

DATA

How the
Information Tidal Wave Is Driving
New Business Opportunities

数据新常态

如何赢得指数级增长的先机

[美] 克里斯托弗·苏达克 (Christopher Surdak) 著 余莉译

一幅大数据时代企业创新业务模式的路线图

移动互联、社会化媒体、可穿戴技术、
在线娱乐、云计算、物联网……

催生6大数据成熟度模型，
谁将成为下一个产业颠覆者？

DRIVING



浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

DATA

How the
Information Tidal Wave Is Driving
New Business Opportunities

数据新常态

如何赢得指数级增长的先机

[美] 克里斯托弗·苏达克 (Christopher Surdak) 著

余莉 译

CRUSH

藏书

图书在版编目 (CIP) 数据

数据新常态：如何赢得指数级增长的先机 / (美) 苏达克著；余莉译.
—杭州：浙江人民出版社，2015.3

ISBN 978-7-213-06532-3

浙江省版权局
著作权合同登记章
图字:11-2014-237号

I. ①数… II. ①苏… ②余… III. ①企业管理 - 数据管理
IV. ① F270.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 009595 号

上架指导：经济趋势 / 大数据

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市盈科律师事务所 崔爽律师
张雅琴律师

数据新常态：如何赢得指数级增长的先机

作者：[美] 克里斯托弗·苏达克 著

译者：余莉 译

出版发行：浙江人民出版社（杭州体育场路347号 邮编 310006）

市场部电话：（0571）85061682 85176516

集团网址：浙江出版联合集团 <http://www.zjcb.com>

责任编辑：徐江云

责任校对：朱志萍

印刷：蕺城市京瑞印刷有限公司

开本：720 mm × 965 mm 1/16

印 张：17

字 数：18.8 万

插 页：3

版 次：2015 年 3 月第 1 版

印 次：2015 年 3 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-213-06532-3

定 价：54.90 元

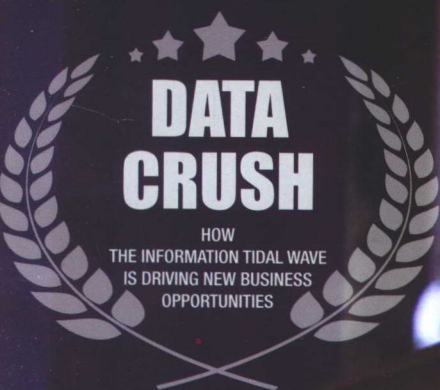
如发现印装质量问题，影响阅读，请与市场部联系调换。

C 湛庐文化
hearsPublishing



a mindstyle business

与思想有关



CHRISTOPHER SURDAK 克里斯托弗·苏达克

商业数据系统与业务模式的设计者和创新者

DATA CRUSH

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com





从火箭系统工程师到数据科学家

克里斯托弗本科就读于宾夕法尼亚州立大学，主修机械工程学，1992 年毕业后，进入世界最大的国防工业承包商、世界级军火“巨头”洛克希德·马丁空间系统公司总部，担任空间系统工程师和火箭专家。工作伊始，他并没有打算去上研究生。两年时间转瞬即逝，1994 年，一个偶然的机会之门向他打开：他的上司想要去宾夕法尼亚大学沃顿商学院攻读高级技术管理学的硕士，并鼓励他一起去。

在攻读硕士学位期间，克里斯托弗主要

研究工业技术的应用以及用数据量化数字卫星电视市场的发展状况，并作出预测。这些信息技术和策略不仅帮助洛克希德·马丁空间系统公司在这一领域的预测创新拓宽了市场，而且为他之后成为业界公认的数据科学家打下了坚实基础。在攻读硕士学位期间，克里斯托弗还获得了摩尔奖学金。

