

2024

# IaaS产品满意度调研报告

针对IaaS产品实际使用者的满意度测评

出品机构：甲子光年智库

研究指导：宋涛

研究团队：郭瑶琴

发布时间：202403

本次调研报告的目的是确定IaaS满意度的评价体系，了解用户满意度情况，为用户及厂商提供可行性建议，调研对象是IaaS产品的实际使用者，采用定量+定性的研究方法

## 调研目的



### 水平测试

- 确定影响满意度的关键因素。
- 了解用户的满意度水平。
- 了解用户对各维度的满意度评分情况。



### 因素分析

- 分析不同用户的产品偏好与影响满意度的因素。
- 分析领先厂商的满意度原因。
- 分析用户的不满意因素。



### 优化改善

- 形成标准化的用户满意度评价指标与体系。
- 针对IaaS产品用户及厂商提出可行性建议。

## 调研对象与评估对象



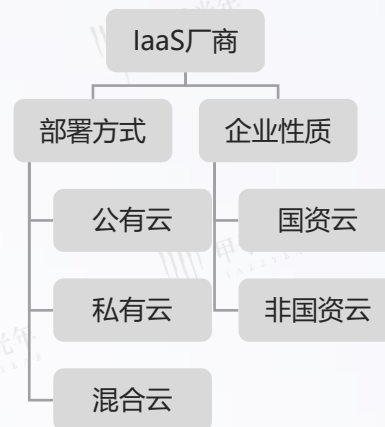
### 调研对象

#### IaaS产品的实际使用者：

- 职业方面，深度参与企业云化部署的CIO/IT从业者。
- 认知方面，对于云服务、云计算技术、云计算产品等有比较好的认知度。
- 需求方面，对企业上云需求有深度了解。



### 评估对象



## 调研方法



### 定量研究

- 样本设计：本调研将在95%的置信水平、允许5%误差的条件下，初步计算所需要的最小样本量，根据小样本试访期受访者的表现进行样本量校正。
- 有效样本容量：361

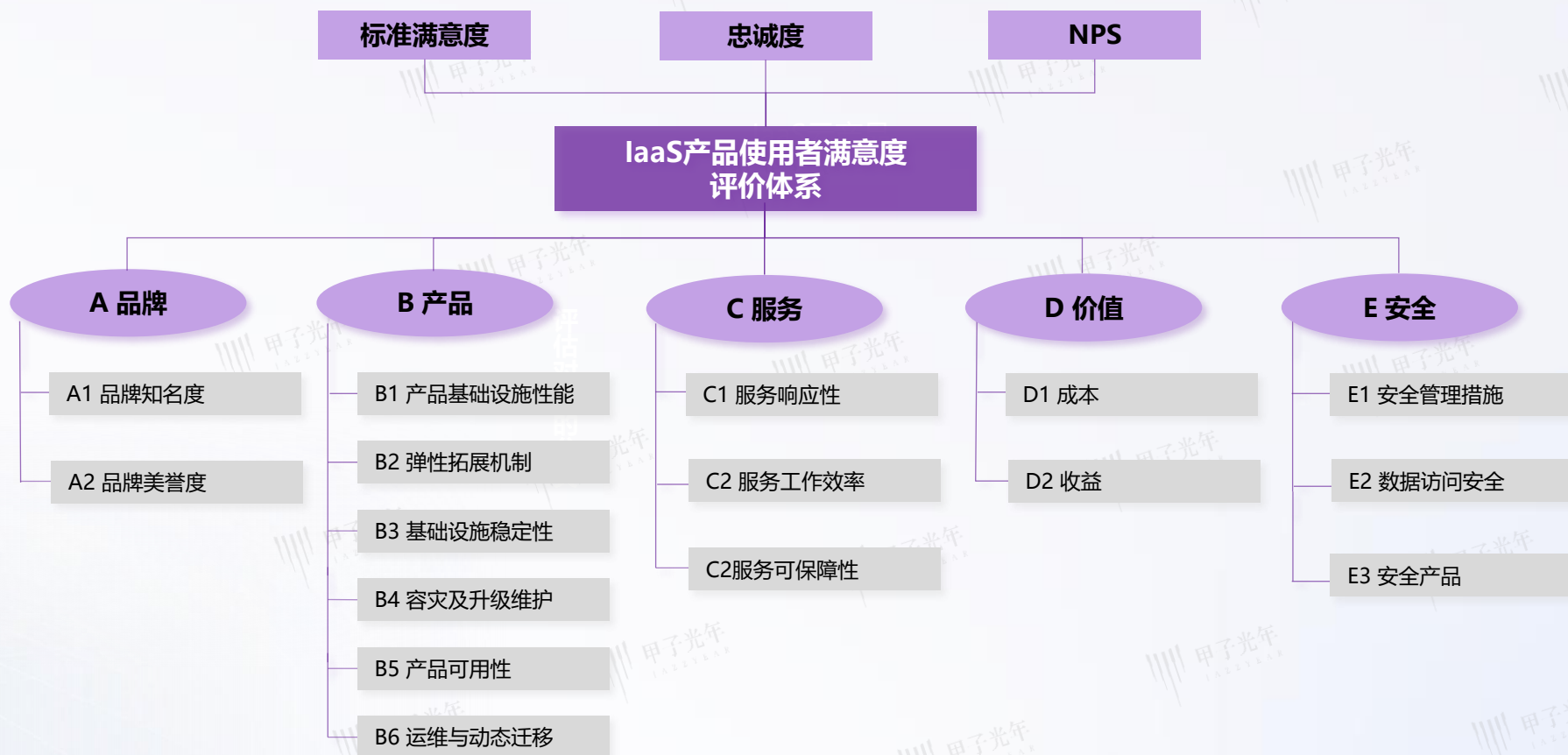


### 定性研究

- 访谈提纲：确定访谈对象，依据调研指标设计访谈问题，通过面对面访谈、在线访谈等方式开展调研。

## 本次调研通过德尔菲法建立初步评价体系，根据调研数据完善评估

- 根据行业标准和关键事件法MOT建立细分指标体系，通过对用户的调查，采取“逆推”的方法，找出影响用户满意度不高的因素。



## 满意度分值计算方法：

- 计算分项得分：如行业整体满意度实际得分为回答该题目的有效客户的得分均值。
- 满意度计算得分：满意度 = (实际得分 - 1) ÷ 9 × 100；实际打分值取值范围在[1,10]之间，取值没从0开始，为将满意度取值范围还原在[0,100]之间，因此需这样换算。
- 标准满意度得分：标准满意度 = (0.4 × 行业整体满意度 + 0.3 × 与期望的差异 + 0.3 × 与完美对象的差异 - 1) ÷ 9 × 100。

## 忠诚度分值计算方法：

- 加权计算忠诚度得分：忠诚度 = (0.4 × 继续使用的意愿得分 + 0.2 × 只使用的意愿得分 + 0.4 × 推荐使用的意愿得分 - 1) ÷ 9 × 100。

