

2019-2025年中国OTT行业深度研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国OTT行业深度研究与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/tongxun/l58532632S.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

OTT(Over The Top)是一种通过公共互联网面向电视机传输的由广播电视机构提供视频内容的可管可控服务，其接收终端为智能电视(Smart TV)或者OTT盒子。近年来OTT大屏产业在智能电视、OTT盒子等终端硬件厂商以及视频服务平台等OTT内容方推动下，吸引人们重回客厅观看电视，用户开机和使用时间回升，在线视频直线增长，广告公司、营销公司、应用服务机构等纷纷加入，围绕OTT大屏形成了完整的生态体系。对于OTT来说，产业发展、行业推广、应用基础、安全管理等重要环节的宏观政策环境已经基本形成。

OTT终端保有量持续上涨，OTT激活数量规模激增。数据显示，2018年中国OTT终端保有量为2.65亿台，同比增长24.4%。激活数量1.68亿台，占比达63.3%，同比增长30%。其中，智能电视保有量达到1.86亿台，同比增长29.2%，累计激活数量1.29亿台，同比增长33%，占智能电视保有量69.3%；OTT盒子保有量7900万台，同比增长14.5%。受政策影响，OTT盒子增长缓慢。OTT盒子累计激活量3842万台，同比增长3%，占OTT盒子保有量48.6%。

以OTT产业发展现状来判断，市场发展的下一个竞争点将绝对聚焦终端激活量的市场占有率，其中智能电视终端又将比电视盒子终端的竞争环境更激烈。目前已经领跑的酷开网络，凭借以往在智能电视和智能电视系统方面的积累，在竞争中显现出了独占鳌头的趋势，未来势必在各方终端势力的整合运营大势中拥有一定的优势。

报告目录：

第一部分 发展现状与前景分析 23

第一章 全球OTT行业发展分析 23

第一节 2018年全球OTT市场分析 23

一、2018年全球OTT市场回顾 23

二、2018年全球OTT市场环境 23

三、2018年全球OTT销售分析 24

四、2018年全球OTT市场规模 24

第二节 2018年全球OTT市场分析 24

一、2018年全球OTT需求分析 25

二、2018年全球OTT市场规模 25

三、2018年全球OTT品牌分析 25

四、2018年中外OTT市场对比 25

第三节 部分国家地区OTT行业发展状况 26

- 一、2016-2018年美国OTT行业发展分析 26
- 二、2016-2018年欧洲OTT行业发展分析 26
- 三、2016-2018年日本OTT行业发展分析 26
- 四、2016-2018年韩国OTT行业发展分析 27

第二章 我国OTT行业发展现状 28

第一节 我国OTT行业发展现状 28

- 一、OTT行业品牌发展现状 28
- 二、OTT行业消费市场现状 28
- 三、OTT市场需求层次分析 29
- 四、我国OTT市场走向分析 29

第二节 我国OTT行业发展状况 29

- 一、2018年中国OTT行业发展回顾 29
- 二、2018年OTT行业发展情况分析 30
- 三、2018年我国OTT市场特点分析 30
- 四、2018年我国OTT市场发展分析 31

第三节 中国OTT行业供需分析 31

- 一、2018年中国OTT市场供给总量分析 31
- 二、2018年中国OTT市场供给结构分析 32
- 三、2018年中国OTT市场需求总量分析 32
- 四、2018年中国OTT市场需求结构分析 33
- 五、2018年中国OTT市场供需平衡分析 33

第三章 中国OTT行业经济运行分析 35

第一节 2016-2018年OTT行业运行情况分析 35

- 一、2018年OTT行业经济指标分析 35
- 二、2018年OTT行业经济指标分析 35

第二节 2016-2018年OTT行业产量分析 35

- 一、2018年我国OTT产品产量分析 35
- 二、2018年我国OTT产品产量预测 36

第三节 2018年OTT行业进出口分析 37

- 一、2016-2018年OTT行业进口总量及价格 37

- 二、2016-2018年OTT行业出口总量及价格 39
- 三、2016-2018年OTT行业进出口数据统计 41
- 四、2019-2025年OTT进出口态势展望 42

