附件3

**中宝协&吴晓波频道企业大学介绍**

伴随着移动互联网技术的高速发展和5G技术的推广应用，珠宝行业企业大学计划，将大幅度降低企业学习费用，每人每天1元钱，全年365学习计划，助力企业成长为学习型企业。

1. **为什么要发起“企业大学共建计划”**

如今越来越多的人意识到，经验是不可靠的，勇气不是前进的全部动力，理性和持续的学习，才是面向未来挑战的必备能力。但是，接下来的苦恼是：**一只狮子只有率领一群狮子才能赢得胜利，一个人的学习如何扩展为一支团队共同的学习？**

正如彼得🞌圣吉所揭示的，“在一个变化越来越快、越来越复杂的世界里，只有那些懂得如何激发组织内各个层次人学习热情和学习能力的企业，才能傲视群雄”。

“学习型企业”概念的提出，被认为是继亨利🞌福特的流水线革命后，最重要的一次企业管理创新理论。**它的建设，需要一个载体，其最佳的模式，就是企业大学。**

在很长的时间里，只有超大型的企业才有能力组建自己的企业大学，因为，它需要大量的课程研发、教学设备和人才投入。

但是，随着移动互联网时代的到来，这一情况正得到改变。企业可以把企业大学“搬到”互联网上，让员工在手机上更为便捷的实现学习的目的。

**企业的全员学习始终面临几个难以克服的困局。**首先是课程的体系化和持续迭代，单一企业很难具备不断更新的能力。其次是学习氛围的营造，企业大学的推行往往是自上而下的，枯燥乏味而被动的。更关键的是，知识输出与学习能力的脱节。

基于对困局的洞察，此次中宝协联合吴晓波频道推出的“企业大学共建”，针对性的构建了一个共建体系，它有三个创新点：

**其一，是课程体系共建。**

吴晓波频道将发挥多年累积的商业知识研发能力，为企业提供从基础管理知识、人才素质提升、营销及市场技能、中高层能力培养以及宏观经济视野等十多个方面的优质音频视频课程。中宝协将整合行业教育资源，深耕垂直行业领域，为珠宝企业提供独到、专业、前沿的行业课程。企业则可以上传与本专业相关的专业技能和企业文化课程，并进行即时更新和补充。最终所形成的课程体系，将是千企千面，独具特色。

**其二，是社群学习共建。**

为了营造生动的学习氛围，提高学习的活跃度，吴晓波频道将和企业一起，建设一个学习社群，以日、周、月为周期进行不同主题的内容投放，并组织员工互动讨论。企业可以通过一个学习管理工具，随时了解员工的学习动态，全面提高组织的学习能力，**让学习从“要我学习”转变为“我要学习”，从“疲于学习”到“乐于学习”。**

**其三，是线上线下共建。**

从7月份开始，吴晓波频道将推出每月一次的“新商学大课”，企业大学的企业家将获得年度学习的机会。同时，中宝协和吴晓波频道还将不定期的组织企业进行游学参访等活动，让珠宝企业的高管走进中国优秀公司，实地学习考察。此外，还将提供一系列的mini私董会、破冰辩论课等分享学习模式。

**三大共建，将形成一个体系化、强互动和实地性的企业大学新模式，通过全员学习，提高思考的能力，以有创造性的方式察觉集体的智慧，破除“组织障碍”，全面赋能中国的珠宝企业群体。**

对于珠宝企业而言，组织能力的效率优化，最终确立在每个人的工作主动性和对共同愿景的维护上。因此，学习既是一种能力和习惯，同时更是一个组织的生存模式之一。

从企业家一个人的学习，提升为企业的全员学习，通过打造学习型企业，实现认知与技能迭代，提升工作与管理效率，把这个时代最好、最新的商业知识提供给每一个员工。

1. **企业大学的四大优势**
2. 优质职业教育课程，全面赋能中国珠宝企业。
3. 打造学习型企业，实现认知与技能迭代，让每家珠宝企业拥有专属性的“企业大学”。
4. 三大“共建体系”，彻底解决“要我学习”“疲于学习”的痛点。
5. 把最好、最新的知识提供给每一个员工。

