



第十七届“全国百篇优秀管理案例”评选案例采编指南

0 前言

随着中国经济的快速发展，企业管理实践日益丰富，企业管理案例层出不穷。“全国百篇优秀管理案例”评选活动选拔了反映企业管理实践的优秀案例，有力地推动了管理案例进课堂，提高了管理人才培养质量，为推进中国式现代化建设进程贡献了重要力量。为了进一步丰富案例主题，全面覆盖 MBA 核心课程知识点和新兴管理理论，中国管理案例共享中心发布《第十七届“全国百篇优秀管理案例”评选采编指南》（以下简称《指南》），就“创新管理”、“创业学”、“公司理财”（“财务管理”）、“会计学”（“财务会计”）、“管理会计”、“税收筹划”、“内部控制与风险管理”、“管理信息系统与数智化转型”、“公司治理”、“供应链管理”、“旅游管理”、“企业伦理”、“运营管理”、“人力资源管理”、“项目管理”、“组织行为学”、“战略管理”、“市场营销”，共 18 门课程提出具体的案例采编选题建议。

1 “创新管理”课程

1-1 AI 驱动的创新管理与价值实现。探讨人工智能技术如何系统性地重塑企业创新管理全流程，并驱动多维价值的实现。案例应深入剖析企业如何从 AI 深度嵌入从机会识别、创意生成、研发测试到产品化、商业化的各个环节，探索流程重构的新机制和新模式，揭示由此催生的新管理特征、新流程、数据与算法新要素、以及人机协同新模式。重点关注 AI 驱动下创新价值实现的具体路径，包括但不限于：通过技术突破实现产品性能质的飞跃；通过流程智能化实现显著的降本增效；通过数据洞察与个性化极大改善用户/客户体验；或通过商业模式重构开辟新价值空间等。案例应着重分析 AI 驱动的创新管理逻辑的变革、组织能力的重构以及价值衡量体系的演进。

1-2 AI 时代的 ESG 与包容性创新。AI 时代以人工智能技术的深度渗透和算法对创新要素的优化，深刻重塑了企业 ESG 实践的路径与包容性创新的边界。通过典型案例采编和讲授，让学生探索 AI 技术在“环境效益精准量化、社会价值普惠覆盖、治理过程透明可控”中的创新应用，以及政府、企业、NGO、弱势群体等多主体在 AI 赋能下的包容性创新的新范式，理解和掌握数字原生企业与传统转型企业如何通过技术适配平衡 ESG 目标与包



容性价值，形成“环境可持续、社会有温度、治理可信赖”的创新管理模式。

1-3 新型全球化视角下的创新生态。在逆全球化思潮涌动与地缘政治变化背景下，企业如何构建并驾驭创新生态以实现可持续发展。一是如何“向内”构建自主可控的产业创新生态，探讨链主企业如何围绕现代化产业体系建设，通过标准制定、平台赋能、孵化投资等方式，整合国内高校、科研机构及上下游企业，强链补链，提升产业链韧性与安全水平。二是如何“向外”构建全球化创新生态网络，分析出海企业如何通过海外研发中心布局、国际技术并购、战略性联盟、参与或主导国际标准组织等方式，在全球范围内配置创新资源，深度融入并力图引领全球创新网络，化解风险并捕捉新机遇。

1-4 AI 赋能的产业组织形式创新。AI 时代企业组织结构、产业链协作模式、价值创造与分配都将进行根本性重塑，组织和产业分工形式都将发生根本性重塑变革。通过相关案例采编和讲授，让学生了解由 AI 定义、赋能的产业链与生态协作模式创新、产业智能大脑（工业互联网和产业互联网）赋能的企业间协同（供应链实时感知、产能预测、协同设计、品质检测、金融风控等），无边界虚拟企业间合作，算法驱动的平台型组织、去中心化组织（由 AI 进行自动化治理和决策、由代码和算法协调的产业组织）等。

1-5 高质量发展背景下的原始创新。呼应“高水平科技自立自强”的国家战略需求，致力于挖掘与总结源自中国情境的原始创新管理实践。案例应聚焦于那些面向世界科技前沿、经济主战场或国家重大需求，实现从“0 到 1”重大突破的企业或项目。核心在于揭示高质量发展背景下原始创新的形成机理与促进机制：例如，如何通过前瞻性基础研究投入、顶尖科学家引育、包容失败的创新文化、长周期评价与激励等机制，培育原始创新的土壤；在 AI 时代，又如何利用大模型、科学智能（AI for Science）等新工具加速关键核心技术的研发进程，探索 AI 时代的原始性创新新范式。案例需具象化展现从科学原理突破到技术雏形诞生再到生态构建全过程的艰难决策与管理智慧。

1-6 AI 时代的创新伦理与治理。重点关注 AI 等颠覆性技术广泛渗透创新活动所带来的新型伦理挑战与治理需求。案例应紧密结合 AI 时代创新管理实践，探讨在追求效率与突破的同时，如何确保创新过程的负责任与可持续。核心议题包括：如何构建针对 AI 赋能创新的伦理评估框架与具体指标（如公平性、可解释性、隐私保护、社会影响等）；企业如何建立常态化的内部伦理审查机制、算法审计流程以及员工伦理培训体系；在开发诸如深度合成、自动驾驶、智能医疗等前沿产品时，如何通过治理机制设计（如透明化披露、用户控制权、风险应急预案）来预防与应对潜在的伦理与社会风险。案例应展现企业如何



平衡创新冲动与伦理约束，将负责任的理念转化为可操作的管理实践。

2 “创业学”课程

2-1 人机协同下的创业机会开发。创业机会是创业活动的关键核心要素。随着人工智能技术和辅助的决策支持系统的广泛应用，其高效的信息和数据分析处理能力逐渐与人类创造创新思维相结合，创业者通过大数据分析、模式识别等手段，从海量信息中快速捕捉市场动态和消费者需求，提取有价值的商业洞察。本选题希望通过对典型创业企业案例的采编和分享，呈现人机协同下创业机会开发的特征、过程，深刻理解和掌握数智技术对创业关键活动和要素的影响和重塑。

2-2 大数据下的创业资源重构。大数据下的创业资源重构是数字经济时代创业生态变革的核心命题，其重要性在于突破传统资源依赖（如资本、人脉）的线性约束，通过数据要素激活闲置资源、精准匹配供需，降低创业试错成本，重构了“资源-机会-能力”的创业逻辑，成为数字经济时代中小企业突围与产业升级的核心动能。通过典型案例采编与解析，让学生结合平台经济、共享经济案例，解析、学习和理解大数据时代下，数据作为关键创业要素跨领域、跨系统的资源链接能力，洞悉“数据-资源-价值”的创业逻辑，企业从“资源占有者”到“资源组织者”的能力跃迁和资源重构路径，强化学生数据思维训练与商业素养相结合的培育。

2-3 场景驱动的创业模式及管理。场景驱动的创业以用户真实需求场景为核心锚点，颠覆传统的创业逻辑，通过对细分场景的痛点挖掘、资源整合与价值重构，将创业模式升级为场景驱动的新型创业范式。通过典型案例采编和讲授，让学生解析不同核心场景的特征与需求痛点，探索场景资源整合、场景解决方案设计、场景生态构建等创业关键环节，以及场景迭代中的管理方法，理解和掌握初创企业如何以场景为核心设计创业模式，实现“需求精准匹配、价值持续创造”的创业目标。

2-4 AI 时代的创新驱动创业。AI 时代的创新驱动创业是技术革命与商业变革的交汇点，重要性在于 AI 作为通用目的技术（GPT）正在重构创业底层逻辑——从资源驱动转向数据/算法驱动，在降低创新门槛的同时加速技术商业化。例如，生成式 AI 使中小企业能以低成本开发智能工具，大模型赋能的垂直领域应用催生万亿级新市场，重塑产业竞争格局。通过典型案例采编与解析，让学生学习和理解：（1）AI 技术突破的创业模式，如何从基础研究到商业化落地；（2）场景创新的创业模式，如何实现 AI 驱动的场景涌现与迭



代创业；（3）生态演化的创业模式，企业如何通过全栈 AI 布局实现产业链和生态协同创业。通过案例与实践结合，培养学生“技术敏感度+商业洞察力”的系统思维能力，把握 AI 时代创新驱动的创业模式和过程。

2-5 新发展格局下的国际创业。“十五五”期间做强国内大循环，畅通国内国际双循环，将为国内外企业和创业者创造巨大机遇，但是因为地缘政治、文化差异等原因，国际创业过程的不确定性因素会更多、更复杂，水土不服是普遍现象。创业者如何识别创业机会、避免市场误判（市场选择和进入战略），如何获取和整合资源、设计组织结构，如何在跨文化情境下进行创业冲突管理、沟通管理和团队管理，创业者如何克服文化休克、管理创业失败等是未来的必选题。通过案例讲授、情境决策，让学生了解国际创业方面的知识、培养相关技能，提升创业的成功率。

3 “公司理财”、“财务管理”课程

3-1 公司融资决策。包括短期或长期创新性融资工具应用、资本结构动态调整、科创融资等。在金融科技快速发展和人工智能广泛应用的背景下，公司的融资方式不断创新，如对供应链金融、互联网商业票据、科创债券、知识产权融资等工具的使用。案例可以围绕不同情境下的公司融资决策展开，分析其在资本结构动态调整、资本成本优化以及融资风险管理中的实践，引导学生理解融资决策与公司价值创造的关系，掌握融资方案的制定与实施方法。

