**2017年高三广一模深实优秀作文选编**

深圳实验学校高中部高三语文组  红树主人 编 2017-03-27

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **题目** | **班级** | **作者** | **得分** |
| **01** | **在金属外壳中注入人文情怀** | **高三（04）班** | **卢竑奕** | **17.5+18+18=53.5** |
| **02** | **着眼于软件开发实乃明智之举** | **高三（10）班** | **王铖钰** | **17+18+18＝53** |
| **03** | **立足需求，精准定位** | **高三（10）班** | **梁欣然** | **17+17+18=52** |
| **04** | **始于创新，成于人本** | **高三（10）班** | **支双双** | **18+17+17=52** |
| **05** | **以人为本赢面更大** | **高三（10）班** | **胡蓝月** | **17.5+17+16.5=51** |
| **06** | **创新应更注重“硬”实力** | **高三（11）班** | **张芷荧** | **17.5+17+16.5=51** |
| **07** | **特色创新值得推崇** | **高三（06）班** | **赵小雅** | **17+17+17=51** |
| **08** | **硬件才是硬道理** | **高三（01）班** | **许涵** | **17+17+17=51** |
| **09** | **积极创新实需点赞，多管齐下方显神威** | **高三（09）班** | **靳晟一** | **17+17+17=51** |
| **10** | **创新，硬件先行** | **高三（07）班** | **范朝阳** | **17+17+17=51** |
| **11** | **打造自己的金字招牌** | **高三（03）班** | **胡玥莹** | **17+17+17=51** |
| **12** | **科技与人文比翼齐飞** | **高三（02）班** | **应卓凡** | **17+17+16.5=50.5** |
| **13** | **品质铸造辉煌** | **高三（10）班** | **张紫涵** | **17+16+17=50** |
| **14** | **硬件研发成就企业发展** | **高三（06）班** | **张溢恒** | **16+17+17=50** |
| **15** | **创新终为人性化** | **高三（02）班** | **谢天** | **16+17+17=50** |
| **16** | **硬件创新才是硬道理** | **高三（10）班** | **麦咏欣** | **17+16.5+16.5=50** |
| **17** | **企业发展当以开发核心技术为先** | **高三（10）班** | **冯小原** | **16+17+17=50** |
| **18** | **智能手机：软件才是硬道理　得分** | **高三（06）班** | **成为** | **16+17.5+16.5=50** |
| **19** | **追求人性化理念，把握时代脉搏** | **高三（10）班** | **林思** | **17.5+16.5+16=50** |
| **20** | **创新，在人文关怀的照耀下** | **高三（11）班** | **胡靖妮** | **16+17+17=50** |
| **21** | **创新，用“硬实力”说话** | **高三（11）班** | **周思睿** | **17+16+17=50** |
| **22** | **软件创新中的人文情怀** | **高三（11）班** | **李可欣** | **17+16.5+16.5=50** |
| **23** | **企业创新，当以人为本** | **高三（01）班** | **陈一诺** | **16.5+16+17.5=50** |
| **24** | **以人为本赢天下** | **高三（04）班** | **黄绚瑀** | **17+17+16=50** |
| **25** | **注重人性，蓄力创新** | **高三（09）班** | **胡玥琛** | **16.5+16.5+17=50** |

【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，谈质量，谈服务客户，谈营销，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。

　　本次作文，最佳的立意应该是从“综合”的角度,紧扣“创新”“突破”去思考思考。

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

【佳作选登】

第01篇

在金属外壳中注入人文情怀

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。

第02篇

着眼于软件开发实乃明智之举

高三（10）班王铖钰　得分17+18+18＝53分

国内手机企业创新以求突破。甲企业致力于硬件研发，乙企业着眼于软件开发，丙企业专注于商业模式的更新。依我愚见，乙企业的做法最明智。

诚然，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、更高像素的摄像头，以优秀的手机质量来进行突破，的确有其过人之处。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，以最直接的方式在同类手机产品中脱颖而出，也有其可取之处。但我认为，乙企业的做法，才是明智的长久之策。

抛开表面，以质量为本。这里的质量，不仅指硬件质量，也指软件质量，且以软件质量更优。手机作为一种高科技产品，其更新换代的速度很快，而大部分的消费者也时常追赶潮流，快速地更换更好的手机。在这种情况下，手机硬件的质量就不是很重要了，谁会关心换掉的手机如果继续使用还能用多久？消费者们应该会关心在我的手机的使用期间我的手机好不好用吧。这时，软件的作用就凸显出来了。

着眼于软件开发，最大限度的满足消费者的个性化需求。随着科技的日新月异，人们的需求不断地被满足，与此同时，人们的胃口也越来越大。手机作为人们随身携带的智能终端，更像是一位侍从。而更快捷的界面，更人性化的系统就悄悄地通过贴心这一特点，抓住了消费者的心。随着生活节奏的不断加快，人们对细节的把握程度有所下降，而一个贴心的终端，能注意到你注意不到的东西，在你还没有说出想要的东西之前就把它送到你面前，它的便捷设计也能契合你的生活节奏，这样贴心的“侍从”又怎能不惹人怜爱呢？

着眼于软件开发，是走在了哲学的道路上。“我懂你”仿佛是不够的。乙企业的创新，是懂你不懂的你。苹果的研发人员不仅有科学家也有艺术家。充满了人文情怀的艺术家们通过发现内心深处的你来升华这种贴心，使得它的产品更具有竞争力。我想乙企业也应该是如此的。

试问，着眼于软件开发的乙企业的产品怎能让人不想它？因此，我认为，乙企业的做法才是最明智之举。

第03篇

立足需求，精准定位

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，实现精准定位，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。

第04篇

始于创新，成于人本

高三（10）班支双双　得分18+17+17=52分

抢购新机，令人成就满满；轻薄机身，令人耳目一新；界面流畅，令人神清气爽。智能手机行业激烈的竞争引发全行业不断创新突破，而各企业在创新的方向上却各有千秋。无论各种创新都能带动企业的发展，这毋庸置疑。但是，创新的落脚点更要以人为本。如乙企业般着眼于人性化软件开发，依笔者之见，更有利于持续发展。

