

最新运营转经营心得体会(模板6篇)

心得体会是指个人在经历某种事物、活动或事件后，通过思考、总结和反思，从中获得的经验和感悟。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。下面是小编帮大家整理的优秀心得体会范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

运营转经营心得体会篇一

从踏进淮商集团到现在，刚刚半月有余。很高兴结识一群新朋友，寻得一帮好同事。从接触微信公众账号的文章推送到现在也有10天左右时间，也有一些自己的心得和拙见。

之前自己在大学时期和实习期间接触过微博等新媒体和电子商务，对相关流程和运作细节有一些了解。所以在得知自己接触的工作的一部分是运营微信公众账号时，觉得很轻松，应该是件手到擒来的工作。但实际自己着手之后才发现没有自己想象的那么简单，有很多专业的知识和技能是自己大大缺失的地方。恍惚之间有种隔行如隔山的感觉，发现自己还是要耐下性子去从基础开始做好。随着赵总的指引和教导，自己慢慢明白学习的方法和工作的方向。平时热心的同时马奎也给予了无私的帮助，让我受益匪浅。下面简单说一下有哪些方面的学习心得：

1、定位和受众人群

运营微信公众账号首先要考虑的是公众账号的定位，就是给运营的该帐号定一个日常推送文章的主基调。比如要清楚是营销账号、服务账号、平台帐号、还是热点新闻账号，这样方便给帐号今后的文章指了一个方向，以便于每天的文章都有统一性。受众人群也和帐号的定位有关，比如账号定位为地方性服务账号，受众人群就是以本地人为主的粉丝群；定

位为时尚型或者健康养生型等帐号，那就是主要以服务女性粉丝为主。当然公众账号定位不是非此即彼的，因为几乎所有的公众账号都是为了直接或者间接营销推广自己甚至代表的公司主体的产品及服务，从而实现盈利目的。所以合适的定位和前期运作，是有利于帐号自身的快速发展。

2、素材搜集和时效性

根据前面说的帐号定位，为自己的帐号寻找一些推送文章所用到的合适的素材很重要。因为素材不是什么新鲜就要立马用上，要符合定位，或者加工成具有自己独特风格的文章，要考虑自己的受众人群是否需要这类信息。其次，在新媒体时代，媒体的时效性被提到了一个新的高度。一般公众账号一天可以推送一次群发，所以，发生了两天的新闻就再也不是新闻了，虽然说的有些夸张，但是粉丝看到之后会觉得你的帐号会有滞后性，不够及时，从而印象会差很多，也就会有粉丝脱逃。除非报道一些后续报道或者花边内幕之类的新颖的跟踪报道也会有不错的回应。

3、文章的分工和互动

一般一次性推送的文章会有好几篇文章，最好不要每篇文章都是一样的类型，尽量保持文章的形式多样化，做到主次分明、分工有序。有的说头条新闻，有的分享经验，有的打趣逗乐，这样不会让粉丝觉得乏味。文章的互动和回复粉丝的评论尤为重要，恰如其分的互动会增加帐号的人性化，让粉丝有和账号交流的冲动。这样可以保证粉丝的重视度。

4、其他

从接触微信公众账号之后，关注了很多不同类型的帐号，一边自己学习的研究。多关注一些账号的确有利于自己的提高。最近发现了平均一篇头条文章的阅读量一般稍稍低于粉丝数量的10%左右，所以粉丝基数一定程度上决定了文章的阅读数

据，当然，营销很好的爆炸性文章除外。此外，微信的编辑排版工作也很重要，决定一篇文章外观上的美丑在于排版，微信文章图片的选择也一定程度上影响文章风格，这两个要自己好好拿捏。

上述的都是一些自己不成体统的拙见，也存在一些谬误，希望能给出批评和指正，以便于我更快的提高。谢谢。

运营转经营心得体会篇二

近日，**省档案局受省交通厅与省高管局委托，对全省交通系统档案管理人员进行培训。培训内容为：文书档案管理办法、科技档案案卷构成的一般要求、会计档案管理办法等。通过此次学习，使我对档案工作的重要性以及档案整理程序有了更深层次的了解。根据培训内容及自身工作经验，就高速公路运营单位在档案管理工作存在的一些重点问题，谈一下自身体会。

