



传媒产业前沿系列丛书

New Media: From the Passive Age to the Me Age

新媒体: 从被时代到我世代

• 包冉 白羽 韩彪 主编

中国传媒大学出版社

New Media:
From the Passive Age
to the Me Age

新媒体： 从被时代到我世代

• 包冉 白羽 韩彪 主编

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体：从被时代到我世代/包冉，白羽，韩彪主编.—北京：中国传媒大学出版社，2010.6
ISBN 978-7-81127-965-8

I. ①新… II. ①包… ②白… ③韩… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 111390 号

新媒体：从被时代到我世代

主 编 包 冉 白 羽 韩 彪

责任编辑 刘大年 周 媛 董妮娜

责任印制 范明懿

封面设计 孙 鹏

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编：100024

电 话 86 - 10 - 65540528 65450532 传真：65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京朝阳印刷厂有限责任公司

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 26.5

版 次 2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81127-965-8 / G · 965 定 价 68.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

“被”、“我”之间

——为《新媒体：从被时代到我世代》序

中国计算机世界传媒集团助理总裁 包冉

被动接受还是主动选择？“被人做主”还是“我来当家”？这是个问题！

“是的，我们正在规划互联网时代的社交关系”，当Facebook的CEO马克·扎克伯格在F8大会演讲时，在他身后，一幅巨大的网络人际关系图谱，在全球网民的实时行为中，正以核裂变式的速度，不断延展、交错、包容……

这个年轻的Facebook创办人和掌门人，今年才只有26岁，被人们冠以“盖茨第二”的美誉。六年前，他在哈佛大学主修计算机和心理学二年级课程，某个无聊的下午，扎克伯格开始编写Facebook的网站代码，目的简单到“就是做个网上校友录”。今天，Facebook已经是全球最大的社交网站（SNS Website），拥有超过5亿用户，坚持不做IPO（公开募股上市）的Facebook，估值超过100亿美元！

有了微软和盖茨，Google和佩奇、布林，YouTube和赫利、陈士骏，Facebook与扎克伯格的新一轮财富神话并不稀奇，事实上，真正令人兴奋的，是另一个极具颠覆性的时代到来了！

简单索引一下互联网与新媒体近15年的发展史——

20世纪的最后五年，是Yahoo和Google兴起的年代，它们致力于将传统载体记录的信息数字化、网络化、碎片化，并通过目录、门户和关键词搜索，将碎片化信息索引与整合，造就了互联网行业的第一波浪潮。

21世纪的第一个5年，Google的膨胀几乎到了无以复加的程度，从而造就出微软之后的新神话。但真正的焦点已经不在这儿，从2004—2005年开始，它属于Facebook、Flickr、YouTube、Blog、Twitter和Wiki……这些真正意义上的WEB2.0站点，致力于互联网上人际关系的聚合和人际行为的沉淀，通过一个又一个的技术创新，无原则、无边界、无障碍地赋予网民更多的权力、赋予网络更多的智能，并在基础网络运营商的努力下，将聚合、沉淀和创新从有线互联网发展至无线（移动）互联网，最终形成一个泛在的、与真实社会交错映射的赛博空间（Cyberspace）。

很多人关注新媒体，仅仅看到了UGC（用户生产内容）的威力，实际上这仅仅是表征，用户生产内容不是目的，根据用户生产内容的时间、地点和信息本身，对互联网时代的人际关系重新定义、智能激活，并基于此建构全新的商业模式，这才是要务所在。

正如Facebook正致力打造的“开放图”。其核心理念是，“网络是由无固定结构的网页链接而成，开放图把人放在网络的中心，给网络赋予了个人和语义上的意义，让整个互联网变成即时的个人和社交体验。”事实上，任何一个用户在某时刻产生的数据流都是短

暂的。“开放图”要做的就是，让这些数据流代表关系的映射成为可能——一旦互联网能够理解这些关系，一些真正奇妙的事情就会成为可能！

Google、雅虎、微软，这些信息时代的巨头们，不愿也不能错过这一场盛宴，于是我们看到Google重金收购YouTube，并推出Google Buzz整合社交服务；雅虎早早收购了Flickr，并实质放弃了成为互联网媒体巨头的战略，转向搜索和社区；微软则入股Facebook，并试图控制微博的领头羊Twitter，可惜尚未得逞……

