

中国邮政选择了一朵“可进化”的云

你计算过2023年收发了多少次快递吗?根据国家邮政局公布的最新数据,2023年1—11月,邮政行业寄递业务量累计完成1463.1亿件。也就是说,全国14亿人口,人均寄递业务逾百件。在这张庞大的邮政网络背后无疑需要海量数据与算力的支撑。在无数个发往全国各地的快递上,无形的云计算赋能产业发展的价值得到了具象化的体现。

本报记者 宋婧

中国邮政的“云”选择

连续三年进入世界500强、营业收入和利润均排名世界邮政第一,作为邮政行业的“领头羊”,中国邮政集团有限公司(以下简称“中国邮政”)带有一系列耀眼的“光环”。据了解,截至目前,中国邮政已建成5.4万个营业网点、42万个邮乐购站点,农村邮路日均里程超过420万公里。

不同于其他行业,邮政行业业务结构复杂、覆盖范围广、影响面大,对云平台的稳定性、弹性计算能力及可

扩展性要求很高。记者了解到,中国邮政自2016年以来开启了云上探索之路,从早期的X86私有云平台建设,到OpenStack云的引入,再到信创云平台的运行,中国邮政花了七年时间去寻找最适合自身业务的那朵“云”。

中国邮政相关负责人表示:“一朵云能否满足自主创新要求,其全栈能力能否持续进化迭代,底层架构能否持续升级演进,是契合邮政集团云平

台需求的核心关键。”据介绍,自2021年年中开始,中国邮政集团启动了信创云平台的项目建设与试点探索。截至目前,中国邮政包括银行OA、集团OA、电子印章、邮箱、邮票博物馆等在内的核心业务系统皆已上云。

“不同于新用户,老用户对如何‘选云’‘用云’的感悟更加深刻。他们了解到不能绑定单一云厂商,要做好备份,但同时如果服务版本太多又会造成云资源割裂,还会带来运维成本、

人力资源的浪费等,这些都是云用户普遍存在的痛点。”易捷行云COO王瑞琳在接受《中国电子报》记者专访时表示。

在他看来,早期的云用户在选择厂商时更倾向于“找品牌”,大多会选择一些大厂的云以保证更多功能的覆盖;中期的云用户逐渐认识到底层架构开放性的重要,开始“找备份”,希望通过引入更多不同品牌的云来避免对单一厂商的过度绑定;今天的云用户则更重视“看未来”,因为它们本身已经在云上了,对云的作用和价值有了更深的感触,更看重能否实现对新技术的平滑引入和动态升级等问题,同时对后续持续增加的运维成本也更敏感。

售带动软件销售,但并不关注用户自身的业务架构和IT架构,这导致用户使用的产品越多,对品牌的绑定性就越强。随着用云程度的加深,双方的理念冲突会越来越明显。

实际上,对于私有云场景中的用户而言,功能大而全不代表合适,服务体验的提升也不是简单地增加服务器数量就能满足的。处于不同数字化转型阶段的用户,对于云服务的需求也不尽相同。他们更需要的是一个分布式、可进化、可升级的云底座。

这要求云厂商向用户交付的云服务是一个成熟产品,用户可以在使用过程中根据自身业务需求对这个产品进行反复锤炼。对于厂商而言,产品可进化意味着可以减少后期运维的投入,加大降本增效的力度;而对于用户而言,通过长期的使用、设计、迭代,这个产品将成为一款为其量身定制的产品,最大程度契合实际业务需求。

AI时代,云厂商的新机遇

业界普遍认为,生成式人工智能掀起了云计算新一轮的技术浪潮。尤其是大模型的涌现,给云厂商带来了新的机遇。

“无论是所谓的新型基础设施,还是算力调度平台,计算、存储、网络等底层能力的实现都离不开数据。数据是最重要的生产力,而云计算让数据的价值得到了充分体现。”郑晨说道。

以大模型为例,大模型的三要素是数据、算力、算法。无论是提高模型参数量还是提升数据规模,算力是大模型能力提升的核心驱动力。只有对足够大的算力实现精准的匹配与调度,才能支撑起大模型的泛化能力。在本质上,这背后还是云计算在发挥作用。

