

云消费时代大数据与商业智能的应用研究

王 帅

北京华路时代信息技术股份有限公司 北京市 102200

摘 要: 信息技术的持续发展让云消费逐渐成为新时代人们的主流消费模式, 深入人们生活生产活动的互联网技术与大数据技术使得网民在长期操作各类软件的过程中感受到了愈发个性化的服务, 换言之, 科技持续更新进步的时代背景下推动商业领域向着智能化、多元化的方向不断发展。操作更便捷、内容更丰富、服务更个性化的云消费时代使得消费者对智能化商业的需求愈发多样和旺盛, 因此, 本文将着眼于云消费、大数据与商业智能的相关概述来简要分析大数据和商业智能在云消费时代中的具体应用方式, 以期能为智能化商业的发展道路提供一些有效建议。

关键词: 云消费时代; 大数据; 商业智能; 应用

Research on the application of big data and business intelligence in the era of cloud consumption

Shuai Wang

Beijing Hualu times Information Technology Co., Ltd. Beijing 102200

Abstract: the continuous development of information technology makes cloud consumption gradually become the mainstream consumption mode of people in the new era. The Internet technology and big data technology that go deep into people's life and production activities make Netizens feel more personalized services in the process of long-term operation of various software. In other words, under the background of continuous update and progress of science and technology, it promotes the continuous development of the business field towards intelligence and diversification. The era of cloud consumption with more convenient operation, richer content and more personalized services makes consumers' demand for intelligent commerce more diverse and vigorous. Therefore, this paper will focus on the relevant overview of cloud consumption, big data and business intelligence to briefly analyze the specific application methods of big data and business intelligence in the era of cloud consumption, in order to provide some effective suggestions for the development path of intelligent commerce.

Keywords: cloud consumption era; big data; Business intelligence; application

云消费时代下的服务质量水平成为商业企业参与市场竞争和持续发展的关键, 在这其中, 大数据技术与商业智能系统为构建云消费社会和智能化商业模式提供了基本的技术保障, 如何合理应用二者来为消费者提供更优质、更个性化、更多样化的服务成为众多从业人员和企业所要思考的重要问题。

1. 云消费时代、大数据与商业智能概述

1.1 云消费时代

作者简介: 王帅 (1995年12月13日), 男, 汉, 河北省, 本科, 职称/职务 (软件研发工程师), 现主要从事的工作或研究的方向 (“物联网管理”方向)。

云消费是一种以终端为载体、将消费者需求置于中心进行线上产品与服务推广销售的一种方式, 借助现代信息技术和持续发展的物流行业打破时间和空间的阻碍来发展新时代电子贸易行业。各行业领域的企业都可以在互联网技术支撑下打造出的线上平台中提供有形或无形的商品与服务, 在消费终端中, 企业掌握动态化消费需求于提供对应服务, 消费者获取各类产品与接受服务^[1]。

一方面, 不受空间限制来丰富产品和服务类型的方式就是云消费时代最为显著的特征之一, 消费者能够在云技术的帮助下前往消费终端购买地方特色产品、国际产品、虚拟产品、精神服务产品等等。另一方面, 消费者可以全天候不受时间限制地进行自助购物, 而即使并

非工作时间也有智能机器人为消费者提供商家提前预设的信息咨询服务。另外，云消费产品还可以将线上教育、虚拟货币、影视节目、自媒体付费在线服务等无形产品通过消费终端呈现到消费者面前，能大幅度降低交易成本、提高交易效率、活跃竞争市场以及保障市场秩序。

就比如说如今新冠疫情的突袭冲击导致诸多传统线下运营的企业遭受了巨大的打击，以教育行业为例，主打线下培训机构的优胜教育受到疫情冲击导致宣布破产，但主打线上培训的猿辅导教育机构的发展态势却不降反涨，并且在众多学校不得不封校开展线上教育的状态下也推动了钉钉、腾讯会议、学习通等软件高速发展。此外，云消费时代下使得消费者所接触到的所有电子平台都可以成为能带来便利的消费终端，这种多样化的终端形式意味着企业可以拓宽与消费者的互动渠道来提供更丰富的产品和服务。

