

单选：

【题目】“零售引力法则”是由提出的。（）

【答案】D.威廉·赖利

【题目】按照一定时期的销售额或采购额的固定百分比提取佣金的批发业态是（）。

【答案】B.代理

【题目】产品从生产者直接流向最终消费者的渠道是（）。

【答案】D.零级渠道

【题目】超合商品或时尚商品、主力店面积占比为 50—70%的购物中心类型是（）。

【答案】C.区域型

【题目】活动具有隐蔽性、流动性和非连续性的批发业态是（）。

【答案】C.经纪

【题目】经营过程表现为购买、存储、运输和销售的批发业态是（）

【答案】B.经销

【题目】经营面积一般在 2000—6000 平方米的超级市场是（）。

【答案】C.综合超市

【题目】经营某一大类的商品的零售业态是（）。

【答案】A.专业店

【题目】经营某一大类的商品，导购员具有丰富的专业知识并提供适当的售后服务，这种零售业态是（）。

【答案】A.专业店

【题目】两个或两个以上的店铺同属一个所有者，且经销同类商品，这种组织形式的零售商是（）。

【答案】A.公司连锁零售商

【题目】零售店选址首先要考虑的因素是（）

【答案】B.商业群

【题目】零售商最基本的经营要素是（）。

【答案】A.商品

【题目】批发商从制造商或供应商购进商品，然后再向其客户进行转售的批发业态是（）

【答案】B.经销

【题目】批发市场的（）功能是通过将商品交易者集中到一定的空间场所，以提高商品交易者的交易效率来实现的。：

【答案】B.媒介

【题目】批发业务最基础、最重要的职能是（）。

【答案】B.集散商品

【题目】企业把自己开发的商品、服务和营业系统以合同的形式授予加盟店在规定区域内的经销权和营业权，这种组织形式的零售商是（）。

【答案】C.特许连锁零售商

【题目】商品结构为日常生活必需品、经营面积一般在 2000-6000 平方米的超级市场是（）。

【答案】C.综合超市

【题目】商品实体从生产者向消费者转移的过程，一般称为商品的（）过程。

【答案】B.物流

【题目】商圈人口在 3 万—10 万人、商店密度为 70-90%的商业街类型是（）。

【答案】B.地域型

【题目】世界商业史上第一个实行新型销售方法的现代大量销售组织是（）。

【答案】B.百货商店

【题目】是各国最主要的商品流通政策。（）

【答案】B.反垄断政策

【题目】所有权归消费者自己所有，主要从事食品领域业务的组织是（）。

【答案】D.消费者合作社

【题目】提供综合商品或便利商品、主力店面积占比为 40-60%的购物中心类型是（）。

【答案】B.社区型

【题目】提供综合商品或时尚商品、主力店面积占比为 50-70%的购物中心类型是（）。

【答案】C.区域型

【题目】通过将商品交易者集中到一定的空间场所，以提高商品交易者的交易效率，这是批发市场的（）。

【答案】A.媒介功能

【题目】下列哪一项不属于流通功能？（）

【答案】D.流程改造

【题目】下列哪一项属于生产者之间的水平渠道系统？（）

【答案】A.农业合作社

【题目】下列哪一种形式不属于无店铺零售（）。

【答案】D.配送中心

【题目】以耐用品为主，商圈人口在 20 万人以上的商业街类型是（）。

【答案】D.超广域型

【题目】以日常用品为主、重视实用性、低价格的商业街类型是（）。

【答案】A.近邻型

【题目】在垂直渠道系统的典型形态中，批发商倡办的自愿连锁组织属于（）。

【答案】C.契约式

【题目】在垂直渠道系统的典型形态中，特许经营组织属于（）。

【答案】C.契约式

【题目】在各种流通渠道中，（）是只包括一个中间商的流通渠道。

【答案】A.一级渠道

【题目】在各种商业群中，（）的消费者主要是附近的居民，在这些地方开设零售店是为了方便附近居民就近购买日用百货等。

【答案】C.城市居民区商业群

【题目】在工业品流通渠道中，比较少见的渠道模式是（）。

【答案】C.三级渠道

【题目】在跨境电商的运营模式中，（）主要帮助中小企业拓展国际贸易的出口营销推广服务。

【答案】A.B2B 模式

【题目】在跨境电商的运营模式中，（）主要聚焦全球碎片化的中小订单市场。

【答案】D.O2O 模式

【题目】在流通过程中，以下哪一个因素起决定作用？（）

【答案】B.信息流

【题目】在流通企业的海外市场进入模式中，（）是一种在东道国新建企业的模式。

【答案】A.独资

【题目】在流通企业的海外市场进入模式中，为流通企业在东道国确立市场份额提供最快途径的是（）。

【答案】C.并购

【题目】在流通企业的海外市场进入模式中，在东道国新建企业的是（）。

【答案】D.独资

【题目】在流通企业的海外市场进入模式中，只需要极少的前期投资，成本最小，但对海外市场的控制程度也最低的是（）。

【答案】A.许可

【题目】在流通渠道中，物流服务机构属于（）。

【答案】C.流通辅助机构

【题目】在特殊商品的流通政策中，下列哪一项不属于特殊商品（）。

【答案】D.供给弹性大的商品

【题目】在网络营销市场中，购销双方为“多对多”形式的是。（）

【答案】C.网上交易市场

【题目】在物流管理的基本内容中，运输与配送管理属于（）。

【答案】B.物流作业管理

【题目】在下列选项中，不属于流通创新发展趋势的是（）。

【答案】D.零售主导化

【题目】在下列选项中，以销售自有品牌和周转快的商品为主的零售业态是（）。

【答案】A.折扣店

【题目】在直接流通的情况下，流通风险由生产者和（）共同承担。

【答案】B.消费者

【题目】真空地带理论是由提出的。（）

【答案】A.尼尔森

【题目】主要用干工业品流通渠道，一般也被称为直接渠道的是（）

【答案】D.零级渠道

【题目】专门经营或授权经营某一主要品牌商品的零售业态是（）

【答案】B.专卖店

多选：

【题目】“互联网+零售”的特征包括（）。

【答案】

- A.零售主体新角色；
- B.零售产出新内容；
- C.零售组织新形态；
- D.零售活动新关系；
- E.零售经营新理念

【题目】按照经营商品的构成划分，商品可以分为（）。

【答案】

- A.辅助商品；
- B.关联商品；
- C.主力商品

【题目】按照组织形式不同，可将零售商划分为（）。

【答案】 B.自由连锁零售商；

- C.特许连锁零售商；

D.消费者合作社三

【题目】按照组织形式不同，可将零售商划分为（）。

【答案】

- B.自由连锁零售商；
- C.特许连锁零售商；
- D.消费者合作社

【题目】百货店是指在一个大建筑物内，根据不同商品部门设置销售区，开展（）活动，满足顾客对时尚商品多样化需求的零售业态。

【答案】

- B.进货；
- C.运营；
- D.管理

【题目】便利店生存与发展需要的基本条件有（）。

【答案】

- A.消费者夜生活时间延长；
- B.单身家庭或单身消费者的大量存在；

C.家务劳动的外部依赖程度高

【题目】仓储式商店的突出优势是（）。

【答案】

A.以廉价吸引顾客；

B.投入费用低；

D.为顾客提供较完善的自我服务设施

【题目】超级市场的革命性变化包括（）。

【答案】

A.改进了售货方式；

B.节省了购物时间；

C.改善了购物环境；

D.丰富了商品包装

【题目】从现实情况来看，我国零售商业的选址主要有以下特点。（）

【答案】

B.集中于城市中心商业区；

C.郊外与农村零售店密度较小；

D.各大城市站前商业区零售密度过大，部分地区已超负荷

【题目】从总体上看，影响零售商业发展、变化的环境因素主要有（）。

【答案】

A.政治法律；

B.宏观经济；

C.消费者需求；

E.竞争状况

【题目】店铺的内部设计主要包括（）。

【答案】

A.卖场设计；

B.通道设计；

C.货柜与货架设计；

D.照明设计；

E.音响设计

【题目】店铺内部设计的功能是（）。

【答案】

- A.提高店铺利用率;
- B.方便顾客流动;
- C.形成良好的购物氛围;
- D.刺激消费者的需求

【题目】 各国反垄断法规制的主要内容包括 ()。

【答案】

- A.禁止垄断;
- B.禁止不正当的交易限制;
- E.禁止不公正交易

【题目】 供应链管理的主要方法有 ()。

【答案】

- A.快速反应系统;
- B.有效顾客回应系统;
- C.准时制生产;
- D.全面质量管理;

E.精益生产

【题目】 零售国际化的形式主要包括 ()。

【答案】

- A.店铺选址国际化;
- B.商品供应国际化;
- C.资本国际化;
- D.信用卡国际化;
- E.非零售事业的国际化

【题目】 零售流通的变革主要体现在 ()。

【答案】

- A.零售商经营规模的扩大;
- B.组织化程度的日益提高;
- C.业态多样化;
- D.自有品牌的开发;
- E.信息技术的广泛应用

【题目】 零售企业服务品质的高低，主要取决于售货人员的。()

【答案】

- A.服务意识;
- B.服务态度;
- D.服务技巧;
- E.仪表举止

【题目】 零售选址的原则包括 ()。

【答案】

- A 方便购买原则;
- B 方便运送原则;
- C 有利竞争原则;
- D 有利网点扩充原则

【题目】 流通国际化动因中的推动因素包括 ()。

【答案】

- A.本国落后的经济条件;
- B.本国不利的人文环境;
- C.本国严格的管制政策;

D.饱和的本国市场空间

【题目】 流通渠道结构的影响因素包括 ()。

【答案】

- A.市场因素;
- B.商品因素;
- C.生产者因素;
- D.流通者因素;
- E.消费者因素

【题目】 每一个零售店铺都在其特定的商圈范围，其顾客来源可分为。()

【答案】

- A.工作人口;
- B.流动人口;
- C.居住人口

【题目】 判定零售业态的标准是 ()。

【答案】

- A.组合的独特性;
- B.广泛的影响性;
- D.模仿流行性

【题目】 批发商在分销渠道中的功能包括 ()。

【答案】

- A.组织货源;
- B.销售与促销功能;
- C.检查质量;
- D.融资功能;
- E.信息反馈功能

【题目】 批发市场是指集中进行现货批量交易的场所，其功能有 ()。

【答案】

- A.媒介功能;
- B.服务功能;
- C.管理功能;
- D.经济辐射功能

【题目】 确定商圈简单易行的方法有 ()。

【答案】

- A.通过调查汽车牌号来确定顾客的来源与分布;
- B.通过调查报纸的发行范围来确定;
- C.通过向现金购买或记账购买顾客发放问卷调查表来确定;
- D.通过直接访问调查来确定;
- E.通过信用卡或支票的支付地来确定

【题目】 商品交易所的组织机构主要包括。()

【答案】

- A.交易所会员;
- B.交易所理事会;
- C.专业委员会;
- E.常任理事会

【题目】 商品流通政策的特定目标可概括为 ()。

【答案】

- A.完善商品流通的信息网络;

- B.培育健全的商品流通主体;
- C.提高商品流通效率;
- D.建立流通金融制度

【题目】商品流通政策的一般目标是 ()。

【答案】

- A.经济发展
- B.经济稳定
- C.经济公正
- D.经济自由

【题目】商品流通政策主体包括。()

【答案】

- A.立法机构;
- B.行政机构;
- E.司法机构

【题目】商业的主要构成要素是 ()。

【答案】

- A.必须以营利为目的;
- B.必须有独立的组织;
- D.必须从事专业化和社会化的商品交换

【题目】商业自动化是指广泛采用现代化手段和方法,实现经营设施的机械化、自动化,经营管理的科学化、合理化,主要包括 ()。

【答案】

- A.商业信息流通标准化;
- B.商品销售自动化;
- C.物流自动化;
- E.服务设施自动化

【题目】特许连锁方式包括的当事人有。()

【答案】

- B.特许权所有方;
- C.特许权接受方

【题目】外资零售企业进入中国市场的方式包括 ()。

【答案】

A.跨国独资并购;

B.跨国合资;

C.战略联盟

【题目】网上贸易是 B2B 电子商务的交易方式,具有良好的发展前景。网上贸易的特点有 ()

【答案】

A.交易范围广泛;

B.交易效率高;

C.交易成本低;

D.贸易全球化;

E.网上网下结合

【题目】我国流通领域的现行规制包括 ()。

【答案】

A.价格规制;

B.收费规制;

C.消费者权益保护规制;

D.产品质量规制;

E.公平竞争规制

【题目】物流企业国际化经营的方式主要包括 ()。

【答案】

A.并购;

B.跨国联盟

【题目】下列属于批发商用户购买特点的有 ()。

【答案】

A.购买数量大;

B.需求派生性;

D.需求波动性;

E.购买专业性强

【题目】下面关于配送的正确描述是 ()。

【答案】

A.配送是按用户需求进行的商品组配与送货活动;

C.配送是一个综合性的物流运动;

D.配送的功能是多样化的

【题目】下面属于店铺的设计原则的是。()

【答案】

A.满足需要和魅力原则;

B.效率原则和经济原则;

C.店内流动自由和安全的原则;

D.便于挑选原则

【题目】一般来说,个人消费者的特征包括 ()。

【答案】

A.需求的多样性;

B.人数众多并且地理位置分散;

C.购买批量小;

D.非专家型购买;

E.不同商品的需求弹性差异较大

【题目】一个地区内的商业区或购物区类型大体包括 ()。

【答案】

A.中心商业区;

B.辅助商业区;

C.商业小区;

D.购物中心;

E.独立区

【题目】与传统的市场营销相比,网络营销的主要特点是 ()。

【答案】

A.通过互联网传递信息,在网上完成交易活动;

B.营销策略发生了变化;

C.是一种互动式的定制营销;

E.网络客户有独特的消费心理和消费需求

【题目】与零售经营相比,批发经营的特点有 ()。

【答案】

A.交易批最较大;

B.交易过程理性;

C.交易商圈较大;

D.交易关系稳定;

E.交易专业化明显

【题目】在下列选项中，按经营对象划分的流通产业是（）。

【答案】

A.生产资料流通产业;

B.消费品流通产业;

C.工业品流通产业;

D.服装流通业

【题目】在下列选项中，仓储会员店的主要特征为（）

【答案】

A.批零兼营;

B.自选销售、统一结算;

C.提供停车场;

D.以中低档商品为主;

E.价格低廉

【题目】在下列选项中，集道权力的来源包括（）。

【答案】

A.奖赏;

B.强制

C.专业知识;

D.合法性

【题目】在下列选项中，连锁商店的基本特征包括（）。

【答案】

A.标准化管理;

B.专业化分工;

C.集中化进货;

D.简单化作业

【题目】在下列选项中，零售商的职能包括（）。

【答案】

A.商品交换;

B.储存商品;

C.沟通服务

【题目】在下列选项中，流通方式的变革包括（）。

【答案】

- A.由直接流通到间接流通；
- B.由复合流通到批零分离式流通；
- C.由现货贸易到期货贸易；
- D.由现实空间交易到虚拟空间交易；
- E.由自营物流到专业化物流

【题目】在下列选项中，批发市场的功能包括（）。

【答案】

- A.媒介功能；
- B.信息服务功能；
- C.管理功能；
- D.经济辐射功能；
- E.物流服务功能

【题目】在下列选项中，渠道冲突的原因包括（）。

【答案】

- A.角色对立；
- B.资源稀缺；
- C.感知差异；
- D.期望差异；
- E.决策领域分歧

【题目】在下列选项中，渠道权力的来源包括（）。

【答案】

- A.奖赏；
- B.强制；
- C.专业知识；
- D.合法性；
- E.参照与认同

【题目】在下列选项中，属千零售多元化融合的是（）。

【答案】

- B.实体店铺与虚拟店铺融合；
- C.零售业态多元融合；

D.新兴业态空间融合

【题目】在下列选项中，属于零售经营环境的是（）。

【答案】

A.政治法律要素；

C.技术要素；

D.消费者需求；

E.行业竞争状况

【题目】在下列选项中，属于零售经营环境的是（）。

【答案】

A.政治法律要素；

B.宏观经济要素；

C.技术要素；

D.消费者需求；

E.行业竞争状况

【题目】在下列选项中，属于流通创新发展趋势的是（）。

【答案】

A.创新组织化；

B.技术密集化；

C.流通国际化；

D.消费主导化

【题目】在下列选项中，属于流通功能的是（）。

【答案】

A.商品所有权转移；

B.物流功能；

C.成本节约；

D.信息传递；

E.风险分担

【题目】在下列选项中，属于批发商发展趋势的是（）。

【答案】

A.组织化；

B.信息化；

C.物流化；

D.专业化

【题目】 在下列选项中， 属于批发市场的交易方法的是（）。

【答案】

A.拍卖交易；

B.投标交易；

C.协商交易；

D.凭样品交易；

E.凭规格交易

【题目】 在下列选项中， 属于无店铺零售业态的有（）。

【答案】

A.电视购物；

B.邮购

C 网上商店；

D 直销；

E.电话购物

【题目】 在下列选项中， 属于物流的活动要素的是（）。

【答案】

A.运输；

B.装卸；

C.流通加工；

D.储存；

E..包装

【题目】 在下列选项中， 属于物流的活动要素的是（）。

【答案】

A.运输；

B.装卸；

C.流通加工；

D.储存；

E.包装

【题目】 在下列选项中， 属于专业流通者的是(AB)。

【答案】

A 批发商；

B 零售商

【题目】在下列选项中，属于零售多元化融合的是（）。

【答案】

B.实体店铺与虚拟店铺融合；

C.零售业态多元融合；

D.新兴业态空间融合

【题目】在下列选项中，属于零售经营环境的是（）。

【答案】

A.政治法律要素；

B.宏观经济要素；

C.技术要素；

D.消费者需求；

E.行业竞争状况

【题目】在下列选项中，属于流通创新驱动力量的是（）。

【答案】

A.经济全球化；

B.技术创新；

C.消费升级；

E.交易成本

【题目】在下列选项中，属于流通功能的是（）。

【答案】

A.商品所有权转移；

B.物流功能

C.成本节约；

D.信息传递；

E.风险分担

【题目】在下列选项中，属于批发商发展趋势的是（）。

【答案】

A.组织化；

B.信息化；

C.物流化；

E.线上化

【题目】在下列选项中，属于批发市场的交易方法的是（）。

【答案】

- A.拍卖交易；
- B.投标交易；
- C.协商交易；
- D.凭样品交易；
- E.凭规格交易

【题目】在下列选项中，属于无店铺零售业态的有（）。

【答案】

- A.电视购物；
- B.邮购；
- C.网上商店；
- D.直销；
- E.电话购物

【题目】在下列选项中，属于专业流通者的是（）。

【答案】

A.批发商；

B.零售商

【题目】在下列选项中，狭义的流通产业包括（）。

【答案】

- A.批发业；
- B.零售业；
- D.物流业

【题目】正确理解零售商业的定义，必须把握以下几点（）。

【答案】

- A.服务对象是最终消费者；
- B.事业内容是零售经营活动；
- C.经营的商品是消费品而不是投资品；
- D.事业主体是个体零售商和法人零售商；
- E.对经营场所有较高的依赖性，对店铺选址与设计等有特别的要求

【题目】自由连锁经营的基本原则是（）。

【答案】

A.统一营销行动原则;

B.利益一致原则;

C.适时调整原则;

D.造福社会、造福消费者原则

【题目】最佳商品组合的标志是 ()。

【答案】

A.发展性;

B.竞争性;

D.盈利性

【题目】作用主要表现在以下方面 ()。

【答案】

B.实现配送作业的经济规模,使流通费用降低;

C.减少用户库存,加快商品周转;

D.促进业务发展和扩散,实现物流资源合理配置;

E.加强了与供方的合作关系

判断题

【题目】“互联网+零售”改变了零售的本质。()

【答案】×

【题目】产业分工与技术进步不仅带来了生产方式的变革,也引发了流通方式的变革。()

【答案】√

【题目】大数据成为推动“互联网+零售”发展的核心力量。()

【答案】√

【题目】大型组织和单位以社会化物流为主。

【答案】×

【题目】代理商的利润来源是进货与销货的价差。

【答案】×

【题目】当今的零售商已不可能也没必要经营所有的业态,而只需经营一种或少数几种业态。()

【答案】√

【题目】当前国外零售企业的海外经营模式主要有两种:一是全球整体化战略,二是区域适应性战略。

【答案】√

【题目】对批发商来说，具有直接且重要影响的技术主要是物流技术与信息技术。（）

【答案】√

【题目】对千体积大且重量较重的商品，其流通渠道会短一些。

【答案】√

【题目】服务功能是指批发市场为商品交易者提供各种服务的功能，主要包括信息服务功能、物流服务功能和生产服务功能。

【答案】×

【题目】根据马克思的流通理论，商品流通是商品交换的过程，流通的主要功能是中介交易功能。

【答案】√

【题目】工业品流通渠道结构要比消费品流通渠道结构相对复杂。

【答案】×

【题目】对千体积大且重量较重的商品，其流通渠道会短一些。

【答案】√

【题目】供求调节功能是批发商业的首要功能。

【答案】×

【题目】供应链是指生产及流通过程中，为了将产品或服务交付给最终用户，由上游与下游企业共同建立的需求链状网。

【答案】√

【题目】供应商管理库存，代理商的利润来源是进货与销、库存信息，对下游客户的库存进行管理与控制。

【答案】√

【题目】购物中心的目标市场是满足各个消费层次的顾客需要。

【答案】√

【题目】顾客的主导权更加突出，其人口特征和消费行为的变化也给传统零售业带来了冲击。（）

【答案】√

【题目】关于渠道权力的来源，存在两个重要的理论：一个是依赖-权力理论；另一个是渠道权力基础理论。（）

【答案】√

【题目】加盟连锁企业的独立性低于正规连锁，高于自由连锁。

【答案】×

【题目】交易参与者是指经市场开办者批准，直接进入批发市场购买商品，从事转卖交易的经济团体或个人。

【答案】×

【题目】零售商的销售过程是销售人员与顾客自始至终的双向沟通过程。

【答案】√

【题目】流通辅助机构是流通渠道的非成员性参与者，它们本身并不参与商品的买卖。()

【答案】√

【题目】流通国际化动因可以归纳为推动因素与拉动因素这两大类，推动因素更为重要。

【答案】×

【题目】流通渠道的宽度结构也被称为渠道的层级结构。()

【答案】×

【题目】流通渠道既涉及组织间关系，又涉及组织内部关系。()

