

OTT 业务给传统电信运营商带来的冲击及应对策略探究

李艳凤 中国联合网络通信有限公司东丰县分公司

摘要: 本文在对 OTT 业务给传统电信运营商带来的冲击做出分析的基础上, 对 OTT 业务带给传统电信运营商的机遇做出了探讨, 同时对传统电信运营商面对 OTT 业务带来的挑战和机遇过程中的应对策略进行了研究。

关键词: OTT 业务; 传统电信运营商; 冲击; 对策

一、OTT 业务给传统电信运营商带来的冲击

(一) OTT 业务对传统电信运营商语音业务以及短信业务带来的冲击

2010 年至 2013 年的统计数据显示, 我国 2011 年的短信发送量增长率与 2010 年相比从 7.1% 下降为 6.2%, 2012 年的短信发送量增长率相比较 2011 年已经从 6.2% 下降到 2.1%, 而 2013 年的一月份与二月份点对点短信发送量同比滑落 10.6%。作为衡量电信运营商业务收入重要指标之一的语音 ARPU 滑落为 8%。国内移动、联通与电信三大运营商所开展的 2G 业务创造的收入也出现了不同程度的滑落。与传统电信运营商业务创收全面下滑相对应的是 OTT 业务的爆发式成长, 我国即时通信用户在 2013 年已经达到了 4.68 亿, 这一数据同比上涨了 12.7%, 在手机下载中的即时通信应用下载量排名第一, 而其使用率也达到了 83% 以上, 两年时间内微信用户已经在 3 亿以上, 渗透率达到了 27.3%。这两种相对应的情况证明了 OTT 业务正在对传统运营商的语音、短信等业务带来很大挑战和加速侵蚀。

(二) OTT 业务削弱传统电信运营商利润

当前 OTT 业务在对我国传统电信运营商部分基础业务进行不同程度替代的同时, 也在削弱我国传统电信运营商所获得的利润。这种削弱作用主要体现在两个方面: 首先, OTT 业务的运行需要依赖于传统电信运营商提供的网络带宽, 但是 OTT 企业在网络带宽的租赁方面仅需要承担较低的成本; 其次, 相对于传统电信运营商的语音业务和短信业务而言, OTT 应用用户在使用 OTT 业务过程中所产生的流量费用以及所需要支付的费用微乎其微。客观来说, 用户在使用 OTT 业务和使用传统电信运营商的语音、短信等基础业务方面存在很大的资费差距, 这种差距的存在对于用户和 OTT 企业而言是十分有利的。而对于传统运营商而言, 运营商为 OTT 业务的运行提供了良好的环境, 但是 OTT 业务也真实的削弱了传统运营商所应当获得的利润, 并且在国内传统运营商的竞争, 这种资费差距还会出现进一步的增大, 而 OTT 业务对传统运营商利润所产生的这种削弱作用也会更加明显。

(三) OTT 业务降低传统电信运营商与用户之间的粘性

OTT 业务的产生和发展让传统电信运营商和用户之间的关系逐渐松散, 从而降低了传统电信运营商与用户之间的粘性。由于使用 OTT 业务的用户所面对的服务商是谷歌与腾讯等具有 OTT 业务的企业, 在这种情况下, 用户的接口控制已经不再完全由传统电信运营商所掌控, 这也导致了传统电信运营商对用户的感知越来越缺乏, 从而使传统电信运营商对用户管理测试等工作的开展中面临一些困难, 同时也使传统运营商无法参与增值业务收入的分配。另外, 由于用户使用账号登陆 OTT 应用而并不是用运营商网络或者终端设备来绑定 OTT 应用, 所以用户对 OTT 业务的使用并不会受到某一家传统电信运营商的限制, 而如果 OTT 业务中提供的某项服务要求使用某家传统电信运营商的网络, 那么 OTT 业务的使用者就可以离网并换网, 而在这一过程中, 传统电信运营商并没有主动权。

(四) OTT 业务在一定程度上增加了传统电信运营商的网络维护成本

用户在使用 OTT 业务的过程中会因为处于在线状态而占用信令通道, 从而影响传统电信运营商为用户所提供的通信与语音等服务体验的效果, 虽然微信业务为数据流量业务提供了一定的增长量, 但是同时其占用的信令资源大大增加, 这种信令资源的增加在一定程度上增加了传统电信运营商的网络维护成本, 同时也对传统电信运营商其他业务的效果以及盈利水平产生了影响。

