

■周三有约

# 徐建国:锐意科研送走瘟神

当过农民,干过临时工,在纺织厂里修过织布梭,当过公社卫生院会计兼护士……中国疾控中心传染病预防控制所所长徐建国院士用显微镜观察密密麻麻的微生物世界,寻找那些让华佗无奈的“小虫”。他所带领的团队,担任着追踪新发、突发、重大、不明原因传染病疫情的病原体的重任,被称为是“送瘟神”的人。

有人将肺炎比作传播病原体的“潘多拉魔盒”,它可携带220多种病原体,这种病毒生物几年前却不为国人所知。

2006年11月,我国南方某省的一名50多岁的农妇,在被蚊虫叮咬后高烧不退,被误诊后不治身亡。此后两周内,抢救她的4名医护人员和

5名亲属都出现了发热等症状。徐建国团队很快就确定,这是在我国第一次发现的新发传染病——人粒细胞无形体病,病原体是嗜吞噬细胞无形体,这种疾病被徐建国称为“最没良心的病”。该研究成果得到了国际学术界的高度重视,耶鲁大学克鲁斯教授指出,“这是世界上第一次发现嗜吞噬细胞无形体,可以人传人”。

1999年夏,苏皖交界地区发生了严重不明原因疫情,177人因突发肾衰和其他脏器衰竭死亡,估计2万余人感染。疫情发生两个多月后,病因仍然不明。

徐建国受卫生部派遣到现场调查。在地方政府召开的疫情讨论会上,徐建国提出疫情的

病原为大肠杆菌O157:H7,建议立即采取相关防控措施。

这些漂亮战役的背后是艰辛的付出。徐建国的工作常态是“5+2”“白加黑”,常常工作到夜里2点,体检时被发现脑部有多处出血点,但他稍有恢复又开始加班。

“许多疫情不是天灾,而是人祸。”徐建国认为,养殖的产业化,易发生传染病问题,可能引发重大传染病疫情。

让徐建国深思的是,新发传染病呈高发的态势。平均下来,几乎每年都会有一种新发传染病,形势很严峻。“何时何地会暴发何种传染病,谁都不知道。”徐建国深感责任重大,“我们能做的就是掌握尽量多的诊断技术。”

“中国没有重大传染病疫情发生,是我们的最高奋斗目标。可是,一旦发生了,我们必须能及时发现病原体,才能有效控制它。让未来‘闹事’的病原体,起不出我们准备的范围,那是很有成就感的事情。”徐建国总结。

让徐建国担忧的是,传染病预防控制工作后继无人、无力。有疫情时财政投入,没疫情就没投入,疾控人员待遇不高,愿意从事疾控工作的人才缺乏。每次疫情都是一次赶考,不是应战就是备战,怎能总是临时抱佛脚?“未来传染病的挑战一定会更加严峻,事关国家和民族的安危,我国一定要建立传染病预防控制的科学的资助机制和体制,才能够保证人们安居乐业。”徐建国建议。

## ■表情



### 做小朋友的“老朋友”

张金哲院士展示在门诊接诊时经常为患儿表演的魔术戏法。作为一名小儿外科医生,94岁高龄的中国工程院院士张金哲仍然坚持出门诊。如无特殊情况,每周日和周四上午,在北京儿童医院门诊楼的6层,总能看到一位高挑清瘦、温和从容的老者,身着写有名字的白大褂,接待一位又一位患儿及家长。

就是这位老者创建了我国第一个小儿外科,因此被誉为“中国小儿外科之父”。患儿家长们亲切地称他为“小朋友们的老朋友”。

新华社记者 张玉薇摄

# 苏萌:从教授到创业家,践行大数据

文·本报记者 姜晨怡

几个月以前,苏萌有多重身份:北京大学光华管理学院市场营销系副教授、博士生导师,北京大学新媒体营销研究中心执行主任,北京百分点信息科技有限公司创始人、董事长。

现在他的身份只有一个:百分点科技董事长。

因为他现在全心投入做一件事,把大数据技术做完善,把公司做的更好。

## 做学问,我可以很优秀

苏萌曾经是学者,面对一堆数据搞研究,鼓捣模型,发论文。在学术领域,苏萌有很多拿的出手的成绩。

苏萌主攻营销模型开发,擅长用数据来预测消费行为。在谈到学术领域那些个牛人前辈时,苏萌也是一脸兴奋与崇拜。“我们做一些市场研究模型,消费者行为预测模型,那需要很多年的验证,最后才被证明是对的。过了几十年看起来可能并不复杂,但是却只有那么一两个大师创造出来了。”

