

百视通第三届合伙人大会：“新连接”释放产业活力

2019年6月10日，东方明珠“智慧中台”启动仪式暨第三届百视通合伙人大会在上海国际会议中心举行。东方明珠新媒体发布了具有领先优势的全国广电数据系统“智慧中台”，迈出了落实“智慧广电驱动文娱+”战略，实现“业务数据化”和“数据业务化”的坚实一步。以“新连接”

为主题”的百视通第三届合伙人大会随后举行，广电总局、爱上传媒等广电主管部门和上级业务单位，中国电信、中国移动、中国联通一众运营商合作伙伴，中华全国供销合作总社、新华互联、华为、中兴、欢喜传媒、博纳影业、好未来教育、立思辰教育、万达宝贝王等总计160家产业合

作伙伴齐聚一堂，300多位嘉宾共同见证这一行业盛会。百视通总裁程曦在会上发表了题为《新连接》的主题演讲，他表示，“我们提新连接，连接，是构建一拍即合的新商业榫卯结构，创造新生态、探索新模式、挖掘新价值。新，是说创新和创造。”

视频运营探索经验，覆盖海量国内外优质少儿IP，少儿朋友圈的“含金量”满满。百视通作为大屏少儿产品最早的探索者，自2011年付费少儿产品在百视通上线起，产品不断更新优化，与时俱进。通过内容运营赋能IP，产业拓展，以及产业商业异业的合作，开启少儿新玩法，开创以视频为载体，用渠道变现的合作新模式，探索IP多元布局。

据悉，百视通将在暑假期间，与各少儿产业合伙人一起，在上海南京西路明天广场机遇中心举办“少儿IP互动体验展”，既有网红IP、图书、玩具等衍生品集聚，还有众多动手动脑的体验装置，为孩子们提供一个快乐暑假。

连接需求 提供新服务

很多传统的航空母舰型的产业，在互联网时代因为体量太大，责任太重，没那么容易步伐轻快，跑步进入互联网。这些产业承担了许多社会责任。作为脱胎于传统媒体，从事新媒体的百视通，对此感同身受。百视通与“老字号”们牵手，一起融入信息技术时代，是一个重要的连接点。

百视通和中华全国合作供销总社声像中心合作，打造蒲公英TV。长久以来，供销系统就如“毛细血管”般深入中国每一片土地，担任着物资调配、商品流通的重责，百视通基于大数据的“智慧运营”优势，致力于“蒲公英TV”打造成为农民提供各类最新供销新闻、信息、影视、体育、娱乐、科普、电视直播、综艺、农村电商等综合文化信息的服务平台，成为全国各级供销合作社组织进行宣传、科普、政策传递的重要手段；助力乡村振兴战略和我国农村的现代化、信息化建设，助力文化下乡，丰富城乡居民的精神文化生活。

百视通和新华互联合作，将阅读和观看变成连贯动作，“学习强国”学习软件已经展示了这种可能性。双方合作形成多维度产品升级，赋予双方平台更多品牌优势、资源优势、数据优势、会员优势，为大众消费者提供更多、更好、更有价值的产品服务。

百视通和新华社旗下的财经媒体创新业务合作，聚焦财经新看法，致力于共同打造网络化、可视化的财经信息产品，从传统媒体向全媒体转变，实现立体传播。中国财富网有专业财经、产业内容，百视通在渠道资源、内容运营、用户培养等具有优势，双方将在未来共同打造一块全面的新媒体财经阵地。

以上种种努力，最终都是为了连接用户。截至2018年底，百视通全渠道汇聚超过1亿用户，包括IPTV用户4863万，OTT用户2870万，咪视通激活用户1300万，BesTV APP月活用户7200万……在合伙人大会当天，有另一支小分队在行动：来自百视通全国27个驻地的“爱在花间”活动的幸运用户们，正乘坐“宠爱bus”，展开摩登现代的东方明珠IP之旅。为期5天的行程中，他们登上了东方明珠电视塔俯瞰上海，搭乘浦江游船游览外滩，走进CINEX影院感受科技，入住滨江酒店放松身心，由百视通线上优质视频内容的忠实观众，摇身变为东方明珠线下服务的体验官，全方位领略文娱+的无限魅力。