这就衍生出互联网发展的不同思路。当年，以雅虎、AOL为代表的第一代互联网巨头迅速聚敛财富之后，兼并、控制传统媒体的内容资源，变身互联网媒体寡头，成为其战略选择。可悲的是，交易成本（包括内部和外部）的高昂和商业基因的格格不入，使其屡战屡败。即使是Google，也曾高调进入广播、电视和平面广告代理，最终无功而返，倒是其纯粹的在线搜索业务，表现出强劲而持续的活力，并带来丰厚回报。所以，最新发布的Google TV，秉承彻底的互联网基因，以搜索框取代频道和EPG，以跨平台Android OS整合不同信息终端，以开放式音视频容器打破传统广播业的垄断……

还有一个不能不提的家伙，就是乔布斯和他的苹果（Apple）。从市值仅剩50亿美元并持续亏损，到今天市值超过2300亿美元盖过微软，划出了人类商业史上绝无仅有的靓丽弧线。其商业模式的精髓，则是通过终端（Device）和在线服务（Service）的完美结合，建构生产型的WEB2.0模式，通过APP Store的自生产、自销售和分成机制，将全球技术开发者聚合到一起，形成一条在封闭中开放的独特产业链。

林林总总，互联网的强权与强悍，已经显露无疑。

生活在网络时代的民众，告别被动的接收，开始并习惯于主动选择，进化到“以我为主”的时代，动摇乃至摧毁传统媒体、软件和服务巨头的商业基石，这是第一步。但紧接着，我们又会被记录、被链接、被推送，被新的互联网巨头所控制，这是商业逻辑发展的必然。

幸好，这一次的“被动”与此前截然不同。在只有广播电视和电影院的那个年代，哪个“草根”想要挑战好莱坞、哪怕是电视台的“舆论霸权”，都是天方夜谭。而现在，只要有一台电脑或一部智能手机，只要有一根网线或无线网络信号，你就可能成为下一个佩奇、布林、陈士骏、扎克伯格或马化腾。

不信吗？“前互联网时代”，为了打破微软霸权，人们苦苦寻找了十五年，最终在互联网中发现了Google；而Google崛起之后，却时刻遭遇着互联网创新者的频繁挑战。所以，“被”与“我”永远存在，这是由辩证法所决定的。但互联网提供了更快的转换节奏，并大大降低了转换的门槛，只要有足够的创造力和使命感，互联网转换的主动权就在我们每个人的手中。

感谢互联网，信仰互联网！

是为序。

目 录

序：“被”、“我”之间 包冉（1）

宏观前瞻

三网融合的技术与政策发展趋势 周宏仁（2）

给您一个“库”

——畅想新一代广播网 李幼平（5）

广播电视数字化与下一代广播电视网政策解读 王效杰（10）

下一代广播网NGB如何落实 王文静（18）

从全业务到全媒体

——电信、互联网与广电的竞合之路 包冉（24）

一揽子振兴政策下的ICT行业机遇 卜居（31）

奥运机遇

透过赛场我们还应看到什么

——奥运会对中国文化国际传播的启示 孙玉胜（38）

央视网：开创奥运会新媒体传播历史纪录 王秀云（45）

从奥运实战看移动数字电视的发展机遇 罗晓军（49）

新媒体奥运展异彩 侯自强（55）

发展战略

广播电视全面数字化进程与政策解读····· 王联 (62)

中国特色新兴工业化道路与我国数字电视产业发展····· 赵波 (70)

电视搭台 经济唱戏

——数字电视发展的战略选择 ····· 罗小布 (75)

双向互动是数字电视发展的必由之路····· 吕品 (81)

有线数字电视的发展思考····· 彭劲 (86)

U信息化、通信业改革与“三网融合” ····· 曾剑秋 (90)

江苏模式····· 包冉 汪云 (100)

行业资源·发展商机

数字技术让电视和电影“凤凰涅槃” ····· 韩彪 喻双全 (114)

CMMB移动多媒体：开辟广播电视数字化新蓝海····· 孙朝晖 (118)

数字电视业务如何更快走进用户生活····· 廖骏威 (121)

利用资本力量，发展有线网络

——深圳有线电视网络的实践与发展 ····· 徐江山 (124)

双向化与增值业务新思路····· 张瑜 (130)

移动电视：夹缝中的生存法则

——多媒体竞合时代的生存法则 ····· 岳大伟 (135)

