

融合与传播



2019年

五月刊/第005期/总第149期

www.cmmrmedia.com

CONVERGENCE & COMMUNICATION

大数据技术创新驱动的领先传媒咨询公司
北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司主办

4K+5G+AI 媒体融合新纪元



05

2019 年
五月刊 / 总第 149 期
www.cmmrmedia.com



美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态建设者

主 编：崔燕振
责任编辑：麻向丽
编 辑：陈 洲 金桂娟 周捷
美术编辑：李 岚 徐 琛
编辑发行：北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

如果您对本刊有任何要求或有任何信息愿意分享，
欢迎与我们及时联系。
投稿邮箱：editor@cmmrmedia.com
公司网站：http://www.cmmrmedia.com
本刊版权归北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司
所有，如有转载请注明出处。

目录 Contents

01 行业洞察 /View

- 4K+5G+AI 媒体战略推出，我们需要知道这些概念
- “4K+5G+AI”开启媒体融合新纪元

06 月度聚焦 /Focus

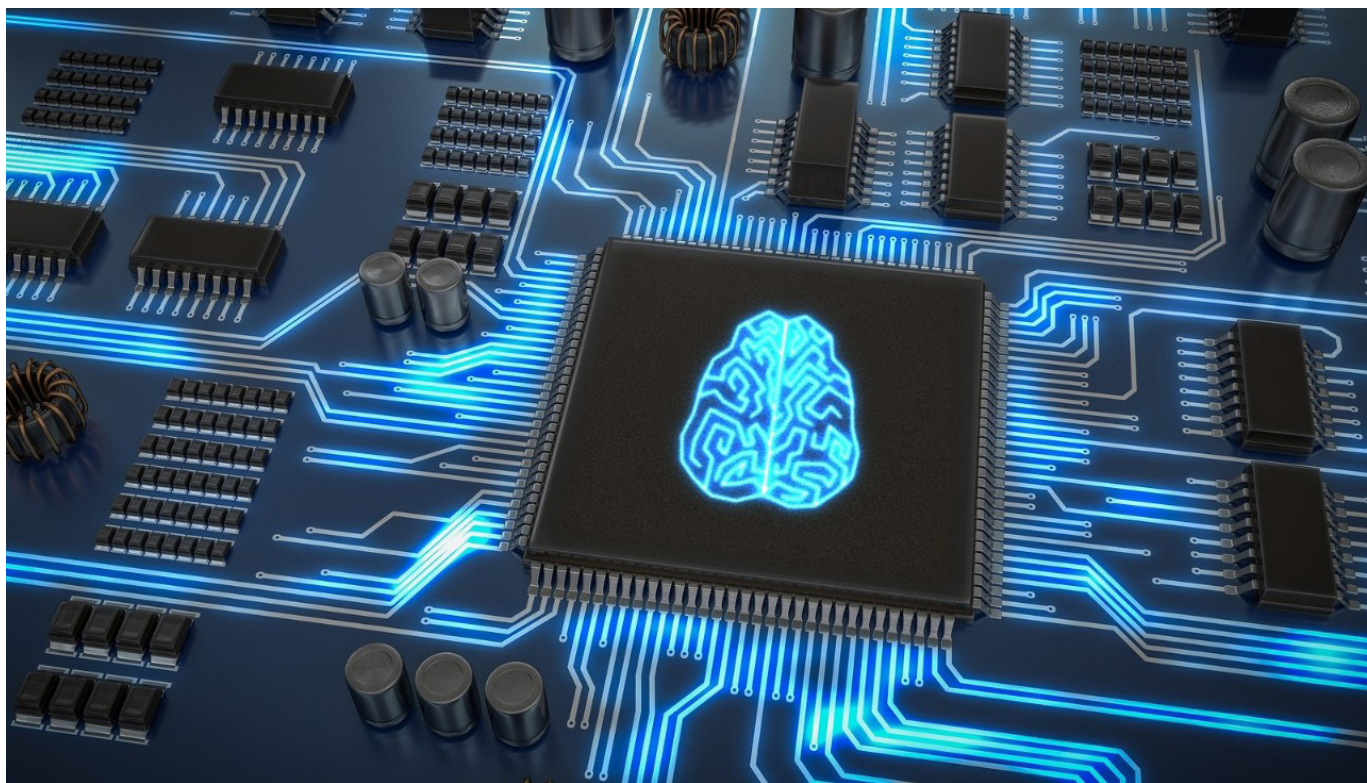
- 《中国纪录片发展研究报告2019》发布，美兰德大数据助力中国纪录片发展市场研究
- 解密|湖南卫视如何“破壁三界”

12 数据之窗 /Data

- 2019年04月省级卫视在全国各级有线电视公网入网状况
- 2019年04月频道、综艺、电视剧、纪录片、艺人五大类型网络影响力排行榜

18 数说新闻 /News

- 广电总局、工信部宣布“4K/8K”9 项重点工作！
- 中央广播电视总台 5G+4K+AI 媒体应用实验室揭牌
- 5 年 60 亿！农业银行 + 广西广电网络达成合作，加快“智慧广电”发展
- 爱奇艺发布原创电影计划、互动内容技术标准两大创新方向



4K+5G+AI 媒体战略推出， 我们需要知道这些概念

○ 新闻与传播

05月05日，中央广播电视总台5G+4K+AI媒体应用实验室揭牌暨纪录片《而立浦东》开机活动在上海举行。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄，上海市委副书记、市长应勇出席，为5G+4K+AI媒体应用实验室揭牌，并宣布4K纪录片《而立浦东》开机拍摄。

慎海雄在致辞中指出，中央广播电视总台组建一年来，按照习近平总书记对总台

工作的一系列重要指示批示精神，围绕打造具有强大引领力、传播力、影响力的国际一流新型主流媒体目标，坚持守正创新，强化技术引领，深化融合发展，将5G+4K+AI战略布局作为总台发展的新引擎。在今年春晚、两会和第二届“一带一路”国际合作高峰论坛及2019中国北京世界园艺博览会报道中实现了5G+4K、5G+VR的全流程、全要素制播，产生了广泛影响。总台还

联合工信部、广电总局共同发布了我国首部超高清产业行动方案。上海的科技创新与软硬件环境及一流的教育科研资源，将有力助推广播电视媒体高质量发展。

05月10日，湖南广电也召开会议，推出4K+5G战略，打造高清视频发展战略和产业集群。

那究竟4K、5G是什么？他们对媒体有什么影响？



4K的概念

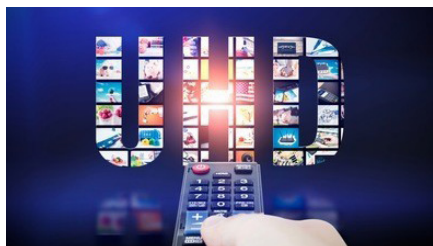


说到4K就不得不提及另外一个概念UHD TV，4K与UHD TV是什么？他

们之间有什么联系和区别？

4K分辨率(4K resolution)简

称4K，是一种显示器或显示内容达到4096×2160像素级别的显示技术，这



一分辨率是1080P全高清总像素的4倍。而4K应用于电视行业时,分辨率为3840×2160像素,也就是我们常见的UHD超高清电视,或称“4K电视”,这两者还是有区别的:

4K用来定义电影,UHD TV用来定义电视。两者在技术指标的定义上有一些差异。具体参数如下:

4K电视技术标准: SMPTE 2048-1-2011;画幅比:17:9;分辨率:4096×2160像素;帧频:每秒24帧,逐行扫描;量化:12;比特:4:4:4。

UHD电视技术标准: ITU-R BT. 2020; SMPTE 2036-1-2009;画幅比:16:9;分辨率:3840×2160像素;帧频:每秒24/25/30/50/60/120帧,逐行扫描;量化:10/12;比特:4:4:4/4:2:2/4:2:0。

4K 给我们带来什么?

