

2003年

全国商业经济专业技术

资格考试复习题解

王丽华 主编



2003 年
全国商业经济专业技术资格考试
复习题解

王丽华 主编



机械工业出版社

本书是为准备参加全国商业经济专业技术资格考试人员编写的复习题解
用书。全书严格按照 2003 年新修订的指定培训教材及考试大纲内容编写。

编写过程中把大纲内容与相关内容分开。大纲要求为考试大纲内容考
试的内容,相关内容为大纲中没要求但指定培训教材中有的内容。习题答
案作了解释,便于读者加深理解正确答案。

图书在版编目 (CIP) 数据

2003 年全国商业经济专业技术资格考试复习题解/

王丽华主编. —北京:机械工业出版社, 2003. 8

ISBN 7-111-12780-3

I. 2... II. 王... III. 商业经济—经济师—资格考
核—解题 IV. F7-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 067009 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:余红

封面设计:饶薇 责任印制:路琳

北京市樱花印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2003 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

787mm × 1092mm 1/16 · 13.25 印张 · 314 千字

0001—4000 册

定价:25.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话:(010) 68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

《2003 年全国商业经济专业技术资格考试复习题解》
编委会

主 编
参加编写人员

王丽华	叶妮娜	许光明	张晶晶
谢晶晶	陈 丹	程 亮	周方俊
张 苏	李 波	代 波	陈训虎
刘 旺	郑 伟	龙晓峰	陆晓琴
赵 晴	吴 婷	韩 巍	骆 漫
薛 伟	何容菊	张 磊	陈 杰
吴 恋	胡 锐	黄天琪	陈 叶
曾 恒			

前 言

为了帮助全国经济专业技术工作者全面系统地掌握 2003 年全国商业经济专业技术资格考试大纲及教材内容,在较短的时间内顺利地通过全国商业经济技术资格考试,熟练地掌握基础知识,我们特组织编写此书。

本书严格按照 2003 年全国商业经济技术资格培训大纲规定的内容编写,对考试科目作彻底的剖析,其广度与深度和大纲相吻合。

与同类书相比,本书的显著特点为:一是充分考虑了试题的广度与重点的关系;二是对试题给予解答。对部分要求掌握重点和难点知识的有关试题,特别是对读者不好掌握或容易出错的试题给予解答和详细的注释,希望藉此能加深读者对这些内容的理解,提高应试水平。

本书便于应试者在短时间内抓住大纲要领,切中培训教材内容,顺利通过资格考试,是应试者理想的考试复习材料,同时还可供高等院校相关专业师生参考。

由于编者水平有限,经验不足,书中难免有缺点和错误,衷心希望广大读者批评指正。

编 者

2003 年 7 月

目 录

前言

商业经济专业知识与实务(初级)

第一部分 商业管理	
第一章 商业经济基本知识	3
第二章 市场调查与预测基本方法	13
第三章 流通企业经济核算	19
第二部分 物流管理	
第一章 物资市场预测	27
第二章 物资采购	32
第三章 物资销售	38
第四章 物资储运管理	44
第三部分 市场营销	
第一章 市场购买行为分析	49
第二章 目标市场营销战略	55
第三章 价格决策	61
第四章 促销组合决策	67
参考答案	72

商业经济专业知识与实务(中级)

第一部分 商业管理	
第一章 商品流通基本原理	105
第二章 企业形象与公共关系	117
第三章 流通企业人力资源管理	126
第二部分 物流管理	
第一章 物资企业经营决策	137
第二章 物资资源组织	148
第三章 物资库存控制	155
第四章 物流组织	161
第三部分 市场营销	
第一章 产品决策	169
第二章 渠道决策	172

第三章 广告促销决策	175
第四章 营销管理的新发展	179
参考答案	183

商业经济专业知识与实务

(初级)

