

互联网云巨头增速放缓 SaaS生态决胜未来?

本报记者 秦泉 北京报道

近日,调研机构Canalys发布的2022年第一季度中国云计算市场报告显示,中国云市场整体保持高速增长,2022年Q1中国云市场总体规模达到73亿美元,同比增长21%。在市场份额方面,由阿里云、华为云、腾讯云和百度智能云组成的“中国四朵云”市场份额合计占比达到78.8%。然而,相对于在市场规模上

增速放缓

国内互联网行业因整个行业的流量和用户时长见顶,各大云厂商的营收增速也在随之放缓。

日前,阿里公布2022年第四季度及2022财年业绩。其中,阿里云EBITA利润(息税前利润)从2021财年的亏损22.51亿元改善为2022财年的盈利11.46亿元,值得注意的是,这是阿里云成立13年来首次年度盈利。

不过,2022财年,阿里云收入相比2021财年同比增长23%,增速有所放缓。其2021财年,来自云计算业务的收入同比增长50%。而这种增速的放缓在阿里云已经持续了快一年的时间。阿里巴巴新财年从4月1日开始计算,过去一个财年,阿里云各季度收入分别为160.51亿元、200.07亿元、195.39亿元、189.71亿元,同比增速分别为29%、33%、20%、12%。

不仅仅是阿里云,腾讯云也是如此。目前腾讯不再单独公布腾讯云的收入,而是将其纳入到金融科技和企业服务的业务范畴内。腾讯财报显示,其2022年一季度金融科技与云整体收入428亿元,同比增长10%,低于市场15%~20%的增速预期。同期,百度智能云业务营收达39亿元,同比增长45%,相比前几个季度均超50%的高增速也有下降。

国内云市场相对疲软,反观国际市场,今年一季度亚马逊等几大国际云巨头的增速却很亮眼。亚马逊云科技(AWS)在今年一季度增长非常亮眼,营收增长37%达184亿美元,占亚马逊总收入的16%左右。同时,作为最早实现盈利的云巨头,其净利润同比增长近57%,达65.2亿美元。

阿里云在财报中表示,2022财年的收入同比增长放缓,主要是由于一位互联网行业头部客户基于非产品相关的原因,逐渐减少使用阿里的海外云服务,以

的较快增长,云巨头在云计算方面收入的增长速度却在放缓。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,得益于前几年互联网行业红利释放,云计算取得了突飞猛进的发展,但随着国内互联网行业的流量和用户时长的见顶,云计算的增速放缓属于正常现象。不过,国内全行业数字化转型的趋势不会变,如何在其中寻找机遇,是各大云厂商面临的考题。

及来自中国互联网行业客户的需求减少所致。

腾讯云也给出了类似的原因,其在财报中解释,收入同比下降是缘于“重新定位了IaaS(基础设施即服务),从单纯追求收入增长到实现健康增长,并主动减少亏损合同”。

业内专家向凯对记者表示,国内互联网行业因整个行业的流量和用户时长见顶,造成行业性的云服务增速下降,各大云厂商的营收增速也在随之放缓。以移动云、联通云等为代表的“国家队”正在加速赶超互联网云大厂,倒逼着各大互联网云厂商对产品及服务做出更为智能化的升级,同时加速布局新生态成为行业未来发展趋势。

不过,在财报发布后的电话会议上,阿里巴巴CEO张勇表示,我们认为这些影响是短期的,尽管国内互联网行业因整个行业的流量和用户时长见顶,造成行业性的云服务增速下降,但其他各产业的数字化进程是高度确定的,云计算大数据服务是每个企业、每个行业完成数字化转型都需要的基础服务。

华为云CEO张平安说道:“云计算本身是高速增长的市场,很多人来追逐风口,但是云计算需要有耐心、有强大的技术、有很大的资本、有长期的积累。除了这些还远远不够,还要俯下身来倾听客户需求。云计算赛道足够宽阔,我们呼吁大家加入云生态里,但是生态有分工,不一定都一窝蜂扎到基础设施即服务当中,基础设施服务其实是个苦差事,大家可以在技术服务、经验即服务等领域中多做点工作,可能就会成为其中的领先者。”

转向突破

在传统赛道“遇困”的各大云厂商不约而同地将触角伸到了PaaS、SaaS领域。今年前4个月国内的SaaS赛道有近百家企业获得融资,总融资金额超过百亿元。

“随着企业数字化转型的持续深耕,各行各业的SaaS(软件即服务)渗透率在逐步增加,未来十年将是SaaS发展的黄金十年。”张平安说道。

一般而言,企业有三种云计算服务模式可以选择:软件即服务(SaaS),这是一个完整的软件应用程序,具有用户界面;平台即服务(PaaS),开发人员可以在其中部署自己的应用程序的平台;基础设施即服务(IaaS),提供机器、存储和网络资源,开发人员可以通过安装自己的操作系统、应用程序和支持资源来管理。从需求的角度来说,SaaS是IaaS、PaaS的需求之源,SaaS生态越繁荣,IaaS、PaaS的需求越大。