2008 年，克里斯托弗又攻读了美国维拉诺瓦大学信息安全学硕士。2009—2014 年，他又于美国塔夫脱大学攻读了法学学士。

DATA
CRUSH《财富》500强企业
技术布道师

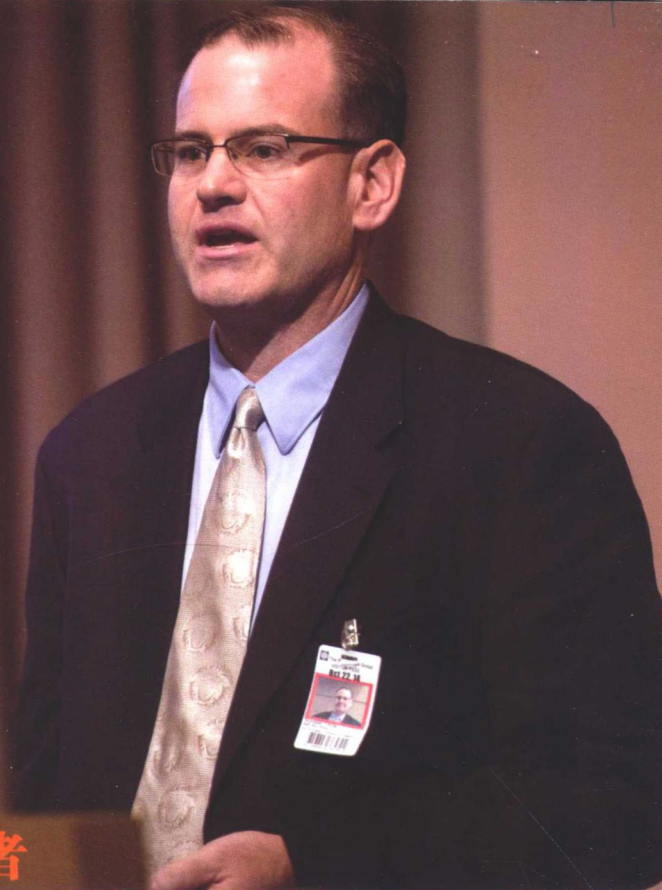
1995年，克里斯托弗离开洛克希德·马丁空间系统公司，先后于BDM信息技术公司和玛氏糖果公司担任高级战略顾问，之后又在埃森哲、西门子、戴尔公司和花旗银行等领先企业担任高级战略顾问和技术架构师。1997年，克里斯托弗出任花旗银行IT业务部副总裁，两年后，他离开花旗开始创业，创办了Semeru Solutions AKA Edaptable公司。2000年，他接到eFORCE Global公司的邀请，任战略高级总监一职。时隔3年，他转而投向戴尔集团，并在解决方案架构师的职位上作出了巨大贡献。2005—2006年，他在Applied Computer Solutions公司任专业服务副总裁一职。从2006年开始，他在西门子公司做了4年多的解决方案总监，并于2011年加入埃森哲，任高级经理和技术架构师。

20多年来，作为《财富》500强企业的“技术布道师”，克里斯托弗旨在帮助企业设计和实施企业级信息管理系统，以应对Web2.0时代带来的挑战。他既是美国、日本、新加坡、韩国等发达国家的战略专家，又是美国商务部和美国纽约州、科罗拉多州、犹他州、洛杉矶市的“高级智囊”，还是世界银行、国际货币基金组织、摩根士丹利、花旗银行等组织和金融巨头的领先顾问，更是国际知名跨国公司百事可乐、三星、沃尔玛、西门子、UPS、福特、赛诺菲集团、全美互惠保险公司、约翰·迪尔公司、霍尼韦尔公司、默克公司等的高级咨询师。

时至今日，克里斯托弗俨然已经成了信息管理、分析、隐私政策、社会化媒体以及电子化搜寻方面的全球专家和集大成者。



商业大数据践行者



克里斯托弗是商业大数据领域公认的专家，在内容管理、大数据、信息安全、法律法规以及云计算方面有着丰富的实践经验。

多年来，克里斯托弗一直致力于帮助企业利用大数据应对商业挑战。他意识到，传统的ERP系统已经不再适用于企业今日要应对的数据巨浪，新的商业范式已经成型。在此基础上，克里斯托弗构建起了场景化、社交化、量化、应用化、云化和物联网化等6个大数据成熟度模型，并认为，这一数据新常态将引领企业在海量数据中获得重生。