吴晓波先生将成为“企业大学共建计划”的内容总规划师，不但把自己的课程全数纳入到企业大学的学科体系中，同时，更是与行业大咖和企业的培训师一起，细心规划和参与讨论其他专业性的课程。

1. **学习型企业是什么，为什么重要？**

“学习型企业”概念源自彼得🞌圣吉所著的《第五项修炼》。圣吉认为，当企业面临变化剧烈的外部环境时，应力求精简、扁平化、敏捷化、终生学习，破除“组织障碍”，进行系统性思考。学习型企业的重要性具体体现在以下三个方面：

1. **学习型企业能够应对外部变化**

当今外部市场环境激烈变化，大部分企业的现有能力不足以应对变化，只有不断学习、不段自我供血才能帮助企业在变化的环境中生存下去。

学习型企业能够破除企业员工间的交流障碍，同时提升企业整体的认知水平，从而最大限度的开发“企业智商”，群策群力系统地分析环境的机会和威胁，识别企业的优势和劣势，改变过去仅凭管理者单一经验决策的心智模式，企业便可以最大可能的规避风险，适应快速多变的外部环境。

同时，学习型企业具有较深的知识储备和完善的行政管理知识，在进行企业变革以应对外部环境变化的过程中，具有较强的知识结构基础和变革管理能力，能够迅速构建起新的核心能力。

1. **学习型企业能够适应知识经济时代**

知识经济时代人力资源是企业最重要的战略资源，知识资本是企业最重要的战略资本，学习型组织是企业累积人力资源与知识资本的最佳模式。

在学习型企业中，通过营造学习气氛，分阶段、分层次、分岗位地帮助员工制定职业生涯规划，提供形势和内容多样的培训与学习机会，帮助员工识别自身的学习潜力，明确学习方向，固化学习的内在驱动力，从而提高自身的技能和素质；同时，学习型企业鼓励员工相互分享知识，在企业内编织一张知识网络，使知识不断积累、碰撞，以此产生新的知识甚至实现创新；最后，企业员工被周围氛围所调动，在接受知识、分享知识、创新知识的过程中真正受益，从而化被动为主动，产生真正的自我驱动力，实现自我激励、自我约束、自我控制和自我发展，从“要我学习”转化为“我要学习”，企业进入知识的良性循环。

1. **学习型企业具有较高的效率**

学习型组织具有良好的企业文化，企业员工间信息交流顺畅，职业素养和能力过硬，知识创造主动，忠诚度较高，合作意愿强，企业整体运作效率高。学习型企业的一个重要特征就是企业拥有共同的愿景，即企业从基层员工到管理层，都认可和熟悉这一愿景。在同一愿景和认知的大前提下，企业员工具有较强的职业素养和能力，从而能够更好的履行自己的岗位职责。在员工减少不必要工作量的同时，学习型企业能够大幅减轻委托代理问题和搭便车问题带来的负面效应，提升企业效率。

学习型企业通过建立共同愿景，能够提升企业凝聚力，降低企业内部交流障碍，从而提升员工忠诚度以及合作意愿。学习型企业关注员工成长，为员工学习与创造知识提供良好的环境，从而能够激发员工主动学习、创造知识的意愿。学习型企业具有较强的内部能力、较低的组织内耗以及较强的员工忠诚度，故而具有较高的运营效率。

学习型企业的外部变化应对能力、知识经济适应能力、较高的效率使得其对企业而言至关重要。学习型企业的建立赋予了企业自我造血的能力，让企业走出“组织障碍”的困境，在变化的环境中构筑与维持竞争力。

