

已完成案例

韩都衣舍：淘品牌进化论

指导教授郑渝生和案例研究员何珊、周一

淘宝品牌韩都衣舍从海外代购起家发展成为互联网服装品牌。自2011年起，韩都衣舍的韩风快时尚女装蝉联互联网女装品类的销售冠军。韩都衣舍凭借其产品小组制商业模式不断的发展壮大，企业战略逐渐调整升级，从单一品牌发展成多品牌，并在此过程中构建自己的柔性供应链系统，在完善后台管理服务的基础上，力争打造设计师平台。韩都衣舍的快速扩张的经验能否复制，是否适用于其他淘品牌的发展之路？

腾讯公益慈善基金会——如何筑梦新农村

指导教授陈歆磊和案例研究员崔焕平

2009年6月，腾讯公益慈善基金会在贵州和云南发起了“筑梦新农村”公益战略：希望借助自身在移动互联网方面的核心优势，通过在乡村经济、文化和社区营造三方面的推动，打造一套可以自循环的生态系统，既实现传统文化的传承，又能解决村民的就业问题，进而实现这套生态系统的复制。那么，这套生态系统是否具备可复制的条件？如果要复制，如何兼顾乡村文化的多样性？

老板电器：家族企业的传承与变革

指导教授李伟和案例研究员周一、刘晓婷

改革开放以来，中国大地上孕育出一大批民营企业，他们以惊人的发展创造着“中国奇迹”。然而，在经历三十年的发展后，这些企业走到了关键路口，“家业的传承与变革”成为许多企业面临的两大考验。过去一年，浙江省杭州市余杭县的一家民营企业交出了自己的答卷。老板电器的创始人任建华选择了传统“子承父业”模式，将企业的管理权交棒到儿子手中。并顺利的完成了新老管理层的更迭。承载着父亲打造百年基业的梦想，刚刚跨过30岁的二代任富佳上任后，推动了一系列变革。那么这家企业的家族传承有哪些经验值得借鉴？是如何解决“老臣”和“少主”关系的？二代接棒后，在推动变革的同时，将面临哪些挑战？

BCI调查以及报告解读

指导教授李伟和案例研究员谷重庆、杨燕和杨谷川等

中国经济中民营企业是最有活力的，但市场上一直缺少一个反映民

营企业运营状况的指数。长江的校友中有不少是民营企业家，因此我们利用这一资源，通过做问卷的方式来获取信息，从而制作出相关的指数。目前，我们每月都做一次问卷调查，然后根据问卷调查来计算指数，最后根据指数来撰写相关的报告。今年已操作了4期。初稿完成，等待教授确认

初稿完成，等待教授确认

唯品会 vs 京东：B2C 电商的各行其道

指导教授刘劲和案例研究员周一、何珊

唯品会和京东同为我国B2C电商代表，发展道路各不相同。唯品会独特商业模式下的精细化管理和持续盈利，支撑其股价的大幅上涨，但面临着在其现有模式下如何保持优势和升级发展的问题。相比之下，京东以其庞大的规模布局整个电商产业链，但连年的持续亏损一直是其被人诟病的硬伤，如何在壮大发展的过程中扭亏为盈是京东面临的巨大挑战。在盈亏和规模的抉择中，谁才是市场中的赢家？

彩生活：转型社区平台后的挑战

指导教授廖建文和案例研究员崔焕平

彩生活原是传统的物业管理商，受制于劳工成本的上升和物业管理费的下降，其盈利空间不断收窄。为此，彩生活构建了线上平台，将社区周围“一公里商圈”的供应商纳入线上平台，并且与京东、一号店等垂直供应商合作，为家庭提供增值服务。那么，互联网平台模式对传统物业模式带来的挑战是怎样的？如何解决两种模式的冲突？

海尔网络化创新实践

指导教授藕继红和案例研究员杨燕

2012年海尔宣布网络化战略转型，张瑞敏希望带领海尔从一家传统家电制造企业改革转变为一家以用户为中心的互联网型公司。在这短短的两年中，海尔为此也做出了一系列的转型尝试，包括组织结构调整、内部机制改革，以及在该产品前后端所付诸的创新实践。张瑞敏此次启动的战略转型，不仅源自海尔家电制造所积累下的资源优势，同时也是上个七年“全球化转型”所打下的互联网基础。本案例主要通过描述对海尔网络化转型大背景的描述，以及海尔在营销