就像 getAbstract 国际图书奖委员会对他评价的那样：“对于商业人士来说，克里斯托

弗的观点一方面可以帮助企业一窥商业的大未来，而另一方面，对于想要保持商业旧范式的人来说，则是一声令其觉醒的警钟。”

作者演讲洽谈，请联系

speech@cheerspublishing.com

加入湛庐读者俱乐部庐客汇，请联系

look@cheerspublishing.com

更多相关资讯，请关注



湛庐文化微信订阅号



庐客汇，思想与人的联结。

湛庐文化
Cheers Publishing

特别
制作

想知道有多少人正在与你同读这类书吗？

想知道这些同好都身在何处吗？

.....

扫描二维码，获新知，觅知音。



关注“庐客汇”，回复“数据新常态”，
获取不一样的惊喜！

DATA CRUSH

中文版序

数据新常态，商业大未来

2008年，我第一次来到中国，与妻子在北京和上海待了10天。早前两年，我姐夫在当时的新首都国际机场担任高级工程师，姐姐便在北京附近居住。2008年我去北京正赶上机场完工，也是北京举办2008年夏季奥运会的前夕。

在北京，我们参观了不少历史古迹，如颐和园、长城和故宫，去了天安门广场，又穿插着游览了一些新式建筑，如鸟巢、水立方和新航站楼。上海之行让我们更深刻地体会到了中国的过去和未来之间这种戏剧性的二元分裂。我们漫步于上海外滩，徜徉于豫园，向远眺望，隐约可见明珠塔、上海世贸大厦矗立在浦东新区黄浦江畔。

一股变革的暗流正在涌动

2008年的那次旅行，让我始终感觉自己被一股由活力、希望、内驱力组合成的暗流推动着，那是一股变革的暗流。在此之前，我只有过几次

这样的体会。第一次是在我初出大学之时，赶上“火星观察者”号探测器发射，作为一名火箭系统的工程师，我对此满心支持。第二次是在1999—2000年互联网泡沫出现时，我创办了自己的公司。第三次是在2002年的一次华沙之行，当时波兰刚从外部力量主导国内政治长达几个世纪的阴霾中走了出来，正经历着奇迹般的复兴。每次这样的经历，我仿佛都听到耳边充斥着嗡嗡、啞啞的声响，感觉有一种精神渗透我的思想和灵魂，让我充满能量，让那些平常没有受到注意的欲望得到给养。

每有这样的经历，我都为人性挣脱束缚，获得解放和被迫开拓创新所达到的高度而感到震撼。我们是流浪者、是移民、是探险者。我们一直在这个地球上四处游荡，探索新环境，寻求新体验、新思想，算起来至少有两万年的历史了，而且根据最近的一些记录显示，这段时间更长达10万年。我们的这种“旅行癖”深深植根于灵魂之中。有鉴于此，许多人只有在发现和体验到新事物的时候才会感到真正的快乐，也就不足为怪了。

商业新范式已经形成

我们今天生活的社会总在不断变化，且变化的速度也越来越快。这种改变渗透到了我们日常生活的方方面面，并不断侵蚀着我们视为理所当然的观念、信仰、结构以及经验。最让人惊奇的并不是这些变化来得如此之快，而是所有人所表现出来的轻松自在，甚至是非常欢迎。

