2011 年实战指导

成为全方位服务提供商提升赢利空间

面向中国的 Parallels SMB Cloud Insights™

Parallels®

目录

概述. 1
定义 2
云计算领域关键探索成果 2
服务提供商的关键目标客户 3
托管的基础架构 4
Web 网站 6
托管的通讯与协作 8
托管的企业电子邮件 8
托管的 PBX 10
其他在线应用程序 11
总结 12

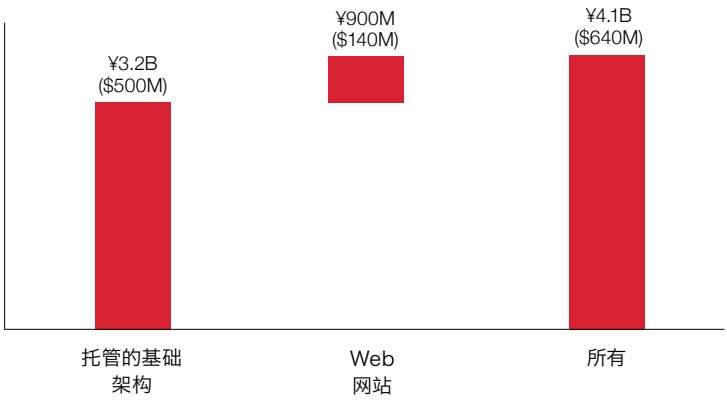
概述

云运算给中小型企业 (SMBs) 带来了曾经只属于大型企业的机遇，现在它们也可与大型企业一样，拥有强大的运算能力，访问各种应用程序，应用各类服务。综览 2011 年中国的整个 IT 领域，我们见证了大量的 SMB 正转向云计算，这无疑是给服务提供商创造了一个巨大的潜在发展机会。

2011 年前半年，Parallels 调研了中国 400 家具备行业和规模代表性的中小型企业，了解他们目前使用云服务的情况以及对云服务的态度与未来的规划。基于此次调查的结果与对市场的深刻剖析，Parallels 得出一个全面的有关中国目前云服务在中小型企业市场走向的总结看法，这对中小型企业的发展是极为重要—托管的基础架构、Web 网站、托管的通讯 与协作以及其它在线应用程序。 该文章为调查总结，目的在于给服务提供商以实战性的指导，帮助他们成功占据中国的中小型企业云服务市场。

Parallels 估计在中国针对传统托管服务的中小型企业云服务市场—尤其是托管的基础架构与 Web 网站—如图 1 所示在2011 年达 ¥4.1B RMB (USD $640M) - B 指十亿 M 指百万 (以下同上) (值得注意的是，该市场规模不包括托管的通讯与协作以及其它在线应用程序，因为这两个部分的调查仅着重于普及率) 。在总的花费当中，托管的基础架构占了最大的份额，达 ¥3.2B RMB (USD $500M) ，而 Web 网站占了剩余份额为 ¥900M RMB (USD $140M) 。

图**1.**中国的中小型企业云服务市场规模



我们相信随着中国的快速发展，在新 IT 技术与目前内部 IT 服务向云服务迁移的解决方案的推动下，中国的中小型企业市场已做足了准备快速腾飞。在所有云服务中，中国的中小型企业都表现出了极大的兴趣采用这些解决方案以及扩大目前在这方面的投资。只有了解中国中小型企业需要的服务提供商才能为市场量身提供对应服务—从没有 IT 员工的小型企业到配置有咨询人员或专用内部 IT 人员的大型企业—在接下来的几年里都将有可能抓住此次发展腾飞的绝佳机会。

定义

此次调查重点放在对中小型企业关系重大的云计算部分：托管的基础架构、Web 网站服务、托管的通讯与协作以及我们归为“其他在线应用程序”的一大类。我给各个云服务市场部分做了如下定义：

- 托管的基础架构（也称之为基础架构即服务）。此类包括专用服务器、虚拟机专用服务器（VPS）、主机托管与实用程序或弹性计算。
- **Web** 网站。此类包括 Web 主机、博客服务、域名注册、SSL 与电子商务附加组件与站点创建工具。
- 托管的通讯与协作。此类的一项是企业级电子邮箱服务，其中包括电子邮件安全、电子邮件归档与移动。托管的 PBX 服务也属于此类别
- **其他在线应用程序（也称之为软件即服务，或 SaaS）**。此类主要包括 9 种可在线访问的软件应用程序—内容管理、电子邮件归档解决方案、文件共享、在线会计、在线备份与存储、在线 CRM、工资与 HR、电话会议与 Web 会议。

对于每个类别的云服务，我们都会抓住中国中小型企业的使用、态度与未来规划等几点进行展开。 我们还对托管的基础架构与 Web 网站服务市场的投资与规模进行了计算。以后我们将打算把所有云服务部分的投资详情与市场规模纳入调查中。

