

浙江省 2015 年 10 月高等教育自学考试

连锁与特许经营管理试题

课程代码:10510

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 15 小题,每小题 1 分,共 15 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. 世界上最早的连锁形式是
A. 直营连锁 B. 自由连锁 C. 特许连锁 D. 加盟连锁
2. 沃尔玛公司由美国的传奇人物山姆·沃尔顿于_____年在美国阿肯色州成立。
A. 1951 B. 1962 C. 1966 D. 1971
3. 配送中心出货的第一道环节是
A. 拣选 B. 组配 C. 送货 D. 检验
4. _____是对某一特定社会中所有企业或其它组织都发生影响的环境因素。
A. 宏观环境 B. 微观环境 C. 企业环境 D. 人口环境
5. _____是指企业物流配送的各个环节由企业本身筹建并组织管理,实现对企业内部和外部的配送模式。
A. 自营配送模式 B. 共同化配送模式
C. 供应商配送模式 D. 第三方物流配送模式
6. 一般而言,核心商圈中所能覆盖的顾客占商店客户总数的
A. 65%~80% B. 55%~70% C. 60%~80% D. 70%~80%

7. 威廉·雷利在 1929 年提出的商圈设定方法被称为_____的雷利法则。
- A. 人口引力 B. 零售引力 C. 交通引力 D. 商圈引力
8. 连锁企业经营过程中要不断地更新商品。一般而言,商品的更新率要控制在_____以内。
- A. 5% B. 10% C. 15% D. 20%
9. 商品定位是指连锁企业对_____的实际情况动态地确定商品的经营结构,实现商品配置的最佳化。
- A. 生产商 B. 目标消费者
- C. 目标消费者和生产商 D. 消费水平
10. 根据磁石理论,第一磁石点位于超市卖场_____,是顾客必经之地,也是商品主要销售的地方。
- A. 主通道的两侧 B. 陈列货架两端的端头
- C. 靠近收银台区域 D. 促销区
11. 不同店面的开放程度,具有不同的心理效应。经营水果、蔬菜、海鲜产品的店铺适合选择_____店面。
- A. 全封闭式 B. 半开放式 C. 窗口式 D. 开放式
12. _____是品牌知名度高、市面上随处可见、容易取代的商品。
- A. 节令性商品 B. 敏感性商品 C. 众知性商品 D. 特殊性商品
13. 在物流系统中,包装的首要作用是
- A. 保护商品 B. 方便流通 C. 促进销售 D. 便于处理
14. POS 系统是指
- A. 销售时点信息系统 B. 管理信息系统
- C. 电子订货系统 D. 电子数据交换系统
15. 我国连锁经营管理的主管部门是
- A. 工商行政管理部门 B. 商务部
- C. 税务局 D. 公安部

二、判断题(本大题共 15 小题,每小题 1 分,共 15 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”。

16. 连锁经营主要有直营连锁、正规连锁、特许连锁、自由连锁等四种主要类型。
17. 经营管理权的集中和所有权的分散是特许连锁的重要特征之一。
18. 连锁企业的总部是连锁经营的基础,承担具体实施的执行功能。

19. 微观环境具有可控性,也就是通过企业的努力,可以更好地发挥自身的优势,控制其不利因素。
20. 连锁企业不同的业态其商圈的辐射范围是不同的。
21. 连锁企业为实现规模效益,因而其门店越多越好。
22. 小超市、折扣店、杂货店的商品组合窄而深。
23. 随行就市定价法属于以消费需求为中心的定价法。
24. 卖场的规划布局,必须首先思考如何让顾客很容易、自然地进入店中。
25. 优价促销就是将商品低于正常定价的价格出售。
26. 物流包括空间位移、时间变动和形状、性质变动,从而创造物品的时间和形态效用。
27. 人力资源是企业各项资源中最重要资源之一。
28. 流动比率是指流动资产总额和流动负债总额之比,是表示企业流动资产中在短期债务到期时变现用于偿还流动负债的能力的一个指标。
29. 特许经营连锁过程实际上是知识产权许可使用的过程,其中,除商标、商号、专利、专有技术等工业产权内容外,还有一部分涉及到特许加盟双方的著作权。
30. 消费者权益保护法是调整在保护公民消费权益过程中所产生的社会关系的法律规范的总称。一般情况下,所说的消费者权益保护法是指1993年10月31日颁布、1994年1月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法》,而该法的颁布实施,是中国第一次以立法的形式全面确认消费者的权利。

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3小题,每小题4分,共12分)

31. 连锁经营
32. 零售业态
33. 主力商品

四、简答题(本大题共4小题,每小题5分,共20分)

34. 连锁经营的基本特征有哪些?
35. 经验商圈设定法的基本类型有哪些?
36. 连锁商业企业商品组合的原则有哪些?
37. 连锁店铺设计和布局的原则是什么?