第一部分 商业管理

第一章 商业经济基本知识

一、单项选择题

(一)大纲内容

- 1.商业是商品交换的发达形式,是专门从事()的经济行业。
A.商品生产 B.商品交换 C.商品流通 D.商品销售
- 2.简单商品流通采用()的形式。
A.商品——商品——货币 B.货币——商品——货币
C.商品——货币——商品 D.货币——货币——商品
- 3.商品流通是指以()为媒介的商品交换过程。
A.商品 B.物品 C.产品 D.货币
- 4.简单商品流通和发达的商品流通都是以()为基础的。
A.社会分工 B.商品生产
C.商品和货币 D.社会分工和商品生产
- 5.商品流通不同于物物交换,在于()充当交换的媒介物,克服了商品直接交换时的缺点。
A.商品 B.成品 C.产品 D.货币
- 6.简单商品流通,生产者进行商品交换的目的是()。
A.为取得自己所需要的商品的使用价值 B.为取得所需商品的价值
C.为取得所需商品的使用价值和价值 D.为取得所需商品的使用价值或价值
- 7.发达的商品流通,商品交换的直接目的是()。
A.获得所需商品的使用价值 B.获得所需商品的价值和使用价值
C.先买后卖,通过销售商品得到营利 D.获得所需商品的价值
- 8.社会再生产过程是由生产、分配、交换和消费四个环节构成的有机整体,其中()是最根本的决定因素。
A.生产 B.分配 C.交换 D.消费
- 9.()是商品生产存在和发展的必要条件。
A.商品消费 B.商品交换 C.商品分配 D.商品加工
- 10.有关生产与交换的关系,叙述正确的是()。
A.交换决定生产,生产反作用于交换
B.生产与交换相互制约
C.生产与交换互不相干
D.生产决定交换,交换反作用生产,并在一定条件下对引导和促进生产顺利发展起决定性作用

11. 交换与消费之间的关系是()。
- A. 交换决定消费,消费反作用于交换 B. 消费决定交换,交换反作用于消费
C. 两者互相依赖,互相制约,互为条件 D. 交换与消费互不相干
12. 在商品的交换过程中,叙述正确的是()。
- A. 商品的所用者失去商品的使用价值,获得商品的价值
B. 商品的购买者失去商品的使用价值,获得商品的价值
C. 商品的卖者失去商品的价值,获得商品的使用价值
D. 商品的购买者获得商品的价值和使用价值
13. 交换与分配的关系,叙述正确的是()。
- A. 交换决定分配,分配反作用于交换 B. 分配决定交换,交换反作用于分配
C. 交换与分配互不相关 D. 交换与分配相互影响,相互制约
14. 不属于国民收入再分配的手段的是()。
- A. 税收 B. 价格 C. 利率 D. 个人收入
15. 商业最基本、最主要、最原始的职能是()。
- A. 交换职能 B. 调节职能 C. 融资职能 D. 风险职能
16. 商业媒介商品交换的职能是通过商品的()来具体实现的。
- A. 交换 B. 二次交换 C. 消费 D. 分配
17. 商业的()是一种派生职能。
- A. 交换职能 B. 调节职能 C. 融资职能 D. 信息职能
18. 商业职能是通过从事商品交换活动的最基本的经济单位即()的购销存运等业务活动表现出来的。
- A. 小批发商 B. 企业 C. 商业企业 D. 大型商场
19. 在市场经济条件下,合作与协调关系只能通过()加以体现,只有通过商品的买卖活动才能建立起生产者之间、生产者与消费者之间的多方面的联系。
- A. 商品与货币的交换关系 B. 商人与生产厂家的利益关系
C. 消费者与商品的消费结构 D. 生产者与消费者的买卖关系
20. 现代商业观念就是指大商业、大市场、大流通的思想观念,它以()为条件,组织和发展社会商业。
- A. 多层次、多领域、完善的市场体系 B. 健全的市场机制
C. 健全的市场价格体系 D. 健全的社会保障体系
21. 专业化、社会化的商品生产以()为前提。
- A. 超越时空界限的社会化生产 B. 超越时空界限的社会化流通
C. 超越时空界限的社会化消费 D. 超越时空界限的商品流通
22. 商业构成是伴随着社会化大生产的出现而出现的,是()在商品流通领域的体现。
- A. 社会化大生产 B. 专业化分工 C. 机械化大生产 D. 产品结构分工
23. ()是商品流通过程中的最后一个环节。
- A. 零售业 B. 批发商 C. 连锁销售业 D. 百货批发
24. 百货店一般以()为主要销售对象。
- A. 居民 B. 流动人口

