

2017



移动信息化研究中心  
Mobile Informatization Researching Center

# 中国企业云存储 市场用户实践研究报告

2017年09月

# CONTENTS

01

研究概述

02

核心观点

03

企业级云存储市场特征

3.1 云存储产业链全景

3.2 企业级云存储用户画像

3.3 云存储用户的特征

3.4 企业云存储的市场规模

3.5 企业云存储的资本环境特征

04

企业用户的云存储实践

4.1 企业用户应用云存储的实践过程 4.2 企业用户实践过程中的主要矛盾

① 信息获取

① 部署过程中的麻烦

② 选型

② 运维遇到的挑战

③ 采购方式

# CONTENTS

## 05

### 企业级云存储的产品与品牌分析

#### 5.1企业级云存储的整体行业品牌特点

- ① 品牌MI诊断
- ② 主流品牌的格局

## 06

### 优秀成功案例的剖析

#### 6.1厂商介绍与优劣势分析

- ① 厂商介绍
- ② 优劣势分析

#### 6.2典型案例

- ① 客户背景介绍
- ② 客户需求痛点
- ③ 部署后达到的效果

## 07

### 企业云存储的发展趋势

#### 7.1能源、教育等行业对云存储的需求大增

#### 7.2.企业云存储的PaaS化服务迎来破冰期

#### 7.3 “国字头”机构的大量云端存储诉求，为云存储市场快速发展装备氮气加速系统

# 研究概述

# 研究概述



## □ 关于本报告

《2017企业级云存储市场用户实践研究报告》站在企业用户视角，探测云存储市场（SaaS服务与PaaS服务）的发展特征，梳理企业如何实践云存储以及实践过程当中遇到的困难与挑战，对成功的应用实践深度挖掘，同时对当前国内云存储市场的品牌特征进行初步梳理，来展现一个清晰、动态的国内云存储市场。



## □ 研究背景

随着个人云存储市场的暗淡，企业级云存储市场似乎迎来了“春天”，然而这个美好的故事并没有朝着畅想的美好未来演进。显然个人云存储与企业级云存储的差异特征鸿沟巨大，经历了块存储、文件存储，市场迎来了对象存储，企业级云存储正面临着一个哲学问题“我是谁”“从哪里来”“到哪里去”？移动信息化研究中心希望这份报告能初步解答市场的疑惑。



## □ 研究目的

- ✓ 梳理当前企业级云存储的发展现状
- ✓ 归纳当前企业用户的实践经验
- ✓ 探索企业级云存储的发展之路

# 研究方法

- 定性研究：深度访谈，获取专家意见
- 定量研究：问卷调研，获取数据支撑

## 关键词—— 互联网特征

- 企业的行为表现为：
  - ① 获取信息主要方式来自互联网
  - ② 产品选型主要考虑易用性、功能等相对标准化服务特点
  - ③ 采购主要通过互联网渠道
  - ④ 服务获取主要来自网上通道等



# 重要说明

- 本报告在定量调研方面，数据采集截止日期为2017年7月，有效样本量为400+。
- 在后续的研究中，移动信息化研究中心可能更新部分数据，如果市场没有质变，移动信息化研究中心不再形成单独的报告来说明。
- 本报告中将200人以下规模企业定义为小型企业;201-1000人规模企业定义为中型企业;1001人以上规模企业定义为大型企业。
- 本报告中，对存储服务类型分为：**IaaS服务、PaaS服务、SaaS服务**，如没有特别说明，中国企业云存储市场包含三层服务。本报告中重点对云存储的PaaS和SaaS市场进行研究。
- 感谢**亿方云、开始云、青云、七牛云存储、阿里云**对本报告在定性、定量研究方面的大力支持。



# 核心观点





## 观点1

**中国企业云存储市场厚积还未发，尚处于早期的发展阶段，潜增量市场非常巨大；国内企业云存储增长已经领先全球云存储增长水平。**

- 预计2017年，中国云存储市场企业用户投入规模约为88.68亿人民币，并且依然有近45.9%的企业用户没有应用云存储服务，云存储市场潜力巨大。
- 2015年全球云存储企业用户开支226亿美金，年复合增长率23.6%。截止2017年，中国云存储年复合增长率71.8%，远超全球平均水平。



## 观点2

**SaaS云存储将保持较高的增长速率，进入稳健的增长期；而PaaS云存储将迎来快速增长期。**

- 截止2017年，中国SaaS云存储市场规模达3.17亿人民币，年复合增长率66.3%；预计2018年SaaS云存储市场规模将达到4.36亿，年复合增长率61.0%。SaaS云存储市场保持60%以上的增速，规模持续扩大。
- PaaS云存储全面商用较晚，但2017年预计全年企业用户投入规模达到39.76亿人民币，年复合增长率达到165.3%，预计2018年依然保持100%以上的年复合增长率，PaaS云存储市场的起步加速非常快。



### ▶ 观点3

**中国云存储用户特征表现极具“二八定理”特点，受市场成熟度、用户行为习惯影响，尽管200人以下规模企业的绝对数量巨大，但对云存储市场的整体贡献很小，而200-1000人的中型企业成为整个云存储市场颜值、价值最高的用户群。**

- SaaS云存储市场的用户群表现为集中于建筑、TMT、教育等行业的，规模集中在50-1000人的企业（占比84.4%），高价值用户呈现出小企业占比较少（占比25.9%）、中型企业（占比58.5%）占比相对较高的特征。
- PaaS云存储用户主要集中于TMT、教育、零售等行业的，规模集中于200-1000人的中型企业（占比63.9%），且中型偏大企业（29.5%）占比较低、中型偏小企业（占比34.4%）占比较高的特征。



#### 观点4

在实践中，SaaS云存储的用户表现出较为典型的互联网特征，而PaaS云存储的用户正走在互联网化的路上，侧面反映出当前在提供云存储服务时，SaaS云存储比PaaS云存储的在线服务能力更强。

- SaaS云存储用户的实践特征：通过互联网获取信息—选型主要考虑功能—采购通过网上一服务诉求主要是网络带宽，这些共性的实践特征表现出SaaS用户的互联网程度较高。
- PaaS云存储用户的实践特征：通过移动媒体获得信息—选型主要考虑灵活性、实施服务能力—采购除互联网方式以外、招标是重要渠道—主要的服务诉求是完善的培训服务，这些实践特征表现出PaaS用户部分环节互联网化程度高的特点，说明PaaS用户正走在全面互联网化的路上。



#### 观点5

中国云存储的潜力市场指向能源、金融、教育三个高光行业，且自带政策光环的国企开始大量进场，对云存储市场的持续增长进行加持。

- 未来1-3年，希望和计划部署云存储的企业用户主要来自能源（行业指数3.5）、金融（行业指数3.1）、教育（行业指数3.1）等行业，其他行业指数均低于3。
- 预计未来1年，将有大量国企应用云存储服务，在潜增量市场中，接近42.3%的企业为国企，这对整个云存储市场的发展来看，起到积极的示范作用。



## ▶ 观点6

**中国云存储市场的未来发展中，企业用户对云存储服务的预期投入呈现大幅提升的积极局面；特别是PaaS云存储用户开支的明显提升，将为整个云存储市场的增长提供巨大的前进动力。**

- SaaS云存储用户2017年对服务的开支主要集中在3万以内，企业用户数量占比达51.9%；而在2018年，57%的企业用户愿意为SaaS服务投入的金额在3万元以上，SaaS云存储的企业用户付费额度开始增加。
- 2017年采用PaaS云存储服务的企业用户中，投入在10万人民币以上的占比34.5%；2018年，企业用户预计对PaaS云存储的投入，10万人民币以上的占比达47.5%，企业用户对PaaS云存储的大额开支提升明显。



## 企业级云存储的市场特征



# 来自企业用户视角的“一张图，三种存储”

## 国内云存储的江湖（部分品牌）



# 以上海、北京为代表，制造业、教育、TMT行业成云存储主要战场



### 企业云存储渗透 (TOP5) 区域

1	上海	10
2	北京	9.6
3	广东	6.2
4	江苏	4.2
5	四川	3.8

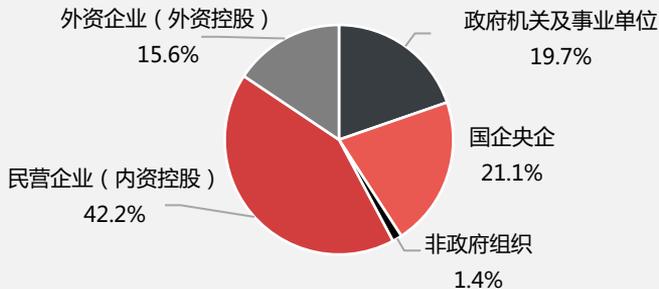
### 云存储行业渗透情况



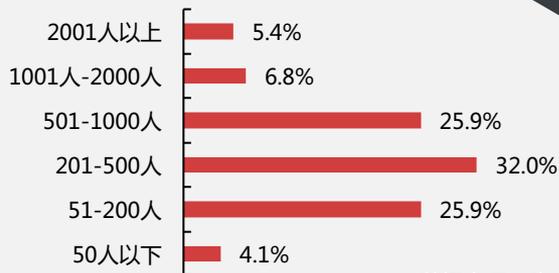
注：区域/行业指数以上海/制造业为参照系，系数10；  
其他区域/行业用户指数 = (本区域/行业企业用户数量 / 参照系地区企业用户数量) \* 10