第四章 中国OTT消费市场分析 44

第一节 OTT行业产品目标客户群体调查 44

- 一、不同收入水平消费者偏好调查 44
- 二、不同年龄的消费者偏好调查 44
- 三、不同地区的消费者偏好调查 44

第二节 OTT市场消费需求分析 44

- 一、OTT市场的消费需求变化 45
- 二、OTT行业的需求情况分析 45

第三节 OTT消费市场状况分析 46

- 一、OTT行业消费特点 46
- 二、OTT消费者分析 46
- 三、OTT消费结构分析 47
- 四、OTT消费的市场变化 47
- 五、OTT市场的消费方向 48

第四节 OTT行业产品的品牌市场调查 48

- 一、消费者对市场品牌认知度宏观调查 48
- 二、消费者对市场产品的品牌偏好调查 48
- 三、消费者对市场品牌的首要认知渠道 48
- 四、消费者经常购买的品牌调查 49
- 五、OTT市场品牌忠诚度调查 49
- 六、OTT市场品牌市场占有率调查 49
- 七、消费者的消费理念调研 50

第五章 中国OTT行业区域市场分析 51

第一节 华北地区OTT行业分析 51

- 一、2016-2018年行业发展现状分析 51
- 二、2016-2018年市场规模情况分析 51
- 三、2019-2025年市场需求情况分析 51

四、2019-2025年行业发展前景预测	52
五、2019-2025年行业投资风险预测	52
第二节 东北地区OTT行业分析	52
一、2016-2018年行业发展现状分析	52
二、2016-2018年市场规模情况分析	53
三、2019-2025年市场需求情况分析	53
四、2019-2025年行业发展前景预测	53
五、2019-2025年行业投资风险预测	54
第三节 华东地区OTT行业分析	54
一、2016-2018年行业发展现状分析	54
二、2016-2018年市场规模情况分析	54
三、2019-2025年市场需求情况分析	55
四、2019-2025年行业发展前景预测	55
五、2019-2025年行业投资风险预测	55
第四节 华南地区OTT行业分析	56
一、2016-2018年行业发展现状分析	56
二、2016-2018年市场规模情况分析	56
三、2019-2025年市场需求情况分析	56
四、2019-2025年行业发展前景预测	57
五、2019-2025年行业投资风险预测	57
第五节 华中地区OTT行业分析	57
一、2016-2018年行业发展现状分析	58
二、2016-2018年市场规模情况分析	58
三、2019-2025年市场需求情况分析	58
四、2019-2025年行业发展前景预测	58
五、2019-2025年行业投资风险预测	59
第六节 西南地区OTT行业分析	59
一、2016-2018年行业发展现状分析	59
二、2016-2018年市场规模情况分析	59
三、2019-2025年市场需求情况分析	60
四、2019-2025年行业发展前景预测	60
五、2019-2025年行业投资风险预测	60

第七节 西北地区OTT行业分析 61

- 一、2016-2018年行业发展现状分析 61
- 二、2016-2018年市场规模情况分析 61
- 三、2019-2025年市场需求情况分析 61
- 四、2019-2025年行业发展前景预测 62
- 五、2019-2025年行业投资风险预测 62

第六章 OTT行业投资与发展前景分析 63

第一节 2018年OTT行业投资情况分析 63

- 一、2018年总体投资结构 63
- 二、2018年投资规模情况 63
- 三、2018年投资增速情况 63
- 四、2018年分行业投资分析 63
- 五、2018年分地区投资分析 63

第二节 OTT行业投资机会分析 65

- 一、OTT投资项目分析 65
- 二、可以投资的OTT模式 65
- 三、2018年OTT投资机会 66
- 四、2018年OTT细分行业投资机会 66
- 五、2018年OTT投资新方向 66

第三节 OTT行业发展前景分析 67

- 一、OTT市场发展前景分析 67
- 二、我国OTT市场蕴藏的商机 68
- 三、金融危机下OTT市场的发展前景 68
- 四、2018年OTT市场面临的发展商机 68
- 五、2019-2025年OTT市场面临的发展商机 69

