上篇

宏观篇

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一章

中国数字电视发展脉络

从 1992 年中国开始进行高清晰度数字电视（HDTV）的项目攻关，到 2000 年南宁开通全国首个数字电视平台，再到 2004 年广电总局提出“数字化年”和“产业发展年”，全面实施数字化整体转换，数字电视在中国已经走过了 10 多年。

回首 10 余年，中国的数字电视由一片空白到进入商业运营并提出“整体转换”和建立“家庭信息平台”这种适合中国国情的发展战略，大批付费频道（率）开播，产业链也初步形成，可以说是摸着石头过河，每一步都走得相当艰难，也取得了相当的成效。梳理中国数字电视发展的脉络，对目前处于攻坚阶段的中国数字电视发展来说非常必要。

第一节　中国数字电视发展历程概要

按照数字电视产业开展的深度和广度，中国数字电视 10 余年历史可以大致分为实验阶段、僵持阶段、启动阶段和突破阶段。

一、实验阶段（20 世纪 80 年代至 90 年代初）

我国数字电视技术的研究开发与国际基本保持同步，早在欧美国家开始着手研制数字电视时，一些科学家就向国家有关部门提出了开发中国数字电视的建议。20 世纪 80 年代末，中国开始关注数字技术在广播电视领域的发展，并向海外派出考察小组学习国外先进技术。1992 年，中国开始组织对 HDTV 的高科技攻关项目；1993～1994 年，国家科委组织“HDTV”发展战略专家组。这一阶段对数字电视的关注重点在技术层面。

表 1－1　试验阶段数字电视发展历程

时间	事件
1992 年	开始组织对 HDTV 的高科技攻关项目
1993～1994 年	国家科委组织“HDTV”发展战略专家组

二、僵持阶段（20 世纪 90 年代后期）

这一阶段，中国数字电视处于发展比较停滞的阶段，很多问题延续到今天仍然在困扰中国数字电视的发展，比如标准问题、网络整合问题等。虽然政府加大了对数字电视的重视程度，但数字电视在此时并没

有真正启动。

1. 政府加大对数字电视的重视

1998年10月，“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”成立。

1999年10月1日，该小组组织实施了国庆50周年活动高清数字电视（HDTV）地面广播实况转播试验，由中央电视台成功使用数字电视技术试验转播国庆典礼；同年，国家广电总局成立了数字电视领导、研制、转播、测试、标准五大小组。

2. “标准之争”耽误发展时机

数字电视牵扯到从传输到接收的一系列标准，其中争议最大的要数地面数字电视传输标准，在“自主知识产权”的口号下，各个利益集团在标准上展开了争夺，以至于地面数字电视最早开始试验却最晚启动，正是对标准的利益争夺耽误了发展时机。

1996年，数字高清晰度电视总体组成立，上海交大为其中主要科研力量。同年，国家计委将数字电视的地面传输标准作为一个高新技术科研项目委托给上海交大，1999年又给了大笔经费，但上海交大一直没有拿出让人信服的方案。1999年下半年，清华大学加入到该标准的制定行列中。最多的时候，该标准的制定工作有10多个领导小组，四五家竞争，其中以清华和交大的冲突最为激烈。

其他争论诸如有线传输标准使用欧洲DVB-C标准还是自主研发、机顶盒标准和数字电视机标准如何确定等问题，都没有形成定论，从而延缓了进程。

3. “网络整合”陷入窘境

出于整合有线网络资源的考虑，1999年“网络整合”被提上日程。2000年初，广电总局提出了以省为单位进行网络整合的方案，并于2001年12月成立了旨在进行全国网络整合的中广影视传输网络公司。但是，由于有线网络都是地方自筹资金建立起来的，也已经成为当地的重要资产。因此，要想整合非常困难。在整个过程中各级广电的利益之争凸显，拉锯战一直延续，整合陷入窘境，而网络整合也直接影响了地市开展数字电视的积极性，也给已经开始的中国数字电视进程蒙上了阴影。

表1-2 [illegible]持阶段数字电视发展历程

	事件
1994年	国务院成立“HDTV协调小组”，任命“HDTV专家组”和“HDTV总体组”
1998年9月	“HDTV总体组”完成HDTV功能样机系统（地面广播）
1998年10月	“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”成立
1999年10月1日	“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”组织实施了国庆50周年活动HDTV地面广播实况转播试验，由中央电视台成功使用数字电视技术试验转播国庆典礼
1999年	广电总局成立数字电视领导、研制、转播、测试、标准五大小组
2000年5月	“国家数字电视研究开发与产业化领导小组”研究部署在北京、上海、深圳三地进行数字电视地面广播传输系统现场测试

三、启动阶段（21世纪初）

21世纪最初的两三年，一些地方开始试播数字电视，积极参与到数字电视实践中来，甚至以苏州为代表的一些地方开始了正式的商业运营，中国的数字电视开始启动。

1. 苏州正式启动数字电视商业运营

经过多年筹备，在技术服务商的推动下，苏州有线网络有限公司于 2001 年 4 月开始了正式的商业运营，推出付费频道的概念，也推出了 机顶盒销售的市场模式，这是僵持阶段之后数字电视重新启动的开端。

