2015年浙江省高等职业技术教育招生考试

商 业 类 试 卷

本试题卷共六大题。全卷共8页。满分300分，考试时间150分钟。

一、单项选择题（本大题共45小题，每小题2分，共90分）

在每小题列出的四个备选答案中，只有一个是符合题目要求的。错选、多选或未选均无分。

1. 实践证明：只搞产品研发，孤芳自赏，忽视市场需求变化并容易出现“市场营销近视症”。这是一种典型的_____。（　　）

A. 生产观念　　B. 产品观念　　C. 推销观念　　D. 市场营销观念

2. 以下属于政府机构的是_____。（　　）

A. 广播　　B. 消费者协会　　C. 卫生防疫部门　　D. 环境保护组织

3. 下列有关消费品市场的表述中，错误的是_____。（　　）

A. 消费品市场人数众多，需求量大　　B. 消费品需求存在着时间上的差别

C. 消费者购买商品大多属于行家购买　　D. 消费品使用存在着配套性和替代性

4. 以下属于异质市场商品的是_____。（　　）

A. 食盐　　B. 白糖　　C. 煤炭　　D. 服装

5. 一种避开强有力的竞争对手的市场定位是_____。（　　）

A. 避强定位　　B. 迎头定位　　C. 重新定位　　D. 寻找市场定位

6. 某企业产品线①的深度为5，企业产品线②的深度为6，企业产品线③的深度为7。则每条产品线的平均深度为_____。（　　）

A. 4　　B. 5　　C. 6　　D. 7

7. 宝洁公司的洗衣粉有汰渍、碧浪等品牌。宝洁公司采取的是_____。（　　）

A. 多品牌策略　　B. 统一品牌策略　　C. 分类品牌策略　　D. 品牌扩展策略

8. 侧重点在于短期内的最高利润的定价目标是_____。（　　）

A. 稳定价格　　B. 扩大市场占有率

C. 获取投资报酬率　　D. 获取当前最高利润

9. 某企业为了扩大市场占有率，对某商品进行降价20%，结果销售量提升30%。则该商品的弹性系数为_____。（　　）

A. 0.2　　B. 1.5　　C. 2　　D. 3

10. 针对消费者购买商品时求名的心理动机而采取的定价策略是_____。（　　）

A. 声望定价　　B. 整数定价　　C. 尾数定价　　D. 组合定价

11. 主要用于投标交易的定价法是_____。（　　）

A. 密封投标定价法　　B. 主动竞争定价法

C. 需求差异定价法　　D. 理解价格定价法

12. 下列有关分销渠道的表述中，错误的是_____。（　　）

A. 分销渠道的起点是生产者

B. 中间商是分销渠道的参与者

C. 代理中间商不是分销渠道的参与者

D. 分销渠道的参与者可以是各种机构，也可以是个人

13. 多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体是_____。（　　）

A. 专业店　　B. 百货店　　C. 连锁店　　D. 购物中心

14. 专门为买卖双方提供产品价格及一般市场情况，为交易双方洽谈销售业务的中间商是_____。（　　）

A. 寄售商　　B. 经纪商　　C. 企业代理商　　D. 销售代理商

15. 下列商品中，不能与另外商品采用同一种渠道类型的是_____。（　　）

A. 水泥　　B. 时装

C. 水果　　D. 工业用大型机器设备

16. 企业派出人员直接与消费者或客户接触，目的在于达到销售商品或服务以及宣传企业的促销活动。这种促销方式是_____。（　　）

A. 广告　　B. 营业推广　　C. 公共关系　　D. 人员推销

17. 在不同购买阶段，企业应采用不同促销组合策略。在知晓阶段，应采用的策略是_____。（　　）

A. 以人员推销为主　　B. 以广告和宣传报道为主

C. 以广告和人员推销为主　　D. 以人员推销和宣传报道为主

18. 推销人员在和顾客直接接触中一回生，二回熟，彼此既交流了情感又增进了了解。这体现了人员推销特点中的_____。（　　）

A. 选择性　　B. 控制性　　C. 情感性　　D. 双向沟通性

19. 以下不属于报纸广告优越性的是_____。（　　）

A. 传播迅速及时　　B. 读者众多、宣传面广

C. 简便灵活、制作方便　　D. 编导制作复杂、费用较高

20. 为妇女服装做广告，选择彩色印刷的杂志广告最有吸引力。企业选择杂志做广告考虑的因素是_____。（　　）