研发高端硬件和更新营销手段都在一定程度上关注了用户心理，的确，流畅体验和舒适手感不可或缺，新奇款式和销量机型也很吸引眼球。只是，他们并无考虑到“顾客是上帝”的本质。现代人每天玩手机都在玩什么？不正是软件吗？智能手机行业更新换代太快，长江后浪推前浪，新鲜玩意儿层出不穷。鲜有人抨击诺基亚手机质量不好，可它还是被时间洪流无情淘汰了。小米公司将饥饿营销与大牌代言吹的天花乱坠，最终还不是落了个“坑钱”的坏名声？

研发关注用户需求的软件，好在其必然受到用户的欢迎。一时的流行难成经典，经典即万千用户检验后人人拥护的好产品。俗话说，留得青山在，不怕没柴烧。即使因为缺少营销，一开始无人问津，但随着市场不断洗礼，用户黏性加大，一款以人为本的优秀软件必然长存。当年一款个人独立制作的小游戏“flappybird”火爆网络，靠的是什么？制作者很好的把握了当代人消磨时间及攀岩心理的需求，把游戏做的短小精悍又困难十足。有了“用户需求”这座青山，众人自然争相“烧柴”。

研发关注用户需求的软件，更好在其用"以人为本"作为企业生生不息的动力。这种动力，不仅表现为销量的水涨船高，更深深地镌刻在企业精神文化的铭牌上。乔布斯说:"我希望顾客能只用一只手自如地操控苹果手机。"于是我们看到了小屏智能机在一时独领风骚，苹果也开创了新的智能机时代，吸引了大批"果粉"。人性化也从此成为苹果公司的核心理念，传承至今，献友好界面于顾客，使产品拥王牌口碑，立公司于世界之巅。

歌德曾说:"先要有伟大的人格，才能有伟大的风格。"观之社会，多少企业为博人眼球，以创新为噱头，生产出华而不实的产品，却忽略了最本质的人性化需求，很快都成了过眼云烟。在市场化浪潮中，能够坚守风格，不随波逐流的人文匠人，实为难能可贵。当下呼吁的"工匠精神"，不正是人们渴望企业回归人文关怀，专注用户体验的最佳写照吗？

对于企业发展，我们要坚信，它必然开始于创新动力，成就于以人为本。

第05篇

以人为本赢面更大

高三（10）班胡蓝月　得分17.5+17+16.5=51分

目前，国内手机企业纷纷创新以求突破，。甲企业致力于硬件开发；乙企业着眼于人性化的软件开发；丙企业则以创新营销方式为主。

诚然，甲企业的硬件开发是不可缺少的，丙企业的营销方式也值得学习，但是在我看来，以人为本的乙企业的赢面更大。

之所以乙企业的赢面更大，是因为它以人为本，比甲企业更懂消费者的目的。其实苹果手机与诺基亚的对比早已经揭示了这个道理。诺基亚的手机以摔不坏而闻名中国甚至世界，但是使用它的人却不多，这是为会么呢？因为苹果手机更人性化，更漂亮，能给消费者更好的手机体验。相反，诺基亚的牢固、像素高等优点就变得有些多余了。既然是卖给消费者的，就应该了解消费者的需求和目的，要站在手机使用者的角度去思考生产怎样的手机。所以，在智能手机行业竞争激烈的今天，理所当然的是设计人性化的系统的乙企业的赢面更大。

之所以乙企业的赢面更大，是因为它以人为本，比丙企业更懂得长远发展，“人无远虑，必有近忧。”这句话运用在手机行业也没有错。丙企业致力于策划更新的营销方式，更有效的竞争策略，这的确可以获得暂时的利益。但是，时间长了，如果手机的硬件和软件都跟不上时代，那消费者还会选择它吗？人们终有一天会厌恶这种落后的东西，到那时，恐怕连在智能手机行业进行竞争的机会都没有。丙企业若没有这种“远虑”，恐怕会面临“近忧”啊。相比之下，难道不是注重开发软件，注重设计更便捷的界面，更人性化的系统的乙企业更有一颗“远虑”之心，更懂得长远发展之道吗？

之所以乙企业的赢面更大，是因为它以人为本，，抓住了市场，面对13亿中国人，一个企业最重要的是什么？无疑是市场，长远的市场。以人为本，设计人性化的系统，这是乙公司最聪明之处，以人为本，人自然也会买账，消费者自然而然地会支持已乙公司，乙公司自然也就抓住了最重要的市场，因此看来，以人为本的乙公司，显然赢面是更大的。

手机为人而生，抓住了“人”这个理念，以人为本，长远发展，抓住市场，将会给乙公司带来巨大成功。

第06篇

创新应更注重“硬”实力

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，都有着不可比拟的优势。

“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！

第07篇

特色创新值得推崇

高三（6）班赵小雅　得分17+17+17=51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、乙、丙三家企业分别致力于硬件、软件、商业模式上的特色创新，引发了人们的思考与讨论。在我看来，三家企业之间没有谁更胜一筹，值得推崇的应是企业的特色创新思维。

创新是企业的灵魂，它是多角度的。甲企业致力于硬件质量的提升，重视基础的稳固，它的严谨细致能让更多消费者信服；乙企业体察用户感受，着力为用户打造更舒适的体验；丙企业专注于商业模式的更新，其实是以此来把握发展方向，做到心中有数，不”当局者迷”。这些都是能维持企业长久生命力的保障。企业能有各自的发散性思维，不亦步亦趋，值得赞许。由三家企业不同的创新做法可以看出一个企业要在激烈的竞争浪潮中站稳脚跟，必须要发展自己的特色产业。不求面面俱到，但求自身独特的品牌特色能在竞争中脱颖而出。“人无我有，人有我优”说的正是这个道理。

