



教授分析

CHINA DATA ANALYSIS 数据分析·因你而不凡

—中国数据分析行业核心刊物—

2025年 | 第1期

《中国数据分析》行业特刊

总第58期(季刊)

// 协会动态

P02 DataHoop 4.0版本内测活动

P08 数据委邹会长接受新华网的采访

// 政策向导

P16 国务院常务会议:数字经济发展的三个重点方向



微信扫码关注
获取更多资讯

CONTENTS

目录

主办单位

中国商业联合会数据分析专业委员会

编委成员

协会会员处 刘兆宸

出版时间

2025年03月出版 <总第58期>

排版设计

市场处 陶悦

联系我们

中国商业联合会数据分析专业委员会

地址：北京市朝阳区朝外SOHO-C座9层

电话：400-050-6600 / 010-59000991转652

传真：010-59000991转 607

官网：www.chinacpda.org

01 协会最新动态

数据委于1月8日发布了全面开放高校数据分析相关专业毕业生免培报考 CPDA 数据分析师考试的通知 / 01
数据委于1月9日开启了DataHoop 4.0 版本内测活动 / 02

2月21日数据委邹会长接受了来自新华网的采访 / 08
3月4日数据委成功召开2025年第一次专家研讨会议 / 10

3月10日数据委荣获中国商业联合会“2024年优秀分支机构”称号 / 12

3月12日数据委成功召开2025年度事务所会员工作会议 / 14

02 政策导向

国务院常务会议：数字经济发展的三个重点方向！ / 16

03 “学”数“交流”

用好数据分析 助力中医惠民 / 17

基于智慧消防的服务质量评价探讨 / 19

“两会”精神深度解读之一——激发数字经济创造活力 / 25

人工智能大模型在数据分析中的创新应用与行业实践 / 29

基于大数据的网络营销模型构建研究 / 31

中小企业数字化转型升级变量：一个人的商业智能 / 36

04 会员风采

数据委事务所会员天津大允思程总经理王丹入围天津U30 青年创业榜 / 45

中易数安数据分析师事务所：用数据分析助力企业数字化转型 / 47

05 会员发展

北京旺达伟信数据分析有限责任公司成为数据委团体会员 / 49

数据委邹会长一行走访新进会员单位数势科技，共探行业新征程 / 49

数据委于1月8日发布了全面开放高校数据分析相关专业毕业生免培报考 CPDA 数据分析师考试的通知

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-01

为积极响应国家政策号召，全力培养符合社会需要的数字化人才，经中国商业联合会数据分析专业委员会（简称“数据委”）研究决定，**自2025年起全面开放全国高校数据分析相关专业的学生免培参加CPDA数据分析师考试**，相关通知如下：

一、免培对象与专业：

- 1、在读的本科、硕士、博士生；
- 2、“数据分析”、“数据科学与大数据技术”、“大数据管理与应用”等相关专业；

二、报名条件：

符合上述条件的学生，可直接报名参加考试。

三、考试相关规定

- 1、符合报名条件的学生，按照CPDA官方统一考试规定报名参考；
- 2、考试科目包括《数据分析理论知识》、《数据分析算法与模型》、《数据分析应用》，其中《数据分析理论知识》为机考，《数据分析算法与模型》与《数据分析应用》为实操考试；
- 3、考试时间与地点以 CPDA 官方统一公布的为准。

四、证书授予：

考生经三科考试全部合格，可获取《CPDA 数据分析师证书》。

五、实施时间：

本通知自 2025 年 1 月8 日起正式施行。

数据委于1月9日开启了DataHoop 4.0 版本内测活动

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-01

新版Datahoop4.0将于2025年1月9日开始内测，此次版本更新不仅对Datahoop3.0整体功能进行了大幅优化，还更新了许多算法和应用场景。

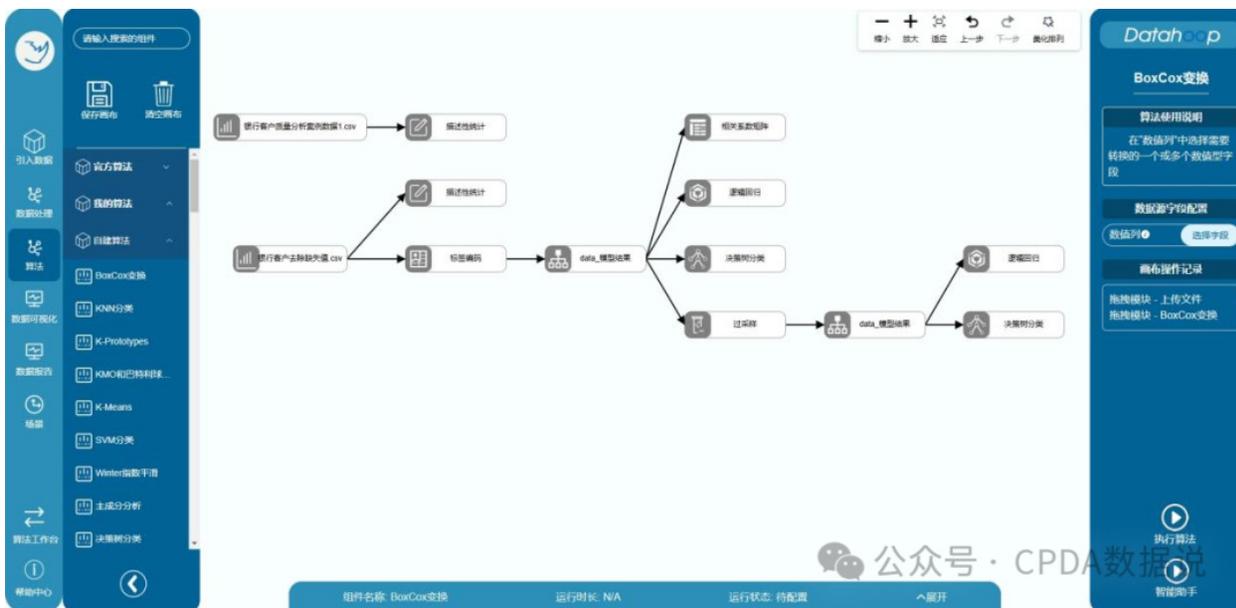
1、自建算法:

致力于开发定制化的智能算法体系，以创新为驱动，全面实现算法自主构建与优化的卓越跨越；

```
1 # coding = utf-8
2 import pandas as pd
3 import numpy
4 from sklearn.preprocessing import StandardScaler
5 from sklearn.preprocessing import MinMaxScaler
6 from sklearn.preprocessing import Normalizer
7 from sklearn.preprocessing import FunctionTransformer
8 from collections import OrderedDict
9
10
11 def Scaler_func(original_data, data_x, Args_Scaler, threshold):
12     ...
13     :param original_data:
14     :param data_x:
15     :param Args_Scaler: 标准化类型:零均值规范化、最小-最大规范化、正则化、自定义特征函数
16     :param threshold: 自定义特征函数:log2、log10、指数、信号函数、绝对值、开方
17     :return:
18     ...
19     msg = {'status': True, 'error': None, 'success': None, 'data': None}
20     try:
21
22         # 每列数据类型转换为数字类型
23         data_x = data_x.apply(pd.to_numeric, errors="ignore")
24
25         # 获取变量名对应的值
26         xlabel = data_x.columns
```

2、自建场景:

专注于自主开发与创新，通过自建场景，我们实现了对业务数据的深度挖掘、精准预测与智能决策，我们持续致力于算法的优化与迭代，以期为数据分析师创造更多价值，有效提升企业的运营效率与市场竞争力。



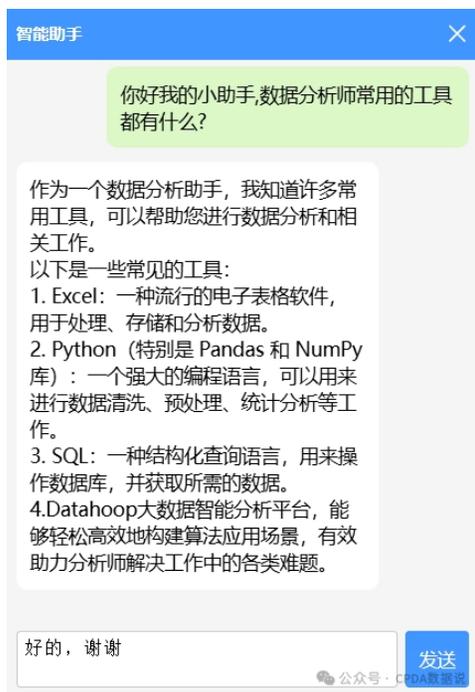
3、数据可视化

分析数据可视化功能将复杂的数据信息通过丰富、易于理解的图表形式展现出来，便于洞察数据背后的规律和趋势，从而做出更加明智的决策。



4、智能助手

专为数据分析行业打造的人工智能工具，旨在显著提升数据分析师的工作效率与专业能力。这款智能助手深度融合了机器学习与自然语言处理等前沿技术，为数据分析师提供了全方位、精准且高效的辅助支持。



5、数据加工

专为数据处理与可视化领域设计的在线表格数据处理工具。它融合了先进的数据处理算法与图形渲染技术,旨在帮助用户高效地完成数据的预处理工作,确保数据质量,为后续的数据分析奠定坚实基础。

订单编号	店铺名称	订单日期	商品名称	颜色型号	货号	数量	金额	性别	职业	年龄	身高	体重	尺码	品牌	材质	工艺	风格	季节	适用场景	
1	1111111	2020-05-25	衬衫	白色	202022200	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	男士	商务	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
2	102000547	2020-05-25	裙子	蓝色	202611200	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
3	101000553	2020-05-25	裤子	蓝色	103070213	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
4	101000553	2020-05-25	裤子	蓝色	103070213	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
5	101000553	2020-05-25	裤子	蓝色	103070213	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
6	101000556	2020-05-25	裤子	蓝色	103070213	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
7	101000555	2020-05-25	裤子	蓝色	103070213	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
8	102000448	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
9	102000919	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
10	102000441	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
11	102000920	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
12	102000455	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
13	102000455	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
14	102000923	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
15	102000923	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
16	102000914	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
17	102000915	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
18	102000455	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
19	102000467	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
20	102000446	2020-05-26	裤子	蓝色	103070213	1	199	179	179	20	95.52	83.48	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
21	102000450	2020-05-26	裤子	蓝色	100543000	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
22	102000917	2020-05-26	裤子	蓝色	103043013	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
23	102000918	2020-05-26	裤子	蓝色	103150608	1	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常	
24	102000922	2020-05-26	裤子	蓝色	104670251	1	399	359	359	40	191.52	167.48	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
25	102000467	2020-05-26	裤子	蓝色	102780414	1	319	319	319	0	155.12	145.88	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
26	102000921	2020-05-26	裤子	蓝色	102780414	1	249	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
27	102000446	2020-05-26	裤子	蓝色	102780414	1	199	199	199	0	103.48	95.52	正常	男士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
28	102000457	2020-05-26	裤子	蓝色	103164000	1	249	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
29	102000462	2020-05-26	裤子	蓝色	103164000	1	249	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
30	102000463	2020-05-26	裤子	蓝色	103164000	1	249	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
31	102000448	2020-05-26	裤子	蓝色	103164000	1	249	249	249	0	129.48	119.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
32	102000456	2020-05-26	裤子	蓝色	103164000	1	239	239	239	0	114.72	124.28	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常
33	102000469	2020-05-26	裤子	蓝色	103164000	1	249	224	224	25	129.48	94.52	正常	女士	休闲	透气	休闲	通勤	夏季	日常

