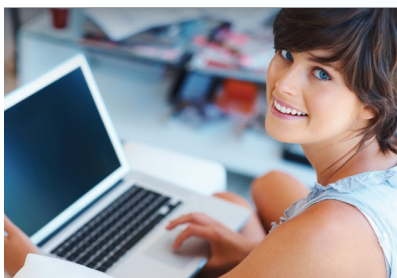


第三届“尖峰时刻”全球模拟大赛



PEAKTIME全球总决赛



全球25支队伍齐聚里加参加破冰活动



各国文化交流是赛事的一部分

PEAK TIME

www.peaktime.org

PEAKTIME是欧洲最大的国际商业模拟竞赛之一，每年都吸引了来自世界各国的优秀学生参加。

竞赛要求参赛者在虚拟模拟中运用自己所学的理论知识与分析能力完成和解决真实商业活动中的多种任务与问题。模拟竞赛的主要目的在于营造和发展

一个具有竞争性的创业者环境，期间邀请世界各国商业杰出人士演讲，分享他们的经验。竞赛国际组委会为了促进各国文化交流，通过商业模拟竞赛的形式，让各国参

与者有机会拓展他们交际网络，并与其它各地区的优秀选手互相交流和合作。

 **peaktime**
International Business Student Competition

PEAKTIME全球总决赛



决策模拟
是赛事的
重要环节

商业演示
与讲座让
全球决赛
更加精彩



尖峰时刻大赛介绍



尖峰时刻赛事介绍



商业模拟已经成为欧美商业与管理教育中一部分，在世界顶级商学院中，不仅是沃顿商学院，也成为以案例著称的哈佛商学院必备的教学模式之一。随着中国教育的发展，各大院校也注意到了其对培养未来商业人才的重要性以及不可替代的积极作用。

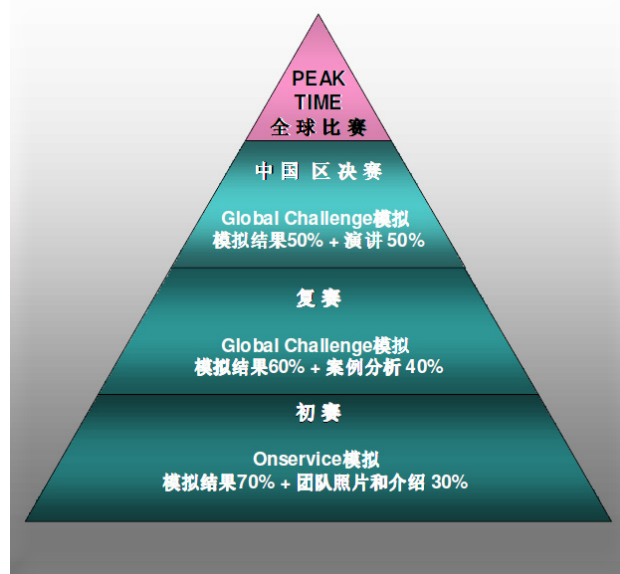
为了让更多的中国学生能够参与到商业模拟的世界中来，提高商业技能的综合运用能力与软技能，享受学习带来的快乐，在做中学，在教中学。第三届“尖峰时刻”模拟挑战赛由首都经济贸易大学经济学院承办并联合主办。今年该赛事得到了世界顶级商业模拟教育机构芬兰CESIM、国际赛事“PEAKTIME”和北京联通的赞助与支持。

继第一届赛事引入40所院校100支队伍参赛，第二届赛事吸引60所院校200支队伍后，第三届“尖峰时刻”赛事有来自全国近70所院校近300支队伍逾千名学生积极报名参与，其中汇集了清华大学、北京大学、中国人民大学、中国科学技术大学、南京大学、同济大学、中山大学、大连理工大学和北京航空航天大学等国内众多优秀高等院校。

本届赛事分本科生组和MBA组，经过服务行业模拟、团队介绍、国际化企业运营综合模拟和案例分析等初赛和复赛环节的层层激烈竞争，最终38支队伍脱颖而出，来到北京参加决赛的角逐。进入决赛的院校有中国人民大学、中国科学技术大学、对外经济贸易大学、中山大学、吉林大学、北京师范大学、中山大学岭南（大学）学院、东南大学、厦门大学、重庆大学、中国石油大学、深圳大学、大连理工大学、南京邮电大学、江苏大学、江南大学、华北电力大学、河北工业大学、广东外语外贸大学、西南民族大学、北京物资学院和首都经济贸易大学22所高校。

在模拟比赛环节中，各团队组成的模拟公司在市场中搏杀。整个比赛过程中队员们面临多重挑战，大到分析市场环境、竞争者状况、制定各自公司的战略、策略，小到确定每一个具体运营数据。各队尽展所长，不仅需要平时所学的商业理论知识与实际经验相结合，还时常互补各方面知识，解决比赛中随时出现的各种经营策略的各种问题。数轮竞争下来，队员们不仅提高了自身的实践能力、决策能力和领导能力；同时队员们通过小组内的分析讨论，在比赛平台交流区中的信息分享和问题讨论，增加了各队伍间的团队合作以及各校之间的交流和学习。

经过几轮赛事的竞争，最终获胜的本科队伍获得奖金资助，前往欧洲参加四月底的全球总决赛；获胜的MBA队伍将获得奖金资助，进行为期一周的北欧交流访学活动。同时，进入决赛的院校都将获得北欧交流访学的邀请。



- 突破** — 体验世界顶级商学院必备的教学模拟。
- 仿真** — 感受真实商战的激烈与残酷，学习像CEO一样思考与决策。
- 应用** — 锻造综合运用及转化知识的实践能力与软技能。
- 人脉** — 即时的网络及线下交流平台，拓展人脉资源。

赛事目的



首都经济贸易大学团队

模拟教学对学生能力的培养，如何将知识转化为应用能力，如何综合运用知识的能力都有很大且有效的帮助。学生在模拟过程中培养了团队合作的能力，从而让学生在学习观念和心理素质上达到一个新的飞跃。这是传统教学与第二课堂无法替代的。这种教学模式与国家提倡的培养复合型人才，创新国家的方针紧密相扣。

“尖峰时刻”赛事为国内院校搭建一个相互交流的平台。参加赛事的院校不仅可以与国内院校的学生结识、交流和博弈，同时有机会向企业展示自己的才华和能力。进入赛事决赛阶段的优秀院校更可以获得赴欧洲参加国际大赛或与北欧院校交流访问的机会。

比赛规则

初赛：模拟70%+团队介绍30%（网上进行）

初赛OnService服务行业模拟简介：该模拟旨在让学生在服务行业中做出管理决策，因服务行业模拟相对决策变量比较少，学生更容易进入角色。该模拟也是一个小型的战略模拟。每队学生代表一家公司，在规定的期限内完成决策。每家公司面临战略决策的挑战，如负责营销管理、人力资源管理、运营管理和财务管理、投资并开拓新市场等。模拟由若干个回合组成，学生根据每回合给定的不同市场前景等条件进行决策，然后得到该回合公司运营的结果。最后一个回合的结果就是整体运营的最终结果。决策的最终目的是股东价值最大化，以股东累计回报作为最后的评判标准。

初赛团队介绍：体现学生的创意性和合作精神，将占初赛总成绩的30%。



中国人民大学和北京大学联合组队

复赛：模拟60%+案例40%（网上进行）

GlobalChallenge®模拟部分简介：该模拟旨在让学生在生产制造行业中做出管理决策。学生将置身于一家全球移动电话制造公司的管理团队，与市场中的其他公司进行博弈，目的是为企业和股东创造出更多的价值。在模拟中，学生将通过运用有效的市场战略、适时的制定决策以及准确的决策实施而为企业获利。学生需要对需求、生产、营销、研发、物流和财务等方面进行决策。战略性的部署、细致的分析、持续的研发、产品适时的进入市场以及其准确的定位是获胜关键。

复赛案例部分：学生通过案例发现其中的问题，并提出解决方法。案例占整个复赛总成绩的40%。



中国区决赛：模拟50%+商业演示50% （首都经贸大学经济学院进行）

复赛获胜的38支队伍进入中国区决赛。中国区决赛由模拟和商业演示两部分组成。商业演示案例由中粮集团提供，北京联通公司评选出企业青睐奖队伍。

决赛中获胜者的本科队伍在四月底赴欧洲里加免费参加由Stockholm School of Economics举办的全球赛事PEAKTIME，MBA队伍获得资助进行了为期一周的北欧交流访学活动。同时进入决赛的院校都获得了北欧交流访学邀请，部分院校赴北欧参加访问活动。

初赛模拟OnService介绍

Cesim OnService 服务行业管理模拟

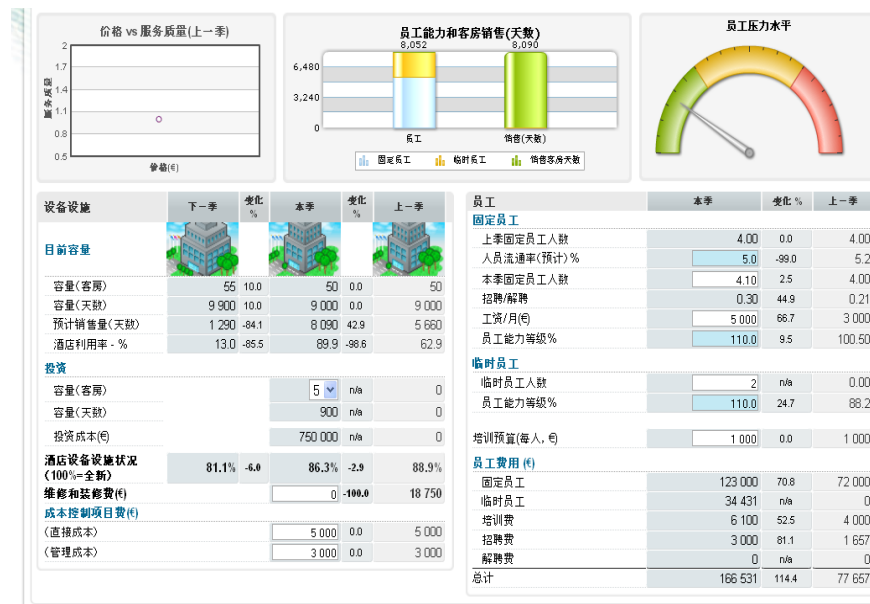
Cesim OnService 模拟课程是一款小型战略模拟，帮助学生理解并掌握服务行业环境中运营的成功因素。学生的目标是在激烈的市场环境变化下，针对不同季节的市场需求和经济状况，来制定经营方案，并负责管理整个酒店的运营、客房销售和财务表现。

