

2014 年中国 X86 服务器客户满意度研究 (简版)

移动信息化研究中心

2014 年 11 月

申明

本报告由移动信息化研究中心发起研究。本报告内所有数据、观点、结论的版权均属移动信息化研究中心拥有。未经移动信息化研究中心的明确书面许可，任何人不得以全文或部分形式（包含纸制、电子等）引用、复制和传播。不可断章取义或增删、曲解本报告内容。

移动信息化研究中心对其独立研究或与其他机构共同合作的所有研究数据、研究技术方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用。

本报告及衍生产品最终解释权归移动信息化研究中心所有。

了解更多关于移动信息化研究中心的服务、订阅与咨询服务事宜，请访问  www.yidonghua.com。需要有关购买移动信息化研究中心服务的更多信息，或获取额外副本及 Web 发布权利的信息，请拨打移动信息化研究中心热线电话+（0）18600161217 或发送邮件 zjx@cniteyes.com，欢迎添加移动信息化研究中心公众微信号【Java_simon】与“人称 T 客”取得联系。



目 录

第一章：中国 X86 服务器市场满意度研究概述	5
1、项目说明：	5
2、核心概念	5
3、主要发现	5
第二章：中国 X86 服务器产品市场概述	8
1. 中国 X86 服务器产品市场发展现状及新技术应用	8
1.1 2014-2015 年中国 X86 服务器市场规模与增长	8
1.2 2014-2015 年中国 X86 服务器市场新技术应用	8
2、2014-2015 年中国 X86 服务器市场基本特点	10
3、2014-2015 年中国 X86 服务器市场发展特点	11
第三章：中国 X86 服务器市场结构分析	13
1、产品结构	13
2、行业结构	14
3、价格段	15
第四章：中国 X86 服务器市场品牌市场份额分析	16
1、产品结构	16
2、区域结构	17
3、行业结构	18
4、价格段	19
第五章：中国 X86 服务器各品牌满意度分析	20
1、中国 X86 服务器品牌发展状况	20
2、中国 X86 服务器各品牌顾客满意度分析	22
2.1 中国 X86 服务器整体满意度研究	22
2.2 中国 X86 服务器产品售前满意度总体分析	23
2.3 中国 X86 服务器产品实施满意度总体分析	28

2.4 中国 X86 服务器产品功能满意度总体分析 31

2.5 中国 X86 服务器产品售后满意度总体分析 34

第一章：中国 X86 服务器市场满意度研究概述

1、项目说明：

- 调研说明：《2014 年中国 x86 服务器市场及客户满意度研究报告》历时 2 个月完成。
- 本调研是由移动信息化研究中心调查和发布。
- 项目组面对面深入访谈了 9 位专家以及来自不同行业的 11 位客户代表，调研对象涉及企业高层管理人员、信息化负责人员、运维支持人员等，覆盖金融、流通、制造、零售等多个重要行业。
- 基于我们在 IT 行业的积累以及业内多家厂商和机构的协助，对金融、流通、制造、零售等领域的主要行业客户成功回收了 511 份调查问卷。

2、核心概念

X86 服务器：X86 就是采用 cisc (Complex Instruction Set Computer, 复杂指令架构计算机) 架构的处理器，其程序的各项指令是按顺序串行执行的，每条指令中的各个操作是按顺序串行执行。

3、主要发现

(1) 品牌认知梯队效应明显

从 X86 服务器的品牌认知来看，受母品牌和各个品牌产品市场所积累的市场知名度影响，IBM、HP、华为的产品知名度较高；整体来看，目前主流厂商的品牌认知分为三个梯队，第一个梯队以 IBM、HP 为代表的国际一流厂商，这两个厂商的品牌认知度都达到 40% 以上；第二个梯队以华为、联想、DELL 为代表，这三个厂商都是国际知名品牌，但其 X86 服务器都不是其最核心的业务，但是受其母品牌影响，其在 X86 市场知名度依然较高，均

在 30%以上；以浪潮和曙光为代表的第三梯队，虽然在技术实力国内一流，但是其目前的品牌知名度还较低，需要利用好国产化趋势，做好品牌推广工作。

（2）品牌渗透将会出现割据局面

从品牌渗透率上来看，除 IBM 品牌占据强势地位外，其他品牌并没有形成强势品牌地位，特别是 IBMX86 服务器业务被联想集团收购，那么中国的品牌渗透率将面临着一次前所未有的洗牌。未来国内市场品牌渗透将呈现的特点是群雄割据的局面。另一方面，我们看到两大根正苗红的国产厂商浪潮和曙光的品牌渗透率依然不高，需要强化市场推广工作。

（3）整体满意度处在健康水平，实施服务是下一步提升重点

从整体上看，中国 X86 服务器整体满意度处在一个比较健康的水平，整体满意度为 8.0；对于不同维度的满意度来看，产品功能满意度最高达到了 8.4 分，而实施服务满意度最低，仅有 7.3 分。

移动信息化中心认为，各个厂商经过近些年的积累，产品功能上已经能够充分满足目前客户的需要，产品的 RAS 特性，易维护低功耗等功能随着技术的升级都能很好的满足顾客的需求，使得顾客满意度较高。而在产品实施服务的过程中，由于各个厂商存在发货不及时，不了解顾客的具体业务，进场安装和测试能力不足等问题，使得实施满意度的得分较低。

（4）售前满意度略低于整体满意度，但在健康范围，售前人员提供持续服务能力需持续加强

中国 X86 服务器产品售前满意度平均得分为 7.9 分，略低于整体满意度。从细分维度上来看，主要是售前人员提供持续服务能力这个维度得分较低，是提升售前服务能力的突破口。而商务沟通能力、对客户业务及行业的了解程度几个维度得到顾客的认可，得分均在 8 分以上。

（5）实施整体满意度是整个服务器满意度的短板，主要原因在于测试和发货速度不尽人意

中国 X86 服务器产品实施整体满意度得分为 7.3 分，是整个服务器满意度的短板。在产品实施中的几个维度中，应用测试得分最低，其次为发货速度，这两个因素是造成整体产品实施满意度底下的主要原因。

（6）产品功能整体令人满意，RAS 特性和能耗控制还有提升空间

研究发现，中国 X86 服务器产品功能整体满意度得分 8.4 分，从调查结果上看，各个产品的易维护维度得到了消费者的认可，而目前产品功能的短板在 RAS 特性的进一步提高和产品能耗的降低。

（7）售后的短板在于解决问题的能力 and 效率

经过调研，我们发现中国 X86 服务器产品整体售后满意度为 7.9 分，差强人意。从调查结果上看，主要的短板在于解决问题的能力 and 效率。目前来看，各个主流的厂商都为售后服务设置了规范的流程，也能够保证请求通道的畅通，受理速度也能基本让客户满意，但是在处理具体问题的能力 and 效率还存在等待和信息沟通不充分的情况，致使满意度得分低下。

第二章：中国 X86 服务器产品市场概述

1. 中国 X86 服务器产品市场发展现状及新技术应用

1.1 2014-2015 年中国 X86 服务器市场规模与增长

受中国经济增长放缓以及新政府领导层换届政策不明朗原因，2013 年中国服务器市场增长放缓，很大程度上抑制了 X86 服务器的采购需求，2013 年全年销售额 251 亿，同比增长 15.6%，这与 2012 年 18.6% 的增速相比有明显的下滑；随着 2014 年新一届政府鼓励发展信息消费政策的明朗，以及金子工程收尾的刺激，2014 年中国 X86 服务器市场的购买需求得到了进一步释放，2014 年第一季度 x86 服务器出货量为 35 万台，相比去年同期增长 22.9%。

X86 市场增长主要增长点来源于移动互联应用的快速发展以及云计算、大数据应用的拓展和深化；同时，传统产业融合加剧，x86 服务器新技术、新应用不断推陈出新，使得银行、电信、航空等领域的企业用户尝试将更多的应用从 RISC 平台向成本更为经济的 x86 服务器平台迁移。

1.2 2014-2015 年中国 X86 服务器市场新技术应用

(1) x86+ARM+GPU 组合所代表的异架构加入竞争

移动互联、云计算、大数据等趋势的影响，绿色低耗大型数据中心得到了迅猛发展，也为处理器供应商提供了一个良机，使它们能够利用与以往不同的解决方案来优化计算方式。同时，新的工作负载模式对服务器架构提出了更多要求，高性能已经不再是人们追求的单一指标，市场正在寻求突破性的方法来提高 IT 系统效率，并降低总拥有成本的产品解决方案。具有低功耗、高密度、面向密集型计算需求等特点的低功耗服务器正成为服务器市场中的一个重要细分领域。ARM 由于其开放的架构一下子吸引了整个 IT 行业的目光。特别是 AMD 在 2014 年推出的首款 ARM 架构处理器——AMD Opteron A 系列处理器为数据中心应对新应用提供了一条新思路。AMD Opteron A 系列的优势在于以最小的功耗和空间占用为用户提供最多的计算核心和最高计算密度。这对于强调并行计算的场景来说非常重要，而并行计算正是很多大数据和高性能计算应用最核心的需求所在。而 AMD 还计划在 2015

启动 SkyBridge 计划，打造一款 ARM 架构 CPU+GCN 架构 GPU 和全新安全机制的 CPU，更不可思议的是这颗 CPU 在针脚上将与传统 x86 处理器相兼容。

(2) x86 服务器心脏升级，使得小机客户向 X86 迁移

随着 x86 平台的不断演进，传统的关键业务领域已经由原来的 RISC 架构逐步向 x86 迁移，特别是 2014 年英特尔至强 E7V2 作为 TICK TOCK 的双进化产品带来了一次性能上的跃升。上一代的产品已然动摇了不少小机客户，此次“升级不升价”，并“超额赠送”的做法加快了关键业务向 X86 迁移的步伐。并且随着超大型数据中心的发展，越来越多的用户对运维费用给予了更多关注，X86 平台的优势逐步显现。英特尔 2014 年从入门级产品 E3V3 到主流双路、四路市场至强 E5V3 系列平台的推出，乃至直接与 RISC 架构对决的 E7V2 平台，英特尔在 x86 处理器性能上已经实现全方位布局。最高拥有 18 个核心至强 E5V3 系列平台的推出使英特尔双路服务器处理器平台几乎可以继续保持绝对领先优势。面向四路及四路以上应用的至强 E7V2 则为用户提供了强大的性能和可靠性。英特尔 E7V2 平台能够大幅提高其关键业务应用的运行速度和精确度，其运行虚拟机应用的性能都得到了大幅提升。目前，在 RISC 架构拥有传统优势的电信、金融、证券、医疗等关键行业里，已经有一些用户开始尝试基于 x86 架构的平台，并且获得了可喜的成绩。随着 x86 架构的不断完善和普及，无疑将为用户 IT 带来更多的选择，相信将会有越来越多的企业会投入到 x86 架构中。

(3) 云计算应用不断成熟，创新服务新模式

云计算不只是新的技术，更是一种新的业务模式，2014 年云计算的发展催生大量新的产业应用，触发新的业务增长点。从产业的角度来看，云操作系统和云安全技术是在云计算领域较为重要的两个技术。目前云操作系统技术日益成为关乎产业主导权的重要砝码。随着云操作系统的完善，其能够管理大规模云计算硬件设施、中间件与数据库等基础软件以及应用等资源的综合性软件，使其形成统一、灵活、动态的操作环境。云操作系统实现硬件资源的整合，提供统一、标准的云计算软件接口，同时实现海量计算任务及资源的调配。云安全技术对云计算的大规模应用有着重要意义，目前云安全技术主要包括五个方面的内容，即数据安全技术、应用安全技术、传输安全技术、身份认证技术、管理安全技术等。在未来云计算时代，信息成为政府、重要行业、企业以及个人的重要资产，其可靠性、

安全性和完整性关系到相关企业的生存力和竞争力，随着传统业务向云计算平台的迁移，新模式下的安全技术将成为各方关注的焦点。

2、2014-2015 年中国 X86 服务器市场基本特点

(1) 云计算、大数据、移动互联等应用仍是市场增长主要驱动力

2014 年，云计算、互联网与移动互联等应用领域是驱动市场保持稳定增长的主要动力。在云计算领域，随着 IAAS 服务的快速增长，数据中心 IT 基础设施提资步伐明显加快。2014 年，移动互联开始成为人们日常生活中不可或缺的一部分，微信、手游、各类 APP、移动 CRM 等新兴应用不断拉动着对服务器采购需求。同样，信息大爆炸使得商业领域对大数据更加重视，2014 年，基于大数据的数据挖掘成为大型企业 IT 投资的主要方向。随着用户数据规模的不断扩大，对数据价值挖掘也被提到了前所未有的高度。针对大数据应用特点，集软硬件一体化设备即大数据一体机受到关注，并得到快速发展。这种整合型产品与大数据应用相结合，可实现速度安装和数据加载，并在数据存储和处理架构上兼具了典型云计算平台特点，能迅速实现数据聚合、处理、挖掘与分析。

(2) 政府在 2014 年服务器市场推动效应明显

2014 年是中国第 12 个五年计划关键的一年，政府、电信、电力和金融行业在 2014 年第一季度的需求有明显反弹。税务、社保、财务部门以及公安和国防部门的都投入了大量资源来更新 IT 技术设施。此外，2014 年也是金字工程的收官之年也带动了整个行业需求的释放。可以说，第 12 界项目由政府推动，导致了服务器市场的增长。

(3) 4 路及 4 路以上服务器产品在关键应用领域不断渗透

2014 年，4 路和 4 路以上 x86 服务器市场增速仍是两个较快的细分市场，其增长的最大驱动因素主要是：云计算应用的迅速推进，移动应用需求的快速增长，行业数据量的急剧扩张，均要求 IT 系统能够承受更大的工作负载，同时，行业 and 关键业务工作负载需要更强的可扩展能力。并且，虚拟化计算环境也需要更多的内存和 I/O。随着全球越来越多的 IT 基础架构运行在 x86 服务器系统之上，对 x86 平台的可扩展性、运行时的工作负载

能力的需求也不断增强。同时随着 x86 处理器技术的改进，以及在大型计算中多处理器协同工作能力的提升，x86 服务器被越来越多的部署在数据中心处理核心业务中。

3、2014-2015 年中国 X86 服务器市场发展特点

(1) 产品融合、技术与应用创新为市场注入新的活力

2014 年，技术和应用创新为服务器市场注入了新的活力，云计算和大数据的深度拓展，产品与技术的推陈出新，市场热点的多样化呈现，为 x86 服务器市场带来了新动力。移动互联网的应用深化，三网融合、物联网的快速推进，以及智慧城市、数字城市的应用推广，医疗卫生、智能电网、节能环保等应用需求不断增长，成为 x86 服务器市场增长的主要动力。同样，云计算作为调整产业结构、提升地方信息化水平和刺激内需的重要手段，得到了来自政府、企业的大量资金投入。无论是面向公众服务的“城市云”，还是为企业内部提供服务的私有云，或是针对各行各业的行业云，这些云平台的建设，都将拉动了整个服务器市场的快速增长。

