

视频行业动态月报

2017年8月

统计周期：2017年8月

统计内容：IPTV、OTT、互动电视、VR、网络流媒体行业政策、数据及动态

导读索引

一级目录	二级目录	信息排序	备注
本月观察			
国内宏观政策	行业最新政策		
	领导讲话精要		
	重要人事动态	政府机构 电信运营商 广电运营商	
市场动态	运营商聚焦	四大基础运营商	
	招标信息	电信	
		广电	
	IPTV/OTT	IPTV 运营方	
		7 大新媒体牌照商	
		电视端互联网企业	
	电信运营商	三大集团动态	
		各地电信动态	
		各地联通动态	
		各地移动动态	
	广电运营商	央企动态	
		有线/无线电视动态	
		电视台动态	
	互联网视频	视频平台动态	
		影视动态	
	VR	国内	
		国外	
资本市场			
其它相关			
海外市场	全球		
	北美		
	西欧		
	其它		
市场数据	监测数据	IPTV 收视数据	
		三大运营商月报	
		艾瑞 PC 指数-在线视频	
		艾瑞 APP 指数-视频服务	
	IPTV/OTT 数据		
	广电行业数据		
	宽带用户数据	全国数据	
各地数据			
其它数据			

	海外相关数据		
附录	政策文件		
	芒果 TV 运营报告		
	每月报告精选		

目录

导读索引.....	1
目录.....	3
一、 本月观察.....	10
中国联通混改方案出炉 业界各方反应不一	10
中国广电与中信合资成立中广移动，剑指 700MHz.....	14
中国联通大力推进 IPTV 一体机，或将带来市场格局变化.....	16
规模之上，IPTV 如何迈出下一步	19
二、 国内宏观政策.....	21
1、行业最新政策.....	21
国务院发文扩大和升级信息消费.....	21
三部委：开展智慧健康养老试点.....	22
网信办对微信微博百度贴吧立案调查.....	23
工信部公布下半年网络建设计划.....	24
工信部：对数据中心建设提出三点建议.....	24
广电总局：加强网络视听节目涉医药广告管理.....	25
广电总局：上星频道要注意文化导向.....	25
广电总局：电视节目音频响度管理.....	26
广电总局：卫视黄金时段不得编排娱乐性较强电视剧.....	26
山东广电局：暂停发展 IPTV 用户	27
江苏广电局：规范 IPTV 传输市县电视频道	27
福建省：开展新一轮有线数字电视整转	28
2、领导讲话精要.....	29
陈肇雄：把握两化融合的新使命和新要求.....	29
王晓初：对发展物联网的四点倡议.....	29
李开复：人工智能恐将拉大贫富差距.....	30
3、重要人事动态.....	30
传山东联通总经理加盟阿里.....	30

河南铁塔总经理黄庶被带走调查.....	30
乐视一日内任命 11 名高管.....	31
阿里影业宣布樊路远新任 CEO.....	31
河北广电网络聘任王智为总经理.....	31
吉视传媒总经理张群离职.....	31
山东有线董事长被带走调查.....	32
三、 市场动态.....	32
1、 运营商聚焦——合作卡模式.....	32
整体分析.....	32
中国联通.....	33
中国移动.....	47
中国电信.....	49
2、 招中标信息.....	55
中国移动 800 万台魔百和中标公告.....	55
中国移动启动 400 亿元 NB-IoT 集采.....	56
咪咕公司 440 万台机顶盒采购招标公告.....	56
咪咕视讯发布 2017-2018 年度 CDN 中标公告.....	57
云南电信天翼网关升级验证平台新建招标公告.....	57
江西联通 IPTV4K 机顶盒招标公告.....	57
天津联通多媒体融合网关(第二次)集中招标公告.....	58
山东移动 50 万台 4K 机顶盒招标公告.....	58
内蒙古移动 40 万台魔百和招标公告.....	58
重庆移动 80 万台魔百和招标公告.....	58
贵州移动 2017 年 CDN 优化服务项目中标公告.....	59
南方新媒体 OTT 内容运营平台二期项目招标.....	59
安广网络 10 万台 4K 机顶盒中标公示.....	59
东方有线 EPG2.0 优化项目招标.....	60
3、 IPTV/OTT TV.....	60
夏普电视通过首批 IPTV 一体机测试.....	60
LOL 六周年庆典 湖北 IPTV 免费送门票.....	60

百视通 IPTV：哈哈用户可领取葡星人精美大礼.....	61
搜狐视频首发 DTS 影音专区独家上线小米电视.....	62
4、电信运营商	63
三大运营商获得物联网业务专用号段.....	63
中国电信联合 360 提供防欺诈服务.....	63
中国联通与腾讯及阿里成立联合运营中心.....	63
中国联通与百视通启动中国高铁影院.....	63
中国联通与同花顺推出同花顺卡.....	64
中国联通联合芒果 TV 推出大小芒卡.....	64
中国联通联合 ofo 展开促销活动	64
中国联通与工行签署战略合作协议.....	64
中国移动发布大云 4.0 产品.....	65
辽宁电信 IPTV 游戏大厅全新上线.....	65
新疆电信 IPTV 上线天翼空间 TV 应用商店	65
河南电信“酒店完美联盟 3.0”发布.....	65
成都电信 IPTV 上线电视政务大厅.....	66
湖南电信推广独享宽带业务.....	66
宁夏电信着力解决用户“流量荒”	66
山西联通部署 100 个千兆宽带示范小区.....	66
江苏联通推出 IPTV 感知分析功能.....	67
新疆联通 4G 套餐 0 元月费，免流看视频	67
内蒙古联通 IPTV 熊猫专区上线.....	67
黑龙江联通推进党员云平台建设.....	68
上海移动推视频流量包 0 元体验活动.....	68
云南移动加强物联网连接应用.....	68
内蒙古移动推出“千兆宽带到桌面”	68
湖北移动与农业局合作“村村屏”	69
天津移动推出“地铁流量包”	69
5、广电运营商	69
中广宽带召开第一次股东大会.....	69

中国广电与龙江网络签署战略合作协议.....	70
歌华有线与北京市卫计委签署战略合作协议.....	70
“高清四川智慧广电”首批 5 个示范名单公布.....	71
重庆有线开通数字电视图书馆.....	71
陕西广电网络再次中标电信普遍服务.....	71
河南开启保险广电融合新业务.....	72
贵广网络推出“父母乐”二代智能高清机顶盒.....	72
广东广电网络转型升级打造新“形象”.....	72
新疆广电网络集客业务渐入佳境.....	73
中星 9A 卫星开始信号测试.....	73
河北广电传媒集团揭牌.....	74
山东广播电视台“中央厨房”将试运行.....	74
陕西广播电视台“丝路云”融媒体平台启.....	75
6、互联网视频.....	75
A 站要求上传视频需实名制.....	75
爱奇艺公布播放量计算标准.....	76
YY 语音推出“补刀小视频”.....	76
迅雷停止支持第三方远程下载设备.....	76
阿里联合优酷成立综艺与艺人公司.....	76
阿里影业推出授权宝.....	77
网易云音乐因版权问题被起诉.....	77
7、VR.....	78
威尼斯电影节首映三部 VR 电影.....	78
无线 VR 设备数据消耗 4 年将增长 650%.....	78
VR 硬件价格普遍下调.....	79
惠普推出 VR 背包电脑.....	79
8、资本市场.....	80
重庆广电数字传媒即将 IPO.....	80
4K 花园获得 6000 万 A 轮融资.....	80
乐视网上半年净亏 6.37 亿.....	81

今日头条将融资 20 亿美元.....	81
咸之鱼影视获得数百万元战略投资.....	81
9、其它互联网相关.....	82
福州成为互联网骨干直连点.....	82
CDN 牌照增至 16 家.....	82
微博要求今日头条停止抓取自媒体内容.....	82
京东与百度宣布达成全面战略合作.....	83
10、海外市场.....	84
DVB 通过下一代 TTML 字幕标准.....	84
美国有线电视与 Netflix 结盟.....	84
Facebook 推出 Watch 电视流媒体平台.....	85
Facebook 直播中将植入 AR 技术.....	85
AT&T 为整合时代华纳成立媒体公司.....	85
YouTube TV 扩大服务范围.....	86
迪士尼自建 SVOD 流媒体服务.....	86
苹果将投资 10 亿美元于原创内容.....	86
美有线电视频道遭黑客入侵.....	87
T-Mobile 宣布已开始提供 600MHz 服务.....	87
亚马逊准备将人工智能引入云存储.....	87
三星电视内容服务 TV PLUS 进驻欧洲.....	87
沃达丰和 Orange 提供 4K 体育赛事.....	88
Sky 推出 TV+移动套餐.....	88
英国电信投资 6 亿英镑农村宽带建设.....	89
拉丁美洲 OTT 业务蓬勃发展.....	89
四、 市场数据.....	89
1、监测数据.....	89
IPTV 收视数据.....	89
三大运营商月报.....	92
艾瑞 PC 指数——在线视频.....	93
艾瑞 APP 指数——视频服务.....	94

2、IPTV/新媒体数据	95
我国 IPTV 用户达 1.06 亿户	95
中国移动电视用户达 3859 万.....	95
河南省 IPTV 用户达 423.6 万户	95
河北 IPTV 用户破 820 万户	96
小米盒子 7 月份出货量位居第一.....	96
荔枝新闻用户达到 1400 万.....	96
3、广电行业数据	97
2017 年第二季度有线电视发展公报.....	97
广电上市公司经营数据.....	100
浙江上半年有线电视收入 35 亿元.....	101
贵广网络高清互动用户达到 200 万户	101
户户通开通用户数量达 1 亿 593 万.....	101
4、宽带/物联网数据	102
中国移动宽带用户年底或将突破 1 亿户	102
统计数据：中国全面步入“流量社会”	102
工信部：物联网终端用户达 1.81 亿户.....	102
5、其它数据	103
知识付费行业规模或达 500 亿元.....	103
全球宽带网速排名，中国第 134 位.....	103
2017 年上半年彩电零售量 2181 万台.....	103
6、海外相关数据	104
IPTV 市场 4 年将保持 16%复合增长率.....	104
2021 年互联网 82%流量来自于视频.....	104
全球可穿戴设备市场今年将增长 8%.....	106
2017 年美国互联网电视用户将达 1.7 亿人.....	107
五、 附录.....	107
政策文件	107
国务院发文扩大和升级信息消费.....	107
广电总局要求规范新媒体采编.....	116

三部门关于开展智慧健康养老应用试点示范的通知.....	118
2017 年度第七、八批重点作品版权保护预警名单.....	120
2017 年 7 月份芒果 TV 运营报告	124
每月报告精选（附文档）	137
7 月电视报告：DVB 收视强于 IPTV.....	137
7 月 OTT 盒子市场分析	142
2017 年上半年 OTT 运营大数据蓝皮书	145
CNNIC 第 40 次互联网统计报告	146

一、 本月观察

中国联通混改方案出炉 业界各方反应不一

8月20日晚间，中国联通(微博)集团下属A股上市公司中国联合网络通信股份有限公司(证券代码:600050)发布了中国联通关于混合所有制改革有关情况的专项公告，正式披露混合所有制改革试点总体方案和拟改革的内容要点;发布了非公开发行A股股票预案及限制性股票激励计划(草案)等议案;发布了关于股票复牌的公告，公司股票将于8月21日开市起复牌。

公告称，为深入贯彻落实《中共中央 国务院关于深化国有企业改革的指导意见》(中发〔2015〕22号)及相关文件的指导精神，按照中央经济工作会议提出的“完善治理、强化激励、突出主业、提高效率”的混改十六字方针，中国联合网络通信股份有限公司(以下简称“中国联通”、“公司”)拟试点引入其他国有资本和非国有资本，健全协调运转、有效制衡的公司法人治理结构，完善市场化的激励约束机制，推动产业链、价值链关键业务重组整合，提质增效、转型升级，推动国有资本和非国有资本相互促进、共同发展。

此前的2017年8月16日，中国联通港股公司已经披露了中国联通的混合所有制改革的详细方案：

1) 战略投资者向联通A股公司认购约90亿股新股，并向联通集团公司购入19.0亿股联通A股公司股票,共占扩大后已发行股本34.9%,价格为每股人民币6.83元。

2) 引入的民营战略投资者中，腾讯投资110亿元，占5.21%；百度70亿元，占3.31%；阿里巴巴43.3亿元，占2.05%；京东50亿，占2.36%；(BATJ合计投资270.3亿元，占总入股比例合计为12.93%) 苏宁40亿，占1.88%；光启互联技术40亿，占1.88%；淮海方舟信息基金40亿元，占1.88%；鑫泉基金7亿元，占0.33%。国有部分两家，中国人寿217亿，占10.22%；接受老股的国有企业的结构调整基金129.75亿元，占6.11%。

3) 拟向核心员工授予约8.5亿股限制性股票，价格为每股人民币3.79元。

4) 总交易对价约为人民币780亿元。

中国联通混改方案的出炉，意味着传闻多时的肥皂剧落下帷幕。由于混改战略投资者名单中并没有出现广电机构，也意味着跟中国联通不时传出绯闻的“中国广电”终于休己！

目的

中国联通指出，公司混改将侧重于解决一下问题：

在公司治理结构设计上，中国联通坚持在党的领导下，以董事会治理为核心，市场化运营为原则，拟通过本次混改形成多元化董事会和经理层，以及权责对等、协调运转、有效制衡的混合所有制公司治理机制。坚持同股同权，依法保护各类股东产权，让参与进来的国有资本和非国有资本有话语权，按照章程依法行使决策权。

拟优化董事会组成结构，落实董事会职权。公司拟在合法合规的前提下，结合战略投资者情况等，适当引入新的国有股东和非国有股东代表担任公司董事，进一步优化多元董事会组成结构。明确董事会在公司的核心地位，落实董事会重大决策、选人用人、薪酬分配等权力，认真履行决策把关、内部管理、防范风险、深化改革等职责，接受股东大会、监事会监督。

拟加强经理层建设，探索市场化管理。探索经理层市场化选聘机制和市场化管理机制，实行任期制和契约化管理。对符合政策要求的高级管理人员探索施行中长期激励机制，并建立与激励机制相配套的约束机制。

拟建立员工与企业利益共享、风险共担的市场化机制。本次混改以市场化为核心，紧扣资源配置、活力激发、人才发展三大改革主题，推动人力资源变革，用创新机制激发活力、凝聚合力，拟建立员工与企业利益共享、风险共担的市场化机制，实现“岗位能上能下、员工能进能出、收入能增能减”，同时维护好员工的基本权益，促进公司发展。

打造核心人才体系，促进专业结构转型。面向大 IT、自主研发、创新业务等公司战略方向上的重点专业打造核心人才体系，基于实际能力发现人才、基于使用效能激励人才，实行人才全生命周期闭环管理。建立能力管理体系，明确各类员工专业能力标准，培养具有担当负责、诚信务实、敢闯敢拼的企业家队伍，打造跨界运营、结构合理、综合素质高的人才队伍，推进基础电信 CT 人才向 IT、IP 人才转型。

拟建立股权激励机制，努力实现股东、公司、员工利益一致。在混改过程中，拟同步建立限制性股票等员工激励计划，吸引和留住高素质员工，努力实现股东、公司、员工利益一致。激励方案由公司董事会制定并适时推出，激励对象拟包括公司董事、高级管理人员以及

对经营业绩和持续发展有直接影响的管理人员和技术骨干等。激励股权分配不搞平均主义，根据对经营业绩的贡献实现差异化分配。

拟以业绩为导向优化薪酬内部分配机制和约束机制。拟建立与经济效益和劳动力市场价相联系的工资总额决定和调节机制，改革员工考核和激励机制，科学设置公司业绩指标和个人绩效指标，推动组织、专业线、团队和员工目标协同，利益一致。在基础业务领域，分专业合理设置团队绩效指标，推进全生产场景划小承包，建立增量收益分享等市场化激励机制，打破平均主义“大锅饭”，真正实现按劳分配，激发员工创收增利动力。在创新业务领域，打造特区机制，以有市场竞争力的薪酬，吸引转型发展所需的高端人才。优化员工绩效管理体系，强化考核结果在晋升发展、薪酬激励和竞争淘汰中的应用。拟建立管理人员和员工竞争退出机制，以业绩为导向、以考核为依据，对表现不佳、无法胜任本职工作的人员实施培训再上岗或退出。

期权

本次中国联通混改，除了BATJ入股之外，最引人关注的就是股权激励了。由于本次中国联通混改将以3.79元/股的价格(当前股价为7.47元，且因为混改成功的因素，具有强烈的上涨预期)，向员工授予8.48亿股股权激励，账面看既有30多亿元的增值，引起了业界的广泛关注。

根据方案，中国联通首期拟向激励对象授予不超过8.48亿股的限制性股票，约占当前公司股本总额4.0%，其中计划预留8478.00万股，占本次授予总量的10%，占当前公司股本总额的0.4%。

公告称，首次授予的激励对象(不包括预留部分)包括公司中层管理人员以及对上市公司经营业绩和持续发展有直接影响的核心管理人才及专业人才(不包括董事及高级管理人员)，不超过7550人。激励对象不包括独立董事和监事以及由公司控股股东以外的人员担任的外部董事。

其中，预留部分拟授予公司经理层和由公司董事会确定的其他核心人才，将在股权激励计划经股东大会审议通过后12个月内予以明确并授予。

公告表示，激励对象在获授限制性股票时，个人出资所需资金以自筹方式解决，本公司承诺不为其依据首期授予方案获得的有关权益提供贷款或任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。

解锁期	解锁条件
第一个解锁期	(1) 2018 年度主营业务收入较 2017 年度主营业务收入基准的增长率不低于 4.4%，较 2017 年度主营业务收入的增长率不低于同行业企业平均水平； (2) 2018 年度利润总额较 2017 年度利润总额基准的增长率不低于 65.4%，较 2017 年度利润总额的增长率不低于同行业企业 75 分位水平； (3) 2018 年度净资产收益率不低于 2.0%。
第二个解锁期	(1) 2019 年度主营业务收入较 2017 年度主营业务收入基准的增长率不低于 11.7%，较 2018 年度主营业务收入的增长率不低于同行业企业平均水平； (2) 2019 年度利润总额较 2017 年度利润总额基准的增长率不低于 224.8%，较 2018 年度利润总额的增长率不低于同行业企业 75 分位水平； (3) 2019 年度净资产收益率不低于 3.9%。
第三个解锁期	(1) 2020 年度主营业务收入较 2017 年度主营业务收入基准的增长率不低于 20.9%，较 2019 年度主营业务收入的增长率不低于同行业企业平均水平； (2) 2020 年度利润总额较 2017 年度利润总额基准的增长率不低于 378.2%，较 2019 年度利润总额的增长率不低于同行业企业 75 分位水平； (3) 2020 年度净资产收益率不低于 5.4%。

历程

2016 年 10 月，中国联通被列入首批国企混改试点，主要针对的是国内 A 股上市公司中国联通股份有限公司。

2017 年 4 月 5 日，中国联通发布公告 A 股即日起停盘，结合国家有关部门要求混改 5、6 月份改革方案全部报出的消息，外界普遍认为，中国联通混改进入实质阶段。之后，中国联通陆续发布停盘公告。

2017 年 5 月 9 日，中国联通董事长王晓初在联通股东大会上透露了部分关于中国联通混改方案的最新进展。他表示，中国联通混改需要与十个部委进行沟通，牵涉部门多，难度大，但希望越快越好。

2017 年 5 月 16 日，中国联通再发公告称，即日起继续停盘 2 个月，相比之前最长 20 天的停盘。公告中称，中国联通正在积极推进重大事项的相关工作。这也被外界认为是混改方案正在细化中。

2017 年 8 月 2 日，中国联通计划与腾讯公司和阿里巴巴分别建立合作运营中心。在材料中提到，联通公司将在广东深圳成立中国联通电子商务腾讯合作运营中心，在浙江杭州成立中国联通电子商务阿里合作运营中心。

流媒体网点评：

从国资委和发改委监管的角度，混改的目的包括了“启动企业内在活力、在国企公司治理和市场化的经营机制上见成效”的目标。

虽然混改很难促进联通短期内竞争力大幅提升，更不用说明显改变市场格局；从目前的宽带和视频市场格局来看，中国联通均已经被中国移动实现超越，落后到第三位置。用户规模落后、盈利能力低等状况，依然是阻碍着中国联通进一步发展的最主要因素。

但从中国联通从去年开始力推的行业卡，以及今年以来推行的节流增效，都显示出中国联通经营模式的创新与转型，确实取得了一定的效果，毕竟只有从开源和节流两个面来着手，才能够最有效的增收增利。

中国广电与中信合资成立中广移动，剑指 700MHz

8 月 8 日消息，最新工商信息显示，由中国广播电视网络有限公司和中国中信集团有限公司合资组建的中广移动网络有限公司已经于日前正式注册成立，公司法定代表人为赵景春（中国广电董事长）。

工商信息

统一社会信用代码	91110000MA00FENF6R	组织机构代码	MA00FENF6
注册号	91110000MA00FENF6R	经营状态	存续（在 营、开 业、在 册）
所属行业	电信、广播电视和卫星传输服务	成立日期	2017年06月20日
公司类型	其他有限责任公司	营业期限	2017年06月20日 --
法定代表人	赵景春 法人对外投资	发照日期	2017年06月20日
注册资本	1000000万元人民币	登记机关	北京市工商行政管理局
企业地址	北京市房山区康泽路3号院11号楼6层1单元603		
经营范围	无线广播电视网络设计、投资、运营和维护；为开展上述业务所进行的技术研究、技术开发；技术开发、技术服务；经济信息咨询；计算机系统集成；工程总承包、专业承包；销售机械设备；货物进出口、技术进出口、代理进出口；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；物业管理；经营电信业务；互联网信息服务；工程设计。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；经营电信业务、互联网信息服务、工程设计以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		

工商信息显示，中广移动注册资本金为 100 亿元，其中中国广电认缴 51 亿元，占股 51%；中信集团认缴 49 亿元，占股 49%。

中广移动注册所在地为北京市房山区康泽路 3 号院 11 号楼 6 层 1 单元 603，而中国广电注册地在西城区白云路 10 号，中信集团注册地在朝阳区新源南路 6 号。

中广移动所属行业为电信、广播电视卫星传输服务，经营范围如下：

无线广播电视网络设计、投资、运营和维护；为开展上述业务所进行的技术研究、技术开发；技术开发、技术服务；经济信息咨询；计算机系统集成；工程总承包、专业承包；销售机械设备；货物进出口、技术进出口、代理进出口；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；物业管理；经营电信业务；互联网信息服务；工程设计。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；经营电信业务、互联网信息服务、工程设计以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；）

中信国安官网显示，目前罗宁担任中国中信股份有限公司总经理助理、中信国安集团有限公司副董事长、中信网络有限公司董事长、总经理、中信国安有限公司董事长、中信国安信息产业股份有限公司董事长。从其履历来看，尤其担任合资公司总经理更多是看重其中运营商和广电丰富的从业经验。

流媒体网点评：

从中广移动登机的工商信息来看，其所属行业为电信、广播电视和卫星传输服务，明确提出经营电信业务，可见此合资公司确实为 700MHz 为基础开展电信相关业务。而卫星传输服务更是显示出，合资公司通过 700MHz 打造有线无线卫星融合网的设想和规划。

从合资公司出资主体来看，广电一方由中国广电出面并不意外，但中信一方直接由中信集团（传说中少数几家正部级央企，注册资本近 2000 亿元）出面，既不是中信国安集团，亦不是中信国安股份公司。笔者猜测，这一方面显示出中信对于此合资事宜的高度重视，另外或许也有 700MHz 运营主体需要为完全国有股东方的政策要求。

中国广电要成为名副其实的第四大基础电信运营商，必须要加快数据和通信业务的发展，而中国广电赖以发展的最大基础就是 700MHz。从此意义上说，中广移动的组建意味着中国广电有了统一的战略规划和实施主体，将极大程度上带动广电 700MHz 产业的发展。

当然，在中广移动未实际展开业务之前，一切都只是推测。中广移动要想获得实质性市场地位，需要突破政策、资金、人才、技术等多方面的挑战。

流媒体网注意到，除去第一批已经完成验收的 4 个融合网试点地区，广电各地正有近 10 个省份正在开展 700MHz 相关试点工作，包括陕西、湖北、吉林、辽宁、福建、山东、

山西、内蒙古等地。中广移动与各地“单干”如何实现分工，是否会形成一个统一整体，一切都是未知数。

中国联通大力推进 IPTV 一体机，或将带来市场格局变化

8月4日，流媒体网报道，联通集团近日下发《关于开展 IPTV 智能电视一体机试推广工作的通知》(440号文件)，表示集团总部确定开展 IPTV 智能电视一体机试推广工作，要求“北方各省分公司选择不少于2个地市分公司开展 IPTV 一体机试推广工作，鼓励南方各省分公司选取不少于1个具备业务条件的地市分公司开展试推广工作。

通知还要求，各省分公司参考山东分公司方案制订“IPTV 一体机+4G+光宽带”本地化融合套餐产品，选择旗舰营业厅、与电视机厂商联合建立演示环境，整合引入电视厂商演示及推广资源，通过 IPTV 一体机牵引全业务发展，并积极拓展酒店宾馆、沿街商铺、医院等行业与聚类市场的 IPTV 应用解决方案。

据流媒体网了解，联通集团给 IPTV 一体机试推广工作划定了时间周期——8月31日前完成全品类供应商引入、省内技术测试、营业厅环境建设、营销推广方案制订及培训工作；9月1日到12月31日开展 IPTV 一体机营销推广工作，组织 IPTV 一体机落地推广。

历史

其实 IPTV 电视一体机并不是新鲜事物，起码早在 2009 年前后就有电信运营商和电视机厂商一起推出过，这一时间点与中国互联网电视的发展起点几乎一致。

但遗憾的是，在互联网电视迎来爆发式增长的映衬下，IPTV 电视一体机却几乎从市场上销声匿迹，电信运营商更多通过集采 IPTV 机顶盒的方式发展 IPTV 业务。

根据工信部统计数据，截止 2017 年 6 月，我国 IPTV 用户达到 1.03 亿户，上半年增长 1600 万户，几乎全部是 IPTV 机顶盒用户。

至于原因：

从电视机厂商层面来看，电信运营商各省 IPTV 平台并不是完全统一的，需要电视机厂商一个个省去做开发适配，这无疑是一个非常繁琐的工作，对于“工业化流水线”模式的电视机行业并不适应。

从电信运营商角度来看，由于早些年 IPTV 仅定位于宽带附属业务，电信并不愿意冒险花大量精力去考虑 IPTV 怎么能够更好发展，更愿意简单粗暴的发个几百元盒子，这样造成

电视机厂商不敢贸然行动。因为一旦电信态度改变不帮着推广，大量 IPTV 一体机就可能成为死库存，快速贬值，甚至都没法处理。

变化

但情况正在发生改变，这也是电信运营商发力 IPTV 电视一体机的最大契机。

首先，通信运营商的电视用户规模不断提升，但是相比电信与移动，中国联通的发展速度远远落后，据流媒体网了解，2017 年一季度，中国电信新增 815 万，中国移动新增 681 万，而联通仅增长 230 万，数据差异的背后，有联通受企业内部混改的影响，以及联通长期以来对于 IPTV 缺乏统一思路以及有效的推动有一定的关系，中国联通近几年的 IPTV 增长更多是源于地方的竞争压力所致。而很多新业务的推动也更多源于地方探索实践，所带来的自下而上的推动，就如此次的一体机，就发轫于山东这些年的探索。

其次，电信运营商正在集团层面统一制定 IPTV 相关技术标准，并通过基地模式等知产品和业务层面也做到相对统一。比如中国联通提出山东公司统一支撑全国 IPTV 一体机平台技术对接及产品推广工作，而中国电信集团则通过打造 IPTV3.0 平台来完成技术统一整合工作。

再次，在达到 1 亿以上用户之后，IPTV 将逐渐从规模化发展向精细化转型，需要的不再单单是用户规模，而是用户 ARPU 值，则需要更强势的 IPTV 入口，需要更高的开机率，需要更简化的操作，IPTV 电视一体机无疑是符合的。

面对这样的情景，运营商集采与时俱进的都要求是智能盒子，同时，对 IPTV 一体机的尝试也在悄然进行中。中国电信就曾在其 2016 终端产业链合作大会上提出“电信营业厅全面销售电视机”的战略，但是实际的推行反响不大。反而是中国联通，虽然在 IPTV 一体机方面的实践进行的最为迅捷且有成效。2016 年 2 月，山东联通发起国内第一起 IPTV 一体机项目的正式招标，掀开 IPTV 一体机商用的序幕。

流媒体网点评：

根据流媒体网随手截的信息，2016 年，IPTV 一体机在山东遍地开花，同时，硬件企业合作也是与日俱增。2016 年 11 月 3 日—5 日，2016 中国联通通信信息终端秋季交易会暨众筹 4.0 现场会在青岛国际会展中心举行，中国联通首次将“渠道、终端、应用”三会合一，中国联通王晓初董事长、陆益民总经理等出席大会。山东百盟此次会议上的硬件企业合

作名单已经有 TCL、海信、创维、乐视、暴风统帅、夏普等长长的一串，IPTV 一体机产品也受到联通集团领导及各地联通的极大关注。

而山东的成功经验也恰恰是联通集团启动 IPTV 一体机推广的基础，本次集团下发的 440 号文件指出“山东分公司结合业务发展需要，在省内启动了 IPTV 一体机业务上线与推广工作。在技术标准层面，与集团网络技术研究院联合制订了技术规范与平台对接规范；在产品销售层面，完成统一收款平台搭建，实现内部结算，满足系统销售需要。”“通过对山东分公司业务试点情况和业务运营能力的评估，集团总部确定山东分公司作为 IPTV 一体机产品全国试推广的集中支撑单位。由山东分公司市场部牵头，渠道营销和产品运营等部门联合组建专项支撑团队，统一支撑全国 IPTV 一体机平台技术对接及产品推广工作。”

运营商极力推广的业务和产品，其发展势头自然不容小觑。除了具备普通互联网电视的功能，IPTV 一体机还可以拥有运营商的专线网络+合法直播及回看+与手机、宽带的费用捆绑，通知便要求“各省分公司参考山东分公司方案制订“IPTV 一体机+4G+光宽带”本地化融合套餐产品，选择旗舰营业厅、与电视机厂商联合建立演示环境，整合引入电视厂商演示及推广资源，通过 IPTV 一体机牵引全业务发展，并积极拓展酒店宾馆、沿街商铺、医院等行业与聚类市场的 IPTV 应用解决方案。”

根据联通的设想，IPTV 一体机对运营商至少有三重意义：

1) 节省机顶盒终端成本，降低用户服务门槛。无需赠送 IPTV 机顶盒，节约终端补贴成本同时降低 IPTV 设备连接复杂性，减少 IPTV 故障点。

2) 丰富 IPTV 产品线，带动全业务发展。吸引具有电视机购机或换机需求的公众及行业用户办理，作为应用终端纳入家庭融合业务与行业应用解决方案，提高联通全业务竞争力。

3) 借助渠道复用，实现合作共赢发展。与电视厂商联合推广 IPTV 一体机，复用电视机厂商营销渠道进行联通全业务推广，有效拓宽社会渠道范围。

对电视机企业而言，联合通信运营商，进军 IPTV 市场，可以规避有线一体机 CA 卡的地域限制，真正实现在规模上的突破，同时借助运营商所铺设的全国那么多通信营业厅，在市场渠道的推进上也是极大的发展良机。

对于 IPTV 产业而言，在传统的机顶盒基础之外，推出 IPTV 一体机，借助产品形态的变化，可以引发在业务设计、营销方式以及服务群体的创新，带动 IPTV 的差异化发展，为 IPTV 拓展带来新的机会。

对普通用户而言，也许，不久之后，IPTV 运营商送你的不是盒子，是电视机了，惊不惊喜？意不意外？

至于广电层面，广电在一体机层面的推广工作，面临比 IPTV 更大的困局，每年有线电视一体机出货量占电视机整体出货量的 10% 都不到，占有线数字电视机顶盒出货量也就在 10% 上下，几无市场影响力。一旦 IPTV 将电视机产业链与 IPTV 产业实现对接、整合，将在很大程度上影响有线电视产业的发展：从终端产业链来说，有线电视将越来越封闭，这也意味着竞争力越来越弱。从业务角度来说，IPTV 将能够直接抢占用户入口，有线电视面临被“旁路”的风险。

规模之上，IPTV 如何迈出下一步

当产业还在争论 IPTV、OTT 和有线电视未来发展走势孰轻孰重时，IPTV 已悄然迈过一亿大关：据工信部数据显示，截至 2017 年 5 月末，我国 IPTV 用户总数突破 1 亿；截至今年 6 月底，我国 IPTV 用户总数 1.03 亿户，1-6 月净增近 1600 万户。

从 2004 年中国电信和联通小规模开展 IPTV 用户试点开始，到去年 IPTV 经历大发展，再到今年用户规模破亿；从牌照迷局到播控权之争，从 34 号文到 97 号文，从严管到支持，再到锦上添花……在政策、市场的重重考验下，经过十余年的发展，IPTV 在 2017 年又迈上了一个新的台阶。

当下的 IPTV 发展势头十足，并已经成为电视媒体传播的主渠道之一。由于其潜力巨大，三大通信运营商纷纷将电视业务定位其基础业务，在宽带+电视领域的竞争也愈发激烈：中国电信提出“没有天翼高清(IPTV)的宽带不是真宽带”，将每一个发展的宽带用户，都变成 IPTV 用户；中国联通提出未来三年 IPTV 宽带渗透率提升至 52%；中国移动则全面发力电视屏，2017 年的目标是发展到 5000 万用户。显然，IPTV 已成为电信运营商下一个主要掘金点。

不过另一方面，现阶段的 IPTV 在运营、盈利方面还有很大提升空间。经过一段时间的跑马圈地式发展，IPTV 当下面临的是规模已具，盈利不足的状况。目前的 IPTV 类似毛坯房，可以交房了，重要的是配置什么样的厨房、床、沙发，甚至碗、枕头，恰恰这些才是买房人最真实的需求。接下来，如何实现质的飞跃成为关键。

目前来看，IPTV 业务具有多层价值属性：

第一层是视听传播带来的宽带补偿价值，这也是目前大多数省份收入的主要来源；

第二层是以非视听增值服务为代表的运营价值，这是 IPTV 业务能够持续发展并最终成为通信运营商全网络、全业务生态重要一环的关键；

第三层是随着 IPTV 规模的稳定和提升所带来的传媒价值，这也是企业转型价值的体现。

第四层是随着 IPTV 业务的深入和延展，所带来的服务价值，这也是 IPTV 从电视走向智慧家庭的价值根本。

对于进一步挖掘 IPTV 的深层价值，进行精细化运营，目前存在以下问题：

首先，IPTV 业务的收入构成主要还是来源于由用户规模增长带来的基础业务收入，而增值类业务占比较小，待挖掘的价值空间还很大。在增值业务方面，视听类服务占据用户付费收入的主要份额，非视听类服务占比较小，收入来源较为单一，变现能力弱，业务有待多元。