利用价格杠杆撬动节目销售·····	李济生 (139)
高清频道“望闻问切”	
——来自央视高清频道的用户分析与市场调查·····	刘连喜 (143)
酒店IPTV运营初探·····	谭亚峰 (151)
浅析数字新媒体时代的电影制作和营销·····	韩彪 黄海 (160)
手机——打开电影创作的另一扇大门·····	李丹丹 韩彪 (168)
重庆烟草互动电视订货可行性研究·····	邹颖 (174)
技术·产品·服务体系	
数字互动电视：用户体验先行·····	何伟照 (182)
中国手机电视信息管理平台框架研究·····	袁曼 (193)
后转换时代增值业务发展现状及策略探讨·····	杨波 黄静 陈敬嘉 (200)
视频决胜未来·····	彭翔 (205)
网络视频产业化发展的重中之重：内容为王·····	韩彪 孟果 (207)
后整转时代的五点思考·····	谭祝平 (211)
面对“三网融合”，有线电视运营商可以有所作为·····	李德刚 (213)
有线双向化若干重要问题的思考·····	姚永 (217)
全中国有线电视从业者联合起来·····	姚永 (224)

专业付费电视频道的集中编排·····	李斌 魏驱虎 (228)
--------------------	--------------

新媒体·语丝

新媒体·语丝(一)·····	卜居 (234)
新媒体·语丝(二)·····	卜居 (237)
新媒体·语丝(三)·····	卜居 (241)
新媒体·语丝(四)·····	卜居 (244)
新媒体·语丝(五)·····	卜居 (247)
新媒体·语丝(六)·····	卜居 (251)
新媒体·语丝(七)·····	卜居 (254)
新媒体·语丝(八)·····	卜居 (257)
新媒体·语丝(九)·····	卜居 (264)

新媒体百态

不平静的一年

——数字世界的2008·····	木力 (270)
数字世界不太平·····	木力 (279)

“推迟门”

——美国整转那点事·····	木力 (285)
MWC2009:山路弯弯·····	木力 (290)

Hulu革命：网络视频的帝国	汪丽娟 (293)
4G标准争夺战谁主沉浮	木力 (298)
抢购Twitter	汪丽娟 (303)
互联网免费大餐还能吃多久	克里斯·安德森 (308)

域外信息

D7：风流总被雨打风吹去	崔慕丽 (312)
手机电视：大买卖 大问题	卜居 (315)
Wikipedia：把世界变成一个网页	Jeremy Wagstaff (318)
大佬们的新媒体生存术	卜居 (321)
Virtual World：虚拟世界风暴	卜居 (326)
谁来保证移动电视的内容安全	百川 (333)
Facebook研究	维基 (335)
2007互联网最“IN”关键词	宗颢 (341)
CES 2008：克服审美疲劳	宗颢 (347)
HD DVD认输出局	卜居 (350)
英国数字电视的“数字”	百川 (358)
怀特黑文——英国数字电视第一镇	百川 (362)

WiMAX：风雨2008	无心（364）
FCC 拍卖700MHz之后	木力（366）
微软收购雅虎进行时.....	无心（371）
美国电视业：异业收购正风靡.....	木力（372）
D6：说英雄，谁是英雄	木力（375）
布里特：有线电视不死.....	木力（382）
西欧数字电视：齐头并进.....	百川（384）
英国数字电视揭秘	
——透视英国地面数字电视的多样化政策	李志坚（390）
YouTube侵权案撬动Web2.0基石	木力（395）
谷歌：距离“作恶”还有多远？	木力（397）
全球电视订购收入凉热不均.....	穆洁（402）
金融危机的覆巢之下.....	木力（405）
Web2.0峰会：神话与现实	木力（410）
后记：“我世代”如何翻译？	韩彪（416）

1



宏观前瞻

三网融合的技术与政策发展趋势

国家信息化专家咨询委员会常务副主任 周宏仁

关于三网融合的问题，专家委员在2006年做过比较深入的调查和研究，在当时也给中央写报告提过建议。1946年电子计算机发明以后，首先是解决了数据的数字化问题。在1984年随着微机的产品在面向大众层面解决了文字的数字化和处理问题，到19世纪80年代后半期就有多媒体数字的兴起，逐渐地解决了图像、语音和视频的数字化问题。目前人类五种基本信息形态，数字、文字、图片、语音和视频，基本上都做到了数字化，它是三网融合的基础。