百视通合伙人大会举办至今已经第三届，本届大会用全息幕布投影的方式隆重介绍了企业吉祥物——小蜜蜂“小咖”，它的英文名称为“Color”，它上天入地，道路千万条；穿越虫洞，进入宇宙花园，就像百视通追逐内容花期，酿造生活甜蜜。希望从东方明珠文化产业蜂巢里飞出的内容“小咖”们，不辱使命，服务千家万户的荧屏。“小咖”的正式定名与亮相，是百视通在“品牌升级三部曲”最后一步。2016年百视通发布全新口号，告别技术层面一点创新的电视新看法，决定全面发力创造百变新视界。2018年百视通发布全新Logo，从演绎字母E到演绎字母B，彰显以内容为核心的文化传媒定位。今年，以蜜蜂为形象的吉祥物“小咖”，进一步展现了百视通“极视听之娱，酿生活之蜜”的文化传媒属性，既清晰了当下的定位，也勾勒了更清晰的未来。

连接大势 拥抱5G超高清新技术

6月6日，工信部向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放5G商用牌照。5G时代悄然而至，这场技术革命如一场春雨，润物无声，注定带来颠覆式变化，其中，市场一致认为超高清视频将成为未来最先行的爆发入口。5G时代更高的流速以及更大的流量将催生更高质量的超高清视频。

合伙人大会上，华为、中兴通讯、网达、扬谷、阿里、视频体验联盟先后上场，宣布成为百视通“5G+超高清产业合伙人”，共同发挥上下游主流企业在各自领域的产业优势，进行资源整合、合作创新，共同推进产业建设的新未来。基于5G+超高清的无限想象空间，百视通将与合伙人密切合作，紧跟主流技术的演进，共同探索新场景，尝试新应用，加快推动5G+超高清的普及与媒体融合发展，实现5G智联万物，4K视通万里。

在程曦《新连接》的演讲中，他特地向现场嘉宾提出倡议，向华为的“甘坐冷板凳”、“敢攀最高峰”精神致敬，一时间现场掌声雷动，成为当天最感人的一幕。稍后，华为中国区副总裁曹泽军发表题为《5G+超高清 开启视频产业新航程》的演讲，提出了超高清视频将成为5G使用的首个行业的观点，并指出，内容生产滞后+商业模式不健全，是当前我国超高清发展的主要障碍。演讲中，他展示和介绍了华为全球25个研发中心在视频产业端到端的持续投入，能使视频极致体验。最后他提出了“华为5G is ready”的主张，并饶有兴致地分享了前不久华为刚刚发布的第一支裸机P30Pro竖屏电影——《悟空》的拍摄过程，激起现场嘉宾的关注热情。

事实上，百视通早已涉足5G+超高清视频领域。很多方面与华为的主张不谋而合。早在2018年，百视通就联手上海电信，进行了首次5G传输试验，并联手富士康拍摄第一部8K宣传片《YES!上海》。在4K方面，百视通已经储备了3000小时的优质4K内容，4K专区在多个省份落地，4K频道已经在筹备播出。在5G+超高清视频的路上，百视通愿意持续发力，引领科技在文娱领域的创新性应用及突破，给未来带来无限新的想象，欢迎更多合作伙伴携手见证连接新时刻。

连接主业 创造新视听

影视一起玩

都说内容为王。14年前，百视通率先进入影视版权内容市场，通过版权交易构建了广电聚合节目之外的精品内容体系。十几年过去了，中国电影票房从几十亿规模增长到600亿，成为全球第二大电影市场。电视大屏如何连接电影院银幕，值得百视通不断探索。现场，欢喜传媒、上影集团、上海国际电影节组委会、博纳影业等中国电影的主力军们一同上台，成为百视通“影视圈合伙人”，进一步丰富百视通的影视内容资源，确保百视通牢牢把握中国电影电视剧的头部内容。

今年5月，欢喜传媒拍摄的《疯狂的外星人》独家登录百视通大屏，这是双方合作的完美开端，引爆了全国运营商的宣推热情。在合伙人大会现场，欢喜传媒与百视通签订战略合作协议。欢喜传媒独家锁定中国多位顶尖导演，如：宁浩、徐峥、陈可辛、王家卫、张一白、顾长卫、张艺谋、贾樟柯等未来多年的作品，掌控中国影视剧原创顶尖内容的源头，百视通希望通过与欢喜传媒的扩大合作，利用百视通的全国渠道优势，在未来打造一个又一个“大屏爆款”。



