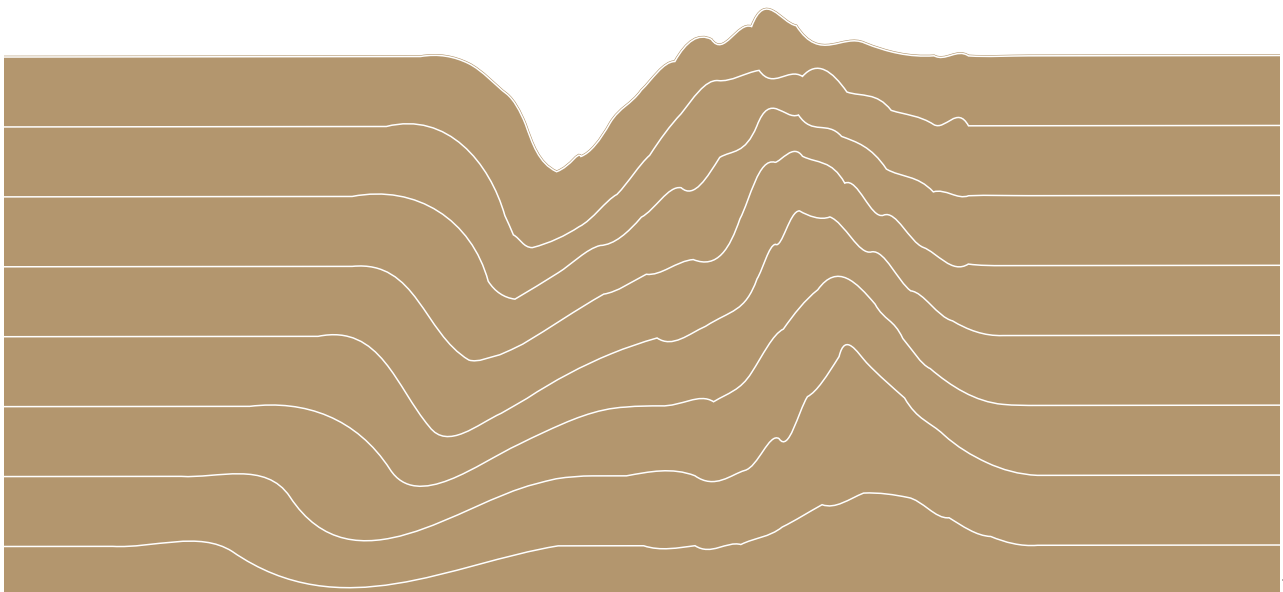

大数据浪潮不但影响着每个人的生活，

也彻底改变了企业决策、创新和赢利的方式。

作者背景

拉塞尔·沃克

西北大学凯洛格商学院教授
分析咨询实验室创始人

拉塞尔·沃克博士是西北大学凯洛格商学院的教授。沃克博士一直从事主要执行计划的发展与教学工作，这些执行计划涉及大数据分析、数据驱动的战略市场营销、风险管理以及全球领导等主题。他组建了分析咨询实验室，并在实验室中教学。该实验室将凯洛格的工商管理硕士生与外界的商业项目联系起来，开展有关数据分析和大数据应用的研究。

沃克撰写的《赢在风险管理》（*Winning with Risk Management*）一文屡屡获奖，而且他还是许多受欢迎的商业案例的作者。他从康奈尔大学获得博士学位，曾在该大学从事灾害管理分析工作。他还拥有康奈尔大学的理学硕士学位和西北大学凯洛格商学院的行政工商管理硕士学位。沃克博士为各公司就大数据分析、风险管理、国际商业战略等主题提供咨询服务。

同时，沃克博士领导着凯洛格商学院在拉美地区和海湾国家的全

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 5 2019\3\21 星期四 14:13:39

球管理课程（GIM）。他对土耳其医疗旅游进行了全面研究，同时，还受墨西哥旅游部长的委托，对墨西哥的旅游产业转型进行分析。他在凯洛格商学院领导着一个颇受欢迎的全球实验班，让学院的工商管理硕士们有机会接触国际商机。

