

市立新北高工 112 學年度第 1 學期 期末考 試題								班別		座號		電腦卡作答
科 目	商業實務 商業經營實務	命題 教師	蔡雅莉	審題 教師	鍾美倫	年 級	三	科 別	資、應	姓 名		是

一、選擇題 25 題，共 100 分

1. ( ) 下列有關銷售觀念與行銷觀念的比較，哪一項敘述是正確的？(A)銷售導向的目的為透過顧客來創造利潤，行銷導向的目的為透過銷售來創造利潤 (B)銷售導向焦點在顧客，行銷導向焦點在產品 (C)銷售導向觀念著重賣方的需求，行銷導向觀念著重買方的需求 (D)銷售導向手段為使用整體行銷，行銷導向手段為使用推銷及促銷
2. ( ) 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。請問該公司之做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
3. ( ) 滷味業者除透過原有的零售通路外，新推出「智能販賣機」進行銷售，消費者可於選擇商品後，販賣機自動加熱 3 分鐘，就可以吃到熱騰騰的滷味。此外，消費者可以用 VISA WAVE 信用卡、街口支付等方式購買。以上商業現代化之敘述，下列何者正確？(A)信用卡是採用無線射頻辨識系統 (B)街口支付是採取 NFC 的感應系統 (C)滷味商品販售是屬於選擇型商流 (D)智能販賣機是屬於提升服務品質
4. ( ) 關於連鎖企業，下列敘述何者正確？
 

(A)合作加盟之利潤分配，加盟者分配達 100%，且設備、人事費用都由加盟者負責 (B)自願加盟之利潤分配，加盟者分配達 100%，且設備、人事費用都由加盟者負責 (C)特許加盟之利潤分配，加盟者分配大於總部，且設備、人事費用都由加盟者負責 (D)委託加盟之利潤分配，加盟者分配小於總部，且設備、人事費用都由加盟者負責
5. ( ) 下列有關老鼠會與多層次傳銷的敘述，何者有誤？
 

(A)加入老鼠會必須繳交高額的入會費 (B)老鼠會之上線人員主要收入，為介紹新人入會的佣金 (C)兩者的發展方式均為建立多層級之組織網 (D)老鼠會需向公平交易委員會報備，多層次傳銷事業則無需報備
6. ( ) 下列有關行銷規劃的步驟，其正確的順序為何？
 

(A)擬定行銷組合→分析行銷環境→區隔市場→選擇目標市場→市場定位 (B)市場定位→分析行銷環境→區隔市場→選擇目標市場→擬定行銷組合 (C)分析行銷環境→區隔市場→選擇目標市場→市場定位→擬定行銷組合 (D)分析行銷環境→擬定行銷組合→區隔市場→選擇目標市場→市場定位
7. ( ) 林老闆與友人合資經營韓式餐館多年，只提供辣炒年糕、海鮮煎餅、石鍋拌飯三種傳統餐點。近年因「韓流」逐漸退燒生意大不如前，去年又因嚴重特殊傳染性肺炎（COVID-19）疫情影響幾乎瀕臨關店。下列哪一種不屬於林老闆遇到的創業風險？(A)經營風險 (B)市場風險 (C)災害風險 (D)合夥風險
8. ( ) 假設義豐公司投入 100,000 元生產冬瓜茶，每單位成本為 15 元，且預期投資報酬率為 40%、銷售量為 1,000 個，則每產品單位售價應為(A)15 元 (B)40 元 (C)55 元 (D)60 元
9. ( ) 下列有關生產種類與所創增之效用的敘述，何者錯誤？(A)小員在放學後到餐廳打工擔任服務員，屬於勞務生產 (B)妙妙蛋糕店販售生日蛋糕給奇奇，創增了占有效用 (C)小莉蜜餞行將芒果製成芒果乾，創增了本源效用 (D)阿金雜貨店跟廠商叫貨並存放在倉庫，此屬於效用生產
10. ( ) 以下關於品牌策略，何者正確？
 

