

2017

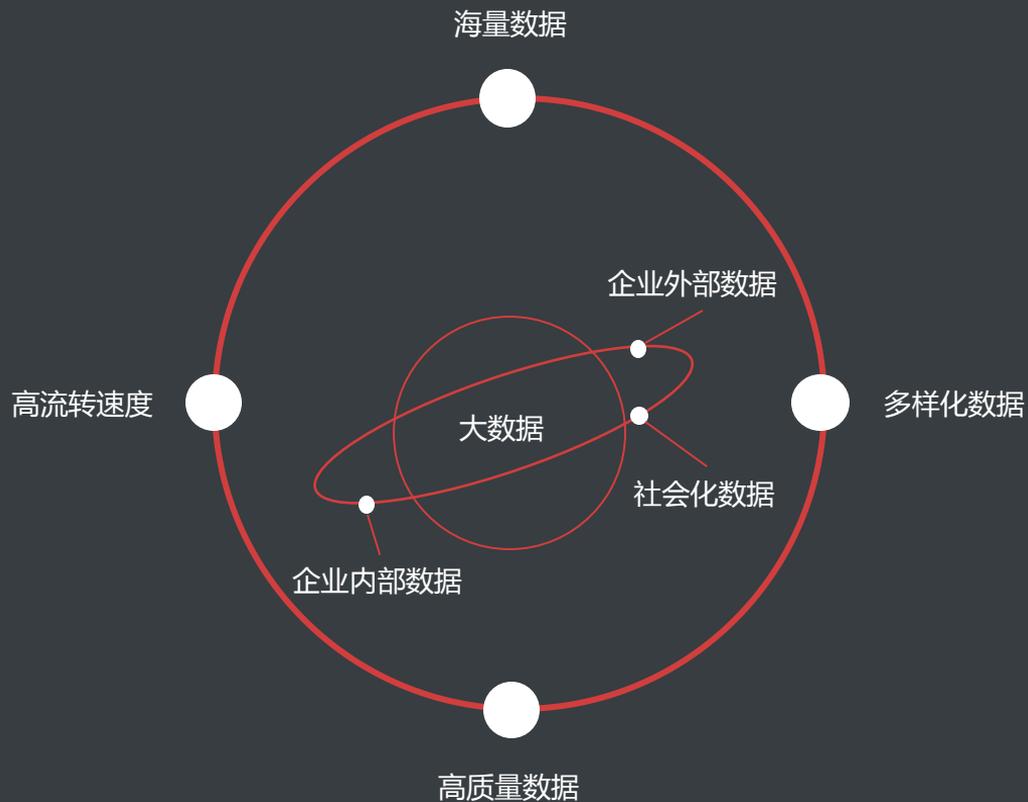


移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

大数据 市场用户实践研究报告

2017年07月15日

大数据处理篇



移动信息化研究中心认为：

- 大数据是基于**企业内部数据**+**企业外部数据**+**社会化数据**提供的**海量的多样化、高质量、高流转速度**的数据集进行动态分析及洞察预测。

注：

企业内部数据：由企业内部生产、运营等产生的所有相关数据；

企业外部数据：是指“暴露”在公共领域能被任意第三方获取的相关数据；

社会化数据：是指关乎社会民生信息、个人行为产生的所有相关数据。

CONTENTS

- 01 研究概述
- 02 核心观点
- 03 大数据市场发展环境及现状
- 04 大数据市场用户研究
- 05 典型厂商介绍及标杆案例分享
- 06 趋势

研究概述

研究概述



□ 关于本报告

本报告首先针对国内大数据市场整体现状进行研究。而后重点针对大数据处理市场现状进行梳理、调研及分析，以用户的视角进行研究透析市场现状及发展。



□ 研究背景

大数据概念兴起多年且愈演愈烈，而在繁荣表象的背后，大数据实质落地情况到底如何，是业内较为关注的。因此，移动信息化研究中心推出本报告，基于用户视角寻找市场潜能。



□ 研究目的

- ✓ 梳理目前大数据市场发展环境及现状
- ✓ 梳理用户实践情况，透析大数据处理市场潜能
- ✓ 寻找大数据处理市场变化，做出合理预期

研究方法

- 定性研究：通过与10+厂商专家及用户专家面访，了解当前市场整体概况及大数据发展的关键性内容。
- 定量研究：通过前期的面访调研，设计调研问卷，通过对用户市场的调研，加以印证和确认实际的市场状况及用户评价。



重要说明

- 本次报告的数据截止 2017 年6月。
- 调研企业用户样本5000+，有效样本150+。
- 本报告中，提及的企业规模分类按照人员规模划分，200人（含200人）以下为中型偏小企业，200-1000人为中型偏大企业，1000以上为大型企业。
- 本报告中提及的“厂商”，均为大数据产品和服务供应商。
- 本报告中提及的“大数据处理市场”是指围绕大数据的采集、存取、集成、融合等关键环节提供产品/服务的市场。
- 在后继的研究过程中，移动信息化研究中心可能更新部分数据，如果市场没有重大变动，移动信息化研究中心将不再形成单独的报告来说明。

2

核心观点



大数据市场总体现状

观点1

大数据市场仍处于普及教育的早期阶段，距离进入市场发展的“快车道”尚需关键“钥匙”的激活。

- 目前，仅有**少量**的企业在实质上应用大数据产品/服务。
- 投入紧张、人才难觅、数据欠积累成为激活市场潜能的关键“钥匙”。从暂未引入大数据技术的企业来看，**43.6%**的企业由于预算不足，**28.2%**的企业由于人才的匮乏、**23%**的企业由于数据积累的匮乏暂无导入大数据服务/产品的计划。