我们一直感觉营销是个不那么学术的活儿,消费者分析、广告、市场活动,人们的心理总是感性的,那么背后的数据支撑和相应的模型会有多大作用呢?苏萌说:“营销的实质是根据消费者的异质性来做差异化。消费者的异质性需要由数据来驱动,而营销的内容和形式都需要差异化。用简单的语言来讲,为不同类型的消费者提供不同的产品、促销等。”

谈起营销来,苏萌有很多学术词汇:传统营销模型专注用白盒方法解决什么问题,而机器学习更偏重黑盒方法解决什么问题,这也使得机器学习在数据驱动营销领域越来越受关注。苏萌说:“市场细分化应遵循‘data talks’,不

同的数据和数据类型有不同的方法,市场细分的终极目标是个性化营销。”

苏萌是个喜欢折腾的人,跑过铁人三项也玩萨克斯,他也有颇为丰富的履历。在读博士期间,他有整整五年的时间研究消费用户的行为。如其他学术大牛一样,他有着各种论文、基金和科研项目履历,也有沃顿商学院互动媒体创新中心中国会议的联合主席等N多个头衔。

2006年苏萌从康奈尔大学管理学博士毕业后回到国内,在北京大学任教。2009年,他想在国内创业,于是北京中关村的一间公寓里,百分点诞生了。

苏萌不像是个学院派,但也不是传统意义上我们脑海里的那种商人形象。当有人描述你是“专家型企业家”,或者是“学者型企业家”时,有人会感到欣喜,可是苏萌不会。

这可能是说明你做学者做的不够好,而做企业呢,又做得不够专,有学究气。

苏萌把两者结合了。在他身上你会看到创业者的热情、企业家的长远布局眼光,还有学者的严谨。

“今年我从北大离开。因为我我觉得我必须离开。”苏萌说。

## 做企业,必需很拼命

7月末,百分点科技获得C轮融资,2500万美元。

在此之前,百分点分别获得A轮和B轮融资,分别来自IDG资本和名信中国成长基金720万美元的A轮融资,以及东方星空创投和IDG资本联合投资的1000万美元B轮融资。

“我们更专注于做事情,我们不做太多宣传、推广。”苏萌说。与其他乐于做市场活动、品牌形象的公司相比,百分点确实是一家相对“低调”的公司。这或许与其创始人内在的学术范儿有关。

“做学术的时候我也很认真,但是做公司更需要你全身心投入。每天只睡4个小时,持续两个星期,在做公司的时候都再正常不过。辛苦完了,你有一种由衷的欣喜。”经过5年的实践,百分点的技术和服务已经在电商、零售、汽车、金融、品牌制造等行业成功应用,已服务1000多家企业客户,包括1号店、银泰网、王府井百货等电商,也包括一些传统行业巨头。

“做公司是一件需要各方能力的事情。我们的技术在一些招投标中,已经PK掉像IBM这样的国际巨头。那种感觉,你懂的。”谈到自己公司时,苏萌有一种激情,像是对自己孩子成长的

期待,又像是对未来有着无限的预期。

在日前公布的中国大数据分析厂商TOP50排行榜中,百分点凭借着优秀的创新能力、全面的服务能力、完美的解决方案、强大的市场影响力进入榜单,同时榜上有名的还有IBM、Oracle、Google、Amazon、Inter等著名企业。本榜单中,当选的均为中国境内在大数据分析领域最具话语权的企业。

当苏萌谈起对行业发展的看法,你就很难打断他。在苏萌看来,当前企业原有的IT系统和架构难以应对大数据需求。这些需求包括:第一,海量的非结构化数据的采集、存储和分析。当今世界每天产生25TB的数据,其中80%是非结构化数据。第二,传统的数据库与数据仓库难以实现实时计算。与CRM、ERP等企业传统IT设施不同,大数据是获取、存储、整合、分析、可视化企业内部和外部数据的一整套解决方案。这不仅仅是一种营销手段,更能帮助企业改变和拓展新的商业模式和盈利模式。“根据用户的行为轨迹实时预测该用户当前的场景、偏好和需求,并实时将个性化的关联信息展示到用户面前已成为大数据营销致胜之关键技术手段。”他说。

存活下来的企业,才是真正有希望的。”苏萌说。

“有的时候我觉得,我们的技术已经非常领先,解决方案也很完备,可就是差那么一点。为什么?我们的客户说,我们必须选甲骨文或IBM,那样不会出问题。虽然你很好,可是我们必须选知

