

在2008年北京奥运会上，Mariana系列产品接受了全方位的考验，其技术的先进性、应用范围的广泛性以及软件运行的稳定性等都得到了实践方面的检验。Mariana系列产品是新奥特以先进的技术和构架，和“面向广电，面向应用，面向专业”的设计理念构建的新一代电视虚拟图文制播技术平台和核心技术。在北京奥运会期间，Mariana系列主要应用于两个方面：新奥特为北京奥运会研发的“现场中文显示系统”和中央电视台及北京电视台奥运会比赛现场直播的图文包装。“现场中文显示系统”是基于Mariana高端图文包装技术平台上的中英文实时翻译和显示系统。该系统是新奥特根据国际奥委会和北京奥组委需求历时四年打造出来的，而也是充分考虑到奥运会对系统软硬件的严格要求，新奥特采用了Mariana平台作为“现场中文显示系统”的基础平台。而整个长达十六天的奥运会期间，“现场中文显示系统”的无故障运行也证实了Mariana平台的可靠性。

新奥特福建台高清全媒体新闻综合生产平台通过专家鉴定

山东广播电视台高清后期制作包装网络系统新奥特项目获专家肯定

新奥特：凭艺术思维闯入广电市场 新奥特视频公司召开2012年上半年经营情况分析会

特别
关注

新奥特出席
“2012中关村论坛年会”



本报讯 2012年9月23日，由新奥特负责承建和运行维护的福建省台“基于云架构的高清全媒体新闻综合生产管理平台”项目专家鉴定会在福州市召开。集团董事长郑福双出席会议，会议由福建省广播电视局副局长庄志松主持，鉴定委员会主任由国家广电总局科委副主任杜百川担任，委员由国家广电总局规划院、上海广播电视台、江苏省广播电视总台、云南广播电视台、厦门广播电视集团、福建省广播电视监测中心等单位的专家组成。鉴定委员会在听取了项目工作报告、技术报告、用户使用报告、查新报告和检测报告，并实地查看了系统的运行情况，一致认定：该项目基于云架构实现了高清新闻一体化服务、在全媒体新闻资讯汇聚和发布等方面设计理念新颖、有创新性，技术水平达到了国内领先水平。此次建设的高清全媒体新闻综合生产管理平台是福建省广播影视集团全台数字化建设的重要组成部分，是整个全台网中关键的组成部分之一。该系统可实现与其他业务系统的数据交互，为电视新闻制播提供一个数字化、智能化、自动化、安全可靠的集成化统一技术平台。（图/文 视频公司网站）

本报讯 日前，“2012中关村论坛年会”在北京国家会议中心开幕，新奥特作为“中关村国家自主创新示范区十百千企业”之一，应邀出席了论坛年会。论坛提出了2012年度主题——“科技创新与全球合作”，并首次对外发布“中关村指数2012”。

论坛年会由科学技术部、中国科学院、中国工程院、国务院侨务办公室、国家知识产权局和北京市人民政府共同主办。年会以“科技创新与全球合作”为主题，共同探讨在新的形式下，科技创新的开放与合作，全球创新资源的流动与重组，是提升科技创新国际化水平的重要交流平台。

会上首次发布了由北京市社科院、中关村创新发展研究院、北京方迪经济发展研究院共同编制完成的“中关村指数2012”。据介绍，该指数主要是借鉴“硅谷指数”，结合中关村实际，设计了一套全面反应中关村创新发展情况的指标体系。该指标主要包括创新创业企业、产业发展、创新能力、创新创业环境、国际化、中关村300强和上市公司100强等6个一级指标，涵盖20个二级指标及122个三级指标。科技部火炬中心副主任张志宏表示，“中关村指数”将创新能力建设、创新创业企业等放在突出位置，指标选取符合中关村特色，凸显了高新区与其他类型开发区的不同点，对全国其他高新区具有积极的示范作用。“中关村指数”是由独立的第三方智库机构来设计、研究和发布，因此更具客观性、公正性，在国内也是一种积极的探索。

据悉，从今年开始，重新编制的“中关村指数”将每年在中关村论坛上发布。（凌子茗）

动态·资讯

山东广播电视台高清后期制作包装网络系统新奥特项目获专家肯定

新奥特视频公司召开2012年上半年经营情况分析会

本报讯 8月17日，山东省广播电影电视局组织召开了“山东广播电视台高清后期制作包装网络系统”项目专家鉴定会。鉴定委员听取了项目工作报告、技术报告、用户报告、查新报告和测试报告，并实地考察系统的运行情况。专家一致认为：该系统技术水平达到了国际先进水平，在同类产品中技术领先、设计理念创新超前、工作流程设置灵活、技术先进性能高效、可扩展性高、系统稳定可靠，对国内高清后期综合制作包装网络系统数字化、网络化、高清化、专业化建设具有重要参考价值。新奥特设计、承建的山东广播电视台高清后期制作包装网络系统采用全程无损的高清电视后期制作技术，渲染引擎采用RGBA色彩空间技术。系统各环节具备2K/4K超高清画幅的全程无损电视节目制作与渲染能力，保证了敦煌产品在全流程渲染过程中，不会带来任何额外的色彩损失。支持3D立体视觉制作能力。国内首创的摄像机追踪技术（Camera Tracking），使三维虚拟场景渲染呈现更逼真的视觉效果。

该系统实现的其他技术创新点还包括：采用模板化特效合成技术，敦煌DX的节点式流程图中实现模板的设计和存储；首创应用了云缓存技术；国际上首次提出片段级制作与包装并行协同技术；首次将专业化包装全程应用于节目生产，全面提升节目制作包装业务形态，提高了画面质量和技术水准；创新性提出工程快速合并的应用模式，序列作为素材的方式应用于工程合并中，极大缩短合并时间等。山东广播电视台高清后期制作包装系统目前主要用于《歌声传奇》、《纵横四海》等14档高标清节目的采集、编辑制作和发布，并可实现与现有音频网络互连互通，实现音频的包装制作等。该系统于今年5月1日正式启用，截至8月7日，已经7x24不间断提供服务近100天，累计上机时间达3万多小时，供200多位编辑使用。已播出成片达2万多分钟。系统的建设满足高质量、高效率、低风险的节目制作和资料调用的需求，同时满足对现有节目的数字化整理、存储、管理功能。（供稿/视频公司网站）