有了这样一个进展以后，就有了数字电视的概念，但数字电视塔真正的意义是“数字”两个字而不是“电视”两个字。为什么这样讲呢？因为数字化了，所以五种基本形态的信息在表达上已没有差异，因为它都是通过一连串0和1代码来表示，也是因为数字化所以电视或者其他的视频用计算机来处理。虽然我们现在还是叫数字电视，但是从这几年三网融合的实践可以看到数字电视就是一个终端，而且是一个多媒体终端，它不仅仅是处理视频，它也处理音频、图片、文字，甚至是数字。我们现在很多利用数字电视网，可以上互联网，打电话，做电子商务，甚至可以远程控制家电，或者是其他的一系列用途。所以，数字电视这个词随着传播内容的变化，实际上已经在发生很深刻的变化。

所以，关于三网融合我们不能简单看成是电话网、互联网、电视网简单的融合，实际上它是当代信息技术发展史上一个重大的转折点，这个转折点意味着什么呢？就是受众从前在哪儿都可以听得见，变成在哪儿都可以看得见，三网融合是几十年来现代信息技术不断发展和创新展现在人类面前的应用前景，它带有里程碑的意义。因此，我们数字电视也好，三网融合也好，发展成功的话，会彻底改变我们工作学习的生活方式。三网融合会重绘产业的版图，原来弱者可能会变成强者，原来的强者可能会变成强者，而且会对产业发展和国民经济带来新的增长点。有关部门做过测算，三网融合会给国家带来6000亿—7000亿元的经济效益，可以带动20万人的就业。而且更为重要的是，它是我们在信息领域增强国家竞争力的一个机会。

所以，如果说我们把它看做是一个转折点的话，就要特别注意技术发展的趋势，在重大的技术决策上不能够失误。所以，三网融合有可能会改变很多原有技术发展的轨迹，在过去几十年信息技术的发展中，我们可以举出在转折点时期因为技术判断失误而导致全盘皆输的例子。一个就是高分辨率电视的发展，大家知道第一部高分辨率的电视是1974年日本松下公司研制出来的，1987年日本国家电视网NHK在美国华盛顿进行第一次模拟式高分辨率电视演示，当时在美国产生很大影响，因为美国人自认为电视是自己的发明。可是高

分辨率电视是日本人在表演，对于美国人来说，这是不能接受的。所以，1989年6月3日，高分辨率电视在日本播出了一个小时，很遗憾的是轰动了以后就没有了下文，模拟式高分辨率的电视可以说是以失败告终。为什么会这样？我认为模拟式高分辨率电视是模拟电视发展模式的一种惯性思维的结果，它在考虑高分辨率的时候还是以模拟电视发展模式为基础来考虑，所以就犯下了一个致命的错误。高分辨率电视在美国引起很大轰动以后，美国联邦通讯委员会为了推动美国高分辨率电视发展，专门成立了一个委员会，叫做先进电视服务顾问委员会，这个顾问委员会组织了美国一批顶尖专家研究美国高分辨率电视应该往哪走。这个专家小组研究以后的结论是要走数字电视的路，认为计算机技术和微电子技术已经发展到这一步，数字电视的条件也已基本具备。后来，美国联邦通讯委员会采纳了这个建议，美国没有走模拟式高分辨率电视的路，而改走数字电视的路，这是一个很重要的转折，日本人在这个问题上犯了一个错误。

第二个在转折时期技术判断失误的例子就是所谓第五代计算机。1982年，日本政府通过通商产业省和日本计算机产业界着手研制第五代计算机，它给第五代计算机提出了一个很高的标准，就是人工智能，希望开辟一个超级计算的新纪元。主要目标包括知识处理、大规模数据库、高性能工作站、分布式计算。结果第五代计算机花了将近十年，花了四亿美元，最后也是无疾而终。第五代计算机的项目，实际上它是在第三代、第四代计算机发展上继续进行惯性思维的结果。大家知道第一代计算机是电子管，第二代计算机是晶体管，第三代是中小规模集成电路，第四代是大规模集成电路，日本第五代计算机还是沿着这个思路往下走。问题出在1971年英特尔公司发明微处理器以后，把整个CPU做在一个芯片上，微处理的技术不断改进，所以微处理器的发明完全改变了计算机产业的生态。计算机的研制就变成了CPU的研制。所以，从日本的决策当局来讲并没有注意到这个转变，实际上微处理器的发明不仅是改变了微机的发展路子，而且改变了主机和超大型计算机的发展路径，今天超大型计算机都是用芯片叠加起来的。所以，在第五代计算机上面，日本又犯了一个比较重大的失误。

