

【作文 365】洛阳三练：营销套路深，产品实为根

【作文题目】

阅读下面的材料，根据要求写作。（60 分）

在一些商学院里，有这样一种课程：精英营销。其主要目的就是培训学员如何把一杯水卖到两万元甚至更多，并明确“卖两万的是精英，卖两块的是白痴”。类似的以前还有“把梳子卖给和尚”的营销课程。

消息一出，引发广泛争议。

营销培训师：“营销就是千方百计提高价格或者销量，只要没有强买强卖，便无可非议。”

经济学家：“一杯水就是一杯水，如果真卖了两万元，那不是欺骗吗？这样做，只能把整个市场搞坏。”

实业家：“一些企业把营销作为生存和发展的根本，而不下力气去抓产品质量，这完全是本末倒置。”

社会学者：“中国已进入创新驱动发展的新阶段，单纯靠营销是无法持续的，只有不断进行科技创新的企业才有明天。”

以上材料，引发你的哪些思考和认识呢？请发表自己的看法。

要求选好角度，明确文体，自拟题目；不要套作，不要抄袭；不少于 800 字。

（本题来自 2018 年洛阳三练）

【命题方向】

科学精神：理性思维、批判质疑

责任担当：社会责任

实践创新：问题解决



【审题】

1.本次作文是一则任务驱动型材料作文，材料由事件和四个不同观点构成，不同的观点围绕同一个事件：精英营销，这就限制了写作方向。

2.本作文属于选择型任务驱动作文，四个角度都不够全面，营销是商品的最后一跃，质量是产品的立身之本，创新是可持续发展的保证。所以在写作中要注意他们之间的内在联系，围绕关键词“营销”、“质量”、“创新”去把握命题人的意图。

3.要求“读了以上材料”后写作，这是个前提，限定了范围。“引发你的哪些思考和认识”“请发表自己的看法”，暗示了文体方向，应为议论文。

开放性：

1.因为材料中的四个角度均不全面，所以对任一角度进行批判质疑。

2.可以营销、质量结合着写，可以营销、创新结合着写，也可以三者结合写，但不能只写其中某一个。三者结合的难度相对较高，可以适当提分。

【解题】

材料由事件和四个不同观点构成，不同的观点围绕同一个事件：精英营销。不同的角度，不同的立场，不同的认识，不同的观点。

营销，是指企业发现或挖掘准消费者和众多商家需求，从整体的营造以及自身产品形态的营造去推广、传播和销售产品，主要是深挖产品本身的内涵，切合准消费者以及众多商家的需求，从而让消费者深刻了解该产品进而购买的过程。

营销是商品的最后一跃，质量是产品的立身之本，创新是可持续发展的保证。没有质量，没法生存；没有创新，没法发展；没有营销，质量和创新的成果就没法最大程度实现其价值。

所谓“精英营销”，其实是一种过度营销，是一种营销崇拜，过分崇尚营销的价值，是一种虚浮，是一种围猎消费者的方式。

四个人的观点都离不开三个关键词：营销、质量、创新。三个关键词指向不同的侧面。营销是产品实现价值的最终环节，质量是产品价值的信誉和保障，创新对应产品的竞争力和发展力。

【立意角度】

一类立意举例：

- 1.营销有界，质量为本；
- 2.如此精英，不要也罢；
- 3.营销为枝，质量是根；
- 4.三足铸鼎，锻造辉煌；

- 5.以质量为船，以创新为帆；
- 6.精品工匠磨，生意良心做；
- 7.质量凝聚人气，创新赢得未来；
- 8.无质无以立身，无新无以长久；
- 9.营销的人气，来自质量的底气；
- 10.莫让营销之埃蒙创新之珠；
- 11.可金玉其外，勿败絮其中；
- 12.营销诚可贵，品质价更高；
- 13.牡丹花开处，慕恋恰自来；
- 14.腾飞不靠华羽，翱翔终需巨翼；
- 15.莫被营销遮望眼，勇攀质量最高峰；
- 16.单靠营销是亡道，持续创新为王道。

【范文展示（一）】

营销套路深，产品实为根

李莹

近来，一些商学院大肆鼓吹营销之术，声称可培训出“把矿泉水卖到两万”，“把梳子卖给和尚”的精英销售员。这种将产品卖出远超其价值的价格，甚至引导用户“心甘情愿”地购买无用产品的做法，其本质就是一种欺骗。企业不应过分迷信那种营销套路，产品的质量与创新才是企业发展的根本。

不看金杯看口碑，企业发展当以产品质量为本。

营销作为一门新兴学科，自有其科学之处。借助科学的营销策略，固然能使产品销售锦上添花。然而，任何营销策略如果不建立在产品质量过硬的基础上，也只能“忽悠”住极少数人。俗话说：“金杯银杯，不如老百姓的口碑。”好产品自会被口耳相传，一句朋友的好评胜过一万种营销技巧。我们不可否认，的确有人可以通过花言巧语，把一瓶矿泉水卖出两万元的高价。但当消费者清醒之后，必定大呼上当。这种把消费者当傻瓜，不惜毁坏百姓口碑而创造出的销售奇迹，对企业不仅没有好处，而且是一种致命毒药。因此，与其轰轰烈烈大搞营销之术，不如静