接受调查的 SMB 中，正打算接下来三年里采用托管的基础架构和 Web 网站服务与对此寄予厚望愿意以后采用的超过 60%

我们根据一般学术实践把 SMB 定义为亚太地区内拥有员工 1 到 250 名的公司。在此范围内，我们进行再分类以用于进一步分析探讨。

- 微型 **SMB**（1-4 名员工）
- 小型 **SMB**（5-19 名员工）
- 大型 **SMB**（20-250 名员工）

值得注意的是，我们的调查并未包括中国内占大部分的没有员工的企业。但是这部分小型企业应被纳入中国云服务领域高价值目标对象，因为就他们对 IT 的需求来说，极其类似微型 SMB。

云计算领域关键探索成果

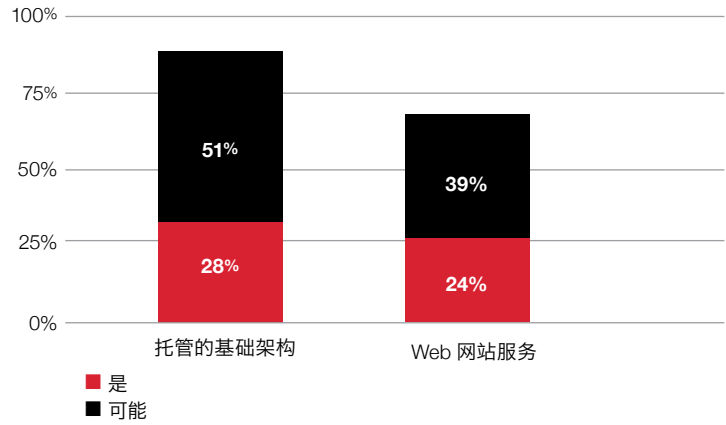
我们的调查结果显示未来几年里中国的 SMB 云服务市场将有巨大的提升空间，会有越来越多的 SMB 采用云服务。推动该市场增长的关键因素有：

- **SMB** 互联网访问的增长潜力。据世界银行数据显示，目前在中国能够访问互联网的人数还不到总人口的 50%。我们可以推测仅扩大互联网基础架构的覆盖率就可让中国的 SMB 云服务市场历经一次腾飞。
- **SMB** 对云服务的极大兴趣与信心。从我们的调查中可看出中国的 SMB 对采用云服务方面表现出强烈的欲望。接受调查的 SMB 中，

正打算接下来三年里采用托管的基础架构和 Web 网站服务并对此寄予厚望愿意以后采用的超过 60%（查看图 2）。

- 无员工的企业间巨大的潜在上升空间。据报道在中国上千万独资经营的 SMB 正走入成熟阶段，逐渐雇佣员工，这无疑扩大了服务提供商的客户群。

图 **2**.接下来三年里中国的 **SMB** 采购托管服务的规划



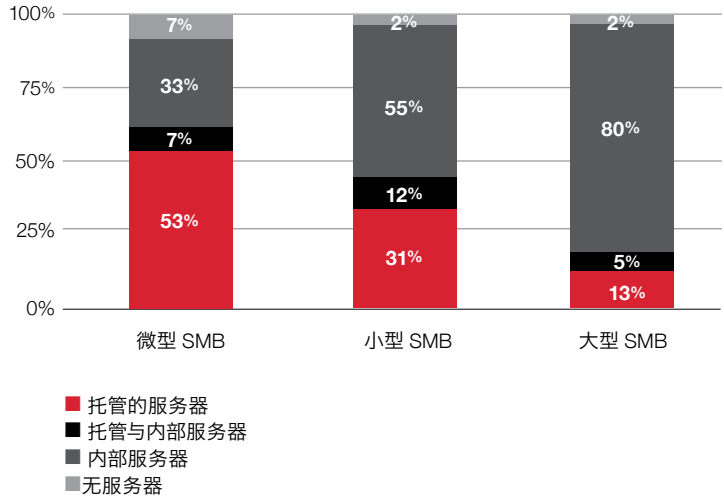
总之，这三方面因素将在未来几年里推动 SMB 云服务迅速发展。服务提供商想要在这个机遇期里发展腾飞，必须真正理解并抓住客户的需求从而根据需求提供切合的服务与信息。

服务提供商的关键目标客户

如图 3 所示，Parallels 已提出在 SMB 中服务提供商有三类关键的目标客户，分别是：

1. 无 IT 员工的 **SMB**（一切自理）。这是目前中国 SMB 的最大一部分（ 53% 微型 SMB、31% 小型 SMB 与 13% 大型 SMB）。对于这些“一切自理”的 SMB，企业所有者或公司里的高级成员会处理所有 IT 解决方案的采购决策、安装与维护事宜。由此可见，把没有 IT 员工的 SMB 作为目标客户，云服务背后的企业决策将是一个很重要的切入口。因为他们需要知道云服务给他们带来多少利益以及自身的底线。同时还需要一些界面简易、无需专业 IT 技能就能够操作的解决方案。得出结论就是，针对该客户群，市场应定位于实现技术难度最小化的同时提升企业利益的云服务解决方案。