【答案】×

【题目】流通渠道所涉及的活动发生在不同的社会经济组织之间，是

组织间关系，而不是组织内部关系。

【答案】√

【题目】流通业态创新的过程，实际上就是流通企业针对市场需求重新进行市场定位和实现定位的过程。

【答案】√

【题目】流通政策主要涉及经济领域中的流通活动，属于经济政策的分支。

【答案】√

【题目】流通制度是指约束在商品流通中的人与人的相互关系、界定彼此权利与义务的一系列正式和非正式规则的总和。

【答案】√

【题目】批发商业存在的必要性是因为可以节约商流费用。

【答案】√

【题目】批发与零售分离之后，两者各自的内部分工不断深化，从而使流通方式沿着批发与零售两个方向继续变革。()

【答案】√

【题目】期货交易是指远期进行的标准化合约的交易。

【答案】√

【题目】企业规模越大，越容易采取高控制的海外市场进入模式。()

【答案】√

【题目】区域型配送中心配送规模较大，主要是向城市配送中心进行配送，而很少直接配送给商店。

【答案】√

【题目】如果东道国市场潜力不大，需求又高度不确定，流通企业往往采取并购的形式进入海外市场。()

【答案】×

【题目】商流过程一般发生在两个及两个以上相对独立的个人或组织之间。

【答案】√

【题目】商流与物流一直是并行的。()

【答案】×

【题目】商品流通政策的作用在于矫正“市场失败”，促进市场公平竞争及有效率的发展。

【答案】√

【题目】商业政策是针对商业的经济政策，是流通政策的一部分。

【答案】×

【题目】深化流通体制改革的基本思路是以市场化改革为方向，以建设法治化营商环境为主线。()

【答案】√

【题目】外资流通企业擅长规模化、连锁化的经营，通过降低成本，以低价策略占领我国消费市场。()

【答案】√

【题目】网络营销与传统的营销方式不同，应采用不同的销售策略。

【答案】√

【题目】为了有效进行商品采购，必须做好两项基本工作，一是商品分类，二是供应商选择。

【答案】√

【题目】未来的“互联网+零售”不是简单地从线上到线下，或是从线下到线上，而是线上线下深度融合。()

【答案】√

【题目】物流标准化与物流柔性化是互相矛盾的。

【答案】 ×

【题目】 物流成本管理是现代物流管理的重要组成部分，也可以说是物流管理的基础。

【答案】 √

【题目】 物流的网络要素由两个基本要素组成，即点和线。

【答案】 √

【题目】 物流既可以发生在两个及两个以上相对独立的个人或组织之间，也可以发生在组织内部。

【答案】 √

【题目】 消费者到商店购物所支付的成本就是消费者购买商品的价格。

【答案】 ×

【题目】 信息不仅是商流与物流的前提，也是商流与物流状态的反映。

【答案】 √

【题目】 营销渠道关注的视角是微观的，流通渠道则是从宏观的视角关注商品从生产领域向消费领域的转移过程。()

【答案】 √

【题目】 与其他进入方式相比，许可对海外市场的控制程度最高。()

【答案】 ×

【题目】 在规范的批发市场中，上市者可以直接将上市商品销售给需要者。

【答案】 ×

【题目】 在海外设立零售企业要面对陌生的市场环境，风险非常大。

【答案】 √

【题目】 在计划经济体制下，不存在真正意义上的商品流通。

【答案】 √

【题目】 长期交易是双方基于相互了解或信任的关系而进行的多次交易。()

【答案】 ×

【题目】 重复交易是长期交易的进一步发展。

【答案】 √

【题目】 专业批发市场是就某一类商品批发而设立的市场，此类市场有较大的区域性和集散性。

【答案】√

【题目】自由连锁的突出特点是:统一资本，集中管理，分散销售，权力集中，利益独享。

【答案】×

【题目】总体来说，商品的单位价值越低，其流通渠道就可以越长。

【答案】√

6. [A]按照一定时期的销售额或采购额的固定（）。答案：时空普遍化、过程交互化、影响全球化、信息密度化、交易个性化、媒体丰富化
7. [B]百货商店的目标市场是（）。答案：各个消费层次的顾客
8. [B]不依附于生产部门，独立从事批发交易活动并对所经营的商品拥有所有权的批发商叫（）。答案：商人批发商
9. [C]采购批量与采购费用的关系是（）。答案：成反比
10. [C]仓储商店一般采取（）形式。答案：会员制
11. [C]仓储式商店的目标顾客为（）。答案：中小商人和团体
12. [C]仓储式商店一般采取（）形式。答案：会员制
13. [C]产品从生产者直接流向最终消费者的渠道是（）。答案：零级渠道
14. [C]超级市场的目标市场是（）。答案：普通大众
15. [C]超级市场的主通道可保持在（）之间。答案：2.1—3.5米
16. [C]超级市场商品陈列中最常用和使用范围最广，并且比较适合周转快的商品的陈列形式是（）。答案：集中陈列
17. [C]次级商圈的基本顾客来源是（）。答案：工作人口
18. [C]从宏观上看，（）的生命周期短，意味着商业组织具有较强的新陈代谢能力或具有较高的流动性，就是商业的又一显著特征。答案：商业组织
19. [D]第三次社会大分工是（）。答案：商业与农业、畜牧业、手工业的分离
20. [D]第三次社会大分工与前两次社会大分工的根本差别是产生了（）。答案：商业
21. [D]电子商务作为一种新型的交易方式，与传统的交易方式有很大不同。由于交易手段的变化，产生了一些新特点，它们是（）。答案：时空普遍化、过程交互化、影响全球化、信息密度化、交易个性化、媒体丰富化
22. [D]对大型店规制最严格的国家是（）。答案：日本
23. [D]对大型店铺规制最严格的国家是（）。答案：日本
24. [D]对连锁门店的商品配送多采用（）。答案：多品种小批量配送
25. [D]对零售商业来说，配送是决定企业生存与发展的生命线。目前，我国的配送中心主要以（）为主。答案：自建型与营业型
26. [D]对零售业进行的分类，业种的分类是根据（）。答案：经营商品的大类
27. [D]对有店铺零售商业来说，（）就提供了一个制造市场差别的丰富机会。所以，它是零售商独具的经营要素，对实现零售商的经营目标具有重要价值。答案：店铺设计与商品陈列
28. [D]对有店铺零售商业来说，形成差别化甚至垄断经营的最重要因素是（）。答案：店铺选址
29. [D]对于货源较远的商品的进货策略可选择（）。答案：集中组织
30. [G]根据用户的实际订货而不是生产者的需求预测进行的生产称（）。答案：延期生产
31. [G]供应链管理的本质是（）。答案：跨企业的物流管理
32. [“”]“共同配送”这一配送形式出现在配送发展的（）答案：发育阶段
33. [G]顾客在购买过程中，愿意花费较多的时间观察、询问、比较选择的商品属于（）。答案：选购品
34. [（）]（）管理构成了现代物流管理的基础，其它层面的管理都是建立在这个基础上的。答案：物流作业
35. [G]国际连锁店协会对正规连锁的定义

是：“以单一资本直接经营（）以上的零售业或饮食业，也称所有权连锁。”答案：11个

36. [H]活动具有隐蔽性、流动性和非连续性的批发业态是（）答案：经纪

37. [J]将商品条码印制在纸质或塑料吊牌上，挂于商品表面的商品条码是（）。答案：吊牌条码

38. [J]交易双方以商品的一定规定，如大小、长短、粗细等等作为依据而进行的交易是（）答案：凭规格交易

39. [J]解决供需矛盾的最公平、最稳定、最经常、最有效的途径是（）。答案：交换

40. [J]解决供需矛盾最公平、最稳定、最经常、最有效的途径是（）答案：交换

41. [J]经营过程表现为购买、存储、运输和销售的批发业态是（）。答案：经销

42. [J]经营面积一般在2000—6000平方米的超级市场是（）。答案：综合超市

43. [J]经营某一大类的商品，导购员具有丰富的专业知识并提供适当的售后服务，这种零售业态是（）。答案：专业店

44. [J]经营某一大类的商品的零售业态是（）。答案：专业店

45. [J]就购买者而言，零售营销的主要特点之一，是以（）为主；特点之二是对店铺选址的依存度高。答案：女性

46. [J]决定我国零售商业组织化、规模化水平的关键是（）的发展。答案：自由连锁

47. [K]开发、制造PB商品的主体是（）。答案：零售商

48. [K]考虑卖场灯光照明度时，（）部分配置的光度最强。答案：卖场最里面

49. [K]可以实时处理销售业务，并进行经营业务分析的管理系统为（）。答案：POS系统

50. [L]连锁店的扩展主要是流通领域中若干（），以共同进货或授予特许经营权等方式连结起来，实行标准化服务，共享规模效益的一种现代商业组织。答案：同业店铺

国开电大 2025《11054 流通概论》期末考试题库小抄（按字母排版）

总题量（619）：单选题（199）多选题（132）判断题（195）主观题（93）

单选题（199）微信号：zydz_9527

1. [1]1859年，世界公认的第一家较为正式的连锁商店在（）成立。答案：美国
2. POS系统也叫销售时点管理系统，其最大作用是有利于对零售商品进行（）。答案：单品管理
3. POS系统也叫销售时点系统，其最大作用是有利于零售商品进行（）。答案：单品管理
4. [A]按（）进行分类就是按商业的经营方式或商品销售方式进行的分类，也叫经营或销售方式别分类。答案：业态
5. [A]按经营权限划分，作为相对独立的利润中心的配送中心属于（）。答案：配销模式

51. [L]两个或两个以上的店铺同属一个所有者，且经销同类商品，这种组织形式的零售商是（ ）。答案：公司连锁零售商
52. [L]列不属于批发市场的特征的是（ ）答案：交易规则比较简
53. [L]零售店选址首先要考虑的因素是（ ）。答案：商业群
54. [L]零售企业处理顾客投诉有多种方式，它们是（ ）。答案：现金退还、商品调节、价格调节、服务调节和向顾客表示歉意
55. [L]零售企业从国外采购商品，然后到国内进行销售的行为属于（ ）答案：商品供应国际化
56. [L]零售企业在经营商品的（ ），可以采取为生产企业代销的方式。答案：投入期
57. [L]零售商业的服务对象是（ ）。答案：个人消费者
58. [L]零售商业的金融功能主要体现为（ ）。答案：分期付款
59. [L]零售商业的事业主体除个体零售商（业户）外，还有（ ）。答案：法人零售商（企业）
60. [L]零售商业的事业主体是（ ）。答案：法人零售商（企业）
61. [L]零售商业的首项功能是（ ）。答案：分类、组合、备货
62. [L]零售商业的主要服务对象是（ ）。答案：个人消费者
63. [L]零售商业第三次革命的代表性业态是（ ）。答案：超级市场
64. [L]零售商业与零售商之间的竞争是一种（ ）答案：水平竞争
65. [L]零售商业在商品流通中的第二项功能是（ ）。答案：服务
66. [L]零售商业在商品流通中的首要功能是（ ）。答案：分类、组合、备货
67. [L]零售商与零售商之间的竞争是一种（ ）。答案：水平竞争
68. [L]零售商最基本的经营要素是（ ）。答案：商品
69. [“] “零售引力法则”是由（ ）提出的。答案：威廉·雷利
70. [“] “零售引力法则”是由（ ）提出的。该法则认为，城市人口越多、规模越大，商业越发达，对顾客的吸引力就越大。答案：威廉·雷利
71. [L]零售营销的主要特点之一，就购买者而言，是以（ ）为主；特点二是对店铺选址的依存度高。答案：女性
72. [P]配送过程大体上包括了七个环节，下面列出了四种排序，请选择正确的一项（ ）。①进货②进行分拣、加工和包装③分放；④储存；⑤配货；⑥装配；⑦送货。答案：①④②⑤③⑥⑦
73. [P]配送中心的作业流程管理中，进货入库作业管理的数量检查有四种方式，其中事先收到有关列明商品种类的单据，待货物到达时再列出商品数量属于（ ）答案：半盲查
74. [P]批发商从制造商或供应商购进商品，然后再向其客户进行转售的批发业态是（ ）。答案：经销
75. [P]批发商用户需求（ ）。答案：缺乏弹性
76. [P]批发市场的（ ）功能是通过将商品交易者集中到一定的空间场所，以提高商品交易者的交易效率来实现的。答案：媒介
77. [P]批发市场货源的提供者指（ ）。答案：上市者
78. [P]批发市场是产业链条中的龙头，既牵动生产，又带动流通、衔接消费，这是批发市场的（ ）功能。答案：经济辐射
79. [P]批发业务最基础、最重要的职能是（ ）。答案：集散商品
80. [Q]企业把自己开发的商品、服务和营业系统，以合同的形式授予加盟店在规定区域内的经销权和营业权，这种组织形式的零售商是（ ）。答案：特许连锁零售商
81. [Q]企业采用多条非完整的零售渠道进行销售活动的行为是指（ ）。答案：跨渠道零售
82. [S]三次批发商又称作（ ）。答案：销地批发商
83. [S]商流费用不包括（ ）。答案：保管费用
84. [S]商品陈列高度的有效范围在离地面的0.6-1.8米之间，其中黄金段的高度一般在（ ）之间。答案：0.85-1.2米
85. [S]商品陈列时，利用平台或推车进行堆积陈列，属于表现（ ）的陈列形式。答案：廉价
86. [S]商品交易所保证金制度中，主要用期货合约成交后的清算的保证金是（ ）。答案：履约保证金
87. [S]商品交易所的首要功能是（ ）。答案：供求调节
88. [S]商品交易所进行的是（ ）。答案：期货交易
89. [S]商品结构为日常生活必需品、经营面积一般在2000-6000平方米的超级市场是（ ）。答案：综合超市
90. [S]商品生命周期是指一种商品从投入市场到被淘汰为止所经历的时期。零售企业可根据商品所处的生命周期的不同阶段，选择不同的商品采购策略。某零售企业积极组织某种商品的货源，扩大商品购进，促进商品销售。你认为该商品的生命周期处于（ ）答案：成长期
91. [S]商品实体从生产者向消费者转移的过程，一般称为商品的（ ）过程。答案：物流
92. [S]商圈分析是指经营者对商圈的构成情况、特点、（ ）以及影响商圈规模变化的因素进行实地调查和分析。答案：规模
93. [S]商圈人口在3万-10万人、商店密度为70-90%的商业街类型是（ ）。答案：地域型
94. [S]商人资本是最早出现的（ ）。答案：资本形态
95. [S]商业的分类方法很多，将商业划分为生产资料商业和消费品商业，就是按（ ）进行分类。答案：业种
96. [S]商业的行业集中度低，其原因是（ ）。答案：规模经济不明显
97. [S]商业对国内生产总值的贡献程度，可用来衡量的指标有（ ）。答案：商业所实现的产值占国内生产总值的比例
98. [S]商业合同的种类很多，按业务性质不同，可划分为收购合同、销售合同、储运合同、信贷合同等。其中零售企业的（ ）是零售企业经济活动中使用最频繁、也是最主要的一种合同。答案：采购合同
99. [（]（ ）是各国最主要的商品流通政策。答案：反垄断政策
100. [S]世界商业史上第一个实行新型销售方法的现代大量销售组织是（ ）。答案：百货商店
101. [S]世界上最早的仓储式商店是1964年开业的（ ）。答案：麦克隆
102. [（]（ ）是指以降低对环境的污染、减少资源消耗为目标，利用先进物流技术，规划和实施的运输、储存、包装、装卸、流通加工等物流活动。答案：绿色物流
103. [S]首先提出来“黑暗大陆”说法并将物流比喻为“降低成本的最后处女地”的学者是（ ）答案：杜鲁克
104. [S]所有权归消费者自己所有，主要从事食品领域业务的组织是（ ）。答案：消费者合作社
105. [T]特许连锁是一种以（ ）为基础的零售企业经营方式。答案：契约
106. [T]提供便利商品或服务、主力店面积占比为30-50%的购物中心类型是（ ）。答案：邻里型
107. [T]提供综合商品或便利商品、主力店面积占比为40-60%的购物中心类型是（ ）。答案：社区型

案：社区型

108. [T]提供综合商品或时尚商品、辐射范围为8-24千米的购物中心类型是（）。答案：区域型

109. [T]提供综合商品或时尚商品、主力店面积占比为50-70%的购物中心类型是（）。答案：区域型

110. [T]通道的宽度因客流量及卖场面积的大小而不同，但最低应保持在（）之间。答案：0.8-0.9米

111. [T]通过将商品交易者集中到一定的空间场所，以提高商品交易者的交易效率，这是批发市场的（）。答案：媒介功能

112. [W]网上贸易是电子商务中企业与企业间的交易形式，具有良好的发展前景。与网上商店不同，网上贸易的交易对象是（）。答案：商业用户

113. [W]位于城市边缘或郊区、主力店面积占比为50-70%的购物中心类型是（）。答案：超级区域型

114. [W]我们认为，决定我国零售商业组织化、规模化水平的关键是（）的发展。答案：自由连锁

115. [W]无论是近期还是中远期，将成为我国零售商业的主流业态的是（）。答案：超级市场

116. [W]物流的种类很多，可按不同的标准进行分类。将物流分为供应物流、生产物流、销售物流、退货物流、回收物流和废弃物流，就是按（）不问划分的。答案：企业生产经营阶段

117. [（）]（）系统的普及是零售商业信息化的前提。答案：POS

118. [X]狭义上物流指的是（）。答案：销售物流

119. [X]下列顾客投诉不属于服务方面因素的是（）。答案：商品缺货不能充分选择

120. [X]下列哪类商品不能进入商品交易所交

易（）。答案：具有垄断性质的商品

121. [X]下列哪一项不属于流通功能？（）答案：流程改造

122. [X]下列哪一项不属于流通体制改革的内容（）。答案：提升流通规模

123. [X]下列哪一项不属于商品交易所的主要功能（）。答案：现货交易

124. [X]下列哪一项不属于我国流通领域的现行规制（）。答案：服务质量规制

125. [X]下列哪一项不属于物流的基础要素（）。答案：流动要素

126. [X]下列哪一项属于生产者之间的水平渠道系统？（）答案：农业合作社

127. [X]下列哪一项属于生产者之间的水平渠道系统？答案：农业合作社

128. [X]下列哪一项属于消费者之间的水平渠道系统？答案：消费合作社

129. [X]下列哪一种形式不属于无店铺零售（）。答案：配送中心

130. [X]下列商品不能进入商品交易所交易的是（）。答案：具有垄断性质的商品

131. [X]现代物流管理的永恒主题是（），要努力提升物流增值性服务。答案：成本与服务

132. [X]现代物流体系对国民经济的运行起着特别重要的作用，一个物流体系的建立，需要有宏观及微观两个方面的推动力。具体来讲，现代物流体系要实现以下几个发展目标（）。答案：布局合理，政策法规完善；快速、及时和便捷的服务；规模优化，总成本节约

133. [X]现代物流运营的基础和前提是（）。答案：信息化

134. [X]消费者购买心理的哪个阶段（），通常喜欢看看同类产品不同品牌，试试商品，所以营业员应该特别注意商品的陈列方式，一定要排列整齐、美观，且容易看得清楚。答案：评价阶段

