

市立新北高工 109 學年度第 1 學期 期末考 試題									班別		座號		電腦卡作答
科 目	商業概論進階	命題 教師	洪儒	審題 教師	楊淳翔	年級	三	科別	應英科	姓名			是

一選擇題 120 分(60 題)

- ( )有關條碼 (Bar Code) 之敘述，下列何者為非？ (A)對製造商而言，可降低物流作業成本 (B)可視為商品的身份證號碼 (C)對零售商而言，可簡化結帳時的手續及時間 (D)以標準碼為例，我國的國碼為「471」，廠商代碼與產品代碼合計 8 碼，檢核碼為 1 碼
- ( )企業力行「標準作業流程(SOP)」，可以改善下列哪些服務特性的缺失？ (A)無形性 (B)易變性 (C)不可分割性 (D)易消逝性
- ( )有三個連續的情境：①身體不適，雖然不想出門，無奈必須親自去看醫生。②醫生診斷為普通感冒發燒，吃藥即可；但不放心又去看了第二位醫生，卻被診斷為腸胃炎發燒，應住院打點滴。③看完兩位醫生後兩天，感覺第二位醫生的診斷比較正確。  
以上情境依序屬於服務的何種特性？ (A)易逝性、變異性、無形性 (B)不可分割性、無形性、變異性 (C)不可分割性、變異性、無形性 (D)變異性、無形性、易逝性
- ( )下列有關連鎖加盟組織與運作方式的敘述，何者正確？  
(A)商標商品連鎖加盟只銷售特定品牌商品，是較新的連鎖加盟型態 (B)特許加盟的設備費用通常由加盟者負擔 (C)自願加盟與合作加盟的加盟者皆無店面所有權 (D)委託加盟與特許加盟店的經營技術由總公司供應
- ( )在許多的網路開業方式中，下列何者其主要獲利來源不包括網路廣告費？  
(A)網路商店 (B)入口網站 (C)網路拍賣平台 (D)社群網站或部落格
- ( )關於定型化契約之敘述，何者有誤？  
(A)通常由企業經營者單方預先擬定 (B)目的在於以該條款與不特定多數相對人訂約，以節省時間與費用 (C)根據消保法，消費者對於契約內容有 7 天猶豫期 (D)信用卡契約、保險契約等，均屬於定型化契約
- ( )台灣的筆記型電腦市場已處於產品生命週期中的「成熟期」，電腦廠商的促銷重點應著重在下列哪一點？ (A)以告知性廣告來提高產品知名度 (B)以說服性廣告建立品牌偏好 (C)以提醒性廣告維繫品牌忠誠度 (D)不推出廣告，以降低成本
- ( )下列敘述何者錯誤？ (A)企業利用物流中心配送商品，可以降低流通成本 (B)政府推動優良服務認證計畫，來擴大商業發展空間 (C)我國在消費者保護法中，已規範定型化契約的效力與權力 (D)商圈更新再造的內容包括建立形象商圈、推動商店街等
- ( )關於資訊流，下列敘述何者錯誤？ (A)利用商品條碼可加速結帳速度 (B)利用 POS 系統可快速回應訂單處理狀況 (C)利用 EDI 系統可避免資料重複輸入 (D)利用 RFID 系統可瞬間計算出所有結帳商品的金額
- ( )公司銷貨收入\$200,000 元，毛利率 40%，期末存貨\$10,000 元，期初存貨\$30,000 元，則存貨週轉率為何？(A) 4 次(B) 5 次(C) 6 次(D) 7 次
- ( )某市有兩家義大利麵餐廳，A 店位於高級辦公商圈附近，裝潢高雅，可見到衣冠楚楚的男女上班族在裏面聚餐、開會；B 店位於大學附近，經常吃飯時間學生滿座川流不息。關於這兩家商店的市場區隔敘述何者錯誤？ (A)在以職業的人口統計變數區隔上存在差異 (B)在以性別的人口統計變數區隔上存在差異 (C)在以消費金額的行為變數區隔上存在差異 (D)在以使用時機的行為變數區隔上存在差異
- ( )有關行銷策略及目標市場選擇之決策，包括：(1)定位目標市場、(2)選定目標市場、(3)擬定行銷策略、(4)分析各區隔市場、(5)決定區隔變數、(6)衡量各區隔市場之吸引力，請由下列選項，選出完全正確之順序  
(A)(5)(2)(6)(4)(1)(3) (B)(5)(2)(4)(1)(6)(3) (C)(5)(4)(2)(6)(1)(3) (D)(5)(4)(6)(2)(1)(3)
- ( )可口可樂每年都會推出新的廣告影片，依廣告目標大多屬於何種類型的廣告？ (A)告示性廣告 (B)比較性廣告 (C)說服性廣告 (D)提醒性廣告
- ( )某國際鞋廠具有以下行為特徵：①營運績效高於產業平均水準；②贊助許多公益藝文活動；③在海外雇用童工進行生產，雖然當地國的勞動法規並未禁止童工，卻引發社運團體抗議。請問下列關於該企業的敘述，何者正確？  
(A) ② 符合倫理責任，但③ 不符合道德責任 (B) ① 符合倫理責任，③ 符合自由裁量責任  
(C) ② 符合自由裁量責任，但③ 不符合倫理責任 (D) ① 符合經濟責任，但② 不符合慈善責任
- ( )桃園地區某一小型機械零件廠想要擴展市場至中、南部地區，但這些地區內已有很多同類的零件供應商，且價格競爭很激烈，這家工廠不可能採用何種訂價策略？ (A)差別訂價 (B)吸脂訂價 (C)價格追隨 (D)滲透訂價
- ( )某彩券行販賣樂透彩券，彩券每張售價為 50 元，每張彩券之單位變動成本為 46 元，若該店每月固定成本為 2 萬元，試問每月要銷售多少張彩券，才能達到損益平衡？ (A)500 張 (B)800 張 (C)5,000 張 (D)8,000 張
- ( )機場捷運正式營運後，民眾往來機場除了搭乘客運之外又多了一項選擇，但經營機場路線的客運業者將會因此流失約 3~5 成的乘客，對營運產生衝擊。試問上述情形中，客運業者面臨了哪一種風險？ (A)資金風險 (B)災害風

