



2.下列不属于非关税壁垒的是

- A. 配额
- B. 进出口许可证
- C. 金融及采购限制
- D. 过境税

3.按照生活方式来细分市场 and 选择目标市场，是属于

- A.行为细分
- B.心理细分
- C.人口细分
- D.地理细分

4.一种商品在\_\_\_\_\_情况下，则需求量受价格变动的影 响大，所以企业在调整价格时应慎重考虑。

- A.需求弹性小
- B.需求弹性大
- C.收入弹性小
- D.收入弹性大

5. 服装商品策划原则中的陈腐化原则，是指

- A.将过去陈旧的款式不断翻新推出新款
- B.当已生产的商品不再流行时，将其淘汰
- C.将现有的商品认定为过时产品，并以此基础进行商品策划
- D.以上都不对

6.设计师品牌服装的营销渠道，常选择\_\_\_\_\_的中间商。

- A.密集型
- B.指定渠道
- C.多级代理
- D.独家经销

7.在服装企业管理中，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

8.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.在生产天丝过程中会对环境造成一定的污染

9.下面有关商品策划主题确定的说法，正确的是

- A.主题以时间为主线
- B.主题应根据不同消费层设定
- C.主题可不一定遵循品牌理念和风格
- D.以上都不对

10.环保标准属于

- A.关税壁垒
- B.数量限制
- C.经营及采购限制
- D.技术性贸易壁垒

- 11.运动装的户外运动招贴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.POP 促销
- 12.下列影响消费者购买行为的哪个因素不是社会文化因素?
- A.人口数量  
B.个性化  
C.参照群体  
D.生活方式
- 13.服装市场细分中的人口细分不包括
- A.年龄  
B.性别  
C.生活方式  
D.职业
- 14.分销渠道指的是
- A.产品由生产者向消费者转移过程中所经过的路径  
B.产品由生产者向消费者的转移  
C.产品由经销商向消费者的转移  
D.产品由经销商向消费者转移过程中所经过的路径
- 15.促销的实质是
- A.扩大销售  
B.占领市场  
C.信息沟通  
D.参与竞争
- 16.关于促销不正确的是
- A.促销偏重于建立形象  
B.促销规划以主题为主线  
C.促销的目标是提高品牌的知名度  
D.视觉传播是促销的主要媒介
- 17.具有鲜明的可诱导性需求的是\_\_\_\_\_市场。
- A.消费者  
B.中间商  
C.政府  
D.产业
- 18.商品策划的“五适”原则不包括
- A.适价  
B.适量  
C.适用  
D.适品
- 19.需求层次论的首创者是
- A.弗洛伊德  
B.科特勒  
C.史密斯  
D.马斯洛
- 20.店面及橱窗陈列的最终目的是
- A.首先吸引人的注意  
B.要引起人们的兴趣  
C.导致购买行为  
D.激发人们的购买欲望

## 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. B2B 模式是企业与消费者之间通过因特网或专用网方式进行电子商务活动。
22. “以销定产”的观念属于推销观念。
23. 低收入者比高收入者有着更强烈的潜在购买欲望。
24. 市场是由具有购买欲望的潜在的和实际消费者组成，因此，人越多，市场的规模也就越大。
25. 按照商品的流通状况及特征可以将品牌分为两大类，制造商品品牌和零售商品品牌。
26. 服装品类组合重点在于确定每一品类款型的数量及不同品类服装的构成比例。
27. 搞好产品包装，并不能增加产品价值，只是吸引顾客购买。
28. 莫代尔纤维是一种纯属植物天然原料生产的纤维素纤维。
29. 直接投资可以避开贸易壁垒，又可以获得低成本的资源。
30. 聘请市场调研专家收集市场信息属于企业一手资料。

### 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(本大题共 2 小题，每小题 4 分，共 8 分)

31. 销售推广
32. 渗透定价

#### 四、简答题(本大题共 4 小题，每小题 8 分，共 32 分)

33. 服装流行的原则。
34. 服装业的特点。
35. 营销导向可分为哪几个阶段？
36. 简述马斯洛需要层次理论的内容。

#### 五、论述题(本大题 10 分)

37. 试述家庭生活周期对服装消费和行为因素的影响。