

## 第一课

# “联想”的概念性品牌

## ——“联想 1+1”家用电脑

联想集团的“联想 1+1”家用电脑所暗含的创新精神和追求卓越的理念,正是联想集团品牌做大的原因之一。

联想集团,作为中国 IT 业界的龙头老大,其一举一动在某种意义上代表了中国 IT 业的发展动向。“联想”于 1992 年筹备并在 1993 年推出了其概念性品牌——“联想 1+1”家用电脑。

“家用电脑”这个概念是“联想”的创造,他们借此来区分商用和家用两个市场,由此启动了一个电脑家电化的庞大市场。国外通常把电脑称作“个人电脑”,并没有严格的商用、家用之分。从 1993 年开始,“联想”提出家用电脑的概念并在国内市场进行推广,到 1994 年底已为中国的消费者和其他电脑厂商所接受。不仅如此,领导世界电脑技术潮流的龙头老大——美国,也接受了这一概念,并且创办了一本叫做《家用电脑》的杂志。作为“家用电脑”这个概念的倡导者及推广者,联想集团在中国家庭市场的业绩首屈一指。

联想集团把自己的家用电脑命名为“联想 1+1”家用电脑,但是他们始终未将叫“联想 1+1”的原因向社会公开,这就给社会留下一个悬念,从而引起大众的兴趣。比如,有的人认为“1+1”就是一个家庭一台,这表明“联想”





的胃口很大,等等。其实,联想人自己的解释来自于数学领域那顶很多人都知道的皇冠。著名的数学家陈景润对“1+2”有了领先世界的论证,但世界上还没有人对“1+1”加以论证,因此“1+1”成了数学皇冠上的一颗明珠。联想人用“1+1”表明自己追求卓越的信念,而且他们还把极具纪念意义的第十万台联想电脑赠送给了陈景润,他们希望“联想”能像陈景润那样取得新的突破。

这种卓越的信念和创新精神使联想集团在竞争激烈的IT市场上勇往直前,创造出了辉煌的业绩和生命力强大的品牌。

(根据胡志刚、包晓闻编《中国顶级企业经典营销模式》改写)

## 背景介绍 Background Information



联想集团成立于1984年,由中科院计算所投资20万元人民币,11名科技人员共同创办,到今天已经发展成为一家在信息产业内多元化发展的大型企业集团。2002财年营业额达到202亿港币,目前拥有员工1万余人,于1994年在香港上市(股份编号992),是香港恒生指数成份股。2003年,联想电脑的市场份额达28.99%(数据来源:IDC),从1996年以来连续9年位居国内市场销量第一;至2004年3月底,联想集团已连续16个季度获得亚太市场(除日本外)第一(数据来源:IDC);2003年,联想台式电脑销量全球排名第五。

在2002年9月《财富》杂志公布的中国上市企业百强中,联想集团位列第六;2003年底,作为“中国最有价值品牌”之一,“联想”品牌位列第四,品牌价值达到268.05亿人民币;2003年1月,在《亚洲货币》第十一届“Best-Managed Companies”(最佳管理公司)的评选中,“联想”获得“最佳管理公司”、“最佳投资者关系”、“最佳财务管理”等全部评选的第一名。



## 小常识 General Knowledge

## 家用电脑和商用电脑

1992年,利用细分市场策略,“联想”第一个在国内提出“家用电脑”这个概念,将原本毫无区别的电脑市场分为“家用”、“商用”两大市场,开创了一个全新的个人电脑(PC)消费时代。顾名思义,家用电脑是在家庭中使用的电脑,而商用电脑是更适合商业用户使用的电脑。其实,商用电脑与家用电脑并无本质上的区别,只不过是為了更适合完成各种不同的任务,软、硬的配置不尽相同罢了。比如说,商用电脑因为要处理大量的数据信息等,就要求具备强大的计算能力,也就是要有较快的中央处理器(CPU),尽可能大的内存,同时要安装相应的数据处理软件。而家用电脑更注重音乐、图像、视频、游戏等娱乐功能,需要更好的多媒体功能,能较好地运行一些家用软件等,还有家用电脑的造型也许比商用电脑更漂亮。



## 生词 New Words

暗含	(动)	ànhán	to imply
卓越	(形)	zhuóyuè	excellent
理念	(名)	lǐniàn	concept
龙头老大		lóngtóu lǎodà	leading enterprise
筹备	(动)	chóubèi	to prepare
倡导	(动)	chàngǎo	to initiate
首屈一指		shǒuqūyìzhǐ	to be second to none
悬念	(名)	xuánniàn	suspense
领域	(名)	lǐngyù	field
皇冠	(名)	huángguān	crown
勇往直前		yǒngwǎngzhíqián	to go well up to bridle
辉煌	(形)	huīhuáng	magnificent



## 商务词语及新词语解释与搭配

### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

概念	gàiniàn	体现某种新设计、新技术,具有消费导向作用或具有某种特别内涵 <b>常用搭配:</b> 概念车 概念股 概念市场 概念性品牌等
品牌	pǐnpái	商品的牌子。也指商品在市场或消费者中的地位 <b>常用搭配:</b> 品牌管理 品牌策略 品牌服务 品牌意识 品牌效应等
家用	jiāyòng	家庭日常使用的 <b>常用搭配:</b> 家用电脑 家用电器 家用空调 家用电话等
商用	shāngyòng	应用于商业方面的 <b>常用搭配:</b> 商用电脑 商用车 商用设备 商用软件等
消费者	xiāofèizhě	物质资料的使用者或劳务活动的服务对象 <b>常用搭配:</b> 消费者协会 消费者权益 消费者行为等
厂商	chǎngshāng	经营工厂的人;厂家 <b>常用搭配:</b> 承包厂商 生产厂商 广告厂商 某某产品厂商等
胃口	wèikǒu	指食欲。也比喻对事物或活动的兴趣 <b>常用搭配:</b> 胃口大 对胃口 吊胃口等



## 练习 Exercises

## 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文,从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

- “联想”是在什么时候推出“1+1”家用电脑的?
  - 1992年
  - 1993年
  - 1994年
  - 1994年底
- 哪个国家首先将电脑市场区分为“商用”和“家用”两个市场?
  - 中国
  - 美国
  - 日本
  - 德国
- “联想”为什么给家用电脑取名“联想 1+1”?
  - 一个家庭一台电脑
  - “1+1”是数学皇冠上的一颗明珠
  - 表明自己追求卓越的信念
  - 引起大众的兴趣
- 下面哪一项的说法正确?
  - 卓越的信念和创新精神使联想集团成为世界 IT 行业电脑技术潮流的领先者
  - 概念性品牌指“联想 1+1”是一种观念上的东西
  - 领导世界电脑技术潮流的龙头老大——美国,首先区分电脑“商用”和“家用”市场,并且办了一本叫做《家用电脑》的杂志
  - 联想集团把家用电脑命名为“联想 1+1”,引起了大众的兴趣

(二) 在下列词语的解释中,选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

## 1. 暗含

- 不敢让人看见
- 隐含
- 放在别人看不到的地方
- 在黑暗中弯腰站着

2. 家用

- |          |            |
|----------|------------|
| A. 在家里用的 | B. 群体用的    |
| C. 在公司用的 | D. 在公共场合用的 |

3. 首屈一指

- |         |           |
|---------|-----------|
| A. 冠军   | B. 只有一根手指 |
| C. 最优秀的 | D. 折断一根手指 |

4. 概念性品牌

- |               |                |
|---------------|----------------|
| A. 抽象的品牌      | B. 技术还没达到一流的品牌 |
| C. 有特别设计内涵的品牌 | D. 外表设计不新颖的品牌  |

5. 理念

- |       |         |
|-------|---------|
| A. 真理 | B. 概念   |
| C. 观念 | D. 理性思维 |

6. 启动

- |         |         |
|---------|---------|
| A. 启发动员 | B. 启蒙运动 |
| C. 开始运动 | D. 开始运转 |

7. 倡导

- |       |         |
|-------|---------|
| A. 指导 | B. 引导   |
| C. 倡言 | D. 带头提倡 |

8. 一举一动

- |          |           |
|----------|-----------|
| A. 举手和运动 | B. 只行动一次  |
| C. 每一个动作 | D. 举一次动一下 |



(三) 选出下列句子中画线的词与课文中词义相符的一项。Choose the underlined words in the following sentences that have similar meaning to the text.

1. 概念

- A. 这个数学概念我至今还不明白,我真是一点数学细胞也没有  
 B. 这是个概念市场,你不要用普通的知识去理解它

2. 胃口

- A. 这几天我感冒了,一点胃口也没有  
 B. 怎么,你想把整个北京都买下来?你的胃口也太大了吧?

3. 启动

- A. 雪太大,汽车启动不了了。干脆走着去吧  
 B. 这项计划筹备了这么长时间,到现在还没启动,工作效率也太慢了

4. 皇冠

- A. 博物馆里的这顶皇冠真是光彩夺目,令人眼花缭乱  
 B. 他提出的这一理论是科学领域的一顶皇冠

二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思,从括号中的几个选项里选择一个恰当的词填在空格处。According to the meaning of the sentence, choose the proper word from the choices in the brackets to fill in each of the blanks.

1. 某某产品以其过硬的技术、完善的售后服务,逐渐赢得了\_\_\_\_\_ (消费者 批发商 生产者)的信赖,创造了\_\_\_\_\_ (皇冠 概念性 辉煌的)业绩。
2. 这家公司自开业以来,\_\_\_\_\_ (食欲 胃口 希望)很大,总想把所有的同行都挤垮,自己独霸市场。
3. 现在的电视连续剧都一个样,每集结束时,都要给观众留下一个\_\_\_\_\_ (理念 念头 悬念),吊观众的\_\_\_\_\_ (胃口 食欲 欲望),以此提高收视率。

4. 这个公司的全体员工团结一致, \_\_\_\_\_ (不屑一顾 勇往直前 一往情深), 使公司在短短的两年间取得了 \_\_\_\_\_ (辉煌 皇冠 冠军) 的成就。

5. 有很多人认为, 北京大学在经济学领域起到了 \_\_\_\_\_ (黑社会老大 龙头老大 家庭老大) 的作用, 你同意吗?

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 如今, 商业竞争异常激烈, \_\_\_\_\_ (xiāofèi) 者真正成了上帝。

2. 电脑自问世以来, 以惊人的速度发展着。技术越来越精密, 分类也越来越细。 \_\_\_\_\_ (shāng) 用电脑逐渐和家用电脑分离, 成了一个主流分支。

3. 随着股民数量的增多, 股票市场蓬勃发展着。股票的种类越来越多, 什么潜力股、优势股、 \_\_\_\_\_ (gàiniàn) 股, 逐渐进入了人们的交际中。

4. 某某公司自开业以来, 把客户当做上帝, 扎扎实实地做好每一件小事, 在同行业中取得了 \_\_\_\_\_ (zhuóyuè) 的成就。

5. 最近希望工程募捐的 \_\_\_\_\_ (chóubèi) 工作进展得顺利吗?

6. 在中国的家电行业 \_\_\_\_\_ (lǐngyù) 中, 海尔冰箱 \_\_\_\_\_ (shǒuqū) 一指。

7. 广告业曾一度以给消费者制造 \_\_\_\_\_ (xuánniàn) 为准则, 走了一段弯路。

8. 最低气温超过零下 30 度时, 某些汽车发动机的 \_\_\_\_\_ (qǐdòng) 将会出现一些问题。

9. 他的一举一动中, \_\_\_\_\_ (ànhán) 着对竞争对手的极度轻视。





### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。Match the words in the left column with the explanations in the right column.

悬念  
胃口  
厂商  
筹备  
业绩  
商用  
消费者  
倡导  
皇冠  
启动  
领域  
暗念  
勇往直前  
龙头老大  
卓越  
辉煌  
首屈一指  
理念

暗中含有  
非常优秀  
观念  
带头人  
准备  
带头提倡  
第一  
对某种东西的期待心理  
范围  
比喻最高权威或最高水平  
不怕困难,一直往前进  
(成绩等)显著  
开始运转  
成绩  
对事物或活动的兴趣  
用于商业方面的  
客户、顾客  
生产、销售方

### 四、想与练 Think and Practise

(一) 说出下列成语的意思,并用每个成语造一个句子。Explain the following idioms and make a sentence with each of them.

勇往直前      首屈一指



(二) 根据课文回答问题。Answer the following questions according to

the text.

1. “联想”把电脑市场分为“家用”、“商用”两大市场的重要意义是什么?
2. “联想 1+1”家用电脑为什么会获得成功?



1. 如今,商业竞争越来越激烈,许多企业为了生存,不得不采取一些不正当的竞争手段,甚至出现了假冒、仿冒、侵权等现象。在这种情况下,企业应该如何保护自己的合法权益?
2. 电脑自问世以来,就受到了人们的广泛欢迎。随着互联网的普及,电脑已经走进了千家万户。但是,电脑病毒也随之而来,给人们的生活带来了极大的麻烦。请问,电脑病毒是如何传播的?我们该如何预防电脑病毒?
3. 随着互联网的普及,网络购物已经成为人们生活中的一部分。但是,网络购物也存在一些安全隐患,如个人信息泄露、网络诈骗等。请问,我们在进行网络购物时应该注意哪些问题?
4. 某家公司为了扩大市场占有率,不惜投入巨资进行广告宣传。但是,该公司的广告内容存在虚假宣传、夸大其词等问题。请问,消费者在遇到这种情况时应该怎么办?
5. 最近,市场上出现了一种新型的电子产品,声称具有多种功能,如防水、防尘、防震等。但是,该产品在实际使用中却出现了很多问题,如电池续航时间短、屏幕易碎等。请问,消费者在购买这类产品时应该注意哪些问题?
6. 在网购时,我们经常会遇到一些不良商家,他们为了追求利润,不惜牺牲产品质量。请问,我们该如何识别这些不良商家?在购买时应该注意哪些问题?
7. 广告业曾一度陷入困境,许多广告公司倒闭。但是,随着互联网的兴起,广告业又重新焕发了生机。请问,广告业是如何实现转型的?未来广告业的发展趋势是什么?
8. 最近气温超过零下30度时,某些汽车发动机的启动会出现一些问题。请问,这是为什么?我们该如何解决这个问题?

following

items and make a sentence with each of them.

第一组



## 第二课

## 创国际标准

——红双喜引领世界乒乓球器材业

上海红双喜公司依靠自主技术创建了新的乒乓球国际标准,打破了欧日企业在该领域的长期垄断。通过新的技术标准,红双喜不仅在激烈的竞争中赢得了先机,同时还获得了业界的标准话语权。

红双喜以自主研发创建的新的乒乓球国际标准为依托,在世界乒乓球行业率先确立了高端优势——供不应求的销售形势、远高于同行的价格水平、80%的国际比赛用球份额。

虽然早在上世纪六七十年代中国就已经进入世界乒乓运动强国之列,但国内厂商生产的乒乓球器材却因技术含量不高,在国际市场上缺乏竞争力。长期以来欧洲和日本的大企业垄断了乒乓球器材的技术标准,在长达半个多世纪的时间里,中国乒乓球器材生产企业只能仰人鼻息。红双喜公司也不例外。由欧日企业根据自身利益操纵的技术标准一变,就会导致红双喜公司产品积压,出口受阻,有时甚至不得不报废整条生产线。

三流企业卖产品,二流企业创品牌,一流企业立标准,控制标准就等于控制了整条产业链。在吃过一次又一次的“标准亏”后,红双喜决心进击一流,创建世界级的品牌标准。



国际乒联为提高乒乓运动的观赏性,于1996年提出“小球改大球”的设想。尽管这仅仅是一个初步构想,尽管全世界乒乓器材制造商都“按兵不动”,尽管红双喜库存有几千万个38毫米的小球,红双喜仍然决定做“第一个吃螃蟹的人”,调集公司精英成立“大球项目组”,到各级乒乓球队广泛听取意见,与国家体育总局科研院所合作测试,让不同水平的球手轮番试用。

经过两年多时间数万次测试比较,红双喜终于从39毫米到45毫米的多个候选品种里,确定了观赏性与技术性结合最佳的40毫米大球技术标准。当红双喜将球速降低度、旋转降低度、弹跳度、硬度、圆度等一系列细化完整的实验室数据,连同要求更新乒乓球技术标准的建议一并递送到国际乒联时,整个业界轰动了。来自欧日制造商的阻力可想而知,但红双喜一句“谁拿得出更好的数据”,让所有的质疑者哑口无言。经过160多个会员国投票表决,2000年4月,红双喜的40毫米大球标准被国际乒联技术委员会正式确定为国际标准。

标准控制的目标是指导实现规模生产,主导世界市场格局。新乒乓球国际标准确定后仅一个月,当其他制造商还在忙着“消化”时,成竹在胸的红双喜就启动了40毫米球大规模生产,起步就将对手甩下了一年半的时间。标准控制的技术优势和先入为主的市场效应相得益彰。2002年,价格十倍于同行的红双喜乒乓球在世界范围脱销;随后红双喜又获得了巴黎、卡塔尔、上海连续三届世乒赛全部乒乓器材的独家赞助权;2004年,红双喜再创销售佳绩——最高等级的三星比赛用球总计售出1500多万个,占据世界市场80%的份额。

效益远不止于此。人们注意到,自从制订了乒乓球国际标准,红双喜赢得了业界的标准话语权,国际乒联每次修改制订乒乓器材标准,都会向红双喜征求意见。如今,担任国际乒联器材委员会副主席的红双喜雄心勃勃,又将标准制胜的战略眼光投



向了球台、计分器、尾板……

(根据新华网《创世界品牌标准 红双喜国际标准引领世界》改写)

## 背景介绍 Background Information



中国的“红双喜”品牌创始于1959年。从1961年世界乒乓球锦标赛开始,红双喜已经成功地赞助了多项国际性重大赛事,如:2000年悉尼奥运会、2004年雅典奥运会、第43届天津世乒赛、第45届爱因霍恩世乒赛等。而在中国国内,历届全运会、重大乒乓球比赛或联赛、击剑比赛以及足球比赛等都是红双喜专业运动器材大显身手的地方。近年来,红双喜还将产品扩展到羽毛球器材和举重器材上。

红双喜一贯坚持以专业化的标准开拓和发展品牌。红双喜与中国各专业运动队伍、运动员、教练员、技术官员以及世界各国的体育用品研究机构保持着非常密切的关系,这保证它能在第一时间内获取最新的运动规则、技术要求等信息,并在此基础上,对体育运动发展作出迅速而准确的反应。

## 小常识 General Knowledge

### 乒乓外交

著名的“乒乓外交”是中国近代外交史上最脍炙人口的一件事情。它打破了中美关系的坚冰,为双方开启了尘封已久的交往大门。

中华人民共和国成立后,美国对中国长期采取封锁、孤立的政策,两国民间交往也几乎完全隔绝。1971年春,第31届世界乒乓球锦标赛在日本名古屋举行。中国抓住这个时机,作出决策,邀请美国乒乓球队访华。访问期间,周恩来总理在北京会见了格雷厄姆·斯廷霍文率领的美国乒乓球代表

团。这次访问首先打开了两国人民友好往来的大门,自此之后,中美之间的外交接触迅速活跃起来,中美关系翻开了新的一页。“小球转动了大球”,“乒乓外交”推动了世界形势的发展。中国借“乒乓外交”的东风,迅速拉近了与世界的距离,包括德国在内的一些西方国家都在中美“乒乓外交”之后与中国建立了外交关系。



## 生 词 New Words

依靠	(动、名)	yīkào	to depend on; dependence
创建	(动)	chuàngjiàn	to establish
供不应求		gōngbúyìngqiú	demand exceeds supply
形势	(名)	xíngshì	situation
同行	(名)	tóngháng	people of the same trade
仰人鼻息		yǎngrén bíxī	to be slavishly dependent on others
导致	(动)	dǎozhì	to cause
控制	(动)	kòngzhì	to control
设想	(动、名)	shèxiǎng	to assume; assumption
构想	(动、名)	gòuxiǎng	to conceive; compose
按兵不动		ànbīngbúdòng	to take no action
调集	(动)	diàojí	to assemble
数据	(名)	shùjù	data
更新	(动)	gēngxīn	to upgrade
阻力	(名)	zǔlì	resistance
可想而知		kěxiǎng 'érzhī	one may well imagine
质疑	(动)	zhìyí	to call in question
哑口无言		yǎkǒuwúyán	to be rendered speechless
投票表决		tóupiào biǎojié	to make a decision by voting
规模	(名)	guīmó	scale



成竹在胸		chéngzhúzàixiōng	to have ready plans to meet a situation
先入为主		xiānrùwéizhǔ	first impressions are strongest
相得益彰		xiāngdéyìzhāng	to bring out the best in each other
效益	(名)	xiàoyì	beneficial result
制订	(动)	zhìdìng	to draw up
征求	(动)	zhēngqiú	to solicit
雄心勃勃		xióngxīn bó bó	to be ambitious
投向	(动)	tóuxiàng	to cast (a look, etc.)

