

全国经济专业技术资格考试辅导系列

圣才学习网
www.100xuexi.com

工商管理专业知识与实务（中级）

过关必做 1000 题（含历年真题）

主编：圣才学习网

www.100xuexi.com

赠

圣才学习卡20元

中华经济师考试网 www.100jjs.com

圣才学习网 www.100xuexi.com

中国石化出版社

HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM

教·育·出·版·中·心

全国经济专业技术资格考试辅导系列

工商管理专业知识与实务 (中级)

过关必做 1000 题(含历年真题)

主编: 圣才学习网

www.100xuexi.com

中国石化出版社

内 容 提 要

本书是全国经济专业技术资格考试科目“工商管理专业知识与实务(中级)”的过关必做习题集。本书遵循2009年版教材《工商管理专业知识与实务(中级)》的章目编排,共分8章,根据最新考试大纲的要求及相关法律法规编写了约1000道习题,其中包括了部分历年真题。所选习题基本涵盖了考试大纲规定需要掌握的知识内容,侧重于选编常考重难点习题,并对部分习题的答案进行了详细的分析和说明。

圣才学习网/中华经济师考试网(www.100jjs.com)提供全国经济专业技术资格考试名师网络班及面授班(随书配有圣才学习卡,网络班及面授班的详细介绍参见本书最后内页)。本书和配套网络班及面授班特别适用于参加全国经济专业技术资格考试的考生,也适用于各大院校经济学专业的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

工商管理专业知识与实务(中级)过关必做1000题:
含历年真题/圣才学习网主编. —北京:中国石化出版社,
2009

(全国经济专业技术资格考试辅导系列)

ISBN 978-7-5114-0034-5

I. 工… II. 圣… III. 工商行政管理-经济师-资格考
核-习题 IV. F203.9-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第128960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.cn

河北天普润印刷厂印刷

全国各地新华书店经销

*

787×1092毫米16开本13.5印张310千字

2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

定价:30.00元

特别说明：与本书相关的网络课程的详细介绍参见本书书后内页！

圣才学习网名校名师

赵彬	清华大学副教授、博士生导师、博士、博士后	周永强	首都经贸大学副教授、博士，获美国 PMP 认证
王志诚	北京大学副教授、博士、博士后	彭一江	北京工业大学副教授、硕士生导师、监理工程师
林新奇	中国人民大学教授、全国企业人力资源管理师 国家职业资格证书专家委员会委员	陶友松	武汉大学教授、建筑学家、国家一级注册建筑师
杨栋	中国人民大学讲师、博士、注册金融分析师	刘幸	武汉大学教授、博士生导师、博士
肖羽堂	南开大学教授、博士生导师、博士	叶燕青	武汉大学教授、主任医师、科主任
王亚柯	对外经济贸易大学副教授、博士	田翠蛟	湖北省内科护理专业委员会副主任委员
杨万荣	北京理工大学副教授、留法理学博士	吴小燕	武汉大学教授、医学博士，中国医师协会肾脏 病分会委员
聂利君	中央财经大学副教授、硕士生导师、博士	熊福生	中南财经政法大学教授、硕士生导师
黄锐	中央民族大学副教授、博士	熊卫	中南财经政法大学副教授、博士后，湖北省职 业技能鉴定指导中心注册高级考评员
童行伟	北京师范大学副教授、留美博士后	陈金洪	华中科技大学副教授、高级工程师
田宝	首都师范大学副教授、博士、博士后		更多名师介绍请登陆：www.100xuexi.com
朱振荣	北京工商大学副教授、硕士生导师、博士		