观点2

企业用户目前的实践主要集中于大数据的“入门层级”，即围绕着大数据处理实践进入“战备”。

- 大数据处理是大数据实战的基础准备，**98.1%**的企业用户围绕大数据处理做出重点实践。
- 随着实践经验的增加，用户对于大数据处理相关产品/服务的投资逐步提高。尤其是实践越久的用户，年度投资在百万元以上的比例越高（实践1年以内的用户中有**10%**投资在百万元以上，实践1-3年的用户中有**14.6%**，实践3年以上的用户中有**15.0%**）。



用户实践大数据处理现状

观点3

具体实践路径呈现出明显的特征：从互联网媒体获取信息→以厂商服务能力为重要选型参考→从原厂购买产品/服务。

- 在前期信息获取阶段，**50.6%**的企业通过互联网媒体了解相关产品的介绍，并且对于此种信息渠道提供的帮助较为满意。
- 在选型阶段，**34.6%**的企业用户首要关注的是厂商的服务能力。
- 在购买阶段，**56.8%**的企业用户通过直接联系厂商购买产品，并且用户对于此种购买渠道较为满意。

观点4

标准缺失、技术变化快、人才缺失给企业用户的应用实践带来了极大挑战，尤其是人才缺失造成的巨大障碍。

- 在规划阶段，**50%**的企业用户认为人才的缺失是最大的挑战。
- 在部署阶段，**56.1%**的企业用户认为项目经理能力不足是最大的挑战，厂商同样匮乏人才的问题凸显。
- 在运维阶段，虽然**36.1%**的企业用户认为标准的缺失造成的实践效果不佳是最大的挑战，但同时有**14.8%**的企业表示人才缺失造成团队技术支撑能力不足。

