



竞速上云：

全面收获云价值

应变于新，启运未来

从洞察到行动，创造非凡价值。

 **accenture**
埃森哲

内容概要

- 自2020年以来,全球对云计算的投入进入高速增长期,超过86%的企业扩大了使用云的范围和规模。
- 对于致力于全面上云的企业来说,收获云价值的拐点已经到来,那些深度用云的企业正在以更快的速度实现他们的预期价值。
- 这些企业并没有止步于完成云迁移,而是在云端更积极地利用各种云计算的能力。近七成(68%)受访企业表示他们在继续积极地上云、用云。
- 然而,一些企业领导者面临着“云转型困境”:在实现了初级的上云目标后,他们开始迁移更加复杂的核心业务系统,以加速实现云计算的价值,但许多长期存在的顽固问题依然存在,使得实现云计算价值的目标难以达成。
- 企业过去对云计算的投入将继续带来更多回报。埃森哲提出了五大关键行动建议,能够帮助企业有效解决这些难题,挖掘更多云计算的价值。

上云之旅的天时地利

近年来,受疫情影响,人们的工作方式发生了重大改变;同时市场动荡加剧,供应链断裂等状况百出,企业转型的周期被大幅压缩。全球企业都面临着既要在快速变化的市场环境中及时调整和发展业务,又需要着眼未来提高自身竞争力的挑战。

这就导致了企业积极探索上云方案的趋势日益增强。很多企业将大量工作负载迁移到云上,以保障业务的稳定运行。企业领导者们认识到,如果不实现上云的全面覆盖,根本无法实现整个业务的高效联动,因此他们纷纷加快上云部署业务生态,上云成为迫在眉睫的紧急要务。

在中国,尽管企业投资决策更加审慎严格,但是越来越多的中国企业认识到数字化的重要性,投资意愿持续提升。¹另一方面,受国家层面对数字化转型的鼓励和推进,以云为底座构建数字核心成为众多企业的必选项。2021年,国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》指出,要推行普惠性“上云用数赋智”服务,推动企业上云、上平台,降低技术和资金壁垒。因此,越来越多的企业领导者将云视为推动数字化转型升级的关键利器。²目前中国云计算市场规模年均增速超过了30%,上云企业已累计超过380万家。³

今天,企业再度来到新的转折点。随着经济的复苏和人工智能技术的颠覆式创新,部分上云先锋企业已经开始应用云端技术和能力,从信息化、数字化迈入云上智能化的新阶段。他们与大厂深度合作,共同构建以云为中心的数核底座,应用云原生框架,打造广泛的技术工具箱,搭建以开发者为中心的云能力;拓展人工智能的应用,打破企业数据孤岛,推动数据联动,实现技术和业务的融合;构建智能化平台服务能力,加速创新。



为了解企业的上云进程及云投资的价值回报情况，埃森哲面向全球800家年收入在10亿美金以上的企业开展了调研，调研于2022年7月至8月期间举行，问卷覆盖了14个国家/地区、12个行业的业务高管和IT高管。基于实证研究和数据分析，报告团队同技术专家、行业专家、埃森哲业务负责人等进行多轮深度访谈。本次调研延续了2018年和2020年两次研究话题^{4, 5}，研究发现企业在上云方面取得了长足进展，但距离实现全部云价值仍然存在差距。众多企业在实现上云初级目标后，开始渴望更多的回报。为此，企业需将重点从“上云就行”转向“获取云价值”，通过“**持续、无缝用云**”来全面达成预期成果，提高创新水平并挖掘业务机遇。

我们的调研结果显示，**86%**的企业扩大了使用云的规模和范围，但全面实现预期成果的企业仅占**42%**；虽然云投资热情空前高涨，但这一比例仅略高于2020年的37%，仍然存在很大的改进空间。此外，企业在全力上云的过程中也暴露出许多尚未解决的问题，如安全风险、复杂性、技能不足和遗留系统等。因此，本报告还探索和分析了企业在全面上云和使用云的过程中遇到的机遇和挑战。

云投资力度加大，为企业带来更多机遇

得益于经济复苏的良好势头，许多企业在上云时踌躇满志、信心满满，他们与云厂商签下大订单，并制定了利用云拉动业务增长、提升企业敏捷性和效率的目标。

案例

面对消费者需求的变化和传统运营模式下的种种挑战，全球知名品牌丝芙兰秉承着开放和创新的态度，借助上云深化数字化转型，在市场拓展、用户体验、产品追溯、销售渠道等领域推动变革，进一步巩固其在行业中的领先地位。

为了了解每位客户需求，将合适的产品触达客户，丝芙兰与埃森哲、阿里云合作打造新计算模型实现了成本效率提升，构建云卓越中心推动运营优化，并利用自动化工具获得了更多的上云价值，为进一步提升业务灵活性和用户体验打下了坚实的基础。但是上云只是第一步，有了先进技术的赋能，丝芙兰不仅在业务发展方面获得更多的可能性，还将在打造可持续发展、负责任的企业方面大有可为。⁶

