

Vidyo: 视频会议革新 关键要走出会议室

“差异性的创新在于打破传统，而视频会议的革新首先是走出会议室，摆脱固定屏幕、固定专线以及昂贵管理费的束缚。”



Vidyo全球销售与支持部高级副总裁Rob Hughes

本刊记者 | 张鹏



“QQ现象并非只在中国，类似Skype等软件也是根植海外多年，从国外市场经验来看，免费IM软件也有其积极的一面。”



当下，全球视频会议市场正呈现出快速增长态势，许多咨询机构都据此给出了积极预测。咨询机构OVUM就表示，企业在视频会议方面的支出将每年增长6%，截至2016年，全球视频会议市场将达到38亿美元。而受到全球环境影响，中国视频会议市场的增长态势也由“被动”转为“主动”——视频会议开始被政府、大型企业以外的市场用户接受，由硬件、软件、租赁等多种服务模式构成的市场格局正逐渐形成。

有数据显示，2011年，中国视频会议市场规模的增长率将会达到20%。不过，稳健的市场增长也引来了更多厂商的窥视——国外新秀进驻、跨界厂商攻入以及传统巨头兼并收购。现阶段，国内视频会议市场竞争已全面升级。如何能够抢占市场先机、实现差异性创新成为各家思索的主要方向。

“差异性的创新在于打破传统，而对视频会议的革新首先是走出会议室，摆脱固定屏幕、固定专线以及昂贵管理费的束缚，帮助客户实现任意地点、任意时间的高清视频沟通，以迎合当下移动化办公的全球发展趋势。” Vidyo全球销售与支持部高级副总裁Rob Hughes对记者表示。

打破传统

据了解，一直以来，高清视频会议系统只被少数的政府客户以及金融、医疗等行业客户所使用，除了昂贵的价格因素外，高标准的会议室配备以及近15M的网络专线接入也是广大企业客户望而却步的主要原因。

面对如此尴尬的市场定位，推崇“个人网真”的Vidyo公司抓住了机会。

Rob告诉记者，Vidyo提供的1080p 60fps解决方案Vidyo Panorama最多可支持20个屏幕，并能应用于网真会议室、台式计算机、个人电脑、iPad以及基于Android的智能手机和平板电脑等多种终端设备。“更

重要的是，它不需要专线，普通网速(2~3M)即可使用，而价格也仅为目前网真产品的1/10。”

这种革新无疑为企业用户更大限度地增添了自由度和选择性——无论在家里还是旅途，用户都可以随时利用手边的终端召开视频会议。据悉，在终端适配方面，Vidyo现已能够应用于Windows Mobile、iOS、Android以及Linux等多种主流操作系统。

与此同时，价格优势也引发了诸多企业客户的兴趣。传统网真产品适用于人数较多的集体会议，尽管费用较高但计算人均成本时，一些企业也能勉强接受，但如果参会人数较少或仅是一对一的高层会议时，网真则显得过于“奢侈”。

究竟如何实现“低价与高清”？ Rob告诉记者，Vidyo提供的是基于软件的视频会议与广播解决方案，免去了昂贵的配套硬件的成本费用，同时又通过Vidyo Router自有专利架构，实现了无MCU(多点控制单元)情况下的业界最佳纠错和最低延时能力。

“由于采用了H.264分层视频编码(SVC)技术，即便在丢包30%情况下，依然能够在固网宽带、3G以及LTE等网络传输中保持高质量的清晰度”。

竞合平衡

近年来国内视频会议厂商间竞争程度可谓是有增无减，频现的整合并购就是最好例证——先是思科33亿美元收购挪威视频会议企业腾博，随即宝利通宣布收购惠普视频协作业务。

更重要的是，拥有强大基础网络背景的电信运营商对视频会议市场也是越发看重。如此纷繁复杂的市场格局，即便是在正处成长期的市场，企业想要从中分得“一杯羹”也并非易事。

OVUM高级分析师Claudio Castelli表示，电信运营商与厂商尽管存在竞争，但在视频会议领域还是应该合作。“尤其在高清视频会议领域，网络在其中承担着关键角色，电信运营商在某种程度上可算

是厂商的重要销售渠道。”

“Vidyo也在积极地寻求合作。” Rob坦言，目前Vidyo在中国市场的合作主要通过三种途径，首先，OEM生产当地IT厂商、终端厂商的视频会议产品，形成整体解决方案；其次，与具备行业背景的经销商合作，建立渠道分销体系；最后，与当地运营商达成合作，为运营商的视频会议服务提供技术与产品支撑。

“免费”引导期

业界有观点认为，中小企业限于企业规模、信息化程度等因素影响，普遍存在价格敏感性，视频会议系统的利润率大大缩水；更重要的是，由于市面上存在一些免费的网络视频会议产品，如腾讯QQ等，这也使得很大一部分中小企业放弃了“付费服务”。

有统计表明，目前国内将近50%的民营企业都在通过QQ等免费IM软件进行视频通信和协同办公。因此对于中小企业市场，许多视频会议厂商都显得拓展乏力。

“QQ现象并非只在中国，类似Skype等软件也是根植海外多年，从国外经验来看，免费IM软件也有其积极的一面。” Rob告诉记者，企业客户对视频会议产品认知度很大程度上也有免费IM软件的功劳，正是基于先期的免费试用，客户逐渐意识到通过视频方式进行内部沟通、市场销售以及客户培训将带来事半功倍的效果。“因此企业在后续形成习惯后，一旦需要更加清晰的画质、多点视频会议以及更多终端支持的话，客户自然就会转向专业的视频会议产品上来。”

据了解，这家去年底刚刚进入中国市场的视频会议系统提供商Vidyo已经开始展露锋芒，中石化、小南国等都是其主要客户。对于未来，Rob也表示：

“Vidyo将进一步加大对中国市场的人员配备与业务范围，我们有信心，让中国成为公司利润回报率最高的市场之一。” 