

2021年 中国智能视频会议协作 市场报告

2021 China Video
Conference Solution Market
Report

2021年中国ビデオ会議ソ
リューション市場レポート

报告标签：视频会议、云视频会议、人工智能

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

报告阅读渠道

◆ 1、头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



◆ 2、头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

◆ 3、添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说



表说



专家说



数说



扫一扫

实名认证行业专家身份

详情咨询

客服电话



400-072-5588

南京



杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521

上海



王先生： 13611634866

李女士： 13061967127

深圳



李先生： 18916233114

李女士： 18049912451



www.leadleo.com
©2021 LeadLeo

FROST & SULLIVAN
沙利文

报告说明

沙利文及头豹研究院谨此发布中国视频会议系列报告之《2021年中国智能视频会议协作市场报告》。本报告旨在分析中国视频会议协作标的客群、市场环境、技术动向及发展趋势，并分析中国视频会议协作竞争格局，判断在中国视频会议协作市场处于领袖梯队的供应商及其差异化竞争特点。

2021年第三季度，沙利文联合头豹研究院对托管安全服务进行了下游用户体验调查。受访者来自泛互联网、金融、医疗、教育、制造、能源、物流等多个领域，用户所在公司规模不一，细分市场有别。

本报告最终对市场排名、领袖梯队、挑战者梯队的判断仅适用于本年度中国视频会议协作市场发展阶段。

本报告所有图、表、文字中的数据均源自弗若斯特沙利文咨询（中国）及头豹研究院调查，数据均采用四舍五入，小数计一位。

01 新冠疫情释放中小企业视频会议需求

中小企业的视频会议需求一直存在，但碍于传统视频会议高昂的初期建设费用及专网使用费用，中小企业的需求未被释放。但2020年的新冠疫情迫使人们转向视频会议产品，在之上进行学习、工作甚至生活社交，同时云视频会议厂商也积极提供免费产品，培育客户习惯，中小企业视频会议需求逐渐释放。

02 传统视频会议在大政企市场无法被取代

尽管构建在云上的新兴视频会议成本低、使用便捷，但其安全性、会议品质均无法匹敌传统专线视频会议，且大政企对价格不敏感，新兴视频会议厂商优势无法体现。因此，传统视频会议厂商短期内无法被新兴视频会议厂商取代，市场将长期处于两类厂商共存的局面。

03 新兴视频会议向平台化、场景化的趋势发展

在疫情中，新兴视频会议行业受益最大的是云办公平台厂商，这类厂商将云视频会议产品定义为平台生态中的重要布局，而非背负盈利指标的单独产品，因此疫情期间多采用免费策略吸引大批用户。长期看，这类厂商的根本目的是打造平台生态，强化场景化应用能力，成为B端入口级的应用。

目录

◆ 名词解释	07
◆ 中国智能视频会议协作行业综述	08
• 行业定义及发展概况	09
• 市场演化分层	12
◆ 中国传统视频会议协作市场	14
• 客群定位	15
• 价值场景	18
• 行业核心竞争壁垒	21
• 发展机遇展望	24
◆ 中国新兴智能视频会议协作市场	25
• 通用行业竞争要素	26
• 差异化竞争优势对比	28
• 平台型厂商分析	30
• 价值应用场景分析	32
◆ 中国智能视频会议协作市场竞争	34
• 评价维度说明	35
• 综合竞争力表现	36
◆ 中国智能视频会议协作行业领导者	37
• 华为	38
• 会畅通讯	40
• 亿联网络	41
• 中兴通讯	42
• 苏州科达	43
◆ 方法论	44
◆ 法律声明	45

Contents

◆ Terms	07
◆ China Video Conference Solution Industry Overview	08
• Industry Definition And Market Classification	09
• Market Stratification	12
◆ China Traditional Video Conference Market	14
• Customer Demand Analysis	15
• Value Application Analysis	18
• Industry Core Competition Barriers	21
• Prospects of Development Opportunities	24
◆ China Emerging Video Conference Market	25
• General Industry Competitive Factors	26
• Comparison of Differentiated Competitive Advantages	28
• Analysis of Platform Vendors	30
• Value Application Analysis	32
◆ Video Conference Competition Analysis	34
• Evaluation dimensions Description	35
• Overall Competitiveness Performance	36
◆ Leading Venders of Video Conference Industry	37
• Huawei	38
• BizConf	40
• Yealink	41
• ZTE	42
• KEDACOM	43
◆ Methodology	44
◆ Legal Notices	45

■ 名词解释

- ◆ **MCU:** Microcontroller Unit, 一种用于多点呼叫和连接的媒体信息交互机, 可实现视频广播、视频选择、音频混合、数据广播等功能, 完成各终端信号的汇接与切换。
- ◆ **SVC:** Scalable Video Coding, 可分级视频编码或可分层视频编码。
- ◆ **AVC:** Advanced Video Coding, 高级视频编码。
- ◆ **VPN:** Virtual Private Network, 虚拟专用网络。
- ◆ **API:** Application Programming Interface, 应用程序编程接口。API规定了运行在一个端系统上的软件请求因特网基础设施向运行在另一个端系统上的特定目的地软件交付数据的方式。
- ◆ **丢包:** 一个或多个数据包的数据无法透过网络到达目的地。丢包在视频质量和音频质量两个层面, 都会对视频会议造成影响。在视频质量方面, 会导致包括马赛克现象、图像模糊、局部变形、图像静止等等, 而对音频质量的影响, 包括音频失真、间断甚至中断等。
- ◆ **时延:** 一个报文或分组从一个网络的一端传送到另一个端所需要的时间。
- ◆ **VOIP:** Voice over Internet Protocol, 基于IP的语音传输

Chapter 1

行业综述

“

- 行业定义及发展概况：
 - 基础定义与市场定位
 - 新兴智能视频会议协作市场现况
 - 传统智能视频会议协作市场现况
- 疫情下市场分层推导：
 - 前疫情时期回顾
 - 疫情中期分析
 - 后疫情时期趋势

”

中国智能视频会议协作行业综述——行业定义及发展概况

- 智能视频会议协作是结合场景特定需求及基础通讯需求的多媒体通讯一站式集成化解决方案，可划分为传统型与新兴型

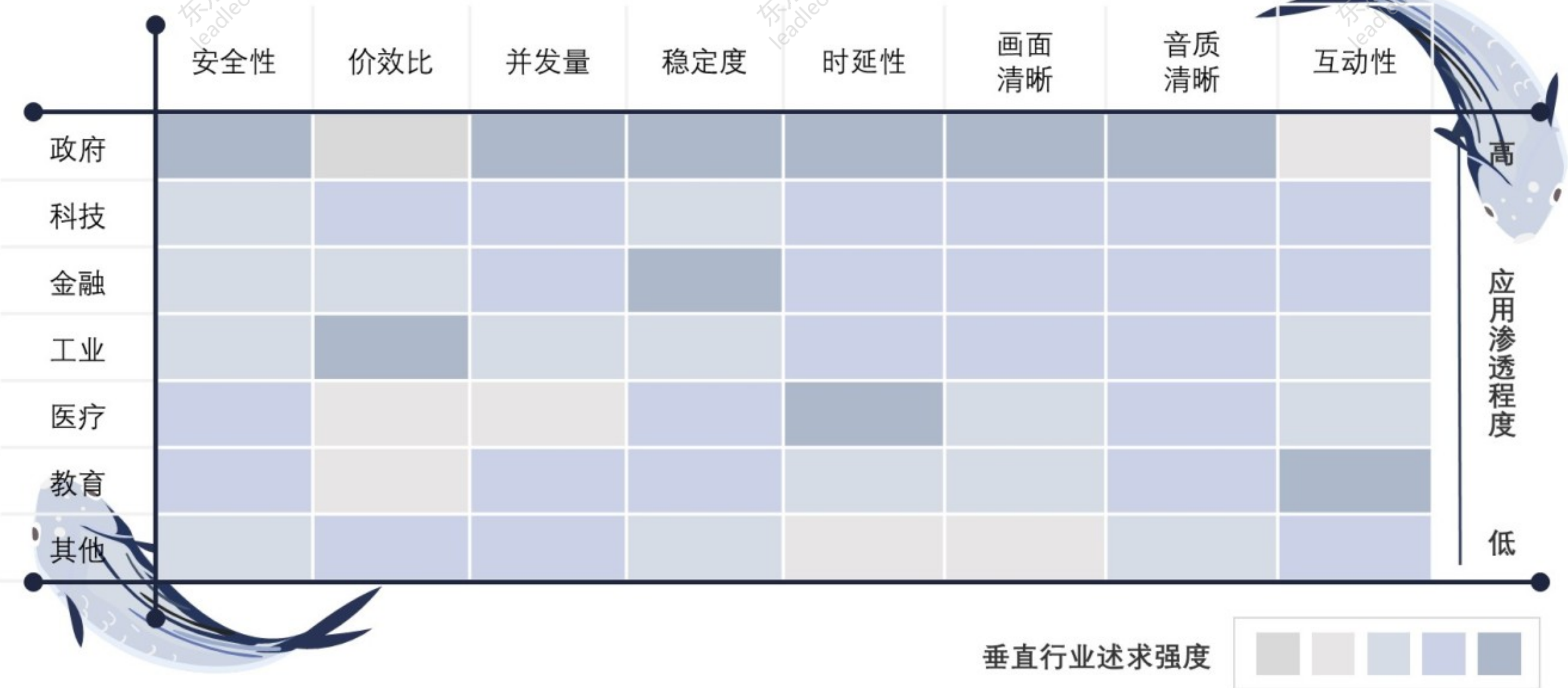
智能视频会议协作行业定义及发展概况

智能视频会议协作市场简要对比分析

传统视频会议		新兴视频会议	
属性对比	服务架构	系统架构基于专线网络传输，同时需配置专用MCU设备及DSP芯片	
	延展性	级联分布较为固定，移动性、扩展性、使用弹性相对较差	
	安全性	专线网络传输具备天然封闭性，同时嵌入式架构整体抗病毒及稳定性较高，具备专业级安全保密性	
	价效比	整体传统方案并发量、保真度均属于专业级，但搭建、使用、维护成本相对较高，价效对比较为弱势	
需求定位	目标受众	目标受众偏向于价格敏感度低及安全保密诉求较高的政法及大型央国企客户	
	需求特征	安全可靠性是首要保障，同时保真度、并发量、效能及垂直行业业务融合定制化诉求高	
产业对比	客户价值优势	政法及大型央国企客户年均支付能力及意愿相对较强，超过百万级，利润空间大，毛利润在70%-80%之间	
	成本竞争劣势	传统型方案整体成本较高，其使用成本是新兴方案的数十倍，因而阻碍其向中小企业市场的渗透进程	
		客群规模优势	标的客群相面中小企业。整体客群规模占中国企业总量的90%，有望成为未来行业核心增量来源
		产业成熟劣势	暂处于跑马圈地时期，行业渗透率及产业成熟度暂处于低位。疫情红利消退后的客群留存及互联网龙头OA生态竞争将成为该行业的核心关注点

智能视频会议市场分类简略

视频会议协作应用场景需求分析



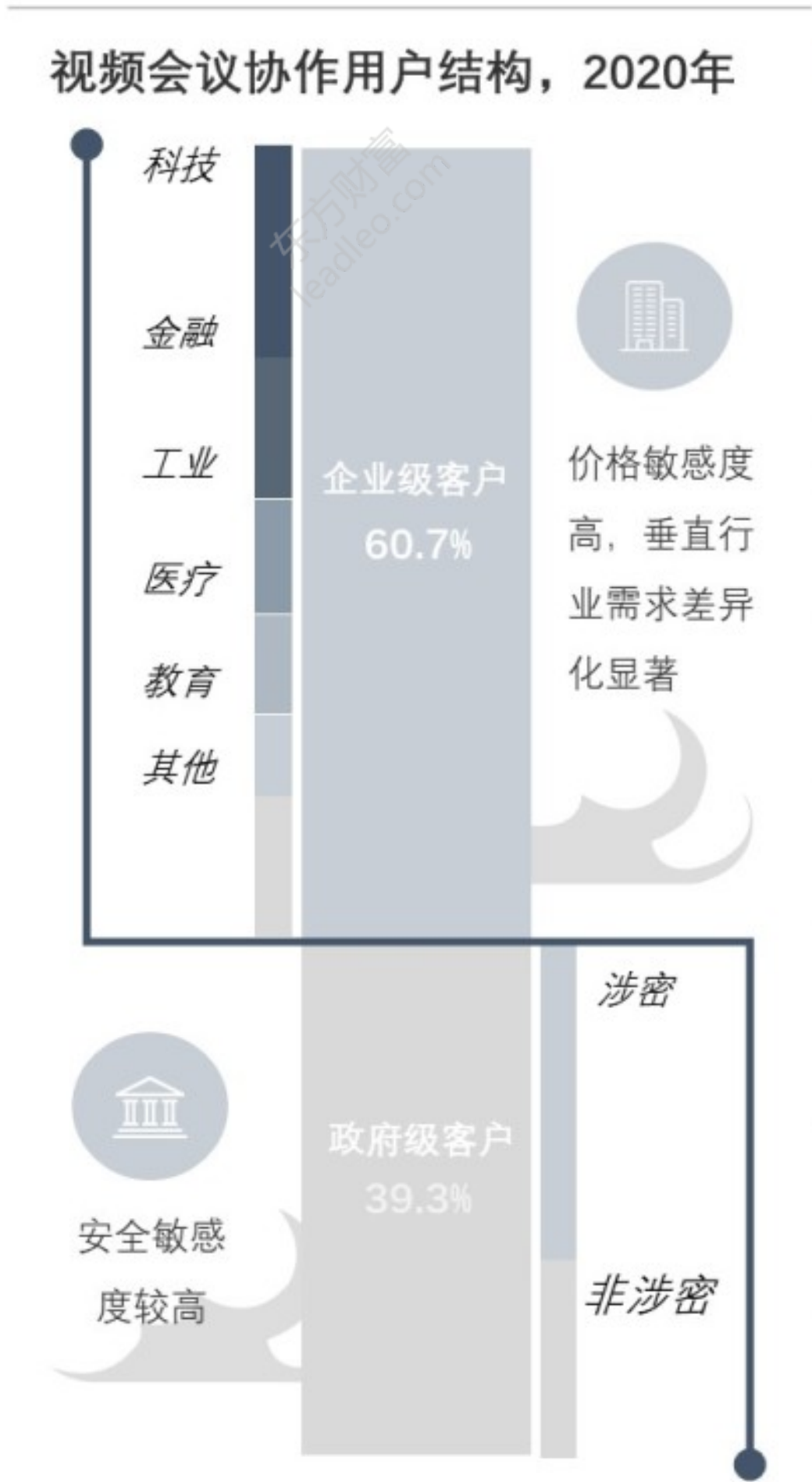
❑ 智能视频会议协作是一种以视频会议为核心，结合场景特定需求及基础通讯需求的现代化多媒体通讯一站式解决方案

