

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看，不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

基础学习班 依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

真题串讲班 教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

习题班 自考 365 网校与北大燕园合作推出，每门课程均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格返还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

全国 2009 年 4 月高等教育自学考试

商品流通概论试题

课程代码：00185

一、单项选择题(本大题共 20 小题，每小题 1 分，共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 发达商品流通产生于()
A. 第一次社会大分工
B. 第二次社会大分工
C. 第三次社会大分工
D. 第四次社会大分工
2. 交换的广度是指商品交换的()
A. 范围
B. 边界
C. 面积
D. 层次
3. 制约商品流通过程的刚性因素是()
A. 商品的自然属性
B. 商品的差价
C. 商品的供求状况
D. 商品的流向
4. 在现实经济生活中，商标和包装策略的竞争属于()
A. 价格竞争
B. 非价格竞争

- C. 产品竞争
D. 信息竞争
5. 市场活动的表现形式是流通，其中主要是()
A. 商品的买卖
B. 商品的运输
C. 商品的储存
D. 商品的管理
6. 在现实经济中，比较典型的垄断竞争市场是()
A. 农产品市场
B. 日用工业品市场
C. 生产资料市场
D. 技术市场
7. 供求关系的变化，引起价格变动，而价格的变动又会引起供求关系的变化。这种联系和运行反映的是()
A. 供求机制
B. 价格机制
C. 竞争机制
D. 风险机制
8. 商品库存量与再生产周期成()
A. 加数
B. 减数
C. 正比
D. 反比
9. 商品流通企业的利润主要来自于()
A. 追加利润
B. 级差利润
C. 转移利润
D. 让渡利润
10. 商品促销策略中，推进策略的主要促销对象是()
A. 家庭
B. 最终消费者
C. 中间商
D. 公共部门
11. 来自国家机关和上级主管部门的政策、法规、通知和计划等，属于()
A. 指令信息
B. 环境信息
C. 科技信息
D. 管理信息
12. 商品配送的关键部分是()
A. 商品采购
B. 商品运输
C. 商品加工
D. 配送中心
13. 专门以大宗期货或现货为交易对象，并可以进行商业投机的场所是()
A. 专业批发市场
B. 商品交易所
C. 中心批发市场
D. 小商品批发市场
14. 传统的流通渠道模式是()
A. 生产者—消费者
B. 生产者—零售商—消费者
C. 生产者—用户
D. 生产者—批发商—零售商—消费者
15. 为商品流通网络建立提供雄厚物质基础的是城市发达的()
A. 商业体系
B. 金融体系
C. 工业体系
D. 文化体系
16. 在下列各种企业组织形式中，历史上形成最早、存续时间最长，至今仍在数量上占有主要地位的一种企业组织形式是()
A. 合伙制企业
B. 合作制企业
C. 个人业主制企业
D. 公司制企业
17. 商品价格制定的主要依据是()
A. 个别成本
B. 社会成本
C. 影子成本
D. 测算成本
18. 利用电子信息网络平台从事商贸业务活动，一般称之为()
A. 电子商务
B. 电子数据交换

- C. 电子信息采集
D. 电子政务
19. 商品流通调控的主体是()
A. 企业
B. 行业组织
C. 国家
D. 政府部门
20. 反映流通企业获利能力的指标是()
A. 存货周转率
B. 净资产收益率
C. 商品流通费用率
D. 资本积累率

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

21. 供求规律的作用主要表现在()
A. 支配着商品价格的变化
B. 支配着商品的流量和构成
C. 支配着商品流通的方向和时间
D. 支配着商品价值的核算
E. 支配着生产和消费
22. 下列关于经济进货批量的正确说法有()
A. 经济进货批量与商品的年进货量之间呈正相关关系
B. 某商品年进货量越大, 则经济进货批量越小
C. 每次进货的进货费用越大, 则经济进货批量越大
D. 单位商品年平均储存费用越大, 经济进货批量越小
E. 经济进货批量与商品的年需求量无关
23. 综合商社的功能有()
A. 贸易功能
B. 金融与投资功能
C. 信息功能
D. 开发功能
E. 服务功能
24. 构成总顾客价值的因素有()
A. 产品价值
B. 服务价值
C. 人员价值
D. 形象价值
E. 货币价值
25. 下列各项商品中, 适合于专业商店销售的有()
A. 农副产品
B. 食品
C. 家具
D. 珠宝首饰
E. 服装

三、填空题(本大题共 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 分)

请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

26. 市场最早表现为_____的场所。
27. 商业是国民经济的重要组成部分, 其地位是由_____在社会再生产中的中介地位所决定。
28. 把买来的商品化整为零, 进行再销售的企业, 称之为_____。
29. 国家计划在宏观调控中具的_____的作用。
30. 现代企业制度的代表形式是_____企业, 它是典型的两权分离式企业, 即实行所有权和经营权分离。

31. 商品流通的基本职能是实现商品的_____转化。
32. _____被视为现代企业降低成本的“最后边界”。
33. 通常将商品流通企业的组织形式和经营形式称之为_____。
34. 零售渠道是由向_____出售商品和劳务的零售商人组成的。
35. 商品价格是商品价值构成, 即_____的具体体现。

四、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

36. 世界市场
37. 商流
38. 第三方物流
39. 商业文化
40. 商品比价

五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

41. 流通企业经济效益有哪些特点?
42. 为什么说商业道德是市场经济条件下企业生存发展的内在要求?
43. 自由连锁商店有哪些模式?
44. 简述商流与物流分离的必要性。
45. 电子商务的实现通常要经过哪些阶段?

六、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

46. 联系实际论述我国流通业态演变的现状。
47. 简论流通创新的重要性。