1.2 大数据

大数据又称巨量信息，大数据技术能够在更短的时间内收集到更多互联网上操控者所需要的各种信息并整合起来形成资料库以备使用。在云消费时代下，企业与终端围绕消费者提供服务的同时还会收集记录其个人习惯并掌握个性化消费特征，而这其中所涉及的巨大信息量就会通过大数据技术进行收集、处理和传输。人们进行线上社交活动时传输信息资料的过程都会被大数据技术检测、分析和掌握，继而通过计算机软件推送相关内容、文章、产品等等，简而言之，当人们在搜索软件上查询相关物品时就会被移动终端上的消费终端检测到并推送相关物品的数据信息^[2]。

同样的，人们也可以在微信、抖音短视频等娱乐互动平台中接触到更多自己更感兴趣的事物或是人群。对于企业而言，在云消费时代下的合理应用大数据技术有利于企业聚集更多有相同需求的消费人群和有助于企业为不同人群提供个性化产品与服务，进而让消费者在产生“这个软件更了解自己”的心理活动之后逐渐成为软件的忠实用户。如今的云消费信息时代使得大部分人们都会更期望获得定制化、个性化的特殊优待服务，而经济的发展和思想的变革促使消费者的消费观念转变、购买力增强、信息技术应用能力更娴熟以及更倾向于实用主义，这种对线上产品鉴别能力更强的消费状态同样促使竞争市场的核心思想转变为尽可能满足消费者的多样化需求。

1.3 商业智能

经济与科技的高速发展背景下，逐渐演变成形成社会

生活生产必备元素的互联网技术为各行各业的现代化发展道路带来了更多便利和价值空间。与此同时，利用相关技术和设备有效整合企业现有数据并快速提供报表、提出决策依据的商业智能系统逐渐被普及应用，其中涵盖了诸多能提升企业运营绩效、提高市场竞争力的有价值信息来帮助企业做出更符合发展方向和战略目标的决策。立足于信息技术和互联网平台之上的商业智能需要搭建数据库来储存所收集整合的数据资料，然后深入挖掘其中具有较高使用价值的隐藏数据信息作为战略决策的指导依据。

2. 云消费时代下商业智能与传统商业智能的区别

依托信息技术搭建形成的云消费平台能够整合多个消费终端形成系统性的供应链，以建立类似于淘宝、京东等电子购物平台的形式满足不同用户的多样化需求来帮助企业获取更多利益和实现发展目标。在众多数据中提炼出有价值信息的商业智能系统会将其转化形成完整的全局视图以便于企业做出决策，传统商业智能需要经过查询、报表、多维分析、数据挖掘这几个阶段来得出具有较高参考价值的资料依据，而在云消费时代下的商业智能能够借助平台建立信息内容更丰富全面的数据库、更快速的数据处理结构以及可视化数据管理模式。并且，云消费时代下的商业智能可以满足更多客户的特殊要求以及承载更多数据信息量。简而言之，商业智能就是企业借助信息技术来收集、分析、整合、处理有关市场环境变化等内容的数据信息，然后再通过最终得出的分析报告掌握消费取向、客户需求、市场发展方向等等信息来帮助企业做出更有利于自身持续发展的决策，云消费时代下能帮助企业建立数据结构图挖掘更多、更深入的数据信息以备后用，促使企业立足于更庞大的数据库、更详细优质的数据分析报告之上进行更合理的决策^[3]。

3. 云消费时代大数据的发展趋势

在云消费时代下能大幅度拓宽大数据技术信息库的来源渠道，能收集企业、互联网、物联网、社交平台、传感器等渠道的各种信息进行存储和分析，并且数据形式也不限于单纯的数字，还会以图文影音、模型、链接信息等形式呈现出来。大数据技术收集巨量信息的优势还在于这些数据信息之间相互关联而非独立存在的，尤其对于通过消费者搜索、线下交易、浏览轨迹、商品购买频率等方式收集的大量商业信息而言需要应用到大数据技术进行快速整理和统计分析。在云消费时代背景下，大数据所掀起的商业变革为搜索引擎、社交软件、销售终端、商业服务等各行业领域带来了更多更大的发展机