2. 河北获得 VOD 点播运营执照

第一家由国家广电总局批准、获得运营执照的河北电视台 VOD 点播频道在 2001 年 8 月正式开始运营，此事引发了社会各界的关注，搅动数字电视市场。

3. 省级和直辖市广电积极参与数字电视

2001 年 5 月，山东数字电视正式开始运营； 10 月，中央电视台试播数字电视节目。 2002 年 1 月，无锡数字电视正式运营； 2 月，广州、南京、湖南开始数字电视运营 4 月 1 日，广东省有线电视网络数字电视平台正式启动。

表 1－3 启动阶段数字电视发展历程

时间	事件
2000 年 6 月	中国第一个数字电视广播平台在南宁开通
2000 年 10 月	国家计委批准将数字电视标准研究制定列入 2000 年国家发展计划
2001 年 1 月 1 日	上海开播数字高清晰度电视节目
2001 年 4 月 28 日	苏州有线数字电视正式投入市场
2001 年 5 月	山东数字电视正式开始运营
2001 年 10 月	中央电视台试播数字电视节目
2001 年底	南京多媒体交互式数字电视系统开始试运行
2002 年初	南京数字电视播出平台相继开播 50 多套数字电视节目
2002 年 1 月	无锡数字电视正式运营
2002 年 2 月	广州试播数字电视节目；南京、湖南数字电视正式运营
2002 年 4 月 1 日	广东省有线电视网络数字电视平台正式启动
2002 年 5 月	中广影视传输网络公司与中国电影集团合作的广播式视频点播开始试运行；常州数字电视正式运营
2002 年 9 月 24 日	上海信息家电协会发布《上海数字电视终端接收设备通用技术规范》
2002 年 9 月 28 日	上海互动电视运营性试播
2002 年 10 月	上海市数字电视联合实验室成立，天津有线标准清晰度数字电视试播
2002 年 12 月 28 日	四川省绵阳市数字电视正式开通，成为西部首座开通数字电视的城市

需要全本请访问 www.ertongbook.com

四、突破阶段（2003 年后）

经过几年的试验和冲突，到了 2003 年，数字电视业务终于取得了重大突破，进入实质性运营阶段，广电总局制定了中国数字电视发展的三个阶段和数字电视过渡时间表，并提出 2004 年底直辖市、计划单列市、2/3 省会城市要完成数字电视整体转换的规划。并出现了以青岛、佛山、杭州等地为代表的可行性运营模式。

1. 2003 年 7 月科技会议召开拉开广电数字化的序幕

2003 年 7 月初，国家广电总局召开会议，发起和组织了来自广电系统参与数字电视运营的 33 个试点（省、直辖市、地市）城市。中国广电的数字化改革终于找到了突破口。

2. 一系列技术规范和内容规划的措施出台

2003 年开始，国家广电总局推出了一系列技术规范；6 月提出《建立有线数字电视技术新体系的实施意见》，并且就数字电视的内容生产和播出作出了指导性规定； 11 月出台《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》。这些，都对促进数字电视市场发展发挥了重要推动作用。

3. 青岛模式

2003 年 10 月，青岛数字电视开播。以政府支持为背景，信息服务为核心，机顶盒整体平移为主要战略的青岛模式的出现，带动了中国数字电视新一轮发展。

4. 佛山经验

2003 年底，佛山南海区开始数字电视整体转换。以政府支持和引进外资为依托，以一卡一费、分区域推进和关闭全部模拟信号为特点，成为了全国数字电视整体转换的范式之一。

5. 杭州革命

2004 年 7 月，杭州宣布开始全城数字化整体转换。杭州数字电视的最大特点是在 IP 网的基础上建立完全互动的数字节目库和多样的信息平台，把广电数字化经营的视野从单纯的网络经营扩展到内容产业和信息平台的经营，因此业界把杭州的经验称之为“杭州革命”。

表 1-4　突破阶段数字电视发展历程

	事件
2003 年 3 月	深圳、广州有线数字电视正式开播
2003 年 6 月	26 日，广电总局决定建立有线数字电视节目监管平台； 广电总局提出《建立有线数字电视技术新体系的实施意见》
2003 年 7 月	全国首个数字付费电视平台——上海文化广播影视集团筹办的《法治天地》节目开播；重庆市铜梁县、太原市、湖南省数字电视开播
2003 年 9 月	北京数字电视及中央节目平台、浙江温州、绍兴数字电视试播；28 日，广西推出数字电视服务
2003 年 10 月	青岛、杭州、宁波、安徽、海南数字电视试播