智能视频会议协作是一种以视频会议为核心，结合场景特定需求及基础通讯需求的现代化多媒体通讯一站式服务；其基础通讯能力通过运用现有通讯网络和数字信号压缩技术，将音、视频、数据信号集成处理并实时发送至远端，实现即时、可视、交互的信息沟通，进而促进点对点、点对多、多对多的各行业用户信息沟通、协作及决策效率。根据产品形态及交付形式，智能视频会议协作市场可被简要划分为传统型视频会议及新兴视频会议。

❑ 云计算加速新兴视频会议市场快速落地，实现视频会议行业标志性变革

20世纪70年代以来，随着通讯技术迭代及行业体系标准演变，视频会议系统从模拟数字阶段逐步演变至集成视频会议、VOIP、办公协同等功能的统一信息管理平台阶段。2016年后，随着云计算及人工智能技术的应用扩展，视频会议行业向服务云化、架构集群化、系统智能化等维度发展，进而推动以中心云算力为核心的新兴视频会议应用初步落地。

同时，新兴视频会议系统凭借其搭建高效、使用便捷、成本低廉等优势率先切入价格敏感度较高、IT能力较有限的中小企业市场，逐步向非涉军、非涉密的中大型企业渗透。长期来看，随着企业级智能视频协作需求释放，整体视频会议行业核心将逐步向云化、轻量化的新兴视频会议转移，将有望成为整体行业核心增量来源。



中国传统视频会议市场存量稳定，云端协同式一站式会议协作解决方案有望成为传统型厂商主要新兴市场战略转型突破口

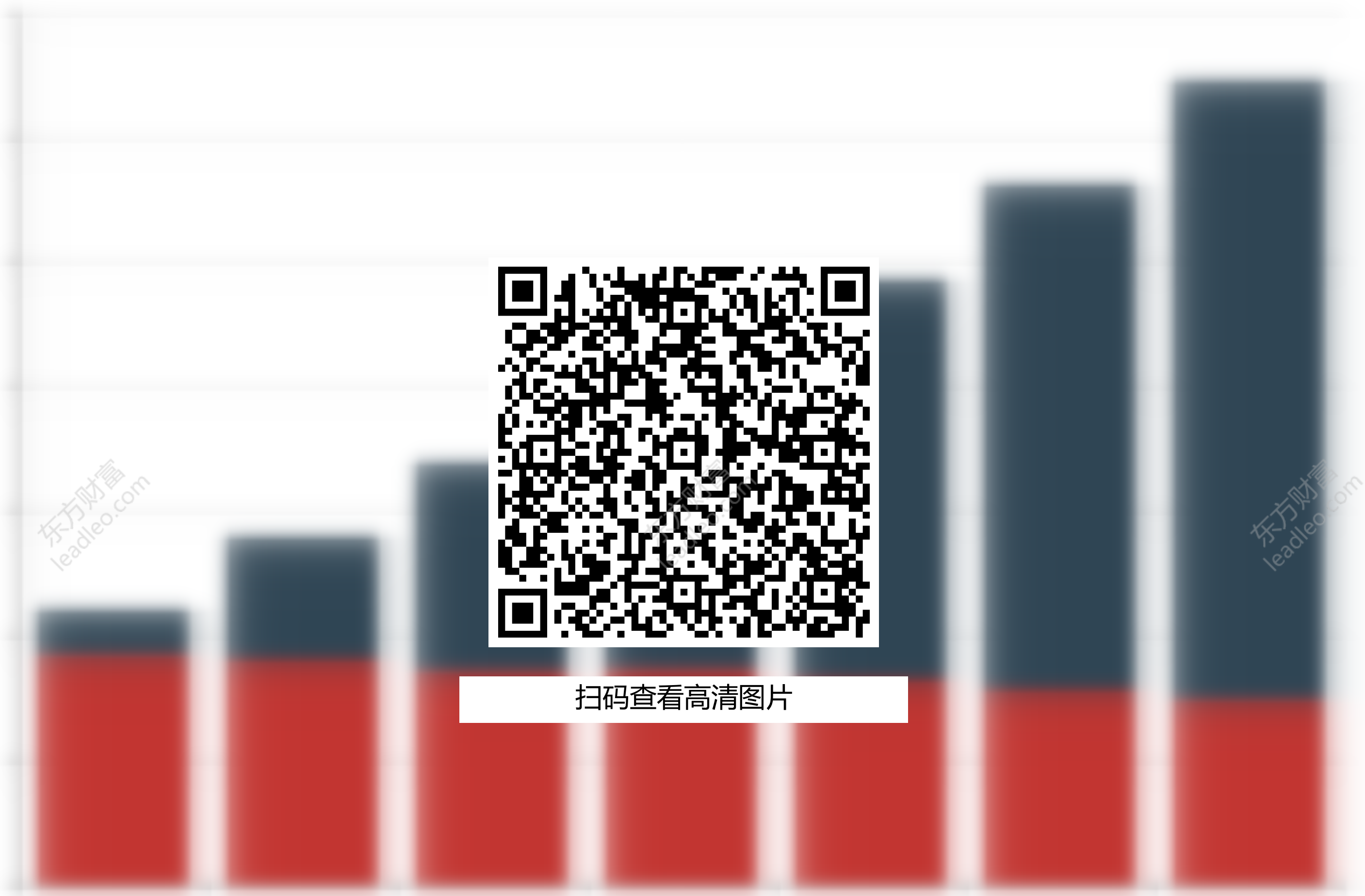
2020年，中国云视频会议系统发展仍处于初级市场教育阶段。云视频会议主要承载于办公自动化远程协作市场之上，行业渗透率暂处于低位；根据沙利文研究院数据显示，2019年其市场渗透仅为20%。同时，由于云架构开放性及其复杂性，整体云视频会议系统网络安全及数据泄露风险较高，导致其难以替代具备天然安全属性的专线式传统视频会议系统在公、检、法、军队等安全保密性及敏感度高的政务领域的核心地位。

传统视频会议系统不仅在安全性占据绝对优势，同时依靠其产品品质高标化、服务专业化、系统定制化持续巩固其在政法及大型央国企视频会议核心竞争力。但受限于其标的市场以存量主导，市场增量需求趋近饱和。以华为为代表的传统视频会议厂商未来有望凭借客户资源及产业链整合优势构建云+端+屏一体化协同智能会议室解决方案，实现传统市场向新兴市场的自然延展。

中国智能视频会议协作行业综述——市场分层演化

- 2020年新冠疫情触发企业级视频会议需求释放，带动细分新兴视频会议快速扩容，进而加速行业细分市场分层

视频会议协作市场总述



<https://www.leadleo.com/sizepro/details?id=612dd41b31d32d6c26da57fa&core=614129850dd17753b155cde6>

前疫情时期，传统视频会议成本高昂限制企业级视频会议需求释放。整体视频会议行业分层速率较慢，行业重心仍集中于传统型市场

2015至2019年间，中小企业视频会议需求潜存。但受限于成本高昂及企业IT资源有限，传统智能视频会议协作集中于政府及大型央企与国企市场，难以向成本敏感度较高的企业级市场渗透。得益于2016后云计算技术快速迭代及应用拓宽，以Saas为核心的新兴云视频会议凭借其成本低廉、扩展便利的优势逐步渗透企业级市场，催化视频会议行业初步分层。但届时中国新兴视频会议行业的视频稳定度、产业成熟度、市场接受度均存在上升空间，行业仍属于市场教育阶段，企业级视频会议需求释放速率缓慢。2019年新兴视频会议市场占比仅为15%。整体视频会议行业重心仍集中于传统型市场。

沙利文

❑ 疫情激发企业级新兴视频会议市场，加速视频会议行业细分市场分层

2020年新冠疫情爆发大幅加速中国视频会议传统及新兴两大细分市场分层。在新兴视频会议方面，由于疫情下中国市场商业活动及人口流动受限，企业级视频会议等远程协作刚性需求增长，迫使中小企业视频会议需求瞬间释放。新兴云视频会议协作凭借成本低廉、扩展性优异等优势，以中小企业为起点，由点及面实现网链式快速渗透，加速本土市场需求培养。整体新兴市场活跃度及关注度呈现爆发式增长态势。中国视频会议协作日均安装量从2020年1月的6,000次上涨至2月65万次；随着会议协作行业用户规模突破千万级，新兴云会议协作进入高增量时期。2020年新兴视频会议市场占比超过35%，同比上涨20%。而传统型会议协作则仍处于平稳态势，疫情冲击影响相对较小。同时由于传统市场已经逐步进入存量时期，市场需求趋近饱和，行业竞争核心为客户资源及业务定制化能力；整体行业整体增速呈现下行态势。2019年至2020年间，传统会议视频市场规模维持于50亿左右，年增长率为-2.2%。

❑ 后疫情时期，视频会议用户粘性 & 规模实现双增长。视频会议细分市场分层趋势逐渐加剧

疫情后期，由于远程协作刚性需求回落，突发性疫情红利逐步减退，预计中国视频会议行业发展将面临短期小幅回落。但长期来看，疫情带动的新兴市场增量空间及整体视频会议市场分层态势有望得以维持；其核心原因在于疫情下居民工作形式及偏好转型：工作模式从远程走向混合。同时远程工作带来的营运及租赁成本下降的利好将进一步增加中小企业对新兴视频会议的需求粘性，需求释放速率较疫前将有所上升。

Chapter 2

传统视频会议协作

“

- 关键客群定位：
 - 成本解构
 - 需求特性
- 价值场景分析：
 - 政府市场
 - 大型央国企市场
- 行业核心竞争壁垒：
 - 营销系统壁垒
 - 业务流融合壁垒
 - 产业自研及整合能力壁垒
- 行业发展机遇展望：
 - 短期机遇
 - 中期机遇
 - 长期机遇

