

十二年了，阿里云终于盈利了

转载

程序员的店小二 于 2021-03-10 15:32:11 发布 6162 收藏 113

原文链接：https://mp.weixin.qq.com/s/MW9kK7uHWv_YEicW8JzMhw

版权

本文转载自 甲子光年，作者 赵健

阿里云近期迎来了“苦尽甘来”的一刻。

在熬过了十二年之后，阿里云终于迎来了盈利。根据阿里2021财年Q3（自然年2020年Q4）财报，阿里云单季度收入116.15亿元，经调整EBITA实现盈利2400万元。这是阿里云成立以来首次实现季度盈利。

虽然盈利数额不高，却是一个里程碑事件。阿里云成立之初，员工离职率曾高达80%，连马云也不知道它怎么样才能赚钱。

首次盈利之后会发生什么？我们可以参考亚马逊的发展经验。在2015年，亚马逊首次披露了其云计算业务AWS的财务状况，结果颇为惊人，AWS在上一年（2014年）的收入达到了46.44亿元，同比增长了49%，并一举扭转了亚马逊20多年来的亏损状况。走到这一刻，亚马逊用了十年。

而根据最新财报，AWS在2020年虽然只贡献了11.75%的收入，但却贡献了59%的利润，可以说亚马逊已经是一家实实在在的云计算厂商。如果不出意外，阿里云也会像当年的AWS那样，凭借规模效应迈入高速发展的快车道。

不过，相比AWS这样的国外云计算巨头，以阿里云为代表的中国厂商却暴露了一个问题：毛利率更低，不如国外同行赚钱。

将2020年各个季度的财报相加，能够得出阿里云在2020年的收入为81.36亿美元，这与AWS在2015年的收入相当（78.8亿美元）。不过，AWS当年的利润率已经达到23.6%，阿里云去年还处在亏损之中；

对比亚马逊，如果还能说对方有十年先发优势的话，那阿里云的盈利速度连微软也比不上就耐人寻味了。微软在2010年才推出Windows Azure云计算平台，直到2014年萨提亚·纳德拉被任命为微软第三任CEO后才大刀阔斧推进云计算战略，这和阿里云几乎是同一起跑线。

但根据微软2020财年（2019.07.01-2020.06.30）年报，微软智能云全年实现营业利润183.24 亿美元，占微软总营业利润的34.6%，远比阿里云要赚钱。这种局面是怎么造成的？

本文，对比和拆解了多家云计算厂商（特指IaaS和PaaS）的盈利之路，得到了以下三个结论：

1. 资本支出和价格战是云计算厂商“烧钱换市场”最常用的手段；
2. 阿里云的毛利率比Azure和AWS都低，原因在于“收入结构”和“市场环境”；
3. 全球云计算厂商排位过去6年五次重构，阿里云面临来自谷歌云和国内玩家的激烈竞争。

1.云是摇钱树、更是吞金兽

对亚马逊来说，云计算已经是一棵摇钱树，但在那之前，它首先是一个吞金兽。

要盈利，客户规模是必要条件。

云计算属于重资产运营模式，本质上就是服务器资源的租赁，卖算力、卖存储。租赁模式都具有典型的规模效应：客户越多，边际成本越低。当度过了最开始的盈亏平衡点，后面就接近“躺着赚钱”。

但在躺着赚钱之前，云计算需要巨量投入。云厂商每年需要花费巨额资金用于服务器等硬件设备的购置以及IDC租赁、建设等，而上述资产对折旧摊销的传导会影响云厂商的当期盈利能力。这也是为什么AWS需要10年、阿里云花了12年才实现盈利。

2011年，马云在内部讲话中称“每年给阿里云投10个亿，投个10年，做不出来再说”。2015年，阿里集团宣布向阿里云战略增资10亿美元用于在全球加速部署数据中心，而当年阿里云的收入只有12.71元人民币。

