

产业动态

电信、联通敲定5G建网模式
提速5G商用进程

本报讯 近日,中国联通与中国电信签署《5G网络共建共享框架合作协议书》,将在全国范围内合作共建一张5G接入网络。采用接入网共享方式,核心网各自建设,5G频率资源共享。这一举措将大大提速5G商用进程。

据了解,对于两大电信运营商合建5G网络的原因,一是担心5G投资的回报前景不明朗;二是双方在5G投资上确实缺钱,一直担心5G投资的费用问题。联合建设5G网络能够节约一半的建网费用,双方反而敢于投资了,为5G建设按下了“加速键”。从双方选择共建共享5G的15个城市来看,都是人口众多或者工业发展重地,对5G网络有着迫切和更高的需求,无疑会大大提速5G商用进程。

联通和电信的合作快跑对于移动无疑是一个巨大冲击,中国移动将奋起直追。一直以来,中国移动的业绩比中国联通和中国电信好得多,然而今年上半年的利润首次下滑,移动不得不借助5G的发展,重新调整盈利模式。

据了解,今年移动在5G建设上的投资就有240亿元,投资也远多于联通和电信之和,面对这样的合作消息,移动必将做好准备,迎接挑战。

业内人士认为,随着联通电信合作的消息一出,三大电信运营商必将在5G部署上大大提速,尤其是在一二线城市等人口和工业密集市场。

5G破解健康养老产业“痛点”

本报讯 日前,5G时代智慧健康养老产业高质量发展论坛在广州市黄埔区举行。在论坛现场,中国智慧家庭生态联盟智慧健康养老创新中心、全国智慧健康养老标准化工作组大湾区工作站正式揭牌。

近年来,5G、人工智能、物联网、大数据、云计算等技术为养老产业转型升级注入了发展动力。越来越多智能化技术应用到养老产业中,衍生出了智慧养老产业,物联网和智能化设备将家庭养老、旅居养老、机构养老等结合起来,可以为老人提供全天候、高效便捷的养老服务。

“5G时代,最终将打通家庭、工作、娱乐、出行等多个场景,用户需求可得到即时反馈和响应。”在中国电子技术标准化研究院院长赵波看来,“5G+”智慧健康养老,将通过改变信息交流方式、强化资源配置整合力度、提升服务管理效率等手段,破解现有养老服务模式存在的各种“痛点”,给养老产业带来革命性变化。

据预测,到2030年,我国养老产业规模有望达22万亿元。中国老龄产业协会科技委员会主任王永春指出,老龄产业发展面临的主要问题是供给与需求之间的配置错位。“虽然老龄产业参与者众多,投入不断增加。但是行业有效产出不足,盈利困难重重,客户需求不能得到充分满足。”王永春说。

据介绍,此次揭牌的中国智慧家庭生态联盟智慧健康养老创新中心,开发了以“智能+”为核心,“5G+”连接家庭及各种康养场景的七大类服务解决方案。该中心将联合移动运营商,将相关智能家居看护、监护及救援服务试点推广到千家万户,还将拓展智能交互陪伴、老年互助时间银行、社区智慧生活等一站式适老化服务。

5G成工业互联网引擎

本报讯 近日,研究机构IDC发布的报告指出,5G将率先令自动驾驶、物流、远程医疗、智慧城市、工业4.0等行业企业受益。“5G作为人工智能和物联网的一个高宽带的连接技术,将成为工业互联网的引擎,带动工业互联网的发展。”

近年来,工业行业已经开始积极拥抱5G。在近日举办的首届国际工业与能源物联网创新发展大会上,正泰集团董事长南存辉说道,随着5G技术的应用,物联网传感产业将迎来集约化、规模化发展的新阶段。

5G还将极大地赋能机器人制造领域。据统计,采用工业互联网的机器人能够帮助生产企业的生产效率提高8%至15%,使得生产成本降低8%至15%。

在5G环境下,机器人的应用潜力也正被源源不断地挖掘。以医疗机器人为例,目前通过5G网络传输的高清画面,专家已经能够远程操控手术器械,为患者实施帕金森“脑起搏器”的植入手术。此外,通过5G通信技术、工业互联网和机器人技术的融合,将大幅度提升数据传输的实时性、完整性及吞吐量,极大地增强机器人智能化、柔性化和精准控制能力,提升机器人应用潜力,推动机器人步入发展的快车道。

在谈到5G的落地应用时,西门子大中华区总裁兼CEO赫尔曼表示:“在制造业中,5G能使我们以更高的速度和更大的带宽来开展业务,而我们也为此做好了充分的准备,5G对于电力、能源、智能制造等各行各业来说都非常重要。”

赫尔曼认为,5G能加快流程运行,提高运营安全性。但这一技术的成本也相当高,需加大基础设施投入。因此在思考5G环境下应用的过程中,需要政策制定者、投资者展现更多的智慧,否则可能在5G方面进行了大量的投入,但是并未建立良好的客户基