3-2 跨国公司财务。包括跨国投资与国际筹资、外汇风险管理、跨境资金管理、跨国公司治理等。在当前全球贸易格局变化和 international 新形势下，案例可以围绕跨国公司面临的财务挑战、跨国投资与资金管理实践，分析公司在海外投资中的外汇风险对冲策略、跨境资金调配、国际税务合规以及跨国财务规划等。通过案例分析，培养学生的国际化视野，引导其掌握跨国公司财务决策和风险管理的技能及智慧化策略，提升在全球复杂环境中的财务管理能力。

3-3 新时期资本运营方案及效果。包括经营活动控制、成本控制、并购及重组等。在经营环境日益复杂的背景下，公司需通过有效的财务决策来应对财务压力，优化资源配置，提升运营效率。案例可围绕经济波动下公司如何通过财务控制实现降本增效和提质增效；如何通过资产及债务重组化解财务风险，实现重生。通过案例分析，引导学生更好地掌握财务控制与重组的方法，学会在复杂经济环境中制定适宜的财务解决方案，提升公司的抗



风险能力。

3-4 司库管理。包括资金管理方法、范围、模式及其创新等。在全球化、数字化、网络化和智能化的背景下，司库管理是现代公司理财和治理机制中的重要工具。这一领域的案例可以帮助学生理解公司在资金配置、流动性管理以及资金风险管理中的决策过程，包括公司如何通过司库管理优化集团资金调配，提升资金管理效率与质量，防控资金风险，实现公司安全发展。通过案例分析，引导学生学会在复杂多变的市场环境中制定科学的资金管理策略。

3-5 公司投资管理。包括固定资产、长期投资、无形资产和其他长期资产管理等。这一领域的案例旨在帮助学生理解公司如何在不同情境下选择投资策略及方案，如何通过科学的项目评估（如 NPV、IRR 等方法）以及如何通过技术创新实现投资回报的提升。案例可以围绕公司在智慧化背景下的投资决策或者绿色投资、ESG 投资等展开，引导学生掌握如何进行项目可行性分析、财务效益和风险评估以及投资组合优化，从而为企业创造长期价值。

4 “会计学”、“财务会计”课程

4-1 绿色会计。绿色会计是传统财务会计向环境领域延伸的重要分支，旨在将环境因素系统纳入企业会计核算与管理体系。本主题聚焦于企业在生态文明建设和可持续发展战略背景下的会计创新实践，重点征集以下方向的案例：环境成本的精细化识别、归集与分摊机制，探索如何将传统隐性环境成本显性化；绿色投资项目的财务可行性评估与决策支持体系，包括环境效益的货币化计量方法；自然资源资产的价值确认、计量与报告模式创新；以及环境绩效指标与财务指标的融合评价体系构建。特别关注企业在“双碳”目标约束下，如何通过绿色会计工具实现环境责任与经济效益的协同优化，形成可推广的环境管理会计解决方案。

4-2 碳会计。碳会计是应对气候变化、实现碳达峰碳中和目标的关键会计支撑体系。本主题围绕企业碳排放全过程管理的会计实践，重点征集以下方向的案例：碳排放权交易市场的会计处理全流程，包括配额分配、持有、交易及履约的确认、计量与披露；碳资产的战略管理与价值实现路径，探索碳配额及国家核证自愿减排量（CCER）等资产的金融化运作；碳成本的精细化核算与控制机制，建立涵盖直接排放与间接排放的成本归集体系；以及碳信息披露的规范化实践，包括温室气体排放报告、碳足迹核算及 TCFD 框架应用。



特别关注企业如何将碳要素融入战略决策、预算管理与绩效评价，构建系统化的碳管理会计体系。

4-3 数据资产。数据资产会计是数字经济时代财务会计的前沿领域，致力于解决数据要素的确认、计量与报告问题。本主题聚焦企业数据资源资产化的会计创新实践，重点征集以下方向的案例：数据产品化与数据资本化的会计处理路径，探索数据资源入表的具体操作方案；数据资产的价值评估与后续计量模式，包括成本法、收益法及市场法的应用情境；数字货币、加密资产及数字金融工具的会计核算与风险管理；区块链技术在财务领域的应用场景，如智能合约、分布式账本及供应链金融的会计处理；以及数据资产与传统财务体系的融合机制，包括数据驱动的财务决策支持系统建设。特别关注企业如何应对数据确权、估值难点及监管要求，形成数据资产管理会计的中国实践方案。

4-4 数智化业财融合。数智化业财融合是管理会计数字化转型的核心方向，旨在通过新一代信息技术打破业务与财务的壁垒。本主题聚焦人工智能、大数据、RPA 等技术驱动的管理会计创新实践，重点征集以下方向的案例：基于大数据与机器学习的智能预算管理系统，实现资源配置的动态优化与滚动预测；融合多维度数据的实时绩效评价体系，支持业务单元的敏捷决策与价值创造；RPA 与 AI 技术在财务流程自动化中的应用，包括智能审核、自动对账及风险预警；跨部门数据协同平台的构建与运营，打通业务系统与财务系统的数据孤岛；以及基于数字孪生技术的经营模拟与决策支持场景。特别关注企业如何通过组织变革与流程重塑，实现从“财务业务化”到“业务财务化”的深度融合，构建价值创造型管理会计体系。

4-5 战略管理会计。全生命周期成本管理与全流程价值创造是管理会计中战略决策管理的核心内容，其强调从产品设计到退役处置的全过程的价值创造与成本优化。本主题聚焦特色行业的全价值链的价值创造与全寿命期的低成本管理实践，重点征集以下方向的案例：高端制造、现代服务、绿色基建等行业的全流程价值与成本分析与优化策略，识别各环节的降本增效空间；研发设计阶段的成本管控机制，运用目标成本法、价值工程等方法实现“一次做对”；全价值链协同的低成本管理模式，整合供应商、制造商、分销商及客户的成本信息；产品全生命周期的成本优化与价值创造路径，平衡初始投资与长期运营成本；以及循环经济模式下的成本再生机制，探索废弃物资源化、再制造业务的成本核算与收益分配。特别关注企业如何突破传统成本管理的时空边界，构建覆盖“设计-采购-生产-营销-服务-回收”的闭环低成本管控体系，通过质量、效率与成本的系统优化，实现企业可持



续的价值创造。

5 “管理会计”课程

5-1 会计数智化的管理方法。包括基本框架、实施方法和流程设计等，聚焦于智能会计平台、AI 辅助核算、大数据驱动的预算与成本管控控制等实践，探索企业如何通过数智化工具实现会计流程重构与决策效率提升。会计数智化是指将数字化技术和智能化工具应用于会计管理过程，以提高效率、准确性和决策支持能力。基本框架包括数据收集、处理、分析和应用的各个环节，通过数字化手段对财务数据进行实时、全面、精准的处理与分析。实施方法包括构建智能会计平台、应用人工智能和大数据分析技术来优化会计核算、预算管理、成本控制等工作流程等。案例可以探讨如何通过数智化工具（如，生成式 AI 等）改进管理会计工作，提升企业运营效率和决策质量，重构管理会计体系。既要关注其实施路径与方法论，即“通过何种技术工具如何实现（by）”，也要注重场景化落地，即“在特定行业、为关键流程与决策主体赋能（for）”，系统展现数智化如何驱动运营提效与决策跃升。

5-2 价值链成本管控方法。包括价值链的调整、重塑和降本增效等，关注在数字化与绿色化双转型背景下，企业如何通过价值链分析、流程再造与生态协同，实现全链路成本优化与提质增效。在“双碳”目标与数字化转型交织的新发展阶段，价值链成本管控已超越传统成本控制范畴，演进为企业实现绿色增长、生态协同与战略韧性的核心管理命题。面对全球化竞争与可持续发展的双重压力，企业必须依托数字技术与绿色理念，对价值链进行全面审视与动态优化。管理会计应深入价值链各环节，系统识别运营损耗与环境成本，推动业务流程再造与跨生态协同，实现全链路降本，协同提升质量、创新与客户满意度，支撑企业韧性成长。案例可通过分析企业在市场压力与内部挑战下的实践，探讨如何通过精细化、智能化的价值链成本管控，推动长期可持续发展。

5-3 碳资产交易管理。包括碳足迹追踪、碳核算和碳交易等相关问题，围绕碳足迹核算、碳成本管理、碳交易策略等主题，结合“双碳”目标，研讨管理会计在绿色转型与气候治理中的支撑作用。碳足迹追踪是对企业运营过程中的碳排放量进行监控和记录；碳核算则是通过科学的计算方法量化这些排放带来的成本；碳交易则涉及企业在碳市场上买卖碳配额，通过这种方式达到减排目标。管理会计在这一领域的作用，主要是帮助企业量化碳排放，计算碳成本，并在决策中考虑这些环境成本的影响。案例可以通过分析企业在碳