- C. 追求时尚的年轻人 D. 中高档消费者
25. 商业行业结构按照国际习惯划分,间接为商业活动提供服务的被称为()。
- A. 买卖商 B. 辅助商 C. 第三商 D. 第四商
26. ()不仅能够保证生产的连续进行,还可以加速整个商品流通过程,扩大流通范围。
- A. 合理的产业结构 B. 合理的批发结构
- C. 合理的所有制结构 D. 合理的产品结构
27. ()是对商品从集中到分散,从分散到集中,起到集聚和分散的作用。
- A. 产地批发 B. 口岸批发 C. 中转批发 D. 销地批发
28. 在批发商业的几大类别中,()是批发的终端环节,直接联系零售企业,任务是将购入的商品直接供给生产企业或零售企业,或批量出售给消费者个人。
- A. 产地批发 B. 口岸批发 C. 销地批发 D. 中转批发
29. 代理商与批发商的主要区别是()。
- A. 代理商拥有经营商品的所有权,批发商则无
- B. 代理商一般不拥有经营商品的所有权,只是为买卖双方牵线搭桥
- C. 代理商的职能作用比批发商的作用大
- D. 代理商只是批发商的下属
30. 正是由于批发(),在很大程度上保证了生产和零售的正常进行。
- A. 承担经营风险 B. 分担利润 C. 降低成本 D. 减少工序
31. ()有利于保持价格的相对稳定,但不能灵敏地反映市场的供求变化,缺乏应付竞争的能力。
- A. 目标成本定价法 B. 完全成本定价法
- C. 边际成本定价法 D. 需求导向定价法
32. ()比较适用于生产经营处于合理状态的企业和供求大体平衡,成本相对稳定的商品,对于经营管理水平较低,生产条件较差的企业和供过于求的商品就不太适宜。
- A. 完全成本定价法 B. 目标成本定价法
- C. 边际成本定价法 D. 综合成本定价法
33. ()对于经济实力雄厚、生产和经营有发展前途的企业,尤其对于新商品的定价是比较适宜的。
- A. 完全成本定价法 B. 目标成本定价法
- C. 边际成本定价法 D. 综合成本定价法
34. ()是制定价格的基本依据和最低经济界限。
- A. 完全成本定价法 B. 目标成本定价法 C. 边际成本定价法 D. 成本
35. ()使经营和定价决策有很大的灵活性,有利于市场竞争,并使生产潜力和资源得到较充分的利用。
- A. 完全成本定价法 B. 目标成本定价法
- C. 边际成本定价法 D. 综合成本定价法
36. 需求导向定价法是以消费者的需求为中心,以()为出发点来制定具体价格。
- A. 成本 B. 市场价格
- C. 市场可以接受的价格 D. 销售价格

