

CUTV

城市联合网络电视台
China United Television

广电融合发展的实践与思考

深圳广播电影电视集团

傅峰春



联合城视 网聚中国



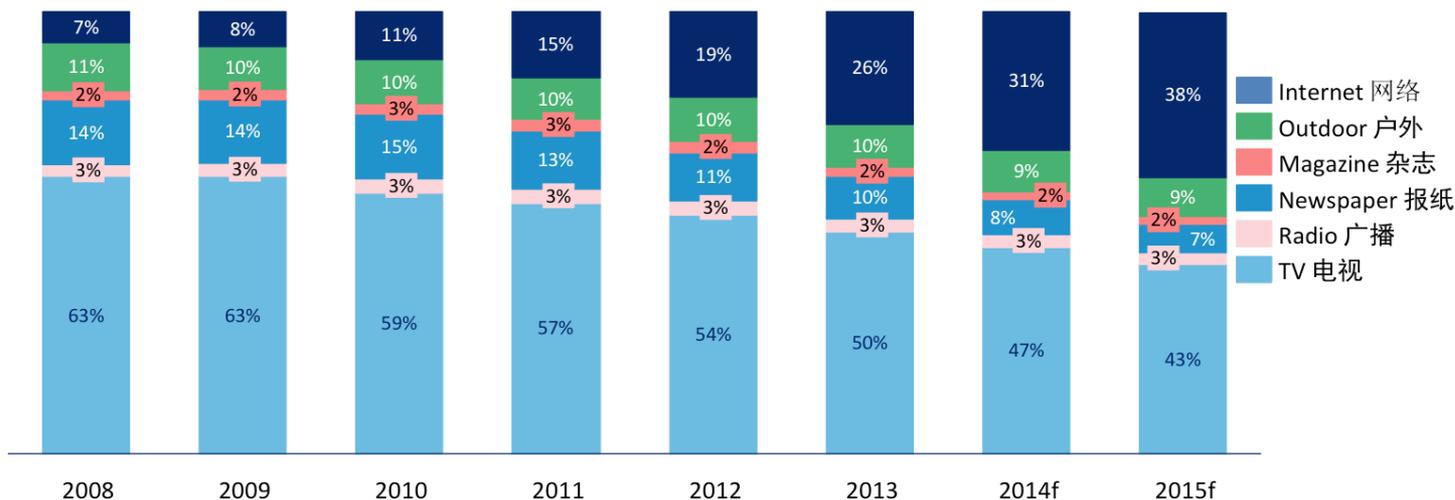
- **趋势与问题**
- **对策与实践**

传统广电媒体广告整体下滑

CSM^{Media Research} 电视客户峰会2014

Media spending has evolved over time 媒介花费的变迁

Media spending share cross years by type
按媒介类型分类的媒介花费占比



Source: TNY 2014
GroupM



■ 传统电视媒体马太效应加剧

- 14年总蛋糕缩水，卫视总体微升
- 卫视前三上升，其余下降
- 地面和城市台广告加剧下滑

■ 电商蚕食电视广告已拉开序幕

- 电商将抓住一切入口机会延伸平台
- 电商平台逐渐成为部分商品销售的主入口，电商搜索价值陡增
- 电商在OTT的布局
- 影视剧和专题节目的电商植入，阿里推出摇天猫，希望与集团合作