沃克博士的观点经常被《金融时报》《福布斯》《彭博资讯》《国际先驱论坛报》《华盛顿邮报》和美国有线电视新闻网等众多媒体引用。他还经常受到多个重要国际组织的邀请发表演讲，包括美国国务院、世界银行和国际金融公司等。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 6 2019\3\21 星期四 14:13:39

权威推荐

姜奇平

中国社科院信息化研究中心秘书长、《互联网周刊》主编

从大数据到巨额利润，中间发生的事情，实质是企业迈进了更高效的领域。一言以蔽之，本书讲述了企业如何借助大数据实现更高的多样化效率。

杨思卓

韩国仁川大学数字经济学院院长

《从大数据到巨额利润》解决了一个大课题："数字资产如何变现为经济和社会效益。"既开眼界，又接地气。

魏家东

东狮品牌咨询 CEO、《借势》作者

大数据的价值越来越重要，数据多少算大？如何挖掘利润？那么多企业运用大数据掘金，策略是什么？《从大数据到巨额利润》很好地回答了这些问题，包括大数据的趋势、落地、评估，以及企业应该如何在数据分析领域，实现从新手级到专家级的转变。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 7 2019\3\21 星期四 14:13:39

托马斯·H. 达文波特（Thomas H. Davenport）

全球杰出商业思想家、智能商业五部曲作者

拉塞尔·沃克的这本书，不仅涉及大数据，而且涉及怎样以数据赢利。本书阐明了如何参与数据经济的竞争，并发展基于分析的产品与服务，是一部利用大数据赢利的实用指南。

比尔·弗兰克斯（Bill Franks）

Teradata 公司首席分析官、《驾驭大数据》作者

真正懂得并能够从大数据中获取价值的公司屈指可数。这本书中，沃克博士围绕如何充分利用大数据优化公司运营，提出了卓越的建议。本书深入分析了大数据的赢利策略，并附以诸多实例。这本书绝对值得一读！

迪戈奥·克莱宾（Diego Klabjan）

西北大学分析学院分析科学项目负责人

本书通过独特的视角，聚焦于大数据的价值、基础赢利策略和应用案例，探讨了现代社会的数据采集和潜藏的商机，并逐一分析了制定出优秀数据策略的创新型公司。其中，数据融合的概念尤为突出，这项策略能够让公司从众多不同来源的数据中获益。对那些着眼于在大数据决策中进行创新和发挥影响的人们，我强烈建议你们认真阅读本书。

杰夫·坦纳（Jeff Tanner）

多明尼昂大学 Strome 商学院系主任

拉塞尔·沃克在本书中列举多个领域的典型案例，并且告诉大家，大数据中处处都是金子。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 8 2019\3\21 星期四 14:13:39

名家推荐

托马斯·H. 达文波特

全球杰出商业思想家
智能商业五部曲作者

大约在 2009 年，在世界上的大部分地区，大数据（Big Data）横空出世（它在硅谷问世的时间更早一些）。一时间，随着众多专家对各种可能性的深入探讨，大数据火速升温。和往常一样，人们首先关注的是如何掌握大数据的基本原则，特别是处理大规模非结构化数据的技术。其次是寻找数据科学家，即能够进行大数据工作的人才。大多数人虽然了解大数据的各种定义，以及其与传统“小数据”的区别，但是直到现在，人们才真正对大数据熟悉起来。

认知的初级阶段即将结束。如今，许多大型企业和主流组织已经掌握了大数据技术（有些已经到了生产应用的阶段），各大学也在培养处理大数据的专业人才。人们已经从最初的探索和实验，转变为利用大数据赚取利润。大家对大数据不再陌生，而是期待用它赢利。

