



所属学科	案例名称	指导教师	研究员	研究主旨
全球化	中国企业“走出去”：海外并购的艰与险（报告、文章）	欧阳辉	杨燕	中国企业海外并购概况、并购整合成败成因分析
	吉利收购沃尔沃：跨国老少恋如何修成正果	欧阳辉	杨燕	吉利并购沃尔沃的战略动机、市场环境，以及并购后的整合行为和效果研究
	华为的全球化战略：北美并购的得与失	欧阳辉	李梦军	华为在北美并购的经验与教训
前沿科技	今日头条：“你关心的，才是头条”！	张维宁	李梦军	人工智能在资讯传播领域的实践和应用
	IBM 战略转型：“认知商业”时代到来	张维宁	邓迪	介绍分析 IBM 在认知计算方面的战略布局和技术进展
企业转型与发展	腾讯的可持续发展之路（暂定）	朱睿	邓迪	研究腾讯如何从最初的草莽生存到如今承担更大的企业社会责任以及发展可持续的商业战略
	工业 4.0 对中国制造转型升级的革命性意义（文章）	藕继红	邓迪	研究工业 4.0 的本质、内涵与意义，以及对制造业企业的启示
	万达战略转型（暂定）	滕斌圣	邓迪	研究探讨万达集团第四次战略转型
	宝尊电商：传统零售品牌的“电商管家”	郑渝生	梅新蕾	品牌电商代运营商宝尊电商的历史沿革、未来挑战与全渠道新零售实践
	海澜之家（暂定）	李乐德	谷重庆	研究海澜之家的运营模式
	华为手机业务研究	李伟	李梦军	华为如何从一个 B2B 业务为主的运营设备提供商转为提供大众消费品的 B2C 品牌
宏观经济	BCI 月度调查与报告	李伟	谷重庆	反映民营企业运营状况的指数报告



全球化

中国企业海外并购主题研究（已完成）

指导教师：欧阳辉 研究员：杨燕

2000年WTO后，中国企业的跨境交流、国际合作机会逐渐增多，企业走出去的案例不断发生，尤其近几年，随着国家跨境投资政策的逐渐放宽，而中国企业也面临转型升级压力，以及人民币走低下的资产配置需求，中国企业的跨境并购无论交易数量、资金总量都在呈现放大趋势。该研究一是从宏观角度梳理我国经济发展十数年跨境并购的阶段转变；二是从微观角度通过个案研究总结中国企业跨境并购、整合成败的关键性因素，以此对我国企业跨境并购行为以借鉴。

吉利收购沃尔沃：跨国老少恋如何修成正果（进行中）

指导教师：欧阳辉 研究员：杨燕

2010年3月，年轻的中国汽车企业吉利一举收购历史悠久的瑞典汽车企业沃尔沃100%股权，将这一以享誉全球的汽车品牌纳入麾下。对于沃尔沃而言，这是面临发展瓶颈、开拓中国市场的必然选择，而对于吉利而言，并购沃尔沃无疑是一项充满挑战的国际化战略。在这一“蛇吞象”式的并购之后，吉利不仅需要生产的重组，更面临管理与文化整合的挑战。作为来自中国的年轻企业，吉利如何管理拥有深厚欧洲企业文化的沃尔沃？为解决这一整合难题，吉利创造性地提出，“吉利与沃尔沃是兄弟关系，而不是父子关系”，不进行传统意义上的整合，而是强调平行的生产组织关系。在这一理念下，吉利与沃尔沃在各自原有的管理体系下，充分运用双方的优势资源，在并购后的多年内均实现了生产与销量的突破，带来并购的双赢。

华为的全球化战略：北美并购的得与失（进行中）

指导教师：欧阳辉 研究员：李梦军

华为从1999年开始进军美国市场至今已有18年，其间曾经历了设立研发中心、设立子公司、合资、并购等多种形式，但最终华为还是未能全面打开美国市场。虽然屡屡受挫，但是华为仍然保持着对北美市场的全力关注，并持续开展着北美市场的攻坚之战。本案例聚焦于华为在美国并购的两次失败案例，通过对华为北美战略的梳理，以及对并购失败原

因的分析，整理出华为在北美的战略部署，以及华为从并购失败中得到的经验与教训。

前沿科技

今日头条：“你关心的，才是头条”！（已完成）

指导教师：张维宁 研究员：李梦军

当传统媒体门户网站利用人工编辑为用户推送“千篇一律”的新闻资讯时，今日头条已经凭借机器学习、大数据等技术优势深挖用户需求并为其推送个性化的内容，由此实现了“千人千面”的信息分发模式。凭借高效的内容分发渠道，今日头条迅速地占据了新闻资讯阅读的入口。本案例以“人工智能在资讯客户端领域的应用”为主题，深入研究了今日头条的商业模式，以及创始人对公司战略定位、发展战略的深度思考。