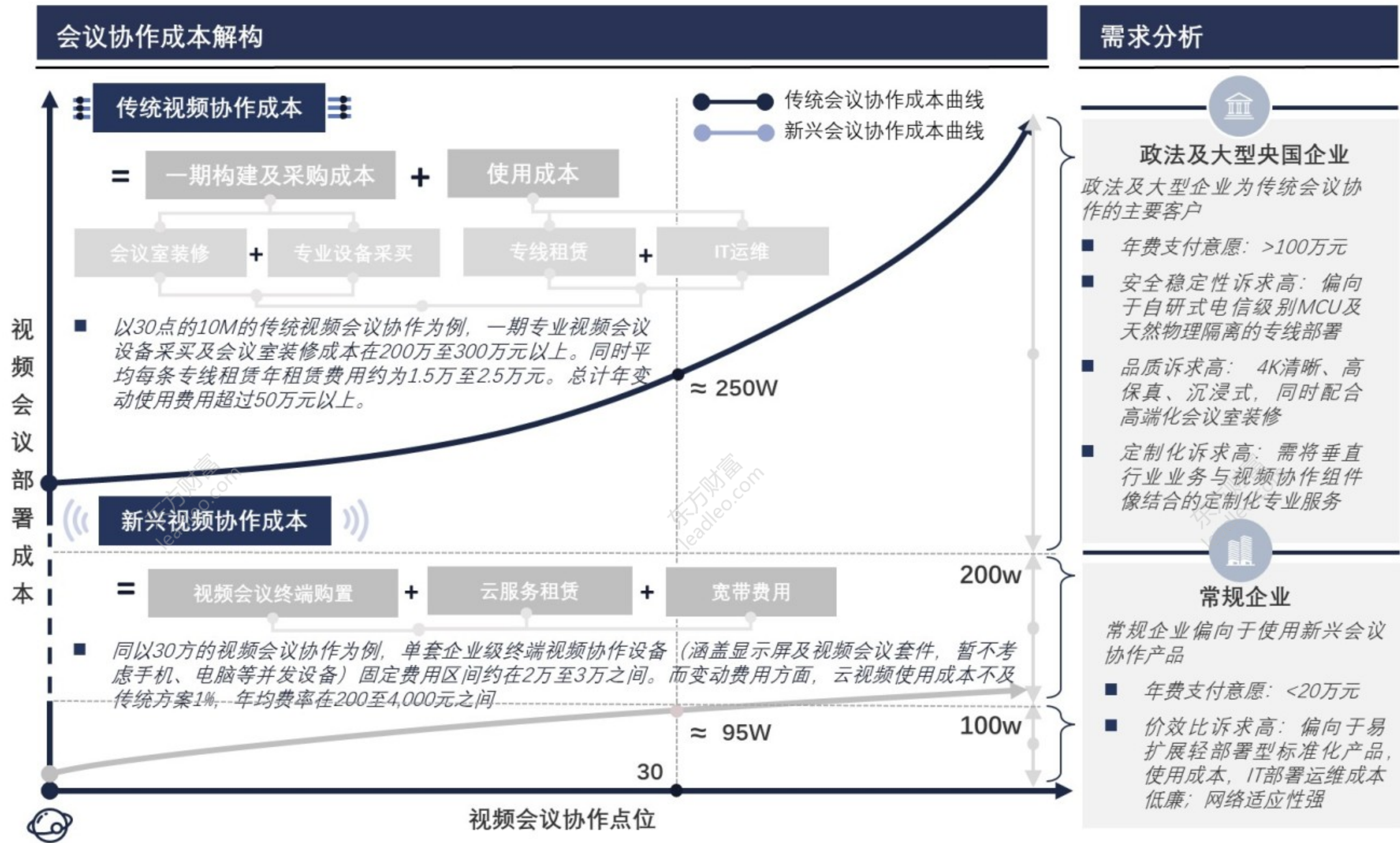
”

中国传统智能视频会议协作——客群定位

- 传统视频会议协作方案目标受众定位集中于政法机构及大型央国企；其核心影响因素在于成本预算限制及需求特性匹配

传统智能视频会议协作需求分析

传统智能视频会议协作成本解构及对应需求



成本限制导致传统视频会议协作市场难以向企业级客户需求渗透，现仍集中于支付能力及支付意愿较高的政法及大型央国企会议协作市场

根据需求特性，整体智能视频会议协作用户主要划分为常规企业级客户和政法及大型央国企客户两类。以硬件MCU及专线传输为核心的传统视频会议协作方案核心的目标受众定位集中于司、法、公、检等政法机构及大型央国企，而非常规企业级用户市场；其核心影响因素在于成本预算限制及用户需求特性匹配。

从成本解构的维度看，相较于以云计算为核心新兴视频会议协作系统，传统视频会议系统构建及使用成本远高于新兴视频会议。以30点的10M的传统视频会议协作为例，一期专业视频会议硬件设备采购及会议室装修成本在200万至300万元以上。同时，平均单条专线年租赁费用约为1.5万至(承接下文)

（承接上文）2.5万元。考量额外技术支持、运维费用，总计年变动使用花销超过50万元。由于常规型企业IT资源经费相对有限，其年均支付意愿区间仅在数千元至数十万元间，选用传统型视频会议协作系统将严重影响企业成本把控。因此，常规型企业级用户更偏向于使用标准化的新兴云视频会议，其年均使用成本不及传统型视频会议厂商的1/10。同时，腾讯会议等云平台型视频会议协作服务商在云资源成本控制上具备比较优势，相继推出其低价策略，进一步确立新兴云视频会议的价效优势。

相较之下，传统视频会议协作核心目标受众定位于政法及大型央国企智能视频会议协作客户；该类客户整体IT资源充足、支付能力及支付意愿相对较强，年均付费意愿达百万级。整体政府及大型央国企的项目利润空间较大，平均毛利率超过70%，具备较高的市场价值量。

□ 政法及大型央国企智能视频会议协作的安全稳定性、业务融合性、视频高保真沉浸式会议品质需求较高，与传统型视频会议协作产品属性相符

在用户需求与产品特性匹配度方面，大型央国企及政法类客户产品核心诉求主要可划分为三方面：

（1）会议信息数据机安全性与传输稳定性：在传输层方面，传统型视频会议基于专线传输，叠加加密机部署，安全隔离性及封闭性相对较大，因而缩减了数据泄露风险。在硬件处理层中，嵌入式硬件MCU配置电信级安全性与可靠性设计，从系统总体架构到底层处理、从协议规范到业务设计，可抵御99%的网络病毒植入与恶意攻击，实现保障全天候的安全稳定运行。同时，专业级硬件设备具备AES加密、防火墙、冗余散热等功能，进一步实现传统型视频会议安全性及稳定性双效提升。而新兴视频会议协作系统构建云架构之上，网络架构复杂性较高，受攻击面较大，数据安全及系统稳定存在相应风险。

（2）业务融合及运维定制需求：由于新兴云视频会议起步相对较晚，国内云视频会议协作暂处于市场教育时期，因而产品类型偏向于面向大众群体的普惠性标准化产品。而传统视频会议服务定制化程度相对较高。在功能设计方面，传统视频会议协作团队可根据垂直行业属性及客户业务功能需求针对性进行开发、升级、扩展、定制。以检查机关为例，传统视频会议协作系统将需涵盖视频中心管理、远程侦察指挥、远程提讯、实时笔录、同步录音录像等功能与视频会议协作系统融合，可有效形成竞标过程中技术壁垒。在后期运营维护方面，面对大型会议时，传统型视频会议厂商根据相关项目类型及模式，提供原产售后驻场、技术人员现场技术支持、现场多台设备备份，实现客户定制化需求的快速响应、恢复，降低视频会议大型项（承接下文）

(承接上文) 目中断风险。

(3) **高保真沉浸式会议品质需求：**传统硬件视频会议系统可采用高效编码技术及实时操作系统以提升其视频会议品质，同时可集成视频预处理、视频优化、音频优化技术，进一步提高视音频效果。此外，华为、中兴等视频会议协作头部企业将网真技术应用于传统视频会议协作产品及服务之中，有效结合超高清视频编解码、建筑色学、空间照明、人体工程学等技术科学，进而营造超高清晰、低延时、立体音效的面对面沟通的高保真效果。

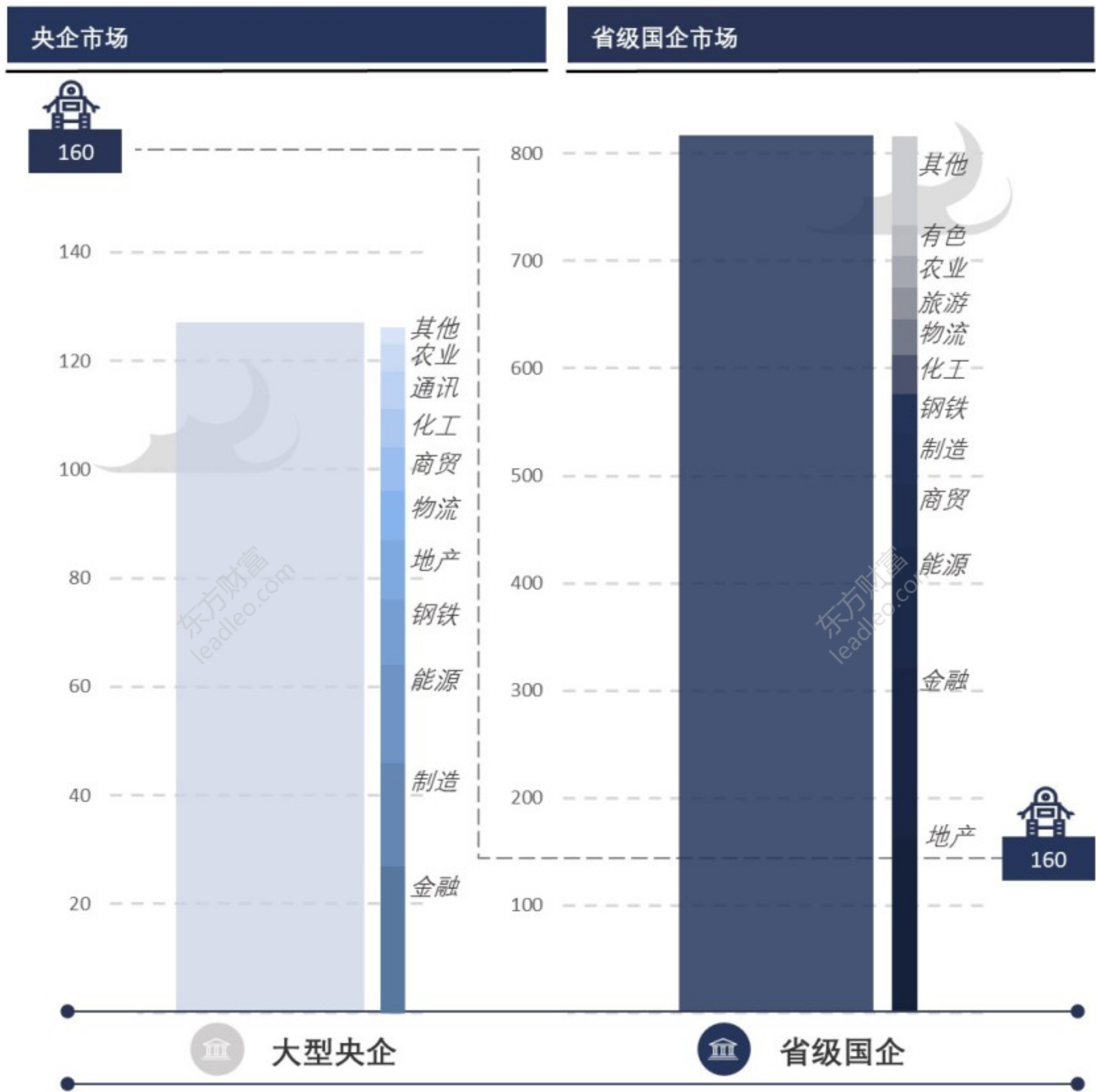
整体来看，传统型视频会议协作产品特性与政府及大型央国企客户诉求相当。而面向企业级客户需求时，传统视频会议系统整体较为弱势。以视频会议协作延展性、快速部署及扩容能力为例，企业用户需通过会议协作以快速调整企业应对策略、加强风险把控、稳定外部客户、夯实人力资源管理，维持企业供应链、产品营销、风险控制、人力资源管理等环节的良性运转及风险应对。而传统型视频会议系统需同时对MCU及专线宽带进行扩容，整体耗时周期较长，难以应对疫情等突发事件视频会议协作的快速扩容需求；同时，传统型会议协作将导致额外IT运维及MCU扩容费用，进一步降低其价效比。因此，企业级客户偏向于以使用便捷、价格低廉的新兴视频会议协作，而非传统型会议协作方案。

