

服装市场营销

1、某服装品牌企业在同一地区选择几家中间商分销其产品的策略属于（）

- A、 密集分销
- B、 选择分销
- C、 独家分销
- D、 区域分销

答案： B

2、某服装品牌想降低产品价格提高其销售量，能收到较好效果的情况是（）

- A、 产品需求缺乏弹性
- B、 产品需求富有弹性
- C、 时装
- D、 名牌产品

答案： B

3、一个好的创意有时虽然无法实现，但它也是策划的一种。

答案： 错误

4、市场细分这个概念是由美国市场学家（）在 20 世纪（）首先提出来的。

答案： 温德尔·史密斯、50 年代中期；

5、同属某一收入水平的阶层，受教育程度使个人需求产生某些差别。

答案： 正确

6、为什么说市场调研策划是营销策划的起点和基础？

答案： 因为一个有效的市场调研策划涵盖了三个关键性的内容，即明确的调研任务，可行的调研程序和方法，科学的调研技术，通过这三点对市场调研过程构思、设计并进行实施，对市场调查作出周密的计划，市场调研方案正是从这点出发的，因此说市场调研策划是市场营销策划的起点和基础。

7、在做出品牌重新定位时应该考虑（）因素。

- A、 转移成本
- B、 收益
- C、 认同风险

D、新定位的潜在消费者数量

答案： ABCD

8、避实就虚是进行报价时必须遵循的原则

答案： 正确

9、心理定价策略包括（）

A、尾数定价策略

B、整数定价策略

C、名牌定价策略

D、特价品策略

答案： ABCD

10、心理因素包括消费者的（）、（）、（）、（）等内容。

答案： 消费者的生活方式、个性、社会阶层、品牌偏好；

11、营销渠道的宽度是指（）

A、中间商总数

B、批发商总数

C、零售商总数

D、同一层次中间商数

答案： D

12、（）是放置在卖场中部，高度相对较矮的货架，高度通常限制在130cm以下。

A、中岛货架

B、墙身货架

C、风车架

D、饰品架

答案： A

13、直复营销是一种不通过店铺而通过人员直接销售产品的方式。

答案： 错误

14、品牌策划成功的关键是品牌名称的设计。

答案： 错误

15、企业要战胜竞争对手最重要的是向顾客提供比竞争对手更多的（）

- A、 品牌
- B、 服务项目
- C、 使用价值
- D、 顾客让渡价值

答案： D

16、针对品牌价值所产生的效益进行评估、分析形成价值的原因被称为（）

- A、 营销评估法
- B、 财务评估法
- C、 品牌效益评估法
- D、 研究评估法

答案： C

17、市场营销者必须向顾客提供尽量多的实际利益为出发点，来设计和开发新产品。

答案： 正确

18、策划就是好点子。

答案： 错误

19、我国服装号型标准规定下面哪个是指人体的身高，是设计和选购服装长短的依据（）

- A、 号型
- B、 体型
- C、 型
- D、 号

答案： D

20、服装消费的心理方面有共性也有个性，具体表现在以下几方面（）

- A、 家庭需求
- B、 时尚需求
- C、 个性化需求
- D、 社会象征性需求

答案： BCD

21、“酒香不怕巷子深”体现的营销观念是（）

- A、 生产
- B、 产品
- C、 推销
- D、 社会营销

答案： B

22、4Rs 是指（）、（）、（）、（）4 个因素。

答案： 与顾客建立关联、提高市场反应速度、关系营销、适当回报；

23、商品“九制陈皮”包装内装有一个小塑料玩具。这种包装策略即为附赠品包装策略。

答案： 正确

24、在波士顿矩阵图中，为企业其他业务单位的发展提供资金支持的是（）

- A、 问题业务单位
- B、 明星业务单位
- C、 金牛业务单位
- D、 瘦狗业务单位

答案： C

25、根据品牌的构成要素不同，品牌分为（）

- A、 文字品牌
- B、 外来品牌
- C、 图形品牌
- D、 组合品牌

答案： ACD

26、消费者需求按其是否在购买行为中表现出来分为（）

- A、 潜在需求
- B、 生理需求量
- C、 显性需求
- D、 心理需求

答案： AC

27、下列因素中，企业可控制的因素是（）

- A、 产品
- B、 政策
- C、 价格
- D、 地点

答案： ACD

28、按顾客对价格的接受程度来订价，也就是制定一个能使企业得到最大利润的价格。

答案： 正确

29、由于服装的品种越来越多，对服装进行细分非常必要，其具有以下几个方面的作用（）

- A、 便于管理
- B、 便于销售
- C、 便于消费者选购
- D、 便于归类

答案： BC

30、收入低的居民，其基本生活费支出所占的份额就小。

答案： 错误

31、对经销商的销售促进包括（）

- A、 广告技术合作
- B、 专业展会
- C、 现场演示
- D、 交易推广

答案： ABCD

32、抓住并利用了市场机会就一定能赚钱。

