# 热点案例分析范文1500字通用34篇

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2025-05-11

*热点案例分析范文1500字 第一篇>一、一般资料2、个人成长史：求助者来自祖国大西北，是家里的老大，从小父母老师都要求严格，自小学到高中毕业以来学习成绩都很好，当时高考毕业时自己的理想就是考上外地大学，出来见见世面，学学知识。20\_年考上辽...*

**热点案例分析范文1500字 第一篇**

>一、一般资料

2、个人成长史：求助者来自祖国大西北，是家里的老大，从小父母老师都要求严格，自小学到高中毕业以来学习成绩都很好，当时高考毕业时自己的理想就是考上外地大学，出来见见世面，学学知识。20\_年考上辽宁某所大学，开始了大学生活。

3、精神状态：意识清醒，思维正常，情绪激动，言行一致，人格较稳定。

4、身体状态：近一个月以来严重失眠，白天不上课时间很兴奋。

5、社会功能：人际关系不是很好，与同学接触不多。

6、心理测验结果：SCL-90：躯体化2:4，强迫1：1，人际敏感2：2，抑郁2：4，焦虑2：8，敌对1：5，恐怖1：2，偏执1：6，精神病性1：5，其它1：3，阳性项目数：45，总分：168。躯体化、人际敏感、抑郁、焦虑因子分均高于2分。

>二、主述和个人陈述

1、主述：近来经常会失眠，上课打盹，急切盼着下课，这种情况发生有近2个月。

>三、观察和他人反映

求助者步入咨询室时衣着得体，意识清楚，谈吐大方，应答切题，条理性强，但情绪低落，烦躁不安，精神倦怠，面色忧郁。在向他的同学了解情况后得知，近期来访者总是晚上在寝室坐立不安，不愿睡觉，唉声叹气的，以前他下课后喜欢和同学聊天，现在一下课，就找不到人去哪儿了。对人的敏感也仅限于目前单位的同事，无泛化。

>四、评估与诊断

1、评估：根据对临床资料的收集，该求助者智力正常，个性偏内向。问题主要表现为沉迷于一件事情导致的焦虑；心情压抑；人际关系紧张；心理问题引发的躯体症状表现为睡眠不良。病程不到两个月。

2、诊断：

**热点案例分析范文1500字 第二篇**

在全省开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，在深刻理解“初心、使命”的时代内涵和时代意义的重大意义的基础上，又深刻理会了“不忘初心、牢记使命”的重要内容。

一、“初心”在初心上要“初心”的要义

初心是什么？初心是什么？初心是指一个人的奋斗目标，是他为人做过的事；初心是一个人的人生态度，是他对一切事物的理解；初心是一个人对自己要求的实现，是他对未来的展望。初心是人生的指南，它指引你走向一种奋斗方向和奋斗目标。

xx年xx月，一群青年来到了烈士纪念塔山，开始为奉献自己的力量，在一个小小的窑洞里，他们用自己的青春，用无私的热血，为献出了宝贵的生命。这个小小的窑洞里面是一群可爱有志青年的在烈火中，用自己的生命，为献出了宝贵的生命。这些在烈火之下，冲锋在前，不怕困难，不畏艰险，为了献出了宝贵的生命，为国捐躯，这些都是为献出生命的人。他们都是中的一员，他们有着一个的样子，他们有着的样子。

xx年xx月，我们在《新闻联播》栏目播出，这个节目的主题是：“初心”。这个主题的出现，使党的性质和宗旨深入人心，激发了广大对事业的爱。

xx年xx月，、等同志带领中国党人前往陕北救国的战争，在战场上英勇无畏，勇往直前。在战场上，他们用自己宝贵的生命，谱写着“xxx的生死”，在战斗中用自己的血肉为xxx争胜利做出了重要贡献。他们用实际行动向我们证明，只有在困难面前，不怕苦，不惧怕，不怕难，才能取得xxx胜利。

xx年xx月，党的召开后，在全国中开展了“不忘初心、牢记使命”主题教育，这次主题教育就是要通过开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，进一步激发广大对党忠诚的品格，坚定不移跟党走的理想信念，增强“四个意识”，坚决做到“两个维护”，以坚定的理想信念、坚定的意志、坚定的组织意识、坚定的纪律意识和坚定的责任担当，在新时代的长征路上创造新的辉煌，为实现中华民族伟大复兴的中国梦，不断加强党的先进性建设和先进性建设。

二、“使命”在初心上要“初心”的要义

初心在哪，使命在哪。在新时代，不忘初心，方得始终；在新征程，不忘使命，更需要一代又一代中国党人，不断砥砺奋进的意志品格，不断增强“四个意识”，坚定“四个自信”，不断提升自身素质，不断强化“四个意识”，坚守初心，在新时代的长征路上勇往直前，在新时代的长征路上书写新的辉煌。

“使命”在初心中要“初心”的要义

中国党人的初心和使命是为谋幸福、为民族谋复兴，为世界谋大同。这就要求中国党人始终把对、对党、对的群众作为一心向党的生命线，始终保持同群众的血肉联系，为实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗。

在新时代，要始终保持初心的“初心”。这就要求中国党人要始终把利益放在第一位。中国党人始终把的利益放在首位，始终把利益放在自己最高位置上，始终以一种无私奉献的精神对待党和，始终保持与同呼吸、共命运的高度，始终以全心全意为服务为宗旨，不断增强群众的获得感、幸福感、安全感。这就要求每一名，在任何时候都要以利益作为最初的出发点和落脚点，不能因为个人利益和党性原因而放弃自我的价值观、权力观，要时刻保持与心连心的本色。

在新时代，要不断坚定幸福的信心。这就要求每一个，始终把利益放在第一位，时刻把利益放在第一位。

在新时代，要不断强化对的感恩之心。在新时代，是党的唯一的执政党，是中国特色社会主义事业全部战略力量的生力军。是党的唯一的执政党，是

**热点案例分析范文1500字 第三篇**

>一、财务基础数据测算

（一）固定资产投资估算及相应报表的编制

本项目的基础数据及主要内容如下：某化工项目是新建项目，生产国内市场紧缺的某种化工产品甲产品，年生产规模为2300吨。项目拟于20\_年开工，建设期3年，20\_年投产，当年达产80%，20\_年起，达产100%，生产经营期按14年计算，计算期17年。厂址位于某城市远郊，租用一般农田50亩，每亩每年租金20\_元，在项目建设期初全部付清。项目拟建综合办公楼3000平方米，生产车间6500平方米，仓储设施3000平方米，以及全套生产加工设备和水、电等基础设施。

1.工程费用估算

（1）综合办公楼3000平方米，单位造价1000元/平方米，则办公楼估算价值＝3000×1000＝300（万元）

（2）生产车间。要达到2300吨的生产能力，建造了8000平方米生产车间，购置了全套生产加工设备。生产车间的工程费用估算如下：

①建筑工程费用。生产车间建筑面积6500平方米，单位造价1000元/平方米，则生产车间估算价值＝6500×1000＝650（万元）

②设备购置费。全套生产加工设备价值总计为2495万元。 ③安装工程费。以设备购置费的15%计算，即 安装工程费＝2495×15%＝（万元）

（3）仓储设施3000平方米，单位造价400元/平方米，则 仓储设施估算价值＝3000×400＝120（万元）

（4）辅助工程。项目进行水、电基础设施等共计花费80万元。

项目工程费用＝300＋650＋2495＋＋120＋80＝（万元）

2.其他费用估算

（1）无形资产。项目租用一般农田50亩，每亩每年租金20\_元，共租用17年，因而土地使用费为170万元。 （2）递延资产。本项目发生开办费75万元。 其他费用＝170＋75＝245（万元）

3.预备费用估算

由于近几年物价比较稳定，涨价预备费可不予考虑，而仅对基本预备费用进行估算。，根据本项目的特点，基本预备费用可取项目工程费用和其他费用的计算。即

基本预备费用＝（＋170＋75）×＝（万元）

项目固定资产投资＝工程费用＋其他费用＋预备费用＝＋245＋＝（万元）

4.建设期利息估算

目前，固定资产投资方向调节税已经取消，故此不再估算。本项目建设期3年，项目固定资产投资总额（不含建设期利息）为万元，第1、2、3年分别投入万元、2371万元、万元。其中，自有资金投入万元，其余万元全部由中国建设银行贷款，年利率为。项目第一年借款500万元，第二年借款万元，第三年借款万元。则

第一年的借款利息＝（年初借款本息累计+本年借款额度÷2）×年利率＝（0＋500÷2）×＝（万元）

依此类推，分别计算第二、第三年的借款利息分别为万元、万元。 建设期利息总计＝＋＋＝ （万元）

项目固定资产总额＝固定资产投资＋固定资产投资方向调节税＋建设期利息＝＋＝（万元） 根据上述估算结果，即可编制固定资产投资估算表，以反映固定资产投资总额及其构成。

（二）流动资金投资估算及相应报表的编制

已知该化工项目年产甲产品2300吨，经预测该产品在生产期初的出厂价格为16 380元／吨(含税)。并经调查测算获得下面相关资料：应收账款的周转天数为30天；外购原材料、燃料及动力储备期为两个月；在产品、产成品的周转天数分别为18天和36天；现金周转天数为30天；外购原材料、燃料及动力的赊购期为1个月。