### 企业云存储在不同性质企业当中的渗透情况



### 应用企业云存储的企业规模状况

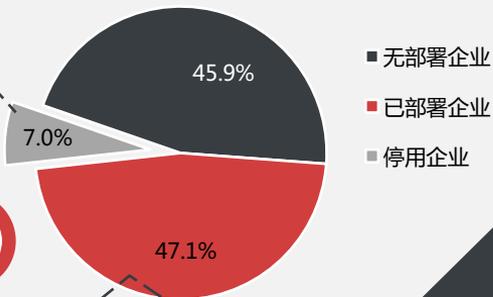


# 找准需求、规避风险，企业云存储依旧拥有广阔的市场潜力

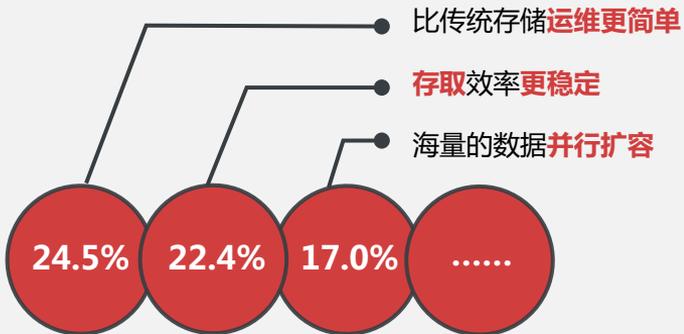
## 企业停用云存储的原因



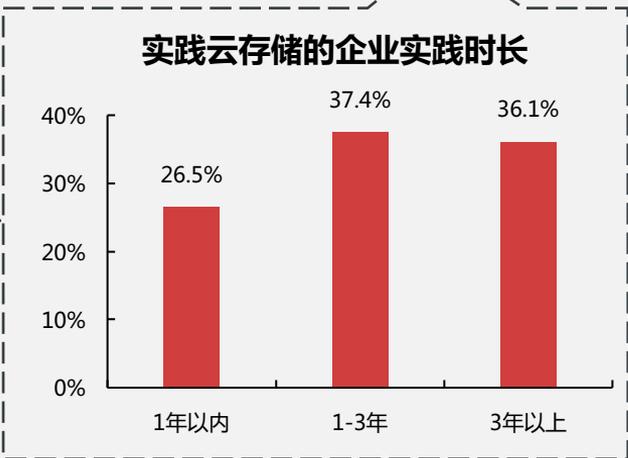
## 企业部署云存储的状态



## 企业积极实践云存储原动力



## 实践云存储的企业实践时长



依然有

**45.9%**

企业还没有使用云存储，企业云存储市场天花板远远未见。



# 一组重要概念

IaaS存储服务通常提供块存储服务，对数据库存储起重要作用。

PaaS云存储服务既能提供块存储服务，也提供文件存储服务，更强调对存储能力的释放，如存储加速服务、扩容服务、性能监测等。

SaaS云存储服务通常提供文件级的存储，更强调围绕文件存储的备份、协同、分享能力。

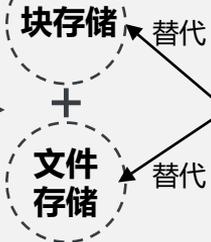


**云存储**是在软件定义存储基础上，为用户提供一种直接通过互联网的方式存取、管理数据的云计算服务。

通常情况下，根据用户需求，IaaS、PaaS、SaaS三种服务混合提供。

用户应用难度逐渐降低

产品灵活性依次提高



对象存储

### 特征：

- 1.底层可接入其他存储。
- 2.基于对象存储可开发块存储接口和文件存储接口。
- 3.对象存储结合了块存储的读写快与文件存储利于共享的优点，并克服了两者的弱点。
- 4.存在局限性，在数据库存储上不能对块存储形成替代。
- 5.存储空间可无限扩容。

注:本报告主要研究云存储的PaaS层+SaaS层服务

# 假设

● 我们对云存储的

概念以及研究范围达成了共识！！

∴  
·  
·  
·

*请继续欣赏.....*

# 企业云存储市场从小步快跑到大步跨越，市场规模快速增长

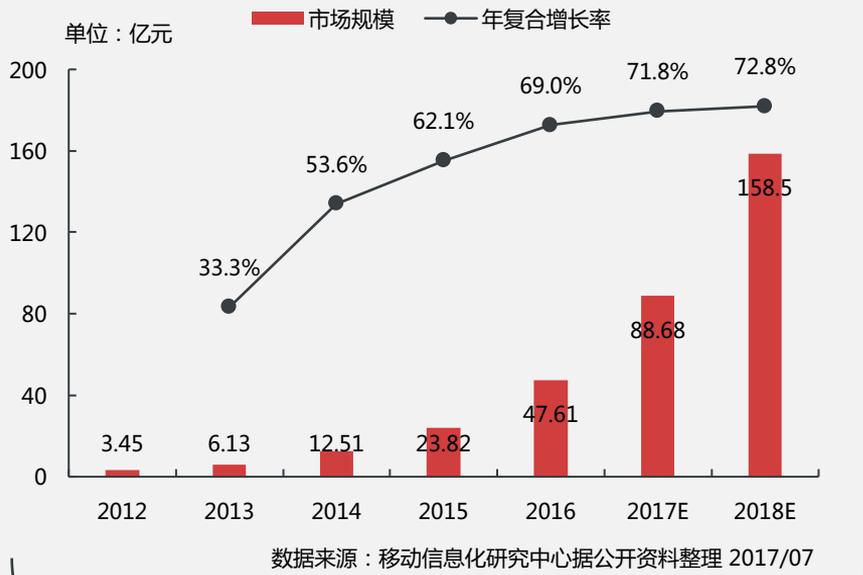
## □ 数据显示：

- ✓ 2017年国内整体云存储的市场规模超过80亿元，但与全球云存储市场（约2300亿元）相比，占比仍然不足4%，国内云存储市场依然拥有巨大的生长空间。
- ✓ 全球云存储市场从2011—2015年间，以年复合增长率23.6%的速度增长，而国内云存储市场从2013年开始快速爆发，年复合增长率保持在50%以上，形成快速增长的态势。

## □ 移动信息化研究中心认为：

- ✓ 企业云存储市场快速增长的原因有以下几点：
  - ① 基于3、4G移动网络完善，使得移动信息量大幅增加、大数据、富媒体存储需求明显提升，促使整个云存储市场高速发展。
  - ② 更加高效的存储架构及服务方式在云端表现日益完备，满足了企业对数据存取快捷高效、协作、海量数据存取等诉求，企业用户愿意为之买单；
  - ③ 2015-2017年的个人网盘市场急剧萎缩，对企业级云存储市场带来一定的推动；
  - ④ 新兴互联网产业如点播、直播、现场教学等场景化的数据存取需求，为企业级云存储市场快速增长打开更多的新窗口。

## 中国云存储市场规模（不含硬件服务）

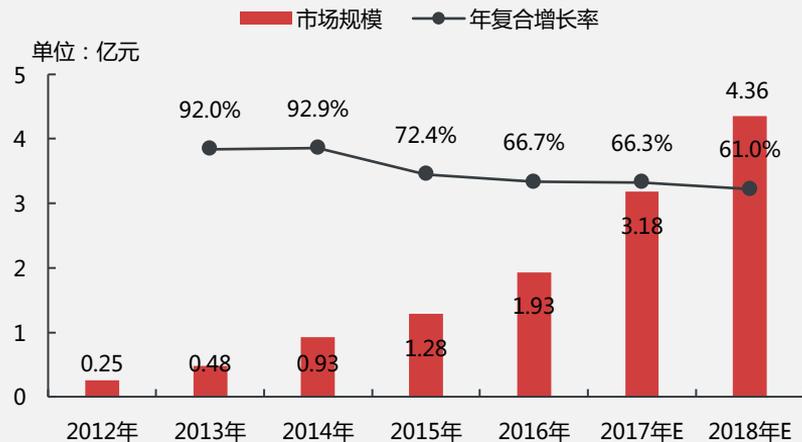


# 云盘保持稳定的增长态势，PaaS云存储迎来巨大机会

## 移动信息化研究中心认为：

✓ SaaS云存储主要以云盘的形式提供服务，SaaS层云存储围绕文档管理，提供包括协同、备份、分享的作业方式，在企业市场当中逐渐普及，SaaS云存储会保持一个相对稳定的增长幅度，呈现出一个慢热市场的状态。

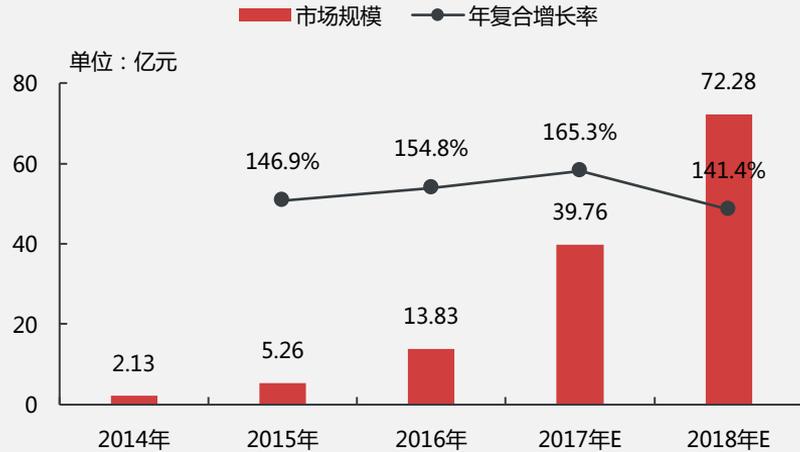
### SaaS云存储市场销售规模



数据来源：移动信息化研究中心据公开资料整理 2017/07

✓ IaaS层服务向PaaS层快速延伸，对象存储、统一存储、存储加速等灵活的存储能力，不断降低企业应用高性能存储的门槛。2015年存储服务商用爆发，PaaS这种能够与业务结合度紧密，存储性能更强的服务方式呈现出高速增长态势。