今年，百视通将再次承担起上海国际电影节电视节官方指定电视新媒体展映平台的角色，将上海电影节连接到千家万户，联手打造上亿人的客厅影院。以“万有引力——万象皆宾客”为主题举办线上影展，在内容运营、影视宣发、用户运营等方面全方位对接，呈现电影世界华彩乐章。

近年来，百视通开始涉足影视剧投资，购买独家新媒体版权、电影宣发等领域。去年，与上影集团的合作，为用户带来全新大电影《阿凡提之奇缘历险记》，不仅在百视通IPTV、OTT及BesTV APP平台全面上线，更联动全国十多个驻地举办了线下观影活动。这一尝试体现了百视通的超前宣发能力。在短时间里整合上亿家庭大屏、全国十几个城市的公家屏、机场地铁等线下大流量屏；整合全国众多运营商合作伙伴市场渠道，甚至可以连接院线，在全国数十个省会城市同步做线下点映活动……这种能力，百视通欢迎市场“连接”。

百视通大教育计划

现场，百视通与学而思、立思辰、广电数字、华师大慕课中心等重量级的教育大IP签订大屏智能教育战略合作协议，致力于打造“大屏智能教育第一门户”，构建没有围墙的平民教育，是百视通的目标。现场，百视通聘请华东师大慕课中心担任“百视通大屏教育顾问单位”，体现了其对教育产品的敬畏心。大屏教育对消除地区教育资源不平衡，降低优质教育内容成本，提升教育效率有先天优势，肩负社会责任，守住公益性为主的底线，不能唯利是图，“只求好，不求快”是百视通教育产品的运营要求。为提高教育产品的专业化，接下来，百视通总部的教育产品组将着手改革升级，全国驻地都将配备专业的教育产品经理，做好做实“百视通大教育”。



从2018年开始，百视通与学而思倾情联手，为用户提供AI大屏智能教育的完美体验。通过AI技术，学生和老教师产生了一对一的互动教学体验。立思辰旗下教育产品——诸葛学堂专心致力于大语文教育，是国内最大的语文一站式解决方案直播平台。百视宝是根据华东师范大学慕课中心精编出的标准课件、视频和习题，通过仅电数字两年多的研发试验，推出的一套对学员带有智能评估功能的教育产品。大屏教育，百视通是开创者，至今已近10年。这是大屏进入新媒体阶段非娱乐视听的应用服务类节目的成功实践。大屏看得更清楚，能够在家长视野之内，价格更亲民等属性，给教育产品带来了独特的优势。

在完成签约后，在流媒体网CEO灯少的主持下，好未来集团学而思轻课AI-TV部总经理滕俊龙、北京立思辰科技股份有限公司总裁窦昕、上海仪电数字技术股份有限公司副总经理许健、华东师大慕课中心主任陈玉琨、百视通副总裁何孔勇几位“教育产业合伙人”坐下来，参与了《“慢”教育与“快”科技》大屏教育沙龙，并从教育产品开发、教育理念、教育产品运营等角度，畅谈如何利用高速发展的AI、互动直播等技术，来完成缓慢积累的教育过程。

为“小”朋友讲“大”故事

聚焦小朋友，做大文章。百视通十几年来深耕少儿领域，积聚了国内外一流少儿节目版权资源，但是，少儿产业巨大，屏幕之外天地宽，如何延伸触角，连通产业，是这几年百视通一直在努力探索的。

百视通的“少儿朋友圈”在合伙人大会上也展现了一系列新玩法。现场，百视通最先联手万达宝贝王联合发布少儿产业合作新模式，万达宝贝王是万达旗下儿童全产业链科技文创平台，整合双方IP资源，线上线下资源共同创新商业

