《纲要》农村网络目标。加强对重点项目的融资支持，鼓励民间资本投资信息基础设施建设。

（三）规范建设秩序。加大对光纤到户国家标准的组织实施和监督检查力度，加强光纤到户通信设施规划建设和验收备案。各地要加强协调，统筹规划安排通信光缆、管道、基站、机房等信息基础设施建设和使用，推动市政设施和公共基础设施开放和共享，切实保障信息基础设施的建设通行权。

（四）推进简政放权。修订《电信建设管理办法》，进一步放宽信息基础设施建设行政审批要求。继续深化电信体制改革，加快向民间资本开放基础电信业务步伐，进一步推动宽带市场向民间资本开放。优化管理服务，加强事中事后监管，营造公平竞争的市场环境。各地区、各部门应加大政策支持力度，为重点项目实施提供便利条件。国家发展改革委、工业和信息化部要充分利用“宽带中国”战略实施部际协调小组机制，加强统筹协调，强化对各建设主体落实重点项目的督导，定期组织或委托第三方对实施情况进行评估，并根据评估结果调整目标和任务，优化政策保障措施，确保项目顺利实施。

关于促进移动互联网健康有序发展的意见

随着信息技术迅猛发展和移动智能终端广泛普及，移动互联网以其泛在、连接、智能、普惠等突出优势，有力推动了互联网和实体经济深度融合，已经成为创新发展新领域、公共服务新平台、信息分享新渠道。为深入贯彻落实习近平总书记网络强国战略思想，促进我国移动互联网健康有序发展，现提出如下意见。

一、重要意义和总体要求

1. 重要性和紧迫性。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视网络安全和信息化工作，成立中央网络安全和信息化领导小组，作出一系列重大决策部署，有力推动了网信事业特别是移动互联网健康发展，对方便人民群众生产生活、促进经济社会发展、维护国家安全发挥了重要作用。当前，随着互联网技术、平台、应用、商业模式与移动通信技术紧密结合，移动互联网新技术快速演进、新应用层出不穷、新业态蓬勃发展，工具属性、媒体属性、社交属性日益凸显，生态系统初步形成、加速拓展，越来越成为人们学习、工作、生活的新空间。与此同时，移动互联网安全威胁和风险日渐突出，并向经济、政治、文化、社会、生态等领域传导渗透。面对新形势新挑战，移动互联网发展管理工作还存在一些短板：体制机制有待完善，法治建设仍显滞后，政策扶持力度不够，自主创新能力不足，核心技术亟需突破，管理基础相对薄弱，企业主体责任落实不到位，安全策略不完备等。这些问题已经制约移动互联网健康有序发展，必须高度重视、抓紧解决。

2. 指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略，紧紧围绕统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，积极践行新发展理念，坚持以人民为中心的发展思想，坚持鼓励支持和规范发展并行、政策引导和依法管理并举、经济效益和社会效益并重，凝聚共识、防范风险、争取人心、保障安全、促进发展，鼓励和支持技术创新，激发和保护企业活力，不断增强发展内生动力，全方位推进移动互联网健康有序发展，更好服务党和国家事业发展大局，让移动互联网发展成果更好造福人民。

3. 基本原则。坚持发展为民，充分发挥移动互联网优势，缩小数字鸿沟，激发经济活力，为人民群众提供用得上、用得起、用得好的移动互联网信息服务；坚持改革引领，完善

市场准入，规范竞争秩序，优化发展环境，全面释放创新活力和市场能量；坚持创新为要，强化目标导向、问题导向、效果导向，发挥管理主体、运营主体、使用主体作用，全方位推进理念、机制、手段等创新；坚持内容为本，创新内容生产，拓展分享渠道，净化交互生态；坚持分类指导，对移动互联网信息服务实行分类管理；坚持安全可控，全面排查、科学评估、有效防范和化解移动互联网迅猛发展带来的风险隐患，切实保障网络数据、技术、应用等安全。

二、推动移动互联网创新发展

4. 完善市场准入制度。深入推进简政放权、放管结合、优化服务，进一步取消和下放相关行政审批事项，加快落实由先证后照改为先照后证，简化审批流程、提高审批效率。建立完善与移动互联网演进发展相适应的市场准入制度，健全电信业务分级分类管理制度，健全移动互联网新业务备案管理、综合评估等制度。在确保安全的前提下，引导多元化投融资市场发展，积极稳妥推进电信市场开放，推动形成多种资本成分和各类市场主体优势互补、相互竞争、共同发展的市场新格局。

5. 加快信息基础设施演进升级。全面推进第四代移动通信（4G）网络在城市地区深度覆盖、在农村地区逐步覆盖、在贫困地区优先覆盖。加快第五代移动通信（5G）技术研发，统筹推进标准制定、系统验证和商用部署。增强网络服务能力，简化电信资费结构，实现网络资费合理下降，提升服务性价比和用户体验。创新投资和运营模式，扩大用户宽带接入网普及范围，加快民航客机、高速铁路、城市交通等公共场所无线局域网建设和应用，带动引导商业性服务场所实现无线局域网覆盖和免费开放。加快建设并优化布局内容分发网络、云计算及大数据平台等新型应用基础设施。开放民间资本进入基础电信领域竞争性业务，深入推进移动通信转售业务发展，形成基础设施共建共享、业务服务相互竞争的市场格局。改善互联网骨干网网间互联质量，优化互联架构，探索建立以长期增量成本为基础的网间结算长效机制，更好满足用户携号转网需求，营造良好市场竞争环境。

6. 实现核心技术系统性突破。坚定不移实施创新驱动发展战略，在科研投入上集中力量办大事，加快移动芯片、移动操作系统、智能传感器、位置服务等核心技术突破和成果转化，推动核心软硬件、开发环境、外接设备等系列标准制定，加紧人工智能、虚拟现实、增强现实、微机电系统等新兴移动互联网关键技术布局，尽快实现部分前沿技术、颠覆性技术在全球率先取得突破。落实企业研发费用加计扣除政策，创新核心技术研发投入机制，探索

关键核心技术市场化揭榜攻关，着力提升我国骨干企业、科研机构在全球核心技术开源社区中的贡献和话语权，积极推动核心技术开源中国社区建设。

7. 推动产业生态体系协同创新。统筹移动互联网基础研究、技术创新、产业发展与应用部署，加强产业链各环节协调互动。鼓励和支持企业成为研发主体、创新主体、产业主体，加快组建产学研用联盟，推动信息服务企业、电信企业、终端厂商、设备制造商、基础软硬件企业等上下游融合创新。推动信息技术、数字创意等战略性新兴产业融合发展。提高产品服务附加值，加速移动互联网产业向价值链高端迁移。完善覆盖标准制定、成果转化、测试验证和产业化投融资评估等环节的公共服务体系。加快布局下一代互联网技术标准、产业生态和安全保障体系，全面向互联网协议第六版（IPv6）演进升级。统筹推进物联网战略规划、科技专项和产业发展，建设一批效果突出、带动性强、关联度高的典型物联网应用示范工程。

8. 加强知识产权运用和保护。开展移动互联网领域专利导航工作，制定专利布局方向建议清单，鼓励企业面向战略前沿、交叉融合领域开展知识产权战略布局，充实核心技术专利储备。推进知识产权运营交易和服务平台建设，加快推进专利信息资源开放共享，鼓励大型移动互联网企业共同组建专利池，建立资源共享和利益分配机制。建立知识产权风险管理体系，加强知识产权预警和跨境纠纷法律援助。加大对移动互联网技术、商业模式等创新成果的知识产权保护，研究完善法律法规，规范网络服务秩序，提高侵权代价和违法成本，有效威慑侵权行为。

三、强化移动互联网驱动引领作用

9. 激发信息经济活力。加快制定完善信息经济发展政策措施，将发展移动互联网纳入国家信息经济示范区统筹推进，鼓励移动互联网领先技术和创新应用先行先试，扶持基于移动互联网技术的创新创业，促进经济转型升级、提质增效。加快实施“互联网+”行动计划、国家大数据战略，大力推动移动互联网和农业、工业、服务业深度融合发展，以信息流带动技术流、资金流、人才流、物资流，促进资源优化配置，促进全要素生产率提升。创新信息经济发展模式，增强安全优质移动互联网产品、服务、内容有效供给能力，积极培育和规范引导基于移动互联网的约车、租房、支付等分享经济新业态，促进信息消费规模快速增长、信息消费市场健康活跃。

10. 支持中小微互联网企业发展壮大。充分运用国家相关政策措施推动中小微互联网企业在移动互联网领域创新发展，支持和促进大众创业、万众创新。进一步发挥国家中小企业

发展基金、国家创新基金等政策性基金引导扶持作用，落实好税费减免政策，在信用担保、融资上市、政府购买服务等方面予以大力支持，消除阻碍和影响利用移动互联网开展大众创业、万众创新的制度性限制。积极扶持各类中小微企业发展移动互联网新技术、新应用、新业务，打造移动互联网协同创新平台和新型孵化器，发展众创、众包、众扶、众筹等新模式，拓展境内民间资本和风险资本融资渠道。充分发挥基础电信企业、大型互联网企业龙头带动作用，通过生产协作、开放平台、共享资源等方式，积极支持上下游中小微企业发展。遏制企业滥用市场支配地位破坏竞争秩序，营造公平有序的市场竞争环境。

11. 推进信息服务惠及全民。依托移动互联网加强电子政务建设，完善国家电子政务顶层设计，加快推进“互联网+政务服务”。在保障数据安全和个人隐私的前提下，推动公共信息资源开放利用，优先推进民生保障服务领域政府数据集向社会开放。加快实施信息惠民工程，构建一体化在线服务平台，分级分类推进新型智慧城市建设，促进移动互联网与公共服务深度融合，重点推动基于移动互联网的交通、旅游、教育、医疗、就业、社保、养老、公安、司法等便民服务，依托移动互联网广泛覆盖和精准定位等优势加快向街道、社区、农村等延伸，促进基本公共服务均等化。推动各级党政机关积极运用移动新媒体发布政务信息，提高信息公开、公共服务和社会治理水平。

12. 实施网络扶贫行动计划。按照精准扶贫、精准脱贫要求，加大对中西部地区和农村贫困地区移动互联网基础设施建设的投资力度，充分发挥中央财政资金引导作用，带动地方财政资金和社会资本投入，加快推进贫困地区网络全覆盖。鼓励基础电信企业针对贫困地区推出优惠资费套餐，探索推出“人、机、卡、号”绑定业务，精准减免贫困户网络通信资费。以远程医疗服务、在线教育培训等为重点，大力推动移动互联网新技术新应用为贫困地区农产品销售、乡村旅游、生产指导、就业服务、技能培训等提供更加优质便捷的服务。依托网络公益扶贫联盟等各方力量，推动网信企业与贫困地区结对帮扶，组织知名电商平台为贫困地区开设扶贫频道，积极开发适合民族边远地区特点和需求的移动互联网应用。坚持经济效益和社会效益并重，在深入开展项目论证基础上，充分发挥中国互联网投资基金作用，大力推动基于移动互联网的教育、医疗、公共文化服务等民生保障项目落地和可持续实施。

13. 繁荣发展网络文化。把握移动互联网传播规律，实施社会主义核心价值观、中华优秀传统文化网上传播等内容建设工程，培育积极健康、向上向善的网络文化。加大中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站等主流媒体移动端建设推广力度，积极扶持各类正能量账号和应用。加强新闻媒体移动端建设，构建导向正确、协同高效的全媒体传播体系。在互联网新闻

信息服务、网络出版服务、信息网络传播视听节目服务等开展特殊管理股试点。大力推动传统媒体与移动新媒体深度融合发展，加快布局移动互联网阵地建设，建成一批具有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。

四、防范移动互联网安全风险

14. 提升网络安全保障水平。牢固树立正确的网络安全观和动态、综合防护理念，坚持以安全促发展、以发展促安全，全方位、全天候感知移动互联网安全态势，不断强化移动互联网基础信息网络安全保障能力，大力推广具有自主知识产权的网络空间安全技术和标准应用。增强网络安全防御能力，落实网络安全责任制，制定完善关键信息基础设施安全、大数据安全等网络安全标准，明确保护对象、保护层级、保护措施。全面加强网络安全检查，摸清家底、认清风险、找出漏洞、督促整改，建立统一高效的网络安全风险报告机制、情报共享机制、研判处置机制。

15. 维护用户合法权益。完善移动互联网用户信息保护制度，严格规范收集使用用户身份、地理位置、联系方式、通信内容、消费记录等个人信息行为，保障用户知情权、选择权和隐私权。督促移动互联网企业切实履行用户服务协议和相关承诺，完善服务质量管理体系，健全投诉处理机制，提供更加安全、优质、便捷、实用的产品和服务。加大对利用“伪基站”、非法网站、恶意软件等侵害用户权益行为的打击力度，切实维护消费者权益和行业秩序。

16. 打击网络违法犯罪。坚决打击利用移动互联网鼓吹推翻国家政权、煽动宗教极端主义、宣扬民族分裂思想、教唆暴力恐怖等违法犯罪活动。严厉查处造谣诽谤、电信网络诈骗、攻击窃密、盗版侵权、非法售卖个人信息等违法犯罪行为。全面清理赌博、传销、非法集资、淫秽色情、涉枪涉爆等违法违规信息。

17. 增强网络管理能力。强化网络基础资源管理，规范基础电信服务，落实基础电信业务经营者、接入服务提供者、互联网信息服务提供者、域名服务提供者的主体责任。创新管理方式，加强新技术新应用新业态研究应对和安全评估。完善信息服务管理，规范传播行为，维护移动互联网良好传播秩序。

五、深化移动互联网国际交流合作

18. 拓展国际合作空间。围绕“一带一路”国家战略，推进网上丝绸之路国际合作，促

进移动互联网基础设施互联互通，大力发展跨境移动电子商务。在第五代移动通信（5G）、下一代互联网、物联网、网络安全等关键技术和重要领域，积极参与国际标准制定和交流合作。支持移动互联网企业走出去，鼓励通过多种方式开拓国际市场，加大移动互联网应用、产品、服务海外推广力度，构建完善跨境产业链体系，不断拓展海外发展空间。

