

中级经济师资格考试辅导丛书

商业经济 专业知识与实务

同步辅导与强化训练

1200题

◎ 商业经济专业知识与实务命题研究专家组 编

中级

原命题组成员、阅卷组组长亲自把脉

经典、实战、权威

深挖命题规律

让考生全面了解历年试题的命题依据和解题方法

全方位、多角度 详解历年真题及押题试卷

环球网校价值 **1000** 元精品课程大礼包

超值赠送:

中国石化出版社
[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教·育·出·版·中·心

中级经济师资格考试辅导丛书

商业经济 专业知识与实务

同步辅导与强化训练 1200题

○ 商业经济专业知识与实务命题研究专家组 编

中级

原命题组成员、阅卷组组长亲自把脉
经典、实战、权威

深挖命题规律

让考生全面了解历年试题的命题依据和解题方法

全方位、多角度 详解历年真题及押题试卷

超值赠送:

环球网校价值 1000 元精品课程大礼包

中国石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教·育·出·版·中·心

图书在版编目(CIP)数据

商业经济专业知识与实务(中级)同步辅导与强化训练 1200 题/商业经济专业知识与实务命题研究专家组编.

—北京:中国石化出版社,2014.10

ISBN 978-7-5114-3095-3

I. ①商… II. ①商… III. ①商业经济-资格考试-自学参考资料 IV. ①F7

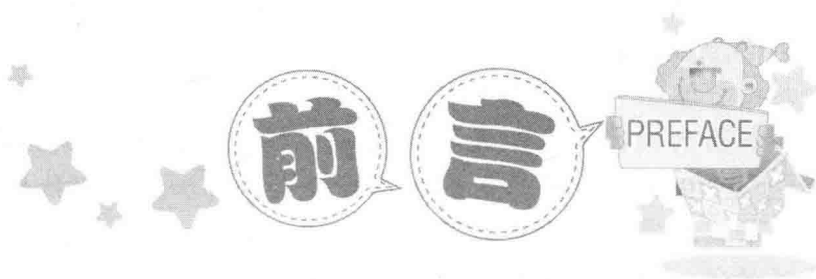
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 253128 号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

中国石化出版社出版发行
地址:北京市东城区安定门外大街 58 号
邮编:100011 电话:(010)84271850
读者服务部电话:(010)84289974
<http://www.sinopec-press.com>
E-mail:press@sinopec.com
北京科信印刷有限公司印刷
全国各地新华书店经销

*

787×1092 毫米 16 开本 14.75 印张 354 千字
2015 年 1 月第 1 版 2015 年 1 月第 1 次印刷
定价:30.00 元



经济专业技术资格实行全国统一考试制度，由全国统一组织、统一大纲、统一试题、统一评分标准。资格考试设置两个级别：经济专业初级资格、经济专业中级资格。参加考试并成绩合格者，获得相应级别的专业技术资格，由人事部统一发放合格证书。

考试共分工商管理、农业、商业、财政税收、金融、保险、运输、人力资源管理、邮电、房地产、旅游、建筑 12 个专业。其中运输分公路、水路、铁路、民航 4 个子专业。

考试每年举行一次，考试时间一般安排在 11 月初。原则上只在地级以上城市设置考场，必要时可在县设置考场。初级和中级均 2 个科目，具体是：《经济基础知识》、《专业知识与实务》。

为了满足广大考生的迫切需求，我们特组织了有丰富教学、辅导及培训经验的专家和教授，花费大量的时间精心编写了这本《商业经济专业知识与实务（中级）同步辅导与强化训练 1200 题》。

本书特色如下：

一、鲜明的创新特色，编写体例符合考生的需要

本书全面吸收了同类图书的优点，结合作者丰富的辅导经验，博采众长，推陈出新，使书中的结构和内容具有鲜明的特色。编写者都是多年从事经济师考试命题研究和考试辅导的专家、学者，他们熟悉职称考试的大纲、教材，考生的需要和考试辅导，深谙命题原则、思路和最新考试动态，经过精心研究，认真组织，编写出了这本高水平的辅导书。

