



# getv 新技能：大数据 什么鬼？

大数据是一种信仰，一种思维，一种能力，大数据产业链正在形成  
数据那么大，我想去看看。因为热爱，所以激情澎湃。

刘金玲 Aileen Liu

「01」 36大数据是个什么鬼？

「02」 大数据行业现状

「03」 新创企业的机会及获客途径

**CONTENT**

# PART ONE

## 什么是36大数据？

36大数据原来是一个关注大数据技术与商业应用的个人自媒体，曾创办于2013年6月。

2015年1月，36大数据成立北京闪流大数据科技有限公司。

# 36大数据，关注大数据技术与商业应用

<http://www.36dsj.com>

## 有节操有底线的自媒体——2013-2015

完全独立，第三方媒体角度，客观，靠谱，沉淀，积累

全球化视野，内容丰富，更新快

关注全球大数据产业的发展，全球化内容资讯，仅发布有价值的内容

优秀的行业口碑和公信力，接地气

百度口碑99%好评；业内评价很高，从不同角度向大家介绍大数据，屌丝团队输出专业大公司水准的内容

干货教程多，案例多，独家视角独家观点

对“大数据”内容资讯进行清洗，只留下精华；有自己的观点和对行业的看法，更了解产业链和行业



# 我们的理念

实事求是，脚踏实地，责任在心，承诺必达，不浮躁，不跟风

36大数据 www.36dsj.com

关注**大数据与商业结合**；关注**大数据的商业价值**；关注**大数据与原有行业的融合纵深**；关注**大数据商业化的结果**；关注**大数据的技术发展和实际案例**；关注**真正在大数据领域不断探索创新进行商业实践的企业**。



回归商业和技术本质

# 用户/读者属性

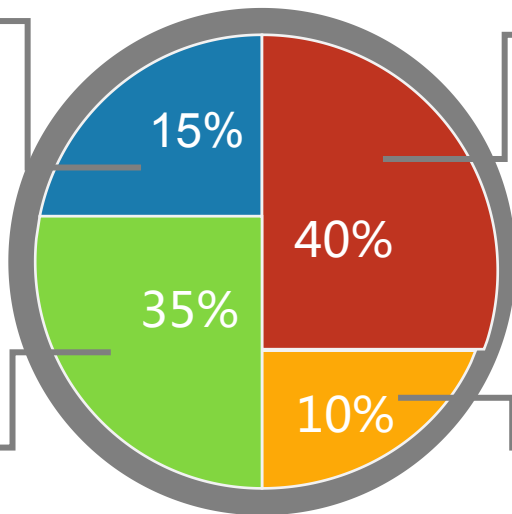
受众群体广，照顾每个层级的读者，用户需求驱动内容发展

## 传统行业

医疗/工业/服装/家电/建材/政府  
机关/农业/彩票/体育/运动/母婴/  
餐饮/影视/娱乐/水产/养殖等

## IT/科技/互联网

- 对大数据有需求的IT科技及互联网从业人员。
- 来自BAT/电子商务/银行金融/游戏/电信等行业



## 数据行业从业人员

数据分析师，数据科学家，大数据架构师，数据库工程师，hadoop工程师，算法等

## 高校教授/专家

清华/北大/北航/浙大/各个理工大学/麻省/德国慕尼黑工业大学等。

# 2016年我们会做这些

一步一个脚印走出去，完善现有体系和业务，开拓新业务，服务全行业

我们不想改变世界，只想将一个想法落地，从而推动大数据行业变得更好；  
一步一个脚印，深耕细作  
有多大的锅就下多少米



- 数据资源平台
- 行业研究院



- 大数据门户
- 双端APP



- 大数据中国行（六城八场）
- Datajoy展会



# 大数据中国行活动地图

覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州和成都六大城市





# Datajoy中国国际大数据技术与应用展览会

一个让大数据领域人才、技术、需求商、投资商、服务商、应用解决商等多方面沟通交流的平台

## 北京国际会议中心



BICC 一层平面图  
PLAN OF BICC LEVEL 1

技术说明/TECHNICAL SPECIFICATIONS  
地面承重/FLOOR LOADING:  
层高/CEILING HEIGHT: 3.4m  
特装限高/BOOTH CONSTRUCTION LIMITED: 3m  
通道/FREIGHT ENTRANCE: 3.9m(W)2.4m(H)

1500平方米展区



技术，金融，电子商务，移动互联网4个分论坛



峰会主场

1500平方米展览，100家企业展台；大数据行业专家、国内外顶尖人才齐聚一堂，是一场技术与商业的盛宴；历时两天，开幕式+技术峰会+分论坛+创业投资+Datajoy金铭奖颁奖；

