

单选(267)--电

- 1、“共同配送”这一配送形式出现在配送发展的（）。-->[C.发育阶段](#)
- 2、“零售引力法则”是由（）提出的。-->[A.威廉·雷利](#)
- 3、“抢帽子交易者”是指（）。-->[投机散户](#)
- 4、1859年，世界公认的第一家较为正式的连锁商店在（）成立。-->[美国](#)
- 5、PB商品主要是指（）开发制造的商品。-->[零售商](#)
- 9、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（）。-->[A.单品管理](#)
- 7、（）的基本思想是一个店铺的商圈取决于店铺对顾客的吸引力，而这种吸引力取决于店铺的规模和店铺与顾客的距离。-->[霍夫模型](#)
- 8、（）的经济意义是商业每增长一个百分点，使国民经济增长多少百分点。-->[商业产出弹性系数](#)
- 9、（）的配送中心一般也是相对独立的利润中心。-->[配销模式](#)
- 10、（）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”。-->[超级市场](#)
- 11、（）的最大特点是：有一个盟主，各成员店在财产与法律上是独立的，加盟店在经营管理上失去自主权，一切要在盟主规定的条件下去经营。-->[特许连锁](#)
- 12、（）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。-->[物流信息](#)

- 13、（）既是商品流通政策的制定者，也是商品流通政策的规制对象。-->[行政机构](#)
- 14、（）是各国最主要的商品流通政策。-->[B.反垄断政策](#)
- 15、（）是批发商业的首要功能。-->[商品集散](#)
- 16、（）是在市场上为交易双方沟通信息、促成交易、提供相关服务的行为。它是一种典型的中介行为。-->[经纪](#)
- 17、（）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。-->[环境物流](#)
- 18、（）一般设在交通枢纽或商品集散地。-->[二次批发商](#)
- 19、（）与其他形态的连锁店相比，是由单一资本构成，所有权属于同一公司或同一资本所有。-->[正规连锁](#)
- 20、（）指多家企业共同组建或参与只由一家公司所独立进行的配送作业，以互惠互利为原则，实现整体的配送合理化。-->[共同配送型配送中心](#)
- 21、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类别分类。-->[C.业态](#)
- 22、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（）。-->[B.代理](#)
- 23、百货商店的目标市场是（）。-->[A.高中档顾客](#)
- 24、表示商品发展性的指标是（行业销售增长率）。-->
- 25、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（）。-->[C.商人批发商](#)
- 26、采购批量与采购费用的关系是（）。-->[B.成反比](#)
- 27、仓储商店一搬采取（）形式。-->[B.会员制](#)
- 28、仓储式商店的目标顾客为（）。-->[B.中小商人和团体](#)
- 29、仓储式商店一般采取（）形式。-->[B.会员制](#)
- 30、产品从生产者直接流向最终消费者的渠道是（）。-->[D.零级渠道](#)
- 31、超级市场的目标市场是（）。-->[A.普通大众](#)
- 32、超级市场的主通道可持在（）之间。-->[C.2.1-3.5米](#)
- 33、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（）。-->[D.集中陈列](#)
- 34、城市A有人口10万人，城市B有人口5万人，城市A与城市B的距离为25公里，那么，城市A与城市B的商圈边界各是多少？（）。-->[城市A为14.65公里、城市B为10.36公里](#)
- 35、次级商圈是指核心商圈的外围区域，在这个区域内顾客来店购物比较方便。次级商圈的顾客大约占（）。-->[15~25%](#)
- 36、从发展趋势来看，我国商品流通政策还将在（五个方面）发生变化，如重视对中小商业的保护与扶持。-->
- 37、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。-->[A.商业组织](#)
- 38、从事配送业务的企业通过与上游厂商建立广泛的代理或买断关系，与下游企业或零售店铺形成稳定的配送关系，在此基础上开展广泛的社会化配送，这种配送模式称（）。-->[代理配送](#)
- 39、第三次社会大分工是（）。-->[C.商业与农业、畜牧业、手工业的分离](#)
- 40、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（）。-->[商业](#)
- 41、第一次社会大分工是（）。-->[畜牧业与农业的分离](#)

- 42、电子商务的应用领域十分广泛，它可以为各种类型企业提供（网上交易与管理）全方位服务。-->
- 43、电子商务的主体是（）。-->[企业](#)
- 44、电子商务一词全球都在使用，但至今没有公认的定义。电子商务的主体是（）。-->[企业](#)
- 45、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（）。-->[D.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](#)
- 46、对大型店规制最严格的国家是（）。-->[B.日本](#)
- 47、对连锁门店的商品配送多采用（）。-->[B.多品种小批量配送](#)
- 48、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。-->[自建型与营业型](#)
- 49、对零售业进行分类时，业态分类是根据（）。-->[销售方式](#)
- 50、对零售业进行分类时，业种的分类是根据（）。-->[经营商品的大类](#)
- 51、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。-->[B.店铺设计与商品陈列](#)
- 52、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（）。-->[店铺选址](#)
- 53、对于大批量期货交易可采取（）的采购方式。-->[合同定购](#)
- 54、对于货源较远的商品的进货策略可选择（）。-->[集中组织](#)
- 55、对于售货人员的不礼貌使顾客受到伤害的投诉可采用（）方式解决。-->[向顾客表示歉意](#)
- 56、对于有店铺零售商业来说，（）是非常重要的。这是其他竞争者不易模仿的竞争优势。-->[选址](#)
- 57、凡是由社会化的专业物流企业，按照货主要求所从事的物流活动都属于（）。-->[第三方物流](#)
- 58、根据商品用途不同，可将零售商品划分为消费品和（）。-->[资本品](#)
- 59、根据用户的实际订货而不是生产者的需求预测进持的生产称为（）。-->[A.延期生产](#)
- 60、供应链管理的本质是（）。-->[B.跨企业的物流管理](#)
- 61、共同配送这-配送形式出现在配送发展的（）。-->[C.发育阶段](#)
- 62、购物中心的主要功能是（）。-->[购物、休闲与娱乐](#)
- 63、购物中心内设置儿童游乐场或开展文化活动，属于零售商业的（服务）功能。-->
- 64、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（）。-->[B.选购品](#)
- 65、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。-->[B.11个](#)
- 66、核心商圈的基本顾客来源是（）。-->[居住人口](#)
- 67、核心商圈是指最接近店铺的区域，其顾客大约占（55—70%）。-->
- 68、活动具有隐蔽性、流动性和非连续性的批发业态是（）。-->[C.经纪](#)
- 69、及时制生产首先应用于以下哪一个国家（）。-->[日本](#)
- 70、既不取得商品所有权，也不实际取得商品，而只是在买卖双方之间从事介绍、撮合，促进双方成交的商人称作（）。-->[经纪人](#)

71、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（）。-->**C.吊牌条码**

72、将物流划分为采购物流、生产物流、销售物流、终端物流等，是按（阶段）分类。-->

73、解决供需矛盾最公平、最稳定、最经常、最有效的途径是（）。-->**B.交换**

74、进行社会化的共同配送，在形式上代替过去的批发市场的功能的配送形式是（）。-->**商业门店配送**

75、经营过程表现为购买、存储、运输和销售的批发业态是（）。-->**B.经销**

76、经营面积一般在 2000-6000 平方米的超级市场是（）。-->**C.综合超市**

77、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（）。-->**A.专业店**

78、经营某一大类的商品的零售业态是（）。-->**A.专业店**

79、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。-->**D.女性**

80、具有较强的新陈代谢能力或具有较高的流动性，其生命周期短的组织是（）。-->**A.商业组织**

81、据商业史学家的研究，我国在（夏朝）就已经出现了一些专门从事商品交换的人。-->

82、决定我国零售商业组织化、规模化水平的关键是（）的发展。-->**B.自由连锁**

83、开发、制造 PB 商品的主体是（）。-->**C.零售商**

84、考虑卖场灯光照明度时，（）部分配置的光度最强。-->**A.卖场最里面**

85、可以实时处理结售业务，并进行经营业务分析的管理系统为（）。-->**B.POS 系统**

86、利用互联网或专用网络，向客户批量销售商品的贸易活动是（）。-->**网上贸易**

87、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。-->**D.同业店铺**

88、连锁店能够成为世界上一种流行的零售组织形式，并在零售业中占有重要的位置，是与其独有的、一系列的优势分不开的，除因商店的市场范围大外，第二项优势是（）。-->**商店知名度高**

89、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（）。-->**A.公司连锁零售商**

90、零售企业处理顾客投诉有多种方式，它们是（）。-->**B.现金退还、商品退货、价格调节、服务调节和向顾客表示歉意**

91、零售背销的主要特点之一，就购买者而言，是以（）为主；特点之二是对店铺选址的依存度高。-->**D.女性**

92、零售店经营的商品可按不同标准进行分类，以利于制定商品经营战略，扩大商品销售，增加企业利润。将商品划分为耐用品、消耗品和服务，是根据（）进行分类的。-->**商品的耐久性和有形性**

93、零售店铺的选址要以（便利顾客）为首要原则。-->

94、零售店选址首先要考虑的因素是（）。-->**B.商业群**

95、零售企业处理顾客投诉有多种方式，它们是（）。-->**B.现金退还、商品退货、价格调节、服务调节和向顾客表示歉意 C 商品调节、价格调节、服务调节和向顾客表示歉意**

96、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（）。-->**商品供应国际化**

97、零售企业在经营商品的（），可以采取为生产企业代销的方式。-->**A.投入期**

98、零售商业的第三次革命是（）的产生。-->**超级市场**

99、零售商业的服务对象是（）。-->**个人消费者**

100、零售商业的金融功能主要体现为（）。-->**分期付款**

101、零售商业的事业主体除个体零售商（业户）外，还有（）。-->**C.法人零售商（企业）。**

102、零售商业的首要功能是（）。-->**C.分类、组合、备货**

103、零售商业第二次革命的代表性业态是（）。-->**C.超级市场**

104、零售商业在商品流通中的第二项功能是（）。-->**B.服务**

105、零售商业在商品流涌中的首要功能是（）。-->**A.分类、组合、备货**

106、零售商与零售商之间的竞争是一种（）。-->**D.水平竞争**

107、零售商最基本的经营要素是（）。-->**A.商品**

108、零售要素组合的最后一项因素是（选址）。-->

109、零售业态的变迁，可以用（）理论来解释。-->**6 种**

110、零售引力法则是由（）提出的。-->**D.威廉·赖利**

111、目前，我国的连锁商业存在的首要问题是（地区分割、部门所有）。-->

112、目前我国零售商业经营成本高、经营效率低下的一个重要原因是（）。-->**配送体系的缺陷**

113、目前在发达国家，（）已经成为货物配送的主要形式，它代表了未来配送发展的方向，在现代物流中心发挥着关键作用。-->**配送中心配送**

114、目前在发达国家，（配送中心配送）已经成为货物配送的主要形式，它代表了未来配送发展的方向，在现代物流中发挥着关键作用。-->

115、哪种批发形式在我国还不多见（）。-->**连锁批发商**

116、配送过程大体上包括了以下 7 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。-->**①④②⑤③⑥⑦**

117、配送中心的基本功能是（）。-->**服务**

118、配送中心与普通仓库的主要区别在于配送中心的（）。-->**分拣功能**

119、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（）。-->**B.经销**

120、批发商用户需求（）。-->**C.缺乏弹性**

121、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。-->**B.媒介**

122、批发市场货源的提供者指（上市者）。-->

123、批发市场内的商品交易者之间存在着大量的委托代理业务，为了保护受托方的利益，批发市场一般要求委托方向受托方预付一定数额的保证金，作为受托方交易上的担保，这笔保证金称为（）。-->**委托方业务保证金**

124、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。-->**D.经济辐射**

125、批发是商品流通的重要环节，批发商业的特点有四个，其中首要特点是（交易批量大）。-->

126、批发业务最基础、最重要的职能是（）。-->**B.集散商品**

127、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（）-->**C.特许连锁零售商**

128、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（）。-->**跨渠道零售**

129、三次批发商又称作（）。-->**C.销地批发商**

130、商流费用不包括（）。-->**C.保管费用**

131、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-->**B.0.85-1.2 米**

132、商品陈列时，利用平台或推车进行堆积陈列，属于表现（廉价的）陈列形式。-->

133、商品交易所保证金制度中，主要用于期货合约成交后的清算的保证金是（）。-->**开户保证金**

134、商品交易所的首要功能是（）。-->**供求调节功能**

135、商品交易所的首要功能是（）。-->**C.供求调节**

136、商品交易所进行的是（）。-->**合约交易**

137、商品交易所进行的是（）。-->**C.期货交易**

138、商品交易所是指集中进行（）的场所。-->**期货交易**

139、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（）。-->**C.综合超市**

140、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。-->**物流**

141、商圈分析是指经营者对商圈的构成情况、特点、（范围）以及影响商圈规模变化的因素进行实地调查和分析。-->

142、商圈人口在 3-10 万人的商业街类型是（）。-->**B.地域型**

143、商圈人口在 3 万-10 万人、商店密度为 70-90%的商业街类型是（）。-->**B.地域型**

144、商人资本是最早出现的（）。-->**A.资本形态**

145、商业的分类方法很多，将商业划分为批发商业和零售商业，就是按（）进行分类。-->**C.流通阶段**

146、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。-->**B.业种**

147、商业的行业集中度低，其原因是（）。-->**A.规模经济不明显**

148、商业对国内生产总值的贡献程度，可以用来衡量的指标有（）。-->**A.商业所实现的产值占国内生产总值的比例**

149、商业与其他产业特别是制造业相比，具有许多特点，其首要特点是（）。-->**具有就业机器功能**

150、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（）。-->**B.百货商店**

151、世界上最早的仓储式商店是 1968 年开业的（）。-->**A.麦肯隆**

152、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：（）。-->**杜鲁克**

153、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（）。-->**消费者合作社**

154、特许连锁是一种以（ ）为基础的零售企业经营方式。-->**契约**
155、特许连锁是一种以（契约）为基础的零售企业经营方式。-->
156、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（ ）。-->**A.邻里型**
157、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（ ）。-->**B.社区型**
158、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（ ）。-->**C.区域型**
159、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（ ）。-->**C.区域型**
160、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。-->**D.0.8-0.9 米**
161、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（ ）。-->**媒介功能**
162、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（ ）。-->**A.商业用户**
163、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（ ）。-->**D.超级区域型**
164、我国《消费者权益保护法》明确规定了消费者的（9 种）权利。-->
165、我国常见批发形式是（ ）。-->**批兼零批发商**
166、我国大部分集贸市场属于（ ）。-->**自由批发市场**
167、我国政府统计对零售商业的业种分类有 16 大类，其中第一类是（食品类零售业）。-->
168、我们可将配送划分为配送中心配送、仓库配送、商业门店配送和厂矿企业配送，就是依据（ ）进行分类。-->**配送起点的差异**
169、我们可将配送划分为物流模式、授权模式和配销模式，就是按配送的（ ）进行分类。-->**经营权限**
170、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（ ）。-->**B.超级市场**
171、物流的构成要素或基本环节主要包括（ ）。物流就是这些构成要素的集成系统。-->**七要素**
172、物流的种类很多，可按不同的标准进行分类。将物流分为地方物流、区域物流、国内物流和国际物流，就是按（ ）不同划分的。-->**物流活动的空间范围**
173、狭义上的物流是指（ ）。-->**销售物流**
174、下列不属于批发市场的特征的是（ ）。-->**交易规则比较简单**
175、下列顾客投诉不属于服务方面因素的是（ ）。-->**A.商品缺货不能充分选择**
176、下列哪类商品不能进入商品交易所交易？（ ）。-->**C.具有垄断性质的商品**
177、下列哪一项不属于流通功能？（ ）-->**流程改造**
178、下列哪一项不属于流通体制改革的内容（ ）。-->**提升流通规模**
179、下列哪一项不属于商品交易所的主要功能（ ）。-->**现货交易**
180、下列哪一项不属于我国流通领域的现行规制（ ）。-->**服务质量规制**
181、下列哪一项不属于物流的基础要素（ ）。-->**流动要素**
182、下列哪一项属于生产者之间的水平渠道系统？（ ）。-->**A.农业合作社**

