

## 中國廣電總局推 3D 2012 元旦央視 3D 頻道試播

研發部 王如蘭 2011/12

今年是中國「十二五」規劃實施的第一年，在「十二五」規劃中國家廣播電影電視總局（簡稱廣電總局）確定了中國今後五年 3D 電視的發展目標：一是要訂定國家 3D 電視標準；二是要提高 3D 影視製播能力，到「十二五」末開通 10 個 3D 電視頻道。這兩個目標對於目前中國的影視產業而言，不可謂為巨大的挑戰。

### 廣電總局集合眾力推 3D

爲了達成此一目標，廣電總局首次以團體戰而非讓央視單打獨鬥的方式進行策略規劃。在廣電總局的協調下，中國國內六家重要的電視台（包含央視、北京電視台、上海電視台、天津電視台、深圳電視台、江蘇電視台等）共同製作 3D 節目，預計於明（2012）年元旦開始進行 3D 頻道測試，春節時則正式試播。該頻道預計每日首播 4.5 小時，重播兩次，每天共播出 13.5 小時。這 4.5 小時的節目分別由央視、北京電視台、上海電視台每日各負責一小時的節目；天津電視台、深圳電視台、江蘇電視台每日各負責半小時的節目。五個地方台製作的 3D 節目將通過光纖網路傳送到央視，由央視統一進行頻道編排與播出。另外，央視已經購買了明（2012）年倫敦奧運的 3D 轉播權，包含開、閉幕式、體操、田徑、游泳、跳水等約 275 小時的 3D 轉播內容，屆時均會於該試播頻道中播出。

但即使 6 台共建 3D 頻道，以目前而言 3D 節目來源依舊不足。根據上海三砥文化董事長高嶸表示，目前中國大約僅有 150 小時的 3D 電視內容，量顯然不夠，主要是由於中國國內的製作公司以製作 3D 電影較 3D 電視節目爲多的緣故。故央視除需由共同合作 3D 頻道的電視台提供內容外，仍須大量向國外購買 3D 節目，待未來中國 3D 電視節目產業鏈成熟之後，方能與製作公司共同合作製作節目。

央視 3D 試播頻道預計播出的節目訊號爲採衛星上鏈、有線接收的方式進行傳輸，在現有的數位有線電視平台上播出，觀眾可直接用 HD 的機上盒解碼，但是終端就必須一定是要 3D 電視機才可以收看。此 3D 頻道規劃爲一收費頻道，但在試播期間不會收費，預計在 4-5 年之後才會正式收費。

除了此一試播頻道外，各電視台均已摩拳擦掌陸續進行 3D 製播準備。在 2010

年世界盃期間，央視就已向國際足球協會（FIFA）購買了部分比賽的 3D 訊號轉播權進行了內部試播。北京電視台也在去（2010）年 7 月成立了 3D 電視拍攝製作實驗小組，拍攝了「大覺寺」、「昆玉河」、「BTV 園區」等實驗短片，並於今年 1 月由 3D 實驗專案組與海外節目中心合作，利用 2 套 3D 攝影機多場次拍攝完成「2011BTV 環球春晚」的 3D 版本拍攝，同時也向 SONY 訂購了 3D 高畫質轉播車，以便進行後續 3D 相關節目錄製工作。

更有甚者，百視通曾宣稱要播出 3D 頻道，為此百視通在去年即以體育賽事內容開始進行 3D 的試作，測試廣播級 3D 拍攝、3D 電腦動畫與後期剪輯部分，並在上海世博會期間完成了「少林寺」、「茶」以及一些場館外景的節目製作，但最終仍由於設備以及 3D 節目量不足等原因被迫延期。爲了增加 3D 節目量，上海廣播電視台、百視通共同與日本 3D 製作大森三維公司在今年 11 月宣示進行業務合作，共同推動高畫質 3D 內容製作，突破 3D 內容短缺瓶頸，更進一步希望能推出高畫質 3D IPTV 專區。

### 國家強推 3D 是否考量民眾需求

3D 影像帶來逼真的感官享受與刺激可以創造出一種新的收視體驗，但是目前有研究指出在觀賞 3D 內容時，因爲大腦承受著視覺和聽覺上的衝突，也就是雖然眼睛告訴大腦物體正在移動，但耳朵並沒有同步感知到，故可能因此引發暈眩、頭痛和噁心反胃等不適感受。大螢幕 3D 立體電影如此，小螢幕的家用 3D 電視也一樣，那中國國家力推 3D 是否有考量過民眾的需求或又是一種國力的表現？

今年 3 月，根據中國 3D 產業研究院向北京、上海、深圳、廣州、杭州、重慶等六個主要城市做的抽樣調查資料顯示，45.1%的消費者對 3D 電視節目有較爲濃厚的興趣和需求，其中有 35.1%的消費者對 3D 電視表現出購買意願。而電視觀眾在體育、文化、娛樂、科技探索等領域對 3D 內容都有頗高的需求。