### PaaS云存储市场销售规模



数据来源：移动信息化研究中心据公开资料整理 2017/07

# 资本投入较为分散，企业云存储市场依然处于资本活跃期

## 移动信息化研究中心认为：

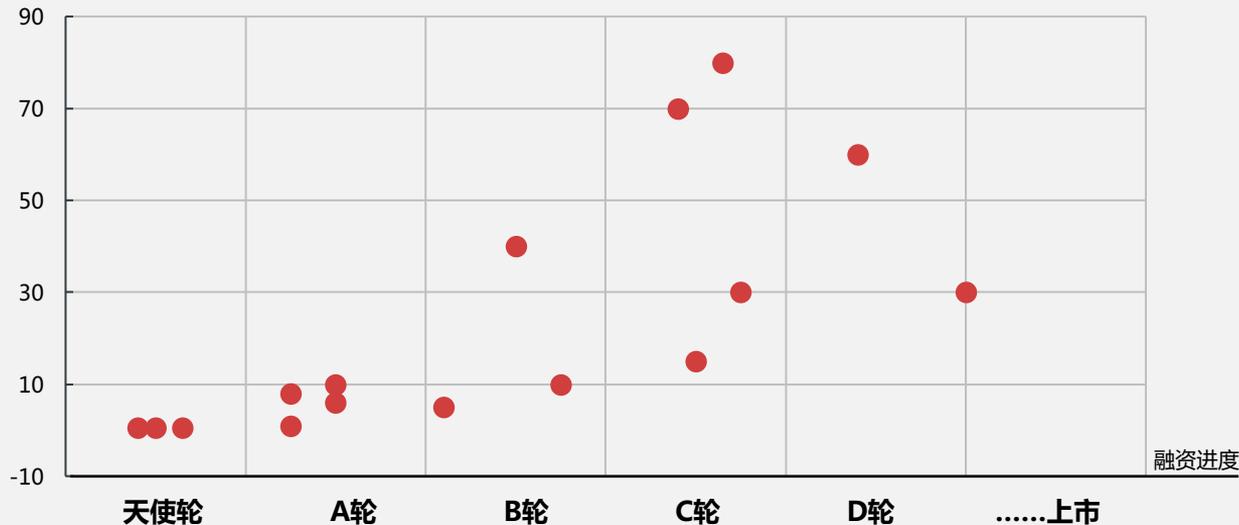
- ✓ 资本市场对云存储产业的态度，逐渐呈现出从多点散投向单点重投的方向发展（未来3年，这个趋势将极为明显）。就目前的投资现状而言，普遍跨越“一千万”的关卡，而融资规模较大的厂商也逐渐从SaaS云存储和IaaS层存储开始向PaaS云存储进军。从资本的态度来看，对PaaS层云存储的厂商投资多数过亿元，云存储市场的潜力依然巨大。

## 国内主流的企业云存储供应商

**亿** 16家主流  
**开** 的企业云存储  
**金** (包括IaaS云存  
**坚** 储) 供应商融资  
**七** 多集中在A、B  
**36** 轮；  
**众**  
**联**  
**网** 2016年以  
**燕** 来，突破B轮的  
**九** 厂商开始增加；  
**云**  
**腾** 融资规模主  
**阿** 要在千万级别人  
**够** 民币。  
**又**

### 企业云存储供应商融资分布

单位：千万元





# 企业级云存储的实践



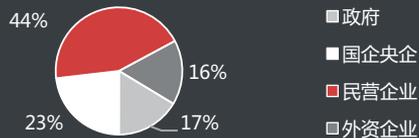
# 实践SaaS与PaaS云存储的企业用户集中于中型企业，但在资金投入上差异明显

## SaaS云存储用户特征

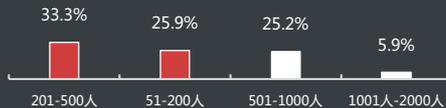
### 主要行业



### 企业性质



### 企业规模



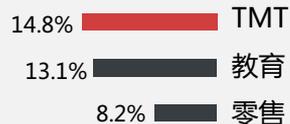
### 2017年资金投入



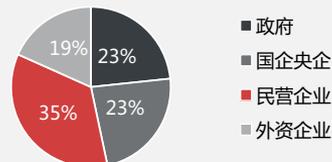
注：企业用户规模，未满足100%部分为50人以下企业

## PaaS云存储用户特征

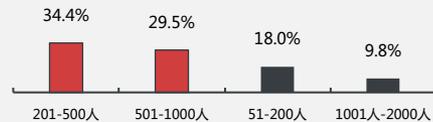
### 主要行业



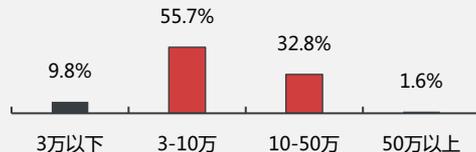
### 企业性质



### 企业规模



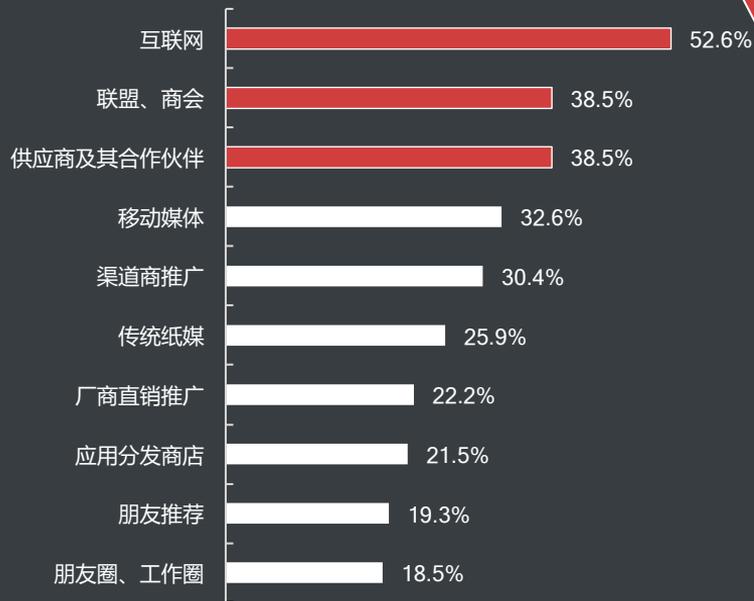
### 2017年资金投入



数据来源：移动信息化研究中心 2017/07

# 在实践中，起步期：SaaS用户与PaaS用户的信息获取渠道迥然不同

## SaaS用户获取产品/服务信息的渠道选择



STEP 1

## PaaS用户获取产品/服务信息的渠道选择



SaaS用户在获取云存储信息时，带有强烈的早期互联网特色“通过互联网初步了解信息，但还是要通过线下确认信息的准确可靠。”

PaaS用户则明显对网上信息渠道，无论是依赖还是信任程度方面都更进一步。

# 选型期：SaaS用户看“功能”；PaaS用户看“灵活”

## SaaS用户选型云存储时重点考虑的因素



在选型阶段，SaaS用户特别注重文档存储的安全性、产品功能性，侧重标准化服务评定。

STEP 2



PaaS用户更关注产品的扩展能力、应用体验、可用性等；市场对PaaS云存储的教育还需要做功课。

## PaaS用户选型云存储时重点考虑的因素

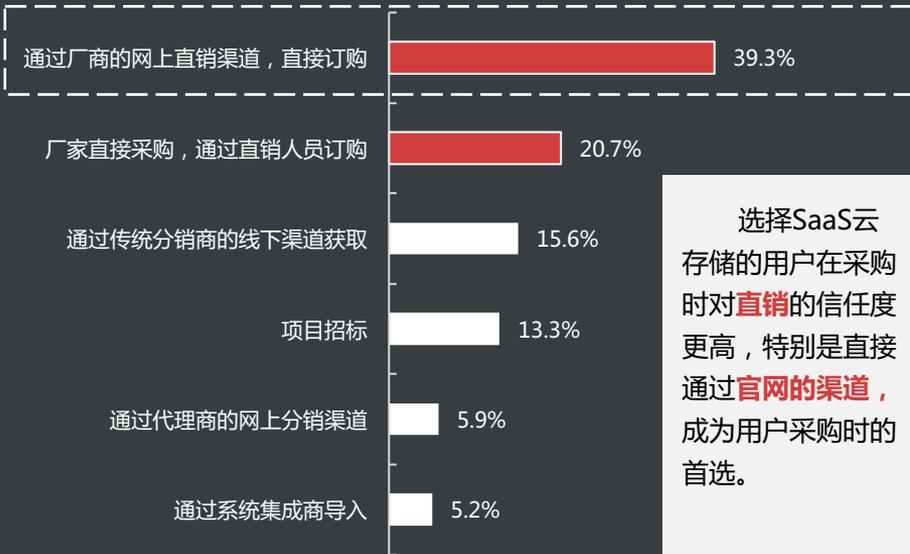


# 采购期：SaaS用户与PaaS用户都青睐“线上B2B”的方式采购云存储服务



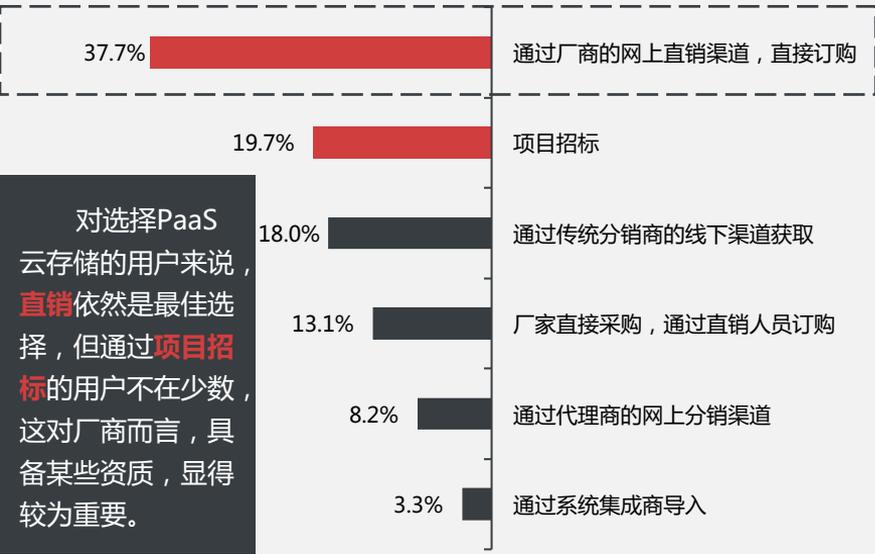
STEP 3

## SaaS用户采购云存储时的渠道选择



选择SaaS云存储的用户在采购时对**直销**的信任度更高，特别是直接通过**官网的渠道**，成为用户采购时的首选。

## PaaS用户采购云存储时的渠道选择



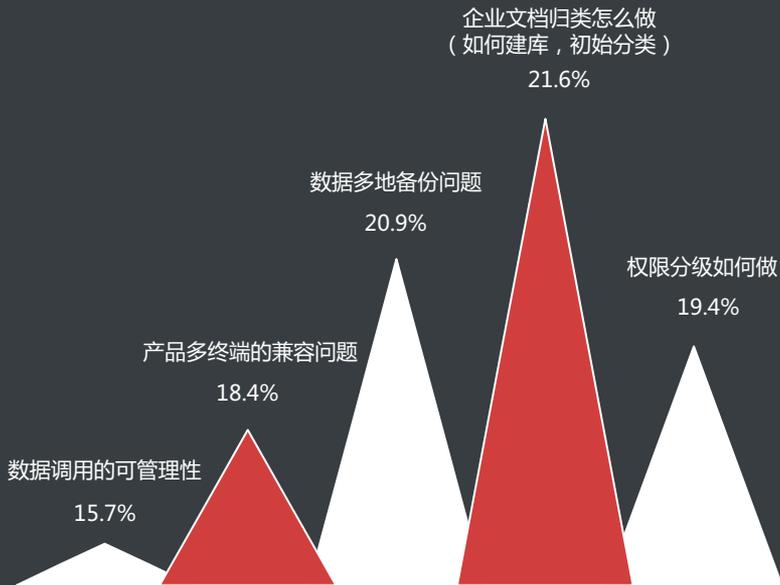
对选择PaaS云存储的用户来说，**直销**依然是最佳选择，但通过**项目招标**的用户不在少数，这对厂商而言，具备某些资质，显得较为重要。

