

# 移动入局 IPTV抢戏有线电视

中国移动一直积极申请的IPTV传输牌照传出将批复的消息,一旦拿下IPTV牌照,联通和电信南北地区垄断的IPTV市场就将被打破。OTT(移动互联网电视)业务为中国移动积累了一定的用户量,作为后入局者,聚齐三大运营商的IPTV市场不仅将激起千层浪,还将给广电系的有线电视施加更大压力。

## 移动必走之路

中国移动的IPTV传输牌照被传出即将批复,国家新闻出版广电总局将实施分省验收、分省核发策略,目前广东移动正积极申请中。北京商报记者就此消息致电中国移动相关负责人,对方表示并不知情。

广东移动是中国移动体系内最重要的部分之一,高峰时广东移动营收占中国移动整体营收近1/3,广东地区也是中国移动最成熟的市场。有分析称,广东移动作为“试点”背后可能少不了集团的授意。

与固网宽带牌照一样,中国移动并不能像联通和电信一般顺利拿到IPTV传输牌照,公司的电视业务是OTT。

运营商的电视可以分为两类,一是IPTV,二是OTT,目前获得IPTV牌照的只有电信和联通两家。由于一个省只能有一个IPTV运营商,南方为电信,北方为联通。根据文件,IPTV传输牌照的申请流程为通信运营商向工信部和国家新闻出版广电总局提交申请,由三网融合小组进行讨论和审批,并不是由国家新闻出版广电总局或工信部可以审核通过,有可能在批复之前,先选取几个区域做传输牌照试点,如试点验收通过,才予以发放牌照。

中国移动没有获得IPTV牌照,至今主要以OTT擦边球名义开拓用户,但相关产品不能够提供IPTV直播频道服务,竞争力不如联通和电信。移动OTT机顶盒内容相对开放,就好比小米盒子、天猫魔盒等网络盒子,用户可以自由下载App



收看喜欢的内容,但不会随意让用户下载安装第三方App。国家新闻出版广电总局不允许OTT有直播,移动机顶盒上的电视严格上不算直播,相对正常的直播要延迟3分钟左右。在全国许多地方,移动无法向电信和联通,推出“电视+宽带+手机套餐”的三捆绑业务,在用户发展方面处于劣势。

去年,国家新闻出版广电总局还发布通知,严令国内七大互联网电视集成播控平台针对通信企业的违规合作情况进行自查自纠。中国移动的互联网电视就可能会受到一定程度的影响。

## 复制宽带模式

中国移动一直在申请IPTV牌照,去年6月底,中国移动的咪咕视讯与中央电视台的爱上电视在上海签署了IPTV业务战略合作协议,这在当时被认为是中国移动获得IPTV牌照的前兆。

产业观察家洪仕斌指出,由于移动在OTT业务上走得太远,整改的难度太大,恐怕会和现有的IPTV形成误区,国家新闻出版广电总局对于中国移动的传输牌照一直没有核发。目前来看,除了移动各地整改外,移动传输牌照的颁发可能是特殊标准。

还有多位专家表示,现如今中国移动OTT盒子上还有违规内容,IPTV封闭的业务体系符合政策管控需要,可管可控性强于OTT。至今在运营监管方面,国家新闻出版广电总局对OTT领域愈发不放松一丝一毫,中国移动若想拿到IPTV牌照,还需要整改自身内容。

IPTV极具市场潜力,三大运营商在IPTV领域的竞争愈发激烈。在2016年初,中国电信和中国移动都从集团层面启动了千万级的机顶盒统一集采。在中国电信集团的首次集采中,起初招标时定的集采数量为1113万台左右,但最后公布的集采数量为2106万台,增加了整整一倍,这也验证了市场对IPTV的需求正在增长。

2017年,中国联通提出将视频业务定位为战略性基础业务,未来三年IPTV宽带渗透率提升至52%;中国电信提出“坚定不移走IPTV+宽带战略”,将每一个发展的宽带用户,都变成IPTV用户;中国移动也说全面发力OTT和IPTV,目标是在2017年计划发展5000万用户。

在洪仕斌看来,中国移动一旦拿到IPTV牌照,很有可能会走固网宽带的老路,以低价与联通和电信竞争。由于长时期不被允许开展相关业务,中国移动过去一直是固网宽带市场长期以来的“矮子”,近两年,移动通过低价吸引了不少用户。在去年10月,中国移动固网宽带用户数量首次超过中国联通。现在,中国移动的宽带广告随处可见,在电视、小区等进行全方位无死角布局,再加上其较低的资费也获得了用户的青睐,中国移动甚至在很多地方“免费白送”,将战火从农村烧到了城市。

## 对战有线电视

IPTV迅速发展,给有线电视带来很大压力。数据显示,截至2016年底,国内有线电视用户规模为2.6亿户,比2015年增加135万户,增长率为5.37%,其中,去年四

季度我国有线电视用户比上一季度减少215万户,首次出现负增长;而IPTV用户总数达到8679万户,较2015年增加了4084万户,增长率为89%。2016年,国内运营商IPTV业务发展迅猛。

值得注意的是,到如今,IPTV发展12个年头,其实,若是中国电信和中国联通的IPTV用户数量,再加上中国移动2000多万OTT电视用户数量,三家运营商电视用户总量在2016年已实现破亿,其中,天翼高清超过6500万户,成为全球最大的IPTV运营商。有线电视花了近45年的时间才累积了2.6亿用户,目前大约有2.1亿用户已经实现了数字化,其中有1.5亿标清单向数字有线电视用户,无法进行时移、回看和点播,真正能够与IPTV较量的高清互动数字有线电视用户只有6735.5万户。

