

## 服装心理学

[1] 题目类型.单选题

[1] 大题题干.

请问今天是视频材料，仅仅是视频哦。中有几个问题

[1] 正确答案.A

[1] 难易度.易

[1] 选项数.5

[1] 选项 A.

2

[1] 选项 B.

3

[1] 选项 C.

4

[1] 选项 D.

5

[1] 选项 E.

6

- 
- [2] 题目类型.单选题
  - [2] 大题题干. () 是时尚最为显著的特征
  - [2] 正确答案.C
  - [2] 难易度.易
  - [2] 选项数.4
  - [2] 选项 A.普及性
  - [2] 选项 B.周期性
  - [2] 选项 C.新奇性
  - [2] 选项 D.长期性

- 
- [3] 题目类型.单选题
  - [3] 大题题干.时尚的新奇性主要体现在:
  - [3] 正确答案.B
  - [3] 难易度.易
  - [3] 选项数.4
  - [3] 选项 A.传统元素
  - [3] 选项 B.创新设计
  - [3] 选项 C.经典款式
  - [3] 选项 D.大众喜好

- 
- [4] 题目类型.单选题
  - [4] 大题题干.时尚的普及性是指:
  - [4] 正确答案.C
  - [4] 难易度.中
  - [4] 选项数.4
  - [4] 选项 A.只有少数人能享受
  - [4] 选项 B.价格昂贵

- [4] 选项 C.大众可接受
- [4] 选项 D.仅限于特定群体

- 
- [5] 题目类型.单选题
  - [5] 大题题干.时尚的周期性通常表现为:
  - [5] 正确答案.B
  - [5] 难易度.中
  - [5] 选项数.4
  - [5] 选项 A.一成不变
  - [5] 选项 B.快速更迭
  - [5] 选项 C.长期稳定
  - [5] 选项 D.季节性变化

- 
- [6] 题目类型.单选题
  - [6] 大题题干.有关服饰起源的学说下面不正确的是 ( )
  - [6] 正确答案.D
  - [6] 难易度.易
  - [6] 选项数.4
  - [6] 选项 A.装饰说
  - [6] 选项 B.身体保护说
  - [6] 选项 C.巫术说
  - [6] 选项 D.模仿说

- 
- [7] 题目类型.单选题
  - [7] 大题题干.以下哪个因素最不可能影响一个人的自我概念
  - [7] 正确答案.C
  - [7] 难易度.易
  - [7] 选项数.4
  - [7] 选项 A.文化背景
  - [7] 选项 B.经济状况

- [7] 选项 C.天气变化
- [7] 选项 D.教育水平

- 
- [8] 题目类型.单选题
  - [8] 大题题干.在职业装的选择上,自我概念通常如何体现
  - [8] 正确答案.A
  - [8] 难易度.中
  - [8] 选项数.4
  - [8] 选项 A.保守与开放
  - [8] 选项 B.正式与随意
  - [8] 选项 C.昂贵与廉价
  - [8] 选项 D.传统与现代

- 
- [9] 题目类型.单选题
  - [9] 大题题干.时装知觉涉及:
  - [9] 正确答案.B
  - [9] 难易度.易
  - [9] 选项数.4
  - [9] 选项 A.历史知识
  - [9] 选项 B.流行趋势
  - [9] 选项 C.数学计算
  - [9] 选项 D.物理定律

- 
- [10] 题目类型.单选题
  - [10] 大题题干.个人知觉指的是:
  - [10] 正确答案.B
  - [10] 难易度.中
  - [10] 选项数.4
  - [10] 选项 A.对外界环境的感知
  - [10] 选项 B.对个人内心世界的感知

[10] 选项 C.对他人行为的感知

[10] 选项 D.对数字的感知

---

[11] 题目类型.单选题

[11] 大题题干.视觉系统在服装知觉中主要涉及:

[11] 正确答案.A

[11] 难易度.易

[11] 选项数.4

[11] 选项 A.颜色识别

[11] 选项 B.温度感知

[11] 选项 C.声音辨别

[11] 选项 D.味道鉴别

---

[12] 题目类型.单选题

[12] 大题题干.服装的触觉知觉主要关注 ()

[12] 正确答案.A

[12] 难易度.中

[12] 选项数.4

[12] 选项 A.服装的质地

[12] 选项 B.服装的大小

[12] 选项 C.服装的重量

[12] 选项 D.服装的品牌

---

[13] 题目类型.单选题

[13] 大题题干.意识、无意识、前意识,这是精神分析学说的 ()

[13] 正确答案.A

[13] 难易度.易

[13] 选项数.4

[13] 选项 A.分区观点

[13] 选项 B.结构观点

[13] 选项 C.动力观点

[13] 选项 D.发展观点

---

[14] 题目类型.单选题

[14] 大题题干.下列不是进化心理学的基本观点 ( )

[14] 正确答案.C

[14] 难易度.易

[14] 选项数.4

[14] 选项 A.遗传变异

[14] 选项 B.自然选择

[14] 选项 C.生物选择

[14] 选项 D.适者生存

---

[15] 题目类型.单选题

[15] 大题题干.进化心理学研究的核心是:

[15] 正确答案.C

[15] 难易度.易

[15] 选项数.4

[15] 选项 A.个体行为

[15] 选项 B.本能心理

[15] 选项 C.物种的进化过程

[15] 选项 D.广义适合度

---

[16] 题目类型.单选题

[16] 大题题干.广义适合度在进化生物学中指的是:

[16] 正确答案.B

[16] 难易度.易

[16] 选项数.4

[16] 选项 A.物种的普遍适应性

[16] 选项 B.遗传相关性的个体之间的适合度

- [16] 选项 C.环境适应能力
- [16] 选项 D.生存竞争的强度

- 
- [17] 题目类型.单选题
  - [17] 大题题干.从进化心理学角度看，人们倾向于购买哪些商品
  - [17] 正确答案.B
  - [17] 难易度.易
  - [17] 选项数.4
  - [17] 选项 A.明显落后于时代的产品
  - [17] 选项 B.能提升自身社会地位的商品
  - [17] 选项 C.只能满足基本生存需求的产品
  - [17] 选项 D.与他人完全相同的商品

- 
- [18] 题目类型.单选题
  - [18] 大题题干.进化心理学中，消费行为可能有哪些功能
  - [18] 正确答案.D
  - [18] 难易度.中
  - [18] 选项数.4
  - [18] 选项 A.展示个人财富
  - [18] 选项 B.增强社会身份
  - [18] 选项 C.提升生活质量
  - [18] 选项 D.所有以上

- 
- [19] 题目类型.单选题
  - [19] 大题题干.消费者行为的近因通常指的是：
  - [19] 正确答案.B
  - [19] 难易度.易
  - [19] 选项数.4
  - [19] 选项 A.消费者的长期心理特征
  - [19] 选项 B.特定情境下的即时影响因素

[19] 选项 C.产品的客观属性

[19] 选项 D.社会文化背景

---

[20] 题目类型.单选题

[20] 大题题干.在阿波克隆比&费奇效应中，身体优势指的是（）

[20] 正确答案.C

[20] 难易度.易

[20] 选项数.4

[20] 选项 A.身体力量

[20] 选项 B.身体健康

[20] 选项 C.身高和外貌

[20] 选项 D.体育能力

---

[21] 题目类型.单选题

[21] 大题题干.女性在购物时更注重：

[21] 正确答案.C

[21] 难易度.易

[21] 选项数.4

[21] 选项 A.产品功能

[21] 选项 B.价格

[21] 选项 C.设计和外观

[21] 选项 D.购物速度

---

[22] 题目类型.单选题

[22] 大题题干.埃里克森提出了人格发展的()

[22] 正确答案.A

[22] 难易度.中

[22] 选项数.4

[22] 选项 A.心理社会渐成说

[22] 选项 B.生物渐成说



[22] 选项 C.自我渐成说

[22] 选项 D.建构学说

---

[23] 题目类型.单选题

[23] 大题题干.埃里克森认为,人格的唯独包括()

[23] 正确答案.A

[23] 难易度.中

[23] 选项数.4

[23] 选项 A.内外倾、神经质和精神质

[23] 选项 B.共同特质和个别特质、表面特质和根源特质

[23] 选项 C.内外倾、情绪的稳定性和精神病特质

[23] 选项 D.共同特质和个别特质、首要特质、中心特质和次要特质

---

[24] 题目类型.单选题

[24] 大题题干.艾森克的人格理论属于人格的()

[24] 正确答案.C

[24] 难易度.易

[24] 选项数.4

[24] 选项 A.动力理论

[24] 选项 B.类型理论

[24] 选项 C.特质理论

[24] 选项 D.五因素模型理论

---

[25] 题目类型.单选题

[25] 大题题干.本我遵循的是()

