

- C.超级市场 D.百货店
- 5.欧共体生态纺织品标准中，对服装和纺织品中的某些物质的含量要求以 PPB 级控制，这是_____对服装企业营销的影响。()
- A.人文环境 B.自然环境
C.经济环境 D.技术环境
- 6.STP 营销是指市场细分 (Segmenting)、目标市场 (Targeting) 和()
- A.价格档次 (Price) B.促销策略 (Promotion)
C.销售地点 (Place) D.产品定位 (Positioning)
- 7.一般而言，处于_____的消费者是流行时装最有实力的购买者。()
- A.单身青年期 B.核心家庭期
C.空巢期 D.满巢期
- 8.国际流行色预测由总部设在_____的“国际流行色协会”发布。()
- A.法国巴黎 B.美国纽约
C.日本东京 D.中国香港
- 9.企业人才开发可分为管理职能开发和_____职能开发。()
- A.设计 B.技术
C.专业 D.营销
- 10.按空间设计形态划分，服装店铺由三大空间构成，即货品空间、店员空间和()
- A.陈列空间 B.顾客空间
C.橱窗空间 D.试衣空间
- 11.1960 年在美国发行的_____是目前世界公认的权威时装报纸。()
- A.《世界时装之苑》(ELLE) B.《时尚》(VOGUE)
C.《妇女时装日报》(Women's Wear Daily) D.《纽约时代报》(New York Times)
- 12.一般而言，随着收入的增加，服装消费在可自由支配的收入中所占的百分比逐步下降，其绝对值会()
- A.上升 B.大体不变
C.下降 D.上下波动
- 13.在服装企业管理中，服装生产和作业管理研究的是()
- A.信息流 B.价值流
C.资金流 D.物流
- 14.“杉杉”“古今内衣”“培罗蒙”等服装品牌企业为社会公益开辟了报纸专栏服务，这属于营销导向中的()
- A.主动性社会市场导向 B.纯市场导向
C.被动性社会市场导向 D.推销导向

15.有些服装款式在极短的时期内被有限的人所接受,然后又迅速被摒弃,这种流行被称为()

- A.经典服装
B.流行快潮
C.高度时尚
D.流行时装

16.市场营销系统可分为战略系统和()

- A.经营系统
B.销售系统
C.职能系统
D.信息系统

17.泳衣夏天畅销,羽绒服则适宜秋冬市场,这是服装市场细分中的()

- A.地理细分
B.人口细分
C.心理细分
D.行为细分

18.以下产品中,_____的需求收入弹性是负值。()

- A.耐用消费品
B.高档食品
C.生活必需品
D.低档服装

19.管理者必须善用组织内所有资源。其中,组织内最基本的资源是()

- A.人力
B.设备
C.资金
D.信息

20.电子商务包括三种存在模式,其中,C2C是指()

- A.消费者与企业间电子商务
B.消费者与消费者间电子商务
C.企业与消费者间电子商务
D.企业与企业间电子商务

二、判断题(本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分)

判断下列各题,正确的在题后括号内打“√”,错的打“×”。

- 1.DKNY 是 Donna Karan 的二线品牌。()
- 2.根据消费者决策模型图,消费过程的第一个过程是消费信息解读。()
- 3.男西装是流行快潮的一个例子。()
- 4.自营店是属于服装营销模式中的单品配货。()
- 5.市场上有些服装以 98 元、198 元的价格出售,而不是标价 100 元或 200 元,这是一种尾数定价法。()
- 6.上海的南京路商圈属于核心商圈。()
- 7.根据马斯洛需求层次论,人类需求的最高需求为尊重需求。()
- 8.牛仔服装是一种长年不衰、大众价格的流行服装,无论男、女、老、幼,工薪阶层或富豪、总统都爱穿着,这是一种消费的纵向意识。()
- 9.给企业效益拖后腿,经营无力的工作气氛称为负效应工作气氛。()
- 10.高田贤三品牌属于设计师品牌。()

三、名词解释(本大题共 2 小题,每小题 4 分,共 8 分)

- 1.品牌
- 2.实体分配

四、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 8 分, 共 32 分)

- 1.零售店的选址决策对服装零售商的重要性。
- 2.服装业经营的特点。
- 3.简述连锁店的特点。
- 4.简述恩格尔定律。

五、论述题(本大题 10 分)

