

搭载“大数据榜单” 企业决策可有的放矢

■ 本报记者 刘季辰

随着大数据产业园在中国各大省市遍地开花,如何尽快融入和运用大数据,无论是商业巨头还是中小创业企业都十分关注。

因为关注,就出现了一种名叫“大数据榜单”的工具,这种工具能帮助政府、企业等市场主体以最快速度了解相关市场,从而更好地与大数据企业合作。

数据价值在合作中

一份高含金量的榜单,对新兴产业尤为珍贵。

大数据本身也是新兴产业之一,所以在众多政府和商业单位那里,只听到“大数据”概念很热,却不知道怎么用。有些企业在寻找“懂行的人”,有的则在咨询专业公司,为的是求得破题答案。更有一些企业面对大数据茫然无措。

大数据榜单的出现,在一定程度上解决了某些用户的决策困惑。

“大数据榜单从研发开始,就要规范化,而且要公平公正,纯中立,而且没有任何费用产生。”华为联合创新与解决方案合作部大数据市场总监刘冬冬告诉《中国企业报》记者,作为大数据的开发和应用商,他们可以把大数据理解成“乙方”,而使用大数据的企业事业单位理解成“甲方”,如果以上标准都做到了,那么这份大数据榜单会使企业招投标时,市场开发的思路更清晰。

如果大数据榜单中对所列企业的相关指标都做了逐一介绍,包括企业的产品、案例、专利、荣誉等,这就意味着,大数据的出现,将在很大程度上帮助甲方了解行业,更好地开展大数据方面的合作。

大数据既简单又复杂,其成本又低又昂贵。

从政府到企业,都掌握着民众和用户的各种数据,但是如果对这些数据进行拆解、分析是一般人难以胜任的。就阿里巴巴而言,用户在电商平台、终端上的行为数据几乎是“零成本”获取,但是数据中心的硬件配置,不是一般企业可以承受的。因此企业嫁接大数据,最好的方式就是合作。

商业化

“认知技术”推动企业转变决策思维

■ 本报记者 刘季辰

近期,一场“人机大战”演绎出的“人工智能战胜人类”已成为尽人皆知的事实。此后有业内人士就指出,人工智能不只停留在棋类游戏和可“调戏”的语音秘书,其还会极速进入商用市场,学习技能将使之灵活地面对每一项挑战。

认知技术基于大数据,而在电影《机械姬》中,机器人诞生的基础则是搜索引擎和全球通讯数据。当《中国企业报》记者向IBM数据分析工具大中华区业务主管洪建勋问起:“认知技术与搜索引擎的本质区别在哪儿”时,他表示:“搜索引擎给出的一系列选项,人类必须从中选择一个正确的答案,有的还要自己去整合多个选项,形成自认为正确的答案。而认知技术,它基于人工智能,能直接将一个明确的答案给到人类。”

认知技术 提升数据分析能力

“在企业中,几乎每一个业务流程都可以借助数据分析能力得以优



榜单是技术产物

在榜单研发的过程中,刘东东发现“公有云”将突破企业运营成本的限制。他以微信平台举例:我们可以看到在微信平台上,可以应用、可以开发“公有云”,无论是百姓、媒体人、开发者等等都可以在这个平台上发挥所长,创造文化和盈利。同理,“公有云”也能为榜单所用。

大数据需要分布式存储计算平台、计算、操作、数据挖掘等,很多企事业单位都有自己的服务器、机房,但是这些设备不一定每天都在满载运行,可能有波峰、波谷。

“如果企业为发展大数据而采购这些硬件,还要考虑大数据高热量、高耗电的现实情况,那么他们必须要把成本花到位。”在刘冬冬看来,大数据技术在飞速发展,数据量在快速激增,如果没有前瞻性的硬件布局,企业大数据的隐形效率不堪设想。对此,有专家认为:在大数据时代,“云”提供了一个弹性选择,需要多少就用多少,企业不用考虑自身的硬件升级,云服务提供商就可以做到,如果不行换一家即可。

“就像企业从互联网发展初期自建服务器机房,到大数据时代‘公有云’的使用也有一个过程。”刘冬冬告

诉记者,研发一份大数据榜单,就是要回应、解决政府、企事业单位的需求。

据了解,现在用大数据的基本上都是大型企业,小企业很少用大数据招投标。

这一点,刘冬冬告诉他们他曾经的一个经历:曾有公司要进行市场项目调查,这家公司邀请来3家咨询公司,一家大数据公司,两家咨询公司,在这3个被邀请对象中,大数据公司拥有几十亿庞大的数据量,而另两家咨询中,一家拥有相关信息40来万,而另一家根本没有数据,只会做报告。同场竞技,孰优孰劣,一目了然。

类似的情况不仅发生在商业领域,一些在建的“智慧城市”中,有些政府官员在组织招商时除了要求参与的企业是业内数一数二,却不知道哪些适合不适合。在这种情况下,如果有大数据榜单,对城市的管理者而言,就很容易从“挑名牌”变成“挑名单”,因为榜单能够根据业界不同需求,分门别类,这就形成了“我所需要的标准”。

