



# 调研报告

## 中国公有云的市场趋势摘要

作者：王丛 中桥调研咨询总经理兼首席分析师  
马艳 中桥调研咨询调研分析师

日期：2014年9月





## 目录

前言 .....	3
中国市场对公有云的接受度 .....	3
国内外公有云的区别 .....	3
中国市场的云服务品牌 .....	4
公有云的服务形式 .....	6
结论 .....	6

所有商标和公司名称是其各自公司的财产。本出版物中包含的信息是由Sino-Bridges Research and Consulting Ltd.认为可靠的来源提供的，但Sino-Bridges不保证其可靠性。本出版物可能包含Sino-Bridges的观点，这些观点随时间可能会有所改变。本出版物的版权归Sino-Bridges所有。未经Sino-Bridges的明确许可，不得对本出版物的整体或部分以硬拷贝方式、电子方式或其他方式进行复制或将其分发给无权接收它的人，否则都将引起民事损害诉讼，乃至刑事诉讼。本白皮书由戴尔赞助，并与中桥国际调研咨询共同拥有版权。联系方式：8610 85655510或contact@sino-bridges.com。

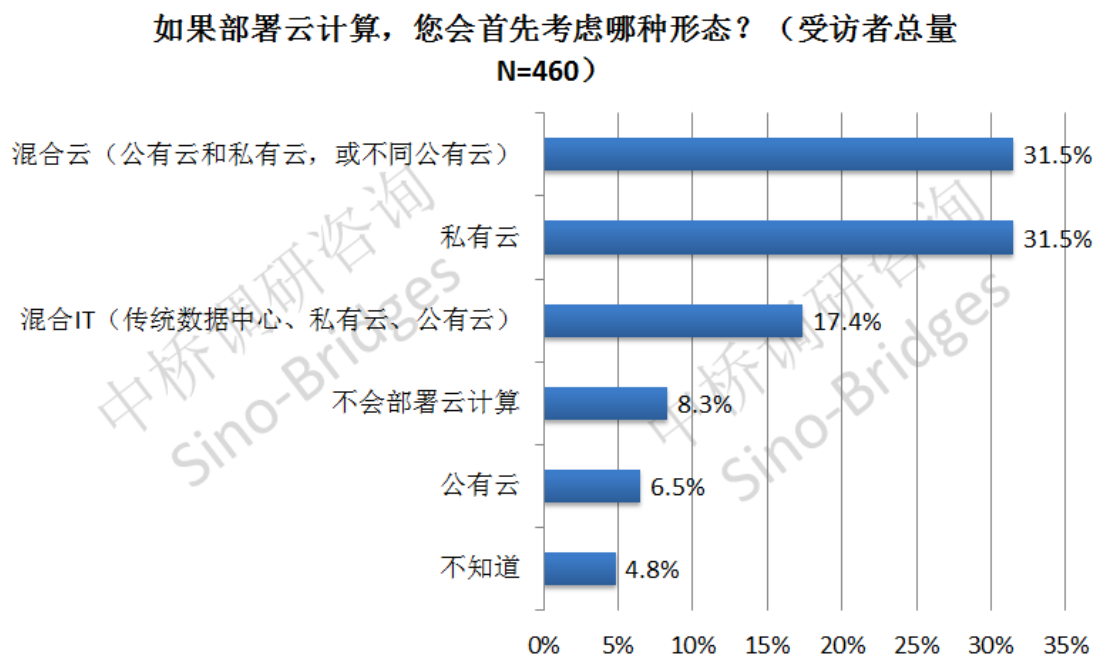
## 前言

T3平台（云计算和移动互联）的兴起，使得传统数据中心越来越难以满足企业的业务需求，这推动着云计算成为企业的投资重点。中桥曾于2014年6月就中国云计算的市场和技术趋势，对480名来自中国大型企业级和中小企业的IT管理者和负责人进行了调研。结果显示，云计算已经成为企业级用户在未来12个月内的第一大IT投资重点（参见中桥调研报告《中国云计算市场趋势》）。云计算让企业级用户实现从IT架构管理到IT服务自动化交付，实现IT根据业务需求，近实时/实时提供QoS。同时，让IT服务使用者实现IT服务自我选择和管理，并通过IT服务绩效，最大化IT资源使用管理效率。

## 中国市场对公有云的接受度

在云计算的快速发展过程中，就部署形式来看，中国市场以私有云和混合云为主导，而公有云比较滞后。从具体数据来看，63%的受访者会首先考虑部署混合云（公有云和私有云）或者私有云，其中私有云和混合云选择比例各占31.5%，而公有云的部署比例仅为6.5%。然而，从IT规划和运维成本层面而言，公有云略占优势，但是从安全战略层面而言，私有云给企业更好的可控性。因此，为了更好的将两种云的优势集中起来，企业在考虑云计算的方式时，通过公有云和私有云相结合的混合云来实现数据安全和减少IT开支并举。