本报讯 日前，新奥特视频公司召开“2012年上半年度经营情况分析会”，公司副总及以上人员参加了会议。公司CEO刘保东对今年上半年公司经营情况、应收款项和经营情况做了总结分析。刘保东指出：下半年要加强销售和回款任务的月度落实机制，将任务落实到人、月、项目，坚持销售奖励和行政手段两手都要强的原则，重点推进优胜劣汰机制的正常运行，更强调要大力培养、大胆启用在公司有一定销售工作经验的年轻干部挑重担，鼓励销售管理部门和各事业部之间加强信息交流、通力合作。同时，他要求各事业部要加强计划控制，严格将进度控制到月度；要把事业部的改革落实到位，扎扎实实深入人心；销售方面要坚持走专业化道路，产品和方案部门在新项目大项目上都要靠前并直接参与。会上，公司高级副总裁楼铁军表示将精简公司采购、生产、项目管理等流程环

节，加强项目进程信息的共享和交流，保证公司项目开展的正常供货，实现项目全流程管理。同时呼吁研发、事业部和项目管理中心应耕细作，将下半年工作目标分解落实至月、周、日的工作计划当中，通过这种全方位的配合与协作，完成今年年度经营目标。

集团董事长、公司总裁郑福双在会议上发表了重要讲话。其中，着重强调了公司人才培养体系和岗位体系的完善，加强售前队伍专业化，特别是要做好外地运维人员的职业规划、人才发展通道和人文关怀等工作，实现公司和员工的共同进步和提高。（郭琼）

新奥特党建网：www.xatdj.com

新奥特：凭艺术思维闯入广电市场

从单一的科技地产到进军广电传媒领域，新奥特集团跨界的多元化发展战略，让其拓展出了一片全新的市场空间，获得了巨大的经济效益，成为了自身新的发力点。进军文化产业，让这家科技集团的收入每年以几亿元的规模持续增量。

不仅如此，在当下科技与文化融合发展的背景下，新奥特集团的经营理念、运作方式、思维模式，也为科技企业闯文化市场提供了宝贵的借鉴。

占据七成虚拟演播室市场

在北京西四环五路居小区的东门外，矗立着一幢充满科技韵律的建筑——新奥特科技大厦。在这幢建筑的八层，有一个真三维虚拟演播室：一个约20平方米的房间内，一架摄像机对着房间内仅有的两把椅子，椅子背后的墙全部涂成了蓝色。在演播室外用于实时监控的大屏幕上，呈现出的却是一档新闻节目的演播场景，在两把椅子的前方还多出了一个逼真的军舰模型。

这是新奥特（北京）视频技术有限公司（以下简称“CDV公司”）的新技术：真三维虚拟前景技术。用这项技术，在电视栏目中可以把场馆模型等各种道具在演播室虚拟出来。

“去年有6家电视台在使用这项技术。这项技术依托于我们之前完全自主知识产权的虚拟演播室产品。虚拟演播室在国内广电市场占有率近70%。”CDV公司高级副总裁任乐时说。

“我们在三网融合、数字视频技术、图文技术等方面处于国内领先、国际先进的水平。以虚拟演播室这个产品为例，世界上能够与我们竞争的企业目前只有以色列的傲威公司和比利时的威姿公司。”任乐时说，虚拟演播室听起来很陌生，其实现在的电视栏目都在应用。

他通俗地向记者介绍了虚拟演播室。“虚拟演播室是我们公司1999年开始投入研发的。我们利用计算机的三维技术来搭建一个虚拟的布景，不仅节省了实景搭建的成本，还能时实插入一些传统方式无法或很困难表现出来了图形、图像等信息和元素：如数据饼图、统计、纪录片等”。

在中央电视台直播2004年雅典奥运会时，他们的产品得到了典型的应用。“当时，组委会给中央电视台的实际演播厅面积大概只有几十平方米，而且是地下室。这种演播室做实景道具就没有办法去拍。我们就给他们

搭建了虚拟演播室：在那个小房间中，摆了两个沙发供主持人和嘉宾对话，后面全部用三维模型搭建成虚拟场景。虽然背后是墙，我们在虚拟布景里面是给开了一扇大的落地窗，观众看到的场景是卫城的实时取景，观众看到的场景就比较宏大了。”任乐时介绍说。

前沿视角备受风投青睐

据任乐时介绍，CDV是新奥特集团的核心业务之一，成立于2007年，其前身是新奥特电子技术公司，成立于1990年，是专业从事视频制作、播控产品研发和制造的高科技企业。

新奥特成立之初，新奥特集团创始人，总裁、董事长郑福双就已经把目光锁定在了科技与文化融合将形成的广阔市场中。

据郑福双介绍，1990年的时候，他正在代理销售一种进口的图像板卡，可用于工业和医学的图像处理。一个偶然的机会，他听北京广播学院（现中国传媒大学）的一个老师提起国内电视节目所用的字幕机都是进口的，而且价格很贵，在16万—19万元之间。如果能将他代理的图像板做成字幕机，将会有很好的市场空间。于是，他就找到了软件开发人员，共同开发出字幕机的软件，利用图像板作为输出。第一台国产的字幕机就这样诞生了，并在市场上占据了绝对优势。到了1997年左右，国外的字幕机厂商宣布退出中国市场，直到现在也没能再杀回来。

站在科技与文化融合的前沿视角，让CDV公司以民营企业的身份代表中国参与到国际竞争当中，并于2008年成功引入4家国际风险投资公司，成功融资2000万美元，2011年再次融资5000万美元，最近还在新加坡建立了研发中心。