## 净推荐值计算方法：

- 转换计算净推荐值得分：净推荐值 = 推荐者（9-10分）的百分比 - 贬损者（1-6分）的百分比。

## 相关系数：

- 相关系数是指一个变量A对另一个变量B的影响程度，以SPSS求取双变量相关系数a，系数值a越大代表相关程度越大，即两个变量之间相互影响程度越大。

# 目录

CONTENTS



**Part 01 IaaS行业发展概述**

**Part 02 IaaS产品整体满意度分析**

**Part 03 IaaS用户需求偏好分析**

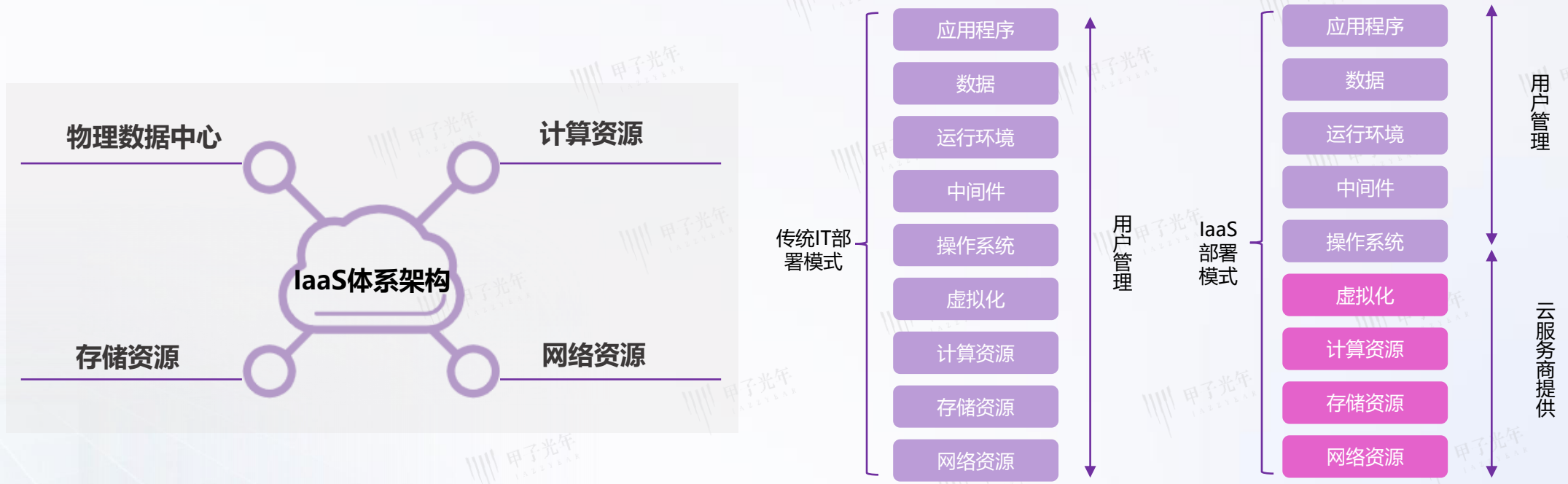
**Part 04 IaaS产品竞争格局**

**Part 05 IaaS产品不满意改进方向及未来发展趋势**

# 1.1 IaaS产品及服务简介：IaaS部署模式

## IaaS优势：灵活部署，按需收费

- 按照服务模式，云计算可以分为IaaS（基础设施即服务）、PaaS（平台即服务）及SaaS（软件即服务）。
- IaaS（基础设施即服务）：云服务商搭建和运营IT基础设施（包括机房、网络、服务器等），以服务的形式向客户提供计算、存储、网络等基础计算资源，用户可以在这些基础IT资源基础上进行操作系统、应用程序等软件的开发和部署，并根据需求调整资源使用量及按量付费。
- IaaS部署模式简单，用户可以根据业务需求变化动态地获取或释放IT资源，实现资源灵活调配。



