



鸿博教育

丛书主编 刘景通

浙江省高职（单考单招）招生考试复习丛书

ZHEJIANGSHENG GAOZHI (DANKAO DANZHAO) ZHAOSHENG KAOSHI FUXI CONGSHU

高职考

GAO ZHI KAO

商业类专业

综合训练

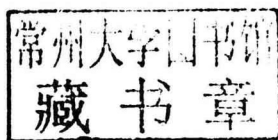
专项突破

电子科技大学出版社

浙江省高职（单考单招）招生考试复习丛书

高职考商业类专业 综合训练

主编 应旭萍



电子科技大学出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

高职考商业类专业综合训练 : 全 2 册 / 应旭萍主编. --
成都 : 电子科技大学出版社, 2013. 11

ISBN 978-7-5647-2038-4

I. ①高… II. ①应… III. ①商品学—高等职业教
育—习题集—升学参考资料 IV. ①F76-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 264441 号

浙江省高职 (单考单招) 招生考试复习丛书

高职考商业类专业综合训练

主编 应旭萍

出 版 : 电子科技大学出版社 (成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦 邮编 : 610051)

策划编辑 : 吴艳玲

责任编辑 : 吴艳玲

主 页 : www.uestcp.com.cn

电子邮箱 : uestcp@uestcp.com.cn

发 行 : 新华书店经销

印 刷 : 杭州华艺印刷有限公司

成品尺寸 : 185mm× 260mm 印张 : 15.75 字数 : 393 千字

版 次 : 2013 年 11 月第一版

印 次 : 2013 年 11 月第一次印刷

书 号 : ISBN 978-7-5647-2038-4

定 价 : 42.00 元 (全 2 册)

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 本社发行部电话 : 028- 83202463 ; 本社邮购电话 : 028- 83208003
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。

目 录

2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(一)	1
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(二)	9
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(三)	17
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(四)	25
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(五)	33
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(六)	41
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(七)	49
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(八)	57
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(九)	65
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(十)	73
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(十一)	81
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(十二)	89
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(十三)	97
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(十四)	105
2014 年浙江省高职考商业类专业综合理论模拟试卷(十五)	113
参考答案	121

2014 年浙江省高职考综合理论模拟试卷(一)

商业类专业

一、单项选择题(本大题共 45 小题,每小题 2 分,共 90 分)

在每小题列出的四个备选答案中,只有一个是符合题目要求的。错选、多选或未选均无分。

1. 下列四句话中,能反映市场营销观念的是_____。()
A. “公司旨在制造面粉” B. “推销已经生产出来的面粉”
C. “制造面粉并设法推销出去” D. “满足眼前的需求与长远的需求相统一”
2. 下列代理商中,业务联系特点为有现货的委托代销关系的是_____。()
A. 企业代理商 B. 销售代理商 C. 寄售商 D. 经销商
3. 消费品市场的购买者与生产资料市场的购买者在_____上有根本的区别。()
A. 是否为行家购买 B. 购买数量上 C. 需求的复杂程度 D. 购买目的
4. 由于消费者在性别、年龄、民族、经济状况、文化程度、消费水平等方面的差异,会形成消费品市场需求的_____。()
A. 多样性 B. 多变性 C. 多层次性 D. 复杂性
5. 影响消费者购买行为最广泛的因素是_____。()
A. 经济因素 B. 文化因素 C. 个人因素 D. 心理因素
6. 从需求角度看,普通白糖、食盐等产品的市场属于_____。()
A. 消费品市场 B. 同质市场 C. 异质市场 D. 生产资料市场
7. 春节即将来临之际,各大商家都大做广告,以促销自己的产品。他们对市场进行细分的方法是_____。()
A. 地理环境细分 B. 人口因素细分 C. 心理因素细分 D. 购买行为细分
8. 下列产品中,最适合采用无差异营销的是_____。()
A. 处于投入期的产品 B. 市场很小的产品
C. 家用电器类产品 D. 竞争对手实力雄厚的产品
9. 海尔洗衣机生产企业原来生产容量为 5 公斤的滚筒式、波轮式洗衣机,之后为满足市场的需要又生产了迷你型洗衣机,我们称该企业增加了产品组合的产品线_____。()
A. 宽度 B. 深度 C. 宽度和深度 D. 相容性
10. 在产品生命周期的成熟期,企业为维持已有的市场地位,常采用_____策略。()
A. 双低 B. 密集性渗透 C. 选择性渗透 D. 双高
11. 逢年过节之时,许多保健品、酒类企业纷纷推出各种礼盒(品)装新产品,这种新产品为_____。()
A. 全新产品 B. 换代新产品
C. 改进新产品 D. 地域性新产品
12. 企业推广新产品时很好的目标市场是_____。()
A. 创新采用者 B. 早期采用者
C. 早期大众 D. 晚期大众