中国传统智能视频会议协作——价值场景

- 云视频会议兴起对传统型方案存在部分场景替代，但鉴于传统方案底层安全性，竞争优势及核心价值场景不变

智能视频会议市场分类简略

中国央国企行业分布



传统视频会议协作需求分析

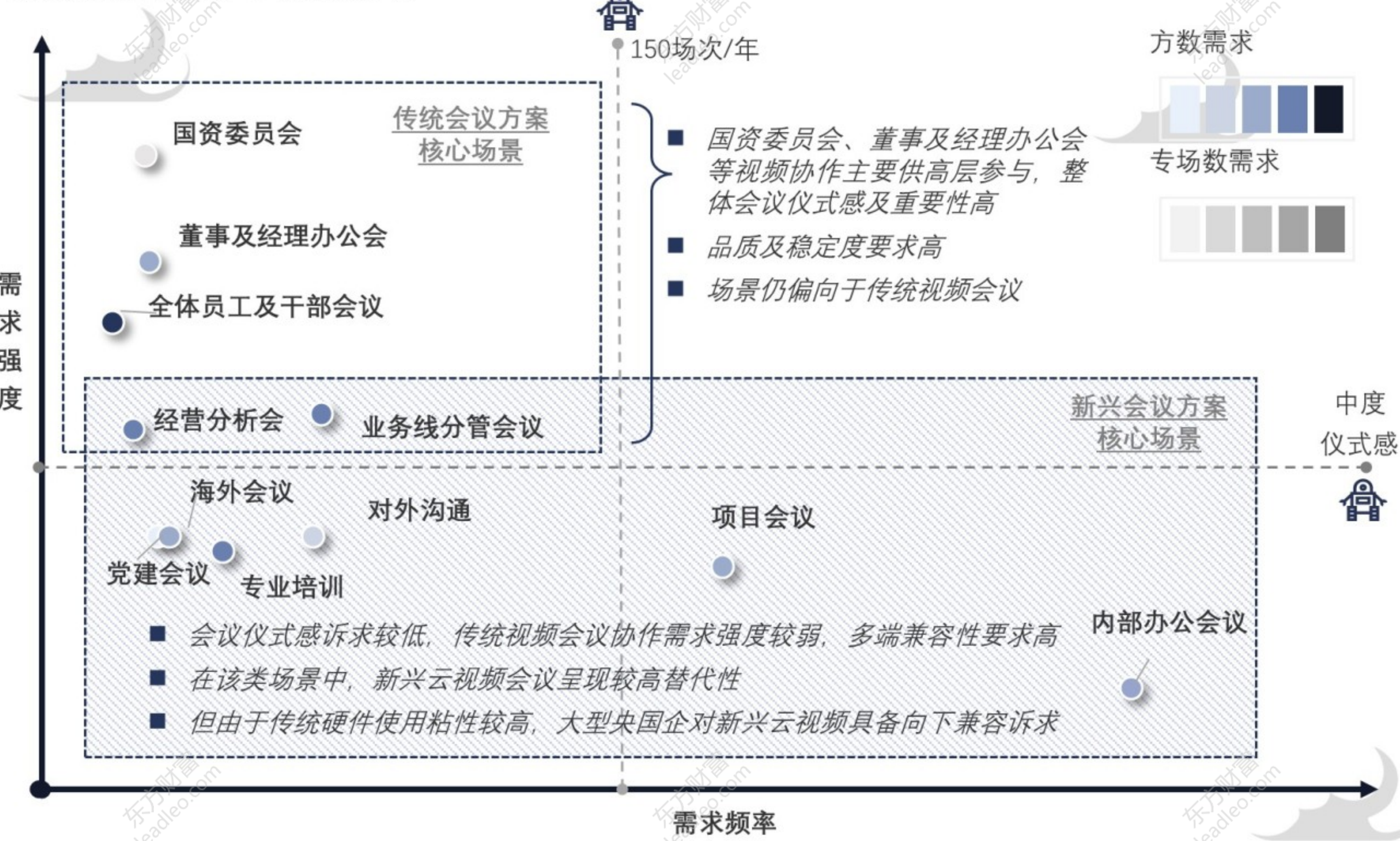


- 政法及大型央国企客户覆盖广度，需求稳定度高。长期看，云视频会议兴起对传统型方案存在部分场景替代，但鉴于传统方案底层安全性，竞争优势及核心价值场景不变

相较于新兴视频会议，传统视频会议协作标的受众集中于政法、大型央国企客户，市场以存量竞争为主。但从需求维度看，政法及大型央国企视频会议协作客户规模庞大，产品需求稳定，IT设备设备的折旧核算期约设于5年左右，整体支付意愿及支付水平较高，单位项目价值量大。就长期而言，随着5G商业深化，云计算应用拓宽，新兴云视频会议协作预计将对传统视频会议协作部分场景存在替代效应。但鉴于传统视频会议协作底层安全稳定属性，其竞争比较优势及核心价值场景得以长期维持。

传统视频会议协作市场需求分析

传统视频会议协作市场场景分析



智慧政务、智慧城市等场景的数据机密性、视频稳定性、业务融合性诉求极高，价格敏感度低，是传统型视频会议政法市场核心价值场景

在中国智能视频会议政法市场方面，政用市场使用主体规模庞大，分支机构分散程度较高，业务场景覆盖面较广。2020年中国省级、地级、县级、乡镇级常规政府规模超过4.2万个。在公检法方面，中国各省级、分、州、市、县、派出检察院及各层级法院数量均超过3,500个，远程侦察、远程提讯、应急响应等会议协作需求强度及频率均属于高位。而根据各级政法客户安全诉求，下游政务级应用场景可划分为涉密型与非涉密型。在公、检、法等涉密型应用下，智慧政务、智慧城市、智慧安防等场景的数据机密性、视频稳定性、业务融合性诉求极高，价格敏感度低，是传统型视频会议核心价值场景。而在非涉密场景中，2015年起，智慧党建、雪亮工程等场景远程智能会议需求逐步释放。2020年全国党员数量超过8,900万，同时基层党员组织高达440万。由于该场景安全敏感度略低，加之下设地方政府分布分散，专线部署难度及使用费用较高，因此类场景价值将导向于新兴云视频协作系统。

国资委员会、董事及经理办公会等会议场景主要供高层参与，整体会议仪式感及重要性高、偏向于传统视频会议协作产品

在中国大型央国企市场层面上，央企及省级国资委下设企业规模(承接下文)

（承接上文）约为900个，下设二级公司、三级公司，参股企业规模庞大。以下设二级企业为例，平均每家央企及省级国企的二级企业数量在20至30所之间，整体视频会议协作及并发量需求相对较高。从需求覆盖面角度看，金融、能源、地产、制造等为大型央国企主要分布行业。央企重点集中于北京地区，而省级国企分布集中于重庆、天津等地。

在会议细分场景中，国资委委员会、董事及经理办公会等会议场景主要供高层参与，整体会议仪式感及重要性高，偏向于超高清晰、低延时、立体音效的面对面沟通的高保真专业级视频会议协作产品。同时鉴于传统硬件的使用粘性，该类场景仍主要偏于传统型会议协作方案。而项目会议、内部办公会议等场景以内外沟通为主要述求，场景安全、仪式感需求相对较低，偏好于借助企业现有办公网络实现网络会议良性运行，首要保障沟通基本流畅度及清晰度，避免过多带宽占用。因此，针对该类会议场景，新兴云视频会议协作厂家的进入门槛较低，未来替代趋势较强。但从现有市场表现看，大型央企对云架构的信任度及接受度暂处于低位，云视频渗透率不及5%。同时，鉴于硬件会议协作产品的使用习惯，大型央国企对新兴云视频服务供应商具备向下兼容特定需求。

中国传统视频会议协作——行业核心竞争壁垒

- 智能视频会议协作是结合场景特定需求及基础通讯需求的多媒体通讯一站式集成化解决方案，可划分为传统型与新兴型

传统视频会议协作竞争——营销系统壁垒

智能视频会议协作营销模式分析

	模式优势	模式劣势	行业案例	模式偏向
直销	■ 客户资源维护：销售团队进行面对面沟通，有利于长期客户资源维护 ■ 售前需求对接：可针对客户需求进行开发、升级、扩展、定制，沟通效率高 ■ 售后服务响应：提供可靠及时响应服务	■ 销售成本高昂：对应实施难度及销售费用较为高昂。 ■ 关系维护周期长：需长时间对政法、大型央企客户资源开发及维护	■ 应用厂商：苏州科达 ■ 案例分析：原厂售后团队超过600人。根据客户项目类型，提供原厂售后驻场、现场多台设备备份，实现政法客户定制化需求的快速响应，避免大型项目中断风险。利润空间大，毛利润在70%-80%之间	政法及大型央企客户
总代（非传统）	■ 资源良性分配：将核心销售资源集中于核心业务，其他业务代理实现资源良性分配，成本有效缩减 ■ 客户资源维护：长时间客户沟通，利于客户关系开发与维护，进而实现需求跟进、即时可靠服务供应	■ 难以支撑政法市场：渠道商专业度存在上升空间，因而限制渗透政务市场，转向大型央企渗透 ■ 关系维护周期长：同直销模式相似，总代模式也需长时间对政法、大型央企资源铺陈和绑定	■ 应用厂商：华为 ■ 案例分析：华为销售团队主要负责核心业务，视频会议产品销售依靠总代模式。由于华为政企关系较好，同时受益于中美竞争国产替代风向，发展前景大。但受限于总代模式，其定制服务能力存在上升空间	
集成	■ 市场快速切入：集成商大型央企客户资源较为稳定。就缺乏对应资源视频会议协助服务商而言，与集成商合作可快速实现行业市场切入及渗透，时间效益较高	■ 客户资源掌握力不足：集成模式下，核心客户资源仍集中于集成商手中，进而对其依赖程度较高，未来预计限制服务商对其客户资源的掌控能力及长期市场增长能力	■ 应用厂商：随锐科技 ■ 案例分析：随锐科技市场营销团队主要依赖于中国电信级中国移动两大营运商。2020年，两大营运商业绩贡献额超过1.3亿。但由于对营运商客户资源的依赖，其让利空间相对较大	常规企业级客户
代理	■ 快速市场下沉：该模式依靠与代理商合作。渠道代理商具备具备下沉市场渠道资源，获客成本低廉。同时，联合应用低价策略突破，整体下沉市场铺陈效果及效益相对较高	■ 利润空间受限：以低价策略为主，整体毛利润相对较低 ■ 服务能力受限：代理商专业程度存在上升空间，对客户定制化需求理解及跟进能力相对受限，因而偏向于普惠型标准化产品	■ 应用厂商：亿联网络 ■ 案例分析：亿联网络标的客户集中于中小企业及外企市场，主要依靠代理模式：各级代理的任务要求及价格体系相异，但均通过总代向原厂拿货。总代毛利润在40%-50%之间	

❑ 整体政法及央国企会议协作市场壁垒相对较高，其主要表现营销系统、业务流融合及产业自研方面

从行业发展现况看，虽然2020年随着疫情红利的逐步消退后，远程协作非刚性需求回归，各厂商免费权益取消，部分非关键客户群体流失较为严重。此外，整体行业企业级视频会议协作行业发展暂处于初期，面向中小型企业的视频会议协作产品同质化较为严重。不同于海外视频会议协作服务商侧重打造产品化及细分化视频会议协作服务，中国业内部云厂商企业凭借其成本控制优势，以低价型策略及现有OA生态快速抢占中小企业视频会议协作市场，带动行业向全面化、平台化发展。因此，就常规型视频会议服务商的角度看，短期内，中国中小企业级市场行业竞争激烈，资源投入风险较高；同时受限于其整体IT运维资源及支付意愿，客群价值量较为有限。而相较于中小型企业客户群体，传统视频会议协作厂商面向的政法及大型企业客户支付意愿及支付能力相对较高，其项目价值及利润空间较大。但从行业竞争的角度看，整体政法及央国企会议协作市场准入壁垒相对较高，其主要表现为三方面：

(1) 营销系统壁垒：

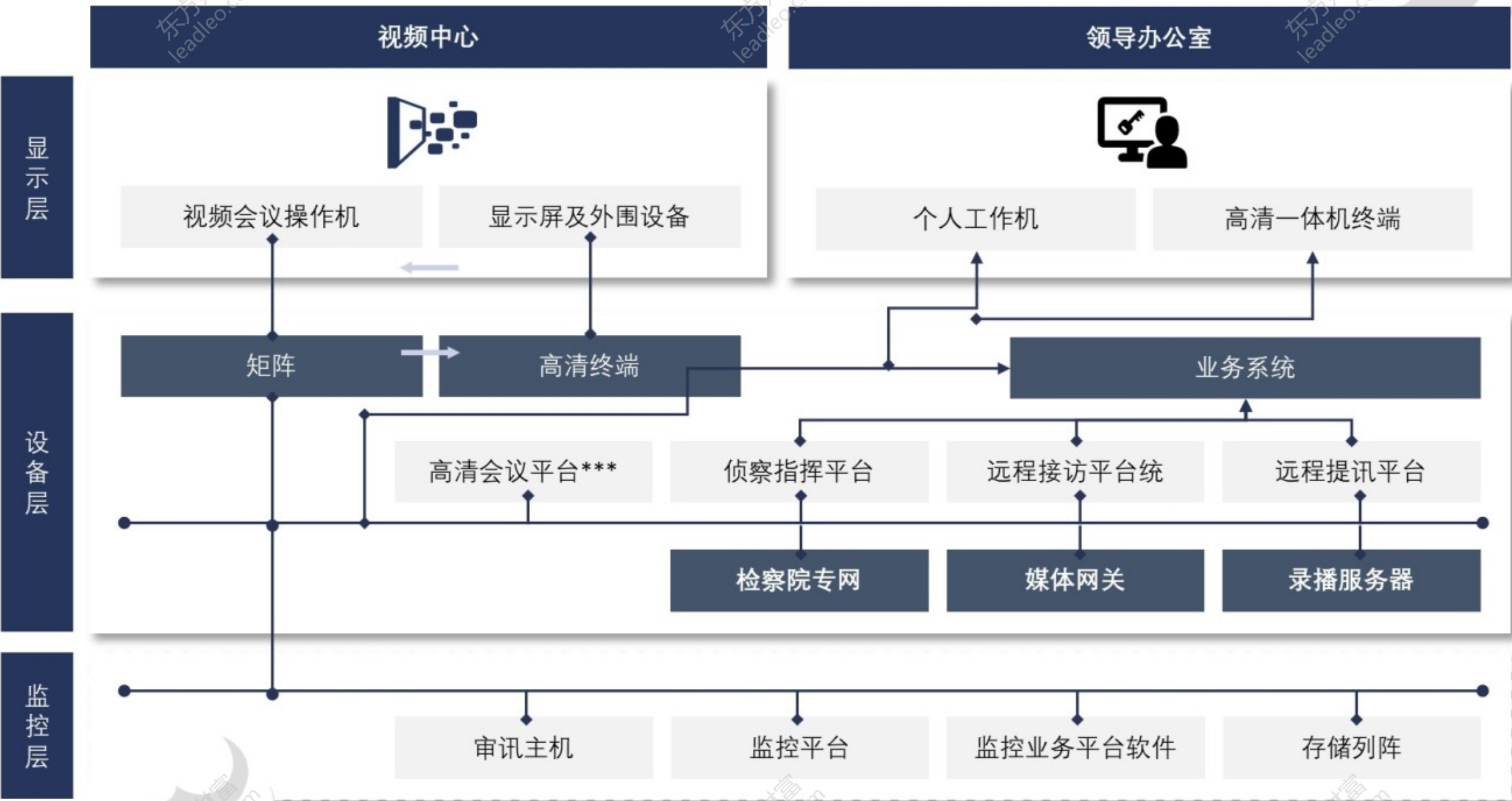
较不同于中小企业市场，政法及大型央国企视频会议市场高度依赖客户资源，构建完善的营销系统并长期维护稳定的客户关系是重要的竞争壁垒。因此，该类市场主要应用两种营销模式：