# 部署期：SaaS云存储用户先解决文档归类问题，PaaS用户则需要更多培训

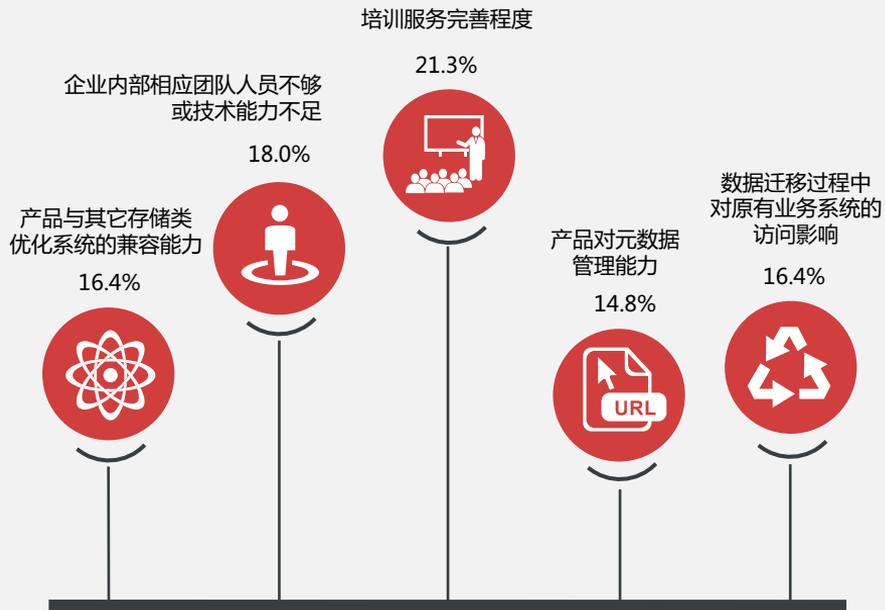
STEP 4



## 部署期，SaaS云存储用户面临的主要挑战

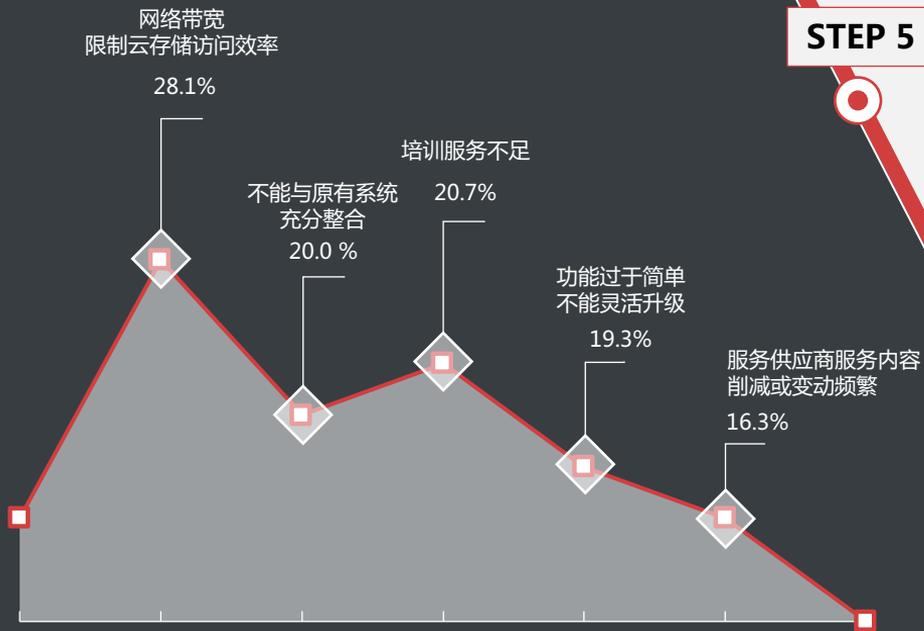


## 部署期，PaaS云存储用户面临的主要挑战



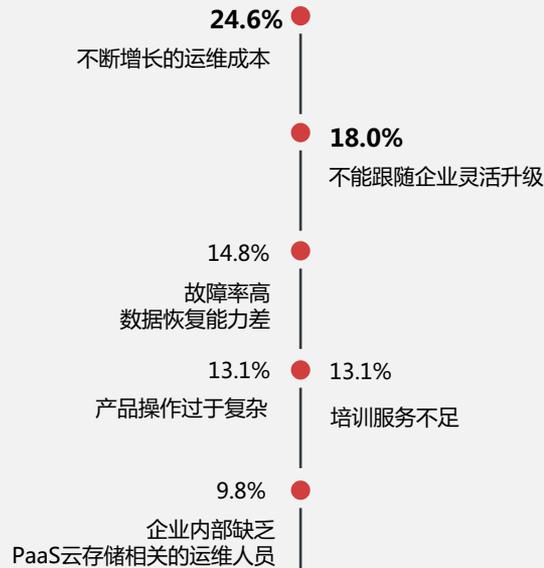
# 运维期：SaaS云存储用户亟待解决访问效率问题，PaaS用户则要控制成本

## 运维期，SaaS云存储用户面临的主要挑战



数据来源：移动信息化研究中心 2017/07

## 运维期，PaaS云存储用户面临的主要挑战



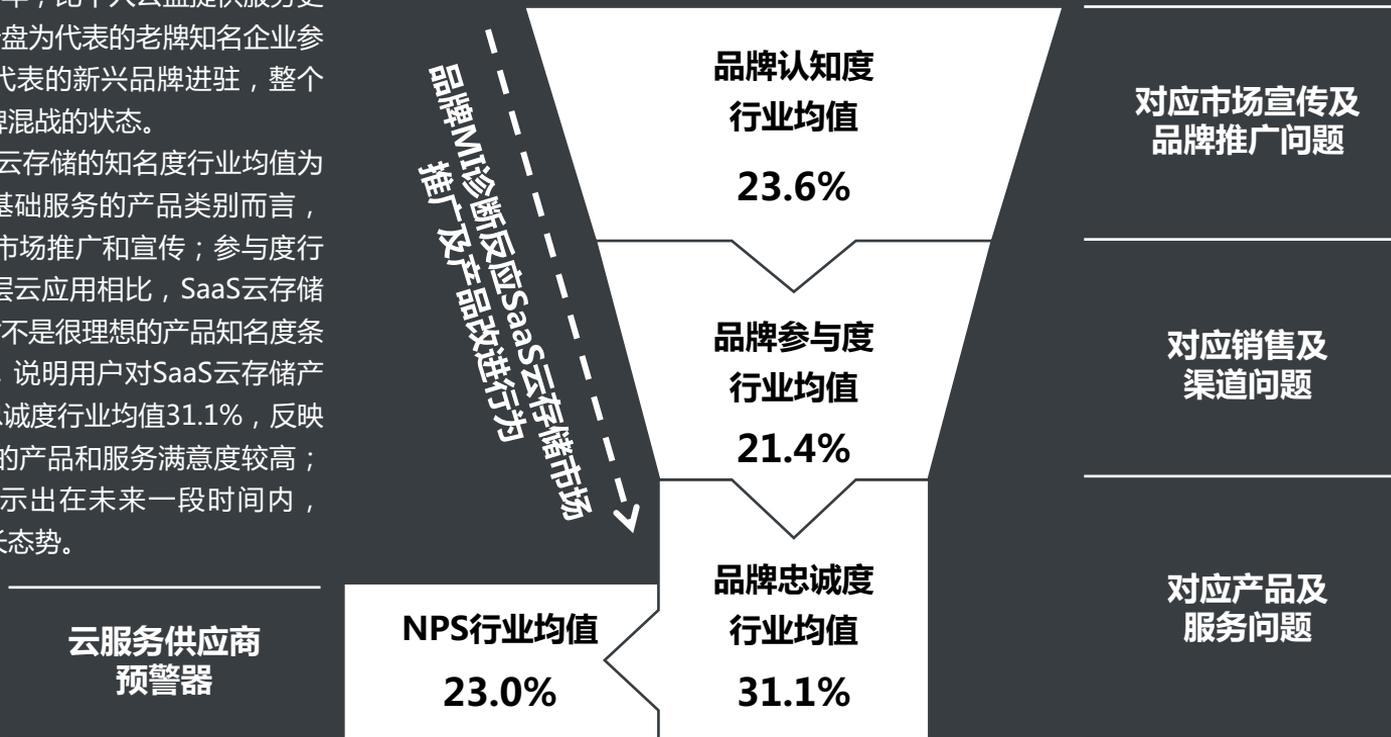
# 企业云存储的品牌格局

# SaaS云存储的品牌MI表现，忠诚度呈现出较好的市场状态

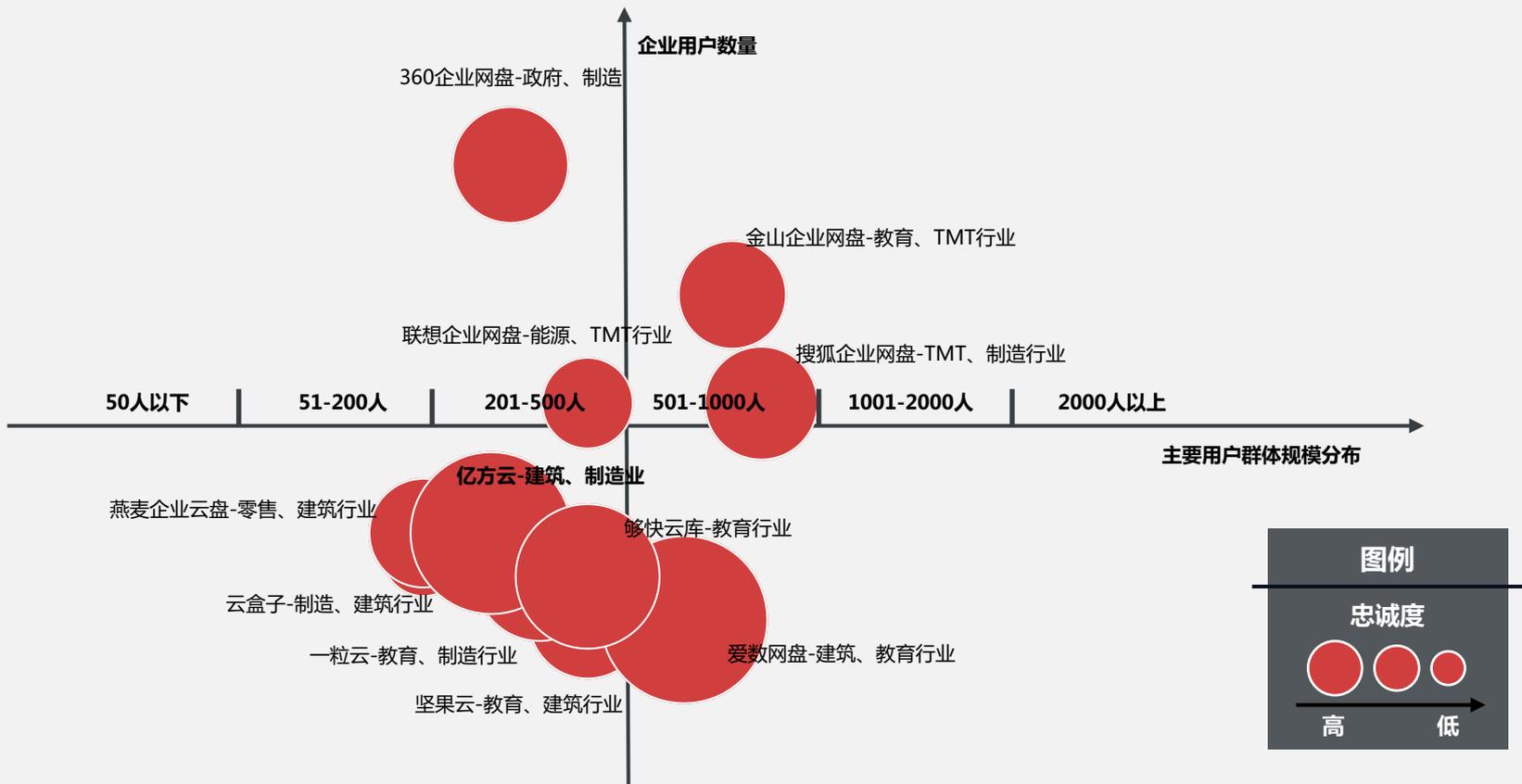
## 移动信息化研究中心认为：

- ✓ 企业SaaS云存储市场的服务形式主要以企业云盘服务为主体。企业云盘在国内市场深耕多年，比个人云盘提供服务更早，有以联想企业云盘、金山云盘为代表的老牌知名企业参与，也有以亿方云、坚果等为代表的新兴品牌进驻，整个SaaS云存储市场呈现出新老品牌混战的状态。
- ✓ 在市场品牌的MI表现上，SaaS云存储的知名度行业均值为23.6%，对于这样一个云计算基础服务的产品类别而言，SaaS云存储市场还需要大量的市场推广和宣传；参与度行业均值为21.4%，与其他SaaS层云应用相比，SaaS云存储的销售转化率