三、综合选择

|  |  |
| --- | --- |
| 1、管理的艺术性（指在掌握一定理论和方法的基础上，灵活运用这些知识和技能的技巧与诀窍） | 6、企业债券 F |
| 2、管理的组织职能（把管理要素按目标的要求结合成一个整体） | 7、无形磨损（指固定资本由于劳动生产率的提高，而引起的价值损失） |
| 3、集中战略（指把经营战略的重点放在一个特定的目标市场上，为特定的地区或特定的购买者集团提供特殊的产品或服务） | 8、服务质量 K |
| 4、质量体系认证（由公正的第三方体系认证机构，依据正式发布的质量体系标准，对企业的质量体系实施评定，并颁发体系认证证书和发布注册名录，向公众证明企业的质量体系符合某一质量体系标准的全部活动。） | 9、市场定位(指为使产品在目标消费者心目中相对于竞争产品而言占据清晰、特别和理想的位置而进行的安排) |
| 5、绩效管理（通过有效的绩效计划和辅导，采用科学的方法对员工个人或团体的综合素质和工作业绩进行全面的衡量） | 10、关系营销(在企业与客户和其他利益相关者之间建立、保持并稳固一种长远的关系，进而实现信息及其他价值的相互交换) |
| 11、事业部制组织结构(集中决策，分散经营) | 16、绩效考评(利用合理的评价方法和技术对员工或团队的绩效进行评价) |
| 12、市场细分(指企业按照某种标准将市场上的顾客划分成若干个顾客群，每一个顾客群构成一个子市场，不同子市场之间，需求存在着明显差别。) | 17、直接性经济报酬(直接以现金的形式支付的工资，包括基本工资、绩效工资、津贴和各种奖金) |
| 13、稳定发展战略 | 18、网络营销(网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分，网络营销是为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动，是一个广义词，从目前的商业来讲网络营销更宽泛的涵盖网络的产品及投放互联网概念。) |
| 14、大量生产 | 19、技术寿命(从设备投入使用到因技术进步而使其丧失使用价值所经历的时间) |
| 15、全面质量管理（指一个组织以质量为中心，以全员参与为基础，目的在于通过顾客满意和本组织所有成员及社会受益而达到长期成功的管理途径） | 20、市场营销（市场营销是在创造、沟通、传播和交换产品中，为顾客、客户、合作伙伴以及整个社会带来经济价值的活动、过程和体系。主要是指营销人员针对市场开展经营活动、销售行为的过程。） |

A 利用合理的评价方法和技术对员工或团队的绩效进行评价。

B. 把管理要素按照目标的要求结合成一个整体。。

C. 依据产品标准和相应的技术要求，经认证机构确认并通过颁发认证证书和认证标志证明某一产品符合相应的标准和相应的技术要求的活动。

D. 在掌握一定管理理论和方法基础上，灵活运用这些知识和技能的技巧与诀窍。

E. 通过有效的绩效计划及辅导， 采用科学的方法对员工或团队的业绩进行全面衡量，从而发现问题并反惯， 不断提升工作绩效的一系列管理活动。。

F. 企业为筹措资金向投资者出具按规定利率支付利息，到期偿还本金的债券、债务关系的凭证。

G.由于劳动生产率的提高，生产同样设备所需的社会必要劳动量减少，使原有设备价值相应贬值。

H.企业把战略重点放在一个特定目标市场上，为特定的地区或特定的用户提供特殊的产品服务。

I.企业与消费者、供应商、分销商、竞争者、政府机构及其他公众发生互动作用的过程。

J.企业根据目标市场上同类产品的竞争状况，为产品塑造强有力的与众不同的鲜明个性，并将其形象生动地传递给顾客，求得顾客认同。

K. 服务能够满足规定和潜在需求的特征和特性的总和。

四、简答题

1.简述波特的竞争五力量模型。

波特五力模型将大量不同的因素汇集在一个简便的模型中，以此分析一个行业的基本竞争态势。五种力量分别为：1．供应商的讨价还价能力2．购买者的讨价还价能力3．新进入者的威胁4．替代品的威胁5．行业内现有竞争者的竞争