拉塞尔的这本书恰好与学术界和经济领域对大数据的研究重点相契合。对各组织来说，激发管理者对大数据的热情并不是首要的任务

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 9 2019\3\21 星期四 14:13:39

（也并非本书的关注重点——大数据毫无疑问会得到人们的热切关注），首要任务是如何在当前的情况下，充分利用大数据。而本书完全切合这个议题。就这一点而论，本书逻辑性强、条理清晰、内容翔实，是一本极其实用的关于大数据管理的工具书。

本书深入浅出地介绍了大数据在各个领域的应用细节：从辨别最大效益的数据类型，到招聘处理大数据的人才等。你会发现本书对数据类型的描述极为翔实，包括移动设备数据、在线推荐数据、房地产数据等，不胜枚举。即使这些类型的数据并非你的专业领域，本书的探讨也必将使你有所收获。

不过，本书最特别、最能吸引读者的主题是用数据来赢利。当下许多公司，无论涉及的数据规模如何，都争先恐后地加盟“数据经济”，希望利用大数据分析客户和产品服务。如沃克所说，他们希望将其作为公司运营的一部分，并将相关数据转变成资产。

在大数据概念鲜为人知时，数据产品和以数据赢利的主题，只在互联网行业传播。事实上，谷歌及其以搜索为导向的竞争对手的所有产品，都属于数据产品。在绝大多数的互联网公司之中，用数据赢利的方法就是将吸引眼球的东西转变成广告收入。这是谷歌和其他类似公司的成功模式，但数据资产的商业模式远不止如此。

正如沃克分析的那样，事实上，现如今的任何一家公司都可以凭借某些数据与分析资产赢利。对以数据为导向的公司来讲，可供选择的商业模式数不胜数，而且日趋增多。本书介绍的赢利方法种类繁多，从在线行业，如领英（LinkedIn，为职场人士提供的沟通平台）、Zillow（提供免费房地产估价服务的网站）、Netflix（在线影片租赁提供商）等公司，到农业、金融服务业、电信业、医疗保健业等，无一不涉及数据经济。

本书还探究了利用数据赢利时，需要处理的诸多问题。比如，建

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 10 2019\3\21 星期四 14:13:39

立宽广的在线数字化平台，以便客户与公司产生联系；在交换客户数据的过程中提供价值；主动式和被动式的数据采集方法；为数据驱动的实验提供适当的内部文化氛围。

多年来，我思考过许多用数据与分析赢利的主题，而本书为我提供了一系列新的洞察与框架。其中，反演数据（Inverting Data）、组建新公司的分析团队、独家数据的许可以及业务合作伙伴之间的数据交换等，给所有经理人和专业人士提供了新的选择，让他们得以从组织的数据中获取价值。

最后，沃克并不提倡对书中方法的盲目追求。相反，全书始终贯穿实事求是的理念：根据实际操作的情况与难易程度灵活调整方法。此外，本书还广泛关注了数据隐私与安全问题，这是任何一家认真考虑利用数据赢利的公司都不可回避的问题。

综上所述，对期待以大数据赢利的公司而言，本书极具参考价值。本书的内容如同作者本人的经历一样独特而精彩。

沃克是数据分析领域的博士，之后晋升为教授。他还在第一资本金融公司（Capital One Financial Corp.）任职战略顾问。该公司在金融服务领域中赫赫有名，是最早和最积极运用数据分析的公司之一。

沃克的独特之处在于既能用数据分析发起进攻（例如，书中运用数据分析进行营销和销售的例子），又能积极防御（例如，书中探讨运用数据分析进行风险管理的话题）。这样一位攻守兼备的专家实在是难得。在本书中，沃克将最大化地展现如何从大数据中获取巨额利润。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 11 2019\3\21 星期四 14:13:39

数据分析的工业化时代

我们生活在人类有史以来数据最为密集的时代。很明显，这个趋势不会逆转，也就是说，在往后的时代中，数据只会越来越多。数据的诞生，尤其是数字数据的诞生，催生了海量的信息。如今看来，这些信息已经涵盖了科学、市场、商业运营以及人类行为的真相。互联网在我们生活中的重要性日益凸显，“后互联网”时代（我喜欢这样称呼）要求采用更加先进的方法对我们的在线行为进行数字式度量，比如：在线购买、在线搜索、在线交友，甚至在线激励。

