

# 《大数据时代互联网转型》

2014 年互联网思维成了年度商业词汇，张瑞敏等第一代创业者在已经 64 岁的年纪，开始大谈如何互联网化。几乎互联网之外的所有行业都在担忧互联网对其盈利模式的冲击，这些企业的管理层都有深深的互联网焦虑。

- 互联网企业在金融领域的咄咄逼人已经在侵蚀银行的领地；
- 对于百货和零售商来说，电商对顾客购买需求形成分流；
- 乐视电视和小米电视甚至让市场觉得电视行业将来能否存在都将是问题；
- 在行业垂直领域，携程、搜房、汽车之家各自代表旅游、房产流通、汽车行业；
- 互联网企业甚至在查抄 IT 服务企业的后路，比如免费的导航地图，随着云计算的发展，行业应用软件、存储、信息安全等很多领域的服务商都存在被颠覆的可能；

人们总是高估新技术浪潮的短期影响，而低估它的长期效用。现在各大行业都存在互联网

网时代无所适从的焦虑。排斥互联网肯定是不对，但因互联网方寸大乱也大可不必。

“行至水穷处，坐看云起时”。传统行业并不会消亡，只会进化，物种大灭绝时代也正是孕育新的生命形态的时代，未来属于传统行业中真正懂互联网拥抱互联网的人。

**课程对象：**央企集团中高层管理者、子公司高层管理者

传统行业中高层管理者、上市企业中高层管理者

**课程收益：**分析互联网颠覆传统产业背后的逻辑

建立基于大数据的商业模式的认知框架

产业互联网的兴起与国家战略的转型升级

互联网思维下的战略、产品、营销与组织变革

传统大型企业的互联网转型的路径与案例分析

**课程形式：**体验式学习+课堂讲授+案例分析+小组研讨

**案例分析：**Google、IBM、Amazon、Tesla、GE、SIMENZ、三星、HTC、阿里巴巴、百度、腾讯、小米、乐视、京东、苏宁、顺丰、万达、华为、海尔、联想、万科、花样年、新东方、酷派、宝钢、奇虎 360、乐蜂网、YY 语音、郝帅网校

**课程时长：**2 天

## 第一模块 思维转型：互联网颠覆传统产业的逻辑 2H

### 一、阿里巴巴战略的三个关键词

- 1、平台
  - 颠覆商业生态
  - 制定游戏规则
  - 建设开放平台
- 2、数据
  - 数据采集
  - 数据分析
  - 数据预测
- 3、金融
  - 传统金融
  - 平台金融
  - O2O 融合

### 二、阿里巴巴的战略全景图

- 1、平台、大数据
- 2、金融
- 3、物流
- 4、终端：

### 三、阿里巴巴的战略演进

- 1、收购雅虎去 IOEC
- 2、大数据：阿里云
- 3、移动互联网
- 4、O2O 线下布局

## 第二模块 商业模式转型：基于大数据的未来商业模式 4H

### 一、拨开大数据神秘的面纱

- 1、大数据运用的案例
  - 奥巴马的大数据竞选之路
  - Netflix 《纸牌屋》
  - 郭敬明《小时代》
- 2、大数据的历史沿革
- 3、数据资产核心

### 二、大数据的认知框架

- 1、物联网
- 2、云计算

- 3、 大数据的应用
  - 行为分析
  - 交易分析
  - 数据融合
- 4、 行业垂直整合：
  - 乐视案例
- 5、 智慧的地球 IBM
- 6、 泛互联网化：GOOGLE 的案例

### 三、 传统产业大数据商业模式转型

- 1、 案例分析一：雅昌艺术网华丽转身
- 2、 案例分析二：永辉超市挑战沃尔玛
- 3、 案例分析三：花样年地产的侧后战场
- 4、 案例分析四：苏宁云商的艰难转型
- 5、 案例分析五：万达集团的超级平台
- 6、 案例分析六：顺丰物流的十年内功
- 7、 案例分析七：新东方俞敏洪的灾难

### 四、 BAT 颠覆中国

- 1、 互联网的三大模式：A 电商、B 搜索、T 社交
- 2、 阿里巴巴生态系统全景图：
- 3、 腾讯生态系统全景图：
- 4、 百度生态系统全景图：

### 五、 产业互联网：互联网的第二次革命

- 1、 中国迎来产业升级的战略机遇期：
  - 消费互联网格局已定，产业互联网时代开启
  - 国家重点产业安全需要，经济转型升级助推器
  - 德国工业 4.0 与美国工业互联网
  - 产业互联网=互联网+金融+大数据+平台
- 2、 产业互联网的新的微笑曲线
- 3、 产业互联网重构传统商业模式
  - 生产制造：小米的颠覆与雷董赌局、北京智能制造产业园
  - 销售流通：中国钢铁现货交易网
  - 融资：阿里小贷与京东的供应链金融
  - 交付：阿里的菜鸟网络