中宝协与吴晓波频道共建企业大学，就是为了帮助珠宝企业破除“组织障碍”而发起的。在市场环境剧烈变化的当下，与珠宝企业共同建立学习型企业愿景，通过数字时代的知识管理，促进企业与员工的共同成长、巩固企业核心竞争力，培养企业应对外部环境变化的能力。

1. **中国企业大学的现状和缺陷是怎样的？**

1965年，全球第一所企业大学——通用电气公司克劳顿学院正式成立，企业大学在全球迅速崛起。

1993年，摩托罗拉中国区大学成立，这是中国境内企业大学诞生的最早开端。从那时开始，越来越多的企业认识到企业大学的重要性，开始着手构建自己的企业大学。

2017年，据统计，截止2017年底，中国已建成的企业大学数理超过1700所，具有先进理念、崇尚迭代成长的企业都开始着手建立自己的企业大学，但中国企业大学的建立现状仍处于初级阶段。

**企业大学集中在特大型企业，其他企业严重缺失：**

创办和维系一所企业大学需要大量的资金和资源，现阶段国内企业大学主要集中在特大型本土企业与外资、合资企业，其他企业的企业大学严重缺失。珠宝行业现阶段的快速发展，要求高效率，对人才的需求也更为旺盛，也需要培养人才、留住人才，更加的需要企业大学。而珠宝企业缺失企业大学的原因，一方面是自身的资源、资金不足，另一方面是不够重视，或是不知道应该如何建设自己的企业大学。

**企业大学徒有其表，没有实质内容：**

中国很多企业的企业大学还仅仅是“挂牌状态”，大学有了名字，却没有实际推进，也没有配置专人运营，最终只有企业大学的形式而没有内容，无法发挥作用。一些珠宝企业有自己的培训体系，有自己的商学院，也是做足了表面的功夫但却没有实质性内容。我们很多的珠宝企业对于知识有很高的认知程度，但是在商学院和培训体系的建设上，并不知道应该建成什么样子，没有配上合适的课程、导师、活动，没有引入外部知识，甚至没有利用好内部知识，这样既不能培养员工的能力，又无益于企业凝聚力的建设。

**企业大学缺少运营，学习成为“一阵风”：**

很多企业大学存在的另一个问题就是缺少运营。珠宝企业的一下企业尽管有了一些体系化的内容，但也只是强迫员工短期培训，在某一段时间内确实起到了一定的作用。在培训结束后，员工又恢复到平时的状态，在培训中学习到的知识、技能没有融入到工作中，无法学以致用而逐渐遗忘。在经过某个周期后又再次，培训，内容却还是老一套。如此“一阵风”式的培训，光有仪式，难有价值，还会成为员工眼中的负担。企业大学是需要运营的，不仅仅是集训，还有平时的日常学习、交流、分享、定期的总结等，而现在大部分企业的培训体系缺少这一环节，导致培训结果“功亏一篑”。

目前珠宝行业的培训体系和机制不完善，培训内容不扎实，运营环节缺失。

中宝协联合吴晓波频道发起的企业大学共建计划，将为珠宝行业提供强有力外脑，同时支持企业自身开发核心课程，注重培养企业所需的专业型人才，加强培训体系的建设，重视日常的运营、分享，形成机制化的学习体系，使企业的全员学习更具系统性和整体性。

1. **企业全员学习有那几个痛点？**

企业的竞争实质上是人才的竞争，要想在日趋激烈的竞争环境中胜出，不仅需要拥有一支管理、技术和技能型的人才队伍，更需要拥有一支在竞争中比对手学习更快、具有共同愿景并善于学习的团队。而企业在推行学习型组织转型的过程中往往会碰到以下难题：

1. **在学习上，企业家与企业脱节**

国内针对企业家的学习课程已在数量和专业度上初具规模，从一定程度上带动了企业家在宏观视野和微观管理上的成长，缓解了企业家的焦虑。但企业家的学习与企业脱节，企业家与少数高管的进步对比全员的停滞，造成了战略和执行层面巨大的落差，给企业家带来了更大的焦虑和无力感。