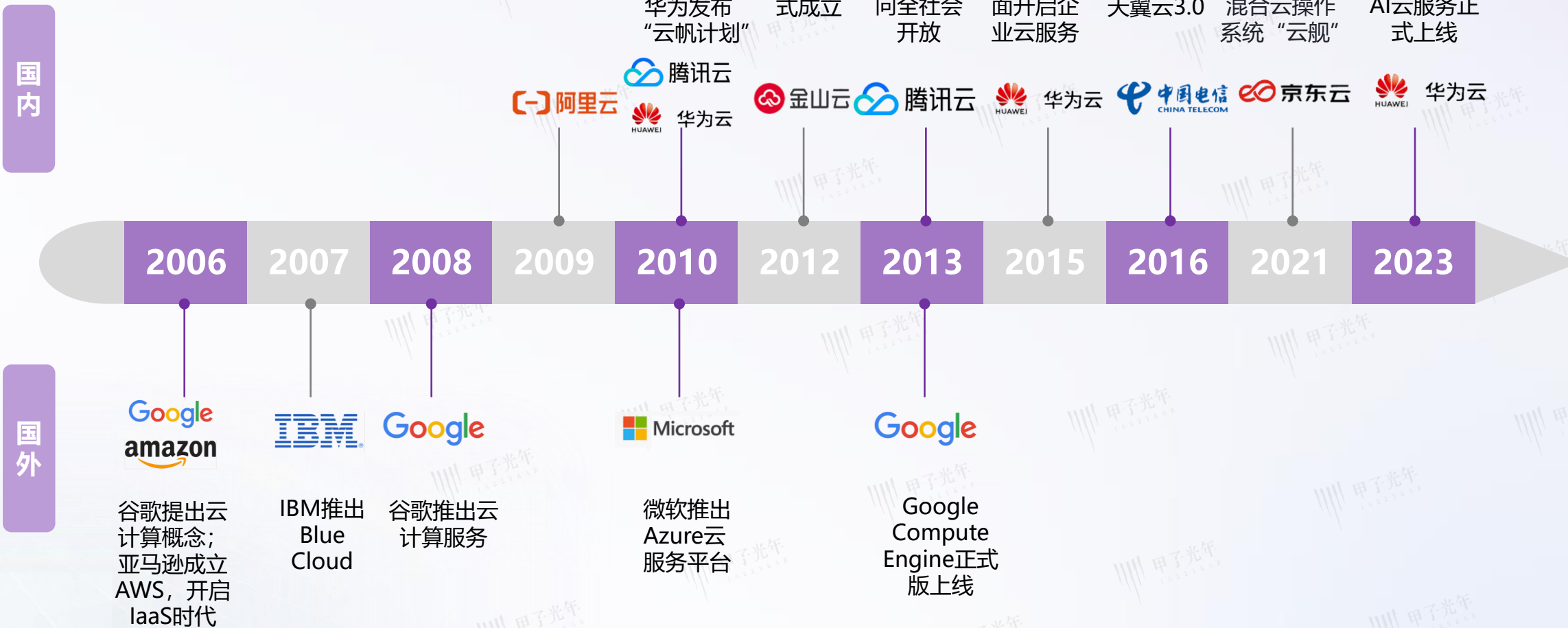
## 1.2 IaaS产品及服务简介：IaaS产品服务类型及特点

根据云部署方式不同，IaaS 可以分为公有云、私有云和混合云

	公有云	私有云	混合云
<b>定义</b>	指由第三方服务提供商提供的云计算服务，如服务器、存储、网络等，这些IT资源在服务商的场所内部署，用户通过互联网即可获取，且多个客户可以共享一个服务提供商的资源。	指专门为一个客户或组织构建的云计算环境，提供对数据、安全性和服务质量的最大程度控制，私有云的资源可以根据需要进行配置和调整。	混合云结合了公有云和私有云的特点，将不同业务分别部署在公有云和私有云上，以实现灵活的云计算服务。
<b>提供方</b>	第三方服务商	企业内部或第三方服务商	企业内部或第三方服务商
<b>硬件共享模式</b>	共享	专用	部分共享/专用
<b>可扩展性</b>	强	适中	强（取决于部署策略）
<b>灵活性</b>	是	有限	是
<b>定制化功能</b>	否	是	部分
<b>安全性</b>	一般	高	高（取决于部署策略）
<b>网络性能和稳定性</b>	一般	较好	较好（取决于部署策略）
<b>成本效益</b>	低	高	适中
<b>适用于</b>	中小企业、创新业务	对数据安全有高要求的企业	大型企业、复杂业务场景
<b>用户使用比例</b>	33.2%	28.5%	38.2%

# 1.3 IaaS产品及服务简介：发展历程

## 2006年以来，全球各大云服务厂商陆续推出IaaS产品及服务



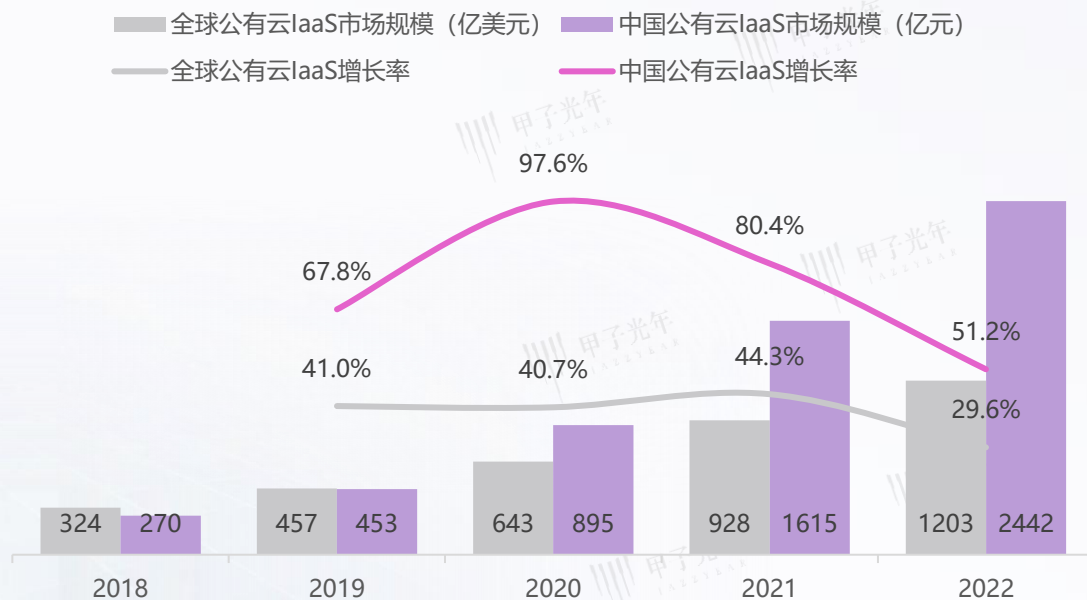


## 1.4 IaaS行业发展现状

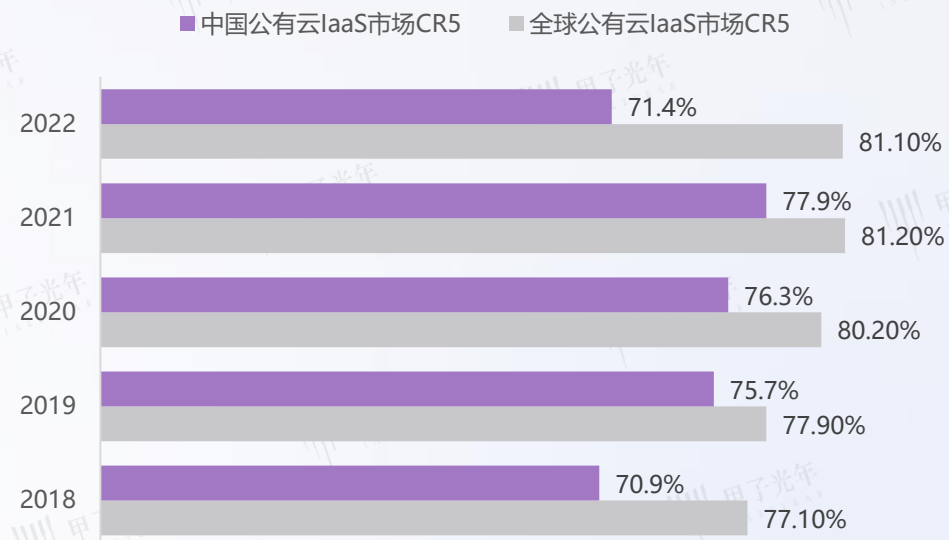
### IaaS市场规模持续增长，中国增速高于全球，市场集中度不断提高

- 全球公有云IaaS市场规模稳定增长，2022年增速趋缓；我国公有云IaaS市场增速达到50%以上，高于全球水平；AI算力风口已现，AIGC带动的智能计算需求将会是IaaS增长的持续驱动力。
- 公有云IaaS市场竞争激烈，国外巨头率先领跑行业，国内企业近年来蓬勃发展。中国公有云IaaS市场CR5已达到70%以上，行业头部厂商如阿里云、天翼云、移动云、华为云、腾讯云等依靠全面的产品布局、雄厚的资金实力和规模效应，已获得市场优势地位。2022年，阿里云以25%的市场份额位居第一。

#### 2018-2022年全球及中国公有云IaaS市场规模及增长率情况



#### 2018-2022年全球及中国公有云IaaS市场CR5



# 1.5 IaaS行业需求端情况：企业上云已成为数字化转型的刚需

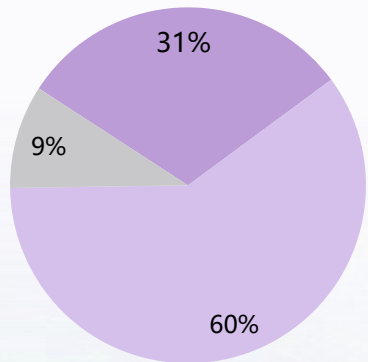
## 一切上云，云上一切的时代已经到来

- 企业上云有利于加快数字化、网络化、智能化转型，提高创新能力，业务实力和发展水平，调研数据显示，九成以上企业有数字化需求，其中八成数字化厂商选择上云。
- 企业应用类型产品云化程度最高，三成以上已全云化，上云比例和应用深度显著提升。