续表

时间	事件
2003 年 11 月	《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》出台； 青岛会议召开，确定了我国数字电视整体转换策略
2004 年 3 月 22 日	国内第一个数字媒体产业基地——南海数字媒体产业园正式落户广东佛山市
2004 年 5 月 18 日	央视风云传播有限公司注册成立
2004 年 7 月	广电总局在佛山召开现场会，数字化整体转换进入实质运行阶段
2004 年 8 月 6 日	由北京广播影视集团发起，首批 12 家国内数字付费电视频道组成的“有线数字付费电视联合体”正式在北京成立
2004 年 8 月 9 日	中央电视台 6 个数字付费频道“风云奥运－1”、“风云奥运－2”、“第一剧场”、“风云剧场”、“世界地理”、“风云音乐”开播
2004 年 10 月 8 日	杭州数字电视公司在杭州市南都德加西区广场正式推行数字电视整体转换
2004 年 12 月 1 日	上海文广互动电视有限公司向全国推出“都市剧潮”，“生活时尚”、“极速汽车”、“七彩戏剧”、“法治天地”和“魅力音乐”6 个全新的付费电视频道

第二节　中国数字电视运营模式探索过程

从数字电视进入试验性运营以来，对运营模式的探索就没有停止过。纵观最近几年数字电视的探索历程，从最开始的单纯依靠市场力量卖机顶盒，到公益性和盈利性并存的“整体转换”；从单纯的卖付费频道，到互动点播和信息服务并举，中国数字电视的运营模式正在一步步走向成熟。

一、苏州模式

苏州是第一批进入有线数字电视实质商业运营的代表城市。 2001 年 4 月，苏州有线网络有限公司开始正式的数字电视商业运营，第一次在公众面前展示了真正的数字电视，其运营模式的思路是依靠优质内容和服务来推动机顶盒的销售和额外付费业务的消费。

1．模式特征

商业化运营是苏州数字电视推广的主要特征，销售机顶盒的数量是数字电视推广效果的主要衡量指标。

(1) 提供与传统模拟节目不同的内容和业务

提供新颖的数字化内容和业务成为苏州数字电视吸引用户购买的基础，这些内容和业务主要有：

NVOD （准视频点播）、股票信息、境外节目（面向政策允许的用户。苏州有大量外资／合资企业，境外人士很多）；EPG （电子节目指南）、信息浏览、自办专业节目

（2）开展大量的营销推广活动

营销推广是为了促进用户的购买，这些活动包罗万象，动用了各种可以利用的手段。广电开始了真正面对终端用户的面对面营销。其主要手段有：

小区现场演示、在大众媒体做广告、在《广播电视报》和《姑苏晚报》开辟数字电视专栏、在电台开设数字电视直播节目、进行价格打包促销··

（3）机顶盒售价比较高

2001 年 4 月苏州刚推出数字电视服务的时候，机顶盒售价为 1500 元。2001 年底，在进行优惠活动时把价格降低到了 880 元（不含股票信息功能）和 1080 元（含股票信息功能）两种。

（4）服务费成为重要收入来源之一

2001 年 4 月，苏州的数字电视服务费为 40 元／月，远远超过传统有线电视十几元一个月的基本维护费。

按照当时苏州有线网络公司的规划， 2002 年底用户达到两三万，实现收支平衡。但是事实上这个目标并没有实现。

2．模式的影响

这种模式在有线数字电视启动初期的确起到了一定作用，一些先行城市因此赢得了一定量的数字电视用户，拉开了中国有线数字电视商业运营的大幕。

但这种模式却先天不足，虽然希望通过内容和业务经营而改变单一依靠广告经营的广电经营模式，但优质节目匮乏的困难不是一朝一夕就可以解决的，再加上高额的机顶盒门槛，经过一段时间的运营之后，该模式不可避免地走到了“两万户瓶颈“，即最多推广到两万户左右就不再有进展。

二、青岛模式

2003 年 10 月，青岛数字电视正式开播。 2003 年 11 月，广电总局在青岛召开新闻发布会，正式向外界宣传“青岛模式"。从青岛模式开始，中国数字电视的推广思路从市场运营过渡到整体转换。此后的佛山经验和杭州经验，都是在青岛的基础上进行的适当调整。

1．模式基本特征

概括来说，青岛模式的核心就是整体转换，即机顶盒免费配送给用户，在提供更多内容和信息服务的基础上，适当提高收视费。同时关闭绝大部分模拟电视，分区分片实现模拟用户向数字用户的转换。

（1）机顶盒免费配送

结束了销售机顶盒的历史，由网络公司提供机顶盒给用户，用户免费使用，从而解决了机顶盒门槛高的问题。

（2）基本关闭模拟电视

在实现整体转换的小区只保留中央一套、山东一套、青岛一套等 6 套模拟节目，其他模拟节目完全关闭，迫使用户必须接受整体转换。

（3）提供海量信息，构建家庭信息终端

海量信息主要是与百姓日常生活息息相关的内容，实用性很强。这样就把电视机由单一的收看视频节

目的终端变成了综合的家庭信息终端。

（4）政府大力支持

要改变全市人民看电视的方式，没有政府的支持是办不到的。青岛市政府成立了专门的数字电视领导小组，把数字电视列入“民心工程”，协调广电与其他相关职能部门的关系，从而保证了青岛实现整体的转换。

