

有线电视网络

CABLE TV NETWORK
MANAGEMENT MANUAL

经营管理手册

杨春生 龚红蕾 朱宝奇 等◎著

中国
广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

杨春生 龚红蕾 朱宝奇 等◎著

有线电视网络

经营管理手册

中国
广播电视出版社
China Radio & Television Publishing House

图书在版编目 (C I P) 数据

有线电视网络经营管理手册 / 杨春生等著. — 北京
: 中国广播电视出版社, 2011. 11
ISBN 978-7-5043-6523-1

I. ①有… II. ①杨… III. ①有线电视网—经营管理—手册 IV. ①G221-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第215275号

有线电视网络经营管理手册

杨春生 龚红蕾 朱宝奇 等著

责任编辑 林 曦
责任校对 周 文
封面设计 亚里斯

出版发行 中国广播电视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条9号
邮 编 100045
网 址 www.cntp.com.cn
电子信箱 cntp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 北京市翰林印刷厂

开 本 787毫米×1092毫米 1/16
字 数 450 (千) 字
印 张 24.5
版 次 2011年11月第1版 2011年11月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6523-1
定 价 58.00元

C 目 录

CONTENTS

第一章 有线电视网络发展现状及趋势 / 1

- 1.1 有线电视网络概念 / 3
- 1.2 中国有线电视网络目前面临的问题 / 6
- 1.3 有线电视网络与“三网融合” / 9
- 1.4 有线电视网络面临的机遇与挑战 / 13
- 1.5 中国有线电视网络的发展趋势 / 14

第二章 有线电视网络的经营许可管理 / 17

- 2.1 有线电视网络运营机构和基本业务 / 19
- 2.2 有线电视网络涉及的相关法律及主要政策 / 26
- 2.3 有线电视经营涉及的相关收费 / 30

第三章 有线电视网络建设管理 / 35

- 3.1 有线电视网络建设规划 / 37
- 3.2 有线电视网络的基本组成 / 39
- 3.3 现代有线电视网络建设 / 45
- 3.4 双向化改造和广电宽带城域网 / 48
- 3.5 下一代广播电视网 (NGB) / 61
- 3.6 有线电视网络的主要性能和性能参数 / 67
- 3.7 有线数字电视系统 / 71

第四章 有线电视网络运营管理 / 83

- 4.1 器材管理 / 85
- 4.2 有线电视业务招标 / 92
- 4.3 有线电视项目管理 / 100
- 4.4 有线网络流程管理 / 120
- 4.5 有线电视网络资源和资产管理 / 129

第五章 有线电视网络营销管理 / 139

- 5.1 有线电视网络的服务 / 141
- 5.2 我国有线数字电视产品营销现状 / 143
- 5.3 有线电视网络的营销 / 148
- 5.4 有线电视网络市场的营销组合策略 / 156
- 5.5 有线电视网络产品策略 / 160

第六章 有线电视网络客户关系管理 / 167

- 6.1 有线网络客户服务管理 / 169
- 6.2 有线网络呼叫中心管理 / 180
- 6.3 有线网络运维管理 / 187
- 6.4 有线电视服务外包管理 / 192

第七章 有线电视网络的经营管理 / 197

- 7.1 有线电视网络产品 / 199
- 7.2 有线电视网络用户 / 206
- 7.3 用户满意度分析 / 207
- 7.4 用户在增值业务上的需求 / 210
- 7.5 有线电视网络的财务报表 / 213
- 7.6 有线网络融资方法 / 218