现代社会已经关注全球化、质量、信息技术以及连通性长达50年之久，这些努力取得了一些出人意料的成果，而下述内容就是这些努力造成的一些主要影响。

◎ 质量。消费者总是要求完美，认为差之毫厘，就失之千里——对于有

任何瑕疵的产品或服务，他们会迅速抛弃，然后选择其他产品或服务。

- ◎ **无处不在。**得益于全球化和准时制物流，人们可以随时随地获得几乎一切物品，因此，对大多数企业来说，做不到无处不在就不被消费者接受。
- ◎ **即时性。**全球化、物流和智能手机 App 也创造了需求得到即时满足的期许。消费者希望，如果你无法通过预测他们的需求或提前满足他们的需求，那起码要做到即时满足他们的需求。
- ◎ **脱离。**过去，人们习惯自己先找到问题的解决方案，然后，在维持一定控制权的情况下，将特定的工作外包出去。以后，情况会有所不同——消费者在乎的只有结果，至于结果怎么得来，他们会越来越不关心。
- ◎ **亲密感。**随着消费者越来越不关心他们获得产品和服务的方法，他们会越来越渴求其他形式的联系。因为，当人们的需求越来越容易得到满足时，感觉自己是某个团体的一员会变得越来越重要。
- ◎ **目标。**最终，上述这些趋势会让很多人有一种漂泊感，因此，他们会渴求一种目标感，并急于寻找存在的理由和能激发自己热情的事物。任何能够满足人们这种对目标的需求的企业，都会对这类人产生重要影响。

总之，这6大发展趋势也将成为商业新世界的基础，这些数据与商业世界的“新常态”是所有人在这个自己一手创建出的新世界里生活的新方式。

不断增速的变化也是数据新常态的一部分。当一个新的App或新的电子产品推向市场，我们既会立刻接受它，也会迅速厌倦它。新智能手机在发售的第一天就能实现数百万台的销量，同样，新的App在风靡的时候，照样可能实现单日数百万的销售量。似乎是我们所处的技术驱动型社会激发了我们内心深处对发现和改变的渴望，并且我们受到高度刺激，这种渴望进入了一种既疯狂又活跃的状态。总之，我们对求新求变的渴望并未被填满，反而与日俱增。

如今，许多人都沉迷于智能手机和社交网络。这种沉迷现象毫不奇怪，因为他们从使用智能手机和社交网络中得到了快乐。互联网公司早已看清，人们对发现和新奇事物嗜好成瘾，而这种嗜好直接催生出了人们对不间断互联的渴望、随时娱乐的欲望，以及期待立即得到满足、不断获得刺激的心理；于是，它们用尽一切可行的手段来满足这些需求。

这场革命给希望参与其中的企业带来了机会和挑战。在一个崇尚变化高于一切的世界中，企业要如何保持信息、品牌和价值定位始终如一呢？几乎可以肯定的是，答案就在数据和分析上。

自从进入计算机时代以来，数据分析已经成为公司业绩的一个关键驱动力。信息的实用性让公司的业绩得到不断提升并更好地满足受众的需求。正如杠杆、滑轮和车轮增强了人类肢体的能力，数据和分析提升了人类思维的能力。源自数据与分析的新见解和知识的应用将成为未来数十年经济增长和实力的基础，唯有那些适应这种根本变革的企业，才有可能经受住它所造成的破坏，并生存下来。

未来的世界是数据的世界

这不禁让我又想到了中国和它未来的发展壮大。中国过去30年的发展大多得益于其经济和人口的工业化。简单的供需经济原理和劳动套利，让中国在短时间内以惊人的速度赶上了西方世界科学技术和社会发展的步伐。中国的经济奇迹由此诞生，并得以跻身全球经济排名的前列。

然而，中国工业化和经济现代化的大部分价值已经被开采完了。为了保持持续增长的势头，中国的企业必须改变其运营方式、价值定位和企业战略。中国企业必须抛弃过去利用低廉的劳动力和原材料生产西方设计的

产品，从中赚取微薄的利润的旧模式，现在就开始培育14亿人的知识财富，发明自己的专利技术。

人类历史上最重要的一些发明就是出自古代中国，包括丝绸、纸、火药、印刷术、纸钞等。甚至在过去4 000多年里，中国也一直都引领着人类科学技术的发展。可惜，明朝的灭亡让这种创新和探索的环境遭到毁灭，让中国的发展停滞了将近400年。郑和船队的终结代表的不仅仅是探索能力的丧失，也断绝了探索的意愿和欲望。

