

视频行业动态月报

2017年11月

统计周期：2017年11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/新媒体数据		
	广电行业数据		
	宽带/物联网数据	全国数据	
		各地数据	
	其它数据		

	海外相关数据		
附录	政策文件		
	IPTV/OTT 平台运营报告	IPTV 平台	
		OTT 平台	
	行业报告精选		

目录

导读索引.....	2
目录	4
一、 本月观察.....	9
重数传媒 IPO 被否，广电新媒体登陆资本市场存疑	9
山东广电央视 3568 维权诉讼案胜诉.....	13
广电总局：任何机构不得违规开展 4K 业务	14
二、 国内宏观政策.....	15
1、行业最新政策.....	15
我国首个超高清电视广电行业标准正式发布	15
全国应急广播体系建设总体规划	15
无线电管理局赴广电总局调研	16
2、领导讲话精要.....	17
张峰：促进智慧乡村、新型智慧城市建设	17
田进：加快实施“智慧广电”战略	17
田进：加强网络视听管理，清理整治低俗节目	18
许家奇：发展 4K 超高清电视的几点意见	19
尚冰：信息通信业要思考新的坐标方位	20
3、重要人事动态.....	21
央视副台长孙玉胜当选亚广联副主席	21
张严任湖南省新闻出版广电局局长	21
简勤正式出任中国移动副总裁	21
中国联通两位新任副总经理已上任	21
郭忠拟任湖北广播电视台台长	22
李勇卸任东方卫视总监，三大卫视皆换帅	22
东方明珠新媒体免除许奇副总裁职务	22
李建华就任山东广电网络董事长	22
乐视云 CEO 吴亚洲离职	22
杨伟东接替俞永福担任阿里大文娱总裁	23
中宣部原副部长鲁炜被查	23
Hulu CEO 离职出任索尼电视负责人	23
三、 市场动态.....	23
1、运营商聚焦——中国移动 2018 年战略.....	23
家庭宽带：目标一流	24
电视与家庭联盟	24
139 合作计划	25
开放的市场合作计划	26
尚冰：2018 新战略发布 PPT 全文	27
2、招中标信息	35
广东电信：第六批融合智能机顶盒招标	35

湖南联通：IPTV 业务管理平台建设工程招标.....	36
宁夏联通：7.3 万台 4K 高清智能机顶盒招标.....	36
山东联通：100 万台 4K 智能机顶盒采购公告.....	36
青海/四川/安徽/陕西移动：270 万台自主品牌魔百和招标	37
中移物联网：600 万台魔百和终端生产招标公告	37
山东移动：90 万台 4K 机顶盒采购公告.....	38
吉林移动：20 万台魔百和采购公告.....	38
百视通：25 万套高清机顶盒+EOC 网关终端招标	38
3、IPTV/OTT TV	39
互联网电视工作委员会正式成立.....	39
东方明珠加速物联网布局.....	39
芒果 TV 2017 年预计可盈利 4 至 5 亿元.....	39
新浪宣布与芒果 TV 达成战略合作.....	39
河北 IPTV 影视融合包在河北电信上线.....	40
河南 IPTV 【聚精彩专区】全新来袭.....	41
辽宁 IPTV 喊你来抽奖啦！	41
4、电信运营商	41
中国电信推出“王中王”套餐.....	41
中国电信与今日头条签署战略合作协议.....	41
中国联通欲组建全新子公司.....	42
中国联通与腾讯合推王卡宽带：1 元 1 天.....	42
中国联通开放老用户办理互联网套餐.....	42
中国联通与华为共同发布极致体验视频白皮书.....	43
哔哩哔哩联通流量包正式上线.....	43
中国联通与宜通世纪开展智慧医疗合作	43
中国启动 5G 研发试验第三阶段工作	43
中国移动正式推出自有品牌电视机.....	44
陕西电信：狂欢双十一翼高清免费看	44
湖南电信：IPTV 游戏变现能力增强.....	44
安徽电信宣布 NB-IoT 正式商用.....	44
泉州电信推广高清 ITV 修障助手.....	45
惠州电信大力推动 4K 电视网络应用.....	45
河南联通：IPTV 聚精彩专区全新来袭.....	45
重庆联通推出跨界金融业务.....	46
湖南移动：互联网电视违规招标.....	46
江苏移动用物联网助力乡村智慧农业.....	46
5、广电运营商	46
广电国网与河南有线开展智能终端合作	46
广东广电局开展打击“黑广播”行动.....	47
华数五年磨一剑打造“智慧神农”	47
歌华有线与华为深化智慧城市合作	48
陕西广电网络收到电信普遍服务补助 2471 万元.....	49
江苏有线增开“孝乐神州”专区.....	49

重庆有线推进智慧教育	49
贵州有线电视频道免费“扩容”	49
内蒙古广电网络与中国铁塔展开合作	50
大连天途引入腾讯视频内容	50
山东有线多举措拓宽市场	51
直播星户户通四代机进度晚于预期	51
中央电视台继续获得世界杯全媒体版权	51
四川广电与凤凰卫视达成战略合作	51
6、互联网视频	52
爱奇艺：2018 年内容投入将达 100 亿元	52
腾讯拿出 3 个 100 亿扶植内容创业	52
百度愿意在短视频上投入更大	52
西瓜视频将砸 20 亿进行补贴	52
智能大屏产业联盟成立	52
4K 花园登陆极米无屏电视	53
7、VR	53
中国移动联手深信服共推 VR 云	53
苹果开发新款 AR 头戴显示设备	53
派拉蒙计划推出首个 VR 影院	54
8、资本市场	54
山东广电新媒体将融资改制	54
融创中国向乐视提供 17.9 亿借款	54
乐播于近日完成 6500 万元 A+轮融资	55
梨视频获 1.67 亿元 Pre A 轮融资	55
斗鱼完成 D 轮融资并宣布已盈利	55
极米无屏电视获 C 轮融资	55
康佳拟出资 10 亿元成立康佳多媒体公司	55
海信 129 亿日元收购东芝电视业务	56
9、其它互联网相关	56
国家版权局公布 16 起网络侵权盗版案件	56
物联网联盟发布九项 NB-IoT 团体标准	57
华为正式发布“数字天空计划”	57
小米与百度将在 AI、IOT 等领域展开合作	58
暴风 TV 推出“暴风 AI 无屏电视”	58
“天猫魔盒”等多款机顶盒抽查不合格	58
10、海外市场	59
2017 年盗版电视使分销商亏损 40 亿美元	59
Netflix 4K 内容入驻康卡斯特 X1 机顶盒	59
AT&T 明年升级 OTT 电视服务 DirecTV Now	59
亚马逊将 Fire TV 电视棒推向全球市场	59
亚马逊放弃与广电公司合推视频服务	60
HBO 发布互动剧集，观众可自己构建剧情	60

央视欧洲分台正式启动建设.....	60
德国电信推出 4K 机顶盒.....	60
西班牙计划成为 4KTV 全球中心.....	61
三星计划推出多项流媒体服务.....	61
新加坡模数转换期限推迟到 2018 年底.....	61
阿联酋电信 IPTV 业务在 4G 传输试验成功.....	61
四、 市场数据.....	62
1、监测数据.....	62
IPTV 收视数据.....	62
三大运营商月报（10 月份）.....	64
艾瑞 PC 指数——在线视频.....	65
艾瑞 APP 指数——视频服务.....	66
2、IPTV/新媒体数据.....	67
CGTN 优兔平台全球点击量超 3 亿.....	67
截止 10 月我国 IPTV 用户达 1.15 亿.....	67
截至 10 月广东 IPTV 用户达 944 万.....	67
今日头条短视频日均总播放量过百亿.....	67
3、广电行业数据.....	68
2017 年 10 月我国户户通用户达 1.1 亿户.....	68
2017 年我国影视剧市场规模约为 460 亿.....	68
广电总局：全国电影票房首破 500 亿.....	68
4、宽带/物联网数据.....	69
我国宽带用户达到 3.42 亿户.....	69
5、其它数据.....	70
6、海外相关数据.....	70
美国三季度 OTT 电视服务用户增加 90 万.....	70
美国 1.77 亿用户在观看电视时使用第二屏幕.....	70
康卡斯特电视服务进驻索尼智能电视.....	71
墨西哥 IPTV 渗透率仅为 2%.....	71
1、政策文件.....	71
关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知.....	71
《推进互联网协议第六版（IPv6）规模部署行动计划》.....	73
2、IPTV/OTT 平台运营报告.....	75
芒果 TV 运营商业运营报告（2017 年 10 月）.....	75
广东 IPTV 业务运营报告（2017 年 10 月）.....	88
勾正智能电视大数据报告（2017 年 10 月）.....	108
3、行业报告精选（附文档）.....	111
中国移动数字家庭产业发展白皮书(2017).....	111
中国网络视听发展研究报告（2017）.....	113
2017 年 OTT 广告投放指南.....	114

家庭宽带市场的价值空间报告（2017）	121
---------------------------	-----

一、 本月观察

重数传媒 IPO 被否，广电新媒体登陆资本市场存疑

11 月底，重庆广电数字传媒股份有限公司（以下简称重广数媒）IPO 被否。作为以 IPTV 为绝对主营业务的重广数媒 IPO 被否，是单个企业的偶然事件，还是产业逻辑导致的必然，这是一个必须弄清楚的问题。

证监会发审提出询问的主要问题包括 5 点意见，在就这 5 点意见进行具体解读之前，先简单做个总结：

1、IPO 发审趋严是大的趋势，证监会吹毛求疵的案例只会越来越多，杜绝企业带病上市，而业务结构、盈利模式、关联交易等显然成为重要的评价因素。不幸的是，以 IPTV 为主营业务的广电新媒体企业都占了。其实不仅仅是广电新媒体企业，在目前 IPO 审核机制下，广电运营商的上市也只会越来越困难，毕竟用户流失和低速增长是怎么也不太能圆过去的硬伤。抱有侥幸的“公关”心态可以休已。

2、证监会对用户归属权的认定值得广电业界审视和警惕，即通过电信运营商传输额用户应该是电信的，而不是播控平台的。合理还是不合理，这里很难判断，除非政策真的能完全落实电信运营商仅为传输通道的角色，但这在监管执行上不现实，在市场游戏上更不现实。对于广电新媒体企业而言，唯有继续优化调整业务结构，培养独立的市场竞争力，真正形成对用户的主导控制。

3、既拥有当地 IPTV 播控牌照，又拥有全国性 OTT 牌照的广电新媒体机构似乎更容易在逻辑上讲通，这代表着更具有潜在的增长空间和独立运营能力，但这也要看具体的操作方式。目前的实际情况是，资本市场的并购重组与 IPO 更容易通过审核，芒果 TV 走的就是这条路。

4、在 IPTV 已经拥有 1.2 亿用户，部分省份的 IPTV 用户已经超过有线电视用户规模的背景下，无论是广电新媒体企业，还是广电运营商，会面临越来越严格的同业竞争质询，这是不容回避的问题。无论是通过网台合并的方式，还是通过更高层面的监管协调，也是必须解决的问题。

1、发行人不直接拥有《信息网络传播视听节目许可证》。

经重庆广播电视集团（总台）独家授权，发行人拥有重庆 IPTV 分平台牌照和重庆网络广播电视台牌照中有关经营性业务的运营权。报告期，发行人 IPTV 业务收入主要来源于基础业务，按照行业政策法规要求，基础业务主要由中央 IPTV 总平台提供的视听节目内容和公司采购或合作的视听节目内容等资源组成，IPTV 节目内容经重庆 IPTV 集成播控平台审查后传输给电信运营商。发行人的直接客户为电信运营商而非 IPTV 终端用户，重庆电信是发行人的第一大客户，报告期内各期营业收入占比均超过 50%。

请发行人代表说明：（1）资产是否完整、业务是否独立，是否拥有独立的市场运营能力；（2）是否对实际控制人构成重大依赖；（3）发行人如果无法获得重庆广播电视集团的授权或独家授权，是否能够保证业务延续。请保荐代表人说明核查方法、依据，并发表明确核查意见。

点评：

1）无论是从业务还是从资质角度，证监会怀疑重广数媒的独立性不强，对相关方的依赖度较高，从而怀疑其独立的市场运营能力。

2）重广数媒的播控角色更多是通过行政许可来获得，网络视听许可证并不是其中的关键，当然也很重要，证监会担心这其中授权是否具有持续性。事实上，目前许多网络视听许可证都是“所有权与使用权”分离，并不是太严重的问题。最新的监管案例是，广电总局在 2016 年 5 月份对网络视听持证企业挂牌新三板做了详细要求，需要通过其前置审批，但从公开信息来看，都予以放行了。

3）证监会并不认为 IPTV 用户为重广数媒的用户，后者的客户应该为电信运营商，潜台词就是电信拥有 IPTV 用户。如果这一认定逻辑成立，对于广电新媒体机构将非常棘手，特别是对于只拥有当地 IPTV 播控平台的广电新媒体机构，很难摆脱大客户集中度过高的问题。

2、根据重庆有线取得的《信息网络传播视听节目许可证》，重庆有线的业务类别包括电影、电视剧、娱乐等视听节目的汇集、播出服务。

从终端用户看，发行人 IPTV 业务与其实际控制人下属的重庆有线的有线电视业务的终端用户都是重庆区域的电视机终端用户；

从提供的服务内容来看，均属于为终端用户提供视听节目服务，并基于终端用户的需求开发增值服务。

请发行人代表说明：（1）重庆有线互联网视听节目服务业务的开展情况；（2）重庆有线互联网视听节目服务业务与 IPTV 内容集成运营业务是否存在同业竞争；（3）发行人的关联方是否已取得宽带业务资格；如果取得该资格，是否会对发行人经营产生重大影响。请保荐代表人说明核查方法、依据，并发表明确核查意见。

点评：

1）重广数媒与重庆有线为同一实际控制人，证监会要求解释同业竞争问题，双方业务是否存在重合问题。这里有 2 个维度，单就电视终端角度而言，两家肯定存在竞争。但就网络视听角度而言，两家的竞争性并不明显，虽然有消息称重庆有线在 2014 年传出申请互联网电视内容牌照，但似乎后来这张牌照的使用权给予了重广数媒。而证监会的态度似乎更在乎后者，即网络视听角度的判断，但又要求说明重庆有线的宽带业务对重广数媒 IPTV 业务的影响，稍微有点混乱。

2）众所周知，重庆有线也在积极筹备 IPO，所有证监会对此问题的关注不仅会影响到重广数媒的 IPO 进程，亦会影响重庆有线的 IPO 进程（躺枪的感觉有木有），必需要就同业竞争给出合理解释。

3）从全行业的范畴来看，全国各地有线网和广电新媒体大多数都归属于同一实际控制人，均存在一定程度的同业竞争难题。如果证监会对此比较关注，必须在行业层面找到解决办法。

3、根据招股说明书，报告期内发行人广告运营业务包括传统广告和新媒体广告。请发行人代表说明：

（1）如何定义和区分传统广告和新媒体广告，报告期两类广告业务的运营模式、收入及毛利率情况；

（2）报告期发行人实际控制人及其控制企业（除发行人）其他广告业务的运营方、运营模式及收入等情况；

（3）发行人广告业务与实际控制人及其控制企业其他广告业务的异同，是否存在潜在同业竞争。请保荐代表人说明核查方法、依据，并发表明确核查意见。

点评：

1）虽然 IPO 招股说明书没有明确说明哪些是传统广告，哪些是新媒体广告。但从 IPO 招股说明书披露的相关信息来看，这里的传统广告应该是重庆本地频道的广告代理。

2）证监会对这一细节的关注，潜台词似乎是关心关联交易，乃至为了 IPO 的短期利益输送问题，比如要求实际控制人披露广告业务相关情况。

4、发行人 2014 年至 2016 年综合毛利率分别为 42.02%、57.39%、61.97%。请发行人代表说明毛利率与同行业公司存在差异的原因及合理性。请保荐代表人说明核查方法、依据，并发表明确核查意见。

点评：

1）从披露的相关财务信息来看，IPTV 业务的高毛利率是一个不争的事实。考虑到其目前的运营模式，这其实是一件正常的事情。

2）证监会质疑其高毛利率的主要原因在于，其 IPO 招股说明书关于毛利率的对比对象为华数传媒、歌华有线等广电运营商，在运营模式上存在显著差异。

3）虽然重广数媒已经就毛利率较高进行了解释说明，也比较通俗易懂，证监会依旧提出质询，如果仅仅是常规质询还好。但如果是因为毛利率过高而对广电新媒体的商业模式产生怀疑，则就是个很严重的问题了。

5、请发行人代表说明收购 IPTV 集成播控平台生产存储部分资产入账后具体折旧年限及残值率，对照向实际控制人以未收购的 IPTV 播控平台资产 7 年折旧、3%残值率计算折旧支付播控费的合理性。

点评：此处问询的逻辑与第三条广告比较类似，证监会希望通过更详细的信息披露来判断关联交易等相关问题。

流媒体网点评：

目前在准备上市的广电新媒体企业中，IPTV 占营收比重过大，利润率偏高是不争的事实。但我们应该看到重数传媒 IPO 被否既有行业层面的因素，也有当地台网之间微妙关系的原因。

IPO 被否在短期内对广电新媒体对接资本市场造成了一些障碍，从长远来看，只要加强自身的核心市场竞争力，定位自身的不可替代性，总归在逻辑层面会形成大众层面的共识。

另外需要指出的是，IPO 被否并不是永远关上了大门，只不过需要重新走一遍流程，耗费更多的时间。

山东广电央视 3568 维权诉讼案胜诉

11 月下旬，有官方消息称，山东广电网络集团因为央视 3568 维权诉讼案件一审胜诉。判决被告山东联通（中国联合网络通信有限公司山东省分公司）、山东广电新媒体有限责任公司立即停止不正当竞争行为，赔偿山东广电网络经济损失及合理费用达 300 万元。

2016 年 5 月，经过三个月全面、复杂的调查取证，山东广电网络有限公司（山东有线）正式将中国联通山东省分公司（山东联通）告上法庭，起诉缘由为不正当竞争，要求其道歉消除影响，并索赔经济损失人民币 5000 万元。据悉，目前，济南市中级人民法院已对此诉讼立案。

山东广电网络相关负责人介绍，央视 3/5/6/8 即综艺频道、体育频道、电影频道和电视剧频道，这四套频道自开播以来就是加密收费性质的电视节目。在山东省内，山东有线获得了 4 套节目的独家转播权，为此每年都要支付高额的收视费。

自 2016 年 5 月 10 日正式立案以来，先后历经两次管辖权异议一审二审程序、一次证据交换、一次追加被告，近日由济南市中级人民法院出具上诉判决。

流媒体网点评：

这是全国首例广电运营商因为央视 3568 频道传播权问题诉讼 IPTV 新媒体并且胜诉的案例，对于目前全国各地数字电视与新媒体平台的 CCTV3568 播出权之争将极具借鉴意义。

虽然广电运营商的胜诉在某种程度上意味着，数字电视平台对于花大价钱获得授权的央视 3568 频道具有独占权。但“5000 万”的索赔额与“300 万”的判赔额还是存在巨大差距，更多有点息事宁人的妥协味道。考虑到目前山东广电新媒体正在进行融资，不知道更高层面是否因此而介入。

3 大电信运营商的 IPTV 用户规模（中国移动 OTT TV 正在逐渐向 IPTV 转化）已经达到 1.6 亿户以上，与有线电视缴费用户相差无几。央视 3568 问题本身不是钱的问题，而是历史遗留政策问题，相信解决时机已经越来越近。

广电总局：任何机构不得违规开展 4K 业务

11 月 9 日，针对超高清电视发展中出现的管理不规范、技术质量不达标等问题，国家新闻出版广电总局向各省广电局及相关单位下发了关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知。

全文可以参加附录-政策文件！

在我国，包括有线电视运营商、电信运营商、互联网视频企业纷纷进军 4K 之时，4K 产业渐成规模。但另一方面，由于 4K 在发展过程中存在一些模糊地带，通知核心要点如下：

1、4K 超高清电视接收终端（包括有线电视终端、IPTV 终端、OTT 终端以及电视一体机）应支持 TVOS 智能电视操作系统、AVS2 标准解码以及高动态范围和三维声标准。

2、首先在体育赛事、纪录片、影视剧、文化科技等类型节目中探索发展 4K 超高清电视。

3、鼓励有线电视网络开展 4K 超高清电视视频点播业务，鼓励具备条件的播出机构探索建立超高清电视播出系统，在条件成熟时，适时申请开展 4K 超高清电视频道试点。

3、要严格审批管理，未经批准，任何单位无论在有线电视、地面电视系统中，还是在 IPTV 以及互联网电视中，都不得违规擅自开办 4K 超高清电视频道和视频点播服务。

流媒体网点评：

目前各地的有线电视、IPTV、OTT 等各个传输、播出机构均开通了“4K 专区”、“4K 点播”等业务，但均没有相关的 4K 资质审批。按照通知规定，这些业务是否全部要下线再走流程？但是考虑到前期运营商已经在 4K 上投资巨大，通过一纸通知就让业务暂停，确实很难具有说服力。考虑到市场环境，估计很难实施，更多是在 4K 频道层面得到遵守。

二、 国内宏观政策

1、 行业最新政策

我国首个超高清电视广电行业标准正式发布

11 月 9 日，国家新闻出版广电总局批准发布了广电行业首个超高清电视(UHDTV)行业标准 GY/T 307-2017《超高清电视系统节目制作和交换参数值》，标准自发布之日起实施。超高清标准是我国第一个关于 4K 超高清正式标准，由中央电视台、国家新闻出版广电总局广播电视规划院、中国电影电视技术学会负责起草。

标准电子版完整报告请阅读附带发送文档！

全国应急广播体系建设总体规划

11 月 30 日消息，国家新闻出版广电总局向各省广电局及相关单位印发了《全国应急广播体系建设总体规划》，请各单位结合本地区、本部门实际，认真组织做好宣贯和实施工作。

应急广播作为基本公共服务的重要组成部分，《全国应急广播体系建设总体规划》提出在国家应急管理体系总体框架下，遵循统筹规划、分级建设、安全可靠、快速高效、平战结合的基本原则，统筹利用现有广播电视资源，建设形成中央、省、市、县四级统一协调、上下贯通、可管可控、综合覆盖的全国应急广播体系，向城乡居民提供灾害预警应急广播和政务信息发布、政策宣讲服务。

主要任务

规划提出全国应急广播体系建设的五大主要任务，包括建立健全各级应急广播技术体系、标准体系、管理体系、运行体系和保障体系。

全国应急广播技术系统由国家、省、市、县四级组成，各级系统包括应急广播平台、广播电视频率频道播出系统、应急广播传输覆盖网、接收终端和效果监测评估系统五部分内容。

应急广播标准体系包括应急广播系统技术标准和建设标准，其中技术标准包括系统、传输覆盖、安全运行、监测监管等标准；建设标准包括各级应急广播平台、应急广播传输覆盖网、广播电视播出机构的应急广播相关技术系统、机动应急广播系统等建设标准。

重点项目

规划提出全国应急广播体系建设八个领域的重点项目，包括：

- 1、国家应急广播工程：国家应急广播平台、国家应急广播业务工作用房、国家应急广播传输覆盖网、效果监测评估系统等。
- 2、省级应急广播工程：省级应急广播平台、省级应急广播传输覆盖网以及效果监测评估系统等。
- 3、市级应急广播工程：市级应急广播平台、市级应急广播传输覆盖网以及效果监测评估系统等。
- 4、县级应急广播工程：县级应急广播平台、县级应急广播传输覆盖网、应急广播大喇叭系统等。
- 5、应急广播信息共享工程：应急广播互联互通工程、应急广播信息共享工程。
- 6、应急广播标准建设：技术标准的编制和应用、建设标准的编制和推广。
- 7、应急广播新技术研发与推广：国产密码算法在应急广播系统中的应用，应急广播自动唤醒、响应接收终端的技术研发、产业化生产、规模化应用。
- 8、应急广播科普内容建设：应急广播科普内容库。

规划提出了全国应急广播体系的建设目标：在全国推进应急广播建设，建立健全各级应急广播技术体系、标准体系、管理体系、运行体系和保障体系，在灾害多发地区开展试点示范，实现应急信息及时汇聚、快速制作发布、信号精准覆盖、终端实时响应、效果监测评估等功能，推进全国各地应急广播标准化、规范化、规模化建设，同时适应媒体融合发展方向，推进新兴媒体应急广播系统建设，创新应急广播形式和手段。**到 2020 年初步建成中央、省、市、县四级信息共享、分级负责、反应快捷、安全可靠的国应急广播体系全。**

规划电子版完整报告请阅读附带发送文档！

无线电管理局赴广电总局调研

11 月 6 日，工业和信息化部无线电管理局局长谢远生带队赴国家新闻出版广电总局科技司调研广电无线电管理工作。国家新闻出版广电总局科技司司长许家奇介绍了近期广电系统无线电频率、台站使用与管理，以及宣贯新修订的《无线电管理条例》的情况。双方就广

播电视直播卫星频率国际协调与维护、卫星地球站设台管理、地面广播电视网频率规划、打击治理“黑广播”，以及对外广播电视频率协调等议题进行了深入交流。

谢远生和许家奇一致表示，广电系统是无线电频率使用的重要部门，也依法承担行业无线电管理职能，希望双方以党的十九大精神为指引，加强工作协调，共同宣传贯彻落实好《无线电管理条例》，在制度建设、频率台站管理、对外频率协调等多个方面形成合力，推动无线电管理工作再上新台阶。

