

——直接用于培训的实战故事 企业存亡兴衰的最佳镜鉴——

颠覆第一品牌的**营销战争**

韩志辉◎著

商战

《销售与市场》杂志社社长 李颖生 提笔亲荐



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

韩志辉◎著

商战

——谨以此书，献给——

充满热情，渴望成功的人！

在商海中拼搏奋斗的人！

百折不挠、奋斗进取的企业家！

绞尽脑汁想把事业做大做强的人！



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

商弑/韩志辉著. —北京: 北京大学出版社, 2012. 9

ISBN 978 - 7 - 301 - 21077 - 2

I. ①商… II. ①韩… III. ①长篇小说—中国—当代

IV. ①I247.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 180878 号

书 名: 商弑

著作责任者: 韩志辉 著

责任编辑: 宋智广 刘照地

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 21077 - 2/F · 3281

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 57421655 出版部 62754962

电子邮箱: sgbooks@126.com

印刷者: 北京佳顺印务有限公司

经销者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 16.75 印张 265 千字

2012 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 36.00 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

举报电话: 010 - 62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

微笑的战争

一个国家在战争中被彻底打败，一个民族在战争中被彻底征服，对于这样的国家和民族，战争带给他们最坏的结果是什么？战胜者会大量掠夺他们的财富，控制和占有他们的资源。他们将不得不从事最低端的劳动，只能得到勉强维持生存的物资。胜利者无偿占有他们的劳动，让他们只能为了活着而活着，为活着而拼命地劳动，为了维持最低级的生活而终生劳作。

战胜者会把那些会产生污染的、有害身体健康的产业交给他们去做，又把低成本生产出来的产品高价格卖给他们。

战胜者不断通过各种方式掠夺财富，让他们彻底失去抵抗的能力，失去反抗的力量。

战胜者还通过文化输入、思想灌输等方式让他们彻底失去反抗的意识，让他们彻底臣服，心甘情愿地处在劣等的位置。

.....

除了这些，你能够想到的最差结果还有什么？以上目标通过军事战争的手段并不容易实现，因为武力征服总会带来无尽的反抗，不能保证臣服者心甘情愿。现在，要实现上述目标，却完全可以不通过军事手段，通过另一种战争的手段就能顺利实现，这就是商业战争。

军事战争以武力为手段，以掠夺财富和占有资源为目标，以流血为表相，它会带来反抗，带来仇恨，因此，可以称之为咬牙的战争。但是这种商业战争同样以掠夺和占有为目标，却是以智力为手段，以微笑为表相，令对方心甘情愿地付出。这是一场微笑的战争！



曾经，我们这个民族辉煌地赢得过战争，也惨烈地输掉过战争。如今，战争已经发生了什么样的变化，我们应该如何赢得越来越激烈的战争？

中国改革开放的三十年，是积极投入战争的三十年。三十年里，我们取得了巨大的成就，在政治、经济、军事和文化等领域发生了翻天覆地的变化。

是什么力量促使中国发生了这样的巨变？首先是因为在改革开放前，我们的发展水平太低，穷怕了的国人，一旦有机会得到财富，就会投入全部的力量去创造财富、获取财富和积累财富。为了财富，他们不在乎健康，甚至放弃了生命，不在乎劳累，不在乎流血流泪，加班加点干，不舍得消费，不舍得享受，甚至有时候不得不丢掉尊严……越是成功的人越是如此！正是这个群体的拼命创造，才使国家取得了巨大的经济成就。但也正是这种快速的变化带来的巨大反差，掩盖了很多潜在的问题：

(1) 中国经济成果的巨大增长和居民生活水平的增长没有同步，许多人仍然处于低水平的生活状态。

(2) 中国的许多产业在国际竞争中处于价值链的最低端，付出大量的劳动却得到极低的回报。

(3) 中国许多产业被外资牢牢控制，民族产业缺乏主力军。

(4) 环境遭到严重破坏，水污染、空气污染……大量耕地被占用，生活环境越来越差。

(5) 资源被大量消耗。

.....