大数据市场发展环境及现状

3

大数据市场环境

-1

众多利好条件下，大数据初具落地的基础

企业精细化管理需求凸显

- 经济环境下行，人力成本攀升等因素造成企业对于精细化管理需求凸显，以大数据驱动业务实现精细化改进，成为企业“新常态”下的“呼声”。

资本大量进驻，推动国内市场的跨越式成长

- 从2013年到2016年，大数据厂商融资金额在千万以上的笔数疯狂增长；
- “领先”厂商借助资本的力量，斥巨资进行战略性布局。



大数据技术的快速发展

- 如数据采集、存取、治理、融合等技术趋于成熟。

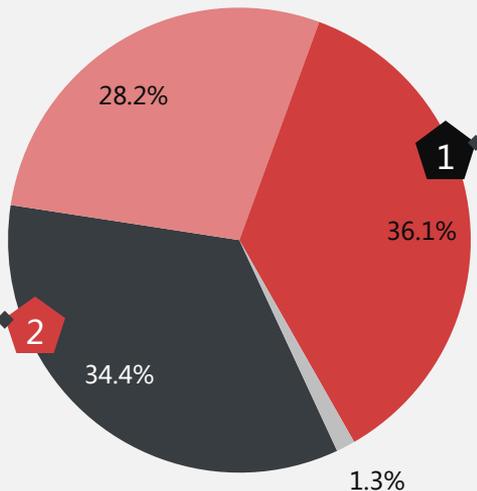
基础条件趋于成熟

- 数据中心、网络带宽等基础设施建设完善
- 其它创新技术的推动，如云计算趋于成熟为大数据提供了更为廉价的计算能力及大量的多样化实时数据

整体发展仍处于普及教育的早期阶段

大数据市场渗透情况

- 1年内无导入计划企业
- 正在使用企业用户
- 一年内计划导入企业
- 停用企业用户



市场上仅有**少量**的企业用户做了**实质性的实践**



59.8%的企业导入的是大数据产品/服务。

40.2%的用户使用的是传统的商业智能、基于小数据的营销工具。

人、钱、数据成为激活大数据市场潜能的关键钥匙

2

企业无导入计划的原因



移动信息化研究中心认为：

在大数据发展的初阶阶段，企业实践门槛较高：

首先是市场上人才的稀缺致使多数企业难以建立起支撑其实践的专业人才队伍；

其次是较高的客单价、混乱的定价策略及难以预估的后续运维成本使大部分企业望而却步；

更关键的是，多数企业由于信息化基础的薄弱及社会化数据获取难度大，使其不具备足够的的数据积累将数据价值激活。

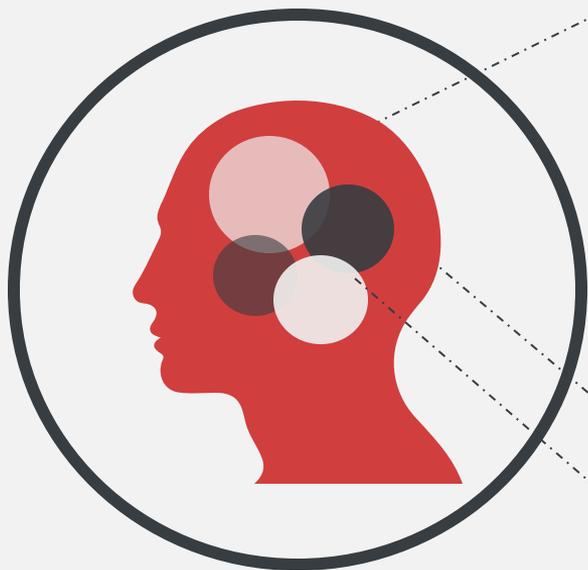
谁能率先解决人、财、数据的问题将在大数据市场获得先发优势。

3

大数据市场用户实践现状

-2

以“国字头”为代表的企业用户率先在金融、交通等行业做出示范



行业



金融行业
29.8%



交通运输
14.6%



信息通讯
12.2%



互联网行业
8.5%

性质



“国字头”机构
52.4%



私营企业
32.0%



外资企业
14.6%

规模



200人以下
13.2%



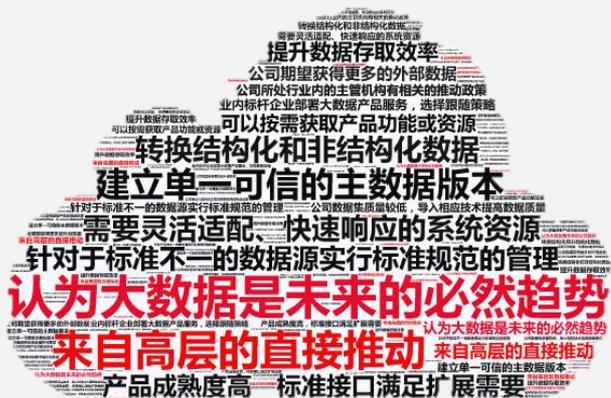
200-1000人
64.2%



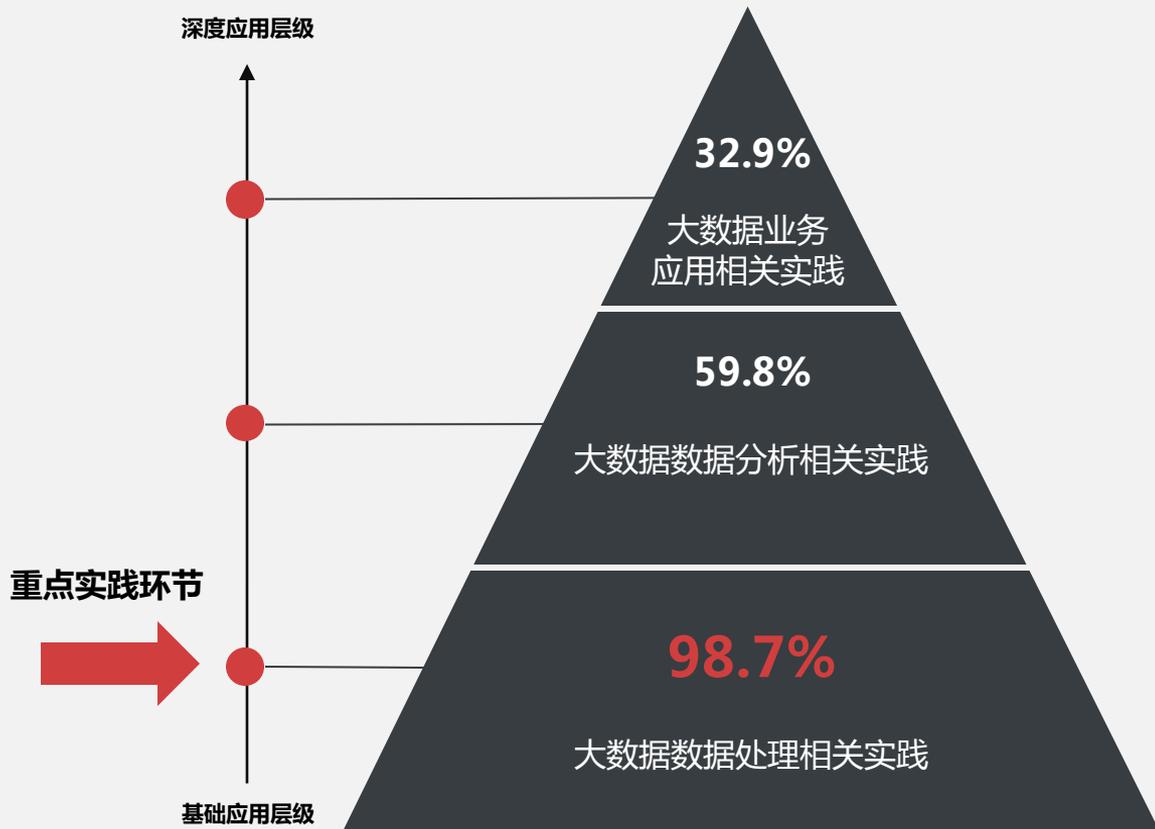
1000人以上
22.6%

主要围绕着大数据“入门层级”做积极“战备”

企业用户实践原因



企业用户实践层级



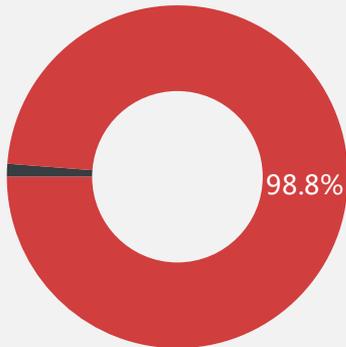
未来在此基础上保持着明确的预算投入计划

面对海量数据的冲击，大数据基础技术的快速成长，如数据采集、数据存取、数据集成等使其相对于传统数据管理技术的“降本提效”的短期收益不断显现化，增强企业对于大数据的投资信心。

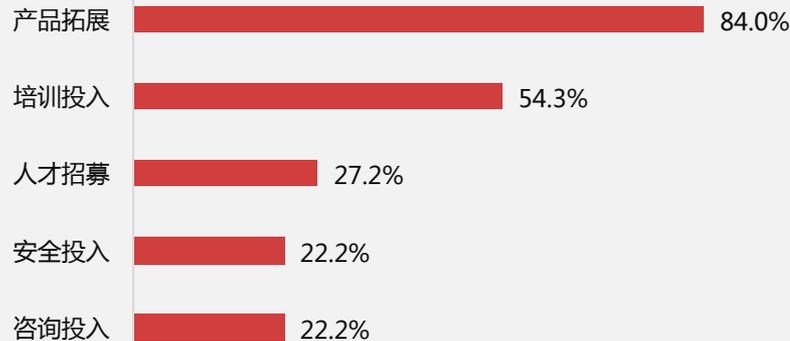
技术发展的初阶阶段，大数据处理各环节技术成熟度有所差异，而随着大数据采集、存取、集成、治理等环节技术难题的相继被攻克，企业用户不断导入更强大的“功能套件”以补强“短板”。

