高2017届广一模六校优秀作文选编

**广东省六校联盟语文中心教研组 编**

**2017-03-29**

****

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **题目** | **学校** | **班级** | **姓名** | **得分** |
| 01 | **酒好也怕巷子深** | **东莞中学** | **高三（13）班** | **陈子立** | **51** |
| 02 | **走正确的创新之路，才能成功** | **东莞中学** | **高三（3）班** | **敖睿** | **52** |
| 03 | **抓住内核谋发展促创新** | **东莞中学** | **高三（13）班** | **肖彦青** | **51** |
| 04 | **不如小火炉炭炙** | **东莞中学** | **高三（14）班** | **王学斌** | **51** |
| 05 | **策略诚可贵，实力价更高** | **广州二中** | **高三（8）班** | **陈永豪** | **60** |
| 06 | **创新有道 关怀为先** | **广州二中** | **高三（18）班** | **李泽澜** | **56** |
| 07 | **从“骨架”入手，于宏观双赢** | **广州二中** | **高三（17）班** | **赵梓煜** | **56** |
| 08 | **锐意创新，逐潮前行** | **惠州一中** | **高三（8）班** | **李思妍** | **16.5+16.5+16.5=49.5** |
| 09 | **人性化创新，给冰冷的科技世界带来温暖** | **惠州一中** | **高三（25）班** | **钟源** | **16.5+16+16.5=49** |
| 10 | **创新当由内而始** | **惠州一中** | **高三（26）班** | **崔艺** | **17.5+18+18=53.5** |
| 11 | **在硬件研发上走创新路** | **惠州一中** | **高三（26）班** | **黄翱** | **19+19+16=54** |
| 12 | **在金属外壳中注入人文情怀** | **深圳实验学校** | **高三（4）班** | **卢竑奕** | **17.5+18+18=53.5** |
| 13 | **立足需求，精准定位** | **深圳实验学校** | **高三（10）班** | **梁欣然** | **17+17+18=52** |
| 14 | **创新应更注重“硬”实力** | **深圳实验学校** | **高三（11）班** | **张芷荧** | **17.5+17+16.5=51** |
| 15 | **创新终为人性化** | **深圳实验学校** | **高三（2）班** | **谢天** | **16+17+17=50** |
| 16 | **硬件研发成就企业发展** | **深圳实验学校** | **高三（6）班** | **张溢恒** | **16+17+17=50** |
| 17 | **硬件才是硬道理** | **深圳实验学校** | **高三（1）班** | **许涵** | **17+17+17=51** |
| 18 | **创新，硬件先行** | **深圳实验学校** | **高三（7）班** | **范朝阳** | **17+17+17=51** |
| 19 | **创新正道，从硬件始** | **中山纪中** | **高三（1）班** | **肖可文** | **54** |
| 20 | **智能手机更需人性温度** | **中山纪中** | **高三（22）班** | **黄征然** | **54** |
| 21 | **模式创新，精明选择** | **珠海一中** | **高三（7）班** | **黄泳茵** | **18+18+18=54** |
| 22 | **商业纷争，“质”者为王** | **珠海一中** | **高三（9）班** | **邓景升** | **18+18+18=54** |
| 23 | **手机竞争，硬件为真** | **珠海一中** | **高三（10）班** | **肖瑶** | **18+18+18=54** |
| 24 | **优化硬件，方为良策** | **珠海一中** | **高三（10）班** | **范茹** | **18+18+18=54** |

**【原题照登】**

阅读下面的材料，根据要求写一篇不少于800字的文章。（60分）

**目前，智能手机行业竞争日趋激烈，国内手机企业纷纷创新以求突破。甲企业致力于硬件的研发，制造性能更好的芯片、更薄的机身、更高像素的摄影头；乙企业着眼于软件的开发，设计更便捷的界面、更人性化的系统；丙企业专注于商业模式的更新，策划更新颖的营销方式、更有效的竞争策略。企业为求发展而积极创新的这些做法，引起了人们更关注、更深入的讨论和思考。**

要求：结合材料内容及含意，选好角度、确定立意，明确文体，自拟标题；不要套作，不得抄袭。

**【内涵解析】**

一、读懂材料

　　“目前，智能手机行业竞争日趋激烈，国内手机企业纷纷创新以求突破。”：“竞争激烈”是背景，告诉我们要在这样的背景下生存和发展。“国内手机企业”是材料写作的起点，也就是说，立论是从国内手机谈起；“纷纷”代表国内手机企业都能够敢于面对竞争；“创新以求突破”就是通过创新的手段，使得自己的产品越来越好，越来越适应时代要求，越来越具有超前意识，越来越具有竞争力；“突破”代表企业能够不断推出新的措施和新手段以及新产品，而且比原来做的更好，达到在竞争日趋激烈的背景下立于不败之地。

　　“甲企业致力于硬件的研发，制造性能更好的芯片、更薄的机身、更高像素的摄影头；乙企业着眼于软件的开发，设计更便捷的界面、更人性化的系统；丙企业专注于商业模式的更新，策划更新颖的营销方式、更有效的竞争策略。”甲乙丙三个手机企业的做法，实际上是举例说明，三个企业如何进行创新突破的，要求考生能从三个企业中概括提炼出各自的做法“关键词”，这是重中之重：甲企业的做法可以概括为“质量”，乙企业可以概括为“客户”，丙企业可以概括为“营销”。注意，在这三个企业的做法前有三个核心词“致力于”“着眼于”“专注于”。

　　以上材料，并没有说明，三个企业因为依靠这些手段取得了巨大的成功，但是，材料的倾向性已经告诉我们，这些企业会发展得越来越好。

　　“引起了人们更关注、更深入的讨论和思考。”“人们”可以直接理解为考生自己，“关注”“讨论”“思考”，请选择“讨论和思考”。意思是，讨论和思考这些做法是否正确，这是考生写作时必须旗帜鲜明地摆出自己的观点所在。

　　根据三个企业的做法，首先要厘清几个提炼出来的关键词：竞争、创新、质量、客户、营销。

　　再根据现代流行的思维：竞争是残酷的现实；创新是企业发展的灵魂；质量是企业立足的生命；客户是上帝，为客户着想是产品服务上帝的根本；营销手段是产品宣传的策略。

　　由此看来，这个材料的倾向性就更明显了：让考生赞同这三个企业的做法。

　　按照一个企业成功的标准，在创新的灵魂指引下，“质量”“客户”“营销”，这三者缺一不可，因此，审题时厘清三者的关系，就很容易把握材料的关键：写作的时候，在专注一点的时候，要涉及其他两点，特别注意的是，不能片面强调某一点而否定其他两个企业的做法。

　　思维延伸：三个企业的做法，是写作基点，由此可以类比延伸到所有的企业，甚至是所有的管理机构，包括国家机器。

**二、读懂要求**

　　“结合材料内容及含意”，本次作文与以往的作文要求一致。在近几年的作文要求里，常常出现“结合”和“综合”，二者的相同点都是不能脱离材料，不同点是：“结合”是不能脱离，“综合”是不能片面。

　　也就是说，立意的时候，“结合”就是可以结合三个企业做法谈创新，无论谈质量，谈服务客户，谈营销，只要扣住了“创新”，角度就没有高下优劣之分。“综合”就是三者兼顾，意思是三个各有优势又各有缺陷；只关注了企业做法角度，而没有扣住“创新”这个核心，不能算最佳角度，最高只能评为二类文。

　　本次作文，最佳的立意应该是从“综合”的角度思考。

**三、立意及拟题**

以上材料，并没有说明，三个企业因为依靠这些手段取得了巨大的成功，但是，材料的倾向性已经告诉我们，这些企业会发展得越来越好。

　　1.综合立意：拟题：利剑合璧，方能突围而出

　　2.质量：创新需要“硬”功夫；硬件才是硬道理

　　3.客户：要颜值，更要品质

　　4.营销：软硬兼施，产销并行

**广一模东莞中学优秀作文选**

**酒好也怕巷子深**

**东莞中学高三（13）班 陈子立 得分：51分**

面对越来越激烈的市场竞争，智能手机企业们开始分别在硬件、软件、商业模式上寻找创新的突破点。在笔者看来，这三种途径都是创新之举，然而，这其中，最值得认可与借鉴的，应是商业模式的创新。

中国有句老话：“酒好不怕巷子深”。然而，随着智能手机质量的普遍提高、智能手机功能模式渐趋一致，这句老话，恐怕已不能适用于竞争主体多元、日趋激烈的智能手机市场了。当下，商业模式的革新，更有望在这乱战当中为企业杀出一条路。