领域、产品设计制造端的代表性创新案例，来看此次网络化转型中这些创新因子是怎样植入海尔。

酒仙网——中国酒类垂直电商的发展

指导教授张维宁和案例研究员周一、何珊

酒仙网是目前中国最大的酒类电子商务综合服务公司。从传统的线下酒类经销商发展至今，酒仙网不断根据市场的需求和行业形势升级自己的经营模式。以B2C为基础，相继推出B2B、C2B、O2O等一系列贴合市场的业务。酒仙网的演进和对市场的探索能力将对垂直市场的参与者和互联网企业有极大的参考价值。

进行中案例

中美孵化器对比

指导教授甘洁和案例研究员杨燕

本案例主要通过美国以Y Combinator为代表的孵化机构运营模式进行研究，来寻找孵化器运作成功的关键因素究竟有哪些，同时针对国内较有代表性的孵化机构运营模式进行对比，来观察在两种体制下孵化机构成长、演变过程中所展现的共性和异性，从而来探讨美国孵化器成功经验是否可以移植？国内孵化器发展是否还具有其本身的特有个性？

Uber：共享经济模式的开创者

指导教授滕斌圣和案例研究员刘晓婷、周一

Uber无疑是当今硅谷最热门的公司之一。这家成立于2009年的公司，在短短五年的时间内，以迅猛的速度渗透至全球57个国家和地区。所到之处，Uber不仅以独特的打车体验重构了传统的打车市场；而且其引领的“共享经济”模式也开创了市场先河，引来一大批效仿者。根据2015年最新的一轮融资数据，Uber的估值将超过500亿美元，成为继Facebook后估值最高的一个未上市创业公司。那么这家公司到底有何独特之处？共享经济商业模式的核心要素是什么？未来的想象空间在哪里？

特斯拉进军中国：沉沦还是崛起（英文案例）

指导教授李伟和案例研究员毛海哲

在2015年1月的底特律北美国际汽车展上，特斯拉CEO埃隆·马斯克信心满满地预测公司2025年年产量将达到两百万辆，工厂遍布全球，并执世界高端电动汽车行业之牛耳。毋庸置疑，自2003年成立以来，特斯拉的技术创新、合作精神以及营销战略无不彰显其创新者本色。但是，在极具潜力的中国市场，特斯拉却遭到冷遇。自2014年完成中国市场首单销售后，特斯拉虽在社会上引起热议，但市场反应却与预期相距甚远。原特斯拉中国区总裁吴碧瑄也在2014年底离职。特斯拉该如何重振旗鼓，在中国市场争取新能源汽车行业的霸主地位？特斯拉又从其之前在中国市场的不力表现中吸取了哪些教训？我们真的能相信电动汽车行业的长期前景如埃隆·马斯克和其他行业业内人士所说的那样一片光明吗？

派森百案例

指导教授廖建文和案例研究与崔焕平

作为中国第一家NFC橙汁生产企业，重庆派森百公司创立17年后方盈利。不同于欧美市场的农业产业化、规模化的运营方式，亦不同于国内果汁行业多采用承包制的经营方式，派森百采用果园所有权与经营权相分离的两权分离制来管理农户。那么，这种制度如何保证果汁的品质和产量？派森百在盈利性和可持续性之间如何权衡？

京东众筹

指导教授欧阳辉和案例研究员何珊

2014年7月京东金融正式推出众筹频道。在以预售为主的产品众筹推出后，京东主推的“三个爸爸”空气净化器大卖，并迅速融资千万，由此拉开了京东力捧众筹的序幕。随后，京东金融很快推出了股权众筹。目前没有明确的法律条文规定，但是股权众筹打的是民间非法集资擦边球。股权众筹是有效利用民间闲散资金的一种模式，可以正真的通过互联网发挥金融的力量。本案例将分析京东众筹的核心模式，探讨布局互联网金融较晚的京东能否通过众筹板块在金融行业扳回一城。