一是更高的分辨率能带给我们更震撼的大屏幕体验。大家知道,HDTV高清电视的分辨率是1920×1080,对应着2K数字电影;4K数字电影和UHD TV超高清电视在水平和垂直分辨率上都有翻倍

达到3840×2160这个级别,除此之外,超高清电视技术标准还提出了面向下一代的UHDTV2的要求,画面分辨率将达到7680×4320,也就是8K数字电影。对于观众来说,SDTV的最佳观看距离是屏幕高度的5倍;HDTV的最佳观看距离是屏幕高度的3倍;UHDTV的最佳观看距离是屏幕高度的1.1~1.5倍。也就是说,在同等观看距离,确保收视效果不变的情况下,4K技术可以让观众欣赏到更大尺寸的视频画面。

二是更高的帧率能带给我们更好的动感呈现。现阶段数字电影的帧率都是24P,25P,高清电视的帧率虽然是50场,但是是隔行扫描。4K和UHDTV彻底放弃了广播电视使用多年的隔行扫描,完全采用逐行扫描的方式。

现阶段有五方面的问题亟待解决

一是节目问题。制作4K超高清节目投入大、系统建设复杂,短期内难以收回成本。国内一些电视台和制作机构虽然制作了一些4K超高清节目,但总体制作周期长,节目数量少,尚未形成规模,现阶段无法支撑4K频道24小时无重复内容播出。

二是传输问题。4K超高清电视的传

输数据量是普通高清电视的10倍以上,无论在有线、无线还是卫星中传输,都需要对现有的传输系统进行改造,并配置4K接收终端,一方面对本已非常紧张的广播电视传输带宽是一个巨大的挑战,另一方面也会增加接收成本。

三是产业问题。按照技术发展规划,我国4K超高清视频编码拟采用AVS2.0标准,但目前国内产业界还没有形成规模化的成熟商用产品系列。

四是资金问题。当前4K超高清电视发展与过去高清电视发展初期问题相似,电视台制作播出4K超高清电视节目,需要投入大量的资金和设备对技术系统进行改造,短期无法获得回报收回成本。

五是标准问题。目前,国际上标准化组织虽然针对4K超高清电视制定了70多项标准,但我国不能完全照搬。我国的4K超高清电视发展既要考虑与国际标准接轨,又要基于本国的国情,综合考虑支持民族工业与自主知识产权等方面的问题,为避免陷入国外专利纠纷,还需要加大自主知识产权的技术和标准的研究与推广力度。

5G的内涵

5G 的概念

5G网络是第五代移动通信网络。2015年02月,IMT-2020(5G)推进组发布5G白皮书,其对5G概念做了定义:5G概念可由“标志性能力指标”和“一

组关键技术”来共同定义。其中,标志性能力指标为“Gbps用户体验速率”,一组关键技术包括大规模天线阵列、超密集组网、新型多址、全频谱接入和新型网络架构。

5G技术的先进性使其比4G具有更高的用户体验速率和峰值速率,更大的连接数密度和流量密度,以及更低的端到端时延和更好的移动性。完全不同于第四代移动通信技术,5G并非在4G基

础上的演进，而是完全的革新和换代。5G 采用了新的技术和新的标准，那么信息传播的网络、终端、信息组织形式、内容形态都将适应这些新技术和新标准。

5G 的技术特点

(1) 多天线传输技术。多天线传输技术也是 5G 移动通信技术的主要发展方向之一，多天线传输技术通过有源天线的列阵，对于通信网络频谱的利用率提升有很好的作用，也很好的提高移动通信网络的传输速度，节省移动通信成本。

(2) 同频同时双全工技术。同频同时全双工是无线通信业界颇为关注的一项新兴技术，技术主要功能是减少环境因素对 5G 移动通信技术的影响，更好的提高用户的通用效果。

(3) 新型网络架构技术。新型网络架构技术在 5G 时代的主要变化包括核心网全面云化，从集中式演变为分散式；采用 C-RAN 架构以实现灵活的无线资源管理和功能部署，满足移动边缘计算的需求；理论上基站覆盖半径更短、密度更大，对热点高容量地区还会采用超密集组网。

(4) 超密集网络技术。超密集网络技术可以促使终端在部分区域内捕获更多的频谱，距离各个发射节点距离也更近，提升了业务的功率效率、频谱效率，大幅度提高了系统容量，并天然地保证了

业务，在各种接入技术和各覆盖层次间负荷分担。但超密集部署场景下，由于各个发射节点间距离较小，网络间的干扰将不可避免，主要类型有：同频干扰，共享频谱资源干扰，不同覆盖层次间的干扰，邻区终端干扰等。

(5) 自组织网络 (SON) 技术。5G 移动通信技术在信息传递过程具有一定复杂性，而通过引入 SON 技术较好的解决网络运营方面的问题，可以给移动通信网络提供丰富人力物力资源，保证 5G 移动通信技术的适应智能化的网络需求。

5G 对媒体的影响

5G 对传播的影响，是由技术的变革和创新引发的，5G 将对传播带来五大影响。

首先是“无所不传”。5G 网络传输能力大幅度提升，超高速、大容量、低时延、大流量密度、移动性更强的 5G 网络使传播不再受时间空间的场景限制，“无时无刻”且“无所不传”。

第二，5G 将传播体系“改朝换代”。从芯片到操作系统，从传感器到智能手机，一个庞大的、海量的、全新的 5G 设备“帝国”将形成替代之势。终端的变化还将进一步带来信息组织形式和内容形态的变革，会带来用户使用行为的变化。

第三，5G 将建设新的“超级入口”。

4G 移动互联网时代，智能终端芯片和开放操作系统“创造”了 APP 媒体形态，创造了“超级入口”和超级平台，5G 也会形成符合其终端特性和网络特征的独特的信息组织形式，例如不间断的、实时在线的视频流，会出现新的巨无霸“超级入口”。

第四，5G 将推动“视频化”和“超视频化”。4G 时代移动互联网短视频和直播应用的发展已经导致 UGC 内容获得了前所未有的大规模增长。5G 将会影响所有的移动互联网应用业务都朝着“视频流”化的趋势发展，以及包括虚拟现实等类型的“超视频化”方向发展。

第五，“数据”将成为传播的基础。信息传播的核心资源将从内容、渠道转变为数据。增强型移动宽带和大规模机器通信这两大 5G 最主要的应用场景就是网络传播的核心资源从信息内容本身转变为数据的必然原因。移动互联网在 4G 时代积累了大量的数据资源，有了数据，算法才有用武之地，才有可能实现传播的人工智能。5G 时代，物联网将使这个“数据”的体量呈几何级增长。广覆盖的物联网、多样化的传感器共同为数据的采集、传输提供了更为便捷的实现途径。



5G

The 5G switch made easy.



“4K+5G+AI”开启媒体融合新纪元

○ 中央广播电视总台原中央电视台分党组成员 姜文波

壹 超高清视频（4K）发展进入快车道

2019年02月，工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台联合发布《超高清视频产业发展行动计划（2019—2022年）》，我国超高清视频产业开始进入快车道。

早在2018年02月，中央广播电视总台在全国有线电视网开展“央视专区”4K互动电视试验，实现节目快速上架和下载，并采集节目评价和用户收视行为，实现“千人千面”个性化节目推荐。平昌冬奥会、央视春晚4K节目、俄罗斯世界杯4K赛事节目均上线播出。

2018年10月，我国第一个上星4K

超高清电视频道开播，在全国27个省有线电视网落地，用户达到2000万户。在总台4K频道开通后，大力推动了4K超高清电视新技术应用。2018年中国网球公开赛开展了首次4K体育直播，2019年央视春晚实现了HD/4K智能联动直播，“一带一路”高峰论坛开幕式实现了首次时政4K直播，2019年中华龙舟赛实现了4K实时渲染，2019年两会记者会实现了5G+4K直播。

2018年以来，总台全力推进4K超高清电视技术工程建设，现已完成2个直播演播室、4个4K演播室、一套4K

播出系统，目前总台4K超高清电视生产能力达到了6小时，CCTV频道每天播出8小时。2019年，总台将继续加大4K超高清电视工程建设，投资约20亿元。2019年总台预计实现4K超高清电视产量超过2500小时。



贰 4K 与 5G 融合发展

为推进 4K+5G 发展,2018 年 12 月,总台与三大运营商及华为公司签署协议,在总台联合建设“5G 媒体应用实验室”,共同推动 5G+4K/8K 媒体应用研究。2019 年 01 月,总台与三大运营商及华为公司开展 5G+4K/VR 传输测试,实现了总台春晚长春分会场 5G 网络 VR 实时制作传输。