第八章 有线电视网络经理人的职责与素质修养 / 221

8.1 经理人的职责范围 / 223

8.2 经理人的素质结构 / 227

第九章 有线网络常用经营管理方法和工具 / 239

9.1 有线网络经理人常用的管理方法 / 241

9.2 有线网络经营常用的管理方法 / 260

9.3 有线网络经营常用的管理工具 / 282

9.4 有线电视网络的创新管理 / 291

第十章 有线电视网络经理人常用参考资料 / 297

10.1 有线电视网双向化改造指导意见 / 299

10.2 面向下一代广播电视网 (NGB) 电缆接入技术 (EoC) 需求白皮书 / 305

10.3 广播电视管理条例 / 323

10.4 广播电视设施保护条例 / 330

10.5 最高人民法院关于审理破坏广播电视设施等刑事案件具体应用法律 若干问题的解释 / 334

附录 A 无源光网络技术 / 337

附录 B 用户接入改造技术 / 342

附录 C 有线电视网络双向化改造建设质量要求与技术指标 / 363

附录 D 有线电视网络专业技术期刊 / 374

附录 E 有线电视网络经营常用专业网站 / 380

附录 F 参考文献 / 383

后 记 / 387

第一章

有线电视网络发展现状及趋势

1.1 有线电视网络概念

1.1.1 有线电视网络定义

听广播，看电视是广大人民群众日常工作生活中不可缺少的事情。过去，广播和电视节目信号是通过无线塔台以无线电波的形式传输到人们的收音机和电视机上供大家收听收看。由于城市建设的发展，日益增多的高楼影响了广播电视的收视质量，同时，有限的空间频率资源也限制了传送的节目套数，为解决这些问题，人们想出了用光缆和同轴电缆传输广播电视信号的办法。因此，送广播电视信号到千家万户的光缆、同轴电缆组成的传输网络叫有线电视网络。

1.1.2 中国有线电视网络发展历程

有线电视网络的历史并不长，就世界范围内来说，第一个现代有线电视网络的雏形——共用天线系统（MATV，MASTER ANTENNA TELEVISION）于1948年诞生在美国的宾夕法尼亚州，距今已有63年。

有线电视的产生源于对开路电视信号更好地接收。当20世纪40年代无线电视台开始发射电视信号时，因受高楼和山地的影响，一些城镇居民用户的电视机上满是“重影”和“雪花”，收不到或收不好电视。一些电子设备生产商为此生产了相关的传输设备（如放大器等），利用大型的室外电视天线将高质量的电视信号经过放大器放大后，通过同轴的电视电缆传输，然后再分配给用户，这样，用户就能看到比较清楚的电视节目了。进入20世纪50年代，美国全国各地的电视台和电视节目大量增加，随着全美大容量的微波干线网络建成，美国任何一地均可收到来自全国各地的大量的电视节目。当初只是为改善当地电视节目收视质量的共用天线系统（MATV），现在则增加了传输和分配大量电视节目的新任务，有的还开办了自己的电视节目，从而形成了现代的有线电视系统（CATV，CABLE TELEVISION）。

1964年，原中央广播事业局专门立项，对共用天线系统进行研究，拉开了中国发展有线电视的序幕。从那时算起，中国有线电视的发展大致可分为四个阶段：

1964年至1974年，在这10年中，主要进行技术研究和系统建设的准备。1974年原中央广播事业局设计院等单位在北京饭店安装中国第一个共用天线电视系统，标志着中国有线电视的诞生。

1974年至1983年，随着开路电视节目的增多，共用天线出现在各个居民楼上或平房的屋顶上。这一阶段可视为有线电视发展的初级阶段——共用天线阶段。这一阶段技术特点是全频道隔频（注：这是因为器件的水平，为防止干扰，只能使

有信号的频道间隔设置)传输。

1983年至1990年,原广播电影电视部地方宣传局于1983年批准北京燕山石化1万多户的有线电视网络建设,同时以1985年沙市有线电视网络为标志,有线电视跨出共用天线阶段。以上阶段发展的技术特点是以电缆方式为主的企业或城域网络,邻频传输,传输的节目的套数一般在10套左右。有的地方开始应用光缆作远程传输。

以1990年11月2日颁布的“有线电视管理暂行办法”为标志,中国有线电视进入了高速、规范、法制的管理轨道。在满足了人民收看电视的基本需求的同时,朝着大容量、数字化、双向功能和区域联网等方向发展。目前中国有线电视正处于这一关键的发展时期。

1997年,原广电部批准了国家级基础干线网规划,国家级光缆干线网工程启动,与此同时,各省的省级光缆干线网络也开始同步建设。广电系统真正有了自己的骨干网络。

2003年,广电总局开始在全国推进有线数字电视整体转换,使全国的广播电视系统的模拟技术开始向数字技术转换,为广播电视的发展带来了新气象。

2008年12月4日,科技部与广电总局共同签署了《国家高性能宽带信息网暨中国下一代广播电视网自主创新合作协议书》,共同推动建设中国下一代广播电视网(简称为NGB),这标志着我国的有线电视网络由专业从事广播电视业务的网络,将逐步升级为能支持全业务的通信网络。

2010年1月13日,国务院召开常务会议,决定加快推进广播电视网、电信网与互联网的融合,并提出三网融合阶段性目标和五大重点工作及三网融合的总体方案,明确了组建全国性的广播电视网络公司。这标志着广播电视网已进入了一个新的发展阶段。