2. 模式影响

青岛模式采用整体转换方式突破了“两万户瓶颈”，用最短的时间获得了最大的用户数量。这一点对于启动数字电视而言作用非常明显，对于陷于“两万户瓶颈”中的各有线网络运营商来说也很有借鉴意义。整体转换也基本上获得了数字电视运营商的共识，各地纷纷积极制定计划或开展整体转换。

此外，青岛的数字电视推广模式结束了数字电视单纯商业化运营的历史，把数字电视纳入到整个城市的信息化进程中。政府推动、市场化运作，同时也使得数字电视具备了公益属性和商业属性的双重性。其运营主体虽然还是广电机构，但是所涉及的领域却扩展到全社会：上至政府，中至有线网络运营商、内容提供商、机顶盒厂家，下至终端用户。单纯依靠某一方面的力量都不足以实现数字电视的整体转换，因此，数字电视全面转换实现的难度很大，各种问题接踵而至，如何顺利实施还需要继续摸索。

三、佛山模式

2004 年 7 月，广电总局在佛山召开数字电视现场会，佛山经验正式提出。佛山经验是在青岛模式的基础上，根据自身的实际情况作出的适当调整。在青岛模式的基础上，佛山的主要经验在于 一卡一费，完全关闭模拟。

（1）一卡一费

“一卡一费”即按照机顶盒的数量收取服务费，一台机顶盒收取一份服务费，而不是有线电视惯常所采用的一户一费。

采取“一卡一费”之后，虽然第一台机顶盒由广电网络提供给用户免费使用，但第二台、第三台机顶盒就需要用户自己购买，而且需要缴纳第二份、第三份机顶盒的服务费。由此，广电网络可以有更大的盈利空间。

（2）完全关闭模拟

佛山在实现了整体转换的小区完全关闭了模拟电视，以此保证用户必须全部过渡到数字电视用户，避免了用户的流失。

（3）保证与用户的沟通非常重要

佛山经验最大的变化在于彻底改变了百姓消费电视的习惯，可以说触动了百姓的既得利益。因此，如何说服用户、培养用户新的消费习惯，就成了佛山数字电视推广中的重要问题。要解决这个问题，唯一的办法就是保证跟用户沟通渠道的畅通。

四、杭州模式

杭州的数字电视推广方式是对传统电视的一次彻底颠覆。除了延续了青岛模式的免费配送机顶盒、打造家庭信息 终端之外，其最大的变化在于提供了真正的互动点播内容，以此形成新的收入来源——额外点播／订购收费。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

(1) HFC 网与 IP 网并行，提供完全互动的点播节目

与其他地方不同，杭州的有线数字电视不仅有适合单向传送视频节目的 HFC 网，还有适合提供互动服务的 IP网。杭州数字电视同时利用这两张网络，利用基本型和交互型两种机顶盒提供基本收视和互动点播两种不同类别的内容，选择互动型机顶盒的用户可以在内容库中自由选择需要的内容，主要是电影和电视剧。由此，杭州开始了有线 IP 电视的时代。

IP 电视给用户提供了互动选择收看电视的权利，它把内容分门别类整理后按主题词建立索引，从而打破了台和频道的概念，打破了传统电视的运营形态。

(2) 不涨基本收视费，增加额外点播／订购收费

从运营角度，杭州整体转换在延续青岛、佛山免费配送机顶盒的基础上，抛弃了青岛和佛山提高收视费的做法，而是保持原有线电视 14 元／月的基本维护费，从而进一步降低进入数字电视的门槛，用户接受起来更为容易。

虽然基本收视费没有增加，但因为可以提供互动点播，由此带来了额外点播／订购收费。杭州目前的收费标准为 35 元包月，点播电视剧 0.5 元／集，从而为广电带来了新的收入来源。从媒介产业化到内容产业化的趋势已经显示出来。

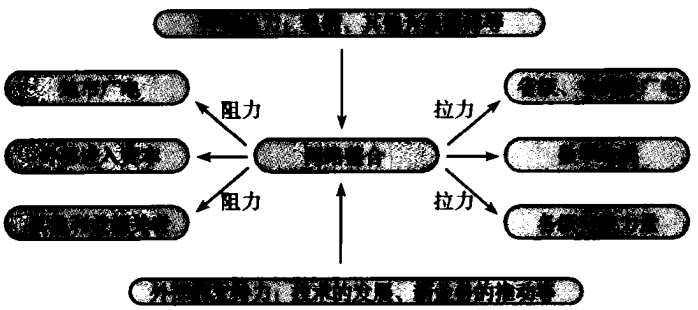
五、小结

从苏州到青岛再到佛山、杭州，中国的数字电视在不断探索适合自身特点的运营模式，经过多年试验和运营，数字电视经营逐渐显现出三大成功要素：降低进入门槛、互动性收视、贴近性资讯服务。这将导致广电运营模式和产业格局的根本性改变，单一运营广告的阶段将结束，运营综合信息平台和内容产业的阶段在不久的将来便会成为现实，产业链的整体协作也将更为重要。