1. **全员学习的积极性较难调动**

绝大多数企业的教学以传统的培训项目形式运营，侧重于师资整合和培训组织等事务性工作，员工学习受限于时间、空间和环境等制约条件，总体学习效率不高。同时，仅靠传统的集中面授式难以调和工学矛盾，也无法提升跨部门、跨地区教学培训场景下的学习体验和学习效果。

传统的企业全员学习，讲师是主角，员工被动学习讲师所讲授的知识。大范围集中式授课以及学员的增加都使讲师与学员的沟通反馈难以实现，学员间的互动减弱，使得全员学习变成枯燥乏味的单项输出，严重影响了员工的学习积极性，难以形成全员学习的氛围。

1. **课程无法匹配多样化的需求及垂直的深度**

当前的企业全员学习，呈现出需求多样化的特点。一方面，在“知识爆炸”时代，新知识大约5年就会增加一倍，个别新兴行业，几乎半数员工现有的工作技能，在3至5年后会变得一无是处。另一方面，在企业内部，分工专业化带来的知识和能力的细分，使得员工在企业培训上的需求也呈现差异化。这对企业培训中的知识服务能力提出了较高的要求，现实情况是，大部分企业内部的专业实力不足以开发出紧跟行业趋势和员工多样化需求的内训课程。

1. **无法在全员学习过程中有效沉淀组织智慧**

企业的全员学习要把在学习与实践中萃取出的方法论并进行沉淀和传承作为目标之一。优秀的学习型组织，往往能建立起知识创造分享以及进一步传递的生态链，全员学习提升、传承组织智慧，两者交替发展，相互促进。而绝大多数企业在全员学习的过程中，缺乏有效汲取组织内部知识、消化打磨为新知的能力，实际的操作往往是重知识的传达而轻经验的提炼传承。

1. **学习效果无法有效更跟踪与量化评估**

全员学习时代的到来，对企业的培训管理带来了新的挑战。长时间、跨地域、多部门的全员学习，提高了企业在学习效果跟踪和评估上的管理门槛，使得传统企业培训较难做到有效管理每个员工的学习进度和及时判断学习效果，从而无法根据学员的学习情况调整培训内容和学习任务、督促员工学习成长。

中宝协和吴晓波频道的企业大学共建计划，针对这五大痛点提供了系统性的解决方案。通过优质的互联网课程研发和互联网工具的迭代开发，我们将为企业提供该质量的全员学习产品，极大的降低企业员工的学习成本，提高学习效率。

1. **优秀的企业大学是怎么做的？**

截止2017年底，中国已建成的企业大学超过1700所，企业大学在中国进入快速发展时期。而优秀的企业大学案例，全集中在特大型企业和合资企业：

1. **华为大学**

**2005年华为大学成立**，侧重于员工入职引导、业务培训及导师指导，利用远程教学和虚拟教室等为位于40多个国家的员工提供在线实时培训，以全员收费模式，激发知识型员工主动学习和自我培养。

**2008年华为大学建立了完善的员工技术和能力资格鉴定体系**，将培训与业务紧密结合，通过赋能，支持企业战略实施和人力资本增值。华为大学围绕项目管理能力和专业能力的提升，与业务部门合作开发了680多个学时的课程。在课程设置过程中，华为大学强调内部跨部门的知识交流和共享。在对外联系方面，华为大学与企业内外部相关机构进行深入合作，不定期组织核心伙伴联合会，与各企业大学、领先运营商、垂直行业领军企业等针对电信技术跨产业合作、产业生态与网络创新等问题分享彼此此经验并探索未来发展趋势。通过引进和内化产业前沿知识和客户需求信息等促进产业链的知识融合。