其实，在当今社会，不乏通过商业模式创新，取得一席之位的手机企业，小米公司便是最典型的例子。小米生产的手机，论硬件，比不过诺基亚；论软件，及不上苹果；即使是具有创新意味的独立米优系统，也没有为其开辟市场。那么，什么成就小米这一风靡全国的手机品牌呢？答案便是它创新的商业模式。

小米的营销策略主要有二。其一便是饥饿营销。新品上市，宣传过后，想买？请先抢购“F”码，或是申请，预约排队。这无形中提起了大众的好奇心与期望值，大众还会被其“断货”的现象诱导，增加购买。其二，便是卖情怀、卖理念。小米宣扬“国产手机的希望”“低价亲民”等理念，这种营销策略，扩大了小米的消费者基础。

小米舍弃了在硬件上求极致、在软件上做先锋、而是抓住了市场特点、把握了大众心理、在商业模式上进行革新，在竞争中站稳脚跟。

“人靠衣装马靠鞍”，新颖的营销方式、有效的竞争策略，是各行各业应对当今市场竞争的普适性方法。饮食店开通外卖服务、网上订单、汽车餐厅等已屡见不鲜；而连毛笔产业这样传统行业，也创新商业式，办毛笔文化体验活动、开设概念体验馆，将古老行业做得风生水起。可见，商业模式的革新有着奇妙的效果。

有人可能质疑，所谓“商业模式”，就是打幌子，化化妆，作表面工程。实际不然。应该指出的是，创新商业模式是通过正当方式，突出产品特点、迎合市场需求，从而增加消费者购买欲望，开辟市场的途径。可以说，它是精准的、科学的，是现代市场竞争之中必备的技能。

“酒好也怕巷子深”，质量提高固然要紧，创新商业模式更是王道。

【简评】**本文立意赞同商业模式创新，此立意有难度，但作者能挑战自己，写来殊为不易，以“小米”为例谈营销，以两句俗语来加强说理，兼及甲乙公司做法延伸类比其他产业，预设“打幌子”的质疑都是此材料作文较好的做法。**

走正确的创新之路，才能成功

**东莞中学高三（3）班 敖睿 得分：52分**

一个是靠机身取胜，一个又凭软件先行，另一个则试图从商业模式的更新寻求突破。三种创新之路，我认为乙企业开发软件才是真正走对了方向。

企业发展，创新不可或缺，但丙在商业模式上的创新绝不是正解。更好的营销方式或许在短期内对企业有所帮助，但核心技术不进步就难免被淘汰的命运，在我看来，技术最为重要，营销最次，丙的做法的确有些本末倒置。再来谈甲，硬件的创新，确实也是技术的创新，好的硬件也能给人带来便利，可惜，再强壮的身体也比不上明锐的思想，甲的创新路与乙比还是有些相形见绌。

乙企业的创新选择无疑是最为明智的。

从消费者的需求来看，软件极为重要，当今社会，科技经济高速发展。一方面，科技带来的虚拟世界更为完美的体验、而支撑这一虚拟世界的支柱是软件，是系统。人类是通过各式各样的数据规则构建起庞大的虚拟世界的。因此企业想给用户更好的体验需要从源头——软件、系统——下功夫。另一方面，经济高速发张，人们的生活品质提高，越来越追求高品质的享受。手机界面的美观，操作简单，人性化的系统，更能带给人们高品质的享受，而更薄的机身，更好的摄像头与之相比有些没有内涵。

从软件和硬件的关系看，软件的层次更高。再好的机身，再好的芯片，如果没有好的系统，软件，只是一副躯壳。好的硬件只有配有好的软件来指挥，才能发挥出其硬件的强大。譬如，你只有在运行软件的过程中才能体会到其芯片的好坏。所以说硬件的功效也是要以系统的指挥才能爆发更强的杀伤力。甲企业和乙企业就仿佛当年的诺基亚和苹果，谁的选择更明智，一眼便知。

企业间的创新之争，商业营销的创新只是小聪明，硬件和软件的开发，软件更具有优势。但我不会否认硬件的重要性，毕竟，再宏伟的虚拟世界和数字规则也要实体作为载体。若是硬件、软件双管齐下，无疑是最好的。

在我看来软件好比文化，偏重智力力创造。硬件则重在制造技术。一个企业需要智力创造才能走得更长远。中国不正像一个企业，我们拥有当前强大的制造即有了好的硬件。而未来，在文化软实力上，智力创新上更进一步，我们才会更强大。

创新，要选对道路，在无数的创新形式中，软件、系统的创新，才更具优势。

【简评】**本文立意明确，有与其他两家企业的权衡，分析说理，比喻说理都显得大气，从容，语言老练，质朴，、思考比较深入，有恰当的引申拓展，有辩证分析，分析把握很好，与一味的堆砌素材的作文相比，此文写法值得提倡。**

抓住内核谋发展促创新

**东莞中学高三（13）班 肖彦青 得分：51分**

凡高曾说：“美好作品的秘密在于其真实而诚挚的情感，情感主旨是作品的内核，它是外在的华丽语言，清晰结构所不能替代的。”与之相似，软件的开发是智能手机的内核，只有抓住这一内核，企业才能更好地促创新谋发展。

诚然，致力于硬件开发的甲企业能使手机拥有更好的外形、更实用的附加功能——摄影；致力于商业模式的丙企业能使手机营销方式更新颖，销量增加，这都对企业的发展创新有着重大作用，但是，唯有像乙企业这样抓住软件开发这一内核，打好根基，才能真正促使企业持续发展。

首先，从用户需求的角度看，用户选择手机一定最看重的是手机内部的界面与系统，因为这是关系到使用手机的便捷度的，关系到手机能否有序正常工作的。摄影功能我们不会每天使用，但手机系统的运作是每天都会进行的，不可或缺，因此更便捷的界面，更人性化的系统是区分手机品质的内核，是企业创新与发展的关键。

其次，从企业长远发展的角度看，软件的开发是最需求高素质人才和顶尖技术的，企业为了软件开发可能会完善薪酬鼓励机制，吸引更多高精尖人才，这对企业的长远发展十分有利。科学技术是创新的和活力，着眼于软件开发的企业，有了顶尖技术的内核支撑，怎能不更加健康的发展？

试想，假若没有了便捷、人性化的系统，人们打开手机时的心情怎么会愉悦？假若人们使用总是因死机而无法工作，再美的机型又有什么作用？假若企业只关注于营销和外形，没有抓住手机的内核，那么将难以真正抓住用户的心，难以真正掌握核心技术以谋发展。

如今，总有许多商家没能抓住内核谋发展，走的是偏路；有的商家致力于美丽的包装而忽视了商品本身，制成了“金玉其内，败絮其中”的恶果；有的商家致力于营销战略，总想打“价格战”，压低价格，抢占市场，最终造成失去客户的局面。我国现在正推动着供给侧结构性改革，面对人们的高端需求，企业需抓住内核，创新技术才能更好地发展。

新津春子曾说：“技近于道，用心做事最关键。”企业唯有用心设计出更便捷的界面，更人性化的系统，抓住了内核，才能走向谋发展的康庄大道。

【简评】**肖彦青同学的作文向来结构清晰。所有的“得分要素”都具备。本文开头就老老实实地提出论点，第二段就将三种创新的做法进行比较，表明选择赞同乙企业是“优中选优”。就算是材料并没有明确要求“优中选优”，这一段也做到了紧扣材料，简单地分析材料后强调自己的论点。接下来，条理清楚地分析赞同乙企业的原因，假设分析法运用得不错。结尾引用名言，再一次点题，也是中规中矩。这篇作文在东莞全市统一改卷和六校联改时都得51分，看来，绝大多数老师还是认可这种作文的。**

不如小火炉炭炙

**东莞中学高三（14）班 王学斌 得分：51分**

手机行业犹似一口拼命煮粥的熔炉，热火朝天。其中搏杀惨烈，求粥之僧虽多，仍是浪费不少米谷。有人发力硬件，以高精尖为旌旗；也有人侧重营销，口号喊得响亮——但私以为，猛火焙烧或更换碗碟，较于专注软件的小炉炭炙，火候仍是差了点。无他，以匠心巧手以栖人心者，至精至诚。

智能手机战场自脱离了键盘时代的桎梧，便是暗浪翻涌。发展至今，手机性能实已严重过剩，倘若只在追求更高配置的险路中走火入魔，猛火煎烧的粥便只余焦糊，惹人生厌——手机再强大只是工具，是解决问题、提供便利的通信方案，运行速度纵然行云流水，若操作繁琐悖于习惯，也不过是以牛刀戮鸡头，浪费产能更浪费时间；显然，在保证一定性能的前提下，对软件精雕细琢，为用户提供更明朗、更快捷的操作体验，细炖慢煮更贴近人心。