图 **3.**按规模类别透析中国 SMB 的 IT 员工分布



2. 聘有 IT 顾问的 **SMB**。12% 的小型 SMB 与 5% 的大型 SMB 聘请有 IT 顾问。对于此类目标客户，服务提供商可从其聘请的 IT 顾问入手。相对于一切自理的 SMB 来说这是更技术性的一类客户。此类客户需要了解云服务的技术规格、配置与管理、最佳实践方案以及其他技术建议。若要成功打入雇有 IT 顾问的 SMB，服务提供商将与白标、代理商合作，目标就是 IT 顾问，让他们在无需管理基础架构的前提下转售托管服务与云服务给 SMB 最终客户。 服务提供商还可发展扩大 IT 渠道的其他销售与营销策略，如经销商，可以说这是片与 IT 顾问达成协议的沃土。

3. 有专用 IT 人员的 **SMB**。55% 的小型 SMB 与 80% 的大型 SMB 有专用 IT 人员。对于此类 SMB，IT 员工是主要的目标客户。他们除了要了解解决方案的效益以提交给高级管理层审批通过之外，更关注的是该方案的技术层面的信息以及是否适合本公司的发展需要。想要征服此类客户，关键点在于有关技术规格、强大的支持力度、尖端技术特性的明确清晰、详细的文档。

以下部分将更详细地阐述中国 SMB 使用以下四大类云服务的情况。我们着重描述了各类 SMB 对以下服务的使用现状、态度与将来投资规划，以及从中得出的针对不同目标客户的关键机遇信息。 通过这些部分，我们将继续探讨每个类型（微型、小型与大型）SMB 的情况，因为这与以上分析的三种 SMB 目标客户直接挂钩。

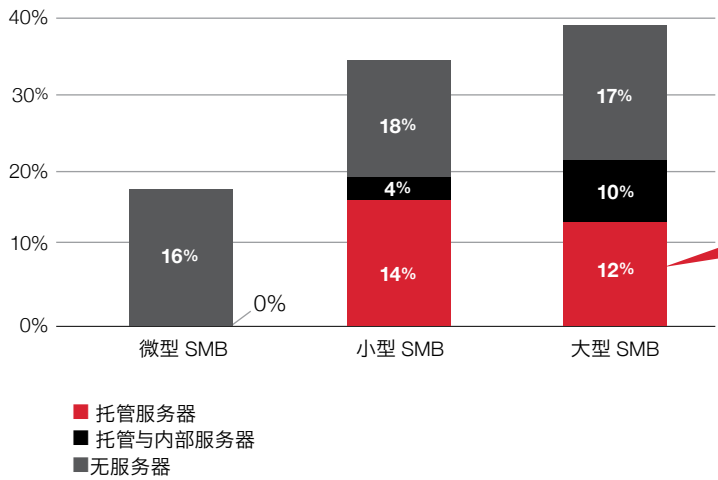
托管的基础架构

在中国 SMB 中，托管的基础架构的使用仍处于发展中，因而我们的调查在此领域中找到一个非常重要的机会。 我们统计目前的托管基础架构市场价值为 ¥3.2B RMB (USD $500M)，8% 的 SMB 正使用托管服务器，而目前正使用的托管服务器的数量大约为 750,000。现在 SMB 使用托管服务器只用于简单的需要，65% 用于资源分享与团队协作而 30% 用作 Web 服务器。随着 SMB 对 IT 的需求日益复杂化—如基础架构部署中可能碰到的带宽短缺及连接问题—我们可以期待托管服务器领域爆炸性的增长。

在很多国家里，托管基础架构市场增长的推动因素是 SMB 用托管服务器取代了内部服务器。但是在中国，目前只有 17% 的 SMB 拥有内部服务器（如图 4 所示）。这远远落后于发达国家，在发达国家中内部服务器

应用率超过 30%。由此可见，很多中国的 SMB 将直接转入云阶段，跨过安装内部服务器的中间阶段。因此，我们认为新的服务器用户将促成此类云服务的一次飞跃。尤其是没有服务器的 80% 的 SMB，接下来三年里，他们要么已规划或可能打算将要采用托管服务器。我们预估这将给该市场带来大约 2M 的托管服务器的增量使用，是目前市场的三倍。