五、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

38. 连锁经营的业态选择应考虑哪些因素?

39. 试述商品陈列的主要类型。

六、案例分析题(本大题共 3 小题,每小题 6 分,共 18 分)

案例:A&P 公司的发展历程

创办于 1859 年的 A&P 公司历史悠久。从 1936 年至 1972 年,该公司一直是美国连锁超市的前卫,领导超市连锁 36 载。目前,它仍然是美国五大超市连锁商之一,排名全美零售商前 15 名,经过了近一个半世纪,如今仍是年壮时。下面我们就来看一看该公司的发展历程。

一、早期发展:不断创新、领导潮流

多少年来,A&P 一直被视为美国零售业的创新者。早在 19 世纪 60 年代,A&P 成为第一家使用商店商标的零售商,其咖啡商品一律以“早晨 8 点咖啡”的牌子售出,其茶叶也是以商店商标出售的。在促销方面 A&P 于 19 世纪 70 年代首创消费者优待基金以鼓励忠诚的顾客重复购买。该公司于 1920 年推出包装肉品,这使其成为美国最早的销售包装肉品的公司,1924 年该公司成为第一个赞助无线电节目的食品零售商。在本世纪 30 年代超市刚出现时,A&P 公司的分店竞争力不强,营业额直线下降,之后 A&P 公司迅速改变店铺形态,到 1936 年就拥有 5000 多家超市。从此开始称霸美国超市行业。直到本世纪 60 年代,A&P 才开始走上了下坡路。

二、百岁高龄:老牛拉车、蹒跚不前

A&P 公司在其百岁之后也曾历经了一段举步维艰的日子。20 世纪 60 年代,该公司在美国超市领域的食品销售市场占有率从 10% 降至 6%,利润从 5700 万美元降至 5000 万美元。1975 年公司亏损达 1.57 亿美元。在整个 60、70 年代,A&P 公司的主要竞争对手均快速成长,只有该公司徘徊不前。

50 年代,A&P 投巨款建立了自己的大型食品加工厂,该厂面积 13.9 万平方米,蔚为壮观,可以说是当时美国最大的食品加工厂。公司的目的是实施高度一体化的经营,自己生产食品贴上自己的商标,在自己的超级市场销售。60 年代该厂落成。建成之日,正是 A&P 公司衰落之时,工厂成为 A&P 公司的负担,耗费了公司大量的资金与精力。

1978—1981 年,公司连续亏损 4 年。1979 年在 A&P 公司陷入困境之时,德国最大的零售商腾格曼公司购买了其 50% 的股权,实施了对 A&P 公司的改组,以谋求 A&P 的复兴。

三、近期复兴:紧跟时代、返老还童

为了使 A&P 重新振兴,公司重金聘用了美国另一大型超市连锁店的总经理吉姆·伍德。

伍德上任后,实行大刀阔斧的改革,甩掉破旧的包袱,轻装上阵。一是实施店铺改造与扩张兼并活动。二是开展多种业态经营。三是实施管理改革,降低工资成本水平。四是在产品策略上,增加适应现代生活方式的商品,以满足顾客一站购齐(OneStopBuying)的需要。五是注重规划。公司制订了明确的销售计划和利润目标,并具体落实到分店经理上,使分店经理承担利润及销售责任,对计划完成好的分店经理,实行奖励。六是采用现代计算机及电信技术,提高营运效率,降低经营成本。

此外,A&P的店铺形象与广告也独树一帜。其新的店铺以全新势态出现,崭新、明亮、以黑白两色为主的店铺成为主流。新店铺的设计包括规划、建筑设计、灯光照明、装饰设计、图形设计、商品陈列等一系列方面。店铺布置完全可以从店外看得见,顾客透过巨大的海洋食品和鲜肉的图案前所堆积的新鲜蔬菜和水果可看到商店的所有部分。墙壁上的大型图片提供了许多可从店内任何角度看到的模型,这些图片,增加了各部的亮色,并由通道指示牌反复指示。A&P的广告已成为公司的有力竞争武器。北美洲最大的广告生产机构归A&P公司的总部所有,其印刷机构不是最大的,而在技术上是领先的。在美国的50家大连锁企业中,A&P是唯一一家全部自己承担广告印刷的公司。伍德挂帅后,公司开始为所有分店提供广告设计和制作服务。现在该公司的广告设计由各分店自行完成并随时变更广告的颜色和内容,整个公司的广告资料、广告设计由电脑网络连接,使广告成为灵活而富有竞争力的武器。

通过一系列重拳出击,A&P公司终于走出低谷,重新焕发出活力。1985年公司销售额达66亿美元,税后利润8829万美元,1990年销售额高达113亿美元,税后利润1.5亿美元。

问题:

40. A&P公司的发展历程说明什么?
41. A&P公司20世纪中期衰落的原因是什么?
42. A&P公司的发展历程有什么启示?