

声音

云计算并不是巨头游戏

访鹏博士副总裁李炜

据IDC(互联网数据中心)预计,到2025年,全球整体云计算市场将超过1.3万亿美元,中国也将超过万亿元人民币。虽然云市场规模在与日俱增,但是,云计算领域靠前的位置一直被几个巨头长期占据着,前三位为亚马逊AWS、微软Azure和阿里云,这一排名,六年未发生变化。

做新型数智服务运营商

在过去一年多里,我们从云这个角度把部分云厂商的资源充分地调度、整合,提供融合云在资源交易、交付、运营、管理等方面的服务,用来满足客户的需求。

《中国经营报》:在大家的印象中,鹏博士传统上是运营网络资源的。为什么从2020年9月开始,鹏博士开始尝试向云业务转变,并发布了互联网云计算1.0战略,提出“云+网+MSP服务”?

李炜:在集团内部有个顺口溜,我们叫一张网、有一群人,在管着一片云。鹏博士是中国改革开放后第一批民营高科技互联网运营商,我们在过去几十年经营过程中,在全国200多个城市布下25万公里的光纤网络,可以解决企业最后一公里互联网办公的问题。同时,在全国多个城市拥有IDC机柜的算力,这也是我们花巨资投入的基础架构。在运营这些基础架构的基础上有数千名为之服务的互联网应用工程师。我们要把这些资源充分地利用好。鹏博士在此基础上结合了自主开发的MSP(管理服务提供商)平台,就整合出了我们互联网云计算1.0战略。

在过去一年多里,我们从云这个角度把部分云厂商的资源充分地调度、整合,提供融合云在资源交易、交付、运营、管理等方面的服务,用来满足客户的需求;在数据方面,把算力和数据做了有机整合,把算力云和数据云有机地结合在一起,实现了互通互联;在运营

为中小企业上云“量身裁衣”

以金字塔的架构划分,任何一个细分领域的主流产品,位于金字塔腰部以下的部分是最多的,而鹏博士便是针对此部分的市场进行开发,最顶尖的那一部分鹏博士不做。

《中国经营报》:鹏博士提供的云服务与传统云厂商提供的服务有什么不同?

李炜:根据客户需求进行针对性开发与将现有产品展现给客户,肯定是不一样的。比如说去裁缝店定制衣服和去成衣店购买导购直接向你推荐,肯定是裁缝做得比成衣要好。大部分传统云厂商对于中小客户而言做的是标准化服务,并不会为了一些客户的特点而去更改定制,即便同意去做,费用和时间周期也是客户不能接受的。而鹏博士是用小批量、快节奏的方式来满足中小客户的需求,让他们能够体验最适合他们的产品。

要不断纠偏迭代

如果想反超,那么我们要有新标准,但可能还要花很久的时间。因为软件是用出来的,只有大量的客户在用,不断纠偏、迭代,才有可能出现一个成熟的产品。

《中国经营报》:以前,数据库市场基本被国外公司垄断,最近几年国产数据库逐渐打开市场缺口,鹏博士如何看待数据库市场?

李炜:差距是必然存在的。基础软件最难的不是突破,而是建立生态,国外在这方面遥遥领先,整个生态体系和标准基本是国外建立的。要实现突破,第一是在其原有体系里与其竞争,但那样就会处处受制于人。

第二是国外强行要求在技术上与我们脱钩。其实我们可以参考国外的标准去建我们的生态,这样就会容易一些。看着别人跑和亲自下场跑是不一样的,只有当你亲身实践了,才会知道突破的方向。其实我们应该正视与国外的差距,毕竟他们比我们早跑了40多年,而我们才跑了三五年。

在这场旷日持久的云计算战役中,成立已36年的鹏博士(600804.SH),正在从“传统通信运营商”向“新型数智服务运营商”全面升级,向巨头林立的云计算赛道发起进攻。据2021年半年报,鹏博士上半年智慧云网实现营收10.62亿元,在主营业务收入中占比52%,成为主营业务收入的重要支柱,鹏博士

服务方面,把全国200多个城市串联起来,给大家提供从资源到运维的一站式服务,能够让中小企业无忧上网。

目前,曾经的一张网、一群人、一片云发生了革命性的变化。简单总结三句话,把传统的互联网服务变成了上云的网络服务;把传统的算力数据中心变成了云计算中心;把传统的网络运维工程师变成了专业化的上云服务专家。整个体系实现了升级、完善,能够给客户更为专业的云服务。

《中国经营报》:现在鹏博士将自己定位于新型数智服务运营商,在云计算1.0战略的基础上又发布了2.0和系列鹏云产品,继续深耕云计算业务。鹏博士与头部传统云厂商有什么不同?

