

流通竞赛知识赛模拟题库 2

一、判断题（20 题，每题 1 分）

1、营业推广能在短期内取得明显的促销效果，一般是单独使用。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

2、连锁企业的店铺与总部联系十分紧密，但即使脱离总部，店铺仍可独立运营。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

3、连锁不是独立的零售业态，是一种企业经营形式和管理模式。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

4、便利店是连锁经营模式的存在方式和载体。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

5、商标商品连锁经营除了提供商品、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. 对

B. 错

答案：B

6、规范化的管理方式是连锁经营的核心内容。（ ）

A. 对

B. 错

答案：B

7、越是经济发达国家，连锁经营的营业额占总零售营业额的比重越大。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

8、连锁经营不仅是一种经营形式的改变，而且是制度的创新。（ ）

A. 对

B. 错

答案：A

9、连锁经营战略目标是一个综合的目标体系。()

A. 对

B. 错

答案：A

10、直营连锁是世界上最早出现的连锁形式，也是连锁经营的基本形态。()

A. 对

B. 错

答案：A

11、包围布点的典型作法就是以“乡镇包围城市”，对大城市先沿着边缘环形公路进行新城（卫星城）布点，然后根据情况向中间渗透。沃尔玛的初期布点采用的就是包围布点。()

A. 对

B. 错

答案：A

12、规模扩大意味着企业竞争优势的加强，是企业追求的最主要目标。()

A. 对

B. 错

答案：B

13、一般情况，技术难度大的合同期限相对长一些。()

A. 对

B. 错

答案：A

14、我国连锁企业自动化系统的基本结构是：POS 系统+EDI 系统。()

A. 对

B. 错

答案：B

15、顾客满意战略是站在消费者、使用者的立场上，而不是站在生产者、销售者立场上考虑和处理问题。()

A. 对

B. 错

答案：A

16、连锁企业经营中心标准化表现在商品服务标准化和企业整体目标标准化。()

A. 对

B. 错

答案：A

17. 日本连锁协会规定会员企业标准是在全国拥有 5 家以上的分店。()

A. 对

B. 错

答案: B

18. 直营连锁利用连锁组织集中经营、分散销售的特点,充分发挥了规模效应。()

A. 对

B. 错

答案: A

19. 上海华联超市公司的特许连锁经营体系包括加盟管理和委托管理两项内容。()

A. 对

B. 错

答案: A

20. 特许经营是特许人与受许人之间的一种契约关系。

A. 对

B. 错

答案: A

二、单选题 (20 题, 每题 1 分)

1. 以经营管理权控制所有权的连锁经营形式是 ()。

A. 商标商品连锁

B. 特许连锁

C. 自由连锁

D. 直营连锁

答案: B

2. 下面哪种连锁形式中,加盟店有较大的自主性 ()。

A. 特许连锁

B. 直营连锁

C. 商标商品连锁

D. 自由连锁

答案: D

3. “人人会做、人人能做”这句话体现了连锁经营的 () 原则。

A. 标准化

B. 简单化

C. 统一化

D. 专业化

答案: B

4. 连锁企业应以大部分消费者为目标顾客,以大部分消费者的基本需求为基础。这体现了连锁经营战略的 ()。

- A.大众化理念
- B.顾客满意理念
- C.标准化理念
- D.大批量、规模化理念

答案：A

5、依照消费生活的立场而构筑的商品组合形态，称为（ ）。

- A.部门
- B.商品线
- C.业种
- D.业态

答案：D

6、某商人把自己的水果店设计成菠萝型的楼房，在楼房上出售各种热带水果，深受当地顾客欢迎。其店铺设计符合（ ）要求。

- A.与周边环境协调
- B.考虑到店铺内部的格局安排
- C.体现出与店铺经营统一的风格
- D.体现美观性、实用性和经济性的统一

答案：C

7、由于消费者日益强调时间节约和“一次购足”的观念，所以在确定商品定位时应遵循（ ）原则。

- A.重点产品
- B.商品群
- C.商品化
- D.品种齐全

答案：D

8、（ ）广告在竞争阶段十分关键，其目的在于建立某一特定品牌的选择性需求。

- A.强调性
- B.提醒性
- C.通知性
- D.说服性

答案：D

9、商品不断开发，品种不断增加，而门店的营业面积是有限的，所以对经营商品的品种必须优选，进行商品分类并分别采取不同的管理方式。即在确定商品定位时应遵循（ ）原则。