试述服装商品策划遵循的原则。

B 卷

一、单项选择题(本大题共 20 小题, 每小题 2 分, 共 40 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.当目标市场的个体差异较小, 并且这种差异性对营销激励不产生有意义的反应时, 可采用()
A.多元化目标策略
B.同一市场营销策略
C.品牌目标市场策略
D.集中目标市场策略
- 2.各分店的经营权完全由总公司掌握、集中管理、统一行动的连锁店是()
A.自由连锁
B.加盟连锁
C.直营连锁
D.契约连锁
- 3.选址决策包括()
A.区域位置
B.购物环境
C.陈列方式
D.配套设施
- 4.廉价服装店的 POP 广告强度往往()
A.较低
B.一般
C.较高
D.不确定
- 5.有些款式突然一下子成为流行, 为许多人所喜欢, 然后又迅速被摒弃, 这是()
A.流行季节
B.流行
C.流行周期
D.流行快潮
- 6.下列哪类产品需求富有弹性? ()
A.大众服装
B.高级女装
C.高级成衣
D.新潮时装
- 7.下列哪项属于市场营销系统的战略系统()

- A.款式结构设计 B.目标战略
C.信息 D.整体设计
- 8.销售推广中供应商面向中间商的促销手段包括()
A.推销竞赛 B.价格减让
C.广告特赠品 D.有奖销售
- 9.软底鞋的流行符合流行传播的()
A.水平传播理论 B.下传理论
C.潮流传播理论 D.上传理论
- 10.品牌命名的核心内容包括()
A.必须方便传播 B.必须具有个性化特征
C.必须体现设计理念 D.必须具有可识别性
- 11.人口统计资料显示, 家庭规模符合下列哪项时, 人们越倾向于纵容自己的消费行为?()
A.越大 B.变大
C.越小 D.变小
- 12.色彩流行的范围()
A.越来越广 B.越来越局限
C.越来越窄 D.越来越不确定
- 13.国家法律对环境保护的更多干预, 要求服装企业必须重视环境保护, 这是下列哪项因素对服装企业营销的影响?
()
A.社会文化环境 B.自然环境
C.技术环境 D.政治法律环境
- 14.女士风衣服装品牌将价格按档次分别定位 298 元、498 元、980 元等, 这是()
A.成本倍积定价法 B.分档定价法
C.随行就市定价法 D.尾数定价法
- 15.STP 是营销战略的()
A.重点 B.本质
C.出发点 D.基础
- 16.1852 年第一家百货公司出现在()
A.纽约 B.伦敦
C.东京 D.巴黎
- 17.受个体差异性的影响, 消费购买行为会对消费结果进行重新评判, 这是消费决策过程的()
A.消费信息输入 B.消费购买实施

C.消费信息解读

D.消费决策过程

18.当企业碰到价格竞争时,推出高价位新品牌或新款的应对策略属于()

A.研发创新

B.提价

C.维持价格稳定

D.非价格竞争

19.服装企业赞助公益性活动的促销方式是()

A.广告

B.销售推广

C.公共宣传

D.人员推销

20.服装企业把女装市场划分为“花季期”、“婚恋期”、“成熟期”等,这是()

A.地理细分

B.人口细分

C.心理细分

D.行为细分

二、判断题(本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分)

判断下列各题,正确的在题后括号内打“√”,错的打“×”。

1.企业与消费者交换行为,通过消费纽带联系起来。()

2.通常针对不同的气候,服装企业分阶段推出新的服装系列。()

3.我国都市型服装业应积极发展品牌设计公司类企业。()

4.服装设计是市场定位的最佳载体。()

5.零售店的最基本决策是商品。()

6.成本竞争定价法是同质产品市场的常用定价方法。()

7.目前,服装市场必需品和非必需品在数量上已趋于饱和,但从消费者真正需求来看,仍存在不少缺口。()

8.由于中间商具备专业化的营销技能,通晓市场信息,有助于制造企业开拓新的分销市场。()

9.对服装商品策划而言,必须遵循设计师风格确定服装主题。()

10.有专业人士认为人口细分是市场细分的最佳开拓点。()

三、名词解释(本大题共 2 小题,每小题 4 分,共 8 分)

1.渗透定价

2.企业开发模式

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 8 分,共 32 分)

1.简述流行生命周期理论。

2.简述预测提案型商品策划的营销组合策略。

3.简述人员推销的特点。

4.简述连锁经营的特点。

五、论述题(本大题 10 分)

试述恩格尔定律的涵义及内容。