总台的 5G 媒体应用实验室,打造 4K、VR 集成制作平台,开展 5G+4K 集成制作,打造移动客户端运行和用户体验平台,助力提升 5G 网络家庭收视体验。

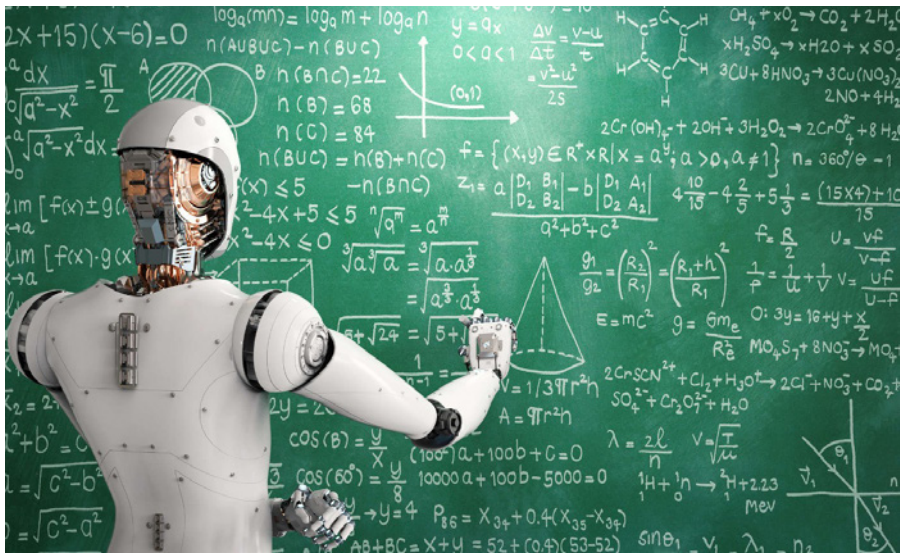


叁

AI 重构电视媒体生产传播

人工智能通过智能语音、智能主播、智能标签、智能编辑、智能写稿、智能搜索素材、智能广告、智能审核、智能推荐、智能转码等重构电视媒体生产传播。

智能语音通过自动识别语音内容,目前主要识别各种语言,并形成文稿;智能主播利用虚拟主持人进行视频播报;智能编辑根据视频和音频进行拆条和剪辑;在体育、财经等特定的业务领域,根据算法在第一时间自动生成稿件实现智能写稿;智能推荐可以利用用户行为大数据和节目评价大数据进行个性化智能推荐。



肆

“4K+5G+AI”开启媒体融合新纪元

超高清电视是电视发展的未来,5G 网络为超高清电视插上发展的翅膀,AI 人工智能将彻底重构电视媒体的生产传播,总台将大力推进 4K、5G 和 AI 在媒体领域的应用。

姜文波指出,一是推进广播电视与新媒体一体化发展,充分发挥总台在视频音

频制作方面的优势,迅速提升总台新媒体制作能力和水平。

二是加快广播电视制播体系升级改造,不断提升 4K/8K 超高清电视制作能力和水平,为高品质家庭影院提供丰富的超高清电视节目内容。

三是坚持移动优先策略,充分发挥

5G 网络技术优势,打造总台新媒体新平台,实现全媒体融合传播。

四是强化互联网思维和强化以用户为中心的工作理念,充分运用 AI 技术提高媒体制作能力,提升媒体的精准传播能力水平,不断提升用户的收视体验。



《中国纪录片发展研究报告2019》发布， 美兰德大数据助力中国纪录片发展市场研究

○ 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

04月23日，“蓝皮书十周年：我们的故事——2019《中国纪录片发展研究报告》发布会暨国际视阈下中国纪录片产业与传播论坛”在北京师范大学京师学堂举行。

发布会上，北京师范大学纪录片研究中心主任张同道发布《中国纪录片发展研究报告2019》，并致敬中国纪录片产业发展十周年光辉历程。来自中央广播电视总台、上海电视台、北京电视台纪实频道、美国探索集团亚太电视网、美国国家地理频道、腾讯视频、阿里文娱大优酷等业界代表受邀参加了此次中国纪录片发展研究十周年的活动，北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司作为数据支持机构受邀参加。

研究报告数据显示，据课题组不完全统计，2018年中国纪录片生产总投入为46.02亿元，同比增长16.4%；生产总值为64.45亿元，同比增长接近7%。

2018年，中国生产纪录电影57部，其中超过70%由民营公司出品。2018年院线上映的16部纪录电影中，半数以上为社会现实题材，累计票房5.26亿。自2009年《牛铃之声》，亚洲黑马频现，《看见台湾》《亲爱的，别过河》到2017年的《二十二》，再到2018年的《厉害了，我的国》，中国连续两年蝉联世界纪录电影票房冠军。

市场数据客观呈现中国纪录片产业发展状况。作为中国纪录片发展研究报告课题组的项目顾问、项目专家，北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司董事总经理崔燕振先生、北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司总经理助理兼视频大数据项目总监金桂娟女士一直以来为课题研究提供行业角度研究思路，洞察行业内最前沿的发展动态与趋势。北京美兰德作为课题研究的支持机构，持续提供网络传播大数据监测支持，共同记录

中国纪录片市场发展状况，助力中国纪录片发展研究以学术的方式采集第一手资料，使其更兼具市场、传播和文化意义。

本次活动不仅发布了最新的年度报告，呈现课题组对纪录片发展前沿动态的最新研究成果，还邀请了国内外嘉宾集中探讨中国纪录片的十年产业之路、国际传播之路、品牌创建与发展之路。在此次活动的“蓝皮书十周年特别环节”中，课题研究组为美兰德媒体咨询崔燕振先生颁发感谢状。





解密|湖南卫视如何“破壁三界”

2019年03月,《求是》杂志发表了重要文章《加快推动媒体融合发展,构建全媒体传播格局》,强调媒体融合发展的重要性,要求全面把握媒体融合发展的趋势和规律,推动媒体融合向纵深发展,一时间“媒体融合”成为全网热词。

我们究竟身处在一个怎样的营销传播环境?

截止2018年12月我国网民规模达8.29亿,其中手机网民占98.6%。据美兰德数据显示,大众对手机、PAD等移动互联网终端的接触率持续增长,已经

成为除电视之外的第二大接触媒介,全天候渗透人们的生活;短视频用户规模超过5.3亿人,2019年快手、抖音两大短视频平台纷纷官宣自家月活用户超过

3亿,西瓜视频和火山视频的用户规模也已过亿。短视频平台成为活力入口,深受广告商的青睐。

「尽管如此,电视依旧是传播力最广、公信力最高、引导力最强的信息终端。」

根据美兰德调查数据显示,2018年我国电视用户规模为13.22亿,是网民规模的1.5倍,是短视频用户规模的2.5

倍。中央级电视媒体和头部省级卫视全国覆盖规模已陆续突破12亿,并保持一定的“扩张”速度。以湖南卫视为例,从

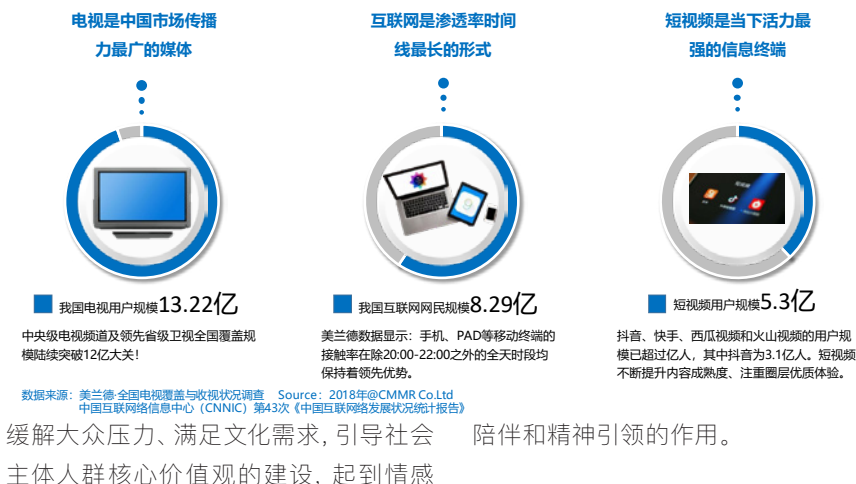
2009年到2018年,湖南卫视全国覆盖人口从8.2亿增长到12.2亿,增长率为41.4%,湖南卫视喜爱观众人数超2.52