(2) 数据中心大规模应用推动定制化一体化设备发展

随着数据中心的高速发展，企业计算领域发生了巨大的变化，各种业务应用需求的不断增加，形成了用户对服务器在体系结构、I/O 以及存储等各方面差异化的需求，定制化的产品更受用户青睐。更加强调 IT 资源的整合、管理与智能调度能力，整合、虚拟化、低功耗、高可用越来越频繁地出现在服务器产品的用户需求中。2014 年，各大巨头针对大数据应用特点，纷纷推出集软硬件一体化设备即大数据一体机，决战数据中心市场。这种集软硬件一体和并行数据仓库一体机设计，不仅能实现速度安装和数据加载，同时产品在数据存储和处理架构上兼具了资源池共享、按需可扩展、高可用保障、统一运维监控等典型云计算平台特点，能非常迅速地实现数据聚合、处理、挖掘与分析。用户对大数据价值的认可程度增加，也迫切需要应用云计算、物联网等新兴技术来满足信息系统整合、商业数据分析处理等领域的需求，需要这种整合型产品与大数据应用相适应。随着市场需求出现井喷，预计未来这种集成多种技术融合性的一体化设备将会得到快速发展。

(3) 国内厂商阵营市场份额得到稳步增加

2013 年斯诺登事件，让信息安全在中国发酵。中国各级政府大力扶植自主可控的信息基础设施设备，以浪潮、华为、曙光为核心的国内厂商阵营抓住市场机会，在政府、银行、电信等行业快速替代 MNC 厂商设备。此外，去 IOE 使得国外厂商也很难在互联网行业有所突破。从 2014 年第一、第二季度的数据来看，国产厂商的市场份额得到稳步增加。

第三章：中国 X86 服务器市场结构分析

1、产品结构

(1) CPU 个数

双路机型占据整个市场的 78%，14 年 Q1 出货量和销售额分别增长 21.8%和 29.3%。其增长动力主要来源于 1) 互联网及移动互联大型数据中心的扩建很大程度上促进双路机型的需求。2) 大型云计算中中心的发展对双路服务器的需求进一步加快。14 年 Q1 单路服务器也有了不错的增长，销量和销售额同比增长 39%和 27.6%，塔式快速增长的主要来源于政府和教育两个行业在 Q1 的大规模集中采购，属于周期性采购带来的快速增长。

图表 1 2014 年 Q1 中国 x86 服务器产品 CPU 数目销量结构

CPU 个数	销量（台）			销售额（百万美元）		
	2013Q1	2014Q1	销量同比增长	2013Q1	2014Q1	销售额同步增长
1	32313	44923	39.0%	32.43	41.37	27.6%
2	225077	274225	21.8%	541.59	700.46	29.3%
4	28349	31890	12.5%	269.99	306.62	13.6%
8	581	736	26.7%	17.16	22.71	32.4%
8 以上	10	8	-20.0%	0.78	1.72	120.1%
总计	286330	351782	22.9%	861.95	1072.89	24.5%

(2) 产品类型

机架式服务器占据了整个服务器市场的 79%的市场份额，且其销量和销售额的增长速度分别达到 25.9%和 27.4%，其增长的主要动力来源于互联网、移动互联、大数据等行业的大规模应用部署。塔式服务器在 14 年 Q1 的发展主要来源于政府和行业的集中性采购。

图表 2 2014 年 Q1 中国 x86 服务器产品类型销量结构

产品类型	销量（台）			销售额（百万美元）		
	2013Q1	2014Q1	销量同比增长	2013Q1	2014Q1	销售额同步增长
刀片	21037	19631	-6.7%	96.25	103.21	7.2%
高密度	16650	16244	-2.4%	29.95	34.22	14.3%
机架	220004	277063	25.9%	702.83	895.45	27.4%
塔式	28639	38844	35.6%	32.92	40.01	21.5%
总计	286330	351782	22.9%	861.95	1072.89	24.5%

2、行业结构

互联网行业虽然体量巨大但还是保持了 37.1% 的增长幅度，一方面来源于移动互联网的发展，另一方面来源传统行业向互联网型企业转型，一定程度上丰富了互联网的应用。

14 年政府行业有了较大幅度的增长，公安、军队、其它政府部门的增幅都比较可观，这主要来源于城镇化建设配套设施的推进和智能化信息系统在政府部门的推广。

图表 3 2014 年 Q1 中国 x86 服务器行业结构

行业细分	销量（台）			销售额（百万美元）		
	2013Q1	2014Q1	同比增长	2013Q1	2014Q1	同比增长
网站	83331	114247	37.1%	194.4	288.4	48.4%
政府部门	26937	33672	25.0%	84.9	111.9	31.8%
教育	23243	23156	-0.4%	61.8	61.0	-1.4%
电信	20781	23125	11.3%	74.3	92.5	24.4%
服务业	14657	19168	30.8%	35.9	49.4	37.5%
公安部门	10543	13552	28.5%	34.7	44.3	27.7%
银行	8993	10813	20.2%	46.1	51.7	12.1%
军队	8749	10396	18.8%	26.0	28.9	11.2%
电力	6502	8903	36.9%	27.6	42.9	55.5%
广电	4083	8680	112.6%	11.0	21.7	97.9%
交通运输	7418	7401	-0.2%	27.2	25.1	-7.6%
医疗	6063	7167	18.2%	18.6	20.4	9.9%
电子制造业	4331	5679	31.1%	14.3	16.3	14.2%
石油/石化	5894	5044	-14.4%	23.5	22.5	-4.6%

保险	4632	4821	4.1%	18.7	18.9	1.3%
总计	286330	351782	22.9%	861.9	1072.9	24.5%

3、价格段

从价格段来看，销量最高的是\$0K-\$2.9K 价位的机型，但是这个价格段的机型增长乏力，而\$3K-\$5.9K 这个价格段的机型增长迅猛，达到 88.2%，这个价段的机型集中在 2U 双路机型和高端的 1U 双路机型，可以看到在这个价格段是目前主要的增长点。而值得关注的是\$25K-\$49.9K 价格段在 Q1 的增长速度高达 156.5%，这个价段主要是八路，可以看出八路市场取得了突破性增长。

图表 4 2014 年 Q1 中国 x86 服务器价格段结构

单价（美金）	销量（台）			销售额（百万美元）		
	2013Q1	2014Q1	同比增长	2013Q1	2014Q1	同比增长
\$0K-\$2.9K	199053	208591	4.8%	373.0	384.3	3.0%
\$3K-\$5.9K	58230	109572	88.2%	196.9	349.7	77.5%
\$6K-\$9.9K	11897	14362	20.7%	93.4	113.4	21.4%
\$10K-\$24.9K	16849	18531	10.0%	183.0	197.3	7.8%
\$25K-\$49.9K	271	695	156.5%	7.9	20.1	153.3%
\$50K-\$99.9K	-	-	-	-	-	-
\$100K-\$249.9K	14	20	42.9%	2.6	3.8	44.9%
\$250K-\$499.9K	16	10	-37.5%	5.0	3.7	-24.7%
\$500K-\$999.9K	-	1	-	-	0.6	-
总计	286330	351782	22.9%	861.9	1072.9	24.5%

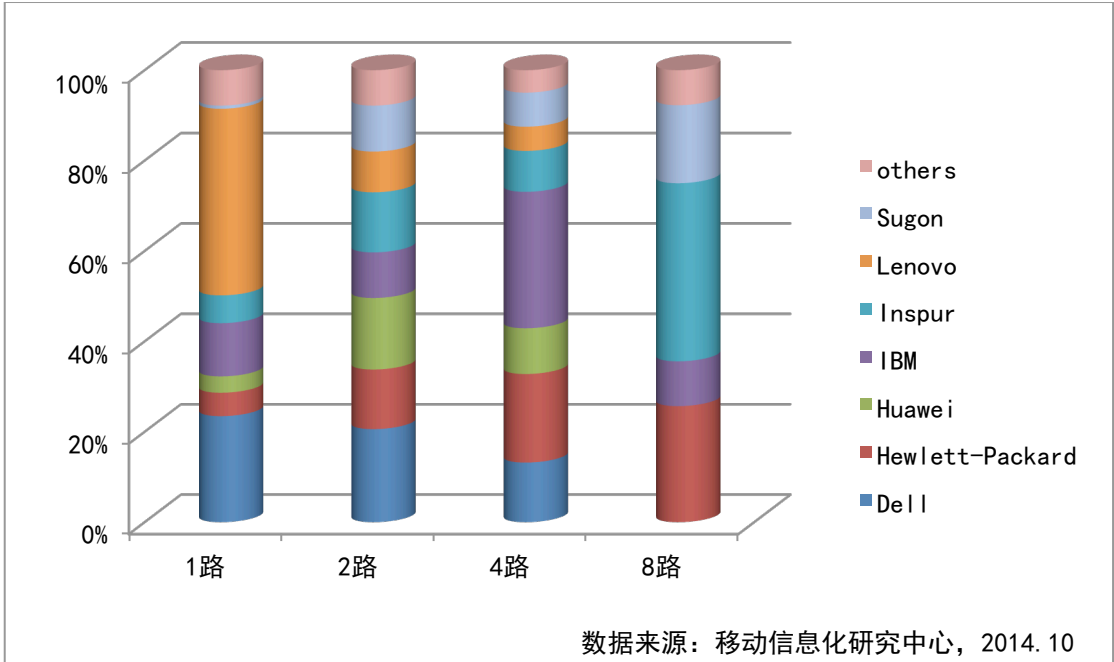
第四章：中国 X86 服务器市场品牌市场份额分析

1、产品结构

(1) CPU 个数

单路服务器，联想和 DELL 占有大部分市场份额，双路服务器各个厂商市场份额差别不大，这主要原因在于双路占据整个市场大部分份额，各个厂商对双路市场极为重视，竞争激烈。在 4 路市场主要是 IBM 和 HP 的机器较受欢迎；在 8 路市场上，浪潮具有绝对的优势。

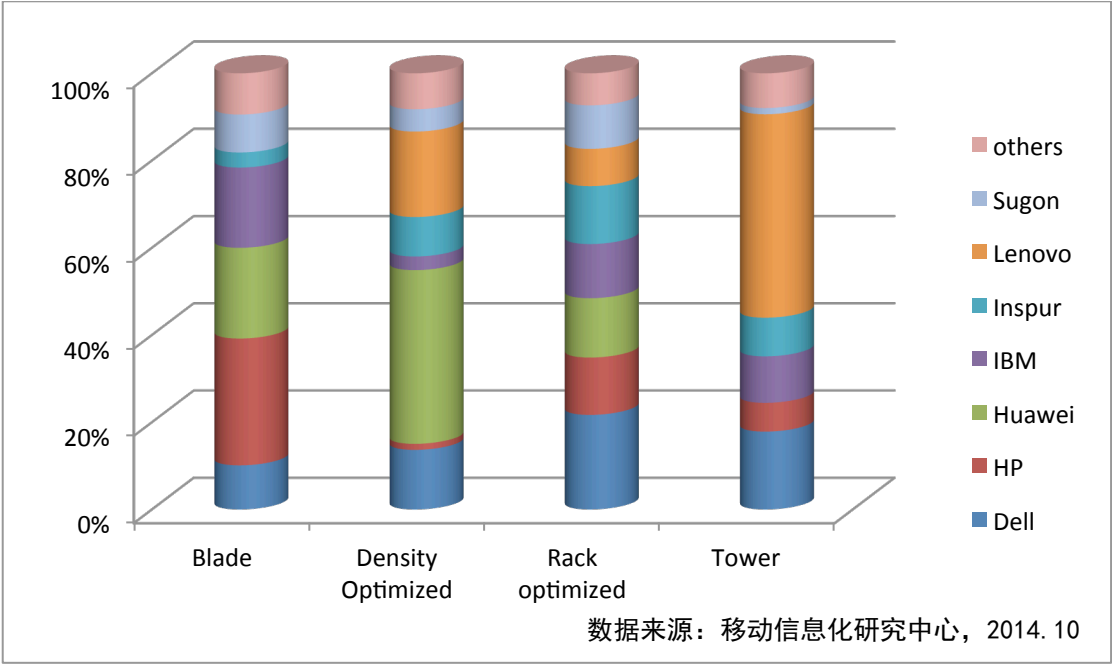
图表 5 中国 X86 服务器 14 年 Q1 各品牌分布-CPU 个数分类



(2) 产品类型

从产品形态上看品牌分布，在塔式服务器上，联想占据大量市场份额，在高密度服务器上华为占有一定优势，在刀片领域 HP 和华为优势较为明显，而机架式服务器几个主流厂商市场份额没有太大差别，说明该市场竞争激烈，是各个厂商必争之地。

图表 6 中国 X86 服务器 14 年 Q1 各品牌分布-产品类型分类



2、区域结构

从区域结构上看，华北地区服务器的出货量最高，其次是华东地区和华南地区，这主要原因在于互联网企业大多集中在北京、上海、杭州、广东几个城市。在华北区域，销量最多的是 DELL，其次是浪潮；在华东和华南区域销量最高的是 DELL，其次为华为；而几个大区中东北区域销量最低，目前在这个区域排名前三的是 DELL、联想、IBM.