- 直销模式：从市场占比看，政法及大型央国企视频会议协作市场以直销为主。直销模式需视频会议协作厂商派销售团队进行面对面沟通，不经过渠道商及代理商；其主要原因在于，政法及大型央企客户市场项目金额较大，垂直行业业务差异性导致的视频会议定制化需求较大，需要传统视频会议供应商针对性进行开发、升级、扩展、定制。直销模式在整体方案定制化沟通效益、重要客户关系维护、利润空间等维度占据相对优势。以苏州科达为例，其原厂（售前、售后、开通、运营、维护）售后团队超过600人。根据相关客户项目类型及模式，提供原产售后驻场、技术人员现场技术支持、现场多台设备备份，实现政务市场定制化需求的快速响应、恢复，保证视频会议大型项目中断风险。
- 总代模式：少数以华为为代表的企业偏向于采用总代模式。但与传统意义中以低价突破的渠道模式不同，传统视频会议总代模式仍需要长时间客户沟通实现客户关系开发与维护的良性发展，进而提供即时可靠服。

但直销模式及总代模式对应销售费用较高，核心客户资源的铺排、维护周期长，难度大。

传统视频会议协作竞争——业务流融合壁垒

中国检察院客户视频会议系统业务融合系统流程



(2) 业务流融合壁垒：

在政法及大型企业视频会议协作市场中，传统视频会议协作整体向产品品质高标化、服务专业化、系统定制化方向发展，不仅要求4K清晰度、高保真、沉浸式视频会议用户体验、同时配合会议室高端化装修及声光电。此外，传统视频会议厂商需针对客户系统融合需求、定制开发需求将智能视频会议协作方案以客户垂直行业的业务流相结合。以法庭远程提审、联审为例，智能视频会议协作需求多方异地各级法庭先实现实时沉浸式远程还原效果。同时需与行业业务系统相融合，如司法机构的电子笔录系统、公安机构的检查程式及天眼系统，检查机关的远程提讯、远程接访、侦察指挥系统。相较于普惠型标准化方案，与客户业务系统向结合的定制化智能视频会议协作更易形成形成在项目竞标过程中技术门槛。

(3) 产业自研及整合能力壁垒：

由于政法及大型央企视频会议市场核心需求要素集中于视频会议信息安全性及客户业务流融合，因此产业链自研及整合能力是该类市场关键的准入门槛，也是底层支撑的竞争核心。以核心设备MCU为例，具备MCU自研自产能力份额服务商可实现视频会议功能多样化，也可针对客户定制化需求与垂直行业业务需求形成在项目竞标过程中技术门槛进一步增强厂商核心竞争力；同时，自研嵌入式MCU安全性较高，有效确保客户数据及信息安全。

中国传统视频会议协作——发展机遇展望

- 周期性设备更换、系统性市场出清、突发性需求将为传统型视频会议协作厂商带来发展机遇

□ 周期性设备更换、系统性市场出清、突发性需求将为传统型视频会议协作厂商带来发展机遇

2020年后疫情激发了企业级视频会议非刚性远程协作需求释放，因而加速中国视频会议协作市场教育进程。但随着疫情后，人口流动限制解除，企业级非刚性需求引发的突发性红利逐步减退，核心企业级客户留存、互联网平台商OA生态竞争下的赛道选择、渠道铺陈、价值变现成为新兴视频会议核心关注点。而传统视频会议市场需求已趋近于饱和，整体行业态势以存量竞争为主。就传统型会议视频协作厂商的角度出发，整体视频会议协作市场将存在三大增长机遇：

(1) 短期机遇——周期性设备更换：企业IT设备的折旧核算期约设于5年左右，2020至2021年正处于原有会议协作设备更换时间点。相较于新兴云视频会议协作厂商，传统型视频会议协作厂商行业起步较早，整体产业生态、销售体系成熟度较高，具备核心客户资源优势。因此，短期看，政法及大型央国企仍偏向于传统型厂商硬件产品。

(2) 中期机遇——系统性市场出清：2013年6月“棱镜门”窃听事件曝光后，为确保国家级信息及数据安全，中国政务及央企逐步排除海外视频会议厂商于采购名单之外。随着海外视频会议服务商市场份额缩减及市场出清，本土传统视频会议厂商有望迎来更多机会。同时中美贸易战后，中美局势较为紧张，国产替代持续推进。预计在未来1-2年内，以华为、科达为代表的传统视频会议厂商有望凭借其产业生态、客户资源优势快速抢占视频会议头部企业出清存量，带动传统型市场集中度将进一步提升。

(3) 长期机遇——突发性需求增长：2020年突发性疫情不仅激发企业级市场需求，同时催生了线上教育、远程医疗、远程视察等新兴视频会议市场会议场景。虽然中国企业级视频会议协作市场中，互联网平台型厂商OA生态竞争态势激烈，以中小企业为行业起点向大型企业至下而上发展路径竞争难度较大，但在智慧党建、在线医疗等场景中，传统型厂商仍具备产业整合优势，可开拓云视频会议产品，依靠“云+端+屏”一体化解决方案实现传统型会议协作向新兴会议协作市场的自然延展。同时，传统型厂商可依靠其销售渠道及客户资源优势，进一步巩固其在大型央国企视频会议协作的护城河。

Chapter 3

新兴视频会议协作

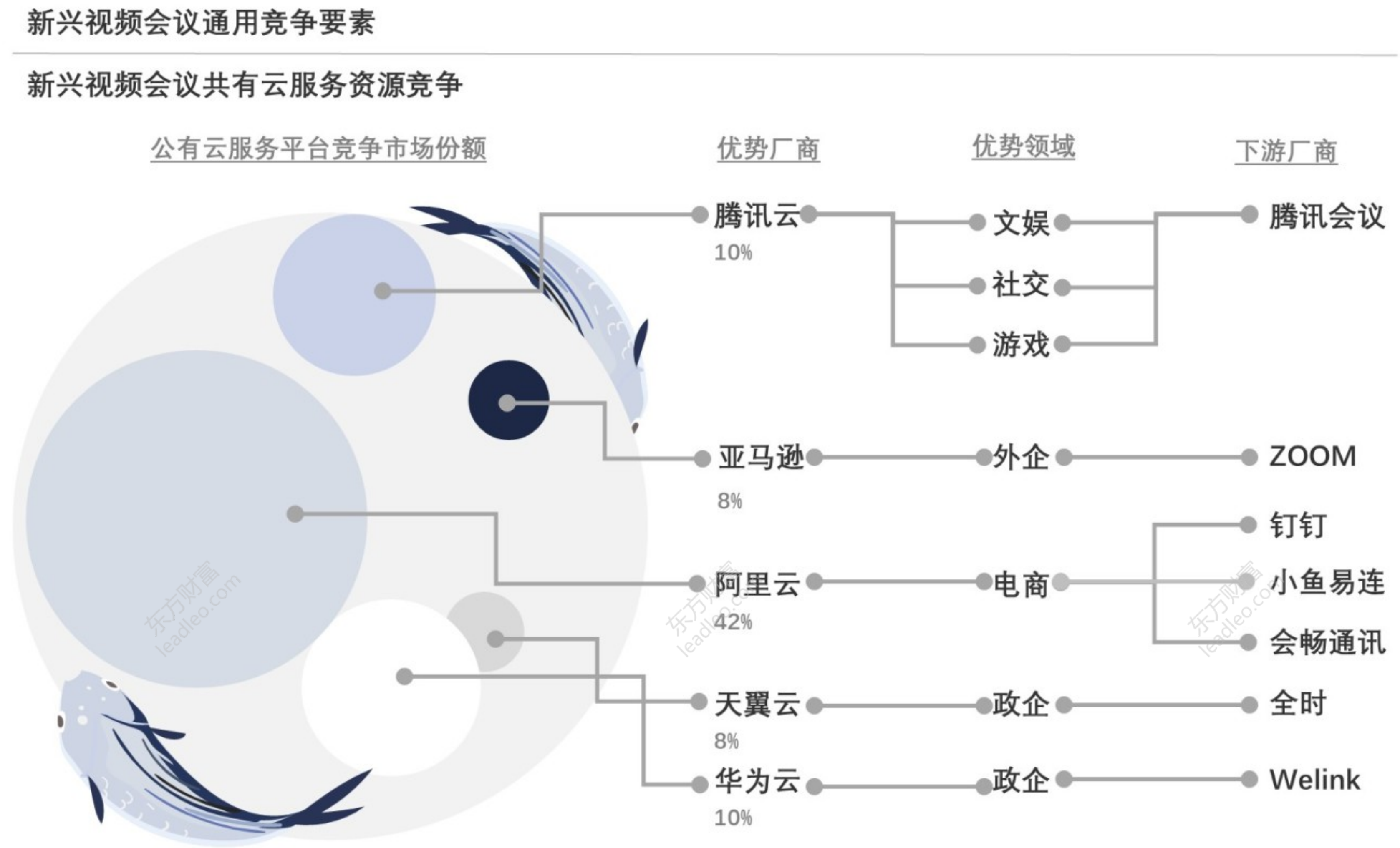
“

- 通用行业竞争要素：
 - 云计算能力
 - 底层架构能力
- 差异化竞争优势对比：
 - 平台型厂商
 - 创业型厂商
- 平台型厂商分析
 - 商业模式探究
 - 应用场景分析

”

中国新兴视频会议协作——通用行业竞争要素

- 云计算能力与底层架构能力是新兴视频会议市场通用竞争要素。云计算能力是未来厂商拉开相互差距的关键。



□ 短期内底层架构与云计算资源是新兴视频会议主要竞争要素，长期看底层架构性能趋同，差异点为定制化开发能力

云计算资源能够保障云视频会议的稳定运行，决定云视频会议的最大并发量。底层架构作为方案中的核心技术，包含音视频编解码技术、媒体服务器、信令服务器、通信协议等。其优劣决定音视频抗丢包率，从而影响云视频会议稳定性。目前中国云视频会议厂商普遍采用SVC编解码技术。这种多层视频流由一个小基极层与多个可提高分辨率、帧速率、质量的可选层组成形成，能够大幅提高误码弹性和视频质量，同时对带宽要求低，且支持多种设备和网络。因此大部分云视频会议厂商在稳定性、清晰度等基本性能均能达到使用标准，无明显差距。定制化开发的能力，即底层架构是否为自研这一因素是厂商间的主要差别。自研底层架构可根据客户需求更改底层代码，具备更强大的定制化开发能力。同时可与第三方软件（如OA系统）及硬件（如门禁设备）对接，开放性更强。

❑ 云计算投入巨大且具规模效应，头部公有云平台地位稳固

大规模基础设施能够保障厂商持续提供高速、稳定、安全的云服务，从而形成规模效应以实现盈利。在前期，云计算厂商需要在基础设施方面进行巨量资本投入，并消耗时间成本等待规模形成。因此，成本收回周期通常较长。与此同时，考虑到云计算的核心竞争力是租赁算力、存储资源的能力，具有典型的规模效应。扩大业务规模能显著提升云平台资源利用效率，摊低基础设施的采购成本及运营费用，从而实现盈利。规模效应为行业高筑准入门槛，头部公有云平台地位稳固。

❑ 中国公有云平台集中度较高，市场领先公有云平台的自有云视频会议产品凭借稳定的云计算资源支撑及低使用成本，在新兴视频会议行业占据长期优势地位

中国公有云市场CR3占62%总市场份额，大部分头部公有云平台均具备电商、社交、游戏等业务，对云计算具有内生需求。在对内业务中，云计算产品已不断被打磨，强化了实战能力。以电商大促为例，活动带来的巨大流量对云平台业务能力是一次巨大的挑战。2020年天猫双十一购物节的订单创建峰值高达58.3万笔/秒，是全球的最大流量洪峰。这样超高难度的应用场景大幅进化了阿里云的实战能力。

从稳定性角度考虑，公有云平台对云资源的调配更加灵活，因此其自有视频会议产品的稳定性更佳。新冠疫情期间，公有云平台的稳定性得到了充分的展示。以腾讯会议为例，面对疫情期间庞大的用户基数和并发量，腾讯云储存的大量的弹性资源能够全力配合腾讯会议的调度，在8天内为其扩容10万台云主机，创造了中国云计算的历史记录。与此相反的是，创业型云视频厂商在疫情期间临时扩容需支付2-4倍溢价，高额的成本压力使其云资源调度灵活性偏弱，在疫情期间高并发量爆发的情况下，出现卡顿、中断等现象。