亿。从月活规模看, CCTV-1 和湖南卫视月到达人口均超 8 亿, 是视频网站最大月活的 1.7 倍, 是短视频平台的近 3 倍。电视依旧是传播力最广的信息媒介。

电视是公信力最高的媒体, 大众更愿意通过电视平台获取客观信息和新闻资讯。调查显示, 相较于报纸 / 杂志、互联网、短视频平台等媒介, 85.7% 的社会大众对电视更具信赖感; 电视用户对电视广告的信任度超过 50%, 对其他类媒介广告则不足 40%。

电视是引导力最强的媒体。伴随时代变迁, 电视媒体持续创造出符合时代背景、多元化的文化产品, 解答时代困惑、

全媒体环境下的三重用户格局, 媒体融合各展所长, 信息传播各取所需



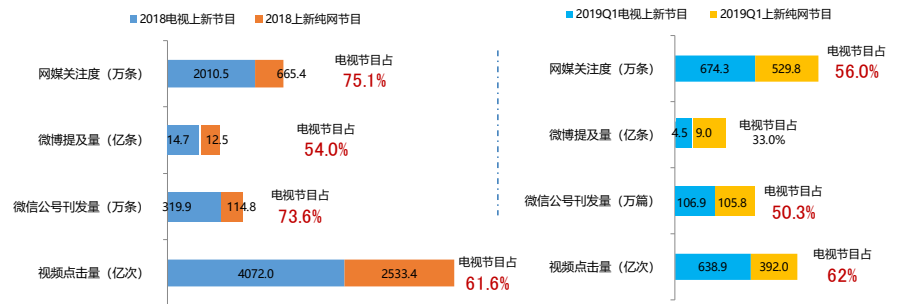
「电视IP具有横跨三界 (电视、互联网和移动互联网) 的生命力和影响力。」

2018 年全国上星频道上新节目 1921 档, 累计微博提及量 14.7 亿条、视频点击量 4072 亿次, 以 40% 的节目数量贡献了全网 70% 的声量和 61.6% 的流量; 2019 年上新电视节目 794 档, 以 59.4% 的电视节目贡献了全网 62% 的流量。

全媒体环境下, 电视媒体、互联网和移动互联网构成信息传播的三界。信息终端及用户格局风云骤变, 电视媒体及内容的价值也不能再用单一收视率数据考量, 而需借助全媒体、全样本、全时段大数据综合评估、科学评判。美兰德兼

大内容时代精彩纷呈, 电视IP具有横跨三界的生命力和影响力

- 2018 年全网有新内容上线的节目有 4729 档, 其中来自电视频道的有 1921 档; 2019 年全网上新节目 1335 档, 电视节目 794 档。
- 2018 年, 电视节目对全网节目声量及流量贡献率都**超过 50%**。尤其在**网媒关注度和微信公号刊发量**上, 电视节目以 40% 的数量贡献了超**70% 的声量**, 而热播网节目贡献率只有 25% 左右。



顾电视大屏、互联网、移动互联网终端等渠道数据, 构建融合传播综合影响力评估体系, 科学解读全媒体环境下电视媒体的价值, 指导媒体融合步伐。

湖南卫视依托电视核心优势 连接互联网传播场景形成融合营销传播矩阵

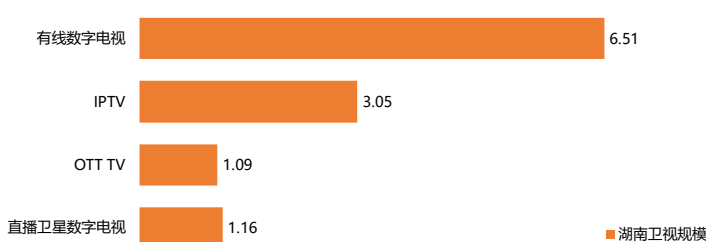
首先在电视传播通路多元化时代, 丰富覆盖渠道, 2018 年湖南卫视 IPTV 覆盖人口为 3.05 亿, 占全国 IPTV 总人口的 99.7%; OTT TV 覆盖人口 1.9 亿, 占全国总人口的 76.2%。

发力“两微一端”, 垂直化铺陈频道和节目自有官方账号。湖南卫视频道、综艺及 KOL 系近 60 个账号组成微博矩阵, 累计粉丝 1.1 亿人, 其中 75% 为“自发围观”; 微信公众号 29 个, 累计粉丝超 100 万, 其中公众号“快乐大本营”“新闻大求真”

湖南卫视电视大屏传播渠道入口多元化, 丰富电视营销环境

- 在电视传播通路多元化时代下, 湖南卫视全方位丰富覆盖渠道, 并取得不俗成效。其中 IPTV 覆盖人口占全国 IPTV 总人口的 99.7%, 基本接近于全覆盖; 有线数字电视覆盖人口占全国总人口的 95.5%, 直播卫星数字电视占 82.3%, OTT TV 占 76.2%。湖南卫视多元化的电视传输渠道入口为丰富湖南卫视营销场景提供了坚实的基础。

2018 年全国居民电视频道常用接收方式人口规模 (亿人)



数据来源: 美兰德·全国电视覆盖与收视状况调查 Source: 2018年@CMMR Co.Ltd

真”和“我是大美人”各超10万,2018年相关文章触达微信用户累计超6亿人次,753篇10万+文章,全年刷屏朋友圈。

在今日头条APP、搜狐新闻APP、腾讯新闻APP等建立38个认证账号,发文2万余篇,收获2783万粉丝,利用移动终端碎片化分发特性力求精准投放。

湖南卫视在青年人群聚集的贴吧具有超高的号召力,拥有92万贴吧活跃粉丝,吧内帖子数4065万条,超过排名第二的卫视贴吧2倍之多。另外,湖南卫视针对不同短视频APP用户特性也开设42个综艺账号,累计粉丝9652万人。

电视媒体作为内容策源地,其内容除在电视大屏端被广泛收视外,在充满

湖南卫视构建跨越三界的营销传播矩阵,传播覆盖广活性高

湖南卫视构建跨越三界的营销传播矩阵

新闻客户端	微博	微信	贴吧	短视频	其他...
21个账号 超2773万粉丝 13156篇文章	60个官方账号	29个官方公众号	4065万帖子数	15个账号 超4162万粉丝 1.7亿点赞	青年活力人群聚集地
16个账号	超1.1亿粉丝	超100万活跃粉丝	超92万活跃粉丝	809条短视频 超605万粉丝	喜马拉雅、小红书、唯品会、聚美优品、知乎.....青年人群聚集地
6462篇文章 1.5亿点赞	71.7%自然发酵用户	触达超6亿微信用户	操碎心的事业粉...	26个账号 超2.1万条视频 近5490万粉丝	
ZAKER新闻、界面新闻.....等均有布局		752篇阅读量10W+文章		75.4万个赞 青少年化 正能量化	

数据来源:美兰德视频网络传播监测与研究数据库

活力的互联网上早已成为热议焦点,展示出新融合营销的爆发力。湖南卫视深耕IP精品、抢占传播先机,始终以年轻

视角纪录社会变迁、关注大众热点,与时代主题共振,拥有超强的话题制造力和热点传播力。

湖南卫视拥有超强的话题制造力和热点传播力

2019年一季度湖南卫视互联网影响力综合指数持续居省级卫视首位,其中网媒关注度38.6万条,微信公号刊发量5.7万篇,节目累计视频点击量80亿次。一季度在播的《声入人心》《我家那闺女》《声临其境2》等成为全网热议、全民观看的爆款现象级内容,超410个关键词登上微博热搜榜,贡献头部综艺热搜总量的59.3%;在全国上星频道在播综艺网络影响力综合指数排行榜前十中湖南卫视占六档,其中《我家那闺女》网媒关注度15.8万条居该维度首位。