城市台发展遭遇严重危机

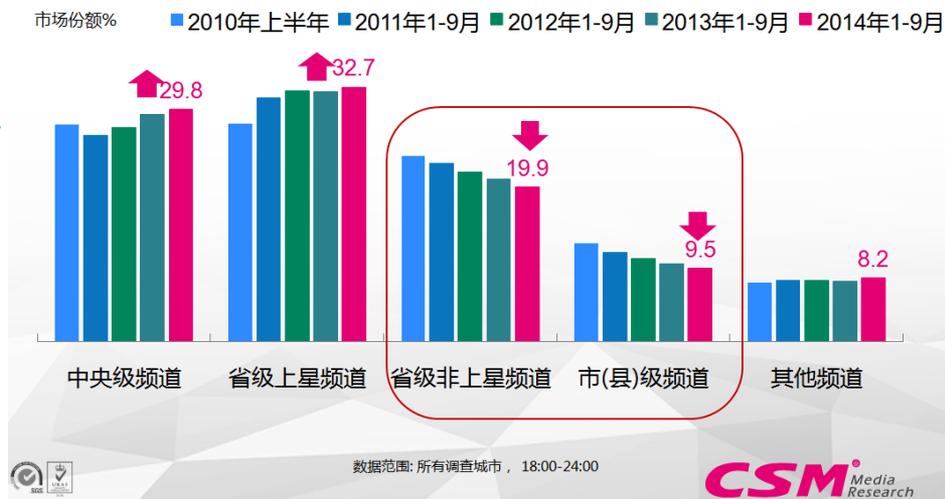
财务危机：广告下滑导致生存困难，一些台已彻底回归财政

收视危机：卫视省台多重挤压，节目投入、创新不足，收视下降，生态恶化

渠道危机：有线、IPTV、OTT无缘城市台

人才危机：传统媒体人才外流，新媒体人才匮乏

受众收视竞争中，省、市电视台连年下行
城市台多重压力，形势更严峻



- ❑ **SZMG情况不容乐观**
 - ❑ 广告呈双下滑趋势
 - ❑ 卫视遭遇排名尴尬
 - ❑ 节目创新孵化机制尚不成熟
 - ❑ 新媒体尚处探索期，青黄不接

趋势与机遇 - 来自市场的信号

4A公司调整市场策略（群邑机构的变化）

群邑的策略

- 单一时段广告渐被冷落
- 捆绑组合投放是趋势，捆绑谁和如何捆绑是学问
- 个别城市台营收逆势增长，活动和产业延伸是秘诀

顺应趋势、融合发展

极速前进
总投入1亿
广告收入0.7亿
搜狐网络版权收入0.3亿



Don't trade video the old way
旧的运作模式已无法跟上时代的发展





- **趋势与问题**
- **对策与实践**



■ 强化节目核心竞争力和版权意识（内容战略）

■ 将节目创新和品牌节目作为首要战略（借鉴芒果战略）

- 借卫视平台打造新闻、娱乐品牌节目
- 借地面频道、频率打造民生、生活服务类品牌节目
- 多平台渠道拓展（电影、游戏...）

■ 增强版权意识

- 净网（除节目和营销需要，其他内容不向互联网提供）
- 维权
- 湖南的独播战略值得研究
 - 提升电视收视率（开机率和市场份额）
 - 网站影响力、流量、收入同时提升
 - 芒果OTT盒子达600万



■ 尽一切可能抢占渠道（渠道战略）

- 渠道的价值（这是渠道选择内容的时代）（网台分离之殇）
- 掌控哪些渠道（有线、IPTV（决策过程）、OTT、PC、Mobile...）
- 建立新型内容-渠道关系
 - 改变与上游频道的简单传输关系。做好内容与观众的互动管道。
 - 成为节目的活动平台、互动平台、电商平台，多屏联动平台。提升粘性和市场营销效果
 - 创新广告运营模式，作为广告捆绑手段，VOD广告开发...
 - 加入全视频大数据分析计划，提升有线价值，创新商业模式

■ 融合发展、转型升级（新媒体战略）

■ 加大资本运作力度（资本战略）

- 发挥融资功能做强作大天威、推动CUTV上市、用好前海基金平台



■ 平台与品牌层面

- 与全国城市台联合打造CUTV全媒体业务平台
- 深广电的全部新媒体业务整合到CUTV深圳台品牌下
- 注入优质资源，集中力量，做强做大天威和CUTV，推进CUTV上市进程

■ 业务层面

- 主导本土渠道业务，有线依托天威，IPTV、互联网电视依托CUTV
- 移动互联网-重点培育广播电视频率频道伴随APP业务
- 网站业务-定位于本地，延伸频率频道品牌和内容，与APP、OTT业务打通
- 借助“融合新闻中心”和“壹深圳”项目推动集团转型升级



■ 融合新闻中心

- 重点解决**平台**和**融合转型**问题

■ 都市频道 “壹深圳”

- 重点解决进军**移动互联网**的模式问题

■ 城市联合网络电视台（CUTV）

- 重点解决**政策、地域、规模**问题



重点项目之一 “融合新闻中心”



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- **是深广电由传统媒体向融合媒体转型升级的标志项目**
 - 一个宗旨、二个目标、三个融合、四个特色
 - 调研论证长达5年之久，涉及机制、流程、技术、空间等多方面变革
- **基本情况**
 - 总投资：1.8亿，设备投资1.1亿
 - 总面积：3500平米
 - 启用时间：2015年5月7日-12日
 - 使用主体：卫视新闻中心
 - 目前完成的仅是一期工程



- 一个宗旨：推动深广电由**传统媒体**向**融合媒体**全面转型
- 两个目标之一
 - 让深圳卫视新闻节目**更好看**
 - 新颖的开放演播室和环境空间设计带来全新的实景演播室效果
 - 虚拟演播室和在线包装系统的整体升级使节目包装的效果和能力得到进一步提升
 - 海量新闻素材的汇聚使节目内容更加丰富
 - 社交媒体手段的嵌入使节目与受众的互动性大大加强