大数据浪潮不但影响着每个人的生活，也彻底改变了企业决策、创新和赢利的方式。从许多方面来看，数据分析的工业化时代已然来临，但海量的数据基础设施仍有待建设。

我们可以预见即将到来的更广泛变革，人们对数据的依赖也必将日益加重。目前，我们已经在处理数据方面取得了重大成就，这不但改变了企业的运营方式，也改变了我们的生活方式。例如，随着智能手机的普及，人们得以进行一系列的探索和实时交互；广泛而高效的社交网络前所未有地让数以亿计的人交流想法、感受和对未来的憧憬；

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 13　2019\3\21 星期四 14:13:39

如 eBay 和亚马逊等公司，通过数字化平台的构建成功改变了传统的商业模式，新一代数据驱动的企业正汹涌袭来。

本书分析了一流企业充分利用大数据和数据分析获得成功的商业模式，并着重分析了与客户交互的数字化平台的发展。因为我们正越来越多地通过数字手段与企业和市场进行交互。

生活和商业中的许多方面已经实现了数字化，并做好了充分准备以适应那些数据更加密集的流程。而这些流程能够实现广泛的自动化，并对我们进行无处不在的持续监控。所有那些激动人心的商业模式，都建立在数据的基础上。本书通过案例分析，观察了一流企业如何用大数据激发创新，实现业绩增长。书中的案例广泛探索了数据如何在各领域（包括医疗保健行业、保险业、金融服务业以及农业等）创建新市场、催生新商业模式。

本书还分析了数据应用的经济基础，以证明凭借数据改变商业模式并非一时的头脑发热，而是向更高效的市场迈进的方法。值得庆祝的是，如今各公司的成功，并非源于实体资产，而是来自对数据资产的生产或管理。正如顶尖企业成功克服管理实体资产和制造流程方面的挑战那样，我们发现，在大数据的使用上，新一代的企业已经成为领头羊，为大数据的未来发展奠定了坚实基础。有趣的是，这些公司起初只是抱着“用数据解决市场挑战和满足客户需求”的简单愿景。可见，正确高效地运用大数据，能够带领企业迈向更大的成功。而这本书为那些正着手将大数据转变成巨额利润的公司提供了发展蓝图。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 14 2019\3\21 星期四 14:13:39

目　录

当数据成为新时代的石油　前　言　001

大数据价值篇

大数据的浪潮正在改变各个公司创建、增长和创新的方式。数据分析的工业化时代已然来临……

重新认识大数据　第1章　003

数据规模：多大才是大？　008
数据创造：每次使用，都是一次创造　009
数据存储：1年存下16万个国会图书馆　011
数据处理：摩尔定律何时失效？　013
数据使用：把控流程，而非数据　013
当永久存储数据的成本接近零　018
研究全体数据，而非样本　020
定义元数据　024
一场关于数据采集的全景电影　026
在机会窗口内利用数据　027

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 15　2019\3\21 星期四 14:13:40

031 病毒式分发
034 数据的可用优化了决策
036 从何处创造大数据?

047 第2章 速度与规模

048 借助大数据克服复杂性
049 Yelp 和猫途鹰：创建新型数据集
052 大数据与广告牌
053 高速数据是新常态
056 当数据能够描述现实世界
059 人与物联网的交互
061 用大数据营造动态优势
066 亚马逊：协调高速度与大规模
072 建立自学习算法
076 掌控高速度和高精度的数据环境

079 第3章 被动数据采集

080 从主动数据采集开始
081 “还订上次的那种口味吗?”
082 从Cookie到谷歌眼镜
084 无处不在的传感器
088 一次关于驾驶体验的革命
089 被动数据采集与精细农业
090 不受操纵的数据
091 Microsoft Home与未来家居
092 Cardiio与个人健康
094 隐私困境