6、标准化接口，一触即通

我们精心设计了标准化的接口，确保每一行代码都遵循统一规范，让您的开发过程更加流畅无阻。无论是新手还是资深开发者，都能迅速上手，减少学习成本。

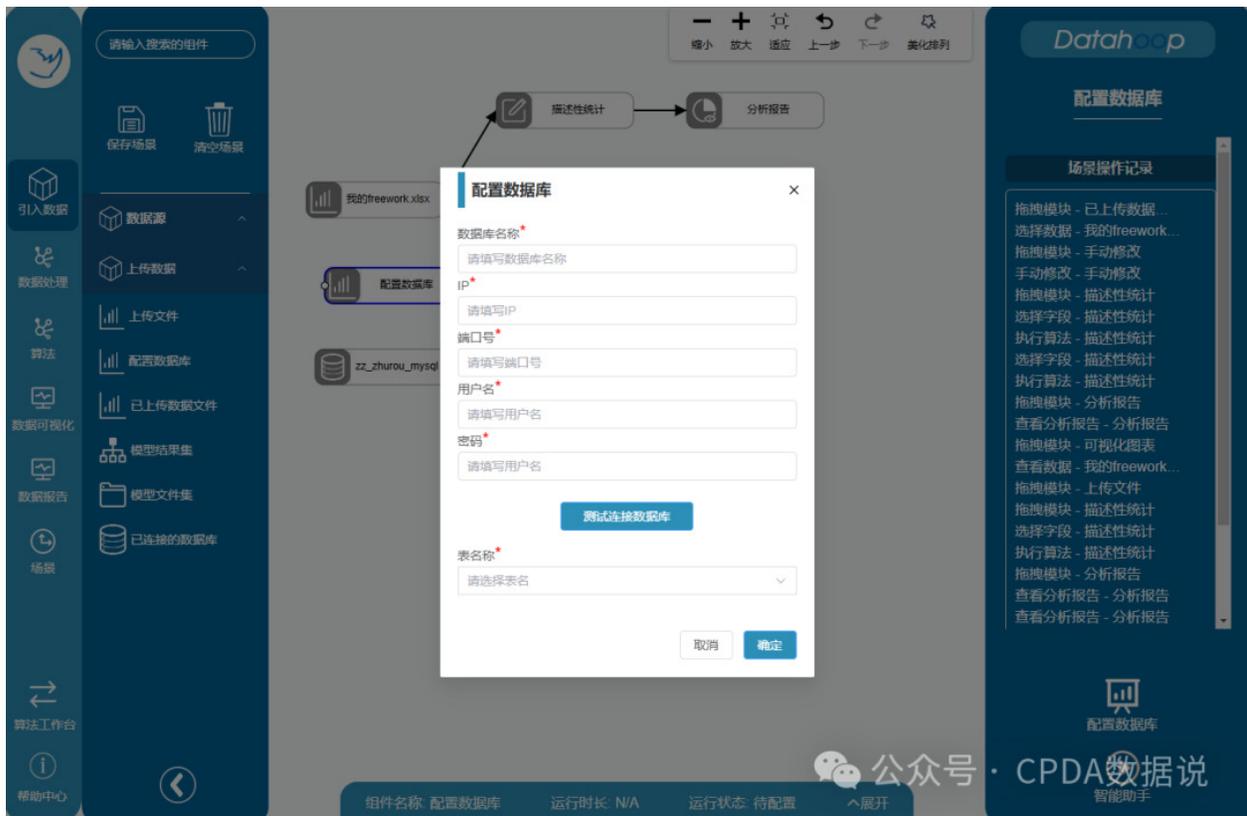
您可以直接在平台上对已经搭建的场景和算法进行实时测试。无需繁琐的本地部署，即刻验证功能，加速问题解决。

标准化接口文档不仅便于理解，更易于集成。无论是Web应用、移动APP还是其他复杂系统，都能轻松对接，大大缩短项目开发周期。



7、数据库对接，数据驱动开发

全新数据库对接功能：我们深知数据在现代开发中的重要性，因此特别推出了数据库对接功能。通过简单的配置，可以轻松将平台与数据库进行连接，实现数据的实时分析。兼容数据库类型（如MySQL、PostgreSQL）。



8、智能代码（灵犀）助力算法自建

充分利用大模型技术，为用户提供高效、便捷的算法自建功能。用户无需深厚的编程基础或复杂的配置，即可通过平台轻松构建自己的算法。平台内置了丰富的算法模板和工具，支持多种数据处理流程，满足用户多样化的算法需求。通过灵犀代码助手完善算法自建平台，可以快速实现算法创新和落地。



此次Datahoop4.0版本更新，操作流程大幅简化。去除冗余步骤，优化交互逻辑，用户体验升级，各项功能使用更加便捷，提升广大使用者的工作效率。

2月21日数据委邹会长接受了来自新华网的采访

来源 / 新华网

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-02

2月21日，数据委邹会长接受了来自新华网的采访，本次采访报道已累计收获了72.2万浏览量。

当前，中国数据分析行业正处于高速变革期：大数据、人工智能、云计算等技术深度融合，驱动金融、制造等各领域数字化转型，数据分析逐步从技术工具升级为企业的核心生产力。然而，行业仍面临企业认知不足、数据应用深度有限、高端人才短缺等挑战。邹会长围绕行业趋势、人才培养及跨界合作等话题进行了分享与见解。



新华网：当前中国数据分析行业有哪些值得关注的趋势？

邹东生：中国商业联合会数据分析专业委员会已经成立16年，从中国的第一个分析师出现，到组建数据分析师事务所发展至今，实际已有21年历史。随着大数据、量化研究等概念的引入，数据价值已经获得越来越广泛的认可。

通常大家对大数据的理解更多的集中在技术方面，如分布式架构、区块链、数据中台等。在

chatGPT出现后，数据分析从后台走到前台，我们发现数据分析是未来的重要生产力，通过算法对数据处理，帮助企业在数字化转型过程中实现降本增效，帮助我们解决实际问题。

当前数据分析已经成为推动产业数字化转型，提升企业竞争力的核心驱动力，尤其是在人工智能、大数据云计算等技术的加持下，数据分析的应用场景不断拓展，为各个行业带来了深远的变革。

无论是金融行业的风险管理和精准营销，还是制造业的智能生产与产业链优化，数据分析都在加速企业迈向高质量发展的进程。然而随着行业快速发展的同时，我们也面临了一些新的挑战。

一是企业对数字化转型，还普遍存在认知不足的现象；二是数据的融合深度不够，数据分析与人工智能的协同应用，仍需要更多的加深；三是高端人才供需矛盾依然存在。行业迫切需要复合型、创新型的高水平数据分析人才。面对这些机遇与挑战，如何推动数据分析行业更高质量、更可持续的发展，成为了摆在我们面前一个非常重要的课题。

新华网：中国商业联合会数据委员会在推动人才培养等方面有哪些计划？

邹东生：我们特别成立了数据分析行业专家库。专家库的成立意义重大，它将汇集全国数据分析领域的顶级专家和学术力量，搭建起共享资源整合、跨界合作的平台。

我们希望通过专家库的建立，为行业提供政策解读、标准制定、技术创新等支撑，推动数据分析行业的规范化、科学化发展。同时专家库还将致力于解决人才供需矛盾，强化数据分析师实战应用，为行业源源不断地输送高水平的专业人才。

此外，2025年我们将继续发布数据分析师认证课程的第11版。数据分析师认证课程第11版课程和DH平台4.0的同步更新，也标志着数据化人才培养和AI人工智能技术开始紧密融合。

随着技术更新越来越快，我们的教材也在紧跟趋势，始终把行业知识、数据化思维以及先进的方法论相结合。同时，我们将搭建Datahoop数据分析公益平台，在平台上分析师们可以免费学习，在实战中培养他们分析解决问题的能力，构建行业协会的案例库和人才库。

新华网：我们了解到，在人才培养方面中国商业联合会数据委员会与机械工业出版社在去年举办了“数智前瞻”2024数据分析行业专家论坛，未来还有什么合作计划？

邹东生：我们已与机械工业出版社展开“智数领航者知识赋能计划”的项目合作，通过首席数据官栏目以及话题研究等内容，帮助企业构建数字文化。同时我们将把相关案例、分析方法等内容出版成对数字化转型具有实战意义的图书。

我们会始终秉承专业协会理念，帮助更多人掌握数据分析的能力，为行业人才培养持续赋能。

3月4日数据委成功召开2025年第一次专家研讨会

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

随着DeepSeek的广泛应用，数据委于3月4日在协会8层组织召开了一场围绕AI在当前企业发展应用的专题研讨会。

本次会议汇集了数据分析专家库的多位资深专家，深度探讨了DeepSeek在各个领域的应用、挑战及未来发展方向，为企业和行业的发展带来了诸多启示。



数据委引领：积极应对 AI 变革

数据委在变革的大背景下发挥了积极引领作用。呼吁专家们要经常积极参与讨论，共同把握时代机遇与挑战。为了方便讨论，协会提出以主题形式开展小范围座谈活动，并对参与人员进行限制，确保讨论的专业性和深度。

企业转型：机遇与挑战并存

专家代表们分享了自己企业转型过程中的

经历与挑战。在面临着裁员和人才招聘困难等问题上，也在积极探索利用DeepSeek解决这些难题。例如，有的企业强调项目梳理和技术开放的重要性，即使非专业人士也可参与报告编写，但需提高操作人员的专业性和数据分析思维，否则会有很多风险与问题。这表明专业数据分析人才在AI大环境下，依旧是多数企业急需的重要人才。



数据分析：价值与应用案例

从数据分析师转型为律师的专家分享了自己工作中的案例，在执行债务案件中，债权方欠债 3500 万且坚决否认，通过数据分析成功追回款项。这一案例强调了企业应积极积累原始数据，运用如 DataHoop等工具进行深度分析，以便做出更准确的决策。同时，培养全能型人才，

使其具备良好的数据分析能力也成为共识。

AI 时代: 企业创新与适应策略

企业在 AI 时代的创新行为和适应策略成为会议的重要议题。企业专家代表分享了在人力、业务和 DeepSeek 应用等方面的创新举措,以及在面临变化时的应对策略。公司内部信息化工作、与协会和专家的交流学习情况也被提及。此外,还对 DeepSeek 在公司的员工状况、风险评估备案、工作计划目标的帮助进行了简要探讨。

教育与认证: 数据分析教育的挑战与坚守

数据分析课程的价值传递以及国内市场对此的接受程度是讨论的焦点。协会坚持价值传递的理念,更注重实效和真实价值。在培训认证方面,强调课程质量和地方合作伙伴的作用,同时也需要调整以适应市场需求。

本次会议内容丰富、讨论深入,涵盖了人工智能在企业发展中的多个方面。从协会的引领到企业的转型,从数据分析的应用到教育认证的思考,从数据交易中心的发展到数据分析师作用的提升,都为行业的发展提供了宝贵的思路和方向。相信在各方的共同努力下,专业的数字人才将在企业发展和行业变革中发挥更大的作用。数据委会长期组织这类专家研讨活动,欢迎更多的专家共同参与。

3月10日数据委荣获中国商业联合会“2024年度优秀分支机构”称号

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

3月10日上午，中国商业联合会（以下简称“中商联”）分支机构工作会议在中商联大会议室隆重召开。来自中商联各行业组织代表齐聚一堂，共同回顾2024年的工作情况，同时围绕未来发展趋势，对各组织工作规划等议题展开深入交流与探讨。数据委作为数据分析行业的专业组织，在过去一年中积极推动企业数字化转型，荣获中商联“2024年度优秀分支机构”称号，这是对其过去一年工作的高度认可。



(中商联会长姜明向数据委负责人邹东生颁发荣誉证书)

本次会议，中商联领导对过去一年各组织的工作进行了全面回顾与总结并通报了考核结果，充分肯定了各组织在推动行业发展、服务会员企业、开展行业自律等方面所做出的努力。针对当前商业行业面临的新形势和新挑战，提出了未来工作的重点和方向，鼓励各组织进一步加强合作，共同为推动中国商业高质量发展贡献力量。

数据委作为全国数据分析行业的专业组织，在企业数字化转型的浪潮中，积极发挥桥梁纽带作用，组织开展了一系列数据应用与商业创新的多项活动，帮助众多会员企业提升数字化运营能力；搭建会员共享平台，促进企业间的交流与合作，大力推动了商业领域数据价值的挖掘与释放。这些务实且富有成效的工作，不仅得到了会员企业的广泛好评，也为中商联整体工作的推进增添了动力。



(中国商业联合会分支机构工作会议现场)

在做完2024年整体工作回顾后，中商联领导向数据委颁发了“2024年度优秀分支机构”奖状证明。这也是数据委连续多年获此殊荣。这一荣誉的背后，离不开数据委全体成员的辛勤付出，也离不开中商联以及各组织的支持与指导。新的一年数据委也将以此为新的起点，持续深耕数据领域，进一步提升服务水平，加强与各组织和会员单位的协同合作，为中商联的发展和商业的数字化转型注入更多活力，助力行业在数字经济时代实现新的跨越。

