

2008 年中国统一通信（UC）市场现状与 发展趋势研究报告

（摘要版）

2008 年1 月

一、统一通信产生的背景及基本概念

1.1 统一通信产生的背景

在当前整个IT、通信领域里，曝光率最高的名词之一就是统一通信（UC Unified Communications），也有一些厂商称之为“融合通信”、“智能通信”和“统一沟通”等，尽管每个厂商所给出的定义均有些细微的差别，但总体来看，其核心内容就是指将现在各种沟通方式进行融合，目的是让人们无论是在任何时间、任何地点，都可以通过任何设备、任何网络实现自由的沟通。而目前常用的沟通方式有电话、传真、短信、email、Web 会议、视频会议、语音信箱、IM 软件、协同工作平台等等，而这些沟通方式覆盖了电信、IT 和互联网三大领域，因此统一通信是这三大领域逐步发展，自然融合的结果。

1.2 统一通信的基本概念

笔者认为统一通信和我们通常所说的统一通信解决方案是同一个意思，它不是特指一种新的技术，而是指特定的解决方案和应用，通过对各种沟通方式进行融合，无论使用者在任何时候、任何地点、从任何设备上都能从一个“单一的界面”访问其所需的应用和信息，达到降低沟通成本和提高工作效率的目标。

通常情况下统一通信解决方案将包含以下几个主要特征：

- ◇ 主要针对的是企业用户
- ◇ 展示在用户面前的是一个统一的操作界面
- ◇ 必须要具备所传输的数据在电信网和互联网两个网络转换的过程
- ◇ 实现同步沟通方式和异步沟通方式的融合
- ◇ 具有状态感知的功能

下面是企业在部署统一通信解决方案时，考虑实现融合功能的优先次序列表：

图表 1 统一通信功能表

功能分类		部署时的优先次序
电话	模拟电话	中
	数字电话	中
	IP 电话	高
	视频电话	低
	PC 软电话	高
会议	电话会议	中
	视频会议	中
	WEB 会议	高
传真	普通传真	低
	电子传真	中
IM（即时消息）		高
PC/笔记本		高
耳麦/摄像头/USB 电话		高
移动终端	WIFI 终端	中
	GSM/CDMA 手机	高
消息	电子邮箱	高
	语音邮箱	中
	短信	中
	统一信息	低
状态感知		高
协同工作平台		中

二、统一通信生态系统分析

2.1 当前统一通信生态环境现状

经过近两年的发展，统一通信已经被业界一致看好其未来的发展前景，尤其是随着微软、IBM 加入一向被认为是属于思科（Cisco）、亚美亚（Avaya）、北电（Norte）等电信设备厂商领域的统一通讯市场，再次验证这个领域的庞大商机。而软件巨头的加入又吸引来更多软硬件厂商、电信设备提供商、终端产品制造商、电信运营商、互联网厂商、IT 咨询服务商、系统集成商关注这个领域，并且不断有新的厂商进入，促使统一通信这个新生领域的生态环境快速形成，但是到目前为止，仍然还有很多环节比较薄弱，有待进一步发展。下面将具体介绍统一通信生态系统的发展现状。

从统一通信最核心部分UC 平台解决方案提供商来看，目前已有微软、IBM、思科、北电、Avaya 、西门子、阿尔卡特朗讯等众多厂商的参与，同时在UC 相关的接入设备和终端使用设备环节来看也聚集了大量传统的电信话音、网络设备厂商，在视频会议部分目前也有RADVISION、POLYCOM 等多家世界领先的视频会议厂商进入，而像摩托罗拉、诺基亚等传统的手机厂商也开始关注UC 的应用，但目前来看大多还处于小范围的试验阶段，UC 还吸引了一些做及时通信（IM）厂商进入这个领域，但总体来看，统一通信整个生态环境中，目前还主要是一些国际一流的大公司参与，而那些中小型的厂商还没有参与进来，这就导致用户部署UC 的整个成本比较高，很多地方有较大的下降空间，特别是在终端应用设备上。

虽然UC 已经有了一些平台解决方案，但是真正能够打动用户的关键是UC 如何和用户业务系统进行融合，从而为用户创造出更大的价值，这就显现出UC 相关咨询服务的重要性，从目前来看，国内对UC 比较了解的系统集成商和软件开发商数量寥寥无几，不过现在已经有些公司开始关注这个领域；同样能够提供相关UC 整套解决方案咨询服务的服务商及如何改造用户业务流程，UC 与用户IT 战略咨询相结合的高端咨询等方面更是当前UC 生态系统中非常薄弱的环节。