135. [Y]研发、制造PB商品的主体是（）答案：零售商

136. [Y]业态是零售商业的（）。答案：经营形态

137. [Y]以经营食品为主、经营面积一般在500-2000平方米的超级市场是（）。答案：社区超市

138. [Y]以零售业务为主的网上交易形式是（）。答案：网上商店

139. [Y]以耐用品为主、商圈人口在15万-20万人的商业街类型是（）。答案：广域型

140. [Y]以耐用品为主、商圈人口在20万人以上的商业街类型是（）。答案：超广域型

141. [Y]以日常用品为主、重视实用性、低价格的商业街类型是（）。答案：近邻型

142. [Y]以下不属于“市场失败”的经济现象是（）。答案：价格大战

143. [Y]以下坚持了可持续发展理念的物流是（）。答案：绿色物流

144. [Y]以下属于无店铺零售商业的是（）。答案：邮寄商店

145. [Y]一般来说，核心商圈的顾客大约占（）。答案：55-70%

146. [Y]一般来说，商品陈列高度的有效范围在离地面的0.6-1.8米之间，其中黄金段的高度一般在（）之间。答案：0.85-1.2米

147. [Y]一般情况下，人们将（）理解为“买卖”。答案：交易

148. [Y]一般认为现代意义的连锁商店于1859年在（）诞生。20世纪20年代以后，连锁商店迅速发展。答案：美国

149. [Y]拥有较大规模的仓储设施，具有很强的储存功能，从而把零售店铺的商品储存时间和空间减至最低程度的配送模式是（）。答案：储存模式

150. [Y]有一商品的条码为6914973304024，其中“691”的含义是（）。答案：制造商家或地区

151. [Z]在橱窗陈列设计时，对于新产品、特色产品应采用（）。答案：特写式陈列

152. [Z]在垂直渠道系统的典型形态中，零售商合作组织属于（）。答案：契约式

153. [Z]在垂直渠道系统的典型形态中，批发商倡办的自愿连锁组织属于（）。答案：契约式

154. [Z]在垂直渠道系统的典型形态中，特许经营组织属于（）。答案：契约式

155. [Z]在店铺选址应避免的地域中，不正确的是（）。答案：同类商店集聚地

156. [Z]在各种流通渠道中，（）是只包括一个中间商的流通渠道。答案：一级渠道

157. [Z]在各种商业群中，（）的消费者主要是附近的居民，在这些地方开设零售店是为了方便附近居民就近购买日用百货等。答案：城市居民区商业群

158. [Z]在工业品流通渠道中，比较少见的渠道模式是（）。答案：三级渠道

159. [Z]在跨境电商的运营模式中，（）主要帮助中小企业拓展国际贸易的出口营销推广服务。答案：B2B模式

160. [Z]在跨境电商的运营模式中，（）主要聚焦全球碎片化的中小订单市场。答案：O2O模式

161. [Z]在零售渠道中，（）是指产品从生产者手中转向消费者手中纵向经过的环节数的多少。答案：长度

162. [Z]在零售营销中，就购买者而言，是以（）为主。答案：女性

163. [Z]在零售营销中，与制造商或批发商业相比，主要购买者是（）。答案：女性

164. [Z]在流通过程中，以下哪一个因素起决定作用？（）答案：商流

165. [Z]在流通企业的海外市场进入模式中，在东道国新建企业的是（）模式。答案：独资

166. [Z]在流通企业的海外市场进入模式中，（）是一种在东道国新建企业的模式。答案：独资

167. [Z]在流通企业的海外市场进入模式中,为流通企业在东道国确立市场份额提供最快途径的是()。答案: 并购
168. [Z]在流通企业的海外市场进入模式中,需要极少的前期投资,成本最小,但对海外市场的控制程度也最低是()。答案: 许可
169. [Z]在流通企业的海外市场进入模式中,在东道国新建企业的是()。答案: 独资
170. [Z]在流通企业的海外市场进入模式中,只需要极少的前期投资,成本最小,但对海外市场的控制程度也最低是()。答案: 许可
171. [Z]在流通渠道中,物流服务机构属于()。答案: 流通辅助机构
172. [Z]在市场经济条件下,()在资源配置中起着决定性作用。答案: 市场
173. [Z]在特殊商品的流通政策中,下列哪一项不属于特殊商品()。答案: 供给弹性大的商品
174. [Z]在网络营销市场中,购销双方为“多对多”形式的是()。答案: 网上交易市场
175. [Z]在我国的零售渠道变革过程中,2000-2009年属于()。答案: 多渠道阶段
176. [Z]在我国,连锁店的概念得到扩展,主要是指流通领域中若干(),以共同进货或授予特许经营权等方式连结起来,实行标准化服务,共享规模效益的一种现代商业组织。答案: 同业店铺
177. [Z]在物流的分类中,社会物流是按()分类。答案: 属性
178. [Z]在物流管理的基本内容中,运输与配送管理属于()。答案: 物流作业管理
179. [Z]在物流体系发展起步阶段,可以选择的配送形式是()。答案: 仓库配送
180. [Z]在下列选项中,不属于流通创新发展趋势的是()。答案: 零售主导化
181. [Z]在下列选项中,不属于流通创新驱动力量的是()。答案: 零售多元化
182. [Z]在下列选项中,以销售自有品牌和周
- 转快的商品为主的零售业态是()。答案: 折扣店
183. [Z]在现代消费升级中,商品本身的变革升级是指()。答案: 消费结构升级
184. [Z]在以下物流自动化构成内容中,属于基础性工作的是()。答案: 商品分类编码
185. [Z]在直接流通的情况下,流通风险由生产者和()共同承担。答案: 消费者
186. [Z]真空地带理论是由()提出的。答案: 尼尔森
187. [Z]真空地带理论是由()提出的。该理论认为,零售业态的变迁取决于消费者的偏好,而消费者的偏好主要表现为对零售商提供的场所、商品组合、价格和服务的偏好。答案: 尼尔森
188. [Z]政府在商品流通的运行与发展过程中的作为不是直接从事商业或商品流通,而是对商业与商品流通进行干预,这种干预是通过()来实现的。答案: 流通政策
189. [Z]制造商与零售商的“两极化”是指()并存现象。答案: 大型化与小型化
190. [Z]众多中小批发商将各自接受的高频度、小批量的供货任务集中委托给在物流、仓储、信息等方面具有优势与实力的大型批发商的物流中心,并由这个物流中心集中且有计划地向指定的供货单位供货,这种批发形式称()。答案: 窗口批发
191. [Z]主力商品的数量和销售额,一般要占商品总量和全部销售额的()。答案: 70-80%
192. [Z]主要布置在陈列货柜或货架、壁面或推车上的标题说明属于()。答案: 中标题
193. [Z]主要用于工业品流通渠道,一般也被称为直接渠道的是()。答案: 零级渠道
194. [Z]主要用于容易零散的商品,如袋装商品及小五金等的商品陈列形式是()。答案: 挂钩陈列
195. [Z]专卖店是指专门经营或授权经营()的品牌商品,适应消费者对品牌选择需求的零售业态。答案: 制造商
196. [Z]专门经营或授权经营某一主要品牌商品的零售业态是()。答案: 专卖店
197. [Z]装卸和()是紧密连接的两个物流作业活动。答案: 搬运
198. [Z]作为相对独立的利润中心的配送中心属于以下哪一种模式的配送()。答案: 配销模式
199. [Z]作为一种商业积聚形态,购物中心与()有很多相似之处。答案: 商业街
- 多选题(132)微信号: zydz_9527
1. POS系统的应用主要包括以下操作功能()。答案: 前台销售收款操作;收款数据的汇总和统计;商品的进货与盘点;经营分析与管理
2. [A]按照经营商品的构成划分,商品可以分为()。答案: 辅助商品;主力商品
3. [A]按照组织形式不同,可将零售商划分为()。答案: 自由连锁零售商;特许连锁零售商;消费者合作社
4. [B]百货店从产生到发展,形成了自己的经营特征,它们是()。答案: 拥有宽敞的营业空间和舒适的购物环境;多位于城市中心或交通要道;经营商品范围广泛、种类繁多;在管理上实行商品部制;采用传统的售货方式和功能多样化
5. [B]百货店是指在一个大建筑物内,根据不同商品部门设置销售区,开展(),满足顾客对时尚商品多样化需求的零售业态。答案: 销售;进货;运营;管理;计划
6. [B]便利店生存与发展需要的基本条件有()。答案: 消费者夜生活时间延长;单身家庭或单身消费者的大量存在;家务劳动的外部依赖程度高
7. [B]不同的零售店铺由于所在地区、()的不同,其商圈规模、商圈形态也不同。同样,一个零售店铺在不同经营时期会受到不同因素的干扰和影响。答案: 经营规模;经营方式;经营品种;经营条件
8. [C]仓储式商店的突出优势是()。答案: 以廉价吸引顾客;投入费用低;为顾客提供较完善的自我服务设施
9. [C]超级市场的革命性变化包括()。答案: 改进了售货方式;节省了购物时间;改善了购物环境;富了商品包装
10. [C]超级市场的业务流程可以概括为()。答案: 开架销售;自主服务;小车携带;出门结算
11. [C]从现实情况来看,我国零售商业的选址主要有以下特点()。答案: 集中于城市中心商业区;郊外与农村零售店密度较小;N;各大城市站前商业区零售密度过大,部分地区已超负荷
12. [C]从总体上看,影响零售商业发展、变化的环境因素主要有()。答案: 政治法律;宏观经济;消费者需求;竞争状况
13. [D]店铺选址时的客流分析对象包括()。答案: 客流类型;客流规模;客流目标;客流速度;客流滞留时间
14. [D]店铺的内部设计主要包括()。答案: 音响设计
15. [D]店铺内部设计的功能是()。答案: 提高店铺利用率;方便顾客流动;形成良好的购物氛围;刺激消费者的需求
16. [D]店铺外观设计的功能是()。答案: 让顾客确知店铺的存在;吸引顾客来店
17. [D]店铺选址时的客流分析主要是对()的具体分析。答案: 客流类型;客流规模;客流目标;客流速度
18. [D]店铺选址要尽可能避免下列地域:()。答案: 快速车道旁;周围居民少且缺乏增长性的区域;店铺密度过大的地区;高层建筑物内
19. [F]反垄断政策是各国最主要的商品流通政策,各国反垄断法规制的主要内容包括()。答案: 禁止垄断;禁止不正当的交易限制;禁止不公平交易

20. [G]各国反垄断法规制的主要内容包括（ ）。答案：禁止垄断;禁止不正当的交易限制;禁止不公正交易
21. [G]供应链管理的本质特征包括（ ）。答案：基于流程的集成化管理模式;全过程的战略管理;全新的库存观;以最终客户为中心;充分发挥市场的引擎作用
22. [G]供应链管理的主要方法有（ ）。答案：快速反应系统;有效顾客回应系统;准时制生产;全面质量管理;精益生产
23. [H]核心商圈的基本顾客来源是（ ）。答案：工作人口;流动人口;外地人口
24. [“]“互联网+零售”的特征包括（ ）。答案：零售主体新角色;零售产出新内容;零售组织新形态;零售活动新关系;零售经营新理念
25. [“]“互联网+”时代，传统零售业发展的新趋势包括（ ）。答案：技术是第一驱动力;消费者处于商业活动的中心;全渠道经营全面展开;全域营销体系形成;场景化体验渗透产品和服务
26. [J]简单易行的确定商圈的方法有（ ）。答案：通过调查汽车牌号来确定顾客的来源与分布;通过调查报纸的发行范围来确定;通过向现金购买或记账购买顾客发放问卷调查表来确定;通过直接访问调查来确定;通过信用卡或支票的支付地来确定
27. [J]借鉴国内外企业推行配送合理化的经验，可采取以下（ ）主要措施。答案：推行专业化配送;推行加工配送;推行共同配送;实行送取结合;推行即时配送系统
28. [L]零售国际化的形式主要包括（ ）。答案：店铺选址国际化;商品供应国际化;资本国际化;信用卡国际化;非零售事业的国际化
29. [L]零售流通的变革主要体现在（ ）。答案：零售商经营规模的扩大;组织化程度的日益提高;业态多样化;自有品牌的开发;信息技术的广泛应用
30. [L]零售企业服务品质的高低，主要取决于售货人员的（ ）。答案：服务意识;服务态度;服务知识;服务技巧
31. [L]零售商的基本定价方法有（ ）。答案：成本取向定价法;需求取向定价法;竞争取向定价法
32. [L]零售商业的竞争包括（ ）。答案：水平竞争;垂直竞争
33. [L]零售商业三次革命的代表性业态是（ ）。答案：百货店;连锁店;超级市场
34. [L]零售选址的原则包括（ ）。答案：方便购买原则;方便运送原则;有利竞争原则;有利网点扩充原则
35. [L]流通创新包括（ ）。答案：流通体制创新;管理机构创新;企业制度创新;技术手段创新;产业政策创新
36. [L]流通国际化动因中的推动因素包括（ ）。答案：本国落后的经济条件;本国不利的人文环境;本国严格的管制政策;饱和的本国市场空间
37. [L]流通渠道结构的影响因素包括（ ）。答案：市场因素;商品因素;生产者因素;流通者因素;消费者因素
38. [L]流通政策体系的构建应遵循以下原则（ ）。答案：符合市场经济原则;适应世界经济一体化原则;充分体现现代流通特征的原则;经济、社会与环境目标相互兼顾的原则;借鉴国内外先进经验的原则
39. [M]卖场设计包括（ ）。答案：卖场划分;面积分配;卖场布局
40. [M]卖场通道的形式有（ ）。答案：直线式;斜线式;自由式
41. [M]每一个零售店铺都在其特定的商圈范围，其顾客来源可分为（ ）。答案：工作人口;流动人口;居住人口
42. [M]目前，我国的连锁商业主要存在以下问题（ ）。答案：地区分割、部门所有严重制约了连锁组织的迅速发展;大部分商业连锁公司规模过小，无法发挥连锁经营的效用;连锁企业内部管理不规范，采购系统、信息系统和商品配送系统不完善;地区、业态、业种发展不平衡
43. [N]能够决定零售商价格的是（ ）。答案：卖者;买者;竞争者
44. [P]判定零售业态的标准是（ ）。答案：组合的独特性;广泛的影响性;模仿流行性
45. [P]配送中心的根本作用在于通过高度集中的采购与配送行为，使流通规模扩大，实现理想的经济效益。具体来说，配送中心的作用主要表现在（ ）。答案：实现配送作业的经济规模，使流通费用降低;减少用户库存，加快商品周转;促进业务的发展，实现物流资源的合理配置;加强了与供方的合作关系
46. [P]配送中心的作用主要表现在以下哪些方面（ ）。答案：实现配送作业的经济规模，使流通费用降低;减少用户库存，加快商品周转;促进业务发展和扩散，实现物流资源合理配置;加强了与供方的合作关系
47. [P]批发商业面临的挑战主要来自（ ）答案：制造商的挑战;零售商的挑战;信息化的挑战;物流产业化的挑战
48. [P]批发商业面临的挑战主要是来自（ ）。答案：制造商的挑战;信息化的挑战;物流产业化的挑战;零售商的挑战
49. [P]批发商在分销渠道中的功能包括（ ）。答案：组织货源;销售与促销功能;检查质量;融资功能;信息反馈功能
50. [P]批发市场的保证金主要有（ ）。答案：委托保证金;合同保证金
51. [P]批发市场具有（ ）。答案：服务功能;管理功能;媒介功能
52. [P]批发市场是指集中进行现货批量交易的场所，其功能有（ ）。答案：媒介功能;服务功能;管理功能;经济辐射功能
53. [Q]确定商圈简单易行的方法有（ ）。答案：通过调查汽车牌号来确定顾客的来源与分布;通过调查报纸的发行范围来确定;通过向现金购买或记账购买顾客发放问卷调查表来确定;通过直接访问调查来确定;通过信用卡或支票的支付地来确定
54. [S]商品交易所的组织机构主要包括（ ）答案：交易所会员;交易所理事会;专业委员会;清算机构
55. [S]商品流通政策的特定目标可概括为（ ）。答案：完善商品流通的信息网络;培育健全的商品流通主体;提高商品流通效率;建立流通金融制度
56. [S]商品流通政策的一般目标是（ ）。答案：经济发展;经济稳定;经济公正;经济自由
57. [S]商品流通政策主体包括（ ）答案：立法机构;行政机构;司法机构
58. [S]商品组合的类型有（ ）。答案：多系列全面型;市场专业型;商品系列专业型;有限商品系列专业型;特殊商品专业型
59. [S]商业的主要构成要素是（ ）。答案：必须以盈利为目的;必须有独立的组织;必须从事专业化和社会化的商品交换
60. [S]商业之所以对劳动力有较强的吸纳能力，其主要原因有（ ）。答案：消费者对商业部门所提供服务的最终需求不断增长;其他产业部门对商业部门的“中间服务需求”的不断增长;商业劳动生产率的增长低于其他产业;商业劳动具有较强的“个人化”和“家庭化”倾向;与制造业相比，商业对劳动力资质条件的要求相对较低
61. [S]商业自动化是指广泛采用现代化手段和方法，实现经营设施的机械化、自动化，经营管理的科学化、合理化，主要包括（ ）答案：商品销售自动化;物流自动化;商业信息流通标准化
62. [S]商业自动化是指广泛采用现代化手段和方法，实现经营设施的机械化、自动化，经营管理的科学化，合理化，主要包括（ ）。答案：商业信息流通标准化;商品销售自动化;物流自动化;服务设施自动化
63. [S]社会分工的发展产生了了的效果有（ ）。

答案：提高了劳动生产率;加深了不同部门、行业之间的相互依赖

64. [C] () 属于无店铺零售企业。答案：邮购商店;网上商店;电视和电话售货;自动售货

65. [T] 特许连锁方式包括的当事人有 () 。答案：特许权所有方;特许权接受方

66. [W] 外资零售企业进入中国市场的方式包括 () 。答案：跨国独资并购;跨国合资;战略联盟

67. [W] 网上贸易是B2B电子商务的交易方式, 具有良好的发展前景。网上贸易的特点有 () 。答案：交易范围广泛;交易效率高;交易成本低;贸易全球化;网上网下结合

68. [W] 未来批发商业的发展方向是 () 。答案：组织化;信息化;物流化;专业化

69. [W] 为了控制采购成本, 配送中心应加强以下哪些工作 () 。答案：加强对市场采购信息的收集和分析;与供应商建立融洽的关系;确定适宜的采购时机;确定合理的采购批量

70. [W] 我国流通领域的现行规制包括 () 。答案：价格规制;收费规制;消费者权益保护规制;产品质量规制;公平竞争规制

71. [W] 我国未来流通政策体系的基本框架包括 () 。答案：大型零售店铺规制政策;特殊商品的流通政策;流通基础设施建设政策;流通现代化政策;流通组织化政策

72. [W] 物流的功能要素是指与物流有关的各种作业功能, 包括 () 。答案：运输;储存;包装;装卸;物流信息

73. [W] 物流的功能要素是指与物流有关的各种作业功能, 包括运输、 () 等。答案：储存;包装;配送及物流信息;流通加工;装卸

74. [W] 物流的构成要素包括 () 。答案：运输;储存(保管);包装;装卸(搬运);流通加工;配送

75. [W] 物流的活动要素包括 () 。答案：运输;储存;包装;装卸(搬运);配送;物流信息

76. [W] 物流企业国际化经营的方式主要包括

() 。答案：并购;跨国联盟

77. [W] 物流自动化的内容包括 () 。答案：商品分类编码;商品仓储自动化;商品包装加工自动化;商品配送自动化

78. [X] 狭义的批发经营方式主要指商品或服务的销售方式。一般它包括有 () 。答案：经销;代理;经纪;拍卖

79. [X] 下列属于批发商用户购买特点的有 () 答案：购买数量大;需求派生性;需求波动性;购买专业性强

80. [X] 下列属于现代物流产业范畴的是 () 。答案：物流基础业;物流装备制造;物流咨询、服务业;企业自营物流

81. [X] 下列属于有限职能批发商的有 () 。答案：现金自运批发商;卡车批发商;货架批发商;邮购批发商

82. [X] 下面关于配送的描述正确的是 () 答案：配送是按用户需求进行的商品组配与送货活动;配送是一个综合性的物流运动;配送的功能是多样化的

83. [X] 下面关于配送的正确描述是 () 。答案：配送是按用户需求进行的商品组配与送货活动;配送是一个综合性的物流运动;配送的功能是多样化的

84. [X] 下面哪些属于店铺的设计原则 () 。答案：满足需要和魅力原则;效率原则和经济原则;店内流动自由和安全的原则;便于挑选原则

85. [X] 下面属于店铺的设计原则的是 () 。答案：满足需要和魅力原则;效率原则和经济原则;店内流动自由和安全的原则;便于挑选原则

86. [X] 现代物流体系的要素构成包括： () 。答案：一般要素;物质基础要素;功能要素;体制政策要素

87. [X] 消费者产生购买信心主要来自于 () 。答案：相信商品;相信商店或制造商;相信营业员介绍

88. [Y] 要进行商品交换必须具备的前提条件有 () 。答案：社会分工;产权明晰

89. [Y] 一个地区的商业区或购物区类型包括 () 。答案：中心商业区;副中心商业区;商业小区;购物中心;独立店区

90. [Y] 一个地区内的商业区或购物区类型包括 () 。答案：中心商业区;辅助商业区;商业小区;购物中心;独立店区

91. [Y] 一个地区内的商业区或购物区类型大体包括 () 。答案：中心商业区;辅助商业区;商业小区;购物中心;独立区

92. [Y] 以下哪些模式的配送将是中国未来配送中心发展的选择 () 。答案：代理配送;共同配送

93. [Y] 一般来说, 个人消费者的特征包括 () 。答案：需求的多样性;人数众多并且地理位置分散;购买批量小;非专家型购买;不同商品的需求弹性差异较大

94. [Y] 影响零售商业的因素有 () 。答案：政治法律因素;宏观经济因素;消费者需求;竞争状况

95. [Y] 影响流通渠道结构的商品因素包括 () 。答案：商品种类;体积与重量;易腐性;单位价值;标准化程度

96. [Y] 与传统的交易方式相比较, 电子商务的主要特点是 () 。答案：交易过程电子化;交易市场虚拟化;交易对象特定化;交易质量高效化

97. [Y] 与传统的市场营销相比, 网络营销的主要特点是 () 。答案：通过互联网传递信息, 在网上完成交易活动;营销策略发生了变化;是一种互动式的定制营销;网络客户有独特的消费心理和消费需求

98. [Y] 与传统的市场营销相比, 网络营销有许多变化, 其主要特点是 () 答案：利用信息传递开展背对背的交易;交易活动不受时空的限制;可以开展互动的定制营销

99. [Y] 与传统商店相比, 网上商店有如下特

点 () 。答案：节省商店的租金和设备费用;降低商店的营运成本;经营规模不受地域和场地限制;可为消费者提供更好的服务;有固定的消费者群体和限定的商品种类

100. [Y] 与零售经营相比, 批发经营的特点有 () 。答案：交易批量较大;交易过程理性;交易商圈较大;交易关系稳定;交易专业化明显

101. [Y] 与零售商的客户相比, 批发商的客户购买特点包括 () 。答案：需求的派生性;需求缺乏弹性;需求的波动性;购买的专业性强;购买数量比较大

102. [Z] 在零售选址中, 具体店址位置分析应当考虑的因素主要有 () 。答案：店址的性质;客流量特征;周边商店的类型;租赁条款;购买成本

103. [Z] 在零售选址中, 具体店址位置分析应当考虑的因素主要有 () 。答案：店址的性质;客流量特征;周边商店的类型;租赁条款

104. [Z] 在下列选项中, 按经营对象划分的流通产业是 () 。答案：生产资料流通产业;消费品流通产业;工业品流通产业;服装流通业

105. [Z] 在下列选项中, 仓储会员店的主要特征为 () 。答案：批零兼营;自选销售、统一结算;提供停车场;以中低档商品为主;价格低廉

106. [Z] 在下列选项中, 连锁商店的基本特征包括 () 。答案：标准化管理;专业化分工;集中化进货;简单化作业

107. [Z] 在下列选项中, 零售商的职能包括 () 。答案：商品交换;储存商;沟通服务

108. [Z] 在下列选项中, 流通方式的变革包括 () 。答案：由直接流通到间接流通;由复合流通到批零分离式流通;由现货贸易到期货贸易;由现实空间交易到虚拟空间交易;由自营物流到专业化物流

109. [Z] 在下列选项中, 批发市场的功能包括 () 。答案：媒介功能;信息服务功能;管理功能;经济辐射功能;物流服务功能

110. [Z] 在下列选项中, 渠道冲突的原因包括

()。答案: 角色对立;资源稀缺;感知差异;期望差异;决策领域分歧

111. [Z]在下列选项中, 渠道权力的来源包括()。答案: 奖赏;强制;专业知识;合法性;参照与认同

112. [Z]在下列选项中, 渠道权力的来源包括()。答案: 奖赏;强制;专业知识;合法性

113. [Z]在下列选项中, 属于共享物流创新模式的是()。答案: 云仓资源共享模式;共同配送共享模式;物流众包共享模式;单元器具循环共用模式;物流设施设备跨界共享模式