无独有偶，星巴克借助上云技术创建了Deep Brew人工智能商品推荐平台，并不断进行改进和迭代。该平台每周为超过1亿顾客提供个性化消费推荐服务，在常规门店和“得来速”餐厅提高消费者满意度，将每份菜单变为云赋能的智能边缘设备。目前，星巴克正在积极测试用于抬头点餐的自然语言处理（NLP）技术，以便咖啡师能够与顾客保持眼神交流。不仅如此，其人工智能驱动的浓缩咖啡机，使得咖啡师可以更专注于咖啡制作。此外，其咖啡机的预测性维护功能则有助于减少宕机时间，便于机器维修。通过这些技术的应用，星巴克不仅提高了业务效率，也为顾客带来更好的消费体验。

调研重要数据



过去两年，**86%**的企业扩大了用云的规模和范围。



平均**42%**的受访企业表示企业已全面实现预期的上云成果，比2020年的**37%**有所增加。



深度用云企业的表现依然出色，**47%**的受访企业表示他们的企业已完全实现上云的预期成果。



“安全与合规风险”和“业务复杂性和运营变化”是阻碍企业实现云价值的最大障碍。**41%**的受访企业将二者列为前三大挑战。“遗留应用程序现代化”紧随其后，占比为**39%**。



虽然**32%**的企业认为已完成上云旅程，并对结果感到满意；但仍有**68%**的企业正在继续推进上云进程。



43%的受访企业表示计划追加投资，以“加强数据分析和人工智能方面的能力”。

工作负载所处位置的信息也反映了云投资力度加大的趋势。平均而言，全球受访企业中已有半数（50%）工作负载迁移到了公有云上；相较于2021年初的35%，比例有了明显提升。⁷此外，私有云（包括私有模式和虚拟私有模式）也承担了32%的工作负载。

混合云和多云成为企业上云的新常态。几乎所有企业都表示会同时使用公有云和私有云（混合云）；大部分企业会与多家公有云厂商展开合作（多云）。

尽管如此，依然有大量工作负载保留在遗留系统之中。对于企业而言，将更多的业务关键应用程序迁移上云，充分释放云潜力，仍然任重而道远。



全面收获上云价值初露端倪

但若想全面实现上云愿景，大部分企业仍需付出更多努力和投资。

尽管九成受访企业都表示已基本或全部实现了预期的上云价值，但平均只有42%的企业围绕五大价值杠杆全面取得了预期成果，这个比例较2020年仅上升了5个百分点。

最显著的进展是在“业务赋能”领域，企业在这方面普遍取得了不俗的成绩。45%的受访企业表示，他们已全面实现了预期价值，较2020年提高9个百分点。通过“业务赋能”，企业得以解锁核心数字能力，开展持续创新，并开拓全新机遇。

然而，“成本节约”的成果并不尽人意。只有39%的受访企业表示已全面实现了预期的节约目标，这一结果较2020年只提高了2个百分点。由于成本效益是云服务早期的卖点之一，因此，很多人对这一结果感到失望。

导致上述落差的原因之一是，很多企业投资速度过快，导致成本急剧上升。为了获得上云所能带来的成本效益，企业必须进行现代化改造，转变到云原生的思维模式：打造现代化架构和运营模式、利用云**成本合理优化** (FinOps) 和**云控制面板** (Continuum Control Plane) 工具提高收支透明度，并通过不同手段有效管理当前复杂的IT环境。由于复杂性的不断提高，缺少以上任何一点，都可能会导致成本迅速攀升。

上云价值

企业通过上云可以获得四个方面的核心价值：效率提升、业务增长、成本优化和社会责任。

1 速度和敏捷性——更快的服务供给

- 云计算通过快速支持弹性计算资源、消除产品设计延迟，提供了更多的敏捷性和灵活性。

2 增长与新业务模式——创收

- 在动态基础设施上利用云服务推出新产品和客户价值主张，把以产品为中心转向以客户体验为中心，应对环境变化，构建可持续发展的平台。
- 利用SaaS和云解决方案，构建和运营从B2B到B2C的强大全方位渠道能力。

3 成本优化——降低运营成本

- 通过最小化前期投资成本，获得研发、验证、数据资产管理及其他工作负载的按需能力，实现运营成本的降低。

4 增强韧性和业务连续性——实现可持续发展

- 企业向公有云迁移后，可使全球IT系统的二氧化碳年排放量减少5900万吨，相当于减少2200万辆汽车上路。⁸
- 迁移带来新的改变：基于云的地理分析促成清洁能源转型，通过数据洞察减少材料浪费，凭借分析平台带来更快而有针对性的医疗研发。

图表1:
已全面实现预期上云成果的企业占比

	2022	2020	2018
	全面实现		
成本节约	39%	37%	34%
速度提升(例如:推出新产品或新服务等)	42%	40%	36%
业务赋能(创新、数据获取和分析)	45%	36%	35%
服务水平改善(例如:资源配置)	43%	32%	34%
韧性/业务连续性	42%	33%	n/a
平均占比	42%	37%	35%

总之，随着云环境的复杂性日益提高，企业控制支出的能力将越来越重要。同时越来越多的企业认识到只是简单的系统搬栈并不能节省成本。上云只是起点，利用云构建新的生产关系，打造新的业务增长引擎，实现业务流、人才流、信息流、货物流、资金流的在线化、网络化，成为“云上企业”，**将上云重点由成本转向价值**，对企业而言同样具有重要意义。

