

视频行业动态月报 (2018 年 01 月)

2018 年第 01 期 统计周期 : 2018 年 01 月 出品时间 : 02.03 , 2018

统计内容 : IPTV、OTT、互动电视、网络流媒体、智慧家庭、人工智能、
VR 等行业政策、数据及动态

本期热点 :

- ◆ 全国广播影视工作会议在京召开
- ◆ 广东宣传部长慎海雄新任央视台长
- ◆ 中视传媒发起 IPTV 投资基金
- ◆ 广东联通推出冰激凌新视频套餐
- ◆ 三大视频网站 2018 年预算亏损 190 亿元



扫码了解更多

编辑出品 : 流媒体网

联系电话 : 010—85895002

E-mail : lmtw@lmtw.com

备注 : 本本报除特别指明为流媒体原创之外 , 其它内容均来源于互联网网站公开信息 , 经本刊编辑缩编整理后呈现给读者 , 其文章观点不代表流媒体网。

导读索引

一级目录	二级目录	信息排序	备注	
政策动态	政策解读			
	名人名言	领导		
		专家		
	人事动态	政府机构		
		电信运营商		
		广电运营商		
		其它		
战略动态	行业观察	IPTV 重大事件点评		
		新媒体重大事件点评		
		广电重大事件点评		
		其它重大事件点评		
	招中标信息	电信		
		广电		
		其它		
	智慧家庭	电信		
		广电		
		其它		
	物联网	电信		
		广电		
		其它		
	人工智能	市场动态		
		技术动态		
	其它			
	市场动态	IPTV	IPTV 运营方	
			电信运营商	
			IPTV 业务商	
		OTT TV	七大牌照方	
互联网企业				
其它				
广播电视		央企动态		
		有线/无线电视动态		
		电视台动态		
网络视频		视频平台动态		
	影视动态			
技术动态	视频技术	IPTV		
		OTT TV		
		广播电视		

	通信技术	其它	
		4G/5G	
		宽带/光通信	
	云数智联	其它	
		大数据	
		云计算	
		智慧家庭	
		物联网	
		人工智能	
	海外动态	战略观察	其它
IPTV/OTT			
电信运营商			
新媒体运营商			
广电运营商			
电信市场			
广电市场			
网络视频			
技术动态			
市场数据	监测数据	IPTV 收视数据	
		OTT 收视数据	勾正
		工信部公报	
		运营商月报	
		艾瑞 PC 指数-在线视频	
		艾瑞 APP 指数-视频服务	
	视频数据	IPTV/OTT	
		网络视频	
		广电	
		其它	
	产业数据	宽带	
		物联网	
		智慧家庭	
		终端	
其它数据			
海外数据			
报告文件	政策文件		
	运营商监测报告	IPTV 平台	
		OTT 平台	
行业精选报告			

目 录

2018 年第 01 期

导读索引.....	2
目 录.....	4
一、 政策动态.....	10
1、政策解读.....	10
工信部拟组建超高清电视产业联盟.....	10
全国广播影视工作会议在京召开.....	10
体育总局与内蒙古政府开展足球频道合作.....	12
工信部督促网络接入服务企业持证经营.....	12
工信部&铁总：合作建设铁路沿线公网.....	13
互联网新闻信息服务许可名单公布.....	14
工信部颁发首批无线电频率许可证.....	14
2、名人名言.....	14
苗圩：四项举措推动人工智能行业发展.....	14
田进：广播电视宣传管理工作的方向、基调、重点.....	15
3、人事动态.....	15
陈肇雄当选新一届通信科技委主任.....	15
广东宣传部长慎海雄新任央视台长.....	16
彭鸿嘉拟任甘肃新闻出版广电局局长.....	16
中国移动新一轮中高层调整.....	16
联通董事会换届:李彦宏领衔 BATJ 入局.....	17
王艳忠担任电广传媒总经理.....	17
二、 战略动态.....	17
1、行业观察.....	17
互联网电视的 2018：一个不易破的局.....	17
三大运营商抢滩新零售.....	20
我国民航正式开放空中上网服务.....	21
运营商该怎样进行跨业融合.....	22
2、招中标信息.....	25
三大通信运营商 2017 年 IPTV/OTT 招标一览.....	25
中国联通 CDN 及 TV 视频平台采购需求.....	31
中国移动 400 万台智能家庭网关招标公告.....	31
安徽电信 10 万台机顶盒招标公告.....	32
北京联通 2.7 万台机顶盒招标.....	32
天津联通：Q1 875 万元预算招标智能机顶盒.....	32
福建移动：全省 32 万台魔百和招标公告.....	32
阿里云中标北京电视台公有云项目.....	33

湖南有线 2300 万元招标 IP 机顶盒.....	33
广东广电网络 56.6 万台招标公告.....	33
广西广电 2018 年机顶盒(第一期)中标公告.....	33
3、智慧家庭.....	34
2017 年三大运营商智慧家庭动向一览.....	34
运营商持续大战智慧家庭市场.....	38
中国联通参与智慧养老示范社区.....	40
中国电信推广智慧家庭产品.....	40
贵广网络成功签署智慧旅游合作项目.....	40
国安广视赋能智慧社区.....	41
4、物联网.....	41
中国移动发布物联网安全解决方案.....	41
NB-IoT 将进入规模爆发期.....	41
中国联通部署 MEC 智能安防商用.....	42
湖北省将组建全国首个天基物联网.....	42
云南窄带物联网正式商用.....	42
海南移动与民生燃气战略合作.....	43
5、人工智能.....	43
咪咕发布全球首款全语音人工智能耳机.....	43
海信公布人工智能电视系统.....	43
6、其它.....	43
济南国际互联网数据专用通道获批.....	43
联通大数据公司与腾讯战略合作.....	44
河北移动与百度公司签订战略合作协议.....	44
新疆联通打造全疆首家“云医院”.....	44
7、金屏奖专题.....	45
三、 市场动态.....	51
1、IPTV.....	51
中视传媒发起 IPTV 投资基金.....	51
京津冀将实现 IPTV 集成播控平台互联互通.....	51
东方明珠与中国联通签订战略合作协议.....	52
广东电信 IPTV 带来“O2O”盛宴.....	52
广东联通推出冰激凌新视频套餐.....	53
吉林联通推出 iptv “岁末暖冬大狂欢”活动.....	53
济南教育电视台登陆 IPTV 平台.....	53
新东方学堂登陆天津 IPTV 平台.....	54
辽宁联通 IPTV 上线超清专区.....	54
唐山联通 IPTV 实现频道性能双提升.....	55
宁夏 IPTV-移动业务精彩上线.....	55
2、OTT TV.....	55
首款 TV 端答题游戏上线.....	55

创维酷开与深圳广电共组影视公司.....	56
欢视商店 2017 年最佳应用榜发布.....	57
香港亚洲电视 ATV 正式开台.....	59
3、广播电视.....	60
中国广电成立全国终端公司.....	60
传电视台要求广电网络取消时移回看功能.....	60
中国广电与山东广电网络签署战略投资合作协议.....	60
重庆有线与贵广网络展开战略合作.....	61
华数集团与咪咕数媒签订战略合作协议.....	61
龙江网络合资成立智能家居公司.....	61
湖北开启新一轮有线数字电视整转.....	62
江苏有线因调整重组方案再停牌.....	62
陕西广电网络引入微医通.....	62
陕西广电网络财富平台成交量突破 3 亿.....	63
江苏有线打造出“电影院线”产品.....	63
山东有线电视新收费标准出炉.....	63
“信用宁波”登陆数字电视频道.....	64
东方有线推出“上电视送祝福”新春送好礼活动.....	64
贵州乡村连上智慧“广电云”.....	65
中星 9A 使用寿命剩余 4.04 年.....	65
4、网络视频.....	66
广电总局要求花椒直播整改.....	66
三大视频网站 2018 年预算亏损 190 亿元.....	66
爱奇艺将引入更多 Netflix 内容.....	66
搜狐视频通过内容自制降低成本支出.....	66
QQ 推出新款视频社交应用：DOV.....	67
风行：2 亿元扶持商业化短视频.....	67
谷歌 1.2 亿美元领投直播平台触手.....	68
4K 花园获 7000 万 A+轮融资.....	68
A 站被爆因资金链倒闭.....	68
四、技术动态.....	69
1、视频技术.....	69
“电视+语音控制”未来会如何发展？.....	69
行业标准《电视收视数据清洗规范》通过审查.....	70
TVOS2.0 通过 EAL3 安全等级测评.....	71
我国 CDR 标准正式获批成为国际电联 ITU-R 标准.....	71
广电发布融合媒体互动技术平台白皮书.....	71
2、通信技术.....	72
中国电信率先在 6 城市开通 5G 试点.....	72
中国移动提升网络互联互通质量.....	72
网络云化和 AI 将成未来方向.....	72
浙江移动面向 5G 承载的基础资源规划实践.....	73

3、云数智联.....	74
中国电信发布灯塔 AI 能力开放平台.....	74
中国联通上线“新沃云平台”.....	74
中国移动打造全球最大规模 OpenStack 资源池.....	75
浙江移动布局移动边缘计算技术.....	76
苹果中国内地 iCloud 服务转由云上贵州运营.....	76
阿里 AI Labs 发布 IoT Connect 协议.....	76
华数发布智慧社区服务云平台产品.....	77
4、其它.....	77
谷歌与腾讯达成专利交叉授权许可协议.....	77
五、 海外动态.....	77
1、战略观察.....	77
2018 年数字视频服务 6 大发展趋势.....	77
区块链技术在影视行业的应用.....	80
ATSC3.0：“广播+IP”带来下一代电视产业.....	83
2、电信市场.....	87
全球 44 家运营商提供 700Mhz 商业服务.....	87
FCC 提议 5 亿美元资金加速美国农村宽带建设.....	87
T-Mobile 推出美国首个 NB-IoT 套餐.....	87
AT&T 将在 2018 年底前推出 5G 服务.....	88
摩托罗拉通过并购进入视频监控市场.....	88
德国电信计划加速向 AI 转型.....	89
KT 在 IPTV 上推出智能少儿应用“TV 嗖”.....	90
SK Broadband 推出 AI IPTV 服务.....	90
印度国家宽带项目已部署 25.5 万公里.....	90
3、广电市场.....	91
美国人通过电视获取新闻的比例逐渐减少.....	91
加拿大有线电视运营商实现用户增长.....	91
法国 Canal+ 推出超高清卫星电视服务.....	92
瑞典有线运营商推出电视播客服务.....	92
4、网络视频.....	92
YouTube 已开始封杀 Fire TV.....	92
Hulu 流媒体直播服务力压 YouTube TV.....	93
亚马逊 Prime 服务提价 18%.....	93
Bloomberg 在 Twitter 推出电视服务.....	93
Facebook 将强化视频社交功能.....	94
亚马逊或将通过智能音箱口播广告.....	94
苹果智能音箱 HomePod 即将发售.....	94
流媒体音乐平台 Spotify 或提交上市申请.....	95
5、技术动态.....	95
Verizon 宣布 2018 年大规模部署 NG-PON2 技术.....	95

Verizon 参与完成 400G 现场试验.....	96
DoCoMo 宣布今年测试 C-V2X.....	96
美国下一代电视标准 ATSC 3.0 将逐步落地.....	96
欧洲广播联盟发布 HDR 指南.....	96
德国 IRT 计划测试 5G 电视广播.....	96
华纳兄弟加入 HDR10+阵营.....	97
Eurosport 将提供冬奥会 VR 直播.....	97
六、 市场数据.....	97
1、 监测数据.....	97
IPTV 收视数据.....	97
工信部公报（2017 年）.....	99
运营商月报（12 月份）.....	111
艾瑞 APP 指数-视频服务.....	112
艾瑞 PC 指数-在线视频.....	113
2、 视频数据.....	114
福建高清 IPTV 突破 400 万户.....	114
奇异果 TV 日活终端突破 1800 万.....	114
海信互联网电视用户突破 3000 万.....	114
央视新闻移动网用户数突破百万.....	115
重庆有线电视用户达 655 万户.....	115
2017 年户户通用户达 1.112 亿户.....	115
3、 产业数据.....	115
2017 年我国有线网络收入达 929 亿元.....	115
2017 年互联网业务完成收入 7101 亿元.....	116
中国铁塔：三年投资 1388 亿元.....	117
广东移动宽带用户突破千万大关.....	117
广西移动宽带用户突破 300 万.....	118
陕西 FTTH 用户总数达 777.8 万.....	118
山东移动物联网连接将超 3000 万.....	118
4、 其它数据.....	118
TCL 2017 年彩电销量超 2370 万台.....	118
5、 海外数据.....	119
全球付费电视用户超过 10 亿户.....	119
2017 年全球电信行业支出仅增长 1.1%.....	119
Netflix 全球订阅用户达到 1.18 亿户.....	120
Hulu 订阅用户超过 1700 万.....	121
四季度美国付费电视流失 84.5 万户.....	121
欧洲 OTT 付费电视订阅用户超 740 万.....	122
非洲付费电视用户将增长 1740 万.....	122
2026 年智慧城市物联网收入将达 620 亿美元.....	122
2018 年美国可穿戴设备用户将达 5 千万.....	123
七、 报告文件.....	123

1、政策文件.....	123
进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知.....	123
关于督促互联网网络接入服务企业依法持证经营的通知.....	125
2、运营监测报告.....	126
2018 年度第一批重点作品版权保护预警名单.....	126
2017 年 12 月 OTT 大屏报告（勾正）.....	127
3、行业精选报告.....	131
2017 年 OTT 行业发展报告.....	131
中国有线电视行业发展公报（2017Q4）.....	145
《中国宽带速率状况报告》（2017Q4）.....	150
CNNIC 第四十一次统计报告.....	153
2017 年度互联网数据统计合集.....	155

一、 政策动态

1、 政策解读

工信部拟组建超高清电视产业联盟

1月3日，工业和信息化部电子信息司在京召开超高清视频产业发展工作座谈会，电子信息司拟组建中国超高清视频产业联盟，搭建产业协同发展服务平台，制定《超高清视频产业发展行动计划（2018-2022年）》。

广东省经济和信息化委员会、北京市经济和信息化委员会分别介绍了当地4K视频应用、8K超高清显示发展情况，中国电子技术标准化研究院介绍了超高清视频产业标准相关工作情况，中国电信、华为、4K花园、新奥特、京东方、海思、海康威视、TCL等产业链各环节企业参会。

全国广播影视工作会议在京召开

1月3日、4日，2018年全国新闻出版广播影视工作会议在京召开。会议深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，落实全国宣传部长会议精神，总结2017年工作，分析形势，安排部署2018年新闻出版广播影视工作任务。中宣部副部长，国家新闻出版广电总局局长、党组书记，国家版权局局长，中央电视台台长聂辰席代表总局党组在全国新闻出版广播影视工作会议上作工作报告，总局党组成员田进、童刚、周慧琳、张宏森、王庚年、阎晓明出席会议。田进主持会议并作总结讲话。

1月3日上午，与会人员列席全国宣传部长会议，认真聆听了中共中央政治局常委、中央书记处书记王沪宁的重要讲话。

聂辰席指出，中央领导同志在全国宣传部长会议上的重要讲话，深刻阐述了习近平总书记关于宣传思想文化工作的重要思想，对坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，做好新时代宣传思想文化工作，加强党对宣传思想文化工作的全面领导提出了明确要求，我们要认真学习领会，深入贯彻落实。

回顾 2017 年新闻出版广播影视工作，聂辰席说，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，全国新闻出版广播影视系统牢固树立“四个意识”，牢牢坚持正确政治方向、宣传导向、价值取向，圆满地完成了迎接、学习、宣传、贯彻党的十九大重大政治任务，精品创作取得新成效，融合发展取得新进展，事业产业不断发展壮大，阵地管理不断加强，国际传播能力显著提升，行业队伍呈现新气象。成绩的取得，是习近平新时代中国特色社会主义思想指引的结果，是党中央、国务院和中宣部正确领导的结果，是全国新闻出版广电系统高度自觉、担当尽责、开拓进取的结果。

聂辰席强调，党的十九大为新闻出版广播影视工作标定了新方位、新坐标、新维度，要求我们进一步认清目标所在、责任所在、担当所在，努力在新时代创造新气象、实现新作为。要始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，做马克思主义中国化最新成果的坚定信仰者和忠实践行者；始终坚持正确政治方向和舆论导向，坚决落实意识形态工作责任制；始终坚持以人民为中心的工作导向，努力满足人民群众过上美好生活新期待；始终坚持高质量发展，加快建设新闻出版广播影视强国；始终坚持创新驱动，不断激发新闻出版广播影视行业持续健康发展的动力活力。

针对 2018 年新闻出版广播影视工作，聂辰席作出 5 方面部署：

一是不断把学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神引向深入，继续在学懂、弄通、做实上下功夫，唱响新时代最强音，让习近平新时代中国特色社会主义思想始终成为引领我们前进的思想旗帜、精神旗帜，让学习宣传贯彻党的十九大精神成为全党全社会最嘹亮的主旋律、最昂扬的精气神。

二是打造精品力作，为人民提供更加优质丰富的精神食粮。要深入实施新闻出版广播影视精品规划，聚焦现实题材，努力推出讴歌新时代的精品力作。要健全调控和扶持机制，扩大主旋律优秀作品传播。要加大版权保护力度，激发创新创造创意活力。

三是加快优化升级，推动事业产业高质量发展。要进一步深化改革，加强科技创新，推动互联网、大数据、云计算、人工智能与新闻出版广播影视有机融合。要优化公共服务，持续推进广播电视户户通、农村电影放映、农家书屋等重点惠民工程，以创新思路举措提升公共服务效能。

四是强化阵地管理，牢牢掌握意识形态工作领导权主导权话语权。要坚持正确的政治导向，旗帜鲜明反对和抵制各种错误观点，落实总体国家安全观，增强保安全能力，深入实施管理创新工程，提高科学管理效能。

五是深化国际传播，着力讲好中国故事、增强国际话语权和影响力。要突出价值导向，做亮“走出去”内容。要改进传播方式，增强走出去实效，继续扎实推进丝绸之路影视桥、丝路书香等系列工程项目优化升级。要完善工作格局，借力国际节展、“中国电影·普天同映”等平台，让更多优质产品和服务占领国际市场。

聂辰席指出，党的十九大突出强调党领导一切的核心作用，提出了新时代党的建设总要求和八项重点任务。在新闻出版广播影视领域，管党治党与管方向导向是完全一致的，党的建设与业务建设是内在相通的，必须坚持以党建为统领、抓党建带业务，把党的领导体现到各方面、全过程。要旗帜鲜明讲政治、始终在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；要压紧压实管党治党主体责任，推进全面从严治党向纵深发展；要着力提升队伍思想政治素质，打造政治强、业务精、纪律严、作风正、能担当的人才队伍。

聂辰席强调，新时代赋予新闻出版广播影视行业新使命新责任，新闻出版广播影视系统要更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，不忘初心、牢记使命，不断开创新时代新闻出版广播影视工作新局面，为决胜全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利作出新的更大贡献。

近期退出总局党组领导班子的老同志，中组部干部三局、中央纪委驻中宣部纪检组、财政部文化司、审计署广电通讯审计局、中央军委政治工作部宣传局有关领导，各省、自治区、直辖市、计划单列市、新疆生产建设兵团新闻出版广电局局长，总局机关各司局、直属各单位主要负责人参加会议。总局机关副司局级以上干部、直属单位领导班子成员列席会议。

体育总局与内蒙古政府开展足球频道合作

1月25日消息，国家体育总局与内蒙古自治区政府正式签署合作共建足球频道的框架协议。随着这一协议生效，“内蒙古足球频道”也已正式更名为“足球频道”，收视覆盖范围由“内蒙古自治区”调整为“全国”，并于2018年1月上星播出。

工信部督促网络接入服务企业持证经营

1月12日，工信部发布《关于督促互联网网络接入服务企业依法持证经营的通知》。通知指出，为规范市场秩序，按照《工业和信息化部关于清理规范互联网网络接入服务市场的

通知》(工信部信管函〔2017〕32号)要求，自2018年1月1日起，未取得互联网资源协作服务业务、内容分发网络(CDN)业务经营许可的企业，不得继续经营相应业务。

通知详见报告文件-政策文件！

工信部&铁总：合作建设铁路沿线公网

1月31日消息，工信部联合中国铁路总公司发布《关于铁路沿线公网覆盖合作建设的指导意见》，表示将支持和鼓励中国铁路总公司所属各铁路局集团公司、各国铁控股合资铁路公司（以下统称铁路单位）将铁路红线内的基础设施资源向公网覆盖开放；支持和鼓励各基础电信企业进行铁路沿线公网覆盖建设，并向铁路开放其通信基础设施资源。

根据该份《意见》，本次合作方式分为共建、租赁、租赁自建。合作范围包括铁路单位和基础电信企业在铁路沿线、车站、通信站等新建及已建的涉及信息通信的基础设施，以及铁路和通信行业间信息化综合解决方案合作等。

《意见》指出，公网覆盖项目设计、施工和监理单位由投资方负责选择，公网覆盖项目分为新建铁路公网覆盖项目和运营铁路公网覆盖项目，其中，新建铁路公网覆盖项目应统一纳入铁路项目建设管理，与铁路项目同步规划、同步设计、同步实施。运营铁路公网覆盖项目由基础电信企业向铁路单位提出公网覆盖建设需求，铁路单位研究确认公网覆盖工程的可行性，同意后实施。铁路单位应向基础电信企业提供铁路用地范围、光缆指标、传输设备性能、铁塔位置及电源容量等必要的技术资料。营业线施工时，施工作业方案及计划应提前向铁路单位提报，经铁路单位审定同意后方可实施。

同时，《意见》中关于费用及出资问题也作出了详细说明。基础电信企业使用铁路单位基础设施或委托铁路运营单位维护的费用可执行当地省级价格主管部门颁布的价格标准，或双方根据地域、项目等特点，按市场化原则协商确定。国家已有相关规定的按规定执行。对共建设施，要明确铁路单位和基础电信企业的工程范围、投资界面和出资比例，确保各方设施产权清晰。对涉及的电费，随铁路电价变化动态调整，用电量根据用电设备实际使用功率进行计算，或挂表计量。因公网覆盖需求导致铁路基础设施增加的工程费用由基础电信企业承担。

《意见》中指出，公网覆盖通信基础设施设置时应严格遵守《铁路安全管理条例》《铁路技术管理规程》以及国标《公众移动通信隧道覆盖工程技术规范》《公众移动通信高速铁

路覆盖工程技术规范》等相关标准规范和要求，不得危及铁路运输安全或存在安全隐患，满足铁路验收规范要求。公网覆盖通信基础设施建设、运行不得对铁路运行安全造成影响，合理配置铁路沿线基站的频率和功率，采取措施避免干扰铁路专用无线通信系统，确保铁路无线电频率的正常使用。

互联网新闻信息服务许可名单公布

1 月 31 日消息，2017 年 6 月 1 日起，《互联网新闻信息服务管理规定》（国家互联网信息办公室令第 1 号）实施。《规定》实施以来，国家互联网信息办公室组织开展互联网新闻信息服务许可证换发工作。现将中央互联网新闻信息服务单位相关许可信息予以公开，包括：互联网站 94 个，应用程序 50 个，论坛 14 个，博客 6 个，微博客 2 个，公众账号 292 个，即时通信工具 1 个，网络直播 3 个，共计 462 个服务项。

工信部颁发首批无线电频率许可证

1 月 15 日，工业和信息化部向中国电信集团公司、中国卫通集团股份有限公司、中信数字媒体网络有限公司、中国科学院国家天文台、长光卫星技术有限公司、中国四维测绘技术有限公司等六家单位颁发了首批无线电频率使用许可证。

2、名人名言

苗圩：四项举措推动人工智能行业发展

1 月 30 日上午消息，国新办就 2017 年工业通信业发展情况举行发布会。工信部部长苗圩、副部长辛国斌和总工程师张峰等出席。

苗圩指出，人工智能现在是全球热门话题，中国也不例外。他认为，人工智能是引领未来的发展战略性的技术突破。在人工智能的应用上，已开始逐步的显现，比如讲话时，会实时将中英文字幕全部打在大屏幕下端，且准确率高达 98% 甚至 99%，再如新一代智能手机的刷脸系统等。

苗圩认为，人工智能离我们已经不远，下一步将着力规范和推动人工智能行业的发展，按照促进新一代人工智能健康发展三年行动计划部署，利用现有的资源和手段，务实的推动人工智能和实体经济特别是制造业的融合。包括四个方面：

一是进一步加大研发力度，特别是在智能网联汽车方面、智能服务机器人、智能无人机方面加大研发的力度，促进这些技术和产品更好的融合发展。

二是重点突破智能传感器，神经网络芯片，开源开放平台等产业发展的基础环节。

三是继续深入实施智能制造工程，推广制造业的数字化、网络化和智能化。

四是构建行业训练资源库、标准和测试评估平台等公共支撑体系。

同时，还要加大对地方产业发展的指导，引导各地根据自身的比较优势，不要一哄而起，形成各具特色的差异化的发展格局。

田进：广播电视宣传管理工作的方向、基调、重点

1 月 24 日上午召开的 2018 年全国广播电视宣传管理工作会议上，国家新闻出版广电总局副局长田进发表重要讲话，全面总结了 2017 年全国广播电视宣传管理工作取得的成绩，重点部署 2018 年工作，也为今后一个时期内宣传管理工作明确方向、定准基调、划定重点。田进指出，今年及未来一段时期广播电视宣传管理工作主要围绕“宣传新思想、记录新时代、营造新气象、展现新作为”这四个方面来进行。

3、人事动态

陈肇雄当选新一届通信科技委主任

1 月 13 日消息，工业和信息化部通信科学技术委员会第二届第一次全体会议日前在北京召开。工业和信息化部副部长陈肇雄出席会议并讲话。会议表决通过了新一届通信科技委组成人员名单。陈肇雄当选新一届通信科技委主任，邬贺铨当选首席顾问，韦乐平当选常务副主任，王晓云、刘多等 11 人当选副主任，张新生当选秘书长。

广东宣传部长慎海雄新任央视台长

1月30日消息，据“新闻战线”报道，2月2日下午，中央电视台召开领导干部会议，中组部、中宣部领导参加。会上宣布，慎海雄就任中央电视台台长，聂辰席卸任。

慎海雄此前担任十九届中央候补委员，广东省委常委、宣传部长，时隔两年多返京任职，接班聂辰席出任中央电视台台长。十九届中央委员聂辰席目前仍任中央宣传部副部长、新闻出版广电总局局长、国家版权局局长。

彭鸿嘉拟任甘肃新闻出版广电局局长

1月4日消息，甘肃省委组织部官网对外发布一则标题为《关于干部任前公示的公告》，其中显示：彭鸿嘉，现任省委宣传部副部长，拟任省新闻出版广电局局长、党组书记。

同时，甘肃政府网近日发布干部任免消息显示，王永生不再担任甘肃省广播电视网络股份有限公司董事长、总经理一职。

中国移动新一轮中高层调整

1月20日消息，中国移动近日开启了新一轮的中高层调整，本次中高层调整涉及到诸多省公司一把手。据传党组会已通过，但下文件还需要走流程，还要一段时间。

省公司总经理属于平级调动：河南移动总经理魏明改任广东移动总经理，河北移动总经理杨剑宇改任河南移动总经理，新疆移动总经理尹显智改任重庆移动总经理。

子公司回到省公司任职：中国移动巴基斯坦公司董事长刘殿峰改任河北移动总经理。

从子公司、省公司调任至集团岗位：江西移动总经理高颂革将赴中国移动集团综合部任总经理，海南移动总经理陆冰赴中国移动集团工会任职，中移铁通总经理田利民赴中国移动纪检任职。

省公司改任子公司：重庆移动总经理郭永宏将改任中移铁通总经理。

升职：中国移动集团综合部副总经理肖雷升任海南移动总经理，上海移动副总经理王华升任中国移动巴基斯坦公司总经理，广东移动副总经理凌浩升任江西移动总经理。

联通董事会换届:李彦宏领衔 BATJ 入局

1 月 26 日消息，中国联通发布公告称，公司董监事会拟提前换届，引入新的国有股东和非国有股东代表担任公司董事或监事，董事会成员拟由 7 人扩编至 13 人。

候选名单显示，董事会中非独立董事共 8 名，其中联通背景董事 3 席，分别是董事长王晓初，总裁陆益民，以及联通集团副总经理李福申；非联通背景董事 5 席，包括中国人寿副总裁尹兆君、腾讯高级执行副总裁卢山、百度董事长兼首席执行官李彦宏、京东集团首席战略官廖建文、阿里巴巴资深副总裁胡晓明。新一届董事会还有 5 名独立董事候选人，他们分别是：冯士栋、吴晓根、吕廷杰、陈建新、熊晓鸽。

王艳忠担任电广传媒总经理

1 月 26 日，电广传媒发布公告称，董事会一致同意聘任王艳忠先生为公司总经理、赵红琼女士为公司副总经理。

二、 战略动态

1、 行业观察

互联网电视的 2018：一个不易破的局

刚过去的 2017 年，乐视倒塌，看尚曝出裁员危机，暴风陷入舆论旋涡，大麦悄然退市，不禁让人担心互联网电视的前景。尽管不至于全面阵亡，但超过八成以上的互联网电视品牌日子并不好过，投入骤减、成本激增、亏损持续却是事实。

据 2017 年中国平板电视行业大会公布的数据显示，2017 年互联网电视品牌整体份额已下跌至 10%，而在 2016 年年中，其市场份额一度高达 20% 左右。几年前互联网电视的兴起，让原本沉寂的电视市场开始复苏，也对市场和用户产生了巨大的影响。但仅凭一腔热血地“野蛮生长”，以及没有找到持续“自造血”的经营能力，终究难免陷入发展危机。

一个产业发展太快，必然会落下许多东西，互联网电视当初透支市场带来的副作用越来越明显，所以现在只能去“补课”。进入 2018 年，互联网电视该怎样去“补课”，走出寒冬？

内容+运营

内容资源是互联网电视兴起之初就具备的优势，在这个内容为王的时代，互联网电视企业更应该回归到内容本身去发力。当前大多数内容都被 BAT 占据，或者内容更加垂直，或者加强与互联网巨头的合作也会给互联网电视企业带来更多的优势。

前者比如 PPTV 加码体育，2017 年已经囊括了国内外 90% 的体育赛事，价值超过百亿，同时采取内容开放共享战略，在打造内容优势的同时形成差异化。后者比如酷开在 2016 年 9 月和 2017 年 6 月分别获得爱奇艺与腾讯的战略投资，在提供资金保障的同时，更为内容资源加码。

同时，在内容的基础上，提高内容运营也是互联网电视企业应该继续发力的，正如虎瑞科技创始人兼 CEO 车柯所言，“互联网不仅为大屏带来新的内容，还要为电视大屏带来新的运营模式和新的价值开发模式。”毕竟，当用户规模达到一定阶段之后，更有效的运营才能更多的留住用户，为企业带来更多的价值。

这就需要产业参与者去发现并满足用户的需求，甚至是主动为用户创造需求，尤其是利用好大数据、人工智能等新技术。在用户运营方面，互联网电视企业相较于传统电视企业有先天的优势，可以利用其储备的大量用户数据去分析用户的消费痛点、行为喜好等信息，进而提供精细化、个性化的内容推送及相关服务，构建大屏场景，并持续有效地进行输出，这样更能提升用户黏性，有助于企业更好地实现盈利。

差异化依然关键

市场调研机构中怡康表示，互联网彩电品牌要从第一阶段带有明显价格特质的竞争进入第二阶段的差异化品质竞争。高度同质化已经成为互联网电视的死穴，很长一段时间内，互联网电视逐渐形成了品牌不同，但是无论硬件，还是内容，甚至价格都大同小异的局面，各品牌并没有真正在产品上与对手拉开差距。

此外，无论是人工智能，还是轻薄化，当出现一个热点方向，各厂商一窝蜂冲上去，2017 年春季，“人工智能”大潮突然兴起，但下半年又逐渐归于沉寂就是一个例子。虽然紧跟行业趋势是企业发展的必经之路，但实现差异化才是更有效的竞争力。互联网电视的差异化竞争早已开始，互联网电视厂家们应该加快脚步了。

去年 6 月份，酷开发布了一款防蓝光教育电视，并声称从 2018 年开始将不再研发不具备防蓝光功能的电视；小米在 2017 年上半年推出了小米电视 4A 32 英寸的小尺寸电视，价

价格在千元以下，据小米公布的信息显示，截至 2017 年 10 月份，小米电视 4A 32 英寸销量已破 100 万，取得了不错的成绩；客厅大屏方面，CIBN 互联网电视一直试图打造一种创新商业模式的视频购物平台，目前，CIBN 全球购也成为唯一一家拥有从商品开发到整个运营体系建立的平台。

这些不妨都看作是互联网电视企业在寻求差异化方面的破局，只不过与真正打造出具有绝对优势的差异化还有一定的距离。互联网电视差异化的打造当下显得尤为迫切：在价格战、面板涨价、传统彩电品牌反攻等市场洗牌因素下，互联网电视需要更多、更具差异化的产品和服务来获取更多的优势。

把握人工智能

进入 2017 年以来，人工智能在互联网电视圈大火，每家互联网电视企业都推出了自己的智能电视产品。奥维云网的线下监测数据显示，2017 年彩电上市新品中，人工智能电视的数量占比为 23%，2017 年亦被称作人工智能元年。人工智能作为电视领域的新应用，给用户带来了新体验，也给电视企业带来了新机遇。

我国 2017 年 7 月印发《新一代人工智能发展规划》，12 月又出台《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018-2020 年)》，可以看出人工智能在未来必然会有巨大的市场前景，对互联网电视企业来说也是一个很好的机会。

不过，各互联网电视品牌还是应该注重脚踏实地的去加大研发，而不是炒作概念。2017 年 12 月，中国电子商会发布的《2017 年中国电视消费及 2018 趋势预测报告》指出，虽然人工智能电视将迎来市场规模快速增长，但也应认识到，目前人工智能技术应用仍处于初级阶段，距真正意义上的人工智能仍有差距。

以语音控制为例，首先是识别率的提升，其次是从近场控制可以转向远场，此外，还需要互联网电视可以不依靠遥控器等第三方设备进行语音服务，可以根据声音去判断、收集用户的准确信息等。这些都是需要互联网电视去实打实发力的。所以，在对人工智能的应用尚处于初级阶段的互联网电视行业，未来挑战很多，但这些挑战的另一方面也代表着机遇。

构建生态场景

其实对于互联网电视企业来说，发力电视硬件终究是为了助力其自有的生态，正如业内人士分析所言：互联网电视企业更多是为了整个生态或者产业布局的展开，电视仅仅是其接触终端用户的媒介，而付费内容的销售、广告媒介的构建、硬件生态的互动才是互联网企业

积极涉足互联网电视领域主要原因。更有分析称，彩电行业开发人工智能电视只是第一步，最终目的是为了掌握智慧家庭的话语权，把电视打造成未来智慧家庭的控制中心和神经中枢。

客厅经济、大屏娱乐、智能家居、智慧家庭……与电视大屏紧密相关的概念近两年不断兴起。据 Markets and Markets 数据显示，全球智能家居市场规模将在 2022 年达到 1220 亿美元，年均增长率预计将达 14%。对互联网电视而言，其本身就可以有所进化，向单纯的视频内容以外延伸，成为客厅场景中不可或缺的一部分，更何况互联网电视企业自身携带的互联网优势可以很好的去为其助力。

不少企业已经开始了基于电视大屏的布局：京东正在通过大数据打造人工智能智慧家居，构建京东智能大屏产业联盟；康佳正在布局基于电视为基础的智慧家庭，以语音交互为手段，让智能电视成为家居的控制中心；TCL 也在智能电视、智慧空调等领域，发力智能家居，抢占全球市场。

所以互联网电视们更应抓住机遇，尽快布局，虽然同人工智能一样，客厅娱乐生态的构建还处于较为初级的阶段，但是作为趋势，互联网电视将来在这个场景中发挥的作用将是不可替代的。

小结

互联网电视当下确实有些艰难，但却还远没有到山穷水尽的地步。经过几年的考验，如今的互联网电视市场已经更加理性，互联网电视品牌也都更加成熟，同时，无论是当下的市场需求，还是未来的产业趋势都已经具备，只要互联网电视们时刻保持危机意识，积极去寻找破解之道，机会很多，未来也依然有很大的想象空间。

三大运营商抢滩新零售

1 月 5 日消息，除了实体营业厅之外，网厅、微信等电子渠道因其方便、快速的优势，已经分流掉三大运营商的许多客户，在业内人士看来，与新零售结合的营业厅将能在一定程度上使运营商的客户回流。

中国电信：翼支付，翼支付是国内水、电、煤气、交通罚款等综合民生缴费的主要聚合者之一，支持各类线上线下民生支付应用。在北京，翼支付已将服务延伸到很多居民家门口的商超。

中国移动：O2O 平台，中国移动的新零售尝试开始的时间要更早。此前，中国移动尝试开办了“咪咕咖啡”，作为融合了咖啡文化、舒适环境和业务互动的 OMO 体验平台，咪咕咖啡是咪咕面向用户提供旗下各项互联网业务线下体验的重要场所，承载着展示咪咕音乐、视频、阅读、游戏、动漫五大数字内容业务的重要作用。

中国联通：生活体验店，与阿里巴巴共同宣布，两家联合打造的首个联通天猫智慧生活体验店在上海正式开业。这家从上海联通江苏路营业厅脱胎而来的新零售概念店，通过线上线下结合，集场景化、数字化于一体。

我国民航正式开放空中上网服务

1 月 16 日，民航总局发布《机上便携式电子设备（PED）使用评估指南》，允许各航空公司在《指南》的基础上，评估包括手机在内的各类电子设备能否使用，进而允许乘客在飞行阶段使用相关设备。准备已久的各个航空公司，从 1 月 18 日开始纷纷允许乘客在飞机上使用手机等便携式电子设备，同时也在部分航班上提供了空中 Wi-Fi 上网服务。

中国电信：利用 Ku 频段的卫星通信

中国电信采用 Ku 卫星通信技术为乘客提供上网服务在中国境内尚属首次。

中国电信拥有功能完善、运行稳定的专用卫星主站和业务运营平台，支持全球主流机载通信系统，可为客户提供“陆海空天一体”的全方位通信保障服务。

中国移动：卫星通信及地空通信

在航空机载通信领域，中国移动早已深耕多年。中国移动利用 4G 网络建设上的优势，推出“ATG+卫星通信”的混合组网方式，通过优势互补，提供最优化的航空机载通信解决方案。

ATG 方案：中国移动携手国航已多次飞行；

卫星方案：中国移动已签约东航、南航、厦航，正在改造飞机，即将首飞。

中国联通：采用 Ku 和 Ka 双频段模式

中国联通在航空移动互联网方面已经进行了的多年探索并积累了丰富经验，中国联通采用 Ku 和 Ka 双频段模式来解决乘客飞行中的上网需求;Ku 是传统卫星使用频段，Ka 则是现在国际主流的高通量卫星使用的频段。

