数据，其实就是我们能得到的信息。  
  
基本的信息，也就是视觉（图像），听觉（声音），嗅/味觉（化学物质），触觉（压力\传感）。  
  
而在其之上，每个人通过对其组合，并输出特定意义的动作，于是，信息具有了意义。  
  
实际上，从过去到现在，信息一直在持续产生，但受限于收集能力与传播能力，信息本身的价值一直存在壁垒，非行业直接信息很难有价值。  
  
而如今，因为收集意识和收集能力大大增强，且传播的障碍被打破，才有了信息时代。  
  
现在说数据爆炸，总的来想，因为信息传播障碍削弱，行为可以变得更积极，更频繁，因此每个人的行为产生变得更加频繁  
  
当下时代的信息爆炸，从根本上改变了行为的迭代速度  
  
在互联网未出现的时代，通信基础是电话，但代价是比较高的，按时长收费。那个时候，对信息的收集，是需要亲身去看，去验证的，即使从他人口中得到的信息，根本无法保证真实性，所以过去的真实信息价值极高，因为对个人成本很高。  
  
尽管价值足够了，但由于信息的零散，以及传播的缓慢，其实很多信息是容易过时的，而基于此条件，过去对于信息的迭代速率又是缓慢的，这两个特性是具有正相关性的。所以，越是积极主动的人，越容易在其中获得好的回报。  
  
进入现在，信息的零散性被打破了，因为行为分类和收集的原因，个体产生的零散行为被集中的记录，信息产生了聚合。由于互联网的促进，信息的传播速率得到疯狂增长，所以过时的速度也加快了；因为收集的原因，数据量更容易达到需求，有效信息比率也更高，所以迭代速度也极大的增长，也就是看两个特性：传播速度（散播与回收），迭代速度（有效数据更新频率），这时候，积极主动不一定有好的回报，因为迭代快了，那么，付出可能是过时的。所以，当下有了个新的要求：处理速度，对信息解析的效率越高，越能在有效期内获得高回报。  
  
于是，我们现在需要注重培养的是：  
  
信息的收集能力，可以是交换，观察，制造，注重的是单位时间内有效信息的数量。  
  
信息的传播能力，将目标信息发送给其他人，注重的是单位时间内覆盖的个体数量。  
  
信息的分析能力，效率的解析信息隐藏的价值，注重的是单位时间内能提取的价值数量。  
  
举个让我恐慌的例子：  
  
支付宝目前对我们这一代侵入很深，从消费支付，理财，出行，社会服务这几个方面，支付宝在全方位的收集我们的信息。  
  
消费方面，早餐，午餐，晚餐，能得到你消费的位置，消费的金额，消费的时间，消费的品类，于是能够得到你的消费能力，消费频率，消费倾斜产品等行为习惯。  
  
理财，能知道你可支配资金有多少，转入转出的时间节点，金额量，倾向的理财产品，于是得到你的月支配收入，风险承受能力等待。  
  
出行，能知道你的出行时间，出行距离，于是得到你的交通规律，增加了公交地铁乘车码后，这个信息的准确程度更加可怕。  
  
社会服务，能知道你的社保明细，意味着能知道你的基础收入，工作单位，工作状态。  
  
你看，如果对支付宝的粘度过高，等于你将自己的行为完整的暴露给它，它能轻松的构建出属于你的个人画像，而且是一个准确度非常高的画像。另外，社交的功能出台，使画像之间的联系得到更好的建立，  
  
这可怕在哪呢？如果它想作恶，那我们除了被吃干净没有其他出路，毕竟一个能预测你所有行为的庞然大物，普通民众还是很难抵抗的。  
  
而换个思路，在得到一个人完整的画像后，意味着能更了解用户市场的痛点，提供更明确的细分服务，更好的针对具体问题，带动服务质量的不断升级进步。  
  
消费记录能更好的帮助卖方市场评估生产量，降低生产过剩；出行能更好的帮助市政进行规划，提高出行效率和体验；社会服务能更好的提高政府效能，节省双方的时间，便民便公；  
  
所以，未来的时代，当信息产生的洪流漂来时，如何去自处或许才是我们的命题吧。