

| 研究主题 | 案例企业 / 文章名 | 研究主旨 |
|-----------|-------------------|--|
| 全球化与 RCEP | 吉利控股 (英文) | 吉利控股于 2017 年 6 月收购宝腾汽车。随着全球地缘政治紧张局势的加剧, 吉利通过收购宝腾的全球战略为其他企业提供了哪些宝贵的经验和见解? |
| | 晶科能源 | 2025 年 4 月, 美国特朗普政府推行“对等关税”, 给全球贸易带来严峻挑战。2016 年至 2024 年, 晶科能源六次问鼎全球光伏组件出货量榜首, 其经验或有望为其他面临关税挑战以及国内市场激烈竞争的中国企业提供有益借鉴。 |
| | TCL | TCL 的全球化路径始终与全球经贸环境的演变以及中国参与全球产业分工的大势相依。2018 年以后, 全球政经格局加速重构, 也催促使 TCL 进一步完善全球产业布局, 构建全球经营体系, 以区域化、本地化应对全球化新发展。 |
| | 悸动烧仙草 | 与扎堆东南亚的品牌形成鲜明反差, 悸动烧仙草的国际化策略以“逆向出海”的姿态直插欧美、日本等成熟市场。这不仅让企业直面“外来者劣势”的多重挑战, 更会遭遇“来源国劣势”带来的认知困境。双重劣势叠加, 悸动如何化解? 又采取了怎样的全球化策略实现突围? |
| | WOOK | 从在印尼打造 3C 数码配件品牌, 到搭建 B2B 电商模式, 再到拓展 B2C 电商与直播电商业务, WOOK 不断迭代商业模式, 现已成长为聚焦东南亚市场的多品牌、多平台全链路数字化出海品牌商。本案例梳理了 WOOK 的发展路径、其迭代商业模式的逻辑以及背后的关键能力建设。 |
| 数字化与 AI | AI 与生物制药 (文章) | 中美两国都已将人工智能 (AI) 作为国家级战略, 中美欧等国家和地区在 AI 立法方面也在不断推进。这些对企业意味着什么? |
| | Animoca | 总部位于香港的 Animoca Brands 已在区块链和加密货币领域投资了 540 多家公司, Animoca 如何协助品牌从 Web2 迈向 Web3 世界? |
| | 松本清 | 松本清曾连续 22 年居日本药妆店行业之首, 但于 2016 年失去桂冠。困境中, 第三代接班人松本清雄以“数字化”和“全球化”为关键支撑, 推行全面改革。如今, 其规模居行业第三, 但利润率最佳, 连续 8 年获评日本药妆店第一品牌。松本清是如何做到的? |
| | 蜜雪冰城 (1) | 蜜雪冰城以“低价不低质”的颠覆性模式, 改写了中国茶饮行业的竞争格局。数字化, 既是在国内市场碾压同行的效率引擎, 也是其打破地域边界、实现低成本高质量扩张的全球化密码。本案例剖析了蜜雪冰城以数字化重构茶饮行业的成本逻辑与增长范式。 |
| | 跃盟科技 | 跃盟科技以“跨越信息鸿沟”为初心, 经过数年辗转探索, 成就了全球最大规模的“AI 技术在主流场景中的业务落地”。案例展示了其如何在创业迷雾中摸索方向; 面对挫折时, 如何凭借合伙人的互补性灵活调整业务策略, 求生存、再发展, 最终迎来技术与商业的“胜利会师”。 |
| 战略管理 | 三一重工 | 目前三一正在实施三大战略: 全球化, 数智化, 低碳化。本案例我们将关注三一数智化转型的探索与经验。 |
| | 敦煌网 | 本案例分析了机器学习技术在跨境电商中的作用。 |
| | OATLY | 本案例以决策模拟的形式, 围绕 OATLY 发展过程中的关键战略决策点进行课堂教学。在破壳、站稳、竞争、迎战大环境等四个决策场景下, 设计了背景、讨论、背景理论、企业实际发展等多个环节。四大关键决策及讨论设计可支撑较长时间的课程。 |
| | 蜜雪冰城 (2) | 蜜雪冰城是终端茶饮品牌, 蜜雪集团却像一家食品制造企业。蜜雪与典型的茶饮行业供应链企业及一般茶饮品牌有何不同? 一手握着庞大的门店网络, 一手建立了端到端的供应链条, 蜜雪还会有烦恼吗? 本案例尝试探讨蜜雪的商业本质、核心竞争力及其面临的挑战。 |
| | 字节跳动 | 字节跳动已成为中国新一代数字经济行业的领军企业, 是一家在国内外均有巨大影响力、拥有全球布局与声誉的互联网公司。字节跳动的成功是如何铸就的? 能给我们带来什么样的启示? 本案例从创新和增长两个方面剖析其成功的奥秘。 |
| 商业模式创新 | 分众传媒 | 本案例回顾了分众传媒成立 20 年来对抗不同周期负面冲击的经历, 总结了江南春的危机应对策略及其根植于组织内部的韧性来源。 |