根据上面五种竞争力量，企业可以采取尽可能地将自身的经营与竞争力量隔绝开来、努力从自身利益需要出发影响行业竞争规则、先占领有利的市场地位再发起进攻性竞争行动等手段来对付这五种竞争力量，以增强自己的市场地位与竞争实力。

2.简述全面质量管理的特点。。

1.“三全”的管理思想（全面的、全过程的、全员参与的）

2．“四个一切”的观点（一切为用户服务、一切以预防为主、一切用数据说话、哟企鹅按PDCA循环办事）

3.简述企业财务分析的主要目的。。

1.评价企业的支付能力。可以了解企业资产的流动性、负债水平以及偿还债务的能力，从而评价企业的财务状况和经营风险，为企业经营管理者、投资者和债权人提供财务信息。

2.评价企业的资产管理水平。资产的管理水平直接影响到企业的收益，它体现了企业的整体素质。

3.评价企业的盈利能力。获取利润是企业的主要经营目标之一，他也反映了企业的综合素质。

4.简述薪酬的主要内容。

薪酬本质上是劳动者和雇主之间公平的交易价格，劳动者提供劳动，雇主向员工支付薪酬。广义薪酬可定义为企业依据员工对企业所作的贡献付给的相应回报，包括直接经济性薪酬、间接经济性薪酬和非经济性薪酬。狭义薪酬指的是其中的经济性薪酬。

1. 直接性经济薪酬，即直接以现金的形式支付的工资，包括基本工资、绩效工资、津贴和各种奖金。
2. 间接经济性薪酬，主要指福利和服务，以间接的方式提供外在的薪酬，与劳动者的能力和绩效没有什么关系的收入，如社会基本保险、各类休假、企业补充保险、其他福利、培训发展等。
3. 非经济性薪酬，主要指工作本身、工作环境、身份标志、组织特征几个方面带来的心理效应。

5.简述消费者购买决策过程。

消费者购买决策过程是消费者作出购买决策的过程。由问题识别、信息收集、方案评价、购买决策和购后行为等阶段构成。其中问题识别阶段需要确认需求并将之与特定的产品或服务联系起来；信息收集阶段将通过多种来源获得产品或服务信息，以提高决策理性；方案评价阶段，将根据产品或服务的属性、利益和价值组合，形成各种购买方案，并确认购买态度；购买决策阶段，将会在不同方案之间形成购买意图和偏好；购后行为阶段，将会评估购买获得的价值，并通过行动表达满意或不满意等。

6. 简要分析事业部制组织结构的优缺点。

事业部制是一个企业内对拥有独立产品市场、独立责任利益的部门实行分权管理的一种组织结构形式。其优点是把统一管理、多种经营与专业分工更好地结合起来，既保证绩效和利润，又利于调动员工积极性，培养管理人才；主要缺点是管理人员比重较大，分权有可能架空总公司，协调较为困难，资源重复配置，造成内耗。

7.企业战略的特点是什么?。

全局性、长远性、抗争性、纲领性、协同性

8.企业资金筹集的方式包括哪些?。

银行贷款、发行企业债券、发行股票、融资租赁、买方信贷、利用外资

9.合理组织生产过程的基本要求是什么?

1．生产过程的连续性 2．生产过程的平行性

3. 生产过程的比例性 4. 生产过程的均衡性

5. 生产过程的适应性 6. 生产过程的经济性

10.产品投入期具有什么样的特点?

产品投入期是新产品刚投放市场时期，这个阶段的主要特点是：产品设计可能有缺陷，生产批量小，生产成本高，生产工艺还不成熟，废品率高，质量波动性较大，用户对产品不熟悉，不了解，销售量增长缓慢，销售费用开支较高，企业往往会出现亏损。

五。计算题

1.某企业投资购买两条生产线，它们的投资和年生产成本分别为:

第1条生产线: K1=1900万元，C1= 180万元

第2条生产线: K2=1800万元， C2=220万元

若该工业部门规定基准投资回收期是5年，问哪条生产线更好？

答： N=(K1-K2)(C2-C1)=(1900-1800）÷（220-180）=2.5年＜5年

追加投资回收期小于标准投资回收期，因此投资大的方案优，

第一条生产线是最优方案

2.某厂生产甲产品， 生产能力每年60000只，年固定成本为240000元，单位可变成本为15元，售价为20元，要求:(1 )计算盈亏点产量。(2)求盈亏平衡点时的生产能力利用率。(3)若该产品销售情况良好，试求按年生产能力安排生产时的利润额。

