

周涛 用大数据服务人类

■ 本报记者 王萍

我们需要做得更快更好

记者:这家公司(指采访地点所属公司,实际上是两家或三家)目前有多少员工?

周涛:200 多人。

记者:主要做哪些业务?是大数据的咨询服务类吗?

周涛:也不一定是咨询服务类,大部分是做产品的,比如金融、品牌、人力资源、教育、文化、医疗等等。

记者:百分点呢?

周涛:百分点是我最早参与创业的一家公司,目前担任首席算法科学家,主要负责算法的设计和优化。

记者:目前这家公司的情况怎么样?

周涛:这家公司的商业模式是比较清晰的。产品和技术性人员比较集中。相对来说,运营成本比较高,因为北京的人力成本高。

记者:您这层楼几家公司的股东构成都不一样吗?

周涛:不一样。一个是做医药的,一个是做人力资源的。另外还有一个,相对跟我们关系要弱点,它是做数据采集和分析的一家公司,是我的一个学生创办的,跟我们公司没有股份关系。我们还有几家公司是放在外面的,此外我们通过机构和个人投资过几家公司,在各个垂直应用方向进行布局。

譬如在做移动互联网广告平台的,技术工程能力非常强,是目前最大的移动互联网的广告交易平台。北京、杭州等地企业的总体技术实力还不如成都好,但成都的市场,还有产品化能力,比不上北京。不过成本低很多。

成都这边的公司还没有真正实现现代化管理的思路,总体来说引进的职业经理人少,更多管理者都是原来的朋友、同事,人员之间还存在上下级、师生等关系。但是,无论如何,我认为我们是在做一件很好玩的事情。做这个事情呢,其实大家都是很“饥渴”的,我们需要做得更快更好。总体来说,我们走得比较从容。这不仅体现在我们不浮躁。公司的商业化氛围是有的,但我们不是完全以利益作为驱动。长期来讲,我们这个公司也许还会跑得更远一点,它有一些特殊性。

记者:有政府背景吗?

周涛:没有,是纯民间的。

记者:有报道说你是天才。你自己怎么认为?

周涛:我小时候比较聪明,一岁多就会下象棋,那个时候可能算天才。3 岁的时候发烧很严重,烧傻了,以后就不行了。

《大数据时代》真的是一部好书

记者:怎么想到翻译《大数据时代》这部书的?

周涛:很巧。正好拿到版权的这家公司和我关系很好,我很爱读他们的书。原来翻译的那位同志,他们在做分析数据,我们也在做这项工作,我们之间有联系,我们还要向他们输送研究生,我们本来就有一些合作。另外,我们对出版市场还是比较敏锐的,比如,哪些书比较好,可能会受关注,我们都有一个判断。我们数联文化做了很多书,我亲自参与的就这一本。有些书如果不是特别特别好,我可能不会去翻它。这本书真的是一本好书。

记者:就是说不是偶然的原因促使你去翻译这部书?

周涛:完全不是偶然,是必然。我本来也打算写一部这样的书,但是一直没有完成,到目前也只完成了百分之六七十。但我们不是写大数据时代,而是写一些商业案例,当然,里面有一些理论和框架,跟现在市面上看到的那些书还有点不一样,不是案例堆在一起。

对话盛杨燕(数联文化传播有限公司总经理)

记者:工作室目前的工作进展情况如何?

盛杨燕:整体来说我们工作室还跟以前一样关注大数据领域的尖端图书,国外这方面的图书,还有就是科研论文的翻译,这些都跟以前差不多。每年大概有十本图书的翻译量。

记者:工作室现在有多少个人?

盛杨燕:我们有四个人的固定团队。

记者:四个翻译?

盛杨燕:对,固定四个做翻译。除开财务,运营。四个固定的翻译,另外我们还会请一些懂技术的人员,比如,我们会请我们兄弟公司的技术人员来进行专业上的一些把控,有些书也会请涛哥(周涛)把关。

记者:现在手头在翻译些什么书,可以透露吗?

盛杨燕:类似于大数据在商业领域的应用这样的书,还有一些企业文化类的。

记者:工作室今后有什么计划?