2017年企业用户资金投入计划

■ 将缩减投入 ■ 追加或保持当前投入



2017年企业用户资金投入用途

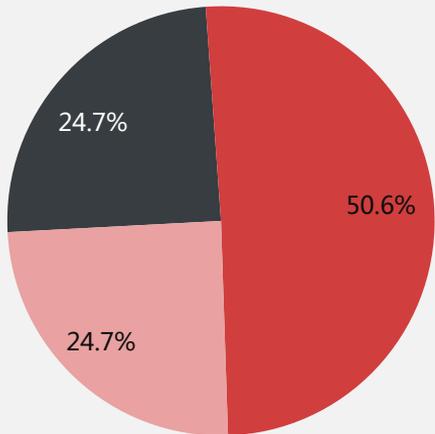


随着实践的积累，企业用户对于大数据的信心越强

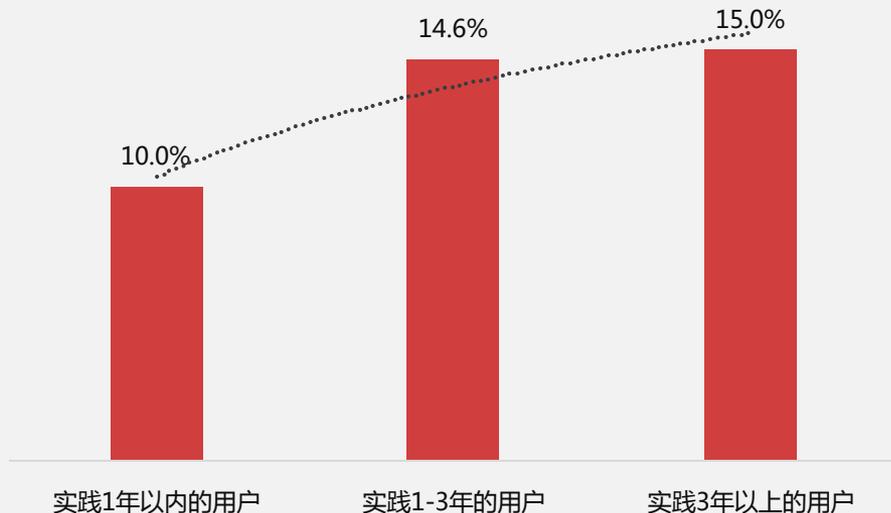
企业用户的实践时长普遍在1-3年。从资金投入状况来看，随着实践经验的增加，资金投入规模在100万元以上的企业所占比例越来越高。实践时间越长，企业信心越强。

企业用户大数据处理实践时长

■ 1年以下 ■ 1-3年 ■ 3年以上



2017年企业用户资金投入百万以上情况





用户实践研究（大数据处理）



获取信息的过程中，企业用户对于互联网媒体极为认可

信息获取

规划

选型

采购

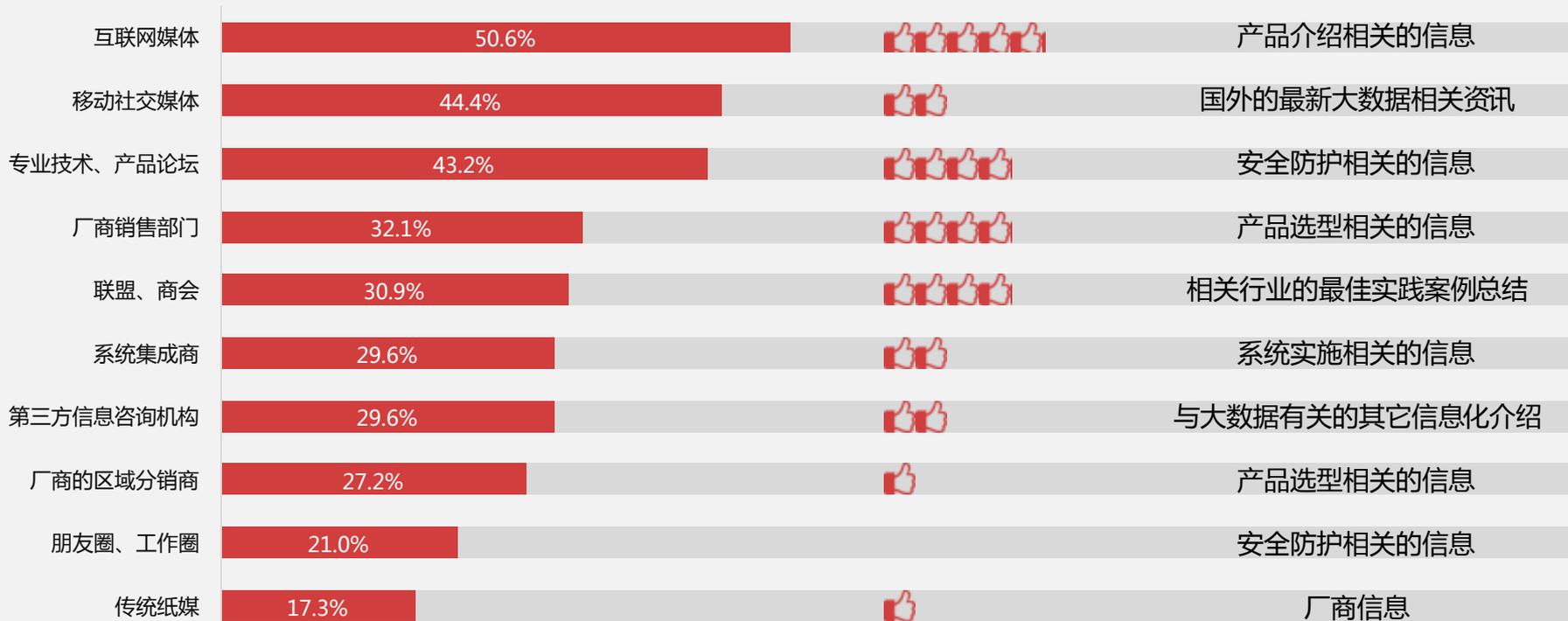
部署

运维

企业用户选择的信息获取渠道

用户选择此渠道的满意度

选择此渠道最为关注的信息



缺乏专业人才是企业用户前期规划的“顽疾”