答:（1）Q＊＝240000／（20－15）＝48000只

（2）48000÷60000＝80％

（3）R＝（20－15）×6000－24000＝60000元

3.某工程项目有两个可比方案，方案1:投资30万元，年费用5万元:方案2:投资50万，年费用3万元。两方案的服务年限均为8年，i=5%，试分别用年经费法和现值法比较两个方案的优劣。附：复利系数数据: (a/p,5%,8)= 0.15472 . (p/a.5%.8)=6.4632.

答 年经济法

方案1：AC1＝30×(a/p,5%,8)＋5＝

方案2：AC2＝50×(a/p,5%,8)＋3＝ 算出来哪个小就哪个方案优

现值法

方案1：P1＝－30＋5×(p/a.5%.8)=

方案2：P2＝－50＋3×(p/a.5%.8)= 算出来哪个大……………优

4.现有一批量n=200的工件，需依次经过m=4道工序，加工时间分别为t1=8，t2=12,t3=10,t4=15。试用计算法确定该批工件按依次移动方式、平行移动方式和混合移动方式进行时间组织时的加工周期。(单位为分钟)。

答 依次移动: T=200×（8+12+10+15）=9000min

平行移动: T=（8+12+10+15）+199×15=3030min

混合移动: T=200×（8+12+10+15）－(200－1)×(8+10+10)=3428min（公式一定要写！）

五、材料分析

问：

1. 根据案例,你认为UGG公司采取的是什么样的战略?体现在哪些方面(9分)
2. 结合4P营销理论,说明 UGG Austrilia公司都采用了哪些营销策略。(9分)

答题思路：

1、结合公司战略、竞争战略分析UGG公司的战略。如公司战略(增长战略:案例中各种销量系涨的语句;国际化战略:如在亚洲、在另外一些国家等)(4分)竞争战略(差异化战略、集中战略)等。(4分)

2、先介绍4P营销理论包括产品、价格、分销和促销四个方面2分)再结合四个方面分别谈营销策略。产品战略(质量好、有品牌战略、品牌定位高端等)(2分)、渠道策咯(冲浪商品店、自已的门店等)(2分)、促销战略(如广告营销、媒体管销、名人效应等)(2分)。案例中并没有提到价格策略。但学生可以根据己的了解谈下价格策略(如心理定价中的声望定价等)。(2分)

二、

问题：

1. 是结合竞争五力量模型，分析华为公司面临的竞争压力
2. 请根据4ps营销理论，为华为公司未来的营销策略提出建议

二

**一、单项选择题**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 题号 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 答案 | **D** | **A** | **A** | **B** | **D** | **C** | **A** | **B** | **C** | **B** |