在这场战争中，我们有很多失败，但作为刚投入战争的新手，这并不可怕，真正可怕的是我们失败了还欢呼雀跃，在不知不觉中走向更大的失败。

在我们能够想到的领域，发达国家及跨国公司正在用五大武器向我们发起进攻：

(1) 资源垄断。通过控制矿业、石油等战略性资源，获取定价权，大量获取超额财富。

(2) 资本控制。通过金融资本和产业资本控制产业；通过金融资本、汇率杠杆，获取财富；通过产业资本把一国的产业纳入到国际循环，然后将其置于产

业链的最低端。

(3) 品牌统治。通过品牌占领消费者的心智资源。通过提高产品的心理价值，使普通的产品获得高额的利润。

(4) 技术封锁。通过发展和控制高新技术，提升劳动生产率，用更高的技术发展更高的科技，对其他发展中国家封锁技术，从而使自己永久处于技术的高端。

(5) 文化入侵。通过文化入侵，让一个民族失去本民族的文化传统，失去自我。文化入侵同时伴随着获取巨大的经济利益。

面对敌人强大的攻势，我们虽然目前缺乏更大的力量去战胜他，但我们不能气馁，不能再回到过去自我发展的模式中去，那会让我们进一步失去竞争力。竞争力是在战争中打造出来的，积极地参与竞争才是培养竞争力的最有效的方法。

在过去三十年的竞争中，我们有很多品牌被彻底打败，但仍有部分企业在竞争中成长壮大起来，具备了很强的国际竞争力。是什么力量让这些企业蒸蒸日上？什么力量让这些企业脱颖而出？又是什么原因让那些曾经辉煌的企业一败涂地，消失得无影无踪……

是因为技术、机会或者资金？是因为人才或者战略？抑或是因为管理水平？……

很多企业在短短十几年的时间里，从十几个亿发展到了几百亿甚至上千亿，这些企业让民族品牌有了更多的自信。

在这场微笑的战争中，这些成功的企业首先是勇于作战。面对强敌，它们没有害怕，意志没有被征服。正是这种强悍的精神力量让它们应对各种困难和挑战时依然顽强进取，并最终取得胜利。而那些失败的企业往往是在精神上先败了，面对战争却做了逃兵。

所有成功的企业都乐于战争，积极地发起和参与战争，而不是逃避战争。因为根本无法逃避战争，逃避只会更加被动。没有企业弱小到无法参与战争，也没有企业强大到无懈可击，关键是要有一种积极的心态去参与战争。

成功的企业更善于战争，有更高的策略和手段参与战争。掌握和制造更先进的武器，用更智慧的策略、更省力的技巧去把握规则，取得更大的战争主动权。

在这场永不停息的微笑的战争中，很多人取得了巨大的成功，张瑞敏、柳传志、史玉柱……这些我们耳熟能详的名字，带领企业走向辉煌。作为企业家，他们取得成功有很多的因素，但最根本的在于他们的思维和观念。敢于作战、乐于作战、善于作战，才是无数规则中的源规则。如果没有这些，无论有多少理论、策略、技术和管理，最终都不能创造价值，而不能攫取财富的企业注定会灭亡。

看似风平浪静，其实隐藏着杀机。商战，就是一一场场微笑的战争……

目 录

Contents

前言 / III

- 1 树金牌陆雄多元化 推荐会海牛争第一 / 1
- 2 洋专家尴尬撤离 再追梦魂断元夜 / 7
- 3 遭进攻甘居老二 对强敌怒发檄文 / 13
- 4 初谈判胆气制胜 入敌营计窃情报 / 21
- 5 再造势新辟市场 阻击战釜底抽薪 / 31
- 6 设陷阱智杀三军气 施计策巧夺将帅心 / 39
- 7 犯众怒借力冲市 五巨头联手讨伐 / 49
- 8 拼智谋力敌群雄 战到底寸心必争 / 63
- 9 概念战力扫强敌 数据战双雄博弈 / 73
- 10 遭攻击一筹莫展 换思路点石成金 / 81
- 11 推新政惨遭毁骂 议概念口出妙语 / 93
- 12 借力股市纳米创神话 毁誉纷至掀起口水战 / 101
- 13 解玄机借势超越 议对策道见分歧 / 113
- 14 陷痴迷平常生创意 造品类谋划再掀浪 / 123
- 15 海外并购探路国际化 人事震动战略突生变 / 131