毕竟，人非冷冰冰的机器，不需要过于花哨的繁纷运算彰显高人一等，而要求在通信上得到切切实实的优化体验，才有闲余领略世界万千、不必囿于复杂繁琐中焦头烂额。

苏子《水龙吟》词云：“春色三分，二分尘土，一分流水。”固然，美景因流水雕饰更显澄明剔透，但那朴素凡尘，才是春色至纯之处。犹似手机之争，苦诣营销也真能博得目光聚集。可烹粥岂有以杯盘精美定优劣之理？一旦拆除浮嚣的皮肉，空空如也的骨髓只是得无所用。唯有精心熬制，不减心血，才是根本。即使代言明星满天飞，名号响彻穹宇，若手机素质平平，仍敌不过注重人性化的踏实，那才是本末不倒，有板有眼。沉下心来，以“近人情”的软件施以温度与关怀，不更能打动人心么？

且观四荒六合，人有七情六欲而独行于世，虽彳亍而不倒覆。唯以细微处渗透人心，才是无坚不摧之力。孔曰成仁孟曰取义，太白揽月投水长眠，永叔颓醉众民之间，皆由真心，熠熠生辉。手机混战，理亦如此。只致力硬件开发，是将用户感受冰冷化，高歌猛进却稍嫌不近人情；专注于新颖营销，是将用户体验边缘化，空有噱头却易树倒猕狲散；唯着眼于软件开发者，认清手机本质不过一工具耳，主体在人而甘愿俯首打磨，必将取胜——手机，自然是挑“好用”的。

西风凋碧树极尽凄婉之能事，沧浪濯缨豪迈奔放有余，在我看来犹不及绿蚁新焙酒、红泥小火炉的人情味。唯有专注于人，将心比心，悠然炙炭的小火炉才更能受人追捧，令人倾慕。

【简评】**本文对材料的核心把握精准，把论证中心放在“软件开发”上，采用比喻的论证手法，首先把“手机行业”比喻成“一口拼命煮粥的熔炉”那么“软件开发”则被喻为“小炉炭炙”。然后将“硬件研发”和“商业模式更新”与之相较，得出“软件开发”之优势。其中采用比喻、引用等多种论证方法，语言自由恣肆，独具一格。当然，文章的也存在着一定的问题，即只囿于甲乙丙三种做法的比较，没有进行更深层次的社会或哲学层面的思考。再者，表较中重在对“硬件研发”和“商业模式更新”两种创新方式不足的论述，缺少了对“软件开发”优势的说明，又为憾事。**

**广一模广州二中优秀作文**

策略诚可贵，实力价更高

**广州二中高三（8）班 陈永豪 得分：60分**

三家手机在新的竞争中都下苦工创新。甲、乙企业致力于提高产品实力，在硬件、软件方面苦心钻研，而丙企业却剑走偏锋，欲在营销策略上寻找出路。而在我看来，只有甲、乙企业着力提高自身产品实力，提高质量才是真“门道”，后者注重的营销策略只会是旁门左道，或许能在竞争的浪潮中逞一时之利，却难在时代长河中保留，而被淘汰。策略诚可贵，实力价更高。

在营销策略寻求突破，不如注重于自身的实力。甲、乙企业所注重的：更薄机身、更清晰的摄像头、更快捷的运行系统不正是我们消费者日常所注重的吗？设想，一台价格低廉，广告词新颖的手机和一台口碑极好的手机在你眼前，你会如何抉择？显然是后者，在这个众声喧哗、标签化的时代里，身边亲友的“用户体验”恐怕要比广告词让人信服。自身实力的提高代表着用户体验的优化，这一切都是无形中的招牌。你若盛开，蝴蝶自来，产品优越，自会受到消费者的喜爱。

注重于自身实力的提升，是最好的策略。中国的华为集团，打造出了中国手机的品牌。它能在外国洋品牌中突围而出，毫无疑问凭借的是其优越的产品质量和性能。反观当下，闹得火热的“三星”爆炸案，便是因为三星集团为其策略需要，强行发售产品质量不过关的手机，导致如今声名狼藉，得不偿失。

也许有人会说：“在现代社会中，营销的策略与智慧给无数企业带来了兴盛，注重商业模式的更新，复何谬哉？”诚然，互联网等媒体为靠营销取胜的企业提供了机会，但深思其中，完成一个产品，最终到达消费者手中，产品的质量似乎才更是重中之重。做人亦然，只有待自身实力提高，将身上的缺点磨平，才能成为一块璞玉。一味地注重营销，最终只能在源源不断，永不停歇的竞争中被淘汰。

正如《大国工匠》中所说：只有质量，只有朴实的实力才是匠人所注重的。注重实力，注重质量才是当今提倡的工匠精神的内核。策略诚可贵，实力价更高，以策略为辅，以实力为主才是真正可取的创新精神。

创新有道 关怀为先

**广州二中高三（18）班李泽澜 得分：56分**

三种创新，三种选择，孰优孰劣？甲企业追求技术的先进，却忽视了技术的用户体验，何以将技术服务于大众？丙企业专注模式的更新，却忽视了产品的质量与要求，何以维系长久的用户？依笔者之见，创新的方式是多样的，但创新最终的目的是要回归于人，服务于人，因为乙企业专注于人性化服务方为创新正道。

软件的创新有助于消弭技术与用户的鸿沟，架起技术广泛传播应用的桥梁。在当代科技高度发达的时代，各种技术登峰造极，我们拥有更高清的像素，图像中的每一个细节都能被捕捉到。可是，对于只是生活中用相机记录美好瞬间的普罗大众来说，我们需要的不仅是像素，而是能让我们更好拍照的软件。“美图秀秀”的产生，使更多人优化了自己的容颜，“秒拍”的出现，使视频传递更加快捷。所以，当技术创新的同时，软件也能紧跟步伐，技术创新的价值才得以充分地实现。

软件创新的背后体现了对人的关怀与体贴，使用户感受到了来自设计者的脉脉温情。在技术快速发展，产品横空出世的时代，许多技术仍是粗糙的，未经修饰与打磨。如李安创新电影的拍摄技术，使电影更加清晰，却让观众分散了对情节本身的注意。而真正被称作优秀的创新，一定是蕴含着设计者对用户的将心比心的深厚关切。如苹果手机，在研发时经数年调研，不断改进产品以提高用户的消费体验，最终深受用户喜爱。如佳能相机，专注于用户的感受，尽量缩小机身，使相机轻便快捷。如今科技能走入寻常百姓家的，无不是轻巧便捷之物。

创新只是一种手段，回归于人，服务于人才是创新的目的。李世石被“阿尔法狗”打败之事引起众人恐慌，担忧者认为科技将在未来超越人类。但科技在最初就是为了造福人类，蒸汽机提高了生产力，汽车方便了人们出行，手机便捷了人类通讯。所以无论科技如何发展，终究是以人为出发点，最终回归于人本身。软件的创新就是从人本身出发，思考科技如何更好地服务于人，所以它符合技术的出发点与归宿。

创新有道，关怀为先。创新不应只是创新，更应加入对人的关照，技术也不应只是技术，而应更好地运用于生活。

从“骨架”入手，于宏观双赢

**广州二中高三（17）班 赵梓煜 得分：56分**

三式创新，一个目的，谁与争锋？

智能手机行业的发展，催生了国内手机企业从硬件、软件、模式三种不同维度的创新热潮。硬件创新“硬”在性能，如一剂强力药，以创新之手安装更“酷”的机型。软件创新“软”在人文，如一剂中草药，以创新之心安置更“暖”的界面；而模式创新则“胜”在策略，以创新思维创造手机行业突破之“东风”，不失为大众所认可，以求“利润”“口碑”双赢。我且认为，行业创新，应从模式更新入手。

顺应时代潮流，战略方为前提。制定正确的经营战略是企业生存和发展的方向保证。模式更新看似形而上地脱离硬件、软件的及时更新，但它却是最顺应时代潮流的浪花，从营销上开辟更为隐蔽但广阔的市场，通过市场信息即使更改竞争战略，似一智者，在不为人知的竞争战场后指点取胜的江山。华为公司便成功地履行了中国“智慧行业”的责任，于润物细无声处挖掘印度、东南亚的国际市场，用战略王牌在以欧美品牌强霸的手机市场上成功打开了缺口，实现企业的利润、口碑双赢。

模式的更新，是企业骨架建构的桥梁。如果说硬件为手机注入了流淌的性能热血，软件为手机安好了坚实可观的器官，那么商业模式的创新就是行业的骨架。有则立，无则废。通过思索、策划、有效组织、实践，这种于宏观建构企业骨架的方式有助于把握企业与市场的客观联系，从而避免了一味迎合广大消费者对软件、硬件的需求而造成的定位迷失，以及盲目竞争引发的行业活力缺失。典型的失败者“诺基亚”便是盲从大众短时内渴望拥有经久不衰的需要以致造成企业核心骨架磨蚀，被时代吞噬的后果。