本模拟中主要涉及的决策有：人力资源管理、客房容量管理、服务质量管理、定价以及市场营销等。同时学生也将面临战略决策的制定，如：投资海外市场计划。本模拟将让学生了解企业中各部门之间是如何相互作用和影响的，各部门决策如何支持整体战略，同时也让学生领悟到运营决策和营销决策如何影响整个公司的财务状况。通过对本模拟的演练，学生还可以从团队合作和如何解决问题等方面获得宝贵的实践经验。



OnService 模拟的案例背景是基于一所家庭式酒店。每个模拟市场可容纳3至12个小组，每个小组代表一家酒店，每个小组可以由2至5位小组成员组成。多个模拟市场可平行进行模拟，这样，不管参与人数多少，该模拟课程都能满足其需求。

酒店的运营和主要财务数据是衡量小组成功的标志，其中包括酒店客房使用率、平均客房价格、每间客房



CESIM®是CESIM OY的注册商标
版权所有© CESIM OY 2000-2011

cesim

收益、客户满意度、市场份额、员工满意指数、每位员工盈利、净利润、资本回报率和每股收益等。本模拟的最终获胜标准是累计股东回报，因为它把所有关键的成功要素放在一起作为各个小组间彼此评判经营管理的依据。

如其他CESIM模拟课程一样，OnService是一款基于网络的在线模拟课程，它无需下载、安装、或与其他应用程序兼容。本模拟的管理系统非常方便实用，指导教师只需点击几次就可以创建课程，而且可以通过网页对学生的模拟经营表现进行指导和监督。

复赛和决赛模拟Global Challenge介绍

国际化企业运营综合模拟课程



Cesim Global Challenge®

让参与者理解在全球环境的动态变化下，如何与对手竞争，如何运营国际化生产经营型企业。本模拟综合了一系列管理概念，其中包括经济、财务、生产、生产投资、物流、研发和营销等。参与者通过其对相关管理概念的分析理解，加之自身的经历知识，不仅可以融汇贯通所学，更能提高自身的决策能力和分析能力。同时通过模拟课程进行的方式，让参与者提高自身综合软技能并领悟其技巧。

参与者的任务是：在全球高技术革新的迅猛发展中，负责运营一家全球手机制造公司。在运营过程中需要为其模拟的企业在美国、亚洲和欧洲的运营制定相应的经营战略和策略。

在模拟中，企业的主要财务数据是衡量企业运营成功的标志，其中包括市场份额、净利润、资本回报率、股东回报率、每股收益、产能利用率和资产负债率等。本模拟的最终获胜标准是累计股东回报，它包含了所有关键的成功要素，并可作为各模拟企业间彼此评判经营管理的依据。

通过模拟课程的训练，参与者不仅对所学理论知识有一个很好的梳理和整合过程，同时对企业运营过程中的各部门运作有一个综合的了解，并且体会和理解各部门之间的相互关系和对公司整体运营的影响。参与者在整个模拟进行过程中体会团队合作的重要性并获得在实践中解决问题的宝贵经验。CESIM的每个模拟市场包括2至12个小组，每个小组代表一家模拟企业，每小组由1至5人组成。可以根据需要设置多个平行的模拟市场，真正满足大量参与者同时使用模拟课程的需求。

Cesim Global Challenge®模拟课程目前有12种语言版本，如英文、中文、法文、意大利文和西班牙文等。它是目前全球使用范围最广的模拟课程，由芬兰CESIM公司开发，是一款完全通过网络的在线模拟，无需软件下载或应用安装。CESIM模拟课程以其方便的教师平台，互动性强的学生平台和高质量的内容以及全球化的服务在全球享有盛誉。在中国，特设的CESIM助教服务和分析PPT更符合中国院校的需求，国际化的赛事和交流为中国院校搭建更多对外沟通的桥梁。

北欧交流访问之行

五月，应邀参加北欧交流访问活动的大连理工大学、上海理工大学和浙江工商大学师生一行来到北欧芬兰，进行为期一周的交流活动。各院校师生与芬兰各大院校的负责人和指导教师进行了学术上的讨论和交流。与此同时，北欧的风土人情也给大家留下了深刻的印象。



北欧交流访问之行





尖峰时刻中国区决赛



2011年3月10日至12日，由全国近70所高校，近300支队伍和逾千名学生参加的第三届“尖峰时刻”全国模拟挑战赛决赛在北京圆满结束。“尖峰时刻”赛事源于由斯德哥尔摩经济学院主办的国际知名赛事PeakTime，“尖峰时刻”国内赛事连续三届得到了国际赛事PeakTime赞助商世界知名模拟研发机构芬兰CESIM的赞助和支持，本届赛事同时也得到了中国联通的部分支持和赞助。第三届“尖峰时刻”赛事决赛由首都经济贸易大学经济学院承办。

首都经济贸易大学 党委副书记 杨军 为深圳大学“小鱼大梦”团队颁发本科组全国冠军

与国际赛事一样，“尖峰时刻”赛事旨在通过模拟的商业环境，使学生熟悉实际经营中遇到的各种问题，并帮助其提高决策能力。在高度仿真模拟的决策、竞争与学习中锻造学生综合运用并将相关知识转化为实践的能力。比赛还将有助于培养学生的创新意识和创业精神，增强团队协作与有效沟通的软技能。



首都经济贸易大学 经济学院院长 张连城 为中山大学岭南(大学)学院“Dream Builder”团队颁发MBA组全国冠军奖



尖峰时刻中国区决赛

首都经济贸易大学 经济学院副院长 郎丽华 为获奖队员颁奖



此次赛事决赛分为模拟和商业演示两部分。模拟主要通过操作由CESIM提供的平台来进行决策比拼，商业演示则是通过选手对给定案例的综合分析和对现场评委的应答反应来进行角逐。本科生组中来自对外经济贸易大学的“IVY”和“盘古”，深圳大学的“小鱼大梦”和中国科学技术大学的“挑战极限”与MBA组“DreamBuilder”，江南大学的“SonicYouth”，深圳大学的“ARES战神”和对外经济贸易大学的“Wonder”团队凭借其合理的整体规划，可行的投资回报以及专业的表现，在商业演示中赢得了众评委的一致好评。

芬兰CESIM公司 中国区总经理 吴雯 为获奖队员颁奖

3月12日晚，颁奖典礼隆重举行，首都经济贸易大学党委副书记杨军、经济学院院长张连城、经济学院党总支书记郎丽华、学生处处长金京虎、经济学院党总支副书记马力、校团委副书记张彤、CESIM中国区经理吴雯女士、中国联通北京三区分公司副局长刘学萍先生、复旦大学余光胜教授、上海大学MBA中心副主任孟添教授、鼎捷软件副总裁孙丽华女士和香港中文大学高山教授参加了颁奖典礼。

颁奖典礼现场气氛热烈，来自全国各高校的参赛团队齐聚一堂，一同分享参赛经验和人脉资源，共同期待奖项归属。上述提到的优秀商业演示队伍分获得了企业家青睐奖、最佳创意奖、最佳团队合作奖和最佳风采奖的单项奖。最终，来自深圳大学的“小鱼大梦”团队获得本科组全国冠军、来自中山大学岭南（大学）学院的“DreamBuilder”团队获得MBA



全国商业决策模拟挑战赛



企业评委代表 孙丽华女士和高山先生 为获奖队员颁奖

组全国冠军。“小鱼大梦”将代表中国参加四月底在欧洲举行的Peak-Time全球总决赛，与世界其他知名校园角逐，在这里我们也祝愿他们成功；“DreamBuilder”将参加为期一周的北欧交流访问活动。同时，这两支分别获得了一万五千元现金奖励。其余参赛队伍也分别获得了一等奖、二等奖、三等奖和鼓励奖等奖项和相应奖品。



决赛盛况



首都经济贸易大学经济学院 院长专访

1、张院长，好！非常感谢您能接受我们的专访，是什么让首都经济贸易大学经济学院来决定举办第三届“尖峰时刻”赛事的呢？

首都经济贸易大学经济学院具有较高的学科建设水平，富有远见的领导者，较高的国际化程度和宽广的国际化视野，以及具有举办赛事的热情和能力。

2、赛事进行非常顺利，您觉得主要成功因素是什么？

首都经济贸易大学经济学院对赛事的重视、周密的组织以及与合作单位的良好配合，教师和学生们的热情参与和对比赛的浓厚兴趣，以及必要的资金支持都是赛事成功不可缺少的因素。此外，多年来经济学院与芬兰CESIM公司所结成的战略合作伙伴关系和良好的合作基础也是成功的重要因素之一。

3、您觉得赛事在举办过程中，学院面临的
最大挑战是什么？

希望把赛事中的每件事情都做得更完美，是学院面临的
最大挑战。

4、您想对今后参加赛事的学生说什么？

重在参与。通过比赛，可以检验学生学以致用、理论联系实际的能力以及创新能力、分析问题和解决问题的能力，并通过比赛从各个方面提高自己，是参与比赛最重要的目的。

5、您希望赛事今后怎样发展？

在吸收更多高校参与的同时，进一步扩大企业的参与和合作，将赛事办成校企互动、产学研相结合的项目；同时，进一步提高赛事的国际化程度，将本赛事办成国际知名的品牌，应成为赛事发展的目标。