经过几十年的努力,中国广播电视已具备相当大的规模。到2009年底,全国有广播电视播出机构2654座(广播电台251座、电视台272座、教育电视台44座、广播电视台2087座),开办了3985套开路播出的广播电视节目(广播2675套、电视1310套),还有178套付费广播电视节目(付费电视139套、付费广播39套)。生产的电影故事片超过450部、电视剧超过1.3万集、动画片超过17万分钟。全国有广播电视发射台转播台3万多座,卫星上行站30多座,有线电视网络400多万公里,去年底我国广播电视人口综合覆盖率分别为96.31%和97.23%,全国电视用户约4亿、有线电视用户约1.74亿,其中数字电视用户有0.7亿。我国广播影视在节目套数、生产数量、播出时间、用户规模等方面都位居世界前列。

从中国国情出发,以为人民服务为基本准则,以公益性为运营原则,中国有线

电视坚持政治性、服务性和公益性相统一的原则，坚持正确的舆论导向并为老百姓提供高质量的广播电视节目。20 世纪 90 年代初期每一户收取 80 元到 120 元的安装费和 5 元到 10 元的月收视维护费，20 世纪 90 年代后期一直到现在一般收取 300 元到 400 元左右的安装费，每月的维护费仅为 10 元到 15 元左右。目前，随着有线电视数字电视的发展，用户的收视维护费每月在 20 至 25 元之间，并开始逐步取消初装费。

1.1.3 中国有线电视网络的特点

中国的有线电视网络相比较其他通信网络，有自己的特点。

特点一：宽带、单向。有线电视网络由光缆、同轴电缆和宽频设备构建而成，传输带宽可达 1GHZ。但受应用和资金的制约，目前大部分是单向网络。

与电信网络点对点的星形结构不同，有线电视网络一般为单向树形结构（点对面），适合大容量的广播电视信号进行广播传输。随着数字电视的发展和交互式业务的普及，原有的单向传输的广播电视网络已经不能适应基本要求，必须进行网络改造，使单向变成双向。而电信网络虽然是双向，但由于其传输带宽窄，也必须进行由窄带变成带宽的网络改造。

特点二：无差别普遍服务。有线电视属于准公共产品，采取政府定价，执行低价政策，实行普遍服务。由于有线电视网络的技术和结构特点（单向、广播式），模拟有线电视提供无差异化的产品，其收视维护收入只与辖区内的用户数相关，因而模拟有线电视无需市场营销（类似于供电、煤气、自来水），但须提供好用户服务。

随着数字电视的发展和“三网融合”的推进，有线电视网络能提供更多的付费电视节目和交互类的付费产品供用户选用，但也会面临激烈的竞争。因而，有线数字电视必须要开始注重市场营销。但基本的收视节目仍将实行普遍服务。

特点三：区域性。有线电视网络按行政区域（市、县等，也有国有大企业）划分，每个行政区域内的有线电视网络由当地的广播电视行政管理部门进行设立和管理，并收取相关费用。

这个政策实行的结果是：一是条块分割，不能互联互通，不能发挥出网络的全部功能（如跨区域通信功能），贬低了有线电视网络的价值。二是各地有线电视网络的运营情况有好有坏，在大城市和管辖用户多的地方，收益高，有盈余。而在中小城市则只能维持基本生存，甚至个别地方有亏损；三是各地有线电视网络自行发展，规划不同，标准不同，质量不同。除非投入巨资进行改造，否则将不能顺利联网和开展跨区域的业务。

特点四：政治属性强。有线电视网络传送的是广播电视信号，在我国是党和政府的喉舌，是宣传工具，因而具有强烈的政治属性。有线电视网络隶属于广

播电视的宣传管理部门，必然在管理、运营、决策、发展等方面打上明显的政治烙印。

与电信企业属工信部领导不同，有线电视网络由宣传部门领导，意味着有线电视网络的政治使命重于经济效益，这将弱化按经济规律办事，不利于市场竞争。

1.1.4 中国有线电视网络的任务和作用

有线电视网络是广播电视系统的重要组织部分，我国的广播电视是党和政府的宣传工具。积极宣传党的理论和路线方针政策，宣传中央的重大决策部署，保持正确的舆论导向，讴歌真善美，鞭挞假恶丑，及时传播国内外各领域的信息，普及和提高教育，为广大人民群众提供丰富多彩的精神文化产品，促进社会和谐与进步是广播电视重要使命和根本任务。

