

练越多,准确性不断提高。差不多坚持了半年时间,打算盘对我来说已经不是一件难事。

天生我材必有用,时隔不久,在我下放农村的地方,当地有家人民公社办的机械厂,厂负责人找上门来,说要培养我当会计。父亲听后大喜,总算给我找到了他心中理想的会计职业。上班3个月以后,父亲有点不放心,找到我所在的工厂负责人闲谈,问问我的工作情况,那位工厂负责人满脸笑容:你儿子真聪明,算盘打得啪啪响,每次都是一遍准,不简单啊!有时数字位数多了,老会计都不敢保证“一遍准”,打过一遍,再复一回才放心。

说到算盘,盘算我所见过的算盘,说千奇百怪有点过分,但绝不是千篇一律。有大的也有小的,有胖的也有瘦的,有老式的也有新式的。这是历史的见证,也是时代发展的产物。一般的算盘是长方形13档位的,上面两个珠子,下面5个珠子,但大算盘有17档位的,还有21档位的,而小的

是正方形的,只有9档位,底部还有一块插板,用起来不仅方便,而且看上去很精致,更适合于携带和计算位数不多的简单数字。胖的算盘,只是框子大些,上下空间大,珠子层次分明。由于算盘很长时间是会计人员使用的唯一计算工具,为提高算盘计算的准确性,不少地方都会经常组织会计人员进行珠算技术比赛,而珠算协会给会计人员考试定级更是家常便饭,所以在上世纪80年代出现了一种新式的瘦算盘,不但体积比一般算盘小,而且上下珠子也有了变化,上面一个珠子,下面4个珠子,将上下档那个不常用、用不到的珠子去掉了,并且还多了一个简单的快速清盘的功能,大大提高了算盘的使用速度。

打算盘,在现代人看来不可思议,枯燥无味,又烦又累,然而作为从那个年代过来的会计人,我对使用算盘并不反感,有时还能自得其乐,打算盘的节奏、声音,都能给我带来一种轻松和愉悦。那时,我们会计办公室最多时有七八个人,一个人打算

盘时,节奏感很强,其声音有“大珠小珠落玉盘”般美妙;多人一起打算盘时,那声音简直像不同乐器弹奏出来的交响曲,这是因为不同算盘珠用不同材料制成,会发出不同声响,同时跟使用者拨珠子的用力大小也有关系,有的沉闷,有的清脆,有的声音大点,有的声音小点。不管怎么说,算盘作为一种悠久的历史文化,她伴随我们走过了很长的会计人生,我们是不该把她遗忘的。

虽然今天算盘不再是我们会计人主要的计算工具,但在我的办公桌上依然放着一把古老的算盘,因为我的会计人生是从打算盘开始的,看到她,就会想起那位手把手教我学算盘的陈老师,就会想起苦口婆心叮咛我学算盘的父亲,虽然他们都已离开人世,但同算盘一样会让我永远铭记心中。一辈子的会计人生,都是因为有了他们,有了算盘。

(作者单位:江苏扬州市友谊商店)

责任编辑 陈利花

● 词条

整个市场覆盖战略

整个市场覆盖战略又称市场全面化战略,是指企业以所有的产品来服务所有的顾客群体的需要,即不分产品,不分市场,大小通吃。这种战略仅有大公司才能办得到。通常采取该战略时,可以运用无差别市场策略和有差别市场策略。

1. 无差别市场策略,就是企业可能不考虑市场区划的差异性,而只对整个市场提供一种产品。这种策略是立足于企业的产品对所有的用户都有共同的需要,企业可以大规模地生产单一品种的产品,采取广泛的销售渠道和统一的广告内容,以吸引尽可能多的用户。但是,这一策略一般只适用于市场供应紧张或者市场供应很少的产品。运用无差别化的市场策略最大的优点是企业的可以大批量地进行生产,使生产成本和销售成本大幅度减少,管理工作也比较方便。但是,这种策略对于大多数企业的产品已经不适用了,可是类似与水、电等相关的基本生活用品,仍然可以采用这种无差别的市场策略。

2. 有差别市场策略,就是企业针对不同用户的需要,把总体市场分为若干区划,从而提供与同行企业不同的产品和服务的一种策略。采用这种策略,可以使企业针对不同的细分市场,设计不同的产品,运用不同的广告宣传和销售渠道,以满足不同用户的要求。由于企业生产的产品具有品种多、规格多、灵活性较强的特点,这样,有利于企业提高经济效益和竞争能力,有利于企业扩大销售和占领市场,而且,还有利于提高企业和社会上的声誉。但是,采用有差别的市场策略也有较大的局限性和制约性。一方面,由于企业的生产品种日益增多,广告宣传、销售渠道和推销方法都要实行多元化,这样,势必会提高生产成本和销售费用,从而影响企业的经济效益;另一方面,如果无限地扩大生产品种,必然会受到企业的资源状况和技术的限制。因此,对于大多数企业来说,选择目标市场应该有适当的控制,决不能无限地扩大。