匹配,这是一个需要探讨的问题。所以按家庭为单位征收,能不能达到调节收入分配这个目的,不能想当然。因为现实是需要很多条件的,没有这些条件,设想是达不到的,甚至适得其反。

比如在我们国家,假如按照家庭综合征收,现在来看条件是不具备的。家庭成员各方面的收入都要一起进行核算,估计很多家庭都没有算这个账。那税务部门能不能做到?在现有条件下也做不到。如大量使用现金交易,这类收入难以监控。

还有,各个银行能不能联起来,这也



## ■人物档案

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。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、副主任、博士生导师、新媒体营销研究中心执行主任。

名的。”苏萌说,在经历了这样的时刻,他会有一种想法:为什么百分点不能成为一家世界级的大数据技术与应用服务商?谷歌成立也没有多久,美国大数据解决方案供应商Cloudera估值超过40亿美元。“美国一些大数据公司估值很高,我不觉得我们比他们差多少。我们的团队是顶级的。”提起自己的团队,苏萌有一种自豪感。

7月末,百分点宣布成立百分点科学顾问委员会,该委员会成员由三位顶尖专家组成,除了现任首席算法科学家周海外,沃顿商学院终身讲教授张忠受担任首席经济学家;国际营销建模领域顶尖学者陈宇新教授受邀担任首席模型科学家。苏萌表示,该委员会致力于将全球学术界最领先的大数据算法与模型应用到百分点的商业实践中,并推动百分点大数据人才培养与聚集计划。

作为一家以技术而著称的公司,百分点在人才培养上不遗余力。2010年10月与电子科技大学互联网科学中心合作,在成都建立了国内首家

个性化推荐系统联合研究所,该研究所专注于个性化推荐系统、交叉推荐等相关领域的研究。另外,百分点还与北京大学新媒体营销研究中心合作,共同开展消费洞察以及行为预测等消费行为研究。

“我们公司的平均年龄是29岁,我已经算是大龄了。”刘译璟今年刚满30岁,这位80后现任北京百分点信息科技有限公司的研发总监,现负责大数据平台产品研发。刘译璟毕业于北京大学数据科学学院,从当年海淀区的小办公室开始,他算是公司的老员工了。

“我在做产品的时候就想,我们要做一家代表中国实力的大数据解决方案运营商。”刘译璟说,那感觉就想你在看神舟飞船上天时,升起国旗的那一刻的民族自豪感,我相信我们一定能做成。

“有时候你告诉自己,我不是自己,也不仅仅是这个团队在做一件事,那就会不一样。”苏萌说。

## ■记者手记

### 你是否还会被激情感动

文·姜晨怡

现在似乎是一个全民创业的时代。

媒体上满天飞的是八零后、甚至九零后的创业神话:一个玩世不恭的帅小伙,从小爱鼓捣新产品,满脑子都是新想法,一不小心,决定认真做一件事,分分钟就火了。资本投入、用户激增、未来无限光明。

每每读到这种故事就有人提出疑问:创业的路真的这么简单么?

你我都不是的。有时候我们刻意忽略了一些东西,只为了心中那完美的“神话故事”。

在采访百分点这一类的科技型公司时,你会被他们身上的激情所感动。他们在乎产品、在乎客户、在乎技术,在激烈的竞争中厮杀出一片天

地。那可不是有股子热情、有些拿得出手的技术就行的。

有的公司靠关系,有的公司靠渠道,有的公司靠商业模式,有的公司靠技术和产品。左思右想,还是靠技术靠产品的公司更长久。而且你还要处理好方方面面的事情才行。

硅谷的课程说,创业是可以步骤化的,是可以讲授的。在我看来,这事恐怕离了激情便不能长久。“年轻人很有激情,但不持续。创业是一个长跑,我们需要的是一个持续的激情。你如果要走到创业的时候,你的热情得保持很长时间。”创业导师如是说。

也许我们不适合创业,但且让我们永葆激情。



### 夫妻“稻客”走南闯北

在湖南邵阳县潘市镇,郝金波的妻子用GPS测亩仪测量稻田的面积。

眼下正值南方多省水稻收割时节,大批来自北方的收割人员纷纷南下。在北方他们被称为“麦客”,而在南方被称为“稻客”,来自河南驻马店市的农民郝金波便是他们当中的一员。

三年前,郝金波新买了一台进口收割机,这台收割机不但能收割麦子还能收割水稻,能跑旱地也能走水田。郝金波开始把收割业务做到了长江以南,哪里的农作物熟了他就到哪里收割。