- 16 遭贬黜落魄西南 增销量火纸戏鬼 / 141
- 17 观市战徒增焦灼 迂回战扭转死局 / 151
- 18 肉搏战决胜终端 七连环策略制胜 / 163
- 19 西南区逆势上扬 庆功会借酒言志 / 173
- 20 狮虻战突破围剿 见照片心生罅隙 / 179
- 21 两份调令透玄机 一摞笔记留财富 / 187
- 22 树雄心无所事事 立壮志出师无战 / 193
- 23 抢策划后来居上 防电堡高走制胜 / 203
- 24 全程战制胜金鼎奖 附加值研究誉声名 / 209
- 25 借机会研究对手 四步走牛刀杀羊 / 217
- 26 出奇迹敌方授奖 逢对手妙论竞争 / 223
- 27 昔日冠军黯然退市 韬光养晦危中上任 / 235
- 28 高价值超能氧延寿 低成本一点漏索命 / 243
- 尾声 / 253

后记 / 257

①

树金牌陆雄多元化
推荐会海牛争第一

COMMERCE WARFARE

刚毕业的韩战胜一大早赶到涿泉市的陆雄集团报到，行李还没安顿，就被指派和几个小伙子去搬东西。那是一幅七八米长的大牌子，上面是四个烫金大字：陆雄集团。几个人手抬肩扛，好不容易抬上卡车。

韩战胜随卡车在一条新修的马路上行驶了足有二十分钟，才进入一处宽敞的工业园。白色的新建厂房、宽阔的园区大道和成片的草坪出现在眼前。工业园大门像两个“1”字高高耸立，一侧低一侧高，托起一块化学分子结构造型的大门，风格独特。

当天，陆雄要举行“陆雄集团”挂牌仪式！

在震天的锣鼓声中，工人们把披红挂彩的巨型招牌缓缓升到了楼顶，将之稳稳地矗立在高高的天宇中。在浩瀚的天空下，烫金的“陆雄集团”金字招牌在阳光中熠熠闪光。

那一年，陆雄激动人心的大事接连发生：产销量大幅提升、国家级科研中心落成、大型工业园建成……集团向多元化方向发展，热水器、制冷设备、家用冰柜等产业先后在工业园安家。在滚筒洗衣机获中国名牌、驰名商标等荣誉的带动下，陆雄开始了狂飙突进。

董事长说：“陆雄要从中国滚筒洗衣机第一品牌向中国家电第一品牌冲刺！从第一走向更高的第一！从成功走向辉煌……”

韩战胜想起那个造型奇特的大门，分明是“从第一走向更高的第一”的诠释。

韩战胜的眼睛湿润了，他为自己一进来就赶上了这个伟大的时刻充满了骄傲，他瘦弱的胸膛里有一股力量在冲锋！仿佛来到这里，不是为了自己的生活，也不仅仅是为了工作，而是要用自己的知识和力量来建设伟大的祖国！他太急切地想把这股力量全部奉献给这个伟大的企业！

韩战胜悄悄挺了挺胸脯，他在心里告诉自己：那些青涩的学生时代是过去式了，潜龙出海，我来了！

而他大学时引以为傲的女朋友杨蕊没有随他一起来，而是去了滨海市的海牛集团，那个后来成了陆雄最大对手的企业。

杨蕊成为他的女朋友，这是最让他骄傲的一件事情。杨蕊是公认的“校花”，而他，却是一个其貌不扬的沉默男孩。杨蕊第一次到宿舍找他时，整个男生宿舍楼都沸腾了。

学校组织象棋比赛，女生组的象棋冠军叫杨蕊，她的清纯优雅给他留下了极深的印象。韩战胜看着站在领奖台上巧笑倩兮的杨蕊，心中一个念头涌了上来：

我要追到这个女孩！

仅仅是因为杨莼是个漂亮的女孩，韩战胜就决定去追吗？自然不是，爱情的追逐不只是源于爱。韩战胜爱杨莼吗？那时的他甚至还不知道爱是什么。韩战胜的决定是为了证明自己，在宿舍的男生面前，在众多瞧不起自己的人面前证明自己是强者，是成功者！

