

全国 2020 年 8 月高等教育自学考试 商品流通概论试题

课程代码:00185

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 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。
2. 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 1 分,共 20 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. 商品所有权由生产领域向消费领域的转移过程被称为
A. 商流
B. 信息流
C. 物流
D. 资金流
2. 以下关于零售商的说法不正确的是
A. 承担商品交换的职能
B. 承担整买整卖的职能
C. 承担储存商品的职能
D. 承担沟通服务的职能
3. 无店铺零售的出现是零售业的
A. 第一次革命
B. 第二次革命
C. 第三次革命
D. 第四次革命
4. 狭义的流通产业不包括
A. 批发
B. 零售
C. 餐饮
D. 物流
5. 以下属于流通辅助机构的是
A. 大型生产机构
B. 市场研究机构
C. 批发中介机构
D. 零售中介机构
6. 在消费品市场上,标准的渠道形式是
A. 零级渠道
B. 一级渠道
C. 二级渠道
D. 三级渠道
7. 连锁经营的基本形态是
A. 自由连锁
B. 直营连锁
C. 特许连锁
D. 加盟连锁

8. 目前电子商务最主流的商业模式是
- A. B2C
B. C2B
C. C2C
D. M2B
9. 批发业务最基础和最重要的职能是
- A. 节约成本
B. 传递信息
C. 调节供求
D. 集散商品
10. 在指定地区享有指定商品专营权利的代理人是
- A. 总代理
B. 独家代理
C. 区域代理
D. 一般代理
11. 以下属于传统物流组织的是
- A. 矩阵型组织
B. 弹性组织
C. 网络组织
D. 职能型组织
12. 企业资源计划也即
- A. QR
B. JIT
C. ERP
D. VMI
13. 在零售企业国际化过程中所面临的有关贸易国价格波动和供需变动所带来的风险,属于
- A. 政治风险
B. 自然风险
C. 市场风险
D. 经济风险
14. 在流通企业进入海外市场的各种模式中,对海外市场控制度最高的是
- A. 许可
B. 特许
C. 合资
D. 独资
15. 知名的国际贸易网站包括
- A. 银泰百货
B. 兰亭集市
C. 京东商城
D. 高鑫零售
16. “互联网+流通”改变商业的空间集聚方式不包括
- A. 去商业化
B. 去中心化
C. 去都市化
D. 去实体化
17. 农产品流通体系中的载体不包括
- A. 场所
B. 设备
C. 设施
D. 农户
18. 农产品流通的基础设施包括
- A. 城乡发展政策
B. 食品安全法律
C. 新型贸易机制
D. 流通加工设施
19. 以下属于生产者流通政策的是
- A. 供销合作社政策
B. 商业业态政策
C. 连锁商业政策
D. 消费合作社政策

20. 商品流通政策的制定不仅要有利于商品流通效率的提高,还要保证整个经济社会效率的提高,这体现了经济政策基本目标中的
- A. 经济发展目标
B. 经济稳定目标
C. 经济公正目标
D. 经济自由目标
- 二、多项选择题:本大题共5小题,每小题2分,共10分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。
21. 有店铺零售业包括
- A. 网络零售
B. 电视购物
C. 超级市场
D. 百货店
E. 便利店
22. 物流业包括
- A. 交通运输业
B. 储运业
C. 通运业
D. 配送业
E. 数据服务业
23. 商品流通渠道结构的影响因素包括
- A. 市场因素
B. 商品因素
C. 生产者因素
D. 流通者因素
E. 消费者因素
24. 以下属于社会文化环境的因素有
- A. 消费水平
B. 法律政策
C. 交易习惯
D. 主流价值观
E. 消费行为习惯
25. 渠道冲突的解决机制有
- A. 沟通
B. 融合
C. 谈判
D. 外交
E. 联合

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、填空题:本大题共10小题,每小题1分,共10分。

26. 广义的商业泛指一切以_____为目的的事业。
27. 1859年,“大西洋和太平洋茶叶公司”在美国成立,这是世界公认的第一家_____。
28. 商品流通渠道结构变迁的拉动因素是_____。
29. 零售的服务对象是_____。
30. 批发业态包括_____、代理、经纪和拍卖。
31. 物流的网络要素包括点和_____。
32. 外国流通企业进入国内市场,使国内市场的竞争呈现出国际化的特征,这被称为_____国际化。

33. “互联网+流通”并未改变流通的本质内涵，旨在引领流通业的_____发展。
34. 农产品流通的时间特征表现为_____、周期性、不稳定性和易腐性。
35. 按商品流通政策适用的对象不同，可将商品流通政策划分为生产者流通政策、商业者流通政策和_____流通政策。

四、简答题：本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分。

36. 商品流通的双重含义是如何体现的？
37. 简述充当经纪角色的批发商所具有的特点。
38. 简述现代物流与传统物流的区别。
39. 简述农产品流通的影响因素。
40. 简述商品流通政策的功能。

五、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

41. 结合实际论述零售选址的重要性。
42. 结合实际分析流通国际化的动因。

六、案例分析题：本大题共 1 小题，15 分。

43. 阿里巴巴的自营生鲜类商超“盒马鲜生”自 2016 年 1 月在上海开设第一家店至今，成绩斐然，年坪效高达 5 万元，是传统超市的 3-5 倍，迄今在全国主要的一二线城市开店数超过 130 家。盒马鲜生是一家只做“吃”这个大品类的全渠道体验店，整个门店完全按全渠道经营的理念设计，完美实现了线上和线下的全渠道整合，线上订单数超过了线下订单数。每件商品都有电子标签，可通过 APP 扫描获取商品信息并在线上下单，无需按传统门店设计复杂的动线。

盒马鲜生的物流仓储作业前置到门店，和门店共享库存和物流基础设施，店内部署了自动化物流设备进行自动分拣，效率较高，基本达到 3 公里内 30 分钟送达的及时配送承诺。

盒马鲜生商品品类丰富，包括来自全球 103 个国家超过 3000 种的商品，涵盖肉类、水产、蔬菜水果、南北干货、米面油粮、烘焙、熟食等。盒马鲜生在店内设有餐饮区，顾客选购了海鲜等食材后可以即买即烹，直接加工，现场制作，该做法深受消费者欢迎，提升了到店客流的转化率和线下体验，也带动了客流的高速增长。

案例思考：

- (1) 分析盒马鲜生广受消费者欢迎的原因。
- (2) 结合案例分析“互联网+流通”的主要特征。