

中国视频会议行业研究报告

2020年



海量行研报告免费读



概念界定：视频会议强调不同地点的人或群体，通过网络与多媒体设备，将声音、影像与文件等资料经过编码、分发、解码等流程实现实时互传。不同于直播与录播的“单向互动”，视频会议更加注重**多方音视频实时交互**。



为什么会爆发？表象：疫情触发了远程办公需求，促进视频会议产品流量暴增；**行业积累：**企业级市场基础不断扩大，2019年企业实有主体数量达3858万户，同比增长31.1%；**云服务市场教育显著：**2018年中国云服务市场规模实现1026.3亿元，企业云计算使用率高达58.6%。



市场规模：**疫情红利或滞后一年显现**，云视频会议厂商以免费扩容为代价攫取流量，加之硬件视频会议厂商损失第一季度收益，2020年市场增速并不乐观。预计随硬件厂商加速回款周期与云视频会议厂商变现模式明朗，中国视频会议市场规模将由2020年的161.5亿元上升至2023年的218.9亿元，云视频会议系统与硬件视频会议系统分别实现24.8%与9.3%的复合增长率。



需求特征与产品选择：**不同规模企业**根据IT基础设施能力与付费能力选择厂商，大型企业通常定制化，中型企业行业垂直化，小微企业标准化；**不同行业属性企业**依据场景需求选择有定制化能力的厂商，通常政府与安全敏感型行业关注传统通信厂商，强个人用户属性行业关注平台型与云通信厂商。



竞争格局与竞争策略：主要玩家有三类，包括**传统通信厂商**、**云通信厂商**以及**平台型厂商**。目前，竞争大于合作，三类玩家主要联合**渠道商**布局“云+端+行业”战略。传统通信厂商在硬件上做软件平台生态；SaaS厂商与平台型厂商依靠2C产品优化用户体验，联合渠道布局2B平台生态。



趋势洞察：**业态发展：**1) 产品形态：客户追逐低成本与高性能，产品形态随之趋向普惠智能；2) 会议室形态：TV厂商、平板厂商将携高清智慧交互屏进场，联合智能硬件、云通信企业，打造软硬融合的智能会议室。**企业思变：**疫情造成企业营商环境恶化，企业需要固本节流，视频会议节省了非必要的商务出差成本，是企业提效节流的重要出口，不失为企业主的一种效率工具选择。

