

全国 2011 年 7 月自学考试商品流通概论试题

课程代码: 00185

一、单项选择题(本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 商品的价格是 (B) 7-254
A. 商品价值的实体
B. 商品价值的货币表现
C. 商品价值的基础
D. 商品价值的物质承担者
2. 与市场经济相对应的是 (C) 2- (教材无法找到标准答案)
A. 商品经济
B. 自然经济
C. 计划经济
D. 产品交换经济
3. 以交换为目的进行的生产是 (A) 1-11
A. 商品生产 B. 商品交换
C. 商品流通 D. 商品经济
4. 发达商品流通的媒介是 (A) 1-12
A. 商人 B. 生产
C. 交换 D. 货币
5. 市场机制作用的发挥遵从的规律是 (C) 2-75
A. 商品流通规律
B. 货币规律
C. 价值规律
D. 消费规律
6. 按照市场竞争结构划分, 与完全竞争市场相对的另一极端性的市场是 (C) 2-55
A. 古诺竞争市场
B. 垄断竞争市场
C. 完全垄断市场
D. 寡头垄断市场
7. 在市场体系中, 商品市场处于 (B) 2-64
A. 主导地位 B. 基础地位
C. 协调地位 D. 补充地位
8. 影响消费品市场的基本因素是 (D) 2-65
A. 生产 B. 社会
C. 教育 D. 人口
9. 目前国际性大型商业机构采用的新型采购模式是建立 (A) 4-154
A. 跨国采购中心
B. 跨国配送中心

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- C. 跨国结算中心
D. 跨国信息中心
10. 中小商业企业,特别是自由连锁商店的商品采购宜采用 (D) 4-153
A. 合同订购 B. 驻点采购
C. 委托加工 D. 联购分销
11. 根据生命周期理论,当相关零售业态市场范围萎缩,销售增长率下降,经营发生困难时,该零售业态处于 (D) 5-210
A. 创新期 B. 增长期
C. 成熟期 D. 衰退期
12. 一般而言,时装、珠宝首饰等特殊商品的销售适合于采取 (D) 5-195
A. 自助零售
B. 自选零售
C. 有限服务零售
D. 完全服务零售
13. 缺乏自销能力和经验的生产者多采用的渠道形式是 (C) 6-228
A. 生产者—用户
B. 生产者—经销商
C. 生产者—代理商—用户
D. 生产者—代理商—经销商—用户
14. 消费品中的便利品宜采用 (A) 6-237
A. 密集性分销 B. 独家分销
C. 选择性分销 D. 区域性分销
15. 合理的价格体系是要形成合理的 (A) 7-268
A. 比价体系和差价体系
B. 计划价格和市场价格
C. 政府定价和企业定价
D. 地区差价和季节差价
16. 企业在创新过程中可能面临各种风险,以下属于市场风险的是 (C) 9-341
A. 产品设计与制造达不到设计要求
B. 新产品难以投入批量生产
C. 消费者需要发生了变化
D. 成本过高导致新产品无价值
17. 目前,我国大多数流通企业属于 (A) 7-288
A. 劳动密集型企业
B. 资源密集型企业
C. 资本密集型企业
D. 技术密集型企业
18. 体现企业主营业务利润对利润总额贡献,以及对企业全部收益影响程度的指标是 (B) 7-297
A. 总资产报酬率
B. 商品销售利润率
C. 净资产收益率

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- D. 总资产收益率
19. 在特定的市场条件下, 企业也可以通过高价、提价手段来进行竞争, 这种行为的目标是 (C) 7-280
- A. 确定价格目标
B. 应付或避免竞争目标
C. 战胜竞争者目标
D. 扩大市场份额目标
20. 竞争定价决策中最简单的一种方法是 (A) 7-286
- A. 通行价格法
B. 相关比价法
C. 市场拍卖定价法
D. 需求差异法