圣才学习网网络课程

☞ 中华英语学习网 www.100yingyu.com · 大学英语四级、六级网络课程 · 英语专业四级、八级网络课程 · 考博英语网络课程 · 成人英语三级网络课程 · 全国大学生英语竞赛网络课程	☞ 中华统计学习网 www.1000tj.com · 统计从业人员资格考试网络课程 · 全国统计专业技术资格考试网络课程	☞ 中华 IT 学习网 www.100itxx.com · 计算机考研网络课程 · 全国计算机等级考试网络课程
☞ 中华证券学习网 www.1000zq.com · 证券业从业人员资格考试网络课程 · 期货从业人员资格考试网络课程 · 保荐代表人胜任能力考试网络课程 · 基金销售人员从业考试网络课程 · 证券经纪人专项考试网络课程	☞ 中华外贸学习网 www.100waimao.com · 报关员网络课程 · 报检员网络课程 · 外销员网络课程 · 外贸跟单员网络课程 · 国际商务单证员网络课程	☞ 中华医学学习网 www.100yixue.com · 执业医师网络课程 · 执业药师网络课程 · 助理医师网络课程 · 卫生专业资格考试网络课程 · 医学考研网络课程 · 同等学力医学考试网络课程
☞ 中华金融学习网 www.100jrx.com · 中国银行业从业人员考试网络课程 · 金融英语证书考试(FECT)网络课程 · CFA 考试网络课程	☞ 中华管理学习网 www.100guanli.com · 企业人力资源管理师网络课程 · 营销师网络课程 · 质量专业人员资格考试网络课程 · 同等学力工商管理网络课程 · 中物联认证(物流师)网络课程	☞ 中华法律学习网 www.1000fl.com · 司法考试网络课程 · 企业法律顾问考试网络课程 · 法律硕士考试网络课程 · 同等学力法学考试网络课程
☞ 中华保险学习网 www.1000bx.com · 保险代理人网络课程 · 保险公估人网络课程 · 保险经纪人网络课程	☞ 中华教育学习网 www.1000jy.com · 教师资格考试网络课程 · 教育学考研网络课程 · 教育硕士网络课程 · 同等学力教育学考试网络课程	☞ 国家职业资格考试网 www.100zyzg.com · 全国出版资格考试网络课程 · 出版物发行员资格考试网络课程 · 全国广播电视编辑记者播音员主持 人资格考试网络课程 · 国家秘书职业资格考试网络课程 · 导游资格考试网络课程 · 社会工作者网络课程 · 营养师网络课程
☞ 中华精算师考试网 www.1000jss.com · 中国精算师网络课程 · 北美精算师(ASA/FSA)网络课程	☞ 中华心理学习网 www.100xinli.com · 心理咨询师网络课程 · 心理学考研网络课程 · 同等学力心理学考试网络课程	☞ 其他网站网络课程 中华自考网 www.1000zk.com 中华成考网 www.100chengkao.com 中国公务员考试网 www.100gwy.com 中小学学习网 www.100zxx.com 中华竞赛网 www.100jingsai.com
☞ 中华财会学习网 www.1000ck.com · 注册会计师(CPA)网络课程 · 会计职称(会计师)考试网络课程 · 会计从业人员资格考试网络课程 · 注册税务师(CTA)网络课程 · 注册资产评估师(CPV)网络课程 · 全国审计专业技术考试网络课程	☞ 中华工程资格考试网 www.100gczg.com · 建筑师网络课程 · 建造师网络课程 · 结构工程师网络课程 · 土木工程师网络课程 · 监理师网络课程	

圣才学习网网络课程不断添加、更新中，
更多网络课程请登陆 www.100xuexi.com

电话：010-82082161 邮箱：1314jsc@163.com QQ：564948255

地址：北京海淀区中国人民大学文化大厦 10 层

金圣才文化发展(北京)有限公司

《全国经济专业技术资格考试辅导系列》

编委会

主编：圣才学习网(www.100xuexi.com)

编委：肖娟 邱亚辉 汤明旺 秦燕 刘雅婷
程传省 何艳丽 姜旭海 郑炳 于长勇
李海光 杨丰敏 王巍 张娜 周虎男
杜京娜 常丽蓓 陈绪艳 杨伟华 周永伟
高代峰 张汉文 孙良中 李益娟 周剑林

序 言

为了帮助考生顺利通过全国经济专业技术资格考试,我们根据2009年版考试大纲和指定教材编写了全国经济专业技术资格考试(初级/中级)辅导系列。

本书是全国经济专业技术资格考试科目“工商管理专业知识与实务(中级)”的一本过关必做习题集。本书遵循2009年版教材《工商管理专业知识与实务(中级)》的章目编排,共分8章,根据最新考试大纲的要求及相关法律法规编写了约1000道习题,其中包括了部分历年真题。所选习题基本涵盖了考试大纲规定需要掌握的知识内容,侧重于选编常考重难点习题,并对部分习题的答案进行了详细的分析和说明。

需要特别说明的是:为了便于考生更好地复习,本书结合最新考试大纲,根据最新法律法规对2009年版教材中的一些知识点进行了补充和完善,并对历年真题和习题(包括解析)进行了相应地修改。如果相关法律法规、考试大纲以及其他考试资料发生变化,我们会及时根据最新法律法规和考试大纲对本书进行修订和说明。关于最新相关法律法规及考试题型、考试时间等相关信息,读者可以登录中华经济师考试网(www.100jjs.com)查询。本书参考了众多的配套资料和相关参考书,书中错误、遗漏不可避免,敬请指正和提出建议。

圣才学习网(www.100xuexi.com)是一家为全国各类考试和专业课学习提供全套复习资料的专业性网站。圣才学习网包括中华经济师考试网、中华证券学习网、中华金融学习网、中华保险学习网、中华精算师考试网等48个子网站。

中华经济师考试网是一家为全国经济专业技术资格考试提供全套复习资料的专业性网站。经济师考试包括初级和中级两个级别,分别设置了经济基础知识、工商管理、农业经济、商业经济、财政税收、金融、保险、运输经济(公路、水路、铁路、民航)、人力资源管理、邮电经济、房地产经济、旅游经济、建筑经济等考试科目。每个栏目(各类经济师考试)都设置有为考生提供一条龙服务的资源,包括:网络课程辅导、在线测试、专业图书、历年真题、专项练习、笔记讲义、视频课件、学术论文等。