案例

全球某美妆零售领军企业通过与埃森哲合作，将其亚太区80%的业务系统迁移到云端，并提供了混合云托管服务，通过智能运营服务解决方案不断提升服务质量，降低运营成本，客户的IT系统对业务支持得到极大提升。埃森哲还为其提供了端到端的云平台FinOps服务，节约了30%的云上费用的同时，将云支持管理集成在云托管服务体系中，从源头开始选择最优化费用的云使用策略。

谁的上云成果更优秀？

当企业纷纷开始全面解锁上云价值时，那些深度用云的企业获得了更丰厚的成果，已经踏上了上云之旅的企业还将继续大步前进。目前，62%的受访企业表示其所在企业已成为“深度用云企业”⁹；而在2020年，这个比例仅为11%。

在所有企业中，平均47%的**深度用云企业正在继续全面收获上云成果**，高于中度用云企业（36%）和轻度用云企业（21%）。然而，即使是深度用云企业，其全面实现上云成果的增长速度也低于预期。这表明，上云的目标越高远，面临的挑战就越艰巨。

案例

近年来，受疫情的影响，营养品市场迎来了空前的增长机遇。为满足市场需求，全球营养保健品公司康宝莱携手埃森哲搭建业务中台，为包括康宝莱官方商城、APP、网站等一系列前端应用构建全渠道、可复用、支持业务创新的解决方案，从而使康宝莱能够打破“烟囱式”业务和数据系统在集成和协作上的壁垒，以高度共享型的基础架构支持前端服务，使系统更加精简高效，信息更加清晰透明。

在业务中台项目成功上线后，康宝莱持续推进数字化转型，启动了服务商触点重构项目，围绕服务商展业最重要的工具“莱聚（DH）”进行一系列改造，驱动服务商进行销售转型和高质量业务发展，并更好地赋能服务商为消费者提供更贴心、更精准的营养服务，打造线上线下一体的生态系统。

图表2:
全面实现上云预期成果的企业占比 (按用云程度划分)

	深度用云企业	中度用云企业	轻度用云企业
成果	全面实现		
成本节约	43%	30%	38%
速度提升 (例如:推出新产品或新服务等)	46%	36%	24%
业务赋能 (创新、数据获取和分析)	50%	38%	10%
服务水平改善 (例如:资源配置)	48%	37%	24%
韧性/业务连续性	46%	38%	10%
平均占比	47%	36%	21%

上述数据的重要启示还在于，企业无需总是单枪匹马开启上云征程。**使用第三方的云服务也能使企业取得更大成就。**在全面实现上云成果的企业当中，近半数（45%）都大量使用了托管服务。这是因为托管服务有助于企业快速实现价值。在大规模迁移上云后，通过使用托管服务，企业可以将工作重心放在跟业务更相关的增值功能上，从而更好地实现预期价值。托管服务不仅能够提高生产效率，而且能够帮助企业降低成本和风险。

尽管企业用云程度与各项价值点的高成效呈现相关性，但现在**企业不能再单纯地将用云程度作为衡量成功的主要标准。**仅仅是迁移上云并不能确保预期价值的实现。将更多业务关键工作负载迁至云端以获取更多价值，是一个复杂工程，它将给企业带来巨大挑战，本报告接下来将针对这一点进行更深入的讨论。



上云是个进行时

如今，云已经演变为功能强大的动态连续体，涵盖了从公有云到边缘云之间的所有能力。今天的企业不仅需要知道哪些业务问题可以通过云来解决，还要了解云能为自身业务带来哪些新的可能性，以充分利用云计算的潜力。

为了全面实现上云价值，企业需要在“**持续、无缝用云**”先进实践的支持下，不断进行自我重塑。这意味着企业需要学习新技能、拥抱新技术，并深入了解云战略。此外，企业还需树立持续、无缝用云的意识，以便利用云端能力把握各种不断变化的新机遇。

为了评估企业的上云进度，我们请受访企业对其上云的现状进行了描述。约三分之一的受访企业 (32%) 表示已完成上云旅程，并对当前达成业务目标的能力感到满意。此外，有41%的受访企业表示，企业仍在推进，并将持续推进上云旅程，以满足不断变化的业务需求。

