

# 2020年中国视频会议市场调研报告- 产业现状与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国视频会议市场调研报告-产业现状与发展潜力评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/520775520775.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

视频会议是利用网络等通信技术进行媒体传输，让人物的视频、音频等信息能够通过网络进行传输。从视频会议的产业链来看，上游主要为芯片及元件提供商和视频解码技术等提供商，产业链中游主要为视频会议系统及解决方案的提供商，下游为集成商、代理商以及视频会议的用户。

视频会议产业链

资料来源：公开资料

2010-2019年，中国视频会议相关专利申请数量呈波动上升趋势，尤其是从2016年开始申请量有较大幅度上升，2019年申请量达631件。截止至2020年9月23日，中国视频会议相关专利申请数量达149件。

2010-2020年9月我国视频会议相关专利申请数量情况

数据来源：公开资料

2010-2019年，我国视频会议的专利公开数量总体呈波动上升态势，公开量由2010年的230件增至2019年的728件。截止至2020年9月23日，专利公开数量为666件。

2010-2020年9月我国视频会议相关专利公开数量情况

性能

传统视频会议系统

云视频会议系统

配置成本

成本高昂、兼容性差，一次性投入风险较大，适用于大中型企业机构

比传统视频会议成本减少80%-90%，性价比优势明显，企业不需要购买硬件和尽心大规模网络改造，只需购买账号，就可以在云端进行高清视频，受到中小企业的青睐

场景限制

传统视频编码H.264AVC基于专线设计（低延时、带宽稳定、极低丢包），难以适应通用互联网的应用要求，大大限制了应用场景范围

采用SVC柔性编码和多流智能路由机制，基于通用网络提供高质量音视频服务，适应专线、互联网、3/4/5G、卫星等多种网络条件接入

视频处理效率

传统视频全编全解机制的MCU每处理1路1080P视频需要1核以上的CPU，极高的硬件资源需求难以支撑大规模视频接入

同样主频的1核CPU可支持超过20路高清视频，在不降低音视频质量的前提下，把单个MCU媒体节点效率提升10倍以上，再通过分布式计算架构将多个媒体节点整合成统一管理的资源池，支撑超大规模视频接入

便捷程度

硬件视频会议设备需要专人进行调试，各类接口相对复杂  
可通过手机APP、平板电脑、电脑等智能设备发起或加入，兼容市面上所有主流终端，有效降低组织会议门槛，利于多团队、大范围推广使用

稳定性

依托专线，设备稳定性高

采用多服务器动态集群部署，在部分云服务器失效的时候，其他服务器会进行数据补充，保证了远程会议

安全性

嵌入式架构天生具备良好的抗病毒能力，安全性好

容易受到网络病毒入侵，安全性较弱

功能

音视频传输为主，依托自身的硬件基础实现功能提升，功能技术难度大，扩展性较弱，难以满足用户的个性化需求

基于网络通信的云视频会议，实现文档记录、会议管理、文档传输、视频录制、桌面共享等功能，从单纯的视频会议趋向于远程企业视频协作平台数据来源：公开资料

视频会议按架构主要分为硬件视频会议系统、软件视频会议系统，硬件视频会议系统的优点是视频质量高、稳定可靠；软件视频会议系统最大的特点是廉价，且开放性好。

2019年我国硬件视频会议市场规模约5.95亿美元，同比增长6.3%；软件视频会议市场规模接近2.2亿美元，同比增速达26.3%。硬件视频会议因其软件的成本投入高、易用性差、维护费高等三大痛点，在我国视频会议市场竞争中渐趋下风，而软件视频会议市场增速可观，在未来5年复合增长率为25%，远超硬件视频会议。

2015-2023年我国硬件及软件视频会议市场规模及预测

数据来源：公开资料

我国硬件视频会议市场结构方面，近80%的市场份额被华为、苏州科达、Polycom、Cisco占据，集中度较高。而软件视频会议方面，集中度不及硬件市场，好视通、小鱼易连、全时、展视互动、Cisco、会畅六大厂商合计市场份额不足50%。

