

2025年“云”展望：

AI、出海、下沉市场或迎“黄金期”

进入2025年，两则关于AI的消息，开启了市场对2025年云行业的畅想。

一是腾讯云于1月16日宣布开设腾讯混元训练营，首期计划招募50家合作伙伴，聚焦大模型产品及应用场景共创，吸引了150多家企业报名，展现了“云+AI”市场的火爆；二是中国人工智能企业深度求索公司(DeepSeek)凭借技术创新，大幅降低了模型推理和训练成本，意味着“云+AI”的大门可为更多企业打开。

上海证券报记者采访获悉，对于云行业而言，除AI领域外，下沉市场和海外市场也展现出了不俗潜力。在经历2024年的“价格战”后，行业或将迎来“黄金期”。



图片来自网络

AI成破局关键

进入了“后跑马圈地阶段”的云产业，“降价”无疑是近两年来的关键词之一。

2024年3月1日，阿里云迎来史上最大规模降价，涉及100多款产品、500多个产品规格，最高降幅达55%。紧随其后，京东云等主要云服务提供商也纷纷采取相应的降价措施，或推出类似的促销活动。

在业内人士看来，2024年产生“价格战”的原因很多，包括技术成熟以及用户基数增加导致的成本降低等因素，但多少还有些无奈的成分。

“过去一年，在多重压力之下，企业在支出方面变得更加审慎。此外，整个云计算行业前几年经历了快速增长，云市场出现了供需失衡的倾向。”上述业内人士分析称。

对降价中的云行业而言，AI无疑是“乌云的金边”。一方面，模型训练带来了巨大的算力需求，推动了云基础设施的升级。例如，腾讯云存储解决方案就面向AIGC（人工智能生成内容）场景全面升级，将大模型的数据清洗和训练效率均提升一倍，需要的时间缩短一半。

“2024年，三大云服务厂商（阿里云、华为云、腾讯云）都在加大对AI基础设施和大模型的布局，并采取不同策略来实现差异化创新发展。”中国科学院自动化所大数据专家李猛说。

另一方面，大模型的应用推动了云服务模式的创新。2月2日，腾讯云宣布上架DeepSeek-R1模型，阿里云、华为云等也相继推出相关服务。这些创新模式，加上以DeepSeek为代表的大模型技术路线进一步降低AI模型的成本，将共同降低AI模型应用门槛，进一步加速AI技术普及。

2025年1月发布的《2024胡润全球瞪羚企业榜》显示，超四分之一的胡润瞪羚企业（成立于2000年之后，3年内最有可能达到10亿美元估值的高成长企业）已利用AI来改变行业，其中金融科技、区块链和SaaS（软件即服务）领域受到的影响最大。

“AI与SaaS的结合，将进一步带来新的增长空间。比如，腾讯会议、乐享等产品结合大模型和知识引擎等能力，在办公协同、企业知识社区等场景获得了越来越多青睐。”李猛说，随着AI技术能力提升，这个趋势会越来越明显。

更多企业应用AI，也就意味着云资源的消耗量在增长，云服务厂商规模效应进

一步增强，最终吸引更多企业上云。市场人士分析称，在此链条中，云服务厂商既是技术降本受益者，也是放大降本效应的推动者，最终形成“AI模型-云计算”共生增长的产业格局。

AI赋予云计算新的价值和潜力，推动着云服务不能陷入“内卷式”竞争，而是要进入比拼能力与服务的阶段。“云计算‘野蛮生长’阶段已经过去，未来需要精耕细作。”腾讯集团副总裁、政企业务总裁李强说，要真正实现行业健康可持续发展，仍然需要价值驱动，而非价格驱动。