表现较好，在相对不是很理想的产品知名度条件下，能有这样的品牌参与度，说明用户对SaaS云存储产品的接受和认可度较高；品牌忠诚度行业均值31.1%，反映出用户对SaaS云存储产品提供的产品和服务满意度较高；而NPS行业均值为23.0%，显示出在未来一段时间内，SaaS云存储将呈现出较好的增长态势。

## SaaS云存储市场品牌MI诊断

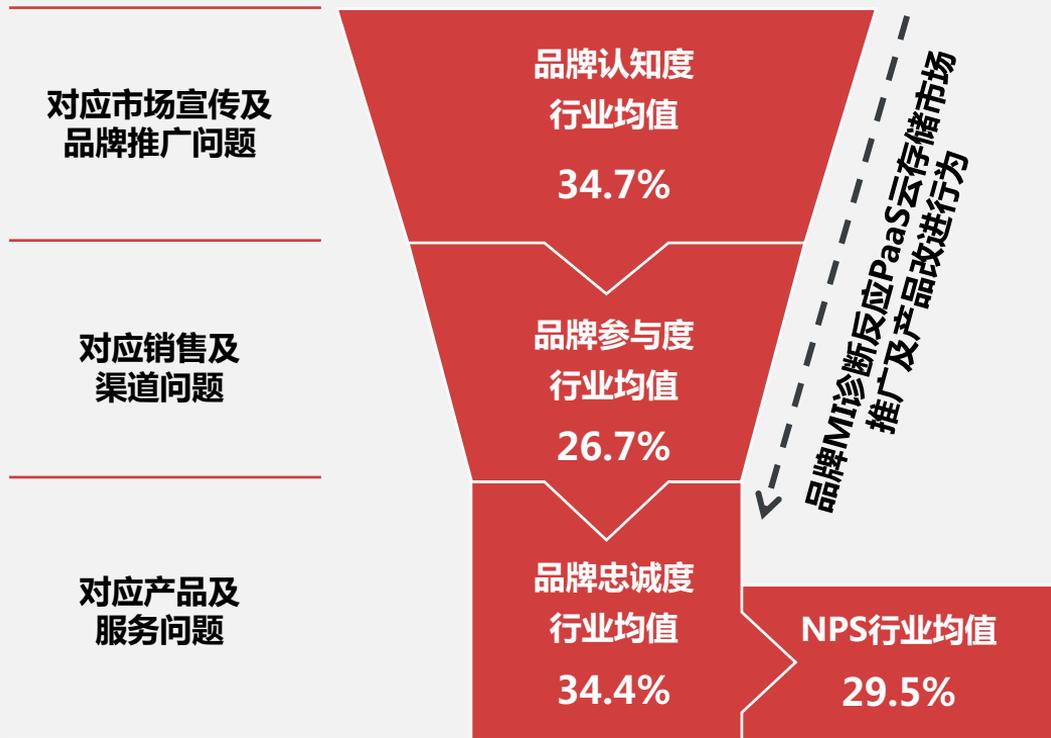


# 来自SaaS云存储企业用户视角的品牌、行业分布



# PaaS云存储的品牌较高的忠诚度与NPS值，振奋云存储市场

PaaS云存储市场品牌MI诊断

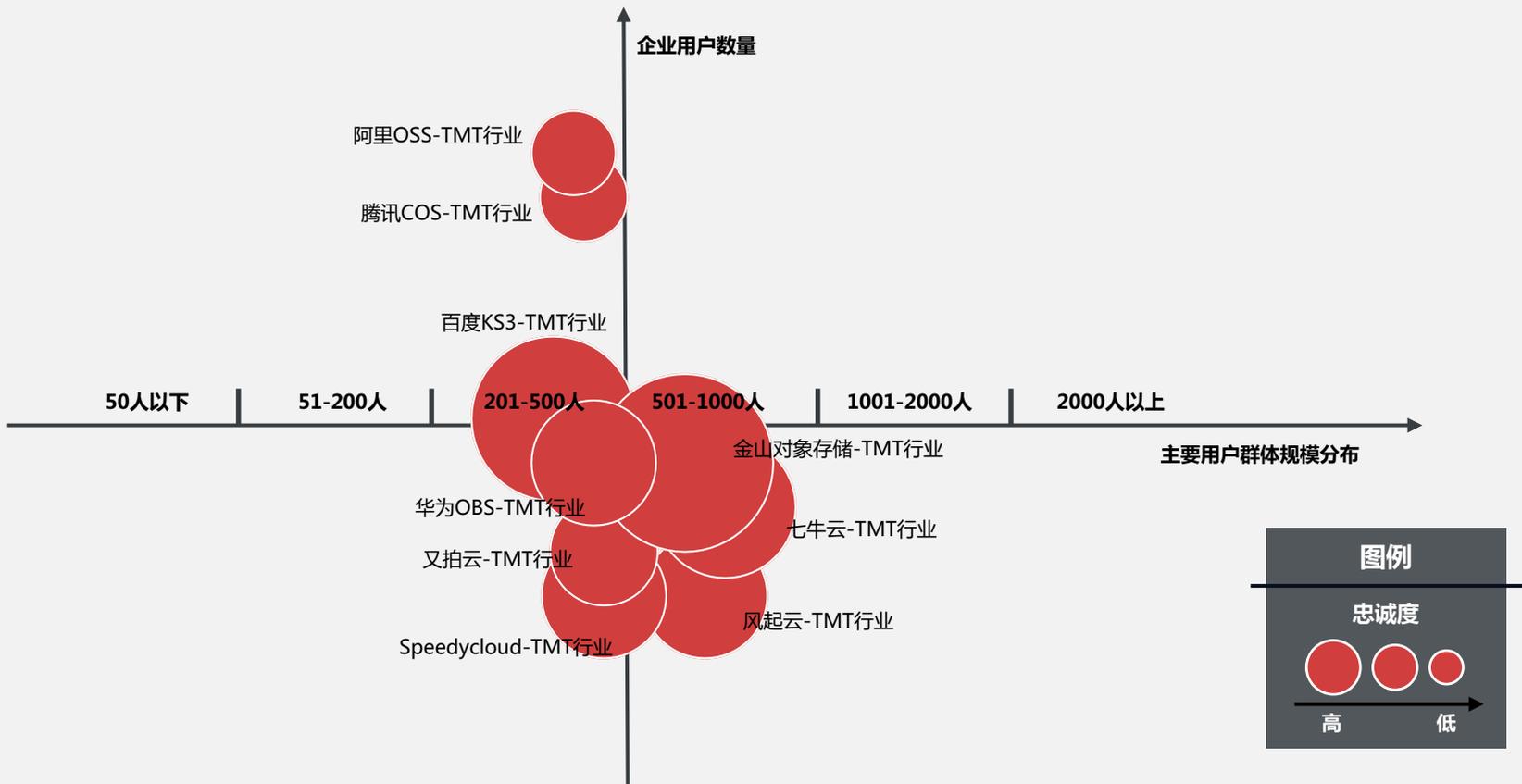


## 移动信息化研究中心认为：

- ✓ 目前国内企业PaaS云存储服务供应商多数是由IaaS服务供应商演进而来，能够提供优质可靠IaaS服务的供应商在国内并不多，尽管PaaS云存储诞生时间很长，但面向市场全面商用的时间并不长。主要提供PaaS云存储的品牌以阿里、腾讯、金山为代表的老牌知名企业，以及七牛、青云、又拍云等为代表的新品牌。
- ✓ 总体来看，PaaS云存储还处于较为年轻的阶段，从品牌角度而言，还处于品牌打造期。从今年的MI诊断来看也比较符合这一特征，品牌认知度行业均值（34.7%），体现出厂商在品牌推广和宣传层面做了大量工作，对市场教育起到积极推动作用；参与度（26.7%）也体现出了不错的销售转化能力，随着厂商阶段性销售的扩张，参与度还会有进一步的提升；忠诚度（34.4%），厂商对产品和服务的保障能力较好；值得注意的是NPS（29.5%），良好的净推荐率进一步给整个市场高速增长增添了信心。