13. 吉利汽车集团以 18 亿美元收购瑞典沃尔沃轿车公司 100% 的股权,得到 Volvo 品牌。这种品牌策略就是_____策略。()
- A. 品牌扩张 B. 外来品牌 C. 中间商品品牌 D. 个别品牌
14. 下列情况中,需求弹性较小的是_____。()
- A. 替代性很弱 B. 购买者十分注意价格变动
C. 购买者觉得涨价是没有理由的 D. 涨价的商品是花钱较大的商品
15. 很多房地产公司规定,购房时一次性付清房款,可享受 9 折优惠,这种价格策略称为_____。()
- A. 功能折扣 B. 现金折扣 C. 数量折扣 D. 季节折扣
16. 分销渠道的宽度是指_____。()
- A. 流通环节(层次)的多少 B. 同类型中间商数目的多少
C. 运输路程的长短 D. 商品在市场中的范围
17. 日用消费品品种多,需求量大,可选择_____。()
- A. 长而宽的渠道 B. 短而宽的渠道 C. 短而窄的渠道 D. 长而窄的渠道
18. 推销员先设计好能引起顾客兴趣、刺激顾客购买欲望的推销语言,进行试探,加以诱导,实现敦促顾客购买的推销方法是_____。()
- A. “配方—成交”策略 B. 试探性策略
C. “诱发—满足”策略 D. 针对性策略
19. 下列属于报纸广告的特点的是_____。()
- A. 覆盖面广 B. 生动活泼 C. 费用低廉 D. 传播快
20. 杭州联华超市在店庆期间实施“限时抢购”是对准了部分消费者爱占便宜的“穴位”搞强刺激,是一种非常有效的促销手段。从促销方式的角度分析,它是一种_____。()
- A. 广告 B. 人员推销 C. 营业推广 D. 公关活动
21. 下列属于商品整体概念第二层次的是_____。()
- A. 商品特点 B. 商品保证 C. 商品运送 D. 商品效用
22. 下列不是适宜的服用性的基本质量指标的是_____。()
- A. 悬垂系数 B. 透气性 C. 抗皱强度 D. 少起毛球
23. 电灯必须在一定范围内的电压、电流下使用,这说明_____。()
- A. 商品需在一定使用(或食用)条件和范围内按设计要求(或食用要求)合理使用(或食用)
B. 商品质量的基本要求
C. 商品质量的基本内容
D. 商品的适用对象
24. 通常认为动物性食品的营养价值高于植物性食品,是从_____这个角度讲的。()
- A. 营养成分 B. 可消化率 C. 发热量 D. 调节代谢
25. _____是构成商品使用价值的基本条件。()
- A. 耐用性 B. 造型结构合理性 C. 适应性 D. 安全、卫生性
26. 鞋分为雨鞋、凉鞋、运动鞋等时,是按_____作为其分类标志的。()
- A. 原材料 B. 生产加工方法 C. 用途 D. 主要成分
27. _____,中国物品编码中心代表我国加入国际物品编码协会 EAN。()
- A. 1973 年 4 月 B. 1949 年 C. 1941 年 D. 1991 年 4 月