### 商务词语及新词语解释与搭配

#### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

引领	yǐnlǐng	伸直脖子(远望), 形容盼望殷切。也指引导、带领 <b>常用搭配:</b> 引领时代 引领潮流 引领风尚 引领同行业等
垄断	lǒngduàn	把持和独占(行业、社会生产等) <b>常用搭配:</b> 垄断资本 技术垄断 市场垄断 行业垄断 价格垄断等
业界	yèjiè	某一行业领域 <b>常用搭配:</b> 业界评论 业界态度 业界资讯 业界动态等

话语权	huà yǔ quán	发表意见的权利。实指具有这种资格 <b>常用搭配:</b> 新闻话语权 受众话语权等
销售	xiāo shòu	卖出(商品) <b>常用搭配:</b> 经营销售 销售策略 销售商品 产品销售 销售额等
份额	fèn 'é	产品在市场整体中占的额数 <b>常用搭配:</b> 市场份额等
高端优势	gāo duān yōu shì	能压倒对手的有利形势 <b>常用搭配:</b> 建立高端优势等
竞争力	jìng zhēng lì	参与竞争的能力 <b>常用搭配:</b> 国际竞争力 核心竞争力 企业竞争力 品牌竞争力 城市竞争力等
积压	jī yā	(产品)长期积存 <b>常用搭配:</b> 商品积压 货物积压 积压物资等
报废	bào fèi	设备、器物等因不能继续使用或不合格而作废 <b>常用搭配:</b> 汽车报废 设备报废 产品报废等
生产线	shēng chǎn xiàn	指工业企业内部为生产某种产品设计的从材料投入到产品制成的连贯的工序,也指完成这些工序的整套设备 <b>常用搭配:</b> 自动化生产线



产业链	chǎnyèliàn	<p>全套生产线 流水生产线等</p> <p>包含某一产业的各个环节的体系</p> <p><b>常用搭配:</b> 汽车产业链 手机产业链 3G 产业链 信息产业 通信产业链等</p>
制造商	zhìzàoshāng	<p>从事制造业的厂商</p> <p><b>常用搭配:</b> 飞机制造商 手机制造商 电脑制造商 汽车制造商等</p>
库存	kùcún	<p>库中现存的现金或物资</p> <p><b>常用搭配:</b> 库存商品 库存货物 动用库存等</p>
精英	jīngyīng	<p>杰出的人物</p> <p><b>常用搭配:</b> 管理精英 企业精英 精英文化 精英教育 精英战略等</p>
细化	xìhuà	<p>使具体、细致</p> <p><b>常用搭配:</b> 细化管理 使工作细化 细化问题等</p>
规模生产	guīmó shēngchǎn	<p>具有一定规模的大量生产</p> <p><b>常用搭配:</b> 进行规模生产 开展规模生产 大规模生产等</p>
主导	zhǔdǎo	<p>居于主要地位并且引导事物向某方面发展</p> <p><b>常用搭配:</b> 主导产业 主导市场 主导思想 主导作用等</p>

市场格局	shìchǎng géjú	市场结构 常用搭配: 改变市场格局 市场格局发生变化等
市场效应	shìchǎng xiàoyìng	在市场上引起的反应和效果 常用搭配: 巨大的市场效应 等
脱销	tuō xiāo	(某种商品)卖完,一时不能 继续供应 常用搭配: 商品脱销 产品 脱销等
独家	dújiā	唯一的一家 常用搭配: 独家赞助 独家 经营 独家采访 独家报 道 独家新闻等
赞助权	zànzhùquán	以资金或商品支持或帮助 某一活动的权利 常用搭配: 获得赞助权 联 合赞助权 独家赞助权等
制胜	zhìshèng	取胜; 战胜 常用搭配: 出奇制胜 服务 制胜 产品制胜 科技制 胜 人才制胜等
战略	zhànlüè	带全局性的指导方针 常用搭配: 品牌战略 企业 战略 经营战略 营销战 略 战略管理等





## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文,从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 红双喜决心进击一流,创立新的国际标准的最根本原因是什么?
  - A. 国际乒联提出了“大球改小球”的设想
  - B. 乒乓器材的技术标准一直由欧日制造商垄断,中国企业一直以来吃“标准亏”,受制于人
  - C. 增强乒乓球运动的观赏性,进一步推动乒乓运动在全世界的开展
  - D. 38毫米的小球越来越无法适应不断发展的乒乓球运动,需要对它加以改进
  
2. 国际乒联技术委员会最终正式确定红双喜的哪种大球标准为新国际标准?
 

A. 39毫米            B. 45毫米            C. 42毫米            D. 40毫米
  
3. 下面哪种说法是错误的?
  - A. 现在红双喜占据了80%的国际比赛用球份额
  - B. 欧日的乒乓器材制造商曾试图阻止乒乓球技术标准的更新
  - C. 红双喜像其他乒乓器材制造商一样,忽视国际乒联“大球改小球”的构想
  - D. 红双喜主要是依靠自己的技术创建了新的乒乓球国际标准
  
4. 红双喜的新乒乓球国际标准是建立在下列哪一项基础之上的?
  - A. 对于市场的准确把握和定位
  - B. 通过大量测试比较所获得的一系列细化完整的实验数据
  - C. 大大领先于同行的乒乓器材生产技术
  - D. 提高乒乓运动的观赏性

5. 本文的大意是什么?

- A. 主要介绍红双喜创建新乒乓球国际标准的过程,以及新标准给企业带来的巨大效益
- B. 红双喜建立新的乒乓球国际标准经过了大量的测试,是非常不容易的
- C. 通过新的标准,红双喜在业界的地位得到提高,获得了话语权
- D. 主要介绍红双喜的历史

(二) 在下列词语的解释中,选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

1. 调集

- A. 调动使集中
- B. 召开
- C. 集合
- D. 聚会

2. 构想

- A. 思想
- B. 构造
- C. 设想
- D. 思量

3. 供不应求

- A. 需求大
- B. 供应不能满足需求
- C. 供应较多
- D. 供应迟缓

4. 成竹在胸

- A. 胸中有竹子的形象
- B. 自信
- C. 事前心中已经考虑成熟
- D. 有坚定的意志

5. 征求

- A. 询问访求
- B. 寻找
- C. 采访
- D. 发现



## 6. 雄心勃勃

- A. 理想和抱负很强烈      B. 有一般的理想和抱负  
C. 强烈的自信心      D. 英雄的心

## 7. 哑口无言

- A. 哑巴不能说话      B. 不说话的样子  
C. 说不出反驳的话      D. 不想说话

## 8. 制订

- A. 创制拟定      B. 制作  
C. 预订      D. 订购

(三) 正确理解下面画线词语的意思。Correctly understand the meaning of the following underlined words.

## 1. 下面哪个句子中的“制胜”与课文中的意思相符?

- A. 广告时代媒体制胜的关键就是要拥有强有力的传播模式  
B. 超强的凝聚力是他们制胜对手的法宝

2. 以下哪种情况属于垄断?

- A. 某公司积极开拓市场, 试图打破原有格局  
B. 某公司占有其所在行业的大部分市场份额, 并且利用自身优势左右产品价格  
C. 一家以电视制造起家的家电企业, 转向手机生产  
D. 厂家为生产购买了大量的原材料

3. 以下哪种情况属于产品积压?

- A. 一个企业生产了大量产品, 但是卖不出去  
B. 礼品公司生产的小饰物很受市场欢迎  
C. 某服装公司推出一批时装, 受到年轻女性的追捧  
D. 某企业的水产因质量原因不能出口

4. 以下哪种情况不属于供不应求?
- 夏季,各大商场的空调纷纷脱销
  - 虽然某企业开足马力生产,但仍无法满足市场需求
  - 某商场基本可以满足顾客对彩电的需求
  - 高素质家政服务人员太少,不能满足社会需要
5. 以下哪种情况属于规模生产?
- 小张自己制作手工艺品
  - 一家饭店为顾客免费制作生日蛋糕
  - 小作坊为附近社区居民提供早餐
  - 一个企业大量生产某种商品

## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思,从括号中的几个选项里选择一个恰当的词填在空格处。According to the meaning of the sentence, choose the proper word from the choices in the brackets to fill in each of the blanks.

- 今年夏季天气异常炎热,空调销量激增,许多商场出现空调\_\_\_\_\_ (展销 销售 脱销 出售)的情况。
- 某公司为扩大其产品的市场\_\_\_\_\_ (份额 数量 比价 总量),积极进行技术开发和创新。
- 某企业用玉米生产赖氨酸,然后利用大量的废渣生产饲料喂养奶牛,接着又将奶牛的粪便作为种植玉米的肥料,这样就形成了一条符合生态科学的\_\_\_\_\_ (生产线 生产技术 产业链 生产规模)。
- 新产品打破了原有\_\_\_\_\_ (市场份额 市场占有率 市场效应 市场格局),给其他公司的同类产品带来了强烈冲击。
- 公司为新产品申请了\_\_\_\_\_ (专利 垄断 品牌 标记)。

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

- 未来,企业之间的竞争将升级为\_\_\_\_\_ (chǎnyèliàn)之间的竞争。
- 通过不断的技术创新,该厂在业界\_\_\_\_\_ (yíngdé)了标准话语权。



3. 媒体不应为制造\_\_\_\_\_ (hōngdòng)效应而播出虚假新闻,欺骗大众。
4. 花样滑冰是一项极具\_\_\_\_\_ (guānshǎng)性的运动。
5. 不少学者对他的观点提出\_\_\_\_\_ (zhìyí)。
6. 某公司新品\_\_\_\_\_ (lúnfān)上阵,抢滩中国市场。
7. 各大学正逐年扩大招生\_\_\_\_\_ (guīmó)。
8. 公司领导需要一份\_\_\_\_\_ (wánzhěng)的财务报表。
9. 为满足顾客的不同需要,公司提供了多个\_\_\_\_\_ (hòuxuǎn)型号。
10. 企业只有靠技术创新,才能摆脱仰人\_\_\_\_\_ (bíxī)的困境。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。 Match the words in the left column with the explanations in the right column.

仰人鼻息	同行业的人
规模	只相信先听到的说法,后来的话都听不进去
按兵不动	使不任意活动或超出范围
导致	相互配合,使彼此的长处和作用更能显现出来
同行	某些事物所包括的范围
试用	依赖于人,不能自主
先入为主	在任务面前不行动或有意抑制事情的进行
相得益彰	引起
控制	在正式使用以前,先试一个时期,看是否合适

### 四、想与练 Think and Practise

根据下面的提示做练习。 Do the exercises according to the hints given below.

1. 三流企业卖产品,二流企业创品牌,一流企业立标准

在汉语中,“一流”、“二流”、“三流”,常用于区分等级,好的程度依次递减,即“一流”最好,“三流”最差。请根据以上提示,用“一流”、“二流”、“三流”造句。

2. 在吃过一次又一次的“标准亏”后……

这是对“吃亏”的活用。“吃标准亏”,意思就是“在标准方面或因标准的原因而吃亏”。汉语中有一些词可在中间插入别的成分,这些词被称作“离合词”。你能举出一些汉语中的离合词吗?

### 3. 第一个吃螃蟹的人

汉语中用“第一个吃螃蟹的人”指代那些敢于冒险、勇于尝试的人。本文的第四段也运用了这种指代方式。请根据文中的例句和以前所学的知识用“第一个吃螃蟹的人”造一个句子。

### 4. 消化

“消化”原指人或动物的有关器官把食物变成可以为身体吸收的养料；在本文中则是指对技术、知识等加以理解和融会贯通。请根据以上两种词义用“消化”造句。





### 第三课

## 长城润滑油在奥运机遇中的品牌战略

长城润滑油“奥运营销战略”的成功主要源于品牌资源整合、品牌工作推广、海外市场拓展等一系列措施的推行。

2004年11月23日,中国石化长城润滑油击败了众多国内外竞争者,成为北京2008年奥运会合作伙伴中的一员,这不仅充分展示了中国石化良好的品质和形象,而且为长城润滑油等品牌的长远发展提供了良好的发展空间。根据奥运会的合作要求,奥组委选择的行业合作伙伴资格都具有唯一性和排他性。这就意味着,在长城润滑油被确定为北京2008年奥运会正式用油后,其他任何润滑油品牌将不得使用北京2008年奥运会和残奥会、北京奥组委、中国奥委会以及中国2006年冬奥会、北京2008年奥运会中国体育代表团的标识,不得利用奥运会进行产品的宣传和推广。以此而论,中国石化长城润滑油在奥运营销上可谓是棋高一着,在这场价值最大、竞争最为激烈的品牌资源的巅峰之战中取得了先机!

当然,中国石化长城润滑油能在这场奥运品牌资源的巅峰之战中拔得头筹,也不是一蹴而就的。长城润滑油从护航“神舟5号”赢得“国内第一品牌”称号以后,在提升自身品质的同时更注重推行品牌战略。





2004年初,中国石化进行了润滑油业务的品牌和资源的系列整合工作,成功地对自身品牌、渠道、服务、市场、产品进行了全面整合。据统计,长城润滑油品牌整合后累计销售同比增长近30%,其高端润滑油的销量额同比增长100%以上。在6月份“中国500最具价值品牌”评比中,中国石化长城润滑油以69.33亿元(RMB)的品牌价值夺得润滑油行业第一,成为唯一进入百强行列的润滑油品牌。这些在生产、技术上的积累无疑为中国石化长城润滑油进一步实施高科技、高品质、国际化的品牌战略,实现品牌升华打下了坚实的基础。

在顺利实现品牌整合的同时,中国石化长城润滑油进行了一系列的品牌推广工作。比如邀请张艺谋拍摄广告片,在央视黄金时间购买广告时段,与澳亚卫视进行合作,同时积极参与各项与石化行业相关的活动——牵手F1中国赛、助力中国南极科学考察船雪龙号、赞助“中国石化”2004丝绸之路国际汽车露营文化交流、“中国石化长城润滑油杯”重庆首届SUV技能挑战赛等等。通过这一系列的活动,中国石化长城润滑油扩大了品牌传播的覆盖范围,进一步全面展示了自己的实力。

当然,中国石化长城润滑油也不忘加大拓展海外市场的力度。2004年7月26日,中国石化位于香港坚尼地道9L和麦当劳道的两座加油站开业,长城牌系列润滑油产品和其他石化系统产品一道亮相中国石化香港加油站。长城润滑油继成功开发香港公交市场之后,正式进入了香港零售市场。特别是在这次长城润滑油成为北京2008年奥运会正式用油新闻发布会上,奥组委官员在谈到为何选择中国石化长城润滑油作为正式用油时曾说:“我们看重的是中国石化长城润滑油日益强大的品牌实力。”

目前,中国石化长城润滑油已成为业内第一个中国驰名商标和国内最具价值的润滑油品牌,成了唯一能与美孚、壳牌、埃索等“洋”油正面抗衡的国产润滑油品牌。

(根据世界经理人《从奥运营销看中石化长城品牌战略》改写)



## 背景介绍 Background Information



长城润滑油是世界 500 强——中国石化旗下的主导品牌。2003 年以前,中国石化旗下的润滑油有多个品牌。从 1998 年一直到 2003 年底,中国石化润滑油公司顺利地将原有品牌如“海牌”、“南海”、“一坪”一并归入“长城”脚下,到 2004 年 4 月 15 日,除“长城”以外的品牌全部停止了生产。

2003 年 10 月 15 日,随着“神舟 5 号”的成功发射,其主要部件所使用的长城润滑油借此一步登天,创造了国内“润滑油第一品牌”称号。

## 小常识 General Knowledge

## 润滑油

润滑油是指用于减小运动表面间的摩擦力的精制油品。

长时间以来,润滑油在国内只是一个行业认知的专业名词,而从助“神州 5 号”上天之后,长城润滑油就走进了中国千万大众的心里。所以说“长城”此举对整个行业的意义更为重大,在塑造自身品牌的同时推动了整体行业的繁荣发展。



## 生词 New Words

展示	(动)	zhǎnshì	to reveal
长远	(形)	chángyuǎn	long-term
标识	(名)	biāoshí	symbol
棋高一着		qígāoyìzhāo	to be superior to one's opponent in stratagem
巅峰	(名)	diānfēng	summit
先机	(名)	xiānjī	decisive occasion

拔得头筹		bádé tóuchóu	to be the first one
一蹴而就		yícù'érjiù	to accomplish one's aim in one move
称号	(名)	chēnghào	title
提升	(动)	tíshēng	to boost
整合	(动)	zhěng hé	to reassemble by adjustment
高端	(形)	gāoduān	high-end
积累	(动)	jīlěi	to accumulate
升华	(动)	shēnghuá	to upgrade by improvement
牵手	(动)	qiānshǒu	to cooperate
传播	(动)	chuānbō	to spread widely
覆盖	(动)	fùgài	to cover
实力	(名)	shíli	actual strength
拓展	(动)	tuòzhǎn	to open up
力度	(名)	lìdù	intension of power
亮相	(动)	liàngxiàng	to turn up
开发	(动)	kāifā	to develop
看重	(动)	kànzòng	to consider important
日益	(副)	rìyì	increasingly
业内	(名)	yènèi	inside of the business
驰名	(形)	chímíng	famous far and near
抗衡	(动)	kànghéng	to contend

### 商务词语及新词语解释与搭配

#### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

累计	lěiji	加起来计算;总计 常用搭配: 累计 + 数词 + 量词 (累计 200 例) 投资累计 累计销售等
同比	tóngbǐ	跟以往同一时期相比(多指跟上



		一年同一时期相比)
		<b>常用搭配:</b> 同比增长 X% 同比 下滑 X%等
购买	gòumǎi	买 <b>常用搭配:</b> 购买 + 商品(购买手 机 / 电脑 / 年货等)
助力	zhùlì	以实力帮助 <b>常用搭配:</b> 助力经济 助力教学 等
赞助	zànzhù	在经济上帮助 <b>常用搭配:</b> 赞助方案 赞助商 拉赞助等
开业	kāi yè	商店、企业等开始进行业务活动 (跟“停业”相对) <b>常用搭配:</b> 开业大吉 开业庆典等



## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 判断下面哪种说法正确?

- A. 2008 年奥运会使用的润滑油不只长城润滑油一种
- B. 北京 2008 年奥运会只使用“长城”牌润滑油一种
- C. 长城润滑油在宣传时不可以使用中国 2006 年冬奥会的标识 ✓
- D. 长城润滑油是 2008 年以后历届奥运会的唯一指定润滑油 ~~未提~~

2. 在长城润滑油实现品牌和资源全面整合以后, 下面哪种说法是 错误的?

- A. 累计销售同比增长近 30% 以上
- B. 年产值为 69.33 亿元(RMB)

- C. 唯一进入“中国 500 最具价值品牌”百强行列的润滑油品牌  
D. 在生产、技术上积累了宝贵的经验
3. 中国石化长城润滑油没有进行哪种品牌推广工作?  
A. 邀请张艺谋拍广告片  
B. 在中央电视台发布广告  
C. 助力中国南极科学考察船雪龙号  
D. 邀请陈凯歌拍广告
4. 中国石化长城润滑油拓展海外市场的主要表现是什么?  
A. 在香港建立一座加油站  
B. 占领香港零售市场  
C. 提升自身品牌实力  
D. 成功开发香港公交市场
5. 下列哪种润滑油是业内公认的能与世界知名润滑油抗衡的中国最具价值的润滑油品牌?  
A. 美孚  
B. 长城  
C. 壳牌  
D. 统一

(二) 在下列词语的解释中, 选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

1. 同比  
A. 同……比较  
B. 同期相比  
C. 同样比例  
D. 相同
2. 棋高一着  
A. 下棋的水平更高一些  
B. 棋多走一步  
C. 在能力、水平等方面更强一些  
D. 在能力、水平等方面差不多
3. 拔得头筹  
A. 取得头等筹码  
B. 比别人高一头



C. 气势胜过别人

D. 夺得第一名

4. 一蹴而就

A. 一跳就到了

B. 一跑就过去了

C. 形容事情很容易做,一下子就能成功

D. 形容事情很难做,不能轻易成功

5. 先机

A. 先前的时机

B. 较早的时机

C. 现有的时机

D. 面前的时机

6. 高端

A. 在同类中品质、档次较高的

B. 高处

C. 终点

D. 高峰

7. 赞助

A. 赞扬

B. 支持

C. 在经济上给予帮助

D. 在精神上给予帮助

8. 亮相

A. 亮出照片

B. 亮出身份

C. 相面

D. 露面

9. 业内

A. 不同行业里

B. 某种行业以内

C. 不同业务范围

D. 同一业务范围

10. 驰名

A. 为名声奔跑

B. 很远的声音

C. 名声传得很远

D. 名字很好听

(三) 正确理解下面画线词语的意思。Correctly understand the meaning of the following underlined words.

1. 下面哪个句子中的“巅峰”与课文中的意思相符?

- A. 昨天下午中国明星队以 5 比 0 轻取世界联队, 结束世界男乒巅峰对决第一轮
- B. 玉龙雪山的巅峰上积雪常年不化

2. 下面哪个句子中的“牵手”与课文中的意思相符?

- A. 20 集电视剧《玻璃婚》是梅婷和其老公鄢泼在荧屏上首次牵手
- B. 邻居家的李大爷和他的老伴儿经常牵手逛街

3. 下面哪个句子中的“力度”与课文中的意思相符?

- A. 国家统计局官员表示, 宏观调控力度只会加大不会削弱, 只是在重点、手段和程度上会有所不同
- B. 这是一部很有力度的电视剧

4. 下面哪个句子中的“正面”与课文中的意思相符?

- A. 近日, 他就媒体提出的相关问题作出了正面回应
- B. 艺术作品中的正面人物总是给人以积极的影响

5. 下面哪个说法是称号?

- A. 三八红旗手
- B. 妈妈
- C. 亲爱的
- D. 美眉



## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思, 从括号中的几个选项里选择一个恰当的词填在空格处。According to the meaning of the sentence, choose the proper word from the choices in the brackets to fill in each of the blanks.

1. 截至 2004 年 11 月底, 三峡工程已转入三期工程建设, \_\_\_\_\_ (累计



- 积累 统计 相加)完成投资超过 1000 亿元。
2. “女子银行”即将在北京\_\_\_\_\_ (开业 开发 开始 开放)。有专家称,推出“女子银行”还不如推出“老人银行”更实在。
  3. 临近岁末,圣诞、元旦各大节日接踵而至。批发市场的新年礼品及首饰以其低廉的价格和常换常新的款式深受消费者追捧,占尽节日礼品商战的\_\_\_\_\_ (先机 先知 先兆 先头)。
  4. 资源\_\_\_\_\_ (整合 组合 调和 调整)是根据企业的发展战略和市场需求对有关的资源进行重新配置,寻求资源配置与客户需求的最佳结合点,取得  $1+1>2$  的效果。
  5. 娃哈哈集团公司董事长认为,从 2004 年开始,中外饮料企业将进入\_\_\_\_\_ (正面 反面 侧面 全面)决战的时期。

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 2004 年全球数码相机的\_\_\_\_\_ (xiāoshòu'é)将达 240 亿美元,到 2009 年会再增长 29%,达到 310 亿美元。
2. 媒体普遍认为,联想集团\_\_\_\_\_ (zànzhù)奥运是一场“豪赌”。
3. 2004 年的车市\_\_\_\_\_ (kěwèi)是好戏连台,新车陆续上市,车价大幅下调,带旺了车市,越来越多的家庭跻身“有车一族”的行列。
4. 面对经济全球化及区域经济一体化情况下激烈的国际竞争局面,两岸间的经济也迈出了走向\_\_\_\_\_ (zhěng hé)的步伐。
5. 截止 2004 年,我国普及九年义务教育的人口\_\_\_\_\_ (fùgài)率已提高到 93.9%。
6. 世界酒店巨头加紧\_\_\_\_\_ (tuòzhǎn)中国市场,将在北京长安街东部的华贸中心项目中修建两座世界级的超豪华酒店。
7. 天津的“狗不理”包子\_\_\_\_\_ (chímíng)海内外。
8. 国产汽车要与洋品牌\_\_\_\_\_ (kànghéng),不能光打价格战。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。Match the words in the left column with the explanations in the right column.

销售	重视
赞助	逐渐聚集
助力	卖出(商品)
称号	赋予个人、团体或事物的名称(多用于称赞)
整合	程度一天比一天高
积累	在经济上给予帮助
升华	经过提高和加工上升到新的层次
传播	提供帮助
看重	广泛散布、宣扬
日益	通过调整重新组合

### 四、想与练 Think and Practise

(一) 理解下列词语、句式并做练习。Understand the following phrases and sentence patterns, then do the exercises.

1. 用自己的话说出下列词语的意思,并用每一个词语造一个句子。

棋高一着      巅峰之战      拔得头筹      一蹴而就

2. 注意正确使用下面的句式并进行练习。

(1) 特别是……

(2) 在……的同时……

(二) 根据课文判断正误。Decide whether the following statements are true or false according to the text.