视频会议“疫”外爆发

1

需求端：需求特征与企业产品选择

2

供给端：行业格局与厂商应对策略

3

视频会议行业趋势洞察

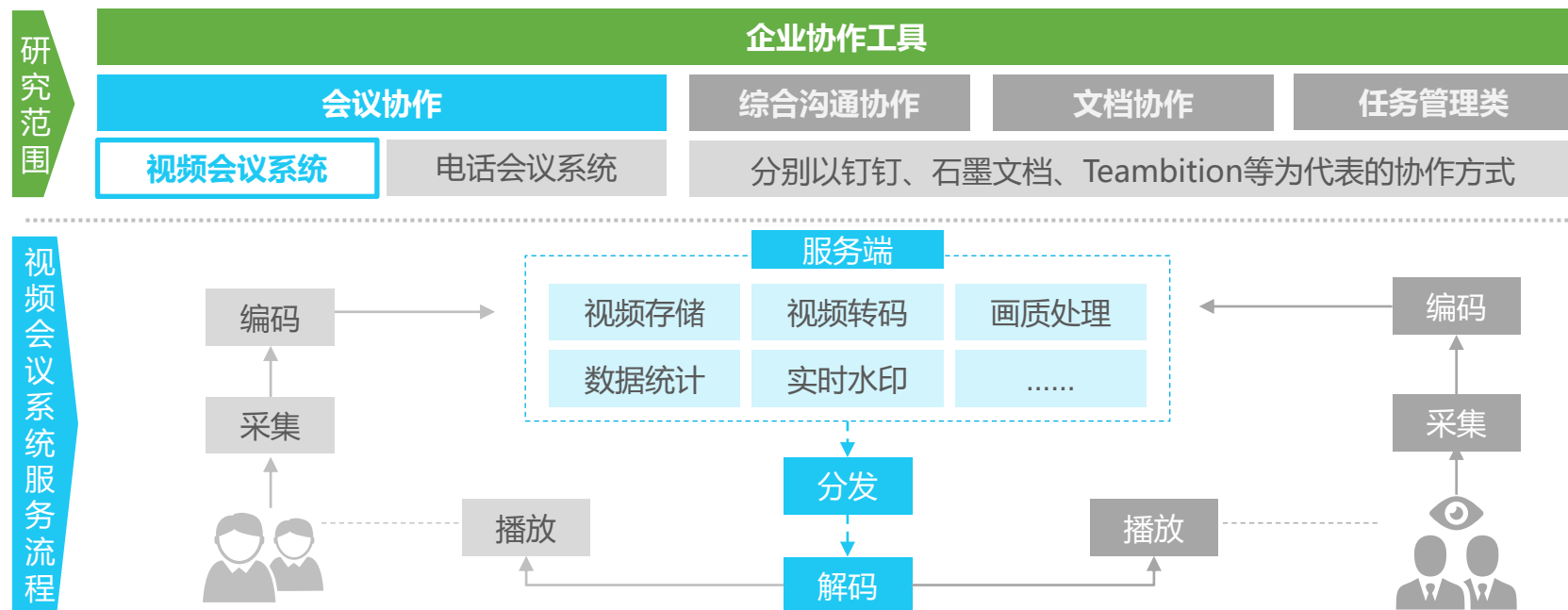
4

研究范围与概念界定

视频会议是企业协作的重要工具，重在多方音视频实时交互

“会议”以解决企业业务发展，实现业务目标为核心，关键点在人与人，部门与部门的协调与配合。从这个角度讲，“会议”是企业协作的重要工具，其不同于综合沟通协作的即时性交流、文档协作的多人编辑与任务管理的流程规划，而是强调特定时间，特定地点，由特定人群发起的多人会话，以解决特定业务问题为目的的协作工具。当“会议”延伸至“视频会议”时，顾名思义，其突破了空间的界限，强调的是不同地点的人或群体，通过网络与多媒体设备，将声音、影像与文件等资料经过编码、分发、解码等流程实现实时互传。不同于直播与录播的“单向互动”，视频会议更加注重多方音视频实时交互。因此，本报告的研究范围将仅限于视频会议，不包含直播与录播。

研究范围与视频会议系统服务流程



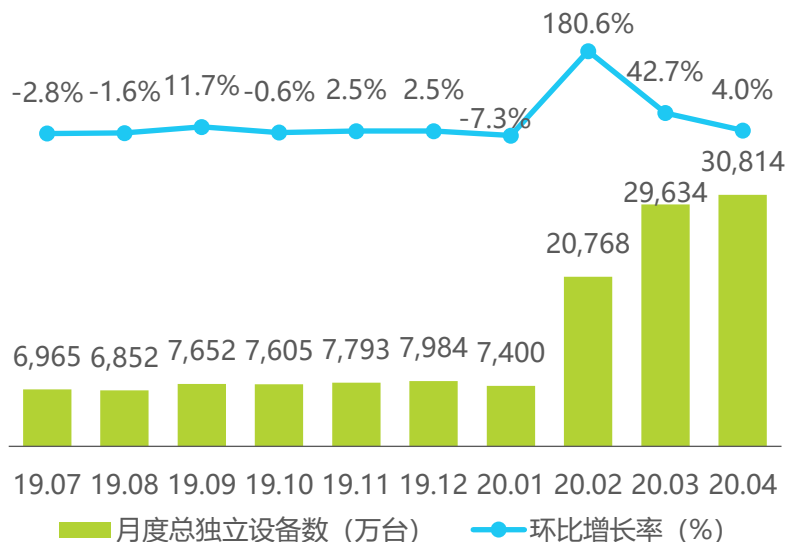
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

