

所属学科	案例研究对象	研究主旨
全球化 / RCEP	伊利	伊利集团立下了在 2030 年成为“全球最受信任的健康食品提供者”的远景目标，并且过去数年内在海外研发、原料产地收购和新市场进入方面迈出了坚实的步伐。本案例希望从战略和战术两个层面对伊利的国际化进程进行分析，并为其他有志于走向海外的企业提供参考。
	福达集团	通过对福达集团在东南亚业务的拓展历程，分析中国企业在 RECP 区域的竞争优势。
	字节跳动	字节跳动从一家初创企业成长为全球最大独角兽公司，张一鸣坚定地推进公司的全球化之路，在此过程中遇到了哪些机遇和挑战？未来的方向又在哪里？
战略管理	“自如”	“租房”这件事，从个人对个人，机构对个人，逐步演变为品牌长租机构作为枢纽的多边商业关系。2021 年，长租品牌“自如”率先发起改变，从“省心租”变为“增益租”，由业主出资装修，自如提供“保底租金”，双方共享“增益”……本案例通过一手访谈，对自如商业模式调整的前因后果、思考过程等内容进行了详尽的展现。
	无人便利店	亚马逊推出了 Amazon Go 无人便利店，引领了这一领域的发展。林捷作为中国零售业的资深人士，也希望可以在中国开展无人便利店。那么他取得了什么样的成绩？又遭遇了哪些挫折？其经历给了我们什么样的启发？
	TCL	十余年来，TCL 以创建华星光电、收购中环集团为标志，逐步由传统的电子产品制造商，转型成为拥有智能终端、半导体显示、新能源光伏与半导体材料三大产业群的大型科技产业集团。本案例在产业价值链竞争的视角下，以能力构建为主线，提炼 TCL 转型升级中的关键经验。以 TCL 为契机，我们试图探讨中国制造业企业的转型升级之路。
	亚马逊	亚马逊为中国企业出海提供了广阔的平台。但在对接全球最强劲的产能和消费能力最强的市场的同时，亚马逊也将跨境生产商与其深度绑定，这是否会产生过度依赖，跨境电商是否又应当思考亚马逊之外其他的渠道，是一个出口商迟早需要思考的问题。
	腾讯产业互联网	对于腾讯 TOC 向 TOB 的业务转变，通过运用第二曲线理论、运用“洞察终局 - 战略定位 - 路径设计”的商业模型，对其未来发展可能遇到的情况进行分析。
	腾讯产业互联网	对于腾讯产业互联网经历了几年发展后产生的新问题，将通过引入资源 - 流程 - 价值模型和颠覆式创新理论模型，探讨其中的 WHY 与 HOW。例如：腾讯应该采取什么样的组织形式去开拓产业互联网业务？为什么？
	乐禾	乐禾是一家快速发展中的 B2B 食材供应服务公司。该企业 2021 年预计将完成 60 亿营收，是行业中的佼佼者。乐禾的快速发展，得益于哪些条件？其在企业管理上的三个特点：合伙人制度、数字化支持、资本化运作，又发挥了什么作用？
营销管理	肯德基	肯德基自 1987 年进入中国，持续打造了“炸鸡 + 薯条 + 可乐”这一深入人心的品牌形象。然而，肯德基在 2013-2014 年遇到了消费者热情减退、成本上涨及利润下滑的压力。当时，管理者确定了两个方向：一是巩固肯德基 20 年的核心优势；二是通过数字化转型给业务赋能。本案例关注，肯德基是如何通过数字技术来改善客户旅程的。
	蔚来汽车	蔚来仅用 4 年就推出量产车并敲钟上市，截至 2021 年 12 月底累计交付 167070 辆，在中国造车新势力中排名第一……除了快速发展，它在价值观与价值感知上，也与其他汽车公司都大相径庭。作为一家致力于持续为人带来美好体验的企业，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？
	福瑞达模式	作为透明质酸产业的世界级企业，福瑞达由 TOB 向 TOC、由原材料向产业链、由个别品牌向多品牌进行了转型，这一系列的延伸与发展产生了“福瑞达模式”。本案例以品牌和营销为侧重点，了解福瑞达在品牌打造、消费者沟通方面的最佳实践与方法论体系。
	顾家家居	顾家家居通过与巨量引擎合作，通过抖音直播引流入店，在全国推进经销商体系进入直播时代。本案例对这一最佳实践的前因后果进行详细解析。
	贝泰妮 - 薇诺娜	贝泰妮 (SZ:300957) 被称为 A 股皮肤科级护肤品第一股。公司旗下薇诺娜品牌的建设、营销投放、渠道运营等方面有何亮点？本案例将通过一手访谈，探索贝泰妮的成功经验与挑战。
	丽人丽妆	在丽人丽妆的运营下，芙丽芳丝、馥绿德雅、Whoo 等护肤美妆品牌均取得惊人的业绩增长。这些成功的品牌代运营背后，有哪些营销方法值得探析？
数字化创新 / 转型	元宇宙	元宇宙来了，它的概念、特征是怎样的？从 Web2.0 到 Web3.0 的发展过程，将给企业的数字化转型带来什么机遇？
	STEPN (中英文)	STEPN 是当下火爆出圈的 Move and Earn 游戏，它的 Web3.0 商业模式及成长经验，可以给企业发掘 NFT 等商机提供怎样的借鉴？
