

简单直接，毫不掩饰的徐直军，本人就像是华为公司的一种缩影。

奇怪的是，越是这种平实和亲和，我们越是对华为所做的一切笃信不已，哪怕是华为从未过分宣扬自己的技术，从不追逐任何风口，但只要华为的身影出现在某个市场，公众还是愿意相信华为一定能够赢到最后。

不得不说，华为浓重的工程师文化，技术创新文化和朴实无华的品牌风格，的确为华为在很多领域赢得了赞誉。以至于在华为云的市场拓展中，似乎没有遇到过多阻碍，“技术不能靠吹牛吹出来。公有云，最终拼的是实力，不是拼的会吹。我们按照客户的需求去打造一些创新的服务，最终去构筑竞争优势”，华为轮值董事长徐直军在今年软博会上接受采访时说。



一年多的时间，华为云从无到有，再到人尽皆知，这种扩张的速度快得令人咋舌。

徐直军说，“去年年底，对华为云BU这个组织进行了绩效评价，有一点绝对是超乎预期的。就是，原来大家都不知道有华为云，而现在所有的客户基本上不仅知道了华为云，也大都清楚了华为云要做什么，我们的边界是什么。”

我们也确实看到了这一年来，华为云所取得的成长是非常惊人的：截至目前，华为云收入同比增长700%，上半年合作伙伴增长45%。仅2018年上半年，云市场新增上架应用872个，很多政企客户的核心数据、价值数据安心地搬到华为云上。此外，华为云推出的云服务器C3，计算性能优于业界15%，成为爆款云服务。华为云软件开发服务DevCloud，已在线上拥有9万名开发者。

在徐直军看来，华为云的成功并没有什么秘密可言，“从华为的角度，华为云并不是一个新事物，而是华为ICT基础技术创新的一种积累，正因为华为多年来在私有云的基础能力本身做的扎实，加上运营和运维，公有云进展很快”。

实际上，云计算还是一个技术驱动的产业，而且要比传统的软硬件服务更为现实。因为是线上服务，企业客户先进行测试，只有足够好才会进一步的购买服务。所以，华为云在过去一年中的几次重点客户的投标中取得了胜利，核心还是技术实力的胜利。

当然，还有一个重要的原因是华为多年来在中国的企业客户领域，构筑了强大的品牌势能，按照徐直军的说法，华为在国内政企市场有500亿的收入，如果加上合作伙伴的收入，应该超过1000亿，所以华为云已经在客户心中成为了技术领先、稳定可靠的代名词。

做中国软件业发展的黑土地

在软博会上徐直军对中国软件业的发展提出了自己的看法：



而在过去这一年里，华为云正逐渐成为大企业和跨国企业的首选，如PSA雪铁龙、太平洋保险、东风汽车集团等传统企业。作为互联网应用云基础设施2.0的创新者，中手游、恺英网络、咪咕等互联网企业，也都在企业上云的进程中选择了华为云。

正如徐直军所说，“华为云从不神化自己，因为神化自己并没有什么用处。我们面对的客户都是企业，主体是玩技术，不是玩情感的。所以，华为云与客户的接触方式很简单，就是是骡子是马拉出来溜溜，用技术的水平说话。”

在我看来，正是华为云这种务实的坚持用技术说话的风格打动了企业用户，也换来了华为云过去一年多的快速成长。

同时，徐直军也提到，华为云并不急于圈地，去扩大规模。毕竟华为云目前的业务规模大小对华为整体来说并不重要，华为需要的是华为云能够扎扎实实把产品做好，把竞争力提升上去。

从这个角度看，华为云所要走的路和华为所有产品线选择的路是一样的。就是坚持用长期不断的技术创新，来提升竞争力，来构筑无法逾越的护城河。