# 门户+资源平台

整合大数据行业技术、人才、产品、案例等中上游资源



供需平台



产业数据库



专业资讯



数据源交换



产品数据库



资料专区



企业专区



人才数据库



案例库



创投对接

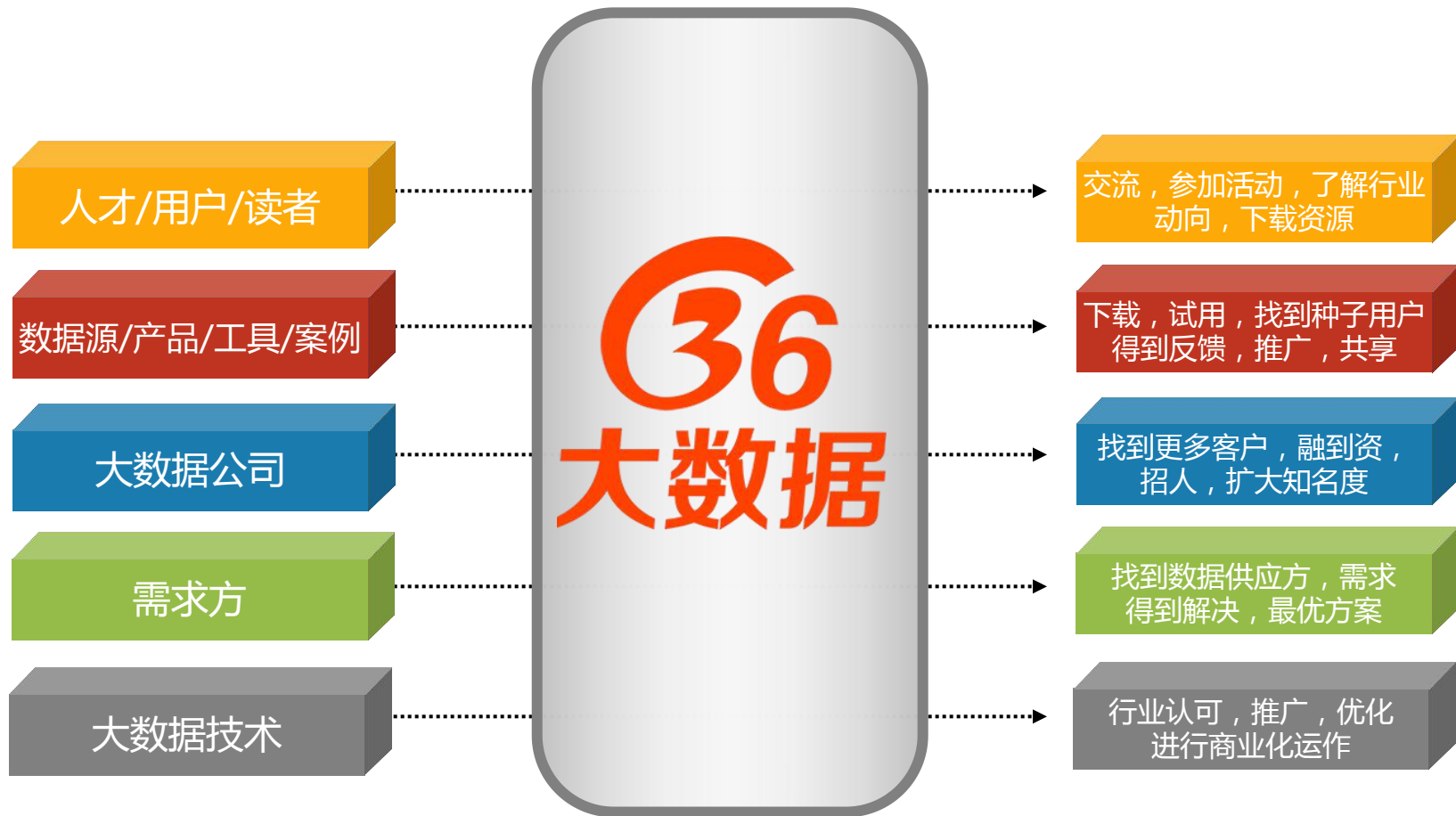


研究院

# 愿景

36大数据 www.36dsj.com

