

中国联通

# 大数据的未来不是梦

今年的世界杯足球赛点燃全球热情,无数双眼睛更瞄向了这场盛宴背后带来的巨大商机。中国联通利用大数据能力,通过精心策划与CCTV合作推出“你看世界杯,我免流量费,天天有大奖”的主题活动,取得良好效果。此次活动中,中国联通有效利用大数据平台,根据用户的日常上网行为与专业领域数据模型对接并关联解析,筛选出近百万世界杯手机视频潜在用户,结合基于“流量应用”的创新产品,在自有线上渠道进行定向推送,仅用2,3天时间,订购流量包的用户超过10万,营销命中率高于常规营销的7倍。

这是中国联通运用大数据能力积累,应用大数据进行热点营销的成功试水。大数据是当前最热的技术名词,无论是新兴行业还是传统行业,大数据均已成为未来核心竞争力的关键。

## 敢为人先掘金大数据

随着移动互联网的发展,为了提供更精准、个性化的服务,用户的手机上网轨迹数据无疑值得高度关注。在3G时代的流量经营中,中国联通在行业内首推“手机上网记录查询”,让用户放心使用流量,明明白白消费。而这个基于大数据Hadoop(一个能够对大量数据进行分布式处理的软件框

架)技术提供的小应用,成为带动中国联通大数据大跨步发展的先行军。

## 初试经营收获多

2014年年初,中国联通的业务部门提出了一个新概念“流量辅导365计划”,就是通过跟踪3G新入网用户,分析他们一段时间的上网行为习惯,从而有针对性地推送手机上网指南等信息,通过服务促营销,培养用户手机上网习惯,提升用户手机上网流量。面对用户海量的上网原始数据,如何分析,如何挖掘,如何找出用户的兴趣点,如何给用户打上合适的标签,中国联通在尝试与探索中,积累也愈加深厚。

在大数据应用层出不穷的同时,中国联通将眼光放到了更加长远的大数据产品上。通过对1.3亿的3G/4G用户进行精准画像,打上用户标签,开发了第一款大数据产品,中国联通移动用户标签1.0,开始为十几个省公司提供标签数据,这是企业进行精准营销与维系的根据所在。

在大数据应用的探索中,数据管理本身也完成了角色转变,从原来在生产末端做生产报表服务的被动服务,转变成直接参与生产经营一线,并进行生产经营全流程的主动指导。



## 大数据未来不是梦

中国联通相关负责人表示,大数据是一个全新的领域,大数据的产品化,变数据为资产是推动大数据进程的关键。除了联通移动用户标签1.0这款产品,中国联通还会开发其他产品,例如交际圈信息,利用图计算找出社交媒体时代朋友圈的关联网络,为用户推荐有用信息;信用信息,为互联网金融等建立征信模型,计算个人信用度,在投资理财、健康安全、假日优惠、出行服务中实现应用;位置信息,通过人流移动网络数据,为零售用户开店选址和促销提供借鉴;互联网PV信息,通过提供网站排行榜、App排行榜、终端排行榜等行业指数与报告,为互联网行业以及移动互联网企业提供服务。

通信资讯

## 山东移动 下乡送智能机

为有效推动农村智能手机普及、推进信息下乡,山东移动在网上商城开设“惠农专区”,结合农村乡镇营业厅、村点等末梢渠道优势,通过O2O线上线下协同方式,开展“智能机下乡活动”,取得良好成效。

山东移动每月根据产品价格、销量、终端质量等精选10款左右智能手机作为活动专供产品。营业厅或有上网条件的代理商可登录山东移动网上商城“惠农专区”,输入手机号、验证码,即可在线购机,货到付款。无上网条件的代理商,可以使用空中充值座机拨打10086热线“代理商终端销售专席”,告知客服代表“机型、客户姓名、联系电话、配送地址”等信息,客服代表即可代客下单。

## 山东移动省内 高铁4G全覆盖

随着山东泰安市彭徐店车站的顺利开通,山东移动京沪高铁山东段沿线501个4G基站全部开通。京沪高铁山东段长度为372公里,途经山东五个城市,是山东省内南北交通的大动脉。山东移动精心组织,全力以赴,以快速建设优质网络为目标,边建设边优化,仅用40多天便完成全部基站开通,沿线平均下载速率达到25.95Mbps。至此,山东境内两条已运营的高铁线路京沪和济青高铁全部实现移动4G覆盖,高铁沿线基站达到979个,覆盖里程达756公里。

# 选4G 就选沃

沃...  
精彩在沃

## 领先3G网络+先进4G网络 快上加快,给您完美的高速移动宽带领先体验



上网快 就选沃  
www.10010.com

China  
unicom 中国联通