- A.商品群
- B.商品化
- C.品种齐全
- D.重点产品

答案：D

10、()设计是整个卖场设计的基础,展现卖场的雏形或构架。

- A.三维
- B.二维
- C.四维
- D.意境

答案: B

11、下列哪项关于商品定位的阐述是错误的? ()

- A.定位时要重点产品重点管理
- B.定位时尽可能品种齐全
- C.定位决定业态
- D.定位更倾向注重消费者的利益

答案: C

12、根据()原则,连锁总部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.适应顾客
- B.安全便利
- C.注重形象
- D.经济合理

答案: D

13、在劳工较为缺乏的速食、餐饮、服饰等连锁业中,()是选择合格加盟者时的考察点之一。

- A.保证金
- B.货款能力
- C.对雇用员工程序是否熟悉
- D.加盟金

答案: C

14、店铺()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.外部
- D.内部

答案: C

15、在仿古式商业一条街上,某店铺设计成欧洲哥特式建筑的风格,与周围环境格格不入。这种设计违背了()要求。

- A.考虑到店铺内部的格局安排
- B.与周边环境协调
- C.体现美观性、实用性和经济性的统一
- D.体现出与店铺经营统一的风格

答案：B

16、（ ）是最古老的促销手段，在当代社会其应用仍十分广泛，不可替代。

- A.广告
- B.人员促销
- C.公共关系
- D.销售推广

答案：B

17、建立（ ）系统，制定电子数据交换的法律化和规范化体系和标准，实现合法、高效的电子数据交换。

- A.POS
- B.EOS
- C.MIS
- D.EDI

答案：D

18、连锁经营的统一定价原则就是（ ）。

- A.各个分店能自行定价
- B.由总部统一决定价格
- C.各个分店接受总部定价，不做任何建议
- D.各个分店采用统一的价格

答案：B

19、（ ）广告一般是为了保持市场份额，维系老顾客。

- A.说服性
- B.提醒性
- C.通知性
- D.强调性

答案：B

20、建立（ ）系统，实现销售的销售数据采集自动化，为后台业务处理提供准确的信息来源。

- A.POS
- B.EOS
- C.MIS
- D.EDI

答案：A

三、多选题（20题，每题2分）

1、在开发新店的计划中，必须对开店布点提出明确的要求，如（ ）等。

- A.年度开店数量
- B.开店范围选择
- C.顾客收入水平

D.立地布点战术

答案：ABD

2、连锁店在为商品部选拔采购员时要注意选择恰当人选，人选应是（ ）等。

A.商品专业工作者

B.有能力鉴定商品的美学特质

C.正直诚实

D.精于贸易

答案：ABCD

3、商品组合中的单位名称有（ ）等。

A.部门

B.单元

C.业种

D.业态

答案：ABCD

4、在连锁店商品组合决策中，门店经营经理决定（ ）等。

A.作业系统

B.每商品线的面积

C.展示（定型陈列）

D.商品线构成

答案：ABC

5、商圈划定时应当考虑的内部因素有（ ）等。

A.商品配置

B.营销及其组织活动状况

C.大型店情况

D.人口数、人口密度、家庭数

答案：AB

6、连锁店的建筑物设计应符合（ ）等要求。

A.突出美观性

B.体现出与店铺经营统一的风格

C.与周边环境截然不同

D.考虑到店铺内部的格局安排

答案：BD

7、开店前市场调查的内容主要有（ ）等。

A.周围环境

B.消费者收入

C.政策法规

D.交通

答案：ABD

