**吴晓波【避免败局】**

 **开讲啦！**

* **时间：2015年6月6-7日**
* **地点：上海**
* **人数：100人**
* **课时：2天2夜**
* **费用：28000元/人**

**在中国，每天有2740家企业死亡,每小时倒闭114家企业，每分钟就有2家企业消失。**

**在中国，如果有一门课，可以教会您如何避免败局······**

**成功难以复制 失败或可避免**

**课程背景**

**吴晓波寄语：很多企业仍死于对“失败”无动于衷**

1998年，全球电影院都在上映《泰坦尼克号》，大船既沉，万事俱休。

也是在这一年，受东亚金融危机冲击，中国爆发了第一次企业倒闭浪潮，两年后，我写出《大败局》，十家显赫公司，七家倒在1998年。

从那时到今天，我一直专注于企业败局课题，研究案例数以百计，《大败局》年年重印，累积销量过百万。

创业本身就是一个关于幸存者的游戏。对于企业经营者来说，失败不是可耻的事情，但确实应该学习如何避免。特别是对于中小企业以及创业者来说，你所犯下的、或者可能犯下的错误，都没有什么特殊之处，在此之前已经有无数人付出了惨痛的学费，无非你并不知晓而已。

做企业如同爬楼梯，你从第一层开始爬，每一层都前所未见、风景迥异，你爬到了第三层，但你不知道第四层、第四十层会遇到怎么的情景和危险，学习“避免败局”的课程，是告诉你这些事情：如何面对第三层的困难，以及到了第四层、第四十层，可能遇到怎样的情况、别人是如何应对的。

企业如人，若长寿，预防为第一要义。

十五、六年以降，我做了那么多的失败案例，老实说，我并没有看到太多的疑难杂症，几乎所有的错误都发生在：品牌营销、战略规划、资本设计、政商关系等等范畴，这些年出现了一个新的主题，那就是：互联网经济的崛起对传统产业构成的冲击。

2014年的今天，中国企业界再次爆发集体性危机，倒闭、歇业及转型失败事件日日都在发生，更惊心的是，今年的产业危机更甚于1998年。恐惧与迷茫，如同漫天雾霾笼罩在企业界的天空。

这一时刻，我们需要对失败给予更多的警惕。你读一百本李嘉诚和马云的书，都不可能重复他们的成功，但是，多了解一些失败的基因，真的可以让你避开死亡的陷阱。

连马云也说过这样的话：“我花时间最多的，是研究国内外企业是怎么失败的。这两年我给公司所有高管推荐的书，都是讲别人是怎么失败的。因为失败的原因都差不多，就是那么四五个很愚蠢的决定。”

因此，成功难以复制，失败或可避免。

在即将开始的两天里，我将以案例教学的方式，动用多媒体化手段，邀请多位专家，从五个专业维度解析中国式失败的现象、原因与应对之策，我们一起来研讨：

——中国企业为什么如此“速败”？

——如果成为转型时代的“幸存者”？

——机遇与陷阱的边界在哪里？

——企业家素质如何提升？

我们遇见的那一刻，也许就是“避免败局”的第一步。

**吴晓波是谁？**

**【关于吴晓波先生】**

**吴晓波先生被誉为“中国最好的商业作家”，**

**中国首位能将中国商业史、企业案例研究、新经济研究等维度课题贯穿的研究者，**

**中国青年领袖、**中国文化先锋者、国家精神造就者

**蓝狮子出版人、《吴晓波频道》创办人，上海交通大学、暨南大学EMBA课程教授。**

在过去的二十多年里，吴晓波先生致力于中国经济改革及公司案例研究，掌握大量丰富的实战案例，在理论、实践及创作等方面均有深厚建树；

出版于2000年和2006年的两部[大败局]，解剖了十九个惊心动魄的著名企业败局，**使吴晓波先生成为国内研究企业失败案例的第一人。**[大败局]累积发行量超过110万册，是全国数十家商学院的必修或参考图书；