《新连接》——百视通总裁程曦演讲摘录

过去一年里，百视通全面拥抱中国电信、中国移动、中国联通运营伙伴，特别在中国移动市场，分省合作和咪咕的集约业务齐头并进，增添了新动能。同时，新增了云南、西藏两地业务，与北京、天津、山东、吉林等扩大了合作，在中国内地市场，实现了全覆盖。2C端业务提速，风行电视不断扩大市场占有率，夏普电视、小米电视、创维电视、华为电视等也开始与百视通牵手。同时，百视通尝试产业跨界合作，在教育产业，巧虎高价值的幼教盒子半年时间累计出货10万台。在医疗产业，健康类内容产品开始落地。在三农产业，和中华全国供销合作总社联手。

但是，这些还不够。今天，百年未有之变局，必将触及文化传媒领域，5G时代来临，未来“唯一能确定的，是不确定”。广电新媒体如何避免一出生就老气横秋，一出手就零和博弈？我总问自己，百视通的明天在哪里？为此我们喊了两年“百视通要二次创业。今天我想谈谈百视通二次创业的路径：新连接主义。连接，是构建一拍即合的新商业榫卯结构，创造新生态、探索新模式、挖掘新价值。新，是说创新和创造。主义，是指要矢志不渝。这就是新连接主义。

当前，全球变局却激发了很多企业的家国之恩和时代使命。“不忘初心，牢记使命”。站在这个制高点，来思考百视通的使命，那就是“通过一块块屏幕，将家与国联系在一起”。中央对于加强文化自信、信息安全、发展新型融合媒体等纲领性的



论述，国家广电总局“3·27”会议的精神，时时提醒我们，我们为何出发？在全国地方广电当中，百视通被授予唯一一张全国内容服务牌照。这是对上海的重托，对百视通的信任。为什么发了一张牌照？我认为是“道生一”。这个道就是：要求你先行先试，解答时代课题，探索广电新媒体发展之道。擦亮这张“牌照”，就必须管理有定力，发展有能力，协同有合力，创新有动力，要牵手四面八方“的同行者”，要勇闯人迹罕至的“无人区”。

落地智慧广电驱动文娱+ 东方明珠「智慧中台」正式上线

2019年6月10日，东方明珠“智慧中台”启动仪式暨第三届百视通合伙人大会在上海国际会议中心举行。基于大数据人工智能的“智慧中台”，是全国广电首个系统性的数据系统，是在“智慧广电驱动文娱+”战略下，向“业务数据化”和“数据业务化”迈进坚实一步。

数据中台汇集了旗下百视通IPTV、OTT、BesTV APP、东方购物、小红巢、游戏、东方明珠塔、梅赛德斯奔驰文化中心等核心业务共计1亿多用户和业务数据，并整合第三方数据，覆盖用户、视频、商品、收视、订购、页面访问等各类主题，提供报表块超500个，实现“业务数据化”。

百视通作为东方明珠的核心业务之一，以及“智慧中台”的重要数据源，百视通将会全面对接智慧中台。百视通是东方明珠“智慧中台”重要的数据源和核心业务。“智慧中台”的投入使用，将给百视通带来3大提升。

其一：内容、生产和业务运营能力。百视通拥有IPTV全国内容服务牌照，在全国内容的下发、活动开展等方面独

具优势。“智慧中台”的上线将让其在内容生产和运营实力更上一阶，提升百视通全国服务能力，将赋能全国广电新媒体，聚力同行，共建共享。

其二：提升用户体验。在“智慧中台”技术和数据支撑下，百视通构建了EPG7.0系统，拥有千人千面、智能推荐、跨视频业务连接等功能，目前已经在新疆电信、上海移动、福建电信上线。热点植入、习惯入口、推送智能、人物维度等每一板块体验的提升都源于“智慧中台”的支撑。数据显示，在EPG7.0系统下，用户的点击次数减少了75%，而观看时长增加了25%，即用遥控器用得少了，却抵达了更喜欢看的内容。

其三：助力创新——跨界融合。东方明珠以媒体为主业，基于视频入口的核心能力，通过统一的“智慧中台”，能提供跨产业、跨渠道、跨领域的服务，推动创新融合发展。如百视通与巧虎联合发布的“巧虎盒子”，实现了百视通视频+IP融合发展。标志着巧虎通过互联网+，构建了智慧运营的用户平台和消费“闭环”，也让百视通通过大数据的收集分析，更明晰巧虎用户的特征，以提供更优质的服务，响应人群的诉求。