3月12日数据委成功召开2025年度事务所会员工作会议

来源 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处
日期 / 2025-03

为深入贯彻2025年全国两会关于“人工智能+”行动及加快制造业数字化转型的决策部署，我委于3月12日在协会会议室成功召开事务所会员工作会议。会议围绕“政策落地、平台赋能、服务协同”三大主题，深入探讨企业数字化转型路径，明确数据分析行业年度工作方向，并达成多项合作共识。



(图为会场照片)

数据委员会长邹东生、副秘书长闫智江等领导出席本次会议，陕西瑞友、北京鼎盛恒信、海南智企、天津大允思程等17家事务所代表参会，会员处主任刘兆宸主持本次会议。

刘主任指出，协会将积极响应两会提出的加速传统制造业数字化转型指导方针，整合各方资源，助力会员单位更好地为企业数字化转型赋

能。

邹会长结合美国Databricks公司案例，剖析“私域数据价值转化”商业模式，指出了各种应用的落地在未来将产生巨大的商业价值和盈利模式。他还强调企业成功的关键在于快速拥有大量场景和应用落地，以及利用平台和算法的自动化进行产品开发。并呼吁会员单位深化算法储备、加速知识迭代，背靠行业推动商业闭环。



(图为邹会长的主题分享)

技术处主任钱磊和科研处主任王唯唯介绍了即将上线的DataHoop平台4.0三大核心功能：知识库构建、大模型技术应用、协助工作流程构建，同时分享了平台在各行业中得到的应用和反响，获参会代表的一致好评。海南智企事务所代表现场结合连锁餐饮数据分析业务与DataHoop

平台探讨深度合作的事宜。



(图为我委讲解DataHoop平台功能)

我委还介绍了“关于推动全国企业数字化转型进程引进高质量服务商”计划执行进展，自2024年启动以来，已授权多家单位在航空、金融、能源等七大领域提供数字化转型服务。天津大允思程、北京中易数安两家事务所在会后表示将积极加入计划，在人才培养、技术输出等领域深化合作，助力行业生态共建。

展望未来，数据委将进一步深化协同，加强对事务所会员在开展各类业务上的服务与支持，并挖掘行业创新实践，形成可复制经验；同时通过DataHoop 4.0的上线为会员单位在今后开展相关业务层面提供便利。数据委将与事务所会员单位共同推动企业数字化转型进程，促进数据产业的高质量发展，为数字中国建设贡献力量。

国务院常务会议：数字经济发展的三个重点方向！

来源 / 新华网

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

在今年第十四届全国人民代表大会第三次会议上的政府工作报告中明确指出：加快制造业数字化转型，培育一批既懂行业又懂数字化的服务商，加大对中小企业数字化转型的支持。激发数字经济创新活力，持续推进“人工智能+”行动，将数字技术与制造优势、市场优势更好结合起来，支持大模型广泛应用，加快完善数据基础制度，深化数据资源开发利用，促进和规范数据跨境流动等指导方针。



数据委作为以数据分析师及数据分析师事务所等从事与数据分析行业相关的团体与个人自愿组成的全国性数据分析行业组织，自2008年成

立以来，一直致力于促进高校、科研机构与企业之间的合作，搭建产学研用交流平台，加速科技成果转化，为企业数字化转型提供强大的技术支持。

在今年两会胜利闭幕之际，数据委将认真贯彻落实两会提出的加快企业数字化转型政策，积极行动，全面助力企业搭乘数字化快车，实现高质量发展。

相信在数据委的引领和推动下，越来越多的企业将实现数字化转型，在新时代的经济舞台上绽放更加耀眼的光芒，为我国数字经济的蓬勃发展贡献力量。

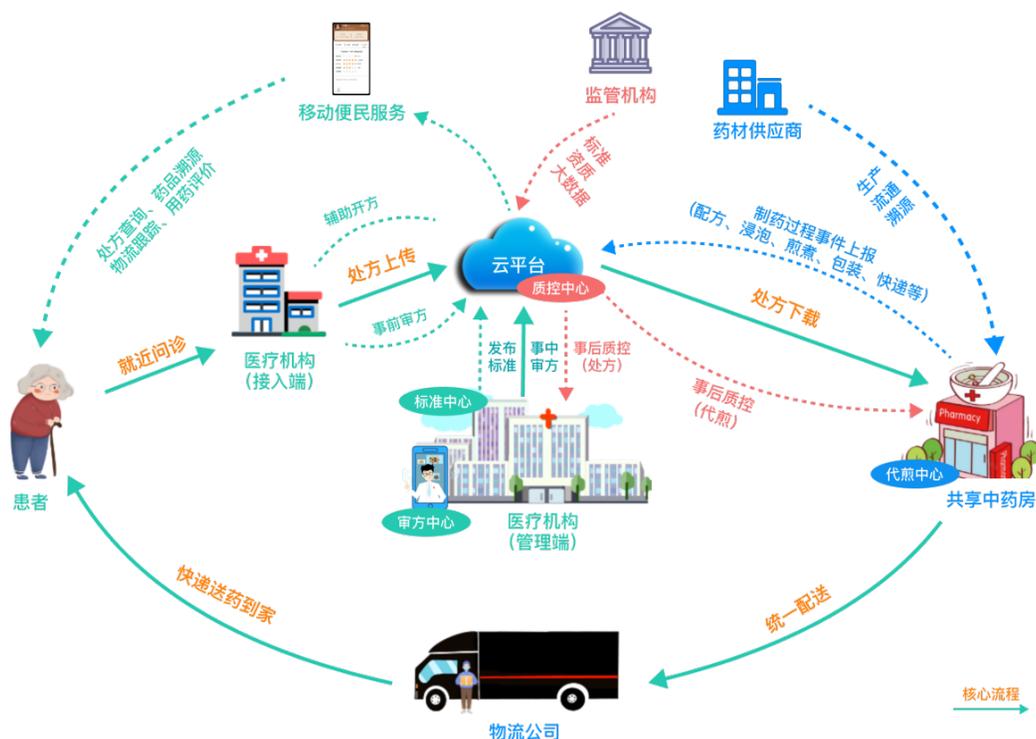
用好数据分析 助力中医惠民

来源 / 数据分析行业专家库 顾则全

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

随着我国医疗卫生事业改革地不断深入，传统中医药在公共医疗卫生领域的作用愈发重要，尤其是新冠病毒肆虐全球之际，我国政府通过对独有的中医诊疗体系和中药药理相融合，及时提出了多种有针对性的抗疫防范措施，为夺取抗疫工作的最终胜利贡献了力量。近年来，在《“十四五”中医药发展规划》（国办发〔2022〕5号）的指引下，全国各地的中医药管理部门，各级中医医院等服务机构本着以人为本、为患者服务的宗旨，通过云计算、人工智能、大数据、区块链等高新技术手段、积极探索和研究新时期中医药的传承管理和使用创新，实现了“从患者就医到用药评价的中医就诊”和“从田头到案头的中药全链路溯源”双闭环模式。其中，上海市卫健委的“中药安心达”中药云平台 and 重庆市两江新区的“中医用药一件事”中药云平台便是其中的典型代表。



中药云平台实现了从患者就医、开方验方、药材溯源、浸泡熬制、快递送药到家的整个流转服务闭环，平台将业务流与数据流无缝结合，给患者带来有别于西医诊疗体系的便捷舒适就医体验。在医生开方环节，平台创设构建了中医“病-证-法-方”的数学模型，结合“望-闻-问-切”的四诊信息，通过人工智能辅助诊疗方式，与600+中医病症匹配，并与本地中医专家知识库链接，推送出若干个处方建议；在监管审方环节，依靠平台高度自动化的智能审方知识库与严格的审核流程，做到异常处方精准识别，最大限度保障中医处方正确性的同时，节省院方审方药师人力以及降低上级监管机构的工作强度。上海市中医药云平台自2023年投入使用以来，已成功接入全市384家医疗机构和30家中药熬制企业，年度上链中药处方数超1000万条，日均上链超2万条，每月为数万市民提供便捷中医药查询服务。

未来，随着各地中医药云平台的陆续建设，国家中医药管理局构想的“省-市-区县-社区”四级中医药服务管理模式将成为现实，政府层面为完善中医药标准制定、大数据辅助决策提供支撑，医院层面为人工智能辅助开方、智能审方、中医课道传承提供帮助，患者层面为公众安心问诊、省心送药、舒心用药提供服务。与此同时，今后通过对中医用药评价（药理药效跟踪）、中药智能调配（季节性调拨），以及对监管机构事后质控（质量评价）等数据进行分析，可以更好的服务于中医用药工作，为我国的中医药管理与服务的高质量发展提供支撑。

基于智慧消防的服务质量评价探讨

来源 / 北京城建北方集团有限公司 北京泰普瑞消防技术研究院 刘宏昌

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

摘要：以智慧消防技术为评价手段，消防技术服务机构开展消防设施的检测、维护保养和消防安全评估，为控制和改进其服务质量，进行了基于智慧消防技术的服务质量评价技术研究，基于智慧消防的动态数据采集与实时评价模型，明确试点实践成果。首先系统梳理研究背景和现状，然后介绍了消防设施物联网技术，最后分析了消防技术服务质量评价技术。

0 引言

消防技术服务是保障公共安全的核心环节，其质量直接影响火灾预防、应急救援的效能。传统消防服务多依赖人工巡检与事后处置，存在响应滞后、数据孤岛等问题。物联网技术通过传感器网络、数据实时传输与智能分析，实现了消防设施的远程监控、故障预警与动态管理，为服务质量评价提供了技术支撑。然而，现有研究对物联网赋能下的消防技术服务质量评价体系缺乏系统性探讨。本文结合物联网技术特点，从评价指标、方法、流程等方面构建适应智能化场景的服务质量评价框架，旨在提升消防技术服务的科学性与可追溯性。

1 研究背景与现状

1.1 研究背景

2021年应急管理部公布《社会消防技术服务管理规定》（应急管理部令第7号公布），确定了“规范社会消防技术服务活动，维护消防技术服务市场秩序，促进提高消防技术服务质量”的管理目标，要求消防技术服务行业组织应当加强行业自律管理，规范从业行为，促进提升服务质量，要求消防技术服务机构健全质量管理体系和消防安全评估过程控制体系。因此，有必要围绕提高消防技术服务质量总体目标，加快推进消防技术服务质量评价体系研究，以高标准推进消防技术服务行业高质量发展。

1.2 研究现状

国际上在消防安全领域开展服务质量评价的主要机构有英国预防损失认证委员（LPCB）美国

NFPA、德国VdS等。

国内已针对服务业和服务开展质量评价主要有四大类:一是以提供服务组织为评价对象,以ISO 9000标准为基础,主要对服务机构的管理体系进行评价;二是以服务提供的保障能力为主要评价对象,重点审查服务提供商的硬件、软件、人员等所具有的条件与能力是否达标;三是针对服务过程的评价,通过对服务过程进行评估,评价服务组织的承诺;四是针对服务成本和绩效为核心进行评价,强调以绩效提升为主要目的,对服务结果进行评价。

2 智慧消防技术

随着物联网、大数据、人工智能技术在消防领域的深度应用,消防技术服务模式发生很大变化。新技术赋能消防技术服务,带来服务产品的极大丰富。

智慧消防技术在消防技术服务中的应用主要体现为:通过传感器、射频识别等技术,实时采集建筑消防设施运行状态参数,通过互联网进行传输,实现数据的实时监控和分析;对消防设施的智能化管理和控制,提高消防设施的运行效率和可靠性;通过物联网平台,实现对消防设施的远程监控和预警,及时发现和处理潜在的安全隐患。

消防设施物联网技术应用主要体现在以下方面:第一,实时数据采集与传输,通过感烟探测器、感温探测器、可燃气体探测器、温度计、压力表等仪器设备,实时采集建筑内消防设施运行数据(如压力、温度、设备状态),并借助5G/NB-IoT网络传输至云平台,实现全域数据可视化;第二,智能化预警与决策支持,基于大数据分析算法,对异常数据(如烟雾浓度骤升、消防水管压力异常)进行实时预警,并生成应急处理建议,提升风险预判能力;第三,远程控制与协同管理,通过物联网平台远程操控消防设备(如喷淋系统、排烟风机),联动多部门应急响应,缩短处置时间;第四,全生命周期运维管理,记录设备运行数据,结合AI预测模型,优化维保周期与备件管理,降低故障率。