云服务供应商  
预警器

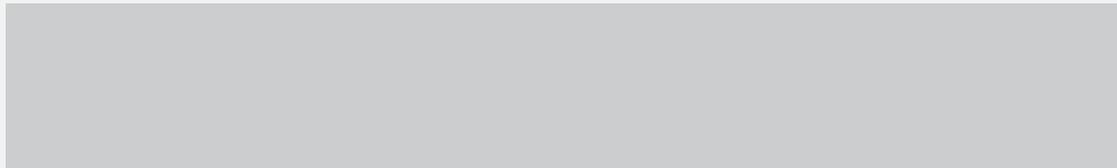
# 来自PaaS云存储企业用户视角的品牌、行业分布





# 企业云存储的优秀实践





杭州亿方云网络科技有限公司是中国领先的企业文件管理与协作SaaS服务提供商。公司创立于2013年，总部位于杭州，是国家高新技术企业，浙江省经信委“企业上云服务联盟”首批联盟成员单位，并与阿里云达成战略合作。目前亿方云已成功服务企事业单位用户超过100,000家，其中包括龙湖地产、长安汽车、晶科能源、徐工集团、浙江大学等数万人规模的超大型客户。

亿方云在过去几年获得了行业内最高的投资认可，累计获经纬中国、光速中国、UMC Capital等机构和快的打车创始人陈伟星的数千万美元的鼎力支持，增长速度领跑行业，并通过持续的产品创新成为SaaS企业文件管理领域的领军企业。

# 云<sup>n</sup> 亿方云

## 优势分析

### 产品优势



1. 首批可信云认证企业。
2. 中国首家通过CSA STAR云安全认证的SaaS企业。
3. 中国首份数据安全保险。

### 服务优势



1. 辐射全国的专业服务体系
2. 100+名专业服务顾问，7X24小时咨询和售后支持，为用户提供高效、专业、贴心的服务。

### 技术优势



1. 已获得14项软件著作权、1份软件评测报告、1份查新报告；
2. 已获得ISO20000和ISO27001双体系认证证书，今年第一批获得可信云认证证书，公安部信息系统安全等级保护三级备案，CSA-STAR认证。
3. 核心研发团队来自硅谷，100+ 名企名校产品技术团队，来自BOX、IBM、SAP、阿里、华为等跨国公司拥有国际经验的管理团队。

### 渠道优势



1. 四大营销中心，上海为亿方云全国营销中心，下设北京、深圳和杭州三大区域营销中心。
2. 四个全渠道大省，山东、福建、四川、河南。

## 最佳实践案例（晶科能源控股有限公司）

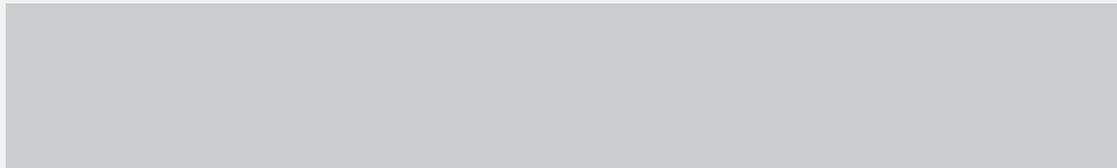
晶科能源控股有限公司(纽交所代码：JKS)，是世界领先的太阳能光伏企业。公司为中国，美国，日本，德国，英国，智利，南非，印度，墨西哥，巴西，阿联酋，意大利，西班牙，法国，比利时以及其他地区的地面电站，商业以及民用客户提供太阳能产品，解决方案和技术服务。晶科能源在全球拥有超过15,000名员工分布于中国江西省，浙江省，马来西亚，葡萄牙和南非5个生产基地；中国，西班牙，英国，阿联酋，约旦，沙地阿拉伯，埃及，摩洛哥，肯尼亚，加纳，巴西，哥斯达黎加和墨西哥13个销售办公室；德国，意大利，瑞士，美国，加拿大，澳大利亚，新加坡，日本，印度，南非以及智利11个海外子公司。

### 客户需求痛点

1. **跨地域协作障碍**：上海、上饶、海宁三个地区之间文件协作共享存在困难；
2. **传输效率低**：国内与海外办公人员之间文件传输效率低；
3. **文档管理作业方式陈旧**：总裁办每月都有大量文件收集需求，目前的收集方式收集周期过长，效率低，严重影响管理决策所需要的数据支持；
4. **文档生命周期管理缺失**：无法满足EHS部门文档中心对文件全生命周期管理的需求。

### 部署后的效果

1. 打破地域限制，完美实现上海、上饶、海宁三个地区的文件实时同步共享，协作成员可实时获取最新文件；
2. 上海技术支持部门将相关技术文档通过云盘，共享给所有海外员工，特别是大文件通过海外加速，有效提升文件传输效率，省钱、省时、省力的实现异国办公；
3. 总裁办通过文件收集功能，确保文件集中管理，定向交互，且上传人互相隔离，实现经营管理数据的安全、高效收集处理；
4. EHS部门通过云盘，实现文档端到端的全生命周期管理，从文件的收集、到文件的存储、搜索、版本管理、审阅、在线编辑、分享等全都可以一站式实现。通过云盘，各类质管文件集中管理，版本可溯；质量问题图片可快速上传、分发；事故报告可以消息提醒到指定部门和领导；破除了OA重流程轻文件的弊端，极大突出了文档管理的重要性。



阿里云OSS

阿里云对象存储服务（Object Storage Service，简称OSS），是阿里云提供的海量、安全、低成本、高可靠的云存储服务。它具有与平台无关的RESTful API接口，能够提供99.99999999%的服务持久性。您可以在任何应用、任何时间、任何地点存储和访问任意类型的数据。OSS适合各种网站、开发企业及开发者使用。



## 优势分析

优势：

1. 可靠性高、安全性高、成本低、数据处理能力强、方便快捷的使用方式、强大灵活的安全机制、丰富强大的增值服务。
2. 上传速度目前测试略有优势。
3. 符合国人特征，国内目前最好的云计算服务供应商。

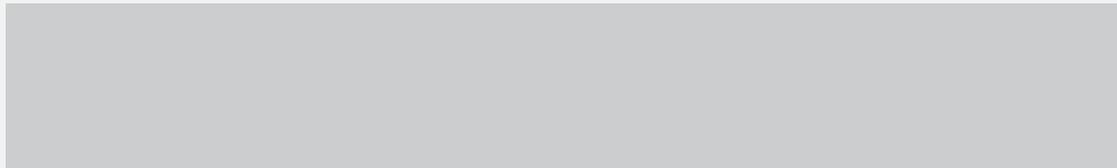
## 劣势分析

劣势：

1. 随着服务面增大，售后服务能力（响应速度、解答准确度、专业性）明显降低。
2. 某些高级功能，如图片处理服务支持不足。
3. 官方的PHP SDK依赖外部资源。

## 核心功能

存储空间管理、权限管理、日志管理、域名管理、数据生命周期管理。



七牛云海量存储系统 (KODO) 为完全自主研发并拥有核心技术，经过五年时间的大规模客户验证已占据行业绝对领先地位，可广泛应用于海量数据管理的场景。



## 优势分析

优势：

1. 数据智能化：与七牛云其他产品紧密协同，提供标准HDFS访问方式，为大数据和机器学习的海量高速读写场景进行了大量优化。
2. 收费模式灵活，小流量免费，大流量收费。
3. 图片服务支持较好。

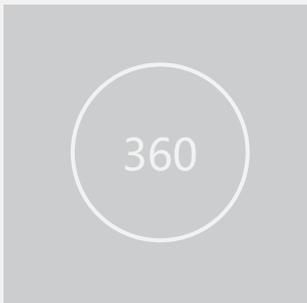
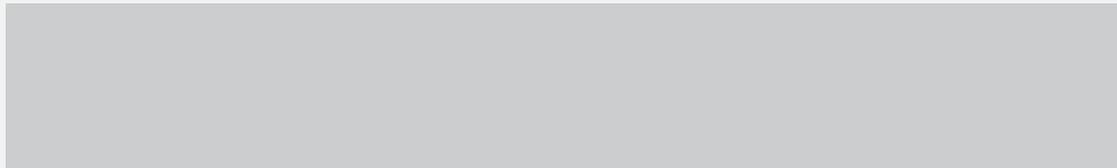
## 劣势分析

劣势：

1. 官方的PHP SDK 支持较差。
2. 自定义文件HTTP header支持方面有待完善。
3. 技术文档复杂，读写易用性较差，造成服务支持评价不高。

## 核心功能

富媒体数据处理，跨区域同步管理，低频存储，数据生命周期管理，镜像存储。



**360企业云盘**

360企业云盘是目前市场上专门服务于小微企业、创业团队、个人工作室的专业级企业云盘，主打安全与便捷。



## 优势分析

优势：

- 1.原个人云盘数据无需下载，一键转存、多台电脑间文件实时同步。
2. 360企业云盘等级丰富，适合不同用户使用。在收费模式上，变化幅度不大。
- 3.安全性较高。