[25] 正确答案.B

[25] 难易度.易

[25] 选项数.4

[25] 选项 A.现实原则

- [25] 选项 B.快乐原则
- [25] 选项 C.理想原则
- [25] 选项 D.道德原则

- 
- [26] 题目类型.单选题
  - [26] 大题题干.罗杰斯人格理论的核心是 ( )
  - [26] 正确答案.B
  - [26] 难易度.易
  - [26] 选项数.4
  - [26] 选项 A.本我
  - [26] 选项 B.自我
  - [26] 选项 C.超我
  - [26] 选项 D.潜意识

- 
- [27] 题目类型.单选题
  - [27] 大题题干.罗杰斯对健康人格的描述, 不包括 ( )
  - [27] 正确答案.D
  - [27] 难易度.中
  - [27] 选项数.4
  - [27] 选项 A.自我经验的开放态度
  - [27] 选项 B.自我的协调
  - [27] 选项 C.机体估价过程
  - [27] 选项 D.真诚

- 
- [28] 题目类型.单选题
  - [28] 大题题干.按罗杰斯的观点, 对个体行为及人格有重要影响的是个体的 ( )
  - [28] 正确答案.B
  - [28] 难易度.中
  - [28] 选项数.4

- [28] 选项 A.本我
  - [28] 选项 B.自我概念
  - [28] 选项 C.超我
  - [28] 选项 D.真实自我
- 

- [29] 题目类型.单选题
  - [29] 大题题干.属于自我实现需要的是 ( )
  - [29] 正确答案.D
  - [29] 难易度.中
  - [29] 选项数.4
  - [29] 选项 A.食物、空气、水
  - [29] 选项 B.生活稳定、没有焦虑和恐惧
  - [29] 选项 C.渴望名誉和声望
  - [29] 选项 D.个人能力和潜能充分发挥
- 

- [30] 题目类型.单选题
  - [30] 大题题干.所谓社会分层是指( )
  - [30] 正确答案.C
  - [30] 难易度.易
  - [30] 选项数.4
  - [30] 选项 A.反应城市社会隔离的物质形态
  - [30] 选项 B.人与人之间互相交往和作用、形成的群体
  - [30] 选项 C.以财富、权力和声望的获取机会为标准的社会地位的排列模式
  - [30] 选项 D.城市社会中形成的不同的人群群落
- 

- [31] 题目类型.单选题
- [31] 大题题干.低社会阶层在购物时更可能关注:
- [31] 正确答案.B
- [31] 难易度.易

- [31] 选项数.4
  - [31] 选项 A.产品的质量
  - [31] 选项 B.产品的价格
  - [31] 选项 C.品牌的声誉
  - [31] 选项 D.产品的创新性
- 

- [32] 题目类型.单选题
  - [32] 大题题干.服装符号在奢侈品消费中主要指的是:
  - [32] 正确答案.B
  - [32] 难易度.易
  - [32] 选项数.4
  - [32] 选项 A.价格标签
  - [32] 选项 B.品牌标识
  - [32] 选项 C.产品材质
  - [32] 选项 D.设计风格
- 

- [33] 题目类型.单选题
  - [33] 大题题干.奢侈品消费的主要动机是:
  - [33] 正确答案.B
  - [33] 难易度.中
  - [33] 选项数.4
  - [33] 选项 A.基本生活需求
  - [33] 选项 B.社会认同感
  - [33] 选项 C.价格优势
  - [33] 选项 D.实用性
- 

- [34] 题目类型.单选题
- [34] 大题题干.社会合法性在奢侈品消费中主要指的是:
- [34] 正确答案.B
- [34] 难易度.易

- [34] 选项数.4
  - [34] 选项 A.法律的遵守
  - [34] 选项 B.社会规范的接受
  - [34] 选项 C.个人信誉的提升
  - [34] 选项 D.政府的认可
- 

- [35] 题目类型.单选题
  - [35] 大题题干.奢侈品品牌的主要作用不包括:
  - [35] 正确答案.B
  - [35] 难易度.中
  - [35] 选项数.4
  - [35] 选项 A.提升个人地位
  - [35] 选项 B.满足基本生活需求
  - [35] 选项 C.展示个人品味
  - [35] 选项 D.增加社会认同感
- 

- [36] 题目类型.单选题
  - [36] 大题题干.时尚领导理论中, 时尚领导者通常是:
  - [36] 正确答案.C
  - [36] 难易度.中
  - [36] 选项数.4
  - [36] 选项 A.消费者
  - [36] 选项 B.企业高管
  - [36] 选项 C.媒体与名人
  - [36] 选项 D.政府机构
- 

- [37] 题目类型.单选题
- [37] 大题题干.流行的定义中不包括以下哪项
- [37] 正确答案.C
- [37] 难易度.易

- [37] 选项数.4
  - [37] 选项 A.广泛接受
  - [37] 选项 B.快速传播
  - [37] 选项 C.长期稳定
  - [37] 选项 D.新颖性
- 

- [38] 题目类型.单选题
  - [38] 大题题干.时尚领导理论认为,时尚的传播主要依赖于:
  - [38] 正确答案.B
  - [38] 难易度.中
  - [38] 选项数.4
  - [38] 选项 A.价格因素
  - [38] 选项 B.社会影响
  - [38] 选项 C.产品质量
  - [38] 选项 D.服务体验
- 

- [39] 题目类型.单选题
  - [39] 大题题干.偶发型流行通常指的是:
  - [39] 正确答案.B
  - [39] 难易度.易
  - [39] 选项数.4
  - [39] 选项 A.预先计划的流行
  - [39] 选项 B.自然发生的流行
  - [39] 选项 C.长期持续的流行
  - [39] 选项 D.基于象征意义的流行
- 

- [40] 题目类型.单选题
- [40] 大题题干.一过性流行指的是:
- [40] 正确答案.B
- [40] 难易度.易

- [40] 选项数.4
  - [40] 选项 A.持续多年的流行
  - [40] 选项 B.短暂出现的流行
  - [40] 选项 C.周期性重复的流行
  - [40] 选项 D.基于文化传统的流行
- 

[41] 题目类型.单选题

[41] 大题题干.流行生命周期中, ( ) 更多的人开始接受流行样式, 他们对流行进入盛行阶段起着推波助澜的作用

[41] 正确答案.B

[41] 难易度.易

[41] 选项数.4

[41] 选项 A.产生阶段

[41] 选项 B.发展阶段

[41] 选项 C.盛行阶段

[41] 选项 D.衰退阶段

---

[42] 题目类型.单选题

[42] 大题题干.流行指导者通常是指:

[42] 正确答案.B

[42] 难易度.中

[42] 选项数.4

[42] 选项 A.跟随流行的消费者

[42] 选项 B.创造或引领流行的个体或群体

[42] 选项 C.对流行不感兴趣的人

[42] 选项 D.研究流行趋势的学者

---

[43] 题目类型.单选题

[43] 大题题干.流行迟滞者指的是 ( )

[43] 正确答案.B

- [43] 难易度.中
  - [43] 选项数.4
  - [43] 选项 A.最先采用新流行的人
  - [43] 选项 B.流行衰退阶段采用流行的人
  - [43] 选项 C.从不接受新流行的人
  - [43] 选项 D.对流行持中立态度的人
- 

- [44] 题目类型.单选题
  - [44] 大题题干.水平传播模式在流行的群体传播中指的是:
  - [44] 正确答案.A
  - [44] 难易度.中
  - [44] 选项数.4
  - [44] 选项 A.在同一社会阶层内的传播
  - [44] 选项 B.在不同社会阶层间的垂直传播
  - [44] 选项 C.从意见领袖到普通消费者的传播
  - [44] 选项 D.从普通消费者到意见领袖的传播
- 

- [45] 题目类型.单选题
  - [45] 大题题干.在流行的群体传播中，上传下模式的主要驱动力是
  - [45] 正确答案.B
  - [45] 难易度.中
  - [45] 选项数.4
  - [45] 选项 A.社会认同
  - [45] 选项 B.个人创新
  - [45] 选项 C.经济因素
  - [45] 选项 D.文化传统
- 

- [46] 题目类型.单选题
- [46] 大题题干.下传上模式在流行传播中的效果通常:
- [46] 正确答案.A



- [46] 难易度.易
  - [46] 选项数.4
  - [46] 选项 A.较弱
  - [46] 选项 B.最强
  - [46] 选项 C.一般
  - [46] 选项 D.不确定
- 

[47] 题目类型.单选题  
[47] 大题题干.在流行的影响因素中, 哪个因素对流行趋势的形成影响最大

- [47] 正确答案.B
  - [47] 难易度.易
  - [47] 选项数.4
  - [47] 选项 A.经济条件
  - [47] 选项 B.文化背景
  - [47] 选项 C.社会事件
  - [47] 选项 D.媒体宣传
- 