**目前华为大学作为联系单位在全球建立了20多个联合创新中心、26个能力中心及实验室，这些机构还同时关注前沿知识探索和创新项目孵化。**通过综合利用国内外智力及物力资源，融合教育培训、技能鉴定和技术服务等为企业创新孵化服务，建立集教育、培训、科研、生产、转化与应用于一体的创新孵化系统。

1. **海尔大学**

始建于1999年的海尔大学初创期即成为全国企业教育培训示范点。海尔集团推进“人单合一”管理模式，由原来产品制造企业转型为创客孵化平台。

2014年，海尔大学与清华大学等高校和研究院成立国内首家工业智能研究院，同年成立了海尔开放创新中心。2015年加入清华大学发起的“全国创客教育基地联盟”，并成为教育部信息管理中心试点“创客实验室”。近年来，海尔大学搭建了创客加速平台，2017年海尔大学培训社会创客达2万名，已有1000多家不同行业企业及商学院到海尔大学交流学习。

海尔大学颠覆过去的单项培训模式，采用自组织、自学习、自驱动的非线性教学模式，将内外部创客知识需求与全球知识供应方无缝对接起来既实现了学习价值向商业成果转化，又帮助学员创造了用户价值。在创客加速孵化方面，海尔大学对接生态资源打造“创客+”训练营学习体系，为创业公司在不同发展阶段提供定制化提升解决方案。在小微公司能力提升方面，海尔大学为小微团队提供场景化学习方案以解决实际经营难题，形成了品牌孵化平台。

1. **麦当劳汉堡大学**

麦当劳汉堡大学是麦当劳的全球培训发展中心，旨在为员工提供系统的餐厅营运管理及领导力发展培训，确保麦当劳在运营管理、服务管理、产品质量及清洁度方面坚守统一标准。

麦当劳汉堡大学于1961年由麦当劳前高级董事长费雷德🞌特纳创立，创立以来已有超过80000名餐厅总经理、中层经理和被特许人从这里毕业，每年大约有来自121个国家的超过7500名学生在这里接收学习。2010年3月30日，麦当劳中国汉堡大学正式落成，这是麦当劳全球的第七所汉堡大学，拥有5位来自中国大陆、中国香港地区、中国台湾地区的全职教授，以及来自美国和亚太、中东、非洲的兼职教授，致力于为中国大陆、中国香港、中国澳门及中国台湾地区培养本土领导人才，并成为麦当劳亚太区市场的培训基地。

在培训方面，麦当劳汉堡大学致力于成为最佳的人才培养中心，为企业培训和发展一批具有极高忠诚度的优秀人才，以贯彻执行麦当劳的核心价值——“质量、服务、清洁和物超所值”。由于在人才培训和发展方面始终不渝的投入和努力，麦当劳获得了广泛认可和数项殊荣，包括：世界上第一个拥有全球性训练发展中心的餐饮企业；唯一一家快餐企业所提供的课程得到美国教育理事会（ACE）的认可，并可获得大学学分转换。

1. **宝洁大学**

宝洁大学是由几十个学院构成的全球化的企业大学，由全球总部的GM学院、全球总部职能部门的只能学院、各大区的宝洁学院和大区的职能学院共同构成。其中，GM学院针对的是总经理及拟提升为总经理的员工；职能学院主要的服务对象是中级和初级的技术人员，对于高级专业人员的技术和专业培训由全球总部的职能部门组织实施；大区宝洁学院则负责新员工培训中的公共部分和公共管理技能部分。

在宝洁大学的整个体系中，培训机制是非常重要的组成部分，它涵盖了宝洁从实习生到总经理的所有员工。课程上，宝洁大学分为公共课程和专业课程，宝洁学院负责公共课程的研发，各职能学院负责专业课程研发。周期上，宝洁大学推行全职业生涯规划，在每个阶段都有对应的培训与之配合。考核上，宝洁大学建立了“四位一体”的评价制度，将“业绩评价”“能力评估”“个人发展”和“未来一年工作计划”紧密结合在一起。

