



视频行业动态月报 (2018 年 08 月)

2018 年第 08 期 统计周期: 2018 年 08 月 出品时间: 09.03, 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、区块链等行业政策、数据及动态

本期热点:

- ◆ 全国宣传思想工作会议召开
- ◆ 广电总局推动有线电视网络行政整合
- ◆ 多地规范 IPTV 业务监管
- ◆ 我国运营商电视用户突破 2 亿
- ◆ Verizon 率先推出 5G 电视服务



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	
	标准进展	视频	
		电信	
		其它	
	智慧业务	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	
		其它	
	通信技术	4G/5G	
		宽带/光通信	
		其它	
	云数智联	大数据	
		云计算	
		智慧家庭	
		物联网	
		人工智能	
		其它	
海外动态	战略观察	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		
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 08 期

导读索引.....	2
目 录.....	4
一、 政策动态.....	12
1、政策解读.....	12
全国宣传思想工作会议召开.....	12
“扫黄打非”等六部门：加强网络直播服务管理.....	15
文旅部：执法检查“哔哩哔哩”等 27 家网站.....	15
广电总局：99 个少儿栏目获得资金奖励.....	16
广电总局：研究细化节目内容审核标准.....	16
工信部：印发扩大信息消费行动计划.....	16
工信部：到 2020 年新增上云企业 100 万家.....	17
工信部：加快 5G 系统等重点频率规划.....	17
工信部：推动区块链产业健康有序发展.....	18
工信部：49 款不良手机 APP 下架处理.....	18
河北：查处某有线电视台擅自设台案.....	18
陕西：全部行政村实现光纤通达.....	19
广东：全面强化付费频道管理.....	19
2、名人名言.....	20
苗圩：未来 5 年是超高清视频机遇期.....	20
慎海雄：传统媒体与新兴媒体在导向上要一个标准.....	20
张宏森：加快全国有线电视网络整合.....	21
郑维东：年轻人和短视频改写电视.....	21
3、人事动态.....	22
中宣部副部长徐麟出任国新办主任.....	22
刘烈宏任国家互联网信息办公室副主任.....	22

乔小燕将担任华数传媒总裁.....	22
丁迈出任 CSM 总经理.....	22
鹏博士聘任崔航为公司总经理.....	23
董事长王一彪辞去人民网一切职务.....	23
二、 战略动态.....	23
1、行业观察.....	23
向家宽综合接入延伸 中国移动魔百盒狂飙猛进.....	23
居安思危：IPTV 的未来会怎样.....	28
从 3G 无线广播到 5G 数字电视.....	31
电信运营商全面超越有线数字电视用户.....	35
2、招中标信息.....	36
深圳：IPTV 开机广告代理招标公告.....	36
北京联通：60 万台 IPTV 机顶盒招标公告.....	37
内蒙古联通：36 万台 IPTV 全 4K 机顶盒招标公告.....	37
浙江移动：11.9 万台智能网关等招标公告.....	37
咪咕文化：两年 CDN 服务招标公告.....	38
广东广电：50 万台高清互动机顶盒招标公告.....	38
广州市番禺有线：4K 智能终端招标公告.....	38
中国电信：3000 万台“家庭网关”中标公告.....	38
中国移动：2000 万智能机顶盒采购中标公告.....	39
福建联通：10 万台全 4K 智能机顶盒/IPTV 终端中标公告.....	39
江苏联通：4 万台 IPTV 融合机顶盒中标公告.....	40
安徽广电：4 万台高清单向机顶盒中标公告.....	40
3、标准进展.....	40
2 项地面数字电视标准通过审查.....	40
DCI 将制定 HDR 影院标准.....	41
4、智慧业务.....	42
中国联通与阿里巴巴成立合资公司.....	42
人民网与中国移动打造 5G 融媒体新生态.....	42
无锡电信助力 5.14 万户家庭家居智慧升级.....	42

四川移动探索“互联网+党建”	43
5、物联网.....	43
中国电信物联网连接规模翻倍.....	43
中国电信智能视频监控角色大转变.....	43
联通集采 3G/4G 物联网定制通信模块：共计 120 万片.....	44
中国移动上半年物联网连接数净增 1.55 亿.....	44
腾讯加入 Lora 物联网联盟.....	44
全新华为智能家居 APP 上线.....	44
6、人工智能.....	45
AI 将推动实现智能 5G.....	45
甘肃出台人工智能实施方案.....	45
7、其它.....	46
中国联通成立 5G 创新中心.....	46
中国联通：北京将作为 5G 重点试验点.....	46
中国移动：目前已经建设 14 个 5G 开放实验室.....	46
中国移动：正筹划旗下 3 到 4 家公司分拆上市.....	47
中国移动推出“视频彩铃”	47
江西移动：无条件全免费安装宽带.....	47
荣耀、OPPO、vivo 均否认进军电视领域.....	47
三星发布 8K QLED 电视.....	48
三、 市场动态.....	48
1、IPTV.....	48
青海局召开 IPTV 监管工作会议.....	48
河北局全面规范治理 IPTV 业务.....	48
“清新福建”专栏即将上线福建 IPTV.....	49
移动手机消费满 38 元 IPTV 免费看两年.....	49
宁夏移动 IPTV：精选周周免费看.....	49
河南联通 IPTV 已升级家庭影院.....	50
辽宁 IPTV 新功能上线.....	51
平陆违规开展 IPTV 业务被叫停.....	51

2、OTT TV.....	51
南方新媒体与康佳达成战略合作.....	51
芒果 TV 起诉搜狐视频侵权.....	52
快乐购更名芒果超媒 打造芒果媒体生态.....	52
3、广播电视.....	52
重庆有线“巴渝文化云”平台上线.....	52
江苏有线携江苏农行推出“有线宝”业务.....	53
陕西广电网络签署应急广播建设协议.....	53
江苏有线微信电视上线.....	53
我国计划 2020 年开通 4K 卫星频道.....	53
北京广播电视台融媒体中心正式成立.....	54
北京：16 个区级融媒体中心全部建成.....	60
SMG 与科大讯飞将共建“智能媒体实验室”.....	60
大连新闻传媒集团挂牌成立.....	60
4、网络视频.....	61
视频网站：共同抵制艺人“天价”片酬现象.....	61
吉林移动咪咕直播百所高校进白山.....	61
阿里全面打通新零售+大文娱.....	61
优酷部署爱迪德 ChinaDRM 标准版权保护.....	62
优酷升级创作者激励计划.....	62
“优酷”诉“电视猫视频”盗播《这就是街舞》.....	62
西瓜视频宣布进军网综领域.....	63
爱奇艺与新英体育成立合资公司打造在线体育平台.....	63
阿里体育 7 年 10 亿拿下 CUBA 独家运营权.....	63
雷石科技完成近 2 亿元 B 轮融资.....	64
5、上市公司财报.....	64
三大电信运营商半年度财报.....	64
芒果超媒半年度财报.....	65
东方明珠半年度财报.....	66
爱奇艺半年度财报.....	66

搜狐半年度财报.....	67
B 站半年度财报.....	67
虎牙直播半年度财报.....	67
四、 技术动态.....	68
1、视频技术.....	68
中国联通开启 IPTV 全 4K 机顶盒测试.....	68
B 站上线 DASH 视频串流技术.....	68
2、通信技术.....	69
3、云数智联.....	69
工信部公布第十七批 CDN、云牌照.....	69
中国移动发布“移动云”产品.....	70
中兴通讯发布一体式 PoE 家庭组网方案.....	70
4、其它.....	70
五、 海外动态.....	71
1、战略观察.....	71
全球流媒体电视播放总数持续增长.....	71
让 OTT 为线性广播公司赚钱.....	73
DTT/IP 混合电视才是未来 10 年的主流.....	76
Ovum 观察：2018 年电信运营商收入增长预期不强.....	78
AT&T 电视业务经营情况分析.....	79
2、电信市场.....	82
全球电信运营商开启裁员潮.....	82
FCC 宣布 5G 频谱拍卖规定：将先拍卖 28GHz 频段.....	82
AT&T 收购“新生代小众聚合新媒体”.....	83
Verizon’将率先推出 5G 电视服务.....	83
澳大利亚两大电信公司宣布合并.....	83
韩国电信 KT 推出 AR 购物服务.....	84
3、广电市场.....	84
Charter 收购时代华纳有线被撤销.....	84
迪士尼将于 2019 年推出 SVOD 服务.....	84

CBS 推出流媒体新闻服务.....	85
NHK 今年将开通 8K 卫星频道.....	85
马来西亚 Astro 启动 4K 广播.....	85
4、网络视频.....	86
亚马逊 Prime Video 入驻康卡斯特平台.....	86
Naspers 成立 OTT 视频部门.....	86
Facebook 收购互动视频直播团队 Vidpresso.....	86
Instagram 推出长视频应用 IGTV.....	87
Netflix 原创内容同比增长 88%.....	87
Netflix 测试新支付方式以绕过苹果.....	87
YouTube 虚拟现实 APP 登陆三星 Gear VR.....	87
加拿大欲以税收遏制 Netflix 扩张.....	88
5、其它.....	89
苹果加入智能家居组织.....	89
谷歌将进军户外广告领域.....	89
英特尔收购 Vertex.AI 整合入 AI 部门.....	89
6、全球主要运营商财报.....	90
7、技术动态.....	101
欧洲田径锦标赛开展 5G UHD 广播试验.....	101
Chrome 和 Firefox 新增 AV1 编码支持.....	102
意大利从 MPEG-2 转向 MPEG-4.....	102
Com Hem 推出 1.2Gbps 宽带业务.....	103
六、 市场数据.....	103
1、监测数据.....	103
IPTV 收视数据（2018 年 7&8 月）.....	103
OTT 收视数据（2018 年 7 月）.....	105
工信部公报（2018 年 7 月）.....	107
运营商月报（2018 年 7 月）.....	113
艾瑞在线视频 APP 指数（2018 年 7 月）.....	115
艾瑞网络影视指数（2018 年 7 月）.....	116

2、视频数据.....	116
7 月末 IPTV 用户数达 1.45 亿户.....	116
2018 年上半年 OTT 终端激活数达 1.9 亿台.....	117
视频网站付费会员用户突破 2 亿.....	117
福建 IPTV 用户突破 500 万.....	118
湖南宽带电视用户破 900 万.....	118
2018 年上半年共上线网络电影 730 部.....	119
《延禧攻略》播放量破 130 亿.....	119
3、产业数据.....	119
7 月彩电市场：互联网品牌开始发力.....	119
上半年互联网企业完成业务收入 4171 亿元.....	120
2017 年我国云计算市场规模达 691.6 亿元.....	120
小米电视 2018Q2 晋升中国第一大电视品牌.....	120
广东家庭宽带用户突破 2900 万户.....	121
4、其它数据.....	121
索尼 PSVR 销量已破 300 万台.....	121
中国网络排名全球第 141 位.....	121
5、海外数据.....	122
2018Q2 美国付费电视用户规模.....	122
2022 年电视和视频广告市场规模将达 5590 亿美元.....	123
2018 年美国联网电视用户达到 1.826 亿人.....	124
欧洲人每月观看超过两小时的视频点播内容.....	124
英国 OTT 订阅数量超过付费电视用户.....	125
意大利 200 万人非法使用 IPTV 服务.....	125
东欧 OTT 收入增长三倍.....	125
俄罗斯 Rostelecom 付费电视用户达 1000 万.....	126
亚太 IPTV 市场份额提升至 23%.....	126
亚太 SVOD 订户 2023 年将达 3.51 亿.....	127
七、 报告文件.....	127
1、政策文件.....	127

关于加强网络直播服务管理工作的通知.....	127
扩大和升级信息消费三年行动计划(2018-2020 年).....	129
2、运营监测报告.....	135
湖南 IPTV 收视行为报告（2018 年 7 月）.....	135
华数大数据:《2018 上半年热播综艺收视报告》.....	144
OTT 产品测评报告（2018 年 8 月）.....	154
重点作品版权保护预警名单（2018 年度第六批）.....	155
3、行业精选报告.....	156
10 省市 IPTV 数据报告.....	156
2018 年度 OTT 行业发展趋势分析报告.....	159
全国电视收视市场回顾（2018 年上半年）.....	162
短视频行业态势研究报告（2018 年 8 月）.....	167
中国视频云服务行业研究报告（2018 年）.....	171
第 42 次中国互联网报告.....	174
英国通信市场报告（2018 年）.....	176

一、 政策动态

1、 政策解读

全国宣传思想工作会议召开

全国宣传思想工作会议 21 日至 22 日在北京召开。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平出席会议并发表重要讲话。

他强调，完成新形势下宣传思想工作的使命任务，必须以新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”，自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，坚持正确政治方向，在基础性、战略性工作上下功夫，在关键处、要害处下功夫，在工作质量和水平上下功夫，推动宣传思想工作不断强起来，促进全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起，为服务党和国家事业全局作出更大贡献。

习近平在讲话中指出，党的十八大以来，我们把宣传思想工作摆在全局工作的重要位置，作出一系列重大决策，实施一系列重大举措。在党中央坚强领导下，宣传思想战线积极作为、开拓进取，党的理论创新全面推进，中国特色社会主义和中国梦深入人心，社会主义核心价值观和中华优秀传统文化广泛弘扬，主流思想舆论不断巩固壮大，文化自信得到彰显，国家文化软实力和中华文化影响力大幅提升，全党全社会思想上的团结统一更加巩固。实践证明，党中央关于宣传思想工作的决策部署是完全正确的，宣传思想战线广大干部是完全值得信赖的。

习近平强调，在实践中，我们不断深化对宣传思想工作的规律性认识，提出了一系列新思想新观点新论断，这就是坚持党对意识形态工作的领导权，坚持思想工作“两个巩固”的根本任务，坚持用新时代中国特色社会主义思想武装全党、教育人民，坚持培育和践行社会主义核心价值观，坚持文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量，坚持提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，坚持以人民为中心的创作导向，坚持营造风清气正的网络空间，坚持讲好中国故事、传播好中国声音。这些重要思想，是做好宣传思想工作的根本遵循，必须长期坚持、不断发展。

习近平指出，中国特色社会主义进入新时代，必须把统一思想、凝聚力量作为宣传思想工作的中心环节。当前，我国发展形势总的很好，我们党要团结带领人民实现党的十九大确定的战略目标，夺取中国特色社会主义新胜利，更加需要坚定自信、鼓舞斗志，更加需要同心同德、团结奋斗。我们必须把人民对美好生活的向往作为我们的奋斗目标，既解决实际问题又解决思想问题，更好强信心、聚民心、暖人心、筑同心。我们必须既积极主动阐释好中国道路、中国特色，又有效维护我国政治安全和文化安全。我们必须坚持以立为本、立破并举，不断增强社会主义意识形态的凝聚力和引领力。我们必须科学认识网络传播规律，提高用网治网水平，使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量。

习近平强调，做好新形势下宣传思想工作，必须自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。举旗帜，就是要高举马克思主义、中国特色社会主义的旗帜，坚持不懈用新时代中国特色社会主义思想武装全党、教育人民、推动工作，在学懂弄通做实上下功夫，推动当代中国马克思主义、21 世纪马克思主义深入人心、落地生根。聚民心，就是要牢牢把握正确舆论导向，唱响主旋律，壮大正能量，做大做强主流思想舆论，把全党全国人民士气鼓舞起来、精神振奋起来，朝着党中央确定的宏伟目标团结一心向前进。育新人，就是要坚持立德树人、以文化人，建设社会主义精神文明、培育和践行社会主义核心价值观，提高人民思想觉悟、道德水准、文明素养，培养能够担当民族复兴大任的时代新人。兴文化，就是要坚持中国特色社会主义文化发展道路，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，继承革命文化，发展社会主义先进文化，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国。展形象，就是要推进国际传播能力建设，讲好中国故事、传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力和中华文化影响力。

习近平指出，建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，是全党特别是宣传思想战线必须担负起的一个战略任务。要做好做强马克思主义宣传教育工作，特别是要在学懂弄通做实新时代中国特色社会主义思想上下功夫。要把坚定“四个自信”作为建设社会主义意识形态的关键，坚持马克思主义在我国哲学社会科学领域的指导地位，建设具有中国特色、中国风格、中国气派的哲学社会科学。要把握正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，巩固壮大主流思想舆论。要加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众。要旗帜鲜明坚持真理，立场坚定批驳谬误。要压实压紧各级党委（党组）责任，做到任务落实不马虎、阵地管理不懈怠、责任追究不含糊。

习近平强调，宣传思想工作是要做人的工作的，要把培养担当民族复兴大任的时代新人作为重要职责。重中之重是要以坚定的理想信念筑牢精神之基，坚定对马克思主义的信仰，对社会主义和共产主义的信念，对中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的自信。要强化教育引导、实践养成、制度保障，把社会主义核心价值观融入社会发展各方面，引导全体人民自觉践行。要抓住青少年价值观形成和确定的关键时期，引导青少年扣好人生第一粒扣子。要广泛开展先进模范学习宣传活动，营造崇尚英雄、学习英雄、捍卫英雄、关爱英雄的浓厚氛围。要大力弘扬时代新风，加强思想道德建设，深入实施公民道德建设工程，加强和改进思想政治工作，推进新时代文明实践中心建设，不断提升人民思想觉悟、道德水准、文明素养和全社会文明程度。要弘扬新风正气，推进移风易俗，培育文明乡风、良好家风、淳朴民风，焕发乡村文明新气象。

习近平指出，要引导广大文化文艺工作者深入生活、扎根人民，把提高质量作为文艺作品的生命线，用心用情用力抒写伟大时代，不断推出讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品力作，书写中华民族新史诗。要坚持把社会效益放在首位，引导文艺工作者树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观，自觉讲品位、讲格调、讲责任，自觉遵守国家法律法规，加强道德品质修养，坚决抵制低俗庸俗媚俗，用健康向上的文艺作品和做人处事陶冶情操、启迪心智、引领风尚。要推出更多健康优质的网络文艺作品。要推动公共文化服务标准化、均等化，坚持政府主导、社会参与、重心下移、共建共享，完善公共文化服务体系，提高基本公共文化服务的覆盖面和适用性。要推动文化产业高质量发展，健全现代文化产业体系和市场体系，推动各类文化市场主体发展壮大，培育新型文化业态和文化消费模式，以高质量文化供给增强人们的文化获得感、幸福感。要坚定不移将文化体制改革引向深入，不断激发文化创新创造活力。

习近平强调，要不断提升中华文化影响力，把握大势、区分对象、精准施策，主动宣介新时代中国特色社会主义思想，主动讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事，让世界更好了解中国。中华优秀传统文化是中华民族的文化根脉，其蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，不仅是我们中国人思想和精神的内核，对解决人类问题也有重要价值。要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来，把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。要完善国际传播工作格局，创新宣传理念、创新运行机制，汇聚更多资源力量。

习近平指出，要加强党对宣传思想工作的全面领导，旗帜鲜明坚持党管宣传、党管意识形态。要以党的政治建设为统领，牢固树立“四个意识”，坚决维护党中央权威和集中统一领导，牢牢把握正确政治方向。要加强作风建设，坚决纠正“四风”特别是形式主义、官僚主义。宣传思想干部要不断掌握新知识、熟悉新领域、开拓新视野，增强本领能力，加强调查研究，不断增强脚力、眼力、脑力、笔力，努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的宣传思想工作队伍。

“扫黄打非”等六部门：加强网络直播服务管理

8 月 20 日消息，全国“扫黄打非”办公室会同工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室联合下发《关于加强网络直播服务管理工作的通知》，部署各地各有关部门进一步加强网络直播服务许可、备案管理，强化网络直播服务基础管理，建立健全长效监管机制，大力开展存量违规网络直播服务清理工作。

通知要求，应落实用户实名制度，加强网络主播管理，建立主播黑名单制度，健全完善直播内容监看、审查制度和违法有害内容处置措施。通知强调，应用商店不得为列入有关部门黑名单中的网络直播 App 提供分发服务。

通知要求，网络直播服务提供者应按照许可范围开展业务，不得利用直播服务制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容。应按照要求建立内容审核、信息过滤、投诉举报处理等相关制度，建立 7×24 小时应急响应机制，加强技术管控手段建设，按照要求处置网络直播中的违法违规行为。按照有关法律法规要求，记录直播服务使用者发布内容和日志信息并保存一定期限。

通知全文请参见第七部分“报告文件-政策文件”！

文旅部：执法检查“哔哩哔哩”等 27 家网站

8 月 2 日消息，为规范网络文化市场秩序，严查含有低俗内容的网络文化产品，文化和旅游部部署开展专项查处工作，依法从重查处部分内容违规网络文化经营单位，组织开展网络动漫、网络音乐市场集中执法检查，27 家主要网络动漫、网络音乐网站被列入检查对象名单。

针对有关媒体曝光的“哔哩哔哩”“快看漫画”等动漫视频网站和漫画网站提供含有低俗内容的网络动漫产品问题，文化和旅游部部署北京市、上海市文化市场行政执法总队依法查处上海宽娱数码科技有限公司、快看世界（北京）科技有限公司的违规经营行为。文化和旅游部要求 11 家主要网络动漫经营单位加强内容自审，开展自查清理，下线违规网络动漫产品，目前已下线涉嫌违规动漫视频 977 条、漫画 167 部。

广电总局：99 个少儿栏目获得资金奖励

8 月 6 日消息，国家广播电视总局近日公布了 2017 年度少儿节目精品发展专项资金扶持项目评审结果，共有 99 个扶持项目，奖励资金共计 880 万元。

据了解，为扶持全国少儿广播电视节目制作播出，鼓励和引导少儿节目精品创作，总局设立少儿节目精品发展专项资金。经各省级新闻出版广电行政管理部门、中央广播电视总台推荐，总局组织专家初审、终审并公示，最终确定 2017 年度少儿节目精品发展专项资金扶持项目共 99 个，扶持资金共计 880 万元。

广电总局：研究细化节目内容审核标准

8 月 21 日消息，国家广播电视总局先后与部分中央和大型商业视听网站内容审核专家座谈，研究分类细化节目内容审核标准，启动分领域节目内容审核标准细则的制订工作。

为深入贯彻落实习近平总书记在全国网信工作会议的重要讲话精神，以网络强国战略思想为指引，加强互联网视听内容关口建设，进一步提升网络视听平台内容审核基础能力，国家广播电视总局今年 7 月以来，先后与部分中央和大型商业视听网站内容审核专家进行座谈，针对今日头条、快手、抖音、秒拍、腾讯、优酷、爱奇艺等网站的短视频节目、少儿节目、网络综艺节目等，研究在现有网络视听节目内容审核通则的基础上，分类细化节目内容审核标准，全面启动分领域节目内容审核标准细则的制订工作。

工信部：印发扩大信息消费行动计划

8 月 10 日消息，为深入贯彻《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》（国发〔2017〕40 号），进一步细化落实相关工作部署，工业和信息化部、

国家发展改革委近日联合印发了《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）》（以下简称《行动计划》）。

行动计划指出，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，消费对经济发展的基础性作用日益凸显。信息消费是创新最活跃、增长最迅速、辐射最广泛的新兴消费领域之一，对拉动内需、促进就业和引领产业升级发挥着重要作用，已成为新时期提振国民经济、深化供给侧结构性改革、实现高质量发展的关键抓手。扩大和升级信息消费，有利于在更高水平、更高层次、更深程度实现供需新平衡，有利于优化经济结构，普惠社会民生。

本次《行动计划》明确四大着力点，展开 4 大主要行动：新型信息产品供给体系提质行动（涉及领域包括可穿戴设备、智能网联车、高清终端设备等）、信息技术服务能力提升行动（涉及领域包括云计算、大数据）、信息消费者赋能行动（涉及领域包括 4G、5G、光纤覆盖）、信息消费环境优化行动（涉及领域包括网络安全等）。

通知全文请参见第七部分“报告文件-政策文件”！

工信部：到 2020 年新增上云企业 100 万家

8 月 10 日消息，为贯彻落实《国务院关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》《国务院关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》《云计算发展三年行动计划（2017-2019 年）》等部署要求，推动企业利用云计算加快数字化、网络化、智能化转型，推进互联网、大数据、人工智能与实体经济深度融合，工信部印发《推动企业上云实施指南（2018-2020 年）》的通知。

通知要求：到 2020 年，力争实现企业上云环境进一步优化，行业企业上云意识和积极性明显提高，上云比例和应用深度显著提升，云计算在企业生产、经营、管理中的应用广泛普及，全国新增上云企业 100 万家，形成典型标杆应用案例 100 个以上，形成一批有影响力、带动力的云平台和企业上云体验中心。

工信部：加快 5G 系统等重点频率规划

8 月 27 日消息，工信部无线电管理局（国家无线电办公室）近日在吉林长春组织召开无线电管理重点工作推进座谈会。

一是要以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领，在无线电管理工作中全面贯彻落实党的十九大精神。

二是要以加强制度和队伍建设为重点，推动无线电管理专业能力、监测能力和执法能力上台阶、上水平。

三是要以提升频率利用效率和效益为着力点，助力经济社会和制造业高质量发展。

四是要坚持以人民为中心的出发点，忠实履行“电波卫士”职责。

五是要以补短板、提弱项为切入点，抓实无线电管理“十三五”规划中期评估工作。

工信部：推动区块链产业健康有序发展

8 月 10 日消息，我国区块链技术持续创新，产业初步形成，逐步在供应链金融、征信、产品溯源等领域应用。工信部将加强与各地各部门衔接互动，营造良好的区块链产业发展环境，积极推动产业健康有序发展。

目前，我国区块链产业生态初步形成，企业数量快速增加。工信部信息中心此前发布的《2018 中国区块链产业白皮书》显示，截至 2018 年 3 月底，我国以区块链业务为主营业务的区块链公司数量已超过 450 家，产业初步形成规模。

工信部：49 款不良手机 APP 下架处理

8 月 28 日消息，工信部日前公布了 2018 年第二季度电信服务有关情况通告，其中在不良手机应用举报方面，下架了近 600 款 APP。

其中，在电信服务监管方面，今年二季度，工信部对 45 家手机应用商店的应用软件进行技术检测，发现违规软件 49 款，涉及违规收集使用用户个人信息、恶意“吸费”、强行捆绑推广其他应用软件等问题，这些不良软件已全部被责令下架。

河北：查处某有线电视台擅自设台案

8 月 2 日消息，石家庄无线电管理局执法人员在执法检查中发现某县有线电视台涉嫌擅自设置使用地面数字电视发射装置，占用发射频点 602MHz。经核实得知，该县有线电视台

私设的该发射设备未在无线电管理部门办理设台手续，未取得电台执照，属于擅自设台的违法行为。

执法人员现场制作了检查笔录和询问笔录，搜集保存了其设备、频谱图等违法证据。目前，案件已经依法立案。

陕西：全部行政村实现光纤通达

8 月 10 日消息，随着陕西第三批电信普遍服务试点项目 680 个行政村光网建设任务的完成，陕西省实现了 100%行政村光纤通达。下一步，陕西管局将按照部、省有关工作要求，继续推进网络基础设施建设、深入开展网络扶贫工作。同时，指导电信运营企业积极做好 2018 年 4G 普遍服务试点项目，届时，将实现省内所有行政村 4G 网络信号全覆盖，提升农村地区移动网络覆盖质量，不断提升陕西农村地区信息化水平，助力乡村振兴战略落地。

广东：全面强化付费频道管理

8 月 31 日消息，广东局全面强化付费频道管理：

一是召开专题会议，学习通报总局有关文件精神，将付费频道管理和专项检查列为重点督办事项。

二是向全省各级广电行政部门和广播电视播出机构发出通知，要求严格执行播出机构和频道频率管理法规规定，开展专项自查，立行立改，严防违规问题发生。

三是对全省所有付费频道的节目进行全面核查，特别是对节目体量较大的广东广播电视台和深圳广播电视台进行重点核查。

四是组成督查组到广州和深圳进行实地督导检查，要求两地广播电视播出机构落实意识形态工作主体责任，抓好付费频道监管。

2、名人名言

苗圩：未来 5 年是超高清视频机遇期

8 月 20 日，为加快部署和推动我国超高清视频产业发展，超高清视频产业发展工作协调会在北京召开，会议由工业和信息化部部长苗圩主持。中宣部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席，中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄，工业和信息化部副部长罗文，国家广播电视总局副局长张宏森，中央广播电视总台副台长阎晓明参加了会议。

苗圩介绍了工业和信息化部推动超高清视频产业发展已开展的相关工作及下一步工作考虑，聂辰席介绍了国内高清、超高清电视发展总体情况及已开展的相关工作，慎海雄介绍了开通超高清电视频道的规划情况。苗圩对会议进行了总结，并对下一步工作提出了明确要求。

苗圩指出，超高清视频是继视频数字化、高清化之后的新一轮重大技术革新，加快部署和推动我国超高清视频产业发展，是深入贯彻党的十九大精神的重要举措，有利于培育中高端消费新增长点，有利于促进我国电子信息产业迈向全球价值链中高端，有利于满足人民日益增长的美好生活需要，是一件利国利民的好事。

苗圩强调，未来 5 年将是我国超高清视频产业发展的战略机遇期。我们必须准确把握超高清视频产业发展带来的重大机遇，加强顶层设计，加大政策支持，加快产业发展和应用普及，推动电子信息产业转型升级，打造国民经济新的增长点。

慎海雄：传统媒体与新兴媒体在导向上要一个标准

新闻工作者只有始终坚持马克思主义新闻观，坚持正确政治方向，坚持正确舆论导向，在开拓创新中提升传播力、引导力、影响力、公信力，才能真正成为“党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者”。践行马克思主义新闻观要将 48 字职责使命作为根本遵循，一切传播手段都要服从服务于正确的舆论导向。传统媒体与新兴媒体在导向上要一把尺子、一个标准。

张宏森：加快全国有线电视网络整合

8 月 15 日至 8 月 21 日，总局组织召开全国有线电视网络整合发展片区座谈会，31 家省级有线电视网络公司分 5 个片区参加会议，张宏森同志出席西北、西南两个片区会并讲话。座谈会就《全国有线电视网络整合发展实施方案》征求了意见，进行了讨论，一致表示同意该实施方案，希望进一步加快网络整合推进步伐，并提出了修改意见和建议。

张宏森强调，有线电视网络是传播党和国家声音的重要渠道，是宣传文化主阵地。中央高度重视全国有线电视网络整合发展，中宣部牵头成立全国有线电视网络整合发展领导小组，部署《全国有线电视网络整合发展实施方案》，进一步加大行政推动力度。有线电视网络行业要深刻认识到，网络整合发展是实现广播电视高质量发展和创新性发展的一项重要工作，要解放思想、转变观念、敢闯敢试敢作为，以新理念、新方法加快网络整合推进步伐，加快网络转型升级改造，加快有线电视网络与 5G 新技术新业态的融合发展，形成有线无线卫星移动一体化传输的新格局。

郑维东：年轻人和短视频改写电视

8 月 28 日消息，郑维东表示，现在一开电视，就开始想同时还有多少人也在看电视，都是些什么人；他们会看哪个频道，会停留在哪个节目上。这个职业病害得我现在很不情愿看电视，更愿意拿起手机找些短视频看看。

严格说短视频不是电视，短视频是飞来飞去的断片儿，琐碎又无序，闪烁于小屏幕，让你忘掉看电视的仪式感。生活中还有什么需要重新找回仪式感呢？比如看电影，进电影院是有仪式感的。明星走红地毯那就更是仪式感的典范。电影票房收入不断新高，明星身价也发疯似的增长。可见要让观众多些理由看电视，给看电视找回仪式感也许挺重要。

现在成长起来的年轻人，在他们人生的各个阶段，仪式感好像从不缺位，反而就淡忘了看电视的仪式感。再说，短视频是快的，电视是慢的。看电视需要时间的冗余与伴随。独生子女成长起来的一代，主要是那些 80 后 90 后们，多半上有老下有小，本来就有点儿顾此失彼，时间的冗余其实挺少。

有人定义 1995 年以后出生的一代人为“Z 世代”，其实就是“互联网世代”。这个世代群体眼中的电视必然是不一样的电视：他们或许已经带来电视的断代，而我们竟未觉。

3、人事动态

中宣部副部长徐麟出任国新办主任

8 月 21 日，国务院任免国家工作人员：任命徐麟为国务院新闻办公室主任。

刘烈宏任国家互联网信息办公室副主任

8 月 14 日消息，国务院任免国家工作人员，任命刘烈宏为国家互联网信息办公室副主任。

乔小燕将担任华数传媒总裁

8 月 20 日，华数传媒发布公告称，公司审议通过了《关于聘任乔小燕女士为公司总裁的议案》。经董事会提名委员会审核，公司董事会聘任乔小燕女士为公司总裁。

公告显示，乔小燕女士与持有公司 5%以上股份的股东、实际控制人、公司其他董事、监事和高级管理人员不存在关联关系，未持有本公司股权，不存在不得聘任为公司总裁的情形，未受过中国证监会及其他有关部门的处罚和证券交易所纪律处分，未涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规被中国证监会立案稽查，不是失信被执行人，符合有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件、《股票上市规则》及交易所其他相关规定等要求的任职资格。

丁迈出任 CSM 总经理

8 月 15 日，中国广视索福瑞媒介研究(CSM)宣布了新的人事任命。经总公司研究决定，前 CSM 副总经理丁迈接棒徐立军，正式出任总经理，负责公司整体的日常经营及团队管理，并向董事会汇报。原 CSM 总经理徐立军先生因个人身体原因不再兼任公司总经理职务。

鹏博士聘任崔航为公司总经理

8 月 24 日消息，鹏博士电信传媒集团股份有限公司发关于董事会、监事会完成换届选举及聘任高级管理人员的公告。公司聘任崔航先生担任公司总经理;聘任王鹏先生担任财务负责人;聘任陈曦女士担任董事会秘书。

董事长王一彪辞去人民网一切职务

8 月 24 日晚间，人民网发布公告，称董事会于 2018 年 8 月 24 日收到了王一彪的书面辞职报告。王一彪因工作需要，现辞去人民网董事长、董事、董事会战略委员会主席及提名委员会委员等在公司所任的一切职务。

二、 战略动态

1、 行业观察

向家宽综合接入延伸 中国移动魔百盒狂飙猛进

8 月 13 日消息（特约作者 杜建民）近日，中国移动公布了 2018 年上半年财报。在监管层持续强力推行提速降费的大形势下，特别是各种资费明确要求年内再降低 30% 的具体要求的情况下，三大运营商广泛深入推广各种低价增量不限量套餐，并大力实施用 4G 赠家宽竞争战略。然而即便在家宽存量保有难度不断增大，新增获客困难增长的各种不利情况下，最近公开的财报各种数据显示，无论是用户规模还是营收总量，中国移动的老大地位依然稳固，其靓丽如常的财报中，看点非常多，这里我们重点关注其家宽经营情况。

一、看得见的用户飙升，看不懂营收增长

虽然中国联通和中国电信还没有公布其上半年财报，但是我们已经知道中国移动早已坐二望一。在用户规模上，中国移动真可谓飞速发展，今年 1-6 月份家宽净增 1880 万户。为了赶在 2018 年年底超过中国电信的家宽用户规模，实现真正的“双料冠军”目标，中国移动还进一步调高了用户净增预期，并将今年宽带用户发展目标从 2100 万户调高至 3000 万

户。有行业专家预测，按照今年上半年的用户发展平均增速，预计下个月，中国移动宽带用户数量将与中国电信用户数持平，成为宽带市场并列第一。在今年第四季度，中国移动将大概率超越中国电信，成为移动和宽带市场“双料一哥”。家宽用户规模有了巨量发展，中国移动家宽营收也实现了总量和增量的快速增长。

2018年H1三大基础电信运营商宽带 分月竞争数据统计表

	 中国移动 China Mobile (万户)	 中国电信 CHINA TELECOM (万户)	 China unicom中国联通 (万户)
1月	407.6	103	50.1
2月	308.1	98	43.3
3月	407.6	175	58.4
4月	317.8	100	25.3
5月	335	99	30.9
6月	462.5	134	29.7
净增 合计	2238.6	709	237.7
达到 合计	1.35073 (亿户)	1.4062 (亿户)	7891.6 (万户)

说明：以上根据公司月报汇总统计；
2.按照宽带口径统计，其中包含家宽和政企宽带等。

与家宽用户疯狂飙升同步增长的是，中国移动家宽营收高速增长。公开的财报数据显示，今年 1-6 月份，中国移动家宽实现营收 210 亿元，同比增长 49.1%，营收净增长为 69.15

亿元。照此计算，2017 年其家宽营收应为 140.85 亿元。然而我们翻看中国移动 2017 年上半年材料就会发现，当时其公布的家宽营收为 179.03 亿元。如果按照彼时的家宽营收计算，那么从 2017 年 7 月至 2018 年 6 月，营收净增长为 30.97 亿元。具体详见下表。69.15 亿元和 30.97 亿元，这两者的差距可谓巨大。我们必然会有疑问，为何会有这么大的数值差异，产生差异的原因是什么呢？中国移动家宽用户大多为使用 38 元/58 元或者其他高档次 4G 套餐免费赠送，这其中涉及到两个业务之间的收入分成。但是无论分成标准如何变动，这样的差值不应该出现，即使出现了也应该有具体的解释或者说明。当然具体原因，我们不得而知，相信很多局外人也会大呼看不懂。



近三年H1家宽经营数据对比统计表

项目	用户数 (万户)	营收 (亿元)	营收修正后 (亿元)
2016年	6584	119.53	119.53
2017年	9304	179.03	140.85
2018年	12800	210	210

说明：2017年半年报显示家宽营收179.03亿元；2018年财报显示家宽营收210亿元,同比增加49.1%, 计算得知2017年家宽营收为140.85亿元；数据来源于公开财报。

二、魔百盒用户同步飙升，家宽综合 ARPU 有待提升

中国移动 2018 年 H1 财报数据显示，上半年，魔百和客户规模突破 7915 万，比上年底净增 2190 万，渗透率达到 61.7%。2017 年 H1 财报显示，中国移动去年同期魔百和客户规模为 3721.6 万。也就是说从 2017 年 7 月到 2018 年 6 月末，经过一年的发展，中国

移动魔百盒用户增长 4193.4 万户，增幅超过百分之百。而同时期，中国移动家宽用户增长 3496 万户。两个数据对比，说明中国移动新增家宽用户魔百盒渗透率奇高。除此之外，魔百盒还向存量用户进行了大量延伸，发展了将近 700 万用户。具体统计对比数据详见下表。这里有必要提醒一下，相较于各种互联网电视盒子，中国移动魔百盒起步较晚，甚至晚于友商的各种电视盒子。所以，经过近三年的飞速发展，中国移动魔百盒已经形成了气候，具备了与互联网电视盒子，甚至友商电视盒子竞争的實力。用户规模增长了，用户价值能否提升呢？而且未来该如何提升用户价值呢？用中国移动自己的话说，“今年下半年，公司将继续重点聚焦提高网络质量和服务质量，持续推进宽带规模和价值的增长。”

近三年来H1财报公布的家宽和魔百盒用户统计表

项目	家宽用户数 (万户)	魔百盒用户数 (万户)	魔百盒渗透率 (%)
2016年	6584	\	\
2017年	9304	3721.6	>40.0
2018年	12800	7915	61.70

说明：1.以上数据来源于网络公开的各年度半年财报；
2. 暂未查询到的数据用\代替。

从魔百盒的用户规模和增长幅度看，都是令人非常赞同，甚至拍案叫绝的数据。然而，当我们汇总家宽的 ARPU 值时，就会有另外的发现。家宽 ARPU 单指存家宽的用户月均消费，综合家宽 ARPU 则包含魔百盒在内的家庭数字化服务的有线宽带的用户月均消费。网络公开的数据显示，自 2016 年 H1 到 2018 年 H1，中国移动综合家宽 ARPU 分别为 34.6 元、38 元和 34.8 元。相较于同期单纯家宽的 ARPU 值确有提升，但是提升幅度值得思考。具体对比统计数据详见下表。中国移动 2018 年 H1 财报显示，“随着网络质量的提高和应用