“耳朵经济”吹皱互联网一池“秋水”

▶ 戈清平

通过人民日报、新华社等媒体公众号收听当日新闻,在听听FM上重听过去几天的重大新闻或者参与主持人实时互动……近年来,传统媒体纷纷试水音频领域,形成了互联网音频领域里的一股清流。

与此同时,以喜马拉雅、荔枝、蜻蜓FM等为代表的互联网音频平台不断推出有声小说、人文历史、脱口秀、亲子、相声评书、新闻资讯、商业财经等内容,使其拥有“语音哄睡”“语音陪玩”“语音交友”等新功能,正逐渐成为用户打发时间、消遣无聊的新模式。

此外,最近语音直播也一下子火了起来,大批主播在斗鱼、映客、YY等平台上赚得盆满钵满。

“耳朵经济”已是一个坐拥四五亿用户规模的热门生意。艾媒咨询近日发布的《2019上半年中国在线音频市场研究报告》显示,2018年我国在线音频市场用户规模达4.25亿,预计到2020年,用户规模将达5.42亿。而作为头部序列的喜马拉雅FM、荔枝和蜻蜓FM均保持着千万级别的月活量。在最近公布的互联网百强中,更是有荔枝、映客上榜,昭示着这个行业旺盛的生命力。

一个更有“钱景”的数据是,《报告》发现,虽然只有超四成的用户会偶尔打赏,但却有近九成的在线音频平台语音直播用户有付费意愿,语音直播的潜力不可估量。

当前的“耳朵经济”正在改变广播收音等传统音频信息被动输出与接收的交互模式,增强了主播与听众、听众与听众之间实时的交流和互动,为人们的休闲娱乐和社交提供了新的模式。“耳朵经济”的未来让人充满遐想。

大热的“耳朵经济”

随着新媒体的兴起,各类公众号声名大噪。这其中,以“听”为主的公众号成为吸粉的一大“利器”。

早间,以人民日报、经济日报、新华社等传统媒体为主,主要以播报新闻为主;夜间,各类情感类、读书类、相声类等公众号成为主流。

小陶就喜欢在晚上听“夜听”这个公众号。这是一个以情感类播放为主的公众号,主播刘筱以低沉略带磁性的声音吸引了夜间不少听众。“听着他诉说不同的情感经历和感受,伴随音乐常常会感同身受。”小陶说。

最近一段时间,语音直播异常火热。最先感受这一变化的是主播们。

“目前最火的当属语音直播,各个直播平台都在重金吸引优秀主播。”主播乐乐说,她从2016年开始就在各个平台上直播,见证了早期小平台烧钱拉主播,到公会贴钱布局大平台,再到一些大平台主动补贴吸纳主播的过程。可以说,哪种直播方式能带来流量,直播平台就会加大投入,那一定是当前最火的应用。

据了解,在斗鱼上,平台给予了语音区主播更高的分成,以此激励语音直播的发展。乐乐说,在视频直播“颜值区”,主播的提成比例是24%,但语音区主播可以拿到35%-40%的提成。

不止是斗鱼,最近,映客、YY等直播平台,也都在视频直播的基础上增设了电台或语音直播入口,并重金吸引各类主播。

网易云音乐也将旗下直播平台“LOOK直播”拆分成“看看”和“听听”两大类,声音直播板块涵盖“唱



戈清平/摄

见”“聊愈”“二次元”“脱口秀”“音乐人”等内容。

在乐乐看来,相比视频直播,语音直播只说话,不露脸,让用户更感神秘,打赏的可能性更高。“视频基本是看脸刷钱,语音看不到脸,找的是灵魂与共识。”

声音是吸引力 内容是内在灵魂

“耳朵经济”靠声音吸引人,但时下的直播平台上的主播却与传统媒体主持人四平八稳的播报方式不同,其声音更讲究不同的特点。

“刘筱的声音很具磁性,具有魔性。听他讲故事,常常会让你回忆过往经历,这是吸引我每晚坚持收听的原因。”小陶说。

在直播平台上,主播吸粉的关键也是靠声音的特点。在某直播平台上,一位主播在瞬间模仿如来佛祖、唐僧、孙悟空、猪八戒、沙和尚的声音向用户送中秋祝福的直播最近点击量超过上百万;而另一位主播,模仿好几位明星演唱一首歌曲的作品也让他最近异常火热。

《报告》显示,今年上半年,我国在线音频用户中,近四成受访网民在选择主播时最关注主播的声音。而从用户收听内容上看,多数用户常听音乐、朗读类直播。

“这两类直播都要求主播声音条件较好,能吸引听众。”艾媒咨询的分析师认为,不同于视频直播,在音频直播中,声音是连接主播与听众的惟一纽带,因此主播的声音特性对于听众的选择影响较大。

