



所属学科	案例名称	指导教授	研究员	研究主旨
网络创新与应用	腾讯手游的精准化营销	荆兵	崔焕平	手游业务如何通过移动互联网渠道，实现精准化营销？
	Everstring 数据公司的商业模式	张维宁	刘晓婷	大数据公司的商业模式探究
	微信：移动互联时代的生态构建	刘劲	杨燕	微信网络效应和战略布局
	海尔大数据应用	李洋	邓迪	海尔在网络化转型中的大数据应用
资本市场与金融创新	鹏华前海万科 REITs 的创新实践	欧阳辉 李学楠	刘晓婷	中国第一单公募 REITs 产品分析
	奇虎 360 的私有化	李伟	刘晓婷	中概股的私有化问题
	聚焦阿里巴巴 IPO	黄春燕	邓迪	从金融、投资角度研究阿里巴巴 IPO
	36 氪：互联网股权投资平台	欧阳辉 王砚波	杨燕	36 氪如何搭建互联网股权投资平台
	滴滴和神州的轻重资产模式比较	黄春燕	刘晓婷	分析比较滴滴和神州两种不同的轻重资产模式
企业转型与升级	红领集团：个人定制如何实现机械化生产	郑渝生 梁超	何珊	探讨传统服装代工企业如何实现大规模定制
	兆驰股份：传统电视硬件厂商的生态圈构建	廖建文	何珊	传统电视硬件制造商如何打造网络生态圈
	通用电气的产融结合之路	李伟	邓迪	从宏观经济学、市场监管等方向分析 GE 金融业务
	海澜之家：传统服装制造企业的生态圈构建	廖建文	何珊	传统服装制造企业如何打造网络生态圈
文创产业	听奥飞动漫如何“讲故事”	朱睿	邓迪	从市场营销、消费者心理学等领域来分析企业如何“讲故事”
	腾讯互娱：互联网时代为 IP 赋能	张维宁	何珊	探讨腾讯互娱如何实现 IP 产业化
	微影时代：互联网票务新秩序	张维宁	何珊	从线上票务入手深入电影行业的泛娱乐策略
公益探索与社会化创新	派森百 Case B 《派森百：“益利”模式》 (该案例在哈佛商业评论 5 月刊上发表)	廖建文	崔焕平	社会企业如何从价值主张、运营模式、营销模式和盈利模式四个维度，搭建“益利”商业模式？
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

网络创新与应用

腾讯手游的精准化营销（已完成）

指导教师荆兵和案例研究员崔焕平

2013年，在中国网游上市企业的收入排行榜中，腾讯位居榜首，收入达326.3亿元。那么，随着PC端游戏市场趋于饱和，及移动端网络游戏的快速发展，作为行业领军者的腾讯，其在手游产业的战略定位是怎样的？随着多屏终端的发展，广告投放成本逐年上升，腾讯如何通过精细化运营控制手游产业的运营成本、提升效率？在腾讯精准化营销能力的背后，其有别于竞争对手的核心能力是什么？

Everstring 数据公司的商业模式（进行中）

指导教师张维宁和案例研究员刘晓婷

过去十年，中国互联网公司在面向消费者（To C）的领域发展可谓轰轰烈烈，但在市场的另一端，即面向企业（2B）的领域，却显得十分冷清。有数据显示，美国的风险投资在To B和To C领域的投资分配，比例大概为40%和60%；但在中国，95%是To C，只有5%是To B。然而，这几年形势逐渐变化，中国2B企业级创业正迎来发展的春天，被认为是下一个大的风口。成立于2012年的Everstring，便是在企业级应用方面的尝鲜者。这家公司通过数据挖掘与大数据分析，不仅能帮助企业客户精准筛选出其潜在用户，还可以帮助企业精准地寻找新客户，大大提高客户的营销效率。本案例将以Everstring为例，来看中国企业级应用创业的实践，以及面临的潜在挑战。

