



在山东省首届大数据应用峰会上,大数据产业链上各个环节的供应商、服务商悉数到场。他们分别从自己所从事的行业角度,谈到大数据产业对社会的价值。本报记者 左庆 摄

数据整理、融合、平台、工具、应用…… 串起大数据产业链,他们做什么

本报记者 韩笑

没人能一家通吃

“我们现在要做的是怎么在互联网+的魔法之下,把浩若繁星的大数据公司组织起来,形成全新的大数据产业链。”在峰会上,济南高新区管委会主任徐群提出了这样一个愿景,这也说出了大数据公司的心声。

大数据产业链都有哪些节点?齐鲁晚报记者通过梳理发现,首先是数据资产。从数据源层面上看,互联网数据、运营商数据、行业数据、政府数据都构成了大数据来源。数据经过采集环节,就要储存,于是就有了思科、联想等生产云储存的设备商,还有像阿里云、亚马逊等的云服务平台。接下来,需要做数据分析应用的公司。

而直到现在,大数据还是“死”的。“用大数据来做什么,这个问题没想清楚,就没有了大数据的变现通道。”永洪科技高级副总裁王桐说道。所以要通过各种各样的第三方大数据应用,解决零售、金融、教育等各个垂直行业中的实际问题。只有大数据完成了最后一步,整个价值体系才算完整。而在大数据的长链条上,没有人能够通吃,想要入场的企业都要有自己的定位,专心在某一环上。

浪潮集团的高层每年都要去美国考察,到一些创业公司观察云计算和大数据领域的最新动向。浪潮集团相关负责人向齐鲁晚报记者介绍,在美国,云生态链已经建成,产业链分得非常细,有做工具的,有提供方法的,有做云迁移的,有研发混合云连接工具。公有云就亚马逊和微软在做,其它企业在这个新生态模式下转型,很多小公司在做应用。

“国内在云上的技术,设备比美国晚几年,再过三年这个生态

系统才能建立起来。中国的大数据产业现在缺炼矿设备、工具。首先有数据,数据整理得有工具;二是交易,得有交易平台;第三,大数据分析的企业也得有工具。”该负责人说道。

如果能精准“去产能”,煤炭今冬或许不涨价

近年来,“数据是一种资产”的理念正被越来越多人认同。阿里、京东、运营商等商家都可称为数据“巨无霸”,都掌握着大量的用户数据。

济南移动信息化总监张喆向齐鲁晚报记者介绍,山东移动有一亿七千万用户,运营商是这些用户的信息“管道”,产生的数据量非常可怕。用户在使用语音、短信、彩信、网络时,会产生通信数据。在实名制的大力推动下,移动对用户的年龄、性别、行业,甚至在哪里上班的身份数据也了如指掌。在终端数据方面,用户用的什么终端,什么时候更换终端,终端里下载了什么应用,使用程度如何也都会被记录。在行为数据方面,移动可以知道客户处于什么位置,移动轨迹和速度。

云房数据是一家做房地产大数据分析的公司。其CEO王晨介绍,目前全国房地产总价值是270万亿,相当于去年全国GDP的五倍。在如此大体量的资产量之下,延伸出的经济行为非常多,小到个人买卖大到政府税收、金融支持等,因此房地产行业的大数据非常庞大且有价值。

但他同时指出,大数据的共享很难打通,系统间独立运营,形成一个个信息孤岛,共享很难建立。据山东省滨州高新区一家互联网企业负责人反映,他们的数据团队主要服务于公司内部,跨公司、跨行业、跨地区的数据交易仍是一片空白。

“淘宝、微博等各家的数据是没有办法打通的。虽然我们可以通过一个人在微博上发布或转发的关键词,用算法分析出他的价值观、喜好,通过淘宝等分析出他的消费行为,但是这两条数据,虽然是同一个人,但各是各的,没办法打通。”RET睿意德北京策略顾问部总经理崔崇彦在接受媒体采访时说,这就形成了一座座数据孤岛,阻碍了研究

的深层次发展。

有一个例子很好地诠释了数据壁垒带来的尴尬。在当前去产能的背景下,2015年、2016年,整个煤矿行业都在调结构、去产能,破产重组的大环境下减量生产。可是当供暖季来临,不少大型热企等用煤大户对煤炭的需求量超过了目前煤炭供给量,又导致了煤炭价格上涨。这样的结果能不能用大数据来分析和预测?目前看来还有些困难。问题出在了哪里?煤炭企业想要对煤炭价格进行大数据分析精准预测未来产能,在煤炭全国性流通的当下,省内的大数据分析公司只能获得省内的数据信息,而外省的信息拿不到,进出口的信息拿不到,这就无法做出正确的分析判断。