图1. 云计算部署形式选择



来源：中桥国际调研咨询的调查报告

## 国内外公有云的区别

相对欧美市场29%的受访企业采用公有云，中国市场目前采用公有云的比例仅为6.5%。这表明中国公有云尚处于建设阶段，而欧美市场已经进入了公有云服务使用和选择阶段。

公有云的使用市场，如美国，在定义公有云时，往往从IT资源和服务的选择角度出发。而对于还处于云计算建设阶段的中国企业而言，在判断到底是公有云还是私有云时，则往往以云计算的服务对象来进行界定。这就导致了目前中国市场与欧美市场在云计算概念上的较大差异，也使得欧美市场所定义的“公有

云”、“混合云”，与中国用户的理解 and 需求也存在很大距离。所以从欧美市场照搬过来的云计算的概念和模式，并不能够与中国市场契合，也就不能满足中国用户的需求。

中国政府“十二五规划”将云计算发展提升到新的高度。政府公务云的逐渐落地，也逐步将中国公有云带入切实应用的阶段。相对于欧美市场，中国公有云的建设规模远胜于前者，并且中国云计算的规划是立足于成为东南亚甚至是全球云计算服务的供应商。从某种角度而言，中国云计算是一种短、平、快的发展态势，虽然起步晚，但是起点高，这使得欧美市场的云计算建设模式并不适合于中国市场，因此中国市场的云计算建设缺乏参考依据和参考实例。

再从企业级云计算的规划来看，移动互联成为了主要市场驱动力，这使得传统的T2架构在云计算的建设上捉襟见肘。中桥的调研结果也表明，大部分企业倾向于在现有数据中心之外，独立建“云”（参见中桥调研报告《中国云计算市场趋势》）。同时，云计算部署往往针对某一个或几个非传统应用，满足部门业务需求、应用云化或移动应用的部署需求。这种针对新兴工作负载的架构和IT管理流程与传统应用有很大差异。这样的一种状态再结合调查和深访，中桥相信在未来3-5年，中国企业级用户会持续在一个高度混合的IT环境运行：传统数据中心相对独立，云计算相对隔离。

## 中国市场的云服务品牌

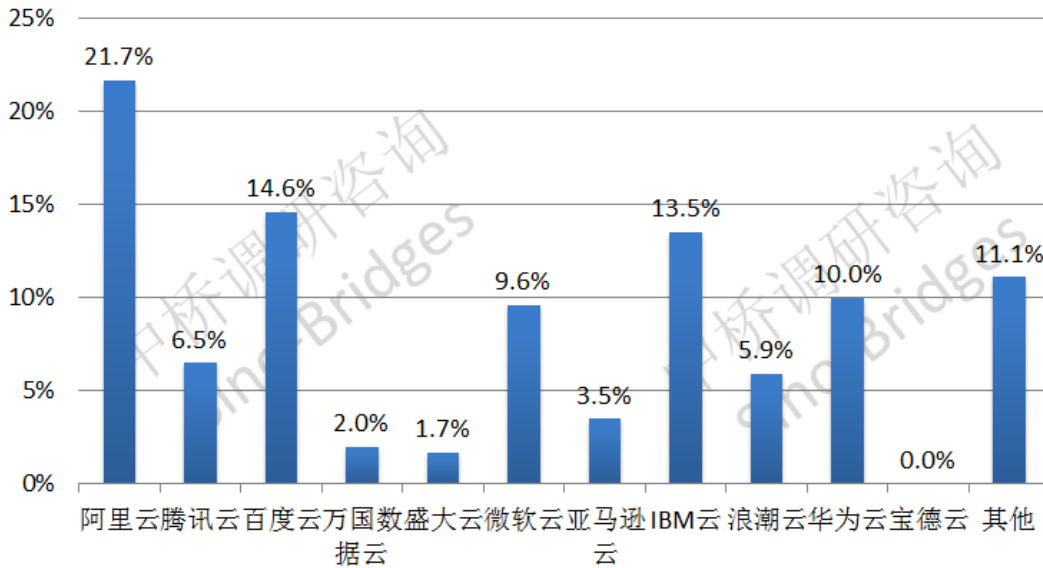
目前纵观整个中国云计算市场，可以看到中国正处于一种“百花齐放”的状态。传统的IT运营商，如IBM、微软、戴尔、惠普，在快速向云计算服务商进行转变，并且将公有云服务置于战略地位，在全球范围内纷纷推出公有云平台和服务；同时新生力量在不断加入这一战场，如阿里云、百度云，将传统的互联网作为基础平台，正成为新的云计算供应商。