28. NY930-96 属于_____标准。 ()
A. 推荐性国家 B. 强制性行业 C. 强制性地方 D. 企业
29. 产品质量认证,根据认证作用范围的不同,有国家、地区和_____认证制度之分。 ()
A. 国际 B. 行业 C. 地方 D. 企业
30. _____的国家标准对企业来说一般是非强制的,产品质量标志的认证制度也是非强制性的,即工业企业自愿申请,符合条件的就批准使用 JIS 标志。 ()
A. 法国 B. 日本 C. 德国 D. 美国
31. _____是生产过程中控制质量、评定质量好坏的技术依据。 ()
A. 商品质量 B. 商品标准 C. 商品鉴定 D. 商品包装
32. 下列不属于商品标准化的基本要求的是_____。 ()
A. 商品质量标准化 B. 名词术语系列化
C. 零部件通用化 D. 品种规格系列化
33. _____是鉴定的实质性内容,是鉴定目的的具体实现。 ()
A. 设计鉴定方案 B. 鉴定
C. 鉴定结果的分析与讨论 D. 商品鉴定报告
34. 下列鉴定法不属于鉴定的基本方法的是_____。 ()
A. 感官鉴定法 B. 理化鉴定法 C. 生物鉴定法 D. 科学鉴定法
35. 判断植物油脂的纯度(掺伪鉴定)以及品质劣变情况一般采用_____。 ()
A. 光学鉴定法 B. 热学鉴定法 C. 度量衡鉴定法 D. 机械性能鉴定法
36. 以下商品的品级划分不使用限定法的是_____。 ()
A. 玻璃和陶瓷 B. 搪瓷 C. 纸张 D. 日用工业品
37. 对发现商品共同缺陷行之有效,但会漏掉集中性缺陷的抽样方法是_____。 ()
A. 简单抽样 B. 分层随机抽样
C. 分段随机抽样 D. 规律性随机抽样
38. “早餐奶”产品在市场上取得成功之后,“蒙牛”集团又迅速研发出“成长奶”、“女士奶”系列,这些新产品的开发方法属于_____。 ()
A. 补缺开发法 B. 组合开发法 C. 系列开发法 D. 配套开发法
39. 提高新产品开发经济效益、实现企业生产经营目标的重要保证是_____。 ()
A. 技术经济评价 B. 技术 C. 特色 D. 市场
40. 商品储存是在商品_____的前提下,集中入库或直接进入流通领域,并通过妥善保管,然后投入市场销售的“物流”活动。 ()
A. 严格检验 B. 流通规律 C. 安全经济 D. 数量适当
41. 怕热和易挥发的商品,保存方法是_____。 ()
A. 存放在干燥通风的库房里 B. 存放在低温库内
C. 分区分类 D. 存放在温度较低的阴凉处
42. 摄氏 0 度,即华氏_____度。 ()
A. 32 B. -17.8 C. 57.6 D. -32
43. 下列情况下,可以进行通风的是_____。 ()
A. 库外温湿度都高于库内温湿度
B. 气温低于库内空气露点温度 2℃

- C. 库内商品水分低于当时温湿度条件下的商品平衡水分
D. 风力不超过五级
44. 商品防霉腐的方法中,对好气性微生物的杀灭具有较理想的效果的是_____。()
A. 化学药剂防霉腐 B. 气调防腐
C. 低温冷藏防霉腐 D. 干燥防霉腐
45. 具有方便、封存期长、包装干净和适用于结构复杂的金属制品防锈等优点的新型金属防锈方法是_____。()
A. 机械除锈 B. 涂油防锈 C. 手工除锈 D. 气相防锈

二、判断题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

判断下列各题,正确的打“√”,错误的打“×”。

46. 一切商品都具有价值和使用价值两个因素。()
47. 口味、滋味鉴定宜在饭前 1 小时或饭后 2 小时进行。()
48. 企业自我监督就是指生产检验。()
49. 有的物体只有弹性形变,而有的只有塑性形变。()
50. 农业产品的基本成分主要有碳水化合物、蛋白质、脂肪、维生素、矿物质、水分等。()
51. 县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名,一律不得作为商标。()
52. 我国商标注册和管理工作的主管机关是国家工商行政管理局和该局的商标局。()
53. 含碳的化合物均属于有机化合物。()
54. 托盘的载重量是 0.5~2 吨。()
55. 强调商品包装的增值功能与商品包装的经济性要求不存在互相冲突的情况。()

三、填空题(本大题共 25 小题,每空格 2 分,共 50 分)