另由中國電子商會 11 月底發佈的資料來看，今年上半年 3D 電視比 2010 下半年銷量增長已達 5 倍，以中國家電大廠國美數據爲例，其 3D 電視機型銷量佔所有機型的比重已達 21%。故中國電子商會預估今年中國 3D 電視的消費超預期增長，全年有望突破 600 萬台。而中國市場調查機構奧維諮詢(AVC)最新資料統計也顯示，3D 電視的市場佔有率已接近 16%。

從上述數據看來，中國已經產生了 3D 電視的創新使用者，屬於創新傳佈的

起始時期，這時候要靠優質的內容、正向的使用者體驗與意見領袖的訊息傳播才能邁入成長期，像目前央視所規劃的倫敦奧運 3D 轉播，就會是一個很好節目內容以及可預期絕佳的用戶體驗，這樣就可以吸引早期採用者的進入，正向評價的傳布預計將使市場規模快速成長。但是在此之前，3D 標準的建立也是一個重要關鍵，目前廣電總局、工業和信息化部（簡稱工信部）等相關部門都在對 3D 電視標準進行研究，工信部負責的是電視機終端機體部分的標準制定，而廣電總局的重點則在拍攝、製作以及傳輸的資料格式、評測方法以及壓縮存儲方式等方面進行標準制定，另外也同時研擬 3D 節目內容評鑑機制與方法，廣電總局認為有評鑑方法對於提高節目品質有一定的助益，因為 3D 電視不是一種普遍性的收視習慣，而是要從高品質節目來進行推展。

### **3D 發展需要多方配合努力**

一旦 3D 標準確定、3D 頻道上線播出並有穩定與充分的節目來源，那中國整體的 3D 產業鏈才會開始真正受益，包括廣電業者的製播能力提升、創造新的內容營運模式、終端電視機製造商更因此直接受惠銷量增加。

但以經營一個 3D 頻道而言，沒有 1000 小時的 3D 片源是很難保證正常播出運營的，就目前已有的 3D 片源總量來看還遠遠不夠，以明年試播的央視 3D 頻道來看，一天 4.5 小時的首播內容並重播兩次，在試播階段勉強可讓人接受，但仍無法成為有效推力。另外，在 3D 節目製作方面，目前中國所擁有的 3D 節目製作設備稀少，多為透過 2 台攝影機共同拍攝來製作 3D 節目，節目拍攝時的難度就大，後期剪輯的要求更高，這也是造成 3D 節目量少的原因。而由在訊號傳輸方面也是另一需考量的問題，3D 訊號傳輸需要的頻寬比目前電視訊號來的大，所以 3D 電視頻道推出還要考量各地方電視台的傳輸網路能否承載 3D 電視訊號的傳輸，所以只有整個 3D 產業鏈的通力合作才能真正開始推動 3D 產業的發展。

而電視台也在思考 3D 的新營運模式，以杭州華數為例，目前的實驗方向是朝互動點選服務發展。未來可能的業務規劃是將 3D 用於電視淘寶上，也就是利用 3D 技術對淘寶商城的物品進行多角度的立體化展示，給用戶更好的視覺效果。目前，網站賣服裝的時候可根據用戶的身材提供試衣，但基本是 2D 的，如果以後能用到 3D 技術，感覺也許會更好。杭州華數表示，目前看來播出 3D 頻道還有一些困難，但認為 3D 電影和 3D 賽事在電影院、酒吧等場所是有發展的

空間，因此互動電視業者可將 3D 電影、3D 購物和 3D 紀錄片、3D 遊戲等增值業務進行包裹，以套餐形式對上述場所進行推廣。

筆者以為，目前全球各國的 3D 電視也仍處於摸索階段，內容製作端與設備終端也未臻完備成熟，故廣電總局的十二五規劃 3D 目標可謂相當前瞻，也是有與全球同步甚至凌駕於上的策略意涵。央視 3D 試播頻道的開播是起跑的第一槍，其實後續在 3D 各項規格制定、影像製作能力提升、製播人才培育、終端電視規格提升等各方面，都必須同步加速進行。因為觀眾的反應是現實且立即的，一旦試播上路但節目內容不到位或水準不高甚至是收視效果不佳，都會影響到 3D 電視的口碑以及觀眾的接收意願，這對於未來 3D 發展都是有負面影響的，廣電總局不可不慎啊！

參考資料：

中國國家廣播電影電視總局<http://www.sarft.gov.cn/index.html>

中華人民共和國工業和信息化部<http://www.miit.gov.cn/n11293472/index.html>

中國電子商會<http://www.cecc.org.cn/>

奧維諮詢<http://www.avc-mr.com/>

唐斌：中國 3D 產業的機遇與挑戰<http://www.c3dworld.com/doctor.asp?id=4648>

華數集團：<http://www.wasu.com.cn/>