

商品流通概论

(课程代码 00185)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

一、单项选择题: 本大题共20小题, 每小题1分, 共20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. 以商人为媒介的商品交换是
 - A. 直接的商品流通
 - B. 简单的商品流通
 - C. 发达的商品流通
 - D. 复杂的商品流通
2. 具有规避风险功能的是
 - A. 期货贸易
 - B. 现货贸易
 - C. 集市贸易
 - D. 会展贸易
3. 广义的流通产业不包括
 - A. 住宿业
 - B. 物流业
 - C. 建筑业
 - D. 金融业
4. 以下属于狭义的流通产业的是
 - A. 建筑业
 - B. 咨询业
 - C. 纺织业
 - D. 批发业
5. 商品在流通渠道内实物形态的转移, 表现为
 - A. 商品资金流的转移
 - B. 商品价值的转移
 - C. 商品所有权的转移
 - D. 商品实体空间的转移
6. 特许经营组织属于
 - A. 传统渠道系统
 - B. 产权式垂直渠道系统
 - C. 契约式垂直渠道系统
 - D. 管理式垂直渠道系统
7. 商业街的基本功能是
 - A. 改善城市景观
 - B. 繁荣城市经济
 - C. 休闲娱乐
 - D. 购物
8. 下列属于社区型购物中心的典型主力店的是
 - A. 百货店
 - B. 药店
 - C. 折扣店
 - D. 仓储式会员店
9. 向再销售者、产业用户和事业用户销售商品与服务的行为, 称之为
 - A. 批发
 - B. 零售
 - C. 服务
 - D. 信托
10. 比较规范的批发市场一般都实行
 - A. 生产制度
 - B. 保证金制度
 - C. 维修制度
 - D. 价格制度
11. 对组织实施管理物流活动所发生的各种费用及物质消耗所进行的计划、组织、指挥、监督和调控, 属于
 - A. 物流作业管理
 - B. 物流战略管理
 - C. 物流成本管理
 - D. 物流服务管理
12. 与物流活动相关的资金属于
 - A. 物流的基础要素
 - B. 物流的活动(功能)要素
 - C. 物流的系统要素
 - D. 物流的网络要素
13. 关于流通企业国际化基本动因的各种说法中, 正确的是
 - A. 推动因素比拉动因素更为重要
 - B. 饱和的母国市场空间属于拉动因素
 - C. 新市场的发展机会属于推动因素
 - D. 母国落后的经济条件属于推动因素
14. 在批发企业跨国经营的各种策略中, 适用于经济国际化程度低、企业国际竞争力强度低的企业的是
 - A. 全国经营策略
 - B. 本地经营策略
 - C. 内向国际化经营策略
 - D. 外向国际化经营策略
15. 根据商务部颁布的《“互联网+流通”行动计划》, 我国将培育电子商务进农村综合示范县
 - A. 150个
 - B. 200个
 - C. 250个
 - D. 300个
16. “互联网+”是互联网的
 - A. 1.0时代
 - B. 2.0时代
 - C. 3.0时代
 - D. 4.0时代
17. 农产品流通载体是
 - A. 农户
 - B. 消费者
 - C. 企业
 - D. 仓库
18. 以下各种新型农产品流通模式中, 应用最为广泛的是
 - A. 农超对接
 - B. 社区直送
 - C. 产销同盟
 - D. 销售量贩