从1994年开发出国内第一台基于windows平台的电视字幕机，到2001年推出国内首家通过广电总局测试的真三维虚拟演播室、2007年成功开发图文在线包装系统并应用于北京奥运会33个场馆的中文信息显示，再到2011年推出国内首个高端特效包装系统“敦煌”应用于数字电影、电视后期、广告特效制作……新奥特的产品被北京电视台、黑龙江电视台、辽宁电视台等国内70%的省级电视台应用。这些科技产品不仅呈现出新奥特的发展历程，也勾勒出了中国传媒数字化革命的发展路径。

艺术思维“打通”广电市场

一个科技企业，在文化领域取得巨大

成功，用任乐时的话说就是“双方要加强互动”。广电传媒领域有很专业化的特点，客户和厂商之间这种信任是长期建立的过程。

“彼此之间的这种信任，与服务、艺术沟通有很强的联系，所以一旦建立起来，相互之间互动就会很紧密。”他告诉记者，有时候并不是他们主动要推出一个新产品给用户，而是由用户提出需求，CDV公司的很多产品就是和客户去合作共同开发完成的。

“传媒是非常高效率的生产线，这条生产线整体还是由电视台来规划。想要这样一个东西，由谁来实现呢，由厂商来实现。”任乐时认为，这就导致了相互依赖和依存的关系，这也是CDV公司这么多年能够比较稳定发展的原因。

“而加强互动因素的内涵，个人感觉是艺术的链条。”任乐时告诉记者，CDV公司大多数产品是为了电视台的内容加工。内容加工的诉求就是把东西做成受众能够、乐于接受的呈现模式，要在艺术层面去想办法，去解决很多问题。

他以影片的剪辑为例，向记者进一步说明了“艺术链条”的作用。电视台记者拍回来的素材零碎，要把它剪成一个故事，这本身就需要艺术细胞，编辑要把这个片子的内容作为一个故事来讲。“我们不仅要给编辑提供技术手段，更要理解他，明白他想怎么做，他想由哪些动作去完成这些工作。他的想法最终是要通过我们提供的这些工具来实现的。而这种理解就依靠我们之间对艺术的共识。”任乐时说。

“我们达不到导演的那种艺术境界，但我们充分理解后，能为他们提供更得心应手的技术工具。”任乐时介绍，CDV的每一个产品都是以艺术思维、用艺术的语言来沟通用户的，为产品研发团队和电视台用户之间抬起了一座桥梁。

今年科技北京聚焦融合将开展教育、文化等领域的科技攻关和成果转化应用，培育一批文化科技企业，借鉴中关村国家自主创新示范区发展模式，为文化与科技融合提供政策支持，并开展示范基地的认定工作，推进设计创意产业基地、出版创意产业园区、国家动漫游戏产业基地等科技与文化融合的产业园区建设，促进文化与科技相结合的重大项目落地北京。实施首都创新精神培育工程，重点开展创

新创业环境优化、创新教育促进、创新文化建设、创新活动品牌和创新资源服务五大工程。

像CDV公司这样聚焦文化领域的企业在北京还有不少。如水晶石、汉王科技、凡客诚品等公司都在创造基于文化的科技产品，在中关村以创意设计为主要产业形态的产业集群已经形成。但具有世界知名度的龙头企业，在整个产业中的比例还不高，示范作用还不鲜明。

为了解决这一问题，北京市已开始积极行动，正在以增强自主创新能力为核心，深入实施科技创新、文化创新双轮驱动战略。

记者了解到，今年“科技北京”将大力促进科技和文化的融合发展，推动首都文化大发展大繁荣。根据计划，将开展教育、文化等领域的科技攻关和成果转化应用；培育一批文化科技企业；借鉴中关村国家自主创新示范区发展模式，为文化与科技融合提供政策支持；开展文化和科技融合示范基地的认定工作；推进设计创意产业基地、出版创意产业园区、国家动漫游戏产业基地等科技与文化融合的产业园区建设，促进文化与科技相结合的重大项目落地北京；加强创新文化建设；宣传、弘扬和践行“爱国、创新、包容、厚德”的“北京精神”，在全社会实施首都创新精神培育工程，重点开展创新创业环境优化、创新教育促进、创新文化建设、创新活动品牌和创新资源服务五大工程，努力营造鼓励探索、敢于创新、宽容失败的创新文化。

“科技在文化领域可以大有所为。科技成果是一种创新资源、战略资源，怎么让这种资源在首都经济社会发展中发挥作用，是北京市一直在思考的问题。”北京市科学委员会副主任杨伟光说，通过这种展示活动来展示北京的研发实力、研发收获，来展示北京是一个创新城市，同时也是践行北京精神，营造一个创新的社会氛围，提高全民的科技素养。

“不可否认，科技和文化对接和融合还有很长的路。北京市科委正在谋划《促进科技与文化双轮驱动的意见》。”杨伟光坦言，在科技与文化的融合发展中，政府仅是引导和服务的角色，更多的还要依靠企业的创新和市场的需求。

“科技要长入文化。科技与文化融合不仅是市场需求，更是北京建设创新型城市的时代需求，是北京屹立于全球化竞争中的王牌。”杨伟光表示。（来源：北京商报）

全媒体融合生产运营技术新发展

——BIRTV2012新奥特张大勇主题报告演讲实录（上）

尊敬的各位领导、各位嘉宾：大家下午好！

又是一年8月，又一次相会在北京，感谢BIRTV组委会的邀请。在过去的一年里，很多新的产业政策、商业模式层出不穷，作为媒体机构，该如何应对，作为技术领导，技术架构如何适应行业新形势的发展和变化，大家可能一直都在思考。现有业务平台，该做什么样的优化，以适应新的发展，大家也都是非常关注。同时，全国各省市的同行们都在做什么，他们取得了什么样的成效，有什么创新，大家也都非常关心，今天想和大家分享汇报三个主要内容：1、传媒产业科技新热点新趋势；2、全媒体内容生产技术新发展；3、全媒体内容运营技术新发展。

