ASP 深层次服务的研究

这是一个 xSP 辈出的时代——传统的 ISP（Internet Service Provider）提供因特网接入服务； SSP（Storage Service Provider）提供远程存储数据的能力；CSP（Commerce Service Provider，商业服务提供商）向 ISP 提供网上银行、数据仓库和网页设计的一体化服务，使大大小小的企业都能建立自己的电子商务平台——服务提供商们在不停地推陈出新，推动因特网的发展。而最近出现的 ASP（Application Service Provider，应用服务提供商）则标志着因特网服务进入了一个新的阶段。

简单地说，ASP 就是公司出租主机、管理应用解决方案等服务。任何用户只要有网络浏览器，就可以向 ASP 租用所需要的软件，而不必在本地的机器上安装该软件。

ASP 的出现是 ISP、外包服务、软件应用服务和通信传输融合的结果。本质上，ASP 整合了硬件、软件和网络技术，提供商业解决方案。虽然现在 ASP 的重点放在提供商业服务，但将来会进一步扩展，发展到提供 ERP(企业资源计划)服务。客户采用 ASP 服务主要是从成本收益的角度来考虑。使用 ASP 的客户将会从以下几方面受益，即财务费用降低、IT 管理更加轻松、投资更少、购买能力增强。最为重要的是，公司可以集中精力在自己的核心业务上。

市场细分

ASP 最简单的应用是使得企业的 IT 部门转变职能，从应用开发者成为应用使用者。这些人员可以减少他们编制程序的时间，而把更多精力放在为公司核心业务提供战略性建议上。

ASP 有两大市场：低端 ASP 市场集中在中小企业，ASP 为这些企业提供相对简单的应用，例如，用户可以设置定制程度较小的模板；高端 ASP 市场集中在大型企业，这些企业需要提供复杂的应用，这些应用需要专业的服务来设计、培训、实施、系统集成及运营管理。无论在哪个细分的市场，ASP 都寻求为客户提供多种选择。这种在线增值网络（online value??added network）致力于为全

世界的公司提供巨大的商业利益。这种新兴的基于因特网的应用市场使得企业能够选择最有效的途径来分享信息、达成交易及发现新的客户。

同时，新的光电技术的应用将会使得网络平台的速度和带宽持续增加，接入成本持续降低，而接入能力反倒不断增长。总之，富裕的带宽会造就新的使用方式。ASP 选择了一个良好的市场定位，为公司客户提出了新的有价值的建议。

ASP 的高端市场集中在企业对于重大问题的决策上，例如：ERP、客户关系管理（CRM）、供应链管理（SCM）、电子商务、数据仓库、决策支持系统、工作流管理，以及选择特定行业解决方案。这些产品和服务由以下一些著名的公司提供：SAP、BAAN、Peoplesoft、Oracle、Ariba 等。图 1 给出了 ASP 的市场细分。



图1　ASP市场细分

当然，提供软件包只是 ASP 功能的一部分，其他层次的功能可用图 2 来表示。

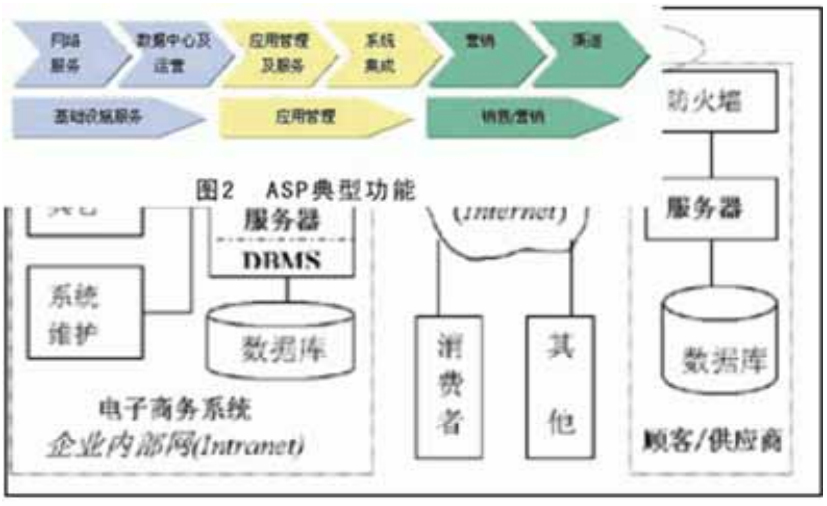


图 2

今天，全球已进入数字经济时代，先行者能够取得市场的领导地位，获得巨大的回报。大公司纷纷使用基于 Internet 的供应链管理解决方案来减少成本，使用客户关系管理解决方案增加收入。那些最早的 ASP 服务的公司最有可能获得巨大的利润。如果采用 ASP 提供的解决方案比公司自己安装软件还要便捷，那么公司选择 ASP 便顺理成章了。

