

苏萌

北京大学国家发展研究院 特聘教授
百分点集团 董事长兼首席执行官

研究领域：大数据建模、个性化推荐引擎、政府决策大数据、量化营销模型



教授综述

2006 年美国康奈尔大学博士毕业，之后回国任教于北京大学光华管理学院，担任副系主任、副教授、博士生导师，以及北京大学新媒体营销研究中心主任。他研究的领域包括大数据建模、个性化推荐引擎、统计模型、消费者与市场量化分析预测等，有多篇论文发表在国内外权威学术刊物，曾获得国家自然科学基金管理科学领域第一个大数据建模研究的重点项目。他于 2009 年创立了国内领先的大数据公司-百分点集团，并担任董事长兼首席执行官。苏萌于 2014 年入选国家“千人计划”，2015 年荣获“中国信息产业年度新锐人物”，2016 年荣获“中国大数据领域最具影响力 50 人”，以及第三届世界互联网大会“中国大数据领军人物”。

现任

北京大学国家发展研究院 特聘教授
百分点集团 董事长兼首席执行官

教授的课程

大数据价值与应用、大数据战略与商业模式、信息与竞争战略

教育背景

2006 美国康奈尔大学，博士，约翰逊管理学院，营销模型专业

工作经历

2006 - 2010, 北京大学光华管理学院，助理教授

2010 - 2013, 北京大学光华管理学院，副教授、博士生导师、副系主任

2009 - 今, 北京百分点信息科技有限公司，董事长兼首席执行官

荣誉

2017 年荣获北京市高端领军人才自然科学和社会科学研究系列研究员

2016 年荣获第三届世界互联网大会“中国大数据领军人物”

2016 年荣获“中国大数据领域最具影响力 50 人”

2015 年荣获“中国信息产业年度新锐人物”

2014 年第十一批国家“千人计划”专家

2013 年国家自然科学基金重点项目

2012 年北京市第八批海外高层次人才（海聚工程）、北京市特聘专家

2012 年北京市海淀区创业领军人才

2005 INFORMS Marketing Science Doctoral Consortium Fellow

2004 AMA-Sheth Foundation Doctoral Consortium Fellow

2001-2005 Cornell University Graduate Fellowship

2000-2001 University of Illinois at Urbana-Champaign Doctoral Fellowship

学术论文

X. Du, M. Su, X. Zhang, and X. Zheng. 2017. “Bidding for Multiple Keywords in Sponsored Search Advertising: Keyword Categories and Match Types,” *Information System Research*, forthcoming.

L.Sun, X. Zheng, M. Su, and L.R. Keller. 2017. “Intention-Behavior Discrepancy of Foreign versus Domestic Brands in Emerging Markets: The Relevance of Consumer Prior Knowledge”, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 25, No. 1, 99-109.

Su, M., X. Zheng, and L. Sun. 2014. “Coupon Trading and Its Impacts on Consumer Purchase

and Firm Profits”, *Journal of Retailing*, Vol. 90, No. 1, 40-61.

Manceau, D., J. Eliashberg, V.R. Rao, and M. Su. 2014. “A Diffusion Model for Preannounced Products”, *Customer Needs and Solutions*, Vol. 1, No. 1, 77-89.

Du, X.M., and M. Su. 2013. “Incorporating Consumer Browse Data: Extended Item-based Top-K Recommendation Algorithms”, In *proceedings of 2013 International Conference on Information Technology and Applications*, 248-253.

Zhao, Z, L. Sun, and M. Su. 2012. “How to Increase Online Visits and Sales? An Empirical Study on the Consumer-to-Consumer Online Stores,” In *proceedings of 2012 International Joint Conference on Service Sciences*, 130-133.

Su, M., and V. R. Rao. 2011. “Timing decisions of new product preannouncement and launch with competition”, *International Journal of Production Economics*, Vol. 129, No. 1, 51-64.

Su, M., and V. R. Rao. 2010. “New Product Preannouncement as a Signaling Strategy: An Audience-Specific Review and Analysis”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 27, No. 5, 658-672.

Jin, Y., and M. Su. 2009. “Recommendation and Repurchase Intention Thresholds: A Joint Heterogeneity Response Estimation”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 26, No. 3, 245-255.

Rao, V. R., B. Kartono, and M. Su. 2008. “Methods for Handling Massive Number of Attributes in Conjoint Analysis”, *Review of Marketing Research*, Vol. 5, 104-129.

Arora, N., X. Dreze, A. Ghose, J. D. Hess, R. Iyengar, B. Jing, Y. Joshi, V. Kumar, N. Lurie, S. Neslin, S. Sajeesh, M. Su, N. Syam, J. Thomas, and Z. J. Zhang. 2008. “Putting One-to-One Marketing to Work: Personalization, Customization and Choice”, *Marketing Letters*, Vol. 19, No. 3, 305-321.

著作

苏萌、柏林森、周涛， 2012， 《个性化：商业的未来》，机械工业出版社，ISBN：97871111369585

专利

一种基于数据平台的数据控制方法（专利号：2013100375417），2013.

一种基于多个数据交互中心的数据进行信息推送的方法（专利号：2013100397416），2013

跨数据源的营销人群在市场营销中应用的方法及装置（专利号：2016100526891），
2016

一种用户特征数据的处理方法及装置（专利号：2016103236180），2016

一种商品评论数据的口碑分析方法及装置（专利号：2016103216882），2016