一、传媒产业科技新热点新趋势

1、传媒产业科技新热点新趋势之一：OTT TV

当前，OTT的关注度非常高，很多媒体人都在关心OTT下一步的走势，OTT是基于互联网开展的视频及电视业务相关商业模式的一个总体提法，以互联网电视为典型代表。OTT电视大家非常看好，现在有线运营商，IPTV运营商，电信运营商，互联网运营商都在规划考虑与OTT的结合。苹果公司和谷歌公司也先后发布了AppleTV和GoogleTV，也都是基于OTT商业模式构建的运营方式。现阶段我们国家OTT商业模式受到产业政策的限制，目前也只有具有互联网电视台牌照的7家媒体机构可以进行OTT内容集成播控，现阶段我们发现DVB与OTT的结合，包括IPTV与OTT的结

合，已被有线运营商和电信运营商等广泛关注，我认为OTT下一步走势，和每个媒体人都息息相关，需要我们持续关注。

2、传媒产业科技新热点新趋势之二：社交电视

今年伦敦奥运会，由于有时差的原因，很多人对奥运的收看，都是通过一些新媒体，甚至是社交媒体进行奥运信息的获取，其中以社交电视为典型代表。社交电视实际上是社交媒体和电视的完美结合，通过这样一种方式，我们在看电视的同时可以完成一定群体的互动，有效提高收视率，智能手机，智能终端的发展，也极大的促进了社交电视的发展，这样的商业模式，对于广告的投放，也带来了很多新的变化，以社交媒体和社交电视为代表的新的电视观看方式，正在逐渐的影响我们的生活，需要我们媒体人的关注。

3、传媒产业科技新热点新趋势之三：超高清

4K和8K的超高质量的电视技术取得了一定的发展，这次奥运会得到了体现，像BBC等广播机构已经展示了8K质量电视的制作与播出，继3D之后给我们的视觉带来更大的冲



击。高质量电视的下一个发展，继高清之后是4K和8K，作为广播电视机构，提供优质的内容，是核心竞争力的重要体现，4K和8K技术的制播运营，也需要我们持续关注。

4、传媒产业科技新热点新趋势之四：移动互

联网

移动互联网是互联网技术和移动通讯技术的结合，由于现在移动接入非常方便，包括3G和4G的移动通讯网络的构建，使互联网速度极大的提升，可实现随时随地接入互联网，基于这样的技术，再与媒体运营结合，会产生非常多的商业模式，需要我们跟踪和关注。

5、传媒产业科技新热点新趋势之五：云计算

云计算依然很热，但已不新鲜了。经过两年的发展，在国内的电视台，有线运营商、互联网运营商，得到广泛的部署和应用。基于全新的云计算体系架构，部署全媒体运营系统，从处理的效率到用户的体验方面得到了极大的提升，接下来的时间里，我们认为所有的媒体机构技术支撑系统的构建，依然需要应用云计算的理念和技术。

6、传媒产业科技新热点新趋势之六：智能终端

智能终端的发展，对广电的商业模式和业务提供方式，带来了很大的变化。智能电视，非常方便和灵活，基于智能电视，可以构建非常多的应用，如体感游戏等，不依赖于运营商，电视本身就可以提供很多智能化的应用，智能电视代表电视未来发展方向。

上述六大技术发展趋势，与我们媒体人息息相关，需要我们持续关注，并应考虑如何应对这些技术和商业模式的发展。

第一部分核心观点：新的业态，新的模式，新的技术，正在改变媒体的商业和生态环境；作为广电媒体机构，应该顺应潮流，顺应变化，抓住机遇，迎接挑战。

二、全媒体内容生产技术新发展

1、融合并行内容生产业务模式取代线性业务流程

过去的几年，传统广播电视台，及其它广播电视机构，都在进行一些新媒体的布局。传统电视加新媒体的这种模式，它的生产流程大概是这样的：基于视音频的节目录制，视频采访，视音频的采集，文稿编辑和视频编辑，编辑完之后形成成品播库，然后送到电视台的频道播出。同时再把这些内容，素材和节目再送到全台的统一内容平台里，进行二次的加工再利用，再根据不同新媒体平台，比如网络电视，手机电视，IPTV集控平台的需要，进行节目的精加工。然后通过统一的分发平台给到多渠道发布系统。【内容接下期】



焦点话题：网络融合改变着什么？

网络融合趋势下的信息传播已经呈现出多元维度支撑的结构特征：信息的组合方式，具有时空的多元维度；信息的采制方式，具有工具的多元维度；信息的获取方式，具有终端的多元维度；信息的使用方式，具有目标的多元维度；信息的生产方式，具有协作的多元维度。

这种新的信息传播结构，推动着信息提供模式、信息共享模式、信息创造模式发生着深刻的改变。



雨辰作/光明图片

网融合：信息集散呈现全新物理结构

多元网络之间的融合贯通已成趋势。互联网、通讯网、广电网日益融合，形成人与信息之间、人与人之间的全新的信息连接通道。

美国网络融合的进程可以被视为一个技术应用趋势的观察坐标。美国《1996年电信法》，打破了长期以来美国信息产业壁垒森严的业务边界，允许长话、市话、广播、有线电视、影视服务等业务互相渗透，也允许各类电信运营者互相参股。

2010年4月16日，美国三大有线电视设备运营商Cablevision，Comcast以及时代华纳有线电视宣布达成共享WiFi网络的一致协议。此举意味着这三大有线电视设备运营商各自的高速因特网用户可以在三家运营商的WiFi网络中进行免费漫游。用户可以利用手中的iPhone，iPad，黑莓手机或者笔记本电脑等任何WiFi终端，无需额外成本获得这三家有线电视运营商的WiFi服务。

英国电信作为英国最大的网络运营商，现在不仅同时提供互联网、电话等通信服务，也开办了自己的网络电视频道；而著名的英国广播公司（BBC）也进军网络，推出在线电视服务，凭借内容优势吸