就中国市场上存在的众多公有云品牌，用户会比较青睐哪种呢？中桥的调研数据显示，21.7%的受访者选择了阿里云，其次分别为百度云（14.6%）、IBM云（13.5%）、华为云（10.0%）。相对于传统企业级IT架构的搭建，云计算是将服务交付作为价值和用户体验。从中国公有云的发展路线来看，阿里、百度和亚马逊有所相似，都是借助以太网作为技术支撑，提供在线销售和在线服务平台。这种以服务为导向的公司文化，更有利于他们精准定位用户需求，为用户提供满意的服务。这也是阿里云得到用户快速认可的原因。

同时这一结果与阿里云在中国云服务市场的战略也有着密切关联。一直以来，阿里云在中国云服务市场有着明确优势，一直处于领军定位。目前阿里云计算已经历了近5年研发和3年的商业化运营，拥有5个数据中心。阿里云的“飞天”大规模分布式计算系统，成为单集群规模达5000台服务器的通用计算平台。这使得阿里云能够有足够的优势为中国用户提供个性化服务。我们在对用户的深访中也了解到，企业用户已经纷纷开始考虑云服务，且首选是阿里云。

图2. 云计算服务品牌选择

贵公司会考虑下面哪种云计算服务？（受访者总量N=460）

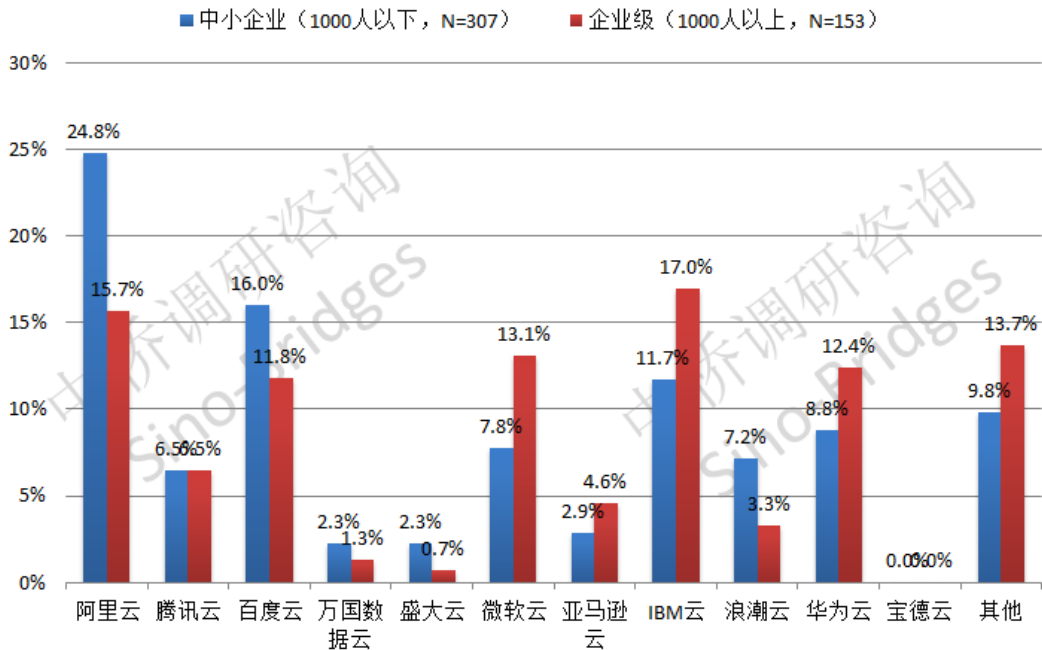


来源：中桥国际调研咨询的调查报告

而从企业规模来看，中小企业更倾向于阿里云（24.8%）和百度云（16.0%），企业级用户更青睐于IBM云（17.0%）和阿里云（15.7%）。

图3. 不同企业规模对云计算服务品牌的倾向

贵公司会考虑下面哪个品牌云计算服务？（受访者总量N=460）



来源：中桥国际调研咨询的调查报告

从目前国内公有云市场的现状来看，国外厂商力图用本土化策略，积极与合作伙伴创建生态圈来打开中国市场。它们在基础设施和技术领域拥有很大的优势，但中国本土的公有云服务早已不是刚刚起步，中