2、领导讲话精要

张峰：促进智慧乡村、新型智慧城市建设

11月3日，首届生态农业智慧乡村互联网大会在湖南益阳召开。工业和信息化部党组成员、总工程师张峰出席并致辞。

张峰指出，党中央高度重视以智慧乡村、智慧城市和互联网应用为主要内容的数字经济发展，党的十九大报告明确提出“推动新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展。”这次大会以“新业态、新动能、新发展、新品牌”为主题，集中展示农业农村互联网发展成果，探讨传播智慧农村、新型智慧城市建设的经验理念，为数字经济兴起、智慧社会持续发展提供有力支撑，对于贯彻落实党的十九大精神，加速新旧动能转换、构筑经济发展新常态下的发展新动力，具有十分重要的意义。

张峰表示，作为行业主管部门，工业和信息化部将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，按照党中央、国务院的决策部署，遵循“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念，持续深入推动供给侧结构性改革，加快推进数字经济发展，促进智慧乡村、新型智慧城市建设。下一步将做好四个方面工作：一是进一步夯实数字经济发展基础。二是进一步加快提升产业竞争力。三是进一步扩大和升级信息消费。四是进一步优化产业发展环境。

田进：加快实施“智慧广电”战略

11月3日，国家新闻出版广电总局副局长田进出席四川电视节，提出深入学习贯彻党的十九大精神，进一步推进媒体融合发展，并加快实施“智慧广电”战略。

首先，必须强化战略定位。要进一步深化认识，深刻理解、准确把握实施“智慧广电”战略的重大意义，真正把其作为关系广播电视生存发展，推动广播电视转型升级、创新发展的重要战略任务，作为落实建设创新型国家、文化强国、科技强国、网络强国、数字强国、智慧社会等的重要内容、重要方面，进一步明确目标，精心规划，强化举措，全力实施。

其次，必须强化技术支撑。要针对广播电视融合制播能力不足、传输网络建设相对滞后、接收终端技术开发不够等问题，着力建设智慧广电的技术体系，着力构建特色更加鲜明、覆盖更加广泛、传播更加快捷的融合智能网络，从而实现广播电视服务“无处不在、无时不在”。重点是要大力加强融合媒体制播系统、有线无线卫星智能协同覆盖系统、智能电视操作系统（TVOS）、广电物联网应用系统等技术建设，加快推进内容生产智能化、分发传播智能化、网络覆盖智能化、用户服务智能化。

第三，必须强化业务驱动。要充分发挥广播电视的特性和优势，在提升优化广播电视服务的同时，大力拓展服务内容，大力提高服务质量，构建智慧广电的业务生态，打造智慧广电服务品牌。要改变广播电视传统的单一传播服务模式，着力构建“多媒体形态、多信息服务、多网络传播、多终端呈现”全业务服务模式，全面提供融合新闻资讯、视听节目、社会服务、医疗健康、数字娱乐、电子商务、智能家居、智能安防等多功能于一体的智慧广电数字生活服务，更好地满足社会和群众对美好生活的新需要。

第四，必须强化安全保障。智慧广电建设在带给人们极大便利性的同时，也对安全性提出更高要求。没有安全，一切无从谈起。要从维护意识形态安全、信息安全的高度，切实加强智能融合业务的安全管理，切实加强智能融合网络的安全管理，切实加强智能融合终端的安全管理。要加强技术标准的管理，完善标准体系。要建立健全监测监管平台，强化全方位监测监管，确保任何时候任何情况下内容、信息、数据和平台、渠道、技术等可管可控、安全可靠。

田进：加强网络视听管理，清理整治低俗节目

11月30日，第五届中国网络视听大会在成都开幕。国家新闻出版广电总局党组成员、副局长田进在大会作了主旨演讲。田进在大会上强调，中国网络视听要在新时代履行新使命新担当，展现新气象新作为。牢牢把握营造清朗网络空间的要求，着力加强网络视听管理。持续清理整治低俗网络视听节目，完善内容管理制度，指导视听协会修订出台网络视听节目

内容审核通则；加强 IPTV、互联网电视、手机电视等业务管理；加强视听新媒体监管系统建设。

许家奇：发展 4K 超高清电视的几点意见

11 月 10 日，许家奇就发展 4K 超高清电视提出了四点意见：

一、充分认识发展 4K 超高清电视的重要性和艰巨性，坚持从实际出发

发展 4K 超高清电视，是新闻出版广播影视部门贯彻落实中央创新驱动发展战略、促进文化与科技融合的重要举措，对于深化广播电视供给侧结构性改革，满足人民群众更高的收视体验需求，促进和推动文化产业和民族工业发展都具有重要意义。同时，发展 4K 超高清电视，也是广播影视又一次重大技术进步和转型升级，涉及的环节多、领域广、影响大，是一项复杂的系统工程。

当前，我国 4K 超高清电视还处于起步阶段，没有形成较为成熟的产业链和生态链。我们要进一步加深对发展 4K 超高清电视重要性和艰巨性的认识，紧密结合中国国情和广播电视发展实际，坚持从实际出发，加强组织领导，完善政策保障，稳妥积极推进。

二、着力加强 4K 超高清电视技术标准体系建设，统一标准规范，确保技术质量

推进 4K 超高清电视发展要统一标准、严格规范，加快建立完善统一的技术标准体系。目前，总局正在组织力量积极推进 4K 超高清标准体系建设，加快出台相关标准。我们也希望广东发挥自身优势，积极参与相关标准的研究、测试与试验。

目前，总局已经明确，开展 4K 超高清电视的试点单位要认真执行《高效音视频编码》、《超高清清晰度电视系统节目制作和交换参数值》等国家和行业技术标准，确保 4K 超高清电视在起步阶段就走上规范发展的道路，防止盲目上马和低水平发展。

三、积极创新发展模式，着力推动制播、传输、服务协同一体化发展，培育发展新动能

发展 4K 超高清电视不是一次简单的技术升级，我们在发展 4K 超高清电视过程中要深入贯彻媒体融合、智慧广电发展战略，充分发挥广播电视在融合媒体内容制播、高效协同传输和智能终端服务等方面的优势，推动协同一体化发展，增强 4K 超高清电视的持续发展能力。

要在已有经验的基础上,创新发展模式,积极探索超高清影视动漫、数字内容版权保护、智能协同服务、超高清家庭影院等新模式、新业态、新服务,努力打造 4K 超高清新技术条件下的广播影视媒体发展新生态,形成 4K 视听服务新优势,推动广播电视转型升级和跨越发展。

四、进一步加强 4K 超高清电视省部合作,推动广东试点取得扎实成效

总局将与广东省密切配合,认真落实 4K 超高清电视省部合作备忘录相关内容,共同以科技创新为驱动,以 4K 超高清电视应用和媒体深度融合为抓手,以促进广播影视繁荣发展为目标,共同将广东省打造成以促进 4K 超高清电视应用与产业发展为重点的全国广播影视产业试验田和示范区。希望广东在试点过程中,充分发挥区位和产业优势,在内容建设、技术引领、产业支撑、运行管理、措施保障等多个方面积极探索和实践,为推动我国 4K 产业链快速发展创造条件、积累经验。

尚冰:信息通信业要思考新的坐标方位

11 月 24 日消息,尚冰认为,当前和今后一个时期,中国正处于全面建成小康社会和实现“两个一百年”奋斗目标的关键时期。着力解决好新时代中国社会主要矛盾,需要各行各业都为之贡献力量。信息通信业要融入大局,思考新的坐标方位。

为此,中国移动要融通产业发展,当前,信息通信技术和应用迅猛发展,产业融通发展的新趋势、新格局正在形成,主要体现在经济社会各类主体协作融通,信息流、资金流、技术流、人才流等各类要素自由流动和优化配置,大众创业、万众创新蓬勃发展,新产业新业态新模式竞相涌现。在融通发展大潮中,信息通信业的桥梁和纽带作用更加凸显,这就要求产业各方顺应趋势,充分发挥网络、技术、平台等优势,加快推动信息技术创新成果与经济社会各领域深度融合,积极推进供给侧结构性改革,带动经济发展质量变革、效率变革、动力变革,促进经济动能实现新的飞跃。

3、重要人事动态

央视副台长孙玉胜当选亚广联副主席

11 月 4 日消息，中央电视台副台长孙玉胜在第 54 届亚洲-太平洋广播联盟大会上当选副主席。这是中国人第一次担任亚广联副主席。孙玉胜在获选感言中表示，当选副主席是亚广联对他的信任，更是对中国广播电视同行的肯定。

张严任湖南省新闻出版广电局局长

11 月 13 日，湖南省新闻出版广电局召开局党组(扩大)会议，省委组织部副部长肖百灵在会上宣读了省委任免决定，张严同志担任省新闻出版广电局党组副书记、局长，调整朱建纲同志为省新闻出版广电局党组书记，全面主持局党组工作。

简勤正式出任中国移动副总裁

11 月 24 日消息，在“2017 中国移动全球合作伙伴大会主论坛”上，简勤正式以中国移动副总裁身份亮相。此前，业内传言广东移动总经理简勤已出任中国移动副总经理，但官方一直未公布。

中国联通两位新任副总经理已上任

11 月 25 日消息，知情人士透露，已经确定升任中国联通副总经理的买彦州和梁宝俊已经正式到任，中国联通集团公司也已重新调整班子成员的分工，其他班子成员的分工变化不大。据悉，买彦州确定分管市场口及相关部门，梁宝俊确定分管政企口及相关部门。

目前中国联通班子成员总共 7 人，据悉，中国联通董事长王晓初同志主持全面工作。中国联通总经理陆益民负责公司生产经营管理工作，分管企业发展部/法律部、信息化部(信息安全部)、联通研究院、软件研究院。而中国联通党组副书记李福申负责公司党建工作，同时协助分管综合、人力资源、财务审计口等。中国联通纪检组长张连如继续分管纪检监察口。

郭忠拟任湖北广播电视台台长

11 月 18 日消息，根据公示，郭忠拟任湖北广播电视台台长、党委书记，湖北长江广播电视集团有限责任公司董事长、党委书记。

李勇卸任东方卫视总监，三大卫视皆换帅

11 月 25 日，有消息称，上海文广集团任命 SMG 影视剧中心主任王磊卿为东方卫视中心总监，李勇不再担任东方卫视中心总监。至此，今年湖南、江苏、东方三大卫视均完成换帅。

东方明珠新媒体免除许奇副总裁职务

11 月 7 日消息，东方明珠发布公告称，第八届董事会第三十一次（临时）会议审议并通过《关于免去许奇先生副总裁职务的议案》，同意免去许奇先生副总裁职务。除此之外，公告中对对外投资情况进行了基本概述。

2017 年 11 月 2 日，东方明珠新媒体股份有限公司全资子公司——上海东方明珠投资管理有限公司与上海杨浦滨江投资开发有限公司签订《设立出资协议书》，双方共同出资设立东方明珠（上海）投资有限公司。其中投资管理公司出资 11 亿元，占股 91.67%；杨浦滨江出资 1 亿元，占股 8.33%。

李建华就任山东广电网络董事长

11 月 30 日，山东广电网络集团公司召开领导干部会议，省委常委、宣传部长王清宪出席会议并讲话，省委宣传部常务副部长王红勇主持会议，省委组织部副部长马晓磊宣读省委决定：李建华任山东广电网络有限公司党委书记、董事长。

乐视云 CEO 吴亚洲离职

11 月 3 日，乐视云 CEO 吴亚洲给内部员工群发邮件宣布离职消息。在辞职信中，吴亚洲表示，“生态理念我仍然认为是对的，虽有毁誉不必更易。但做错了的就要反思就要改，希望乐视可以在新的战略指引下新的管理团队领导下涅槃重生。”

杨伟东接替俞永福担任阿里大文娱总裁

11 月 17 日消息，阿里巴巴集团首席执行官张勇宣布，俞永福将不再担任阿里巴巴集团大文娱董事长、大文娱及高德总裁职务，阿里巴巴大文娱将实行班委基础上的轮值总裁制，班委由杨伟东、朱顺炎、樊路远（木华黎）、张宇（语嫣）、常扬（刘墉）、黎直前（宇乾）组成。

中宣部原副部长鲁炜被查

11 月 20 日消息，据中央纪委监察部网站消息，中共中央宣传部原副部长鲁炜涉嫌严重违纪，目前正接受组织审查。

Hulu CEO 离职出任索尼电视负责人

11 月 5 日消息，流视频网站 Hulu 的首席执行官迈克-霍普金斯(Mike Hopkins)即将离职。在此离职之后，霍普金斯将加盟索尼，出任索尼公司电视业务的负责人。

三、 市场动态

1、运营商聚焦——中国移动 2018 年战略

11 月 24 日，2017 中国移动全球合作伙伴大会正式召开。本次大会主题为“和创未来 智连万物”，中国移动将与 200 多家知名企业一起围绕“智连万物”的各个环节，开设“智能物联”、“智慧政企”、“数字家庭”、“智能终端”、“移动互联”、“国际化运营”、“5G”、“双创”八大展区，全面展现中国移动实施“大连接战略”一年来的成果及行业最新创新发展，并首次基于现网以未来小镇形态全景展现智能物联新生活。

在大会主论坛上，中国移动还将宣布 2018 年中国移动乃至整个产业最重要的合作计划、技术路线图和产业路线图，众多重量级特邀嘉宾将进行行业前沿分享从中可以一窥中国移动 2018 年的发展战略。

家庭宽带：目标一流

根据中国移动公布的 10 月份运营数据，其有线宽带用户数据继续保持增长，10 月份净增 357.1 万户，总数累计达 1.07 亿户。一年净增超过 2900 万户，同比增长 45%，净增份额 74%。

中国移动的目标是，在 2018 年实现家庭宽带用户规模突破 1.3 亿户。按照目前中国电信的家庭宽带用户规模（1.2175 亿户）和增长速度（月增小于 100 万），2018 年中国移动在家庭宽带市场超越中国电信位居第一，是大概率事件。

中国移动旗帜鲜明的表示，通过打造“泛在智连”，其家庭宽带要向一流目标迈进。

这里的一流，除了用户规模向第一进发之外，恐怕更多还是宽带质量和使用感知的改善，去除用户对中国移动宽带“便宜但不好用”的认识。

中国移动总裁李跃在现场阐述到，中国移动在家庭连接业务方面的突破，呈现出网络品质高、用户增长快、场景覆盖全的三大特点，中国移动网络家庭覆盖率达到 75%，FTTH 占比超过 90%，而 50M 以上用户占比为 57%。

一旦中国移动完成“一流”家庭宽带目标，对于中国电信和中国联通无异于雪上加霜，这将大幅动摇他们的宽带 ARPU 值，形成更大的财务压力。

而市场另外一位小伙伴广电宽带，因为目标群体的重合性，本身就是中国移动这波宽带“大跃进”的牺牲品，即使基数仅为 3000 万左右，增长依旧十分缓慢。

如果在竞争压力之下，中国电信和中国联通在宽带业务上也祭出“价格屠刀”，本就处境尴尬的广电宽带，其生存环境将更加恶劣。

电视与家庭联盟

中国移动目前魔百和 互联网电视业务的用户规模超过 4500 万，在固定宽带用户中的渗透率接近 50%。相比较之下，中国电信的 IPTV 业务在宽带用户的渗透率达到 60%。

考虑到中国移动 2018 年还要新发展 2000 万以上宽带用户，加上渗透率的提升（至少 10 个百分点），以及通过将电视业务与地方各省播控平台对接解决政策束缚，中国移动明年电视用户将继续大爆发，规模或将达到 8000 万以上，与中国电信用户规模接近。

一个可以参照的数据是，截止到 2017 年 10 月末，我国 IPTV 用户总数达 1.15 亿户，1—10 月净增 2839 万户，可见中国移动电视业务的发展速度。

最近有 2 个消息可以看出中国移动在电视业务上的野心：

1、在近日某地移动的互联网电视牌照商招标中，移动一方明确表示了对于运营主导权的要求，这是从前期要“用户规模”向要“用户效益”的转变。

2、在本次大会期间，T1 作为中国移动旗下首款智能电视产品，以“适合全家人看的 4K 护眼电视”为宣传口号，因主流配置和高性价比惊艳全场。

更为可怕的是，中国移动不只是盯着电视这点事，而是以此为突破口切入智慧家庭市场。

据了解，中国移动已经建立了“数字家庭联盟”，凡符合 And Link 协议的智能外设，均可接入家庭开放平台，共享智能网关服务。联盟成员间将加强渠道的双向进驻、产品的联合营销，中国移动将根据客户价值的 50%进行补贴。对于 2018 年底前完成接入互通的，补贴率上调至 100%。面向家庭增值业务的开发者，中国移动还将建立激励机制，丰富各类应用。

对于电视市场的老大哥“广电”而言，中国移动是一个比中国电信、中国联通更为可怕的对手。

实际上，这两年在中国移动电视业务快速崛起的过程中，广电电信联通 3 家都很难受，有一些地方甚至为了对付中国移动而结成了攻守同盟。

139 合作计划

中国移动发布了“139”合作计划，包括 1 个全新网络、3 个产业联盟、9 个能力应用，是服务产业发展的又一重要举措，旨在为广大产业合作伙伴搭建一个合作共赢的桥梁与平台。

“1”即中国移动将建成一个技术领先、覆盖广泛的移动物联网，在 346 个城市实现 NB-IoT(窄带物联网)连续覆盖，为广大用户提供便利、快捷的网络服务体验。

“3”即依托物联网联盟、数字家庭联盟、5G 联合创新中心三大产业联盟，将携手产业伙伴共创行业物联新生态，为产业合作伙伴提供全方位合作服务。物联网联盟将为创客们全面开放 4 类实验室(移动物联网开放实验室、5G 联创中心、企业合作实验室、高校合作实验室)、3 类“双创”基地(和创空间、示范基地、5G 联创中心)、3 种创投基金(中移创投基金、中移创新产业基金、其他投资机构)，完善的创业孵化环境、强大的风险投资和丰富的产业资源，将让创业者的梦想触手可及。数字家庭联盟将依托亿级宽带用户市场，协同 60

余万线下渠道资源，建立合作共赢分成机制，与合作伙伴共建数字家庭生态新体系，为广大用户带来数字家庭生活新体验。5G 联合创新中心将聚焦基础通信、车联网、物联网、工业互联网、云端机器人、虚拟/增强现实等领域，在全球建设提供 5G 新技术验证环境的 12 个开放实验室，携手 112 家通信及垂直行业合作伙伴，共同拓展新业务、新模式、新市场，积极推动 5G 跨行业融合创新，共同构建 5G 开放共赢新生态。

“9”即中国移动在能力开放商店 open.10086.cn 首次重磅推出 9 大重点能力应用，包括通信服务能力、统一认证、OneNET 共享设备管理、Andlink 家庭智能连接、和信用分、和包支付、行业“视频+”、电商一点对接、智能语音云，将通过 API(应用程序编程接口)化、商品化的能力封装和在线展示销售，为开发者提供一站式、便捷化的在线服务，通过 40 多项能力 API、200 多个解决方案和成功应用案例，向合作伙伴输出专业化行业能力。

中国移动表示，面向未来，希望与合作伙伴携手谱写合作新篇章，努力为广大客户提供更加优质高效的信息通信服务，创造更加美好的智慧互联新生活。

开放的市场合作计划

沙跃家表示，中国移动将不断拓展市场合作领域，优化合作政策，完善合作机制，保持市场营销资源投入不减，助力生态链各方的繁荣发展。

一是促进 4G 手机合作进阶。预计 2018 年中国移动网内换机规模仍将超过 4 亿部，市场空间依然非常广阔。

二是推动万物互联。预计 2020 年全球物联网终端数将突破 180 亿。中国移动将进一步优化网络和服务，到 2017 年底实现 346 个城市 NB-IoT 连续覆盖和全面商用，并推出“简明、实惠”的包年资费方案，分为 20 元、40 元两个档次;结合客户价值，针对 NB-IoT 模组还将设置 60%-80%不等的补贴率。

三是拓展优家服务。目前我国家庭宽带渗透率仅 61%，仍有超过 1 亿的增量空间。预计未来两年，智能网关的市场需求超过 2 亿台，互联网电视的市场需求超过 2 亿台，监控安防的需求超过 3500 万台，家庭市场大有可为。

四是加快数字化服务的跨界融合。当前，数字化消费需求快速增长，以影音、阅读、漫画、游戏等领域为代表的泛娱乐市场规模预计达 2800 多亿元。

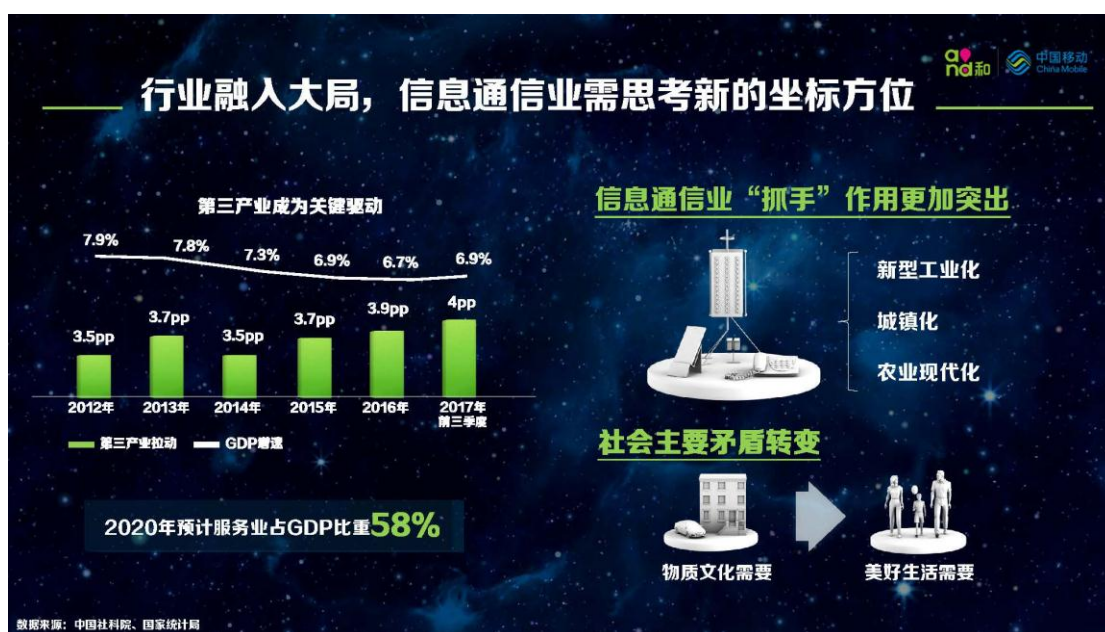
五是构建中国移动信用体系。数据显示，近年来信用消费加速从金融领域向其他行业延伸，有机构预测，未来两年我国个人信用市场规模将达 2000 亿元。

尚冰：2018 新战略发布 PPT 全文



















2、招中标信息

广东电信：第六批融合智能机顶盒招标

11 月 15 日消息，中国电信广东公司发布融合智能机顶盒紧急采购需求(第六批)项目招标公告。采购编码：CBL_20171105_1000713032017 年中国电信广东公司融合智能机顶盒

紧急采购需求(第六批)项目(采购代理机构编号: ZJZB-2017-6499)采购人为中国电信股份有限公司晃动分公司, 项目资金已落实, 已具备采购条件, 现进行公开询价。

湖南联通: IPTV 业务管理平台建设工程招标

11 月 14 日, 湖南联通发布 2017 年中国联通湖南省分公司 IPTV 统一业务管理平台建设工程采购项目招标公告。本招标项目 2017 年中国联通湖南省分公司 IPTV 统一业务管理平台建设工程已由中国联合网络通信有限公司湖南省分公司批准实施, 资金来自企业自筹, 项目出资比例 100%。招标人(项目业主)为中国联合网络通信有限公司湖南省分公司。项目已具备招标条件, 现对该项目进行公开招标。

宁夏联通: 7.3 万台 4K 高清智能机顶盒招标

11 月 15 日, 宁夏联通发布 2017 年互联网电视 4K 高清智能机顶盒招标公告, 本次找别内容为互联网电视 4K 高清智能机顶盒 82530 台, 其中需要对现有还处在结算期的机顶盒进行一次买断, 数量为 72530 台(合作分成期内), 用于替换部分老用户的陈旧设备, 提升用户感知, 需按照买断价格购入 1 万台。采购预算 1113.5 万元(含税)人民币。招标文件获取时间为 11 月 15 日至 11 月 20 日。

山东联通: 100 万台 4K 智能机顶盒采购公告

11 月 30 日, 中国联通山东分公司发布了 4K 智能机顶盒集中比选采购项目公告。本期预计采购 100 万台 4K 智能机顶盒。比选文件获取时间: 2017 年 11 月 30 日至 2017 年 12 月 5 日, 递交应答文件的截止时间 2017 年 12 月 12 日。

本次招标内容份额划分如果应答人为 7 家(含)以上, 选取 4 家为全省 4K 机顶盒供应商; 份额依次为 40%、30%、20%、10%。如果应答人为 5-6 家, 选取 3 家为全省 4K 机顶盒供应商; 份额依次为 50%、30%、20%。如果应答人为 4 家, 选取 2 家为全省 4K 机顶盒供应商; 份额依次为 60%、40%。如果应答人为 3 家, 选取 1 家为全省 4K 机顶盒供应商; 份额为 100%。

