

以前,中国企业出海的“行李”很重,网络基础设施是其中不可或缺的大头。但几年后,这部分负重已被悄悄卸下,帮助他们“轻装上阵”的就是日趋强大的云计算服务。

实力做桨,需求为帆 云计算进入“大航海时代”

本报记者 崔爽

一家位于福建的手游公司开发出一款游戏,长期占据沙特阿拉伯iOS畅销榜榜首位置,但他们却没有在该国派驻一名技术人员。背后的“功臣”是阿里云的全球化基础设施。公司只需在国内申请云计算账号,就可以在海外调用相关的网络资源。

从游戏到金融,再到直播和共享单车,对于日渐壮大的中国企业来说,出海已成为一

以“中国速度”出海

差不多十年前,云计算还是不折不扣的“新鲜玩意儿”。

彼时,亚马逊刚刚推出AWS(Amazon Web Services),开始提供公有云服务,购买此服务的公司可省去巨额的IT硬件投入,获得亚马逊的IT技术支持。

在大洋另一端,阿里巴巴也嗅到这一商机。2009年,时任阿里巴巴集团首席架构师的王坚主导成立阿里云。之后,国内互联网公司巨头、UCLOUD等独立云服务公司相继入局,云服务市场迅速展开。据艾瑞咨询的统计数字,去年我国企业级云服务的总营收约为520.5亿元。未来几年,这一数字将以30%左右的年复合增长率继续攀升。

随着国内云计算企业竞争日趋激烈,领军企业开始积极拓展海外业务,上线海外云计算服务节点,加速推进国际市场布局。中关村云计算产业联盟秘书长刘帅介绍,腾讯云、阿里云等都拥有数十个海外数据中心和数据节点,他们既为海外用户提供云计算、大数据、人工智能

和巨头“硬碰硬”

互联网公司正在成为中国的新名片,随着电商、社交、游戏、直播等行业的全球性崛起,中国云计算服务在海外的布局显得尤为重要。

个不鲜见的选择。以前,他们的“行李”很重,网络基础设施是其中不可或缺的大头。但几年后,这部分负重已被悄悄卸下,帮助他们“轻装上阵”的就是日趋强大的云计算服务。

如今,不只享受云计算服务的企业,云计算公司自身也开始出海,扬帆驶向国际市场。11月22日,国际足联世界杯(FIFA Club World Cup)与阿里宣布达成合作,未来中国云计算技术将应用于该项国际赛事中。

等服务,也为我国互联网、游戏、金融、视频等企业出海助力。

云计算乘风破浪,远渡重洋。阿里云海技术总监王宇德是“踏浪者”中的一员,他说:“我们最早在2014年于香港建立了节点,2015年在新加坡设立海外总部,逐步拓展海外业务。目前,阿里云在美国西部、美国东部、澳大利亚、欧洲、中东等15个地区开放了32个可用区,为全球数十亿用户提供可靠的计算支持。”

2017年2月,Synergy Research Group研究发现,AWS占据了全球云市场40%左右的份额,而微软、Google和IBM共控制了约23%。然而仅5个月,7月数据显示,AWS的市场份额迅速降为34%,其他三家公司的整体份额也在下滑,而来自中国的阿里云则实现了最高增长率。

“世界不是平的”。欧美市场已足够成熟,东南亚和中东区域却存在技术基础设施薄弱和移动互联网需求急速增长的矛盾,对云服务的需求十分迫切。国内企业在云计算出海展现出“中国速度”。刘帅说。

但打铁还需自身硬,出海时更是。走出国门意味着要正面“迎战”亚马逊AWS、微软Azure等市场巨头。要想如愿“分蛋糕”,硬实力是底气。

去年,我国的云计算骨干企业均实现收入翻番。刘帅直言,营收之外,产业结构的优化、产业链条的完整、关键技术节点的突破才是制胜法宝,让云计算企业漂洋过海的“翅膀更硬”。

“国内主要云计算企业已在大规模并发处理、海量数据存储、数据中心节能等关键领域取得突破,部分指标达到了国际先进水平。”刘帅说。

“技术和产品是关键。只要有自主知识产权就会有核心竞争力,自然会被当地的客户和市场认可。”王宇德表示。他分享了一个有趣的细节:在刚刚拓展国际市场时,很多海外市场的用户是第一次看到有中国人来谈非劳动密集型产业的出口——他们惊讶地发现,中国人这回不谈价格优势,而是谈高技术。

相较于国内日趋激烈的云计算竞争环境,海外很多地方还处在云计算发展的空白阶段,市场潜力巨大,这也是国内云计算出海的首要动力。

“海外市场的需求是他们出海的主要原因。”艾瑞分析师王成峰认为,国内云计算厂商

出海中企“抱团”前行

在全球化的云计算基础设施布局之下,中国企业可以使用“中国云”来支撑全球业务发展,不需要再多做一次“跳转”。时至今日,阿里云已带动超过十万家中国企业规模化出海,未来三年内生态规模预计将达到上万亿人民币。