二、对 OTT 业务的理性思考及应对策略

(一) 对 OTT 业务的理性思考

事实上, OTT 企业与传统电信运营商的关系并非二元结构, 通信行业在未来的发展也并非对内容应用和管道的强调, 而是要实现对产业价值链的合理分配并形成更加合理的社会分工体系, 从而做到互惠互利, 推动 OTT 业务以及传统电信运营商的共同发展。OTT 业务的确为传统电信运营商带来了一定程度的冲击, 但是 OTT 业务也能够一定程度上推动传统电信运营商的发展。

1. OTT 业务能够促进传统电信运营商 ARPU 的稳定与提升

从我国传统电信运营商的发展来看, 我国 3G 基础通信网络以及 4G 基础通信网络的改造和建设已经逐渐完善, 而今后通过对网络的不断升级来实现 ARPU 值的提高将会面临更大难度, 面对这种现状, 引导更多用户对数据流量业务进行应用不仅可以提高数据网络利用率, 并且有利于 ARPU 值的提升。在这个过程中, OTT 业务能够发挥出重要而明显的作用, 而 OTT 业务在引导用户订购大流量数据业务套餐的基础上, 能够对传统电信运营商 ARPU 值的稳定以及进一步的提升发挥积极意义。

2. 传统电信运营商在 OTT 业务冲击下能够提高服务质量和服务能力

从 OTT 业务的用户方面来看, OTT 业务具有明显的优势, 尤其是多样的功能以及低廉的价格是吸引用户的重要因素。但是事实上, OTT 业务本身在通信安全以及通信质量方面仍旧和传统电信业务具有差距, 同时用户通过运营商来获得第三方业务的便捷度要高于通过 OTT 业务来获得第三方业务, 所以 OTT 给传统电信运营商带来的冲击并不是毁灭性的, 而传统电信运营商则应当在这种挑战中发挥出自身所具有的优势, 通过经营思路的转变和商业模式的创新来提供更多样、更低廉、更优质的服务, 从而实现自身服务质量与服务能力的提升。

3. 当前我国 OTT 业务的发展能够带动传统电信运营商的发展

当前我国的 OTT 业务发展中有一些具有较强发展潜力的 OTT 企业和 OTT 应用, 这些 OTT 业务不仅在国内取得了傲人的成绩, 甚至一些 OTT 企业有可能打破欧美造成的垄断, 从而形成突破。以微信为例, 当前微信已经有了 15 种语言版本, 在世界范围内的 100 多个地区与国家都拥有微信用户, 其用户总量已经达到了 3 亿以上, 从而成为了全球用户最多的 OTT 应用。而 OTT 业务这

(下转第 12 页)

之上观点不统一而各自发展等。要将这些观点相互融合,促进职业院校的发展走向成熟,就要求根据“以人为本”科学发展观的指导,积极更新那些陈旧不适合职业院校发展的教育观念,树立“以人为本”的基本教育观念。而且“以人为本”是完全符合职业院校的发展要求的,根据其学生的具体情况和特点进行特色教学,保障其职业能力提升,个性发展得到实现。最终满足社会需求,促进职业院校的良性循环发展。

四、“以人为本”观念的作用

(一) 发挥学生的主体作用

通过“以人为本”教育观念的实行,可以积极的发挥学生的主体作用,激发其主体意识。在传统的教学当中通常都是教师作为核心,然后学生被迫的接受知识,导致最终的教学质量和学习效率都不好。而“以人为本”要求关注学生这个主体,并且充分发挥其积极性和主动性。首先通过“以人为本”要求教师在教学中不仅要关注职业技能的培训,而且需要注意引导学生形成正确的思想、三观等。

其次要求教师必须尊重学生的人格,树立正确的自尊意识。在教学当中可以通过鼓励、谈心、模范例举等方式进行引导,促进学生主动的发挥和提高自身的能力,并且通过自我的努力和教师、同学的帮助克服各种困难,从而实现提高教学质量的目标。最后启发引导学生通过自主学习和教师的引导使自身的综合素质得以提高。要提高学生对于知识的觉悟,在学习过程当中不断的进行刻苦钻研,最终形成一套独有的学习方式和知识体系。