商业模式

ASP 的商业模式分为以下几种：

1、在线软件销售商（Online Software Vendor，OSV）

它是 ASP 最简单的形式，独立的网络软件开发商通过网络直接向用户出租他们的应用软件，也有一些 OSV 通过服务提供商伙伴向用户提供它们的软件。

2、ASP 批发商（ASP Wholesaler）

一些 ASP 成为在线软件销售商的批发商。它们在主机上安装了各种 OSV 的软件，通过直接出租或与合作伙伴合作的方式，负责促销、销售、收款、实施等工作。

3、门户 ASP（Portal ASP）

门户 ASP 把内容、应用和服务打包，向一个有特殊兴趣的细分市场提供连贯的服务。通常，它们将自己的内容及应用与第三方的产品及服务结合，打自己的品牌或者成为第三方服务的门户站点。

4、商业 ASP（Business ASP）

一些 ASP 把一系列的应用打包提供给中小企业，这些 ASP 有来自电信公司和大 ISP 公司的支持，一些银行也建立了这种 ASP 的服务手段。

5、企业 ASP（Enterprise ASP）

这些 ASP 只为有限的大企业提供电子商务应用服务，同时提供网络服务、电子邮件及桌面效率软件。

6、应用外包提供商（Application Outsourcing Provider）

这些 ASP 提供外包的 IT 服务。

7、增值 ASP 转售商（Value Added Reseller ASP）

指一些解决方案提供商或增值转售商。它们对一些行业（如医疗、零售或保险）非常熟悉，或者对一些地区很熟悉，且可以提供增值服务。

8、业务流程服务提供商（Business Process Service Provider）

指一些业务流程外包提供商正在将他们的服务打包，转型为 ASP。发展前景

根据德勤公司的预测，到 2003 年，美国的 ASP 市场将达到 485 亿美元，其市场份额的大概分布如图 3 所示。

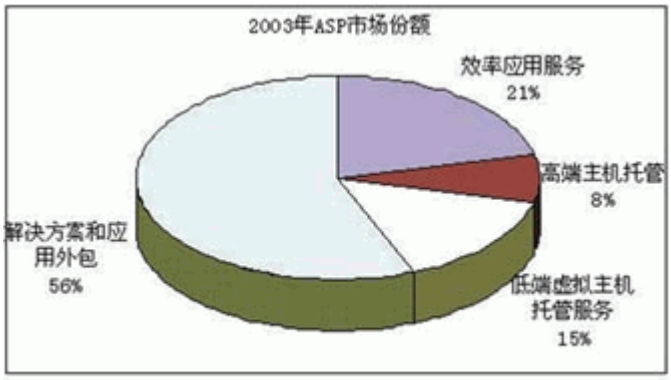


图3　ASP市场份额分布

实现上，ASP 市场最大的障碍在于网络的安全性和可靠性，企业将经营数据放在开放的平台上，最大的担忧就是如何保证这些数据不被其他人破坏。同时，软件授权也是一个重要的问题。随着 ASP 的普及，软件授权制度也需要改进，现有的每个终端用户都需要一张授权证书的方式必然要改变。此外，如果某公司已经在软件、硬件和 IT 人员上投了巨资，那么让其转变到 ASP 的服务是困难的，需要很长的一段时间来扭转他们的观念。

尽管如此，国内的 ASP 市场还是异常火爆，IBM、CA 等公司纷纷抢滩中国市场，国内的一些大的软件制造商（如用友等），也宣布进军 ASP，一些 ISP、ERP 软件商都希望凭借自己具备的软件和硬件优势迅速转型，拓展业务。

国内的 ASP 正处于起步阶段，在当前疯狂炒作 ASP 的时候，有些公司却不知道 ASP 的发展要依靠其内在的深刻的经济基础。ASP 的出现有两个基本的前提：其一是宽带技术发展到一定阶段，人们不再为带宽发愁，而为富裕的带宽寻找新的应用方式；其二是网络安全的迅速发展，这蕴含着两层含义，一是能够抵御非法侵入，另一层更重要的含义是 ASP 本身的职业操守达到一定的层次，顾客的商业秘密不会因 ASP 自身的原因而泄漏。

近年来，国内 Internet 基础设施虽然得到了很大的改善，但决不至于达到带宽富裕的程度。另外企业最担忧的恐怕是信用体系的缺乏，国内企业普遍缺乏信用观念，这极大地增加了 ASP 用户的交易成本和投资风险。在看到美国市场 ASP 蓬勃发展的同时，也要看到他们多年积累的信用机制其实是 ASP 发展的真正动力。

目前国内的 ASP 只能提供一些最初级的服务，而且服务质量也很难保证。因此，在相当长的一段时间内，中国的 ASP 都将面临着巨大的挑战。 ASP 的出现使得计算机服务业进入了一个新的阶段，而中国企业在这个浪潮中，应该少些概念炒作，多做些对 ASP 深层次服务的研究。