以不变应万变，以一略敌万略。企业生存发展的策略是从宏观上分析企业经营方向的结晶。它凝聚着对过往失败教训亦或成功经验的总结，包含着实践对于发展的验证，实应为手机行业创新所重视的环节。模式诚信，是对企业内部净化与重组；而非外部的粗暴更改。苹果公司在生产扩大的利润驱使下，通过短期内升级换代来吸引长期消费者的盲目追随。但这种缺乏经营模式和人文内核的技术输出、产业输出必将成为陨落的市场之星。故曰，企业之创新，除了胜在利润、占比、份额，还应俯下身来推究创新本质，制定灵活应时代瞬息万变的方略，才能打赢市场与人心的持久战。

从骨架入手，于宏观双赢。愿当代国内手机企业能立稳脚跟，从生存之道中领略创新真谛，借模式创新之东风，乘发展万里路，破长远万里阵。

**广一模惠州一中优秀作文选**

锐意创新，逐潮前行

**惠州一中高三（8）班李思妍**

**得分：16.5+16.5+16.5=49.5分**

“生活如逆水行舟，不进则退。”当时代的一波波浪潮呼啸而至，唯有开拓进取，锐意创新，才是斩开狂浪的巨刃，摸索涵洞的烈炬，逐潮前行的胜利凯歌。

当汹涌的狂潮拍向智能手机行业之时，手机行业竞争日益激烈之际，国内的甲乙丙企业没有选择坐以待毙，而是纷纷在硬件软件与营销方面另辟蹊径，在不同方面埋首掘路，辟出了企业的生存之道，发展之道。企业的这些做法，体现了创新之于企业的重要性，创新之于时代浪潮的砥柱作用。

前有柯达破产，后有诺基亚被收购，一批批倒伏在狂潮中的企业以血淋淋的教训彰示创新的急迫；天猫运营商腾空而起，顺丰速递业蒸蒸日上，这些浪潮中屹立不倒的企业同时也在以金灿灿的成就宣告创新的意义。“创新”从来就是企业致富的不二门路，抱残守缺，止步不前的企业终究被击倒，只有锐意创新的企业才能在竞争中开辟一席之地。纵观古今企业家的成功经验，开拓进取，创新都是他们离不开的宝典。李嘉诚、李开复、马云等万人钦羡的企业家，无不是积极踏着时代潮头，创新进取的弄潮儿，创新对企业至关重要的作用也得以显现。

甲乙丙企业的经验为国内企业的竞争与发展也提供了重要的借鉴。在时代浪潮中，我国制造业的企业要如何保有一席之地，不为狂潮冲倒？唯一的出路就是锐意创新，无论是硬实力还是软实力，都值得企业去深思和挖掘。为求发展，创新必是脱不开的一条路。而甲乙丙企业的多样化发展，更是为国内企业提供了多样化的创新思路。

如今中国正在由制造大国向制造强国转型，经济全球化的浪潮也一次又一次地冲击、拍打着国内市场。在这转型的阵痛期中，我们很高兴地看到滴滴、摩拜等走在时代前沿的运营商腾空而出，一批又一批的创新成果由中关村走出国门，走向世界，花样百出的运营模式，多样发展的创新技术，无不在吸引我们的眼球，昭示着中国企业的抗争与搏击。

只有站在时代的潮头，锐意创新，拾浪而上，中国企业才能获得长足的发展，我们期望，时代狂浪退下，创新之苗遍地开花，越来越多的中国企业能够屹立不倒，越来越多的企业可以迎浪高歌，逐潮前行。

人性化创新，给冰冷的科技世界带来温暖

**惠州一中高三（25）班钟源**

**得分：16.5+16+16.5=49分**

追求硬件的极致，开发人性化的系统，提出更有效的策略，面对日趋激烈的竞争，各大企业八仙过海，各显神通，而我独赞那着眼于人性化系统创新的企业，因为今日科技的世界需要更多的人性关怀，它带来了人性化的暖阳。

在三种选择中，致力于人性化的软件创新最有前景，后劲更足。一味地追求硬件的极致，看似吸引消费者，实则与大众消费需求南辕北辙。高级的硬件设置无可避免地带来高昂的价格，在中低端市场中，这样的企业无生存空间。面对新兴消费阶级“物美价廉质优”的观念，这样的企业难以长久存活；再看一味对商业模式创新的企业，不思考如何提升自己产品的质量本身，只能是外强中干，难以赢得消费者长久的青睐；而致力于人性化的公司，它的产品硬件可能略逊一筹，它的营销策略可能略有瑕疵，但它最能迎合大众的观念，最可能持续地发展，因为它给冰冷的科技世界带来一丝暖意，给枯燥的生活带来光彩。

科技世界需要人文关怀，而不注重“人”的，必将被历史巨浪鲸吞。正如评论家言“乔布斯的墓碑立在科技与人文的十字路口，凝望着我们”，乔布斯是苹果帝国的创立者，而他也是将人文关怀带入科技世界的第一人。缘于他，我们的电脑上才有了多变的字体，缘于他，手机世界不再冰冷而呆板，也正是缘于他，真正意义上的“智能手机”的时代轰然而至。他研发的苹果手机，硬件配置不比同时代的手机高，营销策略也没有多么高明，却一炮而红，将囿于过去的诺基亚踢下神坛，成为霸主，靠的是极为便捷与人性的系统，而乔布斯为此不知付出多少心血。如今，他已驾鹤西去，苹果仍屹立不倒，正是因对他人文精神的传承，由此可见，注重人文的创新，竞争力最强，可持续性亦为最高。

诚然，追求更强的硬件，最佳的策略有他们自己的益处，可这些都是利剑，蕴然于中的系统才是思想。拿破仑曾言：“长远来看，利剑总是败于思想。”可如果让利剑与盾牌武装思想，这些企业才能所向披靡。

对不断创新发展的我国来说也是如此，唯有以人为根本的国家方能真正高速持续地发展。

这人性化的创新，犹如冬日中的暖阳，将阳光洒在人们的脸颊上，犹如炽热的火焰，为前进送去持久的动力。

创新当由内而始

**惠州一中高三（26）班崔艺**

**得分：17.5+18+18=53.5分**

放眼当今世界数字化行业、智能行业，发展当真一日千里，其迅猛虽乘奔御风不以疾也。各企业纷纷如履薄冰，创新求存、创新求生，而于创新重点各有所异。甲企业重硬件研发、乙企业重软件升级，丙企业则重商业模式变革。于我观之，创新却当自内而始，方真正“焕发新生”。

何为内？何为外？于制造型企业来说，高新技术为内，而营销手段，竞争策略为外；硬件软件为内，而外型外壳为外。若要创新则应自内而外，如格力空调宣传语“格力空调，掌握核心科技。”即恰恰抓住重中重矣，而一个企业内部的创新，又可作为最有说服力的竞争利器，善加运用，何愁市场？此之谓由内及外。

虽然重外轻内的创新难免不智，如一包装妖娆夺目的美女，若举止粗鲁言行荒谬，也只能贻笑大方而已，然而不能否认的是产品营销为夺占市场的重要一环。苹果手机创始人乔布斯与马斯克就以产品发布的精益求精著称，从灯光亮睛、出现快慢到舞台效果无一不执著于完美，人皆称乔布斯将产品发布会做成了艺术，此等营销手段一来彰显公司态度，二又夺人眼球，颇值得学习。

然而终究不能忽略的是，外在的骄傲需有内在的支撑，离了手机独树一帜的界面系统、凝聚顶尖科技与新材料的硬件，一切都无从谈起。华为作为国产手机的代表，专注于技术研发，这才是企业应沿续之路径，需知广大的消费者群体拥有着二十一世纪的消费观念，耳聪目明，绝非可愚弄之辈。购买手机时，人们首先考虑的是产品性能，其次才是外在，由此观之，甲、乙企业可谓找准创新重点。

若为企业计深远，则必技术优先。德国工业和提出智能制造重点，而美国也提出以“智能”实现“再工业化”。2017年的企业应清楚意识到，我们正处于科技大爆炸前夜，制造业的转型浪潮正席卷而来，技术革命或将在不远的明天突然降临，使各行业发展里指数级递增！此刻，可谓手机智能行业面临前所未有的机遇和挑战，创新内在方为正途，创新外在，坐以待毙！