对于追女孩，韩战胜没有经验，女孩子到底喜欢什么样的男孩，他也琢磨不透，可是有一点他明白，追女孩要靠自己的实力！靠实力去征服！

韩战胜一改往日邋遢的样子，以前他的衬衣领子脏得看不过去才知道洗，可现在每天检查，只要有一点点颜色就立即泡在盆里；原来懒得到澡堂洗澡，现在几乎每天都去，还学会了像别的男生那样往头发上喷一点摩丝；尤其是皮鞋，以前他几乎从来不擦，而现在每天都擦得锃亮。尤其是和杨莼一起上课的时候，韩战胜总是早早地很精神地坐在第一排。

那段时间里，学习变成了一种享受。走进教室，只要看到杨莼在那里，韩战胜浑身都充满了力量，充满了学习的兴趣。偶尔遇到“不会”的难题，还能过去“请教”杨莼，借机和她说说话。

后来，杨莼终于成了他的女朋友。他主动坦白了当初追求她的“良苦用心”，杨莼笑着说她早就知道了，从他坐在她前面的那时起，就看出了他的心思。但是，杨莼说：“你能够为了我做出这么大的努力，坚持了那么久，我相信你是爱我的，不仅仅是为了自己的虚荣心……而且在你身上我看到了男人的坚韧与自强，我相信你是有未来的……”

毕业的时候，杨莼的父母不愿意让她留在这个城市。分别的时候，韩战胜拿出精心准备的礼物，那是他在实习工厂里把一截三角铁用大大小小的锉刀一丝一毫地打磨，硬是打磨出的一件沉甸甸的手掌心大小的“连心结”——两颗圆润的心，用一根粗实的长箭串联在一起，在小小的箭头上，深深地刻着几个数字：1457。

韩战胜把这个有些粗拙的礼物送给杨莼，坚定地说：

“这是我永远的承诺：你是吾妻！虽然我现在一无所有，但是我有信心！对你，我铁了心！”

杨莼扑进韩战胜怀里：“我一定会等你！”

他的第一份工作是“站商场”，在一群伶牙俐齿的女导购中间，他是一个不知所措的“另类”，第一天就发生了一件让他难堪的事。

一个女顾客指着陆雄洗衣机方正的上盖问他：

“你这款洗衣机上盖怎么这样呢?”

韩战胜没有明白顾客说的什么意思,也不敢问顾客,慌乱中脱口而出:

“我们洗衣机的上盖很结实,上面站一个人也没有问题!”

顾客用揶揄的口气说:“小伙子,我没事站在洗衣机上做什么!”说完拉孩子走开了。

韩战胜愣愣地站在那里,不知道自己说错了什么。

周围响起了一阵“吃吃”的窃笑,几个女孩子笑成一团。

“站在洗衣机上的人”成了韩战胜的第一个称号。

韩战胜不是一个轻易服输的人,不久他找到了机会。别的导购员下班后的下午5点到8点,时间完全属于他,他总是坚守岗位,直到商场打烊。几个星期后,他的销售业绩从倒数第一进入销量前五名。

没有人问他为什么,他们说,那个商场的位置本来就不错,销量本来就该跑在前面!韩战胜没有分辩,他知道,要得到他们的认可,需要更多的成绩来证明。他开始思考洗衣机销售到底有哪些方法和技巧。

韩战胜悄悄地记录下女导购们向顾客介绍所用的方法和技巧,也是在记录中他才渐渐领悟了那些看似平常的语言背后的用心。

又过了两个星期,韩战胜商场的销量已经进入了前三名。因为有人认为这里“位置好”,韩战胜主动请缨,到另一个被认为“位置不好没有销量”的商场做导购。那里因为卖不出货,只有几台最不畅销的Q5型。经理不给他新货,说:“你先把仓库的货卖完再说!”

Q5型属于一个老款产品,而且价格相对便宜,虽然不够畅销,但其实是一款性价比相对更高的产品,可是这些信息,怎么才能传递给消费者呢?怎么能吸引顾客的眼球?

韩战胜想到了一个办法。他找到一张废弃的挂历,在背面用粗水笔写下一句话:“陆雄洗衣机已经到货,请订购Q5型洗衣机的顾客速来提货!”