每年有一半的时间在外面走南闯北,夫妻“稻客”早已习惯以车为家的日子。有时候他们会带上25岁的儿子一起出行,儿子现在也练就了一手出色的收割机操作技能。48岁的郝金波说,准备再干两年就“退休”了,自己回老家带孙子,而儿子将继承他的“稻客”事业,继续走南闯北。

新华社记者 李乐摄



### 藏族农民企业家的“香巴拉”梦想

斯那定珠介绍巴拉村的历史文化。

细看斯那定珠走过的50年,35岁之前,他走出大山,忙着挣钱,为过上好日子;35岁之后,他用辛苦积累的财富,回乡开山修路,历经艰辛,只为让家乡富起来。

身边的人说他不是一个合格的商人,但斯那定珠自己说:“我是一名共产党员。”

新华社记者 侯文坤摄

## ■声音

### 刘尚希:个人所得税改革不能完全调节收入分配

财政部财政科学研究所副所长刘尚希在接受媒体采访时表示,认为个人所得税只有变成以家庭为单位的征收才可能有效的调节收入分配,实际上这个也不是绝对的。

刘尚希表示,个人所得税改革实际上方向是明确了,就是更好的发挥税收调节收入分配的功能。但采取什么样的方式更有效呢?可能有多种选择。

现在社会上也有误解,认为个人所得税只有变成以家庭为单位的征收才可能有效的调节收入分配,实际上这个也不是绝对的。因为任何的方式手段和目的不是

是一个问题。怎么才能对家庭收入进行综合计算呢?实际上这是非常复杂的工程。我们调节收入分配是促进社会公平,是为了促进国家发展、社会发展和每个人的发展。所以我认为要从现实条件出发,一步步推进。我们要时刻考虑到我们的目的和我们现有的条件所能达到、所能采用的手段,用现有条件下可以采用的方式和我们所要达到的目的进行匹配,而不是以某个国家的做法为样板来考虑或者以某个人的想法来想象设计怎么征收个人所得税。

此外,针对媒体关于“国务院反垄断委员会专家咨询组成员被解聘”的提问,沈丹阳表示:“中国社科院研究员张昕竹因违反《国务院反垄断委员会专家咨询组工作规则》有关工作纪律的规定,于今年7月30日被解聘,不再担任国务院反垄断委员会专家咨询组的成员。”

7月当月,我国出口创月度出口新高,增长14.5%。对此,沈丹阳表示,大幅增长有四个方面原因:一是外贸稳增长政策效应持续显现,提振了企业出口信心。二是世界经济持续复苏,国际市场需求逐步改善。7月份我国

### 沈丹阳:反垄断不存在排外

针对媒体关于“反垄断针对外国企业”的担忧,商务部发言人沈丹阳日前表示,中国政府有关部门依法对涉嫌垄断行为开展调查是促进公平竞争、保护消费者权益的重要内容。查处垄断行为是国际通行做法,在中国无论是内资企业还是外商投资企业,如果触犯了法律都应受到制裁,承担相应的法律责任。

他说,反垄断法实施6年来,接受反垄断调查的企业既有中国本国企业,也有外国企业,并非只针对外国企业。在反垄断法面前,所有企业一律平等,不存在“排外”的情况。

此外,针对媒体关于“国务院反垄断委员会专家咨询组成员被解聘”的提问,沈丹阳表示:“中国社科院研究员张昕竹因违反《国务院反垄断委员会专家咨询组工作规则》有关工作纪律的规定,于今年7月30日被解聘,不再担任国务院反垄断委员会专家咨询组的成员。”

7月当月,我国出口创月度出口新高,增长14.5%。对此,沈丹阳表示,大幅增长有四个方面原因:一是外贸稳增长政策效应持续显现,提振了企业出口信心。二是世界经济持续复苏,国际市场需求逐步改善。7月份我国

对欧盟出口增长17.4%,对美国增长12.3%,对香港增长13.3%,对东盟增长11.9%。此外,由于欧美、日本等一些市场需求回升,加工贸易出口实现两位数增长。三是民营企业出口活跃。7月份民营企业出口同比增长23.6%,是今年以来增速最高的一个月。四是部分行业和产品出口竞争力增强。

“从这些情况来看,现在外贸出口已经基本回暖。”沈丹阳说,但是目前国际市场需求回升不稳定,贸易摩擦还在增多,国内综合竞争新优势还没有完全形成,完成全年外贸工作目标还有很大压力。