

浙江省 2021 年 10 月高等教育自学考试

服装市场与营销试题

课程代码:00683

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 2 分,共 40 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 打折属于服装促销方式中的

- A. 公共宣传 B. 人员推销 C. 销售推广 D. 时装表演

2. 马斯洛需求层次论的最高层次是

- A. 尊重的需求 B. 自我实现的需求 C. 归属的需求 D. 生理的需求

3. 服装市场调查步骤中,确定收集哪些信息、调查进度及经费预算等属于_____环节。

- A. 明确调查问题 B. 初步情况分析 C. 非正式调查 D. 制定调查计划

4. 消费市场细分的主要变数不包括

- A. 人口因素 B. 经济因素 C. 心理因素 D. 行为因素

5. 下列不属于服装店面设施的是

- A. 色、光、影的协调 B. 休息区
C. 试衣间 D. 香薰

6. 同样的服装在农村和城市销售价格不一样,属于

- A. 新品新价策略 B. 心理价格策略
C. 差别价格策略 D. 促销价格策略

7. 下列不属于消费者人口细分因素的是

- A. 性别 B. 年龄 C. 生活方式 D. 收入

8. 一般而言,决定产品价格的最低限度是
- A. 相关产品价格
B. 市场竞争状况
C. 市场需求状况
D. 产品的成本费用
9. 代理商的最大特点是
- A. 直接从事产品购销活动
B. 不具有独立法人资格
C. 以购销差价作为回报
D. 不拥有商品所有权
10. 在国际市场营销中,对价格有较大控制权的营销方式是
- A. 间接出口
B. 合作经营或直接投资
C. 在国外装配生产
D. 许可证贸易
11. 在各种促销手段中,最有利于建立和培养友好关系,而且及时获得买主反应的方式是
- A. 广告
B. 营业推广
C. 人员推销
D. 公共关系
12. 下列说法中,不是企业削价的原因的选项是
- A. 为了扩大销售额
B. 为了提高品牌知名度
C. 为了打败竞争对手,提高市场占有率
D. 为了加快库存周转
13. 出口商在国际市场上选用两个或两个以上环节的中间商为其推销商品,这种渠道策略是
- A. 宽渠道策略
B. 窄渠道策略
C. 短渠道策略
D. 长渠道策略
14. 下面有关天丝的说法正确的是
- A. 天丝是一种天然纤维
B. 天丝是将竹子做成竹浆粕然后纺丝制成的
C. 天丝是一种人造纤维
D. 一种蛋白质纤维
15. 下列属于一手资料的是
- A. 市场问卷
B. 网上信息
C. 企业外部资料
D. 企业内部资料
16. 下面有关需求收入弹性的说法,正确的是
- A. 与基本生活关系密切的必需品,需求收入弹性小
B. 与基本生活关系密切的必需品,需求收入弹性大
C. 商品的需求收入弹性与该商品与基本生活关系密切与否无关
D. 以上答案均不正确

17. 合作经营的方式不包括
A. 特许经营 B. 协作生产 C. 跨国经营 D. 联营
18. 企业采取渗透定价策略有利于
A. 取得价格调整的主动权 B. 取得丰厚的利润
C. 迅速打开销路 D. 了解市场反映
19. 以做工、创意设计和面料闻名于世的是
A. 纽约 B. 意大利 C. 伦敦 D. 东京
20. 服装企业以不同方式驳样或改制流行时装并进行成批生产的阶段是
A. 导入期 B. 成长期 C. 鼎盛阶段 D. 衰退期

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,在答题纸相应位置正确的涂“A**”,错误的涂“**B**”。**

21. MFA 的主要目的是促进发展中国家的经济和社会发展,保障它们的纺织品及服装出口收入增加。
22. 在大多数情况下国际贸易的进行是因为存在比较优势。
23. 关税按征税商品的流向可分为进口税、出口税和混合税。
24. 成衣企业可以分为制造企业和加工企业两大类。
25. 在促销活动中,应针对不同国家及其文化制定相应的促销策略,如在英国常应用大幅色彩艳丽的广告。
26. 人流量的多少是服装店面选择的首要条件。
27. 消费者的心理对服装价格没有影响。
28. 社会市场导向主张把企业利益、消费者长远利益和社会效益三者统一起来。
29. 纤维和面料展都是服装市场调研的重要信息来源。
30. 代理商的主要功能是促进买卖成功,并从中获取佣金。

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、名词解释题:本大题共 2 小题,每小题 4 分,共 8 分。

31. 产品计划
32. 批发商

四、简答题：本大题共 4 小题，每小题 8 分，共 32 分。

33. 简述恩格尔定律所表述的家庭收入与支出变化之间的比例关系。
34. 服装流行的动因是什么？
35. 什么是特许专卖？
36. 简述非关税壁垒的定义。

五、论述题：本大题 10 分。

37. 试论中国服装业的强势与弱势。