（一）搜集范围广。所有对机关事务具有参考价值的文字、书面材料都可作为文书档案来保存。由于文书档案内容多样化的特点，对文书档案区分保管期限就成为归档过程中的一个难点。这就要求我们在执行《机关文件材料归档范围和文书档案保管期限规定》对机关材料归档范围和文书保管期限进行分类同时，还要本着“以我为主”的思想进行分类工作。将与本单位主要职能密切相关的文件存为永久或30年。

（二）整理工序多。在整理档案过程中，要求我们按照文件在形成过程中的联系和规律，以件为单位进行分类、排列、编号、编目、录入、扫描、装订、装盒，使之有序化。因此我们要以“简化整理”为宗旨，推进文件级整理，兼顾计算机和手工两种整理方式，达到对文件归档的高效化。

（三）利用价值大。档案真实地将机关职能活动中形成的、能反映出机关基本职能活动面貌的历史记录（文件材料）保

存下来，为日常工作有序进行提供查考利用。不仅是机关各项工作推进的重要依据，还是解决纠纷的有力凭证。作为一名档案管理人员，要快速检索，准确查找，及时记录档案利用的效果，将档案的价值发挥到最大。

作为高速公路的运营管理单位，科技档案不仅仅是记载凭证，更是今后开展各项养护工程的保障和基础。由于重要性和必要性，科技档案的归档范围和保管期限，应遵循“一项规范，两个凡是”

”看现实价值和长远价值。“两个凡是”一是凡是证明项目建设合法性、反映工程质量和竣工验收依据性文件以及对文件保管单位今后工作有长远利用价值的文件，主要是前期、竣工图、竣工文件等，应列为永久保管。二是凡是反映项目建设活动且在一定时期内对文件保管单位有参考利用价值的项目文件。应列为30年和10年的定期保管。

它客观反映了单位一切经济活动的发生、发展过程，不仅是经济决策和财务审计的重要依据，也是执行财经纪律、保护国家财产、保障经济健康发展的有力武器。和文书、科技档案相比，会计档案有其自身的特点，主要表现在四个方面：

一是归档范围和类别稳定。会计档案归档范围主要包括四个方面：会计凭证类、会计报表类、会计账簿类、会计其他类。

二是分类方法简单。常见的几种分类方法为：“形式（类别）——会计年度——保管期限”分类法；“会计年度——形式（类别）——保管期限”分类法；“会计年度——形式（类别）——保管期限”分类法；“会计年度——会计类型——类别（形式）——保管期限”分类法。（目前，京沪处根据高速公路管理行业的自身特点，建立一个新的属类，将建设期与运营期的会计档案分别采用“类别——会计年度——保管期限”分类法归档和管理。）

三是归档材料的准确。会计凭证、会计帐簿（除订本式帐）、财务报告等的装订须做密封处理。会计帐簿、财务报告需有经手人员、主管会计或会计机构负责人的签字盖章，以确保其准确性。

四是专业性强。会计档案涉及法律和经济责任，因此移交的会计档案，原则上应当保持原卷册的封装，个别需要拆封重新整理的，档案机构应当会同会计机构和经办人员共同拆封整理，以分清责任。

档案是社会发展的产物，它不仅见证了事物的发展过程，更是无形资产的重要载体。它可以让我们了解真相，从而更有效、更准确地指导当前工作。因此，我们要充分认识到档案管理工作的重要性，进一步明确归档文件整理工作的有关要求和具体方法，丰富业务知识，提高业务水平，为推进档案工作的深化、细化、规范化管理打下基础。