再次感谢张院长以及首都经济贸易大学的其他领导给予“尖峰时刻”赛事的大力支持！

赛事评委团介绍

余光胜，复旦大学管理学院产业经济学系副教授，中国工业经济学会理事。长期从事战略管理、企业理论、企业知识与认知等相关领域的教学和研究工作，主持研究国家自然科学基金项目多项，出版了《企业发展的知识分析》、《产业视角的企业战略》等著作。连续三届“尖峰时刻”赛事评委。

复旦大学
余光胜
副教授



于春玲，清华大学经济管理学院市场营销系副教授，中国市场营销学会会员，中国三星电子有限公司品牌管理委员会委员。在MBA、管理学硕士研究生及企业管理人员培训项目中讲授战略品牌管理、营销管理、营销实践案例分析、跨国企业经营决策模拟等课程。目前主要研究领域为品牌资产的创建、管理和价值评估。

清华大学
于春玲
副教授



孟添，上海大学MBA中心副主任，Global Finance MBA项目创办执行总监。中国管理现代化研究会决策模拟指导委员会委员兼华东区组长。具有多年丰富的MBA教育管理经验。曾先后参与多项全国著名大学案例编写与教学工作，在案例教学与商业模拟教学方面具有丰富的经验。国内第一届“尖峰时刻”赛事的创办和组织者之一，负责第一届和第二届“尖峰时刻”赛事承办方的工作。

上海大学
孟添
副主任



张大强，曾兼任《当代研究生》杂志主编、中国郑州商品交易所交易委员会主任。主编《中国复关与企业对策》、《当代求职实用技巧》等多部著作，在报刊杂志发表学术论文数十篇。现任中粮集团粮贸部副总经理，负责公司战略规划、运营管控、人力资源工作。第三届“尖峰时刻”决赛案例题策划人。

中粮集团
粮贸部
张大强
副总经理





鼎捷软件有限公司

孙丽华 副总裁



孙丽华，曾任神州数码管理系统公司副总裁，现任鼎捷软件有限公司副总裁。10余年企业信息化从业经验，从内部IT咨询服务部顾问做起，对研发、生产、分销、采购等业务环节及相应的管理软件有丰富的实施和项目管理经验。具有电子商务、PDM、HR、ERP等多产品经营管理经验，从产品运营到业务管理均有着较为丰富的积累。曾任第一届“尖峰时刻”赛事评委，并获得参赛院校老师的高度评价。

高山品牌咨询顾问有限公司

高山 总经理



高山，毕业于美国华盛顿大学。曾任上海东方广播电视台广告总公司总经理，在美国华盛顿HMA市场传播公司任市场总监和纽约LHNL广告公司市场客户总监，上海（澳大利亚）海索建筑设计顾问公司亚太区市场开发总监。现任OMG-ASIA媒体集团总经理、上海高山品牌咨询顾问有限公司总经理。同时，也担任中国市场总监认证中心咨询顾问和国内多家知名高校的MBA课程教授，香港中文大学MBA全职教授。具有中国和美国市场营销行业25年的实战型和实战派市场营销和人力管理资源专家。连续三届“尖峰时刻”赛事的评委。



澳大利亚会计师公会北京代表处

王瑾 首席代表



王瑾，现任CPA Australia 澳洲会计师公会北京代表处首席代表。澳洲会计师公会全球最大的专业会计团体之一。曾供职于清华大学经济管理学院，担任职业发展中心主任。之前曾在国内和国外服务于华睿投资集团、海尔集团，JS.B.V等公司，出任销售、培训和综合管理等职务。

CEO品牌管理有限公司首席架构师

杨曦沦 董事长



杨曦沦，CEO品牌管理有限公司董事长兼首席架构师，中国十大品牌咨询专家。擅长在商业模式创新的基础上进行品牌架构。曾为保险、地产、餐饮、食品、医疗、网络、俱乐部、汽车、开发区等多项投资逾亿元的项目提供品牌战略咨询和品牌管理解决方案设计。目前还兼任中国品牌研究中心品牌与创意产业研究室主任、对外经贸大学商学院客座教授。



Apple Inc.大中华区

销售规划和预测

叶迈 总监



叶迈，哈佛大学商学院工商管理硕士。曾任Apple Inc. 亚洲区教育及企业市场销售规划和运营高级经理，现任Apple Inc.大中华区销售规划和预测总监。

深圳大学赴欧洲参赛

PEAK TIME是欧洲最大的国际商业模拟竞赛之一，每年都吸引了来自世界各国的优秀学生参加。我们学校在经过全国初赛、复赛、决赛三关挑战，历时半年，获取国赛冠军后，最终获取赴欧洲参加全球总决赛的资格。

2011年4月底，我们带领深圳大学“Viva la dream”团队代表中国在斯德哥尔摩商学院里加分校参加了第十二届“Peaktime”尖峰时刻全球商业模拟挑战赛，最终获得亚洲赛区冠军、全球第五名的佳绩。

里加之旅，我们感触颇多。

本次全球赛分为商业模拟决策以及商业演讲两个环节。首先，商业模拟决策使用的是CESIM公司的GC4模拟决策软件，该软件最大的特点是在“参与中学习”，融角色扮演、案例分析和专家诊断于一体，让学生感受市场竞争的精彩与残酷，体验企业运营的“酸、甜、苦、辣”，使学生领悟企业高层管理者所应掌握的战略思维。由于赛前的充分训练和研究系统，我校获得了所在赛区的模拟实训第一名。

其次，对于商业演讲，挑战更加艰巨。参赛者需要在三个小时的时限内充分阅读理解长达近20页的英文案例，根据所提问题进行战略制定，并用英文展示案例。我们的体会是，作为商科学生，要适应全球化的竞争，除了注重培养外语交流能力，还必须要拥有克服困难的自信心和承受高压的心理素质，积极涉猎各行业的知识，锻炼自己的商业思维，并且注重培养自己的沟通能力。

此次里加之旅，虽已结束了，但它绝不是终点，它让我们经历了一次学术及文化交流的盛宴，让我们体会到了国际优秀商科学生的创新及独立，也让我们看到了不足。我们国内商学院的学生要想在全球的舞台上更加发光发亮，就必须时刻做好“国际化”的准备。

— 深圳大学崔世娟教授和黄凯珊指导教师



深圳大学VIVA LA DREAM赴欧洲参赛

4月28日至5月1日，尖峰时刻全国模拟挑战赛总冠军深圳大学Viva la dream小组参加了PEAKTIME拉脱维亚的全球比赛。在崔世娟和黄凯珊老师的指导和带领下获得了全球五强奖章，成为历届中国代表队在欧洲PEAKTIME比赛中获得的最佳成绩。

初到拉脱维亚，眼前的一切对于来自深圳大学的Viva la dream来说都是新的。在与来自各个国家地区的选手会面之后，我们享用了非常丰盛的午餐会，下午参加了主办方为选手们打造的破冰活动。



在28号晚上的文化展示晚会上，Viva la dream准备了中国传统食品八宝粥并用中国传统红灯笼对展示台进行了装饰，吸引了大量眼球。同时我们也见识了来自他国的不同文化，领略了其他选手的风采。

4月29号开始了紧张的比赛过程。首先是CESIM模拟比赛，模拟系统由芬兰CESIM公司提供。每个队四个人虚拟成立一家全球公司在全球手机市场上进行竞争。经过一天五个回合的紧张较量，中国队取得了小组第一的优异成绩。

4月30日，案例比赛。每个队根据抽签结果在不同时间接收了组办方发放的20页案例，经过四个小时紧张的准备，用英语对案例进行表述并提出案例中所述公司的战略选择方法及实施策略。

中国代表队在小组中以第一名的成绩出线获得了进军前五名的资格。并在peaktime 2011 evening party中宣布中国队进入五强，并发五强奖章。

5月1日，最后决赛开始。五个队按照抽签顺序在不同时间接到20页案例，对案例公司战略进行分析和决策。Viva la dream紧张准备案例进行案例演示学生们最后获得第五名的优异成绩。

比赛之外，我们也交到了当地的朋友，她们是来自斯德哥尔摩商学院的志愿者，本次比赛过程中给我们带来了很大的帮助和快乐。我们也见识了拉脱维亚本地的文化。能歌善舞的姑娘，美味的National food。

一路走来，VIVA LA DREAM很感谢主办方能提供这么一个学习和交流的平台，让我们从中得以享受快乐成长。并且，庆幸地代表中国参加国际交流赛，不仅让我们认识到了自己的优势与不足，而且让我们拥有了一份认识世界的宝贵经历，和一个更深入思考世界的机会。相信，这段记忆将会成为我们永远珍藏的美好记忆。

最后，VIVA LA DREAM祝比赛越办越好，愿所有参加比赛的赛友都能享受成长的快乐。

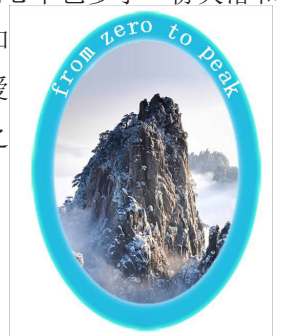
我们的故事



“尖峰时刻”——一个霸气的名字。我们Zero团队从零开始，在这样一个生动有趣的软件平台和商业演示中，一路走到决赛。

比赛中我们第一次感受到合作的巨大力量，感受到战略统领决策的重要性，感受到亲手创造一项成果的光荣和欢乐。仍然忘不了团队初建时的青涩与摩擦，忘不了商演前夜七小时的头脑风暴，忘不了台上队友相互照顾，为彼此节省时间的团结，忘不了晚宴上与偶像高山教授交流的喜悦，忘不了那崴脚的高跟鞋和帅气的西服。