183、下列哪一种形式不属于无店铺零售（ ）。-->**配送中心**
184、下列商品不能进入商品交易所交易的是（ ）。-->**C.具有垄断性质的商品**
185、现代物流管理的永恒主题是（ ），要努力提升物流增值性服务。-->**B.成本与服务**
186、现代物流运营的基础和前提是（ ）。-->**信息化**
187、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。-->**D.评价阶段**
188、消费者在购买动机驱使下走入商店，从对商品的选择、评价到购买，在心理上大致要经过八个阶段。消费者在（评价阶段），通常喜欢看看同类产品的不同品牌，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，而且容易看得清楚。P148-->
189、研发、制造 PB 商品的主体是（ ）。-->**C.零售商**
190、业态是零售商业的（ ），强调的是“怎么卖”。-->**经营形态**
191、业态是零售商业的（ ）。-->**C.经营形态**
192、业种是指零售商业的行业种类，业种强调的是（ ）。-->**卖什么**
193、一般来说，次级商圈的顾客大约占（ ）。-->**15—25%**
194、一般来说，核心商圈的顾客大约占（ ）。-->**A.55-70%**
195、一般来说，经营日常生活用品的店铺，其商圈范围较小，主要以（ ）为主。-->**核心商圈**
196、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。-->**B.0.85-1.2 米**
197、一般来说，一个店铺的卖场面积应占店铺使用面积的（ ）。-->**60—70%**
198、一般来说，影响商圈大小的因素主要有七个方面，其首要因素是（店铺的经营特色）。-->
199、一般情况下，人们将（ ）理解为“买卖”。-->**交易**
200、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。-->**D.美国**
201、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（ ）。
C.综合超市
202、以零售业务为主的网上交易形式是（ ）。-->**A.网上商店**
203、以耐用品为主、商圈人口在 15 万-20 万人的商业街类型是（ ）。
C.广域型
204、以耐用品为主、商圈人口在 20 万人以上的商业街类型是（ ）。-->**D.超广域型**
205、以批发业务为主，同时也兼营零售业务的批发商叫（ ）。-->**批兼零批发商**
206、以日常用品为主、重视实用性、低价格的商业街类型是（ ）。-->**A.近邻型**
207、以下不属于市场失败的经济现象是（ ）。-->**A.价格大战**
208、以下关于第三方物流的陈述中错误的是（ ）。-->**第三方物流是第四方物流的前身**
209、以下坚持了可持续发展理念的物流是（ ）。-->**D.绿色物流**
210、以下属于元店铺零售商业的是（ ）。-->**C.邮寄商店**
211、营业员接待顾客待机的时间长短与商品价格高低（ ）。-->**成正比**

212、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（ ）。-->**储存模式**
213、有一商品的条码为 6914973304024，其中“49733”的含义是（ ）。-->**制造商代码**
214、有一商品的条码为 6914973304024，其中“0402”的含义是（ ）。-->**C 商品项目代码**
215、有一商品的条码为 6914973304024，其中“691”的含义是（ ）。-->**A.制造商国家或地区**
216、有一商品的条码为，其中 691 的含义是（ ）。-->**A.制造商国家或地区**
217、于到哪类商品不能进入商品交易所交易（ ）。-->**C.具有垄断性质的商品**
218、越级市场的目标市场是（ ）。-->**A.普通大众**
219、运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、物流信息构成现代物流体系的（ ）。-->**功能要素**
220、在垂直渠道系统的典型形态中，零售商合作组织属于（ ）。-->**C.契约式**
221、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（ ）。-->**C.契约式**
222、在垂直渠道系统的典型形态中，特许经营组织属于（ ）。-->**C.契约式**
223、在店铺选址应避免的地域中，不正确的是（ ）。-->**B.同类商店集聚地**
224、在各种流通渠道中，（ ）是只包括一个中间商的流通渠道。-->**A.一级渠道**
225、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。-->**C.城市居民区商业群**
226、在工业品流通渠道中，比较少见的渠道模式是（ ）。-->**C.三级渠道**
227、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。-->**B2B 模式**
228、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。-->**O2O 模式**
229、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。-->**长度**
230、在零售营销中，与制造商或批发商业相比，主要购买者是（ ）。-->**D.女性**
231、在流通过程中，以下哪一个因素起决定作用？（ ）。-->**C.商流**
232、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（ ）。-->**C.并购**
233、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（ ）。-->**A.许可**
234、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（ ）。-->**C.并购**
235、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。-->**D.独资**
236、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（ ）属于无店铺零售业态有-->**D.独资**

237、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（）。-->**A.许可**

238、在流通渠道中，物流服务机构属于（）。-->**流通辅助机构**

239、在批发市场的交易者中，（）是指可以直接从批发市场购买商品，但不得从事商品转卖交易的人或经济团体。-->**交易参加者**

240、在特殊商品的流通政策中，下列哪一项不属于特殊商品（）。-->**供给弹性大的商品**

241、在网络营销市场中，购销双方为“多对多”形式的是（）。-->**C.网上交易市场**

242、在我国，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，满足顾客对某一大类商品选择需求的零售店叫做（）。-->**专业店**

243、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。-->**D.同业店铺**

244、在我国的零售渠道变革过程中，2000-2009年属于（）。-->**多渠道阶段**

245、在物流的分类中，社会物流是按（）分类。-->**属性**

246、在物流管理的基本内容中，运输与配送管理属于（）。-->**物流作业管理**

247、在物流体系发展起步阶段，可以选择的配送形式是（）。-->**C.仓库配送**

248、在下列选项中，不属于流通创新发展趋势的是（）。-->**零售主导化**

249、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（）。-->**A.折扣店**

250、在现代消费升级中，商品本身的变革升级是指（）。-->**消费结构升级**

251、在业态变迁的理论假说中，（）认为一种新型零售业态出现以后，必然带来另一种与它完全不同的业态出现。-->**辩证过程理论**

252、在以下物流自动化构成内容中，属于基础性工作的是（）。-->**A.商品分类编码**

253、在直接流通的情况下，流通风险由生产者和（）共同承担。-->**消费者**

254、针对哪类批发用户购买类型（都不对），批发商应力图多接触那些对购买决策起关键作用的人物，并为他们提供有用的信息和帮助，以促进用户的购买。-->

255、真空地带理论是由（）提出的。-->**A.尼尔森**

256、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。-->**D.流通政策**

257、制造商与零售商的“两极化”是指（）并存现象。-->**大型化与小型化**

258、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（）。-->**A.70-80%**

259、主要用于工业品流通渠道，一般也被称为直接渠道的是（）。-->**D.零级渠道**

260、主要用于容易零散的商品，如袋装商品及小五金等商品陈列的形式是（）。-->**C.挂钩陈列**

261、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。-->**C.制造商**

262、专门经营或授权经营某一主要品牌商品的零售业态是（）。-->**B.专卖店**

263、装卸和（）是紧密连接的两个物流作业活动。-->**搬运**

264、自20世纪五六十年代开始，许多批发商全部买下了他们所服务的零售商，甚至通过自建或收购的方式向生产领域渗透，（走纵向一体化经营）的道路。-->

265、最精于物流成本核算的国家是（）。-->**日本**

266、作为相对独立的利润中心的配送中属于以下哪一种模式（）。-->**D.配销模式**

267、作为一种商业积聚形态，购物中心与（）有很多相似之处。-->**D.商业街**

多选(208)--电大资源网: <http://www.dda123.cn/> (微信搜: 905080280)

1、“互联网+”时代，传统零售业发展的新趋势包括（）。-->**(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)**

2、“互联网+零售”的特征包括（）。-->**(零售经营新理念零售组织新形态; 零售主体新角色; 零售产出新内容; 零售活动新关系)**

3、“互联网+零售”的现实意义包括（）。-->**(引领流通革命; 优化业态结构; 引发生产革命; 促进消费升级)**

4、POS系统的应用主要包括以下操作功能（）。-->**(A.前台销售收款操作 B.收款数据的汇总和统计 C.商品的进货与盘点 D.经营分析与管理)**

5、（）属于无店铺零售企业。-->**(A.邮购商店 B.网上商店 C.电视和电话售货 D.自动售货)**

6、按配送的经营权限不同，可将配送划分为（）。-->**(物流模式; 授权模式; 配销模式)**

7、按配送的经营权限不同，可将配送划分为哪几种模式（）。-->**(B.授权模式 D.物流模式 E.配销模式)**

8、按配送的组织模式及经营主体的不同，可将配送划分为（）。-->**(代理型; 自营型; 共同配送型)**

9、按商品流通政策适用对象分类，可将商品流通政策划分为（）。-->**(生产者流通政策; 消费者流通政策; 商业者流通政策)**

10、按照经营商品的构成分类，可将商品分为（）。-->**(辅助商品; 主力商品; 关联商品)**

11、按照经营商品的构成划分，商品可以分为（）。-->**(A.辅助商品 C.主力商品)**

12、按照商品的用途分类，可分为（）。-->**(资本品; 消费品)**

13、按照组织形式不同，可将零售商划分为（）。-->**(B.自由连锁零售商 C.特许连锁零售商 D.消费者合作社)**

14、百货店从产生到发展，形成了自己的经营特征，它们是（）。-->**(A.拥有宽敞的营业空间和舒适的购物环境 B.多位于城市繁华区或交通要道 C.经营商品范围广泛, 种类繁多 D.在管理上实行商品部制 E.采用柜台销售与自选销售相结合的售货方式和功能多样化)**

15、百货店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、运营、管理）的零售业态。-->

16、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（）的零售业态。-->**(B.进货 C.运营 D.管理 E.计划)**

17、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。-->**(B.进货 C.运营 D.管理 E.计划)**

18、便利店生存与发展需要的基本条件有（）。-->**(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)**

19、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。-->**(A.经营规模 B.经营方式 C.经营品种 D.经营条件)**

20、不同零售店铺其外观设计也不同，但必须遵守的基本原则是（）。-->**(让顾客确知店铺存在, 让顾客来店)**

21、仓储式商店的突出优势是（）。-->**(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)**

22、超级市场的革命性变化包括（）。-->**(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)**

23、超级市场的经营优势表现为（）。-->**A.进货成本较低 B.由于低价销售, 对消费者有较大的吸引力 C.采用自我服务方式, 可节约人工费用 D.商品开架陈列, 方便消费者选购)**

24、超级市场的业务流程可以概括为（）。-->**(A.开架销售 B.自主服务 C.小车携带 D.出门结算)**

25、从发展趋势来看，我国商品流通政策将在以下方面发生变化（）。-->**(强化对大型店的规制, 重视对中小商业的保护与扶持, 加强对消费者权益的保护, 促进流通现代化与组织化的发展, 加快流通业的国际化步伐)**

26、从历史的发展来看，商品交换经历了三个发展阶段（）。-->**(物物交换, 以货币为媒介的商品交换, 以商业为媒介的商品交换)**

27、从世界范围来看，当今消费者需求的变化主要体现在（）。-->**(家庭规模, 人口结构, 收入水平, 价值观念, 生活方式)**

28、从现实情况来看，我国零售商业的选址主要有以下特点（）。-->**(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)**

29、从总体上看，影响零售商业发展、变化的环境因素主要有（-->**(A.政治法律 B.宏观经济 C.消费者需求 E.竞争状况)**

30、大多数顾客投诉的原因来自于（）。-->**(A.商品方面 B.服务方面 C.顾客自身方面)**

31、电子商务的应用范围极其广泛，按不同的分类标准，可分为若干种类。其中，最主要是按电子商务的交易对象分类，可分为如下几类（企业对消费者电子商务、企业对企业电子商务、消费者对消费者电子商务、对等网络电子商务、移动商务）。-->

32、店铺的内部设计主要包括（）。-->**(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)**

33、店铺内部设计的功能是（）。-->**(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)**

34、店铺外观设计的功能是-->**(A.让顾客确知店铺的存在 B.吸引顾客来店)**

35、店铺选址时的客流分析对象包括（）。-->**(A.客流类型 B.客流规模 C.客流目标 D.客流速度 E.客流滞留时间)**

36、店铺选址时的客流分析主要是对（ ）的分析。-->(客流目标, 客流类型, 客流速度, 客流规模)