其次，单用户的 ARPU 值较低，数据显示，截至 2016 年年底，全国 IPTV 的月均 ARPU 为 11.5 元，比上年同期下降 19.1%。其中很重要的一个原因在于现有 IPTV 规模中，农村市场占有很大比例，其 ARPU 值的整体水平偏低。

另外，在针对用户痛点，进行千人千面的精细化运营方面，IPTV 还有很大的提升空间。大数据的核心在于是否能捕捉到用户的行为数据，进而利用这些数据去进行千人千面的转化，提升优化、提升感知。对于运营商来说，数据是其天然优势，如何利用这个优势，并将其最大化地发挥，是 IPTV 运营价值提升的关键。

此外，如何更好地将 IPTV 和智慧家庭相结合也是产业参与者需要思考的。电视大屏作为客厅娱乐的中心，除了基本的娱乐和通信需求，如何将民生应用、智能家居等整个客厅场景打通，进而形成完整的客厅生态，对 IPTV 来说或许才是最终的发展方向。

所以，IPTV 价值的进一步挖掘需要做到以下几点：

第一，摆脱传统思维。从业者需摆脱对 IPTV 发展需要依赖宽带补偿这一传统思维，加快模式创新，提升增值业务在 IPTV 整体收入中所占的比重。而增值服务的运营也要摆脱单纯追求数量的状况，减少同质化，注重服务筛选，提升质量。

第二、精细化营销，提升整体 ARPU 值。在扩大规模的同时，对用户通过群体精准画像进行分层、分类运营，如视听内容服务差异化、增值服务分层等能力，实现运营价值的进一步挖掘。提升整体 ARPU 值的根本在于提升用户的感知和体验。

第三、规模扩张需继续。在城市市场日趋饱和的情况下，农村市场依然值得重视，足够大的用户规模是未来通信运营商挖掘第三层传媒价值的重要条件，而娱乐或大众传播事件与 IPTV 的结合，也是挖掘 IPTV 第三层的传媒价值的重要手段。

第四、横向拓展、纵向延伸。将游戏、健康、教育、安防等和用户生活相关的领域进行叠加，进而打通整个客厅娱乐场景。尤其是发挥运营商的手机资源，做好大小屏的结合互动，将为大屏价值的延伸提供空间，也是未来智慧家庭的重要实现手段。另外，在垂直领域做好细分视频服务的渗透与延伸，通过与专业 IT 服务商合作进入政企市场，以构建新的收入增长点。

总体而言，当前的 IPTV 正迎着政策的东风向前发展，这无疑占据了天时；三大通信运营商积极拓展的宽带+电视融合战略，让其又占据了地利。接下来，如何协调产业各方进行更精细化的运营探索，则需要产业链众多参与者的共同努力。

二、国内宏观政策

1、行业最新政策

国务院发文扩大和升级信息消费

8 月 24 日，国务院发布了经李克强总理签批的《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》（以下简称《意见》）。

《意见》提出了以下重要几点内容：

1、发展交互式网络电视(IPTV)、手机电视、有线电视网宽带服务等融合性业务。支持用市场化方式发展知识分享平台，打造集智创新、灵活就业的服务新业态。

2、加快第五代移动通信(5G)标准研究、技术试验和产业推进，力争 2020 年启动商用。加快推进物联网基础设施部署。统筹发展工业互联网，开展工业互联网产业推进试点示范。

推进实施云计算工程，引导各类企业积极拓展应用云服务。积极研究推动数据中心和内容分发网络优化布局。

3、推广数字家庭产品。鼓励企业发展面向定制化应用场景的智能家居“产品+服务”模式，推广智能电视、智能音响、智能安防等新型数字家庭产品，积极推广通用的产品技术标准及应用规范。

4、拓展电子产品应用。支持利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动各类应用电子产品智能化升级，在交通、能源、市政、环保等领域开展新型应用示范。

5、升级智能化、高端化、融合化信息产品，重点发展面向消费升级的中高端移动通信终端、可穿戴设备、数字家庭产品等新型信息产品，以及虚拟现实、增强现实、智能网联汽车、智能服务机器人等前沿信息产品。

完整版文件内容见附录“政策文件”部分！

三部委：开展智慧健康养老试点

8月11日消息，工信部、民政部和国家卫计委近日联合印发《关于开展智慧健康养老应用试点示范的通知》，提出要建设一批示范企业、乡镇和基地，推动智慧健康养老产业发展和应用推广。

《通知》确定了三方面试点内容，分别是：

第一，支持建设一批示范企业，包括能够提供成熟的智慧健康养老产品、服务、系统平台或整体解决方案的企业；

第二，支持建设一批示范街道（乡镇），包括应用多类智慧健康养老产品，为辖区内居民提供智慧健康养老服务的街道或乡镇；

第三，支持建设一批示范基地，包括推广智慧健康养老产品和服务、形成产业集聚效应和示范带动作用的地级或县级行政区。

为推动智慧健康养老产业发展和应用推广，近年来我国出台了一系列相关政策。2015年，国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，明确提出“促进智慧健康养老产业发展”的目标任务；2016年年底，国办印发了《关于全面放开养老服务市场提升养老服务质量的若干意见》，对促进养老服务业更好更快发展作出部署；今年2月，工信部、民政部和国家卫计委联合印发《智慧健康养老产业发展行动计划（2017—2020年）》，要求

重点推动智慧健康养老关键技术和产品的研发,推动在养老和医疗机构中优先使用智慧健康养老产品,鼓励财政补贴家庭和个人购买智慧健康养老产品。

据中国社科院老年研究所测算,目前我国养老市场的商机约 4 万亿元,到 2030 年有望增至 13 万亿元。

智慧健康养老可理解为,以信息化养老终端采集数据为基础,利用互联网、移动通讯网、物联网等手段建立系统服务与互动平台,通过整合公共服务资源和社会服务资源来满足老年客户在安全看护、健康管理、生活照料、休闲娱乐、亲情关爱等方面的养老需求,从而为老年群体提供一种新型养老解决方案。

网信办对微信微博百度贴吧立案调查

8 月 11 日消息,国家网信办指导北京市、广东省网信办分别对腾讯微信、新浪微博、百度贴吧立案,并依法展开调查。根据网民举报,经北京市、广东省网信办初查,3 家网站的微信、微博、贴吧平台分别存在有用户传播暴力恐怖、虚假谣言、淫秽色情等危害国家安全、公共安全、社会秩序的信息。3 家网站平台涉嫌违反《网络安全法》等法律法规,对其平台用户发布的法律法规禁止发布的信息未尽到管理义务。案件后续进展情况,将由相关地方网信办予以发布。国家网信办有关负责人表示,网信部门将认真贯彻落实《网络安全法》等法律法规,进一步加大互联网信息内容监管执法力度,依法查处网上各类违法违规行。

微信回应称,对平台进行了严格自查自纠,也会积极配合广东省网信办调查。微信表示,暴力恐怖、虚假谣言、淫秽色情等网络不良信息屡禁不止、严重败坏社会风气,微信团队和社会各界一样都对此深恶痛绝,在技术和规则等方面采取了一系列策略措施应对上述行为,一经发现坚决打击。

微博表示,对于不良信息给广大网友带来的负面体验深表歉意。下一步,微博将通过产品、技术和运营的持续创新,不断升级技术和人工防控措施,坚持打击谣言信息、暴恐信息、色情信息等不良内容,持续提升对不良信息的发现和处置能力,引导和鼓励网友举报,并加大举报处理力度,为网友营造清朗、健康、有序的网络空间。

百度贴吧方面回应称,将积极配合政府部门进行整改,进一步加大审核力度,将不良信息拒之门外。并表示,长期以来,百度贴吧与广大用户一起致力于建设一个守法和谐的网络社区,但是社会上的一些不良问题也在贴吧有所体现。贴吧投入了大量的人力、物力来审核、

处置相关不良信息，但是仍有部分不良信息漏网，百度贴吧对于由此给用户带来的困扰深表歉意。

工信部公布下半年网络建设计划

8月2日消息，在工信部牵头下，我国固定宽带家庭普及率、移动宽带用户普及率方面，上半年提前完成年度目标。截至目前，固定宽带家庭普及率达到**67%**，移动宽带用户普及率达到**77.4%**。超额完成设定的年度目标**63%**和**75%**。

工信部表示，下半年的工作计划主要围绕以下三点：一是推动基础电信企业持续加大网络建设力度，提高网络服务能力，加快推进移动用户向**4G**迁移；二是联合住建部，进一步推动各地将保障宽带建设通行、支持宽带建设发展等政策落实到位；三是进一步扩大接入网开放试点范围，推进移动转售业务发展，充分发挥市场机制，持续提升互联网普及率。

工信部：对数据中心建设提出三点建议

8月22日，工信部对数据中心建设提出三点建议：

一是推进落实国家政策，加强引导合理布局。工信部近期正在开展数据中心示范基地创建以及全国数据中心建设发展指引的编制工作，引导产业界以市场需求为导向，统筹考虑能源供给、气候条件、产业环境、网络布局等多方面因素，合理选址、长远规划、按需设计、按标建设，推动数据中心资源的产需对接，提升数据中心的总体使用效率，促进数据中心布局优化，健康发展。

二是推动网络技术演进，满足产业发展需求。近年来，随着云计算、大数据、物联网、人工智能等新技术、新业务的兴起，网络数据流量正在呈现激增态势，全球主流运营商都在加快推进网络重构以应对挑战，建设以数据中心为核心的网络正在成为业界共识。在这一趋势下，希望基础电信运营商，能够结合未来互联网发展趋势，考虑我国数据中心的部署情况，推动网络不断演进优化，发挥好网络基础设施的支撑作用，满足产业的迫切发展需求。

三是加强技术研发创新，推动产业水平提升。新技术、新业务的兴起对数据中心提出更高要求，也为数据中心服务能力的提升提供了新的手段，大数据技术在数据中心的应用，实现了对硬件故障的快速定位和自动化管理，人工智能技术的应用，推进了数据中心运维向智能化发展，帮助有效提升了数据中心服务质量，应当说，各种新技术在数据中心建设运维中

的应用前景是很广阔的。希望产业界能够继续加大新技术的研发创新与应用，特别是在绿色节能降耗、运转负载均衡、信息安全保障等重点环节，充分挖掘新技术的应用潜力，积极创新，不断突破，使我国数据中心发展水平总体得到提升。

广电总局：加强网络视听节目涉医药广告管理

8月15日消息，近期，国家新闻出版广电总局停播了“苗仙咳喘方”等40条违规电视广告。这些违规广告的主要问题是，以节目形态变相发布或是以电视购物短片广告形式播出，夸张、夸大宣传，以医生、专家、患者、公众人物等形象作疗效证明，误导消费等。为防止涉医药广告网络视听节目出现此类问题，现提出如下要求：

一、各省局要组织辖区内视听节目网站对本网站与医药产品宣传推介相关的广告和视听节目做一次全面梳理，凡是存在上述违规问题，使用虚假医药代言人误导消费者的，要立即清理。

二、各互联网视听节目服务单位要担负起主体责任，严格遵守广告管理相关法律法规，对广告和带有广告性质的视听节目，特别是涉及医药产品的广告和节目，严格审核，坚决抵制虚假违法违规广告，切实维护人民群众的切身利益。

广电总局：上星频道要注意文化导向

8月5日，国家新闻出版广电总局日前发布《关于把电视上星综合频道办成讲导向、有文化的传播平台的通知》。

通知强化了重点时期黄金时段电视剧播出管理调控——原则上不得编排娱乐性较强、题材内容较敏感的电视剧，同时提出地方电视台要以中央电视台的节目为标杆——“电视上星综合频道要坚持新闻综合频道的定位，坚持新闻立台的方针；地方上星综合频道的节目要坚持高标准，要以中央电视台的节目为标杆，坚守底线，把好导向，努力攀登正能量高峰”。

《通知》的具体要求有：

进一步强化电视上星综合频道公益属性和文化属性。坚决反对唯收视率，坚决抵制收视率造假；总局鼓励电视上星综合频道在黄金时段增加公益、文化、科技、经济类节目的播出数量和频次。

继续加强综艺娱乐、真人秀节目管理调控。

要坚决抵制追星炒星，影视明星参与综艺娱乐、真人秀等节目要严格控制播出量和播出时间，总局鼓励制作播出星素结合的综艺娱乐和真人秀节目；总局倡导鼓励制作播出具有中华文化特色的自主原创节目，原则上黄金时段不再播出引进境外模式的节目。

强化重点时期黄金时段电视剧播出管理调控，提前审查、重播重审，原则上不得编排娱乐性较强、题材内容较敏感的电视剧。

不得违规设置“嘉宾主持”，邀请演艺明星做嘉宾，必须把道德品行、艺术成就作为首要标准。

要积极邀请优秀的文化学者、德艺双馨的艺术家等在某一领域有深厚造诣的人士做嘉宾，充分发挥节目的教育引导作用；努力提高普通群众在节目中的比重，让基层群众成为节目的嘉宾、主持、主角，注意不能把群众作为明星陪衬或背景。

广电总局：电视节目音频响度管理

8月4日消息，广电总局近日下发《关于加强电视节目音频响度管理的通知》，针对一些广告节目以及导视频道的音频响度明显超出常规节目和频道的音频响度的情况作出要求。通知要求，至8月底，在全国广电系统开展电视节目音频响度自查自纠工作；从9月初起，总局将对全国上星传输和重点地区有线电视网传输的电视节目进行音频响度监测和抽查工作。总局将对违规者进行通报，对长期或多次违规者依规依纪进行处理。通知强调，各单位、机构要严格执行技术标准，各行政管理部门要加强监管，切实维护广播电视主流媒体形象和广大电视观众利益。

广电总局：卫视黄金时段不得编排娱乐性较强电视剧

8月7日消息，国家新闻出版广电总局日前发布《关于把电视上星综合频道办成讲导向、有文化的传播平台的通知》，提出“电视上星综合频道要坚持新闻综合频道的定位，坚持新闻立台的方针；地方上星综合频道的节目要坚持高标准，要以中央电视台的节目为标杆，坚守底线，把好导向，努力攀登正能量高峰”等几项要求。

《通知》要求，进一步强化电视上星综合频道公益属性和文化属性。坚决反对唯收视率，坚决抵制收视率造假；总局鼓励电视上星综合频道在黄金时段增加公益、文化、科技、经济类节目的播出数量和频次。

《通知》要求， 继续加强综艺娱乐、真人秀节目管理调控。要 坚决抵制追星炒星，影视明星参与综艺娱乐、真人秀等节目要严格控制在播出量和播出时间，总局鼓励制作播出星素结合的综艺娱乐和真人秀节目；总局倡导鼓励制作播出具有中华文化特色的自主原创节目，原则上黄金时段不再播出引进境外模式的节目。

《通知》要求， 强化重点时期黄金时段电视剧播出管理调控，提前审查、重播重审，原则上不得编排娱乐性较强、题材内容较敏感的电视剧。

《通知》要求， 不得违规设置“嘉宾主持”，邀请演艺明星做嘉宾，必须把道德品行、艺术成就作为首要标准。要积极邀请优秀的文化学者、德艺双馨的艺术家等在某一领域有深厚造诣的人士做嘉宾，充分发挥节目的教育引导作用；努力提高普通群众在节目中的比重，让基层群众成为节目的嘉宾、主持、主角，注意不能把群众作为明星陪衬或背景。

山东广电局：暂停发展 IPTV 用户

8月3日，山东广电局省局下发通知，部署在全省开展为期3个月的IPTV业务执法大检查。

一是对山东联通、山东移动、山东电信IPTV业务整改工作进行督导，对3家电信企业所有营业网点进行拉网式检查，整改期间暂停发展新用户。

二是对OTT（互联网电视）业务进行检查，依法查处变相提供广播电视直播服务的行为。

三是开展广电企业IPTV业务大检查，对山东广电新媒体有限责任公司、青岛市广播电视台违规整改工作进行督导，确保IPTV业务内容安全、规范发展。

通过开展执法大检查，引导广电和电信企业形成“公平竞争、互利共赢”的发展模式，杜绝垄断行为和恶性竞争，鼓励发挥各自优势，加强协作配合，实现资源共享，推进IPTV业务健康有序发展。

江苏广电局：规范 IPTV 传输市县电视频道

8月18日消息，江苏省新闻出版广电局就IPTV中规范传输市县电视频道明确七项要求：

一是进一步做好省级 IPTV 集成播控平台与电信企业 IPTV 传输系统的规范对接。

二是凡经 IPTV 传输分发的市县电视频道，须由江苏广电总台省级 IPTV 集成播控平台集成后统一提供给电信企业的 IPTV 传输系统。

三是电信企业的 IPTV 传输系统须遵守各市县电视频道仅在本市县行政区域内传输接入原则，不得跨行政区域传输接入。

四是此前各市县广电播出机构未经江苏广电总台省级 IPTV 集成播控平台集成、直接提供给电信 IPTV 系统的电视频道，要按要求整改。

五是江苏广电总台、中国电信江苏分公司要抓紧完成现有 IPTV 平台向江苏广电总台省级 IPTV 集成播控平台切换和用户迁移。

六是凡经江苏广电总台省级 IPTV 集成播控平台集成传输的市县电视频道，应事先办理各级备案。

七是目前各电视频道不得以任何途径传送到互联网电视平台中直播。

福建省：开展新一轮有线数字电视整转

8月1日消息，福建省人民政府办公厅发布关于全面推进新一轮有线数字电视整体转换攻坚任务的通知。

我省新一轮有线数字电视整体转换工作实施以来，全省有线数字电视用户从2013年的400万户发展到2016年底的700万户，有线电视数字化率从2013年的60.9%提升到2016年底的96.94%。但在全省范围内，仍然还有四万多户模拟用户未实现整体转换，还有不少边远山区、海岛和贫困村、老区苏区村、少数民族村等需要光纤联网或户户通升级。

确保在年底前全省有线电视100%数字化，全面完成数字化整体转换扫尾工作，确保2018年底前完成农村有线电视光纤联网，鼓励群众自愿选择直播卫星、地面数字电视或“直播+地面数字电视”等方式，确保广播电视公共文化服务全面覆盖。

2、领导讲话精要

陈肇雄：把握两化融合的新使命和新要求

2017年8月25日，中国两化融合大会在北京举行，工业和信息化部副部长陈肇雄指出，大力推进信息化和工业化融合发展，是党中央、国务院做出的一项长期性、战略性部署，是工业和信息化部的中心工作之一，也是全国工信系统的共同责任。近年来，经过各方的共同努力和持续推进，两化融合取得显著成效，为建设制造强国和网络强国奠定了坚实基础。

陈肇雄强调，当前，我国正处于建设“制造强国”和“网络强国”的关键历史时期，准确把握两化融合的新使命和新要求，持续深入推进两化融合发展，对于抢抓数字经济发展先机，加快新旧动能接续转换，意义重大。要坚定信心、持之以恒，持续深入推进两化深度融合。一要抓主线，以两化融合为主线协同推进两个强国建设。二要抓标准，逐步探索形成管理体系标准引领两化深度融合发展的新路径。三要抓平台，加快构建基于工业互联网平台的新型工业体系。四要抓双创，大力推进制造业与互联网融合发展，进一步激发制造企业“双创”活力。五要抓生态，充分发挥中国两化融合服务联盟的桥梁纽带作用，健全联盟间合作机制。

王晓初：对发展物联网的四点倡议

8月22日消息，由中国联通、广州市人民政府联合主办的“中国联通物联网生态大会”在广州琶洲国际会展中心正式召开。王晓初在演讲中提出四项倡议：

第一，要抢抓产业机遇，拓展物联网发展新空间。连接是“刚需”，通信、传感设备不断进步，很多设想成为现实，报告显示，2020年全球连接数达到260亿个，总价值达1.9万亿美元。

第二，加强资源共享，打造中国联通物联网新能力。物联网不是一个企业、一个组织能够，中国联通在网络层面上，建设NB-IoT、eMTC专用网络，在平台能力上，和国际合作伙伴Jasper深化合作，并进一步扩展平台，降低物联网企业成本，提升运营效率。在安全方面，打造全方位安全能力，建设完整的物联网安全体系。

第三，深化市场改革，激发协同发展新动力。保障“物联网平台+”生态建设的高效落地。

第四，强化产业合作，共赢发展新局面。对物联网，中国联通的心态是开放的，希望以平台为核心汇聚产业各方，与各个领域的战略投资者在物联网领域展开深度合作。

李开复：人工智能恐将拉大贫富差距

8月21日消息，李开复在出席相关活动时认为，抛开人工智能将统治世界等长远担忧，从实际的角度分析在人工智能普及以后，未来重复性的工作将被人工智能取代，社会将释放很多劳动力，将会有更多赚钱的方法被发明出来。未来社会最大的机遇将是创造巨大的财富，这个财富可能是人类最接近脱贫这样一个伟大目标的机会，但是同时带来两个很大的问题：

第一，不同于以往的工业革命，这一次的人工智能浪潮来的很快。十年之内，有50%的工作被取代了，是不是有能力创造足够多的新工作，让每个人得到学习和工作的机会。这不仅仅是财富的问题，怎么能让这50%的人继续抱有积极的人生态度，怎么解决下岗失业和重新找到自己人生与未来是我们需要面对的一个问题。

第二，是贫富差距。我们可以很容易的推算，手中有人工智能技术的人是少数的，人工智能的公司是少数的。况且人工智能是基于大数据，数据越多人工智能就越强，人工智能越强，它就会吸引更多的顶级的人才，使得产品做得更好、用户更多、数据更多，这是一个良性循环。但是强者将挑战小的创业公司、个人，他们将没有机会再介入人工智能领域了。当巨大的财富集中在少数顶级的公司里面，贫富差距恐怕将越来越大。如何化解，这是人工智能时代另一个大问题。

3、重要人事动态

传山东联通总经理加盟阿里

8月25日消息，有消息称山东联通总经理赵玉军将离职加盟阿里，山东联通总经理一职由湖北联通总经理彭胜军接任，但此消息有待证实。

河南铁塔总经理黄庶被带走调查

8月14日消息，据知情人士确认，河南铁塔总经理黄庶于昨天下飞机后直接被有关部门带走，具体带走原因不明，铁塔官方目前也没有发布消息。

乐视一日内任命 11 名高管

8 月 15 日，乐视网 CEO 梁军连发多封内部邮件，任命袁斌、刘淑青、张昭等 11 位高管，新乐视组织变革加速。任命袁斌为乐视网及上市体系首席技术官(CTO)，任命刘淑青为乐视网高级副总裁，张昭为乐视网上市体系首席内容官等。

阿里影业宣布樊路远新任 CEO

8 月 3 日消息，阿里巴巴文化娱乐集团董事长兼 CEO 俞永福宣布，阿里巴巴合伙人樊路远(花名木华黎)将加入阿里大文娱大班委，共同制定和推进大文娱的发展战略。樊路远将分管阿里大文娱电影产业相关工作，接替俞永福出任阿里影业集团公司 CEO，向俞永福汇报。

河北广电网络聘任王智为总经理

8 月 28 日消息，据河北广电网络集团网站消息，（河北）省委决定，王智同志任河北广电信息网络集团股份有限公司党委委员、党委副书记，提名任河北广电信息网络集团股份有限公司总经理、董事会董事。

河北广电信息网络集团股份有限公司根据省委提名，召开 2017 年第二次董事会会议，聘任王智同志为总经理，王智同志的董事职务，提交股东大会批准。

公开资料显示，王智在广电系统具有 10 余年从业经历，先后担任石家庄市广播电视台台长、河北人民广播电台台长。

河北广电网络总经理原任为吉建英，公开信息显示，吉建英目前担任河北广播电视台党委副书记、河北广电传媒集团总经理。

吉视传媒总经理张群离职

8 月 25 日，吉视传媒收到董事兼总经理张群先生的辞呈。张群先生因年龄原因申请辞去公司董事、总经理职务。根据《公司法》、《公司章程》的相关规定，张群先生的辞呈自送达董事会时生效。辞职后，张群先生不再担任公司任何职务。

山东有线董事长被带走调查

8月11日下午，根据山东省纪委通报：“山东广电网络有限公司党委书记、董事长刘保聚涉嫌严重违纪，正接受组织审查”。

公开资料显示：刘保聚，男，1957年6月生，汉族，山东郓城人，研究生学历，1974年8月参加工作，1985年3月加入中国共产党。曾任省文明办副主任、省委外宣办副主任、省委宣传部助理巡视员。2005年12月任省委宣传部副部长，2011年5月任山东广电网络有限公司党委书记、董事长。

三、 市场动态

1、 运营商聚焦——合作卡模式

整体分析

自从中国联通与各大互联网公司合作推出各类合作卡之后，中国移动、中国电信也相继推出了相关的合作模式。有分析人士指出，这是运营商敞开怀抱与互联网公司共同耕耘用户市场的一次有益尝试，也打破了运营商资费设计“闭门造车”的魔咒，实现了用户、互联网公司与运营商的三方共赢。

从产业角度来看，运营商的竞争一直是非常充分的，并非一些人口中所说的“垄断”。其中一个最重要的证明就是，通道类资费不断降低，从前的电话费、短信费到现在的流量费，运营商们都在想方设法降低资费吸引用户。

但另一方面，资费层面的创新，更多是价格不断“创新低”，因为只有这样才能确保在竞争中不断胜出。但是这样做的负面影响是资费方面屡“创新低”的趋势是单向的。换言之，降价容易涨价难。单纯降价其实并不能收获用户满意度，只会给人留下“早该降价了，以前该有多暴利”的印象。

从竞争角度来看，三家运营商中的任何一家一旦开始通过“超低价”竞争，另外两家必须做出选择：“跟”还是“不跟”。跟进的话，用户保住了，业务量也上去的，可是企业收入

却陷入增长乏力的境地，“增量不增收”成为必然；不跟的话，一部分用户势必流失，失去了用户就表示失去了阵地，市场份额下降，其结果也很严重。

运营商与社会各类公众公司的合作，到底只是注重短期收益，还是具备长远性的战略转型，现在还不得而知，但起码不失为一种有益的探索和尝试。

中国联通

1、蚂蚁宝卡（大宝卡+小宝卡）：

2016年11月24日，支付宝与中国联通宣布达成战略合作，双方将打通用户体系并联合推出手机号码品牌“蚂蚁宝卡”，支付宝上的新老联通用户将获得手机流量赠送、专属套餐、专属靓号等优惠。蚂蚁宝卡也引入了芝麻信用，用户在使用过程中的按时履约行为将有助于改善信用。

资费详情

名称	套餐包含	套餐超出及其他业务	
 蚂蚁大宝卡 36元/月	2GB国内流量 100分钟语音 国内接听免费	国内流量10元/GB -当月有效,自动叠加- 国内语音0.1元/分钟	短彩信 0.1元/条
 蚂蚁小宝+卡 16元/月	1GB国内流量 国内接听免费	国内流量15元/GB -当月有效,自动叠加- 国内语音0.1元/分钟	赠送 来电显示

- **体验特权：**首月免费体验（入网首月免月费）³。
- **首充特权：**入网首次充值19元得50元话费。
- **流量特权：**新开卡赠送2GB国内流量（激活和次月各赠送1GB，赠送流量仅在赠送当月，不可结转至下月）。
- **流量放心用：**大宝卡超出套餐国内流量10元/GB（1M-100M按0.1元/MB计费）；小宝+卡超出套餐国内流量15元/GB（1M-150M按0.1元/MB计费）。当月有效，以此类推，用完自动叠加，不使用不收费。

2、京东强卡（大强卡+小强卡）：

“京东强卡”是中国联通与京东联合推出的专属号卡产品。在手机京东 APP 和京东金融 APP 限量发布，分为“京东大强卡”和“京东小强卡”。

名称	套餐包含	套餐超出及其他业务	
京东大强卡 56元/月	3GB国内流量 300分钟语音 国内接听免费	国内流量10元/GB 当月有效 自动续订 国内语音0.1元/分钟	超彩信 0.1 元条
京东小强卡 16元/月	1GB国内流量 国内接听免费	国内流量15元/GB 当月有效 自动续订 国内语音0.15元/分钟	

- **体验特权:** 激活后大强卡含56元话费/小强卡含16元话费仅用于支付首月套餐费，超出后均按照套外资费收费，本产品为体验型产品，入网当月及次月内不能订购或点播SP业务，首月按全量套餐内容提供。
- **流量特权:** 京东商城购物赠流量，普通会员每单赠送50MB国内流量（每月10单封顶）；PLUS会员和金融铂金会员每单赠送200MB国内流量（每月10单封顶）。赠送流量仅限实物商品订单，虚拟商品订单无法赠送。
- **流量放心用:** 大强卡超出套餐10元/GB国内流量（不足100MB，按0.1元/MB，达到10元100MB后，101MB—1GB免费使用，以此类推）；小强卡超出套餐15元/GB国内流量（不足150MB按0.1元/MB，达到15元150MB后，151MB—1GB免费使用，以此类推），当月有效。

3、百度神卡（大神卡+小神卡）:

百度神卡是百度与中国联通合作推出的专属号卡产品，分为大神卡和小神卡。

大神卡
198元/月，20GB国内流量，1000分钟国内通话。
超出后：10元/10GB国内流量（包含套餐100GB封顶）0.1元/分钟国内通话

大神卡特权

- ① 使用百度地图签到，每月多赚500MB国内流量
- ② 入网当月免月费，赠3GB国内流量，300分钟国内通话（当月不含套餐内业务量，神卡套餐次月生效）
- ③ 首充100元及以上送100元话费

小神卡
28元/月，1GB国内流量，100分钟国内通话。超出后：15元/1GB国内流量（包含套餐40GB封顶）0.1元/分钟国内通话

小神卡特权

- ① 使用百度地图签到，每月多赚500MB国内流量
- ② 入网当月免月费，赠1GB国内流量，100分钟国内通话（当月不含套餐内业务量，神卡套餐次月生效）
- ③ 首充100元及以上送100元话费

4、百度女神卡：

联通和百度糯米合作推出的卡品。



限量发售

三生三世 七界繁花 不如你

百度女神卡

糯米消费赚流量
— 女神必下的生活神器 —

百度女神卡

1GB全国流量+200分钟全国通话，每月仅37元
(超出套餐10元1GB全国流量)

其他百度神卡

现在下单，领取12GB全国流量大礼包

本次活动由中国联通赞助，活动名额有限，敬请谅解

5、百度圣卡（小圣卡+大圣卡+超圣卡）：

百度圣卡是百度和联通一起合作共同推出的手机卡。是近期推出，好像还是偷偷摸摸的搞！

月费	套餐内权益	套餐外权益
<p>9元 -小圣卡-</p>	<p>手机百度 爱奇艺 百度地图 百度贴吧 四大app专属流量 免费</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1元 / 500MB 省内流量 (当日有效, 自动续订 不用不收费) • 15元 / GB 国内流量 (当月有效, 自动续订 不用不收费) • 0.1元 / 分钟 国内语音 • 0.1元 / 条 短彩信
<p>19元 -大圣卡-</p>	<p>手机百度 爱奇艺 百度地图 百度贴吧 四大app专属流量 免费 另含1GB国内流量</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1元 / 500MB 省内流量 (当日有效, 自动续订 不用不收费) • 10元 / GB 国内流量 (当月有效, 自动续订 不用不收费)
<p>59元 -超圣卡-</p>	<p>手机百度 爱奇艺 百度地图 百度贴吧 四大app专属流量 免费 另含4GB国内流量 200分钟国内语音</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0.1元 / 分钟 国内语音 • 0.1元 / 条 短彩信

6、工行 e 卡（梦想 e 卡+大 e 卡）：

工行携手中国联通推出了自己的专属联名手机卡。个人办的就是梦想 e 卡，做流量卡用的。

名称	套餐内包含	套餐外及其他业务
梦想e卡 19元/月	2GB国内流量 (前6个月每月加送100分钟国内语音) 工行指定APP专属流量免费 — 当月流量40GB封顶 —	国内流量10元/GB — 当月有效, 自动续订 — 国内语音0.1元/分钟 短彩信0.1元/条 赠来电显示 无漫游费
大e卡 89元/月	6GB国内流量 600分钟国内语音 工行指定APP专属流量免费 — 当月流量40GB封顶 —	

*梦想e卡销售时间：7月18日-10月17日，共3个月

7、同花顺卡（大顺卡+小顺卡+天顺卡）：

中国联通联合同花顺强力推出同花顺卡。同样刚刚推出，希望炒股的可以来一张。不过不如梦想 e 卡。

资费详情

产品	套餐包含	套餐超出及其他业务
小顺卡 28元/月	2GB 全国流量	全国流量 10元/1GB - 每月总流量40GB封顶 -
大顺卡 58元/月	3GB全国流量 300分钟全国通话	全国通话 0.1元/分钟 国内短彩信 0.1元/条
天顺卡 118元/月	8GB 全国流量 800分钟 全国通话	国内接听免费 无漫游费 赠送来电显示

8、微博微卡（金V卡+大V卡+V卡）：

联通和新浪微博推出的手机卡名为微博微卡，分为“金V卡”、“大V卡”和“V卡”三个版本。

资费详情

名称	套餐内	超出套餐
微博V+卡 19元/月	1GB全国流量	全国流量 12元/1GB - 总流量40GB封顶 - 全国通话 0.1元/分钟 国内短彩信0.1元/条
微博大V卡 69元/月	3GB全国流量 2GB省内流量 - 7月1日升级 - 300分钟全国通话	全国流量 10元/1GB - 总流量40GB封顶 - 全国通话 0.1元/分钟 国内短彩信0.1元/条
微博金V卡 199元/月	20GB全国流量 1000分钟全国通话	全国流量 10元/10GB - 总流量100GB封顶 - 全国通话 0.1元/分钟 国内短彩信0.1元/条

* 资费中，全国和国内均不含港、澳、台地区

微博微卡资费详情

9、饿了么卡（大饿卡+小饿卡）：

“饿了么饿卡”是饿了么公司与中国联通联合推出的，订餐用户专属号卡产品，通过饿了么客户端限量发布。

称	套餐包含	套餐超出及其他业务
大饿卡 96元/月	6GB全国流量 + 600分钟语音	国内流量10元/GB -当月有效,自动叠加- 国内语音0.1元/分钟 短彩信0.1元/条 国内接听免费 赠送来电显示
小饿卡 56元/月	3GB全国流量 + 300分钟语音	

