

○-○-○

考点名称:

姓名:

学号:

○-○-○

试卷代号:11054

座位号

国家开放大学2023年秋季学期期末统一考试

流通概论 试题(开卷)

2024年1月

注意事项:

1. 将你的学号、姓名及考点名称填写在试题和答题纸的规定栏内。考试结束后,把试题和答题纸放在桌上。试题和答题纸均不得带出考场。待监考人员收完试题和答题纸后方可离开考场。
2. 仔细阅读题目的说明,并按题目要求答题。所有答案必须写在答题纸的指定位置上,写在试题上的答案无效。
3. 用蓝、黑圆珠笔或钢笔(含签字笔)答题,使用铅笔答题无效。

一、单项选择题(本题共10小题,每小题1分,共10分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. 在各种商业群中,()的消费者主要是附近的居民,在这些地方开设零售店是为了方便附近居民就近购买日用百货等。
A. 城市中央商业群 B. 城市交通要道和交通枢纽商业群
C. 城市居民区商业群 D. 郊区购物中心商业群
2. 在流通企业的海外市场进入模式中,()是一种在东道国新建企业的模式。
A. 独资 B. 特许
C. 并购 D. 合资
3. 批发业务最基础、最重要的职能是()。
A. 调节供求 B. 集散商品
C. 节约成本 D. 信息传递
4. 企业把自己开发的商品、服务和营业系统,以合同的形式授予加盟店在规定区域内的经销权和营业权,这种组织形式的零售商是()。
A. 公司连锁零售商 B. 自由连锁零售商
C. 特许连锁零售商 D. 零售商合作社

(11054号)流通概论试题第1页(共4页)

5. 在各种流通渠道中,()是只包括一个中间商的流通渠道。

- A. 一级渠道 B. 二级渠道
C. 三级渠道 D. 零级渠道

6. 下列哪一项属于生产者之间的水平渠道系统?()

- A. 农业合作社 B. 消费合作社
C. 批发商连锁组织 D. 零售商合作社

7. 经营某一大类的商品的零售业态是()。

- A. 专业店 B. 专卖店
C. 折扣店 D. 便利店

8. 批发商从制造商或供应商购进商品,然后再向其客户进行转售的批发业态是()。

- A. 代理 B. 经销
C. 经纪 D. 拍卖

9. 在垂直渠道系统的典型形态中,特许经营组织属于()。

- A. 产权式 B. 公司式
C. 契约式 D. 管理式

10. 零售商最基本的经营要素是()。

- A. 广告 B. 店址
C. 价格 D. 商品

二、多项选择题(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在下列每小题给出的选项中,选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分)

11. 在下列选项中,属于零售经营环境的是()。

- A. 政治法律要素 B. 微观经济要素
C. 技术要素 D. 消费者需求
E. 行业竞争状况

12. 在下列选项中,属于批发市场的交易方法的是()。

- A. 拍卖交易 B. 投标交易
C. 协商交易 D. 凭样品交易
E. 凭质量交易

13. 一般来说,个人消费者的特征包括()。

- A. 需求的多样性 B. 人数众多并且地理位置分散
C. 购买批量小 D. 专家型购买
E. 不同商品的需求弹性差异较大

(11054号)流通概论试题第2页(共4页)

14. 在下列选项中,零售商的职能包括()。
- A. 商品交换 B. 储存商品
- C. 沟通服务 D. 装卸搬运
- E. 流通加工
15. 在下列选项中,连锁商店的基本特征包括()。
- A. 标准化管理 B. 专业化分工
- C. 集中化进货 D. 简单化作业
- E. 经验管理
16. 在下列选项中,属于专业流通者的是()。
- A. 批发商 B. 零售商
- C. 物流服务机构 D. 市场调研机构
- E. 广告代理机构
17. 流通渠道结构的影响因素包括()。
- A. 市场因素 B. 政策因素
- C. 生产者因素 D. 流通者因素
- E. 消费者因素
18. 在下列选项中,渠道权力的来源包括()。
- A. 奖赏 B. 强制
- C. 非专业知识 D. 合法性
- E. 参照与认同
19. 在下列选项中,属于流通创新发展趋势的是()。
- A. 创新组织化 B. 技术密集化
- C. 流通国际化 D. 消费主导化
- E. 制造主导化
20. 按照组织形式不同,可将零售商划分为()。
- A. 有形店铺 B. 自由连锁零售商
- C. 特许连锁零售商 D. 消费者合作社
- E. 无形店铺

三、判断正误题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

21. 为了有效进行商品采购,必须做好两项基本工作,一是商品分类,二是供应商选择。()
22. 交易参与者是指经市场开办者批准,直接进入批发市场购买商品,从事转卖交易的经济团体或个人。()
23. 期货交易是指远期进行的标准化合约的交易。()
24. 大型组织和单位以社会化物流为主。()
25. 信息不仅是商流与物流的前提,也是商流与物流状态的反映。()
26. 流通渠道所涉及的活动发生在不同的社会经济组织之间,是组织间关系,而不是组织内部关系。()