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 16 2019\3\21 星期四 14:13:41

大数据度量　第4章　097

前进保险：主动采集数据，降低保险费率　098
从微观到宏观　100
借助被动数据采集进行间接度量　103
利用大数据度量资产　105
反演数据　107

精准大数据　第5章　111

从传感器到服务器　112
社交网络与总统大选　113
“朋友圈”开始影响晋升　114
度量20平方厘米的土地　115
精准医学：从“分子级”的数据开始　116
高精度数据促成个性化大规模定制　117
数字化平台：持续提高数据精度　118

融合释放价值　第6章　121

房产数据的可用性　122
Zillow：真实房产数据的新标准　123
集中公共数据与专有数据　124
数据产品化　127
Redfin和Trulia：数据创新成为新的战场　134
各种形式的数据　135
Zillow的经验　137
Mint：改变个人理财业务　139
Mint的经验　141

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 17　2019\3\21 星期四 14:13:42

大数据落地篇

在大数据使用上，新一代企业已成为领头羊，有趣的是，这些公司起初只是抱着“用数据解决市场挑战和满足客户需求”的简单愿景。

147 第7章　4大数据策略，8种赢利模式

149　数据策略1：保持数据专有性
160　数据策略2：与合作伙伴交易数据
165　数据策略3：出售数据产品给潜在客户
176　数据策略4：让数据为大多数用户所用
189　善用新型广告数据
191　基础数据免费，优质数据付费
197　综合应用各种数据策略
199　领英：打造多侧面商业模式
203　领英的经验

205 第8章　通过反演数据获取利润

206　Netflix：颠覆式创新者
207　百视达错失良机
209　培育关于客户偏好的数据
210　与客户交换数据
212　数据分析创造高度定制化的体验
221　数据战争已经打响
226　Netflix的经验

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 18　2019\3\21 星期四 14:13:43

寻找数据科学家　第9章 229

数据科学家的兴起　230
一幅数据科学家的画像　233
配备数据分析团队的优势　241
配备数据分析团队的挑战　241
创建集中分析团队　242
首席数据科学家　243
如何留住数据科学家　247

利用大数据激发创新　第10章 249

动态化运用数据　249
新数据创造新生活　253
从人工驱动转向数据驱动　255
数据实验室　259
Nest的启示　262
数字化平台和物联网开启定制化创新　265
用大数据挑战激励创新　270
在企业中运用数据进行实验　272

新数据的颠覆力　第11章 275

来自蜂窝网络的数据　276
从主动数据采集转向被动数据采集　279
利用位置信息实现赢利　281
LBS：基于位置的服务　283

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 19　2019\3\21 星期四 14:13:44

285 Foursquare：用客户位置信息引导方向
288 基于位置数据的7种赢利模式
291 重视数据精度
294 从数据看旧金山人与纽约人
296 Foursquare的经验

301 第12章 保护数据资产

301 无隐私的社会
302 追踪与监控
304 谁拥有数据?
308 聚合数据视图中的隐私
309 处理大数据中的数据风险
311 处理敏感个人数据的最佳实践

313 第13章 大数据的8大趋势

313 趋势1：数据采集、创造和使用的自动化程度将增强
314 趋势2：云计算使大多数公司可以创造大数据
315 趋势3：灵活的分析工具使更多公司能够处理大数据
316 趋势4：移动平台将基于位置的数据和服务推向新高
316 趋势5：数据分析人才将供不应求
317 趋势6：数字化平台的聚合将更为常见
318 趋势7：新数据将提高市场效率
319 趋势8：自主，而不仅仅是自动化

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 20 2019\3\21 星期四 14:13:45

如何评估大数据赢利策略　第14章 321

数据来源　322
创新　323
增长模式　324
市场机遇　325
分析　326
从新手级到专家级　327
迎接大数据时代　331

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 21　2019\3\21 星期四 14:13:46

前　言

当数据成为新时代的石油

随着关于客户、市场以及运营的数据在数量和精度上与日俱增，信息时代的步伐继续向前迈进。但所谓的大数据通常十分冗杂，各公司想赢得成功，洞察新的商机，需要具备强大的数据分析能力。数据成为许多公司的新型资产，为其带来了新的发展机遇。紧紧抓住这些机遇，可带来丰厚回报，而成功运用数据，有助于各公司实现对数字化平台的掌控。