运营转经营心得体会篇三

在全行的运营体系中，运营主管是关系全行核算管理、风险防控的关键岗位。从近几年发生的风险事件看，如果运营主管认真履职了，作用发挥到位了，营业机构的违规行为、临柜业务的操作风险就会得到有效控制，临柜环节案件也会有效防范，从而为全行业务的持续发展提供安全的运行保障。因此，运营主管作为农业银行各项业务发生、发展的现场组织者和管理者，如何在日常业务中发挥自身应有的作用，提升履职能力，促进业务经营的稳健发展，防范柜面各类风险案件，是我们必须深入研究和思考的重要课题。

一、运营主管是什么

（一）银行经营特殊性决定了运营主管的关键性。有别于一般工商企业，银行经营的是货币、是资金、是信用。物质产出的管理是有形的，看得见的。而对银行经营来讲，是现金流，

是信用，同时是实实在在的价值转移。这种经营特征决定了银行要实现有效的运行，就必须要靠制度规范经营行为，靠有效的手段来防范风险。我们有很多包括纵向横向的制度都是一种相互的岗位制约，再发展到后来就是用系统进行制约。无论是最初的制度规范，还是后来的系统制约，其关键环节还是处在营业机构、处在临柜业务、处在和客户接触第一线的运营主管。在目前的经营条件和管理手段下，商业银行一线的业务运营必须依靠运营主管去实施、去组织、去监督。这一点决定了运营主管在整个银行经营过程中所具有的独特的、关键的、不可替代的岗位作用。

(二)运营主管是临柜业务的组织者。总结我行多年来的业务经营实

践，操作风险多发生在基层营业机构的临柜业务操作环节。防范临柜业务操作风险，有效执行各项内控制度，运营主管的作用至关重要。一是运营主管作为各项内控制度的执行者，决定了营业机构各项操作能否规范、安全的进行。二是运营主管是各项内控制度的监督者，通过对临柜业务操作过程以及临柜人员制度执行情况监督与控制，能够有效发现操作风险，及时纠正违规行为。三是运营主管是各项内控制度的传导者，能确保基层行了解并执行上级行的规章制度，同时，也能够使上级行掌握基层行内控管理状况。所以，运营主管是银行运营的“第一道防线”。

(三)运营主管是网点内部工作的协调人。营业期间，运营主管负责对柜员进行全面管理，除了临柜业务的组织外，还要协助营业机构负责人对柜员进行政治思想教育，协助处理本单位对内、对外的关系等等。日常工作中，无论是上下级之间、内部各岗位之间的工作沟通、协调，还是员工之间、客户与员工之间，甚至是客户之间发生矛盾时，运营主管既有责任，更有义务，在第一时间做好沟通、协调工作，保证各项临柜业务的顺利有序开展。

(四)运营主管是柜面服务的“代言人”。现代商业银行的竞争，说到底服务的竞争，柜台是我行营销的主阵地，如何强化柜面服务，增强服务意识，提高服务技巧，培养积极主动的服务氛围是运营主管需要履行的又一重要职责。运营主管在做好临柜业务组织工作和风险防控工作的同时，还要积极组织柜面优质文明服务，加强柜台金融产品的宣传、营销和拓展，更好地为全行业务经营发展服务，可以说运营主管是柜面服务的代言人。

综上所述，运营主管是营业机构柜面安全合规运行的理念倡导者，临柜业务的组织者，网点内部工作的协调人和柜面服务的“代言人”，可以说发挥着四位一体的功能。我们必须充分认识运营主管的这种重要性。高度重视运营主管的工作并积极为运营主管创造更好的工作条件，包括工作环境、工资待遇、成长通道等，让运营主管在一个良好的环境下履职，使运营主管通过踏实工作获得更好的成长前景，使运营工作在一个健康、安全、高水平的状况下运作。

二、运营主管做什么

根据总行《运营主管管理办法》和《实施细则》运营主管工作职责主要包括以下几方面：

一是负责合理确定柜面人员劳动组合。运营主管要依据营业机构的业务量、人员素质、管理要求等具体情况，对柜面人员的劳动组合进行设置，落实岗位职责。要确保柜面人员分工合理，在满足风险控制要求的前提下，提高营业机构业务处理的效率。

二是负责合理划分柜员的业务范围和操作权限。运营主管通过划分业务范围、设置参数等手段，对柜员的操作行为进行控制，使重点业务、重点环节、重要事项的处理置于严密的控制之下。