为了保持自己的优势，中国必须重新找回探索 and 了解这个世界的欲望。中国必须拥抱技术带来的改变，开始定义世界的新常态，而不仅仅是迎合别人提出的新常态。长城、大运河和过去50年的经济增长奇迹都是中国人发挥人力优势所创造的骄人成果，而中国利用数据、分析和人民智慧的能力将决定它能否在今后50年延续之前的成功。

如果成功，中国能够再次引领人类科学技术的发展。我本人相信中国能够取得成功，也热切想要看看中国在重新解读时间、医学、战争、科学和农业的概念之后，还能为世界带来什么。

克里斯托弗·苏达克

于洛杉矶

DATA CRUSH

推荐序

大数据，一切有效商业决策的基础

AIIM 主席兼 CEO

约翰·曼奇尼 (John Mancini)

作为美国信息和图像管理协会 (AIIM) 的主席兼 CEO，我每天都有机会与上千位信息管理专家交流。对于那些奋斗在信息管理前线的 10 万多名员工来说，AIIM 就是他们的重要资源。

在任职期间，我曾与克里斯托弗·苏达克有过数年的合作，我们还合著了一本有关社会化媒体和协作管理的电子书。在交流的过程中我发现，苏达克在管理数据和信息方面有着非常丰富的经验，而且对其极具掌控力。

许多新的市场力量正在给我们的世界带来天翻地覆的变化，其中包括移动性、云计算、社会化媒体和数字商业。每一股力量都能极大地促进数据的增长和商业的变革，然而只有它们之间的相互依赖和共同反馈才能真正改变商业环境。它们合力引发的变革将会影响全球商业的方方面面。

不管是公司还是个人，都会受到这些商业变革的影响。因此，看清楚

新的商业环境，弄清自身所处的位置变得非常重要。首先要意识到，你的公司现在仍处于一个充斥着数码产品及其产生的大量数据的世界，然后就是要找出新的方法，让你的公司在这场变革中发展壮大。

在这本书中，苏达克向我们描绘了与我们紧密相连且高度数字化世界的蓝图，并告诉我们要做些什么，才能为应对未来的竞争做好充分准备。苏达克还在书中指出，在世界变得更加紧密、复杂的背景下，数据是如何成为商业货币和一切有效商业决策的基础的。

多年来，很多公司都对资金管理、金融资产有了自己的诸多管理体系和策略；它们通常会有专门的员工管理体系来管理人力资源；而且，它们还会用 ERP 系统来管理实物资产。可是，很少有公司会拥有专门的体系和策略来管理自己在数字时代最重要的资产——信息资产。然而，正是这些信息资产决定着企业在商战中的成败。在这场“战斗”中，企业面对的是深受数字化影响而关注焦点不再集中于某一家公司的消费者。

我相信，读完这本书后，你会觉得它颇具趣味性，更具实用性。对此，我就有所体会。而且，苏达克书中提出的建议可以减少数据超负荷对企业的不利影响——救你于杂乱数据的“水火”之中，并帮助你学会如何驾驭这些数据！

指数级增长下的数据大爆发

作为一名技术顾问，我总是在追随最新、最伟大的科技和趋势的步伐。在过去 10 年中，我意识到，在科技和互联网领域，有一股暗流正在涌动，这股力量既是新科技的促成者，又是科技进步的潜在障碍，它就是数据增长。

如果你是众多“已被连接者”中的一员，那么可能你每天做的第一件正事就是登录电子邮箱。你每天都会费力地翻阅几十封邮件，试着找出哪些邮件值得关注，而哪些应该删除。或许你已经注意到了，过去几年中，你每天收到的邮件数量都在缓慢而平稳地增加。你或许还注意到，从这些邮件的内容来看，有些第三方平台似乎非常了解你的喜好，比如想买什么东西、想在哪儿吃饭，等等。

如果你的工作与信息技术有关，那你或许还会更进一步发现，你越来越多的工作内容正与日益增长的数据相关。不管你从事什么样的职业，世界都正在被数据洪流所淹没——我们越是利用和依赖数据，生成的数据就越多。