

大数据助力质量提升

◆郑俊芳 / 文

编者按

在第二届中国质量（上海）大会上，阿里巴巴集团首席平台治理官郑俊芳以“大数据助力质量提升”为题发表演讲，分享了阿里巴巴对数据助力质量提升的一些探索和思考。



她还大力配合政府执法部门的质量监管工作，与质检部门共享质量信息，利用平台大数据监控质量风险，提供不合格商品线索，助力执法部门源头打击，营造质量社会共治的氛围。阿里巴巴平台商

从1999年到2017年，阿里巴巴从一个创业公司成长为业务涵盖电商、金融、物流、云计算、文化娱乐各方面，走向全球的生态经济体，秉承的是“质量是电商的生命线”这一宗旨，在平台商品质量管理方面投入了大量人力物力资源。阿里巴巴专门成立了平台治理部，负责品质控制与知识产权保护。在做好自身品质控制工作的同时，阿里巴

巴还大力配合政府执法部门的质量监管工作，与质检部门共享质量信息，利用平台大数据监控质量风险，提供不合格商品线索，助力执法部门源头打击，营造质量社会共治的氛围。阿里巴巴平台商

借此机会，和大家分享一下阿里巴巴对数据助力质量提升的一些探索和思考：

一、互联网经济蓬勃发展，大数据应运而生

1. 互联网经济发展态势

据联合国贸易和发展会议的数据显示：2015年全球电商市场规模

达22.1万亿美元，其中B2B电商规模为19.9万亿美元，B2C电商是2.2万亿美元。据IDC最新研究报告显示：2016年全球互联网用户数达到32亿人，其中移动互联网用户总数达到20亿人。

中国是全球最大的B2C电商市场，B2C销售额和网购消费者数量持续攀升。2016年，中国电子商务零售额达到5.2万亿人民币（7500亿美金），占全国社会零售总额的15.5%，网购交易额同比增速（26.2%）是同期中国社会消费品零售总额增速（10.4%）的2.5倍。根据工信部最新数据显示，中国移动互联网用户总数达到11.6亿户。截至2016年年底，中国快递业务量已经超过300亿件，是美国的两倍左右。

2016年阿里巴巴的成交总额达到3.76万亿元人民币（超过5000亿美元），其中双十一当天的销售额达到了1207亿元人民币。平台上运转的包裹数量已经超过200亿个，日均包裹5700万

个,占中国快递业务量的比例接近70%。阿里巴巴移动端月度活跃用户达到5.07亿。

2. 阿里巴巴经济体带动物流、支付及农村发展

1) 电子商务带动快递物流业快速发展。中国平台经济的高速发展直接带动了物流的高速发展。2011~2015年,我国快递业年均增速达到54.6%。2016年中国电商物流从业人员总数超200万人。菜鸟网络覆盖国内2800个县区、全球224个国家和地区,其中全国37个城市/128个区县实现当日送达,162个城市/959个区县实现次日送达。全中国超过70%的快递包裹都在菜鸟数据平台运转。

2) “无现金”城市成为现实。移动支付已成为电子商务快速发展的基本保障,阿里巴巴首创了“无现金联盟”,面向全球用户,并在全球开启了“无现金”服务。正像马云在联合国演讲中所提到的那样,杭州已成为移动支付之城,杭州西湖边的乞丐,都用二维码收钱,因为大家出门很少将现金带在身上。

3) 实施淘宝村建设战略,帮助

消除贫困。阿里巴巴实施淘宝村建设战略,帮助弱势群体,帮助改变农村面貌,帮助消除贫困。到2016年,阿里巴巴建设了1311个淘宝村,全国淘宝村活跃网店超过30万个。山东菏泽市曹县是省级贫困县,缺少支柱性产业,经济长期得不到发展。自该县淘宝村建立后,扶持了当地演出服饰、家具等产业的快速发展,在互联网上找到了巨大的商机。截至2017年8月,全县约45000个网店,电商从业人员约147000人,带动约20000名贫困群众脱贫。

3. 互联网经济的发展创造了数据这一新能源

互联网时代以前,世界上每天发生数十亿次的鼠标点击,但绝大部分公司从没关心过。互联网的出现让点击这件事变得在线了,沉淀数据已经是互联网公司的本能反应。互联网公司得到数据的代价几乎是零,而在传统软件公司数据搜集的代价非常大。消费者在淘宝网的浏览习惯、停留时长、搜索习惯、购物前的咨询、购物后的评价、在线视频的浏览转发等等都会沉淀为

大数据。

随时4G移动互联网和智能手机的广泛普及,随时随地在线成为可能,创造和消费数据也成为常态。例如,通过手机传感器支付宝的“运动”能够记录你的运动步数,能够捐赠消费步数;通过GPS,高德地图在为你提供导航的同时也在收集路况的数据。