青海/四川/安徽/陕西移动：270 万台自主品牌魔百和招标

11 月 1 日，青海移动发布 2017-2018 自主品牌魔百和采购项目，计划采购魔百和终端 7.4 万台。采购截止时间为 2018 年 12 月 31 日，并计划与贵州公司签订框架合同，实际采购数量以每笔订单实际发生数量及金额为准，采购金额达到上限或者合同到期则框架合同失效。

11 月 6 日，四川移动发布 2017-2018 年自主品牌魔百和机顶盒招标公告，本次采购内容为自主品牌魔百和机顶盒 120 万台。

11 月 8 日，安徽移动发布 2017-2018 年互联网电视机顶盒终端(自主品牌)招标公告，本次采购内容为 100 万台中国移动自主品牌互联网电视机顶盒。

11 月 9 日，陕西移动发布 2017-2018 年自主品牌魔百和采购项目-终端公司-单一来源采购信息公告，本次采购的内容为 CM101S 机顶盒 420000 台，预算 75596976 元。

中移物联网：600 万台魔百和终端生产招标公告

11 月 28 日，中移物联网发布了 600 万台魔百和终端生产采购项目比选资格预审公告。比选编号为 TC179D8PF，资格预审文件售卖时间为 2017 年 11 月 28 日至 2017 年 12 月 03 日。纸质资格预审申请文件递交截止时间为 2017 年 12 月 08 日。

项目规模：本次比选项目数量总计为 600 万台，具体数量如下：

采购内容	
魔百和企标板	600 万台
定制化魔百和 2+8 版	
定制化魔百和 2+16 版	
红外遥控器	600 万台
语音遥控器	
杜比	600 万台

山东移动：90 万台 4K 机顶盒采购公告

11 月 21 日，山东移动发布了 4K 机顶盒采购信息招标公告，本次采购的内容为 4K 机顶盒 90 万台。项目编号 SDYD20170004314，供应商为中国移动通信集团终端有限公司。

包段	产品名称	产品单位	需求数量
包1	其他行业终端	个	900000

吉林移动：20 万台魔百和采购公告

11 月 24 日，中国移动吉林公司发布了第二批魔百和终端采购公告。本次采购量 20 万台，其中包括含可开通 IPTV 功能的魔百和。且本项目为框架采购，框架合同由采购部门统一签署，需求部门按需求下订单，签署订单合同，最终结算总价不超过框架合同上限金额。

百视通：25 万套高清机顶盒+EOC 网关终端招标

11 月 25 日，百视通发布了高清机顶盒+EOC 网关终端采购项目招标公告，本次采购内容为高清机顶盒+EOC 网关终端 250000 套，最高限价 330.00 元/套。报名时间为 11 月 25 日至 2017 年 11 月 29 日。

设备名称	数量	供应商资格有效期	最高限价	供应商数量
高清机顶盒+EOC 网关终端	25000 0 套	三年	330.00 元/ 套	一家

3、IPTV/OTT TV

互联网电视工作委员会正式成立

12 月 1 日，在第五届中国网络视听大会上，互联网电视工作委员会正式成立，并推选未来电视 CEO 李鸣为首届理事长。国家新闻出版广电总局网络司司长，中国网络视听节目服务协会副会长罗建辉、常务副秘书长周结等领导及七大牌照方负责人出席启动仪式。

东方明珠加速物联网布局

11 月 28 日，在杨浦区人民政府主办的“新一代人工智能产业政策与重点项目发布会”上，东方明珠新媒体股份有限公司作为重要合作伙伴亮相，其带来的“社区大脑”产品让全场人眼前一亮。这是东方明珠发挥广电资源优势，基于在杨浦区已经建成的下一代广播电视无线网络，运用人工智能、大数据等新技术，为杨浦区控江街道量身定制的产品，旨在解决社区管理中的顽症和难题。它结合社区公共安全、公共服务、公共管理的需求，部署传感装置，比如门磁、烟感、无线摄像头、水质传感器、电梯运行传感器等，通过对数据的分析，为管理行为提供依据和预警。

芒果 TV 2017 年预计可盈利 4 至 5 亿元

11 月 30 日上午，在以“新使命、新视界、新动能”为主题的第五届中国网络视听大会上，湖南广播电视台党委书记、台长，湖南广播影视集团有限公司党委书记董事长吕焕斌演讲指出：今年，芒果 TV 率先在视频新媒体行业实现了盈利，仅上半年就盈利 1.5 亿元，预计全年可盈利 4 至 5 亿元；而且多元化的收入结构非常健康。

新浪宣布与芒果 TV 达成战略合作

11 月 29 日消息，新浪宣布与芒果 TV 达成战略合作，芒果 TV 将开放旗下优质短视频内容，入驻新浪智能媒体平台新浪看点，并在新浪全平台进行分发。

河北 IPTV 影视融合包在河北电信上线

11 月 7 日，河北 IPTV 影视融合包在河北电信上线。河北电信 IPTV 有 400 多万用户，日活 220 万。目前上线的融合包聚合了 4 家内容：乐视、华视网聚、芒果 TV、优朋普乐，后续会有更多内容加入融合套餐包。上海视畅为河北 IPTV 融合套餐包提供了统一智能引擎（超级聚合平台）解决方案和运营服务。

河北 IPTV 上线少儿专区

11 月 4 日消息，河北 IPTV 电信电视少儿专区全新上线，专属打造属于儿童的放心品牌，专区内包含儿歌、动画、国学、英语、益智、玩具、绘本、科学八大场馆，囊括动漫及早幼教内容。

在明星卡通专区中，每一个可爱的动画形象里面都有与其相关的完整动画合辑，，哆啦 A 梦、奥特曼、汪汪队、超级飞侠……哪一个卡通人物是你的最爱？点进去就会有惊喜哦~ 快来送孩子一个最好的陪伴礼物吧！

观看路径：河北 IPTV-电信电视首页-少儿专区



河南 IPTV【聚精彩专区】全新来袭

11 月 16 日消息，河南 IPTV “精品-聚精彩”专区，全新改版测试上线。专区目前包含芒果 TV、环球影视、童趣漫游三个专区精品节目，涵盖当红综艺、电影、电视、动漫、少儿、纪录片等内容；上线测试期间全部限时免费看，更炫的高清画面，给你更强的感官体验；更全的栏目，给你更多的精彩选择。更多独播大片，满足你的畅快享受！

辽宁 IPTV 喊你来抽奖啦！

IPTV 喊你来抽奖啦！飞利浦空气净化器，小米床头灯，充值卡各种超值大奖 只要你参加就有机会得到！本期活动时间：2017 年 11 月 28 日 9:00(本周二)-2017 年 11 月 29 日 10:00(本周三)转盘活动将在每周二上线！每周在辽宁 IPTV 微信公众号中公布当期获奖名单。参与方式：用户点击 IPTV 首页推荐位活动海报，进入抽奖大转盘活动页面，根据活动规则，输入手机号开始抽奖，每位用户有 1 次抽奖机会，不可重复获奖。中奖名单将在抽奖结束后在辽宁 IPTV 和中国 IP 电视辽宁官方微信平台统一公布。

4、电信运营商

中国电信推出“王中王”套餐

11 月 28 日消息，中国电信近日频繁发力互联网套餐，今天又有一款来自中国电信的新互联网套餐得到曝光，被称为“电信王中王”卡，主要针对的是各大视频网站追剧党。具体来说，这款套餐的月租为 19 元/月，套餐内包含优酷、爱奇艺、PPTV、乐视以及天翼视讯五大视频产生的流量全免费，全国主叫 0.1 元/分钟，套餐外流量 1 元每 GB。

中国电信与今日头条签署战略合作协议

11 月 7 日消息，中国电信与今日头条签署战略合作协议。双方将在头条定向流量套餐、电信用户免密登陆、精准客户服务等多个方面开展合作。此次合作旨在整合运营商与互联网公司的优质资源，致力于充分发挥各自优势挖掘合作潜力，并将继续优化和推动今日头条用户专属的“头条关心卡”。

此次合作将实现中国电信天翼“统一账号”与今日头条账号的互通，这意味着用户可以使用天翼“统一账号”直接登录“今日头条”客户端等系列产品。“统一账号”依托中国电信的移动网络，采用手机卡识别、认证等独特技术，准确识别用户手机号码，为用户提供“一键免密”的快捷认证方式。中国电信用户通过该服务，可以登录中国电信统一账号系统内的应用或业务，用户登录、认证及稽核的过程全部在电信系统内交互完成，相比传统的认证技术更加安全。

中国联通欲组建全新子公司

11 月 30 日，有消息称中国联通即将成立一家全新的子公司，以增强自身创新能力与核心竞争力。如果消息属实，那么联通旗下这家独立全资子公司将以何种角色出现在大众面前？值得关注。

据澎湃新闻爆料，联通计划筹建“联通资本投资控股有限公司”（简称联通资本），同时对旗下的“联通创新创业投资有限公司”进行增资，两家新公司注册资本各 50 亿元，注册地均在雄安新区。

中国联通与腾讯合推王卡宽带：1 元 1 天

11 月 26 日消息，联通和腾讯王卡联合推出了“王卡宽带”，这应该是首个互联网宽带服务。内容方面，王卡宽带为 100M 光纤，必须是腾讯王卡用户办理（王卡套餐取消的话，宽带也同时需要解约或转入普通套餐）。

资费方面，1 天 1 元，每月最低消费 5 元（比如仅用 3 天的话也需要补），预存 200 元话费的话，送价值 269 元的企鹅盒子（腾讯官方高清机顶盒）。据官方说法，该套餐在联通宽带抵达区域均可办理，现在下单的话承诺 48 小时内上门安装。目前，腾讯王卡设计为 19 元月费的大王卡和 59 元月费的天王卡，也就是加宽带的话每月最少仅需 24 元即可。

中国联通开放老用户办理互联网套餐

11 月 23 日消息，中国联通已经开始接受旗下老用户转互联网套餐（腾讯王卡、蚂蚁宝卡等），日前，中国电信也跟上脚步，接受老用户转互联网套餐，记者从中国电信官网获悉，中国电信发布公告称，套餐新、老用户均可办理。

新用户暂时只支持通过合作方客户端办理，老用户可通过本地营业厅、拨打客服电话 10000。通信世界网记者致电 10000 客服，工作人员表示：“人工客服于 11 月 15 日接到集团通知，目前老用户可以通过营业厅办理业务完成老用户转互联网套餐需求，人工客服办理目前暂不支持。”

中国联通与华为共同发布极致体验视频白皮书

11 月 22 日，中国联通与华为联合发布创新研究成果《极致体验视频网建设标准白皮书》，并共同签署《下一代网络应用场景及解决方案战略合作协议》，开启基于用户体验和应用场景探索下一代网络规划的创新之路。

本次发布的白皮书通过人因工程、人工智能等方法，将用户的主观体验映射到网络的指标和状态，同时结合体验阻塞理论，提出极致体验的网络建设和容量规划优化标准，形成完整的卓越视频网络解决方案，为推动联通的视频网建设提供前瞻性指导。

哔哩哔哩联通流量包正式上线

11 月 13 日消息，哔哩哔哩弹幕网宣布“联通流量包正式上线”，老用户不用纠结换卡，也可以享受免流量刷 B 站。资费每月 15 元，开通流量包后，哔哩哔哩客户端内看直播、视频、离线下载等流量资费全免。新老用户都能办理，退订次月生效。

中国联通与宜通世纪开展智慧医疗合作

11 月 16 日，中国联通与宜通世纪在北京签署战略合作框架协议。根据协议，双方将在物联网、智慧医疗、基础通信业务等领域展开深入合作。

中国启动 5G 研发试验第三阶段工作

11 月 23 日，工信部网站消息，工业和信息化部办公厅近日发布的《关于启动 5G 技术研发试验第三阶段工作的通知》称，目前启动 5G 技术研发试验第三阶段工作。《通知》明确了试验目标，重点面向 5G 商用前的产品研发、验证和产业协同；提出要建设试验环境，完成中国信息通信研究院 5G 实验室和北京怀柔外场试验系统的构建与优化；加快设备研发，

力争与国际标准同期推出 5G 预商用产品;开展融合试验以及加强统筹安排,力争在 2018 年底实现第三阶段试验基本目标,支撑我国 5G 规模试验全面展开。

中国移动正式推出自有品牌电视机

11 月 27 日消息,根据 3C 质量认证中心网站的信息显示,中国移动正在准备一款智能电视,已经通过了认证,意味着未来几个月之内或将上市发售。此前的 9 月,中国移动和京东方就提供数字化显示产品与系统达成合作并签署合作协议,“ChinaMobile”将会成为首款运营商旗下的电视。

陕西电信：狂欢双十一天翼高清免费看

11 月 9 日消息,陕西电信 IPTV 拉开「双 11 狂欢节」帷幕,2017 年 11 月 10 日 0 点—11 月 12 日 24 点,所有内容全都免费,3 天 3 夜免费看。

湖南电信：IPTV 游戏变现能力增强

11 月 16 日消息,在日前召开的“第十四届电视新媒体高峰论坛”上,中国电信湖南分公司 IPTV 产品总监文斌表示,中国大屏游戏潜力巨大,上线 9 个月,公司的游戏平台中的大屏游戏数量达 300 版,收入也实现了近 3 倍的增长。文斌预测,2020 年大屏游戏规模或达 50 亿,公司将通过四方面深挖用户价值,实现快速发展。

安徽电信宣布 NB-IoT 正式商用

11 月 6 日消息,“皖物新互联 翼启筑生态”NB-IoT 网络商用发布暨产业联盟大会近日在合肥举行。大会宣布中国电信安徽公司在省内率先全面完成 NB-IoT 网络覆盖,新一代物联网(NB-IoT)正式在皖商用。中国电信安徽公司携手华为、清华大学合肥院、阳光电源、荣事达等产业链生态合作伙伴,成立了安徽“天翼物联”物联网产业联盟。

泉州电信推广高清 ITV 修障助手

11 月 28 日消息，为提升天翼高清 ITV 用户自助排障能力和装维现场故障过滤率，泉州电信牵头开发天翼高清 ITV 修障助手，实现“从用户网络到公网再到平台”的端到端自动检测诊断故障。据悉，该天翼高清助手 APP 基于移动端开发，通过故障分布式自动诊断模式，实现“一键修复、远程诊断、自动体检”等多种功能。

惠州电信大力推动 4K 电视网络应用

11 月 27 日消息，在惠州电信 4K 智能社区体验点，首次体验到了 4K 电视带来的别样试听体验。当前，我省正全力推广 4K 超高清试验频道，争取成为全国示范省。惠州是全省两个建设 4K 应用示范社区的城市之一，将率先打造成全省 4K 电视应用示范社区，争取 2019 年成为国家级新数字家庭应用示范基地。

河南联通：IPTV 聚精彩专区全新来袭

11 月 30 日消息，河南 IPTV “精品-聚精彩”专区全新改版测试上线啦!专区目前包含芒果 TV、环球影视、童趣漫游三个专区精品节目，涵盖当红综艺、电影、电视、动漫、少儿、纪录片等内容;上线测试期间全部限时免费看。



重庆联通推出跨界金融业务

11 月 8 日消息，为加快互联网创新业务发展步伐，日前，重庆联通成立了金融业务专项运营团队，借助沃支付金融平台，通过“通信 支付金融”的营销模式，推出线上支付、电子券、信用分期及互联网理财等品种多样、形式新颖的金融通信产品，赢得了市场和用户的积极响应。

湖南移动：互联网电视违规招标

11 月 24 日消息，近期，湖南移动向多家互联网电视集成牌照方寄发邀标书，此次招标无论对于湖南移动还是应标的互联网电视集成牌照方都存有违规行为，对于多项互联网电视管理制度均发起了挑战，极有可能面临流产。

江苏移动用物联网助力乡村智慧农业

11 月 9 日消息，江苏移动无锡分公司携手丁蜀镇人民政府、中国农业大学宜兴农业物联网研究中心联合打造了丁蜀物联网农业小镇，大田、茶叶、大棚作物等农业生产均实现科学化管理，农民收入普遍增加。如今江苏移动不断加大农业物联网应用推广力度，现已在无锡、南京、苏州、泰州、淮安、连云港等十个地市内，与二十余家政府部门及企业开展农业物联网项目的合作。

5、广电运营商

广电国网与河南有线开展智能终端合作

11 月 16 日，中国广播电视网络有限公司与河南有线电视网络集团有限公司签订了关于智能终端机顶盒推广的战略协议。双方的合作将会促进广电行业智能终端的发展，同时开启广电智能终端技术标准化，运营统一化的进程，为行业发展助力，为开创属于广电的智能时代助力。

广东广电局开展打击“黑广播”行动

11 月 8 日消息，广东省新闻出版广电局开展打击“黑广播”确保无线电安全专项行动。一是及时传达、精准研判，迅速开展工作部署。二是主动出击、深挖线索，提升定位监测效率。三是加强协作、横向联动，加大执法力度。四是全省各级媒体加大对“黑广播”危害的宣传教育，及时通报打击的最新情况，广播电视机构设台用频要严格自律，倡导广大听众积极监督举报，推进群防群治。

华数五年磨一剑打造“智慧神农”

11 月 9 日消息，华数与南昌广电网络日前在智慧云平台、智能终端业务合作上达成战略合作协议，南昌成为首个“智慧神农”计划试点城市。

“智慧神农”计划是从：产品，平台，传输，运营，投资，大数据等多个维度展现华数的新理念、新征程，为广电行业实践出一整套从内容技术，到市场运营的完整解决方案：

1、有线网的墙正在被打开：

华数 DVB+OTT 整体解决方案，是源于华数“广电+互联网”的双重基因，经多年的海量内容积累、持续技术演进和深度运营优化凝练而成。

整体技术支撑平台也因应广电特色的 DVB+OTT 产品需求和行业发展趋势，在确保传统点播、回放、直播业务优质稳定的同时，构建了内容生产、业务运营、终端服务多个层面的 OTT 元素引入的技术通道，以开放式云平台的方式，打破有线网封闭的墙，使有线网的业务模式更加靠近互联网，满足用户对内容的需求，更丰富多元化。

2、华数的“达摩院”：

华数自主研发的系统着力支撑快速多变的产品需求和市场热点，支撑 CP、SP 的快速引入，智慧云平台会跟随华数系统的更新同步进行迭代，确保终端产品形态、新功能、新服务，是长期保持产品活力和竞争力的重要基础。

结合平台外购系统，着眼于广电、视频行业运营所需的内容编转码、统一内容编排、统一门户服务及计费鉴权等通用型成熟产品，着重发挥其对核心业务稳定可靠的持续支撑能力。

3、专注一面，也能千人千面：

电视上找不到想看的内容？！智慧云系统让电视比你更了解你。大数据优势不再只属于互联网，智慧云平台对接华数大数据分析系统，融合内容推荐更加精确。通过智能化自动运营、差异化服务呈现的业务模式，轻松实现市场策略分用户、分区域定制推送等精准推送工作。

华数智慧云平台在个性化设置上也进行了突破性的创新，支持用户自定义服务、会员中心服务、全局收藏/历史/预约等功能，形成用户自助服务的业务模式，在智能化自动运营的同时，也充分的提升了用户的使用体验。

4、云享网络，智能搜索：

电视遥控器搜索媒资内容不方便也将成为过去，华数自研系统汇聚了多 CP 数据，联合阿里云搜索，百度度秘等多家机构，实现了支持全文检索、大家都在搜、全局融合搜索、语音搜索等便捷功能，对接云搜索引擎，数据更新效率更高、操作更简便。提高用户体验感，刺激新用户需求，增加用户粘性。

5、大数据颠覆终端体验：

只要一台电视，可以看到媒体内容的最近评论，实时网络排名，并与内容相关的演员或其他媒资内容相关联，这就是智慧云平台带来的改变，华数自研系统通过对豆瓣评分、百度百科、直播深度 EPG 等互联网数据信息的统一接入与同步，基于源数据聚合后在终端的展现在服务终端的展现上更加人性化，个性化。

6、智能广告系统：

基于前述内容中精准推送等功能，传统简单的广告位不再简单，不仅支持门户图文广告、播控图文广告、视频贴片广告的投放，还可以根据需求进行差异化，精准化投放。系统贯穿广告素材管理、广告位管理、投放策略制定、差异化投放服务的广告业务全程，并按不同维度进行广告曝光量及触达量的统计分析，投放策略可定制参数丰富，将有效提升广告转化率。

歌华有线与华为深化智慧城市合作

11 月 15 日消息，歌华有线公司与华为技术有限公司在北京签署了《战略合作协议》。协议主要涉及以下几方面的合作：1、智慧城市合作；2、云计算、大数据合作；3、资源共享合作；4、广播电视有线无线融合网及基础网络建设合作；5、加强有线+无线产业布局，创新领域合作；6、物联网合作；7、平安城市合作；8、协议有效期为 3 年。

陕西广电网络收到电信普遍服务补助 2471 万元

11 月 2 日，陕西广电网络发布公告称，近日公司分别收到安康市工业和信息化局支付的项目建设补助资金 260.844 万元和延安市市直单位统管会计中心支付的项目建设补助资金 2210.223 万元，共计 2471.067 万元。

陕西广电网络表示，剩余共计 1128.6 万元的项目运维补助资金，将在项目验收合格后支付。本次收到的补助为与资产相关的政府补助，将按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》进行处理。

江苏有线增开“孝乐神州”专区

11 月 20 日开始，江苏有线的用户们按 6 号键，就能进入孝乐神州专区，里面有丰富的节目等着您。孝乐神州专区集合老年用户的喜好和需求，打造了广场热舞、那年影视、听岁月留声等 12 个栏目，为老年用户提供了健康、教育、文化、娱乐四项服务，呼应老年观众“身体健康、生活丰富、精神充实、心情愉悦”四种诉求。

重庆有线推进智慧教育

11 月 26 日，记者从 2017 年重庆智慧教育及装备展览会上了解到，重庆有线参展的“雪亮”项目，能实现远程传输校园及角落的监控视频，父母在家可通过电视查看孩子安全，让家长更放心，让孩子们拥有美好校园生活。据悉，为推动重庆市教育教学改革，推进智慧教育，促进信息技术与教育教学的深度融合，2017 年重庆智慧教育及装备展览会于 26 日在南坪会展中心盛大开幕。吸引了来自全国各地 50 余家企业赴会参展，集中展示智慧教育产业发展的最新成果及前沿理念。

贵州有线电视频道免费“扩容”

11 月 21 日起，贵阳市民打开家里的有线电视，就能免费多看到四海钓鱼、环球旅游、风云剧场等 20 余套新的电视节目。记者 11 月 20 日从贵州广电网络获悉，为迎接“11·21 世界电视日”，从 11 月 21 日起，贵州省有线电视用户正常缴纳有线电视基本收视费后，所

收看的标清电视节目套数将从物价文件规定的 74 套提升至近 100 套，高清数字电视用户还可收看近 30 套高清卫视频道。

内蒙古广电网络与中国铁塔展开合作

11 月 17 日消息，内蒙古广播电视网络集团有限公司与中国铁塔内蒙古自治区分公司签署战略合作协议，深化资源共享，加快业务拓展步伐，这是全国首例广电省网与中国铁塔开展战略合作。

根据协议：内蒙古铁塔向内蒙广电网络全面开放信息通信基础设施资源，其中包括通信铁塔、机房、电源等基础设施资源，提供信息通信基础设施综合服务。内蒙古铁塔全力配合内蒙广电网络指定信息化建设的近期、中期、长期网络规划方案；内蒙广电网络向内蒙铁塔全面开放自有及可支配资源，内蒙广电网络月内蒙铁塔共建房屋、通信管道、社区管网，光纤光缆、通信杆路、吊线、通信塔、电视塔、市政路灯杆及配套设施等资源，与内蒙铁塔合作建设微基站，实现通信基础设施共享，推进物联网等业务的深入开展。

据了解，双方已就农村 Wi-Fi 覆盖，车载视频服务等信息化项目合作开展了深入磋商，并积极探索在应急抢修和维护协作方面形成联动体系，推进通信基站与广电网络维护相互对接，相互支撑满足不建立共赢互补的合作伙伴关系。

大连天途引入腾讯视频内容

11 月 7 日消息，大连天途有线电视与南方传媒携手合作，将中国最大的互联网视频节目平台——腾讯视频正式引入大连天途有线电视高清互动电视，搭载 4K 智能机顶盒，与大连用户见面。自此开始，500 万小时的腾讯视频内容在天途高清互动平台落户，并且与腾讯视频实现同步更新。

新上线的腾讯视频业务覆盖腾讯企鹅影院、鼎级剧场以及腾讯体育等多项内容。内容不仅包含热播的影视剧、综艺等大量热门内容，还有腾讯独播和自制电视剧、腾讯独有版权的 NBA、欧洲冠军杯等体育赛事直播、HBO 热播美剧、自制综艺、主流演唱会、动漫、游戏等几十个细分类目，满足各类观众需求和喜好。

山东有线多举措拓宽市场

11 月 13 日消息，山东有线利津分公司全力提升服务，多措并举拓宽用户市场，增户创收效果良好。设立“流动营业厅”“便民服务组”等上门服务队伍，方便用户续费，稳固了一批续费户；瞄准企事业单位、新入住小区、宾馆、商务酒店，搞好回访服务，拓展了一批集团用户；结合“小黑锅”清理整顿，整转了一批用户；实行客户经理负责制，利用中午、晚上、节假日等时间，电话问询、上门沟通，唤醒了一批“休眠户”。一个半月内，新装有线电视用户 320 户，发展集团户 3 家，整转用户 78 户，激活休眠户 90 户。