IBM战略转型：“认知商业”时代到来（已完成）

指导教师：张维宁 研究员：邓迪

认知商业是企业对认知系统的商业化应用，该系统主要包括大数据、数据分析技术（认知计算技术）和运作与交付平台（云平台）三大组成部分，核心是数据分析技术，也即认知计算技术。认知计算是模拟人的自然思维理解数据，归纳起来是三种能力的集合，即理解（Understanding）、推理（Reasoning）和学习（Learning）。IBM认知计算除了在医疗领域快速发展外，也在银行、保险、零售、法律和能源等行业不断的进行尝试和应用。作为IBM本次战略转型的重点，案例将主要介绍在医疗方面的应用。

企业转型与发展

腾讯的可持续发展之路（进行中）

指导教师：朱睿 研究员：邓迪

2005年底，腾讯公司的愿景，由“创一流的互联网企业”，调整为“最



受最尊敬的互联网企业”。其实这只是一个缩影，反映了腾讯在企业发展过程中，对于商业的本质、企业的本质不断更新的思考。一路走来，从最初的封闭到现在的开放，腾讯进行了很多商业上和公益上的尝试和摸索，才达到今天开放共赢、繁荣生态的局面。本案例将梳理出腾讯是如何一步步走到今天，相应的可持续发展上的进展和变化。

工业 4.0 对中国制造转型升级的革命性意义（文章）

指导教师：藕继红 研究员：邓迪

近些年，中国制造业企业普遍面临产能过剩和成本上涨等发展问题。在东南亚新兴市场的追赶与欧美国家“再工业化”的双重挤压下，中国制造业亟须转型升级。在摸索转型的过程中，不少企业都把目光对准了工业 4.0 所代表的智能制造新模式。然而，围绕工业 4.0 有很多迷思。本文将厘清相应的概念，阐述工业 4.0 的本质和相应对于中国制造业的应用。

万达战略转型（计划中）

指导教师：滕斌圣 研究员：邓迪

从地方发展到全国，从做住宅转型做商业，从做商业转型文化旅游，从文娱转型更大的多元化、全球化发展集团，万达在 30 年实现了四次的飞跃。本案例旨在探讨剖析万达集团最新一次转型的动因、背景和具体转型成果，从战略学的角度来评析万达集团战略转型的机会与挑战、优势与不足。

宝尊电商：传统零售品牌的“电商管家”（已完成）

指导教师：郑渝生 研究员：梅新蕾

从经受电商冲击到拥抱互联网，中国零售行业在过去的十几年间经历了重大变革，中国也迅速成长为全球线上渗透率最高的零售市场之一。然而，传统零售品牌在此变革过程中如何完成渠道转型？品牌电商代运营商扮演了何种角色？近期在阿里的积极布局下不断催热的“新零售”概念又该如何落地？本案例以研究品牌电商代运营行业龙头宝尊电商（NASDAQ:BZUN）的发展历程为主旨，分析其如何顺应零售行业发展趋势和传统零售品牌的“触网”诉求，又是如何在新的零售行业环境下进行商业模式升级，包括发展数字营销业务、实践“大集团”策略以及

布局全渠道新零售。

海澜之家（进行中）

指导教师：李乐德 研究员：谷重庆

作为国内最大的男装销售商，海澜之家有着独特的运营模式，它一方面利用赊销的模式从供应商处取得产品，然后又通过加盟商的形式对外销售。这种模式使得海澜之家在短时间内获得了规模的快速扩张。本案例要描述和探讨的正是海澜之家的这种经营模式。

华为手机业务研究（计划中）

指导教师：李伟 研究员：李梦军

“华为”二字，人们的第一印象还是通讯设备供应商。在传统运营商市场，华为给人的印象大致可以归纳为“低调”、“可靠”，这在 B2B 市场是很好的品质。正是这样的品质，让华为将自己的通信设备卖到了全球上百个国家和地区，覆盖全球 1/3 的人口。不过，当一个品牌需要直接面向消费者时，“低调”就成为了一个障碍。华为开始在手机终端业务发力之后，如何从一个 B2B 品牌转为大众接受的 B2C 品牌，成为华为终端团队面临的巨大挑战。

宏观经济

BCI 月度调查与报告（进行中）

指导教师：李伟 研究员：谷重庆

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。每年会操作 12 期。