

流通竞赛知识赛模拟题库 1

一、判断题（20 题，每题 1 分）

1、连锁经营和超级市场被称为“现代流通革命”的两大标志。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

2、特许连锁企业旗下所有门店的所有权都属于同一主体，各个门店不具备独立的法人资格。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

3、连锁经营要求尽可能地将作业流程“化繁为简”。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

4、规模化的经营方式是连锁经营的基本保证。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

5、分店式经营一般靠总部投资，采用统一进货、统一经营、统一管理。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

6、连锁经营战略的要点在于企业内部管理，主要是考虑环境对连锁企业的影响和要求。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

7、连锁经营战略是连锁企业长期活动的基本设计图，主要解决企业组织与市场环境结合的问题。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

8、网络化的组织形式是连锁经营的前提条件。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

9、连锁企业应以大部分消费者为目标顾客，不能把自己的生存基础建立在狭窄的局部市场上。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

10、做好行业评估就等于做好市场评估。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

11、成本是定价的下限。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

12、移除标记、从现代物流的发展趋势看，为了加强商品的流动，物流配送中心渐从分销型转向周转型。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

13、一般来说，连锁企业的物流管理职能归于总部的商品部统一管理。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

14、通常我们将简单化、标准化、专业化称发展连锁分店的“3S”主义。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

15、连锁企业自己生产商品的都是由自己出厂来生产的。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

16、连锁集聚战略（FOOUS）也叫做集中化战略。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

17、过去古语说：“一步差三市”是指开店地址差一步就可能差三成买卖。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

18、黄金法则式 20/80 法则，即卖场中的 80%的商品的销售额只占总锁售额的 20%，而 20%的小部分商品的销售额却占总营销额的 80%。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

19、采购谈判是商品采购的关键环节。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

20、“卡位”开店即为了避免其他同行进驻好的经营地点，虽然有商业区重叠的缺陷，但也会在商品结构上进行区别经营的前提下，采取具有一定垄断色彩的布点策略。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

二、单选题（20 题，每题 1 分）

1.直营连锁又被称为（ ）。

A.正规连锁

B.合同连锁

C.自由连锁

D.自愿连锁

答案：A

2.特许经营的关键在于（ ）。

A.特许权的授予

B.商标的授予

C.服务标志的授予

D.经营技术的授予

答案：A

3.下列哪一项不是商品定位的 3S 原则？（ ）

A.特殊化

B.简单化

C.标准化

D.复杂化

答案：D

4.下列哪一项不是新商品引进的来源? ()

- A. 供应商
- B. 消费者
- C. 门店销售人员
- D. 总部

答案: D

5.下列哪一项是商品组合定价的一种情形? ()

- A. 心理定价
- B. 差别定价
- C. 促销定价
- D. 渗透定价

答案: C

6.连锁店在应对价格战时的策略有 ()。

- A. 维持原价
- B. 提高价格
- C. 维持原有商品群
- D. 打击报复

答案: A

7.物流系统是一个大跨度系统体现在? ()

- A. 时间空间跨度大
- B. 设施装备跨度大
- C. 技术水平跨度大
- D. 人员素质跨度大

答案: A

8.下列哪一项不属于物流费用? ()

- A. 配送费
- B. 运输费
- C. 租借费用
- D. 收发货处理费

答案: C

9.下列哪一项是物流成本中与保管活动有关的指标? ()

- A. 仓库利用率
- B. 单位人时工作量
- C. 单位运量运费
- D. 装载率

答案: A

10.特许连锁的财务关系是哪一种财务关系? ()