19. 参与全球移动互联网治理。全面参与全球移动互联网治理相关组织、机制和活动，加强各类双边、多边对话合作。深入参与、积极推动移动互联网领域规则和标准制定。充分发挥世界互联网大会等平台作用，大力宣介中国治网主张。建立健全信息共享机制，积极参与国际联合打击移动互联网违法犯罪行动。

20. 加强国际传播能力建设。深化中外人文交流，积极利用各类社交平台，有效运用各种传播渠道，采用融通中外的概念、范畴、表述，讲好中国故事，展现中国形象。打造具有较强影响力的国际传播媒体，创新开展多语种、跨平台互动传播，不断提升移动互联网国际传播影响力。

六、加强组织领导和保障工作

21. 完善管理体制。在中央网络安全和信息化领导小组统一领导下，中央网信办要进一步强化移动互联网管理的统筹协调、督促检查，建立健全联席会议、工作例会等制度，研究处理各地区各部门移动互联网发展管理重大事项和情况，督促指导各地区各部门有效落实领导小组决定事项、工作部署和有关要求；工业和信息化部、公安、文化、新闻出版广电等有关部门和军队要根据职责切实负起责任，依法加强对移动互联网相关业务的监督管理，制定出台支持和促进移动互联网技术、产业发展的政策措施。明确地方网信部门承担互联网信息内容的监督管理执法职责，健全中央、省、市三级管理体系，加大人员、经费、技术等保障力度。

22. 扩大社会参与。鼓励社会各界广泛参与移动互联网治理，加快移动互联网社会组织建设，支持中国互联网发展基金会、中国互联网协会等各方力量积极开展网络公益活动。引导广大移动互联网用户文明上网，积极参与净化网络环境、维护网络秩序。健全行业信用评价体系和服务评议制度，完善行业管理、企业自律、社会监督联动机制。

23. 推进人才队伍建设。加强网信战线人才培养体系建设，不断提升业务能力和综合素质，注重培养、选拔、任用熟悉移动互联网发展管理工作的领导干部。坚持先行先试，创新

人才引进、评价、流动、激励机制，将各方面优秀人才凝聚到网信事业中来。着力打造高端智库群，为移动互联网发展管理工作提供智力支持。采取特殊政策，建立适应网信特点的人事制度和薪酬制度。

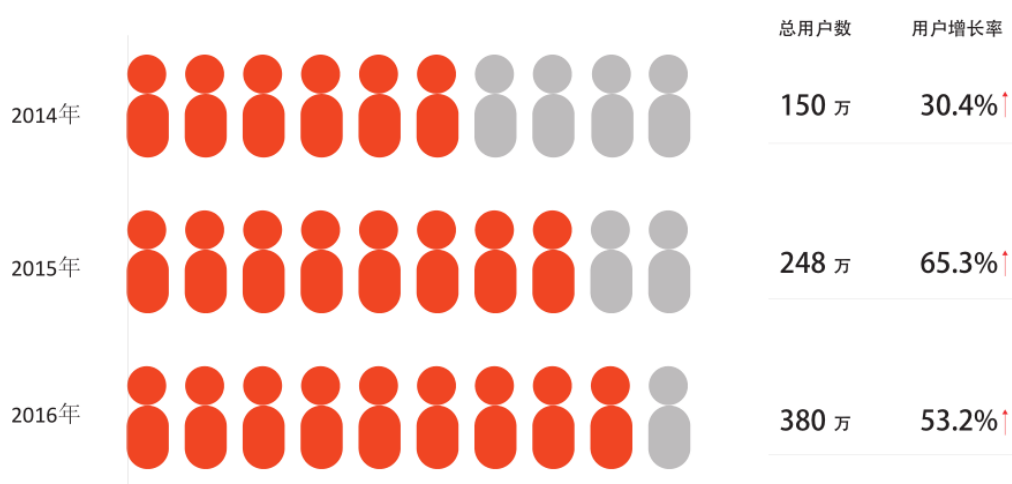
24. 强化法治保障。加快网络立法进程，完善依法监管措施，化解网络风险。全面贯彻实施网络安全法，加快推进电子商务法等基础性立法，制定修订互联网信息服务管理办法、关键信息基础设施安全保护条例、未成年人网络保护条例等行政法规。完善司法解释和政策解读，推动现有法律法规延伸适用于移动互联网管理。建立健全网络数据管理、个人信息保护等重点管理制度。完善移动互联网管理多部门执法协调机制，加快执法信息技术系统建设，提高对网络违法犯罪识别、取证、联动查处打击等能力。加强网络普法，强化网民法治观念，提升全民网络素养。

2016 年芒果 TV 运营业务运营数据年报

第一部分 业务发展导视

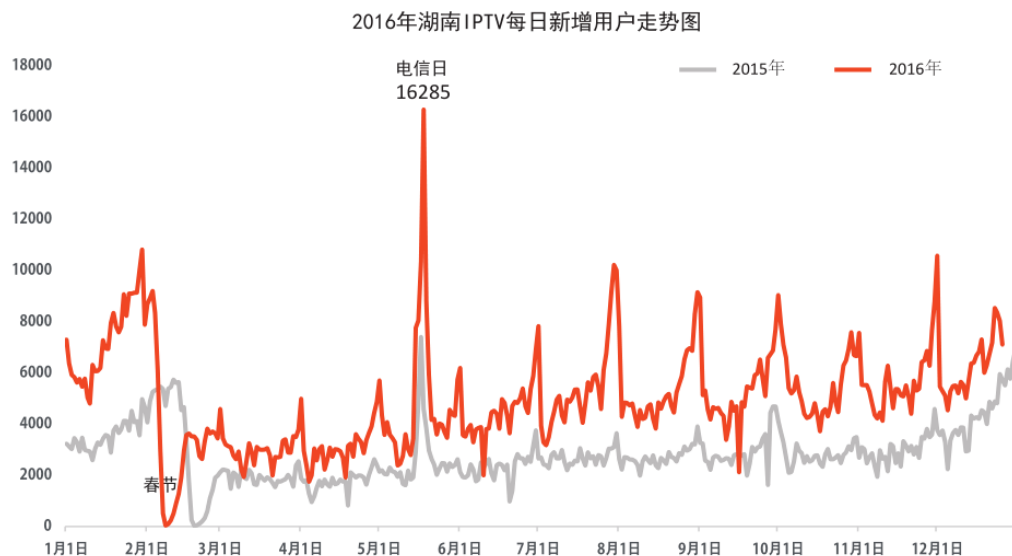
用户发展

截至 2016 年底，湖南 IPTV 用户规模已达 380 万，较去年同期增加 132 万户，同比增长 53.2%。



湖南 IPTV 每日新增用户走势：

IPTV+平台上线后湖南 IPTV 每日新增用户呈上涨趋势，2016 年每日新增用户显著高于 2015 年，平均日新增用户达 4976 户，5 月 18 日电信日新增用户数 16285 户，为年度峰值。



本月热点

1月

《我是歌手》互动体验新玩法
《旋风孝子》多项目同步独播

7月

《我们来了》首播
全家一起唱儿歌717儿歌盛典

2月

芒果TV正式启用国际化新域名mgtv.com
湖南IPTV同步直播《芒果小年夜春晚》

8月

湖南IPTV奥运专区正式上线
芒果戏曲轮播频道全新上线

3月

芒果自制《超级女声》海选专题上线
芒果自制《明星大侦探》多项目上线

9月

《爸爸去哪儿4》专题全新上线
湖南IPTV电影频道上线智能推荐功能

4月

湖南IPTV《全家一起唱儿歌》正式启动
湖南IPTV会员体验日“全家一起采草莓”

10月

《真正男子汉2》震撼开播
IPTV+平台“4k专区频道”全新上线

5月

湖南IPTV戏曲频道全新上线
多省联动公选超级女声IPTV人气冠军

11月

湖南IPTV会员轮播频道上线
电视剧频道“猜你喜欢”栏目上线

6月

湖南IPTV“第二届广场舞大赛”永州首发
湖南IPTV会员抢票-草莓音乐节

12月

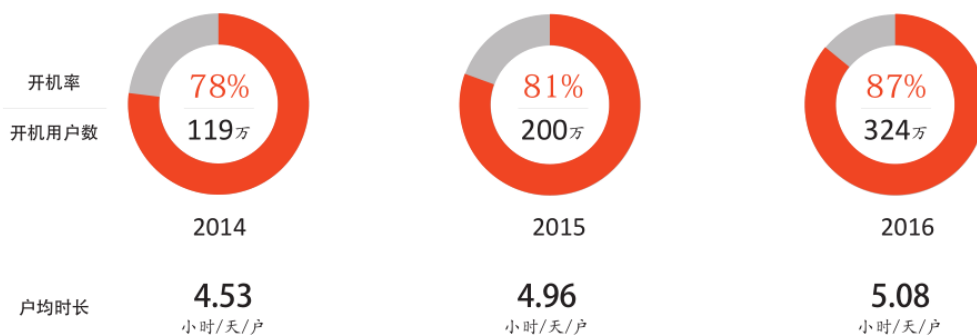
湖南IPTV飞狐影视频道上线
精品汇聚页上线

第二部分 湖南 IPTV 运营数据一览

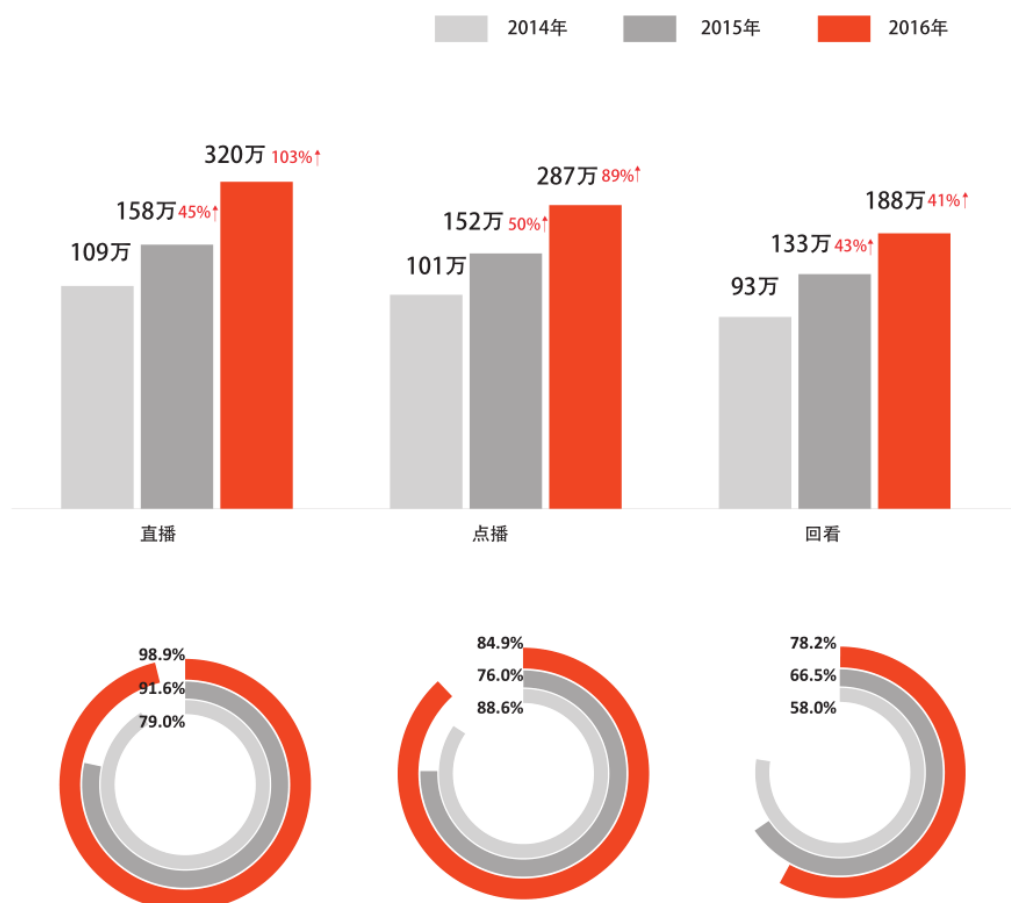
一、功能使用

用户活跃情况：

2016 年湖南 IPTV 开机用户数 324 万，较去年增加 124 万，同比上涨 62%；本年用户活跃度达 87%，较去年增加 6%；户均时长 5.08 小时/天/户，各功能使用用户数亦均有增长。