排放交易和碳减排措施方面的决策，引导学生探讨如何平衡经济效益与环保责任，推动企业绿色转型。

5-4 ESG 的披露问题。包括披露标准、范围、方法等。探索 ESG 信息披露标准与管理会计体系的衔接，以及如何将环境、社会与治理绩效纳入企业价值评估与激励体系。随着社会对企业社会责任的关注日益增强，ESG 信息披露已成为企业与投资者沟通的重要方式。披露标准、范围和方法是管理会计在这一领域的核心问题，企业需要根据不同的行业要求和法规标准，制定适当的披露框架。管理会计的角色是帮助企业理解这些标准并实施相应的披露流程，确保信息的透明性、准确性和可比性。案例可以通过具体企业的 ESG 披露实践，讨论企业如何在遵守法规的同时，提高企业的社会影响力和市场竞争力。

5-5 新商业生态模式下的企业绩效考核。包括创新绩效、生态绩效等考核方法创新，关注平台型组织、生态网络中创新绩效、合作绩效与生态贡献的衡量方法，推动绩效考核从财务管控导向向价值赋能导向演进。在传统考核模式中，企业往往侧重于财务状况与生产效率等量化指标，而面对数字化、平台化与可持续发展交织的新环境，创新能力和生态责任已成为衡量企业长期竞争力与韧性的关键标尺。创新绩效评估聚焦企业在技术研发、产品迭代、商业模式探索及市场拓展等方面的成果与过程效能；生态绩效评估则关注企业在绿色运营、产业链协同、社会责任履行及生态价值共享等方面的贡献，引导企业重构考核体系，构建融合财务与非财务、短期与长期、个体与生态的多维评价系统。案例可重点剖析企业如何将创新绩效与生态绩效指标融入战略规划、资源配置与运营决策中，实现绩效管理从管控工具转变为价值赋能的驱动机制。

5-6 支撑战略新兴产业攻坚的管理会计体系创新。聚焦在服务国家科技自立自强、锻造“大国重器”的战略背景下，管理会计需构建支撑产业攻坚的新型体系。聚焦三类案例：一是“卡脖子”技术攻关的全周期价值管理，如在重大装备、核心软件等领域，探讨如何构建覆盖原理验证、技术开发、工程转化、产业孵化的全周期的管理会计体系；二是产业链生态化成本管控，探讨链主企业如何实现全链路成本透明与协同，提升供应链韧性；三是新型战略组织的资源配置与激励设计。面向国家实验室、创新联合体、任务型攻关团队等新型战略组织形态，探讨如何设计服务于国家重大任务的专项资源保障机制、跨组织协同的效益核算与利益分享模式，激发创新活力。



6 “税务合规或税务合规与风险管理”课程

6-1 智能税务合规。智能税务合规是金税四期“以数治税”背景下企业税务管理的数字化转型方向，旨在通过技术手段实现税务风险的实时防控与自动合规。本主题聚焦智慧税务建设中的创新实践，重点征集以下方向的案例：RPA 与 AI 规则引擎在关联交易监控、发票管理、纳税申报等环节的自动化应用，实现税务处理的智能化与标准化；平台经济、灵活用工、跨境电商等新业态中的税务身份智能识别与纳税义务判定机制，解决传统征管模式下的适用难题；“业务-财务-税务”三流合一的数据中台建设，打通 ERP、财务系统与税务系统的数据壁垒；以及基于大数据分析的税务风险预警指标体系与闭环管理机制，构建从风险识别、评估到应对的全流程管理体系。特别关注企业如何适应税收征管数字化升级，将税务合规嵌入业务流程，实现从“被动应对”到“主动防控”的转变。

6-2 国际税务合规计划新范式。国际税务合规计划新范式是全球化布局企业在国际税收规则变革背景下的战略应对，涉及 BEPS 2.0、全球最低税等重大规则调整。本主题聚焦跨国企业国际税收管理的创新实践，重点征集以下方向的案例：跨国企业纳税主体架构的优化设计，包括控股架构、融资架构及知识产权布局的税务合规性评估与调整；转移定价策略的动态优化，应对可比性分析、功能风险定位及文档准备的新要求；全球纳税合规计划的统筹管理机制，整合各辖区合规要求与申报义务；“一带一路”项目中的税收协定优惠利用，包括常设机构风险防控、抵免机制设计及争端解决程序应用；以及本地化运营中的成本分摊协议与利润归属安排。特别关注企业如何在全球税收透明化趋势下，平衡税务效率与合规风险，构建适应国际税收新秩序的全球税务治理体系。

6-3 新兴交易涉税治理。新兴交易涉税治理是数字经济与绿色转型背景下税收征管的难点领域，涉及新型经济活动的纳税规则适用与合规安排。本主题聚焦新业态中的税务合规实践，重点征集以下方向的案例：直播电商、社群团购等社交电商模式中的纳税主体认定、收入性质判定及代扣代缴义务履行，解决平台、主播、供应商等多方主体的涉税责任划分；数据资产交易中的增值税、所得税处理及印花税适用，探索数据确权、估值与纳税义务发生时间的确定规则；碳资产交易（包括碳配额、CCER 等）过程中的税务处理，涉及转让定价、税目适用及优惠政策适用等实务问题；以及新型商业模式下的税收政策适配与纳税筹划，包括预售、订阅、会员制等交易的会计与税务处理差异。特别关注企业如何在税收政策滞后于业务创新的情况下，建立税务合规的预判机制与动态调整能力，实现新兴业务的稳健发展。



7 “内部控制与风险管理”课程

7-1 内部控制与运营效率的平衡艺术。内部控制与运营效率的平衡是现代企业管理的核心命题，旨在通过流程优化实现风险防控与运营效能的协同提升。本主题聚焦企业在数字化转型背景下的流程再造实践，重点征集以下方向的案例：企业如何运用RPA、低代码平台及智能工作流引擎重构业务流程，在关键控制点嵌入自动化校验与实时监控机制；如何通过数据分析识别冗余控制环节，消除“过度控制”对运营效率的掣肘；以及如何在业务敏捷性与合规性之间寻求动态平衡，建立“嵌入式”而非“叠加式”的控制体系。特别关注制造业、金融业、平台经济等领域的企业实践，展示其如何通过数字化手段将控制活动转化为业务赋能工具，实现从“人防”到“技防”、从“事后检查”到“实时预警”的转变，最终达成降本增效与风险可控的双重目标，为管理会计与内部控制的融合创新提供可复制的经验。

7-2 “软控制”的硬实力——组织文化与内部控制有效性。“软控制”是内部控制体系中最深层却最易被忽视的要素，涵盖控制环境、信息与沟通等基础性维度，直接决定内部控制体系的运行质量与可持续性。本主题聚焦组织文化对内部控制有效性的深层影响机制，重点征集以下方向的案例：企业如何通过价值观塑造、领导力示范及诚信氛围营造，构建“自上而下”的合规文化，使内部控制从制度约束内化为员工自觉行为；如何建立跨层级、跨部门的信息沟通渠道与举报机制，打破“信息孤岛”与“报喜不报忧”的组织惯性；以及如何处理亚文化、地域文化差异对统一控制标准的挑战，在并购整合、国际化扩张中实现文化融合与控制协同。特别关注国有企业、家族企业、互联网企业的文化特质及其与内部控制的互动关系，揭示“软控制”在防范舞弊、提升组织韧性方面的“硬实力”，为构建以人为本的内部控制体系提供理论支撑与实践参照。

7-3 价值链各环节业务活动的内部控制与风险管理问题。价值链内部控制是企业风险管理体系的基石，覆盖从采购、生产、物流到销售、服务的全链条业务活动。本主题聚焦价值链各环节的精细化风险管理实践，重点征集以下方向的案例：采购环节中的供应商准入、招投标管理及付款审批控制，防范商业贿赂与采购舞弊；生产环节中的质量控制、成本管理与安全生产风险防控，平衡产能利用与合规要求；物流环节中的存货管理、运输安全及第三方仓储风险控制；销售环节中的信用管理、合同审批及渠道管控，防范坏账与窜货风险；以及服务环节中的客户投诉处理、售后服务质量监控等。特别关注制造业、零售业、建筑业等行业的企业实践，展示其如何通过流程标准化、关键节点授权及信息系统集



成，构建覆盖价值链全周期的风险识别、评估与应对机制，实现业务流、控制流与信息流的有机统一，提升价值链整体运营质量与抗风险能力。

7-4 新兴风险与动态风险管理的实践。新兴风险与动态风险管理是企业在 VUCA 时代保持韧性的关键能力，要求企业建立前瞻性的风险识别与快速响应机制。本主题聚焦非传统风险的识别、评估与缓释策略，重点征集以下方向的案例：企业在应对地缘政治突变、贸易摩擦、重大疫情等“黑天鹅”事件时的应急响应与业务连续性管理；供应链中断风险的识别与多元化布局策略，包括关键原材料断供、物流受阻等情境的预案设计与快速切换机制；气候变化相关风险的财务影响评估与转型路径规划，涵盖物理风险与转型风险的双重考量；网络安全攻击、数据泄露等数字风险的实时监测与应急处置；以及关键人才流失、知识管理失效等人力资本风险的预警与保留机制。特别关注企业如何运用情景分析、压力测试及动态风险仪表盘等工具，将风险管理从“静态合规”转向“动态适应”，构建面向未来的韧性组织。