引了大批网络用户。英国电信公司全球联合通信业务的负责人马斯特斯认为，网络融合可以分为三个阶段，首先是统一产业标准；其次是基础设施的融合；然后是各种通信服务的融合。

2003年，英国成立新的通信业管理机构Ofcom，融合了原有电信、电视、广播、无线通信等多个管理机构的职能，极大地促进了网络融合产业的发展。

中国的网络融合进程历经周折。2010至2012年重点开展广电和电信业务双向进入试点，探索形成了保障三网融合规范有序开展的政策体系和体制机制。2013至2015年，总结推广试点经验，全面实现三网融合发展，普及应用融合业务，基本形成适度竞争的网络产业格局，基本建立适应三网融合的体制机制和职责清晰、协调顺畅、决策科学、管理高效的新型监管体系。

尽管中国的三网融合一波三折、困难重重，但是这一趋势在公众需求、技术发展和国家意志的推进下，已经不可阻挡。

多网融合的进程将扩大网络覆盖范围，降低网络应用成本，提高网络应用的质量和效率。

微传播：信息集散生成全新基础单元

微传播已开启了网络信息传播的“核裂变”时代。每个人进行公共传播的能量被开掘出来，个体信息单元的传播能量，经由互联网形成超越时空局限的网络结构而急剧放大，形成裂变式影响效应。

每个社会成员构成的微信息单元正在形成网络信息传播的新结构、新方式、新能量。

微博这种新的信息传播方式的突出特征是：无主题内容限制：任何人可以对公众提供任何信息，这不仅扩大了社会信息创造的总量，同时也拓展了公共表达的空间。无障碍即时信息传播：任何人可以在任何时间任何地点向公众发布任何信息。有文字容量限制：这不仅强调着信息提供的效率，而且保证公共表达的公平性。裂变式传播释放：个人对互联网网际群体的信息传播结构生成，个人信息单元的微能量直接扩散为网际社群的裂变能量。

这种信息传播方式对社会环境的观察和解读、对公共议程的设置和推进，都产生着重大的影响。

泛关联：信息集散开启全新社会能量

泛关联，信息集散开启全新社会能量。随着网络融合进程的深入，信息在虚拟空间中的流动速度不断加快，人与人之间的连接变得前所未有的紧密。这种泛关联不仅改变了人们的沟通方式，也深刻影响着社会结构的形成和演变。

策逐步利好，电信运营商也正积极调整并优化IPTV系统结构以适应新的发展，并于去年底推出了IPTV3.0规范以期使IPTV及视听新媒体业务的运营走上“正轨”。数码视讯认为，随着带宽的跨越式增长以及时机的成熟，2012年电信运营商选择以IPTV平台为基础，发展多业务的视听新媒体服务来提升宽带业务的黏性和差异化竞争将成为必然，运营商将会以更宽广的姿态接纳优质的广电业务进入电信新媒体运营领域。

多屏呈现及互动

多屏呈现及互动是指利用多种终端，呈现IPTV系统提供的内容和服务，并且利用不同终端之间的信息交互，实现多个不同屏之间的互动体验。互联网、移动互联网的迅猛发展，已经为终端消费者的消费心理和消费模式做足铺垫，越来越多的终端用户享受着多屏呈现带来的全新体验。对此，电信运营商相比广电运营商来说有天然的优势，其拥有众多移动通信用户，有良好的机会将之转换为视听新媒体的多屏用户，创造新的多屏体验模式。同时采用多屏互动的模式，大屏定位为多媒体体验的载体，小屏特别是移动屏定位为信息交互的载体，充分发挥了不同屏幕的优势。数码视讯认为，新媒体行业的发展，需要能够承载新媒体业务的多屏解决方案，以适应多终端应用，并将多媒体、信终端互动体验的有效途径。三网融合大潮已不可逆转，电信运营商需思考如何在有竞争优势的前提下抢占先机，改变行业模式，创造视听新媒体新的发展道路。而新媒体要全面借力网络和终端优势，全面整合产品和渠道之长，充分发挥市场运营经验，为广大终端用户提供更好的视听新媒体全业务体验。（来源：通信世界网）

整个网络信息传播正在推进新的社会关联结构的形成。随着微传播单元的数量激增，人们在互联网上已经超越着时空位置和文化背景，进行着新的社会关系的编织。社交网络成为编织网络社会结构的直接推动者。

2011年7月，全球最大的社交网络Facebook的首席执行官马克·扎克伯格（Mark Zuckerberg），在位于加利福尼亚州帕洛阿尔托的公司总部召开的新闻发布会上确认，Facebook的全球用户总数已达7.5亿，每天的分享次数达40亿。2012年2月，Facebook在向美国证券交易委员会提交IPO申请文件时公布，它的用户数量为8.45亿人。

据中国互联网络信息中心《第30次中国互联网络发展状况统计报告》的调查数据显示：截至2012年6月，中国社交网站的用户规模达2.51亿人。

中国各类互联网网站也正在开发各种社交服务的功能，并借用这些功能日益丰富地开发着网络运行的社会空间和商业空间。

网络信息传播的发展，已经日益深刻地显现出普遍的社会关联属性。

大协作：信息集散形成全新创造模式

融合性网络技术不仅为基于每个社会成员的信息创造架设了传输平台，而且更重要的是将提供强大的信息集成结构，强大的信息吸纳和信息整合技术将把网络世界各个

4K技术与3D电视完美结合突破竞争重围

4K技术对于现在电子行业的发展起到了关键的作用，相比较近期的日本电子行业来说，是他们的低谷期。日本曾一度以高端电子产品技术领先于世界，随着竞争的激烈，科技的革新，日本电子行业不得不面临着转型升级。

在2010年，索尼、松下及其他受到积极促销的3D显示屏都曾有望振兴电视市场。在观众对于3D电影的需求日益增长的情况下，3D内容的缺乏也阻碍了4K技术和3D电影的发展。