第三节　广电网络整合历程及对数字电视发展的影响

就目前情况来看，广电各地的有线网络基本上是独立的经营实体，诸侯林立、割据为王。这种局面对广电的整体发展来说显然不利，特别是面对重量级的竞争对手时，分散的相对弱势的网络根本无力抗衡。因此，通过一种可行的方法把一个个分散的“小网”整合起来，以容纳更大的市场，便成了广电进行网络整合的目的，不过，目前在可行性和具体做法上还需要很多论证。

图 1-1　广电网络整合面临的各种博弈力量



一、广电网络整合历程

从 1999 年到 2004 年，广电网络的整合举步维艰。从横向来看，网络整合涉及整个广电系统的各个环节，并且还牵涉到很多系统外资金和力量 ；从纵向来看，有线网归属于政府资产，与省网没有直接隶属关系。因此，利益关系、所有权关系以及各种人事关系错综复杂，都不同程度地增加了广电网络整合历程中的变数。

（一）网络整合的背景、原因和条件

网络资源是广电最大的资产，而互联网系统融合带来的巨大利益使得广电对网络整合一直都抱有极大信心。从这几年广电的几个大动作（网台分离、数字电视等）上就可略见一斑。

1．网络整合背景原因

网络整合的背景原因主要体现在内部因素和外部因素两个方面：

（1） 内部因素：格局割据纵横、资源浪费、寻找新的经济增长点

广电内部原因是广电网络进行整合的主要背景和原因。

网络分散、资本来源复杂是目前有线网络的一个重要特征。在某些城市，由于很多小网共处一城，竞争几乎达到白热化状态。

从收入方面来看，在现有经营模式下，纯粹的广告经营已经不足以产生更大的利润，广电迫切地需要找到新的经济增长点。而要找到新的经济增长点，一方面要求把目前几乎闲置的网络资源充分利用起来，这就产生了“ 网台分营 ”；另一方面则要求把分散的网络统合起来，通过受众的规模效应来催生新业务，这就需要整合。

因此，广电进行网络整合，希望能找到一个更好的发挥自身实力的现实平台，而网络整合在技术上也不存在任何障碍。

（2）外部因素：电信竞争、其他媒体

可以说，电信的竞争是广电进行改革的最大外部压力，也是广电进行网络整合的直接动因。

电信利用网络开展多种业务，并成功地使用户养成了先交费后消费的习惯；而广电目前连让用户自觉缴费的消费习惯都没有培育完全。虽然广电的有线网无论在带宽还是服务价格方面都不输于电信，但是由于广电缺乏市场操作手段，加上政策限制，目前自然无力与电信抗争。

其他媒体的步步紧逼也使广电产生危机感，特别是卫星电视的即将出现，更是给有线网带来了前所未有的直接压力。因此，能增强综合竞争实力的网络整合理念应运而生。

2．网络整合条件

电信两年之内遭到了三次拆分，而广电到现在还可以孜孜不倦地迈向网络整合，这其中具备一定条件：

（1）广电具备垄断市场的最大资本

由于广电系统承担着国家宣传“ 喉舌 ”的任务，必须对国家意识形态的安全履行义务。因而，为了保证这一安全，国家在一定程度上允许广电垄断市场。

从目前市场来看，国内城市一般都只有一家电视台实体、一家广播电台实体，因此，对电波信息传播的绝对控制，使得广电系统具备垄断的市场基础。

(2) 广电内部行政力量强大

地市广电隶属地方政府部门，而不是省级广电，政府行政力量可以直接干涉广电内部改革。因此，广电采取从上而下的整合方式有一定行政基础。

不过，获得这部分行政力量的代价很可能是失去当地政府对网络的支持。

(3) 数字电视发展提供了一定推动力

数字电视已然发展，网络需要改造，这需要不同经营实体之间在资金上进行合作；由于业务的推动，各城市之间可能需要在市场上进行联合。事实也证明，数字电视经营模式中出现了几个城市共用一个网络平台的方式。因此，网络整合如果能够进一步发展，一定也得益于数字电视的发展。

（二）网络整合的发展历程

1995 年，原广电部做出决策，决定将全国有线广播电视网联合成一个整体，并把广电国家级光缆干线网列入“九五“规划和 2010 年远景规划。

1997 年底，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。

1999 年，受到电信良好市场效益的刺激，广电部门高层决心进一步进行广电改革，主要内容是关于有线网络。

2000年初，广电总局提出网络整合的方案：“以省为单位组建公司，市、县无条件进入。以资产为纽带，采用股份制形式，以账面净资产核资入股，存量不变，增量分成。”

在 2001 年 4 月的国际广播电视信息网络展览会（CCBN）上，广电总局副局长张海涛指出，广电行业一直处于条块分割、有系无统的局面，因此广电决心打破原有的体制结构，实现网台分离，年底前组建成立省级和中央级的传输网络公司。