(二) 发展职业院校的特色教学

“以人为本”的教育观念无疑是符合职业院校的教学特色的,职业院校不同于普通高校,其主要培养的是面向社会的具有高素质、高技能的实用性人才。所以就要求职业院校在进行人才培养之时,必须面向社会和企业,充分了解认识社会和企业的需求,然后进行针对性的教学和培养。由于每个学生的能力和水平

不同,所以不能进行无差别教学,必须根据学生的特点和未来的职业需求进行教学。如今的职业院校大多照搬普通高校的教学模式,其实这并不是完全适合职业院校的发展和办学理念。而“以人为本”就是要求职业院校发展个性化教育,摒弃传统落后的教育,一切以学生为中心进行。保障最后培养出来的人才才是适合社会发展需求的,同时能够最大限度的发挥学生的个体能力和特色。

结语

综上所述,我国的职业院校的发展还面临不少的问题,导致其最终培养出来的人才得不到社会的认可,或者认可度比较低。为了转变这种不利局势,就要求职业院校必须转变教育观念,将“以人为本”作为新的教育观念。“以人为本”科学发展观作为指导,对于职业院校的发展有着诸多的优势,它既符合了职业院校培养高技能、高素质人才的目标,又充分发挥了职业院校学生的长处和个体发展。同时“以人为本”的教育观念的选择存在其必然性,即是社会发展需求和职业院校发展的共同需求。

参考文献:

- [1]韩其丽.“以人为本”——职业院校教育观念更新的必然选择[J].中国科教创新导刊,2012,26:4+6.
- [2]汪为春.高职院校学生人文素质教育研究[D].安徽工业大学,2012.
- [3]张良.职业素质本位的高职教育课程建构研究[D].湖南师范大学,2012.

作者简介:

萧敏,女,1981年4月出生,云南建水,硕士,讲师,研究方向:教育管理。

(上接第3页)

种强劲的发展趋势为我国传统电信运营商发展带来了重要契机,在共存互利的前提下,我国传统电信运营商的竞争力不仅能够得到提升,其国际影响力也将得到进一步强化。

(二)传统电信运营商应当以合作与创新的姿态来面对 OTT 业务的发展

从当前的发展形势来看,OTT业务的发展已经成为了必然的趋势,在这种背景下,传统电信运营商也纷纷推出了OTT业务,如翼聊、飞聊等,这些业务的产生让传统电信运营商与OTT企业之间存在的界限出现了模糊化。虽然这在一定程度上能够强化传统电信运营商在与OTT服务商竞争中的竞争能力,但是作为传统电信运营商,更应当在这种通信形式多元化的背景下对自身定位做出重新的思考和审视,而并非一味防止自身收益向OTT业务的转移。虽然从当前来看,将智能管道工作做好是传统电信运营商的重要工作之一,但是为了更好的面临OTT业务带来的挑战并抓住OTT业务所带来的机遇,传统电信运营商应当对OTT业务的拓展做出积极探索,在此过程中,主要的方式包括以下三种:一是通过与OTT企业的合作来提升自身的互联网服务能力。在此过程中,重点在于确定合理的利益分配方案;二是对自身业务进行创新,通过自主开发OTT业务来占领市场。但是事实上,虽然传统运营商在此方面做出了诸多尝试,然而由于传统电信运营商受到机制限制而没有与OTT服务商同样敏锐的市场反应能力与反

映速度,所以在传统运营商喧杂开发OTT业务时,应当对自身的网络资源以及战略转型方向做出考虑,让开发出的OTT业务能够贴合自身的实际情况,从而发挥出自身优势;三是利用战略投资和资本运作对OTT企业进行控股或者并购。

参考文献:

- [1]赵凯,田芳,刘洋.移动OTT短消息业务对传统短信的影响及应对策略研究[J].山东通信技术,2013(02).
- [2]林昇.OTT产生“鲶鱼效应”“激活”国内视频行业[J].通信世界,2012(40).
- [3]王海东,姚博文.中国电信运营商的移动互联网战略[J].通信企业管理,2009(04).
- [4]张中辉.运营商如何应对OTT业务挑战[N].人民邮电,2013-05-14(007).
- [5]小环.面对OTT电信运营商的战略选择[N].人民邮电,2013-05-15(006).

作者简介:

李艳凤,女,1980年出生,吉林辽源人,2013年11月毕业于北京邮电大学,硕士学位,现任职于中国联合网络通信有限公司东丰县分公司,助理通信工程师。