1. 中国石化长城润滑油在奥运营销上的策略是其赢得市场竞争的一个证明。
2. 广告是中国石化长城润滑油的品牌推广所依靠的唯一手段。
3. 长城润滑油品牌整合后,高端润滑油的销量翻了一番。
4. 中国石化在香港开了两家加油站。
5. 长城润滑油赢得“国内第一品牌”是在护航“神舟5号”以后。



(三) 根据课文内容回答下列问题。Answer the following questions according to the text.

1. 长城润滑油被确定为“北京 2008 年奥运会正式用油”意味着什么?
2. 长城润滑油“奥运营销战略”成功的原因是什么?
3. 中国石化为何开展润滑油业务的品牌和资源的整合工作?
4. 中国石化长城润滑油何以成为业内第一个中国驰名商标?
5. 你认为“长城”的做法对提升产品品牌的知名度有何启示?



## 第四课

## 一个成功的经济范例

——中国 TCL 集团在郑州的推销策略

中国家电品牌企业 TCL,通过在《郑州晚报》连续刊发各种不同类型的广告,如宣言、公式、通栏广告等,使“TCL=质优+价惠+服务”的理念深入人心,从而成功地提高了其在郑州市场的占有率。

TCL 是中国家电行业的一个著名企业,1994 年底,河南市场的成功开发对他们来说是不容忽视的一环。

河南地处我国中心位置,它对周边地区乃至全国都具有强大的辐射作用,一旦市场开拓失败或在营销管理上失去控制,容易引起全局性反应。面对这种情况,TCL 首先抓住要害,本着全方位为顾客服务,把消费者切切实实当做“上帝”的原则,在郑州率先建立起完善的售后服务体系。同时,重视和社会各界及政府的关系,并结合自己特有的广告策略,积极地进入了这个市场。其广告策略如下:

首先,在“五一劳动节”期间,TCL 在《郑州晚报》刊发了《TCL 宣言》广告。该广告的主题词是:“劳动者最光荣,劳动者最幸福!”广告词中说:“我们愿意永远给消费者提供质优价惠的产品,我们愿意用自己诚实和辛勤的劳动,为社会广大劳动者提供完善的服务。”该广告的实质是突出对消费者的尊重,对劳动者的关怀,并对产品及服务作出了保证。“质优”是





展示给消费者的事实,而“价惠”则通过优惠展销活动具体地体现出来。他们还相应地确立了中原市场彩电零售价格的定位,步步为营、层层递进。结果,一个月不到,消费者已经从充满特色的广告中认识了 TCL 王牌彩电。

随后,《郑州晚报》又刊发出《TCL 王牌彩电为何魅力无穷》广告。为了给人以深刻的印象,他们用较大的字号列出了一个公式:TCL=质优+价惠+服务。然后用小字号分别加以解释,其中最为关键的是描述了质优的铁证:“现售开箱合格率 99.8%,现售换机返修率 0.8%。”真实的数据必然使消费者怦然心动,而让消费者动心就达到了广告所要的效果。虽然看似平淡,但实际上却成功地提高了淡季的销售额。

之后,TCL 又在《郑州晚报》上刊登了一个通栏广告,标题是《热烈祝贺郑州市金水区技术监督局质量保证中心暨 TCL 集团郑州售后服务中心隆重成立》。毫无疑问,质量保证是开拓阵地的必要条件,而对后续服务的承诺则有利于稳固已有阵地并扩大成果。在发布广告之前,TCL 征求了广大消费者对产品的意见,对质量、外观、性价比、售前服务和售后服务等问题进行了调查。其实质在于让人们对其产品的质量和服务给出一个定性评价。这次广告公布了具体调查的结果,将 TCL 产品的一切都展示给消费者,以至于被人称为“穿着短裤跳舞”。正是这种没有掩饰的“跳舞”,让消费者感受到 TCL 产品“肌肉的力量”和“青春的活力”。

不仅如此,所有刊登的广告都必不可少地附注了维修站的电话号码及售后服务的传呼号码,从而向消费者表明,TCL 的服务是实在的,态度是真诚的。TCL 郑州公司正是凭借着强烈的自信心和过人的勇气做好了这些小事,从而胜人一筹。

此外,在销售点散发宣传品,是 TCL 郑州公司在郑州家电市场的首创。它可以对消费者的购买欲望形成有力的刺激。现场的

宣传品包括产品介绍和广告缩印件。TCL 产品的质量如何,售后服务如何,消费者从中可以一目了然。

种种广告策略成功地提高了 TCL 王牌在郑州的市场占有率,而且为以后的市场开拓提供了宝贵的经验。

(根据胡志刚、包晓闻编《中国顶级企业经典营销模式》改写)

## 背景介绍 Background Information



TCL 集团股份有限公司创办于 1981 年,总部设在中国南部的广东省惠州市,在深圳和香港上市(深圳:TCL 集团 000100;香港:TCL 国际 1070)。23 年来,TCL 集团发展的步伐迅速而稳健,特别是进入 20 世纪 90 年代以来,连续 12 年以年均 42.65% 的速度增长,是中国增长最快的工业制造企业之一。

2003 年集团实现营业收入 282.5 亿元人民币,净利润 5.7 亿元人民币。经过多年发展,TCL 已是中国最具价值的品牌之一,在北京名牌资产评估有限公司“2003 年最有价值品牌研究”中,TCL 品牌价值为 267.12 亿元人民币。

2004 年 8 月,TCL 与法国汤姆逊合资组建并由 TCL 控股的全球最大彩电企业 TTE 正式开业运营,它标志着彩电行业的世界版图已经被改写。2004 年 4 月,TCL 与法国阿尔卡特公司签署谅解备忘录,共同组建一家从事手机及相关产品的研发、生产和销售的合资公司,目前合资公司已正式投入运营。

**TCL  
王牌**





## 小常识 General Knowledge

### 中国家电品牌的形成

知名品牌的形成源于两个方面：一方面是产品提供给消费者满意的使用价值，另一方面是消费者通过耳闻目睹、接触、使用等途径形成对产品的认识、情感和行动。因此，没有好的产品，品牌就缺乏应有的坚实根基。但品牌又并不是简单地等同于产品，而是消费者与产品有关的全部体验。中国的家电品牌形成过程中，有三次发展浪潮。

中国家电产业的第一次发展浪潮是家电项目的建设浪潮。这主要集中在“六五”计划与“七五”计划时期。当时的国际背景正处在发达国家的高成本产业在国际空间的低成本寻找期，各地政府在当地引进了发达国家的生产技术与设备。第一次浪潮为中国的家电产业发展搭建起基础框架，并开始了产业人才的准备。

地方家电企业国内市场的扩张是第二次浪潮的主旋律。随着经济体制改革和对外开放的深入，家电市场空间逐步扩大，地方家电品牌都开始在国内开拓市场。在这一发展时期，出现家电产业的第一次并购高潮，并且家电企业基本上开始了由生产厂到现代企业的过渡，真正现代意义上的中国家电品牌开始形成。在时间进程上，第二次浪潮正好处在“八五”计划与“九五”计划时期。

第三次浪潮是中国加入WTO后产生的，国际化是第三次发展浪潮的核心课题。国际范围内企业竞争的重要内容是企业制度的竞争。加入WTO后，中国企业的制度改革进程进一步加快，中国企业内外的制度环境出现了全新的变化，那就是制度环境全面与国际接轨，中国家电企业获得了前所未有的市场竞争力。体制接轨后，“走出去”的主题已经明确，中国家电国际品牌的打造已为期不远。



数字全能高清VIP系列

## 生 词 New Words

通栏	(名)	tōnglán	layout of a page of a book / newspaper without columns
周边	(名)	zhōubiān	surroundings
乃至	(副)	nǎizhì	even
辐射	(动)	fúshè	to radiate
全局	(名)	quánjú	situation as a whole
要害	(名)	yàohài	the most important point
体系	(名)	tǐxì	system
策略	(名)	cèlüè	strategy
质优价廉		zhìyōujiàhuì	in high quality but low price
展销	(动)	zhǎnxiāo	to exhibit and sell
定位	(动)	dìngwèi	to evaluate sth. properly
步步为营		bùbùwéiyíng	to consolidate step by step
魅力	(名)	mèilì	charm
铁证	(名)	tiězhèng	authentic evidence
现售	(动)	xiànsòu	to sell at the exhibition
返修	(动)	fǎnxiū	to return to the mender or manufacturer for (another) mend
怦然心动		pēngránxīndòng	to be attracted by
淡季	(名)	dànjì	dead season
暨	(连)	jì	and
承诺	(名)	chéngnuò	commitment
胜人一筹		shèngrén yìchóu	to surpass others
首创	(动)	shǒuchuàng	to initiate
缩印	(动)	suōyìn	to reprint in a reduced format
一目了然		yímù liǎorán	to be clear at a glance
开拓	(动)	kāituò	to open up



## 商务词语及新词语解释与搭配

### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

营销	yíngxiāo	经营销售 <b>常用搭配:</b> 市场营销 网络营销 营销策略 营销渠道 营销技巧 营销理念等
全方位	quánfāngwèi	指四面八方;各个方向或位置;所有的方面 <b>常用搭配:</b> 全方位服务 全方位考察 全方位了解 全方位介绍 全方位欣赏等
售后服务	shòuhòu fúwù	指商品卖出后商家根据自己的承诺进行的服务 <b>常用搭配:</b> 产品售后服务 提供售后服务 售后服务中心 售后服务体系等
零售	língshòu	把商品不成批地卖给消费者(和“批发”相对) <b>常用搭配:</b> 零售业 零售商 零售价等
性价比	xìngjiàbǐ	商品的性能、配置等与其价格所形成的比率 <b>常用搭配:</b> 性价比高/低 最佳性价比等

## 练习 Exercises

## 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. TCL 以什么节日为契机在河南推广其广告策略?

A. 五一劳动节

B. 十一国庆节

C. 元旦

D. 春节

2. TCL 在《郑州晚报》上没有刊登哪个广告?

A. 《TCL 宣言》

B. 《TCL 王牌彩电为何魅力无穷》

C. 《热烈祝贺郑州市金水区技术监督局质量保证中心暨 TCL 集团郑州售后服务中心隆重成立》

D. 《TCL 王牌彩电质优价惠》

3. 下面哪一项是在《TCL 王牌彩电为何魅力无穷》中出现的公式?

A.  $TCL = \text{质量} + \text{服务}$

B.  $TCL = \text{质优} + \text{价惠} + \text{服务}$

C.  $TCL = \text{质优} + \text{价格}$

D.  $TCL = \text{价格}$

4. TCL 的广告主要刊登在下列哪种报刊上?

A. 《北京晚报》

B. 《郑州晚报》

C. 《华西都市报》

D. 《锦州时报》

5. “劳动者最光荣, 劳动者最幸福”出现在下列哪个广告中?

A. 《TCL 宣言》

B. 《TCL 王牌彩电为何魅力无穷》

C. 《热烈祝贺郑州市金水区技术监督局质量保证中心暨 TCL 集团郑州售后服务中心隆重成立》

D. 《TCL 的承诺》



6. “穿着短裤跳舞”在本文中是指什么?

- A. 指一种舞蹈
- B. 跳舞的一种方式
- C. 在广告中公布了具体调查的结果,没有掩饰
- D. 在广告中公布了具体的调查结果,有所掩饰

(二) 在下列词语的解释中,选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

1. 定位

- A. 确定位置
- B. 决定价位
- C. 作出适当评价
- D. 规定地位

2. 返修

- A. 再修理
- B. 反复修理
- C. 反过来修理
- D. 退回去修理

3. 怦然心动

- A. 心跳很快
- B. 心跳声音很大
- C. 对……很有兴趣
- D. 对……开始厌烦

4. 胜人一筹

- A. 战胜了别人
- B. 比别人好
- C. 身高比别人高
- D. 打败了对方

5. 一目了然

- A. 一只眼就可以
- B. 看一眼就可以
- C. 一眼就能看明白
- D. 一眼就看完



## 6. 开拓

- A. 开始  
B. 扩展  
C. 开始扩展  
D. 放开扩展

## 7. 全方位

- A. 四面八方  
B. 不同方向  
C. 所有的方面  
D. 不同层次

## 8. 步步为营

- A. 一步一步走  
B. 一步一步安营扎寨  
C. 行动谨慎  
D. 一次次防守

## 9. 性价比

- A. 同类商品价格比较  
B. 性能与价格之比  
C. 价格与性能之比  
D. 个性与价格之比

## 10. 质优价廉

- A. 质量好价格高  
B. 质量好价格低  
C. 质量差价格高  
D. 质量差价格低

(三) 正确理解下面画线词语的意思。Correctly understand the meaning of the following underlined words.

## 1. 下面哪个句子中的“定位”与课文中的意思相符?

- A. 利用这种卫星定位系统,可以有效监控紧急情况的发生  
B. 在长期的实践中,他终于对自己有了准确的定位

## 2. 下面哪个句子中的“要害”与课文中的意思相符?

- A. 在激烈的枪战中,他一下子就击中了匪首的要害  
B. 老师一语切中要害,指出了他学习上的主要问题



3. 下面哪个句子中的“字号”与课文中的意思相符?
- 全聚德是中国的一家老字号
  - 字号的选择会影响排版
4. 以下哪种情况属于返修?
- 小王买了一台彩电,一个月后坏了,退回厂家修理
  - 小张给女朋友买了一部手机,因为她不喜欢这种款式,所以退了回去
  - 某厂发现生产的产品存在质量问题,立即从商场全部收回
  - 厂家对售出的商品提供上门修理的服务
5. 以下哪种情况属于零售?
- 一牛奶厂给某小学的学生提供早餐牛奶
  - 某厂向一家超市卖出了一批饮料
  - TCL 集团给某家电商场提供 200 台彩电
  - 那个人去北京天客隆超市买了一箱矿泉水
6. 以下哪种情况属于展销的商品?
- 超市货架上的面包
  - 商场里卖的毛衣
  - 车展上卖出的汽车
  - 书报亭里的报纸
7. 以下哪种电池的性价比最高?
- 可连续使用 10 小时,价格 5 元
  - 可连续使用 5 小时,价格 3 元
  - 可连续使用 8 小时,价格 6 元
  - 可连续使用 12 小时,价格 7 元



## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思,从括号中的几个选项里选择一个恰当的词填在空格处。According to the meaning of the sentence, choose the proper word from the choices in the brackets to fill in each of the blanks.

1. 某公司在打造品牌的过程中,采取种种\_\_\_\_\_ (展销 策略 承诺 手段),使自己的产品在各地都造成一定程度的影响,取得了常人难以预料的效果。
2. 一般来说,春季是家电销售的\_\_\_\_\_ (淡季 旺季 季节 节气)。如果在这一时期做好准备工作,那么在销售\_\_\_\_\_ (淡季 旺季 季节 节气)来临时,则会有事半功倍之效。
3. 这一次的服装\_\_\_\_\_ (展销 展现)会档次不太高,很多名牌服装根本就摆不出来,商家到底在搞什么名堂?
4. 随着商品经济的发展,商家越来越意识到对顾客进行\_\_\_\_\_ (质优价惠 完善 至高无上)的售后服务是必要的,否则迟早会失去客户。这从根本上改变了传统的商品卖出去就与厂家没关系的营销观念。

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 我们单位是政府的\_\_\_\_\_ (yàohài)部门,所以我们的责任比较重,平时的工作态度比别的单位要认真一些。
2. 紧张了一个月,今天好好放松一下吧!去喝咖啡还是去\_\_\_\_\_ (cǐjī)点的娱乐场合?
3. 近几年,中国的经济飞速发展着。中国,这个古老的名字,以其独特的\_\_\_\_\_ (mèilì)吸引着成千上万的国际友人。
4. 教学中,教师除了要准备好课堂上讲的内容,教学\_\_\_\_\_ (cèlüè)也同样重要。
5. 今天,这家商场开业,为了吸引更多的\_\_\_\_\_ (gùkè),商场策划了很多抽奖的办法。
6. 这次全国大学生运动会规模很大,人数很多,可以说是有史以来最\_\_\_\_\_ (lóngzhòng)的一次。



7. 中国人习惯用贬低自己的办法来表示谦虚,从而表示对他人的\_\_\_\_\_ (zūnzhòng)。但是这种习惯在年轻人中正慢慢地改变。
8. 中国人习惯把教师比喻成\_\_\_\_\_ (xīnqín)的园丁。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。 Match the words in the left column with the explanations in the right column.

暨	对做某件事所作的应允
刊发	最先创造
展销	在报刊等公开发行物上刊登发表
首创	东西销量少的季节
通栏	确凿的证据
承诺	现场出售
淡季	吸引人的力量
铁证	及
现售	书籍报刊上整版不分栏的编排形式
魅力	以展览的方式销售

### 四、想与练 Think and Practise

(一) 理解下列词语、句式并做练习。 Understand the following phrases and sentence patterns, then do the exercises.

- 你认为以下商品的销售淡季、旺季分别是在什么时候?  
(1) 空调 (2) 冷饮 (3) 电热毯 (4) 防晒霜 (5) 游泳衣  
(6) 太阳镜
- 说出下面词语的意思,并用每个词语造一个句子。  
一目了然 胜人一筹 怦然心动 步步为营
- 注意正确使用下面的句式并进行练习。  
a. 本着……的原则……  
b. 为 + 某人 + 动词 + 某事
- 用下面的衔接语说一段话。  
首先……随后……之后……不仅如此……

(二) 根据课文判断正误。Decide whether the following statements are true or false according to the text.

1. 在销售点散发宣传品,是 TCL 郑州公司在郑州家电市场的首创。
2. 在广告中描述的 TCL 质优的铁证是:现售开箱合格率为 96.8%,现售换机返修率为 0.8%。
3. 广告缩印件是 TCL 在销售点散发的唯一宣传品。
4. 在所有刊登的广告上,TCL 都附注了维修站的电话号码及售后服务的传呼号码。
5. 充满特色的广告使消费者认识了 TCL 王牌彩电。

(三) 根据课文内容回答下列问题。Answer the following questions according to the text.

1. 你认为 TCL 在销售点散发宣传品有何作用?
2. 你认为《TCL 宣言》的实质是什么?
3. 你认为 TCL 对后续服务的承诺有什么作用?





## 第五课

# 一切皆有可能

## ——“李宁”的品牌重塑

“李宁”在中国体育用品市场上的销售收入位居第一。在遭遇成长的上限之后,李宁公司作了一系列重塑品牌的努力,开始激活已经老化的品牌,使自己的品牌成为一种价值承诺:它提供的绝不仅仅是体育用品,而是一种生活品质和生活境界。

在中国的体育用品市场上,“李宁”的销售收入是8亿多人民币,位居第一,相当于耐克和阿迪达斯在中国销售额的总和,但在很长一段时间内一直都没有超过10亿元。“李宁”过去是,现在仍然是一个品牌,但它的“品牌力”在悄悄衰减。如果没有强有力的品牌重塑,李宁公司或许会成为一个在一些品牌意识不强的地方做成一笔笔生意的公司,而在成熟的市场中,这个品牌可能会逐渐淡出。一个没有强大品牌号召力的公司,将会在市场上遭到两面夹击:一面是深入人心的品牌产品(如耐克和阿迪达斯),一面是没有品牌力但具有价格优势的低档产品。两类产品会像两个无形而巨大的吸盘,将李宁公司已有的和潜在的顾客吸引过去。公司决策层意识到品牌重塑势在必行。

首先,他们进行公司内部的访谈,跟基层的销售人员和各个部门的经理沟通,得到很多关于品牌的片断的认识。

接下来,在市场部进行“头脑



风暴”，尽可能激发“李宁”的品牌联想。最后初步选定的是“时尚和运动”、“潜能和运动”这两组作为“李宁”品牌联想的主题。

然后他们又组织了 32 场消费者座谈，挖掘出消费者对“李宁”品牌的想法。经过定性和定量的研究，他们发现消费者更加看重的是运动和潜能的关系。

通过对消费者的调研，一个关于“李宁”的新的品牌个性渐渐浮现出来了。“李宁”要做成一个运动时尚的体育品牌，成为人们生活中不可缺少的一部分。“李宁”应该是亲和的、魅力的、时尚的。“李宁”应该给消费者两个利益支点：功能性的利益和体验上的利益。对于体育用品来说，其功能性与体验性应该是天然相通的。这两者可以用一句话来概括：“一切皆有可能！”(Anything is possible!)