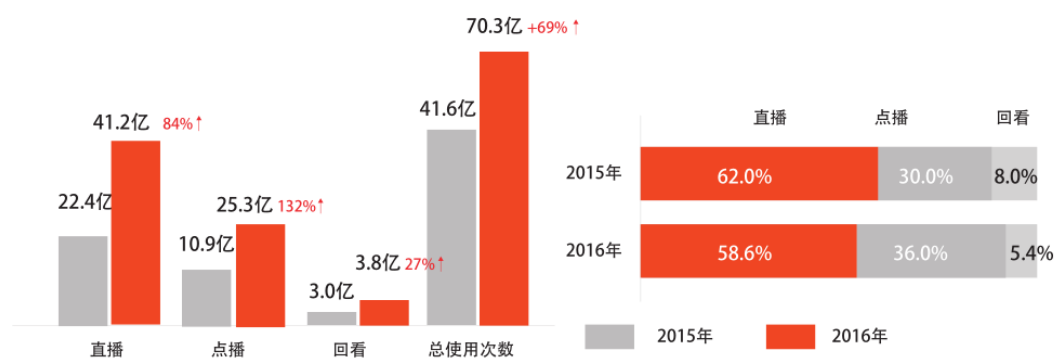


功能使用用户数和用户占比：

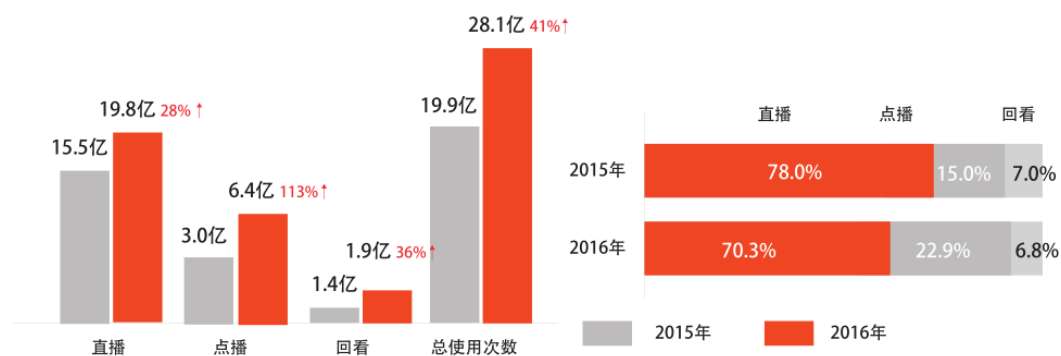


功能使用次数和次数占比：

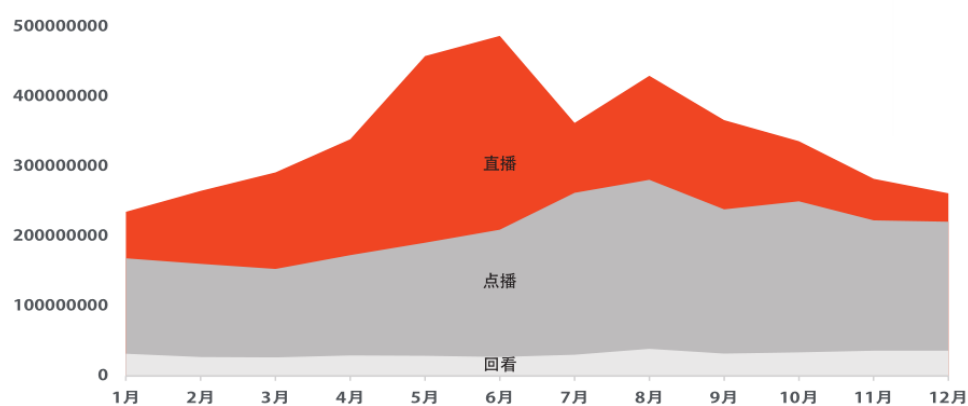
2016 年平台功能总使用次数达 70.3 亿次，总使用时长 28.1 亿小时，同比分别上涨 69% 和 41%；各功能使用较去年均有上涨，其中互动功能点播模块上涨更为显著，使用次数上涨 132%；平台日均 VV 为 1926 万次/天，日均使用时长 771 万小时/天。



功能使用时长和时长占比：



功能使用次数走势：

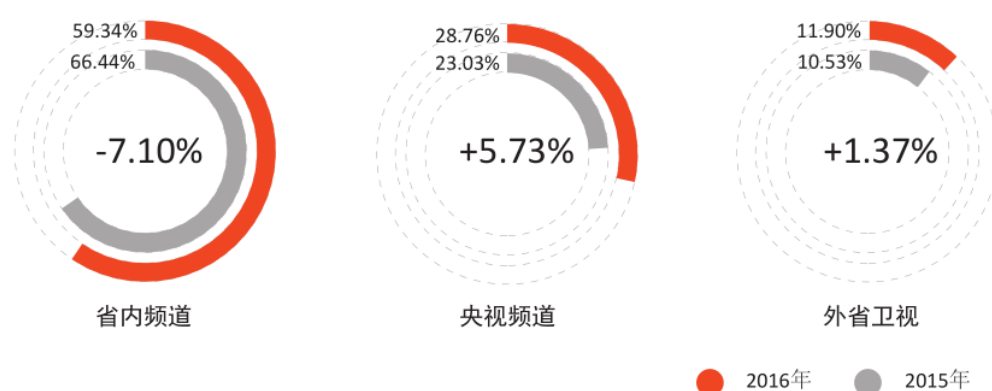


二、频道收视情况

（一）直播频道收视

各级直播频道收视：

2016 年省内频道收视份额 59.34%，较去年减少 7.10%；相反，央视频道和外省卫视收视均有所上涨，分别增加 5.73%和 1.37%。



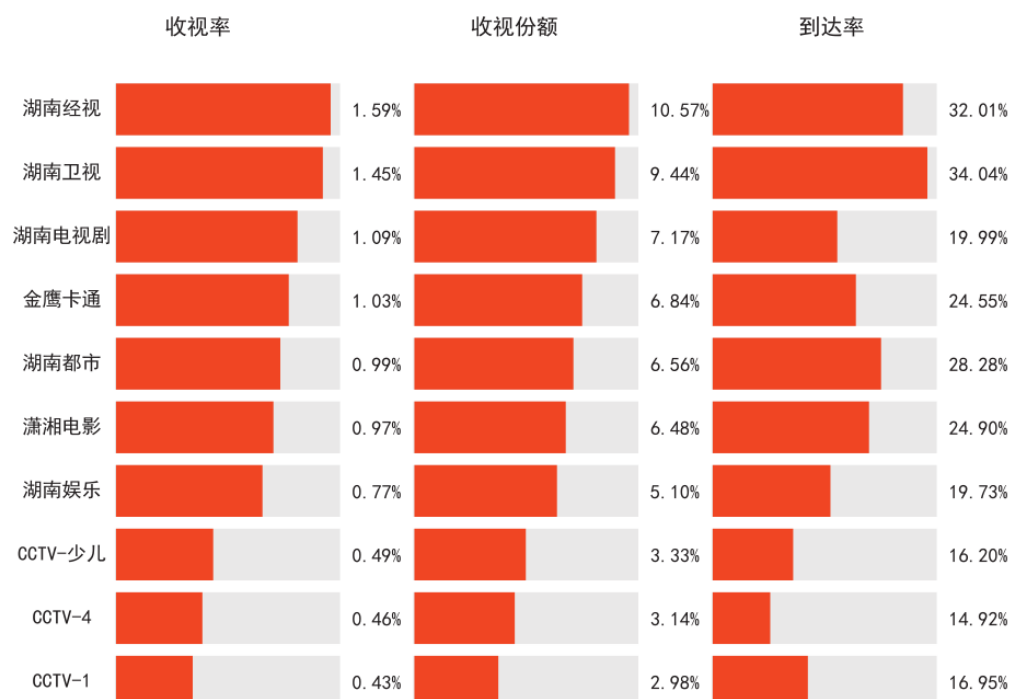
各级直播频道收视排名 TOP5:

2016 年省内频道湖南经视收视竞争力提升显著，超湖南卫视居榜首；央视频道 CCTV-少儿稳居榜首，CCTV-新闻前进 3 名居第二；外省卫视中卡酷卫视收视超青海卫视夺榜首，东方卫视新入榜单居第四。



直播频道收视排名 TOP10:

IPTV 高清用户的减少带来平台直播收视的下滑，湖南经视、金鹰卡通等频道收视排名均有上涨，其中湖南经视收视份额 10.57%，为直播频道收视排行冠军；CCTV-4 新入榜单居第九。



（二）轮播频道收视

1、轮播频道收视——芒果美食

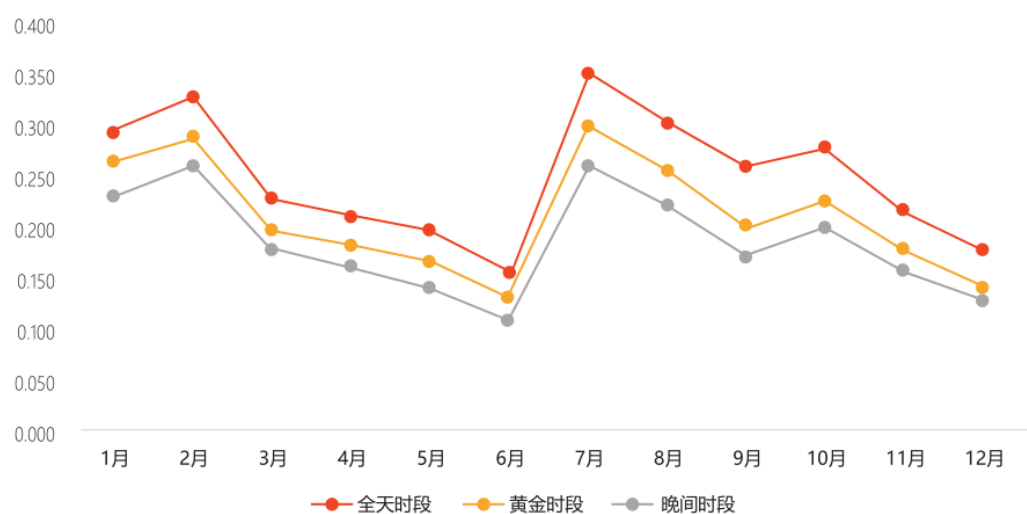
芒果美食各时段收视：

时段	收视率	收视份额	到达数	收视排名
全天时段	0.037%	0.244%	17773	43
黄金时段	0.039%	0.205%	8699	44
晚间时段	0.039%	0.181%	4979	43

芒果美食各时段收视份额月走势：

根据芒果美食 2016 年收视份额月度走势，全天时段份额最高，平均收视份额达 0.254%，其中 7 月份收视份额 0.358%，达本年度收视份额峰值；全年收视较好的美食节目有《舌尖》、《时节》、《相逢》等。

芒果美食收视份额月走势



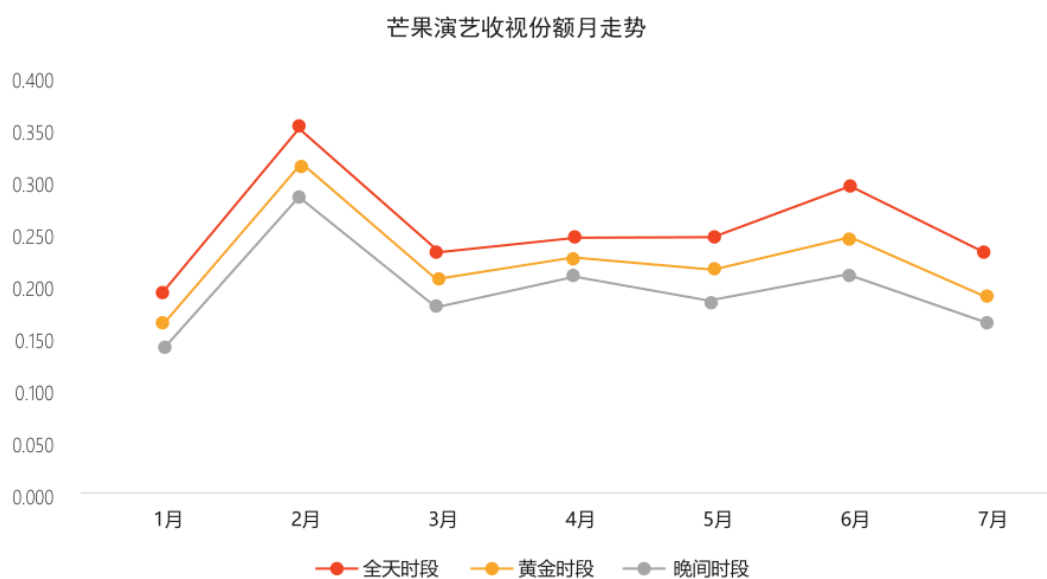
2、轮播频道收视——芒果演艺

芒果演艺各时段收视：

时段	收视率	收视份额	到达数	收视排名
全天时段	0.030%	0.198%	12194	49
黄金时段	0.033%	0.172%	6015	47
晚间时段	0.034%	0.156%	3478	46

芒果演艺各时段收视份额月走势：

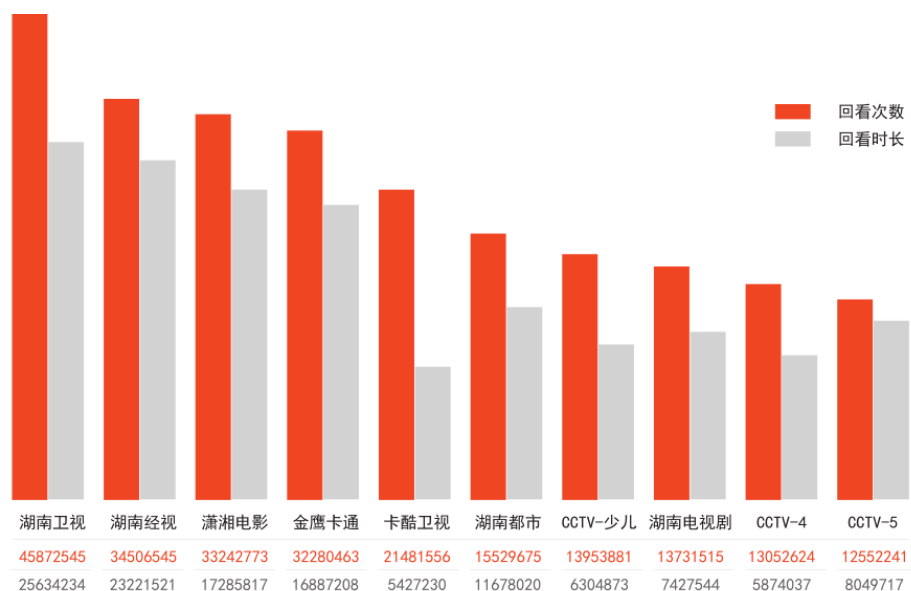
根据芒果演艺 2016 年收视份额月度走势，全天时段份额最高，平均收视份额达 0.242%，其中 2 月份收视份额 0.339%，达本年度收视份额峰值；全年收视较好的节目有《我是歌手》、《超女》等。



（三）回看频道收视

回看频道收视：

2016 年湖南卫视回看收视稳居榜首，回看次数达 4587 万次；潇湘电影、卡酷卫视等频道回看收视排名均有提升，其中卡酷卫视排名较 2015 年前进 4 名居第五；央视本年度回看收视上涨显著，三个频道上榜。



回看节目收视：

2016 年湖南都市《寻情记》回看次数达 488 万次，收视最佳；湖南卫视综艺《快乐大本营》和《全员加速中第二季》收视亦较好，分别排名第三和第十名。

1	寻情记	4876904	湖南都市
2	奔跑吧兄弟第三季	2882804	浙江卫视
3	快乐大本营	2595120	湖南卫视
4	熊出没	2073386	卡酷卫视
5	里约奥运会	1866494	CCTV-5
6	新闻大求真	1771073	湖南卫视
7	我是歌手第四季	1759476	湖南卫视
8	半月传	1441267	东方、北京卫视
9	天天有喜之人间有爱	1404258	湖南卫视
10	全员加速中2	1356540	湖南卫视