一般我们所谓的4K技术其实是指，图像中水平像素的数量为4000个左右，相当于当今高清视频分辨率的四倍。这些4K技术的投影仪已经在许多影院被使用，并且

时空零散状态的信息片断集成为宏大而有序的信息体系。

维基（Wiki）技术是Web2.0技术时代最具革命意义的技术之一，它已经让我们看到，人类从事伟大创造的全新模式：设定宏大的目标，通过网际协作，将每个个体的创造、分散的能量聚集到同一系统的运行中，组织大规模的团队将这一目标不断实现、不断完善，其整个创造过程为全社会共享。

基于个体生命的创造而形成的网际协作，蕴藏着无限潜能。将无限的个体生命的创造元素聚集到具有社会共识价值的公共创造过程之中，这个创造过程就赢得了无限发展的可能与动力。

在维基打造的创造与协作的平台上，当人们把个人的智慧创造活动融入社会协作过程中的时候，人们将更深刻的认识自身的价值，认识自身的权益，认识自身的公共责任，认识自身利益与公共利益之间的依存关系。

互联网不仅是伟大的技术革命者，而且是伟大的社会变革进程的推动者。中国互联网社会应用的经历与世界上其他国度的互联网应用经历的不同之处在于，这一技术的社会应用，恰恰与中国社会改革开放，中华民族谋求命运复兴的社会变革进程重叠在一个历史时空之中。这就造成了人类文明进程中独有的丰富多彩、振奋人心的景观。

（高 钢 作者系中国人民大学新闻学院教授、新闻与社会发展研究中心研究员）

允许超清晰图像甚至能在大荧屏上显示。

面对3D电子市场和4K技术的不景气，日本如何重振雄风呢？索尼是4K技术领域中的领跑者，他们生产的用于摄影机的图像传感器到4G投影机等各种产品，前者可以捕捉超高分辨率的视频，后者则可以显示这些图像。

目前索尼公司正在开发一种4K电视机，希望借此4K效应带动3D电视市场的重新洗牌。4K技术与3D电视完美结合，升级产品的实用性，最大的受益者就是消费者。如何来打开现在高竞争力的市场，索尼高管们需要做出更多的努力。（来源：立体中国）

3D技术和4K技术协同发展之路

处于科技高速发展的时代，我们对很多事物都是耳濡目染，也许你并不知道3D技术的使用对于改变人们生活起到多大的作用，但是你在形形色色的广告和文字中开始接触它连接它并开始喜欢上3D。

3D技术不可缺少的4K设备

4K，一个目前来看充满技术色彩的名词，其实在电影放映领域，1.3K，2K等词语早已经司空见惯，而4K也正是这种习惯的延续。所谓4K大多时候是指4096X2160的分辨率，但是目前来说由于在各个显示领域里，4K的定义并没有完全的统一，所以目前网上能下载的3840*2160(16:9)、4096*3072(4:3)、4096*1744(2.35:1)等分辨率的视频都称为4K视频。



机遇挑战并存 4K分辨率价值与意义探寻

尽管索尼已经建立起一套完整的4K工作流程和体系，但是4K距离普及还尚需时日，虽然从拍摄到放映，4K都已经没有了技术上的障碍，但是配套设备的升级却成为了4K普及道路上的巨大拦路虎，但这不能掩盖4K技术给显示领域带

来的积极改变。

首先在大屏幕的方面，4K分辨率有着较好的市场前景。尤其是消费者们对大屏幕的效果的要求越来越高，其早已已经不是当初的“够大就好”。这就仿佛刚刚接触音响设备的朋友，只要声音够大，搭配低音炮，就感觉很震撼，但是浸淫时间一久，用户自然会对音响的音质开始有要求，于是乎出现了各种音响发烧友，以至于7.1声道的家庭影院的追求者。

对于大屏幕，观看者的要求也是如此，最开始可能只要屏幕大，就觉得很过瘾，但是看久了后，对屏幕的色彩和精细度自然有更高的要求，以至于到后期，对画面的对比度，黑位等效果的开始感到在意。4K技术则顺应了这种潮流，即使在200吋的大屏幕上，一样可以给观看者以精细的感受。目前中国的电影院大多还在使用2K的设备，未来4K设备的升级与更新，应该是势在必行的。

并且对于建立家庭影院，4K设备显得非常的给力，目前索尼已经推出4K家用投影机，虽然目前它的价格在20万元左右，普通用户难以购买，但是价格的不断下探，则是必然的。这样以后建立家庭影院就可以首选4K设备，在家也可以体验电影院的精细感受。

全文总结：片源，存储，播放等非常多的配套设备都限制4K的快速普及，但是毫无疑问，4K分辨率对显示领域还是有着积极的作用的，无论是在大屏领域，还是在较小的屏幕中，4K都是需要的，相信随着各种技术的不断进步，4K终有一天会走进千家万户的。（来源：立体中国）

新时期共产党员的修养系列谈

· 谈名利 ·

“名利”一词说起来，既宽泛，也具体；既表示收获，也表示诱惑。

名利之心人皆有。但名利又像一束魔绳，困惑人、缠绕人，处理不当，就可能为名所累，为利所伤。对待名利，在不同人的身上有不同的价值。而对于党员领导干部而言，更是大有说道。

名利是无时不在的诱惑。常言道：“当党员的，做事不能贪图个人名利。”检点我们生活中的行囊，人人难免会遇到名利得失的考验，或提职晋升，或发展受限；或一帆风顺，或事事艰辛；或贪图享受，或甘于清贫。这种种情形如影随形，关键在于自己以什么样的心态去对待名利。“名利竟如何，岁月蹉跎，几番风雨几晴和，愁雨愁风愁不尽，总是南柯。”这是做过七品县令的郑板桥在山东潍县任上告诫自己不要追名逐利而写下的诗句，同样可以警示当下我们的干部要管住自己，“苟非吾之所有，虽一毫而莫取”。否则，贪得再多、