2002 年世界杯足球赛期间，李宁公司推出了《可能篇》广告：

一个个普通的男孩女孩，出现在很平常的马路、天桥、空地、天台、胡同，没有专业的运动场地，没有观众，没有喝彩，他们正在跑步、踢足球、打篮球、打羽毛球……一切看似平常……他们都身着李宁服装，眼神里流露出对运动无尽的专注与陶醉——他们好像已经忘记了周围的一切。小院里晾着衣服，他们站在两边打网球；胡同中的铁门上画上一个白圈，就成了投篮板；屋子里，一个孩子以一个标准的投篮动作干脆利索地关了灯钮……最后，画外音响起：“只要你想，一切皆有可能！”

与以前推出的广告主题(“我运动我存在”，“运动之美，世界共享”，“出色源自本色”)相比，“一切皆有可能”对“李宁”品牌的定位精准得多。在年轻、充满活力的人面前，外界的限制都形同乌有，一切都刚刚开始，一切都可以从无到有，“一切皆有可能”。它以生动可感的画面，向观众强烈地暗示一种价值承诺：拥有李宁牌产品，不仅仅是拥有一种生活用品，而是拥有一种生活质量、人生境界。



就在这一年，“李宁”的销售收入终于突破了 10 亿大关。2004 年，李宁公司在香港主板市场成功上市。李宁本人也成为运动员做企业的优秀范例。

(根据新青年在线《营销案例：重塑“李宁”》改写)

## 背景介绍 Background Information



有“体操王子”之称的李宁，在 1989 年退役之后，加盟广东健力宝集团，创立了“李宁”体育用品品牌，并以赞助 1990 年北京亚运会中国代表团为契机，开始了李宁公司的经营业务，从而开创了我国体育用品品牌经营的先河。1992 年巴塞罗那奥运会，“李宁牌”服装被选为中国体育代表团专用领奖装备，从而结束了中国运动员在奥运会上穿着国外体育品牌服装的历史。通过体育赞助，“李宁”迅速在全国传播推广，广泛建立起自己的连锁专卖店营销体系，逐步成长为中国体育用品的第一品牌。现在，“李宁”正向着品牌国际化的目标阔步迈进。目前，它已同九个国家和地区的经销商签订了代理协议。

## 小常识 General Knowledge

### 中国市场的体育品牌

提起体育品牌，人们最为熟悉的莫过于美国的耐克(Nike)和德国的阿迪达斯(Adidas)。目前在中国国内的体育用品市场上，除了这两个超级体育品牌之外，还有外来的彪马(Puma)、斯伯丁(Spalding)、锐步(Reebok)等，以及中国本土的双星、安踏、康威、特步等，当然，还有“李宁”。以运动员名字命名的体育品牌，并不只是李宁一个，还有马拉多纳(Maradona)、邓亚萍、孙雯等。

## 生词 New words

皆	(副)	jiē	all
衰减	(动)	shuāijiǎn	to decay
号召	(动、名)	hàozhào	to call on; calling on
吸盘	(名)	xīpán	sucker
潜在	(形)	qiánzài	potential
决策	(动)	juécè	to determine
势在必行		shìzàibìxíng	must be carried out
访谈	(动)	fǎngtán	to interview
基层	(名)	jīcéng	primary level
片断	(形)	piànduàn	fragmentary
风暴	(名)	fēngbào	storm
激发	(动)	jīfā	to stimulate
联想	(动)	liánxiǎng	to associate
座谈	(动)	zuòtán	to have an informal discussion
挖掘	(动)	wājué	to excavate
调研	(动)	diàoyán	to investigate and research
个性	(名)	gèxìng	personality
亲和	(形)	qīnhé	being easy-going
时尚	(形)	shíshàng	vogue
支点	(名)	zhīdiǎn	key / central part
专业	(名)	zhuānyè	specialized profession
流露	(动)	liúlù	to show unintentionally
无尽	(形)	wújìn	endless
专注	(动)	zhuānzhù	to concentrate on
陶醉	(动)	táozuì	to be absorbed in
干脆利索		gāncuì lìsuo	simply
画外音	(名)	huàwàiyīn	offscreen voice
主题	(名)	zhǔtí	theme
源自		yuánzì	to derive from



形同乌有		xíngtóng wūyǒu	to exist without any functions
暗示	(动)	ànshì	to imply
境界	(名)	jìngjiè	state
范例	(名)	fànlì	model

## 商务词语及新词语解释与搭配

### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

重塑		chóngsù	重新塑造 <b>常用搭配:</b> 重塑自我 品牌重塑等
淡出		dànchū	比喻逐渐退出(某一领域、范围) <b>常用搭配:</b> 淡出演艺界 淡出社会活动等
价格优势		jiàgé yōushì	比较便宜,在价格方面占有优势 <b>常用搭配:</b> 具有价格优势 凸显价格优势 确立价格优势等
低档产品		dīdǎng chǎnpǐn	档次较低的产品 <b>常用搭配:</b> 主营低档产品 销售低档产品等
精准		jīngzhǔn	非常准确;精确 <b>常用搭配:</b> 投篮精准 精准的见解等
主板市场		zhǔbǎn shìchǎng	在一个地区的证券市场体系中居于主导地位的证券交易市场 <b>常用搭配:</b> 主板市场扫描 主板市场报价 主板市场

上市

shàng shì

分析等

股票、债券、基金等经批准后  
在证券交易所挂牌交易常用搭配：新股上市 海外  
上市 上市公司等

## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 为李宁公司的下面几件事情排列顺序。

- A. 品牌老化      B. 创立品牌      C. 成功上市      D. 品牌重塑

2. 中国体育用品市场上销售量最大的品牌是什么?

- A. 耐克      B. 阿迪达斯      C. 李宁      D. 安踏

3. 下面哪一项不是李宁品牌力衰减的原因?

- A. 耐克、阿迪达斯等国际名牌深入人心  
B. 国内低档产品在价格方面具有优势  
C. 品牌自身缺乏号召力  
D. 公司领导层之间有矛盾

4. 经过品牌重塑, “李宁”的品牌是如何定位的?

- A. 我运动我存在  
B. 运动之美, 世界共享  
C. 出色源自本色  
D. 一切皆有可能



(二) 选出下列句子中画线的词与课文中词义相符的一项。Choose the underlined words in the following sentences that have similar meaning to the text.

1. 风暴

- A. 强热带风暴今天上午到达我市  
B. 十月革命的风暴席卷了欧洲的许多国家

2. 支点

- A. 给我一个支点,我就能撬起整个地球  
B. 我们生产的产品一定要有令消费者满意的利益支点

3. 专业

- A. 你在大学是学什么专业的?  
B. 他投篮的动作很专业

4. 主题

- A. 请简要介绍一下这次会议的主题  
B. 这篇文章主题不鲜明

5. 暗示

- A. 她是一个很容易受到心理暗示的人  
B. 我摇摇头,暗示她不要说话



(三) 正确理解下面画线词语的意思。Correctly understand the meaning of the following underlined words.

1. 以下哪个环节属于品牌重塑?

- A. 某公司创立了一个新产品  
B. 产品上市后,反应良好,形成品牌  
C. 市场竞争激烈,产品的销量不好  
D. 经过宣传、包装之后重新推出该品牌,受到好评

2. 以下属于画外音的是:

- A. 电影中人物的对白
- B. 广告的解说词
- C. 电视剧中女主人公的哭声
- D. 电视剧中主人公听的音乐

3. 下面哪种情况属于淡出?

- A. 某市长离职后不再参加任何活动
- B. 某影星忽然宣布息影
- C. 某教授退休以后不再参加学术界的活动
- D. 某学者逐渐离开自己的研究领域

4. 以下属于基层的是:

- A. 美国国会
- B. 市政府
- C. 公司的普通职员
- D. 公司经理



## 二、填空题 Fill in the following blanks

在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 只有头脑清醒,才能做出正确的\_\_\_\_\_ (juécè)。
2. 事情一直没有进展,人们的积极性一天天\_\_\_\_\_ (shuāijiǎn)下来。
3. 今夜有\_\_\_\_\_ (bào)风雪。
4. 他被这美妙的音乐\_\_\_\_\_ (táo zuì)了。
5. 小李是你\_\_\_\_\_ (qián zài)的竞争对手。
6. 我们一定要\_\_\_\_\_ (chóng sù)公司的形象。
7. 班长的一番话\_\_\_\_\_ (jī fā)了战士们的斗志。
8. 他说话\_\_\_\_\_ (gān cuì lì suǒ),从不拖泥带水。
9. 小女孩的眼睛里\_\_\_\_\_ (liú lù)出对上学的渴望。
10. 你放心,我们\_\_\_\_\_ (chéng nuò)过的事一定会照办的。



### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。Match the words in the left column with the explanations in the right column.

衰减	形势要求必须这样做
号召	比喻深入开发、寻求
潜在	由于某人、某事或某概念而想起相关的人、事或概念
亲和	召唤群众共同去做某事
时尚	存在于事物内部不容易发现的
皆	当时的风尚
势在必行	和善,易于接近
决策	决定策略或办法
激发	减弱
联想	都
片断	刺激使奋发
挖掘	零碎的;不完整的

### 四、想与练 Think and Practise

(一) 根据下面的提示做练习。Do the exercises according to the hints given below.

在汉语中,紧缩是一种形成新词的方式,如:重新塑造——重塑,调查研究——调研。你能再说出几个这样的词语吗?

(二) 根据课文内容回答下列问题。Answer the following questions according to the text.

1. 李宁公司是怎样进行品牌重塑的?
2. “访谈”和“座谈”的意思一样吗? 请举例说明二者的相同点与不同点。

## 第六课

## 屈臣氏：自有品牌之推销策略

屈臣氏(Watsons)个人护理商店是屈臣氏集团首先设立的旗舰零售品牌,它之所以能够迅速发展壮大,秘诀之一就是成功地经营好自有品牌:定位得宜并以消费者的需求为营销导向。屈臣氏因此取得了举世瞩目的业绩,成为业界的典范。

从1989年4月在北京开设第一家店起,至今屈臣氏在中国已发展到40多家。2002年,屈臣氏个人护理店在全球的销售额超过610多亿元人民币,仅在中国便超过5亿元。屈臣氏之所以能够在竞争激烈的中国零售业迅速发展壮大,与其自有品牌的成功经营是密不可分的。

屈臣氏自有品牌的成功首先在于定位得宜。它看准了年轻新一代的女性消费市场,在产品的定位、包装以至价格策略上,都是以18岁至35岁的消费群为目标。因为她们注重个性,也有较强的消费能力。屈臣氏通过差异化和个性化来提升品牌价值,定价也一般相对较高。因为对于日益同质化的零售行业,价格已不是吸引顾客的首要因素。据屈臣氏个人护理店对600多位女性顾客的调查显示,有超过85%的消费者认为屈臣氏产品的丰富和精致是吸引她们的首要因素。屈臣氏个人护理店是集团首先设立的旗舰零售品牌。凭借其准确的市场定位,使其“个人护理专家”的身份深入人心。

其次,屈臣氏自有品牌每次推出一种新产品都能够以





消费者的需求为营销导向,以顾客需求为根本出发点,不断带给消费者新鲜的理念,从而为自有品牌的实施奠定了成功的基础。作为代理过万产品的大型连锁店,屈臣氏无时无刻不在直接与消费者打交道,他们能及时、准确地了解消费者对商品的各种需求信息,又能及时分析掌握各类商品的适销状况,什么产品销量最好,什么产品已经无人问津,他们早已心中有数。因此,屈臣氏在实施自有品牌策略的过程中,可以从零售商的角度有针对性地提出新产品的开发设计要求。这样,与制造商相比,它不但具有产品项目开发周期短、产销不易脱节等特征,而且在降低风险的同时也降低了产品开发成本。

成功的策略给屈臣氏带来了丰厚的回报。现今的屈臣氏集团,在中国内地市场中已经是一枝独秀,连锁店不断增加,差不多遍布每个大型商场。近年来,在整个亚洲地区拓展也非常迅速,仅在香港一地开设的分店已达 50 余家。屈臣氏在消费者心目中受欢迎的程度由此可见一斑。

由屈臣氏我们看到,零售业同样需要品牌,同样呼吁品牌,只有在市场上准确地确定了自己的定位及服务对象,在产品质量、品类、服务水平等各个层面苦下工夫,才是企业发展的长久之计。

(根据林嘉卿《屈臣氏营销策略:自家品牌与企业发展相辅相成》改写)

## 背景介绍 Background Information



起源于 1828 年的屈臣氏(Watsons)个人护理商店是亚洲最大的保健及美容产品零售商,在亚洲 8 个国家和地区拥有近 770 家分店。其前身是广东的一家很小的药房,1828 年在广东开办。1841 年迁往香港,1981 年成为李嘉诚旗下和记黄埔有限公司全资拥有的子公司。凭借和记黄埔雄厚的



经济实力和灵活的经营理念,屈臣氏在亚洲迅速崛起,成为区内最大的保健及美容零售商。屈臣氏个人护理商店以其品质优越、及时推陈出新而深得客户顾客信赖,在各地市场均取得领导地位。屈臣氏的主要业务范围覆盖中国(包括香港、澳门、台湾)、新加坡、泰国、马来西亚及菲律宾,为每周平均总数高达 200 万的顾客提供最大的购物乐趣。屈臣氏的母公司屈臣氏集团(A.S. Watson Group)目前在亚洲及欧洲拥有 3700 家零售分店,是亚洲及欧洲最大的保健及美容产品零售集团。



## 小常识 General Knowledge

### 自有品牌

谈起自有品牌商品,很多超市都能从卖场中找出一大堆。在大到全国连锁的“家乐福”、“沃尔玛”、“易初莲花”,小到各地的社区便利店,都能看到自有品牌的影子;从人们穿戴的衣服、鞋帽,到日常生活必需的牙膏、纸巾,自有品牌都占据了一席之地;有些超市甚至设立了自有品牌专柜、专区。这些自有品牌有的与超市、卖场同名,如迪亚天天生产的各类产品,都以“迪亚天天”冠名,青岛维客集团的自有品牌都叫“维客”。另外,还有部分商场虽然也有自有商品,但却贴着其他的名称。如华联生产的各类产品都以“花狸猫”作为品牌名称;沃尔玛食品为“惠宜牌”,生活用品为“EQ”牌;还有家乐福的“哈曼妮”牌服装也是如此。从较早生产自有品牌的华联集团,到纷纷涉足自有商品的各零售商,自有品牌的种类已经从最初的纸杯、面巾纸扩展到休闲食品、服装鞋帽,目前已达到 11 大类、80 余个品种,甚至涵盖了珠宝等高档商品。



## 生词 New Words

得宜	(形)	déyí	fitting
导向	(名)	dǎoxiàng	guideline



密不可分		mìbùkěfēn	(relations) can not be separated
差异	(名)	chāyì	difference
精致	(形)	jīngzhì	delicate
实施	(动)	shíshī	to carry out
无人问津		wúrén wènjīn	no one shows any interest in
风险	(名)	fēngxiǎn	risk
可见一斑		kějiàn yībān	(sth.) can be identified from one spot
呼吁	(动)	hūyù	to appeal

### 商务词语及新词语解释与搭配

#### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

旗舰	qíjiàn	比喻带头的、起主导作用的事物
		<b>常用搭配:</b> 旗舰店 旗舰企业等
消费	xiāofèi	为了生产和生活需要而消耗物质财富
		<b>常用搭配:</b> 消费品 消费群 消费能力等
适销	shìxiāo	(商品)适合于消费者需要,卖得快
		<b>常用搭配:</b> 产品适销对路 适销状况等
成本	chéngběn	产品在生产 and 流通过程中所需的全部费用
		<b>常用搭配:</b> 生产成本 开发成本等
连锁店	liánsuǒdiàn	一个公司或集团开设的经营业务相关、方式相同的若干个商店

常用搭配：经营连锁店 加盟连锁店等

层面

céngmiàn

事物某一层次的范围

常用搭配：物质层面 精神层面等

## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 屈臣氏指的是什么?

- A. 一个由政府控股的企业
- B. 一个姓屈臣的人
- C. 一家零售集团的名字
- D. 一个商人的名字

2. 为什么课文中说价格已不是吸引顾客的首要因素?

- A. 顾客都很有钱
- B. 顾客只在乎质量
- C. 市场上的价格都很便宜
- D. 顾客购物最先考虑的已不是价格

3. 下列哪一项是屈臣氏成功经营的策略?

- A. 根据消费者的需要调整服务
- B. 采取降价的方法
- C. 与顾客建立良好的私人关系
- D. 只考虑 18—35 岁之间的消费者





4. 文中提到的“旗舰零售品牌”指的是什么?

- A. 在船上销售的名牌产品
- B. 用旗舰运出口的产品
- C. 一个名叫旗舰的零售品牌
- D. 一个零售品牌的样板和典范

5. 由文章最后一段可以知道什么?

- A. 零售业与其他行业是一样的
- B. 零售业只要在市场上准确地确定自己的定位及服务对象,在产品质量、品类、服务水平等各个层面苦下工夫,就能使企业长期发展
- C. 品牌对于零售业是很重要的
- D. 之所以零售业需要品牌,是因为零售业呼吁品牌

(二) 在下列词语的解释中,选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

1. 精致

- A. 精彩雅致
- B. 精确标准
- C. 精巧细致
- D. 小巧可爱

2. 实施

- A. 施展
- B. 实行
- C. 实现
- D. 实践

3. 风险

- A. 保险
- B. 险情
- C. 危险
- D. 可能发生的危险

4. 层面

- A. 层次的范围
- B. 表面的结构
- C. 次序的排列
- D. 光滑的平面

## 5. 销售

- A. 卖出                      B. 降价出售  
C. 倾销                      D. 买入

## 6. 得宜

- A. 得到                      B. 合适  
C. 得到便宜                D. 舒适

## 7. 拓展

- A. 开发                      B. 开拓扩展  
C. 发展                      D. 开创

## 8. 无人问津

- A. 没有人想起              B. 没有人看见  
C. 没有人询问              D. 没有人闻到

(三) 正确理解下面画线词语的意思。Correctly understand the meaning of the following underlined words.

## 1. 下面哪个句子中的“开发”与课文中的意思相符?

- A. 经过对市场的仔细调查和研究, 厂家又开发出新产品以满足消费者的需求  
B. 黄河水利工程的开发是一件利国利民的大事

## 2. 下面哪个句子中的“个性”与课文中的意思相符?

- A. 一切个性都是有条件、暂时地存在的, 所以是相对的  
B. 这个人很有个性

## 3. 下面哪个句子中的“导向”与课文中的意思相符?

- A. 这种火箭的导向性能良好  
B. 大众传媒的舆论导向作用不可忽视



4. 以下不属于连锁店的是:

- A. 肯德基
- B. 屈臣氏个人护理店
- C. 北京饭店
- D. 麦当劳



## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思, 根据提示, 从课文中相应位置选出合适的词填空。

According to the meaning of the sentences and the hints, choose a proper word in the corresponding position in the text to fill in each of the blanks.

1. 展览会上的工艺品件件都很\_\_\_\_\_。(第2段第8行)
2. 这部电影改编自一篇情节非常复杂的小说, 由于剪裁\_\_\_\_\_, 改编还比较成功。(第2段第1行)
3. 产品结构调整应以市场为\_\_\_\_\_。(第3段第3行)
4. 网络营销是数字经济时代的一种崭新的营销\_\_\_\_\_和营销模式。(第3段第4行)
5. 在一些经济比较发达的城市, 人们的收入比较高, \_\_\_\_\_的质量意识也较强。(第3段第6行)

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 这家公司发展迅速, 业务已经\_\_\_\_\_ (tuòzhǎn) 到了东南亚地区。
2. 我们强烈\_\_\_\_\_ (hūyù) 贵方对我公司利益给予足够的重视。
3. 作为\_\_\_\_\_ (qǐjiàn) 店, 该店的确起到了应有的示范作用。
4. 仅在一年前, 这位中国明星还需借助翻译与海外媒体交流, 但这次, 她独自用英语畅谈新片, 所下的苦功可见一\_\_\_\_\_ (bān)。



## 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。Match the words in the left column with the explanations in the right column.

得宜	没有人询问或打听
个性	可能发生的危险
导向	比喻从观察到的部分可以推测全貌
实施	差别
呼吁	适当
差异	形容关系非常紧密,不可分割
风险	一个人比较固定的特性
无人问津	实行(法令、政策等)
可见一斑	引导的方向
密不可分	向个人或社会申述,希望得到同情、支持

## 四、想与练 Think and Practise

根据课文内容回答问题。Answer the following questions according to the text.

- 学习了本文之后,你如何理解“自有品牌”?
- “它看准了年轻新一代的女性消费市场,在产品的定位、包装以至价格策略上,都是以 18 岁至 35 岁的消费群为目标。”这句中的“在……上”与“书放在桌子上”中的“在……上”相同吗? 试仿造两到三个句子。





## 第七课

## “国之瑰宝”同仁堂集团

## ——海外扩张秘方

目前,中国企业在海外市场频频受挫,而同仁堂药店在2003年实现了出口创汇1720万美元。同仁堂集团能取得如此骄人的成绩,在于其独特的海外扩张秘方:认证先行、“稳”字当头、保持特色。

1993年,同仁堂的第一家大陆外合资企业——香港同仁堂药膳有限公司开业,引起了全港的轰动。当时的媒体报道说,香港街头有两个地方门前需要排队:英国大使馆门前签证排队,同仁堂药店门前买药排队。由此,同仁堂人迈出了开拓大陆之外市场的第一步。在同仁堂海外扩张的过程中,常常遭遇到来自技术方面的绊脚石。国外的卫生组织认为中药组合不能用科学“解释”,所以很难接受这种组合;而且,不同于其他产品的是,中药有很多成分是不能严格量化分析的,但西药的标准就是精确的量化;更加麻烦的是,还有一些中药成分是某些国家的禁用药品,比如中药方子中常含的黄连,就是有些国家的禁药。得不到当地卫生组织的认可,也就很难得到当地民众的认可。对这个问题,同仁堂采取的策略就是通过当地的认证:力争每一种产品出去,都能够经过当地药证部门的认可,从而打消同仁堂的成药在当地人心中的疑惑。1997年,同仁堂集团所属企业的8条主要生产线通过澳大利亚的药品生产质量管理





规范(GMP)认证。不仅如此,同仁堂还加大了在专利技术方面的投入,2003年的科研投入就达9851万元。在向海外发展的这几年,同仁堂在很多国家都申请了专利,认证和专利双管齐下,牢牢把握了自己海外发展的技术基础。

1993年过后,同仁堂每年都以“缓慢”的脚步向外发展。与其他企业不同,同仁堂在海外的存在形式大都是合资公司,但大都是同仁堂控股。合资可以在一定程度上减轻风险,而力争拥有51%以上的股份,又可以使同仁堂远在千里万里之外的招牌保持本来的风貌。在选择合资伙伴方面,同仁堂也是非常谨慎,要求严格,事先一定要考察仔细,因为如果合作方选择不当,看似降低风险的合资方式可能反而增加了危险。一般情况下,只有本身经济效益好、在当地影响力大、与当地政府关系良好的企业,才可能成为同仁堂的合作伙伴。

作为零售企业,同仁堂在选择店铺地段方面也是煞费苦心,往往不惜巨大的代价去选择一个城市的中心位置。无论在香港、狮城,还是在伦敦、汉城,同仁堂药店永远处于最繁华的闹市街头。处在最显眼的位置固然重要,但同时同仁堂人明白,中药是中国特色文化的一部分,而文化对顾客有一种奇妙的吸引力,因此在向外发展的过程中,同仁堂不仅输出产品,也同时输出文化。在国外,同仁堂药店在一定程度上是中国文化的代表,很多外国人就是怀着对京腔京韵的好奇、对中国文化的憧憬走进同仁堂的。因此,去过同仁堂海外店铺的人都知道,不管在哪个国家的哪个街头,同仁堂店内都保持着北京特色。

巧妙的海外扩张策略使同仁堂走向世界的步伐不可阻挡。到目前为止,同仁堂已经拥有境内境外两家上市公司、海内外340多家分店(分公司),27个剂型生产线已通过国家药品生产质量管理规范(GMP)认证,多条生产线通过澳大利亚药品生产质量管理规范(GMP)认证。与此同时,同仁堂在海外生产的企业



也在紧锣密鼓地准备中。

(根据华宏 MBA《“国之瑰宝”同仁堂集团——海外扩张秘方》改写)


## 背景介绍 Background Information



北京同仁堂是中药行业著名的老字号,创建于清康熙八年(1669年)。自雍正元年(1721年)同仁堂正式供奉清皇官御药房用药,历经八代皇帝,长达 188 年。这就造就了同仁堂人在制药过程中精益求精的严细精神,其产品以“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”而享誉海内外。

近年来,同仁堂资产以年均 20% 以上的速度增长,2004 年资产总额 63 亿元,销售额 50 亿元。目前,同仁堂拥有境内、境外两家上市公司,连锁门店、各地分店以及遍布各大商场的店中店 400 多家,海外合资公司、门店 17 家,遍布 12 个国家和地区。全部生产线通过国家 GMP 认证,多条生产线通过澳大利亚 GMP 认证。同仁堂股份有限公司在中国证券报和亚商企业咨询有限公司共同主办的“中证亚商中国最具发展潜力上市公司 50 强”的评比中蝉联第四、第五届排名第一。

目前,同仁堂商标已在马德里协约国和巴黎公约国注册,受到国际组织的保护,同时,在世界 50 多个国家和地区办理了注册登记手续,并在台湾进行了第一个大陆商标的注册。显而易见,同仁堂的著名商标和优秀品牌已成为同仁堂集团不断发展的特有优势。

 北京同仁堂



## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文,从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 1993年,媒体对同仁堂的报道说明了什么问题?