3 消防技术服务质量标准

目前国内多地发布实施地方标准,其中上海、深圳等地区制定了服务质量管理规范、服务能力评价规范,也开展了一系列服务标准化活动。标准化活动的对象主要是从服务质量管理角度入手,提升服务质量管理水平。深圳市发布《消防技术服务机构服务规范》提出了服务提供过程要求和服务能力评价方法。京津冀三地联合制定了消防设施检测、消防维保技术规程,提供了服务

提供过程相关标准。

4 消防技术服务质量评价

消防技术服务质量是在服务提供的过程中形成的，且技术要求较高，需求方对服务质量通常无法独立或是事先作出评价。建立市场化质量监督评价机制，需要明确服务质量要素及评价指标。消防技术服务质量不但要符合国家、行业有关消防技术标准等功能性要求，同时也要考虑需求方对经济性、安全性以及时效性的需求。

4.1 评价原则

消防技术服务质量评价遵循以下原则：第一，客观性，基于物联网数据客观反映服务效能，减少主观偏差；第二，动态性：结合实时监测数据，实现服务质量的动态评价；第三，可操作性，指标需便于量化采集，适应智能化管理需求。

4.2 评价体系

应用服务接触技术模型和服务蓝图分析方法，建立消防技术服务服务质量评价体系，从消防服务接触中识别消防技术服务特性，甄别并确定关键接触特性，从而构建消防技术服务的特性指标体系，且确保可测量。由于服务的异质性，在消防技术服务中，服务特性满足程度并不完全取决于消防服务机构，它与接受服务的社会单位有直接关系。

4.3 评价模型

服务质量评价是一个涉及多个学科和领域的研究课题，有许多不同的理论和模型来探讨和测量服务质量的观念、维度、影响因素和提升策略。服务利益模型（Service Benefit Model）：基于顾客从服务中获得的利益来评价服务质量，服务质量是由两个维度构成的，分别是技术质量和功能质量。技术质量指的是服务的实际结果或输出，功能质量指的是服务的交付过程或方式。该模型还引入了企业形象作为影响顾客对服务质量感知的一个重要因素。

4.4 评价指标

基于《中华人民共和国消防法》、《社会消防技术服务管理规定》以及有关服务标准化国家、地方标准，结合消防技术服务特性，按照服务时序对消防技术服务过程进行识别及分析，抓

取服务质量关键要素，建立服务质量评价指标体系。

4.5 评价方法

基于物联网的消防技术服务质量评价方法主要分为主观评价方法和客观评价方法，主观评价方法通过专家评审、用户反馈等方式，对消防技术服务的质量进行定性评估，挖掘服务中的潜在问题和改进空间，主要包括层次分析法、专家调查法（delphi法）、模糊分析法等；客观评价方法通过数据分析和统计方法，对消防技术服务的各项指标进行量化评估，主要包括SERVQUAL模型、主成分分析法等。定量评估法是采用数学的方法，收集和处理评价对象服务能力、服务实施相关数据资料，根据定量结果给出评价分数。

同一消防技术服务机构的实际得分与约定得分（参见图1），从专业性、规范性、服务资源、满意度、诚信要求和既往业绩等方面进行评价。不同消防技术服务机构的优劣势对比评价在一张雷达图（参见图2）中展现，从图中可以看出，评价要素分为服务保障、规范性评价、专业性评价、服务能力评价和服务结果。



图1 服务质量评价示意图（1）

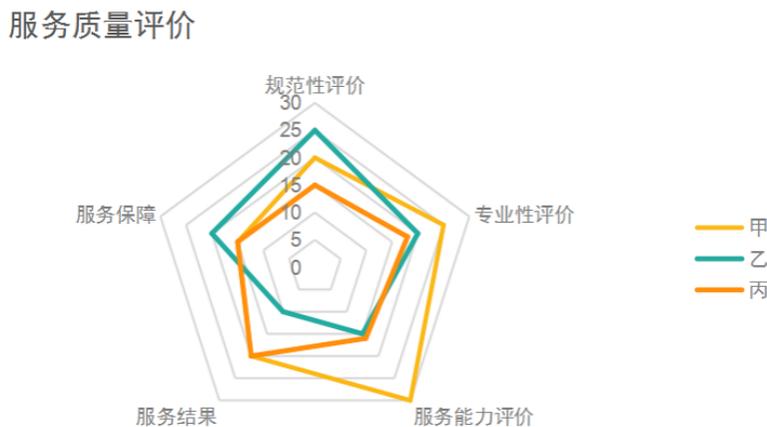


图2 服务质量评价示意图（2）

4.6 评价流程

消防技术服务质量评价流程一般包含以下几个步骤（参见图3）：



图3 评价流程图

第一，准备阶段，确定评价目标，构建评价团队：包括消防工程师、数据分析师及第三方评估机构明确评价目标、确定评价指标和选择评价方法，制定详细的评价计划；第二，实施阶段，数据采集：通过物联网平台调取设备运行日志、报警记录等；第三，动态评分，结合实时数据与历史数据生成服务质量热力图；第四，问题诊断，识别低分项，追溯管理漏洞通过物联网平台进行数据采集、传输和分析，实施定量和定性评价；第五，总结阶段，对评价结果进行深入分析和解读，形成评价报告并提出改进建议；第六、生成评价报告，包含指标得分、问题清单及优化建议。

5 基于物联网的消防技术服务质量评价试点实践

本研究采用“标准”+“质量评价”+“物联网”的模式，组织消防技术服务机构开展基于物联网的消防技术服务质量评价试点实践，通过消防技术服务质量评价，推进消防技术服务行业高质量发展。搭建了全量数字消防设施试验装置（见图4），并分别建立了消防设施智慧服务平台（见图5）和消防设施物联网虚拟现实场景远程操作平台（见图6）。



图4 全量数字消防设施试验装置



图5 消防设施智慧服务平台



图6 消防设施物联网虚拟现实场景远程操作平台

通过试点实践项目，应用上述评价体系后，提升了火灾预警准确率，降低了误报率；大幅度缩短了设备故障修复平均时长；显著提高了顾客满意度评分。结果表明，该评价体系能有效提升消防技术服务的精细化水平。

6总结

基于物联网的消防技术服务质量评价技术研究，抓住突发解决防范和抵御风险监管环节的关键要素，通过研究突破认证检测资源能力信息交流和监控及过载预警关键技术和基于合格评定“功能法”的监管对象、样本、评价指标、评价方法等多因素优化选取技术，提出一套消防技术服务质量评价机制与实施方案，把政府的作用与市场和社会的力量结合起来，利用独立的第三方合格评定制度来协助和完善监管体系，使其成为消防部门监管体系的重要支撑，实现监管重点从事前审批向加强事中事后监管转变，有效提升消防监管的精准性和靶向性，对推进消防治理体系和治理能力现代化有着重要和深远意义。

参考文献：

- [1] 消防设施物联网系统技术标准[S].J14149-2018.
- [2] 社会技术服务单位质量管理要求[S].DB31/T 1380-2022.
- [3] 建筑消防设施管理规范[S].DB65/T 3119-2010.
- [4] 消防设施物联网施工和维护规程[S].T/SHXFXH 001-2020.
- [5] 王建军等.物联网技术在消防监控系统中的应用[J].消防科学与技术, 2021, 40(3): 45-49.
- [6] 张涛.基于大数据的城市消防安全评价模型研究[D].清华大学, 2020.
- [7] 电梯维保服务质量评价规范[S].DB3305/T 358—2024.
- [8] 市场和社会调查机构服务质量评价指南[S].GB/T 44894—2024.

“两会”精神深度解读之一——激发数字经济创造活力

来源 / 上海天元项目数据分析师事务所有限公司 数据委员会 陶长书

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

2025年3月第十四届全国人民代表大会第三次会议上，习近平总书记强调加快完善数据基础制度，深化数据资源开发利用，促进和规范数据跨境流动。数字经济作为重组全球要素资源、重塑经济结构的关键力量，其创造活力的激发已成为我国高质量发展的核心命题。当前，全球正处于新一轮科技革命与产业变革的加速期，人工智能、大数据、云计算等数字技术正深度重构生产力和生产关系。我国数字经济发展势头强劲，2023年规模达53.9万亿元，占GDP比重42.8%，成为经济增长的核心引擎。然而，在高速发展背后仍存在瓶颈：核心技术自主性不足，高端芯片、工业软件等领域依赖进口，制约产业链安全性；数据要素市场化机制不完善，数据权属界定、流通交易、收益分配等制度尚未健全，抑制要素潜能释放；区域与产业协同不足，东西部“数字鸿沟”显著，传统产业数字化转型渗透率仅62.9%，中小企业“不会转、不敢转”问题突出；国际竞争加剧，全球数字经济规则主导权争夺激烈，部分国家技术封锁倒逼我国加快自立自强。当前激发数字经济创造活力已迫在眉睫。



（一）方法

1. 实证分析与理论建模结合

运用计量经济学模型量化数据要素对经济活力的贡献度，结合马克思主义生产力理论构建“技术-制度-要素”协同创新框架。模拟数据要素市场化机制对创新生态的影响，揭示政策干预的阈值效应。

2. 多案例对比研究

选取多个典型案例，深入剖析数字产业集群的培育路径。通过企业数字化转型日志分析和政策文本挖掘，提炼“政府引导-市场主导-技术赋能”的协同机制。

3. 跨学科交叉验证

融合经济学、数据科学和人工智能技术，开发工业大模型轻量化部署方案，构建“数字创新指数”评估体系。

4. 动态跟踪评估机制

设立数字化转型企业样本库，每季度采集研发投入、专利转化等12项核心指标。运用区块链技术构建不可篡改的创新过程追溯系统，结合德尔菲法进行专家动态评估，形成“监测-反馈-优化”闭环。

（二）路径

1. 技术驱动与场景融合

推进“人工智能+”行动，聚焦智能制造、智慧医疗等垂直领域，优化算力布局与服务模式，构建“AI工厂”等新型基础设施，推动大模型与产业场景深度适配。

2. 数实融合机制突破

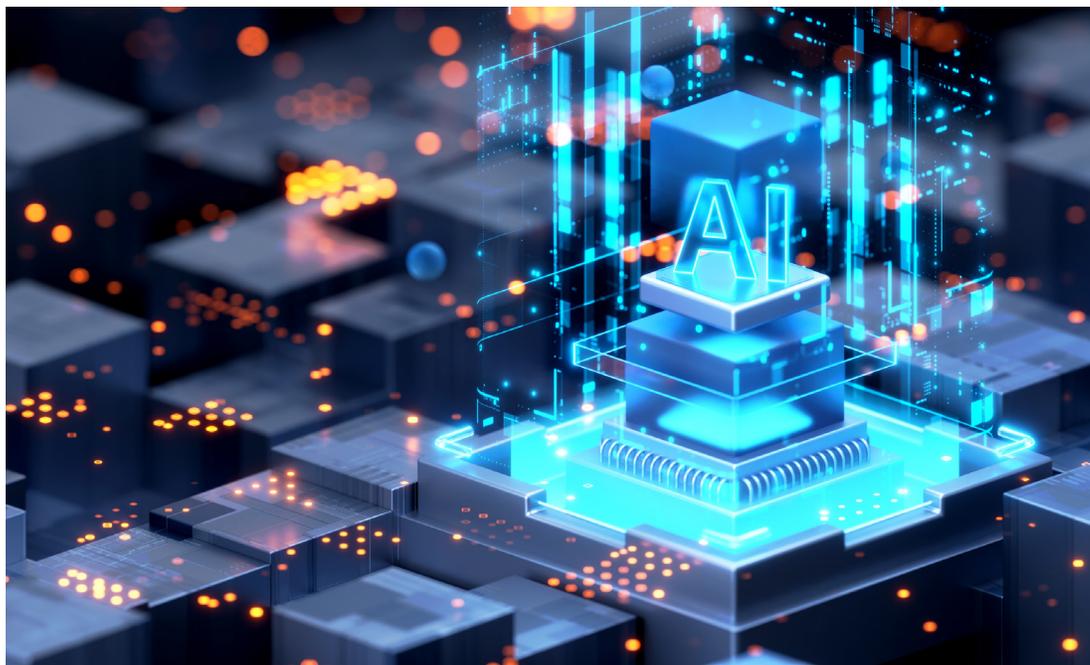
深化数据要素市场化改革，完善数据确权、交易及跨境流动制度，探索“可信数据空间”等技术应用，释放数据资产价值。

