

- 6.若一家展览公司每年只有一个或几个行业的专业性会展项目，并努力做深做大这些展会，这种经营战略为()
- A.个性化战略
B.集中经营战略
C.差异化战略
D.市场竞争战略
- 7.会展企业经营管理的业务流程一般分为展前、展中和展后三个阶段，业务流程的展开是围绕()
- A.会展营销
B.会展渠道
C.会展信息
D.会展项目
- 8.一万平方米的展厅设计成长 140 米，宽 70 米的长方形，主要是为了()
- A.布展作业
B.美观整齐
C.观众观展
D.人流疏散
- 9.在一个城市内，会展场馆的场址选择不受哪个因素的影响()
- A.交通条件
B.气候条件
C.周边配套条件
D.政府规划
- 10.会展项目以提供令客户满意的服务为目标，其服务的客户是()
- A.会展中心
B.会展企业
C.参展商及与会者
D.会展服务提供商
- 11.2010 年上海世界博览会属于综合博览型项目，主要的特点有()
- A.技术含量高
B.交易目标优先
C.项目周期长
D.重复性强
- 12.会展项目控制主要指()
- A.项目计划控制
B.项目立项控制
C.项目分解控制
D.项目执行控制
- 13.使员工具备最基本的能力和素质是会展人力资源管理机制中_____的任务。()
- A.员工激励机制
B.员工招募和培训机制
C.员工流动机制
D.员工环境影响机制
- 14.会展项目的策划人才属于()
- A.会展辅助人才
B.会展支援人才
C.会展边缘人才
D.会展核心人才
- 15.人力资源管理机制中的影响机制包括()
- A.员工的工作环境
B.岗位的技能要求
C.职位的升迁
D.奖金的发放
- 16.会展电子商务运行模式中的会展企业对会展企业的交易称为()
- A.B2B
B.B2E
C.B2C
D.B2G
- 17.上海世博会的网站属于()

- A.会展综合信息网
B.会展中心网站
C.大型会展网站
D.会展企业网站

18.在会展价值链中处于核心地位的是()

- A.会展企业
B.参展商
C.会展场馆
D.主办者

19.会展物流管理的目标是为了实现会展物品在流动过程中的效益,即()

- A.资源效应
B.资金效应
C.空间效应
D.过程效应

20.杭州西博会期间的玫瑰婚典吸引了众多的国内外游客来杭州观光,这种旅游的形式属于()

- A.会议旅游
B.奖励旅游
C.展览旅游
D.节庆事件旅游

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。

21.一次展览会的利益主体主要包括()

- A.主办者
B.承办者
C.参展商
D.专业观众
E.服务提供商

22.一个以计算机配件、耗材展示为主题的展览会,根据目标客户的需求,其宣传展会的途径可选择()

- A.计算机杂志
B.会展杂志
C.电脑报
D.电视
E.网站

23.不同会展企业有不同的组织结构形式,其主要的结构模型有()

- A.职能式组织结构
B.网络型组织结构
C.区域型组织结构
D.扁平化组织结构
E.事业部制组织结构

24.客户关系管理的主要功能有()

- A.降低获取客户的成本
B.减少营销和推广的费用
C.提供个性化服务
D.获取更多客户价值
E.提升企业竞争力

25.会展物流的客体是()

- A.参展商
B.购买者
C.会展组织者
D.会展物品
E.会展中心

三、判断题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）

判断下列各题，正确的在题后括号内打“√”，错的打“×”。

- 26.根据国际大会和会议协会（ICCA）的规定，国际会议的标准是至少 20%的外国与会者，与会人员总数不得少于 50 名。（ ）
- 27.一个会展企业要在激烈的竞争中继续保持优势，应采取合适的经营策略。其中以攻击领袖型会展企业或其他竞争对手争取更大市场份额的策略是市场追随者策略。（ ）
- 28.为确保展会的成功，需要展会场馆消防系统、防火装置、警报系统、紧急照明系统等保证运行正常。这种管理我们称为突发事件管理。（ ）
- 29.随着会展产业的发展，会展中心留出预留地是出于前瞻性的考虑。（ ）
- 30.会展项目的投资收益是综合性的，不仅有经济效益，而且还有社会和环境效益，因而项目的成功与否不能光靠会展企业的收益来评价。（ ）
- 31.某种意义上，企业的员工形象就代表了企业的形象，所以营造良好的环境是企业人力资源管理的一项任务。（ ）
- 32.网上展会的组展手段是以文件、传真、电话为主，辅以电子邮件和互联网。（ ）
- 33.选择客户的当前价值和客户增值潜力对客户进行组合排列，可得到以下类型的客户：黄金客户、白金客户、铁质客户和红宝客户、蓝钻客户。（ ）
- 34.会展物流是以参展商为中心，所涉及到的展销辅助设施、产品的物理运动过程。（ ）
- 35.在布展用品的选用上做到易回收的材料优先，这是会展场馆遵循生态化原则的体现。（ ）

四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

- 36.展览
- 37.展会项目管理
- 38.会展市场主体
- 39.会展项目规划
- 40.会展物流管理

五、简答题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

- 41.会展的就业促进功能体现在哪里？
- 42.品牌会展项目的主要要素有哪些？
- 43.为什么参展是企业的一种营销活动？
- 44.简述会展企业组织结构中的事业部制。
- 45.会展场馆设计的专业化原则主要体现在哪些方面？

六、案例题（本大题 10 分）

46.

广交会网站是广交会面向全球宣传的窗口，广交会网站具有宣传招商、业务办理、商旅服务、电子商务四大功能。广交会官方网站拥有 11 种语言版本，全年访问人次约 1700 万，全年点击次数超过 4.3 亿次，日均点击次数达 118 万，广交会期间高峰期日点击次数超过 250 万。从全年访问量来看，约 32%的浏览者来源于中国大陆以外的国家和

地区。广交会网站的三大业务平台为 BEST 采购商电子服务平台、参展易捷通网上服务平台、商贸通参展企业展示平台。

网上广交是广交会承办机构——中国对外贸易中心在商务部信息化司指导下建立的电子商务洽谈平台。网上广交会凭借“中国第一展”的品牌优势，利用广交会数十年积累的参展商展品数据库和客商数据库资源，建立高效便捷的网上贸易渠道，促进国内企业的出口成交。网上广交会创建以来，通过与现场广交会业务的紧密结合，实现“网上洽谈，现场成交”，成为每届广交会现场成交的有力补充，得到各方面一致好评。

广交会现场共 42 个服务点为到会买家提供现场摊位信息查询服务；广交会宣传光盘每届发行 10 万套，免费向到会的采购商派发；多媒体视频推荐服务为未能亲临广交会现场的买家展示现场参展的真实情况，在广交会官方网站向采购商进行全天候展示；电子杂志通过邮件、广交会电子杂志平台等多个渠道投放，有效传递到目标买家手中，协助企业扩大市场推广的力度。

问题：根据广交会电子商务的运用状况来分析我国会展电子商务利用机遇发展的对策。



自考 365
www.zikao365.com