盛杨燕:今后的话,我们主要还是对大数据这个行业的图书做翻译,把最新的最前沿的科学思想、新的技术介绍过来。这是我们目前主要的一个方向。

企业管理充分运用大数据

记者:企业在哪些地方可以用大数据?

周涛:所有企业内部管理包括人力资源等等方面都可以用到大数据。所以我希望企



人物小传

周涛,男,汉族,1982 年 4 月出生,电子科技大学互联网科学中心主任、大数据研究中心主任、教授、博士生导师。

他就读于中国科学技术大学少年班,并获理学学士学位。他于 2007 年 3 月赴瑞士学习,其间曾以访问学者、高级访问学者或助理研究员身份赴香港城市大学、香港中文大学、香港浸会大学、波兰华沙大学、韩国成均馆大学、意大利罗马大学、韩国高等科技研究所等短期访问交流。2010 年获瑞士弗里堡大学物理系哲学博士学位。

海量数据分析所产生的,商业模式,科学研究,生活方式,观念形态等颠覆性变化的组合,所以,实际上它是一种全方位的影响。

记者:数据是信息的一个载体对不对?

周涛:某种意义上讲,是这样的。分三层,最底下的一层是数据,中间这层是信息,数据要通过一些采集处理才能变成信息,数据的量是非常大的,但是很多数据可能是垃圾。有了这些信息之后,通过分析采集才能变成知识。是这样的三层。大数据实际上是一个横断性的东西,它带来的是一种方法论的改变,因此在各个方向都有影响,包括政府决策等等。

记者:数据的搜集目前你们靠什么来完成?

周涛:在早期,数据的搜集人力是占绝对主导。比如典型的像龙湖地产,十多年前,他们的售楼小姐通过客户的举止言行穿戴等等,把这些数据导入电脑。后来,绝大多数和

关于采访

采访周涛,我们准备了前后近 3 个月。

时间这么久有几个原因,一是我们的时间没协调好,周涛太忙了;再就是采访提纲的问题。

国庆前夕,在中国电信四川公司的一次活动上第一次见到周涛,在关于他的介绍里面,最惹眼的是“中国大数据之父”、“四川最年轻的教授”。那天的周涛,迎着热烈的夕阳站在舞台的一角,左手裹着绷带,完全脱稿讲了 20 多分钟的互联网和大数据。听完周涛演讲,我的一个同事非

关于周涛

周涛的名片是一张白纸,正面是他的名字,右下角是三个箭头连起来的一枚三角形的 LOGO,名片的背面,当中印着他的邮箱号码,右下角是与正面相同的符号,很特别。“一张白纸,才好画最新最美的图画。”32 岁,周涛还很年轻。还有大把的时间做很多事情,他的确没必要太快把自己定位在某个角色上面。或许他已经拥有了很多,但他还可以争取更多。年轻就有机会。

之前了解到的周涛是个神童似的人物,据说他记忆力惊人。记者看到的周涛是个很具亲和力的平凡人,有所不同的是,他可能比别人智商和情商高一些再勤奋一些、专注一些。他说他一岁多就会下象棋,三岁的时候发烧给“烧傻了”。在龙湖天街,在他参与创立的与大数据有关的公司——成都数之联科技有

关于大数据

周涛认为,大数据带来的是方法论的改变。

由周涛和盛杨燕翻译的《大数据时代》这部书成为央视热播纪录片《互联网时代》推荐作品。

《大数据时代》是由英国学者维克托·迈尔·舍恩伯格编写的,他被誉为“大数据商业应用”的第一人。《大数据时代》这本书非常前瞻性地指出了大数据目前为我们生活、思维、工作所带来的改变,大数据时代的开启是一个时代的重要的转型,这本书分别从三个部

起决定作用的都是靠传感器。

包括像我们现在进到的一些 4S 店,像福特(国外的)这样的公司,在入口就有摄像头,自动采集数据,像你衣服的 logo 都能采集到,什么牌子啊等等。像这样的一些装置,基本上就是自动化了。总体来说,靠人来采集,效率是比较低的,面对的还是一个小型的数据。如果我用机器来采集,或者人作为数据的产生方。比如,我要监测你的脉搏,检测你的体表导电率,人作为输出方,机器的应用比较广泛,人工采集越来越少了。

记者:互联网海量数据的收集是怎么做到的,怎么样做到它的合法性?