10、美卡（大美卡+小美卡）：

“美卡”是中国联通与美团点评公司联合推出的，美团用户专属号卡产品。通过美团客户端限量发布，分为“大美卡”和“小美卡”。



11、酷卡（大酷卡+小酷卡）：

中国联通又联合优酷土豆推出了一款专属流量卡，名为大酷卡、小酷卡，看优酷、土豆视频免流量。

资费详情

名称	套餐包含	套餐超出及其他业务
<p>大酷卡 29元/月</p>	<p>2GB全国流量 + 优酷&土豆 客户端专属流量 (40GB封顶)</p>	<p>省内流量1元/500MB 省外流量2元/500MB (当日有效,自动续订) 国内语音0.1元/分钟 短彩信0.1元/条</p>
<p>小酷卡 9元/月</p>	<p>优酷&土豆 客户端专属流量 (40GB封顶)</p>	<p>省内流量1元/500MB 省外流量3元/500MB (当日有效,自动续订) 国内语音0.1元/分钟 短彩信0.1元/条</p>

12、滴滴橙卡（滴滴大橙卡+滴滴小橙卡）：由滴滴公司也和联通合作推出滴滴橙卡。

滴滴橙卡

		滴滴小橙卡	滴滴大橙卡
月费		56元	96元
套餐内	流量	3GB全国	6GB全国
	语音	300分钟(国内)	600分钟(国内)
套餐外	流量	10元/GB(国内流量,自动续订,当月有效) (0-100MB按0.1元/MB计费)	
	语音	国内拨打0.1元/分钟,接听免费	
	短信	国内点对点短信、彩信0.1元/条	
专属优惠		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 橙卡绑定滴滴出行客户端打车,每笔送50MB流量(4月1日上线,敬请期待) ✓ 免费办卡,免首月月费 ✓ 公测期免配送费,加送1GB全国流量(入网首月、次月各送500MB) ✓ 入网首次一次性充值50元,得100元话费 ✓ 赠送来电显示,全国接听免费,无漫游无长途 	

13、映客映卡（大映卡+小映卡）：“映客映卡”是中国联通与映客联合推出的专属号卡产品。

产品名称	套餐包含	套餐超出及其他业务收费
大映卡 59元/月	3GB国内流量 200分钟国内通话 赠来电显示 无漫游费	省内流量1元500MB 全国流量2元500MB (当日有效,自动续订) 国内通话0.1元/分钟 短彩信0.1元/条
小映卡 29元/月	1GB国内流量 赠来电显示 无漫游费	



- **体验特权**: 入网首月大映卡赠送60元话费, 小映卡赠送30元话费。赠送话费不能抵扣国际长途、国际漫游和SP业务费用。首月按全量套餐内容提供, 超出套餐内容按实际业务收费。

14、bilibili 卡（22 卡+33 卡+66 卡）: bilibili 和中国联通推出。

名称	套餐内资费	
22卡 22元/月	1G全国流量 国内接听免费	哔哩哔哩专属流量免费 依据国际通用的流量原则, 哔哩哔哩卡套餐内外上网流量累计使用到达40G时自动关闭上网功能, 次月自动打开
33卡 33元/月	2G全国流量 国内接听免费	
小电视卡 66元/月	4G全国流量 200分钟国内语音 国内接听免费	
套餐超出及其他业务	省内流量1元500MB, 省外流量2元500MB (省外不含国际及港澳台地区) -当日有效, 自动续订- 国内语音0.1元/分钟, 短彩信0.1元/条 赠送来电显示	

- 22、33卡赠送600分钟国内语音, 分为6个月赠送, 每月100分钟



15、今日头条懂我卡（今日头条懂我卡+今日头条懂我 Plus 卡）:

名称	套餐内资费	套餐超出及其他业务
今日头条懂我卡Plus 59元/月	4GB国内流量 200分钟国内通话 今日头条APP专属流量免费 (当月流量40GB封顶)	10元/GB国内流量 (当月有效 自动续订) 国内通话0.1元/分钟 短彩信0.1元/条 赠来电显示 无漫游费
今日头条懂我卡 29元/月	2GB国内流量 今日头条APP专属流量免费 (当月流量40GB封顶)	

16、联通米粉卡+腾讯王卡

这两个卡种也是比较受欢迎，使用人数较多的卡品。具体客去相应的官网。同时，这两天腾讯又出幺蛾子搞了个 35 元一个月超级会员卡。

宝贝计划

名称	套餐包括		套餐超出
米粉金卡 59元/月	返流量 特权	4GB国内流量 200分钟语音 返流量特权 (最高返还40GB)	国内流量10元/GB (当月有效, 自动叠加) 国内通话0.1元/分钟 短彩信0.1元/条 赠送来电显示 无漫游费
米粉卡 29元/月		2GB国内流量 返流量特权 (最高返还40GB)	

资费详情

套餐包含		套餐超出及其业务收费
大王卡 19元/月	腾讯专属 全国流量免费 国内接听免费	省内流量1元500MB -当日有效，自动续订- 省外流量2元500MB （省外不含国际及港澳台地区） -当日有效，自动续订- 国内语音0.1元/分钟 国内短彩信0.1元/条 赠送来电显示
天王卡 59元/月	腾讯专属 全国流量免费 500分钟 国内语音 国内接听免费	

- 首月大王卡赠送20元话费，天王卡赠送60元话费，可抵扣首月月费，免费体验套餐内包含的内容，超出套餐内容按实际业务收费。
- 非腾讯应用专属流量：省内流量每500MB仅需1元（不足10MB按实际用量0.1元/MB收费），省外流量每500MB仅需2元（不足20MB按实际用量0.1元/MB收费），当日有效，自动续订，不用不收费。
- 首充50元及以上，送50元话费，每个用户仅可享受一次首充优惠，首充话费立即到账，赠送话费次日到账。充值金额与赠送话费按实际话费1：1扣费。赠送话费不能抵扣国际长途、国际漫游和SP业务费用。

17、芒果 TV 大小芒卡

芒果 TV 联合联通正式推出了自己的专属手机卡——芒卡，彻底解决了不敢用 4G 看视频的问题。用芒卡既可以免流看芒果 TV 视频、享受多重会员福利，又有 2G 通用流量可满足打游戏、社交等需求，可谓鱼与熊掌兼得的一款超值手机卡。

资费详情

名称	套餐包含	超出套餐资费
小芒卡 9元/月	芒果TV 专属流量免费 赠来电显示 国内接听免费 (当月流量40G封顶)	省内流量 1元500MB -当日有效, 自动续订- 省外流量 1元100MB -当日有效, 自动续订-
大芒卡 29元/月	每月赠送全国流量 2GB 芒果TV 专属流量免费 赠来电显示 国内接听免费 (当月流量40G封顶)	国内语音 0.1元/分钟 短彩信 0.1元/条

* 资费中,国内不含港、澳、台地区

- **激活特权**：大芒卡激活赠送30元话费，小芒卡激活赠送10元话费（赠费不可抵扣国际业务、港澳台业务及SP业务费用）。
- **首充特权**：大芒卡首充100元得150元话费再送5个月芒果会员，小芒卡首充50元送2个月芒果会员（充值金额与赠送话费按实际话费1:1扣费，赠费不可抵扣国际业务、港澳台业务及SP业务费用，芒果会员为芒果PC移动影视会员）。
- **免流特权**：芒果TV APP专属流量免费（当月流量40GB封顶）芒果TV专属流量范围包括：在联通2/3/4G网络下，观看芒果TV的视频点播不收取流量费用。直播、视频上传与下载、视频分享、图片、文字、广告、弹幕、APP内第三方视频不在免流量范围内，详情请参见微信公众号“芒卡助手”。

中国移动

中国移动“任我看”流量包分为两档，9元包内含3GB视频流量，最多订购3次，每次订购时需选择不同的视频APP。24元包内有30GB视频流量，仅可订购一次；在使用范围上，囊括了优酷视频（包含土豆视频）、腾讯视频、爱奇艺、聚力视频（PPTV）、咪咕视

频、咪咕直播等主流视频客户端，用户可自行选择。此外，视频播放界面流量使用提醒功能已陆续上线，建议用户使用各上线视频 APP 时，更新为最新版本享受更好的体验。



The banner features the logos for 'a nd 和' and '中国移动 China Mobile' on the left. In the center is a cartoon character wearing a green party hat and holding a red megaphone. To the right, a purple speech bubble contains the text '流量套卡任意挑' and '每GB低至0.8元'. Below the character, the text '视频好剧 任我看' is displayed next to a circular icon with a film camera and the characters '任我看'.

任我看视频流量包

选择一个视频流量应用：



咪咕视频



爱奇艺



腾讯视频



优酷视频



PPTV



咪咕直播

选择一个合适的套餐计划：

30GB
¥24元 / 月

3GB
¥9元 / 月

套餐包含		套餐超出部分及其它业务	
24元月租	视频流量30GB (可选1个APP)	1元500MB/天省内流量 (当日有效,次日自动续订,不用不收费, 超出500M部分按当地标准资费执行)	
赠送 来电显示	国内 接听免费	国内语音: 0.19元/分钟	国内流量: 0.29元/MB

备注：国内不含港、澳、台地区，其它未涉及资费按当地标准资费执行，详询10086。

套餐包含		套餐超出部分及其它业务	
9元月租	视频流量3GB (可选1个APP)	1元500MB/天省内流量 (当日有效,次日自动续订,不用不收费, 超出500M部分按当地标准资费执行)	
赠送 来电显示	国内 接听免费	国内语音: 0.19元/分钟	国内流量: 0.29元/MB

备注：国内不含港、澳、台地区，其它未涉及资费按当地标准资费执行，详询10086。

订购规则：

- 1、9元3GB视频流量包、24元30GB视频流量包订购成功后立即生效，费用一次性扣除，仅可在国内使用（不含港澳台）。视频流量包每月自动续订，下一账期起月结日一次性扣费。
- 2、视频流量当月清零、不能分享、不能转赠。
- 3、9元视频流量包每次可选择1个视频APP，可订购3次，但每次需选择不同的视频APP。
- 4、24元视频流量包每次可选择1个视频APP，仅可订购1次。
- 5、订购9元视频流量包后可订购24元视频流量包，如选择同一视频APP，24元包次月生效，9元包次月失效。
- 6、订购24元视频流量包后可订购9元视频流量包，但需选择不同视频APP。
- 7、业务规则详询10086或下载“中国移动手机营业厅”了解更多优惠信息。

中国电信

2017年4月，中国电信联合乐视视频、PPTV聚力视频、爱奇艺、天翼视讯、今日头条，一口气推出了五张不同的免流卡。

这五张卡分别叫做乐视视频小乐卡、聚力视频聚力卡、天翼视讯看看卡、爱奇艺爱享卡、头条关心卡，均享受起定制商旗下的流量全免。

五张卡的月租均为 9 元，首月 0 元，针对各家视频内容(今日头条流量)全免费(最多 40GB)，而且开通送 1GB 全国流量(入网次月起六个月内有效)，开卡送 10 元话费。接听免费。

中国电信还与优酷合作推出类似专属卡。

中国电信酷视卡

酷视卡最大的特点是超低价、大流量，月租仅 9 元，用户首月激活可获赠 10 元话费（相当于首月免费）并赠送 1G 全国流量半年包。成为酷视卡用户，将能够享受优酷、土豆省内定向流量全免的巨大优惠，定向流量之外的省内通用流量，每日每 500M 流量也仅需 1 元钱。

优酷用户专属回馈活动

YOUKU
这世界很酷

月租 9 元

优酷视频
流量 免费!

酷视卡限量首发

美剧 电影 综艺 动漫 旅游 财经

酷视卡 (9元/月)

首月赠送10元话费、1G全国流量
(免费流量以外的省内流量，每500MB仅需1元)

快科技
KKJ.CN

资费详情	
套餐包含	套餐超出及其他业务收费
<p>9元月租</p> <p>优酷及土豆 省内视频定向流量全免</p>	<p>酷视卡特权 1元/500M省内流量 当日有效，自动续订</p>
<p>赠来电显示</p> <p>大陆境内 接听免费</p>	<p>国内流量 0.1元/MB</p> <p>国内语音 0.1元/分钟</p> <p>国内短/彩信 0.1元/条</p>



乐视视频小乐卡

乐视视频用户专属回馈活动

乐视视频

月租9元

乐视视频

小乐卡限量首发

流量免费

- 热门影视 会员独享
- 海量内容 视听专享
- 智能加速 告别等待
- 尊享多屏 畅享服务
- 拒绝广告 无忧观看
- 生态服务 优先特权

小乐卡（9元/月）

2017年4月25日-2017年10月24日，

聚力视频聚力卡



聚力视频流量免费
 每月仅9元
 聚力视频省内专属流量
 随时随地尽情看

省内流量安心用
 每500M仅需1元
 自动续费，不用不收费



月费	套餐包含	套餐超出及其他业务收费
9元/月	聚力视频 省内定向流量全免	省内流量 1元 / 500MB (当日有效, 自动续订) 国内流量 0.1元 / MB 国内语音 0.1元 / 分钟 短彩信 0.1元 / 条

天翼视讯看看卡

资费详情		
月费	套餐包含	套餐超出及其他业务收费
6元/月	天翼视讯 省内定向流量全免	省内流量 1元 / 500MB (当日有效, 自动续订) 国内流量 0.1元 / MB 国内语音 0.1元 / 分钟 短彩信 0.1元 / 条

爱奇艺爱享卡

首月免单

开卡即送**10元**话费
再送**1G**全国流量
每天**1元**即享**500M**流量

0元下单 立即申请



爱奇艺视频流量免费
每**月**仅**9元**
爱奇艺视频**省**内**专**属**流**量
随**时**随**地**尽**情**看

月费	套餐包含	套餐超出及其他业务收费
9元/月	爱奇艺视频 省内定向流量全免	省内流量 1元 / 500MB (当日有效, 自动续订) 国内流量 0.1元 / MB 国内语音 0.1元 / 分钟 短彩信 0.1元 / 条

头条关心卡



开卡即送**10元**通讯话费

登录头条送**1G**全国流量

每天1元尽享**500M**流量

首月0元 立即申请

2、招中标信息

中国移动 800 万台魔百和中标公告

8月8日，中国移动终端公司发布2017年7月-2020年7月自有品牌魔百和制造服务项目-中标候选人。

其中：四川长虹网络科技有限责任公司成为包段1(符合技术要求的CM102和CM102s的产品制造服务，目标量200万台)中标候选人；

四川长虹网络科技有限责任公司、北京朝歌数码科技股份有限公司成为包段 2(符合技术要求 CM201 和 CM201s 的产品制造服务，目标量 500 万台)中选候选人；

科大讯飞股份有限公司成为包段 3(符合技术要求的 CM301 的产品制造服务，目标量 100 万台)候选人。

中国移动启动 400 亿元 NB-IoT 集采

8 月 7 日消息，中国移动正式启动相关集采工作。根据中国移动“蜂窝物联网工程无线和核心网设备设计与可研集采”透露的相关工程金额为 395 亿元。中国移动两年预计总体基站建设规模超过 40 万个，整体投资超过 400 亿元。其中 2017 年将新建 14.5 万站，投资规模 100 亿元左右，无线网和核心网都会有较大投入。

在今年 MWC 上海上，中国移动副总裁沙跃家宣布今年将在全国 346 个城市启动移动互联网建设，年底前实现部分重点城市商用，物联网智能连接数将新增 1 亿户，总规模达到 2 亿户。业内人士指出，虽然起步较中国电信为晚，但考虑到整个产业链的成熟度，特别是芯片与模块的成本情况，LTE 物联网到明年才会迎来真正的爆发，所以中国移动切入恰逢其时。由于中国移动将会在 900MHz 上进行网络部署，40 万站点足以实现全网覆盖。

咪咕公司 440 万台机顶盒采购招标公告

8 月 18 日，咪咕发布盒子 MG100/MG101 采购-单一来源采购信息公告，本次采购数量为 81100 台。其中咪咕盒子 MG100: 全生命周期需求量预估为 41400 台；咪咕盒子 MG101: 全生命周期需求量预估为 39700 台。

包段	产品名称	产品单位	需求数量
咪咕盒子 MG100	机顶盒（非标产品）	台	41400.00
咪咕盒子 MG101	机顶盒（非标产品）	台	39700.00

8 月 22 日，咪咕公司发布 2017 年第二批自主品牌机顶盒生产供应商引入项目采购比选招标公告，本次招标内容为自主品牌机顶盒 440 万台。本次招标内容分为两个包段，包 1 预估生产一代盒子(基本功能)数量为 240 万台；包 2 预估生产二代盒子标准版(基本功能)数

量为 197 万台，二代盒子旗舰版(基本功能)数量为 3 万台。上述数量为预估数量，实际采购量以实际订单为主，供货地点为全国 31 个省份中地级城市指定仓库。

咪咕视讯发布 2017-2018 年度 CDN 中标公告

8 月 2 日，咪咕视讯发布 2017-2018 年度 CDN 服务集中采购-中标候选人。

中选候选人为第一名：贵州白山云科技有限公司；第二名：网宿科技有限公司；第三名：吉林省高升科技有限公司；第四名：深圳市云帆加速科技有限公司；第五名：上海帝联信息科技股份有限公司。

云南电信天翼网关升级验证平台新建招标公告

8 月 17 日，中国电信云南公司发布 2017 年智慧家庭天翼网关升级验证平台新建项目招标公告，本次招标需完成的内容为：

第一，建立一个支持 50 万高清机顶盒升级的分发平台模块，通过打通高清机顶盒与平台的之间的联系，去获取高清机顶盒的 MAC 地址,IP 等信息。同时还需将获取到的高清机顶盒的终端信息上报给集团平台，打通与集团平台进行数据交换的接口。

第二。实现中国电信云南分公司智慧家庭产品线下体验、线上销售的运营模式，打造云南本地的智慧家庭销售服务一体化平台。提供相关智慧家庭产品的在线销售服务，具备平台销售的智慧家庭产品综合管理功能。以配合集团智慧家庭产品的落地销售与在线管理。

招标文件获取时间：2017 年 8 月 17 日至 2017 年 8 月 24 日，中标人数量 1 家。

江西联通 IPTV4K 机顶盒招标公告

8 月 28 日，江西联通发布 2017 年内部商城及沃易购平台 IPTV4K 机顶盒入围上架比选项目公开比选公告。本次采购内容为 IPTV4K 机顶盒，预算 200 万元。招标文件获取时间为 2017 年 8 月 28 日至 2017 年 9 月 2 日。应答文件和样品提交的截止时间为 2017 年 9 月 8 日 09 时。

天津联通多媒体融合网关(第二次)集中招标公告

8月25日,天津联通发布2017年多媒体融合网关集中采购项目(第二次)公开比选公告,本次采购预算175万元,采购内容为多媒体融合网关(PON上行)。

应答人应在2014年至今具有PONONU设备或IPTV机顶盒供货经验,数量5000台(含)以上(数量及时间以发票或发票对应合同/订单为准),须提供业绩列表、合同及对应发票复印件。业绩列表提供要求:列表描述项目名称、采购物资名称、数量、相应的证明人及其联络方式、完成情况、合同金额、对应发票金额及发票编号。合同及发票复印件提供要求:提供相关合同及对应发票复印件或框架合同及对应订单及发票复印件,发票应注明与合同一致的项目名称,或开票金额与合同金额一致,如不一致还需提交相应证明文件。如不一致且无相应证明文件则不计入业绩。申请人须提供承诺书,承诺原件与复印件一致。

山东移动50万台4K机顶盒招标公告

8月28日,山东移动发布2017年终端公司4K机顶盒采购项目-单一来源采购信息公告。本次采购内容为4K机顶盒50万台,采购人/招标代理机构为中国移动通信集团山东有限公司。

内蒙古移动40万台魔百和招标公告

8月8日,中国移动内蒙古公司发布2017年下半年魔百和采购项目一单一来源采购信息公告,本次采购内容为魔百和400000台。其中各盟市分公司共需225399台,区公司储备量174601台。

重庆移动80万台魔百和招标公告

8月23日,中国移动发布2017年市场经营部魔百和分省模式采购及手机看家采购项目公告。采购人为中国移动通信集团重庆有限公司。本次招标内容为魔百和(M101型)80万台和手机看家终端(C13型)50万台。

详细信息

包段	产品名称	产品单位	需求数量
包 1	视频监控设备	台	500000.00
包 1	物联网终端	台	800000.00

贵州移动 2017 年 CDN 优化服务项目中标公告

8 月 23 日，中国移动通信集团贵州有限公司发布 2017 年网络部 CDN 优化服务项目中选候选人公告。第一中选候选人为华为软件技术有限公司；第二中选候选人为深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司；第三中选候选人为贵州力创科技发展有限公司。

此前的 7 月 20 日，中国移动通信集团贵州有限公司发布 2017 年网络部 CDN 优化服务项目招标公告。本次招标内容分为 7 个部分包括 CDN 设备局数据的管理、备份，优化局数据配置；CDN 分发疏导策略；CDN 业务监测机制；CDN 设备安全整治；CDN 全网设备性能指标巡检排查；网络组网分析、优化；CDN 整体运营指标监控、优化。

南方新媒体 OTT 内容运营平台二期项目招标

8 月 8 日消息，南方新媒体近日发布了南方新媒体 OTT 内容运营平台二期建设采购项目招标公告，预算 150 万。招标文件的发售时间为 2017 年 08 月 08 日 15:08 至 2017 年 08 月 15 日 18:08。投标截止时间：2017 年 08 月 29 日 14:30。开标时间：2017 年 08 月 29 日 14:30。

安广网络 10 万台 4K 机顶盒中标公示

8 月 28 日，安徽广电信息网络股份有限公司发布 4K 智能机顶盒采购项目中标候选人公告。候选人排名依次为广东九联科技股份有限公司、深圳创维数字技术有限公司、四川长虹网络科技有限责任公司、江苏银河电子股份有限公司。

东方有线 EPG2.0 优化项目招标

8 月 10 日，东方有线网络有限公司就东方有线网络有限公司智能机顶盒 EPG2.0 优化项目统一搜索平台和智能 EPG 推荐系统(头端软件)进行国内公开招标。招标文件获取时间：2017 年 8 月 10 日至 2017 年 8 月 30 日。投标截止时间：2017 年 8 月 30 日上午 11:00 止，开标时间：2017 年 8 月 30 日上午 11:00。

3、IPTV/OTT TV

夏普电视通过首批 IPTV 一体机测试

8 月 8 日消息，中国联通集团近日公布首批 IPTV 智能电视一体机技术测试通过名单，夏普电视名列其中。家电行业巨头夏普作为中国联通 IPTV 一体机项目的合作伙伴之一，旨在为广大消费者带来更大屏、更清晰、更便捷的收视体验。

夏普与中国联通联合推广 IPTV 一体机业务，无疑将实现多方共赢发展。一方面，今后用户仅需一台夏普电视即可获得丰富的 IPTV 直播、海量视频点播及应用等服务。同时夏普大屏的加码，来自世界唯一的夏普 10 代线 SDP 堺工厂生产的液晶面板，搭载夏普三大王牌画质技术：煌彩技术、广色域技术、HDR 技术，无疑为用户匹配臻清分辨率与出众画质。另一方面，IPTV 一体机对于运营商而言，将作为应用终端纳入家庭融合业务与行业应用解决方案，丰富 IPTV 产品线。7 月 26 日消息，由

LOL 六周年庆典 湖北 IPTV 免费送门票

8 月 25 日消息，《英雄联盟》6 周年狂欢盛典将于 9 月 1 日至 9 月 3 日在北京五棵松体育馆举行。湖北 IPTV 一直对长期关注我们发展的各位朋友心怀感激，特别为朋友们准备了，10 张英雄联盟六周年狂欢盛典门票，让热爱电竞，热爱英雄联盟的朋友们能够亲临狂欢现场，近距离体验竞技体育带来的激情与震撼！



活动时间：2017年8月25日——2017年8月28日

活动参与方式 1、关注湖北 IPTV 官方微信公众号;2、将分享本篇内容至朋友圈的截图+本人姓名+联系方式发送至湖北 IPTV 微信后台

注：此门票为合作伙伴票，无法获取限定皮肤和召唤师图标，门票时间为狂欢盛典三天之中的随机时间，获奖名单于8月29日在湖北 IPTV 微信公众号公布。

百视通 IPTV：哈哈用户可领取葡星人精美大礼

8月21日消息,百视通 IPTV 哈哈用户注意~前方有大量福利来袭~!观看《哈喽葡星人》,赢取超值精彩好礼!



活动时间：2017年8月23日-2017年9月5日

参与条件：百视通 IPTV 哈哈用户

参与步骤：1.进入哈哈，点击活动专区;2.看节目，完成任务后输入手机号即为成功参与;3.我们将根据手机号作为凭证抽奖。



奖品：葡萄科技儿童 24 色超轻粘土无毒彩泥套装雪花太空橡皮泥纸黏土玩具;儿童益智英语拼图套装 3-6 岁幼升小英语 ABC 早教启蒙玩具;儿童早教益智 AR 玩具 智能有声 3D 涂色画册淘淘与魔豆;成长记录册;智能 AR 玩具套装早教启蒙 儿童益智科技礼物。

搜狐视频首发 DTS 影音专区独家上线小米电视

8月29日消息，由搜狐-DTS-小米三方强强联合，重磅推出的悦厅 TV DTS 专区首次亮相，并独家上线小米电视。业内人士表示，三方跨界合作，构建起的硬件+内容+互联网的家庭影音娱乐新生态，将用声临其境的极致体验，引领用户的消费升级需求。

4、电信运营商

三大运营商获得物联网业务专用号段

8月7日消息，工业和信息化部批准同意了部分单位提出的电信网码号资源有关申请，对2017年第10批《中华人民共和国电信网码号资源使用证书》颁发结果进行公示，其中就包括了物联网号段分配。

根据公示结果，中国移动获得了148(0-9)号段(物联网业务专用号段)、1440(0-9)号段(物联网网号);中国电信获得了1410(0-9)号段(物联网网号);中国联通获得了146(0-9)号段(物联网业务专用号段)

中国电信联合360提供防欺诈服务

8月22日消息，中国电信与360公司防欺诈大数据展开深度战略合作，为广大消费者提供更安全的通讯网络环境。中国信号百信息将为2亿用户推出“码号安全业务”，这是利用“闪信”为手机用户提供一种防范欺诈的新服务。当用户在接到疑似诈骗、骚扰电话的同时，会收到中国信号百信息实时发出的提醒“闪信”。

中国联通与腾讯及阿里成立联合运营中心

8月2日消息，联通近期决定分别在广东深圳成立中国联通电子商务腾讯合作运营中心，在浙江杭州成立中国联通电子商务阿里合作运营中心。

这两个中心分别对接腾讯和阿里，并实现“一点运营，支撑全国”的互联网经营模式。两个运营中心定位均为省级分公司部门级，采取垂直管理和属地管理相结合的运营模式。业务管理、预算考核、投资立项等由集团总部负责，现场及日常管理分别由广东、浙江分公司承担。

中国联通与百视通启动中国高铁影院

8月25日消息，电影《芳华》发布会暨中国联通千兆无线网络&高铁影院启动仪式在海口盛大举行。据了解，中国联通是全国首家启动千兆级无线网络的运营商，通过包括载波

聚合、高阶调制、更高阶的 MIMO 等在内的多种技术相互融合，三载波聚合、256-QAM 及 4*4 多天线发射，实现了在现有 4G 网路上数据传递速度的极大提升，并以此为基础，启动了中国联通高铁影院项目。

高铁影院是百视通与中国联通联手开业界之先的创举。高铁影院 APP 启动等待时延低于 3 秒，交互时延更低于 70 毫秒，能让每一位高铁旅客都能在飞驰的列车上，享受到影院级视听盛宴、全景式 VR 体验，交互式娱乐游戏三大时尚应用，为高铁之旅注入新内涵，成为令人期待的体验之旅、欢乐之旅。

中国联通与同花顺推出同花顺卡

8 月 10 日消息，中国联通联合同花顺，推出了全新套餐——同花顺卡，包含三个套餐：小顺卡、大顺卡、天顺卡。其中小顺卡月租 28 元，可享受 2GB 全国套餐，超出的套餐 10 元/GB；大顺卡月租 58 元/月，可享受 3GB 全国流量、300 分钟全国通话；天顺卡月租 118 元/月，可享受 8GB 全国流量、800 分钟全国通话。用户可以根据需求对套餐进行选择，不过对于我而言，大顺卡的流量资费和 300 分钟全国通话已经足够了。

中国联通联合芒果 TV 推出大小芒卡

8 月 23 日，芒果 TV 联合联通正式推出了自己的专属手机卡——芒卡，彻底解决了不敢用 4G 看视频的问题。大小芒卡最低 9 元/月即可随时随地免流看芒果 TV。

中国联通联合 ofo 展开促销活动

8 月 10 日消息，中国联通联合共享单车 ofo 小黄车为联通用户推出了福利活动，免费送用户三张月卡。月卡领取规则：活动仅限联通用户参与；每个领取渠道仅可领取一次；活动期间每个用户可最多领取三张月卡，并在最近三个月累积使用。

中国联通与工行签署战略合作协议

8 月 4 日，中国联合网络通信集团与中国工商银行签署战略合作协议。双方将整合客户、市场、渠道、数据、技术等各项资源，共同开拓大数据、物联网等创新业务，促进科技金融产品和服务创新，构建“通信+金融”的新生态。

中国移动发布大云 4.0 产品

8 月 24 日消息，中国移动正式发布“大云 4.0”，致力于推动中国 IT 技术结构变革，支撑各行业企业智慧经营和服务提升。“大云 4.0”产品以“新 IT、全服务、大生态”为核心，全新云计算产品以及一站式企业大数据中心解决方案，助力各行业把握市场机遇。

其中，“新 IT”包括统一云管平台、软件定义设备、分布式架构、容器化、Devops 敏捷开发；“全服务”包括覆盖 IaaS、PaaS、SaaS 的多层域 XaaS 服务，融合云计算、大数据等等技术、大规模实例、多场景服务、跨行业应用；“大生态”包括拥抱开源、领先社区、聚合合作伙伴、打造全新生态体系。

辽宁电信 IPTV 游戏大厅全新上线

8 月 11 日消息，上海圣剑网络科技有限公司助力辽宁电信全新上线辽宁电信 IPTV 游戏大厅，为热爱游戏的用户提供了更好的选择，同时也为辽宁 IPTV 注入新鲜活力。辽宁电信 IPTV 游戏大厅汇聚了各种精品大屏电视游戏，为用户提供最新最全的遥控器游戏、手机操控游戏、智能电视单双人游戏等各类丰富多元的电视游戏。

新疆电信 IPTV 上线天翼空间 TV 应用商店

8 月 15 日消息，新疆电信天翼空间 TV 应用商店日前正式上线，为新疆电信 IPTV 用户提供各类电视应用、数字内容的下载服务。

应用商店整合优质 TV 应用及游戏，实现多屏互动，电信提供 IPTV 渠道、用户，实现用户、电信、AP 三方共赢，构建和谐生态圈。目前，新疆电信的 IPTV 用户只要开机后，就可以在应用首页，看到应用商店的入口，进入商店，可以看到丰富的 TV 游戏和应用。

河南电信“酒店完美联盟 3.0”发布

8 月 7 日消息，由中国电信集团公司河南分公司主办的“酒店完美联盟 3.0 方案”发布会在郑州举行。华为公司的全光智慧酒店方案作为独家入选方案，获得各方高度好评。河南电信此次发布的“酒店完美联盟 3.0 方案”可提供集约化信息服务，以云计算、大数据、光速宽带、智能 Wi-Fi 和高清 IPTV 为基本内容，全面满足酒店客户相关需求。

成都电信 IPTV 上线电视政务大厅

8 月 16 日消息，成都市“电视政务大厅”日前上线试运行，为全市 22 个区(市)县用户提供服务。记者了解到，我市能够使用电视政务服务大厅的用户共 400 余万户，其中广电用户 200 万余户，电信用户 200 万余户。针对电视用户需求，突出电视媒体覆盖面广、操作简便等优势，通过在有线电视互动平台上开设专门栏目，用户便可通过遥控器选取浏览相关信息，或用手机扫描二维码下载手机客户端，实现互动点播。

“电视政务大厅”共设置新闻资讯、办事指南、政府信息、网络理政和区县政务 5 个一级栏目，50 多个二级栏目，共 4 万余条政务服务信息。服务内容涵盖工商、税务、质检、环保等法人办事指南查询和人社、公积金、户口、出入境等个人办事指南查询，以及政府公开信息。

湖南电信推广独享宽带业务

8 月 22 日消息，湖南电信光纤宽带采用领先 FTTH 技术，从机房直接介入用户家中，保证每个接入家庭独享 WIFI，在高峰时期使用网络依然稳定，绝对货真价实的独享光纤，和其他从机房接入小区的共享宽带有着天壤之别。湖南电信 200M 真宽带是一条宽带，两种网路。一条网线=互联网宽带+独立电视网络两种网络，200M 高速宽带再搭配上 4K 电视网络。

宁夏电信着力解决用户“流量荒”

8 月 2 日消息，消费者再也不用担心流量那些事了。为全面落实国家提速降费要求，彻底解决用户“流量痛点”，中国电信宁夏公司近日推出天翼“不限量套餐”，用户不再受到流量限制，不用到处蹭 WiFi，通话也无需再精打细算。流量上不封顶，天翼 4K 超高清随便看，每月赠送 50 元翼支付红包，4 张副卡还能让全家不限流量的畅快！

山西联通部署 100 个千兆宽带示范小区

8 月 7 日消息，山西联通在全省 11 个市同时举行 100 个千兆宽带示范小区发布会，此举标志着山西宽带家庭用户迎来了互联网千兆时代，可享受到千兆宽带所带来的极速体验。

按照高速千兆宽带计划，预计到 2020 年，全省 11 个市将全面建成千兆城市。同时，山西联通将联合产业链供应商推出高宽带多重应用，带动家庭信息化和智慧社区应用，助力“互联网+智慧生活”的发展。

江苏联通推出 IPTV 感知分析功能

8 月 31 日消息，江苏联通综合分析系统 IPTV 感知分析功能正式上线，聚焦 IPTV 感知质量，打造多元化的数据分析维度，精准挖掘网络质差点，面向省市需求提供全面的统计分析数据支撑。主要包括质差分析；持续质差分析；全量组播分析；4FTTH 组播分析；IPTV 用户告警分析日报；平均每天在线时长分析；更多功能等。

新疆联通 4G 套餐 0 元月费，免流看视频

8 月 10 日消息，中国联通日前在新疆等地重磅推出一款畅视卡“为追剧党而生”的产品，资费相当亲民，分为 20 元和 50 元两个档位。与 20 元档位相比，50 元档位的套餐内多包含 3GB 全国通用流量，相当于追剧党每月仅需 50 元，可以满足追剧流量+其他 APP 使用流量。目前，想办理畅视卡的用户可申请 0 元免费体验，活动截止时间到 2017 年 8 月 31 日，预存 50 元得 100 元话费。

内蒙古联通 IPTV 熊猫专区上线

8 月 18 日消息，为更好的宣传大熊猫让“熊猫迷”更进一步感知熊猫，多维度了解熊猫，IPTV 特设立熊猫专区为观众献上精彩视觉盛宴，暂设《熊猫那些事》、《熊猫滚滚秀》、《熊猫物语》三大板块全天候、近距离带你走进熊猫的世界。