- A.核心层的财务关系
- B.紧密层的财务关系
- C.半紧密层的财务状况
- D.松散层的财务关系

答案：C

11.连锁经营这一经营方式最早出现在哪国？（ ）

- A.日本
- B.英国
- C.美国
- D.中国

答案：C

12.特许连锁又被称为（ ）。

- A.合同连锁
- B.自由连锁
- C.合作连锁
- D.合作连锁

答案：A

13.区分直营连锁店与其它经营形式的关键是（ ）。

- A.分店所有权
- B.总公司特许权的授予
- C.分店财务所有权
- D.投资大小

答案：A

14.连锁店在房产获取方面采取租借这一方式的优势是（ ）。

- A.需支付成本比较低
- B.拥有房产所有权
- C.有发展成熟的商圈
- D.享受房产增值带来的收益

答案：A

15.在产品生命周期的哪一个阶段企业可制定高价？（ ）

- A.引入阶段
- B.发展阶段
- C.成熟阶段
- D.衰退阶段

答案：A

16.尾数定价属于什么定价？（ ）

- A.商品组合定价
- B.差别定价

C.心理定价

D.折扣定价

答案：C

17、直营连锁与特许连锁、自由连锁之间最大的区别在于（）。

A.产权一体化

B.集中化的统一管理

C.统一核算

D.所有权的分散与经营权的集中

答案：A

18、下面哪种连锁经营类型除了提供商品、商标外，还提供给加盟店全套的管理和销售制度甚至财务上的沟通。（）

A.商标商品连锁经营

B.营利公式连锁经营

C.正规连锁

D.自由连锁

答案：B

19、被称为“现代流通革命”的两大标志的是（）。

A.超级市场和连锁经营

B.超级市场和便利店

C.便利店和连锁经营

D.连锁经营和现代物流

答案：A

20、下面哪种连锁形式中，总部对加盟店有的人事权和直接经营权。（）

A.直营连锁

B.自由连锁

C.商标商品连锁

D.特许连锁

答案：A

三、多选题（20题，每题2分）

1、连锁企业在设计组织结构时，正确的做法是（）。

A.实行岗位责任制

B.管理幅度与管理层次成正比关系

C.下级部门只能服从一个上级指挥

D.人人有事干，事事有人干

答案：ACD

2、在统一的营销管理体制内，连锁总部与分部之间的关键联系纽带包括（）等。

A.业务档案

B.业务流程

C.营销计划

D.信息系统

答案：ABC

3、企业财务绩效主要由以下（ ）能力体现。

A.经营发展

B.盈利

C.抗风险

D.营运

答案：BCD

4、选择报纸进行广告宣传的特点有（ ）等。

A.灵活，及时

B.成本高

C.本地市场覆盖面大

D.保存性差

答案：AC

5、影响连锁企业定价的外在因素有（ ）等。

A.进货渠道

B.消费者

C.管理成本

D.市场需求

答案：BD

6.移除标记、企业非财务绩效主要由以下（ ）能力体现。

A.经营发展

B.学习创造

C.抗风险

D.内部管理

答案：ABD

7.移除标记、选择网络进行广告宣传的特点有（ ）等。

A.成本高

B.成本低

C.感染力强

D.受众面广

答案：BCD

8.我国连锁商业企业的竞争战略主要有（ ）。

A.成本领先战略

B.差异化战略

C.营销组合战略

D.目标集聚战略

答案：ABD

9. 移除标记、企业的外部公共关系主要包括（ ）等。

- A. 政府部门
- B. 顾客
- C. 社区
- D. 股东

答案：ABC

10. 移除标记、连锁企业信息化的特征是（ ）等。

- A. 地理位置的广域性
- B. 数据处理的实时强
- C. 各店之间的共同性
- D. 数据处理强度高

答案：ABD

11. 根据广告目标的不同，广告可分为（ ）。

- A. 说服性广告
- B. 强调性广告
- C. 提醒性广告
- D. 通知性广告

答案：ACD

12. 与其他促销手段相比，营业推广的特点是（ ）。

- A. 容易引起顾客反感
- B. 针对性强
- C. 方式灵活多样
- D. 正规性

答案：ABC

13. 选择网络进行广告宣传的特点有（ ）等。

- A. 受众面广
- B. 感染力强
- C. 成本高
- D. 成本低

答案：BC

14. 企业的外部公共关系主要包括（ ）等。

- A. 股东
- B. 社区
- C. 政府部门
- D. 顾客

答案：BCD

15、连锁企业必须按照一定原则进行商品定价，下列说法属于正确的有（ ）。

- A.薄利多销
- B.企业有一定利润空间
- C.各个分店采用统一的价格
- D.由总部统一决定价格

答案：ABD

16、一个较完整的信息化系统应包括（ ）等环节。

- A.信息加工
- B.信息保存
- C.信息传输
- D.信息采集

答案：ABCD

17、影响连锁企业定价的内在因素有（ ）等。

- A.进货渠道
- B.管理成本
- C.市场需求
- D.消费者

答案：AB

18、连锁店命名的主要原则有（ ）等。

- A.启发联想
- B.有气魄、仿大牌
- C.支持标志物
- D.暗示经营产品属性

答案：ACD

19.连锁经营物流系统的职能主要包括哪些？（ ）

- A.运输
- B.储存与保管
- C.包装
- D.配送

答案：ABCD

20.在采购管理时，订购点的大小由哪几个因素决定？（ ）

- A.前置时间
- B.平均日销售量
- C.安全存货
- D.基础存货

答案：ABCD

四、案例分析题（10题，每题2分）

海底捞于1994年由张勇成立，逐渐发展为一家主打川味火锅的连锁餐饮企业。海底捞

在 1999 年首次在省外开店,2004 年在北京第一次开分店,2006 年在上海第一次开分店,2010 年开始布局外卖业务,2012 年首次在境外开设新加坡分店,2014 年火锅分店数量达到 100 家,逐步形成商业版图,2018 年在港股上市。