这种资本支出并不只发生在云厂商的初期阶段。在今天，云计算厂商的“军备竞赛”有越演越烈的趋势。

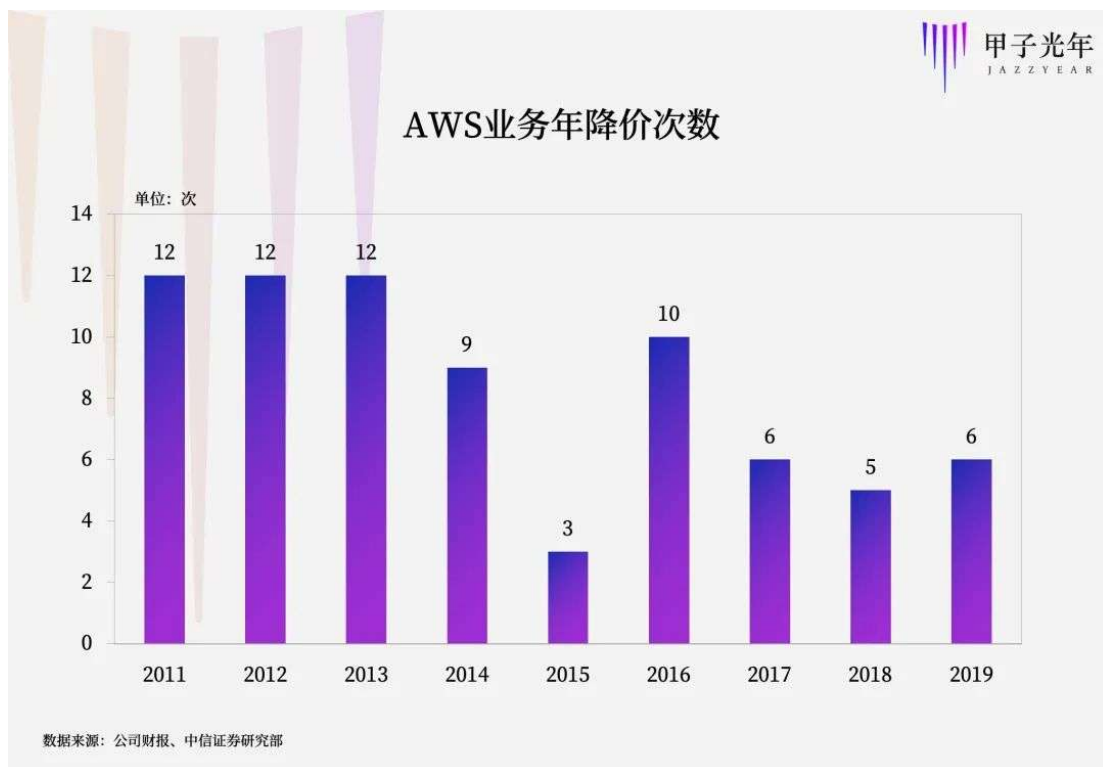
去年，BAT先后宣布发力新基建。阿里云宣布未来3年将投入2000亿元，用于云操作系统、服务器、芯片、网络等核心技术研发和数据中心建设；腾讯未来五年将投入5000亿，在全国新建多个百万级服务器规模的大型数据中心；百度宣布十年内将服务器规模扩展到500万台，根据市场测算，约等于投入3000亿人民币。

2020年第四季度，亚马逊、微软、阿里云、谷歌四大云厂商资本支出超250亿美元，创下历史新高。其中，亚马逊的资本开支超过其余三家之和，约占总体的60%。

正是因为需要大量的资金投入，“云”也成了一个巨头吃肉、小公司喝汤的游戏。去年，苏宁云、美团云相继宣布退出公有云服务市场，正是云计算竞争激烈的一个注脚。

除了资本的支出，在营销端还要大打价格战，这是国内外各大云厂商都屡试不爽的妙招。

降价“最积极”的要数云计算行业的老大——亚马逊AWS。2016年，亚马逊CFO Brian Olsavsky公开表示：“降价是我们的核心策略，我们认为降价是件很平常的事”。截止2020年5月，亚马逊AWS一共降价82次，在与IBM、微软Azure和谷歌云竞争最激烈的2011年~2013年，曾连续3年降价12次。



