

2010年 注册会计师考试 过关必做600题

公司战略与风险管理

组编 东奥会计在线
编著 王婷婷 尚晓娜

随章练习巩固基础 综合演练提升能力 模拟测试训练实战

购正版书 获超值回报

¥10元 + 答疑 + 模考试题

详情请登录 www.dongao.com

CPA



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

注册会计师全国统一考试辅导用书

2010 年注册会计师考试
过关必做 600 题
公司战略与风险管理



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

2010年注册会计师考试过关必做600题·公司战略与风险管理/王婷婷,尚晓娜编著. —北京:北京大学出版社,2010.4

(注册会计师全国统一考试辅导用书·轻松过关5)

ISBN 978-7-301-16964-3

I. 2… II. ①王…②尚… III. ①公司-企业管理-会计师-资格考核-习题
②公司-风险管理-会计师-资格考核-习题 IV. F23-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第035151号

本书正版具有以下标识,请认真识别:扉页附有“东奥会计在线”学习卡一张。凡无以上标识即为盗版,请广大读者不要购买。盗版举报电话:(010)62115588

书 名: 2010年注册会计师考试过关必做600题·公司战略与风险管理

著作责任者: 王婷婷 尚晓娜 编著

责任编辑: 靳兴涛 陈莉

版式设计: 柳永康

标准书号: ISBN 978-7-301-16964-3/F·2441

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 邮编:100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: pw@pup.pku.edu.cn

电 话: 东奥会计在线客服中心 010-62115588, 400-628-5588(24小时热线)

印 刷 者: 保定市中画美凯印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 14.5印张 200千字

2010年4月第1版 2010年4月第1次印刷

定 价: 25.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

编委会成员名单

(按姓氏笔画先后顺序排列)

王 锦

王婷婷

田 明

闫华红

刘圣妮

刘 颖

张志凤

李红薇

李华伟

尚晓娜

陈翠云

周春利

杨 玲

赵志慧

祖新哲

上官颖林

郭守杰

黄洁洵

葛艳军

靳兴涛

前言

注册会计师考试制度从1991年开始实行以来,通过人数不到15万人,其难度有目共睹。在复习备考中,使用一套优质辅导书可以起到事半功倍的效果。东奥“轻松过关”系列辅导书便是此中佼佼者,出版十三年来,累计销售逾千万册,在同类图书销售市场一直稳居首位,不仅被30个省级考试机构推荐辅导用书,而且也得到了广大学子的认可,被誉为“注册会计师考试最佳配套辅导用书”。

为什么要选择本套丛书?

——名师,无与伦比

作者的實力直接決定了一本書的質量。本套“輕鬆過關”系列的作者張志鳳、郭守杰、閔華紅、劉聖妮、劉穎、唐寧、范永亮、田明、孫藝軍、王燕、李文等都是長期從事財會類考試輔導教學的一線頂級名師,所在領域毋庸置疑的“第一人”。多年的教學經驗,使他們能夠準確地把握考試重點和命題思路,並具備熟練的應對技巧。十多年的事實證明,他們的輔導具有科學的針對性和準確的預測性。頂級名師,是順利通過考試的根本保證。

——網課,過關保障

在精品圖書的基礎上,東奧更是延展至在線培訓、高端面授、教育軟件開發等領域,發展成為一個完整而龐大的商業體系:東奧集團。東奧集團的使命是打造一個高端面授、圖書出版、網絡培訓三位一體的专业化、立體化平台,為全國的會計從業人員提供全面、全程、全方位的培訓服務。針對2010年注冊會計師考試,東奧集團除推出配套輔導書“輕鬆過關”系列外,還為廣大考生精心制作了權威實用的網絡多媒體視頻課程,全部由張志鳳、郭守杰、閔華紅等業內頂級名師講授。書網結合,確保輕鬆過關。

——創新,勢不可擋

“輕鬆過關”系列之所以連續十幾年佔據壟斷性的市場份額,皆因東奧一直堅持著一個理念:不斷創新。“輕鬆過關”系列在體例和內容上都務求扣緊大綱、教材的變化思路、考試出題思路,首創了主觀題演練、跨章節綜合演練、相關知識點鏈接等經典體例,深受廣大考生歡迎;2010年更是推出全新輔導書《考點串聯、答疑精華及歷年真題新解》,直擊精華考點,解答典型疑問。同時,東奧名師精心錄制的網課也不斷推陳出新,首創預科班、易錯易混提示班、巧記速記班等課程,讓考生輕鬆學習、輕鬆過關。

本套丛书的亮点有哪些?