智能企业，山雨未来风满楼，每个软件、硬件的创新都指引着一个截然不同的未来。创新，自内而始，莫等他日被行业远远弃下，再叹糊涂！

在硬件研发上走创新路

**惠州一中高三（26）班黄翱**

**得分：19+19+16=54分**

随着社会支起“大众创业，万众创新”的双创大旗，在智能手机行业的竞争也日趋激烈。是如同甲企业般致力于硬件芯片的研发？还是如乙企业执着于软件的开发？还是如丙企业关注销售渠道的开辟？众说纷纭而莫衷一是，而我独以为，企业当在硬件研发上走好创新路。

不可否认的是，乙企业着眼于软件的开发，设计更人性化的系统，方便了消费者的使用，解决了诸多诉求。丙企业策划更新颖的营销方式，能让自己的产品特色更快被消费者所知，在市场上也具备不弱的竞争力，同样不可小觑。

但是，我还是认为，企业们当像甲企业这样，在硬件研发上走创新路。致力硬件本身的研发，是提升手机智能化程度的根本举措，是满足消费者的最本质需求；体现的是“打铁还需自身硬”的牢固强大的竞争力；还体现的是“始于不足见，终于不可及”的各项长远追求。只有致力于硬件的研发，芯片质量的提升，才能从根本上让电子产品更智能，更受消费购买者的青睐。

因此，是什么最吸引站消费者的眼球？

是乙企业的快捷界面，是丙企业的完美营销策略吗？非也。乙企业的界面服务虽是称心意，但没有强大内存硬件的支撑，也终不过是虚浮泡影，难敌甲企业扎实的硬件。丙企业的新颖营销方式虽是如枝头红花，皓空亮月博人眼球，但这花是镜中花，月是水中月，也终在甲企业的强大竞争力下而不堪一击。因此，投身硬件打造和芯片开发，才是对创新创业最本源的出发。

与乙企业软件系统的创新升级和丙企业营销方式策略上的创新相比，甲企业对硬件的研发和专攻自然要耗费更多的人力物力财力。但正所谓“慢工出细活”，没有对行业方向的专攻与付出，又怎能期待创新硕果涌泉般相报。我知道这条路难想也难走，但在这片“万众创新”的溪流中，企业所需的正是这般“板凳坐得十年冷”的研发执着与研发热情，在急躁的风气中坚守潜心开发的清高雅志。如此，方有更好的智能机出世，给万众更多可触可感的智能体验。

愿吾辈定性明心，恰当选择，态度执着，心有江河，在硬件研发上走好创新路。

**广一模深圳实验优秀作文选**

在金属外壳中注入人文情怀

**深圳实验学校高三（4）班卢竑奕**

**得分：17.5+18+18=53.5分**

随着科技的飞速发展，智能手机的功能、模式渐有趋同的走势，行业竞争日趋激烈，国内手机企业纷纷创新以求突破。有的企业致力于硬件的开发，追求更好的性能；有的企业着眼于软件的研发，意在获得更好的用户体验；还有的企业则专注于商业模式的更新，旨在用营销手段占领更大的市场份额。

在我看来，这三类创新思路各有千秋，都值得提倡，但材料中乙企业的做法，更贴近以人为本的精神理念，更具人文情怀，更值得推广。

智能手机诞生的初衷，是增进人们的沟通，使人们的生活更加便捷。然而，随着其功能的丰富，人们对于沟通交流的需求却反而弱化了：情绪低落时，音乐、游戏取代了朋友的安慰、陪伴；冰冷的信息替代了逢年过节时见面的嘘寒问暖……人情味似乎在当今的信息时代中日渐寡淡。

为手机添一点人情味，能让我们在金属世界中多一份温暖。如果我的手机能提醒我，我已经有多久没有和亲朋有一次通话，我已有多久沉浸在游戏中无法自拔，我对多少个传统节日漠不关心，我的体重又超出正常的IBM多少，我就可能会感觉到那金属外壳下来自设计者的温暖和一份关怀。

为手机增一点人性化，能让我们在发展的同时勿忘传统。中华民族乃礼仪之邦，我们的民族应该是世上最注重人的健康发展的民族之一。智能手机行业的突破，可以引领群众注意力，聚焦于我国优秀的传统，增进我们对传统文化的认识，在潜移默化之中，塑造人的性格。仁义礼智信的要求，可以由手机的人性化实现。

现在有许多人都追求到具人文情怀的名胜旅游，我想，这也是人们弥补心中某种缺失情感的一种方式吧！我也希望能常在古巷中徜徉，酒香氤氲了空气。整个巷子就似一坛古朴醇厚的酒，那回忆的味道就从泥封的裂缝中钻出来，我好像坐在藤萝架下听邻家的老人对他的孙子讲：“我爷爷小的时候……”然后回忆就这样醉了，醒来后我仍是钢筋水泥中的一只困兽，向往有温度的生活。

混凝土和各式金属构建起了都市人的生活，可我仍盼望在这冰冷框架下，能有一份温暖的情怀。

立足需求，精准定位

**深圳实验学校高三（10）班梁欣然**

**得分：17+17+18=52分**

面对日趋激烈的行业竞争，国内手机企业纷纷创新以求突破。甲企业致力于硬件的研发，乙企业着眼于软件的开发，而丙企业则专注于商业模式的更新。依我之见，乙企业的做法立足于消费者需求，确立创新的精准定位，在长期内更具竞争力。

诚然，甲企业制造性能更好的芯片、更薄的机身、更高像素的摄像头，优化了手机的软件设施；而丙企业策划了更新颖的营销方式、更有效的竞争策略，能让其更好地适应市场竞争。但乙企业的做法以消费者为本，并提高了自身实力，更应被提倡。

与甲企业相比，乙企业优化了用户体验，能让手机更好地满足人的需要。对于部分手机发烧友来说，他们更看重的或许是优质的芯片、更薄的机身和清晰的摄像头，但对于更多的普通消费者而言，智能手机仅仅是日常生活中的一个工具，不需要太过专业的配置和功能。因此，便捷的界面、人性化的系统显得更加重要。乙企业的做法不但能优化用户体验，而且能方便消费者的日常生活，满足消费者的需要。由此看来，乙企业的做法受众面更广，更具竞争力。

与丙企业相比，乙企业通过开发软件提升自身的实力，在长期内更有竞争力。丙企业的做法或许能在短期内使手机销量上升，但这并非可持续发展之策。正如当今国产手机的两大巨头——小米和华为。小米更重视营销策略，采取“饥饿营销”的方法，在最初的确掀起了“小米热潮”，但随着时间的推移，小米的发展显得有些后劲不足；而华为虽在最初不算起眼，但其不断开发软件，优化用户体验，最终实现了持续有效的发展。“酒香不怕巷子深”，倘若有真正出众的软件，树立良好的口碑，就算短期内乙企业的收益不及丙企业，乙企业也终将实现赶超。因此，乙企业的做法更有利于可持续发展。

为求发展而积极创新值得肯定，但只有制定正确的经营战略才能脱颖而出。乙企业立足于消费者的需求，设计更便捷的界面、更人性化的系统，拥有广阔的受众；同时，乙企业不断开发软件，通过自主创新提高自身实力，有利于推动企业的可持续发展。乙企业精准定位的做法是值得提倡的。

立足于消费者需求、提高自身实力，乙企业的做法体现了精准定位，在长期内更具竞争力。

创新应更注重“硬”实力

**深圳实验学校高三（11）班张芷荧**

**得分：17.5+17+16.5=51分**

面对智能手机行业日趋激烈的竞争态势，各个公司纷纷作出积极响应，提高自身竞争力。甲公司专注产品性能提升，乙企业更加注重客户使用体验，丙公司则着力革新商业模式，决心通过新颖的营销方式获得更大的利润。三种模式各有其侧重，但依笔者之见，基于核心科技的产品性能提升，才是企业拔得竞争头筹的最佳之道。

诚然，使用的舒适感、广告的营销宣传在消费者购买产品方面的影响日益加强，针对这种趋势，乙、丙企业顺应潮流，选择不同的创新道路无可厚非，但甲企业致力于硬件研发的选择，无论是在本企业的长远发展，还是推动本国制造业升级，乃至海外竞争方面，都更有不可比拟的优势。

“硬”实力，是企业发展的助推器。随着手机行业竞争的加剧，可供人们选择的手机品牌和型号越来越多。消费者在选择的时候，性价比是首要考虑的因素。消费者更多考虑的是产品的硬件设施、外观、核心配件是否与它的价格相匹配。一个更高像素的摄像头，能让人们随时随地记录下生活的精彩瞬间，而不用背着重重的单反出行；一块性能更好的芯片，能让各种软件的运行更加流畅、让手机的使用寿命增长，很大程度降低了售后维修的比例，给消费者提供更好的使用体验。企业在硬件方面作出的努力，在促进了手机销售的同时，也为自己积攒了良好的口碑，这将极大地助推了企业的长足发展。