这次赛事让人思考，让人协作，让人成熟，让人理论联系实际。离开了首经贸，我们心中也多了一份失落和忧愁——不想让攀登的脚步停下，舍不得比赛就这样结束。那是一种难忘，直到现在老师和队友我们“五姐妹”还经常聚在一起，吃饭、唱歌、踏青，经常要免不了提到吴雯老师可爱而亲切的笑容，念到其他学校队伍的成员和表现，想到这一次弥足珍贵，不愿离去的尖峰之旅。“zero管理团队，你值得拥有！”——“peaktime商业模拟大赛，你值得参与！”



江南大学MBA Sonic Youth

“诸强相遇、勇者胜，商海横流，方显精英本色。”

三月的北京，乍暖还寒，来自全国多所院校MBA以及本科学子们汇聚首都经贸大学，参加2011年“尖峰时刻”全国商业决策模拟大赛中国区总决赛。历时四个月的“尖峰时刻”商业模拟挑战赛，我们江南大学MBA Sonic Youth团队一路披荆斩棘，过关斩将，如愿闯进复赛，在经历了惊心动魄七个回合后的复赛后，我们最终以复赛小组第一的成绩顺利晋级北京的中国区总决赛。决赛现场，可谓强手如林，其中不乏来自中国人民大学、中山大学、对外经贸大学、吉林大学、中国科学技术大学等国内著名MBA高等院校。诸强相遇、勇者胜，商海横流，方显精英本色。

本届MBA组商业模拟挑战赛决赛总共分“商业演示”和“系统模拟”两个模块，历时两天，各占50%的总分。“商业演示”比赛出场顺序是采取抽签形式，我们抽到了三号签，将在第二天上午第三位出场，短短十几个小时的准备时间，极限的挑战意味着难得的机遇，也更激发了我们挑战和渴求胜利的欲望。本届商业模拟的案例是如何成功运作一个处于中小型的食用油制造企业，使其能够在5年内成长为行业内的领头羊。在对案例的



“演讲者和余下团队队员需要特别注意自己的仪表、姿态、举止、风度。特别是演讲者需要激情饱满、富有感染力。”

详细分析后，经过一番集体的讨论和研究后，我们认为赛事规则中短短15分钟的PPT演讲，很难就某个细节重点深入展开讨论。于是，我们将商业演示定位于规划方案的全面性和可操作性。我们依据食用油行业特点和企业的发展目标，确定了在以低成本运作模式，通过市场渗透、开拓和发展的混合市场战略来实现我们的五年市场销售占有率目标。从外部PEST环境，公司目前背景、战略目标、战略定位以及策略实施的几个大的方面来策划整个公司的战略运作，赛后证明我们的策略是清晰的、正确的。

上午九点首都经贸大学学术报告厅决赛现场，气氛庄严而热烈，队长林晓东在完成激情高昂的PPT演讲环节后，来自清华大学的一位评委给出了“这份报告逻辑严密，架构清晰，能在这么短的时间内拿出这样成熟的报告，江南大学的队员们确很出色。让我认识了江南大学！”的评价，在相比其它现场参赛对手的情况，我们总结了以下赢得该环节比赛心得：

紧扣案例核心，抓住重点

商业模拟案例中，必须要紧扣组委会案例核心内容，尽可能目标量化。本届商业模拟的案例是如何成功运作一个处于中小型的食用油制造企业能够在5年内成长为行业内的领头羊。比赛评委给我们的评价是“紧扣案例核心内容、结构清晰，重要是量化地给出了企业的未来五年市场销售占有率目标”。

Presentation 技巧

在制定好战略目标后，准备PPT制作环节中，重点需要注意结构清晰，每页PPT无需用大幅篇幅来重点赘述，重要内容演讲者可以在演讲展示环节中展开即可。如果可以的话也可以在团队介绍中等其他环节中插入Flash动画展示，自然可以锦上添花，这也是本届比赛中有几只参赛队伍的亮点之处。在PPT演示环节中，演讲者和余下团队队员需要特别注意自己的仪表、姿态、举止、风度。特别是演讲者需要激情饱满、富有感染力。在商业演示环节中，参赛队伍可以完全根据队伍自身特点，选择一人主讲，或者多人穿插演讲等等灵活形式。在该环节中，评委老师高度评价我队队长的Presentation技巧，也是在此环节我们的主要得分点；

团队配合，规划方案全面

在规划方案方面，我们充分结合自身队伍的知识和经验特点，形成整个公司运作组织框架，分工明确。从涉及市场融资、财务成本控制、风险控制的财务管理，市场渗透、开拓和发展的营销策略制定规划，人力资源、人力成本控制的HR管理到生产制造、质量安全管理、物流控制相关的运营管理。我们团队的指导老师和四位成员具备较丰富的实践经验。这些背景也为我们整个方案的全面以及可操作性奠定了坚实的基础。特别是在市场细分、产业链共赢、TQM管理、ERP导入、期货成本控制、Co-Marketing模式、物流外包上和我们的其他竞赛队伍相比均有亮点和更加全面性；这也是我们在“商业模拟”环节中赢得比赛的最关键环节；

第二天的“系统决策模拟”激烈比赛中，所有的MBA组被抽签分成两个小组在一个实验室比赛场地，开始了连续六个回合的快速系统决策模拟比赛，每个回合只有一个小时，现场比赛的气氛和快速决策都是复赛和初赛无法比拟的。经过一整天的艰苦比赛，我们最终小组排名不是很理想。在本环节中，我们总结失利的主要原因是受复赛经验影响在市场融资上发行股票时机把握失误，以及在产品定位上受到低价冲击最终没有形成绝对的市场占有率。

经历了连续两天的激烈的比赛，3月12号晚，首都经贸大学学术报告厅迎来了热烈隆重的颁奖典礼，我们团队荣获了一项“最佳创意团队”单项奖和“挑战赛决赛二等奖”奖项。此时此刻，结果或许已经不再重要，荣誉好比圆形的跑道，既是终点，又是起点。“求友、求知、求新、求精”才是我们参赛的主要目的。

回顾整个比赛过程，作为江南大学唯一一支闯入决赛的MBA团队，在整个参赛过程中，虽然历经艰辛，但我们始终秉承“笃学尚行，止于至善”的校训，而能取得如此优异的成绩，也与我校特色化、精品化的MBA培养模式密不可分，“商业模拟决策比赛”正是对我们MBA学子各种能力的锻炼与提升，我们所取得的成绩是学校MBA团队集体智慧的结晶，感谢我们的江南大学MBA，让我们智慧碰撞、商海驰骋！

从首次接触“尖峰时刻”的迷茫，到每年期盼“尖峰时刻”的对决，我们的师生越来越喜欢这一项赛事。它不仅是一场智慧的比拼，更为我们带来收获的欣喜：既活跃了教学形式、丰富了教学内容，又为学生们提供了一个团结合作、展示自我的平台，激发学生潜能的尽情发挥，“尖峰时刻”无疑已经成为我校MBA学生最感兴趣的活动之一。我们希望“尖峰时刻”越办越好！

上海理工大学 陈荔老师



带队指导参加“尖峰时刻”全国MBA商业决策模拟挑战赛中国区总决赛，深感不虚此行。MBA学子们拼搏的激情、主办方的精心组织让我深受感动。江南大学MBA连续三年参加此项赛事，从一开始的默默无闻到今年闯入决赛，我们依靠的是集体的智慧。我的体会在于：第一，团队成员的组合是成功的基础，模拟比赛考虑的是队员的角色配合，我校参加决赛的Sonic Youth四位队员来自不同行业，不同岗位，这有助于他们的学习和对决策模拟的把握；第二，前人失败经验是成功的第二基础。我们组队参赛前，专门组织前两届参赛同学做主题报告，总结参赛经验；第三，团队的凝聚力是成功的重要保障。我们参赛的队员都是在读攻读MBA，在精力有限的情况下，大家能齐心协力，充分利用一切可以利用的时间，通过各种方式相互讨论。

江南大学商学院 唐杰老师



参赛队伍风采



志存高远气冲霄汉，壮志凌云响彻九天

“凌云”！这是四个来自四个不同地域不同专业的年轻人，在这里，我们本来平行的生活轨道有了交叉。我们享受这个从陌生到熟悉的过程的，不同学院有着不同的理念，我们互相学习。

软件学院——追求卓越，渴求知识，效率为先，灵活变通。

管理学院——追求高尚，超越平庸；追求真理，直面现实；追求财富，取之有道。

工学院——行事严谨，要求精确，以工程的标准来要求自我，精益求精。

同时也承受着彼此的差异所带来的摩擦，交流中有时会陷入胶着，争论不休。但是，每一次的交流和讨论让我们更加了解彼此，每一次的争吵辩驳让我们的思路更加清晰。

各种不同的思维模式使我们更为全面地看待问题。

我们带着对自我提升的渴望聚到一起，我们怀着对胜利的信仰聚到了一起。在这个属于我们自己的时代，随处都是我们的舞台，在这个应该让我们发光发热的时代，我们自由地展现自己的风采。相信自己，壮志能凌云！

— 中山大学 凌云

平坦，抑或坎坷，都是我们憧憬的前行脚步；欢笑，抑或黯然，都是我们感悟的岁月笙歌；得到，抑或遗憾，都是我们收获的人生财富；成功，抑或挫折，都是我们寄寓的无尽思索。我们是个优秀的团队，我们是群自信的青年。

我们有计划：策划周详，准备充分；
我们有条理：轻重缓急，有条不紊；
我们有能力：思路清晰，执行到位；
我们敢担当：重视错误，勇于承担；
我们守信用：说到做到，信守承诺；
我们负责任：凡事自省，检讨改进。