尽管有上述的利好，但对于服务商来说，依然存在着不同的纠结。

首先是盈利的纠结。一架飞机安装 Wi-Fi 的成本大约是 450 万元人民币，日后维护的费用差不多每年也是同样的数字。而卫星流量服务，市场价格 1 元/M，即便有规模效应，预计成本也在 0.3 元/MB 以上。面对成本高昂，若想直接对上网收费，预计难度较高，因为乘客更愿意直接使用手机上的内容，尤其是短途航班。而参考全球空中 Wi-Fi 领先服务商 GoGo 的案例，尽管收入稳步提升，但各季度净利润均为负数。而通过应用、内容实现收入，也存有一定的难度。

其次是服务的纠结。空中网速远比地面低，稳定性也较差，这是技术局限所致，导致在免费的情况下，部分航空公司也会收到相关的投诉。所以很难说，这到底是增加服务，还是让用户感知更差。

最后是管理的纠结。日前，一个英国歌手在微博上对中国开放空中 Wi-Fi 后的场景表示抱怨，说乘客大声发微信语音、开着手机音箱看电影等，这些很难管的场景，让乘机的体验变差。而另一个管理场景是，究竟如何保证乘客打开的是飞行模式？毕竟这事关到飞行安全。

运营商该怎样进行跨业融合

根据 2018 年全国工业和信息化工作会议对外披露的信息，对于 2018 年的重点工作，工信部给出了明确计划，中心思想只有一个就是继续提速降费。按照工信部的计划，2018 年将加快百兆宽带普及，实现高速光纤宽带网络城乡全覆盖、移动流量平均资费进一步降低。对于运营商来说，提速降费，一方面要提速，就要继续加大基础网络建维投资力度，实现“快上更快”+“宽上更宽”；一方面要降费，就要继续降低资费单价，以提高用户获得感。实际上运营商的困境，除了国家政策层面的要求，还有行业内部竞争的日趋白热化，以及互联网行业的异业渗透持续加剧。

面对投资支出加大、营收降低以及跨业竞争的多重压力，运营商必须加快转型力度。毕竟，面对资费持续降价的现实，运营商未来的降价空间越来越有限。因此，运营商必须通过延长价值链，持续加大跨业融合力度，找寻新的营收和利润增长点，以维持企业的可持续发展。

一、持续巩固运营商的跨业基础

运营商最大的核心优势就是“管道”。运营商的“管道”的一端连接用户，一端连接商家。正是通过“管道”实现了万物互联。所以，运营商的“管道”的基础性作用具有不可替代性。在当前，随着“大流量+不限量”的不断深入发展，“管道”内巨量增长的流量，需要更大的网络容量和承载能力。特别是在5G没有到来之前，网络容量和承载能力成倍放大是不现实的，这就要求运营商不断强化“管道”运营能力。

在硬件方面，通过加大4G网络建设维护和优化力度，持续做广连续覆盖，并加厚深度覆盖，以实现保证用户感知的同时，加强用户在4G网络上的驻留占比。在软件方面，一方面通过提高规划合理度，减少重叠覆盖等，降低网络建设和优化支出；另一方面，提高网管支撑能力，探索实施定向分时分区等措施，动态调整资源，以优先保障高价值区域的数据信道资源配置，通过合理分流网络承载，提高网络利用效益。我们相信运营商的技术专家能够解决好这个问题。

二、积极推动生态共创

运营商拥有庞大的用户基础和全程全网的网络资产以及端到端的连接能力。中国移动的“大连接”战略中，将生态共创列为十大工程之一。生态共创，也即坚持“开放共享、合作共赢”的理念，打造互利互惠的和谐生态体系。这就充分说明运营商已经充分认识到了生态的重要性。既然是共创，那么肯定就要首先改变运营商的封闭式思维，告别过去那种事事亲力亲为的经营习惯。既然是共创，那么就可以有合作，可以有入股，也可以有并购等多种模式。而且，运营商应该主动借鉴国外运营商和主流互联网企业的发展经验，加大对外投资力度，重点培育新业态，扩展行业发展外延。通过不断强化自身的核心优势，并依靠核心优势搭建生态平台，巩固企业自身和行业整体竞争力。

目前，三大运营商都相继涉及了互联网子公司和投资公司。实际上，互联网子公司就是瞄准了业务+服务创新，投资公司面向的就是以购买代替自创，以实现快速形成业务能力的方向。运营商的生态共创目标，应该注重以创新性为起点，增加对手复制模仿的壁垒；以增强跨业融合为目标，通过延长“管道”的价值链，重点在打造开放型和共享型新业态，不断推进行业低投入、高产出的资源节约型经济发展。

三、加大内容创新力度

根据测算，流量价值，文字价值>图片价值>视频价值。在“大流量+不限量”的效应下，4G网络中巨量增加的流量，特别是视频流量，未必是高价值流量。加量不加价必然导致增量不增收和量收不匹配等问题。更何况，大流量+不限量+持续降价，已经迫使流量价值

越来越低。单凭依靠收取“管道”中的“管道费”或者“过路费”，难以支撑运营商的可持续性发展。以快递起家的顺丰开始卖商品，以卖商品起家的京东搞自营仓储快递。实际上，他们都是在主营业务过于单一，企业成长遭遇天花板，企业发展遇到瓶颈后的转型。只是有的是主动求变，有的是顺势而为。相比较而言，运营商更像快递公司。卖商品必然是大势所趋，更是受互联网异业渗透所迫。

作为以“管道”运营起家的运营商该卖什么业务或者该创新哪些业务和服务呢？这里提供一个原则和两个标准。一个原则是，业务+流量，服务+流量，或者说是内容+流量，概括为 $1+1>1$ 。两个标准分别为：一个是高价值，单纯的质好加高，无论是高流量+高价值还是低流量+高价值产品，或者物以稀为贵的业务，或者兼而有之，概括为 $1+1<2$ ；一个是高粘性，突出增强用户粘性，减少用户转网需求，筑牢用户离网壁垒，通过降低用户流动性，以获取用户的终身价值，概括为 $1+1>1$ 。无论是主动增加收入，还是被动减少获客支出，对于运营商来说，都是增加了效益。

四、重点发展 ICT 业务

发展开放性综合信息服务业务(ICT)，运营商利用自身在网络及信息化专业技术领域丰富经验，为客户提供专业化的 IT 服务，是工业信息化的大势所趋。从增加与用户连接点的角度出发，目前的 ICT 主要分为，系统集成和第三方产品销售两个业务类型，另外还有运维服务。对于 ICT 业务，需要从云计算、大数据和物联网等多个维度进行业务创新和融合。

以政企客户项目为例，获得了用户的系统集成项目，也就获得了用户的信息化应用的所有出口。一方面阻断了用户离网通道，提高了用户粘性，一方面通过增加连接点，增加了业务买点。而对于第三方产品销售，一方面充分利用“管道”优势，通过对用户年龄分层、使用业务分类、实时所处位置、在网时长、业务使用量，以及接入类型，提供端到端的行为分析和资源匹配。例如在位置服务中，通过提供“附近搜索”等位置服务功能，加载商超、餐厅和影院等信息以推荐第三方广告。实际上以上两点才是 ICT 业务的发展关键突破点所在。

五、主动向基础产业延伸

万物互联将实现人与人，人与物，以及物与物的连接。其中人与物和物与物，正是运营商需要在未来重点发展的业务。无论是人与物的连接，还是物与物的连接，都需要运营商把业务主动拓展到制造业，促使物联网、大数据，以及云计算等技术的应用不断推进制造业的设计、制造、营销和维护，以及可定制化向智慧型方向发展，促进智慧制造成熟发展。

在业务发展上，坚持由易到难、由表及里，从外层向内层推进，并实现向应用层升级。从产品推销开始，从用户参与设计开始，从管理制造过程和工艺开始，从监控生产环境开始，一直到人机传感智慧交互。加速推动农业，制造业和服务业等基础产业向智慧型迈进。实际上，运营商+制造业融合，正是制造业 2025 重点推动的战略规划;智慧农业更是国家所积极倡导的。

“互联网+”正处于社会价值的风口，如何推动运营商加快跨业融合形成“运营商+”，这是三大运营商企业未来必须要着力解决好的重大课题。

2、招中标信息

三大通信运营商 2017 年 IPTV/OTT 招标一览

在刚刚过去的 2017 年里，三大通信运营商在市场压力推动下，都在转型中寻求新的业务突破，电视业务无疑成为一个重要的突破口。据流媒体网统计，截至 2017 年 10 月，中国 IPTV 存量用户规模为 1.2 亿(高于工信部数据)。其中中国电信 IPTV 用户数近 9200 万，中国联通的 IPTV 用户数过 2800 万。如果加上中国移动的 5100 万电视用户，三大运营商的电视用户总量为 1.71 亿左右。电视业务已成为通信运营商的基础业务。

据不完全统计，2017 年三大通信运营商相继抛出的采购大单中，智能终端设备已超过 8000 万台，而 2016 年这一数字为 6600 万台。在 2017 年，中国电信和中国移动都从集团层面进行了集采，发展电视业务的决心和动作都很大。作为客厅的绝佳入口，大屏正在成为未来智慧家庭的枢纽及中心，从电视业务到智慧家庭，随着运营商的深入布局，相信未来客厅大屏将成为一个超级入口、超级平台。

一.集团

招标主体	时间	采购内容	招标数量/万台	备注
中国电信	2017-5-3	IPTV 智能机顶盒	1800	备注 1
中国移动	2017-6-28	自有品牌魔百和	800	备注 2
	2017-7-21	魔百和	500	备注 3

微信号: ipTV011

备注 1：中标候选人：华为技术有限公司、中兴通讯股份有限公司、深圳创维数字技术有限公司、烽火通信科技股份有限公司、四川天邑康和通信股份有限公司、青岛海信宽带多媒体技术有限公司、深圳市兆能讯通科技有限公司、四川长虹网络科技有限公司;递补中标单位为上海贝尔股份有限公司、广东九联科技股份有限公司

备注 2：四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(符合技术要求的 CM201 和 CM201s 的产品制造服务，目标量 500 万台)中标候选人;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

备注 3：第一中选候选人为广东九联科技股份有限公司;第二中选候选人为北京数码视讯科技股份有限公司;第三中选候选人为深圳创维数字技术有限公司

二.地方

1、中国电信

招标主体	时间	采购内容	招标数量/万台
安徽电信	2017-3-8	四合一融合机顶盒	2
	2017-3-8	三合一融合机顶盒	5
江西电信	2017-3-13	iTV+aWIFI 融合机顶盒	1.765
	2017-7-17	iTV+aWIFI 融合机顶盒	2.6
辽宁电信	2017-12-1	三合一机顶盒	0.12
江苏电信	2017-10-20	eTV 机顶盒	17
广东电信	2017-11-6、10-27、10-24、10-19、9-28	融合智能机顶盒	不详 微信号: iptvott

2、中国联通

招标主体	时间	采购内容	招标数量/万台	备注
山东联通	2017-1-23	4K智能机顶盒	95	
	2017-11-30	4K智能机顶盒	100	备注1
	2017-9-27	4K智能机顶盒	50	
湖南联通	2017-3-8	4K智能机顶盒	40	
甘肃联通	2017-4-14	4K智能机顶盒	1	
北京联通	2017-4-20	4K机顶盒	75.3	
江苏联通	2017-4-20	IPTV融合机顶盒	4	
广西联通	2017-4-25	4K智能机顶盒	9	备注2
青海联通	2017-4-28	4K智能机顶盒	10	备注3
四川联通	2017-6-13	4K智能机顶盒	2	
宁夏联通	2017-1-15	4K高清智能机顶	8.3	
广东联通	2017-10-30	4K智能机顶盒	40	
新疆联通	2017-7-21	4K智能机顶盒	10	备注4
重庆联通	2017-7-10	二合一融合机顶盒	0.2	
江西联通	2017-8-28	IPTV4K机顶盒	预算200万元	

微信号: iptvott

备注1：第一中标候选人：中兴通讯股份有限公司;第二中标候选人：深圳创维数字技术有限公司;第三中标候选人：青岛海信宽带多媒体技术有限公司

备注2：中标候选人：深圳创维数字技术有限公司、华为软件技术有限公司

备注3：中标候选人：烽火通信科技股份有限公司、百视通网络电视技术发展有限责任公司、浪潮软件集团有限公司、广州杰赛科技股份有限公司

备注4：份额一：第一中标候选人为：华为技术有限公司;第二中标候选人为：江苏银河电子股份有限公司

份额二：第一中标候选人为：江苏银河电子股份有限公司;第二中标候选人为：百视通网络电视技术发展有限责任公司

份额三：第一中标候选人为：百视通网络电视技术发展有限责任公司;第二中标候选人为：广州杰赛科技股份有限公司

3、中国移动

招标主体	时间	采购内容	招标数量/万台	备注
咪咕视讯	2017-3-31	自主品牌机顶盒	200	备注1
	2017-12-1	2017-2018年度自主品牌机顶盒	690	
	2017-10-13	一代盒子	240	备注2
	2017-8-21	第二批自主品牌机顶盒	437	
	2017-8-18	咪咕盒子 MG100/MG101	8.11	
中移物联	2017-8-31	定制化新魔百和	60	
	2017-9-1	定制化新魔百和	40	
	2017-11-28	魔百和	600	
	2017-12-1	魔百和	400	备注3
江苏移动	2017-2-14	中兴 B860AV1.1 机顶盒	0.5	
浙江移动	2017-3-16	魔百合机顶盒	60	
	2017-6-22	融合型机顶盒	1.2	
山东移动	2017-3-29	机顶盒	0.2	
	2017-4-14	4K 机顶盒	50	
	2017-8-28	4K 机顶盒	50	
	2017-11-20	4K 机顶盒	90	
	2017-12-28	4K 机顶盒	50	

微信号: iptvott

广西移动	2017-4-8	自主品牌机顶盒	10	
	2017-4-28	自主品牌机顶盒	20	
	2017-7-3	第三批自主品牌机顶盒	50	
	2017-9-4	第四批自主品牌机顶盒	60	
	2017-12-5	第五批自主品牌机顶盒	60	
河北移动	2017-4-28	易视腾机顶盒	25	
河南移动	2017-4-11	自主品牌高清机顶盒	150	
	2017-10-12	魔百和	150	
福建移动	2017-5-8	4K 机顶盒	12.5	
	2017-6-7	4K. VR 高端游戏机顶盒及配套设备	0.0121	
辽宁移动	2017-5-9	CM101S-2、M101	40	
四川移动	2017-5-19	魔百和机顶盒	100	
	2017-11-6	自主品牌魔百和	120	
安徽移动	2017-5-31	互联网电视机顶盒	100	
	2017-11-8	自主品牌互联网电视机顶盒	100	
海南移动	2017-6-29	互联网电视机顶盒	7	
陕西移动	2017-11-9	魔百和 HM201	18	
	2017-11-9	魔百和 CM101s	42	
	2017-10-16	创维机顶盒	1	

微信号: iptvott

广东移动	2017-10-26	CM201 支持 4K P60 视频解码功能	40	
		HM201 支持 4K P60 视频解码功能	40	
		MG101 支持 4K P60 视频解码功能	40	
内蒙古移动	2017-10-19	魔百和 M101	40	
	2017-8-8	魔百和	40	
吉林移动	2017-7-21	2017 年 3、4 季度魔百和终端	5.16	
	2017-11-24	魔百和	20	
青海移动	2017-11-1	自主品牌魔百和	7.4	
宁夏移动	2017-9-5	魔百和 CM101s	30	
	2017-11-27	魔百和 CM101s	3.855	
重庆移动	2017-8-23	魔百和 M101	80	
湖南移动	2017-7-25	互联网电视机顶盒	60	
贵州移动	2017-12-15	创维 E900V21C	30	
	2017-12-26	魔百和物联网 M101	15	微信号: iptvott

备注 1：中标候选人：广州九联科技股份有限公司、康佳集团股份有限公司、易视腾科技股份有限公司、杭州初灵信息技术股份有限公司

备注 2：中标候选人：广东九联科技股份有限公司、康佳集团股份有限公司

备注 3：中标候选人：北京数码视讯科技股份有限公司、广东九联科技股份有限公司、深圳创维数字技术有限公司、易视腾科技股份有限公司、深圳市兆能讯通科技有限公司、四川天邑康和通信股份有限公司

小结：

从 2017 年三大通信运营商的终端招标集采统计来看，集采总量远超历年，达到 8000 万台。尤其值得注意的是，中国移动的招标终端集采量居三大通信运营商之首，招标数超过了 5500 万台。这得益于“不差钱”的中国移动在这一年里对固网宽带的大力拓展，2017 年 1-11 月，中国移动固网宽带用户净增 3251.3 万户，占到了宽带用户增加总数的 73%，总用户数已达 1.1 亿户。这有助于中国移动进一步打开电视业务的市场，同时也打开了其在智慧家庭领域的连接通道。

IPTV 累计业务拓展量居三大运营商之首的中国电信，2017 年机顶盒终端集采数为 1800 多万台。在此前召开的中国电信智慧家庭发布会上，中国电信集团公司副总经理高同庆表示，2017 年中国电信天翼高清 IPTV 用户会达到 1 亿，2020 年将达到 1.5 亿。智能机顶盒作为中国电信智慧家庭的三大入口之一，同样担负着推动智慧家庭生态圈建设的重任。

相较于中国电信和中国移动的动作频频，2017 年中国联通的 IPTV 业务拓展依然不尽如人意，机顶盒终端集采数为 400 多万台。这和中国联通钟情 4G 冷落固网宽带不无关系，1-11 月新增固网用户仅占运营商宽带用户增加总数的 5%。中国联通将有限的资源都投入到见效更快的 4G 网络建设与运营中，对固网宽带业务以及电视业务的重视程度不够，导致联通在 IPTV 领域也呈现颓势。

从今年运营商电视业务的发展轨迹来看，电视业务正逐步走向智能化时代。但随着用户规模的竞争即将触顶，如何纵深发展成为运营商考虑的新问题。随着物联网时代的到来，智慧家庭正成为通信运营商的必争之地。从电视业务到智慧家庭，未来可期。

中国联通 CDN 及 TV 视频平台采购需求

1 月 3 日消息，中国联通近日发布《2017 年中国联通 CDN 及 TV 视频平台集中采购招标公告》。项目为集中招标项目，新建满足 2072 万手机视频用户、1616 万 TV 视频用户的业务需求，扩容满足 208 万手机视频用户、555 万 TV 视频用户的业务需求，采购预算共计 14124 万元(不含税)。

中国移动 400 万台智能家庭网关招标公告

1 月 7 日消息，中移物联网公司日前启动了 2018 年智能家庭网关生产及服务支撑项目招标。

据悉，本次招标规模为 400 万台，其中共分两个标段，一为智能家庭网关终端标准企标形态(类型二)共 100 万台，二为智能家庭网关终端标准企标形态(类型三)共 300 万台。

安徽电信 10 万台机顶盒招标公告

1 月 10 日，安徽电信发布 2018 年融合机顶盒(三合一)采购项目招标公告，本次采购内容为三合一融合机顶盒 LAN 上行智能融合机顶盒，具备语音遥控功能且包含语音按键式遥控器，共 10 万台。

北京联通 2.7 万台机顶盒招标

1 月 17 日，北京联通发布 2017 年 IPTV 机顶盒及融合终端采购项目-第二、三、四标包三次招标招标公告，招标内容为 IPTV 机顶盒共 2.7 万台。招标编号：CYX2017-ZB-047，招标人为中国联合网络通信有限公司北京市分公司，招标代理机构为北京市驰跃翔工程监理有限责任公司。项目资金由招标人自筹，资金已落实。项目已具备招标条件，现进行公开招标。

天津联通：Q1 875 万元预算招标智能机顶盒

1 月 10 日，天津联通发布 2018 年第一季度智能机顶盒公开比选公告，招标编号为 2018CUC-TJ-PT0015，本次采购规模预算 875 万元。本项目设置最高限价 175 元/台(不含税)，应答人若超过此限价，应答将被否决。

比选文件获取时间为 1 月 10 日至 1 月 13 日，应答文件的递交截止时间为 1 月 17 日，采购人位 中国联合网络通信有限公司天津市分公司。

福建移动：全省 32 万台魔百和招标公告

1 月 12 日，福建移动发布全省魔百和采购项目招标公告，本次采购内容为魔百和 32 万台。供应商名称为中国移动通信集团终端有限公司福建分公司，招标人/招标代理机构为中国移动通信集团福建有限公司。

招标详细信息：

2018年1月12日福建移动魔百和招标公告			
包段产	品名称	产品单位	数量
包1	魔百和	台	320000

阿里云中标北京电视台公有云项目

1月4日消息，北京电视台发布了采购公有云资源项目中标结果公告服务要求或者标的基本概况：本次采购主要需求包括基础 IaaS、PaaS、SaaS 服务，专线接入能力，视频直播、点播、转码及 CDN 服务能力、云安全服务能力等。阿里云计算有限公司以 97.55 元（综合单价）人民币的价格中标，项目预算 250 万元。

湖南有线 2300 万元招标 IP 机顶盒

1月5日，湖南有线集团发布智能 IP 机顶盒项目招标公告，本次采购预算 2300 万元，招标文件获取时间为 2018 年 1 月 05 日至 2018 年 1 月 11 日。

广东广电网络 56.6 万台招标公告

1月16日，广东省广播电视网络股份有限公司发布高清互动机顶盒集中采购项目(重招)进行国内公开招标。本次采购内容为高清互动机顶盒 56.5 万台。

广西广电 2018 年机顶盒(第一期)中标公告

2017 年 12 月 28 日，广西广电发布 2018 年机顶盒(第一期)采购项目组织公开招标公告。2018 年 1 月 17 日在广西机电设备招标有限公司开标室，2018 年 1 月 25 日公示中标结果，公示日期截止到 2018 年 1 月 29 日。

中标结果详情：

	排名	单位名称	投标报价（元/台）
标段1中标候选人 情况	第一中标候选人	深圳创维数字技术有限公司	363
	第二中标候选人	四川九州电子科技股份有限公司	363
	第三中标候选人	青岛海信宽带多媒体技术有限公司	368
	第四中标候选人	无锡路通视信网络股份有限公司	349
	第五中标候选人	广州杰赛科技股份有限公司	356
	标段2中标候选人 情况	第一中标候选人	广州杰赛科技股份有限公司
第二中标候选人		四川九州电子科技股份有限公司	233
第三中标候选人		西安海数多媒体技术有限公司	235
第四中标候选人		江苏银河电子股份有限公司	243
异议说明	投标人如对中标结果公示有异议的，可以在中标结果公示期内以书面形式向招标代理机构提出，逾期将不再受理。		

3、智慧家庭

2017 年三大运营商智慧家庭动向一览

2017 年，随着三大通信运营商千万台智能路由器招标的逐步公布，国家广电积极的筹备改组与变革，以及三大运营商在各峰会论坛上积极宣传智慧家庭业务的开展，标志着智慧家庭作为通信运营商下一个战略市场的地位已经确立。

据奥维云网预测，2018 年全球智慧家庭服务的市场将达到 710 亿美元，中国市场占比达 32%，至 2020 年，全球将有超过 110 亿台联网终端被部署在家庭领域，由此可见，智慧家庭市场需求之大。而巨大的市场前景吸引了诸多入局者，这对于三大运营商来说，是挑战亦是机遇。那么，在刚刚过去的 2017 年中，三大运营商在该领域的表现又如何呢？

中国电信

为顺应“智能化”这一时代潮流和产业方向，2016 年中国电信提出了通过智能牵引转型升级的 3.0 战略。2017 年，中国电信在推进转型战略 3.0，构建大视频、大连接智慧家庭生态体系上取得了不错的进展和成果，重点打造连接枢纽，营造开放生态。

时间	事件
2017.1.17	中国电信正式发布智能光纤宽带新标准,重新定义 100 兆及以上高速宽带通信服务能力。同时,全国 31 个省级电信联动召开智能光纤宽带发布会,分别展示天翼高清、家庭云、天翼网关、智能家庭组网的场景等。
2017.2	广东电信面向所有家庭宽带用户推出了天翼智能组网服务。
2017.3	广东电信携手亚运城,打造广东首“智慧家庭”社区。
2017.4.17	四川电信与科大讯飞签署战略合作,双方在智慧家庭业务领域展开深入合作,围绕 IPTV 电视语音能力、下一代创新智能硬件以及智慧家庭云平台开放等方向,共建智慧家庭产业生态。
2017.5.11	中国电信与小米公司签署战略合作协议,双方将在智慧家庭、电子商务、互联网金融、终端采购等多方面开展合作。
2017.5.13	中国电信与阿里巴巴签署全面战略合作协议,将共同加强中国电信智能连接、智慧家庭、新型 ICT 应用、互联网金融、物联网五大生态和阿里巴巴新零售、新制造、新金融、新技术、新能源的对应合作。
2017.5.16	上海电信发布“乐享安居”智慧家庭全新应用产品。
2017.5.17	“提速降费 智‘惠’家庭”中国电信百万智慧家庭普及计划在浙江率先启动。
2017.6.28	上海世界移动大会上,天翼网关 2.0 在展会上正式面市。
2017.7.5	中国电信自主研发的天翼网关 2.0 在“TopDigital 创新发布盛典”上获得 2017 第五届 TopDigital 创新奖产品服务与模式组金奖。  微信号: iptvott
2017.7.11	中国电信首个明星厅店暨智慧生活馆在武汉授牌揭幕,明星厅店设有:明星终端展示营销区、互联网+智慧生活产品体验营销区、智慧家庭服务体验区、物联网生活应用体验区以及传统的电信业务办理区。
2017.7.27-30	第九届天翼智能生态博览会上,中国电信启动了“渠道生态合作”,将在全国范围内开拓 5 万家生态合作店,打造家庭娱乐和智能家居消费升级。金卡智能和华为联合发布了《NB-IoT 智慧燃气解决方案白皮书》。
2017.12.3	浙江电信联合浙江广电在乌镇世界互联网大会现场,正式发布“天翼高清浙江 IPTV 全新智能视频产品”。
2017.12.5	四川电信在首届四川省智慧家庭产业高峰论坛上携手百家合作伙伴,成立四川智能生活生态联盟。
2017.12.15	中国电信集团与东方明珠签署战略合作协议,携手发力家庭娱乐领域,双方将在新技术、新应用、新模式的智慧家庭领域紧密合作。
2017.12.19	“智启未来 慧享生活”中国电信智慧家庭发布会举行,发布了智能网关、天翼高清机顶盒、智慧家庭 APP、智能音箱、智能 BAG 系列等智慧家庭产品。  微信号: iptvott

中国联通

2017 年是中国联通的混改元年，这一年中，中国联通大刀阔斧进行了一番改革，从资本层到业务层到管理层，而在智慧家庭领域也推出了相应的布局。

时间	事件
2017.3.28	中国联通召开“光宽带+”发布会，会上提出了宽带五大计划，“智慧到家”是其中之一。中国联通计划打造 6 万名“智慧家庭工程师”，实现向联通全网宽带用户提供延伸服务。
2017.3.28	中国联通与格兰仕签署战略合作协议，在智慧家居领域形成全方位战略合作关系，协力推进“G+智慧家居”平台的建设。
2017.5	北京联通推出“智慧到家”服务，可为用户提供个性化、专业化、智能化的组网方案。北京联通是此项业务首个落地的分公司。
2017.5.18	中国联通亮相中国智慧家庭博览会(CSHE2017)，现场展示了智慧家庭、智慧社区落地方案及技术特色。
2017.6.28	中国联通亮相上海世界移动大会，展示了大连接技术 eMTC 的语音创新业务，体现 eMTC 可以支撑更丰富的物联网应用。
2017.9.23	广东联通发布“互联网家”平台暨“千兆到家”计划，推出“一云一端”聚合智慧家庭产业，联合开拓家庭市场，发布一款名为“互联网家”APP 客户端。
2017.9.30	中国联通携手苏宁打造的“中国联通智慧生活体验店”落地苏州。
2017.10	山东联通推出“智慧到家”服务，旨在为家庭提供专业化、个性化、智能化的组网方案。  微信号: iptvott
2017.11	中国联通携手京东打造的“中国联通智慧生活体验店”在广州落地。
2017.11.16	中国联通亮相第 19 届中国国际高新技术成果交易会，以“沃联天下 遇见未来”为主题，现场展示了多项基于 NB-IoT 技术的智慧城市整体解决方案。
2017.11.22-24	“2017 年中国联通智慧家庭工程师技能竞赛”全国总决赛在北京举行，旨在持续打造光纤宽带精品网，提升家庭宽带用户感知，促进产品升级、应用升级、服务升级。
2017.12	中国联通携手阿里打造的“中国联通智慧生活体验店”在上海落地。
2017.12.8	联通在线信息科技有限公司在北京正式揭牌成立，实施的“185”发展行动计划以视频、音乐、阅读、游戏及家庭互联网五大聚合领域为突破。
2017.12.20	为期一个月的“智慧沃家号”正式登陆北京、上海、深圳三地地铁，中国联通将大众最熟悉的“家”的场景搬进地铁，用更直观的方式了解“智慧沃家”业务。  微信号: iptvott

“智慧沃家”品牌是中国联通在智慧家庭领域最为重要的业务布局举动，涵盖沃家电视、沃家云盘、沃家总管、沃家提速四大家庭应用业务。2017 年，从“智慧到家”的推出，到“互联网家”平台暨“千兆到家”计划的推出，再到“联通在线”正式揭牌成立，中国联通也在积极开展智慧家庭业务，并建立推动产业标准，加速智慧家庭产业化。

同时，在“混改”契机下，中国联通携手互联网企业在多领域都展开了对智慧家庭的探索，从 2017 年 9 月开始，全国各地的“中国联通智慧生活体验店”陆续开业，让传统营业厅的转型有了“质”的变化，让用户对智慧家庭这一概念有了更直观的认识。

中国移动

2017 年是中国移动积极推进实施“大连接”战略的一年。通过进军智慧家庭，中国移动已拥有自主品牌的家庭网关、路由器、机顶盒和智能电视等硬件产品，得以加强用户黏性和互动性，并转变为智慧家庭用户，完成“大连接”战略的关键一步。

时间	事件
2017.4.27	湖南移动与康佳签署战略合作协议，双方将通过湖南移动的家庭宽带，实现康佳旗下智能电视、冰洗、手机等电器之间的“互联互通”。
2017.5.12	云南移动发布“和目”、“找TA”、“高清移动盒子”等系列智慧家庭产品。
2017.6	中国移动自主研发的智能家庭网关全面上市。
2017.6.12	中国移动携手诺基亚在中国 29 个省份部署数百万台家庭网关，旨在为住宅用户交付光纤超宽带应用及智能家居服务。
2017.6.18	福建移动与新大陆科技集团签署战略合作协议，双方将在智慧家庭、ICT、物联网、大数据等领域展开全面合作。
2017.6.22	浙江移动召开蜂巢物联网试商用发布会暨物联网燎原行动启动仪式，宣布蜂巢物联网全省试商，开启浙江移动物联网发展的崭新局面。
2017.6.28	中国移动亮相上海世界移动大会，展示了数字家庭、魔百和、TV 高清视频通话等家庭业务。
2017.9	中国移动杭州研发中心发布智能音箱，定位“连接人”。
2017.9.8	中国移动亮相第七届中国智慧城市技术与应用产品博览会，以智能城市、智能经济、智能制造、5G、物联网、智慧生活等元素为主线进行了展示。
2017.11.24	在中国移动全球合作伙伴大会上，中国移动自有品牌智能电视 T1 发布，启动 139 合作计划。
2017.12	江苏移动宣布全省宽带用户超 1200 万，并发布智慧家庭生态体系。

2017 年中国移动在智慧家庭方面也在不断投入，不仅建立了“平台+网关+应用”三位一体的数字家庭业务体系，形成了数字家庭总体架构，在 11 月召开的中国移动合作伙伴大会

上，中国移动还发布了自有品牌智能电视 T1，成为首个进军智能电视产业的电信运营商，对于其抢占智慧家庭市场，加快智慧家庭布局有着至关重要的助推作用。

小结：

智慧家庭从初期的智能终端单品时代到产品的相互割裂、碎片化时代，再到如今的互联互通的时代，已不仅仅意味着智能家居产品形态的创新，它更是一种前所未有的全新商业模式。

通信运营商是智慧家庭实现落地的最大推手，2017 年三大通信运营商都已把智慧家庭提到战略高度，通过物联网和大数据，将智能硬件、物联网云平台等角色有机组合起来，形成完整的生态架构。通过智能网关解决设备之间基础互联互通问题，以“IPTV+OTT+家庭服务”三线并进的方式作为智慧家庭的切入点，满足用户“智慧化”升级需求，推动智慧家庭生态的逐步建立。

运营商持续大战智慧家庭市场

在中国宽带市场迎来大变数的同时，运营商对智慧家庭的争夺也日趋白热化。2017 年年底，中国电信邀请智能组网领域、4K 视频领域、智能家居等领域合作伙伴，公开展示了其在智慧家庭的业务布局；2017 年宽带用户增长缓慢的中国联通，则借助全球千兆网络的发展红利重拳反击，推出“互联网家”平台，联合开拓家庭市场；后来居上的中国移动，近日发起 2018 年首批 400 万台的“精品智能家庭网关终端”集采。多方预测，智慧家庭市场 2020 年会达到两千亿规模。广阔天地大有可为，2018 年，运营商深入布局抢占客厅入口，对智慧家庭的争夺将更加激烈。

分析预测，到 2020 年全球市场智慧家庭设备数会新增 14 亿，较 2016 年呈五倍的增长量，这是非常可观的市场。根据市场调研报告分析得出结论，2016 年用户更加信任的产品更多的是运营商的产品，尤其欧洲 10%到 15%的家庭仍然选择运营商的产品。

另一方面，随着 4G、5G、提速降费等政策、环境的变化，国内宽带市场格局变数加大；同时，智能电视、智能手机、智能家居等各种智能终端产品呈现爆发性增长，IPTV、OTT 等视频业务也迅猛发展。内因外因决定了运营商要全面加速布局智慧家庭，以抢占新的业务制高点。

2017 年年底，中国电信邀请智能组网领域、4K 视频领域、智能家居领域的业界合作伙伴及全国 31 省电信分公司，公开宣布与业界共同打造标准化智慧家庭解决方案，推动智慧家庭生态圈建设。中国电信将通过参股、合资等资本合作方式汇聚社会优质资源，共同做强智能生态。

实际上，中国电信把智慧家庭生态圈作为转型 3.0 战略中重要的组成部分，本次发布会侧面看出中国电信对智慧家庭道路发展的信心，对产业生态全面合作的决心，是中国电信构建智慧家庭产业共荣生态圈的一场实践。

据了解，中国电信智慧家庭领域布局了智慧家庭开放平台，通过特定的网管、智慧家庭 APP 以及职能组网等业务拓展，智慧家庭开放平台，通过电信的基础运营商的能力，打造的智能开放平台。比如中国电信和东方明珠曾创造过上海模式、在江苏创新了多方合作模式，使得江苏用户率先突破五百万等等，包括与四川的合作、使四川成为首个千万级用户大省。

在 2017 年宽带市场失利的中国联通，在联合腾讯推出大小王卡打了漂亮的翻身仗之后，又把目光锁定了宽带业务，于 2017 年 12 月初推出“王卡宽带”。虽然并未大规模铺开，但其“拒绝月租费、拒绝盒子费、拒绝电视费，1 天仅 1 元、不用不花钱”的赤裸裸广告诱惑，毫不掩饰中国联通要抢夺用户的意图。在业内看来，王卡+王卡宽带”这种“固定+移动”套餐捆绑销售的模式，无疑将增强用户粘性，可以看做是中国联通的一场固网宽带反击战。

2017 年 9 月，广东联通又发布“互联网家”平台暨“千兆到家”计划，推出“一云一端”聚合智慧家庭产业，联合开拓家庭市场，发布一款名为“互联网家”APP 客户端。显然，中国联通此举意在深入探索家庭互联网领域，提前试水未来智能生活应用场景。

虽然在固网市场输在了起跑线，但对于中国移动来说，并没有一步慢步步慢。而是借助百兆宽带的普及，于 2016 年开始在现网启动部署 XG-PON，并在 2017 年中国移动合作伙伴大会上，推出自有品牌智能电视 T1。这是目前国内运营商推出的首款智能电视，也是中国移动抢占未来智慧家庭入口的敲门砖。

近日，中国移动再次发力家庭市场，发起 2018 年首批“精品智能家庭网关终端”集采，共计 400 万台，且要求全部按照中国移动“智能家庭网关”企业标准生产。

2016 年，中国移动提出“大连接”战略，而家庭宽带接入、智慧家庭是中国移动实施“大连接”战略的关键控制点。在这一战略引领下，中国移动正依靠后发力量，慢慢蚕食着中国电信和中国联通的地盘。

2018，家庭市场大战将如何变化，我们继续观战。

中国联通参与智慧养老示范社区

1 月 12 日消息，成都高新区消息，该区日前宣布联合中国联通、法国 Sigfox 物联网公司、法国 KRG 智慧养老公司，四方共同开发和建设运营“中法合作·成都国际智慧养老服务示范社区”项目。据悉，这是法国总统马克龙首次来华访问期间，中法两国企业签署的双边合作项目之一。该项目总投资约 3 亿欧元，中国联通负责提供技术运营支持。

中国电信推广智慧家庭产品

1 月 19 日消息，中国电信通过天翼网关、天翼高清机顶盒及智慧家庭 APP 作为智慧生活三大入口的智慧家庭解决方案，以智能组网、天翼高清、家庭云、视频通话、智能家居、智能音箱等业务为基础形成生态闭环，以更丰富的业务、多样化的终端服务于用户，满足用户最基础、最刚需、最高频的需求，加速构建智慧家庭生态。

贵广网络成功签署智慧旅游合作项目

1 月 11 日消息，平塘县景区景点公共信息导引系统集成与维护项目（简称：平塘县智慧旅游项目）签约仪式在县政府第一会议室举行。签约仪式由平塘县委副书记王波主持。县政协主席张建海，县人大副主任吴家福，副县长冷继波，贵广网络黔南州分公司经理刘强，民生集团、三天公司主要负责同志，及相关人员参加了签约仪式。张建海在签约仪式上表示：平塘县智慧旅游项目是平塘县委县政府与贵广网络合作的一个精品工程及标杆项目，开创了“三个第一”，实现了“国内一流、省内领先”的预期目标。

项目功能强大、效果明显，建成后必将为平塘旅游的腾飞插上翅膀，自运行以来，得到前来参观的各级领导和嘉宾的高度评价和认可。希望各参建单位再接再厉，继续完善项目功能，完成各项扫尾工程，争取在 2018 年上半年完美收官。据悉，平塘县智慧旅游项目由平塘县委县政府主导，贵广网络黔南州分公司具体承建，借助新型信息化手段，利用贵广网络的技术力量与平台，把平塘的旅游产品宣传推广出去，高端打造和提升平塘县旅游信息化服务能力，达到全省一流水平，在全省率先实现智慧旅游景区。