捞得再足、地位再高，待到东窗事发时也只能是南柯一梦，每个党员干部应引为鉴戒。

如何看待名利，是检验一个人人格的试金石。对共产党员来说，个人追求是与党和人民的利益紧密联系在一起，是与实现党的奋斗目标联系在一起的。对于“名利”，有些人看之重，追之切，而另一些人则视“名利”淡如水。在我们身边，那些全心全意为人民服务的好干部，无不是慎独慎微、淡泊名利的坚守者。焦裕禄心中有“民利”，鞠躬尽瘁做工作，从不考虑个人名利，活着受人敬仰、死后令人怀念；袁隆平面对潮水般涌来的各类荣誉，冷静待之，将奖金捐赠以表彰科技工作者和扶植新人……他们那种“名利于我如浮云”的人生态度和精神境界，于那些整天汲汲于名利、威威于富贵的人来说，不啻是一服促醒剂。

时下，的确有少数党员干部，恶实干而好虚名，吹泡泡、说大话，不仅不为民谋利，还与民争利。共产

党人不是不要名，这名首先是清廉之名，是创先争优之名；不是不要利，这利首先是国家的利、是为人民谋福利。“争名于朝，夺利于市”，绝不是纯粹的共产党人。老一辈无产阶级革命家董必武说过，一个自觉的革命家和一个普通人不同之处虽然很多，但最重要的一条区别，就在于他们对于“我”的态度不同，是唯我呢？还是忘我？是事事以我的利益为出发点，还是以群众的利益为出发点。而要达到忘我境界，以群众利益为出发点，就不能斤斤计较个人的利益得失，就要有不图名利的奉献精神。

所以，在名利面前，广大党员干部领导干部要在思想上始终保持一份清醒，在行动上始终恪守一份理智，以平和之心对待“名”，以淡泊之心对待“位”，以知足之心对待“利”，以敬畏之心对待“权”，以精进之心对待“事”，惟有如此，才能永葆共产党员的先进本色。（原载《人民日报》2011年11月22日17版）

· 谈得失 ·

凡事皆有得有失。其实，我们生命中的每一天都是在得失中度过。得多少？失几何？得失观在一定程度上决定了人的内在信仰和道德良知。得失观正确，世界观、人生观、价值观、荣辱观不易跑偏。一个共产党员特别是党员领导干部要保持先进性，就要树立正确的得失观。

树立正确的得失观，取决于每个人所在团队的需求得失。共产党员是党的一分子，所以共产党员的得失应该是与党组织的得失相统一的。在对待个人得失上，有许多正反两方面的典型。毛泽东、周恩来、刘少奇，以及焦裕禄、孔繁森、牛玉儒等，为了人民的利益，他们失去了很多个人利益，包括自己的亲人、财产甚至生命，却赢得了人民的深切怀念和爱戴。反观刘青山、胡长清、陈良宇之流，个人贪欲横流，生活腐化堕落，看似得到许多，实则失去了民心，为党和人民所不齿，为历史所唾弃。

所以，每个共产党员都要把自己的得失统一到党组织的得失中来看待，把能否得到民心作为衡量自己得失的核心要素，对代表、维护、发展人民的利益，能够得到民心的事，即使失去一些个人利益，也要坚决去做。那些被百姓念念不忘的先进模范人物，身上都有舍小家、为大家，舍自己、为别人的可贵品质。他们在做这些事情的时候，正是通过这些实实在在的事例，赢得了党和人民由衷的信赖与称颂，成就了自己崭新的人生高度。

树立正确的得失观，须有良好的心态，才会获得坚韧的心理支撑。有的干部，见一些贪官、大款、大腕儿们学历不如自己，能力水平不如自己，却享受着灯红酒绿、纸醉金迷的生活，于是就心态失衡，频频伸手，最终跌入深渊、摔得个粉身碎骨。党员干部也有七情六欲，但作为共产党人，就应有更高的思想境界，有更强的自我约

束力，努力从患得患失中跳出来，坚持共产党人的党性原则，坚持向前看，而不是向名利看，这是保持平和心态的一大秘诀。

树立正确的得失观，决定了其为人行事的基本价值取向。从世俗眼光看，“草帽书记”杨善洲似乎是“傻帽”一个。他失去的太多太多，但却用一生的忠诚和执著守护了共产党人的精神高地，演绎了无私奉献的公仆情怀，受到了群众的尊敬、信赖和爱戴。“生为守大义，死成千古贤”，从这个角度看，他所得很丰厚、很珍贵、很长久。作为党员干部，不管走到哪里，都应时时刻刻用正确的行为准则严格要求自己，“不以善小而不为，不以恶小而为之”。

得亦淡然，失亦坦然。正确处理得与失，做到不为私心所扰，不为名利所累，不为物欲所惑，树立正确的得失观，应是每个共产党人始终坚守的底线。（原载《人民日报》2011年11月22日17版）



丢掉嘴里的鱼

一只鳊鸟飞快地从渔民的网里叨走了一只鱼。一群乌鸦看见了，集体对鳊鸟进行围追堵截。鳊鸟被追得精疲力竭，一不小心，嘴里的鱼滑落了。满天乌鸦即刻掉转头去哄抢那只鱼。鳊鸟得以脱身，一身轻松地站在树枝上，心无旁骛地观看乌鸦们惨烈的争夺战。

办公室新来的90后女孩，家境优越。她的豪车名包大牌衣服犹如一面阳光下的镜子，照得其他同事满面尘灰烟火色，寒酸得不像话。为了避免强烈的对比效应产生的不平衡心态，大家不约而同地疏远她。女孩敏锐地

察觉了。一天后，她开了一部捷达来上班。两天后，上万元的名包也不背了。三天后，穿起低调得看不出品牌的衣服从容来去。一个月以后，她顺利融入了团队。

有一些身外的物质、名利，在许多时候，就像是鳊鸟嘴里那只鱼，不仅不能果腹，反而因此成为负累。选择舍弃，才能获得解脱与轻松。

这种鱼其实充斥在现实生活的各个角落。一段千疮百孔无法修复的爱情，仍然不肯放手；一份工作过于悠闲但消耗意志磨蚀锐气，在去与留之间摇摆着荒度时间，总是下不了决

心；全副身家奢侈糜烂的物质包装，招致众人妒忌非议甚至攻击，不如果断换掉。真正的高贵，从来都与表面外壳包裹物无关，它的摄人光芒源自深邃有力的灵魂。

丢掉该丢的鱼，其实是一种得到。尤其在一番疲累地挣扎追逐之后，才能深刻体会舍即得的禅意。貌似牺牲自己，实质是通过成全别人而成全了自己。一些表象上的失去，在内心往往却获得了解脱与释怀。