黑龙江联通推进党员云平台建设

8 月 18 日消息，黑龙江省党员信息化云平台是根据中组部要求建立的，面向地方各级党委组织部门和基层党组织，提供包括组织和单位信息管理、党员信息管理、发展党员等 8 个管理子系统的党员信息管理平台。该平台建成后可实现中央组织部和省、市、县各级组织部门在组织建设和党员管理等方面的信息共享，从而为全面利用信息化手段提高党建水平奠定坚实基础。

上海移动推视频流量包 0 元体验活动

8 月底，上海移动将开展“任我看”视频流量包 0 元体验活动，参加活动的客户今年内可 0 元享原价 24 元 30GB 的视频流量。可选择的视频 APP 多达 6 款，客户可自主选择爱奇艺、腾讯、优酷、PPTV、咪咕等 6 款中的任一款，享受视频免流量看。客户还可根据每月的追剧情况随时调整选择的视频 APP，选择多样，灵活方便。

云南移动加强物联网连接应用

8 月 2 日消息，中国移动云南公司在信息化应用方面精心耕耘，契合信息化发展趋势，深挖客户需求，做强连接应用。经过多年的探索和积淀，目前，中国移动云南公司已经具备了规模推广物联网应用的技术、方案、人才、资金等条件，在智慧交通、安全防护、物流配送、金融服务、旅游信息化等方面取得了不俗的成绩。

内蒙古移动推出“千兆宽带到桌面”

8 月 10 日消息，内蒙古移动将在全区范围内推出“小微宽带”特惠产品，针对产业园区、商务楼宇、“双创”企业等小微企业，大幅提高互联网接入带宽，大幅降低互联网接入资费，助力小微企业创新创业。同时，在上下行速率、产品性能、服务保障等方面推出充分满足小微企业需求的价廉质优特色宽带产品，实现“快捷接入、简单实用”的需求，与互联网专线相应可比带宽产品的资费相比，优惠超过 50%。

湖北移动与农业局合作“村村屏”

8月4日消息，中国移动湖北公司以信息化手段助力“鱼米之乡”仙桃市的农业发展，与仙桃市农业局合作搭建了“村村屏”服务平台，有效解决了农业技术指导“最后一公里”难题。“村村屏”服务平台通过移动物联卡GPRS功能，能够实现农业技术、科普知识、农事气象等各类信息远程控制传播，屏面传输的涉农信息量大、覆盖面广、实用性强、关注度高。

天津移动推出“地铁流量包”

8月7日消息，天津移动尝试在特殊场景下给予客户更大的优惠，于日前针对地铁一族推出了“地铁流量包”。“地铁流量包”有20元2GB、30元3GB两档可供选择，相比目前移动数据流量包70元2GB和100元3GB的资费价格，“地铁流量包”优惠力度较大，可以节省用户的流量使用费。“地铁流量包”目前处于试推广阶段，在此期间订购该产品的用户还将享受半价优惠。

5、广电运营商

中广宽带召开第一次股东大会

8月9日，中广宽带网络有限公司（暂定名）第一次股东大会暨第一次董事会、第一次监事会在济南召开。会议审议并通过《中广宽带网络有限公司章程》，选举公司董事人选、监事人选，聘任公司总经理，并现场签署了会议决议和会议纪要。会议选举于保安为中广宽带网络有限公司董事长，聘任李晓枫为公司总经理，审议通过于保安、李晓枫、刘九评、郝克远、韩霁凯、毕华、刘俊卿为公司首届董事会董事，选举黄平为公司首届监事会主席，审议通过黄平、黄铁军、朱凌志为公司首届监事会监事。

于保安指出，中广宽带网络有限公司成立的消息公布以后，社会反响非常好。中国有线把各方联合在一起，以形成合力共同发展。我们对重庆有线电视网络股份有限公司寄予厚望，希望借助重庆的成功经验，按照市场规则，充分利用各方优质资源把目标做大。重庆有线电视网络股份有限公司要胸怀大格局，全面推广成功经验。中广宽带网络有限公司股东会、董

事会要切实增强有效控制力,有利于公司健康持续发展。中国有线将在监督经营班子的同时,全力帮助公司做大做强。

中国广电与龙江网络签署战略合作协议

8月9日上午,中国广播电视网络有限公司(广电国网)与黑龙江广播电视网络有限公司举行战略投资合作协议签约仪式。

对于龙江网络而言,从各方面的新闻报道来看,其最大的任务是“公司上市”。广电企业上市业务和财务倒在其次,最大的症结在于拿到宣传口相关主管部门的批文(可参考重庆广电新媒体上市前置审批,宣宣和总局都是发文同意了)。而与中国广电的资本合作或许可以加快这一进程。

歌华有线与北京市卫计委签署战略合作协议

8月18日消息,北京市卫生和计划生育委员会近日与歌华有线在北京签署了《战略合作框架协议》。

协议主要内容:

1、完善基础设施保障服务

在统一规划、统一标准的原则下,双方共同完善北京互联互通的卫生专网建设。

2、家庭端健康医疗服务

公司将利用入户优势和交互优势,与北京市卫计委合作开展入家庭端的健康医疗服务,探索开展医养结合服务模式,为首都市民提供交互的应用型家庭健康服务内容,助力首都医疗信息化建设。

3、智慧医疗健康服务

公司通过大数据分析系统,按照数据采集情况,通过数据生产,配合北京市卫计委进行居民健康卡标准应用工作,并实现居民健康档案管理、个性化推送、居民健康监测等服务,助力智慧医疗健康服务,助力首都信息化建设。

4、宣传服务

在法律法规和政策允许下，双方将在包括但不限于卫生新闻发布、卫生文化传播与展示、健康知识科学普及及相关健康内容生产等多方面开展多元化合作。

“高清四川智慧广电”首批5个示范名单公布

8月4日消息，根据四川省新闻出版广电局《创建“高清四川 智慧广电”示范市（州）工作管理办法（试行）》，结合各地申报情况，经省新闻出版广电局高清四川智慧广电专项改革领导小组综合评审，局党组会审定，确定宜宾、泸州、德阳、眉山、绵阳5个市为我省首批创建“高清四川 智慧广电”示范市。

重庆有线开通数字电视图书馆

8月10日消息，重庆市重庆有线数字电视图书馆已开通，市民可通过电视博览群书。据了解，电视图书馆作为该公司首个公益文化服务专区产品，其内容覆盖教育社科、经济管理、文化艺术等百万册电子图书，以及职业教育、特色教育、创业创新等方面的视频课程，为广大市民提供“百万图书进家庭，免费阅读惠全民”的公共文化服务。

重庆有线相关工作人员介绍，通过电视机进入数字图书馆，电视机顶盒必须是重庆有线高清互动机顶盒，只需在开机首页菜单中找到“开心学堂”后点击“电视图书馆”进入，即可自动进入。

陕西广电网络再次中标电信普遍服务

8月14日，陕西广电网络正式收到中招国际招标有限公司《中标通知书》，陕西广电网络传媒集团分别中标省通信管理局组织实施的陕西省2017年度第三批电信普遍服务试点项目延安市、安康市两个标段。

这次电信普遍服务试点项目招标，是在一期、二期已招标项目涉及县区的基础上，对原有县区未覆盖光钎的村组进行网络延伸，未新增加地市。

根据中标公告，延安市电信普遍服务试点项目第一标包中标金额为3133.623万元人民币，标段区域为宝塔、吴起、富县、黄陵共四个县（区），覆盖171个行政村；安康市电信普遍服务试点项目第一标包中标金额为466.044万元人民币，标段区域为汉滨、汉阴、石泉、宁陕、高新共五个县（区），覆盖38个行政村。

2016年以来，陕西广电网络先后中标延安、商洛、汉中、铜川、安康多地电信普遍服务试点项目，通过项目在全省的积极推进，不仅显示了陕西广电网络在电信普遍服务方面的实力和服务地方信息化的强烈社会责任感，也充分彰显了广电网络积极致力于陕西百姓享受电信普遍服务和高品质电视服务的坚定信念。

河南开启保险广电融合新业务

8月8日，河南有线电视网络集团有限公司与中国太平洋财产保险股份有限公司河南分公司战略合作框架协议签约仪式暨产品发布会在郑州举行。签约仪式宣布，此次双方将在产品、渠道、网络、媒体、信息技术等领域进行深度合作。本次发布会推出“太平洋有线宝”系列有线电视保险融合产品，也开启了保险、广电融合业务、联合推广的营销模式，系全国首家广电系与保险业合作的先河，也是全国首创保险与有线产品融合套餐。届时，太平洋保险和河南有线的客户，既可享受河南有线高清互动的优惠套餐，又可享受创新型保障性产品的较高保障和双方优质、高效、便捷的服务。

贵广网络推出“父母乐”二代智能高清机顶盒

8月8日，在贵阳召开以“创视界、融未来”为主题的新产品新业务发布会，发布会上将涉及到四项基本信息：1、截至2017年7月31日，高清互动用户已突破200万，其中智能机顶盒约90万，高清互动用户渗透率超过三分之一；2、将推出“父母乐”二代智能高清机顶盒，可实现诸如全面提升H5兼容性与网页响应速度，秒切频道、急速视频体验等效果；3、建设大健康服务平台；4、还会签署多项协议，公司将与华为技术有限公司在内的多家企业、机构签署多项战略合作协议，进一步推进在智慧城市、云计算、大数据、物联网、电子政务、智慧医疗、健康养老等领域的服务。

广东广电网络转型升级打造新“形象”

8月1日消息，广东广电网络作为广电行业转型升级、融合发展的积极探索者，其在近期进行了全面的品牌焕新升级，将品牌定位调整为“提供有线电视、宽带网络以及智慧城市服务，全国领先的综合智能信息及融媒体服务提供商”，并提出了“连接世界的想象”这一

品牌价值主张，致力于满足消费者日益多元的家庭生活需求，提供专业、高效、先进的广电网络服务，为社会带来丰富多彩的视频娱乐服务，传播积极向上的正能量。

新疆广电网络集客业务渐入佳境

8 月 7 日消息，新疆广电网络集团积极参与，充分发挥网格的基础作用，努力提升网格化管理工作，密切联系群众。网格化管理能够主动发现，及时处理各类问题，保证管理的敏捷、精确和高效，从而通过网格工作的实施，实现联动、资源共享。同时借助视联动力平台，利用视联网覆盖广、分布式架构优势，快速解决了视频监控资源独立分割的局面，同时协助自治区政府整合已建成的视频联网资源，实现了近 10 个地、州、市统一监控联网，纳入监控资源 13000 多路。

中星 9A 卫星开始信号测试

8 月 20 日消息，日前发射的中星 9A 卫星开始测试，新增转发器测试信号：11960 左旋 28800；11860 右旋 28800。

中星 9A 目前开通的两组转发器，共收到 14 套定向节目和 6 套广播节目。

转发器：11960 左旋 28800

新增节目：贵州经济频道，贵州公共频道。

广播节目：贵州音乐广播，贵州交通广播。

转发器：11860 右旋 28800

新增节目表：内蒙古经济生活，内蒙古少儿，内蒙古文体娱乐，内蒙古影视剧，内蒙古新闻综合，内蒙古蒙语文化，宁夏少儿频道，宁夏经济频道，

宁夏影视频道，宁夏公共频道，三沙卫视，拉萨藏语综合频道。

广播节目：宁夏音乐广播，宁夏都市广播，宁夏经济广播，宁夏交通广播。

视频格式：ABS 加密定向播出。



河北广电传媒集团揭牌

8月16日上午，河北广电传媒集团揭牌活动在河北广播电视台800平米演播厅举行。河北省常委、宣传部长田向利，省人民政府副省长徐建培，省委宣传部常务副部长杨永山，省委宣传部副部长、河北广播电视台党委书记、台长、河北广电传媒集团董事长武鸿儒共同为集团成立揭牌。

河北广电传媒集团于2017年7月18日正式注册成立，注册资本金5亿元。集团为省委宣传部领导，省文资办履行出资人和管理职责，河北广播电视台投资控股、具有独立法人资格的台办、台管、台控的省属文化类一级企业。台与集团实行“一个党委、两个机构、一体化运行”管理模式。集团围绕“节目内容、影视剧、新媒体+科技、商贸经营、文化创意和综合服务”六大产业板块，力争通过5年左右的时间，成为具有较强传播力、引导力、影响力和公信力的新型主流媒体，2家下属公司实现挂牌上市，逐步把河北广电打造成全省文化事业产业创新发展的试验区和排头兵。

山东广播电视台“中央厨房”将试运行

8月16日，经过两年多时间的建设，总投资超过1.3亿、总建筑面积6000多平方米的山东广播电视台融媒体新闻调度平台“中央厨房”终于完工，计划于8月21日投入试运行。根据官方介绍，山东广播电视台“中央厨房”由山东广播电视台融媒体资讯中心使用，这个

新闻调度平台可以用一个工作流程串联起山东广播电视台融媒体资讯中心的多个终端，各个终端上，产品形态各不相同：广播的直播形态，电视的栏目化、评论化形态，以及新媒体灵活多变的形态等。这样就可以将新闻资讯的传播效果实现最大化。

伴随着“中央厨房”的试运行，多档新闻节目也将陆续开播。以新闻快讯和直播连线为主打的新闻资讯节目《新闻午班车》将入驻山东广播电视台“中央厨房”，于8月21日开播，《直通12345》、《闪电舆论场》等新闻节目也将陆续开播。

陕西广播电视台“丝路云”融媒体平台启

8月16日上午，陕西广播电视台“丝路云”融媒体平台启动仪式在省广电中心举行。陕西省委常委、省委宣传部部长庄长兴，省委宣传部副部长李彬，陕西广播电视台台长、党委书记、陕西广电集团董事长王福豹，陕西广播电视台总编辑王渭林共同按下启动按钮，宣布陕西省主流媒体融合转型的旗舰平台正式运行。依托“丝路云”平台搭建的融媒体指挥调度中心（中央厨房）也投入使用。“丝路云”融媒体平台可以为入驻单位快速定制并打通PC网站、手机网站、手机客户端，提供微博微信生产管理工具；“丝路云”融媒体平台将建立省、市、县三级媒体参与的“统一共享云稿库”，在技术共享的基础上，为入驻单位提供全媒体形态的内容支持，各取所需，实现信息传播最大化；另外，“丝路云”融媒体平台可以方便的接入生活信息和服务窗口功能，各单位都可以便捷的利用这个平台，提供便民服务，让群众少跑腿，在“云”上查询办事，在“云”上咨询政策，在“云”上问政。未来，“丝路云”融媒体平台还将横向上为丝路经济带各省、各国提供媒体平台支撑，推动其实现资源共享、信息互通、文化融合。

6、互联网视频

A站要求上传视频需实名制

8月9日消息，AcFun弹幕视频网(俗称A站)在官方微博上发布声明称，按照国家相关政策规定，即日起，up主在AcFun上传内容(视频、文章)需要进行身份实名认证。A站称：“用户可以通过绑定国内手机号的方式进行实名认证，一个手机号只能绑定一个账号。截至9月27日0:00，如没有完成身份实名认证的up主将不能上传与编辑内容。”与A站定位类似的哔哩哔哩弹幕视频网(俗称B站)，在6月25日，也发布了类似公告：应国家相关政策

规定要求，自 7 月 5 日起，UP 主上传视频内容(包括新增、编辑、换源等)需通过实名验证，方可编辑视频稿件。国内 UP 主可绑定国内手机号进行验证，一个手机号限绑定一个账号；海外 UP 主需上传有效的身份证件进行验证(如护照、通行证、居住证等)。

在 A 站和 B 站上，用户们可以自行制作上传视频作品，这群用户们也被称作 UP 主，UP 主所生产的内容构成了这两家视频网站最庞大的内容来源。

爱奇艺公布播放量计算标准

8 月 14 日消息，爱奇艺率先公布视频内容播放量计算标准：剧集、电影、综艺等内容的“播放量”仅包含正片和高相关度卡段的播放量，而不包含其它包括但不限于明星访谈、综艺桥段等与剧集相关度较低的内容。

YY 语音推出“补刀小视频”

8 月 8 日消息，YY 语音推出一款补刀小视频的应用。15 秒左右的 UGC 视频主打“城镇乡村范儿”的搞怪、情景喜剧、牛人自嗨，内容的定位与快手、火山小视频相似，适用的用户群体也基本相同。不过，补刀小视频没有直播功能，主打“补刀”用户评论直接显示在视频下方，媒体判断其将要做精细化内容推荐与分发。

迅雷停止支持第三方远程下载设备

8 月 7 日消息，迅雷关闭了第三方远程下载功能。所谓远程下载，就是可以在智能路由器、NAS 等网络设备上，通过远程控制进行文件下载，能实现用手机或电脑控制下载文件到指定设备，速度更快。现在进入迅雷的远程下载功能，会弹出提示称“7 月 17 日起陆续停止提供第三方远程下载服务”，同时升级到最新版迅雷 9 之后，远程下载的功能入口将直接消失。

阿里联合优酷成立综艺与艺人公司

8 月 9 日消息，阿里影业发布公告称，公司合并附属浙江东阳已与阿里合并实体合一信息订立综艺节目合营协议，合资成立一家综艺节目公司和一家艺人经纪公司。根据协议，浙

江东阳及合一信息同意就制作及发行综艺节目，分别投资人民币 1989 万元及人民币 1911 万元以供成立综艺节目合营公司，浙江东阳及合一信息分别持有 51%及 49%的股权。

根据公告，阿里影业和优酷合资成立的综艺节目公司，将制作一档旨在提供电影与剧集信息、影剧评及解说，同时充满娱乐性的综艺节目，由热点大片主创团队面对面揭秘拍摄背后的奇闻趣事，全方位解析电影、电视剧的台前幕后。公告还披露，双方成立的艺人经纪公司专注于培养及管理娱乐界艺人，艺人资源在娱乐业务中仍扮演重要角色，与优酷联手拓展艺人经纪业务有助于进一步增强公司的行业影响力。据悉，与优酷合资成立艺人经纪公司，早在今年 3 月阿里影业就已宣布，新艺人招募计划在 5 月初已经启动。据悉，新成立的艺人经纪公司酷漾娱乐将为阿里影业以及优酷土豆的影视及相关内容合作提供优秀的人才资源。

阿里影业推出授权宝

8 月 7 日消息，阿里巴巴影业集团日前宣布旗下整合开发业务板块全面升级，推出全新品牌“授权宝”，赋能内容商业化产业，为 IP 版权方和品牌商家提供 IP 运营的全产业链服务。

根据阿里影业的规划，未来将通过构建用户触达、商业化和内容产业化三大“新基础设施”，赋能电影产业，推动产业升级。未来，内容商业化部分将由授权宝来承载。

根据阿里影业的规划，授权宝将从现有几大 IP 版权种类扩充至全娱乐产业，包括影视、游戏、文学、网络影视、演唱会、综艺、明星等多种品类。运用电商、内容生态的创新模式，推进娱乐产业的内容商业化能力。

授权宝将分为商品授权、空间授权、营销授权、商务赞助授权四种方式；除此以外，娱乐联盟将以附加增值服务职能亮相，致力泛娱乐宣发，满足品牌的娱乐化营销需求。作为连接 IP 版权方和商家的平台，授权宝将联动阿里大文娱旗下的优酷土豆、阿里文学、阿里游戏等优质资源，围绕授权业务共同展开，以达到 IP 运营最大化。

网易云音乐因版权问题被起诉

8 月 14 日消息，近日，网易云音乐歌单里一些港台歌手的歌曲被下架，是因为此前签署的版权协议到期。8 月 11 日晚间腾讯音乐集团表示，因为网易云音乐存在多次侵权行为，

因此暂停与网易云音乐部分内容转授权合作，同时，腾讯音乐娱乐集团已向深圳法院提起诉讼，直至对方盗版问题肃清并承担相关法律责任。

7、VR

威尼斯电影节首映三部 VR 电影

8 月 30 日消息，第七十四届威尼斯电影节（VFF）将于今夏在意大利举行。电影节上将有世界各地的电影参展，由于电影数量巨大，这次盛事也将放映几部 VR 电影，其中三部《Melita》，《Snatch》，《The Argos File》是首次公映。

Melita 是一部 20 分钟的动画片，由 Future Lighthouse 制作。该动画片一共分为三个部分，其中最后两部分尚在制作处理。Melita 讲述了这样一个故事，由于气候变化对自然环境造成的不可恢复的损害，三位坚强的女性不断探寻解救人类的方法。

“真正将这部作品与其他 VR 经历区分开的是：影片的动感，性格发展，演员与对话的组合” Melita 的导演兼 Future Lighthouse 的 CEO Nicolás Alcalá 说道。“这种体验缩小了 VR 电影叙述的范围，就好像观众置身于任何他们喜欢的动画片中。”

无线 VR 设备数据消耗 4 年将增长 650%

8 月 29 日消息，高科技咨询公司 Juniper Research 预测指出，未来四年，无线 VR 头显(包括手机 VR 头显和一体机)带来的数据消耗量将增长逾 650%，从 2017 年的近 2800PB 增至 2021 年的逾 21000PB。

这一报告名为《虚拟现实市场：硬件、内容与配件(2017-2022)》。报告指出，如果加上与 PC 和游戏主机相连的 VR 头显所产生的流量，VR 头显的总数据消耗量将超过 28000PB，这将为有线和无线网络都带来很大压力。

要想实现内容的有效串流，VR 需要较快的数据传输速率。到 2021 年，每台 VR 设备的数据需求将超过 4K 设备的数据需求量。这主要是受到更高画质和帧率的推动，这是 VR 在主流化之路上伴生的问题。

研究发现，社交 VR 正在兴起。Facebook 和微信目前正在研发 VR 平台和一些 VR 游戏。尤其是《星际迷航：舰桥船员》，这款游戏就拥有社交元素。这些平台将通过新的社交互动，把更多用户带入 VR 生态系统。

VR 硬件价格普遍下调

8月30日消息，索尼从9月1日起，将会在全球范围内对 VR 产品进行降价。今年以来，VR 市场遇冷，除了索尼，Oculus 和 HTC 也对自家的 VR 产品重新定价。

索尼宣布，将会在全球范围内对 PS VR 同捆产品执行新的建议售价，具体到中国大陆地区，包含 PS VR 和 PlayStation Camera 的基础套装降价 300 元至 2999 元人民币，包含 PS VR 和 PlayStation Camera 及两只 PS Move 控制器的精品套装建议零售价调整为 3399 元，降价了 300 元。

最早宣布降价的 Oculus Rift 价格策略最为激进，在今年初降价 100 美元后，Oculus Rift 与 Touch 手柄的同捆套装在近期的夏日促销中又优惠了 200 美元，目前同捆套装 399 美元（约合人民币 2630 元）的售价较上市初近乎砍半。

随后 HTC 也在本月宣布了 HTC Vive 降价的消息，国行版 HTC Vive 的定价从原价 6888 元降至 5488 元，同时赠送三款游戏和一个月 VIVE PORT 订阅服务。

多家机构的统计，虚拟现实头盔市场的表现让舆论倍感失望，2016 年三家公司的总销量只有 100 多万台。曾经被寄予厚望的虚拟现实市场，目前却陷入了低迷，业内人士认为，在各种原因中，硬件价格昂贵是其中之一。所以，在过去几个月中，降价成为一个行业风潮。

惠普推出 VR 背包电脑

8月2日消息，惠普推出了一款 Z VR 背包，与之前的 Omen 背包概念的相似。虽然不像 Omen 背包那么招摇，但 Z VR 的关键在于坚固耐用。它具备军用级的抗跌落和防水防尘性能，而且使用商业级硬件，包括支持 vPro 的酷睿 i7 处理器和显存达到 16GB 的 Quadro P5200 显卡。

8、资本市场

重庆广电数字传媒即将 IPO

8 月 10 日消息，重庆广电数字传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）。2016 年度、2015 年度 和 2014 年度，重庆广电数字传媒的 IPTV 业务收入占同期主营业务收入比重分别为 86.71%、72.32%、67.55%，业务收入来源集中于 IPTV 业务。

2016 年 12 月 26 日，中宣部下发《关于同意重庆广电数字 传媒股份有限公司上市的复函》；2017 年 1 月 11 日，广电总局下发《关于同意重庆广电数字传媒股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核意见》（新广电函【2017】2 号）；同意公司首次公开发行股票并上市。

2016 年 8 月 11 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市的议案》。2017 年 3 月 9 日，公司召开 2016 年度股东大会，审议通过了《关于调整<申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市的议案》。

重庆广电数字传媒基于其已获授权开展多种业态的广电新媒体相关经营性业务，可在 IPTV、互联网电视、手机电视和网络广播电视台多个平台实现全覆盖。目前 IPTV 采用相对规范的中央和省两级 集成播控平台在确保内容安全后规范对接给电信运营商，并据此向电信运营商获取业务收入的合作机制。但是，互联网电视、手机电视和网络广播电视台等新媒体业务模式，由于涉及主体众多，各地区各主体之间的合作方式和模式尚不统一，各方主体出发点不同，利益 诉求不同，市场竞争激烈 ，规范的合作机制尚未形成。

4K 花园获得 6000 万 A 轮融资

国内唯一的 4K 内容生产和分发平台 4K 花园近日顺利完成了 6000 万 A 轮融资，投资方包括南方媒体融合基金、合一资本、山东广电网络、前海母基金等。

4K 花园成立于 2015 年，目前每月输出“真 4K”内容达到 200 小时，占全国的 80%，覆盖多家视频平台、电视盒子终端。

在技术层面，4K 花园与索尼等公司合作，有完善的 4K 拍摄、剪辑、制作设备及百人团队；且获得了阿里云的支持，解决了超高清视频制作渲染周期长、存储过大等问题，据创始人介绍，4K 视频的画幅达到 1080p 的 2-3 倍，但通过 4K 花园的技术，时间成本可控制在增加 20%左右。

在内容层面，4K 花园为新片场、知了青年、旅游卫视、火星文化等国内数百个视频制作机构提供 4K 制作设备以及全套技术服务，共同生产原创视频，已形成 3000 小时的 4K 内容库；同时，4K 花园与明星演唱会等大型活动合作，进行超清直播，曾为王力宏、方大同、张韶涵等明星的三十多场演唱会提供 4K 直播支持，与多米音乐、淘票票、太合麦田等长期合作。

在渠道层面，4K 花园将原创 PGC 内容分发至 CIBN、华数、北京 IPTV、南方新媒体集团、芒果 TV、湖北 IPTV、海尔、海信、极米、雷鸟等数十个平台，可在各大电视的应用市场找到他们的视频，覆盖用户达到 3.5 亿人。

乐视网上半年净亏 6.37 亿

8 月 28 日，乐视网披露了 2017 年半年度报告，期内，乐视网实现营业收入 55.787054 亿元，同比下降 44.56%；净亏损 6.367656 亿元，相较去年同期净利 2.67 亿元，同比下降 323.91%。

今日头条将融资 20 亿美元

8 月 11 日下午消息，据路透社报道，有消息人士透露新闻聚合平台今日头条将融资 20 亿美元，融资后估值将超过 200 亿美元。2016 年底今日头条完成了最近一笔价值 10 亿美元融资，融资后估值为 110 亿美元。消息人士称，来自美国的私募机构 General Atlantic 将会是今日头条本次融资的领投方。对于此消息，今日头条方面并没有做出回应。

咸之鱼影视获得数百万元战略投资

8 月 17 日，咸之鱼影视日前宣布获得天津洪晟开源（洪晟观通旗下基金）数百万元战略投资。咸之鱼影视是一个集创作、制作、宣传、发行、运营为一体的内容生产团队，利用

团队在二次元的优势，通过与二次元音乐+网红+动画的跨界联动方式来完成前期粉丝积累，作品有《空气侠》等。

9、其它互联网相关

福州成为互联网骨干直连点

8 月 18 日，福州国家级互联网骨干直联点开通仪式在福州举行，工业和信息化部党组成员、副部长陈肇雄出席并致辞。

陈肇雄指出，骨干直联点作为实现互联网互联互通的核心节点，是汇聚和疏通网间流量的重要通信枢纽。福州骨干直联点的设立，对于优化我国网络架构和互联网经济布局，提升当地网络的层级和地位，辐射带动本地和周边产业发展具有重要意义和深远影响。

福州骨干直联点于今年初启动建设，6 月份完成工程施工投入试运行，监测系统已部署上线。据监测数据显示，自开通以来，本地互联网网间平均时延由原来的 50 毫秒左右降低至 10 毫秒左右，降幅达 80%，丢包率下降到接近于 0%，质量改善效果明显。福州骨干直联点开通后，全国互联网骨干直联点达到 13 个，网络架构进一步优化完善，布局合理、流量均衡、安全可靠、高效畅通的网络互联体系初步形成，我国互联网网络基础支撑服务能力持续增强。

CDN 牌照增至 16 家

8 月 7 日消息，工业和信息化部发放第六批 CDN 牌照，此次获得牌照的企业有 4 家，分别是：北京知道创宇信息技术有限公司、深圳市网心科技有限公司、贵州白山云科技有限公司、北京三快云计算有限公司。至此，获得 CDN 牌照的企业已达 16 家。

微博要求今日头条停止抓取自媒体内容

8 月 10 日，微博官方公布了一则社区公告，称某第三方新闻平台在微博毫不知情、并未授权的情况下直接从微博抓取自媒体账号的内容，鉴于其行为性质严重，微博先行暂停了第三方接口，并表示将会依法维权。



微博管理员

今天 12:08 来自 微博 weibo.com

#微博社区公告# 近日微博接到多个自媒体账号的投诉称，某第三方新闻平台声称微博已向其授权，该平台可以使用微博自媒体账号的内容。微博在此声明该第三方新闻平台直接从微博抓取包括自媒体账号内容在内的行为，微博毫不知情且并未授权。鉴于该行为性质严重，微博将先行暂停第三方接口查清原因，如出现违反第三方协议的行为，会依法维权。

根据2016年“微博诉脉脉不正当竞争一案”（2016）京73民终588号判决，第三方获得微博用户数据以及微博信息内容，需要获得微博平台授权，否则将被视为不正当竞争。

如果用户发现自己的个人资料、关系信息被盗用，请在评论中向我们提供线索。有关线索经律师确认可以作为证据且用户同意配合取证的，我们将提供相应奖励。 [收起全文](#)



京东与百度宣布达成全面战略合作

8月10日消息，京东与百度今日宣布达成全面战略合作，推出“京度计划”。双方表示，这次合作主要包括三个方面：一、京东在手机百度的App内开设一级购物入口“京东特供”；二、百度的产品矩阵和用户群所产生的数据池，与京东的电商数据合作，帮助京东、京东的品牌合作伙伴、京东平台上的商家实现精准广告投放；三、通过导购分佣等模式展开内容电商合作，提升内容变现能力。

10、海外市场

DVB 通过下一代 TTML 字幕标准

8 月 16 日消息，DVB 指导委员会日前通过了一项有关标题字幕(subtitling)的新标准，适用于在广播电视传输流中传送下一代标题字幕。据 DVB 介绍，新的标题字幕标准基于 W3C 时序文本标记语言 (TTML)，为已使用逾 20 年的基于位图的标题字幕解决方案提供了一个补充。

TTML 标题字幕最初是 DVB 用于 MPEGDASH 互联网服务传输的方案，为标清、高清甚至超高清分辨率提供了有效解决方案。目前，越来越多的广播技术标准组织采纳了 TTML 标题字幕，包括 ARIB、ATSC、EBU、SMPTE、ISO/MPEG 以及 HbbTV 等其他平台标准。新的标准允许服务供应商在广播和互联网服务上转移到通用 TTML 字幕格式。DVB 技术小组主席 KevinMurray 表示：“批准传输流使用 TTML 标准为 DVB 标准添加了一个非常重要的组成部分，尤其是为超高清标题字幕提供了支持。此外，这也在传输流 (TS) 和 DASH 传送内容之间建立了共同的标题字幕机制，都是基于文本的格式，为提高服务的可接入性提供了新的可能。” DVB 主席 PeterMacAvock 表示：“DVB 目前使用的基于位图的字幕标准现在有了新的补充方案。新的方案有利于标题字幕的跨平台使用，能帮助 DVB 处理前所未有的跨平台内容获取需求。”

美国有线电视与 Netflix 结盟

8 月 7 日消息，越来越多的美国有线电视运营商将与 Netflix 建立联盟，以转变电视观看方式，这一转变将帮助流媒体的先驱者增加客户，因为其最大的单一市场成熟。

3 号分销商 Charter Communications Inc CHTR.O 将 Netflix 添加到其机顶盒，并加入了十几家顶级美国付费电视运营商，采用了首次在欧洲推出的模式。一些美国供应商可以开始在其部分互联网和视频包上销售流媒体服务。Altice NV ATCA.AS 正在法国尝试这种方法，该公司旨在将交易延伸到美国。

Facebook 推出 Watch 电视流媒体平台

8 月 10 日消息，很快 Facebook 就会正式进入电视产业。今天 Facebook 在博客中宣布，公司正在为网站、移动、电视应用增加一个名叫“Watch”的新空间，这里将会存放许多原创节目。有报道说 8 月 28 日 Facebook 将会发布大量内容，当中包括大约 40 个节目，来自不同的出版商和工作室。最终，Facebook 说它会推出“Shows”，这是一个平台，存放剧集内容，最开始只有部分内容创作者可以上传内容，很快就会向所有制作者开放。最初只有美国一些用户能够使用 Watch，未来会继续扩张。另有报道说，如果为 Facebook 制作独家原创视频内容，Watch 广告营收约有 55% 归合作伙伴所有，还有 45% 归 Facebook。

Facebook 直播中将植入 AR 技术

8 月 14 日消息，Facebook 日前收购德国公司 Fayteq，后者致力于开发剪辑视频的软件，利用计算机视觉技术在视频中移除或添加物体，相关技术将用于视频直播和 InstagramStories 等产品中。当然，在直播视频中移除或添加物体的技术也可以用于新兴的增强现实中。

在今年 4 月的年度 F8 大会上，Facebook 上线了一个增强现实平台，鼓励开发人员为 Facebook 手机用户打造增强现实体验。马克·扎克伯格当时表示，“这将是首个成为主流的增强现实平台。”这一平台的功能包括，通过智能手机摄像头识别真实世界中的物体，并对其添加数字效果等。

在 Facebook 全力打造增强现实平台的同时，苹果也对外披露了这方面的规划，包括推出面向 iOS 系统的 ARKit，这套工具能够让开发人员更轻松地在现实世界中添加虚拟物体。Fayteq 的技术能够帮助 Facebook 更顺利地实施增强现实方面的发展战略，这家社交媒体巨头也可以享有前者的 IP 和专利。Facebook 已证实这一收购，但未透露有关 Fayteq 未来发展的额外信息。