国安广视赋能智慧社区

1 月 20 日，由中信国安广视、国安社区、长沙国安联合主办的“国安社区长沙首家线下店启幕仪式”在长沙隆重举行。此次中信国安广视、国安社区、长沙国安集合三方优势力量，集中发力社区服务行业，致力通过体验店、APP 端、电视端等渠道，让居民在多个生活场景下都能非常便捷的体验和享受到“线上线下融合”优质的服务，打通社区服务的最后一公里。对国安社区而言，通过三方的合作，利用广电运营商及广视海量的用户群体，及平台优势，其优质、高效、全面的社区服务将在全国更大范围内辐射，进一步提升品牌影响力。未来，随着在社区服务领域的深入布局，国安广视将进一步整合线上平台与国安社区线下实体店的优势资源，为用户提供汇集客厅娱乐、家居养老、医疗养生、美食家政等为一体的一站式解决方案。

4、物联网

中国移动发布物联网安全解决方案

1 月 26 日消息，中国移动正式发布了“安连宝”物联网安全解决方案。“安连宝”物联网安全解决方案能够很好的满足公众、政府、行业客户、工业企业、移动自有物联网产品的安全需求，如公众的绿色上网、政府的可靠通讯、行业客户的接入和访问安全、工业企业的安全监测、移动自有物联网产品的安全接入和安全管控、移动化 VPN 配置管理等。

NB-IoT 将进入规模爆发期

1 月 26 日消息，我国 NB-IoT 网络建设全面启动，商用大幕正式开启，各地层出不穷的应用点燃了社会大众对“万物智联”的无限热情，NB-IoT 也被视为下一个新风口备受资本追捧。业界分析，2018 年，NB-IoT 将在市场的推动下，真正从技术走向应用，从小众试行走向全面开花，在网络、用户、应用、芯片等领域实现规模化突破，生态圈发展亦是“潮平两岸阔”，渐入佳境。

无论纵观国内，还是放眼全球，NB-IoT 可谓十分火热。目前，我国 NB-IoT 网络已占据全球的 90%，产业发展进入全球领先行列。如果说 2017 年是 NB-IoT 的商用启动年，那 2018 年将是 NB-IoT 的规模发展年。规模越大，价值越大。工信部预测，2020 年我国 NB-IoT

基站规模将达到 150 万个，基于 NB-IoT 的 M2M 连接将超过 6 亿。随着 NB-IoT 产业的规模提升，各项创新应用将广泛渗透到社会发展各领域，为推进网络强国和制造强国建设发挥积极作用。

中国联通部署 MEC 智能安防商用

1 月 31 日消息，中国联通携手星耀科技、H3C 近日在杭州市梦栖小镇召开“MEC 商用总结暨项目发布会”，正式宣布业界首个 MEC 智能安防项目在浙江省实现商用部署，为国家“十三五”规划中“平安城市”、“天网工程”和“雪亮工程”的建设提供了创新的解决方案。这标志着中国联通在 MEC 商用推进及 5G 创新业务孵化方面迈上了新的台阶。

湖北省将组建全国首个天基物联网

1 月 14 日，中国航天三江集团有限公司向记者披露，湖北省最大商业卫星公司——航天科行云科技有限公司已于 2017 年底在汉注册成立。该公司将打造我国首个天基物联网。目前，行云公司正实施“行云工程”，计划分三个阶段研制和发射 80 颗小卫星，建设我国首个低轨窄带通信卫星星座，即天基物联网，信号可覆盖全球。这也将是我省第一个通信卫星星座。

云南窄带物联网正式商用

1 月 15 日下午，云南首届物联网峰会暨 NB-IoT 网络商用发布会在昆明召开，会议的召开标志着窄带物联网在云南正式商用，物联网生态圈正式成立。会议介绍，目前云南已建成 NB-IoT 基站 2500 余个，实现了全省 16 个地州州府城区物联网信号连续全域覆盖，提供了超过 3.7 亿的连接容量，物联网连接数已超 100 万户，涵盖了交通运输、市政农林、金融保险、工业制造等各个领域。中国移动云南公司 2018 年将再投资 2.9 亿元，实现县城、4A 级以上景区物联网信号全覆盖，同时将提供 1 亿元专项补贴用于加快推进云南物联网产业端到端成熟，用实际行动推进云南省物联网发展。

海南移动与民生燃气战略合作

1 月 30 日消息，海南移动与海南民生管道燃气有限公司近日签订战略合作框架协议。此次签约旨在发挥中国移动在通信运营能力和专家品质方面的优势，更好地支撑智慧燃气相关业务发展，实现“智慧燃气行业标杆”的战略目标，全面达成与民生燃气“智慧燃气”物联网战略合作，助力海南民生燃气信息化业务在物联网领域的拓展。

5、人工智能

咪咕发布全球首款全语音人工智能耳机

1 月 9 日，咪咕与科大讯飞联合发布了全球首款全语音人工智能耳机——莫比斯。科大讯飞董事长刘庆峰、科大讯飞执行总裁胡郁、京东集团副总裁及 3C 文旅事业部总裁胡胜利、中国移动终端公司董事长李连贵及中国移动咪咕公司董事长刘昕，共同参与了此次发布。这款被定义为“全球首款全语音人工智能耳机”的莫比斯 **Mobius**，以咪咕内容与科大讯飞技术为核心，聚合语音操控，中英翻译，心率监测，健身指导，日程管理，出行导航，路线规划、音乐听书等的完整体系。

海信公布人工智能电视系统

1 月 31 日，海信在北京正式发布了 VIDAAAI 人工智能电视系统，首次公布人工智能电视定义并推出全场景实时图像搜索和全场景语音两大人工智能创新交互设计，使电视打通用户生活圈，成为覆盖用户全场景生活助手。

6、其它

济南国际互联网数据专用通道获批

1 月 26 日消息，根据山东省通信管理局和济南市人民政府的申请，工业和信息化部批准设立济南国际互联网数据专用通道，用以建设从济南市相关产业园区到我国北上广互联网国际关口局的直达数据链路。济南国际互联网数据专用通道将覆盖齐鲁软件园、济南高新技术创业服务中心、济南综合保税区、汉峪金谷、创新谷五大产业园区，初期开通总容量 80G，

由三家基础电信企业负责建设和运营，预计于 2018 年 12 月前建成开通，地方政府将对通道的建设和使用给予补贴支持。

济南国际互联网数据专用通道建成后，预计将为超过 300 家企业提供高质量的国际通信服务，促进济南市软件与服务外包、国际金融服务、国际物流、医药研发、国际总部办公等产业的集聚，进一步促进济南市外向型和数字型经济的发展，加快山东省新旧动能转换和产业转型升级。

联通大数据公司与腾讯战略合作

1 月 14 日，联通大数据有限公司与腾讯公司在北京签署了战略合作协议，深化中国联通和腾讯公司在大数据领域的合作。双方将结合各自优势，联合组建大数据实验室，在跨平台数据聚合、数据挖掘能力、网络安全技术、产业链整合等方面投入资源，研发相关技术；在电信安全、金融反欺诈等领域共同开发相关产品，响应社会关切问题。

河北移动与百度公司签订战略合作协议

1 月 17 日，由河北移动主办的“聚势共赢云冀未来” IDC 发展研讨会在保定隆重开幕。会上，河北移动与百度公司签订战略合作协议，双方将依托中国移动(河北保定)数据中心，就定制化机房建设开展深入合作。同时，借助“大智移云”战略机遇，搭建共生共赢的绿色产业生态链，全力支撑京津产业平稳转移与雄安新区发展建设。此次 IDC 发展研讨会汇聚了全省公安、金融、医疗、教育等行业的 400 余名精英人士，围绕着加速行业互联网+转型升级、共建河北特色“大智移云”生态圈等话题开展交流讨论。

新疆联通打造新疆首家“云医院”

1 月 30 日消息，联通新疆分公司与新疆最大民营医院佳音医院签署战略合作协议，共同打造新疆首家“云医院”。根据协议，双方将围绕各自优势资源，在云计算、大数据、物联网、智慧医院、互联网+医疗等多领域开展业务合作，着力构建 AI 人工智能平台，重点研究在临床大数据、临床辅助决策、影像学和基因组学上的医学人工智能共性关键技术，打造新疆首家“云医院”。

7、金屏奖专题

1·金屏奖：2017 年度金屏奖产品类大奖汇总

一、最佳产品创新奖

获奖企业：杭州行云信息科技有限公司 (IPTV)

获奖产品：IPTV 全新视频点播系统——虚拟云时播

获奖理由：直播、点播，搜索、推荐，静态、动态，分散·组合——这不是简单的替代，而是融合的扬弃。行云科技新一代 IPTV 全新的视频点播节目编排、展示、推荐系统——虚拟云时播，打破传统直播和点播界限，无需额外增加直播/轮播设备，即将用户直播与点播的收视体验完美融合，并大大降低播出系统投资和长途传输等高额成本。让 IPTV 平台忽略系统升级的繁琐，回归业务运营的本质；让智能大屏用户忽略界面工具的复杂，回归内容享受的本心！

获奖企业：北京勾正数据科技有限公司 (OTT)

获奖产品：可视化大数据产品——今日 OT

获奖理由：OTT 商业化路在何方？大数据是最重要的铺路基石！当一个可视化的大数据产品，能够覆盖 6000W+智能电视终端、2000+电视频道、5000+ APK；能够下探全部地级市及部分县级城市；能够真实、全面还原用户在智能电视上的所有使用、流动行为；能够清晰、全面的展示媒体投放价值、为广告分配预算提供决策支撑——那么，我们就有足够的理由，对中国 OTT 的商业化挖掘与爆发性未来充满期待。这就是，勾正数据出品的“今日 OTT”！

获奖企业：北京东方溢彩文化传播有限公司

获奖产品：学而思易材课堂

获奖理由：美好生活，情系万家；无问西东，达济天下。这一份执着与初心，令学而思易材课堂成为 2017 年度大屏在线教育市场最闪亮的明星产品。取自 K12 教育行业龙头学而思的精品 IP，同步、整合、优化、提升，锻造出总课程量 5000 集+、总时长 2000 小时+的海量资源。通过智能大屏，将快乐、高效、个性和精致的学习体验带向千家万户，带给更多的孩子们，带来中国大屏在线教育的新标杆。

二、最佳科技创新奖

获奖企业：北京家视天下科技有限公司

获奖产品：大麦 OS 4.0+RING(SAAS)服务平台

获奖理由：这是一个融合视频的时代，从运营商、广电新媒体到网络视听平台，业务复杂度越来越高、用户个性化需求越来越强、总体成本控制压力越来越大；这是一个云、大数据和人工智能的网络，硬件资源的云端化、服务能力的数据化、系统伸缩的 AI 化，决定了市场竞争的未来。大麦 OS 4.0+RING(SAAS)服务平台，通过“专属宽带+多租户+多模板+个性化运营+智能化”打造全新互联网视频播放 SaaS 服务，完美演绎了这个时代。

三、最佳应用创新大奖

获奖企业：北京天籁传音数字技术有限公司

获奖产品：天籁 K 歌

获奖理由：音乐是灵魂，释放着歌者的天性；音乐是真情，诠释着听者的幸福与感动。作为国内起步最早、目前最大的跨屏 K 歌、社交、互动、娱乐平台，天籁 K 歌始终没有停滞创新的脚步——海量曲库、跨屏纵横，实时互动、多元社交，每时每刻都在为用户点燃着旋律激情。尤其在智能大屏端，健身广场舞、声乐教学、儿童王国等细分垂直板块，更收获无数拥趸。

获奖企业：易视腾科技股份有限公司

获奖产品：拟人化自然交互系统与多屏社交

获奖理由：从字符、图形到自然用户界面，人机交互走过三个时代的分水岭。面对智能大屏，沉浸于家庭互联网，易视腾拟人化自然交互系统令人脸识别、手势、语音、AR 识别等多重互动变得异常简单，让多屏视频通话、手机电视一体服务、多场景分享变得自然而然。稚子嬉戏，应用无忌；娱乐社交，亲情无间；医疗保健，金融教育，弹指一挥间！

四、最佳游戏平台奖

获奖企业：上海圣剑网络科技股份有限公司

获奖产品：“圣剑游戏大厅”

获奖理由：平台奠基生态，生态链接未来。面对智能大屏的复杂应用环境和多重终端形态，一个普适于安卓系统电视及机顶盒的电视游戏平台至为关键！支持多形态业务接入、前后端功能齐全完善、技术架构安全稳定、专为运营商专网环境优化，这是“圣剑游戏大厅”带给运营商和广大游戏开发者的福音。

五、最佳创意营销奖

获奖企业：广州欢网科技有限公司

获奖产品：智能大屏“品牌专区”

获奖理由：广告的形态千千万，用户的体验最为先。在 OTT 智能大屏的商业化营销探索中，欢网科技开创性的提出了“品牌专区”理念，为品牌主在单一页面内集成图片、视频、互动

等多种形态，企业展示产品服务、讲述品牌文化，用户全面了解产品、深度参与互动。这绝非简单的信息堆砌和组件汇集，而是基于产品形态和用户需求的精准定制、基于对流量经营深刻理解的营销闭环。

六、最佳文化节目创新奖

获奖企业：湖南卫视

获奖产品：《天天向上》

获奖理由：发轫于 2008 年的国内脱口秀界“领头羊”《天天向上》，十年耕耘创新不辍，始终用最青春的语态引爆“文化流量”，传递中外优秀文化、输送青春向上的正能量！

在这里，流行文化迸发闪耀光辉，传统文化不断焕发新生。行业状元哪家强？还属“精英专业户”《天天向上》！“青年文明号”《天天向上》让每一个普通人唱出自己的精彩；名校风云、高校食堂、毕业求职，年轻的《天天向上》和一代代大学生共同成长，书写青葱校园文化；“文化交流使者”《天天向上》带领文化走出去，环球同此友谊、世界充满阳光。

七、最具竞争力奖

获奖企业：北京优朋普乐科技有限公司

获奖产品：互动电视综合服务平台

获奖理由：工欲善其事，必先利其器。互动电视综合服务平台，智能大屏运营之重器也！

作为中国互动电视的先行者和领军者，优朋普乐为合作伙伴提供从技术平台研发及网络运维支撑、定制化的产品研发、内容集成、内容运营、用户运营、营销推广、客服支撑到实现平台商业化价值变现。优朋普乐，用科技解构经验、以平台孵化生态，铸就伙伴竞争力、成就行业竞争力！

八、最佳市场表现奖

获奖企业：南京炫佳网络科技有限公司

获奖产品：炫力动漫

获奖理由：大屏互动、寓教于乐，亲子互动、见证陪伴。汇聚国内外海量优质资源的炫力动漫，以超过 30 万分钟国内外正版内容和超过 350 个经典动漫 IP，为孩子们提供了一个最好的娱乐游戏学习环境，让知识在快乐中增长、让童年在向上中度过。来自南京炫佳网络科技有限公司的“炫力动漫”，是国内智能大屏领域当之无愧的市场王。

九、最佳用户体验奖

获奖企业：北京天天放送文化传播有限公司

获奖产品：DOX 4K

获奖理由：更大、更清晰、更逼真，是视觉科技与视觉体验无止境的升级之路。

4K，无疑是今天最具普适性的超高清晰度应用标准；天天放送 4K 平台，无疑是国内智能大屏领域最具实力的 4K 大本营。与全球所有 4K 节目商全方位合作，全天 24 小时不间断轮播，将热门电影、精品纪录片、潮流欧美剧及综艺娱乐节目带给全国互动电视用户，在为有线数字电视写下全行业复兴注脚的同时，以无与伦比的超高清体验感知、感动、感恩用户。

十、最佳行业应用奖

获奖企业：四川合智聚云科技有限公司

获奖产品：聚云 IPTV 行业平台

获奖理由：水平市场与垂直市场的共振，谱写着 IPTV 蓬勃不息的发展活力和强大竞争力！面向公共行政、三农、医院、社区、酒店等行业，面对党员教育、农村信息化、精准扶贫、医疗信息化、公共信息服务和企业宣传等重点需求，聚云 IPTV 行业平台集需求挖掘、资源整合、平台搭建、对接上线和运营维护等相关配套服务于一体，为运营商打造端到端的解决方案，全国范围内行业客户总数超过 15000 家！

2·金屏奖：2017 年度金屏奖人物类大奖揭晓

一、年度杰出贡献团队奖

获奖人：智能电视大数据联盟

获奖理由：成立于 2017 年 5 月 23 日的智能电视大数据联盟，由中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司(简称 CSM)为主要倡导方，连同央视市场研究股份有限公司(简称 CTR)、广州欢网科技有限责任公司(简称欢网科技)、北京勾正数据科技有限公司(简称勾正数据)、深圳市一点网络有限公司(简称一点网络)五家单位在京共同筹建成立。现有会员单位 18 家。

联盟的成立，为共同推进智能电视大数据的互通与集结，建立覆盖全国所有智能电视机的全量数据联盟奠定坚实基础；在这个基础上，共同建立统一规范的智能电视广告监测系统，建立符合电视大屏特点的广告效果评估体系和实时收视数据系统，探索建立智能电视机数据“终端到人”的统一算法及应用平台，推动智能电视广告市场的快速发展！

二、年度创业人物奖

获奖人：京华亿家科技有限公司总裁祝浩

获奖理由：祝浩，京华亿家科技(北京)有限公司总裁，IPTV/OTT 行业老兵！在转型智慧物流及生活电商行业后，结合行业需求并整合大屏资源，结合运营商和互联网电视厂商，在互联网电视，IPTV 和 OTT 平台落地配套生活电商服务，继续为行业的发展进行不一样的探索和实践；配套生活电商线上线下结合的新业态，已经在全国多个地方落地，开启了新电商、新

零售与家庭互联网的完美融合!同时,作为资深从业者,祝总多年来不遗余力的帮助行业伙伴们介绍及整合行业资源,在业内树立起良好的口碑,是大家的好朋友!

三、年度先锋人物奖

获奖人: 深圳市雷鸟网络科技有限公司 CEO 郭彤

获奖理由: 1983 年出生的他,是目前 TCL 最年轻的产业 CEO;2008 年从中国传媒大学音视频信号和信息处理专业硕士毕业的他,凭借扎实的学术功底,先后在爱奇艺、乐视、PPTV 等知名互联网企业工作,深谙互联网电视内容制作和用户运营之道;这些经验的积淀,在加盟 TCL 多媒体并于 2017 年牵头创立雷鸟品牌后,助力 TCL 互联网运营能力得到质的提升!而“初出茅庐”的雷鸟估值即达 27 亿,第一笔来自腾讯的融资高达 4.5 亿,成为中国互联网电视全行业走出低迷期的先锋军!

3·金屏奖:2017 年度金屏奖企业类大奖揭晓

一、年度最佳合作伙伴奖

获奖企业: 百视通网络电视技术发展有限责任公司

获奖理由: 身为中国互动电视的拓荒者与领导者,百视通的先发优势与创新基因,使其具备集结产业链各业务层、决策层“共谋”,为产业各方寻求产业的融合发展的机会。2017 年 5 月百视通发布未来合伙人计划,吹响了中国客厅互联网业界真正意义上的“集结号”!伙伴无论大小、能量相持叠加,以“命运共同体”之打造,开启行业创新成长之未来!

二、年度最具影响力奖

获奖企业: 河北广电无线传媒有限公司

获奖理由: 燕赵之地,古多慷慨;IPTV,今日欢歌!

2017 年,以 IPTV 为代表的中国互动电视产业,最欣欣向荣的发展速度、广度和力度,都在河北被实践、被见证!在河北广电无线传媒有限公司的领衔下,本省 IPTV 实现了与联通、电信、移动三大运营商的全部合作,用户超过了 1000 万,成为河北人民收看电视的主渠道,为繁荣河北省文化产业发展做出了积极贡献!

三、年度最具成长力奖

获奖企业: 国广东方网络(北京)有限公司

获奖理由: 多年以后,在中国互联网电视的发展史上,从行业架构到模式创新,从合作生态到开放运营,从布局战略到成长纪录,CIBN 互联网电视一定会留下浓墨重彩的一笔。

通过内容聚合、渠道聚合、终端聚合,服务用户,创造平台价值的运营模式。CIBN 互联网电视坚持软硬件一体运营战略,打造硬件、内容、服务三点支撑的稳定架构,以提升用户体

验、满足用户需求为核心目标，建设开放型平台，深耕内容和服务两大领域，已先后建立电商、游戏、教育、汽车、健康等业务板块，其自主研发的端到端解决方案——“CIBN 互联网电视平台”在泰国 OCTV 已实现全面本地化部署和线上运营。

四、年度最具商业价值奖

获奖企业：深圳市雷鸟网络科技有限公司

获奖理由：源于 TCL，拥家庭互联网入口之天时；创独立独到独有科技优势，打造内容合作、广告收入、商务变现之潜能。这是年轻的雷鸟网络科技有限公司，左手负责 TCL 多媒体及其控股子公司在全球的全部智能电视终端的平台运营，右手打造“雷鸟”品牌智能电视的设计、生产、制造、销售，并联合腾讯等网络巨头，在内容共享、产品创新、市场推广、会员运营等方面，展开优势互补的战略合作，成就极富想象力的商业价值空间。

五、年度最佳服务平台奖

获奖企业：北京优朋普乐科技有限公司

获奖理由：服务，是一种专心的态度；服务，是一种专业的能力；服务，是一种专注的努力；服务，还可以是什么？

优朋普乐悉心打造的“互动电视专属云服务平台”，将专心的态度、专业的能力和专注的努力，用系统化、数字化、智能化的平台予以承载和沉淀。其通过 B2B2C 的商业模式，为广电新媒体公司、电信运营商、有线网络公司等合作伙伴，奉上技术、产品、内容、运营和商业化价值变现五大服务版块，携手进化、共同成长，为互动电视行业确立了新标杆。

六、年度最具投资价值奖

获奖企业：深圳医帮一健康咨询管理有限公司

获奖理由：中产化时代、老龄化社会，健康医疗无疑是当下以及未来每一个中国人都最为关切的“核心利益”，也是奔向美好生活的题中之意。数字化时代、大屏化入口，智慧医疗无疑是互动电视带给每个中国家庭的最好礼物。

作为国内最早专注于智慧客厅大健康领域的企业，医帮一健康咨询融合互联网电视机、手机、PC 等终端，以远程实时视频通话的形式，为用户提供预约问诊、远程诊疗、远程康复、营养健康、寻医问药、居家养老等服务的第三方服务聚合平台。在四川、浙江、上海、安徽、江苏、天津等互动电视重镇相继落地，为上千万用户提供多样化家庭健康服务，其发展潜力和投资机遇，极富想象力。

七、年度最佳商业成就奖

获奖企业：湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司（芒果 TV）

获奖理由：“青春、快乐”的基因传承，“一云多屏、两翼齐飞”的整体战略，让芒果 TV 的朝气始终蓬勃。2017 年，芒果 TV 全端发展布局积极前行，PC、IPTV、OTT、手机多屏合一，互联互通。依托湖南卫视王牌节目、芒果 TV 精品资源、独家 IP 以及自制内容，已与全国百余个运营商渠道项目建立合作，覆盖全国数千万用户群体。除深度打造湖南省 IPTV 业务，亦在全国超 30 个省区的 IPTV 建立“芒果 TV 专区”，稳健的商业步伐、杰出的商业成就、光明的发展未来！

三、 市场动态

1、 IPTV

中视传媒发起 IPTV 投资基金

1 月 3 日，中视传媒发布公告称，公司拟联合朴盈投资共同发起设立朴华融合媒体股权投资合伙企业（有限合伙），以股权方式投资省级 IPTV 集成播控平台，兼以投资 IPTV 核心产业链相关项目。

基金总规模拟为 20 亿元，首期 10.02 亿元。基金采用有限合伙形式，公司拟作为基金有限合伙人以自有资金出资 1 亿元，占首期基金目标认缴金额的 9.98%，剩余部分由其他合伙人出资。

京津冀将实现 IPTV 集成播控平台互联互通

1 月 11 日，京津冀广电科技协同发展项目推进会在京举行，在此次会上，京津冀三地 IPTV 集成播控平台互联互通项目正式签约。这也是中国 IPTV 发展历程中首次地方多区域合作的联合体，为 IPTV 的成长提供了有益的借鉴。

其中京津冀 IPTV 协作内容主要包括：1、京津冀三地 IPTV 播控平台形成互联互通，发挥 IPTV 的协同价值；2、建立 IPTV 优质特色内容三地共享机制，提升 IPTV 用户的服务感知；3、建立收视数据结果共享机制，为 IPTV 的价值延展，用户服务提供决策参考；4、京津冀三地将通过在业务、服务商的深度携手，共同挖掘 IPTV 价值。

东方明珠与中国联通签订战略合作协议

1 月 3 日，东方明珠发布公告称与中国联合网络通信有限公司签订《战略合作协议》。主要合作内容如下：

1、双方旨在围绕家庭娱乐应用持续创新，共同开发和实践家庭娱乐业务，打造差异化竞争优势，形成新的收入增长点，并聚焦于 IPTV、手机电视、互联网电视、终端硬件、电视购物、游戏娱乐、海外业务等业务领域开展全面深入的业务合作。

2、双方在 IPTV 业务领域已经形成良好合作的基础之上，加大业务推广力度，创新用户发展模式，突出各自资源优势，拟在渠道与品牌联合推广、用户规模超速发展、内容产品融合销售与推广、用户会员计划、终端集采定制计划等方面进入实质性合作讨论和紧密合作。

3、双方在手机电视业务领域求同存异，利用各自渠道和现有业务框架和体系，进行植入式合作，并可依托各自主营业务模式，进行融合项目的推进，共享手机用户多层次产品收益，并积极寻求新的利润增长点。

4、双方按照“一带一路”国家发展战略为主导方向，以互联网电视为基础产品，联合开展国际业务，共同开拓海外市场，发展具有典型性的用户，传播中华文化。

5、双方联合运营开发集约化产品服务，在中国联通国内经营区域继续深化运营，发展规模用户。

6、双方在互联网电视和宽带产品服务所需要的终端硬件上进行多层次和灵活的合作，包括但不限于终端集采和定制终端产品等。

7、双方在电视购物领域展开深度合作。乙方电视购物平台全面引入甲方产品及服务，双方将在电视购物上进行紧密的业务合作、渠道拓展和线下推广等活动。

8、双方在“娱乐+”战略的前提下，加大双方在游戏娱乐领域的拓展与合作，聚焦在家庭娱乐领域进行深耕细作。

广东电信 IPTV 带来“O2O”盛宴

1 月 26 日消息，由中国电信广东公司、广东南方新媒体股份有限公司及爱上电视传媒联合举办的“家有厨神”采用广东 IPTV 4K 高清电视平台互动参与及电视投票新模式，为全省超 800 万家庭观众带来了一场“O2O”形式的饕餮盛宴。

广东 IPTV 4K 电视业务引领了“电视+厨艺比赛”新风尚，实现了跨界互动、平台与用户互动。大赛的全程精彩视频将在广东 IPTV “家有厨神”专区中播出。

广东联通推出冰激凌新视频套餐

1 月 19 日消息，广东联通近日再次重磅推出冰激凌视频套餐，在不限流量的基础上更增加了三重视频大礼包，从家庭用户群体的角度更加丰满了套餐内容，给用户提供了全方位的畅快视频体验。流量不限量是冰激凌套餐的根本内涵。据悉，此次广东联通力推的冰激凌新视频套餐每月仅需 130 元，免费赠送两张副卡，副卡第三张起每张仅需十元，最多可支持 5 人共享，相当于每人 30 元/月。

不光资费相当低廉，五卡还可以同时享受省内流量不限量，以及每个月 1G 国内流量和 1400 分钟国内语音，最重要的是主副卡之间通话完全免费，让家人之间放心畅聊。全家只需花一张主卡的钱就可畅聊微信、看视频、听音乐、抢红包，与异地好友视频面对面拜年，不用担心流量超额，完全满足了一家人的流量需求。

吉林联通推出 iptv “岁末暖冬大狂欢”活动

1 月 10 日消息，吉林联通推出 iptv 沃家游戏专区“岁末暖冬大狂欢”活动!现在起进入沃家游戏专区进行游戏下载即可领取百兆流量，更有机会赢取华为 Mate10，参与方式：进入联通 iptv 娱乐频道“沃家游戏”专区即可参与。

济南教育电视台登陆 IPTV 平台

1 月 1 日，济南教育电视台传播信号正式上线 IPTV 网络(频道：108CH)了。济南教育电视台认真贯彻落实《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，努力把握三网融合机遇，大力加强电视媒体业务开发应用，推动传统媒体向新兴媒体融合，实现教育电视媒体向融媒体平台的转变，在山东省网络广播电视台(IPTV)的大力支持下，2018 年 1 月 1 日，济南教育电视台传播信号正式上线 IPTV 网络(频道：108CH)了，这标志着济南教育电视台增加了节目传播途径，拓展了节目传输范围，标志着济南教育电视台新媒体融合迈进了一大步。济南教育电视台将运用先进传播技术，更好地传播党和政府的声音，更好地满足人

民群众的信息需求，宣传报道好有温度的济南教育，不断提升济南教育电视台的传播力、公信力和影响力。

新东方学堂登陆天津 IPTV 平台

1 月 15 日消息，《新东方 TV 学堂》日前正式登陆天津 IPTV 平台。

《新东方 TV 学堂》是“百视通”与“新东方在线”合作，倾力打造一站式名师教育课堂，覆盖 3-18+年龄段，包含多纳乐园幼儿学习天地，小初高课程知识点的改造及补充课程，托福雅思新概念英语系列，以及青少年创客教育寓乐湾等丰富精彩的多元学习课程。

辽宁联通 IPTV 上线超清专区

1 月 7 日消息，百视通 2018 年产品全面升级超清专区震撼上线!精致画面，极致呈现!带给您完美的视听享受!超过千部院线大片海内外 A 级巨制纪录大片、顶级英美剧、精选海内外动画、明星 live 演唱会、极致享受让您身临其境你想要的，百视通超清全都有!

更有福克斯专区强势登陆!HDR10 技术+杜比 Vision 技术，最全类型覆盖逼真画质 品位细节，为您带来一场高级的视听盛宴!

粤 TV “漫次元”专区上线

1 月 20 日消息，粤 TV(中国 IPTV-广东)“漫次元”专区近日上线，专为动漫党打造的二次元直达通道，海量资源任你挑。

观看路径：点播-漫次元



唐山联通 IPTV 实现频道性能双提升

1 月 19 日消息，IPTV 做为唐山联通重点战略业务，在 2018 年即将进入发展关键期。为了能给广大 IPTV 用户提供更为丰富的频道选择和更有震撼的视听感受，2018 年，唐山联通计划将 IPTV 在现有 240 个频道的基础上增加 120 路直播电视频道，包括 2 路 4K(每路需 50M 带宽)频道、18 路高清频道、100 路标清频道。

宁夏 IPTV-移动业务精彩上线

1 月 30 日消息，宁夏广播电视台联合中国移动宁夏分公司倾力打造的宁夏 IPTV-移动·极速超清互联网电视业务，于 2018 年 2 月 1 日正式上线!它是一款支持 4K 超高清的电视业务，能为用户提供直播、点播、时移、回看等视听节目和丰富的应用服务内容。具有直播流畅、点播海量、界面人性化等优点，可以满足移动用户的收视需求。

2、OTT TV

首款 TV 端答题游戏上线

1 月 9 日，当贝网络推出了首款大屏 TV 全民娱乐智力竞答游戏《哈趣冲顶》将平台扩展到大屏 TV 端，沿袭主流游戏玩法，答对 12 道题就能瓜分丰厚奖金，轻松提现。



创维酷开与深圳广电共组影视公司

1 月 31 日消息，深圳酷开网络科技有限公司与深圳广播电影电视集团、安徽出版集团、东阳品格传媒、天威视讯共同出资成立影视公司，各方将充分发挥各自优势赋能新公司，以全生态、全场景、全渠道的整合思路打造内容精品战略，促进文化事业产业的跨越式、创新性发展。

此次合作囊括了传统出版、传统广电、互联网大屏系统、数字出版、影视制作等多种渠道型企业，合作内容涉及 IP 资源、线上线下出版、影视拍摄与制作、院线上映、互联网大屏电视宣发、游戏开发等文化产业链条的各个环节。

酷开网络 CEO 王志国认为，未来智能电视拼的依旧是内容，酷开拥有国内最多的智能电视用户数，有义务为用户提供更多更好的内容，这也正是酷开一直提倡的大内容战略。此次酷开与深圳广电、安徽出版集团、天威视讯以及东阳品格的强强联手，正是集各家资源、资本的优势，共同打造精品内容。依赖于持续提升的内容，酷开还将拓展更多终端，并联合酷开的股东腾讯、爱奇艺，不断提升内容的分发能力，构建闭环的内容生态。

欢视商店 2017 年最佳应用榜发布

1 月 25 日消息，欢视商店是 TCL、长虹两大国产品牌电视的应用商店，截止目前已经覆盖国内近 5000 万台智能电视。欢视商店·2017 年最佳应用是由欢视商店大数据系统通过分析用户下载量、用户评分、联运收入等多维度计算后评出。



最佳游戏榜

-  **JJ斗地主**
赢得畅快!
-  **有乐斗地主**
豪礼赢到手软
-  **三国群英**
看大片玩三国
-  **土豪捕鱼**
捕鱼嘉年华!
-  **圣剑联盟**
战斗才刚刚开始



香港亚洲电视 ATV 正式开台

1 月 29 日，香港亚洲电视 ATV 正式开台，启播庆典在大埔亚视总台举行，亚洲电视数码媒体行政总裁吴雨、鸿鹄集团董事兼主席邓俊杰及亚洲电视数码媒体营运总裁区伟林主持亮灯。

亚洲电视正式开播后将以 OTT 网络电视方式运营，推出华曦达为其精心打造的 ATV 网络电视盒和全新的“ATV 亚洲电视 APP”手机客户端，用户可以随时随地点播各地精彩节目。同时，亚视将陆续制作游戏、综艺、娱乐、信息等多元化节目，引进中日韩台及海外的各类精彩节目，包括剧集、电影、亲子、人气综合直播节目、音乐频道等，在 ATV 亚洲电视 OTT 平台上播出。

3、广播电视

中国广电成立全国终端公司

1 月 25 日消息，最新工商信息显示，由中国广播电视网络有限公司、四川长虹网络科技有限责任公司、中网微融网络科技(北京)有限公司合资组建的中广融合智能终端科技有限公司(以下简称中广终端公司)已经于 2018 年 1 月 12 日正式注册成立，注册资本 2 亿元，公司法定代表人为傅力军(任职于中国广电)。

传电视台要求广电网络取消时移回看功能

据相关媒体报道，浙江广播电视集团近日向各地广电运营商发出公函称，因浙江卫视节目版权归属原因，要求各网络公司停止浙江卫视节目的时移回放功能，否则自行承担由此产生的版权纠纷风险。

时移回放是直播与点播相结合而形成的一种新业务形态，目前有线互动电视和 IPTV 均面向用户提供此功能。例如，各地广电网络公司普遍向用户免费提供包含几十套频道、3 到 7 天之内的时移回放业务。

浙江卫视要求各地广电网络停止时移回放的事件目前还在进一步发酵之中，具体走向还需要时间观察。不过需要注意的是，目前浙江卫视发文似乎只面向有线电视渠道，IPTV 并不在此列，各地 IPTV 平台的浙江卫视时移回放目前还是正常展开。

中国广电与山东广电网络签署战略投资合作协议

1 月 30 日，中国广播电视网络有限公司与山东广电网络有限公司签署战略投资合作协议。双方将以资本为纽带，共同推动中国广播电视网络有限公司拥有的有线、无线、卫星及数据宽带等资质牌照资源及相关多媒体业务在山东的落地实施，形成产业和资本相互支撑、相互推动的战略新格局，共同打造广电信息网络产业稳定和持续发展的新模式。

重庆有线与贵广网络展开战略合作

1 月 10 日，重庆有线电视网络股份有限公司与贵州广播电视信息网络股份有限公司签署战略合作协议，包括宽带、研发、集客和工程建设等多方面。据了解，双方合作具体包括以下层面：1、对标研发需求，共同组织研发；2、共享宽带资源，共同做大市场；3、交换工程项目，共同做大收入；4、共享发展思路，做大智慧城市。

华数集团与咪咕数媒签订战略合作协议

1 月 12 日下午，《匠心长情 相伴前行》2017 咪咕阅读作家盛典在白马湖建国饭店举行，众多网络作家集聚一堂。华数集团党委副书记、副董事长、总经理陆政品应邀出席活动，并与咪咕数字传媒有限公司总经理张燕鹏现场签订了战略协议，双方将共同推进围绕网络文学为中心的整体产业链发展，打造全国性示范项目。双方在 IP 开发、网络作家村服务、文化基金投资、线上线下宣传推广等方面均有着业界领先的水平和资源。此次强强联合，双方将利用各自的宣发平台，提供多元化的作家落户与宣传渠道。华数同步宣发和播放签约作家已孵化的 IP 产品及作品、线下活动直播及点播等，作家及作品形成规模化后，华数传媒还将打造一个专属频道，展示网络作家及相关 IP 产品等不一样的精彩。名家作者也将被聘为双方的导师或顾问，保持长期沟通与合作。

龙江网络合资成立智能家居公司

1 月 24 日消息，龙江网络与康佳集团合资成立龙康智家有限公司发布会启动仪式在哈尔滨市龙江网络大厦举行，确定了产品定制、渠道融合、用户运营等多方位合作模式，携手开启强强联合、共赢发展的新篇章。据悉，此次共同成立新公司还将为黑龙江全省客户提供本土化电视内容、家庭宽带和电视产品，同时，通过手机 app、电视购物、社区广电营业厅打造线上线下结合的新零售模式，提升双方的差异化竞争能力。

湖北开启新一轮有线数字电视整转

1 月 17 日消息，湖北省委宣传部、湖北省新闻出版广电局日前发布公告称，为贯彻落实国家公共文化服务、户户通升级工作等相关精神要求，湖北省全面推进新一轮有线数字电视整体转换工作。

江苏有线因调整重组方案再停牌

1 月 16 日，江苏有线发布公告称，为顺利推进本次重大资产重组工作，保护上市公司和广大投资者的利益，公司拟对本次重大资产重组方案作出调整，预计将构成对方案进行重大调整。公司股票自 2018 年 1 月 17 日起停牌，并每 5 个交易日公告相关事项进展情况。

陕西广电网络引入微医通

1 月 2 日消息，陕西广电网络近日在陕西各地相继开展“新产品、新营销、新模式”培训交流会，落实“幸福家庭—健康保障计划”，普及新型家医服务。目前，渭南、咸阳、西咸、延安、榆林等地培训交流会已开展完毕，群众反应热情，其他各地也纷纷要求计划提速，惠及全省。

“幸福家庭—健康保障计划”是日前陕西广电网络与九爱科技联合推出的，通过向陕西地区引入智能健康终端—微医通，并接入家庭智慧医疗系统，使人民群众能够切实享有健康服务的大型医疗扶贫项目。该项目一经推出，便迅速获得陕西各地响应，随着项目进程的加快，全省将由点及面地实现医疗健康全覆盖。

“幸福家庭—健康保障计划”中引入陕西地区的微医通是今年 11 月中旬，九爱科技与微医共同推出的智能健康终端产品，可实现以“一键看医生”为主的多重健康功能。通过微医通，用户可以免去医院就诊时预约、挂号、排队等繁复的流程，直接与医生连线视频问诊，并获得开具电子处方、建立个人就诊记录与健康档案等相关服务。

陕西广电网络财富平台成交量突破 3 亿

1 月 19 日消息，自 2015 年 12 月 20 日上线以来，线上交易额节节攀升，仅用两年时间累计成交金额突破 3 亿元大关，再创历史新高。

陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司旗下全资互联网金融平台——广电财富，作为国资系互联网金融规范经营的代表，坚持规范经营与稳健布局，凭借资产端、风险控制、品牌信用的优势，并以银行级信息架构、稳健收益为保障，坚持规范经营。

2017 年，在互联网金融行业进入国家严格监管的大形势下，广电融汇公司深化供给侧改革，提高核心竞争力，推广广电财富“车房贷”新业务。同时，服务广电网络主业发展，推出了金融与主业相结合的“广电 TV 宝”产品，开创了用户免费看电视、用宽带、享理财的新模式，在全国首创了广电运营新模式。广电财富相关负责人表示，将始终坚持合法合规的经营理念，秉持专业、严谨的态度，在互联网金融发展中再创佳绩。

江苏有线打造出“电影院线”产品

1 月 2 日消息，12 月 28 日，由国家新闻出版广电总局电影数字节目管理中心与江苏有线共同打造的“电影院线”启动仪式暨家庭融媒体院线创新模式研讨会在南京举行。此次，江苏有线联合国家电影数字中心，打造“电影院线”项目，正是积极落实十九大精神及中央指导思想，坚持主旋律导向，弘扬精品力作，努力探索开创家庭观影全新模式的一次有益尝试。“电影院线”的启动上线，将成为江苏文化事业与产业协同发展的又一个重要成果，通过联合电影上下游产业，满足群众需求，打开了新的放映渠道；通过承载优质内容服务，激发更多的市场潜能，拉动整个家庭视听产业发展，将有助于扩大广电网络主流媒体的传播力、引导力、影响力、公信力，让更多的观众看好电影、看懂电影；将有助于以家庭服务为载体的电影延伸产业创新，使其成为我国广播电视和文化产业发展中又一个崭新的领域和亮点。

山东有线电视新收费标准出炉

1 月 4 日消息，山东省物价局、山东省新闻出版广电局近日发布《关于进一步规范有线电视收费管理有关问题的通知》，明确收费项目及定价权限。除规定的收费项目外，经营者不得擅自设立收费项目或搭车收费，对用户申请办理开通、移机、停机、复机、过户等手续

一律不得收取费用。涉及居民的新装有线电视一次性建设费、有线电视基本收视维护费、补办数字电视机顶盒 IC 卡工本费标准,由市、县价格主管部门核定。非居民以上项目的收费标准由用户和有线电视网络经营者双方协商确定。经营者为用户配置数字电视机顶盒的,数字电视机顶盒价格由经营者自行确定。

规定自 2018 年 1 月 1 日起实施,有效期至 2021 年 12 月 31 日。

“信用宁波”登陆数字电视频道

1 月 5 日,浙江省宁波市市民可以在电视栏目上查询到自己的公共信用记录报告,“信用宁波”数字电视频道专栏正式开通。据悉,“信用宁波”数字电视频道专栏是宁波市信用办、宁波市信息中心(宁波市信用中心)依托数字电视平台建设的信用宣传专题栏目。旨在加强诚信文化教育、拓宽信用信息查询渠道,为市民提供便民服务,此外,此举也是响应“最多跑一次”改革任务的创新型实践。

频道专栏设有信用报告查询、红黑名单、信用动态、政策法规、联合奖惩、信用知识、V 信用、办事指南等栏目,提供政策宣传、典型案例展示、红黑名单公示、信用报告在线查等服务。宁波市民打开数字电视,进入“本地”栏目,就能看到“信用宁波”频道专栏的图标,点击查看到重大税收违法案件当事人、失信被执行人、环境违法黑名单等黑名单的公示信息,以及 A 级纳税人、海关高级认证企业等红名单的公示信息。值得一提的是,市民可以通过扫描二维码,查询到自身的公共信用记录报告。这是公共信用信息查询渠道除了从窗口、网站以外,又一新尝试。

东方有线推出“上电视送祝福”新春送好礼活动

2018 年 1 月 1 日至 2 月 28 日,新春送好礼活动开始啦!