3. 产业生态协同创新

依托“链主企业+专精特新”联合体模式，构建跨链协同创新机制，重点布局生物制造、智能终端等新兴产业，培育数字化服务商。

4. 制度保障与治理优化

健全数字经济法治体系，建立“负面清单+场景白名单”监管机制，强化平台经济合规治理，完善AI伦理审查与风险补偿制度。



（三）内容

第一、核心技术突破与创新生态构建

聚焦人工智能、量子计算、6G等前沿领域，重点研究国产大模型开源生态建设（如DeepSeek技术突围）、边缘计算节点布局等算力基础设施优化路径。通过“链主企业+专精特新”联合体模式，构建产学研用深度融合的技术攻关体系，探索“技术攻关-成果转化-市场应用”全链条机制。结合政府工作报告提出的“人工智能+”行动，分析大模型在智能制造、智慧医疗等垂直场景的适配性，测算AI工厂等新型基础设施的经济溢出效应。

第二、数据要素市场化配置机制

围绕数据确权、流通与价值释放，研究“三权分置”制度的实践困境与突破路径，探索隐私计算技术在医疗、金融等领域的应用边界。构建数据资产估值模型与会计确认机制，量化数据跨境流动的“安全-效率”阈值。分析公共数据授权运营的收益分配模式，提出全国统一数据大市场建设方案。

第三、数实深度融合与产业转型

聚焦制造业数字化转型滞后问题（当前渗透率仅62.9%），研究工业大模型赋能生产流程重构的实践路径。针对中小企业“不会转、不敢转”痛点，设计“政府引导-服务商支撑-金融保障”协同机制，开发数字化转型成熟度评价指标体系。

两会明确要求构建“行业+数字”复合型服务商生态，工信部正加速推进工业互联网平台建设，支持龙头企业开放供应链数据共享，同时设立“数字化转型专项基金”对中小企业云服务、AI算法采购给予最高50%补贴，催生百亿级数字化服务蓝海。数据分析机构可借势参与全国性“产业工人数据库”建设，在能耗管理、工艺优化等垂直领域开发轻量化解决方案，并依托“AI创新特区”政策红利承接国企民企协同项目。

最后，希望全国各 CPDA 数据分析师及事务所会员，抓住 2025 年全国两会聚焦制造业数字化转型战略机遇，为数据分析行业开启黄金机遇窗口。

人工智能大模型在数据分析中的创新应用与行业实践

来源 / CPDA数据分析师 数据委员会 王翔宇

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

在“人工智能+”行动持续推进的背景下，AI大模型（如ChatGPT、DeepSeek、文心一言等）正深度赋能数据分析领域，推动企业从数据治理到决策优化的全链路变革。本文结合2025年行业最新实践，探讨大模型在数据资产管理、多模态分析及垂直场景中的技术突破，并以家电、金融、医疗等领域为例，解析其如何通过自然语言交互、动态知识图谱构建等技术，破解数据孤岛、提升分析效率，并实现数据资产的业务价值转化。研究显示，AI大模型的应用使企业数据分析效率平均提升50%以上，同时面临数据安全、算力瓶颈等挑战。未来，随着多模态技术与行业知识库的深度融合，AI将推动数据分析向实时化、场景化方向演进。

一、AI大模型驱动数据资产管理的智能化升级

1. 数据治理：从人工规则到智能自治

传统数据治理依赖人工定义清洗规则，效率低且覆盖不全。AI大模型通过以下方式革新流程：

自动化清洗与标注：ChatGPT、文心一言等模型可识别数据噪声与缺失值，自动修复问

题字段。例如，某金融集团利用文心一言分析客户日志数据，自动标注敏感信息并脱敏，数据治理效率提升60%。



跨模态整合：通义千问通过多模态技术，将文本、图像、传感器数据统一转化为语义向量，打破家电企业生产数据与供应链文本的孤岛，实现制造全流程的可视化分析。

2. 分析范式：从静态报表到动态洞察

自然语言交互（NLQ）：DeepSeek支持用户以口语化指令（如“分析华东区近三月退货率异常产品”）直接查询数据，自动生成SQL语句并返回可视化结果，较传统BI工具响应速度提升80%。

预测性分析：格力电器融合DeepSeek R1大模型与生产数据，预测设备故障率并优化维护计划，减少停机时间40%。

二、行业场景中的技术融合与价值释放

1. 家电制造业：智能化生产与产品创新

智能制造：海尔通过自研三翼鸟大模型（HomeGPT）分析全球66个工厂的传感器数据，动态优化生产线效率，实现缺陷检测准确率达99.5%。

智能终端：美的推出的DeepSeek空调通过语音交互与用户行为数据分析，自动调节温湿度，2025年市场渗透率预计突破30%。

2. 金融业：风险控制与客户运营

欺诈检测：某银行采用ChatGPT分析交易流水与客户通话记录，识别异常模式的准确率提升至98%，误报率降低25%。



个性化服务：文心一言结合客户画像数据生成投资建议报告，帮助理财顾问转化率提升18%。

3. 医疗健康：多模态诊断与科研加速

辅助诊疗：通义千问整合患者CT影像与电子病历，生成诊疗方案建议，缩短医生诊断时

间50%。

药物研发：Kimi通过分析临床试验数据与论文文本，自动生成分子结构优化路径，加速新药研发周期。

三、技术挑战与未来趋势

1. 核心挑战

数据安全与隐私：联邦学习技术被应用于家电企业的用户行为分析，实现数据“可用不可见”（如长虹AI质检系统的分布式训练）。

算力成本：中小企业依赖豆包、Kimi等轻量化工具，通过云端弹性算力降低部署门槛。

2. 发展方向

场景化增强分析（Augmented Analytics）：AI大模型将与行业知识库深度结合。例如，海尔天智工业大模型融入供应链经验规则，实现库存周转率的动态优化。

实时决策引擎：DeepSeek在金融交易中实现毫秒级数据流分析，推动高频交易策略的自动化迭代。

AI大模型正成为企业数据价值挖掘的核心引擎，其通过自然语言交互、多模态融合与行业知识注入，重塑了数据分析的边界。未来，随着算力提升与伦理框架完善，AI将推动数据分析从“工具辅助”迈向“智能共生”，为千行百业的数字化转型提供可持续动力。

基于大数据的网络营销模型构建研究

来源 / 苏州杰德曼文化传播有限公司总经理 数据委员会 杨清清

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

摘要：针对传统网络营销模型而言，受应用模式等因素影响，用户转化率较低，为提升营销质效，需对其实施优化，构建先进、现代化的网络营销模型，全面收集、记录用户信息，一定程度上改善营销效果。对此，本文针对大数据的网络营销模型构建展开分析，结合网络营销模型应用特点，从多维度入手，完善营销流程，实现数据信息的高效处理。

引言：从根本上来说，大数据作为现代先进技术，对线上信息量的处理具有一定积极意义，在实际应用中，其可大规模收集、分析各项数据，具有信息存储量大等多项优势。将其应用于网络营销行业中，可结合客户的实际需求，制定针对性、精准性的营销策略。在良好发挥数据信息实际应用价值的情况下，实现商品营销推荐路径的精细化管理。

一、大数据下网络营销模型的作用分析

在大数据环境下，构建网络营销模型可实现对数据信息的深入分析，全面整合企业内外部信息的前提下，可利用数据带动企业健康发展。在大数据技术的支持下，企业可精准预测消费者的行为，通常情况下，消费者实际行为

具有一定综合性、复杂性特点，在不同产品、时期、情境下，其实际需求、偏好具有多样性、差异性。应用大数据技术可综合分析消费者数据，结合其消费行为、特点等因素，深入探索消费行为规律。在制定相关刺激策略的基础上，可激发消费者购买活力，保证客户转化率。



在大数据技术的驱动下，企业可组织产品营销活动，结合客户数据信息特点，制定投其所好的营销策略。在这期间，可借助百度贴吧、微博、抖音等各类社交媒体，全面整合消费者各项数据，尽可能推荐其感兴趣的产品。为保证营销策略的有效性，应注重收集用户反馈数据，并调整、优化营销策略。同时，运用大数据挖掘技术，深入挖掘消费者购买习惯等指标，精准绘制用户特征。从设计媒体数据方

面入手，全方位地描绘消费者，增强描述的整体性，为后续营销策略的优化提供数据支撑。大数据具有精准性特征，将其应用于网络营销工作中，可对消费者进行细化，制定一对一的个性化方案，提升营销转化率。另外可在一定程度上避免推送骚扰广告，全面改善网络营销服务质量，增强用户体验度。

二、基于大数据的网络营销模型构建途径分析

2.1 收集、记录用户信息

在大数据环境下，信息处理与利用能力作为企业运营、发展的重点，可深入挖掘信息数据中的商业价值，便于企业在价值链中顺利占据有利位置，使客户、企业、合作伙伴三方共赢。在这期间，为发现数据信息中隐藏的联系可应用大数据技术并建立BI系统，使其基于大量数据信息进行提炼，实现知识共享、知识创造的有机结合。通过深入挖掘数据信息特征，可为企业、商家提供良好的竞争优势，便于企业管理人员做出科学的决定。

客户作为营销活动的主体，应对其各项信息全面记录和收集，整合有价值的信息。针对数据类型而言，主要包括匿名用户、实名用户，前者主要是以浏览、购买等方面的数据为主，与之相比，后者则是对用户真实信息的采集。在实际收集中，可借助网络浏览器的作用，使其留存用户在网站中的购买、访问记录，统计相应的品牌等属性。在此基础上，对

用户购买前的决策过程深入分析，优化最终商品营销的推荐路径。

2.2 优化并完善营销流程

在做好客户数据信息收集工作之后，应优化并完善营销流程，结合实际情况分析，此时用户尚未产生购买记录、购物咨询行为，为有效激发其潜在的购买需求，需借助营销流程，提高客户、商品的营销匹配度，实现高效转化目标。同时，通过分析产品关联数据，可对用户购买、预测结果实施对比，分析其内部存在的关联度，进而借助大数据技术，注重推广相似产品，增加企业营收，具体流程如图1所示。

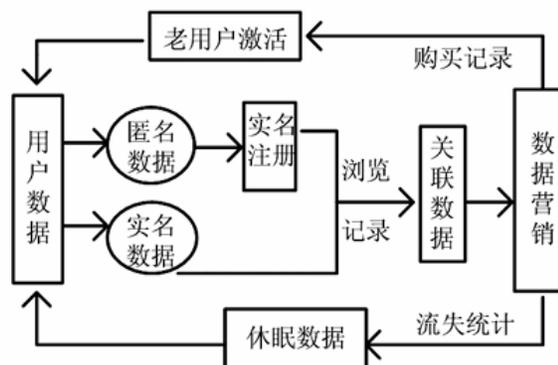


图1 营销流程图

根据用户数据分析，受多种因素影响，部分用户数据会逐渐流失，其无法全面实名转化。对此，需对此类用户实施管理，尽可能增加购买可能性，在上线之后，相关人员应注重推送其感兴趣的产品，增强客户黏性。

2.3 科学规划用户类型

大数据技术具有综合性特点，在实际应

用中，可借助大数据技术，实现各个平台之间的连接，精准抓取各项信息，实现信息全面整合。在这期间，应注重从不同维度入手，精准刻画客户形象，以近一年为时间标准，整合其所涉及的各项数据、信息，精准识别用户形象，实现用户消费体系的科学规划。以某位用户为例，为实现营销策略的针对性，企业运用大数据技术，调取其近五个月的消费需求，可发现其主要搜索词条，进而分析出其目标为何种商品。在此背景下，相关人员可制定符合其特点的营销策略。通过构建针对性较强、科学性强的网络营销模型，可确定客户消费潜力、能力，拓宽用户意向范围，丰富个性化服务信息，良好满足其心理需求，实现高质量网络销售目标。

2.4制定模型评价标准

为进一步拓宽网络营销模型的应用界限，增加价值尺度，相关人员应制定相应的模型评价标准，结合实际情况，可采用5J评价指标体系，实现网络营销模型应用效果的提升。

第一，减，为提高最终决策因素的质量，应注重对数据信息实施清洗、优化，有效减少干扰信息，提升企业信息处理效率。在不断精简客户数据信息的过程中，需重点删除部分影响决策的因素，减少不必要的信息反馈，帮助企业快速决策。

第二，捡，针对营销活动而言，在新时代背景下，社交媒体平台逐渐多样性，相应地会

产生海量数据，为良好发挥数据信息价值，需注重优化数据采集渠道，从互动性、传播精度等方面入手，增加信息整体价值。

第三，监，数据信息作为网络销售模型的主体，需以用户为中心，对其想法、喜好、变化等相关行为实施全面监控，提升数据反馈质效。

第四，建，为良好增强用户体验感，应构建交流平台，促使用户可以实时沟通，促使消费者逐渐成为企业的传播者。在良好洞察用户心理的基础上，采用个性化的对话模式，强化售后服务。