| | 高梵 | 让产品越卖越贵是中国企业穿越周期的关键命题之一。2004 年创立的羽绒服企业高梵, 对此作出“逆人性”决策: 砍掉几乎全部销量的中低端 SKU, 集中资源将羽绒服卖到 2000 元以上, 从而带动客单价三年提升 6 倍、净利润增长 10 倍, 实现了中国企业过往难以企及的品牌高端化。 |
| | 京东方 | 从濒临破产的老牌电子管厂到全球显示产业龙头, 再到“屏之物联”生态的构建者, 京东方用 30 年时间完成了从技术追赶者到行业引领者的跨越。2024 年 9 月, 其提出“第 N 曲线”战略升级。本案例将着重探讨京东方发展中的几次关键战略转型及背后的思考和决策逻辑。 |
| | 纳思达 | 2010 年, 纳思达旗下奔图发布国内第一台拥有自主知识产权的 A4 激光打印机, 填补了中国在这一领域的技术空白。25 年来, 纳思达通过三次关键战略选择, 逐步成长为全球第四大激光打印机厂商。其国产化突围不仅是商业成功, 更为相关企业提供了一种方法论。 |
| | 游戏产业 | 通过梳理中国游戏产业的发展历史, 本案例旨在一方面分析该产业的得与失, 另一方面探讨游戏产业从业者在多变的市场环境下的生存发展策略。 |
| 商业模式创新 | 打破内卷的“四象限法则” (文章) | 中国制造业同质化竞争严重, 本文基于垄断型竞争形成差异化竞争优势的经济学基本原理, 归纳了中国企业发挥供应链优势, 通过自研或共创在改善型需求上构建差异化产品优势、从而“打破内卷”的四种模式。 |
| | 三一力好 | 行业下行、供需逆转与客户结构变化下, 三一集团核心代理商——三一力好主动谋求转型: 从以交易为核心的销售代理, 升级为覆盖客户全生命周期的价值运营者。案例系统呈现了该企业在周期转型背景下的关键判断与路径选择, 提出了“穿越周期的三力支撑与双向驱动模型”。 |
| 品牌创新 | 片仔癀 | 老字号焕新, 是一个品牌挑战, 也是一个时代命题。以片仔癀化妆品为例, 一场以“中草药护肤”为名的品牌焕新之路悄然开启。本案例将聚焦片仔癀如何将“药势能”转化为“国妆势能”, 讲述一个老字号品牌在新消费时代的自我重塑之旅。 |
| | 高通 | 智能终端市场繁荣下, 一直做 B 端生意的高通敏锐地察觉到 C 端消费者对核心技术的兴趣正在上升。案例聚焦高通在华的品牌破圈过程, 解析其如何精准捕捉市场趋势, 从行业深耕到影响终端消费者, 构建起“骁龙”的品牌势能, 并最终实现品牌价值反哺 B 端业务, 形成完整的市场闭环。 |
| | 杰克科技 | 30 年的时间, 杰克从一家小作坊成长为全球缝纫设备行业的领导者, 完成了从经销商、生产商到全球品牌的跃迁。案例以杰克“以小炼大”的路径为主线, 围绕其“品牌出海四阶段演进”逻辑, 系统呈现一家 B2B 制造企业如何以组织能力、服务机制与渠道策略, 步步为营, 成为全球性品牌。 |
| 金融创新 | 蔚来汽车 | 谁是蔚来的核心用户? 蔚来是如何搭建和运营线上社区的? 蔚来线上社区有何价值? 对其他企业又有何启发? |
| | 晶科科技 | 本案例拟分析晶科科技在阿布扎比 Sweihan 光伏项目中的项目融资与债券再融资操作, 为企业海外项目运营和资本运作提供经验。 |
| 社会创新 | 桂林银行 | 本案例分析了桂林银行独具一格的农村金融小微贷款业务, 讨论金融网络在地方农业发展和治理能力提升方面的作用。 |
| | 方太 | 明确企业三观 (使命、愿景、核心价值观), 就是要回答“信什么、为什么、成什么”, 不同人可能会答案迥异。且答案虽寥寥数语, 践行答案却需漫长的思考与实践。本案例聚焦方太公司创始人茅忠群先生修身治企的思考与实践, 为上述三问提供一份参考答案。 |
| 运营管理 | 厦门医疗 | 本案例聚焦厦门市区域医疗信息化建设, 呈现了该市通过信息化系统优化医疗服务供需匹配、提升服务效率与质量的创新实践。同时, 案例还介绍了厦门大学附属心血管病医院在智慧护理领域的场景化探索, 为医院层面的信息化实践提供了参考。 |
| 新能源与双碳 | 西子洁能 | 西子洁能是我国余热锅炉行业的排头兵。2010 年左右, 其通过参与光伏电站建设进入新能源领域, 并逐步在光热领域的熔盐储能系统上培育了较强的技术和工程能力。在“双碳”背景下, 2020 年末, 其确定了“传统能源 + 新能源”的发展战略, 积极向多元化清洁能源制造与服务企业转型。 |