2.2 企业用户在部署UC 时所涉及的产品和服务

下面，我们将从企业部署一套完整统一通信解决方案的维度来看具体会涉及到哪

些产品和服务项目。

一般而言,企业除了购置各种内置UC 功能的终端产品;专门的服务器及相关UC 服务器端软件;还需要配置相关的电信和网络专用设备以实现和各种不同类型网络的连接,以下给出所有可能涉及到的具体产品,当然这些产品对于企业个体而言,不一定需要全部进行配置,企业可根据自身需求有选择的进行配置。

服务器端:

用户需要配置相应的服务器硬件产品、UC 平台服务器端软件以及相关的支撑软件,如:操作系统、数据库、中间件、安全软件、存储系统等。

接入设备:

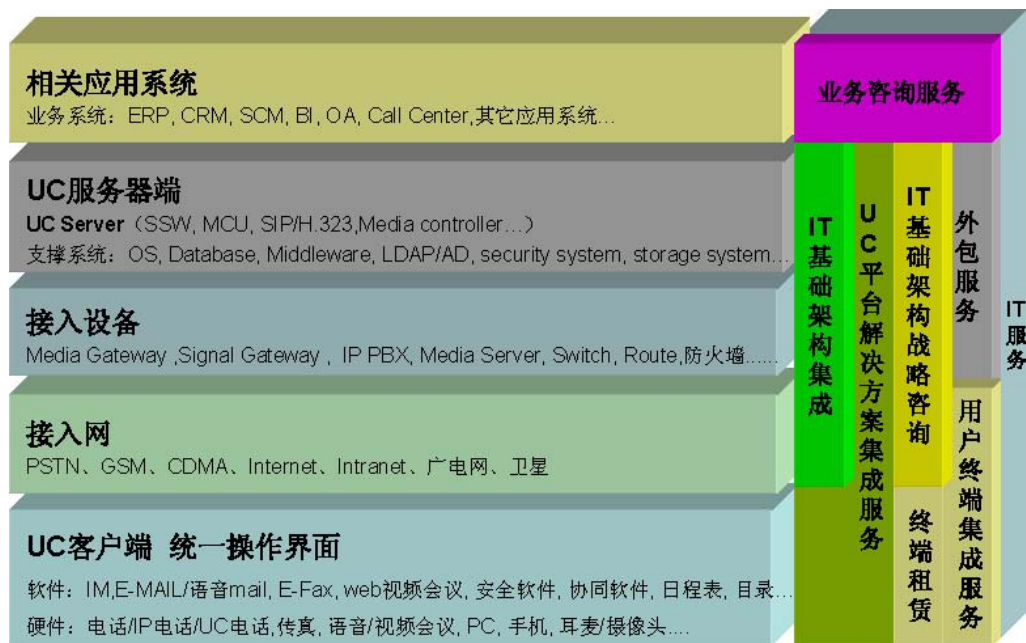
通过接入以下设备可以实现UC 和用户传统沟通方式的融合,方便操作,包括:IP PBX、媒体网关、信令网关、媒体服务器、交换机、路由器等。

同时为满足用户在电话网、移动网、互联网、内部网、广电网、卫星等多种网络之间实现无缝式的沟通,还需要租用相应的线路和服务。

用户终端产品:

传统模拟电话、IP 电话、UC 智能电话、USB 电话、手机、传真机、装有UC 客户端软件的PC/笔记本、耳麦、摄像头、打印机等。

企业用户在考虑该选择哪家厂商的UC 解决方案,如何更好的和自己的情况相匹配,适合自身的业务发展,还会选择相关的咨询、实施、管理、维护等服务。图表 2 统一通信解决方案及相关服务全景图



三、国内统一通信市场规模及现状

3.1 统一通信市场规模

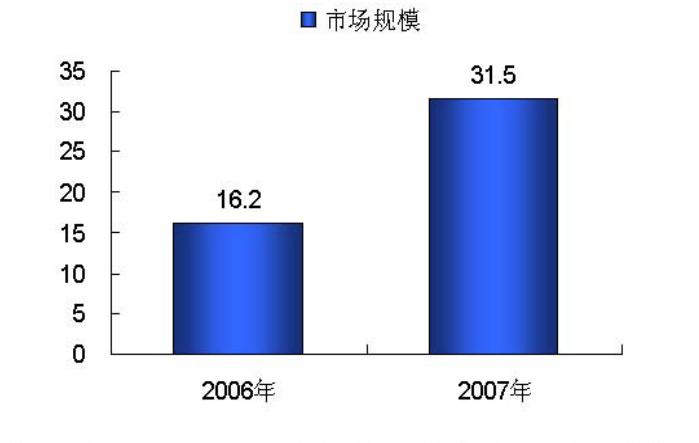
根据相关统计数据显示, 2007 年国内统一通信市场规模达到31.5 亿元人民币, 而上一年的市场规模为16.2 亿元, 市场增长率达到94%, 主要原因是由于2006 年, 国内才刚刚开始引入统一通信的相关解决方案, 并且只有思科、微软等少数几家, 到了2007 年, 更多的厂商开始发力统一通信市场, 国内的广大企业也开始逐步接受统一通信的概念, 因此在市场初期, 呈现出较大的增幅, 但总体来看, 市场还处于培养期。