如果说创新是企业发展的不竭动力，那么特色创新当是企业在稳步发展中寻求自我突破的不二法门。每个企业在规划未来发展前景时都应具备这样的意识，即思考将自己的专长优势发挥到极致。一个企业若缺乏这样的思考，安于现状，故步自封，连创新都跟随他人的脚步，最终只能表现平平，甚至被淘汰。昔有马云以阿里巴巴开创了网络电商的先河，继他之后行业群雄并起，但阿里巴巴能如一面大旗，始终屹立不倒，想必也是在特色创新上下足了功夫。维持企业的竞争活力，特色创新功不可没。

特色创新有助于提高企业自信，企业要是能在某一方面有超越常人的优势，占据行业中数一数二的地位，其后的发展之路才能走得更平坦顺畅。

总有人想要求得成功“秘笈”，但我认为这一秘诀便是你主动积极地去寻求改变。同样的，企业若是想谋求自身突破，没有竞争策略的思考，不努力提升自身优势，是难以做出成就的。

第08篇

硬件才是硬道理

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。

第09篇

积极创新实需点赞，多管齐下方显神威

高三（9）班靳晟一　得分17+17+17=51分

目前，智能手机行业竞争激烈，国内手机企业为寻求发展纷纷采取了积极创新的做法以寻求瓶颈的突破，这种积极创新的做法在我看来实在需要点赞。

“问渠那得清如许，为有源头活水来。”在当今社会，“创新”便如同那源头处不断涌现的活水，只有不断地产出活水，才能保证整条渠的清澈。而只有不断地创新，才能保证整个企业不会沦为一潭死水在强烈的阳光下逐渐蒸发消失坐以待毙。面对着国内手机市场正饱受外来手机企业资源抢占技术领先等优势的冲击中，国内手机企业倘若想开辟一条生存之路，最好办法就是去创新，以新型的姿态去打败外企的种种优势。假如马云只局限于他阿里巴巴帝国辉煌的成就之中，就不会有今天一小时销售额上亿的淘宝的伟大壮举。唯有不断创新，才能使企业屹立于不倒的高峰，国内手机企业在这危机之时所采取的创新以求突破的做法，实为明智之举，值得点赞。

纵然创新有万般好处可能带来意料之外的收获，但盲目的、片面的创新无疑是加速一个企业的衰竭，等同于自掘坟墓。西谚云：“不要将所有的鸡蛋都放进同一个篮子里”，这句话既从一定角度提示了如何规避风险，又深一层次告诉了我们做一件事时应持有的态度。甲企业致力于硬件的研发，乙企业着眼于软件的开发，丙企业专注于商业模式的更新，这三种均属于创新的做法却可能达不到他们的预期的效果，仅仅注重某一方面并将绝大部分精力置于其中从而会导致其它方面的疏漏，带来事倍功半的结果。深圳自主研发的手机品牌小米，之所以能立足于激流勇进的手机市场，绝不只取决它在软件与硬件上的不断突破、开发创新型的“黑科技”，更重要的是小米企业在实现硬实力创新的同时，其售后服务营销手段等软实力也及时跟进创新，才成就了它今日的非凡。

依我之见，企业在应对激烈竞争市场的时候，应注重软硬实力的同时创新。毕竟，决定一个企业成败的，硬件与软件的与时俱进、不断人性化符合大众需求必然是关键因素，也是创新的重头所在；然而，再强大的硬实力也离不开软实力的指引，绝不做一个四肢发达头脑简单的企业；缺乏商业模式这一方面的创新的企业，也是站不住脚的。所以，我相信，在创新的基础上多管齐下，企业们定能在国内手机市场开辟出属于自己的一片天地。

第10篇

创新，硬件先行

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。

第11篇

打造自己的金字招牌

高三（3）班胡玥莹　得分17+17+17=51分

在各行各业竞争日趋激烈的在背景下，许多公司为求发展纷纷转向创新。由单纯的制造生产转向独立设计创造高附加值，不同的企业有着不同的方向。而依笔者之见，“万变不离其宗”，无论朝着哪个方向迈进，唯有突破前人窠臼，寻求原创与特色，打造属于自己的金字招牌方是出路。

“苟日新，日日新，又日新。”在日新月异的高科技行业也是如此。众所周知，逆水行舟，不进则退”，在当今创新发展的洪潮中，倘若墨守成规，固步自封，自然会遭到无情淘汰。甲、乙、丙三个公司分别着眼于硬件、软件、及商业模式进行创新，而尺有所短，寸有所长，此三者都是公司运营很重要的方面，很难分出谁高谁下。反而，三家公司利用自己的专属受众群，创造和谐共存的行业生态，甚至发展到三家公司联手合作，融合各家特长以提供更佳的使用体验，于公司乃至整个行业都大有禆益。

由此观之，发展自己的特长确是在如今竞争激烈的行业中做到出类拔萃尚佳出路，而在创新的大环境下，确实也不需要且不应该走前人老路，只有打造自己的核心竞争力才可“不流凡俗”。汉字八体中，欧阳洵的正楷雄健，王羲之的楷行兼秀，张旭的狂草飘逸，还有诸如柳公权、苏轼等各路书法名家，这些名家的碑刻书帖如大山一般挡在后来者眼前，让后来者望之弥高,心生敬畏而难以跨越。而郑板桥融合前人精华却不走前人旧路，而是创造了半楷半隶的“六分体”，独树一帜，令人稀奇。试想，倘若他择前人老路之一继承发展，也许仍然可以成为书法大师，但却没有那个独树一帜令人难忘的郑燮了。

如今人们青睐苹果的便捷系统，精妙配件，喜爱华为的高性价比与独立芯片，甚至于诺基亚的耐砸耐摔，续航时长，不仅仅是因为他们的手机多么快捷好用，更是因为符合自己需求和各类特色。他们的独特核心竞争力早已成为了一块金字招牌，为他们的产品打上辨识度高特点突出的各类“标签”，为消费者提供了分门别类更为便利的选择，打造出充满机遇的明亮前途。

行业竞争其实并不可怕，独立创新也不是万能出路，只有直面竞争，特色创新，塑造自己的核心竞争力，打造专属独家金字招牌，才能脱颖于洋洋诸多同类产品中，如一颗尖利的锥子从行业的皮袋中破出。