微信：移动互联时代的生态构建（计划中）

指导教师刘劲和案例研究员杨燕

腾讯能够维持高速增长、高ROE，表面上看其业务支撑是以游戏为主的网络增值服务（收入占比超过一半），但事实上，我们认为其最重要的护城河是源自其以社交关系（即时通讯/社交网络）为底层核心驱动力，以支付和开放为连接，构建了一个具有极强网络效应的生态系统。譬如这个系统在PC时代主要以QQ形成的社交关系为核心驱动，财付通和PC端开放平台连接线上服务和线下实物交易，构成了“一站式线上生活服务圈”，而在移动时代，则主要以微信和手Q所形成的社交关系为核心驱动，微信支付、手Q支付和移动开放平台/接口（公众号）连接包括线上服务、线下实物交易和线下服务、硬件等，构成“连接一切”的综合性平台和生态系统。那么作为“微信之父”的张小龙以及微信团队又是以怎样的理念构建微信生态？整个生态系统又是如何落地实现呢？

海尔大数据应用（计划中）

指导教师李洋和案例研究员邓迪

作为中国家电的“老品牌”，海尔家电已经走入近2亿的中国家庭。海量的用户数据如何收集、融合与应用成为了海尔大数据关心的焦点。海尔最新推出的SCRM（社会化客户关系管理系统）正是基于大数据，打通内部数据“孤岛”，并连接外部市场数据，融合内外，并实际落地

应用到相应的APP，来助推海尔家电的营销。本案例将从市场营销、战略管理、大数据应用等角度来分析海尔这家传统的制造业巨头如何进行战略、组织革新，并实际落地其基于大数据的互动精准营销。

资本市场与金融创新

鹏华前海万科 REITs 的创新实践（已完成）

指导教师欧阳辉、李学楠和案例研究员刘晓婷

2015年9月30日，“鹏华前海万科REITs封闭式混合型证券投资基金”（简称“前海REITs”）作为国内首单公募REITs在深交所正式挂牌上市。这也是继中信启航和苏宁云商后，国内试水的第三单REITs产品。那么前海REITs在商业地产证券化方面进行了哪些突破性尝试？这种产品在国内是否具有可复制性？如果要大规模推广，国内还面临哪些障碍？本案例希望通过对这一产品解析，来看中国版Reits的创新实践以及未来这一产品在国内发展的潜力。

奇虎 360 的私有化（已完成）

指导教师李伟和案例研究员刘晓婷

2015年，在美国上市的中概股掀起了一股私有化浪潮，包括世纪互联、人人公司、易居中国、如家等在内的三十多家公司先后收到私有化要约，这一数量超越2010年至2014年的总和。遥想几年前，赴美上市是多少中国企业家的梦想，可如今越来越多的中概股却纷纷调头转回A股。究竟是什么原因导致中概股的“回潮”？私有化的过程，他们将面临哪些风险？作为2015年最大规模的私有化交易，本案例将以奇虎360为例，对其私有化进行剖析，以求管中窥豹。

聚焦阿里巴巴 IPO（已完成）

指导教师黄春燕和案例研究员邓迪

完善阿里巴巴融资案例，呈现阿里巴巴从起初到IPO的整个融资过程，并对对阿里巴巴的风险进行判断，包括业务层面以及投资人关心的合伙人制度层面。

36 氪：互联网股权投资平台（进行中）

指导教师欧阳辉、王砚波和案例研究员杨燕

互联网具有公开和大众的性质，而股权投资风险较大，两者结合又可能踩到非法集资的红线。到目前为止我国对互联网股权投资并没有出台十分清晰的法律界定。那么，在此前提下，以36氪为代表的互联网平台又是如何构建股权投资模式？有何特点？在案例当中，我们也会对国内外主要的互联网股权投资模式进行一定的探讨和比较。

滴滴和神州的轻重资产模式比较（计划中）

指导教师黄春燕和案例研究员刘晓婷

近年来，正当以轻资产模式著称的滴滴和UBER打的难较高下之际，



传统租车行业以“重资产”模式运营的神州租车开始大举进军专车领域，并很快获得了一席之地，掀起了行业内“轻重”模式之争。据易观智库最新数据显示，2015年第3季度滴滴出行、Uber和神州专车分别以83.2%、16.2%和13.4%的比例占据中国专车服务活跃用户覆盖率的前三名。本案例将对滴滴和神州租车进行对比分析，来探讨轻重资产模式的各自优劣。