湖南卫视在电视剧方面一直强出新剧敢为人先,具备引爆类型剧的能力。首播剧《知否?知否?应是绿肥红瘦》成为2019开年爆款热剧,其网络影响力综合指数排名第一,其中微博提及量1905.7万条,是季军《都挺好》的8倍。连同《知否?》《招摇》在内的五部剧贡献了前三十首播剧69.3%的微博话题。

湖南卫视拥有超强的内容制作能力,不同时期推出符合时代背景的节目,并持续引领同类型节目发展。2018年至2019年3月,湖南卫视推出全新节目32档,在全国上星频道电视节目推新中

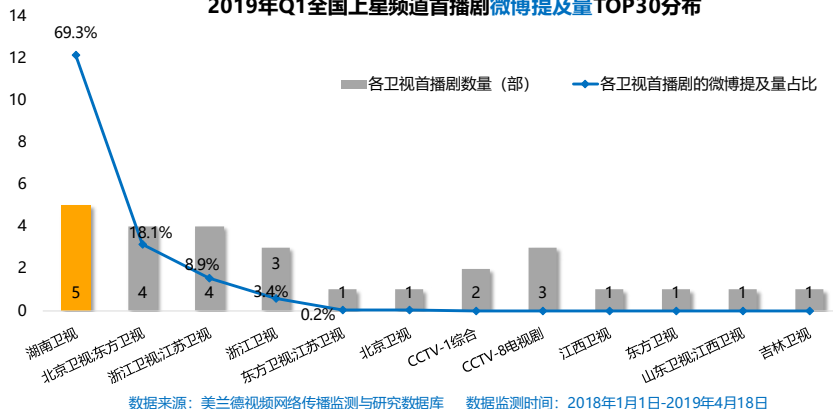
2019年一季度全国上星频道在播综艺节目网络影响力排行榜TOP10

排名	节目名称	网络影响力综合指数	所属频道
1	快乐大本营	73.80	湖南卫视
2	王牌对王牌	72.73	浙江卫视
3	我家那闺女	68.07	湖南卫视
4	歌手2019	66.36	湖南卫视
5	天天向上	64.82	湖南卫视
6	声临其境	63.18	湖南卫视
7	声入人心	61.57	湖南卫视
8	国家宝藏	61.55	CCTV-3综艺
9	最强大脑	58.56	江苏卫视
10	欢乐喜剧人	56.37	东方卫视

数据来源:美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间:2019年1月1日-2019年3月31日

2019年Q1全国上星频道首播剧微博提及量TOP30分布



数据来源:美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间:2018年1月1日-2019年4月18日

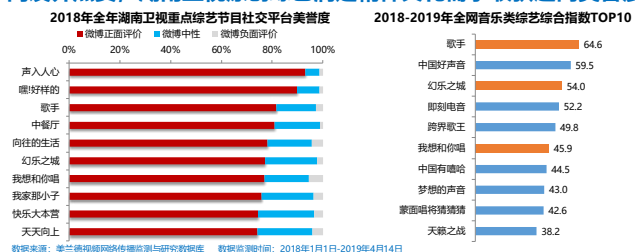
占17.5%,累计点击量超335亿次,保持领先的原创水平和较快的推新速度。

湖南卫视敏锐洞察青少年心理成长热点问题,《变形计》《少年说》《放学后》等引爆千家万户的共同话题。用青春视角与国家时代主题共振,《真正男子汉》《我的青春在丝路》《时光的旋律》深入年轻人群中;2017年以来《快乐大本营》坚持“温暖有你快乐出发”精准扶贫活动,以自身影响力最大范围号召大众参与公益。

近三年,湖南卫视陆续推出了《向往的生活》《亲爱的客栈》《中餐厅》三档慢综艺和《我家那闺女》《我家那小子》两档情感观察类综艺,节目播出期间诞生了近60个传播广泛、共鸣强烈的社会议题,累计阅读量120亿次。

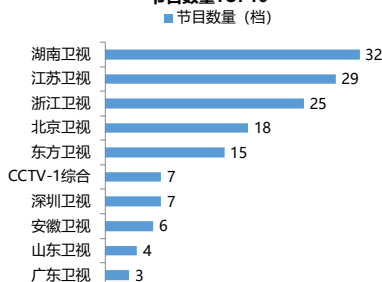
2018年,湖南卫视三档“声”综艺备受关注,让高雅艺术落地涤荡观众心灵,社交平台正面及中性评价占比超过90%;人民日报点赞《声临其境》“升级我们的文化供给”;《歌手》累计点击量52亿次、微博提及量1.8亿条,2019年一季度以200次热搜霸屏微博平台,成为音乐综艺“常青树”。

网友齐点赞,湖南卫视原创综艺满足精神文化需求收获超高美誉度

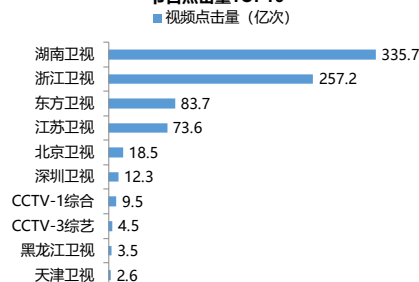


湖南卫视节目原创能力强,在电视媒体中保持领先的推新速度

2018年-2019年3月上星频道有新内容更新的节目数量TOP10



2018年-2019年3月上星频道有新内容更新的节目点击量TOP10

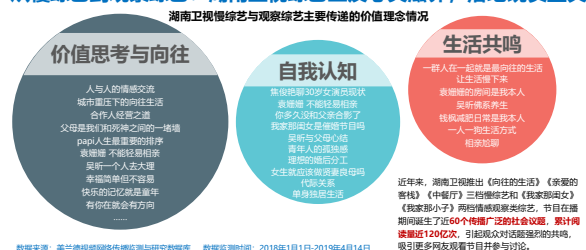


数据来源:美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source:2018.1.1-2019.04.14@CMMR Co.Ltd

敏锐洞察青少年心理成长热点问题,引爆千家万户的共同话题



从慢综艺到观察综艺:湖南卫视综艺上及心灵滋养,落地现实主义



湖南卫视是最大的青春集散地 是年轻一族心智集合之地

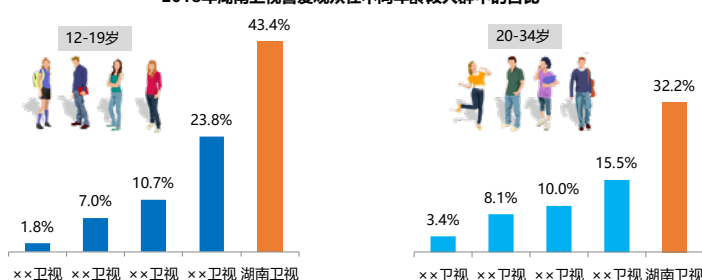
湖南卫视伴随每一代青年成长,其年轻品牌形象深入人心,在头部卫视抢夺年轻族群之时,湖南卫视依旧吸引了超五成的青春力量。2018年喜欢收看湖南卫视的12-19岁电视观众占43.3%,20-34岁占32.2%,是排名第二卫视的近两倍;网络热议用户群体持续以90后为主,2018年90后用户占比69.7%。

湖南卫视主持人在青年群体中号召力非凡,何炅、谢娜、吴昕位居2018年

湖南卫视粉丝辐射中国青年群体的半壁江山,牢牢锁定1/3以上中国青年电视观众

2018年12-19岁电视观众中喜欢收看湖南卫视的观众仍超过43.3%,20-34岁电视观众中喜欢收看湖南卫视的观众占32.2%,均是排名第二卫视的近两倍。

2018年湖南卫视喜爱观众在不同年龄人群中的占比



全国主持人综合影响力 TOP10, 在社会议题和成长困惑中何炅、汪涵的观点备受推崇, 成为部分年轻人的精神领袖。

湖南卫视受众辐射面广且消费力高, 家庭客厅收视主力为 20-49 岁的高知人群, 社交平台粉丝活跃在经济较为发达、广告投放价值较高的东部沿海发达省份, 且六成拥有大学学历, 广告价值凸显。精英男性正在成为湖南卫视收视新势力, 2018 年湖南卫视 IPTV 网络电视用户及 OTT 智能电视直播用户中男性占

