

2022 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. 在现代服装企业管理中,服装市场营销研究的是

- A. 信息流                      B. 人才流                      C. 资金流                      D. 价值流

2. 以下体现了政治环境对消费者个体服装选择的影响的是

- A. 习近平夫人穿国产服装出访各国,致该品牌走红  
B. 商务休闲服装越来越受都市人群的喜爱  
C. 婚礼上以传统民族服装作为婚礼服  
D. 以上都是

3. 天然纤维分为

- A. 植物纤维                      B. 矿物纤维                      C. 动物纤维                      D. 以上都是

4. 某服装企业计划开拓国际市场,以下哪种方式最为简单?

- A. 出口                              B. 合作经营                      C. 直接投资                      D. 跨国营销

5. 美国总统特朗普主张对中国征收 45% 的惩罚性关税,这种贸易政策属于

- A. 非关税壁垒                      B. 技术性贸易壁垒  
C. 关税壁垒                              D. 数量限制壁垒

6. 服装消费者最基本的需求的两大特征

- A. 强调质量和款式                      B. 强调个性和实用性  
C. 强调流行和款式                      D. 强调流行性和实用性

7. 服装消费的最重要因素

- A. 商品价格                  B. 个人欲望                  C. 个人需求                  D. 个人的实际收入

8. 服装的流行是由\_\_\_\_\_决定的

- A. 消费者    B. 服装品牌制造商  
C. 服装设计师    D. 服装信息分析机构

9. 下列属于一手资料的是

- A. 服装资讯公司发布相关的资讯报道  
B. 服装企业公司内部资料  
C. 法国巴黎最新服装发布会图片  
D. 市场问卷调查资料

10. 以下哪家服装公司经营状况具备了稳定的发展基础

- A. 公司的利润率达到5%以上                          B. 公司的利润率达到4%以上  
C. 公司的利润率达到3%以上                          D. 公司的利润率达到2%以上

11. 在服装营销市场细分中,下列属于人文因素细分范畴的是

- A. 生活方式                  B. 城市规模                  C. 教育                  D. 个性

12. 下列服装品牌中属于零售商品牌的是

- A. Chanel                  B. Zara                  C. 雅戈尔                  D. 以上都不对

13. 下列不属于商品策划的“五适”原则内容的是

- A. 适品和适所                  B. 适量和适价                  C. 适时                  D. 适人

14. 服装商品高附加值的源泉是

- A. 使用价值                  B. 实用价值                  C. 精神价值                  D. 物性价值

15. 下列种类的服装中目标客户群需求弹性最大的是

- A. 经典服装                  B. 高级成衣                  C. 新潮服装                  D. 大众服装

16. 下面选项中不属于营销渠道的主要作用的是

- A. 商品转售                  B. 实体分配                  C. 信息传达                  D. 降低成本

17. 下列关于渗透定价策略说法正确的是

- A. 利用了消费者求廉心理,在产品价格的可行范围内采用薄利多销的定价策略  
B. 以企业利润最大化为目标,对商品采用高定价高促销的定价策略  
C. 企业要想获得高利润,应采取渗透定价  
D. 渗透定价通常适用于高档服装的定价

18. 以下属于服装广告媒介的是  
A. 《中国服饰报》      B. 微信公众号      C. 网络直播      D. 以上都是
19. 服装业物流管理不包括  
A. 产品零售管理      B. 仓储管理      C. 运输管理      D. 库存优化
20. 江南布衣的品牌直营店属于  
A. 非店铺零售      B. 直复营销  
C. 零级渠道营销      D. 一级渠道营销

二、判断题:本大题共 15 小题,每小题 1 分,共 15 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. 服装营销管理是指根据最终顾客的需要和市场需求,针对具体的目标市场,设计创造服装产品,以合适的成本制造销售给顾客,最终实现产品的价值。
22. 纵向服装消费意识是指着装者淡化自我优势,表达一种与周边人群相区别而存在的平等意识。
23. 服装流通结构,从国民经济观点出发,是商品流向社会的组织。
24. 中国是世界最大的纺织服装消费市场,纺织品和服装进口占全球份额最大,是世界各国争夺的焦点。
25. 消费者消费行为以实用为起点,以购买类型和模式为中心,以购买和消费为终点。
26. 一般来说服装款式是指它的设计、裁剪,可以用线条、形状或比例等术语描绘品质。
27. 服装市场需求一般分为季节性需求、周期性需求、趋向性需求和随机性需求。
28. 企业开发模式是指企业组织能快速适应消费者生活需求和市场变化,不断进行结构调整,形成强有力的、具有系统管理功能的企业经营机制。
29. 中低档的大众服饰比较适用采取无差异性市场的同一营销策略。
30. 服装商品策划是以物——服装产品作为原点加以发挥和展开的。
31. 凡与基本生活关系密切的必需品,需求价格弹性小,反之,弹性大。
32. 尾数定价法可以达到“价高质优”的效果。
33. 公共宣传是通过不付费的非商业性的行为而达到促销的目的。
34. 批发商和零售商是将服装等产品销售给最终消费者的中间商。
35. 零售店的最基本的决策是选址。

## 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 5 分,共 10 分。

36. 恩格尔定律
37. 马斯洛需求

### 四、简答题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

38. 简述 STP 营销战略的形成和发展的作用。
39. 简述一个服装企业可以采用哪些定价方法?

### 五、论述题:本大题 15 分。

40. 试述消费者在处于家庭生活周期的不同阶段所表现出来的服装消费行为上的特征。



自考 365  
www.zikao365.com