近日,有消息称,一些央企、国企和行业用户,比如金融行业,正在找寻私有化大模型方案。业内人士分析称,许多大型传统企业鉴于对数据安全的担忧,对通过公有云来使用人工智能服务的接受度不高。与此同时,这些企业在人工智能方面的基础能力比较薄弱,缺少技术和人才的沉淀,而智能化升级又是企业发展的刚需,因此借助专业技术服务商进行大模型的私有化部署成为

比较经济且高效的选择。

王瑞琳坦言,短期内,平台类的通用大模型通常基于广泛的公开文献和网络信息进行训练和推理,选择公有云性价比最高,且训练速度最快。但从长期来看,场景化的行业大模型更容易实现商业化落地,而考虑到行业数据的敏感性和安全性需求,私有化部署或许是更好的选择。

同样,开源也是大模型发展的一个重要技术趋势。目前业界已有LLaMA2、PaLM2、Claude等众多开源模型,众多行业用户正在结合自身场景和私有数据进行本地化训练,让大模型在具备通用能力的基础上,叠加行业知识,形成行业专属大模型。

“与公有云大厂、传统硬件厂商相比,易捷行云作为一家纯云的软件公司,核心竞争力在于我们是用开源生态产品化的理念去做云,技术路线更开放,立场更中立,能够更好地匹配用户长期发展需求,这是我们花了近十年时间在巨头林立的云市场中找出一条独特的发展之路。”王瑞琳感慨地说道,“任何一个企业都有自己的价值,我们应该长期坚持自己的理念,去做难而正确的事情。”

像用公有云一样来用私有云

“几百台服务器业务不停机在线升级——这是一场数字化战役,也是一次综合实力的证明。”易捷行云技术总监郑晨感慨道。据悉,易捷行云仅用20余天便顺利完成了中国邮政超过几百台服务器在内的云平台大版本套件的升级。在升级过程中,实现了业务不中断、数据不迁移、用户无感知。

要实现这样的平滑无感升级并非易事。郑晨介绍道,中国邮政集团核心业务承载在两朵不同的云上,对应两家不同的云厂商。不同厂商的技术路径不同,提供的功能、协议、接口等自然也会存在差异。而中国邮政对业务连续性、升级时间、生产故障率等都有很高的要求,这进一步加剧了

其云平台平滑升级的压力。

“我们的目标是要让用户像用公有云一样来用私有云。”王瑞琳表示,“私有云的核心趋势是要走产品化路线,将云服务做成一个标准化的产品提供给用户。”要实现这样的目标,一方面,平台底座要有全栈式的能力,同时要跟随技术演进潮流实现自主升级与进化;另一方面,在平台之上,计算、存储、网络、编程服务要像搭乐高积木一样自由组合,可编程、可定义,并与上层应用强结合,所见即所得。

“以前软件厂商不懂硬件,硬件厂商不懂软件,业务架构和IT架构设计很难耦合在一起。进入云时代,云原生的出现倒逼大家把应用照着云

的方式重新开发了一遍,把底层硬件的能力最大化爆发出来,提供给应用,同时也让应用以最佳的方式、最快的效率、最短的路径把底层硬件能力联动起来,让业务架构和IT架构真正实现了双轮驱动。”王瑞琳指出。

纵观国内云计算市场,大型云厂商更擅长互联网企业的商业打法,追求规模化,从公有云场景切入,通过部署大量的云服务节点和可用区来扩大服务范围,并把售卖资源作为产品设计重要考量和核心指标,尽可能多地将所有功能堆叠在一起,不同的功能形成不同的产品线,后续自然也需要更多维护团队的介入。

传统硬件厂商做云则是以满足用户当下需求为主要打法,通过硬件销

产业观察

数字化转型应处理好质与量的关系

潘峰

数字化转型升级是推动高质量发展的关键。而数字化转型本身也有高质量发展的内在要求。如何推动数字化转型高质量发展,也存在着质的有效提升与量的合理增长之间的关系处理问题。