### 用户在上云

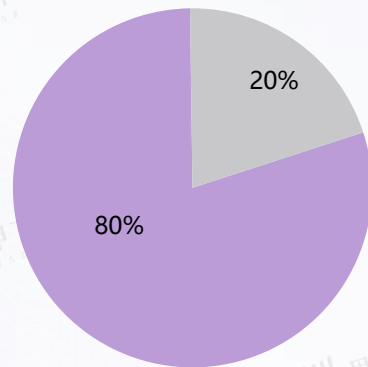
有数字化需求的企业分布

■ 高需求 ■ 有需求 ■ 无需求



数字化厂商有八成选择上云

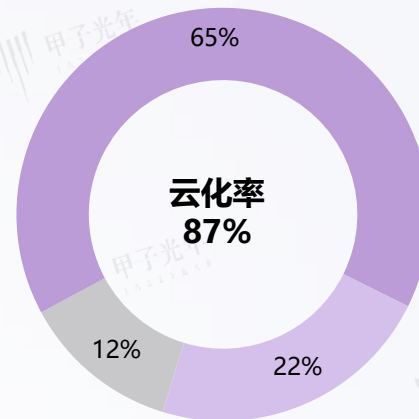
■ 上云 ■ 不上云



### 厂商产品云化程度不断提高

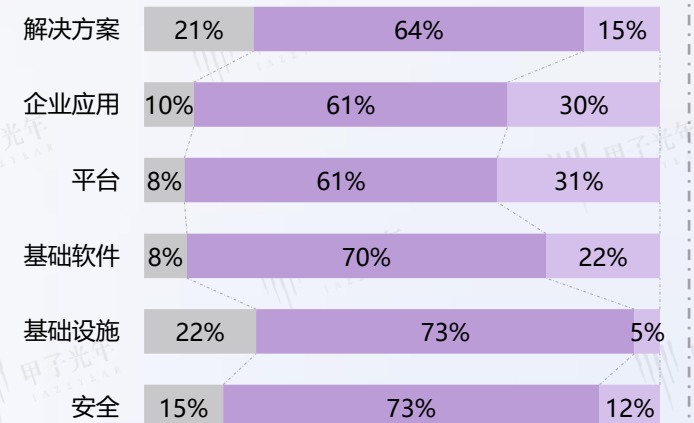
企业数字化产品云化程度接近九成

■ 未云化 ■ 云化中 ■ 全云化



不同类型数字化产品云化程度

■ 未云化 ■ 云化中 ■ 全云化

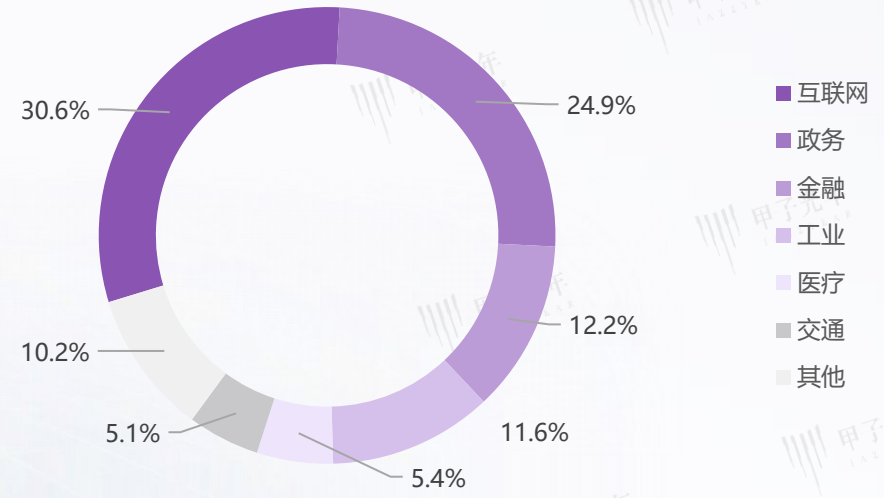


# 1.6 IaaS行业需求端情况：用户类型和结构

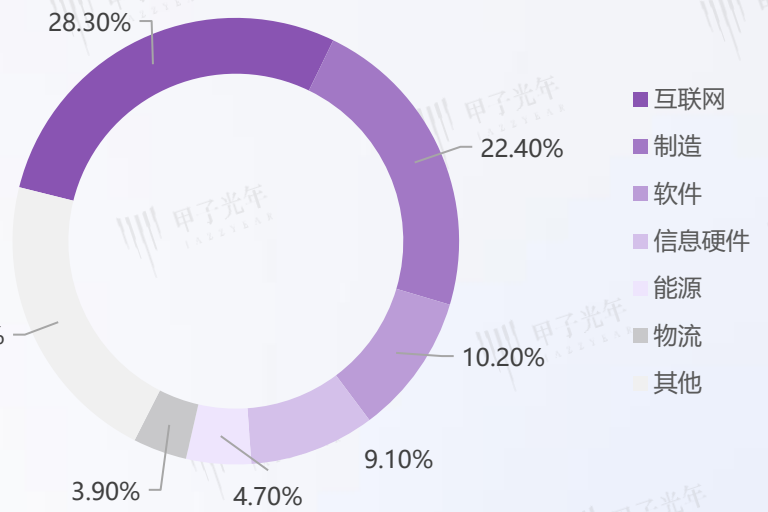
## IaaS产品主要应用于互联网、制造、软件、信息硬件、能源、物流等行业

- 从下游行业来看，中国云计算用户主要集中在互联网、政务、金融、工业、医疗、交通等领域；互联网、政务、金融行业用云量占比较高，行业用云已进入成熟期，从全面用云到深度用云；工业、医疗、交通等领域用云处于成长期，用云需求不断提升；
- 根据甲子光年调研数据显示，IaaS产品用户主要分布在互联网、制造、软件、信息硬件、能源、物流等行业，共同占据**78.6%**的市场份额。