直播星户户通四代机进度晚于预期

11 月 23 日消息，在某直播星新一代直播卫星户户通终端解决方案发布会上，卫星直播管理中心主任杨一曼表示，目前正在组织讨论外场测试方案，整体来看四代机的进度比预期晚半年到一年左右；总局会组织好场测，然后发现问题再完善，中心会及时跟厂家沟通，三代机过度时间会稍微拉长。

中央电视台继续获得世界杯全媒体版权

11 月 1 日，中央电视台和国际足联共同宣布，中央电视台获得 2018 年至 2022 年国际足联各项赛事在中国大陆地区的独家全媒体版权，其中包括 2018 年俄罗斯世界杯、2022 年卡塔尔世界杯、2019 年法国女足世界杯和 2021 年联合会杯，以及国际足联旗下的 U 系列赛事等。

四川广电与凤凰卫视达成战略合作

11 月 3 日，在成都举办的 2017（第十四届）四川电视节上，四川广播电视台与凤凰卫视有限公司签署战略合作协议，双方将在资源共享、业务合作、文创产业等领域开展广泛深入的合作。

6、互联网视频

爱奇艺：2018 年内容投入将达 100 亿元

11 月 1 日消息，爱奇艺系统发布 2018 年大剧、热综以及娱乐生态内容多领域布局，发布超 200 部内容。在会后采访中，爱奇艺首席内容官王晓晖透露，爱奇艺 2018 年的内容投入将超过 100 亿元。

腾讯拿出 3 个 100 亿扶植内容创业

11 月 8 日，2017 腾讯全球合作伙伴大会在成都西部博览中心开幕。腾讯推出内容开放平台，发布“百亿计划”，拿出 3 个 100 亿扶植内容创业；腾讯还将对传统行业、医疗行业开放 AI 成果，同时推出 AI 开放平台让更多 AI 创业者加入，和腾讯一起探索新科技的可能性。

百度愿意在短视频上投入更大

11 月 24 日消息，百度副总裁沈抖近期在接受记者专访时表示，无论是短视频的生产和分发，百度都有全面布局，在短视频这样的风口上，愿意做更大的投入。沈抖介绍，百度比以往更加注重生态。在短视频分发层面，百度有很多自有平台出口，同时正在大力打造内容联盟，与更多合作伙伴在合作；生产层面，虽然目前有些信息不能透露，但百度确实在积极关注内容生产者，与他们在流量、资本方面有非常多的合作。

西瓜视频将砸 20 亿进行补贴

11 月 28 日消息，今日头条 CEO 张一鸣近日在西瓜视频嘉年华活动中发表演讲，认为未来信息视频化趋势将不可逆，宣布西瓜视频会拿出 20 亿元，帮助创作者变现。

智能大屏产业联盟成立

11 月 29 日消息，由中国电子商会指导，京东联合康佳、乐视、三星、小米、腾讯视频、中国信通院、尼尔森等包括标准协会、广电运营商、牌照商、内容和数据服务商、电视厂商

在内的数百家企业、机构日前发起成立智能大屏产业联盟，以推动各智能设备间的互联网互通，加速智能电视产业早日搭上物联网快车。在联盟成立的同时，京东宣布向联盟成员开放大屏智能家居控制、大屏智能语音操控、边看边买智能购物等技术接口。

4K 花园登陆极米无屏电视

11 月 25 日，国内最大的 4K 内容生产和分发平台 4K 花园，将以 4K 专区 SDK 形式直接登陆极米终端。这是双方 7 月份签署的战略合作的正式落地，将为广大激光电视(投影)极友带来国内最好的真 4K 内容福利。4K 花园一直发力大屏侧内容，已经陆续接入国内六大电视机厂商，此次登陆极米，更是开创了激光电视与 4K 内容合作的先河，完美的影院级视听体验让更多年轻用户愿意回归客厅，回归家庭。

7、VR

中国移动联手深信服共推 VR 云

11 月 30 日消息，中国移动发布业界领先的 VR 云解决方案，该方案由中国移动牵头，联手深信服、英伟达等业界具有顶尖技术能力的公司合力打造。深信服通过超融合+桌面云方案构建了 VR 云基础设施，该方案深度融入英伟达 GPU 技术，从而实现 3D 游戏的渲染和交付，为用户提供超预期的游戏体验。

苹果开发新款 AR 头戴显示设备

11 月 10 日消息，苹果将开发一款新的增强现实（AR）头戴显示设备，最早可在 2020 年推出，或将成为苹果标志性产品 iPhone 的继任者。目前，苹果已经将 AR 功能做进了移动设备中，并凭借 ARkit 进军这一领域，但推出头显能让苹果与微软等公司形成更直接的竞争，例如，微软的“混合现实”平台 HoloLens，以及备受资本青睐的创业公司 MagicLeap。

派拉蒙计划推出首个 VR 影院

11 月 22 日消息，拉蒙正与 VR 社交公司 Bigscreen，以及 Oculus、三星、HTC 和微软等知名虚拟现实科技公司合作，计划推出首个虚拟现实（VR）影院。观众带上 VR 头显后，会发现自己坐在“影院”的大屏幕前，像在实体影院里一样观看电影。

8、资本市场

山东广电新媒体将融资改制

11 月 28 日消息，山东广电新媒体有限责任公司正式迈开了混改步伐。山东新媒在山东产权交易中心发布增资扩股公告，宣布将募集资金 4.67 亿元，引入 4 个投资者，合计持有公司 25%股份。

本次增资扩股，山东新媒拟新增注册资本 8666.67 万元，占增资后公司注册资本的 25%。公告披露，此次增资扩股分为 A、B、C、D 等 4 个标的，增资后持股比例依次为 10%、7%、5%、3%，拟募集资金总额为 4.67 亿元。折算下来，挂牌价格相当于每股 5.38 元。

融创中国向乐视提供 17.9 亿借款

11 月 16 日，融创中国在港交所发布公告，公司通过天津嘉睿有条件同意分别向乐视致新与乐视网借款 5 亿元和 12.9 亿元，期限为首笔借款金额实际到账之日起一年，年利率为 10%，借款用途用于乐视网与乐视致新的一般运营资金。作为第一笔 5 亿元借款的先决条件，乐视致新需将其持有的乐视投资 100%股权，以及乐视网持有的重庆乐视小额贷款 100%股权、霍尔果斯乐视新生代 100%股权以及乐视体育质 6.47%的股权质押给天津嘉睿。作为第二笔 12.9 亿元借款的先决条件，乐视网需将其持有的乐视致新 13.5416%股权和乐视云 50%股权质押给天津嘉睿。

乐播于近日完成 6500 万元 A+轮融资

11 月 14 日消息，手机与智能大屏多屏互动的产品乐播于近日完成 6500 万元 A+轮融资，本轮由深圳前海母基金领投，暴龙资本、博将资本、易合君成联合参投。此前，乐播曾获得金沙江联合资本 2500 万元 A 轮融资，赛马资本的天使轮融资。

梨视频获 1.67 亿元 Pre A 轮融资

11 月 16 日，资讯短视频平台梨视频宣布，Pre A 轮融资 1.67 亿元人民币。此次融资是梨视频首轮公开融资，由人民网旗下基金独投。Pre A 轮融资之外，梨视频还在和人民网洽谈一揽子内容战略合作协议。

斗鱼完成 D 轮融资并宣布已盈利

11 月 20 日消息，斗鱼直播宣布已经于 2017 年上半年完成 D 轮融资。此次融资由招银国际领投，南山资本通过禾母基金跟投。斗鱼与投资方均未对外透露融资的细节。另外，斗鱼对外表示公司已经完全进入了盈利状态，并在积极对外投资。

极米无屏电视获 C 轮融资

11 月 21 日消息，无屏电视品牌极米科技宣布，已完成由百度风投领投的 C 轮融资。C 轮融资将被极米科技用于旗下无屏电视、激光无屏电视的产品研发投入。而在获得百度风投投资后，极米科技将与百度在 AI 技术上展开合作，联手打造下一代智能电视。

康佳拟出资 10 亿元成立康佳多媒体公司

11 月 17 日，深康佳 A 晚间发布公告称，公司拟出资 10 亿元成立康佳多媒体有限公司（暂定名，以工商注册为准），作为本公司彩电业务等多媒体相关业务（不含多媒体制造业务）的运营主体，并在康佳多媒体有限公司成立后，由康佳多媒体有限公司出资 7 亿元成立多媒体内销公司和出资 3 亿元成立多媒体外销公司两家全资子公司，分别负责本公司彩电产品等多媒体产品的内销和外销业务。此外，深康佳 A 公告表示，公司拟出资 1.2 亿元合资

成立项目公司，其中公司占股 20%，开发宜宾三江口项目，公司拟在宜宾市逐步进行产业布局，预计可产生较好投资收益。

海信 129 亿日元收购东芝电视业务

11 月 21 日消息，海信集团旗下上市公司海信电器股份有限公司与东芝株式会社在东京联合宣布：东芝映像解决方案公司（Toshiba Visual Solutions Corporation，简称 TVS）股权的 95% 正式转让海信。转让完成后，海信电器将享有东芝电视产品、品牌、运营服务等一揽子业务，并拥有东芝电视全球 40 年品牌授权。该项股权转让金额暂计为 129 亿日元（约合 1.13 亿美元），预期将于 18 年 2 月底完成交割。

9、其它互联网相关

国家版权局公布 16 起网络侵权盗版案件

1. 北京优阅盈创科技有限公司侵犯文字作品著作权案。
2. 北京橙子维阿科技有限公司侵犯影视作品作品著作权案。
3. 北京王某涉嫌侵犯文字作品著作权案。
4. 天津“吉吉影院”网侵犯影视作品作品著作权案。
5. 上海智器投资咨询有限公司侵犯文字作品著作权案。
6. 江苏镇江“10·26”淘宝网店制售盗版图书案。
7. 江苏徐州卢某某等涉嫌侵犯文字作品著作权案。
8. 江苏常州孙某某涉嫌侵犯网络游戏作品著作权案。
9. 江苏徐州“5·10”涉嫌侵犯著作权案。
10. 湖北恩施赵某某侵犯网络游戏作品著作权案。
11. 广东佛山左某某侵犯软件著作权案。
12. 广东深圳“手机看电视直播”网涉嫌侵犯著作权案。
13. 广东广州华多网络科技有限公司涉嫌侵犯网络游戏作品著作权案。
14. 广西南宁“皮皮小说”网侵犯文字作品著作权案。

15.四川“吹妖动漫”网涉嫌侵犯动漫作品著作权案。

16.宁夏银川王某等涉嫌侵犯网络游戏著作权案。

物联网联盟发布九项 NB-IoT 团体标准

11 月 27 日消息，移动物联网产业联盟全会在重庆市召开，会议由移动物联网产业联盟主办，中国信息通信研究院西部分院承办，重庆市物联网产业协会协办，会议期间召开了联盟各工作组会议和“嵌入式用户识别卡(eSIM)关键技术与产业发展研讨会”。

本次联盟全会共通过了九项面向 NB-IoT 团体标准，分别是《NB-IoT 行业应用指南》、《NB-IoT 基站设备测试规范(实验室分册)》、《NB-IoT 终端设备测试规范(实验室分册)》、《面向窄带物联网(NB-IoT)的 eUICC 技术要求》、《面向窄带物联网(NB-IoT)的智慧照明终端技术要求》、《面向窄带物联网(NB-IoT)的共享单车终端技术要求》、《面向窄带物联网(NB-IoT)的净水器终端技术要求》、《面向窄带物联网(NB-IoT)的电缆测温终端技术要求》、《面向窄带物联网(NB-IoT)的智能水表终端技术要求》。

华为正式发布“数字天空计划”

11 月 17 日消息，华为 Wireless X Labs 无线应用场景实验室在第八届全球移动宽带论坛上正式发布“飞天计划”，通过低空网络覆盖为无人机应用创新注入活力，使能低空数字化产业经济。

“飞天计划”将分三步走：2017-2018 年，建立联网无人机应用示范，推进基于蜂窝网的管理标准化进程;2019-2020 年，实施外场测试和小规模商用，在 5 个以上国家实现应用;2020 年以后，实现低空数字网络的商用化，低空网络覆盖达到 30%以上。

华为无线应用场景实验室 Wireless X Labs 还专门成立了低空数字化特别兴趣组，汇聚政府、运营商、无人机厂商、行业组织和客户，并于 2107 年 10 月在上海成立首个低空数字化应用创新基地，致力于联合推进联网无人机示范项目，2018 年将拓展至欧洲、加拿大、韩国等地。

小米与百度将在 AI、IOT 等领域展开合作

11 月 28 日，小米宣布与百度达成深度合作，将在物联网(IoT)与人工智能(AI)领域展开合作。小米公司创始人、董事长兼 CEO 雷军表示，小米在核心的人工智能技术和产品方面已经取得了重大突破。

暴风 TV 推出"暴风 AI 无屏电视

11 月 6 日，暴风 TV 在北京召开主题为"大玩家"的新品发布会，正式推出"暴风 AI 无屏电视"品牌及首款产品--暴风 AI 无屏电视 Max6。并宣布邀请人工智能领域权威科学家--冯雁教授作为暴风人工智能首席科学顾问。

“天猫魔盒”等多款机顶盒抽查不合格

11 月 20 日，上海市质监局曝光了 3 批次质量监督抽查不合格的市售机顶盒，分别是：“MERCURY”（水星网络）网络播放器(型号：M1，生产企业：深圳市美科星通信技术有限公司)，“天猫魔盒”（型号：M16C，生产企业：浙江天猫供应链管理有限公司），“1905 电影盒”（型号：XC-FBY1，生产企业：一九零五互动(北京)科技有限公司）。这 3 批次产品均被检出“1GHz 以下辐射骚扰”项目不合格。

2017年上海市机顶盒产品质量监督抽查不合格产品

序号	产品名称(标称)	商标(标称)	规格型号	生产日期批号(标称)	生产企业(标称)	复检企业	主要不合格项目
1	网络播放器	MERCURY	M1	/	深圳市美科星通信技术有限公司	上海斐讯网络科技有限公司	1GHz以下辐射骚扰
2	天猫魔盒	图案	M16C	/	浙江天猫供应链管理有限公司	上海文豹电子科技有限公司	1GHz以下辐射骚扰
3	1905电影盒	图案	XC-FBY1	/	一九零五互动(北京)科技有限公司	上海飞牛集运电子商务有限公司(飞牛网)	1GHz以下辐射骚扰

10、海外市场

2017 年盗版电视使分销商亏损 40 亿美元

11 月 9 日消息，Sandvine 的电视盗版报告表明，2017 年，美国的盗版行为可能使付费电视运营商亏损高达 40 亿美元。该报告显示，美国大约 6.5% 的家庭每个月都在使用盗版电视服务。付费电视、体育直播、电视新闻、国际内容的收看存在着大量的盗版使用情况。

Netflix 4K 内容入驻康卡斯特 X1 机顶盒

11 月 1 日消息，康卡斯特宣布，在其 Xfinity X1 机顶盒上提供来自 Netflix 的 4K 内容，其中包括热门新剧《怪奇物语》。要观看 Netflix 4K 内容，订阅了 Netflix 的康卡斯特 X1 订户需要准备一台支持 4K 的电视机以及 XG1v4 机顶盒。该机顶盒支持 4K 和高动态范围，包含 6 个调谐器并集成了数字视频录像机(DVR)。此外，康卡斯特还在测试一款 IP 伴随机顶盒，名为 Xi6。该机顶盒也支持高像素的格式但目前还不能提供 Netflix 的 4K 内容。目前，Netflix 的 4K 资源库拥有超过 1200 小时的内容，包括《王冠》、《毒梟》、《女子监狱》等原创剧集。

AT&T 明年升级 OTT 电视服务 DirecTV Now

11 月 9 日消息，AT&T 计划为其流媒体电视服务 DirecTVNow 进行一次重大升级，很可能加入流线型用户界面、支持赛事活动按次计费、云 DVR 服务以及让消费者同时观看多个视频流。AT&T 的 CFO John Stephens 表示，升级将让 AT&T 从 DirecTV Now 上获得更多收益。分析师 Wells Fargo 透露，该服务有望在 2018 年一季度推出。

亚马逊将 Fire TV 电视棒推向全球市场

11 月 9 日消息，亚马逊 Fire TV Stick 基础版电视棒进驻了 100 个新的国家与地区市场。该设备可输出高达 1080p 高清分辨率和 60 帧/秒的视频，目前已经登陆包括加拿大、法国、意大利和西班牙在内的全球市场。

亚马逊放弃与广电公司合推视频服务

11 月 16 日消息，亚马逊已经放弃了与广播电视公司合作推出在线流媒体服务的计划，主要原因是利润率太低。此外，知情人士还称，亚马逊也无法说服主要的广播电视公司打破其数十年来所坚持的传统业务模式，加入到亚马逊的流媒体服务 Amazon Channels 中。

HBO 发布互动剧集，观众可自己构建剧情

11 月 30 日消息，HBO 与电影制作人史蒂芬·索德伯格共同推出了一款互动体验 APP——马赛克（Mosaic），探索剧情片叙事规则。这一 APP 采用了新的技术来呈现故事，观众可以选择观看视角、左右人物抉择和支线信息来构建自己的体验。该 APP 的研发历时三年，由媒体技术公司 PodOp 创建。

央视欧洲分台正式启动建设

11 月 21 日，央视欧洲分台建设项目启动仪式在英国伦敦举行。中央电视台副总编辑李挺，中国环球广播电视有限公司、甘斯勒设计公司、英国 JAC 公司、黑石集团、伦敦发展促进署大中华区等有关负责人及央视驻欧记者参加仪式。中国环球电视网欧洲公司与甘斯勒设计公司、英国 JAC 公司分别签署设计服务、项目管理与施工监理服务两项建设核心合同，并与出租方黑石集团举行钥匙交接及入驻纪念活动。根据规划，欧洲分台将建设具备独立制作播出功能，在电视、互联网社交媒体、移动客户端平台实现互动连通的全媒体编辑部，并逐步实现每日制播 5 小时本土化节目的能力。

德国电信推出 4K 机顶盒

11 月 8 日消息，德国电信与瑞典电视与多屏解决方案供应商 ZenterioOS 合作推出了第二款机顶盒。这是一款采用 Zenterio OS 系统的高端 4K Entertain TV 机顶盒，支持直播、4K 电视点播、YouTube 和 Netflix 视频内容以及其他第三方 APP 等多种高级功能。Zenterio OS 是一个基于软件的开放系统，基于可扩展的软件基础架构搭建，可减少集成时间并降低成本，让德国电信只用一个中间件轻松实现不同市场所有机顶盒的统一。

西班牙计划成为 4KTV 全球中心

11 月 13 日消息，西班牙电信总裁路易斯·米格尔·吉尔皮尔斯在 2017 4K (HDR)峰会上表示，征服其预测将为强劲的西班牙 4K 市场且使西班牙成为世界 UHD 中心是西班牙电信的追求。吉尔皮尔斯强调首要的是视频为西班牙电信的企业战略之核心，其旗舰的 Movistar+ 服务将成为西班牙家庭数字生活的中心。对 Movistar+ 的计划是适应消费者的需求，而它已经改变了西班牙市民观看电视的方式，近五分之二消费者不看直播电视。此服务有三大支柱：独家性、多样性和用户体验。

三星计划推出多项流媒体服务

11 月 30 日消息，三星近日在智能电视上推出了一项新功能，该项功能名为 YouTube 电视，用户可直接通过电视收看 YouTube 网站上的视频内容。不仅如此，三星宣布将于近日上线一个名为亚马逊音乐的新功能，该项功能允许用户通过智能电视收在线收听亚马逊音乐，同时它们还表示三星智能电视是第一个连接到亚马逊音乐服务的三方设备。

新加坡模数转换期限推迟到 2018 年底

11 月 9 日消息，新加坡将再用一年的时间来完成向数字电视的迁移。为了让用户有更多时间转向数字电视，关闭模拟电视广播的期限已从 2017 年底延期至 2018 年 12 月 31 日。此外，主管信息通信与媒体融合的信息通信与媒体发展管理局（IMDA）正在进一步增强数字电视援助计划（DTVAS），帮助更多 HDB 公共住房家庭完成数字转换。

阿联酋电信 IPTV 业务在 4G 传输试验成功

11 月 19 日消息，阿联酋电信公司 Etisalat 通过现有的无线到户 4G 网络，已经成功地完成了首次中东 IPTV 业务的试验。在 2017 年，Etisalat 公司推出了无线到户 4G 网络的商用无线宽带接入和拥有 3.5 GHz 频谱的语音服务。这个最新试验现在为该地区首个无线 IPTV 和视频点播业务铺平了道路，该服务基于 4G/LTE 客户端设备和机顶盒。

四、 市场数据

1、 监测数据

IPTV 收视数据

2017 年 10-11 月各省电信 ITV 影视

广东电信

周期	项目	TOP1	TOP2	TOP3
10 月 23 日-10 月 29 日	电视剧	《三生三世十里桃花》	《传奇大亨》	《情满四合院》
	电影	《熊出没之熊心归来》	《杀破狼·贪狼》	《奥特曼传奇》
	综艺	《蒙面唱将猜猜猜 2》	《快乐大本营》	《中国新歌声 2》
	卡通	《熊出没》	《兔小贝儿歌》	《猫和老鼠》
10 月 30 日-11 月 5 日	电视剧	《寒山令》	《三生三世十里桃花》	《情满四合院》
	电影	《战狼 2》	《熊出没之熊心归来》	《冰雪奇缘》
	综艺	《蒙面唱将猜猜猜 2》	《快乐大本营》	《青春旅社》
	卡通	《熊出没》	《兔小贝儿歌》	《猫和老鼠》
11 月 6 日-11 月 12 日	电视剧	《零炮楼》	《盲约》	《将门风云》
	电影	《战狼 2》	《蜘蛛侠：英雄归来》	《熊出没之熊心归来》
	综艺	《蒙面唱将猜猜猜 2》	《极限挑战 3》	《快乐大本营》
	卡通	《熊出没》	《汪汪队立大功 2》	《猫和老鼠》
11 月 13 日-11 月 19 日	电视剧	《血色黎明》	《零炮楼》	《三生三世十里桃花》
	电影	《战狼 2》	《熊出没之熊心归来》	《敢死队 3》

	综艺	《蒙面唱将猜猜猜 2》	《极限挑战 3》	《快乐大本营》
	卡通	《熊出没》	《快乐酷宝第二季》	《兔小贝儿歌》
11 月 20 日-11 月 26 日	电视剧	血色黎明》	《零炮楼》	《三生三世十里桃花》
	电影	《熊出没之熊心归来》	《空天猎》	《战狼 2》
	综艺	《蒙面唱将猜猜猜 2》	《极限挑战 3》	《快乐大本营》
	卡通	《熊出没》	《猫和老鼠》	《兔小贝儿歌》

重庆电信

周期	影视剧	TOP1	TOP2	TOP3
10 月 30 日-11 月 5 日	付费电视剧	《飞哥战队》	《凡人的品格》	《那片星空那片海第二季》
	付费电影	《战狼 2》	《杀破狼·贪狼》	《雷神》
11 月 6 日-11 月 12 日	付费电视剧	《猎场》	《昏迷》	《幽暗之光》
	付费电影	《战狼 2》	《蜘蛛侠英雄归来》	《极盗车神》

上海电信

周期	直播/点播	TOP1	TOP2	TOP3
11 月 3 日-11 月 9 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《急诊科医生》	《小猪佩奇第五季》	《使徒行者 2》
11 月 10 日-11 月 16 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《小猪佩奇》	《急诊科医生》	《OCTONAUTS》
11 月 17 日-11 月 23 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》

	视频点播	《急诊科医生》	《小猪佩奇》	《士兵突击》
11 月 24 日-11 月 30 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《小猪佩奇》	《急诊科医生》	《我的！体育老师》

三大运营商月报（10 月份）

11 月 20 日，三大运营商公布了 10 月份的成绩单，数据显示，在移动用户数与固网宽带业务方面，三大运营商较九月份相比增长放缓，均未超过上月数据，在 4G 用户数方面，中国移动较九月小幅增长，中国电信与中国联通数据表现未能超过九月。整体来看，市场平衡关系被打破，运营商之间业务差距逐渐拉大。

中国电信：数据增长平稳 互联网套餐成为新武器

11 月 20 日，中国电信发布了 2017 年 10 月份运营数据。数据显示，10 月中国电信新增移动用户 422 万户，累计达 2.4478 亿户；10 月 4G 用户新增 515 万户，累计用户数达 1.7267 亿户。

在固网业务方面，2017 年 10 月份中国电信本地固话用户减少 65 万户，累计为 1.2266 亿户。有线宽带用户新增 83 万户，累计 1.3214 亿户。

数据显示，中国电信移动用户和 4G 用户均有稳步增长，是三大运营商十月份移动用户净增最高的，对此电信专家付亮表示，在营销体系上，中国电信在九月份十月份开始有了新的武器，那就是互联网套餐的引入，资费优势让新的用户申请号卡，拉动了 4G 用户的高速增长。

中国移动：总用户数优势明显 但数据增长放缓

中国移动 10 月净增用户数 322.7 万户，用户总数达 8.80935 亿户。其中，4G 用户 10 月净增 691.1 万户，总数达 6.28668 亿户；有线宽带用户净增 357.1 万户，总数达 1.06996 亿户。