打通数据孤岛，为大数据产业链上的公司和数据行业从业人员提供最优的支持与服务。





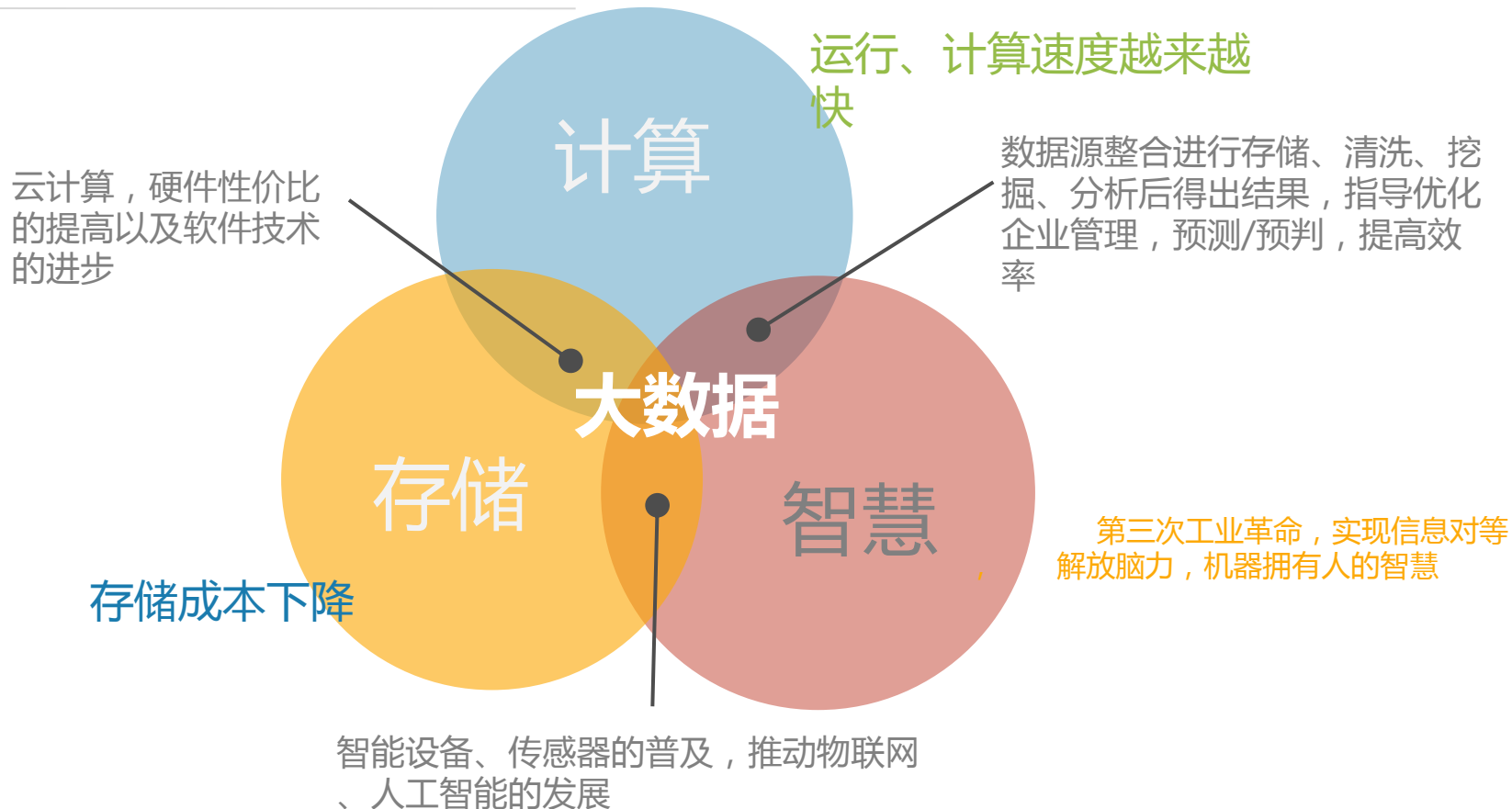
# PART TWO

## 大数据行业现状

TED的创始人Dan Ariely这样调侃：大数据就像青少年谈性，每个人都在说，不知道谁做了，每个人认为另外人在做，所以每个人都声称自己在做.....