- 1、活动一:至东方有线营业厅办理付费类业务的用户,可获精美“新年礼包”一份;礼品先到先得,送完为止。
- 2、活动二:至营业厅预缴有线电视费 1 年及以上的用户,可获“元气礼包”一份;礼品先到先得,送完为止。
- 3、活动三:至营业厅订购爱家 VIP 影视畅享套餐、爱家套餐 30M 及以上产品的用户,可获“福气礼包”一份。礼品先到先得,送完为止。

4、活动四：2018年1月10日前，用户至营业厅办理部分付费类业务，可报名参加“上电视送祝福”活动。名额有限，先报先得，额满为止。

说明：报名用户需在营业厅现场确认《“上电视送祝福”视频拍摄合同书》。报名成功的用户，包括本人在内，最多可以携带5名亲友参与拍摄。获得拍摄资格的用户，将统一安排于1月12日—15日期间，至南京西路营业厅拍摄，届时会安排电话提前进行通知和确认。

具体详情请用户咨询东方有线营业厅的工作人员或咨询24小时客服热线96877。

贵州乡村连上智慧“广电云”

1月8日消息，2017年，由省政府主导，省新闻出版广电局组织推动、省广电网络公司具体实施的贵州“广电云”户户用工程启动，作为全省十件民生实事之一强力推进。

据统计，全省新增“广电云”用户133.64万户，新建乡镇广播影视综合服务站302个，超额完成了省委省政府要求全省完成120万农户入网和300个服务站建设的任务。两年累计建设光纤干线17.44万公里，全省有线数字电视用户达到628万户，乡镇广播影视综合服务站773个。

从“村村通”到“户户用”，从“看”电视到“用电视”，一个“用”字体现的是“广电云”从农村行政区域覆盖向精准化入户转变，为推进农业农村现代化建设，巩固农村宣传思想文化阵地，助推全省脱贫攻坚、同步全面小康中发挥着积极作用。

中星9A使用寿命剩余4.04年

1月10日消息，2017年末，中国卫通集团正式对外发布首次公开发行股票招股说明书（申报版），报告中显示，2017年6月，中星9A卫星因火箭原因未能到达指定位置，中星9A通过消耗自身燃料运行至预定轨道导致使用寿命减少，经评估，中星9A使用寿命剩余4.04年。由于中星9A寿命所限，原本规划中在该卫星上开启对卫星电视高清频道运营，恐将推迟到新一代直播卫星上天后才可进行。

4、网络视频

广电总局要求花椒直播整改

1 月 14 日，北京市网信办就“百万赢家”活动将香港、台湾作为国家列入答题问题依法约谈花椒直播相关负责人，责令全面整改。经查，花椒直播平台在推出的“百万赢家”游戏 1 月 13 日 12 点场的第 6 题将香港和台湾作为国家列入了答案选项。

北京市网信办指出花椒直播未能有效履行主体责任，在“百万赢家”活动的信息安全管理方面存在重大漏洞，违反《互联网信息服务管理办法》《互联网直播服务管理规定》等相关法律法规，并造成不良社会影响。对此，北京市网信办要求花椒直播立即进行全面整改，依法依规提供互联网服务，并及时回应社会关注，北京市网信办将视整改情况作进一步处理。同时，北京市网信办要求属地开展直播答题类互联网服务企业立即进行全面排查，加强管理，确保健康有序发展。

三大视频网站 2018 年预算亏损 190 亿元

1 月 18 日消息，根据媒体训练营最新获得的数据，2018 年，为了获得版权扩大影响力占据更多市场，优酷和腾讯视频作出了亏损 80 亿元的预算，爱奇艺则少很多，为 30 亿元。

爱奇艺将引入更多 Netflix 内容

1 月 25 日消息，百度表示今年将在视频内容领域达成“更多令人兴奋的交易”。此前，百度已经与 Netflix 签订协议，将后者的某些内容引入中国市场。目前，百度旗下爱奇艺拥有约 4 亿用户。去年，Netflix 同意向爱奇艺提供某些自制内容，例如《怪奇物语》，从而进军中国市场。

搜狐视频通过内容自制降低成本支出

2018 年 1 月 29 日，搜狐公司发布了 2017 年第四季度及全年未经审计的财务报告。第四季度总收入为 5.10 亿美元，较 2016 年同期增长 24%；全年总收入为 18.6 亿美元，较 2016 年增长 13%；新闻、视频、搜索、游戏等主要业务板块发展良好，继续保持增长势头。

张朝阳表示，搜狐视频方面，2017 年是转型的一年，我们将重点转向自制内容，同时大幅减少对传统电视台内容的采购。2018 年在视频内容继续会坚持这一策略，采购预算缩减 40%，通过拼创意来换流量。这些举措将在 2018 年有助于搜狐视频大幅降低内容成本并收窄亏损。

在营收方面，搜狐视频表示 2018 年付费收入将赶上广告收入。但这也并不代表搜狐视频的广告业务收入会有所下跌，恰恰相反的是，其广告销售团队与内容团队之间的合作，能够提供更多的广告形式，驱动广告收入的增长。综合来看，“搜狐视频预计在 2019 年盈利”，张朝阳自信地说道。除视频之外，搜狐媒体平台随着用户和广告位的增加，预计 2018 年也将重新开始增长。

QQ 推出新款视频社交应用：DOV

1 月 29 日消息，腾讯 QQ 官方宣布推出新款视频社交应用，DOV。根据官方介绍，DOV 的操作界面非常简洁明了，分为“日迹”、“相机”和“信息”三大功能。而用户在打开软件之后就会直接开启“相机”功能，有助于更快速地记录下所见所闻。

前安卓端 DOV 已上线，使用安卓系统的小伙伴可以进入 DOV 官网或在腾讯应用市场中下载，而 IOS 端 DOV 正在努力上线中。

据了解，腾讯在 2017 年 8 月 26 日开启了 QIM 内测，该应用号称是腾讯第四代社交应用，主打拍照和短视频。据之前内测体验者发布的截图来看，QIM 主界面下方仅有消息列表、拍照和“我的”三个按钮，其中的拍照按钮特别突出显眼，显然跟应用的主打功能一致。目前尚不清楚这两款软件之间有何联系。

风行：2 亿元扶持商业化短视频

1 月 18 日消息，2018 年风行内容生态重点围绕家庭娱乐进行布局：电影资源覆盖 90% 以上的院线大，在短视频方面，风行将会打造生活、资讯、时尚、搞笑娱乐、游戏等各大垂直领域视频 PGC 生态。

2018 年风行美盏短视频平台将达成 50 亿人次观看，并成为成本可控、模块化的商业短视频服务机构，并通过 2 亿专项资金扶持成为商业化短视频实验室、首家商业化短视频孵化器。

谷歌 1.2 亿美元领投直播平台触手

1 月 5 日，谷歌周五宣布领投中国直播平台触手总额 1.2 亿美元的融资，希望寻求进军中国市场的新出路。2015 年成立的触手是一家在线电竞平台，用户可以在上面直播自己的手机游戏实况。该服务大约拥有 800 万播主，每天直播 25 万次。谷歌将帮助触手扩大服务范围，瞄准更多海外观众。

流媒体直播是中国电竞行业的热门模式。谷歌 YouTube 也在 2015 年专门推出了相应的服务。这两家公司并未披露谷歌持股比例和触手的估值。触手的现有股东启明创投、顺为资本和 Alpha X Capital 也跟投了本轮融资。

4K 花园获 7000 万 A+轮融资

1 月 10 日，国内唯一的 4K 内容生产与分发平台 4K 花园宣布成功完成 7000 万 A+轮融资，此轮融资由粤科金融领投，浙商创投旗下的基金跟投。此轮融资过后，4K 花园已经获得粤科金融、南方媒体融合发展基金、深圳前海母基金这三家广东省大型基金的支持，立足广东、放眼全国之意显而易见。

A 站被爆因资金链倒闭

1 月 31 日消息，A 站公司近 200 名员工 2017 年 11 月和 12 月的工资均被拖欠，10 月的加班费也未发放，社保则由员工自己缴纳。上述员工称，A 站的服务器由阿里云提供，但在 1 月 31 日晚上 12 点就到期。倘若未能续费，A 站甚至可能被关闭服务器。截止发稿前，A 站的域名已由 acfun.tv 改为 acfun.cn。

四、 技术动态

1、 视频技术

“电视+语音控制”未来会如何发展？

1 月 17 日消息，英国分析机构 Rethink 日前发布了一份有关“电视语音控制”的五年预测报告，预测了 2017 年至 2022 年间，搭载遥控器语音控制功能的电视设备出货情况。

针对付费电视服务的语音控制将在众多交互方式中脱颖而出，但未来几年的主流方式可能依旧是依托遥控器的近场语音。据 Rethink 预测，到 2022 年，约 1.43 亿家庭（目前为 2130 万）将使用运营商提供的语音技术。

但视频语音控制绝不会止步于此，这一数字中并未计入数百万通过遥控器、语音助手或集成 Alexa、Google Voice 的第三方设备使用语音控制功能的家庭。

语音成为一个平台

目前的主流经济模式来自亚马逊等公司。亚马逊的 Alexa-Echo 语音设备组合正在夺取大量市场份额。最终，市场领导者将向合作公司收取使用 AI 和自然语音引擎的费用。谷歌清楚地意识到自己比亚马逊落后了两年，放弃了 2014-2016 年之间的机会。

Rethink 认为，语音就像苹果的应用商店，是让服务被市场看到的一种途径，而那些服务将从收入中拿出一部分支付这一语音渠道的费用。

亚马逊 Alexa 希望招揽更多的服务（技术），但我们认为，亚马逊将对服务交付“技能”收费。例如，当感知到外面在下雨时，Alexa 会为用户提供来自 Uber 的低价出租车服务，同时平台会向 Uber 收取一定费用。

一个攻城略地的市场

尽管亚马逊目前在美国语音市场处于龙头地位，但全球付费电视运营商正在与之竞争，而谷歌、苹果和其他互联网公司也在努力争夺主导位置。

因此，市场上出现了语音遥控器。最近两年突然涌现出逾 2100 万台语音遥控器，并获得了广泛使用。首台设备由康卡斯特于 2015 年推出。

据 Rethink 预测，到 2022 年，这类设备的数量将接近 1.43 亿，其中一半应用于北美市场，且大多数位于美国。

这一市场在经济上并不是一个大规模市场，因此 Rethink 没有预测营收，而是预测了设备数量。

早期使用电视语音遥控器的公司包括美国的康卡斯特（2015 年）、Dish Networks（2017 年 1 月），而 AT&T 也将在 2018 年初推出提供该服务的设备。

在加拿大，康卡斯特 X1 Xfinity 机顶盒的授权商也将推出电视语音遥控器。2017 年春天，Telus 引入了自己的服务，名为 Pik 电视遥控器，采用了 Google Voice 技术。而加拿大有线公司 Cogeco 也将围绕 TiVo 技术建立自己的系统，可能会使用 Nuance 自然语言处理技术。

不同区域的市场表现

在全球范围内，法国、瑞士、西班牙、英国、德国、意大利、葡萄牙、日本、韩国和澳大利亚都在做进一步的研发工作。

语音遥控器将首先在成熟市场研发，那里对额外成本拥有较高的容忍度，例如美国、西欧和日本、韩国和澳大利亚等。每用户平均收入（ARPU）越高，付费电视运营商也就能更轻松增加这一功能。

金砖四国（巴西、俄罗斯、印度和中国）在这一市场中不会处于主导地位，至少未来五年内不会。

相对于原生系统而言，这类市场更容易接受智能语音助手在付费电视中的使用。例如，中国语音市场目前由互联网巨头主导，出现了阿里巴巴的天猫精灵、腾讯 Qrobot 等产品。

行业标准《电视收视数据清洗规范》通过审查

1 月 5 日和 1 月 8 日，国家新闻出版广电总局科技司和全国广播电影电视标准化技术委员会在北京组织召开了广播电视行业标准《电视收视数据清洗规范》审查会。

审查委员会专家听取了标准起草小组关于标准编制说明和征求意见处理情况的介绍，对标准送审稿进行了逐章逐条的审查，并对有关内容提出了修改意见。与会专家认为标准起草小组在对国内外相关收视数据调查进行深入调研的基础上，研究提出了标准草案，并基于标准草案组织开展了相关实验验证，经广泛征求业内专家意见，形成了该标准。该标准规定了

原始收视数据清洗处理的规则和要求，有助于提高收视数据的真实性和有效性。审查委员会一致同意该标准通过审查。

TVOS2.0 通过 EAL3 安全等级测评

1 月 18 日消息，历经 8 个月的全面、深入的测试，智能电视操作系统 TVOS 2.0 通过了中国信息安全测评中心 EAL3 安全等级的测评。TVOS 2.0 成为在智能电视终端领域第一个通过 EAL3 安全等级测评的终端基础软件产品。

我国 CDR 标准正式获批成为国际电联 ITU-R 标准

1 月 25 日消息，总局广播科学研究院研发，具有全部自主知识产权的 CDR 数字音频广播（Convergent Digital Radio）系统，近日经国际电联（ITU）无线电通信局批准正式成为 ITU 国际标准，表明我国自主创新的科技成果获得国际社会的认可，提升了我国广电技术在世界范围的影响力。

广电发布融合媒体互动技术平台白皮书

1 月 21 日，国家新闻出版广电总局向各省新闻出版广电局、总局直属有关单位近日正式发布了《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》，以贯彻落实中央关于加快传统媒体与新兴媒体融合发展的战略部署，指导和规范我国广播电视台融合媒体互动技术平台的建设。

《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》的主要内容包括：融合媒体互动技术平台组成；融合媒体互动业务总体流程；融合媒体互动技术平台建设与管理要求；融合媒体互动技术平台安全保障；融合媒体互动技术方案；融合媒体互动业务形态；广播电视媒体的互动技术平台典型应用案例。

2、通信技术

中国电信率先在 6 城市开通 5G 试点

1 月 9 日消息，近日中国电信率先在成都、雄安、深圳、上海、苏州、兰州等六个城市开通了 5G 试点。按工信部给出的时间表，四川电信明确表态，2020 年将在四川实现 5G 正式商用，此番进入试点，也意味着成都有望成为全国首批实现商用的城市。

中国移动提升网络互联互通质量

1 月 19 日消息，网络互联互通一直是国内运营商着力优化的课题。日前，全国 13 个直联点移动公司至电信公司、联通公司之间再次扩容 460G。以郑州为例，在去年联通公司与电信公司之间扩容 200G 的基础上，郑州国家级互联网骨干直联点移动公司至电信公司、联通公司之间再次扩容 150G 互联带宽，总带宽达到 730G，居全国第 2 位。

网络云化和 AI 将成未来方向

在 2018 新年伊始，赵慧玲向通信世界全媒体记者讲述了其对未来网络技术发展趋势的思考。

5G 云化网络

网络云化是 5G 网络的发展趋势，目前存在许多技术挑战和产业化的技术难点。5G 网络云化涉及面向服务的网络架构实施、多接入边缘计算、网络切片、5G 承载网络及网络运营编排等相关技术。5G 网络云化需要深入分析和评估 5G 网络云化关键技术的成熟性和产业化需求，深入分析 5G 网络云化的技术难点，积极探索基于虚机、容器等技术的云资源能力的部署和面向微服务的系统架构设计方法，评估云化网络的性能和自动化配置能力，提出相关的技术路线、解决方案和发展策略，推动云化网络标准化，支持 5G 的实施和部署。

5G 核心网将实现控制与承载分离，引入全面云化架构。基础设施层需要支持虚拟机与容器混编，5G 网络云化架构，将实现 CU 分离，多维解耦、网络切片和多接入边缘计算等关键技术，在未来 5G 网络具体应用时。差异化体验需求的关键在核心网，需要简化无线对接和全网移动性支持，尽快解决网络性能的难点，做好虚拟化资源的统一管理协同，未来

5G 核心网切片服务的关键在于提供个性化的业务和差异化的保障，争取实现按区域规划，业务全生命周期切片化管理，保证切片内和切片间端到端最佳体验。

通信网络 AI

人工智能技术的发展和應用将对通信网络产生重要的影响，赵慧玲表示，需要深入分析人工智能技术在通信网络的作用，包括对网络服务自动化、网络资源和业务感知、网络路由分发和学习、网络自适应和自愈、网络监管、网络预测和优化等多方面的应用，需要研究引入人工智能技术对网络提出的新需求，提出通信网络 AI 的发展策略和产业化需求及政策。

NFV 是长期的研究方向

NFV 的本质是实现硬件资源与软件功能的解耦，其最终目标是通过标准的服务器、存储和交换设备，来取代通信网中私有专用的网元。但目前也面临许多挑战和问题，如统一资源协同性、互操作性和性能、三层解耦等，运营商希望避免“软烟囱”，需要得到针对性的应对和解决。

当前 NFV 的应用领域比较明确：在 VoLTE 方面，使用 vIMS 部署发展 VoLTE 新网络；在物联网方面，利用 NFV 的灵活扩展能力，使用 vEPC 提供垂直行业多样的物联网服务；在固定接入方面，利用 NFV 架构优势，使用 VBRAS 提供特定场景的宽带接入等。CCSA NFVO 特别工作组制定了 NFVO 的相关标准，规范了相关的技术功能、流程和接口，推动了 NFV 产业化进程。未来 NFV 仍将发挥重要作用。

浙江移动面向 5G 承载的基础资源规划实践

1 月 8 日消息，浙江移动在面向 5G 的网络规划中，一方面紧密跟踪 5G 承载需求和技术进展，明确 5G 承载技术选择和组网架构，另一方面研究 5G 部署对基础资源的需求，明确资源规划流程和模板，指导并推进资源储备。

浙江移动和华为在完成无线面向 5G 超密组网试点后，初步总结出以综合接入节点为中心的基础资源储备思路，包括结合无线需求和节点机房能力提出 CRAN 布局的建议；分析得出不同类型节点电源和机位的需求，提出不同级别的机房的基站集中度上限建议；提出节点机房能力提升标准和光缆网架构优化方案等。

同时，为规范、简化后续的生产建设，在地市资源储备过程中同步进行了流程、模板的设计优化工作。目前考虑的资源储备的工作流程包括：



3、云数智联

中国电信发布灯塔 AI 能力开放平台

1月30日消息，由中国电信云计算分公司、中国电信北京研究院主办，中国电信北京研究院、中科视拓(北京)科技有限公司承办“人工智能开放实验室---灯塔 AI 能力开放平台发布会”在中国电信北京研究院圆满举办。本次发布会旨在宣布在人工智能领域，中国电信北京研究院将会抱着开放合作的态度，与电信内外部合作伙伴，共同打造 AI 的能力市场。

中国联通上线“新沃云平台”

1月30日消息，中国联通与阿里云合作的“沃云 Powered by Alibaba Cloud”平台于2月1日正式上线。该平台将面向中国联通31个省级公司开放，所有联通一线的客户经理均可为用户受理阿里云服务。而用户也可以在使用联通基础网络产品及服务的同时，获得阿里云提供的云服务支持。该平台的上线，也意味着中国联通与阿里巴巴集团“相互开放云计算资源”合作的全面落地。

据了解，此次联通“沃云 Powered by Alibaba Cloud”平台一期上线的阿里云服务包含云服务器 ECS、专有网络 VPC、负载均衡 SLB、对象存储 OSS、云数据库 RDS、弹性公网 IP、云监控、安骑士、DDoS 高防 IP、Web 防火墙十款云服务。后续双方还将陆续增添更多的云服务，让用户享受到联通与阿里云“云网一体”的优质云产品。

同时，在该平台上线前，联通与阿里云已经为全国的联通经理进行了云计算技术及解决方案赋能，通过线下封闭方式已直接培训 400 多位一线联通经理，通过线上阿里云赋能平台及联通内部转培，已赋能上千位联通技术及客户经理。

据阿里云相关负责人透露，此次平台上线的服务主要基于公共云层面，而在专有云和混合云层面，双方的合作项目已经同期展开，预计将陆续在几个月之内迎来上线。

中国移动打造全球最大规模 OpenStack 资源池

1 月 2 日消息，华为宣布其 CloudFabric 解决方案将帮助中国移动打造位于呼和浩特、哈尔滨数据中心的私有云资源池，支撑中国移动由传统 IT 系统向云计算平台的集中化演进。

呼和浩特、哈尔滨数据中心现已全面承接中国移动私有云资源池的扩展需求。2016 年，中国移动已经建设完成了私有云资源池一期项目。此次为二期一阶段工程，整体规模又全面扩大，该项目建成后将成为全球最大规模的 OpenStack 资源池。

继 2016 年全面承接哈尔滨数据中心私有云资源池一期项目后，华为 CloudFabric 解决方案此次又承接呼和浩特、哈尔滨数据中心二期一阶段工程，充分体现了中国移动对华为 CloudFabric 解决方案的肯定。

云计算是中国移动的重要战略之一。根据中国移动确定的云计算体系划分，私有云主要面向公司内部 IT 系统提供基础设施云服务，涵盖了业务平台、IT 支撑系统和其它内部系统。目前中国移动对私有云资源池的资源需求不断增加，当前的五大私有云资源池依然难以支撑，迫切需要扩大建设。

与此同时，中国移动在私有云资源池的建设上一直坚持“整体规划、适度超前”的原则，对于新建项目又提出了更高的要求：均衡考虑规模与效率，在满足多种复杂业务需求的同时，提高数据中心设备使用效率；跨 POD 部署业务，并实现异厂家互通；简化运维，实现业务与网络可视化管理，从而降低数据中心的运维成本。

浙江移动布局移动边缘计算技术

1 月 29 日消息，中国移动杭州分公司日前宣布联合华为公司率先实现基于移动边缘计算(MEC)技术的网络部署，进一步推动网络实现超低时延、更佳体验，从而为打造未来智能网络又迈进了坚实的一步。该技术目前已经完成研制并实现现有网络的部署，预计今年上半年，将在杭州的部分园区、商场内率先使用。

苹果中国内地 iCloud 服务转由云上贵州运营

1 月 10 日消息，从 2 月 28 日起，中国内地的 iCloud 服务将交由云上贵州公司负责运营。据了解，将 Apple ID 的国家或地区设置为中国的用户是在这次转变的影响大范围内的。

苹果公司授权云上贵州公司作为苹果公司在中国大陆运营 iCloud 服务的唯一合作伙伴。云上贵州公司作为运营主体，在中国大陆境内运营 iCloud 服务。iCloud 服务在中国境内使用 iCloud 和云上贵州公司双品牌向用户提供服务。

阿里 AI Labs 发布 IoT Connect 协议

1 月 10 日消息，在 2018 年国际消费电子展（以下简称 CES）上，阿里人工智能实验室发布了物联网开放连接协议 IoTConnect。通过这一协议，智能设备可以更加便捷的进行连接、自动组网，并且自动适配和支持天猫精灵的语音控制。该协议采用了蓝牙 mesh 技术（一项适用于 IoT 设备连接的通信技术），将面向全行业开放。

为了达到更好的互联互通，联发科技（MediaTek）、阿里巴巴宣布双方将推出内置 IoTConnect 协议的蓝牙 IoT 芯片，实现智能家居设备连接协议的统一。根据合作，未来联发科技开发的蓝牙 IoT 芯片，都将内置 IoTConnect 协议，而阿里巴巴也成为第一个在中国大规模商用蓝牙 mesh 技术的企业。

此次阿里和联发科的合作，旨在加速 IoT 时代的到来，据了解，目前支持天猫精灵的智能设备型号已达到 469 款，智能家居控制接口的日均调用次数也超过了 30 万次。而据联发科技方面透露，新方案的性价比会更有竞争力，将进一步刺激物联网生态的发展。

华数发布智慧社区服务云平台产品

1 月 16 日，华数集团在白马湖园区举办了一场主题为“未来邑起来”的华数小邑智慧社区服务云平台产品发布会。华数小邑以华数机顶盒为切入点，通过互联网+、物联网+、云平台等新技术的应用，实现机顶盒、pc 端、APP 多终端、多应用的一站式社区服务云平台。立足于“1+N”解决思路，为小区管理提供硬件管理平台化、物业管理信息化、居民生活智能化，进一步提升社区物业管理服务水平，助力政府为民办实事，提升居民幸福感、满意度。

4、其它

谷歌与腾讯达成专利交叉授权许可协议

1 月 19 日，腾讯和谷歌宣布双方签署一份覆盖多项产品和技术的专利交叉授权许可协议。双方将以更开放和合作的态度，共同致力于用科技探索未来。

五、 海外动态

1、 战略观察

2018 年数字视频服务 6 大发展趋势

市场研究机构 eMarketer 本月发布了有关 2018 年数字视频服务发展趋势的预测，对联网电视广告、社交视频、SVOD、线性 OTT 服务等业态的市场表现作出了判断，以下为其预测的 6 大发展趋势：

1、 联网电视广告将初现规模

据 eMarketer 预测，2018 年，美国将有 1.815 亿人每月至少使用一次联网电视，约占总人口的 55%。

到 2021 年，联网电视用户的规模将扩大至 1.944 亿，接近总人口的 58%。尽管用户基数增长极快，但联网电视广告尚未掀起任何波澜。

其中涉及的规模、商业等一系列障碍明年都无法完全克服，但我们能看到这一方向上的进展。毕竟联网电视位于传统电视和数字视频的交叉点上，后两者是最稳定也是最持久的广告渠道。

2、社交媒体平台播送电视级节目

Facebook、Instagram、Twitter 和 Snapchat 等知名社交媒体平台已经关注视频多年。然而，目前为止他们仍主攻用于分享的短视频，或者一些实验性的体育流媒体直播。

电视级别的节目尚未出现在这些社交视频中，但这一情况会在 2018 年有所改变。

这些平台开始寻求在节目中插入广告，这就需要一些长一些的叙事视频，而不是那些普通的萌宠短视频。这并不是说 Facebook、Twitter 或 Snapchat 会成为下一个 Netflix，但他们将与 YouTube 产生更大的竞争，一同尝试拓展中等长度内容市场。

3、内容泡沫或将出现

据 FX Networks 研究指出，从 2009 到 2016 年，美国广播、有线和流媒体视频产出的剧情剧集数量增长了一倍多，近期的增量全部来自数字端。

Number of US Original Scripted TV Series, by Service Provider, 2009-2016

	Basic cable*	Broadcast**	Digital video services***	Pay cable	Total
2009	66	122	1	21	210
2010	74	113	4	25	216
2011	111	116	6	33	266
2012	125	119	15	29	288
2013	161	131	24	33	349
2014	175	148	32	34	389
2015	188	150	46	37	421
2016	181	145	93	36	455

*Note: as of Dec 14, 2016; excludes children's programs, daytime dramas, library, non-English-language programs, short-form content (<15 mins) and 1-episode specials; includes recently-produced imports; *includes DirecTV; **includes PBS; ***includes Amazon Prime, Crackle, Hulu, LouisCK.net, Netflix, PlayStation, Seeso, Vimeo, Yahoo and YouTube Red*
 Source: FX Networks as cited by Adweek, Dec 21, 2016

2009-2016 美国原创电视剧剧情片数量（按运营商类型分）

我们认为，向数字转换的整体趋势会继续，尤其是领先流媒体运营商内容预算在增加，但长节目数量的逐年增长不会一直持续下去。正如人们在订阅型视频服务上愿意花费的金额有限，他们一天能花在连续看剧上的时间也是有限的。

虽然 2018 年节目数量不会出现明显下降，但很可能会显现扁平的增长曲线。

4、线性 OTT 服务加速发展

YouTube TV 和 Hulu Live TV 两大线性 OTT 服务均在去年推出，加入了与 Sling TV、DirecTV Now 和 PlayStation Vue 的竞争。

这些通过数字渠道分发的电视套餐成为了传统付费电视服务的一个低价版选择。

尽管频道选择相对较少，终端设备和服务区域也比较受限，但这些线性 OTT 服务仍旧会在 2018 年强势崛起。

这些服务间将产生激烈的订户竞争，导致“掐线”（取消付费电视服务）的趋势加剧，在“千禧一代”和年轻观众中更是如此。

在订户基数上，OTT 服务可能需要一年以上的时间才能达到与有线和卫星订户相当的规模，而 2018 年将是朝着这一目标大步跨进的一年。

5、SVOD 订户增长放缓

尽管数字渠道的电视直播服务加速发展，但订阅型视频点播（SVOD）平台将在 2018 年出现增速放缓的迹象。

市场领导企业 Netflix 的订户和营收已经经历了长期的高速增长，2018 年很可能会增速放缓。我们没理由认为 Netflix 会在 2018 年停止增长，但因为美国市场接近饱和，同类服务竞争加剧，其增长速率很可能有所减缓。

Netflix 不仅要与亚马逊、Hulu、HBO、Showtime 等数字视频服务竞争，还要和那些感受到 SVOD 服务威胁的传统公司竞争。很快，Netflix 就需要担忧来自 ABC 和 ESPN 等电视网新推出的订阅服务的竞争了。

6、更多“视频核心”战略受挫

Vice、BuzzFeed、Mashable 以及 Mic 等许多数字媒体公司 2017 年都减少了“视频核心”战略的开支，2018 年也可能延续这一策略。

其原因各有不同，但也有一些共性可循。制作视频的成本比文字高很多，因此即便视频的回报更高，许多出版方都发现其回报无法覆盖基础设施投入。

此外，YouTube、Facebook 和其他社交平台等巨头的实力也不容低估。这些公司占据着绝大部分消费者的注意力，也相应占据了绝大部分的广告收入。

出版方很难在培育受众和保证用户体验之间取得平衡，更不用说广告收入了。这并不是说视频无法拥有一席之地，只是完全的视频核心战略并不一定是出版方获得现金流的最佳途径。

区块链技术在影视行业的应用

（备注：本文并不赞同或者反对下列影视区块链的应用，仅用于介绍区块链技术在影视行业的应用情况）

SingularDTV 是基于区块链技术建立的去中心化影视娱乐平台，通过智能合约实现作品的版权管理、项目众筹和 P2P 发行，并让艺术家和创作者对作品的制作、发行、播放进行全周期的权益管理。

2016 年 10 月 2 日，SingularDTV 在 15 分钟内完成 750 万美金的众筹目标。

2017 年 3 月，组建区块链 Lab CODEX 一直致力于开发，推广代币生态体系的研究设计实验室。

2017 年 5 月，与 Microsoft 共同赞助 Ethereum 大会，CEO 宣布 11 个娱乐生态系统模块，其中版权管理关口和众筹板块将在同年 6 月上线。

2017 年 9 月在北京市朝阳区光华路 WeWork 召开线下见面会

2017 年 10 月成为中国中关村区块链产业联盟副理事长单位

SingularDTV 核心功能

1. 建立去中心化的影视权益管理。

数字版权，财政收入和知识产权使用费（特别影视方面）的管理是 SingularDTV 智能合约应用平台最主要的服务内容。影视产业有着错综复杂的投资关系，涉及到复杂的工业合同，

通常涉及成千上百个个体，智能合约使得每一笔收入都可以自动地分配给相关各方，不仅大幅节省成本，还能从技术上给相关各方提供信任基础。

SingularDTV 已和 ConsenSys 建立合作伙伴关系，打造一个可以为平台上所有原创或其他内容之维权、财政收入之管理的服务系统。为原创者和观众提供一个透明、自由、便捷的互动平台，从而改变中间商攫取巨大利益现状。

2. 去中心化的付费视频播放。

利用 balanc3、uport 和 ipfs/swarm 等数十个智能合约功能模块，从财务管理、身份管理、视频保存、版权等各方面使得平台运营成本趋零，以颠覆性竞争力挑战 Netflix, Youtube, Hulu。将精彩的影视娱乐节目带给世界上最具洞察力的观众的同时，保证艺术家、创作者利益最大化。

即将发布应用

TOKIT—版权管理关口 /项目创作应用

“Tokit”，即“Tokenize It（把它代币化）”的缩写。这个关口旨在将所有东西都代币化。艺术家和创意工作者可以上传他们的想法、知识产权和项目，并创建包含智能合约的代币，这样就能掌控他们的版权、利润以及报酬。将作品上传至 Tokit，即可享受去中心化计算的便利，使用智能合约建立属于自己的代币化生态系统，几分钟内便可创建新的代币，并且完全免费。

众筹平台 Launch Pad

在 Launch Pad 上，艺术家在创作作品的同时，发掘全球价值六百多亿美元的加密货币产业，开发更广的受众群体。Launch Pad 像是一个去中心化的 Kickstarter 或者 IndieGogo，但更具有活力，艺术家可以在这里管理你的众筹项目，和观众互动，或者使用 Tokit 生成的代币系统来支持艺术创作。

EtherVision—P2P 发行端口

把完成的作品代币化后，艺术家便可在去中心化的发行端口 EtherVision 上创建自己的频道。

智能合约可让艺术家完全掌控你的版权和收益，P2P 发行端口可以让艺术家直接对接到他们的受众群体，所以结合了这两者优势的 EtherVision 是不受地区限制的、全球化的，不需要中介也能保证你的作品直达世界各地。

观众可以使用 SNGLS 和以太坊代币进行支付，也可以通过信用卡等原始方式支付观看你的频道。

SingularX—艺术家专属的去中心化交易

Tokit 可以创建数以百万计的代币和代币化的系统，用来指代艺术作品和知识产权，包括电影、书记、播客和音乐等等。要使艺术家们能够主掌自己的经济，就需要一个可以购买、出售和交易这些代币的平台。中心化的交易所不可能把这数以百万计的代币都列为交易对象，所以 SingularDTV 即将推出自己的去中心化交易所，专为艺术家和创意工作者打造。

未来更多应用

营销工具

SingularDTV 前端用户界面与数字营销公司的后端相连，给艺术家提供一系列选项菜单，可以从中选择营销方案和受众群体。在这里可以清晰地看到花了多少钱，这些钱去了哪里，可以通过反馈数据看到目前的营销方案表现如何，并据此调整广告方案。

制作服务/人员招募

是一个类似于 AirBnB 的制作服务和人员招募应用，让用户可以和工作人员及服务商直接对接，查看他们的评价和声誉，商量价格，然后就可以聘请人员来制作用户想要的电影了。

设备租赁

大多数独立电影制作人都是租赁设备而不是直接购买，因为租赁要便宜得多。有人很多设备放在家里落灰，而又有很多电影制作人想要租借设备，那么这个应用就能够让限制设备派上用场。

明星管理器

“SingularDTV 管理”的应用，这是一个全自动的智能合约人才管理系统，可以向 SingularDTV 经济体内的人才发送职位邀请。

Legal Repository 法律智库

该模块是一个智能合约的储存库，在 Tokit 中建立项目后，可以使用智能合约添加更详细的使用条款。这个法律合约储存库能够帮助我们顺利地传统的、中心化的生意模式过渡到去中心化的生意模式，SingularDTV 开发团队和社区也会不断更新这个储存库。

联合界面

SingularDTV 的联合界面使得区块链能够获得自己的签名分类。许多独立电影制作人都将受到许多不同联盟的规则、程序及薪水标准的影响，而一个区块链指定的 SAG, AFTRA, DGA, WGA, IATSE, Teamsters 等则会让艺术家们以更优惠的价格招聘到工作人员和人才，同时还因为效率提高而能为所在联盟提供更多利润。