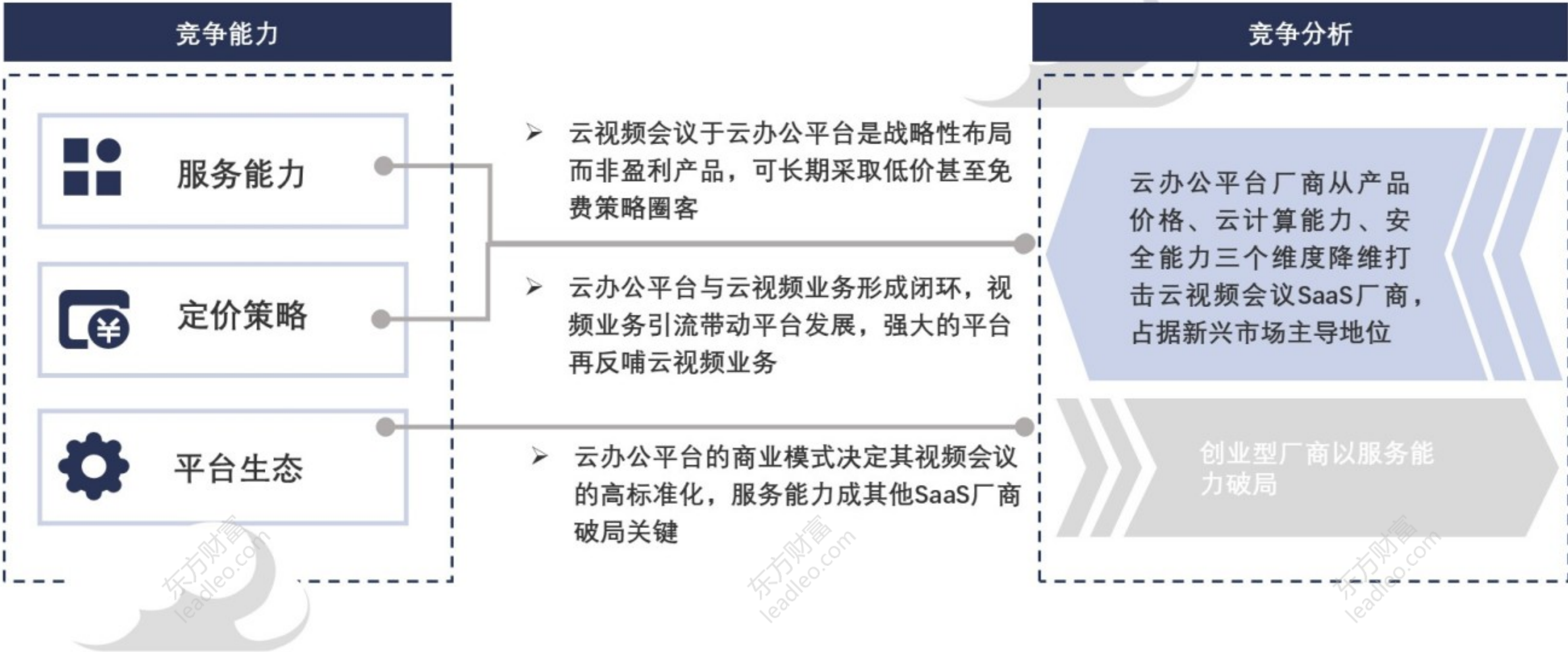
从成本角度考虑，公有云平台厂商对其弹性算力资源进行合理充分的利用，其云视频会议云资源边际使用成本极低。规模效应也为公有云平台自有云视频会议业务带来了较低的边际成本。相较于租用公有云的新兴视频会议厂商动辄50%以上的公有云租用成本，云办公平台的云视频会议产品具有显著的成本优势。

中国新兴视频会议协作——差异化竞争优势对比

- 平台型厂商在定价策略、平台生态能力方面据竞争优势，创业型厂商以服务能力优势破局

新兴视频会议竞争

平台型厂商与创业型厂商差异化竞争优势对比



❑ 互联网及ICT巨头立足“平台”，云视频会议SaaS厂商立足“产品”，不同定位导致互联网及ICT巨头立足从视频会议产品定价上碾压云视频会议SaaS厂商

平台型厂商基于视频会议业务在B端客户中的普遍性、必要性、高频性，自研视频会议产品以完善其云办公平台基础功能，以便客户引入及留存及生态的打造。因此平台型厂商对云视频会议产品基本无直接盈利要求，可长期采用低价甚至免费策略以吸引客户，稳固客流。但作为创业型厂商，其云视频会议服务定位为独立产品，具有直接盈利要求，难以取得产品价格优势。故创业型厂商在平台型厂商的低价策略下严重受挫。

❑ 云办公平台将成为企业入口级应用，是云视频会议引流的关键竞争因素

云视频会议功能与云办公平台形成服务闭环。云视频功能作为平台核心自有办公组件，采取低价策略为平台引流，扩大的客户规模将促进生态伙伴ISV的加入，从而提升平台定制化能力以吸引更多具有多样性需求的客户。如此循环往复，平台马太效应凸显，云办公平台将成为企业入口级应用，进行引流，为平台上云视频会议的应用带来渠道优势，对云视频SaaS厂商进行降维打击。

❑ 强化服务能力，满足政企定制化需求，与云办公平台进行错位竞争，是云视频会议SaaS厂商破局之道

云视频会议SaaS厂商即使无法正面对抗云办公平台的降维打击，仍可以与云办公平台进行错位竞争。云视频会议SaaS厂商可通过强化服务能力来抢占具有定制化需求的中小型政企订单。云办公平台限于其体量规模，仅为需求具有全国通用、业务量大特点的大政企客户提供定制化服务。而中小型政企也有定制化服务的需求，但其更多样化，体量较小，被云办公平台厂商暂时忽略。这是云视频会议SaaS厂商可进军的蓝海市场。因此，加强服务能力，满足中小政企多样化需求是以小鱼易连、会畅通讯为代表的云视频会议SaaS厂商的破局之道。

中国新兴视频会议协作——平台型厂商分析

- 平台型厂商自研核心组件打造壁垒，同时联合第三方应用满足客户定制化需求

平台型厂商自研即时通讯、协同办公等平台核心组件，打造行业壁垒

平台型厂商多以即时通讯、协同办公为核心自有组件切入办公市场。其中，即时通讯(IM)包括即时消息、群组消息、电话会议、视频会议等功能。协同办公(OA)包括考勤打卡、线上审批、日程管理、文档、云盘、企业邮箱等。这类工具为通用类办公场景必需，易规模化且流量效果显著，是打造行业壁垒的关键。而与第三方合作伙伴打造的附属型应用，在平台规模未充分发展时相对容易迁移或被复制。

平台型厂商联合第三方应用，满足客户定制化需求，打破数据孤岛，提升办公效率

云办公平台通过开放API及提供开发工具，赋能第三方伙伴，为企业客户提供定制功能服务，以满足用户不同的办公场景及业务需求。平台型厂商对第三方应用进行高度集成，能够作为中心化平台以打破不同应用之间的壁垒。同时，整合多项应用能够有效减少用户应用切换次数，将大量碎片化信息归纳至一个统一的系统，让用户得以进行跨应用的高效操作，以提高办公效率。

平台型厂商满足中小企业需求，同时能够再变现巨大流量

传统办公类软件的部署及改造升级支出不菲。因此，中小企业主在衡量办公效率的提升及额外的支出后，较少购买此类软件。但云办公平台学习成本低、性价比高，符合中小企业实际财务状况以及“能省则省”的心态。

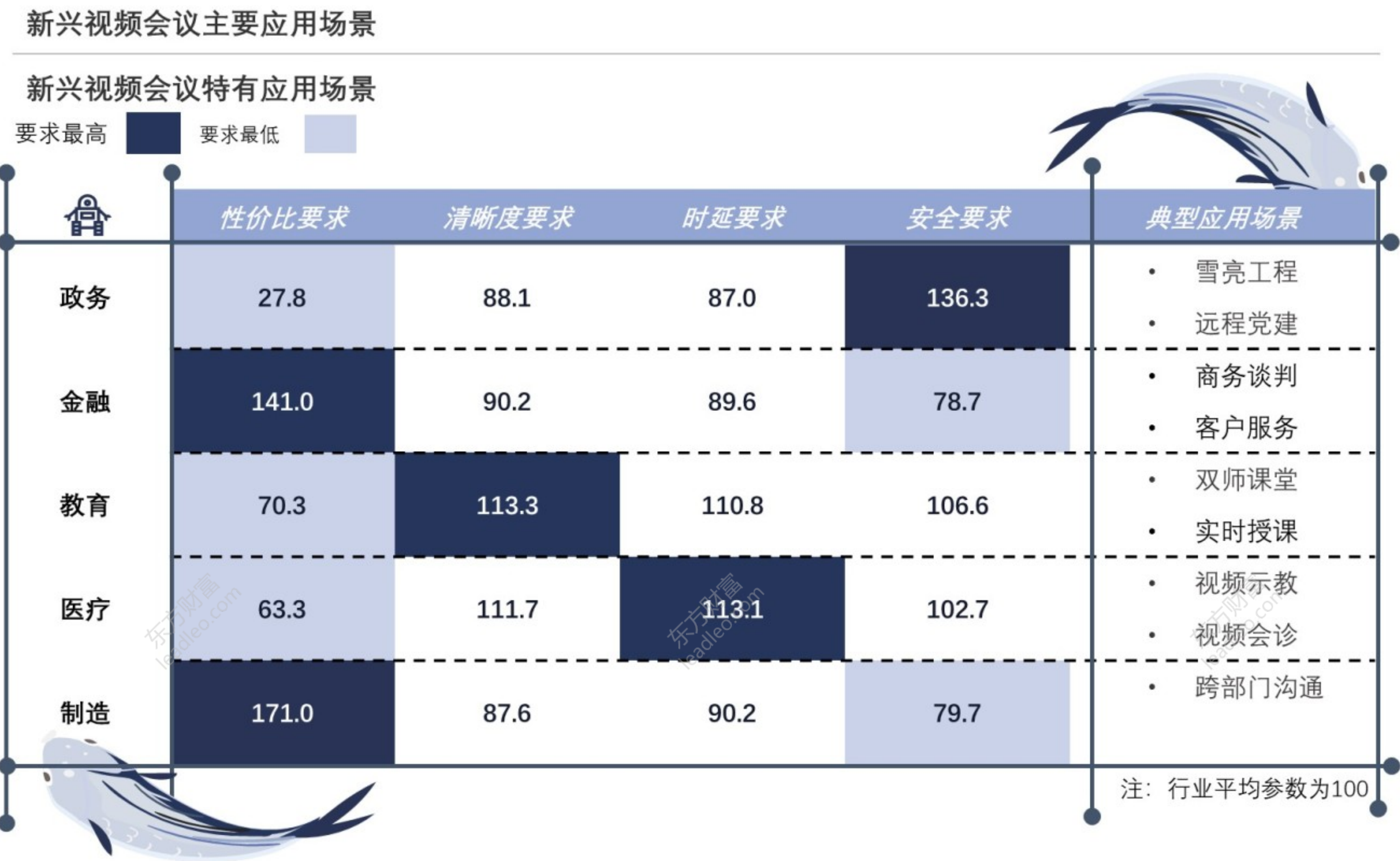
云办公平台作为B端用户的流量入口，能触及各行业、各办公场景，是平台厂商进入产业互联网蓝海市场的必争之地。通过免费核心组件功能的开放，平台可实现快速扩张，随后再将流量引入云服务、广告服务、增值服务等多种可变现的业务。

目前各平台厂商通过提供增值服务获取收益。具体案例如钉钉对追加DING的次数、加长电话会议时长等额外收费，企业微信对超过一定规模企业收取额外认证费，WeLink对超过一定数额的企业订阅账号额外收费，飞书对实施定制化部署服务额外收费。

未来公有云服务将为云办公平台带来更大收益。阿里云、腾讯云、华为云作为中国前三大公有云平台，将在云办公平台的连接作用下，将公有云服务广泛应用于企业用户。形成规模效应后，云计算平台的盈利能力将持续释放。

中国新兴视频会议协作——价值应用场景分析

- 新兴视频会议应用场景主要在教育、医疗、政务，其中钉钉和Welink场景化应用能力最强



政务行业：作为对传统视频会议产品的补充，云视频会议在非涉密业务中渗透率将提高

云视频会议在中国政务级市场渗透率低。由于政府级客户对视频会议产品价格敏感度低且对安全性要求高，基于专网的传统视频会议产品更能够契合政务要求以及市场需求。在中国政务市场中，机密场景占85%以上，其中主要包括应急指挥、工作汇报、远程调度、远程审讯等场景。这类政务具有不可公开的特点，因此在未来，中国政务级市场仍将趋向于使用传统视频会议产品。

云视频会议在如远程党建、远程培训等非涉密业务中的使用率将提升。这类业务参会对象分散，传统专网视频会议可拓展性不足，且费用高昂，无法下渗至基层。云视频会议可满足远程沟通的基本需求，可承受并发量大且价格低廉。因此，预测未来云视频会议在非涉密业务中的渗透率将提高。

金融行业：金融业数字化转型推动云视频会议应用，云视频会议在非业务视频会议中渗透率将提高。

金融企业普遍运营网点分散，用户终端分布广泛，业务量体量大，行业特性

决定其对视频会议的大量需求。同时，金融行业的数字化转型需求要求企业内部信息高效共享，以提高协作与决策效率。基于行业特性，金融行业业务机密程度高，对视频会议安全敏感度极高，因此在涉及业务的集团会议、业务沟通、商务谈判等场景下，云视频会议渗透率有待提高。在技术支持、客户服务、远程指导等场景，云视频运用较广。