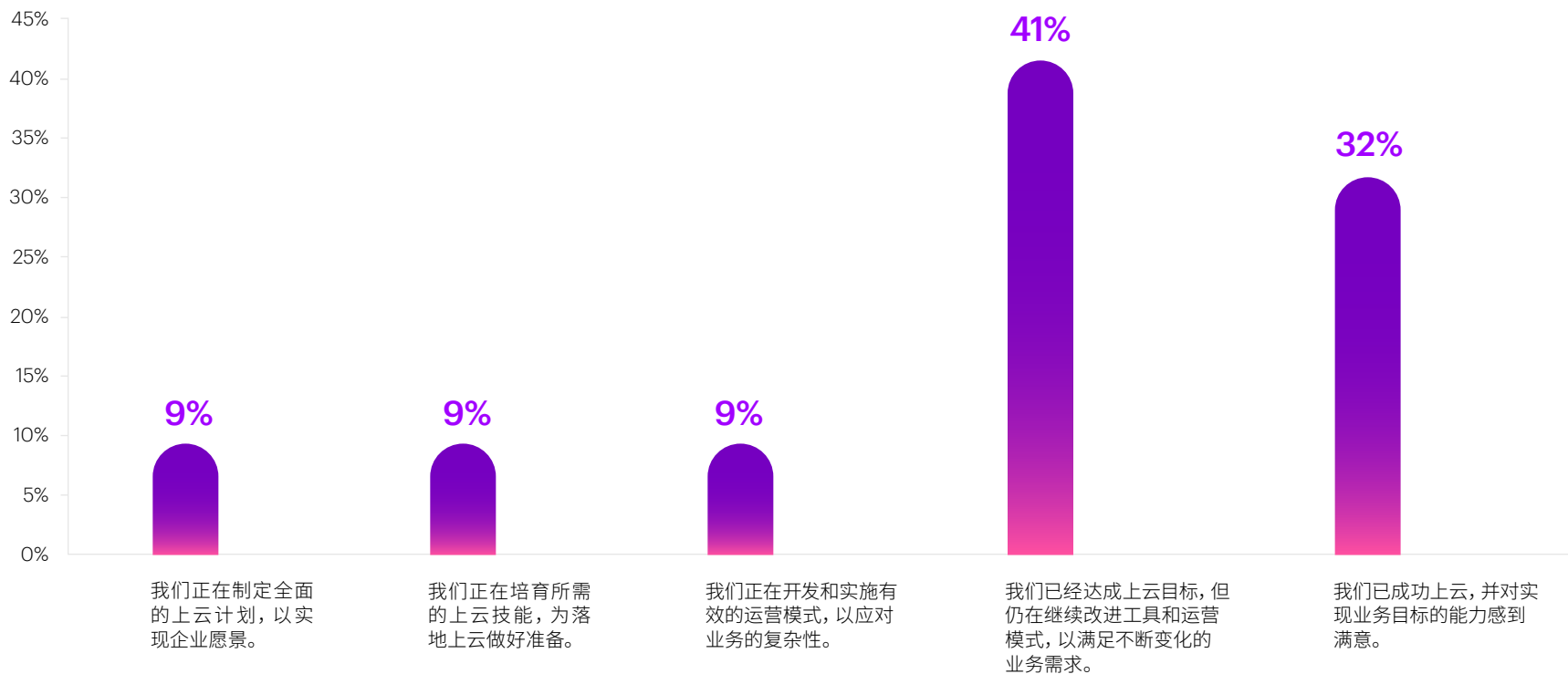
业务领导者和IT领导者对所在企业上云的看法大相径庭。44%的业务领导者认为企业已完成上云旅程，而持相同观点的IT领导者仅占27%。同时，45%的IT领导者认为企业的上云旅程还在不断演进，而只有34%的业务领导也这样认为。

在自评已完成上云旅程的受访企业中，79%将自身评定为深度云用企业，49%表示已全面实现预期的上云成果。其中，“业务赋能”是成果最显著的领域 (54%的企业已实现)。

在为了满足业务需求而持续推进上云进程的受访企业中，60%将自身评定为深度用云企业，42%表示已全面实现了预期的上云成果。他们在“业务赋能”和“服务水平改善”等领域都取得了不错的成果，二者占比均为45%。



图表3
企业对其当前上云现状的描述





初看起来，已完成上云之旅的企业似乎表现更好，相关数据也支持了这一论断。但埃森哲认为，企业如果停止上云进程，将会错失实现更多价值的机会。由于技术创新的飞速发展，未来充满无限可能。实际上，相较于继续推进上云的企业（44%），自评已完成上云的企业在创新和业务重塑方面的IT资源投入确实较少（40%）。

面向未来的企业正在不断成长、适应和学习，在机遇和风险的变化中应时而动、顺势而为。而许多认为已完成上云的企业则可能错失新的价值实现机会，从而面临风险。在不断变化的市场环境中，停滞不前的企业将落后于人。