2022年中国各行业用云量占比情况



IaaS产品用户所处行业分布情况



# 1.7 IaaS行业供给端情况：行业图谱

IaaS行业形成全价值链覆盖、多层次的产业生态格局



# 目录

## CONTENTS



**Part 01 IaaS行业发展概述**

**Part 02 IaaS产品整体满意度分析**

**Part 03 IaaS用户需求偏好分析**

**Part 04 IaaS产品竞争格局**

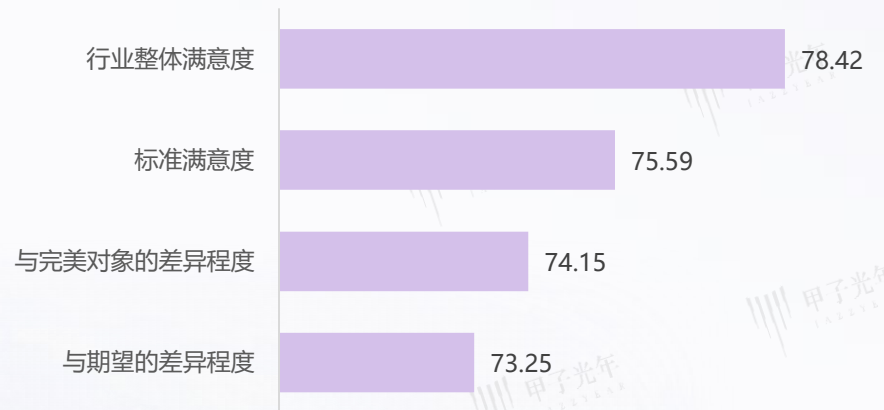
**Part 05 IaaS产品不满意改进方向及未来发展趋势**

## 2.1 总体满意度概况

IaaS行业整体满意度得分为78.42，服务和产品满意度得分达到80分以上

### 用户对IaaS行业满意度较高

- 调研数据显示，IaaS行业整体满意度得分为78.42，标准满意度得分为75.59，表明用户对IaaS行业整体满意率较高。



注：满意度为均值。

Q：1.对IaaS行业整体表现非常满意进行打分（1-10）。

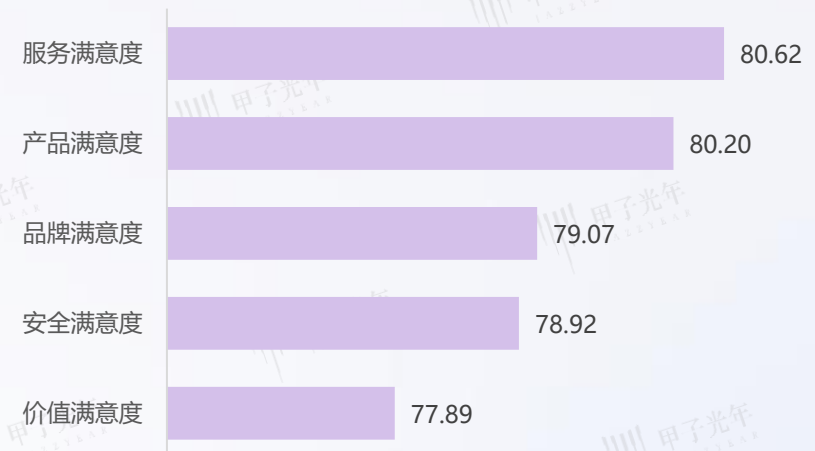
2.您使用的IaaS产品整体表现和您期望的水平差异程度不大打分（1-10）。

3.您使用的IaaS产品和您理想的完美产品之间的差异程度不大打分（1-10）。

N：N=361。

### 服务和产品维度满意度最高

- 从五大维度满意度得分来看，服务和产品满意度得分分别达到80.62和80.20，表明服务质量及产品性能等方面得到了用户较高认可度。

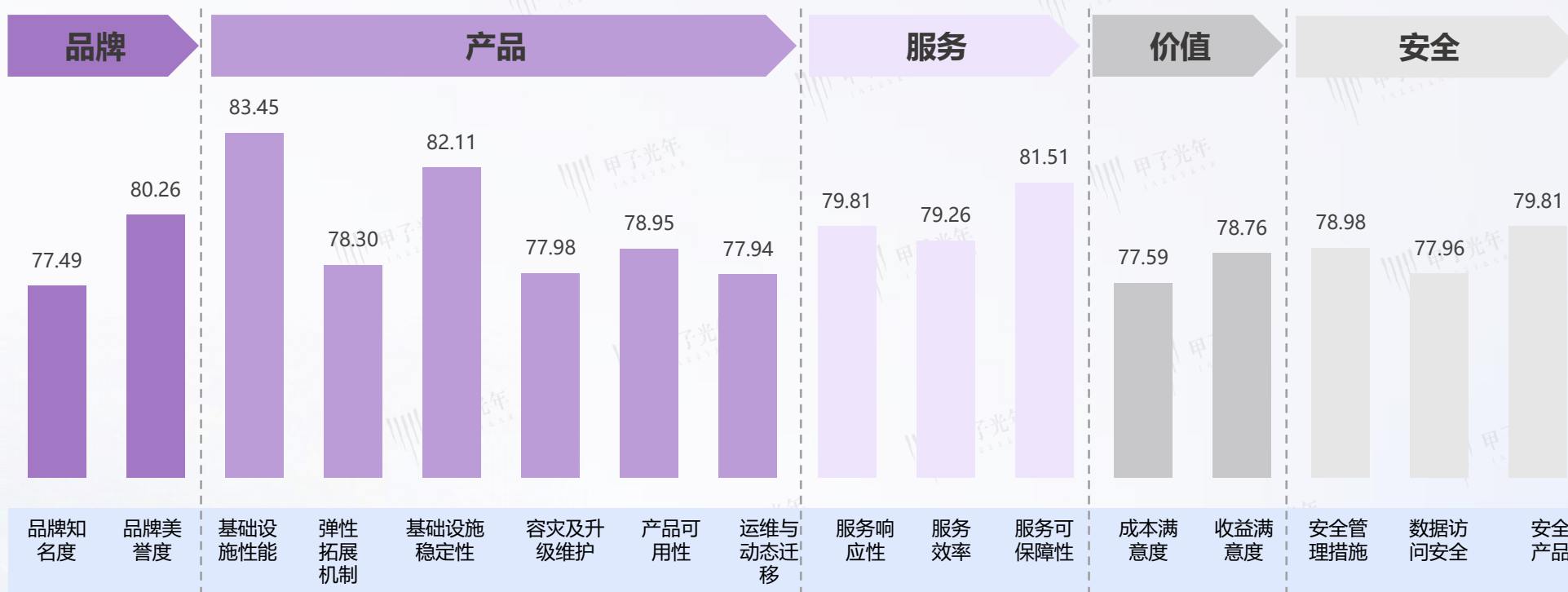


## 2.2 各细分维度满意度概况

### 品牌美誉度、基础设施性能与稳定性、服务可保障性等维度用户满意度达到80分以上

- 调研数据显示，品牌维度中，品牌美誉度得分较高为80.26；产品维度中，基础设施性能与稳定性得分较高，分别为83.45、82.11；服务维度中，服务可保障性得分较高为81.51；价值维度中，收益满意度得分较高为78.76；安全维度中，安全产品得分较高为79.81。