第12篇

科技与人文比翼齐飞

高三（2）班应卓凡　得分17+17+16.5=50.5分

在智能手机竞争激烈的角斗场，不同企业向不同方向发展寻求突破。有的致力于硬件研发，有的着眼软件的开发，有的注重商业模式的更新……在我看来，商业模式不论怎样改变，最终都要落足于产品，只有创新地完善产品软硬件的结合，让科技与人文比翼齐飞，方能在残酷的竞争中争得一席之地。

科技的研发与创新是竞争的基础。每一代革命性的技术都带来了商业模式的变革与对应软件发展的春天，甲公司的发展方向便立足于此。互联网的发展与线上支付的便捷使“小米式”的互联网营销大行其道，也使“共享单车”的蓬勃发展成为可能；苹果将“多点触控”引入市场，使全新的软件交互落入现实。可见对企业而言，把握科技的发展与应用是创新的重中之重。

然而，科技发展最终也是要为人服务的。手机的创新最终也要落到人机的交互体验上，一如乙公司在此领域的切磋琢磨。而这就离不开基于硬件之上的软件开发，及其中蕴含的对人与人文的关怀。科技，从学术界的科研，到工业中的应用，再到企业制造设计产品来到我们手中，以用户的体验的提升为最终目标与发展动力。乔布斯常在发布会的最后，放上著名的“科技与人文的十字路口”的图片，意指苹果在两方面都付诸巨大努力。正是苹果以产品体验与人文关怀为基足创新硬件的理念与实践，造就了一家常青的大企业与一代代优秀的产品。因此，软件应用层面的开发当是企业创新的立足点与发展点。

科技与人文关怀共同发展，并驾齐驱当是发展的趋势。不仅手机行业如此，任何行业都一样。任何行业发展的早期都是极客思维，黑客精神的天下。单纯追求技术极致的黑客精神在开拓新技术领域的行业发展早期有极大的竞争力。但随着行业标准与技术水平的日渐完善，能提供更好的用户体验与人文关怀的产品才更出类拔萃。这时，艺术家的思维，人文的思维又占据上风。《黑客与画家》一书中将程序猿类比为持笔创作的画家，这无疑也是对科技与人文融合的巧妙比喻。

基于科技，落于人文，让科技与人文比翼齐飞，人类整体的福祉也会因承载人文的科技创新而得以飞升。

第13篇

品质铸造辉煌

高三（10）班张紫涵　得分17+16+17=50分

在购买手机时，你会选择质量有保证的企业，还是便捷、人性化的企业，亦或是新颖独特的企业？三家公司纷纷给出了不同的方案。而在我看来，致力于硬件开发的甲公司企业最值得肯定，原因在于其坚持从质量出发，以品质铸造辉煌。

不可否认，乙企业便捷、人性化的系统设备满足了许多人个性化、多样化的需求。丙企业新颖独特的方案策略看上去也十分具有吸引力。但是，我还是最赞赏甲企业，只有致力于根本，脚踏实地，做出更高质量的产品才是关键。

古代，我国便是闻名海外的手工业大国，有“丝国”、“瓷国”等美称，还有沟通中西双方的丝绸之路。为什么我国古代手工业如此高超呢？这与我们高质量的手工业产品密不可分，每一件手工业品都是工匠们精心雕琢而成，它熔铸了工匠们的汗水与心血，这才造就了其令人叹服的品质。同理，甲企业致力于硬件的研发，便是做好质量这一关的体现，我认为，只有更好的芯片、更薄的机身、更高像素的摄影头、更耐用的功能，才能吸引更多的顾客前来购买。由此可见，甲企业抓住了品质这一重中之重，它可以赢得更多的青睐和好评。

当今，科技发展日新月异，智能手机竞争日益激烈，但只要我们细心观察，不难发现身边用苹果手机的人占大多数，这又是为什么呢？显而易见，苹果公司以其高质量著称于世，使用者也纷纷表示苹果手机用了好几年依然“灵敏”如初，这就可以看出质量对一个企业发展而言多么重要了。甲公司向苹果、华为等成功手机公司学习，坚持了以质量为先，这为甲公司在激烈的市场竞争中打下了坚实的根基，站稳了脚根，形成了无懈可击的优势，实在值得为其喝彩。

未来，智能手机的行业竞争必定是愈演愈烈的，要想在众多竞争对手中独树一帜，实现创新突破，必须以品质作为根本保证。习近平主席说：“不要让廉价的笑声、无低线的娱乐、无节操的垃圾淹没我们的生活。”虽然这句话是指文艺工作的发展，但在手机行业中也十分适用。我国的国产手机品牌并不缺少，但知名的、高质量的品牌却屈指可数，因此，“工匠精神”迫切需要得到实践，只有发扬光大“工匠精神”,注重产品的质量，增加有效供给，才可能实现长久持续的发展。甲公司坚持硬件研发，以质量为先，相信其在日后的创新过程中必定可以铸造辉煌。

万丈高楼平地起，脚踏实地才是真。甲公司的创新方案值得学习借鉴，这也告诉我们，只有高品质，才能铸就最后的辉煌。

第14篇

硬件研发成就企业发展

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。

第15篇

创新终为人性化

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。

第16篇

硬件创新才是硬道理

高三（10）班麦咏欣 得分17+16.5+16.5=50分

目前，国内手机企业以创新求突破。甲企业致力硬件研发，乙企业着眼软件开发，丙企业专注商业模式更新。其中，我更赞成甲企业的做法。

诚然，软件的开发与商业模式的更新皆有助于增加智能手机的销售量。但我认为，硬件研发是手机创新的根本，其因有三。

从使用方面看。硬件决定了手机的品质。

使用手机时，最为关键的是手机运行是否流畅、手机功能是否齐全。而硬件，则是其中之关键。性能好的芯片，能带给人流畅的使用感。随着如今市面上手机越来越多，程序越来越令人眼花缭乱，“流畅”越来越成为当今注重实用与品质的年轻人的关注重点。对实用性的追求，对品质的要求，是硬件创新的原因，也是手机创新的目标，