第三个例子，就是IBM。很多人说IBM是一个从制造转向服务的成功的典型，这个说法我觉得对，但是也不完全对，我们要知道这种转型的背景是什么。因为IBM原来是全世界电子计算机的龙头老大，这个大家都很清楚。但是，IBM在微机的问题上犯了一重大的失误，因为它是计算机产业的龙头老大，所以它看不起微机。微处理器发明以后，它认为不过是一两千美元的生意，不值得一做。所以，IBM丢掉了微机市场，丢掉了微机市场发现以后主机也是靠微处理器的。这样微机市场就被英特尔和微软占领了，没有IBM的地盘了，而没有想到微机会在全世界普及，所以IBM逐渐退出了计算机产业，后来不得不转向服务业。所以，我觉得这实际上也是一个判断失误的例子。

所以，从以上三个例子可以看到三网融合不是一个简单的在同一个网络上同时开展语音、数据和视频多种不同业务的问题，它其中包含着重大的技术变革，也蕴涵了各种创新机会，如果还是按照现有的技术进行惯性思维的话，你就有可能吃大亏，就是你花了很多投入下去，但是最后却不得不败下阵来。所以，这是很值得我们研究的一个问题。

从三网融合来讲，我认为它主要是基于三个新的技术：第一个新的技术就是数字技术，所谓数字技术就是计算机技术，只有数字化以后，才有可能利用计算机科学和技术的所有的成果，否则的话你就是在这个圈子外面。第二个就是光纤技术，因为三网融合的基础是宽带，而从发展的角度来讲是需要一个很宽的宽带，几百兆。所以现在讲的ADSL这种宽带实际上不是三网融合意义上的宽带。现在奥巴马政府提出来在美国建立新的宽带基础设施，他完全是在换代的意义上讲的，不是指传统意义上的宽带设施。第三个比较重要的技术就是IP化，网络一定要走IP化这条路，因为IP化带来的优点非常多。

因此，我建议政府主管部门，产业界的朋友，都有必要坐下来仔细想一想、议一议，什么是发展三网融合的惯性思维，什么是我们需要的创新思维。这样我们才不至于在重大技术决策上犯下不可挽回的错误。

从现在的情况来看，实际上我们国家早在九五时期就已经提出三网融合，“九五”、“十五”、“十一五”，到现在已经有十多年了，2005年年底时，哈尔滨的IPTV就有10万用户，杭州和上海是两万户左右。最近工信部做了一个统计，2009年2月底，我国基本上所有省市都已经开展的三网融合业务，IPTV用户总数是331万，有线电视网、互联网接入用户数是134万，手机电视业务用户总数165万，从这个情况来看，在过去几年从数字上看好像发展是比较快的，因为从十几万增加到300多万。但是考虑到我国的实际情况，我们现在已经有3.4亿网民，有1.5亿有线电视用户，4700多万数字电视用户，8000多万的宽带用户，7亿多手机用户和3.3亿固定电话用户，所以中国的三网融合还是很慢的。把现在300万扩大10倍变成3000万也不多，因为现在3.4亿网民当中，城市占了2.6亿—2.7亿。所以，三网融合实际上发展的前景不仅是很大，而且发展的速度还可以大大加快。目前三网融合之所以进展比较迟缓，原因很多，需要大家一起来努力，克服各种困难，加快我们国家三网融合的进程，使我们国家的现代化，使我们国家经济和社会发展都能够从三网融合中受益。

给您一个“库”

——畅想新一代广播网

中国工程院院士 李幼平

“给我一个支点，我就能撬动地球。”

——阿基米德

一、挣脱时间绳索

当前的广播，属于“按时服务”。节目时间表就像一条无形的时间绳索，把电台和受众的脚绑在一起，两者只有同时迈腿才能往前走，行动起来很不方便。

畅想给受众增添一个U盘之类的固态存储器，电台/电视台便可随时存入信息，受众可随时取出信息，双双得以获得时间上的自由；广播的服务方式，将由“按时服务”（On Time）跃升为“按需服务”（On Demand）；新一代广播宣布诞生，并加入以“互动”为标志的“新媒体”大家庭。