在云服务的基础上,不少中国企业甚至不需要向海外目标市场派驻技术和运营维护人员,就能迅速扩展海外业务。“从本质上来说,云计算企业提供的服务也是共享经济的一种,接入的用户可随时随地共享设施和服务,便捷高效。”刘帅表示。这种云服务的“共享”大量节约了出海企业的时间和成本。据王宇德介绍:“阿里云全球化的基础设施布局为中国企业规模化出海提供了平台和技术,后者坐镇国内就能在海外开疆扩土。”

和其他出海的中国企业一样,“中国云”出

海的第一步其实就归功于国内移动应用的出海(尤其是游戏和直播这类依赖云计算的业务)。为了争取这些出海的国内客户以及更好地服务已有客户,很多国内云计算厂商一早就开始布局国际数据节点。现在开拓海外业务一方面当然是对这些节点的进一步开发利用,另一方面也是他们本土化运营的必然结果。

但与巨头“共舞”也颇为不易。谈及面临的阻碍,王成峰坦言:“首当其冲的就是品牌认知度问题。在云计算行业,品牌的认知度是影响企业决策的重要因素之一。其次是海外的云服务产品部署还没有国内这么完备,有些国内有的国外没有。第三是整个生态体系和合作伙伴体系还有待完善。最后是受到语言、文化等因素的限制,服务海外客户的质量可能打折扣,需要企业解决服务的本土化问题。”

但他也表示,机会当然存在:国内的头部云计算厂商在技术能力上不输国际厂商,在人工智能等前沿技术上甚至处于领先地位。

“我们是全球范围内最早将人工智能技术带入产业实践的。”王宇德信心满满。

海也要应对政策法规、本地化服务等不少“风浪”。在此过程中,需要闯过的不只有技术关,更有信任关。“要改变海外市场对中国整体技术实力的刻板认知,同时变革传统的‘把东西卖到国外’的思路,融入每个本地市场,用‘Global+Local’的产品和技术做好服务。”王宇德说。

云计算是互联网时代最重要的基础设施,它提供了海量数据存储以及强大的计算处理能力,是未来世界的“水”和“电”。

“中国云计算的‘大航海时代’已经到来。这种主动出击的方式,除了宣告自己有能力与AWS等云计算巨头短兵相接之外,更多的是展示我国云计算技术的成熟。在腾讯云、阿里云等云服务商的差异化运营下,未来中国极有可能获得‘弯道超车’的机会。”刘帅说。

IT辣评

点评人:本报记者 王小龙

阿里巴巴入股高鑫零售 新零售时代说来就来



11月20日,阿里巴巴集团、Auchan Retail S.A.(欧尚零售)、润泰集团宣布达成新零售战略合作。根据战略协议,阿里巴巴集团将投入约224亿港元(约28.8亿美元),直接和间接持有高鑫零售36.16%的股份。高鑫零售是中国规模最大及发展最快的大卖场运营商,欧尚、大润发两大品牌在全国29个省、市、自治区共运营446家大卖场。2016年营收超1000亿元,市场份额多年保持国内零售业第一。

点评:去年谈新零售,很多人还在说线上如何、线下如何。而今年区别就没那么明显了。一个新词“新零售”统一了一切。随着移动互联网兴起,消费者的需求发生了巨大的变化,线上、线下的界限日渐模糊。以高鑫零售为代表的高超大卖场在传统商业中向来被视为桥头堡和风向标。此次与阿里巴巴的合作可被看作是一个标志,从此线上、线下将融为一体,虚拟经济和实体经济将很难区分。新零售时代说来就来。

微博改版惹众怒 业绩好也得听听用户意见



微博总是话题不断。最近有179万微博粉丝的和菜头撰文表示,其已卸载微博官方客户端。和菜头在文中表示,微博新版的菜单栏较旧版改动太大,它把转发和评论放在同一页。所有评论被合并起来,只显示头条而非具体内容。通知栏除了添麻烦外,没有任何好处。新浪微博CEO王高飞14日发微博进行了回应,却招致更强烈的反对声。

点评:新浪微博早已不是当年那个新浪微博,但要八卦和突发新闻还是离不开它。在公共事件的传播上,微博的影响力甚至还有持续增强的趋势。财报能说明一切。新浪微博2017年第三季度财报显示,该季度微博月活跃用户数达3.76亿,其中移动端活跃用户占整体活跃用户比例超90%。成绩很优秀。但广告越来越多、客户端越来越难用却让用户尤其是老用户怨声载道。我们明白,微博也有苦衷,每次改版都在为商业化铺路。但用户是基础,用户体验才是王道,这一点任何时候都不会变。用户的意见,微博还是要听一听。

