



- A. 直销  
B. 超级市场  
C. 自动售货机  
D. 上门推销
8. 作为西方国家极具特色的一种交易方式, 专门以大宗期货或现货为交易对象的交易形式是 (D) 5-223
- A. 包销  
B. 投标  
C. 拍卖  
D. 商品交易所
9. 在代理批发商中, 最为常见的是 (C) 5-203
- A. 佣金商  
B. 采购代理商  
C. 制造厂商代理商  
D. 销售代理商
10. 制定商品价格的最低经济界限是 (D) 7-259
- A. V+M  
B. 税金和利润  
C. 流通费用  
D. 生产成本
11. 价格中核算的流通费用是以社会平均费用为依据的, 财务核算中的流通费用的依据是 (C) 7-261
- A. 预算费用  
B. 劳动消耗  
C. 实际费用  
D. 广告费用
12. 市场配置资源的决策依据主要是 (C) 2-89
- A. 利率信息  
B. 需求信息  
C. 价格信息  
D. 税率信息
13. 社会主义市场经济条件下, 大多数商品应实行 (B) 8-330
- A. 政府指导价  
B. 市场调节价  
C. 政府定价  
D. 计划价格
14. 通过价值观念、伦理观念、思维方式、行为方式、生活方式等来影响商品流通运行的决策者、组织者, 从而在一定程度上决定商品经营的规模和方向的是 (B) 8-317
- A. 自然环境  
B. 文化环境  
C. 人口环境  
D. 政治环境
15. 关于电子商务这种交易模式, 以下说法正确的是 (A) 9-354
- A. B2C 就是网上商店或者网上贸易  
B. B2B 指面向消费者的交易行为  
C. B2C 一般交易批次较少  
D. B2B 销售的商品往往是消费用品
16. 在流通行业的技术结构升级过程中, 20 世纪 70 年代前后, 出现了 (A) 9-347
- A. 自动售货技术  
B. EDI 技术  
C. 供应链管理技术  
D. 电子商务技术
17. 电子商务的广泛运用始于 20 世纪 (A) 9-349
- A. 60 年代  
B. 70 年代  
C. 80 年代  
D. 90 年代
18. 商业文化作为科学概念明确提出在我国的时间是 (C) 10-376
- A. 20 世纪 50 年代  
B. 20 世纪 80 年代  
C. 20 世纪 90 年代  
D. 21 世纪初
19. 商业文化的集中表现形态是 (D) 10-392



29. 信息的传递过程由三个基本要素构成, 即信源、信宿和\_\_信道\_\_。4-180
30. 在流通业态演变的现状中, \_\_百货商店\_\_在中国已逼近市场极限。5-214
31. 从世界流通业发展趋势看, 在现代信息技术高速发展的今天, \_\_电子商务\_\_已成为商品流通的发展方向。6-252
32. 由于商品流通环节不同, 商业利润又分为产地批发利润、销地批发利润和\_\_零售利润\_\_。7-267
33. 商品流通环境中, \_\_经济环境\_\_从根本上制约着商品流通的发展, 而且直接影响着商品流通的发展。8-306
34. 对于流通企业而言, 一个重要课题是提高企业的经营管理水平和技术装备水平, 由粗放式经营管理向\_\_集约化\_\_经营管理转变。9-340
35. 商品文化的主要内容是商品的\_\_文化附加值\_\_。10-391

#### 四、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

36. 市场规则 2-91

答:

市场规则指国家依据市场运行规律的要求, 为保证市场有序运行而制定的所有市场主体都必须遵守的法律、规章、制度。

37. 连锁经营 3-135

答:

连锁经营一般是指经营同类商品或服务的若干个企业, 以共同进货或授予特许权等方式组织起来, 共享规模效益的一种商业企业组织形式和经营制度。

38. 周转性储存 4-172

答:

周转性储存是商品流通企业为保证商品流转的均衡性和连续性而设立的储存, 这是商品流通企业必有的经常性储存。

39. 流通方式 5-206

答:

流通方式是指商品在流通过程中实现其价值和使用价值的业态与交易形式。

40. 零级渠道 6-227

答:

零级渠道指由生产者将消费品直接销售给消费者的形式, 也叫直接销售渠道。

#### 五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

41. 影响商品供给的主要因素有哪些? 1-24

答:

- (1) 商品自身的价格。
- (2) 生产技术的变化。
- (3) 生产要素的价格。
- (4) 其他商品的价格。
- (5) 政府的产业政策。
- (6) 企业的预期。

42. 简述完全竞争市场的基本特征。2-55

答:

- (1) 有数量众多的小规模买者和卖者。
- (2) 产品是同质的、无差异的。
- (3) 资源完全自由流动。
- (4) 市场信息畅通。

43. 影响商品流通渠道的决定因素有哪些? 6-235

答:

- (1) 商品自身条件。
- (2) 市场供求条件。
- (3) 社会经济条件。
- (4) 企业内部条件。

44. 试分析零售渠道的作用。 6-231

答:

- (1) 有效地沟通了生产、批发和消费的关系。
- (2) 满足消费者的需求。
- (3) 促进社会生产力的发展。
- (4) 实现商品的“惊险的跳跃”。

45. 简述流通创新的模式。 9-342

答:

- (1) 渐进式创新。
- (2) 填空式创新。
- (3) 组合式创新。
- (4) 独创式创新。

六、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

46. 联系实际分析电子商务的特点及实现过程。 9-354、355

答:

一、电子商务的特点:

- 1、任何地方。电子商务使得交易不受空间的约束, 扩大了交易的空间范围, 交易双方在任何地方都可以直接开展商务活动, 并且减少了中间环节、降低了交易成本。
- 2、任何时候。电子商务可以不受营业时间的制约, 实现全天候的交易。就可以打破不同地区时差的限制, 真正实现商务活动的全球化。
- 3、任何客户。电子商务使得交易的对象发生了变化。传统的商务活动通常有特定的交易对象, 而电子商务针对的是网络客户, 往往不受特定身份的限制。
- 4、任何方式。电子商务根据客户的需要调整和改进产品与经营方式, 更好地满足消费者的需求。

二、电子商务的实现过程可以概括如下:

- 1、建立网络交易平台。
- 2、品牌推广。
- 3、确定经营战略。

4、达成交易。

5、售后服务。

47.加强我国的信用管理工作，应从哪些方面进行? 10-410

答：

(1) 企业自身的信用管理活动

企业是最基本的市场主体，企业的信用状态既决定着企业的商誉与供应链的活力，决定着企业的生存与发展；也关系着整个社会的信用状况，决定着国民经济持续、稳健的发展。企业有效的授信管理与获信管理对于加强同供应商的合作，开拓市场，扩大内需是非常有利的，而且更有利于控制企业自身的信用风险。

(2) 根据我国的国情，夯实信用基础

要实行政府主导，以各级政府为主体的健全信用法制、培育信用需求和提高政务信用信息的透明度，建立政务信息公开披露体系；要建立健全以行业协会和会员单位为基础的自律维权同业信用体系。只有政府、协会、企业、中介机构同步发展各自的信用体系，才能形成我国的“互联互通，信息共享”的社会信用体系。

qq593777558