2018-2019年我国硬件视频会议市场主要厂商市场占比情况

数据来源：公开资料

2018-2019年我国软件视频会议市场主要厂商市场占比情况

数据来源：公开资料

随着云服务发展，云视频会议衍生。与传统视频会议相比，云视频会议在配置成本、场景应用、视频处理效率、便捷度等方面尽显优势。云视频会议比传统视频会议成本减少80%-90%，适应专线、互联网、3/4/5G、卫星等多种网络条件接入，视频处理效率提升10倍以上，可通过手机APP、平板电脑、电脑等智能设备发起或加入，但云视频的稳定性及安全性还有待提高。

## 传统视频会议系统与云视频会议系统对比

资料来源：公开资料

对企业而言，企业内部沟通至关重要，远程办公逐渐成为现代职场的趋势。大部分企业更偏好部署成本与维护费用低、易拓展、覆盖终端形式更多的云视频会议系统。

近年来，我国企业主体数量不断增加。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。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%。

## 2016-2023年我国实有主体数量与结构

数据来源：公开资料

云视频会议以云计算为核心，近年来，云计算应用取得突破性进展，2019年云服务整体市场规模实现1612.4亿元，增长率高达57.1%。

## 2016-2023年我国云服务整体市场规模及预测

数据来源：公开资料（TC）

企业数量攀升，企业办公市场的基本盘不断扩大，加上云计算的快速普及，尤其是云视频会议产品在疫情期间的迅速渗透，将推动未来视频会议产品向轻型易配置的“云”方向发展。随着云视频会议的逐渐完善，低成本的云视频会议将成为中小企业的首选，我国云视频会议市场或将迎来爆发。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国视频会议市场调研报告-产业现状与发展潜力评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价

格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国视频会议行业发展概述

#### 第一节 视频会议行业发展情况概述

##### 一、视频会议行业相关定义

##### 二、视频会议行业基本情况介绍

##### 三、视频会议行业发展特点分析

##### 四、视频会议行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售模式

##### 五、视频会议行业需求主体分析

#### 第二节 中国视频会议行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、视频会议行业产业链条分析

##### 三、产业链运行机制

##### 1、沟通协调机制

##### 2、风险分配机制

##### 3、竞争协调机制

##### 四、中国视频会议行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国视频会议行业生命周期分析

##### 一、视频会议行业生命周期理论概述

##### 二、视频会议行业所属的生命周期分析

#### 第四节 视频会议行业经济指标分析

##### 一、视频会议行业的赢利性分析

##### 二、视频会议行业的经济周期分析

##### 三、视频会议行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国视频会议行业进入壁垒分析

- 一、视频会议行业资金壁垒分析
- 二、视频会议行业技术壁垒分析
- 三、视频会议行业人才壁垒分析
- 四、视频会议行业品牌壁垒分析
- 五、视频会议行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球视频会议行业市场发展现状分析

### 第一节 全球视频会议行业发展历程回顾

### 第二节 全球视频会议行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲视频会议行业地区市场分析

- 一、亚洲视频会议行业市场现状分析
- 二、亚洲视频会议行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲视频会议行业市场前景分析

### 第四节 北美视频会议行业地区市场分析

- 一、北美视频会议行业市场现状分析
- 二、北美视频会议行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美视频会议行业市场前景分析

### 第五节 欧盟视频会议行业地区市场分析

- 一、欧盟视频会议行业市场现状分析
- 二、欧盟视频会议行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟视频会议行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界视频会议行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球视频会议行业市场规模预测

## 第三章 中国视频会议产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品视频会议总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国视频会议行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

## 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国视频会议产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国视频会议行业运行情况