2001 年 7 月，国家广电总局对外发布消息，称全国有线广播电视台与无线电视台的合并工作已全部完成。到 2001 年底，各省的省级有线网络传输公司已大体组建完毕，实现了“网台分离”。不过，相当大部分只是挂一块牌子，并没有实际的市场运作行动。

2001 年 12 月 18 日，中广影视传输网络公司成立，采取与“四级办台”相反的办法，决定从上到下”统一诸侯”。

2002 年 5 月，中广影视传输网络公司完成对温州市、绍兴市和绍兴县的网络整合，三地有线电视网络资产投入中广有线公司，其原拥有者则变为了中广有线的股东。

2002 年的 CCBN 会上，中广影视传输网络公司陈晓宁提出了新的“整合概念”，从纯粹的网络整合转移为业务上的整合——统一经营、统一品牌。这在一定程度上表明广电高层已经意识到纯粹的行政力量已不足以推动网络整合的进一步发展。

此外，广电并不是网络整合的唯一主体。像中信公司这种一直窥视广电领域的巨头，在发现收购有线网络是进入广电市场的一条“终南捷径”后，已经抢在广电整合网络之前开始收购地方有线网络资源。这就为网络整合的推进增加更多变数。

表 1－5　部分省级广电进行网络整合的时间

陕西省	2001 年 6 月	依照资股、按股分红、债随股走的原则，陕西省广播电视信息网络股份有限公司成立
江西省	2002 年 2003 年 11 月 6 日	进行全面整合 省政府召开全省广电网络整合签约会议

续表

		进度
四川省	2003 年 7 月 8 日	四川省委、省政府联合下发《关于印发（四川省有限广播电视网络整合方案的通知）》
新疆维吾尔自治区	2003 年 3 月	全疆广电网络整合正式启动，到 5 月底，伊犁州等七个地、县级广电网络首批整合及分公司成立工作已经顺利完成
山西省	2004 年 4 月	山西省广电局与阳泉、运城、临汾、大同、晋中五个市广电部门签定了山西有线广播电视网络整合协议，至此，山西省 11 个市已全部签约进行网络整合
广西壮族自治区	2003 年 9 月 2004 年 6 月 18 日	开始实施全区广电网络整合 广西广播电视信息网络股份有限公司正式挂牌运行，并在全区 14 个地级市和 76 个县市建立了分公司
河北省	2004 年 8 月 6 日	《河北省广电网络整合暨有线广播电视综合信息网络股份有限公司组建方案》通过
天津市	2004 年 8 月 27 日	天津市广播电视网络有限公司进一步加大组建各区县分公司工作的力度，继和平、塘沽两家分公司挂牌成立后，大港、北辰、红桥分公司相继成立
云南省	2004 年 11 月 9 日	在昆明召开全省广播电视网络整合工作电视电话会议，之前已经组建了云南电视信息传输网络股份有限公司
江苏省	2004 年 11 月 17 日	江苏全省广电网络整合工作会议在南京召开，筹备全省网络的整合

（三）网络整合的阻力

网络整合推行到目前成效一直都不大，可以看到，不仅进行网络整合的市场基础十分脆弱，而且，如果通过市场手段来推行，那么任何一家现有的公司都不可能完成。这是一个庞大的工程（据估计，整合全国网络最少需要 1000 亿元）。

网络整合所遇阻力主要来自于两个方面：地市广电和进入系统的外部资本力量。

1．地方广电

（1）触动直接利益

由于国内广电系统多年来一直按行政级别和区划分块管理，各地广电部门直属于当地政府，网络建设一般都由各地方政府甚至系统外资金买单，因此，当省级广电希望以一纸文件凭空将网收走时，地方广电当然拒不买账。

另一方面，有线网络是很多地市的财政收入来源之一，市政府自然不愿意拱手相让。

（2）部分地市广电自身实力雄厚

像上海、广州、深圳、北京、杭州、湖南等拥有相当用户规模的网络公司，自身实力比较雄厚，或者已经上市，或者正积极筹划上市，它们被中广网络控股或以其他方式纳入掌控的可能性微乎其微。

（3）整合政策有所欠缺，损害地市广电积极性

直接进行市场操作需要大量资金，因此很多省级广电在整合网络的时候会借助强大的行政力量，这种整合措施带来的后果便是很少考虑地市的实际利益，因此很难再得到当地市政府的支持。

2．进入系统的外部资本力量

在 2000 年有线电视网投资热时，很多广电业外的资金投资到各地的有线电视网，其中以中信国安、北大青鸟、聚友网络为代表。广电行业曾一度对进入有线电视网的资金大加讨伐，但随着 2001 年有关政策的出台，国有资本进入广电干线网在政策上已经松动。到目前为止，湖南、上海等地的网络外来资本已占据重要地位。

