

2015-2020年中国移动OTT市场分析及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国移动OTT市场分析及投资策略研究报告》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.huaon.com/detail/177473.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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、友好界面到新基础设施

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：<https://www.huaon.com/detail/177473.html>