整个宝洁大学的培训体系、课程体系，就像它旗下的300多个品牌一样精彩纷呈，行之有效的培训机制帮助宝洁将人才流失率维持在不到行业水平的一半，被誉为商界的“黄埔军校”。

1. **移动互联网带来了哪些学习工具革命和范式变化？**

**中宝协联合吴晓波频道“企业大学共建计划”的推出，建立在移动互联网的技术革命基础上，充分运用了互联网社群工具、大数据和人工智能等全新技术，是知识学习互联网化的最佳实践。**

截止2018年12月，中国手机网民的规模达到了8.17亿，全年新增手机网民的数量是6433万。2019年6月，5G商用牌照正式发放，中国移动互联网进入了5G元年。伴随着移动互联网革命，新工具不断普及，智能手机、笔记本、平板电脑、车载终端、可穿戴设备等越来越多的移动终端凭借智能化、便携性的特点在普通大众的生活中占据越来越重要的地位。移动互联网的蜕变发展，已经超越了技术范畴，它带来的工具革命和范式变化，不仅对社会形态、生活习惯，乃至对人们的学习方式等都产生了深远的影响。

**学习碎片化：**

移动互联网下，终身学习的门槛被降低，手机成为个人学习的最主要的硬件。音视频应用的普及降低了知识音视频化的难度，原本传统课程上晦涩难懂的知识，以轻松形象的方式传达给学习者，克服了时间、场地、老师、方式的限制。有效缓解了学习时间少和学习需求大的矛盾。

**学习大数据化：**

随着新一代信息技术和人工智能技术的发展，一个“一切都被记录，一切都被分析”的大数据时代已经到来，为个性化学习的发展提供了可能性和现实性。大数据通过对用户行为数据的采集、记录、分析和挖掘，使新时代的学习能够借助先进技术的发展从宏观群体走向微观个体，跟踪每一个用户的行为足迹，个性化的为其定制学习方案，让学习的过程变得“千人千面”。学习工具变得比老师，甚至比用户自己更了解自己的学习情况，提高了用户获取知识的效率，真正做到了“因材施教”。

**学习社群化：**

移动互联网所具备的连接各种技术、人、信息的能力，延伸到在线学习的场景中，催生出了社群化学习的新范式。在学习过程中，通过社群运营者的引导以及用户间的自组织，社群成员间会形成相互促进的动力，在汇聚和碰撞群体智慧的过程中建立情感连接，形成归属感，从而推动学习的持续开展，强化学习氛围。学习的社群化，是一种个体学习和群体学习相结合的产物，在一定程度上解决了在线学习氛围感弱的问题。

**知识付费轻教育化：**

移动互联网的应用与普及，让信息传输的门槛被进一步降低，文字、图片、音频、视频的实时传输和交互成为可能，且速率不断提升。不仅如此，多媒体、多终端融合带来的新型交互模式，让信息获取的体验感比过往任何一种媒介都更佳。应用到知识付费领域，轻教育化的学习工具，让学习场景突破了场地、距离、时间的桎梏，教学的互动和反馈不再依托于重度运营的线下模式，教、学双方都可以更轻量化、更高效率地传授知识、获取知识。

1. **我们的课程体系什么样？如何共建？**

中宝协和吴晓波频道企业大学共建计划课程体系专注于企业经营能力的建设，同时与行业专家一道，结合企业自身核心课程，为企业提供“6+3+1”的黄金课程体系。

**1、60%：企业经营能力课程体系**

企业经营能力课程是“3+2”模式的课程体系，即包含职业基础、岗位秘笈、管理心法的“显性课程”，和包含商业视野、员工幸福的“隐性课程”。

显性课程包含企业经营必须的知识体系，从员工的职业基础素养，到专业职能岗位的操作秘笈，再到中高层骨干的管理能力提升。显性课程直接赋能企业，提升企业整体认知水平，提高企业效率。具体的课程框架如下：

