

## 5G 新技术、新业态、新模式应用

**授课对象：**省公司市场口的二、三级经理，数据部及业支二、三级经理、项目经理、以及相关的资深员工；以及地市公司领导及三级经理、项目经理、以及相关资深员工

**授课时长：**0.5 天

**课程背景：**5G 的到来，将为网络体系、和应用带来一系列变革，怎样构建适应 5G 市场的应用与场景是必须快速思考的问题。同时，运营商的数字化转型，必然带来一系列的业务模式、商业模式、生态模式、业态模式的重构，为此，必须在业务模式转型、商业模式转型、生态模式、业态模式的转型之前为每位中高层管理人员和资深员工提供必要的思想准备、以及知识储备。

### 课程目标：

- 第一，掌握 5G 的技术与标准，掌握 5G 的应用场景、掌握 5G 物联网的应用
- 第二，掌握新零售带给我们的新业态的冲击
- 第三，掌握数字化转型的本质与内涵；
- 第四，掌握商业模式、生态与平台的关系
- 第五，了解姿态各异的生态与平台模式，包含来自互联网+产生的生态，来自新零售产生的生态、来自物联网业务产生的生态、来自大数据应用产生的生态；
- 第六，掌握乐视网生态构建的套路与模式
- 第七，掌握生态与平台的类型
- 第八，掌握生态与平台建设的基本原则
- 第九，掌握数字化转型，在各业务体系下产生的新生态与平台
- 第十，举例：掌握政企转型中，集成生态的构建模式与组织、运作的相应调整

### 课程大纲：

#### 1 本质，数字化转型，究竟转什么？

- 1.1 数字化时代的本质，就是重构
  - 1.1.1 控制了数据，控制了平台、就控制了未来
  - 1.1.2 问题，目前运营商在个人、家庭、政企都未控制数据平台
- 1.2 数字化转型的内涵，就是控制数据与平台，其涉及六个层面
  - 1.1 数字化的内容、与应用
  - 1.2 数字化的营销
  - 1.3 数字化的 IOT 物联网与信息化
- 1.3 数字化转型，必须要认知数据平台的竞争模式
  - 1.3.1 同业相残，比比皆是

- 1.3.2 相残的最后，就是兼并与重组
- 1.3.3 异业合作，阿里、京东异业领域的扩张
- 1.3.4 利用平台构建垄断，阿里构建的八大平台
- 1.4 运营商的三大市场、三大业务必须构建两个核心
  - 1.4.1 研究完毕运营商的三大市场、与 IOT，就会发现两个控制的必然
  - 1.4.2 控制，云+大数据平台
  - 1.4.3 控制，系统集成

## 板块一、5G 新技术、新应用

- 2 5G，来自潜在需求
  - 2.1 5G 需求，来自常态议题构建的驱动力
    - 2.1.1 规模流量的高吞吐率
    - 2.1.2 海量连接
    - 2.1.3 移动互联网应用的方兴未艾
    - 2.1.4 高速物联网应用
  - 2.2 5G 需求，来自全新视角的需求
    - 2.2.1 尤其是自动驾驶技术的诞生，催生高效响应
    - 2.2.2 网络融合技术需求的诞生 (Wlan、卫星、2G/3G/4G 融合)
    - 2.2.3 支撑互联网应用的“云数据中心”与网络体系全面融合
    - 2.2.4 VR/AR，远程医疗等新业务的诞生
  - 2.3 提出 5G 标准的构建要求
    - 2.3.1 大容量，1000 倍以上现有连接规模
    - 2.3.2 高速度，10G-100G 的速率
    - 2.3.3 大连接，100 倍以上的连接点
    - 2.3.4 快连接，毫秒级端到端的连接
    - 2.3.5 高移动，支撑 500 公里以下物体移动
- 3 5G，全新架构 (SDN 网络+EMC)
  - 3.1 5G 网络发展总体视图
    - 3.1.1 5G 发展，以及中国地区的进展
    - 3.1.2 5G 的网络架构
    - 3.1.3 5G 核心网架构的变化：核心网云化，回传纳入 DCI
    - 3.1.4 5G 时代的 OTN 综合业务承载网
    - 3.1.5 5G RAN，架构的变化：前传、中传和回传

- 3.2 5G 承载的七大需求
  - 3.2.1 5G 承载的需求：大带宽
  - 3.2.2 5G 承载的需求：低时延
  - 3.2.3 5G 承载的需求：大带宽（续）
  - 3.2.4 5G 承载的需求：高精度同步
  - 3.2.5 5G 承载的需求：灵活路由
  - 3.2.6 5G 承载的需求：网络切片
  - 3.2.7 5G 承载网架构及关键技术
  