37. 采用可销价格倒推法定价的关键,在于()。
- A. 正确测定市场可销价格 B. 正确预测市场走向
C. 正确制定市场规则 D. 推行公平竞争
38. 采用需求差异定价法时需注意:价格上的差异并不和成本、价值或质量的差异成相应的比例,而是以()为标准。
- A. 市场供求差异 B. 市场需求差异
C. 消费者需求差异 D. 市场供求平衡
39. 竞争导向定价法,是以()为主要依据,根据企业和商品在市场竞争中所处的位置及企业的竞争条件制定价格的一种方法。
- A. 市场价格状况 B. 市场竞争状况 C. 市场供求状况 D. 市场销售状况
40. 主要适用于同行业中生产、经营同种商品的企业的商品定价方法是()。
- A. 拍卖定价法 B. 需求差异定价法
C. 随行就市定价法 D. 投标定价法
41. ()对于滞销积压、闲置物资的处理以及鲜活商品的定价法特别宜采用。
- A. 随行就市定价法 B. 投标定价法
C. 拍卖定价法 D. 需求差异定价法
42. 在采购或出卖大宗商品物资,出租出售小型企业,选择建筑工程项目承建等交易中,宜采用()。
- A. 随行就市定价法 B. 投标定价法
C. 拍卖定价法 D. 需求差异定价法
43. ()对于市场供求基本平衡,企业又注重长远利益,价格不宜经常变更的商品定价较为适宜。
- A. 随行就市定价法 B. 拍卖定价法
C. 平利销售定价策略 D. 折扣定价策略
44. 生产价格由()构成。
- A. 平均成本加平均利润 B. 部门平均成本加社会平均利润
C. 部门成本加平均利润 D. 部门利润加平均利润
45. 薄利多销定价策略运用的重要市场条件是()。
- A. 市场上商品供求不一致性
B. 市场上商品质量的不一致性
C. 市场上有需求价格弹性大的商品的存在
D. 市场上商品销售情况的不一致性
46. 薄利多销作为一种定价策略,其实质是()。
- A. 通过多销加快资金周转,实现资金利润率的提高,追求长期总利润的最大化
B. 通过多销降低成本,实现资金利润率的提高
C. 通过成本利润率的降低提高总利润
D. 通过成本利润率的提高增加总利润
47. 想在短期内占领市场,又不想造成亏损的新商品,适宜采用()。
- A. 高价策略 B. 中价策略 C. 低价策略 D. 薄利多销策略

48. 在成长期定价策略阶段中,宜采用()。
- A. 高价厚利定价策略 B. 薄利多销定价策略
C. 平利销售定价策略 D. 目标利润价格策略
49. 根据商品在成熟期的特点和定价要求,该阶段的定价策略宜采用()。
- A. 目标利润价格策略 B. 高价厚利定价策略
C. 竞争价格策略 D. 薄利多销定价策略
50. 根据商品衰退期的特点和定价要求,选择驱逐价格策略,其目的是()。
- A. 使企业继续获得一定的利润 B. 尽快销售完库存商品
C. 稳定市场占有率,增加企业总利润 D. 稳定市场,提高企业信誉
51. 对已形成习惯固定价格的商品,最好()。
- A. 采取声望定价策略 B. 习惯定价策略
C. 付款折扣定价策略 D. 季节折扣定价策略
52. 在传统流通企业组织结构中,()适用于规模较小的流通企业。
- A. 直线制 B. 职能制 C. 直线参谋制 D. 直线职能参谋制
53. 直线参谋制的缺点是()。
- A. 职务部门只作为直线领导的助手,而对下级单位缺乏应有的相对独立的权力
B. 每个职务部门都有指挥权,导致下级和职工接受多头领导,无所适从
C. 缺乏专业的职务部门和人员当经理的助手,难以应付日趋复杂的工作
D. 直线指挥机构和人员对工作全面负责,并向下级组织发布指令
54. 多维立体制的优点是()。
- A. 可以协调各事业部的活动
B. 把综合管理与专业管理有机地结合起来
C. 专业部本身形成一个比较完整的经营、管理系统
D. 机构简化、权力集中、命令统一、决策迅速
55. 当企业面临各种不确定情况,决策要靠高度的资料处理;必须应付高度的财物和人才等限制问题时,宜采用()。
- A. 事业部制 B. 超事业部制 C. 矩阵制 D. 多维立体制

(二)相关内容(无)