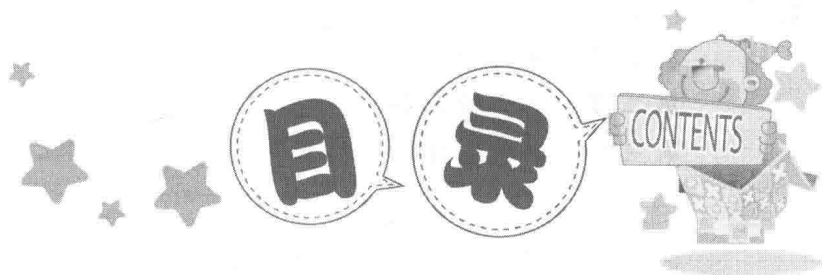
二、配套练习丰富

本书是北大、清华经济师考试辅导教师及原命题组的专家、教授智慧和劳动的结晶，是一份宝贵的资料。其中的每一道试题，既反映了经济师考试大纲

对考生基础知识、能力和水平的要求，又蕴涵着命题的指导思想、基本原则和趋势。因此，对照考试大纲分析、研究这些试题，考生不仅可以了解考试的全貌，而且可以方便地了解有关试题和信息，从中发现规律，归纳出各部分内容的重点、难点，以及常考的题型，进一步把握考试的特点及命题的思路和规律，从而从容应考，轻取高分。

总之，本书一定会成为广大莘莘学子的良师益友。好的学习方法、好的辅导老师、好的辅导教材以及好的学习热情，是必不可少的成功要素。我们的精益求精和热情付出，恰恰是广大考生迫切需要和殷切期待的。

本书在编写过程中曾几易其稿，希望能尽量满足读者的需求。然而由于作者才疏学浅，纰漏之处在所难免，敬请同行和读者批评指正。



第 一 章	商品流通理论	
	第一节 商品流通概述	1
	第二节 商品流通渠道	3
	第三节 流通产业	4
第 二 章	商品流通业态	
	第一节 流通业态的内涵与类型	19
	第二节 批发业态	20
	第三节 零售业态	21
	第四节 连锁经营	24
第 三 章	商品流通企业战略管理	
	第一节 商品流通企业战略	41
	第二节 商品流通企业战略分析	44
	第三节 商品流通企业的战略选择与实施	47
第 四 章	商品流通企业预测与决策	
	第一节 市场预测	59
	第二节 商品流通企业经营决策	62
	第三节 商品流通企业营销创新	65
第 五 章	供应商管理	
	第一节 供应商认证	78
	第二节 供应商关系管理	82
	第三节 供应商的绩效管理	83
第 六 章	物流管理	
	第一节 物流管理概述	95

第二节	物流标准化及物流信息技术	98
第三节	物流功能与物流合理化	100
第四节	供应链管理	104

第七章 库存控制

第一节	库存控制概述	118
第二节	库存控制模型	123
第三节	供应链环境下的库存控制	125

第八章 国际货物运输与保险

第一节	国际物流与国际货物运输	137
第二节	国际货运代理	140
第三节	国际货物运输保险	143

第九章 商品流通企业信息管理

第一节	商品流通企业信息管理概述	153
第二节	商品流通企业管理信息系统	158
第三节	商品流通企业管理信息系统的开发与应用	161

第十章 商品流通企业薪酬管理

第一节	薪酬与薪酬管理	169
第二节	商品流通企业基本薪酬管理	171
第三节	商品流通企业薪酬调查与职位评价	174
第四节	商品流通企业薪酬设计	176
第五节	商品流通企业薪酬激励	179

第十一章 商品流通合同管理

第一节	买卖合同	195
第二节	运输合同	197
第三节	仓储合同	199
第四节	电子商务合同	201

第十二章 商品流通企业财务管理

第一节	商品流通企业财务管理概述	213
第二节	商品流通企业投资管理	214
第三节	商品流通企业筹资管理	215
第四节	商品流通企业利润与股利分配管理	218
第五节	商品流通企业盈利、偿债与营运能力分析	220

第一章 商品流通理论

* 考点讲解

第一节 商品流通概述

知识点归纳:

一、商品流通及其作用

商品流通概念：商品流通是指以货币为媒介的商品交换过程，此过程的两个阶段是买和卖。流通是再生产过程的中介，是联结生产和消费的媒介要素。

【例】以货币为媒介的商品交换过程被称为()。

- A. 商品价值运动 B. 商品实体运动 C. 商品增值运动 D. 商品流通过程

【答案】D

【解析】一般而言，商品流通，是以货币为媒介的商品交换过程。

二、商品流通的作用/功能

1. 制约生产：

(1) 生产决定流通：生产的社会分工是交换产生和发展的必要条件。

(2) 流通对生产有影响和制约作用。

2. 实现分配：流通对分配具有能动作用。

(1) 分配的实现有赖于流通。

(2) 流通的方式、规模和结构对分配的方式、数量和结构具有影响作用。

(3) 流通能对分配结构产生调节作用。

3. 满足和引导消费：流通是消费实现的必要前提，能扩大消费的规模。

【例】关于商流过程的说法，正确的有()。

- A. 商流是商品价值形态的转化过程
B. 商流是商品使用价值形态的转化过程



- C. 商流主要完成供需关系的实现
- D. 商流过程主要完成买卖活动
- E. 商流活动可以克服生产与消费的时空差异

【答案】ACD

【解析】商流过程是商品价值形态的转化过程，也即商品价值的实现过程。从微观上来看，实现商品的价值；从宏观上看，商流主要实现了流通过程中最核心的内容——买卖活动，也即供求关系的实现。

三、商品流通运行要素

1. 概念：商品由供给者向需求者转移中的商品社会实体的运动。表现为商品与其等价物的交换和商品所有权的转移运动；可以克服生产者与消费者之间的社会距离，创造商品的所有权效用。具体的商流活动包括购、销等商品交易活动以及商品信息活动。商流活动创造商品的所有权效用。

2. 商流过程：商品价值形态的转化过程，即商品价值的实现过程。

从微观来看：商流在 $G - W$ ， $W - G$ 的转化过程中实现其价值。

从宏观来看：完成了流通过程最核心的内容——买卖活动。

3. 商流功能：

(1) 实现商品价值的功能。商流过程把商品的所有权由生产者转移给消费者。

(2) 生产先导的功能。 $G - W$ 的转化(生产资料和劳动力的所有权由生产者转移给企业)是企业生产经营活动的开始和持续运转的重要前提。

(3) 合理配置资源的功能。商流会引导生产者根据社会需要来安排生产，促使生产者生产出符合社会需要的商品。

4. 商流费用：

(1) 市场分析费用；

(2) 商品调整费用；

(3) 谈判签订契约费用；

(4) 履行契约费用。

【例】商流的过程，就是()。

- A. 商品价值形态的转化过程
- B. 创造空间和时间价值的过程
- C. 商品价值的实现过程
- D. 创造商品所有权效用的过程
- E. 完成流通过程中的买卖活动

【答案】ACDE

【解析】物流是创造空间和时间价值的过程，其他选项都是商流的过程。

四、物流

1. 物流概念：物流是物质资料从供应者到需要者的物理性(实体性)流动，是创造物质的空间效用，时间效用和形质效用的经济活动。



2. 物流的分类:

- (1) 按照物流的不同作用分类
- (2) 按照物流活动的不同空间范围分类;
- (3) 按照物流系统的不同性质分类

【例】发生在商品生产者或持有者与用户或消费者之间的物流活动是()。

- A. 供应物流 B. 销售物流 C. 生产物流 D. 行业物流

【答案】B

【解析】销售物流是发生在物资生产者或持有者与用户或消费者之间的物流活动。

第二节 商品流通渠道

知识点归纳:

一、商品流通渠道概述

1. 商品流通渠道的概念: 商品流通渠道是从生产领域转移到消费领域所经过的通道, 是商品从生产领域向消费领域转移的运动路径, 即产品所有权转移过程中所经过的各环节连接起来形成的通道。

2. 商品流通渠道成员选择: 商品流通渠道成员是指参与流通渠道的, 除消费者以外的所有成员, 主要由生产者和中间商构成。渠道中最重要的成员是中间商。中间商的作用表现如下:

- (1) 中间商可以提高流通的效率;
- (2) 中间商可以消除商品品种的差异性并进行商品归类;
- (3) 中间商可以促使交易规范化;

3. 商品流通渠道选择:

(1) 商品的自然属性(商品的物理化学性能): 依据商品自然属性的要求, 就必须尽快把体积大、价值小、易腐烂、易变质的商品从生产领域转移到消费领域。

(2) 商品的经济属性——也称为社会属性, 是指商品的经济寿命周期。依据经济属性的要求, 对处于不同经济寿命周期的商品, 选择不同的流通渠道。

- (3) 商品消费需求的多样化。
- (4) 信息的传递状况。
- (5) 生产力发展水平。
- (6) 交易批量。

4. 影响流通渠道选择的具体因素(四个因素)

- (1) 产品方面的因素;
- (2) 市场方面的因素;
- (3) 企业自身的因素;
- (4) 国家政策方面的因素。

【例】在下列情况下, 应该选择较短流通渠道的产品有()。



- A. 产品体积过小
- B. 产品易腐坏
- C. 产品专用性强
- D. 过重的产品
- E. 式样多变、时尚程度较高的产品

【答案】BCDE

【解析】产品体积小、重量轻应选择较长的流通渠道。

二、商品流通渠道结构

1. 零级渠道：生产者——消费者
2. 一级渠道：只包含一级中间机构或一层中转环节。
3. 二级渠道：包含两级中间机构，如批发商和零售商或代理商。
4. 三级渠道：包含三级中间机构。

【例】对于专用产品，例如专用设备，在选择流通渠道时一般会采用()。

- A. 间接渠道
- B. 直接渠道
- C. 一级渠道
- D. 二级渠道

【答案】B

【解析】对于专用产品，在选择流通渠道时一般会采用直接渠道。

三、渠道依赖结构

1. 按渠道双方依赖的紧密度，分为松散依赖和紧密依赖。
2. 按渠道双方依赖的时间维度，分为短期依赖与长期依赖。
3. 按渠道双方权力运用的对称与否，分为单边依赖和双边依赖。

【例】按照渠道双方依赖的紧密程度，可以将渠道依赖结构划分为()。

- A. 松散依赖和紧密依赖
- B. 短期依赖和长期依赖
- C. 单边依赖和双边依赖
- D. 对称依赖和不对称依赖

【答案】A

【解析】按照渠道双方依赖的紧密程度，可以将渠道依赖结构划分为松散依赖和紧密依赖。

第三节 流通产业

一、产业与产业的分类

1. 产业：是指由提供相近产品或服务、在相同或相关价值链上活动的企业所构成的企业集合。产业是与社会生产力发展水平相适应的社会分工的表现形式。产业的形成从分工而来。产业是社会分工的产物，也是社会生产力发展的必然结果；产业形成是多层次的，随着生产力水平的不断提高，产业的内涵不断充实，外延也将不断拓展。

【例】产业的形成是()的表现形式结果。

- A. 交换
- B. 分工
- C. 流通
- D. 分配

【答案】B



【解析】产业是一般分工和特殊分工的表现形式和结果。

二、产业分类

三次产业划分：

依据产业的关联性和递进性原理，可以将产业分为第一产业、第二产业和第三产业：第一产业：广义的农业 第二产业：广义的工业 第三产业：广义的服务业

【例】三次产业划分的依据主要是产业的()。

- A. 关联性
- B. 竞争性
- C. 风险性
- D. 递进性
- E. 主导性

【答案】AD

【解析】依据产业的关联性和递进性原理，可以将产业划分为第一次产业、第二次产业和第三次产业。

三、基尼系数：一种相对集中度的指标

基尼系数 = 均等分布线与洛伦兹曲线围成的面积/均等分布线以下的三角形面积，基尼系数在 0~1 之间变动。

基尼系数 = 0 时，表示洛伦兹曲线与均等分布线重合，所有企业规模完全相等；当基尼系数趋向于 1 时，表示企业的规模分布越来越不均等。

【例】关于基尼系数的说法，正确的是()。

- A. 基尼系数趋向 1 时，表示企业规模趋向均等
- B. 基尼系数趋向 0 时，表示企业规模趋向不均等
- C. 基尼系数在 0 与 1 之间变动
- D. 基尼系数是一种绝对集中度指标