内容的丰富，家庭客户价值持续提升，上半年家庭宽带综合 ARPU 达到人民币 34.8 元，增长 7.3%。”下面的对比表清晰的现实，综合家宽 ARPU 从 2017 年 38 元下降到 2018 年同期的 34.8 元。而且 2018 年的家宽综合 ARPU 甚至低于 2016 年同期数据。从 2017 年来的变化幅度来看，2018 年应该是下降的。中国移动财报中所说的“增长 7.3%”，确实不知从何而来。如果我们继续按照 2017 年全年财报显示的家宽 ARPU33.3 元进行计算，也无法与增长 7.3% 的数值契合。中国移动家宽综合 ARPU 增长无法得出合理的计算依据，下降却是非常明显的。所以，单纯从数据对比来看，中国移动还需要继续提升其家宽和家宽综合 ARPU 值。中国电信和中国联通尚未公布其 2018 年 H1 财报，我们也无法对比三者家宽 ARPU。不过按照以往的经验推测，友商的家宽 ARPU 仍然远高于中国移动家宽 ARPU。

近三年来H1财报公布的家宽ARPU和魔百盒渗透率统计表

项目	家宽ARPU (元)	家宽综合ARPU (元)	魔百盒渗透率 (%)
2016年	33.4	34.6	\
2017年	34.9	38.0	>40.0
2018年	\	34.8	61.70

说明：1.以上数据来源于网络公开的各年度半年财报；2.家宽综合ARPU指含家庭数字化服务的有线宽带ARPU；3.暂未查询到的数据用\代替。

三、家宽高速发展，“大连接”战略目标有望提前实现

中国移动 2013 年年底时获得家宽运营牌照，至今也有 5 年时间。经过 5 年的建设和运营，特别是前期的大规模投入，按照家宽固有的“两先凉后”规律，既“先建设后发展，先圈地

后深耕”，2018 年之后将是中国移动家宽的收获之年。特别是随着大规模家宽建设和资本开支的缩减，家宽带来的营收和收益将会增长。如此以来，按照目前的用户规模和营收增长幅度，中国移动《“十三五”战略规划纲要》中所明确的“到 2020 年，家庭宽带收入超过 600 亿元，显著拉动公司收入增长”的目标完全可以实现。

另外，除了家宽用户和营收有了增长，中国移动还需要在家宽收益增长上下功夫。家宽是包括中国移动在内的运营商实施万物互联的关键控制节点，也是获取用户生活场景中大量端距离连接的重要入口。行业内对家宽的重要性都是有足够的认识。然而，现阶段家宽还只是家宽，并没有因为行业内认识的提升而有所改变。除了魔百盒等电视业务外，与家宽相关的业务还需要延伸。C114 中国通信网刊载的署名文章《长期不能盈利，中国移动家宽面临转型》一文对此有过深入具体的分析，这里不再重复分析，有兴趣的读者可以百度阅读。

虽然有部分数据无法推测得出合理的理由和根据，但是我们还是要对中国移动实现的家宽运营成果表示祝贺。因此，从用户的角度看，毕竟是大幅度降低了用户家宽支出，提升了用户获得感；从其企业自身业务发展角度看，除了强化了对移动业务和移动用户的捆绑外，家宽确实给中国移动带来了实实在在的现金流。当然，除了给用户提供服务并获得用户认可外，我们也期望中国移动能够实现家宽收益的增长，毕竟这才是企业经营发展的最终目标。而且只能这样才能形成，无论是对用户，还是对企业的良性发展。

居安思危：IPTV 的未来会怎样

工信部统计，截至 2018 年 6 月底，全国 IPTV 用户总数达 1.42 亿户，上半年净增 2002 万户。自 2015 年起，IPTV 发展进入爆发期，2016 年用户近乎翻倍，2017 年用户破亿。业内普遍认为，IPTV 用户数将很快突破 2 亿户，与有线电视用户持平。IPTV 发展之迅猛，令人惊叹不已，想必五年以前很少有人预料到当前形势。但是，作为 IPTV 广电从业者，同样看到潜藏在盛世下的危局，五年后的 IPTV 会如何？

IPTV 如何成势？功不在产品

2005 年，IPTV 在哈尔滨首次商用，可惜此后星星之火却没能燎原。2010 年，三网融合试点开启，总局出台 IPTV 指导意见，IPTV 发展方向逐渐明朗，但是广电电信、广电内部之争仍然限制了 IPTV 的发展。

此后，三网融合试点放开，IPTV 基本摆脱违法发展的帽子。同时，互联网的快速发展让电信运营商不甘于做管道，终于意识到视频对于宽带的重要性。电信和联通押注 IPTV，移动发展 OTT，加之 BAT 相继进入，两三年间电视大屏重获青春、炙手可热。

IPTV 与传统有线相比，虽然内容有一定丰富性，但是爆发的根本却是运营商套餐捆绑+价格补贴的战略，对用户而言，宽带开始成为必不可少的标配，办理宽带免费赠送电视，一个电话上门服务态度极好，还要有线电视有啥用？而 IPTV 与 OTT 相比，合规的直播是最主要的优势，而这也是政策导致而非产品问题。

所以，虽然 IPTV 有别于有线电视、OTT，但是成功不在产品本身，而是电信运营商和广电的双重政策支持。换句话说，不是 IPTV 有多么优秀，而是同行的衬托，虽然这衬托或无能无力，或被逼无奈。

IPTV 优势还有多久？技术带来新挑战

OTT 一直被认为是 IPTV 最有力的竞争对手。据统计全国互联网电视激活终端规模达到约 3 亿台(格兰研究&勾正数据)，日活终端超过 7000 万(奥维云网)。随着智能电视的普及，OTT 无处不在、无所不包，以“OTT+X”的形式成功占据 2/3 的家庭市场。本以为 OTT 和 IPTV 将短兵相接、血溅五步，没想到错身而过、安然无恙，反而携手遥望有线电视在夕阳下步履蹒跚、渐行渐远。

相信短期内政策不会放开 OTT 直播。OTT 监管难度高于 IPTV，一旦放开直播，属地管理的 IPTV 缺乏规模优势难敌资本助力下的野蛮者入侵，电视市场将更加混乱，不利于舆论环境的管控。

然而，令人“担忧”的是直播问题通过一种政策外的方式解决了。据流媒体网调查显示，通过电视大屏观看世界杯的用户，IPTV、有线电视、手机投屏是三大主流方式，分别占比 29.75%、28.48% 和 27.22%。悄然间，一两年的时间手机投屏已经成为主流的电视收看方式，大屏、小屏间的界限再次被打破，直播再难成为 IPTV 的保护伞。

科技的发展，如此措不及防。目前，国内三大运营商均已制定了 2020 年启动 5G 网络商用的计划，随着网络提速和物联网的发展，终端的界限更加模糊，媒体行业也必将产生变革，IPTV 可能面临以下变化：

①无线网络与有线网络产生竞争，无线更加便捷，基础内容服务向无线转移。

②超高清 4K/8K 及 VR 等技术普及，高品质、高清晰度的音视频成为主流，交互性要求更高，大屏的游戏应用体验超过 PC。

③多屏融合、服务打通，终端界限打破，一个账号在不同屏幕间自由切换、随时随地观看同源内容。

④大数据、人工智能广泛应用，真正以用户的需求为核心，市场的天平向用户倾斜，得用户芳心者得天下。

...

在这些变化中，以当前 IPTV 相对封闭的业态，各省独立的局面，复杂落后的平台，如何保持优势？

IPTV 的未来在哪里?抱团才能取暖

国内媒体的发展，一定要在坚持党的领导的前提下讨论。科技发展如火如荼，市场的发展已经走在政策的前面，无疑给行业监管和舆论管控带来极高的难度。

从纸质的报刊，到音频广播，到传统电视，都是内容匮乏的时代，播出即有收视、即是宣传。如今，PC 互联网发展至移动互联网乃至物联网，互联网视频兴起，网剧网综活力四射，短视频成为新的风口，高度繁荣的内容供给极大地丰富了文化娱乐生活，占据了大量的用户时间和精力。此消彼长，年轻人还看不看电视?还看不看电视台节目?传统的电视台如何生存?主流声音的怎么传播?笔者认为，IPTV 是一种选择。

国内舆论一直以来有效管控靠的是是什么?是各地广电人，以及整个广电体系的协作机制，是全国联动又各司其职、各负其责的中央-分省模式。这套机制是多层次、多维度的，而从一定角度看，IPTV 优势不在技术，正是新媒体领域中这样的一种模式。

IPTV 在新媒体领域，将中央电视台和各省级电视台联系在一起，当前这种联合还是简单的甚至互相抵触的。当寒风袭来，抱团才能取暖。传统的电视台逐渐没落，纷纷探索媒体改革转型的道路，归根结底，电视台的优势还在于采编播，只有联合起来，利益共享、资源共享，充分发挥自身的内容制作优势，才能在互联网大潮下抢夺市场，构建一条坚固防御阵地。当然，这种联合如何调动电视台的资源，充分发挥参与者的积极性，如何有效的利益分配，是对谋划者的极大考验。但是路漫漫其修远，现在正是探索的好时机。

从 3G 无线广播到 5G 数字电视

刚刚结束的俄罗斯世界杯，给移动通信运营商的网络带来了巨大的压力。中国移动的网维工程师如果看到了自家推出的这个套餐，一定会狂喷鲜血。10G 高速流量再加上 90G 咪咕视频直播流量，才卖区区 68 元。

就算在高速连接的 4G 移动通信网络上，这样的套餐也完全是赔本赚吆喝。为什么呢？因为 100G 流量全部都需要依靠基站通过有限的数据带宽传输到用户的手机上。每增加一个套餐用户，就会多 100G 的流量。哪怕用户看的都是完全一样的内容，传输的是完全一样的数据包，移动通信网络都会当作完全不同的内容兢兢业业地一个比特一个比特从视频服务器传输到用户手机上。

为什么哪怕是观看同样的视频内容也无法在现有的移动通信 4G 网络上做任何优化？因为现在部署的 LET 网络是按照点对点的单播网络方式设计的，点对多点的网络标准是做了，几乎没有运营部署。每个终端独占自己的通信通道，传输自己的私有内容，井水不犯河水。这就是传统的移动通信网络的工作方式：通用网络+专有内容。

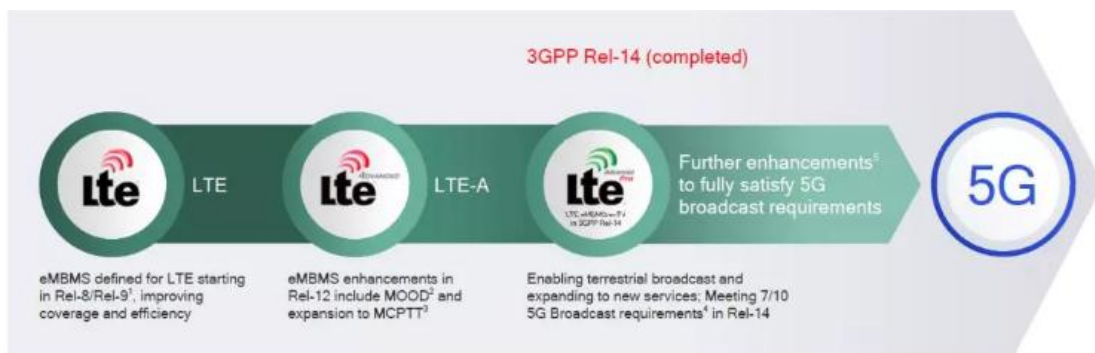
我们知道，传统的有线电视网络(Cable TV)则是完全相反的技术架构。传统的有线电视网络是专用网，只用于点对多点传输视频信号。但专用网上传输的是公共的内容，即各个公共的频道信号。电视需要观看哪个频道，就从视频信号中解码出自己需要观看的内容并在电视上播放，所以是专用网络+通用内容。因为这种通用内容的工作方式，我们一般把有线电视网络 and 传统无线广播网络统称为广播网(Broadcast Network)。

作为传统用于语音和数据通信的移动通信网要面对各种复杂的应用场景，再加上视频数据在移动通信网络上传输的数量越来越大，制定移动通信规范的国际组织 3GPP 一直希望在移动通信网络中加入对于广播方式的支持。这里的广播方式，既包含音频的广播，也包含视频的广播。在 4G 的规范中，3GPP 开始加入广播通信功能，我们称为 LTE Broadcast 或者进化的多媒体广播及多播，简称为 MBMS (Multimedia Broadcast Multicast Service)。从命名上就可以看出，MBMS 规范包含了两方面的功能支持：首先是纯粹的多媒体广播，视频或音频可以在 4G 网络上通过广播 (eMBMS) 的方式同时传输给多个终端，而传输通道是可以共享的；其次是 多播服务，一个多媒体数据发送者可以在共享通道的情况下把同样的数据内容同时发送给多个接收终端。

举例来说，如果有 1000 个终端需要从头端接收同样内容的 1MB 视频文件，在传统的移动通信网络上，基站（发射端）和终端间需要传输总共 1000MB 的数据流量。在 eMBMS 的广播模式下，除了 1MB 数据净荷之外，只需要额外少量用于封装的数据，就可以通过单频网(Single Frequency Network, SFN)完成基站向 1000 个终端传输 1MB 同样内容的任务。

所以，基于 LTE Broadcast 的技术平台可以实现视频转播，软件分发，公共信息广播，多媒体应急广播等多种面向大量受众的业务需求。

使用 LTE Broadcast 的好处是带宽占用与接受终端数量无关，只和同时广播的频道数量相关，运营商可以指定用于广播的带宽及内容分发的频道数量。LTE Broadcast 技术的引入为移动运营商设计新的业务模式创造了条件。



运营商可以针对用户批量推送同样的内容，而不用考虑其对网络负载的影响。

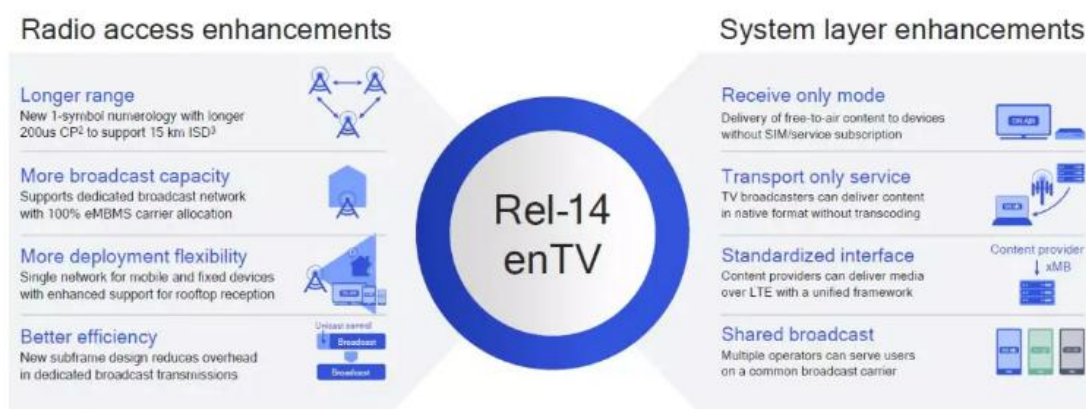
在 3GPP 中的 Release 14 版本中, 3GPP 已经加入了移动通信网络通过 MBMS 提供电视服务功能的标准，以及 5G BROADCAST 目前立项的 EnTV (Enhanced TV) 的 R16 版本正在制定中。由广电的网络运营商部署后，电视和其它内容服务提供商可以直接依托无线数据广播网络提供内容服务。借助增强的移动通信协议标准，更好的完成无线移动多媒体广播网产业的完整性和可持续发展性，单向的自由接收服务和数字媒体信号的透明传播方式，将对未来的广播行业发展产生深远的影响，也是中国 CMMB 网络最好的迭代更新的技术选择。在科技飞速发展的当下，借助 ENTV 标准，部署一个 HPHT（High Power High Tower，大功率高塔）的广播专用网络与 5G 网络运营商相辅相成，共同发展。

从 5G 开始，5G Broadcast 在 3GPP 立项名称更改为增强的多媒体广播及多播传输系统(enhanced Multimedia Broadcast and Multicast System)。5G Broadcast 的业务目标从移动设备进一步扩展到传统电视。5G Broadcast 将在移动网络运营商和广播网络服务提供

商之间提供一套 3GPP 确定的标准接口，其中包括广播内容交付、操作控制、广播模式下的频谱应用增强、支持单向免费接收的服务模式等。

3GPP 在 Release 14 中引入了用于数字电视广播的 LTE EnTV 技术。Release 16 将再次评估 LTE EnTV，并且可能增强以满足 5G 广播的需求，这也再次兑现了 3GPP 对这一行业细分领域的承诺。

总的来看，5G Broadcast 包括了"广播访问的增强"和"系统层面的增强"两个方向。其中"无线通信接入能力的增强"针对无线覆盖范围扩大。而"系统层面的增强"则为内容提供商高效使用新的无线网络承载能力提供便利。



广播接入的增强

更远的传输距离：新的单信号传输标准可以支持 200 微秒的长循环前缀(long cyclic prefix)以便支持节点间距离达 15 公里的信号覆盖

更大的广播容量：支持基于 100%带宽的 eMBMS 传输的专用广播网，也可以支持 eMBMS 和其它 5G 服务混用的无线组网方式

更灵活的配置方式：单一的无线网络同时支持移动和固定终端，并提供对于屋顶天线的进一步支持

更高效的工作方式：新的子框架设计减少了相同内容下传输的数据量和网络广播负载

系统层面的增强

单向接收模式：支持设备在无线状态下自由接收的模式，无需 SIM 卡或注册服务的支持

透明的服务：电视广播的内容可以采用原有多媒体格式传输，无需解码

标准化接口：内容提供商可以在依托在 LTE 的统一框架下传输媒体内容

共享广播：多个内容运营商可以在一个统一的广播运营商支撑下服务相同或不同的用户群

既然 enTV 能够和现有的数据服务整合在一个统一的 5G 技术框架下，那么具体的 eMBMS 技术标准会不会实现起来非常复杂呢？其实，基于 eMBMS 的数字电视服务体系架构是非常简单透明的。通过内容提供商、服务中心和客户端应用三层架构和相关的 API 协议就可以构建起 enTV 的体系平台了。

在内容提供端，内容提供方包括内容源(Content Source)和广播/多播运营平台。广播/多播运营平台通过 xMB-U 协议把内容源的多媒体数据包推送给中间层的广播/多播业务中心(Broadcast Multicast Service Center, BM-SC)。xMB-C 则是广播/多播运营平台控制指令的传输通道。

广播/多播业务中心(Broadcast Multicast Service Center, BM-SC)是依托于 IP 网的多媒体数据处理/分发中心。按照内容提供平台下发的指令，广播/多播业务中心会把不同的多媒体数据包通过不同的分发渠道进行下发。

对于单播指令，多媒体数据包会以单播(Unicast)方式发送给单播传输模块，再经由现有的无线数据通道传送给终端上的广播通信客户端。

对于广播/多播指令，数据包会按照 MBMS 协议通过核心网的 MBMS 网关在无线端进行广播。终端侧的 MBMS 客户端则通过 MBMS 传输协议在无线广播信号中获取多媒体数据包。

在接收端，不论是单播还是广播/多播获得的多媒体数据包，最终都会由支持 3GPP 5G Broadcast 标准的客户端经由 MBMS 侦测应用(MBMS Aware Application, MAA)传递给内容处理应用(多媒体播放应用)。而对于内容的应用服务信息则是通过无线移动通信的数据控制通道传递的。

需要指出的是，5G Broadcast 并不是完全瞄准移动数字电视(enTV)的需求进行标准构建的。事实上，在未来的 5G 应用场景中，一点对多点(Point-To-Multipoint, PTM)的信息传递方式将成为普遍的应用需求。由此构建的业务场景才是 5G Broadcast 可以大展身手的领域。

电信运营商全面超越有线数字电视用户

中期业绩

8 月 9 日，中国移动发布 2018 年中期业绩：

中国移动着力构建智能家庭生态，通过提升魔百和（数字电视机顶盒）、智能网关等产品的服务质量，进一步促进家庭数字化业务的增长。上半年，魔百和客户规模突破 7915 万，比去年底净增 2190 万，渗透率达到 61.7%。

8 月 16 日，中国联通公布 2018 年中期业绩财报：

固网宽带接入收入达到 215 亿元，同比基本保持稳定。固网宽带净增用户 238 万户，达到 7892 万户。视频业务在固网宽带用户中的渗透率超过 43%（约 3400 万户），同比提高约 10 个百分点。

8 月 20 日，中国电信披露 2018 年中期业绩财报：

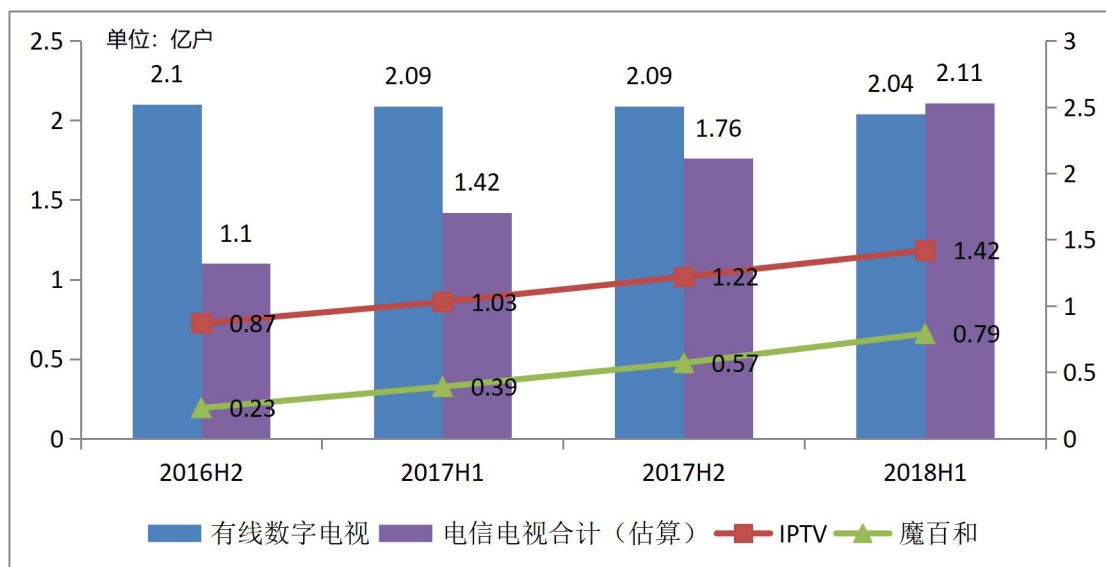
在有线宽带方面，用户数达到 1.41 亿户，比去年底净增 709 万户，天翼高清用户数达到 9830 万，比去年底净增 1254 万户，占有线宽带用户比达到 70%。

在 7 月下旬，工信部刚刚公布的电信业统计公报显示，基础电信企业发展的 IPTV 用户总数达 1.42 亿户，上半年净增 2002 万户。考虑到中国电信和中国联通合计 IPTV 用户为 1.32 亿户，这意味着中国移动 IPTV 用户约为 1000 用户，约占总用户比例的 13%。

用户总数

三家基础电信运营商电视用户总数总计为 2.11 亿户。而在 8 月初国网公布的数据显示，我国有线数字电视用户 2018 年上半年达到 2.04 亿户，较年初减少 500 万户左右。

一增一减之间，意味着电信运营商电视用户规模正式超越有线数字电视。而考虑到有线电视实际用户整体规模为 2.34 亿户，最快到第三季度，电信运营商电视用户规模将进一步超过有线电视。



目前，中国移动魔百和用户达到 7915 万户，这一数据已经与中国电信 IPTV 用户规模相差不到 2000 万。考虑到中国移动电视用户的增长速度，我们有理由相信，最快到明年上半年，中国移动将完成对中国电信电视用户规模的超越。

事实上，不仅仅是电信运营商电视用户，视频网站的付费会员用户数也已经超过 2 亿户，也正式完成了对有线数字电视的超越。

实际上，电信运营商电视用户对传统有线电视的超越，不仅体现在整体数字层面，各省市平台用户规模的变化也能明显感知——如果说几年前，某省 IPTV 用户达到当地有线电视用户体量一半，还让人震惊不已的话。

时至 2018 年，物语君所听到的更多是某省有线电视用户规模已经落后于当地 IPTV 平台，甚至不到后者的一半，这样的新闻我们已经“听闻不惊”。

2、招中标信息

深圳：IPTV 开机广告代理招标公告

8 月 17 日深圳广信网络传媒有限公司及中国电信股份有限公司深圳分公司发布深圳 IPTV 开机广告代理招标公告。招标编号为 SZIPTV20180801，招标文件购买时间为 8 月 17 日至 2018 年 8 月 24 日，投标截止期 2018 年 8 月 27 日。

本次招标主要为深圳 IPTV 为深圳广信网络传媒有限公司与中国电信股份有限公司深圳分公司的合作业务，共同服务于深圳地区的 IPTV 用户。现对深圳 IPTV 开机时加载的商业

类广告(指用户自打开机顶盒至 EPG 首页的过程中,除机顶盒内置的启动页面、且不含 IPTV 自有直播或点播增值业务业务宣传内容外的不超过 15 秒商业广告页面)公开招标代理商,以独家承包的形式代理 IPTV 开机广告,深圳电信公司委托深圳广信公司作为本次招标主体。

北京联通：60 万台 IPTV 机顶盒招标公告

8 月 24 日北京联通发布 2018 年 IPTV 机顶盒采购项目招标公告,本次采购内容为普通 4K 机顶盒 58.9 万台、LAN 上行一体化融合终端 1 万台、高端 4K 机顶盒 0.1 万台。

本招标项目为(2018 年北京联通 IPTV 机顶盒采购项目、招标编号: TXZBL000123),招标人为中国联合网络通信有限公司北京市分公司,招标代理机构为中通服咨询设计研究院有限公司。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,有意向的潜在投标人(以下简称投标人)可前来投标。

内蒙古联通：36 万台 IPTV 全 4K 机顶盒招标公告

8 月 24 日,内容内蒙古联通发布 2018 年 IPTV 全 4K 智能机顶盒(基础型)第二批采购项目招标公告。本次采购内容为 IPTV 全 4K 智能机顶盒终端(基础型)的产品 36 万台。

此次采购项目为 2018 年 IPTV 全 4K 智能机顶盒(基础型)第二批采购项目(项目编号: CGZB2018-047),采购人为中国联合网络通信有限公司内蒙古自治区分公司,代理机构为信联招投标有限公司。项目资金由采购人自筹,资金已落实。项目已具备比选条件,现进行公开比选,有意向的潜在应答人(以下简称潜在应答人)可前来应答。

浙江移动：11.9 万台智能网关等招标公告

8 月 10 日中国移动浙江公司发布 2018 年全省智能网关及机顶盒融合一体机(酒店融合型产品)采购项目。本项目划分 1 个采购包,采购内容为 11.9 万台智能网关及机顶盒融合一体机(酒店融合型产品)。采购文件售卖时间为 2018 年 8 月 10 日至 2018 年 8 月 15 日。

中选数量及中选份额:若符合资格要求的应答供应商 ≥ 5 家的情况下,中选三家,根据综合评估得分排序采购量分配比例为 50%: 30%: 20%;若符合资格要求的应答供应商 3-4 家时,中选两家,根据综合评估得分排序采购量分配比例为 70%: 30%。

咪咕文化：两年 CDN 服务招标公告

8 月 29 日消息，咪咕文化科技有限公司近日发布“咪咕视讯 2018-2019 年第三方 CDN 加速服务采购项目_比选公告”。文件指出，为了提升咪咕用户在全国各网络环境下的播放体验，咪咕视讯主要通过自建 CDN 向各产品线提供异网加速服务，针对无法覆盖的区域和客户需求，利用第三方 CDN 作为能力的补充和冗余，为了保障咪咕自身业务发展，以及自建 CDN 节点调整期间的带宽冗余和商业化客户服务，建议启动第三方 CDN 服务采购。

广东广电：50 万台高清互动机顶盒招标公告

8 月 2 日，广东省广播电视网络股份有限公司高清互动机顶盒(2.0CM、2.0CM WiFi、3.0CM、3.0CM WiFi)集中采购招标公告。招标编号为 ZB-03-04A-2018-D-E09623，具体采购数量包组一高清双向机顶盒(2.0CM)10 万台，高清双向机顶盒(2.0CM WiFi) 15 万台，包组二 高清双向机顶盒(3.0CM) 15 万台，高清双向机顶盒(3.0CM WiFi) 10 万台。

招标文件的获取时间为 8 月 2 日至 8 月 9 日，投标文件递交截止时间和开标时间为 8 月 27 日。

广州市番禺有线：4K 智能终端招标公告

8 月 2 日，广州市番禺有线数字电视网络有限公司发布 4K 智能终端(机顶盒和遥控器)采购项目。招标编号为 M4400000707001331001，总财政预算为人民币 972.5 万元。报名及购买采购文件时间为 2018 年 8 月 2 日至 2018 年 8 月 28 日，投标截止时间为 2018 年 8 月 29 日。

中国电信：3000 万台“家庭网关”中标公告

8 月 10 日消息，中国电信酝酿近半年的“2018 年天翼网关 3.0 集采项目”公布了中标结果。该项目分为两个标包，标包 1 单频版招标规模最大，共 2471 万台；标包 2 双频版 533 万台。此次集采结果有两大看点，一方面入围此次集采的有华为、中兴、天邑、友华、烽火、兆能、贝尔。其中，华为中标标包 1 第一份额，标包 2 第三份额，排名综合第一。

中国移动：2000 万智能机顶盒采购中标公告

8 月 23 日，中国移动发布 2018 年智能机顶盒产品集中采购(社会品牌)中选候选人公示。该项目已按比选文件规定的评审方法及相关规定的要求完成评审工作，现将中选候选人公示如下：

中选候选人依次为：广东九联科技股份有限公司，中选份额为 23.91%；烽火通信科技股份有限公司，中选份额为 19.57%；中兴通讯股份有限公司，中选份额为 17.39%；深圳创维数字技术有限公司，中选份额为 15.22%；华为技术有限公司，中选份额为 13.04%；中国移动通信集团终端有限公司，中选份额为 10.87%。

7 月 19 日，中国移动发布 2018 年智能机顶盒产品集中采购项目公告，项目编号 CMCC20180000449。本次采购货物为魔百和业务终端(安卓智能机顶盒产品)，每家供应商只能提报一款型号的产品，采购规模为智能机顶盒产品 2000 万台。比选文件售卖时间为 2018 年 7 月 19 日至 2018 年 7 月 24 日，纸质应答文件递交的截止时间为 2018 年 8 月 1 日。

福建联通：10 万台全 4K 智能机顶盒/IPTV 终端中标公告

8 月 8 日，福建联通发布 2018 年全 4K 智能机顶盒/IPTV 终端中标公告!根据采购文件载明的评审方法和标准，2018 年中国联合网络通信有限公司福建省分公司第四批全 4K 智能机顶盒/IPTV 终端采购项目公开询价的评审小组对各报价人递交的报价文件进行了详细评审，根据评审结果，中选候选人公示如下:第一中选候选人：浪潮软件集团有限公司;第二中选候选人：广州杰赛科技股份有限公司。

7 月 31 日，福建联通发布 2018 年全 4K 智能机顶盒/IPTV 终端招标公告!采购编号为 FJLT FJZT-2018-0393 ，本次采购内容为 10 万台全 4K 智能机顶盒/IPTV 终端(含 AV 口、WIFI 功能及硬件电源开关)，预算 1750 万元人民币(不含税净价)。询价文件获取时间为 2018 年 7 月 31 日至 2018 年 8 月 2 日，报价文件(纸质)提交的截止时间为 2018 年 8 月 7 日。

江苏联通：4 万台 IPTV 融合机顶盒中标公告

8 月 21 日，江苏联通发布 2018-2019 年 IPTV 融合机顶盒采购项目中标公告。项目名称：2018-2019 年江苏联通 IPTV 融合机顶盒采购(第二次)。招标编号：JS-G-K1-2018-051。

中标候选人如下：

第一名：深圳创维数字技术有限公司；

第二名：大唐移动通信设备有限公司。

安徽广电：4 万台高清单向机顶盒中标公告

8 月 6 日，安徽广电发布高清单向机顶盒采购项目(二次)中标候选人公示。安徽广电信息网络股份有限公司高清单向机顶盒采购项目(二次)(招标编号：DYCG20180605)，已于 2018 年 07 月 24 日 09 时 30 分公开开标，经评标委员会评审，现将评标结果公示如下：第一中标候选人：四川九州电子科技股份有限公司(投标报价：5280000.00 元);第二中标候选人：广东九联科技股份有限公司(投标报价：5520000.00 元);第三中标候选人：深圳创维数字技术有限公司(投标报价：5600000.00 元)。

6 月 5 日，安徽广电信息网络股份有限公司高清单向机顶盒采购项目招标公告。计划采购高清单向机顶盒 4 万台。项目编号：DYCG20180605。招标文件购买时间为 6 月 5 日至 6 月 11 日，投标截止时间和开标时间为 2018 年 6 月 27 日。

3、标准进展

2 项地面数字电视标准通过审查

8 月 3 日，广播电视国家标准《地面数字电视发射设备网管技术规范》《地面数字电视广播信号覆盖客观评估和测量方法第 2 部分：移动接收》通过审查。总局科技司和全国广播电影电视标准化技术委员会组成的审查委员会，听取了标准起草小组关于标准编制说明、测试报告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。

审查委员会认为《地面数字电视发射设备网管技术规范》标准起草小组对相关国内标准进行了深入研究,对主流设备厂商的网管协议和广播电视机构的实际网管需求进行了分析和调研,并对相关参数进行了测试验证,在此基础上完成了该标准的编制。该标准对规范地面数字电视发射设备的网管及监测工作具有重要意义。《地面数字电视广播信号覆盖客观评估和测量方法第 2 部分:移动接收》标准起草小组在调研国内外地面数字电视移动接收覆盖评估方法的基础上,广泛征求业内外专家意见,结合实际应用需求,完成了该标准的编制。该标准为地面数字电视广播系统建设提供了技术支撑。

DCI 将制定 HDR 影院标准

8 月 2 日消息,数字电影倡导联盟(DCI)已开始制定影院高动态范围(HDR)视频标准,为即将到来的大尺寸 LED 影院屏幕作准备。

电影放映机让影院的概念成真,并已经沿用了—个多世纪。然而,现代放映机在亮度和动态范围上均有一定的局限性。

如今,一种新型的大尺寸“直接观看屏幕”(或称 LED 屏幕)开始出现在影院中。三星和索尼均提出使用大尺寸 LED 屏幕代替放映机系统。三星甚至已经在一些场所安装了这类电影屏幕。DCI 联盟也在为这一重大转变作准备。

杜比已在杜比影院(Dolby Cinema)中采用了 HDR 的概念,但一些业界人士已开始将杜比使用的这一放映机系统称为“EDR”(增强型动态范围)而不是 HDR(高动态范围)。

DCI 联盟已发布了 HDR 影院系统标准的草案,并启动了合规计划。这一影院标准提案也包含了许多与 HDR 电视相同的方面。目前,他们正邀请业内人士给出反馈。

首先,DCI 联盟提议对影院中 12 比特 HDR 视频使用 PQ(感知量化)曲线。PQ 已经是 HDR10、HDR10+和 Dolby Vision 格式的基础,因此能让制片厂更轻松地处理面向影院和客厅的电影。

此外,他们提议影院 HDR 达到 500 尼特峰值亮度和 0.001 尼特黑场水平。这对于放映机而言是不可能做到的,无疑是受到了 OLED 和 microLED 这类自发光技术能力的启发。他们还提议,继续使用 DCI-P3 色彩空间,而不是更大的 BT.2020(至少目前是这样)。

分辨率“至少要达到 4096(4K)水平像素以及 2160 垂直像素”,但 DCI 联盟也在考虑在该领域允许缩放。目前为止,比例缩放是被禁止的。

4、智慧业务

中国联通与阿里巴巴成立合资公司

8 月 6 日消息，中国联通与阿里巴巴今日联合宣布成立云粒智慧科技有限公司，注册资本为 3.53 亿。推出了中国联通在政务领域打造的两项最新产品——“智慧政务大脑”与“生态环境大脑”。

据中国联通官方介绍，云粒智慧由中国联通与阿里巴巴集团共同投资成立，是中国联通实施混改后，与战略投资者深化合作的最新成果。

人民网与中国移动打造 5G 融媒体新生态

8 月 13 日，人民网和中移互联网有限公司在人民日报社新媒体大厦进行战略合作签约，“人民网公益云”平台正式对外发布。

根据协议，人民网与中移互联网有限公司依托各自品牌优势和技术优势，共同构建可持续发展的联合运营体系，创新大数据产品与服务模式，提升双方互联网渠道价值，双方深度融合与创新，合力打造 5G 时代移动互联融合发展新生态。

双方携手共建“人民网公益云”平台，该平台具有权威信源的公信力、内容的专业策划与制作能力、规模用户的覆盖能力、及时高效的分发能力，以及基于大数据和人工智能的平台支撑和产品研发能力。该平台适应当前及未来 5G 发展，为不同应用场景提供个性化服务。

无锡电信助力 5.14 万户家庭家居智慧升级

8 月 8 日消息，作为区域领先的综合智能信息服务运营商，中国电信在智慧家庭业务方面，不再局限于传统的提供有线网络服务，而是全面向客户提供包括有线、无线组网在内的综合化信息服务，并在此基础上向用户提供专业的家庭集成智能化解决方案，包括家庭安防、智能灯光控制、智能家电控制、室内环境智能调节、影音娱乐等。无锡电信智慧家庭项目被列入 2018 年无锡市委市政府为民办实事项目。截至 6 月底，无锡电信今年已累计为 5.14 万家庭用户提供智慧家庭服务。

四川移动探索“互联网+党建”

8 月 2 日消息，四川移动黑水县分公司党支部组织委员郭玉娇又下乡办事了，但这丝毫没有影响到她负责的党费收缴工作。过去一遇到下乡、出差，她便没法及时开收据，党费收缴就会延迟。自从公司实行在线交党费后，党员通过手机 App 就可交费，郭玉娇的烦恼迎刃而解。该功能自去年 8 月上线以来，已在四川移动机关党支部和下属 21 个市州分公司广泛推广，全省 393 个党支部、在岗的 6948 名党员全部在线交党费。

5、物联网

中国电信物联网连接规模翻倍

8 月 21 日消息，截止到 2018 年 6 月，中国电信在云和大数据收入合计增幅达到 120%，物联网业务加速突破，收入增长近 90%，物联网连接数净增近 3000 万，同比翻番，累计达到 7419 万。新兴业务必将持续高速发展，与此同时，市场竞争也将日益激烈，行业增长空间、新技术新业态不断涌现，行业价值面临诸多挑战，企业需要加快探索新业务发展模式和新收入增长点。

中国电信在加强推广，实现 4G、eMTC 和 NB-IoT 物联网构架，并以按需提供差异化服务能力，加速推进网络智能化、业务生态化和运营智慧化转型，并积极拥抱 5G 新时代，作为加速社会数字化转型的核心 5G 技术，适时启动 5G 规模商用。

中国电信智能视频监控角色大转变

8 月 8 日消息，据了解，在传统视频监控产业链中，中国电信参与的角色有三类，分别是应用平台提供商、系统集成商和线路提供商。

其中，中国电信和中国联通是国内主要的线路提供商，市场占比最高；在应用平台提供商方面，中国电信和海康、大华等国内一流安防厂商在平安城市、雪亮工程以及民用平台等占比最高；中国电信在系统集成商领域具有资金投入、租用模式等优势，在平安城市中占比较高。

联通集采 3G/4G 物联网定制通信模块：共计 120 万片

8 月 10 日，中国联通日前发布公告，正式开启 3G/4G 物联网定制通信模块集中招标项目招标。据了解，此次集采划分为 4 个标包，共计 120 万片模型模块。