果然有顾客被海报吸引,听了韩战胜的讲解,有的顾客在跑到其他商场比较了之后,还是回来购买了Q5型。几天后,商场里走了两台Q5型洗衣机,商场催促韩战胜继续进货,经理李明亮这才答应给几台其他的机型。

韩战胜给自己的制订了一个计划:他要调研两百个消费者,了解他们购买洗衣机的微妙心理。

两个月很快过去了,韩战胜所在的商场,这个以前陆雄几乎没有销量的商场,销量竟然进入了陆雄在当地各商场销量的前几名。在分析会议上,韩战胜拿出了他的调研记录,上面密密麻麻地记录了“顾客的心理分析”“洗衣机销售的

方法和技巧”以及“导购员的应该和不应该”……

没有人能做到那么用心，李明亮当场宣布：韩战胜给所有导购员做培训！

不久，韩战胜被提升为办事处第一任培训主任，除了正常的工作之外，他还负责培训所有导购员。

那时候，没有人知道他多么想念杨蕊，但是，他一次也没有联系她，杨蕊打电话到办事处找他，他知道了也不回，他心里只有一个念头：等自己成功了再去找她！

滚筒洗衣机这块蛋糕引来了垂涎的目光，海牛很快嗅到了商机。海牛集团是当时最大的家电企业之一，迅速引进国外技术设备，在国内兼并控股，很快，其滚筒洗衣机像一把锐利的“尖刀”直插市场腹地。

海牛不断推出新产品，广告铺天盖地，尤其是新推出的超大容量烘干一体的滚筒洗衣机让同行业为之侧目！

这款洗衣机不仅功能胜同类产品一筹，而且价格也让市场瞠目：在武汉市场，其价格是陆雄普通滚筒洗衣机的两倍还多，在北京、上海等城市，售价高达六千多元！

海牛在武汉的新产品推荐会在轰轰烈烈地召开。

韩战胜进去的时候，豪华的会场里人头攒动，有五六个风姿绰约的礼仪小姐耐心地回答着客户提出的问题，韩战胜在一边听了听她们对产品的特点、性能、卖点、定价等的回答，琢磨着和陆雄产品的不同。

一个着海牛工作服的年轻人正在讲话，韩战胜后来知道，他叫李志腾。李志腾铿锵的声音在大厅里回荡：“……海牛要成为中国滚筒洗衣机市场第一品牌……”

接着，主持人介绍了一个叫威尔的美国技术专家，在众人热烈的掌声中，一个西装革履、金发碧眼的洋人走到台上，让韩战胜更加惊讶的是，紧随洋人上来的端庄优雅的翻译，竟是杨蕊！

韩战胜一阵狂喜，他没想到能在这里见着杨蕊，更没想到几个月前那个小丫头如今竟然变成了一个地道的白领丽人！威尔热情地朝大家挥手，用生硬的汉语说：“大家好！”杨蕊则含笑鞠躬致意，众人的掌声更加热烈了！

韩战胜从人缝里绕到前面，杨蕊一眼看到了他，惊喜随即写在脸上。那个洋人说什么韩战胜没听进去，也听不懂，甚至杨蕊字正腔圆的翻译他也没有听进去，他脑子里想的是一会儿怎么约杨蕊，带她到哪里去度过这难得的幸福时光。

韩战胜等到了会议结束，但杨蕊却告诉他：她要陪同外国专家去黄鹤楼。

“你能不能不去?”

“不去不行!”

韩战胜还要阻拦，杨莼挥挥手匆匆出去了。他看到几个洋人钻进轿车，杨莼和几个人上车后，车子一溜烟开走了。

夜晚的黄鹤楼灯火璀璨，如浸在一片灯火之中。韩战胜没有心思欣赏黄鹤楼的夜景，他一边四处张望，一边一层层地往上爬。夜晚的黄鹤楼密密麻麻地挤满了人，在四楼的一个角上，韩战胜看见了杨莼，紧靠在她身边的，正是那个叫威尔的洋人。威尔看起来很兴奋，正和杨莼说着什么。