圣才学习网/中华经济师考试网(www.100jjs.com)提供全国经济专业技术资格考试名师网络班及面授班(随书配有圣才学习卡,网络班及面授班的详细介绍参见本书最后内页)。经济类考试和国内外经典教材名师网络班及面授班、名校考研真题、在线测试、考试题库等增值服务,详情请登录网站:

圣才学习网 www.100xuexi.com

中华经济师考试网 www.100jjs.com

圣才学习网编辑部

目 录

第一章 企业战略与经营决策	(1)
一、单项选择题	(1)
二、多项选择题	(16)
三、案例分析题	(28)
第二章 公司法人治理结构	(36)
一、单项选择题	(36)
二、多项选择题	(45)
三、案例分析题	(57)
第三章 市场调研管理	(59)
一、单项选择题	(59)
二、多项选择题	(65)
三、案例分析题	(78)
第四章 生产管理与控制	(79)
一、单项选择题	(79)
二、多项选择题	(90)
三、案例分析题	(107)
第五章 物流管理	(109)
一、单项选择题	(109)
二、多项选择题	(115)
三、案例分析题	(123)
第六章 技术创新管理	(124)
一、单项选择题	(124)
二、多项选择题	(136)
三、案例分析题	(145)
第七章 人力资源规划与薪酬管理	(147)
一、单项选择题	(147)
二、多项选择题	(158)
三、案例分析题	(166)
第八章 企业投融资决策及重组	(173)
一、单项选择题	(173)
二、多项选择题	(186)
三、案例分析题	(195)

第一章 企业战略与经营决策

一、单项选择题(每题的备选项中,只有1个最符合题意)

1. 对企业外部环境分析的层次可以分为()。[2006年真题]

- A. 宏观环境分析和微观环境分析
- B. 宏观环境分析和行业环境分析
- C. 人文社会环境分析和自然环境分析
- D. 政治法律环境分析和自然环境分析

【答案】B

【解析】战略环境分析主要包括宏观环境分析、行业环境分析和企业内部环境分析。其中,宏观环境分析和行业环境分析这两个层次属于对企业外部环境的分析。

2. 从行业生命周期各阶段的特点来看,行业的产品逐渐完善,规模不断扩大,市场迅速扩张,行业内企业的销售额和利润迅速增长,则该行业处于()。[2008年真题]

- A. 形成期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

【答案】B

【解析】行业生命周期分为形成期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。其中,进入行业成长期时,行业产品已较完善,顾客对产品已有认识,市场迅速扩大,企业的销售额和利润迅速增长。同时,有不少后续企业参加进来,行业的规模扩大,所以竞争日趋激烈,那些不成功的企业已开始退出。市场营销和生产管理成为关键性职能。

3. 在分析潜在进入者对产业内现有企业的威胁时,应重点分析()。[2006年真题]

- A. 产业进入壁垒
- B. 产业内现有企业数量
- C. 产业生命周期
- D. 买方及卖方集中度

【答案】A

【解析】如果新的竞争对手带着新增生产能力进入市场,必然要求分享市场份额和资源,因而构成对现有企业的威胁。这种威胁的大小依进入市场的障碍、市场潜力以及现有企业的反应程度而定。所以在分析潜在进入者对产业内现有企业的威胁时,应重点分析产业进入壁垒。

4. 在制定企业战略的过程中,企业内部环境分析的核心内容是()。[2005年真题]

- A. 核心能力
- B. 资金状况
- C. 核心产品
- D. 设备状况

【答案】A

【解析】核心能力是企业内部一系列互补的知识、技能、资产和运行机制的组合,这种组合可以使企业的业务具有独特的竞争优势。核心能力是组合,是指其既包括科学技术,又包括管理、组织和营销方面的技能。核心能力是企业内部环境分析的核心内容。

5. 在行业生命周期的投入期,为刺激需求,抢占市场,防止潜在进入者的进入,企业应采用()。[2006年真题]

- A. 成本领先战略
- B. 无差异战略
- C. 集中战略
- D. 差异化战略

【答案】A

【解析】从行业生产周期来看,通常在投入期和成长期,为了抢占市场,防止潜在进入

者，企业应主要采取成本领先战略，以刺激需求。

6. 在行业生命周期的成熟期，市场需求呈现出多样化、复杂化与个性化的变化趋势，市场竞争更为激烈，这时企业应积极实施()。[2005 年真题]
- A. 成本领先战略 B. 无差异战略
C. 集中战略 D. 差异化战略

【答案】D

【解析】进入行业成熟期后，一方面行业的市场已趋于饱和，销售额已难以增长；另一方面行业内部竞争异常激烈。此时企业应采取差异化战略，通过提供与众不同的产品或服务，满足顾客的特殊需求，从而形成一种独特的优势。