## 劣势分析

劣势：

- 1.存储空间小、版本不全，无企业端同步版本和MAC版、收费较高。
- 2.移动端功能有待完善。

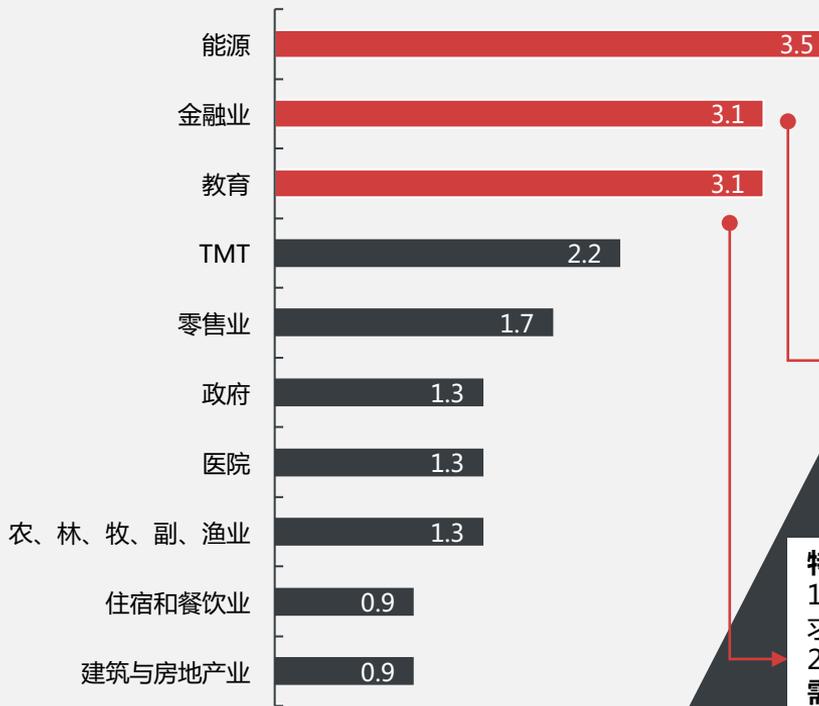
## 核心功能

一键导入、文件管理、文件共享、成员管理、权限管理

# 云存储趋势

# 企业云存储短期潜力行业预报：能源、金融、教育潜力巨大

## 极有可能应用云存储的企业用户行业分布指数



### 特征：

- 1. 积累海量文档数据
- 2. 且对保密安全性需求极高

### 需求：

- 1. 对积存文件进行分类和统一管理
- 2. 高速访问与降低存储成本
- 3. 安全环境构建

### 特征：

- 1. 拥有众多分支机构，文档互通有障碍
- 2. 多套业务系统，造成文档传输障碍

### 需求：

- 1. 文档审计与权限分配要严格
- 2. 高速访问

### 特征：

- 1. 互联网教育对远程文档输入、输出需求非常庞大且频繁
- 2. 公立与私立机构业务场景差异巨大

### 需求：

- 1. 协同作业能力
- 2. 流媒体数据跨区域的无障碍传输

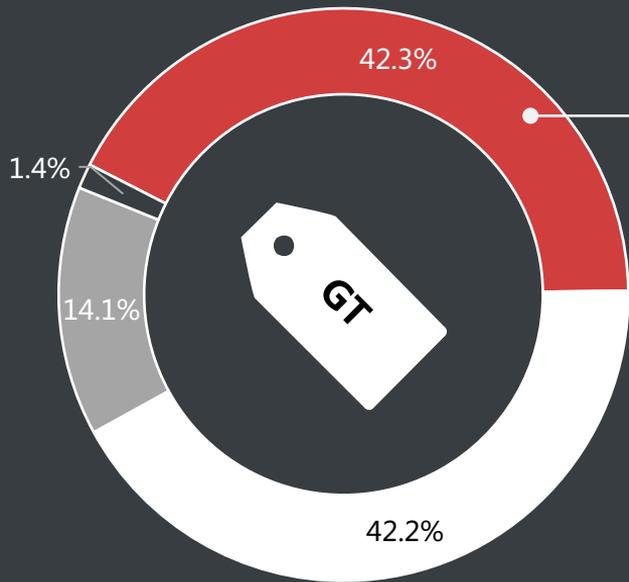
注：行业潜力指数以制造业企业数量为参照系，制造业为10分



# 从潜在需求来看，“国字头”机构对云存储的诉求或将引领一波市场的疯狂

## 潜力企业用户的性质分布特征

■ “国字头”机构 ■ 民营企业 ■ 外资企业 ■ 非政府组织



数据来源：移动信息化研究中心 2017/07

## 背景：

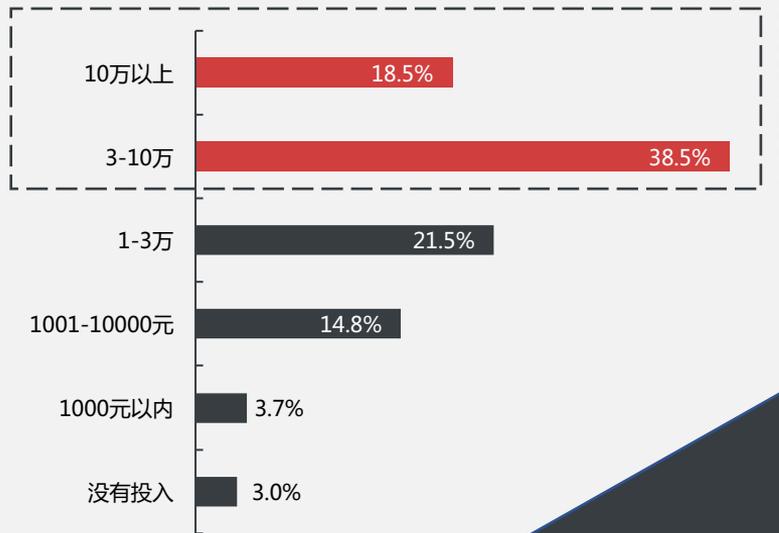
为响应国家在十二五规划中关于云计算在政府机关与企事业单位办公中的落地。积极建立云端档案馆，使用云存储技术集中管理用户数据，进而提升办公效率。

## 需求：

1. 用户数据进行分类管理，并需要严格的权限管理及审计管理
2. 集成现有的业务系统，实现单点登录
3. 分块存储，存储加密，确保报刊机密数据安全
4. 文件历史功能支持全程回溯，实时回溯操作过程，并且永久保留

# SaaS云存储迎来高价值回报期，PaaS云存储市场的增长潜力更可观

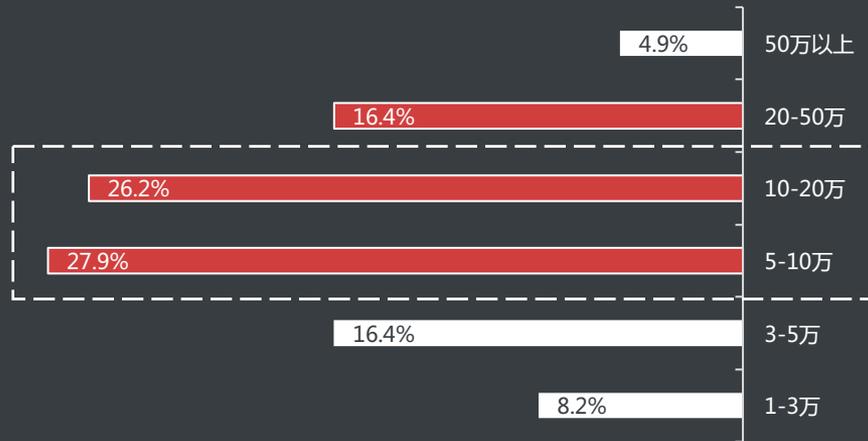
## 企业为SaaS云存储的付费预期



一方面，SaaS云存储用户对产品的应用加深、企业经营数据的快速扩容，以及对SaaS云存储应用习惯的逐渐养成，为SaaS云存储市场的增长带来了稳定的刚性驱动力。

另一方面，SaaS云存储供应商在产品能力上不断拓展，基于数据文档系统的协作能力，增强用户粘性与价值感知，用户的付费意愿加强。

## 企业用户为PaaS云存储付费的预期



企业用户对PaaS云存储的认知与感知正在不断加深，特别是对自身数据存取、体系化管理已经具备高度意识的企业，在非结构化数据嵌入业务系统的整合方面已经爆发出了诉求，同时在对未来存储结构有清晰规划的企业对PaaS云存储的需要也逐渐显露，企业也愿意为PaaS服务持续追加投入、或将PaaS云存储的投入列为一般性IT预算。

