

李克强总理在今年两会作的政府工作报告中,多次提到一个网络热词:“大数据”。  
大数据,让互联网与现实世界的疆界越来越模糊,当你用手机上微信、来往并记下生活的喜怒哀乐,当你用打车软件打车,当你用手机淘宝购物,当你在微信上开店……在未来,不管你愿不愿意与大数据发生任何关系,它都在那里。  
在众人口口声声喊大数据的时候,2014年春天,阿里和腾讯之间的大数据博弈,也是中国企业在大数据时代中的一种摸索,愈辩愈清。

谷歌每天要处理超过24PB的数据,这意味着谷歌每天数据处理量是美国国家图书馆所有纸质出版物所含数据量的上千倍

Facebook每天更新1000万张照片,人们在网站上点击“喜欢”按钮或者写评论的数量大约是30亿

阿里数据平台服务器上,有超过100PB已处理过的数据,相当于580亿本藏书。仅淘宝和天猫两个子公司每日新增的数据量,就足以让一个人连续不断看上28年的电影。如果你是阿里数据平台的服务器,你处理的数据量相当于每秒钟看上837集的《来自星星的你》

腾讯拥有超过7.836亿QQ活跃账户,5.976亿QQ空间用户,近7亿微信用户的海量用户群



## 大数据在哪儿 生意就在哪儿

本报记者 王赟

### 王健林的选择:阿里,或腾讯?

“一个优秀的线上公司加上万达的线下资源,不要说在中国,在世界上都没有敌手了”。

此前,余额宝对理财通、淘点点阻击大众点评、高德对腾讯地图、快的打车PK滴滴打车……仅仅是阿里和腾讯在非核心业务或者新业务领域擦枪走火。腾讯入股京东,才是腾讯“直扑阿里老家”的节奏。  
互联网战从来不缺速度,腾讯联合京东正式与阿里的电子商

务正面对撞,阿里旗下天猫近日上线国际站业务,抢夺海淘业务。  
在腾讯与阿里最近的频频交火中,有一个群体很关键——传统企业。3·8手机淘宝节和紧随而至的微信支付全面开放,根据现有信息,银泰、王府井、富力、天虹等传统零售业巨头都已经与腾讯、阿里进

行不同程度的合作。  
万达集团董事长王健林明确表示,“万达电商可能会从腾讯或阿里中选一家合作”。据王健林预计,2015年万达线下客流将超过20亿人次,他放言,“一个优秀的线上公司加上万达的线下资源,不要说在中国,在世界上都没有敌手了”。

### 双十一,最让阿里兴奋的不是销售额,是数据

阿里可能是中国地址库和门址库收录最全的机构,比中国邮政都全。

前几天,聚划算做了一场洗衣液团购,一天卖了300吨。如果你通过传统模式根本不知道这300吨一天之内卖掉,那么,阿里可以通过这个数据了解到这些洗衣液卖给了谁。  
正如阿里商业智能部副总裁、数据委员会会长车品觉所言:“每年双十一,我最兴奋的不是销售额,我们最兴奋的是通过双十一每年积累了大量数据和信息。可以这么说,阿里可能是在中国地址库和门址库收录最全的机构,比中国邮政都

要全,所以当数据产生以后,计划会比市场调节和市场的自由配置更科学。”  
腾讯微生活总经理耿志军口中的腾讯数据掌控同样惊人:“用户在Qzone平台上,喜欢分享日志、照片,微博又有不同的线索可对人群进行划分,数据挖掘相当于给用户人群画了一幅‘画像’。”微信支付全面开放,通过微信、手机QQ等账号体系与商家建立联系后,用户产生消费等情况就会被记录下来,商家可以对会员的消费频

次、消费金额等数据指标进行属性设定,通过数据分析后可制定相应的解决方案。  
“不过,如何在海量的互联网大数据中,通过合理方法找到对企业有帮助的数据,并且将营销预算合理地分配在为数众多的数据来源平台上,这对企业营销人员以及企业决策人而言,都意味着新的挑战。”国内最早从事数据分析和挖掘的国双科技高级副总裁续扬的话,对有心拥抱大数据的传统企业当家人提出了一个新的问题。

### 数据不是用来证明 决策者想法的

本报记者 王赟

某个印刷厂里,印刷工人讨论起大数据:对于印刷行业来讲,虽然目前大数据应用还没有较为成功的经验,但印刷厂如果收集所有客户印刷到纸上的内容,一样可以统计出市场潜在信息。

本来高冷的“大数据”,在各种传说中变得格外普遍。消费者、企业家有多少人知道大数据离自己多近多远?自己只是大数据分析中的一个码符,还是可以好好地大数据为己所用?

此前在英特尔(中国)有限公司做拓展业务的吴之晶举过这么一个例子:“清明时节雨纷纷”这句诗里,根本没有逻辑和科学公式去推导出这个结论。之所以会有这个结论,是无数劳动人民通过多年观察,从“海量的”清明气候样本中发现,每到这几天总是下雨比较多。而为什么清明这几天会下雨,却没有人去仔细分析。大数据的处理方式类似,它依托前人留下的经验,历史数据,归纳总结,而且能够通过技术手段快速高效地分析整理海量的样本。

记者在采访中了解到,省内一些有意将大数据嫁接到企业发展环节的企业家有一个“通病”:常常自己有一个判断,然后找数据团队帮忙找数据证明这个观点。数据团队则倾向于从各种纬度去找一个数据来证明企业家的观点和判断。

一位电商人士说,一个好的决策者,即使有了数据支持,他也常常需要给自己更多一点时间去思考判定。除了这以外,常缺少那种面对现实,尊重数据,尊重事实,能够作出快速调整或者快速决策的能力。很多决策者往往陷于要么是过于自信,要么是过于不自信的状况。

其实,这些都是企业决策者在数据决策过程中面临的挑战,或者困扰,即使有了数据的支持和帮助。

所以,企业要想用好大数据,沙里淘金,就应该大胆抛弃掉原有一套成熟的架构和方案,从零开始,真正去思考这么多数据,这些新方法对于企业有什么意义、产生什么价值,这就要多向互联网和新兴行业学习,改变思路,挂钩业务,活在当下,小步快跑。

#### 两会“大数据”

##### 大数据战略

应尽快组织专家制定我国大数据收集、应用、服务生态链的长期规划和发展路线。  
——全国人大代表、浪潮集团董事长孙丕恕

##### PM2.5

应运用科技手段解决空气污染,建议使用云计算技术和大数据分析,加强联防联控,并纳入绩效考核。  
——全国人大代表、TCL集团董事长李东生

##### 教育资源不平等

利用大数据并借助互联网开放和免费特性,有效化解国内教育资源分布不均衡等问题。  
——全国政协委员、百度CEO李彦宏

##### 反恐

利用大数据反恐在国际上已成趋势。通过语种识别、声纹识别和关键词检测,可以分析人员地域、身份和交流内容。需要各部门协调一致,消灭信息“孤岛”  
——全国人大代表、科大讯飞董事长刘庆峰

##### 食品安全

如Google禽流感趋势预测就是一个应用大数据的成功案例。建议设立食品安全风险监测国家大数据平台。  
——全国政协委员、中山大学食品与健康工程研究院院长刘昕