“硬”实力，正为中国制造业所呼唤。无论是历史悠久的重工业还是现代的高精尖技术企业，中国制造似乎都面临着这样的一种窘境——因为缺乏技术实力，我们处于产业分工的下游，产品供给质量不过关造成国内市场萎缩，大量客源外流。而改善这种状况的根本之道，就是着力产品硬件研发，提高供给质量，让“中国制造”走向“中国质造”。虽然个体企业的导向作用是有限的，但倘若甲企业能坚持研发创新，定能在为自己奠定成功基石的同时，为其他同类型的企业起到良好的带头示范作用，进而促进中国全行业的转型发展。

“硬”实力，能为企业开辟更加广阔的海外市场。古人云：“世之奇伟、瑰怪、非常之观常在于险远，而人之所罕至焉。”抛开那些华而不实的广告营销，能将眼光放于长远利益、致力于产品硬件质量提升的企业实在少之又少。正是因为这条研发创新之路很长很远，并不会有广告营销等手段带来的那么明显的短期效益，才让“硬实力”更显难能可贵。华为公司广阔的海外市场和5G技术方案在世界范围内认可，不就是一个最好的范例吗？

企业创新固然应当立足整体统筹全局，但更应注重“硬”实力，只有这样，才能为多方的长足发展保驾护航！

创新终为人性化

**深圳实验学校高三（2）班谢天**

**得分：16+17+17=50分**

在智能手机的时代里，豪杰并起，群雄林立，各路公司的创新路线各有不同。然而前有工艺巨头诺基亚的黯然破产，后亦有“锤子”等性能不佳，徒靠营销的虚有其表。以我之见，智能手机企业若想“笑傲江湖”，还是得靠软件的创新——手机终为人所用，只有如乙企业般致力于使手机更人性化，才能最获大众青睐。

众所周知，“智”堪为智能手机之魂，其外在表现便是软件与系统的人性化和便捷。昔日，安卓系统横空出世，悍然击溃诺基亚的工艺帝国，开启了属于智能手机的新时代。这足见硬件之提升只是量变，软件的升级才是质变。君不见苹果手机独步天下，岂不正得益于其系统的简约化，人性化和安全么？所以，我不得不为乙公司的高瞻远瞩而赞叹，致力于研发人性化的软件系统，已使它的境界胜于其余公司。

同时，只有更人性化的系统才是企业长盛不衰的根本。匠心独具的营销模式或能博人眼球，可若缺少人性化的软件设计，声势浩大的营销就只是无根之水，失了活力。所以，将精力投入到软件开发里，就是把握了企业发展的源头所在。或许鲜有人了解苹果公司曾经两度衰落，究其衰落之因，竟都是因为其系统败给了微软的研发成果。当公众发现苹果的电子产品用起来不再顺手，无论其广告如何引人入胜，也毫不犹豫地该做了微软的忠实粉丝。而当乔布斯重新入主时，他将公司的大部分力量都投入到系统的研发里，并宣言“让顾客使用时超出自己的期待”。在这样以人为本的理念的指导下，苹果终于成为了手机界的常青树。于此来说，人性化的系统真乃企业长盛之本。

最后，我们亦无法否认，在数据时代，唯有新的软件和系统才是最有价值的创新。小至掌中的智能手机，大至挑战人类想象极限的人工智能，其创造的核心就在于创造新的软件，新的系统，甚至是一种新的思维方式，使之为人所用，进而改变世界。毫无疑问，当千千万万个如企业般的团体致力于新系统的研发时，当今的科技世界又将很快迎来它的跃迁。曾记得李开复说：“我要改变人们的生活方式，让世界因我不同。”是的，当以人为本的系统在世界普及，作为它创造者的企业和其中的每一个个体，都将释放出自己的光辉和价值，成为人类进步的贡献者。

创新终为人性化，与人方便，使人幸福，这应就是企业的最高情怀与终极追求。

硬件研发成就企业发展

**深圳实验学校高三（6）班张溢恒**

**得分：16+17+17=50分**

在智能手机行业竞争日趋激烈的今天，各个企业纷纷创新以求突破。甲企业致力于硬件研发，乙企业着眼于软件的开发。丙企业专注于商业模式的更新。这些做法引发了人们的讨论和思考。

诚然，有人认为乙企业开发新软件，设计更便捷的界面系统能够方便人们使用，提高运行效率。为使用者提供更加舒适的体验，不失为乙企业发展的良策。还有人认为丙企业通过商业模式的更新，竞争策略的制定能够拥有更多的购买者和使用者。在人数竞争上，丙企业占据优势赢得发展，但是我认为无论是先进的软件还是良好的商业模式，企业都应以拥有过硬的硬件设施为基础。倘若没有完善的芯片，如何领先市场？倘若没有更薄的机身如何给予使用者更舒适的体验？因此我认为甲企业的硬件研发才能真正成就企业发展。

就甲企业自身而言，硬件设施是一部智能手机的核心。甲企业紧紧抓住产品关键，在品质上倾注心血。制造性能更好的芯片，有助于提升手机的运行速度。特别是在如今信息量爆炸的时代，拥有强大的芯片能够快速处理各种信息，给使用者在最短时间内呈现最佳的阅读体验。更薄的机身易于携带，同时薄也减轻了手机的重量，让使用者既能够长时间使用又减轻了手的负担。更高像素的摄像头也让使用者更好地观察美、记录美。用摄像头拍下风景、拍下人文，成为最美好的回忆。甲企业的硬件研发给予了使用者物质和心灵的双重最佳体验。拥有此种创新理念，定能使甲企业从竞争中脱颖而出。

就整个产业及社会而言，甲企业所倡导的硬件研发，正培养出一批批大国工匠。如今激烈的竞争让太多企业为了追求眼前利益和短期发展，而在手机一些无关紧要的部分抑或是销售方案等上进行创新。为了发展进行的创新其初衷是好的，但若不把创新运用于手机核心部分品质的提升，则是益处不大的。甲企业朴素的硬件开发让许多大国工匠专注于芯片的研制，机身提升。让专注、持久的研发理念深入更多的企业，重回手机行业。

面对激烈竞争，我希望更多的企业通过硬件创新寻得更好的发展，走出一条坚实的发展之路。

硬件才是硬道理

**深圳实验学校高三（1）班许涵**

**得分：17+17+17=51分**

在当今风起云涌的手机市场中，几路企业的角逐与角力已近白热化，为此，各手机企业为抢占市场纷纷提出不同的创新战略。

诚然，手机需要市场、硬件、软件多方各齐头并进才可于市场中立于不败之地，但在这众多方面又有轻重之分。因此，我更加认同甲企业的战略方针。

硬件是根本，是核心竞争力。

著名经济学家亚当.斯密有言：人们只看到屋檐上华丽的大理石雕塑，却忘了深埋在地下的基石。这句话本是解释法治与道德的辩证关系的，但却也点出了软件与硬件的关系，软件固然能为手机增色不少，如同上屋檐上的大理石雕塑一般，将建筑装饰得美仑美奂，然而若是没有如同地基一般的硬件作为根本，再美丽的装饰也只是徒劳，再摄人心魄的美丽也不过是“无本之木”“无源之水”。只有打造好出色的硬件，才能以此作为支撑打造出优良的操作平台。毕竟华为手机的崛起与迅速走红，正是依靠强大的硬件作为支撑与保障才能使其不依赖于国外的核心技术，在硬件上获得了自主并最终在世界上与国外手机巨头争雄。因此，只有打造好硬件才能使接下来的一切成为“有源的活水”“有水的新木”。

过硬的硬件实力便是最好的营销手段。

俗话说：酒香不怕巷子深。甲企业竭力研发硬件便是在潜心“酿酒”。其实，不必锣鼓喧天，大张旗鼓地宣传，待到酒酿好的那一日，酒坛一开，必能香气扑鼻，引得四方的注目。反而，在没有过硬的硬件实力做支撑时，便为了宣传煞费苦心，一心想吸引更多的目光，到时，待到公众看清产品真面目之后，只怕得到的便只是几声唏嘘与满是失望的目光了。毕竟，雷声大雨点小的结局是为消费者所不齿的。因此，不必投入太多的心思到营销上，过硬的实力才是口碑的保证。