答案： 错误

33、为了保证面料特色，服装企业自己开发并生产面料，属于（）

- A、 前向一体化策略
- B、 后向一体化策略
- C、 同心多样化策略

D、 水平多角化策略

答案： B

34、（）可以帮助服装陈列展示时进行故事性叙述，是营造橱窗氛围最有利的形式。

A、 半封闭式橱窗

B、 封闭式橱窗

C、 开放式橱窗

D、 情境橱窗

答案： B

35、服装新产品的类型除了新设计的服装和换代的服装，还包括（）

A、 流行服装

B、 模仿与改进服装

C、 新面料服装

D、 新工艺服装

答案： B

36、服装按穿着场合分为以下几类：日常服、职业服、运动服和（）

A、 时装

B、 成衣

C、 夜间服

D、 社交服

答案： D

37、完成市场分析报告只是市场营销策划的第一步。

答案： 正确

38、企业为了争取客户，可以对客户延期付款过于宽容

答案： 错误

39、品牌的标识是品牌中可以识别但不能用语言直接称呼的部分，包括（）

A、 符号

B、 图案

C、 特殊的字体

D、 色彩

答案： ABCD

40、根据品牌的知名度和辐射区域划分，可将品牌分为（）

A、 外来品牌

B、 地区品牌

C、 国内品牌

D、 国际品牌

答案： BCD

41、市场营销战略的特点是（）

A、 全局性

B、 长期性

C、 适应性

D、 风险性

答案： ABC

42、在国内根据职业、文化程度等不同划分成三个阶层：（）、（）、（）

答案： 温饱型、小康型、富裕型；

43、对于经营资源有限的中小企业而言，要打人新市场适宜用（）

A、 集中市场营销

B、 差异性市场营销

C、 整合市场营销

D、 无差异市场营销

答案： A

44、市场需求的（）和（），企业经营能力的（），是市场细分的客观基础。

答案： 差异性、相似性、局限性；

45、服装消费者消费行为虽然千变万化，但在一定时期会表现出普通的共性，这就是需求的（）

A、 多样性

B、 无限性

C、 时尚性

D、可诱导性

答案： C

46、心理因素包括消费者的生活方式、个性和（）

A、经济收入

B、职业

C、社会阶层

D、品牌偏好

答案： CD

47、服装产品流行发生的因素中的暗示发生是指（）

A、营销暗示

B、名人暗示

C、名牌暗示

D、从众暗示

答案： BCD

48、促销策划的关键是设计促销主题。

答案： 正确

49、市场营销策划书包括哪些内容？

答案： 封面、前言、目录、摘要、正文、附录正文包括市场状况分析、市场竞争状况分析、企业产品分析、目标消费者分析、促销目标和主题、促销组合与方案实施

50、对环境威胁，企业只能采取对抗策略

答案： 错误

51、消费者购买产品时所追求的利益是（）

A、产品的实质

B、产品的形体

C、产品的附加利益

D、产品的品质

答案： A

52、产品的产量和销售量最大时，是处于产品生命周期的（）

- A、 投入期
- B、 成长期
- C、 成熟期
- D、 衰退期

答案： C

53、为每个产品项目选择特有的品牌，或者同种产品不同质量标准采用不同品牌名称的策略为（）

- A、 个别品牌名称
- B、 统一品牌名称
- C、 分类品牌名称
- D、 公司名称

答案： A

54、我国制定的服装号型系列标准按照人体的（）与（）的差数，将成年消费者体型分为（）、（）、（）、（）四类，其中（）为标准体型。

答案： 人体的胸围、腰围、Y、A、B、C、A；

55、对于促销产品和存货量大的服装，适合用（）陈列。

- A、 墙身货架
- B、 中岛架
- C、 流水台
- D、 风车架

答案： C

56、产品线差异策略中的产品线延伸是指（）

- A、 向横延伸
- B、 向纵延伸
- C、 向下延伸
- D、 向上延伸

答案： CD

57、笨重的产品一般宜选择较短的分销渠道。

答案： 正确

58、消费者的购买过程分为五个前后相继的阶段，其先后次序为（）

- A、 收集信息
- B、 购买感受
- C、 购买行为
- D、 对比评价

答案： ABCD

59、叠装展示方式尺码从上到下按照（）方式排列。

- A、 L-M-S-XL
- B、 M-L-XL-S
- C、 XL-L-M-S
- D、 S-M-L-XL

答案： D

60、在社会生产和消费水平达到一定程度时，分析消费者的购买行为会变得越来复杂，不仅从经济角度上分析，还应与（）、（）、（）等角度综合考虑。

答案： 社会学、心理学、美学；

61、一个企业的竞争对手包括（）

- A、 品牌竞争者
- B、 形式竞争者
- C、 行业竞争者
- D、 一般竞争者

答案： ABD

62、从企业角度评估服装品牌价值时，要包括（）不同的量化元素。

- A、 品牌偏好度
- B、 利润
- C、 市场占有率
