

人物名片



苏萌,美国康奈尔大学市场营销学博士,专长于大数据营销、数据建模、推荐系统、个性化营销、消费者行为量化模型。2009年创立百分点科技公司。2011年担任沃顿商学院互动媒体创新中心中国会议联合主席,2011年荣获中国CE-MEGA百名最活跃年轻创业家,2012年入选北京市海聚工程。曾执教于北京大学光华管理学院,任副教授、副系主任、博士生导师、新媒体营销研究中心执行主任。央视财经频道特邀评论员,《经济观察报》、《哈佛商业评论》等多家杂志与媒体的专栏作家。现任北京百分点信息科技有限公司董事长、CEO。

# 创业就是一场马拉松

在他看来,创业非常像是一场马拉松比赛,竞争对手并不是他人,而是自己,一场马拉松长跑,需要的是目标、决心、毅力以及不断突破自己的勇气。回顾自己的创业经历,在北大当教授的他怀揣梦想闯入商海打拼,这些年创业所经历的个中滋味都尝了个遍,他想,如果没有了为了目标坚持到底的意志力,公司和他都是坚持不到现在的。

2004年10月,纽约州,我用了4个半小时完成了人生第一个全程马拉松,成绩还算不错。与马拉松这项运动结缘是在康奈尔大学读博期间,我所读的营销量化模型专业是一个复合型专业,横跨统计学、营销学、计量经济学等多个领域,学业压力较大,需要一项运动来释放压力;另外,马拉松是一项不断实现自我突破的运动,它蕴涵的永不放弃精神深深吸引着我。

在我看来,创业非常像是一场马拉松比赛,竞争对手并不是他人,而是自己,一场马拉松长跑,需要的是目标、决心、毅力以及不断突破自己的勇气。

### 回国,是一种责任

2006年,我即将博士毕业之时,面临着一个选择:留美还是回国。

那时,我已经拿到美国知名大学任教的 Offer,或许留美发展,教书育人,沉浸研究,过上富足与安逸的生活,是大部分人眼中的理想人生,而且我的导师也极力建议我留在美国。不过,我最终选择了回国。

当时北大刚好在全球招聘教师,通过三轮面试和北大教授们的最终投票,我成为200多应聘博士生中的唯一胜出者。在那时,美国具有世界最出色的研究环境以及最成熟、最优秀的商业体系,对于所有学量化营销模型专业的人来说,留在美国会是最理想的选择。一直以来,中国量化营销模型领域研究与中国规模巨大的商业市场并不匹配,中国需要更多的人来推动这个领域的发展,回国对于我来说是机会,更是一种责任。而我也成为常青藤大学营销模型专业领域回国的第一个博士毕业生,为此我感到很荣幸。

在北大头三年,我几乎每天是足不出户、青灯孤影地全身心投入到学术研究之中,每天工作十多个小时是常事儿。只要努力耕耘,终会有收获。在北大任教第二年,我获得了博士生导师的资格,再后来成为副教授、系主任、研究中心主任,拿到国家自然科学基金重点项目,这个项目也是国内第一个大数据重点项目。

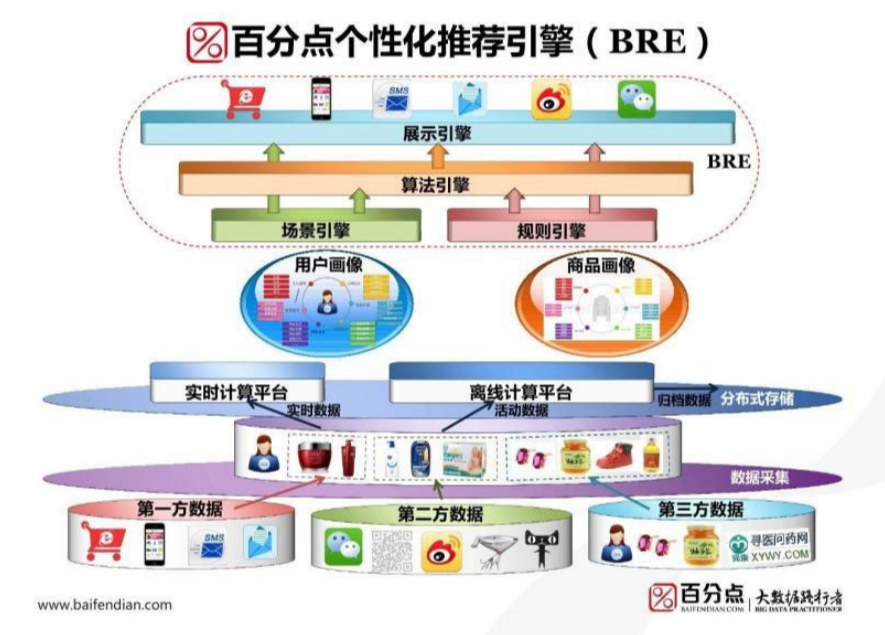
### “书生”,创业维艰

百分点成立的第一个小目标就是完成个性化推荐引擎的开发上线,是通过非常复杂的算法和大量的实时计算来对消费者进行洞察与分析,从而智能化地推荐给消费者感兴趣的商品或者信息。

我们知道,现在整个世界都是以消费者为中心,整个信息流的推送都在强调个性化,我们今天看到的新闻、购物、广告等无不都倚重个性化推荐。百分点当时作为第一家做个性化推荐引擎的第三方技术公司,在算法和技术上都投入了大量的财力、人力,打造出了非常优秀的产品。