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

21. 商品的供求状况可以制约商品流通的 (ABCDE) 1-15
- A. 流向 B. 结构
C. 内容 D. 规模
E. 速度
22. 根据当前我国市场状况, 市场秩序评价指标体系包括 (ABC) 2-95
- A. 进出秩序指标 B. 交易秩序指标
C. 竞争秩序指标 D. 管理秩序指标
E. 发展秩序指标
23. 综合商社的特点有 (ABCD) 3-132
- A. 以贸易为主导 B. 内外贸结合
C. 与政府关系密切 D. 以综合商社为中心形成企业集团
E. 以商业中心城市为依托
24. 文化环境影响商品流通运行决策者、组织者的 (ABCDE) 8-317
- A. 价值观念 B. 伦理观念
C. 思维方式 D. 行为方式
E. 生活方式
25. 商人文化的主要组成包括 (ABCDE) 10-395
- A. 德 B. 仪
C. 信 D. 智
E. 情

三、填空题(本大题共 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 分)

26. 作为市场竞争的重要手段, 价格竞争 具有见效快、易被消费者接受的特点。 1-35
27. 按照交易客体的不同, 市场分为 商品市场 和要素市场。 2-64
28. 在现代市场经济中占支配地位的企业组织形式是 公司。 3-120
29. 被喻为继人力、物力两大利润源之后的第三利润源是指 物流。 4-163
30. 麦当劳、肯德基等连锁公司属于服务性企业创办的零售 特许经营 组织。 6-234

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

31. 国内市场增长的潜力所在是农村市场。 6-249
32. 在商品流通领域中各种商业行为的效用产生的经济效益称为流通效益。 7-287
33. 流通企业的劳动效率是流通企业活动消耗与商品销售比较。 7-291
34. 目前, 流通企业正在由低水平的粗放式经营管理向集约化经营管理转化。
9-340
35. 商品流通调控的具体方法多种多样。在市场经济条件下, 主要采用经济手段。
8-324

四、名词解释题(本大题共 5 小题。每小题 3 分, 共 15 分)

36. 商品供给 1-24
答: 企业在某一特定时期内, 在每一价格水平上愿意而且能够供应的商品量。
37. 战略性储存 4-172
答: 一般是商品流通企业代国家储存的, 主要是为了应付自然灾害和其他意外事件所保持的一定数量的机动商品储存。战略性储存是一种性质特殊的储存, 其品种、数量、地点、时间, 一般由国家下达计划明确规定。
38. 联购分销 4-153
答: 联购分销指由若干家经营范围相近的商业企业联合向工业企业或批发机构进货, 分别销售的采购方式。
39. 商圈 5-218
答: (1) 通常认为, 商圈是一个流通方式或流通企业经营业务辐射所及的地域范围。以提供的商品和服务为内容、以适度的交通距离为半径、以基本的购买者人口为依托所形成的供应范围和销售量, 即构成一个流通方式或流通企业的商圈。
(2) 扩展的商圈概念是指相对集中的商业区域。在这个相对集中的商业区域或商圈中, 同时存在着若干不同业种、不同业态的流通企业和流通方式, 形成商业群体的集合。
40. 商品流通渠道 6-226
答: 商品流通渠道是指商品在其形态变化中从生产领域向消费领域转移所经过的环节序列和线路。

五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

41. 简述商品流通企业集团的特点。 3-128-129
答: 一、商品流通企业集团一般特征:
1、成员构成的群体性
2、结构多层次性
3、集团核心的实体性
4、组织的稳定性
5、经营的多角性
二、商品流通企业集团的个别特征:
1、以商品流通企业为核心企业
2、以商品购销为主要功能
3、以流通网络为经济依托
42. 简述商品销售的主要方式。 4-157
答: (1) 门市销售
是指在固定销售场所开展营业活动的销售方式, 是商品销售最基本的形式。
(2) 市场销售