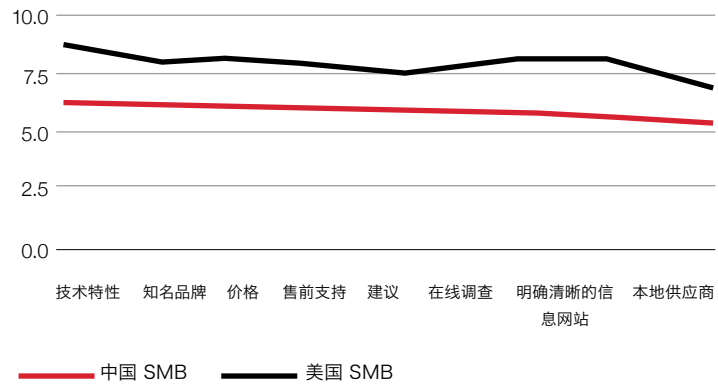
图 **4.**中国 **SMB** 之间的服务器应用



据报告，在中国总体有 8% 的 SMB 正在使用托管的服务器

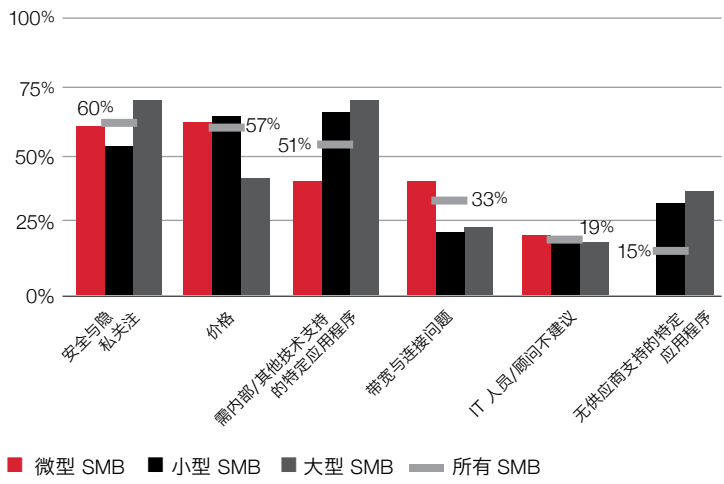
在提供托管基础架构时，服务提供商应非常清楚针对目前 SMB 所占百分比与其需求的相应服务与目标市场。 据我们的调查显示中国的 SMB 不太清楚如何采购托管服务器。 当被要求给托管服务器关键采购参考标准打分时，他们基本上给所有参考的标准以 6 分 (10 分为满分) 的评分（如图 5 所示）。相比之下，美国的 SMB 市场，4 项参考标准在 8.0 以上而 2 项参考标准在 6.0 以下，评分结果幅度更大。此项调查结构表明中国的 SMB 还不知道如何选择服务提供商配备托管基础架构。因此，有关托管基础架构服务关键业务与技术部分的宣传引导将是走向市场的关键步骤。

图 **5.** 中国与美国的 **SMB** 之间不同基础架构采购参考标准的重要性



SMB 对托管服务器还有其他方面的关注，而这些是该市场非常关键的因素。例如，60% 会把数据安全作为关注点而 57% 会关注价格。这些问题主要反映了 SMB 对该服务的认知，而不是提供该服务的真正壁垒。所以，服务提供商需要把他们的服务与这些关注点结合起来，阐明所有者的总成本与内部服务器安全风险。 最后一英里带宽与连接也是三分之一的 SMB 所考虑的问题，虽然说这些关注会随着中国互联网基础架构的不断完善而减少。图 6 显示了 SMB 对托管基础架构的各种考虑。

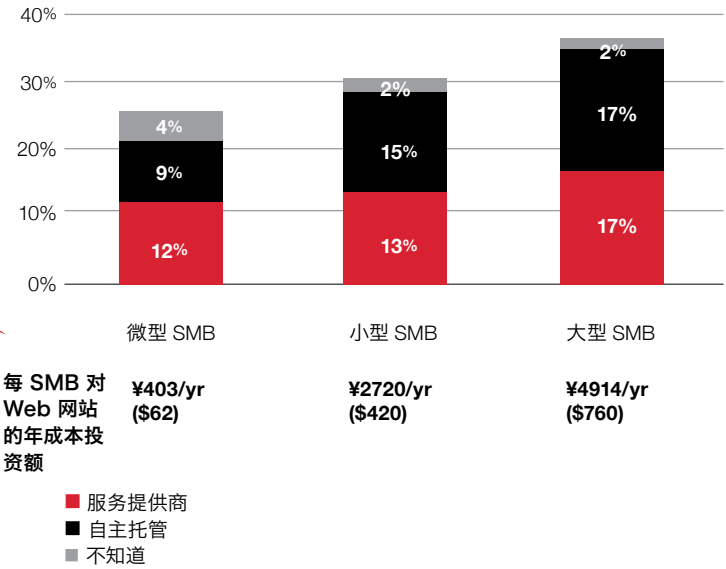
图 **6.** 中国 **SMB** 考虑使用托管基础架构服务



Web 网站

我们的调查显示在 Web 网站领域也有相当大的潜在提升空间。目前该市场的规模约为 ¥900M RMB (USD $140M) 。但是如图 7 所示，目前中国只有 29% 的 SMB 有一个网站—这个数字是远远不够的，一个成熟的市场其拥有 Web 网站的 SMB 比率应达 95%。接下来三年里服务提供商可把重心放在给更高级别的 SMB 创建新网站上并同时增销其他服务，从而扩大创收渠道。