轻松过关系列之一《2010 年注册会计师考试应试指导及全真模拟测试》

体例一直被模仿、质量从未被超越。体例新颖,内容全面,含大纲、命题规律总结及趋势预测、同步辅导及强化训练、跨章节综合题演练、全真模拟测试,并附录 2009 年试题及参考答案。其中同步辅导及强化训练部分包括:本章考情分析、本章基本结构框架、本章重点与难点、历年经典试题回顾、同步强化练习题及答案解析。本书在同类辅导书中连续 12 年销量遥遥领先,是注册会计师考试指定教材的最佳配套辅导。

轻松过关系列之二《2010 年注册会计师考试经典题解及练习题库》

用另类视角看待考点,用经典题目训练手感,用贴切难度感受考场。东奥用全新的考点解读和充足的题库训练,提高考生的迎战能力。

轻松过关系列之三《2010 年注册会计师考试课堂笔记及典型例题精析》

东奥会计在线经典班次“基础班”的讲义再现,免去学员需要大量笔记和重新总结所耗费的时间,直接配套课程,让考生的学习更加轻松。也可充当考生自学笔记。

轻松过关系列之四《2010 年注册会计师考试考点荟萃及记忆锦囊》

小身材大智慧,浓缩了新教材最精华重点内容的口袋书,便于考生利用零散时间进行轻松记忆。

轻松过关系列之五《2010 年注册会计师考试过关必做》

最贴切注会考试真题的小型题海,题材新颖、难度适宜、考点全面。适宜在熟悉教材之后巩固考点知识,迅速达到考试状态。

轻松过关系列之六《2010 年注册会计师考试考前最后六套题》

东奥最经典也最流行的作品之一,年年出品,年年脱销。全面涵盖最有价值的考点、大胆点押最有可能的出题点、稳重训练最有效果的临场感觉。经典的六套卷子,考前最踏实的模拟热身。

《2010 年注册会计师考试考点串联、答疑精华及历年真题新解》

东奥新创思,直击最精华考点、解答最典型疑问、剖析最原装真题,针对历年的真题考点结合 2010 年新教材进行权威解读。

限于时间和水平,本书难免存在一些缺点和错误,敬请广大考生批评、指正。最后,预祝所有考生都能顺利过关!

本书编委会

2010 年 4 月

目录

第一部分 同步过关必做习题

第一章 战略与战略管理	(3)
本章考情分析	(3)
本章过关必做习题	(3)
本章过关必做习题参考答案及解析	(8)
第二章 战略分析——外部环境	(15)
本章考情分析	(15)
本章过关必做习题	(15)
本章过关必做习题参考答案及解析	(22)
第三章 战略分析——内部资源、能力与核心竞争力	(31)
本章考情分析	(31)
本章过关必做习题	(31)
本章过关必做习题参考答案及解析	(39)
第四章 战略选择	(47)
本章考情分析	(47)
本章过关必做习题	(47)
本章过关必做习题参考答案及解析	(56)
第五章 战略实施	(65)
本章考情分析	(65)
本章过关必做习题	(65)
本章过关必做习题参考答案及解析	(72)
第六章 战略控制	(80)
本章考情分析	(80)
本章过关必做习题	(80)
本章过关必做习题参考答案及解析	(88)
第七章 财务战略	(95)
本章考情分析	(95)
本章过关必做习题	(95)
本章过关必做习题参考答案及解析	(102)
第八章 内部控制	(109)
本章考情分析	(109)

本章过关必做习题	(109)
本章过关必做习题参考答案及解析	(117)
第九章 风险管理原则	(126)
本章考情分析	(126)
本章过关必做习题	(126)
本章过关必做习题参考答案及解析	(131)
第十章 风险管理实务	(138)
本章考情分析	(138)
本章过关必做习题	(138)
本章过关必做习题参考答案及解析	(146)
第十一章 企业倒闭风险	(155)
本章考情分析	(155)
本章过关必做习题	(155)
本章过关必做习题参考答案及解析	(161)
第十二章 信息技术管理	(168)
本章考情分析	(168)
本章过关必做习题	(168)
本章过关必做习题参考答案及解析	(171)