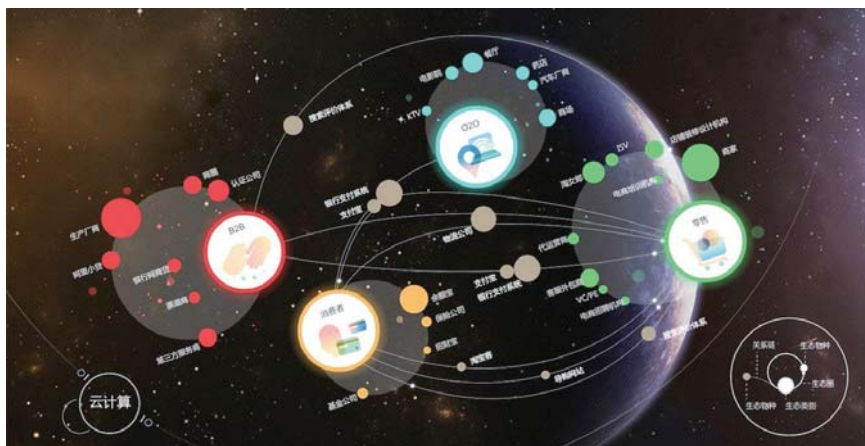
数据并不是互联网时代的产物,数据是本来就存在的,只是有了互联网之后,数据的沉淀和利用变得更容易、成本更低。今天数据变成了真正的生产资料,正在成立一种新能源。淘宝对中国社会最大的贡献,不只是方便了老百姓购物,而是把中国消费者的消费习惯数据慢慢沉淀下来,成为新能源。2015年双11支付宝交易峰值为8.59万笔/秒,2016年双11为17.5万笔/秒。这从一个侧面反映出这几年数据量的一个增速。

二、大数据日新月异,助力产品质量快速提升

1. 大数据让信用等于财富

基于大数据,阿里巴巴开发了芝麻信用体系,已经在众多场合为消费者提供了服务。例如,消费者在入驻酒店、租车、租房、使用共享单车等越来越多的场合可享受免付押金等服务。通过芝麻信用,我们构建人与人之间的信任,进而提升社会运作效率。

蚂蚁的小微企业贷款是阿里巴巴最早运用大数据的领域之一。依托大数据、云计算技术,阿里巴巴实现了对平台商家的310贷款体验



服务(三分钟申请、一秒付款、零人工干预),有效解决小微企业融资难、融资慢的问题。

2. 认证数据+互联网提升治理效率

阿里巴巴通过与国家认监委的“云桥”合作项目接入了国家CCC认证数据。在商家发布商品时填入认证证书号,可以和国家CCC认证数据库进行实时数据交验。在阿里巴巴电子商务平台,我们实现认证数据核查的100%自动化、100%覆盖。

3. 消费者反馈数据助力商品质量管理

阿里巴巴电子商务平台每天展示的商品信息数量超过10亿条,百分之百地进行质量检测,不可行也不经济,用随机抽样的方式试图及时发现不合格的商品也无异于大海捞针,阿里巴巴建立了专门用于识别疑似劣质商品的模型。主要基于商品描述、消费者评价描述等信息,通过文本分析模型对“关键词”进行对比,图像识

别模型识别商品图片中的关键信息,行为模型识别商家发布商品与交易的异常行为等。2016年,阿里巴巴一共投入8700万元抽检经费,发起约8.4万单抽检,有效率达到55%。

三、质量提升任重道远,需要全社会共同参与

经济全球化的快速发展以及互联网的普及,让遍布在全球不同角落的优质资源更便利、更高效地进行链接,一件好商品的设计、选材、加工、组装、流通等可能涉及到多个国家的多个企业,全球买、全球卖成为地球村日常生活的一部分,因而很难判定产品质量是一个企业的问题或一个国家的问题。产品质量提升已成为全球性的问题,需要世界各国高度关注,密切合作,也需要商品供应链上的生产企业、商家、品牌方、电商平台与消费者等众多角色共同参与、共同努力、共同治理,持续提升商品质量,在全球实现

质量共治。

“让天下没有难做的生意”是阿里巴巴始终不变的使命,为实现这一使命,阿里巴巴近期宣布成立“五新执行委员会”,推动新零售、新金融、新制造、新技术与新能源的落实,实现阿里巴巴全球买、全球卖、全球付、全球运、全球游的目标。相信随着G20峰会各国领导人达成的eWTP在众多国家的落地生根,全球互联网经济必将迎来更加喜人的发展。

今天是最好的时代,互联网的便捷、高效、普惠,给中小微企业提供了与大型企业同样的发展机遇与市场机遇。阿里巴巴将坚守使命,助力中小微企业借助互联网技术、大数据的力量,紧紧围绕消费者需求,牢固树立以质取胜的理念,打造更多消费者喜爱的质优品牌。我们愿意和各位一起,打造高品质的世界,为消费者提供高品质的理想生活,共同促进世界经济的繁荣发展。☑

(本文根据演讲稿整理)

