

《产业互联网——带您踏上千亿市值之路》

姚瑞军

【课程背景】

中国的互联网行业经历二十余年的发展，自 1995 年中国电信开通北京、上海两个网络接口，从门户网站、搜索引擎、社交化网络，到移动应用、电商、游戏与音视频，再到 O2O、网络直播、移动支付，中国已成长为互联网超级应用大国，围绕消费领域的购物、教育、医疗、出行、娱乐、社交、生活服务等需求建立了庞大的流量分发网络与生态应用体系，深刻改变了普通民众的生活习惯与消费行为。随着互联网人口红利逐渐减弱，基于流量的增长已经放缓，互联网行业迫切需要找到一片足以承载自身持续增长的新蓝海。

然而互联网+移动互联网二十多年时间，也只在**在线零售，在线广告，在线社交**三个消费互联网市场进行了充分的在线化和数据化。但是 2020 年是 5G 元年，5G 会直接推动网络经济进入到继互联网，移动互联网之后的第三个阶段-物联网。物联网会推动各行各业全面进入数字化，智能化，产业互联网的时代全面到来。

我们看到数字化浪潮正在席卷传统行业，云计算、大数据、人工智能开始大规模融入到金融、制造、教育、医疗、零售、文娱、物流等行业的生产环节中。在金融领域，移动支付、互联网银行、大数据风控让资金精准地在需求者与供给者之间流动；在制造领域，数字化管理和智能生产让几乎任何一种需求、任何一个细分领域的订单都能够被快速、准确地响应；在教育和医疗领域，学员和病患的需求可以在人工智能和网络平台的帮助下实现一对一的匹配；在零售领域，线上零售的便捷延伸到线下，无人超市已经成为可能……

同时也给传统企业带来了难得的转型升级的机遇。

如果说中国的消费互联网市场目前只能容纳几家万亿元级企业，那么在数字经济领域有可能容纳几十家、上百家同等规模的企业。

原重庆市长- 黄奇帆

这是一个巨大的蓝海，今后的高价值公司很可能主要产生于如何用数字化，智能化改造现有产业，搭建**产业互联网**。

贝壳找房打造产业互联网的思路短短两年成为二手房租售平台的产业代表，市场**4800 亿**。产业互联网不是风口，而是新一轮世界产业革命的核心驱动力，是企业的核心战略，而且是长期战略。

什么是产业互联网，打造产业互联网需要具备哪些能力，面临哪些挑战，如何在未来商业全面数字化，智能化的进程中找到自己的位置，如何利用产业互联网的趋势实现企业的指数级增长，成为产业的代表，如何在打造产业互联网的进程当中推进战略，组织，文化的落地和执行，成功成为产业代表？

姚老师结合自己互联网，大数据，人工智能及区块链领域的创业经验和对产业互联网的深度研究，得出打造产业互联网的基础方法论。

课程带你了解产业互联网的基础，理解产业互联网的关键技术在各行业最前沿的应用，了解产业互联网如何变革和颠覆现有商业格局，以帮助企业管理者提高对产业互联网的认知，明确战略方向和“行动路线”，增强信心，在数字化的过程中少走弯路。不仅有理论，更有方法和工具，带你走上企业数字化转型之路！