37、反垄断政策是各国最主要的商品流通政策, 各国反垄断法规定的主要内容包括（ ）。-->(A.禁止垄断 B.禁止不正当的交易限制 C.禁止不公平交易)

38、各国对大型店铺的规制是出于（ ）的考虑。-->(增加中小商业的经营机会; 避免外部不经济)

39、各国反垄断法规定的主要内容包括（ ）。-->(A.禁止垄断 B.禁止不正当的交易)

40、各国政府对零售商业的干预大致有两个层次-->(A.通过一般经济政策 B.通过专门的经济政策)

41、根据批发商业的定义, 我们可以推论出批发商业有如下特点（ ）。-->(交易范围广泛; 交易关系稳定; 交易批量大)

42、供应链管理本质特征包括（ ）。-->(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)

43、供应链管理的主要方法有（ ）。-->(准时制生产; 全面质量管理; 快速反应系统; 精益生产; 有效顾客回应系统)

44、供应链管理具有的特点是（ ）。-->(供应链管理提出了全新的库存观; 供应链管理是一种基于流程的集成化管理模式; 供应链管理可以说是全过程的战略管理)

45、供应链管理具有以下哪几个方面的发展特点（ ）。-->(A.供应链管理是一种基于流程的集成化管理模式 B.供应链管理可以说是全过程的战略管理 C.供应链管理提出了全新的库存观)

46、购物中心的主要功能是（ ）。-->(休闲; 购物; 娱乐)

47、核心商圈的基本顾客来源是（ ）。-->(A.工作人口 B.流动人口 D.外地人口)

48、简单易行的确定商圈的方法有（ ）。-->(A.通过调查汽车牌号来确定顾客的来探与分布 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)

49、借鉴国内外企业推行配送合理化的经验, 我们可以采取的配送合理化措施有（ ）。-->(A.推行专业化配送 B.推行加工配送 C.推行共同配送 D.实行送取结合 E.推行即时配送系统)

50、连锁店产生与发展需要具备的基本条件是（ ）。-->有较高的工业生产水平; 国民收入及消费达到一定水平; 有较好的运输、通信及物流设施; 统一、开放、有序的市场体制

51、连锁店的产生与发展需要具备的基本条件是（ ）。-->(A.具有较高的工业生产水平 B.国民收入及消费达到一定水平 C.有较好的运输、通讯及物流条件 D.统一开放、有序的市场体系)

52、连锁店之所以成为一种流行的零售组织形式, 并在零售业中占有重要的位置, 与它独具的优势是分不开的。其优势包括（ ）。-->(商店的市场范围大, 商店知名度高, 并能运用现代化管理手段, 有利于强化采购, 有利于降低成本, 有利于强化销售)

53、零售国际化的形式主要包括（ ）。-->(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)

54、零售经营环境就是指影响零售商业发展、变化的各种外在因素的集合, 主要包括（ ）及地区经济环境等。-->(A.政治法律 B.宏观经济 C.消费者需求 D.行业竞争状况)

55、零售经营要素是指零售商在进行经营活动过程中为实现经营目标而需要进行设计和管理的各种营销要素。零售经营要素一般包括商品、（ ）、销售过程等。□-->(A.价格 B.广告与销售促进 C.顾客服务 D.店铺设计与商品陈列 E.店址)

56、零售流通的变革主要体现在（ ）。-->(零售商经营规模的扩大; 自有品牌的开发; 信息技术的广泛应用; 组织化程度的日益提高; 业态多样化)

57、零售企业处理顾客投诉的方式有（ ）。-->(向顾客表示歉意; 商品调节; 价格调节; 退还现金; 服务调节)

58、零售企业服务品质的高低, 主要取决于售货人员的（ ）。-->(A.服务意识 B.服务态度 C.服务客体 D.服务技巧 E.仪表举止)

59、零售商业的分类方法通常有两类（ ）。-->(业态分类; 业种分类)

60、零售商业的竞争包括（ ）。-->(垂直竞争, 水平竞争)

61、零售商业的特点是（ ）。-->(A.交易次数频繁, 交易批量小 B.对店铺选址及店铺设计有较高的依赖度 C.经营场所分散, 经营受商圈的限制)

62、零售商业二三次革命的代表性业态是（ ）。-->(B.百货店 C.连锁商店 D.超级市场)

63、零售选址的原则包括（ ）。-->(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)

64、流通创新包括（ ）。-->(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)

65、流通国际化动因中的拉动因素包括（ ）。-->(国外市场的发展机会; 国外市场落后的零售结构)

66、流通国际化动因中的推动因素包括（ ）。-->(本国严格的管制政策; 本国不利的人文环境; 本国落后的经济条件; 饱和的本国市场空间)

67、流通企业选择海外市场进入模式的内部影响因素包括（ ）。-->(流通企业规模; 流通企业的专业技能; 国际化经验)

68、流通渠道结构的影响因素包括（ ）。-->(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)

69、流通体制改革的目标包括（ ）。-->(构建“无缝衔接”的管理体系; 营造良好的宏观政策环境; 打造健全完善的法律环境; 建立统一高效的体系)

70、流通政策体系的构建应遵循以下原则（ ）。-->(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)

71、卖场设计包括（ ）。-->(A.卖场划分 B.面积分配 C.卖场布局)

72、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（ ）。-->(A.工作人口 B.流动人口)

73、目前, 我国的连锁商业主要存在以下问题（ ）。-->(A.地区分割、部门所有严重制约了连锁组织的迅速发展 B.大部分商业连锁公司规模过小, 无法发挥连锁经营的效用 C.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 D.地区、业态、业种发展不平衡)

74、判定零售业态的标准是（ ）。-->(A.组合的独特性 B.广泛的影响性 D.模仿流行性)

75、判定零售业态的优劣具有重要意义, 只有这样才能在实际经营中进行正确业态的选择, 发展具有优势的业态。其判定标准有（ ）。-->(连锁适应性, 运营两便性, 竞争优势性)

76、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（ ）。-->(A.实现配送作业的经济规模, 使流通过费用降低 B.减少用户库存, 加快商品周转 C.促进业务的发展, 实现物流资源的合理配置 D.加强了与供方的合作关系 E.建立健全 POS、EOS 系统和配送申报制度对)

77、配送中心的作业流程管理主要有（ ）。-->(理货作业管理; 配货作业管理; 进货入库作业管理; 在库保管作业管理)

78、配送中心的作用主要表现在以下方面（ ）。-->(B.实现配送作业的经济规模, 使流通过费用降低 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)

79、配送中心物流合理化可以从哪些方面来实现（ ）。-->(A.配送作业计划化 B.货物进出批量化 C.配送作业共同化 D.配送路线短捷化 E.配送作业省力化 F.管理信息化)

80、配送中心一般具有以下功能（ ）。-->(加工和储存功能; 送货和信息功能; 服务和集货功能; 分拣和装卸功能)

81、批发商业的发展方向是（ ）。-->(专业化; 信息化; 组织化; 物流化)

82、批发商业的用户类型包括（ ）。-->(事业用户; 政府部门; 产业用户; 再销售者)

83、批发商业的用户主要包括（ ）。-->(批发商, 制造商, 零售商)

84、批发商业的用户主要包括（ ）。-->(A.再销售者 B.产业用户 C.事业用户 D.政府部门)

85、批发商业面临的挑战主要是来自（ ）。-->(A.制造商的挑战 B.零售商的挑战 C.信息化的挑战 D.物流产业化的挑战)

86、批发商业是指向（ ）销售商品和服务的商业。-->(产业用户, 事业用户, 再销售者)

87、批发商业用户的购买决策者及影响者主要有（ ）。-->(使用者和影响者; 购买者; 把关者; 决策者; 批准者)

88、批发商在分销渠道中的功能包括（ ）。-->(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)

89、批发商组织化可收到如下效果 A 可以扩大进货批量, 降低进货成本 B 可以灵活调度库存商品, 提高商品供给能力 C 可以扩大信息源, 提高信息搜集与提供能力 D 可以加强销售协作, 提高销售能力 E 可以共用物流设施, 提高物流效率。-->

90、批发商组织化可收到如下效果（ ）。-->(A.可以扩大进货批量, 降低进货成本 B.可能灵活调度库存商品, 提高商品供给能力 C.可以扩大信息源, 提高信息搜集与提供能力 D.可以加强销售协作, 提高销售能力 E.可以共用物流设施, 提高物流效率。)

91、批发市场的保证金主要有（ ）。-->(A.委托保证金 C.合同保证金)

92、批发市场的交易者主要有（ ）。-->(A.上市者 B.代理批发商 C.中间批发商 D.交易参加者)

93、批发市场既不同于集市和商品交易所, 也不同于单体批发商或批发企业, 是一个独特的批发组织, 具有如下独特的功能（ ）。-->(服务功能, 媒介功能, 管理功能, 经济辐射功能)

94、批发市场具有（ ）。-->(A.媒介功能 C.服务功能 D.管理功能)

95、批发市场具有的功能包括（）。-->(管理；服务；媒介；经济辐射)

96、批发市场是指集中进行现货批量交易的场所，其功能有（）。-->(A.媒介功能 B.服务功能 C.管理功能 D.经济辐射功能)

97、批发市场是指集中进行现货批量交易的场所。其独特的功能有（）。-->(服务功能，经济辐射功能，管理功能，媒介功能)

98、企业的物流管理信息系统的发展趋势是（）。-->(A.信息采集在线化 B.信息传输网络化 C.信息处理智能化 D.信息输出图形化)

99、企业商品目录一般包括（）。-->(A.经营商品目录 C.必备商品目录)

100、企业物流合理化的意义表现在（）。-->(改善和提高企业的管理水平；压缩库存、减少流动资金的占用；降低物流费用、减少产品成本；缩短生产周期、加快资金周转)

101、迄今为止，一些学者提出了许多有关零售业态变迁的理论假说，这些假说有 A 零售轮理论 B 适者生存理论 C 综合化与专业化循环理论 D 辩证过程理论 E 真空地带理论和生命周期理论-->

102、确定商圈简单易行的方法有（）。-->(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.通过向现命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)

103、商店服务品质的高低取决于（）。-->(A.服务意识 B.服务态度 C.服务技术 D.仪表举止)

104、商品交易所的功能有（）。-->A 供求调节 B 价格形成 C 平抑价格 D 风险转移

105、商品交易所的交易者主要有（）。-->(A.投机散户 B.投机大户 C.经纪公司 D.场内经纪人)

106、商品交易所的主要功能是（）。-->(供求调节功能，价格形成功能，平抑价格功能，风险转移功能)

107、商品交易所的组织机构主要包括（）。-->(A.交易所会员 B.交易所理事会 C.专业委员会 D.清算机构)

108、商品结构按照经营商品的构成，可以分为（）。-->(主力商品，关联商品，辅助商品)

109、商品流通政策的基本功能可概括为（）。-->(矫正“市场失败”；扶持、促进商品流通的发展)

110、商品流通政策的特定目标可概括为（）。-->(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)

111、商品流通政策的一般目标是（）。-->(A.经济发展 B.经济稳定 C.经济公正 D.经济自由)

112、商品流通政策主体包括（）。-->(A.立法机构 B.行政机构 C.企业组织 D.社会团体 E.司法机构)

113、商品流通组织化政策主要包括（）。-->连锁商业政策；综合商社政策；商店街政策

114、商品条码的形式有多种，可根据不同商品的特点，选择不同的条码形式。商品条码的形式主要有以下几种（）。-->(商品包装条码；条码标签；条码本；吊牌条码；条码卡贴)

115、商品条码的应用涉及以下方面（）。-->(商品盘点；自动补充商品；商品销售；商品采购)

116、商品组合的类型有（）。-->(A.多系列全面型 B.市场专业型 C.商品系列专业型 D.有限商品系列专业型 E.特殊商品专业型)

117、商圈大小受许多因素的影响，可使用（）等方法对商圈进行测定。-->零售引力法则、零售饱和理论、霍夫模型

118、商业的产生是为了解决生产与交换在（）的矛盾。-->时间上、空间上、技能上

119、商业的贡献体现在很多方面，即（）。-->对国内生产总值的贡献；对充分就业的贡献；对经济增长的贡献；对财政收入的贡献；对城市功能的贡献和对国民福利的贡献

120、商业的主要构成要素是（）。-->(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)

121、商业对国民福利贡献与下面直接相关的方面是（）。-->(生活质量，消费者闲暇，工作兴趣，国民收入，消费者爱好的满足)

122、商业之所以对劳动力有较强的吸纳能力，其主要原因有（）。-->(A.消费者对商业部门所提供服务的最终需求不断增长 B.其他产业部门对商业部门的“中间服务需求”的不断增长 C.商业劳动生产率的增长低于其他产业 D.商业劳动具有较强的“个人化”与“家庭化”倾向 E.与制造业相比，商业对劳动力资质条件的要求相对较低)

123、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（）。-->(A.销售组织连锁化 B.商品销售自动化 E.商品选配自动化)

124、社会分工的发展产生了两个效果（）。-->(A.提高了劳动生产率 B.加深了不同部门、行业之间的相互依赖)

125、随着经济的发展，零售商业环境不断变化，从而导致零售商业在（）及销售方式的变化，这些变化的最终结果则导致业态形式越来越多。-->(技术与服务，商品组合，营业时间，选址)

126、特许连锁的最大特点是，有一个盟主（）。-->(双方以特许经营合同为纽带，各成员店在财产和法律上是独立的，加盟店在经营管理上失去自主权)

127、特许连锁方式包括的当事人有（）。-->(B.特许权所有者 C.特许权接受方)

128、外资零售企业进入中国市场的方式包括（）。-->(跨国合资；跨国独资并购；战略联盟)

129、网上贸易是由 B 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-->(A.交易范围广泛 C.交易成本低 D.贸易全球化)

130、为了控制采购成本，配送中心应加强以下哪些工作（）。-->(A.加强对市场采购信息的收集和分析 B.与供应商建立融洽的关系 C.确定适宜的采购时机 D.确定合理的采购批量)

131、未来批发商业的发展方向是（）。-->(A.组织化 B.信息化 C.物流化 E.专业化)

132、未来批发商业面临的发展方向是（）。-->(专业化，信息化，组织化，物流化)