第二部分 主观题演练

主观题演练	(177)
参考答案及解析	(185)

第三部分 模拟试题及参考答案详解

模拟试题(一)	(197)
模拟试题(一)参考答案及解析	(203)
模拟试题(二)	(210)
模拟试题(二)参考答案及解析	(216)

第一部分

同步过关必做习题

第一章

战略与战略管理

本章考情分析

2009 年题型题量分析

题型	单项选择题	多项选择题	简答题	综合题	合计
题量	1 题	1 题	0.5 题		2.5 题
分数	1 分	1.5 分	2.5 分		5 分

本章过关必做习题

一、单项选择题

- 以下表述属于企业战略的是()。
 - 国务院制定的“十一五”计划
 - 学校的教学规划
 - 营利性的经济组织制定的未来跨国经营方案
 - 政府的分支机构制定的规章
- 下列属于提出 5P 战略概念的管理学家是()。
 - 波特
 - 科斯
 - 明茨伯格
 - 韦伯
- 某公司写到“本公司主要为金融、外贸、工业、商业、旅游、包装装潢及文教出版部门服务”，这是企业的()。
 - 目标
 - 使命
 - 计划
 - 战略
- 本年度企业希望通过以平均每件 70 元的价格实现 5 万件的销售量，从而使得销售收入从去年的 300 万元增加到 350 万元。这是企业的()。
 - 目标
 - 使命
 - 计划
 - 战略
- 下列表述属于企业使命的是()。
 - 为包括我们的股东、顾客、员工，乃至商业伙伴在内的所有人提供创造和实现他们美好梦想的机会
 - 获得低于竞争对手的成本
 - 做一个长久性的公司，做百年的老字号；做有规模的公司；做有国际性的市场定位的公司；做一个高技术公司

- D. 通过合理的库存和 12 种“金子”的产品，增加毛利
6. 战略的 5P 定义中，体现环境适应特征的是()。
- A. 观念 B. 定位 C. 计划 D. 模式
7. 某公司通过购买土地、大兴土木的方式给竞争对手以扩张生产规模的印象，其目的是阻止竞争对手开设新的工厂。这个例子说明()。
- A. 战略是一种计划 B. 战略是一种计谋
C. 战略是一种定位 D. 战略是一种观念
8. 下列有关公司战略要素的说法不正确的说法是()。
- A. 战略需要体现公司愿景
B. 战略决策持续性可以比较灵活，可长可短，关键是要与企业发展相适应
C. 战略目标就是获取竞争优势
D. 战略设定必须考虑企业所处的环境
9. A 公司是一家房地产公司，甲是该公司的董事长，乙是该公司的总经理，丙是销售经理，丁是董事会的成员。那么，甲、乙、丙和丁中属于制定职能战略的是()。
- A. 甲 B. 乙 C. 丙 D. 丁
10. 一家酒类公司划分为白酒部和葡萄酒部，分别面向不同的市场，制定不同的战略。白酒部和葡萄酒部战略组各自制定适合自身的战略属于()。
- A. 公司战略 B. 业务单位战略
C. 职能战略 D. 营销战略
11. “兵无常势，水无常形；能因敌变化而取胜者，谓之神。”这句话最能体现企业战略中的()要素。
- A. 有愿景 B. 具有可持续性
C. 有效传递战略的流程 D. 与获取竞争优势有关
12. 沃尔玛公司提出“给普通百姓提供机会，使他们能与富人一样买到同样的东西”，这是它的()。
- A. 目标 B. 使命 C. 战术 D. 计划
13. 某市政府已经提出将大力发展该市郊区，一家食品加工企业购买了这地区的一块土地用于建造新厂，以计划为其带来商机。该食品加工企业的战略是一种()。
- A. 计划 B. 计谋 C. 观念 D. 模式
14. 某超市成立以来，经营模式一贯奉行在城乡结合部开设分店，通过发展近郊市场而获利。该超市的战略是一种()。
- A. 计划 B. 计谋 C. 观念 D. 模式
15. 得知竞争对手想要扩大生产能力时，企业便提出自己的战略是扩大厂房面积和生产能力。由于该企业资金雄厚、产品质量优异，竞争对手自知无力竞争，便会放弃扩大生产能力的设想。然而，一旦对手放弃了原计划，企业却并不一定要将扩大能力的战略付诸实施。这体现了战略是一种()。
- A. 计划 B. 计谋 C. 观念 D. 模式
16. 福特汽车公司总裁亨利·福特要求“T 型”福特汽车漆成黑色的行为。这体现了战略是一种()。