- [48] 题目类型.单选题  
[48] 大题题干.社会事件对流行趋势的影响主要体现在 ()  
[48] 正确答案.C  
[48] 难易度.中  
[48] 选项数.4  
[48] 选项 A.改变消费者行为  
[48] 选项 B.增加产品销量  
[48] 选项 C.引发新的流行  
[48] 选项 D.减少流行周期
- 

- [49] 题目类型.单选题  
[49] 大题题干.经济条件对流行的影响主要体现在:

- [49] 正确答案.A
  - [49] 难易度.易
  - [49] 选项数.4
  - [49] 选项 A.消费者的购买力
  - [49] 选项 B.产品的生产成本
  - [49] 选项 C.市场营销策略
  - [49] 选项 D.流行周期的长短
- 

- [50] 题目类型.单选题
  - [50] 大题题干.在消费行为中，文化背景主要影响消费者的：
  - [50] 正确答案.C
  - [50] 难易度.易
  - [50] 选项数.4
  - [50] 选项 A.收入水平
  - [50] 选项 B.教育程度
  - [50] 选项 C.购买决策
  - [50] 选项 D.社会地位
- 

- [51] 题目类型.单选题
  - [51] 大题题干.文化价值观在消费行为中的作用主要体现在：
  - [51] 正确答案.A
  - [51] 难易度.中
  - [51] 选项数.4
  - [51] 选项 A.消费动机
  - [51] 选项 B.购买渠道
  - [51] 选项 C.使用方式
  - [51] 选项 D.产品评价
- 

- [52] 题目类型.简答题
- [52] 大题题干.

请你谈谈对服饰和时尚的看法，以及你对本课程有哪些期待。（50字-200字）

[52] 正确答案.A

[52] 难易度.易

[52] 选项数.1

---

[53] 题目类型.简答题

[53] 大题目干.

阐述一下服装的功能。你认为早期的服饰起源理论能对我们当今的着装提供一个合理的认识吗？如果不能，你有什么可以补充的？

[53] 正确答案.A

[53] 难易度.易

[53] 选项数.1

[53] 选项 A.

服装功能：实用、社会、审美；或者从工具价值和表达价值来写服装功能也可以的。（2分）

先回答起源理论包括：保护学说、端庄学说、性吸引学说、装饰学说。（3分）。

第二回答：不能（2分）

不能的理由：是服装的社会功能，服饰要标志身份，因此光从这四个理论是不能解释现代人的着装理由。（3分）

---

[54] 题目类型.简答题

[54] 大题目干.

解释时尚流行的群体传播过程三种模式，找出一种最新的流行，你认为哪一种模式最能合理解释这种时尚的起源？

[54] 正确答案.A

[54] 难易度.易

[54] 选项数.1

[54] 选项 A.

上传下模式、下传上模式和水平传播模式；（4分）

介绍了一种最新的流行（3分）

解释了这种流行符合的模式（3分）

---

[55] 题目类型.简答题

[55] 大题目干.

在赠送礼物的消费过程中，消费者购买决策属性及其权重和其他购买过程有什么不同？你收到过服装类的礼物吗？说说你喜欢或者不喜欢的理由。

[55] 正确答案.A

[55] 难易度.易

[55] 选项数.1

[55] 选项 A.

列出了购买礼物的几个属性和权重：稀缺性和受欢迎程度。为自己购买时，消费者会更注重稀缺性，而赠送礼物时，消费者则会更注重受欢迎程度。即：为自己买稀缺品，为他人买畅销款。（6分）

服装（1分）

喜欢不喜欢的理由（3分）

---

[56] 题目类型.简答题

[56] 大题目干.

请列出自我概念的六大元素，比较真实的自我和理想的自我。举例说明因为自我概念购买的三种时尚产品。

[56] 正确答案.A

[56] 难易度.易

[56] 选项数.1

[56] 选项 A.

六个元素：自我图式、自我即过程、自我感知、社会比较、自我实现、自我价值感；（3分）

真实的自我和理想的自我（3分），进行比较（2分）

三种时尚产品（2分）

---

[57] 题目类型.简答题

[57] 大题目干.

描述当今影响炫耀式消费的环境条件和阶层因素，举例说明能代表炫耀性消费的三种社会地位象征物。

[57] 正确答案.A

[57] 难易度.易

[57] 选项数.1

---

[58] 题目类型.简答题

[58] 大题题干.

对当下比较流行的话题，如内卷时代、躺平，用时尚消费心态学来解释一下对时尚消费的影响。

[58] 正确答案.A

[58] 难易度.易

[58] 选项数.1

---

[59] 题目类型.简答题

[59] 大题题干.

请解释时尚商业伦理。你如何看待为了时尚穿着皮毛？如何看待反皮毛抗议？

[59] 正确答案.A

[59] 难易度.易

[59] 选项数.1

---

[60] 题目类型.简答题

[60] 大题题干.

为什么说参照权力是非常巨大的？哪些因素能够预测一个参照群体能否影响到个体的购买决策？

[60] 正确答案.A

[60] 难易度.易

[60] 选项数.1

[60] 选项 A.

对参照权力的理解（3分），影响巨大的理由（3分）

影响因素：文化压力、承诺、群体一致性、对人际影响的易感性。（4分）

---

[61] 题目类型.简答题

[61] 大题目干.

论述当今影响中国消费者炫耀式消费的环境条件和阶层因素，举例说明能代表炫耀性消费的三种社会地位象征物。

[61] 正确答案.A

[61] 难易度.易

[61] 选项数.1

[61] 选项 A.

环境因素：经济环境、人文环境、网络环境等（3分）；

阶层因素：（3分）；

举例 (4分)

---

[62] 题目类型.简答题

[62] 大题目干.

阐述一下服装的功能。你认为早期的服饰起源理论能对我们当今的着装提供一个合理的认识吗？如果不能，你有什么可以补充的？

[62] 正确答案.A

[62] 难易度.易

[62] 选项数.1

[62] 选项 A.

服装功能：实用、社会、审美；或者从工具价值和表达价值来写服装功能也可以的。（2分）

先回答起源理论包括：保护学说、端庄学说、性吸引学说、装饰学说。（3分）。

第二回答：不能（2分）

不能的理由：是服装的社会功能，服饰要标志身份，因此光从这四个理论是不能解释现代人的着装理由。（3分）

---

[63] 题目类型.简答题

[63] 大题目干.



解释时尚流行的群体传播过程三种模式，找出一种最新的流行，你认为哪一种模式最能合理解释这种时尚的起源？

[63] 正确答案.A

[63] 难易度.易

[63] 选项数.1

[63] 选项 A.

上传下模式、下传上模式和水平传播模式；（4分）

介绍了一种最新的流行（3分）

解释了这种流行符合的模式（3分）

---

[64] 题目类型.简答题

[64] 大题题干.

请列出自我概念的六大元素，比较真实的自我和理想的自我。举例说明因为自我概念购买的三种时尚产品。

[64] 正确答案.A

[64] 难易度.易

[64] 选项数.1

[64] 选项 A.

六个元素：自我图式、自我即过程、自我感知、社会比较、自我实现、自我价值感；（3分）

真实的自我和理想的自我 (3 分) , 进行比较 (2 分)

三种时尚产品 (2 分)

---

[65] 题目类型.简答题

[65] 大题题干.

在赠送礼物的消费过程中, 消费者购买决策属性及其权重和其他购买过程有什么不同? 你收到过服装类的礼物吗? 说说你喜欢或者不喜欢的理由。

[65] 正确答案.A

[65] 难易度.易

[65] 选项数.1

[65] 选项 A.

列出了购买礼物的几个属性和权重 (3 分)

不是礼物的属性和权重 (3 分)

服装 (1 分)

喜欢不喜欢的理由 (3 分)

---

[66] 题目类型.简答题

[66] 大题题干.阐述一下服装的功能。你认为早期的服饰起源理论

能对我们当今的着装提供一个合理的认识吗？如果不能，你有什么可以补充的？

[66] 正确答案.A

[66] 难易度.易

[66] 选项数.1

[66] 选项 A.

服装功能：实用、社会、审美；或者从工具价值和表达价值来写服装功能也可以的。（2分）

先回答起源理论包括：保护学说、端庄学说、性吸引学说、装饰学说。（3分）。

第二回答：不能（2分）

不能的理由：是服装的社会功能，服饰要标志身份，因此光从这四个理论是不能解释现代人的着装理由。（3分）

---

[67] 题目类型.简答题

[67] 大题目干.

解释时尚流行的群体传播过程三种模式，找出一种最新的流行，你认为哪一种模式最能合理解释这种时尚的起源？

[67] 正确答案.A

[67] 难易度.易

[67] 选项数.1

[67] 选项 A.

上传下模式、下传上模式和水平传播模式；（4分）

介绍了一种最新的流行（3分）

解释了这种流行符合的模式（3分）

---

[68] 题目类型.简答题

[68] 大题题干.