根据上述资料，运用流动资金测算的公式，即可对项目营运期内流动资产和流动负债的变化情况作出测算，并相应编制流动资金估算表。

注：流动资金估算中所需的经营成本、外购原材料、燃料及动力等数据来自“项目总成本费用估算表”和“外购原材料、燃料及动力估算表” 。

（三）资金筹措

下面仍以某化工项目为例来说明该表的编制。根据表6-1、6-2，该化工项目总投资为万元，即：总投资＝固定资产投资＋建设期利息＋流动资金＝＋＋＝（万元）

根据技术方案，本项目建设期3年，预计第1、2、3年将分别完成固定资产投资万元、2371万元、

万元。项目资金来源如下：在项目建设期间，企业自筹资金万元，其余万元全部由中国建设银行贷款，其中，项目第一年借款500万元，第二年借款万元，第三年借款万元，年利率均为。项目建成后，根据估算，第4、5年分别需要流动资金万元、万元。企业根据自身资金情况，将提供30%流动资金，并全部在第4年投入，其余由中国工商银行贷款，年利率为。

根据上述资料，即可编制出该项目的投资计划与资金筹措表。

（四）项目总成本费用的估算及相应报表的编制

已知该项目与成本估算的相关资料如下：

(1)根据技术评估及市场调查取得的外购材料、燃料、动力的资料如表6-6；

(2)企业生产定员为29人，其中生产人员24人，管理人员5人。据预测，生产人员年平均工资为9120元／人，管理人员年平均工资为9 600元，福利费按工资总额的14%提取；

(3)项目固定资产原值为万元，固定资产综合折旧率为；

(4)修理费按折旧费的50%提取；

(5)项目无形资产总值为170万元，递延资产总值为75万元，无形资产按10年平均摊销，递延资产按5年平均摊销。表6-6某化工项目外购材料、燃料、动力消耗定额表

（1）原材料、燃料及动力估算

可根据表6-6数据分项估算原材料、燃料及动力的消耗费用，并将结果编制成“原材料、燃料及动力费用估算表”。 表6-7 外购原料、燃料及动力费用估算表单位：万元

生产人员年工资总额＝24×＝（万元） 管理人员年工资总额＝5×＝（万元）

项目年工资及福利费总额＝（＋）×＝（万元）

（3）折旧费估算

根据表6-1估算结果，项目固定资产投资总额为万元，则： 年固定资产折旧＝×＝293（万元） （4）无形及递延资产摊销估算

无形资产年摊销费＝170/10＝17（万元） 递延资产年摊销费＝75/5＝15（万元）

（5）修理费用估算

修理费＝293×50%＝146（万元）

（6）借款利息估算

长期借款利息详见借款还本付息估算表，正常年份流动资金利息为： 正常年份流动资金利息＝×＝43（万元）

（7）其他费用估算

年其他费用＝×270%＝82（万元）

（8）总成本费用估算

综合以上各部分费用即可得出项目总成本费用。如：

第6年总成本费用＝1576＋283＋30＋146＋293＋32＋251＋82＝2694（万元）

（9）经营成本估算

第6年经营成本＝2694－293－32－251＝2118（万元）

（10）固定成本与可变成本估算

第6年固定成本＝30＋146＋293＋32＋251＋82＝835（万元） 第6年可变成本＝1576＋283＝1859（万元）

（五）项目销售收入和销售税金的测算及报表的编制

已知有关销售资料如下：

(1)项目达到设计生产能力后年产甲产品2 300吨，并能全部销售；

(2)经预测该产品在生产期初的出厂价格为16 380元／吨(含税)；

(3)该产品缴纳增值税，税率为17%，外购材料适用税率也是17%，城市维护建设税税率为，教育费附加按增值税的2%计缴。则项目正常年份的销售收入和税金的测算如下：

年销售收入＝2300×16380＝3997（万元） 年增值税＝（销售收入－外购原料、燃料及动力等）×增值税税率/（1＋增值税税率）＝（3997－1859）×17%/(1＋17%)＝311（万元）

年城市维护建设税＝年销售收入×税率＝3997×＝24（万元）

年教育费附加＝年增值税×2%＝311×2%＝6（万元）

**热点案例分析范文1500字 第四篇**

通过参加学习《》和《中国党党内监督条例》的专题辅导，我进一步明确了领导党性分析的基本要求。

第一、加强领导党性修养，坚决抵制不合格。

第二、加强领导党性党风党纪和廉政道德教育。

第三，加强领导党性教育。

第四、加强职工党性党风党纪和廉政法规教育。

第五、加强队伍教育。

第六、加强领导廉洁从政教育。

通过此次领导党性教育活动的学习，我进一步加深了对党的性质宗旨的认识，提高了自身的党风党纪教育工作能力。我将进一步牢记的标准、严以律己，进一步增强党性观念，加强党性锻炼和道德品质教育，在学习中认真履行领导的责任和义务。

**热点案例分析范文1500字 第五篇**

>一、企业概况

1992年，安利（中国）日用品有限公司成立，成为国家工商行政管理局批准的全国首批直销公司之一。在进入中国之初，安利本可以仿照其他企业直接进口产品开始经营，但本着诚信经营、立足长远的企业战略，安利（中国）先用近3年的时间进行生产基地等基础设施的建设。经过十余年的发展，目前安利（中国）投资总额达亿美元，总部位于广州，并在北京及上海设有区域办公室。安利在广州建有美国海外最大的生产基地（详见生产基地），面积达万平方米，为消费者提供纽崔莱营养保健食品、雅姿美容化妆品、个人护理用品、家居护理用品、皇后锅具共五大类198款优质产品。20XX年，安利（中国）销售额为201亿元人民币，缴纳税款42亿元人民币。截至20XX年底，安利（中国）累计缴纳税款260亿元人民币，在优质产品及消费者保护方面共获嘉奖705项，五度荣膺“中国最具影响跨国企业”，位列“20XX年度中国外商投资企业500强”排行榜第92位，并获得“最具责任感企业”等荣誉称号。

纽崔莱营养保健食品作为安利产品的之一，也是全球营养补充食品优质品牌。自1998年进入中国以来，先后推出了营养补充食品系列、功能性食品系列、儿童营养食品系列等三大类产品，受到了中国消费者的喜爱。其中的6种纽崔莱产品还被国家xxx极地考察办公室确定为“中国南（北）极考察队专用产品”。

>二、市场调查与分析

1、市场分析

虽然从20XX年7月的国际金融危机爆发以后，对实体经济侵蚀的不断深入，许多产业都收到不同程度的影响，而我国的保健食品产业保持着平衡增长的发展态势。20XX年，我国保健品产值接近20\_亿人民币，国家的宏观经济拉动以及政策因素，促使保健食品的需求潜力的释放，而行业的高收益也是促使保健食品产业平稳发展的主要动力。根据20XX年的一份调查报告显示，我国消费者用于保健食品花费约占其总支出的，而欧美国家的消费者用于保健食品的消费平均占其总支出的25%消费差距是显而易见的。然而，近几年我国城乡居民保健类消费支出以15%--30%的速度增长，明显高于的发达国家的12%的增长速度。据预计到20xx年，我国的保健食品市场总量可望突破4500亿元人民币。而从全球的角度来看，保健食品产业是朝阳产业，属于世界贸易的增长最快的行业之一。我国的保健食品行业，正处于一个巨大的发展机遇期。我国已成为全球最大的保健食品消费市场。截至20XX年底，我国共批准保健食品共近万种，年销售额已达到200亿元左右，巨大的消费市场为保健食品行业出现了良好的发展前景。

2、竞争者状况

当前我国保健品市场形成“三分天下”的局面，这三类产品分别是：以中医理论为基础，以中药为原料的产品；以营养学理论为基础，以各类营养物质为资源的营养补充剂；以生物工程学为理论基础，通过原料转化生成的产品。中国已经批注的国产保健食品共有5053个品种，已经批准的进口保健食品有190个品种，保健食品市场竞争激烈。内地主要竞争性国产品牌有：脑白金、太太口服液、排毒养颜胶囊、中脉等；主要竞争性进口品牌有：安利纽崔莱、仙妮蕾德、如新等。但这些市面上的中国内地本土的保健食品还没有哪个品牌可以做到跟安利纽崔莱推出根据不同的年龄段、不同需求的消费者推出不同系列的保健品。即使在中国内地的保健品市场上也有像仙妮蕾德、如新等跟安利可以媲美的进口的保健产品，他们同样根据不同需求推出不同的保健品。但是这些公司的所做产品推广上，并没有做到像安利纽崔莱系列保健品一样，为广大消费者所熟知显得有点小众化。让消费者不是很了解这些商品，这样在同等的保健品市场的竞争就会显得有点弱势。

3、消费者状况

安利公司将纽崔莱的保健食品的使用人群定位，是以老人、妇女、儿童三大重点人群发散开的亚健康及有健康保健意识的人群，并且随着近几年人们保健意识的增强，越来越多的人希望想通过这些营养补充食品，补充日常生活中所缺少的营养保证自己的健康。加上现在人们的生活水平提高的了，具备很高的保健食品购买能力。纽崔莱因为其良好的品质成为消费者新人度最高的保健食品品牌。虽然在价格上没有占什么优势，相比中国内地的一些本土保健品牌价格会相对高些，但多数的消费者的反馈意见都认为纽崔莱系列保健食品吃后有明显的效果。根据调查结果显示，消费者认为最好的保健食品品牌高居第一位的是安利，占消费者的选择比率的22%。据预测中国在20XX年左右进入老年社会，老年人的保健意识会更加强烈，所、所以在保健品的这块市场的需求也会加大。消费者的需求也会更大，消费的人群也将扩大。但是由于安利产品价格的因素也有限制了一部分的消费者望而却步，在安利纽崔莱的消费者群体中，还是以中高收入群体的人居多，收入一般的消费者所占的比例并不大的。

>三、品牌战略分析

1、品牌的建设

纽崔莱自70多年前创办以来，纽崔莱从没有从没有停止过发展壮大的步伐，如今的纽崔莱代表的绝不仅仅是一系列品质卓著的营养保健食品，它更是营养保健领域的一个全球性主导品牌。1998年纽崔莱进入中国市场后，纽崔莱品牌建设进行了卓有成效的探索与创新。纽崔莱在品牌的建设上，也一直对外宣传纽崔莱一直都秉持天然种植植物原料的传统，是当今世界上少数仍然坚持自设农场，自行种植植物原料的营养保健食品生产商之一，使纽崔莱“自然的精华，科学的精粹”的产品理念不断深入人心，“有健康，才有将来”的理念得到了广泛认同，有力地推动了产品的销售，使纽崔莱产品的知名度和美誉度不断提升。