市立新北高工 109 學年度第 1 學期 期末考 試題									班別		座號		電腦卡作答
科 目	商業概論進階	命題 教師	洪儒	審題 教師	楊淳翔	年級	三	科別	應英科	姓名			是

險 (C)經營風險 (D)市場風險

18. ( )下列哪一項不屬於異業結盟型態？ (A)網路遊戲業者與遊樂園共同推出樂園套票 (B)郵購業者與信用卡業者合作，運用彼此的客戶名單進行行銷 (C)瘦身中心與優酪乳製造商結盟，將低脂優酪乳納入瘦身產品規劃 (D)兩家知名運動用品店聯合推出購物折價券
19. ( )2017 年鴻海集團宣布在美國威斯康辛州打造 LCD 面板廠，未來 4 年將投資美國百億美元。在其評估報告中，主要著眼於「美國政府提供稅賦優惠」、該州「交通運輸便利」以及「優質勞動力」等，請問前述評估屬於「SWOT 分析」中的哪一項？ (A)優勢 (B)劣勢 (C)機會 (D)威脅
20. ( )在日本有咖啡廳業者推出保姆服務，由店員說故事給小朋友聽，讓媽媽們可以悠閒享用咖啡，以求在激烈競爭下脫穎而出。請問該服務屬於何種產品層次？ (A)核心產品 (B)基本產品 (C)期望產品 (D)附加產品
21. ( )某傳統汽車製造廠商雖在傳統燃油車領域具有領先地位，但因長期投資綠能新科技，也擁有獨特的綠能技術。為配合多國政府未來禁售燃油車的計畫，評估可能威脅到現有的燃油車市場，故推出符合純綠能概念的車輛，既尋求新機會，也分散未來可能風險。請問該公司之作法應屬下列何種策略？ (A)成長性策略 (B)多元性策略 (C)扭轉性策略 (D)防禦性策略
22. ( )某公司由於資源有限，因此將其產品銷售對象鎖定在台北市的上班族，並以此市場進行行銷規劃，請問此種作法為何種市場選擇策略？ (A)無差異化行銷 (B)差異化行銷 (C)集中化行銷 (D)分散性行銷
23. ( )美國麥當勞考量顧客對餐點熱量的要求，推出以蛋白取代全蛋的餐點，讓顧客可選用較低卡路里的餐點，請問該商家此舉與何種行銷管理的觀念相符？ (A)產品觀念 (B)銷售觀念 (C)行銷觀念 (D)社會行銷觀念
24. ( )以下何者不屬於公共意外責任險的理賠範圍？ (A)火鍋店服務生因疏忽而燙傷客人 (B)量販店內地板濕滑而使顧客滑倒受傷 (C)勞工在建築工地工作時，不慎遭掉落的鷹架砸傷 (D)電影院內裝潢老舊木條外露刺傷民眾
25. ( )下列有關產品生命週期各階段特徵的敘述，何者正確？ (A)成長期是指市場快速接受且利潤大幅提升的階段 (B)成熟期是指銷售量下降且利潤大幅衰退的階段 (C)導入期是以維持消費者忠誠度為主要行銷策略 (D)衰退期是以建立產品知名度為主要行銷策略
26. ( )花店根據消費者對情人節、母親節、畢業典禮等使用時機，來推銷專屬的花卉及搭配包裝。請問其採取的區隔變數為何？ (A)地理變數 (B)心理變數 (C)人口統計變數 (D)行為變數