公告指出，为实现中国联通物联网发展需求，拟开发、推出符合中国联通标准的物联网公版通信模块，现需就模块的设计方案及商用阶段供货单价上限进行招标。

联通预估采购 3G 通用通信模块、4G 通用通信模块、3G POC 通信模块、4G POC 通信模块各 30 万片；项目允许投标人同时中标的最多标包数为 4 个。

中国移动上半年物联网连接数净增 1.55 亿

8 月 28 日消息，中国移动公布了上半年财报，业绩总体表现稳健。

中国移动致力打造 NB-IoT 高质量网络，年内将实现全国乡镇以上区域连续覆盖。加强自主物联网能力开放平台 OneNET 的推广，构建卓越的物联网智能服务体系，为广大物联网客户提供全方位的优质服务。上半年中国移动物联网业务发展迅猛，物联网智能连接数净增 1.55 亿，规模达到 3.84 亿，物联网收入同比增长 47.6%。在不久的将来，车联网、工业制造、智能穿戴、教育、医疗等物联网平台层、应用层业务将成为支撑公司收入持续增长的重要领域。

腾讯加入 Lora 物联网联盟

7 月 31 日消息，支持物联网（IoT）低功耗广域网（LPWAN）开放标准 LoRaWAN™ 的全球企业协会 LoRa Alliance™（LoRa 联盟™）与中国领先的互联网增值服务提供商腾讯控股有限公司（下称“腾讯”，港交所代码：00700）今天宣布，腾讯已在最高层面加入了 LoRa 联盟，进一步加快了 LoRaWAN 技术的采用。这一消息与本周在深圳举行的 IOTE 2018 年展会不谋而合，届时将有许多 LoRa 联盟成员展示他们的 LoRaWAN 产品和服务。

全新华为智能家居 APP 上线

8 月 2 日消息，华为智能家居 APP 完成改版上线，以全新产品功能和视觉效果，带来更方便快捷的路由管理体验。尽管近年来智能家居产品在功能上有趋同迹象，但智能家居

APP 仍有较大差异，有些侧重于系统管理，有些注重商城功能，然而，虽然智能家居 APP 侧重点各有不同，若想得到用户认可，还需要有良好的用户体验。

“华为以手机为基础，构建‘榕树型’设备和服务生态，并在华为芯端云一体化平台的支撑下，在娱乐、购物、出行、家居等多样生活场景中改善消费者的智能体验。”华为消费者业务无线宽带与智能家庭产品线总裁支浩宣布。

“华为智选”的目标是在未来 3-5 年成长为物联网（IoT）行业的领导者，拥有的用户规模超过 10 亿、支持的连接数超过 20 亿、打造的生态规模超过 1000 亿元。

6、人工智能

AI 将推动实现智能 5G

8 月 23 日消息，在“2018 5G 网络创新研讨会”上，工信部通信科技委专职常委、信息通信网络专家组组长赵慧玲表示，AI 将推动实现智能 5G。

网络 AI 将提升网络智能，增强设备之间的自组织能力，逐步实现高效自治网络；降低人工成本，提升网络效率，打破人的管理能力极限。

赵慧玲指出，网络人工智能应用场景包括：网络资源类场景、网络故障告警应用场景、网络性能优化应用场景、网络业务类应用场景、网络模式分析应用场景、网络部署管理应用场景。

“5G 时代可以利用人工智能技术在网络管理、资源调度、绿色节能、边缘计算等方面改变网络运营模式，推动实现智能 5G。”赵慧玲表示，智能 5G 网络应用场景包括智能化网络切片编排管理、智能化网络资源调度与配置、智能化网络绿色节能、智能化 5G 边缘计算等。

甘肃出台人工智能实施方案

8 月 28 日消息，甘肃省人民政府办公厅近日下发《甘肃省新一代人工智能发展实施方案》。《方案》提出，到 2020 年，新一代人工智能创新体系初步建成，明确了六个方面的重点任务，包括加强人工智能理论和相关技术研究，大力发展人工智能新兴产业，推动人工智能与各行业融合创新，加强人工智能基础平台建设，大力培养和引进人工智能科技人才等。

7、其它

中国联通：成立 5G 创新中心

8 月 6 日消息，中国联通 5G 创新中心日前正式挂牌成立。5G 创新中心编制暂定为 253 人，将在中国联通 5G 推进领导小组办公室和工作组的指导下，提前布局 5G 发展，推动 5G 在垂直行业的应用，同时加强与重点行业领军企业的合作，实现行业应用规模推广。

中国联通：北京将作为 5G 重点试验点

8 月 9 日，中国联通宣布推进几项 5G 新举措，包括将北京作为 5G 试验网建设重点城市等。

联通表示，第一，确定北京作为 5G 试验网建设重点城市，探索业务运营新模式。第二，借力混改，加快培育和增强 5G 高质量创新发展的新动能。第三，打造首都“智慧冬奥”新名片，将把 5G 创新技术应用到冬奥会场馆管理、赛事体验、媒体转播、日常训练等场景中，全方位、多角度打造冬奥与 5G 智慧融合解决方案，包括：无人驾驶摆渡车、媒体区照片、视频、VR 即拍即传，直达移动终端、场地编辑服务器等。

联通称，作为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方通信服务合作伙伴，中国联通将实现资源开发效益最大化，推动体育产业发展。

中国移动：目前已经建设 14 个 5G 开放实验室

8 月 10 日消息，昨天中国移动发布 2018 年上半年业绩报告，在记者会上，中国移动董事长尚冰在回答记者提问时表示：中国移动目前正在 12 个城市进行 5G 试验，同时已经建设了 14 个开放实验室，目前全球有 200 多家大型企业参加实验室。

据介绍，中国移动在车联网、工业互联网、智慧城市建设、人工智能方面都在围绕 5G 发展进行布局。

中国移动：正筹划旗下 3 到 4 家公司分拆上市

8 月 8 日，中国移动发布了 2018 年中期业绩公告，期内营收 3918 亿元，较去年同期增长 2.9%，股东应占利润达到 656 亿元，同比增长 4.7%。中国移动执行董事兼首席执行官李跃在 2018 年中期业绩报告发布会上透露，目前正在筹划旗下 3 至 4 家公司分拆上市，但上市具体时间地点未定，中移动香港也没有相关计划。

中国移动推出“视频彩铃”

8 月 6 日消息，中国移动旗下的咪咕音乐宣布推出新款“视频彩铃”，将通话等待从音频进化成视频的全新功能界面，用户只需要登陆咪咕音乐即可开通这项业务。值得一提的是，和艺人蔡徐坤合作的视频彩铃《wait wait wait》也将在后续上线。

据介绍，目前市面上约近 200 种安卓机型都已支持视频彩铃，视频彩铃播放时消耗的流量费全免。略显遗憾的是，目前 iOS 还暂不支持视频彩铃播放。

江西移动：无条件全免费安装宽带

8 月 24 日消息，江西移动发布公告称：“为进一步响应国家“提速降费”号召，感恩回馈老客户、科技引领新发展，公司决定从 2018 年 8 月 18 日开始，江西移动宽带无条件全免费。江西移动 3 年及以上网龄客户送 100M 宽带，其他客户送 60M 宽带。”随着本次公告的下发，宽带按照网龄计算，3 年以下送 60M，3 年及以上送 100M，并且无最低消费，无套餐限制，无需强制绑定机顶盒，一切无条件全免费。

荣耀、OPPO、vivo 均否认进军电视领域

8 月 10 日，有消息称，OPPO、vivo 等手机厂商正在评估调研电视市场，有可能正式宣布进入电视市场。而华为荣耀则正在组建电视团队，很有可能在下半年推出电视产品。此消息一出，迅速引发业界热议。

记者分别联系了上述 3 家手机厂商核实并了解情况。其中，OPPO 和 vivo 均表示：“假消息”。而荣耀相关负责人则表示：“团队里都没听说过这事，我也没收到这类消息。”另外，一位手机厂商的内部人士还对记者分析称：电视领域的利润不见得比手机高，没有必要。

三星发布 8K QLED 电视

8 月 31 日消息，三星电子宣布今年将涉足 8K 电视领域，并同时发布了 Q900R QLED 8K 电视。该系列电视将在欧洲市场推出 82 寸、75 寸和 65 寸三种尺寸的机型，在美国市场目前仅提供 85 寸机型。

该系列电视被命名为“QLED 8K”，实际上为液晶电视。与此同时，三星的竞争对手 LG 也宣布将把首台 8K OLED 电视推向消费者市场。三星公司表示，Q900R 的峰值亮度可达到 4000 尼特，几乎比当前的三星电视高一倍。

三、 市场动态

1、IPTV

青海局召开 IPTV 监管工作会议

8 月 6 日消息，青海局召开 IPTV 监管工作会议。会议要求，一要加快推进资源整合，完善技术及内容安全制度措施，做好验收前的各项准备工作。二要进一步规范设计、规范运作、规范经营，市州和县级广播电视台节目只限于在所辖区域范围内进行传输。三要按照属地管理的原则，加快省监测中心与青海广播电视台 IPTV 集成播控分平台传播系统的对接工作。四要加强把关，确保播出内容和传输安全。五要加强沟通、互通信息，及时了解推进过程，合力推动 IPTV 集成播控分平台的建设、对接、验收、运营工作。

河北局全面规范治理 IPTV 业务

8 月 10 日消息，自 2017 年 9 月以来，河北省新闻出版广电局联合石家庄市局先后多次约谈河北联通、河北电信和河北广播电视台及其河北广电无线传媒有限公司等三家企业，规范 IPTV 业务运行秩序，取得了较好成效。

一是清理违规频道，净化 IPTV 播出平台。二是明确许可范围，规范 IPTV 运营秩序。三是推动认证对接，促进 IPTV 分平台验收。

“清新福建”专栏即将上线福建 IPTV

8 月 10 日消息，福建省旅发委与福建广播影视集团达成合作共识，持续在省广播影视集团 IPTV 上线“清新福建”旅游文化相关视频节目。福建省旅游宣传中心积极协调各市县（区），收集各地旅游宣传视频，投放福建 IPTV 端“清新福建”专区播出，相关内容均为各市县（区）旅发委自有版权。

下一步，省旅发委将继续推动“清新福建”品牌宣传和目的地营销，策划制作有影响力的旅游视频节目，建设以“清新福建”为核心的旅游融媒体，让清新福建在全省家喻户晓，随处可见。

移动手机消费满 38 元 IPTV 免费看两年

8 月 10 日消息，IPTV/魔百和•TV 是由山西移动和山西广电共同推出的基于宽带专网的电视业务，可以对视频内容进行直播、点播、回看，能够像看 DVD 一样看电视。即日起，忻州移动手机用户，月最低消费 38 元，即可享受：IPTV 免费看两年(办理 IPTV 需交 50 元保证金)，忻州各移动营业厅均可办理。

芒果 TV 专区强势登陆贵州 IPTV

8 月 16 日，由贵州广电新媒体和芒果 TV 合作共同在贵州 IPTV 平台上线芒果 TV 专区。

芒果 TV 拥有海量内容资源与独播自制资源，为贵州 IPTV 用户打造的视频专区“芒果 TV 专区”，将为贵州 IPTV 的用户们呈现最优质的视听内容。如果你还不知道芒果 TV 那你就真的就 out 啦。

宁夏移动 IPTV：精选周周免费看

8 月 10 日消息，宁夏移动 IPTV 暑期强档又有新内容了，收费内容每周精选多部，在周内限时免费观看，锁定宁夏移动 IPTV，限时的免费好剧播不停，大热的精彩剧集，一一呈现给你，为你的暑期增添无尽的乐趣。

小伙伴们快来给我们的公众号留言，说不定下一期就有你想看的那一部“周周免费看”。《结爱·千岁大人的初恋》《东方华尔街》《人生若如初相见》《大好时光》《上海女子图鉴》《钟馗捉妖记》《那刻的怦然心动》《大话西游之爱你一万年》《昆仑阙之前世今生》《大宋传

奇之赵匡胤》《唐顿庄园》《百变马丁 第三季》《名侦探柯南》《京剧猫之信念的冒险》《趣盒子芭比玩具分享》《幻乐之城》《勇敢的世界》《中餐厅》等。

河南联通 IPTV 已升级家庭影院

8 月 10 日消息，河南联通 IPTV 消暑大礼现在去河南联通各营业厅办理智慧沃家组合套餐冰激凌版 129 元及以上档，赠送价值 20 元/月的 IPTV 白金影视会员;办理智慧沃家组合套餐冰激凌版 99 元档。可享 10 元/月优惠办理 IPTV 白金影视会员 IPTV 白金影视会员。

IPTV 白金影视会员是中国联通推出的以海量视频内容、愉悦的观看体验、高质量的运营服务全天 24 小时为用户提供 TV 端在线视频点播服务。可以满足不同年龄段、不同喜好的用户群体在 TV 端的内容需求，包含首发、电影、电视剧、综艺、少儿、纪录等内容。

湖北 IPTV:健康专区精彩上线

8 月 10 日消息，湖北 IPTV 健康专区精彩上线，健康专区关联了湖北省 16 家三甲医院让问诊便捷化!看病简单化。近百名主任医师、副主任医师，还有减肥瘦身科。每个科室都有至少 6 名医师，点开讲解视频，一对一的形式为你们解答疑问!1000 多条主任医师讲解视频。



辽宁 IPTV 新功能上线

8 月 17 日消息，辽宁 IPTV 新功能上线了!新增节目收藏功能，喜欢看点击收藏随时想看随时看;节目详情页下的猜你喜欢找找你爱看电视节目。



平陆违规开展 IPTV 业务被叫停

8 月 27 日消息，中国电信平陆分公司、中国移动平陆分公司、中国联通平陆分公司违规开展 IPTV 业务被平陆县文化市场综合执法队叫停整改。

文化市场综合执法队在检查中发现，中国电信平陆分公司、中国移动平陆分公司、中国联通平陆分公司三大电信运营商，在均未取得 IPTV 集成播控分平台牌照、省级内容服务平台牌照、IPTV 传输服务牌照下，违规为用户办理 IPTV 业务。

2、OTT TV

南方新媒体与康佳达成战略合作

8 月 23 日，康佳&南方新媒体战略合作暨 KKTV 5 周年新品发布会在北京举行。会上，康佳集团与南方新媒体进行了战略合作签约仪式，同时，康佳旗下的互联网电视品牌 KKTV 与南方新媒体旗下的南方爱视也正式签约战略合作，从而进一步完成硬件公司向“内容+硬件+运营”的互联网运营公司的转型。

芒果 TV 起诉搜狐视频侵权

8 月 2 日，海淀法院网发布案件快报称，因认为北京搜狐互联网信息服务有限公司在其经营的“搜狐视频”手机及电脑客户端擅自提供《中国最强音》的在线播放服务，侵犯其合法权益，湖南广播电视台将该公司诉至法院，要求判令被告立即停止提供电视作品《中国最强音》的在线播放服务并赔偿经济损失及维权合理费用 50 万元。日前，海淀法院受理了此案。

快乐购更名芒果超媒 打造芒果媒体生态

8 月 1 日晚间公告，快乐购于 2018 年 7 月 30 日完成了公司名称、经营范围及注册资本等事项的工商变更登记手续，并取得了长沙市工商行政管理局换发的《营业执照》。2018 年 8 月 2 日，公司名称变更为“芒果超媒股份有限公司”，英文名称变更为“Mango Excellent Media Co., Ltd.”，证券简称变更为“芒果超媒”，证券代码不变，仍为“300413”。

3、广播电视

重庆有线“巴渝文化云”平台上线

8 月 3 日，“巴渝文化云”平台正式上线，文化云涵盖文化书籍、文化视频、文化资讯、热点活动等，更有大量的免费活动，为市民提供丰富多彩的文化体验。

“巴渝文化云”功能强劲，惠民利民。平台以文墨书香、文化视频、文艺活动、文化场馆、文化旅游五大分类。汇聚了重庆市所有区县及重庆中国三峡博物馆、重庆市群众艺术馆、重庆自然博物馆、重庆图书馆等市级场馆的公共文化服务资源，覆盖全市的市级、区县、街道乡镇三级的文化馆、图书馆、展览馆、美术馆，通过重庆有线+互联网融合为一朵“重庆文化云”，为全市市民提供便捷、丰富、精彩的公共文化服务。

江苏有线携江苏农行推出“有线宝”业务

8 月 8 日下午，江苏有线携手江苏省农行举行战略合作暨“有线宝”专项金融服务协议签约仪式。据了解，“有线宝”是农行江苏分行与江苏有线共同推出的“金融+文化”综合服务，客户成功办理“有线宝”套餐后，江苏有线将赠送相应的江苏有线电视综合服务。

陕西广电网络签署应急广播建设协议

8 月 1 日，陕西广电网络长安直属公司与长安区政府正式签订《长安区应急广播系统项目》建设协议，双方约定，采用“企业投资运维、政府购买服务”的模式，由长安直属公司负责长安区应急广播系统所有硬件设施建设与平台维护。

该项目是长安区按照国家推进应急广播体系建设的总体思路，以满足应急信息快速发布、基层党政组织日常宣传为主要目标，通过建设 1 个区级播控平台，17 个街道级播控分平台，243 个村、长安广场等 33 个广场和 16 个峪口的村级播控分平台和广播终端，构建区、镇（街道）、村三级统一联动播控、安全可靠的应急广播体系的重要工程。

江苏有线微信电视上线

8 月 16 日消息，微信电视将江苏有线最新推出的精品特色内容：电影院线、孝乐神州、地方新闻等展示到手机上，不仅方便用户查找和浏览，还可以直接通过手机将找到的节目推送到电视大屏观看，或者分享给好友，后续所有直播频道、点播节目都将陆续呈现。

我国计划 2020 年开通 4K 卫星频道

8 月 25 日消息，央视终于公开宣布了对于我国 4K 发展的总体规划。央视党组成员姜文波在公开发言中表示，根据规划，2020 年-2021 年期间我国将在直播卫星平台上开通 4K 超高清电视频道。

姜文波表示，目前（2018 年 4 月-12 月）：央视将完成一个 4K 超高清试验频道制播系统建设，具备每天 6 个小时的 4K 节目制作能力。

2018 年 10 月在全国有线电视网开通 4K 超高清电视试验频道，并在全网有线电视网络开通 4K 互动电视平台。

据了解，频道将采用 SCPC 方式通过中星 6A 卫星 7A 转发器上行传输，使用 18MHz 转发器：- DVB-S2 标准、8PSK 调制、5/6 前向纠错、0.1 滚降系数和 15.95Msps 调制字符率。

北京广播电视台融媒体中心正式成立

8 月 27 日上午，北京广播电视台融媒体中心成立仪式在北京电视台举行。

推动媒体融合发展，是党中央根据当前媒体格局和舆论生态所发生的深刻变化作出的重大战略部署，也是传统主流媒体谋求自身长远发展、提升新时代舆论引导力的必由之路。

按照市委、市政府关于推进北京广播电视台进一步深化改革的总体要求，北京广播电视台举全台之力组建成立融媒体中心，全力打造以广播电视移动端音视频为载体的新型主流媒体，在推动融合转型的发展道路上迈出了实质性步伐。



一、在竞争中，构建特色融媒中心：



A. 跨媒体兼容

以新技术新应用为引领，
以中央厨房建设为核心



打通电台、电视台、新媒体
集团技术平台的联通链接



充分发挥“两台一网”资
源优势，运用大数据、云
计算技术



B.多平台聚合



01

有效整合**电视、广播、平媒、APP端、PC端**等信息发布渠道资源



02

与北京**16区融媒体中心**建立战略合作，实现北京全域资源的连通汇聚



03

构建**市属各委办局**新闻通路，汇聚**北京政务、城市服务资源**；整合**京津冀地区**优势资源



04

实现**信息全面汇集、智能检索、快速提交**的信息资源“池”。



C.众部门会商



组建**电视、广播、北京时间**联合会商平台，实现**统一管理、统一运营、统一调度、统一发布**



搭建**渠道资源、视听资源、采编资源、技术资源、设备资源**的共享平台



实现**资源利用、传播效果最大化！**



二、在实践中，摸索相融传播模式：

北京人民广播电台、北京电视台、新媒体集团，今年先后联合推出



等多个融媒体报道项目

两网一网以“一个形象、一个声音、一个平台”对外呈现



实现了内容共享、渠道共享、技术共享、人员共享的深度融合



多个项目的探索实践，实现了资源共享最大化、平台播出最大化、宣传效果最大化。



北京：16 个区级融媒体中心全部建成

8 月 9 日消息，刚过去的 2 个月内，北京市 15 个区级融媒体中心密集挂牌，加上早在去年 7 月就已经挂牌的昌平区，北京市 16 个区级融媒体中心均已建成，建设速度全国领先。

16 个区级融媒体中心建设都着眼于推动传统媒体与新媒体从相“加”到相“融”，力争实现优势互补，产生聚合共振效应。采用的主要措施是，整合电视、广播、报社、网站、移动客户端、微博、微信、第三方账号等平台资源，并按照“中央厨房”模式运行，实现一次采集、多种生成、多元传播。

16 区在建设区级融媒体中心中，广泛借助“外脑”，与人民网、新华网、央广网、人民日报媒体技术公司、《北京日报》等中央和北京市属媒体、技术公司强强联合。据公开信息，合作方有些是以智库的方式发挥作用，有些帮助承建融媒体中心，有些则是开展渠道合作。

SMG 与科大讯飞将共建“智能媒体实验室”

8 月 22 日，第 27 届北京国际广播电影电视展览会(BIRTV)正式开幕，科大讯飞与上海广播电视台 SMG 战略合作签约仪式也同期在会上举行。双方将以“智能媒体实验室”为平台，融合各自在内容、技术、渠道、运营等方面的优势，利用语音及人工智能交互、云计算、大数据等技术推动广播媒体的创新、转型、发展，进一步提高广播传播力、引导力、影响力、公信力。

大连新闻传媒集团挂牌成立

8 月 31 日，大连新闻传媒集团正式揭牌，这是大连传媒历史性的一刻。这块“红盖头”的揭开，意味着一段新的开始，这艘大连媒体“航母”宣告起航。

大连新闻传媒集团由大连报业集团、大连广播电视台、大连京剧院、大连舞美设计中心、团市委宣传教育中心等 11 家单位融合而成，为市委直属事业单位，负责全市新闻事业和传媒产业发展。

大连新闻传媒集团将建设区域强势新型传媒集团，进入全国地方媒体第一方阵，勇当辽宁媒体融合的领头羊和东北媒体融合的排头兵：

- 大连新闻传媒集团将以融媒体中心为标志，打造“现象级”的新媒体；

- 将以建设中国传媒岛为标志，完成产业发展目标；
- 2022 年底前，总体目标全面达成，大连新闻传媒事业跨上新高度。

4、网络视频

视频网站：共同抵制艺人“天价”片酬现象

8 月 11 日，爱奇艺、优酷、腾讯视频三家视频网站联合正午阳光、华策影视、柠萌影业、慈文传媒、耀客传媒、新丽传媒六大影视制作公司，共同发布《关于抑制不合理片酬，抵制行业不正之风的联合声明》。

《联合声明》首次明确了演员的最高片酬限额，即三家视频网站和六大影视制作公司采购或制作的所有影视剧，单个演员的单集片酬(含税)不得超过 100 万元人民币，其总片酬(含税)最高不得超过 5000 万元人民币！

吉林移动咪咕直播百所高校进白山

8 月 1 日消息，为圆满完成直播任务，吉林移动进行了统筹安排、分工负责，齐心协力、紧密合作。在预热宣传阶段，项目组研读了互联网直播营销模式，建立直播间，通过白山市官方互联网发布账号、微信朋友圈、集团短信等形式广泛发布活动信息，并多次向白山市委宣传部、白山电视台寻求技术支持，与咪咕视频基地支撑团队提前进行对接和演练，力求在降低成本的情况下达到直播效果最优。在活动期间，为保障直播顺利进行，项目组在多次检测、维护活动现场及周边网络的基础上制定了详细的通信保障预案，并开通了两条 100M 专线，启动应急通信车对直播进行无线、有线信号覆盖的支撑保障。

阿里全面打通新零售+大文娱

8 月 8 日，在“88 会员年度群星盛典”上，阿里巴巴集团宣布将推出“88VIP”会员计划。“88VIP”开创了一种基于阿里生态的全新会员体系，服务涵盖了几乎阿里巴巴旗下所有核心业务——购物、餐饮、影视及娱乐，被外界誉为全球范围内规模最大、涉及人群最多、权益覆盖最广的一次会员升级。

凡购买“88VIP”的用户，相当于拥有了纵横阿里新零售生态、多重会员身份融为一体的“一卡通”。不仅可以享受来自天猫超市、天猫国际直营及天猫 15 万个品牌中 88 个国内外大牌提供的全年“折上折”权益，而且还可享进口牛奶、进口大米等生活必需品全年专属折扣，这种折扣即使在双 11 也不例外。

优酷部署爱迪德 ChinaDRM 标准版权保护

8 月 8 日，阿里巴巴旗下的在线视频平台优酷将采用符合 ChinaDRM 标准的 Irdeto Rights 来保护播出的优质内容。优酷还将对其付费订阅服务部署用于移动端、PC 客户端、OTT 端点播视频的 Irdeto TraceMark™，监测并打击窃取、复制内容等盗版行为。

优酷是中国最大的在线视频平台之一，订阅用户数量超 5.8 亿(数据来源于 Shiftpartners)。优酷深知向用户提供安全、稳定、优质内容的重要性。优酷与爱迪德的合作将助力优酷安全稳定地播出优质 OTT 内容。

优酷升级创作者激励计划

8 月 1 日起，优酷将升级创作者激励计划，优酷将平台原有的“依据平台广告收入分成模式”，升级为“依据创作者视频播放量分成模式”，只要视频加入优酷流量分成，且视频在优酷有效播放，即可获得流量分成收益。还会全新推出优酷粉丝激励，旨在让创作者生产的视频在优酷平台得到更大的价值回报，进而刺激创作者生产更多精品化的原创视频，在优酷建立粉丝社群，推动平台和行业良性发展。

“优酷”诉“电视猫视频”盗播《这就是街舞》

8 月 10 日消息，因认为“电视猫视频”未经授权擅自播出《这就是街舞》并屏蔽广告构成侵犯著作权及不正当竞争，优酷信息技术(北京)有限公司将“电视猫视频”运营商上海千衫网络技术有限公司诉至法院，要求停止侵权及不正当竞争行为，刊登道歉声明，消除影响，并赔偿其经济损失及合理支出 500 万元。日前，海淀法院受理了此案。

西瓜视频宣布进军网综领域

8 月 2 日，西瓜视频在北京举行媒体沟通会，宣布将联合知名制作人汪涵以及制作公司银河酷娱，共同打造一档原创的网络综艺《头号任务》。作为西瓜视频首档自制综艺，节目将颠覆传统综艺的玩法。

延续头条系一贯的行事风格，在短视频市场高歌猛进之后，此次高调进驻长视频领域，西瓜视频同样摩拳擦掌，宣布将在未来投入超过 40 亿资金进行综艺制作。

爱奇艺与新英体育成立合资公司打造在线体育平台

8 月 6 日，爱奇艺、当代明诚旗下公司新英体育传媒共同宣布，双方将成立北京新爱体育传媒科技有限公司，独立运营的新公司将积极打造超级在线体育平台，统一运营合并后的爱奇艺体育平台，其中包括：新英体育公司旗下新英体育 App、爱奇艺体育频道，新英体育 App 及新英体育网等终端名称也将正式更名为爱奇艺体育。



阿里体育 7 年 10 亿拿下 CUBA 独家运营权

8 月 6 日，中国大学生篮球联赛 CUBA 独家商务运营服务采购竞标流程结束，阿里体育官方宣布，获得未来七个赛季(至 2025 年 9 月)CUBA 独家运营权，这笔费用超过 10 亿元。

雷石科技完成近 2 亿元 B 轮融资

8 月 16 日，北京，全场景音乐互动娱乐领导者雷石科技正式宣布完成近 2 亿元的 B 轮融资，中民投资作为本轮融资领投方，公司创始人、晨兴资本以及北京悦米跟投，华兴资本担任本轮融资的独家财务顾问。

5、上市公司财报

三大电信运营商半年度财报

随着中国电信 20 日发布上半年财报，三大运营商上半年“成绩单”全部出炉。记者梳理相关数据计算得出，上半年，三大运营商总净利约 817.91 亿元，平均日赚约 4.5 亿元。

三大运营商盈利能力提高

财报显示，上半年，中国移动净利润 656.41 亿元，同比增长 4.7%；中国联通净利润 25.8 亿元，同比增长 231.8%；中国电信净利润 135.7 亿元，同比增长 8.1%。

经计算，三大运营商上半年总净利 817.91 亿元，计算下来，平均日赚约 4.5 亿元。

这个数值高出去年同期的 4.29 亿元，表明三大运营商的盈利能力进一步提高。

尤其是中国联通，上半年净利润暴涨 231.8%，尤为惹眼。独立电信分析师付亮指出，中国联通 2018 年上半年盈利的增加，主要来自财务费用、铁塔租赁费用等成本费用的下降。

业绩受提速降费影响较小

记者注意到，上半年，提速降费再加码，包括提出“流量漫游费取消”、“流量资费年内至少下降 30%”等。但从财报上看，提速降费并未对三大运营商业绩产生明显影响。

中国移动财报表示，上半年中国移动采取多项措施，进一步提速降费，并主动提前释放风险。

中国联通指出，公司落实提速降费，深化流量经营，努力以薄利多销促进多赢，提前部署实施 7 月 1 日取消手机国内流量漫游费政策，优化套餐并大力推广大流量套餐，促进用户平滑过渡。

中国电信财报未提相关措施，只表示“落实提速降费政策，取消手机流量漫游费”。

4G 用户数增长较快

在提速降费的大环境下，三大运营商收入为什么还这么高？

付亮分析，以中国联通为例，移动业务收入增加不是因为从每个用户获得了更多收入，而是因为用户的增加。

三大运营商财报显示，用户数方面，截至 6 月底，中国移动用户达到 9.06 亿户，同比增长 4.5%，其中 4G 用户数为 6.77 亿户，同比增长 14%。

中国联通用户达 3.02 亿户，其中 4G 用户数为 2.03 亿户，比去年年底净增 2823 万户。

中国电信移动用户数达到 2.82 亿户，其中 4G 用户数达到 2.17 亿户，比去年年底净增 3527 万户。

不难发现，三大运营商上半年 4G 用户数均有数千万级别的增长。

手机流量使用量爆发

三大运营商业绩喜人，还有一个原因是手机流量使用量的爆发和家庭宽带收入的增长。

财报显示，中国移动上半年 4G 客户户均移动互联网接入流量突破 3GB，手机上网流量增长 153%；家庭宽带用户达 1.28 亿户，同比大涨 42.1%。

就中国联通而言，上半年手机用户月户均数据流量同比增长 2.2 倍，手机上网收入同比增长 25%，达到 534 亿元。

中国电信财报显示，上半年，手机上网流量强劲增长近 4 倍，固网服务收入也达到 940 亿元，同比增长 4.2%。

工信部的数据显示，上半年手机上网的流量达到 262 亿 GB，同比增长 214.7%。6 月当月户均移动互联网接入流量达到 4.24GB，同比增长 172.8%。截至 6 月末，宽带接入用户总数达 3.78 亿户，上半年净增 2974 万户。

芒果超媒半年度财报

8 月 29 日，芒果超媒发布 2018 年半年报。数据显示，公司上半年实现营业收入 49.85 亿元，同比增长 39.19%；归属上市公司股东净利润 5.73 亿元，同比增长 92.47%。核心业务芒果 TV 在报告期内实现会员收入和广告收入大幅增长，成为半年报突出亮点。

报告显示，上半年快乐阳光实现营业总收入 26.03 亿元，同比增长 89.24%；实现净利润 4.21 亿元，同比增长 166.17%。其中，核心业务互联网视频业务增速达到 117%，会员收入增长 114.2%，广告收入增长 120.89%。截至 2018 年 6 月 30 日，芒果 TV 付费会员数增至 601 万，与 2017 年底相比增长 150 万，增长幅度达到 33%；付费会员 ARPPU 值为 0.36 元，与 2017 年基本持平。

东方明珠半年度财报

月 29 日，东方明珠半年报披露，公司上半年实现营业收入 87.97 亿元，较上年同期增长 11.32%；实现归属于上市公司股东扣非后净利润 8.17 亿元，较上年同期增长 7.24%。

从东方明珠主营业务的细分领域来看，传媒娱乐相关服务业务报告期内实现营收 65.88 亿元，同比增长 9.62%；多渠道视频集成与分发业务报告期内实现营收 16.36 亿元，同比增长 16.49%；内容制作与发行报告期内实现营收 4.39 亿元，同比增长 3.68%。

其中在多渠道视频集成与分发业务中，IPTV 业务实现营收 9.38 亿元，同比增长 10.37%；互联网电视业务实现营收 3.86 亿元，同比增长 46.85%；有线数字付费电视业务实现营收 2.28 亿元，同比增长 32.67%。在传媒娱乐相关服务业务中，电视购物与电子商务业务实现营收 39.3 亿元，同比增长 19.44%；文化旅游与地产业务实现营收 9.97 亿元，同比增长 12.55%。

2018 年 6 月末，公司 IPTV 业务用户规模进一步扩大至 4600 万，较 2017 年底增加 600 万。此外，公司在保持与中国电信和中国联通业务稳步增长的同时，积极拓展与中国移动的业务合作，以“世界杯”为契机，与咪咕打造集约化增值产品“咪视通”，实现用户覆盖超过 6000 万，激活用户超过 1000 万，为后续增值业务发展打下基础。

爱奇艺半年度财报

8 月 1 日消息，爱奇艺公布了截至 2018 年 6 月 30 日的第二季度未经审计的财务报告。财报显示，爱奇艺 2018 年第二季度总收入为 62 亿元人民币(约合 9.325 亿美元)，同比增长 51%。运营亏损为 13 亿元人民币(约合 2.007 亿美元)，运营亏损率为 22%，较去年同期运营亏损率 24%略有收窄。

截至 2018 年 6 月 30 日，爱奇艺会员规模达 6710 万，同比增长 75%。

搜狐半年度财报

7 月 30 日消息，搜狐 (NASDAQ: SOHU)今天公布了截至 2018 年 6 月 30 日未经审计的 2018 年第二季度报告。数据显示，搜狐二季度总收入为 4.86 亿美元，较 2017 年同期增长 5%，较上一季度增长 7%；2018 年第二季度归于搜狐公司的美国通用会计准则净亏损为 4,800 万美元，2017 年同期净亏损为 8,900 万美元，上一季度净亏损为 9,300 万美元。

视频业务方面，搜狐视频正在各大类内容上保持力度，加强自制剧、综艺、自媒体和直播的平台布局，从品质到口碑持续探索行业新方向。搜狐视频自制出品再创精品，多部自制大剧《动物系恋人啊》、《法医秦明 2》等有突出表现，拉动广告、会员和付费平台实现增长，搜狐视频正在走出一条新的自制出品道路。

与去年同期相比，第二季度搜狐视频的内容成本大幅下降，营业亏损降低。大幅削减视频内容成本将有助于搜狐视频在今年内改善盈亏状况。

张朝阳说，“在 2017 年我们就逐渐缩减了对头部天价剧的购买，同时全面开启用低成本自制剧的战略，所以导致成本进一步收窄。视频内容领域是一个非垄断性领域，因为文艺创作有一千个故事，每个故事都可能有受众。人脑太复杂了，人总是需要各种各样的故事，都会感兴趣，我们现在做独家的、独特的剧有人来看，所以我们就先以低成本的方式成长。这个季度最大的特点就是因为视频亏损的收窄，使整个集团亏损大幅收窄”。

B 站半年度财报

8 月 27 日，哔哩哔哩(B 站)公布 2018 年第二季度财报，财报显示，2018 年第二季度，B 站营收为 10.27 亿元，同比增长 76%；二季度净亏损 7030 万元，2017 年同期则为 5040 万元。平均月活跃用户数达到 8500 万，同比增长 30%；平均月付费用户达到 300 万，同比增长 177%；手游平均月付费用户达到 80 万，同比增长 40%。

虎牙直播半年度财报

8 月 14 日，虎牙直播公布了公司截至 2018 年 6 月 30 日的第二季度未经审计财报，这也是虎牙上市后发布的第二份季度财报。

财报显示，虎牙第二季度总净营收为人民币 10.383 亿元(约合 1.569 亿美元)，同比增长 125.1%；归属虎牙的净亏损为人民币 21.254 亿元(约合 3.212 亿美元)，上年同期的净亏损为人民币 1500 万元。虎牙在财报中计入人民币 22.734 亿元(约合 3.436 亿美元)公允价值损失，与首次公开募股之前发行优先股的衍生负债相关。

--虎牙第二季度平均移动月活跃用户为 4270 万人，较去年同期的 3420 万人增长 24.7%。

--虎牙第二季度平均月活跃用户为 9150 万人，较去年同期的 8250 万人增长 10.8%。

--虎牙第二季度付费用户总数为 340 万人，较去年同期的 240 万人增长 40.7%。

四、 技术动态

1、 视频技术

中国联通开启 IPTV 全 4K 机顶盒测试

8 月 8 日消息，据来自中国联通的官方消息显示，为有效支撑 IPTV 业务发展，推进 IPTV 终端的智能化升级，全面提升用户感知，中国联通集团拟启动支持全 4K 功能(包括 4K 分辨率、P60、10bit、BT.2020 等)的 IPTV 全 4K 智能机顶盒终端设备(标准型)技术测试工作。

公告指出，此次测试结果将作为中国联通 IPTV 全 4K 智能机顶盒(标准型)终端公开招募的依据，测试时间周期为 2018 年 8 月-10 月。

B 站上线 DASH 视频串流技术

据哔哩哔哩弹幕网(俗称 B 站)发文称，网站将逐步上线 DASH 技术，以进一步提升用户体验。

基于 HTTP 的动态自适应流（Dynamic Adaptive Streaming over HTTP，缩写 DASH，也称 MPEG-DASH）是一种自适应比特率流技术，使高质量流媒体可以通过传统的 HTTP 网络服务器以互联网传递。目前 Youtube、Netflix、Hulu 视频网站都采用了 DASH 技术。

B 站表示，15 年的 B 站采用了整段的 FLV 和 MP4，该方案好处是简单且兼容性高，抖音和今日头条采用了该方案。但缺点是视频时长增长，整段的 MP4 头部过于复杂，体积庞大，导致拉取与加载极为缓慢。

16 年的 B 站为了规避该问题，使用了分段 FLV 提升加载速度，好处是头部小，加载速度快。爱奇艺和优酷采用了此方案。简单且兼容性高，所以使用至今，中间由于 flv.js 出现，扩展到全平台。但随着用户增加，网络种类的情况变得更加复杂，因此需要引入 Dynamic Adaptive Streaming/Bitrate 技术，提升用户体验。另外还需要考虑多音轨和多视频轨。

B 站表示，期待部署 DASH 后，普通用户观看视频会更流畅，根据网速切换视频的清晰度，切换过程对用户无感。很容易支持音频模式，后台只拉取音频，播放流畅，支持新的多音轨、多视频轨、多字幕轨等。

2、通信技术

本月无！

3、云数智联

工信部公布第十七批 CDN、云牌照

8 月 1 日，工信部发布了第十六批 CDN、云牌照，河北嘉旭福美科技、上海聚力传媒等 6 家获得 CDN 牌照，新浪互联、烽火万家、金山云网络技术等 14 家获得云牌照。

获得 CDN 牌照的企业有：

河北嘉旭福美科技股份有限公司、上海聚力传媒技术有限公司、辽宁途隆科技有限公司、招银云创(深圳)信息技术有限公司、深圳市互盟科技股份有限公司、合肥兴创网络科技有限公司

获得云牌照的企业有：

北京新浪互联信息服务有限公司、北京烽火万家科技有限公司、北京三信时代信息公司、北京金山云网络技术有限公司、深圳英迈思文化科技有限公司、北京众盈天成科技有限公司、中金云金融(北京)大数据科技股份有限公司、上海南捷信息科技有限公司、济南汇网科技有