7. 为了提高原材料质量和降低原材料采购成本，某中成药生产企业投资开发了一个属于自己的中药材种植基地，这种战略属于()。[2005 年真题]
- A. 后向一体化战略 B. 前向一体化战略
C. 专业化发展战略 D. 集中化发展战略

【答案】A

【解析】后向一体化战略是指通过资产纽带或契约方式，企业与输入端企业联合形成一个统一的经济组织，从而达到降低交易费用及其他成本、提高经济效益目的的战略。企业依靠自己的力量扩大经营范围，由自己来生产原材料或零配件，也可以兼并原材料或零配件供应商，或与供应商合资办企业，形成统一的经济组织，统一规划产品的生产和销售。该中成药企业为了提高原材料质量及降低原材料采购成本而进入原材料领域属于后向一体化战略。

8. 某石油公司对自己开采的原油进行炼化，生产各种石化产品，并自行组织这些产品的销售。该公司实施的是()。[2004 年真题]
- A. 集中战略 B. 前向一体化战略
C. 调整性战略 D. 后向一体化战略

【答案】B

【解析】前向一体化战略是指通过资产纽带或契约方式，企业与输出端企业联合，形成一个统一的经济组织，从而达到降低交易费用及其他成本、提高经济效益目的的战略。企业在原材料及半成品方面在市场上有优势，为获取更大的经济效益，企业决定由自己制造成品或与制造成品的企业联合，形成统一的经济组织，促进企业有更高速的成长和更快发展。该石油公司有原油等材料，生产各种石化产品，并自己销售的战略属于前向一体化战略。

9. 某著名家电集团公司建立医药子公司，进军医药行业，该集团公司采用的是()发展战略。[2008 年真题]
- A. 横向一体化 B. 纵向一体化 C. 相关多元化 D. 不相关多元化

【答案】D

【解析】不相关多元化战略又称无关联多元化战略，是指企业进入现有产品或服务在技术、市场等方面没有任何关联的新行业或新领域的战略。家电行业与医药行业是两个没有任何关联的行业，所以该集团公司实施的是不相关多元化战略。

10. 根据 BCG 矩阵，“瘦狗”类业务应采取的经营战略是()。[2006 年真题]
- A. 一体化发展战略 B. 扩张战略

C. 紧缩战略

D. 稳定战略

【答案】C

【解析】“瘦狗”类的业务有较低的业务增长率和市场占有率。市场占有率低意味着企业或产品的利润较低，使企业用于投资和扩大市场的资金较紧缺。因此，瘦狗区是资金的陷阱。一般来说，最理智的战略是紧缩战略，如果有可能，亦可采取转向或放弃战略。

11. 战略实施流程的第一步骤为()。[2008 年真题]

A. 战略方案的分解与实施

B. 战略变化分析

C. 组织结构调整

D. 战略实施的考核与奖励

【答案】B

【解析】战略实施流程的步骤包括战略变化分析、战略方案的分解与实施以及战略实施的考核与奖励。

12. 企业高层领导确定战略后，向管理人员宣布企业战略，然后强制管理人员执行，这种战略实施模式为()模式。[2008 年真题]

A. 指挥型

B. 转化型

C. 文化型

D. 增长型

【答案】A

【解析】在企业战略实践中，战略实施有指挥型、转化型、合作型、文化型和增长型五种模式。指挥型模式的特点是，企业高层领导研究确定战略，向企业管理人员宣布企业战略，然后强制下层管理人员执行。

13. 企业在战略实施过程中，深入宣传发动，使所有人员都参与并且支持企业的目标和战略，这是()战略实施模式。[2007 年真题]

A. 指挥型

B. 转化型

C. 合作型

D. 文化型

【答案】D

【解析】战略实施的模式主要有指挥型、转化型、合作型、文化型和增长型。其中文化型模式是把合作型的参与成分扩大到了企业的较低层次，力图使整个企业人员都支持企业的目标和战略，在该模式中管理者起到了指导者的作用。

14. 根据决策的重要程度，经营决策可分为()。[2008 年真题]

A. 长期决策和短期决策

B. 战略决策、战术决策和业务决策

C. 初始决策和追踪决策

D. 确定型决策、风险型决策和不确定型决策

【答案】B

【解析】从决策的重要性分类，经营决策可分为战略决策、战术决策和业务决策。A 项的划分标准是决策影响的时间；C 项的划分标准是决策的起点；D 项的划分标准是环境因素的可控程度。

15. 从环境因素的可控程度看，经营决策可分为()。[2007 年真题]

A. 长期决策和短期决策

B. 战略决策、战术决策和业务决策

C. 初始决策和追踪决策

D. 确定型决策、风险型决策和不确定型决策

【答案】D

【解析】经营决策按照不同分类方法，可划分不同的决策类型，具体包括：①从决策影响的时间进行分类，可分为长期决策和短期决策；②从决策的重要性分类，可分为战略决策、战术决策和业务决策；③从决策的起点分类，可分为初始决策和追踪决策；④从环境因素的可控程度分类，可分为确定型决策、风险型决策和不确定型决策。