企业转型与升级

红领集团：服装个人定制如何实现机械化生产（最后修订）

指导教师郑渝生 梁超 和 案例研究员何珊

红领集团是青岛市一家大型企业，主要从事大规模服装定制。本案例通过深入研究投资红领集团在近些年的发展，探索在互联网高速发展的当下，传统企业是如何利用新技术来实现转型。

兆驰股份：传统电视硬件厂商的生态圈构建（进行中）

指导教师廖建文 和 案例研究员何珊

作为传统的电视硬件制造商，兆驰公司一直在寻求转型。其通过网聚多家视频内容商、搭建开放型生态圈，希望向互联网制造商转型。那么，这种开放式的松散型生态圈能否助力兆驰转型？

通用电气的产融结合之路（进行中）

指导教师李伟 和 案例研究员邓迪

在杰克韦尔奇掌权的时代，GE曾因为它的金融业务创造了一系列辉煌的业绩，然而伴随杰克韦尔奇下台、新任CEO因梅尔特上任，GE所面临的经济环境、金融市场和监管政策均发生了巨大的变化。在金融危机的打击下，GE金融业务一落千丈，GE“产融结合”模式也受到诸多质疑和挑战，重整GE的因梅尔特决定剥离大量GE金融业务。本案例将从宏观经济学、市场监管环境等方面着重分析GE金融业务的兴起与衰落。

海澜之家：传统服装制造企业的生态圈构建（计划中）

指导教师廖建文 和 案例研究员何珊

海澜之家是男装服装品牌，在行业低谷期保持稳定高增长，打造公司、供应商、加盟商、消费者四者互动的良性生态圈。本案例希望通过对海澜之家生态链的研究，来探讨生态圈在企业获得行业竞争优势中的作用。

文创产业

听奥飞动漫如何“讲故事”（最后修订）

指导教师朱睿 和 案例研究员邓迪

奥飞动漫是我国动漫文化产业的领导者之一，成立十余年，已成功推出

如火力少年王、巴拉拉小魔仙、铠甲勇士，喜羊羊与灰太狼（收购）等IP，打造了一系列深入人心的动漫形象和故事，并打造了以动漫为核心的内容制作、发行、衍生品制造、品牌授权的产业链条。本案例将主要从市场营销、消费者心理学、动漫文化产业运营等角度看奥飞如何不断发展并创造一个个动漫“故事”。

腾讯互娱：互联网时代为IP赋能（初稿完成）

指导教师张维宁 和 案例研究员何珊

近些年，国内涉及文娱行业的公司争相通过深度打造IP来开发其商业价值。腾讯互娱凭借文学、游戏、影视等几大板块的联动，在IP打造和引进运营方面成绩突出。本案例希望通过对腾讯互娱IP战略的深入研究，分析以文娱为核心的公司的商业逻辑以及如何深度拓展IP的内在和外在价值。

微影时代：互联网票务新秩序（进行中）

指导教师张维宁 和 案例研究员何珊

本文主要研究微影时代的商业模式和商业运作，分析它如何以在线票务为切入点连接行业 and 用户，逐步构建从IP开发、出品、发行、营销、票务到衍生品售卖的完整电影产业链，并从电影业拓展到赛事和演出，最终发展成为线上线下的娱乐内容发行平台。

公益探索与社会化创新

派森百 Case B 《派森百：“益利”模式》（已完成）

指导教师廖建文 和 案例研究员崔焕平

作为国内第一家NFC橙汁（纯天然）生产商，派森百是一家社会企业，其创立初衷是希望在企业盈利的同时，实现公益输出——解决库区产业空心化及移民安置难题。派森百深耕上游17年后，在盈利的同时实现了较好的社会效益：农民显著增收，果实收购价最高可达行业均价的3倍；改变了业内将废弃果皮渣直接填埋的做法，实现了果皮废弃物的循环利用。那么，派森百是如何平衡企业盈利与社会收益的？考虑到派森百的NFC橙汁产量远远大于市场需求，其将如何通过商业模式创新扩大市场需求，扩大盈利和公益输出？

“中国企业经营状况指数”报告

BCI月度调查与报告（进行中）

指导教师李伟 和 案例研究员谷重庆（报告及媒体文章）

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。