

- A.感觉记忆
C.短时记忆
6.文化的核心是 ()
A.文字
C.价值观
7.产品生命周期的哪个阶段, 参照群体对消费者的产品及品牌选择的影响都很大? ()
A.导入期
C.成熟期
8.下列社会群体中, 属于次要群体的是 ()
A.家庭
C.邻里
9.一般情况下, 消费者对产品认知的基础是产品的 ()
A.广告
C.品牌
10.下列情境中, 有助于提高对消费者正面影响的情境是 ()
A.超市播放快节奏背景音乐
C.银行中拥挤的人群
- B.瞬时记忆
D.长时记忆
B.制度
D.行为准则
B.成长期
D.衰退期
B.朋友
D.工会
B.价格
D.实际品质
B.高档餐厅播放快节奏背景音乐
D.酒吧中拥挤的人群

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.由于消费者行为具有多样性与复杂性, 故消费者行为是无法被理解与把握的。()
2.习惯型购买也被称作是忠诚型购买, 表现为较长期地重复选择某一品牌。()
3.消费者需要并不总是处于唤醒状态, 只有当消费者的匮乏达到某种迫切程度时, 需要才会被激发。()
4.物质需要就是生理性需要, 精神需要就是社会性需要。()
5.消费者自身的主观因素会影响其对产品质量的知觉或认识。()
6.企业的宣传、说服与劝导有助于消费者态度的改变。()
7.贝尔克认为, 消费者倾向于根据自己的拥有物来界定自己的身份。()
8.个人在购买中的自信程度越低, 参照群体对他的影响就越大。()
9.在现实生活中, 一个人一般只扮演一个角色。()
10.消费者满意必然会导致品牌忠诚。()

三、名词解释(本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

- 1.介入程度
2.购买动机的冲突
3.刺激的泛化
4.消费者态度

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 6 分，共 24 分）

1. 简述消费者动机的特征。
2. 消费者减少知觉风险的方式有哪些？
3. 消费者的自我概念有哪几种类型？
4. 流行的特征。

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

1. 影响消费者外部信息搜集量的因素有哪些？
2. 家庭购买决策有哪些方式？请举例说明各适用于哪些产品？

六、案例题（本大题共 2 小题，第 1 小题 6 分，第 2 小题 8 分，共 14 分）

2005 年 10 月 18 日，历来选择在“富人之都”摩纳哥举办的国际顶级私人物品展□(TopMarques)，首次携其绚烂珠宝、名车豪宅“驾临”上海。

与摩纳哥的蒙特卡洛展会相同，上海顶级私人物品集中展示了顶级名车、游艇、私人飞机、珠宝名表、名酒以及各类豪宅别墅、高尔夫俱乐部、私人会所等。参展的 60 多个顶级品牌中，超级跑车与豪华轿车占了将近 1 / 3。位于浦东陆家嘴国际会议中心一层的展厅，面积并不太大，20 多台耀眼性感的名车布置得稍显局促。但业内人士却说，这种感觉很好，和蒙特卡洛很像，毕竟是顶级奢侈品展，参观嘉宾不会摩肩接踵、鱼贯而入。

据统计，顶级私人物品展 3 天一共接待了超过 7000 位富豪，成交量达 2 亿元人民币。其中，九成以上的富豪来自中国内地，一成左右来自港澳台地区。参观展览的受邀富豪来源主要有四个渠道：一是外资银行的高端客户，二是顶级跑车的车主，三是各地高尔夫球会的会员，四是私人会所的会员。

受邀的富豪果然没有让人失望。他们内心汹涌的消费欲让外国参展商不断慨叹：“没想到中国富豪那么慷慨！”闪电般的成交速度、骇人的销售业绩和展馆三楼花旗银行贵宾房里的热闹成了最好的注脚。他们购物的目标性很强，不少人看好了“猎物”，试用后就立即拍板，非常爽快，整个购买流程不会超过一小时。标价最贵的 120 万美元(近 1000 万元人民币)的 Saleen 跑车，很快就觅得了买主。

请根据以上案例材料回答：

1. 社会阶层有何特征？
2. 结合案例，谈谈我国富豪阶层消费行为有何特征？