16. 企业无法掌握决策必需的情报和资料，只能根据各决策方案可能出现的不同结果的发生概率进行判断并做出的决策是()。[2007 年真题]

A. 确定型决策 B. 风险型决策 C. 不确定型决策 D. 追踪决策

【答案】B

【解析】从环境因素的可控程度分类，经营决策可分为：①确定型决策。针对日常工作中经常需要解决的问题，以相同或基本相同的形式重复出现或经常出现；②不确定型决策。又称非常规型决策，是指过去未出现过的、非例行的决策；③风险型决策。介于确定型决策和不确定型决策之间的一种决策，决策者无法完全掌握决策必需的情报和资料，只能根据所获得的部分信息进行判断，给企业管理者提供的决策方案可能出现不同结果的发生概率，因此决策必须冒一定的风险。D 项，追踪决策是为适应环境的变化而进行的决策的调整和完善，是初始决策的必然发展形式。

17. 企业经营决策的最基本要素是()。[2008 年真题]

A. 决策者 B. 决策目标 C. 决策方案 D. 决策条件

【答案】A

【解析】企业经营决策的要素包括决策者、决策目标、决策备选方案、决策条件和决策结果。其中决策者是企业经营决策的主体，是决策最基本的要素。

18. 某企业生产某产品的固定成本为 45 万元，单位可变成本为 15 元，产品单位售价为 20 元，其盈亏平衡点的产量为()件。[2008 年真题]

A. 12857 B. 22500 C. 30000 D. 90000

【答案】D

【解析】根据盈亏平衡点公式，盈亏平衡点的产量 = 固定成本 / (单位售价 - 单位可变成本) = $450000 / (20 - 15) = 90000$ (件)。

19. 某企业生产半导体收音机，年销售量 100 万台，固定总成本为 800 万元，单位变动成本为 25 元，根据盈亏平衡的原则，盈亏临界点价格为()元/台。[2005 年真题]

A. 29 B. 30 C. 33 D. 41

【答案】C

【解析】可变成本与总收益为产量的函数，当可变成本、总收益与产量为线性关系时，总收益、总成本和产量的关系为： $P_{\text{利润}} = (P - v) \cdot Q - F$ 。盈亏平衡点又称保本点，或盈亏临界点，是指在一定销售量下，企业的销售收入等于总成本，即利润为零，即 $(P - v) \cdot Q - F = 0$ ，则盈亏临界点价格为： $P = F / Q + v = 8000000 / 1000000 + 25 = 33$ (元/台)。

20. 某企业生产一种电动按摩器，年销售量 100 万台，固定成本总额为 1000 万元，单位变动成本为 55 元，该电动按摩器的盈亏临界点价格为()元/台。[2006 年真题]

A. 55 B. 65 C. 75 D. 85

【答案】B

【解析】盈亏平衡点法是进行产量决策常用的方法。盈亏平衡点法的基本特点是把成本分为固定成本和可变成本两部分，然后与总收益进行对比，以确定盈亏平衡时的产量或某一盈利水平的产量。可变成本与总收益为产量的函数，当可变成本、总收益与产量为线性关系时，总收益、总成本和产量的关系为： $P(\text{利润}) = (P - v) \cdot Q - F$ 。根据题意可得，该电动按摩器的盈亏临界点价格为： $P = F/Q + v = 10000000/1000000 + 55 = 65(\text{元/台})$ 。

21. 某企业开发新产品，有 4 种设计方案可供选择，4 种方案在不同市场状态下的损益值参见表 1-1，采用乐观原则判断，该企业应选择()。[2007 年真题]

表 1-1 某新产品各方案损益值表

单位：万元

损益值 方案 \ 市场状态	畅销	一般	滞销
I	50	40	20
II	60	50	10
III	70	60	0
IV	90	80	-20

- A. 方案 I B. 方案 II C. 方案 III D. 方案 IV

【答案】D

【解析】乐观原则是不确定型决策遵循的原则之一，是指愿承担风险的决策者在方案取舍时以各方案在各种状态下的最大损益值为标准，选择在各方案的最大损益值中取最大者对应的方案。根据题目，计算过程为：①在各方案的损益中找出最大者：方案 I： $\max\{50, 40, 20\} = 50$ ；方案 II： $\max\{60, 50, 10\} = 60$ ；方案 III： $\max\{70, 60, 0\} = 70$ ；方案 IV： $\max\{90, 80, -20\} = 90$ ；②在所有方案的最大损益值中找最大者： $\max\{50, 60, 70, 90\} = 90$ ，对应的方案为 IV。

22. 企业战略是企业为了实现长期生存和发展，在综合分析企业内部条件和外部环境的基础上做出的一系列带有()的谋划与方略。
- A. 全局性和长远性 B. 科学性和民主性
C. 指导性和激励性 D. 竞争性和合作性