我们共同擎起我们的桃李团队，我们共同扬北师大美名，我们共同荣北师大桃李。



— 北京师范大学 桃李团队

团队口号：跨惊涛，扬梦想之帆船；克险阻，展青春之风采。



夸克工作室——“夸克”，是组成物质的最小微粒，是不可分割的。以“夸克”为名，寓意着我们团队的团结一致精神。且“夸克”二字谐音“跨克”，有着跨越艰险，克服困难之意。体现我夸克工作室团队坚韧顽强，拼搏不息的奋斗精神。

Logo含义：取自“夸克”二字音标的首部“K”，看似仿佛是两个人形在跃动，一前一后，恰如其分的概述团队队名的思想——跨越艰险，克服困难。细看，图底的两横，像是一个台阶，加上“二K”蕴以跨一步，上一步的理念，突显团队蒸蒸日上，冉冉升起之意。

参赛目的：搏出一片精彩，创出一片蓝天。

— 福建农林大学 夸克工作室

我们是：G.O(Golden Orange)组合

“G.O”是“出发”的意思，如今站在起跑线上的我们，手牵手，迎着太阳，共同努力，共同拼搏，追求属于青春的光辉和荣耀。“G.O”又有“加油”的含意，在这追逐梦想的途中，我们将互相鼓励，互相扶持，用永不放弃的信念支撑我们战胜面前的任何困难。

“Golden Orange”，“金桔”是一种甜美的水果，在比赛合作的过程中，总会留下那么些美好的回忆；金黄色代表着收获与财富，寓意我们将通过这次比赛收获人生中一笔宝贵的财富。

— 江苏大学 G.O

团队口号：同舟共济，勇挑尖峰

我们的目标是：初赛、复赛、决赛、国际赛，峰有多高，我们就要冲多高；

同济、上海、北京、北欧，路有多远，我们就要走多远。

我们相识于2010年的金秋十月，为数不多的几次共同学习机会还未来得及让我们彼此熟悉，便于十一月因一个共同的目标而组队，并肩战斗。这个目标就是：“挑战尖峰”。

没有默契不足让我们畏惧，因为我们相信默契将在我们不断前进的步伐中孕育；完全迥异的工作背景不是障碍，反而是我们团队成员间最好的能力互补；没有合作的经历也不是难题，因为Team Work精神是我们这些未来的职业经理人所必备的基本素质；前面挑战太多更是难以阻挡我们前进的脚步，越大的挑战将越能激起我们的斗志，因为来这里，我们的目标就是一挑战尖峰、超越自我。



— 同济大学 G&H



接挑战，展现自我，创造未来，激情、斗志克服一切阻碍、书写年轻的篇章。

参赛目的：培养决策能力、体验团队合作、汲取先进思想、丰富人生经历、提高综合素质。

- 天津理工大学 MAX

团队口号：商业竞争，勇攀顶峰；齐心协力，创造奇迹！

团队Logo：幸运草一般只有三片小叶子，在十万株幸运草中人们可能只会发现一株是四片叶子，因此四叶草是国际公认的幸运象征。我们团队的四个队员就好比一株幸运草的四片叶子，有幸聚到一个团队里。希望幸运能够一直伴随着我们到达比赛的最高峰！

登峰造极的原意是攀登到山峰的顶点，常用来比喻学问、成就等达到了最高的境界。我们采用了它的比喻意，我们队名中的“峰”，主要是指此次“尖峰时刻”比赛。我们有信心、

有决心通过整个团队的不懈努力和拼搏，在本次比赛中发挥出最佳的水平，攀登到比赛的最高峰。

参赛目的：

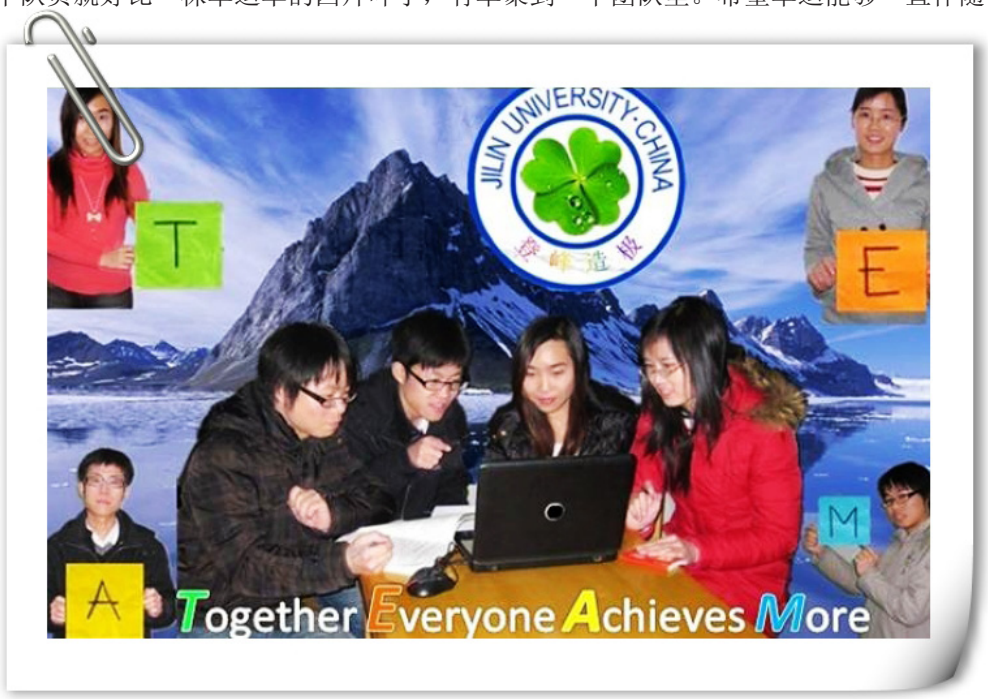
1、在高度仿真的商业模拟环境中决策、竞争与学习，可以锻造我们综合运用经济类知识并将相关知识转化为实践的应用能力。

2、借助与全国各高校同学互动交流的平台，我们可以拓展人脉资源，有助于商业模拟的文化与创新的教育模式广泛的传播。

3、通过模拟的商业环境，我们可以熟悉实际企业经营中可能遇到的各种问题，提高我们未来的决策能力。

4、通过比赛，可以提高我们的创新意识、创造能力和创业精神，加强领导、批判性思考、团队协作与有效沟通的软技能，同时，也可以培养我们高度的责任感。

- 吉林大学 登峰造极



我想,我们已经准备好了;我们在等待,在等待一个属于我们自己的天空。

有这样一支队伍,他们用青春诠释着激情,用智慧创造着奇迹,用实践验证着真理,用拼搏彰显着信念。他们就是“竞速时代”。

我们学习管理,学的是知识,而看重的更是实践与感悟。作为一门软技术,需要在磨练中积累经验,收获体会。而商业模拟决策大赛正给我们提供了这样一个机会,给了我们一个对经商深入了解的舞台。这是一个团结的队伍,我们喜欢合作,乐于分享,善于学习,共同进步。在这个竞争日益激烈的时代中,我们不会退缩,我们喜欢挑战,我们勇于攀登,我们是真正的勇士。既然我们已经选择这条路,无论前方是荒无人烟,还是荆棘密布,我们必定手牵手,书写属于我们自己的梦想……

“笃行厚学”是我们的院训,学生以学习为本;“知行合一”体现了学与用之间的深层关系。“青春似火,超越自我”则是我们四个人的心声,希望用自己的汗水浇灌心中的梦想之花,在青春时代绚烂绽放!

- 大连理工大学 竞速时代

团队口号:烈焰来袭 霸气无敌



烈焰,本是宇宙中一道炽热、激情的光与火;而当烈焰在尖峰时刻的舞台燃烧时,又将是睿智、从容、坚韧的化身。烈焰是我们的魂,是我们的精神,是我们永往直前的力量象征。

我们坚信,烈焰,将是尖峰时刻舞台上最耀眼的传奇!

我们的团队是一个年轻,阳光,充满朝气和激情的团队,我们将以饱满的热情投身到尖峰时刻的比赛中;同时,我们的团队更是智慧的结晶体,我们会睿智的从容应对比赛中出现的各种情况。

我们坚信,坚韧的我们必将在比赛中脱颖而出,流光溢彩。

参赛目的:提高商业技能的综合运用能力与软技能,享受学习带来的快乐,分享人脉资源。

- 上海理工大学 烈焰为袭FLAME RUSH

团队口号：追逐梦想 激情飞扬

美好的人生需要努力去创造，更需要去享受。

享受广阔无边的蓝天，在那里放飞梦想；

享受纯洁无暇的白雪，让生命宁静芬芳；

享受光芒万丈的阳光，使生活积极向上；

享受神奇浩渺的星空，去回忆似水时光。

我们有天空的博大，白雪的稳重，红日的张扬，星空的深邃。我们为同一个目标走到一起，把每个人独特的个性融合成一个团队的力量。我们怀揣梦想而来，在这里释放激情。我们在为成功而奋斗的日子里，享受拼搏的过程；在期盼收获的季节里，享受着耕耘的快乐。

我们不去想是否一定能够成功，既然选择了远方，便只顾风雨兼程。在接受风雨考验的同时，enjoy队员也不忘享受脚下的路程，身边的风景，攀登的充实。“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”享受成长，享受进步，也享受生活中的每一次云卷云舒，花开花落……因为追梦本身就是快乐的，所以我们选择“enjoying every chance to achieve our dreams”。