ATSC3.0: “广播+IP”带来下一代电视产业

在上周 1 月 8 日开始的拉斯维加斯国际消费电子展(CES)上，ATSC3.0 无疑成为一个普遍性讨论话题。

ATSC 委员会在会上正式发布了 ATSC3.0 标准。这一新的电视技术标准可实现增强型传输和接收功能、传输 4K 超高清电视、沉浸式音频，——最重要的是基于互联网和广播混合连接提供互动服务。这一全球首个基于 IP 架构的广播电视技术标准，或许意味着新一代全球电视产业的到来！

按照美国广播电视组织 PearlTV 的 CEO Anne Schelle 之前的说法：“更大更精细的图像（支持 4K），更好的音频，这都仅仅是开始”，“重要的是 ATSC3.0 标准是基于 IP 技术，可以提供 VOD 和定向广告；这对于精准定位不同类型的观众非常有意义。”也就是，ATSC3.0 不仅是提供更高质量的广播应用，也是与 IP 技术的创新融合，代表着下一代电视技术演进方向。因此，ATSC3.0 作为一种技术革命必然带来巨大商业模式创新。2017 年 3 月，咨询公司 BIA/Kelsey 在其商业电视广播研究报告指出：美国电视台计划对 ATSC3.0 标准进行的投资将会在三年内收回成本。这份名为《ATSC3.0 商业案例》的报告从商业的角度对 ATSC 进行了考察，研究了这一新标准将为产业带来的优势，尤其是在广告营收、电视收视率以及应对数字竞争方面的改变。

非常值得注意的是这一新兴技术对移动场景的支持。此前 ATSC 发言人 Dave Arland 曾表示，尽管 ATSC1.0 拥有移动功能，但 ATSC3.0 会成为真正开启广播移动时代的一个标准，

“ATSC3.0 希望未来许多观众都能在内置 ATSC3.0 调谐器的设备上观看电视。因此，在楼宇内接收电视信号并进行展示、乘客在行驶的汽车或火车上用移动设备观看电视直播都将成为可能。BIA/Kelsey 首席经济学家 Mark Fratrik 则表示：“ATSC3.0 将让广播摇身一变，成为一项有关下一代无线通信的生意；这一新技术将支持广播商追求多种新兴商业模式，这些商业模式将大大丰富他们当前的收入构成。”可见，ATSC3.0 将把传统广播与移动设备、无线数据应用更紧密地联系起来，这或是美国广播电视台热衷于该技术的重要原因之一。

从 2016 年 NAB 展会正式亮相走到目前情形，ATSC3.0 在过去两年——尤其过去一年的进展显然是非常迅速的，且让我们简要回顾这一历程。

NAB2016 高调亮相，美国广播电视业者广泛支持

2016 年的美国 NAB 峰会（每年 4 月在拉斯维加斯举行）是 ATSC3.0 第一次正式亮相。面临传统广播服务收视下滑，无线频谱拍卖以及 4G/5G 技术可能的替代威胁，美国广播电视台很早就将 ATSC3.0 看做是“电视的未来（future of broadcasting）”，并对该技术的落地应用给予普遍支持。在 2016 年 NAB 峰会举办之前，美国广播协会（NAB）、美国消费者技术协会（CTA）、美国公共电视台等机构均已向 FCC 提出相关申请。美国广播电视台业者希望获得许可，逐个市场跟进 ATSC3.0 技术和自由开展业务试验。再如，PearlTV 下辖的 200 多家地方广播机构也都支持 ATSC3.0 标准。

作为电视台阵营的代表者，美国广播技术标准组织 AFCCE

（The Association of Federal Communications Consulting Engineers）公开宣称：在 ATSC3.0 这个议题上，（作为行业监管机构的）美国联邦通信委员会（FCC）应该拒绝卫星运营商 Dish 和有线网络运营商试图重新安排转播协议的设想；FCC 的委员们要做的事只是针对规划做一个小小的改变，以允许广播电视台使用新的技术标准，从而在现有的频谱之上提供更多的服务。

为了寻求消费者及监管者的支持，并打消相关利益方其疑虑，美国广播电视台机构代表在 2016 年初明确表示：他们将在推进 ATSC3.0 技术的同时，继续按照原有技术（ATSC1.0）标准同步传输其电视节目，观众的收视并不会受到影响；所以现有的电视网络运营商不必考虑额外的费用等问题。

广播电视台的产业化努力

在 ATSC3.0 推进方面，除了向监管机构申请政策上的许可之外，美国不同类型的广播电视台还积极付诸实际行动。例如，媒体巨头辛克莱广播集团（SinclairBroadcastGroup）、Nexstar 媒体集团等被认为是其中的代表。尤其是辛克莱广播集团作为 ATSC3.0 标准的主要支持者之一，宣称在过去十年里持续投资于下一代电视技术。

辛克莱广播集团集团在美国 81 个区域市场上运营有 171 家电视台和 475 个广播频道，是美国领先的本地新闻和体育直播服务商。该机构早在 2016 年 4 月就与 LG 电子合作，搭建了第一个基于 ATSC3.0 的紧警报广播系统。2017 年 3 月份，媒体巨头辛克莱广播集团和 Nexstar 媒体集团披露了一项与 ATSC3.0 相关的财团推进计划。该计划将推动与 ATSC3.0 相关的无线频谱梳理、新技术商业化落地与商业应用开发，这包括汽车应用、虚拟运营商（MVPD）平台、单频网应用、无线数据应用等领域。该财团最初由上述两个集团平等控制，但该集团并不排斥其它广播电视机构的加入。也就是说，这实际上是一个面向 ATSC3.0 商业开发的产业联盟。

辛克莱广播集团对于 ATSC3.0 移动应用的推动也非常显著。2017 年 5 月底，辛克莱广播集团高级技术副总裁 MarkAitken 宣布将向有意采用 ATSC3.0 技术的智能手机制造商免费提供 100 万颗 ATSC3.0 接收芯片。他在该月的 ATSC 年会上表示，这是辛克莱广播集团“移动优先”战略的一部分。此前，在宣布合作研发 ATSC3.0 芯片后，Sinclair 就承诺将免费提供移动芯片。辛克莱广播集团下属的子公司（作为技术支撑机构）OneMedia 以及专注软件定义与无线电芯片（CognitiveSoftwareDefinedRadio）技术的 Saankhya 实验室，将加入 ATSC3.0 芯片组的工作，推动其在电视、手机、平板、电视棒、网关以及汽车等多种移动消费设备上的应用。

再如，2017 年 9 月，众多美国公共电视台成立了公共媒体企业集团（PublicMediaVentureGroup），共同向下一代电视标准 ATSC3.0 过渡。参加公共媒体企业集团的电视台包括：阿拉巴马公共电视台、爱荷华公共电视台、加州的 KCET、KVIE、密西西比公共电视台、内布拉斯加网络、密苏里州的第九频道电视台、纽约 WNET 等 18 家。该集团将制定一个 ATSC3.0 过渡计划，在维持 ATSC1.0 信号的同时进行标准迁移，也探索教育服务、紧急通信、新节目流和互动内容等创收机会。公共媒体公司 CEO Marc Hand 表示：“参与公共媒体企业集团的电视台认为，和商业电视台一样，下一代电视标准对公共电视台而言也令人振奋。新的系统可为公共电视台提供创建新公共服务的机会，提升运营、节省成本、带来新收入，而增加内容和服务投入也将更好地为本地社区服务。”

FCC 从意见征求到批准通过

面对广播业者的广泛请求，2017 年 2 月，FCC 针对 ATSC3.0 部署事宜发布了《建议规则制定公告》(Notice of Proposed Rulemaking, NPRM)，建议允许广播商灵活采纳基于 ATSC3.0 标准的传输，并就相关规定征求意见。上述《建议规则制定公告》的主要内容包
括以下核心原则：(1) 自愿使用；(2)、本地同步联播（广播机构可以同步使用 ATSC3.0 和 ATSC1.0）；(3)、多频道节目分发商非强制应用（可以继续使用 ATSC1.0 技术进行分发）；(4)、服务及干扰保护；(5)、消费者保护及教育。

虽然有不少电视网络运营商对于 ATSC3.0 应用带来的转换成本表示质疑，但 FCC 新任主席 Ajit Pai 认为：与非常具有争议性的“网络中立性”议题相比，应用 ATSC3.0 争议性可能会很小。美国业界此前也预计，FCC 将在 2017 年底左右明确批准 ATSC3.0 在美国地区的部署。

果不其然，到了 2017 年 11 月 16 日（华盛顿当地时间），FCC 以 3 比 2 的票数投票决定，批准广播商在自愿的基础上启动下一代电视标准 ATSC3.0 的无线广播传输。

ATSC3.0 美国商业化最新进展

在 FCC 批准当天，辛克莱广播集团与 OneMedia 公司对 FCC 的批准表示了高度认同并宣布：将在辛克莱集团全国范围内的电视台完全应用 ATSC3.0 技术标准。辛克莱集团执行主席 David Smith 对此表示：“我们已经被压制了 20 年，广播商和消费者一样都值得拥有这个最好的创新技术。我们已经‘离开平原’并准备好和广播界同行、制造商、节目商和新的商业合作伙伴一起攀登下一座高峰，需求新的机会。”2018 年 1 月，辛克莱广播集团与 Imagine Communication 公司达成合作，致力于 ATSC3.0 支撑下的新一代广告管理软件平台开发应用。

同样在 2018 年 1 月份，据消费技术协会（CTA）主席兼 CEO Gary Shapiro 介绍，国家广播协会（NAB）和 CTA 刚刚在克利夫兰启动了“living laboratory” ATSC3.0 测试站，这些测试“在固定和移动接收的真实环境中所能实现的各式应用”将带来惊艳的效果。而在与克利夫兰气候差异较大的凤凰城，另一批公司也在着手将 ATSC3.0 推向市场。E.W. Scripps、福克斯电视台、Nexstar 媒体集团以及 PearlTV 等正共同努力，在保持现有数字电视服务的同时，铺展 ATSC3.0 技术。

2、电信市场

全球 44 家运营商提供 700Mhz 商业服务

1 月 18 日消息,《全球运营商从 LTE 演进到 5G 的报告》显示,全球超过 50 个国家和地区已经为 LTE 网络部署分配 700Mhz 网络,44 家运营商已使用 700Mhz 提供商业服务。鉴于 APT700 同时提供 FDD 和 TDD, FDD 计划已获得全球业界和监管机构对近 40 亿人口的全球支持。 FDD 配置由 3GPP(频段 28)标准化为 2 x 45 MHz,在下行链路和上行链路之间有 10 MHz 的保护频带。 APT700 FDD 频段规划(3GPP 频段 28)的上行链路使用 703-748MHz,下行链路使用 758-803 MHz。

APT700 也被称为“数字红利”,是将模拟技术转换成数字电视和广播频道后对频谱的再利用。随着全球清频的全面启动,APT700 频段正成为亚太、拉美、中东以及非洲主流移动运营商角逐的新领地,有望大大提升全球范围的 LTE 部署规模。

FCC 提议 5 亿美元资金加速美国农村宽带建设

1 月 19 日消息,美国联邦通讯委员会(FCC)主席 Ajit Pai 周一向委员们介绍了一项提案,该提案建议提供超过 5 亿美元的资金用于加速在农村地区推广宽带。此外,根据 FCC 在新闻稿中指出,这一提案还将“制定强有力的新规则,防止滥用高成本项目”。其中还包括对这个项目进行多重改革, FCC 表示将改进现有项目的“有效性和效率。”

该提案涉及 FCC 的“连接美国基金”(Connect America Fund),更广泛地说,存在于美国农村与城市之间的“数字鸿沟”。美国许多农村地区仍然很少或根本没有接入宽带互联网,这已成为现代社会的必需品。现在很多学校都指定网上作业,如果学生没有上网,就有可能落后于其他学生。互联网也成为许多人的主要交流形式;找工作通常主要或单独在线进行;在许多公司推动无纸声明和在线账户管理的世界里,付账单和管理账户可能是困难的。

T-Mobile 推出美国首个 NB-IoT 套餐

1 月 10 日消息,美国移动运营商 T-Mobile 宣布已经正式推出美国首个 NB-IoT 套餐——针对其 NB-IoT 网络上的机器设备推出了一个 6 美元/年的资费计划。

T-Mobile 去年 10 月在拉斯维加斯推出了美国首个 NB-IoT 网络。该运营商计划进行全国性 NB-IoT 网络部署，实现对现有 3.22 亿人口覆盖的 LTE 网络的同等覆盖。

“在有限的时间内，T-Mobile 的 NB-IoT 计划定价是针对每台连接设备每年收费 6 美元（总流量传输上限为 12MB）。”该运营商在本周二的一份声明中表示。“这对那些要求低带宽、较长的电池寿命和大量传感器的应用来说是非常理想的，例如资产追踪、智慧城市应用、智慧农业等。”

AT&T 将在 2018 年底前推出 5G 服务

1 月 8 日消息，AT&T 宣布计划在今年年底之前在美国十几个城市推出标准化的 5G 移动服务。

由于业界对毫米波频段上提供移动服务的能力存在质疑，因此 AT&T 这一 5G 移动服务推出公告是值得注意的。目前其主要竞争对手 Verizon 正聚焦于推出 5G 固定无线服务。不过，AT&T 并未明确将采用哪些频段推出 5G 移动服务，也未透露今年将在哪些城市推出服务。

“5G 将改变我们生活、工作和娱乐的方式。”AT&T 技术和运营总裁 Melissa Arnoldi 在一份新闻稿中表示。“今年我们将迅速开始部署 5G 移动服务，并开始为消费者和企业用户提供未来的连接。通过超高传输速率和超低时延，5G 最终将提供和加强 VR、未来无人驾驶汽车、沉浸式 4K 视频等体验。”

摩托罗拉通过并购进入视频监控市场

1 月 31 日消息，摩托罗拉系统公司（Motorola Solution）试图通过其最新一次收购与来自中国的厂商竞争视频监控市场。

根据一份于本周四发表的声明，摩托罗拉这家位于芝加哥市的公司同意以 10 亿美元的价格收购 Avigilon 公司，该公司专门生产为机场、轨道交通、城市、和商业公司设计的安全监控摄像头和视频分析系统。摩托罗拉同意以 27 加元每股的价格收购这家位于温哥华市的公司，此收购价比其最新 22.85 加元每股的股价要高 18%。

摩托罗拉首席执行官格雷戈里·布朗（Gregory Brown）表示，在此次收购交易完成后，还准备继续投资，研发视频分析解决方案。他表示，利用计算机准确的对视频进行分析是“一

个技术难关”，他说：“Avigilon 在美国和全球范围内拥有超过 750 项专利，我相信摩托罗拉和 Avigilon 协作定将推动这个技术的进步。”

德国电信计划加速向 AI 转型

德国电信是截至目前依靠合作伙伴开始提供 AI 智能家居服务的少数几家电信运营商之一。自 2016 年 9 月以来，德国电信通过与亚马逊合作，利用亚马逊 AI 助手 Alexa，一直在为其智能家居平台 Qivicon 提供语音功能。不过，德国电信最近宣布，将通过推出其自有 AI 助手和支持 AI 的音箱，来控制智能家居设备以及 EntertainTV 等德国电信的服务。该公司借此计划在 2018 年加速向 AI 转型。

这一举措代表了一个增加价值的机会，同时也是一个避免失去对整体用户体验和客户关系控制的预防措施。德国电信并非唯一一家试图维护与用户之间关系、并更好地抓住他们所产生的数据所带来的货币化机会的电信运营商。包括 Orange（德国电信已经与其合作共同开发语音助手技术）和西班牙电信在内的电信公司，也都在开发专有 AI 助手，从而作为能够导航其众多产品和服务的主要对话者，并且能够兼容第三方智能家居解决方案，从而提升客户体验。这些公司不希望 Alexa 成为主要的电视用户界面，他们也不希望亚马逊站在他们与客户之间关系管理的中心位置，并收集他们消费趋势的所有洞察。

不过，虽然电信运营商和其他付费电视服务提供商在继续投资自己的虚拟助手，但他们也明白，随着竞争的加剧，他们将越来越难与现有 AI 助手（如 Alexa 和 Google Assistant）的功能相匹敌。这种情况使他们意识到，与现有的 AI 助手结为盟友要好过树敌。因此，德国电信已经决定，Magenta 将能够与 Alexa 及其快速发展的连接产品和服务生态系统相兼容。

Ovum 认为，来自多个供应商和服务提供商的 AI 助手的整合将在未来几年加速。这种为了保护与客户之间关系的领土范围划分行在家庭市场中也将增加。Mariana Zamoszczyk 称，这种情况将要求供应商和服务提供商共同合作，开发合适的机制来确保无缝整合，从而使用户在需要其他 AI 助手执行任务时，无需进行 AI 助手之间的切换。

KT 在 IPTV 上推出智能少儿应用"TV 嗖"

1 月 11 日消息，韩国 KT 在 IPTV 平台上推出了结合 VRAR 技术的少儿应用"TV 嗖"，人物可以进到电视机里面跟卡通人物一起演绎各种场景的唱歌跳舞等游戏，2.0 版本结合 AR，可以识别手势动作，丰富了应用操作性和可玩性。

SK Broadband 推出 AI IPTV 服务

1 月 31 日消息，韩国 SK Broadband 推出一个语音控制的人工智能（AI）IPTV 服务。SK Broadband IPTV B tv 机顶盒与子公司 SK 电讯的 AI 平台 NUGU 集成，相应的服务成为 B tv x NUGU。该服务的语音搜索功能甚至允许用户在不知道节目名的情况下搜索节目。

印度国家宽带项目已部署 25.5 万公里

1 月 10 日消息，作为部署第一阶段的一部分，印度政府的 BharatNet 国家宽带项目现已扩展到超过 10 万村议会地区。

据印度《经济时报》报道，截至本周，网络已经在 101370 个村议会地区服务就绪，项目的第二阶段已经开始。

项目已经部署了约 25.5 万公里的光纤，连续 250 天每天敷设 800 公里，被政府称为全球性的纪录。

同时，政府还获得了运营商利用这一光纤网络向 7 万个村庄提供服务的承诺。

该项目第二阶段的预算为 3100 亿卢比（C114 注：约合 48 亿美元），目标是在 2019 年 3 月之前连接剩余的 15 万个村议会地区。

该项目还涉及全印度 5300 个地点的卫星宽带传输以及潜在的无线和空中光纤部署。

BharatNet 项目构思于 2011 年，但由于各种本地化的挑战而面临延迟，该项目由普遍服务义务基金赞助。

3、广电市场

美国人通过电视获取新闻的比例逐渐减少

1 月 15 日消息，民调机构 Pew Research Center 最新一期调查结果显示，美国人通过电视获取新闻的比例越来越低。如今美国人通过看电视获取新闻的比例仅为 50%，较 2016 年初 57% 的比例有所下降。

加拿大有线电视运营商实现用户增长

1 月 4 日消息，加拿大有线电视运营商 Shaw 在 2017 年扭转了其电视订阅用户流失的趋势，在第二季度和第三季度连续两个季度实现用户增长。

Shaw 认为，这是因为该公司提供的服务包含了以 Blue Sky 这一名称提供的来自美国领先有线电视公司 Comcast 的 X1 TV 平台，并推出了 150Mbps 这样速度更快的宽带服务，同时最近还增加了 6 个月的免费 Netflix 订阅，这一服务被集成在前述平台上。在付费电视用户退订越来越多的趋势下，Shaw 的经验证明，这种情况可以通过推出具有新引力的新捆绑服务来扭转。

为了提升付费电视的订阅率，Shaw 正在用一些富有吸引力的元素来升级其捆绑包。这些新的优势包括广受欢迎的内容，例如免费的 Netflix 订阅；捆绑包服务的便利性，在 STB 中整合了 Netflix 服务；更快速度的宽带服务；以及通过 Netflix 整合和 Comcast 备受称赞的 X1 平台带来的体验质量的提升。这些因素增加了消费者花费的内容成本的感知价值。

Shaw 认识到，它无法让每个人都满意或者阻止用户流失，但是这种特殊的服务组合，正在帮助该公司的付费电视用户暂时重回增长趋势。现在 Shaw 还采用了其他方式来阻止用户流失趋势。

政府规定的每月 25 加元（19.69 美元）的 skinny 数据包也缓和了价格敏感用户的流失。随着千禧一代成为最大的消费群体，这部分消费者所占比例正在下降。对千禧一代来说，他们更倾向于以某种方式消费内容，价格相对来说并非最重要的因素。有些人更愿意订购 OTT/SVOD 付费电视服务，即使他们有能力支付更高价格的付费电视服务。

提供无处不在的电视服务，是 Shaw 正在努力实现的另一种缓解用户流失趋势的方式。除了贴牌 Comcast 的 X1 平台外，Shaw 还使用了 Comcast 的 Stream App，将其更名为 Free Range。在任何设备屏幕上能够根据历史观看记录进行连续内容播放，这为用户增加了价值。

法国 Canal+推出超高清卫星电视服务

1 月 18 日，法国电视台 Canal+将在新款机顶盒中推出一项超高清卫星电视服务。该超高清信号将搭载于位于东经 19.2 度轨道的 SES 卫星。所有 Canal+法国卫星电视订户均可以通过现有的卫星天线和一个名为 Le Decodeur 的超高清卫星机顶盒，观看大量付费超高清内容，包括电影、电视剧、原创节目以及体育等。这一超高清卫星机顶盒能够接收 8 个卫星频道，内置 WiFi 功能，还提供多种其他功能和多设备、多房间的观影体验。

瑞典有线运营商推出电视播客服务

1 月 7 日消息，瑞典有线电视运营商 Com Hem 及其付费地面数字电视部 Boxer 为 Com Hem 和 Boxer Play 订户推出了一个新的短格式“电视播客”服务 Podd TV。此新服务提供包括音乐、流行文化、家庭和生活方式内容等的短格式节目。

首批节目包括《圣母玛利亚》，它由当地一家连锁餐厅赞助。Podd TV 上每个节目都将由一个赞助商赞助，此服务将没有传统的插播广告。

4、网络视频

YouTube 已开始封杀 Fire TV

1 月 3 日消息，谷歌和 Amazon 之间的战火终于蔓延至 Fire TV 上了。谷歌在声明中表示：“我们希望和亚马逊就产品和服务达成合作。不过亚马逊拒绝销售类似于 Chromecast 和 Google Home 等谷歌产品，拒绝为 Google Cast 用户提供 Prime Video，而且上月停止销售了部分 Nest 产品。由于缺乏互动，我们不再为 Echo Show 和 Fire TV 提供 YouTube 支持。我们希望能够尽快达成共识来解决这个问题。”

随后亚马逊通过 **Variety** 发表如下声明：“**Echo Show** 和 **Fire TV** 现在能够显示标准网页视图版 **YouTube.com**，并指出消费者可以直接访问 **YouTube** 现有网站。谷歌阻止用户访问开放网站的行为令人感到失望。我们希望同谷歌尽快解决这个问题。”

Hulu 流媒体直播服务力压 YouTube TV

1 月 24 日消息，CNBC 援引不具名消息源称，Hulu 的虚拟 MVPD 服务 **Hulu Live TV** 目前拥有订户约 45 万（2017 年 5 月推出），而 **YouTube** 的同类流媒体直播服务 **YouTube TV** 拥有订户约 30 万（2017 年 4 月推出）。而这两家数字视频公司目前均未公布官方数据。这两个去年刚推出的流媒体直播服务受到了有线、卫星和 **IPTV** 等传统运营商的密切关注。这些运营商的线性电视服务用户正加速流失，转向 **OTT** 流媒体直播平台。

亚马逊 Prime 服务提价 18%

1 月 24 日消息，亚马逊将上调美国地区的 **Prime** 会员价格，分析师表示，英国用户可能很快也会面临涨价。

按月付费的 **Prime** 会员服务包含 **Prime Video** 流媒体服务和更快的物流服务，亚马逊将其价格从 10.99 美元上调至 12.99 美元，提价 18%。

GBH Insights 的分析师表示：“我们认为，英国亚马逊 **Prime** 会员的年费会保持不变，但按月订阅的费用将有所上升。”分析师认为，在亚马逊大幅提升内容成本的情况下，这是一个“智慧且具有战略性的决策”，将“推动 **Prime** 包月会员升级为年费会员”。

Bloomberg 在 Twitter 推出电视服务

1 月 25 日雄心，**Bloomberg** 近期在 **Twitter** 推出首个 24 小时流媒体电视服务“**TicToc by Bloomberg**”，社交媒体平台 **Twitter** 正寻求扩大在线视频市场的份额。“**TicToc by Bloomberg**”是针对年轻一代的移动新闻消费者推出的，该计划已于 5 月公布。

Facebook 将强化视频社交功能

1 月 22 日消息，Facebook 正在测试一项名为“观影派对”（Watch Parties）的全新视频体验。该功能可让一群人在同一时间一起观看视频。

“观影派对”可以让 Facebook 群组的成员共同观看、评论并同时作出反应，从而创建一种共享观影的体验。群组管理员可以选择“观影派对”播放的视频，可以是 Facebook 上任何直播或录播的公开视频。

亚马逊或将通过智能音箱口播广告

1 月 3 日消息，亚马逊发明了基于语音助手的智能音箱 Echo，这成为过去五年互联网行业最重大发明。目前，从中国日本到美国，全球科技公司正在疯狂模仿亚马逊，推出智能音箱。而在智能音箱基础之上，亚马逊正准备更进一步，构建新的广告商业模式。据美国财经新闻网站 CNBC 于 1 月 3 日报道，亚马逊正在和多家广告主进行商谈，其中包括宝洁、Clorox。未来在智能音箱的语音服务中，亚马逊将会植入广告。

苹果智能音箱 HomePod 即将发售

1 月 24 日消息，苹果无线智能音箱 HomePod 即将于 2 月 9 日登陆门店。

从 1 月 26 日起，美国、英国和澳大利亚市场可在线订购。HomePod 将在今年春天登陆法国和德国市场。

苹果方面表示，HomePod 可使用语音控制，操作简单。用户可通过 Apple Music 订阅账号播放大量云端音乐。目前，Siri 已被用于逾 5 亿设备，已经成为了音乐行家并且了解用户的偏好和品味。

HomePod 可以通过 Siri 发送消息，设置闹钟，播放播客节目，检查新闻、体育、交通和天气信息并控制大量 HomeKit 智能家居配件。

流媒体音乐平台 Spotify 或提交上市申请

1 月 4 日消息，据国外媒体报道，据了解情况的人士称，流媒体音乐平台 Spotify AB 已秘密向美国证券交易委员会(简称 SEC)提交上市申请文件。Spotify 拟采用“直接上市”(direct listing)的模式，只是简单地在交易所登记股票，让它们自由交易。在这种模式下，Spotify 不需要借助承销商配售新股票，也不会筹集到任何新资金。这不同于传统意义上的 IPO(首次公开募股)。

一般来说，在公司股票开始交易前，新投资者会从公司或者早期投资者手中购买股票。在与潜在新投资者举行了大量会议后，承销商将确定上市公司股票的发行价。Spotify 计划在纽交所上市。知情人士称，这家瑞典公司希望在 3 月或 4 月上市。知情人士表示，如果上市顺利，将鼓励其他高估值、拥有大量现金的初创公司(比如 Airbnb)寻求直接上市。

5、技术动态

Verizon 宣布 2018 年大规模部署 NG-PON2 技术

1 月 31 日消息，Verizon 将从 2018 年第一季度开始大规模部署 NG-PON2 系统，目前该运营商已经选择了 Calix 的 AXOS E9-2 智能边缘系统来支撑这一项目。

此次部署包括 AXOS RPm（用于 Layer 3 的路由协议模块）和 AXOS SMm（用于分解的宽带网络网关的用户管理模块）。通过利用永远在线的融合服务平台，Verizon 将为住宅、企业和移动服务部署一张统一的接入网络。这是业界对 NG-PON2 技术的业界首次使用，将帮助 Verizon 实现网络运营复杂性和成本的大幅降低，同时使该公司能够以前所未有的速度部署新服务。

“几年前我们就已经确定，我们需要一张更好的网络来满足客户对带宽和更高吞吐量不断增长的需求。我们意识到，单波系统（例如 10G EPON 和 XGS-PON）只可能成为临时的解决方案，而我们需要更长期的解决方案。NG-PON2 是一个将能够满足客户在未来十年甚至更长时间内需求预期的平台，因为它具有多种演进路径，并为简化网络带来许多经营效益。它代表了接入网络设计的范式转变。” Verizon 技术规划总监 Vincent O’ Byrne 表示。

Verizon 参与完成 400G 现场试验

1 月 30 日消息，美国电信运营商 Verizon 已经完成了其最新的 400G 现场试验，此次试验在其分组光网上的 MPLS 核心路由器之间的单个波长上提供了以太网业务，显示了这些新技术如何在其网络中进行使用的可能性。从行业的角度来看，现场试验说明了 400G 传输和路由器能够如何被应用于网络，从而来满足由视频流、VR 和云计算驱动的带宽需求。

DoCoMo 宣布今年测试 C-V2X

1 月 19 日消息，日本 NTT DoCoMo 已经与大陆、日产、INC、OKI、爱立信和高通展开合作，计划今年在日本进行首次蜂窝车联网(C-V2X)测试。本次合作目的是验证并演示使用 3GPP R14 规范的 C-V2X 的优势。测试旨在演示使用 5GHz 频段的 C-V2X 直接通信的范围、可靠性和延迟优势，以及结合 LTE-Advanced 网络通信的互补优势。

美国下一代电视标准 ATSC 3.0 将逐步落地

1 月 4 日消息，2017 年 11 月，美国联邦通信委员会(FCC)正式批准该标准部署，ATSC 3.0 支持者和投资者 Sinclair 广播集团立即宣布了要让该标准实现全国铺展的野心。这一新的电视标准将为无线广播带来更好的音视频质量，支持基于 IP 传输的互动功能。

欧洲广播联盟发布 HDR 指南

1 月 4 日消息，欧洲公共广播商组织欧洲广播联盟(EBU)近日向成员发布了一份有关 HDR 的指南，向 EBU 成员介绍 HDR 这一技术。EBU 表示，这份指南概括了有关 HDR 的关键概念和技术，囊括了更多细节信息的指标。这一指南将被频繁更新，以便反映出 HDR 标准化的进程以及广播商的经验 and 见解。

德国 IRT 计划测试 5G 电视广播

1 月 25 日消息，德国广播技术机构 IRT 发起了一项名为 5G-Today 的研究计划，希望了解新移动网络标准 5G 在多大程度上适合大规模电视频道传输。5G 广播模式 FeMBMS

（Further evolved Multimedia Broadcast Multicast Service）是增强型多媒体广播多播业务（eMBMS）的进一步发展，将被用于这一研究计划。目前，巴伐利亚高原地区已经搭建了一个试验场。

华纳兄弟加入 HDR10+阵营

1 月 10 日消息，华纳兄弟家庭娱乐公司宣布支持 HDR10+技术。这是三星、20 世纪福克斯和松下于去年 9 月共同发起的开放性、免授权费 HDR 动态元数据平台。这一宣布意味着，三星、松下和其他支持 HDR10+技术的 4K HDR 电视可以播放来自华纳兄弟的内容。而在华纳兄弟宣布加盟的当天，三家发起公司共同宣布对 HDR10+平台的联合认证和 LOGO 方案进行更新。

Eurosport 将提供冬奥会 VR 直播

1 月 31 日消息，Eurosport 将为平昌冬奥会制作 50 多个小时的虚拟现实（VR）直播节目，通过专门的 APP 播送。这一冬奥会 Eurosport VR APP 将提供一系列体育赛事的沉浸式实时报道，包括高山滑雪、冰壶、花样滑冰、冰球、短道速滑、跳台滑雪、俯式冰橇以及滑板滑雪。此外，该 APP 还将提供开、闭幕式的报道，以及 VR 点播回看和每日精彩瞬间集锦。

六、 市场数据

1、 监测数据

IPTV 收视数据

2017 年 12 月-2018 年 1 月各省电信 ITV 影视

广东电信

周期	项目	TOP1	TOP2	TOP3
----	----	------	------	------

2017 年 12 月 25 日-12 月 31 日	电视剧	《琅琊榜》	《反黑》	《仙女湖》
	电影	《羞羞的铁拳》	《追龙》	《熊出没之熊心归来》
	综艺	《快乐大本营》	《青春旅社》	《蒙面唱将猜猜猜 2》
	卡通	《熊出没》	《兔小贝儿歌》	《汪汪队立大功》
2018 年 1 月 1 日-1 月 7 日	电视剧	《后宫·甄嬛传》	《蜂鸟》	《琅琊榜》
	电影	《羞羞的铁拳》	《银翼杀手 2049》	《疯狂动物城》
	综艺	《快乐大本营》	《奔跑吧兄弟 4》	《蒙面唱将猜猜猜 2》
	卡通	《熊出没》	《兔小贝儿歌》	《汪汪队立大功》
2018 年 1 月 8 日-1 月 14 日	电视剧	《后宫·甄嬛传》	《微微一笑很倾城》	《枪口》
	电影	《前任 2 备胎反击战》	《冰雪奇缘》	《疯狂动物城》
	综艺	《快乐大本营》	《奔跑吧兄弟 4》	《蒙面唱将猜猜猜 2》
	卡通	《熊出没》	《兔小贝儿歌》	《汪汪队立大功》
2018 年 1 月 15 日-1 月 21 日	电视剧	《后宫·甄嬛传》	《心如铁》	《小楼又东风》
	电影	《十万个冷笑话 2》	《叶问 3》	《前任 2 备胎反击战》
	综艺	《快乐大本营》	《三个院子》	《奔跑吧兄弟 4》
	卡通	《熊出没》	《兔小贝儿歌》	《猫和老鼠》

上海电信

周期	直播/点播	TOP1	TOP2	TOP3
2017 年 12 月 29 日-2018 年 1 月 4 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《风筝》	《小猪佩奇》	《琅琊榜之风起长林》

2018 年 1 月 5 日-11 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《风筝》	《小猪佩奇》	《琅琊榜之风起长林》
2018 年 1 月 19 日-25 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《明日小子麦尔斯》	《小猪佩奇》	《My Little pony》

工信部公报（2017 年）

2017 年，我国通信业深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，积极推进网络强国战略，加强信息网络建设，深入落实提速降费，加快发展移动互联网、IPTV、物联网等新型业务，为国民经济和社会发展提供了有力支撑。

一、行业保持较快发展

（一）电信业务总量大幅提高，电信收入增长有所加快

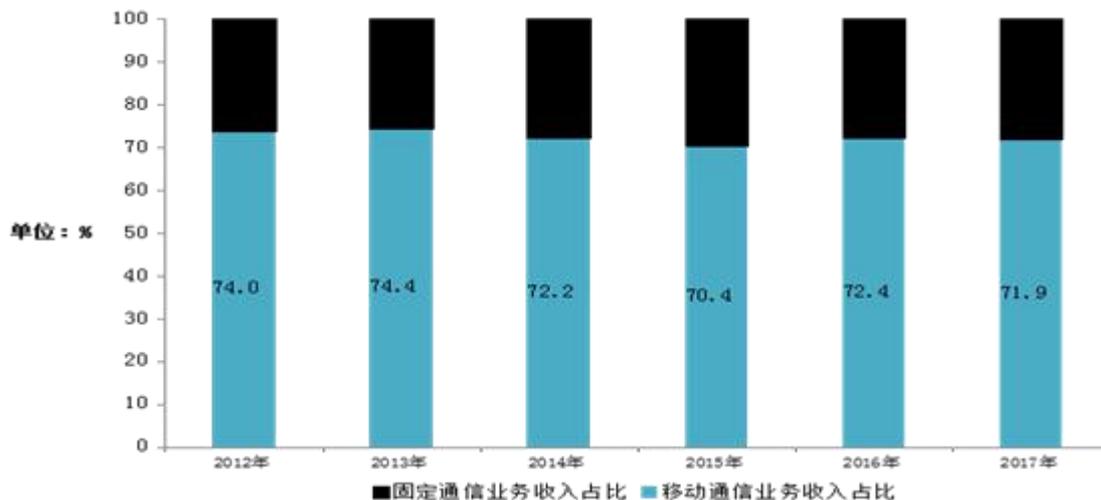
初步核算，2017 年电信业务总量达到 27557 亿元（按照 2015 年不变单价计算），比上年增长 76.4%，增幅同比提高 42.5 个百分点。电信业务收入 12620 亿元，比上年增长 6.4%，增速同比提高 1 个百分点。

图 1-1 2010-2017 年电信业务总量与业务收入增长情况①



全年固定通信业务收入完成 3549 亿元，比上年增长 8.4%。移动通信业务实现收入 9071 亿元，比上年增长 5.7%，在电信业务收入中占比为 71.9%，较上年回落 0.5 个百分点。

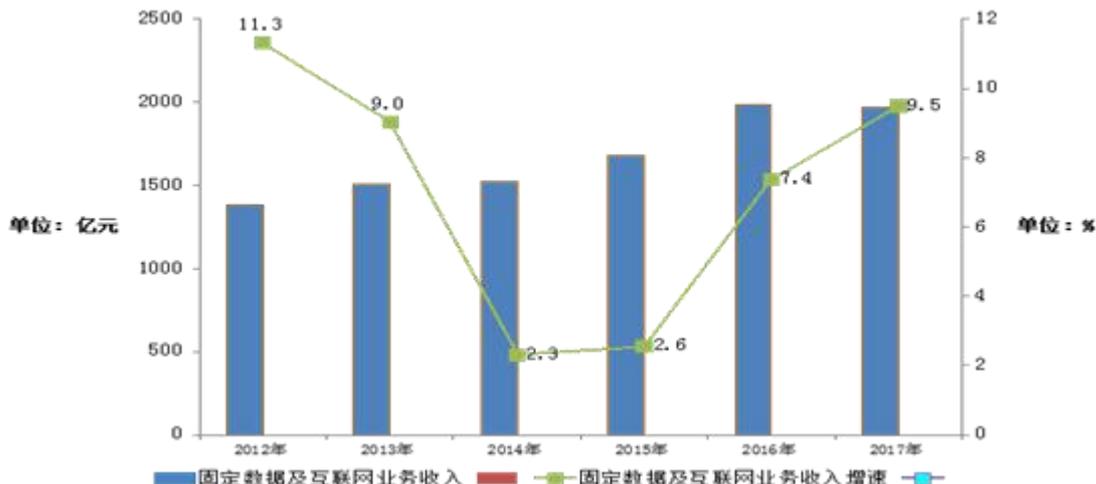
图 1-2 2012-2017 年固定通信和移动通信收入占比变化情况



（二）数据及互联网业务稳定增长，语音等传统业务继续萎缩

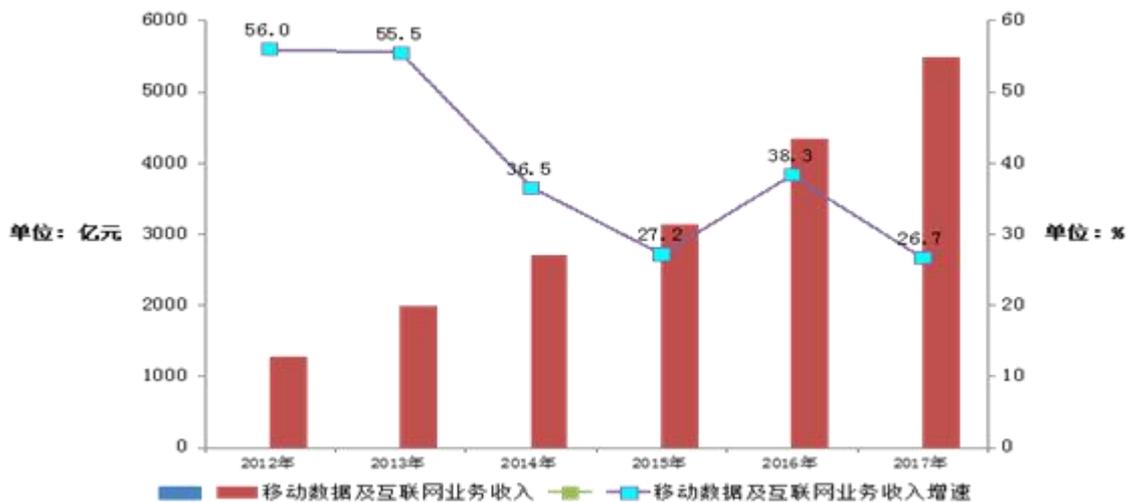
宽带中国战略加快实施带动数据及互联网业务加快发展。2017 年，在固定通信业务中固定数据及互联网业务收入达到 1971 亿元，比上年增长 9.5%，在电信业务收入中占比由上年的 15.2%提升到 15.6%，拉动电信业务收入增长 1.4 个百分点，对全行业业务收入增长贡献率达 21.9%。受益于光纤接入速率大幅提升，家庭智能网关、视频通话、IPTV 等融合服务加快发展。全年 IPTV 业务收入 121 亿元，比上年增长 32.1%；物联网业务收入比上年大幅增长 86%。