用户对各细分维度的满意度评分情况



注：满意度为均值

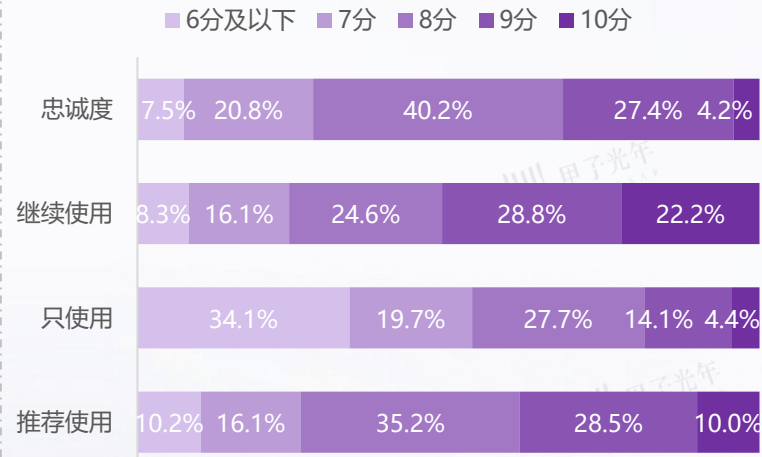
数据来源：甲子光年智库调研。

## 2.3 忠诚度分析

愿意继续使用和倡导者比例较高，但基于性能、定制化、专业性等需求可能迁移厂商

### 用户继续使用和推荐IaaS产品的意愿较高

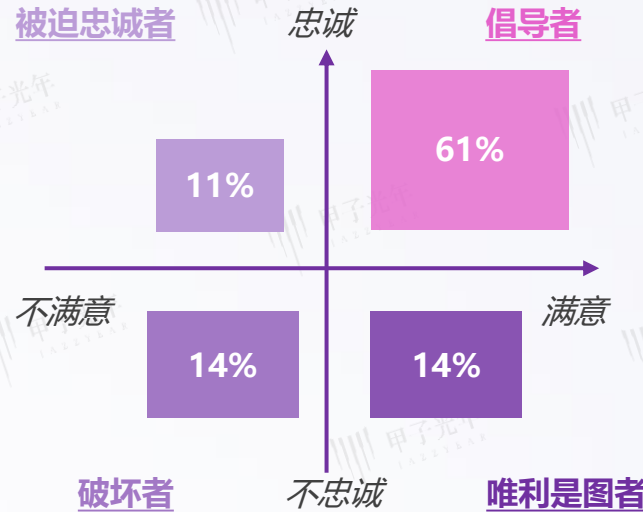
- 调研数据显示，49%的用户未来会继续使用当前的IaaS产品，38.5%的用户愿意推荐IaaS产品，18.5%的用户明确表示会只使用当前的IaaS产品，表明IaaS产品存在一定的同质化。



Q: 1. 未来会继续选择该IaaS产品打分 (1-10)  
 2. 未来会只使用该IaaS产品，而不会选择其他IaaS产品打分 (1-10)  
 3. 愿意向同行推荐使用该IaaS产品打分 (1-10)  
 N: N=361

### 超过一半的用户是倡导者

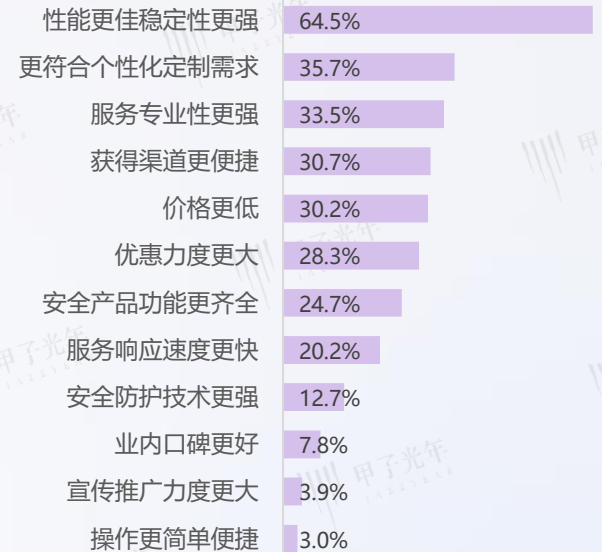
- 61%的用户对IaaS产品既满意又忠诚（倡导者），但也有14%的用户既不满意又不忠诚，表明用户结构仍需继续改善。



注：满意度方面7分及以下为不满意，8分及以上为满意；  
 忠诚度方面7分及以下为不忠诚，8分及以上为忠诚。

### 性能、个性化、专业性是迁移原因

- 用户选择迁移至其他厂商的主要原因：产品性能更佳稳定性更强、更符合个性化定制的需求及服务专业性更强。



Q: 请问在以下哪种情况下，您会考虑使用其他厂商的IaaS产品或服务？  
 N: N=361



## 2.4 NPS分析

### NPS为28.2%，产品与服务是用户主要推荐原因

#### 用户净推荐值为28.2%，推荐意愿较高

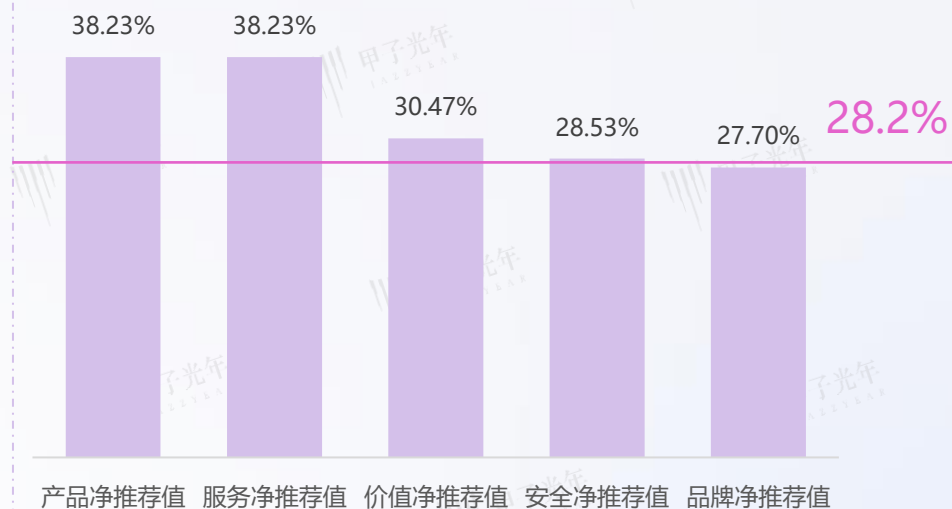
- 用户的净推荐值为28.2%，表明忠诚用户的人数较多，用户对产品满意度较高。



$$28.2\% \text{ NPS} = \text{推荐者}\% - \text{贬损者}\%$$

#### 用户更愿意推荐产品与服务

- 从细分维度看，用户对**产品、服务**维度的净推荐值较高为38.23%；其次是价值、安全维度，分别为30.47%、28.52%；对品牌维度的净推荐值最低为27.70%。
- IaaS厂商可通过加强品牌宣传推广来进一步提高用户忠诚度。