第二部分 市场竞争格局与形势 70

第七章 OTT行业竞争格局分析 70

第一节 OTT行业集中度分析 70

- 一、OTT市场集中度分析 70
- 二、OTT企业集中度分析 70

三、OTT区域集中度分析 71

第二节 OTT行业主要企业竞争力分析 72

一、重点企业资产总计对比分析 72

二、重点企业从业人员对比分析 73

三、重点企业全年营业收入对比分析 73

四、重点企业利润总额对比分析 74

五、重点企业综合竞争力对比分析 75

第三节 OTT行业竞争格局分析 75

一、2016-2018年OTT行业竞争分析 75

二、2016-2018年中外OTT产品竞争分析 75

三、2016-2018年国内外OTT竞争分析 75

四、2016-2018年我国OTT市场竞争分析 76

五、2016-2018年我国OTT市场集中度分析 76

六、2019-2025年国内主要OTT企业动向 76

第八章 2016-2018年中国OTT行业发展形势分析 77

第一节 OTT行业发展概况 77

一、OTT行业发展特点分析 77

二、OTT行业投资现状分析 77

三、OTT行业总产值分析 77

四、OTT行业技术发展分析 78

第二节 2016-2018年OTT行业市场情况分析 80

一、OTT行业市场发展分析 80

二、OTT市场存在的问题 81

三、OTT市场规模分析 81

第三节 2016-2018年OTT产销状况分析 81

一、OTT产量分析 81

二、OTT产能分析 82

三、OTT市场需求状况分析 82

第四节 产品发展趋势预测 83

一、产品发展新动态 83

二、技术新动态 83

三、产品发展趋势预测 83

第三部分 赢利水平与企业分析 85

第九章 中国OTT行业整体运行指标分析 85

第一节 2016-2018年中国OTT行业总体规模分析 85

一、企业数量结构分析 85

二、行业生产规模分析 85

第二节 2016-2018年中国OTT行业产销分析 85

一、行业产成品情况总体分析 86

二、行业产品销售收入总体分析 86

第三节 2016-2018年中国OTT行业财务指标总体分析 87

一、行业盈利能力分析 87

二、行业偿债能力分析 87

三、行业营运能力分析 88

四、行业发展能力分析 88

第十章 OTT行业赢利水平分析 90

第一节 成本分析 90

一、2016-2018年OTT原材料价格走势 90

二、2016-2018年OTT行业人工成本分析 90

第二节 产销运存分析 90

一、2016-2018年OTT行业产销情况 90

二、2016-2018年OTT行业库存情况 91

三、2016-2018年OTT行业资金周转情况 91

第三节 盈利水平分析 92

一、2016-2018年OTT行业价格走势 92

二、2016-2018年OTT行业营业收入情况 94

三、2016-2018年OTT行业毛利率情况 94

四、2016-2018年OTT行业赢利能力 94

五、2016-2018年OTT行业赢利水平 95

六、2019-2025年OTT行业赢利预测 95

第十一章 OTT行业盈利能力分析 96

第一节 2016-2018年中国OTT行业利润总额分析 96

一、利润总额分析 96

二、不同规模企业利润总额比较分析 96

三、不同所有制企业利润总额比较分析 96

第二节 2016-2018年中国OTT行业销售利润率 97

一、销售利润率分析 97

二、不同规模企业销售利润率比较分析 97

三、不同所有制企业销售利润率比较分析 98

第三节 2016-2018年中国OTT行业总资产利润率分析 98

一、总资产利润率分析 98

二、不同规模企业总资产利润率比较分析 99

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 99

第四节 2016-2018年中国OTT行业产值利税率分析 99

一、产值利税率分析 99

二、不同规模企业产值利税率比较分析 100

三、不同所有制企业产值利税率比较分析 100

第十二章 OTT重点企业发展分析 102

第一节 重点企业一 102

一、企业概况 102

二、2016-2018年经营状况 103

三、2019-2025年盈利能力 111

四、2019-2025年投资风险 112

第二节 重点企业二 112

一、企业概况 112

二、2016-2018年经营状况 113

三、2019-2025年盈利能力 122

四、2019-2025年投资风险 123

第三节 重点企业三 123

一、企业概况 123

二、2016-2018年经营状况 125

三、2019-2025年盈利能力	131
四、2019-2025年投资风险	132
第四节 重点企业四	133
一、企业概况	133
二、2016-2018年经营状况	133
三、2019-2025年盈利能力	139
四、2019-2025年投资风险	139
第五节 重点企业五	140
一、企业概况	140