1. 经济实体内的劳动者平等持股、合作经营，股本与劳动共同分红，劳动者自愿、自助、自治的企业形式是（ ）。

A. 合伙企业 B. 有限责任公司 C. 股份有限公司 D. 合作制企业

1. 企业充分利用自己在产品、技术、市场上的优势，根据企业的控制程度和物资流动的方向，使企业不断向深度和广度发展的是（ ）

A. 增长战略 B. 稳定发展战略 C. 紧缩战略 D. 国际化战略

1. 人在工作以后，可以通过不断地学习更新自己的知识，提高技能，是指人力资源的（ ）特征。

A.再生性 B.二重性 C.时效性 D.能动性

1. 以下属于间接性经济报酬的是（ ）。

A.基本工资 B.社保保险 C.津贴 D.奖金

1. 以下属于企业盈利能力指标的是（ ）。

A．利息保障倍数 B. 应收账款周转率 C.速动比率 D. 资产报酬率

1. 即由于劳动生产率的提高，或设备制造技术的进步，生产同样设备所需社会必要劳动量减少，使原有设备价值相应贬值是指（ ）。

A.有形磨损 B.技术寿命 C.无形磨损 D.自然寿命

1. 企业在前后两批物资进厂之间的供应间隔期内，为保证生产正常进行所必须的、经济合理的物资数量是指（ ）。

A.经常储备定额 B.保险储备定额 C.季节性储备定额 D.物资消耗定额

1. 由于大规模的生产和丰厚的利润机会，吸引大批竞争者加入，市场竞争加剧，仿制企业增加，市场价格趋于下降。这是产品生命周期处于（ ）的特点

A.引入期 B.成长期 C.成熟期 D.衰退期

1. 根据购买者所处的社会阶层、生活方式、个性特点等心理因素细分市场，属于（ ）。

A.地理细分 B.人口细分 C.心理细分 D.行为细分

1. 顾客需求是经常变动的，相对于更高水平的顾客需求，未储存的原有服务形式可能失效而退出商业领域，这是指服务的（ ）特征

A. 无形性 B.易逝性 C. 异质性 D. 生产与消费同时发生

**二、判断题**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 题号 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 答案 | **×** | **√** | **×** | **√** | **×** | **×** | **√** | **×** | **×** | **√** |

1. 矩阵式组织结构最突出的特点是：“集中决策，分散经营。
2. 管理的人本性是指在管理过程中以人为中心，把调动人的积极性放在首位。
3. 提出一般管理理论、提炼14项管理原则的是梅约。
4. 外部环境对不同企业和不同经营者的影响不同。
5. 人口结构与分布特征会是影响企业战略的政治因素。
6. 企业品牌、企业文化属于企业的外部战略要素。
7. 生产过程的适应性是指生产过程的组织形式要灵活，能及时地满足市场变化的要求。
8. 适龄服役人员属于就业人口。
9. 各种投资、技术可行性和经济合理性论证不属于财务管理的内容。
10. 无差异市场营销策略是指，企业将产品的整个市场视为一个目标市场，用单一的营销策略开拓市场，即用一种产品和一套营销方案吸引尽可能多的购买者。

**三、综合选择题**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. 管理的社会属性 | （ H ） | 6. 物资储备定额 | （ K ） |
| 2. 企业战略管理 | （ B ） | 7. 设备的自然寿命 | （ D ） |
| 3. 质量体系认证 | （ G ） | 8. 市场细分 | （ F ） |
| 4. 生产对象专业化 | （ C ） | 9. 广义质量 | （ I ） |
| 5. 绩效考核 | （ L） | 10. 大数据营销 | （ A ） |

1. 基于多平台的大量数据，在大数据技术的基础上，应用于互联网广告行业的营销方式。
2. 构筑在企业战略基础上的管理行为和管理科学，是企业在处理自身与环境关系的过程中实现其宗旨的管理过程，是决定企业长期表现的一系列管理决策和行动。
3. 按照产品(或零件、部件)的不同来设置生产单位的方法和形式；加工对象相同、加工设备和工艺方法不同
4. 由于有形磨损的原因所决定的寿命，即从设备投入使用开始，磨损老化、损坏直至报废为止经历的时间。
5. 按工艺特性划分的生产类型之一，生产过程中，产品是由离散的零部件装配而成，物料运动呈离散状态。
6. 营销者根据顾客之间需求的差异性，把一个整体市场划分为若干个消费者群（子市场）的市场分类过程。
7. 由公证的第三方体系认证机构，依据正式发布的质量体系标准对被认证企业的质量体系进行审核，并颁发认证证书和发布注册名录的形式，向公众证明企业的质量体系符合某一质量体系标准，有能力按规定的质量要求提供产品，可以相信企业在产品质量方面能够说道做到。
8. 由特定社会形态的生产关系决定的，受到生产关系和经济基础的双重制约和影响，常常表现为一种文化“属性”。
9. 产品、过程或服务满足规定要求的特征和特性总和。
10. 能够推动国民经济和社会发展的具有智力劳动和体力劳动能力的人的总和，包括数量和质量两个方面。
11. 指企业在一定的生产技术组织条件下。为保证生产顺利进行所需要的、经济合理的物资储备数量的标准。
12. 用定性和定量的方法对员工绩效进行客观进行描述过程。
13. 指企业提供给市场，用于满足人们某种欲望和需要的任何事物，包括实物、服务、场所、组织、思想、主意等。它不仅包括传统的有形实物产品的范围，还包括无形的服务。