【答案】C

【解析】基尼系数的值在 0 与 1 之间变动，当基尼系数等于 0 时，表示洛伦兹曲线与均等分布线重合，即所有企业规模完全相等；当基尼系数趋向 1 时，表示企业的规模分布越来越不均等。

四、产品差别化

产品差别化是指企业在其提供给顾客的产品上，通过各种方法造成足以引发顾客偏好的特殊性，使顾客能够把它同其他竞争性企业提供的同类产品有效的区别开来，从而达到企业在市场竞争中占据有利地位的目的。产品差别化是一种有效的非价格竞争手段。

主要从两个方面对市场结构产生直接的影响：其一，影响市场集中度；其二，形成市场进入壁垒。

实现产品差别化的方法主要有：产品主体差别化、品牌差别化、价格差别化、渠道差别化、促销差别化。

【例】下列关于商品差别化的表述，错误的是()。

- A. 产品差别化是一种有效的价格竞争手段
- B. 产品差别化可以形成市场进入壁垒



- C. 市场的产品差别化程度越高,新企业进入市场的壁垒也就越高
D. 价格差别化也是商品差别化的主要方法之一

【答案】A

【解析】产品差别化是一种有效的非价格竞争手段。

五、市场绩效的综合评价

1. 市场绩效是市场行为的综合反映,不仅涉及资源配置效率,还包括技术进步、社会福利、社会公平和稳定等诸多方面。因此评价市场绩效不能仅仅依靠某一个指标,而要将市场的实际情况与社会所追求的目标相结合,予以综合的考虑和评价。从经济学的角度看,社会福利是最主要、也是最具综合性的目标。

2. 资源配置效率(衡量市场绩效的最重要指标):

(1) 衡量资源配置效率的直接指标。经济学家一般用消费者剩余、生产者剩余和社会剩余这三个指标来全面分析和衡量社会资源配置效率状况。在产业组织学研究中,常常使用利润率来衡量产业市场资源配置效率的指标。

(2) 市场结构和资源配置效率。从市场结构和资源配置的角度看,市场竞争越充分,资源配置效率就越高;市场垄断程度越高,资源配置效率越低。

(3) X 非效率。垄断企业的大组织内部存在着资源配置的低效率状态。用公式表示: X 非效率 = 超额成本/最低成本

【例】衡量资源配置效率的直接指标有()。

- A. 社会福利 B. 市场集中度 C. 消费者剩余 D. 生产者剩余
E. 社会总剩余

【答案】CDE

【解析】经济学家一般用消费者剩余、生产者剩余和社会剩余这三个指标来全面分析和衡量社会资源配置效率状况。

六、产业的规模结构效率

产业的规模结构效率反映产业经济规模和规模效益的实现程度。

(1) 企业规模经济和行业规模经济。行业的规模效益与行业内企业的外部经济和不经济相关。行业规模扩大使得行业内各企业的单位生产成本降低时,这对行业内企业来说就是外部经济的,反之则是外部不经济。

(2) 规模结构效率的衡量。

(3) 产业规模结构效率的三种状态:低效率状态、过度集中状态和理想状态。许多过度集中的产业中,大企业的生产成本比规模小的企业高,可见过度集中实际上降低了产业的规模结构效率。

(4) 影响规模结构效率的主要因素。产业内企业规模结构和市场结构是影响规模结构效率的两个因素。

① 企业规模结构是指产业内不同规模企业的构成和数量比例关系。一国经济的平稳发展必须要有一个适当的规模结构,即要保持适当的大、中、小型企业的构成比例。

② 市场结构对规模结构效率的影响表现为:过度集中和分散都会降低产业的规模经济水平。企业的规模大小与利润率在某种程度存在着正相关关系,但并不是说企业的规模越大越好。