疫情催化远程办公快速爆发

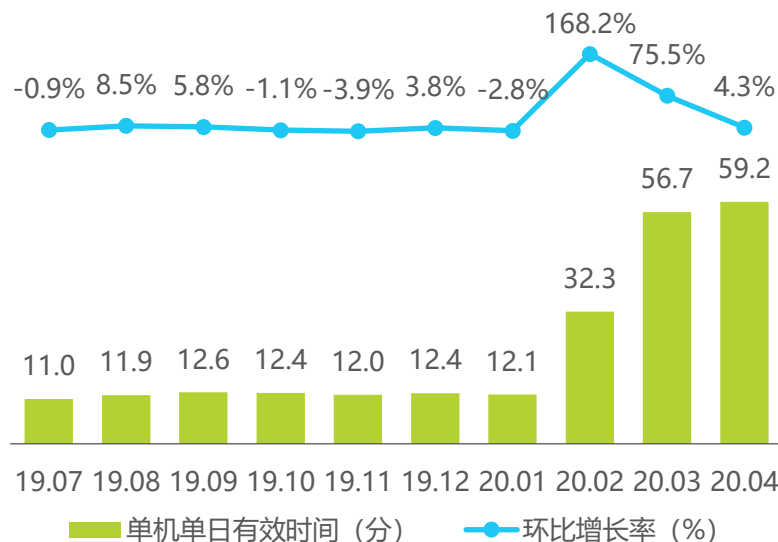
远程办公迅速渗透，复工复产稳进中仍有增长

2020年2月，中国新冠疫情爆发，全国各经济面均受到不同程度的影响。为避免人员流动造成聚集性感染，政策鼓励全民居家办公，协同办公行业随即迎来井喷式增长：二月效率办公类App月独立设备数环比增长180.6%，日均使用时长环比增长168.2%，以钉钉、腾讯会议、石墨文档等为代表的协同办公软件迎来用户量激增。三月全国复工复产，部分企业转为线下办公，远程办公类软件月活与使用时长环比增长率均在3月出现明显回落。当前远程办公产品存在稳定性与用户体验性差等方面的弊端，以及一些行业存在对远程办公的不适用性，预计未来远程办公应用活跃度会进一步下降。艾瑞认为，疫情过后，在提效节流需求刺激下，远程办公的用户基础与用户粘性将较疫情之前有明显增长。