系统外资本一般采取非常市场化的操作方式，而且一旦进入有线网便绝不会轻易退出，因此，中广网或者其他省级网络要想把这些力量纳入旗下，将十分困难。

二、网络整合对数字电视发展的影响

在数字电视发展中，由于试点城市网络所有者的不同，从而被区分为各种不同的经营模式。由于网络是数字电视运营的根本，因而网络整合直接影响到数字电视发展的各个阶段，这主要体现在三个方面。

（一）重新分配市场资源，重新决定市场地位

毫无疑问，进行网络整合意味着对现有市场资源进行重新洗牌：网络所有权、用户资源，甚至内容供应商都被卷了进来。对市场资源的重新分配意味着各种势力要重新分割市场，数字电视的发展正好提供了一个市场机会，网络整合则成为最为合理的理由。

新产业的出现为数字电视链条中的各个角色都提供了提升自身地位的契机。但是，网络整合也遭遇了各方面的阻力，因此目前数字电视的发展也出现了停滞不前的局面：地市担忧网络被整合而举步不前；省级网络则一心筹划收购那些经济实力强大、网络状况良好的地市网络，但又缺乏必要的管理手段和收购计划；系统外的内容提供商则需要找准市场，以免投入更多的谈判成本。

（二）决定区域广电的数字电视发展模式

在完成了全省网络整合的数字电视试点单位，省级试点成为数字电视发展的主力，负责向全省提供内容和业务；地市网络公司则成为下属分公司，承担用户营销和内容销售的职责。

在没有进行全省网络整合的试点城市中，地市与省级广电或者采取业务合作的方式，或者采取互相竞争的方式，不同程度地利用双方的网络进行一种博弈式的发展。

（三）竞争力是否有所提升有待考虑

广电进行网络整合主要是为了获取规模效应，然而，·COM 泡沫和宽带泡沫的接连破灭却让广电机构意识到了单纯追求规模的网络整合没有前途。另一方面，广电高层也提出了一系列较为符合商业准则的概念：是否进行网络改造以及何时进行网络改造的依据，是改造成本和改造后能否产生足够的现金流量。有线电视业的商业模式要从追求扩大覆盖面然后获取广告收入转向追求收费率，以向用户收费为主要收入来源；业务模式则要从一味扩充频道数量转向以公益性基本频道为辅、收费专业频道为主——进入收费电视时代。

但是，这些准则的完美履行需要高超的市场操作能力，现有已经整合或准备整合全省网络的省级广电很大一部分都不具备这个条件，加上网络整合所需的巨额投资，网络整合存在巨大的管理风险和资金风险。背负着这样包袱的广电，其竞争力是否有所提升，尚需重新考虑。

第二章

中国数字电视发展现状

2003年、2004年是中国数字电视的激变之期：有线数字电视轰轰烈烈地在试点单位全面进行，但是却遭遇了相当多的发展瓶颈，各种利益主体展开市场博弈；付费频道看起来风光无限，几乎所有的试点单位都或多或少地开通了一些付费频道，大的内容提供商业已展开竞争，但与内容通道之间的关系却出现了一些问题；新内容传输通道不断涌现，比如手机电视、 IP 电视等，而这些内容传输通道又进一步催生了庞大的内容产业，并给有线网络造成了巨大压力。

第一节　数字电视战略部署

广播电视的数字化过程已经不仅仅是广电行业自身的发展需要，而是国家信息化工程的一个有机组成部分。因此，数字电视的发展首先要求在国家政策方面进行规划。在国家规划的基础上，结合我国国情和广电发展实际，国家广电总局为数字电视发展制订了具体规划，推出了切实可行的战略部署。

一、国家广电总局提出“数字化年”、“产业化年”

2003年，广电总局提出了“网络发展年”、“广播发展年”的设想，在“面”上全面启动有线数字电视，在“点”上力推青岛模式，以信息化服务打造家庭信息终端，以此带动数字化，以整体转换作为整体推进策略，为 2004 年的发展奠定了良好的基础。广电总局将 2004 年确定为“数字发展年”和“产业发展年”，为加快实施“数字发展年”和“产业发展年”的各项任务，国家广电总局下发了《数字发展年工作要点》和《关于促进广播影视产业发展的意见》，“点面结合”，加快广播影视的数字化、产业化发展。

（一）“数字发展年”的目标和举措

1. 目标

- 各试点城市特别是省会城市和计划单列市要建立整体转换模式和运营模式， 2/3 以上的省会城市和计划单列市的数字电视用户初具规模；
- 增加付费频道数量，扩大业务规模，省会城市以上广播电台、电视台节目制作和播出系统设备 80% 实现数字化，初步实现新闻制作网络化；
- 建成数字电影卫星平台，建成 100 家数字影院，500 个社区和农村电影数字放映示范点开始试运行；
- 起草卫星直播数字声音广播发展政策并开始试播，部分地区开始试验数字中、短波音频广播。