15. 把信息分为固定信息、流动信息与偶然信息的依据是()。
 - A. 信息的来源
 - B. 信息的稳定程度
 - C. 信息的产生过程
 - D. 信息的发生时间
16. 商品流通过程中, 流通信息在实现其使用价值的同时, 还会实现其()。
 - A. 价值
 - B. 交换价值
 - C. 价值增值
 - D. 价值转化
17. 把信息分为业务信息、控制信息和决策信息的依据是()。
 - A. 信息的稳定性
 - B. 信息的发生时间
 - C. 信息的作用
 - D. 信息的来源
18. 下列不属于批发交易市场类型的是()。
 - A. 交易市场
 - B. 超级市场
 - C. 电子商务
 - D. 展示交易中心
19. 下列关于物流和商流相互关系的表述, 正确的是()。
 - A. 物流和商流既密不可分, 又各自独立运动
 - B. 物流和商流密不可分, 各自不可以独立运动
 - C. 商流和商流的流动次序具有固定的模式
 - D. 商流和物流的流向、起点、终点都不相同
20. 商流和物流之间的关系表现为: 它们的流向、起点和终点是()。
 - A. 不同的
 - B. 相反的
 - C. 相同的
 - D. 同时的
21. 商流和物流之间的关系表现为: 它们的流向、起点和终点是()。
 - A. 不同的
 - B. 相反的
 - C. 相同的
 - D. 同时的
22. 下列不属于稳定性市场的是()。
 - A. 商场
 - B. 商店
 - C. 交易会
 - D. 交易所
23. 流通渠道的终点是()。
 - A. 消费者
 - B. 生产者
 - C. 零售商
 - D. 商业服务机构
24. 商品流通渠道的起点是()。
 - A. 消费者
 - B. 批发商
 - C. 零售商
 - D. 生产者
25. 下列()不是影响流通渠道选择的一般因素。
 - A. 商品的自然属性和经济属性
 - B. 商品消费需求的多样性
 - C. 交易批量
 - D. 国家政策
26. 商品流通渠道的长度一般用()表示。
 - A. 生产商的级数
 - B. 中间机构的级数
 - C. 流通商品的种类
 - D. 渠道成员的数量
27. 一个渠道系统中只包含一级中间机构或一层中转环节, 这种流通渠道类型是()。
 - A. 三级渠道
 - B. 零级渠道
 - C. 一级渠道
 - D. 二级渠道
28. 产品从制造商流向最终消费者的过程中, 不经过任何中间环节, 这种流通渠道是()。
 - A. 一级渠道
 - B. 零级渠道
 - C. 三级渠道
 - D. 四级渠道
29. 营销渠道内同一层次的若干企业采取横向联合的方式, 合资或合作开辟新的市场机会, 组成新的渠道系统, 这种渠道系统称为()。
 - A. 垂直渠道系统
 - B. 水平渠道系统
 - C. 混合渠道系统
 - D. 管理式渠道系统
30. 下列不是渠道系统的是()。
 - A. 垂直渠道系统
 - B. 圆形渠道系统
 - C. 水平渠道系统
 - D. 混合渠道系统