下来专注产品质量之道。让酒香飘出巷子，让花香引来蝴蝶。

不看广告看疗效，企业发展当以产品创新为本。

能把梳子卖给和尚，营销的套路不可谓不深，确实需要付费培训才学得会。营销确实能够给产品销售带来一些新的思路。但可以肯定的是，和尚买来这把梳子一定不是用来梳自己的头发。那么，这把梳子的销售其实偏离了它的核心价值。企业长期依靠这种旁门左道支撑销售额，其实是被主流用户逐渐淘汰了。当年的诺基亚手机，凭借“耐用”“耐摔”“超长待机”等特点年年销量领先，忽略了高端机的研发，在智能手机问世后的半年之内销量呈断崖式下跌。尽管后期多方补救，但大势已去，再也无力回天。产品如果不以创新为本，在核心价值和用户体验上不断突破，而是在虚假的繁荣之中沾沾自喜，必然会逐渐失去市场。

因此，不论从哪一方面来看，企业都不应该把营销作为生存之本，而要关注产品的质量和创新。作为一个青少年也是这样，不应过于在意自己外表是否漂亮，而要关注自己的内涵与思想是否丰富；不应过于在意自己是否“合群”，而要关注自己的价值观是否端正。做事抓住根本，才能有长远的发展。

【范文展示（二）】

创新为根，营销为枝

三（11）班 张龙呈

如果把经济发展比作一颗参天大树，那么创新就是大树的根，源源不断地为经济发展提供动力，营销则是树的枝叶，持续进行光合作用，使大树得以开花结果。本固则枝茂，枝茂则叶繁，唯有创新和营销并重，经济才能持续健康的发展。

立创新之基，筑中国经济新辉煌。

韩寒曾说：“一个尊重创新和商业的社会，一定是会进步的。”中国经济近年来的高质量增长，正得益于创新驱动发展战略所带来的源源动力。北斗导航的建成，蛟龙号深水探潜获得更大突破，使国人更加自信；天眼的投入使用，复兴号列车首发，带来更深沉的文化自信。中国进入了新时代，经济增长由高速增长转向高质量增长，只有继续走中国特色自主创新道路，才能不断发展。

创新是民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力，对企业而言，创新则是立于市场不败之地的不二法门。华为凭借不断加大科研投入，不仅使企业成为中国手机行业的老大，引领了5G发展新时代，同时，还带来了大量就业和税收，做到了经济效益和社会效益的统一。而反观曾经的手机界老大诺基亚，却因囿于现状，不进行创新，最终被微软收购。因此单纯靠营销手段是无法营销成功的，只有不断进行科技创新的企业才有明天。

假营销之舟，绝汹涌江河。

中国有句古话叫“酒香不怕巷子深”，是说只要酒足够香，哪怕再深的巷子，也会有人前来。可在社会主义市场经济的环境中，质量再好的产品，如果没有借助出色的营销，也很难在激烈的市场中占据一席之地。开心麻花制作的第三部电影《羞羞的铁拳》定档国庆，原本不被人看好，但发行方猫眼电影借助大数据手段，在上映前进行广泛的宣传，终于在国庆档力压其他电影，以近二十二亿人名币获得国庆档票房冠军。如果没有良好的营销手段，电影可能叫好，但是不会叫座，让发行方遭受损失。因此营销与质量同等重要。

质量是生存的根本，营销是发展的必要条件，唯有以创新为根，营销为枝，才能使经济不断发展。

【范文展示（三）】

创新与质量齐飞，发展共成功一色

三（7）班 贺梦甜

在一些商学院，所谓的精英营销，便是要把一杯水卖到两万，这样的营销模式不禁让人们议论纷纷。难道单纯靠所谓的精英营销便能换来企业的发展与成功吗？答案是否定的，在这个创新驱动的时代，唯有创新与质量齐飞，才能使发展共成功一色。

质量，是企业产品之本。抓住根本，才是企业的百年大计。

当下一些企业把精英营销作为主要目的，而忽视了产品本身的质量，这完全是剖腹取珠本末倒置。产品质量过硬，企业才会被注入前进发展的动力，产品有了过硬的质量，企业才会有更上一个台阶的希望。在经济发展飞速的今天，产品质量正是最重要的，恰恰却常常被人们忽视。正如一座大厦不以质量为基，终将倾颓。只有注重产品的质量，才能为企业注入发展的潜活力。

创新，是企业发展的动力之源。抓住源头，才是企业发展的深远谋略。

中国已进入创新驱动发展的新阶段，“把一把梳子卖给和尚”的忽悠营销注定要被时代淘汰。唯有掌握创新之钥，企业方不

会受制于人，中兴缺芯，何谈中兴？中国唯有创新才能有更辉煌的未来。如今，共享单车、移动支付、高铁、快递……各个行业，无不闪耀创新的光芒。创新为社会注入新鲜的时代活力，向国际展现了一个蓬勃发展的中国！创新可以将一件平常的物品魔术化地变为精品，这便是创新的魅力，推动社会向更深处发展。

创新与质量齐飞，发展共成功一色。当代社会，产品既保证质量又不断创新，企业定会发展，最终走向成功。

创新与质量是发展的双翼。中国高铁在创新之时又注重质量，推动了高铁走向国门。海尔集团打造质量引领创新科技，始终屹立于世界之巅。如今，中国走的正是这样一条道路，既注重质量，又不断创新。

创新与质量齐飞，何愁不发展不成功呢？“忽悠”骗人的所谓“精英营销”，只会让企业成为笑柄，让中国制造落后于世界。企业要发展，中国要腾飞，就必须注重产品的质量与创新。

让我们左携质量之手，右拉创新之襟，共同创造辉煌中国！

【后记】

欢迎文末留言评论，我们有特约名师为你解答专业问题哟，把你不会的作文题、写作文时遇到的困惑、还有对本篇推文想说的话统统抛过来吧~

新课标大语文组 风轻云淡

中学高级教师
河南省骨干教师
河南省学术技术带头人

一事精致，足以动人。



关注“新课标大语文”微信公众号
[我的] - [课件下载]栏目
下载大量作文资料，每天更新之