| 研究主题 | 文章名 | 研究主旨 |
|-------------------|--|--|
| 宏观经济 (文章) | 抛售美国国债不可取 | 中国持有大量美国国债, 假如短时间大规模抛售, 美国国债价格势必大跌, 中国应该这么做吗? |
| | 从 TikTok 的遭遇来看美国精英阶层的冷漠 | TikTok 在美国遭遇禁令, 一款在年轻人中深受欢迎的应用却被华府的政治精英禁止, 这体现了美国政治生态中冷漠的一面。 |
| | 香港联系汇率制度 | 香港实行联系汇率制度已有数十年的时间, 这一制度曾屡经考验, 但面对如今的形势, 我们是否还应该选择该制度? |
| | DeepSeek 与好奇心 | DeepSeek 横空出世震惊了世界, 那么其诞生到底源于何方? |
| | DeepSeek 与杰文斯悖论 | DeepSeek 表面上降低了人们对 GPU 的需求, 但事实真的是如此吗? |
| | 特朗普关税战的冲击与应对 | 特朗普关税战迫在眉睫, 中国有哪些应对政策可以选择? |
| | 通缩: 沉默的杀手 | 通缩的弊端我们已经比较清楚, 但通缩的弊端我们并不清楚, 实际上, 其危害很大, 值得我们注意。 |
| | 倒行逆施的特朗普与人民币国际化 | 特朗普的政策正在伤害美元的国际地位, 人民币在这一过程中有哪些机会? |
| | 美国人巴菲特 | 巴菲特是历史上最成功的投资者之一, 那么其成功的密码究竟是什么? |
| | “一报还一报”与中美关税战 | 面对美国的关税战, 中国实行了以牙还牙的政策, 我们应该如何来评估这项政策呢? |
| | 美国在技术上真能“卡住”中国的“脖子”吗? | 美国希望在高科技上卡住中国的脖子, 美国的做法能成功吗? |
| 投资者保护与人民币崛起的历史性机遇 | 投资者保护是金融市场搞好的前提, 而这又是国际货币崛起的必要条件, 对于今天的局面, 中国应该从哪着手? | |
| 中国新能源汽车的崛起是因为补贴吗 | 发达国家流行一种说法, 就是中国的新能源汽车的崛起是政府补贴造成的, 事实真的是这样吗? | |

| 研究主题 | 项目名 | 研究主旨 |
|--------------|-------------|-----------------|
| 中国企业经营状况指数报告 | BCI 月度调查与报告 | 反映民营企业运营状况的指数报告 |

2023-2024年案例中心作品推荐

| 研究主题 | 作品名称 | 指导教授 | 研究员 |
|----------|----------------------------------|---------|--------|
| 全球化 | 字节跳动的全球化之路 | 项兵、滕斌圣 | 闫敏 |
| | 吉利并购宝腾: 全球化战略中的东南亚支点 | 陶志刚 | 陈剑、乔亿源 |
| | OPPO: 全球化战略与本地化运营 | 李伟 | 孟繁怡 |
| | 从“中国安踏”到“世界安踏” | 石维磊 | 李梦军 |
| 战略管理 | 比亚迪: 成为新能源汽车冠军 | 李伟 | 闫敏 |
| | 赛力斯: 借力问界 超跃问界 | 黄春燕 | 孟繁怡 |
| 数字化创新与转型 | 从跨行到顶流——遥望科技两次战略转型, 解惑直播电商的过去和未来 | 滕斌圣 | 王小龙 |
| | 国药太极: “一个数字化太极”转型战略 | 孙天澍 | 李梦军 |
| | 边跑边赚——STEPN 背后的 Web3 商业模式 | 孙宝红 | 陈剑 |
| 家族传承 | 以实践解答未知, 详解铁骑力士集团数字化转型之路 | 朱阳 | 王小龙 |
| | 缘何基业长青? 立白科技集团的家族传承启示 | 阎爱民、李海涛 | 王小龙 |
| 独角兽 | “独角兽”的独到之处——跨境电商 SHEIN 的成长启示 | 滕斌圣 朱阳 | 王小龙 |
| | Yalla: 中东社媒新秀的选择 | 李伟 | 陈剑 |
| 品牌创新 | 从“两大酱香之一”到“郎酒庄园”——探秘郎酒如何打造“品牌势能” | 李洋 | 王小龙 |