有线电视网络是广播电视信号传输的主要载体之一，也是中国广播电视系统的重要经济来源。在开始实施“三网融合”的现阶段，它还有着拉动内需，增强我国信息产业综合实力，积极应对国际金融危机的重要作用。

1.2 中国有线电视网络目前面临的问题

有线电视网络蓬勃发展以来，取得了巨大的成功。但由于地域的差异和领导的理念不同，各地的有线电视网络或多或少地都存在着一些问题。在以前模拟电视的时候，这些问题属于局部的，由各地的有线电视网络分担了。现在进入“三网融合”的时代，各地分散的网络最终要合并成为一家国家级的广播电视网络公司，这些问题已成为全局性的、关系到中国广播电视网络能否取得成功的大问题。

1.2.1 有线电视网络质量不高

中国有线电视的发展过程告诉我们，各地的有线电视网络是由各地广播电视行政主管部门设立和建设的。虽然国家广电总局出过一些规范性文件，提出了一些建议，并进行了有线电视器材进网认证，但有线电视网络的建设主体毕竟在地方，网络的规划、设计、方案、设备选用、施工、资金投入等完全由地方自主决定，因此造成各地建设完成的有线电视网络彼此不太相同。总的情况是规模大的网络，资金投入相对也大，网络建设的标准高，规划相对超前，网络的质量也较好。

（一）规划不同：各地形成的有线电视网络的发展规划，是根据本地的实际情况和各地自己的认识进行制定。各地情况不同，认识不同，规划也不可能完全相同。

(二) 设计施工方案不同: 在有线电视网络的布线施工不完全相同, 例如, 有些地方附挂供电杆路, 有些地方附挂电信杆路, 有些地方是自主建设。

(三) 网络带宽不同: 有些地方是 860MHZ 以上, 有些地方是 860MHZ 以下。

(四) 网络质量不同: 主要是各地由于建设资金投入的不同, 使得选用的设备和器材质量有差异, 反映在网络质量上就是故障率有高有低, 网络指标也参差不齐。

(五) 双向方式不同: 有些地方使用 CMTS (线缆调制解调), 有些地方使用 EOC (线缆传输以太网数据), 有些地方则另行铺设 5 类线, 采用以太网和同轴电缆双线进户。

(六) 数字电视选用的标准不同: 据统计, 全国各地选用的各类标准、设备有近 100 种, 基本是不可通用。

1.2.2 有线电视网络人才缺乏

中国的广播电视过去一直属于行政事业体制, 广电的广大干部职工坚持正确的政治方向, 积极投身于中国的广播电视事业, 为中国广播电视的发展作出了巨大的贡献。时至今日, 有线电视网络面临着三网融合带来的市场竞争, 我们才发现, 广电系统太缺乏适应现代企业管理经营的人才了。和竞争对手相比, 有线电视系统在人才上面临以下的困境:

(一) 缺乏高级研究人才: 广电过去以宣传工作为中心, 事业的发展属于应用型, 自身缺少新技术、新产品的研发能力。标准制定滞后, 且缺乏系统性。前瞻性、原创性的研究几乎是空白。这一切都是因为广电系统缺乏研究机构和研究人才造成的。

(二) 缺乏职业经理人: 三网融合已将有线电视推向市场, 必然要将经营的思路转变到按市场规律办事上来。历史上有线电视网络没有经受过竞争市场的洗礼, 也缺乏能在严酷的市场环境中的带领员工打拼的领军人物——职业经理人。

(三) 缺乏产品规划师: 有线电视过去仅仅向用户提供一种产品——模拟电视, 目前整体转换后的数字电视除了提供基本的收视节目外, 开始有付费的节目供用户选择, 三网融合后, 将会有更多的产品推向市场。这些业务同质化的程度高, 面临激烈的市场竞争。必须对产品有恰当的规划 (类似于金融系统的精算师), 用科学的理论和市场规律引导消费。

(四) 缺乏广告策划师: 广播电视系统擅长替别人做广告, 但对自己的主营业务基本上不做广告。这是因为有线电视产品是公共物品, 而公共物品是不需要做广告的。三网融合后, 有线电视已推上市场竞争的风口浪尖, 也要学会为自己做广告, 树品牌。

1.2.3 有线电视网络经营手段缺乏

有线电视自成立以来，没有经历过市场的风风雨雨，不懂现代市场的营销规律，不掌握目前市场的竞争情况，所以三网融合逼迫有线电视进入市场竞争，对资源缺乏的广电来说是一个严峻的考验：