**四、简答题**请列举泰勒的主要管理思想。

* 1. 科学管理的中心问题是提高劳动生产率；
  2. 科学管理是一场思想革命；
  3. 要科学地挑选工人和使工人进步；
  4. 劳资双方共同努力创造盈余；
  5. 把计划职能(管理职能)与执行职能(实际操作)加以分开
  6. 差别计件付酬制

1. 请列举企业战略的特点。全局性
2. 长远性
3. 抗争性
4. 纲领性
5. 协同性
   1. 请简述全面质量管理的内容。
6. 市场调研质量管理
7. 设计和规范质量管理
8. 采购质量管理
9. 生产过程质量管理
10. 产品形成后的质量管理
11. 质量成本管理
12. 企业筹资的方式有哪些？银行贷款
13. 发行企业债券
14. 发行股票
15. 租赁
16. 买方信贷
17. 利用外资
    1. 促销有什么作用？①提供信息情报

②引起购买欲望，扩大产品需求

③突出产品特点，建立产品形象

* 1. 维持和扩大企业的市场份额

**五、计算题**

**1.**某企业投资购买两条生产线，它们的投资和年生产成本分别为：第1条生产线： K1=2500万元，C1＝150万元；第2条生产线： K2=1800万元，C2＝210万元。问若该工业部门规定基准投资回收期是10年，问哪条生产线更好？

**解：（K1-K2）/(C2-C1)=(2500-1800)/(210-150)=700/60≈11.7＞10**

**答：选择第2条生产线好。**

2. 小王在第1年年初存入银行6万元，年利率为8%。要求计算：

（1）每年复利一次，三年后存款账户总额是多少？

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 终值系数 | 现值系数 |
| n | f/p,8%,n | p/f,8%,n |
| 1 | 1.080 | 0.9259 |
| 2 | 1.166 | 0.8573 |
| 3 | 1.260 | 0.7938 |

（2）若6万元，分别在第1年年初、第2年年初、第3年年初存入2万元，仍按8%利率，每年复利一次，三年后存款账户总额是多少?

解：

**（1）F=P\*（f/p,8%,3）=6\*1.260=7.56(万元)**

答：三年后存款账户总额是多少7.56万元

**（2）F=P1\*（f/p,8%,1）+ P2\*（f/p,8%,1）+ P3\*（f/p,8%,1）=2\*1.080+2\*1.166+2\*1.260=2.16+2.332+2.52=7.012（万元）**

**答: 三年后账户总额是7.012万元**

3．某公司生产一种新产品，固定成本总额为8万元，单位变动成本为9元，产品售价为11元，计算（1）盈亏平衡时的产量；（2）若要盈利2万元，产量应为多少？

**解：**（1）R=P\*Q=Cf+Cv

11\*Q=8+9\*Q， 2\*Q=8， Q=4（万件）

答：盈亏平衡时的产量为4万件

（2）R=P\*Q=Cf+Cv+W

11\*Q=8+9\*Q+2，2\*Q=10， Q=5（万件）

答：产量应为5万件。

**六、案例分析题**

小众手机品牌的未来

随着国产手机行业的迅猛发展，竞争日益激烈，人口红利逐渐消失，部分国产手机厂商利润偏低、生存压力大的困境愈发明显，曾经的“中华酷联”如今也只剩下华为一枝独秀。在这样的大环境下，让人不仅产生这样的疑问：小众手机品牌的未来到底在哪？

根据前不久市场调研机构IDC发布的2017年第三季度中国智能手机市场统计报告显示，中国智能手机市场出货量为1.147亿部，略高于第二季度，但低于去年同期，同比下降约为1%。IDC预计2017年全年中国智能手机出货量将低于去年整体水平。由此可见，国内智能手机市场增速正在逐渐放缓，比之去年更是有所下降。

而在国内市场逐渐趋于饱和的大环境下，消费者对智能手机品牌选择集中化趋势进一步增强。IDC数据显示，前五大智能手机厂商在中国市场的总份额为76.0%，较上年同期的65.2%增长10.8个百分点。前五的国产品牌中，华为、OPPO、小米第三季度的市场份额相较去年同期均有不同程度的增长，而vivo虽然较去年同期下降了0.2%，但与第二季度相比却增加了2%。可见，“强者愈强”的市场格局似乎已经成为定势。未来这一趋势恐怕会进一步凸显，小众手机品牌将面临更大的市场集中化的挑战与挤压，生存空间将越来越小。