融合新闻中心实景



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television





融合新闻中心实景



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television





融合新闻中心实景



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television





■ 两个目标之二

- 融合发展—由实现一个团队在一个平台上按不同渠道终端特点策划、采集、编辑、发布内容

■ 三个融合

- 团队融合：传统媒体与新媒体团队合二为一，解决了内容策划采编与新媒体生产发布两张皮问题
- 流程融合：传统流程与新媒体流程合二为一
- 平台融合：全台网与新媒体发布平台合二为一



■ 特色一：云架构

■ 全面采用虚拟化技术

- 软硬分离，打破岛状业务架构，大幅提升业务弹性和资源使用率
- 计算虚拟化：构建VM资源池替代通用服务器，承载融合新闻中心平台服务，使用38个刀片服务器虚拟出170的虚机
- 存储虚拟化：构建统一存储资源池，实现了存储资源的灵活调配，配置1.3PB存储容量

■ 生产办公一体化

- 实现内外网融合，生产网可直接调集互联网素材
- 办公区实现粗编类生产业务，提高生产效率
- 生产区获取网上素材，提高生产效率
- 办公生产合二为一，节省办公空间

■ 可作为全台全业务架构

- 可扩展至集团全业务，通过低成本扩容即可迁移、部署其他业务



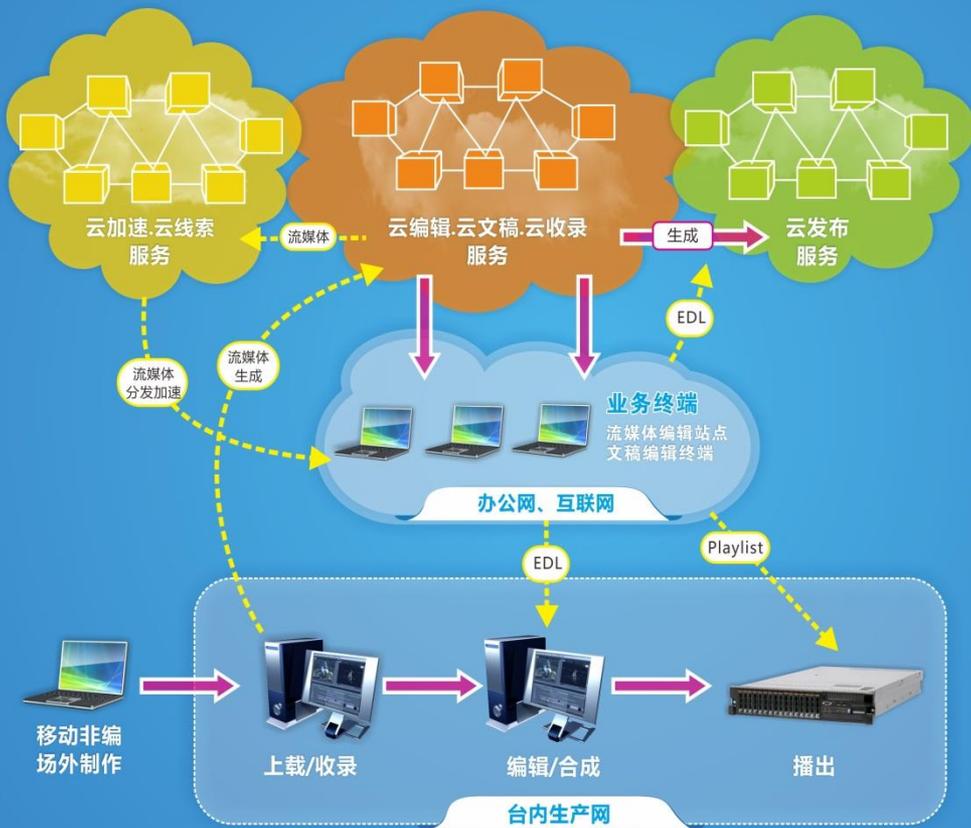
融合新闻中心技术特色



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

✓ 混合云、公有云云化试验

SZMG云生产实验室业务模型



云编辑本地播出流程



云编辑互联网发布流程



异地高码交换流程



云文稿与本地文稿交换流程



云生产实验室系统部署图



融合新闻中心技术特色



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

✓ 混合云、公有云云化试验

The screenshot displays the Luna video editing software interface. The top menu bar includes '文件', '编辑', '输出', '工具', '窗口', '设置', and '帮助'. The main workspace is divided into several panels:

- Left Panel (Media Library):** Shows a tree view of media sources under '网络资源' and '本地资源'. A search bar is present. A list of folders and files is shown, including '2015-01-16' through '2015-02-05' and 'CUTV演示素材-01hp' through '05hp'.
- Top Center (Preview Window):** Displays a video preview of a man speaking. The timeline below it shows 'POS 00:00:00:00 IN 00:00:00:00 OUT 00:00:00:00'. A subtitle '400-628-9832' is visible at the bottom.
- Top Right (Timeline Return Window):** Shows a graphic with the text '深视新闻' and 'SHEHTEH NEWS'. The timeline below it shows 'POS 00:00:01:07 IN 00:00:00:00 OUT 00:00:00:00 DUR []'.
- Bottom Left (Properties Panel):** Contains a '历史记录' (History) tab and a '时间线属性' (Timeline Properties) tab. The '时间线属性' tab shows the following details:

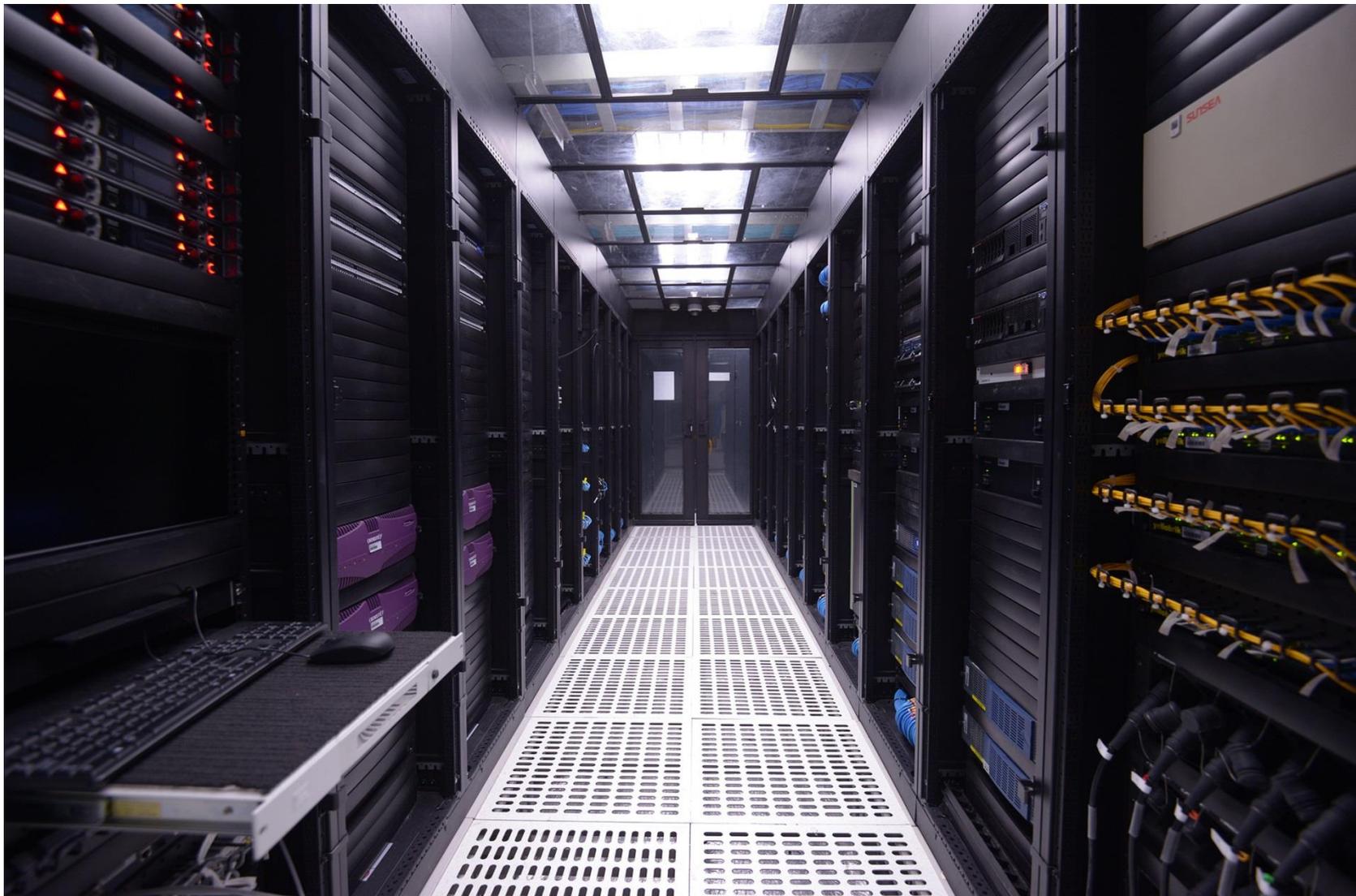
属性	值
节目名称	CUTV演示时间线
节目制式	1080/50i 48000 Hz / 16 bit / 1 Channel
节目轨道	字幕_3 视频_2 音频_4
音频输出	8
节目入点	--:--
节目出点	--:--
入出点长度	--:--
节目总长	00:01:52:15
素材总数	3
选中素材	0
- Bottom Center (Timeline):** Shows a multi-track timeline with tracks labeled CG3, CG2, CG1, V2, V1, and A1. The V1 track contains a blue clip labeled '深圳630新闻'. The A1 track contains a green clip labeled '深圳630新闻'. The timeline is currently at 00:00:01:07.