（一）没有品牌：有线电视多年以来只提供基本的电视节目收视这一种服务，它的属性决定了它不可能形成自己品牌（例如中国电信的天翼通，或中国移动的全球通等）。

（二）没有经验：没有市场竞争经历，自然也没有做市场的经验。

（三）缺少场地：之前不需要做市场，所以也对场地缺少要求，许多大城市也只有几个营业厅。进入到竞争市场，没有场地、门面肯定是不行的。

（四）产品线不全：三网融合使得有线电视与强大的通信运营商直接进行竞争，而通信运营商的产品众多，他们可以进行组合，以独有的产品或必需品捆绑竞争性的产品，从而在市场中保持领先地位。

（五）没有渠道：通信运营商们经过若干年的苦心经营和打拼，已建立完善的产品销售渠道，最大限度地覆盖了潜在的客户，能够方便快捷地提供销售和服务。而有线电视需要从头开始。

1.2.4 有线电视网络服务理念缺乏

有线电视属于事业体制，相比较竞争性的企业缺乏服务的理念，还不知道市场是与服务的好坏密切相关的。

（一）服务体系缺乏：长期在事业的体制下，无需市场竞争即可旱涝保收，使得有线电视不注重服务，表现在服务理念相对落后，不注重服务体系的建立，也不太注重研究和提高服务的规律和质量。

（二）服务投入不足：表现在有线电视的维护服务人员和装备投入不足，有线电视的收入被挪用，网络更新改造不积极，这尤其在收入本来就不多的县级有线电视网络表现得更为突出。

1.2.5 有线电视网络管理手段缺乏

有线电视网络过去都是单向网络，开展的是广播式的单一业务，对网络自身的管理要求不高，不能做到对网络的全程监控和全程可控，而这对于开展双向交互业务是不可想象的：

（一）认识不够：没有认识到网络的可控可管对开展业务、提高服务质量所起

的重要作用。

(二) 投入不足：认为网络管理系统的建设不能直接产生经济效益或效益不明显。

(三) 网络资料缺乏：过去事业单位做事的方法，使得有线电视网络的基本资料收集不全，导致现在进行网络资源管理难度相当大，距离完善还有相当长的时间。

(四) 基础建设缺失：过去有线电视网络建设并没有考虑现在三网融合所面临的问题，整个网络结构、布局包括分机房建设都与现在开展的业务不相适应，需要投入大笔资金进行改建。

1.2.6 有线电视网络前途堪忧

当前，有线电视网络正按照国务院文件精神开展三网融合的试点工作，但在实施过程中还存在不少疑惑：

(一) 不能预知三网融合后有线电视网络的最终定位：三网融合对广电来说是一个新生事物，相对于竞争对手，有线电视网络在人、财、物各方面落后不是一星半点。虽然有线电视网络不怕竞争，但最终的结果现在还无法预料。不排除未来有线电视网络在使出浑身解数，吃遍千辛万苦后，效益没有明显增长，甚至还不如现在。正是由于对未来的担忧，会严重地影响广电人的士气。

(二) 发展的中间过程不能准确把握：三网融合对广电和电信来说，是一个新课题。只有通过试点才能确定如何进行融合，而最终广电与电信的利益如何平衡，国家政策将起决定性的作用，而融合的参与方是不能进行主导和控制的。

(三) 广电系统内纷争难平：国家广电总局正在筹建参与三网融合的竞争主体——中国有线电视网络公司，将对各地分散的网络进行终极整合。这面临着中央和地方现有权力、利益的重新分配。全国有线电视网络能否顺利整合和开展业务，注定是十分困难和复杂的。事实上，在各省已进行的网络整合过程中，已充分展示出工作的艰辛。

1.3 有线电视网络与“三网融合”

1.3.1 “三网融合”的意义

2010年1月13日，国务院召开了加快推进广播电视网、电信网与互联网的融合的常务会议，正式拉开了三网融合的序幕。

三网融合是指电信网、计算机互联网和有线电视网三大网络通过技术改造，能够提供包括语音、数据、图像等综合多媒体的通信业务。推进三网融合发展，实现三网互联互通、资源共享，为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务，对于促

进信息和文化产业发展，提高国民经济和社会信息化水平，满足人民群众日益多样的生产、生活服务需求，拉动国内消费，形成新的经济增长点，具有重要意义。

1.3.2 “三网融合”阶段性目标

2010年至2012年重点开展广电和电信业务双向进入试点，探索形成保障三网融合规范有序开展的政策体系和体制机制。

2013年至2015年，总结推广试点经验，全面实现三网融合发展，普及应用融合业务，基本形成适度竞争的网络产业格局，基本建立适应三网融合的体制机制和职责清晰、协调顺畅、决策科学、管理高效的新型监管体系。