多年从事传统写作的他，于2014年5月全身心投身新媒体实践——经营自己的微信公众号“吴晓波频道”，短短100天其公众号粉丝已突破27万，30个城市组建了书友会。

**2014年11月，吴晓波先生第一次开授“避免败局的智慧”高级研修课程，两日闭门讲授，尽倾毕生所研！**

吴晓波先生的其他著作还包括：

[激荡三十年]:2008年度“中国最佳商业图书”、 [亚洲周刊]“十大年度图书”之一、“最受中央国家机关干部欢迎的10本书”之一。

[跌荡一百年]：2011年中国“十大最佳商业图书”之一

[浩荡两千年]：2012年“读书盛典年度影响力图书”。

[历代经济变革得失]：2013年度“新浪中国好书榜年度十大好书”之一、[亚洲周刊]“十大年度图书”之一

**课程意义**

**不要当下沉时，才想起要逃生**

商业，就本质而言，是一个关于幸存者的游戏；

商业，终归是一场有节制的游戏，任何超出能力极限的欲望，都将引发可怕的后果。

导致草创企业家被“集体淘汰”的重要原因有哪些？

许多企业家的体内潜伏和滋生着怎样一种不为人察觉的“失败基因”？

为何说企业家在经营管理中的 “存商理，灭人欲”是一个值得记取的生存理念？

在20多年来的中国企业败局中，企业的崩塌主要是哪些因素？

企业在发展壮大的过程中怎样从制度上遏制因追逐暴利盲目扩张的败局？

企业由幼年向成年转型时，创始人面临着哪些重要问题的拷问？

不同发展时期的企业营销的机遇与陷阱的边界在哪里？

为何说发展越快、在市场上的成功度越高的企业，其财务及资本方面的危险性越大？

诞生于市场竞争领域的民营企业在政商博弈中的败局有哪些景象？

在互联网和移动信息技术中要规避哪些败局才能成为转型时代的“幸存者”？

**课程设置**

**课程定位：** 处于转型时期的传统企业，避免“中国式失败”的重磅大课。

**针对人群： 企业董事长、总经理及参与战略决策的高层管理者、创业家及企业接班人。**

**作为国内唯一、以研讨中国商业界兴衰为主题的高级研修课程，吴晓波先生将以数十个经典案例为基础，从战略、品牌、资本、政商及互联网等五个维度，分别解析：**

**---- 如何避免企业战略的大败局；**

**--- 如何避免品牌营销的大败局；**

**---- 如何避免资本运作的大败局；**

**---- 如何避免政商关系的大败局；**

**---- 如何避免互联网时代下的大败局；**

**新颖、实战的授课环节：**

**独家专题视频分享：多名企业家谈成败经验、吴晓波企业败因专题讲座；**

**PK实战演练：就经典案例，学员分组讨论，现场辩论指导；**

**“锦囊时间”：吴晓波先生将携手知名战略、营销、资本运营及公共关系专家，对学员的实际难题当场解惑、提供解决方案；**

**课程特点：**

**五大维度，经典案例，震撼主题讲授；**

**多媒体化，内容丰富，授课现场生动；**

**注重实战，专家到场，提供解决方案；**

**一日授课，长期复训，微信社区互动；**

**学费：28000元/2天2夜，封闭式教学**

**学费包括2天课程的听课费、讲义费、开学晚宴、午餐等。学员食宿和交通费用自理。**

**课程安排**

**学时：两天两夜**

**报到当晚：开局酒会，破冰分组**

**第一日：**

**面授课程一：企业战略——避免败局之首**

课程纲要：1.中国崛起，战略性机遇与陷阱；2. 激进主义战略在中国的得失；3.经济危机，产业周期与战

略安排；4. 专业的核心能力与相关多元化；5. 战略与中国企业家素质模型

**面授课程二：品牌营销——避免败局之要**

课程纲要：1. 品牌的打造与长期维护；2. 品牌的明星化及陷阱；3. 营销网络与经销商利益模式；4. 品牌的溢价能力靠什么来实现； 5. 产业崩溃期的品牌策略选择