27. ( )某成衣廠將成衣銷售給零售商時，以不得低於每增加一單位產量所增加之成本費做為訂價基礎，此種訂價方式稱為 (A)損益平衡點訂價法 (B)邊際成本訂價法 (C)差別訂價法 (D)平均成本訂價法
28. ( )某家小型商店的資產總額是 500,000 元，負債總額是 300,000 元，業主資本是 150,000 元，則可以推估本期淨損益是多少？ (A) 淨利 200,000 元 (B) 淨利 50,000 元 (C) 淨損 200,000 元 (D) 淨損 50,000 元
29. ( )某訂房網站長期承包在地多家旅館的客房供消費者以優惠價格訂房，透過訂房網站平臺，消費者可清楚明瞭飯店的房型與附加的餐點服務，最重要的是在預訂的當下即能確定房間數、房型與價格，亦可立即選擇信用卡完成支付。以商業機能與通路階層來看，請問下列對其商業運作的敘述，何者正確？ (A)包含金流、商流、資訊流與一階通路 (B)包含商流、金流、物流與零階通路 (C)包含資訊流、金流、商流與二階通路 (D)包含金流、資訊流、物流與一階通路
30. ( )下列有關通路長度的敘述，何者正確？ (A)高單價比低單價的產品有較短的通路 (B)易腐產品（如花卉、蔬果）的通路長度比較長 (C)簡單、標準化的產品，通路長度通常較短 (D)購買頻率越高的產品，通路長度通常較短
31. ( )同樣一罐可樂在便利商店賣 25 元，而在觀光飯店卻要賣 50 元，顧客也普遍願意購買，請問此為何種訂價策略？ (A)畸零訂價法 (B)認知價值訂價法 (C)炫耀訂價法 (D)現行水準訂價法
32. ( )廣告目標隨不同產品生命週期階段而有別，強調品牌優越性與建立消費者偏好，是屬於下列哪一階段的廣告重點？ (A)導入期 (B)成長期 (C)成熟期 (D)衰退期
33. ( )某市中心近來剛開了一家高級的手工巧克力專賣店，從專賣店、業種、業態等角度綜合判斷，下列關於該店的敘述，何者較不正確？ (A)提供多樣的巧克力選擇 (B)可提供客製化的加值服務 (C)可提供專業的商品諮詢服務 (D)以全客層作為銷售對象
34. ( )下列有關現代化商業機能的敘述，何者正確？ (A)為了達到資料流通標準化，最優先被推廣的資訊流工具為條碼 (B)商流最重要的機能是發掘顧客需求 (C)物流的關鍵在於作業人工化 (D)信用卡、簽帳卡、儲值卡均具有先消費後付款的功能
35. ( )目前臺灣各大百貨公司間所設的專櫃品牌大多相同，存在商品重複性過高的問題。台中新光三越百貨參考日本經驗，著重「國際精品館」如 BVLGARI、GUCCI、LOUIS VUITTON、PRADA 等高級精品專櫃的設置，以爭取得商機。試問此種業態組合產生的原因為 (A)消費者的需求 (B)市場的競爭 (C)市場空隙的存在 (D)技術的創新



市立新北高工 109 學年度第 1 學期 期末考 試題									班別		座號		電腦卡作答
科 目	商業概論進階	命題 教師	洪儒	審題 教師	楊淳翔	年級	三	科別	應英科	姓名			是