参赛目的：培养商业感觉，提升商业技能，锻炼商业思维。通过比赛促进学习，展现自我，享受过程，永不言败！

参赛宣言：人生因为拥有梦想而美丽，年轻因为充满激情而精彩。我们选择了拼搏，在充满挑战的舞台，用梦想和激情，展现青春的风采。

照片寓意：人生如棋局，黑白对弈，纵横捭阖，一切成败皆在棋中；商场如战场，风云莫测，运筹帷幄，一轮胜负决战商场



- 华北电力大学 ENJOY



团队口号：勇往直前，征服每一座高峰。

Conquerors精简为Conquors即为我们团队名！

我们成立重庆大学Conquors队的初衷便是队内每个成员都有着一颗勇敢的心，向往征服所遇到的每一座高峰。

虽然我们团队里的每一个成员都是因为参加比赛而认识，但是我们希望通过比赛建立珍贵的友谊；虽然我们团队里的每一个成员都没有参加比赛的经验，但是我们希望通过比赛获得更多的知识和经验；

虽然我们团队里的每一个成员都怀着的一颗忐忑而略为青涩年轻的心，但是我们希望通过

比赛发现自己的弱点，找到努力的方向。希望我们在模拟的商业平台中，熟悉实际企业经营中可能遇到的问题，并加以处理解决；希望在比赛中增强我们的创新意识、创造能力与团队协作能力，能将学到的知识在实践中运用。

- 重庆大学 CONQUEROR征服者



团队口号：在自我超越中 成就美好明天

沉睡火山是以在校大学生为主体的一个年轻的团队，我们向往富有挑战的生活并且富有激情和想法，我们想用行动证明自己的价值，我们想在一次次的团队合作中成长，在一次次思维的碰撞中产生的火花中找到最炫美的那朵！正如我们的口号，在自我超越中成就美好明天，沉睡的火山终将迸发出绚烂的烟火！

参赛目的：

希望在本次活动中展现能力，锻炼自我收获成功！

— 北京物资学院 沉睡火山

团队口号：拥有梦想，追求梦想，成就梦想

1968年，一个身无分文的人决心在美国加州建造一座水晶大教堂。1980年，历时12年，花费2000万美元，可容纳一万人的水晶大教堂竣工，成为世界建筑史上的奇迹。他就是罗伯·舒乐博士。

他常说：“……每个人都应该拥有自己的梦想，设计自己的梦想，追求自己的梦想，实现自己的梦想。梦想是生命的灵魂，是心灵的灯塔，是引导人走向成功的信仰。有了崇高的梦想，只要矢志不渝地追求，梦想就会成为现实，奋斗就会变成壮举，生命就会创造奇迹。”

我们相信：没有一颗心会因为追求梦想而受伤，当你真心向往某一事物时，整个宇宙都会联合起来帮你完成，只要拥有孜孜不倦追求梦想的精神，每个人的生命都会创造奇迹！

— 首都经济贸易大学 追梦人



口号： People can leave everything beside atmosphere

目的：通过参与商业模拟比赛来积累经验，通过团队间的分工协作来建立彼此间的互相信任，通过比赛中的取长补短，共同努力，给MBA的学习生涯增添一份活力，保留一份纪念，无论成败，我都相信我们的团队是最优秀的，我们的组员是最棒的。

— 江南大学 ATMOSPHERE

复赛模拟 案例展示

对外经济贸易大学 KWP团队案例分析

环境分析:

KWP是一家小型移动手机制造公司，考虑其相对较大的研发投资，手机行业具有较大竞争力和发展空间。在美国、欧洲、亚洲各市场需求上，在未来可预见的年限中，不同程度地呈持续增长态势。紧跟技术发展并设计出符合消费者需求的产品将对公司的发展具有积极的意义。

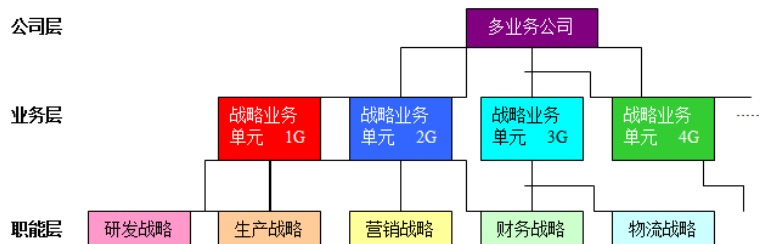
战略目标:

由于参与直接竞争的公司多达9家，且面临的外部环境和初期资本力量相同，决定了公司战略目标的阶段性。短期战略目标（2-3年）：牺牲短期利润换取市场份额，同时获得成本领先

中期战略目标（3-5年）：稳定市场占有率，产品技术领先，获得合理利润

长期战略目标（5年以上）：成为行业的龙头，争取股东累计回报最大化

战略框架:



业务层（竞争性）战略:

以蓝海战略思想为指导，通过预测业务市场的规模和潜在竞争者的数量，决定是否建立该战略业务单元，若确定则必先于竞争对手涉足该业务（即使牺牲短期利益），形成同竞争对手的竞争业务差异化。同时在已经进入的业务上，迅速抢占市场形成规模经济达到成本领先，对潜在竞争者设置进入壁垒，将现有竞争者拉入困境，营造一片竞争对手的红海，同时属于自己的蓝海。以战养战，胜敌益强。

职能层战略:

研发：合理开发或外包新产品和产品特征，形成与竞争对手的差异化

生产：设备和产能利用率最大化，规模与市场需求匹配，加速学习曲线降低成本

营销：根据不同地区对各技术的支持差异和市场偏好度，区别促销和定价，以求市场最佳反应

财务：合理融资、避税，资金链有效流转，集团费用最小化

物流：严格控制关税及物流成本

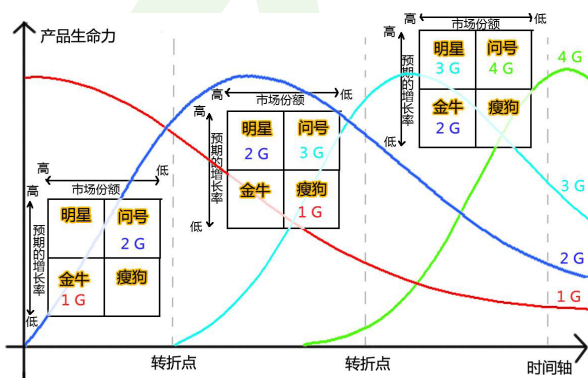
战略实施:

坚持权变计划，保持战略柔性。时异则备变矣，要降低经营风险就必须对时局变化快速反应，如《孙子兵法》云：“兵之情主速，乘人之不及，由不虞之道，攻其所不戒也。”公司应根据形势的变化，对不同组合形成的方案进行调整、选择和转换，“避实而击虚；以吾众而击敌寡”。达到“以正和，以奇胜”的目的。



公司层战略:

根据环境许可和既定目标，我公司选择战略方向为集中化的成长战略。技术的升级换代是行业发展趋势，各技术生命周期较短，并在时间和空间上有共存区域。在不同阶段，根据不同产品的市场需求，通过对行业内新产品投放市场时的历史性数据的分析进行风险控制和决策，决定本公司的最佳业务组合——捧明星、保金牛、辨问号、弃瘦狗。动态业务组合分析如下图所示：



复赛模拟 案例展示



同济大学 In-Ti 引擎体团队案例分析 将命运掌握在自己手中



将命运掌握在自己手中，而不是寄于别人！这是本次大赛我们所收获的。接下来我们会从初三三大方面来阐述对此次比赛进行自我剖析：

一、初始意图
战略制定层面。练习赛中，已发现技术和产量是确立战略选择的两个重要维度。固设定的初始战略为“掌控高端市场”，利用“高质量”的形

成竞争壁垒，并用高价谋取利益，建立“引擎体”别于他人的核心竞争力。
战术实施层面。产品定价和成本控制是重要环节。产品定价设计涵盖价格设定、市场选择和产品选择等，成本控制涵盖研发的投入、生产的决策等。只有在定价和成本之间，做出最优均衡，才能完成我们的战略。

二、决策过程

战略制定层面。正式比赛中，桃李队采用的侵略性策略，迫使我们第一轮后改变原战略。虽在第二轮定价中，考虑前期亏损，做出相对保守决策，并获得不错效果。但也彻底颠覆了初期战略，开始采用保守决策——“全力争取技术1份额，放弃其他产品”，以此避开强敌桃李队。这样的策略，要想获胜，要求我们坚守技术1，等待其他小组转投新产品。然而，事实是小行星队采取了相同策略，导致我们最终失利。

战术实施层面。成本方面，我们通过发行权益节省财务费用、通过转让定价规避亚洲和欧洲所得税、通过研发投入减少美洲税收、通过内部贷款降低投资成本，劲量压低成本。在定价方面，第一轮中，按初始战略，定价较高，但技术投入并未发挥最大功效。整体战略改变后，三、四轮中，同样错误估计了对手的定价。可见，成本、定价、实际销售量之间的关联，使得均衡并不由自己决定，而是依对手的表现来决定。价格战中，尤为突显，虽做到定价与成本的内部均衡，但由于错判对手，导致没有达到既定目标。

三、终结反思

决策过程中，初期战略制定时，就设立了错误的战略目标“将公司做得最优”。虽后期已经认识到“比竞争对手做得好一些”才是战略目标，但此时已丧失先机，只能将希望寄托在别人的决策上。失去把握主动权，迎接强敌的能力。如有重来的机会，我们将在确保自己战略的同时，通过对对手策略的正确预测，做战术层面的调整。当再次面临投研发就是找死，不投就是等死时，我们会选择投——“我们不是选择去找死，而是选择怎么去活，而且很好的活下去。”此外，了解成员的个性和想法并发挥所长、通过沟通达成一致的团队管理方法，也是通过本次商战学到的宝贵经验。