图表 7 中国 X86 服务器 14 年 Q1 各品牌各区域分布情况

厂商名称	华中	华东	华北	东北	西北	华南	西南
Dell	3912	18463	25048	2266	2085	15826	3623
HP	2610	12858	10619	1514	1282	13608	2450
Huawei	614	15394	19352	543	220	10946	1171
IBM	2790	8665	17355	1676	2256	7360	2559
Inspur	2929	9605	23665	819	1372	2942	1051
Lenovo	3954	7076	12585	2060	1962	12336	5007
Sugon	1528	9417	15432	201	1390	1116	1624
总计	19721	87523	132906	10126	11432	70401	19673

3、行业结构

从行业结构上看，第一大行业互联网中华为已经成为行业最大的供应商，其次为浪潮。在政府行业，联想、曙光浪潮等国产厂商占有绝对优势；在能源领域 DELL 占据行业第一出货量的位置，其它几个厂商差距不大。在医疗领域，DELL、IBM、联想占有前三甲，且远远高于其它几个厂商出货量；在教育行业，联想凭借塔式机，在出货量上占有绝对优势。

图表 8 中国 X86 服务器 14 年 Q1 各品牌行业分布情况

厂商	流通业	教育	能源	政府	医疗	制造业	互联网	交通运输	其它
Dell	9560	3446	3573	9577	2136	7946	19141	2182	13662
HP	2004	1624	2513	5239	908	3202	11758	1830	15863
Huawei	4432	654	2018	4830	188	328	30079	432	5279
IBM	2547	2601	2582	8555	1362	3423	10224	1816	9551
Inspur	2399	2630	2222	9652	177	598	21911	171	2623
Lenovo	2425	7937	2474	12945	1143	3402	11199	1023	2432
Sugon	610	2321	1997	12151	79	61	12308	37	1144
总计	25569	24946	17829	67974	7167	22166	123659	8355	54117

4、价格段

从价格段上来看，在\$0K-\$2.9K 价格段中，联想和华为的出货量最高，联想主要是塔式机的因素，华为主要是在互联网行业低价的出货的原因。在\$3K-\$5.9K 阶段，DELL 的出货量第一，其次为 HP 和浪潮；在\$6K-\$9.9K 阶段中华为的销量占据第一位，其次为浪潮和曙光，这主要源于国产厂商高性价比四路机型在政府和能源行业取得了较大的销量；在\$10K-\$24.9K 阶段中，IBM 占据绝对的优势，HP 紧随其后占据第二位；在\$25K-\$49.9K 阶段中浪潮占据绝对优势，这主要得益于浪潮 8 路服务器的畅销。

图表 9 中国 X86 服务器 14 年 Q1 各品牌价格段分布情况

厂商	\$0K-\$2.9K	\$3K-\$5.9K	\$6K-\$9.9K	\$10K-\$24.9K	\$25K-\$49.9K
Dell	26074	40940	1861	2348	0
HP	13939	24560	1166	5087	189
Huawei	43056	1956	3228	0	0
IBM	15530	17431	0	9627	73
Inspur	18636	20569	2888	0	290
Lenovo	43274	0	1706	0	0
Sugon	26890	1290	2401	0	127
总计	208591	109572	14362	18531	695

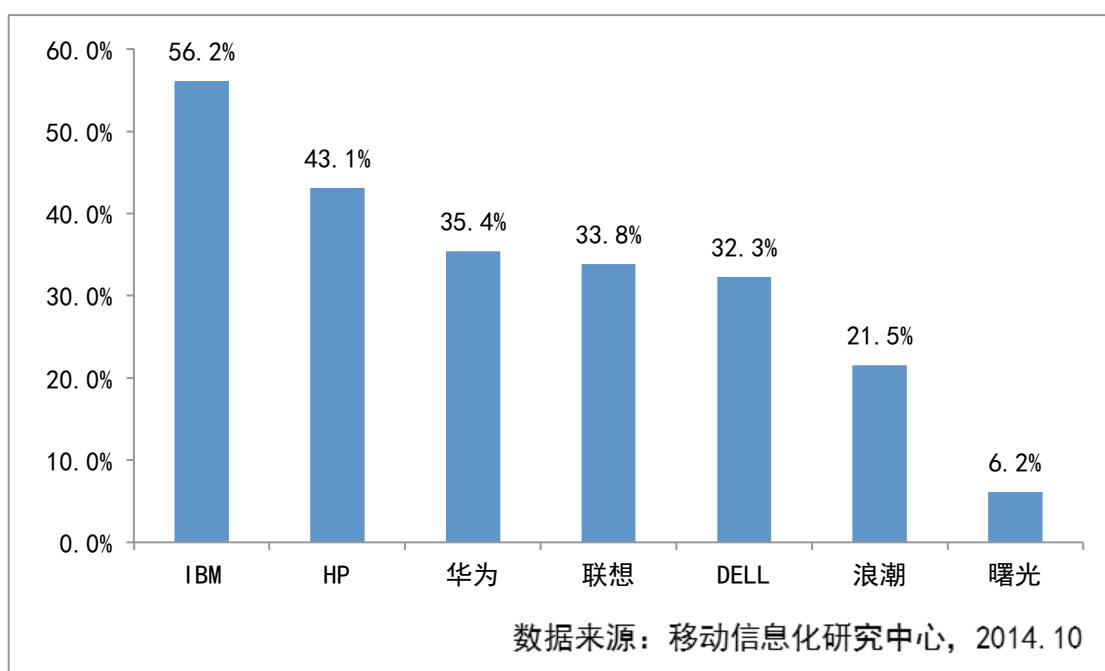
第五章：中国 X86 服务器各品牌满意度分析

1、中国 X86 服务器品牌发展状况

(1) 品牌认知

从 X86 服务器的品牌认知来看，受母品牌和各个品牌产品市场所积累的市场知名度影响，IBM、HP、华为的产品知名度较高；整体来看，目前主流厂商的品牌认知分为三个梯队，第一个梯队以 IBM、HP 为代表的国际一流厂商，这两个厂商的品牌认知度都达到 40% 以上；第二个梯队以华为、联想、DELL 为代表，这三个厂商都是国际知名品牌，但其 X86 服务器都不是其最核心的业务，但是受其母品牌影响，其在 X86 市场知名度依然较高，均在 30% 以上；以浪潮和曙光为代表的第三梯队，虽然在技术实力国内一流，但是其目前的品牌知名度还较低，需要利用好国产化趋势，做好品牌推广工作。

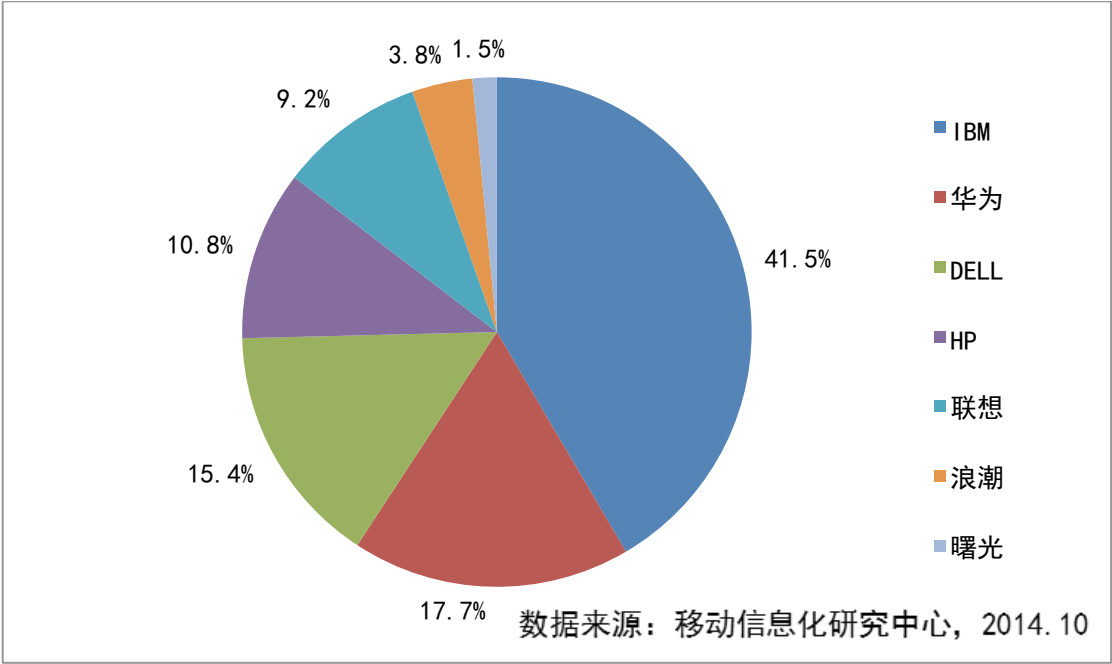
图表 10 品牌认知情况



(2) 品牌渗透率

从品牌渗透率上来看，除 IBM 品牌占据强势地位外，其他品牌并没有形成强势品牌地位，特别是 IBM X86 服务器业务被联想集团收购，那么中国的品牌渗透率将面临着一次前所未有的洗牌。未来国内市场品牌渗透将呈现的特点是群雄割据的局面。另一方面，我们看到两大根正苗红的国产厂商浪潮和曙光的品牌渗透率依然不高，需要强化市场推广工作。

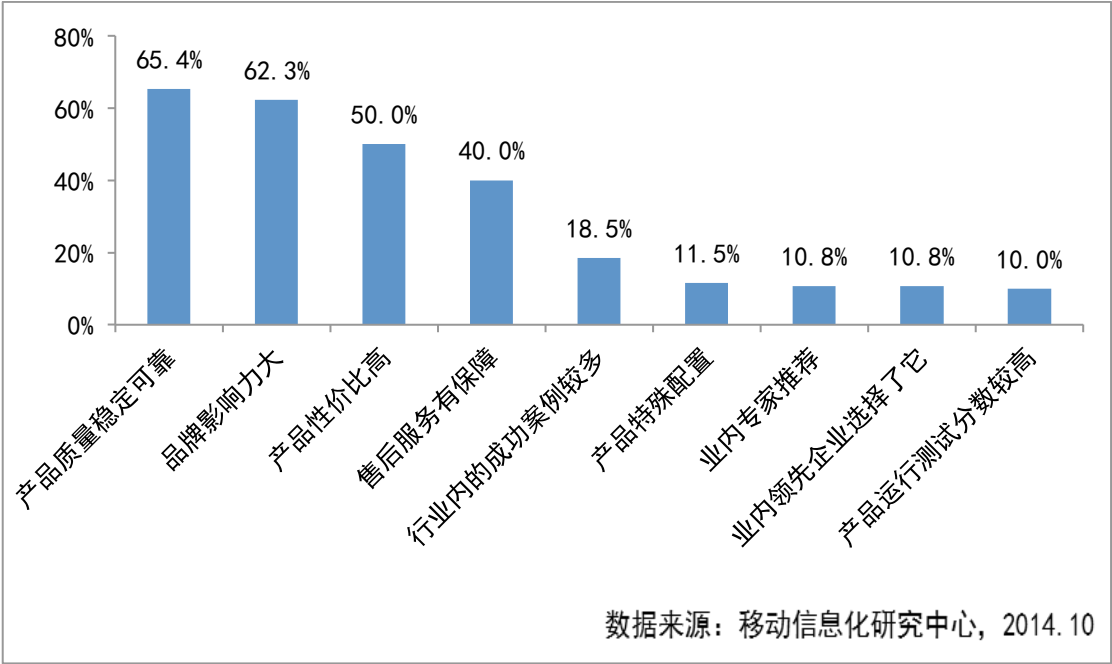
图表 11 品牌渗透率情况



我们调研发现，认可各个品牌的原因主要是产品质量、品牌影响和产品性价比。而产品特殊配置、业内专家推荐、业内领先企业选择了它、产品运行测试文化四个原因不被消费者看重。

我们认为目前 X86 服务器应用已经很成熟，消费者在选择过程中主要关注产品质量、品牌和性价比，而对于专家推荐、特殊配置等对其影响比较小。

图表 12 用户选择 X86 服务器原因分析



2、中国 X86 服务器各品牌顾客满意度分析

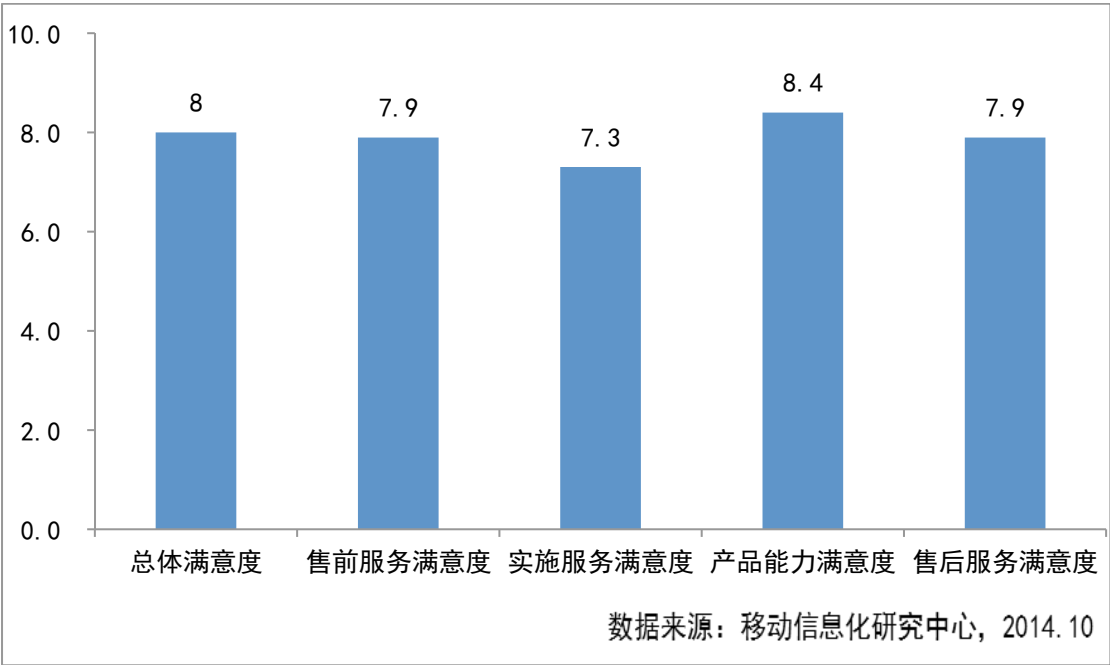
针对 X86 服务器市场，通过对企业用户满意度的比较可以较为直观地发现到底哪些厂商的产品和服务更加契合企业用户的需求。

2.1 中国 X86 服务器整体满意度研究

从整体上看，中国 X86 服务器整体满意度处在一个比较健康的水平，整体满意度为 8.0；对于不同维度的满意度来看，产品功能满意度最高达到了 8.4 分，而事实服务满意度最低，仅有 7.3 分。

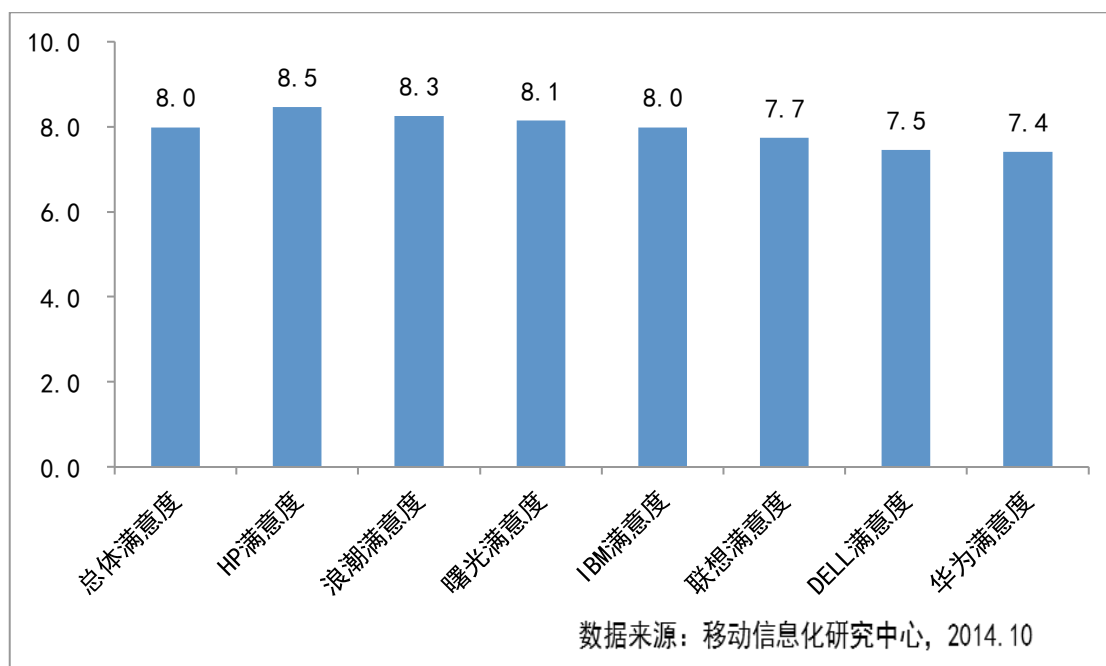
移动信息化中心认为，各个厂商经过近些年的积累，产品功能上已经能够充分满足目前客户的需要，产品的 RAS 特性，易维护低功耗等功能随着技术的升级都能很好的满足顾客的需求，使得顾客满意度较高。而在产品实施服务的过程中，由于各个厂商存在发货不及时，不了解顾客的具体业务，进场安装和测试能力不足等问题，使得实施满意度的得分较低。