信息获取

规划

选型

采购

部署

运维

企业用户规划阶段主要挑战



企业用户对于厂商服务能力的诉求尤为突出

信息获取

规划

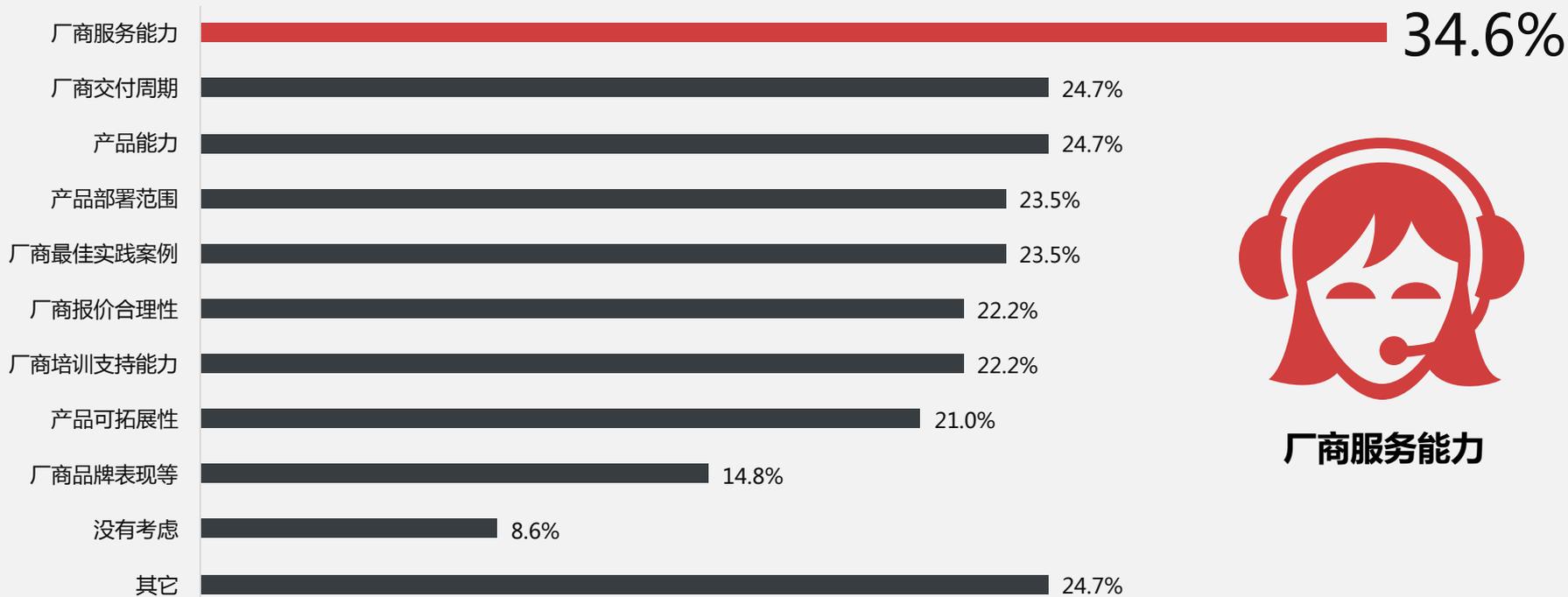
选型

采购

部署

运维

企业用户选型关键考量因素



厂商服务能力

企业用户更为认可与厂商的直接合作

信息获取

规划

选型

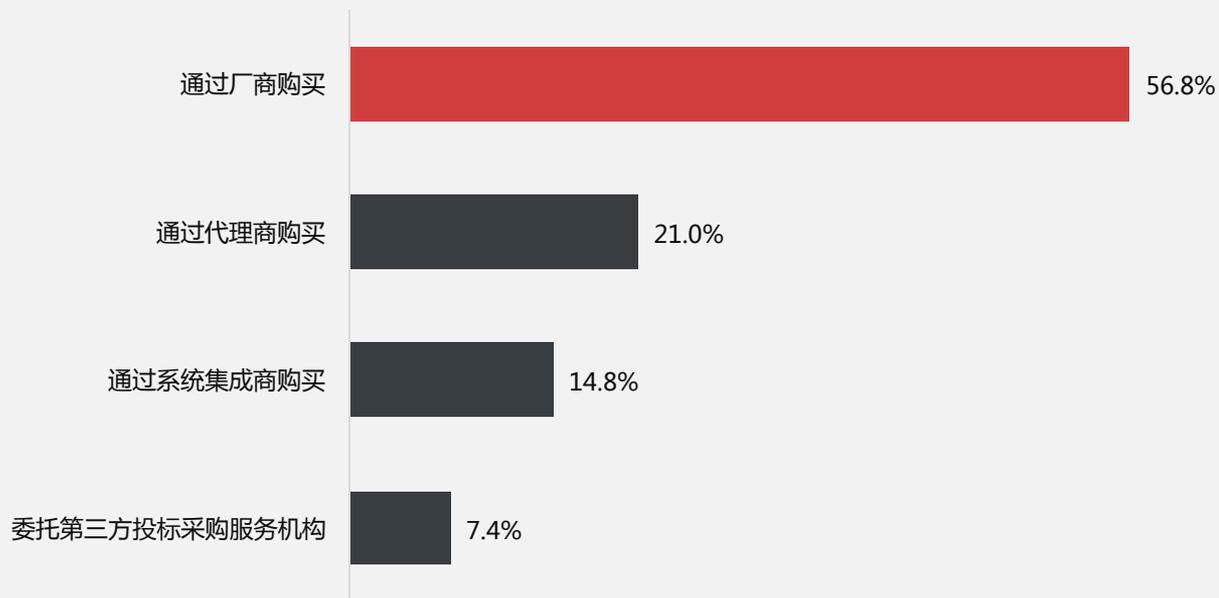
采购

部署

运维

企业用户购买渠道选择

企业用户选择此渠道满意度



信息获取

规划

选型

采购

部署

运维

企业用户部署阶段主要挑战



项目经理能力不足

应用环境不成熟埋下的隐患在企业运维过程中全面爆发

信息获取

规划

选型

采购

部署

运维

企业用户运维过程中主要挑战



应用环境不成熟埋下的隐患





厂商及最佳实践案例



久其软件

北京久其软件股份有限公司

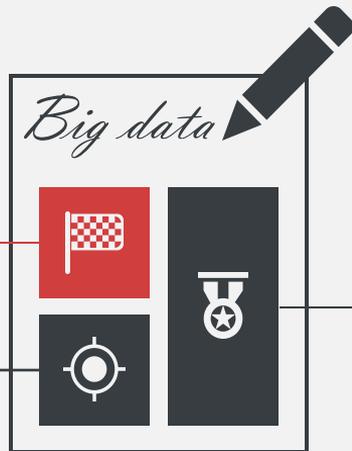


公司介绍

北京久其软件股份有限公司 (Beijing Join-Cheer Software Co.,Ltd.) 是中国领先的管理软件供应商, 长期致力于为政府部门和企业客户提供电子政务、集团管控、数字传播及互联网等综合信息服务及行业解决方案。久其于2009年8月11日在深圳证券交易所上市 (股票简称: 久其软件; 股票代码: 002279)。

久其大数据产品

- 久其数据管理平台V5.0
- 久其ETL数据集成工具应用软件V4.0
- 久其商业智能软件V4.0;
- 大数据管理分析及预测预警系统V1.0
-



优势分析

● 产品优势:

1. 平台化: 自主研发, 基于Hadoop的企业级应用支撑平台, 使用户快速实现大数据的存储、查询、分析和 管理, 同时提供开发框架平台及规范;
2. 模块化: 稳定、可组装、可分布的产品技术架构, 关注业务建模;
3. 体系化: 完整的分层级的产品架构, 适应信息化建设 管理要求。

● 服务优势:

1. 形成了以北京为核心的全国31省优质本地服务网络;