2．举措

●全面推进有线电视数字化，明确信息化是有线电视数字化的目标、节目是有线电视数字化的龙头、服务平台是有线电视数字化的基础、整体转换是有线电视数字化的关键、产业运作是有线电视数字化的途径、政府监管是有线电视数字化的保障；
●加强规范和指导，促进付费广播电视业务快速健康发展；
●加快推进广播电台、电视台的数字化、网络化；
●加快建立数字电影制作、发行和放映体系；
●积极推进广播覆盖的数字化；
●统筹规划，加强技术研究，加快相关保障体系的建设。

（二）“产业发展年”的基本思路和举措

1．基本思路和重点

(1) 强化电视优势产业

●继续保持现有电视产业经营特别是广告经营的持续增长；
●尽快实现电视产业经营的转型，改变过去单纯依赖广告的经营模式和赢利方式，积极开办付费电视，使之成为电视产业经营的又一个重要收入来源；
●积极扩大电视节目经营和资源开发。通过电视节目交易和跨媒体开发，拓展可经营性资源的重复利用；

(2) 振兴广播、电影、动画等弱势产业

(3) 发展数字技术、网络技术新兴产业

●在确保传输好广播电视基本公共节目的前提下，大力开发网络新业务新市场，提供新服务；
●大力发展数字电视，推广数字机顶盒，在网上积极提供付费电视、视频点播、数据广播、互联网接入、网络游戏、电子政务、电子商务、远程医疗、远程教育以及其他网络服务，促进网络产业迅速膨胀和扩张，使网络产业尽快发展成为广播影视新的经济增长点。

(4) 改造和退出传统产业

(5) 重视卫星直播高新产业

●广播电视卫星直播是卫星广播电视的发展趋势，在国外已经得到普遍应用，我国也已进行了成功的试验，是继有线电视网络之后广播影视业又一个具有良好开发前景的服务产业。此外还有手机广播、手机电视、移动电视、宽频电视等。

2．举措

●广电可经营性资产剥离，组建股份制公司，实行企业化运作；
●扩大广电投融资渠道，放宽市场准入，吸引、鼓励国内外各类资本参与广电产业；
●以数字化、网络化为重点，加快广电由模拟向数字的升级换代；
●拓展海外市场，进入国际市场；
● 逐步实行管办分离、政企分开、政事分开；
● 加强产业扶持与人才培训。

二、制定中国有线电视数字化过渡时间表

为加快广播电视数字化，广电总局根据（广播影视科技“十五”计划和 2010 年远景规划）的要求，即到 2005 年我国有线数字电视用户超过 3000 万户；2010 年全面实现数字广播电视； 2015 年停止模拟广播电视的播出，制定了中国有线电视向数字化过渡的时间表。

过渡时间表中按照地域和时间的划分标准，提出了四个阶段的过渡计划和具体过渡办法，并提出了各省市要因地制宜地发展，完成本地模拟向数字的转换。

（一）划分标准

1. 按地域划分

除北京、天津、上海、重庆四个直辖市外，分东部、中部、西部三个地区。

东部地区包括广东、福建、江苏、浙江、山东。

中部地区包括湖南、湖北、海南、四川、安徽、江西、广西、河南、河北、山西、陕西、辽宁、吉林、黑龙江。

西部地区包括新疆、西藏、青海、宁夏、甘肃、内蒙古、云南、贵州。

2. 按时间划分

分 2005 年、2008 年、2010 年、2015 年四个阶段。

（二）过渡计划

第一阶段：到 2005年，直辖市、东部地区地（市）以上城市、中部地区省会市和部分地（市）级城市、西部地区部分省会市的有线电视完成向数字化过渡。

第二阶段：到 2008 年，东部地区县以上城市、中部地区地（市）级城市和大部分县级城市、西部地区部分地（市）级以上城市和少数县级城市的有线电视基本完成向数字化过渡。

第三阶段：到 2010 年，中部地区县级城市、西部地区大部分县以上城市的有线电视基本完成向数字化过渡。

第四阶段：到 2015 年，西部地区县级城市的有线电视基本完成向数字化过渡。

（三）过渡办法

采取分区分片整体平移的过渡办法。在一个 HFC 有线电视网中，以最后一级光节点为单位整体向数字平移，即在最后一级光节点所带用户每户至少配置一个机顶盒后，可以在该光节点关闭模拟信号。以此类推，当所有光节点都关闭模拟信号后，整个有线电视网即可停止传送模拟信号。

对于还未进行光缆改造的有线电视网，要求先进行光缆改造再向数字化过渡。

对于新建有线电视网络、有线电视网中新建小区、楼宇的网络，有线电视用户应直接接入为数字用户。对于西部广大农村和偏远地区以及不适合发展有线电视的地区，可以考虑向卫星接收方面发展。

三、“三步走”战略

从传输条件来说，数字电视主要有三种状态：一是以有线网络为传输介质的有线数字电视，二是通过直播卫星进行传输的卫星数字电视，三是以地面无线电波形式传输的地面数字电视。对于三种形式的数字

需要全本请访问 www.ertongbook.com