

# 阿里云：最熟悉的陌生人

北京商报记者 魏蔚

“云计算是什么”，阿里巴巴集团副总裁刘松已经回答了上百遍，但他还是思考良久，将“云计算是‘水电气’”的经典比喻解释得更形象一些。

他向北京商报记者打了个比方：云计算就好比电网，用户用电是为了使用家用电器，比如智能手机上的各种App，背后都是云计算在支持；但不需要每一个用户都自己建电站。家用电器还可以是城市大脑、工业互联网……是一切可以上云、愿意用云的产品、服务或产业应用。

一份分析报告指出，中国有84%的企业有意愿上云，云是一个终局已定的未来。自2016年起，中国成为仅次于美国的第二大云计算市场。



城市大脑已经成为阿里云的标杆项目 CFP/图

## ► 成长于知与不知

“这得益于中国互联网的快速崛起，在阿里云的带动下，中国云计算市场规模化的时间提前了3-5年”，刘松表示，这突破了几年前国外机构对中国云市场的悲观预期。增速之外，云计算更大的价值和意义是成为物联网、人工智能、大数据等新兴技术实现的技术底座，数字技术为各行各业带来了效率提升。

如果没有“双11”，也一定会有其他诱因，让云计算升级为阿里巴巴的公司战略。“大数据时代是不能用传统的IT去支撑的，最典型的就是‘双11’，一天内就有上百PB的数据，而且是实时的，原有的IT架构是承载不了的。想要用非常低的成本获得计算能力、又能够处理大数据和海量用户访问的，就只有云计算。”刘松认为，这是阿里巴巴当年坚持发展云计算的两个原因，也是云计算最显著的两个特征。

中国整个互联网行业也有类似的难题。网民规模和网民使用时间不断增长，上一年流量和数据的峰值基本上是第二年的均值，互联网

访问的次数和数据积累的量级，是指数级增长的，而传统的IT业务是线性增长的。

战略正确不代表业务进展会一帆风顺。据报道，当时阿里云一边在搭建“飞天”(Apsara)平台，第一个客户阿里金融的“牧羊犬”项目一边在“飞天”上面开发应用。这种“边造房子边装修”的方式引发了许多问题，在最困难的时候双方两个项目差点都要干不下去了。

“但这个项目也创造了一些纪录，这是企业第一次用大数据做小贷业务，以前都是在线下办理，用户靠抵押物贷款。阿里金融要靠数据驱动的模式来做贷款”，刘松解释，“云计算就是把线下的IT服务变成线上的互联网服务，在线会形成一个全新的协同效应，从而使云计算成为技术与商业创新的广场，云计算其实改变了产业模式”。

用户的体验也佐证了云计算的战略正确。“双11”不再卡壳、12306不会刷不出余票、滴滴能快速匹配订单。

云计算给用户提供的便捷体验不胜枚举。智能音箱的背后是云计算服务，大疆无人机拍摄的照片，后台也都存到了云端。不管是大数据、人工智能还是物联网，本质上都是基于云计算的服务”，刘松举起手机向北京商报记者示意：“所有的App都有这个特点，App因为有了云计算才得以快速部署。传统IT部署是以年为单位，而以云计算的形式部署，以周为单位。”

这种转变是漫长的，2009年成立的阿里云，直到2013年才取得集中性突破：阿里最后一台IBM小型机下线，“飞天5K”(将5000台服务器连成一台超级计算机，对外提供服务)正式运营。

这是一个承上启下的时间节点。在刘松眼中：“阿里云成立的前四年主要在做技术研发，2012年后针对互联网公司商用，2015年后主要面向大型企业”。

阿里云驶入快车道后，同行们也趋之若鹜。2013年腾讯云开放运营，2015年百度云正式对外商用。

后来者有了参照物，发展迅速。阿里云的先发优势也已经显现。2015年阿里云首次披露业绩，一季度营收3.88亿元，同比增长82%。此后阿里云几乎每个季度的营收增速都超过100%。在阿里巴巴集团内部，阿里云始终是非电商业务中增长最快的业务。按财年计算，2019财年阿里云营收247.02亿元，是国内公认的云计算市场第一名。

除了以人为对象，云计算还以“物”为对象，小到智能音箱、大到企业、城市。不过，物理世界的情况更复杂，各种因素关联度非常高。想帮助传统企业数字化，前提是了解哪个行业更容易实现数字化。

刘松为北京商报记者画了一个直角坐标系，横轴代表数字基础设施成熟度，纵轴代表市场应用的潜力。汽车、零售、金融等行业处于右上方，已经具备了数字基础能力，且获得了不错的经济效益。而以环保、房地产为代表的行业则处于左下方，这些行业仍处于数字化转型的初期，潜力有待进一步释放。