- 3.3 5G，拉动物联网、大数据应用
  - 3.3.1 5G+NBIOT，可以覆盖的物联网应用无穷无尽
  - 3.3.2 5G 时代，基于场景的校园物联网+大数据应用
  - 3.3.3 5G 时代，基于场景公共交通物联网+大数据应用
  - 3.3.4 5G 时代，智能交通、无人驾驶成为可能
  - 3.3.5 5G 时代，智慧城市可以覆盖更多的应用机会
  - 3.3.6 5G 时代，智慧家庭仅需要一张 5G 网
  - 3.3.7 作为数字家庭的具体内容，可以构建 5G 智能抄表系统
  - 3.3.8 家庭养老的远程实时看护
  - 3.3.9 5G+NBIOT，支撑智慧公用事业的智能化
  - 3.3.10 5G+NBIOT，支撑城管管理（交通+治安+消防+城管）
  - 3.3.11 5G 时代，智能物流成为可能
  - 3.3.12 5G 时代，数字农业是可以实现的
  - 3.3.13 5G 时代，制造业互联网全要素的运营（三维设计+VR+....）

## 板块二、新商业模式、新生态模式

### 1 关系：商业模式、生态模式与平台的关系

- 1.1 商业模式、生态、与平台的四层关系
  - 1.1.1 商业模式主导两层关系
  - 1.1.2 生态模式主导业务关系
  - 1.1.3 平台模式主导产业关系
- 1.2 何谓商业模式，它究竟扮演何种角色？
  - 1.2.1 商业模式的定义
  - 1.2.2 一个故事，引出乐视网的商业模式

- 1.2.3 从阿里，看其商业模式的构建
- 1.2.4 讨论，为何 12530，失败了？
- 1.2.5 讨论，为何飞信，失败了？
- 1.3 何谓生态？何谓生态模式？它的角色是什么？
  - 1.3.1 生态模式的定义
  - 1.3.2 从淘宝网的生态构建说起
  - 1.3.3 案例：百度地图靠生态，何以从第三变成第一
  - 1.3.4 案例：乐视视频构建的生态链
  - 1.3.5 案例：马云构建的超大的生态体系

## 2 类型，姿态各异商业生态

- 2.1 互联网+行业，构建的产品生态与平台
  - 2.1.1 互联网+的本质是什么？
  - 2.1.2 互联网+行业的本质又是什么？
  - 2.1.3 互联网+行业的本质就是重构
  - 2.1.4 从神州租车的策划故事，告知我们重构的事实
  - 2.1.5 案例：互联网+餐饮，怎么做？
  - 2.1.6 案例：互联网+出行，怎么做？
  - 2.1.7 案例：互联网+教育、怎么做？
  - 2.1.8 案例：互联网+农业、怎么做？
- 2.2 从《数字浙江》看生态与平台的构建
  - 2.2.1 《数字浙江》，数据平台+应用平台是基石
  - 2.2.2 《数字浙江》，重构交通治理的生态平台
  - 2.2.3 《数字浙江》，重构政府经济决策的生态平台
- 2.3 从垂直行业的物联网，看生态与平台的构建
  - 2.3.1 移动，领导的讲话稿，透射的路径
  - 2.3.2 垂直行业的生态+平台，是未来方向
  - 2.3.3 何谓垂直行业？
  - 2.3.4 物联网的垂直行业的数据平台+运营平台
  - 2.3.5 案例：从 ATT 的车联网，看数据、运营、应用平台与生态
- 2.4 从“互联网+新零售”看生态与平台
  - 2.4.1 新零售的本质？
  - 2.4.2 新零售，催生“人货场”的重构
  - 2.4.3 新零售，催生对零售的再认知“数据+商品”
  - 2.4.4 新零售，催生零售业态的转化