请列出自我概念的六大元素，比较真实的自我和理想的自我。在购买某些时尚产品时，自我类型可以作为一个参考点，举例说明因为自我概念购买的三种时尚产品

[68] 正确答案.A

[68] 难易度.易

[68] 选项数.1

[68] 选项 A.

六个元素：自我图式、自我即过程、自我感知、社会比较、自我实现、自我价值感；（3分）

真实的自我和理想的自我（3分），进行比较（2分）

三种时尚产品（2分）

---

[69] 题目类型.简答题

[69] 大题题干.在赠送礼物的消费过程中，消费者购买决策属性及

其权重和其他购买过程有什么不同？你收到过服装类的礼物吗？说说你喜欢或者不喜欢的理由。

[69] 正确答案.A

[69] 难易度.易

[69] 选项数.1

[69] 选项 A.

列出了购买礼物的几个属性和权重：稀缺性和受欢迎程度。为自己购买时，消费者会更注重稀缺性，而赠送礼物时，消费者则会更注重受欢迎程度。即：为自己买稀缺品，为他人买畅销款。（6分）

服装（1分）

喜欢不喜欢的理由（3分）

---

[70] 题目类型.简答题

[70] 大题目干.

什么是最大化消费心态？为什么最大化心态会激活与稀缺性相关的认知和不道德行为？什么情景下最大化心态不会激活不道德行为？

[70] 正确答案.A

[70] 难易度.易

[70] 选项数.1

[70] 选项 A.

最大化消费心态：消费者通常会设定一个“最佳”选择目标，例如性价比最高的产品、质量最高的产品，或者是最符合他们特殊偏好的产品。（3分）

为什么最大化心态会激活与稀缺性相关的认知和不道德行为：（4分）

① “最佳”的选择是难以捉摸的，就其本质而言，是稀缺的；市场上普遍存在的稀缺性营销诉求（例如，“有限的数量/购买时间”）消费者不断地受到暗示，强调最有价值或最好的结果往往是稀缺的。因此，最大化心态的消费者相对于采用其他决策策略的消费者而言关注的是相对稀缺的结果

---

[71] 题目类型.简答题

[71] 大题目干.

请从感觉系统浅谈感觉和服饰消费行为的关系。你认为听觉能影响触觉吗？举例说明不同的音乐类型和触觉之间的联系？

[71] 正确答案.A

[71] 难易度.易

[71] 选项数.1

[71] 选项 A.

感觉系统包括视觉，嗅觉，听觉，触觉，以及味觉。（2分）

以下内容 3 分

视觉：市场中的人们非常信赖展览，广告，设计和包装中能看见的因素，服饰消费的视觉主要指颜色的反应，包括颜色的色值和强度。

嗅觉：服饰织物不同的气味，例如霉味，汽油味，香水味，能激起消费者不同的情绪，气味的好坏影响消费者的决策。

听觉：时尚商店播放的音乐往往可以使消费者放松或者刺激消费者购买。 <ight:150%;font-size:14px">的通解.

---

[72] 题目类型.简答题

[72] 大题题干.服装风格所反映的客观内容，主要包括哪三个方面

[72] 正确答案.A

[72] 难易度.中

[72] 选项数.1

[72] 选项 A.一是时代特色、社会面貌及民族传统。二是材料、技术的最新特点和它们审美的可能性。三是服装的功能性与艺术性的结合

---

[73] 题目类型.简答题

[73] 大题题干.什么是物理知觉

[73] 正确答案.A

[73] 难易度.中

[73] 选项数.1

[73] 选项 A.是通过诸如视觉、嗅觉、听觉、触觉、味觉等感觉发生的。这种知觉主要是与感受的产品以及物体有关联。

---

[74] 题目类型.简答题

[74] 大题题干.简述社交合法（理）性的含义

[74] 正确答案.A

[74] 难易度.中

[74] 选项数.1

[74] 选项 A.消费者在进入奢侈品店时,会质疑自己的社会契合度,和社会地位(是否足以进入这样的场所)并通过经济资本(财富)和/或文化资本(通过教育和经历培养出来的品味和实践)来评估社交合法性

---

[75] 题目类型.简答题

[75] 大题题干.根据个人机能和社会机能,将流行的动机分为哪几种

[75] 正确答案.A

[75] 难易度.中

[75] 选项数.1

[75] 选项 A.1.追求新奇和变化的动机 2.追求差异和他人承认的动机 3.从众和适应群体或社会的动机 4.自我防卫的动机 5.个性表现和自我实现的动机

---

[76] 题目类型.论述题

[76] 大题题干.

请根据第9章的时尚领导模式和行为,筛选和评价这一学期(春夏)的服饰流行款式和流行色,并分析符合流行的形成模式,受众群体的态度。形成这一流行的创新者、指导者和跟随者的人文特征。

[76] 正确答案.A

[76] 难易度.中

[76] 知识点.时尚流行模式

[76] 选项数.1

---



[77] 题目类型.论述题

[77] 大题目干.

请论述你对内卷时代、躺平的一些看法和见解，哪些人会躺平，哪些人不会躺平。并用时尚消费心态学来解释一下对时尚消费的影响。

[77] 正确答案.A

[77] 难易度.易

[77] 选项数.1

[77] 选项 A.

概念理解：内卷是意味着竞争激烈程度在加大；（3分）躺平意味着不参与竞争（3分）；

对躺平和不躺平人的分析（3分），能和消费者人格相结合（3分）

时尚心态学的概念是消费者人格与其生活方式相融合，称为消费心态学（3分）

结合了内卷和躺平，用消费心态学分析了对时尚消费的影响。躺平（不参与竞争的人）可能会减少时尚品的消费，不躺平（积极参与竞争）的人会正常消费时尚产品。（5分）

---

[78] 题目类型.论述题

[78] 大题目干.

请解释时尚商业伦理，并论述时尚商业伦理、社会责任和环境保护的必要性，论述为什么要反对血汗工厂，以及如何引导时尚皮毛消费和生产经营？

[78] 正确答案.A

[78] 难易度.易

[78] 选项数.1

[78] 选项 A.

商业伦理：商业伦理本质上是引导市场的行为法则——某个文化中大多数判对错、好坏和社会接受不接受的标准。（3分）

时尚商业伦理，设计到例如与动物有关的皮毛使用、令人不快的时尚广告和产品、血汗工厂等等；（4分）；

论述了必要性（4分）

对血汗工厂的反对意见，例如存在对工人的剥削（4分）；

引导时尚皮毛消费和生产的建议（5分）

---

[79] 题目类型.论述题

[79] 大题题干.请论述你对内卷时代、躺平的一些看法和见解，哪些人会躺平，哪些人不会躺平？并用时尚消费心态学来解释一下对时尚消费的影响。

[79] 正确答案.A

[79] 难易度.易

[79] 选项数.1

[79] 选项 A.

内卷是意味着竞争激烈程度在加大；（3分）躺平意味着不参与竞争（3分）；

对躺平和不躺平人的分析（3分），能和消费者人格相结合（3分）

时尚心态学的概念是消费者人格与其生活方式相融合，称为消费心态学（3分）

结合了内卷和躺平，用消费心态学分析了对时尚消费的影响。躺平（不参与竞争的人）可能会减少时尚品的消费，不躺平（积极参与竞争）的人会正常消费时尚产品。（5分）

---

[80] 题目类型.论述题

[80] 大题题干.

你如何划分社会阶层？请结合你对 Z 世代的了解，请分析 Z 世代消费者中存在的不同的社会阶层？Z 世代消费者表现出哪些炫耀性消费行为？奢侈品进军网络营销平台，对炫耀性消费产生什么样的冲击和影响？

[80] 正确答案.A

[80] 难易度.易

[80] 选项数.1

[80] 选项 A.