**职业基础：**工作方法、表达沟通、思维训练、文案写作谈判技巧等内容，提升企业每一位员工的专业素养和工作能力，巩固好企业运营的基本盘；

**岗位秘笈：**人力资源、市场营销、财务会计、生产运作、用户研究、产品设计运营等内容，为企业提升重要职能岗位能力，把握好企业运营的关键节点；

**管理心法：**个人领导力、识人用人、团队建设、高效决策、管理沟通、项目管理等内容，为企业提升中高层领导的管理能力、领导力与工作效率，强化企业运营中坚力量；

而隐性课程关系到企业经营重要的非直接影响因素，一方面通过扩展全员的商业视野拔高全员商业感觉，另一方面通过提升员工幸福感以加固企业凝聚力，从非正式组织角度强化企业经营。隐性课程能提高全员工作和认知的一致性，对企业战略战术的贯彻落实有较大帮助。具体课程结构如下：

**宏观视野：**全球趋势、中国经济、行业报告、尖端科技、商业模式与实例等内容，让企业比肩商业巨人，拔高企业整体商业视角，加深全员对企业战略战术的理解，从而高人一筹。

**员工幸福：**公私平衡、家庭关系、人文修养等内容，增强员工幸福感、获得感、归属感，提升企业人文情怀与凝聚力，提高全员忠诚度和执行力，从而快人一步。

**2、30%：垂直行业专业课程**

中宝协将整合行业教育资源，深耕垂直行业领域，为珠宝企业提供独到、专业、前沿的行业课程。行业的标杆企业、专家学者等将提供行业的专业知识、经营策略、前沿科技、市场研究、行业动态等方面的课程，帮助企业奠定坚实的行业基础。

**3、10%：企业自制核心课程**

中宝协联合吴晓波频道会帮助企业自制核心课程，内容包括但不限于企业文化、内部技术分享、内部经营分享、内部规章制度等等。这10%的企业自制内容，是企业大学共建计划中重要的一环，是企业对内重要的窗口。

企业大学共建计划“6+3+1”课程结构的愿景是为企业建立浓厚的知识底蕴，构建高效的工作方法，培养专业的职业素养，同时能够传播企业自身的核心价值观，最终为企业形成千人千面、独具特色的课程库。中宝协和吴晓波频道将致力于提供高质量的知识内容，为珠宝企业创造真正的知识价值。

1. **什么是共建社群学习？——新匠人学员的案例**

新匠人学院在培训实践中组织了500多个学习社群，现在新匠人学院按照日、周、月的周期给大家提供了三种维度的知识服务。

1. **日：**

每日早上8点28分早报服务，早报由三个部分组成：

1. 资源对接的福利活动/活动通知

社群日报中不定期会推出资源对接的福利活动，这些福利活动多数是以免费或者极低费用的形式提供给新匠人同学，养成营学习的活动也是在日报中通知并可以报名。

1. 消费品行业资讯

新匠人研究员每天会从数十家网站中精选出适合新匠人阅读的3篇文章，并以日报的形式推送给新匠人同学，内容覆盖品牌、营销、增长、行业、管理等。

1. 匠人志

新匠人学院每天都会为学员介绍一位新匠人同学，学员可以通过他更好地了解其他同学的故事与背景，更好地进行学员间的连接。

每天晚上8点28分，新匠人会为学员提供短视频服务，发送管理、营销等方面的话题。为了避免1分钟内容过于碎片化，短视频内容采用主题形式——一个专题，三个知识点，采用总分总的结构，通过一周5个工作日分享给学员。并且在每周五发送推文给每位学员，帮助大家更好地复习和消化内容。而周六、周日的内容会相对轻松，多为推荐书单或者互动话题。