短短几年,全国就有超过1000多家互联网电商、媒体客户使用我们的产品,百分点个性化推荐引擎在高峰时所服务的日独立访客数量(DAU)可超过五千多万,直追中国最大的电商阿里巴巴。

接下来,我们开始利用在互联网端沉淀下来的大数据技术尝试应用到不同的行业,经过不到一年时间摸索,我们找到了选择领域的新标准:一是数字化程度很高的领域,如果它的数字化程度很低的话,巧妇难为无米炊,大数据技术很难给它直接创造价值。第二,这个领域的支付能力需要很强。随后我们最先在金融、智能制造取得突破,找到了公司



新的业务增长点。

### 转型,为了生存

“商海航行,不经历风雨怎么见彩虹。”我非常认可这句话,一个企业从创立开始就会遇到各种各样的危机、困难与挑战。在我创业的第四年,百分点经历了第一次大的转型。

公司在技术的商业变现之路不顺畅导致百分点陷入入不敷出的局面。这时候,我决定从北大辞职,全心专心做公司。很多人会为我辞掉北大的教职感到可惜,但是我想专注把一件事情、一个目标做好,正所谓鱼和熊掌不可兼得,同时两个身份反而会顾此失彼。

### 团队,让人感动

在公司最艰难的时候,很多核心团队同事跟我说,“接下来我拿一半的工资”,有的说,“我少拿三分之一的工资”,甚至有人说,“我可以不拿钱”。那一刻,我流泪了,我意识到我不是一个人在战斗,有这样的团队和同事,怎么

会对未来没有信心?

转型过程其实是非常痛苦和辛苦的,转型意味着你需要进入一个可能全新的领域或市场,而刚开始拥有的或许只有满腔热血或者顶尖的技术,并没有太多的行业知识、资源、产品以及经验。刚开始,公司只能一点一点去积累、学习和磨练。

比如,我们给华为做的大数据项目,那是百分点做的第一个企业级大数据项目,也是华为这样的世界五百强企业的第一个大数据项目。百分点凭借着顶尖的大数据技术和产品PK掉了像IBM这样的国际IT巨头。这个项目也的确非常艰难和辛苦,它考验的不仅仅是技术实力,还考验如何让技术实现业务价值和业务创新,需要我们的团队能够快速理解并满足客户复杂的业务需求,有段时间我们的团队是每周7天满负荷工作。但正是这样的项目,让百分点公司、团队得到了极大的锻炼与成长。

从那时起,百分点不断思考大数据和人工智能技术在不同行业业务场景

中的结合点和创新点。我们也陆续在更多行业取得了突破,除了金融、智能制造外,拓展到了公共事务、媒体出版、零售快消等领域。百分点逐渐摸索到了一条高效、长期、健康的变现商业模式。

### 成绩,水到渠成

正所谓居安思危,任何公司的领导人其实都需要具有长远的战略眼光和对未来的持续思考能力,我们需要时刻去洞悉未来的趋势,然后以无比专注的态度去把握这种趋势。虽然百分点已经连续几年保持了300%的增长,但是我们仍然满怀敬畏之心,认为大数据在很多行业与细分领域中的应用仍需探索,从0到1很艰难,但我们愿意做一个践行者去不断思考和尝试。

2017年,百分点迎来了发展路上的又一大里程碑,“进军海外市场”。我们看到国家一带一路战略正在全球取得令人瞩目的成绩,获得越来越多国家的认同和加入。与此同时,中国在以大数据、人工智能为代表的新一代信息技术拓

展上也已取得了长足的进步,在很多细分领域已经达到或者接近世界水平。在未来,中国的信息产业输出必然是成为一种趋势,百分点需要做的就是更加专注于技术、产品的创新,从而抓住这个趋势。

很幸运,截止到目前,百分点已经在海外取得了一些成绩。百分点已经在西非、北非等多个国家搭建国家级的数据平台,并开展人工智能技术与应用,百分点在海外市场的种子已经播下。

这是一个快节奏的时代,并且时刻充满了各种各样的变化和诱惑。在这种情况下,我们的创业者最稀缺的其实是拒绝诱惑的能力。百分点也曾经犯过中国技术公司可能都会犯过的错误,就是以为自己技术牛得不得了,什么都能做,我们也曾经尝试去做过类似头条这样的to C的新闻推荐产品,但后来发现百分点擅长的还是利用顶尖的大数据技术去帮助不同行业的企业级客户实现数据价值。正所谓闻道有先后,术业有专攻,创业者需要明白自己最擅长什么和不擅长什么。

今天的百分点已经初具规模,成长为600多人的企业,站在了中国大数据领域的第一梯队。但是,作为公司的领路人,我丝毫不敢懈怠。我曾经周末去硅谷参观包括Google、Apple、Facebook这些著名的公司,看到仍然有不少人在工作,美国最顶尖的公司尚且如此,我们就得意识到差距,逆水行舟用力撑,一篙松劲退千寻,我们需要更加努力才能追赶上别人。如果和他们一样,甚至比他们休息还多,那永远都实现不了超越,只能会让差距越来越大。今天的中国,无论是从市场环境,还是市场潜力都是前所未有的好,中国的创业者们需要加倍努力来珍惜这个好时代。

(摘编自创新创业中关村)