AT&T 为整合时代华纳成立媒体公司

8 月 15 日消息，AT&T 近日对机构进行重新调整，将通信网络公司和媒体公司独立进行运营管理。Randall Stephenson 将继续担任 AT&T 的 CEO，目前担任卫星电视业务

DirecTV 负责人的 John Stankey 则将出任新组建媒体公司的 CEO。AT&T 正是希望通过媒体公司对时代华纳业务的并入及整合做准备，从而为这一可能对美国信息媒体行业带来巨大影响的交易铺平道路。

YouTube TV 扩大服务范围

8 月 18 日消息，虚拟 MVPD 服务 YouTube TV 将进驻美国另外 14 个城市，让 50% 的美国家庭可以使用上这一服务。新增的城市包括巴尔的摩、波士顿、拉斯维加斯、路易斯维尔、孟菲斯等等。

YouTube TV 于今年 4 月份推出，可提供 OTT 电视直播与点播服务，该服务 YouTube TV 服务定价为 35 美元/月，具有云 DVR 功能，提供来自 ABC、CBS、Fox 和 NBC 四大电视网的本地直播，以及来自广播商的视频点播节目。

迪士尼自建 SVOD 流媒体服务

8 月 11 日消息，迪士尼计划在 2018 年初推出一个主打 ESPN 体育节目的 SVOD 服务，并将在 2019 年下半年推出以迪士尼为品牌的 SVOD 服务。为了推出自家的订阅型点播 (SVOD) 服务，华特迪士尼公司将要撤回放在 Netflix 上的电影。从 2012 年起，迪士尼就与 Netflix 签订了内容合作协议，但该协议将在 2019 年到期后不再续约。

苹果将投资 10 亿美元于原创内容

8 月 18 日消息，《华尔街日报》援引知情人士的消息称，苹果公司(以下简称“苹果”)明年将斥资 10 亿美元用于购买和制作原创内容。苹果明年最多将推出 10 部类似于《权力的游戏》和《纸牌屋》这样规模的新剧，苹果高级副总裁埃迪·库伊(Eddy Cue)曾表示，苹果有信心打造与《权力的游戏》相竞争的节目。

今年 6 月，苹果将电视领域最具创意、最成功的两位高管杰米·埃利希特(Jamie Erlicht)和扎克·埃姆博格(Zack Van Amburg)收归麾下，全面负责视频节目内容。

美有线电视频道遭黑客入侵

8 月 1 日消息，黑客盗取了美国有线电视频道 HBO 即将推出的节目，包括热门影集《权力游戏》(GameofThrones)最新一集的本。据报道，HBO 的声明说，一起“黑客事件”导致一些包括美剧在内的专有信息被盗，该公司目前正与执法部门和网络安全公司合作解决这一问题。

T-Mobile 宣布已开始提供 600MHz 服务

8 月 22 日消息，美国第三大移动运营商 T-Mobile US 已经在俄怀明州激活了其首批 600MHz 基站，并使用诺基亚的设备开始提供服务。T-Mobile 计划从农村市场开始迅速推出 600MHz 服务，这些市场上的电视广播机构已经对这一频段进行了清除。从频谱拍卖到为消费者提供服务通常需要两年的时间，而 T-Mobile 将此压缩至 6 个月，足见其决心之坚定。

亚马逊准备将人工智能引入云存储

8 月 22 日消息，美国电商巨头亚马逊，已准备将人工智能技术用于商业服务中，计划将其用于云存储方面，用于保护用户数据的安全。亚马逊的这一计划，主要是通过机器学习技术，自动识别、分类和保护用户保存在亚马逊云计算平台上的敏感数据。在引入人工智能技术之后，亚马逊就成为了首家将人工智能技术引入云存储服务，用于保护数据安全的云服务提供商。

三星电视内容服务 TV PLUS 进驻欧洲

8 月 10 日消息，三星电子将其高端智能电视内容服务 TV PLUS 拓展到了欧洲市场。该服务将提供一系列超高清、HDR 内容，来自法国、德国、意大利、西班牙和英国的观众可以使用这一服务。欧洲的三星智能电视用户可以通过 TV PLUS 界面轻松找到自己喜爱的节目，操作起来类似传统有线或电视供应商提供的频道菜单。点播节目和电影将通过互联网传送给用户。

沃达丰和 Orange 提供 4K 体育赛事

8 月 25 日消息，4K 内容已成为西班牙付费电视竞争的有力武器。沃达丰和 Orange 都将以 4K 规格播送所有涉及巴萨和皇马的足球比赛。

Orange 订户可通过 Orange TV Futbol(72 频道)以及 Orange TV bares(25 频道)观看这些比赛。沃达丰则在 300 频道提供全部 4K 比赛。观看 4K 赛事的订户需要准备一台 4K 机顶盒以及光纤连接。目前，西班牙电信尚未公布其战略，但很可能也将推出 4K 体育赛事。



Sky 推出 TV+移动套餐

8 月 30 日消息，英国天空广播公司（Sky）推出了首个结合电视和移动服务的套餐。该套餐价格为 35 英镑/月，包含新的 iPhone SE 手机、500MB 数据流量、无限量电话短信以及 Sky TV 的 Variety 电视套餐。除了 10 英镑/月的移动服务外，该服务还包含了 Sky Q 上的 Variety 电视套餐，仅售 25 英镑/月。该套餐包含逾 70 个 Freeview 上没有的电视频道，包括 Sky Atlantic 以及 Sky Kids APP 等。

英国电信投资 6 亿英镑农村宽带建设

8 月 1 日消息，英国电信集团固然拥有不错的网络覆盖率，但是依然有很多用户处于低速网络连接环境中。针对这问题，BT 宣布斥资 6 亿英镑改善网络环境，确保在 2020 年之前让更多的英国农村享受高速宽带。在向基础设施投资 6 亿英镑之后，BT 将会为英国 99% 的家庭提供 10Mbps 以上的网络连接。在 2022 年网络覆盖将会全面普及。

拉丁美洲 OTT 业务蓬勃发展

8 月 30 日消息，Digital TV Research 发布的《拉丁美洲 OTT 电视和视频的预测报告》表明，到 2022 年，SVOD 的订阅人数将达到 3254 万，比起 2016 年年底的 1708 万，订阅人数几乎翻了一倍。到 2022 年，该地区 SVOD 订阅人数巴西将占到 34%，与此同时，墨西哥订阅人数比例将进一步增加到 28%。

到 2022 年，19 个拉丁美洲国家 OTT 业务电视剧及电影的收入将达到 46 亿美元，将比 2016 年多 18.7 亿美元。SVOD(订阅型视频点播)仍将是该地区最大的 OTT(互联网电视)收入来源，到 2022 年，这种业务将贡献 28.6 亿美元(占总额的 62%)。

四、 市场数据

1、 监测数据

IPTV 收视数据

2017 年 7-8 月各省电信 ITV 影视

广东电信

周期	项目	TOP1	TOP2	TOP3
7 月 24 日-7 月 30 日	电视剧	《我的前半生》	《军师联盟》	《医馆笑传》
	电影	《功夫瑜伽》	《精武门》	《变形金刚 4: 绝迹重生》

	综艺	《中国新歌声 2》	《极限挑战 3》	《快乐大本营》
	卡通	《小猪佩奇》	《熊出没》	《快乐酷宝第三季》
7月31日-8月6日	电视剧	《楚乔传》	《新神雕侠侣》	《对与决》
	电影	《功夫瑜伽》	《精武门》	《战狼》
	综艺	《中国新歌声 2》	《极限挑战 3》	《快乐大本营》
	卡通	《小猪佩奇》	《猫和老鼠》	《熊出没》
8月7日-8月13日	电视剧	《对与决》	《闪亮茗天》	《宫锁连城》
	电影	《精武门》	《杀破狼第二部》	《战狼》
	综艺	《中国新歌声 2》	《极限挑战 3》	《火星情报局 3》
	卡通	《小猪佩奇》	《熊出没》	《兔小贝儿歌》
8月14日-8月20日	电视剧	《终极三国 2017》	《新神雕侠侣》	《对与决》
	电影	《精武门》	《战狼》	《冰雪奇缘》
	综艺	《中国新歌声 2》	《极限挑战 3》	《火星情报局 3》
	卡通	《小猪佩奇》	《汪汪队立大功 2》	《汪汪队立大功》
8月21日-8月27日	电视剧	《终极三国 2017》	《古剑奇谭》	《漂洋过海来看你》
	电影	《悟空传》	《速度与激情 8》	《冰雪奇缘》
	综艺	《中国新歌声 2》	《极限挑战 3》	《快乐大本营》
	卡通	《小猪佩奇》	《汪汪队立大功 2》	《兔小贝儿歌》

重庆电信

周期	影视剧	TOP1	TOP2	TOP3
----	-----	------	------	------

7月24日—7月30日	付费电视剧	《HD-权利的游戏第七季》	《HD-楚乔传》	《HD-绝密 543》
	付费电影	《HD-吃吃的爱》	《HD-记忆大师》	《HD-海贼王之强者世界》
7月31日—8月6日	付费电视剧	《楚乔传》	《飞虎队大营救》	《绝密 543》
	付费电影	《HD-速度与激情 8》	《HD-逆时营救》	《HD-猪猪侠之终极决战》
8月7日—8月13日	付费电视剧	《楚乔传》	《绝密 543》	《权利的游戏第七季》
	付费电影	《HD-速度与激情 8》	《HD-海贼王之机关城的机械巨兵》	《HD-逆时营救》
8月14日—8月20日	付费电视剧	《绝密 543》	《热血军旗》	《权利的游戏第七季》
	付费电影	《HD-银河护卫队 2》	《HD-李雷和韩梅梅》	《HD-战狼》
8月21日—8月27日	付费电视剧	《权利的游戏第七季》	《人间至味是清欢》	《领养》
	付费电影	《HD-悟空传》	《HD-龙珠剧场版巴达克之章》	《HD-你的名字》

上海电信

周期	直播/点播	TOP1	TOP2	TOP3
7月21日-7月27日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《楚乔传》	《我的前半生》	《情人眼里出西施》
7月28日-8月3日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《我的前半生》	《楚乔传》	《醉玲珑》
8月4日-8月10日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《我的前半生》	《乡村爱情》	《楚乔传》
8月11日-8月17日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《我的前半生》	《乡村爱情》	《小猪佩奇》
8月18日-8月24日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》

	视频点播	《守护者—浮出水面》	《阿U学科学》	《鬼吹灯之黄皮子坟》
--	------	------------	---------	------------

三大运营商月报

8 月底，三家运营商相继发布 7 月份运营数据。

从运营数据看，中国移动在 4G 用户及有线宽带净增数上，依旧有超强领先优势，保持上升趋势；再看，中国电信这几个月以来运营数据没有大的起伏，平稳发展，包括刚发布的上半年业绩报告也是显示“稳步增长”；中国联通有线宽带已连续三个月呈现个位数增长趋势，第二大宽带运营商之位被中国移动赶超后，在有线宽带方面与中国移动距离越拉越大。当然，我们都知道近日联通混改方案尘埃落定，对后续运营数据会带来多大的影响，我们拭目以待。

数据主要特征：看三大运营商的 4G 用户和有线宽带用户两大竞争数据，在 4G 用户方面，中国移动 4G 用户 7 月净增 1232.2 万户，总数达 6.05973 亿户；中国联通 4G 用户 7 月增加 642.1 万户，累计达 1.45229 亿户；中国电信 4G 用户 7 月新增 503 万户，累计用户数达 1.5705 亿户。在有线宽带用户方面，中国移动有线宽带用户 7 月净增 270.3 万户，总数达 9574.4 万户；中国联通有线宽带用户 7 月净增 5.8 万户，累计达 7697.9 万户；中国电信有线宽带用户 7 月新增 87 万户，累计 1.2897 亿户。

4月运营数据 (单位: 万户)			
	中国移动	中国联通	中国电信
移动用户	346.2	103.9	252
4G	525.7	502.8	494
有线宽带	239.3	26.5	71
固话		-46.3	-48

5月运营数据 (单位: 万户)			
	中国移动	中国联通	中国电信
移动用户	348.1	105.3	297
4G	990.1	562.1	467
有线宽带	240.6	5.1	76
固话		-63	-49

6月运营数据 (单位: 万户)			
	中国移动	中国联通	中国电信
移动用户	307.8	109.1	283
4G	1041.9	543.3	477
有线宽带	256.1	1.6	81
固话		55.6	-27

7月运营数据 (单位: 万户)			
	中国移动	中国联通	中国电信
移动用户	335.1	126.9	298
4G	1232.2	642.1	503
有线宽带	270.3	5.8	87
固话		-31.7	-35

艾瑞 PC 指数——在线视频

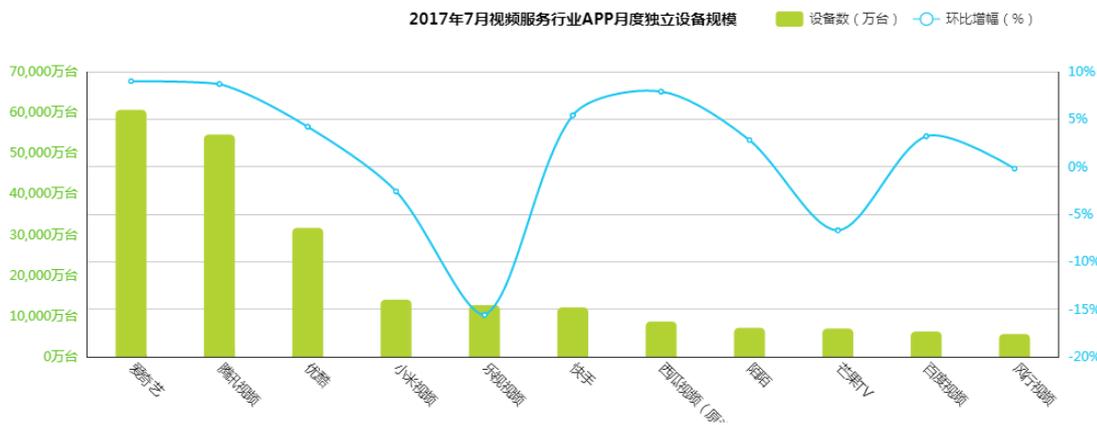


排名	网站	月度覆盖用户 (万人)	环比增长 (%)	备注
01	优酷	27156	+ 7.3	在线视频
02	爱奇艺	26808	+ 7.4	在线视频
03	风行	17063	+ 5.8	在线视频
04	芒果 TV	16490	+ 19.4	在线视频

05	PPTV 聚力	12254	+ 1.1	在线视频
06	乐视视频	9970	-32.2	在线视频
07	土豆网	7160	-0.1	在线视频
08	56网	6987	+ 9.8	在线视频
09	暴风影音	6482	-0.3	在线视频
10	酷6网	6436	-2.3	在线视频

更详细数据请点击：<http://index.iresearch.com.cn/Pc/>

艾瑞 APP 指数——视频服务



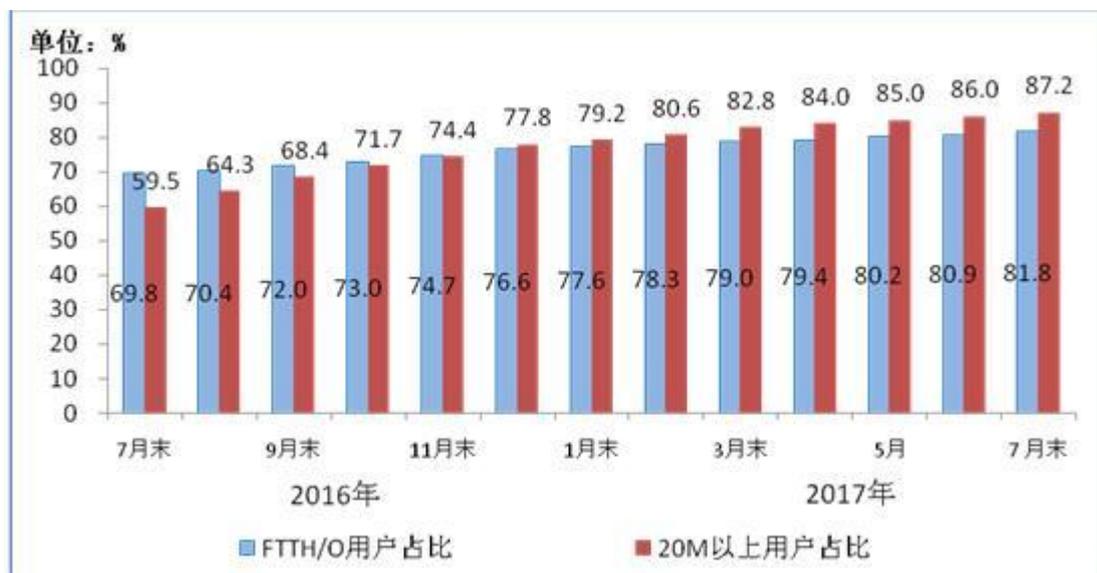
排名	网站	月度独立设备(万台)	环比增长 (%)	备注
01	爱奇艺	60625	+ 9	在线视频
02	腾讯视频	54561	+ 8.7	在线视频
03	优酷	31636	+ 4.2	在线视频
04	小米视频	14014	-2.6	聚合视频
05	乐视视频	12666	-15.6	在线视频
06	快手	12119	+ 5.4	短视频
07	西瓜视频	8648	+ 7.9	短视频
08	陌陌	7101	+ 2.8	网络直播
09	芒果TV	6920	-6.7	在线视频
10	百度视频	6198	+ 3.2	聚合视频

更详细数据请点击：<http://index.iresearch.com.cn/App/>

2、IPTV/新媒体数据

我国 IPTV 用户达 1.06 亿户

8月25日，工信部公布了7月份电信用户发展情况。数据显示，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达3.26亿户；IPTV用户总数达到1.06亿户。据悉，7月份我国50Mbps及以上固定宽带接入用户累计净增超6200万户，光纤接入用户占比81.8%。7月末，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达3.26亿户，其中1-7月净增2861万户。



中国移动电视用户达 3859 万

8月18日，中国移动公布2017年7月份运营数据，中国移动本月净增用户数335.1万户，用户总数达8.69857亿户。其中有线宽带用户净增270.3万户，总数达9574.4万户，魔百和用户达到3859万。

河南省 IPTV 用户达 423.6 万户

8月1日消息，河南省通信管理局数据显示，2017年上半年河南省IPTV用户达到423.6万户，同比增长148.9%。

河北 IPTV 用户破 820 万户

流媒体网获悉，截至 2017 年 6 月 30 日，河北省 IPTV 用户规模已达 822.5 万户，并以平均每天 9000 多户、平均每月 4.73% 的净增速度持续增长，已从 2016 年底的总用户规模第四跃升至仅次于四川、江苏后的第三位。

2016 年，河北省的 IPTV 用户增长量位居全国第一，从 2015 年的 210 万激增到 2016 年的 659 万，增长率高达 200%。

小米盒子 7 月份出货量位居第一

8 月 6 日上午，雷军在微博分享了中怡康的统计，显示 7 月中国线上销售，小米盒子排名第一，销量占比高达 38.9%，是第二名“英菲克”的一倍还多。虽然互联网大企业的盒子在这两年也投入了不少精力和资源，扶持了一批产品，但这一市场的玩家画像并没有被完全颠覆。

2017年7月中国OTT盒子线上市场排名		
排名	品牌	份额
1	小米	38.9%
2	英菲克	14.2%
3	创维	6.9%
4	忆典	5.7%
5	迪优美特	4.7%
6	先科	4.6%
7	天猫	4.3%
8	华为	4.3%
9	灵云	2.6%
10	杰爱威	2.2%

荔枝新闻用户达到 1400 万

8 月 20 日，江苏广电旗下新闻资讯应用“荔枝新闻”迎来上线四周年。四年沉淀，从 1.0 版到 4.0 版，从全国省级广电首个新闻客户端到如今下载用户突破 1400 万，集广播、电

视、网站、报纸、UGC 等多样态内容为一体的融媒体聚合平台，荔枝新闻已成为全国省级广电新闻客户端中的佼佼者，跻身江苏传播格局中的新媒体领军阵营。

3、广电行业数据

2017 年第二季度有线电视发展公报

8 月 2 日，中国广电发布 2017 年第二季度有线电视行业发展公报。

数据显示，截止 2017 年 6 月底，中国有线电视用户总数为 24992 万户，较 2016 年底的 25237 万户减少 245 万户，流失率为 0.97%，这一数字可能大大好于大家的感知预期。

如果从有线数字电视用户规模来看，截止 2017 年 6 月底为 20890 万户，较 2016 年底的 20990 万户减少 100 万户，流失率为 0.48%，差不多为 0.97%的一半。

这意味着，面对 IPTV、OTT 的竞争，有线数字电视较模拟电视的竞争力要高，还是以模拟电视为主体的县乡网、小片网，真的要好好想想自己的出路了。

工信部公布的 2017 年上半年通信业数据显示，光纤接入普及率的提高加速了 IPTV 业务发展，IPTV 用户总数 1.03 亿户，1—6 月净增近 1600 万户。

国网发布公布的数据显示，2017 年上半年我国互联网电视用户总数达到 8334 万户，1-6 月净增 1084 万户。

这是广电系统外的竞争，目光回到广电系统内部，2017 年上半年我国直播星电视用户达到 1.21 亿户，1-6 月净增 1374 万户。

与之想比，2017 年上半年有线电视用户总数为 2.50 亿户，1-6 月净减 245 万户。没有对比就没有伤害，有线电视面临的竞争压力可想而知。

但从另一个维度来看这些数字，三大渠道（IPTV、OTT、直播星）上半年净增用户超过 4000 万户，而有线电视用户只减少了 245 万户。

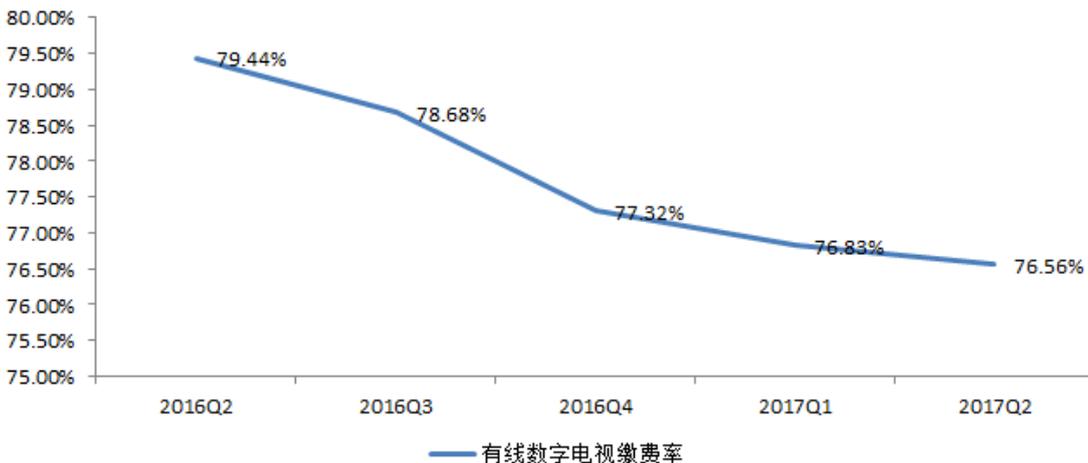
这说明随着家庭电视屏的增加，渠道之间并非是“非此即彼”的完全替代关系，而是更侧重于业务和用户体验的竞争，比的是开机率，比的用户 ARPU 值，单纯的用户规模比较意义并没有那么大了。

比如本次国网发布由重新公布了缴费数字电视用户这一数据，这就是一个非常有价值的统计数据：

图表 6 Q2,2016-Q2,2017中国有线电视用户发展情况



简单计算一下，有线数字电视缴费率（有线数字电视缴费用户/有线数字电视用户）的趋势一直向下，这是一个要命的问题，意味着用户在网内，在是“死用户”了。当然，这个缴费率跟互联网以及 IPTV 等比较，还是相对较高的。



大家还有一个比较关心的业务是宽带。不过从数据来看，并不算好。截止 2017 年 6 月，广电宽带用户达到 3014 万户，半年增长 437 万户。虽然增长率并不能算低，但无论是横向跟电信比较，还是纵向跟前几年比较，广电宽带发展似乎进入了瓶颈期，亟需新的破局。

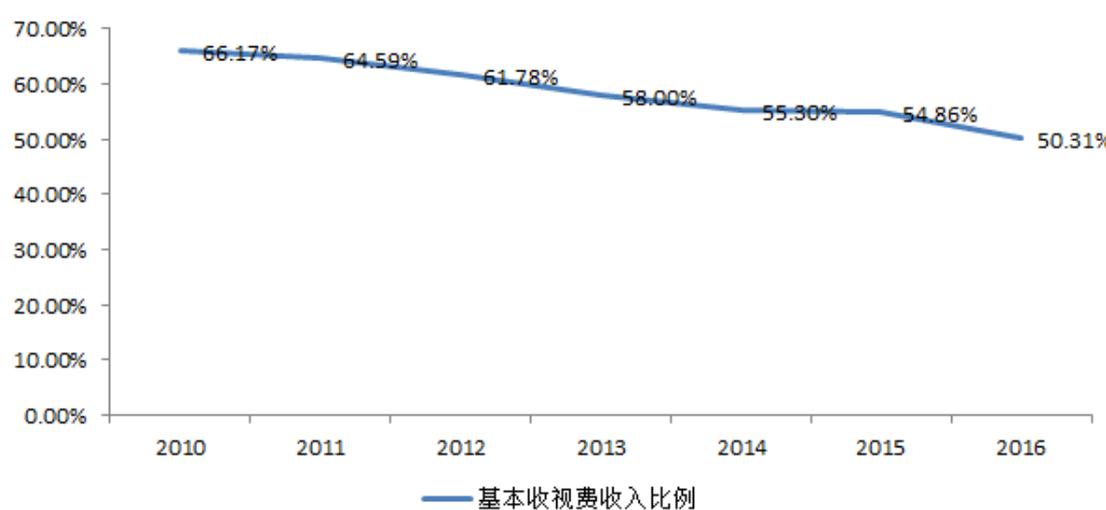
图表 10 Q2,2016-Q2,2017年有线宽带业务发



业务结构反映收入结构，在这里说一点广电国网没有的数字。下表是 2010-2016 年有线电视网络总收入（亿元）以及收入结构。

	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
总收入	487.44	563.78	660.98	754.91	827.18	866.06	910.26
基本收视收入	322.52	364.17	408.35	437.87	457.4	475.15	457.92
付费电视收入	25.29	37.69	44.88	58.6	66.51	70.23	76.44
其它收入	139.63	161.92	207.75	258.44	303.27	320.68	375.90

基本收视费收入一直处于下降趋势，估计 2017 年就能降低到一半以下，这将是有线电视行业的一个标志性事件。



完整版报告见附带发送文档！

广电上市公司经营数据

8月30日消息，随着8月份的结束，广电上市公司纷纷公布2017年第二季度财报。从2017年第一季度起，部分上市广电运营商开始公布更为详细的经营数据，流媒体网特此摘录如下。

广西广电网络：

项目	2017年半年度
有线电视用户数	527.14 万户
其中：高清交互电视用户数	271.27 万户
宽带业务：居民用户数	169.30 万户
付费节目点播量	14970.28 万次
基本业务 ARPU 值	20.57 元/月/户

歌华有线：

项目	2017年半年度
有线电视用户数	584.34 万户
其中：高清交互电视用户数	490.02 万户
宽带业务：居民用户数	53.26 万户
付费节目点播量	878.92 万次
基本业务 ARPU 值	26.27 元/月/户

贵广网络：

项目	2017年第二季度
有线电视用户数	562.70 万户
其中：高清交互电视用户数	196.10 万户
宽带业务：居民用户数	72.78 万户
付费节目点播量	10889.42 万次
基本业务 ARPU 值	33.04 元/月/户

陕西广电网络：

- 一、有线电视用户数量（在网数字电视主终端）：588.35万个。
- 二、宽带用户数量：102.72万户。
- 三、基本业务的ARPU值：24.25元/月。
- 四、付费点播量：81,146.85万次。

江苏有线：

- 一、有线电视用户数量：1,499.69万户。
- 二、宽带用户数量：202.41万户。
- 三、基本业务的ARPU值：18.57元。
- 四、付费点播量：16,544.75万次。

浙江上半年有线电视收入 35 亿元

据浙江新闻出版广电局公布数据，2017年1-6月，浙江全省有线电视网络收入35.32亿元，同比增长0.45%，其中有线电视收视费收入15.12亿元，同比下降7.77%。

贵广网络高清互动用户达到 200 万户

8月8日，以“创视界、融未来”为主题的贵州省广播电视信息网络股份有限公司（简称“贵广网络”）新产品新业务发布会在贵阳国际生态会议中心举行。截至2017年7月31日，高清互动用户已突破200万户（其中智能机顶盒用户约90万户，高清互动用户渗透率超过三分之一）。

户户通开通用户数量达 1 亿 593 万

8月4日消息，2017年7月份，户户通已开通数量从7月1日10456万到7月31日10593万（1亿593万），单月增加137万户，平均每天开通授权4.44万户，较上月平均每天3.83万户有所上升。

4、宽带/物联网数据

中国移动宽带用户年底或将突破 1 亿户

8月10日，在中国移动2017年度中期业绩发布会上，中国移动表示，有线宽带在用户发展和收入上双双取得显著提升。上半年，有线宽带客户净增1542万户，达到9304万户，年底有线宽带客户数有望突破1亿户。

据业绩报告显示，上半年，中国移动宽带收入达到179亿元，同比增加49.8%，成为重要的增收来源。随着用户规模和应用快速增长，宽带ARPU亦增势喜人。上半年有线宽带ARPU达到34.9元，增长4.6%，含家庭数字化服务的有线宽带ARPU达到38.0元，增长9.8%。

统计数据：中国全面步入“流量社会”

8月10日消息，国家统计局的最新数据显示，上半年移动互联网累计流量达88.9亿G，同比增长136.8%。业内预计年底将超百亿G。工信部的统计显示，11.7亿移动互联网用户，6月份户均接入流量近1.6G，是2015年同期的4倍多；庞大流量规模催生多种新业态，撬动庞大就业市场。

专家分析认为，随着移动数据流量与生活的关联度越来越高，中国已全面步入“流量社会”。流量带来的不仅是生活的便利，还催生着新业态甚至新产业，深刻地改变着社会发展。“流量本身是数据和信息，但其承载的内容不只如此，还包括社会价值。中国已全面步入“流量社会”。”工业和信息化部工业经济研究所所长于佳宁说。流量大国，是网络大国向网络强国迈进过程中的体现。基于流量规模快速壮大，流量社会的门槛将会降低，未来的物联网、VR产业和人工智能等都将迎来快速发展。

工信部：物联网终端用户达 1.81 亿户

8月1日消息，工信部发布2017年第二季度电信服务质量通告。报告显示，截至二季度末，全国电话用户总数达到15.65亿户，其中移动电话用户13.65亿户。同时，“随着宽带中国”战略稳步推进，宽带提速效果日益显著。固定宽带用户达到3.22亿户，其中20Mbps及以上用户占比达86%，50Mbps及以上用户占比达54.2%。光纤宽带加快普及，光纤接

入(FTTH/O)用户总数达到 2.61 亿户，占固定宽带用户总数的 80.9%。移动宽带用户达到 10.4 亿户，其中 4G 用户保持稳步增长，全国新增 4G 用户 1.18 亿户，总数达到 8.88 亿户，占比达 65.1%。

5、其它数据

知识付费行业规模或达 500 亿元

8月7日消息，阿里应用分发发布 2017 年 Q2 应用行业报告，其中知识付费平台在二季度表现突出。报告显示，近一个季度以来，喜马拉雅 FM、知乎、豆瓣、得到、分答、在行等 App 都有明显的增长，其中，5 家知识付费平台同比增长率均在 50% 以上，知识付费正处于高速增长中。

根据阿里应用分发统计：从 2015 年至今已有大量知识付费类 app 或重量级子栏目上线。在这一波知识红利中，目前各大平台优势渐显，一些具有知识 IP 效应的分食者也越来越。根据这份行业报告的预计，目前知识付费用户已达到 5000 万，2017 年知识付费的总体经济规模将可达到 500 亿元。

全球宽带网速排名，中国第 134 位

8月10日消息，据外媒报道，英国 Cable.co.uk 在近期对全球各地的宽带下载网速进行了分析。结果表明，新加坡的宽带下载网速排名全球第 1，瑞典排名第 2，中国香港(第 9)和中国台湾地区(第 3)均排名靠前，而中国大陆仅排名第 134。

新加坡的平均宽带下载网速达到 55.13Mbps，核算下来，下载一段 7.5GB 的高清电影只需要 18 分 34 秒。相比之下，排名垫底的也门，平均宽带下载网速只有 0.34Mbps，下载同样一部电影需要超过 2 天的时间。此外，中国大陆的平均宽带下载网速为 1.55Mbps。

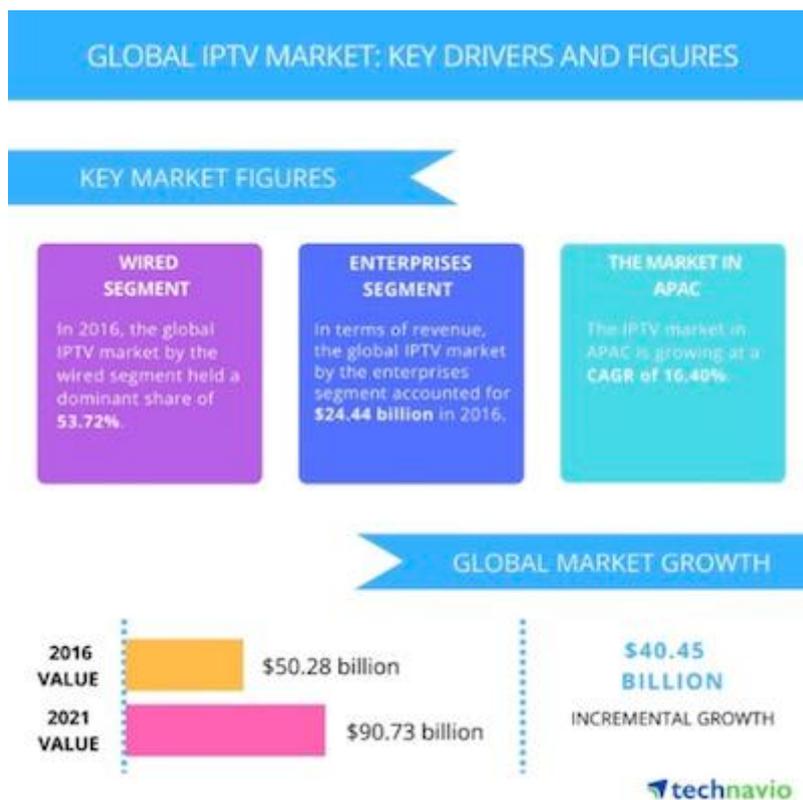
2017 年上半年彩电零售量 2181 万台

8月15日消息，据《2017 中国彩电市场半年度总结报告》显示，今年上半年，国内彩电零售量规模为 2181 万台，同比下降 7.3%;零售额 740 亿元，同比增长 4.3%。