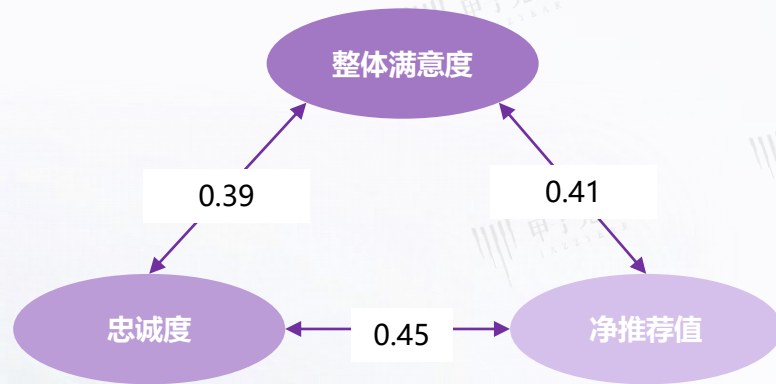


## 2.5 影响满意度的关键因素分析

### 产品、品牌满意度对整体满意度的影响最大

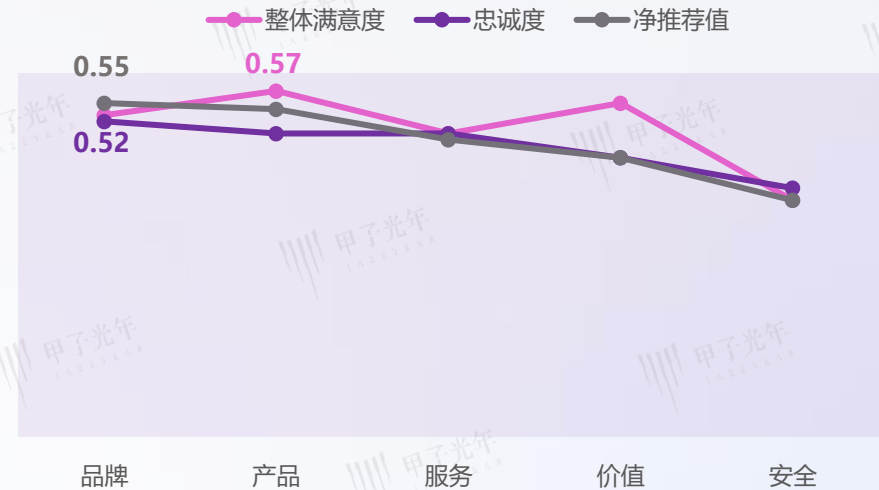
#### 满意度受忠诚度和推荐意愿的影响

- 整体满意度与忠诚度、净推荐值呈正相关，提升用户对产品和服务的整体满意度，有利于形成较高的忠诚度，并且更愿意推荐产品或服务。
- 忠诚度与净推荐值间的影响程度要大于其对整体满意度的相关系数，表明提高用户忠诚度对于品牌口碑宣传至关重要。



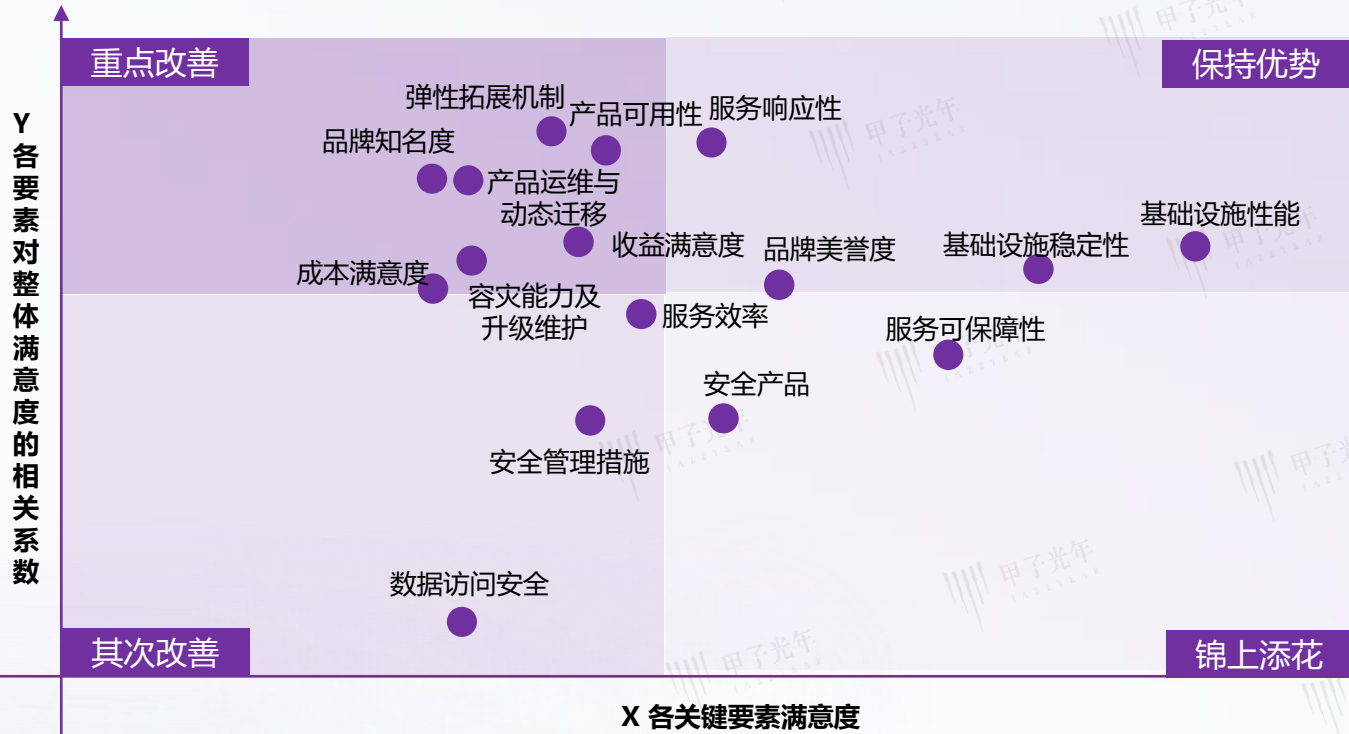
#### 产品与品牌满意度对整体评价有重要影响

- 从五大维度看，产品满意度对整体满意度影响最大，提升产品性能有利于提高用户整体满意度；
- 品牌满意度对忠诚度和净推荐值影响最大，品牌知名度越高，用户忠诚度与推荐意愿越强烈。



## 2.6 细分维度各关键要素对满意度的影响

### 产品、品牌、服务、价值等细分维度对整体满意度影响较大



#### 围绕基础设施性能及稳定性、品牌美誉度、服务响应性等细分维度打造产品优势

- 提升服务器、存储设备、网络等基础设施稳定性;
- 提高网络时延恢复、网络转发性能、内存读写速率、存储读写速率、操作响应速度、CPU性能等产品基础设施性能;
- 规范厂商资质许可, 塑造企业形象, 提升品牌美誉度;
- 加强技术培训, 增强服务响应性。