传统广播提供的是单向音视频“流”，存储环节把“流”变成“库”，用户得以与库内容近距离双向交流。存储单元可以24小时不休息，为用户自由下载来自多个电台/电视台的文化资源。电台/电视台也得到自由，可以在任意时刻、以任意速率发布任意形式（音频、视频或网页）的电子文档。上千种媒体的内容可以通过单个卫星转发器为全国人民服务。卫星一旦播出，几亿家庭可以同时下载（体现生产效率），但可以不必同时享用（体现个人自由）。

所以，我们提倡“广播与存储结盟”，共同形成“播存结构”，告别已有一百多年历史的广播节目时间表。

二、“库”帮助“路”

有了“路”，您可以自由访问全球范围的网站。然而，“带宽瓶颈”是互联网永久的痛。“车多路堵，人多网堵”，是互联网难以挣脱的局限，而中国最大的国情正是“人多”。

期盼下一代广播能成为互联网的好兄弟，为主流报刊、热门网页提供下载环境。广播网天生没有带宽瓶颈，从来没有听说过用户太多会把电台/电视台搞垮。广播应该用这个特长去帮助互联网。人们在上网之前，广播把最容易拥堵的热门网页预先下载入库，起到“预联网”的作用。

“预联网”把“最常用的放在最近”，符合新一代互联网（NGI）建设“Overlay”（覆盖网或叠加网）的思想。它可以帮助CDN（内容分发网）和P2P（对等网）等方案，把“内容位于中心”模式，转变为“内容位于边缘”模式，迎接互联网流量“十年增长一千倍”的挑战，避免“若干年后网络面临崩溃”的风险（如图1所示，路结构加上库结构，共同形成双结构互联网）。

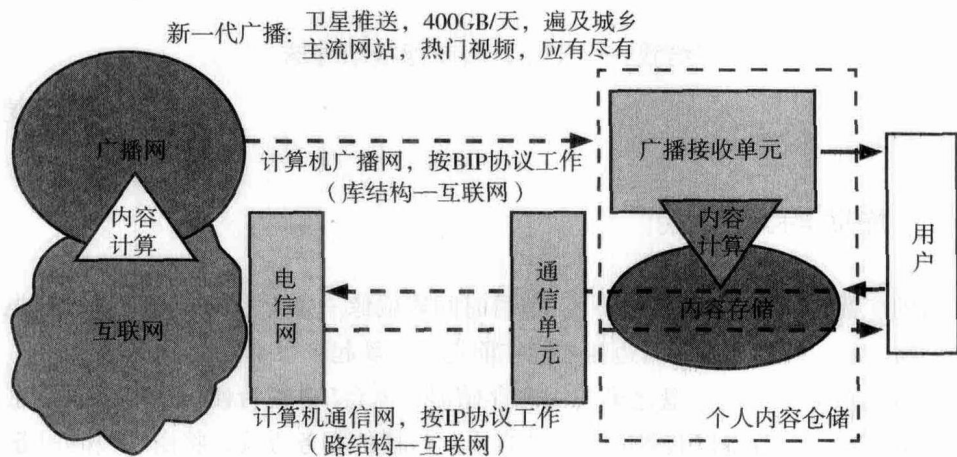


图1 双结构互联网（路结构+库结构）

图1中，广播网作为“库结构”居于上层，互联网作为“路结构”处于底层。库是路的覆盖网（Overlay）。用户每提出一个访问需求，会先问：“库（本地存储单元）里有吗？”，如果有就直接取用，又快又省；如果没有，才透过通信单元和路结构，从远处取来。

“库”结构设计的基本根据是：人类对信息的兴趣在时间上存在明显的“自相关”。今天的兴趣与昨天、前天甚至上个月、上半年的兴趣大同小异。因此，人们可以在家庭存储单元之前添加语义过滤计算，只保存用户曾经感兴趣的内容，用尽可能大的概率减轻“路”的负担。

当然，库也只能是“尽力而为地存储”，总有一定比例的信息需求无法在库中得到满足。这时，用户可以通过电信行业提供的“信息公路”到远处取来。这时，路也是库的后盾，反过来帮助库。