# 为什么会产生大数据？

“数据科学家曾经被誉为戴着披风的超级英雄（当然只是开个玩笑）” – Ben Rooney



# 大数据

## 外部数据

智能设备/传感器数据

政府开放数据

线下采集数据

Social data

网络可爬回的数据（视频/图片等）

交易数据

数据接口API

其他

## 公司内部数据

BI、CRM、ERP

历史数据

财务数据

注册用户

数据整合

数据清洗

数据标注

大数据挖掘

数据分析

数据可视化

打通数据孤岛形成数据闭环，

将数据转换成“石油”“生产资料”

智能出行方案

智慧交通

精准推荐

智慧城市

更优的产品服务

大数据惠及我们生活、工作、学习的方方面面



# 大数据常见的四大价值

关于未来有一个重要的特征，每一次你看到了未来，它会跟着发生改变 因为你看到了它，然后其它事也跟着一起改变了

## 提升效率

有数据分析结果作为行动指导，我们能够及时调整自己的方案和策略，办事更加有效率；买更少的钱买到更多的物品，降低成本。（如：当地政府的扶贫方案，高德地图，出行方案、公司管理）

## 预测/预判 /洞察

基于用户社交网络数据、消费数据、手机使用APP等数据，可以预判出用户的信用等级，授权信用卡更加方便。企业根据大数据结果更具洞察力。（如：美国总统大选、奥斯卡预测、票房预测等）

## 精准营销/ 降低成本

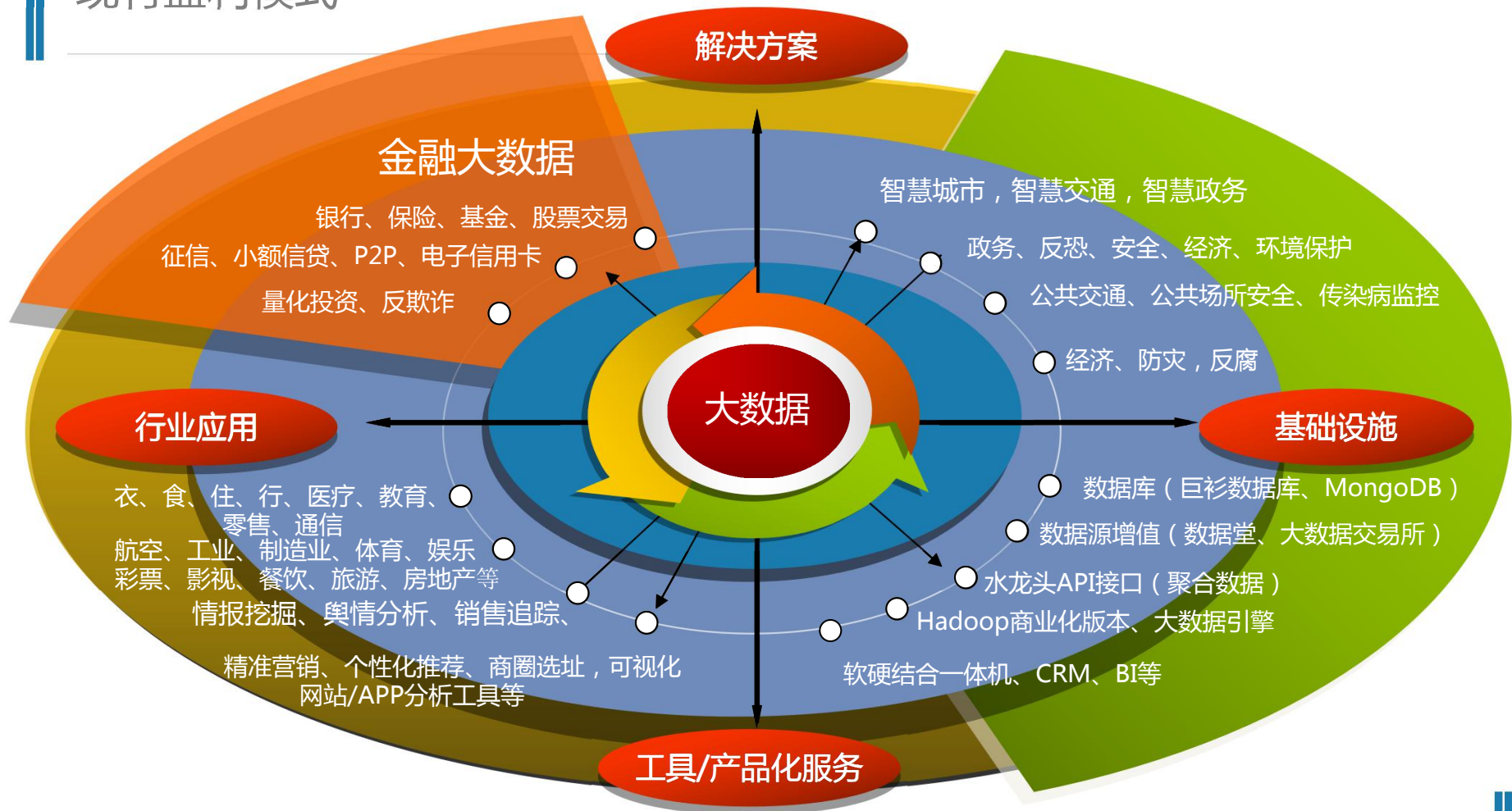
把需要的东西精准的推给喜欢它或者潜在的购买客户，提升广告转化率，用最少的广告费，获得更多的用户或利润。从而降低成本。