AWS历年降价次数

在亚马逊的攻势下，谷歌和微软也多次降价。2013年，微软就曾表示其云计算服务价格“将始终与亚马逊的AWS持平”。

云计算领域的价格战从国外市场烧到了国内市场。在2013年12月18日，AWS、IBM和微软Azure同天宣布进入中国市场，国内厂商纷纷降价予以回击。阿里云当天推出了“阿里云1218”降价活动，最高降幅达50%；金山云推出了挖矿云主机，限量免费送，当天11点开抢。第二天，腾讯云也反应过来，年终大促开始杀价。

国内云厂商的价格战也不断上演。此前甚至出现过中国移动一元中标温州政务云平台项目、腾讯云一分钱中标厦门政务云项目的事件。

巨额资本支出、无休无止的价格战是制约云计算厂商难以赚钱的主要原因，但为了获取市场份额、扩大客户规模，云计算厂商不得不“流血”跟进。

2018年，IDC中国助理副总裁周震刚曾分析过阿里云亏损的原因，他认为：阿里云完全可以做到盈利。当时的亏损是出于对未来增长前景的乐观，因为对未来充满信心，才会在投资上不断加码，让投资额超过收入额。相同的道理也可以放在其他云厂商上。

一个反面的例证则是Rackspace，因为“口袋浅”无法跟进价格战，这家一度比肩AWS的公司，2014年以来在亚马逊、微软、谷歌和阿里的攻势下节节败退，结局是在2016年以43亿美元卖身给资产管理公司Apollo Global Management，留给行业一个落寞的身影。

如今，在经历了多年的烧钱大战之后，亚马逊和微软成为两家最赚钱的云计算公司，阿里云虽然市场份额紧追其后，但赚钱能力却要相差很多，这种局面是如何造成的？

2.谁在拖累阿里云盈利？

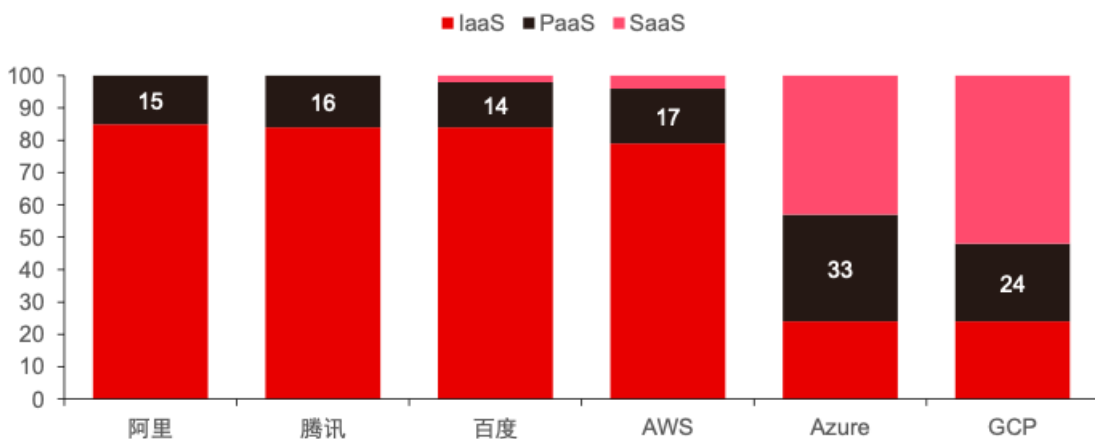
横向对比，阿里云不如AWS和微软智能云赚钱。同样的结果背后，原因却并不完全相同。