安利（中国）公司又于20XX年5月开始正式的实施了纽崔莱“营养套餐推荐”的市场策略。进一步将纽崔莱的目标消费者细分为儿童、长者、男士和女士四类消费族群，并根据这四类消费群体不同的身体机能特点，制定出了四个营养食品组合，并找到了独特的诉求主张，然后推荐给与之相对应的消费群体。这样，在面对消费者时，纽崔莱品牌旗下琳琅满目的产品线就以四份个性化的、有针对性的、让消费者喜闻乐见的“营养套餐”呈现在市场上，将同一品牌的系列产品变得更有针对性。

2、品牌的推广与宣传

从20XX年开始，安利不惜重金为纽崔莱做连珠炮式的奥运营销活动。连续两届成为奥运会中国代表团的唯一专用营养品。现在的纽崔莱不仅仅奥运运动员的指定营养品，更是NBA中国市场合作伙伴，和运动员的指定营养品。从20XX年至今，安利纽崔莱先后邀请国内外许多优秀运动员担任品牌形象代言人，从最早开始的邀请“跳水皇后”伏明霞，田亮，刘翔等奥运冠军作为纽崔莱的产品形象代言人，宣传和诠释纽崔莱“营养、运动、健康”的品牌形象。再到20XX年，纽崔莱又推出由巅峰状态的中国国家体操队和世界足坛巨星纳尔迪尼奥联袂演绎的全新品牌广告《超越篇》，进一步深化“有健康，才有将来”理念，从而进一步提升了纽崔莱的品牌知名度和美誉度，推广了安利纽崔莱这个品牌。据有关数字显示，这些冠军代言人使安利品牌在中国国内的知名度由34%上升到99%，美誉度更是高达88%。近几年安利对于纽崔莱品牌进行的体育营销投入近亿元，还在群众中开展了“纽崔莱健康跑”并且将健康跑推广到去全国21个城市，掀起了全民运动的高潮。除此之外安利（中国）还热心于公益事业，借助这些公益活动对品牌进行正面并且有效的宣传，也借参与公益活动提升品牌形象，更提高了广大消费者对于安利纽崔莱这个品牌的熟知度。

>四、企业营销策略（4P）分析

1、产品策略分析

纽崔莱保健品的一直以来的品牌理念都是营养、运动、健康，倡导“有健康，才有将来”纽崔莱也一直秉持天然种植植物原料的传统，纽崔莱独有的植物提取物，更好的保持植物中的中的有效成分，纽崔莱将这些富含植物营养素的植物提取物添加到营养保健品中，在增加产品天然营养成分的同时，使产品更接近天然，这已经成为纽崔莱系列保健品独具的优势和一大亮点，这一点也是我国许多本土的保健品所没有的特色。除此之外，纽崔莱产品制造过程严格按照中国保健食品GMP（良好生产规范）的标准组织生产，建立完善的品质保证体系，来保证了产品的品质、同一性以及完整性。纽崔莱除了在确保产品品质的同时，还在产品的多样性方面做出了努力，在继1998年11月纽崔莱在中国大陆，推出纽崔莱蛋白质粉之后，安利（中国）五年内在纽崔莱的品牌下又陆续推出了复合维生素C、钙镁片儿童铁质片等10几种的不同的保健产品，为消费者提供不同的选择。

2、定价策略分析

有一个不争的事实就是，安利纽崔莱产品的价格相对于市场上同类产品是比较高的，例如含有21种营养成分的21金维他，60片包装的价格20元；即使是添加了人参的30片包装的维多宝的价格也不过60多元，而纽崔莱B族维生素片，90片包装的价格是168元，一瓶81粒装的银杏健忆胶囊是261元，相比之下纽崔莱的价格确实是比市面上的其他保健产品价格显得高了一点。但是即使在这样的情况下，纽崔莱产品的还是取得很好的销售额。据有关数据显示，在20XX年安利（中国）的在中国销售额是200亿，而纽崔莱保健品的销售额是140亿。因为安利产品一直秉持天然种植植物原料的传统，植物提取物添加到营养保健品中，在这点上是市面上的其他同类保健产品没有做的，所以即使消费者认为纽崔莱的产品的价格相对于其他的产品要高很多，但是普遍的消费者还是会去接受的纽崔莱的保健品的定价。

3、销售渠道分析

安利（中国）在中国大陆地区采取的是一种比较独特的销售模式，采取的是“店铺销售加雇佣推销员”的销售模式，打破安利海外营运40多年的传统。这种的销售模式除有实体店的销售外，还有销售人员的一对一的营销。这种销售模式首先保证了产品的质量，通过直销模式，安利的消费者基本上拿不到假冒伪劣的产品；

这种的销售模式提供了很好的销售渠道，店铺的销售既可以代表一个公司的形象，又为销售人员提供了后勤服务，消费者也会因为的店铺的`才存在而更加放心。还有就是营销人员的一对一销售，还是能够销售人员接面对消费者，还可以拿到消费者使用后的反馈意见，省去了中间商环节，保证了意见的真实性。这种的销售模式还省去了许多的中间商环节，也省去了一些不必要费用，可以做到让利给顾客。

4、促销策略分析

安利（中国）在销售的过程并没有什么促销活动，除了有推出了消费积分换礼品，和在到达什么积分可以有什么抽奖的活动。还有就是遇到什么节日的时候，推出那几种产品可以有什么优惠价。还有就是纽崔莱会在原有的保健品销售上推出保健品以套装的形式销售，在价格上会相对于单独买单一的产品会便宜。

>五、结论可借鉴的优点

一些专业人士指出未来市场营销的重点集中在品牌和沟通能力上。一个公司拥有纯粹的品牌，没有与客户的沟通能力，仅靠产品去打动顾客，市场很难做大；一个企业只具备良好的沟通能力，但缺少有内涵和竞争力的品牌，也很难主宰它所属的市场范畴。要想成为市场竞争中的优胜者，公司必须兼备上述两个特征。安利有着良好的品牌形象，而沟通能力的代表不是天花乱坠的广告，而是有扎实说服技巧的销售人员。一旦掌握终端客户资料的销售人员因为缺乏对公司的热爱而倒戈或跳槽，势必影响一个阶段的公司产品或服务销售。安利公司对于销售代表忠诚度的维护，不只是单纯依赖加薪和升职，更通过公司独有的凝聚力及人文气息感染他们，让他们觉得公司不再是为了薪金和职位而拼杀的战场，更是关怀他们成长的“家庭”。虽然说安利公司这种“店铺销售加雇佣推销员”的销售模式，并不适用于公司，但是他们的管理方式及其人员的奖励制度还是可以学习的。

**热点案例分析范文1500字 第六篇**

>一、背景分析

1、受人之邀协理。王熙凤受贾珍之邀请，协理宁国府，同时料理荣国府之事。

2、得到了充分授权，有后台支撑，并有严格等级制度的社会大背景。贾珍将宁国府对牌授予王熙凤，说:“妹妹爱怎样就怎样，要什么只管拿这个取去，也不必问我.只求别存心替我省钱，只要好看为上，二则也要同那府里一样待人才好，不要存心怕人抱怨.只这两件外，我再没不放心的了。”在封建社会大家庭里，存在严格的等级制度，同时贾母和娘家也是王熙凤的重要靠山。

3、时间短。只有一个月。

4、事情紧急。宁国府秦可卿死，办理丧事期间，无人能料理宁府内务。宁国府管理混乱，王熙凤总结了宁国府的五大弊病。

5、王熙凤的个性。聪明，喜欢揽事，卖弄才干，“顽笑着就有杀伐决断”，“有名的烈货，脸酸心硬”。

>二、分析评价

(一)分析评价的原则

站在管理者的角度，运用现代管理学的理论和方法，既要考虑案例的历史背景，又要以史为鉴，重在为今所用，辩证地分析评价王熙凤管理的经验和教训，总结对现今管理者的启示。

(二)王熙凤的管理值得肯定的方面

1、管理思路清晰，管理过程完整。王熙凤从管理认识开始，对对宁国府进行“管理诊断”，通过管理思维设计和选择解决问题的方案和计划(管理控制上制定规矩，人员配置上定岗定编等)，并予以实施和评价效果。

2、抓住核心问题，制定管理措施。管理的核心问题是：管什么?怎样管?对此，王熙凤把握的较好。管什么?她诊断出宁国府管理混乱的五大弊病；怎样管?她制定规矩擒贼擒王，定岗定编责任到人，严明纪律恩威并施。做到管理的程序化、制度化、标准化。“某人管某处，某人领某物，开得十分清楚”。在实行岗位责任制的整个过程中，她还制定了严密的规章制度，并十分注重制度的检查和落实。各事“如今都有定规，以后哪一行乱了，只和哪一行说话”，追究责任。如此不出数日，整个宁府就有条不紊了。

3、勇气胆识可佳，处理问题果断。为彻底扭转宁国府的纪律涣散，王熙凤每天亲自点名，并对违反者，不分“有脸者”“无脸者”严肃处理，杀一儆百。这一以“严”为核心的管理行为是需要勇气和胆识的，对松、懒、散、慢，争相偷安惯了的宁府人来说，是十分必要的。如果没有这样得力的、果断的“绝招”，要改变散沙一般的宁府的面貌，建立正常的管理秩序，是难以想象的，至少见效没有这么快。