133、我国的连锁商业在业态形式上以（）为主。-->(A.超级市场 B.便利店)

134、我国流通领域的现行规制包括（）。-->(产品质量规制；价格规制；公平竞争规制；消费者权益保护规制；收费规制)

135、我国未来流通政策体系的基本框架包括（）。-->(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)

136、物流的功能要素是指与物流有关的各种作业功能。包括（）。-->(A.运输 B.储存 C.包装 D.装卸 E.物流信息)

137、物流的活动要素包括（）。-->(A.运输 B.储存 C.包装 D.装卸 (搬运)。E.配送 F.物流信息)

138、物流共同化主要包括（）。-->(A.配送共同化 B.物流资源利用共同化 D.物流管理共同化)

139、物流合理化包括（）。-->(物流作业合理化；物流结构合理化；物流体制合理化)

140、物流企业国际化经营的方式主要包括（）。-->(跨国联盟；并购)

141、物流自动化的内容包括（）。-->(A.商品分类编码 B.商品仓储自动化 C.商品包装加工自动化 D.商品配送自动化)

142、物物交换的局限性在于（）。-->(A.商品价值无法得到充分、准确的体现 B.交换双方必须彼此都需要对方的产品)

143、狭义的经营方式主要指批发商的销售方式或批发业态。据此，我们将批发业态划分为（）。-->经销、代理、经纪、拍卖

144、下列属于不合理配送的表现形式有（）-->A 资源筹措不合理 B 库存决策不合理 C 经营观念的不合理 D 配送与直达的决策不合理 E 送货过程中的不合理运输和价格不合理

145、下列属于批发商府户购买特点有（）。-->(A.购买数量大 B.需求派生性 D.需求波动性 E.购买专业性)

146、下列属于网上广告形式的是（）。-->(A.网页广告 B.电子邮件广告 D.场景模拟广告)

147、下列属于现代物流产业范畴的是（）。-->(A.物流基础业 B.物流装备制造 C.物流咨询、服务业 D.企业自营物流)

148、下列属于有限职能批发商的有（）。-->(A.现金自运批发商 B.卡车批发商 D.货架批发商 E.邮购批发商)

149、下面关于配送的描述正确的是：（）。-->(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)

150、下面哪些属于店铺的设计原则（）。-->(A.满足需要和魅力原则 B.效率原则和经济原则 C.对高内流动自由和安全的服用 D.便于挑选原则)

151、现代物流呈现以下特征（）。-->(智能化与柔性化；标准化；自动化；信息化和网络化)

152、现代物流的概念是相对传统物流而言的，其本质区别并不在于概念本身，更重要的则是在（）上。-->(内容；目标；手段；理念)

153、现代物流的构成要素包括（）。-->(物流的系统要素，物流的功能要素，物流的基础要素 c)

154、现代物流管理的目标主要有（）。-->(以实现客户满意为第一目标；以整体最优为目的；重视效率更重视效果)

155、现代物流管理的主要内容包括（）。-->(物流战略管理；物流作业管理；物流成本管理；物流服务管理)

156、现代物流体系的要素构成包括：（）。-->(A.一般要素 B.物质基础要素 C.功能要素 D.体制政策要素)

157、现代物流体系要实现的目标主要有（）。-->(A.物流发展布局合理 B.物流政策法规完善 C.提供快速、及时和便捷的物流服务)

158、现代物流与传统物流的区别在于（）。-->(A.坚持了客户需求导向 C.强化了对服务和信息的管理 D.是供应链过程的一部分)

159、现阶段，我国零售企业的进货方式，大致有（）。-->(合同订购；市场选购；计划收购；预购)

160、现阶段我国的商品流通宏观调控政策主要体现为（）。-->(商品储备政策，风险调节基金政策)

161、消费者产生购买信心主要来自于（）。-->(A.相信商品 B.相信商店或制造商 C.相信营业员介绍)

162、要进行商品交换必须具备的前提条件有（）。-->(A.社会分工 B.产权明晰)

163、一般来说，个人消费者的特征包括（-->(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)

164、一个地区内的商业区或购物区类型包括（）。-->(A.中心商业区 B.辅助商业区 C.商业小区 D.购物中心 E.独立店区)

165、依据配送的组织形态分类，可将配送分为（）。-->(综合性配送，共同配送，专业性独立配送)

166、影响零售商业的因素有（）。-->(A.政治法律因素 B.宏观经济因素 C.消费者需求 D.竞争状况)

167、影响流通渠道结构的商品因素包括（）。
B.体积与重量 C.易腐性 D.单位价值

168、与传统的交易方式相比较，电子商务的主要特点是（）。-->(A.交易过程电子化 B.交易市场虚拟化 C.交易对象特定化 D.交易质量高效化)

169、与传统的市场营销相比，网络营销的主要特点是（）。-->(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)

170、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（）。-->(A.利用信息传递开展背对背的交易 B.交易活动不受时空的限制 C.可以开展互动的定制营销)

171、与传统商店相比，网上商店有如下特点（）。-->(A.节省商店的租金和设备费用 B.降低商店的营运成本 C.经营规模不受地域和场地限制 D.可为消费者提供更好的服务 E.有固定的消费群体和限定的商品种类)

172、与零售经营相比，批发经营的特点有（）。-->(A.交易批量较大 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)

173、与零售商的客户相比，批发商的客户购买特点包括（）。-->(A.需求的派生性 B.需求缺乏弹性 C.需求的波动性 D.购买的专业性强 E.购买数量比较大)

174、在进行店铺建筑造型设计时，主要应考虑（）。-->(A.建筑物形状 B.建筑物的高度 C.建筑材料 D.建筑物的外表颜色)

175、在零售选址中，具体店址位置分析应当考虑的因素主要有（）。-->(A.店址的性质 B.客流量特征 C.周边商店的类型 D.租赁条款)

176、在零售选址中，具体店址位置分析应当考虑的因素主要有（）。-->(A.店址的性质 B.客流量特征 C.周边商店的类型 D.租赁条款 E.购买成本)

177、在社会分工存在的条件下，解决产品供给单一化与产品需要多样化这种矛盾，协调供需关系，从可能性上说，大致有如下哪些途径（）。-->(自行生产，赠与或乞讨，诈骗，掠夺，交换)

178、在下列选项中，按经营对象划分的流通产业是（）。-->(服装流通业 消费品流通产业；工业品流通产业 生产资料流通产业)

179、在下列选项中，仓储会员店的主要特征为（）。-->(A.批零兼营 C.提供停车场 D.以中低档商品为主 E.价格低廉)

180、在下列选项中，道权力的来源包括（）。-->(A.奖赏 B.强制 C.专业知识 D.合法性)

181、在下列选项中，连锁商店的基本特征包括（）。-->(A.标准化 管理 B.专业化分工 C.集中化进货 D.简单化作业)

182、在下列选项中，零售商的职能包括（）。-->(A.商品交换 B.储存商品 C.沟通服务)

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

184、在下列选项中，批发市场的功能包括（）。-->(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)

185、在下列选项中，渠道冲突的原因包括（）。-->(决策领域分歧；感知差异；资源稀缺；角色对立；期望差异)

186、在下列选项中，渠道权力的来源包括（）。-->(A.奖赏 B.强制 C.专业知识 D.合法性)

187、在下列选项中，物流的活动要素包括（）。-->(运输；装卸；流通加工；储存；包装)

188、在下列选项中，物流作业管理包括（）。-->(运输与配送管理；流通加工管理；物流信息管理)

189、在下列选项中，狭义的流通产业包括（）。-->(A.批发业 B.零售业 D.物流业)

190、在下列选项中，属于共享物流创新模式的是（）。-->(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)

191、在下列选项中，属于零售多元化融合的是（）。-->(B.实体店 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)

192、在下列选项中，属于零售经营环境的是（）。-->(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)

193、在下列选项中，属于流通创新发展趋势的是（）。-->(A.创新组织化 B.技术密集化 C.流通国际化 D.消费主导化)

194、在下列选项中，属于流通创新驱动力量的是（）。-->(技术创新 消费升级；交易成本；经济全球化)

195、在下列选项中，属于流通功能的是（-->(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)

196、在下列选项中，属于批发商发展趋势的是（）。
A.组织化 B.信息化 C.物流化 E.线上化

197、在下列选项中，属于批发市场的交易方法的是（）。-->(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)

198、在下列选项中，属于无店铺零售业态的有（）。-->(A.电视购物 B.邮购 C.网上商店 D.直销 E.电话购物)

199、在下列选项中，属于物流的活动要素的是（）。-->(A.运输 B.装卸 C.流通加工 D.储存 E.包装)

200、在下列选项中，属于专业流通者的是（）。-->(A.批发商 B.零售商)

201、正确理解零售商业的定义，必须把握以下几点（）。-->(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.对经营场所所有较高的依赖性，对店铺选址与设计等有特别的要求)

202、属于无店铺零售企业。（）-->(电视售货；电话售货；邮购商店)

203、专业商店的产生与发展大体上可以分为（）阶段。-->(A.独立化阶段 B.专业化阶段 C.成熟化阶段)

204、专业商店的产生与发展大体上可以分为三个阶段（）。-->(A.独立化阶段 B.专业化阶段 C.成熟化阶段)

205、自选商场是一种售卖方式——顾客自我选择购物，（）都采取了这种形式。-->(专卖店，超级市场，仓储式商店)

206、自由连锁经营的基本原则是（）。-->(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 E.原则)

207、最佳商品组合的标志是（）。-->(A.发展性 B.竞争性 D.盈利性)

208、作为相对独立的产业门类，商业与其他产业，特别是与制造业相比，其特点是（）。-->A 对劳动力有较强的吸纳能力 B 进入与退出障碍低，竞争激烈 C 行业集中度较低，规模经济性不明显 D 技术进步的从属性

简答(50)--电大资源网: <http://www.dda123.cn/> (微信搜: 905080280)

- 1、比较第三方物流和第四方物流，说明两者的区别...
- 2、概括现代物流与传统物流的区别。...
- 3、简述超级市场的经营特征和主要优势。...
- 4、简述第三方物流与第四方物流的区别。...
- 5、简述连锁店的经营优势。...
- 6、简述零售选址的原则。...
- 7、简述零售业发展趋势。...
- 8、简述流通产业的特点
- 9、简述流通方式的变革。...
- 10、简述流通方式的变革过程。...
- 11、简述批发经营的特点。...
- 12、简述批发流通的变革。...
- 13、简述批发商面临的挑战
- 14、简述商品流通政策的属性。...
- 15、简述网上商店的定义及特点。...
- 16、简述未来批发商业的发展方向。...
- 17、简述现代物流管理的主要内容。...
- 18、简述新形势下批发商面临的挑战。...
- 19、简要说明批发商业所具有的功能。...
- 20、决定消费者需求变化的因素
- 21、连锁店的产生与发展需要具各哪些条件?...
- 22、零售商业三次革命的主要内容是什么?...
- 23、零售要素组合的组合要素有哪些?...
- 24、零售营销都有哪些特点?
- 25、流通产业的特点是什么?
- 26、配送合理化的主要措施有哪些?...
- 27、配送中心都能发挥哪些作用?
- 28、请简述商品流通政策的基本属性。...
- 29、请说明网上商店的定义及特点。...
- 30、商品陈列有哪些技术要求?...
- 31、商品交易所都有哪些特点?

32. 商品交易所对上市商品有哪些规定? ...
 33. 商品条码有哪几种? 如何应用? ...
 34. 说明超级市场的经营特征。
 35. 说明店铺位置选择的区域特点。...
 36. 说明连锁店产生与发展需要具备的条件。...
 37. 说明流通企业开展电子商务的重要意义。...
 38. 说明现代物流与传统物流的区别。...
 39. 为什么说批发商业可以节约流通成本? ...
 40. 未来批发商业的发展方向是什么? ...
 41. 我国发展现代物流产业的意义何在? ...
 42. 我国物流合理化的主要途径有哪些? ...
 43. 现代物流发展的新趋势有哪些? ...
 44. 需述商品流通政策的属性。
 45. 影响商圈大小的主要因素有哪些? ...
 46. 与传统的市场营销相比, 网络营销有哪些特点? ...
 47. 与传统商店相比, 网上商店有哪些特点? ...
 48. 在确定具体店铺位置时一般要进行哪些分析? ...
 49. 在我国, 何谓连锁店? 简述其经营优势。...
 50. 指出现代物流与传统物流的区别。...