海底捞主攻火锅领域,打造“连住利益,锁住管理”独特模式,即对内以员工激励激发活力,对外以提供优质服务吸引客户,打造出一流火锅品牌。具体而言,针对餐饮服务行业劳动密集型特征,海底捞推行“计件工资”、“师徒制”,调动员工工作积极性并提升店长培养新人的动力。为了强化管理,保证品牌质量,海底捞所有分店皆为直营连锁,海底捞还给予门店员工自由度,发挥创意,更好服务顾客,使大众在提到餐饮企业高质量服务态度时第一时间联想起海底捞。在食材供应方面,海底捞一部分由供应商直接供应,一部分由扎鲁特旗海底捞采购。在调味料、锅底供应方面,主要靠颐海国际通过中央厨房统一加工后直接提供的半成品。在物流方面,主要由蜀海国际负责。通过将不同的部门分拆出去,形成专业分工的关联企业,海底捞打造了一个庞大的火锅生态体系。

在火锅行业里,差异化较小,很难在菜式或者菜品上做出很大的创新。就海底捞而言,目前海底捞存在的产品包括:各式各样不同口味的锅底,能够满足不同顾客对锅底的不同需求;有所有品种的肉类、蔬菜、菌类等,同时海底捞也在不断扩充菜品的种类,以满足不同消费者的偏好;海底捞还会提供不同的风味主食、小吃和小料台,例如油条、糍粑、酸奶酪等,吸引年轻的顾客;同时,海底捞也会提供不同的饮品,饮料、酒水应有尽有,部分店面还推出自助奶茶等供顾客选择。虽然火锅市场很难出很有特色的创新,但是从海底捞的发展过程来看,其在创新方面确实做出了很多努力,比如四宫格锅底、半份菜品、引入不常见的菜品、自助蘸料和小吃等,都属于海底捞的创新手段。虽然上述创新手段易被他人模仿,但是海底捞还是在不断寻找创新突破口,力争行业领头人,因此海底捞推出许多网红菜品和各种好吃的蘸料,通过网络平台进行宣传,吸引消费者到店消费,为企业造势。

截至 2021 年底,中国消费者在火锅类饮食的平均消费金额在 100 元以内的占比最多,约达到 48.2%,消费金额在 100-150 元的占比 30.7%,消费金额达到 150 元以上的占比 14.1%,可以看出 100 元以内的消费占大部分。反观海底捞的人均消费水平,2019 年,海底捞二线城市顾客的人均水平为 99.4 元,2020 年上涨到 105.7 元,增加 6.3 元,一线城市 2020 年上涨到 116.2 元,相较于 2019 年上涨 6 元,然而 2021 年上半年,顾客人均消费下降到 107.3 元。其实不难得出结论,2020 年受疫情影响,所有企业都遇到了极大的困难,为了让企业生存,价格调整是必要的,但是从 2021 年的数据来看,海底捞虽然对产品的价格进行了调整,但是相对其他火锅品牌来说,海底捞的整体消费水平仍居高位。

1、结合案例,海底捞的经营形式为()。

- A.以经营管理权控制所有权
- B.总部对加盟店有人事权和直接经营权
- C.加盟店有较大的自主性
- D.总部与加盟店之间是协商、服务关系

答案: B

2、以下哪一项不属于海底捞的特点。()

- A.统一核算
- B.集中化的统一管理
- C.所有权的分散与经营权的集中
- D.产权一体化

答案: C

3、海底捞（ ）布局具有方便顾客和广告促销的作用，吸引消费者注意店铺并进入店铺。

- A.店堂
- B.招牌
- C.内部
- D.外部

答案：D

4、“海底捞”作为一个具有高度概括力和强烈吸引力的店名，能起到第一“（ ）”的作用。

- A.推销员
- B.采购员
- C.业务员
- D.保管员

答案：A

5、根据（ ）原则，海底捞在开发连锁门店时必须考虑门店所在地的客流量、消费者群的职业和收入、投资大小、运行成本高低以及发展前景等因素。

- A.顾客至上
- B.经济合理
- C.安全便利
- D.企业形象

答案：B

6、海底捞在开设新店前的市场调查内容不包括（ ）。

- A.周围环境
- B.消费者收入
- C.政策法规
- D.交通

答案：C

7、海底捞在对菜品进行调整时，新菜品引进的来源不包括（ ）。

- A.供应商
- B.门市销售人员
- C.竞争者
- D.总部

答案：D

8、海底捞在选择供应商时坚持的原则不包括（ ）。

- A.必须把供应商组合起来
- B.为每种商品选择唯一的供应商
- C.按价格带来选择供应商
- D.随企业发展不断更换供应商

答案：B

9、海底捞良好的企业文化是吸引诸多消费者的关键因素，关于企业领导者在企业文化建设中的作用，错误的是（ ）。

- A.企业家是企业文化的设计者和积极倡导者
- B.企业家是企业文化的贯彻者和执行者
- C.企业家是企业文化的诠释者和宣传者
- D.企业家发挥着无可替代的表率作用

答案：B

10、海底捞的顾客满意战略是站在（ ）的立场上，而不是站在（ ）的立场上考虑和处理问题。

- A.消费者，销售者
- B.生产者，使用者
- C.销售者，消费者
- D.销售者，使用者

答案：A