对于本次商战模拟的模型，我们小组的建议是：若能加入倾销惩罚措施，可能会更接近现实，也能使各队伍能更加慎重的选择极端的战术。

复赛模拟 案例展示



中国人民大学 SUPERNOVA团队案例分析

一、战略规划

1. 获胜指标分析：累计回报率

股价几乎是唯一决定累积回报率的因素。股票的价格取决于未来现金流。每股收益是影响股价的最大因素。而 $EPS = (\text{总利润} - \text{优先股股利}) / \text{流通股数量}$ ，“总利润-优先股股利”的增加取决于企业的盈利能力，流通股股数的减少可以通过股票回购的方式实现，但股票的回购是以“留存收益”为限的，留存收益来源于以往各期利润的累积，所以，提高企业的盈利能力是提高EPS的唯一手段，也是获胜的唯一手段。

2. 战略选择：成本领先、差异化、集中化

成本领先：确定成本领先的策略，努力提高市场占有率；
定价&促销：以较低的产品价格争取更大的市场，加大促销；
投资&科研：增加固定资产投入，加大产能，研发新产品；
融资：前期现金需求旺盛，现金流入不足，大量融资。

二、生产决策

1、充分利用经验曲线

市场占有率以尽可能低的生产成本为关键。对于想要发展的新产品，在进入市场的时候，应当加大生产，利用经验曲线，取得产品成本优势，构筑行业壁垒，不能害怕一两轮的亏损。

2、关注产能利用率，不能盲目扩建

以需求为主导布局生产，再根据合理的产能利用率考虑应建工厂的数量。单位产品的成本随产能利用率呈U型变化，可以从中寻找最佳的利用率。而如果工厂数量太多，过低的产能利用率会造成极大的浪费和成本的上升。

3、合理产能分配

尽可能以生产地即销售地为原则分配四条生产线，从而规避关税和运费，降低单位成本。充分利用外包业务，既能提高产品供应量，也能在产品开发初期有效拉低单位成本。

三、营销决策

1. 产品组合

不同的市场有不同的偏好。进行产品组合的过程要与固定资产投资的过程结合起来，正确估计市场份额，使不同市场的不同产品产销尽量一致，减少其他相关成本。

2. 定价决策

合理的价格才能保证战略预期的实现。在制定价格的时候，主要有以下方面要考虑：

- 1 心理博弈，考虑竞争对手可能的定价水平。
- 2 产品生命周期，不同时期的产品定价方式不一样。
- 3 市场的供求平衡，供大于求或供不应求时合理调整价格。
- 4 销量的价格弹性，找到合理的降价比例

3. 促销决策

主要考虑销量的广告弹性。广告具有长期效用，收益期不止一期。同时，不同市场对广告的反响不一致。

四、融资决策

公司发展初期投入大收益低，融资是必要。根据优序融资理论，优先选择各子公司相互内部融资，其次债券，再次股票。发行股票时，在股本扩张数量相同的情况下，一次融资比多次增发能筹集到更多资金，故应在初期回合增发新股，筹措投研资金。

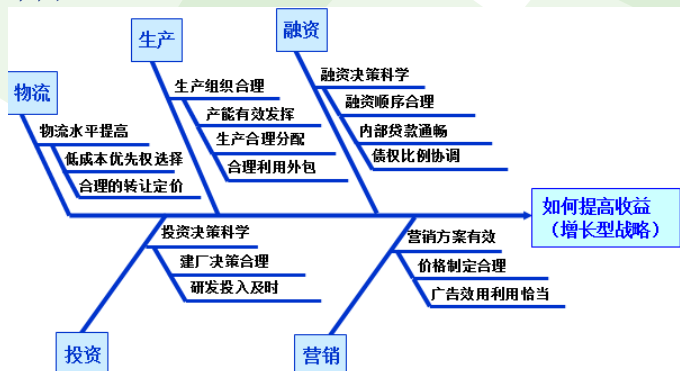


复赛模拟 案例展示



中国科学技术大学 峰之尖团队案例分析

本次案例分析，我们小组借鉴“鱼骨图”方法，通过对其进行适当改进，作为我们制定战略的主要方法（如下图）。



具体分析如下：

这套方案的最终目标是提高企业的收益，总体战略定位为增长型战略。通过对模拟系统中各个部分进行分析和研究，选取融资、生产、物流、投资和营销五个方面作为战略制定的出发点。

融资

实行相对稳健的融资战略。关于债务和权益的比率，依据稳健型政策，将债权比设定在1:1，同时保证每期收益能够偿还债务利息，以防止财务危机的发生。而关于融资决策方面，参考哈佛大学戈登·唐纳森提出的“优

序融资理论”，首先使用留存收益（包括内部贷款）作为融资的第一选择，之后考虑债务融资，最后采用增发新股的方式，同时保证公司内部贷款的通畅。

生产

生产成本的变动基本上是按照学习曲线的轨迹变动的，即生产成本会随着产量的增加而下降。因此，应尽量保证批量生产，并且尽量在最初几个回合自己生产，以提高生产的熟练程度和效率，从而降低成本。外包仅仅是作为生产的辅助手段使用，不可完全依赖。此外，只安排美国和亚洲两个生产基地生产两类产品（后期定为技术2和技术4），在这种情况下，生产的成本和计划较易统筹。

物流

关于物流优先权的选择，根据市场之间的运输成本及关税的高低，将该部分设定为：“美国生产，运往美国、欧洲和亚洲”和“亚洲生产，运往亚洲、欧洲和美国”，以保证运输成本最低。另一方面，通过转让定价来调节各个市场中价格的变动，使其对最终收益产生正向影响。

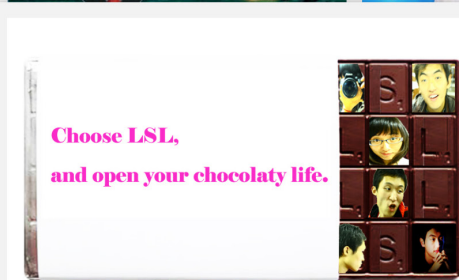
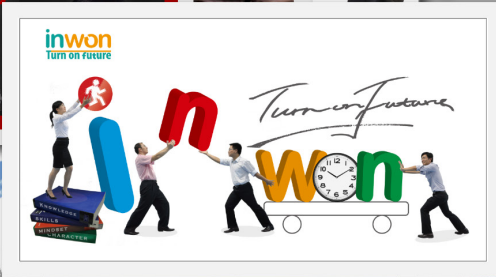
投资、研发

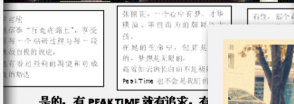
关于投资建厂，经过分析，我们认为亚洲作为三大市场之一，在亚洲投资建厂是必然的。由于建设的周期较长，投资需尽量提前，以保证以下几个回合具有充足的生产能力，预计建厂5座。关于研发投入，根据对网络覆盖率以及研发成本的分析，保证生产经营的连续稳定，采取逐期投资的策略。

营销

营销方面主要是价格的制定和广告费用的投入。关于价格制定，由于本次模拟具有时间期限，我们认为最后的几个回合的价格战在所难免。而之前的几个回合，价格可按照一定比例（如单位成本的1-1.5倍）制定。此外，价格与各个市场的需求价格弹性具有相关性。以上是我们小组基于对已完成比赛分析的基础上制定的新战略，实际中所做的各项决策可按照上述原则进行分析和组织。







2011尖峰时刻大赛组办单位

联合主办方—首都经济贸易大学经济学院

首都经济贸易大学始建于1956年，是北京市属重点大学，目前是中国拥有应用经济学一级学科博士授予和博士后流动站的为数不多的10余所高等院校之一。首都经济贸易大学经济学院作为学校学科建设、师资队伍最强的学院之一，具有高层次的学科体系和高水平的应用经济学学科，拥有一批国家级和市级重点专业和学科。学院现有7个硕士研究生专业学位授权点，5个博士研究生专业学位授权点，以及一级学科《应用经济学》博士后流动站。本科生1400余人，硕士研究生、博士研究生近300人，在读国际留学生100余人。



多年以来，经济学院以培训厚基础、宽口径、适应性强的复合型、应用型和国际型人才为目标，以民主的工作作风、宽松的人文环境、严谨的治学态度、和谐的人际关系和开放的办学思想为指导，不断加强院风、教风和学风建设，加快学科和专业建设，不断提高教学水平和科研水平，取得了长足的进步和骄人的成绩。

赞助方—芬兰CESIM公司



芬兰CESIM(www.cesim.com): CESIM总部座落于北欧芬兰的首都赫尔辛基，公司致力于模拟课程的研发和推广。CESIM模拟课程在全球近400多所知名高校中使用，其中包括美国沃顿商学院、法国HEC、纽约大学Stern商学院、新加坡南洋理工大学和中国清华大学等。在中国推广了近五年，国内近50所院校正在使用CESIM模拟课程，目前CESIM为高校提供的在线模拟课程有：

- * 国际化企业综合运营模拟：GC4 <http://gc4.cesim.cn>
- * 营销管理模拟：Simbrand <http://simbrand.cesim.cn>
- * 服务行业管理模拟：OnService <http://onservice.cesim.cn>
- * 酒店管理运营模拟：Hospitality <http://hospitality.cesim.cn>
- * 企业决策综合模拟：Cesim Global Challenge <http://globalchallenge.cesim.cn>



感谢首都经济贸易大学经济学院志愿者和赛事组委会秘书处成员的辛勤努力！

首都经济贸易大学经济学院

首都经济贸易大学创建于 1956 年，是北京市属四所重点公立大学之一，以经济学、管理学学科为主，兼有法学、文学、理学、工学等六大学科相互支撑的多科性财经类大学。

首都经济贸易大学经济学院建于1974年，具有高层次的学科体系和高水平的应用经济学学科，拥有一批国家级和市级重点学科和专业。学院现有8个硕士研究生专业学位授权点，5个博士研究生专业学位授权点，以及一级学科《应用经济学》博士后流动站。在校本科生1200余人，硕士研究生、博士研究生300余人，在读国际学生150余人。