1. 比较第三方物流和第四方物流, 说明两者的区别。(10分)

答案: 一是两者有明显的区别。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。二是从狭义上看, 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。三是从总体上看, 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。四是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。

2. 概括现代物流与传统物流的区别。

答: (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、物流信息等要素组成, 因此, 谋求物流构成要素的系统最优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”的概念。

(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”, 即从属于生产或销售, 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”; 现代物流则认为物流是企业等组织的“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”。

3. 简述超级市场的经营特征和主要优势。

答: 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、服装、日用杂货等常用必需品为主;
- (2) 实行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) 采用自我服务形式, 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, 又方便了消费者的选购。

4. 简述第三方物流与第四方物流的区别。

答案: 答题要点: 两者有明显的区别, 具体表现在以下方面: 一是第三方物流, 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。二是从狭义上看, 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。三是从总体上看, 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, 并与用户建立战略合作关系。四是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(2分)。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、物流技术、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。2分) 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。

5. 简述连锁店的经营优势。

答: 连锁商店之所以风靡世界, 在零售商业中占有举足轻重的地位, 是因为其有独特的经营优势。这些经营优势表现为:

(1) 网点分散、连锁经营, 突破了单个店铺的商圈限制, 从而可以迅速扩大市场。

(2) 连锁商店的分店具有高度的统一性, 从商品、价格、服务到店铺外观、店堂布局、商品陈列都具有高度统一性, 从而容易扩大影响, 提高知名度, 建立商誉, 积累无形资产。

(3) 连锁商店实行采购与销售相分离的体制, 总店集中采购, 从而可以增强价格谈判能力, 降低进货成本, 节约流通过费用, 提高竞争力。

(4) 总店统一负责制定发展规划和经营战略, 统一进行人员培训、资金筹措, 从而有利于合理配置资源, 形成整体优势, 获得规模经济效益。

(5) 分店专门从事销售, 并进行标准化作业, 从而有利于控制服务质量, 提高销售效率和服务水平。

6. 简述零售选址的原则。

答: (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。

7. 简述零售业发展趋势。

答: (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。

8. 简述流通产业的特点

答: (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。

9. 简述流通方式的变革。

答: (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。

10. 简述流通方式的变革过程。

答: (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。

11. 简述批发经营的特点。

答: (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。

12. 简述批发流通的变革。

答: (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。

13. 简述批发商面临的挑战

答: (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。

14. 简述商品流通政策的属性。

答: 商品流通政策的属性概括如下:

(1) 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) 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) 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。

15、简述网上商店的定义及特点。

答案：简述网上商店的定义及特点。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：一是节省商店的租金和设备费用。二是降低商店的运营成本。三是经营规模不受地域和场地的限制。四是可以为消费者提供更好的服务。五是有固定的消费群体和限定的商品种类。

16、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：一是组织化。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。二是信息化。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。1分)三是物流化。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。(1分)要促使自己从传统的商品批发转变为现代的物流批发。四是专业化。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 C.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。

17、简述现代物流管理的主要内容。

答：现代物流管理的主要内容包括：(1) 物流作业管理；(2) 物流战略管理；(3) 物流成本管理；(4) 物流服务管理；(5) 物流组织与人力资源管理。

18、简述新形势下批发商面临的挑战。

答：(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。

19、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跨入的角色，决定对商品流通过程中具有如下功能：一是商品集散功能。二是供求调节功能。三是成本节约功能。四是信息传递功能。五

是流通加工功能。六是物流功能。七是流通金融功能。八是风险负担功能。九是销售支援功能。

20、决定消费者需求变化的因素

答题要点：

由于零售商业的购买者是个消费者，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。

21、连锁店的产生与发展需要具各哪些条件？

答案：答案要点：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：一是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应用。二是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、大数量、专业化经营是班轮店的优势。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。三是有较好的运输、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，要在必须有良好的交通运输%通讯等条件，否则就会因商品总送、总部与店铺间的结忌、不畅失去市场机会 α。四是有一个统一开放、有序的市场体制。连锁经营需要实行统一计划、统一战略、经营、统一价格；需要不存在地区间的市场分割、封锁及一接非经济的市场壁垒，商品、资源、人才的流动及网点的延伸等只接受市场机制的调节。

22、零售商业三次革命的主要内容是什么？

答案：一是零售商业第一次革命的标志是现代意义的百货店的诞生。百货店的革新性主要体现在：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。二是连锁商店的产生，是零售商业的第二次革命。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，容易扩大影响，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，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。三是零售商业的第三次革命是超级市场的产生。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；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。

23、零售要素组合的组合要素有哪些？

答：(1) 所谓零售要素组合也叫零售营销组合，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的组合。(2) 零售要素组合的各种要素包括商品、价格、顾客服务、广告与促销、店铺设计与商品陈列、销售、选址等。

24、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(以下为要点，可适度展开)一是主要顾客是个人；二是购买者以女性为主)三是购买动机或原因是为对获得效用；四是购买态度是以感性为主；五是购买批量小而购买次数较多；六是付款方式以现金或信用卡为主。

25、流通产业的特点是什么？

答：流通产业的特点有如下三个方面：(1) 就业吸纳能力较强。各国经济发展的经验表明，流通产业的就业人数在就业总人数中所占的份额不断上升，而且在整个国民经济中成为仅次于制造业的第二大就业领域。

(2) 技术发展水平较快。随着技术的不断发展、创新使得产品更新换代的速度加快，大多数产品的生命周期有明显缩短的趋势。特别是电子商务的产生与发展，为商品流通提供了一个更加广阔的活动领域，赋予了流通全新的涵义，使流通在社会再生产中的主导地位不断得以加强。

(3) 全球化水平较高。对于流通产业而言，随着生产力水平的不断提高，流通产业在全球劳动分工和贸易交换中的比重越来越高，流通产业呈现全球化趋势，不同国家的市场和生产之间相互依存度日趋提升、合作愈加紧密，世界经济协作体正在形成。

26、配送合理化的主要措施有哪些？

答：配送合理化的主要措施有：(1) 推行专业化配送；(2) 推行加工配送；(3) 推行共同配送；(4) 实行送取结合；(5) 推行即时配送系统。

27、配送中心都能发挥哪些作用？

答：配送中心的根本任务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：

(1) 实现配送作业的经济规模，使流通过费用降低。

(2) 减少用户库存，加快商品周转。

(3) 促进业务的发展和扩散，实现物流资源的合理配置。

(4) 加强了与供方的合作关系。

28、请简述商品流通政策的基本属性。

答：商品流通政策是以商品流通为适用对象的公共政策，即社会公共机构(国家或政府)为了矫正“市场失败”、促进流通产业发展、协调流通活动、保障竞争的公平与公正、保护消费者权益及其他社会公共利益而对商品流通领域的公开介入。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) 商品流通政策体现的是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。

29、请说明网上商店的定义及特点。

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。<1分>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,(1分)也是电子商务应用最普遍、发展最快人、最成功的领域。(1分)

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

30、商品陈列有哪些技术要求?。

答案:商品陈列有哪些技术要求?商品陈列的技术要求主要有以下几个方面:0) 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而的0.6-2.6、8米之间。其中又可分为:上段、黄金段、中段和下段四段。二是标题说明。商品陈列要附有简单的标题或文字说明,以帮助顾客对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。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。三是背景色彩。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。四是陈列技巧。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。

31、商品交易所都有哪些特点?

答:商品交易所是集中进行期货交易的场所。具有如下特点:

- (1) 商品交易所的交易具有组织化的特点;
- (2) 商品交易所的交易具有经纪化的特点;
- (3) 商品交易所的交易具有标准化和简单化的特点;
- (4) 商品交易所交易的客体具有特殊化的特点;
- (5) 商品交易所的交易具有集中化的特点。

32、商品交易所对上市商品有哪些规定?

答: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大量的卖主,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。

33、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。一是通用商品条码。去走出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。钮括2前缀码(PI P2P3):出3位数字组成,用来识到商品的制造地区(或地区);自器點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(1112131415):由五位数字组成,用来识别制避陶生产的不同商品类别。商品项空代码,也要按产品的种类分组设置,保证在系统内不囊策。校验码(C):E如1位数字组成,用来避免商品代码的录入错误。二是内部商品条码。串企业自仔编排按费ú作,但也~遵锤通好的编码规蹈,表明商品的类點和混水号码。最左边-(主数学应作为内部码标识,出与通盟条码梧这艇,最摇一位也应是校验码。内部商品条码的商品提别,应按国家统...要求按层次分类编制。为主否通用条码相统一,最好也娃13位数字。

34、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:一是商品构成是以食品、衣服、日用杂货等常用必需品为主;二是实行顾客自我服务和一次集中结算的售货方式;三是薄利多销,商品周转速度快;四是商品新鲜、洁净,明码标价,并在包装上注明商品的质量和重量;五是实行商品经营管理制度,按部门陈列商品;六是一般周边设有停车场。

35、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:一是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。二是人口密度大的区域。居民集中、人口密度高的区域也是理想的店铺地址。三是客流量大的区域。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。四是交通便利的区域。不论何种业态的店铺,都应该选择在交通比较便利的地段。五是接近集客地。六是同类商店集聚地。

36、说明连锁店产生与发展需要具备的条件。

答:从美国及西方一些发达国家连锁店发展的过程可以看出,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。
- (2) 国民收入及消费达到一定水平,民众的商品购买力较高。
- (3) 有较好的运输、通信条件及物流设施。
- (4) 有一个统一、开放、有序的市场体制。

37、说明流通企业开展电子商务的重要意义。

答:电子商务改变了流通企业原有的经营模式,对传统的营销方式和生产方式产生了巨大冲击,对流通企业来说既是挑战,也是机遇。流通企业开展电子商务的重要意义体现在:

- (1) 增加销售机会,扩大销售收入。开展电子商务,流通企业可以在保证原有市场的前提下,扩大市场范围,开辟新的市场领域。
- (2) 降低企业成本,提高经济效益。流通企业开展电子商务,可以从多方面降低企业运营成本。
- (3) 减少库存积压,改善库存结构。流通企业库存产品的数量,取决于对市场销售量和销售结构的判断及订货周期的长短。在电子商务条件下,可以将生产和销售紧密联系起来,根据市场情况

制定生产计划,根据生产计划制定采购计划,把库存降到最低,有些企业甚至做到了零库存。

(4) 提高服务质量,增强竞争能力。电子商务加强了供应商与客户之间的联系,双方沟通便捷。

(5) 树立企业形象,提高企业知名度。开展电子商务,给企业创造在网上宣传自己形象的空间,借助于互联网覆盖面广、传播速度快快的特性,在网上介绍自己,可取得较好的效果。

(6) 加强内部管理,提高信息化程度。电子商务的开展要求流通企业内部有完善的信息系统,以对网上交易及时做出反应。

38、说明现代物流与传统物流的区别。

答:现代物流与传统物流的区别主要表现在以下几个方面: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。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。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。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。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”。

39、为什么说批发商业可以节约流通成本?

答:(1) 从全社会来说,流通成本是指花在商品流通过程中的各种费用,包括商流费用与物流费用。商流费用是指用于商品交易即商品所有权转移的费用,主要有搜寻费用、谈判费用、签约及履约费用等;物流费用是指用于商品实体流通的费用,主要有运输费用、储存保管费用等。(2) 批发商业的存在,不仅可以节约商流费用,而且还可以节约物流费用,从而发挥着节约流通成本的功能。批发商业之所以能够节约商流费用,是因为批发商业的存在可以减少商品交易的次数;批发商业之所以能够节约物流费用,是因为批发商业的存在可以节约储存保管费用。批发商业之所以能够减少商品交易次数,是因为批发商业的存在可以大大减少制造商与零售商之间的直接交易。

40、未来批发商业的发展方向是什么?

答:(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态多样化的需要,将逐步被“业态批发”所替代。

41、我国发展现代物流产业的意义何在?。

答案:一是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:(1)是物流基础业;(2)物流装备制造制造业;(3)自营物流业;(4)物流服务业;(5)物流咨询业。二是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。CZ分(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、市场经营水平的同时,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C.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(1分)。加快发展中国物流业,使物流服务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。

42、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:一是加强宏观物流体系的布局规划,推进物流系统化。二是积极推进物流标准化。三是大力发展电子商务,促进物流的电子化。四是推进物流社会化和共同化。五是加快物流产业化发展,加大物流服务市场的培育力度。

43、现代物流发展的新趋势有哪些?

答: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。(3分)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。

44、需求商品流通政策的属性。

答案:商品流通政策的属性概括如下:一是是社会公共性,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。二是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,商品流通政策是在押坏孀右,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。三是包含辛苦自动变迁的机制或者说具有动态可变性。四是商品流通政策所指移的对象是精个商品流i醒过程,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油部门,即生产者或消费者的政策;既有法律、法规等强制性政策,也有行政指导或功告等非强制性政策,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。

45、影响商圈大小的主要因素有哪些?

答:一般来说,影响商圈大小的因素主要有:

(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。

46、与传统的市场营销相比,网络营销有哪些特点?

答:网络营销是电子商务下一种新型销售方式,是通过互联网渠道销售商品的市场营销活动。与传统的市场营销相比,网络营销有如下特点:

(1) 商品交易的形式发生了变化。传统的市场营销是在有形的市场上进行交易,交易双方面对面洽谈业务,而网络营销则通过互联网传递信息,在网上完成交易活动。

(2) 营销策略发生了变化。传统的市场营销有完善的促销方式,但由于网络营销的销售方式发生了变化,需要建立适应于网络营销的营销策略。

(3) 商品交易的对象发生了变化。传统的市场营销有特定的交易对象,而网络营销针对的是网络客户,客户群体发生了变化,网络客户有独特的消费心理和消费需求。

(4) 商品交易的范围发生了变化。从交易的地域来看,网络营销比传统营销有着更广泛的范围,可以在全球范围内销售商品。但网络营销的商品有一定的限制,并非所有商品都适合在网上销售。

(5) 交易双方的交流方式发生了变化。网络营销利用电子化手段传递信息,交易双方交流顺畅,使客户在营销过程中的地位得到

提高,网络营销是一种互动式的定制营销,企业可以根据客户的要求改进产品设计,引导客户消费。

47、与传统商店相比,网上商店有哪些特点?

答:与传统商店相比,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所的限制;

(4) 可以为消费者提供更好的服务;

(5) 有固定的消费群体和限定的商品种类。

48、在确定具体店铺位置时一般要进行哪些分析?

答: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。客流量的大小是一个零售店成功与否的关键因素。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,应尽量远离竞争对手开店;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。要选择能见度高的地点开店;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。在选择店铺具体位置时,还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来效益进行评估,主要包括平均每天经过的人数、来店人数等情况,还要详细测算成本费用情况,以此为据最后决定是否开店。

49、在我国,何谓连锁店?简述其经营优势。

答案:一是在我国,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。二是连锁店的经营优势有:。

(1) 商店的市场范围大。由于连锁店是地处建店,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。由于是地处建店,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,节约流通过费用;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。由于各分店没有采购等其他任务,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,使之达到对精简高效,也节约对人力费用开支。(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。(1分)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。

50、指出现代物流与传统物流的区别

答：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”。

论述(2)--电大资源网: <http://www.dda123.cn/> (微信搜: 905080280)

1、都说物流是新兴产业，并看好其发展前景。但在...

2、为确保食品晶安全，商业零售业能做什么？从农回...