□ 教育行业：云视频会议将有效推动教育公平性，互动性是教育行业云视频会议应用的核心需求

中国教育资源较为稀缺，具有地区间、校区间较大差异。云视频会议可应用于远程教学，打破教育教学的空间限制，进行对教育资源最大化利用的前沿探索。新冠疫情期间，云视频会议在远程教育应用的有效性在全中国范围已得到良好验证。因此，在大范围推广云视频会议教学具备可行性。

教育行业期待远程教育的互动性能够得到进一步增强。云视频会议需结合在线教育业务需求，实现课堂举手、留言、共享课件等基本功能，模拟线下教学模式，最大限度地复原课堂环境以及教学互动。

□ 医疗行业：医疗行业关注云视频会议时延与清晰度的指标，同时要求云视频会议系统与业务系统及医疗设备互联互通

中国医疗资源分布与教育资源分布类似，在不同经济发展水平的区域具有显著差异。绝大多数的医疗资源集中少数一线城市的知名医院里，而广大的农村地区中医疗设备稀少、医疗水平普遍较低。云视频会议将赋能医疗行业，有希望将医疗资源整合在同一平台之上，实现系统间互联互通，让偏远地区的患者也能够接受专家诊治。医疗行业的云视频会议应用前景广大。

医疗行业对云视频会议的时延及清晰度要求高，要求零延迟、与肉眼无异的高清影像等，以保障会诊质量和效率。同时，云视频会议系统需与医院业务系统、医疗设备互通互联，以实现远程传阅病历本、X光片等关键功能，深入渗透远程培训、手术示教、远程诊疗等场景。

□ 制造行业：云视频会议适用于制造业客户对内外多种沟通场景，低费用率能够满足制造业控制成本的诉求

现代制造业多涉及离岸制造模式。管理部门、生产车间、研发中心、营销分支机构多分布在不同地区，因此制造业企业内部沟通困难。而云视频会议能够为制造业企业内部打破信息孤岛，使内部各部门互联互通。同时，云视频会议通过提升供应链过程环节中的沟通效率，突破制造业企业与合作伙伴、客户以及供货商之间的地域限制，助力精准而高效的全产业链协作。

Chapter 5

市场竞争

“

- 指标介绍：
 - 增长指数
 - 创新指数
- 综合竞争：
 - 雷达图

”

中国智能视频会议协作市场竞争——评价维度说明

- 沙利文设定增长指数、创新指数两大项评审维度，对中国本土供应商智能视频会议协作竞争力进行多因素分层次评估

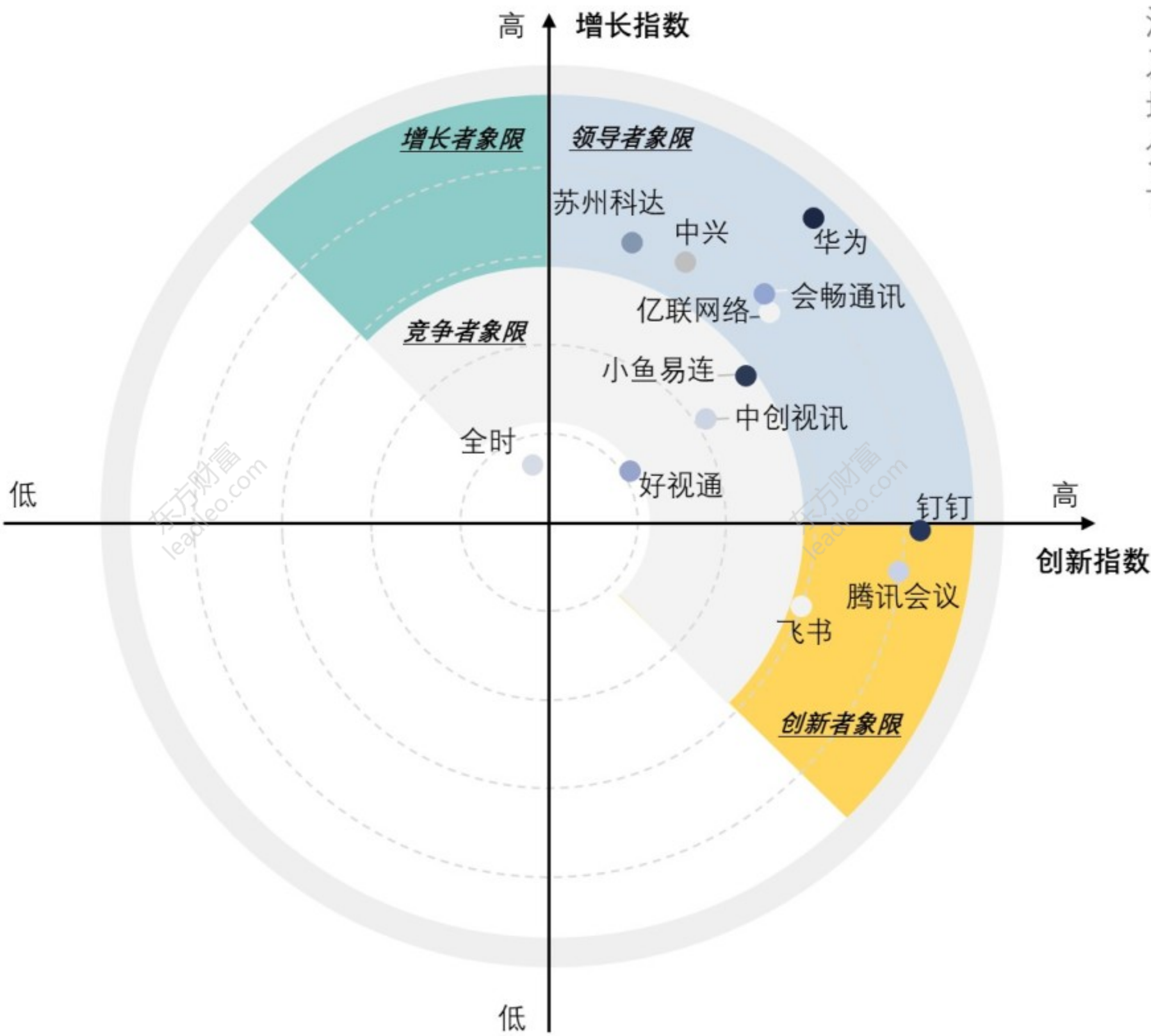
增长指数	一级指标	二级指标	指标要点
	基础能力评估	通用性能	衡量智能视频会议协作软件及硬件基础性能，包含会议稳定性、画质清晰度等
		拓展性能	衡量智能视频会议协作在定制化功能开发广度及迭代速度方面的能力
		协作性能	衡量智能视频会议协作整体协同综合能力，包含多方交互模式及可容并发用户量等
		兼容与集成性能	衡量智能视频会议协作多系统兼容性、多设备联通性及提供集成方案的综合能力
		安全能力	衡量智能视频会议协作网络安全、数据安全、终端安全及应对威胁事件预警、响应及处置的综合能力
		服务能力	衡量智能视频会议协作从售前至售后综合服务水平，如部署准备、应急响应、专家运维等
	综合实力评估	市场表现能力	衡量智能视频会议协作供应商综合的市场竞争力及影响力表现，如市场份额、市场广度、客户粘性等
		场景应用能力	衡量智能视频会议协作供应商在政务、金融、教育、医疗、IT等多场景中应对定制化需求的综合服务能力
		技术应用能力	衡量智能视频会议协作对现有技术深度开发及应用水平，包含分层解码技术、网路自适应技术、5G技术应用等
创新指数	一级指标	二级指标	指标要点
	技术创新评估	云计算综合能力	衡量智能视频会议协作供应商的云计算底层基础能力、云平台安全及端云协同等方面综合水平
		人工智能应用能力	衡量智能视频会议协作深度融合AI技术能力及整体会议提升效率，包含语音识别、图像识别等
		可视化综合能力	衡量智能视频会议协作深度融合可视化应用及整体会议效果提升，包含虚拟现实、增强现实、3D影像技术应用
		研发潜力	衡量智能视频会议协作供应商研发费用、产品创新能力、技术布局等表现
	产业协作评估	产业协作能力	衡量整体产业生态构建、产业链融合、软硬件商合作的能力，如音视集成商、行业应用集成商、企业IT服务商等

沙利文

中国智能视频会议协作市场竞争——综合竞争力表现

- 华为、中兴、会畅通讯、苏州科达、亿联网络等企业均入围中国智能视频会议协作市场领袖梯队

中国智能视频会议协作市场综合竞争表现——Frost Radar (弗若斯特雷达)™



注：领导者象限、增长力象限以及创新力象限圆环按由内向外递增的逻辑对应由低至高的综合评分，竞争力由“创新指数”以及“增长指数”综合得出

中国智能视频会议协作市场发展处于增长期，本报告对竞争主体中国智能视频会议协作产品和服务综合竞争力的分析结论仅适用于该阶段中国智能视频会议协作市场发展情况。

沙利文将持续关注中国智能视频会议协作市场，捕捉竞争动向。

纵坐标代表“增长指数”：

衡量竞争主体智能视频会议协作产品性能、服务能力、市场综合表现等维度的竞争力，位置越靠上方，智能视频会议协作的增长能力越强

横坐标代表“创新指数”：

衡量竞争主体在智能视频会议协作的创新指数，位置越靠右侧，智能视频会议协作的技术创新能力和产业协作能力越强

Chapter 6

行业领导者

“

- 华为
- 亿联网络
- 会畅通讯
- 中兴通讯
- 苏州科达

”

中国智能视频会议协作市场竞争——领袖梯队：华为

- 华为是中国智能视频会议协作领导者，龙头效应显著；国产替代推进下，市场出清与市场集中并行，华为市场地位稳固

□ 国产替代推进下，市场出清与市场集中并行，华为寡头行业格局稳固

在传统专线视频会议协作领域，2013年6月“棱镜门”窃听事件曝光后，为确保国家级信息及数据安全，中国政务及央企逐步排除海外视频会议厂商于采购名单之外。海外视频会议服务供应商市场份额逐年下降，预计未来市场出清趋势加剧，利好本土厂商受益。同时中美贸易战后，中美局势紧张，国产替代持续推进，率先利好华为为代表的中国本土视频会议服务商；同时华为有望凭借产业生态、客户资源优势快速抢占视频会议头部企业出清存量，带动行业集中度将进一步提升。行业寡头格局有望维持稳固。

□ WeLink将安全作为第一要义，软硬件一体化服务企业数字化转型过程

WeLink内嵌软件VPN保证数据不出安全隧道，在用户同时使用华为硬件和WeLink情况下，每次操作都将提供动态密钥以进一步加强安全性。华为安全为先的理念与政企用户契合，疫情期间服务全国数万家卫健委及政府单位。

WeLink软硬件协同全布局，满足中国企业数字化转型过程中的需求。华为IdeaHub企业智慧屏、CloudLink Board与WeLink搭配，“端+系统”方案适用于未完全SaaS化的B端市场。此外，WeLink支持与第三方硬件终端互联互通，如Cisco、Polycom的各版本终端，因此能兼容政企原有硬件设备。

行业领导梯队：华为

华为视频会议协作的差异化竞争优势



❑ 基于华为云的大政企客户资源、软硬件一体实力、安全能力，Welink视频会议产品具有不可替代的产业优势

华为专注于服务大政企客户，因此对大政企客户需求有更深入的理解。通过20余年的销售渠道建设、后期服务及生态建设，积累了稳固的大政企客户资源。同时，华为强大的芯片能力、算法、云与AI技术使华为实现软硬件一体的深度优化及协同，以安全为先的设计理念也使华为云安全能力卓群，这也是其区别于阿里、腾讯、字节跳动的产业优势。

❑ 依托软硬件一体实力，华为云Welink满足远程医疗行业高清度、低延时的特殊需求，打造行业标杆项目

企业智慧屏IdeaHub是华为软硬件一体化实力的体现，华为专业音视频会议芯片、智能AI芯片配合自有领先编解码技术、抗丢包技术，企业智慧屏传输动态能够支撑1080P、60帧的视频，静态画面下可达到4K水准，手写延时仅0.035秒。即使在视频30%丢包、音频80%丢包的情况下，仍能提供清晰流畅的会议体验，这满足了医疗场景高清度、低延时、高稳定性的需求。

华为办公智慧屏在投屏功能上实现了中国独家4K超清远程文档共享，加之Welink会议系统与医院业务系统、医疗设备互通互联，Welink实现了远程传阅病历本、X光片等关键功能，深入渗透远程培训、远程诊疗等场景。新冠疫情期间，华为云WeLink为武汉金银潭医院、协和医院，武汉火神山医院等机构提供远程会议的服务。更与郑州大学第一附属医院合力打造了亚洲最大的远程会诊系统，在各市县医院建设118个远程会诊点，打造标杆效应。

❑ 长期建立的党政关系及国内外最高等级安全认证的背书使华为云Welink最小化党政用户的信任问题，在党政行业占据独特优势

在传统专线视频会议领域，华为40%至50%客户为党政客户，长期稳定的党政客户关系有助于建立信任感。且华为云WeLink在产品之初就将信息安全置于首位，并打出了“上不碰应用，下不碰数据”的口号，且通过业内唯一的芯、端、管、云全链路防护体系，打造广泛适应、全面兼容的全联接安全加密体系。目前，WeLink已获得国家安全体系认证、云服务安全管理体系认证，计算机等保三级和50多项国内外最高等级安全认证，拥有业界最高级别的安全认证和服务能力。