周涛:互联网海量数据的收集,大量数据的抓取本身是合法的,除了病毒和木马。抓取是对可看的数据,对已经是公开了的数据,我把它整个地下载下来,这是合法的。绝大部分的数据采集都是来自于各种各样的传媒。世界上最成功的传感器就是智能手机。

记者:你为什么不用智能手机?

周涛:因为太贵了。(笑)

记者:不是吧,肯定不是这个原因。你这个手机至少也要几百块钱。

周涛:120,还送话费 50,算下来 70。

记者:你是不是太了解智能手机的某种功能,所以你就不用?

周涛:不是这个原因。

智能手机能干什么事呢,我能知道你家住在哪,有没有小孩,根据你安装的应用,有没有汽车,有没有支付终端,是否打付费游戏,打游戏多少,上不上购物网站,买不买东西,炒不炒股。手机的水平误差还是比较大的。

我们对互联网上来自国家和政府的公开的社会数据进行采集,允许不同的企业在上面对换数据甚至交易数据,并进行数据的二次开发。在各垂直方向上,比如人力资源方面,我们主要进行人才的搜索,内部的绩效的管理,包括人才的聚集。这些都是典型的大数据的应用。品牌方面,我们可以解决品牌的精准营销,目标人群的定位等等。金融方面,我们主要解决企业和个人的征信问题,自动进行评分,等等。这方面例子就很多了。我认为在应用方面,大数据还是做得蛮好的。

变身大数据企业只需走五步

记者:企业如何才能成为一个大数据企业?

周涛:这个比较复杂一点。原来我们讲到企业分多步走。第一步,企业要有意识地去存储企业生产经营管理过程中的一些数据;第二步,企业应该建设一个数据管理平台,它不仅仅是数据中心,更重要的是能够根据企业的业务导向,能够管理并且分析产生应用价值的一个平台;第三步,企业必须培养一支能做大数据的队伍。主要要具备三大能力:第一是对大数据的处理能力,包括语音,视频,遥感,空间的数据等等。第二是要形成学习预测

常激动,像追星一样冲过去拉着周涛合影。

采访周涛的计划确定于 11 月,那时候,一场与西部有关的论坛被承办方炒得火热,广告甚至做到了我们办公楼的电梯间。广告上,周涛的照片与郎咸平并列挂着,在反复征求周涛意见的过程中,提纲一改再改,从最初的三个部分 9 个问题,浓缩到 3 个问题。他砍掉了关于个人成长和教育理念的两个部分,他的意见是,他个人不太适合做过多的宣传。我们的采访理由最初是“周

限公司和成都数联寻英科技有限公司里面,他是下属们的“涛哥”;在电子科大互联网科学中心、大数据研究中心他是周主任、周教授、博士生导师,他还有很多其他身份,并且在这些身份之间自如地转换。能够做到这些,需要一些良好的素养和妥善的计划和安排,包括这次采访,也是他于百忙之中调整了时间之后才得以进行。

说来也许没几个人相信,真实的周涛只用 120 块一块还送话费的手机,至于为什么不用智能手机,他的回答是“太贵了”。也许是他留洋背景形成的独特价值观使然,也许是他太了解智能手机作为传感器或者“信息终端”的所有功能。也许吧,但这并不影响他同时兼顾多项工作。我们聊天的时候他就用这部功能简单的手机接听电话和发布指令,后来

分来讲述了大数据时代的思维变革和商业变革以及管理上的变革,是国外大数据研究的先河之作。

因为翻译了这部书,数联文化续存至今,并且始终致力于大数据行业的各种尖端书籍、科研论文、学术思想的介绍。数联文化的全称现在是成都数联文化传播有限公司,隶属于周涛担任总经理的成都数之联科技集团。数联文化由盛杨燕担任总经理,因此,对话中有关这部分的内容都是由盛杨燕来介绍的。

大数据的商业应用,无论中外,已经相当

分析的能力。第三,是要形成高性能计算。

第四步,企业要懂得外部创新,形成自己的数据战略储备。第一点是说存企业内部的数据,除此而外,还应该存储一些外部的数据,因为有时候解决企业问题,只有内部数据还不够,还得通过外部数据的储备,把外面的数据拿进来解决某些问题,或者你能找到相关的合作厂商,能够让他们提供数据,让他们来做解决方案。企业自己要有外部创新的概念。