多年以来，经济学院以培养厚基础、宽口径、适应性强的复合型、应用型和国际型的人才为目标，以民主的工作作风、宽松的人文环境、严谨的治学态度、和谐的人际关系和开放的办学理念为指导，不断加强院风、教风和学风建设，加快学科建设和专业建设，不断提高教学水平和科研水平，取得了长足的进步和骄人的成绩。

在经济学院现有本科专业中，经济学专业、国际经济与贸易专业、贸易经济专业在全国设有该专业的700余所大学中，综合排名一直名列前茅。经济学专业是2004年获批的北京市品牌专业，2007年，又被中华人民共和国教育部批准为第一批国家级特色专业。经济学院所属的数量经济学、国民经济学、产业经济学、国际贸易学是北京市的重点学科；政治经济学和西方经济学是北京市重点建设学科。上述专业在国内高校中都具有较高的知名度和重要影响。

经济学院的教师有较高的学术造诣。2007年，由经济学院25名教师组成的经济学核心课程教学团队被评为北京市优秀教学团队，2010年又获批国家级优秀教学团队。

经济学院在不断加强教师队伍建设和提高教师队伍素质的同时，积极进行课程建设并取得了重要成就。2004年以来，学院开设的西方经济学、国际贸易学等课程被列为北京市精品课程，政治经济学课程被教育部评为国家级精品课程，国际经济学、国际商务被教育部批准为国家级双语教学示范课程。

经济学院是在国内大学中唯一获教育部和北京市教委批准的国家级和北京市经济学国际化人才培养实验区的学院，开放程度在国内高校中处于领先地位。2005年以来，学院与法国、德国、瑞典、芬兰、美国、阿根廷等国家的20余所大学开展了互派学生的交流项目，每年都要选派数十名优秀本科生和研究生到国外大学免学费学习1~2个学期，攻读双学士学位、双硕士学位或进修；或保送本科生到国外大学攻读硕士学位；同时每年也接收来自20多个国家的数十名外国本科生和研究生留学生到经济学院插班学习。国家级和北京市经济学国际化人才培养实验区的建立，为未来人才的国际化和国际交流搭建了一个新的平台。





International business and strategy simulation game

Cesim Global Challenge® has been designed to develop the students' understanding of the complexity of global business operations in a dynamic competitive environment.



Focus: Strategic management, international business, business policy.

Used in: Strategy and international business courses at graduate and advanced undergraduate levels, executive MBA programs and capstone courses.

Student tasks: The task for the student teams is to manage a global mobile telecommunications company through technological and market evolution. Students will develop and execute strategies for their simulated company operating in the USA, Asia, and Europe.

Key learning areas: Technology-based product road maps and global market and production strategies. A range of concepts from various management-related disciplines: economic, political, financial, human resources, accounting, procurement, production, logistics, research and innovation, and marketing.

Key success factors: Teams' success is measured and compared by both operational and financial key indicators, including market share, net profit, return on capital, return on equity, earnings per share, capacity utilization rate, production scrap rate, to name but a few. The ultimate indicator in the simulation is the return to the shareholders, which consolidates all the key success factors into one measurable criterion that can be used to compare the performance of each team.

Expected outcome: Better understanding of the complexity of global business operations in a dynamic competitive environment. Comprehension of each of the management-related disciplines both individually and collectively. Good sense of the interaction between the different parts of the business and the financial implications of the various strategic and operational decisions. Invaluable experiences in teamwork and problem solving.

Available languages: English, French, Hungarian, Italian, Lithuanian, Portuguese, Romanian, Russian, Turkish, Mandarin Chinese, and Spanish



Small service business management simulation game

Cesim OnService® simulation is designed to give students the opportunity to practice with the key success factors that are relevant to any service business in small and medium size enterprise (SME) environment.



Focus: Small business and entrepreneurship courses at various levels, SME management, entrepreneurship, services management.

Used in: Entrepreneurship courses at various levels, undergraduate courses focused on business planning and decision-making.

Features: the Cesim OnService® simulation business case is built around a small family hotel, with about 1mEUR in annual sales in the start.

Student tasks: Teams' goal is to manage the overall operating, market, and financial performance of a service business in competitive markets with seasonal variations in demand and economic conditions. Teams will also be faced with strategic decisions, such as expanding their operations to a new market area.

Key learning areas: Management of the overall operating, market, and financial performance, with human resources management, capacity management, investments, service quality, pricing, and marketing as the key decision-making areas.

Key success factors: The teams' success is measured by both operational and financial key indicators, including occupancy rates, average room rates, profit per room, customer satisfaction, market shares, employee satisfaction, profit per employee, net profit, return on capital, and earnings per share. The ultimate indicator in the simulation is the return to the shareholders, which consolidates all the key success factors into one measurable criterion that can be used to compare the performance between the teams. The ultimate goal is to deliver sustainable profitable growth, which in the simulation is measured by business value that combine all key success factors into one criterion that can be used to compare the performance between the teams.

Expected outcome: To help the participants to develop a holistic view of business operations including marketing, sales, human resources, capacity management, investments, and service quality. Develop the understanding and command of business fundamentals and market-driven decision-making practices as well as what are the financial implications of the various operational and marketing decisions. In addition, students will gain invaluable experiences in team-work and problem solving.

Available languages: English, Serbian, Finnish, French, Italian, Portuguese, Romanian, Mandarin Chinese, and Spanish



Marketing management simulation game

Cesim SimBrand® develops the students' understanding and command of the whole marketing decision-making process.



Used in: Marketing courses of any level.

Features: The market consists of eight customer segments in two market areas. To encourage and enable unique strategy creation and execution, students start their Cesim SimBrand® companies fresh without any operations history.

Participants are provided with a decision-making tool that helps them to try and practice with different scenarios as well as analyse the outcomes of their decisions and projections. In addition, the simulation generates a range of reports that will help the teams to analyse and benchmark their own performance against their competitors.

Student tasks: A significant part of the decision-making challenge is to unify product dimensions with customer segmentation. Product dimensions include capabilities, functionality, and design.

Key learning areas: The simulation covers marketing topics including segmentation, positioning, distribution channel investments, advertising budget allocation, after sales services, pricing, sales forecasting, marketing research, competitor analysis, research and development, and profitability.

Unification of product dimensions with customer segmentation. Technology-based product life-cycles.

Key success factors: The essence of the Cesim SimBrand® simulation is to mirror a fast developing smart phone market that is driven by short product life cycles and innovation; where constant attention to product development, good timing and successful positioning are the keys to success.

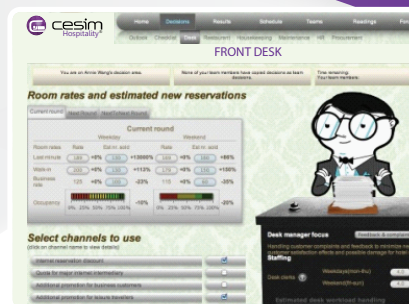
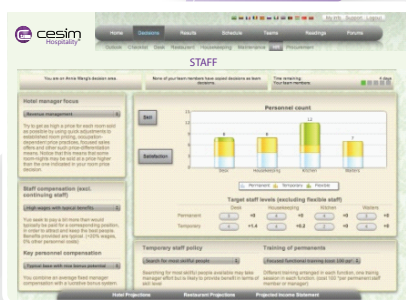
Expected outcome: As an outcome of the simulation exercise, students will fully comprehend the different parts of the marketing decision-making process, their relationship with each other, and their impact on the company's overall results. In addition, students will gain invaluable experiences in team-work and problem solving.

Available languages: English, French, Italian, Lithuanian, Portuguese, Romanian, Russian, Mandarin Chinese, and Spanish



Hotel and restaurant management simulation

Cesim Hospitality® is an interactive hospitality simulation game which focuses on running a hotel and a hotel restaurant.



Focus: Hotel and restaurant management.

Used in: Business and management courses at undergraduate and graduate levels in hospitality and tourism programs.

Features: Participants run their hotel and restaurant operations in competition with other teams. They can try and practice with different scenarios as well as analyze the outcomes of their decisions and projections. For each round, the simulation generates a range of detailed reports that help the teams to analyze and benchmark their performance against their competitors. Financial results are reported according to the Uniform System of Accounts for Restaurants and for the Lodging Industry.

Key learning areas: Hotel management related functions; revenue management, sales promotion, menu engineering, housekeeping, staff management and procurement. Big picture understanding of the linkages between different functions and their impact on the bottom line.

Expected outcome: The simulation develops the participants' capabilities in identifying, analyzing, and acting on the key operational & environmental variables that influence hotel and restaurant operations. Furthermore, the simulation enhances fact-based analytical decision-making and illuminates the financial implications of operational decisions by linking the decisions to cash flows and bottom line performance. Finally, this dynamic evolving hospitality business simulation excites competitive spirits among its participants and allows them to gain practical experiences in team work and problem solving.

Available languages: English, Portuguese

More than 100 000 people from various cultures and backgrounds around the world have used Cesim business simulation games. Join other leading higher education institutions in combining theory with practice, and transform your courses into engaging team exercises to increase the collaboration and knowledge retention of your students.

Cesim provides corporations, universities, and other educational institutions easy-to-use and cost-effective business simulation games that can be integrated in various business courses. Headquartered in Helsinki, Finland since 1996, we operate globally through our own offices and partner network.



復旦大學



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



CLICK <http://www.cesim.com>
Email: china@cesim.com

Find us on Facebook:
<http://www.facebook.com/cesimfinland>

Address: Arkadiankatu 21A, 00100 Helsinki, Finland

“尖峰时刻”赛事咨询报名邮件:
peaktimechina@gmail.com
peaktimechina@sina.com

新浪博客: <http://blog.sina.com.cn/peaktimechina>

新浪微博: <http://t.sina.com.cn/cesim>

