

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?
	悸动烧仙草	与扎堆东南亚的品牌形成鲜明反差,悸动烧仙草以“逆向出海”直插欧美、日本等成熟市场,直面“外来者劣势”与“来源国劣势”的双重困境。其如何化解劣势、制定全球化策略实现突围?
	极兔	依托 OPPO 手机分销渠道的资源优势起步,极兔在印尼快速崛起,并在十年内实现全球 13 国市场覆盖。其成功并非单纯“踩中电商红利”。其全球化路径兼具“新兴市场扎根”“逆向扩张”“模式复制与本土化平衡”等特质。
	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竞争的中国企业提供有益借鉴。
	伊利	在消费领域,印尼市场被视为下一个十年增长的重要阵地。伊利从创业小分队开始,到在印尼建厂,至今其冰淇淋品牌已经进入市场前三。这一实践揭示出:全球化不是简单地“复制母国经验”,而是“扎根本土,文化相融”。
	WOOK	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。十余年来,WOOK 不做单纯的贸易商,不做简单的撮合方,而是以较重的“打法”,自控产品、自建仓储系统,链接中国优质制造资源和正在崛起的东南亚消费市场,实现了自身与当地产业生态的共进。
数字技术与 AI	AI 与生物制药 (文章)	中美两国都已将 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?
	AI 产业竞争 (文章)	当算力可以购买、算法趋于开源、智能不再稀缺时,AI 大模型真正的竞争壁垒不仅仅在于单一的技术突破,而在于产业生态系统中五种相互交织的关键力量的复杂博弈。
	Animoca Brands	总部位于香港的 Animoca Brands 已在区块链和加密货币领域投资了 600 多家公司,Animoca 如何协助品牌从 Web2 迈向 Web3 世界?
	敦煌网	敦煌网 (DHgate) 是老牌 B2B 跨境电商平台。2025 年 4 月,敦煌网在美国 App Store 一度登顶购物类免费榜,本案例分析了机器学习技术在跨境电商中的作用。
	蜜雪冰城	蜜雪冰城以“低价不低质”的颠覆性模式,改写了中国新茶饮行业的竞争格局。数字化,既是其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。
	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。
	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?
	跃盟科技	跃盟科技以“跨越信息鸿沟”为初心创立,经数年探索实现全球最大规模的 AI 技术主流场景业务落地。本案例聚焦其在创业困境中,凭借合伙人互补优势调整策略,以“求生存、再发展”的路径,最终达成技术与商业的“胜利会师”,收获显著商业成果。
战略管理	中湘智建	一家传统国企部门如何成功转型为年营收 30 亿,交易规模达 70 亿元的产业互联网平台?本案例详细梳理了中湘智建的数字化转型之路,为同类型传统企业提供了可借鉴的实践经验。
	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	产品高端化,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:砍掉几乎占全部销量的中低端 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,完成了中国企业过往难企及的品牌高端化。
	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”战略升维。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。
	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。
	优必选	聚焦于“人形机器人第一股”优必选科技,通过对其 IPO 招股书和上市公司两份年报的纵向对比分析,深度剖析一家前沿科技企业在资本市场聚光灯下的战略演进与价值重估过程。旨在揭示,当长期的“题材”和“讲故事”遭遇短期基本面的业绩考验时,市场会如何反应,以及企业应如何通过战略聚焦与核心业务的突破来回质质疑。
	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	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。
	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。
品牌创新	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转型,从交易型销售代理升级为客户全生命周期价值运营者。本案例呈现了其周期转型中的关键判断与路径选择,提出“穿越周期的三力支撑与双向驱动模型”。
	高通	智能终端市场繁荣之际,深耕 B 端的高通敏锐捕捉到 C 端消费者对核心技术的兴趣提升。本案例聚焦高通在华品牌破圈之路,解析其如何借势市场趋势,从行业端渗透至终端消费者,打造“骁龙”品牌势能,并以品牌价值反哺 B 端业务,形成市场闭环。
	杰克科技	30 年间,杰克从一家小作坊成长为全球缝纫设备龙头,完成了从经销商、生产商到全球品牌的跃迁。本案例以其“以小博大”路径为主线,围绕“品牌出海四阶段演进”逻辑,呈现这家 B2B 制造企业组织能力、服务机制与渠道策略,步步为营跻身全球性品牌的历程。
	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?