阿里云与微软智能云的差异主要来自于收入结构。

众所周知，云计算分为IaaS、PaaS、SaaS三部分，Salesforce做SaaS，AWS、阿里云等厂商做IaaS，而PaaS层面两类厂商都会涉及。

沿着云计算产业链，从底层的IaaS，到中间层的PaaS，再到上层的SaaS，业务模块通用性越来越弱，同时产品差异化定价能力逐步增强，毛利率逐步提升。单纯的IaaS业务毛利率相对较低。

IDC统计了全球主要云计算厂商的收入拆分，阿里云、AWS的收入结构基本接近，均主要以IaaS业务为主，辅以一大部分PaaS业务，而微软Azure的PaaS和SaaS的收入占比超过60%。



资料来源：IDC，中信证券研究部

2019海内外云计算厂商收入拆分占比，数据来源中信证券研究部

这基本能够解释微软Azure较高毛利率的成因：与阿里云相比，微软的业务以更高毛利率的PaaS和SaaS为主。微软凭借庞大的客户基数，通过将自身的Windows、Office、SQL Server等软件与云服务嫁接来拉动增长，微软智能云的定位就是公有云操作系统（PaaS），这是微软与AWS在国际市场展开差异化竞争的杀手锏。

这也是云计算公司均不断向上游延伸的内在逻辑，目的是“增强客户黏性+产品差异化定价”。比如，阿里云也在做这样的尝试。

在2019年6月18日，钉钉被并入阿里云智能事业群。一年后的6月9日，阿里云总裁张建锋推出“云钉一体”战略，将钉钉定义为数字经济时代操作系统的一部分。钉钉，就是阿里云向PaaS层延伸的抓手。从这个角度来说，阿里云未来对标的或许将不再是AWS，更像是微软Azure。

不过，和微软直接提供SaaS服务不同，国内的云计算厂商基本都不涉足SaaS领域。阿里云在2019年就明确表示“自己不做SaaS，让合作伙伴来做更好的SaaS”。华为云则将自己定位为“黑土地”，2021年，任正非在内部社区再次明确“黑土地”的定位：要让更多的SaaS应用能够长在我们的云平台上。生态的SaaS基于我们的IaaS种“高粱”、“玉米”，还可以长“土豆”、“红薯”……我们的SaaS就搞几个自己的大“南瓜”。

那么阿里云与目前收入结构更接近的AWS，差距又出现在哪里？是因为阿里云的资本投入更大吗？

资本支出越大，花在服务器等硬件设备的购置以及IDC租赁、建设等的支出越高，其折旧费用越大，会摊薄当期的利润。

根据阿里2020年年报和亚马逊2015年年报数据，阿里云2020财年的折旧占收入比重（22.3%）低于AWS在2015年的水平（32.7%）。也就是说，相比之下AWS的折旧比阿里云还要“拖后腿”，资本支出带来的折旧并非阿里云毛利率低于AWS的原因。

其实，真正的原因和国情有关系。

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。而过去中国SaaS生态市场相比美国，“落后十年，十倍差距”，贫瘠的SaaS生态让国内的IaaS和PaaS厂商普遍“生意难做”。

根据IDC数据，2019年我国SaaS的市场规模为30亿美元，仅占全球的2%，我国十大SaaS公司的市值之和尚不及美国的1/8。

中美和美国前十大SaaS公司市值比较

甲子光年
JAZZYEAR

(单位: 亿美元)

序号	美国		中国	
	公司	市值	公司	市值
1	Adobe	2262	金山办公	345
2	Salesforce	2067	用友网络	258
3	Zoom	1116	广联达	164
4	ServiceNow	1055	金蝶国际	158
5	Square	1005	明源云	139
6	Intuit	985	中国有赞	87
7	Snowflake	809	医渡科技	72
8	ADP	695	微盟集团	78
9	Autodesk	658	泛微网络	30
10	Twilio	592	光云科技	14
11		11244		1345

