

2024 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. 有人穿衣服就喜欢选择新颖、高价的款式,以强调自我优势,这种消费意识属于

- A. 横向意识 B. 纵向意识 C. 个性意识 D. 阶层意识

2. 为获得可持续发展和良好的社会 and 经济效益,服装企业应遵循

- A. 产品导向 B. 生产导向
C. 主动性社会市场导向 D. 推销导向

3. 随着家庭收入的增加,用于食品的支出占家庭收入比重(即恩格尔系数)会

- A. 下降 B. 上升 C. 不变 D. 无关

4. 以下属于天然纤维的是

- A. 天丝 B. 莫代尔 C. 绵羊毛 D. 锦纶

5. 一些发达国家,限制服装商品进口和争夺市场,提高进口服装产品的技术指标,对纺织品中某些物质含量要求达到规定的物化指标,这种行为被称为

- A. 关税壁垒 B. 技术性贸易壁垒
C. 采购限制型壁垒 D. 数量限制型贸易壁垒

6. 在消费者购买行为中,_____是其购买行为的首要动因。

- A. 产品的美观性 B. 产品的实用性
C. 消费者的需要 D. 消费者的个性

7. 国内某服装企业要开拓国际市场,其出售给国外的服装规格尺码与国内市场有较大差异,在产品方面应做好
- A. 促销修正 B. 直接扩展 C. 产品创新 D. 产品修正
8. 某款服装在某种程度上长时间持续为消费者所接受,持续了几个季节或更长时间,这类服装被称为
- A. 经典服装 B. 高级成衣 C. 大众服装 D. 新潮服装
9. 以下哪种调查问项设计方式能充分听取各方意见,活跃调查气氛,往往能收获意想不到的观点?
- A. 封闭式问题 B. 是非式问题 C. 自由式问题 D. 量度问题
10. 服装企业的利润率保持 B 级以上的利润率时,说明经营状况良好,这个 B 级利润率指销售利润率达到
- A. 5~7.9% B. 2~4.9% C. 8%以上 D. 2%以下
11. 对服装消费者市场的细分变数比较复杂,以下属于人文因素的消费者细分的变数为
- A. 社会阶层 B. 地区 C. 教育 D. 个性
12. 以下不属于服装流行的心理因素影响表现的是
- A. 社会地位 B. 爱美心理 C. 求变心理 D. 自我展现
13. 当目标市场的个体差异较小,并且该差异对营销激励不产生有意义的反映时,可采用
- A. 差异性集中目标市场策略 B. 无差异的同一市场营销策略
- C. 差异性市场的多元化目标策略 D. 无差异的多元化目标市场策略
14. 企业产品定价的最终目的是
- A. 符合政策要求 B. 使顾客满意 C. 价格具有竞争力 D. 获得最大利润
15. 以下哪种促销方式最有利于建立和培养友好关系,而且及时获得顾客反应?
- A. 广告 B. 营业推广 C. 人员推销 D. 公共关系
16. 表现价值是品牌内涵的
- A. 基础 B. 目标 C. 桥梁 D. 附加值
17. 下列哪种类型的服装价格弹性最小?
- A. 高级女装 B. 经典服装 C. 新潮服装 D. 休闲服装
18. 下列零售业态中不属于店铺零售的是
- A. 京东商城自营店 B. 百货商场 C. 专卖店 D. 厂家直销店
19. 企业以利润最大化为目标,对商品采取高价厚利的定价方法,这种定价是
- A. 竞争导向定价 B. 撇脂定价 C. 渗透定价 D. 需求导向定价

20. 下列有关连锁店特点的说法中,错误的是

- A. 连锁经营方式分为自愿连锁、加盟连锁和直营连锁
- B. 规范化经营理念、规范化企业识别系统、规范化商品服务、规范化经营管理
- C. 各分店经营同类商品,服务水平和方式一致
- D. 连锁店实行集中管理和统一经营体制

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. 在现代社会经济中,服装业是参与人员最多、变化最快、市场最大,又具有挑战性的行业之一。
- 22. 服装市场营销研究的是资金流。
- 23. 企业经营目标是满足人们的消费需求。
- 24. 企业进入国际市场最简单的方式是向国外出口销售服装商品。
- 25. 服装消费者最基本的需求有两大特征:强调实用性和精神性。
- 26. 服装流行样式与服装定价有关。
- 27. 通过企业间资料交换获取所需资料,属于一手资料的收集。
- 28. 随着我国投资环境的改变,外资的进入将更便捷和快速,更具有竞争威胁。
- 29. 不论企业规模大小,品牌都是企业与最终消费者进行沟通和信息传递的有效工具。
- 30. 随行就市定价法能给消费者“价格合理”的感觉。

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 3 小题,每小题 5 分,共 15 分。

- 31. 流行色
- 32. 马斯洛需求理论
- 33. STP 营销

四、简答题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

- 34. 简述服装业的特点。
- 35. 简述服装市场预测的主要内容。

五、论述题:本大题 15 分。

- 36. 21 世纪被称为零售时代,请结合实例论述此观点。