114. [Z]在下列选项中, 属于零售多元化融合的是()。答案: 实体店铺与虚拟店铺融合;零售业态多元融合;新兴业态空间融合

115. [Z]在下列选项中, 属于零售经营环境的是()。答案: 政治法律要素;宏观经济要素;技术要素;消费者需求;行业竞争状况

116. [Z]在下列选项中, 属于流通创新发展趋势的是()。答案: 创新组织化;技术密集化;流通国际化;消费主导化

117. [Z]在下列选项中, 属于流通创新驱动力量的是()。答案: 经济全球化;技术创新;消费升级;交易成本

118. [Z]在下列选项中, 属于流通功能的是()。答案: 商品所有权转移;物流功能;成本节约;信息传递;风险分担

119. [Z]在下列选项中, 属于批发商发展趋势的是()。答案: 组织化;信息化;物流化;线上化

120. [Z]在下列选项中, 属于批发市场的交易方法的是()。答案: 拍卖交易;投标交易;协商交易;凭样品交易;凭规格交易

121. [Z]在下列选项中, 属于无店铺零售业态的有()。答案: 电视购物;邮购;网上商店;直销;电话购物

122. [Z]在下列选项中, 属于物流的活动要素的是()。答案: 运输;装卸;流通加工;储存;包装

123. [Z]在下列选项中, 属于专业流通者的是()。答案: 批发商;零售商

124. [Z]在下列选项中, 物流的活动要素包括()。答案: 运输;装卸;流通加工;储存;包装

125. [Z]在下列选项中, 狭义的流通产业包括()。答案: 批发业;零售业;物流业

126. [Z]正确理解零售商业的定义, 必须把握以下几点()。答案: 服务对象是最终消费者;事业内容是零售经营活动;经营的商品是消费品而不是投资品;事业主体是个体零售商和法人零售商;不仅要销售商品, 而且要提供与购买或消费商品有关的各种服务;对经营场所有一定的依赖性, 对店铺选址与设计等有特别的要求

127. [Z]正确理解零售商业的定义, 必须把握以下几点()。答案: 服务对象是最终消费者;事业内容是零售经营活动;经营的商品是消费品而不是投资品;事业主体是个体零售商和法人零售商;不仅要销售商品, 而且要提供与购买或消费商品有关的各种服务

128. [Z]正确理解零售商业的定义, 要把握以下几点()。答案: 服务对象是最终消费者;事业内容是零售经营活动;经营的商品是消费品而不是投资品;事业主体是个体零售商和法人零售商;对经营场所有一定的依赖性, 对店铺选址与设计等有特别的要求

129. [Z]专业商店的产生与发展大体上可以分为()阶段。答案: 独立化阶段;专业化阶段;成熟化阶段

130. [Z]专业商店的产生与发展大体上可以分为三个阶段()。答案: 独立化阶段;专业化阶段;成熟化阶段

131. [Z]自由连锁经营的基本原则是()。答案: 利益一致原则;适时调整原则

132. [Z]最佳商品组合的标志是()。答案: 发展性;竞争性;盈利性

判断题(195)微信号: zydz_9527

1. [1]1. 企业规模越大, 越容易采取高控制的海外市场进入模式。() 答案: 对

2. [2]20世纪80年代至90年代初, 物流管理从企业外部延伸到企业内部。() 答案: 错

3. [C]产品质量规划是保护消费者合法权益、维护市场秩序的一项重要规划措施。() 答案: 对

4. [C]产业分工与技术进步不仅带来了生产方式的变革, 也引发了流通方式的变革。() 答案: 对

5. [C]长期交易是双方基于相互了解或信任的关系而进行的多次交易。() 答案: 错

6. [C]重复交易是长期交易的进一步发展。() 答案: 错误

7. [C]从根本上讲, 流通产业的发展主要依赖于流通企业竞争力的提升。() 答案: 对

8. [()]从近期3至5年来看, 便利店和购物中心都会有不同程度的发展, 不久就会成为主流业态。答案: 错误

9. [D]大数据成为推动“互联网+零售”发展的核心力量。() 答案: 对

10. [D]大型组织和单位以社会化物流为主。() 答案: 错误

11. [D]代理商的利润来源是进货与销货的价差。() 答案: 错误

12. [D]代理商的利润来源是进货与销货的利差。() 答案: 错误

13. [D]当今的零售商已不可能也没必要经营所有的业态, 而只需经营一种或少数几种业态。() 答案: 对

14. [D]当前国外零售企业的海外经营模式主要有两种: 一是全球整体化战略, 二是区域适应性战略。() 答案: 正确

15. [D]第四方物流可以在更大范围内整合资源, 并构筑更大规模的、覆盖面更广的物流信息平台。() 答案: 正确

16. [()]店铺出入口设计时要注意, 出入口位置一定要设在店铺的中央。答案: 错

误

17. [()]店铺的经营规模对商圈大小的影响是有限的, 也就是说, 商圈范围的大小, 主要取决于顾客及其他客观因素。答案: 正确

18. [()]店铺卖场面积与销售额呈正比的线性关系。答案: 错误

19. [()]电子商务就是在国际互联网上进行商品买卖的经营活动。答案: 正确

20. [D]电子商务有广义和狭义之分。广义电子商务就是在国际互联网上进行商品买卖的经营活动。() 答案: 错误

21. [()]电子收款机是完成前台收款功能的设备。答案: 正确

22. [D]对批发商来说, 具有直接且重要影响的技术主要是物流技术与信息技术。() 答案: 对

23. [D]对批发商来说, 物流服务水平的高低直接决定了其经营的成功与否。() 答案: 对

24. [()]对有店铺零售商来说, 店铺设计与商品陈列可提供制造市场差别的丰富机会。答案: 正确

25. [D]对有店铺零售商来说, 卖场设计是店铺内部设计的核心。() 答案: 正确

26. [D]对于体积大且重量较重的商品, 其流通渠道会短一些。() 答案: 正确

27. [D]对于消费者而言, “互联网+零售”打通了线上和线下的渠道, 实现了购物场景多元化, 从而大大降低了消费者的搜索成本和时间成本。() 答案: 对

28. [()]发展配送中心的目的就是降低运输成本。答案: 错误

29. [()]发展配送中心的目的就是要降低运输成本。答案: 错误

30. [()]发展现代物流产业对中国经济发展的重要意义, 首先表现在提高中国企业的国际竞争能力。答案: 错误

31. [F]凡是实行市场经济的国家, 无论其政治与社会制度如何, 都把反不正当竞争的法律作

- 为规范市场经济关系的基本法律。（ ）**答案：对**
32. [（ ）]（ ）非会员单位也可以在交易所内直接进行交易。**答案：错误**
33. [（ ）]（ ）服务功能是指批发市场为商品交易者提供各种服务的功能，主要包括信息服务功能、物流服务功能和生产服务功能。**答案：错误**
34. [G]根据马克思的流通理论，商品流通是商品交换的过程，流通的主要功能是中介交易功能。（ ）**答案：正确**
35. [G]工业品流通渠道结构要比消费品流通渠道结构相对复杂。（ ）**答案：错误**
36. [G]供应链是指生产及流通过程中，为了将产品或服务交付给最终用户，由上游与下游企业共同建立的需求链状网。（ ）**答案：正确**
37. [G]供应商管理库存，是指供应商等上游企业基于其下游客户的生产经营、库存信息，对下游客户的库存进行管理与控制。（ ）**答案：正确**
38. [（ ）]（ ）购买力指数是指货币购买力指数，表示单位货币购买商品和服务能力的变动程度。它等于消费价格指数的倒数。**答案：正确**
39. [（ ）]（ ）购物中心的目标市场是各个消费层次的顾客。**答案：正确**
40. [（ ）]（ ）购物中心的目标市场是满足各个消费层次的顾客需要。**答案：正确**
41. [（ ）]（ ）购物中心的主要功能就是集中购物。**答案：错误**
42. [（ ）]（ ）购物中心的主要功能是集中购物。**答案：错误**
43. [G]顾客的主导权更加突出，其人口特征和消费行为的变化也给传统零售业带来了冲击。（ ）**答案：对**
44. [（ ）]（ ）顾客服务的内容就是销售货真价实的商品。**答案：错误**
45. [G]关于渠道权力的来源，存在两个重要的理论：一个是依赖-权力理论；另一个是渠道权力基础理论。（ ）**答案：对**
46. [（ ）]（ ）广义的电子商务就是在国际互联网上进行商品买卖的经营活动。**答案：错误**
47. [（ ）]（ ）国民福利包括国民收入、生活质量、工作兴趣、消费者闲暇和消费者爱好的满足五个方面。我们认为，商业与这五个方面具有直接的相关性。**答案：错误**
48. [“ ”]“互联网+零售”改变了零售的本质。（ ）**答案：错**
49. [“ ”]“互联网+零售”以数字化为基础，以消费者需求为核心，推动了商业元素的重构。（ ）**答案：对**
50. [（ ）]（ ）货币出现以后，使商品交换分离成两个相对独立的阶段，即卖和买。买是商品的第一形态变化，即商品转换为货币；卖是商品的第二形态变化，即货币转化为商品。**答案：错误**
51. [J]集体一价制的特点是强调共性的权威性和稳定性。（ ）**答案：正确**
52. [（ ）]（ ）集体一价制的特点是强调共性的权威性和稳定性。**答案：正确**
53. [（ ）]（ ）加盟连锁企业的独立性低于正规连锁，高于自由连锁。**答案：错误**
54. [J]交易参与者是指经市场开办者批准，直接进入批发市场购买商品，从事转卖交易的经济团体或个人。（ ）**答案：错误**
55. [（ ）]（ ）经营商品目录包含着必备商品目录，必备商品目录是经营商品目录的一个组成部分。**答案：正确**
56. [J]竞争是市场经济最基本的运行机制。（ ）**答案：对**
57. [（ ）]（ ）可以运用网络营销开展国际贸易。**答案：正确**
58. [K]跨境电子商务可以减少交易双方之间的中间环节，从而降低销售成本。（ ）**答案：对**
59. [（ ）]（ ）赖利法则的具体内容是，两个城市之间存在着一个商圈分界点，两个城市对处于该分界点上的顾客的吸引力是相同的，该分界点距离两个城市的空间距离却是不同。**答案：正确**
60. [L]雷利法则揭示了一个规律，即大城市的零售引力小于小城市的零售引力。（ ）**答案：错误**
61. [（ ）]（ ）离开了物流信息化，现代物流很难取得发展。**答案：正确**
62. [L]零售不仅要销售产品，而且要提供与购买或消费商品有关的各种服务。（ ）**答案：对**
63. [L]零售的服务对象是生产商和批发商。（ ）**答案：错**
64. [L]零售的主体是个体零售商和法人零售商。（ ）**答案：对**
65. [L]零售的主要目的是追求零售商利润最大化。（ ）**答案：错**
66. [L]零售店选址首先要考虑的因素是商业群，即在什么样的商业群设店。（ ）**答案：正确**
67. [L]零售企业进行国际化投资一般有独资经营和合资经营两种方式。（ ）**答案：对**
68. [（ ）]（ ）零售商成功与否不取决于哪一种业种和业态，而主要取决于零售要素组合及其创新。**答案：正确**
69. [（ ）]（ ）零售商的销售过程是销售人员与顾客自始至终的双向沟通过程。**答案：正确**
70. [L]零售商通过对一个地区的人口规模及收入水平的调查，可以大致判断出这一地区的购买力状况，从而估计出这一地区的大致需求。（ ）**答案：正确**
71. [（ ）]（ ）零售业是“城市服务产业”，批发商业是“城市形成产业”。**答案：正确**
72. [（ ）]（ ）零售业是一个充满竞争的行
- 业，因此，政府没有必要对零售商业进行任何干预。**答案：错误**
73. [（ ）]（ ）零售商业是一个充满竞争的行业，因此政府没有必要对其进行任何干预。**答案：错误**
74. [L]零售作为一种销售活动，其经营的商品主要是消费品而不是投资品。（ ）**答案：对**
75. [L]流通产业发展过程中的第一次具有根本意义的变革是批发业与零售业的最终分离。（ ）**答案：正确**
76. [L]流通产业结构转型对就业具有正向作用。（ ）**答案：对**
77. [L]流通产业在全球劳动分工和贸易交换中的比重逐年下降。（ ）**答案：错**
78. [L]流通创新不是单因素的创新，它需要各种因素共同发生作用。（ ）**答案：对**
79. [L]流通辅助机构是流通渠道的非成员性参与者，它们本身并不参与商品的买卖。（ ）**答案：对**
80. [L]流通国际化动因可以归纳为推动因素与拉动因素这两大类，推动因素更为重要。（ ）**答案：错误**
81. [L]流通国际化就是流通要素跨国界的流动，其基本表现形式为资本的国际化、管理的国际化和商品经营的国际化。（ ）**答案：正确**
82. [L]流通过程是商流、物流与信息流的统一。（ ）**答案：对**
83. [L]流通加工不含有生产性活动。（ ）**答案：错误**
84. [L]流通领域的创新对进一步优化资源配置、调整经济结构具有不可替代的重要作用。（ ）**答案：对**
85. [L]流通渠道的宽度结构也被称为渠道的层级结构。（ ）**答案：错**
86. [L]流通渠道横跨生产与消费两个领域，是商品转移的通道。（ ）**答案：对**
87. [L]流通渠道既涉及组织间关系，又涉及组织内部关系。（ ）**答案：错**

88. [L]流通渠道所涉及的活动发生在不同的社会经济组织之间，是组织间关系，而不是组织内部关系。（ ）**答案：正确**
89. [L]流通业态创新的过程，实际上就是流通企业针对市场需求重新进行市场定位和实现定位的过程。（ ）**答案：正确**
90. [L]流通政策主要涉及经济领域中的流通活动，属于经济政策的分支。（ ）**答案：正确**
91. [L]流通制度是指约束在商品流通中的人与人的相互关系、界定彼此权利与义务的一系列正式和非正式规则的总和。（ ）**答案：正确**
92. []（ ）拍卖公司也是一种批发商业形态。**答案：正确**
93. []（ ）配送中心的所有业务都是物流作业，因此配送中心是一个纯物流组织。**答案：错误**
94. [P]批发商通过实行专业化经营，可以将精力集中于其想进入甚至力图控制的特定市场，以不断提高市场占有率。（ ）**答案：正确**
95. []（ ）批发商业存在的必要性是因为可以节约商流费用。**答案：正确**
96. [P]批发商业是“城市服务产业”，零售商业是“城市形成产业”。（ ）**答案：错误**
97. []（ ）批发商业用户购买决策中的“把关者”是指有权阻止供货者向采购人员传递信息的人。**答案：正确**
98. []（ ）批发市场和集市都必须常设的交易市场，必须具有连续不断的交易特性。另外，两者一般都实行会员制。**答案：错误**
99. [P]批发与零售分离之后，两者各自的内部分工不断深化，从而使流通方式沿着批发与零售两个方向继续变革。（ ）**答案：对**
100. [Q]期货交易是指远期进行的标准化合约的交易。（ ）**答案：正确**
101. []（ ）清算机构的清算业务包括两个层次：一是对会员的清算，二是会员对客户的清算。**答案：正确**
102. []（ ）清算机构的清算业务主要包括两个层次，一是对会员的清算，一是会员对客户的清算。**答案：正确**
103. []（ ）区域型配送中心配送规模较大，主要是向城市配送中心进行配送，而很少直接配送给商店。**答案：正确**
104. [Q]渠道成员的依赖关系是渠道行为的基础，它一方面为渠道成员提供了合作的必要性和冲突的可能性，另一方面也提供了针对彼此的权力。（ ）**答案：正确**
105. []（ ）日本的大型店规制逐渐从社会性规则向经济性规制转化。**答案：错误**
106. [R]如果东道国市场潜力不大，需求又高度不确定，流通企业往往采取并购的形式进入海外市场。（ ）**答案：错**
107. [S]商流过程也就是交易过程，一般发生在两个及两个以上相对独立的个人或组织之间。（ ）**答案：对**
108. [S]商流过程一般发生在两个及两个以上相对独立的个人或组织之间。（ ）**答案：正确**
109. [S]商流与物流一直是并行的。（ ）**答案：错**
110. []（ ）商品陈列背景设计时，商品色彩与背景颜色呈补色时，顾客视觉效果最佳。**答案：正确**
111. []（ ）商品代码可由企业根据需要自行制定编制规则。**答案：错误**
112. []（ ）商品结构中的主力商品是指高档商品。**答案：错误**
113. []（ ）商品流通行政政策是指商品流通行政管理机构制定的政策，这些行政政策是强制性的。**答案：错误**
114. []（ ）商品流通政策的含义要比商品流通产业的含义宽泛。**答案：正确**
115. []（ ）商品流通政策的含义要比商品流通产业政策的内容宽泛。**答案：正确**
116. [S]商品流通政策的主体主要包括立法机构、司法机构和行政机构，但各种利益集团也对商品流通政策的制定与实施具有重要影响。（ ）**答案：正确**
117. []（ ）商品流通政策的作用在于矫正“市场失败”，促进市场公平竞争及有效率的发展。**答案：正确**
118. []（ ）商品流通政策是一种公共政策而非私人政策，具有公共物品的性质。**答案：正确**
119. []（ ）商品条码技术，主要针对商品信息的录入与处理，特别是在商店的商品销售和仓储配送过程中起到了重要的作用。**答案：正确**
120. []（ ）商圈范围的大小，主要取决于顾客及其他客观因素。**答案：正确**
121. []（ ）商业的事业内容是组织与组织之间的商品交换，而不是组织内部的产品分配、调拨。**答案：正确**
122. []（ ）商业对经济增长的贡献程度可通过商业产出弹性系数这一项指标来衡量。**答案：错误**
123. [S]商业政策是针对商业的经济政策，是流通政策的一部分。（ ）**答案：正确**
124. []（ ）商业自动化是指商业经营设施的机械化、自动化、信息化。**答案：错误**
125. []（ ）商业自动化主要是商业设施的现代化。**答案：错误**
126. []（ ）设计适当的照明是商店展示店容、宣传商品、方便选购的重要手段。**答案：正确**
127. [S]深化流通体制改革的基本思路是以市场化改革为方向，以建设法治化营商环境为主线。（ ）**答案：对**
128. []（ ）适者生存理论是由美国学者麦克奈尔提出的。该理论认为零售业态也是一个“物种”，某一业态的产生与发展是与社会经济环境直接相关。适应时就生存、发展；反之，就会被淘汰。**答案：错误**
129. [S]数字化、信息化集成技术改变了物流原有的业态形式和运作流程。（ ）**答案：对**
130. [S]随着生活节奏的加快、消费者对消费多样化需求的提高，功能单一的百货商场的客流量越来越少。（ ）**答案：对**
131. []（ ）所谓物流成本管理不是管理物流成本，而是通过成本去管理物流。**答案：正确**
132. []（ ）特许连锁是所有权与经营权的统一集中。**答案：错误**
133. [T]通政策主要涉及经济领域中的流通活动，属于经济政策的分支。（ ）**答案：正确**
134. [W]外资流通企业擅长规模化、连锁化的经营，通过降低成本，以低价策略占领我国消费市场。（ ）**答案：对**
135. []（ ）网络营销与传统的营销方式不同，应采用不同的销售策略。**答案：正确**
136. []（ ）网上商店具有传统零售商店的全部功能。**答案：错误**
137. [W]未来的“互联网+零售”不是简单地从线上到线下，或是从线下到线上，而是线上线下深度融合。（ ）**答案：对**
138. [W]为了有效进行商品采购，必须做好两项基本工作，一是商品分类，二是供应商选择。（ ）**答案：正确**
139. []（ ）我国商业的就业比重仅次于农业，居第二位。与制造业相比，商业经营的资本与技术约束低，因此，商业的进入与退出障碍低。**答案：错误**
140. [W]无论是个人用户还是产业用户，它们都是整个流通渠道的起点。（ ）**答案：错**
141. []（ ）无论是批发市场还是商品交易所，都是重要的商品流通组织。**答案：正确**
142. []（ ）物流标准化与物流柔性化是互相矛盾的。**答案：错误**
143. []（ ）物流成本管理是现代物流管理的重要组成部分，也可以说是物流管理的基础。**答案：正确**

144. [W] 物流的网络要素由两个基本要素组成, 即点和线。 () 答案: 对
145. [()] () 物流合理化包括物流作业合理化和物流结构合理化。 答案: 错误
146. [W] 物流既可以发生在两个及两个以上相对独立的个人或组织之间, 也可以发生在组织内部。 () 答案: 正确
147. [()] () 物流与商流是紧密联系在一起的, 不可分割。 答案: 错误
148. [W] 物流战略管理是对企业的物流活动实行的总体性管理, 其核心问题是使企业的物流活动与环境相适应, 以实现物流的长期、可持续发展。 () 答案: 正确
149. [()] () 物流质量管理必须满足两方面的要求, 一方面是满足生产者的要求; 另一方面是满足用户的要求。这两方面的要求基本上是一致的。 答案: 正确
150. [()] () 物流质量管理是指对物流服务质量的管理。 答案: 错误
151. [()] () 狭义的电子商务就是在互联网上进行商品交易活动。 答案: 正确
152. [X] 现代物流不仅强调物流各构成要素的整体最佳, 而且强调物流活动与其他生产经营活动的整体最佳。 () 答案: 对
153. [()] () 现代物流管理的根本目标是降低总成本。 答案: 错误
154. [()] () 现代物流管理以顾客满意为第一目标, 物流服务管理已经成为现代物流管理的一项重要内容。 答案: 正确
155. [()] () 现代物流管理应坚持的7R原则可概括为快速、便捷、正确、安全原则。 答案: 错误
156. [X] 线上批发电商平台充分利用了电子商务跨越时间和空间的特点, 最大限度地获取了客户资源。 () 答案: 对
157. [()] () 消费者到商店购物所支付的成本就是指消费者购买商品的价格。 答案: 错误
158. [()] () 消费者到商店购物支付的成本就是指消费者购买商品的价格。 答案: 错误
159. [X] 信息不仅是商流与物流的前提, 也是商流与物流状态的反映。 () 答案: 对
160. [X] 信息不仅是商流与物流的前提, 也是商流与物流状态的反映。 () 答案: 正确
161. [()] () 休闲娱乐功能是零售商业所独有的功能。 答案: 正确
162. [Y] 严格来说, 购物中心不是一种零售业态。 () 答案: 正确
163. [Y] 一个批发商的流通加工能力的强弱, 将直接影响其对用户的服务质量。 () 答案: 对
164. [()] () 一般来说, 黄金段的高度在0.6~1.2米之间, 是商品陈列的最佳位置。 答案: 错误
165. [Y] 一般来说, 经营选购品、耐用品和特殊品的店铺其商圈范围较大。 () 答案: 正确
166. [()] () 一般来说, 小型店铺的边缘商圈在1.5公里以外, 顾客步行来店在40分钟以上。 答案: 错误
167. [()] () 一般认为, 1848年由82名谷物商自发组织创立的芝加哥商品交易所是世界上第一个现代意义的从事期货交易的商品交易所。 答案: 正确
168. [Y] 营销渠道关注的视角是微观的, 流通渠道则是从宏观的视角关注商品从生产领域向消费领域的转移过程。 () 答案: 对
169. [Y] 由实体分销管理到物流管理, 再到供应链管理的一部分, 说明了人们对物流认识的转变。 () 答案: 对
170. [Y] 与零售业态的多样化特点相适应, 批发商的综合化趋势将越来越明显, 各种综合批发商将成为批发商的主流。 () 答案: 错误
171. [Y] 与其他进入方式相比, 并购的最大优点是流通企业只需要极少的前期投资, 成本最小。 () 答案: 错误
172. [Y] 与其他进入方式相比, 许可对海外市场
- 的控制程度最高。 () 答案: 错误
173. [Z] 在共享经济之后, 无人业态被誉为流通领域的下一个“风口”。 () 答案: 对
174. [()] () 在规范的批发市场中, 上市者可以直接将上市商品销售给需要者。 答案: 错误
175. [()] () 在规范的批发市场中, 中间批发商不得从上市者手中直接购进商品。 答案: 正确
176. [Z] 在海外设立零售企业要面对陌生的市场环境, 风险非常大。 () 答案: 对
177. [Z] 在“互联网+零售”下, 零售商与消费者是简单的商品交易关系。 () 答案: 错误
178. [()] () 在计划经济体制下, 不存在真正意义的商品流通。 答案: 正确
179. [()] () 在计划经济体制下是不存在真正意义的商品流通的。 答案: 正确
180. [Z] 在“拉式”供应链模式下, 生产商根据市场调研和经验分析进行商品的开发和生产, 制定相应目标决策, 并将目标逐层推向下游的企业和零售商。 () 答案: 错误
181. [Z] 在商品从生产领域向消费领域转移的过程中, 商品的所有权至少要被转移一次。 () 答案: 对
182. [Z] 在消费者权益保护方面, 我国早在1994年就成立了中国消费者协会, 其章程中明确提出了消费者应享有的各项权利。 () 答案: 错误
183. [()] () 只要看物流状况, 就能判断企业的管理水平。 答案: 正确
184. [()] () 只要有社会分工, 就一定会有商品交换。 答案: 错误
185. [()] () 制造批发商是最传统、最标准的批发商, 其组织形式多种多样, 但以批发公司的形式居多。 答案: 错误
186. [()] () 制造商或消费者的购销活动也是重要的商业活动。 答案: 错误
187. [()] () 专门从事“工业自销”的生产企业自设的销售机构不是真正意义上的批发商。 答案: 正确
188. [()] () 专业店的特征之一是经营品种繁多, 且规格、档次、花色式样齐全。 答案: 错误
189. [Z] 专业批发市场是就某一类商品批发而设立的市场, 此类市场有较大的区域性和集散性。 () 答案: 正确
190. [Z] 自从批发商业与零售商业分离后, 批发商业得到了迅速发展, 特别是在20世纪80年代前, 批发商业处于社会商品流通的绝对支配地位。 () 答案: 错误
191. [()] () 自由连锁的集中程度低于正规连锁, 高于特许连锁。 答案: 错误
192. [()] () 自由连锁的突出特点是: 统一资本, 集中管理, 分散销售, 权力集中, 利益独享。 答案: 错误
193. [()] () 自由连锁是成员店的所有权、经营权是独立的, 实行自愿联合, 统一进货、统一管理、独立核算, 共同分享经营的利益。 答案: 正确
194. [Z] 总体来说, 商品的单位价值越低, 其流通渠道就可以越长。 () 答案: 正确
195. [()] () 作为综合性物流运动的配送不仅仅是送货。 答案: 正确

