

解码 10+x 互联网标杆企业

课程培训大纲

(曹峰光 2019·01 版)

培训目的：

互联网已经深深改变了全球的经济格局、商业格局甚至政治格局，在如何产业发展的潮流之下，2016 年中国移动启动“大连接战略”，部署新时期的战略格局，也通过合作伙伴大会展现了其与互联网行业的深入合作和融合，2017 年合作大会进一步推动战略落地；中国电信开始推进转型 3.0、全流量计费以及流量大战略；2018 中国联通的混合所有制改革，更是掀起了深度的企业转型之路，并且先后与小米、百度、腾讯、阿里等互联网公司深度合作，已经开始推出了系列合作产品……电信运营商越来越多、越来越深入地与互联网融合协作！

互联网里面到底有什么？这些哥们怎么玩的？Google、Amazon、阿里、腾讯、Facebook、百度、小米、滴滴打车……这些核心的企业商业是如何思考的、产品生态如何布局的？电信运营商与其可能的合作点在哪里？产业与营销如何切入和运营呢？在这些光鲜的企业背后倒下的那些行业先烈死在哪了？……本课程就是希望能够帮助运营商员工系统地梳理互联网整个行业大脉络、深入认识互联网产业、把握产业规律等、思辨电信运营商互联网转型的路径、与互联网合作的结合点在哪里？……以期引发学员对处在互联网时代的电信运营商的经营做个多层面深层次的系统思考，找到实际工作的落地点！

培训学员：运营商各个层面员工

【思想者】基因决定定律

(贰) 商业模式之搜索与广告篇

CASE：Google 免费午餐与自动印钞机

CASE：百度-中国的搜索之王

【讨论与分享】案例启示与思考

【思想者】诺维格定律

【思想者】70-20-10 定律

(参) 商业模式之即时通讯篇

CASE：QQ 小企鹅的商业帝国

【讨论与分享】案例启示与思考

【思想者】关于虚拟商品与虚拟经济的思考



(四) 商业模式之电子商务篇

CASE：eBay 商业模式研究

CASE：亚马逊 b2c 商业模式研究

CASE：阿里巴巴 B2B 的商业帝国

CASE：淘宝网 C2C 的商业模式研究

CASE：GROUPON-O2O 团购模式的鼻祖

【讨论与分享】案例启示与思考

【思想者】长尾理论

(伍) 商业模式之社交网络篇

CASE：Twitter-微博研究及其案例剖析

CASE：FaceBook-社交网络成就互联网新王者！

【讨论与分享】案例启示与思考

【思想者】六度分割理论

【思想者】认知盈余与未来是湿的

PART III：互联网的下半场

CASE：产业的颠覆者-微信产品及其商业布局

CASE：滴滴打车及其共享经济的商业解析

CASE：小米的生态链及其商业解析

CASE：美团及其商业解析、今日头条及其商业解析

CASE：工业互联网及其案例分析

PART IV：花开花落 互联网的大败局

CASE：Yahoo 互联网一代王者的没落

CASE：那些互联网风口摔死的猪

CASE：中国移动互联网实践の兴衰成败

PART V：拈花寻悟 思辨互联网时代运营商の突围之路

1. 运营商“互联网”这些年那些事
2. 运营商互联网发展策略的思考
3. 运营商互联网创新实践案例剖析

PART V：课程总结

—END—

课件版本记录：

产业层的广阔视角、企业层的商业解读、产品级的运营剖析，

致力于打造一门手册型的互联网经典精品课程！

R2019-《解码 10+x 互联网标杆企业》

版本升级：持续跟踪更新互联网企业研究，特别是阿里巴巴的新布局、腾讯从消费互联网到产业互联网的战略延展及组织结构调整

R2018-《解码 10+x 互联网标杆企业》

版本升级：完成了新案例的跟踪和充实，特别是小米、美团、拼多多、今日头条等持续跟进

R2017-《解码 10+x 互联网标杆企业》

版本升级：完成了对课程的大幅升级！特别是升级完善了腾讯的案例，在产品的运营层面做了系统的梳理和深入研究，从 QQ、游戏、QQ 空间以及微信等产品运营全面的分析；在阿里巴巴原有案例基础上，扩充了蚂蚁金服经营的商业分析；扩充完善了小米生态链及其商业经营案例，以及面向物联网领域的拓展；补充扩展了美团、今日头条案例；补充了工业互联网的内容，特别是红领定制、尚品宅配等案例；内容仍在持续更行中！

R2016 -《互联网的大脉络》

版本升级：随着内容充实对原课程互联网商业和互联网大脉络两个部分剥离，形成了两门独立课程；本课程重在梳理互联网的大脉络，使得学员对整个行业有系统的认识和理解；通过对核心企业的商业模式的分析了解互联网的经营模式以及对思考自身企业的转型。

R2015-《透视互联网企业成败，思辨运营商互联网之路》

版本升级：特别充实了互联网大败局的部分，从失败案例的视角上审视互联网，包括中国移动移动梦网、飞信、Ophone 等运营的反思探讨；继续充实行业数据，扩展了互联网案例，特别是结合互联网对相关运营商也对比思考；增加了互联网+的板块

实施情况：课程以《新形势下移动互联网商业模式解析与运营商应对策略》入选中国移动集团课程集采名单；先后在全国各地集团、省公司、地市公司等不同层面授课；扩大了在清华总裁班的授课量；同时精华版开始在中国人寿、中国银联等传统行业授课

R2014-《透视互联网企业，探寻运营商互联网之路》

版本升级：在原有课程版本基础上丰富行业数据，持续跟踪互联网行业变化；丰富互联网与传统行业相结合的课程案例（媒体、商业、金融、物流、保险、医疗等），特别增加了关于互联网时代传统企业转型的思考，电信运营商转型路径的思考和梳理。

实施情况：在运营商省公司、地市公司开始专题授课，特别是位置基地、杭州基地和南方基地；其精华版开始在清华大学总裁班授课

R2013-《透视互联网企业，探寻运营商互联网之路》

版本升级：互联网的课程单独从原来全业务剥离出来，课程主题聚焦于互联网，开始系统整理互联网的整体行业情况，以及对传统行业的影响（媒体、商业）以及互联网发展的历程梳理（互联网的大脉络）

R2012-《全业务经营、营销与运营商策略》（部分）

版本纪要：互联网内容部分作为原来全业务经营课程的一部分，主要是对互联网整体发展情况做介绍，特

别是结合运营商的数据业务