图 **7.**中国 **SMB** 网站的应用与每年 **Web** 网站服务的成本



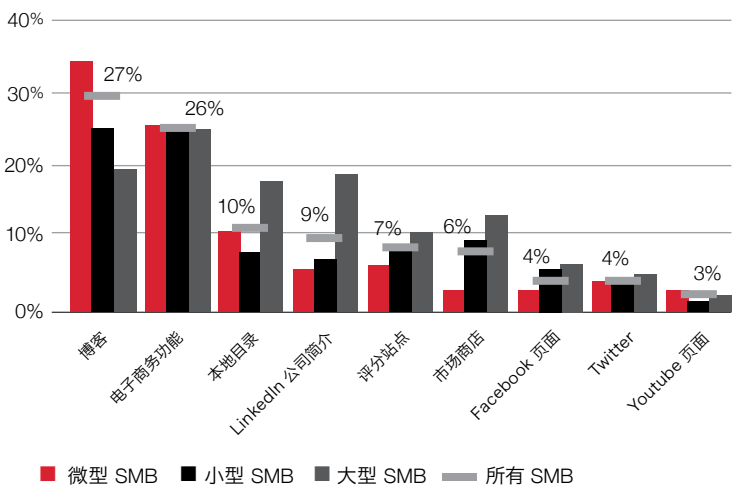
据报告，在中国总体有 29% 的 SMB 有自己的网站

与更发达的国家相比，中国的 SMB Web 网站的应用率远不能及，因此，毫无疑问在此领域里吸引并抓住新客户将是最大的增长资源。没有自己网站的超过 62% SMB 表示接下来三年里计划添加一个 Web 网站或可能打算这样做。仅此一项的增长就会增加至 140 万个网站。

有自己托管网站的 SMB 中也蕴藏着机会。目前只有 10% 的 SMB 可自行托管网站，而这些自行托管商中超过 80% 的计划在接下来三年里转为服务提供商托管。即使在接下来三年里仅有这一类 SMB 要从自行托管转为服务提供商托管，也将为该市场额外增加 300,000 个托管网站。因此，如要从此机遇中获利，服务提供商应从这些"转换者"入手制定相应的销售与营销策略。

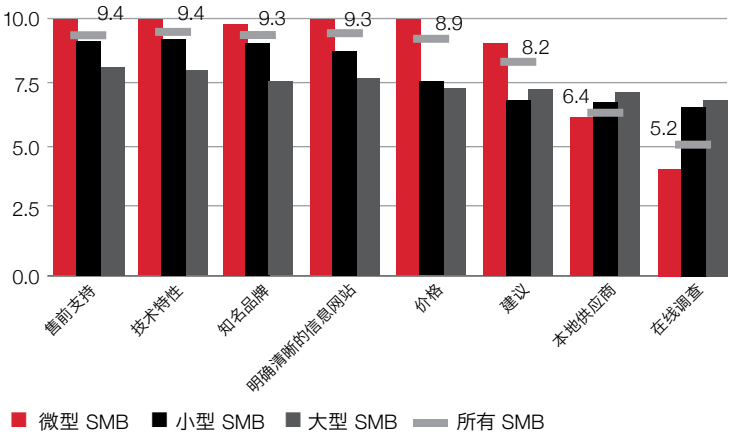
另外，向现存客户群增销也是服务提供商增收的有力渠道。 据我们调查，正使用服务提供商的达 64% 的 SMB 计划增加这方面的成本投资。 相应地，我们认为帮助 SMB 增强其 Web 网站是增销的最佳方式。 中国的监管环境限制了如在其他国家的 SMB 中非常盛行的社会媒体（如 Facebook 与 Twitter），因此中国的 SMB 目前正使用其他形式的 Web 网站（如图 8 所示）。 例如，32% 的SMB 有自己的博客而 16% 有电子商务功能。提供无缝迁移多种形式的 Web 网站至 SMB 独立网站的解决方案是服务提供商降低客户流失率增加客户成本投入的简单有效的方式—因此这些服务与其他服务"粘性"绑定不作为单独的服务提供。

