

国内外云行业厂商的业务模式分析

本篇研究报告针对于云服务行业业务模式、生态建设和国外云服务厂商对比三方面进行讨论分析

云服务业务模式

在云服务行业中，云服务厂商所具有的优秀业务模式是其良性持久化经营盈利的基础，本部分我们通过对分析国内领先的两家云服务厂商——阿里云和腾讯云的所提供的产品/解决方案来粗略性地分析云服务行业的业务模式代表性特点，以期能够得到一些有意义的结论。

产品/解决方案分类

首先我们对两家的产品分类进行大致了解，通过浏览阿里云和腾讯云，我们可以归纳出，两家厂商所提供的产品/解决方案分类大体如下：

- **云计算基础**：大体对应于云计算中的IaaS部分，包含计算、存储、通信、网络、CDN、数据库等，本类别较贴近底层技术
- **安全服务**：贯穿于云服务的整个阶段，提供安全保证，包括云安全、数据安全、业务安全、安全解决方案，本质上是在售卖安全经验和服务
 - 值得注意的一点是腾讯云会提供反欺诈、风控、防刷、手游安全这些服务，这些技术很明显地带有腾讯本身的业务特点，这属于对自身业务经验的一种集成，然后将这些业务经验产品化之后就可以作为产品和解决方案进行售卖，这是大型互联网公司做云计算的一个突出特点和优势
- **大数据**：集成大数据能力，IaaS、PaaS、SaaS都有包含，包含大数据平台（主要提供技术底层支撑）、可视化及分析和大数据应用（推荐系统、用户画像等）
- **AI**：集成AI能力，同样是IaaS、PaaS、SaaS都有包含，这里是AI落地和开放最近的地方。具体细分类别为视觉、语音、NLP、多媒体、翻译等，也有针对特定行业或场景定制化的AI应用解决方案
- **开发者服务**：主要为开发和运维提供服务，包含管理、开发工具、运维工具等等
- **企业应用**：主要是为企业提供一站式服务，包含域名、网站、协同办公等，是更加针对企业内部的服务
- **行业应用**：针对特定行业的而做的定制化服务，在这一部分能看到阿里云和腾讯云在行业布局上的些许差异，这也和其本身的原有业务紧密相关：
 - 腾讯这边比较突出的是：游戏、教育
 - 阿里这边比较突出的是：新零售、交通、智能工业

业务特点分析

通过对两家厂商的产品/解决方案的分类分析，我们大致能够获得一些对云服务业务特点的认知：

- **行业化**：云计算服务算是非常典型的toB服务，因此行业化就在整个业务中显得非常重要。针对不同的行业，根据不同行业的行业特点定制化服务，才能取得比较高的客户满意度。考察两家所提供的产品/解决方案，均有**行业应用**、**行业解决方案**这样的类别。进一步细化，可以看到两家厂商所提供的服务基本覆盖了常见的所有行业，但在对准着重发力的行业上有一些不重合的地方，比如阿里侧重金融、零售、电商行业，而腾讯侧重教育、医疗、游戏行业
- **经验化**：从产品/解决方案体系来看，做toB服务对经验的要求特别高。抛开基础的IaaS可能只是寄托于纯粹的技术实力，但其他的特定业务极其需要较深的业务经验才能让客户有更高的满意度。例如阿里提供电商和新零售的解决方案，腾讯提供游戏视频的解决方案，这些都是借助于本公司在特定领域深耕而获得的经验而发展的，客户的信任感和交付后的稳定性实际性能也很大程度上取决于此
- **赋能化**：在研究两家提供服务的实际客户案例时，厂商对客户的赋能是另一项突出的业务特点。所谓赋能，就是指厂商不仅仅提供基础设施、核心技术、解决方案等等，还输出本公司在做业务的价值观、方法论以及组织架构方法。这也是保证交付服务稳定的一个重要条件，让客户学会服务厂商的业务方法，才能保证解决方案和产品长久并持续地发挥作用