- D、 价格差异

答案： BCD

63、能够及时了解库存动态是定期订货方式的优点

答案： 错误

64、（ ）是品牌价值的基础，由消费者使用经验，认知及品牌辨识和产品质量所构成。

- A、 A、品牌名称认知
- B、 品牌忠诚度
- C、 品牌质量认知
- D、 品牌识别系统

答案： B

65、消费者购买行为与价值观念受到许多社会因素的影响，这些因素主要包括社会文化、社会阶层、社会群体以及（ ）

- A、 年龄
- B、 民族
- C、 个性
- D、 家庭

答案： BD

66、生产者、经营者以其企业名称、标记作为品牌名称称为（ ）

- A、 等级品牌
- B、 外来品牌
- C、 保证品牌
- D、 营业品牌

答案： D

67、市场营销组合中，价格是比较其他因素更为重要的因素。

答案： 错误

68、心理因素包括消费者的社会阶层、个性、品牌偏好及下面什么内容。（ ）

- A、 生活方式
- B、 经济收入
- C、 年龄
- D、 性别

答案： A

69、批发商和零售商的区别在于（ ）

- A、 商业职能

- B、 中间环节位置
- C、 服务对象
- D、 交易次数

答案： ABCD

70、经营者的营销活动不可以改变消费者的（）

- A、 需求
- B、 欲求
- C、 潜在需求
- D、 现实需求

答案： A

71、卖场分区的原则是保证（）达到满意程度。

- A、 货物流动角度
- B、 顾客角度
- C、 货品展示
- D、 管理角度

答案： BD

72、通过广告可以传播（）信息。

- A、 产品信息
- B、 企业信息
- C、 市场信息
- D、 服务信息

答案： ABCD

73、常用的明度排列法有（）

- A、 上浅下深
- B、 左深右浅
- C、 左浅右深
- D、 前浅后深

答案： ABCD

74、市场细分化就是根据消费者对（ ）的差异和（ ）的差异将全部消费者划分成若干个消费者群体。

答案： 产品欲望、需求、购买行为、购买习惯；

75、以下属于需求导向定价法的有（ ）

- A、 成本加成定价法
- B、 理解价值定价法
- C、 随行就市定价法
- D、 追随定价法

答案： B

76、顾客的购买动机是多种多样的。

答案： 正确

77、马斯洛的动机理论对消费分析和市场营销推论具有一定的参考价值。

答案： 正确

78、市场上一切未满足需要的都是企业的营销机会。

答案： 错误

79、从服装需要特点来看，需求价格弹性较小的是（ ）

- A、 正装
- B、 时装
- C、 名牌服装
- D、 普通品牌服装

答案： AD

80、现代一切工商企业努力的焦点应该是产品的质量。

答案： 错误

81、新产品上市推广策划必须把握好上市时机。

答案： 正确

82、服装消费者市场细分标准很多，根据影响消费者需求差异性的因素细分，归纳为（ ）、（ ）、（ ）、（ ）四大方面。

答案： 地理因素、人口因素、心理因素、购买行为；

83、碗筷、信封之类的产品，消费者购买决策受相关群体影响很大。

答案： 错误

84、卖场仓库规划考虑（）原则。

- A、 美感
- B、 秩序感
- C、 多存储
- D、 规律性

答案： B

85、资金雄厚、人力充足的实力企业在选择上市地点时，最好从某个地区入手，边巩固成果边向其他地区扩展。

答案： 错误

86、显示其独特的竞争优势的过程。

答案： 正确

87、消费者的购买行为是由消费者的经济因素决定的。

答案： 错误

88、为了鼓励消费者多买产品，按原价给予一定的折扣属于（）

- A、 业务折扣
- B、 现金折扣
- C、 季节折扣
- D、 数量折扣

答案： D

89、千方百计提高顾客满意度是企业取得长期成功的必要条件。

答案： 正确

90、企业弄清现存竞争对手的位置之前，首先必须决定好自己产品的位置。

答案： 错误

91、当竞争者降价时，企业也应该采取降价策略。

答案： 错误

92、所谓新产品是指通过新发明创造的产品。

答案： 错误

93、企业市场营销系统包括（）

- A、 外部环境
- B、 物流
- C、 信息流
- D、 货币流

答案： ABCD

94、在普通内衣市场上，消费者需求及对企业营销策略反应相似，该市场为（）

- A、 同质性市场
- B、 异质性市场
- C、 消费者市场
- D、 目标市场

答案： A

95、视觉识别策划的基本要素包括哪些?试举例说明。

答案： 1) 名称—企业名称和品牌名称娃哈哈、青春宝、恒源祥、同仁堂 2) 标志(logo) —企业标志和品牌标志，是企业或商品的文字名称、图形或文字图形两者结合的一种设计。文字标志、图形标志、组合标志 3) 标准字—包括中文、英文或其他文字。4) 标准色—代表企业形象和产品形象的特定颜色 5) 企业造型——企业吉祥物