限公司、北京三体云时代科技有限公司、余姚市九零起航网络科技有限公司、深圳市实地云网络科技有限公司、深圳市俊网网络有限公司、金牛云(深圳)数据科技有限公司

截至目前为止，获得 CDN 牌照的企业有 182 家，获得云牌照的企业有 220 家。

中国移动发布“移动云”产品

8 月 27 日消息，为客户提供云网融合整体服务，实现智能计算、海量存储、高速互联、精准调度、快速分发，同时可广泛应用于政务、教育、金融、医疗、互联网和媒体等行业。

8 月 24 日上午，中国移动的“移动云”在智博会上正式发布。

据悉,本次移动云发布会以“赋能智慧产业•添彩云上生态”为主题，重点围绕移动云产品、云网融合一体化解决方案、行业云解决方案等主题，与合作伙伴共同探讨云计算未来发展方向，共同推动中国移动云与各行业需求的深度融合，支撑各行业企业智慧经营和服务提升。

中兴通讯发布一体式 PoE 家庭组网方案

8 月 1 日消息，中兴通讯发布一体式 PoE 家庭组网方案，将传统方案的智能网关和 PoE 交换机合二为一，可有效节省家庭空间，同时全面适配运营商智能组网技术标准，实现智能网关的参数自动下发及扩展 AP 的即插即用，大大提高安装维护效率。

4、其它

本月无！

五、 海外动态

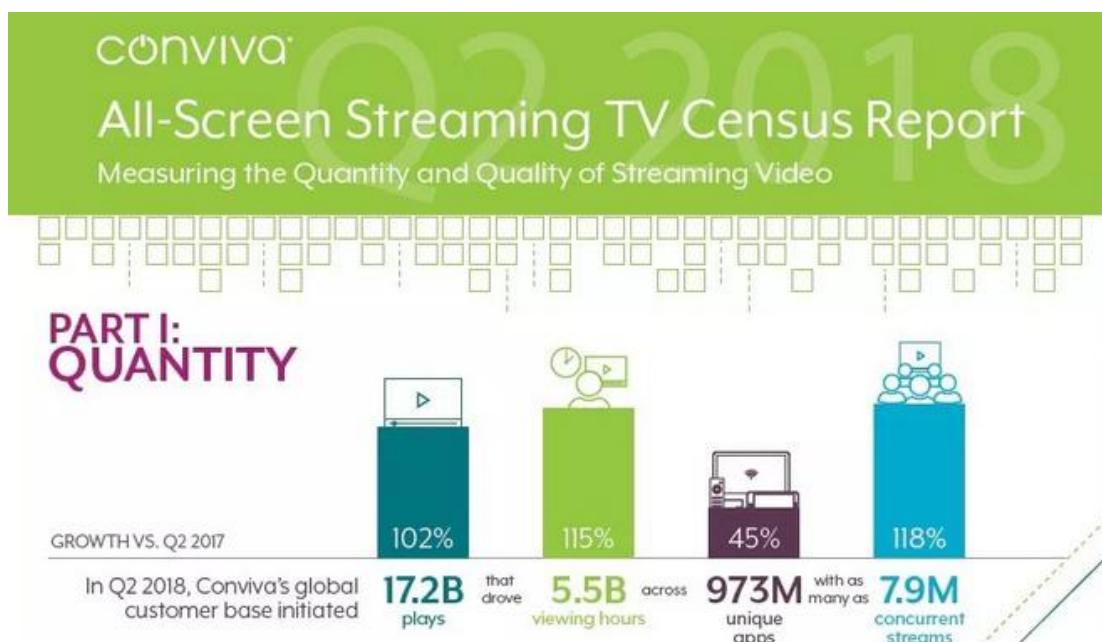
1、 战略观察

全球流媒体电视播放总数持续增长

8 月 6 日，据 Conviva 报告显示，世界杯大大推动了在线视频市场的增长，在世界杯期间，并发流激增，超过原纪录一倍多。而从所有关键指标上看，质量也有所提升。

Conviva 2018 年二季度报告发现，消费者对流媒体视频的消费越来越多，而随着设备向移动化和联网化演进，增长还在继续加速。

Conviva 发现，2018 年二季度无论是串流总量还是并发数都达到了新的峰值。6 月 30 日，790 万人同时在线观看法国和阿根廷的世界杯决赛，创下了新的历史记录。而二季度总观影时长为 55 亿小时。与去年同期相比，峰值并发增长了 118%，总播放数增长了 115%。

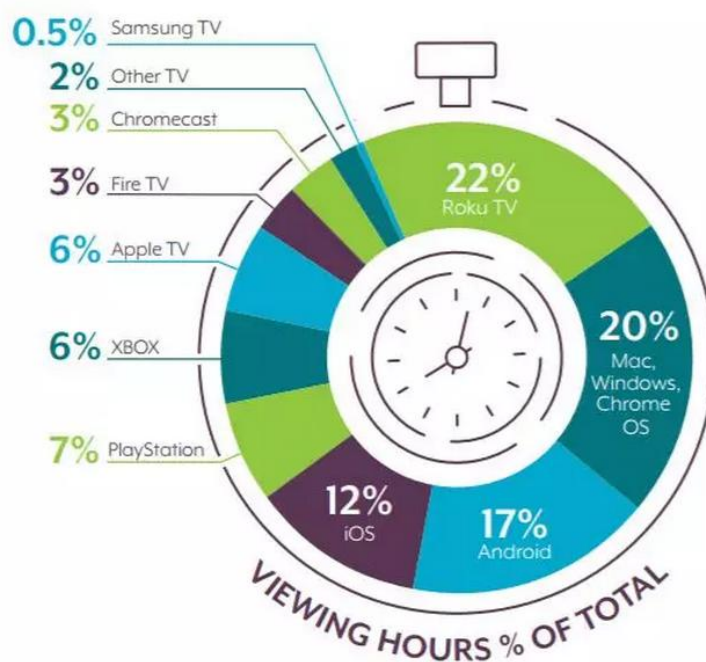


2018 Q2全球流媒体观影指标增长情况

Conviva 强调了体育直播的重要性，高水准的企业必须继续升级基础设施。研究还发现，人们在个人电脑上观看流媒体电视的情况越来越少，开始转向移动设备（尤其是观看短视频内容时），而以 Roku 为代表的联网电视平台则更受到观看长视频内容的青睐。联网电视平

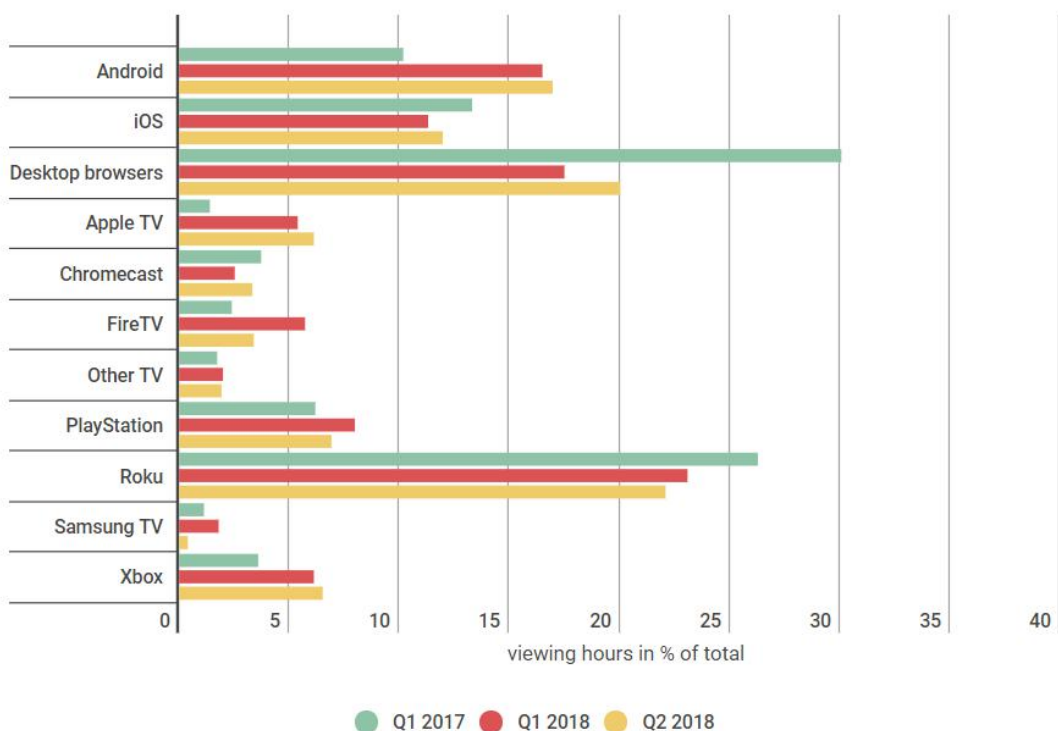
台占据流媒体总观影时长的 22%，总播放数的 8%，而 PC 占据总播放数的 24%，移动设备占据 49%。

索尼 PlayStation、谷歌 Chromecast 以及亚马逊的 Fire TV 都显示出了“极大的”增长，其视频消费量与去年同期相比增长了 2 倍多。Roku、PlayStation、Xbox、Apple TV、亚马逊 Fire TV 以及 Chromecast 平台占据了总观影时长的 51%。而原生电视平台（例如三星的 Smart TV）的观影量则逐年递减。



2018Q2各平台观影时长占比

Streaming platforms share - 2018 vs 2017



各流媒体平台市场份额比较（以观影时长计）

尽管 Conviva 指出了质量的提升，但同时也表示还有上升空间。北美和欧洲的流媒体服务质量全面提升，但亚洲在画质（比特率）和再缓冲方面落在了后面。据 Conviva 计算，由于流媒体质量不佳，在逾 200 亿次尝试中，仍有 31 亿次播放丢失，近 10 亿小时的观影量未得到实现。

Conviva CEO Bill Demas 表示：“全球流媒体电视的需求正以惊人的速度增长。Roku 和亚马逊 Fire TV 引领着联网电视市场份额的增长。”

让 OTT 为线性广播公司赚钱

在互联网上分配线性电视并不新鲜。消费者对电视无处不在（TVE）需求旺盛，现在它被视为常态。传统广播公司被迫跟上演变中的观众习惯，使内容上线和在任何设备上观看。

但在几乎所有的情况下，他们这样做没有插入必要的信令，用来指示在线性码流内广告及其它内容片段开始和结束的位置以及哪些片段可以、必须或不可以用替代内容替换。

广播公司已经考虑提供 OTT 内容的运营成本，他们知道这是他们的未来的一部分。不过，若无正确的信令，事实上不可能实现 OTT 必须提供给广播公司的最高变现。此外，没有正确的信令，提供广播公司和观众期待的无缝的专业观看体验极其困难。

由于未能购入能够令 OTT 有利可图的技术，包括信号传输和正确的元数据信令，广播公司无法充分利用 OTT 提供的商机。

OTT 挑战

尽管 OTT 应被视为一种机会（只要合适的技术到位），但网上分配线性内容要比 OTT VOD 或 TVE 分配复杂得多。重新格式化内容用于 OTT 的过程就很耗时，更别说严格遵守各种设备和区域的内容分配权的挑战。

如果一件内容因为无权而不能分发到加州某观众的手机上，那么 OTT 分配商现在必须在最后一秒以编程方式自动做出反应。若无正确的信令触发用别的内容替换此内容，那么广播公司可能受罚，OTT 分配商可能只是默认用蓝屏中断内容。由于现时观看时间竞争激烈，观众根本不会等问题解决，很可能关机或看另一视频流。

线性电视广告是大生意，最贵广告价格动辄 50 万美元以上。广播公司用广告收入能够支付播出一个频道的费用。但将此内容网上播出可能涉及费钱的工作流程复制和成本，这是当前的 OTT 广告和订阅收入负担不了的。不过，广播公司不需要这样，因为 OTT 提供了很多向其现有的线性内容增加更多价值的机会。

其中一个机会是动态插入，或者更准确地说精准广告置换。但在线性电视流 OTT 情况下，这并不那么容易做到。例如，在线性电视上播出的广告若干天后还与 OTT VOD 流媒体一起保留毫无意义。这些广告到那时可能过时和不相关。更严重的是，置换广告必须与那些需要置换的广告有恰好一样的时长，否则就有不连续（例如，如果此广告太短则黑帧，如果太长则切掉下一段内容的开头）。为无缝做到这一点并且使 OTT 尽可能有利可图，广播公司必须能够提供元数据，向 OTT 分配商传递每段内容的帧边界和时长信息，因此广告可被动态替换。

传输恰当的信号

广播公司还有机会利用尼尔森收视率扩展，把一个线性广播节目后的头几天包括在内，以便把点播观看列入。OTT 流式传输的线性内容实际上有两次机会，但前提是广播公司能够使此内容能够几乎马上在 C3 窗口可用，而且还要成本效益高。

与广播系统（如媒体资产管理系统、自动播出系统、播出切换台等）集成，提供访问与内容片段关联的定时数据的最有效方式。用这种方式，包括定时、资产类型和唯一 ID 等的信息可带内发送或带外传递，随后应用到视频流，对主线性广播工作流程没有影响。

如果广播公司提取描述线性电视频道的元数据（包括每段内容开始和结束），作为 SCTE 35 信息传递这些元数据，可以自动化各种增值应用，包括动态广告插入/替换、点播资产创建，乃至交互电视。由于是以自动化方式做的，线性电视用于 OTT 相关的成本和人力大大降低，并且解决了很多相关的业务挑战。

例如，这解决了复杂的版权管理问题。当内容片段内的元数据指示某一块内容必须按照用 SCTE 224 进一步定义的某些参数替换时，可向下触发一个策略。例如，如果某国或某一网络上的一位观众要求一码流，元数据信令能指示必须改为提供一个不同的码流。

由于元数据信号正确传输，从而具有了即时、动态地替换广告的能力，提供线性内容 OTT 是一个更有价值的过程。如果这些广告被个性化尤其如此。事实上，最近一个研究表明，每次显示，OTT 平台内的广告比在广播或有线电视上的广告，效果高 67%。这是因为通过互联网分发内容，一个码流发送给每个观众，更容易针对个别用户个性化广告。

利用更多的关于用户的元数据，如位置、观看历史、浏览历史等，可以用一种分布式播出架构为特定用户提供更精准广告。自然这意味着广告自身更有价值因而更有利可图。只要带内或带外传递定时信息及关于每段内容和广告的元数据到分配链内最后一个视频服务器，运营商可确保他们插入的广告无缝和精准。

结论

在提供 OTT 内容方面，如果广播公司想保持相关性，他们选择极少。正如前述，这确实提出很多挑战，但有了传递信令和元数据信息的恰当技术，这些挑战都可以克服。通过这些措施，线性广播公司能够利用令 OTT 极有吸引力的应用。从内容替换、版权管理、自动

化资产创建到动态广告插入/替换，一切皆有可能，增加线性内容的价值，开启新收入流。OTT 不再是花钱，它是一个赚钱的业务。

DTT/IP 混合电视才是未来 10 年的主流

8 月 10 日消息，Arqiva 地面广播战略及投资主管 Laurie Patten 在 DTG 官网撰文分享了他对未来 10 年电视传输方式变革的预测。他认为，纯 IP 模式还很遥远，DTT 在英国依旧有良好的群众基础和应用优势，DTT/IP 混合电视才会成为未来 10 年的主流。以下为全文翻译：

今年在英国举行的 DTG 峰会探索了影响当今广播世界的革命性改变，设想了未来 10 至 20 年间电视演进的方向。

在描绘这一未来时，许多人都会直接转向 IP（例如基于网页的内容频道和 SVOD 服务），迅速忽视服务了我们很久、并仍旧是现代电视中流砥柱的成熟平台。

数字地面电视或者说 DTT 正是这些成熟平台的典范。

尽管 IPTV 无疑已对电视产业产生了切实的影响（为观众提供了无与伦比的选择和灵活性），但很少被人注意和提及的趋势是，DTT 依旧在市场上发展的很好。

向“轻付费”模式转移

向 DTT 和 IP 混合服务的转移意味着在转向“轻付费”模式的同时，DTT 已经为市场的支撑。观众通过 DTT 获取内容，在此基础上叠加来自不同供应商（例如公共服务广播商、Netflix 和亚马逊）的基于 IP 传输的服务或电视回看和点播服务。

这正是英国市场上正在发生的事实。过去几年，DTT 的用户总数一直在增长，目前已覆盖约 1140 万户家庭，逾 1900 万家庭通过不同形式使用这一服务。去年，DTT 在 4 岁以上观众中所占的份额增至 46.8%（较上年度增长 2.4%），而 2018 年前三个月这一数字又有所增长。

DTT 的成功和观众对于混合模式的期待表明，一些业界人士设想的全 IP 的未来仍有很长的路要走。相反，继续使用 IP 和 DTT 混合的服务也能满足当今观众的需求，这是一个将延续多年的模式。

DTT/IP 混合平台的增长

在过去几年中，英国市场上涌现出许多使用 DTT 打造混合服务的平台，包括 BT TV、TalkTalk TV、YouView、EE TV 以及 Sky Now TV 的部分版本和所有的联网电视。这些服务的成功和在观众中的知名度让其覆盖了英国数百万家庭。

他们的力量在于将 DTT 与 OTT 服务相结合，而不是强迫观众选择其中之一。对观众而言，这是围绕某个核心广播服务建造的可信赖的服务，同时带有丰富的 IP 传输的服务。这就为观众提供了额外的内容和灵活的观影方式，包括更具互动性和个性化的观影体验。

混合平台的经济性

对广播商而言，混合服务具有一定的经济效益优势。DTT 和卫星分发仍旧是快速、可靠、经济地向大规模观众分发内容的方式。相比之下，通过 IP 传输的成本会随着使用规模的扩大而增加，而 IP 网络的整体性能、个人宽带连接的速度等方面依旧存在问题。

DTT 也通过凸显公共服务广播商的内容为其带来了巨大的价值。平台围绕突出广播商重要性的规则搭建，也全权受到通信管理局（Ofcom）的监管。

正如 DTG 大会所讨论的那样，我们尚不清楚纯 IP 的平台是否会保留这种对于广播商重要性的保护，但可以肯定的是，这将成为未来几年争论的焦点，公共服务广播商将提出有力的主张。

提供简单且直观的体验

我们行业的终极目的是为观众提供简单且直观的观影体验，无论他们是观看电视直播还是点播。对我而言，这意味着尽可能地将 DTT 和 IP 传输服务结合起来，并且这一服务需要围绕各种传输方式的力量构建。

理想的状态是搭建一个可以覆盖线性 DTT、IP 传输回看服务以及 OTT 观众的单一环境，让多种传输方式之间可以无缝切换。要提供这样的服务，我们要保证观众能花最少的功夫随时看到他们想看的内容。

这正是 Arqiva 及其合作伙伴希望通过 Freeview Play 和 YouView 平台实现的。这两个平台都取得了成功。自 2015 年以来，Freeview Play 设备的销量已经超过了 350 万台。我

们相信，这个数字证明了市场对于 DTT/IP 混合服务的期待，也强调了这一模式为何将在未来多年持续存在。

未来几年，我们将致力于提供更丰富的 Freeview Play 服务，提供更好的内容发现功能和更丰富的内容种类，对“轻付费”服务加以补充，为英国观众带来一流的混合电视体验。

如果要对未来做个预测，我会坚定认为，混合电视将成为下个十年行业的未来。DTT 和卫星内容分发将继续作为家庭观影的主要传输方式，同时 IP 宽带传输的重要性将逐渐增加。

Ovum 观察：2018 年电信运营商收入增长预期不强

Ovum 对许多大型公开上市电信公司公布的未来财务预期分析显示，2018 年全球电信运营商的收入增长预期不强，但是利润和资本支出(在大多数情况下)将稳步增长。Ovum 在其“世界电信金融基准服务”(World Telecoms Financial Benchmarks service)报告中追踪了全球大型电信服务运营商的季度业绩。

根据电信运营商发布的 2017 年及截至 2018 年 3 月的 2017 财年业绩报告，Ovum 对电信运营商关于未来一年的财务预期进行了分析和审查。

Ovum 首席财务分析师 Upin Dattani 表示，前景似乎将会更加缓和，特别是在亚洲市场。例如，马来西亚电信运营商 Axiata 预期，基于预测的汇率计算，其 2018 年的收入将持平，2017 年则增长了 10%。新加坡电信则预计 2018 年收入会有不足 5% 的增长，去年其对 2017 年收入的预期增长则为 5% 左右。英国电信、瑞士电信和 Etisalat 都预计收入和 EBITDA 将会下降，尽管这些预期可能是保守的。

其中一些预期可能与会计准则相关，新的收入确认标准，例如 IFRS 15(现已在几个国家生效)和 ASC 606(在美国)将收入从服务收入转移到设备上。IFRS 9 中也有新的涉及租赁的规则。由于近年来手机补贴趋于下降，设备收入重新分配可能无法完全抵消服务收入的下降，从而对整体财报收入造成压力(在其他条件相同的情况下)。此外，一些批发或转付类型收入现在被视为非货币交易，以“净额”计算，降低了财报收入。个别公司可能会有不同的情况，但是 2018 年看起来收入增长会比较困难，宏观经济波动和几个央行的加息增加了会计变化。

然而，电信公司正在寻找以 EBITDA 衡量保持盈利小幅增长的方法，尽管会计变化对 EBITDA 造成了一定压力，但是这些公司给出了 2018 年 2.5% 的增长率的预期。虽然 EBITDA 以绝对值计算预计仍将上升，但是 Ooredoo 和 Axiata 等此前增长较快的公司都预计将会以较低的速度增长或者持平。这些提供前景预期的大多数公司都表示或暗示 EBITDA 增长率将在 0-3% 范围。

Ovum 报告还显示，美国和部分新兴市场国家将会增加资本支出，而中国则预计将降低资本支出。

AT&T 电视业务经营情况分析

2018 年第二季度 AT&T 整体营收近 400 亿美元，达 389.86 亿美元，利润为 52.48 亿美元；营收和利润均出现环比正增长，其中利润增幅高达 10.28%。从整体来看，AT&T 的经营情况良好，但互动娱乐部门中电视业务的表现则有喜有忧，但总体来看不够理想。

卫星电视用户流失，IPTV 和 OTT TV 用户增长

隶属于互动娱乐部的电视业务主要涵盖三大类，分别为卫星电视业务 Directv、IPTV 业务 U-Verse、OTT TV 业务 Directv Now 以及与时代华纳合并后新推出的 WatchTV 业务。本季度，传统的卫星电视业务用户出现较大幅度流失，OTT TV 业务用户则大幅增长，IPTV 业务用户小幅增长。

截至 2018 年第二季度，互动娱乐部门电视业务总用户达 2545 万，季度增长 80 万。其中卫星电视总用户 1998 万，单季流失 28.6 万；IPTV 总用户 366 万，单季净增 24 万户；OTT TV 用户 181 万，单季净增 342 万。

卫星电视用户的持续流失将对整个部门收益造成重大影响。传统线性电视市场竞争日趋激烈以及 OTT TV 市场的火热导致 AT&T 卫星电视用户持续流失，季度用户流失创历史新高，卫星电视总用户也达到历史最低点。从用户结构上看，AT&T 的卫星电视部分是其电视业务的核心，其用户规模远高于 U-verse 和 Directv Now。而且传统卫星电视业务的广告收入和单个用户的 ARPU 值也远高于其他类型的电视业务。因此，卫星电视用户的持续流失或将危及整个部门。

IPTV 用户开始连续正增长。与卫星电视业务的表现不同，2017 年，AT&T 的 IPTV 业务的用户流失则逐渐减少，2018 年开始，U-verse 业务用户则止跌回升。本季度，其业务用户更是出现较大幅度的增长。U-verse 用户增长主要得益于其光纤网络覆盖率的提升，然而，美国大众已开始广泛接受 OTT TV 订阅电视服务，U-verse 业务用户是否能够继续保持增长还是个未知数。

OTT TV 正在成为 AT&T 重要的业务方向。随着 Directv Now 业务用户持续大幅增长，AT&T 将把更多的关注点聚焦于 OTT TV 业务。2018 年 6 月底，AT&T 推出了轻量级 OTT TV 业务—WatchTV。WatchTV 定价为每月 15 美元，可以收看 30 多个直播频道，15,000 个电视节目和电影点播节目。对于 AT&T 而言，利用现有的电视用户资源大力发展 OTT TV 业务不失为其弥补传统线性电视业务下滑的有效举措。

图表 1 Q2,2017-Q2,2018 AT&T 不同类型电视业务用户总体情况示意图

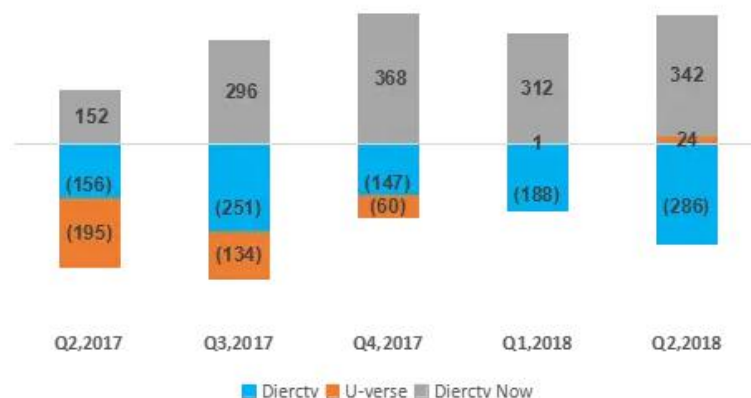
单位：千户



来源：Q2,2018 Finance Report Of AT&T

图表 2 Q2,2017-Q2,2018 AT&T 不同类型电视业务用户变化情况示意图

单位：千户



来源：Q2,2018 Finance Report Of AT&T

电视业务营收持续下滑，业务营收贡献率走低

电视业务营收下滑拉低互动娱乐部门的整体表现。受卫星电视用户大幅流失影响，本季度电视业务的营收下探至历史最低水平，达到 83.31 亿美元，同比降幅达 9%。与此同时，作为互动娱乐部门营收主力的电视业务，本季度的营收贡献率下降至 71.51%，为一年以来的最低水平。受此影响，互动娱乐部门的整体营收同比下降 8%，达到 116.5 亿美元。

图表 3 Q2,2017-Q2,2018 AT&T 电视业务季度营收、互动娱乐部门季度营收以及电视业务营收贡献率情况示意图

单位：百万美元



来源：Q2,2018 Finance Report Of AT&T

2、电信市场

全球电信运营商开启裁员潮

8 月 8 日消息，在过去两个月的时间内，全球排名靠前的五大运营商先后宣布裁员计划，合计裁员人数高达 36500 人，裁员比例接近总员工数的 8%。

运营商	员工总人数	宣布裁员人数	裁员比例
英国电信	105,800	13,000	12.30%
CenturyLink	51,000	1,000	2.00%
德国电信	217,349	10,000	4.60%
意大利电信	59,429	4,500	7.60%
Telstra	32,000	8,000	25.00%
合计	465,578	36,500	7.80%

相比之下，国内运营商境遇同样不容乐观。中国联通近五年财报来看，正式在职员工由 2013 年的 222529 人增长至 2017 年的 252522 人，增长幅度为 13.5%，但 2017 年较 2016 年出现下滑趋势，当然这个结果受到了联通 2017 年混改的一定影响。中国电信，从中国电信近五年财报来看，员工人数由 2013 年的 306545 人减少至 2017 年的 284206 人，减少幅度达 7.28%。中国移动，近五年员工人数由 2013 年的 508950 人减少至 2017 年的 464656 人，其在 2015 年出现最大幅度递减状态，2016 年及 2017 年出现小幅度递增，五年中移动员工人数降幅达 8.7%。

FCC 宣布 5G 频谱拍卖规定：将先拍卖 28GHz 频段

8 月 6 日消息，美国联邦通讯委员会（FCC）周四发布高频段频谱的竞拍规定，这些频谱将用于开发下一代 5G 无线网络。

宣布这项声明之前，FCC 主席阿基特·派（Ajit Pai）今年 2 月曾在西班牙巴塞罗那表示，该机构计划今年 11 月拍卖 28GHz 频段，之后再拍卖 24GHz 频段。

AT&T 收购“新生代小众聚合新媒体”

8 月 21 日消息，美国电信巨头 AT&T Inc.宣布从独立媒体公司 TCG 集团(The Chernin Group)手中收购互联网视频公司 Otter Media 的所有剩余股权，从而成为 Otter Media 的全资所有者(Otter Media 是由 TCG 集团和 AT&T Inc.于 2014 年共同成立的合资公司)。

就在两个月前，AT&T Inc.才刚刚以 850 亿美元阶段性成功收购媒体和娱乐内容公司时代华纳(Time Warner)，此后，时代华纳(Time Warner)更名为华纳传媒(Warner Media)。据悉此次收购完成后，Otter Media 将被并入华纳传媒(Warner Media)。

Verizon 将率先推出 5G 电视服务

8 月 15 日消息，美国最大的移动运营商威瑞森(Verizon)将联合苹果和谷歌在美国洛杉矶、休斯顿、萨克拉门托和印第安纳波利斯 4 个城市推出 5G 电视服务。

目前该合作协议接近达成。根据协议，苹果和谷歌将成为威瑞森 5G 电视服务的首批视频供应商，同时，威瑞森将向 5G 用户免费赠送一台苹果电视机顶盒和谷歌 YouTube 网络电视服务会员资格。

威瑞森计划成为美国第一家在家庭宽带领域推出 5G 服务的通讯公司，该公司将在今年晚些时候提供相关服务。威瑞森表示，当 5G 住宅宽带服务上线时，会公布有关 YouTube 网络电视服务订阅的详细信息。

威瑞森决定与这两大科技巨头展开视频内容合作的另一大目的，也是为了挑战美国电话电报公司(AT&T)和康卡斯特等全国性互联网和付费电视供应商的固有地位。威瑞森计划利用 5G 技术向家庭用户提供上网服务，使其实际传输速度可以媲美甚至超过固网速度。

澳大利亚两大电信公司宣布合并

8 月 30 日，沃达丰澳大利亚公司和澳大利亚 TPG 电信公司宣布合并，将打造一家价值约 110 亿美元的新电信巨头，和澳本土前两大电信公司展开竞争。

据悉，沃达丰澳大利亚公司将在合并后的新公司占 50.1%股份，TPG 占 49.9%。两家公司目前分别为澳大利亚的第三和第四大电信公司。合并后的新公司价值约 150 亿澳元（约 110 亿美元），新公司将以 TPG 电信有限公司的名称重新上市。

韩国电信 KT 推出 AR 购物服务

8 月 2 日消息,近日韩国电信公司 KT Corp 推出了一项 AR 移动购物服务——AR Market,旨在为客户提供在线购物体验,以弥合线上和线下购物之间的差距。

用户可以通过智能手机观看所选产品的 360 度 AR 视频,以全方位查看产品细节。通过 K Shopping 的移动应用程序,用户即可享受 AR 在线购物服务。

3、广电市场

Charter 收购时代华纳有线被撤销

8 月 2 日消息,美国第二代有线服务商 Charter 日前欲以 567 亿美元收购时代华纳有线公司,由于该公司涉及的业务包括面向家庭提供商品、语音及互联网服务,所以非常广泛,收购一旦成功意味着规模更大,有望问鼎第一位。

但这一收购批准被纽约州公共服务委员会投票撤销了,该委员会声称 Charter 公司未能履行与该州宽带建设有关的义务。

同时,该委员会的发言人表示,为了让这一收购批准,该公司表示同意在 2018 年年底之前在纽约将宽带速度提升到 100 兆字节,到 2019 年年底进一步达到 300 兆字节。另外,该公司还同意增建网络,在完成该收购交易四年内,在纽约州人口密度较低的地区,新增对 14.5 万户家庭和企业的网络覆盖。

不过,该公司未能遵守对农村社区的承诺,并有意向消费者和委员会隐瞒这一情况。

迪士尼将于 2019 年推出 SVOD 服务

8 月 9 日消息,《纽约时报》披露了迪士尼即将推出的订阅型视频点播(SVOD)服务将提供的内容类型。迪士尼 CEO 罗伯特·艾格表示,该服务有望在 2019 年晚些时候推出。

据不具名人士透露,在收购福克斯电影与电视资产后,该 SVOD 平台很可能提供来自国家地理频道的节目,但迪士尼尚未决定是否提供《小鬼当家》《冰川时代》等福克斯系的电影。与此同时,《辛普森一家》等成人动画内容仍将留在 Hulu。

此外，还有 9 部为该 SVOD 服务打造的电影正在制作之中，预算在 2000 万美元至 6000 万美元之间。其中包括两部音乐剧翻拍真人电影——《小姐与流浪汉》以及《石中剑》。

CBS 推出流媒体新闻服务

8 月 3 日消息，CBSN Local 将以 CBSN 的经验为基础，全天候的新闻报道主要来自于 CBS News 与 CBS Interactive，这样可向全国乃至全世界进行深入性的报道。

CBSN Local 将通过在 CBSNews.com 和 CBS News 在应用程序上提供服务，在移动端与互联网电视设备都可进行，如通过 CBS 电视台的网站和移动应用程序等。自 2014 年 11 月推出以来，CBSN 的观众人数大幅增加，近 80% 的 CBSN 观众年龄介于 18 至 49 岁之间，平均年龄为 38 岁。

NHK 今年将开通 8K 卫星频道

8 月 25 日消息，日本 NHK 宣布 12 月 1 日将开播其新 8K 卫星频道 BS8K。NHK 将同时开播 BS4K 和 BS8K 频道，BS4K 可用现有设备收看，而 8K 信号收看需要专门设备。

BS8K 预计每天有 12 小时的 8K 内容，从上午 10 点到晚上 10:10 分，在 2020 年东京奥运会和残奥会举办时 NHK 承诺将有更多内容。

马来西亚 Astro 启动 4K 广播

8 月 12 日，马来西亚数字媒体公司 Astro 首次在马来西亚进行 4KUHD 直播，在吉隆坡的餐厅 SouledOut 为球迷直播两场英超比赛(利物浦对西汉姆和阿森纳对曼城)。预计未来几周将直播更多比赛。

“Astro 致力于为马来西亚体育迷提供更好的观看体验，”Astro 体育主管 LeeChoongKhay 表示，“因此，我们将采用最新技术 4KUHD 增强我们客户的观看体验。现在，我们与夏普和三星合作，为英超球迷提供马来西亚首次 4KUHD 直播。除了英超，我们还将引入 4KUHD 一级方程式赛车和电影大片，为我们的客户提供一流观看体验。”

此 4KUHD 直播与 2018/19 英超赛季开锣同时发生，Astro 计划以此格式直播选择的一部分比赛。英超 4KUHD 转播是 Astro 今年晚些时候推出其 4KUHD 机顶盒计划的一次预演。为用 4KUHD 广播增强观看体验，Astro 一直在投资基础设施，将在几个专门频道渐进地推出

4KUHD 服务，一个全新的软件和容易发现内容的节目指南及其它创新产品将于今年晚些时候推出。

4、网络视频

亚马逊 Prime Video 入驻康卡斯特平台

8 月 6 日消息，为继续顺应当前有线电视运营商与 SVOD 服务合作的趋势，美国有线巨头康卡斯特已与亚马逊达成合作，将成为美国首个把 Prime Video 集成到自家电视平台中的付费电视运营商。

今年晚些时候，亚马逊 Prime Video 视频服务将登陆康卡斯特的 Xfinity X1 电视平台，届时，Xfinity TV 用户可以观看《杰克·莱恩》《了不起的麦瑟尔女士》以及《律界巨人》等亚马逊原创剧集。

此外，他们还可以观看赛事直播、使用 Prime Video Channels 订阅服务并通过亚马逊购买或租赁影碟。

Naspers 成立 OTT 视频部门

8 月 9 日，腾讯大股东 Naspers 视频娱乐分部新成立了 OTT 视频部门，并任命尼克拉斯·埃克道尔(Niclas Ekdahl)为负责人，目的是对抗来自 Netflix 等全球视频服务巨头的激烈竞争。Naspers 面临来自 Netflix、亚马逊，以及 Cell C Black、Kwese 和 Vodacom VideoPlay 等本地公司的竞争。

Facebook 收购互动视频直播团队 Vidpresso

8 月 17 日消息，Vidpresso 的团队目前已经被 Facebook 收购。除了 Vidpresso 的团队之外，Facebook 还收购了该公司的视频技术。在被收购之后，Vidpresso 将会逐渐关闭自己的运营，并且将此前所积累的客户过渡给 Facebook。

Vidpresso 是一家帮助视频制作者在 Facebook Live 和其他社交媒体上进行流媒体视频直播的初创企业。目前双方尚未透露这笔交易的具体金额。Crunchbase 的数据显示，Vidpresso 的融资总额为 12 万美元。

Instagram 推出长视频应用 IGTV

8 月 20 日消息，Instagram 又开启了新的冒险，推出 Instagram TV(IGTV)，一款相当于 Instagram 自己的电视频道的长视频分享应用。IGTV 在短视频当道的今天转向了专业化的长视频内容开发之路，向 YouTube 发起了全面挑战。IGTV 重新构想了移动视频，在这个单独的 APP 里面可以专门存放更长的视频，以频道的方式探索视频领域新的发展。

Netflix 原创内容同比增长 88%

8 月 15 日消息，今年以来，在线电影租赁服务公司 Netflix 推出的原创节目数量比去年同期增长了 88%。该公司大幅提高原创节目的数量是为了最终不再依赖其他制片商的影视节目。但是，一些较老的影视节目恰恰是很多订户观看次数最多的。但是，一些外部数据则显示，在 Netflix 平台上大多数观众花了很大一部分时间在观看非 Netflix 制作的节目。

Netflix 测试新支付方式以绕过苹果

8 月 20 日消息，流媒体视频服务提供商 Netflix 正在测试新的支付方式，旨在绕过苹果 iTunes 支付。当前，Netflix 是苹果 App Store 应用商店内收入最高的应用之一。如今，该公司正考虑如何在 iPhone 和 iPad 用户身上获取更大的利润。

美国科技网站 TechCrunch 证实，Netflix 正在 33 个国家测试一种新的支付方式，目的是绕开苹果的 iTunes 支付。在此之前，瑞典流媒体音乐服务提供商 Spotify 也采取了类似的做法，将订阅用户从 iTunes 支付转移到其它支付方式上。有分析人士称，Spotify 和 Netflix 之所以这样做，是因为苹果正在进军流媒体服务市场，势必将蚕食这两家公司的份额。如此看来，绕过 iTunes 支付也是有道理的。

YouTube 虚拟现实 APP 登陆三星 Gear VR

8 月 6 日消息，YouTube 的虚拟现实 APP 的兼容设备列表又添一大新成员——三星 Gear VR 头显。

这一合作将为 YouTube VR 带来许多潜在用户。去年 IDC 数据显示，三星以 21.5% 的市场份额主导着 VR 头显市场。此前，该 APP 已经进驻 Daydream View、HTC Vive 以及 PlayStation VR 几大平台。

YouTube 方面表示，7 月底起用户就可以在 Oculus Store 获取 Gear VR 版的 APP。

此外，YouTube VR 还新增了一项名为“一起看”的功能，可让用户与其他人在共同的虚拟空间中观看并讨论视频。

目前，YouTube VR 已拥有 80 多万虚拟现实视频，内容库还在拓展之中。新内容包括葡萄牙表演者的后台花絮，新的系列视频《女性星球》以及来自 SoKrispyMedia 的动作剧集。

在 YouTube 日益成为全球最大的 VR 内容资源库的同时，其母公司谷歌也不断寻求与媒体公司的合作，拓展 VR 节目制作。

加拿大欲以税收遏制 Netflix 扩张

8 月 10 日消息，自从 Netflix 于 2010 年在加拿大推出以来，同时这也是该公司进入的第一个非美国市场，目前该公司已经成为一个收视率巨头，根据多数研究机构的数据预测，其在英语人口中已攀升至 50% 以上。eMarketer 预计今年加拿大将有 1330 万 Netflix 观众，这些观众每月至少一次通过应用或网站观看 Netflix，这一数字同比增长 9.6%。