【课程收益】

了解产业互联网的内涵

了解人工智能、区块链、5G等数字化核心技术在产业互联网中的运作方式

了解各行业产业互联网的最新应用和最新实践

学习产业互联网的核心方法智能双螺旋

掌握产业互联网的核心运作逻辑

掌握产业互联网组织的基础逻辑

掌握以用户为中心的数字化思维方式

掌握建立产业生态体系的方法论

【课程特色】前沿，理论与实战，帮助企业寻找发展方向，找到数字化的发展道路

【课程对象】董事长、总裁、常务副总经理等高级管理人员

【课程时间】6-36小时

【课程大纲】

一、什么是产业互联网？

1.产业互联网的内涵

2.产业互联网 VS 消费互联网

3.产业互联网的底层逻辑

二、产业互联网涉及到的关键技术及底层逻辑

1.什么是数字化

2.从人类文明的起源看数据

3.数据化-一切皆可量化

4.大数据-从因果律到相关性的跳跃

(1) 全样本

(2) 相关性

(3) 多维度

(4) 数据的价值

案例：facebook

5.从大数据到云计算

6.人工智能的崛起

(1) 什么是机器智能

(2) 人工智能思维：从数据智能到网络协同

(3) 新产业=人工智能+旧产业

7. 5G+物联网-信息革命的新一阶段

(1) 5G对GDP的直接贡献

- (2) 5G 引出信息革命的下一个阶段物联网
 - AR+VR
 - 智能家居
 - 智能驾驶
- (3) 服务 7*24 小时自我更新与提升的速度

8.再次审视数据的作用：

- (1) 基因编辑
- (2) 人脑接口
- (3) 人类永生
- (4) 数据是权力，权益，权利
- (5) 如何对数据进行确权？

9 区块链的作用

- (1) 什么是区块链
- (2) 区块链重新定义人类世界运行的底层逻辑
 - 确认所有权
 - 确认权益
 - 确认权力

三、产业互联网的基础及关键节点在哪？

1. 产品创新数字化

- (1) 产品的在线化，网络化，智能化
- (2) 底层逻辑：从产品到服务的变化
 - 获利逻辑：卖产品
 - 数据逻辑：产品变服务
- (3) 彻底的建立以用户为中心的思维方式
- (4) 以用户为中心的产品和服务方式
 - 用户需求挖掘
 - 产品定位：痛点、痒点、爽点
 - 用户旅程地图
 - 用户故事
 - 用户访谈
 - 产品测试

2. 用户服务敏捷化

- (1) 从 0 到 1 与用户共创产品
- (2) 产品的在用户反馈的驱动下快速迭代
- (3) 社群-企业的核心基本盘
- (4) 商业模式向精准升维
 - 从人找货到货找人
 - 产品定制化
 - 服务的千人千面

3. 打造良好的用户激励系统，彻底实现口碑传播

- (1) 社交酬赏

(2) 猎物酬赏

(3) 自我酬赏

4.生产自动化的基础

(1) 生产自动化的核心能力=数据+算力+算法+模型

(2) 人机协同

(3) 模型的价值

(4) 生产与消费的双轮驱动

(5) 生产自动化的四类主要玩家

(6) 走出中国特色的生产自动化之路

5.如何打造自动化生产企业

(1) 新技术的基础设施

(2) 面向产业的赋能中台

(3) 数字经济的新价值网络

(4) 数字化时代的领导力

6 运营智能化

(1) 动态战略实时调整

(2) 建立数据与反馈的运营闭环

千人千面——满足每一个客户的个性化服务！

7*24 小时以极高的速度进行服务的自我更新与提升！

(3) 在运营中迭代，在迭代中成长

(4) 共创会议

(5) 商业模式的自动调优

四、产业互联网的组织基础

1 愿景，使命，价值观驱动

2 组织透明

3 从管理到赋能

4 协作数据中台-企业能力的集大成者

5 跨职能的精英小团队

五、产业互联网的思想基础

(1) .世界观的迁移：从牛顿到量子力学

从逻辑到逻辑模型

人类文明的进步过程是逻辑模型的变革过程

从牛顿世界观到量子力学的世界观

商业在底层逻辑变革

六、如何打造价值千亿的产业互联网？

1 网络协同

(1) 网络效应

(2) 协同效应

2. 产业协同

(1) 视角迁移：从以企业的资源能力为起点到以用户的需求为起点

(2) 从竞争逻辑到共生逻辑

(3) 产业协同带来的极大机遇：以赋能为基础的产业代表会批量诞生！