图 **8.**中国的 **SMB** 对不同形式 **Web** 网站的使用



最后，如要有效地销售 Web 网站，尤其是独立的 Web 主机，提供商应该注重建立自己的品牌并推出高质量的客户体验。相比之下，中国 SMB 对托管基础架构的各个采购参考标准评分相差不大，我们的调查显示在采购 Web 托管服务时，公司认知（包括其技术特性与其知名度）与售前体验（包括售前支持与一个明确清晰的信息网站）都高过价格（如图 9 所

图 **9.**中国 **SMB** 对不同 **Web** 托管采购参考标准的评分



示）。

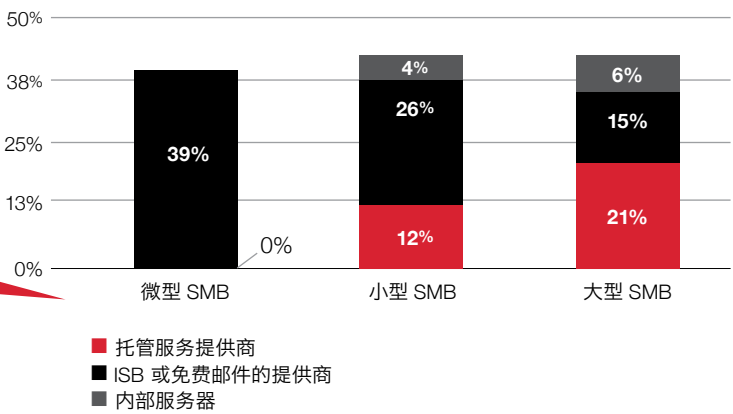
托管的通讯与协作

我们的调查主要通过以下两个方面了解中国的 SMB 对托管通讯与协作的使用情况: 高级托管企业邮件与托管 PBX。在中国 SMB 中的，这两个方面的市场相对较小，仅有 1% 的付费托管电子邮件与 3% 的托管 PBX 的应用率。但是我们仍可以看到这些服务的增长趋势，因为 SMB 日益趋向于高级通讯与协作服务。

托管的企业电子邮件

中国大部分的 SMB 使用免费邮箱，75% 的 SMB 正使用来自互联网服务提供商的帐户或其它免费服务。 而目前只有 7% 的 SMB 正使用托管电子邮件，其中 85% 的是 Web 托管包中免费赠送的。 图 10 显示了中国

图 **10.**中国不同规模的 **SMB** 使用电子邮件帐户的各个类型。



据报告，在中国总体有 7% 的 SMB 正使用托管的电子邮件服务

不同规模的 SMB 使用电子邮件帐户的各个类型。

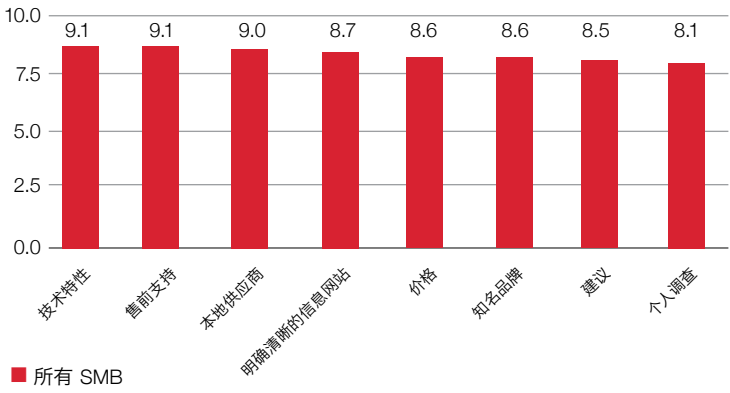
尽管绝大多数使用免费邮件服务，但是从我们的调查中可以看出一些 SMB 还是非常愿意花钱使用高级邮件服务，尤其是团队协作、共享日历、邮件存档与安全也包括在内。我们发现 64% 的 SMB 正考虑接下来三年里购买高级托管邮件服务，而 22% 的已计划添加该服务。我们预估未来三年里该市场将增加一千万的高级托管邮箱。

64% 的 SMB 正考虑接下来三年里购买高级托管邮件服务。

Parallels 证实大型 SMB (20-250 员工) 是托管企业电子邮件服务的最好目标客户。因为大型的 SMB 对托管企业电子邮件的机构内协作功能有更大的需求，而且他们有更充足的资金投向这一方面的服务。之前有提过，大型的 SMB 有专用的 IT 人员，因此他们拥有最强的技术储备。此规模的 SMB 中，75% 的计划增加托管电子邮件，而已经拥有托管电子邮件的 SMB 中 83% 的计划在此服务上投资更多资金。若要抓住此机会，服务提供商应把该市场的专用 IT 部分作为重点，在营销信息方面以过硬的技术作为方向。

如图 11 所示，所有规模的 SMB 的购买参考标准差别不大，但是首要的参考标准是技术特性、售前支持与本地供应商的存在。服务提供商应在他们的营销策略中侧重强有力的技术技能与本地的技术支持力度以满足对本地服务的需求。