图表 13 整体满意度各维度综合得分情况



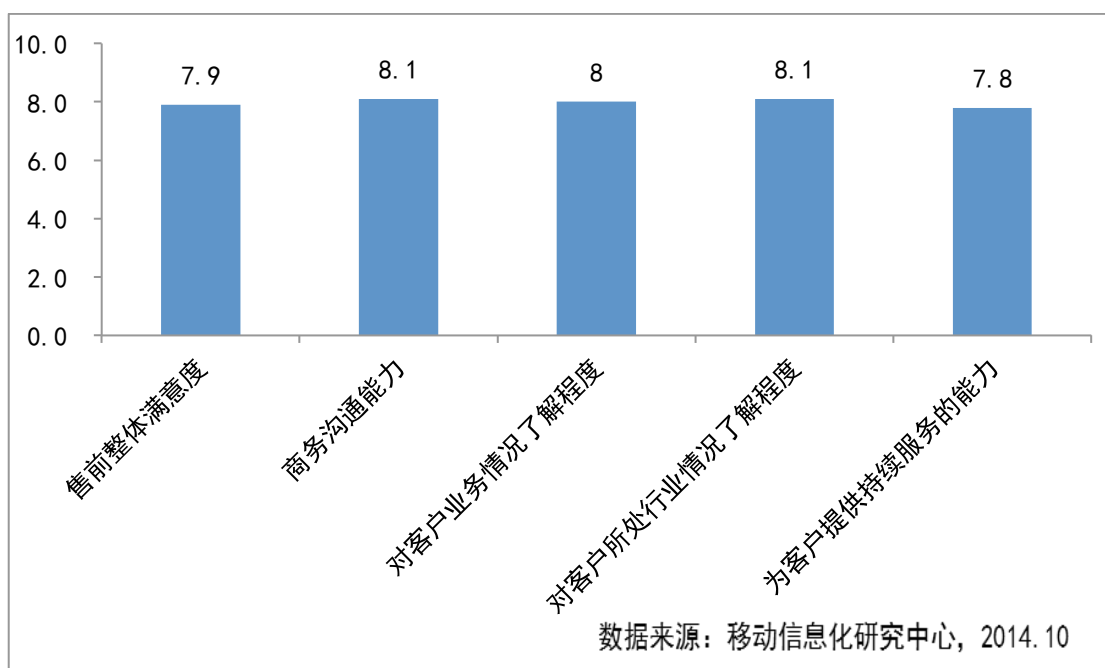
进一步比较不同的厂商发现，目前主流的 X86 服务器厂商都能得到消费者的认可。HP、浪潮、曙光、IBM 在整体满意度方面得到了企业用户的较好评价；联想、DELL 和华为则有一定的提升空间，总体满意度略有遗憾，但是整体差距不明显。

图表 14 各主流厂商整体满意度情况



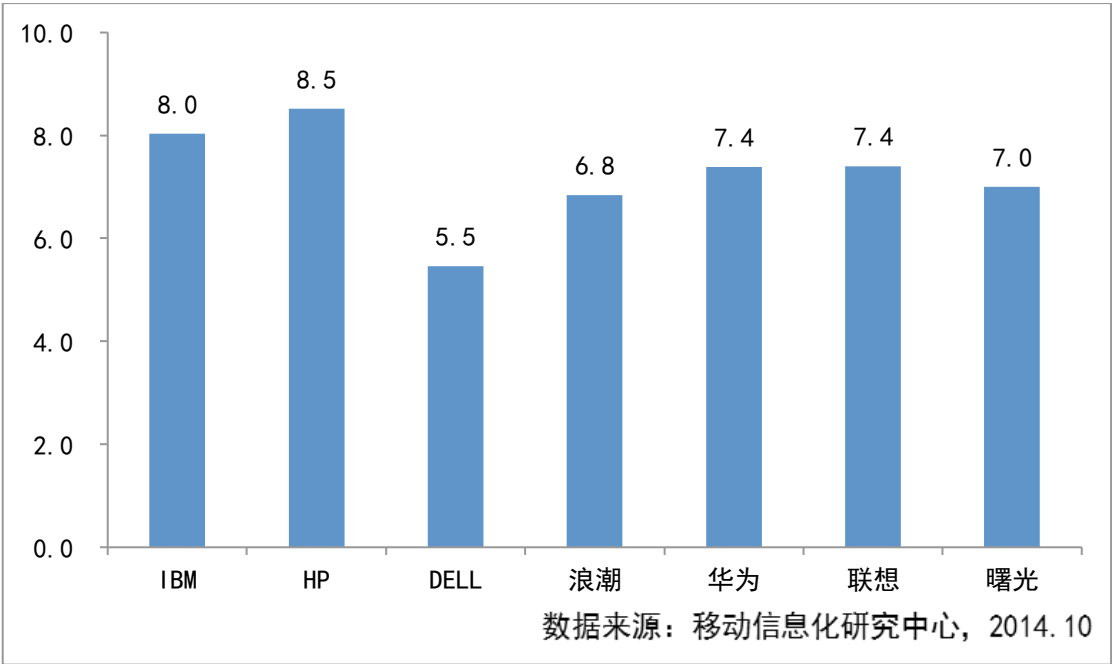
2.2 中国 X86 服务器产品售前满意度总体分析

中国 X86 服务器产品售前满意度平均得分为 7.9 分，略低于整体满意度。从细分维度上来看，主要是售前人员提供持续服务能力这个维度得分较低，是提升售前服务能力的突破口。而商务沟通能力、对客户业务及行业的了解程度几个维度得到顾客的认可，得分均在 8 分以上。



进一步比较各个厂商的得分我们发现，在主要的几个厂商中 HP 的得分最高 8.5 分，其次为 IBM8.0 分，国内的几个厂商中售前满意度最高的是华为和联想，但是从得分上看，

其与 HP 和 IBM 还存在一定差距。另一方面，DELL 虽然在 14 年第一季度取得中国市场出货量第一的位置，但是其售前满意度得分只有 5.5 分，在几个厂商中最低，其售前能力实在令人担忧。



进一步调研客户关注的售前服务内容我们可以看出，顾客最为的售前服务内容是技术实力、服务本地化、企业品牌和用户群规模。选择不同品牌的顾客其对同内容的重视程度也存在不同；IBM 的顾客最为重视技术实力、品牌和产品规格；HP 的顾客最为重视技术实力和服务本地化；DELL 的顾客注重的是产品规格和技术实力；浪潮的顾客比较注重技术实力和产品规格；华为的顾客比较重视技术实力和服务能力；曙光的顾客比较重视服务本地化和技术实力。可见技术实力还是顾客主要看中的因素。

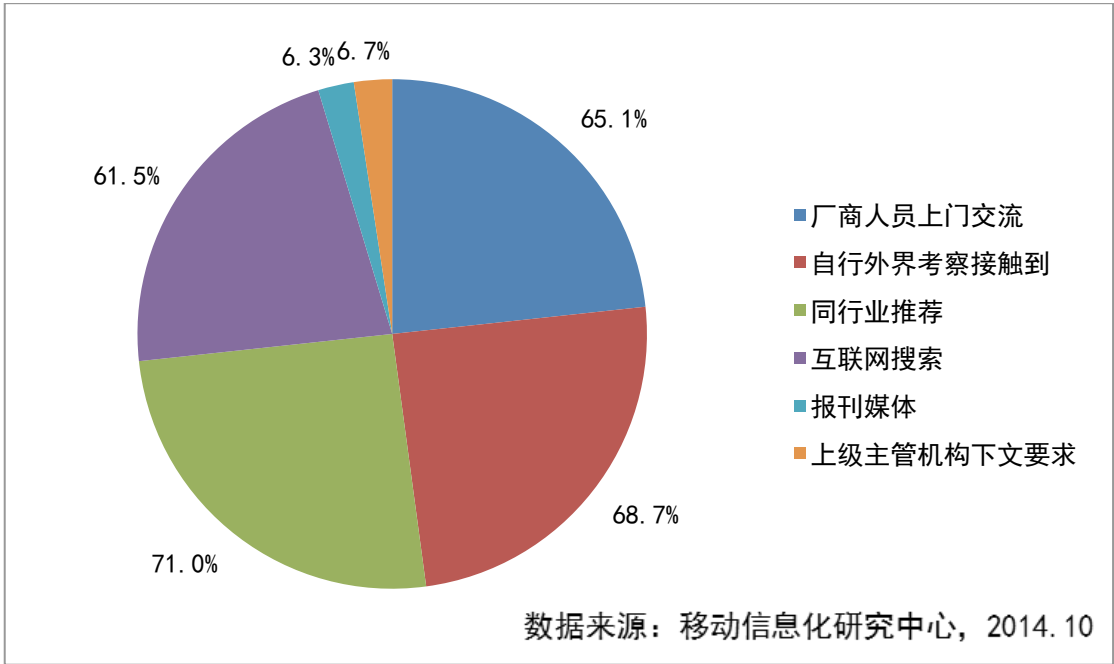
	总计	IBM	HP	DELL	浪潮	华为	联想	曙光
企业品牌	65.1%	57.1%	83.3%	16.7%	50.0%	38.1%	53.3%	36.7%
技术实力	77.0%	77.1%	87.0%	50.0%	61.1%	76.2%	53.3%	68.4%
产品规格	29.8%	57.1%	14.5%	54.2%	55.6%	33.3%	33.3%	30.1%
服务本地化	64.3%	28.6%	87.7%	29.2%	33.3%	42.9%	53.3%	78.3%
用户群规模	52.8%	25.7%	80.4%	8.3%	27.8%	19.0%	13.3%	18.6%
服务能力	21.0%	40.0%	7.2%	12.5%	27.8%	57.1%	60.0%	24.3%
资质证书	9.1%	17.1%	3.6%	0.0%	16.7%	28.6%	20.0%	13.7%

在对售前服务效果的调研中，我们发现，有近 82%的顾客认为是能够让客户认识到价值的提升。有 78.2%的顾客认为售前人员针对当前企业信息化系统给出了优化意见。而认

为企业带来新的解决方案的只占有 20.6%。这一方面源于客户本身对自己的信息化解决方案有一定了解，造成很难给顾客带来新的惊喜。另一方面也说明售前队伍整体思路缺乏创新。当然每个品牌之前也会存在差异，IBM、华为、曙光的客户有近 50%的人认为其售前工程师能够给他们带来新的解决方案，而 HP、DELL 的顾客认为其能带来新的解决方案的顾客只占 10%左右。

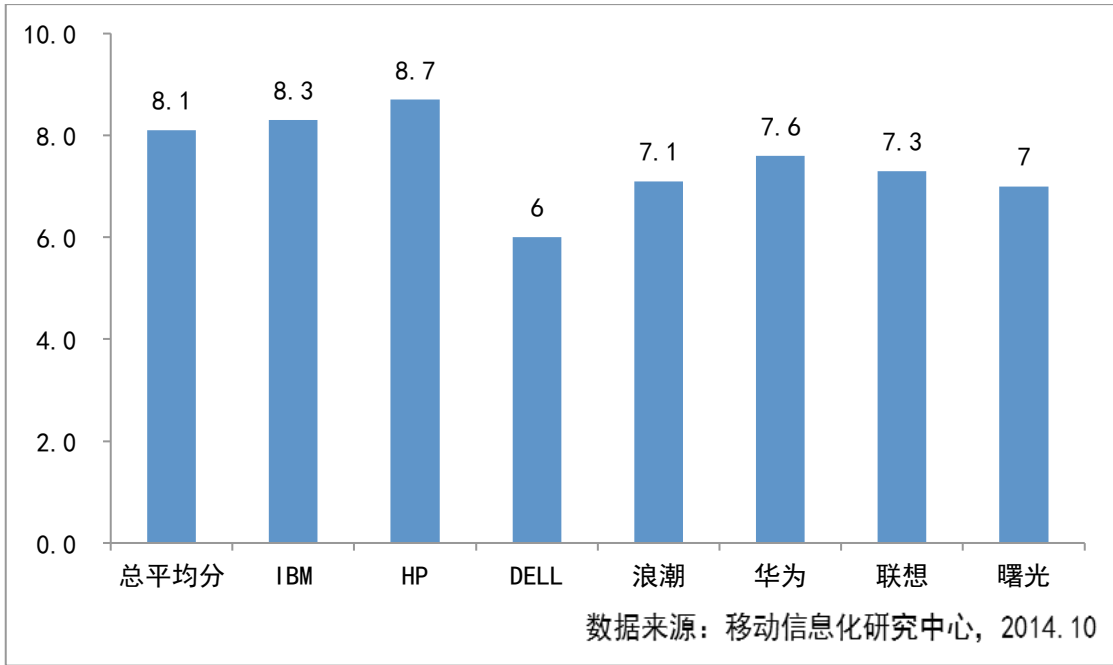
	总计	IBM	HP	DELL	浪潮	华为	联想	曙光
能给企业带来新的解决方案	20.6%	48.6%	8.7%	12.5%	38.9%	47.6%	20.0%	48.6%
对当前企业的信息化系统提出优化意见	78.2%	71.4%	93.5%	62.5%	61.1%	52.4%	33.3%	82.0%
对客户提供的售前服务，能够让客户认识到价值的提升	81.7%	68.6%	92.0%	58.3%	77.8%	66.7%	86.7%	62.5%
帮助指导性差，没有什么帮助	45.6%	11.4%	76.8%	4.2%	0.0%	9.5%	13.3%	12.4%