三是负责组织营业机构的会计核算。运营主管作为营业机构的会计负责人，组织会计核算是最基本的职责。

四是负责营业机构内控建设。运营主管代表上级行对营业机构行使监督职能，对营业机构的内控管理负具体责任，针对具体情况建立和完善内控制度，确保营业机构业务运行的安全。运营主管履行职责的过程，就是对临柜业务进行组织、管理、监督的过程。

运营主管必须牢记岗位职责，并履行到位，保障临柜业务安全运行。在履行职责方面运营主管要注意以下关系：一是处理好经营和管理的关系。要妥善处理好业务经营与基础管理的关系，要始终坚持“违规就是风险、安全就是效益”的管理理念，要坚决纠正“重业务发展、轻内控管理，重经营效益、轻内控制度，重眼前利益、轻长远利益”的错误指导思想，做到严守案防底线，坚持发展要务。市场必须拼抢、业务不能流失，但制度必须严守，合规是底线。在业务拓展中始终将风险防范放在首位，不轻易回绝客户，碰到难点与矛盾时内外部人员积极沟通，一时无法协调解决的问题，及时向上级行请示解决，努力找寻积极稳妥的解决方案。二是处理好服务和监督的关系。要始终坚持服务与监督并重、相互融合，不能强调服务不要监督，也不能为了监督不讲服务，监督是为了规范经营、健康发展，加强服务是为了有效拓展、巩固客户，两者的目的和取向是一致的，都是为了加快发展，有效发展。运营主管必须深刻认识，离开了发展去谈管理，管理也就成了无源之水、无本之木。三是处理好委派行与受派行的关系。一言一行、整个工作都要对委派行负责，对上级行各项规定坚决服从、坚决执行，这是执行力的问题；要处理好与网点主任的关系，主任(当家人)是网点风险防控第一责任人，主管是运营操作风险防控的直接责任人。运营主管在做好本职工作的基础上，要积极协助当家人加强柜员政治思想与职业操守教育和行为排查，配合当家人做好业务经营和操作风险情况分析。在处事方法上要“大事讲原则，小事讲风格”；要处理好与柜员之间的关系，营销工作要带头

做，任务不能置身事外，一旦置身事外无形中就和柜员划了线、拉开了距离。任务要共同想办法。平常要注意多沟通、多交流，把握员工真正的想法，不能对立。

三、运营主管怎么做

就是要强化五种意识，即“安全意识、合规意识、风险意识、服务意识、责任意识”，时刻绷紧案件防控这根弦。特别是责任意识。好的运营主管一定是责任感强的，反之差的运营主管也一定是责任感差的。运营主管的这种责任感体现在三个方面：首先要对工作岗位负责。农行把一个营业机构的业务、柜面人员交给运营主管，这是一种巨大的责任，运营主管要对这个岗位负责，这也是对运营主管最基本的要求。其次要对员工负责。运营主管有责任将本网点柜面员工教好、带好。如果因为运营主管不履职，使我们营业网点柜面的员工因违规受到处罚，运营主管是有责任的。三是要对自己负责。成长为一个合格的运营主管，少则两三年，多则七八年，运营主管履行好职责也是对自己应尽的义务。所以说责任感是运营主管所必须的、首要的、基本的素质和要求。我们选择、培养、评价运营主管都要坚持强调其责任感。一名员工，不具备很强的责任感，即使业务能力再强，也是不能让其从事运营主管工作的。

运营转经营心得体会篇四

当代企业之间的竞争，说到底人才的竞争，是人才的学习力的竞争。所谓学习力就是一个人，一个企业或一个组织学习的动力，毅力和能力的综合体现。学习力贯穿于企业管理的始终，是企业获得生存与发展的基本条件。我们紧紧围绕“三要素”提高学习力，针对工作的重点，难点增强创新力，实实在在从组织保证，措施落实，载体创新等方面抓好学习型企业的建设，为做大做强企业打好基础。