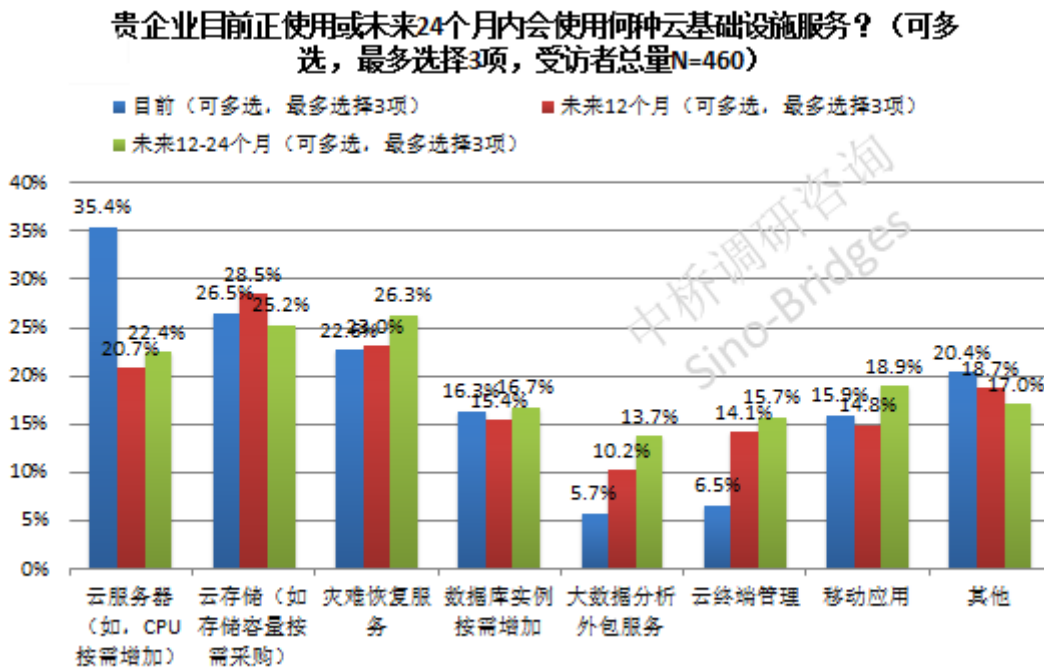
国的云计算用户正逐步拥有自己的认知与习惯。国外云服务产品能否在中国市场提供更有针对性、更具层次性与多样性的服务，是确定它们是否能在中国市场尽快扎根，并借助自己品牌与产品实力迅速拓展市场的关键因素。而国内的云服务提供商在对本土客户的需求认知、价格与细分市场等方面有着先天性的优势。它们可以细分用户、拓展海外业务等方式来弥补自己的短板。

中桥认为，随着IBM、亚马逊、微软对中国云计算市场的大力介入，将加速云计算业务模式的成熟，以及服务水平和安全性的提升，包括加大对混合云战略的接受度。同时，中国政府对云计算的推进，将公有云作为IT服务交付，更是一种新的服务业务。AWS所提供的是大而全的公有云服务，其服务产品丰富。而国内的云服务提供商，包括阿里、腾讯，则通过为中国用户提供定制的云计算服务，充分发挥中国经济规模，更进一步推动中国市场云计算的发展。

## 公有云的服务形式

欧美市场的云计算服务种类齐全，选择多样化，且可以为用户提供细粒度的服务，便于用户自我管理。中桥调研显示，目前，基于服务模式和用户接受程度，相对于含金量较高的PaaS（平台即服务）和SaaS（软件即服务），中国市场主要还是基于IT基础设施来提供云服务，即IaaS（基础设施即服务）。且在未来2年内，IaaS服务侧重于云服务器、云存储、灾难恢复服务。

图4. 云基础设施服务选择



来源：中桥国际调研咨询的调查报告

## 结论

随着国际巨头亚马逊、IBM、微软等进入中国云计算市场，和中国本土阿里、百度、腾讯等对云计算市场的大力投入，以及政府政策的支撑，中国云计算市场将得到快速发展。

从云计算部署方式来看，目前，中国用户更倾向于考虑私有云和混合云的部署，对公有云的接受度较低。中桥预计，随着更多国际云计算服务商进入中国市场，会推动中国公有云业务模式的成熟，加强市

场信心。国内云计算的大规模投入，将加快中国公有云市场在业务模型、精细化服务和经济性的认同，带动公有云和混合云在中国市场的快速增长。

在公有云品牌认知度上，阿里云位列榜首，这充分体现出阿里云在服务多样化和服务的量身定制方面的优势。而从云服务的类型来看，可以看到，目前中国市场还是以IaaS服务为主，且更侧重于云服务器、云存储、灾难恢复服务。

从未来的IT走势来看，中桥认为，中国市场未来3-5年将持续以混合IT为主。对于企业级用户而言，公有云只是其IT资源的一种补充，而中小企业则将公有云作为主要的IT资源来使用，甚至有些IT厂商将公有云作为测试、开发环境的资源来使用，以降低传统测试开发的相关开支。公有云作为核心的应用服务还有相当长一段路要走。

从目前“百花齐放”的企业云建设来看，这会很快导致云孤岛的出现，给企业应用整合带来新的发展瓶颈。因此，不论是公有云还是私有云，只有从战略的眼光来做长远规划，才能避免云时代的瓶颈，走过云孤岛的阵痛。