- A. 计划 B. 计谋 C. 观念 D. 模式
17. 基本否定战略是一种计划特征、并强调战略来源于实践环节的战略定义是()。
- A. 战略是一种计划 B. 战略是一种定位
C. 战略是一种计谋 D. 战略是一种模式
18. 由职能管理人员制定的短期目标和规划称为()。
- A. 公司战略 B. 职能战略
C. 业务单位战略 D. 竞争战略
19. ()的决策问题是在选定的业务范围内或在选定的市场/产品区域内如何进行竞争。
- A. 企业总体战略 B. 职能部门战略
C. 公司战略 D. 业务单位战略
20. 表述企业的根本性质和存在理由,体现企业的宗旨、哲学、信念、原则的是()。
- A. 企业计划 B. 企业使命
C. 企业目标 D. 企业战略
21. 下列关于应用相关性检验表述不正确的是()。
- A. 应用相关性检验包括价值增值检验、竞争优势检验和一致性检验
B. 一致性检验是指战略应该以清晰且合乎逻辑的方式表达
C. 良好的战略能够在市场中为企业带来价值增值
D. 良好的战略能够为企业带来可持续的竞争优势
22. A公司是国外某大型汽车公司,下列各项属于其使命表述的是()。
- A. 在市场经济国家制造和销售最安全、最环保、最节能的小汽车和卡车
B. 到2010年国内小汽车和卡车的市场占有率增加8%
C. 到2012年单位成本下降3%
D. 与外国汽车厂商建立合资企业,以在发展中国家制造和销售汽车
23. 高层管理人员负责明确企业使命,高层管理人员不包括()。
- A. 首席执行官 B. 董事会成员
C. 公司总经理 D. 销售业务经理

二、多项选择题

1. 以下关于战略的计谋观的说法正确的有()。
- A. 战略在特定的环境下可以成为行动过程中的手段和策略
B. 战略在竞争博弈中可以作为威胁和战胜竞争对手的工具
C. 战略反映了企业战略决策者的价值观念
D. 战略观念通过个人的期望和行为而形成共享
2. 计划是有意图的战略,而模式则是已经实现的战略。从这个角度看,战略可以区分为()。
- A. 竞争战略 B. 应急战略
C. 职能战略 D. 经过深思熟虑的战略
3. 下列说法错误的有()。
- A. 价值增值检验就是指财务指标

- B. 原创性就是一定要突出创新，也是战略测试中最关键的标准
- C. 战略同样需要保持适当的灵活性，或者体现为与环境变化相适应的一致性
- D. 任何战略都会存在风险，风险检验是对战略测试必备的环节
4. 下列说法不正确的有()。
- A. 企业价值增值不仅体现在财务盈利能力方面，还包括长远的收益等
- B. 企业战略必须追求原创性，原创性是保持战略持续性的基础，怎么强调都不过分
- C. 战略一经设定，应该保持一致性和可持续性，战略的贯彻重在坚持
- D. 资源就是指货币资金
5. 下面关于企业使命和企业目标的论述，正确的有()。
- A. 使命为目标服务，目标为使命的基础
- B. 目标比使命更具体化
- C. 目标可以层层分解，落实到各个部门或个人
- D. 企业使命的确定由高层管理人员负责
6. 下列各项中，属于企业使命的有()。
- A. 使人们过得快活
- B. 致力于提供使工作、学习、生活更加方便、丰富的个人电脑软件。
- C. 体验发展技术造福大众的快乐
- D. 保持和提高在美国最佳运动品牌的地位
7. 下列属于公司整体战略需要考虑的内容的有()。
- A. 公司试图参与竞争的业务
- B. 在职能部门运用的政策和流程
- C. 公司采取的利用竞争优势超越对手的行动
- D. 公司资源、意图和使命
8. 下列不符合战略目标设定标准的有()。
- A. 具有导向作用，强调企业定位并提高企业形象、加深对企业的认识
- B. 需要明确完成的时限
- C. 可以不用量化考核
- D. 要求与企业使命保持一致性
9. 确定战略目标的 SMART 原则包括()。
- A. 目标应清晰明确
- B. 目标要可量化
- C. 目标与使命一致
- D. 目标必须具有明确的截止期限
10. 企业战略的发展途径包括理性方法和应急方法。以下属于对应急方法的质疑和批评的有()。
- A. 缺乏必要的战略计划，不利于更好地分配团队资源
- B. 期望董事会成员简单放权，并让员工按照自己的愿望行事，这是完全不现实的想法
- C. 只基于目标、预算、战略和方案的层级结构，与大多数企业的实际情况不符
- D. 特定行业企业决策周期较长，已制定的决策必须被采用，否则企业将会陷入混乱
11. 战略管理与运营管理相比，不正确的有()。