1、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，我国开始呈现“刘易斯”拐点特征，在燃料成本和劳动力成本逐步抬升的背景下，物流企业也开始加入了涨价的大军。也就是说，在物流企业管理中，存在着众所周知的服务与成本的“二律背反”规律。那么，就真的不得不忍受成本坚持服务或是降低服务消减成本？请说说你的看法和观点。

参考答案：

(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) 系统成本降低的前提下，挖掘增值服务空间。

(6) 其他。

2、为确保食品晶安全，商业零售业能做什么？从农回到餐桌，这一口号已经喊了元数年。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。农产品分销链不是越长越好，其物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：答案：本题旨在考察学生对零售经营问题的理解与综合应用能力。答案不是惟一的，学生可根据教材的基本原理灵活发挥，老师根据答题的合理性给分。(1) 农产品流通就是缩短流通或分销环节，降低流通成本，即又快又低。(4分) 从农回到餐桌，说的是过程直接、可溯源的概念，也是直供的概念。(2分) (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。(2分) (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分) (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。(2分) (5) 其他。(1分)

判断(298)--电大资源网: <http://www.dda123.cn/> (微信搜: 905080280)

1、“互联网+零售”改变了零售的本质。-->错

2、“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。-->对

3、2004年10月1日中国原商务部会同有关部门修订、发布并实施了《零售业态分类》新标准，将中国的零售业态分为15种。错

4、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。-->错

5、5公里以外，顾客步行来店在40分钟以上。-->错

6、按流通阶段进行分类，可将商业划分为批发商业与零售商业。-->对

7、百货商店是实行自我服务和一次集中结算的售货方式。-->错

8、便利店是以经营即时性商品为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店。它产生于20世纪30年代的日本，营业时间一般是从早上6点至晚上11点。错

9、仓储式商店的最大优势是为批量购买者提供廉价的商品。√

10、产品质量规制是保护消费者合法权益、维护市场秩序的一项重要规制措施。-->对

11、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。-->对

12、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。-->错

13、超级市场的产生被称作零售业的第一次革命。错

14、成熟期的商品采购策略应积极组织货源，扩大商品销售，促进商品销售。-->错

15、垂直竞争是指零售商与零售商之间的竞争，包括不同业种之间的竞争和不同业态之间的竞争。-->错

16、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。-->对

17、从宏观上看，商业组织的生命周期短，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。√

18、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。×

19、从全社会来说，流通成本是指花费在商品流通过程中的各种费用，包括商流费用和物流费用。-->对

20、大数据成为推动“互联网+零售”发展的核心力量。-->对

21、大型组织和单位以社会化物流为主。-->错

22、代理商的利润来源是进货与销货的价差。-->错

23、代理商的利润来源是进货与销货的利差。-->对

24、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。-->对

25、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。-->对

26、第二次社会大分工是商业与农业、畜牧业、手工业的分离。-->错

27、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、硬覆盖更广的物流信息平台。-->对

28、第四方物流是第三方物流的发展和延伸。-->对

29、电子商务就是在国际互联网上进行商品买卖的经营活动。-->错

30、电子商务离不开物流配送的发展，同时电子商务又促进了物流配送的发展。-->对

31、电子商务是新兴事物，为保障其健康、稳步的发展，必须建立完善的法律体系。当前，我国已经出台了一系列有关电子商务的法规，但仍有一些法律问题急需解决。如行业规范、税收问题、电子合同的法律效力、电子安全问题等。√

32、电子商务是运用电话、传真等现代通信手段进行的商务活动。-->错

33、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。(×)。

34、电子收款机是完成前台收款功能的设备。√

35、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。-->错

36、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。错

37、店铺的经营规模对商圈大小的影响是有眼的，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。-->对

38、店铺卖场面积与销售额呈正比的线性关系。-->错

39、店铺外观设计的好坏，直接关系到店铺的吸引力与辐射力，从而影响零售商的经营绩效。-->对

40、店铺选址应尽可能靠近人口密度高的地区。-->对

41、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。-->对

42、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。-->对

43、对新设店铺来说，其商圈的确定，可根据当地零售市场的销售潜力，运用趋势分析来确定，如运用城市规划、人口分布、住宅建设、小区开发、公路建设、公共交通等方面的资料来确定商圈的范围。对

44、对一个零售商来说，仅仅关注水平竞争是不够的，还必须充分考虑垂直竞争的影响。对

45、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。-->对

46、对有店铺零售商来说，卖场设计是店铺内部设计的核心。-->对

47、对于体积大且重量较重的商品，其流通渠道会短一些。-->对

48、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。-->对

49、发市场和集市都必须是常设的交易市场，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。(×) P191

50、发展配送中心的目的就是要降低运输成本。-->错

51、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。-->错

52、发展现代物流的意义主要体现在：一是要降低企业的总成本；二是为顾客提供优质高效的物流服务。-->对

53、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。-->对

54、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。-->对

55、非会员单位也可以在交易所内直接进行交易。-->错

56、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。-->错

57、各国制定流通组织化政策的主要目的是为了提商商品流通的效率。(√)。

58、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。-->对

59、工业品流通渠道结构要比消费品流通渠道结构相对复杂。-->错

60、公开竞价是商品交易所的基本原则。-->对

61、供求调节功能是批发商业的首要功能。-->错

62、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。-->对

63、供应链是指生产及流通过程中，为了素组成，即点和线。-->对

64、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。-->对

65、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。-->对

66、购物中心的目标市场是各个消费层次的顾客。(√)。

67、购物中心的目标市场是满足各个消费层次的顾客需要。-->对

68、购物中心的主要功能是集中购物。(X)。

69、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。-->对

70、顾客服务的内容就是销售货真价实的商品。-->错

71、顾客服务是零售商为了使顾客购物更加便利、更有价值而进行的一整套活动和计划。可以说，顾客服务是21世纪零售商业成功的关键。对

72、顾客来店往往通过“看、听、嗅、尝、触”五种感觉来进行购买决策，因此，卖场的商品陈列应该达到有效刺激顾客五种感觉的效果。为此，要遵循八大原则。(×) P103

73、关于渠道权力的来源，存在两个重要的理论-->对

74、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。-->对

75、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。-->错

76、广义的商业是指专门从事商品交换活动的营利性事业。错

77、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。-->错

78、核心商圈是指最接近店铺的区域，在这个区域内顾客来店购物最方便。大型店铺的核心商圈在8公里内，其顾客大约占60%—80%。(×)。

79、宏观物流和微观物流是依据物流的规模进行的划分。-->错

80、互联网+零售改变了零售的本质。-->错

81、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。-->错

82、集体一价制的特点是强调共性的权威性和稳定性。-->对

83、加盟连锁企业的独立性低于正规连锁，高于自由连锁。-->错

84、加盟连锁是指一批所有权独立的商店，自愿属于一个采购联合组织和一个管理中心领导，管理中心负责统一管理。-->错

85、将商品划分为日用品、日用百货、专用品和流品，是根据顾客对商品的选择程度进行分类的。-->错

86、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。-->错

87、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。-->对

88、竞争是市场经济最基本的运行机制。-->对

89、居住人口是次级商圈中基本顾客的主要来源。零售店铺附近的居住人口越多，潜在的顾客也就越多，商圈规模也就相对扩大。(×) P90

90、可以运用网络营销开展国际贸易。-->对

91、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。-->对

92、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。-->对

93、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。-->错

94、离开了物流信息化，现代物流很难取得发展。-->对

95、零售饱和指数只能作为确定商圈和店铺选址的参考，而不能作为惟一的标准。√

96、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。-->对

97、零售的服务对象是生产商和批发商。-->错

98、零售的主体是个体零售商和法人零售商。-->对

99、零售的主要目的是追求零售商利润最大化。-->错

100、零售店铺的选址要以便利顾客为首要原则，以节省顾客的购物时间和交通费用，最大限度地满足顾客的需要，从而保证足够的顾客流量。-->对

101、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。-->对

102、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。-->对

103、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。-->对

104、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。-->对

105、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。-->对

106、零售商业必须要有店铺，因此，没有店铺就无法经营。-->错

107、零售商业的三次革命指的是百货店、超级市场和购物中心的产生。-->错

108、零售商业是“城市服务产业”，批发商业是“城市形成产业”。-->对

109、零售商业是竞争性行业，可以没有任何规制。错

110、零售商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。-->错

111、零售商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。-->错

112、零售商业在商品流通中的首要功能是服务。-->错

113、零售学研究者发现，商品陈列的高度决定顾客“易见易触”的商品程度，从而直接影响商品的销售。一般来说，商品陈列高度的有效范围在离地面的0.8~1.8米之间。(×) P117

114、零售要素组合的各种要素包括商品、价格、服务、销售和选址5项。-->错

115、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。-->对

116、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。-->对

117、流通产业结构转型对就业具有正向作用。-->对

118、流通产业在全球劳动分工和贸易交换中的比重逐年下降。-->错

119、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。-->对

120、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。-->对

121、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。-->错

122、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。-->对

123、流通过程是商流、物流与信息流的统一。-->对

124、流通加工不含有生产性活动。对

125、流通加工是在流通阶段所进行的为方便物流或消费而进行的不改变物品基本性能的加工。流通加工能提高商品附加价值。(√) P251

126、流通金融功能是批发商业的特有功能。-->错

127、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。-->对

128、流通渠道的宽度结构也被称为渠道的层级结构。-->错

129、流通渠道横跨生产与消费两个领域，是商品转移的通道。-->对

130、流通渠道既涉及组织间关系，又涉及组织内部关系。-->错

131、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。-->对

132、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。-->对

133、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。-->对

134、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。-->对

135、没有社会分工就不会产生产品供给单一化与产品需要多样化的矛盾，从而也就不会有商品交换。(√)。

136、目前在发展中国家，仓库配送已经成为货物配送的主要形式，其发展代表了未来配送发展的方向。(×)。

137、拍卖公司也是一种批发商业形态。-->对

138、配送的实质是送货，现代物流中的配送同时也是一种资源配置的方式。-->对

139、配送是指以配送中心为起点的商品组配过程。错

140、配送中心按经营权限不同，可分为物流模式、授权模式和配销模式。-->对

141、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。-->错

142、配销模式的配送中心一般也是相对独立的利润中心。对

143、批发商的主要任务是通过商品的采购、销售、运输与储存，把商品转售给再销售者或产业用户，而批发市场的任务是保证批量交易公正、合理地进行，并为商品交易者提供各种交易服务，本身不从事商品交易。(√)。

144、批发商既是制造商的销售代理人，也是零售商的采购代理人。对

145、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。-->对

146、批发商业存在的必要性是因为可以节约商流费用。-->对

147、批发商业的顾客通常也要“来店购物”。-->错

148、批发商业的销售对象是企业或事业单位，零售商业的销售对象是个人或家庭。-->对

149、批发商业的用户主要包括个人消费者、零售商、产业和事业用户。-->错

150、批发商业是“城市服务产业”，零售商业是“城市形成产业”。-->错

151、批发商业是城市服务产业，零售商业是城市形成产业。-->错

152、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。-->对

153、批发商业与零售商业的最终分离大约发生在，19世纪60年代产业革命时期。批发与零售相分离的意义不仅仅在于流通职能上的专业分工，而且在于两者相分离之后演化出一系列流通组织形式，并进一步促进了商业的发展。(×) P22

154、批发市场的关联者是指专门为批发市场交易活动提供服务的个人或企业，主要包括负责货物仓储托运业务的服务组织、提供通讯业务的服务组织、提供金融业务的服务组织等等。(√)。

155、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。-->错

156、批发市场是集中进行现货批量交易的场所。-->对

157、批发市场是一种有组织的市场形式，特别是比较规范的批发市场一般都实行会员制度，并由会员来共同维持与管理批发市场的有关业务。(√)。

158、批发市场也是以营利为目的的批发商业企业。-->错

159、批发市场与商品交易所都是进行商品批发交易的常设场所，批发市场主要进行期货交易，而商品交易所主要进行现货交易。-->错

160、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。-->对

161、期货交易是指远期进行的标准化合约的交易。-->对

162、企业规模越大，越容易采取高控制的海外市场进入模式。-->对

163、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，一是对会员对客户的清算。-->对

164、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。-->对

165、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。-->对

166、日本的大型店规制逐渐从社会性规则向经济性规制转化。-->错

167、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。-->错

168、商店具有传统零售商店的全部功能。(×)。

169、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。-->对

170、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。-->对

171、商流与物流一直是并行的。-->错

172、商品采购中“勤进快销”原则是指进货越勤越好。-->错

173、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。-->错

174、商品陈列时一定要注意商品堆积的整齐性，决不可随机陈列。(×)。

175、商品陈列时应尽量进行“裸露陈列”即让顾客能直接接触到商品。-->对

176、商品代码可由企业根据需要自行制定编制规则。-->错

177、商品交易所的结算业务由买卖双方进行。-->错

178、商品交易所一般有两种形式，一种是会员制，另一种是公司制，大多数交易所以公司制为主。-->错

179、商品结构中的主力商品是指高档商品。-->错

180、商品经营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。√

181、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。-->对

182、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。错

183、商品流通政策不是单一的，而是多元的政策体系。对

184、商品流通政策的含义要比商品流通产业政策的含义宽泛。-->对

185、商品流通政策的基本功能就是矫正“市场失败”。-->错

186、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。-->对

187、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。-->对

188、商品流通政策是一种公共政策，但不具有公共物品的性质。-->错

189、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。-->对

190、商品条码技术主要是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。-->对

191、商圈范围的大小，主要取决于顾客及其他客观因素。(√)。

192、商人资本是历史最早出现的资本形态。商人的出现，进一步扩大了商品交换的规模和空间范围，节约了生产者用于交换的时间和费用，促进了生产力的发展。(√)。

193、商业产出弹性系数的经济意义是商业每增长一个百分点，也使国民经济增长一个百分点。-->对

194、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业种进行分类。-->对

195、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。-->对

196、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。-->错

197、商业劳动生产率的提高受到了资本与人才的双重约束。错

198、商业完全代替了生产者的交换职能。-->错

199、商业政策是针对商业的经济政策，是流通政策的一部分。-->对

200、商业自动化是指商业经营设施的机械化、自动化、信息化。-->错

201、商业自动化主要是商业设施的现代化。-->错

202、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。-->对

203、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。-->对

204、生活方式及价值观念是对零售业有着直接影响的重要因素。-->对

205、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。) -->错

206、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。-->对

207、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。-->对

208、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。-->对

209、特许连锁是所有权与经营权的统一集中。-->错

210、通道的宽度因客流量及卖场面积的大小而不同，但最低应保持两人并行时所需要的宽度，即在1米之间。(×) P111

211、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。-->对

212、网络营销与传统的营销方式不同，应采用不同的销售策略。-->对

213、网络营销主持传统的营销方式不同，应采用不同的销售策略。-->对

214、网上广告同传统的广告形式相比，其首要特点是具有广泛的传播时空。(x)。

215、网上贸易是电子商务中企业与个人消费者间的交易形式，具有良好的发展前景。-->错

216、网上贸易是一种“一对一”的交易形式，以网络为媒介，供需双方建立联系，完成购销活动-->错

217、网上贸易与传统的贸易形式相比，有以下特点：交易范围广、交易效率高、交易成本低、贸易全球化，且是网上网下相结合。(√)。

218、网上商店具有传统零售商店的全部功能。-->错

219、网上银行是一种虚拟银行，只是在计算机网络上建一站点，全天候提供金融服务。对

220、为加快流通产业健康快速发展，我国应当系统的建立与完善流通现代化、组织化、合理化等政策。对

221、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。-->对

222、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较低，因此，商业的进入与退出障碍也相对较低。-->错