（四）互动点播收视

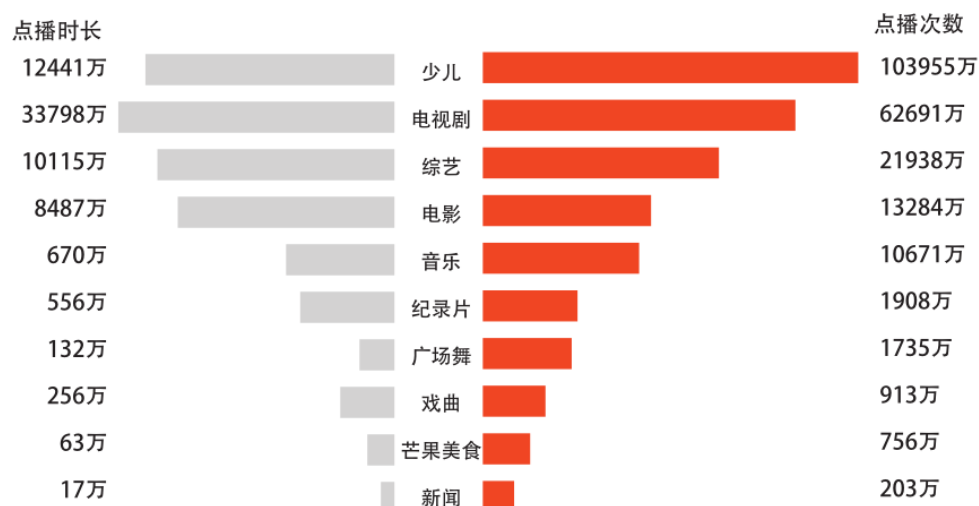
1、点播整体收视概况

各点播频道全年点播用户数与占比：

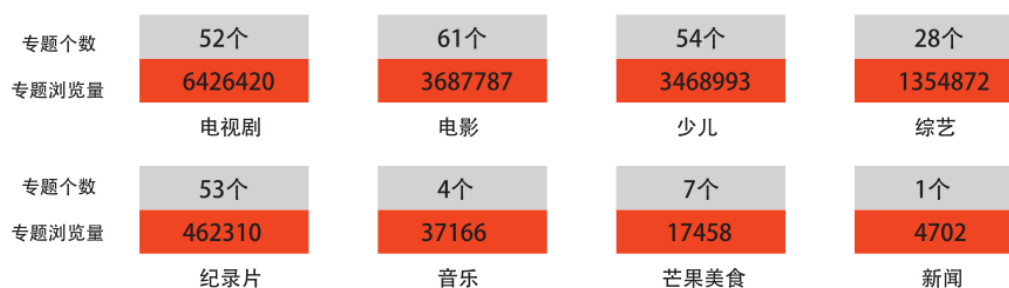
2016 年各点播频道收视均有上涨，其中少儿频道和纪录片频道点播量上涨最为显著，同比分别上涨 1.44 倍和 1.48 倍；本年新增了广场舞、戏曲等频道，收视较好。

电影	2292251	80%	纪录片	1024993	36%
综艺	2251053	78%	广场舞	986893	34%
电视剧	2233597	78%	芒果美食	769430	28%
少儿	2037728	71%	戏曲	329071	11%
音乐	1544264	54%	新闻	107128	4%

点播频道全年点播次数与时长：



点播频道静态专题收视统计：



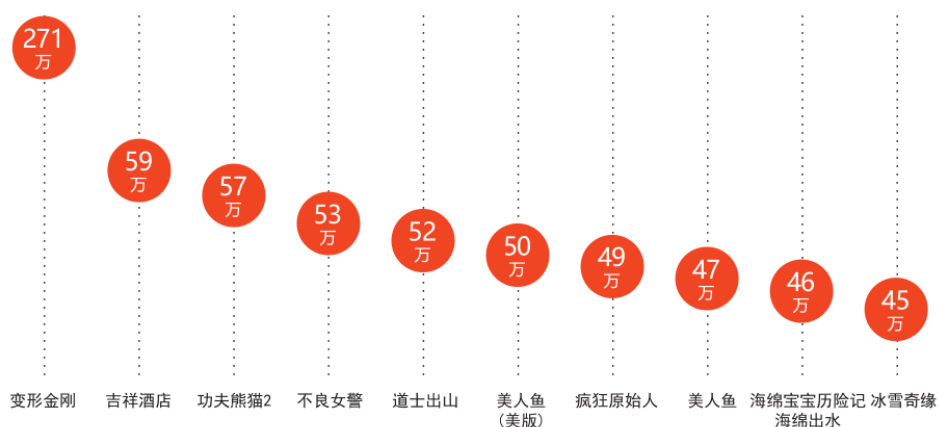
2、点播各频道全年收视

电影频道

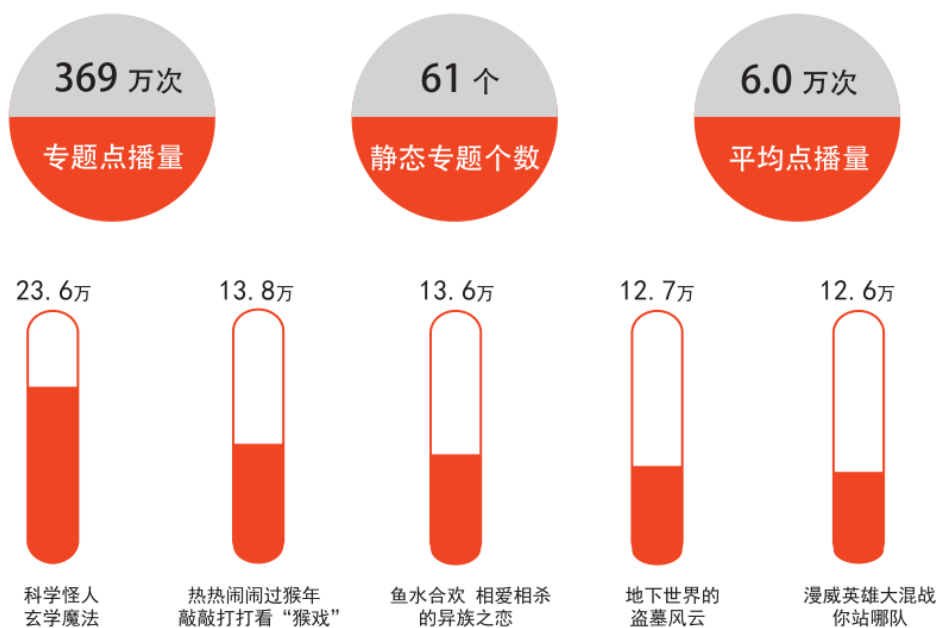
电影频道收视与节目收视 TOP10:



美国影片《变形金刚》以271万次的点播量拔得头筹；动画类影片收视亦较好，占据排行榜四席。

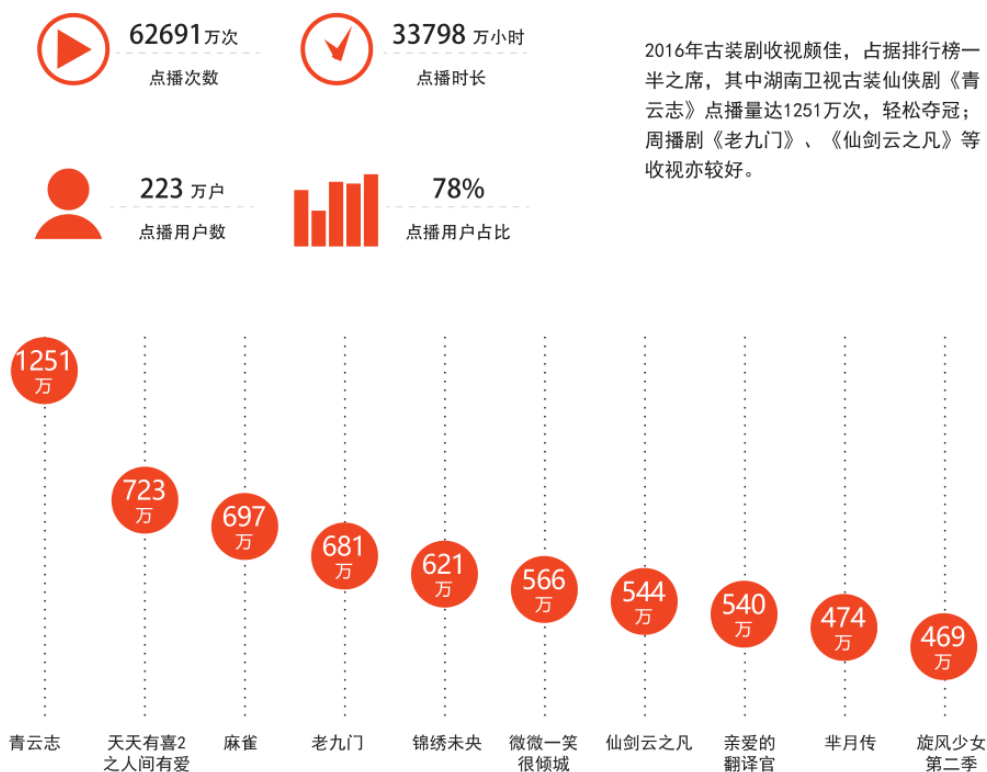


电影频道静态专题整体收视和内容收视 TOP5:

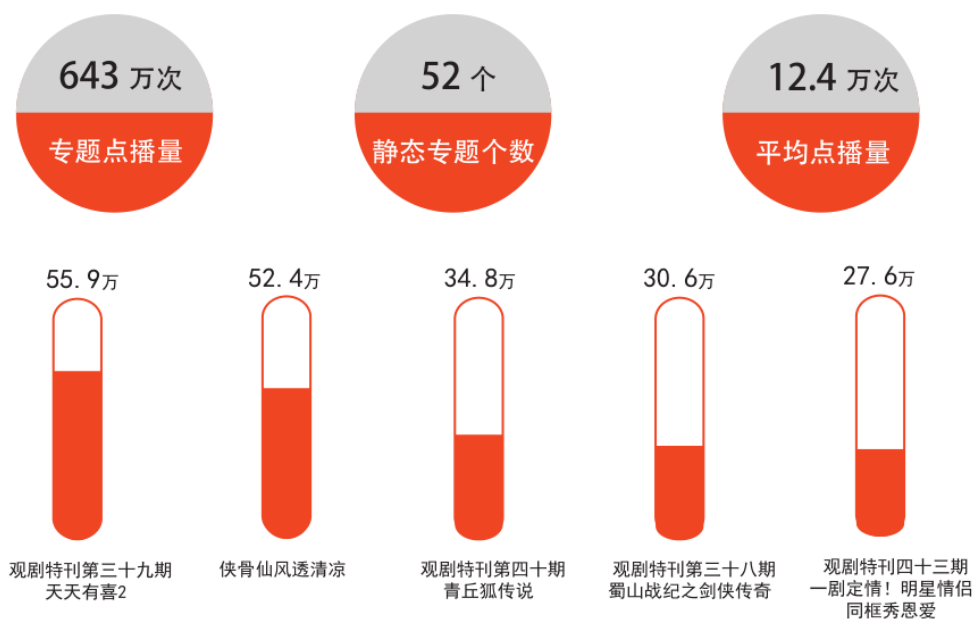


电视剧频道

电视剧频道收视与节目收视 TOP10:

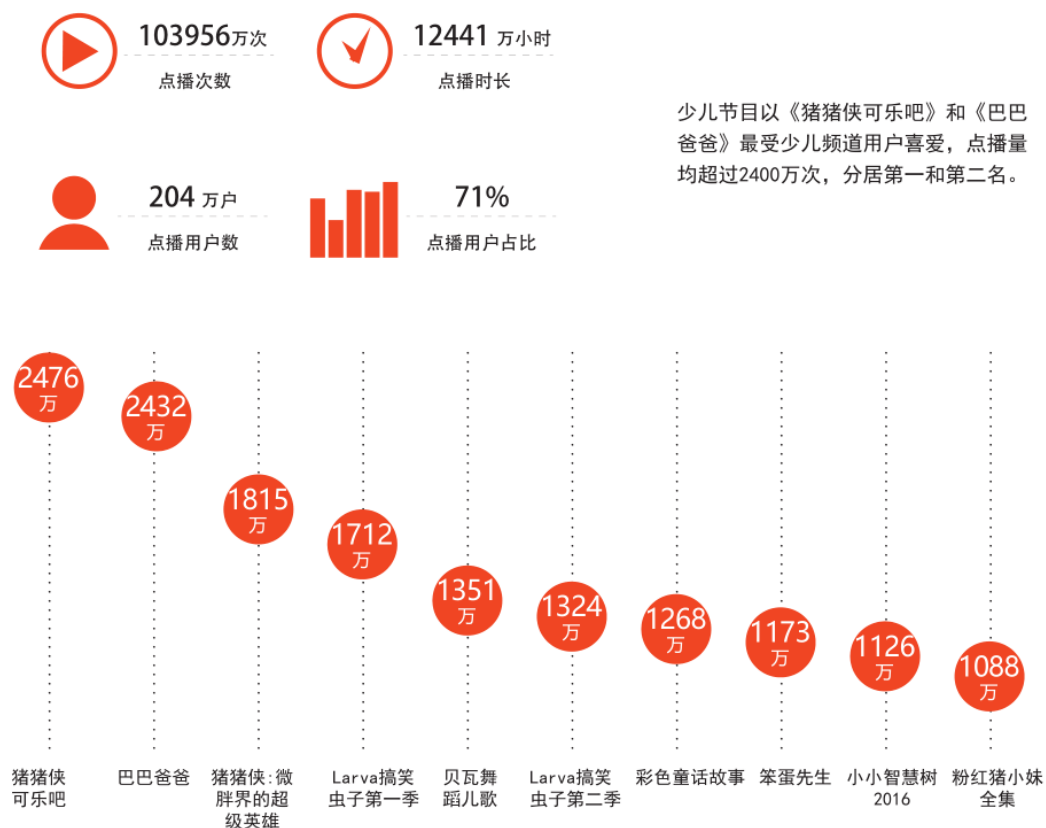


电视剧频道静态专题整体收视和内容收视 TOP5:

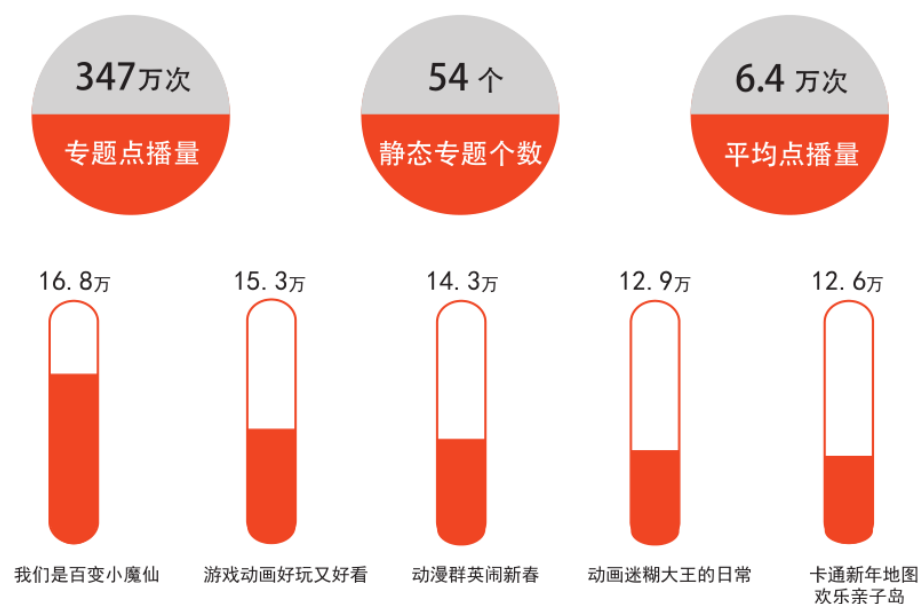


少儿频道

少儿频道收视与节目收视 TOP10:



少儿频道静态专题整体收视和内容收视 TOP5:

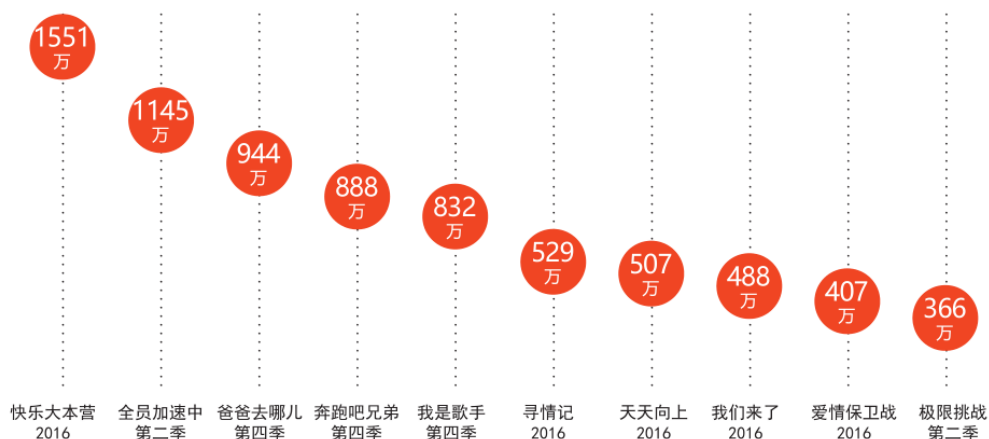


综艺频道

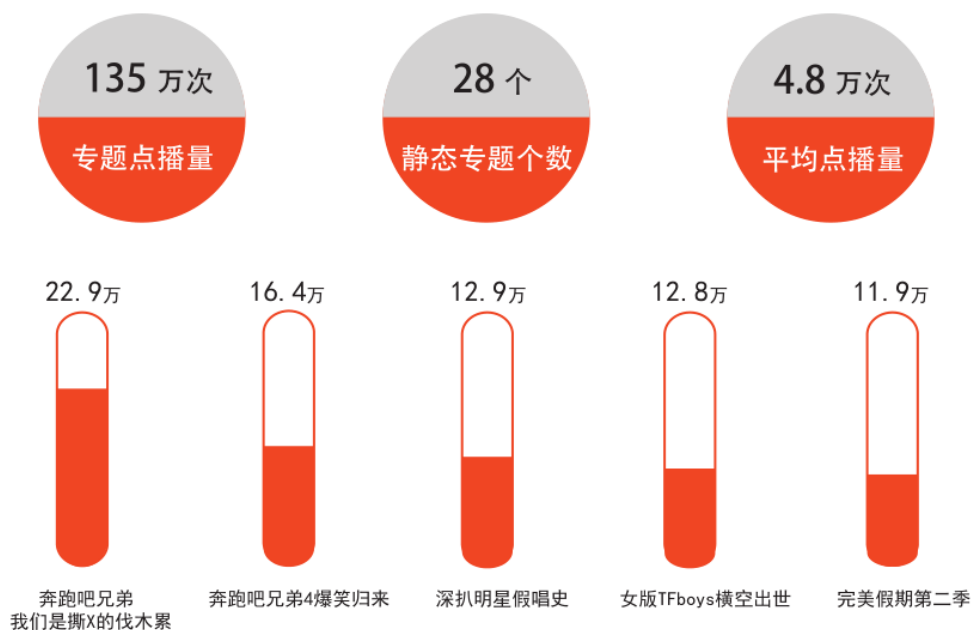
综艺频道收视与节目收视 TOP10:



2016年综艺收视TOP10中芒果综艺共六部上榜，其中《快乐大本营》点播量1551万次，勇夺第一；季播综艺以《全员加速中第二季》收视最佳，点播量1145万次。



综艺频道静态专题整体收视和内容收视 TOP5:

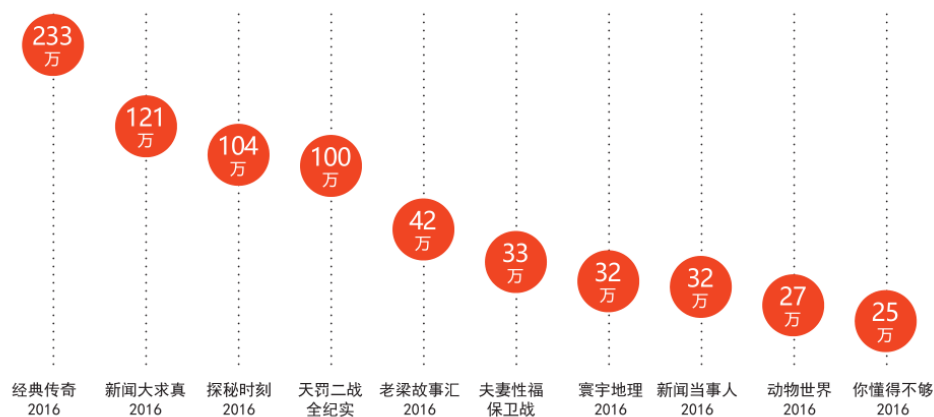


纪录片频道

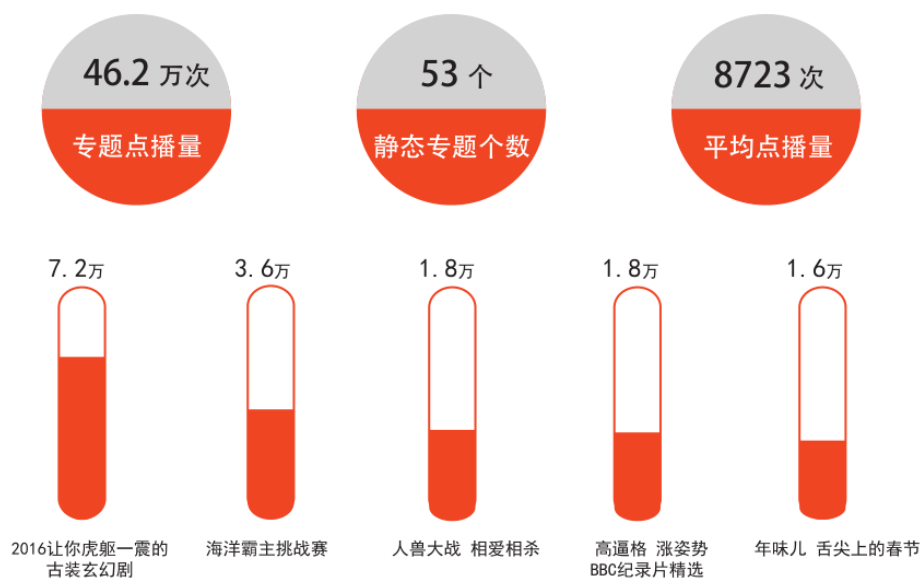
纪录片频道收视与节目收视 TOP10:



历史人文类纪录片《经典传奇2016》收视最佳，点播量达233万次；新闻题材类纪录片《新闻大求真2016》、《新闻当事人2016》收视亦较好，均入榜单。



纪录片频道静态专题整体收视和内容收视 TOP5:

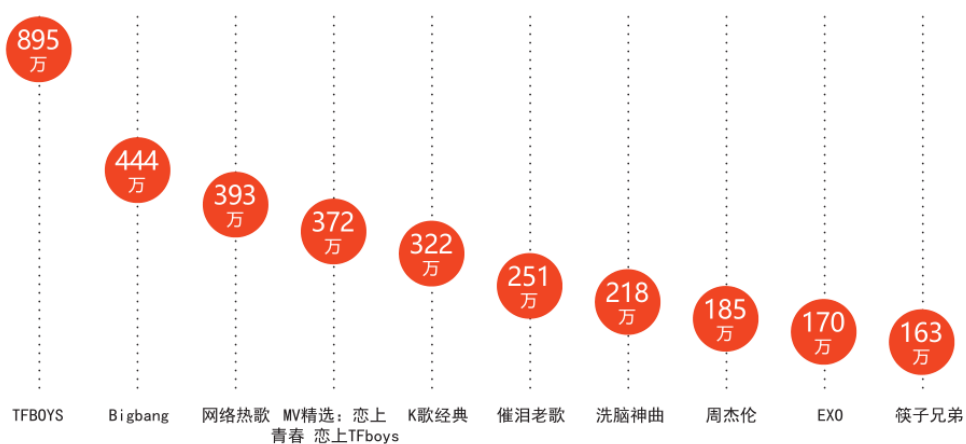


音乐频道

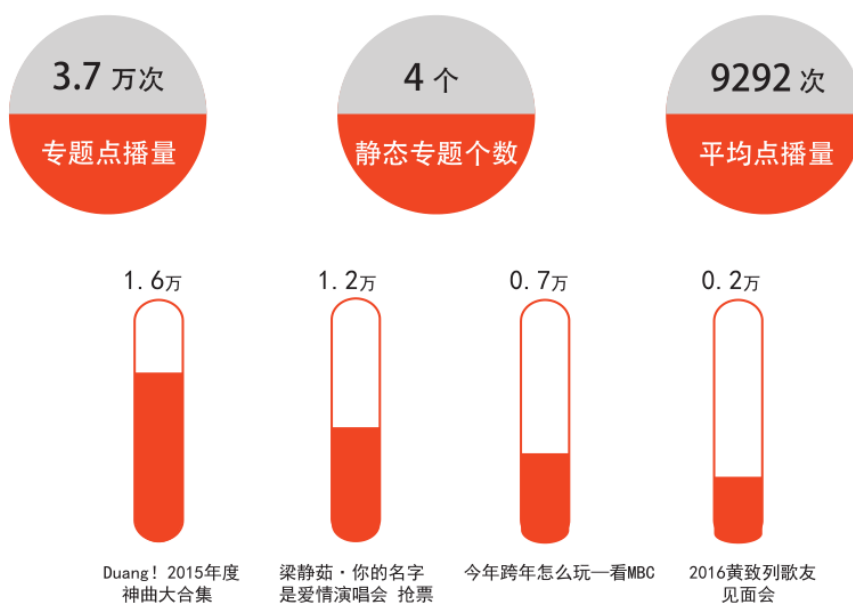
音乐频道收视与节目收视 TOP10:



青年歌手组合“TFBOYS”相关音乐曲目点播量达895万次，居第一。

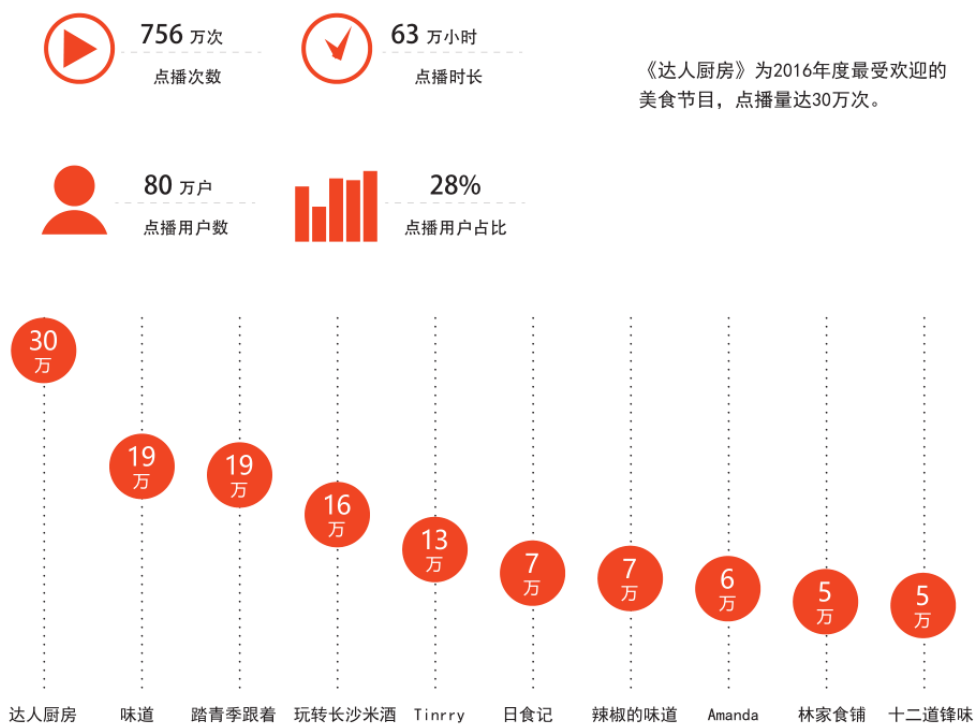


音乐频道静态专题整体收视和内容收视 TOP5:

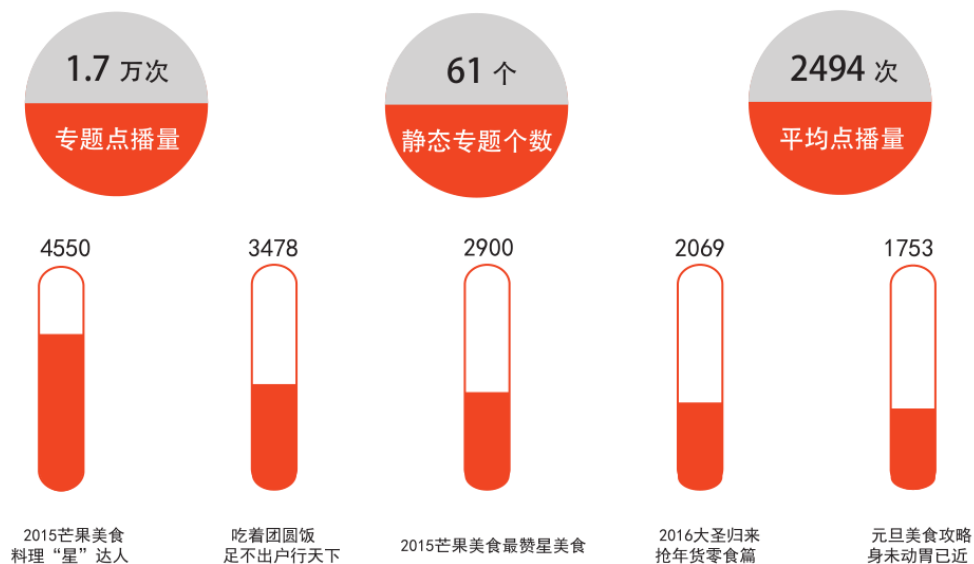


美食频道

芒果美食频道收视与节目收视 TOP10:

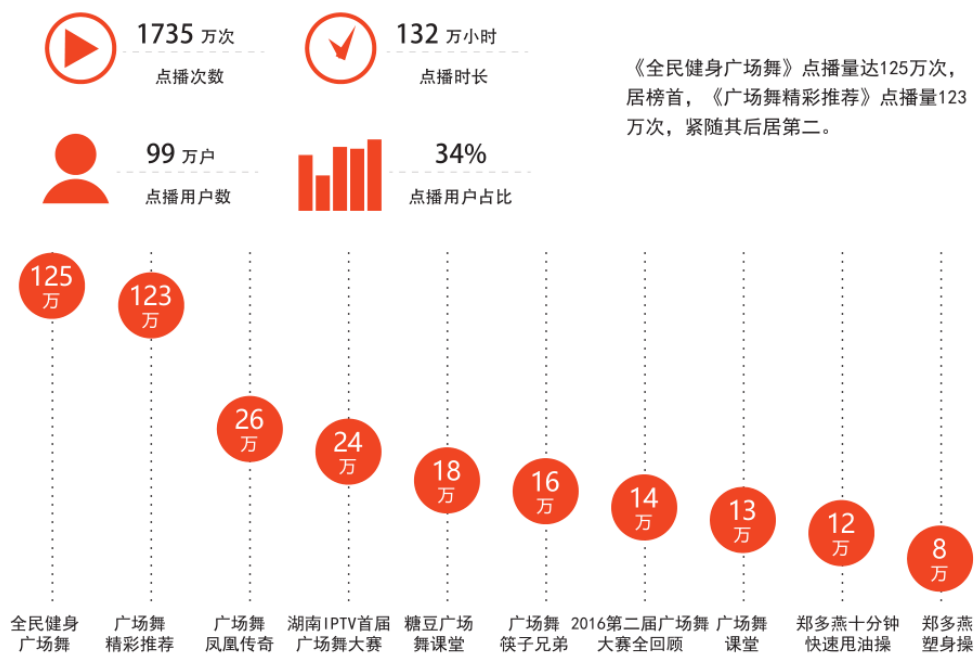


芒果美食频道静态专题整体收视和内容收视 TOP5:



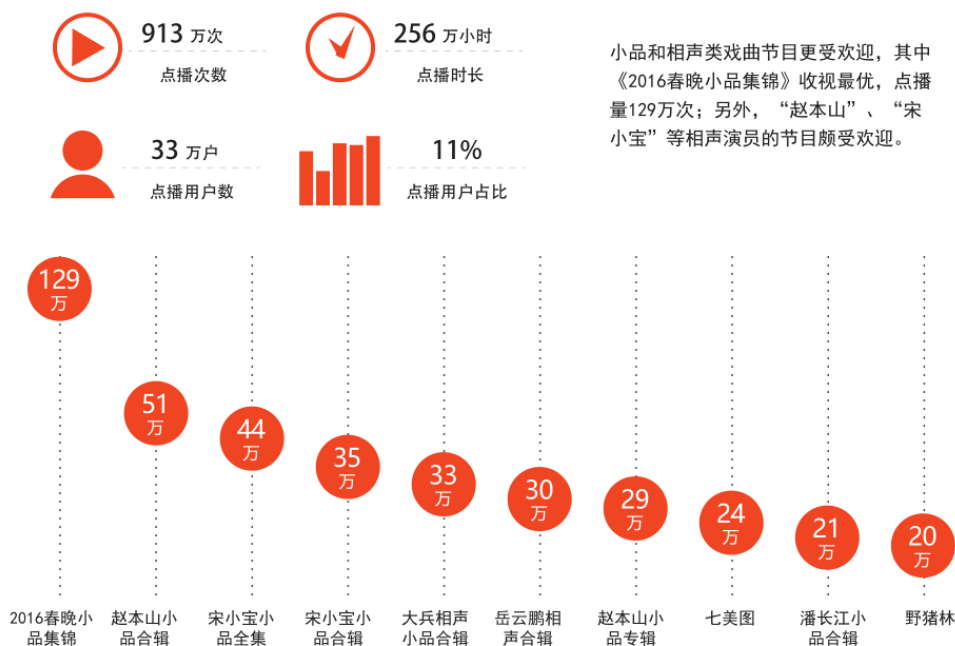
广场舞频道

广场舞频道收视与节目收视 TOP10:



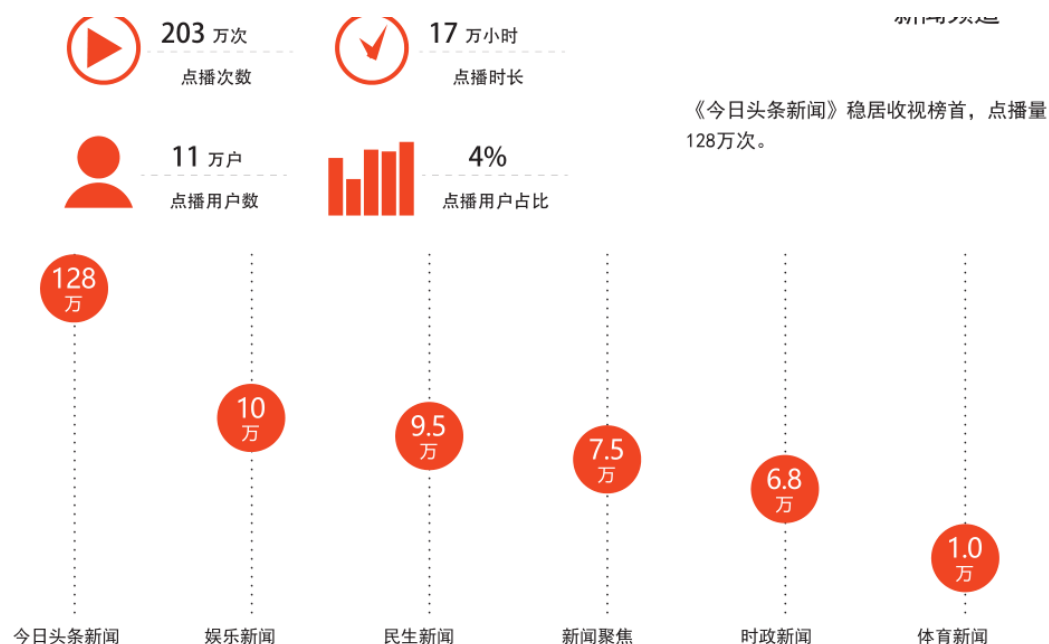
戏曲频道

戏曲频道收视与节目收视 TOP10:



新闻频道

新闻频道收视与节目收视 TOP10:



其它频道

其它频道收视与节目收视 TOP3:



第三部分、案例分析

案例一、第二届广场舞大赛

《第二届广场舞大赛》于 2016 年 5 月 17 日正式启动，覆盖湖南省 14 个市州、150 个区县，开展了 300 余场落地选拔赛，吸引了 2065 支舞队展开激烈角逐，37397 名参赛者参与，活

动累计投票数达 4224 万;活动专题 VV 达 2100 万次,日均 VV 为 12 万次/天,专题累计 PV1498 万次。

专题整体收视情况:



专题整体收视热度走势:



大赛投票情况:

总票数: 4224万票

较第一届广场舞大赛增长11倍



116万
海选



2491万
复赛

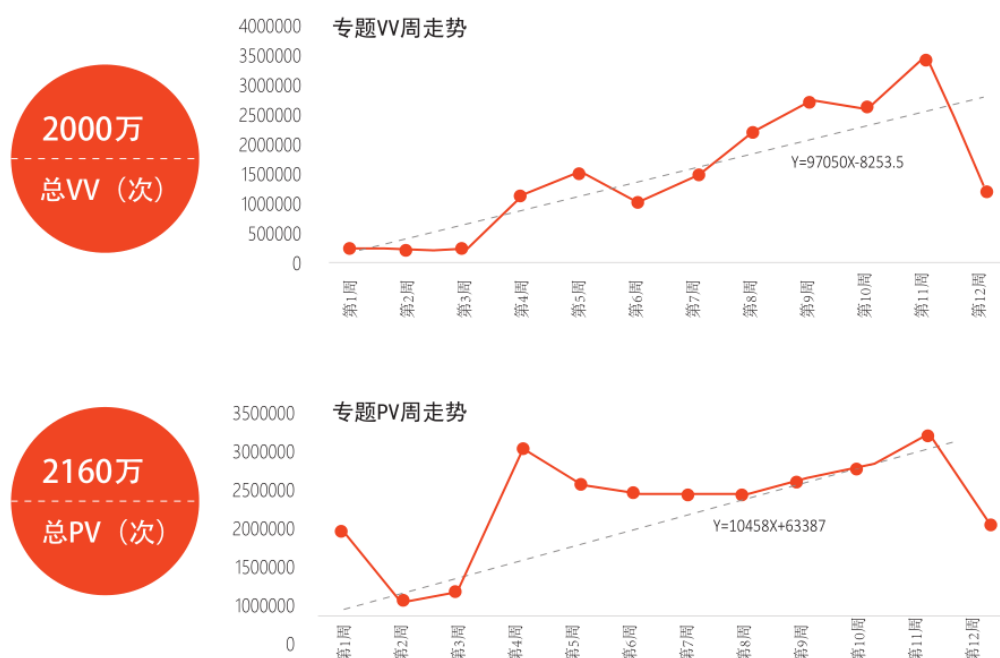


1616万
决赛

案例二、全家一起唱儿歌

专题整体收视概况：

4 月 22 日，《全家一起唱儿歌》在湖南 IPTV 同步上线，截止 7 月 19 日，湖南 IPTV 总投票数达 100 万次，专题 VV(点播次数)达 2000 万次，PV(页面浏览次数)达 2160 万，UV(独立访客)达 83.5 万人，总点播时长 81.5 万小时，次均点播时长 2.45 分钟。



活动投票统计：



案例三、明星大侦探

节目整体收视情况：

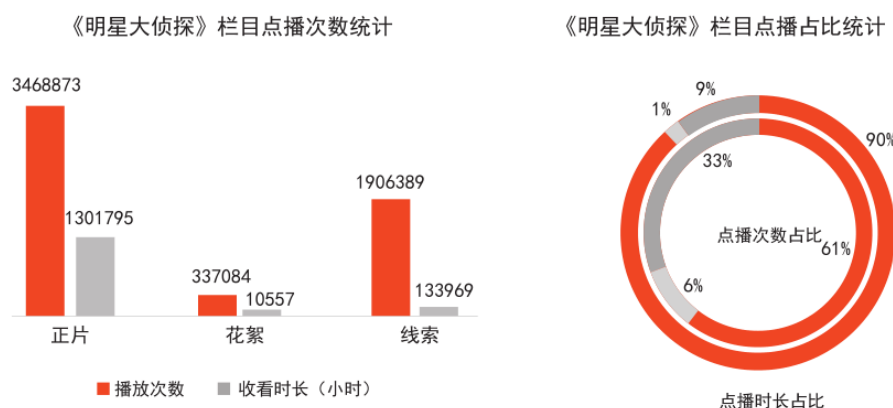
《明星大侦探》（含先导片）共播出 13 期，全国总点播次数 573 万次，平均每期点播次数 44.1 万次；第 6 期《05 案：消失的新郎》达到该节目收视峰值 60.2 万次，本期出演嘉宾为大张伟、张若昀。