遇,同时,大数据还能优化商业智能系统结构来帮助企业调整运行组织结构、提升资源利用率以及降低运营风险和避免管理真空。传统商业智能下只能批量处理数据而导致企业无法及时掌握运营风险问题的情况会增加成本消耗与阻碍企业持续经营发展,云消费时代下,结合了大数据技术的商业智能可以实现实时分析、离线计算、分布式运行以便于企业实时掌握销售情况。

以沃尔玛为例,其与国内多家供应商连接形成线上网络交互结构并构建形成了自动化采购的商品管理模式,大幅度节省了时间、人力、物力等资源满足庞大的全国所有门店供应需求,沃尔玛的订货系统还会显示商品基本信息、运输信息与订货信息等数据以便于企业结合商品的销售情况开展各类优惠活动。除沃尔玛外,亚马逊同样利用大数据技术搭建形成预测发货与销售的模式来实现“快消费者一步”,亚马逊会针对不同客户群体的需求综合分析和预测其消费习惯,然后提前发货。商品在客户实际付款之前会存放在快递站,当客户付款形成订单后就会立刻发出货物来缩短其中调货、运送到快递站等流程的运输时间。亚马逊这样的预测发货模式很好地解决了货物迟迟不发出造成客户频频退订的问题,从客户角度出发,根据客户过往的订单信息、商品搜索记录、购物车、停留时间较长的浏览记录、愿望清单等方面展现出的数据信息判断其消费需求和刺激其购买欲望。同时,亚马逊还会在物流车辆上安装传感器去实时追踪其时速、行驶方向以及规划最佳路线,为客户提供商品运送时间和地点等信息的同时还能在一定程度上节省汽油来降低运输成本^[4]。

4. 云消费时代大数据与商业智能的应用

4.1 大数据的应用

大数据的信息量大、种类多、价值密度低、时效性强等特征为云消费时代的商业发展提供了更多方案选择,作为依托于信息技术和互联网所衍生出来的大数据技术能更快速地对商业领域不同类型数据进行分析处理,其分析处理速度、信息量、价值挖掘效率等方面相较于传统数据信息而言都有着更大的优势。云消费时代下的企业可以借助大数据技术搭建新的销售模式和管理结构,利用大数据技术收集分析出客户的消费习惯、规律、取向、重点等信息以便于企业研发和推出更受消费市场欢迎的产品与服务,提高决策水平。企业也可以将大数据技术运用在日常运营管理模式中掌握员工的工作绩效、能力水平以及各部门运行时产生的数据信息等内容,从而更好地优化管理模式、改善内部工作氛围、提高内控

管理效用并推动内部人员高质高效地执行企业决策,最终提高综合效益。

云消费时代的推进促使越来越多的企业认识到大数据技术在数据资源收集、整合与分析方面的强大优势,合理运用大数据技术能帮助企业掌握更丰富的消费市场信息、优化内控管理结构与提高竞争实力,因而越来越多的企业投入到大数据技术的潜在价值开发和研究工作中。综合现有情况来看,重要地位日益上升的大数据技术在未来的商业市场中必将成为各个领域企业抢占消费市场资源的重要手段,但在全社会完全接纳认可大数据之时仍需要不断优化完善技术才能更好地保证数据信息服务质量,进而帮助企业在不降低消费者好感的同时还能获取到不侵犯客户隐私的更多有关消费习惯的数据信息。

4.2 大数据与商业智能的应用

4.2.1 实现优化运营

云消费时代下愈发多样化、复杂化、大量化的数据信息使得传统处理方式已经无法满足企业需求,大数据技术的离线处理功能可以帮助企业实时收集整理日常运营所需的数据资料,在追求效率的数字时代中显然能大幅度提升消费市场信息处理效率和提高企业的综合效益、市场竞争力以及满足客户的多样化需求、提高客户信任度。企业可以依托大数据技术搭建起连接了终端设备、基础设施、网络服务、数据服务、接触点服务等多个领域的生态系统,借助大数据技术在容量、种类、效率、可变性、复杂性等方面展现出的极高价值特征形成客户需求结构图,然后再以此结构图找准企业自身的市场定位以便于优化营销决策方案。云消费时代所带来的超前思想正逐渐影响各行业领域的企业改变原有运营模式和商业思维,同时,传统管理模式在质量与效率上展现出的弊端问题逐渐成为阻碍众多企业持续发展的主要因素。因此,各行各业的企业开始紧跟云消费时代发展步伐去引进先进管理理念和手段、优化部门分工、转变产业结构、挖掘员工潜能和提高竞争实力。但相对而言,机遇总是伴随着挑战,企业在应用大数据与商业智能时要立足于深刻明确其专业性、技术性要求之上聘请专业人员合理运用技术以便于更准确地掌握市场时动向^[5]。