56. 人类的_____和欲望是市场营销活动的出发点。
57. 沃尔玛及我国一些大型零售商店,都要求其供应商提供保护环境安全的产品,并承诺在广告中突出宣传这些产品,这说明企业在经营中注重_____观念的指导。
58. _____是衡量人民生活水平的国际标准之一,其值越高,生活水平越低。
59. 日用品的经营者应该以_____为主,并注重新产品的推广。
60. 如果某种生产资料是生产中必不可少的,那么即使价格变化,也不会引起需求量太多的变化,这说明生产资料市场的_____较小。
61. 一个人的家庭成员、同事、朋友等的言行观点,对一个人的行为会产生直接的影响,这是主要的_____。
62. 市场细分是美国著名学者_____提出来的。
63. 市场定位策略是一种_____策略,它显示了一种产品与其他企业同类的产品或企业之间的竞争关系。
64. 产品生命周期成熟期的综合策略用一个字概括为_____。
65. 若企业在市场上占主导地位或产品具有专利,则企业采用_____为定价目标。
66. 某企业的某种产品某月将价格从 10 元提高到 10.5 元,当月的销售量由原来的 2000 件下降到 1000 件,则该产品的需求价格弹性系数为_____。
67. 适用于高档消费品,能提高产品“身价”的心理定价策略是_____。
68. 按经营的_____,批发商可以划分为自营性批发商和代营性批发商。

69. 直接渠道与间接渠道的选择,实质上就是是否采用_____的决策。
70. 在顾客的购买阶段,采用的促销方式以_____为主。
71. 18 世纪,德国人_____教授出版了《商品学导论》,被西方称为“商品学的创始人”。
72. 商品的自然有用性和社会适应性的综合,构成_____,它是商品学研究的中心内容。
73. 研究商品的使用价值和质量必须以商品的_____为基础。
74. 各种营养成分均需在_____的参与下才能发挥其作用。
75. 人体内的矿物质主要存在于_____中。
76. 我国集装箱运输近几年有较快的发展,其中_____吨以上的集装箱采用国际标准。
77. 商品堆码是指商品的堆放形式和_____。
78. 一昼夜中,最高气温和最低气温的差值,称为_____。
79. 限定记分法通常用于_____和纺织品的品级划分。
80. 商品吸湿性指标用_____或回潮率表示。

四、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 6 分,共 30 分)

81. 相关群体

82. 集中性营销

83. 理解价格定价法

84. 商品检验

85. 商品运输质量

五、问答题(本大题共 4 小题,共 50 分)

86. (14 分)请分析影响企业营销活动的经济环境因素。

87. (14 分)影响分销渠道选择的产品因素有哪些? 对各因素作简要分析。

88. (12 分)简述生产企业统计质量管理阶段的优缺点。

89. (10 分)什么是商品老化? 商品老化的原因是什么? 如何防止商品老化?

六、案例分析题(本大题共 2 小题,每小题 30 分,共 60 分)

90. 几年以来, EyeMo 在香港地区的滴眼剂领域中始终占据着领先地位, 在消费者调查中, EyeMo 一直是名列第一的品牌, 并且拥有最高的广告知晓度。不过, 作为市场领导者的 EyeMo 也面临着一些挑战。

首先, 过去两年的销售额显示整个滴眼剂市场规模呈现缩减趋势, 与此同时, 品牌的增长也进入停滞期。此外, 消费者调查数据显示, 最经常使用 EyeMo 的是 30~39 岁年龄组的人, 恰好是属于上一代的滴眼剂的使用者。年龄在 20~29 岁的白领女性中电脑与互联网的重度频繁使用者被认为是最经常使用滴眼剂的人, 但这些人却更喜欢竞争品牌的年轻形象。

公司对 20~29 岁的年轻白领女性进行了调查, 想了解她们的消费习惯。调查主要是从三方面进行的:

首先, 要知道她们关心什么。调查显示, 对她们中的大多数人来说, 一个典型的工作意味着至少在办公室待 8 小时, 并且长时间在电脑前、日光灯下工作, 她们通常感到眼睛疲劳和发痒, 而几滴滴眼剂可以缓解这些症状, 不过她们通常认为这是无关紧要的小毛病, 一忍了之。令她们无法忍受的是不好的个人形象和不受人欢迎。

其次, 跟她们交流的最有效的方式是什么? 数据表明, 现有的网上活动中, 电子邮件的使用率是 100%, 并且一些聊天工具也运用得比较广泛。

最后, 她们是如何使用媒体的? 对于 EyeMo 的目标受众来说, 因特网和电子邮件不仅仅是为了完成工作进行信息搜索的工具, 也是获取许多乐趣和相关资讯的渠道。

在以上调查的基础上, 公司决定针对目标受众的特点制定一个促销方案, 该方案的目标是: 将营销的重点转移到经常使用滴眼剂的人群; 创造出使用滴眼剂的必要性的驱动力; 转化 EyeMo 品牌形象以吸引年轻的用户; 维护长期顾客关系。