## 智能化/追 踪

追踪用户行为数据，为手机APP和手游的版本功能更新选择最优方案。智能化只要为智慧交通，智慧城市管理等等。（腾讯云分析）



# 现有盈利模式





# 不得不面对的行业问题

人才稀缺  
炒作过剩  
实践少  
可借鉴经验少

技术门槛高  
创业门槛高  
入行门槛高  
部署成本高



数据源获取困难  
数据安全和归属  
隐私悖论  
相关法律冲突

无直接商业模式，变现困难  
部分企业依靠政府扶持和融资活着  
尚未形成完整的生态链，  
对生活、工作、学习以及商业渗透  
力较弱  
群众基础差

# 谁在关注大数据？

## 9% 垂直数据行业

高文凭、高技术、高收入、宅、技术控。少社交、不爱传播  
理性、理工男

## 4% 其他

19岁以下，50岁以上

好奇、通过看新闻宣传而来

62%

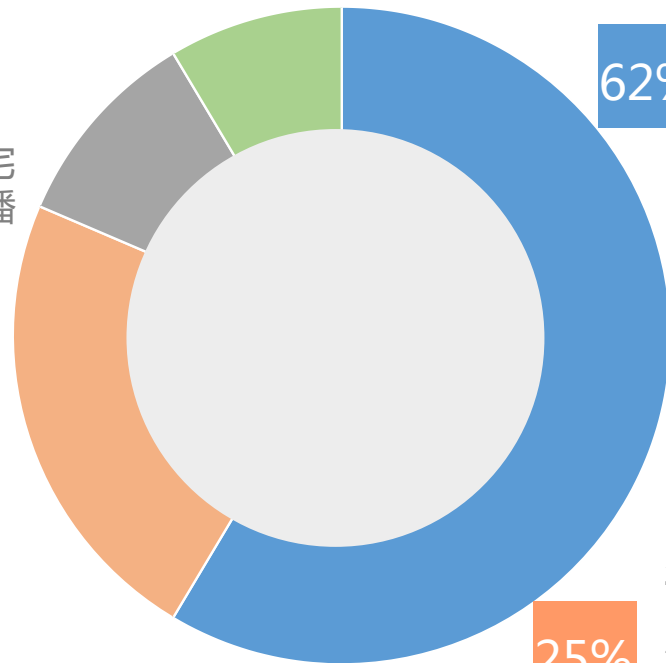
年龄30-49、本科以上学历、传统行业

房产、生活服务、建材家居、商务服务、金融财经、旅游酒店、餐饮美食、教育培训、医疗健康、大众消费、航天、政府公共服务

25%

年龄20-29、大专以上学历、IT科技、互联网相关从业者

IT、教育学生、电信/网络、技术人员、电脑硬件、网络购物、软件应用



数据来源：36大数据网站用户画像、百度指数、微信公众平台用户属性、微博微指数

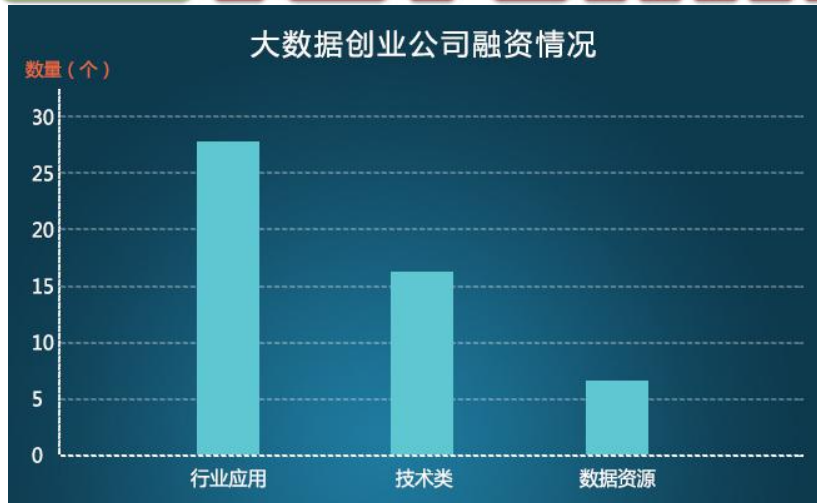
# 资本层面

时间	公司名称	公司类型	阶段	融资金额	领投方
2015/1/13	永洪科技	敏捷大数据分析	A轮	\$ 5000万	经纬创投
2015/1/17	九次方	金融大数据	未知	¥ 2亿	博信资本领投
2015/3/2	麦客CRM	数据收集	A轮	\$ 400万	红杉资本
2015/3/3	闪银奇异	金融、信用评估B轮	B轮	\$ 2000万	海纳亚洲创投基金