融合新闻中心数据机房



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

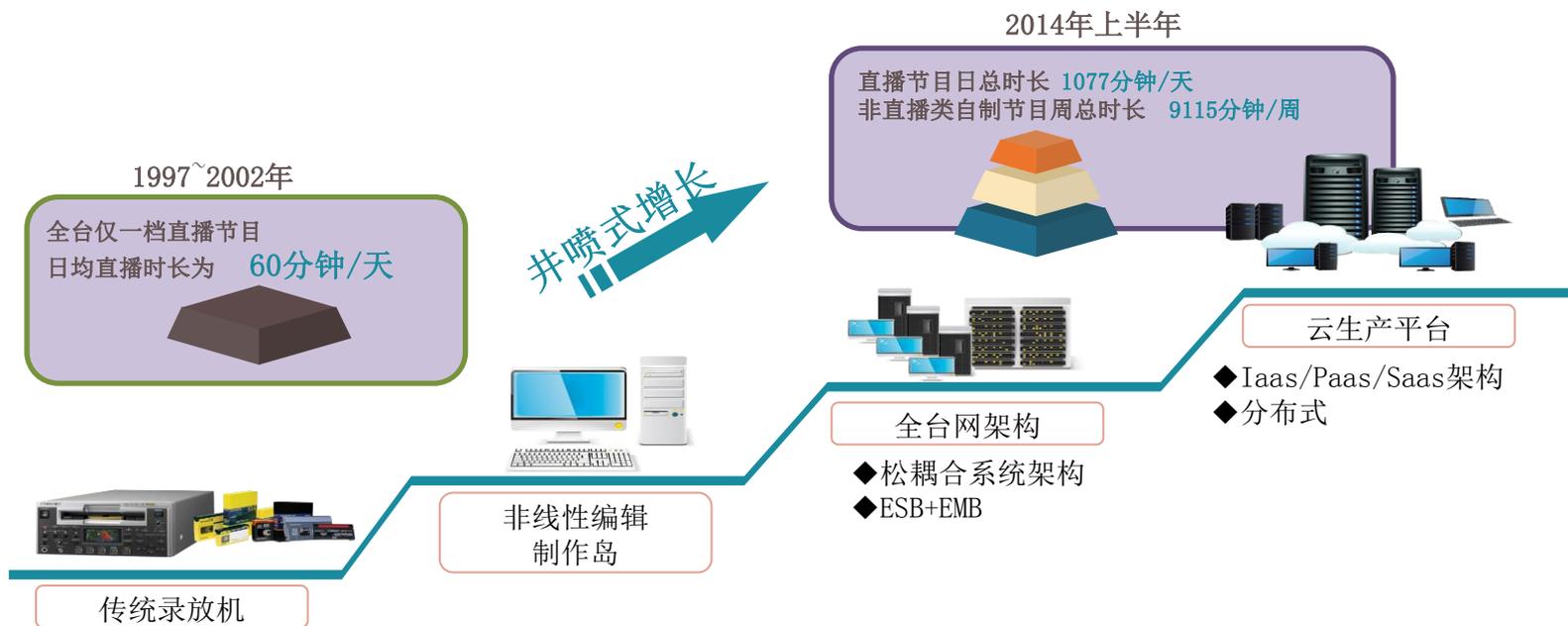




特色二：IP化

采用全 IP架构

- 以基带IP化、传输IP化，替代IP+FC架构，实现扁平化网络架构，降低运维管理难度





■ 特色三：互联网化

- 与全台网1.0相比更像是互联网公司的生产发布平台
- 生产流程、网站和移动APP研发运维服务全面引入互联网流程
- 满足任何时间、任何地方、任何方式、任何终端的业务到达要求



■ 特色四：高清化

■ 技术指标的提升

- 高清化，逐步推进原则，SZMG将于2016年全面完成高清化
 - 高清缩编网、高清演播室、高清后期制作网
- 尝试和摸索4K节目制作、传输和播出
- 音频质量提升，5.1声道