请结合上述有关材料帮助企业制定营销组合策略。

91. 在 80 年代和 90 年代初,罐头在中国市场上有很大的销量,尤其是水果罐头,更是受到广大消费者的喜爱。在汕头有一罐头厂,以生产橘子罐头而出名,但是剩下的橘子皮一直没有很好的方法处理,于是便将橘子皮以九分钱一斤的价格送往药品收购站销售,但依然十分困难。他们思考难道橘子皮只能入中药做成陈皮才有用?经过一段时间的研究,他们终于开发出“珍珠陈皮”这一新用途,可将其做成小食品,而且这种小食品具有养颜、保持身材苗条等功能。

以何种价格销售这一产品?经市场调查发现,妇女和儿童尤其喜欢吃零食,且在此方面不吝花钱,但惧怕吃零食会导致肥胖,而“珍珠陈皮”正好解其后顾之忧,且市场上尚无同类产品。于是,他们决定每 15 克袋装售价 1 元,合 33 元一斤。投放市场后,该产品销售火爆。

(1)该企业采取了何种定价策略?

(2)为什么要采用这种策略?

(3)若低价销售,是否能获得与高价同样多甚至更多的利润?

2014 年浙江省高职考综合理论模拟试卷(二)

商业类专业

一、单项选择题(本大题共 45 小题,每小题 2 分,共 90 分)

在每小题列出的四个备选答案中,只有一个是符合题目要求的。错选、多选或未选均无分。

1. 下列表述中正确的是_____。()
A. 交换是交易活动的基本单元
B. 市场营销者创造人们的欲望和需要
C. 需要、欲望和需求,产品,交换和交易都是市场营销的核心概念
D. 产品是指能够用以满足人类某种需要或欲望的任何物品
2. 市场营销观念的经营指导思想是_____。()
A. 生产什么就卖什么
B. 需要什么就生产什么
C. 生产什么就推销什么
D. 关注社会长远利益
3. 律师事务所属于_____。()
A. 代理商
B. 市场营销服务机构
C. 金融机构
D. 物流企业
4. 下列不属于经济环境考察指标的是_____。()
A. 恩格尔系数
B. 城镇居民可自由支配收入
C. 人口增长率
D. 居民储蓄存款余额
5. 消费品市场的购买者与生产资料市场的购买者在_____上有明显的区别。()
A. 购买目的
B. 购买数量
C. 需求的复杂程度
D. 是否为行家购买
6. 近几年来,肯德基在产品的本土化方面进行了系列创新。以早餐为例,肯德基先后推出了皮蛋瘦肉粥、香菇鸡肉粥、牛肉蛋花粥和安心油条,这种做法体现了_____。()
A. 消费品市场购买者人数多,需求量大
B. 消费品市场需求复杂多样
C. 消费品购买商品大多属于非行家购买
D. 消费品使用存在配套性和替代性
7. 一家企业只生产冰箱一种产品,但冰箱种类有无霜、有霜,容量有 100 升、178 升、240 升。颜色有乳白、浅灰。由此可以得知该企业目标市场营销战略为_____。()
A. 无差异营销
B. 差异性营销
C. 集中性营销
D. 以上都不是
8. “狭路相逢勇者胜”所体现的市场定位策略是_____。()
A. 迎头定位
B. 重新定位
C. 避强定位
D. 寻找市场定位
9. 下列最适合采用无差异营销策略的是_____。()
A. 处于投入期的产品
B. 市场范围很小的产品
C. 家用电器类产品
D. 人力、物力、财力雄厚,管理水平高的企业
10. 企业投放和推广新产品时理想的目标市场是_____。()
A. 创新采用者和晚期大众
B. 创新采用者和早期大众
C. 创新采用者和早期采用者
D. 早期大众和晚期大众