96、服装消费者市场细分标准很多，根据影响消费者需求差异性的因素细分，归纳为（）

- A、 地理因素
- B、 人口因素
- C、 心理因素
- D、 购买行为

答案： ABCD

97、因为人的需要是有层次的，按照从最迫切到最不迫切依次排列为（）、（）、（）、（）、（）

答案： 生理需要、安全需要、社会需要、尊重需要、自我实现需要。；

98、由若干产品项目组成的称为（）

- A、 产品品种

- B、 产品线
- C、 产品
- D、 产品类型

答案： B

99、促销是一种信息沟通过程。

答案： 正确

100、波士顿矩阵中，问题业务特别适合（）

- A、 发展策略
- B、 维持策略
- C、 收缩策略
- D、 放弃策略

答案： A

101、STP 营销策略是（）、（）、（）

答案： 市场细分、选择目标市场、进行市场定位；

102、服装产品流行发生的因素有（）

- A、 自然发生
- B、 必然发生
- C、 偶然发生
- D、 暗示发生

答案： ABCD

103、利用原有市场，采用不同技术开发新产品，其推行的战略是（）

- A、 产品开发
- B、 技术延伸
- C、 市场延伸
- D、 集团化

答案： C

104、一般来说，消费品的需求弹性比较小。

答案： 错误

105、以现有的品牌名称推出新的产品这种品牌策略是（）

- A、 产品线扩展
- B、 品牌扩展
- C、 多品牌策略
- D、 新品牌策略

答案： B

106、消费者愿意花费较多时间与精力物色的服装为（）

- A、 便利品
- B、 特殊品
- C、 选购品
- D、 非渴求物品

答案： C

107、市场营销的间接环境是客观的，不可控的因素。

答案： 错误

108、服装消费者需求分为（）

- A、 显性需求
- B、 生理需求
- C、 潜在需求
- D、 心理需求

答案： BD

109、马斯洛需求层次理论，把人们的需求分为的层次有（）

- A、 生理需求
- B、 安全需求
- C、 社会需求
- D、 尊重需求

答案： ABCD

110、将整体市场划分成若干个细分市场，这首先是由消费者需求的什么决定的（）

- A、 差异性
- B、 相似性

C、 购买行为

D、 购买习惯

答案： A

111、按消费者需求差异程度划分市场可分为（ ）与（ ）

答案： 同质性市场、异质性市场。；

112、在服装新产品开发中明确新产品的消费者和风险分析属于（ ）

A、 构思阶段

B、 初步设计

C、 筛选阶段

D、 样品试制阶段

答案： AC

113、有效的市场细分的标准是（ ）

A、 可衡量性

B、 可获利性

C、 产品用途

D、 可进入性

答案： ABD

114、人员推销是企业运用推销人员向消费者推销商品或劳务的一种促销活动，它主要适合于（ ）情况下进行的促销。

A、 消费者数量多

B、 消费者数量少

C、 消费者分散

D、 消费者集中

答案： BD

115、从生产者来看，消费者购后行为不应包括在购买者的决策过程中。

答案： 错误

116、以现有产品开发新市场，其推行的战略是（ ）