**面授课程三：资本运作——避免败局之本**

课程纲要：1.中国资本市场的三十年衍变史；2. 资本杠杆化的陷阱；3. 资本运营家的误区；4. “门口野蛮人”与实业家的冲突

**第一日晚上：主题沙龙，行动学习（神秘嘉宾到场）**

**第二日：**

**面授课程四： 政商关系——避免败局之根**

课程纲要：1.中国历史上的政商关系简史；2.对抗型政商关系的破局；3.寄生型政商关系的破局；4.当代幸存者的五种政商智慧

**面授课程五：时代的要求：如何避免互联网时代下的大败局？**

课程纲要：1.中国互联网二十年简史；2. 粉丝经济与传统制造业困境；3. 传统流通业的互联网困境；4. 产业大裂变时代的转型陷阱

**Q&A**

**1、吴晓波出了两本大败局的书，其中也有相当多的案例，读书跟上课的区别？**

《大败局》一二册分别是2001年和2006年出版的，但囿于书本篇幅的关系，很多第一手的资料并没有在书中得到展示，而这些内容只可能通过现场授课的方式才能传递给前来听课的学员们。此外，吴晓波老师持续关注中国企业界的失败案例，并一直在准备写作《大败局3》，来描述那些在新形势下发生企业败局案例。

从2006年至今，吴晓波老师在“传统企业如何应对互联网冲击”、“创业公司如何应对移动互联的机遇和挑战”等方面形成了自己独到的见解，这些内容尚未对外传播，学员们是第一批聆听吴晓波老师最新洞察的人。

**2、研究的都是大型企业的案例成败，对于中小型企业来说会不会不接地气针对性不够？**

企业虽有大小，但导致败局的原因却基本相同，研究大企业的失败案例正是让中小企业意识到未来的边界在哪里，最容易出现问题的方面是哪里。古语说：“凡事预则立，不预则废”，如果没有放眼未来的眼界，企业注定是做不大的。更重要的是，我们的课程会设置特别的“锦囊时间”，就是根据中小企业的实际问题，由各领域的专家进行针对性的解惑答疑，从宏观到微观，让中小企业的经营者能够更立体地看清自己的经营处境！

**3、 吴晓波跟很多企业家打交道研究企业败局的案例，那他会请嘉宾来做一些案例分享吗？**

吴晓波在近20年的企业败局和中国商业史研究中，有很多的企业家、管理学家、新经济研究等维度的专家和朋友，他会在不同时期选择不同的嘉宾为课程做更好更丰富更实战的分享和指导。

初拟邀部分嘉宾如下：

阿里巴巴副总裁 涂子沛先生

腾讯科技副总裁 刘畅女士

埃特公关总裁 金霞女士

百度营销咨询部总经理 刘伟女士

著名并购法律专家 潘跃新大律师

著名风险投资人 曹国熊先生

伟大中国副总裁 孙玉红女士

第一财经总经理 秦朔先生

著名微营销专家 金错刀先生

著名自媒体人 罗振宇先生

润米咨询董事长/微软前战略合作总监 刘润先生

青岛啤酒前全球营销总裁 严旭女士

**4、市面上有很多名人课堂，但是这个避免败局的课程要两万八，贵在哪里？**

吴晓波作为中国首位能将中国商业史、企业案例研究、新经济研究等维度课题贯穿的研究者，在两天两夜的课程中将携同四位嘉宾一同尽倾毕生所研，为您解疑答惑；我们的课程并不是一次性的快消品，我们倡导的理念是“一次上课，终生复训”，吴晓波老师将成为您企业的终生导师；吴晓波老师本身也在进行新商业模式的试验，在这个过程中，将整合各路资源，并帮助众多传统企业向拥有“互联网思维”的企业进行转型。这是一门知行结合、边学边干的新型课程。