在保障安全的前提下，华为云Welink针对党组织、党员对象分散、培训耗时耗财、专网视频会议无法下渗至基层的痛点，打造“智慧党建屏”，助力党政培训、政策宣导下渗到乡镇。使政企客户云视频会议与专线视频会议互为补充，为党政客户及央国企提供视频通讯一站式服务。

中国智能视频会议协作市场竞争——领袖梯队：会畅通讯

会畅通讯是中国智能视频会议协作领导者，2020年入选国家双创委员会成员，是业内唯一国家信创园云视频企业

会畅通讯打通“云+端+行业”全产业链布局：

会畅通讯2019年收购明日实业和数智源，完成云+端的产业链布局。其中，明日实业是中国市场出货量最大的云视频终端厂商，与包括华为、微软、谷歌等国内外优质云运营商均有合作，规模效应为会畅通讯带来供应链成本优势。同时，数智源凭借视频大数据底层技术优势，持续拓展垂直行业应用。

会畅通讯海外业务开展顺利：

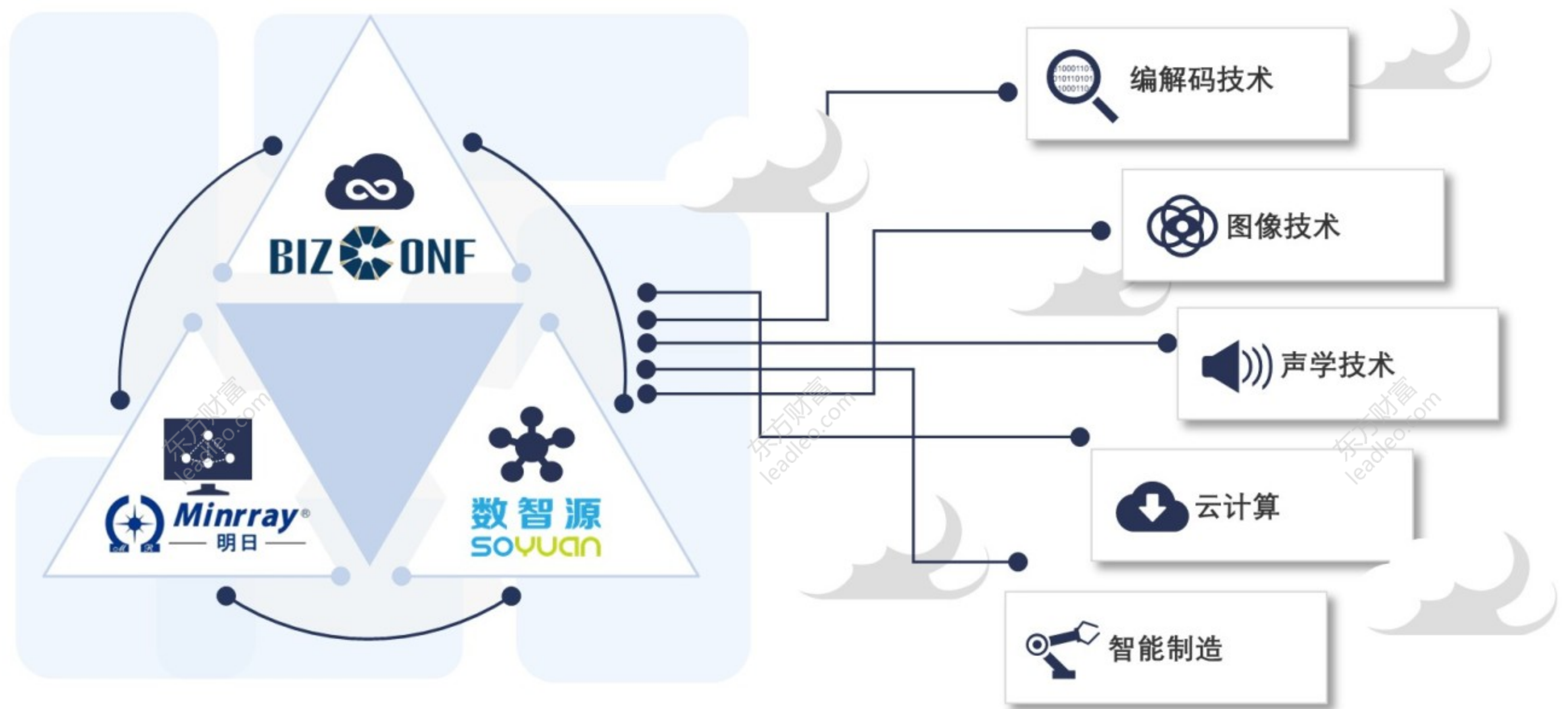
2021年第一季度，会畅通讯海外业务营收达1.5亿元，同比增长336%。会畅通讯加大力度建设云视频终端硬件产品的海外营销渠道，并加强与全球互联网巨头和头部ICT公司的合作，随着海外视频会议需求进一步释放，会畅通讯海外业绩将持续提升。

技术优势叠加客户资源优势：

会畅通讯深耕智能视频会议协作行业，覆盖编解码、图像、声学、云计算及智能制造多维度技术优势，同时积累大量政企、大型央企、民企客户资源，为会畅通讯长远业绩增长奠定基础。

行业领导梯队：会畅通讯

会畅通讯视频会议协作的差异化竞争优势



沙利文

中国智能视频会议协作市场竞争——领袖梯队：亿联网络

- 亿联网络是中国智能视频会议协作领导者，坚持技术自研，持续研发投入；未来技术转化商业回报，显现技术变现良好态势

□ 标的客群以中小企业与海外企业市场为主，短期成本端承压，但长期行业需求释放，公司有望保持高增长

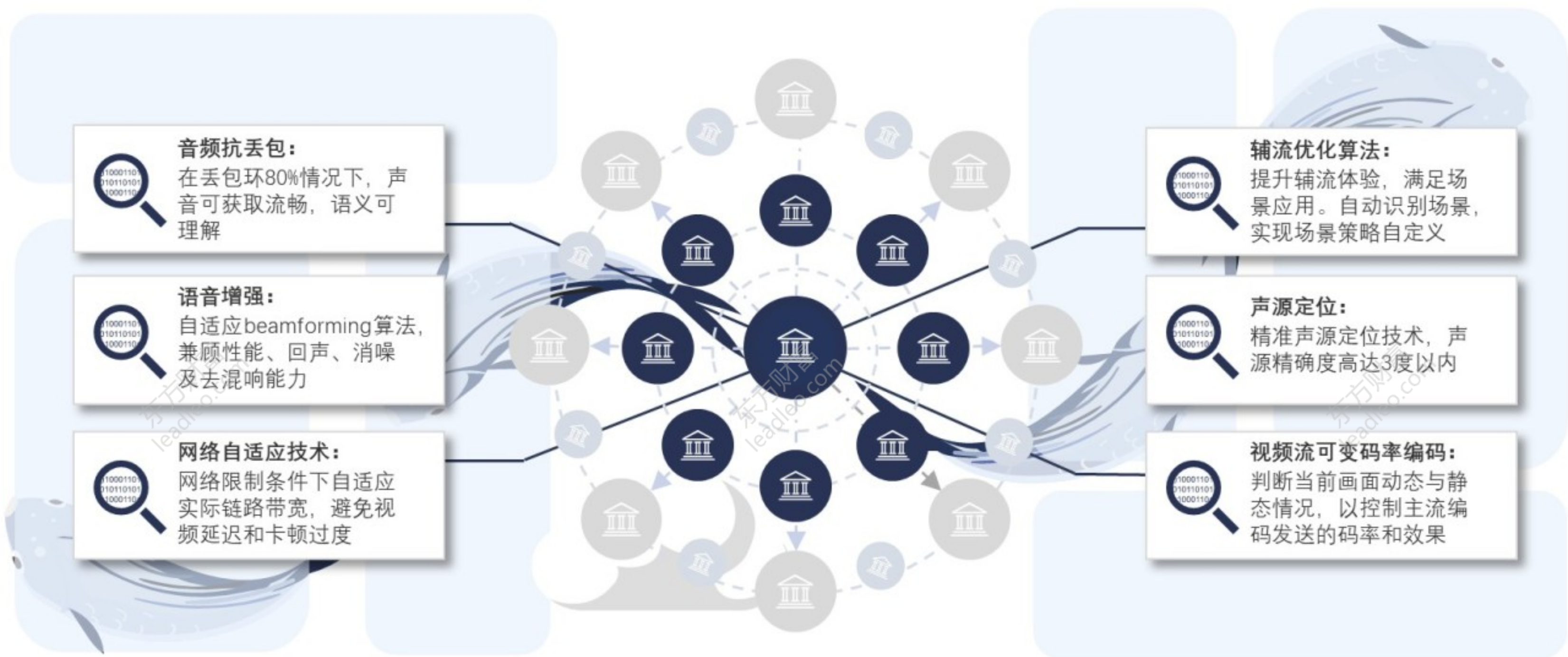
亿联网络的标的客群以远程会议协作中小企业及海外市场主，依托全球视频会议架构与智能路由核心技术，于阿里云和亚马逊云搭建了多达33个全球化服务节点。从业务发展来看，2021年第二季度亿联网络营收高达8.8亿，同比上涨59.7%。虽然上游成本端承压，亿联网络依靠出众的市场竞争力及风险管理能力，积极采取措施对应汇率波动风险，整体市场表现与盈利高于预期。未来随着远程协作教育进程演进及疫情态势的放缓，视频会议协作需求预计将加速释放，未来亿联网络高盈利水平有望维持。

□ SIP与VCS业务双驱动，技术自研驱动公司市场拓宽

亿联网络以SIP业务起步，在辅流优化算法、语音增强、声源定位等音视频技术上具备优势，以保障不同会议场景下语音清晰，持续推进其VCS业务市场拓宽。同时亿联拥有200人的研发团队，坚持核心技术自研，从系统底层算法到芯片算法，从智能终端到云服务平台完全自研开发，持续完善SVC架构，巩固行业口碑。

行业领导梯队：亿联网络

亿联网络视频会议协作的差异化竞争优势



中国智能视频会议协作市场竞争——领袖梯队：中兴通讯

- 中兴通讯是中国智能视频会议协作领导者，是中国视频会议国家标准制定骨干企业，掌握自主知识产权，领跑行业

❑ 全新云网融合视频会议协作方案：

中兴融合云平台集成云会议、云协作、云直播等多元服务模式，基于PaaS云网边端架构、打造全网络、全连接、全生态的融合云会议方案，适用于政府、行业及企业用户。

❑ 4K超高清视频质量领航：

中兴为业界首家5G视频会议商用厂商，具备超强媒体处理能力和兼容能力、支持双路4K并行传送，单台MCU M9000支持高达1280路4K终端并发接入。

❑ 低码高清、网络超强自适应：

核心自研低码高清编解码技术，大幅降低网络带宽，1Mbps即可实现4K高清画质。同时中兴视频会议协作覆盖网络自适应、自动升降速技术及流量控制技术，自动调节低带宽下网络图像分辨率，确保音频流畅稳定。

❑ 客户数据安全稳定，为客户重要会议提供无感知不间断会议保障：

独有保障方案，故障无需人工干预、自动切换、确保视频无中断、用户无感知画面切换。同时中兴视频会议协作解决方案具备十三重安全备份，端到端加密系统，为政府及行业客户提供自主可控安全服务。

行业领导梯队：中兴通讯

中兴通讯视频会议协作的差异化竞争优势



中国智能视频会议协作市场竞争——领袖梯队：苏州科达

- 苏州科达是中国智能视频会议协作领导者，传统市场三巨头之一，研发实力雄厚，率先布局沉浸式私有云会议协作市场

苏州科达深耕政府及大政法行业客户市场，持续巩固客户优势：

苏州科达深耕专线传统视频会议协作政府、大政法行业客户市场，涵盖公安、检察院、等，依靠直销模式，长时间对政法、大型央国企客户资源绑定与维护，持续巩固客户资源壁垒。根据沙利文数据显示，2020年政法行业细分市场凭借市场占有率超60%以上。同时由于标的客户价格敏感度较低，偏好4K清晰、高保真、沉浸性视频会议产品，整体支付意愿及支付能力佳，利润空间大，毛利润70%-80%之间。

系统采用电信级可靠设计，自研嵌入式MCU，提升业务流融合优势：

苏州科达视讯系统从架构、底层处理、协议规范至业务设计均遵循电信级安全可靠原则，保障系统7*24小时可靠安全运行。同时科达自研嵌入式MCU，有效抵抗病毒及黑客攻击，同时可实现行业客户业务流与视频会议协作功能定制化融合，进而形成竞标过程中的技术壁垒。

全国本地化售后服务网络，为用户提供全程、无忧会议保障：

全国本地化原厂售后，团队超过600人，同时提供原产售后驻场、现场多台设备备份，实现政法客户定制化需求的快速响应，避免大型项目中断风险。

行业领导梯队：苏州科达

苏州科达视频会议协作的差异化竞争优势



■ 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从社会保险、人工智能、大数据等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。