资料来源：腾讯研究院，数据截止2021年1月25日

中美前十大SaaS公司市值对比

而从供给的角度来说，由于国内整体偏弱的数字化水平，国内云计算厂商不得不承接较多的定制化项目、提供更多的线下解决方案。

2019年10月由国务院发展研究中心发布的《中国云计算产业发展白皮书》显示，2018年我国企业的云化率约为38%，对比美国85%和欧盟70%的企业上云率，仍然有巨大差距。为了促进企业上云，云计算厂商不得不“贴身服务”。

在「甲子光年」2019年发布的《杭州造云记》中描述过这样一个案例：阿里飞天一部工业大脑算法团队负责人光盐（吴云崇）去过各种稀奇古怪的工厂，包括雾气升腾的锅炉厂、震耳欲聋的光线厂、橡胶厂、石化厂……阿里云内部常说的一句话：以后科学家不是在办公室里写代码，而要去工厂车间里写代码。

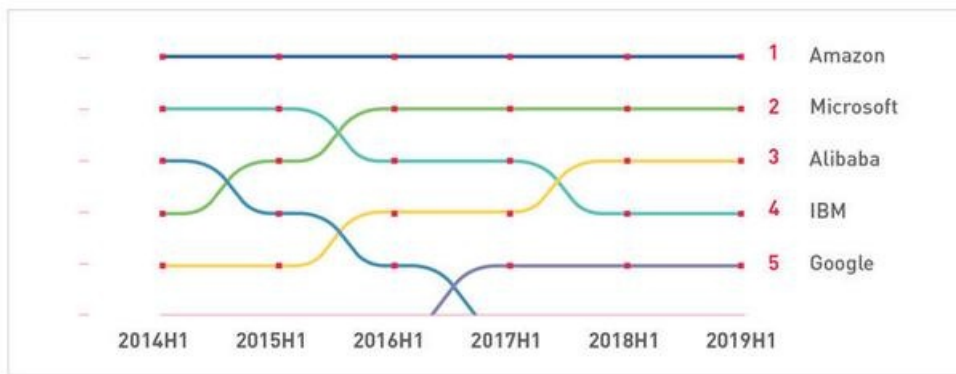
除了工业场景，阿里云还有城市大脑、农业等各种“接地气”的解决方案，这些耗时耗力耗人的解决方案既是阿里云开拓市场的利器，也是拉低毛利率的“负担”。当然，这不仅仅是阿里云所面对的，更是所有国内云计算厂商需要集体面对的难题。

而更加残酷的现实是，云计算厂商今天所占据的市场份额，可能在明天就被对手侵蚀。

3.阿里云江湖地位稳了吗？

如何才能稳坐市场？答案是，除了亚马逊，还没有人能做到。过去六年之间，除了亚马逊一枝独秀，全球前五云计算厂商的排位不断重构。

TOP 5 by Company Performance: 2019H1 (Vendor Revenue , US Dollar, M)



Source: IDC Semiannual Public Cloud Services Tracker - Final Historical 2019H1

全球云计算厂商排名，数据来源：IDC

回顾这几年的云计算市场排位赛，全球云市场排位几乎每年一换：AWS稳坐榜首，阿里云一路追赶，IBM逐年下滑。上图中蓝色的没落曲线，正是上文提到的Rockspace。

亚马逊AWS与微软Azure分别是全球云计算市场前两位，稳坐钓鱼台。但谁是市场中的第三名？尚存在一定争议。

以2019年的市场份额为衡量指标，Gartner将阿里云列为全球第三，形成3A格局（AWS、Azure、阿里云）；Canalys则将谷歌云和阿里云并列第三，认为两者各占据6%市场份额；而Synergy Research数据显示谷歌凭借占据全球8%市场份额位居全球第三。

根据两家的最新财报，谷歌云在2020年收入（130.59亿美元）力压阿里云（81.36亿美元）。不过，谷歌云处于明显的“烧钱换市场”的阶段，亏损额度逐年扩大，2020年亏损了56.07亿美元。