二、2016-2018年经营状况	140
三、2019-2025年盈利能力	146
四、2019-2025年投资风险	146
第六节 重点企业六	146
一、企业概况	146
二、2016-2018年经营状况	147
三、2019-2025年盈利能力	153
四、2019-2025年投资风险	153
第七节 重点企业七	153
一、企业概况	153
二、2016-2018年经营状况	155
三、2019-2025年盈利能力	160
四、2019-2025年投资风险	161
第八节 重点企业八	161
一、企业概况	161
二、2016-2018年经营状况	162
三、2019-2025年盈利能力	168
四、2019-2025年投资风险	168
第九节 重点企业九	169
一、企业概况	169
二、2016-2018年经营状况	169
三、2019-2025年盈利能力	175
四、2019-2025年投资风险	175

第十节 重点企业十 176

一、企业概况 176

二、2016-2018年经营状况 176

三、2019-2025年盈利能力 182

四、2019-2025年投资风险 182

第四部分 投资策略与风险预警 184

第十三章 OTT行业投资策略分析 184

第一节 行业发展特征 184

一、行业的周期性 184

二、行业的区域性 185

三、行业的上下游 185

四、行业经营模式 185

第二节 行业投资形势分析 186

一、行业发展格局 186

二、行业进入壁垒 188

三、行业SWOT分析 188

四、行业五力模型分析 189

第三节 OTT行业投资效益分析 194

一、2018年OTT行业投资状况分析 194

二、2018年OTT行业投资效益分析 195

三、2019-2025年OTT行业投资方向 195

四、2019-2025年OTT行业投资建议 196

第四节 OTT行业投资策略研究 197

一、2018年OTT行业投资策略 197

二、2018年OTT行业投资策略 198

三、2019-2025年OTT行业投资策略 199

四、2019-2025年OTT细分行业投资策略 201

第十四章 OTT行业投资风险预警 203

第一节 影响OTT行业发展的主要因素 203

一、2018年影响OTT行业运行的有利因素 203

- 二、2018年影响OTT行业运行的稳定因素 203
- 三、2018年影响OTT行业运行的不利因素 204
- 四、2018年我国OTT行业发展面临的挑战 205
- 五、2018年我国OTT行业发展面临的机遇 205
- 第二节 OTT行业投资风险预警 206

- 一、2019-2025年OTT行业市场风险预测 206
- 二、2019-2025年OTT行业政策风险预测 206
- 三、2019-2025年OTT行业经营风险预测 207
- 四、2019-2025年OTT行业技术风险预测 207
- 五、2019-2025年OTT行业竞争风险预测 207
- 六、2019-2025年OTT行业其它风险预测 208

第五部分 发展趋势与规划建议 209

第十五章 OTT行业发展趋势分析 209

第一节 2019-2025年中国OTT市场趋势分析 209

- 一、2016-2018年我国OTT市场趋势总结 209
- 二、2019-2025年我国OTT发展趋势分析 209

第二节 2019-2025年OTT产品发展趋势分析 210

- 一、2019-2025年OTT产品技术趋势分析 210
- 二、2019-2025年OTT产品价格趋势分析 210

第三节 2019-2025年中国OTT行业供需预测 210

- 一、2019-2025年中国OTT供给预测 210
- 二、2019-2025年中国OTT需求预测 211
- 三、2019-2025年中国OTT价格预测 211

第四节 2019-2025年OTT行业规划建议 212

- 一、OTT行业“十二五”整体规划 212
- 二、OTT行业“十三五”规划预测 212
- 三、2019-2025年OTT行业规划建议 213

第十六章 OTT企业管理策略建议 220

第一节 市场策略分析 220

- 一、OTT价格策略分析 220

二、OTT渠道策略分析	220
第二节 销售策略分析	221
一、媒介选择策略分析	221
二、产品定位策略分析	224
三、企业宣传策略分析	225
第三节 提高OTT企业竞争力的策略	227
一、提高中国OTT企业核心竞争力的对策	227
二、OTT企业提升竞争力的主要方向	230
三、影响OTT企业核心竞争力的因素及提升途径	230
四、提高OTT企业竞争力的策略	232
第四节 对我国OTT品牌的战略思考	233
一、OTT实施品牌战略的意义	233
二、OTT企业品牌的现状分析	234
三、我国OTT企业的品牌战略	236
四、OTT品牌战略管理的策略	238

图表目录……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/l58532632S.html>