另一方面经过对顾客收集厂商信息渠道调研来看，同行推荐、外界考察、厂商人员交流和互联网搜索是顾客接触和了解厂商的主要渠道。而报刊媒体和上级批文要求所占比例较小。



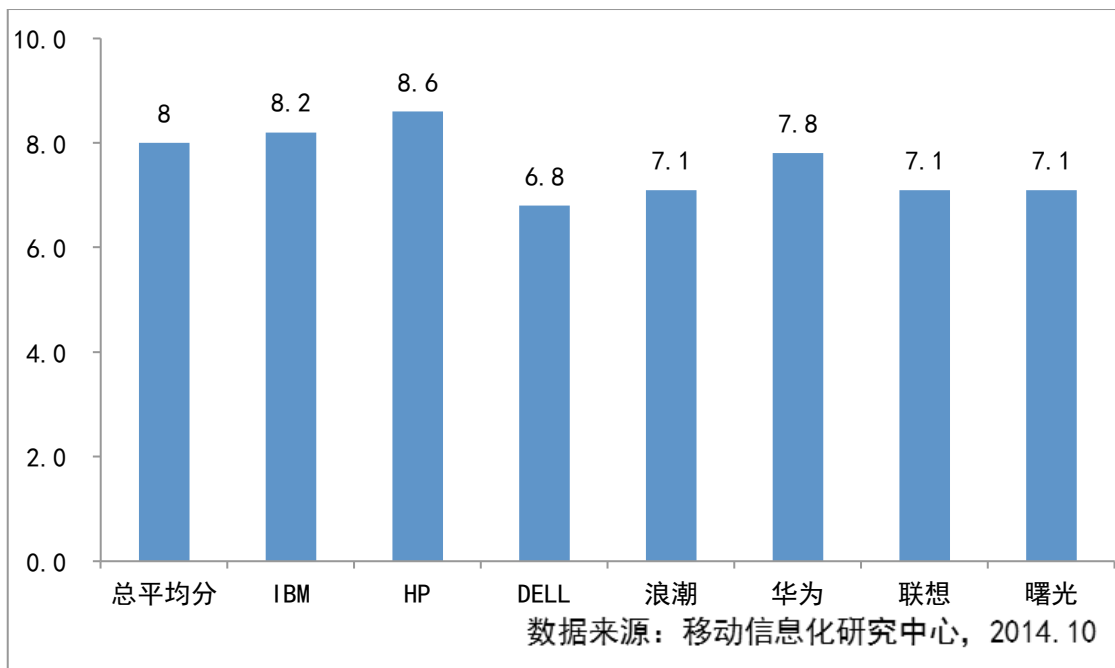
(1) 售前人员的商务沟通能力

在售前人员商务沟通能力满意度得分方面整体平均分 8.1 分。依然是 HP 和 IBM 领先于各个厂商，DELL 在七个主流厂商中依然是最低分，说明其售前商务沟通能力仍需加强；在国产厂商方面，华为的售前商务沟通能力要略优于国内其他厂商，而国内厂商中曙光最弱。



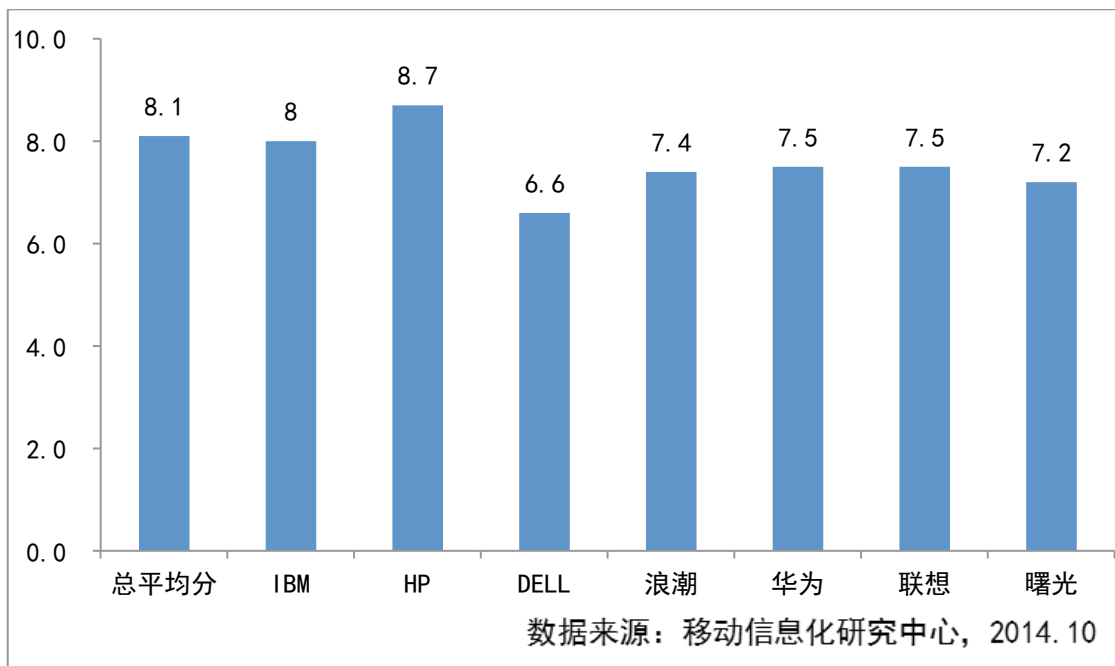
(2) 售前人员对客户业务情况了解程度

在售前对客户业务了解程度维度上，并没有出现 MNC 厂商弱于国内厂商的现象。这主要源于 MNC 的售前团队已经扎根国内多年，对于国内客户的业务情况了如指掌。在所有厂商中 HP 的售前对客户业务了解程度的得分最高，其次是 IBM；在国内厂商中，这块业务做的最好的是华为，其他几个国内厂商相差无几。



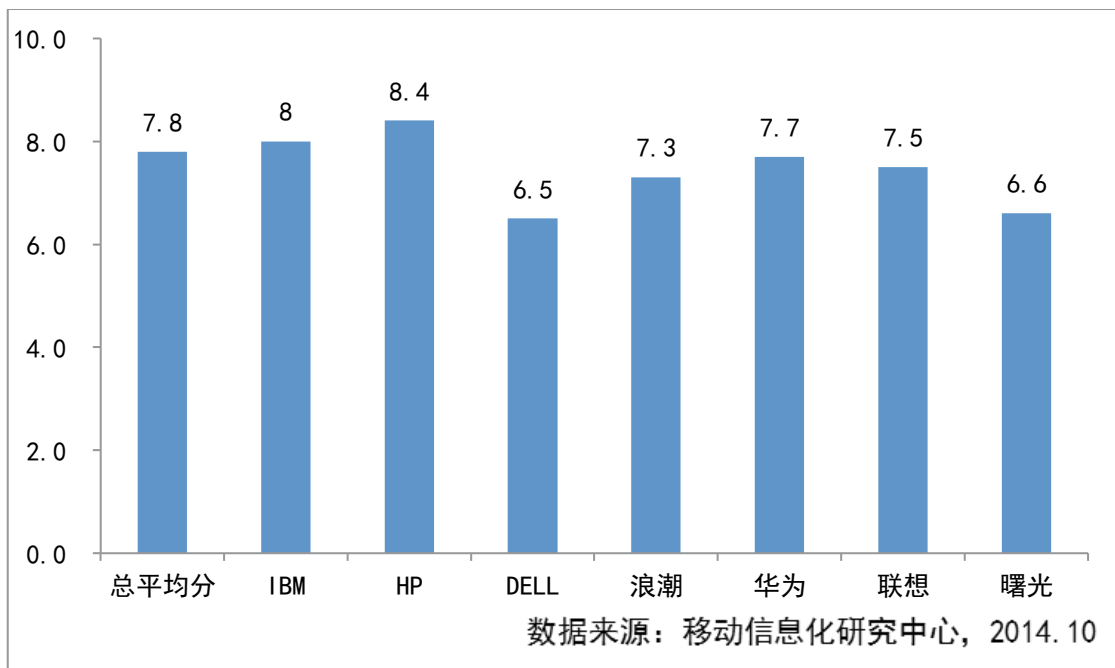
(3) 售前人员对客户所处行业情况了解程度

售前人员对客户所处行业了解程度方面，HP 依然以 8.7 分领跑几个厂商，国内的几个厂商与 HP 和 IBM 还存在差距，而 DELL 售前人员在这个方面依然表现不足仅得分 6.6 分。



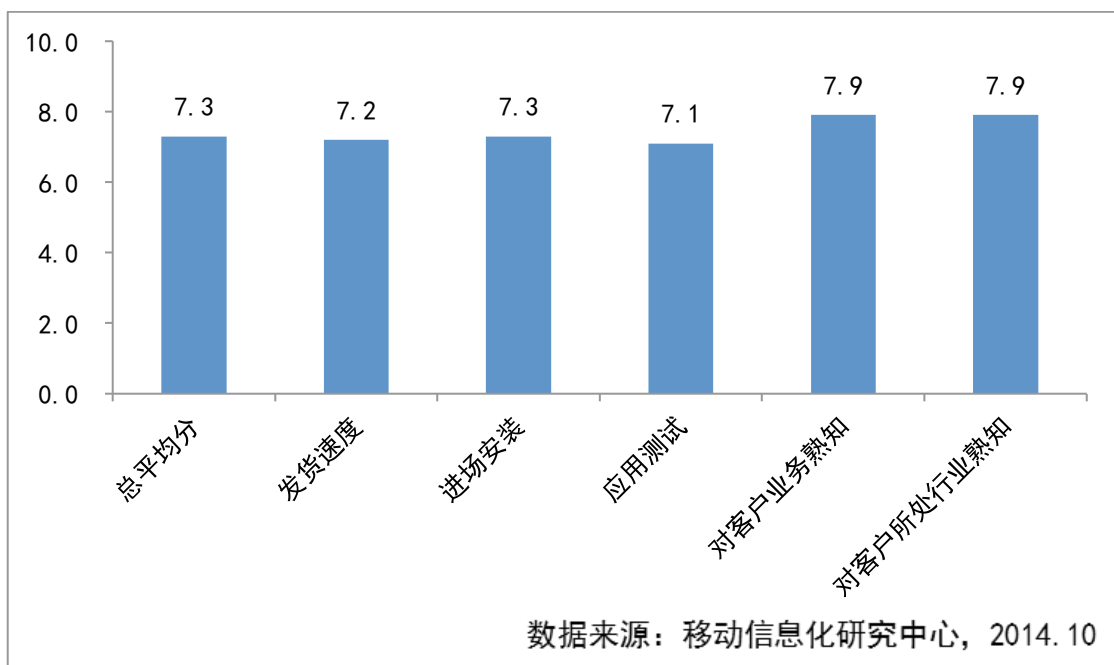
(4) 售前人员具备为客户提供持续服务的能力

在售前人员提供持续服务能力方面，HP 和 IBM 依然领跑几个厂商，说明其售前资源充足。在国产厂商阵营，华为和联想表现良好，而浪潮和曙光在这个维度上略低于华为和联想。这主要源于其自身售前队伍资源并不充足造成的。

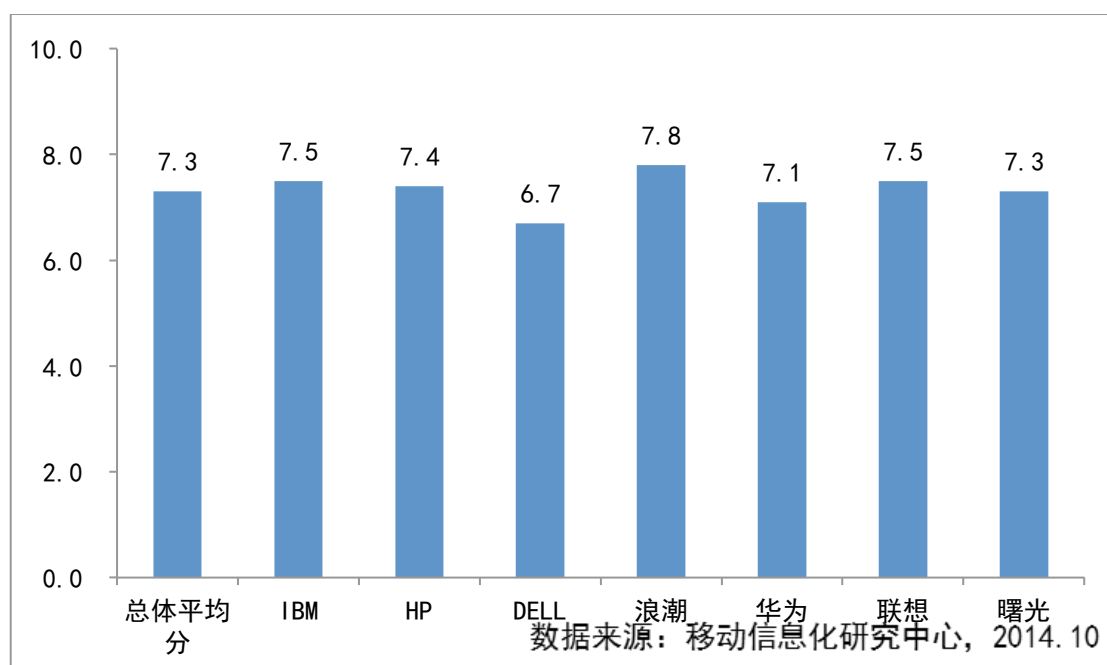


2.3 中国 X86 服务器产品实施满意度总体分析

中国 X86 服务器产品实施整体满意度得分为 7.3 分，是整个服务器满意度的短板。在产品实施中的几个维度中，应用测试得分最低，其次为发货速度，这两个因素是造成整体产品实施满意度底下的主要原因。

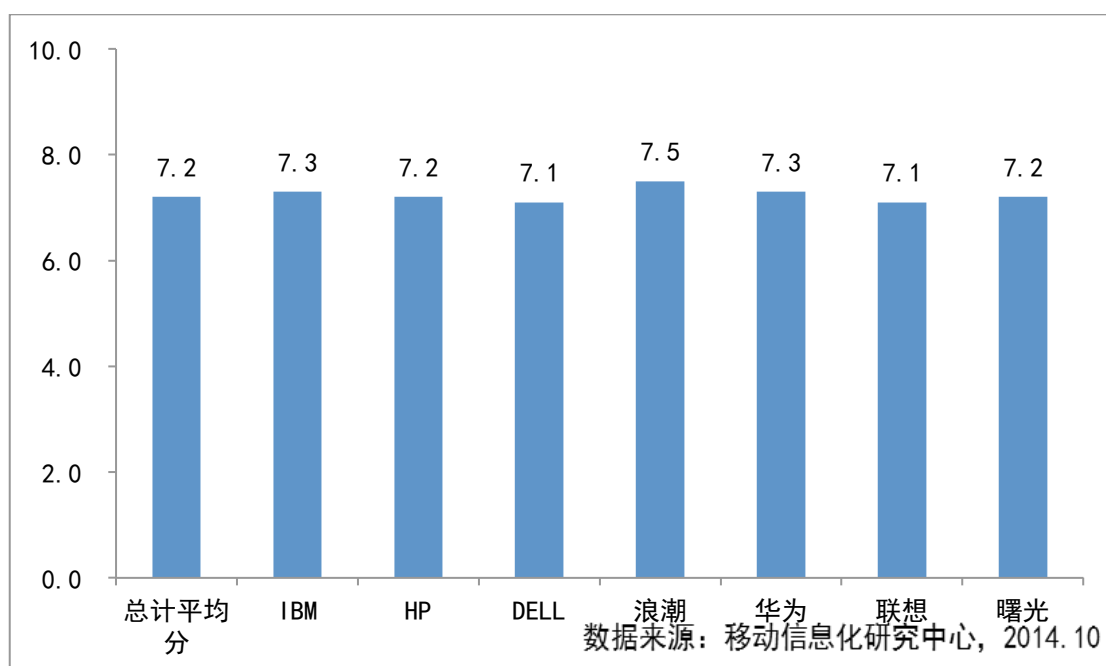


进一步调研各个厂商的产品实施情况，我们发现，浪潮的产品实施满意度得分最高，这与浪潮一直重视发货速度和进场安装是分不开的。在 MNC 厂商里面，产品实施得分最高的是 IBM，其次为 HP；在国产厂商里联想的产品实施满意度得分仅次于浪潮，高于华为和曙光。