正如我们所见，顶尖的数据分析公司已经实现通过客户数据赢利，并运用数字界面谋求进一步的发展。我们也目睹了许多公司进行类似的艰难尝试。商业模式向数据驱动的转变，不仅需要技术能力，还需要根据商业模式改造企业文化，进一步提高公司决策的灵活性。此外，还要把数据视为一项有利于企业发展、需要恰当管理的资产。也就是说，需要从多种角度看待数据的赢利，并考虑其对诸多参与者的价值。

大数据已在众多行业中得到发展，并且已影响到诸如报纸、音乐和媒体等传统行业固有的交互与赢利模式。在一大批其他行业，如保

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 23　2019\3\21 星期四 14:13:46

险业、医疗保健业、通信业、汽车制造业与运营行业，大数据也有可能很快出现同样程度的蓬勃发展。

在信息时代，最先着手利用大数据的公司往往会取得巨大优势：因为他们能够率先洞察客户与市场，然后以此改进服务，甚至改革商业模式。随着相关技术的快速进步，各公司得以实现对内部和外部海量数据的采集。在掌握这两个领域的数据后，公司将会迎来新一轮的发展。

充分利用内部的大数据，有助于企业为追求卓越运营而激励创新。开发外部的大数据，也就是客户数据，有助于预测市场以及客户行为。客户数据的使用面临重重陷阱，所以利用客户数据创造价值需要再三考量。企业可能无法完全掌控客户数据，因为它往往面临着法律的限制和社会道德的约束。不过，客户数据可能会帮助公司在产品定价和营销上取得巨大的竞争优势。

数字化平台对商业模式的颠覆

数据资产在一流公司中的发展情况值得注意。在向数字化商务发展的过程中，数字化平台的运营商可能与商品或服务的提供商彼此分化。这一点不由得让我们联想到 Netflix 公司一跃成为电影公司与电影观众之间的桥梁的传奇历程。无独有偶，Uber 也是以数字平台介入乘客与汽车服务之间的成功典范。同样，以用户地理位置信息为依托的手机服务网站 Foursquare 也开始向商家收费，以优化用户在商家店面中的各种体验。

上述这些新兴公司不仅为用户创造了价值，并且创造了连接用户和商家的数据产品。用户与服务提供商之间的数字化平台的兴起，重新确定了公司与用户之间的相互期望。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 24 2019\3\21 星期四 14:13:46

数字化平台将自身嵌入到商业模式之中，意味着其将以一种不同寻常的策略进行主动发展，而这种发展模式可能具有颠覆意义。这种发展模式不仅有助于提高市场效率，让数字化平台成为商家与客户之间的桥梁和纽带，同时，有助于先发制人防止他人捷足先登。而分析大数据环境下企业经营战略的制定和决策的选择，帮助各大企业提高效能、增加收益，正是本书的主旨。

大数据的兴起，还给信息带来了显著的经济方面的影响，包括：

规模　如今，数据具备前所未有的完整性和全面覆盖性。企业既可以测算、影响整个市场，也可以将影响范围缩小到少数客户。

频率与速度　随着数据采集方式的数字化和电子化，采集变得比以往更加频繁。这也使得人们可以更加全面地评估市场与客户行为。

被动 vs 主动　如今，很多数据的采集是被动的，这要归功于众多设备以及各公司业务部门数据采集的嵌入式特点。这意味着，即使各公司并未实现利用数据赢利，也能成为数据的创造者。