整体来看，中国移动在 4G 用户总量与总用户数优势明显，4G 用户虽小幅增长，但与前九个月相比数据增长放缓，付亮表示，新号码的吸引力和竞争对手差距并不大，没有明显的优势，这是导致增速放缓的原因。

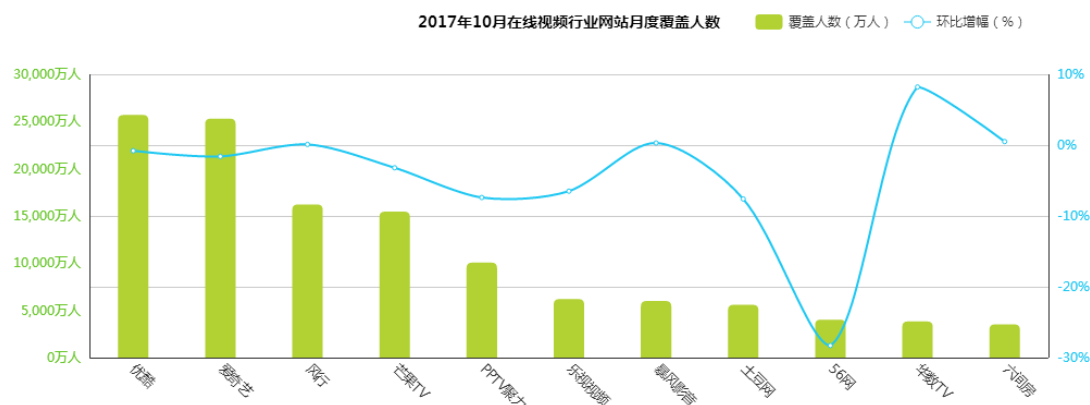
中国联通：固网宽带业务差距明显 新政策实施压力倍增

2017 年 10 月，中国联通净增 4G 用户 510.3 万户，累计达 1.65387 亿户。移动用户 10 月净增 237 万户，累计达 2.79236 亿户；

在固网业务方面，固网宽带用户当月净增 6 万户，累计达 7746.6 万户；本地电话用户本月减少 49.1 万户，累计为 6126.9 万户。

	中国移动	中国电信	中国联通
移动用户净增	322.7 万	422 万	237 万
累计移动用户	8.80935 亿	2.4478 亿	2.79236 亿
4G 用户净增	691.1 万	515 万	510.3 万
累计 4G 用户	6.28668 亿	1.7267 亿	1.65387 亿
宽带用户净增	357.1 万	83 万	6 万
累计宽带用户	1.06996 亿	1.3214 亿	7746.6 万

艾瑞 PC 指数——在线视频

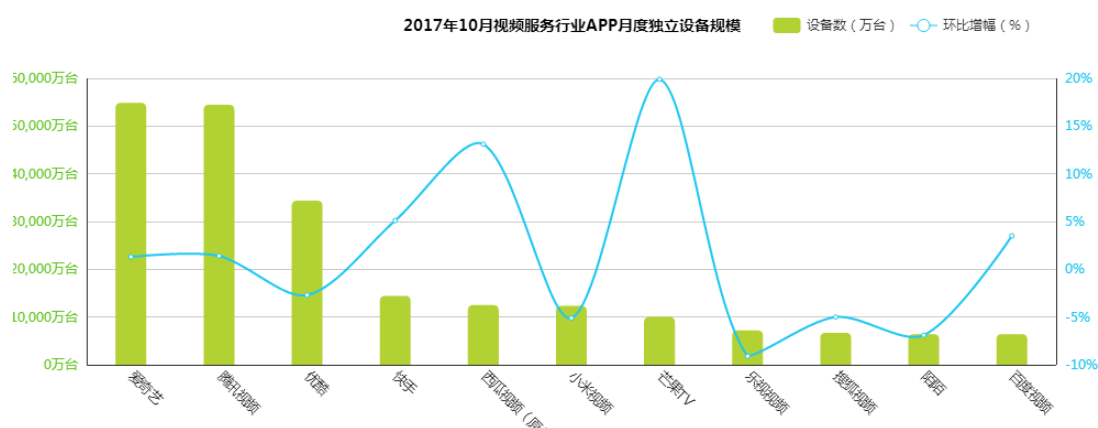


排名	网站	月度覆盖人数 (万人)	环比增长 (%)	备注
01	优酷	25693	-0.8	
02	爱奇艺	25303	-1.6	
03	风行	16218	+ 0.1	
04	芒果 TV	15460	-3.2	
05	PPTV 聚力	10059	-7.4	
06	乐视视频	6197	-6.5	

07	暴风影音	5994	+ 0.3	
08	土豆网	5594	-7.6	
09	56 网	4023	-28.3	
10	华数 TV	3829	+ 8.2	

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	54864	+ 1.3	在线视频
02	腾讯视频	54470	+ 1.4	在线视频
03	优酷	34382	-2.7	在线视频
04	快手	14441	+ 5.1	短视频
05	西瓜视频	12529	+ 13.1	短视频
06	小米视频	12339	-5.1	聚合视频
07	芒果 TV	10040	+ 19.9	在线视频
08	乐视视频	7207	-9.1	在线视频
09	搜狐视频	6713	-5	在线视频

10	陌陌	6426	-6.9	网络直播
----	----	------	------	------

<http://index.iresearch.com.cn/App/>

2、IPTV/新媒体数据

CGTN 优兔平台全球点击量超 3 亿

11 月 13 日消息，近日，中国国际电视台（CGTN）新媒体深耕适配社交媒体平台特性的内容建设，突出“新、短、快、活”四大特点，在全球最大视频网站优兔平台运营的主账号全球点击量突破 3 亿次，视频观看总时长达 3.7 亿分钟，居国内主流媒体首位。

一是时政报道紧扣主题，“新”表达构建对外话语体系。二是以用户需求为指引，“短”视频贴合海外受众观看习惯。三是突发新闻反应迅速，“快”字当头凸显时效与实效。借力央视独家视频及全球记者资源，遇突发新闻事件第一时间发布记者回传成片，通过直播方式带领海外网友直击新闻现场。四是创新报道方式，做“活”原创人物特写系列微视频。

截止 10 月我国 IPTV 用户达 1.15 亿

据工信部统计，截至 2017 年 10 月末，IPTV 用户总数达 1.15 亿户，1-10 月净增 2839 万户。

截至 10 月广东 IPTV 用户达 944 万

截止 2017 年 10 月底，广东 IPTV 用户总数达到 944 万户，环比增幅 6.8%，同比增幅 108.7%；用户遍布广东省各个地市，其中广州以 129 万的用户量位居榜首，佛山以 92 万的用户量紧随其后；随着广东 IPTV 线上线下的大力推广，内容方面精细化运营，使得用户量在高速增长的同时，用户活跃及粘性也在稳步上升。

今日头条短视频日均总播放量过百亿

11 月 22 日消息，2017 今日头条创作者大会今日举行。张一鸣在大会上表示到 2017 年 10 月，今日头条加上西瓜视频的日均视频播放量达到 30 亿，相比 2016 年 9 月的 10 亿，增长 170%。同时，张一鸣表示投入扶持短视频创作者的金额远超过 10 亿。

3、广电行业数据

2017 年 10 月我国户户通用户达 1.1 亿户

截止 2017 年 10 月 31 日开通用户数量总计 11011 万（1 亿 1011 万）户，单月增加 127 万户，10 月份平均每天增加 4.10 万户。

历史数据比较：

2017 年 9 月份平均每天增加 4.57 万户

2017 年 8 月份平均每天增加 4.55 万户

2017 年 7 月份平均每天增加 4.44 万户

2017 年 6 月份平均每天增加 3.83 万户

2017 年 5 月份平均每天增加 3.74 万户

2017 年 4 月份平均每天增加 5.80 万户

2017 年 3 月份平均每天增加 7.65 万户

2017 年我国影视剧市场规模约为 460 亿

11 月 16 日消息，据中国产业发展研究网研究，2017 年影视剧市场（包括付费收入与广告收入）规模约为 460 亿，其中网剧市场约为 258 亿，传统电视台的电视剧市场约为 198 亿元，而国产电视剧的海外市场规模则约为 5 亿元。

而长远来看，网络端市场总规模可达 700 亿，电视端可达 300 亿，海外市场空间会在 100-150 亿元之间，合计超过 1100 亿。这一数字是目前市场的 2.4 倍。再加上不断崛起的海外市场，可以预计，中国影视行业的成长空间极大。

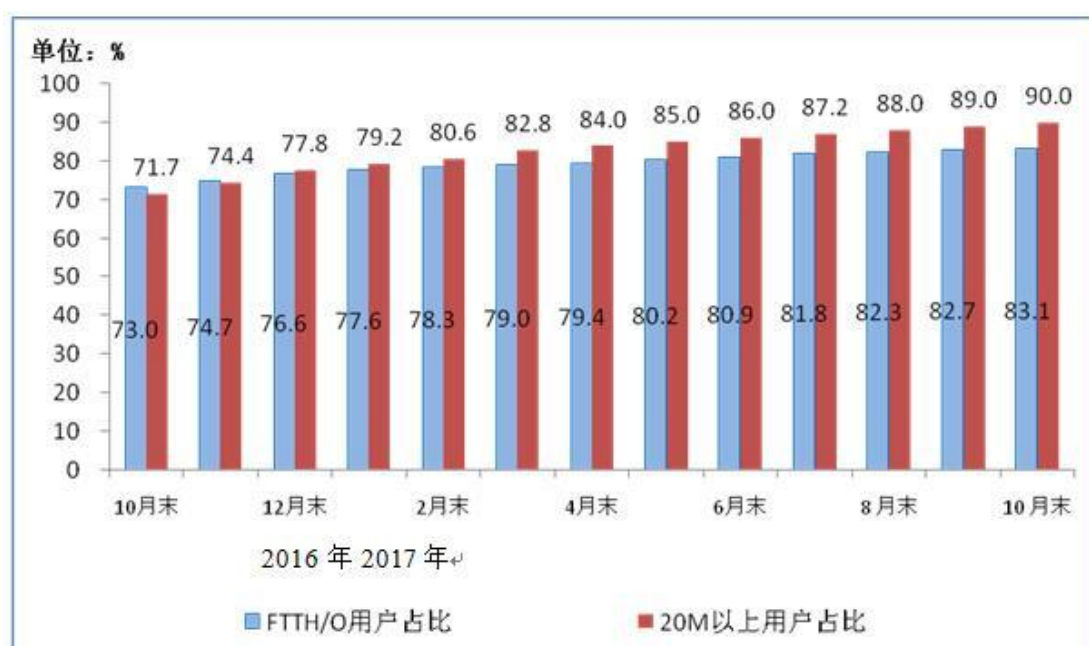
广电总局：全国电影票房首破 500 亿

国家新闻出版广电总局电影局透露，截至 11 月 20 日，今年全国电影票房首次突破 500 亿元大关，创下新纪录，其中，国产影片票房 262 亿元。在票房过亿元的 78 部影片中，国产片有 39 部。

4、宽带/物联网数据

我国宽带用户达到 3.42 亿户

11 月 23 日消息，100Mbps 及以上固定宽带接入用户数超 1 亿，20Mbps 及以上固定宽带接入用户占比达九成。10 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 3.42 亿户。20Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数达 3.08 亿户，占比为 90%。100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数达 1.07 亿户。光纤接入（FTTH/O）用户总数达到 2.84 亿户，占固定互联网宽带接入用户总数的 83.1%。





5、其它数据

本月无

6、海外相关数据

美国三季度 OTT 电视服务用户增加 90 万

11月7日消息，德意志银行分析师 Matthew Niknam 表示，三季度虚拟付费电视服务(如 DirecTV Now、Sling 等)新增用户约 90 万，而同期，线性服务流失了 100 多万视频用户。

前 7 名上市付费电视服务运营商中，有 5 家公布了三季度财报数据。数据显示，取消线性服务的用户数高达 63.2 万。分析师认为，由于 OTT 服务的竞争压力和飓风季节的影响，Dish Network 的卫星电视服务将再一次遭遇严重的订户流失。

美国 1.77 亿用户在观看电视时使用第二屏幕

11月17日消息，eMarketer 新报告《美国同步媒体用户：2017年 eMarketer 预测》显示，美国用户在数字设备上花费的时间比以往任何时候都要多，而且这种情况通常发生在他

们早已在观看别的内容的时候。研究公司 eMarketer 估计，今年有 1.777 亿成年人会经常在观看电视时使用第二屏幕设备，比起 2016 年增长了 5.1%。

康卡斯特电视服务进驻索尼智能电视

11 月 17 日消息，康卡斯特宣布其 Xfinity TV Partner APP 将从 2018 年起登陆索尼 Android TV 电视，拥有这些设备的用户可以直接使用 X1 视频服务，无需额外安装机顶盒。用户可以通过 Partner APP 观看 X1 平台上的直播和点播节目，并使用云 DVR 功能。内容包含本地广播和公共教育及政府频道。该 APP 使用 HTML5 技术通过 IP 网络传输内容，用户需要安装康卡斯特宽带服务和网关设备。

墨西哥 IPTV 渗透率仅为 2%

11 月 14 日消息，联邦电信研究所(IFT)的数据显示，卫星电视技术是墨西哥付费电视使用的主要广播技术，而基于 IP 的服务则没有渗透到其市场。联邦电信研究所 2016 年的年鉴统计报告发现，截至 2016 年底，61%的墨西哥家庭用户使用了付费电视服务，该比例是拉丁美洲地区最高的，并且它也超过了固定宽带在当地的普及率，墨西哥仅有 42%的家庭使用高速互联网。就技术而言，IPTV 在墨西哥的家庭用户比例达到了 2%，此外 3.2%的付费电视家庭用户正在订购基于 IP 的服务。几乎 60%的付费电视用户的订阅内容都来自卫星电视平台——Sky，毫无疑问它是该国最大的卫星直播电视平台。其余 38%的付费电视用户则订阅了有线电视服务。

IPTV 的低渗透率与固定宽带市场中光纤到户(FTTH)15%的订阅率形成鲜明对比，固定宽带市场的主流技术仍然是 DSL 技术。关于国内地区的订阅差异，IFT 报告指出，克雷塔罗和金塔纳罗奥的付费电视普及率最高(82%)，最低的是瓦哈卡(44%)、坎佩切(38%)和恰帕斯(34%)。

1、政策文件

关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知

国家新闻出版广电总局文件

新广电发[2017]230 号

国家新闻出版广电总局关于规范和促进 4K 超高清电视发展的通知

各省、自治区、直辖市新闻出版广电局，新疆生产建设兵团新闻出版广电局，总局直属各单位，中国教育电视台：

近年来，随着电视制播技术的进步和电视终端产业的发展，部分机构经批准开展了 4K 超高清电视节目制播和传输试验。为促进超高清电视发展开展了有益的探索和实践，但也出现了管理不规范、技术质量不达标等问题。为规范和促进 4K 超高清电视健康有序发展，通知如下：

一、充分认识发展 4K 超高清电视的重要性和艰巨性，坚持从实际出发，加强政策引导。发展 4K 超高清电视，是新闻出版广播影视部门贯彻落实中央创新驱动发展战略、促进文化与科技融合的重要举措，对于深化广播电视供给侧结构性改革，满足人民群众更高的收视体验需求，促进和推动文化产业和民族工业发展都具有重要意义。同时，发展 4K 超高清电视，也是广播影视又一次重大技术进步和转型升级，涉及的环节多、领域广、影响大，是一项复杂的系统工程。当前，我国 4K 超高清电视还处于起步阶段，没有形成较为成熟的产业链和生态链。各单位、各部门要进一步加深对发展 4K 超高清电视重要性和艰巨性的认识，紧密结合中国国情和广播电视发展实际，坚持从实际出发，加强组织领导，完善政策保障，稳妥积极推进。

二、优先坚持高清电视发展较好的省份和机构开展 4K 超高清电视试点，坚持试点先行，稳中求进。经过几年的培育，目前国内高清电视呈现稳定发展态势，但与人民群众的需求相比，还存在较大差距，需要进一步加大推广力度。各地区、各部门要妥善处理发展高清电视和超高清电视的关系，做好统筹协调。全面推进高清电视发展是发展 4K 超高清电视的基础，总局优先支持高清电视发展较好的省份、机构开展 4K 超高清电视试点，通过试点，在内容建设、技术支撑、运行管理、措施保障等多个方面进行探索和实践，取得经验后再逐步推广。

三、进一步加强 4K 超高清电视技术标准体系建设，统一标准规范，确保技术质量。推进 4K 超高清电视发展要统一标准、严格规范，加快建立完善统一的技术标准体系。4K 超高清电视试点单位要认真执行《高效音视频编码第 1 部分：视频》、《超高清清晰度电视系统节目制作和交换参数值》等国家和行业技术标准。4K 超高清电视接收终端(包括有线电视终端、IPTV 终端、OTT 终端以及电视一体机)应支持 TVOS 智能电视操作系统、AVS2 标准解码以及高动态范围和三维声标准。

四、持续推进 4K 超高清内容建设，创新内容生产，提高节目有效供给。要加强 4K 超高清电视节目制作能力建设，把握正确导向，提倡精品创作，不断提高节目生产能力和储备水平，推进形成 4K 超高清视听内容生产新优势。在发展初期，鼓励有条件的制作、播出、传输机构按照总局统一部署和要求，首先在体育赛事、纪录片、影视剧、文化科技等类型节目中探索发展 4K 超高清电视。鼓励有线电视网络开展 4K 超高清电视视频点播业务，鼓励

具备条件的播出机构探索建立超高清电视播出系统，在条件成熟时，适时申请开展 4K 超高清电视频道试点。

五、鼓励创新发展模式，着力推动制播、传输、服务协同一体化发展，培育发展新动能。发展 4K 超高清电视，要深入贯彻媒体融合、智慧广电、宽带广电等发展战略，充分发挥广播电视在融合媒体内容制播、高效协同传输和智能终端服务等方面的优势，推动协同一体化发展，增强持续发展能力。总局发展 4K 超高清，鼓励创新发展模式，积极探索数字内容版权保护、智能协同服务、超高清家庭影院等新模式、新业态、新服务，努力打造 4K 超高清新技术条件下的广播影视媒体发展新生态，推动广播电视技术进步与转型升级。

六、坚持规范发展，开展 4K 超高清电视频道试点和视频点播业务要按程序报批。4K 超高清电视是广播电视新的舆论宣传阵地，要坚持规范发展，严格落实意识形态责任制，支持正确的政治方向和导向。要将 4K 超高清电视纳入广播电视监管体系，确保导向安全、播出安全。要严格审批管理，未经批准，任何单位无论在有线电视、地面电视系统中，还是在 IPTV 以及互联网电视中，都不得违规擅自开办 4K 超高清电视频道和视频点播服务。

七、加强组织领导，积极与多部门协同联动，营造良好发展环境。各单位要加强对发展 4K 超高清电视的组织领导，统筹规划，周密安排，协调推进。要积极做好与国家和地方各级政府社会发展规划及相关部署的有效衔接，与有关部门做好协同联动，积极争取各级党委政府和社会各界的重视支持。多方协同，形成合力，努力为推进 4K 超高清电视健康有序发展营造良好的政策环境和发展氛围。

国家新闻出版广电总局

2017 年 11 月 9 日

《推进互联网协议第六版（IPv6）规模部署行动计划》

11 月 26 日，近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《推进互联网协议第六版（IPv6）规模部署行动计划》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

其中对电信运营商和广电运营商明确提出了相关要求，考虑到本计划包括了详细的实施细则和步骤，接下来的几年是就要紧紧围绕“IPV6”展开相关工作了。

主要目标

到 2018 年末，市场驱动的良性发展环境基本形成，IPv6 活跃用户数达到 2 亿，在互联网用户中的占比不低于 20%，并在以下领域全面支持 IPv6：国内用户量排名前 50 位的商业网站及应用，省部级以上政府和中央企业外网网站系统，中央和省级新闻及广播电视媒体网站系统，工业互联网等新兴领域的网络与应用；域名托管服务企业、顶级域运营机构、域名注册服务机构的域名服务器，超大型互联网数据中心（IDC），排名前 5 位的内容分发网

络（CDN），排名前 10 位云服务平台的 50%云产品；互联网骨干网、骨干网网间互联体系、城域网和接入网，广电骨干网，LTE 网络及业务，新增网络设备、固定网络终端、移动终端。

到 2020 年末，市场驱动的良好发展环境日臻完善，IPv6 活跃用户数超过 5 亿，在互联网用户中的占比超过 50%，新增网络地址不再使用私有 IPv4 地址，并在以下领域全面支持 IPv6：国内用户量排名前 100 位的商业网站及应用，市地级以上政府外网网站系统，市地级以上新闻及广播电视媒体网站系统；大型互联网数据中心，排名前 10 位的内容分发网络，排名前 10 位云服务平台的全部云产品；广电网络，5G 网络及业务，各类新增移动和固定终端，国际出入口。

重点任务

实现骨干网互联互通。建立完善 IPv6 骨干网网间互联体系，升级改造我国互联网骨干网互联节点，实现互联网、广电网骨干网络 IPv6 的互联互通。

升级改造广电网络。以全国有线电视互联互通平台建设为契机，加快推动广播电视领域平台、网络、终端等支持 IPv6，促进文化传媒领域业务创新升级。

升级改造内容分发网络和云服务平台。加快内容分发网络、云服务平台的 IPv6 改造，全面提升 IPv6 网络流量优化调度能力。

省级以上新闻及广播电视媒体网站 IPv6 改造。完成中央及省级新闻宣传媒体门户网站改造，新建新闻及广播电视媒体网络信息系统全面支持 IPv6。

实施步骤

（一）2017 年—2018 年重点工作——网络基础设施

（1）LTE 网络 IPv6 升级。开展 LTE 网络端到端 IPv6 业务承载能力建设，推动 LTE 网络、业务及终端全面支持 IPv6，移动互联网 IPv6 用户规模不少于 5000 万户。

（2）骨干网 IPv6 互联互通。推进我国骨干网互联节点的 IPv6 升级，基于 IPv6 的网间互联带宽达到 1Tbps，实现高效互联互通。

（3）城域网和接入网改造。基础电信企业完成城域网和接入网的 IPv6 升级改造，完善网络管理和支撑服务系统，面向公众用户和政企客户开通商用 IPv6 宽带接入服务。

（4）IPv6 网络国际出入口建设。扩容升级互联网国际出入口，保障国际互联网 IPv6 流量有效转接互通。

（5）广播电视网络 IPv6 能力建设。加快广电 IPv6 骨干网建设、东中部有线电视接入网升级改造，推进广播电视应用基础设施建设和 IPv6 应用示范。

（6）移动和固定终端升级。基础电信企业集采的移动终端和固定终端全面支持 IPv6，推广支持 IPv6 的广播电视融合终端。

（二）2019 年—2020 年重点工作——网络基础设施

（1）骨干网 IPv6 互联互通（滚动）。新增和扩容我国 IPv6 骨干网互联节点，互联带宽达到 5Tbps。

（2）IPv6 网络国际出入口扩容（滚动）。持续扩容 IPv6 网络国际出入口，进一步提升与国际下一代互联网的互联互通能力。

（3）广播电视网络 IPv6 能力建设（滚动）。完善广电 IPv6 骨干网，实施西部地区有线电视接入网 IPv6 升级改造，基本实现广播电视内容、平台、网络、终端全流程 IPv6 部署。

（4）移动和固定终端升级（滚动）。全面部署支持 IPv6 的移动终端、固定网络终端以及广播电视融合终端，加快存量终端的淘汰替换。

2、IPTV/OTT 平台运营报告

芒果 TV 运营商业业务运营报告（2017 年 10 月）

10 月份，芒果 TV 运营商电视业务覆盖用户达到 5530 万户，湖南 IPTV 平台户均时长 5.29 小时活跃用户数环比上涨 3.13%，用户活跃度达 66.7%，较上月小幅增加 0.3%；直播、点播、回看功能总收视指数 9.78 亿，环比上涨 6.7%。

10 月伊始，“国庆”和“中秋”便打响了平台四季度的运营之战，湖南 IPTV 电视剧频道的电视剧《美味奇缘》以 224.1 万的收视指数雄踞榜首；10 月份新开播的《那片星空那片海第二季》和《特勤精英》新入榜单分居第四和第八名，定制专题《国庆解锁新技能 黄金热剧看不停》也以 50.5 万的收视指数达，创下最优电视剧专题，同时，电影频道的专题《铁血硬汉吴京》也以 40.7 万的收视指数拿下最高收视指数。

继《向往的生活》、《中餐厅》之后，《亲爱的客栈》作为 10 月份主推的“慢综艺”，在湖南 IPTV 收视指数也依然表现不俗，节目播出以来总收视指数 163.9 万，日均收视指数 6.8 万/天，高于被接档节目《中餐厅》日均收视指数 6.3 万/天；另外，《亲爱的客栈》正片收视指数 145.4 万，占比 89%，花絮收视指数 18.5 万，占比 11%。从平台数据就可看出，在快综日渐疲软的情况下，能让用户放松心态的“慢综艺”却表现了其强大的用户粘性，开播以来，收视指数整体都呈上涨趋势，在月底第 4 期更新节目后达到峰值，同时对于提升平台活跃度的起到一定的促进作用。