27. 工业品流通渠道结构要比消费品流通渠道结构相对复杂。()
28. 对于体积大且重量较重的商品,其流通渠道会短一些。()
29. 流通业态创新的过程,实际上就是流通企业针对市场需求重新进行市场定位和实现定位的过程。()
30. 流通国际化动因可以归纳为推动因素与拉动因素这两大类,推动因素更为重要。()

四、简述题(本题共 2 小题,每小题 15 分,共 30 分)

31. 简述流通方式的变革。
32. 简述零售选址的原则。

五、案例分析题(20 分)

33. 请大家根据所给案例材料,用所学理论进行分析论证,说明自己的观点和认识,理论运用要恰当,观点陈述要明确,逻辑阐述要清楚,字数一般不少于 400 字。

品花干果退出淘宝

品花干果只是简单的夫妻店铺,开在黄浦区的蓬莱公园。店主一直认为,店规模虽小,但只要对市场反应敏锐,早晚能够发展壮大。实体店周边有二个大卖场、三家菜场,这些竞争对手虽然也经营南北干货等农产品,但也导入大量客流。由于服务细致周到,货真价实,品花干果年营业额逐年提升,又加上 2006 年公司开始在大兴街和唐山路的大型批发市场设立批发部,在南丹路、东宝兴路和多伦路步行街设立联营店,在激烈的竞争中发展壮大,生意红火,经过多年发展一线员工近 100 多名,年营业额在 2010 年达到 400 万。

到了 2011 年,电子商务兴起,而且开淘宝店铺几乎免费,只要交 1000 元钱的押金。店主通过对电商市场的一些研究,发现网络使复杂的渠道关系变得简单,省去了实体渠道中的诸多环节,直接面对终端消费者,缩短了渠道的中间环节,加上网上销售没有实体店铺租赁、管理等费用的支出,产品在网上的销售成本远低于实体店的销售成本。于是,品花干果也建立自己的淘宝店铺,不断加大网络渠道营销力度,在淘宝网站上开展一些促销活动,发一些活动优惠券,顾客凭该优惠券,到门店购买可获得相应优惠,起到了互相促进销售的作用。

但在网上销售却没有想象中那样迅速发展,尤其是三只松鼠、百草集这样的大的网商在京东、天猫开了旗舰店以后,网上生意更是一落千丈。月成交额也就是 4000-5000 元,每月 100-150 单,单价在 40-50 元,这样还不够人力支出。所以,从 2015 年就顺其自然,淘宝店铺就处于自然退出的状态了。从淘宝店铺到淘宝旺铺,这里面不过一字之差,却隔着千山万水。仅仅过了 3 年多时间,品花干果几乎退出了淘宝市场,并且实体店也关掉了其他 5 家店面,只剩蓬莱公园一家店面。到底是什么原因导致的结果呢?

阅读案例,请分析下列问题:

- (1)品花干果为什么退出淘宝?(10 分)
- (2)结合课程学习和工作经历,写出你对品花干果退出淘宝的思考。(10 分)

试卷代号:11054

国家开放大学2023年秋季学期期末统一考试

流通概论 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2024年1月

一、单项选择题(本题共10小题,每小题1分,共10分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. C
2. A
3. B
4. C
5. A
6. A
7. A
8. B
9. C
10. D

二、多项选择题(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在下列每小题给出的选项中,选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分)

11. ACDE
12. ABCD
13. ABCE
14. ABC
15. ABCD
16. AB
17. ACDE
18. ABDE
19. ABCD
20. BCD

三、判断正误题(本题共10小题,每小题2分,共20分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

21. √
22. ×
23. √
24. ×
25. √
26. √
27. ×
28. √
29. √
30. ×

四、简述题(本题共2小题,每小题15分,共30分)

31. 简述流通方式的变革。

答题要点:(1)由直接流通到间接流通。(3分)(2)由复合流通到批零分离式流通。(3分)(3)由现货贸易到期货贸易。(3分)(4)由现实空间交易到虚拟空间交易。(3分)(5)由自营物流到专业化物流。(3分)

32. 简述零售选址的原则。

答题要点:(1)方便购买原则。(5分)(2)方便运送原则。(5分)(3)有利竞争原则。(4)有利网点扩充原则。(5分)

五、案例分析题(20分)

33. 答题要点:(1)第一,小卖家缺乏专业管理;第二,投入不足导致小卖家丧失竞争能力;第三,同质化产品竞争过于激烈。(10分)(2)第一,退出淘宝专心做好线下;第二,精细化管理大力推进产品服务和销售模式改变,例如产品结构调整、产品名称和包装改进、调整产品定价方式;第三,改变销售渠道;第四,建设微信营销等。(10分)