

# 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>