mUserTracker-2019年7月-2020年4月效率办公类App月独立设备数与环比增长率



mUserTracker-2019年7月-2020年4月效率办公类App单机日使用时长及环比增长率



来源：UserTracker多平台网民行为检测数据库（桌面及智能终端）。

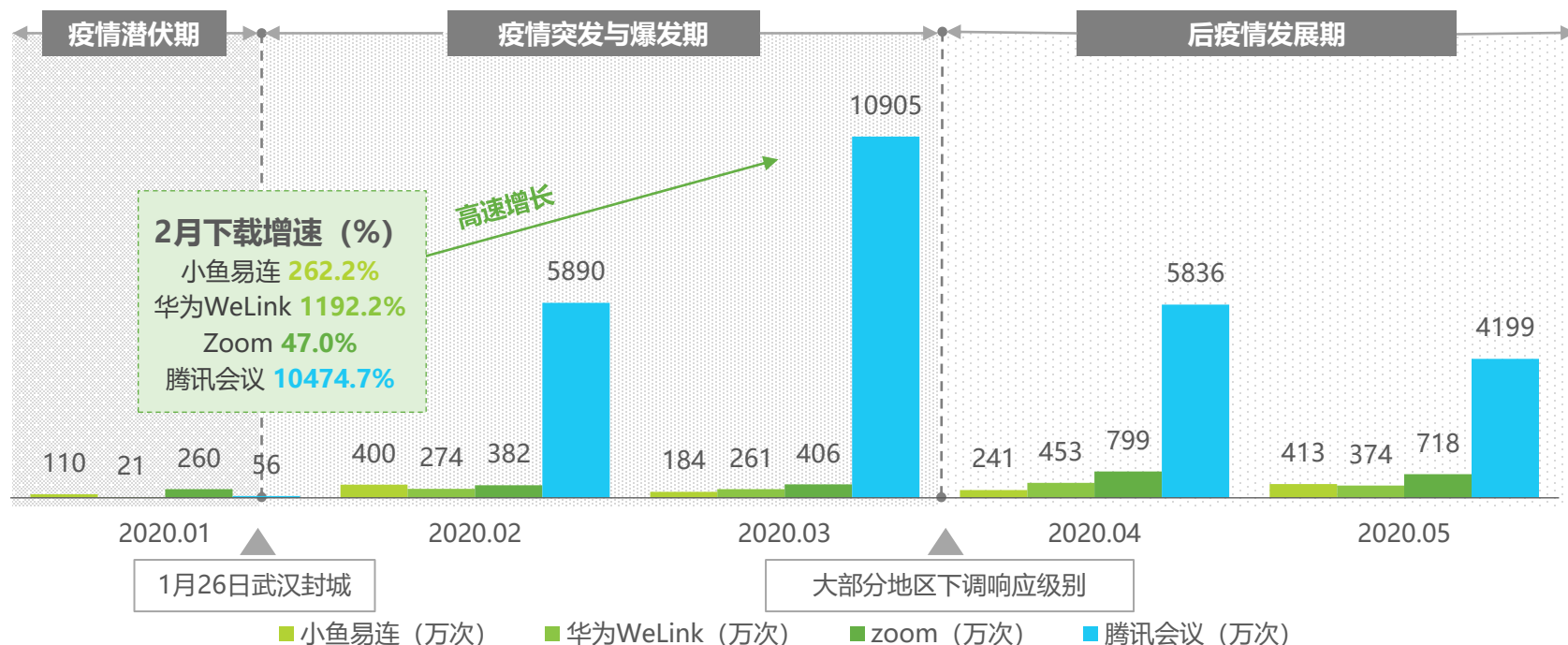
来源：UserTracker多平台网民行为检测数据库（桌面及智能终端）。

视频会议成远程办公中“黑马”工具

疫情触发了远程沟通需求，进而促进视频会议产品流量暴增

视频会议作为远程办公内外沟通的重要工具，受疫情影响迅速出圈：以小鱼易连、Zoom、华为WeLink、腾讯会议为代表的视频会议App安卓下载量均在2月呈现飙升现象，环比增长率均达47%以上，其中，腾讯会议与华为WeLink两位新秀顺势快速崛起，2月下载量甚至倍增百十倍，流量一度暴增。随着疫情逐步稳定，企业大范围复工复产，视频会议月下载量有所下降，但仍保持远高于疫情爆发前（2020年1月）的月下载量。

2020年1-5月部分视频会议App安卓端月下载量



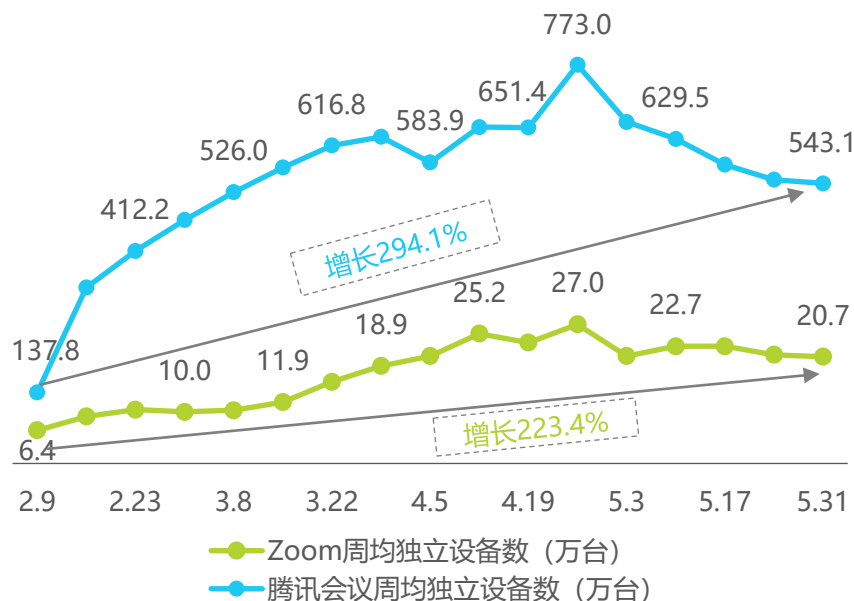
来源：酷传数据，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