2.4.5 案例：京东系的“超级物种”演绎的生态+平台

2.4.6 案例：阿里系的“盒马鲜生”演绎的生态+平台

### 3 生态与平台，构建的原则与套路

- 3.1 平台、与生态扮演的角色是什么？
  - 3.1.1 平台的定义，平台是运营实体，他是功能的扮演者
  - 3.1.2 生态的定义，生态是商业模式的要素聚合实体，运营要素的扮演者
- 3.2 平台与生态的划分
  - 3.2.1 消除中介型、的生态与平台
  - 3.2.2 构建中介型、的生态与平台
  - 3.2.3 内容运营型、的生态与平台
  - 3.2.4 数据运营型、的生态与平台
  - 3.2.5 业态创新型、的生态与平台
  - 3.2.6 行业经营型、的生态与平台
- 3.3 生态与平台的构建，需要回答 4 大原则
  - 3.3.1 你需要为自己的业务作出定位么？
  - 3.3.2 你以何种能力来构建生态？
  - 3.3.3 你在生态中应该扮演何种角色？
  - 3.3.4 生态构建的过程是平等的么？
  - 3.3.5 生态构建，需要什么样的心态，是业务运营、还是控制市场？
- 3.4 生态与平台的构建模式
  - 3.4.1 从乐视网的建设，看生态与平台的构建
- 3.5 运营商，家庭市场需要哪些生态与平台
  - 3.5.1 内容生态、家电生态、集成生态
  - 3.5.2 数据平台、运营平台
- 3.6 运营商，政企市场需要哪些生态与平台
  - 3.6.1 供应商、集成生态
  - 3.6.2 一个垂直行业的数据平台、运营平台
  - 3.6.3 举例：集成生态，怎么建？
  - 3.6.4 举例：集成生态，怎么推动组织转型、人员转型、模式转型、……

## 板块三，新零售、新业态

### 1 马云提出的新零售、新物种、…究竟何为？

- 1.1 马云，携“IT”以自重，控制全产业链

- 1.1.1 新零售，重构零售业（苏宁、大润发）
- 1.1.2 新制造，重构制造业
- 1.1.3 新金融，重构金融业
- 1.1.4 新技术，互联网构建的全部技术体系（云、大数据、物联网）
- 1.1.5 新资源，数据就是资源
- 1.2 新零售，究竟为何？
  - 1.2.1 新零售，三大特征
  - 1.2.2 新零售，强化零售业新的物种（多种业态融合）的到来
  - 1.2.3 新零售，强化今天的购物场景
  - 1.2.4 新零售，重构人、货、场
  - 1.2.5 新零售，线上、线下的全面融合
  - 1.2.6 新零售，核心支撑要素：支付、物流、云计算、大数据、物联网
- 1.3 新零售，必须重构营销环境
  - 1.3.1 新营销，以消费者为核心的全域营销
  - 1.3.2 物联网，提升门店消费体验
  - 1.3.3 人工智能，贯穿零售全流程
- 1.4 2017年的盒马生鲜，开启新的零售模式
  - 1.4.1 零售业的三大市场（电器、百货、超市）
  - 1.4.2 盒马，切入了超市价值最高的部分，开启了生鲜电商新纪元
  - 1.4.3 其中，冷链物流成本最高
  - 1.4.4 连锁化，是必然
- 1.5 京东的线下布局，以及小米的布局
  - 1.5.1 2015年，参股永辉
  - 1.5.2 2016年，参股沃尔玛
  - 1.5.3 2017年，腾讯参股永辉，强化了京东的地面战能力
  - 1.5.4 永辉生活家连锁（便利）
  - 1.5.5 京东 3C 便利店

## 2 机会不多，运营商实体渠道转型的背水一战

- 1.6 案例，广东移动的一次垄断终端市场尝试
  - 1.6.1 手机连锁的策划
  - 1.6.2 胎死腹中，无人敢于决策
- 1.7 京东、小米店的启示
  - 1.7.1 小型 3C 产品
  - 1.7.2 体验营销、网络营销（O2O）

- 1.7.3 全数字化服务（大数据、物联网、数字物流、数字支付）
- 1.8 新零售-连锁店的经营本质
  - 1.8.1 服务社区，需要社区布局
  - 1.8.2 服务民众，需要锁定客户消费行为
  - 1.8.3 配置商品，需要强化商品选择，以及商品编码
  - 1.8.4 便利购买，需要关注客户购买路径
  - 1.8.5 便利物流，补货、配送强化即时性
  - 1.8.6 便利交费，多种不同支付方式
  - 1.8.7 零售系统，必须进行谨慎的个性化定制，实现与现有渠道服务系统连接
- 1.9 新零售的营销
  - 1.9.1 线上与线下的融合
  - 1.9.2 新媒体，社会化传播的途径
  - 1.9.3 实体渠道的微营销的基本操作方法
  - 1.9.4 品牌如何塑造
- 1.10 实体渠道转型必须基于渠道特质
  - 1.10.1 面积不大，客流尚可
  - 1.10.2 厅店能力，服务、销售还可以
  - 1.10.3 贩卖什么样的商品呢？
- 1.11 运营商实体渠道，转型的套路
  - 1.11.1 小型 3C 产品
  - 1.11.2 实体店的体验营销、网络店的 O2O 营销
  - 1.11.3 全数字化服务