主观题(93) 微信号: zydz_9527

1. POS系统
2. 百货店
3. 比较第三方物流和第四方物流, 说明两者的区别。
4. 超级市场
5. 城市汽车加油站的常态目前, 在我国的大中城市中, 人们可在汽车加...
6. 储运、物流到供应链: 宝供物流的三级跳提起中国的第三方物流企业...
7. 传统仓储企业如何向现代物流企业转型某地有一中转仓库是以仓储业...
8. 戴尔公司渠道的变革戴尔在线是戴尔公司中

- 较新的部门，负责整个公...
9. 第三方物流
10. 第四方物流
11. 电子商务
12. 都说物流是新兴产业，并看好其发展前景。但在物流企业运营中，越...
13. 概述商业的产业特征。
14. 供应链构筑的典范——P&G和沃尔玛的产销联盟一、建立新型的协...
15. 供应链管理
16. 购物中心
17. 集市贸易还有生存的空间吗？集市贸易作为最古老的贸易形态在我国...
18. 家乐福开拓市场的独特方式每次家乐福进入一个新的地方，都只派1...
19. 简述超级市场的经营特征和主要优势。
20. 简述超级市场的业务构成。
21. 简述第三方物流与第四方物流的区别。
22. 简述零售选址的原则。
23. 简述零售业发展趋势。
24. 简述流通产业的特点。
25. 简述流通方式的变革。
26. 简述流通方式的变革过程。
27. 简述配送的特点、功能与作用。
28. 简述批发经营的特点。
29. 简述批发流通的变革。
30. 简述商品流通政策的属性。
31. 简述网上商店的定义及特点。
32. 简述未来批发商业的发展方向。
33. 简述新形势下批发商面临的挑战。
34. 简要说明批发商业所具有的功能。
35. 简要说明现代物流管理的基本特征及主要目标。
36. “楷模”的物流系统7-11便利店是现今全球最大的零售网络商之...
37. 连锁店的产生与发展需要具备哪些条件？
38. 零售商业三次革命的主要内容是什么？
39. 零售要素组合
40. 零售营销都有哪些特点？
41. 某批发市场的发展战略思考某综合批发市场位于中国北方某城市，处...
42. 某物流公司的家电增值服务现阶段，某物流公司配送业务主要集中在...
43. 欧洲物流的“绿色变革”欧洲物流企业高度重视环境保护和生态平衡...
44. 配送
45. 配送中心
46. 批发市场
47. 请大家根据所给案例材料，用所学理论进行分析论证，说明自己的观...
48. 请大家根据所给案例材料，用所学理论进行分析论证，说明自己的观...
49. 请大家根据所给案例材料，用所学理论进行分析论证，说明自己的观...
50. 请简述商品流通政策的基本属性。
51. 请说明决定消费者需求变化的因素有哪些？
52. 请说明网上商店的定义及特点。
53. 请指出现代物流与传统物流的主要区别。
54. 如何看待我国商业街（区）的改造和建设自20世纪90年代后，我...
55. 如下图，某城市中心商务区为图中的CBD标记所在区位，在两条主...
56. 商品陈列有哪些技术要求？
57. 商品交易所对上市商品有哪些规定？
58. 商品结构
59. 商品流通政策
60. 商品条码有哪几种？如何应用？
61. 商业为什么能够产生？
62. “上天入地”的中远物流中远集团有海外机构400多个，形成以北...
63. 生产者流通政策
64. 试述配送中心的主要功能和作用。
65. 说明超级市场的经营特征。
66. 说明店铺位置选择的区域特点。
67. 说明现代物流与传统物流的区别。
68. 太阳系的“城市星河舰队”联盟近年来，在某市发生了一个城市社区...
69. 淘宝年成交额超沃尔玛3倍，传统零售业面临变革最近业界频传淘宝...
70. 通用公司打造全球供应链2001年7月4日，欧盟委员会正式否决...
71. 未来批发商业的发展方向是什么？
72. 为确保食品安全，商业零售业能做什么？从农田到餐桌，这...
73. 为什么说店铺选址对零售经营具有重要的意义？
74. 我国发展现代物流产业的意义何在？
75. 我国物流合理化的主要途径有哪些？
76. 沃尔玛：中国遭遇物流之痛“来自沃尔玛的威胁将首先体现在供应链...
77. 物流的基本要素都有哪些？何为流通加工？
78. 物流合理化
79. 现代物流发展的新趋势有哪些？
80. 消费者流通政策
81. 业态
82. 业种
83. 影响商圈大小的主要因素是什么？
84. 影响商圈大小的主要因素有哪些？
85. 与传统商店相比，网上商店有哪些特点？
86. 与零售商业相比，批发商业有哪些特点？
87. 与其他产业相比，零售商业具有哪些特点？
88. 在确定具体店铺位置时一般要进行哪些分析？
89. 在我国，何谓连锁店？简述其经营优势。
90. 招牌的命名与文字设计应注意哪些问题？
91. 正规连锁
92. 指出现代物流与传统物流的区别。
93. 中外医药零售业亲密接火根据我国政府加入世界贸易组织所作的承诺...

1. POS系统
答案：是销售时点管理系统的简称。它是利用第三类收款机（即POS收款机）进行销售数据的实时输入，系统实时处理销售业务，并进行经营业务分析的管理信息系统。
2. [B]百货店
答案：是指在一个大建筑物内，根据不同商

- 品部门设销售区，开展进货、管理、运营，满足顾客对时尚商品多样化需求的零售业态。
3. [B]比较第三方物流和第四方物流，说明两者的区别。
答案：（1）两者有明显的区别。第三方物流，又称契约物流或外包物流，是相对于卖方即销售方的第一方物流和买方即采购方的第二方物流而言的。凡是由社会化的专业物流企业按照货主的要求所从事的物流活动都属于第三方物流。
- （2）从狭义上看，第三方物流是指能够提供现代化、系统化、定制化和连续性、增值性物流服务的物流企业。第三方物流是物流社会化的产物，是物流服务的一种高级的、成熟的形态。
- （3）从总体上讲，第三方物流具有以下特征：是建立在现代信息技术基础上的专业化、社会化物流；是为用户提供具有长期契约性质的综合物流服务；是用户的战略投资人，其利润来源于为用户创造的物流增值。
- （4）第四方物流同样是相对于第一方、第二方和第三方物流而言的。第四方物流是一个供应链集成商，它调集和管理组织自己的以及互补性服务提供商的资源、能力和技术，以便为用户提供一个综合的供应链解决方案。它实际上是供应链的整合者、集成者、咨询者和管理者。相对于第三方物流而言，第四方物流可以在更大范围内整合资源，并构筑更大规模的、覆盖面更广的物流信息平台。
4. [C]超级市场
答案：是指采取自选方式，以销售食品、生鲜食品、副食品和生活用品为主，满足人们日常生活需要的零售业态。
5. [C]城市汽车加油站的常态
目前，在我国的大中城市中，人们可在汽车加油站前经常能见到这种状况，由于机动车辆增多，往往在峰值时刻，加油站前排满了等待...的看法及解决问题的方案。
- ①解释顾客等候，加油迟滞的原因。
- ②从加油站布局、流程设计上提出提速运营方

案。

③从服务设计上提出增值设计及方案。

答案：（1）加油站让顾客等候，并有加油迟滞现象，说明效率不是最高，流程有待优化。

（2）应该以加油枪不停滞、效率最高为前提，对加油站的流程和格局做出优化设计

（3）布局很关键，应该避免串联布局，改为并联布局，45度角斜着并排加油机。

（4）服务围绕顾客设计，最佳方案是司机人不离车，采取无线刷卡或自助加油等方式。

（5）进行服务细节和流程的增值设计，规范语言和行，累计加到量或频次可送赠品等。

（6）其他。酌情给分，可画图说明。

6. [C] 储运、物流到供应链：宝供物流的三级跳

提起中国的第三方物流企业，业内许多人士会提及宝供物流，摩根士坦利给宝供物流下的评语是：“中国最具价值的... 例思考：

1. 你认为宝供物流的成功经验在哪里？

2. 宝供物流为什么向供应链服务领域挺进？

3. 宝供物流的成功经验对国内物流企业的启示有哪些？

答案：1. （1）循序渐进，逐步跳跃，实现转型；

（2）紧紧抓住现代物流的发展脉搏，逐步提升自身的核心能力；

（3）不断扩展，积极提升自身的综合物流服务能力；

（4）有明确的市场细分，能够做到有针对性的业务开发。

2. （1）供应链管理及跨企业的物流管理是大势所趋；

（2）供应链服务是3PL的重要能力体现；

（3）供应链集成化对物流服务企业提出的要求越来越高；

（4）其他。

3. （1）由传统物流积极向现代物流转型；

（2）积极培育自身的核心竞争能力；

（3）积极向供应链服务领域挺进；

（4）要有自己的业务发展战略。

7. [C] 传统仓储企业如何向现代物流企业转型
某地有一中转仓库是以仓储业务为主的中小型流通仓库。进入20世纪90年代后，该库领导已意识到若一直停留在传... 就成立了配送中心，而真正的配送业务却一直到了21世纪后才开展起来？

2. 你认为传统仓储企业如何向现代物流企业转型，转型成功应具备哪些基本条件？

答案：1.

（1）我国物流特别是现代物流发展起步较晚，准确地说2000年以后才开始被更多的政府部门和企业所认识。

（2）早期其业务主要是仓储，突然向配送转型需要有个过程。

（3）随着微观需求的增多，企业的观念开始转变，特别是开始用现代物流增值服务的观念去为客户服务。

（4）随着信息技术的发展，为企业发展配送业务提供了手段和条件。

（5）客户的观念开始转变，认识到利用外包降低成本，提高服务的好处。

2.

（1）要具备相关现代物流发展理念。

（2）要面向未来，找到或定位属于自己的业务模式，并能够整合相关资源。

（3）要充分使用信息技术，加快市场反应速度。

（4）要突破单一环节业务，为客户优化供应链管理。

（5）要不断为客户开发增值服务。

8. [D] 戴尔公司渠道的变革

戴尔在线是戴尔公司中较新的部门，负责整个公司在世界范围的互联网战略和执行情况的协调工作。在1997年春季，部门中有32位... 渐进式的变革？

2. 从流通主导权的角度分析，戴尔的流通渠道主导权掌握在哪一方的手中？

3. 分析戴尔对其流通渠道进行改革的进程中

存在哪些劣势？

答案：1. 戴尔对流通渠道的变革出于以下几点考虑。

（1）这种直销模式本身使戴尔在具体到向中国客户提供服务时处于一个不利的处境；

（2）中国内地不完善的物流系统，也不利于戴尔直销模式，与之相比，联想在内地拥有3000多个销售点，有高效率的物流流程，更能提供全国售后服务。同时，全球经济复苏乏力，有着巨大潜力的中国电脑市场成为兵家必争之地。

（3）中国电子商务及网络经济发展不如发达国家市场，针对本土实际情况进行必要改进是应该的。

2. 掌握在消费者手中，具体是指电子商务条件下的消费者主导。

3. （1）投资组建自己的销售渠道成本太大，周期太长；

（2）流通渠道建设不熟悉，缺乏经验；

（3）竞争对手已经建立完善的销售渠道，戴尔是后发劣势。

9. [D] 第三方物流

答案：又称契约物流或外包物流，是相对于卖方即销售方的第一方物流和买方即采购方的第二方物流而言的，凡是由社会化的专业物流企业按照货主的要求所从事的物流活动都属于第三方物流。

10. [D] 第四方物流

答案：第四方物流是相对于第一方、第二方和第三方物流而言的。第四方物流是一个供应链集成商，它调集和管理组织自己的以及具有互补性服务提供商的资源、能力和技术，以便为用户提供一个综合的供应链解决方案。它可以在更大范围内整合资源，并构筑更大规模的、覆盖面更广的物流信息平台。

11. [D] 电子商务

答案：是指运用现代电子技术、通信技术乃信息技术，利用计算机网络从事的各种商务

活动。

12. [D] 都说物流是新兴产业，并看好其发展前景。但在物流企业运营中，越来越呈现“劳动密集、资本密集和信息技术密集”这种“三密集”特征。众所周知，我国开... 着众所周知的服务与成本的“二律背反”规律，而在现实中，众多的物流企业不得不忍受高成本高服务或是降低服务削减成本的压力。请说说你的看法和观点。

答案：（1）物流是第三利润源泉，挖掘的过程也是投入的过程。

（2）“三密集”特征表明，进入门槛变高，管理难度变大。

（3）即便技术对劳动力作出效率替代，服务涨价也是必然。

（4）二律背反是规律，但服务改进并不一定要依赖成本增加。

（5）在系统成本降低的前提下，挖掘增值服务空间。

（6）其他。

13. [G] 概述商业的产业特征。

答案：作为相对独立的产业门类，商业与其他产业，特别是制造业相比，具有如下特征：

（1）对劳动力有较强的吸纳能力，具有就业机器功能；

（2）进入与退出障碍低，竞争激烈；

（3）行业集中度较低，规模经济性不明显；

（4）技术进步的从属性。

14. [G] 供应链构筑的典范

——P&G和沃尔玛的产销联盟

一、建立新型的协作关系

进入20世纪80年代以后，美国的零售企业不仅在规模上有了巨大发展，更... 玛建立产销联盟关系对双方绩效产生的影响。

2. 请分析金佰利·克拉克公司与沃尔玛之间围绕PB产品供给的合作，会给金佰利·克拉克公司带来的影响。

答案：（1）对沃尔玛来讲：

- ①易使成本削减；
- ②在库成本和风险的压缩；
- ③因为无纸贸易而产生的间接费用的削减；
- ④人员整理、再配置等人力费用的下降；
- ⑤多环节流通过费用的削减等。

对于宝洁公司来讲：

- ①成本的下降；
- ②借助于MMI系统使企业营销计划的制定和实现变得非常容易；
- ③通过自动订货系统使削减在库成本和风险的努力成为可能；
- ④由于产销联盟战略的实施，提高了工厂的生产率，构筑了柔性化的生产体制，削减了原材料的调达成本，降低了由于价格波动而产生的机会损失；
- ⑤排除了中间流通环节，节约了流通成本。

（2）①Huggies产品的销售、保持收益的稳定，通过生产量的大幅度提高充分发挥规模经济效益。

②沃尔玛的协作关系会随着PB产品的生产销售规模的扩大而日益稳固。因此，在订货条件、商品管理、展示货架等各方面都会得到沃尔玛的优惠，这样会为金佰利·克拉克公司扩大经销其他商品，确保自身第一大品牌的地位奠定了良好的基础。

③在PB产品的竞争中，金佰利·克拉克公司就能有力地反击其他PB生产商的挑战。

④采用向沃尔玛提供PB产品，能够有力地回应宝洁公司的新产品战略，利用两条战线来抵挡宝洁公司可能对他的冲击。

⑤最后，作为第一品牌向沃尔玛提供自有品牌产品，是一种战略性举措，值得借鉴。

15. [G]供应链管理

答案：是指利用计算机网络技术全面规划供应链中的商流、物流、信息流、资金流等，并对它们进行计划、组织、协调与控制。

16. [G]购物中心

答案：是指商业企业的一个集中设施，按其商圈选拔设施的位置、规模和形态，并将这一设

施的多种店铺作为一个整体来计划、开发、所有和经营，同时拥有一定规模的停车场。它既不是一种企业，也不是一种业态，而是由众多店铺构成的一个集中购物设施。

17. [J]集市贸易还有生存的空间吗？

集市贸易作为最古老的贸易形态在我国已有数千年的历史。但是，在现代化超级市场的挤压下，集贸市场的生存空间越来越小，... 贸市场在中国是否还有生存空间？

2. 如果没有生存空间，请说明理由；如果还有生存空间，请谈谈今后集贸市场发展的走向，以及在发展中应注意的问题。

答案：集贸市场的生存空间及发展前景

1. 评述现状及集贸市场的生存空间

集贸市场作为中国传统的贸易形式，确实面临着现代化超市和便利店的竞争压力。许多城市政府也在进行集贸市场的整治和关闭工作，这反映了集贸市场在城市发展中地位的下降。然而，评估集贸市场的生存空间需要从多个角度综合考量：

市场需求与角色定位：尽管现代超市普及，但一些消费者仍偏向集贸市场的价格更低、更接地气的购物体验。尤其是低收入群体和中老年人群体，更倾向于集贸市场的购物方式。

文化传承与社区功能：集贸市场在中国有着悠久的历史，不仅是经济活动场所，更是社区生活的一部分，具有社区凝聚力和文化传承功能。

政策和管理调整：政府可以通过管理优化和环境改善来提升集贸市场的形象和服务质量，使其更好地适应现代消费者的需求。

2. 集贸市场还有生存空间的原因

价格优势：集贸市场通常能提供更为实惠的价格，吸引消费者寻求经济实惠的购物场所。

多样化和灵活性：与超市相比，集贸市场供应更为多样和灵活，能够满足个性化和地方性的消费需求。

文化认同和社区服务：集贸市场不仅是购物地点，也是社区文化交流和服务的重要场所，能够满足社区居民日常生活的多样化需求。

3. 集贸市场发展走向及注意的问题

市场定位与精细化管理：集贸市场需要通过市场定位明确自己的消费群体，并进行精细化管理，提升服务质量和环境卫生。

技术应用与创新：引入现代管理技术和信息化手段，提升集贸市场的管理效率和服务水平。

环境改善与形象提升：改善集贸市场的环境卫生、交通便利性和市场形象，吸引更多消费者和投资者关注和支持。

18. [J]家乐福开拓市场的独特方式

每次家乐福进入一个新的地方，都只派1个人来开拓市场。进入台湾家乐福只派了1个人，到中国内地也只派了1个人。这第一个... 脑袋想出的店址，其背后精密和复杂的计算，常令行业外的人士大吃一惊。

案例思考：根据你所掌握的流通理论，评述上面的材料，并谈谈它带给你的启示。

答案：根据所提供的案例，家乐福采用了一种独特的市场开拓策略，即在进入新市场时，派遣仅一位总经理作为第一步的代表，并且立即招聘本地助理。这种方法背后的逻辑是，通过本地化的管理团队快速了解和适应当地市场的特点和需求，从而优化采购和供应链管理，确保产品能够符合当地消费者的偏好和需求。

1. 零售商经营的宏观环境分析：在零售业，特别是涉及全球扩展的大型零售商如家乐福，理解和适应当地文化、消费习惯和市场竞争环境至关重要。每个市场都有其独特的经济、社会和文化背景，影响着消费者的购买决策和偏好。因此，零售商必须灵活调整其供应链和产品组合，以迎合不同市场的需求。

2. 零售商经营要素分析：选址： 家乐福选

择在各个市场的交通要道，即所谓的十字路口，这不仅有助于品牌的可见度，还方便了消费者的访问和物流的运输效率。店铺设计： 店铺设计需要考虑当地消费者的文化偏好和购物习惯。例如，在中国市场，家乐福的大卖场布局考虑了大量购物车的使用习惯和亲子购物的需求。物流及物流管理： 家乐福在每个新市场都建立了本地化的供应链网络，大部分商品都采购自当地供应商，这不仅减少了运输成本，还保证了产品的新鲜度和价格的竞争力。

3. 对我国零售商的启示：提升竞争力： 中国零售商在面对国际竞争时，可以借鉴家乐福的本地化策略。了解并满足本地消费者的需求，是提升竞争力的关键。处理本土化与国际化的关系： 零售商在扩展到新市场时，必须在保持国际品牌标准的同时，适度本地化以符合当地市场的需求。这需要平衡全球标准化和本地差异化的策略，确保品牌在全球范围内的一致性和可持续性。

