

# 用大数据思维打造市场竞争力

□张力

大数据产业正成为经济社会发展的新引擎,受到广泛关注。随着技术飞速发展,大数据正在逐步重构现有的金融市场:一方面,一些大型电商企业纷纷“去金融化”,专注于科技赋能金融;另一方面,越来越多的金融机构则开始重视科技与金融业务的融合,提高数据处理能力。双方呈现微妙的竞合发展的态势,以不同的路径和方式迎接数据时代的来临。而相较于“资本”,数据的复杂性、丰富性使得市场发展呈现出多样化的可能。

《数据资本时代》一书从数据资本论的角度,关注以数据为价值核心的公司未来应该如何运作,工业经济下的会计制度与经营方式应该如何适应未来的数据型企业,以及公司的资本运作、雇佣关系、税务变化等。书中提到了大数据带来的三个重要变化:信息中介沉淀和共享的大量数据,使消费者不再仅仅依靠价格来评估商品的质量;先进的匹配算法可以从价格以外的多个维度更好地匹配供给和需求;海量数据市场的发展必然会到来,并化解分散与集中、多样与统一的尖锐矛盾。

大数据的预测分析可以比人类更准确、更快地运行风险管理。但是大数据更突出的地方在于,它更强调提出正确的问题,而不仅仅是提供正确的答案。随着可用数据的增多,想要更加深入地了解这个世界,就需要对已有的假设进行重新审视,对已有的数据进行重新分析,这才是大数据更为关注的做法。书中展示了大数据将如何从根本上改变经济,它将给市场带来能量,给公司带来压力。反过来,市场也在进一步地促进数字技术的发展与变革。

值得注意的是,无论是投资规模和应用潜力,金融行业都是大数据应用的重点行业。大数据金融市场前景广阔,深度开发大数据金融工具,或重构整个金融行业。书中指出,随着货币市场转向海量数据市场,金钱不再需要为大多数信息流动提供便利。金融科技公司将关注焦点从货币转移



书名:《数据资本时代》  
作者:(奥)维克托·迈尔-舍恩伯格(德)托马斯·拉姆什  
出版社:中信出版集团

到海量数据,这种做法开始动摇了人们对金钱和银行业力量所持有的固有观念。与此同时,许多金融科技公司在利用大数据市场,来完成一些原本属于传统大银行的任务,这也进一步凸显了整体经济从公司模式向市场模式转变。

在未来的发展中,企业坐拥数据将不再局限于单一业务,第三方支付、信息化金融机构以及互联网金融门户都将融入到大数据金融服务平台

中,大数据金融服务将在各家机构各显神通的基础上,实现多元业务的融合。银行业庞大的业务规模和业务范畴需要强大的信息技术支撑,这个过程中大数据就显得尤为重要。大数据可以帮助金融机构更好地识别客户需求,打造良好客户体验,提升综合竞争力。

由于海量数据市场比传统市场具有更多优势,这就需要重新调整公司的概念。作者指出,过

去公司是人类合作工作的组织单位。有些公司可能使用了机器,但是所有公司的管理,都是由人完成的。未来情况可能不再如此,我们可能会见到这样一些公司,它们雇用很多高薪的员工去做只有人类员工才能做的工作,但是这些公司的管理可能大部分是由机器来完成。

随着数据的开放,数据治理水平的提升,大数据和人工智能技术的融合,金融服务将更加深入地与实体经济进行融合,创造更多的价值。在银行业和金融服务行业中,金融服务的进一步商品化正面临越来越大的压力,尤其是在支付方面。新的中介机构已经出现,它们将促进并利用更丰富和更全面的数据流。作者认为,传统的金融公司,比如大型商业银行,正面临艰难的选择,转变为成功的数据中介机构,虽然提供了美好的前景,但它也更加困难,因为实现海量数据并不是许多银行所擅长的事情。

目前,银行业的客户市场细分化程度日趋提高,对数据的集中管理、应用、安全的需求更加迫切。与此同时,保险企业则大力向电子商务模式转变,而证券公司间的竞争则早已突破地域限制,网上证券交易发展迅猛。数据的挖掘整理,以及有效分析对于提升客户服务水平的价值日趋凸显。很多企业真正开始认识到,通过互联网、云计算等信息技术来处理海量数据,从而更好地了解客户、创新服务。

随着数据价值被越来越多的认可,尤其是在金融企业业务转型时期,基于数据的业务及内部管理优化,使得金融领域的大数据应用市场规模在未来几年将以高于整体水平的速度增长。但是,一旦离开市场的分散性,大数据的威力就会消失。这就是为什么作者在书中强调,应从资本向数据的转变,而不是人工智能的兴起或大数据的出现。如果没有市场,数据和技术就不可能做到保护人类,帮助人类协调工作。因此,在本书中,作者认为市场占据中心地位,数据和技术起到促进市场复兴的作用。