下沉市场“逆势”火爆

当前，一些云服务龙头洞察到，随着一线城市和关键客户群体的增速趋缓，下沉市场的巨大潜力是行业的新焦点。

一方面，公有云的潜力依然巨大，但私有云的发展势头更猛。

作为云服务厂商的基本盘，公有云的市场远未饱和。数据显示，中国公有云的上云率远低于欧美地区。例如，美国有2200万台服务器，上云率约60%，而中国有2000万台服务器，上云率仅28%，未来增长潜力巨大。

除公有云的潜力依然值得期待外，一些关键领域的客户出于对安全的考虑，对私有云部署的需求也在日渐增加。尤其是近年来国内软件产品能力大幅度提升，也增强了用户使用国产软件的信心。

在此背景下，私有云及国产软件系统，成为全新的蓝海市场。机构预测，未来3年，融合创新产业将迎来快速发展，市场空间超5000亿元。

针对可预期的市场变化，头部云服务厂商也纷纷进行战略调整。腾讯集团副总裁、政企业务总裁李强表示，腾讯云产业生态将坚持公有云和私有云“双轮驱动”增长战略，在进一步巩固夯实公有云市场规模的同时，利用腾讯“尖刀”产品和经销商新模式，加大对私有云市场的渗透。腾讯云打造的6T产品体系，经过大量金融级场景的锤炼，正快速深入政企、能源、医疗等垂直产业。

另一方面，在IaaS（基础设施即服务）增速放缓的同时，PaaS（平台即服务）和SaaS的增速亮眼。

“过去1年，在腾讯云伙伴收入中，PaaS增长率是IaaS的2倍，SaaS的增长率达40%以上。”腾讯云副总裁吴奇胜透露，尤其是年营收在100万元至500万元的合作伙伴展现出“蚂蚁雄

兵”的气质，“业绩增长远远超出我们预期”。

分析人士认为，云服务厂商不满足于IaaS业务独大，而是加快发展高毛利的PaaS和SaaS业务，无疑是更加健康和可持续的模式，也必然会成为更多云服务厂商争相布局、重点耕耘的领域。

“过去云服务厂商增长的重心在一线城市，但是更广阔的中小企业和下沉市场，依然具有很大的增长潜力。”李猛说，我国中小企业数量超5200万家，需要云服务厂商加强合作，才能实现更广阔的覆盖。

加速出海做大全球“云蛋糕”

作为云行业的增量，AI和下沉市场的潜力巨大；作为云行业的存量，出海业务也展现新的机遇。

“我国在产业链和智能化领域积累了一定的竞争优势，各行各业都在寻求出海、参与全球竞争。”李猛分析称，企业的出海模式，从最初的产品出海，向平台出海、产业链出海、中国经验整体出海转变，“这需要云基础设施的支持”。

根据国际IT研究与顾问咨询机构Gartner发布的云计算市场追踪数据报告，2023年，阿里云在亚太地区云计算IaaS市场排名第一，市场份额为22.2%；亚马逊AWS排名第二，市场份额为16.5%。

2024年，云服务厂商的国际化布局加速：华为云宣布开罗节点开服，成为北非、中西非地区数字化的新枢纽；阿里云宣布将在5个国家投资新建数据中心，重点布局AI基础设施；腾讯云当年国际化业务实现了两位数增长，全球合作伙伴超11000家，如比亚迪、美团、美的等中国企业，以及印尼GoTo集团、泰国正大集团等海外企业，都在腾讯云上加速全球化发展。

华为云Marketing部部长董理斌在谈到全球化推广策略时表示，华为云将在全球各区域节点加速上线AI算力、盘古大模型及调优的开源大模型等，通过能力共建、商机共享、商业加速，与伙伴客户共同抢占AI价值高地。

谈及未来对海外业务的考虑，腾讯集团副总裁、政企业务总裁李强透露，腾讯云将坚定地执行出海战略，无论是数据中心的建设，还是人才的招募，都会持续加大海外布局。“过去3年，腾讯云的海外业务保持两位数增长，我认为2025年也会保持这个趋势。”

来源：上海证券报