从企业方面看，硬件是企业立稳的关键。

硬件中的芯片是手机的核心。相对于软件开发及商业模式更新，芯片的研发往往更耗时，也更卖力不讨好。但只有将核心技术掌握住，将芯片研发好，才能不受人所制，固自家企业之本。一如华为ie，从默默无闻的公司到与苹果、三星公司三分天下的企业、再到如今市场销售占有量的佼佼者，它的身后，是公司不竭的创新；而创新之关键，是它孜孜不倦的研发芯片。终于，“麒麟芯”的出现，标志着华为自主研发芯片的成功，也成为华为公司立稳的根本。

硬件创新是当今时代的呼唤。

随着国家“大众创业、万众创新”战略的推动，硬件创新将成为时代发展的趋势。而供给侧改革的需求，也意味着硬件创新的重要性。丙企业策划新颖的营销方式、有效的竞争策略，这些都只是需求方面的改革，在如今供给侧改革的大势下，会降低丙企业创新的竞争力。乙企业着眼的便捷的界面、人性化的系统是供给侧的一部分，但其可替代性及淘汰性很强。硬件创新是手机创新的最好选择。

在如今这个日新月异的时代里，为创新可立于不败之地。而在智能手机中，我们应该抓住创新的关键，才能事半功倍。所以，硬件创新才是硬道理。

第17篇

企业发展当以开发核心技术为先

高三（10）班冯小原　得分16+17+17=50分

随着加快转变经济发展方式这一主线的不断深化，创新驱动已逐渐成为企业的共识。然而不同企业在创新的方向上却仍有分歧。就智能手机这一行业而言，我以为，以硬件为根本方为正道。

硬件技术乃是手机企业立足之根本、发展之动力、生命力之源泉。价值决定价格，唯有核心技术才是核心竞争力的保障。在如今信息化高度发达的年代里，市场供求情况瞬息万变，没有谁能保证自己的产品永远适销对路，却都可以尽可能使其质量上乘。此孙子所谓“立于不败之地，而不失敌之败也”，“善战”之企业虽不能确保己之胜，却可以以“己之不败”而“待敌之败”。

发展好硬件技术，对于创新软件和营销起着非常重要的作用。只有硬件技术强大了，软件才能运行得更加顺畅、拥有更大的提升空间，而营销也才能做到言之有物，从而获得顾客的信任。“高以下为基”，通过创新硬件技术为企业发展强基固本，能使其上生长的葳荣树木拥有充足的养料供给。正所谓“磨刀不误砍柴工”，一旦把握了事物的主要矛盾，抓住了解决问题的关键，其它问题便都可以举重若轻、迎刃而解。

搞创新，搞发展，切不可本末倒置。顾客购买手机，首要需求在于手机的性能而非服务或舒适度，因而硬件为手机之“本”，软件、营销为手机之“末”，“其本乱而末置者，否矣。”舍本逐末，是企业好高骛远、眼高手低的表现；只有踏实本分地以硬件技术为先，才是“知本”，是“知之至也”。

再者，软件和营销对于手机而言真的有那么重要吗？无可否认，优质的软件和恰当的营销确有它的作用，但苹果手机虽然软件封闭性强、便捷程度不如安卓系统高，却仍旧风靡全球、引领风尚；而诺基亚作为人尽皆知的品牌，其营销不可谓不成功，却仍落得一个被兼并的下场。由此可见，软件和营销似乎并不如我们所想象的那般重要。事实上，这些后起的智能手机企业与传统强势品牌的差异，还是在核心技术上。认清这一点之后，企业应当以“人一能之，己百之；人十能之，己千之”的毅力迎头赶上，而不是试图走捷径。投机取巧，必定会弄巧成拙。

因此，我以为，企业的创新应当以硬件为方向，以开发核心技术为先。

第18篇

智能手机：软件才是硬道理

高三（6）班成为　得分16+17.5+16.5=50分

智能手机早已融入了我们的生活，而智能手机的发展和革新从未滞步不前。比起一味追求高精尖的硬件素质，抑或是单纯以“吸金”为目的的商业模式创新，依我薄见，以用户为核心的软件设计才是最具生命力的创新方向。

诚然，不得不承认，硬件的创新是智能手机的基础。可简单粗暴地提升性能，只会导致性能过剩，大做无用功。近年来，有些手机的摄像头由200万像素直奔3200万像素，殊不知真正专业摄影所用的单反相机800万像素足矣。如此失衡地追求顶级配件，反倒大大提升了手机应有的造价，更损耗了大量的研发资源，过犹不及。硬件终究只是作为软件的载体存在。相信大部分用户宁可选择一款美颜软件，也不会愿意使用一个将每一点瑕疵都一览无余的“高保真”吧。由此不得不说，软件才是在硬件之上的硬道理。

那是否追求商业创新才是智能手机行业发展的新出路呢？我认为不然。商业模式的创新，无非是一些噱头和炒作，对行业的发展并无实质的帮助。小米当初的火爆的确有商业炒作的成分，可真正让其立足的是相对低廉的价格和贴合用户体验的系统设计，而非旋即过气的饥饿营销。商业模式恰到好处的运用在一定程度上可以完成资本的原始积累，但决不可以成为企业的核心理念。

真正的创新，应是对软件的创新，原因有三。首先，软件的创新是以贴合用户为终极目的的创新。智能手机在当今的普及使其逐渐日用品化，而日用品的终极要求便是实用，适用。软件创新的出发点正好满足了这一要求。其二，软件是用户最能直观感受到的部分。抓稳了软件创新，才能吸住用户的眼球，创造更大的经济效益。其三，软件的创新有着极强的带动作用。没有软件的需求，就不会有硬件升级的方向；没有软件的灵感，也就少了商业宣传的资本。苹果便是凭着从用户出发的卓越理念，专注于系统（即软件）的设计，才一跃成为智能手机的龙头老大。

当今社会，有太多好高骛远，华而不实的创新------如硬件创新。也有许多扣上创新的帽子却专注吸金的伪创新------如商业模式创新。在这样的时代，我们应当呼唤更多像软件创新一样的，从实际需求出发的创新。如此，才能避免资源的浪费，实现创新价值最大程度的发掘。