值得一提的是，这是谷歌首次将谷歌云（Google Cloud）作为一个单独的部门体现在财报中，显示出这家科技巨头对于云计算的重视程度。

除了科技巨头的厮杀，老牌IT巨头也在加入战圈。

在IBM市场份额不断下滑的背景之下，去年10月8日这家109岁的“蓝色巨人”正式宣布将拆分为两家上市公司，将旧的IT基础设施服务部门单独剥离上市。IBM新任印度裔CEO阿文德·克里希纳（Arvind Krishna）很直白地表示，IBM“再分裂”主要是为了让IBM释放出增长潜力，将云与AI作为增长引擎。

而另一家软件巨头公司Oracle也在今年1月份组建了新的云计算和AI部门。

在国内市场，云计算的竞争也同样激烈，这种竞争的大背景是，在经过了互联网企业上云——云计算1.0时代之后，传统企业上云将进入云计算2.0时代。

在1.0时代，云计算的客户以互联网企业为主，卖的是算力和存储；而如今云计算2.0的客户变成以中大型组织为主的政企市场，往往是先有对具体应用的需求，才有对云计算的算力和存储的需求。

云计算2.0已经是业内达成的共识，阿里、百度、华为分别在不同场合表达过类似的看法，但三家的打法各有不同。

在2020年的云栖大会上，阿里云智能总裁张建锋宣布阿里云进入2.0时代。张建锋认为，在1.0时期，云像是一个“DOS系统的计算机”，需要掌握一套复杂的代码指令来运行，而2.0的云就像一个“Windows系统的计算机”，不需要懂代码，点一点图形界面就能搭建自己的应用。

阿里云2.0的核心在于云钉一体，也就是上文所述，阿里云从IaaS向PaaS平台延伸的战略。

百度的战略重点与阿里不同之处在于对“AI”的强调，这从事业群的命名方式上可见一斑：百度智能云与阿里云智能。

华为在过去几年一直是“稳扎稳打”的。由于基因是一家硬件厂商，而云计算是软件业务，一开始不免出现左右手互搏的局面。而过去一年，华为云的一系列组织架构调整，让人感受到华为云“发力”的趋势：先是在去年由“Cloud BU”升级为“云与计算BG”，再是近期余承东由消费者BG总裁兼任云与计算BG总裁，扛过了发展云计算的大旗。

腾讯云可能是唯一一家不怎么强调技术、战略，而是聚焦商业和生态的科技巨头，简而言之：开放，共赢，这与腾讯公司大的战略方向一脉相承。

除了吃肉的巨头外，喝汤的云计算创业公司也同样值得关注。

在经过一番大浪淘沙的淘汰赛之后，成立于2012年前后的一波云计算创业公司终于修得正果：优刻得、青云先后在科创板上市，他们的标签也很非常明确：优刻得要做一朵“中立的云”，青云则主打“混合云”。

这些公司还普遍处在亏损之中。根据最新财报，在2020年前三季度，优刻得收入16.38亿元，净亏损1.79亿元；青云收入2.43亿元，净亏损1.3亿元。尤其是在科技巨头纷纷提高云计算战略地位、阿里云已经实现季度盈利的竞争挤压下，对于中小厂商更大的考验还在后面。

不过好消息是，云计算的蛋糕正在越做越大。根据国外云通讯厂商Twilio的数据，疫情之下，全球数字化转型的平均速度提高了6年，而数字化转型的基础就是上云。

去年中国通信院发布的《云计算发展白皮书》显示，2019年我国公有云IaaS市场规模比上一年增长了67.4%，PaaS市场规模比上一年提升了92.2%。在新基建等政策驱动下，预计仍将保持较高的增速。

这一场数字经济时代的基础设施之争才刚刚开始。

参考资料：

《云端战争20年：神仙打架、虎口夺食 | 甲子光年》

《从阿里云、腾讯云看国内云厂商盈利趋势-中信证券》