



申万宏源通信周报：商用 耳机需求上行 竞争格局 稳中生变



本期投资提示：

本周（2021/8/23-2021/8/27）沪深 300 指数上升 1.21%，创业指数上升 2.01%；通信申万指数下降 2.30%，其中通信设备指数下降 2.35%，通信运营指数下降 1.60%。申万 28 个一级行业指数周涨幅比较，通信行业涨幅排名第 27，前三大板块分别为：采掘、有色金属、电气设备。

疫情之下，员工办公地点从集中的办公室变为分散的居家场景，大量的企业内部协同工作从线下转向线上，线上会议频次明显增加，并在长时间使用后逐步形成习惯。由于单独软件功能的局限性，需要外设终端进行辅助（优化使用体验并提高办公效率），因而催生出大量针对个人的以商用耳机为代表的云办公终端需求。

本周将以商用耳机为核心，详细阐述在后疫情时代商用耳机需求的可持续性、市场规模的扩展性，以及当前的市场竞争格局等方面。

商用耳机与消费级别耳机形态差异不大，但定位不同，混合办公背景下，商用耳机需求具备可持续性。从形态上来看，商用耳机和消费级耳机形态差异不大，均涉及有线耳机、无线耳机等众多类型。但商用耳机主要用于开会，更强调通话的稳定性和清晰度，相反消费级耳机更强调娱乐属性。未来混合办公或成为主流模式，商用耳机有望被纳入更多的企业采购清单，而企业采购稳定性和长期性的特征也确保了商用耳机需求的持续性。

商用耳机传统企业办公场景渗透率仍有提升空间，教育、医疗、政府

等新行业场景需求将带来持续增量。根据 GN 集团财报数据显示，当前全球约有 5.25 亿办公人员，商用耳机的渗透率仅为 17%，仍有明显提升空间。另一方面，政府、教育、医疗等行业的商用耳机的需求也开始陆续显现，而这些行业此前的渗透率一直维持在较低水平，因此后续需求的释放有望给整个商用耳机市场带来持续增量。

商用耳机市场主要是海外，市场规模大于桌面话机，Jabra 和 POLY 是当前两大头部厂商。

商用耳机主要来在于企业采购，而有这类采购习惯的主要为海外企业。商用耳机相较于桌面话机替换周期更短，且由于便携轻便的属性，潜在受众更广泛，因而市场规模更大。Jabra 和 POLY 是行业头部厂商，占据市场一半以上份额，格局相对稳定。

新进厂商通过差异化策略会仍可获得一定的份额。以新进厂商亿联网络为例，其突破的路径主要为：1) 产品创新，提供给用户创新性使用体验；2) 高性价比策略，实现用户的快速突破。2021 年上半年公司以商用耳机为主的云办公终端营收规模达到 1.04 亿元，同比增长超过 131%。

结合以上分析，在传统场景渗透率提升和新行业需求释放的双驱动下，商用耳机潜在市场规模有望不断扩大。商用耳机作为统一通信终端的一部分，同样具备企业采购稳定性和长期性的特征。虽然行业当前领先厂商的竞争格局相对稳定，但新进厂商仍可实现突破，建议关注以亿联网络为代表的具备产品实力并通过差异化策略已实现部分用户突破的厂商。

关键词: 云办公 疫情

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_34622