2015/3/25	艾曼科技	娱乐、影视大数据	A轮	¥ 6000万	荣联创富基金
2015/3/20	DataEye	移动互联网、手游大数据	A轮	¥ 5000万	亚商资本
2015/4/9	UClond	数据存储、云计算	C轮	\$ 1亿	君联资本
2015/5/22	同盾科技	大数据反欺诈	B轮	\$ 3000万	启明资本
2015/7/28	华云数据	大数据存储	C轮	\$ 1亿	海通资本
2015/8/28	数联铭品	金融大数据分析	B轮	¥ 1亿	鼎晖投资
2015/8/31	时趣	大数据营销	D轮	近亿美元	联想控股
2015/9/8	百分点	大数据技术与应用	D轮	¥ 4亿	光大证券
2015/9/15	数梦工场	数据库一体机、数据库、云计算	A轮	¥ 4.5亿	阿里巴巴、银杏谷
2015/9/16	悠络客	云监控、安防大数据	B轮	近亿元	东方富海
2015/9/18	海视智能	智慧交通大数据	A轮	¥ 2000万	复聚投资
2015/9/28	艺恩	影视大数据	A轮	¥ 千万元	中广文影和景林联合投资
2015/10/14	EverString	企业智能服务	B轮	\$ 6500万	Lightspeed等
2015/10/24	上海其明信息CCBI	基因云存储	天使轮	¥ 500万	张江火炬创投
2015/10/9	数据堂	数据源	B轮	¥ 2.4亿	中航信托等
2015/12/12	永洪科技	敏捷大数据分析	B轮	¥ 1亿	东方富海

# 那些拿到融资的公司



- ❑ 创业企业大多集中在做大数据应用；包括金融、游戏、旅游、电子商务、医疗、娱乐、影视等应用；
- ❑ 聚焦细分领域的大数据应用更容易获得资本青睐；
- ❑ 部分大数据企业并没有相关大数据技术，依靠政府扶持谋求发展；
- ❑ 拿到了融资的企业，多数已经在这个行业摸爬滚打2-3年，找到了商业突破口。
- ❑ 纯技术类的大数据公司较少