7-5 信息、数字、智能技术环境下的内部控制与网络安全。数字技术环境下的内部控制是企业数字化转型中的核心命题，涉及技术应用与风险防控的深度融合。本主题聚焦 IT 治理与网络安全领域的内部控制实践，重点征集以下方向的案例：企业数据泄露事件的全过程复盘分析，包括漏洞识别、攻击路径追溯及事后整改措施；勒索软件攻击的应急响应与恢复机制，展示业务中断最小化的关键决策与执行流程；云服务迁移过程中的控制设计与职责划分，解决数据主权、访问控制及服务商依赖等风险；对第三方 IT 供应商及外包服务商的风险管控，包括尽职调查、合同约束与持续监控机制；以及人工智能应用中的算法偏见、数据质量及伦理风险控制。特别关注金融、医疗、政务等数据敏感行业的企业实践，展示其如何通过零信任架构、DevSecOps 及持续监控技术，构建适应数字环境的“技术+管理”双轮驱动控制体系，确保数字化转型的安全可控。

7-6 销售与收款循环中的舞弊风险与防范。销售与收款循环是企业收入实现与现金流回笼的关键环节，也是财务舞弊的高发领域。本主题聚焦销售业务中的典型舞弊场景与防范机制，重点征集以下方向的案例：收入确认舞弊的识别与防范，包括提前确认收入、虚构交易、篡改合同条款等手法及其审计应对；渠道窜货行为的监测与治理，涉及经销商管理、物流追踪及价格体系维护；销售返点、折扣及信用政策的滥用风险，防范销售人员与客户的利益输送；应收账款管理中的坏账风险与资金占用问题，包括账龄分析、催收机制及保理业务风险控制；以及电商、直播等新兴销售渠道中的刷单、虚假交易识别与防范。



特别关注消费品、医药、建材等渠道复杂行业的企业实践，展示其如何通过职责分离、系统硬控制、数据分析监测及举报机制，构建覆盖销售政策制定、合同审批、发货确认、收入核对及回款监控的全流程舞弊防控体系，保障收入质量与资产安全。

7-7 新兴业态、行业或者商业模式下的内部控制问题。新兴业态的内部控制是传统监管框架与商业模式创新碰撞的前沿领域，要求控制体系具备足够的适应性与包容性。本主题聚焦平台经济、共享经济、订阅经济等新模式下的控制挑战，重点征集以下方向的案例：平台企业的商户准入、交易监控及资金结算控制，防范虚假交易、洗钱及消费者权益侵害风险；共享经济中的资产安全、用户身份验证及保险机制设计；SaaS、PaaS等订阅模式下的收入确认、客户留存及数据资产控制；生物医药、新能源等高科技行业的研发支出资本化、知识产权管理及合规风险控制；以及ESG投资、绿色金融等可持续商业模式中的非财务信息披露与验证机制。特别关注企业在业务快速迭代、监管政策尚不完善的情境下，如何建立“敏捷型”内部控制体系，既避免控制滞后于业务发展，又防止创新突破风险底线，实现创新与合规的动态平衡，为新兴行业的规范化发展提供内部控制解决方案。

7-8 研发项目与创新业务中的风险管理。研发与创新风险管理是高科技企业保持竞争优势的核心命题，需要在鼓励创造力与控制风险之间寻求精妙平衡。本主题聚焦研发全周期的风险识别与控制机制，重点征集以下方向的案例：研发项目立项阶段的技术可行性评估、市场需求验证及资源配置决策机制；研发过程中的里程碑管理、预算控制与进度监控，防范“烂尾”与“超支”风险；知识产权的全生命周期管理，包括专利布局、技术秘密保护及侵权风险防控；产学研合作、开放式创新中的技术泄密与权益分配风险控制；以及创新业务孵化中的“容错机制”设计，区分“有价值的失败”与“可避免的错误”。特别关注生物医药、集成电路、人工智能等长周期、高投入行业的企业实践，展示其如何通过阶段门评审、组合管理、期权思维等工具，在保护创新活力与确保投资回报之间建立动态平衡，构建既严谨又灵活的研发风险管理体系，为企业的可持续创新提供制度保障。

7-9 企业风险管理与战略制定的融合。风险管理与战略融合是企业价值创造的高级形态，要求将风险思维嵌入战略决策的全过程。本主题聚焦风险视角下的战略管理实践，重点征集以下方向的案例：企业如何将风险偏好声明转化为战略选择的边界条件，在市场进入、业务退出、并购投资等重大决策中量化评估风险调整后的收益；并购交易中的尽职调查、估值调整与整合风险管理，防范商誉减值与文化冲突；新产品发布、新市场拓展中的不确定性管理与情景规划，建立“测试-学习-迭代”的敏捷战略机制；多元化与专业化战略



选择中的风险集中度与协同效应权衡；以及 ESG 风险对长期战略价值的影响评估与应对。特别关注能源、金融、科技等受监管或高波动行业的企业实践，展示其如何通过战略风险管理委员会、风险调整绩效考核及战略风险仪表盘等治理机制，使风险管理从“守门人”角色升级为“价值共创者”，帮助企业在不确定性中识别机会、规避风险，实现战略韧性与增长动能的统一。

8 “管理信息系统与数智化转型”课程

8-1 数智化转型战略与组织变革。在人工智能、区块链、云计算等新一代数字技术的渗透下，传统组织形态与制度安排正演进为扁平化、网络化的智能型组织。企业通过构建数据中台、智能决策系统和敏捷响应机制，将组织结构从垂直管控转向平台赋能，业务流程从线性串联改造为生态并联，组织文化从经验驱动转变为数据驱动。本选题关注数智技术如何重构传统管理模式、战略决策逻辑与组织运行范式，以期为企业在数智化浪潮中顺利实现战略升级与组织进化提供可借鉴路径。

8-2 人工智能应用与商业模式创新。人工智能（AI）、具身智能体（Embodied Agent）、生成式人工智能（AIGC）、数字孪生以及虚拟现实（VR/AR）与元宇宙等技术的不断发展，正推动企业系统性地重构商业模式体系，并形成数据、服务相互嵌套的新型商业结构。在运营层面，AIGC 可显著提升内容生产、广告素材生成、商品详情与客服等环节的效率；在管理层面，人工智能使企业能够在动态定价、需求预测、资源调度与风险预警等方面实现更高频、更精细的决策与执行闭环。本选题建议重点关注 AI 对传统商业模式的解构与重组，以及其在大数据选品与精准营销、线上线下融合、数字孪生支撑的柔性生产、沉浸式体验触点（如虚拟试穿、AR 导览、虚拟展陈等）与平台生态深化等场景中的落地机制与管理挑战。

8-3 大数据驱动的管理决策。随着数据资源持续沉淀与智能模型能力提升，企业决策正在从“静态模型驱动”加速转向“数据—算法协同驱动”，并在研发、制造、营销与服务等环节呈现出更强的智能化特征。不同于以往基于小样本与静态假设的分析模型，大数据驱动的决策更强调跨域数据关联与持续迭代。本选题聚焦大数据在管理决策体系中的应用及其对管理决策范式的重构；围绕企业如何打通数据链路、形成统一指标口径；推动跨部门协同，转向以数据洞察、模型建议的多维决策机制。例如，华为构建的全球供应链智能决策平台，实现了跨区域库存动态调拨，降本增效；字节跳动通过内容生态相关平台能



力，实现内容分发与运营策略的智能优化。与此同时，还应关注数据驱动带来的挑战，如数据孤岛、算法偏见、模型透明度等问题，探讨企业如何建设可信、负责任的人机协同决策框架。

8-4 数字平台经济与产业融合创新。数字平台经济以前所未有的速度打破了行业边界，融合社交、消费、供应链与内容生态，推动产业结构与消费模式的深层变革。本选题关注数字平台如何借助技术、内容与场景改变产业结构，融合创新。如社交媒体与消费融合——抖音以短视频与直播为触点，构建内容转化闭环；小红书依托社区与口碑机制驱动转化，强化私域运营与精准推荐；平台延展与场景渗透——美团从外卖拓展到酒店、出行、本地零售，实现城市生活场景的全面整合；B站与京东联动内容与商品，探索二次元消费市场；跨境电商与供应链数字化——SHEIN、Temu等中国平台型企业依托国内强供应链、数据驱动选品与社交媒介推广，在海外市场快速扩张，实现本土与跨境电商的适配。

8-5 数智治理的发展与挑战。在数智化浪潮持续推进的背景下，数字治理已经成为企业管理的核心组成部分。数字治理不仅涉及数据合规、安全保护和伦理责任，也需要兼顾社会影响。企业如何构建数智治理框架，合法、合理、负责任地进行数智治理，是当代企业管理面临的重要挑战。本选题聚焦数据治理机制演进、平台治理模式探索、伦理框架与组织设计；如社交平台如何根据监管要求强化青少年保护与内容审核能力，企业如何应对AI生成内容中的版权、真实性与责任归属问题；制造业或电商企业如何设置数据治理流程以实现“用数有度、存数有据”；跨国企业如何在数据监管的不同体制下进行合规设计。

9 “公司治理”课程

9-1 中国特色现代公司治理制度。本选题覆盖从国有企业到民营企业（特别是家族企业），再到金融机构和上市公司的面向现代企业制度的多元治理实践。案例可以深入挖掘国有企业公司治理改革的进程、成效及面临的挑战。同时考察民营企业治理、家族企业治理与家族传承、职业经理人制度等模式中实现高效运营的实践，以及在全球化背景下如何调整治理策略以适应国际竞争。此外，还可关注公司治理的法律环境与文化环境及其对公司治理模式的形成与演变具有深远影响。