1.3.3 “三网融合”的五大重点工作

（一）按照先易后难、试点先行的原则，选择有条件的地区开展双向进入试点。符合条件的广播电视企业可以经营增值电信业务和部分基础电信业务、互联网业务；符合条件的电信企业可以从事部分广播电视节目生产制作和传输。鼓励广电企业和电信企业加强合作、优势互补、共同发展。

（二）加强网络建设改造。全面推进有线电视网络数字化和双向化升级改造，提高业务承载和支撑能力。整合有线电视网络，培育市场主体。加快电信宽带网络建设，推进城镇光纤到户，扩大农村地区宽带网络覆盖范围。充分利用现有信息基础设施，积极推进网络统筹规划和共建共享。

（三）加快产业发展。充分利用三网融合有利条件，创新产业形态，推动移动多媒体广播电视、手机电视、数字电视宽带上网等业务的应用，促进文化产业、信息产业和其他现代服务业发展。加快建立适应三网融合的国家标准体系。

（四）强化网络管理。落实管理职责，健全管理体系，保障网络信息安全和文化安全。

（五）加强政策扶持。制定相关产业政策，支持三网融合共性技术、关键技术、基础技术和关键软硬件的研发和产业化。对三网融合涉及的产品开发、网络建设、业务应用及在农村地区的推广，给予金融、财政、税收等支持。将三网融合相关产品和业务纳入政府采购范围。

1.3.4 当前六大任务

（一）是建设IP电视、手机电视集成播控平台。集成播控平台负责节目的统一集成和播出监控，负责电视节目指南（即EPG），还有对用户端、计费、节目版权的管理。该平台的建设和运营实行两级架构，中国网络电视台（CNTV）组织建设

中央的总平台，并与地方电视台联合建设试点地区的分平台。

(二)是建设IP电视、手机电视的监管平台，在节目集成播控、传输分发、用户接收等环节安装数据采集和监测系统，加强对各类网络播出、传输视频节目的监管。这个监管平台也是两级的架构，广电总局负责全国性的行业管理，进一步完善建立中央IP电视和手机电视的监管系统，在试点地区省级的广电部门负责建立本地的技术监管系统。另外，广电也要求地方监管系统的建设和运行要与当地试点业务的开展协调一致。也就是说，IP电视、手机电视的集成播控平台和监管平台要同步建设，两个平台都建好了再开始运营。

(三)是组建中国广播电视网络公司。该公司作为国有大型文化企业，是广电参与三网融合的市场主体，实现全国有线电视网络统一规划、统一建设、统一运营和统一管理。目前广电总局已经成立了中国广电网络公司筹备工作领导小组，正在调研准备制定公司组建的方案。

(四)是加快有线电视网络数字化和双向化的升级改造。广电近期刚刚颁布了有线电视网络三网融合试点总体技术要求和框架，对业务平台、网络、终端、运营支撑、安全监管以及宽带网的互联互通、话音网的互联互通等方面的系统建设提出了明确的要求，并也用来指导12个试点城市制定具体的实施方案。此项改造明确要求，在今年底前12个试点城市和地区有线网络的双向化覆盖率要达到在城区超过90%，在全部区域平均超过70%。

(五)是创新服务业态，提高运营支撑的能力。大力发展高清晰度电视广播和高清互动点播的业务，充分发挥有线电视网络在视频服务方面的优势，同时积极开展可视交互、在线支付、互动游戏、电视理财、网络教育、综合信息服务等新业务，拓展服务领域。按照试点方案的要求，在做好广电业务的同时，还开展宽带互联网接入和IP电话电信类的业务。

(六)是建设下一代广电网NGB。NGB是广电做出的一个10年的发展规划，结合三网融合的试点，也将同步推进NGB示范区的建设，也即12个三网融合的试点城市同时也是NGB示范区的建设城市。

1.3.5 推进“三网融合”的工作要求

广电总局对推进三网融合试点工作提出了四点要求：

(一)要充分认识推进三网融合的重大战略意义，进一步增强责任感、使命感和紧迫感，自觉服从国家利益、服务人民利益，遵循科学规律，更加积极主动地推动三网融合试点。

(二)要从我国国情和广电实际出发，坚持科技创新、业务创新、服务创新、