A. 产品种类　　B. 广告信息

C. 成本费用　　D. 目标顾客习惯、偏好

21. 在商品整体概念的构成要素中，_____是商品的核心部分，是消费者追求的核心利益。（　　）

A. 商品效用　　B. 商品品质　　C. 商品特点　　D. 商品式样

22. 商品学的研究对象是商品的_____。（　　）

A. 质量　　B. 价值　　C. 使用价值　　D. 整体概念

23. 关于企业内部商品质量管理的两个系列工作（质量保证和质量控制），表述错误的是_____。（　　）

A. 质量保证是指对产品用户方面的一系列工作

B. 质量保证被国内外称为现代质量管理的核心

C. 从企业内部来看，质量保证是质量控制的基础

D. 质量控制工作是指企业内部生产活动中的一系列管理工作

24. 玉米发霉后能产生黄曲霉毒素，使人体致癌。这种毒害物质来源于_____。（　　）

A. 生物对食品的污染　　B. 加工中混入的毒素

C. 保管不善产生的毒素　　D. 食品本身含有的毒素

25. 不属于纺织品商品质量基本要求的是_____。 ( )

A. 良好的机械性　　B. 安全、卫生性

C. 材料选择适宜性　　D. 组织结构合理性

26. 构成商品的物质基础是_____。 ( )

A. 人　　B. 原材料　　C. 机器设备　　D. 技术水平

27. _____的理论和方法就是为适应现代化大生产对质量管理的整体性、综合性的客观要求而提出来的。 ( )

A. 质量检验　　B. 统计质量管理　　C. 全员质量管理　　D. 全面质量管理

28. 收集有关商品质量的意见有多种方式，对一般商品可以采取_____。 ( )

A. 通讯调查　　B. 用户座谈会　　C. 营业员座谈会　　D. 售前定点试用

29. 缩短版商品条码的结构中不包括_____。 ( )

A. 前缀码　　B. 厂商代码　　C. 商品代码　　D. 校验码

30. 关于商品标准的表述，错误的是_____。 ( )

A. 商品标准的本质特征是统一

B. 商品标准一经发布，就是一种技术法规

C. 不同级别的商品标准在不同的角度和不同的侧面进行统一

D. 有了商品标准，生产者就有章可循，可以按规定的要求组织生产

31. 实行的产品质量认证制度采用“风筝”标志的是_____。 ( )

A. 美国　　B. 法国　　C. 德国　　D. 英国

32. 鉴定工作的第一步是_____。 ( )

A. 取样　　B. 鉴定　　C. 数据处理　　D. 设计鉴定方案

33. 在实际应用中，对水果商品进入感官鉴定时，首先要进行_____。 ( )

A. 触觉鉴定　　B. 视觉鉴定　　C. 听觉鉴定　　D. 味觉鉴定

34. 判断植物油脂、啤酒等液态商品的色泽，并判断其品质是否正常，可以用_____。 ( )

A. 折光计　　B. 旋光计　　C. 光学显微镜　　D. 罗维朋比色计

35. 对高密度聚乙烯单丝的质量，国家标准(GB5664－85)规定，一级品的结头数每 250g 轴(绞)装丝中不得超过 4 个，二级品的结头数每 250g 轴(绞)装丝中不得超过 5 个，这种品级的划分方法是_____。 ( )

A. 记分法　　B. 限定法　　C. 百分记分法　　D. 限定记分法

36. 脂溶性维生素不包括_____。 ( )

A. 维生素 A　　B. 维生素 C　　C. 维生素 E　　D. 维生素 K

37. 新产品开发最基本的要求是_____。 ( )

A. 要有市场　　B. 要有特色

C. 要有经济效益　　D. 要有能力和条件

38. 塑料薄膜袋具有透明柔软和防潮性能，可用于盛装糖果、花生、干果、食品、化工原料等。但因其有一定的毒性，下列不宜盛装食品的塑料薄膜袋是_____。 ( )

A. 聚乙烯袋　　B. 聚丙烯袋　　C. 聚氯乙烯袋　　D. 聚苯乙烯袋

39. 商品包装标准化的内容不包括_____。 ( )

A. 包装材料标准化　　B. 装卸作业标准化

C. 集合包装标准化　　D. 包装标志标准化

40. 指示标志的颜色一般为_____。 ( )

A. 黑色　　B. 黄色　　C. 红色　　D. 橙色

41. 我国《商标法》规定，注册商标的有效期和续展次数为_____。 ( )

A. 十年、不限　　B. 十年、十次　　C. 二十年、不限　　D. 二十年、十次

42. 商品安全储存的基础是_____。 ( )