不论企业目前的自评进度如何，上云征程都远未结束。企业应明确目标，加速价值实现，并注重构建具体的云应用案例，推动实现业务目标，并适时调整运营。



什么在阻碍云价值的全面实现？

与以往相比，如今积极上云的企业全面实现云价值的可能性更大，但也并非稳操胜券。全力上云的企业如此之多，为何价值却没有同步增长？

原因或许很简单：复杂性越高，挑战越大。

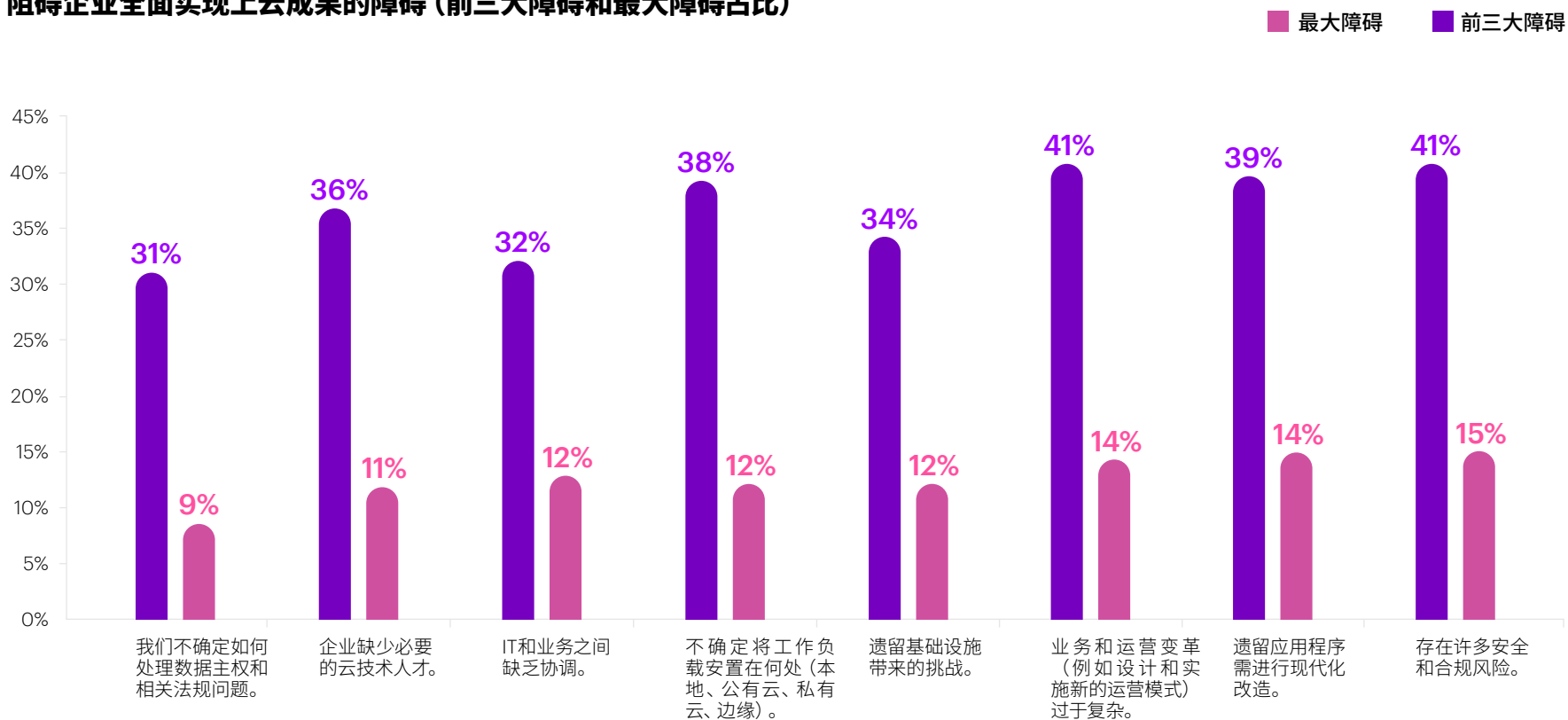
上云初期，企业倾向于将不太重要且易于管理的小型工作负载迁移到云端。但随着用云的不断深入，企业也会将重要的业务核心应用程序迁至云上加以现代化改造。迁移业务关键工作负载，并了解如何在云上安置这些工作负载以实现最大价值已不再是易事。

除此之外，企业还需要应对另一个难题，即如何招募和挽留具备云迁移、云管理和云运营技能的优秀人才。为了持续实现上云的价值，企业必须对员工和流程进行转型。

而随着云进程的深入，企业不再满足于通过对底层云资源进行精细化运营，提升对上层业务的支持力度、降低总IT成本，他们更需要整体转型和全面重塑，以驱动创新和持续发展，为自身注入更多的竞争力。

毋庸置疑的是，过去几年困扰企业的难题依然存在，企业前行的道路仍将困难重重。

图表4:
阻碍企业全面实现上云成果的障碍 (前三大障碍和最大障碍占比)



41%的受访企业将“安全和合规风险”与“业务与运营变革的复杂性”列为实现云价值的前三大障碍；而“遗留应用程序现代化”紧随其后，被39%的受访企业列入前三。

虽然“缺少云技术人才”不是实现上云价值的最大障碍，但超过三分之一的企业（36%）仍将其列为前三，自2020年以来，情况一直如此。云专业人才不足，必将导致企业开展工作受阻。

与前两期报告相似，安全和复杂性仍然是企业最频繁提到的挑战。为解决安全和合规的问题，埃森哲和阿里云通过Landing Zone解决方案，针对不同行业给出上云建议，并基于最佳实践提供先进的云上IT治理解决方案，帮助企业实现高效的云转型。¹⁰

与2020年报告相似，所有障碍因素的变化幅度很小，即使最大和最小障碍之间的差距也不超过10%。通过进一步比较可以看到，在排名前三的障

碍中，“业务和IT之间缺乏协调”以及“数据主权问题”的变化幅度最大，两者较2020年均下降了8个百分点。但尽管如此，仍有近三分之一的企业将它们视作最大的障碍。

此外，在实践中，“业务和运营变革的复杂性”也不容小视。如何将所有的业务综合起来，设计相应的云上运营模式；在新的业务模式下，建立适合架构和运营的具体方案，以及如何搭建团队，都是上云后非常重要的问题。否则，即使上云了，业务也无法高效地使用系统，无法实现内部操作性，也无法发挥最大的价值。

虽然部分挑战的排名在逐年下降,但并未降至30%以下。同样地,也没有任何挑战的排名上升趋势显著。

这些常见障碍之间的差距很小,各年间的变化也不大,表明企业一直在积极应对各种挑战。但是,只要企业不能一举解决同时出现的所有难题,收效就会减少,而这也是重大转型的典型特点。事实上,正是由于企业克服了重重困难,不断推进业务稳步发展,才对上述数据产生了积极的影响。