节目点播次数周走势：



节目类型收视情况：



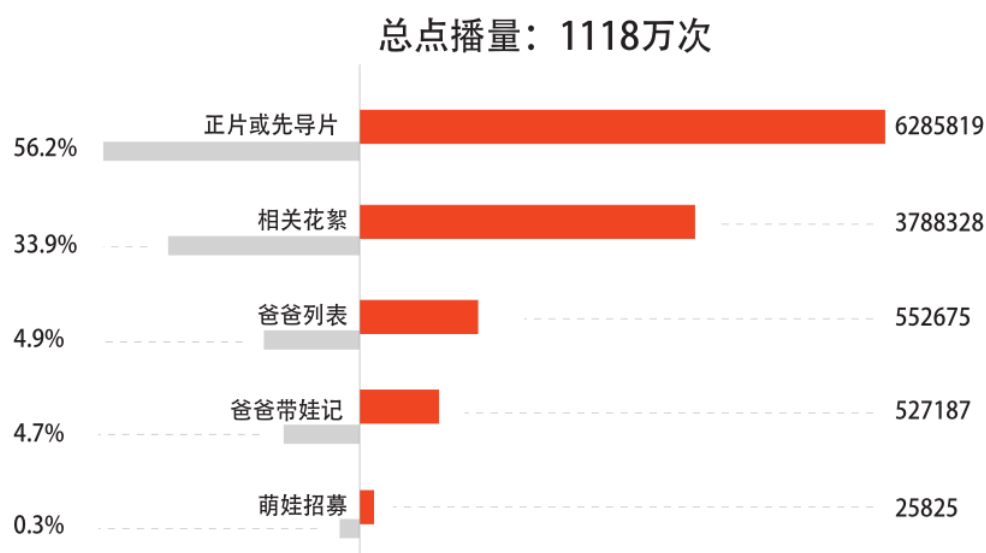
案例四、爸爸去哪儿第四季

截止 12 月底，《爸爸去哪儿第四季》总点播量达 1118 万次，日均点播量达 14.2 万次/天，收视热度很高；专题收视热度走势受节目更新时间影响较大，呈峰值交替态势。

节目整体收视情况：

总点播次数	1118 万次	日均VV	14.2 万次/天
总点播时长	485 万小时	日均时长	6.1万 小时/天
专题累计PV	349.5 万次	正片次均时长	43.5 分钟/次

具体栏目收视：



专题收视热度走势：



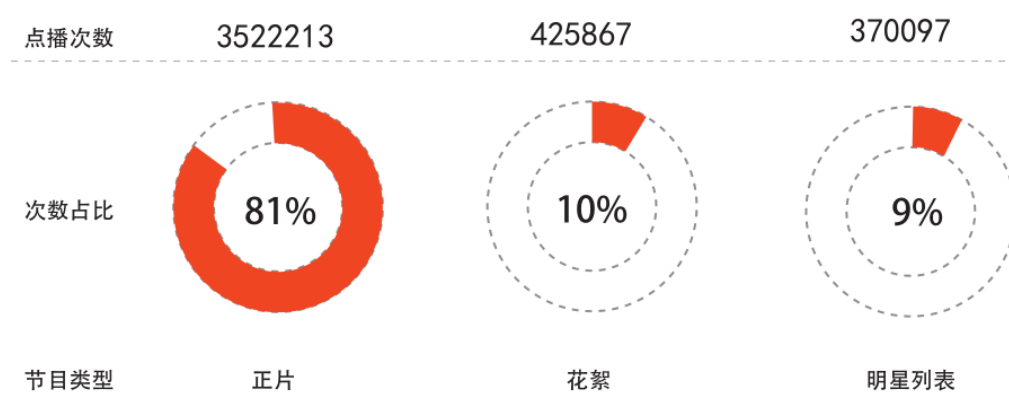
案例五、真正男子汉第二季

《真正男子汉第二季》播出以来节目总点播次数达 432 万次，日均 VV 为 6.5 万次/天；正片点播量占比高达 81%，正片的次均收视时长为 38.1 分钟/次。

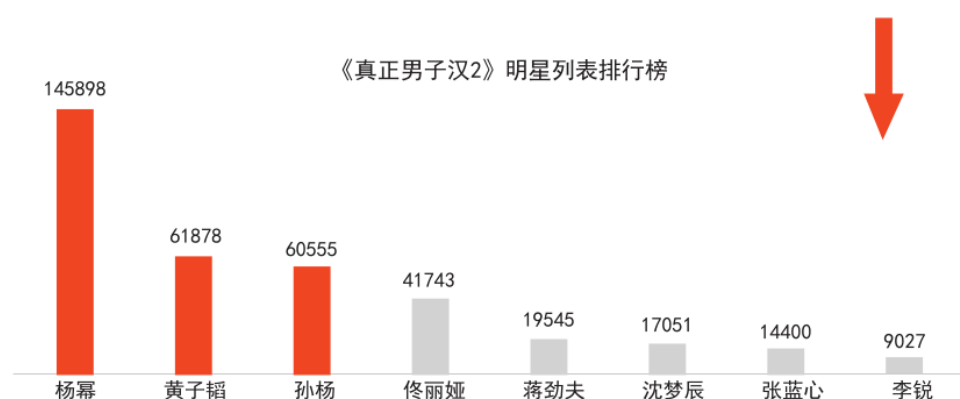
节目整体收视情况：



节目类型点播收视：



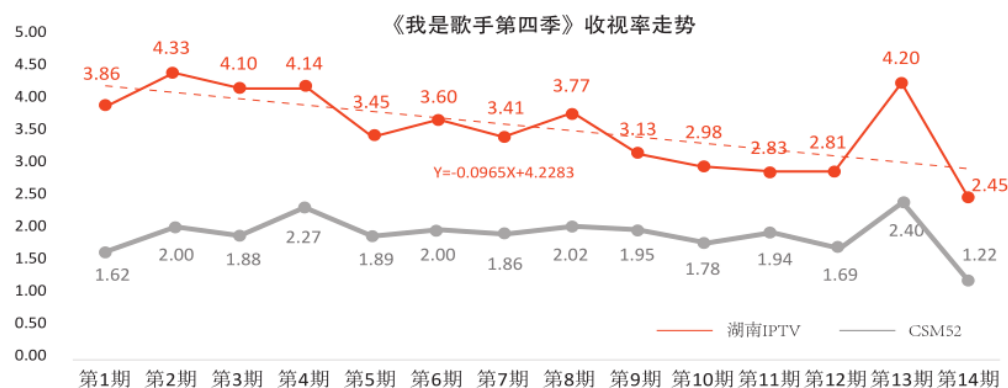
明星列表点播收视排名：



案例六、我是歌手第四季

节目直播收视：

《我是歌手第四季》平均收视率为 3.50%，平均收视份额 18.10%，同时段排名第一；第 2 期“淘汰赛”收视和第 13 期总决赛收视更佳，收视率分别为 4.33% 和 4.20%。



节目回看收视：

总回看次数：170万次

总回看时长：126万小时

总回看用户数：32.2万户

各期回看次数统计



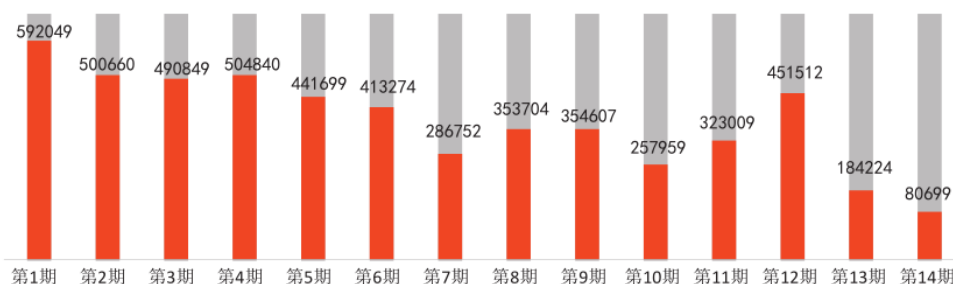
节目点播收视：

总点播次数：520万次

总点播时长：343万小时

总点播用户数：63.2万户

各期点播次数统计



目录

第一部分 业务发展导视

用户发展

本月热点

第二部分 湖南 IPTV 运营数据一览

一、功能使用

二、频道收视情况

（一）直播频道收视

1. 各级直播频道整体收视概况

2. 直播收视情况

（二）轮播频道收视

（三）回看频道收视

1. 湖南地区回看频道收视排名

2. 回看节目收视情况

（四）互动点播收视

1、点播整体收视概况

2、点播各频道全年收视

第三部分 案例分析

案例一、第二届广场舞大赛

案例二、全家一起唱儿歌

案例三、明星大侦探

案例四、爸爸去哪儿第四季

案例五、真正男子汉第二季

案例六、我是歌手第四季

每月报告精选（附文档）

CNNIC 第 39 次中国互联网发展报告

1 月 22 日，CNNIC 发布第 39 次中国互联网络发展状况统计。报告显示，截止 2016 年 12 月，我国网民数达到 7.31 亿人，相当于欧洲人口总量。

◇ 截至 2016 年 12 月，中国网民规模达 7.31 亿，全年共计新增网民 4299 万人。互联网普及率为 53.2%，较 2015 年底提升了 2.9 个百分点。|

◇ 截至 2016 年 12 月，中国手机网民规模达 6.95 亿，较 2015 年底增加 7550 万人。网民中使用手机上网人群占比由 2015 年的 90.1% 提升至 95.1%。

◇ 截至 2016 年 12 月，中国网民中农村网民占比 27.4%，规模达 2.01 亿，较 2015 年底增加 526 万人。

截止 2016 年 12 月，我国国际出口宽带为 6640291Mbps，年增长率为 23.1%。其中中国电信仍然占据绝对主导地位，中国联通其次。

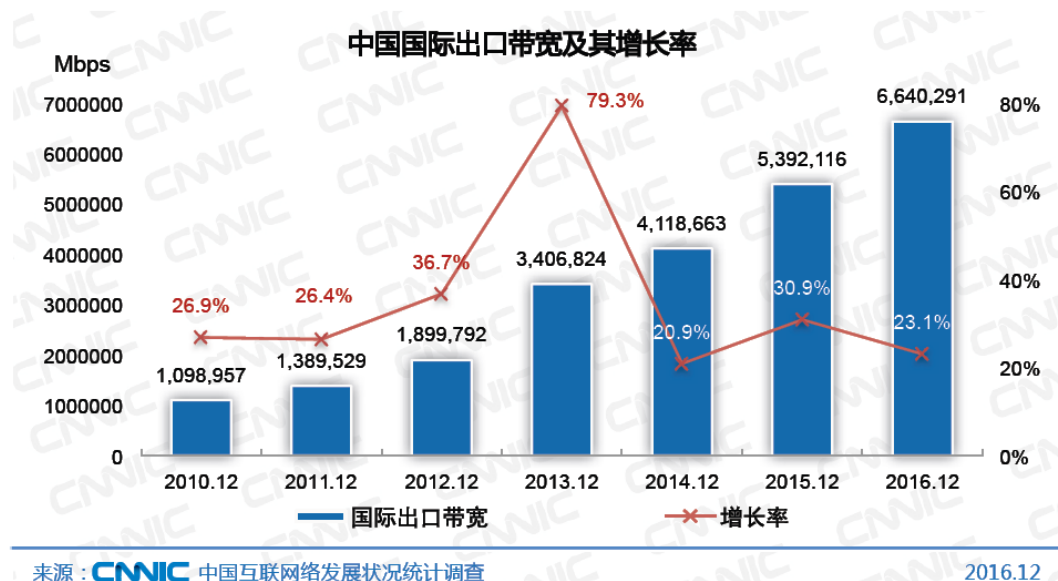
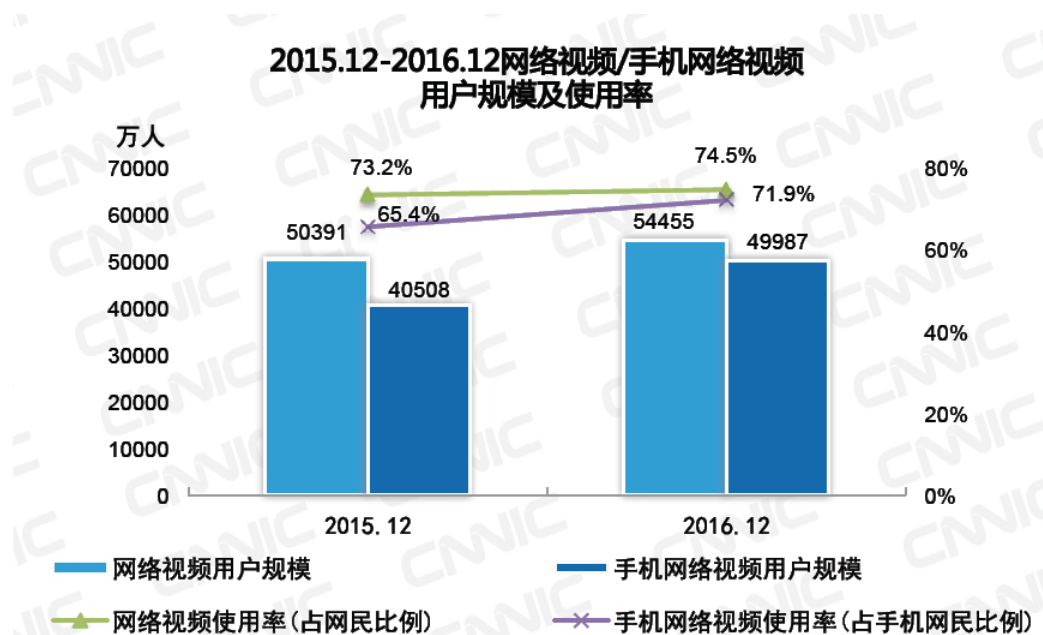