第五，检，通常情况下，大数据具有混杂性的特点，受消费者基数的影响，由于其实际行为的多样性，导致其在产品选择、时期等方面存在一定差异，对此，应结合反馈信息，精准预测消费者下一步行为，鼓励其进行购买。

三、实验论证分析

在大数据环境下，为有效验证网络营销模型应用效果，可对用户转化率实施计算，以总人数为参考，对其成交结果实施分析，合理验证模型成交效果，具体计算公式为：

$$pvr = \frac{iu}{full} \times 100\%$$

其中，iu代表成交结果，pvr代表用户转化率，full代表浏览总人数。

以某企业为例，与传统营销模式相比，为明确大数据下的网络营销模型实际应用情况，

其以双十一购物节的数据为参考，全面记录总浏览人数，保证最终转化率计算的精确性，具体数据如表1所示。

表 1 营销模型应用对比

日期	浏览总人次	大数据下网络模型	传统模型
11.7	145689	33562	8243
11.8	185632	37268	9926
11.9	253024	42426	10824
11.10	268792	49652	9895
11.11	298650	57556	11023

结合上述数据分析，与传统模型相比，基于大数据网络营销模型可有效拓宽服务范围，增加用户转化率，为企业整体创收提供保障。

四、基于大数据的网络营销模型应用效果优化策略

4.1完善网络营销平台

4.1.1优化网页设计

为提高网络营销模型应用效果，需完善网络营销平台，借助模型应用优势，从根本上提高平台销售能力，增加企业整体经济效益。在这期间，应加强网页设计，作为产品介绍、营销服务、企业形象展示的主要途径，需制定行之有效的设计计划。在这之前，需做好前期准备工作，结合网站建立目的、用户需求，综合考量企业自身情况、市场现状等因素，创设具有实际应用效果的网站。同时，需对网站特色、整体风格进行定位，进一步完善网站的构思创意，促使其真正抓住用户需求，保证网站

结构的合理性，切实提升用户购物体验。

4.1.2丰富网站内容

为提升网络营销平台建设水平，相关人员需注重丰富网站内容，结合销售产品特点，优化销售服务。针对线上销售平台而言，产品作为其核心组成，需结合实际需求，构建丰富的产品线，辅之营销策略，例如，会员制度、限时折扣、满减优惠等，强化商品对用户的吸引力。再结合网络销售平台应用模式，需对网站实施优化，结合网络销售模型中的各项数据，适当增加部分品牌流量与曝光，根据消费者的实际需求，提高其在搜索引擎中的排名。网络营销平台最终目标是商品转化，使相关产品得到更多的曝光与点击。在此基础上，为良好吸引潜在客户，需对内容实施营销，在提供有用信息的同时，增加商户口碑。



4.1.3加强安全保障

在大数据时代背景下，网络营销活动中极易产生支付安全问题，对此，应加强安全保障，全面整合信息技术，打造安全的交易平台。通常情况下，安全需求具有多样性，为保证交易信息的私密性，可采用身份认证方式，保证交易双方身份的真实性。在此基础上，从

通信通道方面入手，对部分重要的商业信息实施加密，保证信息内容的真实性，避免产生信息泄露情况。在这期间，可优化电子支付系统，需保证产生交易之后，接收方、发送方均不可否认其收到、发出的信息，使其在无法抵赖的情况下，保证支付操作的安全性，并保护企业、消费者自身合法权益。

4.2完善企业品牌形象

现阶段，受经济结构等因素影响，我国市场环境逐渐白热化，为顺利增强市场竞争力，需注重完善企业品牌形象。为增加企业产品实际价值，需采用显著标志，促使自身能够完全区别于竞争对手，全面呈现自身信誉、生产力与技术，提升整体销售管理质量。针对网络营销平台而言，通过良好应用网络营销模型，使其从销售方式、产品质量、售后服务等多方面入手，潜移默化的维护企业形象。同时，注重树立品牌意识，结合实际销售标准、目标，对营销产品质量、售后服务进行优化，有利于建立企业品牌，增强客户忠诚度，促进企业健康发展。另外，企业需积极适应时代发展规律，从消费者角度出发，优化产品与销售策略，综合分析消费者需求，促使企业朝着更强的方向发展。

结论：综上所述，在新时代背景下，大数据逐渐得到广泛应用，在网络营销领域中，为良好增加客户转化率，可基于大数据技术，构建网络营销模型，使其全面处理大数据信息，抓住数据重点调整，提升数据处理量化效果。在此基础上，可通过完善网络营销平台、企业品牌形象，优化网络营销模型应用效果。从企业角度来看，在高效处理各项数据的情况下，有利于做好总结、分析、反思等工作，为营销工作的高质量发展提供依据，进而促进企业实现长治久安。

中小企业数字化转型升级变量：一个人的商业智能

来源 / 海南智企数据分析师事务所负责人 数据委员会 周召安

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-03

中小企业数字化转型升级，通俗理解为企业通过系统性应用数字技术（如云计算、大数据、人工智能等），重构业务流程、管理模式和商业模式，以提升运营效率、创新能力和市场竞争力的战略性变革过程。目前中小企业在我国推动经济高质量发展中发挥着重要作用，然而当前国内这类企业转型升级仍处于初步阶段，推行难点主要体现在以下三个层面：

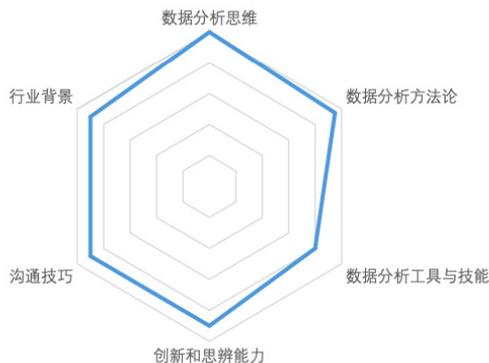
技术方案适配性差

当前数字化建设解决方案多为大企业设计，转型升级所需购买的软硬件成本投入过高，例如服务器集群采购、人员培训等，这对于普遍面临生存压力、融资渠道有限的中小企业来说是一笔不小的负担，甚至是天文数字。同时中小企业为了解决经营上的生存压力，数字化应用场景更加个性化，这些设计也难以满足。

数字化人才短缺

在《中国数据分析行业人才指数报告（2024）》中明确指出，数据分析行业人才是指企业实现“数字化转型”和“数据驱动”的人才，是具备专门的数据分析思维和技术技

能，了解所在行业的业务场景，能够解读、处理和分析数据，并将其转化为有价值的洞察建议或决策意见的专业人员。



基于当前技术方案，若想完成企业数字化转型升级，需配备对应的数据分析行业人才，包括数字化架构师、技术开发工程师、数据产品经理和数据运营人员。

1、从人才培养体系层面看，由于校企合作深度有限，以及中小企业在数字化培训上的投入不足，“懂技术/技能”与“懂业务”能力难以普及和培养；

2、从地域和行业分布层面看，数字人才集中在一线城市，根据薪酬与发展会优先选择大企业，因此中小企业招聘“懂技术/技能”与“懂业务”的人才极难；

3、从企业内部管理层面看，中小企业管理层对数字化转型的认知停留在工具应用层

面，对具备“懂技术/技能”与“懂业务”双重能力人才认知不足，人才难以发挥和发展，极易流失。

转型升级路线模糊

由于目前中小企业数字化转型升级仍然处于初步阶段，缺乏可复制的标杆案例，加上行业差异巨大，成功经验难以直接复制，企业需要自行探索，而技术选型一旦错误，会导致企业转型升级失败，浪费企业资源。

海南智企数据分析师事务所（以下简称“智企”）成立于2017年2月17日，2018年4月经中国商业联合会数据分析专业委员会审批同意、工商局注册备案，获得中国数据分析行业从业资格。智企是海南第一家专业从事为零售贸易型中小企业数字化转型服务的专业机构，以专业的技术能力为中小企业数字化建设保驾护航。

随着科技的发展，以及对中小企业数字化转型升级的充分理解，智企于2021年提出了“一个人的商业智能”理念。截止2025年，经过多年的不懈努力，在海南助力部分中小企业数字化转型升级成功，下面将阐述智企中执业的CPDA数据分析师如何基于“一个人的商业智能”理念，推动中小企业数字化转型升级。

“一个人的商业智能”理念，意义不仅在于短期内降本增效，更在于推动中小企业形成数据驱动的文化，为其在数字化竞争中构建核心能力提供跳板，包括但不限于：

降低技术门槛与成本

中小企业通常面临资金和技术人才短缺的

问题，而“一个人的商业智能”理念提倡单人通过低代码/无代码的可视化工具，即可完成基础搭建，无需依赖专业IT团队或高昂的定制开发费用，显著减少了软硬件投入和后期维护成本。

实现敏捷化数据驱动决策

单人主导的商业智能，能快速整合多源数据（如销售、库存、客户行为等），通过可视化工具，帮助企业实时监控业务动态，缩短决策周期，业务人员可随时获取关键指标分析，灵活调整运营策略。

为长期数字化转型升级奠定基础

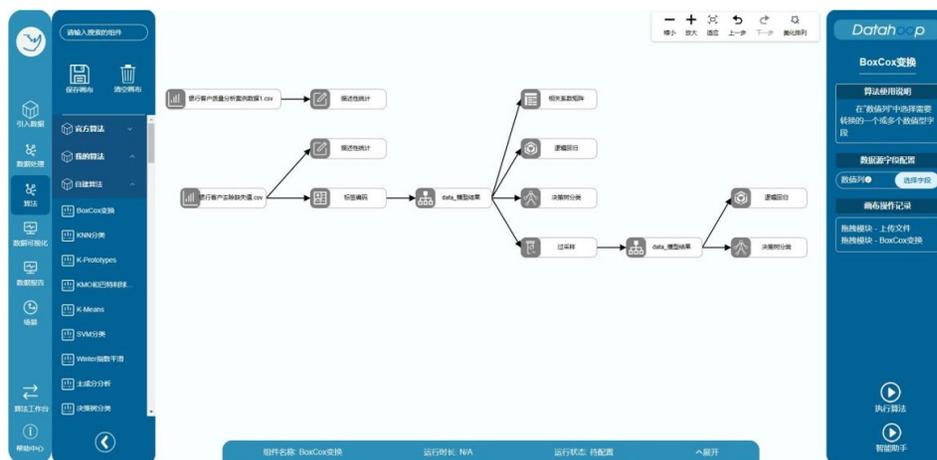
单人主导的商业智能，可作为数字化转型升级的“试验田”，帮助企业验证数据驱动模式的价值，逐步扩展至AI预测、智能营销等高级应用，帮助中小企业在低成本试错中积累数据、方法论等无形资产。

众所周知，CPDA数据分析师是指通过CPDA认证的专业人士，具备数据分析基础、战略管理、量化经营与投资等数据分析领域专业知识和技能。他们能够运用统计学、机器学习、数据可视化等技术，对数据进行处理、分析和解读，并为企业提供科学的决策依据。

CPDA数据分析师在中小企业数字化转型升级中起到重要作用，能够独立完成需求分析，锁定关键绩效指标，选择多样化工具进行数据聚合、数据处理、数据分析和数据呈现，如：

1.对于总部规模小于10人的企业，CPDA

数据分析师可通过其掌握的Excel建模技术，或者SQL、Python脚本语言技术，或者BI技术，或者Datahoop算法/场景创建应用技术，快速落实企业数字化应用。



2.对于总部规模大于10人，小于50人的企业，CPDA数据分析师可以借助Kettle等可视化数据处理工具完成数据聚合，结合数据仓库原理在单一服务器数据库中对数据进行分层并处理，最后通过BI模型构建推行企业数字化应用。

3.对于总部规模大于50人，小于100人的企业，CPDA数据分析师可以与技术人员进行结合，通过API接口开发完成数据聚合和小型数仓构建，**借助Datahoop等数据分析平台进行数据挖掘**，并将BI模型通过微软或国内BI厂商提供的平台中间件完成平台搭建，推行企业数字化应用。