“享换机”获亿元融资 手机租赁风口或将至



11月17日,爱回收旗下信用租机平台“享换机”宣布已完成1.1亿元的天使轮和A轮融资,由华盖资本领投,清新浪本等投资方跟投。据悉,本次融资将主要用于打造线上、线下消费场景,在扩大销售渠道的同时,提升消费者的使用体验。

点评:“手机一年一换,买完新手机还要想办法处理旧手机,真是麻烦。要是能租就好了,不想用了随时换。”相信不少人都有过这样的想法。正是看到了这一市场痛点,年内涌现出不少手机租赁平台。有报道称,苹果手机平均迭代周期为15个月,安卓手机为12个月。在人手一部智能手机的年代,手机租赁、维修、回收及二手手机出售业务的市场前景极为可观。目前,依托芝麻信用和蚂蚁花呗、网商银行等渠道已解决了此类业务在消费者一端的难点。接下来,如何妥善解决信息安全和个人隐私的保护问题将成为该行业面临的最后一道关卡。

(本版图片除标注外来源于网络)

5G商用,中国明年尝鲜

力争在2020年实现5G大规模商用,开启万物互联新时代

行业观察

吴燕婷

万众憧憬的5G时代,正向我们走来。记者从正在举行的第十九届高交会了解到,我国三大通信运营商将于2018年迈出5G商用第一步,并力争在2020年实现5G的大规模商用。



5G是怎样的5G?

从1G到4G,主要解决的是人与人之间的沟通问题,而即将到来的5G要解决的是人与人之外的人与物、物与物之间的沟通问题,即达到万物互联。

“4G改变生活,5G改变社会。”中国移动研究院无线与终端技术研究所所长丁海煜称,5G是一个全新的通信技术,这种通信技术未来将跟人工智能、大数据紧密结合,会开启一个万物互联的全新时代。

记者了解到,5G具有高速率、大容量、低时延的特性,这使得5G技术在物联网、智能家居、远程服务、外场支援、虚拟现实、增强现实等领域有了新的应用。

同时,5G接近100%的业务可靠性和超低功耗、超低成本等特征,意味着未来任何一个物体都可能配有无线通信模块,无线通信技术也有望成为像电力一样的通用性技术。

与此相对应的,相关产业的适应性升级已经开始。中国利用5G机遇在国际通信领域弯道超车也体现在相关产业的布局上。丁海煜说:“随着5G技术的

快速发展,中国整个产业界的投入都比4G时代有了进一步的提高,包括华为、中兴这样的系统设备商,包括终端公司比如OPPO、VIVO,我们运营商都是和他们一起合作,争取在整个标准组织里面能够体现我们中国5G产业的引领作用。”

此外,记者从本届高交会上了解到,一些智能家居、柔性显示厂商等,都已经为5G时代的到来研发了适应性产品。

5G时代到底什么时候来?

移动通信技术大规模商用的前提在于国际标准的制定及统一。此外,5G也是全新的网络,面向整个垂直行业,需要各行各业融合创新,打造生态。

记者了解到,中国于2016年1月启动了5G技术试验,为保证实验工作的顺利开展,IMT-2020(5G)推进组在北京怀柔规划建设了30个站的5G外场。在5G第二阶段试验完成之后,第三阶段试验将于2017年底或2018年初启动;预计5G第一个标准版本将于2018年6月完成,完整版本或将于2019年9月完成,并有望在2020年实现大规模商用。

“从2016年到2018年,我国的5G基础研发测试分为三个阶段。”中国电信广州研究院移动通信研究所所长王庆杨表示,第一阶段是5G关键技术试验,第二阶段是5G技术方案验证,第三阶段是5G的系统验证。“目前,已经到了第三个阶段。”王庆杨说,

“中国电信在前期深度参与了前两个阶段,第三个阶段中国电信参加工信部组织的测试,同时为了做好配合,进一步丰富场景,还有更多的试验,计划在6个城市开展相关的试验。”

这些试验内容包括:5G技术与智慧城市的核心理念结合,助力智慧城市的建设;借助5G的试验推动双创,以及在工业互联网、智能制造方面利用5G技术来助力,还有AR、VR等新的应用。

5G贵不贵?

5G的流量之大,速度之快,都超乎想象。那么,对于普通消费者来说,5G时代的资费如何?

对此,丁海煜从技术角度作出了解释:“随着移动通信技术的发展,一代比一代的技术先进,提供的能力越来越强,在相同速率情况下成本是在降低的。”

“举个例子,4G跟3G相比,在同一个频谱带宽下,频谱效率提高了3倍,带宽也提升了,比如从原来的5M到现在20M,提升了4倍。按照摩尔定律,在芯片相同的情况下能提供的能力增加了10倍左右。芯片不断发展,它的处理能力在相同的成本下也在增强。因此,5G能给用户提供更高速率,成本并不会跟速率成等量提升。”他说。

“从单个流量包来讲,资费肯定是下降的,未来用户用于5G的开支占收入的比例应该会下降。”中国联通高级工程师冯毅表示。(据新华社)