我们所定义的统一通信市场规模是指企业为实现统一通信的目的, 而采购和部署 UC 相关产品、解决方案, 以及与统一通信相关的咨询、实施、管理和售后服务方面的总体投入。

具体而言, 企业用户在部署统一通信解决方案时, 通常采用全部更新或者在原有设备基础上进行升级两种方式。具体涉及到的产品包括: 统一通信平台产品、相关的IP PBX 、VOIP 网关、路由器等电信和网络设备、用来承载UC 系统的服务器、相关操作系统、数据库、中间件等支撑软件、终端产品包括传统电话、IP 电话、移动电话、UC 定制电话、PC、耳麦、摄像头、安全软硬件产品、存储设备、视频会议系统等, 以及为部

署UC 而支付的相关咨询、实施和售后服务费用等。

图表 3 2006 年—2007 年国内统一通信市场规模



3.2 统一通信的市场现状与特点

2007 年，市场上有关统一通信的并购事件此起彼伏，国内统一通信市场在众多厂商一致的努力下逐渐成形；以微软、IBM、思科为代表的厂商纷纷推出自己最新的统一通信解决方案；各厂商通过联盟或组建合作伙伴等方式相互合作，市场呈现出一种竞合的趋势；有更多的国际厂商加入到统一通信的阵营中，统一通信整个生态系统正逐步形成。而各家统一通信平台厂商在国内进行大力宣传，有些还在全国举办巡展，积极挖掘潜在客户，市场上呈现出比较火爆的场面，国内广大企业用户对统一通信的认知程度也有很大提高。

目前统一通信市场形成了两类供应商的竞争：电信网络设备厂商（如思科、北电）和软件厂商（如微软、IBM）。电信设备厂商的优势集中在硬件产品上，比如路由器、VoIP 网关产品、软交换设备；而软件厂商，像微软、IBM 的优势在于其在电脑桌面上的绝对统治力，几乎所有的统一通信企业都需要和微软、IBM 进行合作。

3.3 国内统一通信市场竞争格局分析

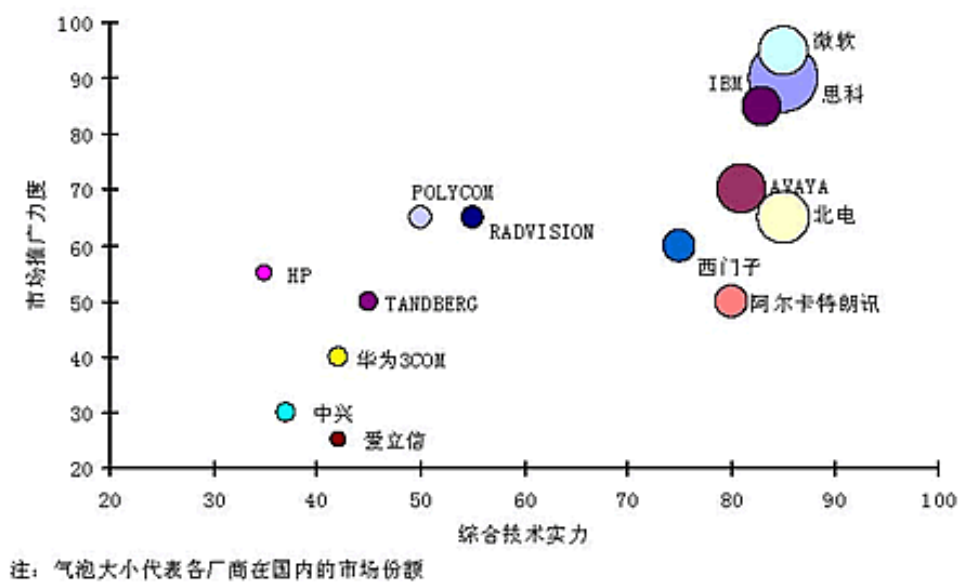
从当前国内统一通信市场竞争格局来看，目前综合技术实力，具体是从厂商所提供的统一通信解决方案中所能够提供的各种沟通方式融合的程度以及每个具体功能技术