#### 针对产品可用性、弹性拓展机制、品牌知名度、价值提升等细分维度进行重点改善

- 完善产品组合, 简化产品操作, 完善平台基础能力, 进一步提升产品可用性;
- 提升弹性拓展机制, 灵活应对业务需求;
- 加强产品监控及预警, 丰富动态迁移工具, 提高产品运维与动态迁移能力;
- 加强数据备份与恢复、软件更新与硬件替换, 提升容灾及升级维护能力;
- 扩大市场宣传力度, 拓展营销渠道, 提升品牌知名度;
- 设置合理的付费机制, 提升产品价值, 赋能降本增效。

注: 满意度为均值。

# 目录

## CONTENTS



Part 01 IaaS行业发展概述

Part 02 IaaS产品整体满意度分析

Part 03 IaaS用户需求偏好分析

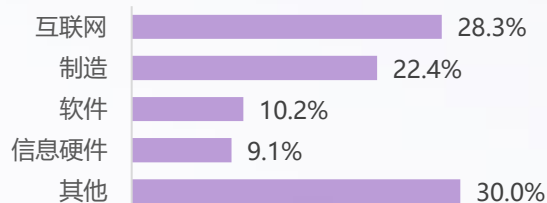
Part 04 IaaS产品竞争格局

Part 05 IaaS产品不满意改进方向及未来发展趋势

# 3.1 IaaS产品用户画像：整体

## IaaS产品用户集中分布于互联网、制造、软件、信息硬件等中小型企业用户

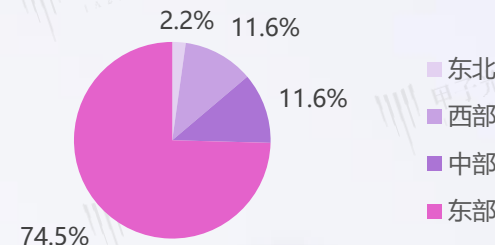
### 集中于互联网、制造、软件等行业



### 82.8%用户是信息传输、计算机服务和软件业从业者



### 东部为用户主要聚集区



①

②

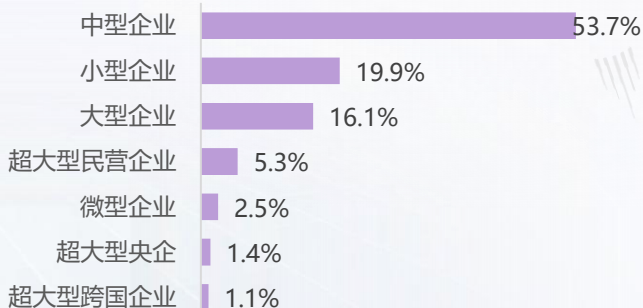
③

④

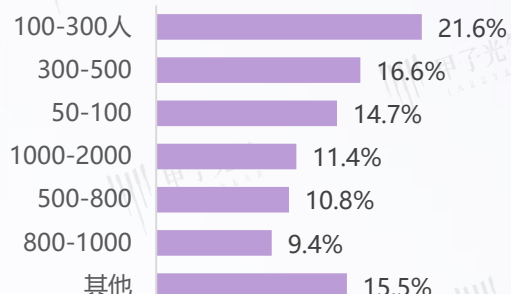
⑤

⑥

### 73.6%用户是中小型企业



### 人员规模集中于100-1000人



### 企业收入聚焦于1000万元-1亿元

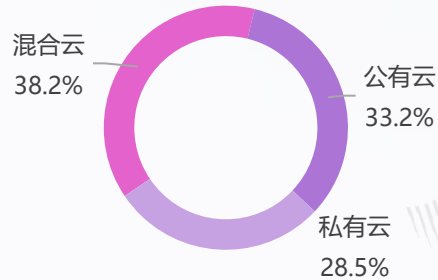


## 3.2 用户需求偏好差异对比：整体

### 用户在IaaS产品部署类型、购买支出、使用功能、获取渠道等方面存在需求偏好

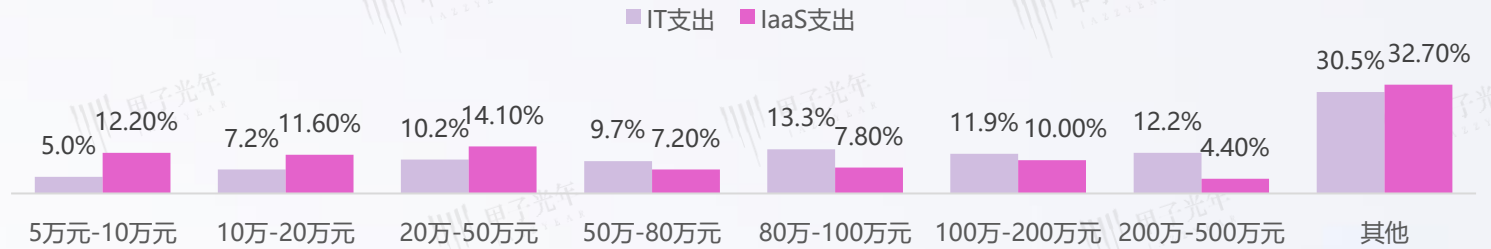
□ IaaS产品用户从整体来看，主要依据需求选择混合云、公有云、私有云等部署方式，其中混合云占比最高；IaaS支出占比超过30%；看重数据库、存储、安全等功能；主要通过渠道代理商、行业峰会、官网等途径获取产品，偏好阿里云、华为云、百度云、腾讯云等厂商。

#### 用户选择IaaS产品的部署类型

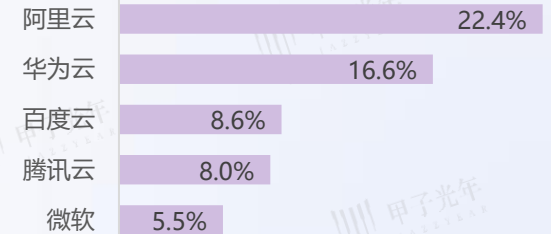
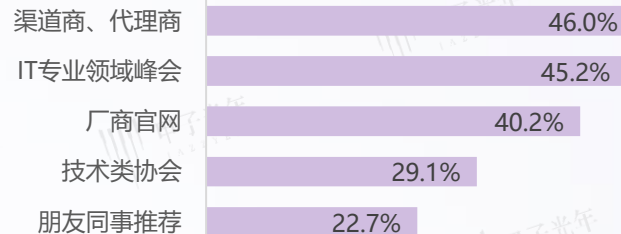


#### 用户用于IaaS产品的支出情况

IaaS支出集中在10-200万，IT支出集中在10-500万元，IaaS支出占IT支出的比例均值为33.4%



#### 用户选择IaaS产品看重的功能、渠道及厂商情况



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/157102136110006046>