- A. 战略管理难度更高, 复杂程度更大
 - B. 运营管理侧重于内部具体事务, 需要的某一领域专业能力比战略管理更低
 - C. 战略管理更需要考虑利益相关者的利益诉求
 - D. 运营管理需要应对变化, 具有更多革新的特征
12. 运营管理的主要特点包括()。
- A. 在现有状态下把事情做好, 而不是改变现有状态
 - B. 具有很大的不确定性和模糊性
 - C. 主要管理企业外部的关系, 相对比较单纯
 - D. 主要是职能性管理, 仅凭某一领域的专长就可以发现并解决问题
13. 企业战略的发展途径包括理性方法和应急方法。理性方法的步骤包括()。
- A. 进行企业评估
 - B. 确定使命和目标
 - C. 进行差距分析
 - D. 进行战略选择
14. 战略确定了企业的发展方向, 从这一角度而言, 下面()属于战略的范畴。
- A. 巩固目前的地位
 - B. 开发新产品
 - C. 拓展新市场
 - D. 实施多元化经营
15. 战略分析的外部因素分析包括()。
- A. 宏观环境分析
 - B. 行业环境分析
 - C. 经营环境分析
 - D. 企业资源分析
16. 下列属于竞争战略范畴的有()。
- A. 如何实现竞争优势
 - B. 确定相关产品的范围
 - C. 确定相关产品的价格和促销手段
 - D. 确定相关产品的市场营销渠道
17. 对股东财富的计量可以是一定期间的()。
- A. 每股价值的增加值
 - B. 预计自由现金流的现值
 - C. 经济利润
 - D. 资产的多少
18. 下列有关战略与企业组织之间的关系, 说法正确的有()。
- A. 企业的组织结构应适应公司战略的要求
 - B. 公司战略应适应企业组织结构的要求
 - C. 企业组织的变化要求公司战略进行相应的调整
 - D. 公司战略的变化要求企业组织进行相应的调整

三、简答题

- 1. 请从明茨伯格的 5P 模型的 5 个角度阐释战略的定义。
- 2. 简述战略管理层次之间的相互关系。
- 3. 麦肯锡公司的企业使命是“帮助杰出的公司和政府更为成功”。
要求: 试简述企业使命与目标的联系与区别。

4. 营利性组织与非营利性组织在企业使命定义上的区别。
5. 简述战略的关键要素及其含义。
6. 简述公司战略管理的特点。
7. 简述公司战略的发展途径。
8. 甲公司是一家生产奶制品的企业，领导人过去更多关注的是企业如何盈利。2008 年发生的三鹿奶粉事件给这家企业带来了巨大冲击，尤其是在现在这样一个严峻的经济形势下，该公司的领导人开始关注企业使命，思考企业到底应该怎么做。