A. 科学堆码　　B. 严格入库验收

C. 选择适当的储存场所　　D. 做好商品在库检查

43. 冻鱼、冻鲜虾等产品在夏季运输或在温度比较高的地区运输都应选用冷藏车，使得它的内温保持在_____，否则，就会腐败变质，影响产品质量。 ( )

A. 0℃～10℃　　B. 0℃以下　　C. －8℃～0℃　　D. －8℃以下

44. 关于气体对商品的影响，表述错误的是_____。 ( )

A. 二氧化碳会加速金属的锈蚀

B. 臭氧能引起某些有机商品的老化

C. 氧气与商品的锈蚀、霉腐、老化、虫蛀等有直接关系

D. 含有二氧化硫和硫化氢等的空气能延缓商品锈蚀、脆化、变色等质量变化

45. 当库外温度低于库内时，就可以通风的商品是_____。 ( )

A. 塑料　　B. 化妆品　　C. 纺织品　　D. 五金商品

二、是非选择题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）

判断下列各题，正确的填“A”，错误的填“B”，错填或未填均无分。

46. 现场实验法的正确程度受参加实验者的技术水平和人为因素的影响，但运用起来简便易行，适用于很多商品的质量评定。 ( )

47. 统计质量管理阶段由于单纯依靠检验找出废品或返修品来保证产品质量，因此人们也称这种检验方法为“事后检验”。 ( )

48. 商品标准化是指商品在生产、流通和销售环节中，通过制定、发布和实施标准达到统一和协调，以获得最佳秩序和社会效益的全部活动过程。 ( )

49. 产品质量监督是由国家及省、市、自治区产品质量监督机构，依据产品标准，对产品质量所进行的测试、检查与评定。 ( )

50. 商品检验属于商品鉴定的一部分，一般是指对商品是否符合标准规定所进行的鉴别评定，以确定商品质量优劣的工作。 ( )

51. 有机物按其分子量的大小分为两大类。通常把分子量在一万以上的称为高分子有机物；分子量低于一万的称为低分子有机物。 ( )

52. 产品开发并不是单纯为了研制某种新产品，其最终目的是为了满足社会需要和为企业创造更大的经济效益。 ( )

53. 标志 8“重心点”应标打在能正确标示出包装件实际重心位置的两个面上。 ( )

54. 商品储存应遵循的结构合理原则，就是储存商品的品种、规格、花色、档次的比例要合理化，适应人们消费心理和实际需求不断更新的需要。 ( )

55. 商品的运输功能，是发挥商品运输的时间效应而增加商品的价值。 ( )

三、填空题（本大题共 25 小题，每空格 2 分，共 50 分）

56. 市场营销的范围不仅包括流通领域，还包括_____及消费领域。

57. 产品是能够用以满足人类某种_____或欲望的任何东西。

58. 代理商是指按约定代理销售商品，不拥有商品_____的中间商。

59. 由于消费者在性别、年龄、民族、经济状况、文化程度、消费习惯等方面都存在着差异，从而形成了消费品市场需求的_____。

60. 消费者的购买决策过程由确认需要、收集消息、方案评估和_____组成。

61. 需求弹性是指价格变化所引起的需求量变化的程度。如果某种生产资料是生产中必不可少的，那么即使价格变化，也不会引起需求量太多的变化。这体现了生产资料市场的需求弹性较_____。

62. 从需求角度来看，各种社会产品的市场可以分为两类：_____和异质市场。

63. 产品线_____是指一个企业所拥有的产品线的数目。

64. 新产品的_____是指新产品进入市场后为消费者所接受的过程，主要表现为潜在消费者由认识新产品到试用新产品，最后决定购买新产品的行为。

65. 品牌是一个结合体，包括品牌名称、_____两部分。

66. 价格弹性是指因价格变动而引起的需求量变化的程度。价格弹性大的产品，通过_____可以增加销售量。

67. 理解价格定价法是根据消费者对商品价值的理解，即消费者的_____观念来定价的方法。

68. 分销渠道是指产品从生产者转移到_____手里所经过的通道。

69. 间接销售渠道是生产者通过若干_____（如批发商、零售商、经销商或代理商），把商品销售给用户。

70. _____就是企业通过一定的方式，将产品或服务的信息传送给目标顾客，使其了解并产生兴趣，最后促使其购买本企业产品的一系列活动。

71. 商品的_____是商品社会属性的前提，即商品价值的物质承担者。

72. _____的商品质量是指产品质量，通常称为商品品质。它是指产品与其规定标准技术条件的符合程度。

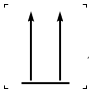
73. 流通企业应当切实执行进货检查验收制度，验明产品_____证明和其他标识。

