

·科技工作大家谈·  
文/李辉

# 如何响应即将到来的大数据时代

从2012年下半年开始,科技界最热的话题莫过于“大数据”创新,至今未有退热迹象。与之前人们曾经热炒过的“第3次浪潮”、“第3次工业革命”一样,由于是舶来概念,概念普及成了整个舆论的重心。即便在一些大数据专业论坛上,专家们也主要在讨论“大数据是什么”这样一个话题。而每每此时,大家又不约而同落入到讲国外故事的俗套,比如google预测全球流感、亚马逊将尿布与啤酒一起卖、电影《点球成金》和电视剧《纸牌屋》等,然后再一次得出所谓大数据就是具有4个V特征的“大”数据,当然偶尔也会做或多或少的修正。

至于这个舶来概念所代表的内容,是否我们本身就有,如果有现在发展状况如何,则鲜见论及。是的,阿里巴巴、百度、腾讯肯定是够格的大数据企业,但是他们没有义务向外界解释其内部数据创新,外人也只能管窥一二。至于更宽泛的、各行各业的大数据创新情况,大家讨论的就更少了。要用“大数据”概念去重新发现我们当下的创新情况,绝非易事。笔者认为,只有了解本土当下情况,才能针对看似已经成为必然趋势的“大数据”潮流做出“我们该如何做”的回应。

上海企业的信息化相较国内其他省市,应属第一集团之列。信息化程度越高意味着采集的数据越全、越多样化。因此有很多人,上海现在“坐拥数据金矿”。事实上,拥有大数据的企业在上海确实非常多。但这些拥有大数据的企业是否已经在利用它们手中的数据进行创新了呢?非也。笔者以在沪一家网上点评网站和一家电信公司为例,来说明拥有“大数据”的公司目前正在做什么。

这家点评网站作为提供本地生活线上服务的互联网企业,有自己的APP和网站,据称截至2012年第4季度已拥有超过5000万用户,而且增速一直在上升。他们面临的问题是:这5000万客户所产生的数据很多并没有用来分析且也不知有何用。那家电信公司也存在同样的问题,大量客户所产生的数据处于闲置状态。当然,随着“大数据”炒作的风起云涌,这些公司或多或少都已意识到了数据的重要性。他们现在试着在做一系列准备活动。归纳起来,大致分以下几类。

**引技术** 为解决有数据而无分析能力的问题,这类企业开始引进外部成熟技术。目前对于网络点评公司而言,大量的数据可以赚钱,而且能够计算分析,但他们暂时没有研究数据的能力,相对来说,分析数据也并不是他们的紧急业务,这就使得他们没有意愿在这方面投入精力。电信公司存在同样问题,他们自主开发大数据技术平台的能力并不强,所以主要的策略是关注行内比较成熟的技术,然后引进到电信中进行各种应用。

**卖数据** 在大数据时代,卖数据似乎越来越成为可能。据该电信公司称,他们有大量数据闲置而未被开发,如果提供给其他正当企业,彼此都可以获得经济利益。但是由于政策不明,哪些数据可以卖,哪些不可以卖,该公司正在探索中。未来在法律允许情

况下不排除向外部出售数据。

**换数据** 很多时候,单独1家企业的数据并不能产生理想的价值,必须通过和相关领域数据的结合才能产生新价值,这就促使了这类企业与相关企业交换数据。这家点评公司已经跟很多企业进行了数据交换(当然是在法律许可的范围内)。

**找数据** 继续找数据。虽然该点评公司累积10年的商家数据和现在还在累积的数据政府也有很多,但还应不断地积累数据。如果政府可以开放相关数据,不仅对点评公司,对很多新的创业型企业,都将产生极大的促进作用。

不难看出,以这一网络点评公司和电信公司为代表的大数据公司,一方面对于手中的数据力不从心,必须引入外力;另一方面又觉得自己手中的数据不足为用,需要外部补充。

这使我们联想到了IBM商业价值研究院与牛津大学赛德商学院去年合作开展的“2012 Big Data@Work”研究。这一研究调查了95个国家的1144位业务人员和IT专业人士,并采访了24位学者、主题专家和企业高管。他们的调研结果表明,大多数组织目前正处于大数据发展初期,他们中的大部分要么专注于概念的理解(24%),要么正在定义一份与大数据相关的路线图(47%)。我们的调研结果其实与IBM和牛津大学合作研究的结论相似:各类企业已经意识到数据可以带来价值,但是仍处于准备阶段——当然各个公司所处的准备阶段肯定也有所不同。

大数据创新的基础是大数据的存在。随着信息化的推进,数据持有型公司已经大量出现。从目前来看,这些公司对数据创新有所展望、正在试探。但从上述2家公司的情况来看,他们距离大数据创新似乎还有一段距离。另外,本文举例的2家公司都属于信息服务业或相关产业,其实能源、材料、石油化工、生物医药等制造业企业,如何通过大数据技术进行转型发展,对于判断大数据的落地程度更具指标意义。可惜现在这方面的案例鲜见报道。大数据概念的引入,从咨询公司、券商开始,迅速蔓延至学术界和政府决策部门。各界难得一致认为,大数据时代实实在在地来临了。在做应对之策时,如果要深入理解“大数据是什么”,维克托·迈尔-舍恩伯格与肯尼斯·库克耶合著的《大数据时代——生活、工作与思维的大变革》已经做了足够介绍。但须切记,该书描述的以及“大数据”现在被赋予的含义和内容,是发达国家正在发生的现象,我们不可一蹴而就。对于我们这样的后发国家或地区来说,更为重要的是,我们距离“大数据”还有多远?在迎接大数据的当下,我们正处于什么样的状况?如果不认清这一问题,大数据时代不会那么轻易来临。

**作者简介** 李辉,上海市科学学研究所,助理研究员。

本栏目专门刊登广大读者就促进科学技术发展提出的意见和建议,欢迎国内外科技工作者投稿。

(责任编辑 王芷)