

- A.目的性
C.适时变动性
E.幅度有限性
- 17.以下属于传统物流管理缺陷的是()
A.库存太大
C.处理需求单一
E.信息跟踪使得物流过程太透明
- 18.广告媒体选择时需要考虑媒体效能标准, 需要考察媒体预期的()
A.触及面
C.影响力
E.频率
- 19.专卖店应具备的基本特征, 包括()
A.专而全
C.服务方式灵活
E.突出特色
- 20.视觉识别系统的基本要素包括()
A.名称
C.标准字
E.企业造型
- B.出奇制胜性
D.区间适应性
B.反应太慢
D.共享信息太多
B.展示力
D.载体面
B.新颖独特
D.规模小, 单一
B.标志
D.标准色

三、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

- 21.营销策划主题
22.产品服务
23.新产品
24.直销模式
25.企业形象策划

四、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)

- 26.简述营销策划创意技巧中的多层次借用法。
27.简述供应链管理下的物流基本方法。
28.简述零售企业的经营定位策划。
29.简述理念识别 (MI) 系统的基本内容。

五、论述题(本大题 10 分)

- 30.论述营销广告策划书文案的基本内容。

六、案例分析题(本大题共 15 分)

- 31.百盛将进入杭州, 2008 杭州百货业重划“版图”

来源：每日商报 发布日期：2008-01-08

“不出意外的话，百盛将在 2008 年 9 月开出杭州的第一家店。”昨日，一业内人士曝出消息。而这个时间，也许会成为外资百货进入杭州的“时间窗”。百盛不是第一家想进杭州的外资百货，在百盛之前，也有其他百货集团曾试图在杭州寻找合适物业。

其实，很多杭州人对“百盛”并不陌生，百盛在上海就有门店，以流行、时尚为其百货主题，定位中端百货。但是，杭州这家门店也许不会沿用百盛的标志和 Logo，显然，是想和以前的连锁门店有所区分。而且，从现在百盛在国内的发展策略来看，百盛商业显然对中高端百货更感兴趣。其高层曾透露过，打算“提升百货品牌至高档市场，增加高级和国际品牌的比例”，同时，和锐意进军中国市场的国际品牌商建立关系。百盛在这方面的资源优势显而易见，所以，百盛在杭州这家店，依然会让人有所期待。“也许百盛将来的定位，会比杭州大厦略低一些，但比银泰百货略高一些。”一位知情人士透露，未来的六层百货中，国际一线品牌会占一定比例，国际二线品牌和国际一线品牌是其主流。

百盛登场，本地百货会作“壁上观”？

杭州本土百货店在国内名声显赫，势力颇强。杭州大厦、百大、解百、银泰四家百货店，如果论单店销售额和利润率，国内任何一个城市，像杭州拥有这么多强势店的非常少见。一位业内人士分析，从每年中国商业联合会的统计数据来看，杭州的四大商场，都能排进全国三十强，对外资百货而言，要进入本土百货这么强势的地盘，绝非易事，而这也是多年来外资百货店始终未能进入杭州的原因之一。

面对首次入侵的外资百货，杭州本土百货店显然也不会作“壁上观”。

“在杭州，本土百货已然达成一种默契的平衡，如果有新介入者，大家必然会面临一种市场重新分配的状况，所以，协同作战面对外来者是很自然的事。”一家百货店的负责人表示，百货店和超市完全不同，超市可以克隆成功的模式，但是百货店却很讲究本土化。对于杭州本土市场并不了解的外资百货，发生“水土不服”的状况也在情理之中，况且，本土百货如此强势，也不会对百盛坐视不理。

由于百盛杭州店将定位中高端，所以新开的商场必然不会以折扣和“满就送”、“满就减”开场，而熟稔“蓝海战略”的百盛也想跳出价格这个恶性竞争的牢笼，利用服务和形象吸引客人，创造良性竞争氛围，但残酷的市场恐怕并非会如百盛所愿，毕竟，懂得运用价格竞争的杭州百货店，绝不会放过这个有力的武器。

根据以上资料，结合课程知识，回答以下问题：

- (1) 零售企业如何进行商圈分析？
- (2) 零售企业如何进行选址策划？
- (3) 零售企业如何进行避让恶性价格竞争风险的策划？