### 第一节 中国视频会议行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

##### 1、行业技术发展现状

##### 2、行业技术专利情况

##### 3、技术发展趋势分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国视频会议行业市场规模分析

### 第三节 中国视频会议行业供应情况分析

### 第四节 中国视频会议行业需求情况分析

### 第五节 我国视频会议行业进出口形势分析

#### 一、进口形势分析

#### 二、出口形势分析

#### 三、进出口价格对比分析

### 第六节 我国视频会议行业细分市场分析（2015-2019年）

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第七节 中国视频会议行业供需平衡分析

### 第八节 中国视频会议行业发展趋势分析

## 第五章 中国视频会议所属行业运行数据监测

### 第一节 中国视频会议所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国视频会议所属行业产销与费用分析

## 一、流动资产

## 二、销售收入分析

## 三、负债分析

## 四、利润规模分析

## 五、产值分析

### 第三节 中国视频会议所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国视频会议市场格局分析

### 第一节 中国视频会议行业竞争现状分析

#### 一、中国视频会议行业竞争情况分析

#### 二、中国视频会议行业主要品牌分析

### 第二节 中国视频会议行业集中度分析

#### 一、中国视频会议行业市场集中度分析

#### 二、中国视频会议行业企业集中度分析

### 第三节 中国视频会议行业存在的问题

### 第四节 中国视频会议行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国视频会议行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国视频会议行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国视频会议行业消费市场动态情况

### 第二节 中国视频会议行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 视频会议行业成本分析

#### 第四节 视频会议行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

#### 第五节 中国视频会议行业价格现状分析

#### 第六节 中国视频会议行业平均价格走势预测

- 一、中国视频会议行业价格影响因素
- 二、中国视频会议行业平均价格走势预测
- 三、中国视频会议行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国视频会议行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国视频会议行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区视频会议市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区视频会议市场规模分析
- 四、华东地区视频会议市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区视频会议市场规模分析
- 四、华中地区视频会议市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区视频会议市场规模分析
- 四、华南地区视频会议市场规模预测

### 第九章 2017-2020年中国视频会议行业竞争情况

#### 第一节 中国视频会议行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力

## 五、客户议价能力

### 第二节 中国视频会议行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国视频会议行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第四节 中国视频会议行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 视频会议行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业1

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业2

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业3

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业4

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业5

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国视频会议行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国视频会议行业未来发展前景分析

#### 一、视频会议行业国内投资环境分析

#### 二、中国视频会议行业市场机会分析

#### 三、中国视频会议行业投资增速预测

### 第二节 中国视频会议行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国视频会议行业市场发展预测

#### 一、中国视频会议行业市场规模预测

#### 二、中国视频会议行业市场规模增速预测

#### 三、中国视频会议行业产值规模预测

#### 四、中国视频会议行业产值增速预测

#### 五、中国视频会议行业供需情况预测

### 第四节 中国视频会议行业盈利走势预测

#### 一、中国视频会议行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国视频会议行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国视频会议行业投资风险与营销分析

### 第一节 视频会议行业投资风险分析

#### 一、视频会议行业政策风险分析

#### 二、视频会议行业技术风险分析

#### 三、视频会议行业竞争风险

#### 四、视频会议行业其他风险分析

### 第二节 视频会议行业应对策略

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国视频会议行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国视频会议行业品牌战略分析

- 一、视频会议企业品牌的重要性
- 二、视频会议企业实施品牌战略的意义
- 三、视频会议企业品牌的现状分析
- 四、视频会议企业的品牌战略
- 五、视频会议品牌战略管理的策略

### 第二节 中国视频会议行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国视频会议行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第四节 视频会议行业竞争力提升策略

- 一、视频会议行业产品差异性策略
- 二、视频会议行业个性化服务策略
- 三、视频会议行业的促销宣传策略
- 四、视频会议行业信息智能化策略
- 五、视频会议行业品牌化建设策略
- 六、视频会议行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国视频会议行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国视频会议行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国视频会议行业定价策略分析

### 第三节 中国视频会议行业营销渠道策略

#### 一、视频会议行业渠道选择策略

#### 二、视频会议行业营销策略

### 第四节 中国视频会议行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国视频会议行业重点投资区域分析

#### 二、中国视频会议行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/520775520775.html>