【答案】A

【解析】企业战略是指企业在市场经济竞争激烈的环境中，在总结历史经验、调查现状、预测未来的基础上，为谋求生存和发展而做出的长远性、全局性的谋划或方案。企业战略的特征有：①长期性；②全局性；③灵活性；④风险性。

23. 企业战略的最根本的特征是()。
- A. 风险性 B. 长期性 C. 灵活性 D. 全局性

【答案】D

【解析】全局性是企业战略的最根本的特征，是指企业战略是根据企业总体发展的需要而制定的，它所追求的是整体效果，因而是一种总体决策。

24. ()是企业总体的最高层次的战略，是整个企业发展的总纲，是企业最高管理层指导和控制企业的一切行为的最高行动纲领。
- A. 企业总体战略 B. 企业发展战略 C. 企业业务战略 D. 企业职能战略

【答案】A

【解析】企业总体战略，一般是以公司整体为研究对象，研究整个企业生存和发展中的一些基本问题。它是企业总体的最高层次的战略，是整个企业发展的纲领，是企业最高管理层指导和控制企业的一切行为的最高行动纲领。

25. 以改进一个业务单位在它所从事的行业中，或某一特定的细分市场中所提供的产品和服务的竞争地位为工作重点的企业战略层次是()。

A. 企业总体战略
B. 企业职能战略
C. 企业业务战略
D. 企业竞争战略

【答案】C

【解析】企业业务战略又称竞争战略或事业部战略，它是指企业内部各部门和所属单位在企业总体战略指导下，经营管理某一个特定的经营单位的战略计划。企业业务战略是经营一级的战略，它的重点是要改进一个业务单位在它所从事的行业中，或某一特定的细分市场中所提供的产品和服务的竞争地位。

26. 主要解决资源利用效率问题，使企业资源利用效率最大化的企业战略层次是()。

A. 企业总体战略
B. 企业发展战略
C. 企业业务战略
D. 企业职能战略

【答案】D

【解析】企业职能战略是指为实现企业总体战略而对企业内部的各项关键的职能活动做出统筹安排，是为贯彻、实施和支持总体战略与业务战略而在特定的职能领域内所制定的实施战略，包括生产战略、市场营销战略、财务战略、人事战略和研发战略等。企业职能战略主要解决资源利用效率问题，使企业资源利用效率最大化。

27. 战略管理的基本任务是()。

A. 实现企业的使命
B. 实现特定阶段的战略目标
C. 追求企业利润最大化
D. 提高企业的生产效率

【答案】B

【解析】企业战略管理是指管理者制订企业战略和实施企业战略的动态管理过程。战略管理的基本任务是实现特定阶段的战略目标，最高任务是实现企业的使命。

28. 企业战略管理的基础是()。

A. 宏观环境分析
B. 行业环境分析
C. 战略环境分析
D. 企业内部环境分析

【答案】C

【解析】战略环境分析是企业战略管理的基础，其任务是根据企业目前的市场“位置”和发展机会来确定未来应该达到的市场“位置”。战略环境分析主要包括宏观环境分析、行业环境分析和企业内部环境分析。

29. 行业形成期阶段的重要职能是()。

A. 研发产品
B. 市场营销
C. 生产管理
D. 降低成本

【答案】A

【解析】行业形成期是指某一行业刚出现的阶段。在形成期，有较多的小企业出现，因企业刚建立或刚生产某种产品，忙于发展各自的技术能力而不能全力投入竞争，所以竞争压力较小。研究开发产品和工程技术是行业形成期的重要职能。

30. 行业生命周期分为四个阶段, 市场营销和生产管理是()阶段的关键性职能。
A. 形成期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 衰退期

【答案】B

【解析】行业生命周期是行业演进的动态过程。行业生命周期的阶段主要包括: ①形成期。研究开发产品和工程技术是该阶段的重要职能, 在营销上着重广告宣传, 增进顾客对产品的了解; ②成长期。进入成长期, 市场营销和生产管理成为关键性职能; ③成熟期。进入成熟期后, 产品成本和市场营销有效性成为企业成败的关键因素; ④衰退期。该阶段的行业可能延续一段较长的时间, 也可能迅速消失。

31. 在产业竞争中, 替代品威胁的程度主要取决于替代品的性能好坏及其()。
A. 价格高低 B. 技术先进程度 C. 生产批量大小 D. 包装优劣

【答案】A

【解析】替代品的出现会对本行业内的所有企业产生冲击。因为替代品往往在某些方面具有超过原有产品的竞争优势, 因此, 替代品威胁主要取决于替代品的价格和性能等因素。

32. 既分析企业面对的优势, 又分析企业的机会与威胁的方法是()。
A. SPACE 图解法 B. 波士顿矩阵法
C. SWOT 矩阵法 D. 战略方案汇总表法