- A. 同仁堂开始向海外扩张了
- B. 同仁堂受到了香港人的热烈欢迎
- C. 同仁堂和媒体的关系非常好
- D. 同仁堂的门前很混乱

2. 下面哪一项不是同仁堂来自技术方面的绊脚石?

- A. 国外的卫生组织很难认可中药组合
- B. 中药的很多成分不能用量化的方法分析
- C. 在某些国家的药品中,禁止使用一些中药成分
- D. 很多国家不知道黄连

3. 同仁堂在合资公司中,为什么要控制一半以上的股份?

- A. 同仁堂有很多钱
- B. 为了降低投资的风险
- C. 这样做可以保持同仁堂本来的特色
- D. 为了更好地选择自己的合作伙伴

4. 同仁堂在国外,为什么要保持北京特色?

- A. 满足外国人的好奇心
- B. 用文化带动产品的销售
- C. 同仁堂的本店在北京
- D. 同仁堂是中国文化的代表





(二) 在下列词语的解释中, 选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

1. 绊脚石

- |            |                |
|------------|----------------|
| A. 对脚不好的石头 | B. 走路时对脚有影响的石头 |
| C. 前进路上的困难 | D. 大的石头        |

2. 打消

- |         |          |
|---------|----------|
| A. 倒掉   | B. 打他使消失 |
| C. 使不存在 | D. 使消气   |

3. 双管齐下

- |             |            |
|-------------|------------|
| A. 两根管子一齐放下 | B. 两件事同时进行 |
| C. 两条路一起开放  | D. 两个管道一起用 |

4. 零售

- |          |           |
|----------|-----------|
| A. 零散地买  | B. 零散地卖   |
| C. 买的数量少 | D. 大批量地销售 |

5. 地段

- |       |           |
|-------|-----------|
| A. 地方 | B. 地面上的一段 |
| C. 路段 | D. 一段地铁   |

6. 专利

- |          |              |
|----------|--------------|
| A. 专门的利益 | B. 法律保障的独享利益 |
| C. 专制暴力  | D. 专横地享有某种利益 |

7. 剂型

- |          |          |
|----------|----------|
| A. 类型    | B. 药品的类型 |
| C. 医院的类型 | D. 经济类型  |

8. 控股

- |           |           |
|-----------|-----------|
| A. 控制多数股份 | B. 控制多数公司 |
| C. 控制多数资金 | D. 控制股市运营 |

9. 合资

- |           |         |
|-----------|---------|
| A. 把资金合起来 | B. 一起经营 |
| C. 一起投资   | D. 一起集资 |

10. 上市

- |                 |         |
|-----------------|---------|
| A. 公司股票开始在证交所交易 | B. 开始经营 |
| C. 上等的市场        | D. 到市场上 |

(三) 选出下列句子中画线的词与课文中词义相符的一项。Choose the underlined words in the following sentences that have similar meaning to the text.

1. 上市

- A. 在多方的共同努力下,这家银行终于在海外上市了
- B. 今晚我要上市买菜去,要不要我给你捎点什么?

2. 招牌

- A. 这家店招牌上的字体很漂亮,肯定是请名人写的
- B. 他常常打着导师的招牌到处招摇撞骗,总有一天会被发现的

3. 紧锣密鼓

- A. 一阵紧锣密鼓之后,戏开演了
- B. 领导视察前,公司上下都在紧锣密鼓地准备,就怕出什么差错

4. 专利

- A. 每天接送孩子上学,是他的专利,他乐此不疲
- B. 申请专利要去专利局,不能去警察局



5. 以下哪种属于“中外合资”?

- A. 中国的公司和英国的公司共同出钱经营  
B. 烟台的公司和北京的公司共同出钱经营

## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思,从括号中的几个选项里选择一个恰当的词填在空格处。According to the meaning of the sentence, choose the proper word from the choices in the brackets to fill in each of the blanks.

1. 这家商店下周一要开业,各个部门都在\_\_\_\_\_ (措手不及 紧锣密鼓 手忙脚乱 马不停蹄)地准备着。
2. 你说你最好,他说他最好,根据是什么?还是把你们的成绩\_\_\_\_\_ (分开 比较 量化 规划)一下吧。
3. 这一带的地理位置没的说,真是黄金\_\_\_\_\_ (地方 地段 位置 场合),若在这里搞房地产,肯定能赚很多。
4. 他的叔叔是市长,他不管干什么都打他叔叔的\_\_\_\_\_ (招牌 保护伞 护身符 名人效应),真让人看不惯。
5. 谈了几次恋爱,做了几次买卖,都以失败告终。这使他的自信心和自尊心大大地\_\_\_\_\_ (受伤 受挫 受害 受不了)。
6. 怎么能这么想?太没有人情味儿了,快\_\_\_\_\_ (取消 打消 消除 除去)这个念头吧。
7. 这家公司效益很好,在各地都设有\_\_\_\_\_ (分销 分公司 分支)。
8. 这支股票自\_\_\_\_\_ (开业 上市 合资 量化)以来,一直走上坡路,炒这一股的股民真是赚大了。

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 这是家老店,它的\_\_\_\_\_ (zhāopai)已经有近 500 年的历史了。
2. 这家公司自从引进先进的生产设备以来,经济\_\_\_\_\_ (xiàoyì)大幅度增长,职员收入也大幅度提高了。
3. 这种药有很多\_\_\_\_\_ (jìxíng),一般来说,口服液见效最快。
4. 如果你发明了某种东西,那么你要抓紧时间申请\_\_\_\_\_ (zhuānli),否

- 则,别人会抢先一步,这样,你就会有一定的经济损失。
- 如果我们想做一项关于十家公司销售额的调查比较,最好是用量\_\_\_\_\_ (huà)的办法,这样又清楚速度又快,而且也更准确。
  - 你想用最少量的钱买最大面积的房吗?那么最好是避开黄金地\_\_\_\_\_ (duàn),找一个比较偏僻的位置。
  - 公司在创业阶段会遇到很多苦难和阻力,聪明人不是把它们看成\_\_\_\_\_ (bànjiǎo)石,而是把它们看成积累经验的机会。
  - 父母们为了孩子能健康、快乐地成长,往往想尽一切办法,真是\_\_\_\_\_ (shà)费苦心。
  - 他本来想占对方的便宜,结果却被对方骗得破产了,真是哑巴吃黄\_\_\_\_\_ (lián),有苦难言。
  - 我很喜欢中国的传统文化,特别是京\_\_\_\_\_ (qiāng)京\_\_\_\_\_ (yùn),简直令我着迷。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。 Match the words in the left column with the explanations in the right column.

双管齐下

遇到困难

煞费苦心

使变化成可以用数量计算

量化

放弃某种想法

紧锣密鼓

比喻两件事同时进行

受挫

产品生产的一系列工序

招牌

形容花费很多精力或时间来解决问题

打消

比喻事前紧张地准备

专利

指地面上的一段

地段

因创造发明而独自享有的利益

生产线

总公司的下设公司

分公司

作为商店标志的牌子



## 四、想与练 Think and Practise

(一) 请用下列句式造句。Use the following sentence patterns to make up sentences.

1. 在……的过程中……
2. 对这个问题……
3. 不仅如此……还 / 也……
4. ……固然重要,但是……
5. 到目前为止……
6. 与此同时……

(二) 说出下列成语的意思,并用每个成语造一个句子。Explain the following idioms and make a sentence with each of them.

双管齐下      紧锣密鼓

(三) 根据课文内容回答问题。Answer the questions according to the text.

1. 同仁堂的海外扩张策略中,你对哪一种最感兴趣? 请谈一谈你的感想。
2. 通过课文的学习,你了解什么是一个品牌的“海外扩张策略”了吗? 你能否谈一谈你们国家医药行业一个著名品牌的海外扩张策略?



## 第八课

## 科龙的六大王牌

有“中国制冷龙头企业”之称的广东科龙电器股份有限公司,其商业成功与其“六大王牌”的经营战略密不可分,那就是营销高手群集、设备管理一流、狠抓技术创新、技术管理人才充足、企业财务状况良好、销售网络全球化。

在中国这个竞争最为激烈的家电市场上,科龙能争得“中国制冷龙头企业”的称号,是与其高明的经营战略分不开的。秘诀之一便是,科龙与其他的企业相比,拥有至少六张足以在全球攻城略地的独家王牌。

——经过十多年的市场鏖战,科龙已经培养出大批能征善战的年轻化营销高手,其专业化水准足以与国际接轨。

——十多年来残酷的家电市场竞争,造就了科龙在制冷家电业的精耕细作的品质,使其拥有国内甚至国际一流的制造设备和丰富的生产管理经验。如MRPII系统的全面应用、IS9001体系和IS14001体系的运行,以及特级安全企业的评定和OHS(国家职业安全卫生管理体系)认证注册、CIMS(计算机集成制造系统)通过国家级验收等等,都证明了科龙在制冷家电行业拥有领先的制造管理水平和经验。

——从最初的技术仿制、引进到完全自主开发,科龙的技术创新一直是企业的生命线。目前科龙已经拥有自己的





制冷核心技术,其中无氟替代的科龙技术处于世界领先水平。

——拥有超过 2000 人的技术和管理人才团队,其开拓创新精神拔类超群。

——企业财务状况良好,贷款比率为 16.8%,比 1999 年低 6 个百分点。多年的积累以及 H 股、A 股的成功上市,使企业经济底气深厚,公司不仅拥有现金 8 个多亿,而且拥有 11 亿人民币的授信额度。

——同为“中国驰名商标”的“容声”冰箱、“科龙”空调,最近又双双被国家有关部门评定为首批“中国名牌产品”。加上 3000 多个国内外营销网点、境外合作伙伴及经销商,形成了覆盖全球的销售网络。

有识之士认为,科龙的六大王牌,全部成型于十多年短兵相接的国内家电市场,战功赫赫,使科龙荣登中国制冷冠军的宝座。当科龙从中国这个全球最激烈的家电市场向海外市场实施战略性转移后,六大王牌将更加威力无比。在 2001 年的德国国际家电展览会上,德国著名的冰箱企业利渤海尔公司,开幕首日就赶到科龙展区,仔细观摩科龙产品。其带队的技术部长感叹道:我们有很多方面要向科龙学习了。

(根据中国 e 财网《“容声”冰箱、“科龙”空调入选首批“中国名牌产品”》改写)

## 背景介绍 Background Information



广东科龙电器股份有限公司是中国目前规模最大的制冷家电企业集团之一,电冰箱年产量达 800 万台,空调年产量 400 万台,在国内冰箱及空调市场均占有重要地位,特别是冰箱市场的占有率连续十年全国第一。

科龙集团总部位于中国广东省佛山市顺德区,1984 年始生产冰箱,是

中国最早生产冰箱的企业之一。继 1996 年发行 H 股并在香港挂牌上市后, 1999 年科龙又成功地在深圳发行 A 股, 同年又被“世界经济论坛组织”推举为“1999 年全球新兴市场 100 家最佳企业之一”; 2001 年被《财富》杂志评选为“中国上市公司百强企业”。

KELON 科龙

## 小常识 General Knowledge

### ○ 入世后的中国家电企业 ○

经过近 20 年的努力, 中国已经成为世界上最大的家用电器制造国之一, 彩电拥有每年 3000 万台的产能, 冰箱有 2000 多万台的产能, 洗衣机有 1500 万台的产能, 微波炉有 1000 多万台的产能, 均居世界前茅。但关键部件及核心技术仍受国外先进企业的控制, 除了芯片进口费用外, 中国的家电企业还要向国外厂商交纳高额的专利费。关键部件、核心技术受制于人, 已经严重制约了中国家电产业的发展。有专业人士称: 中国的电器制造不过是电器组装而已。

加入 WTO 后, 如果近期没有较大的技术突破, 中国将拱手让出高档市场这样一个利润丰厚的空间, 甚至转而变成发达国家的产品的加工车间! 由于我国对知识产权方面的管理将进一步与国际接轨, 家电企业在发展中稍不注意就会发生侵权行为。同时, 由于国外家电制造商拥有了在中国市场平等竞争的机会, 他们完全可以利用技术专利和商标使用权上的优势来制约中国的企业, 在一些技术含量高、利润丰厚的领域, 甚至能把中国的企业挤出竞争的行列。

不过, WTO 在带来压力的同时, 也为国内企业带来了发展的动力。激烈的竞争将会改变游戏规则, 使我们从重市场轻技术的怪圈中跳出来, 从根本上解决问题。新的竞争对手, 将迫使我国家电企业通过各种途径, 包括引进、合作和自行研究等, 全面提高技术水平。





## 生词 New Words

制冷	(动)	zhìlěng	to refrigerate
王牌	(名)	wángpái	trump card; (比喻) most powerful figure or means
秘诀	(名)	mìjué	secret
鏖战	(动)	áozhàn	to fight hard
能征善战		néngzhēng-shànzhàn	to be qualified to attack and fight
水准	(名)	shuǐzhǔn	standard
残酷	(形)	cánkù	ruthless
竞争	(名、动)	jìngzhēng	competition; to compete
造就	(动)	zàojiù	to bring up
精耕细作		jīnggēngxìzuò	to cultivate intensively; (比喻) to manage carefully
验收	(动)	yànshōu	to check
领先	(动)	lǐngxiān	to be in the lead
仿制	(动)	fǎngzhì	to model on
团队	(名)	tuánduì	team
底气	(名)	dǐqì	basement
短兵相接		duǎnbīng-xiāngjiē	to fight at close quarters
威力	(名)	wēilì	formidable force
观摩	(动)	guānmó	to inspect and learn from each other's work



## 商务词语及新词语解释与搭配

### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

接轨	jiēguǐ	指连接路轨。也比喻两种事物彼此衔接起来 <b>常用搭配:</b> 与国际接轨等
注册	zhùcè	向主管部门登记备案,以取得合法地位 <b>常用搭配:</b> 用户注册 公司注册 注册商标 注册资料等
贷款	dàikuǎn	货给的款项 <b>常用搭配:</b> 抵押贷款 国家助学贷款 住房贷款 贷款利率等
比率	bǐlǜ	比值 <b>常用搭配:</b> 收益比率 外汇比率 负债比率等
授信	shòuxìn	企业或个人向银行申请贷款时,银行根据其财务信用状况及周转需要,按规定的数额准许贷款 <b>常用搭配:</b> 授信额度 授信贷款 授信方式 银行授信等





## 练习 Exercises

## 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 本文主要讲的是以下哪一方面的内容?
  - A. 科龙培养了 2000 多技术和管理人员
  - B. 科龙在家电行业拥有国际领先的管理水平和经验
  - C. 科龙能够取得成功的几个主要因素
  - D. 科龙与德国利渤海尔公司一向合作良好
2. 以下哪一项不能证明科龙在制冷家电行业具有领先的制造水平和管理经验?
  - A. MRPII 系统的全面应用、IS9001 体系和 IS14001 体系的运行
  - B. 企业贷款比率为 16.8%, 比 1999 年低 6 个百分点
  - C. 特级安全企业的评定和 OHS(国家职业安全卫生管理体系)认证注册
  - D. CIMS(计算机集成制造系统)通过国家级验收
3. 下列哪一项不是科龙能够争得“中国制冷龙头企业”之称的六张王牌之一?
  - A. 企业财务状况良好, 经济底气深厚
  - B. 形成了覆盖全球的销售网络
  - C. 一直狠抓技术创新
  - D. 荣登了中国制冷冠军的宝座
4. 科龙在中国的制冷家电行业中排第几位?
 

A. 第一位                  B. 第二位                  C. 第三位                  D. 第四位
5. 文章最后一段中, 德国著名的冰箱企业利渤海尔公司技术部长的话表明了什么意思?
 

A. 德国要向科龙学习                                  B. 科龙要和德国继续合作下去

C. 科龙的进步非常快

D. 德国的技术发展落后了

(二) 在下列词语的解释中, 选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

1. 高明

A. 高级

B. 明白

C. 高深

D. 高超

2. 观摩

A. 观察

B. 摩擦

C. 参观、学习

D. 观赏、模仿

3. 造就

A. 培养

B. 建造

C. 导致

D. 完成

4. 秘诀

A. 秘方

B. 密码

C. 秘密决定

D. 不公开的巧妙办法

5. 验收

A. 检验不合格然后回收

B. 检验并收集

C. 按一定标准检验后收下

D. 根据经验收集

6. 接轨

A. 连接路轨

B. 比喻两种事物彼此衔接起来

C. 指铁路和公路交错

D. 比喻两种不同的思想互相碰撞





## 7. 短兵相接

- A. 只能用很短的兵器搏斗,形容弹尽粮绝
- B. 把很短的兵器接到一起,做成长兵器
- C. 双方用刀剑等短兵器进行搏斗,比喻面对面地进行针锋相对的斗争
- D. 身材比较矮的士兵也被派上战场搏斗,形容战斗非常艰苦、激烈

(三) 选出下列句子中画线的词与课文中词义相符的一项。Choose the underlined words in the following sentences that have similar meaning to the text.

## 1. 高明

- A. 这个问题连他也解决不了,我们只能另请高明了
- B. 您这着真高明,真是佩服!

## 2. 底气

- A. 他底气足,唱起歌来嗓音洪亮
- B. 老王已经在这个岗位上工作了许多年,经验十分丰富,对于完成这项任务他心里很有底气

## 3. 威力

- A. 科龙的六大王牌在竞争中发挥了巨大的威力
- B. 氢弹的威力比原子弹大

## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思,根据提示,从课文中相应位置选出合适的词填空。

According to the meaning of the sentences and the hints, choose a proper word in the corresponding position in the text to fill in each of the blanks.

- \_\_\_\_\_ 的经营策略使这家企业在与别的企业竞争中显得独具优势。(第1段第2行)
- 新中国的教育事业为我国\_\_\_\_\_了大批优秀人才,为我国社会主义建设不断注入新的活力。(第2段第1行)
- 搞各种研究都要有\_\_\_\_\_精神,只墨守成规注定无法取得进步。(第5段第1行)

4. 在我国,家电行业竞争十分\_\_\_\_\_,但仍有一批优秀品牌脱颖而出,比如科龙、海尔等在我国都是家喻户晓的名牌。(第8段第3行)
5. 这次新成果展销会为广大业内人士提供了一次现场\_\_\_\_\_与经验交流的机会。(第8段第6行)

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 雪下得很大,不一会路面就被大雪\_\_\_\_\_ (fùgài)了。
2. 即将召开的新产品\_\_\_\_\_ (guānmó)会将为市场开拓奠定良好的基础。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。Match the words in the left column with the explanations in the right column.

高明	观看彼此的成绩,交流经验,相互学习
鏖战	能解决问题的不公开的巧妙办法
驰名	强大的使人畏惧的力量
观摩	激烈地战斗
王牌	比喻精心细致地管理
威力	比喻最强有力的人物、手段等
精耕细作	(见解、技能)高超
秘诀	声名传播很远

### 四、想与练 Think and Practise

根据课文内容回答问题。Answer the following questions according to the text.

1. 科龙成功的六大王牌是什么?
2. “经过十多年的市场鏖战,科龙已经培养出大批能征善战的年轻化营销高手,其专业化水准足以与国际接轨。”这句里的“年轻化”、“专业化”是什么意思?你如何理解“化”的用法?