当然，甲企业也千万不要顾此失彼，只是着眼于硬件。想想当年红极一时的诺基亚便是前车之鉴，在着眼于硬件的同时，也要兼顾软件的发展。

一言以蔽之，硬件是基石的根本，请不要本末倒置。

创新，硬件先行

**深圳实验学校高三（7）班范朝阳**

**得分：17+17+17=51分**

目前智能手机飞速发展，国产手机厂商也纷纷创新以求突破。甲企业致力于开发更好的硬件设备，乙企业则着眼于软件的开发与系统的升级，而丙企业专注于优化更先进的商业模式。各家企业的方法都是为了提高品牌的效益，但我认为，相较于乙、丙，甲企业的做法更值得称道。

甲企业将开发的重心放在提升手机的工艺，可以称之为以“工匠精神”进行创新。新时代的人们对于审美的要求更上一层楼，故对于手机的造型会更加关注。因此顺应机身愈薄，电池容量愈大，棱角构造愈华美趋势的手机无不成功抓住了人们的眼光。更重要的时，优秀的硬件才是手机产业内竞争的核心力量。譬如说，注重网络媒体社交的年轻群体大部分中意自拍，在这种前提下，拥有更高像素的前置摄像头的手机便获得大卖；拥有大容量电池和一些辅助功能的手机对于一些长期在外工作的人帮助很大，也获得畅销。究其原因，硬件对于实用性的提升时最直接的。

诚然，系统及软件的优化也是非常重要的，钻研营销策略也确实可以提升销量。可是，仅仅依靠五花八门的软件做噱头是可以长久提升品牌效益的办法么？而研究商业模式又能真正为提高手机的质量有实质性的作用吗？答案是显而易见的。村上春树说过，每次去牛排馆时，点缀牛排的薯片固然好吃，可我去牛排馆终究是为了牛排而不是薯片。在某种意义上，手机也是一样的。苹果公司之所以能在智能手机方面占有庞大的市场份额，尽管与它前卫的经营策略和操作系统有密不可分的关系，但IPHONE典雅的造型和先进的设备才是这庞大商业帝国的顶梁柱。以硬件为立业之本，才可能拥有无垠的进步空间，不可能不断地创新，与时俱进。

国产手机终由硬件成就。虽然距离巨头的地位，我国智能手机企业还有许多要做，但工欲善其事，必先利其器。把握时代的进程，谨遵工匠精神，才能达到成功。虽然如此，仅靠硬件的提升并不能一步登天。只有将硬件的开发作为主要任务，辅以系统优化与营销模式的设计有机结合，才会取得桂冠。而国产手机，终由硬件成就，同时以广泛的创新和对品质的追求作为保障，激励产业的发展。

甲、乙、丙三家企业的策略终须取长补短。在倚靠优秀的商业模式的推广下，开发更人性化更便捷的操作系统和软件，最终以硬件作为技术核心的中国手机势必能让世界瞩目。硬件，终将带领中国手机取得成就。

**广一模中山纪念中学优秀作文**

创新正道，从硬件始

**中山纪念中学高三（1）班 肖可文 得分：54分**

当代智能手机市场竞争愈演愈烈，同时也推动了国内手机企业的创新狂潮。软件开发，诚能满足顾客消费需求，但一旦过时，只有被删除的宿命；新颖营销，固有益于开拓市场，但只注重簧鼓消费者，也难免遭淘汰。吾以为，只有过硬的硬件实力，方能在手机市场独占鳌头，称霸一方。创新正道，应从硬件始。

周国平曾言：“一切高贵的情感都羞于表白，一切深刻的体验都拙于言辞。”手机创新亦然，硬件的开发进步，一开始或许很难在市场中抢眼，但性能的优越，时间一长自然显露出来，它是支撑整个手机系统正常运行的根基。相比之下，软件丰富，变着法子营销的创新只不过是热烈表白，精于言辞的“锦上添花”罢了，难以举起“市场王者”的大旗。

在这个技术崇拜的时代，消费者所关注的不仅限于操作简便，广告创意，更注重的是手机的实用性。若只得金玉其外，无奈败絮其中，这样的产品又怎能得到消费者的长久青睐？前段日子，震惊海内外三星手机爆炸案中，也窥出了硬件漏洞的硬伤，使三星企业失去了中国市场销售巨头的地位。电池性能的硬伤，不止于使用方便的问题，更威胁到使用者的人身安全，在这样的现实面前，再好用的界面，再创意的营销都瞬间灰飞烟灭。由此观之，硬件创新才是一个企业生生不息的不竭源泉 ，不从此创新，又该从何而起呢？

郑渊洁也曾调侃：“这是一个理屈词富的时代，越是缺乏实力的人越是喋喋不休。”这句话中也折射出了如今手机市场的纷争窘态：花哨的产品不乏少数，但脚踏实地硬件优良的产品却不多。国内的华为就是这为数不多的脚踏实地者。华为注重技术研发，在国内沉潜多年后，一举抢占全球市场，分得一块大蛋糕。当然，软件开发， 营销策略测也并非就可有可无，轻如鸿毛，只是我们要先踩好脚下坚实的土地，才能拥有再云端舞蹈的资格。

手机创新，应遵从鲍勃迪伦的人生法则：“不眷外物纷扰，潜心自我提升。”硬件之创新，乃手机企业拓宽市场之不二法门，追求长远发展之治本良方。创新之道，理应登高自卑，抓住核心，从硬件始。

智能手机更需人性温度

**中山纪念中学高三（22）班 黄征然 得分：54分**

乔布斯的触屏设计开启了智能手机的时代，雷军的饥饿营销创造了小米产品的神话。如今智能手机行业风起云涌，不寻求创新，只会如同诺基亚一般被时代淘汰。智能手机推陈出新，对于消费者而言自然是再好不过，然而为了博得眼球作出的举措，稍有不慎，便成为了哗众取宠。所谓“不要因为走了太远，就忘记了为什么出发”，要想真正在智能手机行业脱颖而出，需撇清浮躁，方能回归本真。

进入21世纪，工业化和信息化的产物堆砌于我们的日常生活中，人性的温度在钢铁的世界中日渐丧失。但是我们不能忘了，所有的发明，其出发点都应在于给人提供更便捷的生活。它们的核心，是人。以人为本，制造出的产品需满足人的需求，用着舒心顺手才是最好，智能手机亦是如此。高级华丽的配置对于大多数人来说本无必要，却大大提升了产品的价格。如果派不上用场，再高精的技术也只是镀金的神像，徒有闪耀的表象，却无实际的功用。

对于智能手机过度的包装和营销也会扰乱人们的视野。纷杂的信息掩盖了产品本身的价值，过多的商业营销策略将人们的注意力吸引至了产品之外，反而让人们对于产品的认识更加模糊，是“乱花渐欲迷人眼”，将功夫花在了产品之外。这对于智能手机的发展也没有益处。

手机作为人们日常生活中必不可少的一部分，人性化的软件才应是其亮点所在。优秀的软件不会用、更新的系统不顺手，常常给大家带来烦恼。更多时候，我们嫌手机功能太多，让人困惑，反而增添了麻烦。苹果系列产品之所以能独领风骚，很重要的一点就是“好用”——iOS系统删繁就简，最大限度地考虑到用户体验，将不必要的功能删除，致力于提升常用软件的性能。这等人性化的措施，自然能是苹果公司的产品在世界范围内大受青睐。

智能手机行业的发展应当回归人性。即使是冰冷的电子产品，细枝末节处若是散发出设计者的心思，也能让人感受到温暖。一台手机拥有媲美专业相机的几百万像素也不能代替相机，如果连通话质量都不能保证，再高级的镜头也无法改变它不好用的事实；号称“四核”、“八核”的驱动，用不到一会儿就烫得握不住，再流畅也无济于事；本是为了方便而设计的轻薄机身，却没有提升电量续航能力，人们还是不得不背着沉重的充电宝满街跑。创新不应该徒有其。回归人性，才能让创新具有意义。

智能手机的发展离不开创新，创新的方式应着眼于提升产品人性温度，唯有如此，企业才能在日趋激烈的行业竞争中保有自己的立足之地。时间的浪潮终将冲去浮华，唯有保持本真，方能屹立不倒。

**广一模珠海一中优秀作文**

模式创新，精明选择

**珠海一中高三（7）班 黄泳茵**

**得分：18+18+18=54分**

在如今手机行业竞争激烈的时代，越来越多的公司选择创新以求突破，其创新的方向也各有不同。有的关注硬件，有的关注软件或是设计，而在我看来，那些选择创新商业模式、营销方式的公司是这个时代最精明的企业。

为什么说模式创新这是三者中最精明的选择？对于硬件——机身、内核、摄像头等，其性能已达到很高的水平，普通大众对于现代手机的硬件也已经十分满意了，况且就日常生活而言，更高的性能用处甚微，可谓无效性能。至于设计和软件，现阶段也进入了成熟期，软件功能的人性化程度也颇高。因此对于这些方面而言，要想取得突破，投入非常大，而成效未必与其成正比，其成果对普通消费者而言吸引力也不足。

