

# 2022-2028年中国移动OTT行业市场专项调查及投资前景分析报告

报告大纲

智研咨询

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

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国移动OTT行业市场专项调查及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/1112365.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2022-2028年中国移动OTT行业市场专项调查及投资前景分析报告》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业务总体发展概况

##### 1.1.1 移动OTT通信市场PEST模型分析

##### 1.1.2 移动OTT通信市场AMC模型

##### 1.1.3 移动OTT通信市场商业模式

##### 1.1.4 移动OTT通信市场发展趋势

#### 1.2 移动OTT语音业务发展现状

##### 1.2.1 移动OTT语音类型

##### 1.2.2 用户对语音业务需求

##### 1.2.3 移动OTT语音规模

#### 1.3 移动OTT短信业务发展现状

##### 1.3.1 移动OTT短信业务类型

##### 1.3.2 用户对移动OTT短信业务需求

##### 1.3.3 移动OTT短信规模

#### 1.4 移动OTT视频业务发展现状

##### 1.4.1 移动OTT视频业务类型

##### 1.4.2 用户对视频业务需求

##### 1.4.3 移动OTT视频规模

### 第2章 移动OTT对电信运营商的冲击及影响

#### 2.1 移动OTT对电信运营商发展冲击

- 2.1.1 OTT对用户生活方式冲击
- 2.1.2 OTT对互联网技术冲击
- 2.1.3 OTT对运营商商业模式冲击
- 2.2 移动OTT对电信运营商发展影响
  - 2.2.1 OTT对电信运营商形成管道化冲击
  - 2.2.2 OTT对电信运营商基础设施建设影响
  - 2.2.3 OTT对电信集团战略规划部署影响
  - 2.2.4 OTT对电信运营商业务发展影响
    - (1) 实施精细化流量经营是必然出路
    - (2) 把握信息化才能把握未来

### 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
  - 3.2.4 美国—变现提价
  - 3.2.5 德国—与OTT合作

### 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、特色业务到友好界面
  - 4.1.1 实施新产品体系
  - 4.1.2 新机制战略调整
- 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
  - 4.2.1 九大业务基地
  - 4.2.2 成立专业的互联网公司
- 4.3 布局MM云、物联网、电商、位置、飞信+五大开放平台
- 4.4 积极探索战略转型，推出高清视频监控、即摄即传、智能公交、医疗急救等新品
  - 4.4.1 中国移动积极探索战略转型
  - 4.4.2 打造融合通信服务和特色应用

#### 4.5 加强基础设施建设，加快TD-LTE产业化、商用化

##### 4.5.1 推动TD-LTE产业化

##### 4.5.2 推动TD-LTE商业化

#### 4.6 重视智能语音对市场影响，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

##### 4.8.1 布局移动终端入口

##### 4.8.2 推出自有品牌终端

(1) 推出多款自有品牌终端产品

(2) 智能终端市场前景十分广阔

#### 4.9 产业链合作深化，移动运营商场模式凸显

##### 4.9.1 增强多方面增长领域合作

##### 4.9.2 深化“一带一路”沿线合作

##### 4.9.3 中移动应用商场凸显产业聚集效应

### 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5G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 管道价值重塑，加强数据流量的管理与掌控

### 第7章 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

##### 7.1.1 流量运营：多维度分析，优化渠道

(1) 流量概览指标体系

(2) 多维度的流量分析

(3) 转化漏斗分析

- (4) 渠道优化配置
- 7.1.2 流量运营：用户运营：精细化运营，提高留存
  - (1) 精细化运营
  - (2) 提高用户的留存
- 7.1.3 产品运营：用数据来分析和监控功能
  - (1) 监测异常指标，发现用户对你产品的“怒点”
  - (2) 通过留存曲线检验功能的效果
- 7.1.4 内容运营：精准分析数据的整体运营
- 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
  - 7.4.1 中国移动
  - 7.4.2 中国联通
  - 7.4.3 中国电信
- 7.5 处理好与移动OTT运营商的合作和竞争关系（ZY KT）

## 图表目录

- 图表1：移动OTT市场发展环境分析
- 图表2：移动OTT通信市场AMC模型
- 图表3：中国移动OTT通讯市场商业模式
- 图表4：移动OTT通信市场发展趋势
- 图表5：全球部分移动OTT语音类服务发展现状
- 图表6：2021年中国移动OTT同步通讯市场月活跃度排名前五的用户数量（单位：万人）
- 图表7：2021年中国移动OTT同步通讯市场月启动次数排名前五的月启动次数（单位：次）
- 图表8：用户对移动OTT短信业务需求原因分析
- 图表9：截止到目前为止部分移动OTT短信类服务发展现状
- 图表10：2017-2021年传统手机短信数量变动情况（单位：亿条）
- 图表11：移动OTT视频业务定义
- 图表12：用户对移动OTT视频业务需求原因分析
- 图表13：2017-2021年网络视频/手机网络视频用户规模及使用率（单位：万，%）
- 图表14：2017-2021年中国传统短信业务量规模（单位：亿条，%）
- 图表15：2017-2021年话音业务、非话音业务占比变化情况（单位：%）
- 图表16：2021年中国移动通信服务收入结构（单位：%）
- 图表17：OTT对电信集团战略规划部署影响
- 图表18：三大运营商的管道竞争策略分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1112365.html>