36. ( )日本一名婦女因手機充電時起火導致燒傷，經調查屬於產品的製造管理問題。請問上述情形符合以下何種保險的承保範圍？ (A)產品責任險 (B)人壽保險 (C)職業災害保險 (D)公共意外責任險
37. ( )關於推廣組合的工具，下列何者錯誤？ (A)促銷活動的工具包括商品折扣、抽獎等 (B)人員銷售的工具包括電話行銷、街上兜售等 (C)直效行銷的工具包括電子購物、郵寄目錄行銷等 (D)公共關係的工具包括贊助活動、產品發表會等
38. ( )零售商如果要買進多種不同的商品，以往必須跟許多家批發商同時進行交易。現代物流中心的成立可以改善上述情形，以達成哪項目的？ (A)有效連結製造商與消費者 (B)降低流通成本 (C)滿足多樣少量的消費需求 (D)縮短流通通路
39. ( )關於業態的敘述，下列何者正確？(1)業態的未來朝向細分化發展，(2)注重商品銷售，(3)屬於購買代理業，(4)先有業態店，後來才發展出業種店，(5)提供多樣化的服務，以迎合消費者的需求。  
(A)(1)(2)(5) (B)(1)(3) (C)(1)(3)(5) (D)(1)(2)(3)(4)(5)
40. ( )樂高（Lego）積木的執行長納斯托普（Jorgen Vig Knudstorp），敏銳地洞察玩具市場的商機，在電玩與網路盛行的威脅下，即時推出「星際大戰」、「蝙蝠俠」、「哈利波特」等系列玩具，掌握了實體玩具的發展趨勢與獲利機會，締造出亮眼的銷售成績；上述主要在說明企業家應具備何項特質？  
(A)風險承擔性 (B)創新性 (C)預警性 (D)被動性
41. ( )走進咖啡館消費的顧客，可能是為了享受片刻的心靈沉澱、與好友談心或調整生活的腳步，如果咖啡館業者忽略了這些內在需求，固執地認為顧客只是需要一杯香濃咖啡，就是患了行銷近視症。請問此情形的發生，通常導源於業者對市場抱著下列何種觀念？ (A)產品觀念 (B)銷售觀念 (C)行銷觀念 (D)社會行銷觀念
42. ( )杜老爺曠世奇派除了原有的巧克力產品外，還不斷開發臻果那堤、焦糖瑪奇朵等口味。請問這是屬於何種產品線策略？ (A)產品線延伸 (B)產品線填補 (C)產品線刪減 (D)產品線更新
43. ( )Toyota 汽車經銷商與富邦產物保險公司異業結盟，顧客購車就可搭配優惠保險方案，這是屬於哪一種異業結盟型態？ (A)技術研究展型結盟 (B)人力資源型結盟 (C)行銷及售後服務型結盟 (D)資訊型結盟
44. ( )某知名烘焙企業欲投資 60 萬於「巧克力夾心金牌吐司」的新產品線，生產每份吐司的單位成本為 20 元，該公司預期該項目投資報酬率為 50 %，預估可以銷售 2 萬個吐司，若該烘焙企業採用目標報酬訂價法，請問新產品應訂價多少？ (A)25 元 (B)30 元 (C)35 元 (D)40 元
45. ( )下列敘述何者錯誤？ (A)透過直效行銷購物，消費者並不能在購物前檢視實際商品 (B)阿光透過求職網站找到工作，該求職網站提供的即是線上服務商品 (C)透過聚會示範銷售的方式，可具體發揮直效行銷的優勢 (D)電話行銷屬於直效行銷的一種
46. ( )下列關於代理商的敘述，何者錯誤？ (A)代理商擁有商品的所有權，接受委託執行業務 (B)製造商的代理商通常會代理二家或更多互補產品製造商的產品 (C)銷售代理商代理製造商的產品銷售，類似該公司的銷售部門 (D)採購代理商代理用戶進行採購，負責驗貨、倉儲及遞送等活動
47. ( )某公司流動資產為 300,000 元，存貨 150,000 元，流動負債 120,000 元，則該公司的速動比率應為多少？ (A) 1.20 (B) 1.25 (C) 2.0 (D) 2.5
48. ( )面對結婚人口日趨減少的情形，郭元益喜餅公司決定運用品牌優勢進軍婚紗攝影領域，希望達到經營多角化；上述做法屬於 SWOT 矩陣策略中的何種策略？ (A)增長性策略 (B)扭轉性策略 (C)多元化策略 (D)防禦性策略
49. ( )下列敘述何者錯誤？ (A)一般消費者購買便利品時，通常會詳加比較產品的價格、品質、性能後，才決定購買 (B)一般消費者對特殊品有特別偏好，會謹慎評估後才購買 (C)便利品的配銷通路宜採密集式配銷 (D)特殊品的配銷通路可採獨家式配銷或選擇式配銷
50. ( )便利商店的發展現況包含下列哪幾項？(1)銷售自有品牌商品 (2)發展複合經營模式 (3)整合虛實通路 (4)生鮮商品為主。(A)(1)(2)(3) (B)(2)(3)(4) (C)(1)(3) (D)(1)(2)
51. ( )下列有關物流中心的敘述，何者錯誤？  
(A)物流中心的成立可降低流通成本、縮短流通通路 (B)物流中心的作業內容包含生產生鮮食品 (C)頂好超市成立的惠康物流屬於 R.D.C. (D)營業型物流中心不僅為其他企業配送商品，也從事商品銷售
52. ( )下列有關行銷管理的敘述何者正確？ (A)某雞精品牌透過電視購物頻道強力密集促銷，此屬於密集性配銷 (B)某醫療器材經銷商透過藥妝店銷售體溫計，此屬於一階通路 (C)某冷氣製造商透過連鎖 3C 賣場為中間通路以銷售自有品牌，此屬於中間商品品牌 (D)某電器製造商透過一般電器行銷售其商品，若銷售績效佳就給予銷售獎金，此屬於推式策略
53. ( )關於超級市場與量販店的比較，下列何者錯誤？ (A)超級市場起源於美國，量販店起源於法國 (B)皆銷售自有品