产品和解决方案设计特点

通过对产品/解决方案的分类观察，我们也可以看到一些云服务厂商设计产品和解决方案的思路特点：

- **根据场景设计**：针对场景设计，这样才能抽象出实用度和使用频率最高的方案，这样设计出的产品对客户也才有最大化的价值
- **打包化**：即把基础的IaaS、PaaS、SaaS等基础的一系列产品和解决方案结合在一起，打包形成一套完整成型的解决方案，这也是应对场景和行业的一种手段，这种设计方式提供了成套方法，具有较好的效果
- **层次化**：两家厂商在设计产品和解决方案都注意到了层次差异化，提供的服务既可以是非常原始的服务器、硬件层次，让技术积累和开发实力比较深的企业客户有比较大的可定制性。也可以是智能推荐、人工智能应用接口、BI应用等高层次的类SaaS服务，摒除底层技术细节直接使用，降低门槛以适应需要

重要条件

通过对云服务业务特点的把控，我们可以看到一些在提供云服务过程中至关重要的条件，正是做到了这些点，让成功的服务厂商得以成功：

- **技术积累**：技术积累自然不必过多解释，技术积累往往是云计算服务厂商最重要的底层实力，业界领先的云计算厂商都有深厚的技术积累
- **客户认知**：主要涉及客户企业中领导层到执行层的认知，这点是比较需要担心的条件。在研究两家厂商的行业案例时，会发现在提供服务的过程中也触及到了抵触和缺乏意识的人群，如何矫正这些人群的认知，也是云服务业务和产业互联网智能化中需要解决的重要问题。例如现在较多传统行业

的从业人员并未有数据驱动和迭代意识。而没有这种意识支撑，很多云服务智能化技术所带来的益处他们无从感知，因此客户的认知是一个重要条件

- **政策及法律法规：**任何产业的良好规范发展都一定离不开政策和相关法律法规的支持和保障，目前国家已经响应了“**新基建**”的发展方向，这是产业互联网的重大助力。但这只是第一步，随着智能化的逐步深入，必然会遇到越来越多的问题，也会对政策法规的要求越来越高。因此云计算服务厂商必须对政策和法律法规做高度关注，这也是发展业务的重要因素
- **硬件：**硬件水平需达到一定程度，产业互联网智能化与传统互联网智能化很大差异的地方就在于软硬件的差异。在**2C**互联网中，硬件的要求并不高。而在云服务和产业互联网的时代，要想将云服务的作用完全落地发挥作用，必须有足够丰富和强大的硬件技术（芯片、传感器等）做相应支撑，云服务才能发挥出最大的作用

所遇阻碍

通过对行业案例的观察，我们发现云服务厂商的业务在先进以及之后的发展中，可能遇到的较大阻碍有：

- **与行业断层：**在前面的部分，我们提到了云服务必须做行业化的定制是较为关键的。而互联网人和传统产业人往往存在较大的代沟，大部分互联网人对所涉及到的行业并不熟悉，因此这将会是一大阻力
- **商业模式创新：**国内外云服务厂商的商业化也正在尝试更多新的形式，新产品新技术不断出现，但是尚未出现比较新颖和革命性的商业模式，业务模式商业模式的创新也是云服务行业在发展过程中可能遇到的问题

云服务生态发展

作为大规模的云服务厂商，不能仅仅局限于提供产品/解决方案来牟取利润，同时也应当建立起云服务生态，和不同的合作伙伴共赢，产生 $1 + 1 > 2$ 的效应

云社区：技术生态

最重要的生态组成部分首先是社区，一个容纳了各种不同角色的社区，两者都建立了这种社区：阿里的云栖社区和腾讯云加社区

通过社区，云计算服务厂商能够获得更多的长期利益，并且能更好地去影响整个云服务行业，其中社区带来的优势主要包括：

- **技术氛围&内容化**：建立良好的技术氛围，促进开发者相互交流，产生并积累大量UGC的内容，这些UGC内容将进一步成为吸纳更多客户的重要资源（一些技术及科普类文章会被输出到知乎、微信公众号这些外部媒体平台中吸引更多潜在客户），并且还能免去许多客服的支持性工作（开发者在社区搜搜，就能找到有人遇到过同样的问题的案例）
- **反馈&问题解决**：社区内产生的大量UGC内容和开发者的活跃常驻能够辅助客户解决问题，并且官方和云服务的开发团队都在这个社区里与客户进行良性互动，很好地保证了服务质量，也增强了客户使用云服务的体验
- **增加平台活跃度**：社区能与其他许多机构做联动，发起各种各样的活动吸引社区内的成员参加，极大地增强了整个云平台的活跃性，对平台的运营起到了关键作用，并且能够不断吸纳新的开发者和客户加入云服务社区