划分社会阶层的依据是权力、知识和资本三个因素，或者是个人的社会阶层从收入，家庭背景，教育和工作这四个因素来得到体现。（3分）

Z 世代是一个网络流行语，也指新时代人群。新的 Z 世代是指 1995-2009 年间出生的一代人，他们一出生就与网络信息时代无缝对接，受数字信息技术，即时通信设备，智能手机产品等影响比较大，所以又被称为互联网世代，网生代等。（2分）

Z世代的社会阶层既受家庭出身的影响，又受到教育背景的影响，有对z世代进行社会阶层分类。（4分）

炫耀性消费行为指的是  $ight:150%;font-size:14px">$ 的通解。

---

[81] 题目类型.名词解释

[81] 大题题干.服装风格

[81] 正确答案.A

[81] 难易度.中

[81] 选项数.1

[81] 选项 A.服装风格指一个时代、一个民族、一个流派或一个人的服装在形式和内容方面所显示出来的价值取向、内在品格和艺术特色。服装设计追求的境界说到底是风格的定位和设计，服装风格表现了设计师独特的创作思想，艺术追求，也反映了鲜明的时代特色

---

[82] 题目类型.名词解释

[82] 大题题干.个人知觉

[82] 正确答案.A

[82] 难易度.中

[82] 选项数.1

[82] 选项 A.指我们通过观察人们的外在表现而形成的对他们的印象

---

[83] 题目类型.名词解释

[83] 大题题干.适配器

[83] 正确答案.A

[83] 难易度.中

[83] 选项数.1

[83] 选项 A.为进化而来的，用于解决与生存和繁衍有直接或间接

关系的特定问题的应对机制。比如：汗腺就是一种适应器，出汗能够处理调节体温的问题

---

[84] 题目类型.名词解释

[84] 大题题干.流行

[84] 正确答案.A

[84] 难易度.易

[84] 选项数.1

[84] 选项 A.流行，是指一个时期内社会上或某一群体中广为流传的生活方式

---

[85] 题目类型.判断题

[85] 大题题干.流行可以是产品的流行，也可以是生活方式，社会风尚的流行

[85] 正确答案.A

[85] 难易度.易

[85] 选项数.2

[85] 选项 A.正确

[85] 选项 B.错误

---

[86] 题目类型.判断题

[86] 大题题干.服饰的表达价值一般是指：炫耀，彰显身份，品牌认同

[86] 正确答案.A

[86] 难易度.易

[86] 选项数.2

[86] 选项 A.正确

[86] 选项 B.错误

---

- [87] 题目类型.判断题
  - [87] 大题题干.时尚的新奇性要求设计师不断创新
  - [87] 正确答案.A
  - [87] 难易度.易
  - [87] 选项数.2
  - [87] 选项 A.正确
  - [87] 选项 B.错误
- 

- [88] 题目类型.判断题
  - [88] 大题题干.时尚的普及性意味着所有人都能轻易接受
  - [88] 正确答案.B
  - [88] 难易度.易
  - [88] 选项数.2
  - [88] 选项 A.正确
  - [88] 选项 B.错误
- 

- [89] 题目类型.判断题
  - [89] 大题题干.时尚的周期性表明时尚是永恒不变的
  - [89] 正确答案.B
  - [89] 难易度.易
  - [89] 选项数.2
  - [89] 选项 A.正确
  - [89] 选项 B.错误
- 

- [90] 题目类型.判断题
- [90] 大题题干.时尚的新奇性只体现在高端品牌上
- [90] 正确答案.B
- [90] 难易度.易
- [90] 选项数.2

[90] 选项 A.正确

[90] 选项 B.错误

---

[91] 题目类型.判断题

[91] 大题题干.时尚的普及性与价格无关

[91] 正确答案.B

[91] 难易度.易

[91] 选项数.2

[91] 选项 A.正确

[91] 选项 B.错误

---

[92] 题目类型.判断题

[92] 大题题干.时尚的周期性与季节变化有直接关系

[92] 正确答案.A

[92] 难易度.易

[92] 选项数.2

[92] 选项 A.正确

[92] 选项 B.错误

---

[93] 题目类型.判断题

[93] 大题题干.服饰的起源主要是由于人类对美的追求

[93] 正确答案.B

[93] 难易度.中

[93] 选项数.2

[93] 选项 A.正确

[93] 选项 B.错误

---

[94] 题目类型.判断题

[94] 大题题干.服饰的进化与人类社会的发展无关

[94] 正确答案.B

- [94] 难度.易
- [94] 选项数.2
- [94] 选项 A.正确
- [94] 选项 B.错误

- 
- [95] 题目类型.判断题
  - [95] 大题目干.心理学中的自我概念理论可以解释人们对服饰的选择
  - [95] 正确答案.A
  - [95] 难度.易
  - [95] 选项数.2
  - [95] 选项 A.正确
  - [95] 选项 B.错误

- 
- [96] 题目类型.判断题
  - [96] 大题目干.人们对服饰的选择完全是由个人喜好决定的
  - [96] 正确答案.B
  - [96] 难度.易
  - [96] 选项数.2
  - [96] 选项 A.正确
  - [96] 选项 B.错误

- 
- [97] 题目类型.判断题
  - [97] 大题目干.社会学习理论认为，人们对服饰的选择是通过对他人的观察和模仿学习的
  - [97] 正确答案.A
  - [97] 难度.易
  - [97] 选项数.2
  - [97] 选项 A.正确
  - [97] 选项 B.错误



---

[98] 题目类型.判断题

[98] 大题题干.精神分析理论认为,人们对服饰的选择与其无意识的欲望和冲突有关

[98] 正确答案.A

[98] 难易度.易

[98] 选项数.2

[98] 选项 A.正确

[98] 选项 B.错误

---

[99] 题目类型.判断题

[99] 大题题干.自我概念是个性社会化的结果

[99] 正确答案.A

[99] 难易度.易

[99] 选项数.2

[99] 选项 A.正确

[99] 选项 B.错误

---

[100] 题目类型.判断题

[100] 大题题干.自我概念是固定不变的

[100] 正确答案.B

[100] 难易度.易

[100] 选项数.2

[100] 选项 A.正确

[100] 选项 B.错误

---

[101] 题目类型.判断题

[101] 大题题干.自我概念对服装的颜色选择没有影响

[101] 正确答案.B

[101] 难易度.易

- [101] 选项数.2
- [101] 选项 A.正确
- [101] 选项 B.错误

- 
- [102] 题目类型.判断题
  - [102] 大题题干.自我概念可以通过服装来表达个人的身份和地位
  - [102] 正确答案.A
  - [102] 难易度.易
  - [102] 选项数.2
  - [102] 选项 A.正确
  - [102] 选项 B.错误

- 
- [103] 题目类型.判断题
  - [103] 大题题干.自我概念仅由内在因素决定，与外界无关
  - [103] 正确答案.B
  - [103] 难易度.易
  - [103] 选项数.2
  - [103] 选项 A.正确
  - [103] 选项 B.错误

- 
- [104] 题目类型.判断题
  - [104] 大题题干.在所有的文化中，自我概念对服装选择的影响是相同的
  - [104] 正确答案.B
  - [104] 难易度.中
  - [104] 选项数.2
  - [104] 选项 A.正确
  - [104] 选项 B.错误
-

[105] 题目类型.判断题

[105] 大题题干.自我概念的发展是一个持续的过程, 可以随着时间和经验而改变

[105] 正确答案.A

[105] 难易度.易

[105] 选项数.2

[105] 选项 A.正确

[105] 选项 B.错误

---

[106] 题目类型.判断题

[106] 大题题干.着装知觉与选择适当的衣服无关

[106] 正确答案.B

[106] 难易度.易

[106] 选项数.2

[106] 选项 A.正确

[106] 选项 B.错误

---

[107] 题目类型.判断题

[107] 大题题干.时装知觉仅限于了解历史服装

[107] 正确答案.B

[107] 难易度.易

[107] 选项数.2

[107] 选项 A.正确

[107] 选项 B.错误

---

[108] 题目类型.判断题

[108] 大题题干.个人知觉是指对个人外在形象的感知

[108] 正确答案.B

[108] 难易度.易

[108] 选项数.2

[108] 选项 A.正确

[108] 选项 B.错误

---

[109] 题目类型.判断题

[109] 大题题干.着装知觉影响人的第一印象

[109] 正确答案.A

[109] 难易度.易

[109] 选项数.2

[109] 选项 A.正确

[109] 选项 B.错误

---

[110] 题目类型.判断题

[110] 大题题干.时装知觉不包括对现代潮流的关注

[110] 正确答案.B

[110] 难易度.易

[110] 选项数.2

[110] 选项 A.正确

[110] 选项 B.错误

---

[111] 题目类型.判断题

[111] 大题题干.个人知觉与个体的心理状态无关

[111] 正确答案.B

[111] 难易度.易

[111] 选项数.2

[111] 选项 A.正确

[111] 选项 B.错误

---

[112] 题目类型.判断题

[112] 大题题干.由物体的表面组织构造所引起的触觉质感，称为触觉肌理感

[112] 正确答案.A  
[112] 难易度.易  
[112] 选项数.2  
[112] 选项 A.正确  
[112] 选项 B.错误

---

[113] 题目类型.判断题  
[113] 大题题干.视觉系统是感知服装颜色的主要方式  
[113] 正确答案.A  
[113] 难易度.中  
[113] 选项数.2  
[113] 选项 A.正确  
[113] 选项 B.错误

---

[114] 题目类型.判断题  
[114] 大题题干.服装嗅觉不涉及对服装的清洗程度的感知  
[114] 正确答案.B  
[114] 难易度.易  
[114] 选项数.2  
[114] 选项 A.正确  
[114] 选项 B.错误

---

[115] 题目类型.判断题  
[115] 大题题干.服装的触觉与服装的质地无关  
[115] 正确答案.B  
[115] 难易度.易  
[115] 选项数.2  
[115] 选项 A.正确  
[115] 选项 B.错误