案例

作为一家涉足多个行业的国有企业，山东省商业集团有限公司（鲁商集团）面临着多个挑战，包括业务系统重复建设、共享业务沉淀少、各产业协同能力不强、商业模式传统、赢利模式单一且资金回报率低等多个问题，这些问题导致该企业的业务难以形成规模效应。

在国家大数据战略、新动能、新基建的号召下，鲁商集团主动开展数字化转型，并将其作为“一把手”工程。该企业建立了大数据运营服务中心，携手埃森哲和阿里巴巴，共同开展数据中台及数字化应用项目，旨在实现产业的数字化场景规划、数据资产的全面整合，并建立产业智慧运营试点和零售数字化创新试点等目标。

经过三方的共同努力，鲁商集团多元化经营和规模化发展的协同优势正在逐渐显现。数字化转型的活力正在全面激活，实现了数据可视化、决策有依据、应变更敏捷、营销更精准、管理更智能等优势，这些优势正在加速鲁商集团业务水平的提升。



如何摆脱困境?

云的成熟度日益提高, 技术技能和资源也在不断演进, 但为何老生常谈的问题却始终无法解决? 尽管迁移云端具有紧迫性和巨大潜力, 可能会促使企业加快上云步伐, 然而挑战并不会消失。

因此, 企业亟需发展成为云优先企业, 扩大用云的规模和范围。但目前, 大多数企业仍将大量资金用于维系现有的系统和流程, 而非开展云创新。



实际上, IT高管们表示, 57%的IT资源都用于维护现有系统和流程, 只有43%投向业务重塑和创新。虽然这并不是错误, 但他们确实需要更具有战略性地选择前进方向。

企业全面重塑是建立企业韧性的必由之路, 而云为此奠定了坚实的基础。大规模平台更新、将云作为全新的运营模式, 可以帮助企业在竞争中脱颖而出, 打造关键业务的灵活性和敏捷性, 应对业务不断发展和变化的需求, 适应千变万化的市场环境。

但是, 快速上云的压力会影响企业价值实现的速度。随着复杂性不断增加, 企业也可能对自己的最终目标以及如何应对挑战感到迷茫。



案例

中华联合财险与埃森哲、阿里云合作，通过彻底重构核心业务系统，实现了客户、渠道、营销、承保、理赔等多条业务线的全覆盖。该系统引入了阿里云的先进技术经验，重构核心系统，实现了IT治理体系和技术架构的转型。通过先进的技术架构和理念，以及敏捷的运营模式和体系，助力企业能力提升。通过数字化转型，完成组织、人才、文化、流程、业务模式、

技术支撑能力的革新。此外，中华联合财险通过自我颠覆，重构商业模式，从线上化逐步过渡到数字化和智能化。

为了加大创新和重塑力度，企业需要全面统筹，把握轻重缓急，克服价值实现道路上的各种障碍。

显然，许多企业已经意识到了拐点前方的价值。当被问及会在哪些方面投入额外资金进行企业全面重塑时，43%的受访企业表示，将追加投资于“增强数据分析和人工智能”。这些企业已经认识到了充分利用数据推动价值实现，是建立自身竞争优势的新阵地。