图 1-3 2012-2017 年固定数据及互联网业务收入情况



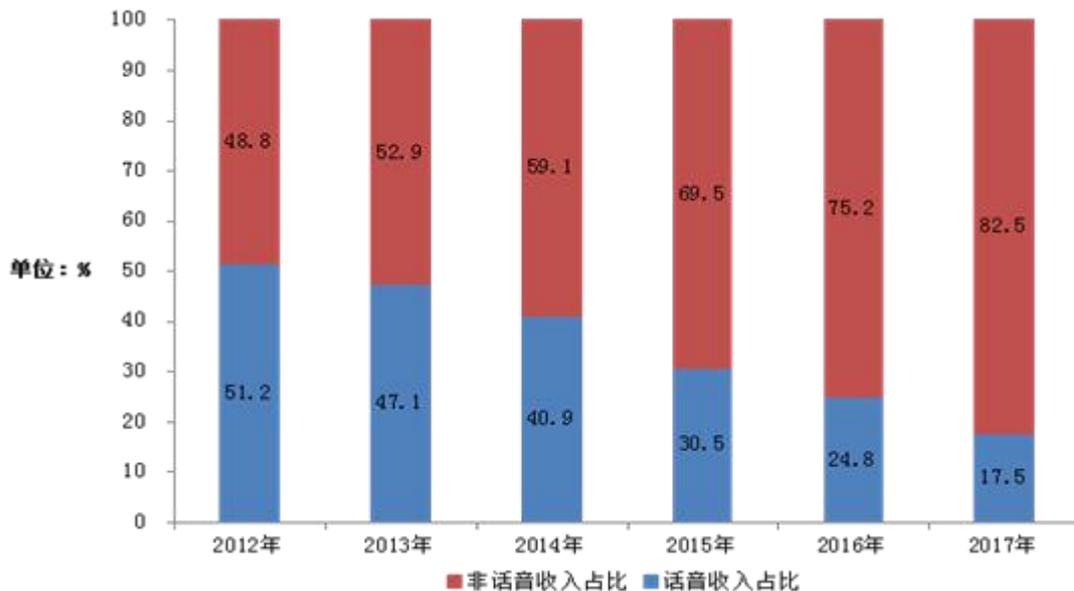
2017 年，在移动通信业务中移动数据及互联网业务收入 5489 亿元，比上年增长 26.7%，在电信业务收入中占比从去年的 38.1% 提高到 43.5%，对收入增长贡献率达 152.1%。

图 1-4 2012-2017 年移动数据及互联网业务收入情况



随着高速互联网接入服务发展和移动数据流量消费快速上升，语音业务（包括固定话音和移动话音）继续呈现大幅萎缩态势。2017 年完成语音业务收入 2212 亿元，比上年下降 33.5%，在电信业务收入中的占比降至 17.5%，比上年下降 7.3 个百分点。

图 1-5 2012-2017 年电信收入结构（语音和非语音）情况



二、网络提速和普遍服务效果显现

（一）电话用户规模稳步扩大，移动电话普及率首次破百

2017 年，全国电话用户净增 8269 万户，总数达到 16.1 亿户，比上年增长 5.4%。其中，移动电话用户净增 9555 万户，总数达 14.2 亿户，移动电话用户普及率达 102.5 部/百人，比上年提高 6.9 部/百人，全国已有 16 省市的移动电话普及率超过 100 部/百人。固定电话用户总数 1.94 亿户，比上年减少 1286 万户，每百人拥有固定电话数下降至 14 部。

图 2-1 2000-2017 年固定电话、移动电话用户发展情况



（二）网络提速效果显著，高速率宽带用户占比大幅提升

进一步落实网络提速要求，加快拓展光纤接入服务和优化 4G 服务，努力提升用户获得感。截止 12 月底，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 3.49 亿户，全年净增 5133 万户。其中，50Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数达 2.44 亿户，占总用户数的 70%，占比较上年提高 27.4 个百分点；100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数达 1.35 亿户，占总用户数的 38.9%，占比较上年提高 22.4 个百分点。截至 12 月底，移动宽带用户（即 3G 和 4G 用户）总数达 11.3 亿户，全年净增 1.91 亿户，占移动电话用户的 79.8%。4G 用户总数达到 9.97 亿户，全年净增 2.27 亿户。

图 2-2 2016-2017 年固定互联网宽带各接入速率用户占比情况

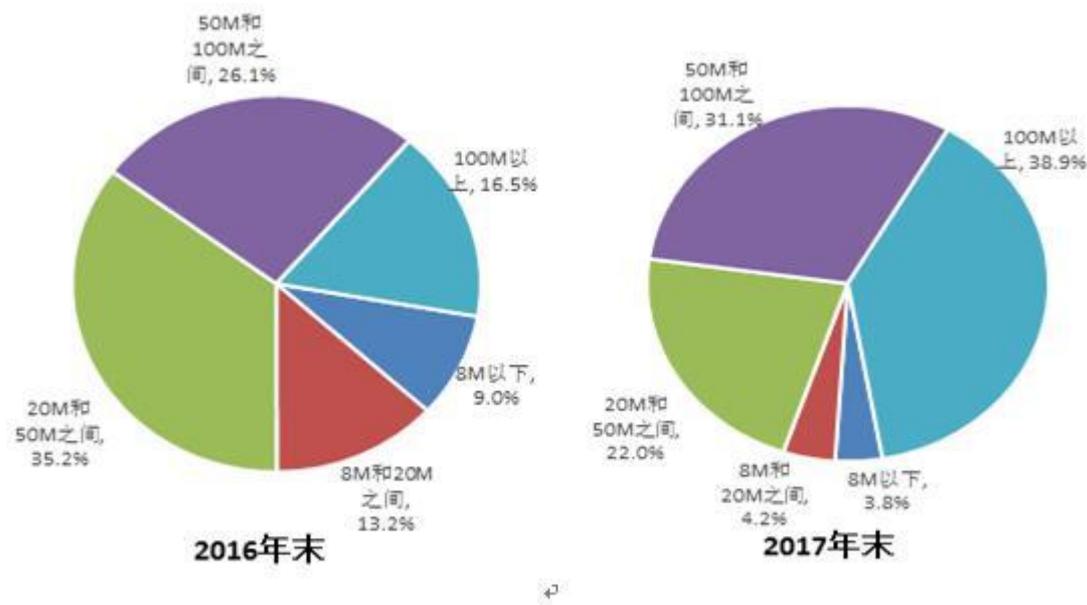
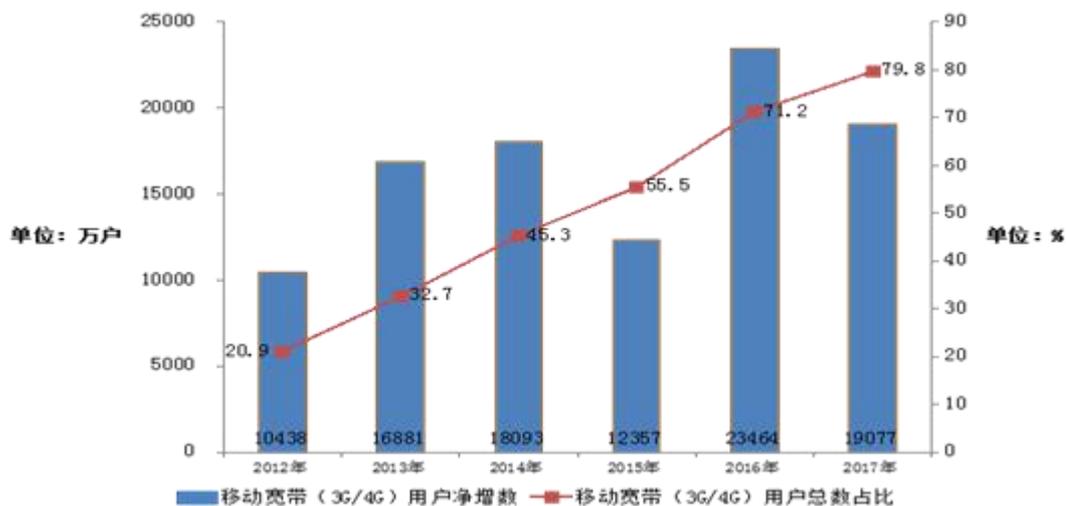


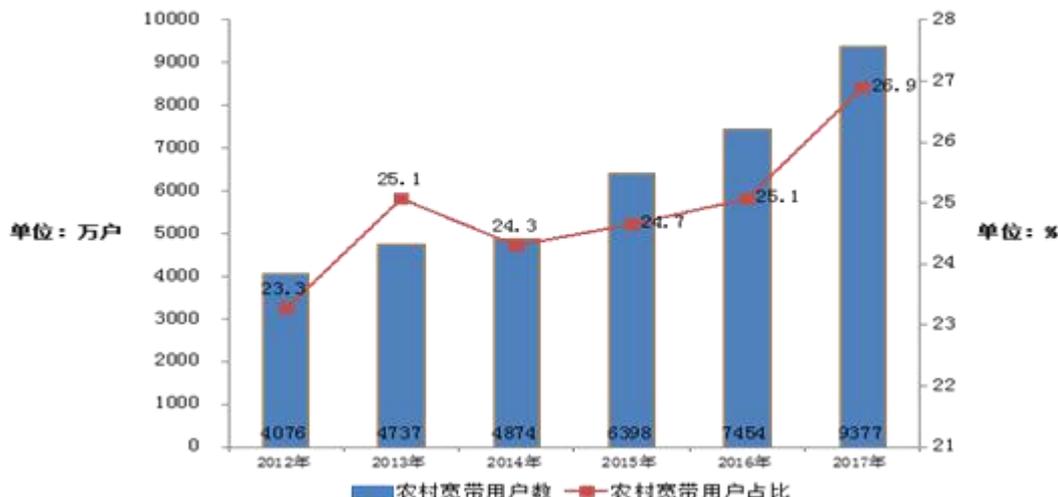
图 2-3 2012-2017 年移动宽带用户（3G/4G）发展情况



（三）普遍服务继续推进，农村宽带用户增长加速

2017 年末，电信业完成 3.2 万个行政村通光纤的电信普遍服务任务部署。全国农村宽带用户达到 9377 万户，全年净增用户 1923 万户，比上年增长 25.8%,增速较上年提高 9.3 个百分点；在固定宽带接入用户中占 26.9%，占比较上年提高 1.8 个百分点。

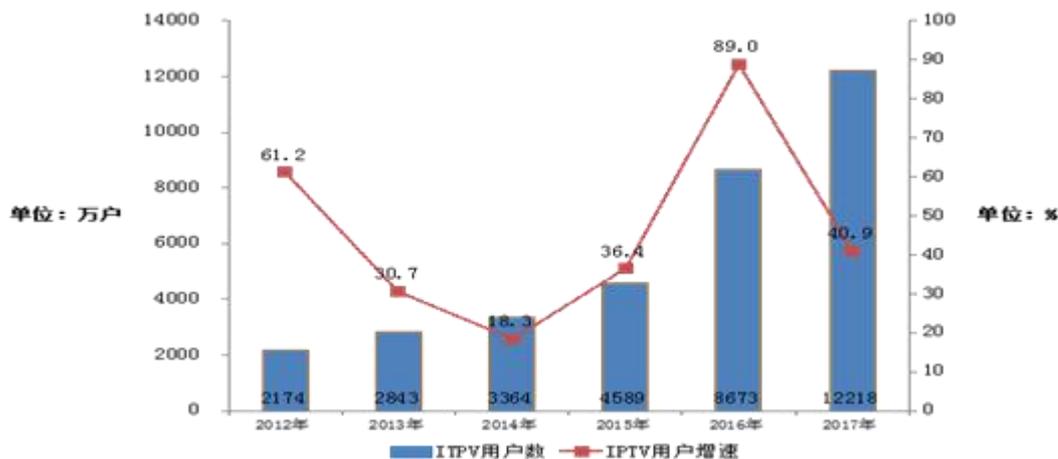
图 2-4 2012-2017 年农村宽带接入用户情况



（四）行业融合加深，新业务发展动能强劲

加快培育新兴业务，扎实提高 IPTV、物联网、智慧家庭等服务能力。2017 年末，IPTV 用户数达到 1.22 亿户，全年净增 3545 万户，净增用户占光纤接入净增用户总数的 53.5%。

图 2-5 2012-2017 年 IPTV 用户及增速情况



三、移动数据流量消费等新兴业务继续大幅攀升

（一）移动互联网应用加快普及，户均流量翻倍增长

4G 移动电话用户扩张带来用户结构不断优化，支付、视频广播等各种移动互联网应用普及，带动数据流量呈爆炸式增长。2017 年，移动互联网接入流量消费达 246 亿 GB^②，比上年增长 162.7%，增速较上年提高 38.7 个百分点。全年月户均移动互联网接入流量达到 1775MB/月/户，是上年的 2.3 倍，12 月当月户均接入流量高达 2752MB/月/户。其中，

手机上网流量达到 235 亿 GB，比上年增长 179%，在移动互联网总流量中占 95.6%，成为推动移动互联网流量高速增长的主要因素。

图 3-1 2012-2017 年移动互联网接入流量增长情况

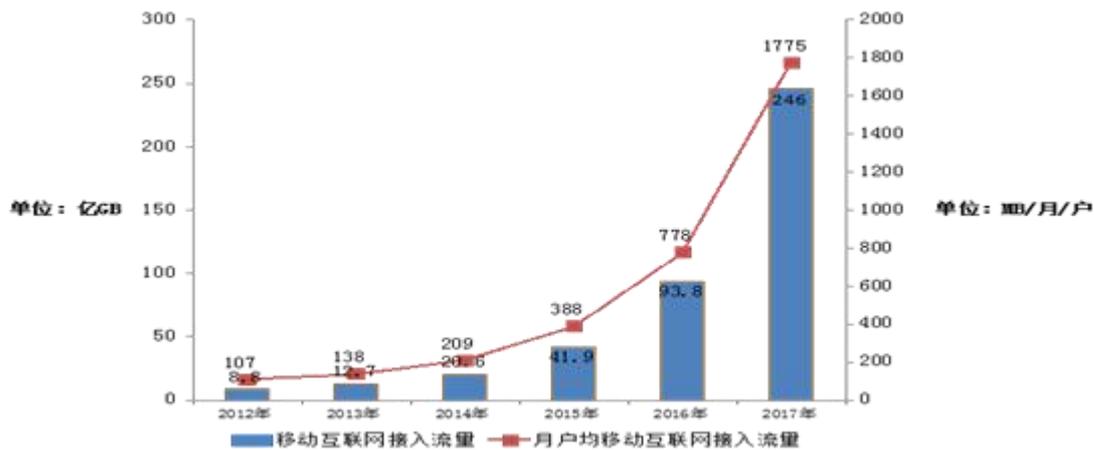
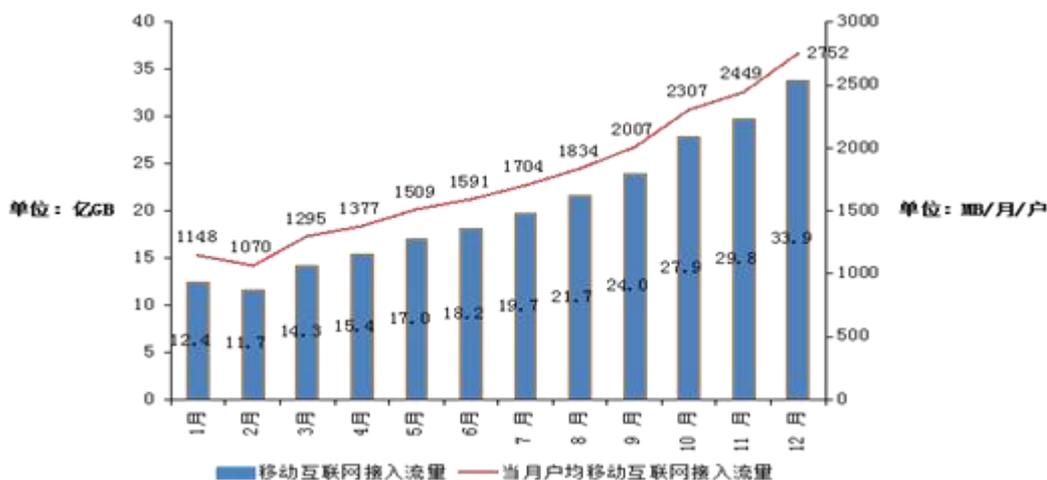


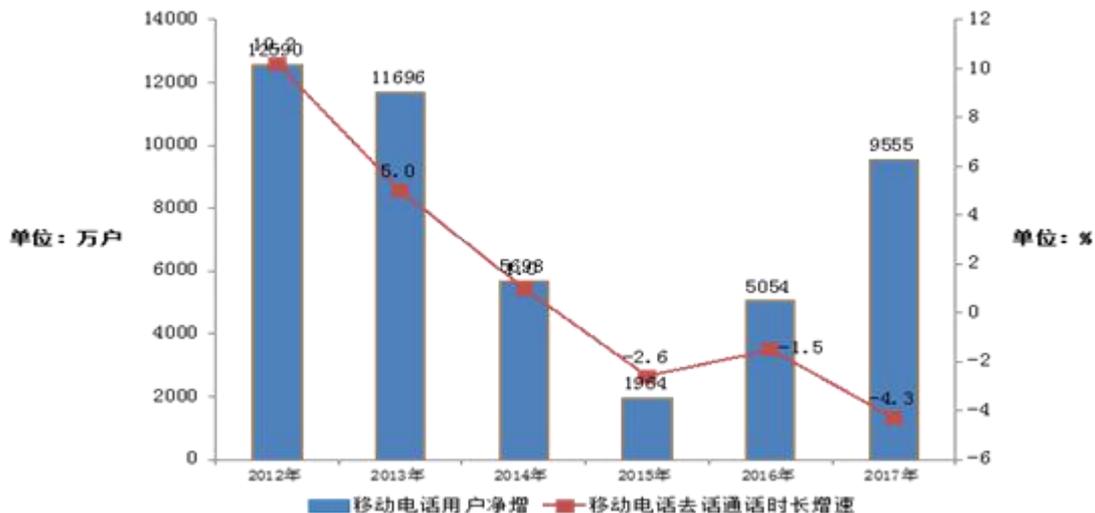
图 3-2 2017 年各月当月户均移动互联网接入流量增长情况



（二）互联网应用替代作用增强，传统业务持续下降

2017 年，全国移动电话去话通话时长 2.69 万亿分钟，比上年减少 4.3%，降幅较上年扩大 2.8 个百分点。全国移动短信业务量 6644 亿条，比上年减少 0.4%。其中，由移动用户主动发起的点对点短信量比上年减少 30.2%，占移动短信业务量比重由上年的 28.5% 降至 19.9%。彩信业务量只有 488 亿条，比上年减少 12.3%。移动短信业务收入 358 亿元，比上年减少 2.6%。

图 3-3 2012-2017 年移动电话去话通话时长增速和移动用户净增情况

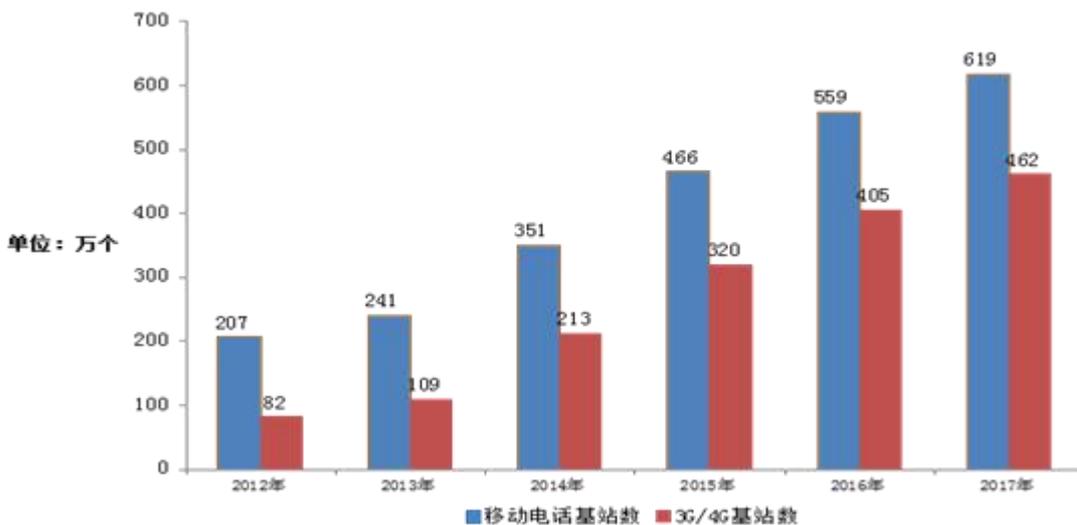


四、网络基础设施建设继续加强

(一) 信息网络建设扎实推进，4G 移动网络深覆盖

着力提升网络品质，加快光纤网络建设，完善 4G 网络覆盖深度，不断消除覆盖盲点，移动网络服务质量和覆盖范围继续提升。2017 年，全国净增移动通信基站 59.3 万个，总数达 619 万个，是 2012 年的 3 倍。其中 4G 基站净增 65.2 万个，总数达到 328 万个。

图 4-1 2012-2017 年移动电话基站发展情况



(二) 光缆加快建设，网络空间综合实力加强

2017年新建光缆线路长度705万公里，全国光缆线路总长度达3747万公里，比上年增长23.2%。“光进铜退”趋势更加明显，截止12月底，互联网宽带接入端口数量达到7.79亿个，比上年净增0.66亿个，增长9.3%。其中，光纤接入（FTTH/O）端口比上年净增1.2亿个，达到6.57亿个，占互联网接入端口的比重由上年的75.5%提升至84.4%。xDSL端口比上年减少1639万个，总数降至2248万个，占互联网接入端口的比重由上年的5.5%下降至2.9%。

图 4-2 2012-2017 年互联网宽带接入端口发展情况

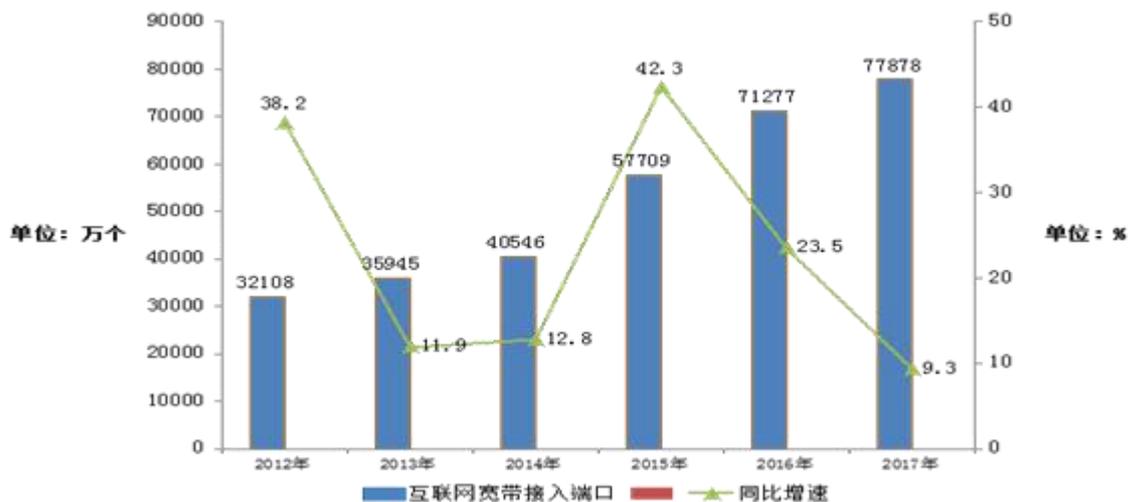
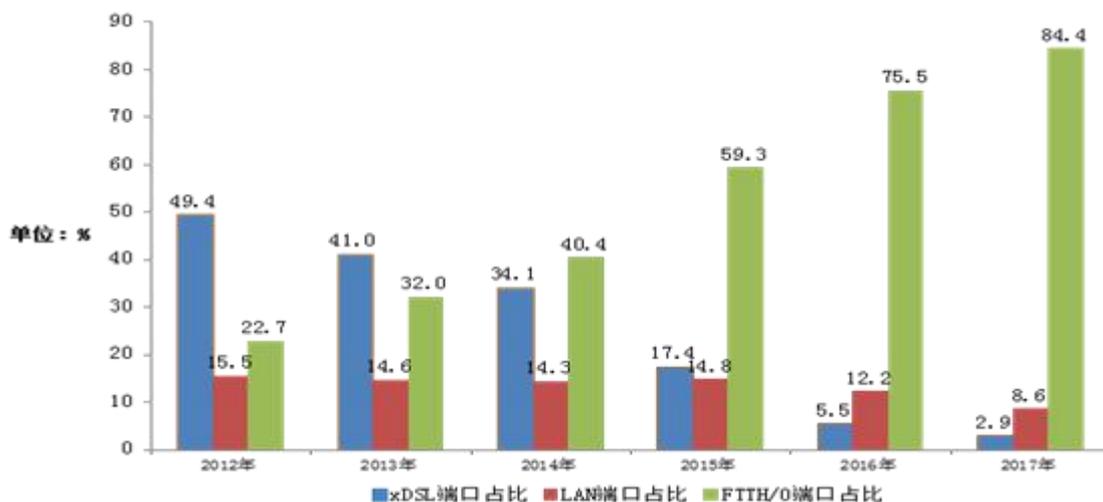


图 4-3 2012-2017 年互联网宽带接入端口按技术类型占比情况

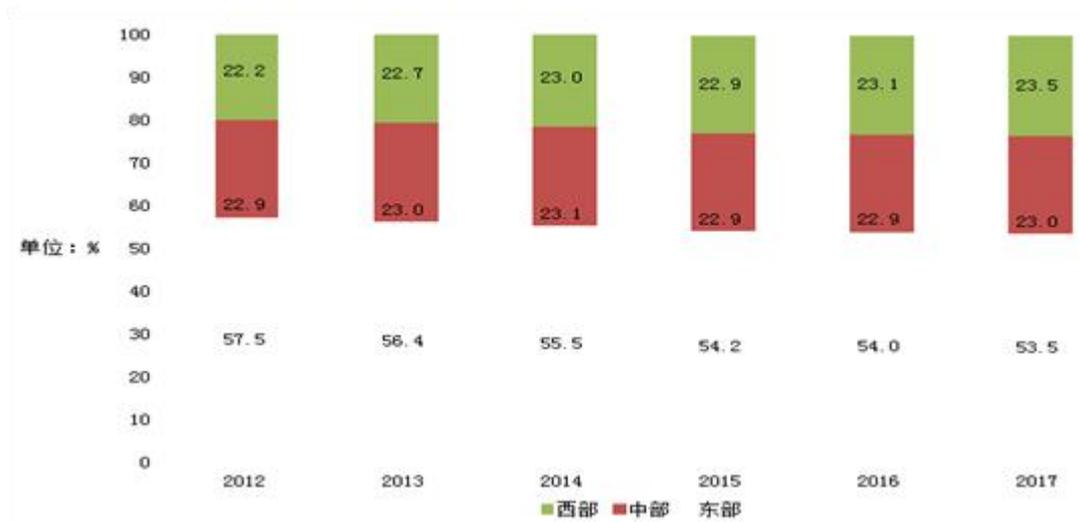


五、东中西部地区协调发展

（一）东部地区电信业务收入继续占据半壁江山，中西部地区占比有所上升

2017 年，东部地区实现电信业务收入 6759 亿元，比上年增长 6.6%，占全国电信业务收入比重为 53.5%，占比较上年减少 0.5 个百分点。中部和西部实现电信业务收入分别为 2908 亿元和 2978 亿元，比上年增长 7.4%和 8.5%，占比分别为 23%和 23.5%，比上年提升了 0.1 个、0.4 个百分点。

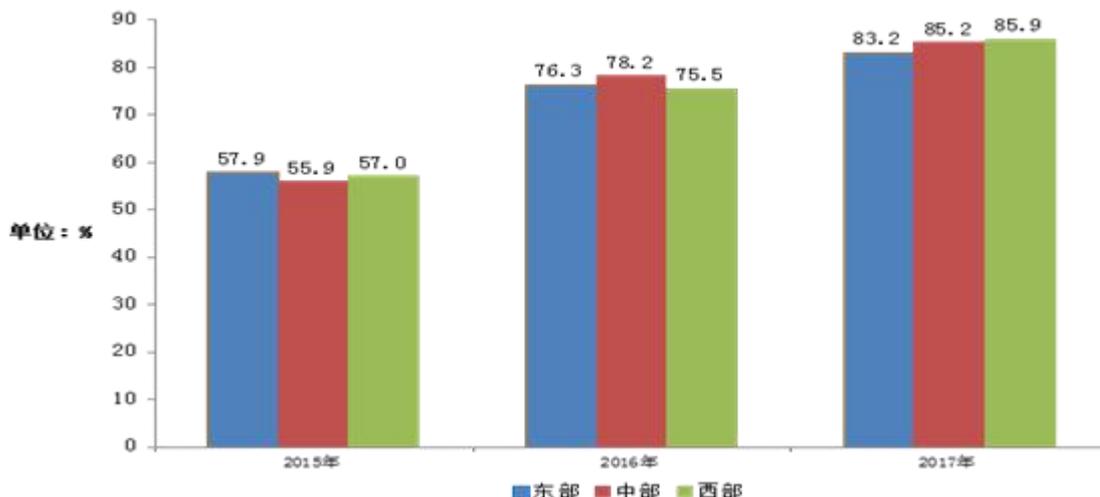
图 5-1 2012-2017 年东、中、西部地区电信业务收入比重



（二）东中西部光纤宽带接入用户渗透率均超过八成，西部地区提升明显

2017 年，东、中、西部光纤接入用户分别达到 14585 万户、7708 万户和 7100 万户，比上年分别增长 24.9%、29.3%和 38.5%。西部地区增速比东部和中部分别快 13.6 个和 9.2 个百分点。东、中、西部光纤接入用户在固定宽带接入用户中的占比分别达到 83.2%、85.2%和 85.9%，其中西部地区较上年大幅提高 10.4 个百分点。

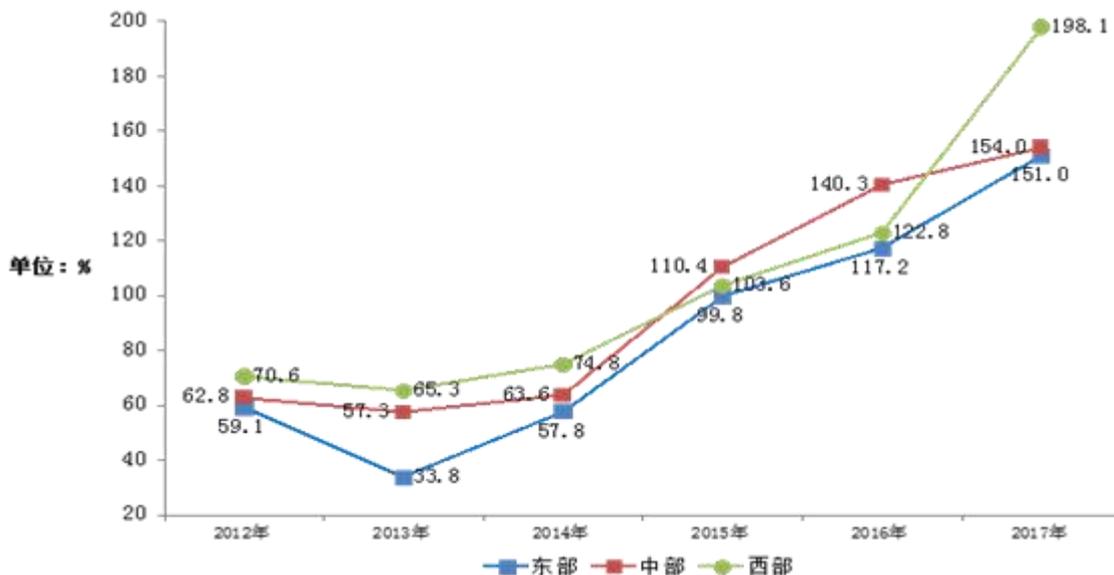
、图 5-2 2015-2017 年东、中、西部地区光纤宽带接入用户渗透率



（三）东中西部移动数据业务均呈现加快发展态势，西部增长接近两倍

2017 年，东、中、西部地区移动互联网接入流量分别达到 121 亿 GB、59.9 亿 GB 和 64.9 亿 GB，比上年分别增长 151%、154%和 198.1%，西部增速比东部、中部增速分别高 47.1 个和 44.1 个百分点。东、中、西部地区月户均流量达到 1780MB/月/户、1680MB/月/户、1865MB/月/户，西部比东部和中部分别高 85MB/月/户和 185MB/月/户。

图 5-3 2012-2017 年东、中、西部移动互联网接入流量增速



①2010-2015 年电信业务总量按照 2010 年不变单价计算，2016-2017 年按照 2015 年不变单价计算。

②1GB=1024MB

运营商月报（12 月份）

1 月 29 日消息，移动、联通和电信近期分别公布了 2017 年的部分运营数据，在固网宽带方面，电信依然占上游，移动紧追，而联通则逐渐掉队。4G 方面移动依旧处于大幅增长状态。

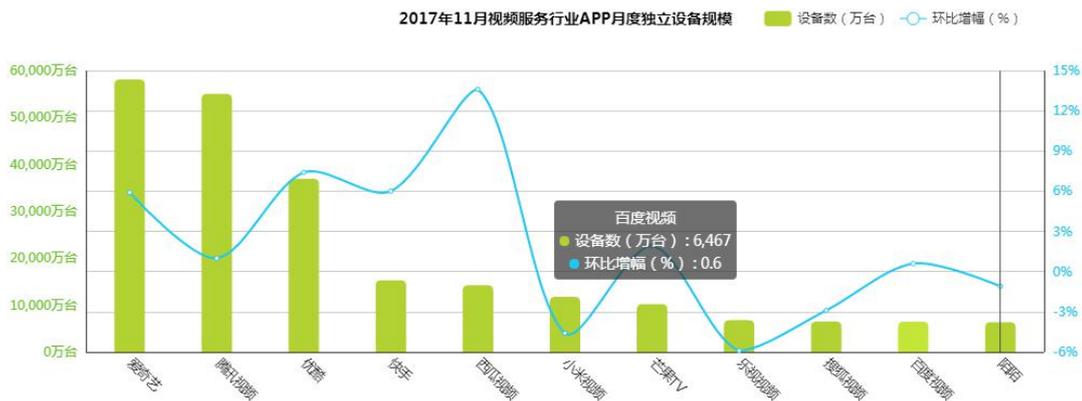
	中国移动	中国电信	中国联通
移动用户净增	325.3 万	212 万	282.4 万
累计移动用户	8.872 亿	2.4996 亿	2.8416 亿
4G 用户净增	1561.6 万	474 万	443.8 万
累计 4G 用户	6.49507 亿	1.8204 亿	1.7487 亿
宽带用户净增	254.8 万	66 万	-96.4 万
累计宽带用户	1.12687 亿	1.3353 亿	7653.9 万

中国移动在 4G 方面依然保持着遥遥领先，其中，中国移动 12 月净增移动用户数为 325.3 万户，总数达 8.872 亿户。4G 用户净增 1561.6 万户，较 11 月份净增 522.3 万户明显上升，用户总数达到 6.49507 亿户；中国联通 12 月移动出账用户净增 282.4 万户，2017 年全年移动出账用户累计净增达 2034.1 万户；移动出账用户累计达 28416.3 万户。中国电信新增移动用户 212 万户，累计达 2.4996 亿户；当月 4G 用户新增 474 万户，累计用户数达 1.8204 亿户。中国联通经过混改后，与腾讯等大型互联网企业合作，开放了优惠的 4G 套餐，取得了明显的效果。其中，12 月 4G 用户净增 443.8 万户，2017 年全年 4G 用户累计净增 7032.5 万户，4G 用户累计达 17487.6 万户。

其次，在固网业务方面，中国电信一直保持着领先地位，2017 年 12 月份中国电信有线宽带用户新增 66 万户，累计 1.3353 亿户。中国移动 12 月份有线宽带用户净增 254.8 万户，较 11 月份的 314.3 万户有所放缓，总数达 1.12687 亿户。相比较前两大运营商中国联通就稍有逊色，固网宽带用户 12 月减少 96.4 万户，2017 年全年固网宽带用户累计净增数达 130.3 万户，固网宽带用户累计达 7653.9 万户。

纵观宽带市场，只能用“一家欢喜，几家忧”来形容。民营宽带企业艾普宽带在即将迎来自己 18 周岁生日之前倒下了，众多民营宽带企业在这个寒冬中瑟瑟发抖。中国电信和中国联通无疑也受到了影响。“南电信、北联通”的格局在 2017 年已经终结。

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	58118	+ 5.9	在线视频
02	腾讯视频	55025	+ 1	在线视频
03	优酷	36922	+ 7.4	在线视频
04	快手	15308	+ 6	短视频
05	西瓜视频	14233	+ 13.6	短视频
06	小米视频	11773	-4.6	聚合视频
07	芒果 TV	10233	+ 1.9	在线视频
08	乐视视频	6780	-5.9	在线视频
09	搜狐视频	6517	-2.9	在线视频
10	百度视频	6467	+ 0.6	聚合视频