---

- [116] 题目类型.判断题
  - [116] 大题题干.视觉系统在服装选择中只涉及风格识别
  - [116] 正确答案.B
  - [116] 难易度.易
  - [116] 选项数.2
  - [116] 选项 A.正确
  - [116] 选项 B.错误
- 

- [117] 题目类型.判断题
  - [117] 大题题干.服装嗅觉主要关注服装的材质
  - [117] 正确答案.B
  - [117] 难易度.易
  - [117] 选项数.2
  - [117] 选项 A.正确
  - [117] 选项 B.错误
- 

- [118] 题目类型.判断题
  - [118] 大题题干.服装的触觉知觉与穿着舒适度无关
  - [118] 正确答案.B
  - [118] 难易度.易
  - [118] 选项数.2
  - [118] 选项 A.正确
  - [118] 选项 B.错误
- 

- [119] 题目类型.判断题
- [119] 大题题干.精神分析理论以意识和无意识为研究中心
- [119] 正确答案.B
- [119] 难易度.易
- [119] 选项数.2

[119] 选项 A.正确

[119] 选项 B.错误

---

[120] 题目类型.判断题

[120] 大题题干.詹姆士的本能心理学主要强调社会环境的影响

[120] 正确答案.B

[120] 难易度.易

[120] 选项数.2

[120] 选项 A.正确

[120] 选项 B.错误

---

[121] 题目类型.判断题

[121] 大题题干.进化心理学不关注个体的发展

[121] 正确答案.B

[121] 难易度.易

[121] 选项数.2

[121] 选项 A.正确

[121] 选项 B.错误

---

[122] 题目类型.判断题

[122] 大题题干.詹姆士的本能心理学认为本能行为是学习的结果

[122] 正确答案.B

[122] 难易度.易

[122] 选项数.2

[122] 选项 A.正确

[122] 选项 B.错误

---

[123] 题目类型.判断题

[123] 大题题干.广义适合度只关注个体自身的生存

[123] 正确答案.B

- [123] 难度度.易
- [123] 选项数.2
- [123] 选项 A.正确
- [123] 选项 B.错误

- 
- [124] 题目类型.判断题
  - [124] 大题题干.进化心理学认为所有行为都有进化上的解释
  - [124] 正确答案.A
  - [124] 难度度.中
  - [124] 选项数.2
  - [124] 选项 A.正确
  - [124] 选项 B.错误

- 
- [125] 题目类型.判断题
  - [125] 大题题干.广义适合度是衡量个体生存和繁殖成功的唯一标准
  - [125] 正确答案.B
  - [125] 难度度.易
  - [125] 选项数.2
  - [125] 选项 A.正确
  - [125] 选项 B.错误

- 
- [126] 题目类型.判断题
  - [126] 大题题干.进化心理学认为消费行为完全是一种理性选择
  - [126] 正确答案.B
  - [126] 难度度.易
  - [126] 选项数.2
  - [126] 选项 A.正确
  - [126] 选项 B.错误
-



- [127] 题目类型.判断题
- [127] 大题题干.进化心理学认为, 消费者偏好不会受到生物进化的影响
- [127] 正确答案.B
- [127] 难易度.易
- [127] 选项数.2
- [127] 选项 A.正确
- [127] 选项 B.错误
- 

- [128] 题目类型.判断题
- [128] 大题题干.消费奢侈品在进化心理学中被认为是一种社会信号
- [128] 正确答案.A
- [128] 难易度.易
- [128] 选项数.2
- [128] 选项 A.正确
- [128] 选项 B.错误
- 

- [129] 题目类型.判断题
- [129] 大题题干.从进化心理学角度看, 人们购买商品仅仅是为了满足基本的生理需求
- [129] 正确答案.B
- [129] 难易度.易
- [129] 选项数.2
- [129] 选项 A.正确
- [129] 选项 B.错误
- 

- [130] 题目类型.判断题
- [130] 大题题干.在消费者行为研究中, “态度” 通常被看作是终因
- [130] 正确答案.B
- [130] 难易度.易

- [130] 选项数.2
- [130] 选项 A.正确
- [130] 选项 B.错误

- 
- [131] 题目类型.判断题
  - [131] 大题题干.近因是影响消费者行为的长远因素。(错误)
  - [131] 正确答案.B
  - [131] 难易度.易
  - [131] 选项数.2
  - [131] 选项 A.正确
  - [131] 选项 B.错误

- 
- [132] 题目类型.判断题
  - [132] 大题题干.消费者的态度是一种终因
  - [132] 正确答案.B
  - [132] 难易度.易
  - [132] 选项数.2
  - [132] 选项 A.正确
  - [132] 选项 B.错误

- 
- [133] 题目类型.判断题
  - [133] 大题题干.近因和终因在消费者行为研究中都很重要
  - [133] 正确答案.A
  - [133] 难易度.易
  - [133] 选项数.2
  - [133] 选项 A.正确
  - [133] 选项 B.错误

- 
- [134] 题目类型.判断题
  - [134] 大题题干.促销活动只是影响消费者行为的终因

- [134] 正确答案.B
  - [134] 难易度.易
  - [134] 选项数.2
  - [134] 选项 A.正确
  - [134] 选项 B.错误
- 

- [135] 题目类型.判断题
  - [135] 大题题干.身体优势不会直接影响男性顾客的消费行为
  - [135] 正确答案.B
  - [135] 难易度.易
  - [135] 选项数.2
  - [135] 选项 A.正确
  - [135] 选项 B.错误
- 

- [136] 题目类型.判断题
  - [136] 大题题干.身体优势可以通过影响消费者的自我感知来影响其消费行为
  - [136] 正确答案.A
  - [136] 难易度.中
  - [136] 选项数.2
  - [136] 选项 A.正确
  - [136] 选项 B.错误
- 

- [137] 题目类型.判断题
- [137] 大题题干.身体优势对男性顾客的社会地位信号消费有正面影响
- [137] 正确答案.A
- [137] 难易度.易
- [137] 选项数.2

[137] 选项 A.正确

[137] 选项 B.错误

---

[138] 题目类型.判断题

[138] 大题题干.阿波克隆比&费奇效应仅适用于解释低收入人群的消费行为

[138] 正确答案.B

[138] 难易度.易

[138] 选项数.2

[138] 选项 A.正确

[138] 选项 B.错误

---

[139] 题目类型.判断题

[139] 大题题干.女性在购物时比男性更容易受到情绪的影响

[139] 正确答案.A

[139] 难易度.易

[139] 选项数.2

[139] 选项 A.正确

[139] 选项 B.错误

---

[140] 题目类型.判断题

[140] 大题题干.男性在购物时更倾向于冲动消费

[140] 正确答案.B

[140] 难易度.易

[140] 选项数.2

[140] 选项 A.正确

[140] 选项 B.错误

---

[141] 题目类型.判断题

[141] 大题题干.女性在购物时通常不会进行价格比较

- [141] 正确答案.B
  - [141] 难易度.易
  - [141] 选项数.2
  - [141] 选项 A.正确
  - [141] 选项 B.错误
- 

- [142] 题目类型.判断题
  - [142] 大题题干.男性在购物时更注重实用性, 而女性更注重美观
  - [142] 正确答案.A
  - [142] 难易度.易
  - [142] 选项数.2
  - [142] 选项 A.正确
  - [142] 选项 B.错误
- 

- [143] 题目类型.判断题
  - [143] 大题题干.女性在购物时决策速度通常比男性快
  - [143] 正确答案.B
  - [143] 难易度.易
  - [143] 选项数.2
  - [143] 选项 A.正确
  - [143] 选项 B.错误
- 

- [144] 题目类型.判断题
  - [144] 大题题干.埃里克森将人格结构分为主我与宾我
  - [144] 正确答案.B
  - [144] 难易度.易
  - [144] 选项数.2
  - [144] 选项 A.正确
  - [144] 选项 B.错误
-

- [145] 题目类型.判断题
  - [145] 大题题干.本我完全是非理性的
  - [145] 正确答案.A
  - [145] 难易度.易
  - [145] 选项数.2
  - [145] 选项 A.正确
  - [145] 选项 B.错误
- 

- [146] 题目类型.判断题
  - [146] 大题题干.根据弗洛伊德的性心理学说，肛门期固结会产生强迫性人格
  - [146] 正确答案.B
  - [146] 难易度.易
  - [146] 选项数.2
  - [146] 选项 A.正确
  - [146] 选项 B.错误
- 

- [147] 题目类型.判断题
  - [147] 大题题干.心理学家荣格认为安静自省，自我剖析的是内向人格
  - [147] 正确答案.A
  - [147] 难易度.中
  - [147] 选项数.2
  - [147] 选项 A.正确
  - [147] 选项 B.错误
- 