要求：请针对该奶制品企业对企业使命进行简要分析。

9. 某企业经营烟酒业务，其厂址在华北某市，销售市场在华北、东北、华东及西北各省。产品以高档酒为主，企业最近有如下几件事需要解决：

- (1) 与一家商场就货款问题发生争议，对方已诉至法院。
- (2) 鉴于中档酒市场需求量大，营销部门建议本企业也加入中档酒行列，开发中档酒。
- (3) 经调查研究，认为今后一段时期内东南地区对本企业具有重要意义，有人建议并购当地的一家酒厂以便开拓东南市场。
- (4) 董事会研究决定收购南方一家酒厂，现就有关收购的法律问题、收购的价格及被购企业的人员及财务问题进行调研与磋商。
- (5) 由于石油价格持续上涨，各国都在酝酿开发新能源。其中用酒精作为汽油的替代产品是其中的一个方案。企业打算同某发动机企业联合开发不挥发的用于动力的酒精。
- (6) 购买设备的意向已定，协议已签，亟待履约。
- (7) 企业近期请某广告公司设计了三个广告创意方案，需要从中选择一个。

要求：说明以上事件中哪些是企业战略层次应该研究的问题，哪些不是，并说明理由。

本章过关必做习题参考答案及解析

一、单项选择题

1. 【答案】C

【解析】只有选项 C 符合企业战略的概念。选项 A、B、D 从主体分析看它们都不是企业，也不具备企业战略的一些特征。所以，符合条件的只有选项 C。

2. 【答案】C

【解析】选项 A、B、D 都是著名的学者，但不是战略概念的提出者，教材中明确指出了“5P 战略”这一概念的提出者是明茨伯格。

3. 【答案】B

【解析】本题中叙述的是该公司的使命。

4. 【答案】A

【解析】由题干可知，本题是具体的销售目标，所以选项 A 正确。

5. 【答案】A

【解析】绝大多数企业使命是高度概括和抽象的，企业使命不是对企业经营活动具体结果的表述，而是企业发展的方向、原则。战略目标是企业使命的具体化，反映了特定时期

内的经营方向和所要达到的水平,如业绩水平、发展速度等。选项 B、C、D 均为战略目标。

6. 【答案】 B

【解析】 公司战略如果定义为一种定位,则非常依赖于其所处的环境,在不同的环境下选择不同的战略定位。

7. 【答案】 B

【解析】 战略是一种计谋,是要在竞争中赢得竞争对手,或令竞争对手处于不利地位及受到威胁的智谋。

8. 【答案】 B

【解析】 战略决策的持续性必须较长,因此,选项 B 不正确。

9. 【答案】 C

【解析】 公司战略由企业最高管理层制定,包括 CEO、董事会成员、总经理及其他高级管理人员和相关专业人员。职能战略的制定者是职能部门管理层,所以选项 C 符合题意。

10. 【答案】 B

【解析】 白酒部和葡萄酒部属于该公司的业务单位,战略业务单位是公司整体中的一个业务单位,是实行自我计划和管理单位,其拥有的自身具体的经营战略就是业务单位战略。

11. 【答案】 D

【解析】 如果考生能关注“能因敌变化而取胜者,谓之神。”那么本题就容易选择出来了。我们把点石成金者称作神,“能因敌而变者”也是神,所以点石成金与因敌而变有异曲同工之妙,是在强调获取竞争优势。

12. 【答案】 B

【解析】 绝大多数企业使命是高度概括和抽象的,企业使命不是对企业经营活动具体结果的表述;而是企业发展的方向、原则。

13. 【答案】 A

【解析】 战略的计划观体现战略具有两个本质特点:(1) 战略是在企业发生经营活动之前制定的;(2) 战略是有意识、有目的地开发和制定的计划。与其他计划相比,战略计划有决定全局性、使用时限长的特点,通常决定了企业的发展方向,其目的是实现企业的基本目标。所以选项 A 正确。

14. 【答案】 D

【解析】 战略是一种模式,是指战略可以体现为企业一系列的具体行动和现实结果,而不仅仅是行动前的计划或手段。即无论企业是否事先制定了战略,只要有具体的经营行为,就有事实上的战略。题干中该超市的行为符合模式观。

15. 【答案】 B

【解析】 战略是一种计谋,是指战略不仅仅是行动之前的计划,还可以在特定的环境下成为行动过程中的手段和策略,一种在竞争博弈中威胁和战胜竞争对手的工具。

16. 【答案】 D

【解析】 福特汽车公司总裁亨利·福特要求“T 型”福特汽车漆成黑色的行为,这强调战略是一种模式。