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

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	25501	-0.7	
02	爱奇艺	25022	-1.1	
03	风行	16297	+ 0.5	
04	芒果 TV	15416	-0.3	
05	PPTV 聚力	10117	+ 0.6	
06	暴风影音	6094	+ 1.7	
07	乐视视频	5498	-11.3	
08	土豆网	5479	-2.1	
09	六间房	3720	+ 5.6	
10	华数 TV	3560	-7	

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

2、视频数据

福建高清 IPTV 突破 400 万户

1 月 22 日，福建省广播影视集团与中国电信福建公司在福建广电大剧院联合举行“智慧家 新体验——福建高清 IPTV 用户超 400 万暨电信电视节启动仪式”，现场将展示福建高清 IPTV 的新内容、新体验和新应用！本次活动于 2018 年 1 月 22 日下午 14:40-16:30 进行直播。高清 IPTV 是一项倍受社会关注的三网融合业务，也是一项信息惠民的重要民生工程。福建高清 IPTV 快速发展是中国电信福建公司、福建广播影视集团与产业链深入合作的积极成果。网络建设上，中国电信福建公司建成全光网省，宽带用户平均接入速率近 85M，千兆宽带用户占比近 70%，为承载 IPTV 业务打下坚实基础。

奇异果 TV 日活终端突破 1800 万

1 月 14 日消息，奇异果 TV 作为银河与爱奇艺联合打造的互联网电视应用品牌，集成了中国最大视频网站爱奇艺所有高清正版视频内容。目前奇异果 TV 已经拥有 1.6 亿智能电视用户，在奇异果 TV 六周年之际，单日播放次数已经突破 4 亿。

根据第三方最新数据显示，截止 2017 年 12 月，奇异果 TV 日均活跃终端数已达 1803 万台，日活规模以较大优势排名行业第一，奇异果 TV 已成为中国覆盖用户规模最大、活跃用户最多的互联网电视应用的领导品牌。

海信互联网电视用户突破 3000 万

1 月 21 日消息，近期海信发布最新互联网电视用户数据报告：2017 年用户数突破 3078 万(国内用户 2521 万，国外用户 557 万)，国内日活达到 1100 万+，日均观看时长达 296 分钟，付费点播和广告收入更是翻番式增长，坐实中国乃至全球最大的互联网电视云平台。

数据显示：2017 年，海信家庭娱乐外设下载量和运行量突飞猛进，其中最为突出的跨屏 K 歌娱乐平台——天籁 K 歌，下载量环比提升 775%，用户在线时长环比提升 1360%。

央视新闻移动网用户数突破百万

1月5日消息，截至2017年12月30日，央视新闻移动网用户数量突破100万，日均活跃用户数达18.7万，央视新闻客户端下载量达6000多万次。

“央视新闻”新媒体深耕用户交互、优化搜索环境，拓展推广资源渠道，实现央视新闻移动网、央视新闻客户端双平台用户数据同步增长。下一步，拟开通央视新闻移动网用户上传系统，激活实名用户，积极拓展稿源，充分发挥移动直播特色和矩阵号资源优势，在互联网舆论阵地进一步强化国家媒体传播力引导力影响力公信力。

重庆有线电视用户达655万户

1月2日消息，截止2017年12月31日，重庆全市有线电视在册用户数达到655万户，其中数字电视在册用户达到560万户，数字化率85.5%。

2017年户户通用户达1.112亿户

截止2017年12月31日，直播星户户通开通用户数量总计112467743户(1亿1125万户)，本月共增加122万户，12月份平均每天增加3.94万户，本月开通数量比上月有较大提升。

3、产业数据

2017年我国有线网络收入达929亿元

1月26日消息，据总局财务司数据显示，2017年有线电视网络收入预计929.28亿元，增长2.09%。三网融合业务收入同比增长超过30%，这表明，有线网络产业正由用户数量驱动向业务驱动转型，由用户扩张向用户价值挖掘升级，各类服务正向高质、高端、高附加值转变，有线网络正进入转型升级的关键阶段。

2017 年互联网业务完成收入 7101 亿元

2017 年，我国规模以上互联网和相关服务企业（简称互联网企业）完成业务收入 7101 亿元，比上年增长 20.8%，增速同比提高 3.4 个百分点。



2017 年，互联网企业完成互联网接入业务收入 171 亿元，比上年下降 38.1%。



2017 年，信息服务收入规模达 6469 亿元，比上年增长 31.3%，占互联网业务收入比重达 91.1%。其中，网络游戏（包括客户端游戏、手机游戏、网页游戏等）业务收入 1502 亿元，比上年增长 24.9%。



中国铁塔：三年投资 1388 亿元

1 月 29 日消息，中国铁塔召开 2018 年工作会议。据会议数据显示，三年来，中国铁塔共建共享成效远超预期，铁塔共享率又 14.3% 增至 43%，新建铁塔共享率更是提升至 70.4%，相当于少建铁塔 60.3 万个，相当于节省行业投资 1073 亿元，减少土地占用 2.77 万亩。

而这背后，中国铁塔不断投资与建设功不可没，三年来，中国铁塔累计投资 1388 亿元，共交付铁塔 167.9 万个，超过从三大运营商接收存量铁塔的总和。

广东移动宽带用户突破千万大关

1 月 4 日消息，2018 新年伊始，记者从广东移动获悉，该公司宽带用户已突破 1000 万，宽带电视用户规模超 300 万。作为宽带领域的后起之秀，广东移动宽带起步较晚，但近年来发展迅速。

2014 年底，广东移动光纤宽带覆盖规模约 1000 万户，到目前这一数字增长到了 3200 万户，光纤入户率超过 90%，均具备 100M 以上带宽的接入能力。仅 2017 年这一年，广东移动完成了 800 万户光纤宽带覆盖建设，全年净增宽带用户 335 万，用户规模突破了 1000 万大关。

广西移动宽带用户突破 300 万

2018 年新年伊始，广西移动传来喜讯，移动用户超越了 3000 万，移动 4G 用户超越了 2000 万，宽带用户也突破了 300 万！

陕西 FTTH 用户总数达 777.8 万

1 月 30 日消息，根据工业和信息化部网站消息，2017 年，陕西省新建住宅项目 100% 实现光纤到户，老旧小区光改数目累计达到 24104 个；陕西省新增光纤到户用户数 168 万，光纤到户用户总数累计达到 777.8 万户，占陕西省固定宽带用户的 86%，其中，50M 及以上宽带用户占比达到 69.4%。

山东移动物联网连接将超 3000 万

1 月 31 日消息，山东移动物联网连接数已突破 1600 万，预计 2018 年将超过 3000 万。通过物联网技术，山东移动为电力公司提供远程抄表应用，大幅提高了工作效率；在潍坊等地为农户打造智慧大棚解决方案，有效提升了农业信息化水平；在聊城等地为汽车制造企业提供新能源车远程监控平台，持续助力企业产业转型。

4、其它数据

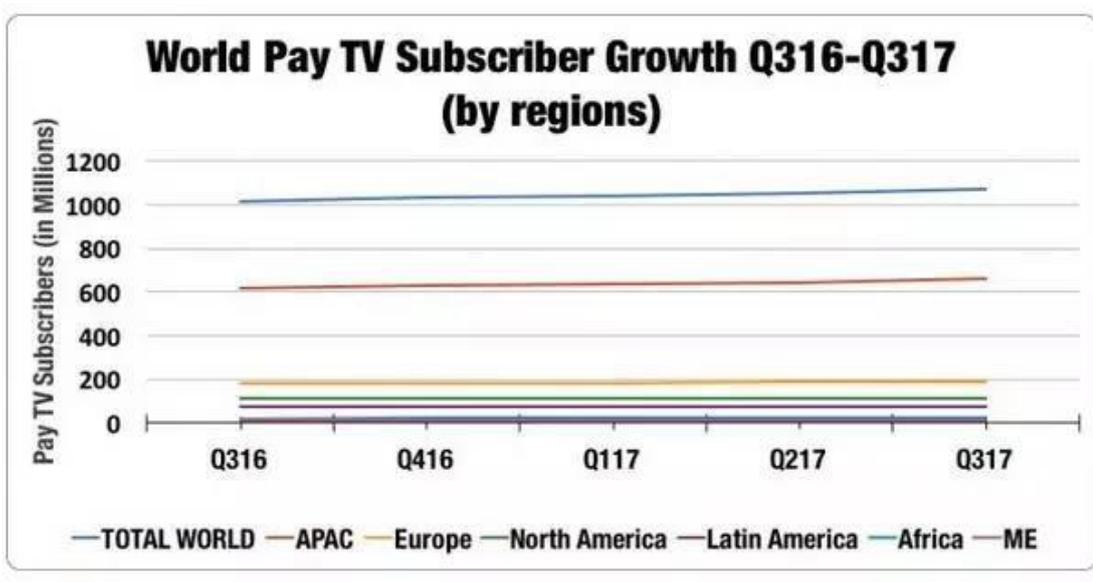
TCL 2017 年彩电销量超 2370 万台

1 月 9 日，TCL 在美国拉斯维加斯召开新品发布会，同期公布 2017 年度数据，其中彩电总销量达 2377 万台，智能电视达 1512.7 万台。根据官方数据，TCL 集团 2017 年 LCD 电视产品销量为 2377.4 万台，同比增长 15.9%；智能网络电视销量为 1512.7 万台，同比增长 34.8%。

5、海外数据

全球付费电视用户超过 10 亿户

1 月 15 日消息，根据 Dataxis 的统计，2016 年第三季度到 2017 年第三季度，全球付费电视订户总数增加 6000 万户。亚太地区有最多的付费电视订户，2017 年第三季度占 62%，2016 年第三季度到 2017 年第三季度复合年增长率达到 1.5%。



2017 年全球电信行业支出仅增长 1.1%

1 月 3 日消息，全球电信业务收入在 2017 年预计仅比上一年增长 1.1%，而资本支出则下降近 2%，IHS Markit 最新发布的一份报告指出。

IHS Markit 估算，2017 年全球电信资本支出同比下降 1.8%，主要原因是中国的电信资本支出下降了 13%。亚太地区在电信设备方面超过了世界其他地区。

“无论称之为精确投资、战略聚焦投资或战术投资，中国三家服务提供商都缩减了 2017 年的支出计划，最终导致中国电信业再次出现两位数的资本支出下滑，移动基础设施打击最严重。”泰拉尔说，“将资本强度降到 15%-20%的合理水平是这些运营商的主要目标。”

尽管支出减少，转型正在电信网络中发生，其中包括软件定义网络（SDN）和网络功能虚拟化（NFV），其中涉及用户交互等过程的自动化，以及对网络运营、运营支撑系统和业务支撑系统、服务保障的反馈环路更多的遥测和分析。

“许多服务提供商已经部署了新的架构选项——包括内容交付网络、分布式宽带网络网关、智能中央办公室的分布式小型数据中心以及视频优化。” IHS Markit 运营商网络研究与分析执行总监迈克尔·霍华德（Michael Howard）表示。

“几乎所有的运营商都在疯狂地学习如何使用 SDN 和 NFV，今天越来越多的部署使我们宣布 2017 年为 SDN 和 NFV 年。”他补充道。

Netflix 全球订阅用户达到 1.18 亿户

1 月 23 日，Netflix 公布 2017 年第四季度财报。财报显示，Netflix 第四季度营收为 32.86 亿美元，较上年同期的 24.78 亿美元增长 32.6%；净利润为 1.86 亿美元，较上年同期的 6675 万美元增长 177.9%。

而在市场最为关心的订阅用户增长一块，财报显示，2017 年 Q4，Netflix 全球流媒体用户为 1.18 亿人，净增流媒体用户 833 万人，高于上年同期的 705 万人，同时创下单季度增长新纪录。其中，美国地区净增用户为 198 万人，高于上年同期的 193 万人；国际范围内净增用户为 636 万人，高于上年同期的 512 万人。

(in millions except per share data and Streaming Content Obligations)	Q4 '16	Q1'17	Q2'17	Q3'17	Q4'17	Q1'18 Forecast
Total (Including DVD):						
Revenue	\$ 2,478	\$ 2,637	\$ 2,785	\$ 2,985	\$ 3,286	\$ 3,686
Y/Y % Growth	35.9%	34.7%	32.3%	30.3%	32.6%	39.8%
Operating Income	\$ 154	\$ 257	\$ 128	\$ 209	\$ 245	\$ 362
Operating Margin	6.2%	9.7%	4.6%	7.0%	7.5%	9.8%
Net Income	\$ 67	\$ 178	\$ 66	\$ 130	\$ 186	\$ 282
Diluted EPS	\$ 0.15	\$ 0.40	\$ 0.15	\$ 0.29	\$ 0.41	\$ 0.63
Total Streaming:						
Revenue	\$ 2,351	\$ 2,516	\$ 2,671	\$ 2,875	\$ 3,181	\$ 3,587
Y/Y % Growth	40.6%	38.8%	35.8%	33.2%	35.3%	42.6%
Paid Memberships	89.09	94.36	99.04	104.02	110.64	118.49
Total Memberships	93.80	98.75	103.95	109.25	117.58	123.93
Net Additions	7.05	4.95	5.20	5.30	8.33	6.35
US Streaming:						
Revenue	\$ 1,403	\$ 1,470	\$ 1,505	\$ 1,547	\$ 1,630	\$ 1,807
Contribution Profit	\$ 536	\$ 606	\$ 560	\$ 554	\$ 561	\$ 656
Contribution Margin	38.2%	41.2%	37.2%	35.8%	34.4%	36.3%
Paid Memberships	47.91	49.38	50.32	51.35	52.81	54.71
Total Memberships	49.43	50.85	51.92	52.77	54.75	56.20
Net Additions	1.93	1.42	1.07	0.85	1.98	1.45
International Streaming:						
Revenue	\$ 948	\$ 1,046	\$ 1,165	\$ 1,327	\$ 1,550	\$ 1,780
Contribution Profit (Loss)	\$ (67)	\$ 43	\$ (13)	\$ 62	\$ 135	\$ 234
Contribution Margin	-7.0%	4.1%	-1.1%	4.7%	8.7%	13.1%
Paid Memberships	41.19	44.99	48.71	52.68	57.83	63.78
Total Memberships	44.37	47.89	52.03	56.48	62.83	67.73
Net Additions	5.12	3.53	4.14	4.45	6.36	4.90
Consolidated:						
Net cash (used in) operating activities	\$ (557)	\$ (344)	\$ (535)	\$ (420)	\$ (488)	
Free Cash Flow	\$ (639)	\$ (423)	\$ (608)	\$ (465)	\$ (524)	
EBITDA	\$ 212	\$ 317	\$ 190	\$ 273	\$ 313	
Shares (FD)	440.1	445.5	446.3	447.4	448.1	
Streaming Content Obligations* (\$B)	14.5	15.3	15.7	17.0	17.7	

*Corresponds to our total known streaming content obligations as defined in our financial statements and related notes in our most recently filed SEC Form 10-K

Hulu 订阅用户超过 1700 万

1 月 16 日消息，2017 年末，Hulu 在美国的 SVoD 和直播电视订阅用户总数超过了 1700 万，比 2016 年 Hulu 最后一次公开报告的订阅用户总数多出 40%（500 万订阅用户）。该公司还宣布，其总的独立观众人数增加至 5400 万。

四季度美国付费电视流失 84.5 万户

1 月 22 日消息，据 Evercore ISI 估算，去年四季度美国有线、卫星和 IPTV 运营商共流失视频订户 84.5 万。与 2016 年四季度的 45.6 万视频订户流失相比，今年的流失数量进一步扩大。

与此同时，分析师 Jayant 预测，虚拟付费电视运营商的订户将继续增长，预计四季度新增用户 74.5 万。2017 年前三个月，位列前 11 名的付费电视公司共流失订户约 250 万。大多数主流付费电视运营商本周将公布四季度数据，Verizon 与康卡斯特将公布季报。

与此同时，分析师预测，电信运营商的固网宽带用户将增加 100 万，2016 年四季度为 72.2 万。有线运营商将新增 91 万高速互联网订户。

欧洲 OTT 付费电视订阅用户超 740 万

1 月 30 日消息，根据 Dataxis 的研究，2017 年 9 月底，欧洲线性 OTT 付费电视订阅用户数量已经达到了 740 万，与上一季度的订阅用户数量相比，增长了 13%。在过去的几年中，线性 OTT 付费电视服务的订阅用户数量一直呈上升趋势，这主要得益于体育内容和儿童内容的发展。2017 年第三季度，Bein Sport Connect、Eleven Sports 和 Dazn 等 OTT 体育平台吸引了相当多数量的体育迷，这些体育迷的数量约占线性 OTT 订阅用户总数量的 25%。

非洲付费电视用户将增长 1740 万

1 月 13 日消息，调研机构 Digital TV Research 名为《撒哈拉以南非洲地区付费电视行业预测》的报告认为付费电视收入将由 2017 年的 20 亿美元增长至 2023 年的 66.4 亿美元，涨幅 41%。

截至 2017 年底，付费电视用户总量 2349 万，卫星电视用户 1378 万，OTT 业务用户 911 万。到 2023 年，卫星电视用户将增长到 2089 万，OTT 业务用户将达 1753 万。这意味着付费电视用户量将增长 700 万，OTT 业务用户量将增长 800 万。

2026 年智慧城市物联网收入将达 620 亿美元

1 月 24 日消息，ABI Research 预测，12 项关键智慧城市技术和垂直行业的物联网（IoT）技术收入将从 2017 年的约 250 亿美元增长到 2026 年的 620 亿美元，年均增长率 11%。

智能电表和视频监控是最大的绝对收入机会——到 2026 年，这两个市场预计将超过 200 亿美元。增长最快的垂直市场包括电动汽车充电站和微电网、智能废弃物管理和环境传感器、智能停车场和智能街道照明。

“对智慧城市的兴趣和关注在 2017 年迅猛增长，整个价值链上的大量供应商重新定位和优化他们的物联网产品组合。” ABI Research 副总裁 Dominique Bonte 表示，“其本质是聚合各种解决方案和技术，智慧城市领域为供应商提供水平物联网平台解决方案提供了完美的环境，并解决了最近趋向更整体化、跨垂直方向的趋势。”

在考虑物联网收入类别时，最大的回报来自价值链的较高层面，包括应用程序和服务、分析和人工智能，以及安全性。连接性、传感器和设备管理，以及专业服务，在日益增长的平台化和商品化的背景下，代表了越来越少的机会。

2018 年美国可穿戴设备用户将达 5 千万

1 月 4 日消息，根据 eMarketer 的最新预测，2018 年美国成年可穿戴用户数量将增长 11.9%，达到 5010 万人，占总人口的 19.6%。可穿戴设备使用量将继续增长，但是到 2019 年增长速度将降至一位数。eMarketer 预测可穿戴用户的增长主要来自智能手表。但是，整体可穿戴设备市场仍然以健康和健身追踪器为主。

七、 报告文件

1、 政策文件

进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知

国家新闻出版广电总局

关于进一步加强广播电视节目

备案管理和违规处理的通知

新广电发[2017]254 号

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，中央三台，中国教育电视台，监管中心：

为深入贯彻落实党的十九大精神，完善广播电视宣传管理机制，提高广播电视的传播力、引导力、影响力、公信力，现就进一步落实意识形态工作责任制，加强阵地建设和管理的有关事项通知如下：

一、切实强化重点节目备案管理。广播电视开办国际新闻节目、军事节目须提前一个月，电视上星综合频道播出歌唱选拔、晚会、引进境外模式节目和在黄金时段播出综艺娱乐、真人秀、访谈脱口秀、婚恋交友、才艺竞秀、情感故事、游戏竞技类节目须提前两个月，向省级新闻出版广电局备案，省级新闻出版广电局审核同意后，向国家新闻出版广电总局备案。各级广播电视行政部门和播出机构要高度重视重点节目备案工作，责成专人负责，相关领导亲自审核把关，确保按时、准确报备相关资料。

二、严肃违规节目处理处罚。广播电视节目要坚持讲品味、讲格调、讲责任，坚决抵制低俗、庸俗、媚俗。要进一步完善问题节目整改、警告、停播制度，严肃整治在政治导向、价值导向、审美导向上出现的问题。凡被总局发现问题、受到总局《收听收看日报》点名批评、或被总局以其他形式批评的节目，依据《广播电视播出机构违规处理办法(试行)》(广发[2009]30号)中有关条款予以相应处理。

所有受到总局整改、警告、停播处理的节目，一律不得以成片、剪辑、花絮等各种形式复播、重播或变相播出，包括不得通过各种形式转移到互联网新媒体上播出。

三、健全相关配套制度。受到总局整改、警告、停播处理的节目，一律不得参评当年度总局创新创优季度推优、年度评优，也不得参评各类节目评优评奖。受到总局警告的节目须立即退出黄金时段。受到警告、停播处理的节目，相关播出机构应当对负有责任的主管人员和直接负责人员追究责任。总局将对相关电台电视台、频率频道负责人进行诫勉谈话；相关电台电视台要对频率频道负责人、节目栏目制作人员予以相应处理。

四、建立问题节目公开批评制度。对于受到处理的问题节目，总局将在《收听收看日报》和每周全国电视电话宣传例会上予以公开通报、点名批评，个别典型案例可通过媒体公开曝光。建立问题节目数据库，将受到总局整改、警告、停播处理的节目名称、问题、所属制作播出机构、处理情况等统一搜集、归档、备查。

五、加强属地管理和审查监看。各级新闻出版广电行政部门要认真落实意识形态工作责任制和属地管理责任，坚持问题导向，强化阵地意识，加强对辖区内制作播出机构的监督管理，发现问题及时报告，及时处理。各级广播电视播出机构要严格执行播前三级审查、重播重审等基本制度，进一步建立完善节目审查标准、实施细则和问责制度，认真梳理制作、播

出各环节风险点，强化管控措施。各级广播电台、电视台主要负责同志是落实意识形态工作责任制的第一责任人，要主动履行节目管理责任，对黄金时段节目和重点敏感节目亲自审查，严格把关。各级收听收看机构要对广播电视节目全天候、不间断监测评估，辨析突出问题，对违规有害内容要及时研判处理。

特此通知。

国家新闻出版广电总局

2017 年 12 月 6 日

关于督促互联网网络接入服务企业依法持证经营的通知

各省、自治区、直辖市通信管理局，中国电信集团公司、中国移动通信集团有限公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国广播电视网络有限公司、中信网络有限公司，各相关电信业务经营者：

为规范市场秩序，按照《工业和信息化部关于清理规范互联网网络接入服务市场的通知》（工信部信管函〔2017〕32号）要求，自2018年1月1日起，未取得互联网资源协作服务业务、内容分发网络(CDN)业务经营许可的企业，不得继续经营相应业务。现将有关事项通知如下：

一、截至2017年12月31日，阿里云计算有限公司等104家企业已依法取得工业和信息化部或各通信管理局颁发的互联网资源协作服务业务经营许可证(见附件1)，网宿科技股份有限公司等70家企业已依法取得内容分发网络(CDN)业务经营许可证(见附件2)。各通信管理局要加强指导，督促上述企业在许可范围内，守法经营诚信服务。

二、目前，北京百悟科技有限公司等26家企业已提交互联网资源协作服务业务或内容分发网络(CDN)业务经营许可申请(见附件3)。在正式取得相应许可前，上述企业不得继续发展新用户、签署新合同。

三、截至2017年12月31日，北京爱无限智慧科技有限公司等147家企业未按前期承诺取得互联网资源协作服务业务或内容分发网络(CDN)业务经营许可证(见附件4)，应自觉停止相应经营活动。

各相关通信管理局要及时对上述企业未履行承诺的事实按“不良记录”录入企业违法不良记录信息库。同时，要加强督查，对拟退出市场的企业，指导其按照有关规定做好用户善

后工作;对拟继续经营的企业，在正式取得相应许可证前，督促其不得继续发展新用户、签署新合同。各基础电信企业不得为其新增经营性网络资源。

四、各通信管理局要加强督查，一经发现非法经营互联网资源协作服务业务、内容分发网络(CDN)业务的企业，要依法严肃查处，并按“违法记录”录入企业违法不良记录信息库。各基础电信企业应从合同约定、使用监测、违规问责等方面，加强清理排查和规范管理，不得为非法经营提供网络资源。

2、运营监测报告

2018 年度第一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 2018 年度第一批重点作品版权保护预警名单。

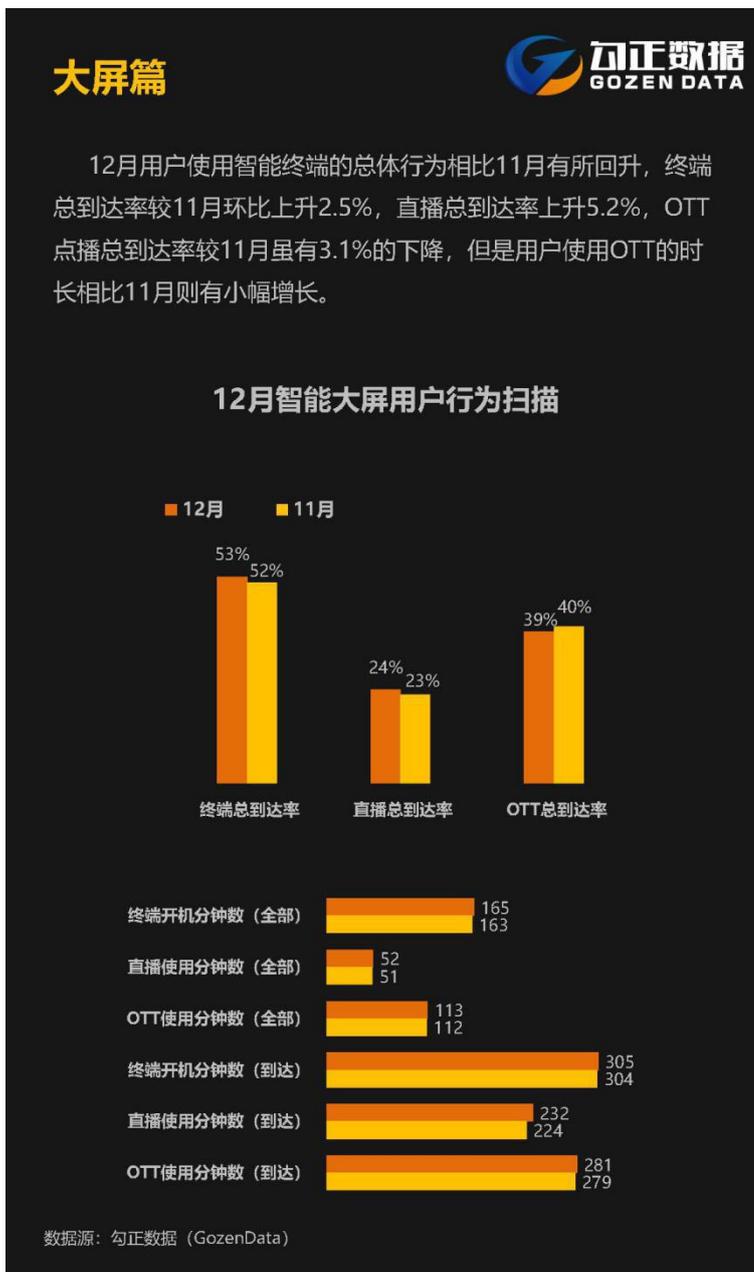
相关网络服务商应对版权保护预警名单内的重点作品采取以下保护措施：直接提供内容的网络服务商在影片上映期内不得提供版权保护预警名单内的作品；用户上传内容的网络服务商应禁止用户上传版权保护预警名单内的作品；提供搜索链接的网络服务商、电子商务平台及应用程序商店应加快处理预警名单内作品权利人关于删除侵权内容或断开侵权链接的通知。

2018年第一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	无问西东	文津时代文化创意（北京）股份有限公司	2018.1.12- 2018.2.11
2	英雄本色2018	北京京西文化旅游股份有限公司	2018.1.18- 2018.2.17
3	谜巢	大河影业扬州有限公司	2018.1.19- 2018.2.18

2017年12月OTT大屏报告（勾正）



OTT篇



12月三大视频平台依然位居视频应用前三位，腾讯TV与银河奇异果竞争激烈，与第三名拉开较大差距；大屏体育内容受青睐，CIBN聚体育12月发力，日活较11月大幅提升，达到135万。

2017年12月视频类应用TOP10

排名	应用名称	日活 (万)	平均使用分钟数 (到达)	平均使用次数
1	腾讯TV	1146.41	206	2.9
2	银河·奇异果	1119.21	215	2.9
3	CIBN酷喵影视	388.17	119	1.9
4	芒果TV	335.97	150	2.0
5	MoreTV	302.24	161	2.6
6	CIBN聚体育	135.93	12	1.7
7	CIBN微视听	128.98	152	2.5
8	云视听·泰捷	41.51	178	2.8
9	CIBN高清影视	20.06	115	1.1
10	NewTV南瓜电影	6.95	106	1.2

说明：CIBN微视听、MoreTV、云视听·泰捷为腾讯合作伙伴，经沟通，计入腾讯TV

OTT篇



2017年12月教育类应用TOP10

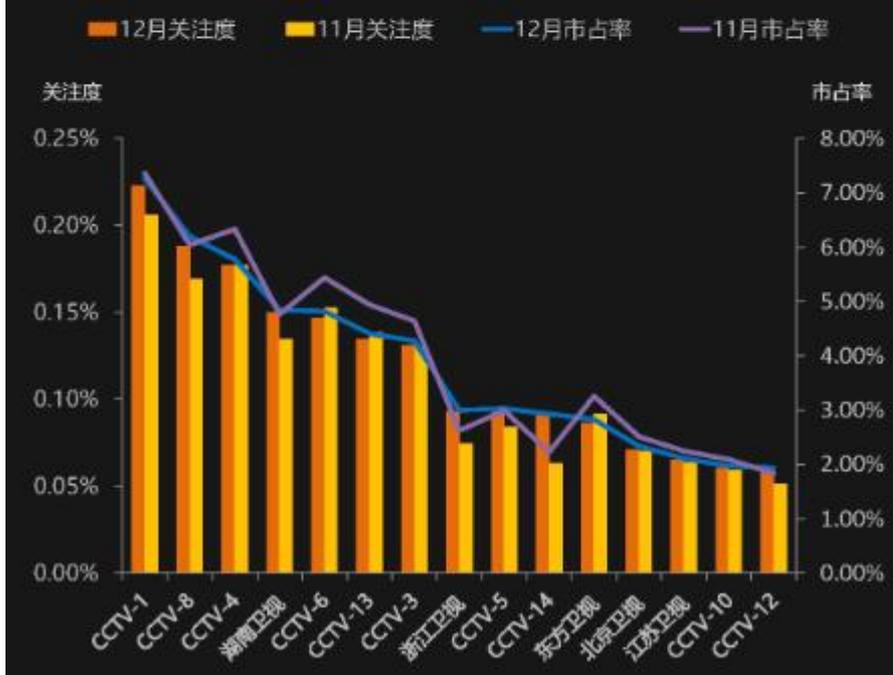
排名	应用名称	日活 (万)	平均使用分钟数 (到达)	平均使用 次数
1	乐学方舟	12.97	21	1.0
2	贝瓦儿歌	10.32	73	1.2
3	果果乐园	2.20	6	1.0
4	悟空识字	1.97	26	1.1
5	才智小天地	1.29	32	1.2
6	小伴龙儿歌	0.70	61	1.4
7	义方快乐学堂	0.60	27	1.1
8	童乐客厅幼教	0.59	10	1.2
9	悟空数学	0.40	11	1.2
10	多瑞儿歌	0.27	14	1.1

直播篇



12月频道关注度top15中，卫视频道占据5席，其中湖南卫视受12月31日跨年演唱会带动，关注度环比11月上升11.7%，居第四位。

12月频道竞争力（全天）



电子版完整报告请阅读附带发送文档！

3、行业精选报告

2017年OTT行业发展报告

前言

2017年OTT行业整体表现兴奋点较多。

宏观来看用户开机和使用时长回升，付费习惯已形成，OTT广告态势愈发强烈，终端开机广告日趋饱和，市场认可度迅猛攀升。微观来看，OTT广告市场有待调节，广告资源分布不均，渠道下沉，未来场景营销广告将成为重点策略、布局的分战场。

从内容方和电视台来看，分外热闹，别有洞天，热点频频；从资源方、分发方到广告主等，2017年都可谓是有小成就，牛刀小试的一年。未来在行业各方的共同努力下，推进数据标准落地，整体OTT行业将厚积薄发，迎来新一轮的爆发。

主要发现：三大价值助力OTT行业起飞

- **规模价值：**

拐点即将出现，截至2017年底，智能电视存量规模已逼近2亿台，预计2019年智能电视存量规模将超越有线电视。到2022年，70%的家庭都将拥有智能电视，届时智能电视存量规模将达3.2亿台，激活终端2.9亿台；

- **时间价值：**

智能电视崛起，用户重回客厅，并且在电视上花费了更多的时间；

- **用户价值：**

智能电视用户具备较高的广告投放价值，更显高端和年轻化，是主流消费人群。

1. 规模价值

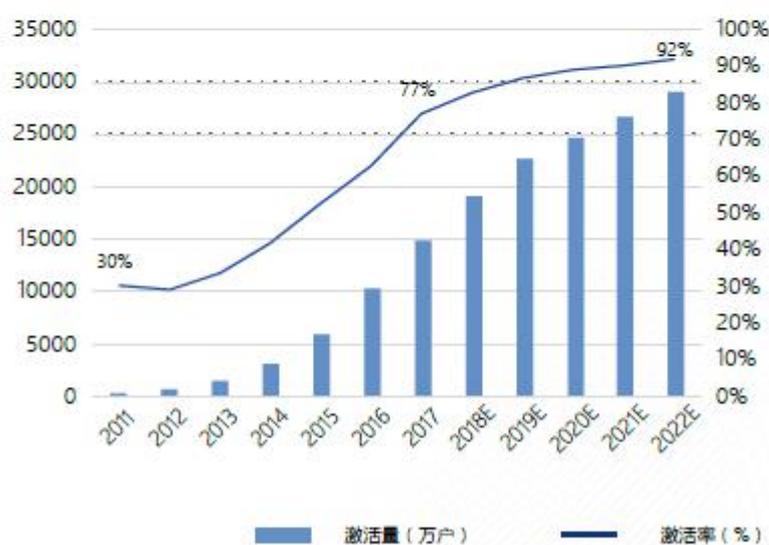
从存量规模上看，截至2017年底，智能电视保有量逼近2亿台。预计到2019年，智能电视保有量将超过有线电视，到2022年，70%的家庭都将拥有智能电视，终端规模将达到3.2亿台。

家庭大屏各服务形式发展趋势



从激活终端上看，随着智能电视累计激活率的逐年提升，激活终端的数量快速攀升。截至2017年底，智能电视累计激活率已达77%，激活终端1.48亿台。这主要得益于宽带普及率的大幅提高和智能电视运营内容的丰富多样，预计到2022年，智能电视的激活终端量将达到2.9亿台。

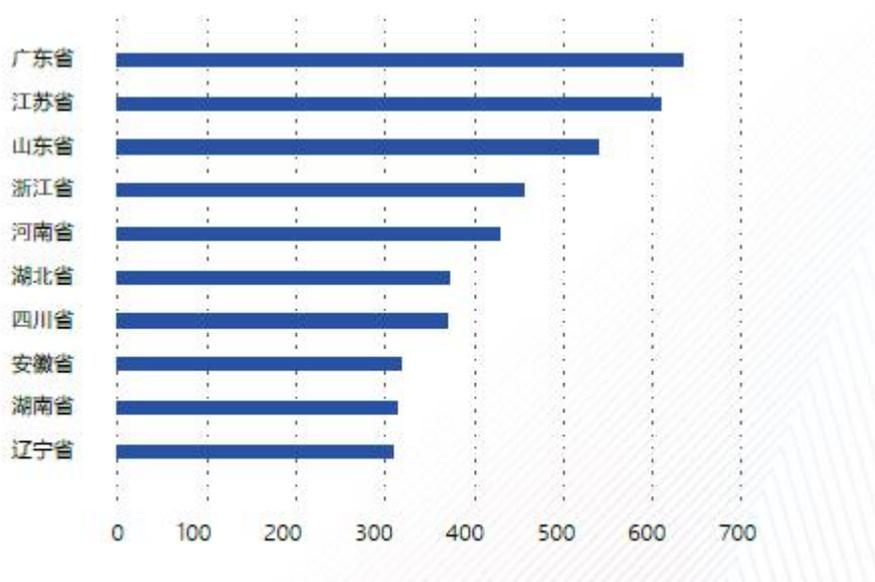
智能电视激活率变化趋势 / 智能电视激活量变化趋势



从开机规模来看，2017年全国日均开机终端6300万台，其中，江苏、广东、浙江等经济发达地区，日均开机规模皆超过400万台。

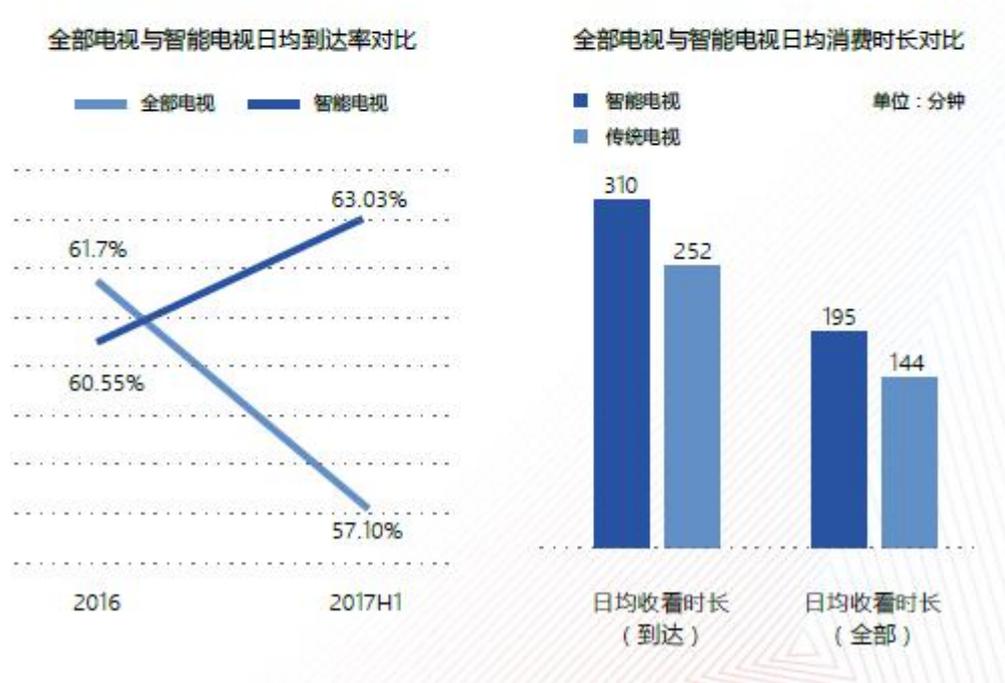
2017年各省日均开机规模

单位：万台



用户回归家庭智能大屏，消费时间更长

电视遇上互联网，随着智能电视软件服务和硬件服务的持续升级，越来越多的用户重新回归客厅，全部电视和智能电视的日均到达率呈现剪刀差的形式，2017年上半年，智能电视日均到达率上升到63.03%，而全部电视日均到达率则由2016年的61.7%下降到2017年的57.1%。从日均的使用时长上看，智能电视比全部电视高出50分钟左右。