- [148] 题目类型.判断题
- [148] 大题题干.休闲可以修身养性，完善人格。
- [148] 正确答案.A
- [148] 难易度.易

- [148] 选项数.2
- [148] 选项 A.正确
- [148] 选项 B.错误

- 
- [149] 题目类型.判断题
  - [149] 大题题干.社会阶层差异是固有的个人特征
  - [149] 正确答案.B
  - [149] 难易度.易
  - [149] 选项数.2
  - [149] 选项 A.正确
  - [149] 选项 B.错误

- 
- [150] 题目类型.判断题
  - [150] 大题题干.原始社会社会分层的标准是财富
  - [150] 正确答案.B
  - [150] 难易度.易
  - [150] 选项数.2
  - [150] 选项 A.正确
  - [150] 选项 B.错误

- 
- [151] 题目类型.判断题
  - [151] 大题题干.社会阶层对购物决策没有显著影响
  - [151] 正确答案.B
  - [151] 难易度.易
  - [151] 选项数.2
  - [151] 选项 A.正确
  - [151] 选项 B.错误

- 
- [152] 题目类型.判断题
  - [152] 大题题干.高社会阶层在购物时不会考虑价格因素

[152] 正确答案.B  
[152] 难易度.易  
[152] 选项数.2  
[152] 选项 A.正确  
[152] 选项 B.错误

---

[153] 题目类型.判断题  
[153] 大题题干.低社会阶层更倾向于购买奢侈品以提升社会地位  
[153] 正确答案.B  
[153] 难易度.易  
[153] 选项数.2  
[153] 选项 A.正确  
[153] 选项 B.错误

---

[154] 题目类型.判断题  
[154] 大题题干.高社会阶层在购物时更注重品牌的社会认可度  
[154] 正确答案.A  
[154] 难易度.易  
[154] 选项数.2  
[154] 选项 A.正确  
[154] 选项 B.错误

---

[155] 题目类型.判断题  
[155] 大题题干.低社会阶层在购物时更可能受到促销活动的影响  
[155] 正确答案.A  
[155] 难易度.易  
[155] 选项数.2  
[155] 选项 A.正确  
[155] 选项 B.错误

---



- [156] 题目类型.判断题
- [156] 大题题干.社会阶层仅影响消费者的品牌选择, 不影响购买渠道
- [156] 正确答案.B
- [156] 难易度.易
- [156] 选项数.2
- [156] 选项 A.正确
- [156] 选项 B.错误
- 

- [157] 题目类型.判断题
- [157] 大题题干.奢侈品消费者不关注品牌的历史和文化
- [157] 正确答案.B
- [157] 难易度.易
- [157] 选项数.2
- [157] 选项 A.正确
- [157] 选项 B.错误
- 

- [158] 题目类型.判断题
- [158] 大题题干.对于大多数消费者来说, 奢侈品是生活必需品
- [158] 正确答案.B
- [158] 难易度.易
- [158] 选项数.2
- [158] 选项 A.正确
- [158] 选项 B.错误
- 

- [159] 题目类型.判断题
- [159] 大题题干.奢侈品的消费完全是基于产品的质量 and 功能
- [159] 正确答案.B
- [159] 难易度.易
- [159] 选项数.2

[159] 选项 A.正确

[159] 选项 B.错误

---

[160] 题目类型.判断题

[160] 大题题干.消费者购买奢侈品主要是为了展示个人品味和社会地位

[160] 正确答案.A

[160] 难易度.易

[160] 选项数.2

[160] 选项 A.正确

[160] 选项 B.错误

---

[161] 题目类型.判断题

[161] 大题题干.所有消费者都认为奢侈品的价格是合理的

[161] 正确答案.B

[161] 难易度.易

[161] 选项数.2

[161] 选项 A.正确

[161] 选项 B.错误

---

[162] 题目类型.判断题

[162] 大题题干.奢侈品品牌的服装符号对消费者的购买决策没有影响

[162] 正确答案.B

[162] 难易度.易

[162] 选项数.2

[162] 选项 A.正确

[162] 选项 B.错误

---

- [163] 题目类型.判断题  
[163] 大题题干.社会合法性对奢侈品品牌没有影响  
[163] 正确答案.B  
[163] 难易度.易  
[163] 选项数.2  
[163] 选项 A.正确  
[163] 选项 B.错误
- 

- [164] 题目类型.判断题  
[164] 大题题干.奢侈品品牌主要通过满足基本生活需求来吸引消费者  
[164] 正确答案.B  
[164] 难易度.易  
[164] 选项数.2  
[164] 选项 A.正确  
[164] 选项 B.错误
- 

- [165] 题目类型.判断题  
[165] 大题题干.奢侈品品牌的作用仅限于提升个人地位  
[165] 正确答案.B  
[165] 难易度.中  
[165] 选项数.2  
[165] 选项 A.正确  
[165] 选项 B.错误
- 

- [166] 题目类型.判断题  
[166] 大题题干.社会合法性可以通过品牌的广告宣传活动来增强  
[166] 正确答案.B  
[166] 难易度.易  
[166] 选项数.2

[166] 选项 A.正确

[166] 选项 B.错误

---

[167] 题目类型.判断题

[167] 大题题干.奢侈品品牌的社会合法性对其市场地位有正面影响

[167] 正确答案.A

[167] 难易度.易

[167] 选项数.2

[167] 选项 A.正确

[167] 选项 B.错误

---

[168] 题目类型.判断题

[168] 大题题干.所有消费者都认为奢侈品品牌必须具有社会合法性

[168] 正确答案.B

[168] 难易度.易

[168] 选项数.2

[168] 选项 A.正确

[168] 选项 B.错误

---

[169] 题目类型.判断题

[169] 大题题干.时尚领导理论认为，只有名人才能成为时尚领导者

[169] 正确答案.B

[169] 难易度.易

[169] 选项数.2

[169] 选项 A.正确

[169] 选项 B.错误

---

[170] 题目类型.判断题

[170] 大题题干.流行总是与高质量产品相关联

[170] 正确答案.B

[170] 难度度.易  
[170] 选项数.2  
[170] 选项 A.正确  
[170] 选项 B.错误

---

[171] 题目类型.判断题  
[171] 大题目干.时尚的流行具有短暂性和易变性  
[171] 正确答案.A  
[171] 难度度.易  
[171] 选项数.2  
[171] 选项 A.正确  
[171] 选项 B.错误

---

[172] 题目类型.判断题  
[172] 大题目干.时尚领导理论中，媒体对时尚的传播没有影响  
[172] 正确答案.B  
[172] 难度度.易  
[172] 选项数.2  
[172] 选项 A.正确  
[172] 选项 B.错误

---

[173] 题目类型.判断题  
[173] 大题目干.流行元素的传播完全取决于消费者的需求  
[173] 正确答案.B  
[173] 难度度.易  
[173] 选项数.2  
[173] 选项 A.正确  
[173] 选项 B.错误

---

[174] 题目类型.判断题  
[174] 大题题干.所有流行元素最终都会成为经典  
[174] 正确答案.B  
[174] 难易度.易  
[174] 选项数.2  
[174] 选项 A.正确  
[174] 选项 B.错误

---

[175] 题目类型.判断题  
[175] 大题题干.交替性流行主要是指同时存在的多种流行  
[175] 正确答案.B  
[175] 难易度.易  
[175] 选项数.2  
[175] 选项 A.正确  
[175] 选项 B.错误

---

[176] 题目类型.判断题  
[176] 大题题干.偶发型流行可以通过市场营销策略来控制  
[176] 正确答案.B  
[176] 难易度.中  
[176] 选项数.2  
[176] 选项 A.正确  
[176] 选项 B.错误

---

[177] 题目类型.判断题  
[177] 大题题干.所有的象征型流行都与社会地位有关  
[177] 正确答案.B  
[177] 难易度.易  
[177] 选项数.2

[177] 选项 A.正确

[177] 选项 B.错误

---

[178] 题目类型.判断题

[178] 大题题干.一过性流行通常具有长期的社会经济影响

[178] 正确答案.B

[178] 难易度.易

[178] 选项数.2

[178] 选项 A.正确

[178] 选项 B.错误

---

[179] 题目类型.判断题

[179] 大题题干.交替性流行不适用于科技产品

[179] 正确答案.B

[179] 难易度.易

[179] 选项数.2

[179] 选项 A.正确

[179] 选项 B.错误

---

[180] 题目类型.判断题

[180] 大题题干.偶发型流行完全是随机事件

[180] 正确答案.B

[180] 难易度.易

[180] 选项数.2

[180] 选项 A.正确

[180] 选项 B.错误

---

[181] 题目类型.判断题

[181] 大题题干.象征型流行不会影响人们的消费行为

[181] 正确答案.B

[181] 难度度.易  
[181] 选项数.2  
[181] 选项 A.正确  
[181] 选项 B.错误

---

[182] 题目类型.判断题  
[182] 大题题干.一过性流行和交替性流行之间没有明显的界限  
[182] 正确答案.A  
[182] 难度度.易  
[182] 选项数.2  
[182] 选项 A.正确  
[182] 选项 B.错误