	围墙花园	本案例联合国际知名的程序化广告交易平台 The Trade Desk (萃弈)，进行了出海品牌传播的相关研究，着重关注与 Google、Facebook 等“围墙花园”相对应的“开放网络”类数字广告资源。
	海克斯康	本案例对来自瑞典——世界级的智能制造企业海克斯康进行全景展现，从中挖掘数字化转型、智能制造时代的前沿观点。同时观察其通过并购驱动发展的相关模式，得出相关管理启示。
	华住集团	华住集团与飞书合作，对其组织进行了数字化改造，提升了十余万员工的“自驱力”，本案例通过对华住集团 CIO 进行访谈，挖掘华住集团整体数字化转型的最佳实践。
	节卡机器人	以 5 集微视频案例（3 分钟左右）呈现节卡机器人的战略、产品、供应链、研发及发展。
	阿里 vs 京东	两种不同的电商模式，在近 20 年的发展之后，呈现出怎样的共同点与差异化？
社会创新	吉安模式	“领航井冈”项目很好地诠释了长江所倡导的跨界整合资源，寻求重大社会问题解决之道的“社会创新”新思路。“吉安模式”有哪些可复制可借鉴的经验？
	从慈善史看商业向善与社会创新（系列文章）	促进共同富裕的目标下，第三次分配可否不仅惠及他人，也能惠及捐赠人自身，“予人玫瑰，不止手有余香”呢？怀揣着这样的目标，我们通过梳理中国慈善的历史撰写了一系列的文章，希望能为今天的企业实现商业向善与社会创新的旅程，提供理论支撑和实践要则。
金融创新	会同村的乡村振兴活动	会同村是一个有着几百年历史的古村，但由于种种原因，现在已经破败了，乐轩书院公司看中了其文化内涵，于是与村民签约，将古村的古建筑筑下来，然后进行改造。会同村未来的发展方向是什么？有什么样的约束条件？
	网商银行	本案例旨在研究网商银行在供应链金融模式上的创新实践。网商银行如何创新供应链金融模式，其背后的逻辑是什么？这一创新能否真正解决中小微企业融资难、融资贵的世纪难题？
家族传承	晨光文具	本案例以晨光文具陈氏家族的创业历史为背景信息，使用三环模型及相关理论，对家族传承的重要问题进行分析与设计。
	立白集团	基于家族传承的理论视角，以立白集团为对象开发教学案例。案例正文提供相关结构化的背景信息，教学手册提出几个关键问题，引导学生通过理论和背景信息，对问题进行分析和解决。
新零售	盒马鲜生	在“新零售标杆”这面锦旗下，盒马鲜生探索出了各种各样的新模式新业态，但依然面临营收困境。2021 年 6 月，盒马平台正式升级为独立事业群，开始自负盈亏。疯狂扩张之后，盒马的新零售模式如何得以持续？
宏观经济	西方国家对俄金融制裁与人民币的崛起	自俄乌冲突爆发以来，西方发达国家对俄罗斯进行了一系列的制裁，其中很重要的就是经济方面的制裁。这种制裁反映出美国已开始将美元霸权用作一个金融武器。这对美元的地位未来将产生何种影响？中国又可以从中学到什么？人民币未来要崛起，又要注意哪些问题？
	中美贸易摩擦与美国反通胀	今年以来，美国通胀不断上升，已成为美国经济的一大痛点。作为反通胀手段，传统的货币紧缩政策虽然有效，但可能打击就业市场，提高失业率。一个相对较好的办法是取消对华商品的关税，这可以有效的降低美国的通胀。既然如此，美国政府为何不采纳这一做法呢？假如要推行这一政策，又该如何行事呢？
	多重困境下的英国经济	9 月下旬，英国政府宣布了自己庞大的减税计划，这迅速引发了市场的反弹，英国国债价格大跌。为了稳定形势，英国央行被迫出手购买国债。面对汹涌而来的政治压力，特拉斯政府倒台。经济形势暂时稳定。那么这场危机反映了什么？其背后的经济原理又何在？
	“断供停贷”、次贷危机与道德风险	近日，多地出现了“断供停贷”的现象，其主要原因是开发商资金链紧张，无法按期交楼。由此导致风险从房地产业向银行业传染。虽然中美两国的经济有许多不同之处，但目前中国经济有许多地方和当年的美国次贷危机有相似之处。我们应该如何解读今天的市场，出路又在何处？
	我们不再需要中概股了吗？	近一年时间，中概股跌跌不休，这令投资者损失惨重，现在国内有一种看法认为中国已不是过去的那个孱弱的中国，因此中概股的意义已经不大，中国可以和海外资本市场脱钩。这种看法似是而非，本质上是非常错误的。
	青山集团的衍生品危机	2022 年 3 月，伦敦金属交易所的镍价突然大涨，市场中的空头青山集团因此产生了巨额浮亏。一个做实业的公司为何持有如此大的期货合约？它这么做到底是套期保值，还是投机？我们应该如何看待这件事情？
俄乌冲突与中国利益	俄乌冲突表面上是两国之间的一场武装冲突，但乌克兰的背后是北约，这意味着多国已经卷入了这场冲突之中，这对全球化造成了相当大的威胁。中国是全球化的大赢家，因此有必要维护现在全球化的秩序。从这点出发，中国应该积极行动起来，调节俄乌矛盾。	
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