9-2 董事会专业委员会建设。本选题可揭示董事会专业委员会在公司治理中的核心机制作用；董事会专业委员会设立的基础逻辑与单一职能部门治理及整体董事会决策的差异；董事会专业委员会的运作特征与职能划分；特定专业委员会（如审计委员会、薪酬委



员会和提名委员会等)的特殊性与价值提升的关键路径;董事会专业委员会治理的机制与成效评估;如何通过董事会专业委员会的精细化运作实现公司治理结构优化、决策效率提升及企业战略目标的达成。

9-3 金融机构治理。本选题可展示委托代理框架下金融机构具有的双重特征,一方面是公司治理的积极参与者,通过内部管理机制优化、风险控制策略制定等,积极推动公司治理水平的提升;另一方面,金融机构也是公司治理的重要应用对象,其治理结构和治理效能直接影响自身的稳健运营和风险控制能力。从金融机构作为公司治理应用对象的特征角度,可以深入剖析银行、保险、信托、证券等不同类型金融机构在治理上的特色内涵。

9-4 网络组织与平台治理。本选题可展示网络组织和公司治理的紧密关系,深入剖析网络治理的基础特征,揭示其与层级组织治理的本质区别;还可以探讨网络治理的演化特征,理解其随技术进步和市场变化而不断优化的趋势;阐述平台治理的特殊性及其价值创造的基础机制,分析网络组织治理的机制与目标,并探讨如何通过网络治理手段,促进企业集团、跨国公司和平台企业实现更加科学、高效的决策目标,以适应快速变化的市场环境。

9-5 跨国治理。本选题可阐述跨国公司与全球治理体系的互动关系;跨国治理的基础特性与本土公司治理及国际规则的差异;跨国治理的动态适应性与全球化背景下的策略调整;跨国公司治理的特殊性及其在价值链整合中的核心作用;跨国治理的机制设计与目标实现路径;如何通过跨国治理策略促进跨国公司的资源整合、风险管理及全球战略协同,以实现科学决策与可持续发展目标。

9-6 绿色治理(ESG)。本选题可探讨绿色治理与企业可持续发展之间的关系;绿色治理的基本原则与传统环境治理及单纯经济效益追求的对比;绿色治理的创新特征及其在应对气候变化中的作用;绿色供应链管理的特殊性和促进生态价值创造的核心机制;绿色治理的实施策略与目标设定;如何通过绿色治理手段推动企业、行业乃至整个社会向低碳、环保、循环经济转型,以实现科学决策与绿色发展目标。

9-7 人工智能治理。本选题可阐述人工智能技术与现代治理体系的融合关系;人工智能治理的基础框架与传统规则治理及自动化决策的差异;人工智能治理的快速发展特征及其对社会结构的影响;智能系统治理的特殊性和促进创新价值创造的核心逻辑;人工智能治理的监管机制与目标导向;如何通过人工智能治理策略平衡技术进步、数据安全、伦理道德与社会福祉,以实现科学决策与可持续发展的人工智能应用目标。



10 “供应链管理”课程

10-1 全球供应链风险与韧性管理。本选题关注企业在全球化运营中面临的地缘政治、自然灾害、市场波动等各类不确定性的冲击，重点探究企业如何通过战略调整、流程优化与技术创新，构建识别、评估、应对和从中断中快速恢复的供应链韧性体系。案例应超越传统的风险列举，深入展现韧性建设的系统性思维与动态能力。案例需围绕一个具体的重大中断事件（如疫情、贸易摩擦、地区冲突、港口封闭等）或长期风险情境展开。详细描述企业所受的具体影响、其原有的风险管控机制的不足，以及其为提升韧性所采取的一系列结构性或策略性措施（如多元化布局、库存策略调整、供应链可视化、伙伴关系重塑等）。案例分析需重点评估其措施的有效性、成本效益及可推广性。

10-2 绿色低碳供应链及管理。本选题探讨在“双碳”目标与可持续发展共识下，企业如何将环境责任融入从原材料采购、生产制造、物流配送到回收处理的全链条管理中。核心在于平衡商业效益与生态效益，通过绿色设计、循环经济模式、碳足迹追踪等手段，实现供应链的绿色转型与低碳运营。案例应聚焦于企业在供应链绿色化、减碳化或循环化方面的具体实践项目或战略转型。需清晰说明其驱动因素（政策、客户、竞争等）、实施路径（如绿色供应商管理、低碳运输模式、包装减量化、产品生命周期评估等）、面临的技术与管理挑战，以及已衡量的环境效益与经济效益。案例需具备真实的减排数据或环境影响评估支撑。

10-3 服务供应链创新。本选题专注于服务主导逻辑下的供应链管理，研究如何将实体产品供应链的管理理念与工具，创新性地应用于金融、医疗、咨询、零售、旅游、公共服务等以无形服务交付为核心的领域。重点在于管理服务能力、信息流、服务资源与客户体验的集成与协同网络。案例应选取一个典型的服务行业或企业，清晰界定其“服务供应链”的构成（如能力提供者、资源、流程、客户接触点）。深入剖析其在服务流程标准化、服务资源动态调配、服务质量管控、供需匹配（如预约系统、人员排班）、或基于服务的商业模式重构等方面的创新实践。案例需突出服务无形性、易逝性、同时性等特性带来的特殊管理挑战与解决方案。

10-4 AI 赋能供应链创新。本选题关注人工智能（机器学习、深度学习、自然语言处理等）技术如何驱动供应链各环节的智能化升级与模式创新。核心是探索AI在需求预测、智能决策、自动化运营、客户交互等方面的应用，如何提升供应链的精准性、自动化水平



与价值创造能力。案例需具体描述 AI 技术在某企业供应链特定场景（如需求预测、库存优化、智能仓储、运输路线规划、欺诈检测、智能客服等）中的应用落地过程。内容应包括业务痛点、技术方案选型、数据基础准备、模型构建与训练、人机协同机制、实施效果量化分析（如准确率提升、成本下降、效率提高等）以及过程中遇到的挑战与经验教训。避免对 AI 技术的泛泛而谈，强调解决实际业务问题的深度。

10-5 产业集群下的供应链管理。本选题关注在特定地理区域内，同一产业或相关产业的企业集聚所形成的供应链网络生态。重点分析集群内企业如何通过专业化分工、紧密协作、知识外溢与资源共享，形成独特的供应链协同优势、创新能力与集体效率，以及龙头企业在集群供应链治理中的作用。案例应选定一个具体的产业集群，从供应链网络视角切入。分析该集群内供应链的结构特征、企业间的协作模式（如分包、协同研发、联合采购、共享物流等）、集群对个体企业供应链效率与竞争力的影响机制，以及集群在应对外部变化或产业升级时的集体行动与供应链整体优化实践。案例需体现中观（集群）与微观（企业）层面的结合分析。

11 “旅游管理”课程

11-1 旅游目的地营销与管理。大数据、人工智能和交通等相关技术的发展、市场需求的升级换代、旅游目的地“内卷”以及目的地经济、社会和文化协调发展的复杂性给旅游目的地营销和管理带来了新的问题和挑战。案例编写需从工商管理的视角选择合适的案例主体，结合以管理学为主的相关理论探讨在新背景下旅游目的地形象塑造、品牌打造、产品差异化及营销渠道和方式的整合，探讨 DMO 等目的地营销组织的构建和运作机制，发掘在目的地旅游产业发展的协同治理机制、治理结构和治理手段以及基于农文旅工等多产业融合的旅游目的地全域整合等方面的新实践。

11-2 旅游企业转型升级。面对旅游者多样化、品质化的消费需求变化，以人工智能为代表的数智化浪潮冲击、产业竞争格局变化加剧等新问题新挑战，旅游企业亟待通过转型升级来有效应对。可以关注如下方面：一是战略层面，如跨界融合与平台生态战略、文旅融合与文化赋能战略、科技赋能与数智化转型战略等，二是服务与产品层面，如品质提升与服务创新，“科技+文化”赋能的沉浸式场景创新，定制化创意产品创新等；三是组织与管理层面，如人工智能影响下的组织变革、人机协同、工作重塑与情绪劳动管理，旅游企业出海与国际化进程中的跨文化管理。



11-3 旅游商业模式与业态创新。在文旅融合与数字经济深度发展的背景下，旅游商业模式与业态创新正成为行业突破发展瓶颈、提升核心竞争力的关键路径。建议关注旅游商业模式创新的内容、机制与实现路径。具体包括“旅游+”和“+旅游”的跨界融合、数智技术在旅游业态创新和文旅场景的融合应用、文旅 IP 赋能的业态升级模式；传统旅游企业如 OTA 在新的技术和市场环境中的商业模式演进和盈利模式更新、以及特定旅游领域的商业模式与业态创新，如乡村文旅、城市微度假、跨境旅游等领域在业态融合、场景创新、体验升级、价值重构等方面的创新实践。