“IPTV发展势头很足,在2017年,只要保持现有发展速度,局部地区的IPTV用户规模会逐步超越有线电视,并拉开差距。总体来说,IPTV会成为电信运营商下一个主要掘金点。”洪仕斌说。

面对来自三大运营商的竞争,广电系开始意识到了危机,已经在探索一些创新业务以及新的盈利模式。去年,湖北广电、吉视传媒先后联手深圳佳创视讯,试水“VR+广电”的产业化运营商业模式,广电行业市值最高、表现最好的上市公司北京数码视讯也在美国硅谷投资世界领先的VR视频直播技术公司Video Stitch;由上海广播电视台成立的上海东方传媒集团有限公司(SMG)致力于向互联网媒体转型,推出业界最领先的受众测试平台和系统,让广播电视台用户参与到节目制作中,真正做到广电媒体内容生产源于用户。据相关人员透露,该系统已经应用在多个节目制作中,包括《极限挑战》。

在洪仕斌看来,如果中国移动获得IPTV牌照,没有政策限制,对于广电系,以及电信联通来说,都是极大的市场挑战,因为中国移动有充足的资金投入,也经得起价格战。

从世界范围看,传统有线电视的衰落也成为普遍现象。以美国为例,市场研究公司尼尔森公布的统计数据显示,有线电视在美国处于没落前期,已有超500万美国人不再通过传统渠道观看电视节目;在韩国,IPTV服务用户已经达到1400万,而韩国有线电视订户为1450万。

北京商报记者 孙麒翔 石飞月

## 资讯

### 华盛绿能涉足共享农业平台

北京商报讯(记者 孙麒翔 王子扬)日前,华盛绿能宣布,通过五年多的发展,公司已在全国28省份布局100余个农业园区。以园区载体带动产业融合,资源共享发展,形成了国内首个农业共享平台。

“公司正在不断拓展海外市场,目前美国、荷兰、以色列、日本、韩国等都有我们的业务。”据华盛绿能市场总监张敬介绍,除了积极“走出去”,让共享农业平台之内的国内优质农产品走出国门之外,华盛绿能在“引进来”方面也频频出招。华盛绿能与荷兰、以色列等多家国内外科研院校及机构建立了长期合作。

目前华盛绿能在全国28个省市均有业务分部,其布局建设的现代设施农业园区占地面积已达10万亩,70%园区已经投入运营,其余在建园区也在稳步推进。“我们的业务不但涉及光伏农业、光伏牧业、光伏渔业、光伏旅游业等领域,当前如火如荼的特色小镇建设,华盛也在积极作为。”张敬表示,由华盛绿能参与建设的青岛太阳能小镇已获成功,目前已在文旅、健康、产业、物流商贸易等特色小镇建设上布局,争取在全国打造更多的优质特色小镇项目。

### 雅诗兰黛推AR服务

北京商报讯(记者 孙麒翔 王子扬)日前,雅诗兰黛与玩美彩妆(YouCam Makeup)共同推出数字化虚拟彩妆体验服务。英国塞尔福里奇百货商场雅诗兰黛专柜、伦敦卡纳比街雅诗兰黛的店铺中,借助虚拟技术,顾客可以在短时间内尝试30种不同的口红颜色。

这并非雅诗兰黛与玩美彩妆的首次合作,2016年8月玩美彩妆就曾现身雅诗兰黛上海来福士广场概念店。据玩美移动总经理张华祯介绍,“通常消费者购买一支口红需要试用五种颜色才能决定,AR彩妆技术可以满足短时间内体验多项彩妆产品的需求”。

在雅诗兰黛英国和爱尔兰区域总裁Chris Good看来,“雅诗兰黛不再只是一家卖口红的品牌,我们为消费者提供了独特的体验,即将创新科技、社交媒体和美妆融合在一起,为爱化妆的千禧一代提供虚拟彩妆效果”。

受电子商务及消费主体年轻化的影响,无论是在线上还是线下实体店,化妆品公司们都急需提供一些特别的方式,以吸引年轻人,高科技正是美妆巨头和化妆品零售店纷纷尝试的手段之一。

### 欧莱雅推首款声波美容仪

北京商报讯(记者 孙麒翔 王子扬)日前,通过与新加坡力学生物学研究所(MBI)、医学生物学研究所(IMB)、朗之万研究所和巴黎第七大学持续九年的合作研究,欧莱雅研发与创新中心宣布了首个基于力学生物学研究发现设计的护肤美容仪器——这款产品拥有能够显著改善面部、颈部、前胸等多个部位轮廓及皱纹的独特按摩头。

欧莱雅研发与创新中心携手新加坡力学生物学研究所,共同深入研究机械刺激对皮肤细胞的影响以及探索在美容仪器上潜在的应用可能。经过多年的专业研究,欧莱雅研发与创新中心发现微震动按摩可以改善两项重要的皮肤组织机能:强化表皮-真皮连接区,以及提高细胞外基质的分泌。

“我们首次通过研究证明了机械刺激能够对皮肤产生生物性效果,并且这一效果的产生极大地依赖于刺激的频率。全球各团队的五年通力合作,才创造了这一款以力学生物学研究为灵感的美容仪”,欧莱雅研发与创新中心仪器美容项目经理艾丽莎·卡伯洛托(Elisa Caberlotto)这样评价道。