

# 疫情倒逼联合国把会议搬上腾讯，在线会议的春天来了？

财经杂志 1 week ago

The following article is from 财经十一人 Author 刘以秦



**财经十一人**

由《财经》杂志公司产业报道团队创建，研讨企业成败，探究行业兴衰，推动阳光商业

**财经**  
CAIJING

独立 独家 独到

疫情让更多人被迫开始使用线上办公工具，也终于激活在线会议这个已经存在数年的市场



文 | 《财经》记者 刘以秦

编辑 | 谢丽容

商业和技术的世界里，危和机总是如影随形。

3月31日，联合国在纽约总部宣布，与腾讯达成全球合作伙伴关系，联合国75周年的数千场活动将在腾讯会议和企业微信上开。这个消息含蓄地透露了一个重要信息，腾讯在在线办公领域，抓住了一个国际级超级样板客户。

腾讯会议在去年12月25日上线，是一款云视频会议产品。一开始针对的是商务市场，连接视频会议的硬件设备，同时兼容移动端和PC端接入，包括App，微信小程序等接口。上线初期的策略是30人以下同时在线免费，超过30人付费使用。

疫情暴发后，线上办公需求井喷，为了抓住市场机遇，腾讯宣布，疫情期间，腾讯会议免费提供服务，支持300人同时在线，并附带直播功能，300人之外可接入旁听。

宣布免费后，腾讯会议收获了一批C端用户，包括朋友间游戏连线，学生直播上课等。

为了满足突然暴发的需求，腾讯在8天时间里扩容超过10万台云主机，截至3月9日，腾讯在40天更新迭代了14个版本，更新的功能包括虚拟背景、背景虚化、表情弹幕等。腾讯财报显示，腾讯会议上线两个月后，日活跃用户超过1000万人，速度惊人。一个可以参考的数据是，2011年微信上线后，注册用户破千万用了半年时间。

被疫情需求刺激以火箭速度攀升的不止腾讯会议。3月中旬，云视频会议服务商Zoom登顶美国地区苹果和谷歌移动应用商店的免费排行榜，超过了一贯的榜首霸主Facebook、奈飞和TikTok。

Zoom成立于2011年6月，2019年4月上市，上市时市值为200亿美元，最新的市值是421亿美元，在今年前3个月，公司股价上涨近120%。

腾讯会议与Zoom的功能非常类似，都提供单纯的视频会议功能，没有包括打卡、报销等其他线上办公服务。目前在线上办公领域，已经形成了两大派别，一派是以阿里巴巴、腾讯、字节跳动为代表的科技巨头，另一派是以Zoom、Polycom等为代表的第三方专业公司。

疫情让更多人被迫开始使用线上办公工具，也终于激活在线办公这个已经存在数年的市场。

按照联合国和腾讯公司的合作框架，腾讯将为联合国成立75周年提供全面技术方案，并将通过腾讯会议、企业微信和腾讯同传在线举办数千场会议活动，迄今为止规模最大的全球对话将在中国互联网科技企业的技术支持下进行。

腾讯会议十分年轻，迄今为止诞生仅三个月。腾讯云副总裁吴祖榕此前接受《财经》记者采访时表示，腾讯此前一直重视积累通信相关技术，再加上腾讯云提供的基础，腾讯会议虽然年轻，但是腾讯战略的自然延伸。

腾讯多年前就重视在线协同办公市场。近年来，多个团队都在积极探索如何能够提高企业运转效率。腾讯会议产品出来后，首先被拿到内部试用。腾讯是一家巨无霸公司，内部员工提了很多实际的需求，倒逼改进。

目前腾讯协同办公业务的主要工具是企业微信，国内协同办公应用排行榜中，钉钉排名第一，2019年8月，阿里宣称钉钉用户数量超过2亿，企业组织数量超过1000万；2019年12月，腾讯宣称企业微信月活达到6000万，企业数量达到250万。

腾讯会议是腾讯过去21年技术积累的延伸。相对于企业微信来说，腾讯会议是整个协同办公生态的补充，但这一补充目前看来还不成熟。

腾讯会议是独立于企业微信之外的应用，企业微信同时也具备视频会议功能。目前，人们无法通过企业微信调用腾讯会议的功能，有人在企业微信上发出会议邀请，另一人在腾讯会议上发起会议邀请，两个会议时间冲突了，系统并不会提醒你，需要自己去调整并记录两边的会议时间，也不会同步到邮件日历中。

