

■策划:罗韵
■采写:新快报记者 梁彧
■制图:廖木兴



2022 年都将过一半了, 个人云盘 还是一门好生意吗?



中国个人云盘用户预计2022年达4.89亿人,超八成表示愿意付费;上传/下载速度慢、隐私问题仍是主要痛点

近两年,线上办公、云同步一度成为热门话题。个人云盘作为协同办公中重要一环,也迎来了机遇与挑战。据艾媒咨询发布的《2022年中国个人网盘市场研究报告》(以下简称“研究报告”)显示,2021年中国个人云存储的用户规模达4.41亿人,预计2022年达4.89亿人。易观分析发布的《中国个人云盘行为年度分析2022》(以下简称“年度分析”)指出,截至2021年,中国个人云盘市场交易规模预计达24亿元人民币,同比增长42%。付费用户数量的稳步提升是带动市场交易规模增长的最主要原因。那么,问题来了:2022年都将过一半了,个人云盘还是一门好生意吗?个人网盘到底是鸡肋,还是香饽饽?

用户需求

应用场景趋向多元化 安全与提速成增强黏性重要因素

用户可以通过网络连接云端存储资源,在云端随时随地存储数据,实现海量、可弹性扩展、低成本、低能耗的共享存储资源。这个由云计算概念和实践中延伸出来的存储模式,早已通过各种应用服务走进我们的生活。

随着移动应用场景的扩展,数据文件的处理需求也越来越多,物理存储空间不可能无限扩容,加上手机在设计上也逐渐取消了存储卡扩展槽。便捷性优势凸显的网盘,

便成为中国网民存储日常文件的重要渠道。

如今,个人网盘的应用场景趋向多元化,行业开始更多地向文件信息安全管理、跨终端同步等打通用户生活、工作、家庭场景的数据中心发展。

工作上,受疫情影响,线上办公逐渐成为人们日常办公方式之一,用户需求逐渐渗透进跨终端移动办公、文件管理协同,以及个人数字资产存储等方向。

生活上,随着个人手机里的数据

激增,尤其是照片和视频,这一核心场景从个人网盘中独立出来。人工智能、大数据和图像识别技术的引入为多媒体内容的识别和分析带来诸多便利,如内容搜索、智能P图和自动聚合视频等。

家庭场景中,随着智慧家庭概念的深入,照片、视频管理和新技术在家庭场景中得到了充分应用,如智能看家,此功能为网盘在家庭客厅场景、智能家居场景、多屏无缝互动和数据存储中心的应用奠定了基础。

行业竞争

众多玩家纷纷入场 但当前行业已趋显寡头化

中国个人云盘行业从一开始以免费基础性的网盘服务吸引用户、培育市场,到2016年的关停潮之后,便开始积极尝试商业模式探索,会员付费和存储空间扩容成为行业主要盈利模式之一。在疫情冲击下,中国个人云盘行业同步迎来机遇与挑战,肉眼可见的广阔市场前景,吸引手机厂商、通信运营商、互联网巨头、创新企业纷纷入场,行业内竞争激烈。今年3月,在距离2021年开启公测一年后,阿里云盘正式宣布推出会员服务,除了会员价格低于市场价外,其承诺非会员用户继续保持不限速。这一消息曾引发

网友讨论。

手机厂商凭借移动终端入口优势,以手机数据备份和换机迁移需求为突破点,同时缓解终端内存不足问题,通过终端绑定云服务来切入市场竞争;通信运营商则利用在服务器和宽带资源方面的优势,以较低的服务和维护成本,以及拥有大量容易触及的潜在客户,在个人云服务领域拥有一定的发展潜力;而互联网巨头流量优势明显,资源充足,凭借完备的产品体系和技术能力,以能够提供多元化的服务以及较高的安全性,吸引着用户;创新

企业以云存储产品业务为核心,在同步、办公等方面为用户提供差异化、细节化的功能。

就目前数据显示,百度网盘无论在活跃用户数还是品牌认知度方面都有着较强的优势。据年度分析数据显示,截至2021年12月,百度网盘活跃用户数8087.25万人,超排名第二的和彩云活跃用户数近11倍,远超其余个人网盘,行业马太效应进一步增强。作为行业较早入局的玩家,基于百度生态下有着较好的用户规模累积,预测在短期内不会有太大的格局变化。