6、海外相关数据

IPTV 市场 4 年将保持 16%复合增长率

8 月 3 日消息，根据 Technavio 的最新研究，未来四年，高带宽和高质量的基于因特网的服务增长推动 IPTV 市场。该分析公司称全世界逾一半人口上网，未来几年用户数量还将增加。因特网服务的相应增长将对 IPTV 市场产生积极影响。



Technavio 还指出对 VOD 的日益喜爱、连接设备不断增加以及越来越喜欢交互服务正推动 IPTV 市场的增长。媒体和娱乐服务研究分析师 UjjwalDoshi 表示：“IPTV 和 VOD 提供直播和点播电视内容。因此，对 IPTV 市场中的 VOD 的喜欢程度越来越大。”

2021 年互联网 82%流量来自于视频

8 月 10 日消息，思科视觉网络指数(Visual Networking Index, VNI)是一项追踪并预测视觉网络应用影响的持续性计划。以下为思科 VNI 全球 IP 视频流量预测的摘要内容：

2021 年，如果要看完全球 IP 网络上每个月的视频，需要花费 500 多万年的时间，网络上每秒的视频量达到 100 万分钟。

到 2021 年，全球 IP 视频流量将占据全网流量的 82%，2016 年这一比例为 73%。2016 至 2021 年间，全球 IP 视频流量将增长 3 倍，年复合增长率为 26%。同期，互联网视频流量将增加 4 倍，年复合增长率为 31%。

到 2021 年，互联网视频直播将占据全网视频流量的 13%。2016 至 2021 年间，视频直播将增长 15 倍。

2016 年，互联网视频监控流量增加 72%，从 2015 年底的 516 PB/月增至 2016 年的 883 PB/月。

2016 至 2021 年间，互联网视频监控流量将增长 7 倍。2021 年，全球 3.4% 的互联网视频流量来自视频监控，这一比例在 2016 年为 1.8%。

互联网视频 2016-2021							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR 2016-2021
按网络分 (PB/月)							
固定	38,369	51,022	65,413	83,172	103,341	125,988	27%
移动	3,660	6,094	9,696	15,010	22,512	33,173	55%
按类型分 (PB/月)							
视频	29,325	39,518	51,722	68,279	89,181	116,905	32%
电视上的 互联网视频	12,704	17,598	23,387	29,903	36,672	42,255	27%
按地区分 (PB/月)							
亚太	13,845	19,228	25,854	35,024	46,423	61,352	35%
北美	15,254	20,114	25,778	32,329	39,275	45,485	24%
西欧	6,290	8,520	11,005	14,035	17,533	21,760	28%
中东及非洲	1,170	1,944	3,068	4,754	7,218	10,895	56%
中东欧	2,527	3,350	4,369	5,824	7,754	10,170	32%
拉美	2,943	3,960	5,035	6,215	7,650	9,500	26%
合计 (PB/月)							
互联网视频	42,029	57,116	75,109	98,182	125,853	159,161	31%

全球可穿戴设备市场今年将增长 8%

8月3日，调研机构 StrategyAnalytics 发布的报告显示，第二季度全球可穿戴设备发货量达到 2160 万部，较去年同期增长 8%。此前的第一季度，全球可穿戴设备发货量同比增速

曾达到 21%。该机构分析师表示，中国低成本健身手环以及美国高端智能手表的需求表现强劲，共同推动了可穿戴设备市场增长。

值得一提的是，中国制造商小米超越苹果、Fitbit 等知名厂商，首次问鼎可穿戴设备市场全球发货量冠军的宝座，其第二季度出货量高达 370 万部，市场占有率达到 17%。

2017 年美国互联网电视用户将达 1.7 亿人

8 月 8 日消息，今年美国将共有 1.681 亿人使用互联网电视，比 2016 年上增长 10.1%。其中，智能电视所占的份额最大，智能电视是指内置联网技术不需要辅助设备的电视。近一半联网电视用户使用的是智能电视，2017 年，美国智能电视用户达到 8120 万，年增幅 30.8%。

另有数据统计显示，今年第二季度，美国的付费电视行业面临最糟糕的用户走势，约有 91.4 万用户放弃了有线电视、卫星电视和 IPTV。付费市场上一季度的涨幅为 2.5%到 2.7%，而如今的表现反映出付费电视市场陷入疯狂的下跌之中。

五、 附录

政策文件

国务院发文扩大和升级信息消费

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

近年来，随着互联网技术与经济社会深度融合，我国信息消费快速发展，正从以线上为主加快向线上线下融合的新形态转变，网络提速降费深入推进，消费主体不断增加、边界逐渐拓展、模式深刻调整，带动其他领域消费快速增长，已成为当前创新最活跃、增长最迅猛、辐射最广泛的经济领域之一，对拉动内需、促进就业和引领产业升级发挥着重要作用。但与此同时，我国信息消费有效供给仍然创新不足，内需潜力仍未充分释放，消费环境亟待优化。为进一步扩大和升级信息消费、持续释放发展活力和内需潜力，现提出以下意见。

总体要求

(一)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，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，认真落实党中央、国务院决策部署，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，坚持稳中求进工作总基调，牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，以推进供给侧结构性改革为主线，优化信息消费环境，进一步加大网络提速降费力度，加速激发市场活力，积极拓展信息消费新产品、新业态、新模式，扩大信息消费覆盖面，加强和改进监管，完善网络安全保障体系，打造信息消费升级版，不断释放人民群众日益增长的消费需求，促进经济社会持续健康发展。

(二)基本原则

坚持创新驱动。推动信息消费与大众创业万众创新、“互联网+”深度融合，鼓励核心技术研发和服务模式创新，促进新一代信息技术向消费领域广泛渗透，创造更多适应消费升级的有效供给，带动多层次、个性化的信息消费发展。

坚持需求拉动。以满足人民群众期待和经济社会发展需要为出发点和落脚点，加快拓展和升级信息消费，推动信息产品供给结构与需求结构有效匹配、消费升级与有效投资良性互动，用安全、便捷、丰富的信息消费助力经济升级和民生改善。

坚持协同联动。以企业为主体，促进信息消费产业链协同发展，加强网络、平台、支付、物流等支撑能力建设，构建完善的信息消费生态体系。统筹促发展与保安全，持续优化信用安全、市场环境和权益保护，营造“能消费、敢消费、愿消费”的环境，形成政府、企业、消费者多方协同的良好发展格局。

(三)发展目标

到2020年，信息消费规模预计达到6万亿元，年均增长11%以上；信息技术在消费领域的带动作用显著增强，信息产品边界深度拓展，信息服务能力明显提升，拉动相关领域产出达到15万亿元，信息消费惠及广大人民群众。信息基础设施达到世界领先水平，“宽带中国”战略目标全面实现，建成高速、移动、安全、泛在的新一代信息基础设施，网络提速降费取得明显成效。基于网络平台的新型消费快速成长，线上线下协同互动的消费新生态发展壮大。公共数据资源开放共享体系基本建立，面向企业和公民的一体化公共服务体系基本建成。网络空间法律法规体系日趋完善，高效便捷、安全可信、公平有序的信息消费环境基本形成。

(四)重点领域

生活类信息消费。创新发展满足人民群众生活需求的各类便民惠民服务新业态，重点发展面向社区生活的线上线下融合服务、面向文化娱乐的数字创意内容和服务、面向便捷出行的交通旅游服务。

公共服务类信息消费。推广高效、均等的在线公共服务，重点发展面向居家护理的智慧健康服务、面向便捷就医的在线医疗服务、面向学习培训的在线教育服务、面向利企便民的“互联网+政务服务”。

行业类信息消费。培育支撑行业信息化的新兴信息技术服务，重点发展面向垂直领域的电子商务平台服务，面向信息消费全过程的网络支付、现代物流、供应链管理等支撑服务，面向信息技术应用的综合系统集成服务。

新型信息产品消费。升级智能化、高端化、融合化信息产品，重点发展面向消费升级的中高端移动通信终端、可穿戴设备、数字家庭产品等新型信息产品，以及虚拟现实、增强现实、智能网联汽车、智能服务机器人等前沿信息产品。

提高信息消费供给水平

(五)推广数字家庭产品。鼓励企业发展面向定制化应用场景的智能家居“产品+服务”模式，推广智能电视、智能音响、智能安防等新型数字家庭产品，积极推广通用的产品技术标准及应用规范。加强“互联网+”人工智能核心技术及平台开发，推动虚拟现实、增强现实产品研发及产业化，支持可穿戴设备、消费级无人机、智能服务机器人等产品创新和产业化升级。依托消费品工业“三品”专项行动，促进信息产品相关企业争创“中国质量奖”。

(六)拓展电子产品应用。支持利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动各类应用电子产品智能化升级，在交通、能源、市政、环保等领域开展新型应用示范。推动智能网联汽车与智能交通示范区建设，发展辅助驾驶系统等车联网相关设备。推进农业物联网区域试验工程，推动信息技术与农业生产经营、市场流通、资源环境保护等相融合。

(七)提升信息技术服务能力。支持大型企业建立基于互联网的“双创”平台，为全社会提供专业化信息服务。发挥好中小企业公共服务平台作用，引导小微企业创新创业示范基地平台化、生态化发展。鼓励信息技术服务企业积极发展位置服务、社交网络等新型支撑服务及智能应用。支持地方联合云计算、大数据骨干企业为当地信息技术服务企业提供咨询、研发、培训等技术支持，推动提升“互联网+”环境下的综合集成服务能力。鼓励利用开源代码开发个性化软件，开展基于区块链、人工智能等新技术的试点应用。

(八)丰富数字创意内容和服务。实施数字内容创新发展工程，加快文化资源的数字化转换及开发利用。构建新型、优质的数字文化服务体系，推动传统媒体与新兴媒体深度融合、创新发展。支持原创网络作品创作，加强知识产权保护，推动优秀作品网络传播。扶持一批重点文艺网站，拓展数字影音、动漫游戏、网络文学等数字文化内容，丰富高清、互动等视频节目，培育形成一批拥有较强实力的数字创新企业。发展交互式网络电视(IPTV)、手机电视、有线电视网宽带服务等融合性业务。支持用市场化方式发展知识分享平台，打造集智创新、灵活就业的服务新业态。

(九)壮大在线教育和健康医疗。建设课程教学与应用服务有机结合的优质在线开放课程和资源库。鼓励学校、企业和其他社会力量面向继续教育开发在线教育资源。推动在线开放教育资源平台建设和移动教育应用软件研发，支持大型开放式网络课程、在线辅导等线上线下融合的学习新模式，培育社会化的在线教育服务市场。加强家庭诊疗、健康监护、分析诊断等智能设备研发，进一步推广网上预约、网络支付、结果查询等在线就医服务，推动在线健康咨询、居家健康服务、个性化健康管理等应用。

(十)扩大电子商务服务领域。鼓励电商、物流、商贸、邮政等社会资源合作构建农村购物网络平台。支持重点行业骨干企业建立在线采购、销售、服务平台，推动建设一批第三方工业电商服务平台。培育基于社交电子商务、移动电子商务及新技术驱动的新一代电子商务平台，建立完善新型平台生态体系。积极稳妥推进跨境电子商务发展。

扩大信息消费覆盖面

(十一)推动信息基础设施提速升级。加大信息基础设施建设投入力度，进一步拓展光纤宽带和第四代移动通信(4G)网络覆盖的深度和广度，促进网间互联互通。积极参与“一带一路”沿线重要国家、节点城市网络建设。加快第五代移动通信(5G)标准研究、技术试验和产业推进，力争2020年启动商用。加快推进物联网基础设施部署。统筹发展工业互联网，开展工业互联网产业推进试点示范。推进实施云计算工程，引导各类企业积极拓展应用云服务。积极研究推动数据中心和内容分发网络优化布局。

(十二)推动信息消费全过程成本下降。重点在通信、物流、信贷、支付、售后服务等关键环节全面提升效率、降低成本。深入挖掘网络降费潜力，加快实现网络资费合理下降，充分释放提速降费的改革红利，支持信息消费发展。建立标准化、信息化的现代物流服务体系，

推进物流业信息消费降本增效。鼓励金融机构开发更多适合信息消费的金融产品和服务，推广小额、快捷、便民的小微支付方式，降低信息消费金融服务成本。

(十三)提高农村地区信息接入能力。深化电信普遍服务试点，助力网络扶贫攻坚、农村信息化等工作，组织实施“百兆乡村”等示范工程，引导社会资本加大投入力度，重点支持中西部省份、贫困地区、革命老区、民族地区等农村及偏远地区宽带建设，到 2020 年实现 98%的行政村通光纤。全面实施信息进村入户工程，开展整省推进示范，力争到 2020 年村级信息服务站覆盖率达到 80%。

(十四)加快信息终端普及和升级。支持企业推广面向低收入人群的经济适用的智能手机、数字电视等信息终端设备，开发面向老年人的健康管理类智能可穿戴设备。推介适合农村及偏远地区的移动应用软件和移动智能终端。构建面向新型农业经营主体的生产和学习交流的平台。推动民族语言软件研发，减少少数民族使用移动智能终端和获取信息服务的障碍。鼓励各地采用多种方式促进信息终端普及。

(十五)提升消费者信息技能。实施消费者信息技能提升工程，选择部分地区开展 100 个以上信息技能培训项目，通过多种方式开展宣传引导活动，面向各类消费主体特别是信息知识相对薄弱的农牧民、老年人等群体，普及信息应用、网络支付、风险甄别等相关知识。组织开展信息类职业技能大赛，鼓励企业、行业协会等社会力量开展信息技能培训。

(十六)增强信息消费体验。组织开展“信息消费城市行”活动。鼓励地方和行业开展信息消费体验周、优秀案例展示等各种体验活动，扩大信息消费影响力。鼓励企业利用互联网平台深化用户在产品的设计、应用场景定制、内容提供等方面的协同参与，提高消费者满意度。支持企业加快线上线下体验中心建设，积极运用虚拟现实、增强现实、交互娱乐等技术丰富消费体验，培养消费者信息消费习惯。

优化信息消费发展环境

(十七)加强和改进监管。坚持包容审慎监管，加强分类指导，深入推进“放管服”改革，继续推进信息消费领域“证照分离”试点，进一步简化优化业务办理流程，推行清单管理制度，放宽新业态新模式市场准入。强化事中事后监管，积极应用大数据、云计算等新技术创新行业服务和管理方式，在信息消费领域推行“双随机、一公开”监管，完善守信联合激励和失信联合惩戒制度。严厉打击电信网络诈骗、制售假冒伪劣商品等违法违规行为，整顿和规范信息消费环境。深化电信体制改革，鼓励民间资本通过多种形式参与信息通信业投融资。

做好自由贸易试验区电信领域开放试点，加大基础电信领域竞争性业务开放力度，适时在全国其他地区复制推广。

(十八)加快信用体系建设。健全用户身份及网站认证服务等信任机制，提升网络支付安全水平。结合全面实施统一社会信用代码制度，构建面向信息消费的企业信用体系，加强信息消费全流程信用管理。规范平台企业市场行为，加大对信息消费领域不正当竞争行为的惩戒力度，推动建立健全企业“黑名单”制度，将相关行政许可、行政处罚等信息纳入全国信用信息共享平台和国家企业信用信息公示系统，并依法依规在“信用中国”网站公示，营造公平诚信的信息消费市场环境。

(十九)加强个人信息和知识产权保护。贯彻落实网络安全法相关规定，加快建立健全个人信息保护法律法规体系和管理制度。严格落实企业加强个人信息保护的责任，全面规范个人信息采集、存储、使用等行为，防范个人信息泄露和滥用，加大对窃取、贩卖个人信息等行为的处罚力度。健全知识产权侵权查处机制，提升网络领域知识产权执法维权水平，加强网络文化知识产权保护。

(二十)提高信息消费安全性。加强网络信息安全相关技术攻关，为构建安全可靠的信息消费环境提供支撑保障。落实网络安全等级保护制度，深入推进互联网管理和网络信息安全保障体系建设，加强移动应用程序和应用商店网络安全管理，规范移动互联网信息传播。完善网络安全标准体系，建设标准验证平台，支持第三方专业机构开展安全评估和认证工作。做好网络购物等领域消费者权益保护工作，依法受理和处理消费者投诉举报，切实降低信息消费风险。

(二十一)加大财税支持力度。深入推进信息消费试点示范城市建设。鼓励各地依法依规采用政府购买服务、政府和社会资本合作(PPP)等方式，加大对信息消费领域技术研发、内容创作、平台建设、技术改造等方面的财政支持，支持新型信息消费示范项目建设。落实企业研发费用加计扣除等税收优惠政策，促进社会资本对信息消费领域的投入。经认定为高新技术企业的互联网企业，依法享受相应的所得税优惠政策。

(二十二)加强统计监测和评价。完善信息消费统计监测制度，进一步明确统计范围，将智能产品、互联网业务、数字内容等纳入信息消费统计。加强中央、地方、行业、重点企业间的协调联动，强化信息消费数据采集、处理、发布和共享。建立健全信息消费评价机制，研究建立并定期发布信息消费发展指数，加强督查检查，指导和推动信息消费持续健康发展。

各地区、各部门要进一步统一思想，充分认识新形势下扩大和升级信息消费对释放内需潜力、促进经济升级、支持民生改善的重要作用，按照本意见要求，根据职责分工，加强组织实施，抓紧制定出台配套政策措施，强化协调联动，形成工作合力。各地方要因地制宜制定具体实施方案，明确任务、落实责任，扎实做好相关工作，确保各项任务措施落实到位。

附：重点任务分工方案

附件

重点任务分工方案

（有关任务目标截至2020年）

序号	工作任务	负责单位
1	推动智能网联汽车与智能交通示范区建设	国家发展改革委、工业和信息化部、交通运输部等
2	推进农业物联网区域试验工程	农业部、工业和信息化部等
3	实施数字内容创新发展工程	文化部、中央网信办、新闻出版广电总局等
4	建设课程教学与应用服务有机结合的优质在线开放课程和资源库	教育部等
5	推广网上预约、网络支付、结果查询等在线就医服务，推动在线健康咨询、居家健康服务、个性化健康管理等应用	国家卫生计生委、人力资源社会保障部等
6	支持重点行业骨干企业建立在线采购、销售、服务平台，推动建设一批第三方工业电商服务平台	工业和信息化部、国家发展改革委等
7	积极稳妥推进跨境电子商务发展	商务部、国家发展改革委等
8	支持大型企业建立基于互联网的“双创”平台	工业和信息化部、国家发展改革委等
9	发挥好中小企业公共服务平台作用，引导小微企业创新创业示范基地平台化、生态化发展	工业和信息化部等
10	推动信息技术服务企业提升“互联网+”环境下的综合集成服务能力。鼓励利用开源代码开发个性化软件，开展基于区块链、人工智能等新技术的试点应用	工业和信息化部、国家发展改革委、科技部等

11	加大信息基础设施建设投入力度，进一步拓展光纤宽带和第四代移动通信（4G）网络覆盖的深度和广度	工业和信息化部、国家发展改革委等
12	加快第五代移动通信（5G）标准研究、技术试验和产业推进，力争2020年启动商用	工业和信息化部、国家发展改革委、科技部等
13	加快推进物联网基础设施部署	工业和信息化部、国家发展改革委等
14	统筹发展工业互联网，开展工业互联网产业推进试点示范	工业和信息化部、国家发展改革委等
15	推进实施云计算工程，引导各类企业积极拓展应用云服务	国家发展改革委、工业和信息化部等
16	深化电信普遍服务试点，组织实施“百兆乡村”等示范工程	工业和信息化部、财政部、国家发展改革委等
17	全面实施信息进村入户工程	农业部、工业和信息化部等
18	支持企业推广面向低收入人群的经济适用的智能手机、数字电视等信息终端设备，开发面向老年人的健康管理类智能可穿戴设备	工业和信息化部等
19	推介适合农村及偏远地区的移动应用程序和移动智能终端。构建面向新型农业经营主体的生产和学习交流的平台	农业部、工业和信息化部等
20	鼓励各地采用多种方式促进信息终端普及	地方各级政府
21	实施消费者信息技能提升工程，选择部分地区开展100个以上信息技能培训项目	工业和信息化部、国家发展改革委、人力资源社会保障部、教育部、农业部等
22	组织开展信息类职业技能大赛，鼓励企业、行业协会等社会力量开展信息技能培训	人力资源社会保障部、教育部、工业和信息化部等
23	深入推进信息消费试点示范城市建设。组织开展“信息消费城市行”活动，鼓励地方和行业开展信息消费体验周、优秀案例示范等各种体验活动，扩大信息消	工业和信息化部等，有关地方政府

24	深入挖掘网络降费潜力，加快实现网络资费合理下降	工业和信息化部等
25	建立标准化、信息化的现代物流服务体系，推进物流业信息消费降本增效	国家发展改革委、交通运输部、商务部、工业和信息化部等
26	鼓励金融机构开发更多适合信息消费的金融产品和服务，推广小额、快捷、便民的小微支付方式，降低信息消费金融服务成本	人民银行、银监会、保监会等
27	坚持包容审慎监管，加强分类指导	工业和信息化部等
28	深入推进“放管服”改革，继续推进信息消费领域“证照分离”试点	国务院审改办、工商总局等
29	深化电信体制改革，鼓励民间资本通过多种形式参与信息通信业投融资	国家发展改革委、工业和信息化部等
30	做好自由贸易试验区电信领域开放试点，加大基础电信领域竞争性业务开放力度，适时在全国其他地区复制推广	工业和信息化部、商务部、国家发展改革委等
31	健全用户身份及网站认证服务等信任机制	工业和信息化部、国家发展改革委、人民银行、中央网信办等
32	加大对信息消费领域不正当竞争行为的惩戒力度，推动建立健全企业“黑名单”制度	工业和信息化部、工商总局、商务部、质检总局等
33	加强个人信息保护，全面规范个人信息采集、存储、使用等行为，防范个人信息泄露和滥用，加大对窃取、贩卖个人信息等行为的处罚力度	中央网信办、工业和信息化部、公安部等
34	提升网络领域知识产权执法维权水平，加强网络文化知识产权保护	国家知识产权局、文化部、新闻出版广电总局、中央网信办等
35	严厉打击电信网络诈骗、制售假冒伪劣商品等违法违规行	公安部、工业和信息化部、中央网信办、人民银行、工商总局、质检总局等

36	落实网络安全等级保护制度，深入推进互联网管理和网络信息安全保障体系建设，加强移动应用程序和应用商店网络安全管理，规范移动互联网信息传播	中央网信办、工业和信息化部、公安部等
37	完善网络安全标准体系，建设标准验证平台，支持第三方专业机构开展安全评估和认证工作	中央网信办、工业和信息化部、公安部、新闻出版广电总局、质检总局等
38	做好网络购物等领域消费者权益保护工作，依法受理和处理消费者投诉举报	工商总局等
39	鼓励各地依法依规采用政府购买服务、政府和社会资本合作（PPP）等方式，加大对信息消费领域技术研发、内容创作、平台建设、技术改造等方面的财政支持，支持新型信息消费示范项目建设	财政部等，有关地方政府
40	落实企业研发费用加计扣除等税收优惠政策，经认定为高新技术企业的互联网企业依法享受相应的所得税优惠政策	科技部、财政部、税务总局等
41	完善信息消费统计监测制度	工业和信息化部、国家统计局等
42	建立健全信息消费评价机制，研究建立并定期发布信息消费发展指数	工业和信息化部、国家统计局等

广电总局要求规范新媒体采编

8月29日，国家新闻出版广电总局发布公告，要求规范规范报刊单位及其所办新媒体采编管理。目前，一些报刊出版单位疏于管理，特别是所办的网站、微博、微信、客户端等新媒体，违背有关转载网络信息的管理规定，采编不规范，审核不严谨，把关不严格，责任不落实，屡屡出现虚假新闻、“标题党”和“三俗”等问题，扰乱新闻传播秩序，损害新闻媒体权威性和公信力。为切实维护健康的新闻传播秩序，维护人民群众利益，现就加强报刊单位及其所办新媒体采编管理工作通知如下：

一、坚持正确舆论导向。各报刊出版单位要落实导向管理全覆盖要求，坚持传统媒体与新媒体一个标准，把坚持正确舆论导向贯彻落实到新闻采编的各个岗位和各个环节，特别是要贯彻落实到所办的网站、微博、微信、客户端等新媒体领域；要弘扬主旋律，传播正能量，创新方法手段，有效引导社会舆论，自觉抵制各类有害和虚假信息的传播。

二、统一管理要求。进一步完善新闻采编管理制度，用“一个标准、一把尺子、一条底线”统一严格管理所办报刊、网站、微博、微信、客户端等各类媒体及其采编人员；要严格执行“三审三校”、新闻采编与经营两分开等制度，进一步规范采、编、发工作流程，坚持实地采访、现场采访、直接采访，建立新闻消息来源核实核准机制，多方核实新闻事实，确保新闻报道真实、全面、客观、公正。

三、严格审核内容。进一步完善内容审核把关制度，明确审核把关重点和环节，加强对所办报刊、网站、微博、微信、客户端等各类媒体刊发内容的审核把关。刊发新闻报道必须履行采访核实和审核签发程序，确保新闻报道准确客观、导向正确后方可刊发，不得刊发未经核实的新闻报道，不得直接使用、刊发未经核实的网络信息，不得直接转载没有新闻发布资质的网站、微博、微信、客户端等发布的新闻信息，不得刊发淫秽、赌博、暴力以及其他危害社会公德和违背国家法律法规规定的文字、语音、图片和视频；转载其他新闻单位的新闻报道，不得对原稿进行实质性修改，不得歪曲篡改标题和稿件原意，并应当注明原稿作者及出处。要建立健全社会自由来稿审核制度，不得直接使用未经核实的社会自由来稿，涉及重大选题备案的，要依法依规履行报备程序。

四、规范新闻标题制作。制作新闻标题应遵循国家通用语言文字使用的基本规范，遵守文题相符的基本要求，审慎使用网络语言，不得使用不合逻辑、不合规范的网络语言，不得使用“网曝”“网传”等不确定性词汇，确保新闻标题客观、准确地表达新闻事实，传达正确的立场、观点、态度，严防扭曲事实、虚假夸大、无中生有、迎合低级趣味的各类“标题党”行为。

五、加强网络活动管理。报刊出版单位要进一步贯彻落实《新闻从业人员职务行为信息管理办法》《关于加强新闻采编人员网络活动管理的通知》等有关规定，设立网站、微博、微信、客户端等新媒体，按规定向主管单位报备，并建立健全内部管理制度，加强监督管理，严禁将网站及网站频道的新闻采编业务对外承包、出租或转让。新闻从业人员以职务身份开设微博、微信、客户端等，或在其他媒体上发布职务行为信息的，须事先经本单位同意。

六、完善问责机制。进一步贯彻落实意识形态工作责任制，明确责任主体，落实采、编、发各环节管理责任，建立健全责任追究制度。对违法违规刊发新闻报道的，要依法依规严肃追究撰稿记者、责任编辑、部门主任、值班总编等相关人员的责任。

三部门关于开展智慧健康养老应用试点示范的通知

8 月 4 日消息，为贯彻落实《智慧健康养老产业发展行动计划（2017-2020 年）》（工信部联电子〔2017〕25 号），推动智慧健康养老产业发展和应用推广，工业和信息化部、民政部、国家卫生计生委将组织开展智慧健康养老应用试点示范工作。有关事项通知如下：

一、智慧健康养老应用试点示范内容

一是支持建设一批示范企业，包括能够提供成熟的智慧健康养老产品、服务、系统平台或整体解决方案的企业。

二是支持建设一批示范街道（乡镇），包括应用多类智慧健康养老产品，为辖区内居民提供智慧健康养老服务的街道或乡镇。

三是支持建设一批示范基地，包括推广智慧健康养老产品和服务、形成产业集聚效应和示范带动作用的地级或县级行政区。

二、申报条件

（一）示范企业

示范企业申报主体为智慧健康养老领域的产品制造企业、软件企业、服务企业、系统集成企业等，应具备以下基本条件：

1. 应为中国大陆境内注册的独立法人，注册时间不少于 2 年；
2. 产品生产企业 2016 年度智慧健康养老相关业务收入不低于 1000 万元，服务提供企业 2016 年度智慧健康养老相关业务收入不低于 800 万元；
3. 具有较强的技术研发能力或创新服务能力；
4. 具有成熟的市场化应用的产品、服务或系统，制定了产品企业标准；
5. 具有清晰的商业推广模式和盈利模式。

（二）示范街道（乡镇）

示范街道（乡镇）以街道或乡镇为申报主体，可联合提供产品和服务的企业或机构共同申报，应具备以下基本条件：

1. 已投入不少于 1000 万元的资金，建设形成具有特色服务内容、贴近地区发展实际的智慧健康养老服务体系；

2. 采用不少于 5 类智慧健康养老产品和 5 类智慧健康养老服务，为不少于 10000 人提供智慧健康养老服务；

3. 具备灵活的服务扩展能力，可为辖区内所有居民提供服务接入；

4. 具备长期运营能力，有持续运营和盈利的创新模式，具有不断完善服务能力和丰富服务内容的发展规划，研制了服务标准。

（三）示范基地

示范基地的申报主体为地级或县级行政区，应具备以下基本条件：

1. 具备较好的智慧健康养老应用示范条件和产业基础；

2. 具备相关政策配套和资金支持；

3. 集聚了一批从事智慧健康养老产品制造和应用服务的骨干企业，并在本区域内开展了应用示范；

4. 智慧健康养老产品和服务已经在整个区域内得到规模化应用，已建设或同时申报了至少 3 个智慧健康养老示范街道(乡镇)，研制了智慧健康养老服务的基地标准或地方标准。

三、组织实施

（一）申请企业、街道（乡镇）和基地分别填写智慧健康养老应用试点示范申报书，向所在省级工业和信息化主管部门提交申报材料。

（二）省级工业和信息化主管部门会同民政、卫计主管部门进行实地考察和专家评审，根据评审结果推荐满足评选条件的企业、街道（乡镇）和基地，出具三部门盖章的推荐意见函，连同申报材料于 9 月 30 日前以 EMS 邮寄或机要交换方式报送工业和信息化部（电子信息司）。报送材料包括纸质版一式两份和电子版光盘。

（三）原则上各省、自治区、直辖市推荐的示范企业不超过 3 家，示范街道（乡镇）不超过 10 个，示范基地不超过 3 个；计划单列市、新疆生产建设兵团推荐的示范企业不超过 2 家，示范街道（乡镇）不超过 5 个，示范基地不超过 1 个。

（四）工业和信息化部会同民政部、国家卫生计生委召开试点示范申报评审会，对申报的企业、街道（乡镇）和基地进行评选。

（五）评选结果在工业和信息化部、民政部、国家卫生计生委官方网站以及相关媒体上对社会公示，公示时间不少于10个工作日。对公示无异议的企业、街道（乡镇）和基地，工业和信息化部、民政部、国家卫生计生委正式发布智慧健康养老应用试点示范名单并授牌。

四、管理和激励措施

（一）示范企业、街道（乡镇）、基地应落实《智慧健康养老产业发展行动计划（2017-2020年）》，努力树立行业标杆，切实发挥示范带动作用。

（二）工业和信息化部联合民政部、国家卫生计生委适时组织对示范企业、街道（乡镇）和基地开展考核，根据考核结果对应用试点示范名单进行动态调整。

（三）鼓励各级政府部门和社会各界加大对应用试点示范工作的支持力度，从政策、资金、资源配套等多方面扶持示范企业做大做强，支持示范街道（乡镇）建设，加快示范基地产业集聚和应用试点。

（四）加大对示范企业、示范街道（乡镇）和示范基地的宣传推介力度，利用相关部门官网、电视报纸网络等新闻媒体，以及召开发布会、行业论坛等形式，扩大试点示范工作及其标准的影响力。

2017年度第七、八批重点作品版权保护预警名单

按照《国家版权局办公厅关于进一步加强互联网传播作品版权监管工作的意见》及国家版权局版权重点监管工作计划，根据电影相关权利人上报的作品授权情况，现公布2017年度第七批重点作品版权保护预警名单。

相关网络服务商应对版权保护预警名单内的重点作品采取以下保护措施：直接提供内容的网络服务商在影片上映期内不得提供版权保护预警名单内的作品；用户上传内容的网络服务商应禁止用户上传版权保护预警名单内的作品；提供搜索链接的网络服务商、电子商务平台及应用程序商店应加快处理预警名单内作品权利人关于删除侵权内容或断开侵权链接的通知。

2017年第七批重点作品版权保护预警名单

（院线电影）

序号	影片名称	相关权利人	上映期
1	建军大业	中国电影股份有限公司	2017.7.27- 2017.8.27
2	战狼2	北京登峰国际文化传播	2017.7.27- 2017.8.27
3	大耳朵图图之美食 狂想曲	上海民新影视娱乐	2017.7.28- 2017.8.28
4	三生三世十里桃花	霍尔果斯青春光线影业	2017.8.3- 2017.9.30
5	侠盗联盟	引力影视	2017.8.11- 2017.9.11
6	杀破狼·贪狼	博纳影业	2017.8.17- 2017.9.16

2017年第八批重点作品版权保护预警名单

（影视作品）

序号	名称	作品类型	有关权利人	获得信息网络传播权的网络服务商
1	拆弹专家	电影	寰宇娱乐	腾讯视频（2017.4.28-2027.4.27） 暴风影音（2017.6.23-2020.6.22）
2	喜欢你	电影	喀什嘉映文化传媒	爱奇艺（2017.6.1-2027.5.31） 优酷网（2017.6.1-2027.5.31） 腾讯视频（2017.6.1-2027.5.31） 土豆网（2017.6.1-2027.5.31）
3	29+1	电影	北京新益影视文化传播	爱奇艺（2017.7.10-2032.7.9） 优酷网（2017.7.5-2032.7.4） 腾讯视频（2017.7.5-2032.7.4） 土豆网（2017.7.5-2032.7.4）

				暴风影音（2017.7.5-2020.7.4）
4	摔跤吧！爸爸	电影	印度UTV影片公司、印度阿米尔·汗影片公司	腾讯视频(2017.7.5-2022.7.4) 爱奇艺(2017.7.5-2020.7.4) 优酷网(2017.7.5-2020.7.4) 百视通(2017.7.5-2020.7.4) 风行网(2017.7.5-2020.7.4) 暴风影音(2017.7.5-2020.7.4) 未来电视(2017.7.5-2020.7.4) 芒果TV(2017.7.5-2020.7.4)
5	六人晚餐	电影	东阳宏岳金骝影视文化传媒	爱奇艺(2017.4.22-2067.4.21)
6	天才捕手	电影	英国天才电影制作公司	腾讯视频(2017.3.10-2024.2.2)
7	春风十里不如你	电视剧	北京东海麒麟文化传播	优酷网(2017.7.21-2027.7.20)
8	秦时丽人明月心	电视剧	喀什华录百纳影视	优酷网(2017.8.14-2027.8.13)
9	繁星四月	电视剧	幸福蓝海传媒	腾讯视频（2017.4.18-2025.4.17） 乐视网(2017.4.18-2020.4.17) PPTV聚力（2017.4.18-2020.4.17）

