

服装市场与营销试题

课程代码:00683

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 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。
2. 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)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 下列有关流行的说法哪一句是正确的?
 - A. 每一种流行都有其逐渐兴起,达到极盛最终衰落的过程,即所谓的流行周期
 - B. 在时尚流行变化日益加快的今天,服装设计师越来越成为流行的创造者
 - C. 流行意味着某种款式被所有消费者或大部分人赞许
 - D. 流行是时尚的创新,“过时”的东西将永远不会再流行
2. 下列哪种服装品类不适合长渠道分销?
 - A. 衬衫
 - B. 牛仔裤
 - C. 时装
 - D. 内衣
3. 不属于包装发展过程中的功能是
 - A. 保护商品
 - B. 便于储存
 - C. 便于运输
 - D. 便于使用
4. 根据“需求层次论”,下列属于最低层次的是
 - A. 安全需求
 - B. 自尊需求
 - C. 生理需求
 - D. 自我实现的需求
5. 狭义的服装设计不包括
 - A. 色彩
 - B. 纸样结构
 - C. 面料
 - D. 配饰
6. 在服装营销市场细分中,职业属于_____的范畴。
 - A. 行为细分
 - B. 心理细分
 - C. 人口细分
 - D. 以上都不对

7. 下列选项中不属于服装零售业态的是

- A. 批发市场 B. 销品茂 C. 专卖店 D. 超市

8. 日本的和服在流行变化模式中属于

- A. 停滞型 B. 进化型 C. 摇摆型 D. 周期型

9. 当家庭收入达到一定水平时,随着收入增长,恩格尔系数将

- A. 上下波动 B. 增大 C. 不变 D. 下降

10. 在服装国际贸易中,不属于技术性贸易壁垒的是

- A. 环保标准 B. 卫生检疫标准 C. 经营及采购限制 D. 商品包装标准

11. 下列_____的需求价格弹性最小。

- A. 男式衬衫 B. 内衣 C. 牛仔裤 D. 时装

12. 不同广告媒体所传达的效果有所差别,其中以图文并茂、视觉效果好而著称的是

- A. 报纸 B. 电视 C. 广播 D. 杂志

13. 服装企业给顾客提供优惠券、赠品等刺激购买手段的方式为

- A. 销售推广 B. 人员推销 C. 广告促销 D. 售点促销

14. 某服装公司生产男女时装、茄克衫、休闲服等属于

- A. 无差异目标市场策略 B. 差异性目标市场策略
C. 密集性目标市场策略 D. 专一性目标市场策略

15. 下面不属于促销目标的是

- A. 说服 B. 提示 C. 提高质量 D. 确定形象

16. 对于资源较多的的大型服装企业适用

- A. 差异市场营销 B. 无差异市场营销
C. 统一市场营销 D. 集中市场营销

17. 影响服装消费行为的亚文化不包括

- A. 民族亚文化 B. 教育亚文化 C. 宗教亚文化 D. 地理亚文化

18. 市场内部可控营销因素不包括

- A. 产品调查 B. 消费者状况调查 C. 价格调查 D. 促销调查

19. 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

20. 实体分配不包括

- A. 生产 B. 包装 C. 存货 D. 运输

二、判断题(本大题共 9 小题,每小题 1 分,共 9 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. 在生产、批发、零售流程中,应用“交易总数最大法则”的是批发环节,可比直接销售提高渠道效率。
22. 代销的特点是商品的所有权属于卖主,剩货风险由卖主承担。
23. POP 促销是能直接提高服装销售业绩的主要工具。
24. 时装在零售店面选择方面应以有限分布为主。
25. SPA 经营模式使时间和成本的节约成为可能,有利于商机的把握和利润的确保。
26. 需求价格弹性大的服装可采用低价销售策略赢得市场份额。
27. 企业想扩大市场占有率,应采取渗透定价策略。
28. 服装营销渠道级数以越短越好。
29. 商品转售是营销渠道的主要作用之一。

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)

30. 服装营销管理
31. 服装商品企划

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 8 分,共 32 分)

32. 4P 营销组合。
33. 我国服装业发展的瓶颈。
34. 包装的基本作用。
35. 人员推销的特点。

五、论述题(本大题 11 分)

36. 试述市场细分的方法有哪些。