水平等综合因素考虑，处于前几位的分别是思科、微软、北电、IBM 和AVAYA，它们目前产品线功能相对比较全面，在国际市场上也是目前的主要竞争力量。

从各厂商在国内的推广力度来看，微软、思科、IBM 处于第一梯队，AVAYA 紧随其后，由于北电和微软结成战略联盟，由于微软在2007 年有比较多的市场宣传活动，因此也带动了北电的宣传，如分别在2007 年上半年和下半年与微软进行全国巡展等，但总体来看，北电的宣传力度不是很强；像西门子、阿尔卡特朗讯也非常重视在国内的市场宣传活动，其它厂商则稍弱一些。

从它们各自在国内的市场占有情况来看，由于目前统一通信解决方案在国内还没有被广大的企业用户所接受，因此相关案例不是很多，各家都在重点培养自己的典型用户，思科是最早将统一通信引入中国的企业之一，因此，它在国内的知名度较高，其开展的试点也比较多，其次微软也开始在2007 年发力，加大统一通信的推广力度，借助其桌面霸主地位和强大的市场营销力量，因此2007 年也获得了不错的收益，同样，IBM 在企业级市场也具有很强的影响力，同时IBM 也非常重视统一通信市场，尤其在服务方面，它对用户的业务理解方面比较超前，再加上和思科的密切合作，也获得了不错的市场份额，AVAYA、北电则依靠它们在传统电信领域模拟和数字语音方面的深厚沉淀，并且其在统一通信领域也属于比较早的进入者，未来也具有很好的市场发展空间。

图表 4 国内统一通信市场竞争格局

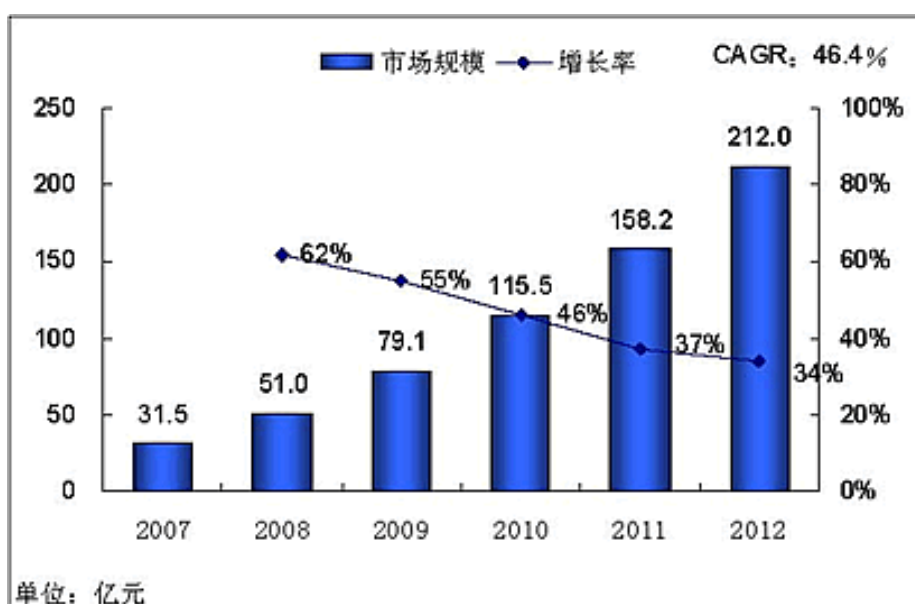


四、未来五年国内统一通信市场发展趋势分析

4.1 未来五年统一通信市场规模

据最新预测数据显示，到2008 年，国内统一通信的市场规模将达到51 亿元人民币，而从2008 年到2012 年，未来五年的时间里，国内统一通信市场将保持较快的增长趋势，其复合增长率将达到46.4%，截止到2012 年，国内统一通信市场的规模将达到212 亿元人民币。

图表 5 2008 年—2012 年国内统一通信市场规模



4.2 未来统一通信市场发展趋势

据相关预测结果显示，未来国内统一通信市场发展趋势如下：

- ◇ UC 瘦客户端模式将会占主导地位
- ◇ 在线服务方式比重将增加
- ◇ 企业用户在部署UC 时软件和服务的比重将会增加
- ◇ 统一通信领域将会出现更广泛的联盟合作
- ◇ SI、ISV 将在整个统一通信产业链上处于重要位置
- ◇ 企业并购现象将更加明显，未来将会出现几家大的垄断巨头