■ 制作手段的创新

- 虚拟演播室技术
- 增强现实技术
- 立体化呈现：图文、视频
- 数据化表现方式



- **安全：内容、播出、技术...**
- **融合成效**
 - **为融合新闻中心研发的“冲啊”APP推出上线**
 - 军迷认同，形成规模
- **牵动的机制、考核、流程、模式变革能否成功**



■ 对广电移动互联网方向的认识

- 移动优先战略（借鉴BBC）
- 紧扣融合发展的宗旨目标：阵地、品牌、媒体功能的延伸，形成新业态和新的产业模式
- 将**广播电视伴随客户端**作为主发力点，**可牵引、推动母体的融合发展和转型升级**

■ 对其他广电APP的看法

- 微信平台
 - 节目微信圈子
 - 城市服务微信APP
 - 微信“摇一摇”
- 无线城市



“壹深圳” 频道伴随客户端的功能与逻辑



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- 以频率频道为入口，通过摇积分兑奖品迅速形成规模用户
- 通过摇一摇提升频道收视率和粘性，促成观众向用户转化
- 开展活动的平台
- 主持人与观众互动的平台
- 频道媒体功延伸平台
 - 栏目与观众互动，
 - 收集话题和爆料线索；
 - 推出网络版民生品牌（流程变革的牵引平台）
- 营销方式转型的平台，改变广告运营模式，时段与APP捆绑销售
- 产业、电商、游戏延伸（O2O模式）的平台
- 打通PC、移动APP和OTT TV互为入口



都市频道伴随客户端“壹深圳”



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television



以强势电视频道为核心
打造本土移动第一平台 做好频道向产业和服务转型的探索



“壹深圳” 当前运行状况



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- 截止到2015.3.25 启动用户数 **51.01万**；注册用户**30万**
- 日活跃度15.8%。
 - 每天启动用户：4.7万——5万
 - 每天首页PV：60-80万
- 摇看app目前是深广电所有微信公共账号、客户端等产品中，用户数、活跃度最高的。
- 深广电已将摇一摇确立为集团本土移动平台，拟更名为 壹深圳，延续第一现场品牌发展移动新媒体。
- 今年计划在深圳发展用户超100万，创造营收800万元



摇一摇遇到的问题及思考



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- APP的统分问题
- 主体与品牌问题（新媒体与频道的关系）
- 研发与产品定位问题
- 考核与激励问题（客户端指标，加法激励）
- 分配与评价（大数据）
- 驱动生产流程，营销模式、人事管理、广告管理...
变革



重点项目之三 “城市联合网络电视台”



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- **创立**：2011年1月成立，2011年8月正式开播
- **规模**：注册资本1.79亿元
 - 股东单位：35个
 - 联合开办台：24个
 - 业务合作台：48个
- **定位**：全国城市台媒体融合发展的公共服务平台
 - 联合发展的政策支撑平台
 - 内容联合平台
 - 技术服务平台
 - 业务创新平台
 - 资本运作平台

国家广播电影电视总局文件

广局[2010]586号

广电总局关于同意深圳市电视台与其他城市电视台
联合筹备开办城市联合网络电视台的批复



CUTV政策优势



CUTV

城市联合网络电视台
China United Television

- 拥有的业务牌照





CUTV的融资发展规划



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- 公司运营进入稳健轨道，模式探索初见成效，
- 大股东注入优质资源
- 引入战略投资资本
- 立足城市台公共平台定位，发展更多城市台加盟，形成规模化用户市场，商业模式稳定成熟
- 导入上市，接通资本市场



CUTV核心业务--融合辛迪加



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- 参与台各拿出一个播出频道，由CUTV统一整合制作节目、统一播出，形成省域联播平台，降低各台内容生产成本，提升内容制作水准。
- 通过与其他产业深度结合，延伸产业链，形成线上电视销售，线下产品营销的全新商业模式。探索农销网全新商业项目，建立面向农村市场的农资产品销售网络。
- 通过联合各城市台定制电视伴随APP，提升电视收视率，扩大节目覆盖率和整体营销能力，实现观众向用户转化，构建电视电商平台，提升各台广告营收。