## **第三模块 战略转型：以用户为中心的移动互联网时代来临 3H**

### **一、4G 的移动互联网时代来临**

- 1、移动互联网时代来临
- 2、移动运营商的 4G 战略
- 3、移动互联网的特征与影响

### **二、传统产业互联网转型的四个误区**

- 1、网络营销不等于微博微信
- 2、网上开店不等于电子商务
- 3、代运营不能解决人才问题
- 4、信息化不等于互联网化

### **三、传统行业的互联网化四个阶段**

- 1、传播层面的互联网化
- 2、渠道层面的互联网化
- 3、供应链层面的互联网化
- 4、商业模式的互联网化

### **四、传统产业互联网的转型战略**

- 1、用户思维
- 2、简约思维
- 3、极致思维
- 4、迭代思维
- 5、流量思维
- 6、社会化思维
- 7、大数据思维
- 8、跨界思维
- 9、平台思维

## **第四模块 新能源发展前瞻 2H**

### **一、2103 环保走向繁荣**

- 1、环保问题日益严重
- 2、大力淘汰落后产能
- 3、降低煤炭消耗量
- 4、环保产业细分板块

### **二、中国新能源产业的逆袭**

- 1、 2013 年光伏风电 V 型反转
- 2、 2013 年国家新能源政策
- 3、 2014 年新能源装机容量与发电指标分析
- 4、 2014 年世界光伏市场份额测算

### 三、 中国新能源产业链分析

- 1、 光伏产业链财务指标分析
- 2、 风电行业集中度提升
- 3、 协鑫控股多晶硅价格杀手策略
- 4、 协鑫对产业链的合作与控制策略
- 5、 协鑫让开大道、占领两厢的策略

### 四、 大数据时代的智慧能源

- 1、 国家与政策层面：能源行业监管协调及能源运行安全预警体系
- 2、 电力行业：国网与南网智能电网与数据中心建设
- 3、 油气行业：勘探、生产、运输、消费的数据互联互通  
案例分析：BGP(中国石油集团东方地球物理公司)
- 4、 新能源行业：太阳能和风能的产能与大数据预测模型
- 5、 消费领域：大数据系统帮助客户管理与节省能源

## 第五模块 组织转型：去中心化的内部创业平台 1H

### 一、 人与人的关系

- 1、 农业时代、工业时代与信息时代的人的关系
- 2、 全民娱乐的草根时代来临
- 3、 90 后员工的心理特征
- 4、 机械时代落幕与人工智能的发展前瞻

### 二、 组织架构

- 1、 金字塔组织到超级扁平化 小米科技的组织架构
- 2、 从大而全到小团队精神 微信团队的激情与定力
- 3、 移动互联时代与组织虚拟化 GOOGLE 的全球创新项目
- 4、 全面外包时代的来临 海尔人单合一的尝试
- 5、 世界主要互联网公司的组织架构模式分析

### 三、 运营流程

- 1、 为什么要有流程 传统工业时代的商业与管理基本逻辑
- 2、 产品经理零距离 用户需求、用户体验、用户口碑

- 3、 天下武功 唯快不破      快速迭代与微创新
- 4、 互联网时代的供应链重构    除了人 其它都可以买得到
- 5、 流程与风险控制

#### 四、 人力资源

- 1、 重新定义组织与人的关系      管理回归人性
- 2、 互联网时代回看马斯洛需求层次 人为什么而工作
- 3、 互联网思维设计人才学习体系    ASTD 转型为 ATD
- 4、 目标管理与绩效考核的变迁    KPI 与 GOOGLE 的 OKR
- 5、 创新孵化器与内部创业平台    丛林法则与野蛮生长

#### 五、 企业文化

- 1、 企业文化的前世今生
- 2、 什么样的企业文化能留住新生代员工
- 3、 企业文化基因的对比分析      小米 格力 华为 腾讯
- 4、 文化是创造力的源泉

### 第六模块 互联网精神：大势观澜未来前瞻 0.5H

#### 一、 互联网改变中国：

- 1、 鲶鱼效应：
- 2、 基础设施：
- 3、 资本入场：
- 4、 产业升级：
- 5、 国家战略：

#### 二、 互联网改变世界：

- 1、 The web is dead, long live in the intelnet.
- 2、 互联网三要素：人、信息、交易
- 3、 互联网精神：
  - 开放
  - 去中心化
  - 互动
  - 自下而上
  - 长尾
- 4、 企业的三重境界：

#### 三、 互联网精神的企业：小米科技

- 1、雷董赌局：小米5年超过格力
- 2、超豪华的创业团队
- 3、小米的互联网精神
- 4、雷布斯的战略布局

#### 四、互联网 3.0 时代企业家的修炼

- 1、智力、产业、资本、国势、心性
- 2、管理思想：《管理未来》彼得·德鲁克 《学习型组织》彼得·圣吉
- 3、产业整合：《第一大亨》二十世纪初的美国 范德比耳 福特 卡耐基 洛克菲勒
- 4、资本兵法：《摩根财团》美国式央行行长
- 5、国势纵横：《文明的冲突》亨廷顿
- 6、心性修炼：《失控》KK 预言的全人类的最终命运与结局