(A)全聯委託廠商生產甜點商品（包括銅鑼燒、瑞士捲、乳酪蛋糕等），並冠上自有品牌「We Sweet」，是屬於全國性品牌策略 (B)正新輪胎公司創設了高價位的「瑪吉斯」（MAXXIS）、中價位的「正新」與「鯊魚王」、及低價位的「百力士」與「櫻花」等輪胎品牌，採用個別品牌策略 (C)企業透過與消費者熟悉的品牌合作，冠以該品牌名稱來銷售自己的產品，此屬於中間商品牌策略 (D)永豐餘集團生產的衛生紙有五月花、柔情及得意三個品牌，此為採用個別品牌策略。
11. ( ) 某民生消費用品公司共有洗髮精、清潔劑、衛生紙等 3 條產品線，其中洗髮精有 3 個產品，每個產品各有 750ml 及 300ml 兩種包裝樣式；清潔劑有 2 個產品，一種包裝樣式；衛生紙有 2 個產品，一種包裝樣式。下列敘述何者正確？
 

(A)此公司的產品廣度為 3 (B)此公司的產品長度為 10 (C)洗髮精的產品深度為 3 (D)清潔劑的產品深度為 2
12. ( ) 某百貨公司為了服務多元客群，於多個縣市展店；其中，台北館以「兒童與青少年」為目標市場，台中館以「中年人」為目標市場，台南館以「銀髮族」為目標市場。該百貨公司根據不同的都市行政區，鎖定不同年齡層的客群，請問該百貨是以哪些區隔變數來進行市場區隔？(A)地理變數、行為變數 (B)地理變數、人文變數 (C)心理變數、人文變數 (D)行為變數、心理變數
13. ( ) 關於產品生命週期策略，下列敘述何者錯誤？
 

(A)目前我國的百貨公司林立、市場競爭激烈，由此可見百貨公司正處於成熟期 (B)從產品導入市場至消失於市場的週期

當中，通常在成長期，廠商會開始尋找新市場區隔或將產品外移置成本較低的國家或地區生產 (C) 產品生命週期中通常售價較高是導入期(D) 在成熟期，廠商面臨銷售成長漸緩，同時為了應付劇烈的競爭，不得不增加費用以保住產品地位，利潤因而逐漸下降

14. ( )關於無店鋪經營型態，下列敘述何者正確？

- (A)臺北車展是一種展示銷售型態，屬於人員銷售 (B)多層次傳銷又稱為「直接銷售」，屬於直效行銷 (C)威秀影城可提供消費者網路訂票，屬於數位化商品 (D)App Store 透過網路傳送之商品，屬於線上服務商品

15. ( )關於訂價策略，何者正確？

- (A)民宿旅館採行「平日 4 折、假日全價」的訂價方式，是屬於認知訂價法 (B)留得髮先生於 10 年前以 200 萬元的價格購得公寓一間，目前市場行情為 400~420 萬元；今欲以 399 萬元的價格將其出售，是屬於市場滲透訂價法 (C)因應七夕情人節即將到來，全家便利商店推出優惠活動，如 LOTTE 小熊餅乾濃黑巧克力風味 3 件 79 元、貝納頌極品大黑咖啡 5 瓶 130 元等促銷活動，屬數量折扣訂價法 (D)60 吋大型液晶電視的市場平均售價約為 2,000 美元，鴻海公司以 999 美元的價格進軍該市場，希望能迅速擴大市場占有率，所採取的價格策略為吸脂訂價法

16. ( )關於廣告的使用，何者正確？

- (A)「京都念慈庵」是國內歷史悠久的品牌，此枇杷膏產品雖已成為市場上的領導品牌，但該公司仍不斷推出電視廣告來維繫消費者的忠誠度，此種廣告是屬於提醒式廣告 (B)3M 公司推出「可再貼備忘板」，讓消費者免用圖釘、膠帶或磁鐵，就可以將紙張黏貼在板子上，由於此項產品對消費者而言是完全陌生的產品，此時需採用比較式廣告 (C)按摩椅業者針對 40 歲以上的族群，推出強化腿部揉搓功能之新一代產品，並以重複播放廣告方式進行宣傳，此時需採用說服性廣告 (D)衰退期採用提醒式廣告，以吸取剩餘利潤

