

- A.随着家庭收入增加,用于购买食品的支出占家庭收入比重不变
B.随着家庭收入增加,用于住宅建筑和家务经营的开支占家庭收入的比重大体不变
C.随着家庭收入增加,用于如交通、娱乐、卫生保健和教育等方面的支出和储蓄占家庭收入的比例就会不变
D.以上答案都不对
- 6.“现在消费者都是按照自己的意思在做选择,而不是被强迫的。他们所需要的流行式样必须兼顾胆识与内容,再加一点点的轻浮以达到平衡。”这句话表明了()
- A.流行是由消费者创造的
B.消费者所需要的流行必须能反映他们的生活
C.消费者总在追求前卫的款式
D.消费者不关心流行,只是按照自己的意思选择服装
- 7.下面有关价格需求弹性的说法,正确的是()
- A.凡与基本生活关系密切的必需品,需求价格弹性小
B.凡与基本生活关系密切的必需品,需求价格弹性大
C.商品的价格弹性与该商品与基本生活关系密切与否无关
D.以上答案均不正确
- 8.在现代零售经营中,下列选项中哪一个不属于服装商品采购经理的工作?()
- A.确定服装零售价格
B.联系适合的服装厂以及其他货源
C.跟进交货时间
D.确定新产品线的主题
- 9.下列选项中不属于服装零售业态的是()
- A.批发市场
B.销品茂
C.专卖店
D.超市
- 10.实体分配是指()
- A.选择适合的店面
B.对物流进行管理
C.安排促销计划
D.确定利润分配方案
- 11.服装企业可以分为_____两大类。()
- A.以生产为主和以零售为主
B.以零售为主和以批发为主
C.以进口为主和以出口为主
D.以男装为主和以女装为主
- 12.服装商品策划原则中的陈腐化原则,是指()
- A.将过去陈旧的款式不断翻新推出新款
B.将现有的商品认定为过时产品,并以此为基础进行商品策划
C.当存在商品不再流行时,将其淘汰
D.以上都不对
- 13.物性价值是品牌内涵的()
- A.基础
B.目标

C.桥梁

D.附加值

14.下列有关连锁店特点的说法中,错误的是()

A.经营理念、商品服务、经营管理一致

B.店名、店铺装潢陈列、广告宣传、营业员服饰统一

C.各分店经营同类商品

D.连锁店实行集中统一管理和统一经营

15.在服装营销市场细分中,社会阶层属于_____的范畴。()

A.行为细分

B.心理细分

C.人口细分

D.以上都不对

16.我国服装企业进入国际市场最简单的方式是()

A.直接投资

B.和国外企业联营

C.直接出口

D.协作生产

17.下列属于一手资料的是()

A.市场问卷

B.网上信息

C.最新巴黎时装发布会照片

D.企业内部资料

18.下面有关商品策划主题确定的说法,错误的是()

A.主题是由平常事物中获得的灵感

B.主题应根据不同消费层设定

C.主题名称多用抽象的浪漫名词表达

D.由于品牌风格不变,主题可以重复使用

19.在成本不变条件下,企业提高服装价格的原因应是()

A.为了促销

B.为了提高品牌知名度

C.为了打败竞争对手,提高市场占有率

D.为了提高毛利

20.提供价格低廉产品,产品线宽但不深,提供较少服务,多座落于城郊结合部的零售业态是()

A.厂商直销店

B.大型购物中心

C.折扣店

D.大型综合超市

二、判断题(本大题共 9 小题,每小题 1 分,共 9 分)

判断下列各题,正确的在题后括号内打“√”,错的打“×”。

1.绝大多数的流行创新者都是大众阶层,因为大众阶层人数最多,对流行也影响最大。

()

2.服装企业的三大组成部分是制造、批发和零售。()

3.服装企业的利润率通常是随着企业规模的不断扩大而提高的。()

4. POP 促销是直接提高服装销售额的重要工具。()
5. 人员推销的优点之一是绝对成本降低。()
6. 通常条件下, 企业削价的原因之一是提高库存周转。()
7. 中国在中高档服装加工生产领域具有优势。()
8. 当其他因素一定时, 服装成本与价格呈反比。()
9. 莫代尔是一种来源于山毛榉木浆粕的新型纤维材料。()

三、名词解释(本大题共 2 小题, 每小题 4 分, 共 8 分)

1. 连锁店
2. 品牌

四、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 8 分, 共 32 分)

1. 流行和它的生命周期。
2. 简述服装产品进入国际市场的方式。
3. 简述商品策划的定义和“五适”原则。
4. 简述服装营销中店面及橱窗陈列的特点和 AIDA 原则。

五、论述题(本大题 11 分)

分析服装促销策略。