总之，王熙凤的管理在很多方面是符合现代管理理论的。

(三)王熙凤的管理存在的问题

1、重“管”之约束，缺“理”之顺情。管理者应明理顺情，依理用法，使别人协同(而不是强迫协同)自己完成管理活动。王熙凤实行铁腕式管理，以罚代管，使管理的激励功能缺失，虽能收立竿见影之效，但不以人为本，没有寓教于管，寓情于管，时间一长，负作用凸现，势必大大降低罚的效果。

2、重集权，轻分权。王熙凤事必躬亲，每天点名检查到每一个人，并对违反者亲自处理，既陷入事务性堆中，累坏了身体，又使自己混同于执行层的管理人员，使下层人员没有发挥能力的空间，不利于调动人员的积极性。

3、重专制式管理，缺民主式领导。王熙凤管理方法简单，处事独断，缺乏领导艺术。在下属中树立的是假权威，即威吓.威慑.威势，而非人们尊敬的知识、才能、品德、人格魅力等真威信。这就往往容易导致和强化下属的两面性和软磨硬抗。王熙凤在协理宁国府时威重令行，而给贾母理丧时却权威不足、指挥失灵，就是例证。这是因为，王熙凤的权威主要依靠贾母和娘家做靠山。一旦靠山倒了，王熙凤的权威便马上土崩瓦解。由此，管理界经行了王熙凤是维持会会长还是掘墓人的讨论。

>三、启示

1、不能只用惩罚，应以激励为主，慎用惩罚。王熙凤管理使效用打折扣，下人因恐惧而工作。她独断专行，“不把众人放在眼里，挥霍指示，任其行为，目若无人”；她“辛辣刚烈”有余，而细微的思想工作不足，缺少感情投入；……所有这些，今天的管理者应引以为戒。

2、王熙凤协理宁国府，注定是在短时间内协助宁国府贾珍管理一下家务事。但这件事对企业管理者却有深刻启示作用，遇到这种情况，可以借鉴才王熙凤的管理形式及相关内容。对短期紧急事件可以借鉴王的做法。

3、在红楼梦中有这样一首诗来描写当时的四大家族：

“贾不贾白玉为堂金作马。

阿旁宫三百里住不下金陵一个史。

东海缺少白玉床龙王来请金陵王。

丰年好大雪(薛)珍珠如土金如铁。”

在外人看来，贾家声势显赫，就像今天的一些知名企业，外人看如日中天，内部管理其实混乱无序，这是大多数企业存在的问题。宁国府的现状和现实中的组织十分相似。

4、动辄以板子加身，以革薪相威胁，用现代管理学眼光看不尽合情合理，确实太“辣”，但在当时那种条件下，想扭转积弊已久的宁府的散、乱、差局面，不采取点异乎寻常的绝招是不行的。而且，我们也不能苟求于古人。事实上，正是这一招使得凤姐作为一个上任伊始的管理者的绝对权威得以确立。它提示我们，应在正确的时间，正确的地点、用正确的方法和方式，做该做的事。

5、对高层管理者，应“睁大双眼，放开双手”，视管理幅度等情况实施授权，处理好集权与授权的关系。

6、王熙凤协理宁国府和我们今天的家族企业管理有很多相似之处。有的“老板“高高在上，同时要求下属对“老板”绝对服从。这种集权式的领导凤格，一方面使得家族企业组织结构简单，管理层次较少，信息在企业内部传递直接迅速，企业对市场的变化反应较快，对外部环境的适应能力较强；但另一方面，也使得企业内部缺乏完善的决策机制和民主管理机制，所作的重大决策主观性和随意性较强，其决策正确与否主要取决于领导者个人的能力，这实际上隐藏着较大凤险，企业规模越大，这种危险性就越大。

7、“明理顺情”，追求“无为而治”――管理的最高境界。王熙凤显然离“明理顺情”、“无为而治”差的太远。在现代的管理实践中，“无为而治”的境界也很难达到。但是，在现代管理者的管理意识里，如果没有“明理顺情”的概念，对“无为而治”的追求，却是很可怕的，其管理水平就难以提高，管理绩效就不会很好。

**热点案例分析范文1500字 第七篇**

>【案例简介】

鸿星尔克是一家专注于运动品牌的公司。成立于20\_年。今年恰好是鸿星尔克成立十周年。在这十年里面鸿星尔克不断地进步，发展，壮大。通过不懈的努力，十年时间鸿星尔克成为了国内几家知名的运动服装制造商。

20\_年，鸿星尔克在新加坡成功上市，成为了当时中国第一家在海外上市的公司。同年，鸿星尔克进军海外，先后在中东多个国家发展开拓市场，并取得巨大的成功。现如今，在伊朗，阿联酋等国家享有很高的知名度。

20\_至20\_年，虽然遭受到了美国次贷危机引起的全球经济危机的影响，销售收入有所下降，到20\_年比08年下降了30%。但鸿星尔克实际上像其他体育服装企业一样，并没有受到什么严重的损失反而是继续国际合作，在09年确立了为期五年的上海ATP1000大师赛事官方服装合作伙伴关系。

20\_年，鸿星尔克又赞助了马德里大师赛。在取得了巨大成就的同时鸿星尔克展望未来，总结过去的经验面对国内外的竞争对手必将开展新一轮的战略攻势。

>【必要性分析】

1、特点

（1）本案例中包括了一个完整的时间段，从20\_年鸿星尔克建立到20\_年鸿星尔克在新加坡上市再到20\_年鸿星尔克十周年。可以说案例写出了鸿星尔克十年来的主要的发展方向。这有助于我们从整体上能更加完整的理解鸿星尔克成功发展的历程。

（2）在案例中对于鸿星尔克一些战略的实施和经营理念包括管理思想都有一个直观的说明。这样使得我们在解读案例时更加的具有针对性。

（3）最重要的是在案例中抛出了一个问题，那就是鸿星尔克历经十年发展，取得了一些可喜的成绩，那么在以后在未来他的经营发展将会采取一种什么样的战略措施，既要稳固目前鸿星尔克在国内和国际所拥有的地位和知名度，又要在今后的发展中积极向前进获得更多的顾客开拓更广阔的市场，这需要采取什么样的新战略，新措施，这在案例中都有涉及到。

2、启示

鸿星尔克这个案例给我们的启示就是要想长远的发展企业，把企业做大，就要有一个适合企业的战略目标，精确地品牌的定位，合理的目标市场的选择以及看清在与竞争对手的比较中自身的优势是什么。

一个企业成功与否与他的经营理念，战略实施程度有密切的关系。决策成功，可以扩大销售额，降低成本，提高利润，进而占领市场。可以使企业在风云变幻的市场上抢占有利地位，并可保持企业在激烈的竞争中生存发展。

>【经营管理分析】

1、品牌定位精准合理

良好的品牌定位是一个企业成功的前提，可以为企业进占市场，拓展市场起到导航作用。如若不能有效地对品牌进行定位，以树立独特的消费者可认同的品牌个性与形象，必然会使产品淹没在众多产品质量，性能及服务雷同的商品中。品牌定位是品牌传播 的客观基础，品牌传播 依赖与品牌定位，没有品牌品牌定位，那么，品牌传播就难免盲从而缺乏一致性。总之，经过多种品牌运营 手段的整合运用，品牌定位所确定的品牌整体形象即会驻留在消费者心中，这是品牌经营的直接结果，也是品牌经营的直接目的。如果没有正确的品牌定位，无论其产品质量再高，性能再好，无论怎样使尽促销 手段，也不能成功。

鸿星尔克就很好的做到了品牌的精准定位。在鸿星尔克创立之初就将其品牌定位在了运动用品上。运动用品这本身是细分市场，专精于细分市场有助于鸿星尔克提高其核心竞争力更好的抓住目标客户。

**热点案例分析范文1500字 第八篇**

>一、前言：

微观经济学研究的中心问题是如何利用市场机制来实现资源的最优配置，在研讨这个问题之前，我们有必要首先来了解微观经济学的研究对象、基本假设条件和理论体系的框架。微观经济学是通过个体经济单位的研究来说明市场机制的配置作用的，市场机制亦可称价格机制，其基本的要素是需求、供给和均衡价格。

在微观经济学中，任何商品的市场均衡价格都是由商品的需求和供给这两个因素共同决定的，而在确定商品供给价格之前，厂商有必要对商品的需求弹性以及供求变化作出详尽的分析，这样才有可能实现利润最大化；消费者也只有作出理性的经济学分析，才有可能实现效用最大化。

本案例主要是从汽车行业这个角度对经济学中供求规律进行系统的分析，运用需求、供给、均衡价格理论和弹性理论对其进行分析。如同08年北京奥运会一样，中国近些年来的车展也在一次次躁动中拉开了帷幕。

>二、案例背景分析：

汽车产业：

今年说车展，有两个绕不过去的背景：全球金融海啸之下汽车业遭遇的严冬；xxx及时、有力的应对措施明显见效，让中国车市迎来一个出乎意料的“小阳春”。 19xx年6月的上海车展是在上海少有的漫长雨季中进行的，参观者人头攒动，但看的多，买的少。在私有汽车最大的市场北京，作为晴雨表的北方汽车交易市场，该年上半年的销售量只相当于上一年同期的1/3。尽管当年全国轿车产量可达75万辆，但一季度销售量不过万辆。面对这种局面，汽车厂商一片哀鸣。

后来，上海车展越来越大，展馆放不下，又转移到虹桥的上海商城，从20xx年至今，除上海以外，北京、广州，时下中国车展展厅里永远是人声鼎沸，万头攒动。加上年初出台的《汽车产业调整振兴规划》出台，使中国第一拥有了私人汽车消费的鼓励政策。升以下车型购置税减半、汽车下乡等政策推行，见效极快。20xx年东风汽车公司年度第100万辆自主品牌东风风神A 60全年汽车销售有望突破300万大关，中国汽车行业在艰苦卓绝的道路上走得越发的坚定。