榜单研发见“功夫”

判断一份大数据榜单是否可用,关键是看它的市场反馈。

“在百度等探索公司上买‘大数据’未必能实现预期目标,因为那不是一般的企业能做得到的。”刘冬冬认为,大数据产业是跨界的,因此这需要跨界的人来做,因此大数据人才不是信手拈来。

在大数据榜单研发团队中,产、学、研、用的人都要有,从数据源、数据合并、数据存储、数据计算、数据挖掘、数据应用、数据可视化、数据咨询全部都要有,这是一个完整的链条,排行榜应该是照着这一链条研发的。比如某个专家了解汽车行业,只要他了解大数据,那他就能了解汽车行业在大数据领域有何影响。

正是由于大数据榜单研发是个系统工程、专业工程,所以它才有助于产业健康发展。根据大数据榜单体现出的行业变化,相关主体可以知道整个产业的发展动向。对此,博图纵横副总经理石峰告诉《中国企业报》记者,做大数据服务的企业,也可根据榜单,使产业、政府、企业能够互动起来,起到风向标的作用。

大数据产业在快速发展过程中,既有“做实事”的也有“炒概念”的,在这个时候,政府、产业公司就需要擦亮眼睛,辨别真伪。鉴别的基本方法除了上述的“看市场反馈”,还要看榜单与行业既有标准的重合度。

化,而过去这类高级分析只能为专业的数据分析师所用。”洪建勋介绍,全世界每天产生超过450兆兆的数据。现在,认知技术则使数据分析能力得以普及。它消除了普通用户获取及洞察的阻碍,使得他们寻求的答案、期待的分析、需要的数据能够轻而易举地获得。这将极大推动企业转变决策思维,促使其更多地依靠数据作出决策。

认知技术是一项基于云计算的分析服务。既然是人类的作品,那么它应该具备哪些素质呢?对此,洪建勋阐述了他的看法。他认为,认知技术需要提供自然语言认知查询、预测性分析以及可视化叙述能力,能够帮助用户充分利用他们的数据。

首先是单一的业务分析体验,这能够帮助获取数据、清理和细化数据、发现洞察、预测结果、获得可视化结果、创建报告或仪表盘,以及与他人合作。与此同时,引导式预测分析能够发现相关的关键事实,揭示不可预见的模式和关系,从而对新的问题开展洞察。随后自然语言的处理,能够解决未来可能发生的事情等。

社交数据的连接器,则可以让用

户根据主题标签搜索,自动汇总和分析来自Twitter的对话,以获得对社交舆情的分析和洞察。

核心竞争力 在于融合大数据

“智能语音识别分析,正好是面向客户、提升服务的一种应用。”先进数通DIG事业部技术总监王彦成告诉《中国企业报》记者,在语音呼叫中心,和客户进行语音交互时,通过大数据技术,对客户的情绪、需求做感知,就可以提升客服人员的认知能力。进而通过系统提示的问题、需求,更好地帮助客服解答问题、推荐产品。

基于客户画像,来形成产品上的精准营销,有利于提升产品的营销能力;基于风险、服务、营销,可以更广泛地应用大数据。专家结合某些具体行业予以建议:比如银行业迈入大数据领域,起步是基于银行的历史数据的再应用。通过这一方面可推出新生的服务,例如超过1年的历史账单查询,甚至是10年内消费方向、种类……形成报表视图,这样的产品雏形已经在互联网金

融产品中比比皆是。这样的认知技术,既可以让银行了解客户,更能通过这些有趣的形式让客户感慨:“银行如此懂我,让我怎能不爱你!”

注重风险也尤为重要,在产业链中,上游公司面临倒闭、资金链断裂,那下游企业难免随之产生问题。如果大家能通过认知技术,早一些识别风险,进行风险预警,那么信贷员可马上去联系客户商量还贷事宜,规避金融贷款风险。现在,诸多城市都有相应的工业园区、金融圈,各种银行可基于大数据,对这些客户形成覆盖。数据都在银行内部掌握,随时可调用、可分析、可认知,因此风险规避能力自然提高了。

大数据产业发展的问题不在于技术,更多的是银行需要提升数据管理能力,这才是核心竞争力。

金融咨询网总编辑王向东对《中国企业报》记者表示,“蒸汽机的诞生解决了人体力的过度消耗,引发工业革命。计算机的出现提升了人的思考能力,引发技术革命。基于大数据认知技术的出现,将极大改变原有的产品模式、客户服务模式,使商业服务走入智能时代。”

记者手记

形成数据通道 才能搭上大数据快车

■ 刘季辰

纵观企业信息技术应用,大体可分成四类。第一类是有数据不太会用的,比如银行、政府。第二类是有技术支持但没有多少数据可挖的,这在咨询公司中广泛存在。第三类是既有数据又有技术的,像大家熟知的阿里、华为。第四类最让人担心,它们既没有数据也不会用,这种公司占95%以上。

要用好数据,最好的形式就是将企业内部的数据打通。但是,有多少企业能建成成型的数据库呢?

