

駕御巨量資料新浪潮：

服務供應商掌握關鍵樞紐 加速巨量資料演進、釋放全新商業價值

巨量資料堪稱是當今的新原油！它能夠帶動經濟轉型，提升企業營運效率並優化與消費者互動之質量。然而，如同石油一樣，資料必須經過開採分析後才能從中萃取出商業價值。儘管巨量資料的議題延燒多時，但實際上巨量資料仍處於發展初期。未來巨量資料將如何演進？服務供應商又將如何透過巨量資料創造新商機？

趕上巨量資料演進的新浪潮

巨量資料通常意指針對大範圍的資料進行種類、速度、與數量等項目的分析。思科網際網路事業解決方案事業群(Internet Business Solutions Group, 簡稱IBSG)觀察到巨量資料將沿著三波浪潮持續演進，並涵蓋資料、控制、消費者三個層面(如圖1所示)。現今大多數企業的資料分析多處於第一波浪潮中，即數據與分析的結果通常侷限於事後報告的形式；在第二波浪潮裡，資料將被更廣泛地收集與分析，進而為企業帶來更快速準確的市場回應與策略規劃；然而，真正有價值的資料，則是出現在第三波浪潮內，此時整個產業體系都能聯合收集、分享、並處理眾多第三方資料，例如天氣形態、經濟指標、零售通路銷售模式或社群媒體流量，以增加本身資料的多樣性，為企業與客戶創造新價值。

以傳統的連鎖藥局為例，在第一波浪潮中，連鎖藥局的分店會收集顧客資訊，並提供分析報告讓主管作為規劃存貨以及未來促銷活動的重要依據。在第一波階段，消費者並不明瞭自己的資料如何被商家使用，也不清楚商家對個人資料的控管狀況，因此消費者通常會懷疑自己個人資料的安全性和保密性。

為了有效協助企業與消費者，巨量資料必須進一步創造價值。在第二波浪潮中，藥局會將各家分店所收集到的資料彙整成共通的資料庫，從數量更多的客群中發掘新的訊息。接著，系統中自動執行的程序，會根據這些分析的結果去更新供應鏈。最後，消費者還能主動參與整個行銷流程，選擇是否要收到店內的折扣優惠或其它資訊，以便於在店裡做出更好的購物決策，並享受更個人化的服務與購物經驗。

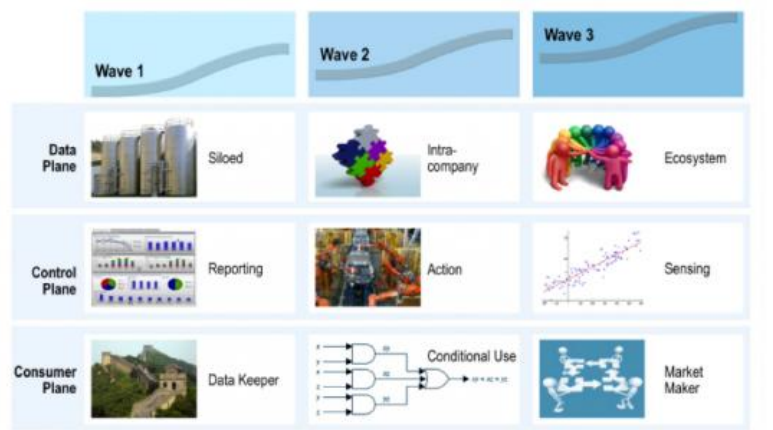


圖1. 巨量資料將沿著三波浪潮與三個層面持續演進，資料來源：Cisco IBSG，2012年

在第三波浪潮中，藥局能從第三方的資料中獲取新資訊，例如藥局附近的居住者多是年輕富有的夫妻並育有新生嬰兒。從資料層面來看，藥局會聯合統整來自其他藥局、零售商店、產業體系成員的資料。從控制層面來看，藥局可以追蹤各家品牌尿布與配方，找出這些顧客最喜歡且會購買的產品，進而根據預期的顧客消費行為即時調整訂單。最後一點，也是巨量資料分析最有影響力的一點，即當消費者能從頭到尾完整掌控自己個人資料被使用的情況，並能影響資料的使用方式時，他們會更願意與信任的業者分享資訊，進而獲得有利於消費者自己的產品與服務。

服務供應商的新商機

服務供應商端對端的角色，為他們在巨量資料的時代裡帶來無限商機。網路不再是「毫無智慧的傳輸管道」，而是扮演連結各個資料層面的關鍵角色。服務供應商若能從整個網路體系著眼，順著這幾波浪潮前進，不僅能收集到全新且寶貴的資料，還能夠為資料提供背景訊息，進一步協助企業發展因應策略。

延伸閱讀：[釋放巨量資料分析的新價值\(英\)](#)