8、连锁店铺橱窗设计的要求有（ ）等。

- A.与经营实际一致
- B.橱窗的中心线与顾客视平线相当
- C.商品陈列生活化
- D.橱窗的高度应比一般人的身高高，约为 1.5~2 倍

答案：ABC

9、采购管理应实现的目标有（ ）等。

- A.承担社会责任
- B.增加赢利
- C.良好的形象
- D.保证供应

答案：ABCD

10、寻找加盟者的招募方式有（ ）等。

- A.行业年会/企业讨论会
- B.媒体招募
- C.店面 POP
- D.口头招募

答案：ABCD

11、商圈划定时应当考虑的外部因素有（ ）等。

- A.人口数、人口密度、家庭数
- B.大型店情况
- C.商品配置
- D.营销及其组织活动状况

答案：AB

12、连锁店铺的设计与布局应当遵循以下基本要求（ ）。

- A.轻松和谐的消费氛围
- B.豪华高档
- C.各连锁店的独特性
- D.方便顾客停留

答案：AD

13、下面哪几种连锁形式中，合同是维系总部与加盟店的经济关系纽带（ ）。

- A.自由连锁
- B.直营连锁
- C.合作连锁
- D.特许连锁

答案：ACD

14、连锁经营的效益优势体现在（ ）。

- A.连锁经营有利于各分店相互学习
 - B.连锁经营有利于减少商业投资风险
 - C.连锁经营有利于改善服务、扩大销售
 - D.连锁经营有利于店铺的经营水平提高
- 答案：BCD

15、直营连锁的特点表现为（ ）。

- 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：ABD

16、坚持连锁经营的效益原则必须考虑（ ）。

- A.利润
- B.诚信
- C.社会效益
- D.环境效益

答案：ACD

17、连锁经营战略目标包括（ ）。

- A.所有者目标
- B.职工目标或要求
- C.组织发展目标
- D.经济收益目标

答案：ABCD

18、连锁经营战略理念包括（ ）。

- A.生产主导理念
- B.规模化理念
- C.顾客满意理念
- D.标准化理念

答案：BCD

19、连锁经营战略的主要特征有（ ）。

- A.环境性
- B.时代性
- C.全局性
- D.长期性

答案：ABCD

20、中国连锁经营的发展趋势有（ ）。

- A.连锁经营手段将更趋电子化

- B.人才竞争将成为市场竞争的核心
- C.促进工商资本相互渗透
- D.粗放式的价格竞争取代集约式的价值竞争

答案：ABC

四、案例分析题（10题，每题2分）

零售业的领袖人物山姆·沃尔顿先生于1962年7月在阿肯色州创立沃尔玛公司。经过近六十年的发展，沃尔玛公司已经从一家小型折扣零售商成为世界最大的私人雇主和连锁零售商，多次荣登《财富》杂志世界500强榜首以及当选最具价值品牌。1983年，沃尔玛开设了第一家山姆俱乐部，5年后开设了第一个超级购物中心，15年后第一个沃尔玛社区店诞生。

沃尔玛公司共有6种形式的配送中心。第一种是“干货”配送中心，主要用于生鲜食品以外的日用商品进货、分装、储存和配送。第二种是食品配送中心，包括不易变质的饮料、易变质的生鲜食品等，需要有专门的冷藏仓储和运输设施，直接送货到店。第三种是山姆会员店配送中心，批零结合，有1/3的会员是小零售商，配送商品的内容和方式同其他业态不同，使用独立的配送中心。第四种是服装配送中心，不直接送货到店，而是分送到其他配送中心。第五种是进口商品配送中心，为整个公司服务，主要作用是大量进口以降低进价，再根据要货情况送往其他配送中心。第六种是退货配送中心，接收连锁店因各种原因退回的商品，其中一部分退给供应商，一部分送往折扣商店，一部分就地处理，其收益主要来自出售包装箱的收入和供应商支付的手续费。