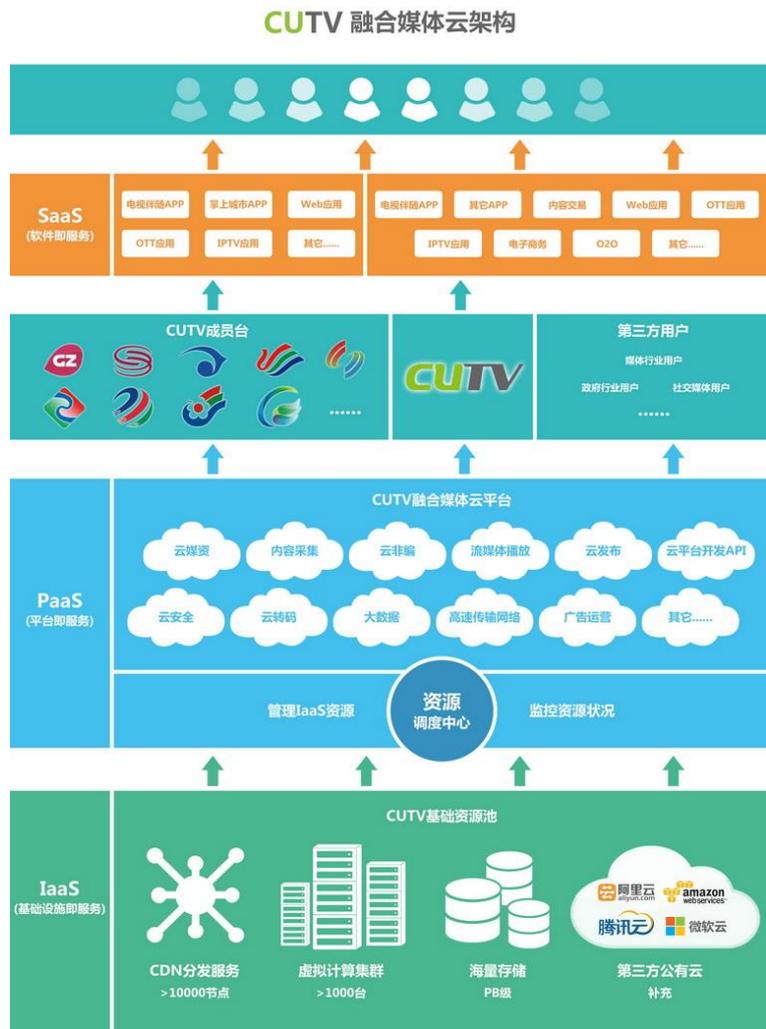


CUTV核心业务--云服务平台



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- ▶ CUTV汇聚各类计算、存储、转码、分发等云资源，构建了覆盖城市台的媒体云服务体系，为城市台媒体融合发展提供了一体化解决方案。
- ▶ CUTV云平台由IaaS、PaaS、SaaS构成，
- ▶ CUTV云平台支撑城市台PC互联网网站、移动APP、互联网电视等多种业务，实现远程收录、拆条、转码、分发等服务。
- ▶ 通过以租代购、按需支付等方式提供服务，可有效降低成员台新媒体建设中的硬件投入和技术资源不足等难题。
- ▶ 共享内容、广告和大数据等资源
- ▶ CUTV云平台框架建设已完成并投入运营





CUTV核心业务--移动互联网



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- 将频率、频道伴随APP作为城市台融合发展的移动互联网战略产品
- 以频率频道为入口，通过摇积分兑奖品迅速形成规模用户
- 通过摇一摇提升频道收视率和粘性，促成观众向用户转化
- 将频道媒体功能向APP延伸：栏目与观众互动，收集话题和爆料线索；推出网络版民生品牌（流程变革）
- 成为活动互动平台
- 向产业、电商、游戏延伸（O2O模式），彩票等服务
- 改变广告运营模式，时段与APP捆绑销售
- 打通PC、移动APP和OTT TV互为入口





CUTV核心业务--移动互联网



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

- **商业模式**
- CUTV负责技术研发、模式创新和模式复制
- 通过CUTV云免费向成员台提供“摇一摇”产品
- 在当地产生用户归频道、频率，实现收入完全归当地台
- 加盟台基于一个云平台和业务体系，用户数据库总台与分台可共享，通过总平台实现收入根据用户数据与各台分成。
- 打造千万计的移动互联网商业平台



已经部署上线：

深圳都市频道（6.16）
辽宁生活频道（9.20）
广西都市频道（9.20）
浙江台州新闻（11月）

正在计划筹备上线：

黑龙江、青海、湖南、海南等省级频道；
西宁、南昌、呼和浩特、济南、郑州、
南宁、柳州、汕头、齐齐哈尔、临沂、
包头、邯郸、南通、珠海、韶关、
大丰等16城市台



CUTV核心业务--网站建设



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

定位

- 舆论阵地：巩固壮大广播电视思想舆论阵地，是必然选择
- 展示窗口：媒体融合业务的互联网展示窗口，是内在融合要求

架构

- “总台-分台”模式是总局的要求
- 总台：重平台建设，总的舆论阵地
- 共性技术平台建设：网络视频服务、核心业务平台、分发网络等
- 统一视频内容运营：汇聚、加工、管理、分发
- 连通各分台业务数据
- 分台：借力母体，立足本地
- 聚焦本地：本地资讯、社区互动、线下活动
- 聚焦本台节目栏目，帮助节目融合发展，将受众变成用户





