

# 2021-2027年中国移动OT T行业分析与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国移动OTT行业分析与市场调查预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202105/218752.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

OTT是Over The Top的缩写，来源于篮球等体育运动，是“过顶传球”之意，指的是篮球运动员（player）在他们头之上来回传送而达到目的地。

现在指通过互联网向用户提供各种应用服务。这种服务由运营商之外的第三方提供，不少服务商直接面向用户提供服务 and 计费，使运营商沦为单纯的“传输管道”。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国移动OTT行业分析与市场调查预测报告》共七章。首先介绍了移动OTT行业市场发展环境、移动OTT整体运行态势等，接着分析了移动OTT行业市场运行的现状，然后介绍了移动OTT市场竞争格局。随后，报告对移动OTT做了重点企业经营状况分析，最后分析了移动OTT行业发展趋势与投资预测。您若想对移动OTT产业有个系统的了解或者想投资移动OTT行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第1章：移动OTT业务发展现状

#### 1.1 移动OTT语音业务发展现状

##### 1.1.1 移动OTT语音类型

##### 1.1.2 用户对语音业务需求

##### 1.1.3 移动OTT语音规模

#### 1.2 移动OTT短信业务发展现状

##### 1.2.1 移动OTT短信业务类型

##### 1.2.2 用户对短信业务需求

##### 1.2.3 移动OTT短信规模

#### 1.3 移动OTT视频业务发展现状

##### 1.3.1 移动OTT语音业务类型

##### 1.3.2 移动OTT语音规模

##### 1.3.3 用户对语音业务需求

#### 1.4 移动OTT业务总体发展概况

## 第2章：移动OTT对于电信运营商的冲击及影响

### 2.1 移动OTT对于电信运营商发展冲击

#### 2.1.1 OTT对电信语音、数据、短信业务冲击

#### 2.1.2 OTT对于电信营业收入及利润的冲击

#### 2.1.3 OTT对于电信运营商管道化危机冲击

### 2.2 移动OTT对于电信运营商发展影响

#### 2.2.1 OTT对于电信运营商基础设施建设影响

#### 2.2.2 OTT对于电信集团战略规划部署影响

#### 2.2.3 OTT对于电信运营商业务发展影响

## 第3章：国外电信运营商应对OTT发展策略

### 3.1 国外电信运营商应对OTT主要发展策略

#### 3.1.1 电信业政策监管调整

#### 3.1.2 业务资费策略多元

#### 3.1.3 合作或建设自有OTT服务

#### 3.1.4 打造智能管道，做好流量经营

### 3.2 典型国家应对OTT发展策略

#### 3.2.1 西班牙--自主研发OTT

#### 3.2.2 法国--向OTT服务商收费

#### 3.2.3 韩国--封杀OTT

## 第4章：中国移动应对OTT发展策略

### 4.1 实施新产品体系、新机制战略调整从智能管道、开放平台、特色业务、友好界面到新基础建设

#### 4.2 成立移动互联网公司，九大业务基地转向专业化公司运营

#### 4.3 布局MM云、物联网、电商、位置、飞信+五大开放平台

#### 4.4 业务部署走向精细化，推出移动支付、移动通话、移动音乐、移动视频等新品

#### 4.5 加强基础设施建设，加快TD-LTE产业化、商用化、国际化

#### 4.6 重视人机交互语音对市场影响，产品研发升级

#### 4.7 精细化管道应对，套餐流量升级

#### 4.8 布局移动终端入口，推出自有品牌终端

#### 4.9 产业链合作深化，移动运营商场模式凸显

## 第5章：中国联通应对OTT发展策略

- 5.1 集团战略部署升级
- 5.2 与腾讯等OTT厂商合作深化
- 5.3 扩大3G、4G网络等基础设施建设
- 5.4 积极推进三网融合 努力拓展IPTV业务
- 5.5 移动业务领域深耕、精细化
- 5.6 做好管道经营、流量套餐多元化

## 第6章：中国电信应对OTT发展策略

- 6.1 OTT应对成集团战略部署升级改造目标
- 6.2 加强网络基础设施的建设和投入
- 6.3 优化并提升电信、移动业务吸引力
- 6.4 管道经营升级 加强数据流量的管理与掌控

## 第7章：NDC对于电信运营商应对OTT发展策略建议 ()

- 7.1 做好基于庞大用户基数的精细化营销
- 7.2 做大做强管道业务 重视数据流量的经营与管理
- 7.3 业务部署走向精细化 推出创新性移动业务
- 7.4 加强网络基础设施建设 提升3G和4G覆盖率
- 7.5 处理好与移动OTT运营商的合作和竞争关系()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202105/218752.html>