湖南卫视主持人以人格魅力吸引观众, 在青年群体中号召力尤为显著



「坚持以青春视角表达主旋律、关注大众青年社会痛点、输出高品质内容打破小众圈层……

湖南卫视以独有方式聚拢核心人群, 传递价值观, 成为最受年轻群体关注的媒体之一。」

比均超 51%, 2015 至 2018 年男性网络用户比例从 20.3% 增长到 30.3%。

让内容在三屏之间联动, 让品牌在

IP 集群中连环带动。其实电视的传播营销价值早已不只局限在电视本身, 借助内容创造的优势吸纳互联网及移动互

网的传播样式与样态, 可以成为融合传播时代实现更好营销效果的载体。

超级流量为品牌强势赋能 节目播出带动广告品牌影响力翻倍

快乐大本营快速助力 vivo 新品上市, 其网媒曝光提升 929.3%、微博讨论热度增加 400.2%; 道道全与《恋梦空间》品牌绑定, 网媒曝光增加 1845.5%、微博讨论热度增加 146.8%, 增加年轻观众品牌记忆点。《我家那闺女》超强纪实感打造场景营销, 引领青年群体消费风向, 成功实现了从节目高流量向唯品会高流量入口的转化。湖南卫视《快乐大本营》《我家那小子》《中餐厅》《亲爱的客栈》等 5 档节目加持助力拼多多, 持久维系湖南卫视观众对拼多多的亲密度。同时剧场冠名也具有一定效果。2018 年荣耀手机冠名湖南卫视金鹰独播剧场, 网媒曝

超级流量为品牌强势赋能, 节目播出带动广告品牌影响力翻倍

老牌常规综艺以及综N代依旧展现超强影响力

新综艺IP热度不凡带动品牌不断曝光



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库 数据监测时间：2018年1月1日-2019年4月15日

光增加 726.9%。湖南卫视青春进行时剧场冠名品牌京都念慈庵的微博提及量由 2017 年的 450 条增长为 61145 条, 增长率 13487.78%。

湖南卫视既是电视又不仅仅是电视, 媒介碎片化, 更需要整合化的传播。抓住

电视, 就是抓住内容这个核心, 湖南卫视打破渠道的限制, 以内容为核心, 提供整合化的解决方案; 打破圈层的壁垒在营销下沉的时代传播 99% 人群的共同价值观。破圈层, 引领青年文化、塑造国民精神; 破渠道, 牢牢把握优质内容。

「全媒体时代与媒体融合发展下的电视媒体, 依托大屏基石, 凭仗内容IP优势, 融电视、互联网、短视频三界之力, 破壁而生, 成为未来最具潜力的传播营销平台。」

北京美兰德作为拥有 23 年广电传媒行业市场与受众调研经验的机构, 是中国传媒大数据实践的奠基者与领航者。蓝鹰视频大数据平台依托美兰德数量庞

大的“网络视频内容传播监测数据库”, 为量化视频传播效果、营销价值与受众价值挖掘提供准确、及时的评估体系, 助力从业者运筹帷幄决策判断。为电视

媒体、影视制作公司、广告企业的融合发展及内容营销传播、影视价值评估及投融资决策提供一站式大数据服务及专业策略咨询。

(本文来自北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司市场部)

2019年04月省级卫视 在全国各级有线电视公共网入网状况

2019年04月省级卫视全国各级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	全国入网状况	
	入网数 (个)	入网率 (%)
湖南卫视 / 江苏卫视 山东卫视 / 浙江卫视	2341	100.00
北京卫视 / 东方卫视 / 深圳卫视	2340	99.96
安徽卫视 / 天津卫视	2338	99.87
广东卫视	2327	99.40
四川卫视	2325	99.32

2019年04月省级卫视全国省、市级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	省、市级网络入网状况	
	入网数 (个)	入网率 (%)
北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 江苏卫视 / 山东卫视 / 深圳卫视 天津卫视 / 浙江卫视	352	100.00
安徽卫视 / 西藏卫视	351	99.72
黑龙江卫视 / 四川卫视	350	99.43
广东卫视	349	98.15
湖北卫视	348	98.86

2019年04月省级卫视全国区县级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	区县级网络入网状况	
	入网数 (个)	入网率 (%)
湖南卫视 / 江苏卫视 山东卫视 / 浙江卫视	1989	100.00
北京卫视 / 东方卫视 / 深圳卫视	1988	99.95
安徽卫视	1987	99.90
天津卫视	1986	99.85
广东卫视	1978	99.45

2019年04月省级卫视 在全国各级有线电视公共网入网状况

2019年04月省级卫视 71 大中城市各级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	入网数 (个)	入网率 (%)
北京卫视 / 东方卫视 / 广东卫视 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 深圳卫视 / 天津卫视 / 浙江卫视	519	100.00
西藏卫视	518	99.81
安徽卫视	517	99.61
黑龙江卫视 / 湖北卫视 / 新疆卫视	516	99.42
辽宁卫视	515	99.23

2019年04月省级卫视 36 重点城市各级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	入网数 (个)	入网率 (%)
安徽卫视 / 北京卫视 / 东方卫视 广东卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 山东卫视 / 深圳卫视 / 天津卫视 西藏卫视 / 浙江卫视	248	100.00
湖北卫视 / 新疆卫视	247	99.60
黑龙江卫视 / 辽宁卫视	246	99.19
重庆卫视	245	98.79
江西卫视	242	97.58

全国各级有线电视公共网入网状况数据说明:

有线电视公共网入网状况数据来自于北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司 (CMMR)

2019年04月进行的“电视频道全国各级有线电视公共网入网状况月度监测”，监测每月进行一次，调研对象为全国各级有线电视公共网终端电视用户，采用固定样本组的方法，通过样本户回寄的收视费缴纳收据复印件等方式判定其是否为该有线网络用户。本刊刊登的频道入网数据的统计汇总以用户数更多的主网网络状况为准，如某网络公司数字用户多于模拟用户时，在调查中以该网络数字信号作为主网进行调查，统计汇总时则以是否入该有线网络数字网为准来进行统计。本次调查的网络对象主要针对省、市、县级有线电视公共网，农网和乡镇网等未纳入调查范围。

全国各级有线电视公共网入网状况监测范围:

西藏地区目前仅调查省网，拉萨市网已被省网整合；纳入调查的省级行政单位有4个直辖市、22个省和5个自治区（不含台湾省、香港特别行政区、澳门特别行政区）；纳入调查的地级行政单位包括27个省会城市、5个计划单列市和296个一般地级市；银川市、海口市地级网络分公司已取消，统一由省级网络公司负责。

根据目前的行政区划，纳入调查的全国省市区县各级行政单位共计3136个，总网络数为2341个，71大中城市总网络数为519个，36重点城市总网络数为248个。

了解更多详情请登陆 www.cmmrmedia.com。

04月频道、综艺、电视剧、纪录片、艺人 五大类型网络影响力排行榜

【频道】

体育赛事热潮来袭CCTV-5体育频道热度将持续攀升 头部省级卫视第二波综艺全面开启，天津卫视排名回升

04月，第二届“一带一路”国际合作高峰论坛在北京国家会议中心开幕，CCTV-1综合频道、CCTV-13新闻频道发挥了主流媒体强大的新闻舆论传播力、引导力、影响力与公信力，CCTV-1综合频道在视频内容网络传播方面收获了7441.4万次月视频点击量，CCTV-13新闻频道04月网络传播综合影响力提升至第三位。此外，随着NBA半决赛等体育赛事热潮的来临，CCTV-5体育频道热度再度上升，该频道本月收获了3.8万条网媒关注度，位列频道网络传播综合指数榜第二位。