一直以来，主打细分市场的小众手机品牌凭借各自的差异化优势，都有着自己忠实的用户群体。而就目前的情况来看，这些小众手机品牌们正逐渐丢弃“小而美”理念，向主流市场不断妥协。以锤子和一加这两个品牌为例，近段时间这两家厂商都发布了各自的新机坚果Pro 2和一加5T。以往锤子的产品往往自带“情怀”、“工匠精神”等标签，以不拘一格的外观设计博取了一部分用户的青睐。比如救锤子于“水深火热”之中的坚果Pro被称为“圆滑当道”时代的“锐利异类”，凭借有棱有角、割手感强烈的独特外观，坚果Pro成为锤子科技迄今为止卖的最好的一款产品，并获得颇为不错的用户口碑。而它的下代产品坚果Pro 2则要显得平庸些许，除了采用自称为“Almost全面屏”的全面屏设计之外，坚果Pro也融入了主流，变得“圆滑”了起来。可见如锤子、一加等的产品不断向主流市场妥协，在同质化程度日益加深的情况下恐怕难以再次形成差异化竞争优势。毕竟每一次的技术更迭，率先采用新技术的往往是那些领先的手机品牌，而这些规模略小的手机厂商受限于成本、技术、供应链等因素难以及时跟进，导致失去先机。

说到成本这方面，又不得不提如今的两个大趋势，消费升级和手机内部元器件成本涨价。正因为受此影响，目前部分国产手机厂商纷纷上探中高端，以寻求更高利润。如华为近年来发力高端，并已经取得不错的成效，在国内乃至全球高端市场逐步站稳脚跟。这对于华为等“大厂”来说或许是好事，对于小众手机品牌们来说却不一定。一方面，在手机内部元器件出现价格上涨和紧缺的情况下，对于资金能力、供应链把控力以及供应链议价话语权均相对不足的小众手机品牌们而言，其产能很可能会受到一定程度的限制，进一步加剧其销量压力。

另一方面，在消费升级的大趋势下，一线厂商如三星苹果华为等可以借助以往的品牌形象和过硬实力打造高溢价，为旗下手机产品进行提价。而小众手机品牌们由于品牌溢价不够高，又逐渐缺乏创新，失去核心竞争力，难以实现足够并有效的产品提价，进而导致“掉队”，回到中低端市场互相蚕食的局面。

综上所述，手机行业正在一轮轮的洗牌，在这样的市场规则中，摆在小众手机品牌们眼前的形势不容乐观，如果不能及时调整战略，其未来或许会更为艰难。

**思考题：**

1.结合案例和你了解的知识，以任意一家小众手机厂商为例，对其行业环境进行分析。

2. 结合4Ps理论，以任意一家小众手机厂商为例，为其产品制定营销策略。

参考答案：

1、首先说明竞争五力量模型，得4分（五力量中提到四个方面即可给满分）。结合案例从五力量的角度分别讨论，得4分。

如：

1. 行业内现有竞争对手（三星、苹果、华为、OPPO、小米、vivo、锤子、一加等公司都在不断推出新产品）
2. 潜在的加入者（如还有一些企业拟进入手机市场）
3. 替代品的生产者（电话手表、Pad等均能在一定程度上替代手机）
4. 讨价还价的供应者（手机内部元器件出现价格上涨和紧缺；资金能力、供应链把控力以及供应链议价话语权均相对不足）
5. 讨价还价的购买者（前五大智能手机厂商在中国市场的总份额为76.0%，消费者倾向于选择知名品牌的产品，很容易被价格或其他差异化优势吸引）

2、首先说明4Ps理论的内容（4分），然后从四个方面结合选择的小众手机厂商展开分析。（4分）

1. 产品（从质量、差异化特性、品牌、生命周期的角度）
2. 价格（定价的角度）
3. 分销渠道（开辟新的销售渠道，如自建网购商城、线下体验店等）
4. 促销（广告、销售促进、公关宣传等方面）