据艾瑞咨询研究院估算,从2016年起,中国企业级SaaS市场规模就呈稳步扩张趋势,预计未来三年市场将维持34%的复合增长率持续扩张。而根据产业互联网媒体B2B内参数据,2021年国内SaaS赛道共有268起投融资事件,平均每月22起。2022年前4个月国内的SaaS赛道有近百家企业获得融资,总融资金额超过百亿元。

在传统赛道“遇困”的各大云厂商不约而同地将触角伸到了PaaS、SaaS领域。

“将不再聚焦于规模增长,而是看重企业服务的健康增长,主动缩减亏损业务以求获得更健康的增长。”腾讯在财报中表示,“之后将聚焦于视频云以及网络安全等领域的PaaS解决方案;在通信及协作SaaS方面,腾讯融合打通了企业微信、腾讯会议以及腾讯文档等前端应用。”

“我们关注PaaS跟SaaS的时间蛮长的,甚至可以说是我们做云的第二步。”腾讯高级执行副总裁、云

生态贫瘠

中国SaaS市场发展同样处于较为初级阶段,在全球SaaS市场的占比不到2%,国内SaaS生态建设需要提升造血功能,从“增长快”向“增长健康”转变。

虽然云巨头开始做起了SaaS生意,但是能否在国内相对贫瘠的SaaS生态上实现华丽的转身还需要时间的验证。

有关数据显示,2020年,美国SaaS市场规模为1198.7亿美元,SaaS在美国公有云中的占比高达67.1%。同年,中国SaaS市场规模仅为美国的4.1%,SaaS在中国公有云中的占比仅为25.5%。



全行业数字化转型趋势不变,中国云市场保持高速增长。

视觉中国/图

与智慧产业事业群CEO汤道生在接受采访时表示。

除此之外,在3月份公布的2021年年报中,腾讯方面也曾表示:“通过深化与微信的连接,我们使企业微信具备差异化CRM(客户关系管理)功能。目前,我们优先考虑扩大SaaS的业务规模,而非追求显著的收入(增长)”。

2021年,华为云发布了开天aPaaS(应用程序平台即服务),将自身30多年及全球各行各业的数字化转型经验变成可被调用的服务开放出来,让开发者面向行业创新,不必重复“造轮子”。在“华为伙伴暨开发者大会2022”上,华为

云发布了包括工业、供热、煤矿等在内的5个行业aPaaS服务,旨在加速行业伙伴和开发者进行SaaS构建,让云服务在各行各业中更快地落地生根。

阿里巴巴集团副总裁、钉钉总裁叶军宣布,钉钉产品的logo与品牌主张将全面更新。更为关键的是,钉钉宣布将正式步入商业化,并强调PaaS化的生态战略。

向凯认为,在中国,SaaS在近年来步入发展的快车道,并跻身于最火热的赛道之一。在全球范围内,不管在云计算产业,还是在企业服务市场,SaaS都站上了C位。对比全球SaaS产业历史同期,SaaS

市场渗透率演进路径基本一致,我国SaaS产业发展滞后约5年左右,预计未来5~10年将成为国内SaaS市场发展的关键时期。

赛意产业基金合伙人戴俊杰表示,基于对整个中国软件、整个SaaS土壤的感知,SaaS行业毫无疑问是在不断向上的。主要体现在几个方面:第一,是今天客户对于软件的感知专业度在明显变好。第二,是企业的经营决策者年轻化,他们对于整个企业经营的数字化意识的开放度要更高一些。第三,在过去几年,To B的SaaS创业者的素质有了显著提升,越来越多拥有专业优势的人才正在涌进这个领域。

企业to C跟to B市值的占比基本在50%。美国头部的一些上市公司的市值是超过千亿美元的,有30家企业的市值超过百亿美元,通用型SaaS企业在整个头部的SaaS企业中占了绝对领先的地位。

但同样对比中国SaaS概念股市值的规模,目前相对都较小,即使是头部的SaaS概念股,也多是传统软件企业转型的。

向凯对记者表示,高速增长的客户和营收规模上云厂商沉浸在“跑马圈地”的快感中难以自拔,价格战的“血腥”在行业中广泛蔓延,其后果就是客户质量不高,初始投入与后期产出不对称,难以产生持续效益。中国SaaS市场发展同样处于较为初级阶段,在全球SaaS市场的占比不到2%,国内SaaS生态建设需要提升造血功能,从“增长快”向“增长健康”转变。

上海布局元宇宙等“新赛道” 促进细则6月底公布

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

全面复工复产半个多月的上海,在加快重大产业项目投资落地方面快马加鞭。

在6月16日举行的“2022上海全球投资促进大会暨‘潮涌浦江’投资上海全球分享季启动仪式”上,上海在官宣集中签约、开工一批总投资超7200亿元的重磅项目的同时,还宣布重点切入元宇宙、绿色低碳、智能终端、数字经济四个“新赛道”,并公布了相应的投资促进方案。