A、 一体化

B、 市场渗透

C、 市场开发

D、 产品开发

答案： C

117、促销组合：

答案： 是指企业把广告、公共关系、营业推广、人员推销等各种促销方式组合为一个策略系统，使企业的全部促销活动互相配合、协调一致，最大限度的发挥整体效果，从而顺利实现促销目标。

118、按市场区域划分市场可分为（）、（）

答案： 国际市场、国内市场。；

119、广告：

答案： 是指由确认的商业组织、非商业组织或个人支付费用，目的在于宣传、构想商品或服务的任何大众传播行为。

120、市场的三个要素是指：（）、（）、（）

答案： 生产者、消费者、消费者购买欲望、消费者购买力；

121、广告的功能包括（）

A、 信息功能

B、 心理功能

C、 美学功能

D、 认识功能

答案： ABCD

122、顾客价值包括（）、（）、（）、（）等。

答案： 产品价值、服务价值、人员价值、形象价值；

123、视觉识别 AI 策划是企业形象策划的核心。

答案： 错误

124、销售渠道中只经过一个层次中间商的为长渠道。

答案： 错误

125、耐用消费品的使用寿命较长，消费者购买时一般是凭习惯购买。

答案： 错误

126、消费者公众是企业开展公共关系活动的基础。

答案： 正确

127、当竞争者价格变动时，企业应马上跟进。

答案： 错误

128、差异化营销策略的好处有（）

- A、 有助于降低经营风险
- B、 有助于降低经营成本
- C、 能够更好地满足顾客需要
- D、 有助于提高企业竞争力

答案： ACD

129、服装系列产品组合定价策略产生的效果有（）

- A、 激发消费者购买系列产品
- B、 使顾客感觉系列产品实惠
- C、 使顾客感觉价格过高
- D、 不相信企业

答案： AB

130、在企业的定价目标中属于短期目标是（）

- A、 品牌形象目标
- B、 市场占有率目标
- C、 利润最大化目标
- D、 稳定价格目标

答案： C

131、鞋类或其他饰品类商品橱窗一般采用（）结构。

- A、 开放式橱窗
- B、 封闭式橱窗
- C、 半封闭式橱窗
- D、 情境橱窗

答案： BC

132、“以质取胜”反映的是哪一种市场营销管理哲学（）

- A、 生产观念

- B、 产品观念
- C、 推销观念
- D、 市场营销观念

答案： B

133、广告正式播出后，企业还要对广告效果进行评估主要有以下（）方法。

- A、 回忆测试法
- B、 销售实绩法
- C、 认知测定法
- D、 样稿测试法

答案： ABC

134、企业要扩大产品的销售量，就应把产品的价格订得低一些，以达到“薄利多销”的目的。

答案： 正确

135、服装消费的家庭生命周期可分为几个阶段（）

- A、 三个阶段
- B、 四个阶段
- C、 五个阶段
- D、 六个阶段

答案： C

136、简述新产品上市策划包括哪些步骤？

答案： 第一步：发现市场机会第二步：新品概念的提出第三步：新品可行性评估第四步：新产品开发及准备，第五步：新产品上市的计划与安排第六步：新产品上市计划执行第七步：上市后表现追踪

