

财经视角的互联网商业分析与投资研究

——新经济创新思维与案例

课程背景：

这世上唯一不变的只有变。移动互联网时代，很多企业的经营思维早已转变，很多企业早已利用互联网平台思维触及了跨界经营，如通讯业、零售业、地产业、金融业等等，但也有不少企业无法入手，本节课通过互联网估值模型、互联网趋势及大量互联网经营案例，通过理论与实践案例相结合的方式，帮助学员掌握最新互联网知识、理解互联网的核心理念，理解资本市场的互联网估值模型。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：期待转型的传统企业中高管、渴望发展的中小互联网企业中高管、希望对新经济有全面了解的学员

课程收益：

- 刷新对新经济的认知。通过最新的互联网、人工智能等案例的演绎，让学员用最短的时间，了解时代商业变化的案例。
- 互联网管理创新。通过剖析互联网企业高效发展的管理模式，帮助传统企业、小微企业获得管理创新的思路和方法。
- 商业发展底层规律。通过高度浓缩和概括，总结互联网企业，新经济发展趋势的规律，帮助企业更好从5年到10年的维度去思考企业的战略创新。

课程特色：

- 抽丝剥茧，把握线上线下发展的脉搏，解析网络新模式和规律及趋势
- 通过大量行业案例，促进掌握互联网思维核心，掌握关键运作要点

课程大纲

第一讲：资本市场篇：20 家公司市值（估值）与商业模式对比

一、挣钱的公司为什么不值钱？

1. 联想的市值变化与商业模式分析
2. 海尔的市值变化与商业模式分析
3. 金山的市值变化与商业模式分析
4. 格力的市值变化与商业模式分析
5. 其他传统公司的市值变化与商业模式分析

二、“亏钱”的公司为什么这么值钱？

1. 阿里巴巴市值变化与商业模式分析
2. 腾讯市值变化与商业模式分析
3. 京东市值变化与商业模式分析
4. 拼多多市值变化与商业模式分析
5. 美团市值变化与商业模式分析
6. 今日头条市值变化与商业模式分析
7. 滴滴市值变化与商业模式分析
8. 其他互联网新公司市值变化与商业模式分析

第二讲：现象篇：我们面对一个不确定的时代

一、人工智能：让机器替代人类重复运动的创新

1. IBM 深蓝干掉国际象棋高手
2. 谷歌阿法狗干掉樊麾
3. 谷歌阿法狗干掉李世石
4. 谷歌阿法狗干掉：了 5 位中国国籍冠军

5. 阿法狗获胜的底层逻辑：人工智能时代到来
6. 天猫无人店
7. 脸部识别功能
8. 科大讯飞
9. IBM 医疗机器人
10. 特斯拉无人工厂
11. 黑石律师软件
12. IBM 计算机财报

二、大数据：让一切行为可见可预测的创新

案例：阿里旅行

案例：亚马逊

1. 相关性思维替代因果思维

案例：nest

案例：Facebook 估值

三、分享经济：让闲散资源高效运转的创新

1. 基于所有权的交换经济
2. 基于关系的共享经济

案例：滴滴

案例：wework

案例：uber

案例：Airbnb

四、社群经济：互联网让人类回归群体属性的创新

案例：小米的社群经济

案例：罗辑思维的社群经济

五、新零售：大数据与 O2O 的新融合

1. 雷军的新零售
2. 马云的新零售
3. 京东的新零售

六、知识付费：把时间无限次出售的创新

案例：逻辑思维

案例：吴晓波

案例：樊登读书会

案例：湖畔大学

案例：混沌研习社

1. 时间战场的逻辑

第三讲：思考篇：成功互联网企业的基因

一、互联网战略定位：细分领域第一

1. 我们处在信息爆炸时代

- 1) 各种电视台、书籍等
- 2) 19 岁的美国妹子直播字典挡子弹案例

2. 人类心智模型只记得第一

- 1) 人类的心智最多同时记住 7 件事情

案例：牙膏品牌、电视品牌、饮料品牌

结论：占领心智，要成为第一。

- 2) 第一名是第二 2 倍、第三名的 4 倍市场占有率。

案例：世界上销量第二的书籍是？

案例：世界上第二高的山峰是？

案例：第二个登上月球的人是谁？

3) 中国电商前 5 是谁？

3. 如何做到第一

1) 创造新品类

案例：苹果手机、IPOD、IPAD、

案例：逻辑思维、得到

2) 宣传新品类

案例：哥伦布与阿美利哥

案例：IBM 与兰德公司

3) 细分领域第一

4) 横渡太平洋的阿米莉亚

4. 阿米莉亚战略实践

1) 地理空位

案例：移动猎豹出海崛起

2) 尺寸空位

案例：甲壳虫称霸世界

3) 低价空位

案例：小米价格优势 C 位出道

4) 高价空位

案例：法国都彭雄霸高端市场

5) 成功案例展示

案例：百度、淘宝、微信、京东

6) 腾讯成功转型案例

1. 从全面出击到只留半条命战略

案例：搜狗投资

案例：京东投资

案例：美团的投资

7) 雷军的成与败

a 多元化的失败：十多年的金山只有 30 亿美金市值

b 定位聚焦的成功：4 年 450 亿美金估值的小米

二、互联网营销思维：口碑为王

1. 工业时代的广告总结

案例：恒源祥

案例：脑白金

2. 互联网营销的广告特征

案例：伏牛堂

案例：雕爷牛腩

案例：黄太吉

案例：牛炖

案例：叫个鸭子

案例：褚橙

案例：陈欧

案例：roseonly

视频：洗手吃饭

视频：重庆回来

案例：uber 中国营销

3. 品牌故事

1) 神秘 Party 的体验

神州 vsuber 经典案例

4. 营销核心的分析

1. 价值链的变化

案例：比基尼美女站街扫码

视频：狂吸 4 亿的 app 案例

2. 营销理念的 4 级变化

案例：参与感营销

3. 互联网营销的核心本质

三、互联网效率思维：唯快不破

1. 阿里巴巴中供铁军的效率

1) 个人效率

2) 组织效率

3) 资产效率

4) 创新效率

四、互联网组织创新思维：特种兵与分布式结构

1. uber 组织创新案例

1) 一键呼叫 CEO

2) 一键呼叫一个亿

3) 一键呼叫一克拉

4) 一键呼叫复仇者联盟

5) 一键呼叫直升飞机

6) 一键呼叫摇橹船

2. uber 的支撑体系

1) 传统的金字塔组织结构

2) 创新组织的特种兵小分队+大后台结构

案例：苹果的精英小团队

案例：微信的精英小团队

案例：微信支付的精英小团队

案例：whatsapp 的精英小团队

3) 机构的困境

4) 群体复杂性增长

5) 科恩天花板

第四讲：规律篇：互联网发展的底层规律

一、互联网六大基本规律

1. 信息对称

2. 网络效应

3. 边际成本

4. 长尾理论

5. 免费

6. 幂律定律

二、科技与经济发展趋势

1. 新技术+原有产业=新产业

2. 第一次工业革命案例

3. 第二次工业革命案例

4. 第三次工业革命案例

5. 摩尔定律

6. 安迪比尔定律

三、资本市场估值模型的底层逻辑

1. 诺基亚案例
2. 雅虎案例
3. 双曲线模型
4. BAT 估值模型
5. 海尔联想京东估值模型
6. 从 BAT 到 TMD 的迭代