李炜:大厂商做的是全方位的战略,鹏博士是有所为,有所不为。事实上,对于绝大部分中小客户来讲,并不需要一个全面的解决方案,而是想要针对性的解决方案。中小客户对某些服务和产品的要求只是“适合”。此外,大厂商的直营团队只服务大客户,对于中小客户的覆盖都是通过合作伙伴来进行的,而合作伙伴良莠不齐。鹏博士和大厂商也

所以鹏博士开发顾问平台,首先第一步做的就是咨询客户需求,找到客户的痛点,向其提供一个量身定制的云解决方案。在这个方案的基础上,再做增删,直到客户满意为止。

《中国经营报》:鹏博士提供的云服务定位是否就是“平民化”的产品?

李炜:不叫作平民化,而是更符合他们的需求,用英文来说是Good Enough(够用)。技术本身是没有选择性的,无非就是供应商在给客户提供过程中,提供何种技术方案,或者一揽子组合里面选择了何种技术路径去为客户解决问题。

我们有机会快速缩短和国外的距离,但如果说实现全面的超越还是很难。现阶段我们做数据库还是摸着石头过河,摸着国外的石头过国外的河。如果想反超,那么我们要有新标准,但可能还要花很久的时间。因为软件是用出来的,只有大量的客户在用,不断纠偏、迭代,才有可能出现一个成熟的产品。

《中国经营报》:据统计,国内企业对于网络安全投资远远不及国外企业,市场上是否存在这种现象?

李炜:我觉得这是一个认知的问题,大家对于整个IT的未来和IT的架构缺乏一个足够的认知。很多企业的最高负责人,对于安全的认知还停留在一个比较初级的概念,或者他认为这是公司信息中心经理应该去思考的问题。而具体

正在以自己的方式打破云计算的“马太效应”。

鹏博士副总裁李炜表示:“云计算市场就像我们吃饭,市场上不可能只允许高档酒楼而不允许家常菜存在,但是我们又像大排档或者街边摊,人的需求是多样化的,所以鹏博士也不可能做到满足



是深度合作关系,和其他合作伙伴相比,在满足客户的能力、服务实施的能力,一站式服务的能力

所有人的需求,我们将业务聚焦在全国4000万~5000万个有数字化、智能需求的中小企业客户身上。”

鹏博士为什么会向云计算方向转型?为什么向中小企业市场发力?又是如何成功切入这块市场的?近日,《中国经营报》记者专访了鹏博士副总裁李炜。

方面有很大优势,这是我们多年做运营商的积累,让我们能更好地理解客户。

一个人工智能的缩写,去帮助企业进行预见性处理和分析问题,中小企业大都有这个需求。

鹏博士曾经服务过一家员工人数约500人的公司,它是全世界研究人的脚掌的非常专业的公司,收集了全世界各个种族、不同肤色、男女老少不同的脚掌,在其中去寻找最适合人不同脚掌的分压,增加模拟的体系,然后卖给鞋厂。这个公司规模不大,但需要大量的数据,这就是鹏博士一个典型的客户。

中国容纳80%就业人口的是中小企业,中小企业是国家技术革命、产业革命的基础,而那些大型企业不是。

进行分析。因为人在做自我解剖,包括企业做自我解剖时往往戴着有色眼镜,不客观。

第二步是我们去寻找想实现的目标是什么?从现在这个阶段到目标实现会面临多大的难关?这个难关能不能迈过去?如果能迈过去的话要分成几步走?需要什么样的边界条件?都要设计好。千万切忌胡子眉毛一把抓,切忌心急。鹏博士做云战略1.0,其实就是我们做完了内部战略的自我分析,我们的优势是有网、有数据中心、有运维人员,但缺乏真正的云数字中心,很多是计算中心。云的技能还停留在对于算力的运维上面,但是我们有人,有这个基础,在这个基础上可以长能力,那我们找一个业界的标杆去学习。

老板秘籍



鹏博士开始尝试向云业务转变?