我们举个例子,惠普自己有销售数据,它再跟外部的数据打通,就可以清楚地知道自身的市场份额,甚至精确到每个区域、城市以及大客户,包括购买电脑客户在采购构成中惠普所占的比重。以此数据形成分析,如果市场占有率高,自己就要保持住,反之惠普就要采取更为激进的方式,分析买家为什么不选购我的东西,问题在哪里……所有这些,只有和外部数据打通才能形成后续动作。

在数据打通方面,中国平安做得很好。首先它本来是保险出身,那么自然拥有大量的保险数据;同时它又做证券,因此又有证券数据。客户哪些人去买股票,哪些是大客户、小客户,哪些是经常交易的等等都一目了然。并且通过收购深圳发展银行,将其数据纳入平安银行数据库,这样一来又使银行、券商、保险、金融的数据接连打通。

很多企业的内部数据没打通,但企业间的竞争已经到了白热化的阶段。不是所有的企业都能搭上大数据这辆快车,这需要企业的顶层设计和各单元的数据通道。

国内首家地毯电商平台 “毯诚网”上线

国内首家地毯垂直电商平台——毯诚网品牌战略发布会,4月7日在津举行。国家商务部、天津市商务委、武清区政府及区直部门的有关领导出席本次发布会。

毯诚网是国内首家地毯行业垂直电商平台,平台包括PC端、无线端、微信端,于2015年10月上线试运营。虽诞生时间较短,但它“触电”互联网的声音却嘹亮而强劲:上线3个月营业额突破1500万元,“双11”日订单量突破1万单,向大众完美展现了传统企业转型的矫健姿态。

毯诚网总经理刘铭君颇有感触地谈到,毯诚网主要投资者是天津飞马纺织有限公司。飞马纺织曾是崔黄口镇地毯产业的佼佼者,但由于地毯产业附加值低,技术水平落后等原因,却让飞马难飞。穷则思变,2015年初天津京津电子商务产业园秉持带动地方经济发展的责任感态度,积极携手发网、慧聪网,帮助飞马纺织与专业电商及服务机构有效整合,共同搭建起传统地毯企业垂直电商平台——毯诚网。平台包含8大类目、36个二级分类、600余单品、5000余商品。上线后毯诚网发展态势良好,截至2015年底,毯诚网三个月营业额突破1500万元,利润率提高至25%左右,发展十分迅速。

谈到毯诚网“互联网+地毯”模式的成功,创客中心负责人梁长纳说道:“毯诚网是电商园创客中心精心培育出的第一个‘互联网+传统产业’转型平台,该模式的成功,为园区注入一剂强心针。”据介绍,园区将继续大力建设占地2000平方米的传统企业创客中心,创客中心集平台搭建、互联网代运营、电商美工设计等各项专业服务于一体,为传统企业转型提供新思路、好方案,将大力带动地方草根经济发展。

发布会上,刘东海副区长详细介绍了武清区优越的区位优势及产业发展情况,肯定了以毯诚网为代表的“互联网+传统企业”发展模式,表示武清区及电商园将大力扶持传统企业转型,使本土经济搭乘“互联网+”的东风,实现转型新突破。

据了解,天津京津电子商务产业园,实现从开始的传统企业粗放招商到现在以电子商务、互联网科技、文化创意为主导的精准招商。截至目前,已有260家电商及上下游配套企业落户园区,园区转型效果突出。

美国网件在京发布爱洛摄像头

日前,美国网件(NETGEAR)成立20周年庆典在北京举行。作为行业创新的领导者,美国网件不仅分享自己与世界互联网的共同发展历程,并宣布“Arlo爱洛”无线高清防水摄像头将在中国全面上市销售。“Arlo爱洛”在2015年正式在全球范围内销售,因其100%真正无线和4—6个月超长电池续航和防水设计以及应用AWS云存储录像等先进技术,在性能和体验上都创造了新的行业标准,是美国网件在家用无线产品上的又一次创新超越。

NETGEAR致力于为全球商用企业用户和家庭个人用户提供创新的产品、智能的数字解决方案,在全球34个国家设立分支机构,50000多个合作伙伴以及27000多家零售店为全球市场提供产品销售及本地化的技术服务支持。

NETGEAR董事长兼首席执行官Patrick Lo表示,随着智能家居和安防行业的发展,越来越多的智能产品走进人们的生活。尤其云计算技术的发展,让存储和视频分享技术更成熟,为远程监控、智能防盗的WiFi智能网络摄像头的广泛应用提供了一个更广阔的平台。

据悉这款无线摄像头在2015年上市之初就已经分别获得“美国CES创新奖”,以及有设计界“奥斯卡”之称的德国红点设计大奖。作为老牌的无线产品厂商,美国网件(NETGEAR)发挥了自身优势,Arlo除了使用WiFi接入以外,也不用电缆接入,解决了家庭布线计划不足的难题。其电池续航可达4—6个月,无线视线范围可达91米,实现100%覆盖,保证家庭安全。