

2023 年 10 月高等教育自学考试

服装市场与营销试题

课程代码:00683

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 2 分,共 40 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 在现代服装企业管理中,以下说法正确的是

- A. 服装信息管理研究的是信息流
- B. 服装企业的人力资源管理研究的是人才流
- C. 服装市场营销研究的是价值流
- D. 以上说法都正确

2. 以下体现了社会文化环境对消费者个体服装选择的影响的是

- A. 杭州西湖边越来越多的身着汉服的游客,成为该景区的一道靓丽风景线
- B. 结婚时着装传统民族服装作为婚礼服以体现其庄重感
- C. 阿拉伯人的典型着装特点佩戴头巾,穿着宽松布袍
- D. 我国第一夫人身着某中国服装品牌走向世界,也使该品牌让世界知晓

3. 以下哪种不属于天然纤维

- A. 植物纤维
- B. 矿物纤维
- C. 动物纤维
- D. 玻璃纤维

4. 以下关于服装商品长渠道流通的特点的说法错误的是

- A. 服装商品供应、配货反应迟缓
- B. 信息传递、反馈及分析误差大
- C. 营销费用增加
- D. 需要大量生产的女装适合长渠道流通

5. 以下哪种进入国际市场方式既可以避开贸易壁垒,又可以获得低成本资源
- A. 出口 B. 合作经营 C. 直接投资 D. 跨国营销
6. 消费者行为以需求为起点,以_____为中心,以购买和消费为终点。
- A. 购买类型和模式 B. 消费动机 C. 购买兴趣 D. 个性
7. 李女士在挑选服装的时候非常注重面料材质和印染材料是否符合皮肤健康安全,这种需求体现了马斯洛需求层次论里的哪一层次的需求?
- A. 生理需求 B. 安全需求 C. 爱的需求 D. 尊重需求
8. 关于流行,以下观点正确的是
- A. 流行意味着被消费者接受
- B. 流行是指服饰的特征或特有的形式
- C. 某一款式只有被所有消费者所认可才能成为流行
- D. 一款流行服饰意味着它的面料、款式、色彩等都必须都是流行的
9. 下列属于市场特性不可控营销因素的是
- A. 消费者状况 B. 服装产品 C. 服装定价 D. 服装销售
10. 以下关于我国服装企业发展态势说法错误的是
- A. 数字化服装设计、生产、销售技术和设备将进一步在服装企业中普及
- B. 大型服装企业在内销方面正逐步加强现代企业制度
- C. 民营企业的规模逐渐扩大,企业通过改制争取上市更加频繁
- D. 价格竞争的态势越来越明显
11. AA 服装品牌企业将消费者以地理、人文和心理特征进行划分,这种细分是
- A. 按照消费者特征细分
- B. 按照消费者行为细分
- C. 按照市场特征细分
- D. 按照消费者社会心理细分
12. 服装商品开发过程中,设计师需要考虑服装给消费者带来什么样的社会地位、职业或角色特点、自信心等,这体现了服装商品的
- A. 社会性的属性 B. 价值的属性 C. 自然性的属性 D. 以上都不对
13. 法国著名体育用品零售品牌迪卡侬创立的 Quechua 户外运动品牌、b'Twin 自行车运动品牌、Kipsta 团队运动品牌等深受消费者喜爱。这类品牌属于
- A. 特许品牌 B. 设计师品牌 C. 自有品牌 D. 店家品牌

14. 下列关于品牌说法错误的是
- A. 品牌就是一种商标
 - B. 品牌是指与其他企业的商品、服务明星相区别的名称、语言、设计或象征
 - C. 品牌是服装营销的核心
 - D. 物性价值
15. 服装商品价格的基本依据是
- A. 需求
 - B. 成本
 - C. 利润
 - D. 竞争价格
16. 运动服装品牌李宁的品牌直营店属于
- A. 零级渠道营销方式
 - B. 一级渠道营销方式
 - C. 二级渠道营销方式
 - D. 多级渠道营销方式
17. 高档名牌服装适合
- A. 独家经销
 - B. 密集经销
 - C. 指定渠道
 - D. 以上皆可
18. 以下属于服装广告媒介的是
- A. 天猫“新势力周”
 - B. 官方微信公众号
 - C. 李佳琦直播间
 - D. 以上都是
19. 零售店最基本的决策是
- A. 选址
 - B. 价格策略
 - C. 商品品类
 - D. 库存管理
20. 法国著名品牌 Chanel(香奈儿)属于
- A. 零售商品品牌
 - B. 设计师品牌
 - C. 制造商品品牌
 - D. 以上都不对

二、判断题:本大题共 15 小题,每小题 1 分,共 15 分。判断下列各题,在答题纸相应位置正确的涂“A”,错误的涂“B”。

21. 服装业是参与人员最多、变化最快、市场最大、又最具挑战性的行业之一。
22. 随着自然环境的变化和对消费者服装选择上的影响,现代人越来越呼吁服装的环保消费理念。
23. 目前,中国服装市场琳琅满目,服装商品流通处于卖方市场状态。
24. 中国是世界第一的服装生产大国和出口大国,也是世界最大的纺织服装消费市场。
25. 审美型消费者在服饰打扮上注重他人的评价和流行。
26. 家庭规模越小,人们越倾向于纵容自己的消费行为。
27. 流行周期最早从流行色开始。
28. 如果某款服装是属于流行服饰时,那么它的款式、面料、色彩等都应该流行的。

29. 访问、观察、实验法等都属于一手资料调查。
30. 服装教育和研究机构的发展对服装行业的发展起到重要的影响作用。
31. 服装商品策划的原点是目标消费者的生活方式,以消费者志向为宗旨,满足消费者自我实现的欲求。
32. 99、199、298 的尾数定价法可以满足消费者“价高质优”的效果。
33. 人员促销更具有针对性,其绝对成本较高,相对成本较低。
34. 在营销渠道中,中间商可以加快资金流动。
35. 服装零售是服装产业链的终端、实现价值的最后一跃。

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、名词解释题:本大题共 2 小题,每小题 5 分,共 10 分。

36. 服装营销管理
37. 促销

四、简答题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

38. 简述恩格尔定律。
39. 简述流行周期。

五、论述题:本大题 15 分。

40. 假如你是某服装品牌的经营者,你会如何对服装产品进行定价,试述你的定价策略。