

浙江省 2019 年 10 月高等教育自学考试

服装市场与营销试题

课程代码:00683

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 20 小题,每小题 2 分,共 40 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. 牛仔服装的流行,满足了男女老少幼,工薪阶层和富豪的喜爱,这是一种 _____ 的现实写照。
A. 纵向消费意识
B. 横向消费意识
C. 个性化消费意识
D. 以上都不对
2. 美国 TOMS 布鞋用“买一双鞋,就让一个没有鞋的孩子得到一双新鞋”商业创意使品牌得到消费者的青睐,该企业的营销导向为
A. 产品导向
B. 主动性社会市场导向
C. 生产导向
D. 推销导向
3. 下列属于天然纤维的是
A. 涤纶
B. 合成纤维
C. 矿物纤维
D. 无机纤维
4. 下列适合采用长渠道营销方式的是
A. 平价内衣品牌
B. 时尚女装品牌
C. 名品服装
D. 定制服装品牌
5. 以世界最精密的服装机械和技术以及精工制作闻名的国家是
A. 日本
B. 美国
C. 意大利
D. 德国

6. 下列哪种进入国际市场的方式既可避开贸易壁垒,又可获得低成本低资源?
- A. 直接投资
 - B. 和国外企业联营
 - C. 直接出口
 - D. 协作生产
7. 影响消费者消费的最重要因素是
- A. 服装的流行性
 - B. 服装的使用性能
 - C. 消费者的实际收入
 - D. 消费者的需要
8. 下列关于流行的说法错误的是
- A. 流行是由消费者创造的
 - B. 服装流行样式与服装定价无关
 - C. 服装流行是一种流行的突变或革命
 - D. 任何一种服装流行均有消亡的过程
9. 网络直播盛行,某网络女主播推介一款 oversize 外套,引起粉丝的热购,这种流行的传播属于
- A. 上传流行传播
 - B. 水平传播
 - C. 下传流行传播
 - D. 以上都不是
10. 服装市场调研中关于市场可控因素的调研不包括
- A. 产品调查
 - B. 竞争对手调查
 - C. 价格调查
 - D. 分销调查
11. 下列哪个服装企业将面临破产的危险?
- A. 企业的利润率低于 5% 以下
 - B. 企业的利润率低于 4% 以下
 - C. 企业的利润率低于 3% 以下
 - D. 企业的利润率低于 2% 以下
12. 下列哪个因素不属于消费者行为细分?
- A. 消费者需求、购买和使用时机
 - B. 消费者的品牌忠诚度
 - C. 消费者的性格特征
 - D. 消费者消费目的
13. 如果企业规模较小、产品及技术单一、资源有限,则适宜采用的策略是
- A. 集中性目标市场
 - B. 差异性目标市场
 - C. 分散化市场
 - D. 无差异性目标市场
14. 品牌的内涵构造中核心层是
- A. 产品的物性价值
 - B. 产品的表现价值
 - C. 品牌的意识价值
 - D. 品牌的形象价值

15. 某服装品牌开发三款女式牛仔外套,分别定价为 190 元、490 元、1290 元三种。这种定价方式为
- A. 尾数定价法
B. 分档定价法
C. 求廉定价法
D. 整数定价法
16. 以下哪种促销方式绝对成本较低,相对成本较低?
- A. 广告促销
B. 公共宣传
C. 销售推广
D. 人员推销
17. 某服装零售商在进货后,将产品重新进行精美包装、并重新做上服装品牌标签,重新进行高额定价。这种行为体现了营销渠道哪方面的作用?
- A. 商品转售作用
B. 实体分配作用
C. 增加产品的价值和效用作用
D. 信息传递与反馈作用
18. 将服装产品销售给最终消费者的渠道组织是
- A. 零售商
B. 批发商
C. 制造商
D. 中间商
19. 专售某类商品、产品线窄而深、专业服务水平及价格较高的零售业态是
- A. 服装店
B. 购物中心
C. 折扣店
D. 专卖店
20. 产品成本大幅度下降,销量迅速上升,属于生命周期的
- A. 导入期
B. 成长期
C. 成熟期
D. 衰退期

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**”。

21. 在服装企业管理中,服装市场营销研究的是价值流。
22. 服装市场的多样化决定了服装业经营小批量多品种的发展趋势。
23. 随着家庭收入的增加,用于购买食品的支出占家庭收入比重大体不变。
24. 服装商品经策划、设计、材料选择及生产,最后进入流通环节。
25. 通过对外汇管制来平衡国际收支的贸易行为属于对外贸易关税壁垒。
26. 之所以存在国际贸易是因为各国存在“比较优势”。
27. 服装消费者最基本的需求有强调精神性和实用性两大特征。
28. 单身青年是流行时装最有实力的购买者。
29. 流行意味着其款式必须被所有消费者所赞赏。

30. 每年各国时装周展示为企业用户提供第一手设计信息,这些信息对服装企业来讲属于一手资料。
31. 转包批发商也称为品牌设计公司,比如 NIKE 品牌公司就采用这一经营方式。
32. 服装企业 90% 以上是中、小企业,经营规模差异大。
33. 成功的服装企业能够生产足够品类的产品满足所有消费者的服装需求。
34. 服装产品是服装市场定位的最佳载体。
35. 销售推广也称销售促进,是一种从长远方面来激励消费者购买的促销手段。

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、名词解释题(本大题共 2 小题,每小题 5 分,共 10 分)

36. 马斯洛需求层次论
37. 流行预测

四、简答题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

38. 简述服装业的经营特点。
39. 简述需求价格弹性的表现特征及其应用。

五、论述题(本大题 15 分)

40. 随着社会经济发展,商业竞争日趋激烈,大量零售企业通过连锁经营,在资金和经营上集中分散资源,取得竞争优势,试述服装连锁经营中的几种经营形态及其特点。