



您为此书添加的 KINDLE 笔记：

数据的本质：无人不是分析师

作者：车品觉

免费 Kindle 极速预览：<http://z.cn/2MmstCO>

39 条标注

标注（黄） | 位置 198

用数据做好产品，用好产品拿到更多数据

标注（黄） | 位置 216

数据驱动决策、数据驱动流程、数据驱动产品、数据驱动业务。

标注（黄） | 位置 251

互联网技术的快速发展为信息的连接与互通造就了条件；各种智能终端（包括智能手机）的普及让大数据、人工智能的应用成为相互加强的闭环系统。我把这个闭环系统称为数字经济引擎。

标注（黄） | 位置 295

手机作为功能设备产生的行为数据，不仅有时间维度，还有空间维度和社交维度，这么多维度叠加在一起，分析的层面和方式也远远多于传统网页

标注（黄） | 位置 300

与大数据的4V（量大、多样、速度、价值）相比，移动大数据的核心重在实时（real time）、适时或最佳时机（right time）以及全时（all the time）。任何一个完整的高效服务都离不开这3T

标注（黄） | 位置 383

在产品的设计环节中除了加入PRD（Product requirement document，产品需求文档）之外，还要加入DRD（data requirement document，数据需求文档），以重点描述数据相关的需求及变更。

标注（黄） | 位置 530

找出几方共同的痛点，当利益高于双方之间的竞争时，数据共享会变得理所当然

标注（黄） | 位置 534

数据是虚的，解决方案才是实在的，没有场景做目标的大数据如同一盘散沙，但太实相的大数据又不够灵活。所以，无论金融大数据还是医疗大数据，都会经历从无到有、从有到高度连接、从高度连接到实时流通，最后经过工程化把数据提炼成随时可用的“业务石油”。

标注（黄） | 位置 544

第一个阶段用数据，第二个阶段养数据，第三个阶段从看数据到用数据

标注（黄） | 位置 622

过去，我们担心的问题是小样本导致的统计误差；而在大数据时代，这个问题并不会消失，反而会更加复杂、更难发现和解释

标注（黄） | 位置 698

如果有一天，制造机器人的是另一个机器人时，我们就要小心了。

标注（黄） | 位置 731

2014年，我接了一个任务，即把阿里某团购业务的运营从几十个人的团队完全转变为自动化（去人化），这项工作需要大量数据、多种算法及IT系统的有机结合。在这个过程中，我们要把已知工作流程中的人为决策，转化为数据驱动的自动化决策（我们称其为数字经济引擎）。

标注（黄） | 位置 789

关注业务决策的过程，从问题中寻找数据化的机会。企业数据能力的泛化，要建立在数据产品的灵活性上。建立规范，确保数据供应的质量及稳定性。促进企业内部数据共创与共享机制的建立。建设外部数据积累及有使用权的数据战略储备。培养海量数据的深度分析能力。阻碍大数据发展的是伦理和法规。把“门窗”关好，数据越多，责任越大

标注（黄） | 位置 920

在互联网领域，数据的规模、活跃度，以及收集、运用数据的能力，已经成为企业的核心竞争力之一。在深入洞悉市场、快速精准地找出应对策略时，数据已经成为企业实现更大商业价值的最强驱动力。当然，数据作为一种企业资产，需要与其他资产，如人力资源、硬件等相互组合才能发挥出最大的价值。

标注（黄） | 位置 954

数据终将成为企业核心资产。

标注（黄） | 位置 965

大数据要成为企业核心资产的前提是，数据必须具有足够的流通性，而在这之前，要确保数据拥有方一直到数据最终使用方的中间过程有一个非常好的利益关系，这样，数据流通或是共享的价值链才会成立

标注（黄） | 位置 978

大数据的使用与积累是互相促进的闭环系统，断点越少，数据流通越顺畅。这个闭环系统的选择是数据项目成败的关键，要考虑的问题也已经超出了数据本身，同时会涉及企业文化、组织架构。

标注（黄） | 位置 1028

客户的行为数据不一定能产生交易，但可以让我们更了解他，让我们知道他为什么会买或者为什么不会买。通过行为数据去发现客户如何做决策是个重要课题，即使是负面数据也可能有正面作用

标注（黄） | 位置 1099

如果“上帝”有一个算法，那么终极算法就是其他所有算法的“上帝”

标注（黄） | 位置 1114

但对于技术公司来说，文本分析已不再有趣，下一步的关键是知识图谱，即如何从数据中提取知识

标注（黄） | 位置 1256

微软前全球副总裁陆奇曾经透露了微软关于“对话即平台”的理解。他说，微软之所以致力于开发智能对话机器人，实际上是为了铺垫未来的人机对话模式，由图形接口走向对话交互接口，为这个新生态环境过渡做准备。

标注（黄） | 位置 1540

记得在一次饭局上，马云说觉得自己能进退有度，实在有赖于两盏明灯。众所周知，阿里有两名大将，一位是“总参谋长”曾鸣，他的责任是为阿里制订未来方向及战略；另一位是为阿里稳守生命之门（资本）的蔡崇信。为什么说两人是“明灯”呢？马云的解释是，如果有一个项目曾鸣说可以做而蔡崇信说不成，这代表时机未必成熟，但可以一试；反过来如果蔡崇信说可以，而曾鸣觉得不成，代表这个项目可能局面一般；如果两位都说可以的项目，他就算是借钱也要去做。两人真有点“房谋杜断”的意思！但房谋或者杜断都有其缺点，用人如若不疑，怎可把人用得淋漓尽致。于是，阿里就在这两位大将的谋断之下，开辟了商界的“大唐盛世”