11. 产品生命周期理论最早是由_____提出的。()
A. 赫杰特齐 B. 雷蒙德·弗农 C. 温德尔·史密斯 D. 菲利普·科特勒
12. 为显示气派,法国的中产阶级消费者会佩戴“劳力士”手表,非洲的消费者会穿一串象牙制作的珠子戴在颈上,这是由于他们的_____不同。()
A. 风俗习惯 B. 宗教信仰 C. 文化水平 D. 价值观念
13. 旅行社所提供的服务是一种_____。()
A. 核心产品 B. 有形产品 C. 附加产品 D. 无形产品
14. 某产品需求降低 20%,价格升高了 35%,则 $E=$ _____。()
A. 1/4 B. 4/7 C. 15% D. 1/2
15. 随行就市定价策略与_____定价法的原理一致。()
A. 理解价格 B. 通行价格 C. 需求差异 D. 密封投标
16. 较宽的分销策略适宜于_____。()
A. 需要指导的机械设备 B. 工业品中的零配件
C. 生产资料中的经常耗用商品 D. 标准品
17. 下列产品中,企业可以采用较宽销售渠道的是_____。()
A. 洗衣粉 B. 香皂 C. 插座 D. 鞋帽
18. 人员推销的特点是_____。()
A. 传递信息 B. 面对面交谈 C. 收集情报 D. 协调平衡
19. 下列各种促销手段中,不属于适合消费者的营业推广方式的是_____。()
A. 赠送样品 B. 有奖销售 C. 交易印花 D. 销售竞赛
20. 赞助、募捐属于促销方式中的_____。()
A. 广告 B. 人员推销 C. 公共关系 D. 营业推广
21. 衣服能遮体避寒,这体现了商品整体概念中的_____。()
A. 形式产品 B. 附加产品 C. 延伸产品 D. 核心产品
22. 评定食品的营养价值,主要是分析其营养物质的种类和_____。()
A. 质量 B. 发热量 C. 含量 D. 可消化率
23. 纺织品食品的基本性能及其外观特征,主要其所用的_____决定的。()
A. 质量 B. 外观斑点 C. 纤维材料 D. 纱线
24. 一个商品的条形码为“6910019008024”,则它的前置码为_____。()
A. 691 B. 91 C. 6 D. 4
25. 标准化管理部门,要根据工作需要设_____。()
A. 质量监督所 B. 质量监督员 C. 质量监督站 D. 质量监督部
26. _____是实施鉴定方案的首要环节。()
A. 鉴定 B. 取样 C. 设计鉴定方案 D. 商品鉴定报告
27. 棉花、粮食入库时的含水量可用_____鉴定。()
A. 视觉鉴定法 B. 触觉鉴定法
C. 听觉鉴定法 D. 嗅觉鉴定法
28. 对粮食、油料等农产品的品级划分的方法,属于_____。()
A. 记分法 B. 限定法
C. 既是记分法,又是限定法 D. 既不是记分法,也不是限定法

29. 用_____测定各类水果的含糖量。()
A. 旋光计 B. 折光计 C. 罗维朋比色计 D. 显微镜
30. _____是测定商品化学成分种类的一种方法。()
A. 定性分析法 B. 定量分析法 C. 成分分析法 D. 种类分析法
31. 下列属于低分子有机物的是_____。()
A. 肥皂 B. 水泥 C. 棉布 D. 奶油
32. 下列有不易碎、耐腐蚀的特点,并可用于盛装化工产品的桶型包装是_____。()
A. 金属桶 B. 木桶 C. 塑料桶 D. 纸桶
33. 商标的本质作用是_____。()
A. 区别商品的不同生产者和经营者 B. 便于广告宣传
C. 有利于发展国际贸易 D. 保证生产者和经营者的合法权益
34. 商品的在库检查以_____为主。()
A. 理化检验 B. 生物检验 C. 感官检验 D. 化学分析
35. 在测定空气湿度时,目前仓库主要用_____。()
A. 干湿球湿度表 B. 毛发湿度表
C. 毛发温度表 D. 干湿球温度表
36. 下列是吸附剂的是_____。()
A. 氧化钙 B. 炭 C. 活性炭 D. 氯化钙
37. 因其成本低、无污染、可回收而备受青睐的材料是_____。()
A. 金属材料 B. 纸质材料 C. 塑料材料 D. 木材材料
38. 目前在食品防霉中采用的_____越来越受到广泛的重视。()
A. 蒸气法 B. 自然冷却法 C. 盐渍法 D. 射线防霉腐
39. 下列不属于商品运输包装主要功能的是_____。()
A. 保护功能 B. 容纳功能 C. 便利功能 D. 促销功能
40. 商品安全储存的基础是_____。()
A. 严格入库验收 B. 选择适当场所
C. 科学堆码 D. 做好在库检查
41. 在一昼夜中,气温的最高值出现在_____。()
A. 上午 10~12 时 B. 中午 12~14 时
C. 下午 2~3 时 D. 下午 3~4 时
42. 不利于散湿的是_____。()
A. 北风 B. 西北风 C. 西南风 D. 东北风
43. 仓库害虫是变温动物,其最适宜的温度是_____。()
A. $0^{\circ}\text{C} \sim 15^{\circ}\text{C}$ B. $15^{\circ}\text{C} \sim 35^{\circ}\text{C}$
C. $25^{\circ}\text{C} \sim 35^{\circ}\text{C}$ D. $35^{\circ}\text{C} \sim 40^{\circ}\text{C}$
44. 某商品的伸长率为 500%,弹性形变值为 2,则其塑性形变值为_____。()
A. 1 B. 2 C. 3 D. 2.5
45. 下列关于仓库害虫的生活习惯,表述正确的是_____。()
A. 食性广而杂 B. 耐干不耐饥
C. 耐热不耐寒 D. 繁殖期短,繁殖力强