## 第九课

## 娃哈哈：独门一招 纵横天下

每年把价值 60 亿元的饮料卖到全中国，需要多少营销人员？娃哈哈的答案是 2000 人。比起“三株”15 万营销大军来，这 2000 人不多，比起号称“黄埔军校”的可口可乐来，这 2000 人学历不高，但是这支精干的队伍却能够屡建奇功。关键在于娃哈哈独有一套行之有效的市场营销策略和营销网络，即有名的“联销体”。

和大多数品牌企业倾心自建销售网络不同，娃哈哈更注重和本土经销商共同成长并创造一个双赢的营销格局。娃哈哈独特的“联销体”制度，起源于 90 年代的“大户制”，并在市场实践中不断完善。但到了 90 年代后期，通路竞争日趋激烈，零售业态不断变化。厂家主动服务于商场和小店，尤其是城市通路开始向终端掌控型转变，大户制宣告衰落。而不得不应市场而变的娃哈哈，则迅速调整了自己的通路策略，构架起新的销售体系。

这种改变，并不是完全放弃经销商。在娃哈哈的理念中，市场营销最重要的还是人，这些经销商虽然良莠不齐，但大多是从“体制内”到“体制外”的，对中国市场洞若观火，是中国市场营销上最有价值的资源，只是由于社会经济环境的问题，对这些人缺少有效的整合和约束。

于是，娃哈哈提出了“最后一公里”的利益分配”的概念，即精选经销商，并建立起一套更为完备的控制体系和利益分配体系。在



“联销体”中,娃哈哈的经销商也是物流商,负责仓储、资金和送货到终端等,而各省分公司则派人帮助经销商管理铺货、理货以及广告促销等业务。从厂家、经销商到终端,明确每个环节的利益和义务。厂家不在一地找多家经销商,而是主要扶植一个一级经销商,而由于所有特约二级批发商同时也都掌握在娃哈哈手中,因此无须担心出现“尾大不掉”的局面。同时,娃哈哈专门成立了一个机构,严厉稽查经销商的窜货和市场价格,严格保护各地经销商的利益。

作为条件,经销商拿货必须给娃哈哈提前打款,娃哈哈先付利息,销售结束后,娃哈哈返还抵押款,并给经销商提取返利。这种通路模式的优势显而易见。一方面,娃哈哈最大限度地减少了资金风险;另一方面,也最大限度地调动了批发商的积极性,双方形成真正的“信用—利益”共同体。这是因为娃哈哈有强大的产品和品牌,而经销商则熟悉当地市场。

任何营销都是建立在信用基础上的危险游戏。相对于很多跨国公司的品牌代理制或本土企业自己招聘人马、全资编织市场网络,娃哈哈的联销体模式更为经济和高效。各级大大小小的经销商一方面可以使娃哈哈迅速地进入一个陌生的市场,大大降低市场的导入成本;更重要的还在于,这些与娃哈哈既为一体又非同根的经销商团队,是保证市场创新、利润增长和风险降低的重要力量。而游戏规则清晰明确,也实现了市场的制衡。尤为重要的是,它避免了娃哈哈营销队伍的恐龙化。事实上,三株、健力宝等企业走向衰亡,几乎都是因为营销战线过长,企业负重前行,最终因管理脱链而崩盘的。

(根据肖竹青《娃哈哈:打赢中国饮料战全攻略》改写)



## 背景介绍 Background Information



杭州娃哈哈集团有限公司创业于1987年。创业之初，娃哈哈以为学校提供服务，销售纸张、文具、冷饮为主营业务。后来成功开发出国内第一个儿童保健品，企业由此驶上快速发展的轨道。经过18年的努力经营和顽强拼搏，杭州娃哈哈集团有限公司目前已经成为国内饮料行业的龙头。2003年娃哈哈饮料产量达到370万吨，占全国饮料总产量的17%左右，实现营业收入102.28亿元，利税19.47亿元，其中利润13.67亿元，是饮料行业中规模最大、效益最好、最具发展潜力的企业。饮料产销量名列可口可乐、百事可乐、吉百利和柯特等4家著名跨国公司之后，在全球排名第五。18年来，娃哈哈形成了10大类近300个品种的产品大家族，娃哈哈品牌成为国内最具影响力和美誉度的品牌之一。



## 小常识 General Knowledge

### 夏天喝饮料应注意什么

**可乐饮料：**很多人夏天喜欢喝可乐。可乐口感刺激甜爽，但是可乐含有较高的咖啡因，而咖啡因是一种中枢兴奋剂，能刺激胃酸分泌增加，使人体大脑兴奋、呼吸加快、心率加快，故儿童和经常失眠的人不宜饮用。

**碳酸饮料：**碳酸饮料大多颜色艳丽，口感清爽。碳酸饮料最大的特点是饮料中含有“碳酸气”，因而赋予饮料特殊的风味以及不可替代的夏季消暑解渴功能。但是碳酸饮料不含维生素，也不含矿物质，其主要成分为糖、色素、香料及碳酸水等，除热量外，几乎没有什么营养成分。另有研究表明，常喝碳酸饮料还不利于人体骨骼发育，经常大量饮用碳酸饮料的青少年发生骨折的危险是不经常饮用碳酸饮料的青少年的3倍。此外，碳酸饮料中多含糖分，过多摄入易致肥胖症，特别是儿童不宜多喝。

## 生 词 New Words

纵横	(动)	zònghéng	to move about freely
黄埔军校		Huángpǔ Jūnxiào	Huangpu Military Academy
精干	(形)	jīnggàn	clever and efficient
屡建奇功		lǚjiàn qíngōng	to make wonder achievements many times
行之有效		xíngzhī yǒuxiào	effective
注重	(动)	zhùzhòng	to emphasize
本土	(名)	běntù	native land
完善	(动、形)	wánshàn	to perfect; perfect
日趋	(副)	riqū	day by day
衰落	(动)	shuāiluò	to decay
良莠不齐		liángyǒubùqí	good and bad mixed together
洞若观火		dòngruò- guānhuǒ	to see sth. as clearly as a blazing fire
完备	(形)	wánbèi	perfect
仓储	(动)	cāngchǔ	to maintain goods in a warehouse
扶植	(动)	fúzhí	to foster
特约	(动)	tèyuē	especially to invite or appoint
稽查	(动)	jīchá	to check
提取	(动)	tíqǔ	to withdraw
显而易见		xiǎn'érýijian	obviously
招聘	(动)	zhāopìn	to invite applications for a job
避免	(动)	bìmiǎn	to prevent
衰亡	(动)	shuāiwáng	to become feeble and die



## 商务词语及新词语解释与搭配

## Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

倾心	qīngxīn	注意力集中于某事 <b>常用搭配：</b> 倾心提供 倾心打造等
双赢	shuāngyíng	双方都能得益 <b>常用搭配：</b> 双赢活动 双赢模式 双赢服务 双赢谈判等
掌控	zhǎngkòng	掌握控制 <b>常用搭配：</b> 掌控时间 掌控动态 轻松掌控 内部掌控等
构架	gòujià	建立(多用于抽象事物) <b>常用搭配：</b> 构架网络 构架理论体系等
物流	wùliú	产品从供应地到接受地的流动转移 <b>常用搭配：</b> 物流基地 物流招标 物流业 发展物流等
铺货	pūhuò	为短期内开拓目标区域市场,企业与经销商合作,说服零售商同意经销其产品 <b>常用搭配：</b> 铺货困难 铺货滞后 铺货量 铺货计划等
理货	lǐhuò	货物承运人与收货人在交接货物的过程中所进行的一系列专业性的整理工作 <b>常用搭配：</b> 理货性质 理货方法 交接性理货 公证性理货等
窜货	cuànhuò	经销商不经公司销售中心和销入地区的经销商同意,擅自将产

打款	dǎkuǎn	<p>品销售到非辖区</p> <p><b>常用搭配:</b> 窜货现象 良性窜货 恶性窜货 治理窜货等</p> <p>买方通过银行转账或者邮局汇款等方式把钱交给卖方</p> <p><b>常用搭配:</b> 打款业务 打款提示 准时打款 查看打款等</p>
抵押	dīyǎ	<p>把财物押给对方,作为清还债务或履行有关协议的保证</p> <p><b>常用搭配:</b> 抵押承包 抵押证号 全额抵押 动产抵押等</p>
返利	fǎnlì	<p>商业活动中盈利者用一定方式向对方返还部分利润</p> <p><b>常用搭配:</b> 返利结算 返利计划 实物返利 现金返利等</p>
信用	xìnyòng	<p>因能够履行诺言而取得的信任</p> <p><b>常用搭配:</b> 信用管理 企业信用 中介信用等</p>
代理	dàilǐ	<p>受当事人委托,代表他进行某种活动</p> <p><b>常用搭配:</b> 代理公司 代理市场 广告代理 专利代理等</p>
利润	lìrùn	<p>经营工商业等赚的钱</p> <p><b>常用搭配:</b> 利润分配 利润汇出 获取利润 工业利润等</p>
制衡	zhìhéng	<p>相互制约,使保持平衡</p> <p><b>常用搭配:</b> 制衡机制 制衡作 用 利益制衡 权力制衡等</p>
脱链	tuō liàn	<p>从链条上脱离。比喻脱离常规运作</p> <p><b>常用搭配:</b> 引起脱链 脱链保护</p>



崩盘

bēngpán

脱链现象等

股票市场、期货市场等因行情大跌而彻底崩溃

常用搭配：楼市崩盘 房价崩盘  
车价崩盘 全面崩盘等

## 练习 Exercises

## 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

- 在娃哈哈的营销网络中, 有多少营销人员?  
A. 15 万      B. 2000      C. 6000      D. 9000
- 下面哪一项是娃哈哈的联销体模式的独特之处?  
A. 本土企业自己招聘人马、全资编织市场网络  
B. 实行品牌代理制  
C. 倾心自建销售网络  
D. 企业和本土经销商共同成长, 创造一个双赢的营销格局
- 下面哪一项是娃哈哈“联销体”的制度?  
A. 经销商拿货时不必给娃哈哈提前打款  
B. 娃哈哈在销售结束后, 返还经销商的抵押款即可  
C. 厂家不在一地找多家经销商, 而是主要扶植一级和二级经销商  
D. 从厂家、经销商到终端, 每个环节的利益和义务都必须明确
- 三株、健力宝等企业走向衰亡的原因不包括下面哪一项?  
A. 管理脱链      B. 没有新产品  
C. 企业负重前行      D. 营销战线过长

5. 本文的中心思想是什么?

- A. 娃哈哈的联销体模式有显而易见的优势,使企业立于不败之地
- B. 娃哈哈的营销人员人数不如“三株”的多,学历不如可口可乐的高
- C. 娃哈哈公司为国家经济和社会发展作出了巨大贡献
- D. 娃哈哈的销售网络和大多数品牌企业的销售网络不同

(二) 选择恰当的一组依次填入下列各句的空格处。Choose a proper group of words to fill in the corresponding blanks respectively.

1. 公共\_\_\_\_\_是基础教育改革的首要坐标。

在记者咨询银行方面是否已提前收取\_\_\_\_\_时,这几家银行均回答没有。

一个成功的投资者应该知道如何投资,如何获取最大\_\_\_\_\_。

- A. 利益 利息 利润
- B. 利润 利息 利益
- C. 利润 利益 利息
- D. 利息 利益 利润

2. 浪潮集团内部\_\_\_\_\_计划有望在1月中旬尘埃落定。

起亚汽车北美公司为了鼓励专营销售商,承诺每车\_\_\_\_\_300美元。

一个球的输赢,\_\_\_\_\_关系到个人的声誉,\_\_\_\_\_关系到祖国的荣誉。

- A. 整合 返利 不是……而是
- B. 整齐 返利 不但……而且
- C. 整合 返利 不但……而且
- D. 整齐 返利 不是……而是

3. 神秘邮件预言 2005 年 5 月 1 日至 10 月 1 日家用轿车的价格将全线\_\_\_\_\_。

峨眉山道教在后唐、宋前五百多年间,一直处于\_\_\_\_\_低潮。

曾经灿烂辉煌的玛雅文明,在不长的时间里走向\_\_\_\_\_,成为历史的难解之谜。



我们无法改变这一切，\_\_\_\_\_我们能够顺应这一切。

- A. 崩塌 衰落 衰亡 并且  
 B. 崩盘 衰落 衰亡 但是  
 C. 崩塌 衰亡 衰落 并且  
 D. 崩盘 衰亡 衰落 但是

4. 在招商工程中,组建一支\_\_\_\_\_的招商队伍,是企业招商工作的重中之重。

只有重视人才,\_\_\_\_\_人才,才能创造高绩效。

我们认为商业计划书应该阐述有力,内容\_\_\_\_\_丰富。

邓亚萍现在给人的印象,\_\_\_\_\_日渐成熟的仪表风度,\_\_\_\_\_依然留有拼搏精神。

- A. 精选 精干 完美 不是……而是  
 B. 精干 精选 完美 不仅是……而且是  
 C. 精选 精干 完备 不是……而是  
 D. 精干 精选 完备 不仅是……而且是

## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 根据课文填空。 Fill in the blanks according to the text.

1. 娃哈哈集团的联销体模式有显而易见的优势:

一方面, \_\_\_\_\_;  
 另一方面, \_\_\_\_\_。

2. 娃哈哈集团的联销体模式之所以有显而易见的优势,主要原因在于:

娃哈哈 \_\_\_\_\_;  
 经销商 \_\_\_\_\_。

3. 娃哈哈的联销体模式之所以更为经济和高效,主要归功于各级大小经销商:

一方面, \_\_\_\_\_;  
 更重要的还在于, \_\_\_\_\_;

尤为重要的是, \_\_\_\_\_。

4. 娃哈哈只有一个核心营销优势,那就是它的联销体模式。也就凭这独门一招,娃哈哈迄今纵横天下。在娃哈哈“联销体”中,经销商负责 \_\_\_\_\_、 \_\_\_\_\_ 和 \_\_\_\_\_ 等,而各省份公司则派人帮助经销商管理 \_\_\_\_\_、 \_\_\_\_\_ 以及 \_\_\_\_\_ 等业务。从厂家、经销商到终端,明确每个环节的利和义。厂家不在一地找多家经销商,而是主要扶植一个 \_\_\_\_\_。同时,娃哈哈专门成立了一个机构,严厉稽查 \_\_\_\_\_ 和 \_\_\_\_\_,严格保护各地经销商的利益。作为条件,经销商拿货必须给娃哈哈 \_\_\_\_\_,娃哈哈 \_\_\_\_\_,销售结束后,娃哈哈 \_\_\_\_\_ 并给经销商 \_\_\_\_\_。

(二) 依照句子的意思,在空格处填上适当的词。According to the meaning of the sentences, fill in each of the blanks with a proper word.

洞若观火    扶植    铺货    理货    窜货    抵押    代理  
良莠不齐    纵横    无须    精选    恐龙化

1. 各省份公司派人帮助经销商管理 \_\_\_\_\_、理货以及广告促销等业务。
2. 娃哈哈成立专门机构,巡回全国,专门查处 \_\_\_\_\_ 的经销商并严厉处罚。
3. 这个公司近几年不重视效益,片面追求规模,已经出现了 \_\_\_\_\_ 的迹象。
4. 他一心想成为一个 \_\_\_\_\_ 商场、雄霸市场的生意人。
5. 最好的商品全在这里,淘宝网定期 \_\_\_\_\_ 不同商品,机会难得,希望大家不要错过。
6. 这样可使你具有对本行业的趋势 \_\_\_\_\_ 的判断能力。
7. \_\_\_\_\_ 是代企业打理生意,是代企业把货物转手卖出去的一种经营行为。
8. 大量事实证明律师参与土地使用权 \_\_\_\_\_ 业务,有助于此项工作的顺利进展。
9. 外轮 \_\_\_\_\_ 处于承、托双方的中间地位,履行判断货物交接数字和外表状况的职能。



10. 国内 MBA 毕业生\_\_\_\_\_的问题日益突出,直接影响到我国 MBA 毕业生的就业。
11. 为\_\_\_\_\_民营工业,张之洞与武汉地区的民资巨头保持密切联系。
12. 本次拍卖规定,开发商\_\_\_\_\_与房主签订商品房买卖合同。

(三) 从所学的词语中找出下列词语的近义词和反义词。Find out the synonyms and antonyms of the following words from the words you have learned.

1. 近义词

集中—                      革新—                      完善—  
看重—                      观念—

2. 反义词

陌生—                      强盛—                      兴起—  
异地—                      导入—                      批发—

(四) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 本公司因业务拓展的需要,决定\_\_\_\_\_ (zhāopìn) 以下几类人才。
2. \_\_\_\_\_ (shuāngyíng) 销售模式包括四个步骤:计划、关系、协议、持续。
3. 参加洽谈会的用人单位为应届毕业生提供了大量的\_\_\_\_\_ (wùliú) 专业岗位。
4. 天津日报报业集团制定新战略: \_\_\_\_\_ (zhǎngkòng) 市场终端,建一流发行网。
5. \_\_\_\_\_ (jīchá) 局全力做好推行税收执法信息系统试点的准备工作。
6. 我们一旦收到您的 E-mail,就会向您提供关于公司\_\_\_\_\_ (gòujià) 的指导。
7. 受商业利益的驱使,厂商与渠道商之间会有一个相互的动态\_\_\_\_\_ (zhìhéng) 过程。
8. 为了确保粮食安全,中国推行新绿色无公害\_\_\_\_\_ (cāngchǔ) 技术。
9. 抽查结果表明,自行车、电动自行车的产品质量\_\_\_\_\_ (liángyǒu) 不齐。

10. 世界著名四大军校是美国的西点军校、英国的皇家军事学校、中国的 \_\_\_\_\_ (Huángpǔ Jūnxiào) 和日本的士官学校。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。 Match the words in the left column with the explanations in the right column.

显而易见	业务经营的形式、状态
屡建奇功	通过银行转账或者邮局汇款等方式把钱寄给对方
脱 链	经营销售
避 免	方法、措施等实行起来有成效
信 用	事态或道理非常明显, 非常容易看清
业 态	比喻脱离常规运作
顽强拼搏	防止某种情况发生
行之有效	多次建立特殊的功绩
打 款	坚强地搏斗
经 销	因能够履行诺言而取得的信任

### 四、想与练 Think and Practise

(一) 理解下列词语并练习。 Understand the following phrases and do the exercises.

1. 请结合课文理解下面关联词的用法, 并分别造一个句子。

虽然……但…… 一方面……另一方面……

2. 请结合课文理解下面词语的意思, 并分别造一个句子。

屡建奇功 行之有效 良莠不齐 洞若观火

(二) 用课文中的词语改写下面句子中画线的部分。 Rewrite the underlined parts in the following sentences with the expressions in the text.

1. 天保网竭尽诚心打造最棒的大学生保险咨询网。

2. 现代家居装修风格一天一天地呈现多元化。



3. 奥运会开幕式有特意邀请的嘉宾。
4. 联想出钱雇用 IBM 英国笔记本工厂员工后,开始进行大规模的整合。
5. 这是一家对高新技术企业及技术创新企业进行可能出现的危险投资的公司。

(三) 根据课文回答问题。Answer the questions according to the text.

1. “联销体模式”的特点是什么?
2. “联销体模式”的优势是什么?



## 第十课

## 王老吉：准确定位 再塑强势

王老吉凉茶在默默无闻了7年后找到自己产品的独特性,并根据消费者需求进行重新定位,辅之以成功的广告攻势及强有力的渠道策略,在1年的时间内,迅速成长为全国性的强势饮料品牌。

王老吉凉茶是地域性很强的产品,默默无闻了7年,却在1年的时间内,迅速成长为全国性的强势饮料品牌。是什么原因使王老吉凉茶获得成功呢?我们来看一下它的具体营销策略。

首先,组织人力进行市场调查和市场研究。调查研究的结论指出,消费者的认知混乱、企业宣传的概念模糊、产品概念的地域局限是困扰企业继续成长的“三块短板”。这三块短板不但阻碍了王老吉凉茶开拓新市场,甚至导致已有市场份额的流失。

然后,根据调查研究的结论,公司给王老吉凉茶作了重新定位——预防上火的饮料。这一定位立足于全国市场,对王老吉凉茶的品牌作出全面的调整,并且把品牌定位用消费者容易理解和容易记住的一句广告词来表达——“怕上火,喝王老吉”。这一简洁明了的定位,既彰显了王老吉凉茶的产品特性,也有效地解决了王老吉原有的品牌错位,使消费者清晰地认识到王老吉凉茶是饮料不是药。王老吉凉茶以“预防上火”作为主打口号,开创了一个功能性饮料新品类,完成了与其他饮料的品牌区隔。





明确了品牌定位后,公司又制定财力法则,以保证定位理论的成功实现。因为新定位“怕上火,喝王老吉”着眼于开拓全国市场,所以公司投入大量财力选择央视作为媒介投放的主要宣传平台。针对王老吉的品牌定位和市场目标,2003年公司在“非典”期间选择了投放央视一套的黄金招标段,“预防上火”的宣传口号在当时取得了很不错的宣传效果。2004年公司又投入巨资拿下了央视3月至8月份的几个黄金广告标段。除此以外,在王老吉凉茶销售火暴的地域也投放了电视广告。正是这种疾风暴雨式的广告攻势,保证了王老吉凉茶在短期内迅速给人们留下深刻印象,迅速成长为全国性的强势饮料品牌。

值得注意的是,要取得最终成功不能仅有广告的高空拉动,更要有销售渠道和销售终端的宣传推进。在这一方面,公司除了有传统的售卖场所广告(Point of Purchase Advertising,简称POP广告)外,还开辟了餐饮新渠道,选择湘菜馆、川菜馆、火锅店作为“王老吉诚意合作店”,投入资金与他们共同进行促销活动,并且把这些消费终端场所也变成了广告宣传的重要战场,设计制作了电子显示屏、红灯笼等宣传品免费赠送。在给渠道商家提供了实惠后,王老吉凉茶迅速进入餐饮渠道,成为渠道中主要的推荐饮品。

除了餐饮渠道,在其他消费终端的促销活动中,公司同样围绕“怕上火,喝王老吉”这一主题做文章。比如举行“炎炎消夏王老吉,绿水青山任我行”刮刮卡活动,消费者刮中“炎夏消暑王老吉”字样,即可获得当地避暑胜地门票两张,并可在当地度假村免费住宿两天。这样的促销,有力地支持和巩固了王老吉凉茶“预防上火饮料”的品牌定位,稳步加强消费者的认知,逐渐为王老吉凉茶建立起独特而长期的品牌定位。

(根据林思勉《案例库 定位 王老吉的飘红主线》改写)

## 背景介绍 Background Information



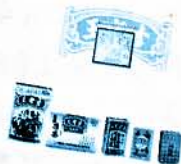
### 王老吉的 175 年

凉茶是广东、广西地区的一种由中草药熬制、具有清热去湿等功效的“药茶”。在众多老字号凉茶中,又以“王老吉”最为著名。王老吉凉茶发明于清道光年间,至今已有 175 年的历史,被公认为凉茶始祖。王老吉凉茶也随着华人的足迹遍及世界各地。



20 世纪 50 年代初,王老吉药号分为两支,一支归入国有企业,发展为今天的王老吉药业股份有限公司(原羊城药业),主要生产王老吉牌冲剂产品(国药准字)。另一支由王氏家族的后人带到香港。在中国内地,王老吉的品牌归王老吉药业股份有限公司所有,在中国内地以外有凉茶市场的国家和地区,王老吉的品牌基本为王氏后人所注册。

## 小常识 General Knowledge



### 功能性饮料

据中国饮料工业协会的有关负责人介绍,《中华人民共和国国家标准:软饮料的分类》中并没有“功能性饮料”这一称谓,只有“特殊用途饮料”的提法。《标准》给“特殊用途饮料”下的定义是:通过调整饮料中天然营养素的成分和含量比例,以适应某些特殊人群营养需要的饮品,包括运动饮料、营养素饮料和其他特殊用途饮料三类。实际上,根据国际饮料行业的规定,功能性饮料即带有保健作用的饮料。目前,市场上的功能性饮料主要为两大类:补充型和功能型。补充型饮料:例如在市场上颇受欢迎的维生素水饮料“脉动”、“宝矿力水特”、“维体”等,其作用是有针对性地补充人体运动时丢失的营养。功能型饮料:例如“红牛”、“怡冠”、“力保健”、“力丽”等,它们是通过在饮料中添加维生素、矿物质等各种功能因子,使之具有某种功能,以满足特定人群的保健需要。



## 生 词 New Words

默默无闻		mòmò wúwén	unknown
渠道	(名)	qúdào	channel
调查	(动、名)	diàochá	to investigate; investigation
局限	(动)	júxiàn	to confine to
困扰	(动)	kùnrǎo	to annoy
流失	(动)	liúshī	to drain
调整	(动)	tiáozhěng	to adjust
简洁明了		jiǎnjié míngliǎo	simple and clear
彰显	(动)	zhāngxiǎn	to show completely
有效	(形)	yǒuxiào	effective
错位	(动)	cuò wèi	to misplace
开创	(动)	kāichuàng	to initiate
着眼	(动)	zhuóyǎn	to see from the angle of
媒介	(名)	méijiè	agent
投放	(动)	tóufàng	to put (money, etc.) into circulation
火爆	(形)	huǒbào	flourishing
疾风暴雨		jífēng bàoyǔ	violent storm
销售终端		xiāoshòu zhōngduān	sale spot
开辟	(动)	kāipì	to open up
赠送	(动)	zèngsòng	to present as a gift
实惠	(名)	shíhuì	tangible benefits
推荐	(动)	tūjiàn	to recommend
避暑胜地		bìshǔ shèngdì	resort to avoid summer heat



