

惨烈！京东和阿里掐起来了

作者 | 燕大

开工没两天，车企头部比亚迪直接掀桌子打响汽车降价大作战，全网喊话雷布斯“赶紧降xiang了”，对此我只想问一句“Are you ok?”。

车圈降价热乎劲还没过，昨天阿里云举办2024年战略发布会，宣布全线下调云产品官方售价，平均降幅超过20%，最高降幅达55%，立刻执行。

上次阿里云崩了的时候，淘宝、钉钉、咸鱼、盒马、饿了么等这些常见的APP均受影响宕机，关注度较少的应用和场景则更多，包括金融、媒体、政务云、安全、企业等等，云业务遍及全世界。

所以，单从阿里云业务覆盖的场景和范围也能感受到，平均降幅20%最高降幅55%的力度有多大。

再从收入上看，去年阿里第三季度，云智能板块营收276亿、息税前利润14.1亿，第四季度，阿里云营收280.66亿，调整后息税前利润达23.64亿。

现在将阿里云全线云产品售价平均降20%，短期内可能连利润都不要了，明显在下一盘大棋，而这波价格战也绝对是核弹级别的。

现在阿里史上力度最大的一次降价，涉及100多款产品、500多个产品规格，覆盖计算、存储、数据库等所有核心产品。

目的不是短期市场竞争，而是降低中小企业使用门槛，加速公共云在国内市场的渗透。

作为一个IT小白，在燕大看来，这说白了其实是给客户让利抢占市场，瞄准的是传统企业、中小企业群体，降价吸引客户、培养成熟客户、营造长期稳定供需生态。

反过来说，阿里云核心产品价格很可能击穿全网最低价，吸引的又是中小企业客户，那么谁是最大的竞争对手？

根本不用猜，因为阿里云当天宣布史上最大力度降价之后，京东云赶在3月1号凌晨前一分钟喊话。

直接VS，称“随便降，比到底！我们继续全网比价！击穿低价！再低10%！”并承诺“买贵就赔”。

图片里的说明更有意思，产品范围是京东云全系核心产品继续参与全网比价，包含计算、存储、网络等产品，可满足客户上云、用云全链条服务需求；

除此之外还来了个比价对象——针对特定云服务商。同样立即生效。“针对特定云服务商”，针对的谁？阿里云表示，直接把我名字写上去得了呗。

京东云的应对方式很直接，一是经过全网比价，对标产品最低成交价，再优惠10%；二是如果用户买贵，京东云直发代金券，有效期长达一年；新折扣次日生效。

不知各位瓜众怎么看，反正我是看到这两位“学习拼多多、成为拼多多”的精华部分发扬光大，在保障服务品质的前提下，两个字——就是比你便宜！

两虎相争必有一伤，不到最后难说谁胜谁负，亦或是握手言和的平局。

但说实话，阿里的优势相对来说更大些，因为阿里云是中国唯一自研云计算操作系统的企业，在十几年前就开始持续投入软硬件研发，规模上是亚太规模第一、全球第三的云厂商。

也因此它的算力成本要低于多数竞争对手，成为国内唯一实现盈利的云厂商。

就像车圈的特斯拉、比亚迪一样，他们在前期经过较长时间投入研发，成本已然摊薄，利润率就高，有这个底气降价，但其他还在亏损的车企面对降价竞争就得咬牙硬扛。

这大概也能理解为什么京东云选择的应对措施是“对标全网最低成交价再优惠10%”的策略了。

因为面对比自己牛还比自己努力的竞争对手，想要留住客户、吸引客户、占据市场，除了降的更猛、力度更大，别无他法。

而且这种市场竞争是良性的，已告别扎堆传统行业的一亩三分地，

上升到另一个层面，涉及到AI，涉及到算力，涉及到存储等等。
也只有在科技领域充分竞争，才能衍生出更强劲更领先的企业，甚至出现划时代的技术。

- End -

位卑未敢忘忧国！



@关注和转发，就是最大的支持@

为防失联，请添加作者微信：

Y2023-2053