19. [J]简述超级市场的经营特征和主要优势。

答案：与其他业态相比，超级市场的经营特征主要表现在：

- （1）商品构成是以食品、衣服、日用杂货等常用必需品为主；
- （2）实行顾客自我服务和一次集中结算的售货方式；
- （3）薄利多销，商品周转速度快；
- （4）商品新鲜、洁净，明码标价，并在包装上注明商品的质量和重量；
- （5）实行商品经营管理制度，按部门陈列商品；
- （6）一般周边设有停车场。

超级市场的优势在于：

- （1）由于低价销售，对消费者有较大的吸引力，促进批量购买；
- （2）由于大量采购，且是从厂商直接进货，减少了中间环节，进货成本较低；
- （3）采用自我服务，可节约人工费用，加上无送货制度，节约了送货费用；

(4) 商品开架陈列, 既发挥了商品实体的诱惑力, 刺激消费者购买欲望, 又方便了消费者选购。

20. [J] 简述超级市场的业务构成。

答案: (1) 超级市场的业务流程可概括为“开架售货、自主服务、小车携带、出门结算”。

(2) 其具体业务流程由8个环节构成: 1) 设立免费存包处; 2) 备有购物篮和手推车入口处; 3) 自选卖场; 4) 鲜活商品冷风柜; 5) 讲究的商品陈列; 6) 标准化包装的商品加工部; 7) 咨询服务员与动快的上货员; 8) 备有电子收款机的结算处。

21. [J] 简述第三方物流与第四方物流的区别。

答案: 两者有明显的区别, 具体表现在以下方面:

(1) 第三方物流, 又称契约物流或外包物流, 是相对于卖方即销售方的第一方物流和买方即采购方的第二方物流而言的, 其不拥有货物的所有权。从广义上理解, 凡是由社会化的专业物流企业按照货主的要求所从事的物流活动都属于第三方物流。

(2) 从狭义上看, 第三方物流是指能够提供现代化、系统化、定制化和连续性、增值性物流服务的物流服务企业。它是物流社会化的产物, 是物流服务的一种高级的、成熟的形态。

(3) 从总体上看, 第三方物流具有以下特征: 是建立在现代信息技术基础上的专业化、社会化物流; 是具有长期契约性质的综合物流服务, 其最终职能是保证用户物流体系的高速运作; 是用户的战略投资人, 并与用户建立并保持战略合作关系, 其利润来源于为用户创造的物流增值。

(4) 第四方物流同样是相对于第一方、第二方和第三方物流而言的。第四方物流是一个供应链集成商, 它调集和管理组织自己的以及具有互补性服务提供者的资源、能力和技术, 以便为用户提供一个综合的供应链解决方案。所以, 它实际上是供应链的整合者、集成者、咨询者和管理者, 其作用是集合和管理包括第三方物流在内的物流资源、技术、设施, 依托现代信息技术和管理技术来提供完整的供应链解决方案。由此可见, 第四方物流可在更大范围内整合资源, 并构筑更大规模的、覆盖面更广的物流信息平台。

以, 它实际上是供应链的整合者、集成者、咨询者和管理者, 其作用是集合和管理包括第三方物流在内的物流资源、技术、设施, 依托现代信息技术和管理技术来提供完整的供应链解决方案。由此可见, 第四方物流可在更大范围内整合资源, 并构筑更大规模的、覆盖面更广的物流信息平台。

22. [J] 简述零售选址的原则。

答案: (1) 方便购买原则。(2) 方便运送原则。(3) 有利竞争原则。(4) 有利网点扩充原则。

23. [J] 简述零售业发展趋势。

答案: (1) 传统百货商场从单纯卖货点向商业综合体转变。(2) 实体经济与电子商务向相互依托、相互借力转变。(3) 流通领域层层加价向直销直供转变。(4) 市场信息不对称向公共信息平台化服务转变。(5) 生产者定价向国际市场综合竞争定价转变。(6) 从产品营销为主向品牌营销为主转变。(7) 从生产决定销售向销售整合生产转变。

24. [J] 简述流通产业的特点。

答案: (1) 就业吸纳能力较强。(2) 技术发展水平较快。(3) 全球化水平较高。

25. [J] 简述流通方式的变革。

答案: (1) 由直接流通到间接流通。(2) 由复合流通到批零分离式流通。(3) 由现货贸易到期货贸易。(4) 由现实空间交易到虚拟空间交易。(5) 由自营物流到专业化物流。

26. [J] 简述流通方式的变革过程。

答案: (1) 由直接流通到间接流通。(2) 由复合流通到批零分离式流通。(3) 由现货贸易到期货贸易。(4) 由现实空间交易到虚拟空间交易。(5) 由自营物流到专业化物流。

27. [J] 简述配送的特点、功能与作用。

答案: (1) 配送的特点有: 是按用户需求进行的商品组配与送货活动; 它不是一般的送货, 其功能是多样化的; 是一个综合性的物

流运动。

(2) 送的功能和作用表现在以下几个方面: 配送能够促进物流资源的合理配置; 配送是降低物流成本的有效途径; 配送能够有效促进流通的组织化和系列化。

28. [J] 简述批发经营的特点。

答案: (1) 交易批量较大。(2) 交易过程理性。(3) 交易商圈较大。(4) 交易关系稳定。(5) 交易专业化明显。

29. [J] 简述批发流通的变革。

答案: (1) 批发商的经营规模越来越大, 资本实力越来越强。(2) 批发商的内部分工越来越细, 种类越来越多。(3) 批发市场开始出现, 批发商组织形式的变革。(4) 批发商经营方式的变革。(5) 批发商经营技术的变革。

30. [J] 简述商品流通政策的属性。

答案: 商品流通政策的属性概括如下:

(1) 商品流通政策是社会公共机构对社会商品流通活动的一种公开介入和干预, 因此, 是一种公共政策而非私人政策, 具有公共物品的性质。

(2) 商品流通政策体现的是社会公共机构的价值判断或意志。这说明商品流通政策也是“主观的”, 商品流通政策是“左”还是“右”, 是“多”还是“少”, 完全取决于社会公共机构的价值判断。从这个意义上讲, 商品流通政策又具有时空上的差异性。

(3) 商品流通政策包含着自动变迁的机制或者说具有动态可变性。

(4) 商品流通政策所指涉的对象是整个商品流通过程, 因此, 既有针对专业化商品流通部门的政策, 也有针对非专业化流通部门, 即生产者或消费者的政策; 既有法律、法规等强制性政策, 也有行政“指导”或“劝告”等非强制性政策, 这就是说商品流通政策也是一个自成体系的系统, 具有系统性。

31. [J] 简述网上商店的定义及特点。

答案: 网上商店, 也称电子商店或虚拟商

店, 是指在互联网上设立的虚拟零售场所, 供消费者购买所需要的商品。网上商店是电子商务应用的一个重要组成部分, 是B2C电子商务的一种典型形式, 也是电子商务应用最普遍、发展最快人、最成功的领域。网上商店是电子商务条件下出现的一种新型的零售业态形式。与传统商店相比, 网上商店有如下特点:

- (1) 节省商店的租金和设备费用。
- (2) 降低商店的营运成本。
- (3) 经营规模不受地域和场地的限制。
- (4) 可以为消费者提供更好的服务。
- (5) 有固定的消费者群体和限定的商品种类。

32. [J] 简述未来批发商业的发展方向。

答案: 从总体上看, 批发商业将呈现以下发展趋势:

(1) 组织化。组织化包括两层含义: 一是批发商自身的组织化, 二是用户的组织化。批发商自身的组织化包括经营组织化和地域组织化。经营组织化有利于开展规模化、集约化经营, 获得规模经济效益, 并提高对用户的服务水平。地域组织化有利于批发商之间相互沟通信息、共同建设和使用物流设施, 提高物流设施的作用率, 节约物流成本, 同时也利于集中交易。

(2) 信息化。信息化建设主要包括两项内容: 一是高效率的信息搜集、加工和处理系统; 二是向用户提供高质量的信息。

(3) 物流化。物流功能是批发商业的重要功能。随着电子商务的兴起, 批发商更应注重将工作重点转向物流, 把提高物流服务能力作为自己的核心竞争力来培养, 要促使自己从传统的“商品批发”转变为现代的“物流批发”。

(4) 专业化。从发展趋势看, 各种专业批发商将成为批发商的主流, 并由“业种批发”向“业态批发”转变。传统的“业种批发”考虑的重点是商品, 而没有考虑业态的特点, 因此, 这种类型的批发商已越来越不适应零售业态多样化的需要, 将逐步被“业态批发”所替

代。

33. [J]简述新形势下批发商面临的挑战。

答案：（1）来自制造商的挑战。（2）来自零售商的挑战。（3）来自信息化的挑战。（4）来自新兴的电商模式的挑战。（5）来自物流服务能力及物流产业化的挑战。（6）来自顾客理性化消费心理的挑战。

34. [J]简要说明批发商业所具有的功能。

答案：批发商业扮演的生产者与再销售者或产业用户中间人的角色，决定了它在商品流通过程中具有如下功能：

- （1）商品集散功能。
- （2）供求调节功能。
- （3）成本节约功能。
- （4）信息传递功能。
- （5）流通加工功能。
- （6）物流功能。
- （7）流通金融功能。
- （8）风险负担功能。
- （9）销售支援功能。

35. [J]简要说明现代物流管理的基本特征及主要目标。

答案：随着社会经济的发展和市场竞争的日益激烈，现代物流管理的内涵不论在宏观上还是微观上都有所拓展。

- （1）在宏观上，现代物流管理更加强调政府以及有关专业组织的规划和指导作用。
- （2）在微观上除了实现供应链的整体最优管理外，还在服务专业化和增值化等层面有了新的发展。
- （3）现代物流管理的永恒主题是成本和服务，即在努力削减物流成本这一冰山的基础上，努力提升物流增值性服务。
- （4）现代物流通管理的目标主要表现在以下几方面：
 - ①现代物流管理以实现客户满意为第一目标。这里的客户不仅仅指物品的需求方，还可以指物流服务的接受方。
 - ②现代物流管理以整体最优为目的。整体最优可以理解为供应链最优或行业的最优，而不是部分最优或部门最优。

③现代物流管理既重视效率更重视效果，如在确保整体最优的基础上充分重视环保、公害、交通等因素，积极发展符合21世纪发展潮流的绿色物流。

36. [“] “楷模” 的物流系统

7-11便利店是现今全球最大的零售网络商之一，被公认为世界便利店的楷模。7-11取得的辉煌业绩，除了其先进的经营方式与独特的顺利施行，建立了先进、高效的物流系统，并确保多个物流战略体系。

案例思考：你认为7-11物流系统强大的表现有哪些？可供借鉴的经验是什么？

答案：7-11作为全球便利店巨头，其强大的物流系统是其成功的重要支柱之一。以下是其物流系统强大表现及可供借鉴的经验分析：

- 1. 市场定位的因素分析

7-11在市场定位上有几个关键因素：便利性和可及性；7-11依靠区域集中化建店战略，将店铺布局在高密度的人群区域，以确保顾客可以方便快捷地访问店铺。

品种和品质的保证：提供独特的商品和新鲜的制作商品，以及始终保持零缺货的供货能力，这些都是7-11在市场上树立差异化优势的重要手段。

- 2. 物流模式、核心要素的分析

成本导向和效率：7-11采用集约配送和共同配送方式，优化供应链，降低运营成本。这种成本效益的追求使得其在市场上能够保持竞争力。

人性化服务：通过先进的物流技术和科学的配送网络，7-11能够实现高效的物流运作，确保新鲜和高品质商品的及时配送，从而提升顾客满意度和忠诚度。

- 3. 对我国企业的启示

顾客需求导向的服务观念：7-11强调提供顾客真正需要的产品和服务，通过深入了解顾

客的购物习惯和偏好来优化物流和库存管理，这种服务理念对于中国市场尤为重要，特别是在城市化和消费升级背景下。

科学的配送网络：建立高效的配送网络，考虑到城市化进程和交通状况，合理规划配送路线和仓储设施，能够有效降低配送成本并提升送达效率。

37. [L]连锁店的产生与发展需要具备哪些条件？

答案：从美国及西方一些发达国家连锁店发展的过程可看出，连锁店的产生与发展需要具备以下基本条件：

- （1）有较高的工业生产水平。多店铺统一经营要求生产部门提供的包装、规格、质量等方面具备一定的水平，以适应商品品种多样化、选择性强的要求，以便于统一战略、统一价格政策的实施和技术标准的推广运用。
- （2）国民收入及消费达到一定水平，民众的商品购买力较高。在日常用品和食品领域，集中、大批量、专业化经营是连锁店的优势。这种优势的发挥，要求大多数人的收入水平达到一定水准，总体消费水平较高。
- （3）有较好的运输、通讯条件及物流设施。连锁店的店铺分布各地，市场瞬息万变，要求必须有良好的交通运输、通讯等条件，否则就会因商品运送、总部与店铺间的信息不畅失去市场机会。
- （4）有一个统一，开放、有序的市场体制。连锁经营需要实行统一计划、统一战略、统一经营、统一价格：需要不存在地区间的市

场分割、封锁及一些非经济的市场壁垒，商品、资金、人才的流动及网点的延伸等只接受市场机制的调节。另外，企业进出市场、竞争行为及负担的市场责任等都应被置于统一、平等、公平和稳定的基础之上。

38. [L]零售商业三次革命的主要内容是什么？

答案：（1）零售商业第一次革命的标志是现代意义的百货店的诞生。百货店的首创性主要体现在：实行顾客自由进出商店的原则；实行明码标价，提高了交易的透明度，经营的商品门类齐全，品种繁多，且讲究商品陈列；实行柜台销售；实行退货制度；实行“薄利多销”原则；在组织管理上实行商品部制度。

- （2）连锁商店的产生，是继百货店出现之后，零售商业的又一次革命。连锁商店的优势是：网点分散、连锁经营，突破了单个店铺的商圈限制；分店具有高度的统一性，容易产生大影响，提高知名度；实行采购与销售相分离的体制，易降低进货成本，节约流通费用；总店统一负责制定发展规划和经营战略，有利于合理配置资源，形成整体优势，获得规模经济效益；分店专门从事销售，并进行标准化作业，有利于控制服务质量，提高销售效率和服务水平。
- （3）零售商业的第二次革命是超级市场的产生。超级市场之所以能快速发展，对生产和流通产生深远的影响，是有其特点与优势：即实行开架售货，顾客自我服务，增强了顾客购物的自主性；经营商品种类繁多，存货充足，便于顾客选购，能满足顾客一次性购齐的需要；采用条形码、POS机等计算机信息管理系统，可及时准确地掌握消费动向，调整商品结构，合理控制库存；卖场空间开阔，通道顺畅，店铺装修简洁明了，商品陈列醒目，店内广告与促销极富特色；实行集中收银的方式，从而加快了购物过程，节约了购物时间和成本；所经营的商品，特别是食品的加工程度较高，不仅方便了顾客的购买，还方便了顾客的消费，适应了现代社会快节奏的工作和生活方式。

39. [L]零售要素组合

答案：是指零售商用以满足顾客需求并影响其购买决策的各种营销要素组合。零售要素组合的各种要素包括商品、价格、服务、广告及促销、店铺设计与商品陈列、销售、选址等。

40. [L] 零售营销都有哪些特点？

答案：零售营销的主要特点有以下几点

- （1）主要顾客是个人消费者；
- （2）购买者以女性为主；
- （3）购买动机或原因是为了获得效用；
- （4）购买态度是以感性为主；
- （5）购买批量小而购买次数较多；
- （6）付款方式以现金或信用卡为主。

41. [M] 某批发市场的发展战略思考

某综合批发市场位于中国北方某城市，处于城区的区域中心位置，地理位置比较好，交通十分便利，占地23万平方米，经过20...须要面对和抉择的问题。

案例思考：

- 1. 你认为该综合批发市场主要面临着哪些挑战？
- 2. 你认为该综合批发市场需不需要进行战略转型？途径有哪些？

答案：1. （1）来自制造商的挑战；

- （2）来自零售商的挑战；
- （3）来自信息化的挑战；
- （4）来自用户自建物流系统及物流产业化的挑战；
- （5）来自于外资批发或其他新型批发商业组织形式的挤压。

2. 器结合教材批发市场面临挑战与发展趋势回答，学员可作适度发挥，答案要点如下：

需要进行战略转型，具体途径如下：

- （1）组织化。通过战略联盟，组建批发集团或通过批发连锁经营来实现发展升级。
- （2）信息化。建成信息平台或者是新型商务平台，发展电子商务模式或现代展销模式。
- （3）物流化。向物流中心或配送中心转型，由传统的“商品批发”转变为现代的“物流批发”，并使之成为一些企业的物流中心。

（4）专业化。由“业种批发”向“业态批发”转变，调整现有批发结构，集中资源。通过专业化提高竞争力。

（5）园区化。利用原有市场资源和土地资源，向现代加工园区、物流园区或商贸园区规划转型。

42. [M] 某物流公司的家电增值服务

现阶段，某物流公司配送业务主要集中在家电产品配送业务上。随着社会分工的不断细化，以及公司城市配送操作不断成熟与深入...服务？

案例思考：

- 1. 请你结合本案例谈一谈对增值服务的理解。
- 2. 家电企业或分销商在营销中如何开发面对终端客户（或消费者）的增值服务体系？

答案：1.

（1）增值服务是指根据客户需要，为客户提供的超出常规服务范围的服务，或者采用超出常规的服务方法提供的服务。

（2）创新、超出常规、满足客户需要是增值性物流服务的本质特征，发展有特色的增值服务将是物流企业发展的必然选择。

（3）增值服务可分为两部分：一是在常规服务的基础上延伸出来的相关服务；二是更高级的增值服务。

（4）对物流企业来说，可以发展从仓储、运输等常规服务的基础上延伸出来的增值服务，将物流的各项基本功能进行延伸，从而将物流各环节有机衔接起来，实现便利、高效的物流运作。

（5）对物流企业来说，还可以实现供应链一体化的增值服务。这一增值服务是向客户端延伸的服务，通过参与、介入客户的供应链管理来提供服务。

2.

（1）增值服务不是常规的模式化的服务，而是个性化的定制服务，要根据客户的具体情况量身定做的。

（2）要在工作创新思维，要时刻以客户的现在需求及潜在需求为出发点，打造具有特色的增值服务。

（3）要开发售前、售中、售后的增值服务体系，加大对客户接触点和关注点的管理。

（4）要发挥中介协会作用，利用互联网发展电子化的在线服务咨询、评价体系。

（5）发展相关战略协同业务，提供辅助或关联增值服务。

43. [O] 欧洲物流的“绿色变革”

欧洲物流企业高度重视环境保护和生态平衡，尽力降低二氧化碳排放量和实施具有环保功能的物流解决方案。欧盟15国交通运输所...也称灰霾或烟霞），即空气中的灰尘、硫酸、硝酸、有机碳氢化合物等粒子也能使大气混浊，视野模糊并导致能见度恶化，霾在吸入人的呼吸道后对人体有害）

答案：（1）绿色物流的定义描述或理解：是将物流活动或体系建设与生态和环境协同起来的发展理念。

（2）绿色物流是一个广义概念，其和逆向物流、回收物流、循环物流、退货物流、废弃物流的区别和联系。

（3）绿色物流发展不仅需要企业践行，还需要政策扶持，是未来发展方向。

（4）阴霾天气是交通与物流活动对天气负面影响的典型，与雾明显不同；这表明，交通物流活动已经对我国天气及城市居民生活构成严重影响。

（5）应该在政策层面，对汽车尾气排放做出治理，减少工程物流、流通加工的粉尘等大气污染物的排放。

（6）要发展绿色物体系，倡导节能减排，走向与环境和谐发展的道路；加大政策保障力度。

（7）在发展理念上，鼓励轨道交通，限制大排量汽车消费，淘汰尾气排放污染大气不合格的标准。

（8）其他。

44. [P] 配送

答案：在中国被定义为：在经济合理区域范围内，根据用户要求，对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业，并按时送达指定地点的物流活动。

45. [P] 配送中心

答案：配送中心：是指从事配送业务的物流场所或组织，应基本符合下列要求：主要为特定的客户服务；配送功能健全；完善的信息网络，辐射范围小，多品种、小批量：以配送为主、储存为辅。

46. [P] 批发市场

答案：是指集中进行现货批量交易的场所。这里所说的批发市场是具体的商品交换场所，且是进行现货批量交易的场所，是一种有形市场。

47. [Q] 请大家根据所给案例材料，用所学理论进行分析论证，说明自己的观点和认识，理论运用要恰当，观点陈述要明确，逻辑阐述要清楚，字数一般不少于400字...，不用压货，先卖后买，并支持多种社交分享渠道。

阅读案例，请分析下列问题：

（1）唯品会的目标群体有何特征？（2）简述唯品仓运作模式的优点。

答案：根据所提供的案例材料，分析唯品仓的运作模式和目标群体的特征如下：

1. 唯品会的目标群体特征

唯品仓的目标群体主要包括以下几类人群：代购群体：这些人通常是个人或小团体，通过个人渠道或社交平台进行商品采购和销售。他们在唯品仓中可以获取到正品低价的货源，通过微信、QQ等社交平台迅速传播和销售产品。中小型批发商：这类商家规模较小，但有一定的采购能力和销售渠道。唯品仓为他们提供了一个便捷的平台，使其能够低成本地获取到批发价格的商品，同时通过社交分享渠道进行销售推广。

2. 唯品仓运作模式的优点

唯品仓的运作模式具有以下几个显著优势：

低门槛入驻：唯品仓的注册和登录非常简单，可以直接使用微信账号登录，或使用手机号码和短信验证码组合，大大降低了用户的入驻门槛。

无门槛进货：用户在唯品仓中可以按需进货，无需启动资金，不用压货，支持先卖后买的模式。这种灵活的进货方式使得代购和批发商可以更加灵活地管理自己的库存和资金流。

专业的货源和服务：唯品仓连接了品牌方和代购/批发商，为后者提供了正品低价的货源。同时，唯品仓与品牌商共同解决了运输服务的问题，简化了销售流程，提升了用户的采购效率和体验。

多种社交分享渠道：唯品仓支持通过微信群、朋友圈等社交平台进行商品的快速传播和分销，这有效地扩展了商品的市场覆盖范围，提升了销售的可能性和效果。

分析与论证

唯品仓的发展背景和运作模式反映了当前电商行业的几个重要趋势和需求：

首先，随着社交网络的普及和影响力的增强，社交电商逐渐成为电商发展的新方向。唯品仓利用微信等社交平台作为销售渠道，不仅能够快速传播产品信息，还能够通过用户的社交关系链条扩展潜在客户群。

