

# 商品流通概论

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

1. 批发领域的“虚拟空间交易”，也称为

- B2C
  - C2B
- B2B
  - C2C
- 中间商的参与减少了流通的交易次数，其直接优化的流通功能是
  - 成本节约
  - 信息传递
  - 风险分担
  - 所有权转移
- 超级市场的产生是零售商业的
  - 第一次革命
  - 第二次革命
  - 第三次革命
  - 第四次革命
- 批发市场向生产领域延伸，实现
  - 水平流通一体化
  - 双向流通一体化
  - 后向流通一体化
  - 前向流通一体化
- 下列属于专业流通机构的是
  - 物流服务机构
  - 广告代理机构
  - 金融保险机构
  - 批发中介机构
- 消费品流通渠道包含一个批发商和一个零售商，这样的渠道模式是
  - 零级渠道
  - 一级渠道
  - 二级渠道
  - 三级渠道

17. 畜牧水产品以鲜活运输方式为主, 运载手段以汽车和火车为主, 这是考虑到农产品的
- A. 商品属性                      B. 自然属性  
C. 社会属性                      D. 福利属性
18. 下列不属于我国的四大农业生产区域之一的是
- A. 东部地区                      B. 南方地区  
C. 北方地区                      D. 西北地区
19. 经济政策和流通政策的首要目标是
- A. 经济发展                      B. 经济稳定  
C. 经济公正                      D. 经济自由
20. 中国必须对现行的有违 WTO 原则与精神的有关流通方面的法律法规进行清理和改进, 以体现
- A. 市场经济原则                      B. 现代流通系统化  
C. 世界经济一体化原则                      D. 经济与社会兼顾

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. 流通主体包括
- A. 生产者                      B. 消费者  
C. 批发商                      D. 零售商  
E. 物流服务商
22. 渠道权力包括
- A. 角色权力                      B. 强迫权力  
C. 法定权力                      D. 专家权力  
E. 信息权力
23. 批发商的销售方式包括
- A. 代理                      B. 经销  
C. 经纪                      D. 直销  
E. 拍卖
24. 流通国际化的基本表现形式为
- A. 人员的国际化                      B. 资本的国际化  
C. 服务的国际化                      D. 管理的国际化  
E. 商品经营的国际化

25. “互联网+流通”与传统流通的区别表现在
- A. 渠道上的区别                      B. 价值上的区别  
C. 动力上的区别                      D. 经营模式上的区别  
E. 价值链主导模式上的区别

## 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. 商品由生产领域转移到消费领域, 对制造商而言是分销问题, 对全社会而言, 则是\_\_\_\_\_问题。
27. 商品在流通渠道内的转移表现为\_\_\_\_\_形态和实物形态的转移。
28. 复合零售业态划分为商业街和\_\_\_\_\_两大类型。
29. 批发市场的交易规则包括交易原则、会员制度和\_\_\_\_\_。
30. 供应链管理是一种基于流程的\_\_\_\_\_管理模式。
31. 沃尔玛从美国本土起家, 扩展到邻国, 最终到海外市场, 采用的是\_\_\_\_\_空间扩张方式。
32. 现代物流强调供应、生产、销售、消费等全过程的“\_\_\_\_\_”, 互联网与物流深层次融合。
33. 农产品商流的核心特点是\_\_\_\_\_的转移, 它着重考虑如何实现农产品的价值。
34. 按适用的对象不同, 商品流通政策划分为生产者流通政策、商业者流通政策和\_\_\_\_\_流通政策。
35. 基于消费者的意愿价格来制定最终售价的方法是\_\_\_\_\_取向定价法。

四、简答题: 本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分。

36. 流通产业的分类有哪些?
37. 无店铺零售业态有哪些?
38. 物流企业的跨国经营战略有哪些?
39. “互联网+”会引发什么样的流通变革趋势?
40. 商品流通政策的功能有哪些?

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

41. 联系实际论述商品流通的功能。
42. 结合现实阐述现代物流的基本特征。

六、案例分析题：本大题共 1 小题，每小题 15 分，共 15 分。

43. 中国互联网医药的参与者众多，竞争也愈发激烈。从医药流通和供应链金融这两点来看，中国医药互联网市场将拥有巨大的成长空间。融贯电商作为国内医药全产业链综合性服务平台，凭借多年积累的大型互联网系统开发基础，致力于为医药生产企业、医药商业企业、终端药店及诊所提供“互联网+”转型升级服务。融贯电商面向上述医药产业链中的各节点打造了信息流、物流、资金流、商流的“四流重构”，并形成了公司的核心竞争力。

我国传统药品行业长期以来存在集中度高、信息不对称、商业营销及终端服务效率低下等问题，影响了行业的高效发展。融贯电商始终专注于“互联网+药品流通”的电商平台打造，整体业务规划与面向药品流通的营销服务创新，业务覆盖了 30 个省份，500 多家商业公司，150000 多家终端药店及基层诊所，实现全国覆盖，交易规模全国第一。

(1) “互联网+流通”对药品的传统流通模式有何影响？

(2) “互联网+”对医药行业产生的流通变革路径表现在哪里？