如果说声音会成为吸引力,那么内容才是直播的灵魂。《报告》显示,在不收听语音直播的用户群体中,近四成(36.6%)是因为对语音直播内容不认可。

艾媒咨询的分析师认为,在听众选择收听语音直播与否的决策中,语音直播内容的质量起了重要作用。在以声音为媒介的语音直播中,听众对于内容质量更加敏感。“在内容竞争激烈的在线音频市场中,迎合用户追求高质量内容的诉求,对于语音直播,乃至整个音频平台的发展都意义重大。”

泛娱乐化成趋势 严把审核是关键

在语音直播中,内容固然重要,但如果各个平台将其当作单一业务,很难支撑业务生态和平台发展,毕竟文字、图片、视频已经很难满足“95后”“00后”的社交需求。在众多因素下,各个平台都在探索泛娱乐化或泛社交化。

作为“港交所娱乐直播第一股”,近日,映客公布了今年上半年财报。数据显示,今年上半年该公司整体营收为14.86亿元,亏损2754万元,其原因主要是在创新产品方面加大了研发投入。数据显示,今年上半年映客研发投入为1.53亿元,同比上年的8522万元增加80%。“映客着力建立音视频创新产品矩阵,瞄准精细化的区域市场、收购社交产品积目,希望通过秀场直播+兴趣交友的强强联合,进一步完善旗下泛娱乐产品矩阵,扩张移动社交新版图。同时,还在内部孵化了多条产品线,包括语音交友平台不就不,中老年社交产品老柚及其他音视频互动娱乐产品。”映客CEO奉佑生表示,映客将坚持强化音视频产品的变现能力,未来无论是找到新的流量入口还是新的变现模式,都能有一个可持续的增长。

在泛娱乐化探索方面,喜马拉雅FM和蜻蜓FM主打大IP以及内容付费产品开发的PGC模式(专家生产内容模式);荔枝则持续发力UGC模式(用户生产内容模式)在行业内实现业务的多元化,探索自己的商业形态。

可以看到,不管是PGC还是UGC模式,各个平台都在内容上发力,但另一个比较严峻的现实是,只要有内容生产就会出现版权和审核问题。此前,多款相关软件就因涉及色情传播、内容违规等原因被下架。

特别是5G来了,对音频行业的发展将是新机遇、新挑战,各类智能设备将加速渗透,音频内容的传播途径也将高度扩展。如此看来,“耳朵经济”要想继续繁荣下去,就必须搭建好内容生态,完善泛娱乐版图,建立完整有效的审核机制,这是这些平台必须要跨过的难关。

我国已解决覆盖少、网速慢、资费贵三大难题

▶ 周程程

中国的建设和网络提速降费,2014年以来,我国固定和移动宽带平均下载速率都提升了近7倍。同时,大力推进光纤到户。数据显示,目前光纤进户的比例达到91%,100兆以上的用户数占比79.4%,均为世界领先水平。

针对资费用贵的问题,苗圩强调,在取消了用户手机国内电话的长途费用、漫游通话费、流量漫游费后,与五年前相比,固定网络和手机上网流量的资费水平降幅都超过90%,切实提高了人民群众的获得感。

信息通信业的发展也对我国经济起到重要的支撑作用。苗圩介绍,在5G、工业互联网、人工智能等新型基础设施建设方面,我们已经做到了与世界同步发展,甚至局部有领先的态势。

伴随着技术的发展,新业态新模式也在不断涌现。苗圩表示,信息通信业在建成世界级的网络之后也诞生了华为、阿里巴巴、腾讯等世界级的企业,催生了电子商务、共享经济等新业态。同时,像自动驾驶、智能家电、VR/AR、远程教育、远程医疗等领域的应用也是方兴未艾。

5G应更多运用于物联网

当前,通信行业迎来5G技术变革浪潮。我国5G标

准必要专利数量已达全球第一,未来将如何用好5G技术?

苗圩表示,目前各地所建的网络,基本上都是非独立组网。只有到明年,才能够大规模投入独立组网的5G网络。未来是否每个人都要使用5G手机?苗圩说,对广大用户而言,4G手机够用了,对少部分特殊用户,比如年轻人在从事电竞、大型手游方面,可能现在的4G网络还不能满足他们的需要,但那只涉及一小部分人的高端应用。

值得注意的是,苗圩强调,5G真正的应用场景,80%应该是在物与物的通信,如工业互联网、车联网、远程医疗等领域。

以车联网为例,苗圩表示,已与交通运输部、公安部达成共识,推动车联网的发展,不仅关注到车,还关注到路,车、路之间要协同,这时候通信只能靠5G来实现,而这也是我国所特有的制度上的优势和市场上的优势。

此外,5G在远程医疗方面也大有可为,将实现远程监测、远程诊断等应用。

在媒体领域,近期2019国际篮联篮球世界杯在北京五棵松体育馆落幕,已可实现“5G+8K”技术转播。这也是在2022年北京冬奥会做准备。对此,苗圩表示,到那时候,虽然大部分老百姓不能到现场去观看,但也期待和现场有同样的感受,甚至有比现场更好的感受。