于手机，软件创新才是硬道理；于创新，脚踏实地才是真本事！

第19篇

追求人性化理念，把握时代脉搏

高三（10）班林思 　得分17.5+16.5+16=50分

目前，在智能手机行业中，甲企业致力于高质量硬件的研发；企业着眼于软件的开发；而丙企业更专注于商业模式的更新。这三者的创新做法都能令人眼前一亮。但依我之见，我更愿为乙企业点个赞。

诚然，三个企业为求发展而积极创新的做法都值得我们赞扬，这想必也是他们结合自身实际情况与社会潮流而做出的经营战略。但是，手机的使用者既然是人，那么手机制作方以人为本的制作理念应更为突出。所以，乙企业追求更便捷，更人性化发展理念更让我赞叹。

从市场角度看，乙企业的创新做法更能占据市场，讨得消费者的欢心。人们使用手机的理由，无非是为了更简单便捷的生活，不用再像古时候千里飞书，万里飞鸽。而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，无疑将会讨好消费者。手机更加便捷，人性化，消费者对待手机或许不将是个冷冰冰的机器，而更像一位知心的朋友，无疑也将为乙企业占据更多的市场。

从行业领域的角度看，乙企业的创新做法，更能使它树立自主的品牌，成为行业内常青树。着眼于软件开发，便捷界面，人性化系统的乙企业，在占据更多的消费市场的同时，也可以树立起自己的“人爱”品牌，这也将使乙企业独树一帜，形成自身的竞争优势，立于不败之地。正如苹果公司自主开发的高效便捷人性的iOS系统使其成为智能手机行业内的领头羊一样，我们也有理由相信乙企业的创新做法会使乙企业成为行业内的一颗常青树。

从发展前景角度看，乙企业的创新做法，更能扩大其发展空间，迎合时代潮流。在供给侧改革的大浪潮下，多样化且高质量化的消费需求日益被摆到重要的台面上。人们更加追求人性化的消费产品，而不是单一流水线式的产品。而乙企业着眼于顾客需求，致力于软件的开发，便捷的界面，人性化的系统，更能让它把握时代的潮流，紧跟时代的步伐，扩大其发展空间，成为明日的一颗耀眼新星。

尽管甲企业和丙企业的创新做法都有可圈可点之处，但我更认为乙企业的创新做法更有前途。希望追求人性化理念的乙企业能有“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”的明

第20篇

创新，在人文关怀的照耀下

高三（11）班胡靖妮　得分16+17+17=50分

为了在日趋激烈的智能手机行业中占据一席之地，国内手机行业各显身手，在不同方向上创新。面对甲乙丙企业不同创新，我更欣赏乙企业的创新。因为人文关怀与科技创新的结合是发展真正之道。

诚然，丙企业专注于商业模式的创新有利于其扩大销量，提高知名度。但商业模式的创新仅能带来短时利益，难以长久维持。不可否认甲企业致力于硬件开发是明智之为，但保证硬件性能的质量应该是每一个手机企业应尽的职责。因此在我看来，乙企业的创新才是创新真正道路。为何？原因有三。

其一，从企业的发展角度看，有利于企业长远发展。众所周知，科技发明是为了便捷人们的生活。乙企业追求系统人性化、界面简洁化，无疑是给冷冰冰的手机带来充满人性的温暖。正如现在手机增加的健康功能，集睡眠监测与运动健康一体，能为你的健康保驾护航。人性化的服务让手机不仅仅是通话交流“钢铁”，更是一位对你“嘘寒问暖”的朋友。从而增加顾客购物体验满意度，进而形成企业“品牌名片”，促进企业长远发展。

创新，在人文关怀的照耀下，形成良好的品牌名片，为企业长远发展打下满意度基础。

其二，从社会角度看，有利于社会可持续发展。乔布斯曾慨叹：“我愿意用我所有的科技去换取和苏格拉底相处的一个下午。”毋庸置疑，一个负责任的企业在谋求自身发展的同时也须担负起社会责任。科技创新与人文关怀应彼此支撑。丙企业一味地通过营销创新来抢占市场份额，急功近利，只会对社会浮躁风气“助之一臂”。社会愈浮躁就愈要保持清醒。乙企业就是坚持保持在行业竞争中坚守内心人文关怀的独行者与领航者。

创新，在人文关怀的照耀下，促进社会在行走于人文关怀的正确道路。

其三，从国家角度看，有利于增强国力。对一个民族来说，创新是一个民族发展的灵魂，是一个民族进步的不竭动力。乙企业立足企业自身特点，顺应时代要求和国家“科教兴国”要求，坚持科技与人文结合，展现中国企业对自我的定位与追求，向世界弘扬中国风格、中国气派！

创新，在人文关怀的照耀下，提高中国国际影响力，展示中国人文情怀。

于人文关怀下创新，砥砺前行是企业的发展之道更是社会乃至国家的发展之道。愿创新，永远在人文关怀的照耀下！

第21篇

创新，用“硬实力”说话

高三（11）班周思睿　得分17+16+17=50分

从曾经的“板砖”到如今的轻薄、便捷，智能手机真可谓“长江后浪推前浪”，竞争日趋激烈。甲乙丙三家手机企业分别致力于硬件研发、软件开发和商业模式更新，各有千秋。

在三家企业中，我最认同甲企业的创新做法，因为它致力于硬件研发，用“硬实力”说话。

当然，乙企业的软件开发可以提升用户体验，丙企业的新颖营销可以吸引消费者眼球，但相比之下，甲企业的潜心研发硬件更胜一筹，原因有三：

甲企业致力研发硬件，用产品的质量拓宽销路，从根本上抓住消费者的心。现如今，消费者的消费心理日趋理性、求实，更好的芯片、更薄的机身、更高像素的摄影头都体现出手机的高质量，消费者自然愿意为其买单。中国的手机品牌如华为、中兴等之所以在国外畅销，就是因为它们自主研发的芯片让手机质量过硬，可以比肩外国品牌。将资金、精力集中在硬件研发上，优化了资源配置，更快地提升产品质量，才能根本上抓住消费者的心，甲企业的做法显然是明智的。