1. **周：**

每周，新匠人学院会邀请匠人同学在社群中进行直播分享。这里已经有了700多位学员，他们中有人擅长营销、有人擅长渠道、有人擅长设计、有人擅长产品，这些直接来自一线的经验，对于所有学员来说更加新鲜，更加接地气。

1. **月：**

每个月，新匠人学院会在社群内组织一场重磅课程——养成营。今年的养成营按照新营销、新匠人、新组织、新产品四个模块的课程全面提升新匠人企业的综合竞争力。

**新产品模块：**产品战略与科学创业、新美学赋能产品升级、新制造与供应链破局

**新匠人模块：**新消费创业的趋势与陷阱、发现新匠人赛道上的机会、新时代的新匠人精神

**新营销模块：**从新匠人到超级品牌、品牌人格化的方法论、全生命周期营销指南

**新组织模块：**可持续的组织结构打造、合伙人机制与班子建设、企业成长期的选用育留

养成营课程共三天三夜，每个企业可以有一个人到现场学习，同时企业分社群提供直播服务，全员可以在线一起学习。企业家可以在现场把自己的学习感受直接发到群里，然后全员一起讨论。这样既可以降低企业家回去转述的难度，又可以提升课程内容的及时落地转化。

1. **新商学大课**

用理性看待世界，让未来变得清晰。中宝协和吴晓波频道希望通过年度性的现场大课模式，把最新、最重要和具有全球化视野的知识盛宴提供给珠宝行业的企业家和新中产朋友。

从2019年7月开始，新商学大课将在每个月的月底开课，每次集中于一个主题，共两天授课时间。

**经过近半年的筹备，请让我们把这场知识的饕餮盛宴，奉献在珠宝企业家的面前——**

7月：**半程2019，在坚定中走向明天**（管清友、姚余栋、刘德科、陈李、理查德🞌库珀、吴晓波等）

8月：**产业转型：会员制与商业大变局**（刘润、吴晓波、肖尚略、李嘉聪等）

9月：**科技前沿：重新想象未来**（诺奖得主基普🞌索恩、吴霁虹、王煜全、王坚、汪滔等）

11月：**科学与见识：人类将如何诗意栖居**（诺奖医学得主、周国平、余世存、冯仑等）

12月：**吴晓波年终秀**（吴晓波、梁文道、管清友等包含新国货盛典、新匠人大会）

2月：**国运趋势：中国经济改革70年**（吴晓波两天课程）

3月：**资本浪潮：中国的新投资试验**（徐小平、任泽平、肖冰、曹国熊、科创板企业家等）

4月：**产品升级：新国货运动与品牌革命**（吴声、肖明略、吴晓波、新匠人代表等）

5月：**组织管理：重塑的力量**（张其亮、吴晓波、张丽俊、达利欧）

6月：**贸易战两周年：制造业的春天与挑战**（吴晓波、秦朔、王世渝、尼尔🞌弗格森等）

（以上课程最终安排以实际为准）

**十一、企业大学共建计划的企业权益**

**课程体系：**

每一个加入的企业，将在吴晓波频道APP上拥有自己的专属学习社区，可以满足企业全员的每日学习。

**社群学习：**

帮助每家企业配“**学习专员**”，一起建立学习型社群；

为每家企业提供适合每日、每周、每月更新的学习产品；

为每家企业组织社群直播课、训练营、强化学习效果，全面提高组织的学习能力。

**新商学大课及其他线下权益：**

为每家企业提供6张新商学大课听课券，并不定期组织企业高管进行游学参访、mini私董会、破冰辩论课等活动，助力企业成长。

**管理工具：**

为每家企业提供后台管理工具，支持上传内容和数据查询；

为每家企业提供基于课程体系的知识交付清单，方便企业家、管理层了解、考核员工学习情况。

 中国珠宝玉石首饰行业协会

 中宝协学术教育及人才培养专业委员会

吴晓波频道

中宝评（北京）教育科技有限公司