标注（黄） | 位置 1640

“为团队注入共同的使命，是心力的精髓。”这是“阿里魂”彭蕾的名言

标注（黄） | 位置 1657

体力、脑力、心力，三者层层递进，却又相辅相成

标注（黄） | 位置 1670

心力是什么？首先，使命的树立，让团队在完成目标后产生成就感。其次，让团队成员有参与感，加强对使命的共同认知

标注（黄） | 位置 1676

团队战略投影到个人是行动，团队的文化投影到个体就是心态。好的餐厅看厨房的整洁，有良好文化的公司看厕所是否干净

标注（黄） | 位置 1685

为了考核团队的脑力、体力、心力是否配合公司的战略方向，阿里每年都会有一次人才盘点。这种人才盘点对于副总裁以上的级别特别重要，有时候比业务汇报还要紧张，一年的调兵遣将都会被翻出来。这就是培养将才与帅才的分别。彭蕾，当之无愧的“阿里魂”

标注（黄） | 位置 1689

阿里有句名言：“路走对了就不怕远。”企业最怕的就是对方向缺乏判断，其实人不也是一样吗？周星驰在一部电影里说，没有理想的男人跟咸鱼没什么分别。能让我们坚持走下去的，就是找到活水的方向

标注（黄） | 位置 1713

终局判断依靠的是想象力，除了经验所赋予的灵感之外，汇集数据去描绘由外而内的产业地图或者由内而外的业务地图也必不可少。其中的难度如人饮水，冷暖自知

标注（黄） | 位置 1749

任何你以为数据不能告诉你的东西，数据却都能告诉你

标注（黄） | 位置 1801

最低级的读书只是用来参考，稍高一级的读书是看书之后进行反思，更高一级的读书是根据读书后的感受有所行动。不仅如此，你还可以更进一步思考如何行动效果才会更好

标注（黄） | 位置 1806

韦思岸为数据研究倾其所有，无非就是为了将Big Data变成Me Data、我们的数据。我们见过的数据，只是我们见过的，那不是我们的，还要注意将其内化！之所以将韦思岸称为数据“怪杰”，是因为他总能想我们所不会想、不能想

标注（黄） | 位置 1862

要成功，只靠体力是不够的，还要懂得用脑力，加上心力的驱动，三者缺一不可。

标注（黄） | 位置 1887

如果我习惯了不断运用自己擅长的技术，我的确可以在这个水平上屡战屡胜。但是，我也会渐渐因习惯而无法突破自己的局限。一个进攻很快、很猛的人，同一水平或者是高一点的人都会畏惧你的进攻，而你的防守渐渐会被忽视，因为连你自己都会陷入一种迷思：“我的进攻可以再快一点吗？”久而久之，当你的优势越来越棒、越来越明显的时候，你的缺点会藏得更深，遇上高手时短板马上会成为你的破绽。到时你才会发现，自己的防守技术真的是烂透了

标注（黄） | 位置 1903

进攻太好的人，往往会忽略防守，优点往往就是缺点。这么简单的道理，却断送了无数的高手。

标注（黄） | 位置 1997

伏尔泰说过：“我不同意你的观点，但我誓死捍卫你说话的权利。”

标注（黄） | 位置 2031

教授看出我脸上转瞬间的疑惑，他告诉我：“人的价值很大程度上取决于人们对他的认可，而产品却取决于市场的需要。”意思非常简单，市场是简单粗暴的。今天诺基亚的塞班系统不思进取，明天就会被苹果的IOS系统打败。当你孤芳独赏以为自己是保时捷的时候，人家已经在迎接即将“背叛”你的未来汽车特斯拉。适应潮流，避免被背叛的唯一方法就是更新个人的“思考软件”，相信未来所有产品都是数据产品，包括人类自己

标注（黄） | 位置 2038

Promotion（促销或宣传）。作为产品，你功能再好，也需要让市场知道你的存在，不然只能被市场埋没。Price（价格）。你必须对自己有一个认知，给自己定一个合理的价格。必须在价位上做到不卑不亢，如果妄自菲薄，别说你会被市场背叛，你自己也会背叛你。Place（渠道或地点）。你若开一家餐馆，你将餐厅开在垃圾堆旁谁会去吃啊？但你又不能超出预算，你将一家云吞面店开在香港铜锣湾，光租金你就回不了本，不是吗？所以，必须对自己有一个合适的定位。Product（产品）。顾名思义，前三个P，都是以产品为中心的。将自己比作产品，你的功能是什么？这个功能的需求正在增加还是减少呢？一个能配合自身能力的“产品”必须不断创新，适应市场而又配合先天的优势，就能在“市场”上脱颖而出

标注（黄） | 位置 2085

我的一位师父说的话非常经典：“有钱的人也是人，我们必须怀着一颗感恩的心去对待任何人。没有人因为有钱就有义务舍予他人，我们必须怀着一颗感恩的心慢慢引导他们。任何人启发善智时，都不能操之过急，更加不能道德绑架，这样会让别人离本该有的慈悲心越来越远。渐渐感化别人，才是善巧。