【答案】C

【解析】SWOT 分析法是评估企业的优势(Strength)和劣势(Weakness)及外部环境的机会(Opportunity)和威胁(Threat)的分析方法。应用 SWOT 矩阵法可以概略地说明一个企业的健康状况, 并进行战略选择和制定。

33. 根据 SWOT 分析矩阵, 企业最应避免的外部环境和内部条件组合是()。
A. 劣势—机会组合 B. 劣势—威胁组合
C. 优势—威胁组合 D. 优势—机会组合

【答案】B

【解析】SWOT 分析矩阵是结合企业的外部机会、威胁、劣势和优势, 制定不同的战略。SWOT 分析矩阵的主要战略有: ①优势—机会(SO)战略; ②劣势—机会(WO)战略; ③劣势—威胁(WT)战略; ④优势—威胁(ST)战略。其中, 劣势—威胁战略是最不理想的内外因素的结合状况, 处于该区域中的经营单位或业务在其相对弱势处恰恰面临大量的环境威胁。在这种情况下, 企业可以采取减少产品或市场的紧缩型或防御型战略, 或是改变产品或市场的放弃战略。

34. 在 SWOT 分析模型中, 当企业处于 ST 象限时, 可以采取()。
A. 增长型战略 B. 紧缩型战略 C. 一体化战略 D. 扭转型战略

【答案】C

【解析】在 SWOT 模型中, ST 象限内的业务尽管在当前具备优势, 但正面对不利环境的威胁。面对这种情况, 企业可以考虑采取多元化经营战略, 利用现有的优势在其他产品或市场上寻求和建立长期机会。另外, 在企业实力非常强大、优势十分明显的情况下, 企业可以采用一体化战略, 利用企业的优势克服环境设立的障碍。

35. 当企业缺乏强大的内部优势而拥有众多的环境机会时, 可以采取()。
A. 一体化战略 B. 增长型战略 C. 扭转型战略 D. 防御型战略

【答案】C

【解析】当企业的业务有外部市场机会，但缺少内部条件时，可以采取扭转型战略，尽快改变企业内部的不利条件，从而有效地利用市场机会。

36. 根据 SWOT 分析法，() 象限内的业务尽管在当前具有优势，但正面对不利环境的威胁。

A. SO B. WO C. WT D. ST

【答案】D

【解析】SWOT 分析法是评估企业的优势和劣势及外部环境的机会和威胁的分析方法。其中，ST 象限内的业务尽管在当前具备优势，但正面对不利环境的威胁。面对该情况，企业可以考虑采取多元化经营战略，利用现有的优势在其他产品或市场上寻求和建立长期机会。

37. 实施成本领先战略的前提是()。

A. 行业结构基本稳定或波动较小的企业
B. 具有较强的研究与开发能力
C. 要成为产业中的低成本生产商的企业
D. 行业处于生命周期阶段

【答案】C

【解析】成本领先战略又称低成本战略，即企业的全部成本低于竞争对手的成本，甚至是同行业中的最低成本。企业实施成本领先战略的前提是要成为产业中的低成本生产商的企业。

38. () 的核心是企业加强内部成本控制。

A. 成本领先战略 B. 差异化战略 C. 集中战略 D. 紧缩战略

【答案】A

【解析】成本领先战略又称低成本战略，即企业的全部成本低于竞争对手的成本，甚至是同行业中的最低成本。成本领先战略的核心是企业加强内部成本控制，在研究开发、生产、销售、服务和广告等领域把成本降到最低，成为产业中的成本领先者，从而获得竞争优势。

39. 企业提供与众不同的产品和服务，满足顾客特殊的需求从而形成竞争优势的战略是()。

A. 高质量战略 B. 差异化战略 C. 市场细分战略 D. 技术领先战略

【答案】B

40. () 的核心是取得某种对顾客有价值的独特性。

A. 成本领先战略 B. 差异化战略
C. 集中战略 D. 发展战略

【答案】B

【解析】差异化战略是通过提供与众不同的产品或服务，满足顾客的特殊需求，从而形成一种独特的优势的战略。差异化战略的核心是取得某种对顾客有价值的独特性。不同于行业内竞争对手的产品的特色能给产品带来额外的加价，如果一个企业的产品或服务的溢出价格超过因其独特性所增加的成本，那么拥有差异化将给企业带来竞争优势。

41. 当企业到经济高度发达的国家开展经营活动时,应采取的竞争战略是()。
- A. 集中战略 B. 成本集聚战略
C. 成本领先战略 D. 差异化战略

【答案】D

【解析】经济高度发达的国家由于产品市场已经比较成熟,行业内竞争比较激烈,所以差异化的竞争战略比较适用。差异化战略中不同于行业内竞争对手的产品的特色能给产品带来额外的加价。

42. 企业把其经营活动集中于某一特定的购买者群、产品线的某一部分或某一地区市场上的战略是()。
- A. 成本领先战略 B. 差异化战略 C. 集中战略 D. 低成本战略