甲企业致力研发硬件，还营造了潜心研究、不焦不躁的企业文化，利于企业可持续发展。在许多手机企业只做表面文章，致力于手机华丽的外表或通过新颖营销制造出“供不应求”假象时，甲企业潜下心来，用心钻研，让每一位员工保持求真务实的工作态度，可以让企业可持续发展。在日本，即使是一位制造螺母的小工匠，在经历了多年实践并对制作过程纯熟于心时，也依然会潜心钻研提高效率的方法，对每一件产品都细致入微。正是这样的“工匠精神”，成就了日本制造强国地位。甲企业的做法体现了其长远的目光和正确经营战略。

甲企业致力于硬件研发，更是符合了我国如今向成为制作强国、科技强国目标奋斗的要求，为我国提升综合国力贡献一份力量。我国制造业发达，却几乎难以自主生产一只圆珠笔，对球座体的技术和原料都高度依赖进口，正反映出我国创新意识和潜心研发科技精神的缺乏。我们不仅需要文化繁荣的软实力，更需要高新技术的硬实力支持“中国梦”的实现，甲企业的做法助推了我国高新技术发展，十分可贵。

创新，要用“硬实力”说话，甲企业为其他企业都树立了榜样，愿所有企业都能向其学习，提升“硬实力”，在竞争中站稳脚跟，助推“中国梦”实现。

第22篇

软件创新中的人文情怀

高三（11）班李可欣　得分17+16.5+16.5=50分

硬件研发、软件创新、商业模式的更新，我国的手机企业为了在日趋激烈的行业竞争中脱颖而出，可谓是八仙过海、各显神通。但我认为，凸显人文情怀的软件创新，才是企业发展的长远之道。

诚然，硬件研发能够提升手机性能，商业模式更新可以吸引消费者眼球，可手机毕竟是一个生活必需的工具，再多的高端功能和明星效应，在许多的消费者心里，也比不上用得舒心，而这，同样是软件创新的目的。

对于消费者而言，软件创新可以给予其更好的使用感。在我国智能手机行业发展得如火如荼的今天，美国苹果公司依然拥有数量庞大的手机用户，其过硬的芯片固然是主要原因，可简洁方便的操作页面与人性化的手机管家siri更为其留住了一批死忠粉。大部分的消费者可能不会对手机芯片与机身厚度有过于苛刻的要求，可几乎没有消费者是不关心手机的使用感的。通过软件创新，让消费者拥有符合自己心意的个性化系统，而绝非是千“机”一面，才能牢牢抓住消费者的心。

对于企业而言，软件创新可以彰显企业文化，进一步抢占市场。硬件是冰冷的，广告是一闪而过的，能够彰显企业文化的，一向都是软件。时代在变，消费者的需求不断改变，企业文化也随之被注入新的内涵，软件也就因而获得了升级。使用手机过久时弹出的提示框，可满足对文字的多种审美的字库，开机时给自己一份好心情的问候语……都是小小的创新，但无不体现着企业的情怀与文化，牵动着消费者的心，也就让企业占据了市场的先机。

对于智能手机行业而言，软件创新可以形成关注人文情怀的风尚，带动行业的可持续发展。机身再薄、摄像头像素再高都是有限度的，但手机的硬件设施已臻极致时，必然还得回归软件创新。随着时代的发展和人工智能技术的进步，手机不再是一个冷冰冰的机器，而被不断创新的软件赋予了新的内涵。尽管手机与人脑之间隔着广阔的思维之海，可智能手机行业的厂家们可以通过更新软件，让手机给予消费者人一般的关怀，从而不断刺激消费需求，为几近饱和的消费市场创造缺口，让该行业长久地发展下去。

“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春”，只有凸显人文情怀的软件创新才能让企业屹立于竞争的激流之中，才能让智能手机行业焕发出长久的生命力。

第23篇

企业创新，当以人为本

高三（1）班陈一诺　得分16.5+16+17.5=50分

随着智能手机走进大众的生活，手机企业间竞争也日趋激烈，为谋求发展，创新的步伐永远不能停下，但无论在发展之路上驰行多远，都必须不忘以人为本的企业立根之基础。

纵观手机行业的发展洪流，为硬件设计软件的塞班系统，在安卓系统以兼容性大放异彩后黯然退出舞台；质量过硬的诺基亚巨头，在诸多大屏触控机型的激烈竞争中以失败收场......这些曾经名噪一时的名字之所以被时代发展的浪头拍落，其根本原因便是或多或少忽视了用户对手机功能的需求，在发展创新上缺少了一些人性化元素。从按键的直板机型到便捷的触控屏，从生硬复杂的界面到简约流畅的操作体验，从各种繁琐的设置指令到人性化快捷栏、“屏幕圆点”，手机作为人们生活中必不可少的助手，唯有不断朝着方便使用、以人为本的方向来发展，才能受到使用者的青睐，若忽视用户体验，闭门造车，纵使科技先进质量优良，也不见得能赢得顾客的心。

以人为本的体验不仅体现在手机界面、系统这些“框架”的设计上，更能使基于手机系统的诸多软件、APP走进人们生活的方方面面，丰富生活的同时宣传健康、积极的生活方式。本着以人为本的理念开发出的诸如“摩拜”单车、“优步”拼车软件、“百度”地图导航软件，甚至各种现实“VR”游戏，都推翻了认为手机等电子产品使人们变得“宅”的看法，反而使人们骑单车出行更加方便，拼车同时为环保做贡献，外出游玩再无迷路之忧。人性化软件的出现，方便了手机使用者的生活，又引领了一股健康新潮的手机文化，这样以人为本的创新设计，怎能不为人们所喜爱，从而使人自发推荐给亲朋好友，推动手机企业的闻名与成功呢？