随着美国的流媒体服务在加拿大家庭中越来越受欢迎，关于如何监管视频媒体内容的问题一直存在争议。像 Netflix 这样的服务并不受加拿大政府征税，一直成为该国内寡头垄断媒体的争论点，其中包括有 Rogers，Bell，Shaw 和 Videotron。该国内的媒体方表示加拿大政府并不重视 Netflix 等国外流媒体通过不公平的市场份额，使他们对外国参赛者处于竞争劣势的现象。

5、其它

苹果加入智能家居组织

8 月 6 日消息，苹果日前加入线程组（Thread Group），即线程协议背后的技术组。线程是一种基于 IPv6 的技术，用于在物联网设备中创建网格网络，而使用线程（Thread）则需要线程组内的成员。

业内分析师李·拉特里夫（Lee Ratliff）表示，这可能会成为 HomeKit 的大新闻。如果苹果支持 HomeKit 的线程，HomeKit 的使用数量将大大增加，或者至少让设备制造商更容易地整合 HomeKit 的各个技术支持方。此外，它还可以使 HomeKit 网络运行更有效率、功能更加强大。

谷歌将进军户外广告领域

8 月 15 日消息，谷歌可能会将用户的网页浏览数据用于户外广告的精准投放，虽然有些不可思议，但基本是确定会发生的事情了。

谷歌正在与德国讨论如何推进户外广告一事，包括车站、购物中心和商店橱窗里的广告牌。此举将是美国 and 英国类似扩张的前兆。

虽然是线上数据用于线下广告，但请你放心，如果你在谷歌搜索内衣，当你在公交车站等车的时候，数字广告牌上也不会弹出某内衣品牌的广告。但这种是有可能的，在拜仁慕尼黑比赛前，当一列满载多特蒙德球迷的火车抵达慕尼黑的主要车站时，广告牌内容变成了球鞋或啤酒，尽管在其他时间它可能展示的还是宝马的一则新车广告。也就是说它的广告算法还是会根据目标人群的规模及需求而定。

英特尔收购 Vertex.AI 整合入 AI 部门

8 月 17 日，英特尔公司想要把更多人工智能(AI)技术整合到各项业务中，该公司在周四宣布收购深度学习创业公司 Vertex.AI。Vertex.AI 的使命是让每个平台的深度学习技术开发成为可能，并为此打造了深度学习引擎 PlaidML。这笔收购交易的财务条款尚未披露，但是英特尔已经证实了这笔交易。

6、全球主要运营商财报

AT&T：收入同比下降 2.1%

在 2018 年二季度，AT&T 的收入从 2017 年二季度的 398 亿美元降至 390 亿美元，下滑 2.1%，这主要是受到 ASC 606 收入确认准则的影响，其中包括计入 9 亿美元的普遍服务基金运营费用。这对 AT&T 的 EBITDA 产生了负面影响，使其从 2017 年二季度的 135 亿美元降至 2018 年二季度的 128 亿美元，同比下滑 4.6%。2017 年二季度 AT&T 的自由现金流为 37 亿美元，而 2018 年二季度增长 37%，达到 51 亿美元。AT&T 的资本支出在 2018 年二季度增长 0.7%至 50 亿美元。对于 2018 年，该集团预测自由现金流为 “210 亿美元区间的最高值”——其中包括所有交易和整合成本。2018 财年的资本支出预计为 250 亿美元，如果除去预计的 FirstNet 偿还数额和厂商融资，其资本支出为 220 亿美元。

Etisalat：集团收入增长 2.1%

Etisalat 在 2017 年二季度的总收入为 128.31 亿迪拉姆（35 亿美元），而在 2018 年二季度，其收入同比增长 2.1%，达到 130.99 亿迪拉姆（36 亿美元），这主要得益于国际综合业务收入的增加（占到集团综合收入的 39%）。该公司在 2018 年二季度的 EBITDA 为 66 亿迪拉姆（18 亿美元），相比上一年同期的 65.79 亿迪拉姆（18 亿美元）增长 0.3%。公司净利润为 21.99 亿迪拉姆（6 亿美元），同比增长 11.6%。据称，Etisalat 在 2018 年二季度的综合运营支出为 83.74 亿迪拉姆（23 亿美元），相比去年同期的 82.19 亿迪拉姆（22 亿美元）增长 1.9%，这主要是由于更高的销售成本、折旧和摊销费用以及网络成本造成的。该集团在 2018 年二季度的资本支出与之前的 22.58 亿迪拉姆（6 亿美元）相比减少 6.5%，降至 21.12 亿迪拉姆（6 亿美元），这反映出对阿联酋和国际业务资本支出的减少。Etisalat 集团的总用户数为 1.44 亿，同比增长 4.0%。用户的净增长主要归功于 Maroc Telecom 的用户达到 6000 万以上，同比增长 10.0%，其中业务增长迅速的区域包括马里，象牙海岸，多哥，贝宁和布基纳法索。

KPN: 集团收入同比下降 14%

截至 2018 年二季度，KPN 集团的持续经营收入达到 14.02 亿欧元（17 亿美元），相比 2017 年二季度的 16.31 亿欧元（18 亿美元）同比下降 14.0%，这主要是由于非持续经营（iBasis）和监管的影响，移动方面持续的价格压力和批发收入的减少也带来了一定的负面作用。在截至 2018 年 6 月 30 日的 2018 年二季度，EBITDA 同比下降 5.5%，从 2017 年二季度的 5.87 亿欧元（6 亿美元）下降至 2018 年二季度的 5.55 亿欧元（7 亿美元）。KPN 包括非持续经营在内的净收入同比下滑 32.5%，降至 1.29 亿欧元（2 亿美元）。这主要是因为来自 Telefónica Deutschland 的股息有所减少。截至 2018 年 6 月 30 日的二季度，KPN 的资本支出同比增长 2.9%，从 2.38 亿欧元（3 亿美元）增加到 2.45 亿欧元（3 亿美元）。在 2018 年，KPN 希望其调整后 EBITDA 能够与 2017 年一致。预计 2018 年 KPN 的资本支出将接近 11 亿欧元（13 亿美元）。自由现金流（不包括来自 Telefónica Deutschland 的股息）预计将增加。

Orange: 收入在上半年增长 0.9%

Orange 集团在 2017 年上半年的总收入为 200.88 亿欧元（217 亿美元），而在 2018 年上半年其总收入增长到 202.62 亿欧元（245 亿美元），同比增长 0.9%，其主要原因是来自非洲和中东地区(+5.7%)以及法国(+1.4%)的收入有所增长。2018 年上半年的 EBITDA 为 58.66 亿欧元（71 亿美元），较 2017 年上半年的 56.32 亿欧元（61 亿美元）同比增长 4.2%。该集团 2018 年上半年的经营现金流为 26.15 亿欧元（32 亿美元），比 2017 年上半年的 25.56 亿欧元（28 亿美元）增长 2.3%，综合净收入在 2018 年上半年同比增长 21%，达到 8.79 亿欧元（11 亿美元）。Orange 集团 2018 年上半年的资本支出（不包括许可证），相比去年同期的 32.76 亿欧元（35 亿美元）增长 2.8%至 33.69 亿欧元（41 亿美元），这反映出该公司对于提供高质量固网和移动网络的不懈努力。Orange 集团在 2018 年上半年的用户数同比增长 0.7%，达到 2.595 亿。截至 2018 年 6 月底，超过 2900 万户家庭选择了超高速宽带固网服务。在 2018 年，该公司的资本支出预计将增加至 74 亿欧元（90 亿美元）。此外，Orange 预计 2018 年调整后 EBITDA 和经营现金流的增长率将高于 2017 年。

意大利电信：收入在上半年下滑 3.4%

截至 2018 年 6 月 30 日的上半年，意大利电信集团的收入达到 94.41 亿欧元（114 亿美元），与 2017 年上半年的 97.72 亿欧元（106 亿美元）相比下降了 3.4%。这是因为雷亚尔的贬值（在 2017 年上半年下跌 20% 以上）导致其巴西业绩下滑。2018 年上半年的 EBITDA 为 37.63 亿欧元（46 亿美元），与 2017 年上半年相比下降 8.5%。TIM 集团的资本支出同比下降 22%，从 2017 年上半年的 20.56 亿欧元（22 亿美元）降至 15.97 亿欧元（19 亿美元）。2018 年上半年的净收入同比下滑 3.8%，降至 6.29 亿欧元（8 亿美元）。

奥地利电信：收入增长 1.1%

奥地利电信的收入同比增长 1.1%，从 2017 年二季度的 10.83 亿欧元（12 亿美元）增长到 2018 年二季度的 10.94 亿欧元（13 亿美元），这要归功于设备收入的增加，零售和固网出众的业绩，以及整体市场的增长（斯洛文尼亚除外）。然而，由于 2018 年二季度该公司对 A1 Digital 的投资和外汇的负面影响，EBITDA 相比 2017 年二季度的 3.59 亿欧元（4 亿美元）略微下滑，但仍在 3.59 亿欧元（4 亿美元）左右。2018 年二季度，奥地利电信的自由现金流从 2017 年二季度的 1.14 亿欧元（1 亿美元）上升 7.5% 达到 1.23 亿欧元（1 亿美元），主要原因是利息支出的减少，资本支出降低以及良好的经营业绩。奥地利电信的总资本支出从 2017 年二季度的 1.71 亿欧元（2 亿美元）降至 2018 年二季度的 1.68 亿欧元（2 亿美元），同比下滑 1.8%。该集团对 2018 财年的财测是保持 1-2% 的收入增长，资本支出在 7.5 亿欧元（9 亿美元）左右。

Turkcell：收入同比增长 18.3%

2018 年二季度，Turkcell 的收入相比 2017 年二季度的 43.160 亿里拉（12 亿美元）同比增长 18.3%，达到 51.053 亿里拉（12 亿美元）。我们注意到土耳其的通货膨胀率很高，在 2018 年 6 月达到 15.4%。收入的增长也是过去一年所有行业数字化转型的结果。由于

IFRS 15 准则的推出，Turkcell 在本季度的 EBITDA 为 21.343 亿里拉（5 亿美元），相比 2017 年二季度的 14.570 亿里拉（4 亿美元）增长 46.5%。Turkcell 在 2018 年二季度的净收入为 4.295 亿里拉（1 亿美元），相比 2017 年二季度的 7.150 亿里拉（2 亿美元）下降了 40%。这主要是由于净汇兑损失增加，贷款利息支出增加以及折旧和摊销费用增长。在此期间的资本支出为 12.296 亿里拉（3 亿美元），比 2017 年二季度的 7.733 亿里拉（2 亿美元）增长 59.0%。该公司截至本季度拥有 5010 万用户，比去年同期的 5140 万用户下降 2.5%。Turkcell 修订了其 2018 财年的目标，旨在使收入增长 16%-18%，EBITDA 利润率达到 37%-40%。它还希望使运营资本支出与销售额的比值处于 18%-19%之间。

Verizon：同比增 5.4%

Verizon 称其在 2018 年二季度的收入为 322.03 亿美元，较 2017 年二季度的 305.48 亿美元增长 5.4%。EBITDA 从 2017 年二季度的 123.99 亿美元降至 2018 年二季度的 109.67 亿美元，同比下滑 11.5%。该公司的净收入从去年同期的 44.78 亿美元降至 2018 年二季度的 42.46 亿美元，同比下降 5.2%。Verizon 在 2018 年二季度的资本支出为 32.86 亿美元，与 2017 年二季度的 39.44 亿美元相比下降 17%。Verizon 预计以 GAAP 报告为基础，其全年综合收入增长将处于 0-5%之间，这是由于设备收入趋势好于预期。它还预计收入确认准则对 2018 年全年每股收益的影响在 27 美分至 31 美分之间。此外，它预计其 2018 财年的资本支出将在 170 亿美元至 178 亿美元之间（包括商用 5G 的发布）。

Vodacom：集团客户达到 7650 万

受 IFRS 15 准则的影响，Vodacom 的收入从 2017 年一季度的 206.85 亿兰特（16 亿美元）略微下降至 2018 年一季度的 206.53 亿兰特（16 亿美元）。依照 IFRS 15 准则，在截至 2018 年 6 月 30 日的二季度，该集团的服务收入下降了 1.9%，降至 167.73 亿兰特（13 亿美元）。在 2018 年一季度，Vodacom 的季度性资本支出总额同比增长 10.5%，达到 25.52 亿兰特（2 亿美元）。截至 2018 年 6 月 30 日，Vodacom 的客户（不包括 Safaricom）达到

7650 万，这主要是因为该集团以数据为主导的创新举措推动了南非客户的显著增长。该公司将网络投资视为关键的竞争优势，将其 4G 网络覆盖范围从一年前的 75.9% 扩大到 81.5%。

沃达丰：收入同比下降 4.9%

沃达丰的收入从 2018 财年一季度的 114.74 亿欧元（126 亿美元）下降 4.9% 至 2019 财年（从 2018 年 4 月到 2019 年 3 月）一季度的 109.10 亿欧元（130 亿美元）。印度的服务自然收入同比下降 22%（实际下降 31%），导致今年相比去年同期的 13.85 亿欧元（15 亿美元）减少了 4.32 亿欧元（5 亿美元）；然而，在数据流量价格急剧下跌之后，印度的数据流量翻了两番。随着 IFRS 15 的采用，沃达丰印度公司的业绩被归类为非连续性经营活动。集团的客户数没有发生太大变化，仍然为 2.749 亿左右。预计未来其大体情况将保持不变——沃达丰预计在 2019 财年其调整后 EBITDA 的自然增长率为 1-5%，支付频谱费用前的自由现金流至少为 52 亿欧元（62 亿美元）。这些预测以 IAS 18 为基础；然而，基于财测，该集团认为 IFRS 15 不会对集团调整后 EBITDA 的自然增长率产生重大影响。

Bharti Airtel：收入下降 8.6%

Bharti Airtel 称，在截至 2018 年 6 月 30 日的季度中，即截至 2019 年 3 月财年的第一季度，其综合收入为 2008 亿卢比（30 亿美元）。这意味着随着在印度 Reliance Jio 主导的价格战的持续，其综合收入同比下滑 8.6%。本季度印度业务收入同比下降 13.4% 至 1493 亿卢比（22 亿美元）。该集团称其综合 EBITDA 同比下降 12.6%，降至 684 亿卢比（10 亿美元），而季度净收入则下降至 9.73 亿卢比（1500 万美元），同比下降 73.5%。该集团的净债务从去年的 8784 亿卢比（131 亿美元）上升至 10290 亿卢比（154 亿美元）。由于积极投入资金来扩大 4G 能力，Bharti Airtel 的资本支出同比增长 25%，飙升至 822 亿卢比（12 亿美元），特别是在印度，其该季度的资本支出同比增长 26% 至 789 亿卢比（12 亿美元）。在经过批准后，Airtel 完成了对 Telenor（印度）通信有限公司的收购。

英国电信：收入下降 2.1%

在 2019 财年（截至 2019 年 3 月）的一季度，英国电信的收入为 57.15 亿英镑（78 亿美元），与去年同期的 58.37 亿英镑（74 亿美元）相比下降 2.1%。收入下降的原因是监管部门要求 Openreach 下调价格，以及企业业务下滑（被大众业务的增长所抵消）。由于英国电信大众业务的手机利润率提高，相关的成本节约有所调整（抵消了收入下降），以及客户体验费用增加，调整后 EBITDA 增长 0.8%，达到 18 亿英镑（24 亿美元）。2019 财年一季度税前利润相比 2018 财年一季度的 7.91 亿英镑（11 亿美元）增长 3.2%，达到 8.16 亿英镑（11 亿美元），这主要是由于去年特定项目的费用有所增加。该集团称 2019 财年一季度的资本支出为 8.39 亿英镑（11 亿美元），与去年同期的增长率大致持平。

Comcast: 调整后 EBITDA 上涨 4.5%

Comcast 称，2018 年二季度，其总收入为 217.35 亿美元，同比增长 2.7%。该集团的调整后 EBITDA 同比增长 4.5%至 74.17 亿美元，净收入从 25.13 亿美元飙升至 2018 年二季度的 32.16 亿美元，增幅为 28%。由于现金税支出减少，该集团的自由现金流总额为 43.02 亿美元，比 2017 年二季度的 22.19 亿美元翻了近一番。本季度的资本支出同比下降 3.3%至 22.50 亿美元，其中有线通信资本支出同比下降 9.7%至 17.66 亿美元。Comcast 在 2018 年二季度支付的股息共计 8.78 亿美元。

KDDI: 收入增长 1.9%

KDDI 集团的收入从 2018 财年一季度的 11987 亿日元（108 亿美元）增长至 2019 财年（截至 2019 年 3 月）一季度的 12217 亿日元（112 亿美元），增长率为 1.9%。该公司的营业收入同比增长 2.6%，达到 2889 亿日元（26 亿美元）。这导致该季度净收入从 1735 亿日元（16 亿美元）增加 3%至 1787 亿日元（16 亿美元）。资本支出飙升至 1681 亿日元（15 亿美元），较去年同期增长 35.5%。KDDI 称其 au（移动）用户数为 5280 万，而去年同期为 4910 万。该公司称在该季度拥有 3010 万 UQ WiMAX 用户以及 440 万 FTTH 用户。

Ooredoo: 收入下滑 8.4%

2017 年二季度，Ooredoo 集团的收入为 82.15 亿里亚尔（23 亿美元），而 2018 年二季度为 75.22 亿里亚尔（21 亿美元），同比下降 8.4%，其印度尼西亚和阿尔及利亚业务收入的减少抵消了卡塔尔、伊拉克、阿曼、科威特、突尼斯和缅甸业务收入的贡献。2017 年二季度，Ooredoo 集团的 EBITDA 为 35.12 亿里亚尔（10 亿美元），受收入下降的影响，本季度为 31.62 亿里亚尔（9 亿美元），同比下降 10.0%。到 2018 年 6 月底，其净债务为 245.73 亿里亚尔（68 亿美元），低于 2017 年二季度的 278.58 亿里亚尔（76 亿美元）。本季度的资本支出为 8.5 亿里亚尔（2 亿美元），相比 2017 年二季度的 9.08 亿里亚尔（2 亿美元）下降 6.4%。受印尼新出台的 SIM 卡注册要求的严重影响，Ooredoo 集团的客户数降至 1.3 亿，比 2017 年二季度的 1.49 亿减少 12.8%。

SK Telecom: 收入下降 4.4%

SK Telecom 在 2017 年二季度的收入为 43456 亿韩元（39 亿美元），而 2018 年二季度降至 41543 亿韩元（39 亿美元），同比下降 4.4%，这主要是由于移动业务的盈利下降以及采用新出台的收入确认会计准则。EBITDA 也受到影响，从 2017 年二季度的 12290 亿韩元（11 亿美元）下降至 2018 年二季度的 11536 亿韩元（11 亿美元），同比下滑 6.1%。净收入从去年同期的 6249 亿韩元（6 亿美元）增长 47%至 9167 亿韩元（8 亿美元）。该公司的资本支出有所增长，从 2017 年二季度的 3307 亿韩元（3 亿美元）增长至 2018 年二季度的 4110 亿韩元（4 亿美元）。在本季度结束时，SK Telecom 的无线用户数为 3070 万。

Sprint: 收入下滑 0.4%

Sprint 公司在截至 2018 年 6 月 30 日的一个季度中，即在截至 2019 年 3 月财年的一季度，总收入从 81.57 亿美元下降至 81.25 亿美元，同比下滑 0.4%。这是由于服务收入的下降，设备销售额的下滑，和固网语音收入的下降（部分被后付费业务的增长和更高的设备租金所抵消）。本季度的 EBITDA 同比下降 2.2%至 31.45 亿美元。该公司报告的净收入总额

为 1.73 亿美元，与去年同期相比下降了 16%。本季度的资本支出（不包括租赁设备）保持平稳，同比增长 1%至 11.32 亿美元。该公司在本季度结束时拥有 5460 万移动客户，其中包括 3220 万后付费客户和 900 万预付费客户，以及 1340 万批发和子公司客户。在截至 2019 年 3 月 31 日的财年，由于 ASC 606 会计准则推出，该公司预测的调整后 EBITDA 增加到 120 亿-125 亿美元，而预计现金资本支出（不包括租赁设备）保持在 50 亿-60 亿美元之间。

西班牙电信：收入下降 6.3%

西班牙电信称，其在 2017 年二季度的收入为 129.60 亿欧元（142 亿美元），而 2018 年二季度的收入为 121.44 亿欧元（145 亿美元），同比下降 6.3%。在 2017 年二季度，其 EBITDA 为 41.58 亿欧元（46 亿美元），而 2018 年二季度为 42.37 亿欧元（51 亿美元），同比增长 1.9%。该公司的净收入在 2018 年二季度达到 9.02 亿欧元（11 亿美元），相比去年同期的 8.21 亿欧元（9 亿美元）同比增长 9.9%。本季度的资本支出为 24.41 亿欧元（29 亿美元），相比 2017 年二季度的 18.86 亿欧元（21 亿美元）同比增长 29.4%。集团的总接入数（客户数）同比增长 3.3%，从 2017 年二季度的 3.462 亿增长到 3.575 亿。西班牙电信调整了今年的财测和股息，其目标是收入增长 1%，EBITDA 利润率增长 0.5 个百分点，并使其资本支出与销售比维持在 15%左右。

VEON：收入下降 6.1%

VEON 的总收入从 2017 年二季度的 24.167 亿美元下降至 2018 年二季度的 22.701 亿美元，同比下降 6.1%，其中服务收入从 2017 年二季度的 23.312 亿美元下降至 2018 年二季度的 21.36 亿美元，同比下滑 8.4%，主要原因是货币波动。由于乌兹别克斯坦和巴基斯坦货币大幅贬值以及与 Euroset 整合的成本，其 EBITDA 降至 8.565 亿美元，较 2017 年二季度的 9.307 亿美元同比下降 8.0%。净负债达 86.450 亿美元，较 2017 年二季度的 84.030 亿美元增长 2.9%。除去集团在 2018 年二季度的许可费，其资本支出从 2017 年二季度的 3.317 亿美元增加到 4.020 亿美元，同比增长 21%，这主要是由于网络部署的加速以及与 Euroset 的整合导致其在俄罗斯的资本支出增加。在巴基斯坦、孟加拉国和乌克兰业务增长

的主要推动下，截至 2018 年二季度末，该公司的移动客户（不包括意大利合资企业）增长 0.9%至 2.10 亿。对于 2018 财年，该公司预计股权自由现金流约为 10 亿美元，总收入和 EBITDA 的自然增长率在 0%-5%这一范围内。

CK Hutchison：上半年收入增长 18.1%

CK Hutchison 的收入从 2017 年上半年的 1900.53 亿港元（244 亿美元）增长至 2018 年上半年的 2245.07 亿港元（286 亿美元），同比增长 18.1%。在截至 2018 年 6 月 30 日的半年中，其 EBITDA 为 553.50 亿港元（71 亿美元），与 2017 年上半年的 453.11 亿港元（58 亿美元）相比增长 22.2%。净收入同比增长 9.1%，从 2017 年上半年的 203.64 亿港元（26 亿美元）增长至 2018 年上半年的 222.10 亿港元（28 亿美元）。该集团的资本支出从 2017 年上半年的 87.51 亿港元（11 亿美元）增加至 2018 年上半年的 131.16 亿港元（17 亿美元），增长了 49.9。

德国电信：二季度收入下滑 2.8%

2018 年二季度，德国电信集团的总收入从 2017 年二季度的 188.90 亿欧元（208 亿美元）下滑至 183.67 亿欧元（219 亿美元），同比下降 2.8%。该集团的 EBITDA 为 55.56 亿欧元（66 亿美元），相比 2017 年二季度的 59.86 亿欧元（66 亿美元）同比下降 7.2%。2018 年二季度德国电信的净利润从之前的 8.74 亿欧元（10 亿美元）下降至 4.95 亿欧元（6 亿美元），同比下滑 43%。其资本支出从 102.40 亿欧元（113 亿美元）骤降至 30.94 亿欧元（37 亿美元），但我们注意到 2017 年二季度的资本支出中包含购买美国频谱的费用。该集团的客户总数从一年前的 2.10 亿增加到 2.19 亿。

Global Telecom：二季度收入下降 9.4%

主要受阿尔及利亚和孟加拉国业绩下滑的影响，Global Telecom 的综合收入在 2018 年二季度同比下滑 9.4%，降至 6.93 亿美元。移动数据收入继续表现强劲，同比增长 33.6% 达到 1.4 亿美元，这得益于所有业务数据收入的持续增长。在该季度，其 EBITDA 为 3.04 亿美元，与 2017 年二季度的 3.28 亿美元相比下降 7.6%。净债务从 2017 年二季度的 23.93 亿美元下降至 23.53 亿美元，同比下滑 1.7%，这主要是由于 GTH Holding 和在巴基斯坦的净债务减少。除去许可证，该季度的资本支出达到 1.06 亿美元，同比下降 4.5%，主要原因是在巴基斯坦和阿尔及利亚的资本支出减少。主要受巴基斯坦和孟加拉国的推动，该集团的客户总数同比增长 4.3%，达到 1.029 亿。

KT：二季度收入下滑 0.6%

KT 公司的收入从 2017 年二季度的 58425 亿韩元（52 亿美元）下滑至 2018 年二季度的 58069 亿韩元（54 亿美元），同比下滑 0.6%。EBITDA 也因此下滑 5.2%，从 2017 年二季度的 12883 亿韩元（11 亿美元）下滑至该季度的 12212 亿韩元（11 亿美元）。净收入相比 2017 年二季度的 2581 亿韩元（2 亿美元）增长 8.8% 到 2807 亿韩元（3 亿美元）。资本支出在该季度为 6450 亿韩元（6 亿美元），相比 2017 年二季度的 6886 亿韩元（6 亿美元）下滑 6.3%。该集团预计其 2018 年的资本支出保持不变，仍为 23000 亿韩元（21 亿美元）。KT 的无线客户数在该季度末达到 2070 万。

MTN：上半年收入下滑 2.5%

MTN 称在 2018 年上半年的收入为 627.77 亿兰特（50 亿美元），相比 2017 年上半年的 643.86 亿兰特（49 亿美元）下滑 2.5%。该集团的 EBITDA 从 2017 年上半年的 243.99 亿兰特（19 亿美元）下滑 8.5% 到 223.35 亿兰特（18 亿美元）。MTN 的净收入在 2018 年上半年达到 49.11 亿兰特（4 亿美元），相比 2017 年上半年的 49.25 亿兰特（4 亿美元）下滑 0.3%。为支持数据采用率的提高，3G 和 4G 站点有所增加，因此资本支出从 2017 年上半年的 103.08 亿兰特（8 亿美元）上升至 2018 年上半年的 114.61 亿兰特（9 亿美元）。该集团的总用户数从 2017 年上半年的 2.318 亿下滑至今年上半年的 2.234 亿。MTN 计划在未

来几年扩大集团的 EBITDA 利润率，使其服务收入实现 5%-10% 的增长（按照固定货币计算）。该集团预计其资本支出强度在中期内将降至 20%-15% 的目标区间。它预计不断提升的集团利润率和不断下滑的资本支出强度将使集团拥有更多的现金流。

NTT 集团：收入同比增长 1.5%

NTT 集团称在截至 2019 年 3 月财年的一季度，收入为 28527 亿日元（261 亿美元），同比增长 1.5%。该季度的收入增长受到移动和数据通信业务增长的积极影响。该集团的季度 EBITDA 为 8744 亿日元（80 亿美元），同比增长 4.4%。季度性运营利润同比增长 9.3% 达到 5372 亿日元（49 亿美元），净收入同比增长 6.7% 达到 2897 亿日元（27 亿美元）。该集团的季度性资本支出下滑 9.7% 至 3214 亿日元（29 亿美元）。NTT 的预测没有变化，它预计其 2018 财年的经营收入为 118300 亿日元（1084 亿美元），营业利润为 16900 亿日元（155 亿美元），资本支出为 17000 亿日元（156 亿美元）。到该季度末，NTT 的移动用户总数为 7670 万，相比去年同期净增长 160 万。

新加坡电信：收入下滑 2.3%

按照当地货币计算，在截至 2018 年 6 月 30 日的一个季度，新加坡电信集团的收入与去年同期的 42.32 亿新元（30 亿美元）相比下滑 2.3%，降至 41.34 亿新元（31 亿美元）。其收入受到激烈的竞争以及商业逆风不断增强的影响。该季度 EBITDA 为 12.07 亿新元（9 亿美元），相比去年同期的 19.99 亿新元（14 亿美元）下滑约 40%。净收入下滑至 8.32 亿新元（6 亿美元），同比下滑 6.7%。该季度的资本支出达到 4.65 亿新元（3 亿美元），相比去年同期的 5.92 亿新元（4 亿美元）下滑 21.5%。集团在该季度的总用户数达到 7.35 亿，相比去年同期增长 8100 万。

软银：收入增长 4.0%

在 2018 财年一季度（2018 年 4 月到 6 月），软银称其收入为 22728 亿日元（208 亿美元），相比去年同期的 21861 亿日元（197 亿美元）增长 4.0%。净收入在该季度达到 3281 亿日元（30 亿美元），与去年同期的 305 亿日元（3 亿美元）相差悬殊（因为投资 Uber 和 Grab 的公允价格较高）。随着集团的范围发生变化，以及该季度 IFRS 9 和 IFRS 15 会计准则的推出，EBITDA 在 2018 财年一季度达到 11201 亿日元（103 亿美元），相比去年同期的 8513 亿日元（77 亿美元）增长 31.6%。随着一些旨在扩大服务范围以及提升 LTE 服务质量的举措实施，软银的资本支出在 2018 财年一季度达到 3319 亿日元（30 亿美元），相比去年同期的 2157 亿日元（19 亿美元）增长 54%。

Zain：活跃客户增长 4.9%

在 2018 年二季度，Zain 的收入为 2.443 亿第纳尔（8.115 亿美元），相比 2017 年二季度的 2.611 亿第纳尔（8.604 亿美元）下滑 6.5%。该集团的 EBITDA 在该季度达到 8490 万第纳尔（2.82 亿美元），相比去年同期的 1.044 亿第纳尔（3.44 亿美元）下滑 18.7%。在截至 2018 年 6 月的一个季度，其收入和 EBITDA 下滑主要是由于外汇转换的影响。净收入在该季度同比上升 3.4%，从 2017 年二季度的 4530 万第纳尔（1.493 亿美元）增长至 4690 万第纳尔（1.557 亿美元）。该公司称其在 2018 年上半年的资本支出为 3100 万第纳尔（1.03 亿美元）。其活跃客户总数在 2018 年二季度同比上涨 4.9%，达到 4740 万。

7、技术动态

欧洲田径锦标赛开展 5G UHD 广播试验

8 月 2 日消息，德国广播和媒体技术研究所 IRT 和意大利国家电视台 RAI 在欧洲田径锦标赛期间分别演示了它们在 5G 移动技术应用于广播方面的工作。

RAI 和 IRT 演示 5G 被用于公共服务媒体内容和服务的方式，采用部署于传统地面广播网络设施的移动技术，支持免费分发、广域覆盖和成本高效分配给移动设备。

使用安装于地面广播发射塔上的高功率移动通信发射机分配 EBU 制作的欧洲田径锦标赛内容，RAI 和 IRT 的试验旨在突出 5G 的两个可能用途。

IRT 与德国地区广播公司 BR 和诺基亚合作，部署了一个 eMBMS 单频网，覆盖慕尼黑。此网络利用 5G 内的单播和广播功能组合，同时分发 MPEG-2 传输流形式的直播电视和类似 HbbTV 的服务。EBU 表示，相同的信号可在固定电视接收机和智能手机上免费接收。该试验得到 5G-XXCast EU 研究项目的部分资助。

Chrome 和 Firefox 新增 AV1 编码支持

8 月 8 日消息，新兴视频编码 AV1 的支持阵营正在不断扩大，Chrome 和 Firefox 两大网页浏览器将很快内置对于该编码的支持。

近日，两家公司都在浏览器的开发版本中增加了 AV1 支持，未来将增加 AV1 的功能。谷歌将 AV1 加入了 Chrome 69 beta 版本，Mozilla 则将其加入 Firefox 63。

在今年 4 月的 NAB 展会上，谷歌 Chrome Media 战略与合作主管 Matt Frost 介绍了 AV1 的应用部署路线图。他表示，要实现广泛的硬件支持至少需要两年的时间。YouTube 和 Facebook 等开放媒体联盟(AOMedia)的创始成员将首先在 HTML5 浏览器播放中采用 AV1，此后，AV1 将出现在安卓设备的软件播放中。

AV1 是有 AOMedia 联盟研发的开源免费编码，其创始成员包括亚马逊、苹果、英特尔、微软和 Netflix。

AV1 可以看作 VP9 的后继者，VP9 则是由谷歌研发的开源视频压缩编码。据 Bitmovin 的测试结果，AV1 的压缩性能比 VP9 高 30%。也就是说，AV1 可以在使用更少数据的情况下传输 4K 超高清视频内容。

意大利从 MPEG-2 转向 MPEG-4

8 月 15 日消息，从 2020 年 1 月 1 日起，意大利地面数字电视将从 MPEG-2 转换到 MPEG-4 编码。此决定为意大利经济发展部颁布的释放 700MHz 频段的时间表的一部分。

采用 MPEG-4 格式的根本原因是在过渡期更高效使用频谱。根据经济发展部的说法，过去两年间进行的试验已经显示了该格式的有效性。

不过，采用 MPEG-4 AVC (H.264 格式) 将意味着约 1000 万台不兼容的电视机和数字机顶盒将不得不再被更换。对于地面数字电视网络运营商来说，则需要更新复用器，以便传输 MPEG-4 内容。

“选择技术最先进的格式是迈向政府打算实现的数字转换的第一步，”经济发展部在一个声明中表示。

Com Hem 推出 1.2Gbps 宽带业务

8 月 22 日消息，瑞典有线电视运营商 Com Hem 推出了 1200Mbps 的宽带服务。该服务最初将推广到斯德哥尔摩、布罗斯、法伦、哥德堡、耶夫勒、延雪平、林雪平、马尔默和乌普萨拉等地的 600,000 户家庭。

据 Com Hem 公司称，他们将会逐渐增加该服务覆盖的城镇和地区。

Com Hem 目前正在将其 HFC 网络升级到 DOCSIS 3.1(Data Over Cable Service Interface Specifications 3.1，有线电视数据服务接口规范 3.1)，使 Com Hem 能够为客户提供更大的网络容量和更高的传输速度，并有可能在未来提供超过 1200Mbps 的更高速率。

六、 市场数据

1、监测数据

IPTV 收视数据（2018 年 7&8 月）

2018 年 7-8 月各省电信 ITV 影视

上海电信

周期	直播/点播	TOP1	TOP2	TOP3
7 月 27 日-8 月 2 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《猎毒人》	《扶摇》	《开封府传奇》
8 月 3 日-8 月 9 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《扶摇》	《猎毒人》	《风筝》

8 月 10 日-8 月 16 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《剃刀边缘》	《婚姻历险记》	《扶摇》
8 月 17 日-8 月 23 日	直播频道	《新闻综合》	《东方卫视》	《娱乐频道》
	视频点播	《婚姻历险记》	《地球停转日》	《中餐厅》

周期	项目	TOP1	TOP2	TOP3
8 月 6 日-8 月 12 日	直播频道	贵州卫视	湖南卫视	CCTV-1 综合
	热剧栏目	《萌妻食神》	《萌妃驾到》	《微微一笑很倾城》
	电影栏目	《战狼》	《解忧杂货店》	《海绵宝宝历险记》
	卡通栏目	《光明守护者》	《睡衣小英雄》	《小猪佩奇第一季》
8 月 13 日-8 月 19 日	直播频道	贵州卫视	湖南卫视	CCTV-13
	热剧栏目	《镇魂街》	《萌妻食神》	《微微一笑很倾城》
	电影栏目	《功夫之王》	《新木乃伊》	《战狼 2》
	卡通栏目	《熊出没之探险日记》	《小公主苏菲亚第二季》	《小猪佩奇第一季》
8 月 20 日-8 月 26 日	直播频道	贵州公共	贵州卫视	CCTV-13
	热剧栏目	《微微一笑很倾城》	《凤求凰》	《蜀山战纪 2 踏火行歌》
	电影栏目	《降魔装》	《海绵宝宝》	《英伦对决》
	卡通栏目	《爆笑虫子》	《汪汪队立大功第四季》	《彩虹宝宝第二季》

四川微信观影排行榜

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

8 月 20 日 -8 月 24 日	电影	《蜡笔小新剧场版合集》	《成龙电影合集》	《神烦小黄人》
	电视剧	《香蜜沉沉烬如霜》	《花千骨》	《开封府》
	少儿	《小猪佩奇》	《小伶玩具》	《海绵宝宝》
	综艺	《办公室小野》	《明日之子》	《王牌对王牌》

OTT 收视数据（2018 年 7 月）

勾正数据将基于 7900 万台智能电视终端，从三个方面，为您详细剖析 7 月 OTT 大屏情况，以下是本次报告三大亮点，我们发现：

- 1.进入七月暑期，央视频道的直播到达率可能受到外出旅游影响而有所下滑，从而影响智能整体到达率，
- 2.主流卫视频道在到达率与时长都有所上升，
- 3.游戏类智能 App 成功吸引暑假期间用户，到达率与时长均有增长。



> 7月OTT数据总览——使用情况

勾正数据
GOZEN DATA

西南，华中和东北地区拉动整体开机率下滑

7月各区域智能电视使用情况



数据来源：勾正数据7900万智能电视数据池 数据周期：2018年7月

> 7月OTT数据总览——使用情况

勾正数据
GOZEN DATA

2018年7月各线城市日均开机时长TOP5

排名	一线城市			二线城市			三线城市			四线及以下		
	城市	日均开机时长	环比	城市	日均开机时长	环比	城市	日均开机时长	环比	城市	日均开机时长	环比
1	深圳市	330	1%	重庆市	343	3%	遵义市	370	3%	黔东南	377	7%
2	上海市	324	3%	惠州市	337	2%	贵阳市	366	3%	六盘水	368	5%
3	北京市	324	4%	天津市	336	4%	汕头市	354	0%	阿克苏	367	7%
4	广州市	319	0%	成都市	330	4%	曲靖市	345	2%	铜仁市	365	4%
5	-	-	-	南宁市	330	5%	三亚市	340	5%	毕节市	364	3%

数据来源：勾正数据7900万智能电视数据池 数据周期：2018年7月



电子版完整报告请阅读附带发送文档！

工信部公报（2018 年 7 月）

一、总体运行情况

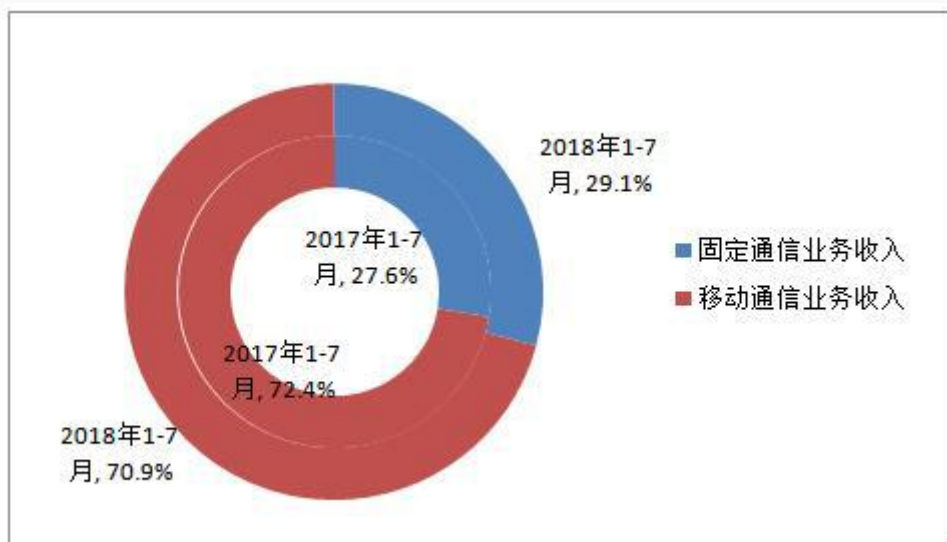
电信业务收入增速持续回落。1-7月，电信业务收入累计完成7799亿元，同比增长3.7%，增速较1-6月下滑0.4个百分点；电信业务总量①完成31277亿元，同比增长136.7%，增速逐月提升，7月当月增速达156.6%。