>三、问题识别与分析：

其实，生活中这样的事情时有发生，某些厂商发现了一种可能会谋取较大利润的商品，于是欣喜若狂，大量生产、订购这种产品，可到头来却落了一场空。我国早期的汽车行业不太成熟，汽车厂商销售策略不合理。虽然单从供给的角度来分析，厂商是可以获利的，但是当考虑到消费者的需求，厂商却会亏损。而经过近些年的发展，中国汽车行业发展迅猛，国内销量日渐增多，越来越多的上班族坐上了小轿车。

在现实生活中，许多商家只是单方面考虑自身最大化利润，而不考虑消费者的需求。其实这样是不对的。经济学真正的主题内容是理性的，其隐而不彰的深刻内涵就是人们理性地采取行动的事实。在经济学中，“合乎理性的人”的假设条件也被简称为“理性人”或者“经济人”假设条件。这个被抽象出来的基本特征就是：每一个从事经济活动的人都是利己的。也就是说，每一个从事经济活动的人所采取的经济行为都是力图以自己的最小经济代价去获得自己的最大经济利润。

下面从需求的角度说来分析，影响北方汽车销售量的可能因素有：

（1）汽车的价格过高。一般来说，汽车的价格越高，其需求越低。

（2）第二，消费者的收入水平过低。购买汽车的消费者收入水平越高，其购买可能性就越大。

（3）有关其他汽车的价格影响。如果在同一时期，消费者购买其它品牌的汽车所获得的效用越大，其购买北方汽车的可能性越小。

（4）关于消费者的偏好。如果消费者对北方汽车的偏好较小，则该种汽车的购买可能性就较小。

（5）关于消费者对商品的价格预期。如果消费者预期北方汽车下一时期价格会下降，则其购买该汽车的可能性越小。

基于以上种种可能性，北方汽车的销量很低。

如果分析当今的汽车销量——其销量提高的原因可能有：

（1）汽车价格合理；

（2）消费者整体水平提高；

（3）各类汽车之间影响较小；

（4）消费者对汽车的偏好提高；

（5）消费者的价格预期结果适合购买汽车。

经过不断的改进，中国汽车市场已从以前的销路不畅到如今的支柱产业，实现了巨大的跨越。我国汽车市场被认为是未来他展潜力最大的市场，是我国的产业支柱。在经济市场中，商品本身的价格是由市场需求和市场供给这两种相反力量的相互作用下形成的。如果只是厂商单方面供给很多，而消费者的需求很少，那么商品的均衡价格还是很小，商品的均衡价格几乎为零，此时厂商当然获不了多少利了。

>四、建议：

在西方经济学中，商品的均衡价格是商品市场上的需求和供给这两种相反的力量共同作用的结果，它是在市场的供求力量的自发调节下形成的。消费者购买一种商品的前提是既有购买欲望，又有购买能力。案例中所呈现的消费者也许没有购买欲望，抑或没有购买的能力。我们再来分析一下北方汽车的问题。一个理性的消费者会在经济市场中追求自身

最大利益的，也就是在一定的收入水平下追求自身最大效用。那么，下面就针对以上的分析，对汽车生产商提出合理的建议：

（1）生产者应根据市场供求曲线，给汽车合理的定价；

（2）不断提高汽车质量与售后服务质量，加强消费者对汽车的偏好；

（3）加大对该款汽车的宣传，增强产业竞争力；

（4）针对该产品的需求弹性进行分析，适当提高或降低汽车价格。

生产厂商若依照上述建议，就有可能对其生产销售产生影响，而获得较大利润。

>五、总结：

综上所述，厂商在生产商品时，应该充分考虑消费者的偏好及需求，根据市场供求曲线所决定的市场均衡价格和均衡数量及商品的需求弹性合理定价，来调整所需生产的商品数量。我国早期生产汽车的厂家就是因为只是单方面考虑厂商的供给而忽略消费者的需求，才导致了盈利颇少。而后期中国汽车产业的不断改进，技术的不断创新，已为中国工业注入了一股新的力量。事实可以证明，熟练掌握市场供求规律及变化，把握市场信息，才有可能实现市场均衡，使厂商获利，使消费者获得最大效用。

**热点案例分析范文1500字 第九篇**

>营销背景:

随着中国男士使用护肤品习惯的转变，男士美容市场的需求逐渐上升，整个中国男士护肤品市场也逐渐走向成熟，近两年的发展速度更是迅速，越来越多的中国年轻男士护肤已从基本清洁开始发展为护理，美容的成熟消费意识也逐渐开始形成。

20\_年欧莱雅中国市场分析显示，男性消费者初次使用护肤品和个人护理品的年龄已经降到22岁，男士护肤品消费群区间已经获得较大扩张。虽然消费年龄层正在扩大，即使是在经济最发达的北京、上海、杭州、深圳等一线城市，男士护理用品销售额也只占整个化妆品市场的10%左右，全国的平均占比则远远低于这一水平。作为中国男士护肤品牌，欧莱雅男士对该市场的上升空间充满信心，期望进一步扩大在中国年轻男士群体的市场份额，巩固在中国男妆市场的地位。

>营销目标:

1、推出新品巴黎欧莱雅男士极速激活型肤露，即欧莱雅男士BB霜，品牌主希望迅速占领中国男士BB霜市场，树立该领域的品牌地位，并希望打造成为中国年轻男性心目中的人气最高的BB霜产品。

2、欧莱雅男士BB霜目标客户定位于18岁到25岁的人群，他们是一群热爱分享，热衷于社交媒体，并已有一定护肤习惯的男士群体。

>执行方式:

1、在新浪微博上引发了针对男生使用BB的接受度的讨论，发现男生以及女生对于男生使用BB的接受度都大大高于人们的想象，为传播活动率先奠定了舆论基础。

3、在京东商城建立了欧莱雅男士BB霜首发专页，开展xxx占尽先机，万人先型xxx的首发抢购活动，设立了欧莱雅男士微博部长，为关于BB霜使用者提供的一对一的专属定制服务。另外，特别开通的微信专属平台，每天即时将从新品上市到使用教程、前后对比等信息均通过微信推送给关注巴黎欧莱雅男士公众微信的每一位用户。

>营销效果:

**热点案例分析范文1500字 第十篇**

>一、一般资料

L 某，女，18 岁，高三学生，成绩优异，休学一年，未参加高考，现已返校，心理学案例分析报告。

咨询已有五次，陆续一年，主要解决情绪爆发问题和与母亲的亲子关系问题，成效显著。

>二、主诉和个人陈述

近一个月没有办法睡觉，每天晚上躺下看着天花板，凌晨三四点会准时醒来，没有办法拥有完整的睡眠，所有的生活都被这混乱打乱，也不能学习，食欲也不佳。有时候会出现思维云集，尤其是上课看着窗外发呆的时候，会各种的杂念在头脑闪现。讨厌为了别人设置好的轨道前行，但又明白不能再一个人独处，应该去学校。现在是自身的状态还未调整到能够很好地投入到学习这个中心任务中去。

和父母的关系有所改善，尤其是看到父母的关系融洽，有种成就感。在改善亲子关系和缓解情绪冲突方面有很大的进步。

>三、咨询师观察、了解到的情况

求助者意识清楚，自知力完整，思维敏捷，表述条理清晰。求助者的睡眠问题是情绪影响所致，而情绪的波动终究是事件引发。最近求助者面临着高考的压力，下载高考倒计时软件，高考动机过强，随之焦虑抑郁情绪引发了躯体的某些症状。

>四、评估与诊断

诊断：一般心理问题

>五、主要咨询方法

认知- 行为疗法。

>六、咨询的过程

1、针对求助者动机过强问题，用故事、案例来予以引导。首先，德国曼联队，球星云集，几乎都是最好的运动员，但是经过艰苦训练却总是拿不到冠军。易主后，新教练只让球员读哲学书，闲暇之余快乐地玩足球 ，结果却轻而易举夺冠。有的时候，心理动机过强，会取得适得其反的效果。古语说，无心插柳柳成荫也是这个道理。另一个森田疗法治疗睡眠案例，睡不着，强迫自己不睡，结果失去睡眠动机，反而睡着了。高考倒计时软件是对人生迷茫的人有作用，需要激励、督促。但，对于求助者而言，不适用，不用扬鞭自奋蹄。高考固然重要，在目标锁定后，顺其自然，进步自如，能接受失败，坦然面对。平常心乃道。人生的竞争是漫长的，未必只有高考一次竞技。

2、找到引发事件后，知道自己心里紧张担心什么，接下来的主要任务便是调整焦虑抑郁情绪。对求助者而言，调节情绪的关键是积极的心理暗示。

暗示疗法，即接受一种信念，不加批判的接受服从。一般年轻、女性、无知的人相对更容易受到暗示。

举例：一个求助者，参加驾驶证培训考试，路考了七次都没有过，在做了咨询后，约定再次路考时，戴上耳机，拨通咨询师电话。咨询师也没聊什么，但是这个求助者因为注意力转移了，没有放在考试紧张上，路考顺利通过。

另一个求助者，每次坐车就紧张，晕车，前来求助。咨询师给求助者开了药，但要求求助者平时不吃，可以把药放在包里。坐车的时候，如果感觉紧张，晕车就吃药。结果求助者药也没吃，从未再晕车了。

这些都是心理暗示的效果。有的人，觉得找心理医生谈话，她就心安了。所以，生活中要多给自己积极正面的暗示。甚至可以借助于某些信物给自己力量支撑。

3、动机是观念，现在用行为来解决。情绪改善了，睡眠便会随之改善。人是有节律动物，睡眠节律很重要，不能乱。一个人除了要管理好自己的情绪外，就是得管理好时间。什么时候吃饭、睡觉这样最为简单的事情是需要固化下来。人的生命是有限的，永远不要让最简单的事情来干扰我们的生活。要成为一个成功的人，生活肯定是严谨，规律的。那些总是在找各种东西的人，肯定没出息。求助者是因为休学期间，白天睡觉，晚上清醒，生活节律被打乱了。所以现在需要制定一个作息时间表，先坚持一段时间，再按照自己的状态进行适当调整。