# 3

## PART THREE

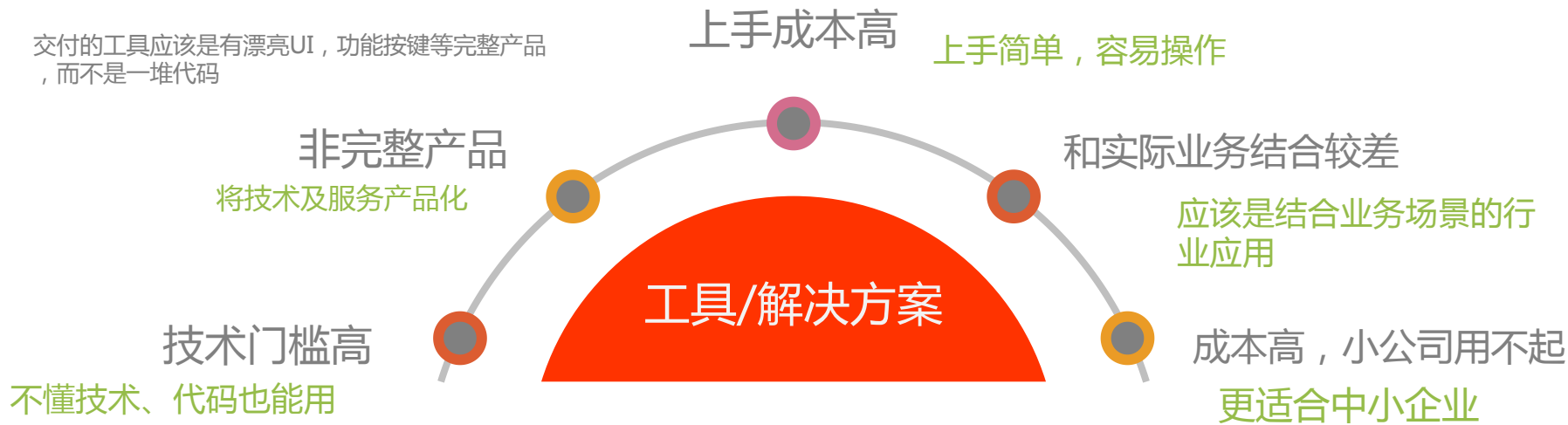
### 新创企业的机会及获客途径

我觉得真的是不缺钱，想法也满天都是。中国缺的是有一个想法，并且能够持之以恒把这个想法不断坚持做下去的人。  
—— 马云

## B2B业务工具方向

更需要傻瓜式，如同Excel那样的简单工具.....

苹果没有教大家用iPhone.....



B2B更多的是做工具和服务（数据可视化/商务智能/CRM等）

行业	应用价值	当前应用状况	未来应用场景
医疗	各地医院统一协调	药品研发	智能医疗平台化
	保健咨询服务系统	疾病治疗	电子健康服务生态系统
	新药研发	公共卫生管理	个人健康管理及预警
	便于医患沟通，提高诊疗效率	居民健康管理	个性化医疗保险
	疾病基因分析	健康危险因素分析	
金融	客户行为分析	银行大数据	金融产品垂直搜索和销售平台
	金融风险分析	保险大数据	全民征信
	运营分析	证券大数据	个人理财及投资电子化平台
电子商务	市场营销	广告追踪和优化	数据化运营
	个性化导购	产品分析	行业应用垂直整合
		用户行为分析	数据资产化
		推荐系统	商品来源可追溯及智能比价
零售	市场营销	数据营销	消费者全过程数据描述
	商品管理	精准管理	产业链营销重构
	提升运营效率	建立新市场增长点	着眼于线下数据的采集
	供应链环节		线上线下数据融合和系统对接
	新商业模式		基于消费者喜好定制化产品
通信	提升网络服务质量/提升书卷气	支持营销运营管理应用	社交网络分析
	精准洞察客户需求	客户体验管理	客户体验分析
	升级商业信息化解决方案	促进智能管道运营应用	客户价值分析
政府公共服务	加强统筹规划	智慧交通	政府的智能化
	提高智慧城市感知水平	智慧安防	数据驱动政府公共服务
	提高经济社会智慧化水平		促进政府的数据治理（反恐/环保/防灾等）