反观当前的手机商业模式与营销方式，无非只有传统的实体店销售模式，面对面沟通的营销方式。或者是自网络出现以来的网上购机模式而已。相比于前两者，其开发难度低，前景广，成本也较前两者更低——只需要一个新想法。

至于模式创新的成效如何？其他行业提供的许多例子显示：一个点子，就可以牵动整个社会。觅海宝发起了“全球播主陪你逛”活动，通过直播网络红人的试用、购物过程来吸引消费者，并附上购买链接，用“看”来关联“买”，提供消费者虚拟购物的快感，而买的过程显得更为自然。当月，觅海宝及相关商家获利翻倍。圣罗兰口红“星辰”的百度搜索指数在两天时间内飙升十倍，“星辰”仅是经典口红的一次新演绎，圣罗兰将其馈赠给美妆博主，通过他们在网络上评论，将“星辰”秘密传播于大众。稍不留神就引发病毒式传播，圣罗兰作为轻奢产品也流入了广大民众的生活之中。由此可见，模式创新的成效之大。

诚然，硬件、软件以及设计也很重要，但就手机行业来看：苹果七代手机更新四核并添加二十多个功能仍遭爆冷门，其过简设计也引起了部分人的反感。不是说其创新成效不好，只是门槛已被搭得过高，欲在此求得突破实在是一件难事。

高尔基曾言：“保守是舒服的产物。”硬件、软件等创新是一个保险的选择，放弃保守的想法才是创新的途径，而选择模式创新就是一次另辟新径，就是这个时代下最精明的选择。

商业纷争，“质”者为王

**珠海一中高三（9）班 邓景升**

**得分：18+18+18=54分**

智能手机行业竞争日趋激烈，企业们有的忙于软件创新，有的忙于营销手段的创新。我认为，营销层面，产品质量的本身当放在首位，企业诚当致力于硬件研发的创新，当牢记：商业纷争中，乃“质”者当道。

时至乃今，智能手机成为人们生活中不可或缺的一部分。这也意味着，在智能手机的研发方面，有着广阔的前景，随之而来的，便是企业们的“纷争”。有的企业着眼于软件开发，设计更优化的系统，这固然是好，但前提是，要有足够的硬件条件方可承载软件的更新。有的企业专注于营销方式的创新，诚然，正确的营销方式可使销售事半功倍，但是，产品本身的质量是决定着自身的口碑的，一款难用的手机，就算跳楼价跳得头破血流，也无法赢得消费者的芳心。因此，这就是我选择以质为本的原因。

那么，为什么产品的质量当放到首要之位呢？

首先，质量是产品本身的、最根本的属性。一款手机耐用与否取决于其质量的好坏。使用手机时，消费者往往更多关注手机自身的性能，以及自我使用的舒适度，因此，在这个时候，质量、硬件本身就发挥了主要作用，它能让消费者感受到其制作的用心与否，感受本次消费的值与不值。

其次，保证质量是商家在销售过程中当坚守的最根本的道德。手机的质量包括许多方面，芯片、电池……这些硬件都关乎消费者的安全。以三星为例，其销售的手机屡屡发生电池爆炸事件，其严重危害到了消费者的安全，而其也失去了消费者的信任，如今，销售是质则失信。反观今年来的OPPO，它们着重发展硬件，譬如电池的创新，便有耳熟能详的“充电五分钟，通话两小时”的广告语，结果也很明显，近年来，其销售量也逐步上涨，成为新兴企业的代表。除了手机，其他产品亦是如此，其硬件的质量是商家们的照妖镜，我相信，坚守以质为本，为大众着想的企业，赢得的不仅是市场，还是人们的信任，道德的胜利。

当然，在尽心发展质量，保证硬件的创新的前提条件下，企业确实应当有偏向性地往软件创新、营销模式上进行研究。毕竟，企业商战的胜利因素是多方面的。

手机的战场也好，电视的沙场也罢，企业们应时刻坚守以质量创新为本。苹果公司沃兹有言：“软件系统是苹果的进升阶梯，而质量是我们的根基。”诚不我欺，商业纷争，“质”者为王。

手机竞争，硬件为真

**珠海一中高三（10）班肖瑶**

**得分：18+18+18=54分**

马云在演讲中称“实为上”，大呼企业“实在”为其根本。在日趋激烈的手机行业竞争的形形色色创新之举中，寻求发展的企业各出良策。而于笔者而言，硬件的改善正为手机行业中“实在的体现。故言；手机竞争，硬件为真。

现代社会日益科技化，手机在生活中已成为必不可少的随身品。由此可知，硬件设施上的创新与提高尤为重要。令人放心而实用的手机更能吸引大众的眼球。

首先，硬件即一部手机的基础，性能更好的硬件设备才能于形形色色的高科技产品中立足。“先是踏实，才有腾飞。”于手机而言，此类信息化的产物在日益普及化中应立场坚于根本，而硬件便成为其核心。若视其核心为土，便会再度造成“超级课程表”式的红一时却毁一旦。白岩松有言：“社会的激情只燃于一瞬间，若止不住一瞬间后泼下来的冷水，你会更不好受。”而硬件的强大正能若保护伞般止住倾注的冷水，让产品持续发出熠熠光辉。

更为重要的是，用户的手机使用倾向更趋于实用化，于是只有经久不衰的硬件才能与日益节奏加快的社会并肩而行，才是用户生活中真正所需。现代生活正似加速播放的幻灯片，一页页如一分一秒，转瞬即逝。而快节奏的生活正需要一份持久而有力的保障，于是在芸芸产品之中，人们会去选择硬件持久的产品，一则用得放心，二则也省去了常年更换手机的麻烦。世间于鸢飞戾天者而不鲜见，而其选择自是颇为实用的硬件创建者，如此硬件的获胜便可在手机市场中占据一块不小的地位。

与此同时，耐用的硬件也是企业稳重而不浮躁的体现，让购买者能给与最高的信任。企业的口碑无疑在竞争中极为重要，注重手机核心硬件改良的企业更能树立沉稳的形象，让大众敢于信任、易于信任。这对于经此之后企业的生存与发展起到了不可置疑的促进作用，有利于企业屹立于社会中而不倒。

企业总需给予购买者一个购买的理由、给予用户一个信任自己的理由。而由分析可知，企业对硬件方面的改进与创新着实可让企业在竞争中占据一席之地。

恰如一株屹立于社会狂风中的古木，扎实的根让它长存于浩然长风之中。

优化硬件，方为良策

**珠海一中高三（10）班 范茹**

**得分：18+18+18=54分**

当行业竞争日趋激烈，是选择给买家以直观的视觉冲击还是加大宣传力度？私以为，精美的界面不过是一时的喜爱，广告的作用也只能使之锋芒一时。要想在日新月异的今天站稳脚跟，企业应选优化硬件。

对于企业而言，理应高瞻远瞩。要知道，好高骛远最终只能一事无成。在《最好的匠人》中，一台湾名匠不惜将历时数天制作成的陶瓷悉数摔烂。他认为，只要不合意，就该毁灭，我们追求的应是高质量，是内在。那么，这里的陶瓷便如同手机，匠人追求的就是其硬件之完备了。为何企业对“硬件”关注得应更多呢？

塞尔赛曾言：“我们一旦成为了整体，便不只是为自己负责。”同理，企业的生产取决于买家。对顾客而言，硬件的优化是福音。有了性能更好的芯片、更薄的机身、更高像素的摄像头，对于使用不再限于虚有其表。当处理数据时手机能更快反应，取景留念时相片中的自己更加清晰动人，莫不是一大乐事？所以，企业应着眼于买家利益，切合实际地进行创新。由此观之，优化硬件，确为良策。

再者，稳步踏实的创造有助于业界风气之变好。试想，若企业纷纷以钱为出发点，只求高效益而不管产品如何，这个社会岂不乱套？一旦有企业带头，从产品硬件做起，方有后人仿效。古有云：“腹有诗书气自华”亦如此，关注内在，才是真本事，才有竞争时的一席之地。众多的“业界良心”向大家证明了人间有真情，使得更多企业“正其白”。

且企业对硬件的优化，能促使对该做法的制度出炉。广电总局要对各种影片进行甄选，政府亦会对企业进行一定的管理。当优化硬件成功时，政府会思考其他做法失败的原因，从而出台奖惩措施，给更多企业以鼓励。这样一来，我们不用担心良好的做法胡往而适之，我们可以让社会和谐竞争，推动进步长风浩荡！

优化硬件，于买家，乃乐事；于风气，乃幸事；于社会，与国家之发展，乃一大必要！

是曰：要问如何在竞争中立足，优化硬件，实为良策。