1，提高认识，完善激励，激活员工学习动力

当今，纺织品市场竞争日趋激烈，市场开拓难度越来越大，特别是一些私营，合资企业的兴起，对包袱沉重的国有老企业挤压力越来越大，产品质量要求高，价格低，批量小，周期短，给企业的工作和盈利带来了一定的难度。面对这种情景，我们要求把工作的压力作为学习的动力，倡导干部员工树立新的学习理念，以学习带动创新，以创新推动企业发展。通过对市场上产品竞争，价格竞争，服务竞争的宣传报道，使每个员工都认识到面对竞争日趋激烈的纺织品市场，要适应市场需要学习；要产品上做到人无我有，人有我好，更需要不断学习，使学习工作化，工作学习化；不仅是适应性的学习，而且是创造性的学习。

2， 确立愿景， 建立组织， 强化员工学习毅力

学习型企业的创建工作是一项长期的`系统工程，要扎扎实实深入持久，必须保持员工的学习毅力，也就是坚持学习，学有成效。为此，公司应组织创建学习型企业领导小组，提供组织保障，落实监督措施，规定目标跟踪具体办法；确立学习愿景规划，并层层制定贯彻执行办法；建立奖惩约束机制，确保员工学习的积极性。如我们首先确立学习型企业创建目标，围绕整体目标，层层开展培训需求调查与分析，再结合企业的实际，设计出专门的培训计划记录表，对学习内容，目标要求，学习进度，时间，学习型式等做出详细的安排，并做出对学习效果验证的具体要求，报企管部对各种学习措施的落实效果进行考核。

3， 扩充载体， 学以致用， 提高员工学习能力

我们在设计载体，开展活动中，着重围绕干部员工学习能力的培养和提升，重点解决怎样学更有效的问题。为此，我们应根据企业中现有人员的素质状况，从实际出发，建立了适合不同层次需要和不同工作需要的各种载体，在组织形式上采用外送培养，内部培训，联合培训，定期讲座等办法，在活动形式上采用集中培训，调研，学习，经验交流，岗位目

标学习等。重点是引进戴尔提出的三种方法：在错误中学习，通过提出问题学习，通过比较学习。如我们通过提高如何做到降本增效的问题，要求各部门学习《利润倍增》这本书，并结合工作实际完成有分析和见解的学习心得体会。利用比较学习，开展多次的内，外部学习交流互动，取长补短，促进先进经验的推广与利用。

树根理论为学习企业寻求不断进步，超越自我，获得充足资源，提供了新型管理平台。有许多企业不乏经营战略，人力资源管理，运营管理等各种新型经济理论中学到了多种方法和技巧，但却很少关注他们之间的相互联系和结合，没能取得预期的效果，达到希望的速度。而将人员，战略，运营三个流程结合起来，正是执行力的精髓所在。执行力要求快速行动，简洁明快。在快速发展与变化的世界里，速度已经起主导作用。速度就是一切，快慢决定成败，为此，我们在创建学习型企业的同时，以执行力的提高来打造企业的独特竞争力，从而为企业的长久生存和成功抓好关键。

1，明确目标，常抓不懈，引导执行力文化随着知识经济的发展，企业文化已成为一种强大的力量。21世纪企业之间的竞争，最根本的是文化的竞争。引领执行力文化的形成，贯穿于公司的各项政策和领导行为中。

2，面对现实，作风严谨，维护执行力文化如果不将信念和价值观转化成具体的行动，再好的信念和价值观都只是空中楼阁。所以，对企业内的各种行为进行规范和引导是维护执行力文化的重要手段。

3，依托学习，找准方法，提高执行力水平执行力发挥的水平主要取决于执行的人，以及他们头脑里所有的想法和他们一起工作的能力。从运营流程的设计到人员流程的选择都直接关系到执行力的发挥。