图 **11.**中国 **SMB** 对托管电子邮件不同采购参考标准的评分

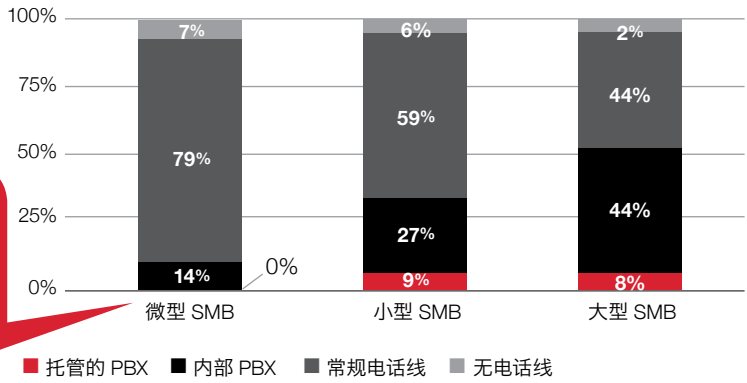


托管的 PBX

前期最好的托管 PBX 的目标客户是目前正使用内部系统的 23% 的 SMB。

由于托管电子邮件的使用，目前托管 PBX 市场还比较小，但是有增长的空间。对于中国所有的 SMB 市场来说托管 PBX 是相对较新的服务，因此对该服务进行营销与推广将是推动其使用率的关键。图 12 显示了中国不同规模的 SMB 目前使用不同类型的 PBX 与固定电话的情况

图**12.**中国 SMB 使用 **PBX** 与办公室电话的情况（不包括移动电话）



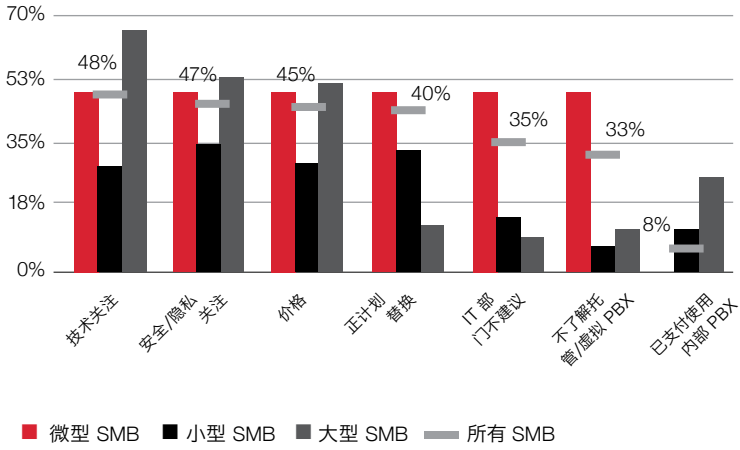
据报告，在中国总体有 3% 的 SMB 正使用托管的 PBX 系统

总体来说，愿意采用托管 PBX 的几率很高；没有托管 PBX 的 SMB 中 64% 的正考虑增加该服务。 但是前期最好的托管 PBX 的目标客户是目前正使用内部系统的 23% 的 SMB，因为要维护这些内部系统成本高而且复杂度高，尤其对于没有任何 IT 人员的 SMB 来说。在目前使用内部 PBX 系统的 SMB 中有 40% 的计划接下来三年里转为托管的 PBX 或有可能计划增加此项服务。我们估计接下来三年里大致会增加二百五十万托管的 PBX 电话线。

如要在托管基础架构领域有一席之地，服务提供商需要在 SMB 市场进行推广教育，并创建自己的产品特色。目前，中国的 SMB 给所有关键采购参考标准类似的打分，表明他们不太清楚如何选择服务提供商。 因此，服务提供商就应创立自己的品牌，清晰地阐明自己产品在 SMB 中的价值定位，以成功销售托管 PBX 服务。 但是，SMB 已表明本地提供商对于他们的采购决策来说非常重要—因此，能够提供中文支持、本地化服务与本地技术支持将是推动服务在本市场使用率的关键。

最后，服务提供商还需解决中国 SMB 目前对托管 PBX 所关心的一些关键问题（如图 3 所示）。因为这对中国来说是相对较新的云服务，因而技术与安全是关注最高的问题，其次就是价格。尤其对于大型的 SMB 来说。我们联系的 33% 的 SMB 甚至都没听过托管 PBX，因此还是同样的建议，推广教育将是推动市场向前发展的关键所在。