4.2.2 实现智能决策

云消费时代处处都在强调数据的价值,而企业要顺应时代发展的趋势就需要利用大数据与商业智能构建完整的数据网络,在日常运营过程中实时整合大量有价值的数据来获取行业市场、消费市场、企业内部的综合信息资料,然后再分析统计数据来明确销售方向、规律等

信息以便于制定能提升产品销量和拓宽销路的方案，并且还能更科学合理地规划企业未来的发展目标作为运营和销售的基础。云消费时代下，企业要突出自我优势、展现竞争实力、提高服务水平才能更好地抓住消费者的消费心理并将其逐渐转变为客户、忠实顾客，大数据和商业智能的应用与发展可以帮助企业更好地了解客户的性格、消费心理、消费实力等信息，相较于传统的大卖场形式，云消费时代的网络购物模式显然能更透明地展现价格、突破时空限制、提高便利性和快捷性，围绕消费者需求推销更能适应其消费取向的产品以免造成客户流失。云消费时代改变了人们的消费需求和观念，因而企业需要站在客户的角度看待服务质量问题并利用大数据、商业智能去挖掘客户真实需求，然后依据客户需求以能突出自身特色的方式制定更能吸引顾客、满足顾客需求的服务方案。

需要注意的是，企业在利用线上消费终端销售产品时要结合消费市场的动向信息定期或不定期更新产品与创新销售模式，尤其在利用程序复杂的商业智能系统的过程中应当将其融入到企业管理、销售系统、数据库以及数据整合、挖掘与分析等多个环节领域，而企业还要立足于完全掌握商业智能系统开展方法的基础上运用大数据和商业智能进行分析消费者需求、确定活动主题、建立仓库模型、规划活动框架、抽取有价值数据等一系列活动，同时还要注意活动主题的多样性、活动内容的丰富性、活动方式的趣味性以及消费者参与活动方式的简洁性，灵活运用大数据和商业智能转换所收集的数据资料形成有利于企业开展决策管理的参考信息，企业还

可以借助参考信息来及时发现当前运营阶段存在的风险问题与原有销售方案的不合理之处，进而及时优化管理结构和方案内容以助于企业提升风控能力、市场竞争力、综合效益。

5. 结语

总而言之，在云消费时代下促使人们逐渐形成了快速、便利且不受时间与空间限制的新时代消费方式，并且在人们经济水平上涨、生活质量提升、需求持续增加与多样化的环境背景下，大数据技术与商业智能系统的运用大幅度提升了企业的服务、决策、管理水平。以技术作为支撑，通过掌握消费者多样化需求、消费需求、市场发展动向等具有高价值的参考信息来帮助企业优化制定运营方案。云消费时代能为企业利用大数据和商业智能构建应用预测发货、销售的运营模式提供广阔的发展空间，这也要求企业加强内控管理水平来为两项技术提供良好的操作空间。

参考文献：

- [1]唐珂琳.基于大数据分析技术的商业智能应用策略研究[J].企业改革与管理, 2021(15): 84-85.
- [2]赖阳, 韩凝春.“云消费”时代新消费场景下的新业态与新模式[J].时代经贸, 2021, 18(02): 8-11.
- [3]李丽, 陈佳波.“云消费”时代的商业智能应用[J].时代经贸, 2021, 18(02): 15-17.
- [4]石肇媛.云消费时代大数据与商业智能的应用[J].中国商论, 2019(02): 37-38.
- [5]赖阳, 李馥佳.云消费时代大数据与商业智能的应用[J].时代经贸, 2017(01): 38-49.