**热点案例分析范文1500字 第十一篇**

>一、海底捞服务管理案例

1996年，海底捞经过两年的努力，店面由原先的70多平方米曾扩到400多平方米。由于店面扩大，桌数增多，刚开始总是坐不满，生意也平平淡淡。此时张勇非常着急，但他没有乱了分寸，他知道只有通过更好的服务，让所有消费的顾客都满意，生意才能一步一步好起来。细心的张勇发现最近总有一对母女俩到店里吃饭，这对母女每次来最多点三样素菜，消费奇低，最多吃十几块钱。张勇没有应为这对母女消费低而轻视客人，他总是一视同仁的给母女二人服务。但是个别员工并没有真正理解到服务的真谛。

一天，母女二人来吃饭，当台服务员表现的比较懈怠，还小声对旁边服务员说“这两位又来了，每次都吃那么一点钱…”。

母女听到了服务员谈话，觉得非常没有面子，起身准备离开。细心的张勇发现了母女的举动，赶忙上来询问原因。母亲非常有修养，还不好意思的对张勇说：“其实每回来吃饭，我们也挺不好意思的，但是我们俩饭量又小，点多了怕浪费。再说我们俩又不吃肉，就喜欢吃一些素菜…。”。

张勇听完母亲说的话，又看了看当台服务员的表情，立刻知道了是什么原因。“姐，实在不好意思，都是我的错，我没教育好自己的员工，其实你们每一个顾客对于我们海底捞都是一样重要的，你们都是我们的衣食父母；姐，您看这样可以吗，今天这桌饭我请了，这是一张八五折的金卡，从今以后你就是我们最重要的客人。姐，你不是怕点多了浪费吗，以后过来所有的菜你都可以点半份。姐，今天的事您千万不要生气，再给我们一次机会好吗？”母女听到这样的解释后，大为感动。

事后，这位女士的老公，简阳市工商银行行长与张勇一家人都成了好朋友。行长为海底捞介绍了大量的客户，同时也为海底捞贷款方面帮了大忙。

>二、海底捞服务管理案例分析

永远不要轻视任何客人，对所有顾客都要全力以赴的服务，争取每一个客人的满意。我们不能轻视任何一位客人，也许客人的消费水平比较低，但不代表他的朋友或家人没有消费能力，只有他满意了才可能通过口碑效应取得更大的收益。相反，如果客人不满意，也会把负面效益很快的传播出去，这样带来的损失是不可估量和无法挽回的。坚守信念，机会只留给有准备的人。

通过以上案例，我们可以发现张勇之所以获得这次机会，是与他真正的理解服务的真谛，坚守着以服务为生命的信念而分不开的。否则，他也会象当台服务员一样，觉得两个人消费那么低，走就走了，那么再好的机会也就错过了。

>三、海底捞服务管理案例总结

自1994年在四川建立第一家门店以来，十几年的时间，海底捞已发展至北京、上海、西安等全国29个城市一百多家直营店，拥有四个大型现代化物流配送基地和一个原料生产基地。仅20xx年，海底捞就开出了17家门店，营业额近20亿元，拥有员工两万多人。“家文化”是海底捞变态服务的重要支撑，如今“家文化”却成为海底捞前进道路上的一个障碍。

**热点案例分析范文1500字 第十二篇**

《论语》就是告诉我们要学知识、要学会做人，做事要学会做人。《论语》中的许多论断都是我们现在要在我们的工作中去寻找和解决的，我们不能在这方面去做去改变自我，我们要学习《论语》的精髓，用它来武装自我。在学生工作的这几年，我们学到了不少知识。

首先在学习《中华上下五千年》这部经典诗文之前，我们就应该弄清楚《论语》是怎么一本经典之语，这是为什么要这本经典，是怎样一本经典。

其次，《论语》是一种教学的方法，它是帮我们找到学习规律的，我们要学习的东西多。我们要通过学习来学会用科学的方法来解决现实生活中的实际问题。

最后，《论语》的语言艺术和语言的艺术美在学生身上是体现的，它能让我们学会用平和的心态去对待自己所处的一切，学会用一双慧眼去发现身边的世界，学会用一种简单的眼光去审视自己所处的一切，学会用自己的双手去创造一些。

《论语》告诉我们学好语文是一种很重要的艺术修养，是我们终身学习的目标。

**热点案例分析范文1500字 第十三篇**

>一、学生情况简单介绍

姓名：胡习文性别：男年龄：11岁五年级学生

>二、问题及行为表现

1、学习主动性不够，经常拖欠作业。

2、性格倔强、固执。与人相处办事，不计后果，缺乏自制力，责任感淡薄。

3、处事情绪化，易冲动。遇事不冷静，特别受不了别人说它，哪怕是一点点小小的冤枉。

4、心灵脆弱，心理方面承受能力差。

>三、有关资料的调查

这位同学今年11岁了，妈妈在他小时候因病去世，对他造成了一定的心理阴影。从小就失去喟了母爱。家里人教育一向都是用打骂的方式，使他养成了固执、偏激、倔强的性格，办事不爱动脑，我行我素，做了错事，不接受批评，不让人家说，表现出较强的虚荣心和反抗心理。

>四、个案分析

针对他的性心理特点，经调查了解，我认为他的个性问题来源于家庭环境的影响和学校教育的影响两个方面：

1、鉴于他在如此家庭背景里长大，种种情况都情有可原，还是得用爱心去融化，用理智去浇灌。

2、在班级里，学习成绩一般，但是缺乏认真、刻苦的学习精神，有时还比较懒惰与叛逆，长期发展下去，知识掌握不牢，学习不扎实就产生了自卑心理。认为反正也就这样了，甘拜下风，自暴自弃，致使成绩下降，凡事总觉得自己对，对自己认识不清，出现情绪不稳定现象。

>五、采取的方法和实施过程

1.我认为他的本质是好的，如果与家长配合共同对他进行耐心细致的教育和帮助，他是会有改变的。

2.他犯错误，他不能冷静，教师应该绝对地冷静。每次对于出问题的方面，我则耐心指导，认真帮助他分析错误原因，让他自己找出错误所在。同时，没有放松对他的教育，用爱心去关怀爱护，用爱心去严格要求，让它感受到教师对他的关爱。

3.以强项来淡化弱项，早就发现，他对于劳动还是能实实在在地干好，值日生工作他认真做，就给予鼓励；

4、他对于受一些小冤枉最不能忍受，不能小事化无，这一点也需要老师晓之以理，动之以情，可以给他讲一些宽容的小故事，读读关于宽容的名言，如，忍一时风平浪静，退一步海阔天空，结合他本人的事例来感受风平浪静，海阔天空的美好感觉。讲讲生气对于身体，心理的伤害。

5、让它感受到同学们对他的爱，感受到集体成员就像家人一样，有些小摩擦很正常，但是不能让小摩擦影响了感情。

>六、教育效果

精诚所至，金石为开。经过一学期的了解及教育，这位同学有了一定的进步，正如人的性格不是一朝一夕就能改变的一样，它具有稳定的特点，要彻底改变是要经过长时间的努力。现在他对老师信任了，与同学之间也能友好的相处，他对生活也满怀信心，情绪较稳定，冲动事件逐渐减少，对劳动有了初步认识，值日主动、热心肯干，犯了错误能认识到错误在哪儿。

**热点案例分析范文1500字 第十四篇**

现代文阅读典型案例分析报告

一、记叙文《看自行车的女人》

20\_中考记叙文阅读有四道小题，较往年减少一道，分值16分。

这四道题分别从概括、赏析、写作思路、和主旨理解等四个几个方面考查学生的阅读能力。较往年常考的题型来看有新的变化。今年增加了分析写作思路这类试题，这种题型以前河南省没有出过，很多考生不知从何下手。最后一个小题，看似开放性试题，但是属于理解主旨类，如果不注意主旨理解的话，可能也会出偏差。

其他题目难度不大，都是常见常练题型。

下面从以下四个方面对这次考试的案例进行分析。

第7题：本文写了“看自行车的女人”的哪几件事？请用简洁的语言分别概括。（4分）全市平均分

从这道题的题干来看，这种概括题的主语（主要人物）已经确定，其实就是把几件事概括出来就行了，比概括全文的难度要小得多。从全市的平均分分来看，考生记叙文的概括能力还算是不错。

失误分析：

1.答非所问，对象表述错误（搞错对象）少学生概括成了“我”怎样。例：“我因为没有零钱，欠了她两毛钱”，“我又去商场付她钱”等。

2.理解错误。例：“她帮我看车一直等我出来，把东西交给我”。

3.表述时重点不当。例：“一位同事让我写表扬信。”

**热点案例分析范文1500字 第十五篇**

>一、指导思想

>二、教学与考试安排

把案例考核作为考核的重要组成部分，占总成绩约35%左右。具体又分为二部分：一、管理学教材中选取3-5个案例安排随堂案例讨论；二、以4-5人小组集体共同寻找或编制当代著名的管理学案例，进行分析、讨论，在期末集中4个学时的公开展示讨论，要求做PPT，全员参与。

>三、评分细则

(一)小组赋分

对小组整体案例实行百分制，评按小组案例呈现整体赋分，评分标准结构：

1、案例选材的经典性(15%)

2、案例编制完整，能运用所学原理，进行透彻的分析(40%)

3、现场表现：口头表达、小组成员配合程度。(20%)

4、PPT制作的图文并茂、漂亮大方。(10%)