31. 依照渠道双方(), 可以将渠道依赖关系划分为松散依赖和紧密依赖。
A. 依赖的时间维度 B. 依赖的紧密度
C. 权力运用的对称与否分 D. 依赖的主体
32. 商品渠道冲突的根源主要在于()。
A. 存在着各自的经济利益和相互依赖性 B. 目标差异
C. 价格取向 D. 付款方式
33. 根据我国对三次产业的划分, 以下属于第三产业的是()。
A. 流通业 B. 制造业
C. 林业 D. 自来水的制造和供应业
34. 国际上通用的、最基本也是最常见的一种产业分类方法是()。
A. 两次产业分类 B. 三次产业分类 C. 四次产业分类 D. 五次产业分类
35. 下列不属于为生产和生活服务的部门是()。
A. 金融业 B. 保险业 C. 国家机关 D. 房地产业
36. 在洛伦兹曲线中, 曲线越靠近对角线, 市场集中度程度越()。
A. 高 B. 低 C. 无法判断 D. 以上选项均错误
37. 在市场集中度衡量指标中, 可以综合反映企业数量和规模这两个决定市场结构的重要方面的指标是()。
A. 行业集中度 B. 洛伦兹曲线 C. 基尼系数 D. 贝恩指数
38. 最简单、最常用的绝对集中度的衡量指标是()。
A. 行业集中度 B. 洛伦兹曲线 C. 基尼系数 D. 贝恩指数
39. 基尼系数的值在()之间变动。
A. 0~1 B. 1~2 C. 2~3 D. -1~1
40. 当基尼系数等于()时, 表示洛伦兹曲线与均等分布曲线重合。
A. 1 B. 0 C. -1 D. 0.5
41. 基尼系数是衡量市场集中度的指标之一, 当该系数等于1时, 表示企业的规模()。
A. 均匀 B. 不相等 C. 完全相等 D. 完全不均等
42. 下列关于基尼系数的表述, 错误的是()。
A. 基尼系数是一种绝对集中度指标
B. 基尼系数可以用来反映收入分配不均的程度
C. 当基尼系数等于0时, 表示所有企业规模完全相等
D. 当基尼系数趋向1时, 表示企业的规模分布越来越不均等
43. 在商业组织理论中, 基尼系数是衡量()的指标之一。
A. 市场集中度 B. 产品差别化 C. 市场绩效 D. 市场行为
44. 绝对成本优势、规模经济、商品差别是构成市场()的重要因素。
A. 集中度 B. 相对集中度 C. 结构性进入壁垒 D. 退出壁垒
45. 下列关于进入壁垒的表述, 正确的是()。
A. 进入壁垒是新厂商与老厂商都要承担的成本
B. 与潜在的进入者相比, 进入壁垒是市场中现有企业所享有的优势
C. 进入壁垒是市场中现有企业所遇到的不利因素
D. 进入壁垒是老厂商比新厂商多承担的成本



46. 绝对成本优势、规模经济、商品差别是构成市场()的重要因素。
 A. 集中度 B. 相对集中度 C. 结构性进入壁垒 D. 退出壁垒
47. 不是产业规模结构效率的状态的是()。
 A. 低效率 B. 过度集中 C. 理想 D. 水平

二、多项选择题

1. 商品流通的作用()。
 A. 制约生产 B. 实现分配 C. 助于生产 D. 实现消费
 E. 实现流通
2. 现代流通经济运行过程的客观要求是()的三流分立与一体化。
 A. 商流 B. 物流 C. 技术流 D. 信息流
 E. 资金流
3. 关于商流的过程说法正确的是()。
 A. 从微观看, 商流在货币→商品和商品→货币的转化中实现商品的使用价值
 B. 从宏观看, 商流主要是完成买卖活动, 进而与社会总需求和总供给之间从动态和流量上发生相应的联系
 C. 商流过程即商品价值形态的转化过程
 D. 商流过程是商品价值的实现过程
 E. 在货币→商品转化的过程中, 商流的过程表现为商品的所有权转移给生产者
4. 商流的过程就是()。
 A. 商品价值形态的转化过程 B. 创造空间和时间价值的过程
 C. 商品价值的实现过程 D. 创造商品所有权效用的过程
 E. 完成流通过程中的买卖活动
5. 下列有关商流的描述, 正确的是()。
 A. 商品与其等价物交换 B. 把商品的所有权由生产者转移给消费者
 C. 生产先导 D. 市场延伸
 E. 合理配置资源
6. 物流具有独特的功能, 即通过运输、储存、配送、装卸搬运、包装和流通加工等环节, 实现商品的流转进而获得()。
 A. 形质效用 B. 空间效应 C. 交换效应 D. 所有权效用
 E. 时间效应
7. 按物流系统的不同性质分, 可将物流分为()。
 A. 社会物流 B. 行业物流 C. 企业物流 D. 回收物流
 E. 生产物流
8. 下列属于流通信息流的功能的有()。
 A. 反馈功能 B. 加强功能 C. 决策功能 D. 增值功能
 E. 沟通功能
9. 商品流通信息可以按不同标准进行分类, 按信息作用的不同可以划分为()。
 A. 决策信息 B. 控制信息 C. 业务信息 D. 原始信息