最后一步,企业要有对数据的开放共享的概念,通过开放共享,通过数据交换,在合法的情况下,或者向社会公开一部分数据,把一些有代表性的数据抽象成数学计算机的问题,通过竞赛的形式,集中一批人,帮你解决这些问题。一定要把数据拿出去,利用数据来吸引资本和聪明的头脑,或者利用数据来吸引更多其他的数据。

通过这么五步,可以让一个企业变成一个大数据的企业。大数据本质上来说是理念,其次才是技术。

记者:请介绍一下国内大数据与国外的差距。

周涛:在美国,对大数据的投资大概有 30%多一点是对基础设施的投资,包括云加速计算加速技术,硬件的技术,体系结构的架构技术,混合的计算模式。70%弱一点是投在各个垂直应用方向。中国的情况是 95%多投在应用方向,百分之三点几投在基础创新方面。从这个角度讲,中美的差距或者中西方的差距在于基础创新,我国很少,我国在硬件上基本上没有什么值得一提的创新。

记者:我国在大数据的应用上是不是应该说才开始?

周涛:实际是这样,应用方面中西方没有什么差距,我国百分之九十五以上都是投在应用方面这就很能说明问题。

记者:我们在商业应用上是不是有些滞后?

周涛:商业应用也没什么滞后,反而是我们很快赶上来并且差不多了。为什么这样说呢,我们是原始创新差,我们用别人的技术都是要付费的。国外掌握了原始创新,基础创新,但在应用层面中国跑得很快。别人做出来了,我们就拿过来用。主要原因还是中国商业化的环境要更宽松一些,所以在应用层面做的比较好。

举几个比较典型的应用,比如金融方面,我们利用企业的进销存 erp 的数据,还有网上公开的电商企业,根据这些网上公开的可抓取的数据,就可以进行企业征信评估,并且帮助企业进行贷款管理。对于个人也是一样的。我们有个人的媒体访问数据,包括你居住地的经济水平,消费水平,你关注大宗商品的情况,关注奢侈品的情况等等,我们把这些数据进行排列然后提供给银行。

大数据在互联网的应用比较早,在 2012 年的时候,我们还不大讲这个概念。

涛在大数据领域的卓越贡献”,周涛也不认同这一说法,但是请他聊与大数据有关的话题他还是有兴趣。在大数据应用领域,我们当初的问题涉及到他回国后参与创立的第一家公司“百分点”,他也认为采访不便涉及到具体企业,有软文嫌疑。但是在正式采访的时候,他几乎是有问必答,一些问题被列为“闲聊”,他会提醒“这就不要报了”,对于“百分点”的情况他也是在这种氛围下随便聊到,并客观分析了其中的利弊。

来他歉意地说:“我关掉手机。”然后,这部手机时而在他手上旋转,时而在他面前的桌面上旋转,偶尔“啪嗒”一声,掉地上了。我听录音的时候,还能清晰地听到他的手机轻轻地摩擦着桌面。这旋转的手机,就像是他高速运转的大脑。

周涛毕业于中国科学技术大学少年班,但他不是少年成才的典型,事实上他上大学时是 18 岁,因为参加各种竞赛拿了很多奖。之后他赴瑞士学习,其间曾以访问学者、高级访问学者或助理研究员身份赴香港城市大学、香港中文大学、香港浸会大学、波兰华沙大学、韩国成均馆大学、意大利罗马大学、韩国高等科技研究所等短期访问交流。2010 年获瑞士弗里堡大学物理系哲学博士学位。

普及,几乎涵盖了我们生活的各个领域。曾经,这样的场景在外国电影里并不少见:某机构为了寻找某种特殊人才,计算机飞速搜索,最后锁定。这其实也是一种大数据的应用。现在,这样的场景应该已经比较常见了。在将来,以及将来的将来,大数据时代会存在多久?大数据时代之后又是什么时代?无论将来怎样,在大数据唱主角的这个时代,企业都将充分运用大数据带来的便捷,把自己变成大数据企业,让大数据为企业管理服务,为人类服务。