4，实施监督，完善考核，顺畅执行力流程执行力三个核心流

程是以完善的管理制度为纽带，灵活多样的考核制度为航标紧密连接在一起，去实现企业的战略目标的。

为保证各项规章制度能得到正确的贯彻执行，在制定各项制度时就应明确目的，责任部门，适用范围及运作方式，并指定目标监督部门和考核方式。文件格式的标准化，涵盖了战略流程，组织流程，运营流程的内容，同时为监督与考核的实施创造了便利。在制定考核项目与指标时，结合公司的长期目标与短期计划，针对不同时期出现的具体情况，合理调整考核项目与目标值要求，将公司要实现的战略意图以不断完善的考核方式加以引导。如在绩效考核设计上，分集体指标与个人指标，质量指标与消耗指标等，随公司战略导向的变化而不断调整与完善；在考核目标设置上，以纵向比较为主，横向比较为辅；在奖惩形式上，以奖励为主，扣罚为辅。既培养团队精神又鼓励个人奋斗，为执行力在各个流程中顺畅地发挥威力起到推波助澜的作用。

总之，学习能力的提高扩展了我们的思维能力；共同的学习目标培养了我们的团队精神；学习的毅力铸就了我们执行的坚韧性。而现代企业管理最为直接有效的方式也可以此为基准来达到推动企业健康，持续的发展的目标。

运营转经营心得体会篇五

海尔就是自我颠覆的典范，张瑞敏从20__年即开始面对互联网挑战进行内部变革。

为了适应互联网去中心化、去中介化的特点，海尔构建了扁平化、无中心化的组织，提出了“人单合一”的管理模式，从而化挑战为机遇，在互联网时代率先走出了一条转型之路。

那些深受互联网冲击的传统企业们，都应该读读这本书。海尔的实践告诉我们，面对“失控”的世界，用复杂组织系统动态响应复杂市场环境的管理模式将能够做到更灵活、更快

速，而这恰恰是互联网时代的要求。

如果传统企业能够找到应对互联网时代的管理法门，将迸发出比那些纯互联网企业更加可怕的竞争力。

传统企业与互联网相结合产生出来的海尔经验，是继简单组织应对简单环境的管理1.0(美国经验)、以简单组织应对复杂环境的管理2.0(日本经验)之后的管理变革，是复杂组织应对复杂环境的管理3.0(中国经验)。从这个意义上来说，海尔经验对于中国的广大企业来说意味着宝贵的财富，也是中国企业在互联网时代借势全球崛起的机会所在。

基于互联网的商业变革的速度之快，让整个传统行业沉浸在一片惶恐和焦虑之中。因为在大转折时代，要完全融入互联网，传统企业必须进行战略转型，但许多问题看不透，做不起来。

运营转经营心得体会篇六

初上本课，我的第一个感悟是我原来把文化产业的范围限定的太狭窄了，在我的印象中，文化产业应该就是指：电视、广播、电影、游戏、音乐、出版等，但实际上文化产业的标准和划分远比我想象的涵盖广，我所理解的仅仅是文化产品的生产业务中的一部分，文化产业分类还包括旅游、体育、设计、等等，基本上与非物质消费相关的或者带有精神价值的产业链都包含在内。之前了解到，“十二五”期间，我国文化产业增加值的预期目标为2.4万亿元左右，约占同年国内生产总值的4%为达到此目标，“十二五”期间文化产业的年均增长速度要达到19%，而中国目前有文化产业机构33.87万个，文化产业“核心层”有从业人员278万人。无论是其产值、规模还是发展潜力均让人惊讶。加之文化作为上层建筑，对人们的思想观念、道德品质有很大的影响，这便不难理解为何党和国家如此看重文化产业，为何文化产业的发展对我国经济发展、文化发展乃至整个国家和社会的发展如此重要。

通过老师的讲解，我首先了解到了中国文化产业的发展历史。文化产业其实是以影视、动漫、娱乐、出版、传媒、演艺、网游等为主。从20xx年起，国家的经济政策一直非常支持文化产业的发展，并且一直在延续至今，而且逐渐地在深入。最早政策性引导是首先鼓励一些民营企业参与到影视娱乐行业，并有相应的配套政策的出台，比如相关金融政策、地方产业政策以及财政政策，从不同角度都在预示着文化产业将要成为国家经济发展的支柱产业。尤其文化事业单位的改制，这里面孕育着巨大的空间。与欧美国家文化产业发展状况相比，像美国好莱坞、迪士尼、网络娱乐产品、文化产业园区的发展，我认为中国的文化产业有着可观的发展空间。