韩战胜想了想，没有走过去，走到离他们不远的栏杆旁。夜晚的长江雾气蒙蒙，散发出幽深神秘的气氛。威尔一直紧紧地靠着杨莼，杨莼大概被威尔的话逗乐了，转身对着威尔说笑。

朝思暮想的人就在眼前，韩战胜却一时间觉得遥远，杨莼身边是引人注目的威尔，自己呢？韩战胜低头看看自己，出来的时候，他随手拿了件夹克衫，那是他大学时候一直穿到现在的衣服，浅蓝色已经磨得发白了，样式也早已过时，如果这时候突然出现在杨莼和那个洋人面前，不仅自己觉得难为情，恐怕杨莼也会难为情……

杨莼是一个漂亮的女孩，无论走到哪里，她都是令人注目的对象，可自己呢，作为销售员和维修工，背着沉重的洗衣机上楼的时候、满身油污维修洗衣机的时候，韩战胜觉得自己和那些打工做苦力的人没有什么区别。如果站在杨莼面前，杨莼该怎么介绍自己？一个维修工？

一阵夜风袭来，韩战胜打了个冷战。杨莼穿着西服外套，她会不会冷呢？突然，他看见威尔把自己的西服脱下来，披在杨莼身上，杨莼辞让着，但威尔坚持着，前面的几个人闻声也回过头来，大概是在劝说杨莼，杨莼没有再坚持，穿上了威尔宽大的外套……

几个人下楼了，韩战胜远远地跟下来，看见几个人走出大门，招呼威尔上车，威尔却坚持让杨莼先上车。杨莼和威尔互相推让着，最终，杨莼先上了车。几辆轿车相继离去……





②

洋专家尴尬撤离
再追梦魂断元夜

COMMERCE WARFARE

面对陆雄的强势市场地位，同时正有多家跨国公司在中國投資滾筒洗衣機產業，LG、西門子、惠而浦等多條國際化生產線正在啟動。海牛集團毅然上馬滾筒洗衣機生產線，並破格提拔了在銷售一線工作多年的年輕市場經理李志騰做洗衣機的销售總經理，負責海牛洗衣機的規劃和籌建。對於海牛集團而言，這是一個很有魄力的決策。

海牛初入洗衣機市場，尚處於競爭的弱勢，論資金實力不如跨國公司，論市場網絡遠不如陸雄。從哪里進攻呢？李志騰陷入了深深的困惑。陸雄已經先入為主，在消費者心中牢牢佔據了滾筒洗衣機的陣地，並且一直以中國最貴的洗衣機自居。

面對陸雄的強勢，李志騰採用了巧妙的“弱者的戰略”。

“弱者的戰略”若非以兵力數見勝負，便是以武器的效率分高下。如果處於弱勢，必須把握以下五個基本原則：一是選擇局部戰，在最混亂的市場，沒有強勢品牌的相對壟斷，易發生戰爭；二是展開接近戰（肉搏戰），把銷售的力量放在終端；三是選擇單兵戰鬥，加強個體銷售力量；四是避免兵力分散，採取一點集中兵力；五是採用聲東擊西的偽裝作戰。只要造成一對一的戰鬥形勢，則戰鬥條件一旦持平，強者和弱者的分野自然消失，如此便能擺脫劣勢，這是“弱者的戰略”的基本原理。

在進攻者不求大規模決戰的情況下，技術壁壘具有十分大的價值。但是當進攻者資金占優勢或力量很大，準備大規模進入時，防禦者如果錯用了這個手段，就可能給進攻者帶來實際利益。沒有攻克不了的技术，沒有繞不開的專利，不要希望靠一項技術獲得永久的競爭優勢。

當時的陸雄洗衣機正是抱著滾筒洗衣機的技术優勢，並且以為可以把技術作為永久的優勢。

陸雄具有了不同檔次的系列產品，面對這樣的現狀，李志騰提出直接切入高端市場的策略，推出烘乾一體的洗衣機產品：“能把洗衣機擺上各大商場的顯要位置就是勝利！”為此，海牛集團投資1億元建設了全新的滾筒洗衣機生產基地。

李志騰這樣做的依據是，陸雄的產品大部分以中檔產品為主，市場份額也主要集中在中檔洗衣機的销售上，因此，以高端洗衣機切入，一方面不會引起陸雄的注意，不會引起對方的強烈反應；另一方面能樹立海牛在洗衣機市場的高端形象，而這樣做也是集中了海牛最優勢的生產資源。