11-4 旅游企业社会责任与社区治理。面对旅游发展过程中可能出现的文化冲击与环境压力，实施 ESG 战略不仅是企业履行社会责任、规避治理风险的必要举措，更是实现长期可持续发展的关键，这也使旅游企业与社区的关系从单一的经济依附演变为共生共荣的命运共同体。案例编写可聚焦企业如何通过“企业+合作社+农户”等共建模式推动产业振兴与居民增收共富，以非遗活化、建筑修缮等文化赋能实践促进认同，落实低碳运营与生态修复以平衡开发与承载力，并建立相关各方的利益连接机制和社区议事、透明沟通等治理创新机制等方面展开，充分体现出企业责任、社区治理与旅游发展的一体化路径。

11-5 旅游消费行为与旅游市场营销。扩大内需、提振消费是我国当前经济发展的主调，旅游消费成为旅游经济发展的主要推力，对旅游者的消费行为的理解直接关系到旅游企业营销策略的成败。案例编写需以微观消费个体为核心：旅游企业针对不同年龄阶段、不同性别的消费群体，如何通过文化符号的具象化表达与场景化设计，透视不同消费者的出游动机、进而开展精准营销；旅游企业类型、营销内容、产品类型和营销内容对于旅游消费行为会产生何种影响，为什么积极(或消极)的营销内容既能激发积极的旅游消费行为，也会引起消极的消费行为；企业如何通过文化故事化叙事、定制化纪念品及仪式感服务，实现营销内容的差异化创新，传递文化精神内核，让游客在消费中完成文化身份建构等。

12 “企业伦理”课程

12-1 优秀传统文化与企业道德建设。中华优秀传统文化蕴含着丰富的管理智慧与伦理资源，为企业道德建设提供了深厚的文化根基与精神滋养。本主题聚焦企业将传统文化精髓融入现代治理的实践探索，重点征集以下方向的案例：企业如何将儒家“仁义礼智信”的核心价值观转化为商业伦理准则与员工行为规范，构建具有中国特色的企业道德体系；



如何运用道家“道法自然”思想指导可持续发展战略与绿色经营理念；如何借鉴法家制度精神完善内部控制与合规管理机制；以及如何通过家文化、工匠精神等传统元素的创造性转化，增强组织凝聚力与品牌文化认同。特别关注老字号企业、家族企业、民族品牌及跨国企业在文化融合中的创新实践，展示其如何在传承文化基因与适应现代商业文明之间寻求平衡，将文化软实力转化为市场竞争硬实力，为构建中国式企业伦理提供可借鉴的路径与经验。

12-2 人工智能与企业社会责任管理。人工智能技术的广泛应用正在重塑企业运营模式，同时也带来了算法歧视、隐私侵犯、就业替代等新型伦理挑战。本主题聚焦AI时代企业社会责任的边界拓展与实践创新，重点征集以下方向的案例：企业在人脸识别、智能招聘、信贷评估等场景中如何识别并防范算法偏见与歧视风险；如何建立数据治理框架，平衡商业利用与用户隐私保护，确保数据收集、处理与共享的透明性与合规性；如何应对自动化决策对就业结构的影响，履行对员工再培训与职业转型的责任；以及如何构建AI伦理审查机制，将伦理考量嵌入算法设计与产品开发的全流程。特别关注互联网平台、金融科技、智能制造等AI密集行业的企业实践，展示其如何通过伦理委员会、影响评估、开源治理等机制，在技术创新与伦理责任之间建立动态平衡，引领负责任的AI应用与治理。

12-3 企业管理决策的伦理分析。管理决策的伦理维度是企业可持续发展的内在要求，涉及多方利益相关者的权益平衡与价值选择。本主题聚焦企业关键管理决策中的伦理困境与责任管理，重点征集以下方向的案例：人力资源管理中的伦理议题，如裁员决策中的程序公正、多元化与包容性实践、职场性骚扰防治及员工隐私边界；市场营销中的伦理挑战，包括虚假广告、饥饿营销、大数据杀熟及针对脆弱群体的营销策略审视；公司治理中的利益冲突与代理问题，如高管薪酬合理性、股东权益保护及商业贿赂防控；以及供应链管理中供应商劳工标准、环境保护要求与成本压力的权衡。特别关注企业在面临伦理两难时的决策过程与价值排序，既包括成功平衡利益相关者诉求、化危为机的优秀实践，也包括决策失误后的危机应对与修复机制，为管理伦理教育提供真实的决策情境与反思素材。

12-4 企业在ESG方面的优秀实践。ESG（环境、社会、治理）已成为企业价值创造与长期竞争力的核心框架，但实践中仍面临标准不一、数据质量、漂绿风险等挑战。本主题聚焦企业在ESG某一具体议题上的深度实践与问题解决，重点征集以下方向的案例：环境维度中，企业如何应对碳排放核算难题、构建科学的减排路径，或处理循环经济模式下的



供应链协同挑战；社会维度中，企业如何建立有效的社区沟通机制、推进产品全生命周期的安全责任管理，或应对数字化转型中的员工技能重塑；治理维度中，企业如何优化董事会多元化与独立性、建立 ESG 风险融入战略决策的机制，或提升 ESG 信息披露的透明度与可信度。特别强调案例应聚焦于单一具体议题，深入剖析企业面临的真实困境、决策考量、实施过程与成效反思，避免泛泛而谈的 ESG 工作总结，为 ESG 从理念倡导走向落地实施提供具有操作性的实践参照。

13 “运营管理”课程

13-1 数智时代的运营管理战略与创新。在数智时代，以人工智能、大数据、数字孪生为代表的技术深度融入产业全链条，运营管理的底层逻辑正从“效率优先”转向“数据驱动、生态协同、价值共创”，企业运营战略与模式迎来全方位重构。本选题建议关注数智化背景下的运营战略转型，涵盖传统运营战略向数据驱动型战略的迭代路径、组织架构适配数智转型的变革方向、跨产业生态协同的战略布局等方面；同时聚焦运营模式创新，包括平台化分布式运营、需求反向牵引的柔性运营、全域公私域联动的闭环运营等新模式的构建逻辑，深入剖析企业在战略转型与模式创新中的策略设计、执行难点与落地保障，既提炼可复用的成功框架，也总结转型失利的共性教训，为企业在数智浪潮中实现运营战略升级与长效发展提供参考。

13-2 数智运营。在数智技术全面渗透运营场景的阶段，新技术的规模化应用与新型风险的同步滋生，正推动企业运营管理进入“技术赋能+风险防控”的双轨发展阶段。本选题建议关注新技术新理念在运营管理中的应用，涵盖 AI 原生智能体、数字孪生全链路仿真、低代码运营自动化工具、全域协同运营理念等的落地路径，以及技术融合过程中如何破解系统兼容、人才适配、成本平衡等难题；同时聚焦数智运营风险管理，包括数据安全与隐私保护、算法偏见与伦理合规、工控系统与供应链数智安全、技术依赖型业务中断等风险的识别与应对，探索技术工具与管理机制结合的风险防控体系，助力企业提升数智运营的稳定性与可持续性。

13-3 AI 赋能的服务或平台运营。随着 AI 技术从零散工具应用迈向体系化智能协同，其对运营领域的赋能已从单一环节效率提升转向全场景价值重构，成为企业运营创新的核心驱动力。本选题建议：一方面关注 AI 赋能服务运营，涵盖 AI 驱动的全渠道智能服务体系搭建、个性化服务体验定制、服务需求预判与主动响应、服务流程自动化与人工协同机



制等方向；另一方面聚焦 AI 赋能的平台运营，包括 AI 优化的平台供需智能匹配、多维度智能风控体系、平台内容精准分发与生态平衡、跨境平台的本土化智能运营等主题，还可关注 AI 应用中的合规边界、伦理约束与价值转化问题，挖掘 AI 与运营深度融合的创新范式。

13-4 绿色可持续运营。在“双碳”目标与 ESG 理念深度落地的背景下，绿色可持续已从企业社会责任范畴跃升为运营管理的核心价值导向，不同行业的可持续运营实践呈现差异化与体系化特征。本选题建议关注 ESG 理念下的运营管理，涵盖 ESG 融入运营全流程的架构设计、环境维度的全链路碳减排与资源循环、社会维度的产业链责任共担与普惠服务、治理维度的 ESG 信息披露与绩效评估，以及本土化 ESG 标准的适配与落地；同时聚焦服务业可持续运营，包括资源循环型服务模式、轻量化低碳服务流程、绿色服务品牌打造、服务环节废弃物溯源管控等方向，探索商业价值与社会环境价值协同的可持续运营路径。

13-5 农业企业运营管理及创新。在现代农业向数字化、绿色化、品牌化转型的关键阶段，农业企业的运营管理正突破传统生产导向的局限，向全产业链协同与创新驱动的方向升级。本选题建议关注农业企业供应链管理，涵盖农产品产销一体化链路搭建、冷链物流数智化管控、供应链溯源体系构建等方向；关注农业企业技术创新与应用，包括智慧种植养殖技术、农产品加工智能化技术、农业物联网与大数据应用等的落地实践；关注农业企业运营管理中的创新实践，包括“农企+合作社+市场”的协同运营模式、农产品品牌化与高附加值运营、线上线下融合的农产品营销运营等；同时关注农业企业创新驱动发展的运营策略，探索数字化转型与绿色可持续发展结合的农业运营新范式，助力农业企业实现从传统生产主体到现代化运营主体的转型。