在今天的新经济危机的环境下，相信很多的已获得阶段性成功的企业急需补习“避免败局”这极其重要的一课。

**5、 我是企业创始人，是否需要带核心团队一起培训？**

我们建议团队培训对象是公司所有的有重大事务决策权的创始人，联合创始人，股东和核心高管层共同参与。在老师道术结合的授课过程中，结合公司的现状，由决策者们共同在“道”上达成一致的变革意见，而由高管层在“术”上获取思路并准备好结合自已公司情况的可行的完善计划。

在两天两夜老师课程启发思辩的氛围下，将团队一起坦诚、高效的聚合，形成切实的思考，从而迅速有效的规避公司不同维度下的问题。

**名家谈失败**

**李嘉诚**

成功也许没有既定的方程式，失败的因子却显而易见，学习并建立减低失败的架构，是步向成功的快捷方式。

**任正非**

十年来我天天思考的都是失败，没有什么荣誉感、自豪感，而是危机感。也许是这样才存活了十年。

**史玉柱**

人这动物啊，每次成功一次，智商就下降一截；每失败一次，智商就上升一截。

**马化腾**

我觉得有危机感。但是这个危机感只要早点发现、早点应对，那还是有胜算。起码要往前走一步，看清楚情况，你才会下一步决定哪方面加大、哪方面放，但是会尽量低成本。

**马云**

我花时间最多的，是研究国内外企业是怎么失败的。这两年我给公司所有高管推荐的书，都是讲别人怎么失败的。因为失败的原因都差不多，就是那么四五个很愚蠢的决定。

**枊传志:**

吴晓波先生写过一本书叫《大败局》，讲的全是中国企业，很多都是当时跟我在一起领奖台上站过，最后全下去了。我们通过《大败局》看到的是血淋淋的案例，了解他们失败的原因，得到的是深刻的警醒。

**吴晓波:**

“这是一个还没有老去的时代，你听到的每一个商业故事都是那么鲜活，你见到的每一个创业者都充满了无限的野心。所有我们从苦难中学到的东西，都不会没有价值。所有的牺牲、失败，对于未来而言都是值得的。”

咨询老师：杜老师  13121135903

咨询电话:010-51285512 010-51285513

传真：010-51413865

**2015转型系列课程报名申请表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓　名 | 　 | 性　别 | 　 | 出生年月 | 　 | 照　　　片 |
| 国　籍 | 　 | 身份证号码 | 　 |
| 学　历 | 　 | 英语水平 | 　 |
| 毕业院校 | 　 | 　 | 　 | 所学专业 | 　 |
| 公司名称 | 　 | 工作部门 | 　 |
| 公司性质 | 　 | 所属行业 | 　 |
| 现任职位 | 　 | 下属人数 | 　 |
| 公司地址 | 　 |
| 公司电话 | 　 | 手　机 | 　 |
| E-mail | 　 | 传　真 | 　 |
| 您希望参加的课程？ | * 吴晓波《避免败局》：2015年6月6-7日（上海）
* 刘润《互联网+：传统企业互联网化之道》:2015年6月13-14日（上海）
 |
| 您希望从本课程中取得哪些收获？ | □ 企业战略 □ 品牌营销 □ 资本运作 □ 政商关系 □ 互联网经济□ 其他、\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 您希望我们拟邀的专家？ | 　 |
| 其他信息：您是通过什么途径了解此课程的？□收到课程介绍资料　请注明：□邮件　 □短信　 □DM　 □其他　　　　　　　　 □由同事或朋友介绍　请注明：□公司同事　□朋友　□其他　　　　　　　　　　　　　　　　　□吴晓波频道 □百度搜索 □谷歌搜索 □其他　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　 |
|