223、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。-->错

224、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。)。

225、物流标准化与物流柔性化是互相矛盾的。-->错

226、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。-->对

227、物流的网络要素由两个基本要素组成，即点和线。-->对

228、物流定义中的“物品”是指最终产品。(x) P250

229、物流共同化是在物流社会化基础上的一种延伸，是解决物流领域的外部不经济现象的重要手段。-->对

230、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。-->对

231、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。-->对

232、物流柔性化要求是配送中心要根据消费需求多品种、小批量、多批次、短周期的特点，灵活组织和实施物流作业。-->对

233、物流与商流是紧密联系在一起，不可分割。-->错

234、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。(√)。

235、物流质量管理是指对物流服务质量的管理。-->错

236、西方国家连锁店的定义不是小商店的联合，而是大集团的内部分化。√

237、西欧国家的跨国零售企业不论是数量还是国际化比率上都远远超过了美国企业。对

238、狭义的电子商务就是在互联网上进行商品交易活动。-->对

239、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。-->对

240、现代物流产业被誉为促进经济发展的“加速器”。-->对

241、现代物流对企业不仅仅意味着降低成本，更重要的是提供便捷迅速的服务。-->对

242、现代物流管理的根本目标是降低总成本。-->错

243、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。-->对

244、现代物流管理应坚持的 7R 原则可概括为快速、便利、准确、安全原则。-->对

245、现代物流管理以顾客满意为第一目标，物流服务管理 C. 经成为现代物流管理的一项重要内容。-->对

246、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。-->错

247、消费者的购物成本，即消费者为购买商品所支出的交通费用、时间消耗费用及体力消耗费用等。错

248、销售批量的大小是区分批发商业与零售商业的重要标准。-->错

249、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。-->对

250、行政机构既是商品流通政策的制定者、执行者，也是商品流通政策的规制对象。-->对

251、休闲娱乐功能是零售商业所独有的功能。-->对

252、许多事实证明，商业对城市的生存与发展具有决定性作用。对

253、延期生产要以“小批量、多品种、高频度”的快速供货系统为前提。对

254、严格来说，购物中心不是一种零售业态。-->对

255、业态是指零售商业的行业种类；业种是指零售商业的经营形态。错

256、一般来说，小型店铺的边缘商圈在 5 公里以外，顾客步行来店在 40 分钟以上。-->错

257、一般来说，一个店铺的卖场面积应占店铺使用面积的 70—80%。-->错

258、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。-->对

259、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。-->对

260、一些配送中心既可能是多功能、多商品的配送中心，也可能是区域性的“综合性多功能区域配送中心”。-->对

261、银行是一种虚拟银行，只是在计算机网络上建一站点，全天候提供金融服务。B. 正确

262、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。-->对

263、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。-->对

264、由于各个商业经营组织的事业内容具有明显的同质化倾向，因此，商业领域的竞争就更加充分而激烈，如果没有必要的行业管制，极易造成市场秩序的混乱。对

265、与传统的批发、储运企业相比，配送中心在服务内容上由商流、物流分离发展到商流、物流、信息流有机结合。-->对

266、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。-->错

267、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。-->错

268、与其他进入方式相比，许可对海外市场的控制程度最高。-->错

269、在“互联网+零售”下，零售商与消费者是简单的商品交易关系。-->错

270、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。-->错

271、在测定商圈的基础上，通过地区分析、商业区分析，便可选择理想的店铺位置。-->错

272、在共享经济之后，无人业态被誉为流通领域的下一个“风口”。-->对

273、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。-->错

274、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。-->对

275、在海外设立零售企业要面对陌生的市场环境，风险非常大。-->对

276、在计划经济体制下，不存在真正意义上的商品流通。-->对

277、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。-->对

278、在商品生产的条件下，生产和交换在空间上是分离的。一般来说，商品生产越发展，这个空间距离就会越小。(x)。

279、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。-->错

280、正规连锁是成员店的所有权、经营权独立，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。-->错

281、只要看物流状况，就能判断企业的管理水平。对

282、只要有社会分工，就一定会有商品交换。(X)。

283、制造商或消费者的购销活动也是重要的商业活动。-->错

284、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。-->错

285、制造商或消费者的购销活动也是重要的商业活动。-->错

286、中央批发市场是规范化程度最高、交易规模最大的一种批发市场，其主要特点是：大多设在商品的集散中心、交通中心或消费者密集的大城市；一般都是“官办的”，且交易者很多。(x) P192

287、重复交易是长期交易的进一步发展。-->错

288、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。-->对

289、专业店的特征之一是经营品种繁多，且规格、档次、花色样式齐全。-->错

290、专业批发市场是就某一种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。-->对

291、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。-->错

292、自由连锁的集中程度低于正规连锁，高于特许连锁。-->错
293、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。-->错

294、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。-->对

295、自由连锁正规连锁具有高度统一管理性，低于，高于特许连锁。

296、总体来说，商品的单位价值越低，其流通渠道就可以越长。-->对

297、作为商品流通政策主体的社会公共机构主要由三部分构成，即立法、司法与行政机构。行政机构是最高层次的商品流通政策主体。(x)。

298、作为综合性物流运动的配送不仅仅是送货。-->错

案例分析(23)--电大资源网：<http://www.dda123.cn/>（微信搜：905080280）

1、1995年进入中国市场后，短时间内家乐福便在相...

2、“楷模”的物流系统

3、“上天入地”的中远物流

4、城市汽车加油站的常态目前，在我国的大中城市...

5、传统仓储企业如何向现代物流企业转型某地有...

6、从农回到餐桌，这一口号已经喊了元数年。...

7、戴尔公司渠道的变革

8、供应链构筑的典范——P&G和沃尔玛的产销联盟...

9、集市贸易还有生存的空间吗？

10、锦程国际物流的创新发展模式

11、麦德龙在中国的竞争战略世界第二的麦德龙...

12、某物流公司的家电增值服务现阶段，...

13、欧洲物流的“绿色变革”

14、品花干果退出淘宝

15、如何看待我国商业街（区）的改造和建设自20世纪...

16、上天入地的中远物流中远集团有海外机构400...

17、太阳系的“城市星河舰队”联盟...

18、淘宝年成交额超沃尔玛3倍，

19、通用公司打造全球供应链

20、为确保食品安全，商业零售业能做什么？...

21、唯品会人局批发市场

22、沃尔玛国际化的成功经验

23、沃尔玛国际化的成功经验

1、1995年进入中国市场后，短时间内家乐福便在相距甚远的北京、

上海和深圳三地开出了大卖场，就是留为他们各自强立地发
巍出自己的供应商网络。根据家乐福自己的统计，从本地本地购
买的商品占了商场里所有商品的95%以上，仅2000年菜鞣金额就
达15亿美元。除了已有的上海、广东、浙江、福建及股东半离等
地的来购肉络，家乐福还会分点在中国的北京、天津、大连、背
岛、武汉、宁械、厦门、广判及深圳开设区域化采购网络。这
个空降兵的落点注定是十字路口，因为Carrefour前法文意思就
是十字路口，而皇哀乐福部选址也不折不括地体现这一标准

答：基本内容应包括以下几个方面：一是零售商经营的宏观环境
分析；二是零售商经营要素分析，至少应涉及选址、店铺设计、
物流及物流管理；三是对我国零售商的启示：应包括提升竞争力，
处理好本土化与国际化的关系。

2、“楷模”的物流系统

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：基本应当考虑以下几个方面：

(1) 7-11市场定位的因素分析；

(2) 7-11物流模式、核心要素的分析，即成本导向、人性
化服务，等等；

(3) 7-11物流模式对我国企业的启示：顾客需求导向的服
务观念；供应链管理思想；先进的物流技术；科学的配送网络；
资源有效、合理利用，等等。

3、“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
域为支点的全球经营网络和服务体系，近500艘各类现代化商船，
在全球160多个国家、1200多个港口不间断地为全球客户提供及
时、优质的服务。

案例思考：

(1)请根据案例，说明何为物流系统？

答：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。

(2)说明物流的系统要素有哪些？

答：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。

4、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加油的汽车。这一
现象已司空见惯，但人们依然耐着性子排队等候加油，加油站
的工作人员也在不慌不忙的工作着。问题：如果你是一家新开加
油站的经理和设计人员，请给出你对加油站问题的看法及解决问
题的方案。

(1)解释顾客等候，加油迟捕的原因。

(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：一是加油站让顾客等候，并有加油迟滞现象，说明效率
不是最高，流程有待优化。二是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。三是布局很关键，
应该避免串联布局，改为并联布局，45度角斜着并排加油机。四
是服务围绕顾客设计，最佳方案是司机人不离车，采取元钱刷卡
或自助加油等方式。五是进行服务细节和流程的增值设计，规范
语言和行为，累计加到量或频次可送赠品等。六是其他。酌情给
分，可画图说明。

5、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
统储运业务上，早晚是要被社会淘汰的。为此，该仓库领导积极
探索新的业务领域，试图向现代化物流转型。早在1997年就成立
了配送中心，此中心依靠原仓库已有的几辆运输车辆，以送货服
务为主要内容，进行货物的配送。但收入并不理想，该仓库的面
貌变化也不大。进入21世纪后，该仓库进行了充分的调查研究，
反复论证，分析了仓库所处的社会环境和经济环境，在此基础上，
重新组建了物流配送中心，

答：(1)一是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。二是早
期其业务主要是仓储，突然向配送转型需要有个过程。三是随着
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。四是随着信息技术的发展，为企
业发展配送业务提供对手段和条件。五是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)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：一是要具备相关现代物流发展理念。二是要面向未来，
找到或定位属于自己的业务模式，并能够整合相关资源。三是要
充分使用信息技术，加快市场反应速度。四是要突破单一环节业
务，为客户优化供应链管理。五是要不断为客户开发增值服务。

6、从农回到餐桌，这一口号已经喊了元数年。

在食品安全危机下，人们越来越需要安全、可靠的食物分
销模式。农产品分销链不是越长越好，其物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：(1)农产品流通就是缩短流通或分销环节，降低流通成
本，即又快又低。

从农回到餐桌，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)其他。

7、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。(此处省略***)戴尔公司在
创始之初就坚持其“黄金原则”：第一，摒弃库存；第二，坚守直
销；第三，贴近顾客。

案例思考:

(1)戴尔在中国市场,为什么要一改以前一直坚持的直销方式,对其流通渠道进行渐进式的变革?

答: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)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?

答: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)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:(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。

8、供应链构筑的典范——P&G和沃尔玛的产销联盟

(1)请你分析宝洁公司与沃尔玛建立产销联盟关系对双方绩效产生的影响。

答: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)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:①Hu8sies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。

9、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,在有些国家,集贸市场已经被赶到了城市狭窄偏僻的小巷之中。在我国一些学者也指出,传统集贸市场的弊端很多,主张应

该逐步实现由现代超市与便利店替代传统的集贸市场。许多城市的政府部门都在积极开展对集贸市场的整治工作。据悉,湖北省的武汉市将在今后三年到五年内,关闭所有集贸市场。

案例思考:(1)判断集贸市场还有生存空间的。

答:解释集贸市场还有生存空间的原因。可从历史文化积累、中国消费者接受程度等角度加以分析,并根据分析的充分程度给分。

(2)请根据你对集贸市场的理解,评述上述材料,并谈一谈集

答:说明集贸市场发展走向及注意的问题。集贸市场管治问题是一个有争议的话题,该问题有助于考察学生的创新性思维能力,学生可根据自己对集贸市场的认识,从不同的角度进行论述,根据观点明确程度,论据充分程度给分。

10、锦程国际物流的创新发展模式

案例思考:

(1)请从战略的角度评价一下锦程国际物流的创新发展模式。

答:(以下为重点,可适度展开)(1)通过创新发展实现了企业的战略转型;(2)锦程国际物流的创新发展迎合了新经济发展的潮流;(3)锦程国际物流的创新发展以整合资源为出发点;(4)在创新发展中充分发挥了信息流的主导性;(5)充分发挥了品牌资产价值;(6)其他。

(2)锦程国际物流的创新发展经验给传统物流企业带来了哪些启发?

答:(以下为重点,可适度展开)(1)传统物流企业需要通过创新发展实现自身的战略转型;(2)战略转型必须找准突破口,充分利用自身资源并整合外部资源;(3)要充分利用并开发新型物流电子商务模式,发挥信息流主导性;(4)要在创新经营中实现自身的理念升级和管理变革;(5)要以创新为客户提供增值服务和全新价值。

11、麦德龙在中国的竞争战略世界第二的麦德龙

(1)结合麦德龙案例,谈谈你对成本领先战略与集中化战略的认识?

答:成本领先战略指企业决定成为所在产业中实行低成本生产的厂家。集中化战略又称为集中战略或重点集中战略,它是企业或战略经营单位为了满足特定消费群体的特殊需求,通过集中力量于有限的地区市场或产品的某种用途,建立竞争优势和地区市场的战略。

(2)麦德龙低成本集聚战略的实质是什么?如何才能做到?