图1 2017 年 7 月-2018 年 7 月电信业务总量及收入累计增速完成情况



固定通信业务收入保持稳步增长。1-7 月，三家基础电信企业实现固定通信业务收入 2273 亿元，同比增长 9.7%，在电信业务收入中占 29.1%，占比较去年同期提高 1.5 个百分点；实现移动通信业务收入 5525 亿元，同比增长 1.4%，占电信业务收入的 70.9%。

图2 2018 年 1-7 月固定和移动业务收入占比情况



移动数据及互联网业务收入增速放缓。1-7 月，三家基础电信企业完成移动数据及移动互联网业务收入 3602 亿元，同比增长 12.3%；完成固定数据及互联网业务收入 1230 亿元，同比增长 6.9%。

二、电信用户发展情况

移动宽带用户数达 12.7 亿，4G 用户占比达 73.9%。不限量套餐服务刺激移动电话用户继续保持较快增长。截至 7 月末，三家基础电信企业的移动电话用户总数达 15.2 亿户，同比增长 11.1%，1-7 月净增②1.07 亿户。其中，移动宽带用户（即 3G 和 4G 用户）总数达 12.7 亿户，占移动电话用户的 83.4%；4G 用户总数达到 11.3 亿户，占移动电话用户的 73.9%，较上年末提高 3.6 个百分点。

图 3 2017 年 7 月末-2018 年 7 月末移动宽带用户总数占比情况



100Mbps 及以上固定宽带接入用户达 2.14 亿，光纤接入（FTTH/O）用户占比达 87.3%。截至 7 月末，三家基础电信企业的固定互联网宽带接入用户总数达 3.83 亿户，1-7 月净增 3450 万户。其中，光纤接入（FTTH/O）用户总数达到 3.35 亿户，占固定互联网宽带接入用户总数的 87.3%，较上年末提高 3 个百分点。宽带用户持续向高速率迁移。50Mbps 及以上和 100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户总数分别达到 3.13 亿户和 2.14 亿户，占总用户数的 81.8%和 56%，占比较上月分别提高了 1.3 和 2.7 个百分点。

图 4 2017 年 7 月末-2018 年 7 月末光纤接入（FTTH/O）和 100Mbps 及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户占比情况



IPTV 用户规模稳步扩大，手机上网用户占比小幅回升。截至 7 月末，基础电信企业发展的 IPTV 用户总数达 1.45 亿户，1-7 月净增 2266 万户。移动互联网用户总数达到 13.7 亿户，同比增长 14.5%，1-7 月净增 1.02 亿户。其中，手机上网的用户数达 12.6 亿户，对移动电话用户的渗透率为 82.6%。

图 5 2017 年 7 月末-2018 年 7 月末手机上网用户情况



三、电信业务使用情况

移动电话通话量继续下滑。1-7 月，全国移动电话去话通话时长完成 14986 亿分钟，同比下降 4.5%；全国固定本地电话通话时长完成 735 亿分钟，同比下降 19.5%。

图 6 移动电话用户和通话量增幅比较



移动短信业务量和收入持续增长。服务登录和身份认证等服务的普及，使企业短信业务量今年以来保持大幅提升的态势，1-7 月，全国移动短信业务同比增长 10.9%（去年同期同比下降 2%）；移动短信业务收入完成 223 亿元，同比增长 6.5%（去年同期同比下降 5.2%），增速从今年开始保持正增长态势；移动彩信业务量同比下降 10.2%。

图 7 移动短信业务量和收入同比增长情况



7 月份户均移动互联网接入流量（DOU）达 4.58GB。1-7 月移动互联网累计流量达 329 亿 GB，同比增长 202.4%；其中通过手机上网的流量达到 323 亿 GB，同比增长 217.1%，占移动互联网总流量的 98.3%。7 月当月 DOU（户均移动互联网接入流量）达到 4.58GB，同比增长 174.9%，增速较上月提高 2.1 个百分点，再创新高。固定互联网使用量保持快速增长，1-7 月固定互联网宽带接入流量同比增长 42.6%。

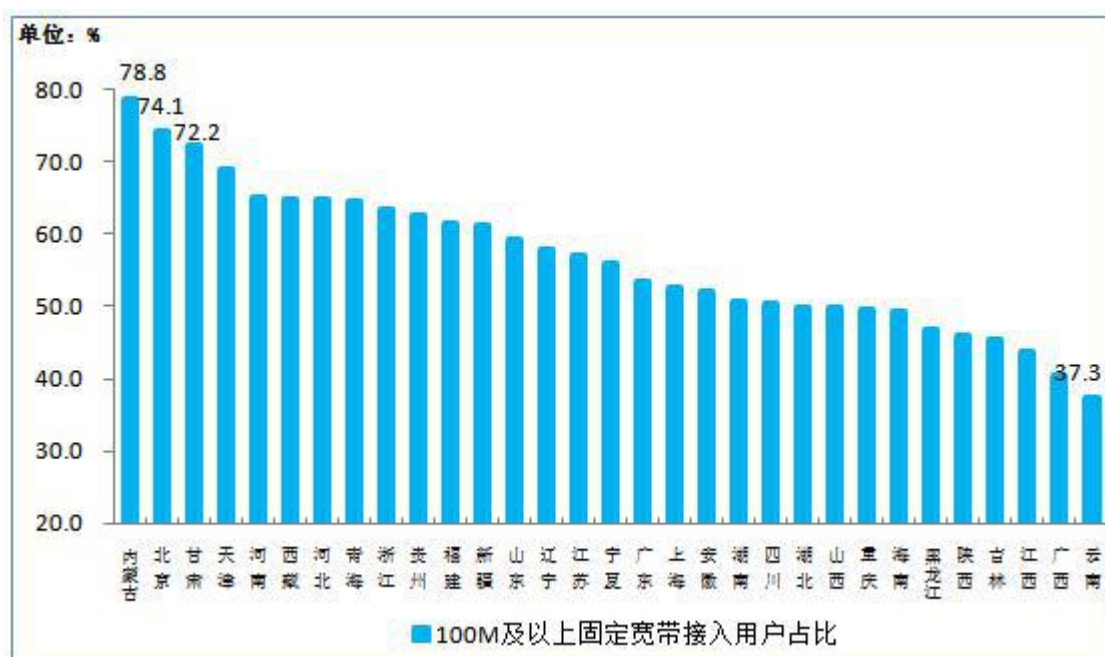
图 8 移动互联网接入月流量及户均流量（DOU）比较



四、地区发展情况

东部 100M 及以上固定宽带接入用户渗透率保持领先。截至 7 月末，东、中、西部地区 100M 及以上固定宽带接入用户分别达到 11136 万户、5358 万户和 4952 万户，占本地区固定互联网宽带接入用户总数的比重分别为 59.4%、52.7%、52.7%，东部地区领先。各省 100M 及以上固定宽带接入用户占比差异呈缩小态势，内蒙古、北京和甘肃位居前三，占比均超过 70%。

图 9 100M 及以上固定宽带接入用户占比各省分布情况



运营商月报（2018 年 7 月）

8 月 21 日，三大运营商公布了上半年业绩报告以及 7 月份的运营数据。上半年的风风雨雨已经成为过去，下半场依旧会是“血雨腥风”。

在三大运营商当中，中国移动一路有“主角光环”加持，无论是在 4G 业务上面临中国联通层出不穷的互联网卡，还是在宽带业务上遇到中国电信这个行业老大。中国移动一路升级，成为目前为止最大的赢家。

三大运营商7月份运营数据

	 中国移动 China Mobile	 中国电信 CHINA TELECOM	 China unicom中国联通
移动用户净增	415.9万	528万	251.2万
累计移动用户	9.09967亿	2.869亿	3.0453亿
4G用户净增	649.8万	535万	366.1万
累计4G用户	6.83327亿	2.2266亿	2.0677亿
宽带用户净增	307万	127万	29.4万
累计宽带用户	1.38143亿	1.4189亿	7921万

纵观三大运营商 7 月份的运营数据，中国移动在 4G 业务和宽带业务上，再次拔得头筹，尤其是在一路高歌猛进的宽带市场，中国移动猛增 307 万用户，进一步拉近了和中国电信的距离。在 4G 业务上，中国移动同样给力，净增用户 649.8 万，赢得了连续三个月 4G 用户净增数量第一的中国电信。中国电信的表现同样可圈可点，移动用户连续连续数月增量第一。反观中国联通，互联网卡带来的效应进一步削弱，4-7 月份的用户增量份额较 1-3 月份出现明显下滑。上半年，宽带用户份额也从 23.01% 下滑到了 21.28%。

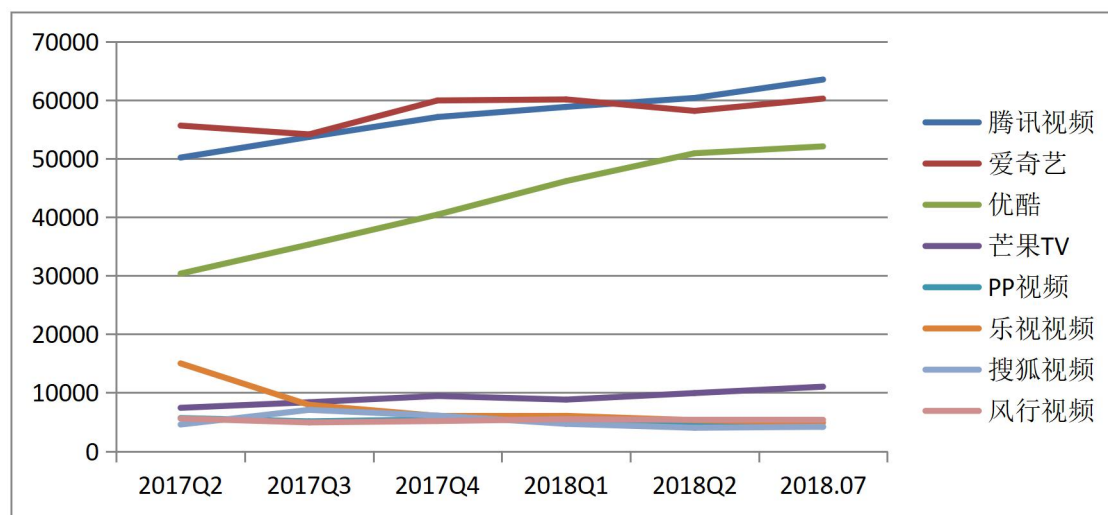
从具体数据来看，中国移动宽带客户 7 月净增客户数 307 万，本年累计净增客户数 2545.6 万，总数达到 1.38143 亿。中国电信 7 月固网宽带用户净增 127 万户，总数增至 1.4189 亿户。中国联通固网宽带用户 7 月净增 29.4 万户，用户累计达到 7921 万户。

中国移动在今年可谓飞速发展，今年 1-6 月份宽带净增 1880 万户。为了赶在 2018 年年底前超过中国电信的宽带用户规模，实现真正的“双料冠军”目标，中国移动还进一步调高了用户净增预期，并将今年宽带用户发展目标从 2100 万户调高至 3000 万户。这也意味着中国移动今年的宽带用户数量有望超过 1.4 亿户。

同时，中国电信在宽带市场上的优势明显，根据数据显示，中国电信用户的平均带宽更大，高带宽用户占比更高，这也是中国电信宽带业务发展领先于其他运营商差异化优势。数

据还显示，2018 年上半年，中国电信固网宽带用户的平均带宽达到 85Mbps，比去年同期提升了 37%，100Mbps 宽带及以上的宽带用户占比超过 56%。

艾瑞在线视频 APP 指数（2018 年 7 月）



月独立设备数(万)	2017Q2	2017Q3	2017Q4	2018Q1	2018Q2	2018.07
腾讯视频	50184	53703	57112	58842	60371	63519
爱奇艺	55645	54148	59943	60120	58161	60258
优酷	30360	35323	40439	46164	50919	52095
芒果TV	7416	8371	9444	8819	9937	11028
PP视频	5672	5099	5441	5778	4671	4174
乐视视频	15011	7924	6036	6044	5302	4907
搜狐视频	4563	7066	6083	4677	4009	4175
风行视频	5585	4920	5158	5478	5367	5313
BesTV	551	772	1048	999	1048	1246

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

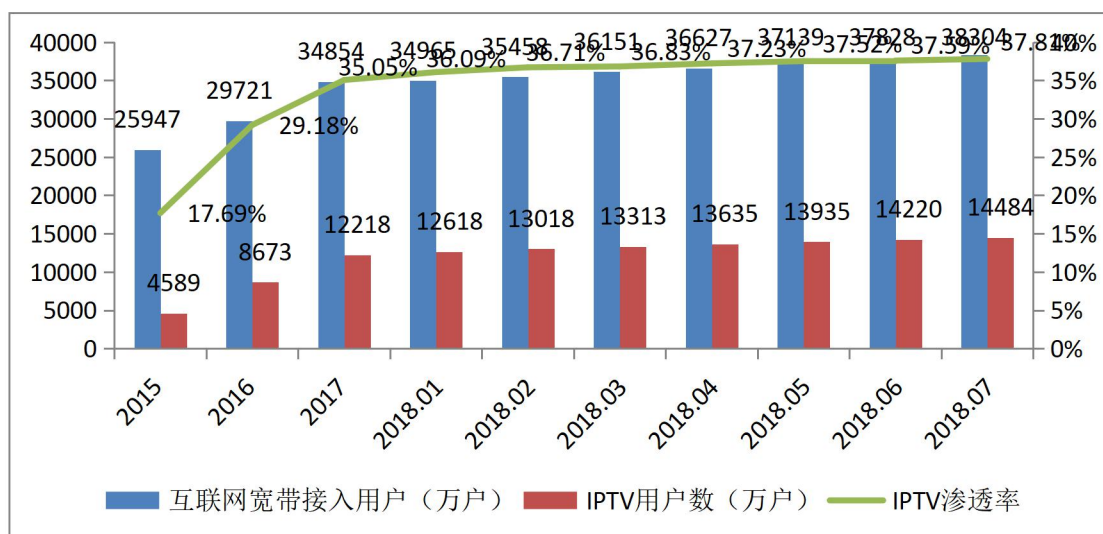
艾瑞网络影视指数（2018 年 7 月）

电影指数 (万台)	More	电视剧指数 (万台)	More	综艺指数 (万台)	More	动漫指数 (万台)	More
1 猛虫过江 6934.1		1 扶摇 19496.3		1 奔跑吧 第二季 10568.2		1 小猪佩奇全集 7644.6	
2 头号玩家 5946.1		2 猎毒人 17579.5		2 中国新说唱 8622.8		2 汪汪队立大功全集 4785.1	
3 超时空同居 5077.6		3 一千零一夜(2018迪... 14707.1		3 明日之子 第二季 8593.8		3 汪汪队立大功 第四季 4667.4	
4 龙虾刑警 5053.4		4 芸汐传 12904.8		4 极限挑战 第四季 7681.8		4 熊出没 4334.4	
5 狂暴巨兽 5003.0		5 延禧攻略 11564.1		5 中国好声音 第五季 7123.0		5 熊出没之探险日记 3688.9	
6 厕所英雄 4703.7		6 甜蜜暴击 11049.2		6 向往的生活 第二季 6476.3		6 魔道祖师 3360.9	
7 泄密者 4183.0		7 天乩之白蛇传说 10859.8		7 快乐大本营 4912.5		7 罗布奥特曼 3112.5	
8 熊出没-变形记 3699.3		8 为了你我愿意热爱整... 7091.3		8 中餐厅 第二季 3496.1		8 斗罗大陆 3090.1	
9 后来的我们 3176.5		9 沙海 5565.3		9 周六夜现场(中国) 2480.9		9 小猪佩奇 第一季 3077.3	
10 环太平洋：雷霆再起 3150.2		10 岁岁年年柿柿红 5226.7		10 高能少年团 第二季 2458.9		10 精灵梦叶罗丽6 2705.7	

2、视频数据

7 月末 IPTV 用户数达 1.45 亿户

8 月 21 日消息，工信部最新数据显示，7 月末，基础电信企业发展的 IPTV 用户总数达 1.45 亿户，1-7 月净增 2266 万户；4G 用户总数达到 11.3 亿户，占移动电话用户的 73.9%，较上年末提高 3.6 个百分点。



注：宽带用户数包括中国移动用户，IPTV 用户不包括移动魔百盒用户

数据来源：工信部

2018 年上半年 OTT 终端激活数达 1.9 亿台

8 月 6 日消息，据奥维云网公布的数据显示，2018 年上半年全球液晶电视出货量同比增加了 4.9%，OTT 终端激活量增加了 1900 万台，总量达到 1.9 亿台，激活规模增长超出了预期，超过 DTV1.49 亿和 IPTV1.42 亿，继续保持最大份额。



视频网站付费会员用户突破 2 亿

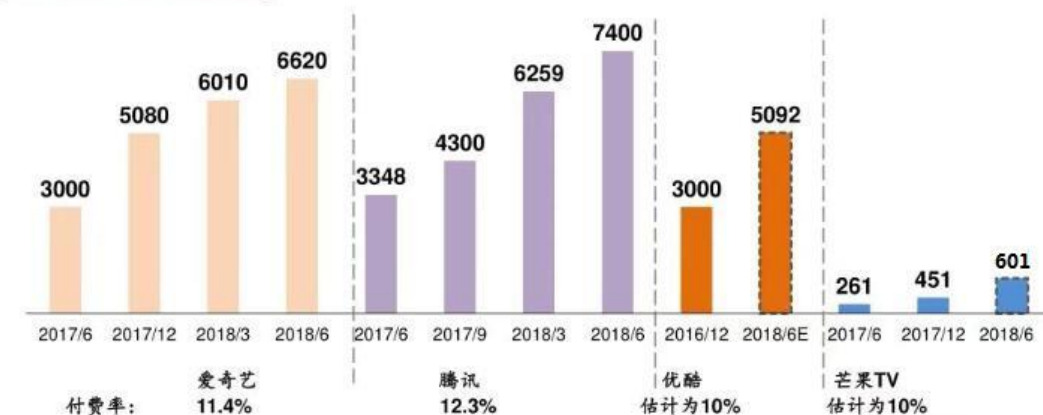
8 月 20 日消息，爱奇艺、腾讯视频等陆续公布其 2018 年第二季度财报。

爱奇艺 Q2 财报显示，该平台订阅会员规模达 6710 万，其中付费会员为 6620 万。就在爱奇艺公布会员后不久，本月 20 日，腾讯视频刷新了自己的会员数量——7400 万付费会员。优酷自 2016 年 12 月公布过拥有 3000 万付费会员后，后来的数据只有阿里财报显示的今年一季度同比增长超过 160%。如果按照 3000 万基数计算，优酷一季度的会员数量会在 4800 万左右。芒果 TV 的付费会员总数达到 601 万，虽然基数较低，但增速很快。

如果再加上搜狐视频等其它视频平台的付费数据，视频网站在 2018 年 6 月份付费会员用户已经突破 2 亿。

会员数：前四大视频网站会员数提升迅猛，18年6月同比增幅均超100%

会员/付费用户数（万人）



【注】优酷与芒果TV的2018年6月数据为估计值。

福建 IPTV 用户突破 500 万

8月18日上午，“庆祝改革开放四十周年暨福建IPTV天翼高清用户规模超500万”系列活动在福州举行。

近半年来，福建IPTV天翼高清平台新增用户超百万，用户总数突破500万。平台用户数量快速增长是福建广电媒体、福建信息通信业近些年来改革发展取得的重要成果。目前，福建IPTV天翼高清已经成为新时代宣传党的方针、路线的重要阵地和丰富百姓文化生活的新媒体信息服务平台。

活动仪式上，中国电信福建公司还隆重发布了天翼高清旗舰版、智慧家庭小翼管家、天翼智能音箱三大新产品。天翼高清旗舰版具备极美界面、极速交互、极简操控、极智感知等四大特点。智慧家庭小翼管家可实现家庭智能安防、视频监控、环境监测、家电控制，提升智慧家庭品质生活。

湖南宽带电视用户破 900 万

8月24日消息，在湖南本地，三家通信运营商宽带电视用户数大概900万，移动占1/3。300万用户的体量，各地移动大排名的话湖南移动算是前十之列。家庭宽带收入正成为移动集团重要的新增收入，从上到下发展家庭宽带的决心势必更强，湖南移动今年计划全省整体家庭光纤覆盖率达到90%以上。

2018 年上半年共上线网络电影 730 部

8 月 10 日消息，2018 年上半年共上线网络电影 730 部，上线数量进一步减少，同比下降近 40%。今年 3 月以来，月上线影片数量持续减少，尤其在 4 月各视频网站自查整改后，网络电影上线数量大幅降低。虽然网络电影上线数量同比大幅减少，但前台播放量不降反升，1-6 月网络电影前台播放量共计 32.9 亿，同比增长 6.5%。这说明网络电影的单片影响力在持续扩大。

随着创作、管理、运营等方面的成长，网络电影在 2018 上半年也赢得了更大市场，据爱奇艺和优酷网票房统计，2017 年网络电影最高分账金额为 2600 万，全年累积 18 部影片票房分账破千万，而 2018 上半年这一记录已经达到 4000 万，仅前 4 个月票房分账破千万的网络电影已达 12 部。

《延禧攻略》播放量破 130 亿

8 月 27 日消息，《延禧攻略》截至 8 月 26 日上线 39 天，播放量破 130 亿，创 2018 年全网电视剧+网剧收视第一。在《延禧攻略》大结局庆功宴上，爱奇艺首席营销官王湘君表示，《延禧攻略》广告收入破纪录，同时广告形式方面亦有突破。

3、产业数据

7 月彩电市场：互联网品牌开始发力

7 月彩电市场销量 308 万台，同比增长 6.3%，环比下降 30.0%；销额 86 亿元，同比下降 10.1%，环比下降 33.0%。

7 月彩电线上市场销量为 145 万台，同比增长 43.6%，线上占全渠道比重为 47.2%。

7 月品牌阵营销售份额：国内品牌 67%；互联网品牌 18%；韩系品牌 2%；日系品牌 7%；其他外资 5%。

7 月重点尺寸销量份额：TOP3：55 英寸 30.2%、32 英寸 18.3%、43 英寸 9.8%。

7 月细分产品渗透率：UHD 63%；大尺寸 46%；智能 92%；曲面 5%、超轻薄 11.7%。

上半年互联网企业完成业务收入 4171 亿元

8 月 2 日消息，根据工信部统计数据，2018 年上半年，我国互联网业务收入增速超过 20%。上半年，我国规模以上②互联网和相关服务企业（简称互联网企业）完成业务收入 4171 亿元，同比增长 22.9%，在去年同期较高基数上保持快速增长。主要省份保持快速增长发展态势，互联网业务收入总量居前三位的广东、上海、北京互联网业务收入分别增长 27.8%、22.2%和 31.5%。

2017 年我国云计算市场规模达 691.6 亿元

8 月 14 日，2018 年可信云大会在北京国际会议中心举办，工业和信息化部王新哲总经济师进行了致辞。王新哲表示，云计算是信息技术发展和服务模式创新的集中体现，是信息化背景下国际竞争的制高点和经济发展的新动能的助推剂，对于建设创新型国家，实现经济高质量发展具有重要的意义。

近年来，我国云计算产业取得了蓬勃发展，已经成为提升信息化发展水平，打造数字经济新动能的有利支撑。王新哲从多个方面介绍了云计算发展现状。

有关方面统计，2017 年我国云计算整体市场的规模达 691.6 亿元，增速达到 34.42%，其中公有云的市场增速超过 50%，产业结构持续优化，SaaS、PaaS 占比不断提升，混合云成为产业发展的新的增长点，涵盖咨询、设计、部署、运营、维护的产业链条逐步的完整。

小米电视 2018Q2 晋升中国第一大电视品牌

8 月 22 日，小米集团 IPO 后首份财报正式出炉，财报显示，小米集团核心业务表现“全线飘红”，增幅惊人，集团整体表现十分强势。其中，2018 年第二季度，小米电视全球销量同比增长 350%，在国内市场方面，小米电视相当亮眼，2018 年第二季度正式晋升为中国第一大电视品牌。

小米电视成立至今尚不足 5 年时间，连连斩获“冠军”头衔，是因为小米电视更懂得新时代用户的需求，整合各大平台内容让用户没有后顾之忧。此外，小米电视还提供人尽皆知的高性价比，短时间内拿下各种第一也便不足为奇。

广东家庭宽带用户突破 2900 万户

8 月 3 日消息，广东省通信管理局发布了 2018 年 6 月广东省基础电信业运行情况报告。报告显示，广东省运营商在固定宽带接入数量、宽带普及率、光纤接入数量方面均有所增长。

广东省运营商固定宽带接入用户数当月净增 55.7 万户，总数达到了 3431.8 万户；家庭宽带用户数为 2903.5 万户，较上月增加了 36.3 万户，家庭宽带普及率为 87.8 部/百户。

4、其它数据

索尼 PSVR 销量已破 300 万台

8 月 17 日消息 据外媒 Variety 消息，索尼于本周四宣布，PlayStation VR 头显(PSVR)自 2016 年推出以来，销量已超过 300 万台，PSVR 游戏销量也已超过 2190 万。

目前 PSVR 平台上有 340 款游戏。据 2017 年底索尼的数据，PSVR 在当时销量已经达到 200 万台。这也就意味着，PSVR 在今年的销量已经达到 100 万台左右。

中国网络排名全球第 141 位

8 月 17 日消息，数据显示，全球宽带速度排在第一位的是新加坡，较小的国土面积以及完善的基础设施建设让它的平均下载速度达到了 60.39Mbps。简单来说，用当地的宽带下载一部 5GB 大小的高清电影只需要 11 分 18 秒。排在第二位的是瑞典，其宽带平均下载速度为 46.00Mbps。其实在瑞典光纤的普及率差不多已经达到了 60%，这意味着在很多家庭以及企业你可以享受到更快的网速。而排在第三位的是丹麦，当地的宽带平均下载速度是 43.99Mbps，光纤普及率也在 50%左右。今年的总排名中中国大陆还是下降了 7 位排在了第 141。

5、海外数据

2018Q2 美国付费电视用户规模

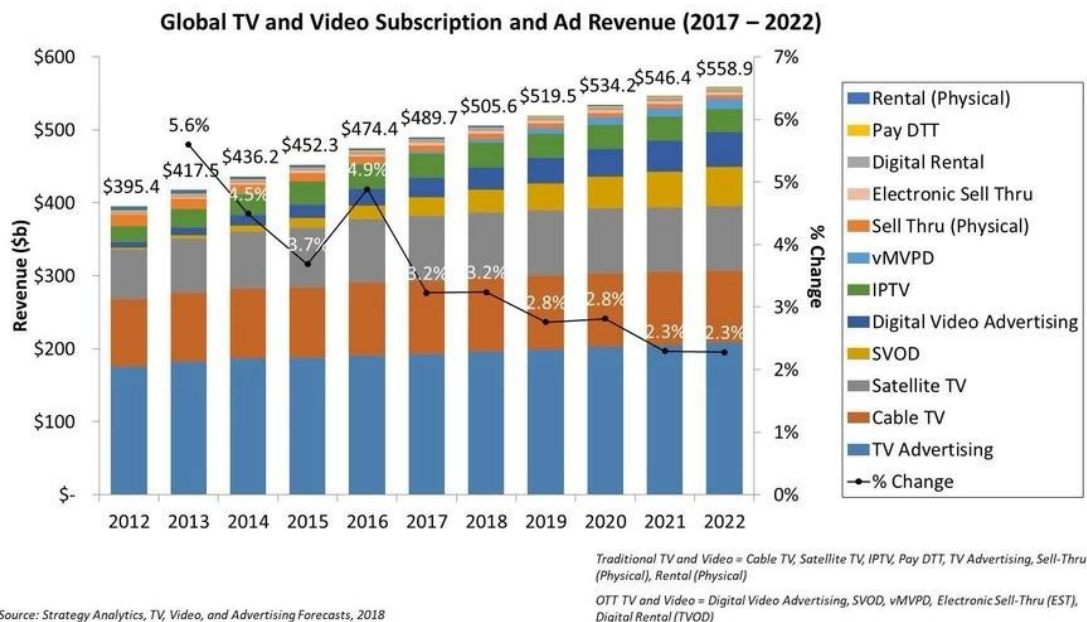
8 月 13 日的数据显示，截至 2018 年 Q2 末，美国排名靠前的付费电视服务商共计 13 家，用户总数为 9129.90 万户，相比 2018 年 Q1 减少了 41.70 万用户。除了网络付费电视用户出现增长外，其他类型的付费电视用户出现普跌现象(AT&T U-verse 除外)。

Pay-TV Providers	Subscribers at end of 2Q 2018	NetAdds in 2Q 2018
Cable Companies		
Comcast	22,121,000	(140,000)
Charter*	16,682,000	(57,000)
Cox**	4,065,000	(35,000)
Altice	3,350,900	(24,200)
Mediacom	808,000	(9,000)
Cable ONE	340,112	(10,762)
Total Top Cable	47,367,012	(275,962)
Satellite Services (DBS)		
DIRECTV	19,984,000	(286,000)
DISH TV	10,653,000	(192,000)
Total DBS	30,637,000	(478,000)
Phone Companies		
Verizon FIOS	4,560,000	(37,000)
AT&T U-verse	3,680,000	23,000
Frontier	902,000	(32,000)
Total Top Phone	9,142,000	(46,000)
Internet-Delivered		
Sling TV^	2,344,000	41,000
DIRECTV NOW	1,809,000	342,000
Total Top Internet-Delivered^^	4,153,000	383,000
Total Top Providers	91,299,012	(416,962)

2022 年电视和视频广告市场规模将达 5590 亿美元

8 月 16 日消息，Strategy Analytics 电视和媒体战略(TMS)研究发布的最新研究报告《电视转型：统一电视和视频市场的观点》指出，全球消费者和广告在电视和视频上的支出将从 2017 年的 4900 亿美元增长到 2022 年的 5590 亿美元，增长 69 亿美元，在 OTT 视频上的支出占这一增长的 90%。

来自 YouTube, Facebook, iTunes, GooglePlay, Netflix, 亚马逊 Prime 视频, Hulu, DirecTV Now, NOW TV, Maxdome, iflix 等 OTT 视频服务的消费者支出和数字视频广告收益将在预测期翻倍, 2022 年预计将达到 1230 亿美元。



2018 年美国联网电视用户达到 1.826 亿人

8 月 23 日消息, 3/4 的美国家庭拥有联网电视, 但是这还不足以构成庞大的广告市场。根据 eMarketer 的最新数据, 今年美国联网电视用户将达到 1.826 亿人, 比去年增长 8.1%, 相当于 55% 的美国人口。

欧洲人每月观看超过两小时的视频点播内容

8 月 20 日消息, 根据 IHSMarkit 的最新报告, 2017 年上述欧洲五大市场的线性电视观看时长都在逐年下降, 并且通过个人视频录像机(PVR)进行的时移观看时长也出现了增长停滞或下降的情况。总的来说, 与去年相比, 欧洲人每个月通过各种平台观看的视频点播内容时长增加了两个小时。

英国 OTT 订阅数量超过付费电视用户

8 月 10 日消息，2017 年英国人观看广播电视的时间再次下降，而 2018 年第一季度 OTT 服务的订阅数量超过了付费电视服务用户数量。电视广播收视量持续下降，2017 年下降了 9 分钟(4.2%)，平均每天收看 3 小时 22 分钟，自 2012 年以来，总共下降了 38 分钟(15.7%)。

宽带提速和联网电视普及是改变观看习惯的根本原因，特别是年轻观众。调查显示，2018 年第一季度，英国的付费电视用户数量为 1510 万，而 Netflix、亚马逊和 Sky 的 NOW TV 的订阅总数为 15.4 万，超过了付费电视用户数量。

意大利 200 万人非法使用 IPTV 服务

8 月 24 日消息，预计有 200 万意大利人通过海盗 IPTV 服务进入该国的主要付费电视平台(Sky Italia, Mediaset Premium 和 DAZN)。来自意大利保护音像和多媒体内容联盟(Fapav)的研究表明，大约五分之二意大利人在消费非法视频流媒体。相比之下，该国领先的付费电视平台 Sky Italia 拥有着 500 万的常客。

在意大利通过 IPTV 观看付费电视频道是一种违法行为，将会受到意大利法律的惩罚，最高可判处 3 年徒刑，行政罚款最高可达 25,000 欧元。

东欧 OTT 收入增长三倍

8 月 22 日消息，据研究机构 Digital TV Research 称至 2023 年，22 个东欧国家的 OTT 电视剧和电影收入将达到 35.1 亿美元;比 2017 年记录的 10.1 亿美元增长了三倍多。

到 2023 年，俄罗斯将占该地区 OTT 收入的 40%，波兰将进一步增长 23%。从 2017 年至 2023 年的 24.95 亿美元的额外收入中，俄罗斯将占有 9.94 亿美元，波兰为 5.37 亿美元。

Eastern Europe: OTT TV & video revenues by country (\$ million)



俄罗斯 Rostelecom 付费电视用户达 1000 万

8 月 10 日消息，截止到第二季度，俄罗斯付费电视运营商 Rostelecom 的付费电视服务已有 1000 万订阅用户。这比 2017 年同期增长了 5%，比三个月前增长了 1%。

其中，超过一半的用户(510 万)订阅了其 IPTV 服务，与 2017 年第二季度相比增长了 11%，与 2018 年第一季度相比增长了 2%。截止到 6 月 30 日，Rostelecom 的 MVNO 用户总数翻了一番，达到 100 万，与此同时互联网用户总数增长了 2%，达到 1300 万。

亚太 IPTV 市场份额提升至 23%

8 月 17 日消息，根据 HIS Markit 的最新研究和分析，IPTV 正推动亚太区付费电视增长。

2017 年亚太区付费电视家庭上升 5.7%，进入 76% 的家庭。付费电视家庭数量将持续稳步增加，从 2017 年的 6.32 亿户增加到 2022 年底的 7.43 亿户。

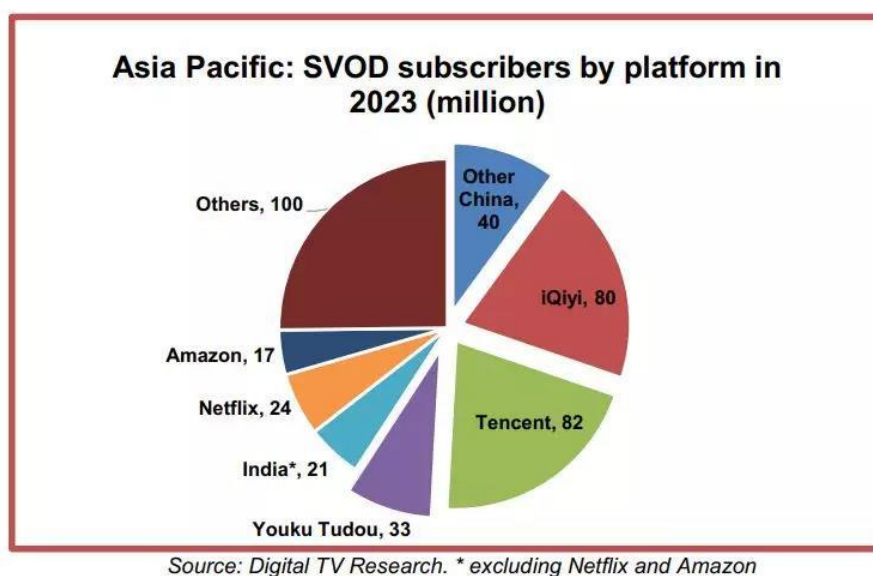
亚太区主要付费电视家庭订阅有线电视，2017 年占总付费电视订户的 62%。IPTV 的市场份额从 2016 年的 18% 增加到 2017 年的 23%。卫星订阅保持稳定，占付费电视订户总数的 15%。

在亚太区，网络视频服务使用在增长，用移动设备观看视频的比例不断上升。网络视频收入（包括广告支持的服务、订阅服务及交易型租赁和购买）年同比增长 50%，2017 年达到 162 亿美元。

亚太 SVOD 订户 2023 年将达 3.51 亿

据 Digital TV Research 数据，亚太订阅型视频点播服务(SVOD)用户数量将从 2017 年的 1.41 亿增至 2023 年的 3.51 亿。

据该机构《亚太 OTT 电视与视频预测》报告数据，2023 年，中国将占据亚太地区约三分之二的 SVOD 订户，订户总数达到 2.35 亿。



七、 报告文件

1、政策文件

关于加强网络直播服务管理工作的通知

各省、自治区、直辖市“扫黄打非”工作领导小组办公室、通信管理局、公安厅（局）、文化厅（局）、新闻出版广电局、网信办：

近年来，针对从事网络直播业务的互联网信息服务（以下简称“网络直播服务”）提供者传播淫秽色情信息现象多发的问题，有关部门不断加大工作力度，查处、打击一批违法违规企业。目前，通过网络直播服务传播淫秽色情和低俗信息问题得到了初步遏制，企业履行主体责任意识、能力有所加强，但仍有部分未经许可非法上线的网络直播服务提供者传播有害信息，社会危害较大，群众反映强烈。为落实《互联网信息服务管理办法》《非经营性互联网信息服务备案管理办法》《电信业务经营许可管理办法》《互联网直播服务管理规定》《网络表演经营活动管理办法》《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》等相关规定要求，进一步清朗网络空间，现就加强网络直播服务管理工作通知如下。

一、加强网络直播服务许可和备案管理工作。网络直播服务提供者应依法向电信主管部门履行网站 ICP 备案手续，涉及经营电信业务及互联网新闻信息、网络表演、网络视听节目直播等业务的网络直播服务提供者应当分别向相关部门申请取得电信业务经营、互联网新闻信息服务、网络文化经营、信息网络传播视听节目等许可，并于直播服务上线 30 日内按照有关规定到属地公安机关履行公安备案手续。

互联网接入服务业务、互联网数据中心业务、内容分发网络业务（以下简称“网络接入服务”）提供者不得为未履行 ICP 备案手续、未取得相关业务许可的网络直播服务提供者提供网络接入服务。

移动智能终端应用软件分发平台（以下简称“应用商店”）不得为未履行 ICP 备案手续、未取得相关业务许可的网络直播服务提供者提供移动智能终端应用软件（以下简称“APP”）分发服务。

二、强化网络直播服务基础管理工作。各网络接入服务提供者应按照要求通过“工业和信息化部 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统”向各地通信管理局报送网络直播服务提供者 ICP、IP 地址、域名等信息。

有关部门将建立违法网络直播服务提供者黑名单，网络接入服务提供者应核验网络直播服务提供者的 ICP、IP 地址和域名信息，不得为信息不一致、黑名单中的网络直播服务网站、APP 提供网络接入服务。

应用商店不得为黑名单中的网络直播服务 APP 提供分发服务。

各网络直播服务提供者应按照要求落实用户实名制度，加强网络主播管理，建立主播黑名单制度，健全完善直播内容监看、审查制度和违法有害内容处置措施。

三、组织开展存量违规网络直播服务清理工作。网络接入服务提供者、应用商店应立即进行全面清查，要求未提供 ICP 备案手续或者相关业务许可材料的网络直播服务提供者在两个月内补充相关材料，两个月后仍然无法提供相关材料的应停止服务，对拒绝提供相关材料的网络直播服务提供者应立即停止服务。

四、建立健全网络直播服务监管工作机制。网络直播服务提供者应严格按照许可范围开展业务，不得利用直播服务制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容。

网络接入服务提供者应按照要求建立内容审核、信息过滤、投诉举报处理等相关制度，建立 7×24 小时应急响应机制，加强技术管控手段建设，按照要求处置网络直播中的违法违规行为。