74. 以_____为标志分类能反映商品本质性能，分类清楚明了，为确定销售、运输、储存条件提供了依据，有利于保证商品流通中的质量。

75. 等同采用是指_____与国际标准完全相同，没有或仅有编辑性修改，编写方法完全相对应。

76. 商品鉴定具体是指通过对商品的鉴别评定，分析商品的_____、结构和性质及其对质量的影响，确定商品检验方法和质量要求，评价其真伪或质量优劣的过程。

77. 商品抵抗外力作用而保持体态和结构完整的能力，称为商品的_____。

78.  用于指示不得_____、倒置的运输包装件。

79. 在_____时，指示标志的外框线和标志名称可以省略。

80. 商品养护是商品在_____过程中所进行的保养和维护。

四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分）

81. 相关群体

82. 集中性营销

83. 营业推广

84. 行业标准

85. 包装(根据国家标准)

五、问答题(本大题共 4 小题,第 86 小题 16 分,第 87 小题 16 分,第 88 小题 8 分,第 89 小题 10 分,共 50 分)

86. 成长期是新产品销售进入产品生命周期的第二个阶段。

(1)该阶段企业可以采取哪些营销策略?

(2)该阶段价格弹性较大的非生活必需品、价格弹性较小的一般日用生活必需品应分别采用什么定价策略?

(3)该阶段企业应采用什么促销方式?

87. 某制伞企业准备开发新款遮阳伞,需要进行市场分析。

(1)该制伞企业除了考虑政治法律环境、自然环境和科技环境外,还必须考虑宏观市场营销环境中的哪些因素?

(2)影响消费者购买行为的心理因素包括哪些方面?

(3)市场因素有哪些方面会影响该企业的分销渠道选择?

88. 什么是随机抽样？随机抽样的具体方法主要有哪些？

89. 低温储藏按储藏的温度不同可以分为哪两种？试对这两种方式进行比较。

六、案例分析题（本大题共 2 小题，第 90 小题 25 分，第 91 小题 35 分，共 60 分）

90. 2013 年是中国白酒产业进入深度调整的第一年，行业发展不景气，市场变幻莫测，让白酒平添了很多风险。有专家及媒体预测，未来几年中国白酒行业将有近 3 成的经销商退出，白酒企业的渠道变革已经迫在眉睫了。

根据以上案例，完成下列题目。

第(1)～(5)题为单项选择题，每题各 3 分；第(6)题为营销策划题，10 分。

(1)2013 年是中国白酒产业进入深度调整的第一年，行业发展不景气，这说明白酒处于产品生命周期的_____。（　　）

A. 投入期　　B. 成长期　　C. 成熟期　　D. 衰退期

(2)和 2013 年白酒市场现实状况不符的是_____。（　　）

A. 销售量急剧下降　　B. 成本低，利润丰厚

C. 多数企业无利可图　　D. 企业减少生产规模

(3)2015 年，白酒行业各品牌产品应采用的营销策略是_____。（　　）

A. 继续提高价格　　B. 扩大产品组合

C. 进行产品革新　　D. 增加广告费用

(4)2015 年，白酒行业各品牌产品应采用的定价策略是_____。（　　）

A. 撇脂定价策略　　B. 渗透定价策略

C. 满意定价策略　　D. 随行就市的定价策略

(5)按照商品在流通过程中经过流通环节或层次的多少,销售渠道分为_____。(　　)

A. 长渠道和短渠道

B. 宽渠道和窄渠道

C. 直接销售渠道和间接销售渠道

D. 生产资料分销渠道和消费资料分销渠道

(6)请结合日常生活中对白酒的了解,从保健的角度,为企业开发一款新白酒。

具体要求:说明新白酒的特点、功能、目标消费群体,设计一句易于传播的广告语。

91. 根据工信部统计数据,截至 2014 年 1 月底,我国共有 12.35 亿手机用户。废旧手机和电池如果仅仅被填埋处理,里面含有的金、水银、铅、镉等重金属成分就会直接污染土壤及地下水。而如果被简单焚烧,共产生的气体会污染空气,致人中毒,严重危害人体健康。其实,每部回收的智能型手机大约有 40%的材料与零组件可以再利用。但是从循环经济的角度来看,目前手机回收、利用的发展情形很不理想。从环保绿色主题深入人心来看,环保手机是一种新产品。

请运用所学的市场营销知识,完成下列题目。

第(1)~(2)题每题各 2 分;第(3)题 31 分。

(1)确定环保手机的目标市场。

(2)确定环保手机的市场定位。

(3)根据所确定的目标市场和市场定位,制定环保手机的营销组合策略。