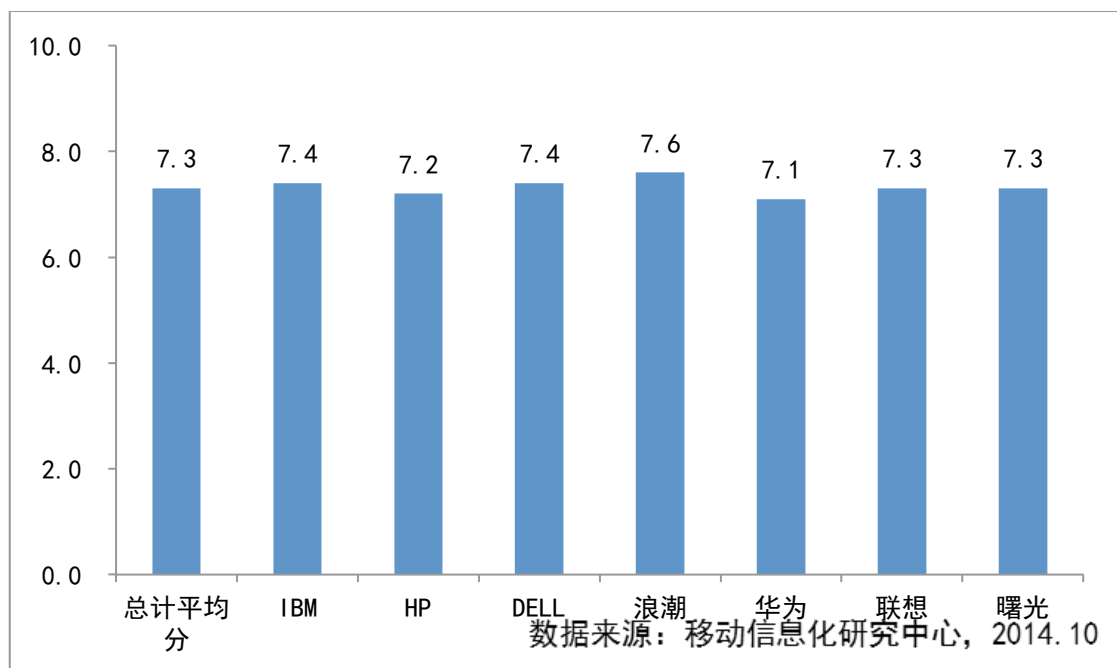
(1) 发货速度

从发货速度方面来看，浪潮的得分最高，高于整体平均分 0.3 分。在 MNC 厂商中 IBM 和 DELL 的发货速度优于 HP；在国内厂商中，联想的发货速度最差，仅有 7.1 分。



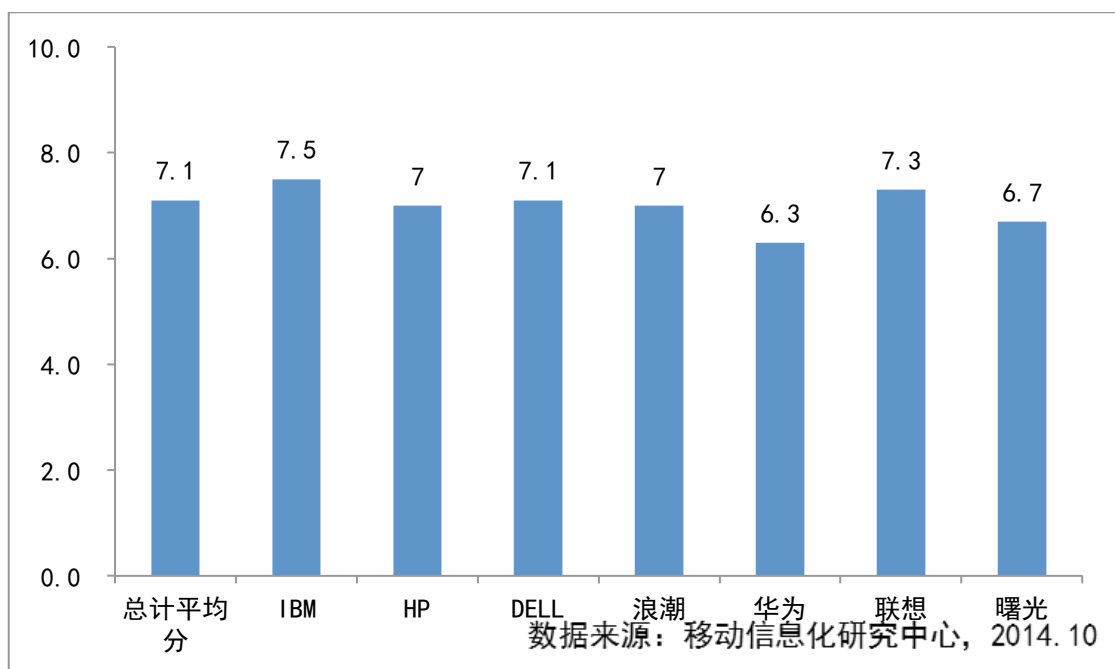
(2) 进场安装专业能力

在进场安装能力方面，浪潮的得分超过 IBM 成为目前得分最高的厂商，在 MNC 厂商中 HP 的进场安全能力最差只有 7.2 分，而在国内厂商中华为的进场安装能力较差，仅有 7.1 分。联想和曙光两家厂商得分均是 7.3 分，高于华为得分。



(3) 应用测试专业能力

从应用测试能力来看，IBM 的测试能力得分最高，其次为 DELL。在国内厂商中联想的应用测试能力最高，其次为浪潮和曙光，华为在应用测试专业能力上还需给予关注。



(4) 对客户业务和行业情况的熟悉程度

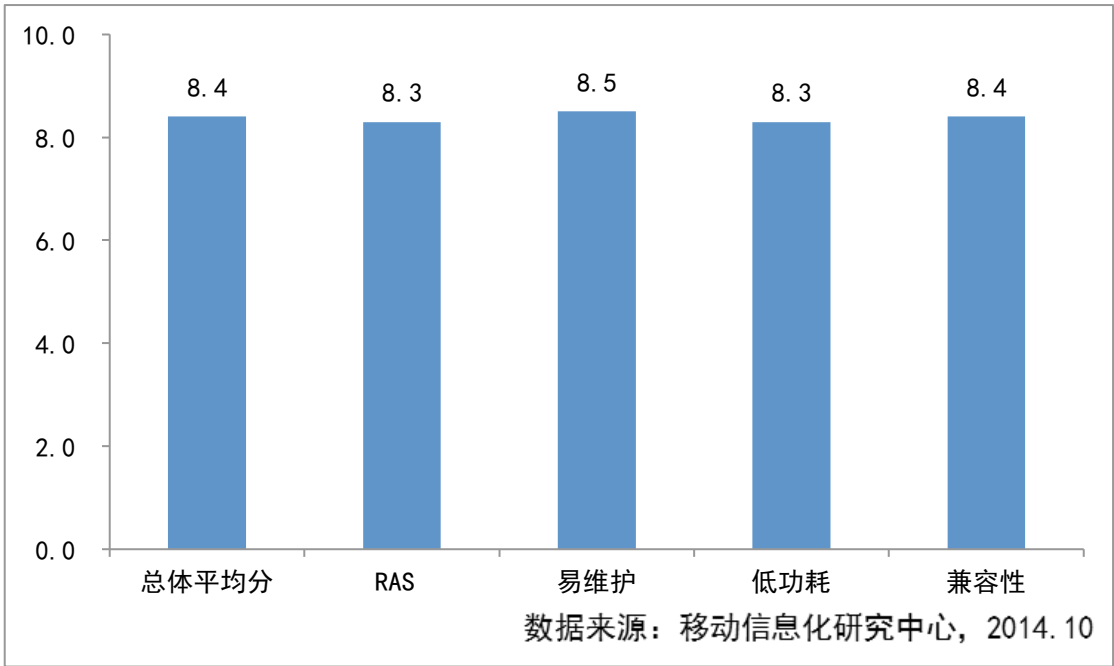
在对客户业务熟悉程度维度上，联想和 HP 并列第一位。从整体上看，MNC 的厂商对客户业务的了解程度要略高于国内的几家厂商。

在对行业了解的程度上，MNC 厂商和国内厂商差别不大，浪潮以 8.2 分排在第一名，IBM 以 8 分排名第二，联想和 DELL 并列第三。

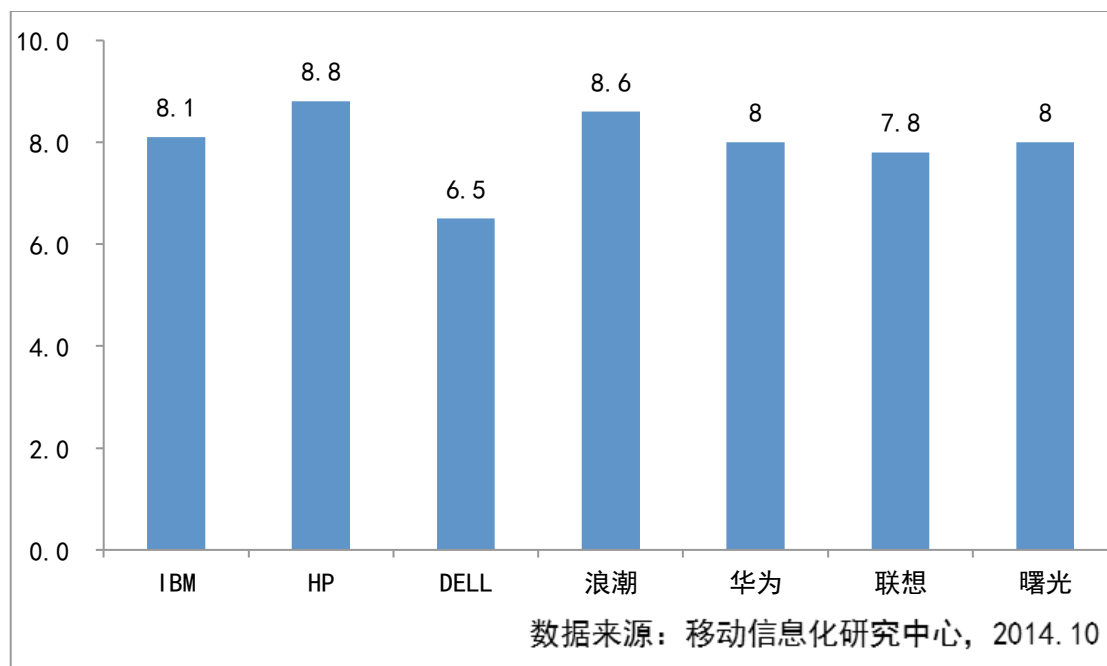
分数	总计	IBM	HP	DELL	浪潮	华为	联想	曙光
对客户业务了解程度	7.9	8	8.1	8	7.7	7.6	8.1	7.7
对行业了解程度	7.9	8	7.7	7.9	8.2	7.7	7.9	7.7

2.4 中国 X86 服务器产品功能满意度总体分析

研究发现，中国 X86 服务器产品功能整体满意度得分 8.4 分，从调查结果上看，各个产品的易维护维度得到了消费者的认可，而目前产品功能的短板在 RAS 特性的进一步提高和产品能耗的降低。

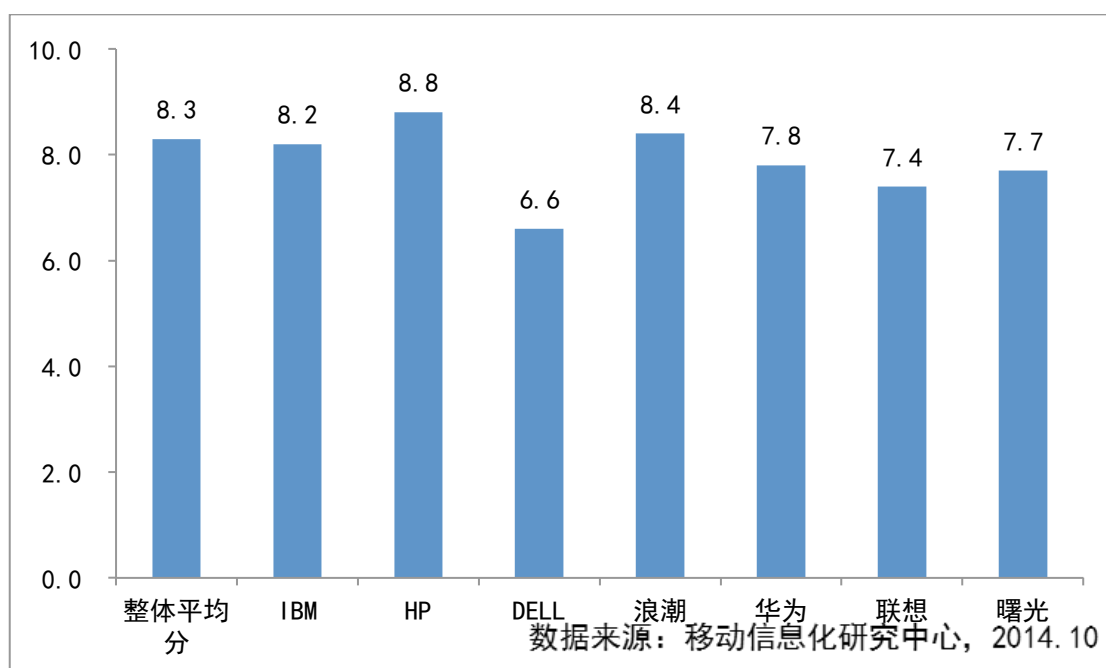


从各个厂商来看，HP 在产品功能上以 8.8 分高居榜首，浪潮以 8.6 分位列第二，在主流厂商中只有 DELL 在产品功能上得分低于 7 分。从得分结果上看，在产品功能上，国内厂商已经和主流 MNC 厂商平分秋色，说明近几年经过几代产品的迭代，国内厂商的产品功能已经跻身国际一流行列。