二、多项选择题

(一)大纲内容

1. 劳动产品采取商品交换的形式须具备的前提条件是()。
- A. 社会分工 B. 货币的产生
C. 生产资料、劳动产品属于不同所有者 D. 生产资料公有制的形成
E. 生产资料私有制的形成
2. 从商品交换发展的历史过程看,大体经历的形式有()。
- A. 物物交换 B. 简单商品流通
C. 发达的商品流通 D. 按需分配
E. 按劳分配
3. 简单商品流通和发达的商品流通,其共同点表现在()。

- A. 以社会分工和商品生产为基础
 - B. 以卖和买两个独立的活动所构成
 - C. 以货币为媒介, 商品和货币是两个基本要素
 - D. 每个阶段都由卖者和买者构成
 - E. 出发点和归宿相同
4. 简单商品流通和发达的商品流通在流通形式上的区别表现在()。
- A. 前者是先卖后买, 后者是先买后卖
 - B. 前者以商品为出发点, 货币为媒介, 换取对方的商品为归宿; 后者以货币为出发点, 商品为媒介, 求得货币的增值为归宿
 - C. 前者同一货币两次换位, 没有发生质和量的变化; 后者同一商品两次换位, 货币仍属同一所有者, 但增了值
 - D. 前者是为了获取自己所需商品的使用价值, 后者是为了使货币增值
 - E. 前者只反映生产者与生产者、生产者与消费者之间直接的经济关系。后者的商品流通由于商人的介入, 体现了生产者、经营者和消费者之间多重、复杂的经济关系
5. 社会再生产过程中生产、分配、交换和消费四个环节, 其相互关系陈述正确的是()。
- A. 生产表现为起点, 消费表现为终点, 分配和交换表现为中间环节
 - B. 生产是最根本的决定因素, 它决定其他三个方面
 - C. 交换、分配和消费能动地反作用于生产
 - D. 交换在市场经济条件下不仅直接影响生产, 而且还通过对分配与消费的影响间接地反作用于生产的整个过程
 - E. 专事商品交换的工商业的直接目的是消费
6. 生产方式的性质决定交换的性质, 其含义是()。
- A. 生产资料的所有制性质决定商品交换的所有制性质
 - B. 生产资料所有制的多样性, 决定交换所有制的多样性
 - C. 什么样的生产形式, 就有什么样的交换形式
 - D. 生产形式的多样性, 决定交换形式的多样性
 - E. 人们对商品交换的依赖程度, 交换的广度是指商品交换的范围
7. 商品交换是商品生产存在和发展的必要条件, 其原因是()。
- A. 没有交换, 在商品经济条件下, 就无法实现生产为满足消费的根本目标, 生产就失去意义
 - B. 没有商品交换, 商品的价值无法实现
 - C. 商品生产只有通过交换, 才能补偿其劳动消耗, 再生产的各种生产要素才能从市场上不断取得, 生产连续, 顺畅地实现
 - D. 商品交换决定生产
 - E. 社会分工越细, 专业化程度就越高
8. 消费对交换的制约作用主要表现在()。
- A. 消费直接引起交换
 - B. 消费决定交换的目的
 - C. 消费制约交换的规模和结构
 - D. 消费方式影响交换方式
 - E. 消费制约交换形式与方法