阿里云大学和腾讯云大学

阿里云大学和腾讯云大学主要提供有关云服务的教学和培训，企业可以把员工送到这里培训以提升公司的云治理水平。这里算是平台的经验输出地，这种教学平台一方面服务企业创收收入，一方面培养出更多自己生态背景的云技术从业者，变相地促进生态发展。

并且这里还可以稳固地向云社区导入更多用户，是非常有价值的平台，云服务厂商能够依托这个平台保证生态下不断有新新鲜血液加入。

整个云服务行业也同样需要这样的平台来为整个行业培养新鲜血液

其他生态

腾讯云

- 云+校园

- 云+创业
- 云+公益
- 腾讯数字生态大会

阿里云

- 云市场计划
- 云安全合作计划
- 等等

其他的生态部分也有利于云服务厂商本身的发展，包括和学校的对接，和云行业创业者、新型公司的对接，和服务企业的合作对接等等，云生态的建立不断地将云行业本身地影响力辐射到整个社会的范围。推动整个社会对云服务行业更新认知，获得心理接受，真正让云计算落地成为和水、电、网络一样的公共资源

国内外云服务厂商对比

国外的AWS和Azure是体量非常大的云计算厂商。这里简单描述下AWS和Azure的基本业务情况，然后同国内的两家头部云服务厂商进行对比，对世界云计算行业做一个简单的了解，以期获得一些有意义的结论

- **AWS：**亚马逊云，全球云计算行业中市场占比最大的云服务厂商，云计算先驱。目前AWS不论是行业内的声誉、服务质量、产品创新还是技术上都是业内第一的水平，并且目前看不到明显的衰退迹象。**AWS**拥有坚实的IaaS产品实力和异常牢固的开发者和生态系统。**AWS**同时也涉足一些国内市场，不过由于一定的文化差异还是导致与阿里和腾讯的竞争中还是略显颓势，因为毕竟本土企业服务本土客户更有优势。在最新的发展方向中，人工智能是其增长关键
- **Azure：**微软云，做操作系统起家的微软拥有丰富的面向企业服务的经验。并且**Azure**是微软积极转型云计算业务的成果，这样的转型，也让微软在下一个时代延续了辉煌。微软云也是市场占有率较高、声誉较好的云计算厂商。微软云最大的优势除了面向企业客户服务的2B经验，还有自家的.NET和操作系统生态，并由于原本就是传统IT技术公司，所以相应的技术积累会比新兴的互联网公司深厚，这也成了他进军云市场的有力条件。第三个原因是微软的资金实力比较雄厚，这让它能够建造更多数据中心和基础设施。国内市场方面，**Azure**的处境和AWS有些相似，因为非本土市场的缘故导致与腾讯云阿里云两家的竞争中略有劣势。目前**Azure**的发力方向主要是专注于云计算在医疗、零售和金融服务等垂直领域的应用，这个方向正是目前云计算做的行业化toB服务主体

总的来讲，这两家国外的云服务的实力都很强，世界范围内还有诸如Google云等其他较为出名的云计算厂商。但是我不认为这些国外的云计算厂商能在本土击败本土的云计算厂商，原因还是在于他们对于国内客户的理解不够深、他们自身的服务体系不够兼容国内以及相关政策法规对外部企业的限制等等。同样的，国内云计算厂商业务出海同样会遇到这些问题。

再次观察国内的两家云计算厂商，他们都有着有较为坚实的技术积累，并且自研了云架构确保竞争力，保证产业的核心技术自我把控，是摆脱外部制约的关键条件。并且有着国内互联网业务多年来积累的经验，我认为他们有足够的实力将业务拓展到海外去。

显而易见的，国内的云计算厂商和国外的云计算厂商在全球市场上的竞争是可以预见的。而竞争的结果，则取决于云计算行业内的各家厂商的技术、产品、服务和销售能力的综合。国内云计算厂商拓展国外业务，必然要全面了解外国企业客户的需求和诉求，针对化地设计产品和解决方案，运用恰当的营销和销售手段，积极争取市场份额。国内的云计算厂商，必须要针对性地对外部云计算厂商的业务模式和体系加以研究，学习国外云服务厂商先进的经验和方法，为出海做出准备。