2017 年 7 月份芒果 TV 运营报告

7 月份，芒果 TV 运营商电视业务覆盖用户达到 4790 万户，湖南 IPTV 平台户均时长 5.62 小时，户均时长和户均次数较上月均有上涨，直播、点播、回看功能总收视指数 10.62 亿，环比上涨 16.1%。

暑期是各 IPTV 平台重点运营阶段，湖南 IPTV 各频道今年暑假利用时下热点，以及各自头部资源做了针对性的运营策划，根据《夏至未至》定制的专题《夏至未至 毕业季之青春不散场》、根据院线热映电影策划的《魔妖降世 看孙悟空七十二变》等，都使暑期平台活跃度水涨船高，点播频道总收视指数 39219 万，环比上涨 15.5%，电影频道静态专题收视更是环比上涨 105%。

作为暑期运营的“重头戏”，湖南 IPTV7 月份少儿频道点播以 21124 万收视指数，雄踞点播频道收视榜首。今年暑期少儿节目主打“边学边玩，动画趣玩季”的主题，将经典系列动画整合，例如海底小纵队系列、乐高系列、以及迪士尼系列，旨在为用户提供最全最优的节目体验，另外，联合金鹰卡通的水上竞技节目，实现用户线上线下的深度互动。此外，针对湖南 IPTV 会员用户，倾力挑选出《太空骑侠罗杰》《京剧猫之信念的冒险》等四部优质动画片，实行会员抢先看十集或者全集的策略，力求为不同用户提供更细致的服务体验。

以下为报告全文：

业务发展导视

用户发展

全国运营商项目拓展情况：

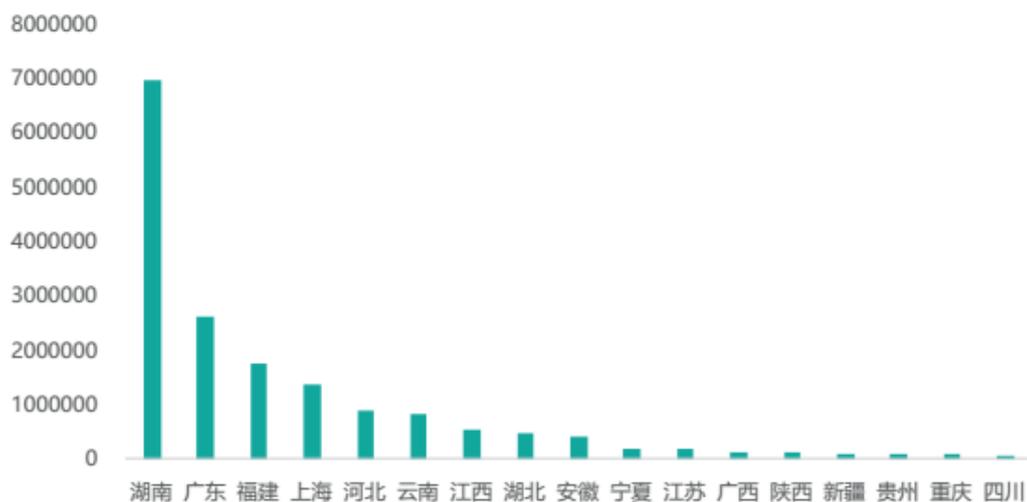
截止至 7 月 31 日，运营商网络中心已与全国 146 个运营商渠道项目建立了合作与联系，其中上线项目达 66 个，正拓展项目 79 个；芒果 TV 运营商渠道业务已落地至全国 25 个省级行政区域；本月新上线项目：北京联通。

已上线项目 66个 7月新上线项目 1个 拓展中项目 79个



全国运营商项目用户数统计：

截至 7 月底，芒果 TV 运营商电视业务覆盖用户 4790 万户。



业务发展导视

本月热点



《快乐男声》全国赛持续进行

7月《快乐男声》全国赛如火如荼地进行，湖南IPTV每周五晚八点精彩开唱，当前已播至第八期，为湖南IPTV用户提供精彩纷呈的音乐体验。



芒果综艺《我是未来》开播

7月30日起每周日晚20:30，全国首档原创顶尖科技秀《我是未来》在中国IPTV湖南卫视频道全国直播。请带上你的好奇，与我们一起，迈向未来！



《第三届广场舞大赛》海选火热进行

7月湖南IPTV《第三届广场舞大赛》海选火热进行中；目前已完成7周海选投票，共2677支队伍参赛；湖南IPTV通过点播功能即可观看广场舞精彩内容。



芒果综艺《中餐厅》震撼开播

7月22日起每周六晚22:00，湖南卫视明星经营体验综艺《中餐厅》全国首播，十年好友是默契依旧，还是同窗“反目”，锁定芒果TV专区，给你答案。



《爸爸去哪儿第五季》萌娃招募

7月《爸爸去哪儿第五季》开始筹备萌娃招募，第五季的模式跟第四季的模式相同，三队亲生父亲+三队实习老爸；年龄2-10周岁，有表现欲的萌宝，即可报名。



电视剧《浪花一朵朵》全国首播

7月30日，青春暖萌励志剧《浪花一朵朵》在湖南卫视青春进行时剧场播出，谭松韵、熊梓淇领衔主演，芒果TV专区全国首播。正青春，不言败！

湖南 IPTV 运营数据一览

功能使用

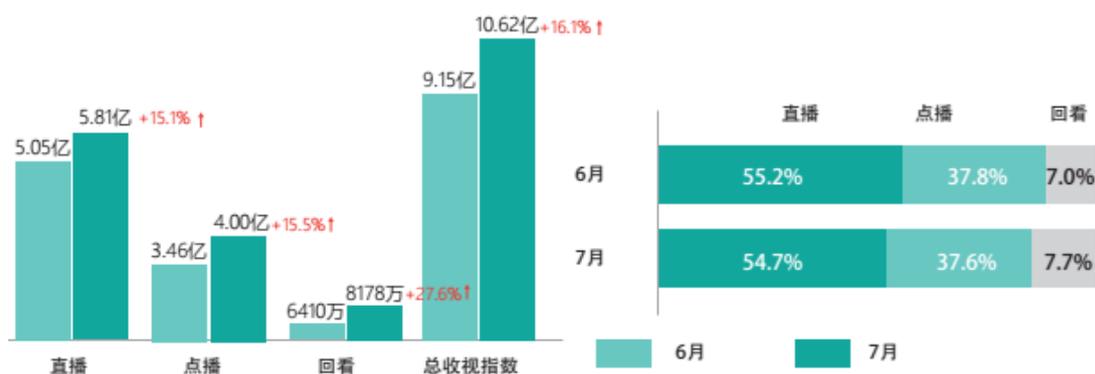
用户活跃情况：

7 月湖南 IPTV 用户活跃度达 66.7%，平台户均时长和户均次数较上月均有上涨，户均时长 5.62 小时，环比上涨 9.13%，户均次数 16.00，环比上涨 13.15%。



功能收视指数与收视指数占比：

功能总收视指数 10.62 亿，本月各功能收视指数均有上涨，回看功能收视指数环比上涨 27.6%。



湖南 IPTV 运营数据一览 - 频道收视 - 直播

各级直播频道收视：

本月省内频道和外省卫视收视份额均有上涨，较上月分别增加 0.79%和 0.45%；相反，央视频道直播收视份额较上月减少 1.24%。



各级直播频道收视排名 TOP5:

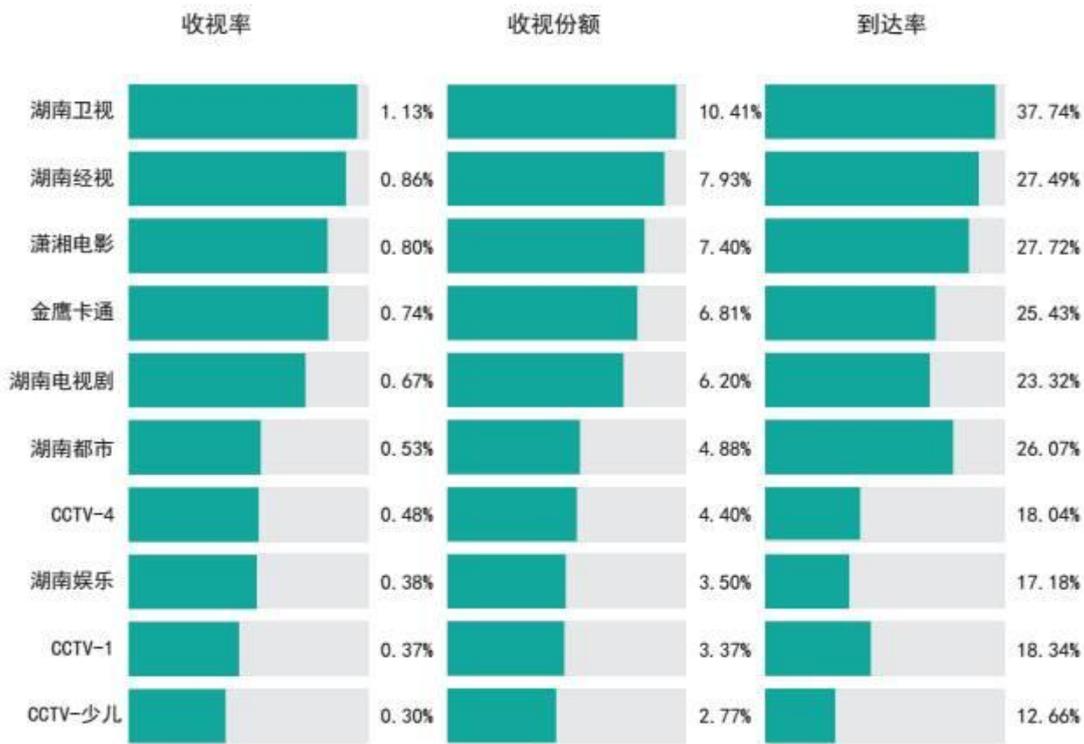
省内频道湖南卫视稳居榜首，湖南经视收视排名前进1名居第二；暑期央视频道和外省卫视的少儿节目相关频道直播收视排名上涨显著，其中 CCTV-少儿新入央视频道榜单居第三，优漫卡通新入外省卫视榜单排名第四；北京卫视《我的前半生》的播出带来收视高涨，新入榜单居第三。



湖南 IPTV 运营数据一览 - 频道收视-直播

直播频道收视排名 TOP10:

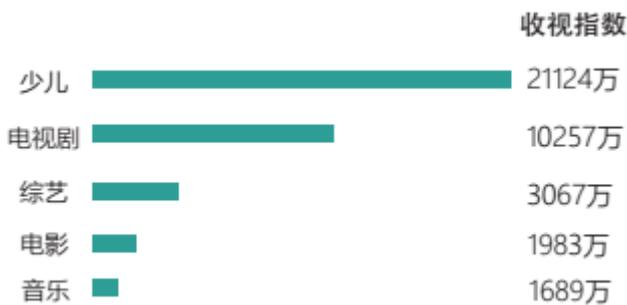
本月 CCTV-少儿和湖南卫视收视份额上涨显著，湖南卫视份额较上月增加 1.49%，环比上涨 16.7%；CCTV-少儿份额较上月增加 0.65%，环比上涨 30.9%，收视排名前进 6 名居第十。



湖南 IPTV 运营数据一览 - 频道收视-点播

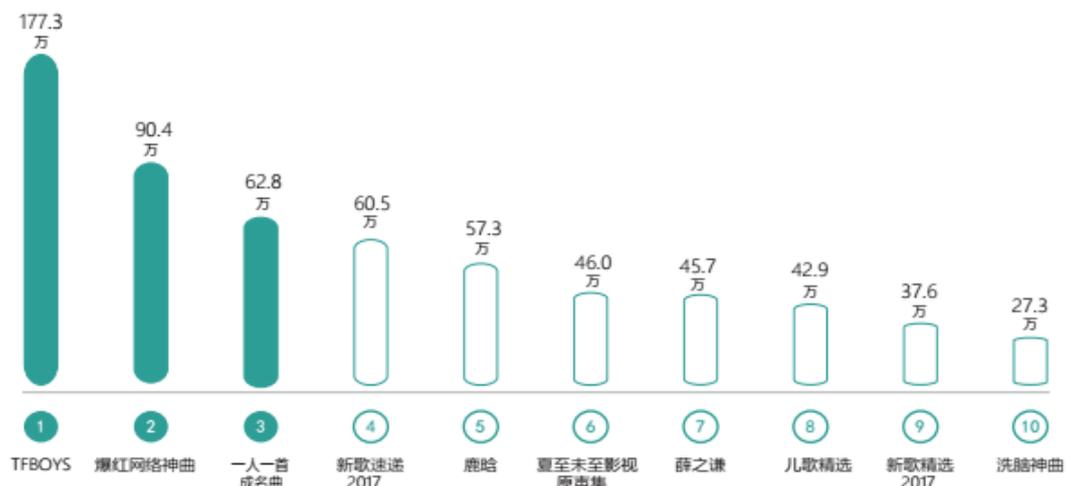
点播频道本月收视指数：

本月点播频道总收视指数 39219 万，环比上涨 15.5%，；广场舞、电影、少儿等频道收视指数均有上涨，其中广场舞频道收视指数环比上涨最高为 61.9%。



音乐频道收视与节目收视 TOP10:

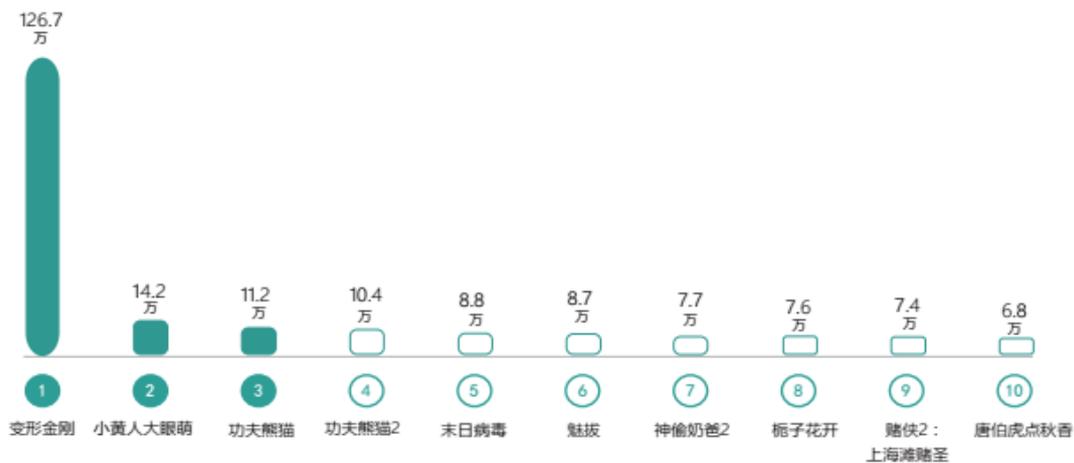
“TFBOYS” 相关音乐曲目最受音乐频道用户喜爱，收视指数达 177.3 万；《新歌速递》、《夏至未至影视原声集》和《洗脑神曲》新入榜单。



湖南 IPTV 运营数据一览-频道收视 -点播

电影频道收视与节目收视 TOP10:

美国影片《变形金刚》以 126.7 万的收视指数稳居榜首;动画类电影收视颇佳，占据排行榜四席，其中《小黄人大眼萌》收视指数 14.2 万居第二。



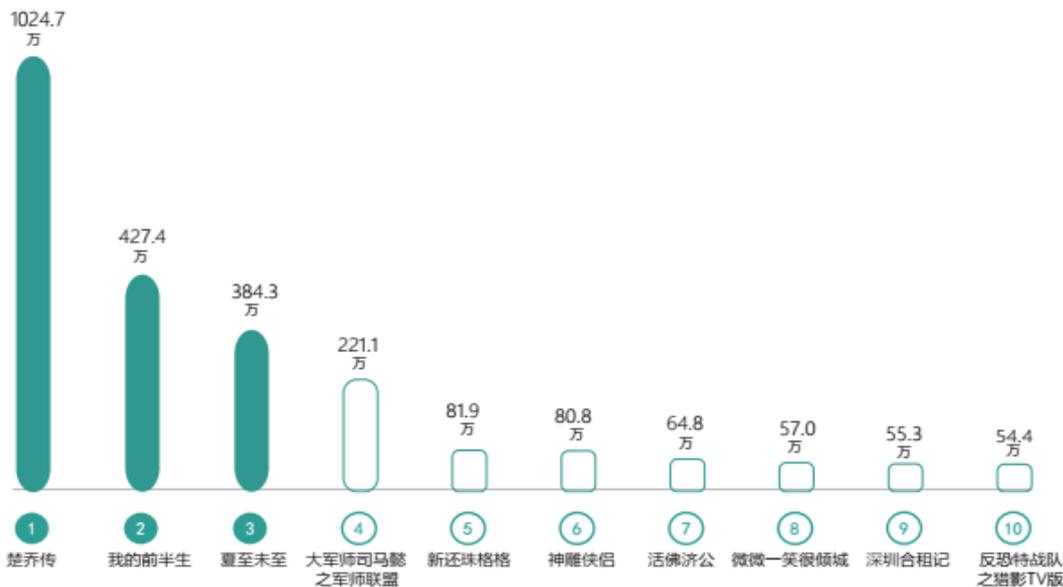
电影频道静态专题收视:



湖南 IPTV 运营数据一览-频道收视-点播

电视剧频道收视与节目收视 TOP10:

湖南卫视同步热播剧《楚乔传》以 1024.7 万的收视指数雄踞榜首;《我的前半生》收视亦不菲, 紧随其后居第二, 收视指数达 427.4 万。



电视剧频道静态专题收视:

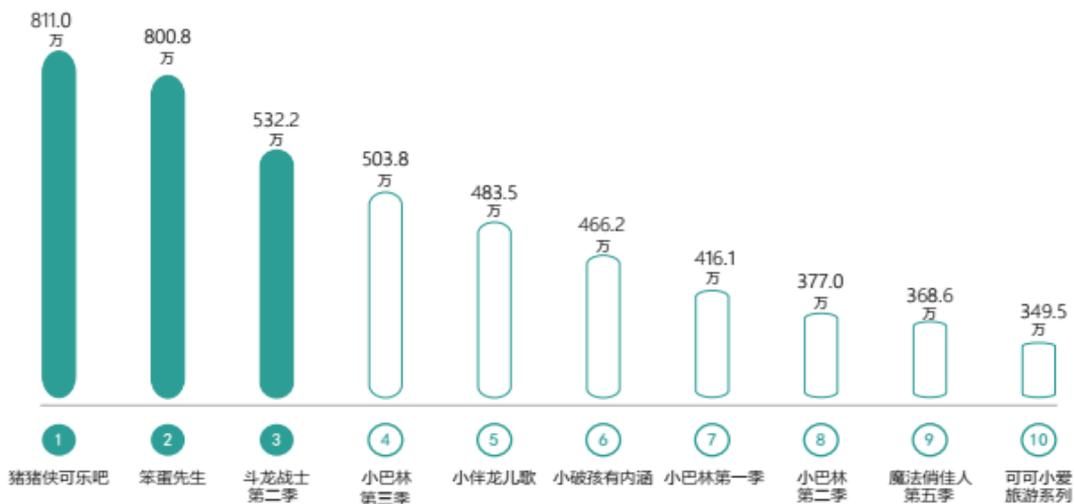
7月电视剧频道共上线8个静态专题, 专题总收视指数为195.6万, 环比上涨6.32%, 平均每个专题收视指数达24.5万/个; 其中《我们的少年时代》相关专题“超燃暑期!时代少年TFboys 追梦青春”的收视指数达71.3万, 收视最优。



湖南 IPTV 运营数据一览-频道收视-点播

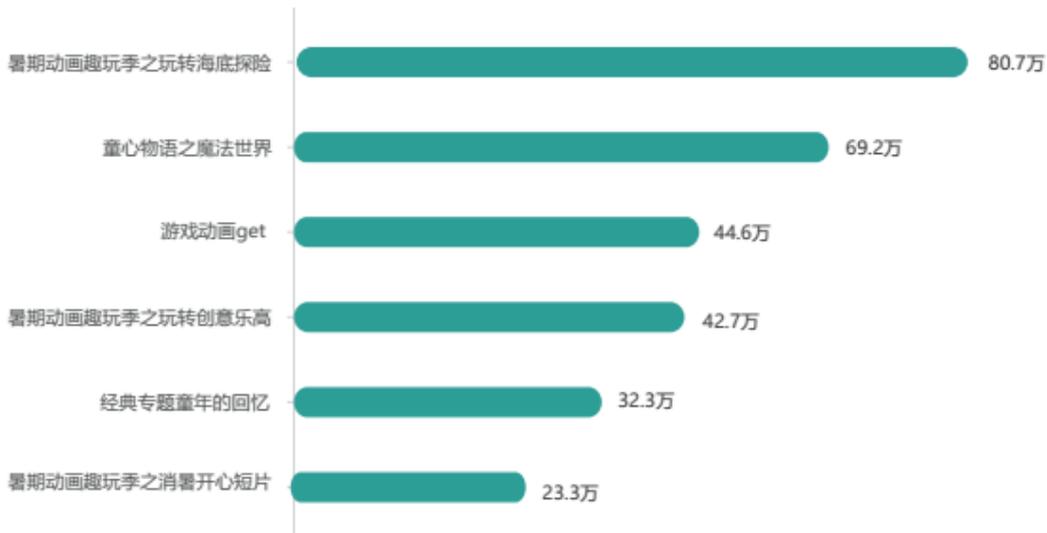
少儿频道收视与节目收视 TOP10:

《猪猪侠可乐吧》以 811.0 万收视指数居榜首；“小巴林”系列备受欢迎，共三部上榜，分居第四、七、八位；《笨蛋先生》新入榜单占据第二位。



少儿频道静态专题收视:

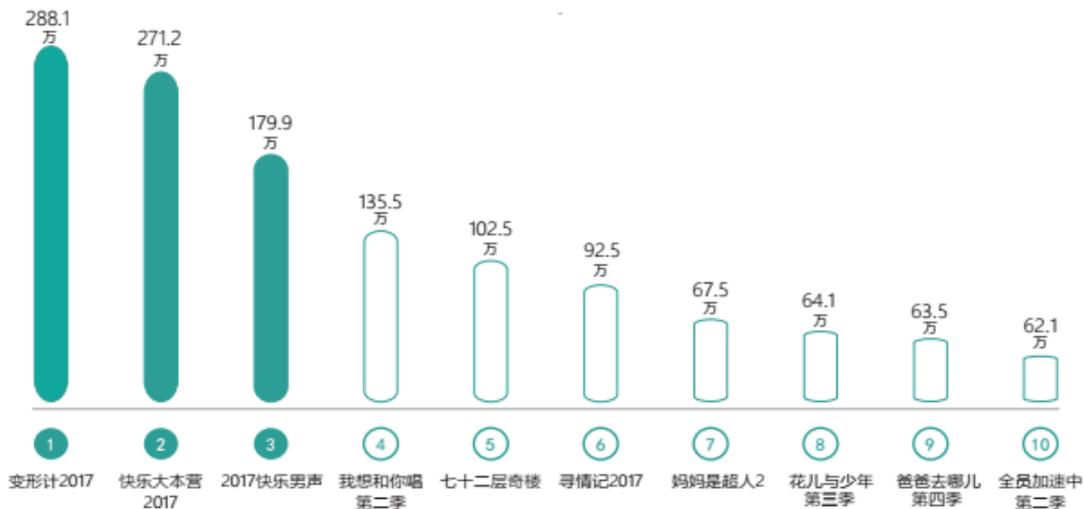
7 月少儿频道共上线 6 个静态专题，专题总收视指数为 291，. 环 5 比上涨 74. 3%，平均每个专题收视指数达 48. 8 万/个；其中“暑期动画趣玩季之玩转海底探险”专题收视指数最高，达 80. 7 万。



湖南 IPTV 运营数据一览-频道收视-点播

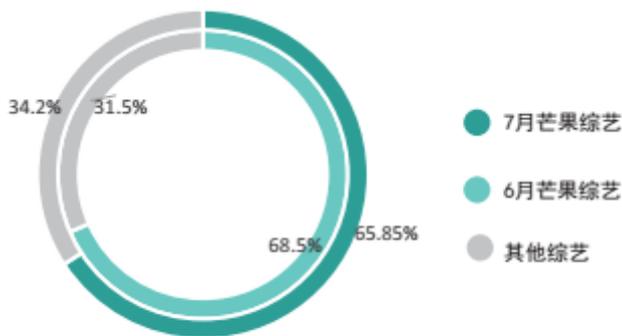
综艺频道收视与节目收视 TOP10:

本月芒果综艺占据排行榜九席，包含 4 部芒果网络综艺和 5 部卫视综艺;其中网络综艺《变形计 2017》收视最佳，收视指数高达 288.1 万。



芒果综艺占比分析:

本月芒果综艺收视指数占比 65.9%，环比下降 3.9%;芒果综艺中湖南卫视综艺收视指数占比 70.7%，环比上涨 10.7%，芒果网络综艺收视指数占比 29.3%，收视较好的芒果综艺有《变形计 2017》、《快乐大本营 2017》、《2017 快乐男声》等。



收视指数占比

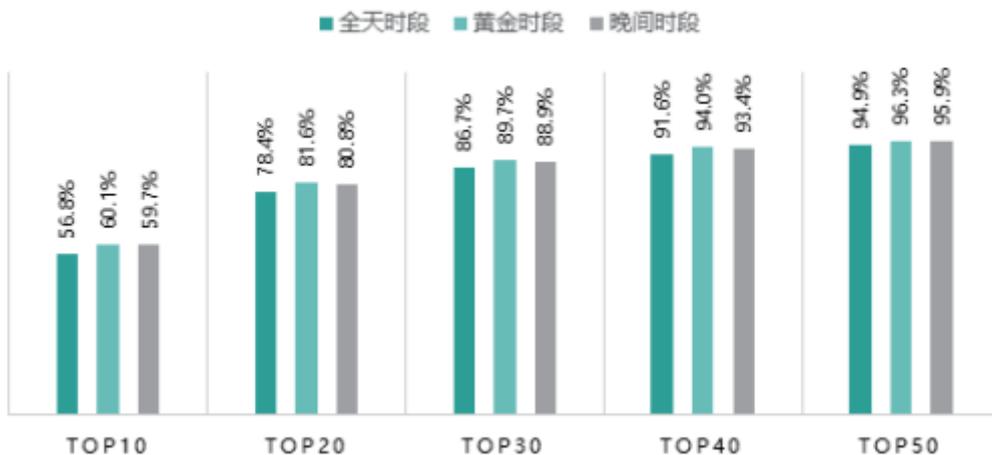
湖南 IPTV 运营数据一览-案例分析

湖南 IPTV 直播收视特点分析(7.21-7.27)

直播频道收视排名份额占比：

7月21日至27日直播频道收视以湖南卫视、湖南经视和潇湘电影最具竞争优势，排名前三；全天时段湖南卫视直播收视居榜首，黄金时段湖南经视直播收视最优；全天时段直播频道份额排名TOP10占比56.8%，TOP50占比达94.9%，黄金时段竞争优势频道更具吸引力，份额占比更高。

直播频道收视排名份额占比



直播节目收视排名：

7月21日至27日湖南卫视节目直播收视更具市场竞争力，占据排行榜前三，直播节目收视份额排名TOP20湖南卫视节目占据九席，其中《楚乔传》勇夺收视冠军；湖南经视抗战剧节目亦很受用户欢迎，《杀狼》与《火线姐妹》分居第六与第九名；金鹰卡通亦占据排行榜五席，其中每周六的《小D假日剧场》排名第十一。

排名	直播频道	直播节目	收视率(%)	收视份额(%)	到达率(%)
1	湖南卫视	楚乔传	1.08	16.03	20.81
2	湖南卫视	转播中央台新闻联播	1.44	11.93	17.07
3	湖南卫视	湖南新闻联播	1.35	11.53	17.57
4	潇湘电影	尖峰之烈焰青春28	1.17	11.52	14.41
5	湖南卫视	我们的少年时代	1.36	11.35	22.79
6	湖南经视	杀狼	1.29	11.27	19.90
7	潇湘电影	潇湘影视学院	0.81	11.13	18.19
8	湖南卫视	中餐厅	0.72	11.02	18.30
9	湖南经视	火线姐妹	1.16	10.54	19.98
10	湖南卫视	快乐大本营	1.20	9.77	21.58
11	金鹰卡通	小D假日剧场	1.04	9.36	21.19
12	湖南卫视	七十二层奇楼	1.15	9.23	22.04
13	湖南经视	钟山说法	0.55	9.14	12.77
14	湖南电视剧	金剧场	0.94	9.09	17.91
15	湖南卫视	中华文明之美	1.09	9.06	15.95
16	金鹰卡通	麦咭独播剧场	1.02	8.97	16.64
17	金鹰卡通	午间泡泡堂	1.03	8.95	16.78
18	金鹰卡通	动画连连看	0.98	8.95	21.03
19	金鹰卡通	飞行幼乐园	0.98	8.87	11.52
20	湖南卫视	天天向上	0.60	8.79	17.65

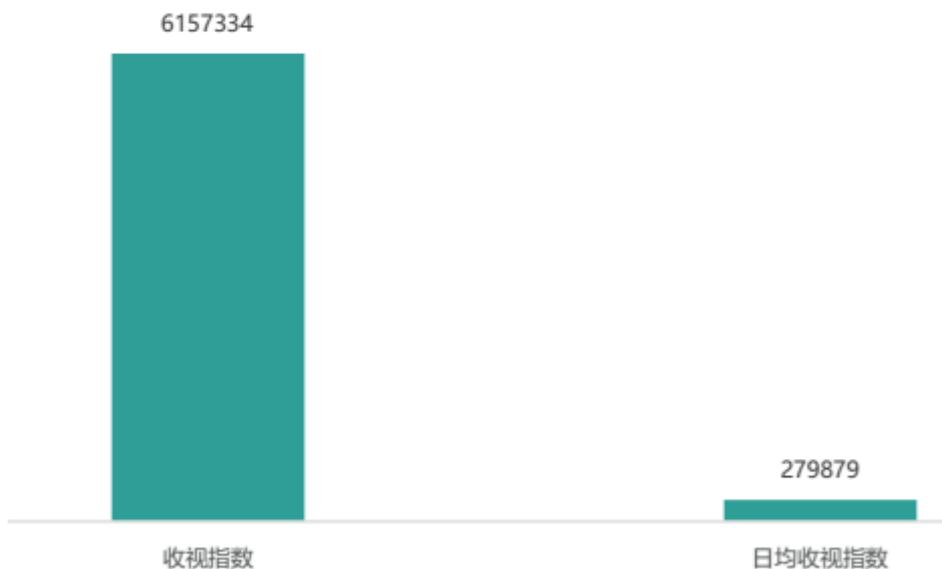
湖南 IPTV 运营数据一览-案例分析

《我们的少年时代》收视分析

收视指数统计：

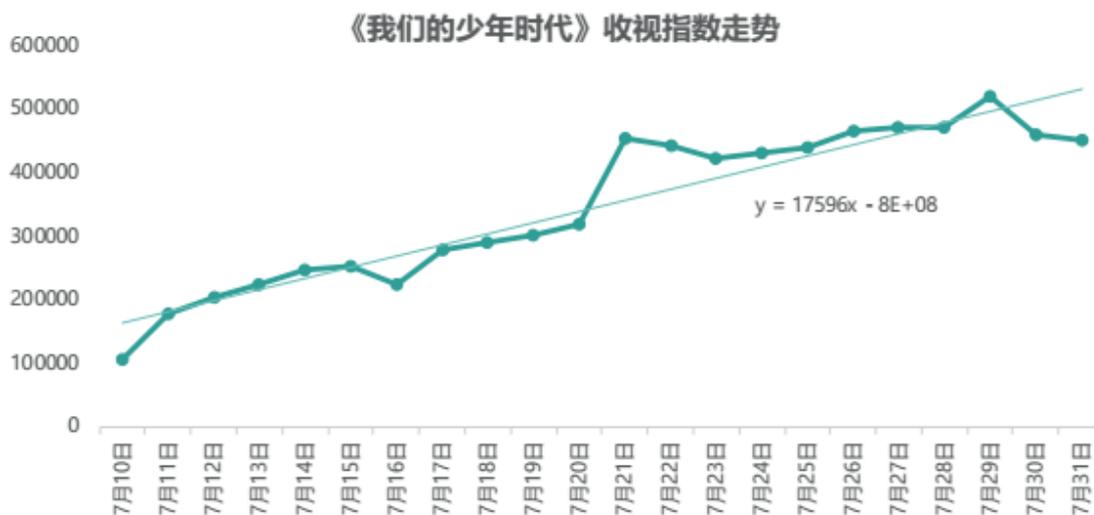
《我们的少年时代》于2017年7月9日在湖南卫视“金鹰独播剧场”播出，节目播出以来较受电视剧频道用户喜爱，总收视指数615.7万，日均收视指数28.0万/天，节目播出期间对电视剧频道的贡献度为9.7%。

《我们的少年时代》收视指数统计



收视指数日走势：

《我们的少年时代》收视指数日走势整体呈递增趋势，7月29日日收视指数达峰值为52.0万。



免责声明：本报告的各项内容和数据仅用于研究和参考，任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用导致的任何结果，本公司不承担任何法律责任，请任何第三方在接受该免责声明的前提下，在法律允许和经过授权的情况下，合理使用本报告。