2. 多样化的技术服务手段和完善的技术服务内容范围;

技术优势:

1. 成熟的应用模型:
2. 遍布全国31个省市的技术、服务、咨询网络体系。
3. 先进的技术: 充分利用Internet技术, 采取B/S架构, 保证了技术的先进性和前瞻性。



客户介绍

某省财政厅是主管全省财政工作的组成部门，负责全省财政运行情况的稳定。主要负责组织贯彻执行国家财税方针政策，拟订和执行全省财政政策、改革方案，承担省本级各项财政收支管理的责任等。重点工作领域包括省级财政预决算、财政转移支付、政府采购等。



客户需求痛点

1. 财税相关部门间存在数据孤岛，数据无法互联互通；
2. 财税数据无法顺畅实现交换和共享，从而降低数据深层应用价值；
3. 对全省全景财税数据缺乏整合管理，从而无法及时发现变化、异常。



部署以后达到的效果

1. 实现省财政厅、国税局、地税局、工商局、民政厅等五十多个省直部门和中央直属单位、企业提供的数据库资源的大整合，为省政府大数据应用提供良好的底层支撑；
2. 实现全省全量企业级分税种涉税信息比对分析，掌握税源变化状况，分析税源的地区分布、行业分布、税种分布、纳税人分布，进而有针对性地进行实施管理，堵塞税收流失的源头，治理税收流失的问题；
3. 构建领导驾驶舱，辅助省财政厅领导进行决策分析。



应用实践示意图：



IBM

国际商业机器公司

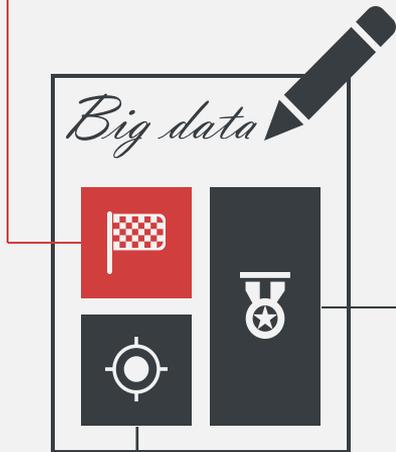


公司介绍

IBM（国际商业机器公司）或万国商业机器公司，简称IBM（International Business Machines Corporation）。总公司在纽约州阿蒙克市。1911年托马斯·沃森创立于美国，是全球最大的信息技术和业务解决方案公司。

IBM大数据产品

- DB2 数据库
- IBM 数据集成与治理
- Cognos 企业级商业智能报表
- Watson Analytics 数据探索与可视化
-



优势分析

● 产品优势：

1. 独立自主开发数据库DB2，集无限扩展、应用透明和持续可用于一体。
2. 持续清理数据，监控数据质量，帮助将数据转化为可信信息。
3. 使用标准化方法发现 IT 资产，定义通用的业务语言。