【答案】C

43. 将企业资源集中于狭小的细分市场上,寻求成本领先优势或差异化优势的战略是()。
- A. 成本领先战略 B. 差异化战略
C. 标新立异战略 D. 集中战略

【答案】D

【解析】集中战略又称专一化战略,是指企业把其经营活动集中于某一特定的购买者群、产品线的某一部分或某一地区市场上的战略。与成本领先战略和差异化战略不同的是,企业不是围绕整个产业,而是面向某一特定的目标市场开展生产经营和服务活动,以期能比竞争对手更有效地为特定的目标顾客群服务。

44. 集中战略、成本领先战略和差异化战略的区别是()。
- A. 没有差别 B. 三者追求的竞争优势不同
C. 三种竞争战略的适用对象不同 D. 三者的效果不同

【答案】C

【解析】企业的基本竞争战略主要有市场集中战略、成本领先战略和差异化战略三种。这三种竞争战略的适用对象不同:集中战略适用于以市场为重点来吸引客户;成本领先战略适用于把产品的价廉建筑在低成本的基础上,实行薄利多销;产品差异战略适用于运用产品的差异来争取客户。

45. 以发展为导向,引导企业不断开发新产品,开拓新市场,采用新的生产方式和管理方式,扩充员工数量,进而扩大企业的产销规模,提高企业的市场占有率和竞争地位的企业总体战略态势是()。
- A. 紧缩战略 B. 稳定战略 C. 集中战略 D. 发展战略

【答案】D

【解析】发展战略又称扩张战略,是一种在现有战略基础上,向更高目标发展的总体战略,主要包括一体化战略和多元化战略。发展战略以发展为导向,引导企业不断开发新产品,开拓新市场,采用新的生产方式和管理方式,扩充员工数量,进而扩大企业的产销规模,提高企业的市场占有率和竞争地位的战略。

46. 企业以现有的产品与市场为基础,向上游产品或下游产品扩张来扩大经营范围,称为()经营战略。
- A. 多向多元化 B. 产品开发型多元化
C. 纵向一体化 D. 市场开发型多元化

【答案】C

【解析】纵向一体化战略是集中经营单一业务战略的派生战略，其实质是扩大单一业务的经营范围，向后延伸进入原材料供应经营范围，向前延伸可直接向最终使用者提供最终产品。企业以现有的产品与市场为基础，向上游产品或下游产品扩张来扩大经营范围，是纵向一体化战略。

47. 某驰名空调企业为了进一步扩大生产规模，收购另一品牌空调配套元件生产企业，属于()战略。

A. 横向一体化

B. 纵向一体化

C. 相关多元化

D. 不相关多元化

【答案】A

【解析】横向一体化战略是指企业为了扩大生产规模、降低成本、巩固企业的市场地位、提高企业竞争优势、增强企业实力而通过资产纽带或契约方式与相同行业、生产同类产品或工艺相近的企业进行联合的一种战略。企业间的收购或兼并已成为企业实施横向一体化战略的主要途径。

48. 在企业总体战略中，进入与现有产品或服务有一定关联的经营领域，进而实现企业规模扩张的战略是指()。

A. 无关联多元化战略

B. 关联多元化发展战略

C. 前向一体化战略

D. 后向一体化战略

【答案】B

【解析】关联多元化发展战略又称相关多元化战略，是指企业进入与现有产品或服务有一定关联的经营领域，进而实现企业规模扩张的战略。关联多元化发展战略有利于发挥企业在生产技术、销售网络、顾客忠诚等方面的优势，获取研发、生产、销售等方面的协同效应，风险较小。

49. 在企业总体战略中，()是企业进行扩张时的主要选择。

A. 无关联多元化战略

B. 放弃战略

C. 抽资转向战略

D. 关联多元化发展战略

【答案】D

【解析】由于关联多元化发展战略有利于发挥企业在生产技术、销售网络、顾客忠诚等方面的优势，获取研发、生产、销售等方面的协同效应，风险小，所以是企业进行扩张时的主要选择。

50. 在经营战略管理中，受经营环境和内部资源条件的限制，企业在战略期所期望达到的经营状态基本保持在战略起点水平上的战略是指()。

A. 发展战略

B. 紧缩战略

C. 集中战略

D. 稳定战略

【答案】D

【解析】A项，发展战略是一种在现有战略基础上，向更高目标发展的总体战略；B项，紧缩战略是企业从目前的经营战略领域和基础水平收缩和撤退，且偏离起点较大一种战略；C项，集中战略又称专一化战略，是指企业把其经营活动集中于某一特定的购买者群、产品线的某一部分或某一地区市场上的战略。

51. 在紧缩战略中，()是指企业在现有经营领域不能完成原有产销规模和市场规模，不得不将其缩小；或者企业有了新的发展机会，压缩原有领域的投资，控制成本支出