## 如何适应并融入良心经济



书名:《良心经济学》  
作者:[美]史蒂文·奥弗曼  
出版社:中国人民大学出版社

□巴蜀

良心经济、道德经济的潮流已经到来。很多的消费者,同时也是不同机构、企业的员工,他们正在意识到社会发生的变化——技术进步带来一个信息传播更加迅速、隐私空间被大大压缩的新环境;一些行业、企业的运作过程存在不透明,对于自然环境的损害相当突出。

互联网让人们更清楚地认识到自己的行为,以及自己购买其产品、为其工作和投资的企业,会对人类和地球产生什么样的影响。与过去不同的是,今天的年轻人对于道德、环境等问题的敏感程度更高。《良心经济学》一书中指出,年青一代正在形成一种全球化的认知,彼此分享价值观念,对于生产、消费、投资、休闲各环节是否符合法律、道德规范,是否会造造成他人受害的负外部性十分关切。

正是因为他们的关注,许多知名的跨国公司订单将被指责由未成年人劳工担纲主力的制造工厂撤出,改由合规的代工厂承揽。一些企业并在经济发展水平落后、教育配套不足的地区、城市援建公益性的教育机构。食品行业、零售行业也开始注重食品的本地化水平,以降低环境负担。不仅如此,年轻人也驱动了近年来最为强劲的创新创业浪潮。

作者将过去几年以来,主要由年轻人充当的几重身份驱动形成的社会、经济、文化行动,称为良心经济。良心经济融合了互联网时代信息透明化的重要特征,对于现有的商业世界造成冲击。良心经济首先要求实现道德制造和可持续采购,而且“企业如何运营、如何沟通、如何营销”,资本如何运作等等都被置于显微镜之下。

书中分析了今天年轻人的价值观念,指出这一代年轻人在计算机、互联网走向普及的时代中长大,近年来更是深入融入了社交网络,对于“我”和“我们”之间的界限界定更为模糊。一方面,他们有着更强的自我观念,希望自我实现,希望获得个性化的产品和服务支持;但另一方面,新生代更愿意一起讨论,一起行动。书中还指出,有别于其他年龄层段的人,今天的年轻人对于未来往往更为乐观,更相信技术的力量,同时更强调社会公平。

本书指出,今天的企业家、创业家、投资者都应当适应良心经济新潮流,应当学会与年轻人建立联系,积极加入相关的认证联盟和市场。作者为企业适应、融入良心经济潮流提出多项具体建议。

首先,要调整品牌战略,建设“良心品牌”。过去的企业、商品(服务)品牌通常包括便利、效用、风格、速度、风味、低成本、质量、幸福或奢侈等基本礼仪的元素;而今应当调整为想象力、创造力、创新力、沟通、欢乐和合作等要素。广受欢迎的品牌,可以让忠实的顾客清楚地知道“在哪里、如何生产”、“能产生多少积极的影响”、“购买它能够让世界变得不同”,还能满足知情要求,可以分享观点、有能力改变生活,可以帮助顾客融入其愿意融入的更大群体。在这种情况下,企业要学会将品牌讲成故事,并以故事里的内容来指导日常品牌运作。

其次,要重构现有的“企业社会责任”体系。过去的企业社会责任概念,与经营是清晰分离的,这已经不再适应于而今的需要。一家企业如果大肆污染空气、滥采滥伐,同时又向环境治理的基金捐款,这种伪善行为肯定将受到消费者的唾弃。

第三,根据良心经济潮流,重新建构企业与消费者、社区等群体之间的沟通关系,改变过去的营销体系。书中建议,企业应当配置首席媒介官,负责识别与企业密切相关、创造价值的群体和个体,学习和理解这些人的一切,特别是他们如何看待世界和经济、身处何处、在什么情况下会受到影响等等。同时,将上述观察转化到企业运营的各个环节进行调整,然后致力于与上述人群建立密切联系。

第四,建立新型的创新体系。过去创新很大程度上意味着要推动人们之间达成共识,彼此妥协,但移动互联网时代的人们已经不愿意放弃各自棱角。在这种情况下,企业要学会建构更具包容性的合作框架,推动实现社区协同创新,求同存异,让良心经济创新活动变得更踊跃、更多元化,为未来成长提供空间。

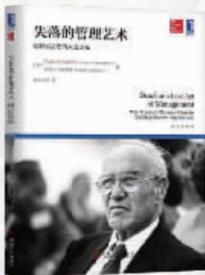
■ 财富书架

### 失落的管理艺术

作者:[美]约瑟夫·A·马洽列洛等  
出版社:机械工业出版社  
内容简介:

在“管理是一门人文学科”的命题下,管理者不仅是身处社会之中的个人,还是社会文明及经济健康发展的守护者,管理者在这两种角色中都应卓有成效。针对权力、人性与领导力之中无法简单从管理角度解决的难题,本书从人文视角进行分析,倡导管理者将社会看做一个生态系统,用管理的力量实现整个社会的可持续发展。

作者简介:  
约瑟夫·A·马洽列洛,全球权威的德鲁克思想研究专家,与德鲁克共事26年。现任德鲁克研究院研究及学术主任,克莱蒙特大学德鲁克-伊藤雅俊管理研究生院霍顿教授教授。



### 人类存在的意义

作者:[美]爱德华·威尔逊  
出版社:浙江人民出版社  
内容简介:

作者从个体选择和群体选择的角度,解释了人性本身包含的自私和利他共生的特点,这种内在有冲突性的进化过程还在继续。随着科技的发展,进化已经从自然选择转变为意向选择,也就是人类已经意识到进化选择过程,并开始通过科技的发展创造性地塑造自身的进化过程。

作者简介:  
爱德华·威尔逊,进化生物学先驱,蚂蚁研究方面的权威,殿堂级的科学巨星,有“社会生物学之父”“当代达尔文”之称。哈佛大学荣誉教授,哈佛大学昆虫馆荣誉馆长,被《时代周刊》评为“影响当代美国的25位美国人”之一。

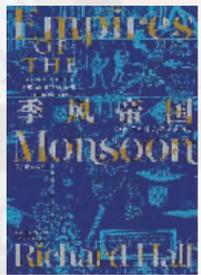


### 季风帝国

作者:[英]理查德·霍尔  
出版社:天津人民出版社  
内容简介:

本书重新展现了印度洋地区的文明,以及在西方入侵者的掌控下它逐渐衰亡的历史。作者表述了从16世纪起欧洲人的出现,如何不可逆转地改变了印度洋沿岸地区人们的生活。本书从一个细微而无阻碍的视角重现作者对于异域文化的理解。

作者简介:  
理查德·霍尔是一名历史作家和记者,曾周游印度洋地区,他在黑斯廷斯文法学院接受教育,曾在皇家海军的一艘驱逐舰上服役,后来去了牛津大学。他曾是《观察家报》英联邦方面的通讯记者和《金融时报》的专栏作家。



### 人人都在说谎

作者:[美]赛思·斯蒂芬斯-达维多维奇  
出版社:中信出版集团  
内容简介:

作者从一个备受关注的议题切入,用他独特的数据分析方法得出了很多颠覆认知的结论。很多问题的答案正暗藏于看似没有关联的因素中,很多直觉和经验给出的答案与事实相差千里。以一个引人入胜、充满启迪和智慧的视角,巧妙洞察我们现在可获得的大量信息。

作者简介:  
赛思·斯蒂芬斯-达维多维奇,《纽约时报》专栏作者,沃顿商学院客座讲师,前谷歌数据科学家。他在斯坦福大学获得哲学学士学位,并以美国大学优等生的身份毕业,之后获得哈佛大学经济学博士学位。

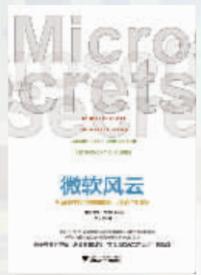


### 微软风云

作者:[加]戴夫·贾沃斯基  
出版社:浙江大学出版社  
内容简介:

书中分享了许多微软早期的内幕消息,隐秘程度就相当于可口可乐和肯德基的制作秘方。这些秘密切实地改变着科技业的竞争格局,并改写了当今的商业规则。了解了这些秘密和背后的思考,能够给经营者提供正确的战略观。

作者简介:  
戴夫·贾沃斯基,微软前高管,24岁时成为微软加拿大分部第3位员工。戴夫曾担任微软加拿大全国销售经理,后升任美国西部销售总监,期间他带领的营销团队负责整个微软美国总部80%的业务。之后被提拔为美国销售运营部总经理,然后调任微软大学校长。



### 赢在平台

作者:王建伟  
出版社:人民邮电出版社  
内容简介:

本书分为平台革命和平台聚能上下两篇,在系统论述平台内涵、架构、内核、价值与国内外发展情况的基础上,用大量的案例阐述了各类平台在不同场景中的应用路径与作用机理,对于产业界开展工业互联网平台应用探索提供有益的参考。

作者简介:  
王建伟,资深信息化专家,拥有长达十年的两化融合工作经验,对工业化与信息化深度融合、制造业与互联网深度融合、工业互联网、工业大数据、云计算、物联网等均有非常深刻认知和见解。