除此之外，CPDA 数据分析师能够根据企业规模灵活运用技术，为中小企业数字化应用的推行提供有力支持。

而在技术方案落实后，跨部门协作及业务重构成为关键。企业经营过程中，夸张地说指标有千千万万，如何推行数字化应用需要CPDA数据分析师的知识支撑，下面以餐饮企业门店健康分析仪仪表盘构建为例进行说明：

1、背景

餐饮店运营管理涵盖多个关键环节：核心指标的监控与推进达成、线上平台的运营管理、私域粉丝的客情维护，部分企业还涉及门店营运管理。

“门店健康管理驾驶舱”便能帮助管理者洞察这些关键环节，它是辅助管理者进行门店经营管理的重要工具，通过对各项指标的深入洞察，能够及时发现门店经营过程中出现的问题。

不同企业在不同的阶段分解到管理者身上的目标不同，下面将从初创型餐饮企业中负责门店运营的管理者视角出发，通过设计原则、解决方法、结论解析三个方面叙述门店健康管理驾驶舱

中“门店健康分析仪表盘”的构建。

项	值
建店总投入 (元)	未选参数
--空间设计	50,000.00
--菜品培训	30,000.00
--燃气设备	30,000.00
--空调设备	0.00
--厨房设备	90,000.00
--吧台设备-大件	40,000.00
--吧台设备-小件	20,000.00
--吧台食材	20,000.00
--电脑IT设备	25,000.00
--厨具	30,000.00
--餐具	30,000.00
--灯具	12,000.00
--美团	15,000.00
--门店手机	5,000.00
--期初人员费	70,000.00
--开业活动	50,000.00
--首批营运耗材费	40,000.00
--商业智能系统费	200,000.00
月计划收入 (元)	未选参数
预计量数	未选参数
盈亏翻台量 (天)	未选参数
销售翻台量 (天)	未选参数
月度盈亏平衡销售额 (元)	未选参数
静态回收期 (月)	未选参数
静态回报率 (月)	未选参数

2、设计原则

在数学统计里，当对两项不同单位的事物进行对比时，需要先进行单位转换。例如要比较250ml的饮料和一个耳机哪个更重，就需将它们统一转换为重量单位（如克或斤）。对于复杂的、不同单位的指标对比，统计学上常运用 Z - Score 等数据标准化算法来统一单位，进而开展数据分析。

无论是单位转换还是数据标准化，都遵循数学中的归一化原则。其本质是通过统一标准的处理，实现公平性、可比性并提升效率。受归一化原则本质的启发，在构建“门店健康分析仪表盘”时，应从门店管理者岗位需达成的企业目标出发，在众多指标中确定统一的管理价值等式。

通常，企业会以销售额作为评价运营管理工作的结果，而销售额存在多种等式，如：

$$\text{销售额} = \text{客单价} \times \text{客户数}$$

$$\text{销售额} = \text{桌均价} \times \text{订单数}$$

销售额 = 新会员 + 老会员 + 散客消费额

销售额 = 渠道 A + 渠道 B + ……

不同的等式对应不同的策略，只有与企业最高决策者（老板）统一确认管理价值等式，所有的运营动作才具有实际价值。

3、分析方法

确认管理价值等式后，可对其展开解析，形成相应的解决方法。下面以“销售额 = 新会员 + 老会员 + 散客消费额”为例，阐述在目标制定后，如何通过门店健康分析仪表盘洞察指标并促进目标达成。

而一个企业的长久发展离不开会员的支持，企业推行会员制可以有利于基于会员身份展开消费行为的研究，也有利于销售目标的拆解。

选址模型
参数配置

参考门店:
清除选择

门店转让费:	<input type="text"/>		
门店实用面积:	<input type="text"/>	公摊面积:	<input type="text"/>
厨房面积:	<input type="text"/>	吧台面积:	<input type="text"/>
硬装每平方米费用:	<input type="text"/>	桌椅面积:	<input type="text"/>
软装费用:	<input type="text"/>		
门店租金:	<input type="text"/>	租金扣点率:	<input type="text"/>
房租租期:	<input type="text"/>	物业管理费:	<input type="text"/>
员工数量:	<input type="text"/>	月度参考值: 34	最终租金成本: (空白)
月平均工资:	<input type="text"/>	月度参考值: 4780.29	
拟定毛利率:	<input type="text"/>	固定成本率:	<input type="text"/>
拟定净利率:	<input type="text"/>		
访问人数:	<input type="text"/>	月度参考值: 美团15639、抖音13585	
成交转化率:	<input type="text"/>	月度参考值: 美团14.4%、抖音9.1%	
均单价:	<input type="text"/>	月度参考值: 193.91	
其它门店收入:	<input type="text"/>	通常为期初人员费用、空调等设备等费用节省金额	
其它门店支出:	<input type="text"/>		
流动资金:	<input type="text"/>		
管理费比例:	<input type="text"/>		

项	值
建店总投入 (元)	未选参数
--空间设计	50,000.00
--菜品培训	30,000.00
--燃气设备	30,000.00
--空调设备	0.00
--厨房设备	90,000.00
--吧台设备-大件	40,000.00
--吧台设备-小件	20,000.00
--吧台食材	20,000.00
--电脑IT设备	25,000.00
--器具	30,000.00
--餐具	30,000.00
--灯具	12,000.00
--美团	15,000.00
--门店手机	5,000.00
--期初人员费	70,000.00
--开业活动	50,000.00
--首批营运耗材费	40,000.00
--商业智能系统费	200,000.00
月计划收入 (元)	未选参数
预计桌数	未选参数
盈亏翻台量 (天)	未选参数
销售翻台量 (天)	未选参数
月度盈亏平衡销售额 (元)	未选参数
静态回收期 (月)	未选参数
静态回报率 (月)	未选参数

- 前期门店、宿舍租金押金以及其它小费用支出项，请填写在流动资金里。
- 参考值为近60天平台均值。
- 访问人数需按照线上线下进行统计，线下为蹲点计数，线上可通过美团等平台查看周边有势商家周销量或月销量数据，结合成交转化率倒推访问人数【值得注意的是参照物如果是连锁品牌，需要根据区域排名赋予权重，将订单量乘以权重方才是该店区域订单量】

新会员、老会员和散客便是基于会员识别后，根据消费行为进行的定义，通常新会员指注册月内消费的客户，老会员指过了注册月或第二次至多次消费的客户，散客指无法识别会员身份的

客户（随着企业阶段不同，定义也可改变）。因此我们需要借助指标来监控前端采集会员数据是否正常。

$$\text{总订单量} \times \text{会员订单量比例} = \text{会员订单量}$$

其中，

总订单量：指营业时间内产生的有效订单总量。

会员订单量：指能够识别出会员身份的订单总量。

会员订单量比例：指会员订单量占总订单量的比例。

由于存在部分消费者不愿意自己通过程序下单等不可抗力因素，无法辨识会员身份，因此通过每日对“会员订单量比例”的监控，可以了解到门店在进行有效会员数据采集的情况。当低于90%理想值时，可以后台查看非会员订单的下单详情，或向门店了解具体情况，及时调整策略以便于更好的有效采集数据。

4、确定核心竞争力指标

一家店的老会员经常消费，其经营越稳定，受消费周期的影响越小。因此，会员活跃度指标能够评估店铺的稳定性。

$$\text{总会员人数} \times \text{会员活跃度} = \text{活跃会员人数（在本店或其他店消费）}$$

其中，

总会员人数：指本店积累的会员总量。

活跃会员人数：指在营业期间内，本店会员在本店，或者在其他关联店产生消费的会员人数总量（不区分新会员或老会员）。

会员活跃度：指在营业期间内，活跃会员人数占总会员人数的比例。

会员活跃度反映了会员与店铺的往来情况，直接影响门店的盈利能力和市场竞争力。当一家店的活跃会员人数达到理想订单量时，表明店铺经营稳定，核心竞争力较强；反之则较弱。

5、关注核心指标变化

了解新、老、散客的定义以及活跃会员人数的重要性后，需对活跃会员人数进行拆解，以精准掌握核心内在变化，及时调整策略，具体等式如下。

$$\text{注册会员数} \rightarrow \text{本店新会员消费人数} + \text{本店老会员消费人数} = \text{本店会员消费人数（新老会员占比）} + \text{来自其他门店会员消费人数} = \text{总消费会员人数（本店与其他门店会员占比）}$$

其中，

注册会员数：指在程序上注册登记后，没有产生消费的人数总量。

本店新会员消费人数：指在程序上注册登记后并产生第一次消费的会员人数总量。

本店老会员消费人数：指在程序上注册登记后并产生二次或更多消费次数的会员人数总量。

本店会员消费人数：指本店新会员消费人数和老会员消费人数的总和。

本店新会员消费人数占比：指本店新会员消费人数占本店会员消费人数的比例。

本店老会员消费人数占比：指本店老会员消费人数占本店会员消费人数的比例。

来自其他门店会员消费人数：指在其他关联门店程序上注册，并到本店消费的会员人数总量。

总消费会员人数：指本店会员消费人数和来自其他门店会员消费人数总和。

本店会员消费人数比例：指本店会员消费人数占总消费会员人数比例。

来自其他门店会员消费人数比例：指来自其他门店会员消费人数占总消费会员人数的比例。

本店新老会员消费人数占比反映了店铺当前消费群体的结构特征。对于新店而言，新会员消费人数占比高属正常现象；而对于老店，新会员消费人数占比过高则可能意味着客户留存存在问题。

同时，要留意本店会员消费人数与来自其他门店会员消费人数分别占总消费会员人数的比例。若来自其他门店会员消费人数比例过高，说明需要借助其他关联门店的力量才能完成营业目标，一旦失去这部分支持，经营将受到影响。

此外，还需关注均单价与人均单价是否处于合理范围。

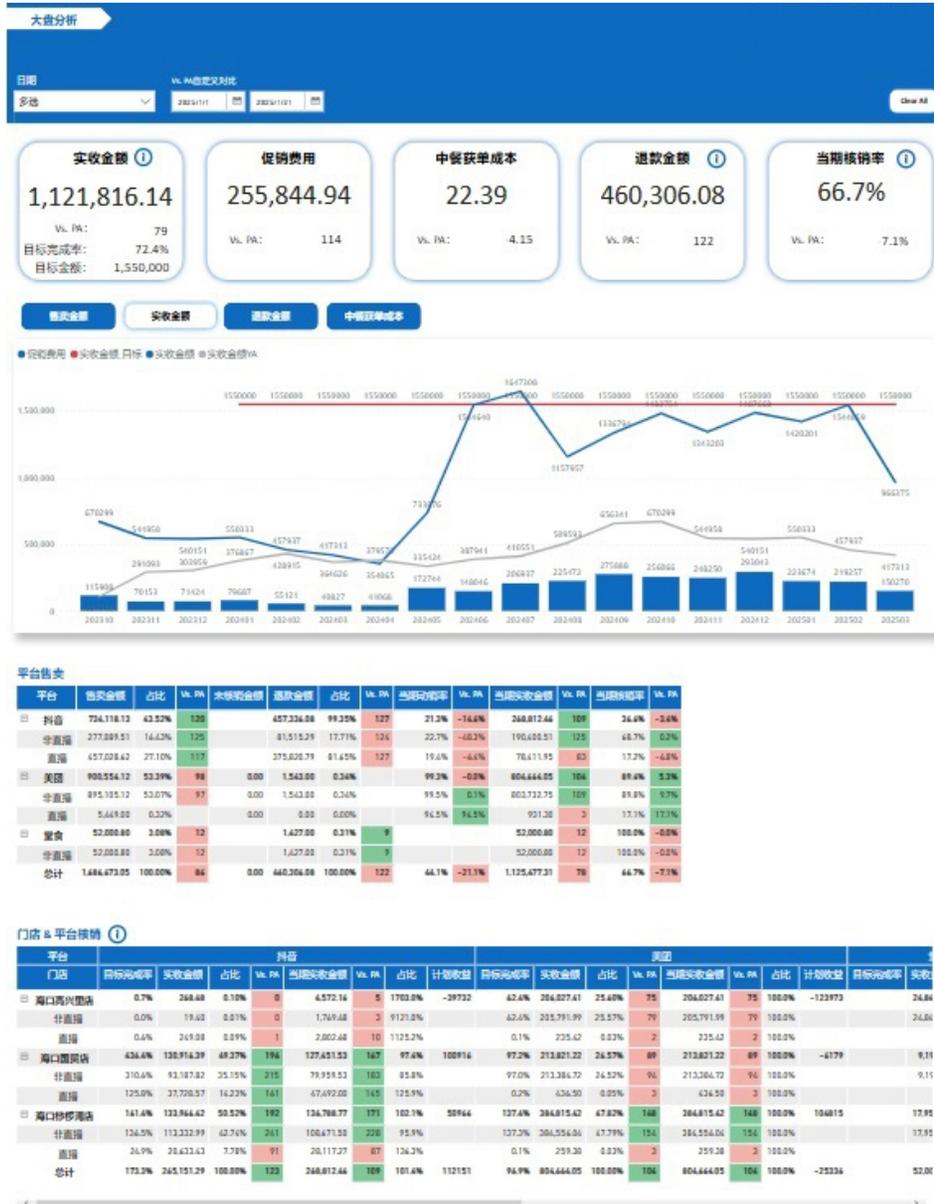
均单价：又称桌均价，指营业期间内总实际收入 \div 总订单量，得到的每一单平均金额。