9. 交换对消费的制约作用主要表现在()。
- A. 交换是实现消费需求的条件
 - B. 交换制约消费结构
 - C. 交换制约消费形式与方法
 - D. 交换制约消费效益
 - E. 交换直接引起消费
10. 交换制约分配的深度和广度,其含义包括()。
- A. 生产创造的新价值要依靠交换来实现
 - B. 为保证生产过程在交换领域中继续进行而追加的新价值,扩大了分配的数量和比例
 - C. 交换通过费用的节约,为国家增加积累,扩大分配的规模
 - D. 交换的量越大,其分配的深度越广
 - E. 交换的量越小,其分配的深度越广
11. 商业的社会职能包括()。
- A. 顾问职能
 - B. 调节职能
 - C. 融资职能
 - D. 风险职能
 - E. 信息职能
12. 商业风险主要包括()。
- A. 流通事故风险
 - B. 价格波动风险
 - C. 信用风险
 - D. 外汇风险
 - E. 流动风险
13. 商业的独立存在,有利于社会的发展和生产水平的不断提高,它对社会经济的一般作用主要表现在()。
- A. 缩短社会再生产时间
 - B. 节约社会资金
 - C. 加速商品经济发展
 - D. 促进社会分工的发展
 - E. 降低流通效率
14. 商业加速商品经济的发展主要表现在()。
- A. 使偶然、个别的交换成为经常、必然的社会经济现象
 - B. 扩大了市场的空间范围,解决了产销在空间上的矛盾
 - C. 有助于调剂生产与消费在时间上的不一致性
 - D. 商业的存在可以使市场交易行为程序化、规范化、法律化、推动市场体系的建立与发展
 - E. 合作与协调关系只能通过商品与货币的交换关系加以体现
15. 现代商业观念就是指大商业、大市场、大流通的思想观念,其具体体现在()。
- A. 以多层次、多领域、完善的市场体系为条件
 - B. 以多种流通形式,多条流通渠道,最大的容量完成商品从生产领域向消费领域转移为目的
 - C. 采用先进的科学技术设计方法
 - D. 采用科学的管理方法
 - E. 采用合理的人力资源
16. 现代商业具有不同于以往商业的特点,其社会性特点主要体现在()。
- A. 商业活动过程的社会性
 - B. 商业活动制约因素的社会性
 - C. 商业活动成果的社会性
 - D. 商业运作的社会性
 - E. 商业条款的社会性
17. 依照我国内贸行业主管部门的规定,以下属于零售业态的是()。

- A. 百货店、大型综合商场
 - B. 超级市场、便利店、专业店
 - C. 专卖店、购物中心
 - D. 家居中心和仓储商店
 - E. 体育馆、夜总会
18. 百货店业态具有()特点。
- A. 采取柜台销售与自选销售相结合方式
 - B. 商品结构为种类齐全、少批量、高毛利
 - C. 采取定价销售、可退货
 - D. 选址在城市繁华区,以流动人口为主要销售对象
 - E. 目标顾客以居民为主
19. 商业行业结构,按照国际习惯划分,可分为()。
- A. 直接从事商品交换活动的“买卖商”
 - B. 为“买卖商”直接提供服务的“辅助商”
 - C. 间接为商业活动提供服务的“第三商”
 - D. 提供劳务的“第四商”
 - E. 提供劳务的“第二商”
20. 批发商业主要包括()。
- A. 产地批发
 - B. 口岸批发
 - C. 中转批发
 - D. 销地批发
 - E. 临时批发
21. 批发商业的功能主要是()。
- A. 集中功能
 - B. 扩散功能
 - C. 采购功能
 - D. 整理功能
 - E. 风险功能
22. 零售商业的职能主要有()。
- A. 实现职能
 - B. 服务功能
 - C. 协调职能
 - D. 信息职能
 - E. 调节功能
23. 企业定价时,可根据不同商品,不同情况在()方法中,选择最佳的方法,以实现定价目标和最佳效益。
- A. 成本导向定价
 - B. 需求导向定价
 - C. 竞争导向定价
 - D. 目标成本定价
 - E. 边际成本定价
24. 市场可销价格倒推法定价的一般标准是()。
- A. 与市场及消费者的支付能力大体相适应,消费者为满足其正常需要能够接受
 - B. 与替代品价格相协调
 - C. 与企业的生产规模和经营目标相适应
 - D. 以不损害消费者利益和不违反国家的有关政策、法令为条件
 - E. 以人们需求相协调
25. 常见的竞争导向定价方法有()。
- A. 随行就市定价法
 - B. 拍卖定价法
 - C. 投标定价法
 - D. 需求差异定价法
 - E. 约定标志定价法
26. 拍卖定价法在拍卖时,有各种不同的定价方法,包括()。