数字化转型无疑是质与量的有机统一。这里的质,通常是指通过数字化转型而达成的效率提升幅度,量是指数字化的覆盖面。推动数字化高质量发展,切不可把质与量对立起来,没有一定的量,则难以实现整体效率、系统效率,达不到质的高能级目标;只讲量,而忽视质,数字化转型不会形成应有的投入产出效应,应验了坊间流传的“不转型等死,转型是找死”的窘境,数字化转型也必将难以持续。所以,数字化转型也要坚持稳中求进的总基调,实现量质统一。

那么,怎样实现数字化转型的量质统一?这里的方法论研究,可以兵分两路。一路从微观来说,就是具体到一个企业,怎么做到量质统一。显然,一定要以需求为导向,以价值为绳。衡量的标准其实很简单,就是看看通过数字化转型到底“省了多少用工”“提升了多少效率”“节约了多少开支”“提升了多少质量”“创造了多少利润”“怎样实现了绿色安全发展”等这些很实际的问题。安徽淮北有一家中小企业曦强乳业,近年来在数字化转型的实践中,蹚出了一条可借鉴的路子。工厂在5年前来了一位年富力强的总经理,上任伊始,他每天疲于批条子,例如,这个奶站有多少牛奶,那个仓库要多少原料等,他都得在领料条上签字,而他在签字的时候对实际情况完全心中无数。为了改变这个状况,数字化转型就从这个“痛点需求”开始了。在服务商的选择过程中,深圳一家擅长低代码应用的软件公司

打动了,于是,这两家软硬件公司联手开始了数字化转型,很快就把这个“签条子心中无数”的问题给解决了。这个数字系统成功了之后,他们又找到了新的痛点,于是乘势而上,再上新的数字化系统。就这样,在数字化转型的过程中,不断高质量地做成一个个系统,又不断拓展新的数字化转型领域,在保“质”的基础上,实现了“量”的增长。现在,公司数字化转型已静水流深至企业的各个角落,公司营收5年间翻了近5倍,各项效益指标均大幅提升。从宏观来看,在一个市、一个省的范围内,也存在“质”与“量”的关系处理问题。近年来,各地都在积极推进数字化转型,怎样把这项工作做得更加高质量,各地都在研究自己的方法论。安徽自今年以来推出的“三动”实践也是为了能在“质”的基础上,快速实现“量”的拓展。

其一,“样板带动”。就是先分行业培

育做出数字化转型的样板,然后进行推广,经验共享,避免许多企业在实施数字化转型过程中遇到一些不必要的弯路。

其二,“龙头链动”。就是以龙头企业的业务链信息系统为主线,把上下游企业的业务通过数字化这条主线带动起来,目的明确,脉络清楚,让数字化系统更易成功并实现应有价值。

其三,“园区联动”。实施“一区一业一样板”,在产业园区中,选择一个突出的主业打造样板案例,建立共享平台,然后让全区更多的企业共享共用。企以类聚,业以群分,有共同语言的企业间的数字化更容易共享共长。

以质带量,以量升质,通过有质量的数字化转型的面上开花,有力推动了安徽省高质量发展指数的提升,促进了新质生产力新的实现。

(作者系安徽省经济和信息化厅总经济师)

中国通信标准化协会2023年工作会议召开

本报讯 记者赵晨报道:近日,中国通信标准化协会2023年工作会议在北京召开。国家市场监督管理总局标准技术管理司一级巡视员国焕新、中国通信标准化协会理事长闻库出席会议并致辞。

闻库回顾了协会2023年取得的成效,并对协会下一步工作提了四点要求:一是做强标准制定,夯实产业发展新基础;二是做大标准生态,推动跨界合作新领域;三是做优标准制度,激发协会发展新潜力;四是做深标准对外开放,共创全球产业新繁荣。

副理事长兼秘书长代晓慧从支撑政府、服务会员、引领行业等8个方面详细报告了协会2023年工作,分析了信息通信标准化工作面临的新机遇新挑战,提出了协会2024年9项重点工作任务。

会议邀请北京智源人工智能研究院院长黄铁军做技术报告。会上还颁发了中国通信标准化协会2023年科学技术奖。

奋力谱写新型工业化发展新篇章