其次，低门槛和无压力的进货模式为个体代购和小规模批发商带来了极大的便利。传统的批发市场可能要求较高的起订量或资金预付，而唯品仓的灵活政策使得更多的小规模商家可以参与到供应链中来，促进了市场的竞争和活跃度。

最后，唯品仓的运作模式也为品牌商解决了库存清理和销售通路的难题，提升了他们的销售效率和资源利用率。品牌商通过唯品仓可以快速清理库存，降低库存积压风险，同时也能够开拓新的销售渠道，达到快速周转资金的目的。

48. [Q]请大家根据所给案例材料，用所学理论进行分析论证，说明自己的观点和认识，理

论运用要恰当，观点陈述要明确，逻辑阐述要清楚，字数一般不少于400字...关系，并借助现代物流技术提高配送效率。

阅读案例，请分析下列问题：

(1) 沃尔玛国际化的成功经验有哪些？

(2) 简述沃尔玛的供应链管理特点。

答案：(1) 沃尔玛经营的成功之处在于低价格、高品质，他们从顾客的角度来进行营销策略的制定和发展，注重以人为本，为顾客争取最低廉的价格，与消费者和区域社会建立相互信赖的关系，并借助现代物流技术提高配送效率。(2) 其一就是拥有的一整套先进、高效的物流和供应链管理系统。沃尔玛在全球各地都设有配送中心、连锁店、仓储库房和货物运输车辆。其二是沃尔玛能够唯才是用，凡是能给企业带来高额价值的人才都不惜重金聘用，充分本地化的人力资源，颠覆传统的理念，形成了独具一格的领导团体。

49. [Q]请大家根据所给案例材料，用所学理论进行分析论证，说明自己的观点和认识，理论运用要恰当，观点陈述要明确，逻辑阐述要清楚，字数一般不少于400字...果呢？

阅读案例，请分析下列问题：

(1) 品花于果为什么退出淘宝？

(2) 结合课程学习和工作经历，写出你对品花干果退出淘宝后如何经营的思考。

答案：(1) 第一，小卖家缺乏专业管理；第二，投入不足导致小卖家丧失竞争能力；第三，同质化产品竞争过于激烈。激烈的竞争环境：淘宝平台上，尤其是随着大品牌如三只松鼠、百草集等的进驻，竞争变得极为激烈。这些大品牌拥有更强的品牌知名度、营销资源和客户基础，能够通过大规模的促销和广告活动占据市场份额。相比之下，品花干果作为小型商家，缺乏足够的市场份额和品牌影响力，难以与大品牌竞争。网络营销投入不足：虽然淘宝店铺开设成本相对较低，但要在竞争激烈的电商平台上脱颖而出，需要不断投入精力和资源进行市场推

广、促销活动等。品花干果月成交额和订单数量较低，这表明他们可能在网络营销方面的投入不足，导致了市场份额无法增长。同质化产品竞争：干果和特产类产品在电商平台上存在较高的同质化竞争。消费者更倾向于选择有名气、口碑好的品牌，而对于小卖家来说，要通过产品差异化或独特的销售策略吸引消费者变得更加困难。

(2) 第一，退出淘宝专心做好线下；第二，精细化管理大力推进产品服务和销售模式改变，例如产品结构调整、产品名称和包装改进、调整产品定价方式；第三，改变销售渠道；第四，建设微信营销等。专注线下业务：针对实体店面的运营，可以更专注于提升实体店的服务质量和消费者体验。通过提升店内环境、服务态度和产品展示，吸引周边社区的消费者，培养忠实的客户群体。精细化管理和产品优化：对产品进行结构调整和优化，改进产品的包装设计和命名，以提升产品的感官吸引力和品质感。调整产品定价策略，可以考虑根据不同的消费者群体制定不同的价格策略，提升销售的效率和盈利能力。多元化销售渠道：除了线下实体店，可以考虑通过其他渠道如社交媒体、微信营销等方式扩展销售渠道。利用微信等社交平台的便捷性和传播效应，与消费者建立更为直接和个性化的互动，增强品牌的认知度和市场覆盖面。加强客户关系管理：通过建立客户数据库和定期的客户回访制度，维护老客户并吸引新客户。通过赠送优惠券、促销活动等方式增强客户的复购意愿，提升客户的满意度和忠诚度。

50. [Q]请简述商品流通政策的基本属性。

答案：商品流通政策是指国家为实现商品流通的稳定发展而制定的方针或原则，以及政府对商品流通活动的干预行为，主要包括有关商品流通的法律、法规、规划、计划、对策，以及政府对商品流通的直接指导等。商品流通政策具有如下属性：

(1) 商品流通政策是社会公共机构对社会商品流通活动的一种公开介入和干预，是一种公共政策，具有公共物品的性质。

(2) 商品流通政策体现了社会公共机构的价值判断或意志，具有时空上的差异性。

(3) 商品流通政策包含着自动变迁的机制或者说具有动态可变性。

(4) 商品流通政策所指涉的对象是整个商品流通过程，可以说商品流通政策也是一个自成体系的系统，具有系统性。

51. [Q]请说明决定消费者需求变化的因素有哪些？

答案：由于零售商业的购买者是个人消费者，因此个人消费者的需求状况与变化，是零售商业的重要影响因素。而决定消费者需求变化的因素有：

(1) 收入水平。消费者收入水平的增长会导致两个变化：一是消费倾向的降低，即收入水平越高，用于直接消费的收入比率则越低。二是消费结构的变化，即随着收入水平提高，消费者用于食品及其他生活必需品的支出会相对降低，从而使零售商业结构发生变化。

(2) 人口结构。世界人口结构变化的共同趋势是：老龄人口、单身人口、城市人口及郊区人口的比率逐步上升。

(3) 家庭规模。家庭规模变化的一个趋势是小型化。

(4) 生活方式及价值观念。在现代社会，消费者的生活方式及价值观念的变化是极为显著的，如女性的充分就业、消费注重个性化等。

52. [Q]请说明网上商店的定义及特点。

答案：网上商店也称电子商店或虚拟商店，是指在互联网上设立的虚拟零售场所，供消费者购买所需要的商品。网上商店是电子商务应用的一个重要组成部分，是B2C电子商务的一种典型形式，也是电子商务应用最普遍、发展最快速人、最成功的领域。

网上商店是电子商务条件下出现的一种新型的零售业态形式。与传统商店相比，网上商店有

如下特点：

- （1）节省商店的租金和设备费用。
- （2）降低商店的运营成本。
- （3）经营规模不受地域和场地限制。
- （4）可以为消费者提供更好的服务。
- （5）有固定的消费者群体和限定的商品种类。

53. [Q]请指出现代物流与传统物流的主要区别。

答案：现代物流与传统物流的主要区别表现在以下几个方面：

（1）传统物流强调物流是由运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、物流信息等要素构成的系统，谋求物流构成要素的系统最优化是传统物流管理追求的重要目标。而现代物流不仅强调物流系统本身的最优化，更强调物流系统与生产、销售等整个经营系统的协调与最优化。

（2）传统物流虽然也认为物流活动领域包括原材料供应物流、生产物流、销售物流、退货与废弃物物流，但更强调销售物流与生产物流。而现代物流则进一步强化了“大物流”的理念。

（3）传统物流概念强调的是效率与成本观念，认为物流只是提高效率、节约成本的手段，物流成本最小化是组织传统物流的重要目标，甚至是惟一目标。而现代物流概念强调的是效率、成本与效益的均衡，物流成本最小化不是组织物流的重要目标。

（4）传统物流认为物流是“内部事务”，只对组织内部产生影响，其服务对象是组织内部的生产或销售部门。而现代物流认为物流是“外部事务”，其服务对象是组织外部的顾客，从而把满足顾客对物流的需求作为组织物流的首要目标。

（5）传统物流认为物流是企业等组织体的“后勤”，即从属于生产与销售，是后发的，从而是成本支出项目，组织物流是节约成本的“手段”与“策略”。现代物流则认为物流是

企业等组织体的“先锋”，是决定生产与销售的价值创造事业。因此，组织物流不仅是节约成本的“手段”与“策略”，更是扩大销售、增加利润的“战略”。

54. [R]如何看待我国商业街（区）的改造和建设

自20世纪90年代后，我国各大中城市的各级政府为了重新焕发古老商业街（区）的生机，带动城市商品经济的发展...行评述，谈谈我国众多商业街（区）改造失败的原因何在？

2. 现代商业街（区）规划建设的要点有哪些？未来商业街发展趋势如何？请谈谈你个人的认识。

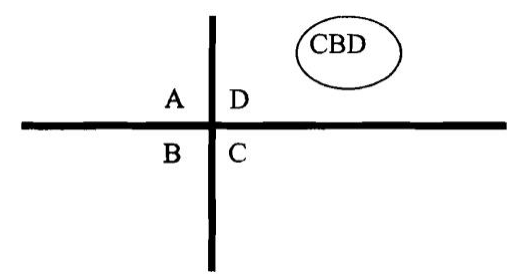
答案：1. 我国商业街（区）改造或建设的现状是自20世纪90年代后，我国各大中城市的各级政府为了重新焕发古老商业街（区）的生机，带动城市商品经济的发展，防止由于城市空心化导致商业中心多极化和市中心商业功能的衰退，相继对城市商业街（区）进行了改造或建设。改造失败的原因：我国商业街规划和管理观念落后，机制不灵活，设施陈旧，功能简单，企业间的协作程度不高，缺乏创新改造的动力。破坏原有商业生态，新业态又不被人们接受是主要原因。我国借鉴西方国家的经验，但是没有很好地继承我国古代商业街文化的传统，缺乏对本土商业街内涵和竞争优势的深度思考和挖掘。

2. 规划建设的要点：要根据人口、商圈、文化而定，做好定位研究。尽快出台合理引导、规范商业街建设与管理的政策法规体系，建立地方政府与商业企业之间的良性互动机制。

未来趋势：特色化、主题化、亲民化、文化凸显等趋势。1、功能侧重有所改变。商业街的功能中，传统的“购物场所”功能相对弱化，而“生活广场”功能将得到加强，2、小型商业街走向衰落，大规模商业街蓬勃发展。3、商业街组织化程度日益提高，法人化

倾向日趋明显。4、内部配置双向发展。一方面，同业种或同业态的店铺聚集在一起。另一方面那些业种不同但具有互补关系的店铺也倾向于聚集在一起。个人认识：我认为商业街应该与时俱进，多多策划吸引人流量的营销方案，举办一些有意思的低成本的活动吸引人流来逛商业街，或者是多多集中美食商家来开店，民以食为天，好吃的美食也是吸引人流量一大法宝。

55. [R]如下图，某城市中心商务区为图中的CBD标记所在区位，在两条主干道的交叉口四个角上，即A、B、C、D四个位置，让你帮助选择一处开设某种零售业态。请问影响商圈大小的因素主要有哪些？如果只考虑交通及客流因素，你会选择哪一处开设某种零售业态？请说明理由。



答案：1. 一般来说，影响商圈大小的因素主要有

- （1）店铺的经营特色；
- （2）店铺的经营规模；
- （3）经营商品的种类；
- （4）竞争店铺的位置；
- （5）顾客的流动性；
- （6）交通地理条件；
- （7）店铺的促销手段。

2. 选择在A点开设零售业态比较好，其理由如下：

- （1）在主干道上，远离商务区方向为下班流，靠近商务区方向是上班流；
- （2）一般而言，上班流是工作流，下班流是消费流；
- （3）A点两条主干道的下班流交汇点，是下

班消费流人群停车进入的最佳地段；

（4）其他。

56. [S]商品陈列有哪些技术要求？

答案：商品陈列的技术要求主要有以下几个方面：

（1）陈列高度及位置。一般来说，商品陈列高度的有效范围在离地面的0.6—1.8米之间。其中又可分为：上段、黄金段、中段和下段四段。

（2）标题说明。商品陈列要附有简单的标题或文字说明，以帮助顾客了解商品的具体销售地点、商品的性能和用途。

卖场的商品陈列标题可分为：大标题、中标题和小标题。大标题主要按商品大类制作，并布置在不同营业区分界处的货架上方显著位置上。中标题主要布置在陈列货柜或货架、壁面或推车上。小标题主要用于具体商品上。

（3）背景色彩。在选择背景色彩时要注意以下几点：不能太显眼、不使用补色、选择与商品同系统的色调、多使用冷色。

（4）陈列技巧。为提高销售业绩，可使用各种技巧进行陈列，以达到吸引顾客注意，唤起顾客购买欲望的目的。

57. [S]商品交易所对上市商品有哪些规定？

答案：世界各地的商品交易所对上市商品都有较为严格的规定，一般来说，交易所的上市商品必须具备以下条件：

（1）必须是耐久性商品。这一条件保证了上市商品可以长期储藏，以保证日后的实物交割，从而便于期货合约的形成及其交易的连续进行。

（2）必须是替代性商品。这一条件保证了上市的同种商品之间不存在形状与品质的差别，易于比较和标准化。

（3）必须是大量需求与大量供给的商品。这一条件保证了上市商品能够有大量的买主与卖主，以便进行竞争买卖。

（4）必须是供求波动或价格波动较大，且没有管制或不具有垄断性质的商品。这一条件保证

了上市商品的高度灵活性、流动性和自由竞争性，从而保证市场机制的形成及其作用的充分发挥。

58. [S]商品结构

答案：是零售企业在一定的经营范围内，按一定的标志将经营的商品划分成若干类别和项目，并确定各类别和项目在商品总构成中的比重。

59. [S]商品流通政策

答案：是指国家为实现商品流通的稳定发展而制定的方针或政策，以及政府对商品流通活动的干预行为，主要包括有关商品流通的法律、法规、规划、计划、对策，以及政府对商品流通的直接指导等。

60. [S]商品条码有哪几种？如何应用？

答案：商品条码按编制部门和使用范围，可分为通用商品条码和内部商品条码两类，其结构是不完全相同的。

（1）通用商品条码。通用商品条码是由国际物品编码协会统一制定的，在世界范围内通用的商品编码。包括：

前缀码（P1P2P3）：由3位数字组成，用来识别商品的制造国家（或地区），由国际物品编码协会分配注册。

制造商代码（M1M2M3M4）：由4位数字组成，用来标识商品的制造厂家。

商品项目代码（I1I2I3I4I5）：由五位数字组成，用来识别制造商生产的不同商品类别。由制造商根据有关要求，自行按一定的编码规律编制。商品项目代码，也要按产品的种类分组设置，保证在系统内不重复。

校验码（C）：由1位数字组成，用来避免商品代码的录入错误。它是由前12位代码按一定的数学方法计算出来的，商品条码在录入计算机时，系统自动计算校验，如与校验码不符，将提示录入错误，需重新录入。

（2）内部商品条码。内部商品条码由企业自行编排和制作，但也应遵循通行的编码规则，表明商品的类别和流水号码。最左边一位数字

应作为内部码标识，以与通用条码相区别，最后一位也应是校验码。内部商品条码的商品类别，应按国家统一要求按层次分类编制。为与通用条码相统一，最好也是13位数字。

61. [S]商业为什么能够产生？

答案：（1）在自然经济中，没有产品交换也能进行生产。再生产过程也就表现为生产过程与交换过程的统一。商品交换是再生产过程的一个不可缺少的条件和前提。但是，生产过程与交换过程又是相互矛盾的。这种矛盾主要表现为以下几个方面：时间上的矛盾；空间上的矛盾，技能上的矛盾。

（2）为了解决上述矛盾，就出现了新的社会分工，产生了一个专门从事交换，而不从事生产的“组织”。也就是说，商品交换已由“多数人的附带工作”变成了“少数人的专门工作”。这个

“少数人的专门工作”就是商业。商业的产生，使商品生产者摆脱了很大一部分交换事务，“使社会的劳动力和劳动时间有更少一部分被束缚在这种非生产职能上”。

62. [“”“上天入地”的中远物流
中远集团有海外机构400多个，形成以北京为中心，以香港、欧洲、美洲、新加坡、日本、澳洲、非洲、西亚和韩国等9个区域为...完美的具有个性化特征的全程物流服务。

案例思考：

（1）尝试解读中远集团成功的关键。
（2）根据案例说明何为物流系统？物流的系统要素有哪些？

答案：（1）中远集团成功的关键点有：
①完善的物流网络设计、构建及成功的运作；

②对网络节点与连线的合理布局；
③对信息技术的重视及应用。

（2）物流系统是指在一定的时间和空间里，由需要位移的物资、包括设备、装卸搬运机械、运输工具、仓储设施、人员和通信联系

等若干相互制约的动态要素所构成的具有特定功能的有机整体。

一般来说，物流系统由三个要素构成：即流动要素、资源要素和网络要素。①流动要素。包括流体、载体、流向、流量、流程、流速和流效七个方面。

②资源要素。包括人、财、物；包括物流的功能要素等。在这些资源要素中，人力资源、信息资源、储存资源和运输资源居于主导地位。

③网络要素。它由两个基本要素组成：即点和线。“点”是指物流网络中的结点。

“线”为连接物流网络中结点的路线，如铁路线、公路线、水路线、航空线、管道线等。除外，物流的网络要素还应该包括信息网络。

63. [S]生产者流通政策

答案：是指针对生产者流通行为的流通政策，如制造商的直销或销售代理政策、农业合作社或供销合作社政策、产品安全政策、质量表示政策等。

64. [S]试述配送中心的主要功能和作用。

答案：（1）配送中心在中国被定义为：从事配送业务的物流场所或组织，应基本符合以下要求：主要为特定的用户服务；配送功能健全，完善的信息网络；辐射范围小，多品种、小批量，以配送为，储存为辅。

（2）现代配送中心与普通的仓库和传统的批发、储运企业相比，已有实质的不同。它起到集配的作用，具有多种功能：它在服务内容上由商流、物流、信息流有机结合；在流通环节上是由一个中心完成流通全过程；在经销方式实行代理制；在工商关系上，形成长期、固定化的关系。

（3）配送中心一般具有以下功能：股务功能：集货功能；加工功能，储存功能，分拣功能；装卿功能；送货功能，信息功能。

（4）配送中心的作用主要表现在：实现配送作业的经济规模，使流通费用降低；减少用

户库存，加快商品周转；促进业务的发展和扩散，实现物流资源的合理配置：加强了与供应方的关系。

65. [S]说明超级市场的经营特征。

答案：与其他业态相比，超级市场的经营特征主要表现在：

（1）商品构成是以食品、衣服、日用杂货等常用必需品为主；

（2）实行顾客自我服务和一次集中结算的售货方式；

（3）薄利多销，商品周转速度快；

（4）商品新鲜、洁净，明码标价，并在包装上注明商品的质量和重量；

（5）实行商品经营管理制度，按部门陈列商品；

（6）一般周边设有停车场。

66. [S]说明店铺位置选择的区域特点。

答案：具体来说，店铺位置要尽可能选择具有下列特点的区域：

（1）商业活动频度高的区域。闹市区的商业活动极为频繁，将店铺选择在该区域，对提高销售额是十分有利的。

（2）人口密度大的区域。居民集中、人口密度高的区域也是理想的店铺地址。

（3）客流量大的区域。客流量越大，购物的可能性也就越大，选择客流量大的区域开店，有利于提高销售额。

（4）交通便利的区域。不论何种业态的店铺，都应该选择在交通比较便利的地段。

（5）接近集客地。

（6）同类商店集聚地。

67. [S]说明现代物流与传统物流的区别。

答案：现代物流与传统物流的区别主要表现在以下几个方面：

（1）传统物流强调物流是由运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、物流信息等要素构成的系统，因此，谋求物流构成要素的系统最优化是传统物流管理追求的重要目标。但现代物流不仅强调物流系统本身的最优化，更强

调物流系统与生产、销售等整个经营系统的协调与最优化。

（2）传统物流虽然也认为物流活动领域包括原材料供应物流、生产物流、销售物流、退货与废弃物物流，但更强调销售物流与生产物流。而现代物流则进一步强化了“大物流”的理念。

（3）传统物流概念强调的是效率与成本观念，认为物流只是提高效率、节约成本的手段，因此，物流成本最小化是组织传统物流的重要目标甚至是唯一目标。而现代物流概念强调的则是效率、成本与效益的均衡，物流成本最小化不是组织物流的重要目标。

（4）传统物流认为物流是“内部事务”，只对组织体内部产生影响，其服务对象是组织内部的生产或销售部门。而现代物流认为物流是“外部事务”，其服务对象是组织外部的顾客，从而把满足顾客对物流的服务需求作为组织物流的首要目标。

（5）传统物流认为物流是企业等组织体的“后勤”，即从属于生产与销售，是后发的，从而是成本支出项目，因此，组织物流是节约成本的“手段”与“策略”。而现代物流则认为物流是企业等组织体的“先锋”，是决定生产与销售的价值创造事业，因此，如何组织物流不仅是节约成本的“手段”与“策略”，更是扩大销售、增加利润的“战略”。

68. [T]太阳系的“城市星河舰队”联盟

近年来，在某市发生了一个城市社区食杂店和小型零售店合众整合的故事，这就是太阳系连锁便利店基于共同采购与配送开发... 为了一个梦想，可以求索一生。

案例思考：

1. 请你总结一下太阳系连锁便利店的经验和教训。

2. 你对太阳系及其“星河舰队”联盟的发展有何建议？

答案：太阳系的发展实践，正是城市食杂店发展面临的课题。经验如下：

（1）坚守了便利店特征，做到了24小时营业；

（2）突破了自身规模局限，进行了采购联盟探索；

（3）开发了顾客服务理念 and 体系；

（4）参与了城市食杂店改造，发展连锁加盟；

（5）其他。

教训如下：

（1）一味恪守24小时营业，增加了运营成本；

（2）缺少规模经济优势，未能发挥物流功能；

（3）缺少特色和更加细分的市场经营定位；

（4）星河舰队联盟只是权宜之计，城市食杂店迟早要关闭；

（5）其他。

2. 发展建议如下：

（1）立足本土化和地域化，做足自身特色；

（2）选择细分市场，定位社区增值服务开发，

（3）外包物流及配送业务，发展战略采购联盟；

（4）引入战略资本，或进行资本运背，提升连锁规模；

（5）包装出售，退出该经营领域。

69. [T]淘宝年成交额超沃尔玛3倍，传统零售业面临变革

最近业界频传淘宝营业额突飞猛进的消息。据淘宝发布的《2007年网络购物报告》显示，2007年全...？请用零售业态变迁理论加以解释？

（2）与传统零售业比较，网络零售业在商品组合、经营成本、商品质量信誉、购物便利性、购物舒适性等方面的不同。

答案：1. 一个是消费需求量，一个是消费需求结构。从消费需求结构来看，主要表现为效率需求、便利需求、经济需求、服务需求、信用需求等。随着经济的快速发展，人

民收入提高，生活丰富度也是极丰富了。快节奏的生活方式、生活水平的提高引起的消费者消费行为和消费方式的变化，使得网络销售有了市场需求基础；从企业角度来看，进入新世纪开始，国的消费市场已经成为买方市场，由于生产力的不断提高，产品的丰富性，消费者可选择性很大，满足消费者的个性需求已经逐渐成为各生产企业的立业之本，企业必须采用一种更贴近消费者的零售模式。因此，企业通过网络销售可以直接和消费者取得联系，了解他们的需求，并且能收集到足够多的对于产品意见的反馈信息，有助于企业完善自身产品的缺陷，提供给消费者满意的服务。