(1) RAS 特性

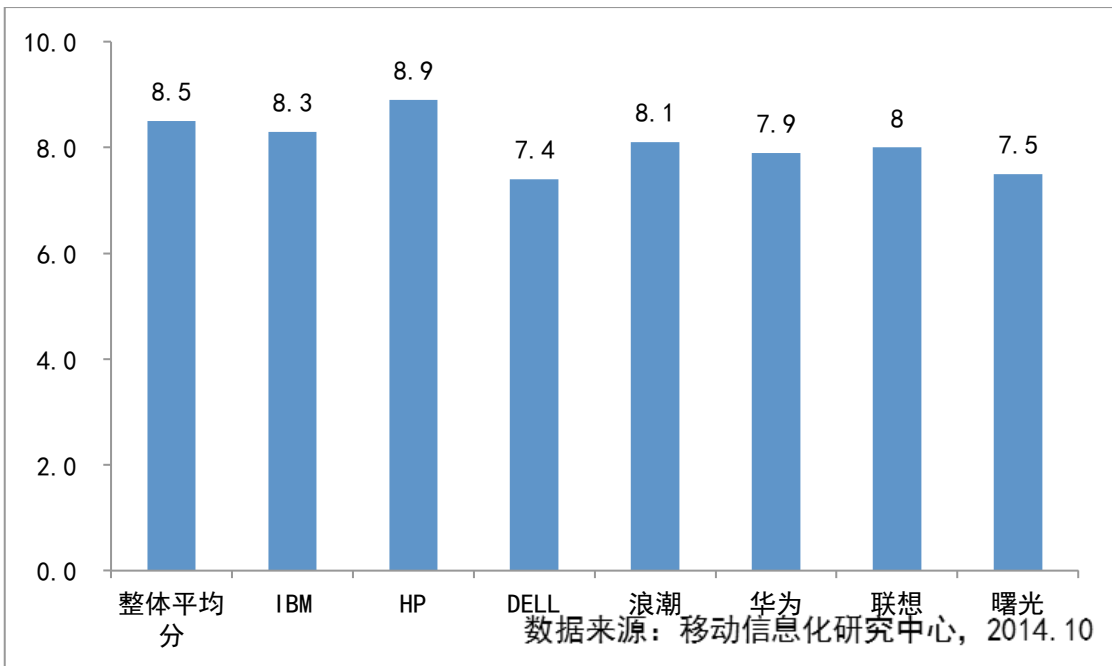
在 RAS 特性方面，HP 以 8.8 分高居榜首，说明 HP 产品的 RAS 特性广泛得到顾客的好评，浪潮以 8.4 分居第二位，而华为和曙光在这一项的得分也分别为 7.8 分和 7.9 分，这一结果充分说明了国内厂商经过几年的积累，已经能够制造出受到顾客认可的好产品。



(2) 产品易维护

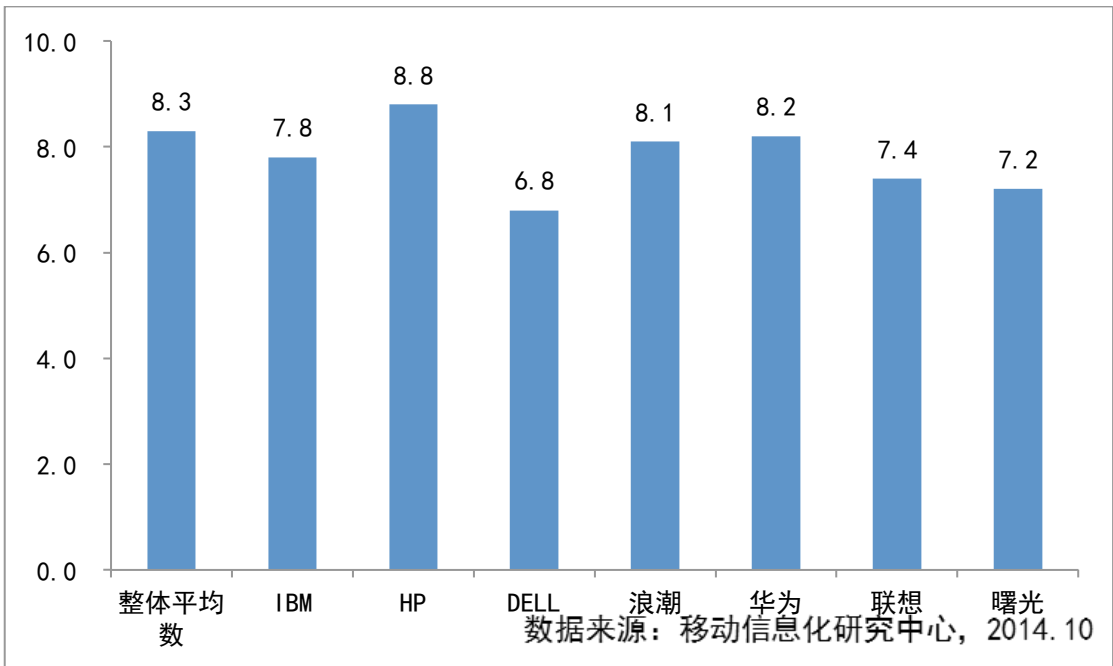
产品易维护已经成为各个厂商设计产品时重点考虑的因素。整体上，这一小类的平均分为 8.5 分，说明顾客对目前产品给予充分的认可；从各个品牌来看，HP 以 8.9 分居首位，可以看出顾客对 HP 产品的易维护给予了高度认可；IBM 以 8.4 分居第二位，其次为

浪潮和联想。从易维护的维度来看，国内厂商得分略低于主流的 MNC 厂商，说明国内厂商还应该在易维护上给予关注。



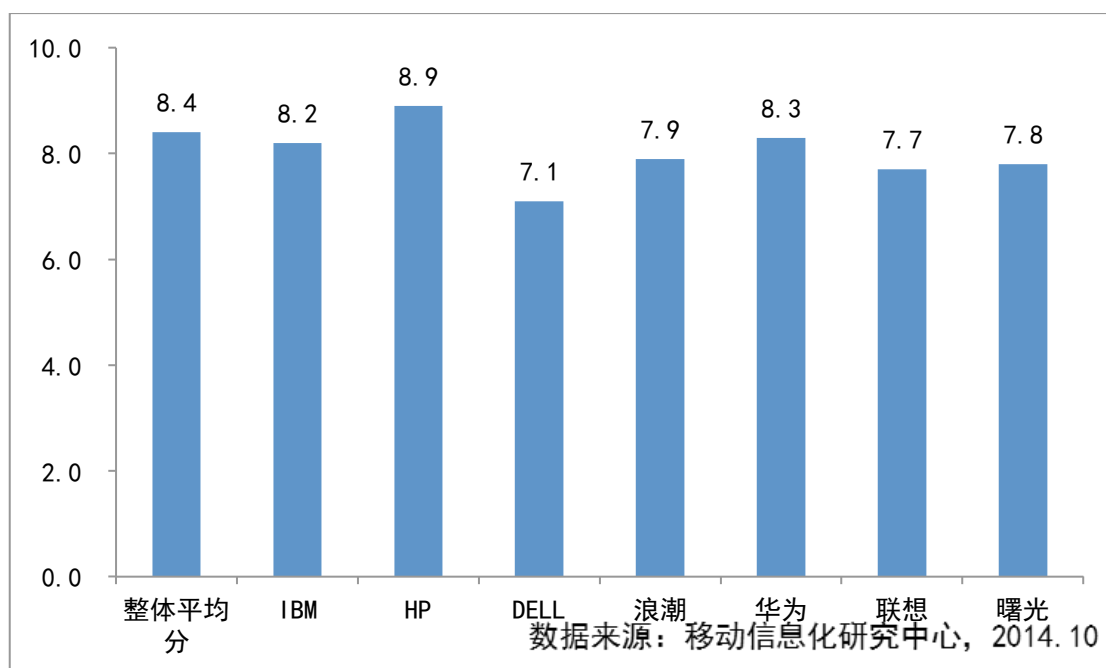
(3) 产品低功耗

随着大数据中心的建立，能耗成为顾客关注的另一个焦点。整体上，中国市场的顾客对目前的产品给予 8.3 的评价，还有一定的提升空间；在品牌细分方面，HP 的产品得分依然最高，其次为华为和浪潮。而作为第一季度国内第一大出货商的 DELL 得分只有 6.8 分。



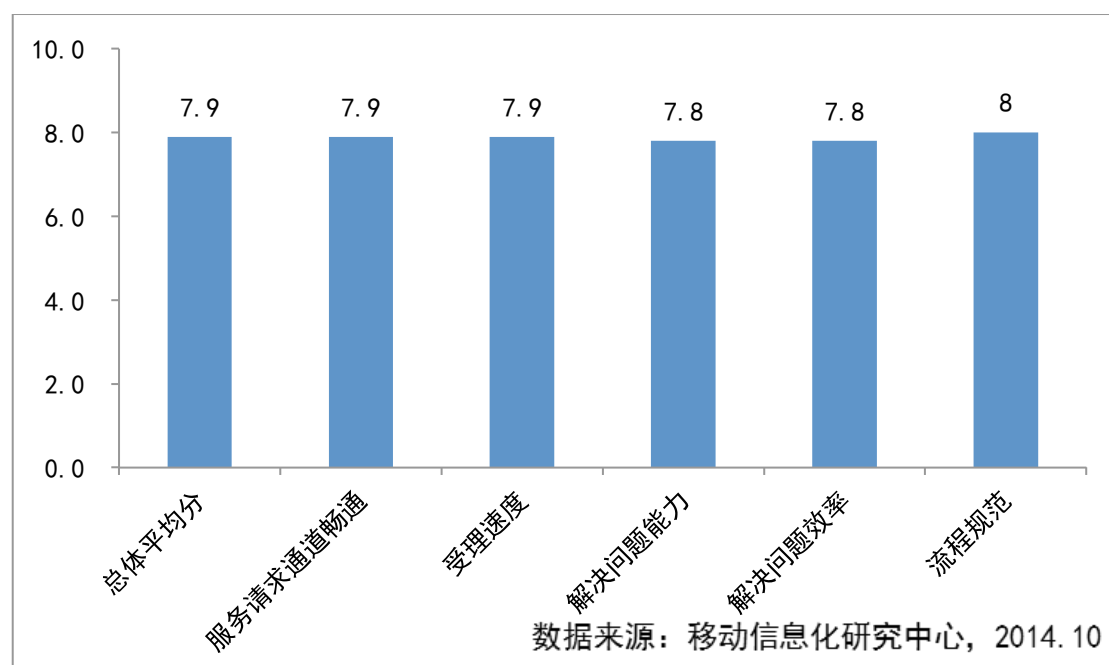
(4) 产品兼容性

在产品兼容性方面，HP 以 8.9 分高居榜首，其次为华为和 IBM。除华为外，国内的几家厂商在兼容性方面和 HP、IBM 主流的 MNC 厂商还存在一定差距，需要持续给予关注。