14 “人力资源管理”课程

14-1 人工智能情景下的人力资源管理。在当今数字化时代，人工智能和数字化技术正深刻地改变着人力资源管理的方方面面：一方面，在工作分析与设计、招聘、培训、生涯管理、绩效评估、薪酬管理等职能领域的实践不断涌现新的探索和应用；另一方面，数字员工相关的人力资源管理实践以及人力资源管理 with 算法的结合也越来越受到关注。这些实践和探索不仅展示了人工智能和数字化技术在人力资源管理中的巨大潜力，也为企业的数字化转型提供了宝贵的经验和参考。本选题建议关注在工作分析、工作再设计、招聘、培训、生涯管理、绩效评估、薪酬管理等职能领域的数字化实践，数字员工相关的人力资



源管理实践，人力资源管理与算法等。

14-2 经济转型期企业人力资源管理策略。在经济转型期，企业面临着诸多挑战与机遇，人力资源管理策略至关重要：需要建立健全的劳动关系管理体系，加强与员工的沟通与协商，及时解决劳动纠纷，保障劳动者的基本权益等。同时，企业还应关注多团队成员身份员工的管理，为其提供更多的培训和晋升机会，充分发挥其潜力和价值。这些实践和探索不仅有助于提高员工的满意度和忠诚度，还能为企业的可持续发展提供有力支持。本选题建议关注企业和谐劳动关系构建、劳动关系中的冲突与沟通、劳动者权益保障，国企末位管理与不胜任员工退出机制，以及“斜杠员工”等新型员工的管理、培养与使用等。

14-3 中国企业“走出去”背景下的人力资源管理。中国企业“走出去”已经从规模扩张迈向高质量发展。在此过程中，人力资源管理是决定跨国经营成败的核心要素。有效的跨国人力资源管理，不仅是文化融合与组织稳定的基石，更是构建全球竞争力、实现可持续海外发展的重要保障。中国企业跨国经营中所面临的人力资源管理挑战复杂且多元，风险与合规压力、全球战略人才短缺、跨文化管理困境、管理机制适配难题都要求“走出去”的企业构建弹性组织架构与文化共识机制，既要运用数字技术打破地理边界实现资源最优配置，更需通过价值观融合激发多元团队创造力，最终形成战略韧性、合规底线与人文关怀兼备的管理范式。本选题建议关注外派员工的管理与赋能：包括选拔、跨文化培训、激励、家属支持与归国安置等全周期管理；跨国并购后的人力资源整合：聚焦并购中文化冲突缓解、关键人才保留、组织架构与薪酬福利体系的有效整合策略等；本地员工的融入与激励：探讨如何建立包容文化、设计符合本土需求的激励体系，实现中外团队的协同共赢；全球化人力资源平台与制度建设：聚焦如何构建兼顾集团统一性与区域灵活性的合规人力资源管理体系。

14-4 根植于中国优秀传统文化的人力资源管理模式。根植于中国优秀传统文化的人力资源管理模式，不仅强调对传统文化的传承与创新，更加注重探索与现代企业管理相结合的新路径。这一模式不仅丰富了人力资源管理的文化内涵，更为企业的发展注入了新的活力与智慧。众多本土企业致力于开发适用于中国式管理现代化的人力资源管理模式，并已在此领域取得了显著成效。这些模式在实践中得到了广泛应用，并取得了良好效果，有助于企业更好地激发员工的潜能，促进组织的和谐与持续发展。本选题建议展示由本土企业开发的、已投入使用并具有良好的成效的人力资源管理模式，以及发扬中国传统文化、红色文化的人力资源管理实践。



15 “项目管理”课程

15-1 单一项目绩效域管理。全球激烈市场竞争下，企业单一项目的绩效域管理是项目成功的重要保障。案例需要聚焦产品、服务或成果的价值交付，围绕 PMBOK 第八版提出的 7 大项目管理绩效域（治理绩效域、范围绩效域、进度绩效域、财务绩效域、利益相关者绩效域、资源绩效域、风险绩效域），探讨典型项目中某个绩效域实现的管理挑战、关键决策与动态过程，呈现如何在项目生命周期中实现单一项目的管理绩效，服务于项目目标的成功实现。

15-2 组织级项目集和项目组合管理。当前，企业竞争日益体现为系统性管理能力的竞争。组织级项目管理是连接战略与执行的核心枢纽，关乎企业能否高效整合资源、平衡长期战略与短期目标、实现多个项目的价值最大化。案例需要聚焦组织级项目集管理与项目组合管理的实践，围绕多项目管理中的战略协同、项目管理办公室、治理与管控、组织能力建设等内容，探讨组织级项目管理的现实挑战、决策逻辑、管理要点，为企业的项目集和项目组合管理提供鲜活实践经验。

15-3 特色场景项目管理。在全球产业技术创新、数智化转型背景下，催生了大量新产品/新技术研发项目、数智化产品/服务交付项目、重大工程/大国重器项目、国际化项目等，亟需面向更宽广的特色场景，探讨特定类型项目的管理模式、管理重心、管理挑战和管理经验，呈现新兴场景、技术、工具、方法对项目管理所带来的挑战、机遇和变革。这些案例将拓展项目管理应用情景，提供宽广商业场景下如何推行项目管理活动的前沿见解。

15-4 项目经理角色、认知与能力转型。当前 AI 技术正在深刻重构产业逻辑、商业竞争和组织能力，项目经理角色正在经历从“任务执行者”到“价值整合者”的根本性转变。案例需要围绕“AI+项目管理”背景下项目经理角色转变、认知升级与能力重构的鲜活实践，探讨当前时代下项目经理角色、认知与能力转型的方向、挑战、过程和路径，为项目经理和项目驱动型企业提供实践前沿见解和理论指导。

16 “组织行为学”课程

16-1 数智化情境下个体行为基础的重塑与“超级员工”管理。个体的知觉与决策风格、人格特征、能力倾向、情绪调节功能、压力应对方式，以及态度和价值倾向等，构成



了个体行为的基础。AI 技术的普及应用重塑了个体行为基础，并催生出“超级员工”这一新型工作角色。案例需在重点关注：AI 对个体知觉、决策模式及能力发展的重塑过程，“超级员工”的形成机制、能力特征及其对团队绩效的影响，针对“超级员工”的激励机制、职业发展规划及团队融合管理策略等实践问题。

16-2 群体动力与新型人际交互团队。角色、地位、群体规模、群体规范、群体凝聚力会影响群体行为的协调与配合，这些群体属性的管理需要根据特定情境进行灵活调整，以获得最佳绩效结果。AI 技术的深度融合对群体结构和动力机制带来挑战。案例需重点探讨：AI 在团队沟通、任务分配、冲突调解中的应用及对群体绩效的影响，以及人机交互场景下团队信任、心理安全的构建与维护。

16-3 团队异质性如何影响团队决策和团队有效性。团队异质性是指团队成员在个体属性上的差异，这些个体属性既可以是显性的人口统计特征，也可以是隐性的心理特征。案例可以融合跨学科知识或基于传统理论的创新发展，刻画团队异质性影响团队决策和团队有效性的过程。

16-4 AI 背景下的组织结构重塑与组织发展技术应用。网络信息技术叠加 AI 技术的规模化应用，推动了新型组织结构的形成，对组织发展技术的适配性提出了全新要求。案例需关注：平台化、小微化、原子化等新型组织结构的构建过程、运行特征及适配场景；组织结构转型中的阻力化解、文化重塑及绩效提升路径；AI 赋能下组织发展技术的创新应用。

16-5 新型领导力与领导过程。领导力作为组织行为的重要议题，其内涵与实践模式在 AI 背景下发生显著变化。案例需重点探索适配中国企业情境的新型领导力范式，包括 AI 背景下的伦理/道德领导力、本土领导力、战略领导力、科创领导力、生态领导力等话题。具体而言，伦理/道德领导力需关注算法决策中的价值引领与责任归属；本土领导力应挖掘中国传统文化与现代管理融合的独特路径；战略领导力要探索不确定性环境下的愿景塑造与动态决策；科创领导力聚焦创新驱动型人才激发与组织赋能；生态领导力则强调跨界协同与可持续价值共创。案例应深入剖析领导者的认知升级、行为转变及组织影响机制，揭示新型领导力在数字化转型中的生成逻辑与实践效能。

17 “战略管理”课程

17-1 企业家精神与哲学思维。该选题对应愿景、使命与目标等探讨公司方向的知识



与内容，特别聚焦于当下热点——企业家精神与哲学思维。企业家精神体现为对机会的敏锐洞察与勇于承担风险的行动取向，是推动企业创新与成长的重要动力；哲学思维则为企业在高度不确定的环境中识别机遇、持续创新并强化核心竞争力提供了深层认知基础。相关案例可从宏观战略设计、中观制度安排与微观实践实施等不同层面，探讨管理哲学的落地机制及其演化路径；亦可立足中华优秀传统文化，从仁爱、教化、新民等核心构念中汲取管理智慧；或结合利益相关者理论等经典理论框架，分析企业竞争优势的形成逻辑。相关案例可重点呈现企业如何在实践中坚守核心价值观、激发企业家精神，并逐步形成具有自身特色的管理哲学，从而支撑企业的可持续发展。本年度，该选题特别欢迎反映中国企业家精神的案例投稿，但不限于此。