对市场活动新颖性的度量：直接指标和间接指标　可以用数字化手段采集数据，使人们可从不同角度对买家、卖家、中间商、市场等进行价值评估。

精度　数据的精度存在于众多维度之中，如客户标签、地理位置、时间分布等。当我们能在数据的众多维度中实现对数据的精准把握时，也就意味着可以充分利用数据创造价值。

数据融合　关于客户、运营和渠道的数据整合，无论是公司内部的还是外部的，都可以提供协同价值。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 25　2019\3\21 星期四 14:13:46

21 世纪初谷歌、亚马逊和 eBay 等公司的崛起，表明了那些成功利用数据的公司在其所属行业中取得了巨大的市场份额，并得以大胆尝试新业务。相反，未能充分运用数据资产的公司则可能失去原有市场份额或者走向衰亡。

如今，竞争依然激烈。因此，随着数据变成至关重要的、足以决定成败的资产，许多公司的改革与转型势在必行。懂得充分利用数据资产的公司实现了收益的增长，也必将成为未来的数据创造者。

从数据资产到经济收益的转化

本书将深入分析企业如何更好地利用内部与外部数据带来的商机，并详细介绍数据资产的扩张和运用框架。本书还将从组织架构和人员配备的层面，检验企业的灵活性和其对数据集中创新的支持，并提供建立分析性企业文化的实用练习。此外，本书还通过案例分析了下面这些特定的企业行为：

数据再利用 在企业中充分利用内部和外部的大数据。

客户数据的赢利 用数据发展多面性商业模式。探索出售、交易或保存专有数据的时间和方式。

大数据和数据分析对企业文化及招聘的影响 促进企业文化与招聘实践的改革，以保持竞争性。

通过大数据激励创新 使用大数据进行创新实现收益增长。

运用新的数据颠覆商业模式 发掘通过数据改变商业模式的契机，探究由新生事物创造的数据的发展情况。

发展、利用和保护数据资产 把数据视为资产，需要把它作为重要资产来对待，并为了实现收益而加以保护和培育。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 26 2019\3\21 星期四 14:13:46

创造数据产品　实现数据资产的赢利，以帮助客户作出决策。

获得数据交换　通过客户评价以及营销广告，在提供真正的产品和服务之外，与客户进行直接或间接的互动。

构建数字化平台　通过网页、移动软件和其他数据媒体与客户进行互动，为公司的数据资产打下坚实基础。

随着各企业在数据领域竞争的日益激烈，必定会出现优胜劣汰的局面。胜出的公司将对数据管理和采集的方法进行优化，以获得进一步的经济收益。在以往的商业模式之中，我们见证了各企业在产品制造、服务质量以及技术方面的竞争。而数据创造者之间的竞争则会围绕数据利用的卓越性以及数据对市场的影响力展开。

正如 Netflix、Uber 和 Foursquare 颠覆了原有市场，击败了其他公司并制造了新的现金流那样，我们可以预期，充分利用数据的公司将在高度细分的、客户渴望数据透明度的市场中崛起。各公司将围绕数据利用的卓越性展开竞争，而且通过发展和壮大其数据资产的方式与市场保持紧密联系。

与制造业和服务业相比，这将是彻底的、颠覆性的变革。对制造商而言，产品定义了业务；对服务类公司来说，与客户的交互决定了服务的可能性。对数据公司来说，采集并未产生直接利益关系的个人和公司的数据成为可能。因此，数据创造者将是促成数字度量的关键因素，其作用将得到发挥，因为有些公司并没有达到创造数据的规模或能力。而本书可以帮助各公司分析，如何通过创造和管理数据资产实现收益的增长。

本书还将分析一些公司的成功经验，如 Netflix、领英、苹果、谷歌、亚马逊、eBay、Zillow 和 Foursquare 等，并从最早对大数据资产进行

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 27　2019\3\21 星期四 14:13:46

充分利用的公司中汲取经验教训，学习最佳实践案例，以便帮助更多公司将大数据转化为巨额利润。

为了方便你更好地阅读与理解本书，我为书中涉及的概念和术语找到了如下权威的定义。

数据策略（Data Strategy） 保护数据的专有性或者与商业合作伙伴以不同形式分享数据的决策。重要的顶层策略包括：第一，保护数据的专有性；第二，（以某种形式）出售数据；第三，交易数据；第四，公开数据并免费使用。