从网络技术发展的角度来看，技术发展是产品开发的基础，同样的作为网络销售的发展也绝对离不开网络技术的快速推层出新。在现如今网络已经蔓延到了人们生活的每一个角落，使得人们的消费趋向于通过网络进行购物，即什么样的消费需求，产生什么样的新业态，但产生的时间与质量取决于技术发展的状况，技术发展是产生新业态的外在条件。

2. 网络销售相对于传统销售所具有的优势有：在同类产品的销售过程中，网络销售所能提供的产品种类、适合度的信息量是传统销售模式所不能比拟的。在产品价格上，传统销售模式由于受限制于房屋、装修、仓库等租用支出费用，往往使得成本价格较高，而通过网络销售不需要建立传统的房屋进行产品展示，取而代之的是通过网络图片文字展示，节省了成本，同时网络销售的人员数量也较传统销售的人员数量要少得多，人力成本的降低也必将进一步降低商品的价格。通过物流送货的模式，节省了消费者购物时的搬运行序，节省了消费者的时间，方便消费者的消费行为，这也是传统销售模式所不能企及的。

因此，网络销售相对于以往的传统销售模式是有着巨大的优势的，也适应与未来的人们

生活方式需求，有着远大的发展前景和空间。

70. [T]通用公司打造全球供应链

2001年7月4日，欧盟委员会正式否决了通用电气和霍尼韦尔之间的并购案。通用电气计划以410亿美元并购霍尼韦尔，这笔... 案例思考：

1. 说一说采购对企业的意义。

2. 通用电气建立全球供应链获得了哪些竞争优势？

3. 试分析电子商务的特点以及在供应链运作中的作用。

答案：1. （1）采购是企业的一个重要环节，

（2）采购资源整合是企业供应端管理的重要突破点；

（3）采购成本的降低是企业的重要的利润来源；

（4）采购是供应链后向管理的重点。

2. （1）成本上的优势：成本最低，

（2）速度上的优势：及时制；

（3）资源上的优势：可以利用全球最低成本的资源；

（4）网络上的优势：全球布局；

3. （1）电子商务的特点：

①交易过程电子化；②交易市场虚拟化；③交易对象特定化；④交易高效化。

（2）电子商务在供应链运作中的作用：

①增加销售机会，扩大销售收入；②降低企业成本，提高经济效益；③减少库存积压，改善库存结构；④提高服务质量，增强竞争能力；⑤树立企业形象，提高企业知名度；⑥加强内部管理，提高信息化程度。

71. [W]未来批发商业的发展方向是什么？

答案：从总体上看，批发商业将呈现以下发展趋势：

（1）组织化。组织化包括两层含义：一是批发商自身的组织化，二是用户的组织化。批发商自身的组织化包括经营组织化和地域组织化。经营组织化有利于开展规模化、集约化经营，获得规模经济效益，并提高对用户的服务水平。地域组织化有利于批发商之间相互沟通信

息、共同建设和使用物流设施，提高物流设施的利用率，节约物流成本，同时也利于集中交易。

（2）信息化。信息化建设主要包括两项内容：一是高效率的信息搜集、加工和处理系统，二是向用户提供高质量的信息。

（3）物流化。随着电子商务的兴起，批发商更应注重将工作重点转向物流，把提高物流服务能力作为自己的核心竞争力来培养，要促使自己从传统的“商品批发”转变为现代的“物流批发”。

（4）专业化。从发展趋势看，各种专业批发商将成为批发商的主流，并由“业种批发”向“业态批发”转变。传统的“业种批发”考虑的重点是商品，而没有考虑业态的特点，因此，这种类型的批发商已越来越不适应零售业多样化的需要，将逐步被“业态批发”所替代。

72. [W] 为确保食品安全，商业零售业能做什么？

从农田到餐桌，这一口号已经喊了数千年。在食品安全危机下，人们越来越需要安全、可靠、食品分销模式... 流成本当然是越低越好。

问题思考：请结合相关理念，对某一个拥有广阔农产品基地资源优势的企业进行流通升级思路设计。（要求400字以上）

答案：（1）农产品流通就是缩短流通或分销环节，降低流通成本，即义快又低。从农田到餐桌，说的是过程直接、可溯源的概念，也是直供的概念。

（2）电子商务为直销提供了条件，冷链物流为保值提供了条件，物联网技术为可追溯提供了条件。

（3）有基地优势，更要有终端优势，包括实体终端和虚拟网销终端，该企业缺的是终端拉力。

（4）建议发展会员制销售，通过有品质的直供，践行上述流通模式。

（5）针对拥有广阔农产品基地资源优势的企业，为确保食品安全和实现高效流通，可以通过以下流通升级思路设计：首先，优化供应链管理是关键。企业可以建立本地化的采购中心和分销中心，将农产品直接从农场采购到本地市场，减少中间环节和物流距离。通过建立与当地农户密切合作的采购网络，不仅可以降低采购成本，还能提升产品新鲜度和质量控制。其次，引入先进的物流技术和冷链设备非常重要。这些技术能够确保农产品在运输和储存过程中的新鲜度和安全性。冷链技术尤为关键，特别是在运输距离较长或者环境温度波动较大的情况下，可以有效延长农产品的保鲜期，减少损耗。第三，利用电子商务和物联网技术提升销售效率和透明度。建立在线销售平台和移动应用程序，直接面向消费者销售产品，实现快捷的订单处理和配送服务。通过物联网技术实现对产品来源、生产环境和质量参数的实时监测，提升产品的可追溯性，增强消费者对产品安全的信任感。第四，建设强大的品牌形象和市场营销策略。企业应注重品牌的品质 and 安全性，通过认证、标签和宣传活动向消费者传递产品的安全保障和高品质保证。同时，通过市场营销活动增强消费者对企业品牌的认知和忠诚度，促进销售增长和市场份额的提升。最后，持续创新和质量管理是保持竞争优势的关键。企业应不断引入新的技术和管理方法，提升生产效率和产品质量，以适应市场需求和消费者偏好的变化。

73. [W] 为什么说店铺选址对零售经营具有重要的意义？

答案：这是因为：（1）顾客选择商店进行购物时，店铺的位置是所考虑的最重要因素，同时，店铺的空间位置也是形成差别化甚至垄断经营的重要条件。零售经营者可以随时改变他们的价格、商品组合、服务内容与促销手段等营销组合要素，但是店铺的位置一旦决定就很难改变

了。

（2）占据优越的店铺位置是获得其他竞争者不易模仿的竞争优势的重要途径。具体来说，其重要意义表现为：店铺选址是一项大的、长期性投资，关系到零售企业的发展前途；店铺选址是零售经营者确定经营目标、制定经营策略的重要依据；店铺选址是影响经营效率的重要因素。

74. [W] 我国发展现代物流产业的意义何在？

答案：（1）现代物流产业是由国民经济中各个领域的物流经济实体构成的，包括以下几个层次：

一是物流基础业；二是物流装备制造业；三是自营物流业；四是物流服务业；五是物流咨询业。

（2）发展现代物流产业对中国经济发展的意义十分重大，主要表现在：

①发展现代物流产业，将促进中国经济增长方式的转变。现代物流可以实现生产与消费之间供应链全过程的一体化，是促进市场经济体制建立的最为经济合理的综合服务模式。

②发展现代物流产业，将大大提高中国企业国际竞争能力。物流能力是构成企业核心竞争能力的重要因素，其发展的快慢将影响着企业在市场上的竞争优势的形成。加快发展中国的现代物流产业，将使中国工商企业在提高经营管理、技术及产品开发、市场营销水平

的同时，获得物流能力的支持，从而在总体上提高其竞争能力。

③发展现代物流产业，将积极推动中国现代服务业的发展。以现代物流产业为代表的现代服务业的快速发展，将促使中国第三产业发生跨越式的发展，从而促进中国产业结构的合理调整，这对中国经济的发展具有重要的现实意义。

④发展现代物流产业，将推动中国区域经济发展战略的实施。现代物流产业已经在很大

程度上支持生产企业将原料、加工、销售三地分离或异地结合，物流业的这一特点及趋势与中国区域经济发展目标是一致的。加快发展中国物流业，使物流服务业与区域经济发展紧密结合，必将促进依托不同经济区域经济发展优势的分工与协作，使各经济区域能够协调发展。

75. [W] 我国物流合理化的主要途径有哪些？

答案：我国物流合理化的主要途径有：

（1）加强宏观物流体系的布局规划，推进物流系统化。

（2）积极推进物流标准化。

（3）大力发展电子商务，促进物流的电子化。

（4）推进物流社会化和共同化。

（5）加快物流产业化发展，加大物流服务市场的培育力度。

76. [W] 沃尔玛：中国遭遇物流之痛

“来自沃尔玛的威胁将首先体现在供应链上”，当这个位列世界500强之首的零售巨头在1996年悄然登陆中国的时候，业内... 考：

1. 你如何看待沃尔玛在中国遭遇的物流之痛？
2. 你如何评价沃尔玛在中国市场的发展策略？
3. 你认为国内零售企业应如何应对沃尔玛的挑战？

答案：1. （1）物流是沃尔玛的核心竞争力所在；

（2）中国现代物流发展刚刚起步，大系统有待于进一步完善。

（3）缺少外部支持，沃尔玛物流优势很难发挥。

2. （1）稳扎稳打，步步为营；

（2）战略制胜，强强联合；

（3）遵守政策，强化供应端管理。

3. （1）提升自身的物流特别是配送能力；

（2）发展采购联盟，积极改进供应端；

（3）采取积极战略联盟策略，提升竞争力；

（4）发挥本土化优势，构建自身的网络体系。

77. [W] 物流的基本要素都有哪些？何为流通加工？

答案：（1）物流的构成要素或基本环节主要包

括：运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、信息管理等，这七个方面被称为物流“七要素”。物流就是这些构成要素的集成系统。

（2）流通加工是在流通阶段所进行的为便于物流或消费而进行的不改变物品基本性能的加工，具体包括切割、细分化、钻孔、弯曲、组装等轻微的生产活动，还包括单位化、价格贴付、标签贴付、备货、商品检验等为使流通顺利进行而进行的辅助作业。它是提高商品附加价值，实现商品差别化的重要手段。

78. [W]物流合理化

答案：就是通过优化管理，推动物流构成要素及其经营活动趋向和谐一致、快速便捷的发展，从而实现“低成本、高效益”目标的物流改进过程。

79. [X]现代物流发展的新趋势有哪些？

答案：现代物流发展的新趋势有如下几点：

（1）伴随着经济全球化的发展，全球化物流正在兴起。随着市场的全球化和竞争日益激烈，一些跨国公司纷纷在全球范围内组织自己的供应链条；同时，企业经营的全球化也使得管理全球供应链的物流活动变得更加复杂。

（2）随着企业电子商务的发展，实施供应链管理是大势所趋。供应链管理是指利用计算机网络技术全面规划供应链中有商流、物流、信息流、资金流等，并对它们进行计划、组织、协调与控制。

（3）服务化物流和绿色物流的发展将是本世纪物流发展的主题。服务化物流的产生源于经济的服务化。即由于人们收入水平的提高、劳动时间的缩短、自由时间增加以及老龄化的出现而带来的人们对于服务消费的增加，也使得物流发展出现了多样化、全方位化的发展趋势。绿色物流是当今经济可持续发展的一个重要组成部分，目前在一些发达国家刚刚兴起。绿色物流即注重生态环境问题，将可持续发展的思路引入企业的物流管理活动中，即建立一种与环境共生型、循环型的物流管理系统，进而减少物流活动对环境造成的危害，促进经济和消费

生活的健康发展。

80. [X]消费者流通政策

答案：是指针对消费者流通行为的流通政策，如消费者权益保护政策、消费合作社政策等等。

81. [Y]业态

答案：指的是商业的经营方式或商品销售方式，即经营形态，是按经营或销售方式对商业进行分类的一种方法。

82. [Y]业种

答案：是指零售商业的行业种类，通常按经营商品的大类将零售商业划分为若干个业种，业种强调的是“卖什么”。

83. [Y]影响商圈大小的主要因素是什么？

答案：一般来说，影响商圈大小的因素主要有以下几个方面：

（1）店铺的经营特色。那些经营富有特色、商品齐全、服务周到，并在顾客中树立了良好形象的店铺，其商圈范围就比较大；相反，其商圈范围就比较小。

（2）店铺的经营规模。一般来说，店铺的经营规模越大，其商圈也就越大。但它对商圈大小的影响是有限的，这一点必须引起店铺经营者的高度重视。

（3）经营商品的种类。一般来说，经营日常生活品的店铺，其商圈范围较小；而经营选购品、耐用品和特殊品的店铺其商圈范围较大。

（4）竞争店铺的位置。

（5）顾客的流动性。

（6）交通地理条件。

（7）店铺的促销手段。

84. [Y]影响商圈大小的主要因素有哪些？

答案：一般来说，影响商圈大小的因素主要有以下几个方面：

（1）店铺的经营特色。那些经营富有特色、商品齐全、服务周到，并在顾客中树立了良好形象的店铺，其商圈范围就比较大。

（2）店铺的经营规模。一般来说，店铺的经

营规模越大，其商圈也就越大。（3）经营商

品的种类。一般来说，经营日常生活用品的店铺，其商圈范围较小；而经营选购品、耐用品和特殊品的店铺，其商圈范围则较大。

（4）竞争店铺的位置。（5）顾客的流动性。（6）交通地理条件。（7）店铺的促销手段。

85. [Y]与传统商店相比，网上商店有哪些特点？

答案：网上商店，也称电子商店或虚拟商店，是指在互联网上设立的虚拟零售场所，供消费者购买所需要的商品。与传统商店相比，网上商店有如下特点：

（1）节省商店的租金和设备费用。

（2）降低商店的营运成本。

（3）经营规模不受地域和场地限制。

（4）可以更好地为消费者提供服务。

（5）有固定的消费者群体和限定的商品种类。

86. [Y]与零售商业相比，批发商业有哪些特点？

答案：（1）交易批量大。一般来说，批发商业的交易批量还是要大于零售商业的交易批量。当然，这里所说的交易批量是指在一定时点上的交易批量，即每笔交易所完成的销售量，而不是一定期内的交易总量。

（2）交易范围或市场范围广泛。随着交通或通讯及信息技术的发展与普及，很多批发用户根本不用“来店”购买，而可以通过远程、无纸化方式进行交易，批发商业的交易范围或市场范围要远远大于零售商业的交易范围或市场范围，即批发商业的商圈要远远大于零售商业的商圈。

（3）交易关系稳定。由于批发商业的交易对象是企业或事业单位，而这些批发用户为了保证生产经营或其他事业的持续进行，就必须按着生产经营上的技术要求持续、稳定地进行重置购买。

87. [Y]与其他产业相比，零售商业具有哪些

特点？

答案：（1）交易次数频繁，交易批量小。因零售商业的服务对象主要是个人消费者，销售的商品种类多，商品周转率高，因此，零售商必须有充分的备货、精美适用的包装及准确的价格明示。

（2）对店铺选址及店铺设计有较高的依赖度。由于个人消费者的购买行为有一定的随意性，容易产生冲动或情感购买行为，且多为“来店购买”，因此，零售商必须充分考虑店铺选址、营业时间、商品陈列、店堂布置、橱窗广告等，以提高经营效率。

（3）经营场所分散，经营受商圈的限制。所谓商圈是指一个店铺能够有效吸引顾客来店的空间范围。由于个人消费者是分散的，因此，零售店铺的分布也是分散的。一般来说，每个零售店铺都存在一个或大或小的零售商圈，零售商必须按商圈的大小来设置零售店铺。

88. [Z]在确定具体店铺位置时一般要进行哪些分析？

答案：要选择一个最佳的店铺位置，必须对可供选择开设地点的各种条件和影响因素进行全面的分析，这些因素有：

（1）交通条件分析。这是一个重要因素，它既决定商店的货流是否畅通，也决定商店的客流是否畅通，从而制约商店的经营效率。

（2）客流分析。这是一个关键因素，商店应尽量选择在潜在客流最多、最集中的地点，以使更多人就近购买商品。

（3）竞争店铺分析。店铺周围的竞争情况对商店的经营也有很大的影响。一般来说，如果店铺经营内容与竞争店铺相同或相似，应尽重远离竞争对手开店；如果店铺经营内容与竞争店铺不同或互补，则应选择在竞争店铺附近开店。

（4）地形特点及位置布局分析。要选择能见度高、地点开店，一般来说，拐角的位置往往是最理想的地点。

（5）城市规划分析。要考虑城市建设规划，零

售商必须从长计议，在了解交通、街道、市政、绿化、公共设施、住宅建设等规划的前提下做出最佳地点的选择。

（6）效益分析。最后一道工序是对店铺的未來效益进行评估，要详细测算成本费用情况，以此为据最后决定是否开店。

89. [Z]在我国，何谓连锁店？简述其经营优势。

答案：（1）在我国，连锁店主要是指流通领域中若干同业店铺，以共同进货或授予特许经营权等方式连接起来，实行标准化服务，共享规模效益的一种现代商业组织。

（2）连锁店的经营优势有：

①商店的市场范围大。由于连锁店是多处建店，甚至可以超越国别限制，因而其总体的市场范围是极大的。

②商店知名度高，容易得到消费者认可。于是多处建店，并采取统一的徽号标记，连锁店的名声可以传播到广泛区域，使消费者将所在地的连锁店与最初的总店名声联系在一起，增强信任感。

③有利于强化采购。由于是总店集中从事大批量进货，可以从厂商直接进货，减少中间环节，节约流通费用；且因为大批量进货，具有和厂商议价的能力，能够促使厂商以低于市场通行的价格出售商品，享受价格上的折扣，降低采购商品价格。

④有利于强化销售。由于各分店设有采购等其他任务，可以专职于销售，提高销售服务水平。

⑤有利于降低成本。连锁店由于集中储存和配送，也比分散储存、运输的费用降低，同时由于集中管理与决策，职能人员专业化，使之达到了精简高效，也节约了人力费用开支。

⑥可以利用较多的宣传工具。由于连锁店销售量巨大，市场范围广，使连锁店能共同利用电视、杂志、报纸等一切媒体进行统一宣传，从而降低宣传费用。

⑦能够运用现代化管理手段。由于连锁店具有

多个分散的分店，因而要求信息传递及时，管理指挥迅速，同单体店铺相比，连锁店更能有效运用现代化管理手段，采用电子计算机进行管理。

90. [Z]招牌的命名与文字设计应注意哪些问题？

答案：（1）招牌是指用来展示店名的标记。鲜明醒目的招牌能吸引行人的注意，提高能见度。具有高度概括力和强烈吸引力的招牌，可对顾客的视觉产生强烈的冲击，从而吸引顾客来店购买。

（2）招牌的命名要力求言简意赅、清新不俗、易读易记，并富有美感，使之具有较强的吸引力。

（3）招牌的文字设计应注意以下四点：店铺的字形、凸凹、色彩、位置应相互协调；文字应尽可能精简，内容立意要深，同时要上口、易记易认，使消费者一目了然；文字内容必须与本店所售的商品相吻合；字体要注意大众化，中文和外文美术字的变形要容易辨认。

91. [Z]正规连锁

答案：是“以单一资本直接经营11个以上的零售业或饮食业，也称所有权连锁”。正规连锁在管理上具有高度统一性。

92. [Z]指出现代物流与传统物流的区别。

答案：现代物流与传统物流的区别主要表现在以下几方面：

（1）传统物流强调物流是由运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、物流信息等要素构成的系统，谋求物流构成要素的系统最优化是传统物流管理追求的重要目标。而现代物流不仅强调物流系统本身的最优化，更强调物流系统与生产、销售等整个经营系统的协调与最优化。

（2）传统物流虽然也认为物流活动领域包括原材料供应物流、生产物流、销售物流、退货与废弃物物流，但更强调销售物流与生产物流。而现代物流进一步强化了“大物

流”的理念。

（3）传统物流概念强调的是效率与成本观念，认为物流只是提高效率、节约成本的手段，物流成本最小化是组织传统物流的重要目标，甚至是惟一目标。而现代物流概念强调的则是效率、成本与效益的均衡，物流成本最小化不是组织物流的重要目标。

（4）传统物流认为物流是“内部事务”，只对组织内部产生影响，其服务对象是组织内部的生产或销售部门。现代物流认为物流是“外部事务”，其服务对象是组织外部的顾客，从而把满足顾客对物流的需求作为组织物流的首要目标。

（5）传统物流认为物流是企业等组织体的“后勤”，即从属于生产与销售，是后发的，从而是成本支出项目，组织物流是节约成本的“手段”与“策略”。现代物流则认为物流是企业等组织体的“先锋”，是决定生产与销售的价值创造事业，因此，组织物流不仅是节约成本的“手段”与“策略”，更是扩大销售、增加利润的“战略”。

93. [Z]中外医药零售业亲密接火

根据我国政府加入世界贸易组织所作的承诺，2003年1月1日起，药品分销服务对外资实现了全面开放，这标志着中外医药零售...考：

1. 中国药品零售业放开意味着什么？
2. 中外企业药品零售终端的竞争，各自的优劣势有哪些？
3. 你认为中国医药企业应该如何应对这一竞争？

答案：1. （1）经济全球化带来流通国际化；（2）机会与挑战并存；（3）市场整合步伐加快；（4）行业集中度大大提高；（5）其他。

2. 中国医药企业主要优势集中在渠道、网络，而国外医药企业的优势则体现在技术、成本、管理、资金实力、人才等方面。

3. （1）加快培育具有国际竞争力的民族大型医药企业；

- （2）争取必要的政策支持；
- （3）引导企业制定适合自身发展的战略规划；
- （4）推进连锁经营；
- （5）提高使用信息技术；
- （6）重视人才，发挥本土优势；
- （7）其他。