137、专门针对孕妇服装需求的营销战略属于（）

- A、 差异性营销策略
- B、 无差异性营销策略
- C、 密集营销策略
- D、 集中营销策略

答案： D

138、一体化增长方式有（）

- A、 技术延伸
- B、 向后一体化
- C、 向前一体化
- D、 横向一体化

答案： BCD

139、企业理念可以用广告来表现。

答案： 正确

140、生产者市场与消费者市场相比具有的特点是（）

- A、 购买者人数较少，购买数量较多
- B、 购买者地理位置相对集中
- C、 市场需求为派生需求
- D、 存在着多样性

答案： ABC

141、4Cs 是指（）、（）、（）、（）4 个因素。

答案： 指消费者、成本、便利、沟通；

142、按商品的性质和用途划分市场可分为（）和（）

答案： 生产要素市场、消费品市场。；

143、代理商本身也从事产品的购销活动以赚取购销差价。

答案： 错误

144、对于信用状况恶化的客户，企业原则上可以停止一切与该客户的往来，并提起法律诉讼

答案： 正确

145、在推销观念指导下企业的经营的重点是（）

- A、 产品
- B、 生产
- C、 促销
- D、 社会利益

答案： C

146、适时地更换或推展商标，可以起到显示企业进步与产品质量提高的作用。

答案： 正确

147、理解价值定价法运用的关键（）

- A、 确定适当的目标利润
- B、 准确了解竞争者的价格
- C、 正确计算产品的单位成本
- D、 找到比较准确的理解价值

答案： D

148、营业推广适用于品牌忠诚度较弱的消费者。

答案： 正确

149、市场细分实际上是对产品进行分类。

答案： 错误

150、顾客成本包括（）、（）、（）、（）等。

答案： 货币成本、时间成本、精神成本、体力成本；

151、某服装品牌企业盯紧自己的竞争对手开发新产品，但新产品上市价格要比竞争对手低，其采用的是（）定价策略。

- A、 竞争定价
- B、 渐进定价
- C、 弹性定价
- D、 理解价值定价

答案： A

152、日常穿着的各类衣、裤、裙、袍属于下面哪两个范畴（）

- A、 成衣
- B、 时装
- C、 服装
- D、 服饰

答案： CD

153、在服装特卖场强调灯光的（）

- A、 重点照明
- B、 高照度水平
- C、 装饰性照明
- D、 特殊灯光氛围

答案： B

154、某服装品牌的某些特许专卖店指控其他专卖店随意调整价格属于（）

- A、 水平渠道竞争
- B、 垂直渠道竞争
- C、 水平渠道冲突
- D、 垂直渠道冲突

答案： C

155、（）是店员接待顾客，销售服务所使用的作业空间。

- A、 商品空间
- B、 顾客空间
- C、 导购空间
- D、 服务空间

答案： C

156、两件侧挂服装间的距离应在（）为宜。

- A、 3~6cm
- B、 6~10cm
- C、 10~15cm
- D、 15cm 以上

答案： A

157、选择目标市场，就是评选出一个或几个细分的小市场，作为企业进军的目标。

答案： 正确

158、生产者市场需求的派生性，使得对消费品需求一定比例的增长，会引起更高比例的对生产资料需求的增长。

答案： 正确

159、日常生活必需品采用的分销渠道最好是（）

- A、 独家分销策略
- B、 广泛性分销策略
- C、 选择性分销策略
- D、 直接销售渠道策略

答案： B

160、将市场划分为城镇市场和农村市场的划分标志是（）

- A、 人口因素
- B、 市场区域
- C、 商品性质与用途
- D、 购买行为因素

答案： B

161、市场划分的越细越好。

答案： 错误

162、促销：

答案： 就是企业通过一定的方式，将产品或劳务的信息传送给目标顾客，使其了解，并产生兴趣，最后促使其购买本企业产品的一系列活动。

163、任何产品都会经历产品生命周期的四个阶段。

答案： 错误

164、卖场服务部分包括（）

- A、 试衣间
- B、 休息区
- C、 收银台
- D、 仓库

答案： ABCD

165、在企业市场营销组合策略中，网上销售属于（）

- A、 产品策略
- B、 定价策略
- C、 分销策略
- D、 促销策略

答案： C

166、可操作性是市场营销策划的必须遵循的原则。

答案： 正确

167、体现市场导向的经营观念包括（）

- A、 社会行销观念
- B、 生产观念
- C、 市场营销观念
- D、 产品观念

答案： AC

168、由于生命周期各阶段划分无明确的标志，基本上属定性判断，定性判断有以下几种方法（）

- A、 类比的方法
- B、 等比的方法
- C、 销售增长率法
- D、 产品普及率法

答案： ACD

169、属于促销定价的有（）

- A、 对持有贵宾卡的消费者给予优惠
- B、 在节假日或换季时机举行的“大甩卖”、“酬宾大减价”等活动
- C、 对不同花色、不同款式的服装给予不同定价
- D、 对大量购买的顾客所给予的优惠