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

是指各类商业集中在特定的交易场所开展商品销售活动, 多为批发企业和生产企业采用。

(3) 商品交流会

是商品购销双方在固定的地点集中交易的销售方式。

(4) 上门推销

是指由推销员携带样品主动向顾客推荐、介绍、解答疑问、现场示范、促进销售的售货方式。

43. 连锁经营有哪些优点? 3-136

答: (1) 降低风险

这是连锁企业对于投资者最具有吸引力的条件。

(2) 减少宣传费用

加入某一连锁企业集团, 由于集团有统一的宣传费用, 策划统一的宣传形式, 这样每个分店都不必为宣传而费周折。

(3) 货源有保证

连锁集团资金实力雄厚, 一次采购量大, 供货厂商自然会优先保证供应。这就不会造成商店出现断档缺货。

44. 简述商业价格的定义及其构成。 7-264

答: 一、定义

是指在商品流通领域商业企业销售商品的价格。

二、构成

商业价格是由以下三部分构成:

- 1、商业成本
- 2、商业利润
- 3、税金

45. 为什么说商业组织制度文化是商业活动的保证? 10-393

答: 商业组织制度是有效组织商品运行活动, 实现以最短的时间、最快的速度、最少的费用使商品由生产领域进入消费领域并获取合理的利润。而且, 商业企业的组织制度文化具有丰富多彩的特征:

(1) 有效性

保证商业运行的高效率, 职能的准确规定、结构形式的层次分明、集权与分权的权责利相称、管理范围的合理幅度等具有着文化的促进与制约的影响。

(2) 凝聚力

激发职工的归属感、使命感、积极性与创造性, 使企业的战略目标同职工自我价值的实现统一起来, 形成以人为核心的贯彻执行企业精神、职工道德和店风店纪的文化力量。

(3) 内控力

组织制度文化一旦形成, 就会通过职工的共识形成一种约束力量, 对个人和群体都会产生强有力的内控作用。

(4) 延续性

现代商业文化是传统商业文化的继承和发展, 是延续不断的, 它同现代企业制度结合就会吸收先进文化的内涵, 融会贯通形成新的组织制度文化。

六、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

46. 论述商品流通调控的基本原则。 8-321

答: (1) 控制重点, 协调一般的原则

对于重点商品、重点行业、重点地区的商品流通活动,进行宏观上的必要控制;而对于一般的商品流通活动,以协调和引导为主。

(2) 控制全局,调整和引导局部的原则

对于事关商品流通发展长远和全局性的重大战略决策,如商品流通的长期发展规划、产业结构调整、产业布局的调整等,政府部门必须在进行详细分析和研究的基础上,予以宏观控制,以保证商品流通产业稳定、健康、协调、有序的发展;对于局部问题,则以引导、调整和协调为主。

(3) 运用市场机制进行调控的原则

市场经济条件下,市场机制在社会资源配置中起基础性作用,商品流通调控的主体——政府部门,也必须研究和掌握市场运行的规律性,充分运用市场机制的作用进行商品流通调控。

(4) 坚持“三兼顾”的原则

“三兼顾”包括两层含义:一是国家、集体、个人三者利益兼顾,使三者的利益都能得到充分保护;二是生产者、经营者和消费者三者利益兼顾,维护交易各方的正当权益,保护合法竞争,促进商品流通有序地进行。

47. 运用所学的理论,结合我国实际,说明超级市场将成为中国零售业主力的原因。5-197/214

答:(1) 超级市场的经营规模大、经营成本和毛利率低、销售量高,通常是自助服务式经营,以满足消费者对食品、洗涤用品、家庭日常用品等方面的一揽子需要。

(2) 超级市场将是中国零售业中的主力,它所代表的销售方式,将成为中国零售业的主导方式。超级市场在中国的发展应从大中城市逐渐走向广大的中小城镇,同时,要从导入阶段的食品超市基础上实行业态的再分流,向各种综合超市和专业超市发展,让这种现代化的销售方式在中国得到更大的推广。

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!