据方案预测,到2025年,上海元宇宙产业规模突破3500亿元,智能终端产业规模突破7000亿元,绿色低碳产业规模力争突破5000亿元。不过,《中国经营报》记者从上海经信委方面获悉,上述四个“新赛道”只是提出初步目标和方向,而具体促进细则需等到今年6月底才能向社会公布。

“新赛道”成最大特点

“今年全球投促大会最大的一个特点,就是发布了四个‘新赛道’投资促进方案。”上海市经信委产业处处长徐明表示,从2021年上海便开始谋划元宇宙、绿色低碳、智能终端和数字经济“新赛道”的布局,发布这些方案也是要在这些“新赛道”上率先发力。

记者了解到,在发展数字经济“新赛道”中,方案提出上海要围绕数字新产业、数据新要素、数字新基建、智能新终端等重点领域,深度应用大数据、云计算、物联网、区块链等新技术,推进

带动产业链上下游

在元宇宙赛道,上海还提出要打造10家具有国际竞争力的头部企业、100家掌握核心技术的“专精特新”企业以及50+示范应用场景、100+标杆产品和服务。

对于上海切入元宇宙赛道的方案,亿欧咨询分析师车佳伟表示:“从基本面来看,上海还是想在全国范围内先行示范,无论上海市政府做与不做,元宇宙赛道都是现阶段的一个发展重心。”

车佳伟进一步指出,交互硬件、操作系统、沉浸式内容等,都是

产业数字化和数字产业化,加强数据、技术、企业、空间载体等关键要素的协同联动。到2025年,上海“国际数字之都”形成基本框架体系。

元宇宙是未来虚拟世界与现实社会交互的重要平台,后疫情时代将催生该产业的蓬勃发展。当前,上海拥有海量的数据资源和丰富的应用场景,也是全国“双千兆宽带第一城”。元宇宙促进方案提出,上海要瞄准元宇宙前沿技术、交互终端、数字工具等关键方向,充分激发需求牵引作用,

元宇宙赛道当前阶段的发展重心,上海发布元宇宙赛道的促进方案将推动相关产业更快落地,至于究竟有多大的支持力度和影响,目前还无法准确地判断。

对于智能终端方案中提出的“支持企业在核心芯片、基础软件等一批关键基础技术实现创新突破”这个观点,芯谋研究总监王笑龙深有感触:“到了现在这个时候,我们会发现芯片和终端的关系不再像以前了,现在供应链特别是芯片变得更重要了,这个时

候可以说我们掌握了上游就能够更好地来做下游,以前的逻辑是把下游做好了再往上游做,现在可能反过来了。”

王笑龙表示,做下游应用方案,珠三角更有优势,而上海发展智能终端的优势在于核心芯片设计以及和芯片相关的基础软件开发,芯片做得好的话,也可以基于此去发展终端产品。

“新兴的智能终端产品还没有到完全成熟的时候,那么它的展示度就很重要,上海肯定比广州、深圳等珠三角城市具有更高的展示度,也更加国际化,所以说在这方面,这些新东西在上海开发,率先在上海应用,能够获得更高的展示度和曝光度,这种优势只有北京、上海才有。”王笑龙说。

探索科技首席分析师王树一也认为,只有终端活络,产业链才能活起来,上海在此之前布局了完备的集成电路产业链,如果能和下游应用结合起来的话,就会产生很大的带动作用。

“从传统上来说,上海主要是

拳头产品。

在“新赛道”之外,上海今年还将继续推出特色产业园区,这些特色产业园区将重点聚焦“新赛道”发展载体。

比如,在数字经济领域推出两个特色园区:数智南大(指宝山区数智南大产业园)将依托中软、腾讯等产业集群,重点聚焦发展在线新经济产业,打造数字产业的标杆引领区和数字城市的先行示范区;G60松江信创产业园依托科创走廊优势,建设信创众创空间、双创平台、项目孵化等创新引擎,重点

打造“软件、硬件、生态、服务”四位一体信创产业基地。

元宇宙领域也将推出两个特色园区:漕河泾元创(指徐汇区漕河泾元创未来元宇宙产业创新园)未来依托大院大所、龙头企业以及功能平台优势,重点推动核心技术突破、创新示范加快应用,打造元宇宙产业发展高地;张江数链(指张江元宇宙数链产业基地)则将围绕链接、交互、计算、工具、生态五大板块,重点发展元宇宙技术研发、数据服务、数字创意、赋能应用等重点领域。

同时,在数字经济方面,王树一指出:“从整个产业短期升级来看,只有上海等少数地区适合全面发展数字经济,因为无论是人才、基础建设,还是产业配套,这些城市都很齐全。”他还表示,数字经济的附加值比较高,污染也比较小,符合产业转型升级的方向。