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%。

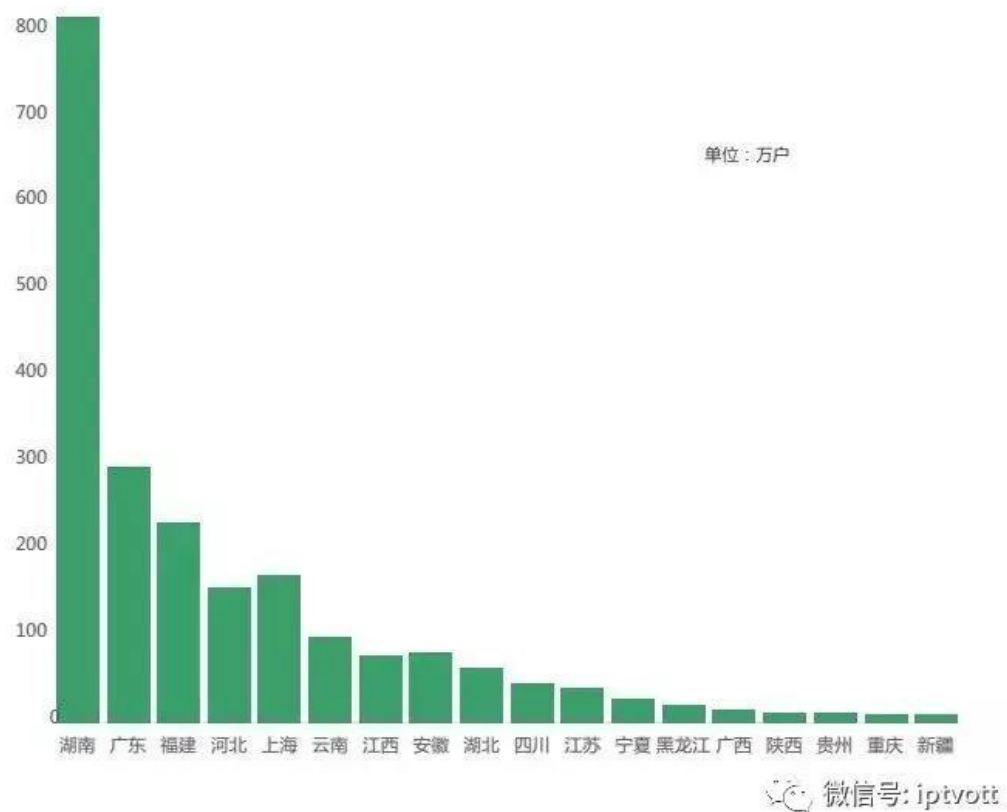
作为暑期运营的“重头戏”，湖南 IPTV7 月份少儿频道点播以 21124 万收视指数，雄踞点播频道收视榜首。今年暑期少儿节目主打“边学边玩，动画趣玩季”的主题，将经典系列动画整合，例如海底小纵队系列、乐高系列、以及迪士尼系列，旨在为用户提供最全最优的节目体验，另外，联合金鹰卡通的水上竞技节目，实现用户线上线下的深度互动。此外，针对湖南 IPTV 会员用户，倾力挑选出《太空骑侠罗杰》《京剧猫之信念的冒险》等四部优质动画片，实行会员抢先看十集或者全集的策略，力求为不同用户提供更细致的服务体验。

第一部分 业务发展导视

一、用户发展

全国运营商项目拓展情况与全国运营商项目用户数统计：

截至 10 月底，芒果 TV 运营商渠道业务已落地至全国 30 个省级行政区域；业务覆盖用户达 5530 万户。



二、本月热点

	《那片星空那片海》第二季 开播 10月2日，古装剧《那片星空那片海》第二季在湖南卫视青春进行时剧场播出，该剧延续第一季蛟人与人类之间的线索，讲述一个真挚动人的爱情故事。	
湖南卫视《亲爱的客栈》震撼开播 10月7日起经营体验类观察真人秀节目《亲爱的客栈》每周六晚22:00在湖南卫视播出，节目邀请两对明星夫妻或情侣，在慢节奏生活中寻找生活初心。		国庆15.8元钻石会员假期包上线 国庆期间，湖南IPTV推出15.8元假期包，享钻石会员权益，看遍湖南IPTV海量内容，吸引了不少IPTV用户；钻石会员享有海量内容免费看、会员免费抢票等诸多福利。
	湖南IPTV会员抢票福利 10月13日，湖南IPTV会员用户参与活动即有机会免费观看音乐剧《天使合唱团》，电视用户点击湖南IPTV+会员中心、微信用户关注湖南IPTV官方微信即可参与。	
电视剧《特勤精英》开播 10月16日起，张丹峰主演的首部消防题材电视剧《特勤精英》，IPTV·芒果TV专区、有线电视·芒果TV专区全国首播。		音乐公益真人秀《让世界听见》温情开课 10月29日起，原创音乐公益真人秀《让世界听见》，IPTV·芒果TV专区、有线电视·芒果TV专区全国首播；与新任支教老师汪峰、蔡国庆一起温情开课。

微信号: iptvott

第二部分 湖南 IPTV 运营数据一览

一、功能使用

用户活跃情况：

十月份平台活跃用户数和用户活跃度均有上涨，活跃用户数环比上涨 3.13%，用户活跃度达 66.7%，较上月小幅增加 0.3%；户均使用时长为 5.29 小时/天/户，环比上涨 2.12%。

用户活跃情况：

十月份平台活跃用户数和用户活跃度均有上涨，活跃用户数环比上涨3.13%，用户活跃度达66.7%，较上月小幅增加0.3%；户均使用时长为5.29小时/天/户，环比上涨2.12%。



功能收视指数和占比：

功能总收视指数 9.78 亿，环比上涨 6.7%;功能使用日均收视指数为 3156 万/天。

功能收视指数和占比：

功能总收视指数9.78亿，环比上涨6.7%；功能使用日均收视指数为3156万/天。



微信号: iptvott

二、频道收视

(一)直播频道收视

各级直播频道收视：

本月外省卫视直播频道收视份额下滑显著，份额较上月减少 1.48%，环比下滑 12.1%；相反，省内频道和央视频道收视份额分别增加 0.76%和 0.72%。

各级直播频道收视：

本月外省卫视直播频道收视份额下滑显著，份额较上月减少1.48%，环比下滑12.1%；相反，省内频道和央视频道收视份额分别增加0.76%和0.72%。



各级直播频道收视排名 TOP5:

省内频道直播收视排名与上月一致，潇湘电影稳居榜首；央视频道 CCTV-6 前进 1 名居第四；外省卫视少儿类频道收视颇佳，卡酷卫视居榜首，优漫卡通排名前进 2 名居第三。

各级直播频道收视排名TOP5:

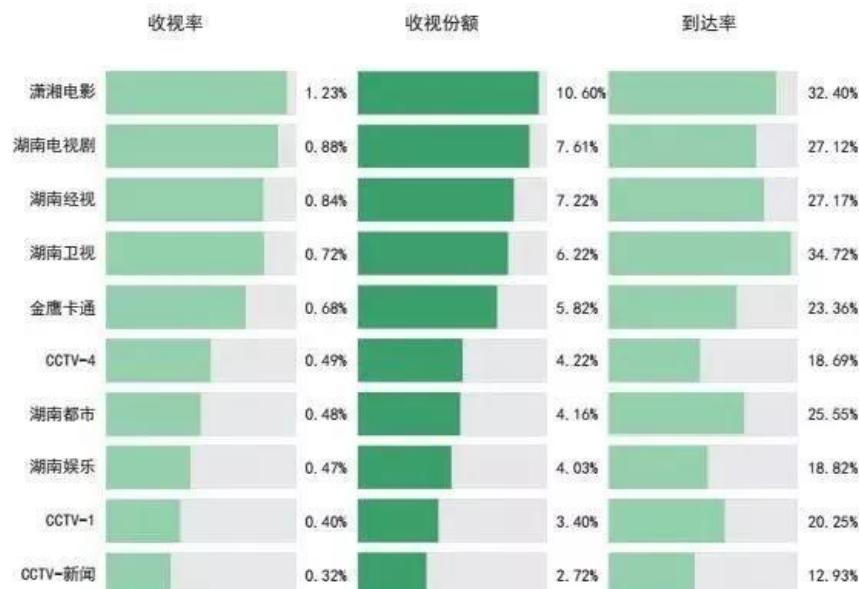
省内频道直播收视排名与上月一致，潇湘电影稳居榜首；央视频道CCTV-6前进1名居第四；外省卫视少儿类频道收视颇佳，卡酷卫视居榜首，优漫卡通排名前进2名居第三。



微信号: iptvott

直播频道收视排名 TOP10:

本月潇湘电影、湖南经视、CCTV-1 等频道直播收视份额均有上涨，其中潇湘电影频道份额环比上涨 10.6%，涨幅最大；CCTV-4 直播收视排名提升显著，排名前进 2 名居第六；湖南卫视收视率和到达率均有上涨，本月到达率达 34.72%，居榜首。

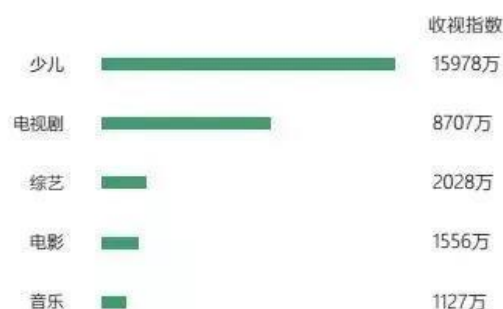


微信号: iptvott

(二)点播频道收视:

各点播频道本月收视指数:

点播频道总收视指数 30223 万，环比增加 8.6%;本月多数频道收视指数和点播时均长有上涨;其中综艺频道环比上浮 14.4%。

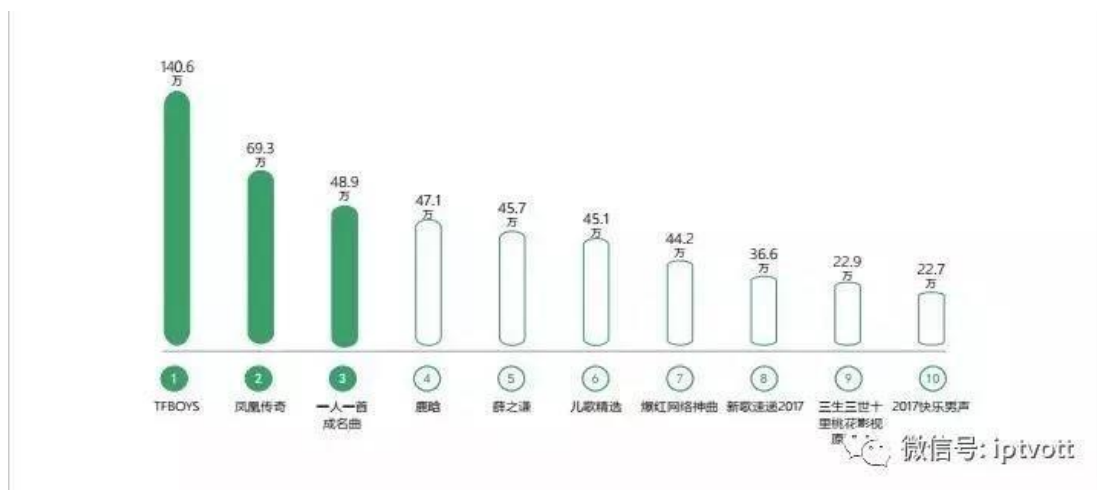


微信号: iptvott

(一)音乐频道

音乐频道节目收视指数 TOP10:

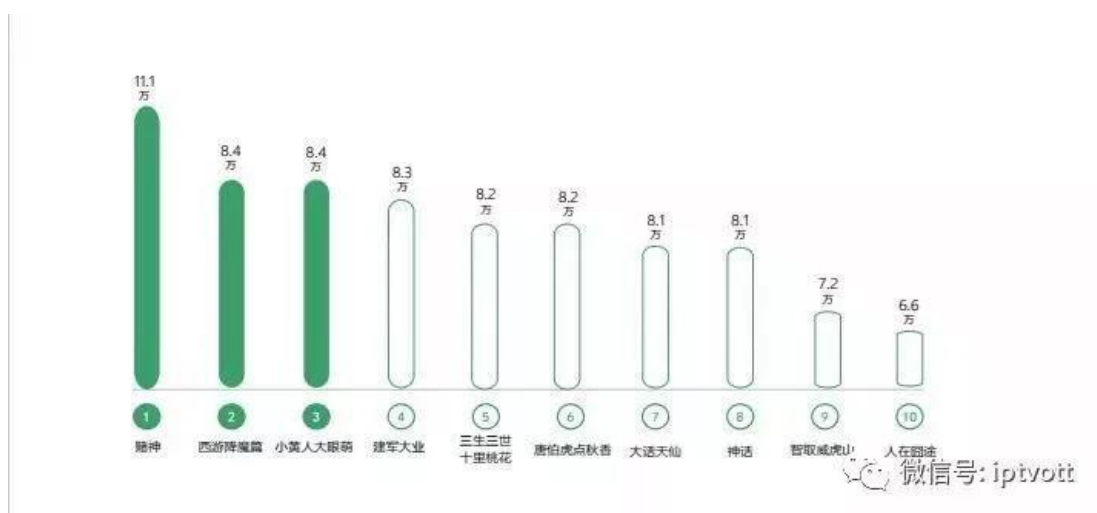
青年歌手组合“TFBOYS”相关音乐以 140.6 万的收视指数稳居榜首,“凤凰传奇”组合相关音乐及《三生三世十里桃花》影视原声集新入榜单,位居第二和第九。



(二)电影频道

电影频道频道节目收视指数 TOP10:

《赌神》以 11.1 万收视指数稳居榜首;献礼建军 90 周年的历史片《建军大业》进入榜单,排名第四。



电影频道精彩看点收视:

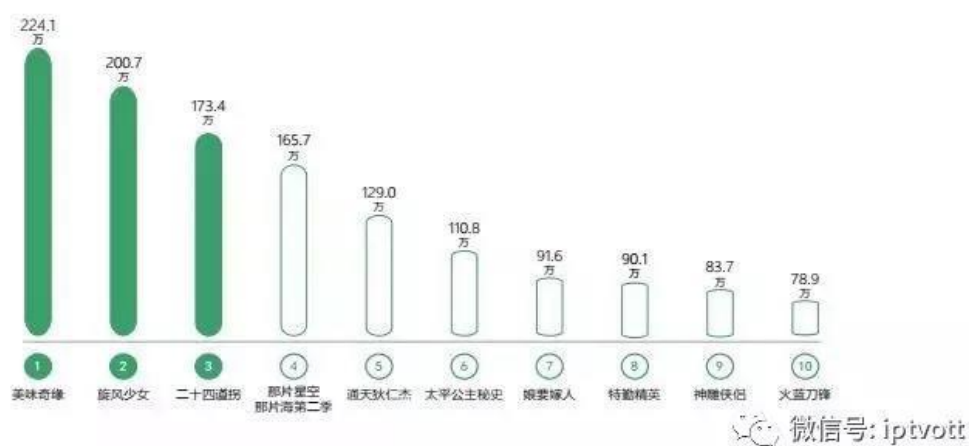
10 月电影频道共上线 7 个静态专题,专题总收视指数为 95.2 万,平均每个专题浏览量 13.6 万/个;其中“铁血硬汉吴京”收视指数最高,达 40.7 万。



(三)电视剧频道

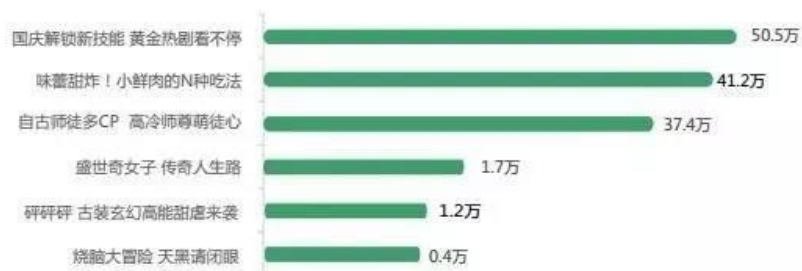
电视剧频道频道节目收视指数 TOP10:

湖南卫视同步热播剧《美味奇缘》以 224.1 万的收视指数雄踞榜首;10 月份新开播的《那片星空那片海第二季》和《特勤精英》新入榜单分居第四和第八名。



电视剧频道静态专题收视:

10 月电视剧频道共上线 6 个静态专题, 专题总收视指数为 132.3 万, 平均每个专题收视指数达 22.0 万/个;其中《国庆解锁新技能黄金热剧看不停》收视指数达 50.5 万, 收视最优。



微信号: iptvott

(四) 少儿频道

少儿频道频道节目收视指数 TOP10:

儿歌类少儿节目颇受欢迎，共四部上榜;其中《小伴龙儿歌》收视指数达 1478.8 万，环比增长 13.4%，稳居第一;《亲宝儿歌》稳居榜单第二。



微信号: iptvott

少儿频道静态专题收视:

10 月少儿频道共上线 2 个静态专题，专题总收视指数为 72.0 万，平均每个专题浏览量达 36.0 万/个;其中“国庆亲子合家欢”专题收视指数最高，达 64.2 万。



微信号: iptvott

(五)综艺频道

综艺频道频道节目收视指数 TOP10:

芒果综艺占据排行榜八席，其中《快乐大本营 2017》收视最佳，收视指数高达 453.3 万，环比上涨 2 倍;10 月首播的卫视综艺《亲爱的客栈》新入榜单，位居第六。



微信号: iptvott

芒果综艺占比分析:

本月芒果综艺收视指数占比升至 79.19%，较上月增加 6.61%;芒果综艺中湖南卫视综艺收视指数占比 66.7%，较上月上涨 9.5%，芒果网络综艺收视指数占比 33.3%，点播收视较好的芒果综艺有《快乐大本营 2017》、《爸爸去哪儿第五季》、《变形计第十四季》等。



微信号: iptvott

第三部分 案例分析

《亲爱的客栈》收视指数分析

节目收视指数及占比统计:

《亲爱的客栈》于 2017 年 10 月 7 日起每周六晚 22:00 在湖南卫视播出, 节目播出以来总收视指数 163.9 万, 日均收视指数 6.8 万/天, 高于被接档节目《中餐厅》日均收视指数 6.3 万/天;《亲爱的客栈》正片收视指数 145.4 万, 占比 89%, 花絮收视指数 18.5 万, 占比 11%。



微信号: iptvott

节目点播收视日走势:

《亲爱的客栈》播出以来收视指数整体呈上涨趋势, 10 月 29 日第 4 期节目更新后收视指数达峰值 17.9 万;节目收视指数走势特征有两点: (1)每期节目更新后收视指数达当周峰值;(2)节目更新达峰值后, 节目日收视指数呈下滑趋势, 每周五开始点播收视回升, 上升趋势持续至周日。



《亲爱的客栈》直播收视分析

节目直播收视份额走势：

《亲爱的客栈》接档《中餐厅》每周六晚在湖南卫视播出，《中餐厅》节目播出 11 期，平均收视份额为 7.4%，收视峰值 9.4%；《亲爱的客栈》播出 4 期以来，平均收视率 0.77%，平均收视份额 6.80%，同时段排名第四，节目收视峰值为 7.2%。



节目直播在线用户走势：

《亲爱的客栈》首播当晚，直播在线用户数在 22:01 达峰值 2.8 万户，节目开播前一小时，与潇湘电影、湖南经视频道竞争激烈，23:00 后节目在线用户数显著高于其它竞争频道。



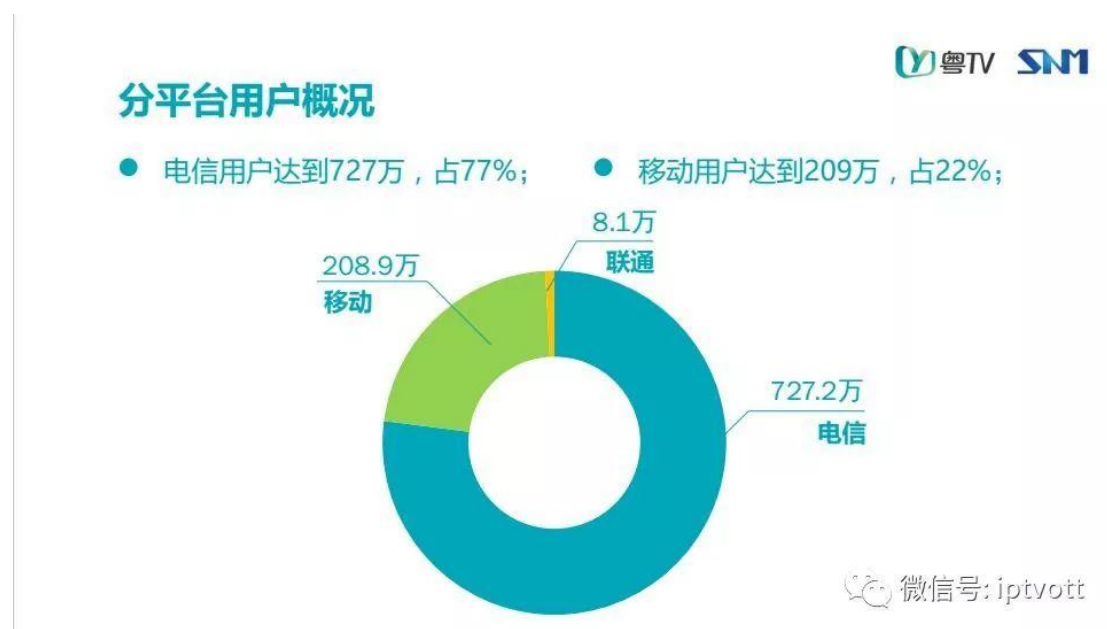
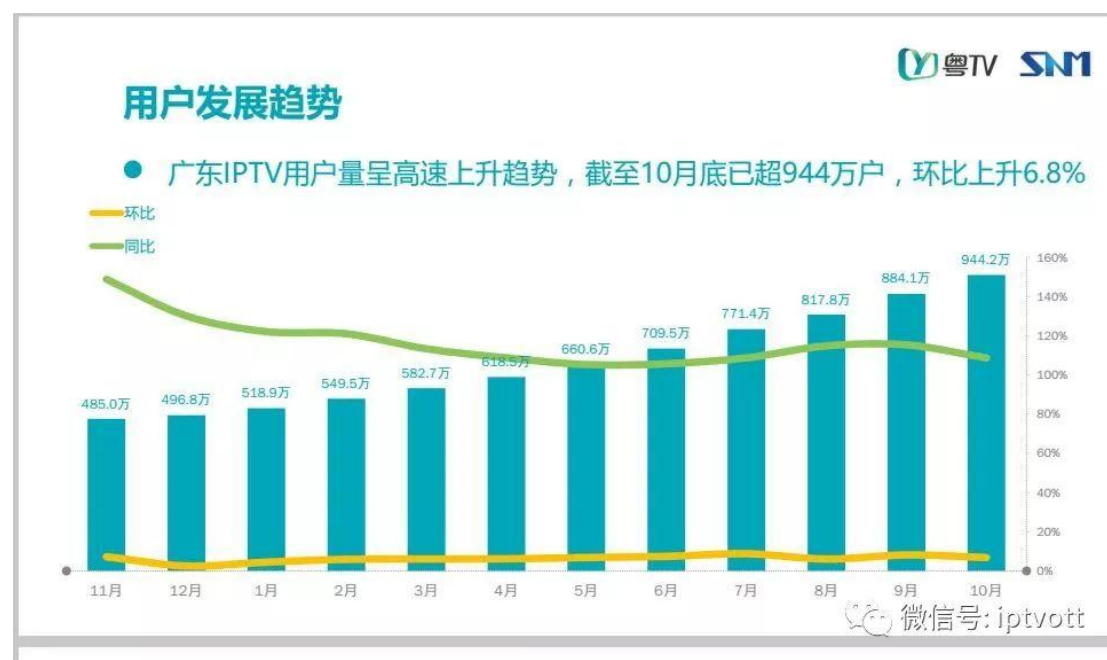
电子版完整报告请阅读附带发送文档！

广东 IPTV 业务运营报告（2017 年 10 月）

据最新统计数据显示：截止 2017 年 10 月底广东 IPTV 用户总数达到 944 万户，环比增幅 6.8%，同比增幅 108.7%；用户遍布广东省各个地市，其中广州以 129 万的用户量位居榜首，佛山以 92 万的用户量紧随其后；随着广东 IPTV 线上线下的大力推广，内容方面精细化运营，使得用户量在高速增长的同时，用户活跃及粘性也在稳步上升；预计在相关政策的支持下，未来广东 IPTV 将在原有的基础上出现质的飞跃。