再说人性化的软件创新，有时还能拉近手机与使用者的联系。如微软"小冰"和苹果"Siri"人工智能的出现，就仿若让人觉得原本只是工具的手机有了一丝人情味。手机记录了人们生活中许多美好的瞬间，担负着人们之间远距离交流的使命，当他们打破冰冷机械的束缚，渐渐拥有与使用者进行简单互动的能力，便更具有生活助手的灵气，也就会有更多人乐于让手机辅助其生活的大小事务。

但在软件人性化创新的同时，硬件性能的跟进也绝不可落下，而像小米公司颇得成功的各种营销方式，也同样是企业竞争中的利器，但唯有以人为本，用人性化的软件创新抓住用户的心，综合硬件及商业模式的创新发展，企业才能平稳前行，在发展的浪潮中激流勇进。

第24篇

以人为本赢天下

高三（4）班黄绚瑀　得分17+17+16=50分

问渠那得清如许，为有源头活水来。

创新正是一个企业发展的源动力。在智能手机的竞争淘汰大潮下，为逆流而上，三家企业各显奇招。甲企业在工业上精益求精，丙企业在市场上费尽心思；他们的创新方向无可置喙，然而我认为乙企业在软件开发上的开拓之路，才能走得踏实而长久。只有它的创新，击中了“以人为本”的核心。

其一，从实用角度而言，乙企业相比甲、丙，拥有更大的优势。于甲企业，芯片等手机“关键部件”更新换代的速度极快，且你追我赶，此起彼伏，没有哪一家能稳坐硬件的头号宝座。可预见甲将在硬件的竞争中，为更新疲于奔命，上一部产品还未售完，便为下一部奔忙，如此前景，实不乐观。不仅难讨甜头，更会催化出一个“谁新就买谁”的恶性循环市场。于丙企业，不注重产品本身，只图在营销话术、打压同行上出彩，不说是违背竞争规则，也算是不符合商业道德。一时的轰炸营销可能会带来暂时性的增长，但宣传一过，终究是手机本身的实用性说话。

而乙企业则由此出类拔萃。进行产品的自主开发，营求软件上的独特，习惯了品牌系统的顾客便会逐渐形成用户黏性，如此才能把自己的客户群牢牢“套”住。正如大多数国产机都顺应潮流，入驻安卓系统之时，雷军的小米手机异军突起，为中国人量身打造独树一帜的MIUI系统，以人为本，才获得了市场不一般的青睐。

其二，小小一部手机，也反映着一个国家的面貌。当今世界，“中国制造”随处可见，以甲企业等为代表占领了高科技产品的柜台。而“中国创造”，何在？唯有如乙企业这般，有自我开发、自主创造的魄力，在中国的土壤上孕育“国家品牌”，而不是图谋跟风、甘于复制，才会逐渐改变国民购物时看“外国的月亮圆”的印象，调整经济结构，由工业型向产业型进发，一振“国货”雄风。精尖技术并非不重要，但它代表的只是一个国家工业的实力，而人性化的设计创新才是衡量一代国民头脑活跃度的标杆！

其三，不止于手机生产方面，社会上的风气也日益有“机械化”和“走歪门邪道”的趋势。爱复制而不爱另辟蹊径，好炒作而不愿脚踏实地，呈现出一种普遍的浮躁心态。乙企业勇于挑战、自我革新的做法，值得每一个人敬佩和学习。

当然，创新并不意味着去贫瘠的沙漠中开垦绿洲；适当的借鉴、利用灵感，能够使创新更流畅、更迅捷。但唯不能动摇的一点是“人”——创新是为了人更好的体感，是为了给人更大的奉献，体现出对人的尊重，发扬人的创造力。如此以人出发的“创新”，才不会是无意义的1+1=2，而是1+1>2。

以人为本，赢市场，赢人心，赢天下。

第25篇

注重人性，蓄力创新

高三（9）班胡玥琛　得分16.5+16.5+17=50分

面对竞争日趋激烈的智能手机行业，是致力于硬件研发，还是软件的开发，抑或是商业模式的更新，这是一个问题。

在我看来，硬件及商业模式虽重要却远比不上软件之重要。成功的不二法门便在于注重人性，蓄力创新。

诚然，以硬件为代表的物质条件必不可少，因为它们是品牌能够立足的垫脚石。但是如今的科技发展日新月异。智能手机更新换代的速度令人咋舌。就连被誉为最舒适设计比例的iphone3不也被快速取代以致于只能成为已逝乔布斯的传奇吗？况且科技也非万能，总有一些人类无法挑战的极限。若是研发者执意钻研怕到头来也只是空耗财力时间罢了。再谈商业模式，虽然铺天盖地的宣传与更有效的竞争策略能为企业带来一时利润。但是当人们逐渐有了审美疲劳或者发现实际情况并不如意之时，人们对品牌的信任怕会降到冰点，甚至只剩一地鸡毛的荒凉与无奈。

但是，企业的创新可谓“另辟蹊径”。面对这个哈姆雷特曾热情歌颂过得自由万物灵长所统治的世界中，本着以人为本的心态进行创新无疑对汤对药。智能手机之所以能风靡全球，便在于它给人带来了极大的精神愉悦与心理满足。所谓成也萧何，败也萧何，人类发展科技最主要的目的便是为了让人们生活得更加美好。况且，现在虽不敢说物质丰富却也能温饱。在人们拥有购买力之后的消费便是于己更有利便捷，更具人性化的选择。

智能手机的横空出世无疑为人们打开了通往虚拟世界的大门。伴随着“低头族”加入社会阵营，人们或多或少开始担心人类成为手机的奴役品而忽略了现实。但是我相信，人类真实的自己只是暂时禁锢，只消轻轻使力便能推开那无利的囚门。这股力量便是一个人性化的系统——譬如自动弹出亲人生日提醒，每日自动更换一句誓思名言等。当人类无意在虚拟世界里沉溺停留时，或许他只是忘了回家的路，或许一个人性化系统提供的一句温暖话语便能为他指明道路，看见有家的远方。

基于硬件齐全，策略得当，唯有以人为本，注重人性，蓄力创新，才能在竞争激烈的行业中“凌万顷之茫然”满载一船星辉，在星辉斑斓中放歌。