吴祖榕说，企业微信中的会议功能是与腾讯云联合开发的，腾讯会议提供了基础技术，二者功能正在快速迭代的路上。

## 在线会议借疫起势

疫情之前，中国企业选择线上办公的比例并不高。但行业重视在线协同办公市场，从2009年开始，就有不少公司进入在线办公市场，但多年来，尤其针对个人消费者的在线办公市场，一直不温不火。近两年来，形势有所好转，线上办公和线上会议的需求会越来越大，视频会议以及协同办公市场正在快速成长。研究机构Markets and Markets发布的数据显示，2020年全球智能办公市场将达433.1亿美元。研究机构Frost&Sullivan报告显示，截至2018年底，全球视频会议终端行业规模为17.5亿美元，预计市场总量将在2022年达到138.2亿美元。

一位协同办公行业人士告诉《财经》记者，大公司业务分布广，且不少大公司都有海外业务，在线会议是刚需，“在线会议就像曾经的电商一样，电商缩减了渠道成本，在线会议缩减了办公成本，至少办公室里可以减少一部分会议室的空间成本。”

在此背景下，协同办公的竞争局面开启。

腾讯会议发布的第二天，2019年12月26日，国内另一大科技巨头华为公司旗下的华为云对外发布智能工作平台WeLink。到2月初，华为透露称，WeLink日均新注册企业数增长50%，春节期间新增了数十万企业，日活用户数达到百万级，业务流量增长50倍。

紧接着，今年2月，字节跳动推出视频会议软件“飞书会议”，2月29日，飞书发布官方公告称，飞书相关域名无故被微信全面封禁，并且被单方面关闭微信分享API接口。

除了这些业务庞大的巨头公司，协同办公领域另一支不容忽视的力量是专业型公司，包括国内的金山、用友、金蝶，以及国外的Zoom、Polycom等。

一位关注协同办公领域的投资人告诉《财经》记者，协同办公，尤其是视频会议，需要前期大量的资本和技术投入，以及销售费用。“专业型公司的优势是专注，钉钉能够做起来，是因为阿里云已经成为阿里新的增长点和故事，对钉钉的投入也是巨大的。”

此外，对于一些企业用户来说，尽管各家协同办公工具都在强调数据安全，但“我们更愿意信赖第三方公司，而不是把数据都放在腾讯和阿里的工具上。”一家创业公司创始人告诉《财经》记者，他们选择Zoom做为视频会议工具。

前述投资人认为，协同办公市场广阔，将是一个长期发展的市场，“百花齐放是最好的生态，这样大家的市场教育成本都会被摊低，市场空间很大，足够养活好几家公司，最后比拼的还是服务质量和销售能力。”

此时，新冠疫情还将在世界范围内蔓延，是一次能够快速培养用户线上办公习惯的机会。需要强调的是，包括腾讯会议在内的不少应用在疫情期间采取免费策略，免费是铺开市场的手段，但单纯的免费策略不可持续，多位接受《财经》记者采访的行业人士认为，视频会议功能需要接入到企业系统中，这种对接、系统稳定性和客户服务都需要巨大投入。能够留住疫情期间吸引进来的新用户，并发展成长期付费用户，是企业的重要议题。

但对于腾讯、华为、阿里等巨头来说，他们的协同办公客户端均由旗下的云业务公司发起，这意味着，协同办公软件并不是一个孤立的盈利性产品，它们身上承载的，是科技巨头们云战略落地后的信息交互、入口重任。

华夏黄金交易型开放式证券投资基金

场内简称: 黄金9999  
扩位简称: 黄金ETF9999

认购代码: 518853  
证券代码: 518850

避险价值提升 一键投资黄金

3月27日起 重磅发售

**风险提示:** 本产品由华夏基金发行与管理, 代销机构不承担产品的投资、兑付和风险管理责任。  
本基金为商品基金, 90%以上的基金资产投资于国内黄金现货合约, 黄金现货合约不同于股票、债券等, 其预期风险和预期收益均高于货币型基金、债券基金和货币市场基金, 属于**中高风险**品种, 具体风险评级结果以基金管理人和销售机构提供的评级结果为准。投资于本基金存在黄金市场波动的风险、基金资产估值和赎回资金和赎回价格回拨的风险、上海黄金交易所黄金现货市场投资风险等主要风险, 投资者在投资本基金之前, 请仔细阅读本基金的《基金合同》、《招募说明书》等基金法律文件, 全面认识本基金的风险收益特征和产品特性, 充分考虑自身的风险承受能力。市场有风险, 投资需谨慎。



责编 | 蒋丽 [lijiang@caijing.com.cn](mailto:lijiang@caijing.com.cn)

本文为《财经》杂志原创文章，未经授权不得转载或建立镜像。如需转载，请在文末留言申请并获取授权。