

互联网数据中心的选址逻辑 ——IDC 行业思考（三）

两会召开在即，围绕“新基建”的布局势必会成为讨论重点。其中，数据中心被多地列为 2020 年的重点项目，各地计划投资规模均达到百亿级。

在总规模达万亿的资金即将涌入之际，如何规模化建设适用未来的数据中心进而避免盲目建设和重复投资，成为业界讨论的重点。落到实处，对于运营商和投资机构而言，选址是决定投资成败的关键要素。

日前，远洋资本不动产投资中心高级投资总监姚雄飞先生出席由睿和智库、中国 REITs 联盟、中国 IDC 圈联合举办的“数据中心沙龙”，吸引百余业内人士共同研讨。

本文重点分析 IDC 投资的选址考量要素，系根据姚雄飞先生线上沙龙的主旨发言整理而成。

1，选择核心城市作为布局节点

IDC 的实质是网络和数据中心的结合，所以制约 IDC 投资的首要因素是**基础网络环境**。

目前我国网络服务主要由三大运营商提供，也导致现在国内数据中心的发展现状就是三大运营商占主导地位，合计占整体市场比例超过 70%，其次是第三方 IDC 服务商，占比大概 30%左右。

同时，**中国网络环境的特点**也是制约数据中心投资的一个非常重要因素。与美国、欧洲市场不同，中国的网络环境是典型的中心化网络。

早期，中国互联网起源于邮电局，以北京为核心，围绕其他 7 个一级节点城市打造一个环网，并以此延伸至各直辖市及省会城市，再延伸至地级市、县、乡、村，形

成了一张覆盖全国的网络。但在从网络中心向下一级节点逐步延伸过程中，特别是在一级节点往周边进行传输的时候都会有网络的延迟，这对客户后续使用的影 响非常大。所以，大家现在能看到，主流的、大型的、运营比较好的数据中心，大部分都集中在北京、上海、广州、深圳等核心节点城市。



从区域来看，在中国的互联网市场中，北京一家独大。目前国内知名互联网公司中 30%-40%集中在北京，包括 BAT 的总部（虽然阿里、腾讯发家于杭州、深圳，但他们的全球总部基本上都已搬到北京）。具体来看，互联网公司集中在北京的望京、上地、亦庄等区域。

根据远洋资本的调研，北京数据中心的市场份额占全国的 30%-40%，这与互联网公司在北京的占比是相一致的。此外，北京的网络环境最好，在北京建立数据中心可以服务于全国，同时可与海外的数据中心形成数据交换，能最大化地发挥数据中心的优势。

深圳是国内第二大数据中心城市，互联网公司也非常集中，有腾讯、华为等知名企业。深圳是大湾区经济最发达的城市之一，同时也是中国最大的创业创新城市，经



济活力很高，人口密度也很大。根据远洋资本的调研，深圳数据中心的市场份额占比约全国的 10%~20%。

杭州市场主要依托于阿里巴巴迅速崛起，其数据中心的需求，在某种程度上甚至可以排名在上海之前。

上海市场比较特殊，它作为我国乃至全世界金融、物流、经济中心，在互联网市场发展上始终有所欠缺。主要原因有两点：一是上海始终缺乏具有代表性的互联网巨头；二是上海作为金融中心，纯金融属性较强，这使得该市场对第三方数据中心的需求较少。因此，上海在互联网行业的处境一直比较“尴尬”，需求一直排在北京、深圳、杭州之后。

成都作为另一互联网行业新兴城市，主要依托于**游戏直播**带动崛起。一方面是以互联网直播推动行业发展，另一方面是成都 1600 万人口聚集效应产生了巨大的网络化需求，吸聚了越来越多互联网相关产业进驻，如腾讯游戏的总部已转移至成都。

远洋资本认为，在未来 5-10 年内，成都很可能成为互联网行业中最具有发展潜力的中心市场，同时，也是未来数据中心需求增长潜力最大的区域之一。

与成都类似，与其相距不远的**重庆**也是潜力很大的市场。以成渝为中心，向整个西南地区辐射开来的互联网数据中心的格局已经初见雏形。

广州，作为传统的互联网核心市场，其互联网行业和电商的发展一直不错，数据中心服务需求也多，但成长性相对有限，随着近年来市场趋近饱和，在行业发展上稍显“落魄”。

2，客户先行，针对目标客户定投资

数据中心集地产属性和技术属性于一体，它不只是一种不动产，更是一种科技类基础设施。因此，在此过程中必须要深入了解客户，才能对 IDC 做到比较准确的定位。



数据中心的第一要素是位置。但这个位置不只是物理位置，还有相对的空间位置和网络的環境，更多的是每个项目都要针对目标客户做定位。从大区域角度来看，核心城市选址的大原则没有问题，但在基于核心城市的大区域选址之后，还需考虑目标客户现有数据中心的相对位置。综合考虑后，在现有技术可支撑距离内做投资，对未来项目的长远发展和招商落地才会更有益处。

远洋资本大部分目标客户都属于互联网行业，互联网公司的系统架构决定了数据中心在空间部署上的特点。以阿里巴巴为例，它所有的系统都已云数据化，这就要求在其所在的核心节点城市中必须有 2-3 个中心位置。因此，在服务阿里巴巴这一公司进行选址投资时，就要针对其某一个节点，在这个节点附近 30 公里-90 公里的范围内，选择几个适合投资的点，才能匹配其诉求。



除阿里巴巴外，腾讯、京东、百度、华为等都有类似的需求，这需要服务提供方综合深入地了解客户，才能更好地选择数据中心目标地，确保未来招商更容易。

3, 非核心城市, 谨慎为之

按照远洋资本的经验，在投资数据中心时，对于非核心城市是需要保持谨慎的。以三大运营商为例，如联通在内蒙的数据中心，以及电信、移动在贵阳的数据中心，空置率都相当高。基础设施行业与传统地产开发不同，增长并非爆发式的。因此，我们要理性地看待这个行业在非核心城市的真实需求，距离真正爆发点到来还有很长的路要走。

业内有人戏称，数据中心的选址也是一门新兴的风水学，它不仅仅是围墙内装满了机箱的冷冰冰的建筑，也要讲究空间与自然的和谐共生。互联网和高新技术的长期趋势，让数据中心成为投资热点，但再热的投资也需要谨慎考量。



姚雄飞，远洋资本不动产IDC业务高级投资总监，2017年入职远洋资本，具有十多年丰富的IDC行业投资经验。