电子版报告见附带发送文档！

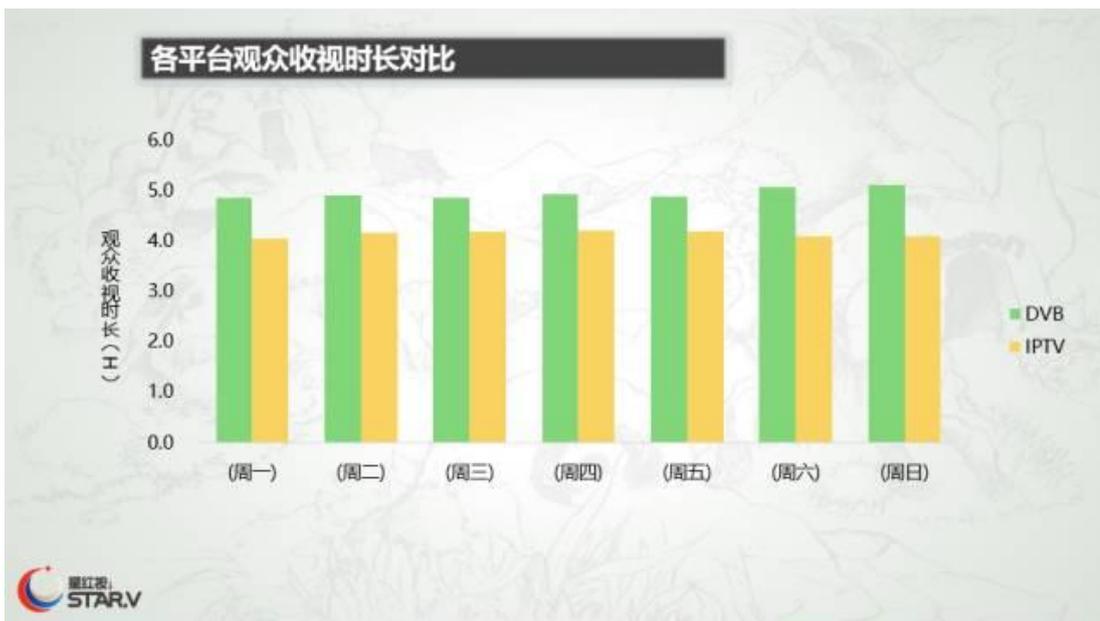
每月报告精选（附文档）

7 月电视报告：DVB 收视强于 IPTV

星红统计数据显示，7 月份全天时段的对比中，依旧是 DVB 收视较为良好，平均每天超一半以上的观众打开电视收看节目，收视率达 11.47%。

整体收视情况一览

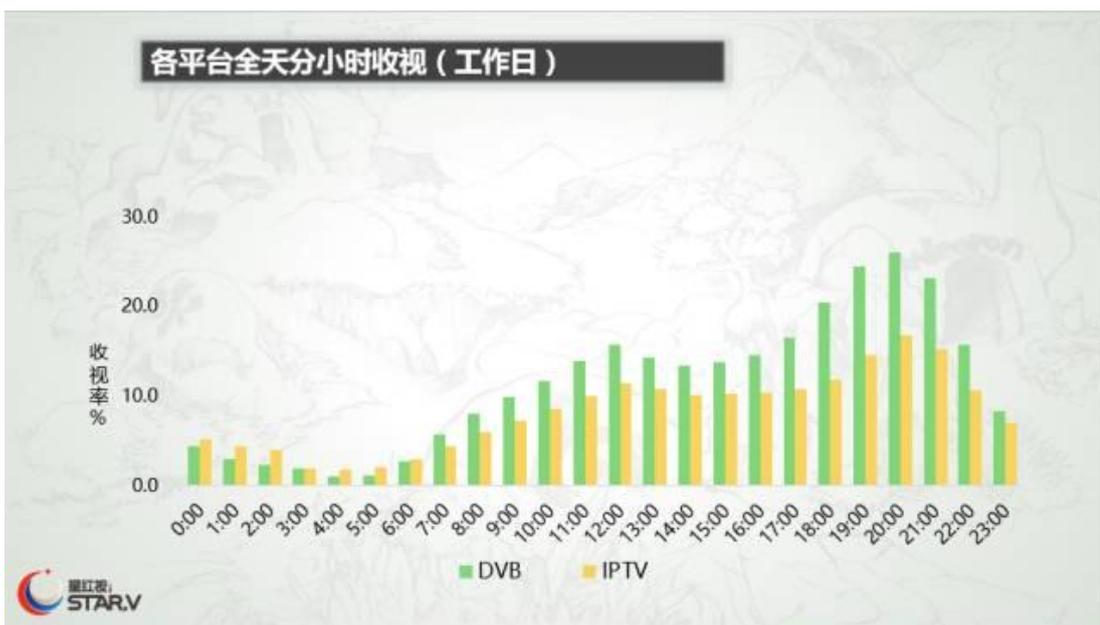


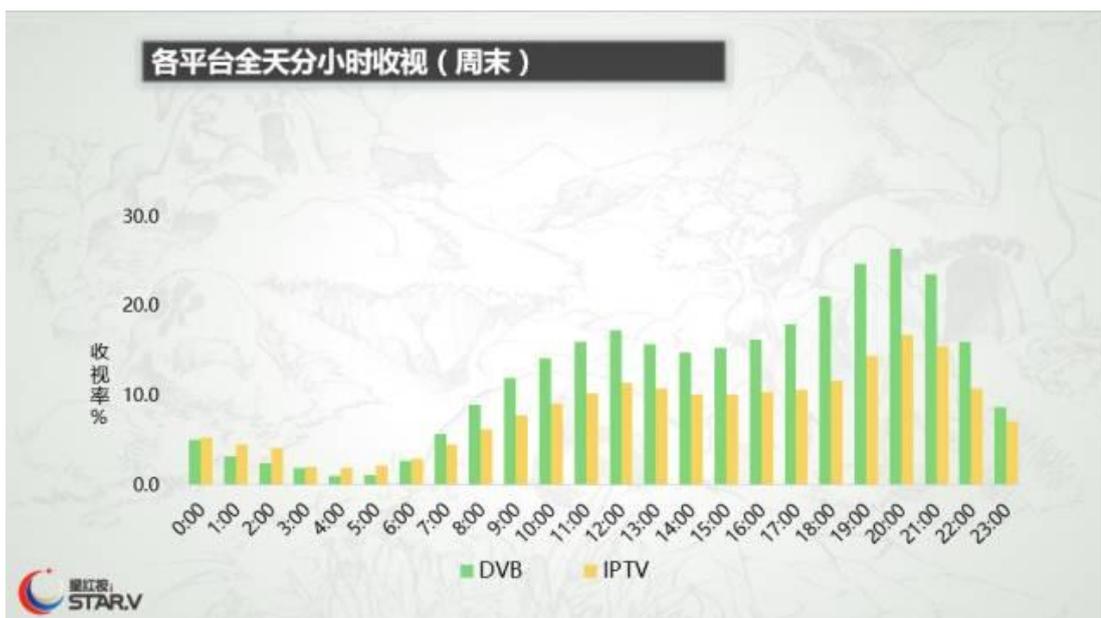


7 月份全天时段的对比中，依旧是 DVB 收视较为良好，平均每天超一半以上的观众打开电视收看节目，收视率达 11.47%，IPTV 观众的开机情况收视情况依旧落后于 DVB 观众。晚间黄金时段趋势与全天时段趋势基本相同，DVB 观众收视强于 IPTV 观众，DVB 晚间黄金时段平均收视高达 22.25%。

从整周来看，7 月份 DVB 平均每天观众收看电视 4.94 个小时，IPTV 稍低于 DVB，只有 4.14 小时。

各平台全天分小时收视：

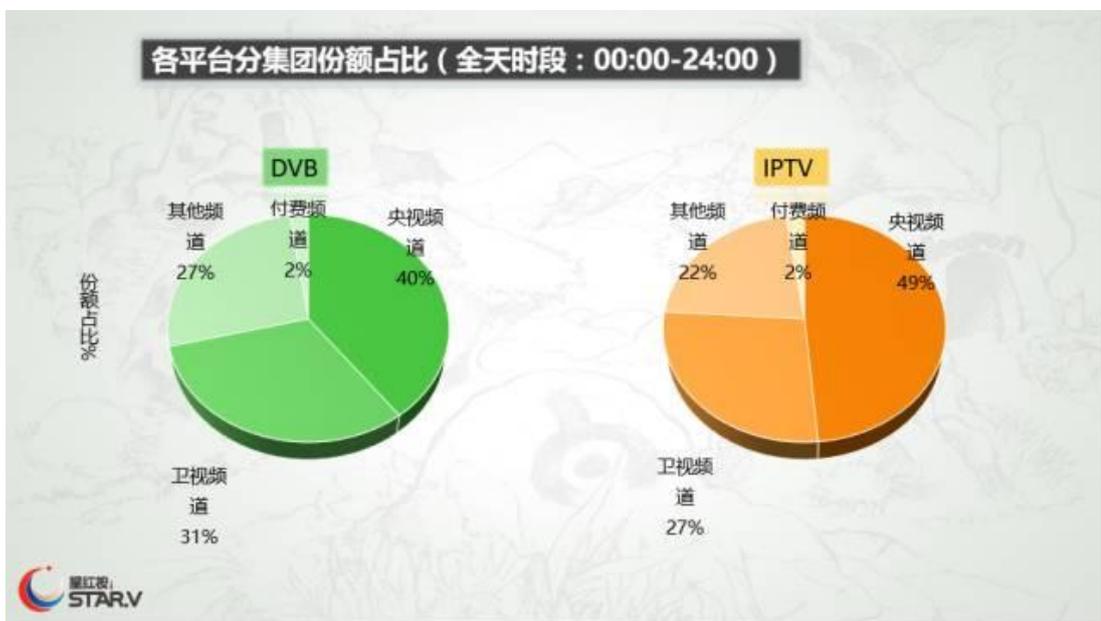


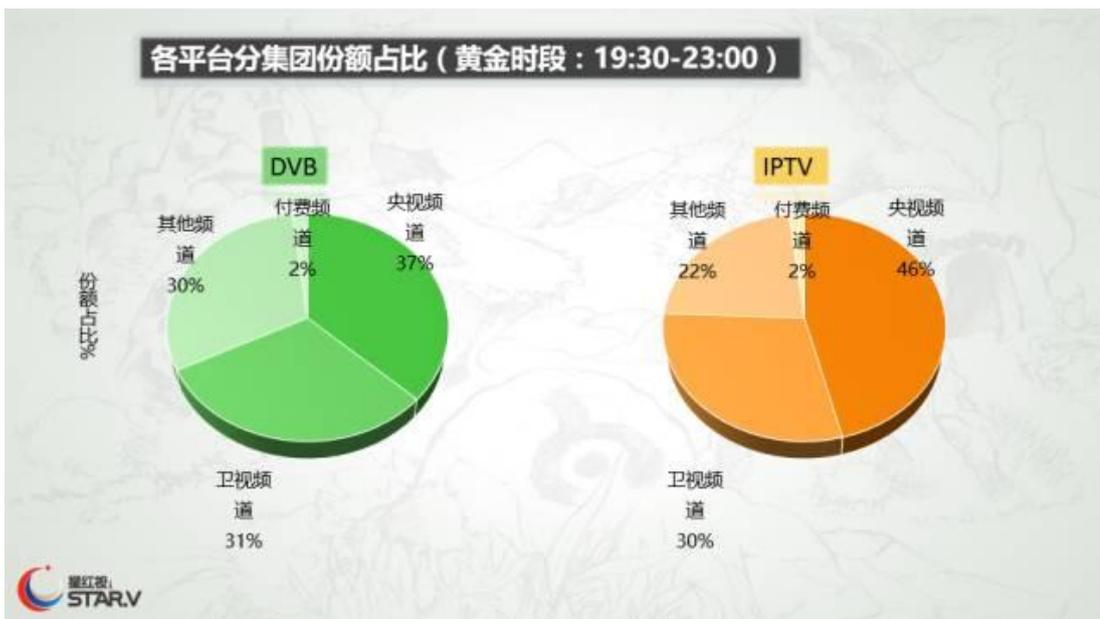


从观众全天 24 小时的收视趋势上来看，DVB 观众和 IPTV 观众都比较喜欢在午间 12 点和晚间 20 点收看电视。其中 DVB 观众的收视更好。

周末观众有了更多的休息时间，观众的收视时长较工作日也有一定的上升。

各平台分集团份额占比：





集团收视方面，央视频道集团依旧是龙头老大的地位，DVB源和IPTV源全天均以超过40%的份额占比领先于卫视频道，付费频道观众规模较小，收视也较低，在各平台中均处于弱势地位。

晚间黄金时段，央视独大的格局稍有改善，DVB源和IPTV源份额占比均较全天时段有所下降。部分观众分流至卫视频道和其他频道。

节目分析：

央视频道节目收视排名（DVB）

排名	频道	节目名称	收视率(%)	市场份额(%)
1	CCTV-1	天气预报	2.56	11.20
2	CCTV-1	新闻联播	1.99	9.40
3	CCTV-4	海峡两岸	1.68	7.12
4	CCTV-1	香港发展一直牵动着我的心习近平香港行纪实	1.43	5.57
5	CCTV-4	中国舆论场	1.41	5.99
6	CCTV-4	国家记忆	1.40	5.67
7	CCTV-4	今日关注	1.37	6.98
8	CCTV-5	2017年世界女排大奖赛中国香港站:中国队-日本队	1.30	6.27
9	CCTV-6	盗墓笔记	1.27	5.09
10	CCTV-4	今日亚洲	1.23	5.49
11	CCTV-4	深度国际	1.16	4.90
12	CCTV-5	2017年世界女排大奖赛昆山站:中国队-美国队	1.15	4.47
13	CCTV-1	我的1997	1.14	4.80
14	CCTV-4	中国新闻	1.12	5.13
15	CCTV-1	焦点访谈	1.11	4.84
16	CCTV-5	2017年世界女排大奖赛中国澳门站:中国队-土耳其队	1.08	4.70
17	CCTV-4	天气预报	1.07	6.06
18	CCTV-6	百团大战	1.07	4.69
19	CCTV-5	2017年世界女排大奖赛昆山站:中国队-俄罗斯队	1.07	4.20
20	CCTV-1	从胜利走向胜利	1.05	4.26

央视频道节目收视排名 (IPTV)

排名	频道	节目名称	收视率(%)	市场份额(%)
1	CCTV-1	2017等着我	1.79	13.06
2	CCTV-1	天气预报	1.76	9.95
3	CCTV-1高清	新闻联播	1.51	9.51
4	CCTV-1	新闻联播	1.42	13.09
5	CCTV-2	焦点访谈	1.30	10.66
6	CCTV-6高清	盗墓笔记	1.26	6.21
7	CCTV-4	海峡两岸	1.20	6.17
8	CCTV-6	*心连心*艺术团赴南昌慰问演出	1.16	8.35
9	CCTV-4	国家记忆	1.15	5.66
10	CCTV-3	我的1997	1.13	8.44
11	CCTV-1	加油向未来	1.12	7.81
12	CCTV-4	星光大道	1.10	8.17
13	CCTV-5	出彩中国人第三季	1.09	7.95
14	CCTV-4	深度国际	0.97	4.93
15	CCTV-4	今日关注	0.91	6.45
16	CCTV-6	神丐	0.83	6.30
17	CCTV-4	西游记续	0.76	5.89
18	CCTV-6	寻龙诀	0.72	5.31
19	CCTV-6	苏乞儿	0.69	3.99
20	CCTV-6高清	叶问	0.68	4.13



央视节目方面，7月体育比赛较多，《2017年世界女排大奖赛中国香港站:中国队-日本队》等体育节目吸引了众多DVB观众。而IPTV观众对部分综艺和电影较感兴趣，比如《星光大道》、《加油向未来》和《寻龙诀》、《叶问》等。

卫视频道节目收视排名 (DVB)

排名	频道	节目名称	收视率(%)	市场份额(%)
1	北京卫视	我的前半生收官庆典	1.58	4.95
2	北京卫视	我的前半生	1.43	4.35
3	湖南卫视	楚乔传:缘断殊途	1.42	9.94
4	东方卫视	我的前半生	1.30	5.15
5	北京卫视高清	转播中央台新闻联播	1.24	3.29
6	北京卫视	跨界歌王总决赛颁奖典礼	1.18	5.89
7	湖南卫视	快乐大本营	1.09	4.66
8	湖南卫视	中餐厅	0.99	6.24
9	浙江卫视	中国新歌声	0.93	5.09
10	浙江卫视	真声音	0.91	7.08
11	北京卫视高清	最美北京	0.91	2.74
12	湖南卫视	我想和你唱	0.87	5.26
13	湖南卫视	我们的少年时代	0.87	3.72
14	湖南卫视	夏至未至	0.82	3.41
15	湖南卫视	72层奇楼	0.77	3.30
16	东方卫视	极限挑战	0.76	4.65
17	湖南卫视	我是未来(1)	0.64	2.89
18	东方卫视	东方看大剧	0.63	2.65
19	金鹰卡通	疯狂de麦咭	0.60	2.93
20	东方卫视	喝彩中华	0.57	2.29



排名	频道	节目名称	收视率(%)	市场份额(%)
1	北京卫视	我的前半生收官庆典	1.16	5.13
2	湖南卫视高清	金鹰独播剧场	1.01	5.42
3	湖南卫视	快乐大本营	0.88	4.81
4	湖南卫视	我们的少年时代	0.87	4.21
5	北京卫视	我的前半生	0.75	3.99
6	湖南卫视	72层奇楼	0.70	3.72
7	湖南卫视	楚乔传	0.68	8.09
8	金鹰卡通	疯狂的麦咭	0.61	3.29
9	河北卫视	双喜盈门	0.57	3.28
10	湖南卫视	夏至未至(大结局)	0.50	2.90
11	湖南卫视	我是未来(1)	0.49	2.74
12	金鹰卡通	嗨!发射	0.46	2.76
13	浙江卫视高清	中国新歌声	0.40	3.94
14	东方卫视高清	我的前半生	0.40	2.13
15	东方卫视	我的前半生	0.35	1.86
16	湖南卫视	中餐厅	0.33	4.14
17	浙江卫视	中国新歌声	0.33	3.20
18	东方卫视高清	笑声传奇	0.31	1.85
19	湖南卫视	我想和你唱	0.29	3.66
20	江苏卫视高清	大军师司马懿之军师联盟	0.28	1.64

七月份众多热门电视剧纷纷霸屏，众多卫视纷纷推出现代、古装剧。现象级电视剧《我的前半生》和《楚乔传》引发全民讨论，口碑良好的同时，收视也一路飙升。综艺方面，《中国新歌声》等老牌综艺重新出发，《中餐厅》等新型创意节目也是观众比较感兴趣的一类节目！

7月 OTT 盒子市场分析

根据奥维云网(AVC)线上监测数据，7月份，OTT市场销量为25.0万台，环比下降26.6%；销额为0.54亿元，环比下降28.6%。

受政策严管的影响，2017年OTT盒子市场持续走低，6月因线上促销迎来短暂回升；天猫魔盒的突然下架，7月市场规模受影响又致滑落。根据奥维云网(AVC)线上监测数据，7月份，OTT市场销量为25.0万台，环比下降26.6%；销额为0.54亿元，环比下降28.6%。



数据来源：奥维云网(AVC)线上监测数据

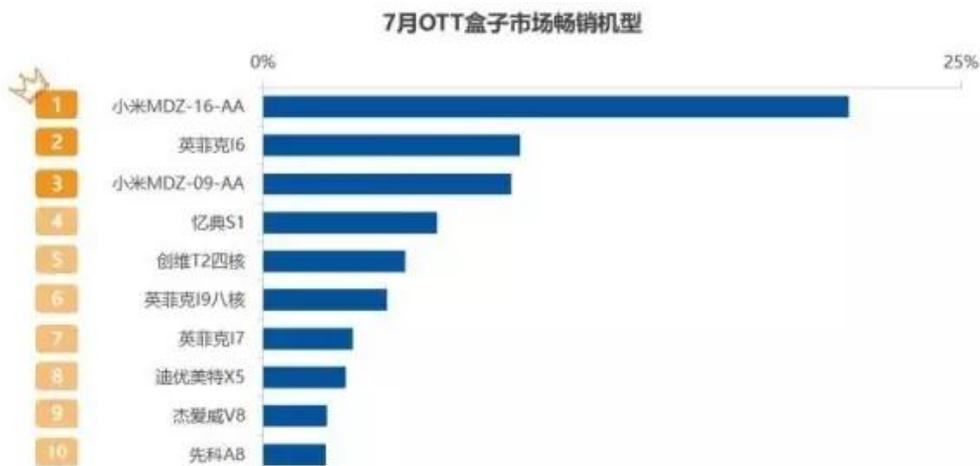
天猫魔盒突然下架，致使 OTT 盒子市场风云突变，给 OTT 盒子市场带来了巨大的影响，7月，OTT 盒子市场受影响情况如下：

1、品牌格局变化，小米跃居首位。2017年上半年，天猫一直牢牢占据市场第一宝座，7月小米坐上头把交椅。奥维云网(AVC)线上监测数据显示，小米本月市场份额为 29.9%，较上月上升 10.8 个百分点；天猫魔盒产品在天猫商城已无出货情况，只在其他网站有几台出货。



数据来源：奥维云网(AVC)线上监测数据

2、畅销产品小米盒子领衔。7月 TOP10 机型中，小米占据两席，其中小米 MDZ-16-AA(小米盒子 3)最为畅销，遥遥领先于其他机型;英菲克产品占据 3 席，英菲克 i6 为第二名畅销机型。



数据来源：奥维云网(AVC)线上监测数据

3、阿里系盒子市场均价骤降。7月OTT盒子市场均价全面下降，但阿里系盒子降幅最大。OTT盒子整体市场均价为216元，较上月下降2.7%；安卓系盒子市场均价为246元，环比下降7.8%；阿里系盒子市场均价为146元，环比下降20.3%。



4、YunOS for tv 系统盒子市场份额大幅减少。2015年，YunOS for tv 系统和 Android 系统竞争激烈；2016年开始，YunOS for tv 系统超过 Android 系统占据市场半壁江山。7月，天猫魔盒的停售导致 YunOS for tv 系统盒子市场份额被 Android 系统抢夺。YunOS for tv 系统盒子份额降至 29.7%，份额下降 22.7 个百分点；安卓系统份额则较上月增长 22.6 个百分点，增至 68.4%。



此次天猫魔盒下架原因不明，阿里对外宣传“因产品供应链配件物料短缺，天猫魔盒暂时缺货”，这对于家大业大的阿里来说，说服力略弱；但如果是政策监管原因，从往昔的监管政策执行来看，天猫魔盒的执行力强而彻底。据消息称天猫魔盒9月会重新上架，以及下半年频繁的促销活动的影响下，OTT盒子市场如何发展，大家可持续关注奥维云网(AVC)带来的OTT盒子市场解读。

2017 年上半年 OTT 运营大数据蓝皮书

8 月 22 日，奥维云网联合悠易互通、腾讯视频、爱奇艺、酷开、康佳、蓝色光标等 OTT 行业重要角色共同推出《2017 年中 OTT 运营大数据蓝皮书》，深入挖掘 OTT 市场最新动态以及预估下半年趋势，对 2017 年上半年中国 OTT 行业最新的发展态势进行盘点并对未来进行预测。

数据显示，截止到 2017 上半年，中国 OTT 终端保有量达 2.4 亿台。规模上，OTT 实现了量变到质变的突破，已与传统电视（2.5 亿户）旗鼓相当。OTT 用户规模已达 3.9 亿人，日开机终端 4739 万台，月开机 20 天以上的用户占比达 58%，具有极高粘性。此外，目前中国 OTT 内容资源总量超过 5.8 万部，是传统电视的 27 倍，覆盖全网 75% 的内容资源。投资方面，BAT 看好 OTT 红利，终端布局继续发力，相继亿级投资入股智能电视厂商。

蓝皮书显示，2017 上半年，OTT 广告小爆发，半年广告收入 10 亿，比肩 2016 年 OTT 广告全年收入 9.8 亿。而随着 OTT 迅猛发展。至 2017 下半年，OTT 广告行业发展态势更猛（广告规模将达 20 亿+），拥抱发展（从开机到桌面，从贴片到组合，广告形式更加多样化，评估效果更加专属化），持续洗牌（OTT 广告代理商有人进场，有人退场）、规范化（4A 积极树立 OTT 投放标准）、常态化（广告主对 OTT 从尝试到常态）。

针对 2017H1 OTT 市场发展情况——奥维云网用 5 个热度进行解读：

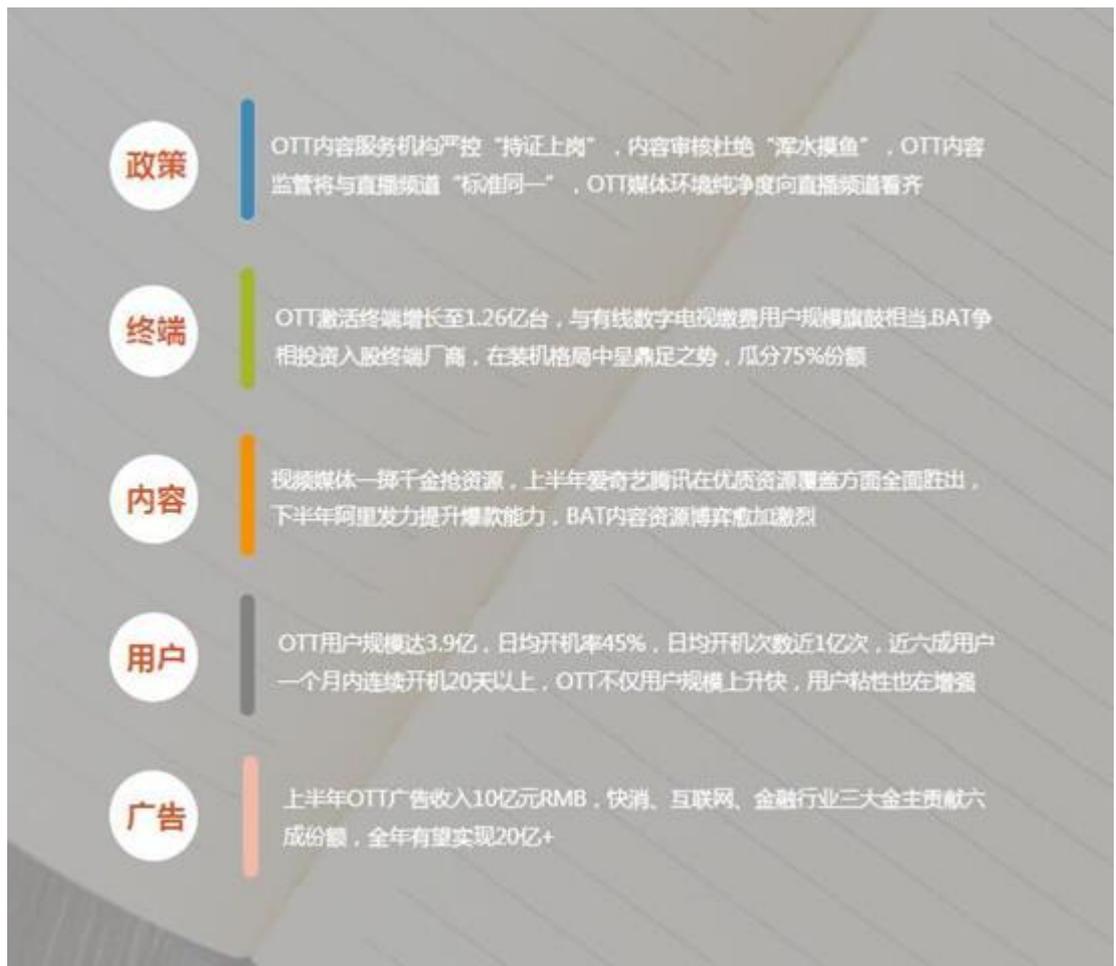
规模热度：2017 年 H1，OTT 终端保有量达 2.4 亿台。规模上，OTT 实现了量变到质变的突破，已与传统电视（2.5 亿户）旗鼓相当。

投资热度：BAT 看好 OTT 红利，终端布局继续发力，相继亿级投资入股智能电视厂商。

用户热度：用户海量规模+高粘性。至 2017 年 H1，OTT 用户规模已达 3.9 亿人，日开机终端 4739 万台，月开机 20 天以上的用户占比达 58%。

内容热度：2017 年 H1，OTT 内容资源总量达 5.8 万部+，是传统电视的 27 倍，覆盖全网 75% 的内容资源、87% 的 2017H1 优质资源。

广告主热度：2017 年 H1，OTT 广告小爆发，半年广告收入 10 亿，比肩 2016 年 OTT 广告全年收入 9.8 亿。



完整版报告见附带发送文档！

CNNIC 第 40 次互联网统计报告

8月4日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第40次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称为《报告》）。《报告》显示，截至2017年6月，中国网民规模达到7.51亿，占全球网民总数的五分之一。同时我国互联网普及率为54.3%，超过全球平均水平4.6个百分点。

2017年上半年，网络娱乐类应用进一步向移动端转移，手机网络音乐、视频、游戏、文学用户规模增长率均在4%以上，其中手机网络游戏增长率达到9.6%。网络游戏行业营收规模显著增长，游戏与IP其他环节产业的联动日益加深；逐步推进的生态化和崭露头角的国际化是网络文学行业2017年上半年的两大主要发展特征，版权收入有望成为行业营收增长的核心；网络视频行业，各大视频网站均布局包括文学、漫画、影视、游戏及其衍生产品

的泛娱乐内容新生态，生态化平台的整体协同能力正在逐步凸显；以秀场直播和游戏直播为核心的网络直播业务保持了蓬勃发展趋势，运营正规化和内容精品化是当前发展的主要方向。

数据显示，截止 2017 年 6 月，中国网络视频用户规模达 5.65 亿，较 2016 年底增加 2026 万人，增长率为 3.7%；网络视频用户使用率为 75.2%，较 2016 年底提升 0.7 个百分点。其中，手机网络视频用户规模为 5.25 亿，与 2016 年底相比增长 2536 万人，增长率为 5.1%；手机网络视频使用率为 72.6%，相比 2016 年底增长 0.7 个百分点。



图 31 2016.12-2017.6 网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

2017 年上半年，网络视频行业继续在竞争中发展，各大视频网站都在努力布局包括文学、漫画、影视、游戏及其衍生产品的泛娱乐内容新生态，生态化平台的整体协同能力正在逐步凸显。

政策方面，国家相关部门加强对网络视频行业内容监管审查，进一步促进行业规范发展。继 2016 年对直播节目、新闻信息服务、网生内容进行监管后，2017 年 6 月，国家新闻出版广电总局再印发《关于进一步加强网络视听节目创作播出管理的通知》，强调网络视听节目要与广播电视节目同一标准和尺度。政策管控有利于行业整体内容质量提升，对各播出平台的内容布局产生较大影响。

视频内容方面，版权内容趋于稳定，自制内容迅速发展，短视频内容重获关注。2017 年，各大视频网站依旧花重金购买版权剧、版权综艺节目以保证流量，同时也加大对自制剧、自制综艺节目的投入，大阵容、大资本、大制作正在成为网络剧、网络综艺节目发展的新常态。大型视频平台内部的影视企业也加速进行上游布局，实现对影视 IP 的全产业链开发，为视频网站提供内容动力。此外，各大视频网站在今年都将短视频列为自身娱乐生态模式的重要组成部分，充分利用视频内容的长尾效应。

商业模式方面，视频广告形式不断突破，用户付费、衍生产品迅速发展，视频网站盈利模式多元化。近年来，网络视频内容营销潜力不断爆发，除剧内植入广告外，剧外原创贴、创可贴、移花接木等创意式植入渠道备受广告主好评。同时，视频用户付费习惯逐渐养成，用户付费市场急速增长，依托于影视剧 IP 的其他收入模式，如游戏、衍生周边等业务收入规模也得到增长，促进行业盈利良性循环。此外，视频网站的直播频道/直播产品、短视频的繁荣，都会带动增值服务模式发展。

数据显示，从网络直播的内容类别来看，游戏直播和真人秀直播用户使用率明显增长。截至 2017 年 6 月，网络直播用户共 3.43 亿，占网民总体的 45.6%。其中，游戏直播用户规模达到 1.80 亿，较去年底增加 3386 万，占网民总体的 23.9%；真人秀直播用户规模达到 1.73 亿，较去年底增加 2851 万，占网民总体的 23.1%。

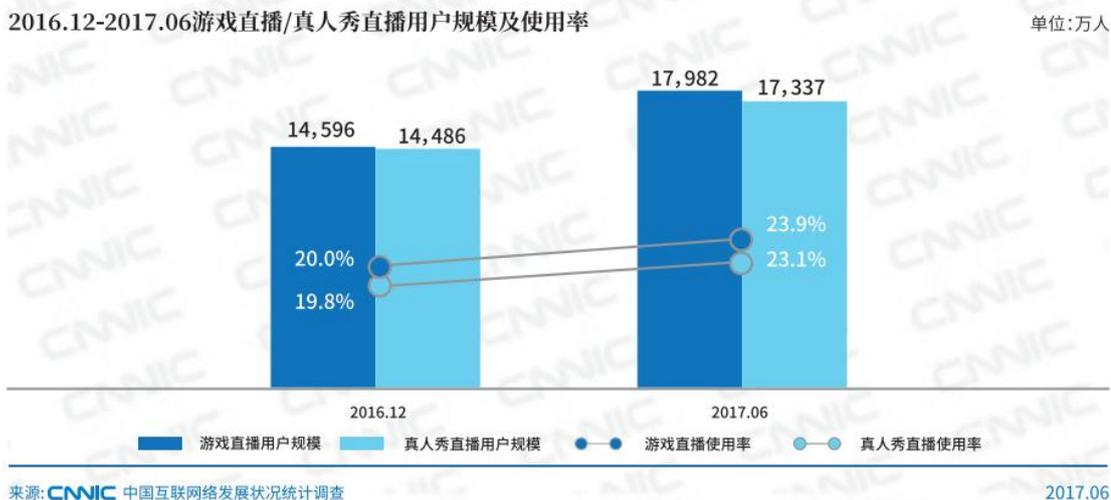


图 33:2016.12-2017.06游戏直播/真人秀直播用户规模及使用率

以秀场直播和游戏直播为核心的网络直播业务保持了蓬勃发展趋势，多家大型直播平台在 2017 年上半年完成高额融资。从行业发展来看，网络直播行业的运营正规化和内容精品化是其目前发展的两大主要方向。

游戏和真人秀直播的运营正规化进程在上半年得到有力推进。自去年底《互联网直播服务管理规定》出台以来，针对网络直播平台低俗内容的治理行动在今年上半年陆续展开。1 月，文化部召开网络表演企业通气会，要求各直播平台对违规内容进行全面自查自清，并开展“双随机、一公开”执法检查，重点打击“三俗”等违规内容。4 月，北京市网信办等相关部门约谈今日头条、火山直播、花椒直播，依法查处上述网站涉嫌违规提供涉黄内容，责令限期整改。经过多番治理，低俗网络直播内容已经基本绝迹，清朗的网络直播空间逐渐形成。

直播平台将优势资源集中于 PGC 内容（专业生产内容）生产，使得网络直播内容的精品化成为未来行业发展的必然趋势。与 2016 年有所不同的是，网络直播行业在快速发展过程中专业化程度逐渐提高，直播平台对于 PGC 内容创作的资源倾斜力度加大，使得非专业的 UGC 内容（用户生产内容）很难再与之抗衡。节目特色、媒体资源与运营能力将成为未来网络主播的三大核心竞争优势。腾讯旗下 NOW 直播和 YY 旗下虎牙直播均在上半年推出激励原创内容生产者的生态扶持计划，设立专项基金并投入媒体资源对主播的内容创作、曝光、运营等各环节进行支持。

完整版报告见附带发送文档！