这正如王晨所说,数据不是单方面的应用,只有深度融合才是有效的。“如果在2014年,去谈整合、应用、合作,大家还有很多不确定性,但是此时此刻的今天,所有人都认为,数据一定要合作,要开放。数据的整合已经成为了共识。”

浪潮正在搭建一个大数据“淘宝平台”

“数据所”这个概念是在今年10月浪潮在上海召开的技术与应用峰会上曝光的,立即就引发了业界关注。当时,浪潮用一个落子天元的围棋布局解读了“公司+创客”的大数据产业模式。

在这盘棋局中,天元的位置是浪潮的天元数据网,这是承载浪潮数据流通、交易、采集、汇聚等的一个平台,里面有上百种计算工具。围绕天元的,左边是浪潮要构建的100个数据所,右边是创客中心,里面是AB创客。“浪潮点了天元,看着前不着村后不着店,实际上是策应数据应用,是要打造生态圈。”数据服务事业部副总经理国丽说。

B创客相当于大数据产业工人。比如全国招投标数据涉及1500万家企业和单位,需要120人365天24小时不停地整理每天最新的版本,这就是B创客要干的活,光整理数据就得三轮清洗。这个数据采集好后,可能海尔会买,因为它要看海尔冰箱谁家采购得多。A创客做数据应用创新,它可能是由B创客进化而来,它也会花钱买B创客的数据做创

新。浪潮方面表示,天元数据网不需要分成,是要撮合AB创客之间的交易。

数据所是要聚合全国的行业大数据,从传统产业而言,行业数据是传统产业数字化转型的核心;从浪潮而言,这是从大数据产业源头构建壁垒,建起竞争制高点。

浪潮现在就在搭建这个“公司+AB创客”模式的生态圈。国丽说,浪潮一方面要成为平台供应商,搭建云计算平台;在云服务之上有各种应用,浪潮希望发动合作伙伴做。浪潮要变成大数据供应商、大数据交易的平台供应商,发动更多的合作伙伴使用浪潮的这些计算平台,数据平台。

永洪科技则打造了一站式数据应用构建平台。“这个平台就像是一堆积木,让开发者的想法能够快速堆成应用。极低的门槛,极高的易用性,端到端的能力开放,让人人都能快速构建一个数据应用。具体到每个行业的不同需求,可产生的应用是无穷尽的。”

京东是怎么做到“未买先送”的

那么,当行业数据深入到实体经济中,会产生多大想象空间?

济南天澜科技是给建筑企业做项目管理软件的。它把浪潮采集的全国建设行业每天的数据拿出来,把水泥、木材等所有建材价格数据做成图表提供给全国1000余家建筑企业的造价师做参考,2000名造价师每人每月收费50元。这块业务只有两个人做,年收入120万,相当于人均GDP达到60万。

再如中美史克等大厂企,每年要花大量资金研判未来一段时间疾病趋势。新药研发周期非常长,动辄一二十年,看错的话将是上千万上亿的损失。如果把医院数据打通,把历年来各地区居民疾病状况的数据拿出来做分析、预测,提供给药企,这将极大地促进药企研发创新。

京东拥有亿万中国用户真金白银的购买行为诞生的数据。这些数据不仅是实时的,而且以成倍速度增长。基于此,京东非常了解用户的购买力和产品需求,甚至可以在用户下单前就预测到其行为,实现“未买先送”。

(下转 B02 版)

今年以来,“大数据”一词被越来越多的人提到。大数据如何形成生态圈,都圈进去了什么样的企业?27日,由济南高新区发展战略与宣传策划局和齐鲁壹点联合主办的2016年山东省首届大数据应用峰会,在济南高新区召开,来自中科院、北斗航天、中国传媒大学、易观、浪潮等企业专家带来了最新思维。



济南高新区管委会主任徐群说,把大数据的应用抓好才是大数据的精髓。现在要做的是,怎么在互联网+的魔法下,把大数据公司组织起来,形成全新的大数据产业链。本报记者 左庆 摄