金融创新	追觅科技	本案例以追觅的企业实践为切入点,聚焦中国企业如何重构全球化品牌新范式的核心命题,深入剖析其以技术复用定义溢价权、以“产销并阵”的组织动力驱动营销效能、以“全球共生”的价值观换取市场信任的发展路径。案例旨在启发读者:新商业周期下,品牌的底气源于组织对价值的定义与对承诺的极致兑现,而非声量。
	Facebook's Libra	2025 年底,稳定币的全球市值已突破 3000 亿美元。而六年前,当 Facebook 宣布将发行一种全球数字货币 Libra 时,却迅速演变为金融治理的争议焦点。Libra 最终失败了,但稳定币市场却开启了快速增长,这背后带给我们怎样的思考?
	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。
社会创新	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。
	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	本案例介绍了厦门通过“人工智能+医疗健康”建设,推动医疗服务从传统信息化向全流程智能化转型,构建以市民全生命周期健康为核心的数智健康新模式。依托大数据、云计算和 AI 技术,厦门实现了诊前、诊中、住院、诊后全链路贯通,打造出高效、便捷、精准、连续的医疗服务体系。
新能源与双碳	深石集团	2022 年起,深石集团携旗下“生物圈三号”碳中和社区品牌,立足大梅沙片区,以低碳技术结合内容运营激活闲置资产,探索社区低碳改造商业闭环。2025 年,其将实践经验转化为可规模化碳解决方案,未来将沿“加、减、绿、碳、金”思路助力碳中和。
公司治理	娃哈哈	本案例尝试梳理娃哈哈集团的公司治理变迁,特别是国资股东、宗氏父女以及娃哈哈员工在不同时期的利益诉求、微妙关系,以及当前处境,并引发对娃哈哈在公司治理方面未来走向的讨论。

研究主题	文章名	研究主旨
宏观经济 (文章)	从地缘政治的角度去看待中美贸易摩擦	对中国来说,发展仍是硬道理,而发展经济需要一个和平的外部环境,因此管理好中美之间的地缘政治风险,阻止“修昔底德陷阱”的发生就是中国的一堂必修课。
	国产跑鞋品牌离出圈还远吗?	李伟教授在玄奘之路戈壁挑战赛对于中国运动鞋产业的观察与思考。
	河南调研:劳动力市场错配何解?	河南是人口大省,又是高等教育资源洼地,可率先走出一条人才培养的创新之路,即在不减少普通本科教育资源的前提下,较大规模地扩充专科学历本科教育投入。
	特朗普对美联储与人民币的崛起	特朗普与美联储的博弈,既是美国的政经议题,也关乎全球经济走向。这对中国而言或为机遇,但关键在于做好自身。坚持实干,人民币定能崛起,中国梦终将绽放光彩。
	特朗普扩权危及美国分权制衡体系	特朗普日拱一卒,逐渐蚕食美国分权制衡的社会体系,这对所有人都造成了巨大的威胁。
	我们还需要自由贸易吗?	作为二战后自由贸易的大赢家,中国有必要采取措施去维护这一体系的正常运转,减少美国这个曾经“带头大哥”对这一体系的破坏。
	新能源车行业“反内卷”应该“反”什么?	整车厂相对于供应链厂商处于优势地位,公共政策应该保护处于弱势地位的企业,从而实现行业的公平竞争和良性循环,这样也更能确保产品质量和更弱势的消费者不会成为行业里不良行为的牺牲品。
	新能源汽车行业又到“转弯时”	产业顺利“闯关”不代表所有车企都能。2026 年将成为中国新能源车企业的新一轮“大浪淘沙”,与 2019 年补贴退坡相比,此番淘汰赛更强调“技术至上”“安全第一”“市场第一”,考验的是企业的核心竞争力与研发投入。
	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	指导教师	研究员
全球化	从“中国安路”到“世界安路”	石维磊	李梦军
	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
战略管理	字节跳动的全球化之路	项兵, 滕斌圣	闫敏
	比亚迪: 成为新能源汽车冠军	李伟	闫敏
	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
数字化创新与转型	赛力斯: 借力问界 超越问界	黄春燕	孟繁怡
	边跑边赚——STEPN 背后的 Web3 商业模式	孙宝红	陈剑
	国药太极: “一个数字化太极”转型战略	孙天澍	李梦军
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: 中东社娱新秀的选择	李伟	陈剑
品牌创新	从“两大酱香之一”到“郎庄庄园”——探秘郎酒如何打造“品牌势能”	李洋	王小龙