大数据时代，几个例子告诉你什么是大数据

工具类厂商蓄意炒作大数据，以达到售卖产品的目的，但导致的结果是很多人对大数据这一概念云里雾里。实际上，大数据就发生在你我身边，虽然你看不到它，但它却时时影响着我们的生活。
　　现阶段，和大数据相关的企业有三种。一种是工具类公司，他们宣传得最卖力，并且把大数据吹出了泡沫，原因是它们希望把自己的产品卖给企业；一种是依托于大数据从事咨询服务类的企业；还有一种就是实实在拥有大数据的公司，它们和我们休戚相关，也就是下面的小故事所要阐述的内容。
　　第一个故事，百货公司知道女孩怀孕
　　美国的Target百货公司上线了一套客户分析工具，可以对顾客的购买记录进行分析，并向顾客进行产品推荐。一次，他们根据一个女孩在Target连锁店中的购物记录，推断出这一女孩怀孕，然后开始通过购物手册的形式向女孩推荐一系列孕妇产品。这一作法让女孩的家长勃然大怒，事实真相是女孩隐瞒了怀孕消息。
　　点评：看似杂乱无章的购买清单，经过对比发现其中的规律和不符合常规的数据，往往能够得出一些真实的结论。这就是大数据的应用。
　　第二个故事，搜狗热词里的商机
　　王建锋是某综合类网站的编辑，基于访问量的考核是这个编辑每天都要面对的事情。但在每年的评比中，他都号称是PV王。原来他的秘密就是只做热点新闻。王建锋养成了看百度搜索风云榜和搜狗热搜榜的习惯，所以，他会优先挑选热情榜上的新闻事件来编辑整理，关注的人自然多。
　　点评：搜狗拥有输入法，搜索引擎，那些在输入法和搜索引擎上反复出现的热词，就是搜狗热搜榜的来源。通过对海量词汇的对比，找出哪些是网民关注的。这就是大数据的应用。
　　第三个故事，阿里云知道谁需要贷款
　　这是阿里人讲述的一个故事。每天，海量的交易和数据在阿里的平台上跑着，阿里通过对商户最近100天的数据分析，就能知道哪些商户可能存在资金问题，此时的阿里贷款平台就有可能出马，同潜在的贷款对象进行沟通。
　　点评：通常来说，数据比文字更真实，更能反映一个公司的正常运营情况。通过海量的分析得出企业的经营情况，这就是大数据的应用。
　　第四个故事，中移动挽留流失客户
　　iPhone进入中国后，铁杆的移动用户王永铭加入了联通合约机大军。由于合约机承担了大量通话内容，王永铭将全球通换成了动感地带。三个月之后，王永铭接到了中国移动的10086电话，向他介绍中移动的优惠资费活动。一位移动的工作人员称，运营商会保管用户数据，如果话费锐减，基本上就是流失先兆。
　　点评：给数亿用户建立一个数据库，通过跟踪用户的话费消耗情况，运营商就能知道哪些用户在流失。这就是大数据的应用。
　　第五个故事：工薪阶层如何省小钱
　　上汽通用五菱股份有限公司的肖伟，是个不折不扣的网购专家。区别于菜市场的费力砍价，肖伟的作法简单多了，登陆各种比价网站，然后选择最便宜的正规店下单。
　　点评：比价网站通过海量的产品信息抓取，比如抓京东、天猫、易购的数据，然后将价格由低到高进行排列，这也是大数据的应用。
　　第六个故事：公关公司的舆情监督
　　这是一个离职公关人的故事。她参与和间接参与了很多危机公关事件，比如雷士照明的创始人股东之争，比如罗永浩砸西门子冰箱事件。她说，她每天的事情都是上网搜索事件的热度，然后决定下一步的动作。
　　点评：实际上你的每一下搜索，都是基于海量数据进行的，这实际上也是大数据的一种应用。
　　第七个故事：商用社交开始决定百事可乐的营销计划
　　这年头，广告主越来越精，他们希望花的每一分钱都有所回报。面对五花八门的营销活动，到底哪一种才是最合适的呢？百事可乐的作法很简单，它们购买了社交信息优化推广公司SocialFlow的服务，对数据进行分析，从而知道何种营销活动的传播效果更好。
　　点评：广告主越来越喜欢为类似Social Flow的服务付费，基于海量数据分析然后得出结论的企业营销行为，也是大数据应用。
　　第8个故事：每天，我们借助大数据完成微信上的互动
　　田宇是一个85后小姑娘，每天她用微信来记录心情，并且和网友分享图片，此外还有各种语音聊天。全国有数亿像田宇一样的人在使用微信，每天都有大数据在微信这个平台上跑着。
　　点评：可能你不知道，但你每天都在使用和大数据相关的工具。
　　第九个故事：大数据解救了每一个“地理白痴”
　　李小茗是个“地理白痴”，所以他下载了一个高德地图。没有安装导航的原因，是因为这一产品付费，且占据了超过3G的内存。只要花一点流量，李小茗就能在地图上查看自己所处的位置，以及周围的建筑。
　　点评：虽然李小茗不知道什么是大数据，但每个在他地图屏幕上跳出来的坐标，实际上都是由大数据堆成的。