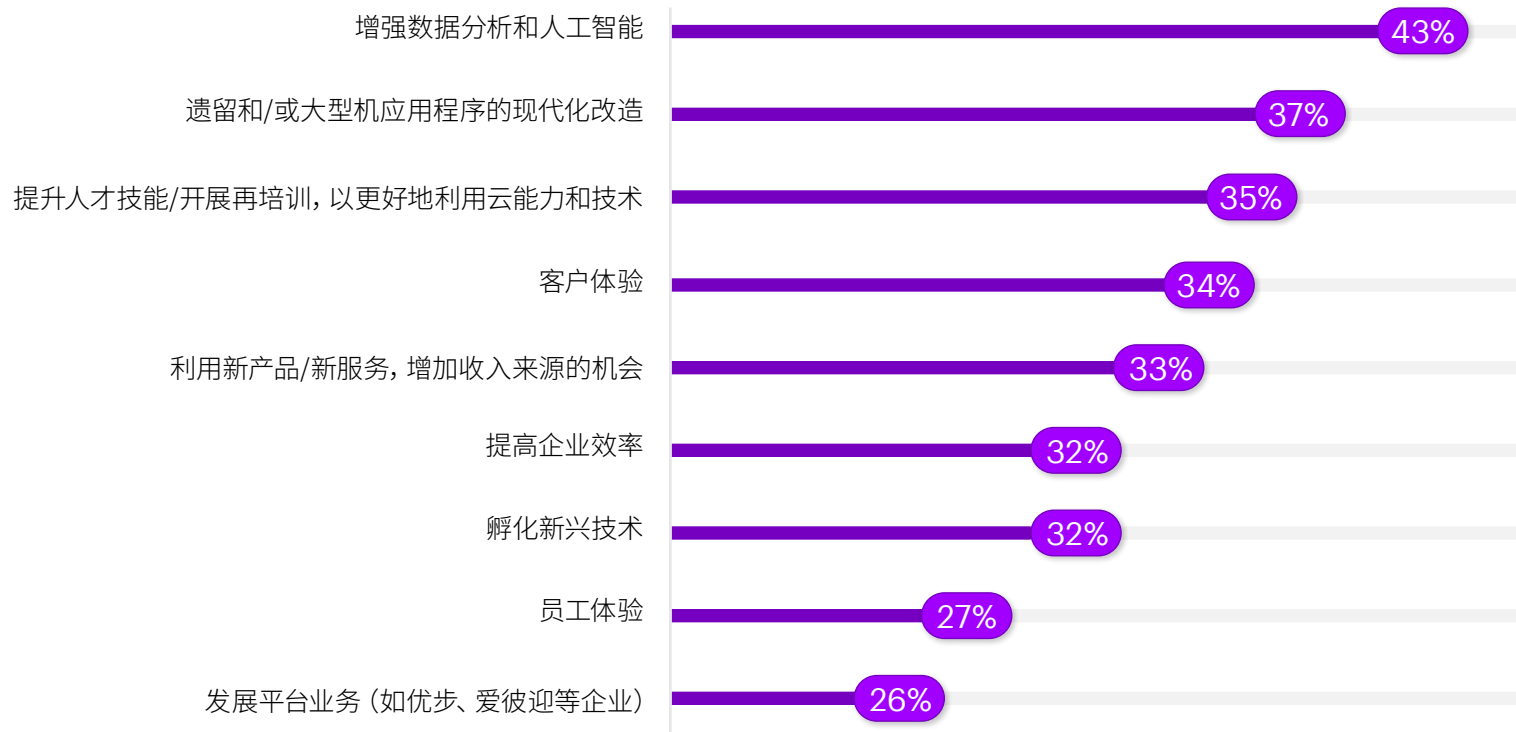
例如，全球制药公司诺华 (Novartis) 已将提升数据能力作为近期的重点发展方向。其诺华云分析平台基于云端机器学习 (ML) 和人工智能 (AI) 能力打造，不仅可以创建创新的用例和数据模型，而且用例开发的时间也从10天大幅减少至3天。



“遗留应用程序现代化”和“提升云技术人员技能”分别以37%和35%的占比，在业务全面重塑的诸多要务中位列第二、三位，这二者也是把握复杂上云机遇的前提条件。

无论企业的上云进程如何，都能通过不同方式获得更大价值。目前，许多企业都在积极创建先进的上云用例，同时努力提高其用云能力和升级现有系统。

图表5:
企业将在哪些领域追加投资以重塑业务 (排名前三的任务占比)





破解上云价值密码

过去两年，一些企业为了上云投入大量资源和精力，可谓恰逢其时。但如今，经济发展放缓，不确定因素大量增加，因此，企业对上云或其他任何领域所做的每一份投入都必须严格把关。

破解云价值密码、明确聚焦哪些业务用例变得至关重要。云的主管领导不仅要利用云推动成本节约，更应从战略角度全面考量，利用云促进变革、拉动增长。为此，企业需要在用云满足当下业务需求和识别新机遇之间取得平衡。

要在云端切实提升敏捷性、提高效率 and 拉动增长，离不开坚定的决心和有效的战略方法。以下是[五大关键行动建议](#)，可以帮助企业解锁未来机遇，挖掘上云的最大价值。

五大行动建议, 挖掘云计算的最大价值

重塑业务、保持行业竞争优势

充分利用云端的全部力量作为变革的推动力, 保持商业和行业的核心竞争优势。衡量投资的风险和收益, 根据收益实现的周期长短考虑创建用例的优先次序, 将投资与新兴的业务战略保持一致。

善用云端各种能力

将云作为运营模式和未来战略的推动者。成功的关键在于组织在持续用云的过程中, 能够采用正确的能力和服务组合。

从数据和人工智能中释放新的价值

受访企业普遍认为, 数据和人工智能是追加投资的首选领域。原因是卓越的数据能力已成为企业打造行业竞争优势的新阵地, 数据可以为企业带来全局层面的洞察, 帮助企业提升竞争力并实现持续增长。

驾驭云经济

在日益复杂的云环境中, 企业必须能够掌控和优化云开支。这不仅要求企业做到财务透明、监督有效, 还需要将对话从云成本转向云价值。

重构运营模式和员工队伍

如何设计和改造运营体系以匹配云端模式? 仅靠技术本身无法维系云的价值, 企业还必须同时转变人员和流程—从工作方式到组织文化—以充分发挥云的优势。

此外, 企业要重视领导者在云优先转型管理中所起到的关键作用。企业领导者不仅要在上云目标上统一思想, 更要展示持之以恒的上云决心。只有这样, **企业领导者才能带领自己的企业步入价值加速增长的全新时代。**

云创新数字 服务2.0

云是企业数字化转型的基础和催化剂。成功上云转型可以为企业带来效率提升、业务增长、成本优化、社会责任等领域的价值收益。

云作为一种技术历史悠久，但云服务作为数字化转型和创新推动者的关键角色却是最近几年才被关注。云上数字化转型时代，工作方式和企业运营方式与从前大不相同。企业既需要传统标准化的IT服务，更需要灵活、能有机融合业务的专业服务，而不是简单地把云产品组合在一起。