省级卫视方面，海南卫视战略升级发布会宣布旅游卫视将于2019年05月01日零点起正式更名为海南卫视，启用新呼号、新台标、新节目编排，延续“体育+旅游”的定位。

04月下旬，头部省级卫视开启了第二季度综艺，湖南卫视观察类、体验类综艺韧性十足，从“我家那”系列、《恋梦空间》到《我们的师父》《巅峰之夜》，均强势吸睛，湖南卫视04月收获24亿次月视频点击量和9.6万条月网媒关注度。浙江卫视《奔跑吧》第三季与城市文化类综艺《青春环游记》成为其第二季度热点综艺。东方卫视节目布局持续关注社会，04月全国首档关注认知障碍公益节目《忘不了餐厅》上线，聚焦社会公益收获广泛好评。北京卫视在跨界和音乐领域再度出击，明星跨界家装改造真人秀节目《向往的星居》延续北京卫视平台特点，星素结合碰撞家装灵感；《中歌会》成为其在《跨界歌王》后打造的又一音乐牌照节目。此外，天津卫视04月收获了2.1亿次月视频点击量，位列视频点击量榜单第五位，电视剧《燕阳春》的开播也为天津卫视带来微博提及量的提升，天津卫视频道综合指数位列榜单第十一位，较上月提升5名。



排名	频道名称	台标	综合数值
1	CCTV-1综合		57.2
2	CCTV-5体育		55.3
3	CCTV-13新闻		50.8
4	CCTV-2财经		50.0
5	CCTV-4中文国际		49.3
6	CCTV-3综艺		48.1
7	CCTV-7军事农业		46.7
8	CCTV-10科教		46.3
9	CCTV-12社会与法		41.2
10	CCTV-9纪录		39.4

4月省级卫视网络传播综合指数TOP20

排名	频道名称	台标	综合数值
1	湖南卫视		87.0
2	浙江卫视		75.3
3	东方卫视		68.6
4	北京卫视		68.5
5	江苏卫视		66.6
6	深圳卫视		54.7
7	安徽卫视		53.3
8	河南卫视		50.9
9	广东卫视		50.7
10	山东卫视		49.4
11	天津卫视		49.0
12	东南卫视		48.5
13	湖北卫视		48.5
14	辽宁卫视		48.3
15	云南卫视		46.8
16	贵州卫视		46.6
17	江西卫视		46.6
18	重庆卫视		46.5
19	四川卫视		44.5
20	吉林卫视		43.2

数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source: 2019.4.1-4.30 © CMMR Co.Ltd

(数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source: 2019.04.01-04.30 © CMMR Co.Ltd)

【综艺】

综N代巨大流量吸引力依旧显著，卫视全新综艺蓄力待发

夫妻、情感类网综集中爆发，偶像选秀类节目活力十足

从热播电视综艺榜单来看，04月央视依旧是2档综艺上榜。湖南卫视综N代与新上综艺均表现不俗，热播电视综艺网络传播综合指数TOP10中湖南卫视占据7席，《向往的生活》第三季走进湘西，刚开播就收获2.2亿次月视频点击量。此外，湖南卫视全面开垦代际关系这片沃土，第二季度从“父母与子女关系”转换为“师徒关系”，在代际情感沟通基础上增加对“两代人生活理念、职业生涯”的观察与思考，《我们的师父》凭借2.5亿次月视频点击量和839.8万条月微博提及量位列热播电视综艺榜单第八位。此外，综N代《奔跑吧》第三季凭借2.5亿次月视频点击量和2.5万条月网媒关注度位列榜单第四位；《最强大脑》收获了1.9亿次月视频点击量和2.2万条月网媒关注度，位列第五位；除浙江卫视《大冰小将》外，各卫视平台常青节目《妈妈咪呀》《一站到底》《幸福来敲门》《少年说》《非你莫属》《见字如面》亦占据榜单第十四至二十中其他6席。各卫视第二季度综艺节目多在04月下旬开播，纷纷蓄力开始05月的精彩之战。

网综方面，从榜单来看，新老情感类综艺共占据04月热播网络综艺网络传播综合指数TOP20中6席，其中《妻子的浪漫旅行》凭借6.8亿次周视频点击量和4.1万条月网媒关注度位列热播网络综艺榜单第三位，《女儿们的恋爱》《女儿们的男朋友》分别收获3.3亿次、1.8亿次月视频点击量，《喜欢你，我也是》获得148.5万条月微博提及量，综合指数位列榜单第十六位。偶像养成类综艺与偶像团综热力集结，腾讯《创造营2019》凭借11.2亿次月视频点击量和1.3亿条月微博提及量位列热播网络综艺榜单第一位；爱奇艺《青春有你》《青春的花路》分别收获1亿条、544.1万条月微博提及量，位列榜单第九位和第十四位。此外，华语乐坛首档明星唱作人原创作品竞演节目《我是唱作人》打造又一明星音乐类综艺，凭借5449万条月微博提及量和1.7万条月网媒关注度位列热播网络综艺榜单第十位。



(数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source: 2019.04.01-04.30 © CMMR Co., Ltd.)

【电视剧】

古装剧、都市剧年轻化呈现励志成长故事
校园+职场设定的高甜网剧备受网友青睐

04月电视剧市场风格明显,从榜单上10部TV剧题材来看,古装剧2部、都市情感剧6部、年代剧2部。其中两档年代大剧《面具背后》《密查》均在央视CCTV-8电视剧频道热播,分别收获1.6亿次、1.2亿次月视频点击量,位列榜单第九位和第十位。五大头部卫视的6部都市情感剧占据热播TV剧榜单第二位到第七位。其中北京卫视、东方卫视联播剧《青春斗》凭借21.9亿次月视频点击量和4.5万条月网媒关注度占据榜单第二位。分属湖南卫视和浙江卫视的两档古装剧《封神演义》《重耳传奇》分别位列榜单第一位和第八位,前者年轻化改编古代神话故事,后者启用新一代年青演员演绎晋文公复国传奇,励志成长史传递满满正能量。

都市情感剧和青春校园剧也是网剧市场两大热门题材,都市青春励志剧《夜空中最亮的星》稳居热播网络剧榜单第一位,收获26亿次月视频点击量和50.4万条月微博提及量。04月新上网络剧中,都市情感剧《致我们暖暖的小时光》《爱上你治愈我》《我的波塞冬》分别采用“校园+职场”、心理健康题材和奇幻题材设定,俘获众多青年受众,分别位列热播网络剧榜单第二、第五和第六。青春偶像剧《你好,对方辩友》《我只喜欢你》《出线了,初恋》则更加偏向校园题材,其中《我只喜欢你》清新暖萌的爱情故事备受粉丝喜爱,虽在04月29日~04月30日上线两天便收获1亿次视频点击量。此外,民国悬疑剧《绅探》凭借其独具民国上海风情的视觉风格、趣味十足的人物设定以及精彩紧张的推理情节获赞无数,并凭借3.1亿次月视频点击量和39.3万条月微博提及量位列榜单第九位。

4月热播TV剧网络传播综合指数TOP10

排名	节目名称	平台	综合指数
1	封神演义	湖南卫视	69.0
2	青春斗	北京卫视/东方卫视	67.8
3	如果可以这样爱	湖南卫视	62.3
4	趁我们还年轻	东方卫视	55.1
5	一场遇见爱情的旅行	江苏卫视/浙江卫视	54.3
6	推手	江苏卫视/浙江卫视	51.8
7	只为遇见你	湖南卫视	49.8
8	重耳传奇	浙江卫视	47.2
9	面具背后	CCTV-8电视剧	36.1
10	密查	CCTV-8电视剧	35.5

4月热播网络剧网络传播综合指数TOP20

排名	节目名称	平台	综合指数
1	夜空中最亮的星	腾讯/爱奇艺/芒果TV	60.9
2	致我们暖暖的小时光	腾讯	57.7
3	倚天屠龙记	腾讯	52.2
4	暗黑者3	腾讯	46.5
5	爱上你治愈我	优酷/爱奇艺/腾讯	44.5
6	我的波塞冬	芒果TV	43.0
7	新白娘子传奇	爱奇艺	42.0
8	大宋北斗司	腾讯/爱奇艺	40.4
9	绅探	腾讯	39.7
10	你好,对方辩友	芒果TV	38.2
11	玛丽学园	腾讯	34.3
12	拜见宫主大人2	搜狐	31.7
13	爱上北斗星男友	爱奇艺	24.7
14	哈哈健身房	搜狐	23.9
15	嗨!男友卡	芒果TV	23.5
16	我只喜欢你	腾讯/优酷	23.0
17	等等啊我的青春	优酷	20.2
18	晨阳	爱奇艺	19.8
19	出线了,初恋	芒果TV	12.8
20	人鱼恋爱法则	爱奇艺	10.4