视频会议客户基础与粘性增长明显

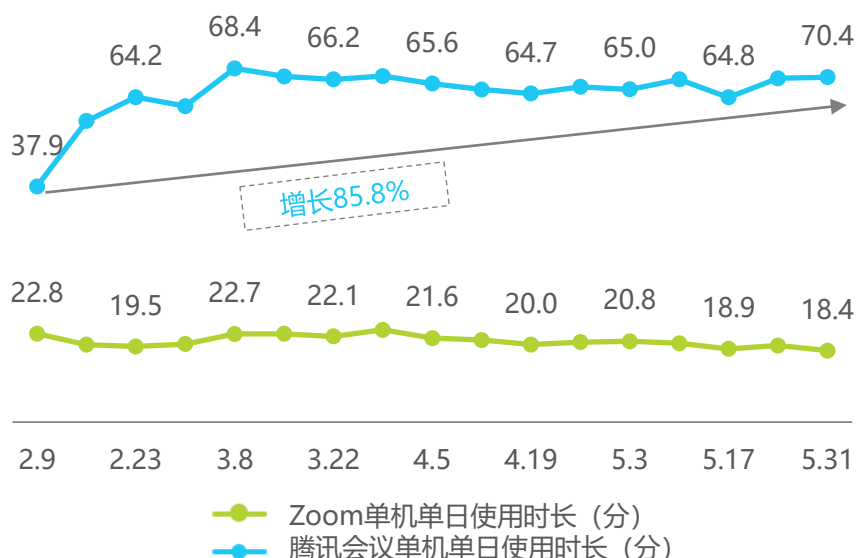
疫情的市场培育作用明显，后疫情阶段客户使用粘性仍乐观

后疫情发展期（2020年3月之后）来看，疫情对市场的培育作用明显，客户活跃度与粘性均有所提升：mUserTracker监测数据显示，5月底，腾讯会议与Zoom周独立设备数分别达543.1万台与20.7万台，分别较春节复工第一周（2月3日-2月9日）增长294.1%与223.4%；从单机单日使用时长来看，5月底腾讯会议用户使用时长高达70.4分钟，远高于2月9日的37.9分钟，Zoom或因数据安全事件影响，使用时长较2月9日下降4分钟，但整体上仍保持平稳态势。

mUserTracker-2020年2-5月Zoom与腾讯会议App周均独立设备数



mUserTracker-2020年2-5月Zoom与腾讯会议App单机单日使用时长



来源：UserTracker多平台网民行为检测数据库（桌面及智能终端）。

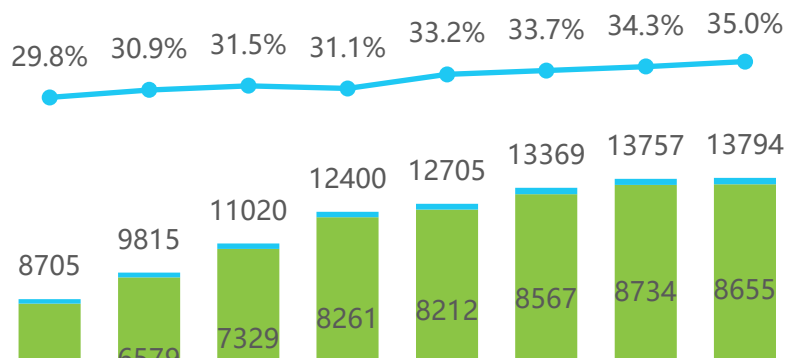
来源：UserTracker多平台网民行为检测数据库（桌面及智能终端）。

视频会议“疫”外爆发的基础

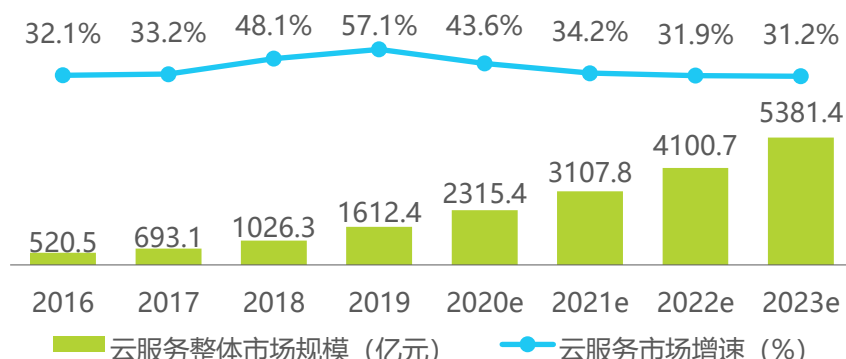
企业数量攀升，云服务市场规模增长，云计算技术快速普及

我国企业主体数量不断增加，企业办公市场的基本盘不断扩大。工商总局数据显示，2019年中国实有主体数量达1.2亿户，其中企业实有主体数量达3858万户，占比由2016年的不足30%上升至31.1%。艾瑞推测，预计2023年，中国企业实有主体数量将达4831万户，结构占比将继续上升至35.0%。同时，云计算作为企业基础设施升级的关键性技术，近年来的应用取得突破性进展，2018年中国云服务市场规模实现1026.3亿元，增长率高达48.1%，企业云计算使用率已达58.6%。企业级市场不断扩大的基础盘与云计算的快速普及是疫情期间视频会议特别是云视频会议得以爆发的基础。

2016-2023年中国实有主体数量与结构



2016-2023年中国云服务整体市场规模及预测



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20897