19. 大规模零售商业政策、中小商业企业政策、商店街政策、购物中心政策、商业业态政策、连锁商业政策等,属于
- A. 生产者流通政策 B. 商业者流通政策
C. 消费者流通政策 D. 行业政策
20. 厂商的流通系列化政策、农业合作社和供销合作社政策、厂销直销或销售代理政策、产品安全政策等,属于
- A. 生产者流通政策 B. 商业者流通政策
C. 消费者流通政策 D. 行业政策
- 二、多项选择题:本大题共5小题,每小题2分,共10分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。
21. 零售商的主要职能包括
- A. 商品交换 B. 储存商品
C. 沟通服务 D. 分担风险
E. 资金融通
22. 物流自动化的技术包括
- A. 射频自动识别技术 B. 自动定位技术
C. 自动分拣技术 D. 自动存取技术
E. 货物自动跟踪
23. 对商品流通渠道结构产生较大影响的环境包括
- A. 人文环境 B. 经济环境
C. 社会文化环境 D. 政治法律环境
E. 技术环境
24. 零售业的水平竞争包括
- A. 百货店和购物中心的竞争 B. 批发商和零售商的竞争
C. 厂家和超市的竞争 D. 便利店和超市的竞争
E. 超市和百货店的竞争
25. 有限职能批发商包括
- A. 卡车批发商 B. 邮购批发商
C. 货架批发商 D. 直运批发商
E. 现金自运批发商

第二部分 非选择题

三、填空题:本大题共10小题,每小题1分,共10分。

26. 商品实体从生产者向消费者的转移过程被称为商品的_____过程。
27. 按照商品流通的阶段划分,流通产业包括批发业与_____。
28. 工业品流通渠道的终端用户为_____消费者。
29. 基于消费者的意愿价格来制定最终售价的方法被称为_____定价法。
30. 与零售商相比较而言,批发商的交易商圈更_____。

31. 物流系统包括流动要素、资源要素和_____要素。
32. 流通企业更倾向于采用_____投资的方式进行跨国经营。
33. “互联网+流通”以_____为基础,以消费者需求为核心,推动了商业元素的重构。
34. 农产品具有产地相对集中,需求相对_____的特点。
35. 根据商品流通政策主体不同,可将商品流通政策划分为立法机构制定的政策和_____制定的政策。

四、简答题:本大题共5小题,每小题5分,共25分。

36. 简述批发业的发展趋势。
37. 简述商品流通渠道与营销渠道的区别。
38. 简述商业街的特点。
39. 简述批发交易的原则。
40. 简述现代物流管理发展的四个阶段。

五、论述题:本大题共2小题,每小题10分,共20分。

41. 结合实际论述渠道冲突产生的原因。
42. 结合实际论述零售商对批发商的挑战。

六、案例分析题:本大题共1小题,15分。

43. 小米手机的营销方式是典型的C2B聚合需求形式。从商家的角度上来看,这种即需即产的交易模式不仅是实现了零库存,降低了库存成本,而且在知晓需求分布的前提下,可以选择不同的生产地点进行生产从而降低物流成本。再加上消费者已经付款,收益基本锁定,商家就可以避免很多损失,从而降低成本。

小米的成功主要有以下几个方面的因素:

第一,小米利用C2B创新的商务模式,完全依靠网上口碑来营销,交易也通过互联网渠道展开,小米官网是唯一的网络官方渠道销售小米手机,不像传统手机搭建由厂商和网站组成的多渠道的营销体系。在物流方面,借助凡客诚品的平台和物流,打造了一支从销售渠道到物流配送完美的营销队伍。

第二,预售手段降低了成本。C2B是一种先进的销售模式,可以省掉所有中间利润,直接让利给消费者。正是由于这种新型渠道的全面采用,小米不仅省去了昂贵的广告推广费用,还大大节省了销售渠道费用,直接将剩下的费用让利给消费者,将高配置的小米手机价格控制在1999元以内。

第三,拥有粉丝而非用户。小米非常重视和用户之间的沟通和感情建立,真心真意对待每个用户,把它当作粉丝来看待,抓住他们的需求和心理,贴近用户,与之进行思想交流,建立情感桥梁。MIUI论坛粉丝的发展就充分说明了这一点。

第四,开放的营销理念和手段。开放是小米的信条,小米坚持互联网平等和开放的原则,对小米用户来说,MIUI社区的很多资源都是实现共享的。

问题:结合小米的C2B模式分析“互联网+流通”对生产的影响主要体现在哪些方面?