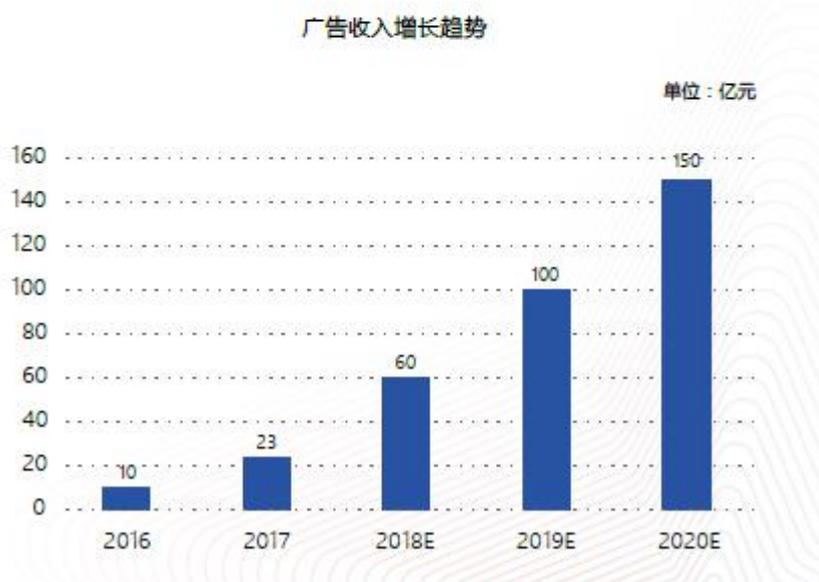
主要发现：

- OTT的广告价值已经受到广泛的接受和认可。2017年OTT广告收入达到23亿元，同比增长130%；有78%已经投放过OTT广告的广告主，对OTT广告投放效果感到满意；
- OTT广告形式多样，但2017年投放结构单一。70%的预算花在了OTT贴片广告，20%的预算花在了开机广告，另有10%的预算花在了开屏等其它广告上；
- OTT广告还有巨大的上升空间。OTT广告兼具传统TV广告和互联网广告的特点，广告环境和广告效果俱佳；但目前售卖价格却很低，极具增值潜力；
- OTT非开机资源的挖掘和广告的跨屏投放是2018年OTT广告发展的重点，反作弊手段的革新可为广告主的放心投放保驾护航。

1. OTT的广告价值已经受到广泛的接受和认可

(1) 广告主在OTT上的投入力度持续加大

OTT的商业价值经过连续几年的积蓄，终于在2017年引来了第一个小高峰，根据勾正数据测算，2017年OTT广告收入达到23亿元，同比增长130%；同时根据行业资料显示，已经投放OTT的广告主，2017年在OTT上的预算比例区间为5%-10%。



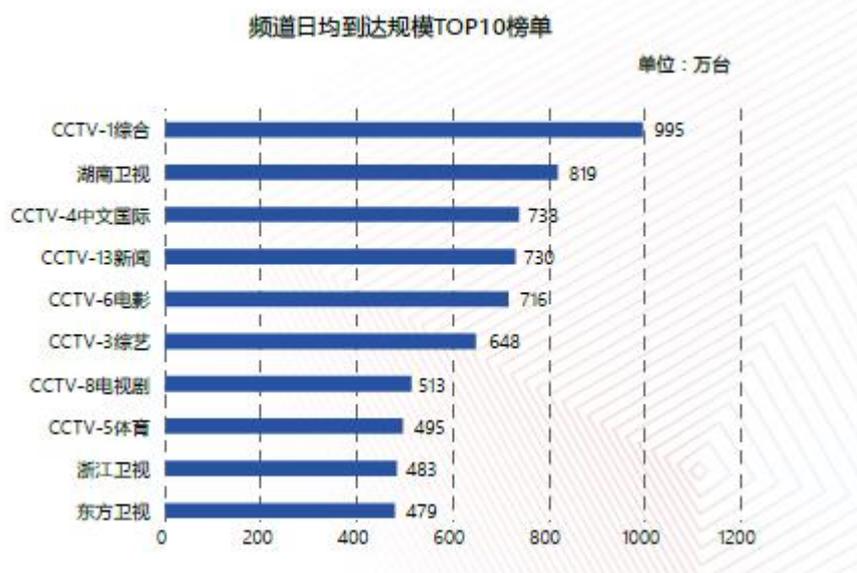
主要发现：

- 频道间竞争格局稳固，湖南、东方、浙江共组卫视三巨头；
- 综艺类节目是卫视收视之争的重要阵地，慢综艺和文化类综艺带领了 2017 年综艺风潮；
- 直播点播互利共生、互相导流，共同推高大屏收视；
- 观众即用户，跨场景流量运营成趋势。

1. 频道间竞争格局稳固，湖南卫视表现亮眼

湖南、浙江、东方共组卫视三巨头，新闻类频道成央视最大助力

从频道的表现来看，央视组一如既往的强势，在2017年频道日均到达规模TOP10的榜单上占据了7个席位。新闻类频道是央视频道的最大助力，CCTV-4和CCTV-13排在频道日均到达规模榜单的第3和第4位；此外，卫视竞争格局稳固，湖南卫视、浙江卫视、东方卫视都进入所有频道日均到达规模的TOP10的榜单。湖南卫视取得明显竞争优势，浙江卫视、东方卫视竞争态势显得较为焦灼。

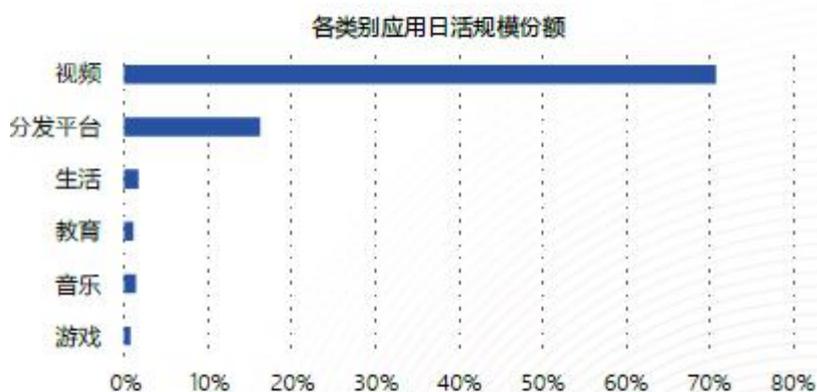


主要发现：

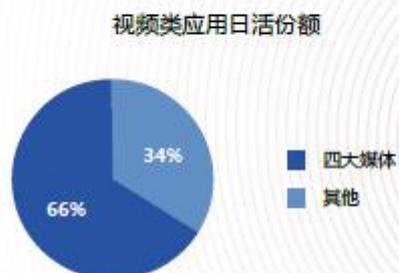
- 视频媒体占智能电视OTT流量的71%，腾讯TV、银河·奇异果、CIBN酷喵影视、芒果TV共组视频TOP4军团，占视频类应用流量的66%；
- 腾讯TV覆盖规模最大达到4300万，爱奇艺独有用户占比最高，占其整体用户规模的13.1%；
- 四大媒体用户各具特色，腾讯商务特色最重，奇异果都市气息最浓，酷喵垂直领域菁英最多，芒果年轻生力军集聚。

1. 智能应用的流量主要集中在视频领域

智能电视上目前已有上万款应用，但是从流量的角度上来说，视频类应用占据了整个智能应用流量的71%，生活类、教育类、音乐和游戏类的应用虽然数量众多，但是从流量份额来看，占比非常低，总计不超过5%。剩余流量被直播类应用和其他应用瓜分。

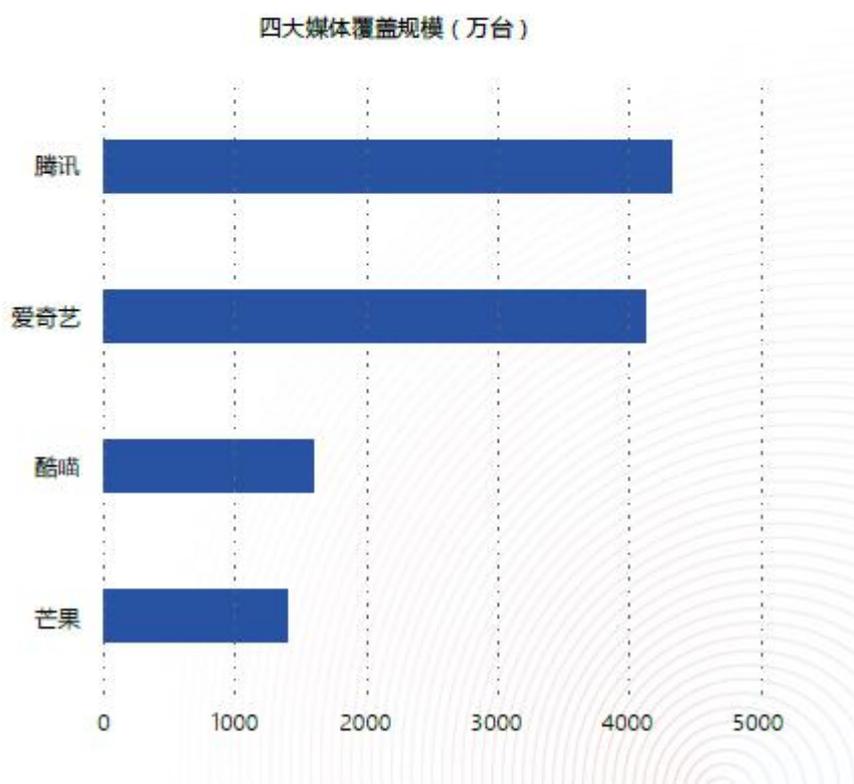


腾讯、奇艺、酷喵和芒果是绝对的流量大户，在视频类应用中，它们共占到视频类整体流量的66%。



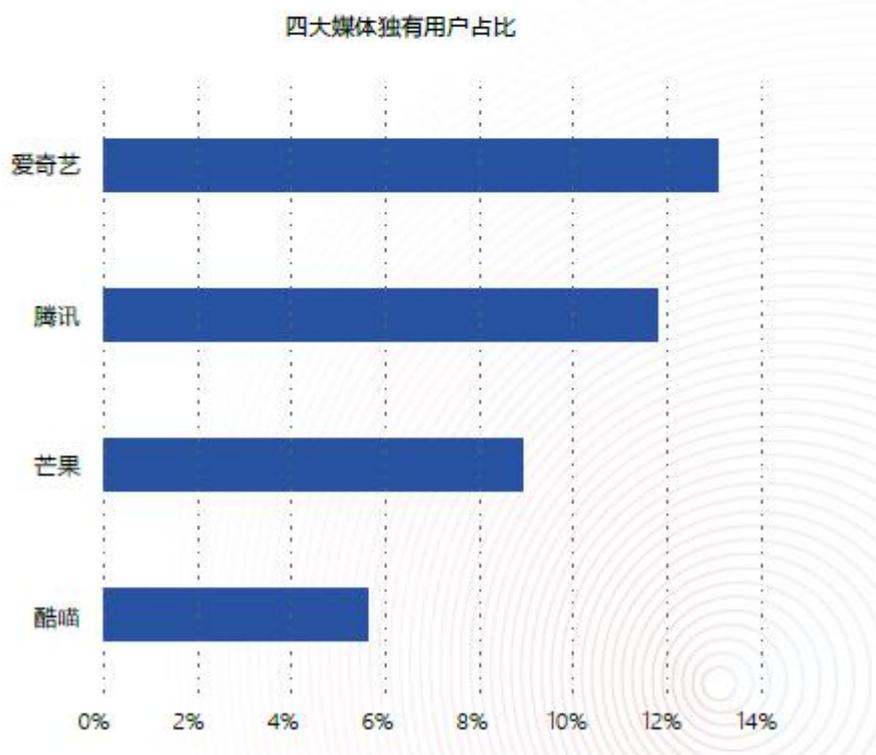
2. 腾讯覆盖终端量居首位

在2017年，BAT通过与厂商合作的方式进行终端扩张，在较短的时间内，就实现了流量的大幅提升。



3. 爱奇艺的独有用户占比最高

独有用户是指只装了一个视频类应用的终端。这部分的用户无论是从广告的角度和媒体的角度来看都极具价值：一方面这部分用户忠诚度很高，只有在特定的媒体上才能被有效的触达到；另一方面研究忠诚用户，可以帮助视频媒体洞察用户需求，找准定位。



主要发现：

- 智能电视在当前阶段主要还是用来“看”，距离“用”电视和“玩”电视还有一段路要走；
- 生活、教育、音乐、游戏等垂直应用的用户规模小，是制约其发展的主要因素；
- 教育类应用有望迎来一波爆发；
- 总体上看，符合家庭娱乐属性，通过大屏显示能够增强用户体验的智能应用前景看好。

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

中国有线电视行业发展公报（2017Q4）

1 月 31 日，中国广电发布 2017 年第四季度有线电视行业发展公报。2017 年全年，有线电视用户规模全年减少 781.7 万户，总量下滑至 2.45 亿户。与此同时，有线数字点播费用用户全年流失 930 万户，总量降至 1.53 亿户。

有线电视用户主要指标	单位	2017年	2016年	四季度净增	年度净增
有线电视用户总数	万户	24455.6	25237.3	-442.6	-781.7
有线数字电视用户数	万户	20896.6	20989.7	89.3	-93.1
有线数字化率	%	85.45	83.17	1.88	2.28
有线数字电视缴费用户	万户	15299	16229.6	-137	-930.6
有线数字电视用户缴费率	%	73.21	77.32	-0.98	-4.11
有线双向网改覆盖用户数量	万户	16474.9	15252.4	481	1222.5
有线双向覆盖率	%	67.37	60.44	3.13	6.93
有线双向网改渗透用户数量	万户	8251.4	6820.5	271.9	1430.9
有线双向渗透率	%	33.74	27.03	1.69	6.71
有线宽带家庭用户数量	万户	3498.5	2627.9	221.5	870.6
有线宽带渗透率	%	14.31	10.41	1.15	3.9
有线高清用户数量	万户	8902	7764.9	400.3	1137.1
有线高清渗透率	%	36.38	30.76	2.23	5.62
有线智能终端用户数量	万户	1253	396.4	210.3	856.6
有线智能终端渗透率	%	5.12	1.57	0.93	3.55

从这份公报中，我们也能看出一些积极迹象：

1) 广电集客业务在 2017 年真正迎来了腾飞，比如华数集团集客业务同比增长 50%，湖北广电网络集客业务同比增长 52%，陕西广电网络集客业务同比增长 42.9%。如果全国各地的广电都能在集客业务层面实现如此增长速度，则完全不必担心基础电视用户的流失。

2) 全国广电宽带用户在 2017 年同比增长 33.13%，规模达到 3500 万户，占同期电信宽带用户的 10%（3.49 亿户）。虽然规模跟电信相比还不是一个量级，但起码增长速度还可以，涌现出了重庆、湖北、新疆等典型样本。而且随着 CDN、镜像缓存、IDC、互联互通等的推进，广电宽带的竞争力内涵还在提升。

3) 全国广电智能终端保有量首次突破 1000 大大关，达到 1253 万台，同比增长 216%。随着各地陆续公布智能终端整转计划，预计 2018 年还会进一步提速。智能终端就是广电的“5G”建设，是获得市场竞争力必须展开的工作。

4) 全国有线电视网络整合在 2017 年明显加速，已经与河北、青海、宁夏、内蒙古、黑龙江、重庆、新疆、山东、广东等 9 家签署协议，即将进入实质性出资阶段。加上已经是子公司的海南，全国完成了 1/3。按照计划，中国广电将在 2018 年完成所有非上市广电网络的整合，着手组建全国性股份公司。

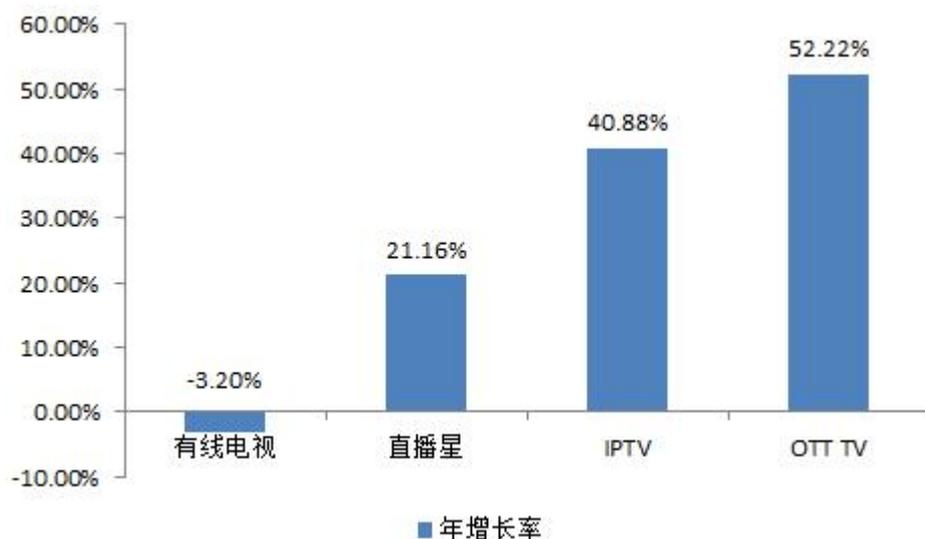
2017 年的收视渠道方面，除了有线电视用户下降之外，户户通、IPTV、OTT TV 的用户增长都较快。

有线电视：2.45 亿户，流失 781.7 万户，降幅 3.20%；

直播星： 1.30 亿户，增加 2270 万户，增长率 21.16%；

IPTV（不含中国移动）： 1.22 亿户，增加 3545 万户，增长率 40.88%；

OTT TV： 1.10 亿户，增加 3800 万户，增长率 52.22%。



从视频点播来看，我国互动点播已经基本高清化、4K 化，标清基本退出历史舞台。

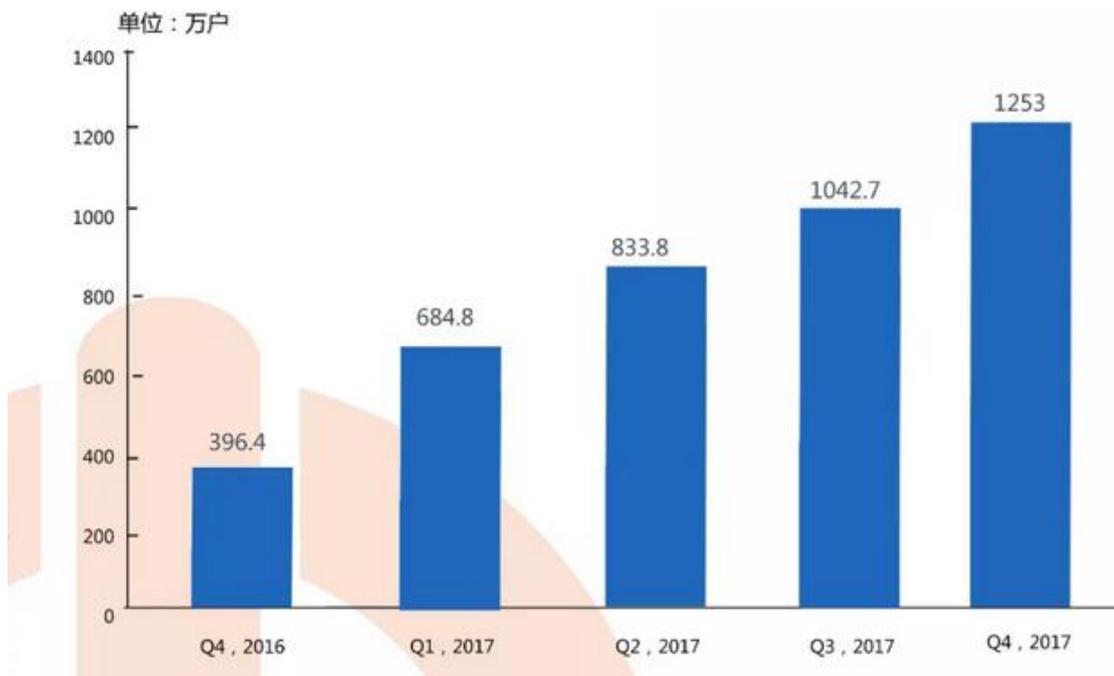


从宽带业务来看，全国广电宽带用户在 2017 年同比增长 33.13%，规模达到 3500 万户。但全国各地省网在宽带业务上分化比较严重。比较领先的广电运营商，宽带业务在基本用户的渗透率超过了 30%，在当地甚至排行“老二”。但也有落后的广电运营商，宽带业务渗透率不足 10%，在工信部政策调整及第三方宽带竞争压力之下，用户甚至出现了负增长。

图表 9 Q4,2016-Q4,2017年有线宽带用户发展



从智能终端的发展速度来看，2018 年对于在广电找饭吃的终端企业，应该算是一个收成不错的年份，前几年大家的日子太苦了。



从网络建设来看，截止 2017 年底，全行业有线电视双向网络覆盖用户达 1.65 亿户，占有线电视用户总数的 68.65%。双向网络渗透用户达到 8251 万户，渗透率提升至 33.89%。数据虽然在继续提升，但考虑到外部环境，剩下还没有双向网络改造的用户，2018 年还不改就要丢完了。



电子版完整报告请阅读附带发送文档！

《中国宽带速率状况报告》（2017Q4）

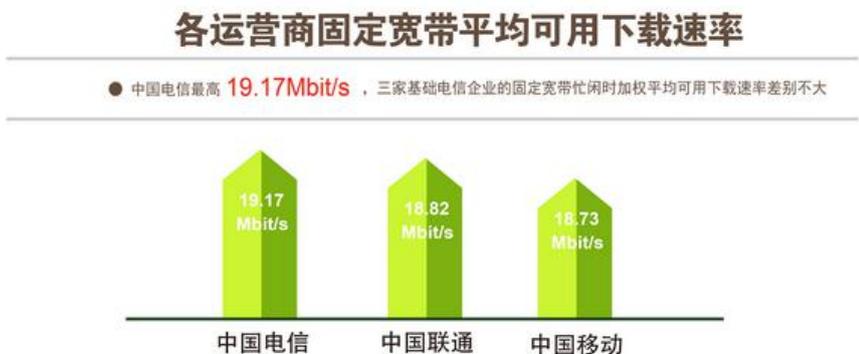
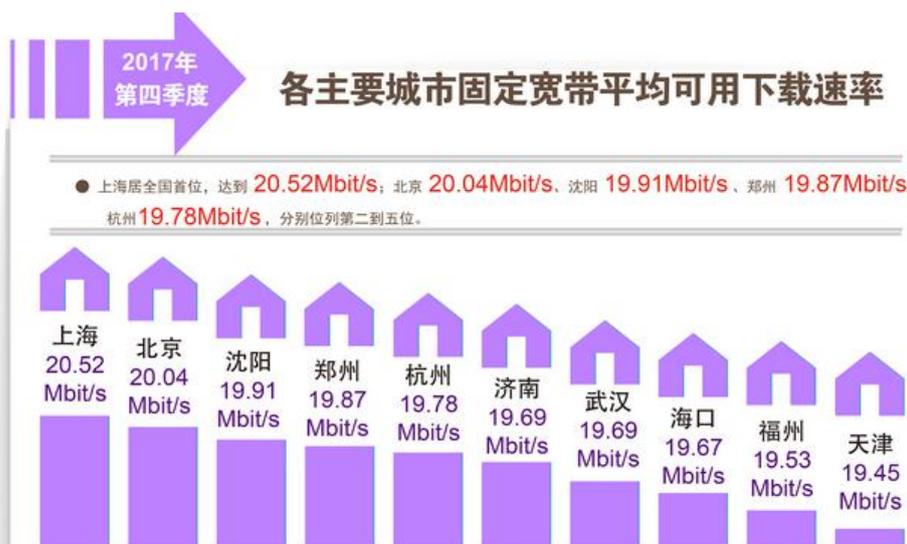
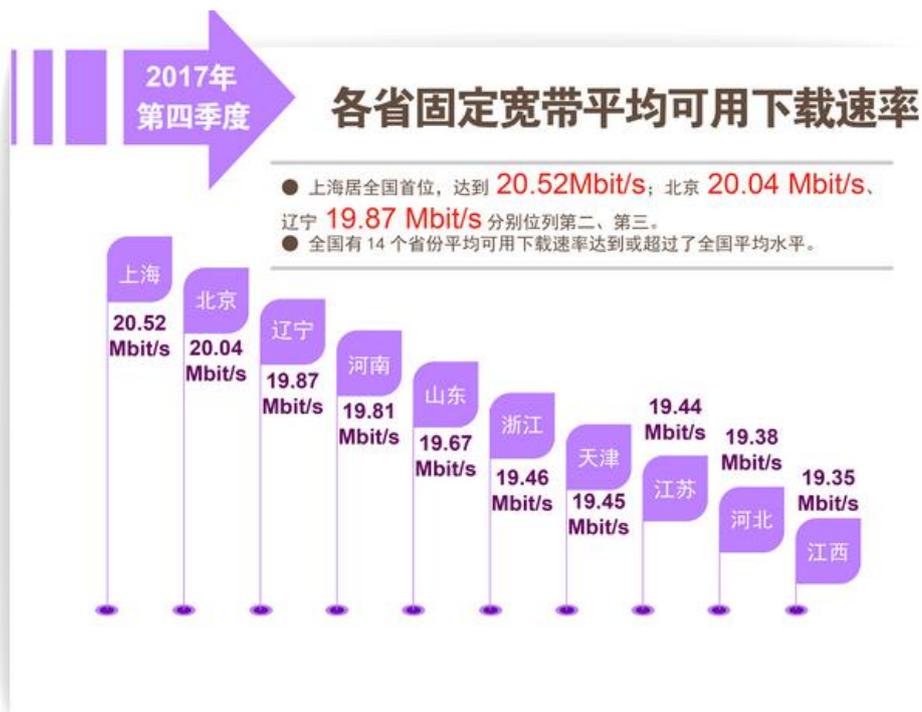
1 月 30 日，宽带发展联盟发布了第 18 期《中国宽带速率状况报告》（2017 年第四季度）。报告显示，2017 年第四季度我国固定宽带网络平均下载速率达到 19.01Mbit/s，比 2017 年第三季度提高了 2.60Mbit/s，季度环比提升达到 15.9%，其中上海、北京两地固定宽带下载速率率先超过 20Mbit/s 大关。我国移动宽带用户使用 4G 网络访问互联网时的平均下载速率达到 18.18Mbit/s，环比 2017 年第三季度提升 14.2%。我国网络提速工作成效明显，本季度固定及移动宽带下载速率双双向 20Mbit/s 大关逼近，并均取得 10%以上的环比增长速度，视频下载速率也有较大幅度的提升。



近年来，我国迈入了建设中国特色社会主义的新时代，无论是经济发展方式的新旧动能转换还是数字经济的快速发展均对宽带网络基础设施的支撑能力提出了更高的要求。我国信息通信行业主管部门坚决贯彻党中央、国务院关于网络“提速降费”的决策部署，会同相关企业，全力推进宽带网络基础设施建设，提升我国宽带发展水平，取得了坚实的成果。截至 2017 年 11 月，我国光纤宽带用户在固定宽带用户中占比达到 83.6%，占比情况稳居全球第

一，全国所有地级及以上城市均建成了光纤网络全覆盖的“光网城市”，部分城市加速推进千兆接入网络的建设；移动通信 4G 基站数量已超过 320 万，我国 4G 网络的规模全球第一，并且 4G 的覆盖广度和深度也在快速扩展。宽带网络基础设施能力的快速提升，必然推动我国宽带网速体验的持续加速攀升：根据宽带发展联盟 2017 年四季度的《中国宽带速率状况报告》，我国固定和移动宽带下载速率双双逼近了 20Mbit/s 大关。自宽带发展联盟 2014 年开始季度发布我国宽带网速数据以来，固定宽带下载速率从 2014 年 1 季度的 3.71Mbit/s 到 2016 年 2 季度超过 10 Mbit/s，历时 2 年半；而从 10 Mbit/s 到 2017 年 4 季度即接近 20 Mbit/s，仅历时不到 1 年半，宽带网速体验加速提升成效明显。

本次报告还发布了全国各省（区、市）、主要城市和基础电信企业宽带网络相关速率的排名情况。固定宽带下载速率方面，上海、北京率先超过了 20Mbit/s，位列全国前两位，辽宁、山东、河南位居三到五位，紧随其后；全国主要城市固定宽带下载速率排行榜上，上海、北京、沈阳、郑州、杭州位居前五位；各基础电信企业的固定宽带下载速率，中国电信最高达到 19.17 Mbit/s，其次是中国联通和中国移动。移动宽带下载速率方面，上海、重庆、辽宁、福建、北京的 4G 网络用户下载速率排在全国省级行政区前五位；4G 网络下载速率仍然呈东、中、西部由高到低排列的格局；不同电信运营企业中，中国联通的 3G 网络用户下载速率和 4G 网络用户下载速率均最高。





此外，报告同期还发布了 2017 年第四季度我国固定宽带用户的网页平均首屏呈现时间为 1.06 秒，网络视频平均下载速率达到 15.21Mbit/s，提升速度也较快，环比第三季度提升达到 22.7%。而宽带接入速率符合度持续保持在 100%以上，符合《互联网接入服务规范》要求，变化相对平稳。

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

CNNIC 第四十一次统计报告

1 月 31 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第 41 次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称为《报告》）。截至 2017 年 12 月，我国网民规模达 7.72 亿，普及率达到 55.8%，超过全球平均水平（51.7%）4.1 个百分点，超过亚洲平均水平（46.7%）9.1 个百分点。我国网民规模继续保持平稳增长，互联网模式不断创新、线上线下服务融合加速以及公共服务线上化步伐加快，成为网民规模增长推动力。

2017 年网络娱乐类应用用户规模均保持了高速增长，强烈的市场需求、政策的鼓励引导、企业的资源支持共同推动网络文化娱乐产业进入全面繁荣期。网络娱乐应用中网络直播用户规模年增长率最高，达到 22.6%，其中游戏直播用户规模增速达 53.1%，真人秀直播用

户规模增速达 51.9%。与此同时，网络文化娱乐内容进一步规范，以网络游戏和网络视频为代表的网络娱乐行业营收进一步提升。良好的行业营收推动网络娱乐厂商加大对于内容创作者的扶持力度，为网络娱乐内容的繁荣发展打下基础。

截止 2017 年 12 月底，我国网络视频用户规模达到 5.79 亿，较去年底增加 3437 万，占总体网民的 75%。手机网络视频用户规模达到 5.49 亿，较去年底增加 4870 万，占手机网民的 72.9%。



图44 2016.12-2017.12网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

2017 年网络视频行业保持良性发展，用户能力明显提升。调查数据显示，2017 年国内网络视频用户付费比例达到 42.9%，相比 2016 年增长 7.4 个百分点，且用户满意度达到 55.8%，预计未来仍将保持较高速的增长趋势。从行业自身发展来看，网络视频行业移动化、精品化、生态化进程在 2017 年得到持续推进。

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

2017年度互联网数据统计合集



网络广告总体规模：

2017年，中国网络广告规模预计将超过3800亿元，在中国广告市场中占比将超过50%。2017年中国原生广告市场规模将达到1638.5亿元，占总体网络广告的比例近四成。



搜索引擎市场：

2017年搜索引擎企业营收市场规模将突破1100亿元，较去年增长超200亿元，增速达24%，重回中高速增长轨道。



大视频行业市场：

中国在线视频行业市场规模预计2017年将同比增长48.5%，实现超900亿整体规模。为改善单一商业模式，在线视频企业发力用户付费内容，预计2022年占比将近30%，与广告业务共同带动市场规模增长。

2017年短视频时长规模达57.3亿，同比增长达183.9%。2017年泛娱乐直播市场规模将达440.6亿元，同比增长92.8%，其中来自于用户付费的营收规模占比超90%，



社交网络市场：

2017年中国社交广告规模预计为364.2亿元，同比增速达到52%。原生营销推动社交广告进一步发展。



新闻资讯市场：

2017年，移动端新闻资讯企业收入规模将达到233.1亿元，在互联网新闻资讯市场规模中所占比例达到76.4%，涨幅显著。

2017年网络广告规模预计达到3828.7亿，增速超30%

2017年，中国网络广告规模预计近4000亿元，在中国广告市场中占比将超过50%。受网民人数增长，数字媒体使用时长增长、网络视听业务快速增长等因素推动，未来几年，报纸、杂志、电视广告将继续下滑，而网络广告市场还将保持较快速度增长。

网络广告在2017年的关键词为“智能化”与“原生化”。广告主对于网络广告玩法更加熟悉，广告类型也随着原生广告的发展而不断进化，广告与内容之间的界限愈加模糊。同时，随着网络环境的不断改善，视频成为了人们接受信息更习惯的内容形式，视频类广告也得到较快发展。同时，AI的快速迭代也将在网络营销领域快速得到落地，智能营销成为当前最火热的名词，也为行业注入新的机会点。

2013-2020年中国网络广告市场规模及预测



注释：1.网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

信息流广告占比达14.5%，成为未来网络广告主要增长点

2017年中国网络广告各形式中，电商广告占比为29.8%，与去年基本持平，信息流广告占比超过14%，继续保持高速增长。搜索广告占比仍将持续下降，预计在2020年将保持在20%左右的份额。

未来更加原生的信息流广告也将具有更多的表现形式，规模仍将不断增长，从而成为未来网络广告增量市场最主要的一员。



注释：1. 搜索广告包括搜索关键字广告及联盟广告；2. 电商广告包括垂直搜索类广告以及展示类广告，例如淘宝、去哪儿及导购类网站；3. 分类广告从2014年开始核算，仅包括58同城、赶集网等分类网站的广告营收，不包含搜房等垂直网站的分类广告营收；4. 信息流广告从2016年开始独立核算，主要包括社交、新闻资讯、视频网站中的信息流品牌及效果广告等；信息流广告收入以媒体实际收入为准，未考虑企业财报的季节性波动而导致的收入误差；5. 其他形式广告包括导航广告、电子邮件广告等。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2017年将超900亿，预计2020年近2000亿元

2016年在线视频行业市场规模已达641.5亿元，预计2017年将同比增长48.5%，实现超900亿整体规模。在线视频平台不断提高自身对内容的主导权，将头部版权内容与优质自制内容作为战略发展核心，未来将提供更多、更丰富、更符合用户需求的优质内容，进一步聚集用户。

随着用户规模扩大，用户使用黏性增加，在线视频带来的商业资源不断升值，预计到2018年将成为千亿级市场，至2020年，整体市场规模将近2000亿元。

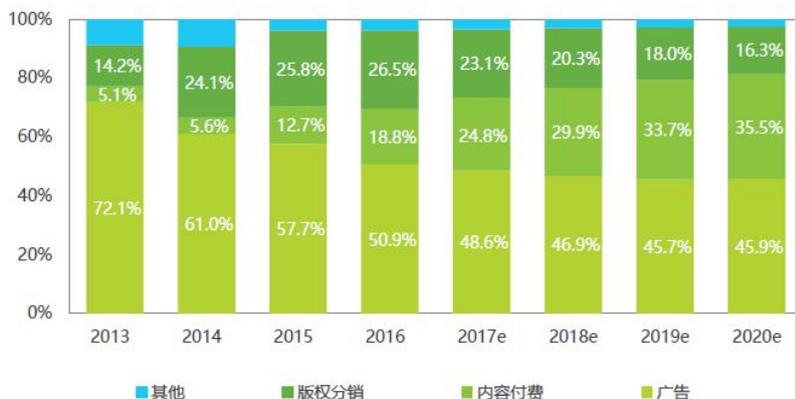


来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

未来市场规模构成将愈发平衡

为改善单一商业模式，在线视频企业发力用户付费内容，预计2022年占比将近30%，与广告业务共同带动市场规模增长。在线视频行业已经从对互联网广告的严重依赖转向了更加平衡、多样化的创收模式。

2013-2020年中国在线视频行业各业务营收占比



注释：在线视频广告市场规模指在线视频企业或者门户网站旗下的视频平台获得的全部广告投放金额，包括在线视频企业旗下细分产品平台；版权分销是指公司向著作权人购买独家作品版权后，又将该作品版权再分销给其他公司，然后从中赚取差价的模式；内容付费指企业的视频业务通过用户获得的付费额，包括会员费、单次点播付费等；其他是指在线视频平台在前述几个业务细分之外的业务规模，例如娱乐相关硬件的销售等。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

2017年广告规模将达463.2亿元，同比增长42%

2016全年，中国在线视频行业广告市场规模达463.2亿元，同比增长42%。领先的在线视频平台，基于其庞大的用户基础和长期对用户视频观看行为的数据分析，不仅能够提供大量的有效曝光，还可根据数据进行定向推送，因此不断吸引各类型广告主进行投放。

视频企业逐渐进行除贴片广告外的其他广告形式的探索，如依托自制内容进行曝光的植入和冠名形式，进行深度内容原生广告植入的探索。此外，还进行信息流广告、视频压屏广告等多元尝试，不断为广告主提供新思路，预计未来在线视频广告市场仍将长期保持活力，并且进一步提升在整体网络广告市场中的占比。

2013-2020年中国在线视频广告市场规模及预测



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

信息流广告为移动广告带来新的增长机会

在线视频平台引入信息流广告大大提高了整体广告市场空间，而信息流广告多应用于移动端进行曝光，相对带来移动端广告规模的进一步增长。2017年在线视频移动广告规模将达317.1，在整体视频平台广告中占比达68.4%，预计到2020年，将占据整体视频平台广告收入的九成份额。

2013-2020年中国在线视频行业移动广告市场规模



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

短视频流量积累形成规模，未来1-2年将进行大规模变现

2016年短视频兴起，早期短视频平台开始进行初步的商业变现尝试，2017年短视频火热，用户规模的增长和广告主的关注带动整体市场规模提升，2017年短视频时长规模达57.3亿，同比增长达183.9%。

艾瑞分析认为，未来1-2年内，短视频平台将开放大量的商业化机会，流量变现带来较大的市场规模增长，与此同时随着短视频内容营销质量的不断提升，内容变现也将出现较大机会。预计2020年短视频时长规模将超300亿。

2016-2020年中国短视频行业市场规模及预测



注释：短视频行业规模为独立短视频平台的营收规模测算，不包含短视频形式的所有收入规模。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

用户规模增速放缓，未来市场规模主要依靠ARPU值增长拉动

2017年泛娱乐直播市场规模将达440.6亿元，同比增长92.8%，其中来自于用户付费的营收规模占比超90%，企业端付费主要来自于游戏直播的游戏联运收入和少量直播营销收入。

未来随着用户规模的增速放缓，泛娱乐直播市场规模增长将主要依靠ARPU值提升拉动，此外，各平台基于已有的用户基础，逐渐进行营销尝试，将会成为市场扩张的新机会。

2014-2020年中国泛娱乐直播市场规模及预测



注释：1.泛娱乐直播包括综合类社交直播平台、秀场直播平台及游戏直播平台
来源：1.综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

电子版完整报告请阅读附带发送文档！