随着云技术产品的成熟和云采用率的提升，上云、用云的主力从泛互联网向政企行业转移，因此产业云解决方案成为未来的重要赛道，国内企业对于私有云、专有云及混合云建设存在多样化偏好，伴随式服务的需求更是推动了云专业服务的多元化。

当下，云技术日益成熟，产品和技术的获取相对容易，企业在上云旅程中面临更多的是非技术领域的阻力。云专业服务商依托其技术积累，在云服务专业交付领域持续创新，成为助力企业实现云上数字化转型的关键力量。

埃森哲联合阿里云共同发布了云创新数字服务2.0的能力框架和成熟度模型，梳理了云服务模式的演变历程，指出了数字化时代，企业要实现云端数字化转型，需要的是双核融合（云产品厂商和云专业服务商共建卓越能力中心、共同投资、互为补充，形成具备多样化能力的长期稳定的云服务阵型）和多核衍生（云厂商和云服务商共建的卓越能力中心导入企业内部，形成数字化时代的新生产关系）的新型云服务。

结束语

在仅仅两年的时间内，企业上云势头突飞猛进，全面实现云计算的价值已经指日可待。但要真正收获云价值，企业必须转变观念，关注整个旅程，而不是目的地。

云计算是企业需要不断强健的核心能力。尽管将现有技术迁移到云上并非易事，但是只要取得成功，企业就会获得无限机遇。关键在于把握良机，即使困难重重、进展缓慢，也要坚持不懈、不断前行。

现今，用云先锋企业将云放在决策考量的首位，只有这样，才能抓住机会，挖掘出云技术带来的崭新机遇。具备云思维的企业正在寻找获得更多机会以提升价值，包括扩展混合云和多云的范畴、推动重要应用程序和数据能力的演进、创建云原生业务平台、充分释放新兴技术的力量。只要企业善于用云，能够做到持续、无缝用云，就可以利用云端的无限新机，提高效率、改善体验和拉动业务增长。

企业上云进程已经到达拐点。要全面收获上云价值，就不应止步于完成云迁移。当前，横亘在企业面前的挑战是，如何围绕更广泛的价值，重新定义恰当用例，并通过云作为运营系统，将数据、人工智能、应用程序、基础设施和安全集成起来，以优化运营并持续实现增长和创新。

参考资料

- 1 2022埃森哲中国企业数字化转型指数
- 2 国务院关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知_2022年第3号国务院公报_中国政府网 (www.gov.cn)
- 3 中国信通院, 多云数据存储白皮书。
- 4 寄予厚望: 克服云价值最大化的各种障碍 (2020年)。
- 5 云成果展望: 期望与现实 (2018年)。
- 6 埃森哲阿里云联合助阵丝芙兰: 全速上云, “美力”加倍
- 7 时刻准备, 把握先机: 2020年持续、无缝用云调研报告。
- 8 埃森哲: 云计算的绿色效应
- 9 “深度用云企业”表示, 超过75%的工作负载已迁至云端 (包括公有云和私有云)。“中度用云企业”表示, 30-75%的工作负载已迁至云端。“轻度用云企业”表示, 迁至云端的工作负载不足30%。75%的工作负载已迁至云端。“轻度用云企业”表示, 迁至云端的工作负载不足30%。
- 10 埃森哲+阿里云: 数字化转型聚力云上

关于埃森哲

埃森哲公司注册于爱尔兰，是一家全球领先的专业服务公司，帮助企业、政府和各界组织构建数字化核心能力、优化运营、加速营收增长、提升社会服务水平，更快且更规模化地创造切实价值。埃森哲是《财富》世界500强企业之一，坚持卓越人才和创新引领，目前拥有约73.8万名员工，服务于120多个国家的客户。我们是技术引领变革的全球领军者之一，拥有强大的生态协作网络。凭借深厚的技术专长和行业经验、独特的专业技能，以及翘楚全球的卓越技术中心和智能运营中心，我们独树一帜地为客户提供战略&咨询、技术服务、智能运营、工业X和Accenture Song等全方位服务和解决方案，为客户创造切实价值。埃森哲致力于通过卓越的服务能力、共享成功的文化，以及为客户创造360°价值的使命，帮助客户获得成功并建立长久信任。埃森哲同样以360°价值衡量自身，为我们的客户、员工、股东、合作伙伴与整个社会创造美好未来。

埃森哲在中国市场开展业务36年，拥有一支约2万人的员工队伍，分布于北京、上海、大连、成都、广州、深圳、杭州、香港和台北等多个城市。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，我们正在更创新地参与商业和技术生态圈的建设，帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力，从而立足中国、赢在全球。

详细信息，敬请访问埃森哲公司主页[accenture.cn](https://www.accenture.cn)。

免责声明

本研究报告仅提供一般信息，并不能替代埃森哲专业顾问的咨询服务。文中提到了第三方所有的商标。这些第三方商标皆为各自所有者财产，且商标所有者并未意图明确表示或暗示对报告内容提供赞助、认可和批准。

执行指导

俞毅

埃森哲全球副总裁

大中华区企业技术创新事业部总裁

埃森哲阿里事业部总裁

研究主管

于雅

埃森哲商业研究与研究经理

项目统筹

曹蕾

埃森哲大中华区市场营销总监

鸣谢

戴虹、杜鹃、李琳、李娴、罗永红、骆志群、王雷、姚靖宇