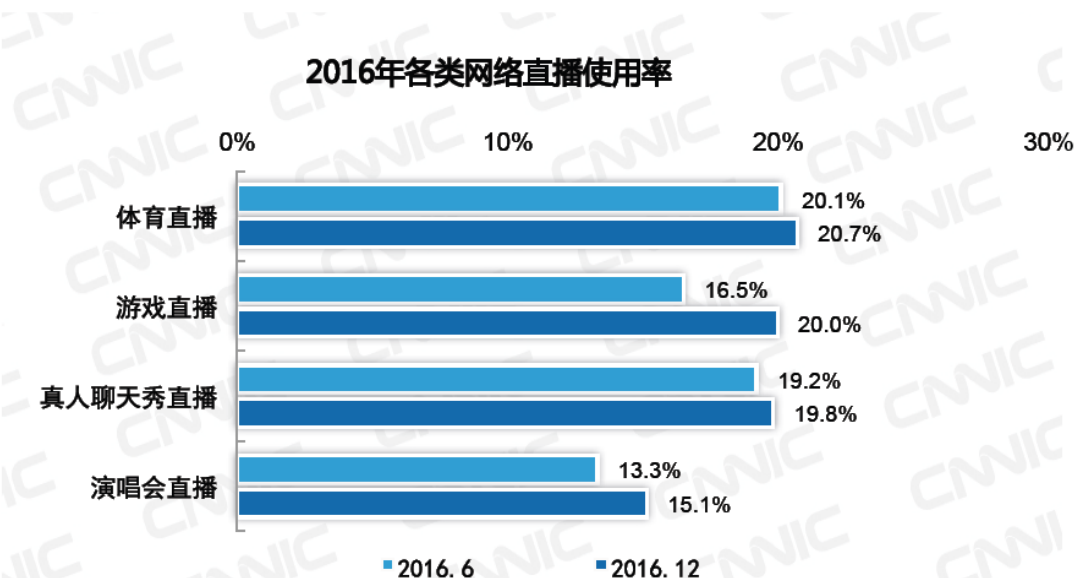
表 5 主要骨干网络国际出口带宽数

	国际出口带宽数 (Mbps)
中国电信	3,886,527
中国联通	1,700,446
中国移动	959,108
中国教育和科研计算机网	40,960
中国科技网	53,248
中国国际经济贸易互联网	2
合计	6,640,291

截止 2016 年 12 月，中国网络视频用户为 5.45 亿，较 2015 年增加 4064 万户，增长率为 8.1%。网络视频使用率为 74.5%，较 2015 年提升 1.3 个百分点。随着 4G 网络的进一步普及和手机资费的下降，网民在微信、微博等主流 APP 上观看短视频的行为更加普遍。



2016 年网络直播服务在资本力量的推动下持续发展。截止 2016 年 12 月，网络直播用户规模达到 3.44 亿，占网民总体的 47.1%，较 2016 年 6 月增加 1932 万。其中游戏直播用户使用率增幅最高，半年增长 3.5%，演唱会直播、体育直播和真人聊天秀资本的使用率相对稳定。



完整版报告见附带发送文档！

中国网络视频市场盘点专题

1 月 4 日，易观国际发布《中国网络视频市场盘点专题 2016Q4》，指出政策环境逐渐收紧网络视频发展走向规范。



Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

综合视频领域爱奇艺、腾讯 视频迈入“2亿俱乐部”

2016年11月综合视频领域活跃用户规模TOP10

排名	应用名称	11月活跃用户规模(万人)	活跃用户环比增幅(%)	人均单日启动次数(次)	人均单日使用时长(分钟)
1	爱奇艺视频 	20543.80	1.10%	6.68	100.91
2	腾讯视频 	20412.60	2.92%	6.11	92.73
3	优酷视频 	12265.50	-2.47%	5.54	87.57
4	乐视视频 	5239.22	9.41%	5.23	78.26
5	芒果tv 	5165.80	-2.22%	5.75	64.03
6	搜狐视频 	3013.06	5.87%	5.66	92.69
7	暴风影音 	2972.57	0.57%	6.88	103.51
8	PPTV聚力 	2001.23	-1.30%	6.73	108.58
9	咪咕视频 	1892.28	1.16%	5.87	71.35
10	爱奇艺PPS影音 	1870.74	3.27%	6.69	110.20

数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。
截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

✓ 11月，爱奇艺视频、腾讯视频和优酷视频仍然位列综合视频领域活跃用户前三位，腾讯视频追随爱奇艺视频迈入“2亿俱乐部”。
TOP10 综合视频月活用户规模基本保持增长趋势，且人均单日启动次数都在5次以上。

2016/12/30 实时分析驱动用户资产成长

4

www.iqiyi.com.cn

完整版报告见附带发送文档！

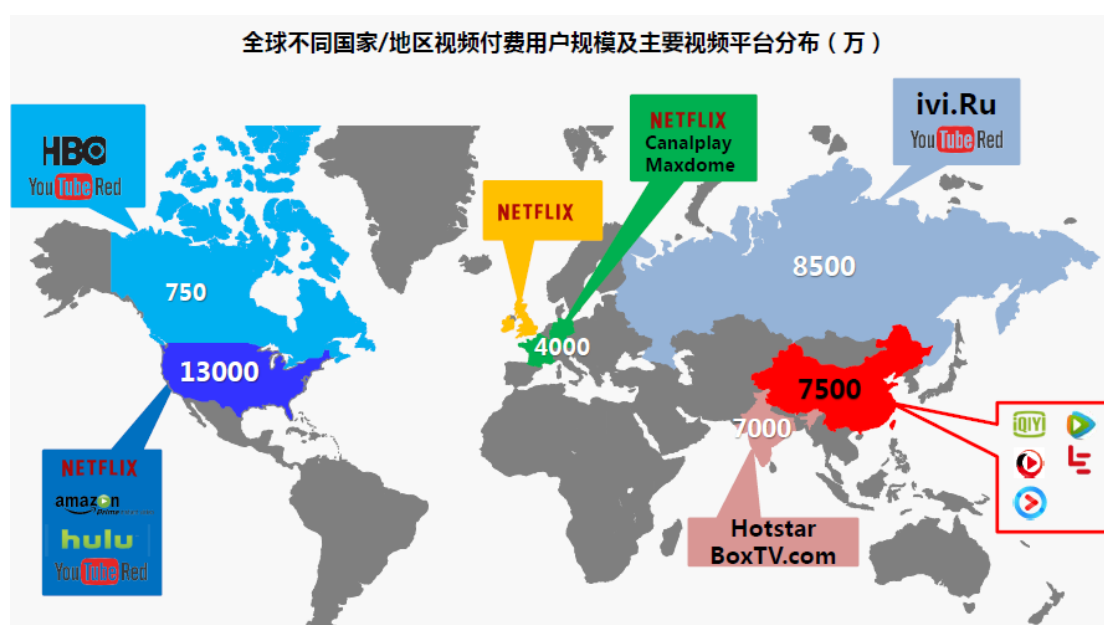
2016 年中国视频行业付费市场研究报告

1 月 17 日，艺恩发布《群雄逐鹿,精耕为胜——暨 2016 年中国视频行业付费市场研究报告》，多维度全面解析 2016 中国付费市场格局。

2016 年是中国视频付费市场大获丰收的一年。市场继续保持高速发展，竞争态势更加

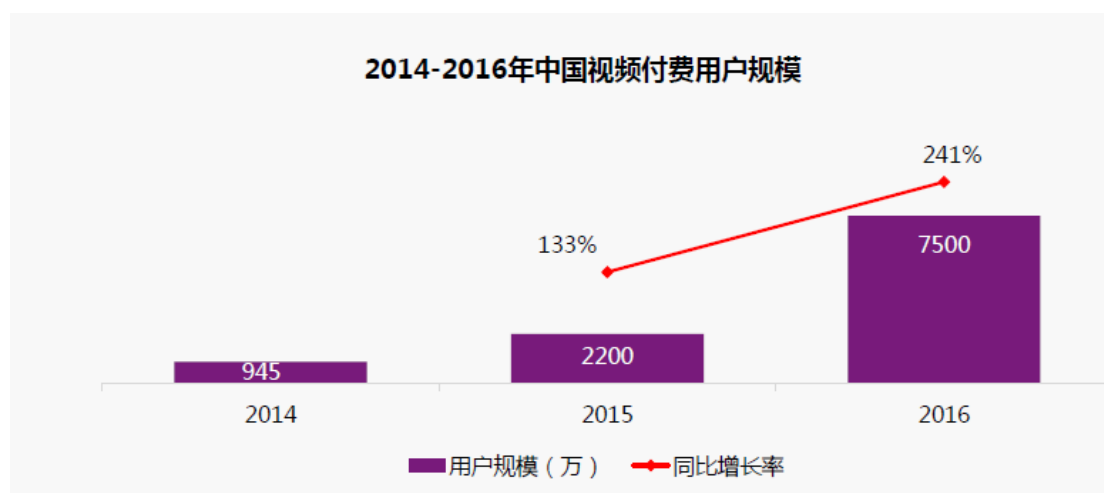
激烈，爱奇艺、腾讯视频、优酷土豆等主流视频网站纷纷倾力大量资本及优势资源布局 VIP 付费内容与服务衍生体系，重点视频网站的品牌沉淀开始形成。付费内容领域呈多元化发展，高流量精品自制内容频出，网台联动进一步频繁，致使付费用户规模随之迅猛增长，增速达到美国 9 倍。中国视频付费正在打破原有市场格局，成为国际付费市场不可小觑的力量。

全球视频付费用户增速不断提升。中国视频付费用户规模约 7500 万，是全球第三大付费市场。中国视频付费用户增速居全球之首。2016 年北美付费用户增长率为 27%，中国增长 241%，是美国 9 倍。



2017 年中国有效视频付费会员规模将突破 1 亿。截至 2016 年 12 月底，国内视频网站付费用户规模达到 7500 万，较 2015 年的 2200 万增长 241%，预计 2017 年将超 1 亿（注：数据估算为有效付费会员，不包含各类渠道赠送会员）。

爱奇艺占行业用户规模约 40%。2016 年爱奇艺、腾讯视频、优酷视频等视频网站的付费会员数均有大幅上升，其中爱奇艺在 6 月公布其有效会员规模突破 2000 万，随着《老九门》《余罪》等热剧播出，预计 2016 年底其有效付费会员已突破 3000 万，占行业用户规模的 40%，保持中国视频付费最大市场占有率。



完整版报告见附带发送文档！

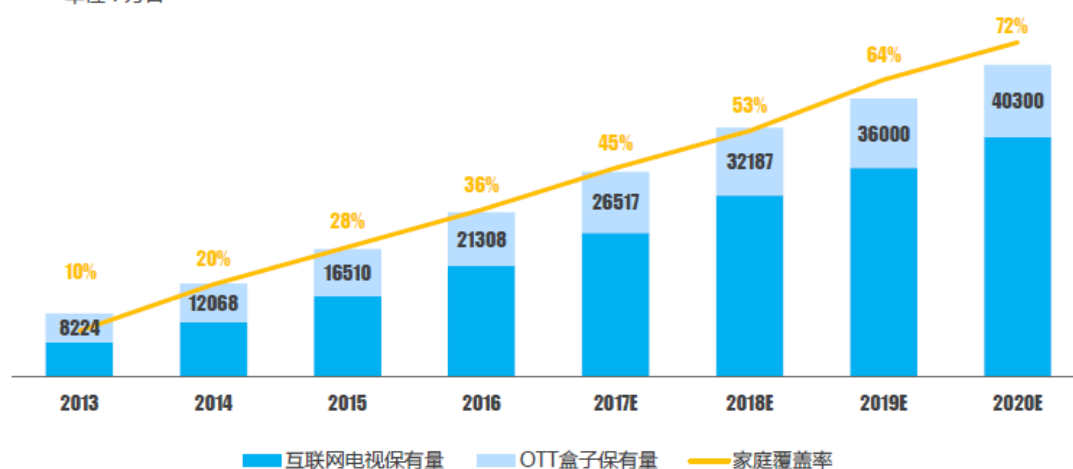
2016 OTT 广告价值蓝皮书

1 月 12 日，奥维云网（AVC）主办的 2016 年 OTT 广告价值蓝皮书发布会在北京丽晶酒店隆重召开，会上奥维云网联合腾讯视频、阿里家庭娱乐、爱奇艺、乐视、Joyplus 秀视、AdTime、蓝色光标重磅推出业内首份《2016 年 OTT 广告价值蓝皮书》。蓝皮书以强有力的运营监测数据为基础，对 OTT 广告价值进行了系统分析，对 OTT 广告产业链现状和问题进行了全面梳理，并展示了 OTT 广告的良好投放效果和广阔发展前景。

从 2014 年开始，OTT TV 快速发展，表现为智能电视和 OTT 盒子在中国家庭迅速普及。相较于 DVB 和 IPTV 的封闭网络和有限内容资源，OTT TV 可以获取互联网上的海量内容资源，所以在内容为王的时代 OTT TV 前景无限光明。目前 OTT 终端规模、用户规模有多少呢？根据《2016 年 OTT 广告价值蓝皮书》，截至 2016 年 12 月，中国 OTT 终端保有量为 2.1 亿台，其中激活终端达 1.15 亿台，覆盖 3.67 亿用户。智能电视的日开机率为 50%，月开机率为 71%，日开机时长为 6.01 小时。

2013年-2020年OTT终端保有量及家庭覆盖率

单位：万台



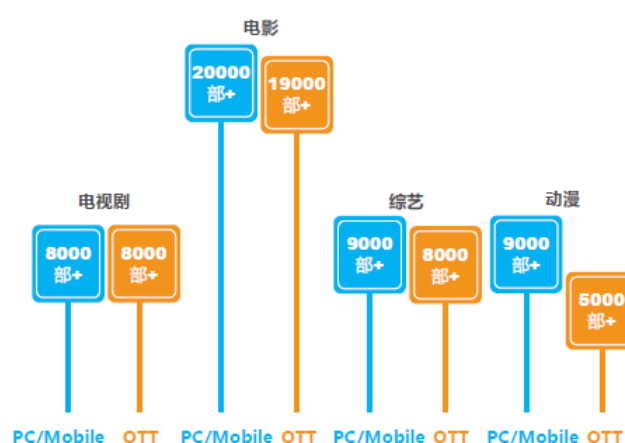
数据来源：奥维云网（AVC）

OTT 海量终端规模、高度活跃的用户行为背后，蕴藏着巨大的商业价值。OTT 行业在以优质内容吸引用户点播付费的同时，也在探索大屏广告营销变现。OTT 大屏广告起步于 2015 年，而 2016 年是 OTT 大屏广告开始爆发式增长的一年。根据蓝皮书披露，2016 年中国 OTT 广告市场规模为 9.7 亿，较 2015 年增长 384%。未来几年，OTT 广告市场仍将保持高速增长，预计 2019 年中国 OTT 广告市场规模将超越 100 亿。快速增长的市场规模带给人们无限畅想的同时，OTT 也将实现从客厅娱乐设备向营销新媒体的华丽转身。

OTT全网对互联网内容资源的覆盖率



OTT全网内容资源数量



完整版报告见附带发送文档！