## 商务词语及新词语解释与搭配

## Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

强势	qiángshì	能胜过对方的优势 <b>常用搭配:</b> 保持强势 处于强势 强势地位等
认知	rènzhī	心理学上指人类认识客观事物, 获得知识的活动 <b>常用搭配:</b> 认知混乱 认知能力 统计认知 安全认知等
短板	duǎnbǎn	比喻阻碍企业发展的缺点或薄 弱环节 <b>常用搭配:</b> 寻找短板 经济短板 短板效应等
主打	zhǔdǎ	(艺术作品、商品等)在吸引受 众、顾客,打开市场上起主要作 用的 <b>常用搭配:</b> 主打产品 主打节目 主打评论 主打歌曲等
品类	pǐnlèi	种类 <b>常用搭配:</b> 保健品类 促销品类 品类管理 品类概述等
招标	zhāobiāo	兴建工程或进行大宗商品交易 时,公布标准、条件和价格,招人 承包或承买 <b>常用搭配:</b> 工程招标 广告招标 招标项目 招标时段等
拿下	náxià	用强力取 <b>常用搭配:</b> 拿下难关 拿下碉堡 一举拿下 闪电拿下等
高空拉动	gāokōng lādòng	通过媒介宣传推动企业或经济



POP广告	POP guǎnggào	的发展 <b>常用搭配:</b> 广告高空拉动 高空拉动效应等 在商业空间、购买场所、零售商店的周围、内部以及在商品陈设的地方所设置的广告物 <b>常用搭配:</b> 手绘POP广告 精致POP广告 POP广告策略等
餐饮	cānyǐn	饭馆、酒店的饮食营业活动 <b>常用搭配:</b> 餐饮文化 餐饮世界 中华餐饮 特色餐饮等
促销	cùxiāo	促进销售 <b>常用搭配:</b> 特价促销 街头促销 促销礼品 促销活动等
做文章	zuò wénzhāng	比喻抓住一件事发议论或在上 面打主意 <b>常用搭配:</b> 利用文化做文章 在环保上做文章 在产品质量上做文章等

## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 下列哪一项是影响王老吉凉茶继续成长的“三块短板”?
  - A. 消费者的认知混乱、企业的品牌定位模糊、产品概念的地域局限
  - B. 产品概念的地域局限、企业宣传的概念模糊、公司的财力投放过多
  - C. 企业宣传的概念模糊、消费者的认知混乱、产品概念的地域局限
  - D. 公司的财力投放过多、企业的品牌定位模糊、消费者的认知混乱

2. 下列哪一项对“短板”这一概念的理解正确?
- A. 决定木桶盛水量的最短的那块板
  - B. 消费者的认知混乱、企业宣传的概念模糊
  - C. 阻碍企业发展的缺点或薄弱环节
  - D. 企业宣传的概念模糊、产品概念的地域局限
3. 下列哪一项是“三块短板”给企业带来的消极影响?
- A. 阻碍了开拓新市场
  - B. 影响企业对品牌的重新定位
  - C. 威胁到已有市场份额
  - D. 阻碍了开拓新市场,甚至威胁到已有市场份额
4. 王老吉凉茶的重新定位是什么?
- A. 怕上火,喝王老吉
  - B. 预防上火的饮料
  - C. 炎炎消暑王老吉
  - D. 预防上火的药
5. 下列哪一项对王老吉凉茶品牌定位的理解不正确?
- A. 预防上火
  - B. 功能性饮料
  - C. 一种能预防非典的药
  - D. 有助于清热消暑去湿
6. 王老吉凉茶的成功依靠了哪些具体的营销策略?
- A. 市场的调查研究 + 品牌的重新定位 + 成功的广告攻势 + 有效的渠道策略
  - B. 市场的调查研究 + 品牌的重新定位 + 选择央视大力宣传 + 举行促销刮刮卡活动
  - C. 市场的调查研究 + 品牌的重新定位 + 建立诚意合作店 + 举行促销刮刮卡活动
  - D. 市场的调查研究 + 品牌的重新定位 + 加强企业宣传力度 + 扩大销售地域范围



7. 2004年夏天公司举行刮刮卡促销活动时,消费者刮中什么字样,即可获得奖励?

- A. 怕上火,喝王老吉                      B. 炎炎消暑王老吉  
C. 绿水青山任我行                         D. 王老吉预防上火

8. 本文的中心思想是什么?

- A. 王老吉凉茶既重视品牌的正确定位,又重视财力法则的制定  
B. 王老吉凉茶的成功不仅有广告的高空拉动,更有销售渠道和销售终端的宣传推进  
C. 王老吉凉茶的重新定位,既彰显其产品特性,也有效地解决了其原有的品牌错位  
D. 王老吉凉茶在实行了一系列的营销策略后,迅速成长为全国性的强势饮料品牌

9. 根据课文所提供的信息,以下说法哪一项正确?

- A. 王老吉凉茶只选择湘菜和川菜馆作为“王老吉诚意合作店”  
B. 2003年公司投入巨资拿下了央视3月至8月份的几个黄金广告标段  
C. 王老吉凉茶的重新定位是“怕上火,喝王老吉”  
D. 刮刮卡促销活动的奖品是两张当地避暑胜地门票和两天免费住宿当地度假村的资格

(二) 在下列词语的解释中,选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning in the text.

1. 市场份额

- A. 市场占有率                                      B. 商品销售总额  
C. 商品生产总量                                 D. 商品的价格

## 2. 流失

- A. 有用的东西流散失去
- B. 自然界的矿石、土壤自己散失或被水、风力带走
- C. 人员离开本地或本单位
- D. 丢失

## 3. 央视

- A. 中央电视台
- B. 电视台中央
- C. 中央播出的电视剧
- D. 电视节目中间

## 4. 广告黄金招标段

- A. 招人承买黄金的最佳时段
- B. 进行广告宣传的最佳时段
- C. 承买广告宣传的最佳时段
- D. 承包兴建工程的最佳时段

## 5. 销售终端

- A. 分布在各地的销售人员
- B. 分布在各地的销售点
- C. 分布在各地的销售机器
- D. 商品销售的直接对象

## 6. 促销

- A. 急促出售商品
- B. 督促商品销售
- C. 推动产品销售
- D. 刺激消费

## 7. 实惠

- A. 实际的好处
- B. 实用优惠
- C. 实际
- D. 朴实聪慧





(三) 正确理解下面画线词语的意思。Correctly understand the meaning of the following underlined words.

1. 以下哪种情况属于品牌错位?

- A. 王老吉凉茶被定位为预防上火的饮料
- B. 在宝洁众多洗化品牌中拥有最高知名度的飘柔以低价出售
- C. “宝宝金水”的电视广告以一群可爱的小宝宝作为广告模特
- D. “红牛”作为一种带有保健作用的饮料,被称为功能性饮料

2. 以下哪种情况属于高空拉动?

- A. 在电视上做广告宣传产品
- B. 建立连锁店
- C. 增加零售商
- D. 举办免费赠送等促销活动

3. 下列哪一项中“做文章”的意思与课文中的意思不一致?

- A. 一汽丰田在环保上做文章
- B. 这节课老师教我们如何做文章
- C. 继续在价格上做文章:DELL 最新促销策略
- D. 人家都说你摆摊卖水果时总在秤盘上做文章

## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思,在空格处填上适当的词。According to the meaning of the sentences, fill in each of the blanks with a proper word.

开拓    品牌错位    销售渠道    国有企业    强势  
着眼    困扰    品牌区隔    电子显示屏

1. 小型企业可以采用适当的技术实现业务流程的自动化,并通过互联网\_\_\_\_\_新市场。
2. 根据\_\_\_\_\_指示的车位位置,驾车者可用最短时间在就近地下停车场找到车位。
3. 飘柔在宝洁众多洗化品牌中知名度最高,在国内市场拥有较高的品牌地位和影响力,以这个品牌低价反击,将出现\_\_\_\_\_,得不偿失。

4. 通用汽车公司与上汽集团达成协议,此协议\_\_\_\_\_中国汽车未来发展趋势,以满足市场对提高能源安全并减少污染的需求为目的。
5. 厂家—总经销商—二级批发商—三级批发商—零售店—消费者,此种渠道层级可谓传统\_\_\_\_\_中的经典模式。
6. 清华紫光数码相机以其全新的设计理念\_\_\_\_\_出击高端市场。
7. 品牌定位就是实现\_\_\_\_\_,也就是说某一品牌以其独特性区别于其他品牌。
8. 联合改制是几个\_\_\_\_\_联合起来新组建一个股份制公司进行联合重组上市。
9. 学者称中国居民消费不旺成为\_\_\_\_\_中国经济健康增长的一个重要因素。

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 良好的气候和优美的自然环境,使庐山成为世界著名的\_\_\_\_\_ (bìshǔ) 胜地。
2. 经过多方评比,我们挑选出部分功能强大的软件向广大用户\_\_\_\_\_ (tuījiàn)。
3. 大众\_\_\_\_\_ (méijìè) 传播的主要是大众文化,因而人们对它的态度取决于人们对大众文化的认识。
4. 前往参加本次美食盛会的各家\_\_\_\_\_ (cānyǐn) 企业各具特色。
5. 现在商家正在搞活动,如果你选择这款卡西欧 QV-R40 相机,就等于选择了商家提供的\_\_\_\_\_ (shíhuì)。
6. 如果再配上个性化机箱,真正\_\_\_\_\_ (zhāngxiǎn) 时尚品位,是时尚 PC 用户的新选择。
7. \_\_\_\_\_ (pǐnpái) 是市场竞争的强有力手段,但同时也是一种文化现象。
8. 在出境游\_\_\_\_\_ (huǒbào) 的同时,国内旅游的价格也大幅度上涨。
9. 为什么它现在又\_\_\_\_\_ (mò mò) 无闻如同一位羞涩的姑娘?
10. 属于以下情况之一者,我们将\_\_\_\_\_ (zèngsòng) 您一份软件。
11. 企业如何\_\_\_\_\_ (yǒuxiào) 地实现从“一次创业”阶段向“二次创业”阶



段的转型?

12. 市场霸气可能是\_\_\_\_\_ (jífēng) 暴雨般的, 也可能是泰山压顶般的。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。Match the words in the left column with the explanations in the right column.

默默无闻	在吸引受众、顾客, 打开市场上起主要作用的
认知	来势急速而猛烈的风雨
上火	避免中暑的凉爽之地
彰显	人类认识客观事物, 获得知识的活动
主打	比喻阻碍企业发展的缺点或薄弱环节
火爆	没有名气, 不被人知道
疾风暴雨	通过媒介宣传推动企业或经济的发展
营销	中医指牙龈肿痛、双目红赤、口舌生疮等症状
避暑胜地	旺盛、热闹、红火
短板	简明扼要, 清楚明白
高空拉动	经营销售(商品)
简洁明了	鲜明地显示

### 四、想与练 Think and Practise

(一) 理解下列词语、句式并做练习。Understand the following phrases, sentence patterns and do the exercises.

1. 请结合课文理解下面关联词的用法, 并分别造一个句子。

既……也……                      因为……所以……

2. 请结合课文理解下面句式的意思, 并分别造一个句子。

辅之以……                      值得注意的是……

(二) 根据课文回答问题。Answer the questions according to the text.

1. 品牌定位后, 王老吉凉茶为什么选择“非典”期间在央视一套的黄金招标段投放广告宣传?

2. 王老吉凉茶实行了哪些营销策略?

(三) 下面是一段小案例,请结合你所学的知识进行分析,写一篇小评论。

Please analyze the following case by making use of what you have learned and write a brief comment on the case.

通过对市场的深刻洞察、对消费者的细致分析及对产品的准确定位,“宝宝金水”(南京驱蚊产品)最终成功上市。它不仅在很短的时间内荣登该领域第一品牌宝座,也让“立志美丽”的整个品牌名声大噪。……从“立志美丽”在 2004 年的动向来看,它显然已不满足于维持“宝宝金水”在儿童市场领袖地位的现状,而是希望高歌猛进,寻求新的拓展空间,获得新的突破……从今年“宝宝金水”的电视广告不难看出,以前可爱的小宝宝已经摇身变成了青少年(中小学生),这标志着“立志美丽”的“宝宝金水”正在寻求目标定位上的突破,企图将其拓展为青少年市场。





## 第十一章

# 万科的职业经理人制度

中国著名的房地产企业万科能够取得今天的业绩,有很多的原因,其中最根本的是,万科企业股份有限公司建立并实施了完善的职业经理人制度。

万科企业股份有限公司是近年来中国最成功的房地产企业之一。促成万科成功的原因有很多,其中最为重要的是,万科创业者很早就完成了向职业经理人的转化,在企业内部建立了完善的经理人制度,从而避免了许多民营企业创始合伙人之间的冲突。

职业经理人自然应以管理为生并精于管理。在万科,从初级管理层到决策管理层的全部管理人员组成了公司的职业经理队伍,职业经理承担公司的主要管理任务。

万科对职业经理人的素质要求很高,对职业经理人的选择、使用遵循优化组合、优胜劣汰、能上能下的原则。准确地说就是因职选人,而不是因人设职。公司主要采用有效的定期业绩评价体系,兼用其他辅助手段,对职业经理的工作和能力进行检验,将业绩直接与职位积分和当事者利益(工资、奖金等)挂钩,积分又直接与职业经理的职位升降挂钩。





公司的政策鼓励称职的职业经理为公司长期服务，不合格的职业经理将被淘汰。万科的职业经理人所面临的高风险由此可见一斑。

另外，根据职业经理的级别及所担负的职责的不同，公司按照计划授权体系对不同职业经理给予相应程度的授权，如战略参与权、信息知情权、专业管辖范围内的决策权、人力物力财力的分配与使用权，使责任与权力对等。通过授权，职业经理的责任感和使命感得到加强。授权不仅是企业经营管理的需要，更重要的是体现了公司重视职业经理作用和地位的管理理念。

秉持以人为本的管理理念，万科一向将培养、训练管理人才视为公司要务。公司积极为现任职业经理设计各种培训，并安排他们到有声望的专业院校进行高级培训或专业研修，以提高他们在管理和专业技能方面的水平。因为公司对于职业经理普遍寄予较高期望，所以它为职业经理设立的目标一次比一次高，帮助他们逐步提高自己，并借此开发经理的潜在能力。与此同时，万科还非常重视对职业经理后备力量的培养，积极为经理后备人选提供实践锻炼的机会。

万科实行的职业经理体制是高风险、高回报的体制。高回报主要表现在，公司不仅向职业经理提供较高的工资，而且还提供较高的福利待遇，比如优惠购买住房、通信费用合理报销等。目前，为将市场经济规律引入公司的管理机制，实现人才市场化，公司正在推行职业经理职位货币化，即职位越高，待遇相应越高。高风险的作用是考验和筛选人才，而高回报能够吸引和保留优秀人才，这些都与万科以人为本的理念一致。高风险和高回报是互相作用、互相补充、互相促进的对应统一关系，两者的共同运用使得职业经理人的能力和素质不断提高。

多年的实践证明，万科所推行的职业经理人制度是非常成功的。它不仅为万科自己培养了许多合格的经理人，同时也为社



会输送了大量优秀的职业经理人。

(根据叶子《万科:职业经理人制度》改写)

## 背景介绍 Background Information



万科企业股份有限公司成立于1984年5月,以房地产为核心业务,是中国内地首批公开上市的企业之一。据2002年末新闻报道:万科业务增长近80%,单一公司产量已交付117万平方米,位居世界前茅,营业额以50亿元人民币在中国夺冠。至2003年12月31日止,公司总资产105.6亿元,净资产47.01亿元。

经过多年积累,万科以其准确的市场定位、超前的规划设计以及优质的物业管理,在业内树立了良好的品牌形象。2003年8月,经过权威机构的评估,万科被评为“中国最受尊敬企业”之一。而且万科是中国企业,特别是房地产企业中为数不多的敢于公开宣称自己是只赚阳光利润的企业。

万科的职业经理人制度向社会提供了不少优秀的职业经理人,如北京华远房地产公司总经理郭钧、合生创展房地产的北京负责人姚牧民等,都是万科职业经理人制度的产物。这也足以证明万科职业经理人制度的成功。

**VANKE®**

## 小常识 General Knowledge

### 房地产泡沫

衡量是否形成房地产泡沫,一大要点就是分析市场中投资性购房的比例。因此,在一个城市的房地产市场中,投资性需求的比例不能超过一定的界限,否则会危及房地产市场的健康和稳定。在中国,房地产泡沫的警戒线是10%。中国的一些城市(如上海市)的投资性购房比例相当大,显示出泡沫现象已比较严重。据上海房管部门调查统计,2003年底上海投资购房占

16.6%，已经超出了国际警戒线 60%。据保守估计，上海中心城区有大约 4.5 万套“无人房”。浦东新区有些住宅小区无人居住，但已售出的房子占 40% 左右。现在大量投资购房的恶果已经开始显现：上海的房地产价格脱离其基础价值上涨。

现在越来越多的人主张抑制房地产泡沫，这主要是因为泡沫危害巨大。房地产泡沫的长期存在和发展会抑制其他产业的发展，并且容易导致经济结构和社会结构的失衡；而它的破灭又会导致金融危机以及生产和消费危机。日本和香港的房地产泡沫就是前车之鉴。所以，现在国内一些人的担忧并不是杞人忧天，而是对中国房地产业的积极警示。



## 生 词 New Words

冲突	(动、名)	chōngtū	to conflict; conflict
承担	(动)	chéngdān	to shoulder
素质	(名)	sùzhì	quality
遵循	(动)	zūnxún	to follow
优胜劣汰		yōushèng liètàì	to select the superior and eliminate the inferior
辅助手段		fǔzhù shǒuduàn	supplementary means
挂钩	(动)	guà gōu	to establish contact with
职位	(名)	zhíwèi	position
淘汰	(动)	táotài	to eliminate the bad and unsuitable
高风险		gāo fēngxiǎn	high-risk
职责	(名)	zhízé	responsibility
授权	(动)	shòuquán	to authorize
责任感	(名)	zérèngǎn	sense of responsibility
现任	(形)	xiànrèn	present
有声望		yǒu shēngwàng	(with) reputation



寄予	(动)	jìyǔ	place (hope, etc) on
设立	(动)	shèlì	to establish
培养	(动)	péiyǎng	to train
高回报		gāo huíbào	high-reward
体制	(名)	tǐzhì	system (of institutions)
提供	(动)	tígōng	to provide
报销	(动)	bàoxiāo	to submit an expense account
福利	(名)	fúli	welfare
待遇	(名)	dàiyù	pay
优惠	(形)	yōuhuì	preferential
推行	(动)	tuīxíng	to pursue
保留	(动)	bǎoliú	to retain

## 商务词语及新词语解释与搭配

### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

职业经理人	zhíyè jīnglǐrén	以管理为职业,并且精通管理的人 <b>常用搭配:</b> 职业经理人认证 职业经理人培训 职业经理人考试等
房地产	fángdìchǎn	土地、建筑物和固着于土地、建筑物上不可分割的部分所共同形成的固定资产 <b>常用搭配:</b> 房地产公司 房地产企业 房地产开发等
股份有限公司	gǔfèn yǒuxiàn gōngsī	企业的一种组织形式。公司的全部资本分为等额股份,股东以所持股份为限对公司承担责任,公司以其全部资产对公司的债务承担责任。股东大会是公司的权力机构 <b>常用搭配:</b> 成立股份有限公司等

创业者	chuàngyèzhě	创办事业的人 常用搭配: 创业者联盟 创业者协会 创业者论坛等
创始合伙人	chuàngshǐ héhuǎnrén	在(企业、公司等)创立之初就开始合作的人 常用搭配: 公司创始合伙人 创始合 伙人协议 创始合伙人责任等
优化	yōuhuà	加以改变或选择使优良 常用搭配: 优化配置 优化组合 网 站优化 引擎优化 系统优化等
使用权	shǐyòngquán	使用人员、物品、资金等的权利 常用搭配: 土地使用权 专利使用权 海域使用权等
后备力量	hòubèi lìliàng	为补充而事先准备好的人员、物资等 常用搭配: 后备力量储备 培养后备 力量等
筛选	shāixuǎn	泛指通过淘汰的方法挑选 常用搭配: 数据筛选 重重筛选 层 层筛选等



## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

- 以下哪一项措施在万科职业经理人制度中没有被采用?
  - 公司根据计划授权体系对不同职业经理给予相应程度的授权
  - 公司为职业经理人提供较高的福利待遇
  - 在选择、使用职业经理人时, 公司遵循因人设职的原则
  - 公司积极为经理后备人选提供机会



2. 万科的职业经理人队伍由哪些人组成?
  - A. 公司决策管理层的管理人员
  - B. 公司董事会
  - C. 公司初级管理层的管理人员
  - D. 初级管理层和决策管理层的全部管理人员
  
3. 对于公司授权的认识,以下哪种说法是不正确的?
  - A. 因为职业经理的级别及所担负的职责不同,所以公司给予各职业经理的权限也不同
  - B. 授权对企业经营管理作用不大
  - C. 授权增强了职业经理的使命感和责任感
  - D. 授权表现出万科重视职业经理作用和地位的态度
  
4. 万科实行的职业经理体制的主要特点是什么?
  - A. 高风险和高回报相结合
  - B. 采用有效的定期业绩评价体系,兼用其他辅助手段
  - C. 鼓励称职的职业经理长期为公司服务
  - D. 职位积分直接与职业经理的职位升降挂钩
  
5. 以下哪一项是本文的主要内容?
  - A. 万科的用人原则
  - B. 万科一向将培养、训练管理人才视为公司要务。
  - C. 万科的职业经理人制度
  - D. 万科取得成功的原因

(二) 在下列词语的解释中,选出和课文中意思相同的一项。From the following explanations of words, choose the answer that is identical to the meaning of the text.

1. 遵循

- |       |       |
|-------|-------|
| A. 把守 | B. 循环 |
| C. 服从 | D. 遵照 |

2. 推行

- |         |       |
|---------|-------|
| A. 普遍实行 | B. 行动 |
| C. 实践   | D. 实施 |

3. 给予

- |      |       |
|------|-------|
| A. 还 | B. 赠送 |
| C. 给 | D. 送礼 |

4. 寄予

- |          |       |
|----------|-------|
| A. 寄托    | B. 托付 |
| C. 邮寄给…… | D. 送  |

5. 有声望

- |            |               |
|------------|---------------|
| A. 拥有动听的声音 | B. 拥有大家所仰望的名声 |
| C. 很威严     | D. 希望他有名声     |

6. 职责

- |       |          |
|-------|----------|
| A. 任务 | B. 职务和责任 |
| C. 义务 | D. 责任    |

7. 级别

- |          |          |
|----------|----------|
| A. 能力不同  | B. 差异    |
| C. 等级的区别 | D. 不完全相同 |

8. 鼓励

- |         |          |
|---------|----------|
| A. 努力   | B. 用力打鼓  |
| C. 发起活动 | D. 激发并勉励 |

9. 面临

- |           |       |
|-----------|-------|
| A. 遇到(问题) | B. 临近 |
| C. 当面见到   | D. 面前 |



(三) 正确理解下面画线词语的意思。Correctly understand the meaning of the following underlined words.