数据来源于: 美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source: 2019.4.1-4.30©CMMR Co.Ltd

(数据来源: 美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source: 2019.04.01-04.30 © CMMR Co.Ltd)

【纪录片】

央视《共筑未来》“一带一路”主题片阐述全球治理中的中国智慧
腾讯《早餐中国》美食短纪录片“比拼家乡特色早餐”

04月，央视3档新上纪录片跻身热播全网纪录片网络传播综合指数TOP10。其中“一带一路”主题纪录片《共筑未来》以国际化语态和呈现方式，深入诠释“一带一路”这一中国方案和中国智慧对推动全球实现合作共赢和共同发展具有的重大含义，备受主流媒体关注，综合指数位列榜单第三。

《传承》第三季将视角更多聚焦于中国非物质文化遗产传承中的年轻人，通过讲述民间文化的青年故事，去“寻找传承中的青春力量”，综合指数位列榜单第九。腾讯《早餐中国》以每集5分钟的短视频形式和节奏轻快、轻松有趣画风迅速火爆网络，并引发众多网友自发开启“家乡特色早餐比拼”，该片凭借3000.6万次月视频点击量和3.7万条微博提及量位列占据热播纪录片榜单第一。此外，腾讯获得独播权的《水深火热的星球》展现绝美的自然环境和残酷的生存法则，讲述地球上的生命每日为了生存而挣扎的故事，04月该片收获4581.6万次视频点击量，位列纪录片榜单第七。



【艺人】

《我是唱作人》王源打破已有标签

刘诗诗、黄子韬、陈晓热播剧来袭人气指数不断攀升

04月，朱一龙、蔡徐坤、杨幂占据艺人网络传播综合指数TOP3。随着《我是唱作人》的热播，国民看着长大的“TFBOYS三小只”中的王源终于打破原有标签的束缚，成为原创唱作人，为观众带来众多惊喜，其人气指数跃居至艺人榜单第四。同时《如果可以遇见你》《夜空中最闪亮的星》《一场遇见爱情的旅行》三部都市剧的热播，使得刘诗诗、黄子韬、陈晓三位艺人的话题热度不断攀升，均跻身艺人网络传播综合指数TOP20。“国民闺女”关晓彤《拜托了冰箱》中解锁“吃货属性”。《哈哈农夫》“大哥”贾乃亮与王鸥联袂主演都市情感剧《推手》，化身纨绔富二代，人气指数不断提升。



(数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source: 2019.04.01-04.30 © CMMR Co.Ltd)

广电总局、工信部宣布“4K/8K”9项重点工作!

05月09日,由工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、广东省人民政府共同主办的2019世界超高清视频(4K/8K)产业发展大会召开。会上,中宣部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席、工业和信息化部部长苗圩对于4K/8K产业发展提出了9项重点工作。

[来源:中广研究院]

全国一网整合即将到来
三十余家省网共议全国一网的新业务

04月30日左右,2019年广电国干网运行维护暨业务合作研讨会在海口隆重召开,全国30多个广电网络公司及合作单位的130多名代表出席会议。本次会议就2018年国干网运行维护

工作进行了总结,此外还部署了2019年国干网运行维护重点工作,特别是对确保完成建国七十周年等重大安全传输保障任务进行动员和部署;在全国一网的大趋势下,交流探讨基于全国一网的业务合作问题。

[来源:众视DVBCN]

腾讯云与无锡广电战略合作
共建首家AI大数据城市级融媒体平台

04月25日,腾讯云与无锡广播电视集团(台)签订战略合作框架协议,携手打造全国第一家融合云计算、人工智能以及大数据能力的城市级融媒体服务平台。无锡广播电视集团(台)党委

书记、总裁、台长郭王、腾讯副总裁、腾讯云总裁邱跃鹏、腾讯云副总裁道峰以及腾讯云智慧业务总经理蔡毅等人出席了本次签约仪式。

[来源:中国科学网]

中央广播电视总台
5G+4K+AI媒体应用实验室
揭牌

05月05日,中央广播电视总台5G+4K+AI媒体应用实验室揭牌暨纪录片《而立浦东》开机活动在上海举行。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄,上海市委副书记、市长应勇出席,为5G+4K+AI媒体应用实验室揭牌,并宣布4K纪录片《而立浦东》开机拍摄。

[来源:中国日报网]

北京广电局重点扶持六类网络视听作品



05月13日,北京市广播电视局发布关于印发《北京市提升广播电视网络视听业国际传播力奖励扶持专项资金管理办法(试行)》的通知。该专项资金支持对象为在北京注册的广播电视节目制作经营机构、网络视听节目服务机构所从事的优秀广播电视和网络视听“走出去”项目。该办法自2019年05月18日起施行。

[来源:北京市广播电视总局]

5年60亿！农业银行+广西广电网络达成合作 加快“智慧广电”发展



04月17日，农业银行广西分行与广西广播电视信息网络股份有限公司签署《全面战略合作协议》。此次农业银行广西分行与广西广播电视信息网络股份有限公司达成全面战略合作协议，旨在更好服务“壮美广西”建设，加快“智慧广电”事业发展。根据《全面战略合作协议》，农业银行广西分行进一步增加对广西广播电视信息网络股份有限公司的授信，未来五年间提供总额至少60亿元人民币的意向性融资额度。

[来源：南国早报]

重庆将打造3000亿元级超高清视频产业



05月07日左右，重庆出台《重庆市超高清视频产业发展行动计划（2019—2022年）》，提出将按照“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线，大力推进超高清面板产业转型升级，加快超高清视频产业在数字医疗、消费电子、安防等领域的应用，到2020年全市超高清视频总体产业规模将达到1000亿元，到2022年将达到3000亿元。

[来源：新华网客户端]

爱奇艺发布原创电影计划和 互动内容技术标准两大创新方向

05月09日，2019爱奇艺世界·大会在北京开幕，本届大会为期两天12场高峰论坛，探讨话题和战略发布涵盖爱奇艺战略分享开幕式、iJOY悦享会、艺人经纪、体育、儿童、电影、网剧、科技、文学、动漫、游戏等多领域。开幕式上，爱奇艺首次系统展示了包括爱奇艺主站、奇巴布、爱奇艺泡泡、爱奇艺体育、爱奇艺VR等在内的21个应用服务产品品牌矩阵。同时，爱奇艺原创电影计划和互动内容技术标准两大创新方向正式发布。

[来源：中广互联]

闽贵两省新闻媒体 签订战略合作协议



05月07日，两省新闻媒体齐聚福州，举行战略合作签约仪式，同期举办了“多彩云·众望”新闻客户端发布暨“众望全媒体大数据学院”授牌仪式。签约仪式现场，贵州日报当代融媒体集团、贵州广播电视台、多彩贵州网分别与福建日报报业集团、福建广播影视集团、东南网签署战略合作框架协议。双方将在内容资源共享合作、系列主题联动报道、业务项目落地等方面展开深度合作，推进两省传媒产业发展。

[来源：新华网]

Netflix 计划推出更多 中文视频内容

05月13日，据CNBC报道，Netflix计划推出中文内容。这家总部位于美国的流媒体公司最近投入了更多资金，收购了中文内容的版权，并制作了自己的中文原创作品。Netflix也已转向与中国流媒体公司合作。周四，阿里巴巴（美股BABA）旗下的流媒体平台优酷表示，Netflix已购买了24集浪漫喜剧《我听见了》（I Hear You）在中国境外的独家发行权。

[来源：金融界网站]

大数据解密 电视媒体视频化生态打造

▶ 大视频时代

@ 互联网+

媒体融合

VR、AR

网剧井喷

T20发展



北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司
CMMR CHINA MAINLAND MEDIA RESEARCH CO.,LTD.

主页: www.cmmrmedia.com 新浪微博: @美兰德媒体传播策略咨询

总机: +86-10-85653636 传真: +86-10-85653022

地址: 北京市朝阳区朝外大街26号朝外MEN财贸中心A2105