17. ( )關於市場區隔的敘述，下列何者錯誤？(A)市場區隔的目標是掌握目標市場、有效分配企業資源 (B)又稱為「市場細分化」

- (C)某次級市場的規模大小足以讓企業有利可圖，表示此市場符合有效市場區隔條件的可行動性 (D)消費者的個性、價值觀，屬於市場區隔變數中的「心理變數」

18. ( )企業對選擇分配通路時，應考慮因素之敘述，下列何者錯誤？(A)容易毀壞或腐敗的產品，通路不宜太長 (B)公司財力雄厚者，可直接與市場顧客接觸以掌握通路 (C)市場集中程度愈高者，可採直接銷售 (D)具時尚性的產品，其分配通路宜長

19. ( )某業者在台北世貿中心的多媒體大展中，藉由舉辦「一元筆記型電腦」的活動來吸引各大媒體的採訪，並於每一時段的電視新聞中重複播放此訊息。由以上敘述可推知該業者是採用哪些促銷工具？ (1)廣告 (2)人員銷售 (3)直效行銷 (4)公共關係 (5)銷售推廣 (A)(1)(2)(3) (B)(3)(4)(5) (C)(2)(4)(5) (D)(1)(4)(5)

20. ( )嚴重特殊傳染性肺炎 (Covid-19) 疫情蔓延全球，使得民眾對醫療口罩的需求大增。請問下列有關口罩的產品層次敘述，何者錯誤？

- (A)正規產品是指醫療口罩所具備的「過濾細菌、阻擋飛沫」功能 (B)附加產品是指醫療口罩目前沒有但未來可能會有的功能，如增加口氣清新 (C)期望產品是指消費者希望得到的醫療口罩品質，如過濾細菌效果應達國家標準 (D)核心產品是指消費者使用口罩的真正需求，如避免感染到 Covid-19

21. ( )下列有關資訊流工具的敘述，何者錯誤？(A)二維條碼可儲存的資料量較一維條碼多 (B)業者可運用 RFID 技術來加快盤點及結帳的速度 (C)NFC 技術的安全性高、感應距離可達數百公尺 (D)企業可透過巨量資料分析取得市場訊息，做為擬定行銷策略的參考

22. ( )疫情期間知名美式連鎖餐廳，出現以下：

- (1)配合疫情推出「外帶自取五折優惠」限量促銷活動  
(2)消費者於網路訂購時，感覺電子菜單較難挑選餐點  
(3)消費者感覺外帶消費，沒有現場服務不像享受美食  
根據上述，依序屬於何種服務特性？

- (A)易逝性、無形性、同時性(B)同時性、易逝性、變異性 (C)易逝性、無形性、變異性 (D)同時性、變異性、無形性

23. ( )關於異業結盟類型的敘述，下列何者錯誤？(A)鴻海集團與愛立信(Ericsson)合作，共同開發 5G 科技領域，此屬於技術研發型的異業結盟 (B)奧迪汽車與湛盧咖啡合作，讓車主賞車時，可以在店內享用咖啡，此屬於行銷及售後服務型的異業結盟 (C)三星電子進駐美利達自行車門市，讓自行車用戶可以在門市體驗三星智慧穿戴式裝置，此屬於資訊型異業結盟 (D)國立臺北科技大學與中興工程顧問股份有限公司合作，提供學生在工程現場實習的機會，此屬於人力資源型的異業結盟。

24. ( )關於公司的類型，以下敘述何者正確？(A)無限公司與兩合公司的股東皆負連帶無限清償責任 (B)國內目前最普遍、家數最多的為有限公司 (C)有限公司、股份有限公司的表決權皆為一人一票 (D)有限公司的成立，須有 2 人以上股東。

25. ( )許多銀髮族因為行動不便而仰賴行動輔具，阿杰看到因此衍生出來的市場商機，打算投入科技行動輔具的事業，這最符合哪一種選擇目標市場的策略？(A)無差異化行銷 (B)集中化行銷 (C)差異化行銷 (D)置入性行銷