2001年5月，沃尔玛在德国发动了一轮声势浩大的价格战，其麾下95家门店同时推出优惠方案，大幅度降低了普通家庭十分重视的奶粉、面粉、白糖、饮料、肉类等80种商品的售价，在德国引起了轰动。有的门店甚至出现了德国罕见的抢购人潮。由于其母公司财力雄厚，德国的沃尔玛超市有能力打持久战，实力不济的竞争对手将成为其收购对象。德国舆论普遍认为，沃尔玛是目前这场价格战的最后赢家。在75000种商品中，沃尔玛精选出80种商品以优惠的价格推出，就能把德国零售市场搅得天翻地覆，自己的知名度相应地得到提高。花钱少，收益高，而且还不让官方抓住把柄。在价格战如火如荼的时候，德国政府介入了。6月底，政府开始对沃尔玛是否违反不正当竞争法进行调查，但结果却是政府官员发现，沃尔玛从其供货商处得到的商品十分便宜，进货价与销售价之间还有空间，用来打价格战的商品竟然还大多有利可图。德国消费者当然也能从价格战中受益。

沃尔玛企业文化中崇尚的三个基本原则的第一条是“尊重个人”。沃尔玛不只强调尊重顾客，提供一流的服务，而且还强调尊重公司的每一个人。在沃尔玛内部，虽然各级职员分工明确，少有歧视现象。第二条是“团队合作精神”，鼓励员工与领导者及员工之间的沟通。在连锁经营中，老板不可能事事亲力亲为，沃尔顿这位零售业巨子总是把事业的成功归功于公司的同仁，把员工看作是公司成功的最重要因素。“要和同仁分享利润，视同仁为伙伴，你们一起工作的成绩将超乎你所能想像的，你的行为要像是一位为合伙人服务的领导者。”要想让员工好好地招呼顾客，就先得好好地招呼他们。第三条，“良好的培训机制”。培训不仅是提高员工能力的途径，也是他们了解公司的一种方法。沃尔玛公司设立培训图书馆，让员工有机会了解新闻记者的资料和其他部门的情况。所有员工进入沃尔玛公司后，经过岗位培训，员工对公司的背景、福利制度及规章制度等都会有更多的了解和体会。沃尔顿这位出色的领导者始终坚信员工是推动企业发展的原动力，并把这个道理传授给沃尔玛现在和未来的经营者，推广至世界各地的沃尔玛。

- 1、沃尔玛在确定配送中心数量时遵循的原则不包括。（ ）

- A.设施投资费用
 - B.物流费用
 - C.配送服务水平
 - D.供应商供货能力
- 答案：D

2、结合沃尔玛的案例可知，（ ）是连锁经营管理的核心。

- A.配送中心
- B.现代化管理
- C.信息中心
- D.连锁门店

答案：B

3、在应对价格战时，沃尔玛可采取的策略不包括。（ ）

- A.维持原价
- B.降低价格
- C.提高价格
- D.调整商品群

答案：C

4、影响沃尔玛定价的内部因素不包括。（ ）

- A.营销目标
- B.经营策略
- C.进货渠道
- D.市场需求

答案：D

5、在沃尔玛超市的促销活动中，按照顾客一次购买总量而给予“买二赠一”或“买五赠三”等形式的折扣，属于（ ）折扣策略。

- A.对比标价
- B.组合标价
- C.推广折扣标价
- D.数量折扣标价

答案：D

6、下列哪一项是沃尔玛进行商品组合定价的某一种情形？（ ）

- A.心理定价
- B.差别定价
- C.促销定价
- D.渗透定价

答案：C

7、沃尔玛在开业初期采取促销费用投入较少、而出售商品较高的营销策略是指？（ ）

- A.缓慢“撇脂”策略

B.快速“撇脂”策略

C.缓慢渗透策略

D.快速渗透策略

答案：A

8、在沃尔玛的企业文化中，以下哪一项不属于广义的企业文化范畴。（ ）

A.物质文化

B.制度文化

C.科技文化

D.精神文化

答案：C

9、（ ）是沃尔玛超市的载体。

A.精神文化

B.商品文化

C.环境文化

D.服务文化

答案：B

10、通过一种观念上的力量，约束、规范、控制职工行为，这是企业文化的（ ）功能。

A.导向

B.内控

C.凝聚

D.激励

答案：C