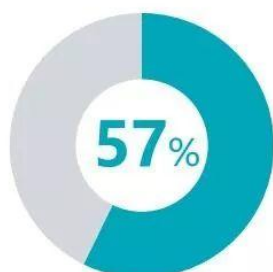






用户活跃分析

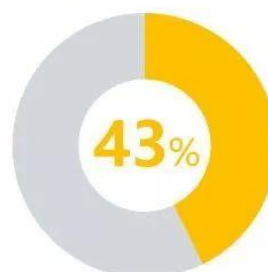
开机率



活跃率



沉默率



开机率：本月开机用户/全网用户*100%
活跃率：本月活跃用户（月在线时长>15小时）/全网用户*100%
沉默率：本月未开机用户/全网用户*100%

微信号: iptvott



用户粘性分析

3.1 亿

本月总开机次数（次）

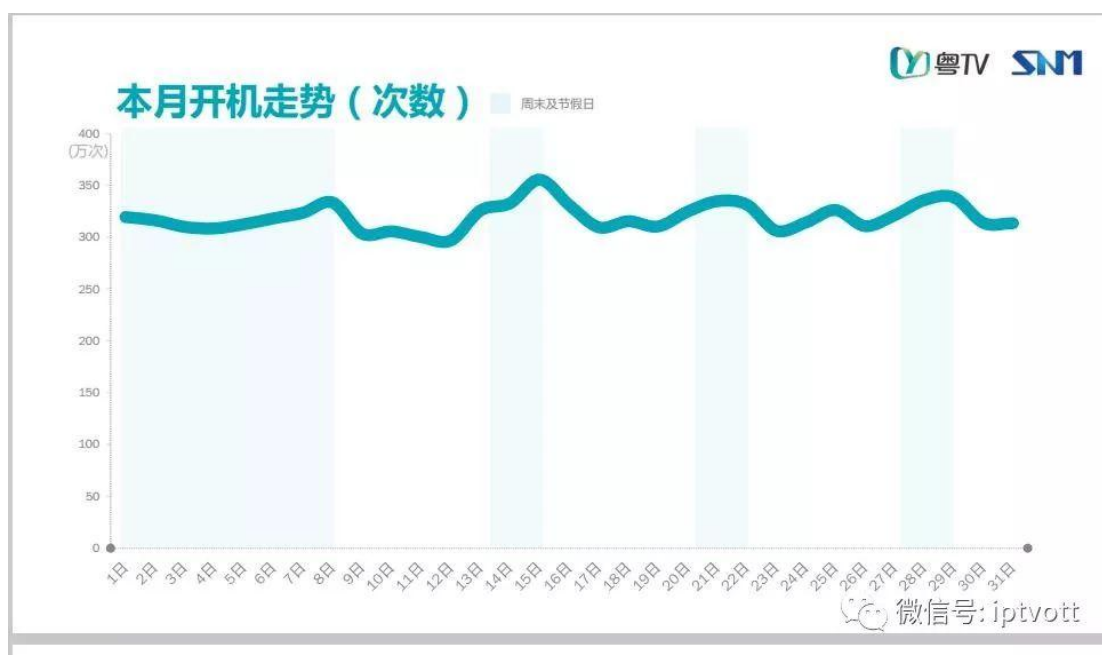
人均日开机次数 1.1次

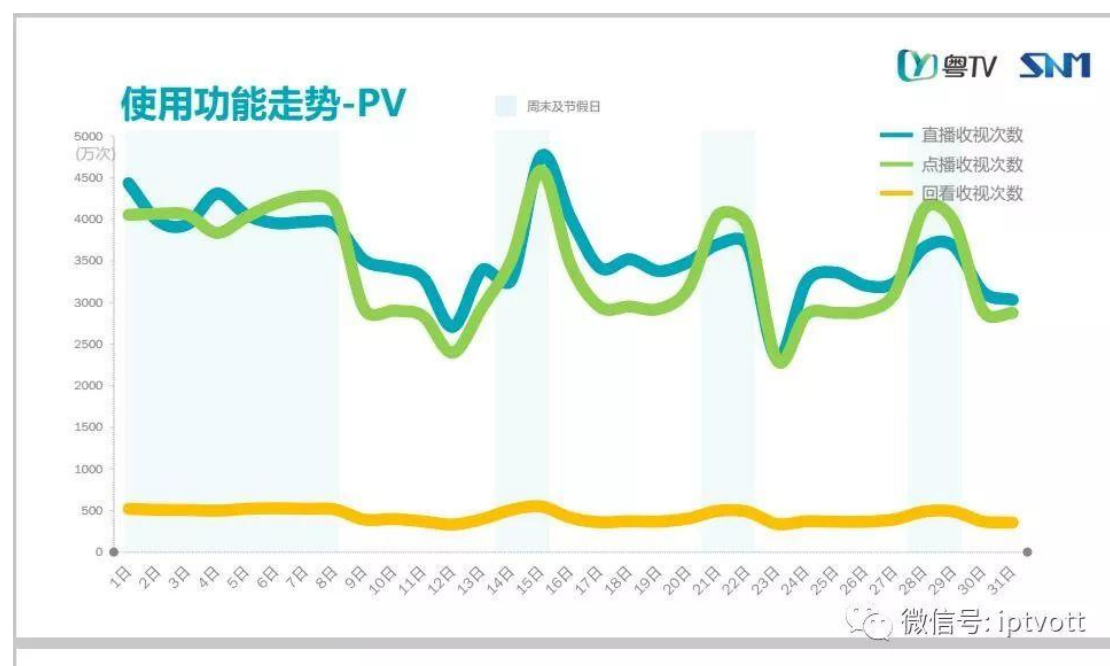
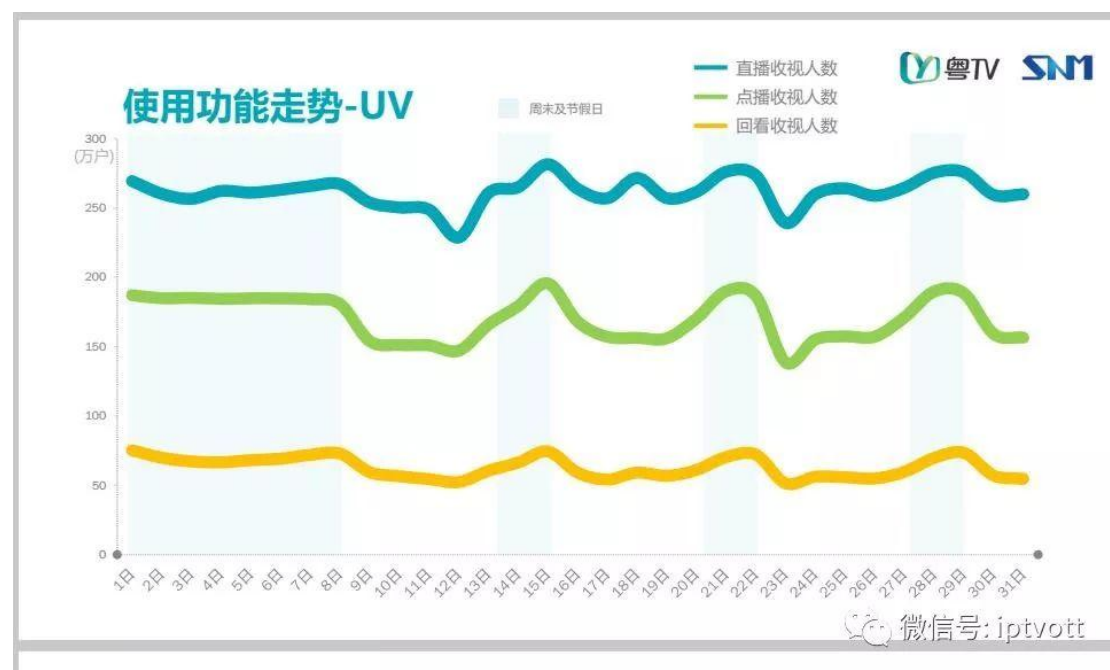
8.0 亿

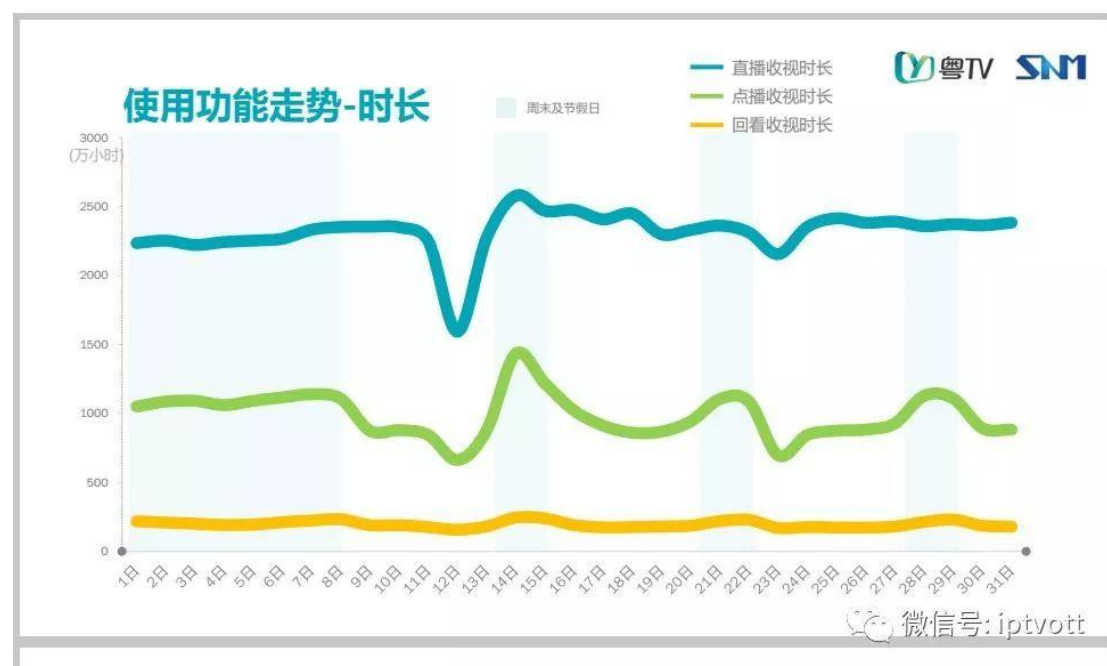
本月总在线时长（小时）

人均日在线时长 2.7小时

微信号: iptvott



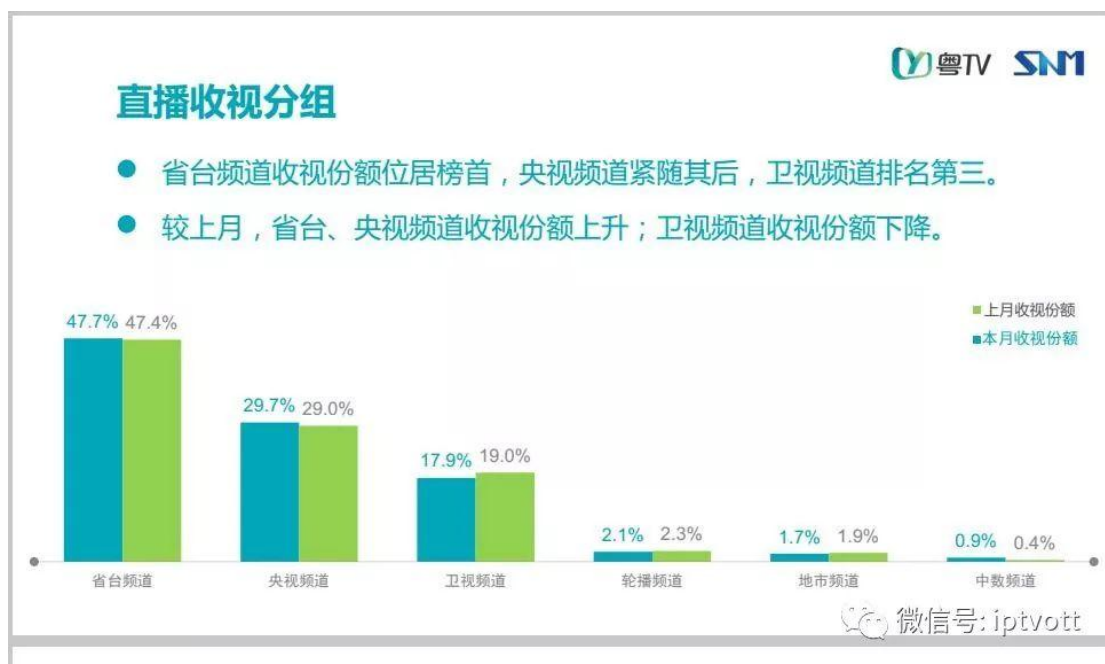


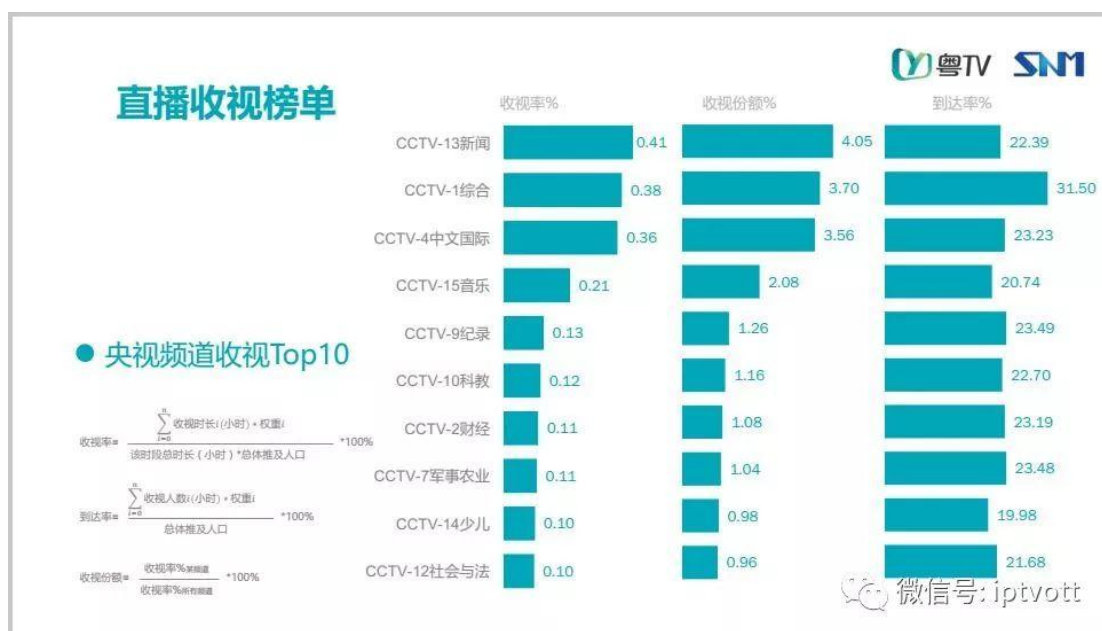
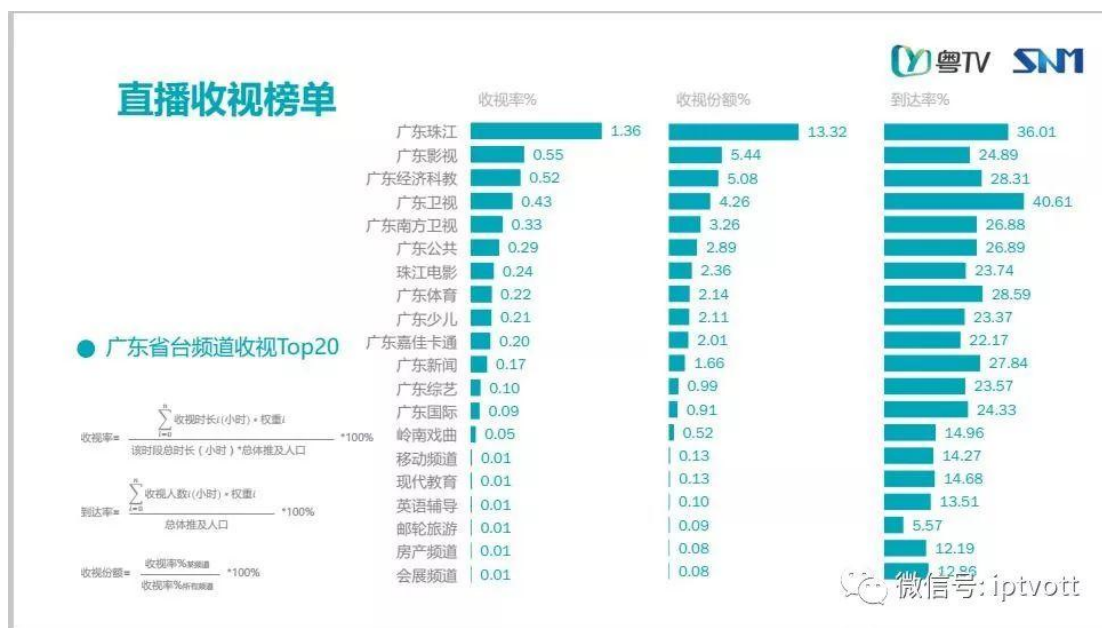


2 直播收视

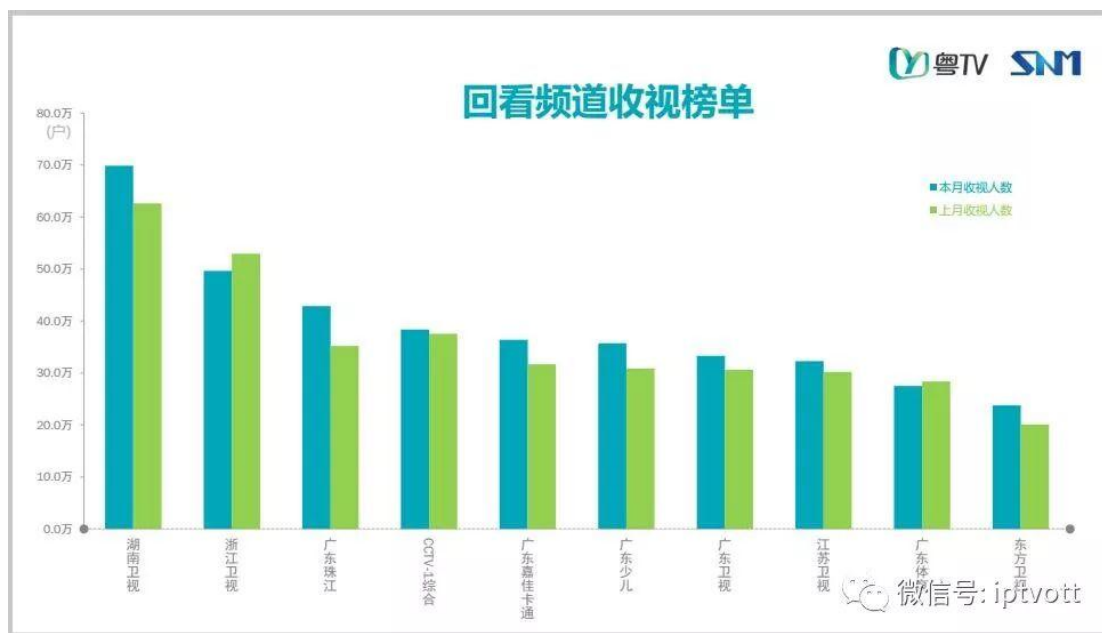
微信号: iptvott



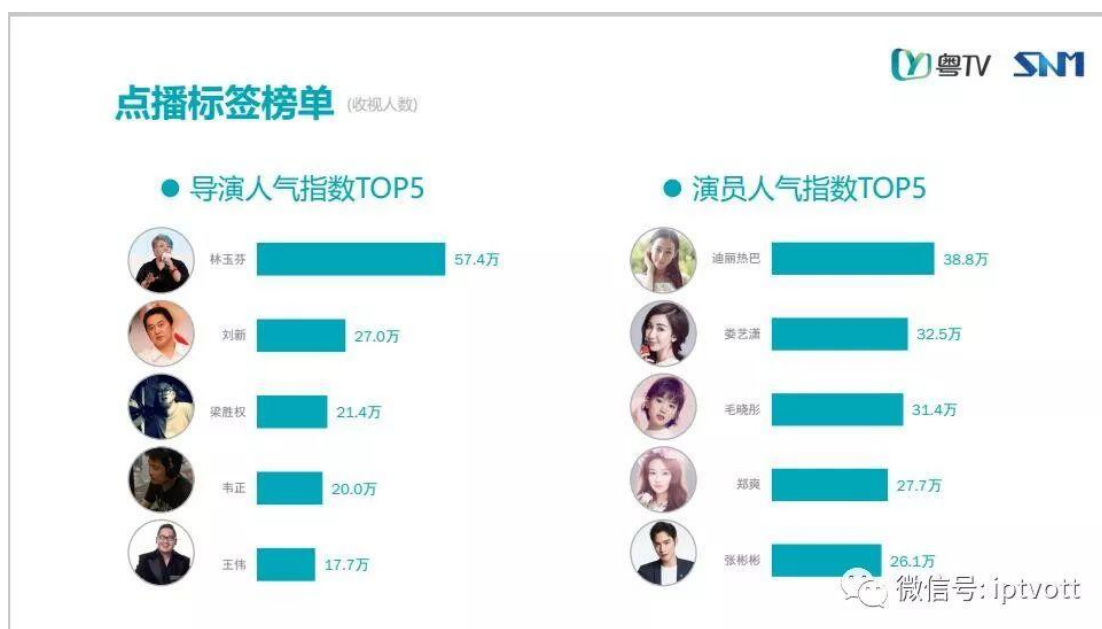


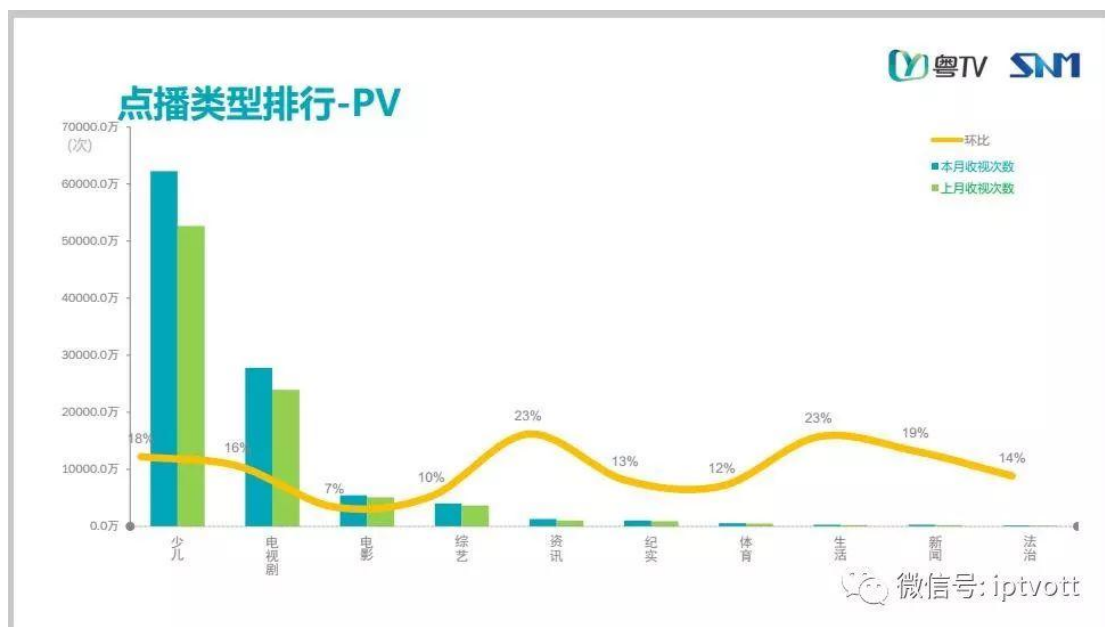
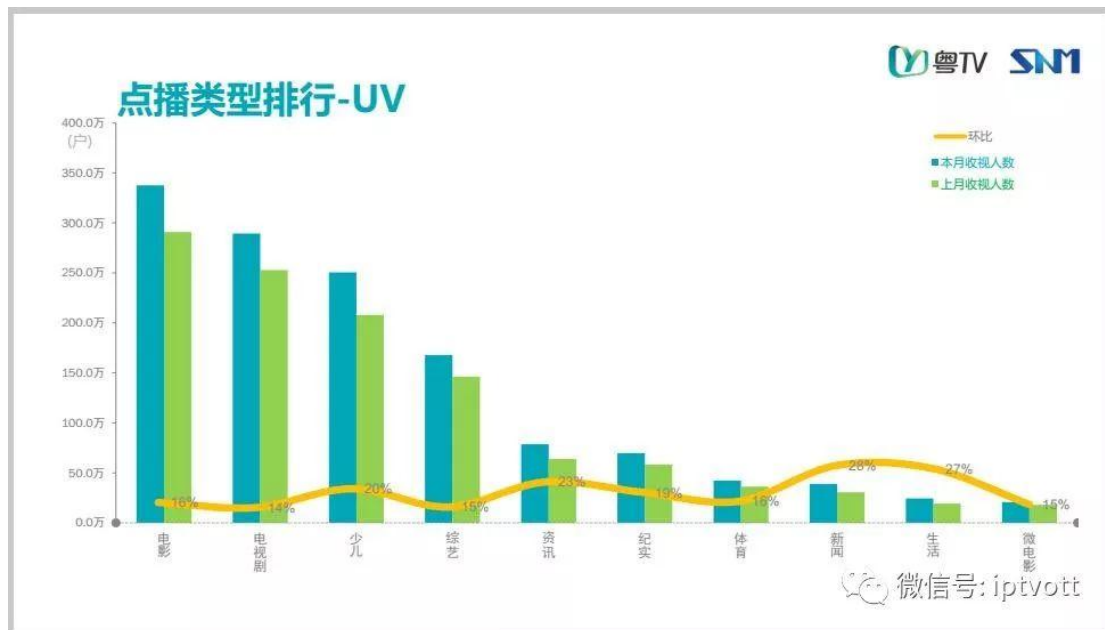


