发展思路

- 传统电视、PC网站、APP和OTT TV相互借力，一体化运营
 - 网站是基础，打通内容与用户，多屏融合，释放内容价值
 - 网络互动、社交推广，提升节目收视率
- 优化网站内容
 - 分台要为总台提供新鲜的、有价值的内容
 - 主页城市，各分台轮值，城市展示窗口
- 提升网络电视台网站的地位和层级设置
 - 媒体融合发展战略平台
 - 一体化发展，与电视台传统播出并行并重、协同融合





CUTV核心业务-- 互联网电视



CUTV
城市联合网络电视台
China United Television

定位

- 打造城市台自己OTT平台，建立渠道和OTT入口，是实现与网络观众联系

目标

- 整合城市台产业链增值资源，携手打造共赢生态圈，引领本地化OTT内容服务新模式
- 打造一个开放的、支撑千万级用户的城市电视台OTT TV内容服务平台，巩固电视终端市场

策略

- 发挥本地内容和服务优势
 - CUTV研发城市台本地内容资源TV版应用，植入到集成牌照方业务终端
 - 在本地联合部署城市业务运营平台，逐步向本地教育、社区、购物、医疗等民生领域延伸
- 与PC、手机客户端APP关联打通，互为入口
- 统一集成+分台管控



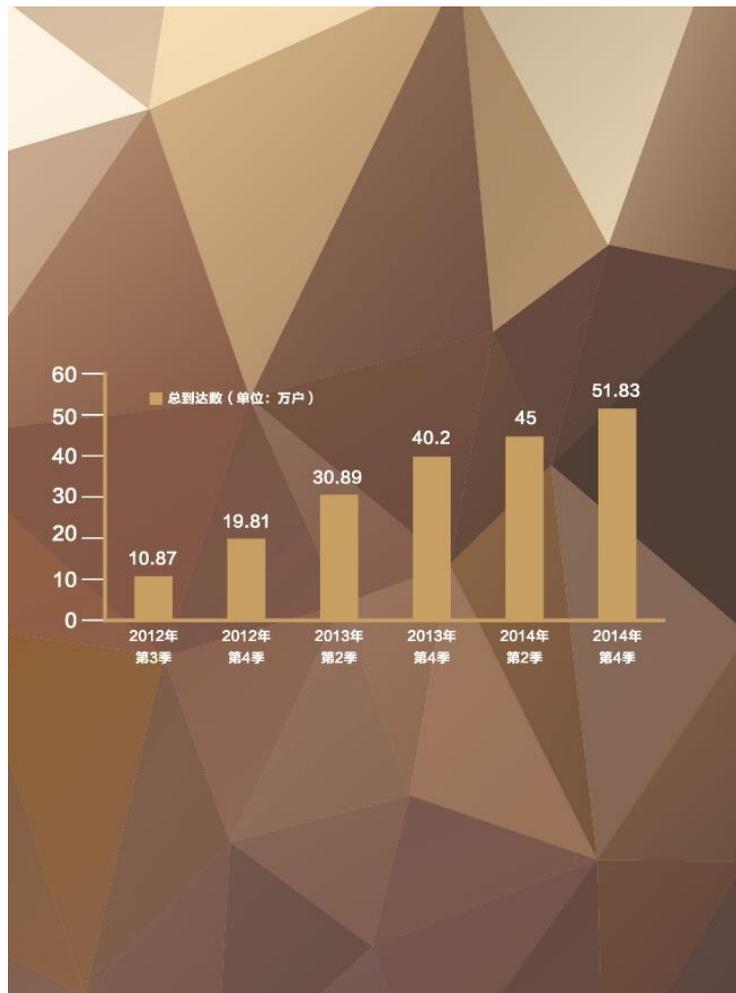


国家三网融合成果

- 2010年9月建成并通过总局验收
- 2012年6月26日在全国试点城市率先实现商业运营。
- 平台提供的优质服务包括122路高标清直播频道，超过5.5万小时的点播内容，实现7天回看和2小时时移功能
- 创新推出潮汕专区、天年乐等特色专区栏目，并提供高清尊享、爱动漫等14种增值业务

深圳IPTV已拓展了51.8万用户

- 累计提高深圳电视传统媒体影响力和传播力21%
- 解决了深圳工业区180万用户看电视难问题
- 深圳IPTV正在积极拓展下一代IPTV，已推出电脑IPTV、在线教育等新业务，正在建设“广播电视”“一带一路”工程和OTT、手机IPTV等新平台。





CUTV
城市联合网络电视台
China United Television



谢谢!