答案： ABD

170、视觉导入部分包括（）

- A、 服装店店头
- B、 橱窗陈列
- C、 POP
- D、 流水台

答案： ABCD

171、消费者购买产品所获得的全部附加服务属于（）

- A、 产品的实质
- B、 产品的形体
- C、 产品的附加利益
- D、 产品的品质

答案： C

172、分销渠道不包括（）

- A、 辅助商
- B、 生产者
- C、 代理中间商
- D、 批发中间商

答案：

173、卖场照明的种类包括（）

- A、 环境光照明
- B、 重点照明
- C、 装饰照明
- D、 普通照明

答案： ABC

174、如果服装企业的产品战略推崇的是为单个产品项目特征进行定位和宣传，比较适合（）策略。

- A、 个别品牌名称
- B、 统一品牌名称
- C、 分类品牌名称
- D、 公司名称

答案： A

175、品牌名称决策可以分为（）

- A、 个别品牌名称
- B、 统一品牌名称
- C、 分类品牌名称
- D、 公司名称加个别品牌名称

答案： ABCD

176、人员推销：

答案： 是指企业派出人员直接与消费者或客户接触，目的在于达到销售商品或服务以及宣传企业的促销活动。

177、下面哪种是对服装市场进行细分（）

- A、 服装产品
- B、 不同消费者
- C、 服装号型
- D、 人体体型

答案： B

178、某一小型乡镇鞋厂，与其生产男鞋、女鞋或童鞋，不如只生产男鞋、女鞋或童鞋中的某一种。

答案： 正确

179、在色环中排列在（）度以内的色彩统称为类似色。

- A、 30
- B、 60
- C、 90
- D、 180

答案： B

180、产品定价策略有哪几种？

答案： 心理定价、地理定价、折扣定价、差别定价、互补品定价

181、市场定位策划是企业明确其潜在的竞争优势、选择相对的竞争优势以及显示其独特的竞争优势的过程。

答案： 正确

182、产品在成熟期时，其利润趋于稳定或已开始下降。

答案： 正确

183、市场的三要素包括（）

- A、 生产者与消费者
- B、 竞争者
- C、 购买欲望
- D、 购买力

答案： ACD

184、直接销售渠道能使生产企业更好地集中人力、物力、财力。

答案： 错误

185、外资服装品牌商很重视对合作企业的社会责任评价，体现的营销观念是（）

- A、 推销观念
- B、 生产观念
- C、 市场营销观念
- D、 社会行销观念

答案： D

186、增加产品组合的广度，可以最大限度地满足需要，并获取最大的利润。

答案： 正确

187、市场营销观念坚持以生产者为中心

答案： 错误

188、公关活动的评价指标包括（）内容。

- A、 曝光频率
- B、 知名度
- C、 理解率
- D、 销售增长率

答案： ACD

189、市场营销学是一门（）

- A、 应用科学
- B、 经济学
- C、 社会学
- D、 心理学

答案： A

190、产品的内涵包括（）

- A、 产品的实质
- B、 产品的品质

C、 产品的附加利益

D、 产品的包装

答案： AC

191、如果某服装品牌客户购买特点是小批量多次购买，采用的渠道最好是（）

A、 长渠道

B、 短渠道

C、 宽渠道

D、 窄渠道

答案： B

192、消费者需要什么，企业就应当生产，销售什么，体现的营销观念是（）

A、 生产观念

B、 产品观念

C、 市场营销观念

D、 推销观念

答案： A

193、一切商品都必须使用商标。

答案： 错误

194、某服装品牌企业在某一地区选择一家中间商为其经销产品的策略属于（）

A、 密集分销

B、 选择分销

C、 独家分销

D、 区域分销

答案： C

195、企业的分销战略包括（）

A、 密集分销

B、 独家分销

C、 侧翼分销

D、 选择分销

答案： ABD

196、波士顿咨询集团法将企业战略业务单位分为（）、（）、（）、（）四种类型。

答案： 问题业务、明星业务、金牛业务、瘦狗业务；

197、（）是指色彩相貌的，也就是常说的颜色本身。

- A、 明度
- B、 色相
- C、 纯度
- D、 冷暖色

答案： B

198、典型的消费者购买行为模式分为（）、（）、（）、（）、（）五个前后相继的阶段。

答案： 唤起需求、收集信息、对比评价、购买行为、购买感受；

199、促销组合策略：

答案： 就是对广告、公共关系、营业推广、人员推销等各种促销方式的选择、运用与组合搭配的策略。