赢利策略（Monetization Strategy） 以数据采集创造经济价值的特定商业模式。运用大数据度量资产、评估市场价值、驱动市场、推动广告等，并以此作为主要的赢利策略。

数据交换（Data Exchange） 指公司与现有客户之间通过数据交换而进行的交互，得益于数字化的应用程序。数据既包括客户的销售交易，也包括客户对某款产品的评价。客户也期待和需要数据，比如，其他客户对产品的评价和评级等。

数字化平台（Digital Platform） 指客户（消费者）与其他客户（消费者）以及客户与公司之间的在线交互平台，借助一系列成熟的数字化环境，可以实现对客户、产品和市场的综合评估。网站是数字化平台的一个普通类别，eBay 和亚马逊等是用于进行特定商务交易的数字化平台。同样地，社交媒体是通过交谈而把用户联系起来的数字化环境。移动平台由少数一些企业运营，如苹果、谷歌、微软等。在所有这些环境之中，有一家公司会提供基础设施、数据采集，然后从中获利。对这些环境加以控制，就产生了与客户进行数据交换的数字化平台。

因此，数字化平台指的是一些数字化环境，运营商能够从中实现数据采集与交换。数字化平台包括一般的信息性网站、电子商务网站、社交媒体网站，以及其他能实现公司与客户之间数字化交互的环境。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 28 2019\3\21 星期四 14:13:46

元数据（Metadata） 元数据用以描述数据的信息。它是关于数据的数据。在大规模的数据采集系统中，元数据包含如何采集、度量、组织、使用数据的背景信息。

电商（E-tailers） 指在数字化平台上运营的公司，以电子商务的方式像零售商那样进行销售。

本书第一部分分析了技术、运营和数据管理的规范，它们推动大数据实现了业务中的变革。第二部分观察特定的商业模式如何受到大数据的影响；大数据实现赢利的各种方式，特别是借助数字化平台和数据交换来赢利；各公司充分利用大数据的方法。本书还介绍了一种评估方法，帮助各公司检测他们是否做好了充分利用大数据的准备。

第 1 章和第 2 章着重介绍了推动大数据诞生的各方力量，并为理解大数据的一些重要维度提供了参考。

在第 3 章中，我们分析了由自动化和物联网联合实现的被动数据采集的重要性。第 4 章探讨了各公司如何利用大数据提出新的评估标准，并通过案例展示了重新定义分析目标、数据反演对评估公司常规业务以外的资产的重要性。

第 5 章着眼于研究通过手机和社交网络提高数据的速度与精度，以及由此实现的大规模基于位置的定制化产品与服务。在第 6 章，我们通过 Zillow 和 Mint.com 网站的案例，探讨了数据融合的协同价值。

第二部分从第 7 章开始，全面讲述了利用大数据赢利的策略，案例主要来自谷歌、领英、亚马逊和 Facebook 等顶尖企业。在第 8 章，我们分析了从数据中开发产品与服务或者创造数据产品的趋势，并以 Netflix 为例详细观察客户与市场在利用数据产品方面的影响和需求。

在第 9 章，我们探讨了企业文化的重要性，分析了数据科学家在此类公司中的作用，并分享了各公司培育企业文化的最佳做法。第 10 章和第 11 章着重观察了大数据推动创新的过程，以及使用基于位置的

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 29　2019\3\21 星期四 14:13:46

系统等如何颠覆现有的商业模式。

第 12 章的主题是隐私和数据保护，第 13 章则对大数据的未来发展趋势和前景做了展望。第 14 章用 SIGMA 框架作为本书的结尾，该框架可以帮助各公司对他们利用大数据的准备工作进行测评，并由此确定对应的行动方案，做进一步的准备计划，最终将大数据转变成巨额利润。

《从大数据到巨额利润》内文排版20190220.indd 30 2019\3\21 星期四 14:13:46