人均单价：指营业期间内总实际收入 \div 用餐人数，得到的每一个人平均消费金额。

均单价和人均单价过高虽有利于门店在减少订单量的情况下达成目标销售额，但会给消费者带来消费压力；过低则需要更多订单才能完成目标，增加门店运营压力。因此，应结合目标市场消费者特征，使其在设定值范围左右波动。

6、调控“抓手”，维稳核心指标

由于经营的复杂性，核心指标若缺乏管控，可能会出现严重波动。可以通过调控“抓手”，即解决问题的突破口或切入点，来稳定核心指标的变化。常见的“抓手”包括平台、门店、职员、活动等，下面以“平台”抓手为例进行说明。



在餐饮等快消行业，常用的平台有抖音、美团、线下展位等。以这些平台为维度，可了解影响核心指标变化的具体指标情况。除前文提及的核心指标及影响指标外，基于平台“抓手”还需补充以下指标：

首购订单量：指在营业期间内，新会员购买的订单总量。

新会员再购比：指在营业期间内，平均每个新会员购买的订单笔数。

复购订单量：指在营业期间内，老会员购买的订单总量。

老会员再购比：指在营业期间内，平均每个老会员购买的订单笔数。

当核心指标出现异常时，可依据这些“抓手”，了解影响核心指标的指标情况，从而调整策略，确保核心指标恢复正常。

结论解析

根据上述解决方案，基于核心指标的变化，常见策略如下：

会员信息采集策略

常规引导：制定标准话术（含点菜或优惠推荐等），助力一线人员引导消费者使用程序下单。

抖音消费者引导：协助指引客户复制券码，并在程序兑换券后下单；拍抖音券照片+会员码照片帮客户下单。

美团消费者引导：绑定美团菜品映射关系，引导消费者或协助消费者便捷下单。

会员活跃度策略

优化体验：包含但不仅限于服务体验、产品体验等。

分类管理：根据标签、类别、偏好等进行会员分类管理，针对性设计活动与个性化推荐，尤其情感类活动与推荐，促使共鸣。

多维维护：短期可考虑通过刺激性交互活动改善会员活跃度；长期可考虑通过周期性活动稳定会员活跃度。

综上所述，你会发现企业数字化应用并不是在技术选型后，将指标进行组合，而是基于企业人员情况，重构业务流程、管理模式和商业模式，以提升运营效率、创新能力和市场竞争力。

数据委事务所会员天津大允思程总经理王丹入围天津U30青年创业榜

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-01

1月，天津U30青年创业榜入围名单正式公布，数据委事务所会员大允思程（天津）总经理王丹女士赫然在列。



王丹女，1991年5月生，毕业于天津大学和北京工业大学，分别获得管理学、工学硕士学位。创办大允思程（天津）数据科技有限公司并任总经理。该公司是国内专业的AI数据服务商和数据分析师事务所，专注于人工智能、数据深研、数据要素应用场景等方向，致力于数据要素全生命周期管理方案，助力企业数据资产化。

天津U30青年创业榜单是天津市科协与中国科协有关单位联合开展的一项旨在寻找和选拔35岁以下青年科技创新创业者，会同有关部门和单位持续联系与服务，有效汇集各方资源，挖掘科技、金融、文化融合新动力，助推青年人才创新创业的活动。

发现培养青年创新创业英才 2024年“科创中国”天津U30青年创业榜单入选者揭晓

从科协获悉，近日，2024年“科创中国”天津U30青年创业榜单评选揭晓。榜单揭晓后，天津市科协立即组织相关专家，对入选者进行了实地走访和深入交流，详细了解他们的创业历程、技术创新和未来发展。榜单揭晓后，天津市科协立即组织相关专家，对入选者进行了实地走访和深入交流，详细了解他们的创业历程、技术创新和未来发展。

<p>高小勇 男，1996年9月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>靳新武 男，1989年10月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>魏建强 男，1996年6月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>
<p>马俊鹏 男，1991年12月，毕业于天津理工大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>高景涛 男，1999年12月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>魏建强 男，1996年6月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>
<p>王博 女，1999年8月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>李智博 男，1989年4月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>魏建强 男，1996年6月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>
<p>王磊 男，1999年12月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>杨景涛 男，1996年9月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>魏建强 男，1996年6月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>
<p>王明阳 男，1998年10月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>李轶 女，1991年4月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>魏建强 男，1996年6月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>
<p>李博 男，1998年11月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>魏建强 男，1996年6月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>	<p>魏建强 男，1996年6月，毕业于天津大学，工学硕士学位。参与研发天津源特科技有限公司特种技术产品，主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。主导了“源特”系列产品的研发和产业化。</p>

大允思程作为数据委事务所的会员，自成立以来，便在数据领域深耕细作，在AI领域展现出了实力与潜力，为众多企业提供了精准、高效的数据服务，帮助企业在数据的海洋中找到前行的方向。



此次入围天津U30青年创业榜，不仅是对大允思程过去努力的肯定，更是对数据委在未来发展更多优质的事务所会员方面提供了方向与动力。

展望未来，数据委将继续秉持创新、专业、共赢的理念，在数据领域不断开拓进取，力争在蛇年以及更远的未来创造更多的辉煌！

中易数安数据分析师事务所：用数据分析助力企业数字化

编辑 / 中国商业联合会数据分析专业委员会 会员处

日期 / 2025-01



中易数安事务所成立于2018年，汇聚了大量国内优秀数据分析师，团队成员均具备CPDA项目数据分析师认证。其分析模型成熟，依托行业协会数据委的支持，以及专业工具Datahoop，保障了数据分析的专业性和高效性。本期专访其首席数据分析师黄彩霞女士，深入了解中易数安事务所的发展历程与创新成果。

专访问题1：事务所最擅长哪方面的数据分析业务？

黄彩霞：在网络安全领域，中易数安凭借专业的网络安全技术专家，在安全风险评估、态势感知等方面表现突出。同时在金融领域，针对客户在传统大数据分析中面临的难题，中易数安通过专业筛选，帮助客户解决了金融数据安全分析和风控问题。

专访问题2：您认为AI时代下数据分析事务所应该如何布局？

黄彩霞：AI时代，数据分析事务所迎来机遇与挑战。AI作为工具，能提升工作效率，借自动化流程处理海量数据，降低人工成本，还能依靠算法避免低级错误，保障分析质量。但AI无法取代数据分析师。在金融、安全等复杂特殊行业，单纯依赖AI分析易产生偏差，所以，数据分析师的作用愈发关键。未来，他们的工作重点之一是深度审核、修正AI分析结果。事务所应将分析师专业优势与AI工具相结合，为客户创造更大价值。

专访问题3：您认为事务所对企业数字化转型有哪些支持和帮助？

黄彩霞：企业数字化转型势在必行，然而在转型过程中，如何平衡整体投入与产出比，以及如何在转型后理性决策，是企业面临的核心难题。在此背景下，专业的数据分析师事务所能发挥重要作用，事务所凭借专业的数据分析能力，从数据视角出发，为企业数字化转型提供决策支持。通过深入分析企业数据，挖掘数据价值，评估不同转型策略下的投入产出比，帮助企业制定科学合理的转型方案。

最后，黄彩霞特别强调了数据委对事务所的重要支持。她形象地将数据委比作“第二个娘家”，表示在事务所成长初期，团队带着对行业的探索和疑问走进数据委，在这里收获了丰富的行业知识、前沿的发展理念以及宝贵的实践经验，如同获得了智囊团的智慧加持。在发展过程中遇到艰难时刻，数据委也会主动询问事务所面临的困难，及时提供针对性的建议和资源支持，助力事务所突破困境。

1. 北京旺达伟信数据分析有限责任公司成为数据委团体会员

北京旺达伟信数据分析有限责任公司是一家专业的数据服务企业，拥有中国数据分析行业从业资格，企业内从业数据分析师均持有（CPDA）资质证书。团队在制造业领域有着丰富的实战经验，能为相关企业提供专题数据分析、数字化方案支持；数据处理、数据咨询、业务咨询、技术咨询等咨询服务；专业的项目管理与运维支持为企业降本增效。

今年2月，旺达伟信正式加入数据委团体会员，为我委今后在制造业相关领域的数据分析提供助力。

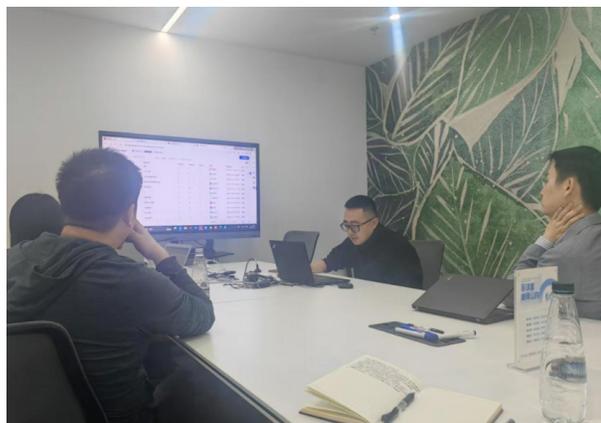
2. 数据委邹会长一行走访新进会员单位数势科技，共探行业新征程

2月25日，中国商业联合会数据分析专业委员会（以下简称“数据委”）邹会长率队走访数据委新会员单位北京数势云创科技有限公司（以下简称“数势科技”），双方就行业发展趋势、技术创新应用及合作机会展开深入交流，为推动行业数字化转型注入新活力。

数势科技作为行业内的新兴力量，在大数据分析、应用等领域成果显著。通过自主研发的先进算法和智能平台，数势科技助力众多企

业实现数据驱动的精细化运营，提升市场竞争力。其创新产品和解决方案得到了众多客户的认可，在短短几年内迅速成长为行业关注的焦点。

走访期间，数势科技团队详细介绍了公司的核心技术、业务模式以及未来规划。邹会长一行参观了数势科技的主要工作区后，对其在数据处理、智能决策等方面的创新应用给予高度评价。双方围绕行业热点问题，如数据安全与AI技术在数据领域的深度应用等问题展开深入讨论。



邹会长表示，数势科技的加入为数据委注入了新鲜血液，期待其在行业中发挥引领作用，共同推动数据产业的健康发展。同时，数据委将充分发挥平台优势，为会员单位提供更多资源对接和合作机会。

数势科技联合创始人谭李表示，加入数据委是公司发展的重要里程碑，未来将积极参与行业交流与合作，与各会员单位携手共进，共同探索数据价值最大化，为行业发展贡献力量。



作为我国数据分析行业的监管与指导机构，在过往十七载的发展进程中，我会积累了丰富的
人才资源，沉淀了深厚的数据分析经验，形成了独具一格的行业优势。

随着 AI 数据分析时代的来临，我会广泛汇聚国内优秀的数据分析师及行业专家。在数据挖
掘、算法深度研发、机器学习探索以及人工智能创新等领域，我会凭借扎实的理论基础与前沿的
技术实践，持续深耕，积累了深厚的行业底蕴。

以专业协会的发展思路为引领，我会充分发挥自身优势，全力支持企业数据化转型工作高效
落地。通过推动 AI 与垂直行业应用场景的深度融合，助力企业在实际运营中快速形成前瞻性的战
略视角，培育强大的应用实力，进而构建起 AI 时代的全新竞争优势，推动企业在数字化转型与升
级的浪潮中稳健前行，实现可持续发展。



中国 教授分析

CHINA DATA ANALYSIS 数据分析·因你而不凡

—中国数据分析行业核心刊物—

010-59000056-652

181 0131 2526 会员处刘主任

<http://www.chinacpda.org>