在整个课程的学习中，老师给我们分析了不少文化产业的案例，如南方报业传媒集团、st传媒、华数传媒、阿里巴巴上市等著名案例。通过对这些案例的学习，我逐渐总结了几条中国文化产业发展的特点如下：

第一，文化产业的多个领域市场急剧扩大，文化娱乐消费需求在快速增强。在很长一段时间里，刚刚起步且基础薄弱市场化不足的文化产业渴望资本的支持，想方设法迎合资本，而资本一直处于观望状态。随着国家战略日益明确，支持力度越来越大，中国文化产业本身的发展日益欣欣向荣，如今中国每年的电影票房市场都在创新高。20xx年一季度，票房收入以一天一亿元的速度狂飙突进，纯市场化演出非常火爆，文化旅游也在非常快速的生长。所以现在资本市场开始大规模进入文化产业领域，我国已经进入文化产业与资本市场的双赢的阶段。

第三，有些企业形成了跨平台、跨领域的多元化产业集团，打破了原有的市场格局，整个产业格局逐渐形成了一定的规模，生产、创新能力大大提高，市场渠道逐渐开阔。比如华谊兄弟有电影、电视、文化主题公园、网络游戏，还有像上海文广集团、盛大，一些大的跨领域集团开始形成雏形。这种雏形很像欧美模式。欧美的巨型文化企业都是跨媒体跨领

域的，像迪士尼、默多克集团。这样可以形成产业联动效益，业务的扩张性更强。

第四，对资本运作擅长的企业走在了前面。许多文化企业通过上市，获得融资之后迅速扩容，逐渐成长为非常有活力，有竞争力的大型企业，比如华谊兄弟、人民网。华谊兄弟是典型的民营企业，上市以后它的发展越来越大气，逐渐建立了全产业链的格局；人民网是典型的国有文化企业的发展方式。

第五，由于历史意识形态原因，政府对于文化企业的约束还是比较多的，市场环境还不太理想，大多数文化企业在产品销售渠道和市场环境下处于比较弱势。有些企业对政府的依赖性非常强。

应，谋取最大利益，例如20xx年4月2日，史玉柱与马云实际控制的杭州云煌投资管理有限公司共同发起设立有限合伙企业云溪投资，这是一个典型“四两拨千斤”的案例，在高达65.36亿元的该项投资中，史玉柱的出资额仅为6500万元，但他却作为普通合伙人，与普通合伙人云煌投资的控股股东马云，共同掌握着云溪投资的经营控制权，并将收取合伙企业的管理费，以及基金投资利润分成。史玉柱深谙文化产业的资本运营手段，因而才能取得今天的成功。

我们小组讨论与展示选择的案例是携程旅行网，而我在其中负责的版块是“携程上市前后的投资并购活动及其特点”。我主要分析了携程上市前后的三次并购活动：并购北京现代运通订房中心，并购北京海岸航空服务有限公司，以及与上海翠明国际旅行社达成战略合作。携程的并购投资活动主要体现了互联网与传统业务相结合的特点，通过紧紧依托传统产业来发展电子商务，通过中间市场把供应商和消费者连接起来，作为一个独特的资源整合者，携程一只手掌握着全国近数十万会员客户，另一只手则与全国数千家酒店、所有的航空公司紧密相连。携程网成功整合了高科技产业与传统旅

游业，被誉为互联网和传统旅游无缝结合的典范，强强联手，优势互补，传统与网络的结合使携程拥有更大的市场空间。除此以外，我们小组也对携程资本运作的其他方面查找相关资料，进行讨论和总结，比较透彻仔细地分析了携程十几年的发展，从中受益良多。

以上是我零碎的一些关于本课的体会和一些看法，感谢老师这个学期的耐心指导，有机会还会向您请教相关问题的，谢谢老师。