网络直播服务提供者应当按照有关法律法规要求，记录直播服务使用者发布内容和日志信息并保存一定期限，对自己不具备存储能力且不购买存储服务的网络直播服务提供者，网络接入服务提供者不得提供服务。网络接入服务提供者、网络直播服务提供者应当依法配合有关部门的监督检查、调查取证，并提供必要的文件、资料和数据。

五、网络接入服务提供者、应用商店未尽到许可、备案手续审核及监管义务造成有害信息传播的，由有关主管部门按照相关法律法规予以查处。

全国“扫黄打非”工作小组办公室

工业和信息化部

公安部

文化和旅游部

国家广播电视总局

国家互联网信息办公室

扩大和升级信息消费三年行动计划(2018-2020 年)

我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，消费对经济发展的基础性作用日益凸显。信息消费是创新最活跃、增长最迅速、辐射最广泛的新兴消费领域之一，对拉动内需、促进就业和引领产业升级发挥着重要作用，已成为新时期提振国民经济、深化供给侧结构性改革、实现高质量发展的关键抓手。扩大和升级信息消费，有利于在更高水平、更高层次、

更深程度实现供需新平衡，有利于优化经济结构，普惠社会民生。为深入贯彻落实《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》，大力推动信息消费向纵深发展，壮大经济发展内生动力，制定本行动计划。

一、总体要求

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的十九大精神，认真落实党中央、国务院决策部署，以推进供给侧结构性改革为主线，以加快提升产业供给能力为重点，以优化信息消费环境为保障，深化信息技术融合创新应用，打造信息消费升级版，不断满足人民群众日益增长的消费需求，促进经济社会更高质量、更可持续的健康发展。

（二）基本原则

坚持需求拉动、创新发展。以满足人民群众期待为出发点和落脚点，加快提升产业供给能力，推动信息消费供给结构与需求结构有效匹配、消费升级与有效投资良性互动。

坚持多方联动、协同发展。以企业为主体，加强产学研用各方协作，促进产业链协同发展，构建完善的信息消费生态体系，扩大信息消费覆盖范围。

坚持因地制宜、特色发展。引导各地根据经济基础和产业特色合理定位，结合信息消费需求发展的新变化、新趋势，不断调整完善政策体系，分类别、分层次、分步骤有序推进。

坚持有序推进、安全发展。树立正确的网络安全观，统筹促发展与保安全，加强信息消费市场监管体系建设，完善安全管理体系，持续优化产业发展环境。

二、主要目标

消费规模显著增长。到 2020 年，信息消费规模达到 6 万亿元，年均增长 11% 以上。信息技术在消费领域的带动作用显著增强，拉动相关领域产出达到 15 万亿元。

覆盖范围惠及全民。到 2020 年 98%行政村实现光纤通达和 4G 网络覆盖，加快补齐发展短板，释放网络提速降费红利。

载体建设稳步推进。创建一批新型信息消费示范城市，打造区域性信息消费创新应用高地，培育一批发展前景好、带动作用大、示范效应强的项目。

产业体系逐步健全。加强核心技术研发，推动信息产品创新和产业化升级，提升产品质量和核心竞争力。在医疗、养老、教育、文化等多领域推进“互联网+”，推动基于网络平台的新型消费成长，发展线上线下协同互动消费新生态。

消费环境日趋完善。信息消费法律法规体系日趋完善，高效便捷、安全可信、公平有序的信息消费环境基本形成，努力实现消费者能消费、敢消费、愿消费。

三、主要行动

（一）新型信息产品供给体系提质行动

提升消费电子产品供给创新水平。利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动电子产品智能化升级，提升手机、计算机、彩色电视机、音响等各类终端产品的中高端供给体系质量，推进智能可穿戴设备、虚拟/增强现实、超高清终端设备、消费类无人机等产品的研发及产业化，加快超高清视频在社会各行业应用普及。针对家庭、社区、机构等不同应用环境，发展便携式健康监测设备、家庭服务机器人等智能健康养老服务产品，满足多样化、个性化健康养老需求。

加快新型显示产品发展。支持企业加大技术创新投入，突破新型背板、超高清、柔性面板等量产技术，带动产品创新，实现产品结构调整。推动面板企业与终端企业拓展互联网、物联网、人工智能等不同领域应用，在中高端消费领域培育新增长点，进一步扩大在线健康医疗、安防监控、智能家居等领域的应用范围。

深化智能网联汽车发展。推进技术测试等支撑平台建设，制定车联网产业发展标准体系建设指南，推进车载智能芯片、自动驾驶操作系统、车辆智能算法等关键技术产品研发，构建一体化智能车辆平台，培育多元化应用。推进基于宽带移动互联网的智能汽车和智慧交通应用项目建设。到 2020 年，建立可靠、安全、实时性强的智能网联汽车计算平台，形成平台相关标准，支撑高度自动驾驶（HA 级）。

（二）信息技术服务能力提升行动

组织开展“企业上云”行动。面向行业企业开展宣传培训工作，推动云计算服务商与行业企业深入合作，利用云上的软件应用和数据服务提高企业管理效率，组织开展典型标杆应用案例遴选。推动中小企业业务向云端迁移，到 2020 年，实现中小企业应用云服务快速形成信息化能力，形成 100 个企业上云典型应用案例。

提升信息技术服务研发应用水平。推进新型智慧城市建设，支持云计算、大数据、物联网综合研发应用，加速提高居民生活信息消费便利化水平。组织开展区块链等新型技术应用试点。发布信息技术服务标准（ITSS）体系 5.0 版，持续开展贯标活动，支持企业以标准为引领加快提升综合集成服务能力，到 2020 年贯标企业超过 2000 家。

培育行业信息消费支撑服务。积极发展工业电子商务，深化制造业和互联网融合，建设一批有较强影响力和带动力的垂直电商平台。支持企业发展网络支付、现代物流、供应链管理面向信息消费全过程的支撑服务。到 2020 年，实现重点行业骨干企业电子商务普及率达到 60%。

推动信息消费领域“双创”发展。支持大型企业建立基于互联网的“双创”平台，培育信息消费融合发展新业态、新模式。建设一批国家中小企业公共服务示范平台，为中小企业提供信息、技术、创业、培训、融资等服务。公告一批国家小型微型企业创业创新示范基地，广泛吸引中小企业入驻，引导示范基地积极整合社会服务资源，提供多方面、多种形式的服务，助力信息消费创新发展。

（三）信息消费者赋能行动

推动信息基础设施提速降费。深入落实“宽带中国”战略，组织实施新一代信息基础设施建设工程，推进光纤宽带和第四代移动通信（4G）网络深度覆盖，加快第五代移动通信（5G）标准研究、技术试验，推进 5G 规模组网建设及应用示范工程。深化电信普遍服务试点，提高农村地区信息接入能力。加大网络降费优惠力度，充分释放网络提速降费红利。在工业、农业、交通、能源、市政、环保等领域开展试点示范到 2020 年实现城镇地区光网覆盖，提供 1000Mbps 以上接入服务能力；98%的行政村实现光纤通达和 4G 网络覆盖，有条件地区提供 100Mbps 以上接入服务能力；确保启动 5G 商用。

实施消费者信息技能提升培训工程。依托信息消费试点示范城市建设，面向各类消费主体特别是信息技能相对薄弱的农牧民、老年人等群体，组织开展信息消费培训，普及信息应用、网络支付、风险甄别等相关知识。鼓励企业、行业协会等社会力量结合当地特色和优势，组织开展信息类职业技能、创新创业等系列大赛，提升信息消费技能。2020 年之前选择重点地区实施 100 个以上信息技能培训项目。

组织开展信息消费体验活动。组织开展“信息消费城市行”，通过政策解读、展览展示、互动体验、现场参观等形式，扩大信息消费影响力。支持各地组织信息消费体验周、建设信息消费体验馆等各种活动，积极运用虚拟/增强现实、交互娱乐等技术，深化用户 in 应用场景定制、产品功能设计、数字内容提供等方面的协同参与，提高消费者满意度，丰富信息消费体验，培养信息消费习惯。

（四）信息消费环境优化行动

加强和改进行业监管。深入推进“放管服”改革，进一步简化行政审批，对信息消费领域新模式新业态采取鼓励创新、包容审慎的监管模式，营造行业健康发展环境。持续创新监管方式，加强信息通信行业信用体系建设，利用云计算、大数据等完善监管技术手段。夯实互联网基础资源管理，实行网站、域名实名联动管理，强化企业主体责任。

维护市场竞争秩序。完善以信用为核心的全流程市场监管体系，进一步规范互联网网络接入服务市场，加大骚扰电话防范和治理力度，维护信息通信市场秩序。优化市场竞争法律法规环境，规范市场主体竞争秩序，依法查处不正当竞争行为，加大知识产权保护力度，激发创新创业活力。

加强个人信息保护。落实《中华人民共和国网络安全法》相关规定，推动出台电信和互联网网络数据管理政策，规范网络数据收集、传输、存储和使用行为。建立完善数据与个人信息泄露公告和报告机制，加强行业个人信息保护监督执法，督促企业切实落实用户个人信息保护责任。

构建安全可靠的信息消费环境。深入推进网络综合治理，及时有效应对网络诈骗等新问题，纵深推进防范打击通讯信息诈骗工作，有效维护人民群众切身利益。加强监督检查，加大对电信和互联网企业服务和收费违规行为的处置和曝光力度，督促企业加强自律，解决好社会关注和用户反映强烈的热点难点问题，切实维护用户合法权益。

四、保障措施

（一）加强工作组织协调

各地工业和信息化、发展改革主管部门要加强信息消费重大决策、重大工程和重大问题的统筹协调，做好组织保障。建立完善信息消费发展的协同工作机制，明确地方信息消费发展目标和实施方案，加大对信息消费工作成效考核力度，做好行动计划的贯彻落实。支持有条件的地方成立信息消费发展专家咨询委员会，为开展工作提供参考和支持。

（二）加大政策支持力度

加大资金支持力度，支持信息消费前沿技术研发，拓展各类新型产品和融合应用。各地工业和信息化、发展改革主管部门要进一步落实鼓励软件和集成电路产业发展的若干政策，加大现有支持中小微企业税收政策落实力度。鼓励有条件的地方设立信息消费专项资金，推动出台支持信息消费发展的政策，切实改善企业融资环境，加大对信息消费领域中小微企业的支持。

（三）推动开展试点示范

完善信息消费示范城市建设方案和管理办法，鼓励地方加大支持力度，打造一批产业基础雄厚、产业链条完备、聚集效应明显、区域特色鲜明的试点示范城市。面向生活类信息消费、公共服务类信息消费、行业类信息消费、新型信息产品消费遴选一批发展前景好、带动作用大、示范效应强的示范项目。

（四）完善统计监测制度

加快制定完善信息消费统计监测制度，进一步明确统计范围。各地工业和信息化主管部门要按照全国统计监测目标、范围和口径，完善本地区统计监测工作机制，及时上报信息消费工作进展情况。建立健全信息消费评价机制，定期发布信息消费发展指数，指导和推动信息消费持续健康发展。

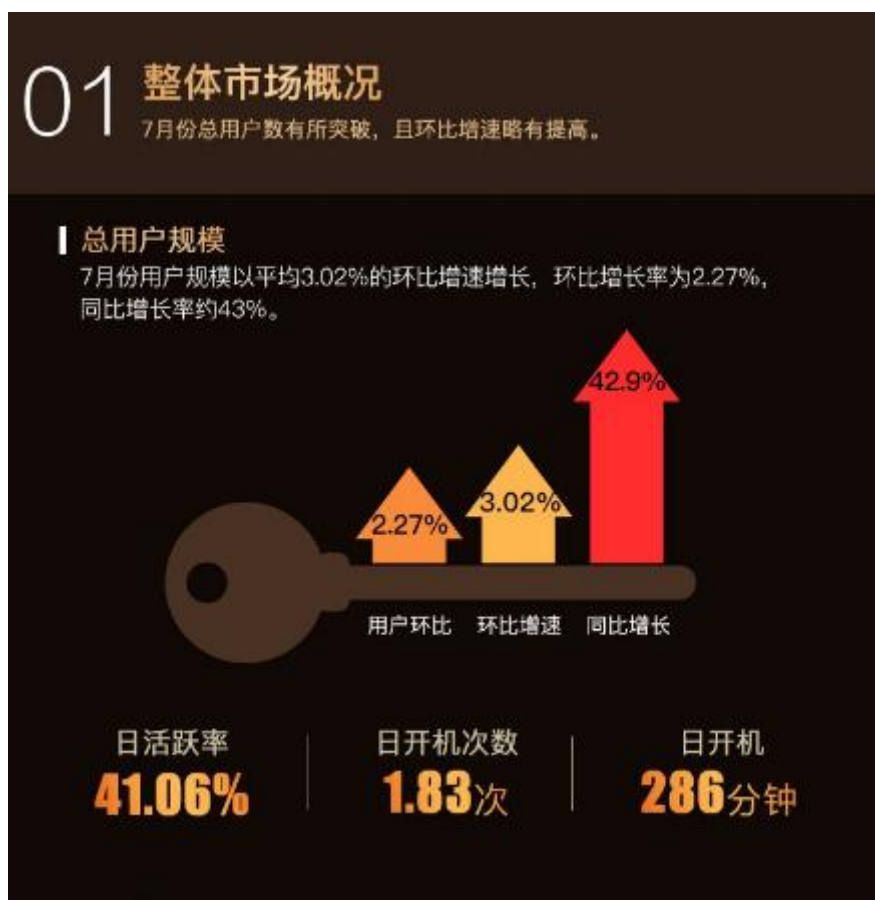
（五）搭建产业合作平台

充分发挥协会、联盟等行业组织的桥梁纽带作用，整合骨干企业、高等院校、科研院所等各界资源，推动产、学、研间开展深入合作，在信息消费标准制定、技术验证、产品孵化、国际拓展等方面，创新管理和运作机制，打造多方协作、互利共赢的产业生态。

2、运营监测报告

湖南 IPTV 收视行为报告（2018 年 7 月）

2018 年 7 月，湖南 IPTV 总用户数有所突破，且环比增速略有提高。本月湖南 IPTV 用户的日均收看时长为 286 分钟/户，日活跃率为 41.06%，日开机次数为 1.83 次/户。本月报告从湖南电信 IPTV 市场情况、用户收视行为分析、最受欢迎的频道、最受欢迎的节目等多维度进行了阐述。



区域分析

株洲、湘潭和永州用户更活跃!

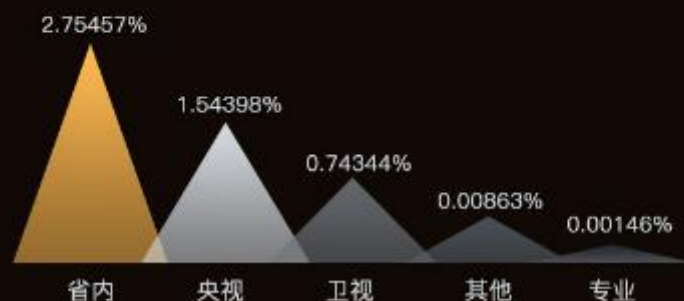
排名	地区	日活跃
1	株洲	43.91%
2	湘潭	43.17%
3	永州	42.41%
4	怀化	41.47%
5	岳阳	41.40%
6	常德	41.25%
7	益阳	40.94%
8	郴州	40.53%
9	邵阳	39.61%
10	张家界	39.55%
11	吉首	39.18%
12	娄底	37.60%
13	长沙	37.42%
14	衡阳	35.49%



02 收视行为分析

湖南人最爱看自己的节目。

直播频道—全天平均关注度



直播频道平均关注度TOP10

湖南电视剧频道日均到达用户数近7万，位居直播榜首。



省外卫视频道

卡酷动画频道位居直播榜首，江苏卫视位居第二位。



直播专业频道

快乐垂钓频道以垂钓大赛，垂钓原创活动，垂钓专题为内容主体，通过融合多种电视节目表现手段，不断创新和突破，以专业、轻松的形式展示给观众极富趣味、又具知识性的专业垂钓视野。



白天频道—湖南卫视凭借《还珠格格》打造下午收视高平台

湖南电视剧频道在上午时段播出《利箭纵横》和《大西南剿匪记》等战争类电视剧，取得明显的收视高峰。湖南卫视频道凭借偶像独播剧场的《还珠格格》取得下午时段的收视高峰。湖南经视频道的《步步惊心真情版》在下午时段也出现小高峰。

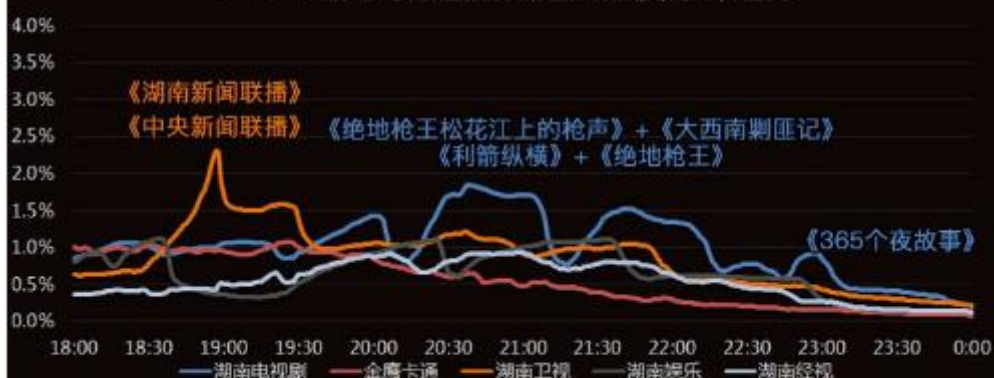
08-18白天时段直播频道关注度分钟趋势



■ 晚间频道—晚间黄金时段，各频道均以电视剧为主打节目

湖南电视剧频道在7月份的晚间时段，凭借电视剧《绝地枪王松花江上的枪声》、《大西南剿匪记》、《利箭纵横》和《绝地枪王》等，关注度明显高于其他频道。

18-24晚间时段直播频道关注度分钟趋势



03 最受欢迎的产品

下面的TA们总会跃进你的视线！

■ 直播节目TOP9

电视剧《绝地枪王松花江上的枪声》关注度超2%，位居榜首。



绝地枪王松花江上的枪声



湖南新闻联播



转播中央新闻联播



直播、点播电视剧节目TOP5

直播节目—近代革命和战争类的电视剧占据榜单TOP6。

点播节目—电视剧《扶摇》位居榜首，收视最佳！



直播电视剧节目

- No.1 绝地枪王松花江上的枪声
- No.2 大西南剿匪记
- No.3 利箭纵横
- No.4 我和我的传奇奶奶
- No.5 利箭行动



点播电视剧节目

- No.1 扶摇
- No.2 武媚娘传奇
- No.3 猎毒人
- No.4 旋风少女
- No.5 天天有喜2之人间有爱

- No.1 猫和老鼠之睡猫
- No.2 侏罗纪世界
- No.3 猫和老鼠之终极保镖
- No.4 环太平洋：雷霆再起
- No.5 狂暴巨兽



点播电影



点播动画

- No.1 小伴龙儿歌
- No.2 阿U 第1季
- No.3 神兽金刚之天神地兽
- No.4 蓝迪儿歌
- No.5 猪猪侠可乐吧



04 本月热点节目

7月份古装女性励志电视剧《扶摇》位居榜首，最受欢迎。

■ 古装励志电视剧《扶摇》总到达用户数为74万，
户均时长500分钟。



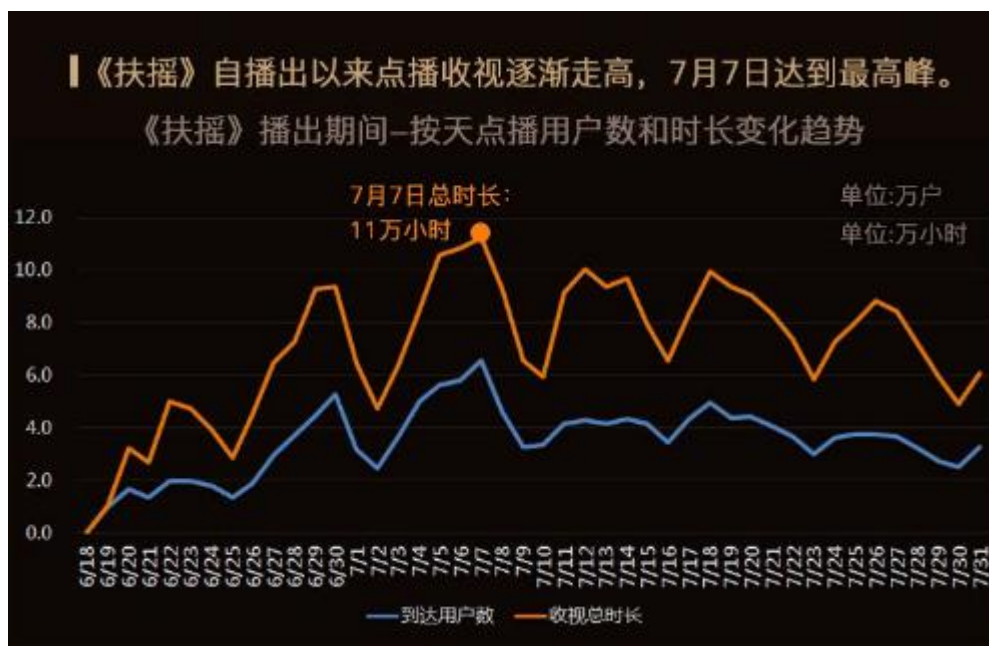
■ 吉首的用户更喜爱观看电视剧《扶摇》。

整体而言，各地区对于该节目的渗透率均在20%左右，其中吉首地区最高。

排名 地区 节目开机渗透率

1	吉首	22.69%
2	怀化	21.68%
3	长沙	20.99%
4	郴州	20.97%
5	邵阳	20.52%
6	永州	20.22%
7	张家界	19.98%
8	株洲	19.30%
9	湘潭	19.14%
10	衡阳	18.81%
11	岳阳	18.61%
12	娄底	18.46%
13	益阳	18.35%
14	常德	15.76%





华数大数据：《2018 上半年热播综艺收视报告》

华数大数据中心 罗盘收视报告第 8 期——上半年热播综艺成绩单揭晓，哪家抢得浙江 300 万用户的 C 位？



综艺数据一览

2018年是电视综艺大年，各电视台和视频网站均加码自制综艺投入，上半年有**近100部电视综艺**开播。

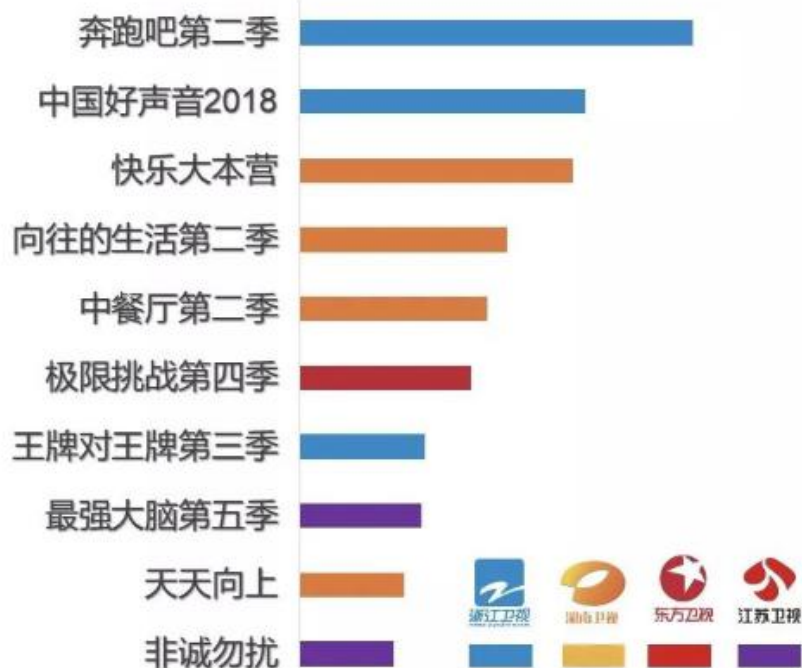
随着竞争白热化，四大卫视在1-7月即播出了44部综艺，占了全部电视综艺的近一半，同时电视综艺**TOP20基本已被四大卫视占领**。

本报告基于华数收视和用户数据，主要针对目前四大综艺卫视2018年上半年的综艺数据进行总结分析。

本报告统计18年1-7月周末数据，综艺节目表可见附录



上半年综艺TOP10



排名数据结合直播、点播、回放、搜索等加权计算得出

我们对18年上半年播出的综艺节目进行属性和内容的统计，来探寻最新的综艺趋势。



周五晚综艺最多

周五、周六、周日三天的综艺排布总体比较均衡，但周五播出的综艺相对略微偏多，占了近**40%**。

首播时间

电视台	17年延续	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	长期	合计
浙江卫视	4	0	4	0	2	2	1	1	0	14
湖南卫视	0	2	0	1	2	0	0	3	2	10
东方卫视	1	3	0	0	2	1	0	1	0	8
江苏卫视	1	2	0	1	1	1	0	5	1	12

综艺按季度轮换

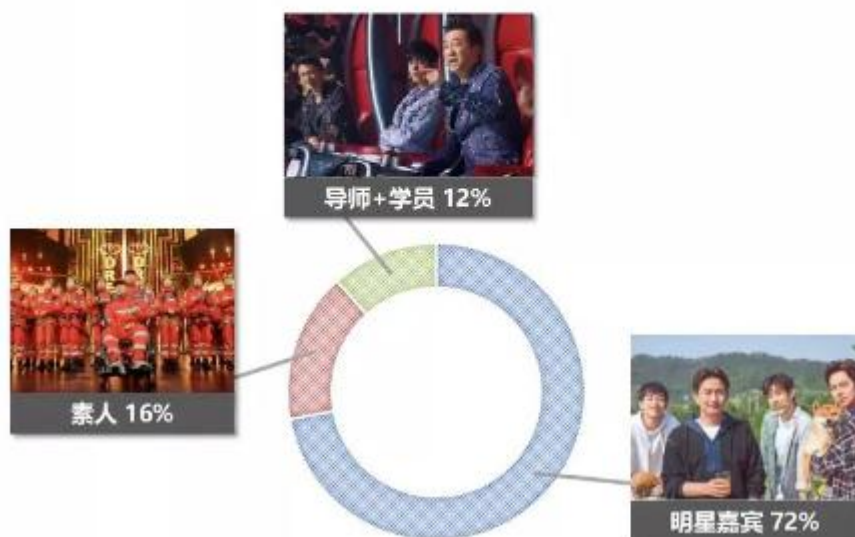
目前季播综艺每季期数为**约12集**上下，刚好三个月即一个季度可以播完，因此每个季度开始时为新综艺开播集中点（1-2月、4月、7月）。

其中湖南台有《快乐大本营》、《天天向上》两个长期综艺；江苏卫视为《非诚勿扰》。



场景仍以室内为主

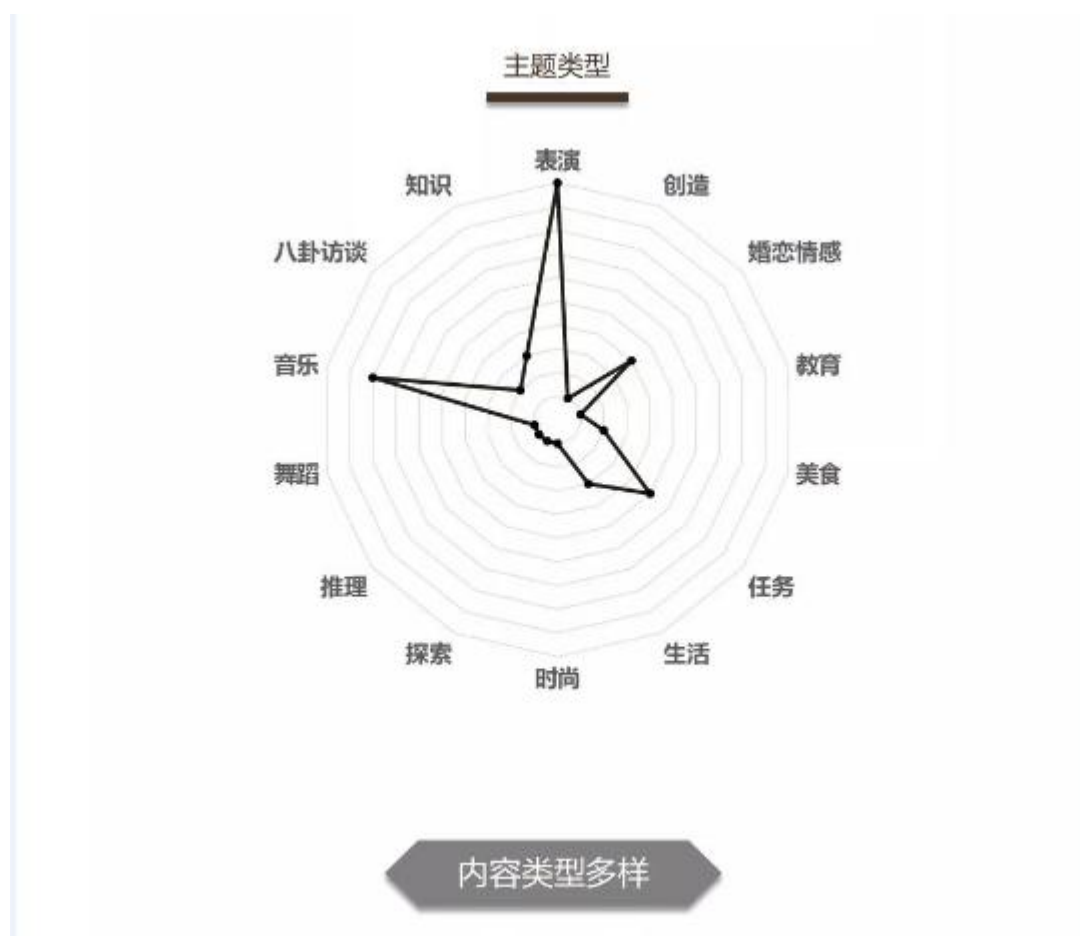
虽然我们普遍觉得目前热门大牌综艺都以室外场景居多，但从全量角度来看，传统的在演播室播出的综艺仍占了2/3 之多。



明星阵容为最大卖点

以明星或导师为卖点的综艺占到了**84%**，
可见目前综艺吸引流量的一大主要途径还是走**粉丝效应**。



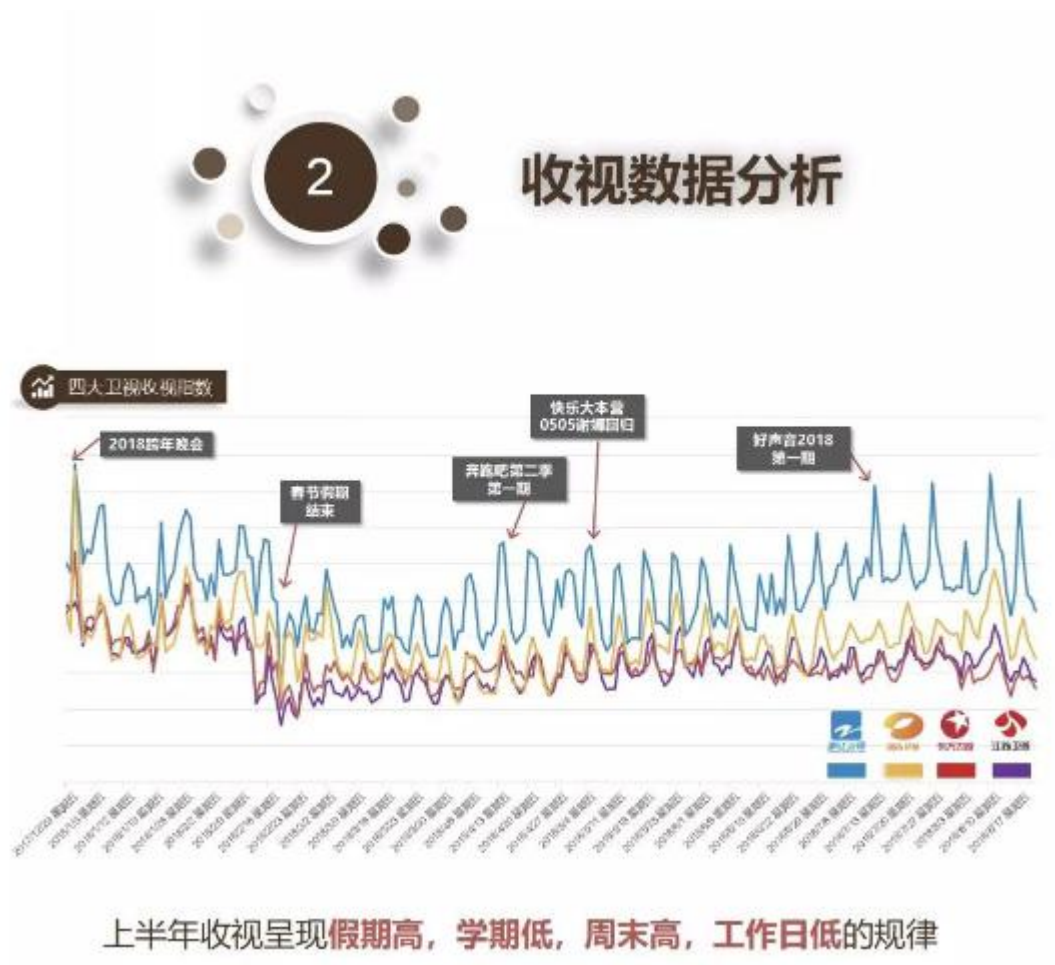


内容类型多样

1、**形式上**，选秀、明星真人体验，以及真人秀互动或挑战节目仍是主流。

2、**主题上**，以节目表演，音乐、任务游戏类等轻松娱乐主题为主。

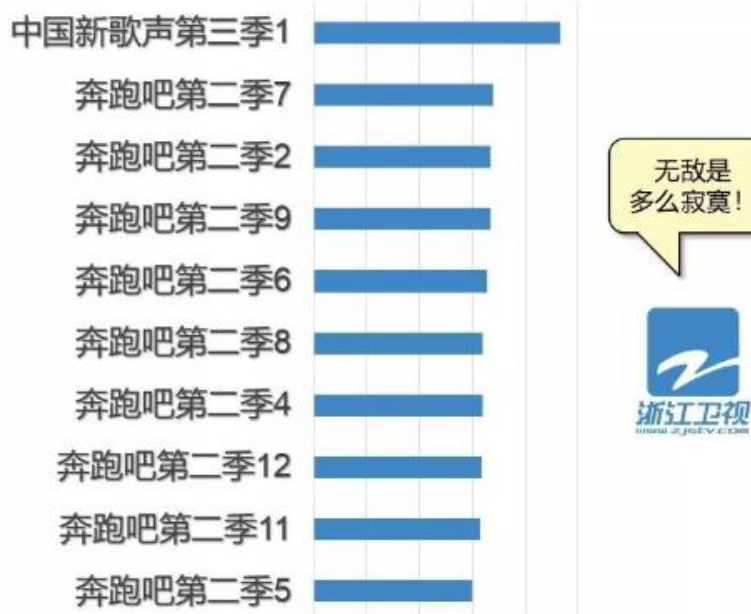
目前综艺市场已是红海，所以每年都有新的节目类型推出，比如去年下半年开始各台就都有民宿体验类爆品节目推出。



饱和度排名



直播单集收视排名





电子版完整报告请阅读附带发送文档！

OTT 产品测评报告（2018 年 8 月）

目 录

第一部分 电视机	4
1·1 75 英寸三星 QLED 电视 Q9F 评测	4
外观	5
画质	10
系统与内容	16
内容资源	18
总结	20
1·2 创维 OLED 旗舰 S9A 评测	21
画质	22
AI 调校	25
设计	26
总结	31
1·3 暴风小魔投评测	31
外观	31
画质	35
内容	36
第二部分 机顶盒	43
2·1 芒果 TV 自研牛奶 OS 系统深度评测	43
开机	43
主界面	44
三大栏目	45
内容聚合	50
角色模式	52
设置	58
流媒体网总结	61
2·2 芒果 TV 牛奶盒子硬件评测	62
包装	64
外观	66
硬件配置	71
流媒体网总结	78
2·3 创维企鹅极光盒子 1v 评测	79
外观	80
硬件性能	84
系统与资源	88

智能语音.....	91.
总结.....	92.
第三部分 其他智能终端.....	93.
3·1 魅族 Gravity 悬浮蓝牙音箱深度评测.....	93.
设计.....	93.
交互体验.....	96.
总结.....	98.
3·2 Sonos&Rokid 智能音箱评测.....	99.
外观.....	99.
语音控制服务.....	100.
操作.....	104.
总结.....	105.
第四部分 对比评测.....	106.
4·1 极米 H1S 与极米 H2 对比评测.....	106.
外观设计.....	106.
UI 系统与内容.....	109.
画质+音质.....	112.
性能.....	115.
参数对比.....	117.
总结.....	119.
4·2 泰捷/荣耀/乐视/开博尔四大盒子对比评测.....	119.
泰捷 webox 电视盒子.....	119.
华为荣耀电视盒子.....	120.
乐视电视盒子.....	121.
开博尔电视盒子.....	121.
4·3 安卓 9 Pie 和 iOS12 对比评测.....	122.
手势控制.....	122.
通知.....	122.
刘海屏支持.....	122.
面部识别.....	123.
增强现实.....	123.
数字健康.....	123.
软件更新.....	123.
虚拟助手.....	124.
多任务处理.....	124.
应用程序支持.....	124.
隐私和安全.....	124.