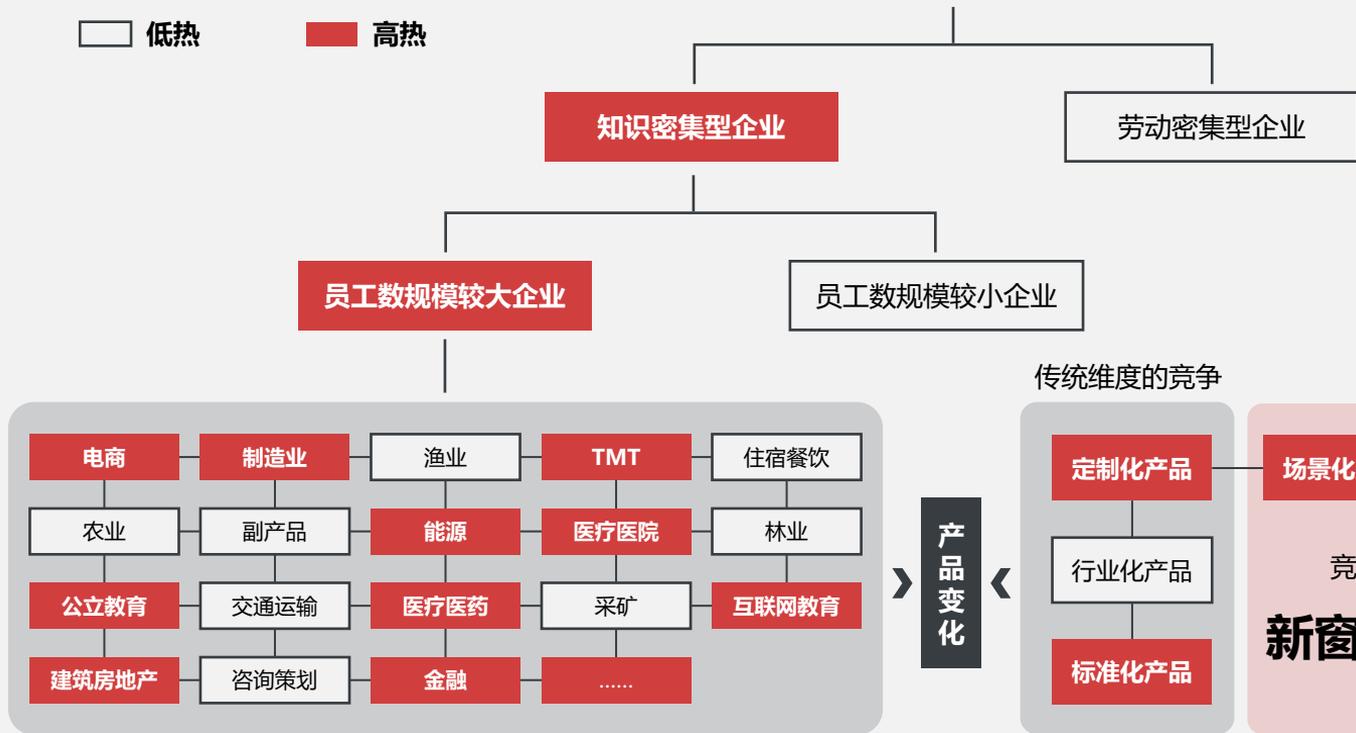
# PaaS和SaaS云存储将引领场景化竞争的云服务时代

## PaaS+SaaS云存储热力路径



□ 低热

■ 高热



□ 移动信息化研究中心认为：

- ✓ 对一般意义上的云服务而言，服务的竞争维度主要集中于行业、企业规模、企业性质等方面；反观云存储服务，针对某些新的业务场景，已经出现聚焦的景化产品/服务，这对企业云服务产业来说，场景化产品/服务或是一次大胆的突破。



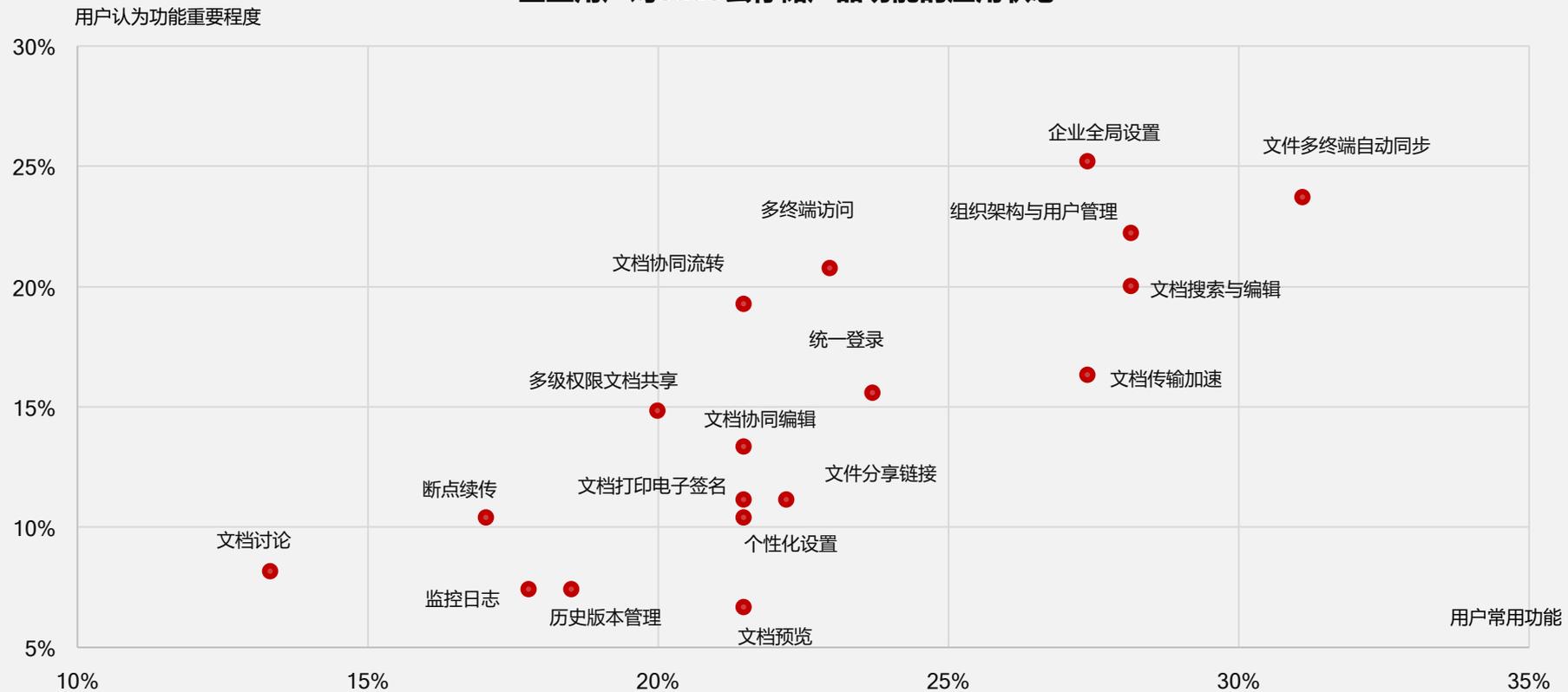


# 附录



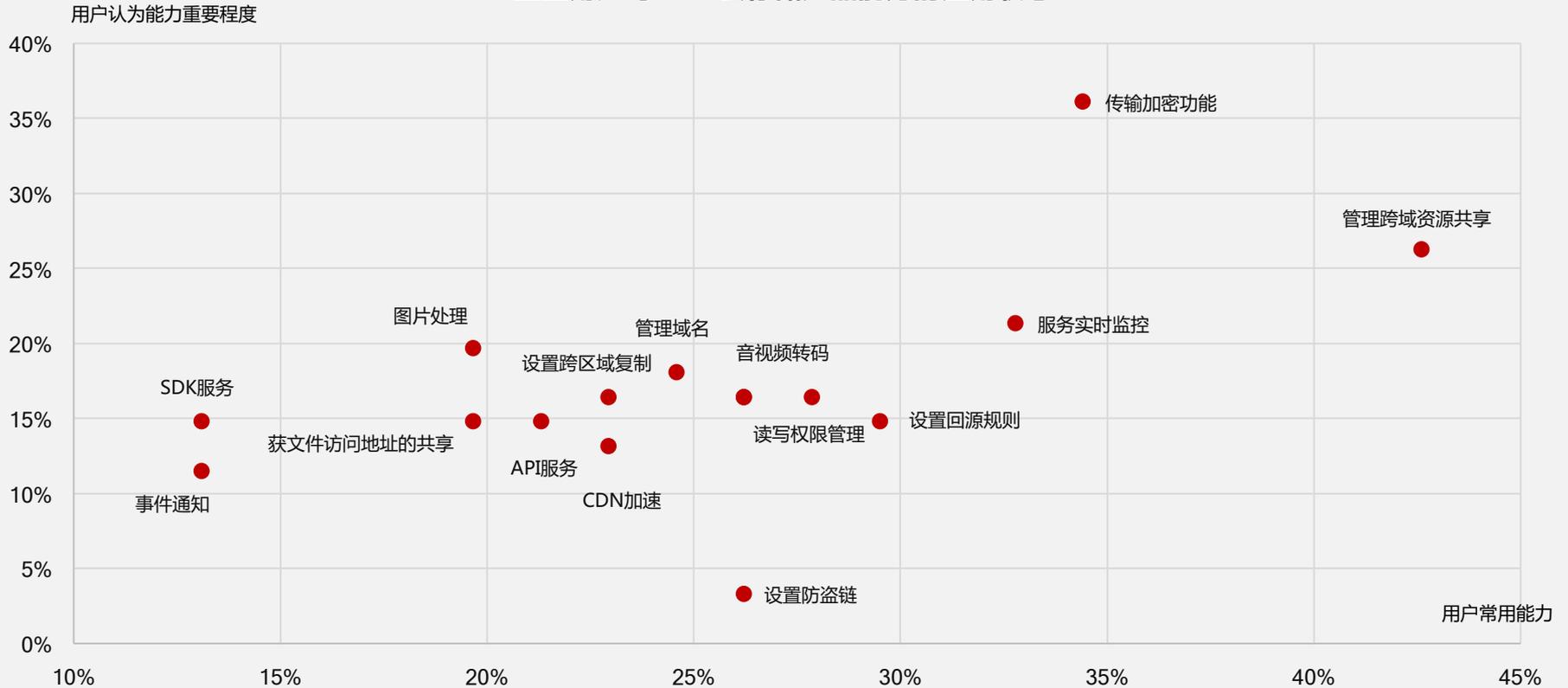
# 企业用户在实践SaaS云存储时，对具体功能的应用情况

## 企业用户对SaaS云存储产品功能的应用状态



# 企业用户在实践PaaS云存储时，对PaaS云存储能力的应用情况

## 企业用户对PaaS云存储产品能力的应用状态





移动信息化研究中心  
Mobile Informatization Researching Center

T H A N K Y O U

## 我们做，我们有

移动信息化研究中心（MIRC）是企业级市场移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于企业级移动互联网、移动信息化系统，行业化移动解决方案等领域研究的权威机构。移动信息化研究中心成立于2012年，2014年移动信息化研究中心受邀成为中国通信产业研究院（国家工业和信息化部电信研究院）移动信息化专家团队。

移动信息化研究中心为包括国家工业和信息化部、中国移动、华为、联想等国家机关、运营商、国有控股企业提供数据研究和决策参考服务。

移动信息化研究中心旗下“人称T客”（中国最早、如今最大的企业级IT自媒体平台），致力于传播企业级移动信息化服务理念，纵向切割、横向对比，打造坚实的研究型媒体平台。

移动信息化研究中心每年发布研究报告、数据分析成果上百份，深度分析文章近千篇，深受业界推崇，被各大主流媒体追捧引用。

每年举办多场引发业界震动的企业级云计算、SaaS、移动信息化峰会，得到来自资本、企业、用户、创业者的高度认可。

## 我们是

移动信息化研究中心研究报告官方发布平台：  
人称T客（微信公众号）  
T客汇（www.cniteyes.com）  
移动信息化研究中心官方网站：  
www.tikehui.cn



**VIP服务：18600161217**



**人称T客**



**@人称T客**

## 联系我们