市立新北高工 109 學年度第 1 學期 期末考 試題										班別		座號		電腦卡作答
科 目	商業概論進階	命題 教師	洪儒	審題 教師	楊淳翔	年級	三	科別	應英科	姓名			是	

牌商品 (C)皆以販售生鮮食品為主 (D)皆採自助式銷售

54. ( )越南擁有 9200 萬人口，鄉村農業人口佔 70%。由於基礎設施的欠缺，使得摩托車成為越南人的首選必需品。臺灣 KD 輪胎公司進入越南投資、設立子公司「越南 KD」之後，發現越南主流摩托車輪胎尺寸與使用習慣，均與臺灣有極大的差異，特別是鄉村居民習慣將摩托車當作載重貨車使用。「越南 KD」因而考慮推出舒適性較差但具有高負重能力的輪胎。關於「越南 KD」在越南的行銷策略敘述，何者正確？ (A)若仍然大量生產銷售與臺灣市場相同的主流輪胎產品，是針對越南在地的「分眾行銷」 (B)若只行銷針對鄉村居民載重的習慣推出單一載重輪胎，是屬於「差異行銷」 (C)若針對越南當地的城市及鄉村客群推出之輪胎產品，是屬於「客製化行銷」 (D)若只針對有載重需求的鄉村次級市場推出符合需求的輪胎產品，是屬於「集中行銷」
55. ( )目前我國超級市場業的發展現況，下列敘述何者有誤？ (A)面對激烈競爭，需更清楚地定位或開設新型店鋪 (B)產品線窄而深 (C)陸續成立生鮮處理中心 (D)銷售自有品牌商品
56. ( )關於通路的敘述，下列何者正確？  
(A)通路是指商品從製造商流通到零售商的過程 (B)通路最重要的功能在於協助生產製造，縮短產品製程 (C)惠氏公司將生產的奶粉透過超級市場轉售給消費者，此屬於一階通路 (D)在三階通路中，批發商與消費者的距離最近
57. ( )關於有店鋪經營型態，下列敘述何者正確？(1)百貨公司可滿足消費者一次購足的需求；(2)專賣店以提供即時便利性與服務性的商品為主；(3)超級市場以提高生鮮食品的品質來加強競爭力；(4)便利商店的販售對象以公司行號與零售商為主  
(A)(1)(2)(3)(4) (B)(2)(3)(4) (C)(1)(3) (D)(2)(4)
58. ( )2017 年 10 月，電動車品牌 Gogoro 與遠傳電信合作結盟，即日起在全台遠傳 400 家直營門市，也可購買 Gogoro 所有車款。根據上述，請問以下敘述何者錯誤？(A)遠傳電信的直營門市，是由遠傳電信總部直接投資經營，屬於直營連鎖的連鎖企業 (B)Gogoro 屬於專賣店，產品線窄而深 (C)上述結盟屬於生產製造型異業結盟 (D)上述情形符合連鎖企業「策略聯盟」的發展趨勢

某公司2015－2018年的精簡財務資訊如下表，請回答下列問題：

項目	2015年	2016年	2017年	2018年
流動比率	2.5	2.0	1.5	1.0
速動比率	1.4	1.2	0.8	0.5
純益率(%)	20	24	26	38
每股市價(元)	48	45	42	60
每股盈餘(元)	3	3	3	5

59. ( )該公司何年的償債能力最差？ 何年的獲利能力最好？ (A)2018、2018 (B)2016、2017 (C)2017、2018 (D)2015、2018
60. ( )該公司在 2015－2018 年期間，何年的本益比最高？ (A)2015 (B)2016 (A)2017 (A)2018