图 **13.**中国 **SMB** 考虑使用托管 **PBX** 服务

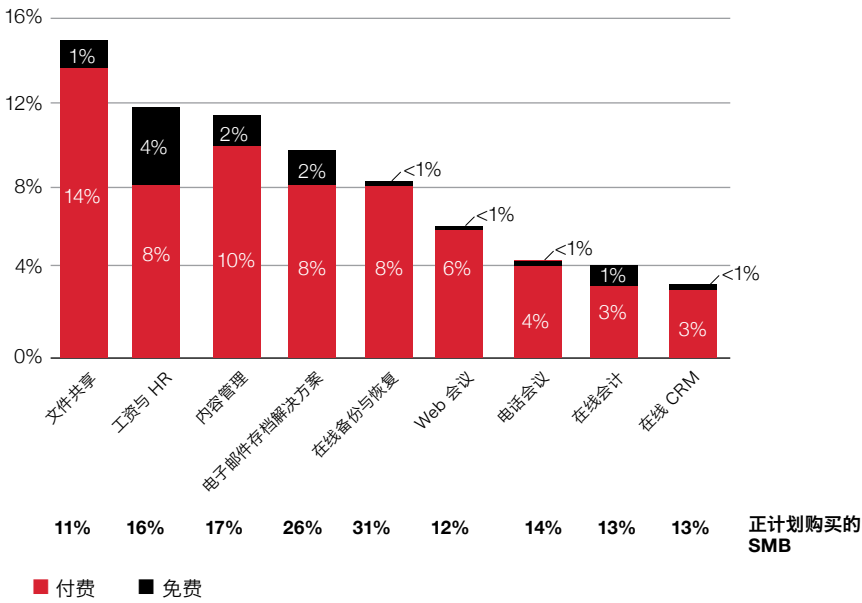


其他在线应用程序

其他在线应用程序 (也称之为软件即服务, 或 SaaS) 是云服务迅速增长的一块区域。尤其是在欠发达的市场里, 购买软件许可证并不常见, 因而 Parallels 发掘了一个机会, 就是通过在线应用程序来扩大 SMB 对软件的基本使用率。尤其是许多在线应用程序分级自由且服务优质, 降低了使用壁垒。

如图 14 所示, 文件共享、工资/HR 应用程序与内容管理是最受欢迎的在线应用程序, 在中国的 SMB 中分别有15%、12% 与 12% 的应用率。

图 **14.**在中国的 **SMB** 中目前其他在线应用程序的使用情况 (付费与免费)



其他在线应用程序也有很大的上升空间。SMB 说道他们打算或开始对几乎所有的在线应用程序投资更多资金。他们最愿意支付的应用程序类型是在线 CRM 与电话会议，分别有 74% 与 64% 的现存用户正打算增加对这些应用程序的成本投资。

中国许多 SMB 也计划采用新的在线应用程序。在线应用程序现存客户中，他们最愿意在接下来三年里采用的新应用程序是在线备份与恢复（31%）、

总结

我们调查中国目前的 SMB 云服务市场规模为 ¥4.1B RMB (USD $640M)，只包括托管的基础架构与 Web 网站服务。该调查还显示这个数字的花费只是中国 SMB 云服务市场巨大潜在空间的开始。 未来几年中，中国 SMB 云服务市场会有爆炸性的增长，为了抓住此次机遇期，服务提供商需要根据其 SMB 目标客户是否有内部 IT 资源、是否聘有 IT 顾问、或是否有内部 IT 员工的实际情况为其提供所需服务。如果服务提供商能够成功进行此项工作，将找到一条打入市场的最好途径，接着很快受益于云服务可提供的巨大生产力与 Web 网站带来的各方效益。

© 2011 Parallels Holdings Ltd. 保留所有权利。 Parallels 徽标与 Parallels 为 Parallels Holdings Ltd 的注册商标。

未经 Parallels 明确的书面许可，不得对本文档的任何部分进行复制、影印或储存入检索系统或者传输。

关于 Parallels

Parallels 应小型企业的需求实现自动化交付最广泛的解决方案，让服务提供商迅速发行并有效交付最具赢利价值的云服务。Parallels 创立于1999年，是一家高速成长的企业，目前在北美洲、亚洲和欧洲有800多名员工。欲了解更多信息，请访问www.parallels.com/spp.

联系方式

Emily Kruger, Customer Insights 经理 邮箱：ekruger@parallels.com
Eugenio Ferrante, Customer Satisfaction & Knowledge 经理 邮箱：eferrante@parallels.com Twitter：@eugenioferrante

Parallels®

Global Headquarters
500 SW 39th Street,
Suite 200
Renton, Washignton 98057
USA
main: +1 425 282 6400
HostingSales@parallels.com
www.parallels.com/spp

EMEA
Willy-Brandt-Platz 3
81829 Munich
Germany
main: +49 89 450 80 86 -0
HostingSales.eu@parallels.com

APAC
3 Anson Road, #36-01
Springleaf Tower 079909
Singapore
main: +65 6645 3290
HostingSales.apac@parallels.com

For more office locations
www.parallels.com/contact