1. 下面哪个句子中的“体制”与课文中的意思相符?
  - A. 五言诗的体制,在汉末就形成了
  - B. 他的母校正在进行体制改革
2. 下面哪个句子中的“报销”与课文中的意思相符?
  - A. 公司在布告栏中张贴了新的报销须知
  - B. 由于阑尾炎手术,我的整个暑假都报销了
3. 下面哪个句子中的“挂钩”与课文中的意思相符?
  - A. 企业根据发展的实际需要,对原有工效挂钩方案做出调整
  - B. 顾客可以在这家商店购买到各种材质的挂钩
4. 下面哪个句子中的“定期”与课文中的意思相符?
  - A. 居民一般将定期储蓄作为理财首选
  - B. 学校定期检查学生的出勤率
5. 以下哪种情况不属于优惠?
  - A. 企业以大大低于市场平均水平的价格将产品卖给自己的员工
  - B. 某商场开展活动:购物满 100 元返 20 元礼券
  - C. 一家大型超市年末打折促销
  - D. 厂家为各地经销商提供产品
6. 以下哪种情况属于授权?
  - A. 根据公司规定,总经理外出期间,一切事务由总经理助理负责
  - B. 明星接受某报社的独家专访
  - C. 主任住院期间,委托小王代理工作
  - D. 某企业依靠自己,而不是代理商打开国外市场

7. 以下哪种情况属于淘汰?

- A. 某公司在投标的最后阶段选择放弃
- B. 由于没有通过面试,她没能得到这份工作
- C. 两家公司为取得该产品的代理权而展开了激烈的竞争
- D. 小王和小张同时考入了 M 公司

## 二、填空题 Fill in the following blanks

(一) 依照句子的意思,从括号中的几个选项里选择一个恰当的词填在空格处。According to the meaning of the sentence, choose the proper word from the choices in the brackets to fill in each of the blanks.

1. 如果企业是在大海中航行的船只,那么企业的\_\_\_\_\_ (创始合伙人 创始者 决策管理层 初级管理层)就是确定航线的舵手。
2. 某企业通过\_\_\_\_\_ (细化 优化 美化 绿化)资源配置,大大提高了生产效率。
3. 近年来,中国的英语\_\_\_\_\_ (训练 培养 练习 培训)市场异常火爆。
4. \_\_\_\_\_ (职责 职位 职务 职业)升降制度不仅为后备力量提供了机会,而且大大增强了现任管理人员的危机意识。

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. \_\_\_\_\_ (shāixuǎn)信息,作为一项重要的阅读基本技能,越来越广泛地受到重视。
2. 厂家\_\_\_\_\_ (táotài)了老旧设备。
3. 人员招聘应\_\_\_\_\_ (zūnxún)公平、公开、公正的原则。
4. 中国的许多民营企业因政策\_\_\_\_\_ (gǔlì)而快速发展。
5. 我们在互联网上建立了班级主页,希望\_\_\_\_\_ (jiè)此找到儿时同学。
6. 成功的企业一般都很重视对员工\_\_\_\_\_ (qiánlì)的激发。
7. 正确理解\_\_\_\_\_ (gàiniàn)是成功学习的第一步。
8. 改革之后,企业管理人员的\_\_\_\_\_ (guǎnxiá)范围发生了变化。
9. 专家建议\_\_\_\_\_ (wánshàn)立法,推动慈善公益事业规范发展。



### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。Match the words in the left column with the explanations in the right column.

现任	担负
授权	矛盾表面化,发生激烈争斗
优胜劣汰	合乎道理或事理
培养	自觉地把分内工作做好的心情
设立	现在任职的
优惠	把权力委托给他人或机构代为执行
责任感	在竞争中,竞争力强的被保存,差的被淘汰
承担	建立(机构、组织等)
冲突	按照一定目的教育和训练
合理	比一般优厚

### 四、想与练 Think and Practise

根据下面的提示做练习。Do the exercises according to the hints given below.

1. 汉语中的“自然”既可以做名词(自然界),又可以做形容词(天然的、原本就有的,不造作、不勉强、不呆板),还可以做副词(表示理所当然)。请说明文中的“自然”表示什么意思,并试着根据以上几种意思用“自然”造句。
2. 汉语中“借此”的“借”有假托、凭借、利用之意,请用课文中“借此”的意思造三个句子。



## 第十二课

## 决策源自直觉

## ——“价格屠夫”格兰仕的背后决策

格兰仕在 20 世纪 90 年代末还只是一个年产 1 万台微波炉的电器生产小厂，后来通过改变产业结构，集中资源，扩大微波炉的生产规模，降低了企业成本，扩大了市场容量，并以降低价格为手段，击败竞争对手，一举成为全球微波炉第一大生产商。本文将介绍格兰仕做出价格决策的过程。

一个企业要做大做强，须要五根手指——品牌、技术、价格、规模和服务——握成拳头才有实力。而面对同行业的激烈竞争，价格往往能够成为克敌制胜的杀手锏。全球微波炉第一大生产商格兰仕正是靠灵活调整价格策略在市场竞争中脱颖而出的。

有一次，格兰仕的老总梁庆德在广州友谊商场看见一对年轻夫妇在商场徘徊良久，打量着一台微波炉，但来来回回看了三次都没有买。梁庆德很奇怪，上前跟他们搭话。这对年轻夫妇说：“这个产品很好，但价格太高。如果我要买一台微波炉，那我们两口子半年的工资就没有了。我们虽然很想买，但觉得还是有点奢侈。”

这段话深深触动了梁庆德的市场神经。如果按照微





微波炉当时的价格和这个行业的发展速度，微波炉这种产品将永远不会进入平民家庭。而产品不能进入百姓家庭，就意味着它的发展空间很小，市场面很狭窄，这样，微波炉生产企业将会永远被这个市场容量限制住，没有做大的机会。于是格兰仕决定把轻纺生产线全部卖掉，把所有的资源向微波炉集中，全力以赴地把微波炉这一产业的规模做大，以规模的增大来降低成本。成本降下来了，价格就可以降下来，消费者才能在价格符合他们需求的情况下踊跃去购买。像现在的汽车和房子一样，不是老百姓没有消费的欲望，而是他们消费不起，因此他们便持币待购。当时的微波炉也是这种情况。然而，做出这样的决断要承担很大的风险。一旦微波炉这一部分做坏了，整个企业也就危险了，这是一种背水一战的举动。在格兰仕内部，当时也不乏反对的声音，但梁庆德最终还是拍板了。

格兰仕的这一决定并非源自西方先进的经济理论。在 20 世纪 90 年代，“总成本领先”的概念基本上还游荡在中国的国门之外。格兰仕的这项决策，只是基于民营企业对市场的直觉和判断：要把资金往一个地方集中→规模上去了→成本降下来→市场上微波炉降价→把消费者的消费欲望变成消费行为，把市场的消费潜能变成消费事实→市场容量增大→拉动销售→企业资金回流，企业规模再次扩大→成本再次下降……然而这个简单的逻辑，却引起了中国微波炉一波又一波的价格战。这些价格战最终导致国内一大批效益低下的微波炉生产企业被淘汰出局，甚至连一些跨国电器生产企业也不得不撤出在华微波炉领域的投资，改向其他领域。而格兰仕却使微波炉年产销规模达到了 450 万台，一跃成为全球微波炉第一大生产商。

媒体有时候会说格兰仕是“价格屠夫”，其实，降价谁不会做？小商小贩天天都在做，早上卖两块钱，晚上卖一块钱。但要在价格战中取胜可不是简单的事情。



在这场没有硝烟的价格大战中，为什么格兰仕能够胜出，而大多数企业却被淘汰出局？因为这个看似很简单的策略如果不是把它当作一个系统的工程来做，如果不把企业规模做大，让自己得以开发核心产品，降低成本，而只是在下游降价的话，最终只会导致利润的趋薄甚至亏本。所以价格战的背后是一个价值链条，一个企业只有最大可能地掌控这个价值链条，才能拥有别人所没有的降价空间。然而中国民营企业早期之所以成功，很多时候靠的是领航者的敏锐直觉。对他们而言，总是行动先于理论。管理学上的成功理论也不过是对成功经验的总结，而他们正是在学习“成本领先”理论之前，已经迈出了成功的实践步伐。

(根据慧聪网《格兰仕：决策就是直觉》改写)

## 背景介绍 Background Information



格兰仕集团有限公司是一家全球化家电生产企业，也是中国家电业最大的企业集团之一。到2003年，两万余名格兰仕人已打造出“全球微波炉制造中心”、“全球空调制造中心”、“全球小家电制造中心”、“全球物资管理中心”四大基地，微波炉制造、光波炉制造世界第一；企业年销售额突破100亿元，出口创汇5亿美元。2003年10月，格兰仕再携20亿元圈地3000亩，全力打造全球最大的空调生产基地。

格兰仕公司前身是一家乡镇羽绒制品厂，1992年大举闯入家电业。通过自身努力，格兰仕创造了中国家电行业的一块名牌。至2003年，格兰仕已经连续9年蝉联中国微波炉市场销量及占有率第一的双项桂冠，市场份额节节攀升，占有全国七成左右的市场份额。经国家权威机构评估，2000年初格兰仕的无形资产已高达101亿元。格兰仕惊人的发展轨迹被经济专家称为“格兰仕现象”、“格兰仕模式”。

由一个乡镇小厂摇身成为与全球200多家跨国公司建立全方位合作



联盟的“全球家电制造中心”，关键在于格兰仕多年来集中有限资源，充分挖掘自身优势。随着全球经济一体化，格兰仕正在走向世界最高制造水平：从成本优势走向与技术优势并举；从中国市场走向与世界市场并举。2002年底，格兰仕全面启动“世界光波炉工厂”、“世界柜机(空调)制造中心”，微波炉、空调两大核心产业均侧重于向高新技术产品制造领域深入拓展。在追求新的奋斗目标进程中，格兰仕将一如既往地坚持“伟大，在于创造”的企业理念，加速向国际一流企业、世界名牌进军。

Galanz 格兰仕

## 小常识 General Knowledge

### 小家电

20世纪70年代，中国的小家电行业即已开始发展并初具规模，但大小家电之间并没有什么明确的划分标准，通常都是按面积去划分。大家熟知的彩电、冰箱、洗衣机(旧称“三大件”)、空调机和一些大型AV产品都被认为是大家电，而除此以外的家电产品就泛称小家电。在小家电范围中，又往往按用途的不同划分为以下三类：

1. 家居型小家电：电风扇、电熨斗、吸尘器、空气清洁器、电动剃须刀和近期出现的氧吧等。
2. 时尚型小家电：随身听、微型电视、发烧音响等。
3. 厨卫型小家电：微波炉、电饭煲、抽油烟机、电热水器、消毒柜和现在流行的电磁炉、洗碗机、豆浆机、榨汁机等。燃气灶和燃气热水器虽然不属于电器，但因同属于厨卫用品，所以也常被划入小家电之中。



## 生词 New Words

克敌制胜	kédízhìshèng	to win the victory over the enemy
脱颖而出	tuōyǐng'érèhū	to become the eminent
奢侈	(形) shēchǐ	extravagant

决断	(动)	juéduàn	to make a decision
背水一战		bèishuǐyízhàn	to conduct a desperate fight
游荡	(动)	yóudàng	to wander
直觉	(名)	zhíjué	instinct
敏锐	(形)	mǐnrùi	sharp

## 商务词语及新词语解释与搭配

### Explanation and Collocation of Commercial Words and New Words

微波炉	wēibōlú	利用微波技术加热食品的厨具 <b>常用搭配:</b> 微波炉报价 微波炉故障等
生产商	shēngchǎnshāng	产品的生产者 <b>常用搭配:</b> 服装生产商 手机生产商等
商场	shāngchǎng	面积较大、商品比较齐全的综合商店 <b>常用搭配:</b> 商场管理 商场设计 商场促销等
市场神经	shìchǎng shénjīng	跟市场相关的各种心理因素 <b>常用搭配:</b> 牵动市场神经 考验市场神经 市场神经跳动等
持币待购	chíbidàigòu	拿着钱等待降价后购买 <b>常用搭配:</b> 引发持币待购等
拍板	pāibǎn	比喻主事人作出决定 <b>常用搭配:</b> 拍板定案 拍板定夺等
民营企业	mínyíng qǐyèjiā	经营私营企业的人 <b>常用搭配:</b> 优秀民营企业家 民营企业家协会等



消费欲望	xiāofèi yùwàng	消费者购买商品的想法和要求 <b>常用搭配:</b> 控制消费欲望 利用消费欲望等
资金回流	zījīn huīliú	资金投入后卖出商品所收回的资金 <b>常用搭配:</b> 大规模资金回流 吸引资金回流 控制资金回流等
价格战	jiàgézhàn	利用价格手段进行市场竞争 <b>常用搭配:</b> 手机价格战 反思价格战等
跨国企业	kuàguó qǐyè	通过直接投资、转让技术等活动, 在国外设立分支机构或与当地资本合股拥有生产、经营机构的国际性企业 <b>常用搭配:</b> 跨国企业并购 跨国企业管理等
投资	tóuzī	为达到一定目的而投入的资金 <b>常用搭配:</b> 外汇投资 证券投资 风险投资等
核心产品	héxīn chǎnpǐn	最主要和最重要的产品 <b>常用搭配:</b> 开发核心产品等
趋薄	qū báo	向少的趋势发展 <b>常用搭配:</b> 利润趋薄 盈利趋薄等
价值链条	jiàzhí liàntiáo	商品价值的各个环节 <b>常用搭配:</b> 整合价值链条 斩断价值链条等



## 练习 Exercises

### 一、选择题 Multiple Choices

(一) 根据课文, 从下列选项中选择正确的一个。According to the text, choose the correct answer from the following choices.

1. 本课文主要告诉我们什么?
  - A. 20 世纪 90 年代中国民营企业家主要靠价格战在同行业竞争中取胜
  - B. 20 世纪 90 年代中国民营企业家做出价格战的决策主要靠敏锐的直觉
  - C. 20 世纪 90 年代中国民营企业家做出价格战的决策主要靠管理学上的成功理论
  - D. 20 世纪 90 年代中国民营企业家做出价格战决策是为了使跨国电器生产企业撤出在中国对微波炉领域的投资
  
2. 课文第二段的内容说明了什么?
  - A. 那对年轻的夫妇没有足够的钱购买微波炉
  - B. 微波炉的价格相当于一个工人半年的工资
  - C. 微波炉是奢侈品, 还未能普遍进入平民家庭
  - D. 广州友谊商场的微波炉价格很贵
  
3. 下列哪一项推理符合原文的意思?
  - A. 格兰仕决定扩大微波炉生产规模之后, 轻纺部门的生产将不会停掉
  - B. 老百姓当时不买微波炉是因为没有消费欲望
  - C. 生产成本降下来, 企业的规模就会扩大
  - D. 降低微波炉的价格, 消费者可能会踊跃去购买
  
4. 格兰仕在价格战中能够胜出的根本原因是什么?
  - A. 把降低价格当作一个系统的工程来做, 掌控价格战背后的价值链条
  - B. 格兰仕已经成为全球微波炉第一大生产商
  - C. 他们掌握了管理学上的成功理论
  - D. 因为微波炉市场早已被格兰仕占领了



5. 下面哪一项符合课文的内容?

- A. “成本领先”理论已经为大多数中国企业家所接受
- B. 格兰仕成功的原因是格兰仕的领航者掌握了“成本领先”理论
- C. 对所有企业家来说总是行动先于理论的,“成本领先”理论也不例外
- D. 格兰仕的领航者最初并没有学过“成本领先”理论

(二) 下面哪一项表述和句中画线词语的意思最接近。Among the following statements, which one is closest to the underlined words in the sentences given below.

1. 格兰仕决定把所有的资源向微波炉集中,全力以赴把微波炉这一产业的规模做大,以规模的增大来降低成本。

- A. 我国的石油、淡水、稀有金属等自然资源都非常有限
- B. 公司将提高人力物力以及资金和技术等各项企业资源的利用率
- C. 中国和印度人口众多,劳动力资源丰富
- D. 作为销售企业,顾客资源应该摆在相当重要的位置

2. 老百姓不是没有消费欲望,而是他们消费不起,因此他们便持币待购。

- A. 春节将至,彩电非常热销,商场门口有很多人拿着大笔钱等待购买
- B. 百万像素的手机目前价格仍然偏高,很多想买手机的白领都在等待降价
- C. 对于这次采购,公司将全力支持,尤其在资金方面
- D. 拿着钱却舍不得买东西,你真是个守财奴

3. 一些跨国电器生产企业也不得不撤出在华微波炉领域的投资。

- A. 父母花钱让孩子上学,这是一笔只会赢利不会亏本的投资
- B. 在有意义的日子向朋友送一些小礼物,也算是做点感情投资吧
- C. 格兰仕为了在东南亚地区开办工厂,进行微波炉的生产与销售,投入了大量资金
- D. 国家决定加大对西部地区基础设施的资金投入,以加快西部经济发展

4. 跨国公司 与 民营企业的竞争并不等同于“狼”与“羊”的较量。
- 鸭绿江大桥横跨中朝两国,而这座跨国桥梁曾经被炸毁过很多次
  - 这个中国小伙子娶了一位韩国姑娘,他们的跨国婚姻得到了父母们的理解
  - 该公司的生产与销售早已跨出了国界,他们在全球各地建立了销售网络
  - IBM 与联想的跨国结盟,在经济界旋起了不小的波澜
5. 中国民营企业 早期之所以成功,很多时候靠的是领航者的敏锐直觉。
- 中国邮政是为广大老百姓办理邮政业务的企业
  - 这家公司是由全村人集体筹资建立的
  - 这家企业国家控股 51%,而个人就控制了全部股份的 49%
  - 这家企业个人拥有 71% 的股份

## 二、填空题 Fill in the following blanks

- (一) 依照句子的意思,从括号中的几个选项里选择一个恰当的词填在空格处。According to the meaning of the sentence, choose the proper word from the choices in the brackets to fill in each of the blanks.
- 中国乒乓球队长期以来,一直保持着世界领先的地位,当有人问起他们成功的原因时,队员们总是笑着说:我们取胜不是靠\_\_\_\_\_,我们靠的是刻苦训练。(激烈竞争 杀手锏 规模)
  - 王亮真\_\_\_\_\_,竟然拿他三个月的生活费买了这架数码相机。(奢侈 昂贵)
  - 一个企业只有不断地降低\_\_\_\_\_,扩大规模,提高效益,才能在市场竞争中立足。(成本 价格)
  - 这件事的准备工作已经做得差不多了,但最后\_\_\_\_\_必须等王经理,我们不能擅自决定。(决心 命令 拍板)
  - 产品的生产很重要,但商品的\_\_\_\_\_同样重要,如果这两个环节有一个出问题,经济秩序就会开始混乱,企业的效益,老百姓的生活水平都会受到影响。(消费 销售 服务)



6. 他在王老师家门口\_\_\_\_\_了很久,却始终没有勇气走进去承认错误。  
(彷徨 徘徊)
7. 这样的工程是有很大\_\_\_\_\_的,我们应该慎重考虑。(风险 危险)
8. 由于董事会决策失误才出了这样的事,然而经理却要员工\_\_\_\_\_责任。(承担 负责)
9. 老师经常告诉学生,做事情不能都靠\_\_\_\_\_去做,做事情之前冷静思考非常重要。(直觉 知觉)
10. 一般来说,企业规模的\_\_\_\_\_能为成本的降低创造非常有利的条件。  
(扩大 缩小)

(二) 在下列空格处填上正确的汉字。Fill in each of the following blanks with a correct Chinese character.

1. 这间房子很\_\_\_\_\_ (xiázhǎi),他们住了六年,也应该换一间了。
2. 这次集体活动是参加植树造林,希望大家\_\_\_\_\_ (yǒngyuè)参加。
3. 在市场竞争中,这家企业由于经营不善,最后被\_\_\_\_\_ (táotài)出局。
4. 搞市场经济光有理论不行,我们应该在\_\_\_\_\_ (shíjiàn)中边学习边发展。
5. 你不要整天都在外面\_\_\_\_\_ (yóudàng),回家孝敬父母,照顾孩子比忙工作更重要。
6. 不要随便跟陌生人\_\_\_\_\_ (dāhuà)。
7. 这款手机是诺基亚公司的\_\_\_\_\_ (quántou)产品,据说最近非常畅销。
8. 战争的\_\_\_\_\_ (xiāoyān)早已散尽,然而它留给人们的痛苦回忆却久久不能散去。
9. 要想进入企业的领导层必须具备\_\_\_\_\_ (mǐnrui)的市场洞察力和不怕吃苦的奋斗精神。
10. 这家公司以前是经营服装行业的,因此家电行业对他们来说是一个完全陌生的\_\_\_\_\_ (lǐngyù)。

(三) 选择恰当的词填入空白处。 Choose the proper word to fill in each of the blanks.

大量 变化 品牌 之前 价值

因此 发展 观念 除了

民营品牌是近几年闯入排名的一股新兴力量。而在几年\_\_\_\_\_, “中国最有\_\_\_\_\_品牌”排行榜中几乎找不到民营品牌,但在今年发布的排行中民营品牌已经达到了17个,占到四分之一。在这些上榜的民营品牌中,\_\_\_\_\_联想、TCL、小天鹅等是通过改制而来的外,其他则基本是原创民营品牌。

业内人士分析,民营品牌的名次在这十年排行中的\_\_\_\_\_不仅反映了民营企业的快速发展,同时也显示了民营企业在\_\_\_\_\_上的更新。几年前,不少民营品牌还处在\_\_\_\_\_过程中,总会担心枪打出头鸟,\_\_\_\_\_干脆拒绝参加品牌价值的评估。而现在\_\_\_\_\_民营品牌出现在“中国最有价值品牌”排行中,表明我国一些民营企业已经完成原始积累过程,并且确立了要创建百年\_\_\_\_\_的明确发展方向。

### 三、连线题 Match up

将左边的词语和右边的解释用线连接起来。 Match the words in the left column with the explanations in the right column.

品 牌	产品的生产者
成 本	利用价格手段进行商品竞争
生产商	著名商品的牌子
价格战	在两个或多个国家进行生产经营活动的企业
跨国企业	生产产品的费用

### 四、想与练 Think and Practise

(一) 用下列词语或句式造句。 Make up sentences with the following phrases and sentence patterns.

脱颖而出	意味着	甚至	导致	基于	源自
不是……而是……		只有……才……			
以……来……		在……情况下……			



(二) 根据课文内容回答下列问题。Answer the following questions according to the text.

1. 你认为格兰仕是以什么样的决策来面对市场竞争的? 而做出决策的依据又是什么? 这样的决策产生了怎样的结果?
2. 如果你是一位中国民营企业家, 你觉得凭直觉做出市场判断好, 还是先掌握先进的经济理论更重要? 谈一谈你自己的看法。
3. 你觉得在面对市场竞争时, 除了采用价格手段外, 还可以采用哪些策略来击败对手, 赢得市场竞争?