5、随机应变能力，能清楚明了地回答老师、评委和同学的质疑提问。(10%)

6、时间20分钟。(5%)

(二)个人等级及分值换算

对每位同学的评价则采取等级制，按同学的综合表现，及在案例教学中的贡献分为：

A+、A-、B+、B-、C等五个等级，本小组表现最优异者A+，其百分制的分值为本小组案例综合评分，其它等级依此累减，C为60分，最主要考查学生的团队合作精神。

>四、评委及相关人员

1、评委由每个小组推选1位态度公正、学习优异的学生+任课老师，取平均分。

2、计分员2-3人。

3、学习委员最终算出案例报告会成绩，并负责收集相关文件资料，如PPT、评分结果、案例现场影像资料收集与保存。

**热点案例分析范文1500字 第十六篇**

一、一般资料

(一)一般情况

刘某，男，19岁，未婚，大一学生，排行老二，上有一姐(已上大学)，出生于江西省一个小农村，从小在父母身边长大，父母为其监护人。

(二)个人成长史

1、童年期生活：经来访者母亲陈述得知，来访者的母亲围产期、生产时情况良好，顺产;来访者童年时期走路、开始说话的时间与正常儿童一致，无重大特殊事件发生;童年时未患重大疾病，童年时与母亲感情融洽，无退缩或攻击行为，父亲在外打工，与来访者接触较少。

2、青少年期生活：来访者上小学时学习成绩好，性格开朗，很活跃，与同伴关系融洽。在家和母亲关系很好，很听话，母亲眼睛不好，他很孝顺，很关心照顾母亲;而父亲一直在外工作，很少关心孩子的教育问题。上大学之前，来访者一直是父母眼中的好孩子，老师眼中的好学生

3、 来访者的精神状态：自我评价极高，自我感觉极好，否认自己有心理问题，易怒，情绪很不稳定。

(三)个人主诉

**热点案例分析范文1500字 第十七篇**

建立和完善城市生活无着的流浪乞讨人员救助管理制度，是践行“三个代表”重要思想，坚持以人为本、构建和谐社会的德政之举。近年来，我县救助管理工作坚持“以人为本，为民解困，为民服务”的工作宗旨，认真贯彻《救助管理办法》，积极探索，锐意创新，采取行之有效的多种措施，积极为特殊困难群体排忧解难，取得了良好的社会效益，促进了救助管理工作的社会化：一是城市生活无着落人员基本生活权益得到较好保障;二是积极开展主动救助，填补了社会管理真空;三是为改善党和政府形象，扩大民政部门影响发挥了积极作用。但是，按照贯彻落实科学发展观的要求，作为全新的社会临时性救助机制，救助管理工作正处于不断摸索、探讨、总结、发展的阶段，生活无着落人员救助管理面临的形势依然比较严峻。我们本着想问题、摸规律、抓落实的工作方针，结合工作实际中遇到的一些按类进行了初步的调查分析和对策探讨，以便在今后工作中能进一步创新观念，拓宽工作思路，有效整合社会资源，创建我县救助管理工作新的模式。

案例：自20\_年《救助管理办法》实施以来，我站共对1237人实施了救助;其中：男性825人，女性412人。为354人购买了返乡车票，其中老年人82人，妇女22人，残疾人45人，其他205人(包括流浪乞讨、打工和寻亲找友人群以及路途被盗人群)。转送未成年人25人。

从救助工作整体上看，请求救助的原因大致可以分为如下几种情形：一是到城市务工不着、寻亲访友不遇生活遇到临时性困难，面临乞讨的人员;二是流动人口中因钱财被盗、被抢、被骗、丢失，生活遇到临时性困难，面临乞讨的人员;三是因灾、因家庭经济困难，季节性到城市采取乞讨方式获取货币的人员;四是因残疾被家庭遗弃，流浪乞讨的老人和儿童;五是因年老、年幼、残疾以及精神障碍等原因离家迷失，流浪乞讨的人员;六是少数被拐卖、拐骗逃脱，生活无着流浪乞讨的妇女和儿童;七是被胁迫以乞讨方式为幕后操纵者敛财，而流浪乞讨的老人、儿童、残疾人;八是专以乞讨为生财之道或者生活方式的流浪乞讨人员。

从乞讨产生的原因和救助工作实际救助的对象分类看，所谓的“城市生活无着的流浪乞讨人员”，主要是到城市务工不着、寻亲访友不遇;因灾、因生活贫困，到城市乞讨谋生的农民;因钱财被盗、被抢、被骗生活遇到临时性困难，“面临”流浪乞讨度日，需要政府予以救助的人员。实际实施救助的主要对象是流动到城市的暂时生活无着的“流动人员”，“流浪乞讨”人员只是“流动人员”中的极少数特殊情形。

救助工作中存在的主要难点问题：

一是依法甄别与实施救助困难。现行的救助管理制度规定，城市生活无着的流浪乞讨人员是指:“因自身无力解决食宿，无亲友投靠，又不享受城市最低生活保障或者农村五保供养，正在城市流浪乞讨度日的人员。虽有流浪乞讨行为，但不具备前款规定情形的，不属于救助对象。”救助的内容包括如下五个方面：一是提供符合食品卫生要求的食物;二是提供符合基本条件的住处;三是对在救助站内突发急病的，及时送医院救治;四是帮助与其亲属或者所在单位联系;五是对没有交通费返回其住所地或者所在单位的，提供乘车凭证。从求助者的请求来看，自述其确实面临或者正在流浪乞讨度日，急需救助机构予以基本的生活食品救助。针对求助者的这一请求而言，甄别程序是“残酷”又难以操作的程序设定。而救助的“甄别”制度设计一直困扰着救助管理工作，流浪乞讨人员主要来自贫困边远地区，通讯和信息交换设施相对落后，通过电话查询一般要打十余次，而且由于通讯成本比较高，往往没有回音。通过公安机关查询，短时间内，至少一天内，难以核实清楚求助人员所陈述情况的真实性。并且电话查询的结果，是否能够作为救助机构做出不予以救助的依据，值得斟酌，客观上浪费了救助管理资源。对于蓄意骗取救助资源的人，救助机构反而拿不出拒绝救助的合法证据。

二是职业乞讨人员比重逐步扩大。通过对受助人员的调查分析，总受助人数中，职业乞讨人员占的比例很高，他们与一般受助人比较，具有以下特点：一是具有主动性。他们并非因生活所迫而流浪乞讨，而是终年在繁华城市，借乞讨生财，由于救助管理会影响到他们的乞讨收入，多不愿意接受救助，更不愿意返回原籍。二是具有稳定性。他们有稳定的乞讨收入，相对固定的乞讨街区，有重点的乞讨对象，甚至相互划定地界，彼此抢占地盘。三是具有一定的组织性。他们或按家族血缘，或按乡域搭帮结伙，有头目、有分工、有的甚至有帮规，在固定地点集聚、统一乞讨，同居同宿。四是构成复杂。有确因家庭困难外出乞讨的人员;有上访人员;有进城务工未果人员;有财产或物品失窃无法返乡的人员;也有骗吃、骗喝、骗票、骗医人员;甚至还会有一些犯罪分子为了逃避法律的制裁，负案在逃，藏匿在乞讨人员之中。

三是突发疾病和“危重病人”产生高额医疗费用高。按照《实施细则》的第九条中有关受助人员在站内突发急病的，救助站应当及时送医院治疗。但实际工作中由于进站初期只能对受助人员进行一些简单、常规的体检，无法准确掌握他们的健康状况，常常遇到受助人员来站前就患有慢性病、传染病、甚至是绝症。这些病都需要住院治疗，即使是维持病情稳定也需要一笔很大的经费支出。

四是没有配套专项救助经费和工作经费。由于我县气候、地理条件差，灾情频繁，经济落后，财政压力大，没有配套的专项救助管理经费和工作经费，日常救助工作费用全靠向上级争取资金，以便到目前为止，我县还没有专门的救助管理站，这无疑影响救助工作的顺利开展。

五是救助管理机制不健全。由于各种原因，我县没有专门的医疗救助、返乡救助、救助鉴别和救助保障等机制加之，救助工作人员少(我县仅有一名专门的救助管理工作人员)，严重制约着救助管理工作的有效进行。

对策：

一是以流动救助队为载体，开展主动救助、现场救助。为了使求助人员获得及时有效的救助，在认真做好站内救助的同时，变“坐等求助人员上门”为“主动走出去服务”,采用各种灵活、高效、快捷方式为流浪乞讨人员提供服务，真正方便了暂时遇到困难的受助人员求助，使职业乞讨者的行为受到一定制约，城市环境、社会面貌得到有效改善。

二是建立和完善农村地区的社会保障体系，切实关心弱势群体的根本利益，立足根本解决贫困地区发展不均衡问题。流浪乞讨产生的根本原因是贫困，而解决贫困的核心是农村居民，落脚点就是建立和完善农村社会保障体系，推进城乡社保体系并轨，使农村困难群体的权益得到保障，从而在源头上减少农民因贫困而外出流浪、乞讨现象。

**热点案例分析范文1500字 第十八篇**

>一、公司概况

成立于1991年的珠海格力电器股份有限公司是目前全球最大的集研发、生产、销售、服务于一体的专业化空调企业，20\_年实现销售收入亿元，净利润亿元，20\_年营业额亿，利润亿，20\_年上半年营业收入亿。连续八年上榜美国《财富》杂志“中国上市公司100强”。格力电器旗下的“格力”品牌空调，是中国空调业唯一的“世界名牌”产品，业务遍及全球100多个国家和地区。1995年至今，格力空调连续14年产销量、市场占有率位居中国空调行业第一；20\_年至今，家用空调产销量连续5年位居世界第一；20\_年，格力全球用户超过8800万。