悟性再迟钝的人，流逝的时间亦终有一日将令你醍醐灌顶——一切原来如此。（杨不离）



被需要才是最极致的幸福 《情场不输人 职场不输阵》

作者：苏岑

内容简介：也许你会认为世界是不公平的。有的人富足，有的人贫寒；有的人健康，有的人疾患；有的人可以梦想成真，有的人却只能抱憾终身……

这些不公背后，永远只是真相的一部分，那部分你没有重视的真相，恰恰是弥补“公正天平”的另一只砝码！大千世界，何谓真正的

“输家”？大概就只有那些不懂得自己所拥有的价值、更不会运用这些价值的人。若你懂得擅用这些资产谋求更深远的成就，那接下来的事会变得简单。

人生有两项重要投资：经营好一段感情和打理好一份事业。情场不输人，职场不输阵。一个值得你用一生去体悟的重要分享。身处这个时代，是人人必修的赢家哲学。你可以不输，除非，你真的不想赢！



六五普法



中华人民共和国社会保险法

《中华人民共和国社会保险法》由中华人民共和国第十一届全国人民代表大会常务委员会第十七次会议于2010年10月28日通过，自2011年7月1日起施行。《中华人民共和国社会保险法》是继《中华人

民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国就业促进法》、《劳动争议调解仲裁法》之后，在保障和改善民生领域又一部支架性法律，是新中国成立以来第一部社会保险制度的综合性法律，共12章98条。

职场·观察·礼仪

学会心理沟通原则十五条

一、讲出来

尤其是坦白的讲出来你内心的感受、感情、痛苦、想法和期望，但绝对不是批评、责备、抱怨、攻击。

二、不批评、不责备、不抱怨、不攻击、不说教

批评、责备、抱怨、攻击这些都是沟通的刽子手，只会使事情恶化。

三、互相尊重

只有给予对方尊重才有沟通，若对方不尊重你时，你也要适当的请求对方的尊重，否则很难沟通。

四、绝不出口恶言

恶言伤人，就是所谓的“祸从口出”。

五、不说不该说的话

如果说了不该说的话，往往要花费极大的代价来弥补，正是所谓的“一言既出，驷马难追”、“病从口入，祸从口出”甚至于还可能造成无可弥补的终生遗憾哩！所以沟通不能够信口雌黄、口无遮拦，但是完全不说话，有时后也会变得更恶劣。

六、情绪中不要沟通，尤其是不能够做决定

情绪中的沟通常常无好话，既理不清，也讲不明，尤其在情绪中，很容易冲动而失去理性，如：吵的不可开交的夫妻、反目成仇的母子子女、对峙已久的上司下属...尤其是不能够在情绪中做出情绪性、冲动性的“决定”，这很容易让事情不可挽回，令人后悔！

七、理性的沟通，不理性不要沟通

不理性只有争执的份，不会有结果，更不可能有好结果，所以，这种沟通无济于事。

八、觉知

不只是沟通才需要觉知，一切都需要。如果自己说错了话、做错了

事，如不想造成无可弥补的伤害时，最好的办法是什么?!”我错了”，这就是一种觉知。

九、承认我错了

承认我错了是沟通的消毒剂，可解冻、改善与转化沟通的问题，就一句：我错了！勾销了多少人的新仇旧恨，化解掉多少年打不开的死结，让人豁然开朗，放下武器，重新面对自己，开始重新思考人生，甚至于我是谁??在这浩瀚的宇宙洪流里，人最在意的就是“我”，如果有人不尊重我、打压我、欺负我或侮辱我时，即使是亲如父子，都可能反目成仇，偏泪一点的，离家出走还算什么，死给你看的例子都屡见不鲜哩！

十、说对不起!!

说对不起，不代表我真的做了什么天大的错误或伤天害理的事，而是一种软化剂，使事情终有“转圜”的余地，甚至于还可以创造“天堂”。其实有时候你也真的是大错特错，死不认错就是一件大错特错的事。

十一、让奇迹发生

如今自己愿意互相认错，就是在替自己与家人创造了天堂与奇迹，化不可能为可能。

十二、爱

一切都是爱，爱是最伟大的治疗师。

十三、等待转机

如果没有转机，就要等待，急只会治丝益棼，当然，不要空等待成果就会从天下掉下来，还是要你自己去努力，但是努力并不一定会有结果，或舍本逐末，但若不努力时，你将什么都没有。

十四、耐心

等待唯一不可少的是耐心，有志者事竟成。

十五、智能

智能使人不执着，而且福至心灵。

【格言辑录】·国学经典

国耳忘家，公耳忘私，利不苟就，害不苟去。

语出贾谊《治安策》，大意是，为国事而忘记家事，为公事而忘记私事，看见私利不随便占有，面临危难不随便躲避。

利于国者爱之，害于国者恶之。

语出《晏子春秋》，其意为，对国家有利的，就爱它；对国家有害的，就憎恶它。晏子以节俭闻名诸侯，他提出以对国家有利还是有害来决定自己的爱憎，发人深省。



个人财富流失的死角

会员卡的余额

哪些钱被吃掉了：在这个讲究健康的时代，健身房和游泳馆的会员卡简直成了吃钱机器。很多人都会有这样的体验，办了一张打7折的健身房年卡，但到头来实际去的次数实在少得可怜。还不如按次购买—当然，这样也是很贵的，其实更好的方法是在大自然里锻炼。

怎么办：像办健身卡、游泳卡这