“家有酷宝” 少儿才艺大赛

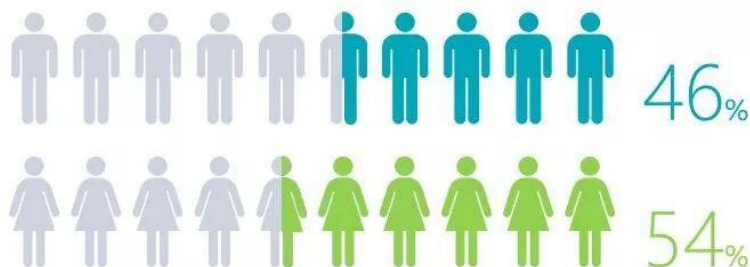


“家有酷宝”大赛由粤TV（中国IPTV-广东）主办，广东省文学艺术界联合会、广东省朗诵协会、青少年语言艺术专业委员会指导，君君故事会协办的一场以情景表现、故事朗诵为主大型少儿才艺大赛。大赛面向广东省范围内3-15岁的儿童，赛制分为海选、晋级、决赛三大阶段，最终角逐出金、银、铜单项奖和其它团体奖项。

微信号: iptvott

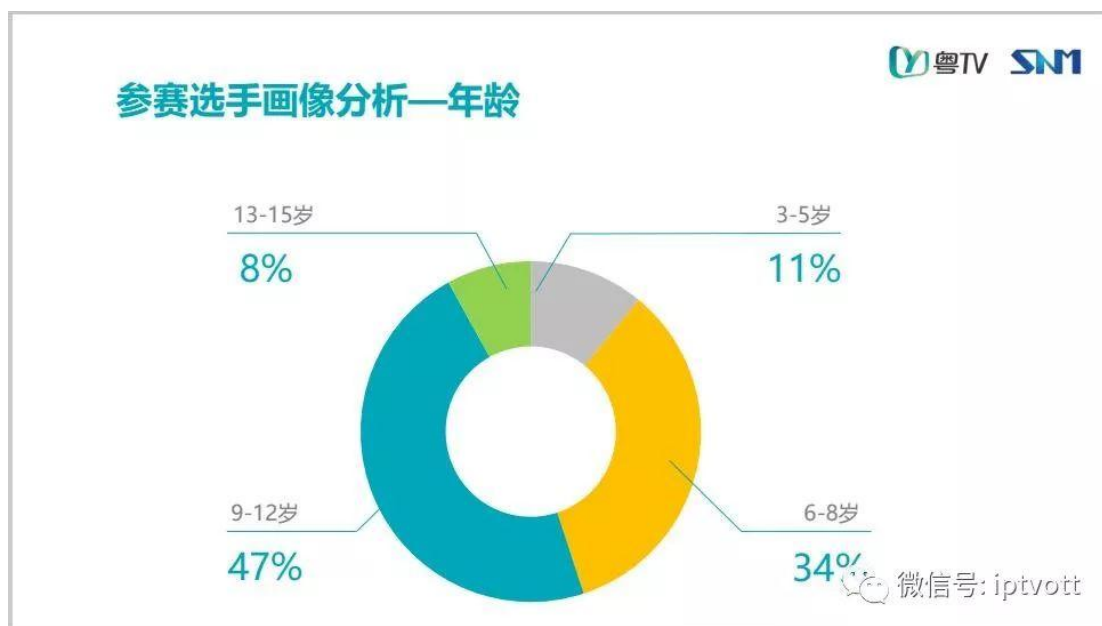


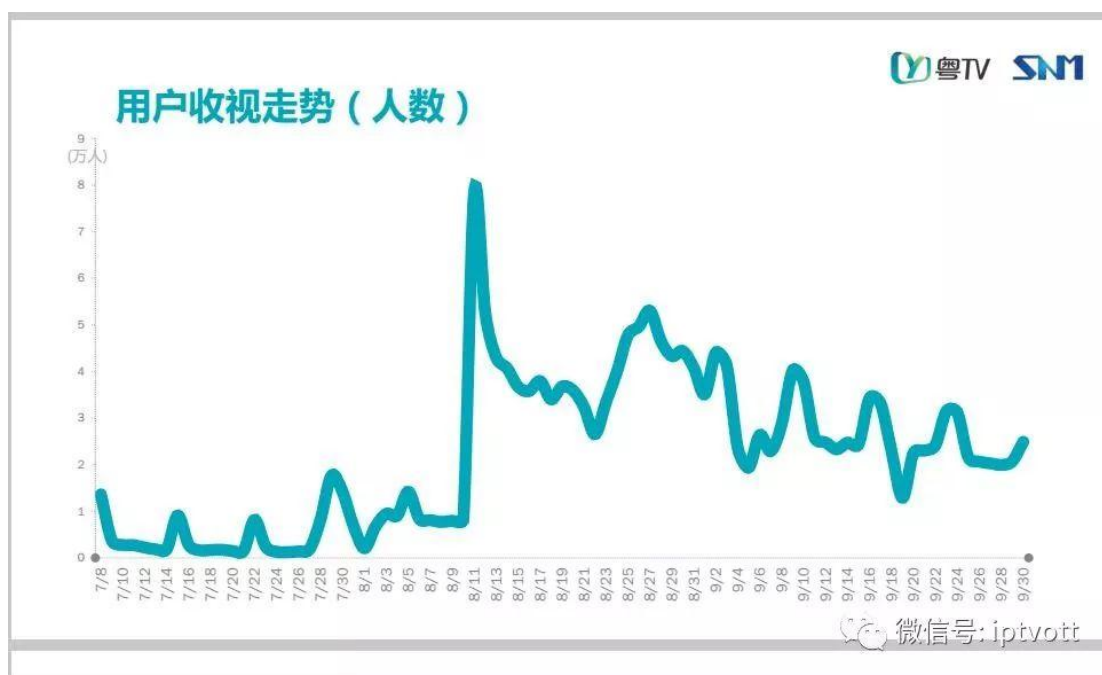
参赛选手画像分析—性别



微信号: iptvott

数据来源：随机抽取3000个家庭用户做样本分析





决赛现场精彩瞬间

粤TV SNM



微信号: iptvott

决赛现场精彩瞬间

粤TV SNM



微信号: iptvott

勾正智能电视大数据报告（2017 年 10 月）

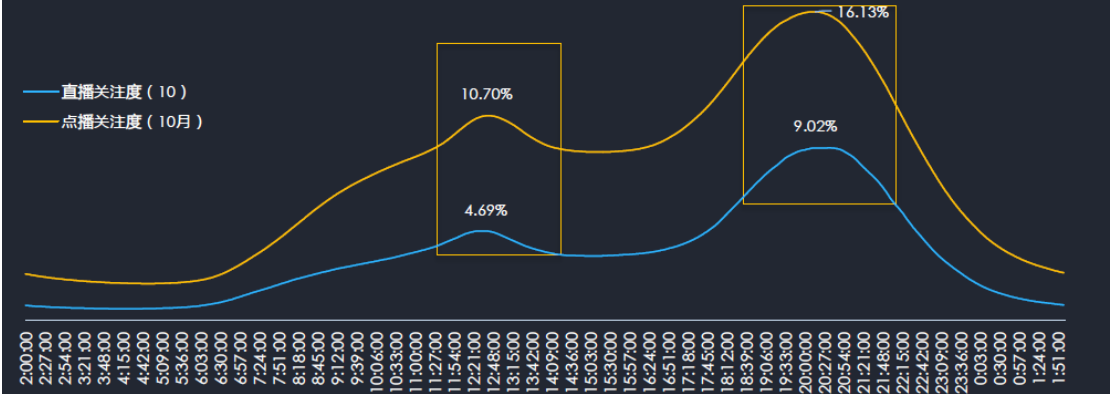
根据勾正数据(Gozendata)显示，10 月智能电视日活到达终端规模为 7957 万台，相对 9 月份增长了 2.6%。在互联网时代，智能手机占领用户大部分时间，电视与手机是最早争夺用户时间的两大载体。电视为了求生存，市场倒逼技术升级，智能电视应运而生。智能电视延续了传统电视大屏、媒体、家庭等属性，并在内容、运营、广告形式方面有了丰富的延展，盘活了家庭客厅经济，引领多屏联动，成为又一大流量经济载体。

根据勾正数据（GozenData）显示，10月份智能电视终端到达规模为7957万台，10月份智能电视终端平均每天启动次数（到达）2.2次，平均每天直播使用时长（到达）219分钟，平均每天OTT使用时长（到达）294分钟，相比9月份略有增长。

OTT整体概况

OTT大屏概况	10月	9月	环比
终端开机分钟数（到达）	317	313	1% ↑
直播使用分钟数（到达）	219	215	2% ↑
OTT使用分钟数（到达）	294	290	1% ↑
终端平均启动次数（到达）	2.2	2.1	2% ↑

十一小长假，十九大的召开，为10月份增添了节点性+事件性热点，成功带动了流量的相对流动。从智能电视终端关注度曲线来看，午间点播关注度为10.70%，直播关注度为4.69%，晚间点播关注度为16.13%，直播关注度为9.02%，相对9月份，10月份进入晚间高峰期的时段拉长，晚间高峰相对缓和，不难看出10月份处在高活跃开机、持久观看状态。



原：勾正数据（GozenData）

相比9月份，10月智能电视用户更注重视频休闲娱乐。

根据勾正数据（GozenData）显示，2017年10月份视频到达率为36.52%，平均使用时长分数（到达）265分钟，相比9月份有明显增长，10月迎来国庆黄金周，告别了开学月的紧张，10月用户到达率得到明显回暖，更倾向视频休闲娱乐；音乐到达率为0.69%、游戏到达率0.40%，而教育到达率0.80%，相比9月份降低了7.36%。

10月到达率

应用类型	10月	9月	环比
视频	36.52%	36.06%	1.26%
教育	0.80%	0.86%	-7.36%
生活	0.78%	0.81%	-3.70%
音乐	0.69%	0.67%	2.48%
游戏	0.40%	0.39%	1.57%

10月平均使用时长（到达）

应用类型	10月	9月	环比
视频	265	262	1.15%
教育	18	19	-4.43%
生活	20	20	0.00%
音乐	59	60	-1.12%
游戏	42	41	1.88%

10月视频APP竞争更加激烈，平台差异化竞争策略加剧升级

根据勾正数据（GozenData）显示，10月份腾讯TV日活为1163.25万台，银河奇异果日活为1136.86万台，较9月份，银河奇异果有明显增长，直逼腾讯TV日活榜首，在时长和次数方面，银河奇异果一直保持高粘性高活跃状态，差异化竞争愈加明显。

10月日活（到达）

排名	应用名称	日活（万）
1	腾讯TV	1163.25
2	银河·奇异果	1136.86
3	CIBN酷喵影视	437.83
4	电视猫	396.02
5	芒果TV	366.31
6	泰捷	40.26
7	CIBN高清影视	24.04
8	CIBN聚体育	19.10
9	CIBN聚精彩	9.70
10	NewTV南瓜电影	5.92

10月平均使用时长（到达）

排名	应用名称	时长（分钟）
1	银河·奇异果	200.23
2	腾讯TV	194.02
3	泰捷	176.53
4	电视猫	159.91
5	芒果TV	134.40
6	CIBN酷喵影视	122.22
7	CIBN高清影视	96.01
8	央视影音	91.74
9	哔哩哔哩	91.45
10	NewTV南瓜电影	79.67

10月平均启动次数（到达）

排名	应用名称	次数
1	银河·奇异果	3.42
2	腾讯TV	3.25
3	泰捷	2.81
4	电视猫	2.35
5	芒果TV	2.13
6	CIBN酷喵影视	2.05
7	哔哩哔哩	1.83
8	秀控视频	1.81
9	央视影音	1.65
10	CIBN高清影视	1.63

在“不同人群最喜爱的电视应用”维度中，与9月相比，视频类软件上榜次数减少，健身类、音乐类、游戏类软件上榜次数增加，说明10月用户娱乐行为更加多样化，或许与“十一国庆黄金周”有很大关系。

9月 VS 10月“不同人群最喜爱的电视应用”各类别软件上榜次数（年份：2017年）

月份	视频类	健身类	幼教类	音乐类	游戏类
9月	15次	2次	5次	3次	0次
10月	10次	3次	4次	4次	4次
变化幅度	-5次	+1次	-1次	+1次	+4次

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

3、行业报告精选（附文档）

中国移动数字家庭产业发展白皮书(2017)

11 月 28 日，在中国移动全球合作伙伴大会上，中国移动发布了数字家庭产业发展白皮书(2017)。

中国移动数字家庭产业发展白皮书是由中国移动数字家庭合作联盟秘书处主编，联盟主要成员共同参与撰写的公开文件，包括路通网络、微网力合、华为、Intel、青岛海信、中兴微电子、京东智能、福建合力信科、烽火通信、长虹、南京物联、中兴通讯、物联网公司以及中国移动相关专业公司包括终端公司、杭州研发中心。

当前，随着信息消费升级，数字家庭产业的发展迎来新的发展时期，家庭场景下硬件设备的智能化和数字化成为趋势，安全、健康、智能化的生活成为信息消费的热点。

发布中国移动数字家庭产业发展白皮书（2017）是为了促进中国移动与数字家庭产业的协同、打造共赢的数字家庭生态，致力于为家庭用户创造更优质的数字家庭生活体验为目标。

本白皮书的主要内容包括产业发展的现状、数字家庭需求趋势、中国移动数字家庭发展现状、趋势以及在主要领域的应用案例和数字家庭产业发展的建议。

白皮书重点介绍了中国移动数字家庭发展目标及业务和技术体系以及在智能硬件领域的发展趋势。同时白皮书提出了促进产业发展的四大建议。

白皮书的发布为推动数字家庭产业资源与中国移动家庭市场深度连接，共同为家庭用户创造优质数字化生活体验指引了方向，将进一步促进联盟成员之间、与中国移动的市场需求之间的模式创新和协同合作。

白皮书目录如下：

目录

1. 数字家庭产业发展现状.....	5
1.1. 数字家庭产业进入快速发展期.....	5
1.2. 新技术促进新产品的不断涌现.....	5
1.3. 产业链多方都在积极布局生态.....	7
1.4. 构建平台是运营商的主流选择.....	8
2. 数字家庭产业发展趋势.....	11
2.1. 市场整体需求趋势.....	11
2.2. 三大重点领域发展现状与趋势.....	13
2.3. 关键技术发展趋势.....	19
2.4. 开放与合作成为产业发展主流.....	23
3. 中国移动数字家庭产业发展现状与趋势.....	25
3.1. 构建平台、APP、网关和协议的产品体系.....	25
3.2. 发起数字家庭合作联盟，打造开放的产业共赢合作平台.....	30
3.3. 数字家庭合作联盟的典型产品及应用.....	31
4. 产业发展建议.....	36
4.1. 加强数字家庭产品和服务的创新，丰富用户体验.....	36
4.2. 加强产业资源协同，以众筹运营为手段扩大生态影响力.....	37
4.3. 加强数据共享，提升数据驱动的产品和服务创新能力.....	38
4.4. 提升数字家庭产品安全能力，打造放心的数字家庭服务.....	39

中国网络视听发展研究报告（2017）

据估算，截止 2017 年底，我国视频网站总体付费会员总数将超过 1.7 亿人，继续保持高速增长。

截止 2017 年 7 月底，我国互联网电视累计覆盖终端达到 2.55 亿台，其中激活终端达到 1.56 亿台。



根据调研统计，44.4%的网络视频用户已经不再接触电视、电台、报纸、杂志等任何传统媒体。

上述是中国网络视听节目服务协会 11 月 29 日在成都发布的《2017 中国网络视听发展研究报告》（以下简称“报告”）揭晓的一组数据。

根据《2017 中国网络视听发展研究报告》，2017 年国内网络视频用户的付费比例继续增长，有超过四成的用户曾为视频付费，付费意识已经养成。并且相比去年，用户的付费能力也有较大提升，每月支出 40 元以上的付费会员从 2016 年 20.2% 增加到了 2017 年的 26.0%。



根据相关统计数据,2016 年底,中国视频付费用户规模已突破 7500 万,同比增长 241%。
视频网站用户付费收入约 117 亿元,据此推算,每位付费会员平均花费达 156 元。



电子版完整报告请阅读附带发送文档！

2017 年 OTT 广告投放指南

11 月 9 日,“智策大屏”OTT 广告投放指南发布会在上海召开,会上发布了有关 2017 年 OTT 广告投放方面最新最重磅的研究成果。



本章主要观点

终端规模 增长迅速

2017年上半年，OTT终端保有量再增2121万台，达到2.34亿台，用户总规模与有线电视已经非常接近

广告收入 翻番

2017年上半年，OTT广告保持爆发式增长，半年完成2016年全年的量，预计年底广告规模可超过20亿

广告投放 类型单一

OTT广告尚未形成成熟的投放体系，投放选择主要局限在开机广告和贴片广告中

投放行业 积极涌入

快消、电商、金融、汽车行业贡献72%的份额，化妆品、休闲娱乐等投放加大，行业集中度不断下降

广告版位 空置高

OTT人均广告承载量为3元，只有网络视频广告的1/10，传统电视广告的1/20，广告版位的空置率还非常高，投放选择性大

本章主要观点

OTT独占全TV 用户的11%

全TV用户中，OTT独占用户为11%，三年后预计可达20%；
OTT点播广告可覆盖传统电视广告曝光盲区

视频媒体日活 匹敌三线卫视

全TV平台，OTT视频媒体经过这几年发展，日活规模已达到三
线卫视水平

OTT独占视频 用户的15%

OTT推动小屏流量向大屏回流，数字媒体视频用户中OTT独占
15%，但广告份额远不相符

热门剧集点播端 广告价值大

针对热门电视剧，用户在点播端追剧、延时收看的现象明显，
直播+点播通投是比较好的方式；热门综艺节目方面，针对话题
性单期进行补充投放，效果事半功倍

广告库存 130万CPM

开机广告曝光资源10万CPM，贴片广告资源120万CPM；预计
三年后，贴片广告资源可以翻倍

2017年OTT广告投放指南

-24-

本章主要观点

比传统电视用户 更年轻时尚

智能电视用户相比传统电视用户更年轻、时尚、精致；比传统电视用户更讲究，在消费年龄上更求新求变、消费需求更为旺盛

比数字媒体用户 更有钱顾家

智能电视用户相对于PC视频、手机视频用户经济实力更高，家庭属性更突出，家庭观念更强。在房产、家居、家电、孩童用品教育方面的需求更旺盛

智能电视用户 属中产阶层人群

典型的中国中产家庭模样：年轻有为有“家”；有车有房有“料”；品质控，爱“面子”；生活一定要“新鲜”，与传统电视和数字媒体用户形成互补

视频媒体 用户画像

银河奇异果：奋斗乐活的年轻家庭；云视听极光：品质不差钱；
CIBN酷喵影视：高知高收入高忠诚的“三高”人群；
CIBN超级影视：与时俱进的中产新生代；
CIBN高清影视：正能量满棚的三口之家

主要观点

**大屏注意力
对移动端小屏提升
20%+**

大屏注意力是小屏的1.2倍以上，观看完整度比小屏高出20个百分点，广告效果比小屏有显著提升

**更有效提升图片
广告效果**

图片广告在小屏端效果明显不如视频广告，但在大屏上与视频广告的观看效果几乎相当，注意力都达60分

**对Pad视频广告
效果提升25%**

Pad端视频广告的效果与图片广告类似没有明显优势，大屏对其视频广告的效果提升幅度达到25%，更适合转投大屏广告

**大屏广告价值是
小屏的3-4倍**

综合考虑不同屏幕的观看人数、注意力效果和观看完整度来得出不同屏幕间的价值倍数，大屏是PC的3倍价值，是手机或Pad的4倍

2017年OTT广告投放指南

-60-

主要观点

开机广告 综合效果最优

开机广告在接受度、记忆度、观看完整度方面均领先于其他广告形式，在大屏广告中效果突出

贴片广告 记忆度高

贴片广告在接受度较低于系统层主要广告形式，但广告记忆度高，仅次于开/关机广告；连续4条贴片广告按照记忆度排序依次为：正一、倒一、正二、正三

其他广告形式 各有所长

屏保广告同开机广告一样高接受高记忆；关机和APK开屏广告低接受度高记忆；角标广告接受度和记忆度均低

组合投放 灵活多样

开屏+屏保组合相当于一条视频前贴片的效果；
视频前贴+角标+屏保能够达到一条开机广告的效果；
开关机等5版位组合记忆度100%，效果最优

2017年OTT广告投放指南

-71-

本章主要观点

OTT广告 效果性价比更高

OTT广告到设备价格较高，但通过到人KPI对投放ROI更有效的真实反映，OTT广告在CPM、效果价值及效果性价比方面均优于其他屏

跨媒体用户重合低 频控效果各有差异

OTT端不同视频媒体间的用户重合度较低，可以有效扩大覆盖面，投放中不需要过多考虑重复触达的问题。不同视频媒体的控频能力差异显著，开机广告由于尚无法频控，导致的高频曝光\Reach较多

基于设备控频 到人频次下沉 有效抑制超频

按设备控频的方式下，到人频次明显向低频次下沉，超频现象得到有效抑制

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

家庭宽带市场的价值空间报告（2017）

11月23日，广州中国移动全球合作伙伴大会上，华为联合中国移动研究院、Strategy Analytics 共同发布《开启家庭宽带市场的价值空间》，报告针对家庭互联网环境下的家庭宽带市场发展及增长趋势，以及运营商应该发现的速率价值、视频价值、融合套餐价值、智慧家庭与家庭网络价值、数据价值进行了逐一的阐述。

调研结果表明，中国消费者在宽带服务的速度、内容、融合业务及智慧家庭等领域，均有强劲需求，例如：

- * 网络的稳定性和可靠性，以及网络速率是影响消费者选择宽带业务提供商的重要因素。

* 60%的受访者倾向于为采用订购模式购买视频流服务，91%的受访者有兴趣通过电信运营商计费支付所有视频流服务。

* 45%的受访者在其套餐中包含了移动业务。附加家庭套餐包对消费者最具吸引力。

* 家庭安防产品、家庭智慧助手和位置追踪是目前最受我国消费者欢迎的智慧家庭应用。

对于家庭宽带市场的发展及增长趋势：

* 报告中现实预计到 2017 年底，全球家庭宽带普及率将从 2012 年 37%增长到 52%。

* 光纤和移动宽带是目前家庭宽带增长的主导因素

* Akamai 的互联网状态报告显示，固定网络平均连接速率健康增长，2017 年一季度，全球平均连接速率年增长率为 15%，达到 7.2MB，其中 28%的连接速率超过 15MB。

* 中国市场于 2015 年 5 月提出提速降费，至 2017 年 3 月，中国市场固定宽带业务单价下降至 0.88 体验/Mbps/户/月，同比下降 58%。

* 宽带上网速率仍是影响中国家庭用户宽带业务选择的重要因素，成为影响用户流失的主要原因。

对于运营商在家庭宽带市场的价值创造：

* 预计 2017 年全球宽带 ARPU 值将下降 1.4%，而宽带业务收入将持续增长，到 2022 年将维持 4%的年均复合增长率（CAGR）。

* 运营商不仅要关注推广更高速率的宽带业务，还要实施用户增值战略，带动 ARPU 值增长。

速率价值——在大部分运营商难以通过宽带接入服务提升 ARPU 值的时候，一些运营商（意大利电信和 AT&T）通过 FTTP 和 FTTC 实现宽带服务强力转型，显著提升 ARPU 值。

视频价值——在北美和西欧市场，付费电视业务成为 AT&T、德国电信、英国电信等领衔运营商宽带接入业务的收入基石。

2017 年 6 月中国电信 IPTV 业务已经发展了 7500 万用户，达到宽带业务用户基数的 60%。

中国移动魔百和业务，用户已接近 3900 万，在固定宽带用户中的渗透率超过 40%。

中国消费者对于虚拟现实表现出强烈的兴趣，58%的消费者表示未来三年愿意购买 VR 头盔产品。

家庭两个 4K 视频要求 WiFi 的吞吐量超过 300M，运营商需要提升 WiFi 产品的连接质量和用户体验。

融合套餐价值——融合套餐能够获家庭支出中更多的份额，当前家庭用户支出中，宽带服务仅占了电信及媒体服务的一小部分。

在多重业务市场，有一点十分明确，把移动业务加入到融合套餐越来越困难，因为家庭对于固话、宽带和电视业务的购买是整个家庭层面考虑的。

融合套餐在市场营收中有明显的体现，例如在葡萄牙，多重业务的收入是单个固话、宽带或者付费电视业务收入之和的 7 倍。

多重业务中，较低的客户流失率和客户获取成本可以缓解融合套餐折扣带来的价值损失。

在中国市场，三大运营商也都在积极发展融合业务，中国电信 2017 年中期财报，53% 的固网宽带用户绑定了移动业务，同时有 46% 的用户同时绑定固网、移动、IPTV 多重播放用户。这与 SA 对 1000 家用户进行调研的结果相吻合。

智慧家庭和家庭网络价值——全球消费者每年在智慧家庭产品上花费近 1300 亿美元，超过 2.3 亿个家庭或约八分之一的家庭将安装至少一种智能系统。

SA 预测，2020 年运营商将获取智慧家庭消费市场份额的 47%，超过 600 亿美元。

2022 年，全球智慧家庭音响设备的使用量将达到 1.65 亿。

中国消费者对安防产品表现出浓烈的兴趣，包括安全摄像头、家庭监控系统、门锁和猫眼以及位置跟踪器，超过五分之一的消费者预计在 2 年内有意愿购买智能安防摄像头。

WiFi 是当今家庭网络采用的主流技术，然而当前家庭的 WiFi 方案不足以满足家庭网络的需求，仍然存在性能或管理和维护能力的相关问题。

良好的家庭网络环境是智慧家庭服务的基石。

电子版完整报告请阅读附带发送文档！