作为一家专注于空调产品的大型电器制造商，格力电器致力于为全球消费者提供技术领先、品质卓越的空调产品。在全球拥有珠海、重庆、合肥、巴西、巴基斯坦、越南6大生产基地，5万多名员工，至今已开发出包括家用空调、商用空调在内的20类、400个系列、7000多个品种规格的产品，能充分满足不同消费群体的各种需求；拥有技术专利数千项，自主研发的GMV数码多联一拖多机组、超低温数码多联中央空调、新型高效离心式大型中央空调、G10变频空调、超高效定速压缩机等一系列国际领先产品填补了行业空白，成为从“中国制造”走向“中国制造”的典范，在国际舞台上赢得了广泛的知名度和影响力。

>二、外部环境分析

（一）PEST分析

1、政治环境

中国鼓励支持自主创新，要求加快家电行业转型升级。20\_年12月工信部出台了《关于加快我国家用电器行业转型升级的指导意见》，到20\_年要达到国内自主品牌产品在国际市场中比重达30%，培育5个左右具有综合竞争实力的国际化企业集团。

此外，随着目前我国随着入世的承诺逐步实现，正在实施普遍的产业准入政

策，削减乃至取消关税和其他贸易壁垒，改善企业经营环境。同时，中国现行的税制和税收政策要做重大调整，其中包括实行有增有减的税收政策；按照国民待遇原则统一内外资企业所得税，按照扩大税基、降低税率原则，减轻内资企业税负，取消外资企业税收优惠将使我国空调企业获得公平的竞争环境。高效、环保、节能型空调主机受到政府产业政策的支持。

2、社会环境

（1）消费者消费习惯向信用消费，超前消费转变。

（2）消费者更加注重产品品牌和服务，且维权意识有所增加。

（3）人口老龄化严重，家庭结构规模出现变化。

3、经济环境

在全球范围内，我国经济一枝独秀，国民经济呈连续稳步增长趋势，社会购买力及消费潜力亦成为众所周知的全球亮点，蓄积了雄厚的集团购买力。在未来的若干年内，中国仍将是世界上经济增长最快的国家之一，中国的整体经济实力必将进一步增强。

4、技术环境

为了节约能耗，开辟新能源的利用，空调技术的研究发展很快，主流空调有：变频空调、燃气空调、太阳能空调。其中，变频空调凭借其在节能、降噪、舒适等方面的优势，越来越受重视。20\_年4月27日，在广东省轻工业协会组织的“新一代G-Matrik(又称“G10变频引擎”)低频控制技术”科技成果鉴定会上，格力电器自主研发的“G10变频引擎”低频控制技术被专家组一致鉴定为“国际领先”水平，其中格力G10变频空调被鉴定为“国际先进”水平。这是我国空调产业第一项“国际领先”的变频技术，填补了行业空白，标志着我国变频空调产业开始从“跟随型制造”向“引领型创造”转变动格力空调的发展。

（二）行业竞争分析（波特五力模型）

1、潜在进入者的威胁：主要是进入壁垒的高低

（1）规模经济：作为制造业的空调行业对固定成本的投入较高。

**热点案例分析范文1500字 第十九篇**

>企业背景介绍

根据艾瑞咨询的数据，20\_年第二季度，亚马逊在中国B2C电子商务市场排名第三，占据的市场份额，排名第一的是淘宝商城，占据约 49%的市场份额。排名第二的是京东商城，占据约18%的市场份额。从增长速度上来说，淘宝商城、京东商城等中国本土B2C企业要快于卓越亚马逊，如京东商城保持着300%的年增长。

>亚马逊奇迹

>亚马逊高效物流分析

第一，预测式响应订单。

第二，随机式仓储。

和通常的仓库相比，亚马逊仓库里的所有货物都是随机摆放的，这完全按照美国亚马逊的模式和流程设置的，所有的货物都是按照节省空间的原则随机摆放，但这种杂乱无章的摆放，既能提高分拣工人的效率，也能提高订单配置工人的效率。而配货员工作时手持终端会告诉配货员：他手上的订单所有的货物在什么位置，他以什么样的行进路线进行取货。按照手持终端的指令，配货员会以最短的路线和最经济的时间将货物配齐。

第三，最佳的仓库匹配。

物流配送质量是影响消费体验的重要一环。在北京、上海、广州等一线城市，亚马逊自己在做物流配送，主要考虑的是在这些送货量比较集中的城市自建物流，可以节约成本。而在其他地区，亚马逊则选择不同的物流公司进行合作，每年都会按照送达速度、准确率、顾客投诉率等指标对物流公司进行考核。亚马逊在全国已经建成了10个运营中心，分别位于北京（2个）、苏州、广州、成都、武汉、沈阳、西安、厦门、昆山，总运营面积超过40万平米。与许多电子商务企业仓库之间往往是总仓和分仓的关系不同，卓越亚马逊的仓库无从属关系，全国任何一个消费者下的订单，会自动匹配给发货成本最低、到达效率最高的仓库。

第四，IT系统支持。

**热点案例分析范文1500字 第二十篇**

>一、案例回放

招商银行在自20xx年开始的“二次转型”中提出三个转变:由大客户为主向中小企业客户转变；由传统产业向新兴产业转变；由简单的存贷款业务向多元化综合金融服务转变。20xx年，招行在“二次转型”的战略导向下，提出了“创新型成长企业培育计划”，通过打造股权融资服务平台和设计创新的债权融资产品两项手段，创新打造契合企业生命周期各阶段特征的金融服务链，实现企业直接融资和间接融资的合理匹配，促进创新型成长企业快速发展。招商银行20xx年上半年，公司实现净利润亿元，比上年同期增长，每股收益元。实现营业收入亿元，同比增长；净利息收入亿元，同比增加亿元，增幅；年化平均净利息收益率为；非利息净收入亿元，同比增加亿元，增幅。招商银行“创新型成长企业培育计划”的发展目标是:每年在一些新兴产业选出来1000家创新成长性企业，未来三年内建立3000家这样的客户群，这个企业的发展目标是未来有些企业可以走向资本市场实现它的扩张。招商银行将建立适应创新型成长企业需求的信贷政策和风险管理模式；建立适应创新型成长企业需求的产品体系和服务体系，面向创新型成长企业建立从小到大、从创业到资本市场的长期战略合作。

>二、行业分析

目前中国银行业包括四大国有商业银行、11家股份制商业银行、众多的城市商业银行和信用合作社，以及已经进入或准备进入中国的外资金融机构。此外，还有政策性银行在特定的领域内发挥其职能。在这些银行中，四大国有商业银行在规模和品牌等方面明显处于领先地位。到20xx年6月底，四大国有商业银行吸收了65%的居民储蓄，承担着全社会80%的支付结算服务，贷款则占全部金融机构贷款的56%。另一方面，股份制商业银行的市场份额则在过去几年里大幅度增长，到20xx年6月底，已占中国各类金融机构总资产的。四大国有商业银行另一个重要优势是隐含的政府担保。随着银行业竞争加剧和储户风险意识的提高，银行的资信水平将日益重要。

经过近年来的努力，中国银行业的资产质量已有很大的改进，经营管理和内部控制也有显著的提高，不少银行已初步完成管理决策、IT信息系统上的总行集中化控制。但是不可否认，中国许多银行还背着沉重的历史包袱，不良资产情况仍十分严重。据银监会统计，到20xx年底，中国银行业金融机构不良贷款合计为万亿元，占全部贷款的。其中，国有独资商业银行不良贷款为万亿元，不良率达；股份制商业银行不良贷款也有1540亿元，不良率为。而且上述不良率的水平，已经包含了近几年各银行贷款高速增长所带来的稀释作用。随着经济的进一步发展，中国银行业的高速扩张可望持续相当一段时期。大量的居民储蓄和人民币资本账户不可兑换将在一段时间内为我国银行消化历史问题提供良性的外部环境。但另一方面，随着WTO时间表的推进，中国银行业将逐步放开，竞争将日益激烈。所以，我国银行面临着一个与时间赛跑的任务，需要在银行业完全放开、外资银行全面进入之前，打下基础，消化历史包袱。

如何在竞争中占有一席之地已成为各个商业银行必须考虑的问题。

>三、竞争对手概况

银行业在竞争日益激烈的当今，都努力积极的进行创新，不断扩大自己的收入来源。在中小企业贷款方面许多银行都有自己的策略。本文主要以中国邮政储蓄银行和“好借好还”为例进行对比分析。

邮储银行针对中小企业推出的服务业务主要有:面向微小企业主的商户小额贷款，额度最高为10万元(部分地区最高为20万元)，无须抵押、质押，手续简单；面向中小企业主的个人商务贷款，额度最高为500万元。经过对比我发现，邮政银行面对的是小微企业，而招商银行更注重的是企业的创新性。其他银行的贷款政策除了对大中型企业外，对中小企业不是太在意。而像招商银行这样对创新型企业的融资贷款就更没有了。

>四、客户分析

“创新型成长企业培育计划”的具体举措有三个方面:

1、推出“创新型成长企业综合金融服务行动方案”。包括八大金融服务安排:供应链创新安排、资金管控创新安排、企业财富管理创新安排、跨境贸易创新安排、公开上市创新安排、私募股权创新安排、人才激励创新安排、私人银行创新安排)；

2、打造招商银行股权投资综合金融服务平台(为创新型成长企业引入股权投资，同时引入先进的管理理念和方法)；

3、设计适应创新型成长企业特点的债权融资(主要是银行贷款)产品和服务。

**热点案例分析范文1500字 第二十一篇**

>一、案例基本情况

xx同学从小长期跟爷爷奶奶生活，对他很是溺爱，总是欺负周围地同学，总以强者形象出现，无缘无故地，就打同学一巴掌或踢同学一脚。上课时有话就说，不认真听课，令老师极其头疼。

<

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！