● 服务优势：

1. 提供业务咨询服务，通过改善客户体验以及运营和流程咨询，转变企业与员工队伍的工作方式。
2. 定制化技术支持服务选项，满足您的专有需求

● 技术优势：

1. 具备连接、转换和数据传递功能，在 Hadoop 集群的数据节点上执行。
2. 具有大规模并行处理能力以及高度的可扩展性和灵活性；
3. 通过灵活的云部署新模型，获得数据的可信视图，从而提高运行速度、可扩展性和经济效益。



客户介绍及项目背景

Premier 医疗保健联盟为2600多家美国医院和84000多个其他的医疗保健网站提供服务。目前，Premier 正全力实施一个开创性的伟大计划，以帮助医院、医生和其他医疗保健提供商找到对患者最有利的治疗方案，确保不论患者住在何处，或者在何处接受治疗，他们都能获得最好的护理服务。



客户需求痛点

1. 信息孤岛导致他们的成员很难实现不同数据源和指标的互联，也很难从宏观的角度了解如何推动医疗保健的转型。
2. 需要确保维持原有级别的数据隐私性和安全性。



部署以后达到的效果

1. 早期的试点项目显示，处理能力提高了 50%，同时成本也降低了。
2. 成员能够比以往更快速、更轻松地执行高级分析。
3. 在某个 Premier 项目实施期间，157家参与的医院不仅节省了 285 亿美元的 医疗保健开销，还挽救了约 24800 人的生命。



应用实践流程：

1. Premier的IT部门从头开始构建了一个新的基础架构，其中包括用基于 IBM POWER7® 处理器的系统替换现有的 x86 服务器，从而以更低的成本获得更高的性能。
2. 公司将核心数据仓库迁移到了IBM DB2® pureScale。该产品具有极高的可扩展性，能够支持 Premier 从成员处收集更多的数据。
3. IBM DB2 数据库软件中的数据将被导入IBM Netezza® 数据仓库应用，让成员能够比以往更快速、更轻松地执行高级分析。

AWS

亚马逊

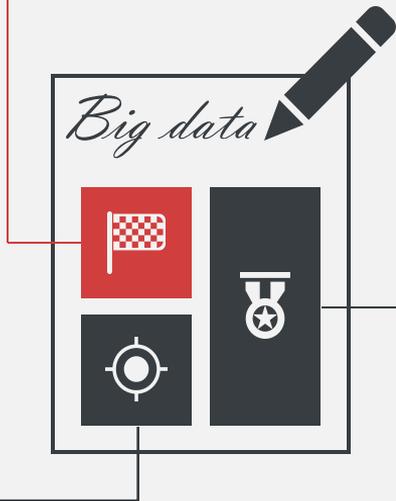


公司介绍

自 2006 年初起，亚马逊 AWS 开始在云中为各种规模的公司提供技术服务平台。利用亚马逊 AWS，软件开发人员可以轻松购买计算、存储、数据库和其他基于Internet 的服务来支持其应用程序。开发人员能够灵活选择任何开发平台或编程环境，以便于其尝试解决问题。

AWS 大数据产品

- Amazon DynamoDB
- Amazon EMR
- Amazon Athena
- Amazon Elasticsearch Service
- AWS 深度学习 AMI
-



优势分析

● 产品优势：

1. 动态扩展 Hadoop 集群；
2. 查询和分析大数据，每年每 TB 的费用少于 1000 USD。利用 Redshift Spectrum，您还可以对 Amazon S3 中的数 EB 非结构化数据直接运行 SQL 查询。
3. 无需管理群集或数据仓库，可以立即开始分析数据；
4. 构建自己的自定义应用程序来处理或分析流数据；
5. 轻松地将大量流数据加载到 AWS 中；
6. 为开发人员和 IT 团队提供适用于您的所有数据（无论大小）的高度可靠、安全且可扩展的对象存储；
7. 云原生机器学习和深度学习技术，适用于广泛的用例，满足一系列需求；

● 技术优势：

1. 快速轻松地构建和部署大数据分析应用程序
2. 支持任何工作负载，不受容量、速度和数据类型影响。
3. 每年新增的 50 多项服务和数百种功能。



客户介绍及项目背景

Unilever 由荷兰人造奶油公司 Margarine Unie 和英国香皂公司 Lever Brothers 于 1930 年合并而成。今天，这个消费品巨头的食品、家庭护理品、爽肤和个人护理产品已销往 190 多个国家/地区。 Unilever 通过在一个试点国家对一项营销活动进行测试，以优化其商业模式。



客户需求痛点

1. 需要重新设计其基础设施，以支持 Unilever 的数字营销渠道。
2. 所有的托管服务都要采用不同的科技和过程。



部署以后达到的效果

1. 对Unilever而言，迁移到AWS云提高了业务敏捷性和运营效率。
2. 只需要进入AWS网站并输入数字即可计算成本，这可以让我为网站轻松建立标准的账单模型。
3. 通过使用AWS，我们的一位品牌经理在24小时内便完全修改了活动内容，而这利用物理基础设施是无法实现的。