二、判断题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

判断下列各题,正确的打“√”,错误的打“×”。

- 46. 食品中加食盐量达到 10%~15%,才有较好的防止微生物活动的作用。 ()
- 47. 露点温度与空气实际温度的差距愈大,说明空气的相对湿度愈小,空气愈干燥。 ()
- 48. 商品包装附属于内装商品,包装本身不具有价值和使用价值。 ()
- 49. 商品的价值是商品社会属性的前提和基础。 ()
- 50. 没有 EAN 条码的商品不得进入国际超级市场进行销售。 ()
- 51. 凡是有气味的商品,都可以用嗅觉鉴定法来评价其质量的优劣。 ()
- 52. 有透气性必有透水性,透气性大则透水性也大。 ()
- 53. 统计质量管理阶段是 20 世纪 40~50 年代末首先在美国的军事工业生产中投入应用的。 ()
- 54. 多孔率越高,商品的容重越小。 ()
- 55. 关于商品代码,标准版由中国物品编码中心统一分配,而缩短版由厂商自行编制。 ()

三、填空题(本大题共 25 小题,每空格 2 分,共 50 分)

- 56. _____是为了满足某种需要而购买或准备购买某种特定商品或服务的消费者群体。
- 57. 在交换双方中,如果一方比另一方更主动、更积极地寻求交换,则前者称为市场营销者,后者称为_____。
- 58. 推销观念提高了销售在企业经营中的地位,但仍然属于_____的经营思想。
- 59. _____是指企业进行营销活动时所面临的外部社会经济条件。
- 60. 经济收入增加时,消费者需求的层次和数量都会有所提高,这就反映出消费品市场需求的_____。
- 61. _____是企业细分市场重要又常用的依据。
- 62. 许多大企业通常都在成长期阶段选择_____作为企业目标。
- 63. 新产品是否为市场迅速接受,受许多因素的影响,其中_____是影响市场推广的一个重要因素。
- 64. _____是中小企业、竞争激烈的行业或企业拓展海外市场时常用的品牌策略。
- 65. 以获取当前最高利润为定价目标的侧重点是_____。
- 66. _____是消费品分销途径的主要类型,是两个环节以上的较长的渠道。
- 67. 保险推销员向顾客推销“松鹤延年”养老保险产品,顾客对此毫无购买兴趣,保险推销员适宜采取_____策略。
- 68. 告知广告是企业在向市场推出新产品时使用的广告,其主要目标是_____。
- 69. 特价包装,又称_____,即以低于正常水平的价格和特别的包装方式向消费者销售产品,如减价包装等。
- 70. 给予推销员中的优胜者一定的物质奖励,如奖金、度假等,鼓励推销员积极工作、开拓市场、发展新客户的营业推广方式是_____。
- 71. 商标注册申请采用_____原则。
- 72. 商品学以商品的_____为研究对象。
- 73. 商品检验是在_____的基础上进行的,它是商品鉴定的重要组成部分。
- 74. 毒害品的急性毒量通常用“_____”表示,其值越大,毒性越小。
- 75. 方圆认证标志分为_____和安全认证标志。

76. 开发新产品最基本的要求是_____。
77. _____是实施商品鉴定方案的首要环节。
78. 骨骼中的钙质占人体所需钙质的_____。
79. 反映商品吸湿性的指标有含水率和_____。
80. 评定食品质量的关键指标是_____。

四、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 6 分,共 30 分)

81. 市场营销观念

82. 需求差异定价法

83. 促销组合

84. 商品标准化

85. 规律性随机抽样