1

在集团内部有个顺口溜,我们叫一张网、有一群人,在管着一片云。鹏博士是中国改革开放后第一批民营高科技互联网运营商,我们在过去几十年经营过程中,在全国200多个城市布下25万公里的光纤网络,可以解决企业最后一公里互联网办公的问题。在全国多个城市拥有IDC机柜的算力,这也是我们花巨资投入的基础架构。在运营这些基础架构的基础上有数千名互联网应用的工程师。我们要把这些资源充分地利用好。由此,鹏博士在此基础上结合了自主开发的MSP平台,就整合出了我们互联网云计算1.0战略。

在过去一年多里,我们从云这个角度把部分云厂商的资源充分地调度、整合,提供融合云在资源交易、交付、运营、管理等方面的服务,用来满足客户的需求;在数据方面,把算力和数据做了有机整合,把算力云和数据云有机地结合在一起,实现了互通互联;在运营服务方面,把全国200多个城市串联起来,给大家提供从资源到运维的一站式服务,能够让中小企业无忧上网。

目前,曾经的一张网、一群人、一片云发生了革命性的变化。简单总结三句话,把传统的互联网服务变成了上云的网络服务;把传统的算力数据中心变成了云计算中心;把传统的网络运维工程师变成了专业化的上云服务专家。整个体系实现了升级、完善,能够给客户更为专业的云服务。

鹏博士如何看待数据库市场?

2

差距是必然存在的。基础软件最难的不是突破,而是建立生态,国外在这方面遥遥领先,整个生态体系和标准基本是国外建立的。要实现突破,第一是在其原有体系里与其竞争,但那样就会处处受制于人。

第二是国外强行要求在技术上与我们脱钩。其实我们可以参考国外的标准去建我们的生态,这样就会容易一些。看着别人跑和亲自下场跑是不一样的,只有当你亲身实践了,才会知道突破的方向。其实我们应该正视与国外的差距,毕竟他们比我们早跑了40多年,而我们才跑了三五年。

我们有机会快速缩短和国外的距离,但如果说实现全面的超越还是很难。现阶段我们做数据库还是摸着石头过河,摸着国外的石头过国外的河。如果想反超,那么我们要有新标准,但可能还要花很久的时间。因为软件是用出来的,只有大量的客户在用,不断纠偏、迭代,才有可能出现一个成熟的产品。

深度

中小企业“上云”需要“家常菜”

中小企业是国民经济和社会发展的生力军,是建设现代化经济体系、推动经济实现高质量发展的重要基础,是扩大就业、改善民生的重要支撑。但是随着数字化的推进,传统中小企业对线下商业依赖严重,还面临着人工成本高、租金成本高、推广运营困难等问题,导致中小企业发展举步维艰。

而“上云”成为中小企业解决顽疾的重要手段。因此,中小企业上云近几年也一直是被行业关注的重点话题,国家也陆续发布《“十四五”促进中小企业发展规划》《为“专精特新”中小企业办实事清单》等相关政策指引企业上云上平台。

然而,在这场数字经济与数字化实践的浪潮中,中小企业上云并不是一蹴而就的。如何消除“不敢上,不想上,不会上”的顾虑,为其提供定制化的服务,除了政策的鼓励、云服务商以外,第三方服务集成商扮演着至关重要的角色。

对于中小企业而言,需要从自身需求和痛点出发,根据自身的行业特点和业务发展阶段,寻找适合企业自身成熟度及发展战略的解决方案,分阶段、分步骤地推进上云数字化转型项目开发和落地。不过,这个中小企业看似合理的需求,对于将更多精力放在政府及大中型企业客户的第三方服务集成商来说,却并非业务发展的重点。

这种局面正给了诸如鹏博士这种可以提供“家常菜”厂商的机会,能够根据中小企业的特点为其提供定制化的解决方案。

但是,值得注意的是,近日工信部表示,到2022年底,将组织100家以上工业互联网平台和数字化转型服务商为10万家以上中小企业提供数字化转型服务,推动10万家中小企业业务上云。中小企业上云俨然成为云计算领域的又一片蓝海。这个消息表明,如果云计算领域的巨头“转身”,开始战略覆盖中小企业市场,对于像鹏博士这样的“后来者”来说,市场压力一定会增大。所以,鹏博士若想在“蓝海”中更好地遨游,还有很长的一段路要走。

本版文章均由本报记者秦泉采访