B2B业务-应用方向

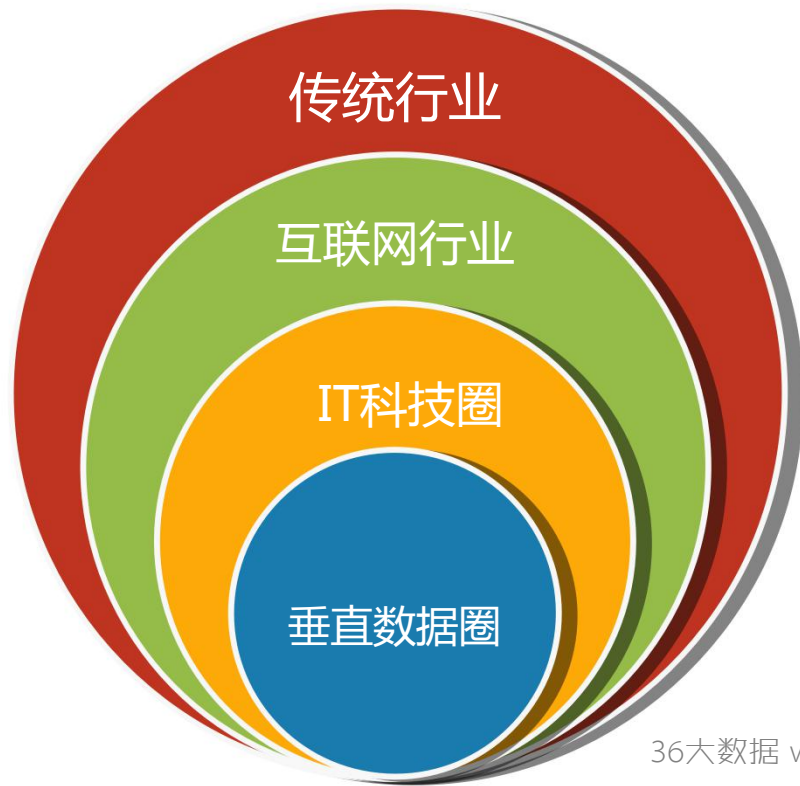
# B2C业务方向



B2C更多做得是产品应用



# 获客途径，你到底要拥抱谁？



## 传统行业

工业，农业，制造业，医疗，矿业、环保、汽车、家电、航空、房产、零售等

## 互联网行业

互联网公司，从事互联网行业的人员，电子商务，网络游戏，P2P，O2O，网络技术，搜索引擎等。如（华为、小米、BAT这样的公司）

## IT科技

IT科技媒体/社区/评论人/IT科技从业人员/极客/软件/硬件社区

## 垂直数据圈

数据公司，数据人才培养，高校数据社区，数据从业人员，数据技术人员

# 大数据公司从品牌传播到客户获取

B2C、B2B公司均适用

1.以品牌/技术为主  
，赢得行业好口碑

2.简单直接介绍自  
己的产品及产品特  
色，获得种子用户

3.垂直圈的用户体  
验是检验产品可行  
性的重要依据

1.合作为主，技术/品  
牌为辅，获取关注度

2.从技术角度和产品实  
用性出发，关于在于  
你能解决什么问题

3.专业性一定要强，多  
用数据为自己说话

1.案例为主，合作为  
辅，获得曝光度为

2.着重介绍大数据的  
用途及部署情况

3.多用案例和数据为  
自己说话，简单易  
懂的文章和生动的  
图片

4.以“抱大腿”促进  
合作交流为目的

1.客户为主，案例为  
辅

2.提供7\*24专业贴心  
服务

3.多换位思考，以促  
成合作为第一目的

4.积极响应客户的意  
见和建议，多收集  
客户的反馈

➤ 垂注数据圈

口碑/品牌

➤ IT科技圈

产品关注度

➤ 互联网行业

曝光度/合作

➤ 传统行业

大R用户获取

圈子是这么来“混”的

# 不同的时期，市场策略也不同

组建团队，拿到天使投  
把不用花钱的宣传先做一遍

创业期



项目开发期

配合技术团队，完善产品，收集用户反馈  
讲讲故事，维持市场热度，准备素材和资料

密集宣传，拿到客户订单.  
产品包装，市场推广，发布会，市场活动

项目推广期



公司成熟期

稳定收入，拿到新的融资，打开更广的市场，  
传授经验



# 多关注36大数据，参加36大数据的活动啊，(\*^\_\_^\*) 嘻嘻

## 星图数据CEO谷熠

大数据概念在国内的兴起，相关会议也如雨后天春笋般涌现，但内容质量参差不齐让人误以为大数据多为概念而落地甚少。36大数据举办的大数据中国行沙龙活动确让人眼前一亮，专注、专业的“小而美”风格，似乎感到置身在了TED大会，听大牛们畅谈关于大数据技术、应用和对未来发展的思考，听众能够有代入感的了解大数据的实战与应用。非常感谢36大数据邀请星图数据在沙龙中分享我们的成果及感悟，希望大数据中国行沙龙活动越办越好，成为大数据行业沙龙中的高质量品牌。

## 搜狐科技记者 林国振

这是36大数据下线活动的首秀，现场气氛爆棚让我感受到大家对大数据的兴趣和对36大数据的肯定，相信接下来的几场沙龙，36大数据会越办越好。



数据堂CEO齐红威

数据堂参加了3月6日36大数据中国行沙龙活动，并且我们在现场进行了分享。活动现场非常火爆，人员激情高涨，整场活动安排得井井有条，专业水准非常高。作为合作伙伴，我们很感谢36大数据搭建这样的平台，我们也会参加更多36大数据未来组织的活动。



GrowingIO创始人  
&CEO,张溪梦

很高兴参加了3月6日大数据中国行首秀活动，并且和大家分享了增长黑客的理念和应用。大数据落到实际商业应用当中，怎么用，如何为业务提供帮助？我们需要36大数据这样的媒体来推动大数据发展，拉近大数据企业与用户和传统行业的距离。活动办得很出彩，今后我们仍然会保持高度重视，并且会积极参与。



海航云商大数据总经理  
李晓东

3月6日的大会干货多多，信息量很大。既有理念上的启发，增长黑客这种组织形式，可以为新的企业提供一种迅速增长的模式；又有让人眼前一亮的方向，地产也可以使用大数据来评估，避免决策失误；还有数据如何合规交易，如何保护数据隐私等方面的很实用的方法借鉴。“大数

# THANKS FOR YOUR WATCHING

---

微信扫一扫，关注我们



36大数据 [www.36dsj.com](http://www.36dsj.com)