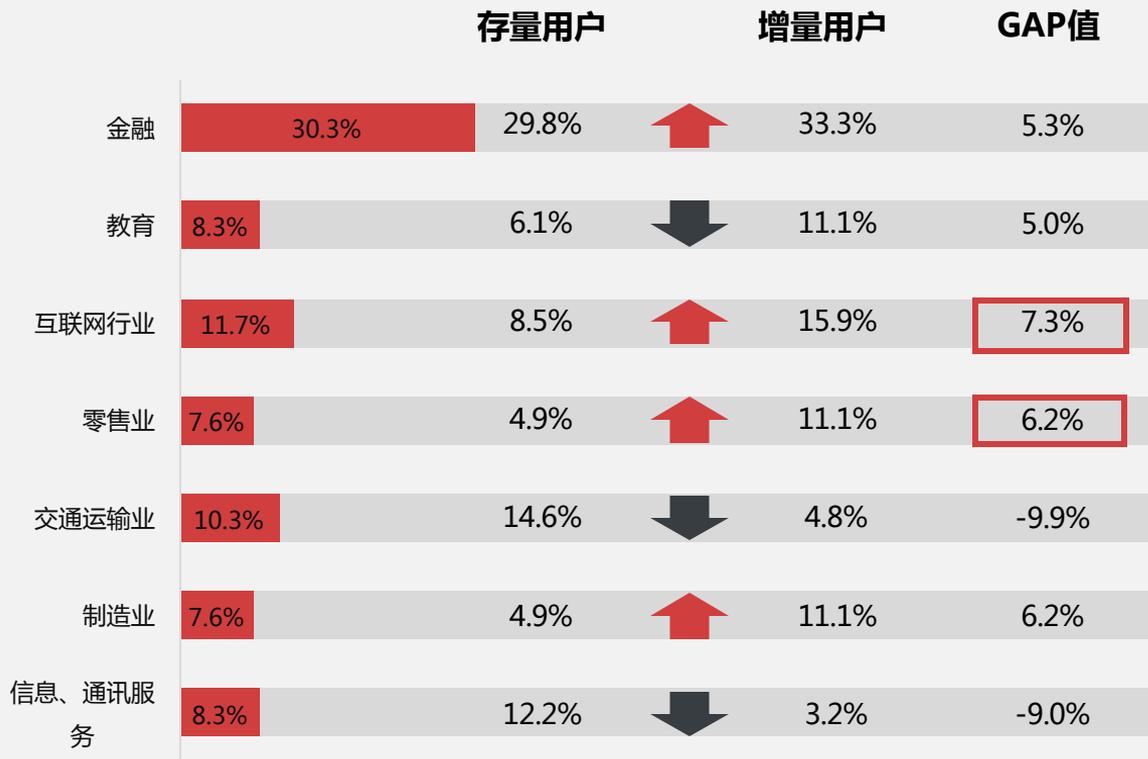
应用实践流程：

1. Unilever 参加了 AWS 的研讨会以共同设计架构
2. DMS团队构建了一个试点平台（为迈阿密的第三方托管设计的灾难恢复站点）供利益相关者审查。
3. Unilever 利用 HAProxy 负载均衡器提高其网站性能并在 Microsoft SQL Server 和MySQL上运行其数据库
4. 为进行灾难恢复，Unilever 在 Amazon Simple Storage Service (Amazon S3) 中存储备份数据、快照、产品和配方媒体文件
5. 为了将网络资产迁移到云上，Unilever在AWS上为其现有的几个网站构建了预生产环境和生产环境。

6

趋势

大数据将在互联网、零售行业迎来爆发



移动信息化研究中心认为：

- ✓ **互联网行业**：基于向产业链延伸的拓展方向，互联网行业企业业务多样化的同时带来了数据治理上的挑战：随着业务系统的增多，数据存储效率、数据集中管理、数据标准化治理的挑战均呈指数级增长，如何降低数据管理成本、提升数据管理效率、激活数据资产价值成为企业亟待解决的问题。
- ✓ **零售行业**：来自消费者行为习惯的变化，驱动传统零售业谋求变革，移动互联网的兴起为零售行业提供了海量的数据资产基础，零售用户期望激活海量数据资产对于开店选址、用户特征分析提供更为精确及更具预见性的决策支持。

目标市场用户将一致围绕着大数据处理做重点实践

目标市场用户重点实践环节

■ 增量用户实践计划 ■ 存量用户实践计划

大数据应用



大数据分析



大数据处理



实施人员的专业性将成为大数据供应商服务能力比拼的重点

用户对于大数据处理供应商服务的诉求

提高实施人员的专业性

55.1%

提高售后人员的专业性

36.2%

提高售后的响应速度

30.4%

提高厂商培训能力

26.1%

提高售前人员的专业性

25.4%

提高厂商二次开发能力

20.3%

提高实施队伍稳定性

10.1%

提高售前人员的沟通能力

10.1%

随着基础数据源准备完成，社会化数据平台将成为重要的价值洼地

未来，企业内部数据源的整合完成



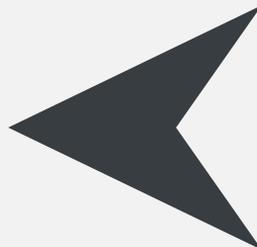
需求



存活困难的应用层厂商以社会化数据采集为切点



供给



对于更具价值的社会化数据需求急剧攀升

社会化数据开放程度较低

后续《大数据分析篇》...

敬请期待！



移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

T H A N K Y O U

关于移动信息化研究中心

我们做，我们有

移动信息化研究中心（MIRC）是企业级市场移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于企业级移动互联网、移动信息化系统，行业化移动解决方案等领域研究的权威机构。移动信息化研究中心成立于2012年，2014年移动信息化研究中心受邀成为中国通信产业研究院（国家工业和信息化部电信研究院）移动信息化专家团队。

移动信息化研究中心为包括国家工业和信息化部、中国移动、华为、联想等国家机关、运营商、国有控股企业提供数据研究和决策参考服务。

我们是

移动信息化研究中心旗下“**人称T客**”（中国最早、如今最大的企业级IT自媒体平台），致力于传播企业级移动信息化服务理念，纵向切割、横向对比，打造坚实的研究型媒体平台。

移动信息化研究中心每年发布研究报告、数据分析成果上百份，深度分析文章近千篇，深受业界推崇，被各大主流媒体追捧引用。

每年举办多场引发业界震动的企业级云计算、SaaS、移动信息化峰会，得到来自资本、企业、用户、创业者的高度认可。

移动信息化研究中心研究报告官方发布平台：
人称T客（微信公众号）
T客汇：www.tikehui.com
移动信息化研究中心官方网站：
www.tikehui.cn



VIP服务：18600161217



人称T客



@人称T客

联系我们