17-2 战略性新兴产业及未来产业的战略环境。该选题对应企业外部环境（特别是产业环境）分析的知识与内容，重点聚焦于战略性新兴产业和未来产业。随着新一轮科技革命和产业变革的加速演进，战略性新兴产业和未来产业已成为推动经济高质量发展的关键引擎。新质生产力作为科技创新和产业升级的核心驱动力，其内涵涵盖技术突破、生产要素创新配置以及产业深度转型升级，为战略性新兴产业和未来产业的发展提供了新的方向和路径。相关案例可以依据新质生产力内涵，运用科学方法分析企业外部环境，重点关注技术变革、市场需求及政策导向等因素对产业发展的影响；通过深入调研与资料收集，采编相关案例，探讨如何借助产业政策优化、科技成果转化强化以及产业链与供应链韧性提升，为战略性新兴产业和未来产业的战略布局提供理论支撑与实践指引。本年度，该选题特别欢迎围绕低空经济、银发经济及营商环境优化的案例投稿，但不限于此。

17-3 组织能力与领导者认知。该选题对应企业内部环境分析的知识与内容，重点聚焦于组织能力和领导者认知。在全球化博弈加剧、供应链重构加速与数字主权竞争升级的复杂环境下，企业需要向内审视，重视内部环境分析，而其中的关键，在于对组织能力的系统性构建与更新。组织能力的形成与演化，从根本上源于领导者的认知格局与战略领导方式。能力并非资源的简单集合，而是领导者基于其认知框架，对资源进行选择、整合与配置的结果。领导者的认知边界、注意力配置与解释模式，直接影响企业对关键能力的识别与培育。本选题以认知心理学、注意力基础观、组织能力理论与跨文化管理理论为分析基础，关注领导者认知如何通过组织能力影响战略决策与执行成效。相关案例可重点呈现领导者认知变化与组织能力演进之间的互动关系，以及其对企业战略转型与持续竞争优势形成的影响。本年度，该选题特别欢迎反映组织能力演进和领导者认知的案例投稿，



但不限于此。

17-4 不同类型的企业独特战略。该选题对应战略形成（包括业务层战略和公司层战略）的知识与内容。不同所有权企业（包括国有企业和民营企业）的战略管理各有特点：国有企业注重资源整合与政策导向，民营企业强调灵活应变与市场导向；追赶型企业与引领型企业的战略选择也存在差异：追赶型企业通常聚焦技术引进与成本控制，而引领型企业则更注重创新突破与市场引领；大型企业集团与专精特新企业的战略制定也各有侧重：大型企业集团通过多元化布局和资源整合提升竞争力，专精特新企业则聚焦细分领域，通过技术创新和专业化服务打造核心竞争力。此外，在乡村振兴与城乡融合的情境下，代表性企业的战略管理同样值得关注，这些企业通过产业融合、优化资源配置及与地方政府的协同合作，推动区域经济的协调发展。本年度，该选题特别欢迎国有企业、引领企业和AI企业的独特战略的案例投稿，但不限于此。

17-5 战略创业与创业传承。该选题对应战略型创业的知识与内容。在百年变局背景下，战略创业与创业传承构成企业实现持续发展的两项关键命题。战略创业强调在位大企业以类似创业企业的方式开展行动，其核心在于在稳固既有核心优势的同时，平衡存量与增量，通过系统性探索不断开拓新市场与新模式。创业传承则聚焦中国民营企业的代际交接问题，其内涵并不局限于财富移交，而是涵盖业务延续、身份转换与企业家精神传递等多个层面。这要求新一代管理者在承接既有基业的同时，引入新的思维方式，以回应时代环境变化，推动企业实现长期延续。相关案例可重点呈现企业如何在战略创业过程中实现持续突破，并在创业传承中完成代际衔接与精神延续，从而在变革与传承的双重挑战中保持长期发展能力。本年度，该选题特别欢迎围绕大企业战略创业、家族企业创业传承的案例投稿，但不限于此。

17-6 数智经济背景下新型组织模式。该选题聚焦于数智经济时代的战略管理问题，特别是新型组织模式。数智经济的快速发展催生了许多新型组织模式，如网络组织、虚拟企业、平台企业和商业生态系统等。这些新型组织模式在战略管理上展现出独特的需求和实践路径。例如，虚拟企业通过跨边界协作和数字技术实现高效运营，强调敏捷性和资源整合能力；平台企业则通过构建多边市场，实现价值创造和传递，其战略管理更注重生态系统的构建与维护。此外，数据驱动型组织的兴起也推动了企业战略管理的变革，要求企业具备快速响应市场变化的能力。相关案例可以重点关注：如何通过数智化转型提升组织的灵活性和敏捷性；平台企业如何通过战略管理实现生态系统的可持续发展；虚拟企业如



何利用数智技术优化资源配置和协作效率。本年度，该选题特别欢迎平台组织模式、生态组织模式和分布式组织模式的案例投稿，但不限于此。

17-7 特色化场景战略。场景战略通过与特定场景结合，为智能商业赋能，场景设计已成为企业核心竞争力的重要体现。其背后不仅是技术驱动的新经济范式，也是消费体验的全过程交付与空间技术的全面应用，体现了技术的商业化落地与产业升级的实践价值。相关案例可将战略聚焦于企业某一场景进行细化和拆解，或结合经典理论中的核心构成要素，如资源基础理论的稀缺性与不可模仿性，讨论企业如何在具体场景中构建竞争壁垒与差异化优势。本年度，该选题特别欢迎 AI 场景、出海场景的案例投稿，但不限于此。

18 “市场营销”课程

18-1 未来产业发展中的营销。未来产业是由原创新技术、交叉融合技术推动，创造新需求新场景，重大科技创新产业化后形成的前瞻性新兴产业，代表未来科技和产业发展的新方向，对经济社会变迁起到关键性、支撑性和引领性作用。党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》（以下简称《建议》）提出：“前瞻布局未来产业，探索多元技术路线、典型应用场景、可行商业模式、市场监管规则，推动量子科技、生物制造、氢能和核聚变能、脑机接口、具身智能、第六代移动通信等成为新的经济增长点。”这为未来产业发展指明了方向。同时也亟待收集上述细分产业领域中相关企业的市场营销探索案例。

18-2 基于场景消费的营销创新。基于场景消费的营销创新是指围绕用户不同生活、消费场景，通过技术赋能、氛围营造、跨界融合等方式激发并满足其需求的营销创新。广泛分布在零售、文旅、餐饮、交通等多个领域。例如，基于电梯、地铁等场景的互动式营销，基于新型商场、超市空间的体验营销，基于元宇宙、复古风等形式的沉浸式文旅营销，基于多元文化主题的餐饮消费，基于特殊场景的无人配送、服务等。

18-3 “AI+”营销模式创新。“AI+”营销是指在市场洞察、需求挖掘、产品研发、传播推广、渠道拓展、市场交易、客户服务等相关环节融入 AI 技术的营销。例如，基于大模型的电商智能客服、智能家居推广、剧情式互动、客户引流、转化、运维等案例。具体而言，AI 技术可实现消费者行为数据的实时分析与精准画像，驱动个性化内容生成与智能推荐；在传播环节，AIGC 技术赋能创意内容规模化生产与多模态交互体验设计；在渠道管理方面，智能算法优化全渠道资源配置与动态定价策略；客户服务领域，情感计算与



知识图谱技术提升服务温度与问题解决效率。案例应重点关注 AI 技术与营销场景的深度融合机制，评估智能化投入对营销 ROI、客户生命周期价值及品牌资产的影响，并审视数据隐私保护与算法伦理等新兴挑战。

18-4 乡村全面振兴与区域公用品牌建设。中共中央、国务院印发的《乡村全面振兴规划（2024-2027 年）》提出，分类有序推进乡村全面振兴，发展各具特色的县域经济。在乡村振兴实践中，不少地区通过打造区域公用品牌，结合线上线下融合、农文旅结合、跨区域联动等营销方式，让本地农特产品走出乡村。亟待收集整理与区域公用品牌定位、传播、销售、保护等相关的案例，以及通过营销创新促进乡村全面振兴的案例。

18-5 直播电商与短视频营销。直播电商是基于直播平台开展的电商交易模式，是“直播+电子商务”的融合业态，核心是通过实时互动的直播形式，向消费者展示、讲解、推荐商品，最终引导观众完成下单购买的全链路交易行为。它区别于传统图文电商的核心特征在于实时性、互动性和场景化。包括店铺直播、达人带货、产地直播等形式。涉及主播、平台、消费者、供应链/商家等主体。短视频营销是指以短视频为核心载体，依托抖音、快手、视频号、小红书等短视频平台，结合品牌目标与用户需求，通过创意内容策划、精准投放、互动运营等方式，实现品牌曝光、产品推广、用户转化及口碑沉淀的数字化营销模式。上述两类营销活动近年来迅速增加，亟待调研整理相关案例。

18-6 国企品牌培育与价值创造。国务院国资委 2025 年印发的《关于新时代中央企业高质量推进品牌建设的意见》指出，全面加强品牌战略管理，推进品牌深度融合企业发展；全面加强品牌目标管理，锻造品牌价值提升核心能力；全面加强品牌过程管理，强化品牌价值提升制度保障；全面加强品牌资产管理，系统提升整体品牌价值；全面提升品牌国际化水平，增强品牌全球影响力。为此，需要跟踪收集整理上述品牌培育与价值创造的相关案例。

中国管理案例共享中心

2026 年 3 月