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

重点作品版权保护预警名单（2018 年度第六批）

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，根据相关网络服务商上报的获得作品授权的情况，现公布 2018 年度第六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未经许可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。

序号	名称	有关权利人	获得信息网络传播权的网络服务商
1	2018 年第 18 届亚洲运动会相关节目	亚奥理事会、中央电视台	央视网(2018.8.18-2021.12.31) 咪咕视讯(2018.8.18-2018.12.31)
2	金蝉脱壳 2	狮鼠影业(天津)有限公司	爱奇艺(2018.7.30-2028.7.29) 腾讯视频(2018.7.30-2021.7.29) 优酷网(2018.7.30-2021.7.29)
3	厕所英雄	天津联瑞影业有限公司	爱奇艺(2018.7.10-2023.7.9) 优酷网(2018.7.10-2021.7.9) 土豆网(2018.7.10-2021.7.9) 腾讯视频(2018.7.10-2021.7.9)
4	爱情的边疆	上海儒意影视制作有限公司	腾讯视频(2018.5.8-2028.5.7) 爱奇艺(2018.5.8-2028.5.7) 优酷网(2018.5.8-2028.5.7)

3、行业精选报告

10 省市 IPTV 数据报告

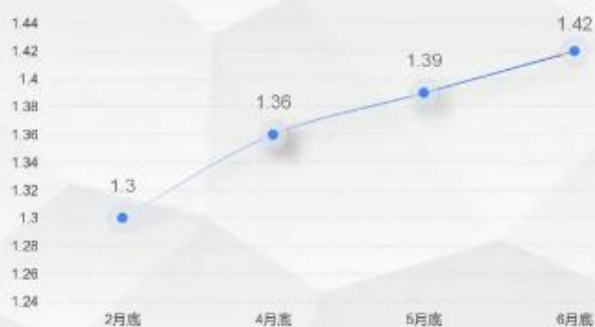
8 月 28 日，华媒聚能和尼尔森网联联合推出 10 省市 IPTV 数据报告，为 IPTV 联盟各省市用户数据、收视行为、收视表现的汇总。

截止到 2018 年 7 月底，河北 IPTV 用户规模为 1320 万，山西 232 万，四川(含成都地区)1350 万，成都 393 万，广西 382 万，吉林 143 万，辽宁 277 万，天津 210 万，湖北 605 万，广东 1268 万。

1.2.2 用户数据 | 用户规模

全国IPTV用户 突破1.42亿

工信部权威发布显示，我国IPTV用户规模保持稳步扩大。
截至2018年6月30日，基础电信企业发展的IPTV用户总数达1.42亿户，上半年净增2002万户。



数据来源：工信部 单位：亿户

1.2.3 用户数据 | 用户规模

河北 **1320万**

环比+1.7% 同比+55.11%

山西 **232万**

环比+1.6% 同比+25.1%

四川 **1350万**

（含成都地区）
环比+7.08% 同比+51.11%

成都 **393万**

环比+5.03% 同比+13.4%

广西 **382万**

环比+4.17% 同比+81.03%

吉林 **143万**

环比+2.2% 同比+32.16%

辽宁 **277万**

环比+0.2% 同比+11.3%

天津 **210万**

环比+2.91% 同比+19.85%

湖北 **605万**

环比+2.8% 同比+94.4%

广东 **1268万**

环比+1.08% 同比+64.5%

1.2.4 用户数据 | 用户活跃情况（开机率）

相对于传统有线电视开机率不断跌破冰点，IPTV作为智能大屏的代表，用户开机活跃度稳步上扬。



1.3.1 收视行为





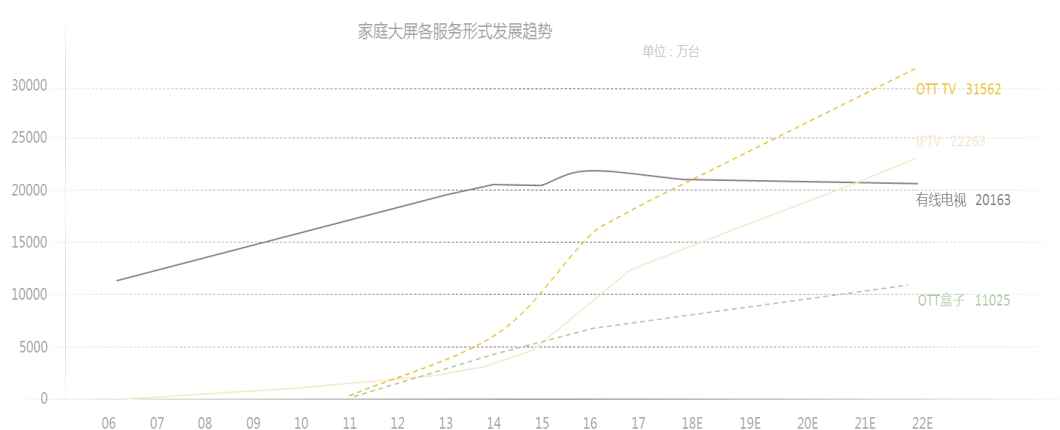
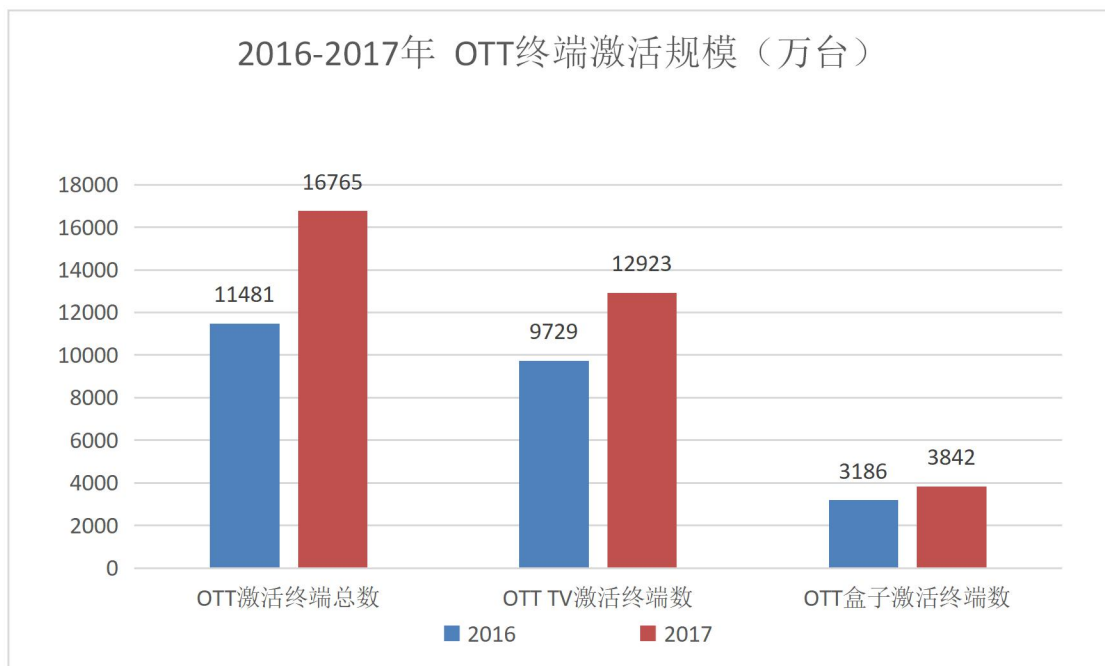
电子版完整报告请阅读附带发送文档！

2018 年度 OTT 行业发展趋势分析报告

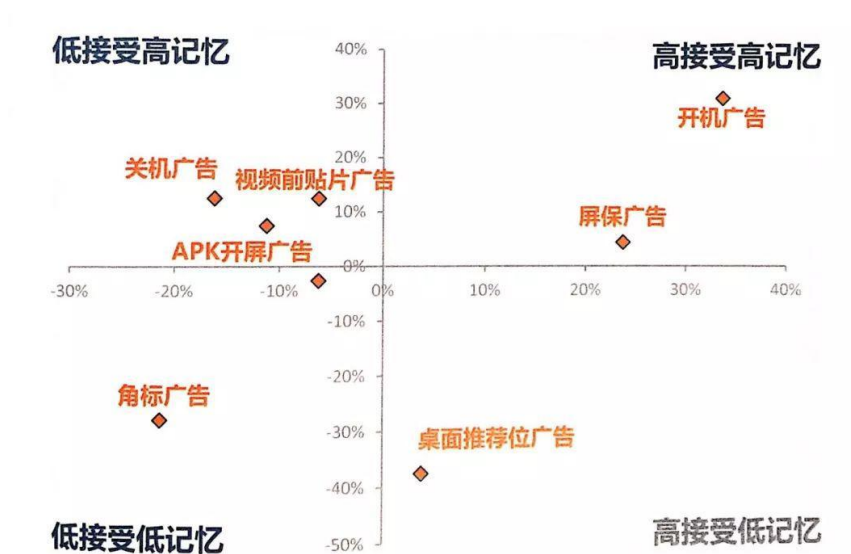
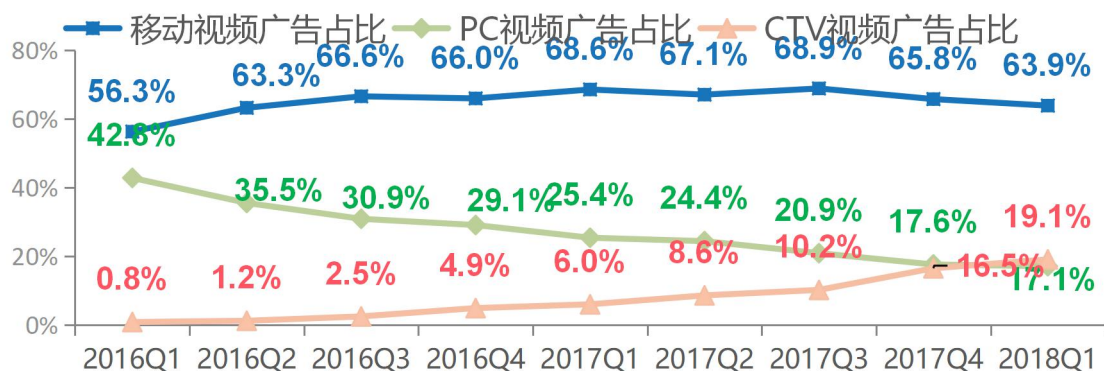
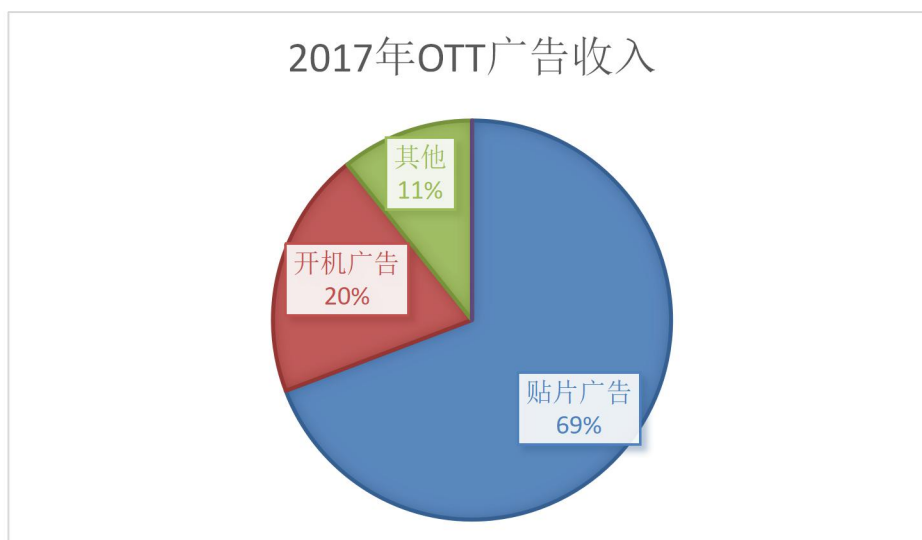
8 月 24 日下午，由北京市鑫海威信息中心主办，国家工业信息安全发展研究中心、中国广告协会指导的“2018 年度 OTT 行业发展趋势研讨会”在北京会议中心成功召开。本次大会以“势不可当，大有可为”为主题，汇聚了酷开网络、爱奇艺、奥维、腾讯等多领域专家及企业代表，发布了《2018 年度 OTT 行业发展趋势分析报告》。深入剖析 OTT 行业发展现状及未来发展新态势，宣布 OTT 行业已经进入发展黄金期。

近年来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，大屏广告市场迎来井喷期。报告内容显示，截至 2017 年智能电视累计激活量中，创维、海信、TCL、长虹、康佳、海尔国内六大传统电视厂商，合计市场占有率达 69%。而互联网电视则凭借其大屏、高清的优势，催生了 OTT 端的兴起和发展。据悉，酷开网络、海信、雷

鸟三家合计占据了 OTT 市场份额超过 50%，酷开系统累计激活数量 3100 万，以市场份额 18.4%领跑行业。



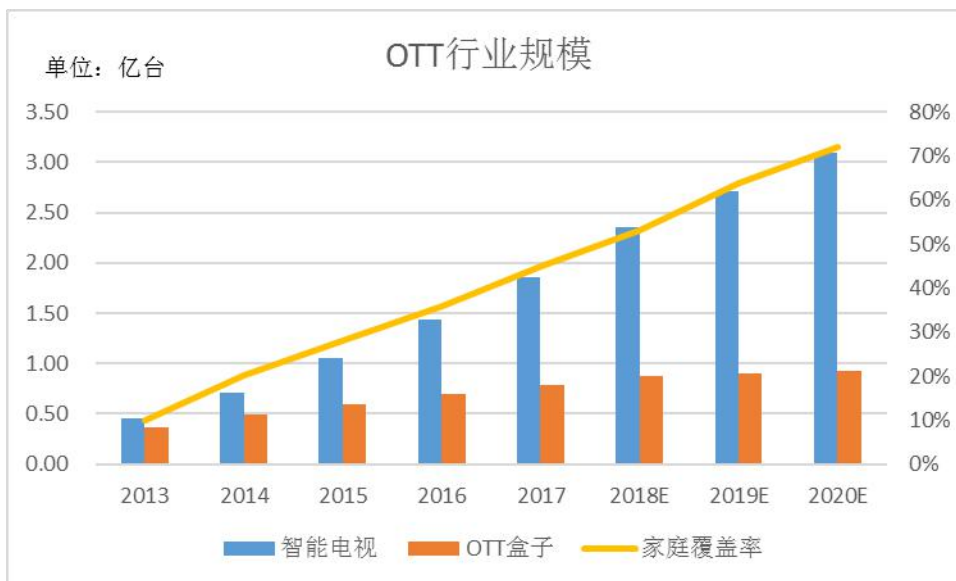
大屏时代的来临加速了广告主对 OTT 广告的投放。数据显示，2018 年第一季度，智能电视广告占比已经达到 19.1%，以独特大屏展示、一屏多用户、强曝光、强交互等为优势的 OTT 广告增速超越传统互联网广告投放，成为第二大广告投放渠道。这也使常见的广告资源如：开机广告、贴片广告资源逐渐进入饱和状态。未来，OTT 行业将不止聚焦在内容与广告方面，还会有更多运营价值得以提炼，OTT 综合运营价值将快速上升，市场规模将迎来集中爆发。预计到 2020 年,OTT 大屏终端保有量将超过 4 亿台，OTT 广告市场规模将达 160 亿元。



数据来源：奥维云网OTT大屏广告定投实验（2017）

OTT 行业未来发展趋势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。据奥维云网数据，预计到 2020 年,OTT 大屏终端保有量将超过 4 亿台，智能

电视保有量超过 3 亿台，市场份额占比超 75%，智能电视存量规模将在 2019 年超越有线电视、IPTV 规模；智能电视到达率将逐步攀升到 70%，传统电视到达率逐步下降到 50% 以下，智能电视广告和用户付费越来越被用户所接受，OTT 电视有望将传统电视观众转化为智能用户。此外，随着彩电更新换代需求激增，在线视频观看市场跳跃式增长。开源的系统更加吸引终端厂商应用，智能电视系统有望复制手机安卓系统模式，围绕系统平台形成 OTT 生态圈，二八法则在 OTT 行业出现，OTT 终端 80% 的资源将掌握在 20% 的企业手中。

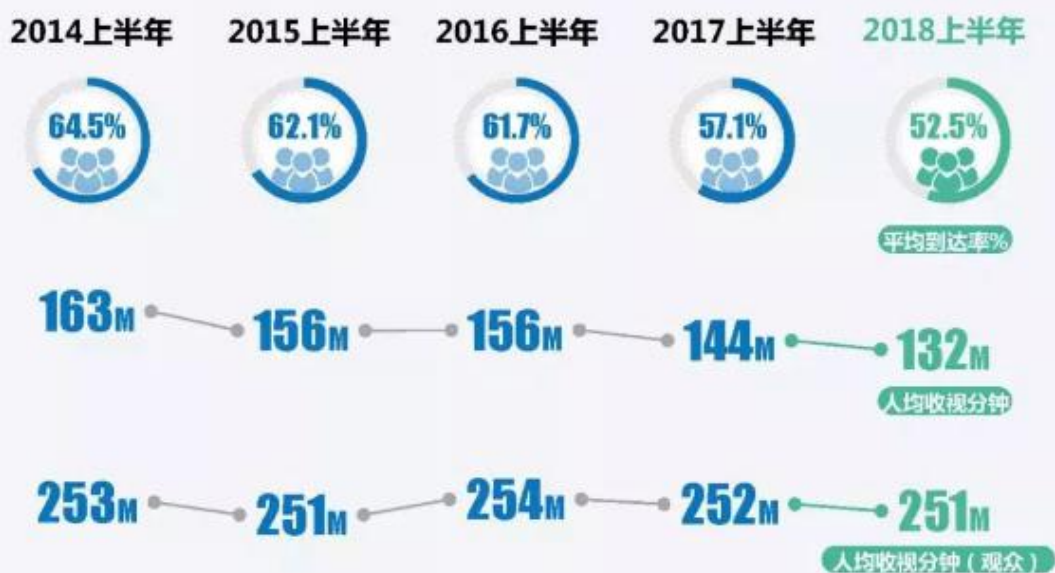


电子版完整报告请阅读附带发送文档！

全国电视收视市场回顾（2018 年上半年）

8 月 16 日，CSM 媒介研究权威发布了 2018 年上半年全国电视收视市场回顾，分享了全国电视市场收视概况、竞争格局和主要节目收视表现，梳理了电视媒体在媒体融合浪潮中的收视变化和特征。

收视总量同比下滑，主要集中在开机人数的下滑



数据来源：CSM媒介研究历年所有调查城市

收视时间减少群体向中年及以上人群蔓延



数据来源：CSM媒介研究历年所有调查城市

中青年观众时移收视比重增长

电视大屏收视习惯依技术进步而改变。



数据来源：CSM媒介研究52个中心城市

节目市场收视结构： 三大主要节目类型仍占主导





电子版完整报告请阅读附带发送文档！

短视频行业态势研究报告（2018 年 8 月）

随着互联网技术和人工智能算法的逐渐成熟，以抖音、快手、西瓜视频等为代表的短视频行业得到了爆发式发展，用手机端观看网络视频已成为现代人的流行娱乐方式，“两微一抖”更是成为企业品牌主传播新标配。近期，国双发布了 2018 年第一季度《短视频行业态势研究》，凭借国双数据中心的大数据挖掘能力，以及在营销领域的多年深耕经验，分别对短视频的行业态势、产业分析、平台对比、未来趋势四个方面进行数据分析呈现，为品牌营销提供更精准的广告投放依据，助力实现营销行业的效能增长。

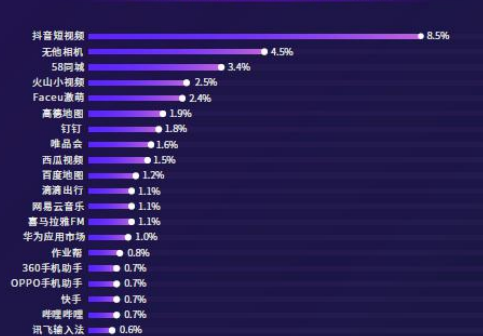
短视频应用用户粘性大幅提升，使用时长同比增长高达521.8%

抖音、火山小视频、西瓜视频及快手等短视频入围增速最快TOP20，而与短视频应用息息相关的拍照类、图片美化类APP，如无他相机、Faceu激萌也表现强势，短视频应用已成为用户较为偏好的APP类型之一

2018年3月主流移动互联网应用使用时长占比变化



2018年Q1全网APP DAU*增速TOP20分布



备注：此图表APP仅包括DAU大于1000万的APP

注：*DAU：指日活跃用户数量，常用于反映网站、互联网应用或网络游戏运营情况
数据来源：《2018中国移动互联网春季报告》

行业供给端：逐渐理性的融资、广告主营销布局的调整驱动短视频市场良性发展

与2016年高涨的融资热情相比，2017年融资逐渐回归理性，投资笔数及金额均出现下滑，投资人的谨慎驱使行业成熟发展。此外，逐渐受广告主重视的短视频/直播渠道，将推动短视频商业模式向好发展，用户增速惊人的短视频将在2018年继续备受广告主青睐

2012-2017年短视频市场历年融资金额分布



数据来源：国家版权局网络版权产业研究基地，《2018数字营销趋势报告》，国双公开资料整理

2018年广告主营销重点分布



短视频/直播发展潜力对比分析



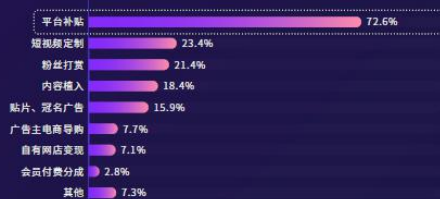
平台补贴、广告、电商及用户付费是内容生产方主要盈利方式

当前内容生产方盈利手段相对比较集中，平台补贴是最重要的变现方式，如何盈利多元化是内容生产方亟需解决的问题。与此同时，内容生产团队的盈利状况也相对堪忧，仅有30.2%略有盈利

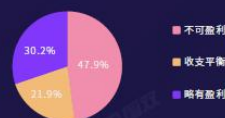
短视频内容生产方团队盈利手段分布



2017年短视频内容生产方团队盈利手段分析



2017年短视频内容生产方团队盈利状况



数据来源：国双公开资料整理，《2017年短视频创作者商业变现报告》

互联网巨头纷纷布局短视频平台，不同内容诉求及定位的平台纷纷出现

短视频平台集中度较高，2018年Q1抖音、快手关注度近7成，已进入短视频平台行业第一发展梯队。抖音关注度同比提升度惊人，逆袭快手成为全网讨论最多的平台

短视频行业巨头布局情况分布

互联网巨头	平台布局
腾讯系	微信、快手、梨视频
阿里系	淘宝、土豆
百度系	好看视频、秒懂百科、快手、梨视频
头条系	西瓜视频、抖音、火山小视频、MUSE
新浪系	秒拍、微视
360系	快视频、快野看

2018年Q1全网短视频平台讨论量分布



互联网短视频平台内容时长现状



数据来源：国双公开数据整理，国双MediaD产品数据

抖音关注趋势呈指数增长,快手关注量趋于平稳

凭借百万英雄直播答题、春节联合明星发红包以及渠道疯狂买量等策略,抖音在2018年之后声量迅速攀升,超越快手关注度



发展高速化:短视频行业仍将保持高速发展态势,行业风口属性依旧突显

从2017年短视频行业整体融资分布来看,近80%的企业仍旧处于天使轮及A轮,有8%还处于种子轮。大部分企业仍处于企业的摸索阶段,如何在高速发展的市场找到成熟的运行模式是未来的挑战



电子版完整报告请阅读附带发送文档!

中国视频云服务行业研究报告（2018 年）

8月20日消息,艾瑞咨询日前发布《中国视频云服务行业研究报告》。

报告以中国视频云服务市场为研究对象,从视频云服务的概念和优势出发,探讨行业发展环境、投融资情况、发展难点和竞争要点等问题,并结合视频云服务在不同应用场景中的具体实践和IaaS、PaaS、SaaS层的典型企业案例,展望行业未来趋势。

开篇摘要



行业
概述



概念界定：基于云计算技术理念的视频流媒体服务，涵盖从采集到播放的全部流程，能够让客户以低成本、高效率的方式搭建专业的视频系统。

核心价值：充分发挥云服务的社会分工优势，大大降低了在线视频的准入门槛，让企业能够专注于自身核心业务的发展。

市场
洞察



发展历程：视频繁荣催生专业化服务，最早一批参与者是由互联网视频厂商发展而来的SaaS厂商，其后主流的公有云厂商和传统的CDN厂商相继入场，视频同各行各业的融合逐渐成为常态。

资本市场：投资热度在2015年达到高潮后有所回落，现阶段IaaS和PaaS层面的竞争空间已经逐步收窄，未来创业公司的机会将更多体现在垂直领域和SaaS应用上。

竞争格局：PaaS层服务以通用型为主，行业集中度相对较高，逐渐在通用能力的基础上探索行业解决方案；SaaS层服务注重场景化应用，厂商在各自细分领域内展开竞争。

竞争
策略



核心竞争力：基于自身能力、业务扩张需求和客户群体的不同有所侧重，其中性能表现和稳定性是必要条件，在此基础上客户会要求简单易用以及细分领域的场景化功能。

差异化策略：横向生态布局，利用生态优势创造云服务之外的附加价值；纵向价值升级，通过服务于客户业务发展的核心环节实现价值链条升级；垂直领域深耕，尤其中小厂商和创业者可专注垂直领域以取得有别于主流公有云厂商的差异化竞争优势。

未来
趋势



市场趋势：SaaS服务在垂直领域内存在广泛机会，可围绕行业特色衍生增值服务；PaaS服务市场向头部集中，将针对刚需场景进一步拓展市场空间。

技术趋势：H.265编码标准加速应用，P2P与CDN结合提高分发效率；结合人工智能技术，以效率提升和价值创造赋能客户。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

视频云服务的类型



覆盖视频点播、直播和互动直播三大类云服务

点播和直播是视频云中最典型的两种服务类型。云转码是点播云服务的核心技术，通过在云端服务器将视频转换为标准格式，根据终端用户的带宽情况选择不同码率的视频文件，实现兼顾清晰和流畅的观看体验。直播与点播相比更具有实时性和突发性，因而直播云服务对延时和首屏时间等指标更加敏感，对高并发和弱网环境下的稳定性也有着更高的要求。与常见的单向一对多直播不同，互动直播支持用户的双向交流。这种双向交流一方面对延时的容忍度极低，另一方面因为涉及多路视频流，带宽压力和编解码压力成倍增加。当前，视频云厂商多通过结合实时通信技术，解决互动直播中面临的问题。

点播云服务和直播云服务的特点

	点播	直播	互动直播
视频要求	✓ 高画质 ✓ 画面流畅 ✓ 版权保护 ✓ 短视频对视频前处理有较高要求	✓ 低延时 ✓ 画面流畅 ✓ 首屏秒开 ✓ 在保证低延时和流畅的前提下要求高画质 ✓ 高并发	✓ 极低的延时 ✓ 多路流增加带宽和编解码压力 ✓ 回声消除
典型应用	视频网站、短视频	游戏直播、秀场直播	教育直播、视频社交

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

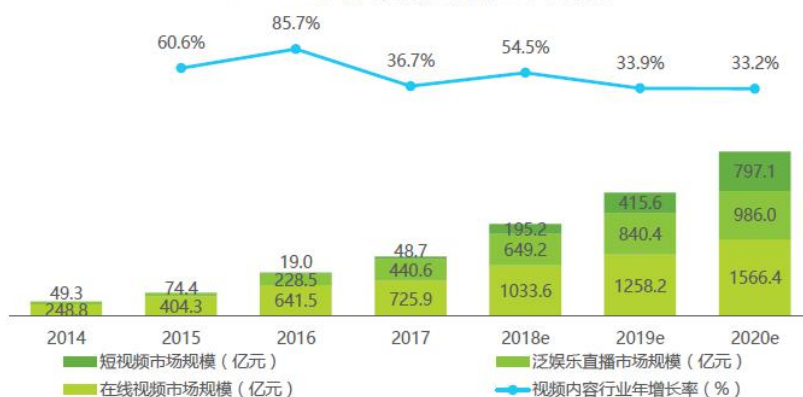
行业发展环境：经济

iResearch
艾瑞咨询

视频内容产业快速增长为视频云服务创造大量需求

移动互联网时代，视频内容产业进入高速发展阶段。2017年中国视频内容行业整体市场规模达到1215.2亿元，同比增长36.7%。泛娱乐直播、短视频等细分领域的爆发不仅催生了大量的视频流量需求，用户对于低延时、零卡顿、首屏秒开等的要求也变得越来越高。在线视频领域激烈的市场竞争迫使企业快速更新迭代，以紧跟行业发展变化的节奏，为视频云服务的发展创造机遇。随着诸多细分领域由蓝海逐渐转变为红海，企业势必会专注于自身核心竞争力的构建，因而更加依赖视频云厂商提供稳定可靠的专业服务。

2014-2020年中国视频内容行业市场规模



注释：视频内容行业市场规模为在线视频市场规模+泛娱乐直播市场规模+短视频市场规模。
来源：综合公开资料、企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

应用场景：短视频

iResearch
艾瑞咨询

Blued引入短视频功能，推进垂直领域的富媒体化社交

七牛云短视频解决方案让Blued在专注于核心业务的同时，能够简单快速地上线短视频功能，并且通过专业化分工的方式为其摊薄资金和时间成本。七牛云提供模块化的解决方案，开放第三方供应商接入，Blued可以根据各发展阶段的需要，从中选择搭配适用的方案。当前Blued的短视频功能比较基础，主要集中在美颜和滤镜两方面，不过考虑到同志群体在艺术创造方面的突出表现，未来Blued会和七牛云合作逐步增加更多有趣的视频编辑功能。

七牛云短视频解决方案的优势



行业未来发展趋势

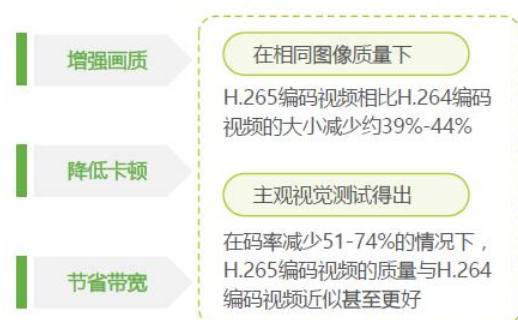


H.265编码标准加速应用，P2P与CDN结合提高分发效率

视频编解码和内容分发网络是视频云服务中的两项关键技术。当前视频编码已经进入后1080P时代，由H.264主导的视频编码标准正在被撼动。早在2013年，新一代的视频编码标准H.265就完成了标准的制定工作，但受限于当时的应用环境而没有得到广泛的普及。相比H.264，H.265的最大优势是在维持画质基本不变的前提下，将视频传输的带宽减少到H.264的一半。目前主流的视频云厂商部分或已经支持H.265标准，或正在计划支持H.265标准，随着未来软件和硬件环境的支持，H.265标准将成为视频云服务的标配。

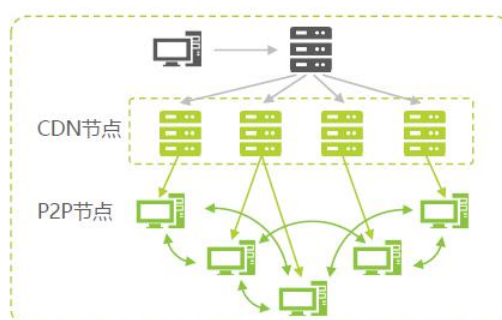
在流媒体分发技术方面，P2P技术因为充分利用边缘设备，从而缓解视频云服务中的高带宽成本的痛点，因而被越来越多视频云厂商运用到内容分发领域。P2P扩展性好，CDN可靠性高，P2P与CDN结合，两者取长补短，尤其适用于流量较大、热度集中且相同资源利用率高的应用场景。

H.265与H.264视频编码标准的对比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

P2P+CDN示意图



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

第 42 次中国互联网报告

8月20日，中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第42次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称为《报告》)。报告显示，截至2018年6月30日，我国网民规模达8.02亿，互联网普及率为57.7%；其中，手机网民规模已达7.88亿，网民通过手机接入互联网的比例高达98.3%。

截至2018年6月，我国网民规模为8.02亿，上半年新增网民2968万人，较2017年末增加3.8%，互联网普及率达57.7%。

截至2018年6月，我国手机网民规模达7.88亿，上半年新增手机网民3509万人，较2017年末增加4.7%，网民中使用手机上网人群的占比达98.3%。

2018年上半年，网络娱乐市场需求强烈，相应政策出台以鼓励引导互联网娱乐业态健康发展。网络音乐原创作品得到扶持，网络文学用户阅读方式多样，网络游戏类型的多样化和游戏内容的精品化趋势明显。



短视频应用迅速崛起，74.1%的网民使用短视频应用，以满足网民碎片化的娱乐需求。截至 2018 年 6 月，我国网络直播用户规模达到 4.25 亿，较 2017 年末微增 294 万，用户使用率为 53.0%，较 2017 年末下降 1.7 个百分点。

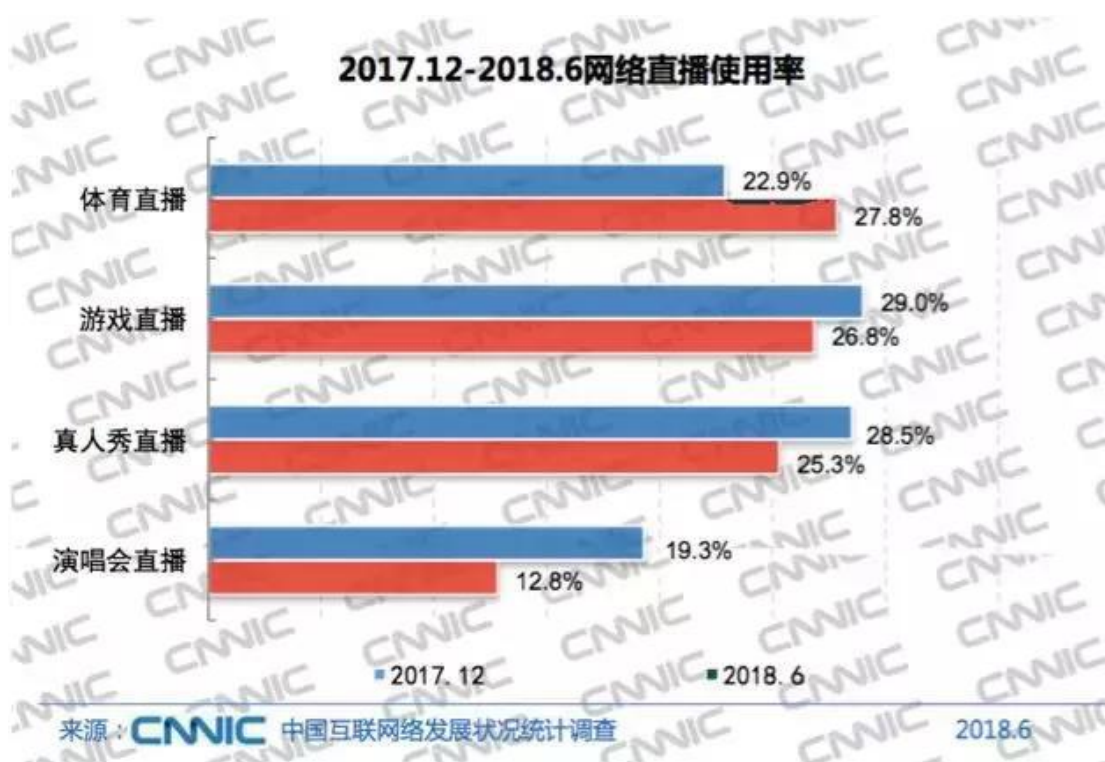


图 40 2017.12-2018.6 网络直播使用率

量子位

电子版完整报告请阅读附带发送文档！

英国通信市场报告（2018 年）

8 月 28 日消息，Ofcom 发布了最新的“通信市场报告”。2017 年英国电信、电视、广播和发布服务收入 547 亿英镑，同比下降 2%。5.2%的家庭支出用于通信服务，即每月 124.62 英镑，其中 70%用于电信服务。

2017 年英国各通信渠道收入情况：

- 电视收入 136 亿英镑，放送收入下降 4%；
- 广播收入 13 亿英镑，是近五年的最高水平；
- 电信收入下降 1%，降至 356 亿英镑；
- 邮政收入下降 6%，降至 41 亿英镑。

2018 年 9/10 的英国人在家上网。大部分上网时间使用的是移动设备(62%)，而移动广告在 2017 年已经占英国网络广告的 45%。

It is possible that since Netflix and Amazon have been investing heavily in drama, audiences have come to expect higher production values. While global players like Netflix and Amazon have access to increasing content budgets, UK services have faced challenges in recent years – such as the freezing of the BBC licence fee between 2010 and 2017 and a declining advertising market affecting commercial broadcasters through 2017. However, the increasing

number of co-production deals being entered into by UK PSBs are strongly mitigating these rising costs and tighter budgets; the PSBs do not have to meet the entire cost of programme making, instead trading off part-ownership of the associated rights.

In this climate, broadcasters and the wider UK production sector have been able to leverage the global nature of TV drama – especially that produced in the UK – to access new revenue streams and

so continue to produce high-quality drama. Across the BBC, Channel 4 and Channel 5, third-party funding for first-run UK-originated content has nearly doubled in real terms since Netflix launched in the UK: from £186m in 2012 to £338m in 2017.²⁷ In addition, figures from Pact show strong growth in international TV revenue in recent years for the UK production sector, reaching £802m in 2017, up from £500m in 2014.

Figure 2.5: Producer TV-related revenues: UK and international (£m)



Source: Pact UK Television Production Census 2018, Oliver & Ohlbaum analysis. Figures are in 2017 terms.

Definitions: 'UK rights income' – UK secondary sales, merchandising, formats, home entertainment etc.; 'Other UK income' – pre-production and other TV-related revenue; 'Other international income' – international rights (excluding finished programme sales), pre-production and other TV-related revenue.

Drama plays a key part in this; it allows producers to take third-party funding in exchange for international rights. The success of UK dramas abroad in recent years – from global BBC hits like Doctor Who to recent Channel 4/Netflix co-production The End of the F***ing World – means that drama is likely to be responsible for much of this additional investment.

Figure 2.6: UK drama, PSB main channels: 2017

Average minutes per week	54
Average audience age	57
Genre cost per hour of new UK drama	£769,000
No of episodes with 5 million+ viewers (2017 vs. 2012)	~2%

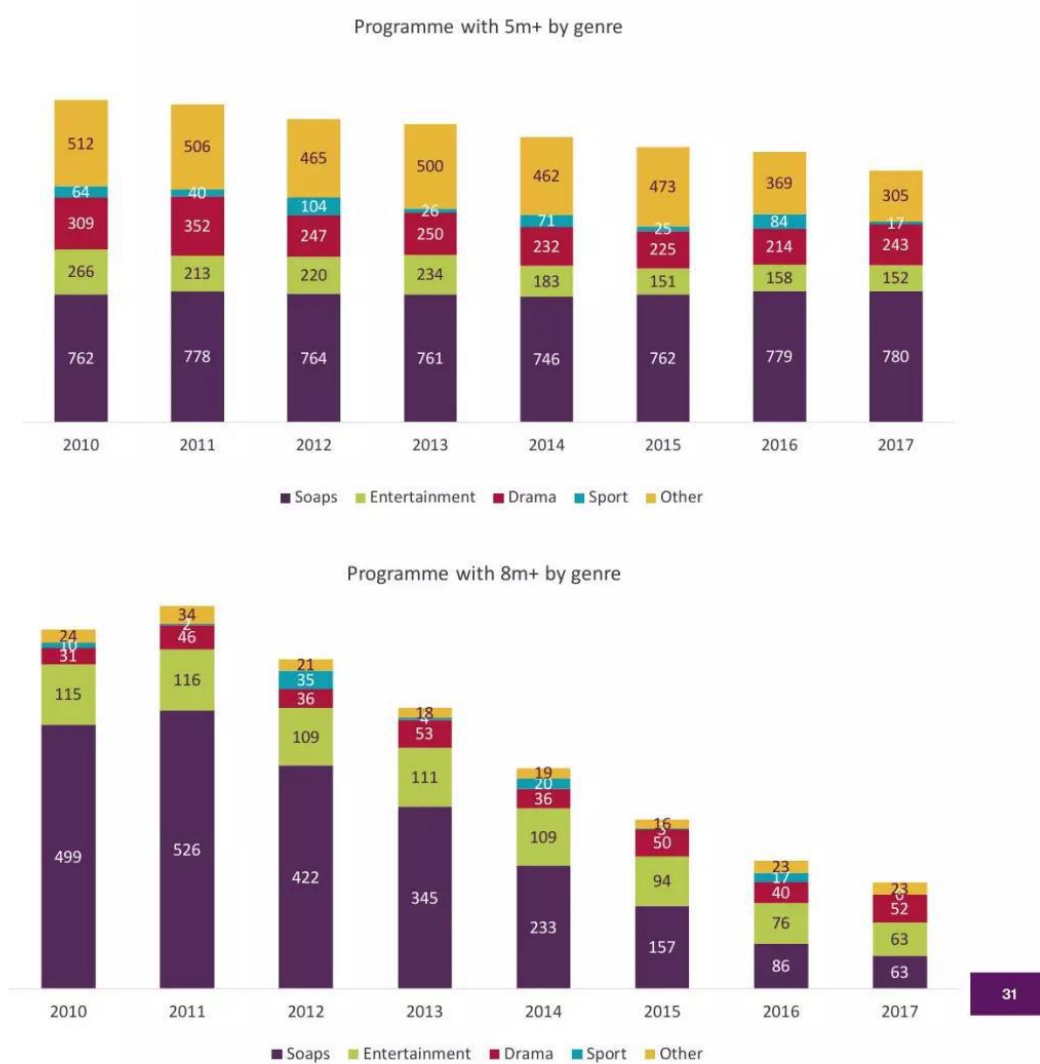
Source: BARB. Average minutes includes non-viewers to genre/content, average age is based on total audience minute by minute, no of episodes from consolidated viewing of individual transmissions. Genre cost from PSB returns.

²⁷ Figures from ITV were unavailable over this period.

2 TV

ofcom.org.uk

Figure 2.2: Average audiences for programmes, by genre



Source: BARB average audiences for programmes in selected genres

电子版完整报告请阅读附带发送文档！