答:与成本领先战略和差异化战略不同的是,集中化战略不在于达到全行业范围内的目标,而是围绕一个特定的目标开展经营和服务。采用集中化战略的逻辑依据是,企业能比竞争对手更有效地为其狭隘的顾客群体服务。即是企业或由于更好地满足其特定目标的需要而取得产品差异,或能在为目标顾客的服务过程中降低成本,抑或两者兼而有之。从总体市场上看,也许集中化战略并未取得成本领先或差异化优势,但它确实在较窄的市场范围内取得了上述一种或两种地位。

(3)你认为相对国内零售企业而言,以麦德龙为代表外资零售企业的优势何在?国内企业又有哪些优势?

答:对国内零售企业而言,以麦德龙为代表外资零售企业的优势是低成本聚焦战略。根据世界著名战略学家波特的研究,企业的竞争战略主要有成本领先、差别化与集中化战略三种基本类

型。成本领先战略的核心是企业通过获取最大的市场份额,以达到单位产品成本最低,从而以较低售价赢得竞争优势。一般而言,成本领先战略多着眼于整个市场或整个行业,从大范围谋求竞争优势。而集中化战略则是把目标放在某个特定的、相对狭小的范围内,争取成本领先或者争取差别化,从而建立相对的竞争优势。根据一般的理解,这两种战略是彼此独立的,是两种不同的战略类型。而麦德龙的成功,则恰恰在于把这两种原本看起来不同的战略类型结合在了一起,形成了独具特色的“低成本聚焦战略”。一方面,企业遵循“有限顾客论”,把目标市场确定为小型零售商,而不是覆盖整个批发与零售市场;二是在“有限顾客”的目标市场上实行低成本战略,以“低成本、低售价、低毛利、高销售、高标准”为指导思想,在保证自己的较低利润的同时确保顾客企业的利润,这种“有钱大家赚”的双赢理念赢得了合作与信任,获得了一大批稳定、忠实的顾客群。麦德龙的成功充分说明,企业战略并不仅仅是波特提出的那三种,在那三种的基础之上,企业可以根据自身的情况和市场条件创造出很多务实高效的战略类型。

(4)你认为麦德龙会对我国的日用品批发市场构成竞争吗?为什么?

(5)结合麦德龙案例,你认为我国零售企业应采取什么样的应对竞争战略?

答:当然,麦德龙的低成本聚焦战略之所以能够成功,还有赖于企业在“有限顾客”的基础之上,真正能够做到低成本。为了降低成本,麦德龙实行了C&C制,充分利用了全球化带来的三大优势,用先进的技术推动管理进步。要求企业价值链的每一个环节都低成本,等等。从麦德龙保持低成本的各种措施可以看出,企业要真正保持低成本绝非易事,而是需要企业整体的互动,企业价值链的每个环节都要努力保持低成本,如果仅仅是企业的局部降低了成本,也难以真正收到低成本的效果。同时,我们也可以把麦德龙保持低成本的各种措施大体归纳为两种思路:一是通过“练外功”,主要是利用“规模经济”,通过扩大企业规模来降低企业单位成本;二是通过“练内功”,主要是通过加强企业技术进步、加强价值链管理等降低企业单位成本。也就是说,麦德龙低成本是通过练“内功与外功”的结果。

12、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拓展,配送业务模式和服务需求从原来的BTOB模式配送在渐渐向BTOC模式转变,即由该物流或客户仓库直接送达用户手中的配送业务量在变得越来越大。同时,企业为第一时间掌握了解终端市场,会对物流企业提出更高层次的物流服务需求,简单的从仓库到客户手中的物流服务已不能满足客户的期望,第三方物流企业所提供的物流过程中的增值服务会更加充分的体现出物流企业的竞争力和自身价值。所以,随

答:(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。三是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。

(3)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。

(4)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及物流系统来提供服务。

(5)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。二是要在工作中创新思维,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。三是要开发售前、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。四是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。

(6)发展相关战略协同业务,提供辅助或关联增值服务。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。这第一个人就是这个地区的总经理,他所做的第一件事就是招一位本地人做他的助理。然后,这位空投到市场上的光杆总经理,和他唯一的员工做的第一件事,就是开始市场调查。他们会仔细地去调查当地其他商店有哪些本地的商品出售,哪些产品的流通量很大,然后再去与各类供应商谈判,决定哪些商品会在将来家乐福店出现。一个庞大无比的采购链,完全全从零开始搭建。这种进入市场的方式粗率苦难以理解,但却是家乐福在世界各地开 f 虫的棋准操作手法。这样做背后的逻辑是,一个国家的生活形态与另一个翻家生活形态经营最大大不陆的。在法国超市到处可见的奶悔,在中国很难找到供度高:在台湾十分热销的槟榔,可能在上海一个都卖不掉。所以,国外家乐福成熟有效的供应链,对于以食品为虫的本地家乐福来说其实意义不大。最简单有效的方法,就是了解当地,从2当地组飘采购本地人熟悉的产品。

13、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。

案例思考:

(1)谈一谈你对绿色物流的认知与理解。

答: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。绿色物流是一个广义概念,其与逆向物流、回收物流、循环物流、退货物流、废弃物流的区别和联系。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。

(2)入冬以来,各地阴霾天气激增,请对此现象加以点评。

答: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。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。要发展绿色物流体系,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。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。

14、品花干果退出淘宝

品花干果是一家夫妻店铺,开在黄浦区的蓬莱公园。店主一直认为,店规模虽小,但只要对市场反应敏锐,早晚能够发展壮大。实体店周边有二个大卖场、三家菜场,这些竞争对手虽然也经营南北干货等农产品,但也导入大量客流。(此处省略***)仅

仅过了3年多时间,品花干果几乎退出了淘宝市场,并且实体店也关掉了其他5家店面,只剩蓬莱公园一家店面。到底是什么原因导致的结果呢?

阅读案例,请分析下列问题:

(1)品花干果为什么退出淘宝?

答: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。

(2)结合课程学习和工作经历,写出你对品花干果退出淘宝的思考。

答: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。

15、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,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,如沈阳中街、大连天津街、上海南京路、北京西单、北京王府井、苏州观前街、深圳东门、广州下九路、哈尔滨中央大街、天津和平路、重庆解放碑步行街等。但许多商业街(区)在改扩建后,客流量和销售额却出现了下降,如大连市天津街曾是大连历史最悠久的商业街。2002年天津街开始进行大规模

答:商业街规划要点。商业街规划要点可以从一是交通规划、二是城市规模、三是选址、四是风格与店铺组合、五是环境设计等方面展开。商业街未来发展趋势。商业街未来发展趋势可以从功能改变、小型商业街走向衰落、商业街组织化程度日益提高、内部配置双向发展等角度回答。其中商业街建设现状评述与失败原因可以结合起来分析。

16、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个区域为支点的全球经营网络和服务体系,近500艘各类现代化商船,在全球160多个国家、1200多个港口不间断地为全球客户提供及时、优质的服务。在国内,以货运、外代、航空货代等为核心的中远陆上成员企业构筑了中国最大、最完善的陆地货运网络,能够为全国的客户提供上天入地的全方位服务。中远集团把信息技术作为强化物流竞争能力的一个重要手段。早在数年前,中远集团已经通过国际互联向由全球客户推

答:本题旨在考察学生对物流及物在管理的理解与综合能力。答案不是惟一的,学生可根据教材的基本原理灵活发挥,教师可根据答题合理性给出。一是中远集团成功的关键点有:一是完善的物流网络设计、构建及成功的运作;二是对网络节点与连线合理布局;三是对信息技术的重视及应用。二是物流系统是指在一定的时间空间里,由需要位移的物资、包括设备、装卸搬运机械、仓储设施、人员和通信联系持的动态要素新构成的具有特定功能的有书整体。一般来说,物流系统由三个要素构成:即流动要素、资源要素和网格要素。一是流动要素。包括流体、载体、流向、流量、流程、流速和流效七个方面。二是资源

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。三是网络要素。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、戴钱、管道线等除外,物流的网络要素还应该包括信息网络。

17、太阳系的“城市星河舰队”联盟

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。

答: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)你对太阳系及其“星河舰队”联盟的发展有何建议?

答: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,或进行资本运营,提升连锁规模;(5)包装出售,退出该经营领域。

18、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年全年,中国网络购物市场总成交额达594亿,和去年312亿的总成交额相比,增长了4%。其中仅淘宝一家2007年就完成了433亿成交额,这一数字是零售巨头沃尔玛在华销售额的近3倍,实现了156%的增长率,远远超过家乐福、国美等传统零售巨头的增长。网络329购物报告在印证了网络世界强大的同时,也让传统零售业面临发展的压力。(一)网络零售业赶超传统零售业根据报告显示,2007年

案例思考:(1)你认为网络零售这种新业态兴起的原因有哪些?请用零售业态变迁理论加以解释?

答:网络零售兴起原因(应用零售业态变迁理论解释。(本题旨在考察学生对电子商务的理解与综合能力。答案不是惟一的,学生可根据教材的基本原理灵活发挥,教师可根据答题合理性给出。)

(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:在经营成本、商品组合、商品质量信誉、购物便利性、购物舒适性中,选择任意四个方面比较。

19、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,这笔交易号称是工业史上最大的并购案的失败,产生了一系列的连锁反应,其中包括通用董事长韦尔奇可能提前退休。(此处省略***)还包括无数的小个体家电零售店,通用电气迅速建立并推广之的家电销售专业网站电子商务。

案例思考:

(1)说一说采购对企业的意义。

答：(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重要的利润来源；(4)采购是供应链后向管理的重点。

(2)通用电气建立全球供应链获得了哪些竞争优势？

答：(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)试分析电子商务的特点以及在供应链运作中的作用。

答：(1)电子商务的特点：①时空普遍化；②影响全球化；③技术标准化；④媒介丰富化；⑤过程交互化；⑥信息密度化；⑦交易个性化或定制化。

(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。

20、为确保食品安全，商业零售业能做什么？

从农回到餐桌，这一口号已经喊了无数年。在食品安全危机下，人们越来越需要安全、可靠的食物分销模式。农产品分销不是越长越好，其物流成本当然是越低越好。

问题：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：(1)农产品流通就是缩短流通或分销环节，降低流通成本，即又快又低。从农田到餐桌，说的是过程直接、可溯惊的概念，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)其他。

21、唯品会人局批发市场

2018年8月13日，国内特卖电商平台-唯品会，宣布推出专业代购批发平台-唯品仓。唯品仓旨在服务广大代购、批发群体，借助微信社交平台快速为品牌方清理库存。（此处省略****）享受批发价格；进货无“门槛”限制、无须启动资金，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？

答：唯品仓将一端对接品牌方，提供正品低价货源；另一端连接专业代购、中小型批发商。

(2)简述唯品仓运作模式的优势。

答：和品牌商将一并解决运输服务问题；“0 入驻门槛”；注册登录简单；进货无“门槛”限制、无须启动资金，不用压货，先卖后买；支持多种社交分享渠道。

22、沃尔玛国际化的成功经验

沃尔玛的总部位于美国阿肯色州的本顿维尔，主要有沃尔玛购物广场、山姆会员店、沃尔玛商店、沃尔玛社区店四种营业业态。（此处省略****）

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？

答：沃尔玛国际化的成功经验流通概论主要在于以下两个方面。

(一)从沃尔玛的发展过程来看，信息化对沃尔玛起了关键的作用，由此得出信息化对流通企业的作用和意义在于：

①通过信息技术可以大大降低库存数量，做到库存快速响应，每卖出一件商品系统都会立刻进行记录，当该商品的数量降低到安全库存线的时候系统就会立刻通知供应商发货，所以沃尔玛虽然规模很大店面很大，但是库存量控制的非常好。

②物流过程最终通过信息系统可以对供应商的发货及物流情况进行跟踪，实时掌握货物的物流情况，发现异常快速响应。

③通过信息系统可以方便地统计出货物的销售情况，方便市场部门对消费者变化的研究，第一时间发现消费趋势的变化，制定出适应市场的改变。

④帮助沃尔玛加强了对整条供应链的把控，使整条供应链的效益得到提升。

⑤通过信息系统对客户及会员的信息反馈的整合，能及时发现并进行改进。

⑥通过信息系统对库存货物的状态进行把控，对于即将过期商品、退货商品、残次商品等问题II进行处理，并记录下处理结果，方便日后查看。

⑦流通扩张、零售时代与沃尔玛增长分工与交换之间的两难冲突以及相关组织制度的演进构成了整个社会经济发展的主线：交易成本越低，分工就发展得越快，专业化利益也就越大；但分工越发展，交易成本就越高，从而分工受到限制。因此，随着分工细化、交易增加和经济增长，交易部门或流通产业必然呈历史扩张趋势，专业化于交易活动的流通企业的产生和发展正在于其解除分工经济-交易成本约束II的作用。

所以，综上所述在信息化对流通企业的帮助绝不仅仅是提速，更是让整个行业处于一个高速的发展阶段，也是一个优胜劣汰的一个侧面反映。

(二)比较我国及国外流通企业信息化水平的差异，分析我国流通信息化所处的阶段及发展方向：

企业信息化，是企业利用计算机、网络技术等一系列现代化技术，通过对信息资源的深度开发和广泛利用，不断提高生产、经营、管理、决策的效率和水平，从而提高企业经济效益和企业竞争力的过程。如今，信息化已经成为全球企业公认的现代发展途径。

随着我国近年来信息通信业的飞速发展，我国企业信息化已取得了长足进步。但从总体来看，我国企业信息化发展同发达国家相比还有较大差距。从发展进程来看，我国企业信息化起步较晚，目前在整体的基础建设实施程度和应用层次方面都较发达国家要低。另外，在企业的重视程度和信息化投入方面，我国企业同国外发达企业相比也有很大的差距。

发展至今日，发达国家企业的信息化水平可说已经到了一个相当高的水平。无论是从宏观经济、企业内部，还是企业大链条上的各方，信息化已经成为一个足以制胜的必要手段。

(2)简述沃尔玛的供应链管理特点。

答：沃尔玛供应链管理的成功之处体现出供应链管理如下几个特点：①应链管理是一种基于流程的集成化管理模式。②供应链管理是全过程的战略管理。③供应链管理提出了全新的库存观。

④供应链管理以最终用户为中心。

23、沃尔玛国际化的成功经验

沃尔玛的总部位于美国阿肯色州的本顿维尔，主要有沃尔玛购物广场、山姆会员店、沃尔玛商店、沃尔玛社区店四种营业业态。

答：(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队。