---

[183] 题目类型.判断题  
[183] 大题题干.流行指导者总是最先采用新流行  
[183] 正确答案.A  
[183] 难度度.易  
[183] 选项数.2  
[183] 选项 A.正确  
[183] 选项 B.错误

---

[184] 题目类型.判断题  
[184] 大题题干.流行迟滞者对流行没有影响  
[184] 正确答案.B  
[184] 难度度.易  
[184] 选项数.2  
[184] 选项 A.正确  
[184] 选项 B.错误

---



- [185] 题目类型.判断题
  - [185] 大题题干.流行动机与个人的心理需求无关
  - [185] 正确答案.B
  - [185] 难易度.易
  - [185] 选项数.2
  - [185] 选项 A.正确
  - [185] 选项 B.错误
- 

- [186] 题目类型.判断题
  - [186] 大题题干.流行指导者通常是流行趋势的创造者
  - [186] 正确答案.A
  - [186] 难易度.易
  - [186] 选项数.2
  - [186] 选项 A.正确
  - [186] 选项 B.错误
- 

- [187] 题目类型.判断题
  - [187] 大题题干.流行迟滞者最终也会接受新流行
  - [187] 正确答案.A
  - [187] 难易度.易
  - [187] 选项数.2
  - [187] 选项 A.正确
  - [187] 选项 B.错误
- 

- [188] 题目类型.判断题
- [188] 大题题干.上传下模式是由普通消费者主导的流行传播
- [188] 正确答案.B
- [188] 难易度.易
- [188] 选项数.2

[188] 选项 A.正确

[188] 选项 B.错误

---

[189] 题目类型.判断题

[189] 大题题干.下传上模式在流行传播中最为常见

[189] 正确答案.B

[189] 难易度.易

[189] 选项数.2

[189] 选项 A.正确

[189] 选项 B.错误

---

[190] 题目类型.判断题

[190] 大题题干.水平传播模式通常不受社会阶层的影响

[190] 正确答案.A

[190] 难易度.易

[190] 选项数.2

[190] 选项 A.正确

[190] 选项 B.错误

---

[191] 题目类型.判断题

[191] 大题题干.文化背景对流行没有影响

[191] 正确答案.B

[191] 难易度.易

[191] 选项数.2

[191] 选项 A.正确

[191] 选项 B.错误

---

[192] 题目类型.判断题

[192] 大题题干.个人对流行的态度完全由社会地位决定

[192] 正确答案.B

[192] 难度度.中  
[192] 选项数.2  
[192] 选项 A.正确  
[192] 选项 B.错误

---

[193] 题目类型.判断题  
[193] 大题目干.媒体可以完全控制流行趋势  
[193] 正确答案.B  
[193] 难度度.易  
[193] 选项数.2  
[193] 选项 A.正确  
[193] 选项 B.错误

---

[194] 题目类型.判断题  
[194] 大题目干.社会事件可能导致流行的产生  
[194] 正确答案.A  
[194] 难度度.易  
[194] 选项数.2  
[194] 选项 A.正确  
[194] 选项 B.错误

---

[195] 题目类型.判断题  
[195] 大题目干.经济条件是流行产生的唯一因素  
[195] 正确答案.B  
[195] 难度度.易  
[195] 选项数.2  
[195] 选项 A.正确  
[195] 选项 B.错误

---

- [196] 题目类型.判断题
  - [196] 大题题干.所有流行都是由商业推广引起的
  - [196] 正确答案.B
  - [196] 难易度.易
  - [196] 选项数.2
  - [196] 选项 A.正确
  - [196] 选项 B.错误
- 

- [197] 题目类型.判断题
  - [197] 大题题干.流行与个人的价值观无关
  - [197] 正确答案.B
  - [197] 难易度.易
  - [197] 选项数.2
  - [197] 选项 A.正确
  - [197] 选项 B.错误
- 

- [198] 题目类型.判断题
  - [198] 大题题干.文化对消费行为没有直接影响
  - [198] 正确答案.B
  - [198] 难易度.易
  - [198] 选项数.2
  - [198] 选项 A.正确
  - [198] 选项 B.错误
- 

- [199] 题目类型.判断题
- [199] 大题题干.在所有消费决策中，文化都是最重要的因素
- [199] 正确答案.B
- [199] 难易度.易
- [199] 选项数.2

[199] 选项 A.正确

[199] 选项 B.错误

---

[200] 题目类型.判断题

[200] 大题题干.文化只影响消费者对产品的评价

[200] 正确答案.B

[200] 难易度.易

[200] 选项数.2

[200] 选项 A.正确

[200] 选项 B.错误

---

[201] 题目类型.判断题

[201] 大题题干.跨文化消费行为研究主要关注经济因素

[201] 正确答案.B

[201] 难易度.易

[201] 选项数.2

[201] 选项 A.正确

[201] 选项 B.错误

---

[202] 题目类型.判断题

[202] 大题题干.文化价值观可以影响消费者的购买动机

[202] 正确答案.A

[202] 难易度.易

[202] 选项数.2

[202] 选项 A.正确

[202] 选项 B.错误

---

[203] 题目类型.判断题

[203] 大题题干.在所有消费行为中，文化背景都是一致的

[203] 正确答案.B

- [203] 难度度.易
- [203] 选项数.2
- [203] 选项 A.正确
- [203] 选项 B.错误

- 
- [204] 题目类型.判断题
  - [204] 大题目干.文化对消费行为的影响是固定不变的
  - [204] 正确答案.B
  - [204] 难度度.易
  - [204] 选项数.2
  - [204] 选项 A.正确
  - [204] 选项 B.错误

- 
- [205] 题目类型.填空题
  - [205] 大题目干.服装具有实用、社会和（）三大功能
  - [205] 难度度.易
  - [205] 选项数.1
  - [205] 选项 A.审美

- 
- [206] 题目类型.填空题
  - [206] 大题目干.时尚及其流行领域的三个层面：观念的、（）的和外化的物质形态的
  - [206] 难度度.易
  - [206] 选项数.1
  - [206] 选项 A.行为

- 
- [207] 题目类型.填空题
  - [207] 大题目干.时尚的短暂性是由时尚的（）性所决定的
  - [207] 难度度.易

[207] 选项数.1

[207] 选项 A.新奇

---

[208] 题目类型.填空题

[208] 大题题干.自我是指自己身体和（）的主体

[208] 难易度.易

[208] 选项数.1

[208] 选项 A.心理状态

---

[209] 题目类型.填空题

[209] 大题题干.自我概念是指个人对于自我特征的认识以及自己对于这些品质的（）

[209] 难易度.易

[209] 选项数.1

[209] 选项 A.评价

---

[210] 题目类型.填空题

[210] 大题题干.在进行消费者行为解释的时候，需要对近因和（）两个层面的视角进行全面认识

[210] 难易度.易

[210] 选项数.1

[210] 选项 A.终因

---

[211] 题目类型.填空题

[211] 大题题干.自我与超我是（）的变形

[211] 难易度.中

[211] 选项数.1

[211] 选项 A.本我

---

- [212] 题目类型.填空题  
[212] 大题题干.( )提出了本我、自我、超我的冰山模型  
[212] 难易度.中  
[212] 选项数.1  
[212] 选项 A.弗洛伊德
- 

- [213] 题目类型.填空题  
[213] 大题题干. ( ) 是符号相互作用论的开创者  
[213] 难易度.易  
[213] 选项数.1  
[213] 选项 A.米德
- 

- [214] 题目类型.填空题  
[214] 大题题干.流行按形成划分为：偶发型流行、象征型流行、  
( )  
[214] 难易度.中  
[214] 选项数.1  
[214] 选项 A.引导型流行
- 

- [215] 题目类型.填空题  
[215] 大题题干.流行按周期和演变的结果分为：稳定性流行、一过  
性流行、反复性流行、 ( )  
[215] 难易度.中  
[215] 选项数.1  
[215] 选项 A.交替性流行
- 

- [216] 题目类型.填空题  
[216] 大题题干.流行的传播过程可以从个人、群体、 ( ) 三个不同  
层次进行分析  
[216] 难易度.易



[216] 选项数.1

[216] 选项 A.社会

---

[217] 题目类型.填空题

[217] 大题题干.评价是对流行的（）形成过程

[217] 难易度.易

[217] 选项数.1

[217] 选项 A.态度

---

[218] 题目类型.填空题

[218] 大题题干.神话故事在文化中有四种相互联系的功能：形而上学、社会学、宇宙哲学、（）

[218] 难易度.中

[218] 选项数.1

[218] 选项 A.心理学

---