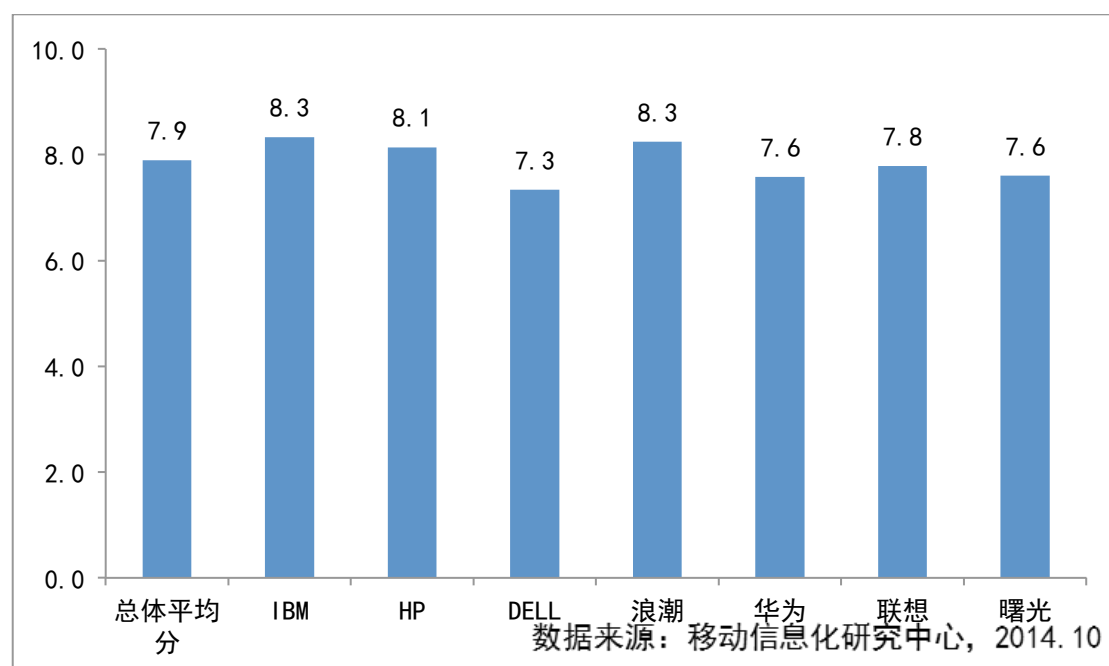


2.5 中国 X86 服务器产品售后满意度总体分析

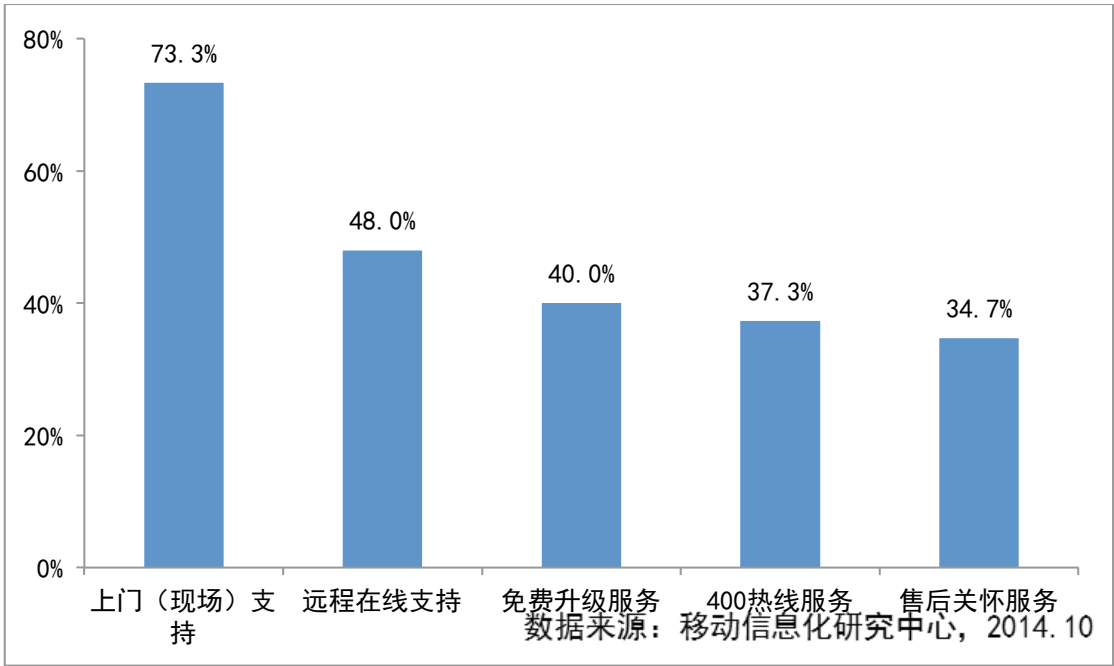
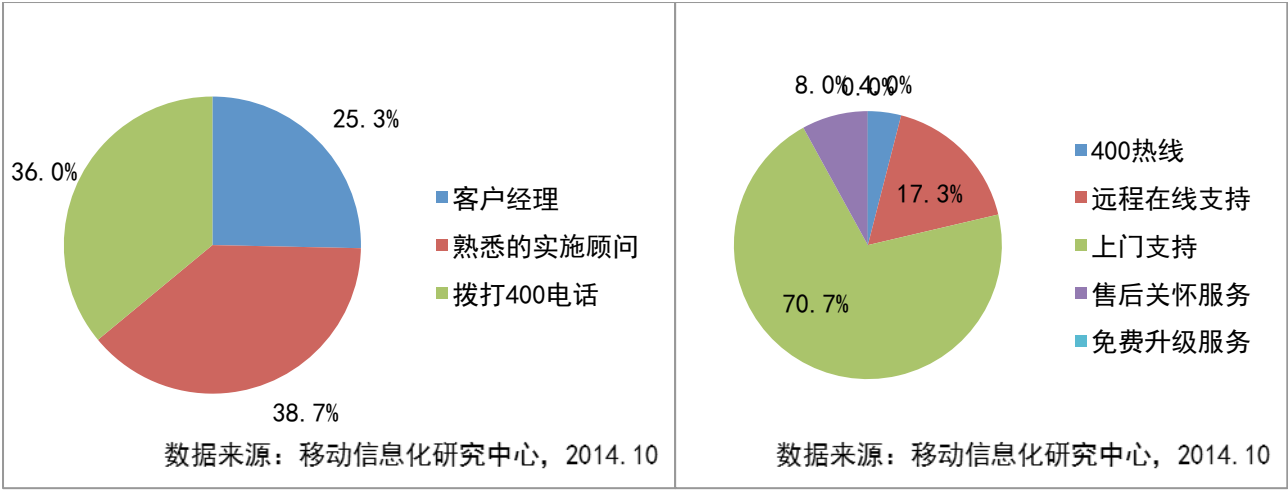
经过调研，我们发现中国 X86 服务器产品整体售后满意度为 7.9 分，差强人意。从调查结果上看，主要的短板在于解决问题的能力 and 效率。目前来看，各个主流的厂商都为售后服务设置了规范的流程，也能够保证请求通道的畅通，受理速度也能基本让客户满意，但是在处理具体问题的能力 and 效率还存在等待和信息沟通不充分的情况，致使满意度得分低下。



从各个厂商的情况来看，IBM 和浪潮的售后满意度得分较高，其次为 HP。从调查结果上我们看到国产厂商在售后服务商取得了一定的成果，并且浪潮的售后服务水平已经和 IBM 能够一争高下，但是整体上国内厂商相比 MNC 核心厂商还存在一定差距。

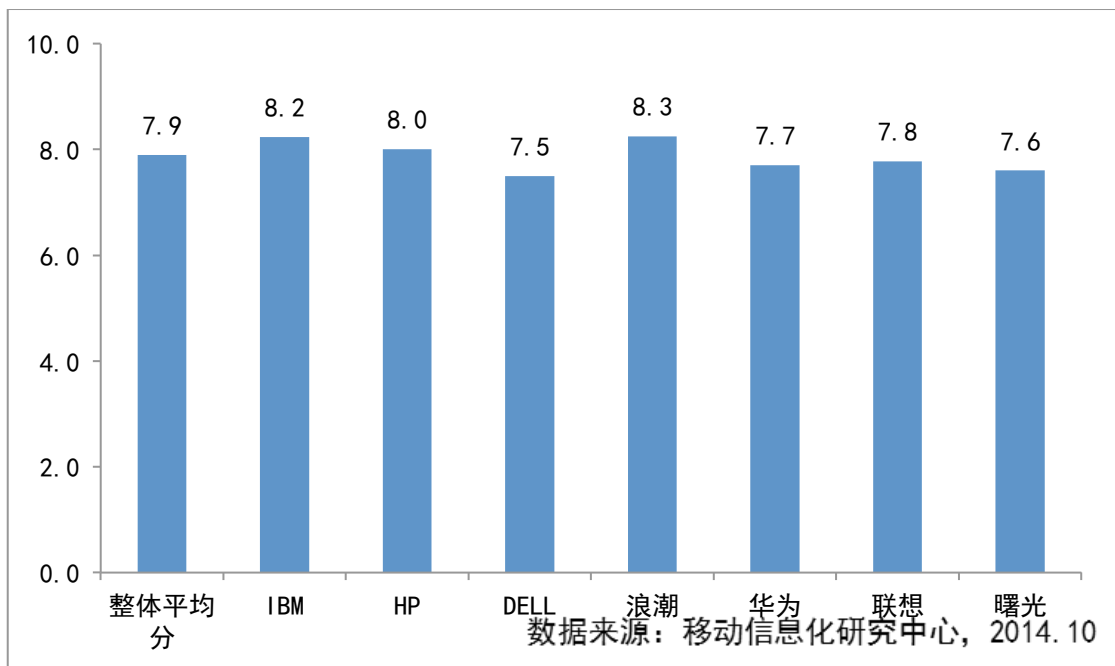


进一步对售后的通道调查我们发现，顾客主要通过 400 电话、实施顾问和客户经理三个渠道解决售后问题，这三个渠道所占的比例一次为 36%、38.7%、25.3%。客户目前接受最多的售后服务是上门服务和远程技术支持，顾客最为青睐的服务方式是上门服务。



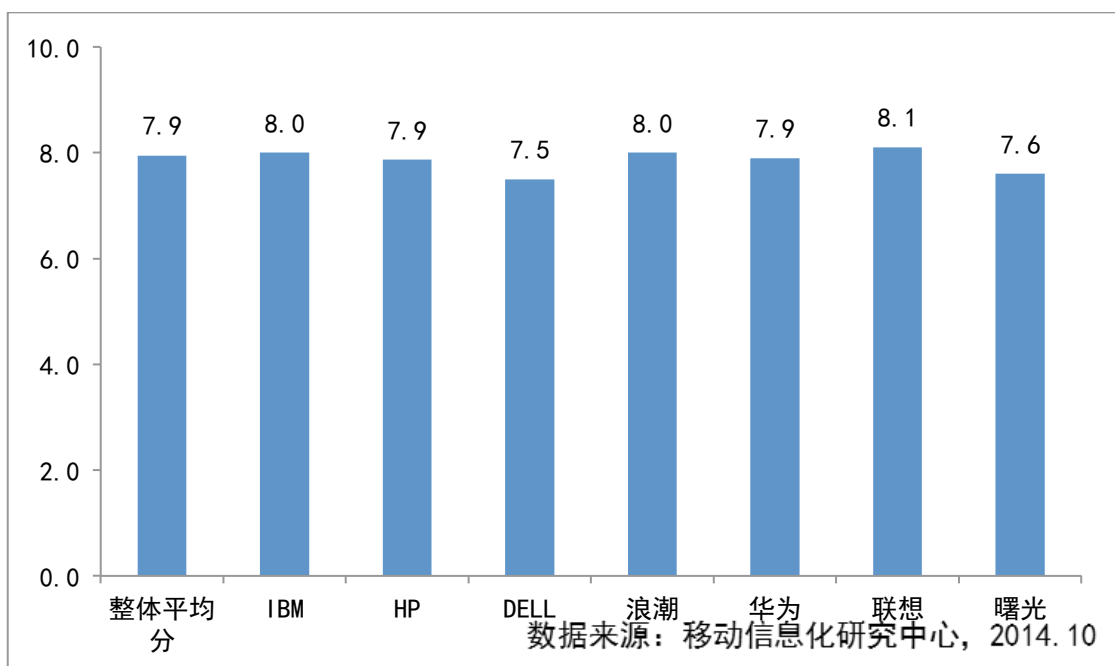
(1) 接受服务请求的通道畅通

服务请求通道畅通是售后服务的保障，我们调研发现，目前整体服务请求的通道畅通满意度得分为 7.9 分，应该说整体上顾客对目前的情况还算满意。在各个品牌中，浪潮得分最高，其次为 IBM 和 HP。



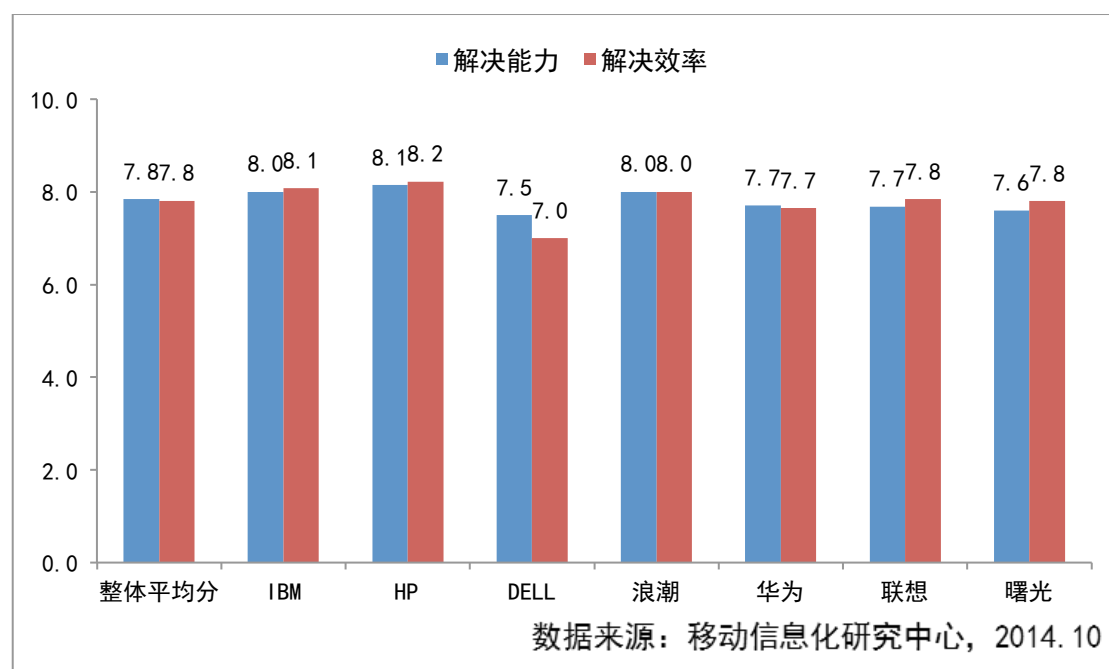
(2) 受理服务的响应速度

受理服务的响应速度维度方面，平均得分 7.9 分。在分品牌维度上，联想以 8.1 分名列第一，浪潮和 IBM 以 8 分名列第二、三。我们进一步调研发现，客户抱怨主要集中在对不能及时给出解决方案的问题厂商没有及时给予信息反馈，造成客户抱怨。



(3) 解决问题的能力及效率

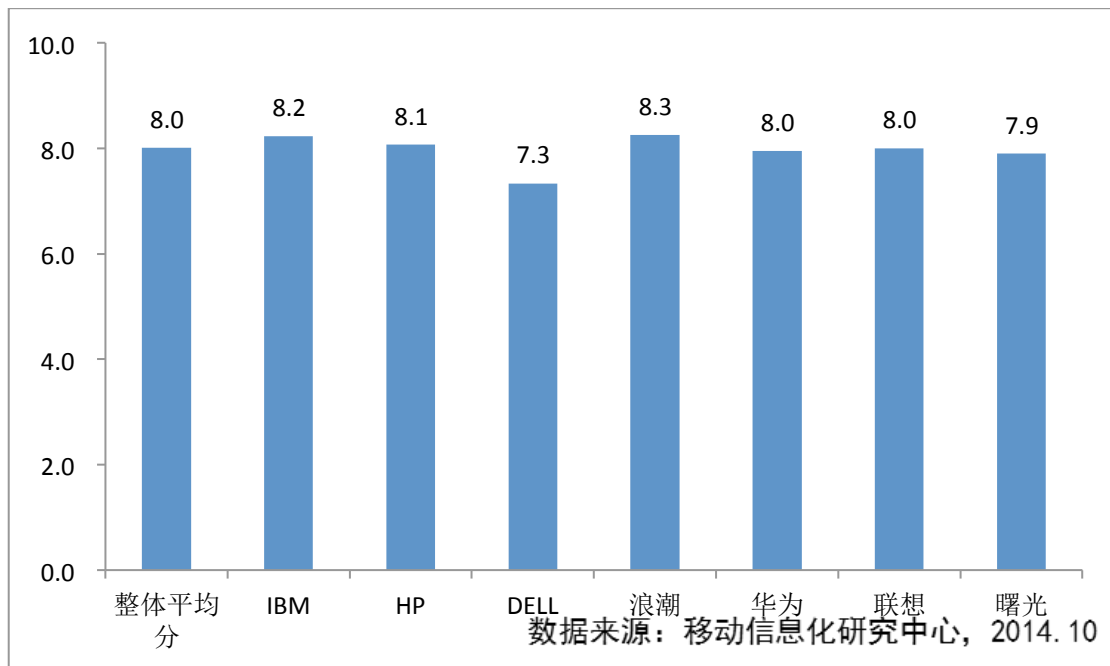
在解决问题的能力与效率方面，整体平均分均为 7.8 分，而分品牌来看，HP 以 8.1 分名列第一，IBM 和浪潮以 8.0 分并列第二。在这个维度上，除浪潮外的其他国内厂商和主流的 MNC 相比还存在一定差距，应该给予足够的重视。



(4) 操作的规范

在操作规范维度方面，平均分为 8.0 分，高于其他几个维度，说明各个厂商在操作规范上都有了明确的标准。分厂商来看，在这个维度上浪潮以 8.3 分名列第一，IBM 和 HP 排在第二、三位。

经过进一步调研，我们发现在这个维度上造成不满意的因素主要是“事先没有进行必要的询问记录或备份”、“事后没有收到任何调查或回访”、“维护服务后没有留下任何资料，也无交代叮嘱”，这个说明在服务记录方面，各个厂商还存在一定不足。



(5) 投诉处理方面

从调查结果上看，目前投诉原因主要集中在产品质量、服务保障、技术保障三个方面，其中产品质量的投诉占总投诉量的 51%，服务保障因素占 30%、技术保障因素占 29%。目前整体投诉满意度得分为 7.5 分，低于其他几个大类，说明投诉满意度继续提升。

在投诉渠道畅通方面，整体平均分为 7.3 分，这个数字说明在投诉渠道上还存在一定的障碍；从分品牌来看，IBM 以 8.4 分居第一位，其次为 HP；国产厂商相对主流 MNC 还有一定差距，需要给予更多的关注；

在及时反馈方面，整体平均分 7.8 分；浪潮以 8.5 分高居榜首，其次为 IBM 和 HP，DELL 的得分最低，说明 DELL 在这个方面确实需要加强。

