

《流通概论》复习资料

仅供参考

判断题

1. 只要有社会分工，就一定会有商品交换。x
2. 第二次社会大分工是商业与农业、畜牧业、手工业的分离。x
3. 没有社会分工就不会产生产品供给单一化与产品需要多样化的矛盾，从而就不会有商品交换。√
4. 商人资本是历史上最早出现的资本形态。商人的出现，进一步扩大了商品交换的规模和空间范围，节约了生产者用于交换的时间和费用，促进了生产力的发展。√
5. 我国商业的就业比重仅次于农业，居第二位。与制造业相比，商业经营的资本与技术约束低，因此，商业的进入与退出障碍低。x
6. 商业对经济增长的贡献程度可通过商业产出弹性系数这一项指标来衡量。x
7. 批发商业与零售商业的最终分离大约发生在19世纪60年代产业革命时期。批发与零售相分离的意义不仅仅在于流通职能上的专业分工，而且在于两者相分离之后演化出一系列流通组织形式，并进一步促进了商业的发展。x
8. 一般认为，1848年由82名谷物商自发组织创立的芝加哥商品交易所是世界上第一个现代意义的从事期货交易的商品交易所。√
9. 自从批发商业与零售商业分离后，批发商业得到了迅速发展，特别是在20世纪80年代前，批发商业处于社会商品流通的绝对支配地位。x
10. 商业完全代替了生产者的交换职能。x
11. 商业的事业内容是组织与组织之间的商品交换，而不是组织内部的产品分配、调拨。√
12. 制造商或消费者的购货活动是重要的商业活动。x
13. 按流通阶段进行分类，可将商业划分为批发商业与零售商业。√
14. 批发商业是“城市服务产业”，零售商业是“城市形成产业”。x
15. 货币出现以后，使商品交换分离成两个相对独立的阶段，即卖和买。卖是商品的第一形态变化，即商品转换为货币；买是商品的第二形态变化，即货币转换为商品。x
16. 商业就是流通的全部，两者可相互替代。x
17. 零售商业是一个充分竞争的行业，因此，政府没有必要对零售商业进行任何干预。x
18. 零售商业必须要有店铺，因此，没有店铺就无法经营。x
19. 休闲娱乐功能是零售商业所独有的功能。√
20. 消费者到商店购物所支付的成本就是指消费者购买商品的价格。x
21. 对有店铺零售商来说，店铺设计与商品陈列可提供制造市场差别上的富机会。√
22. 零售商的销售过程是销售人员与顾客自始至终的双向沟通过程。√
23. 适者生存理论是由美国学者麦克奈尔提出的。该理论认为零售业态是一个“物种”，某一业态的产生与发展是与社会经济环境直接相关。适应时则生存、发展；反之，就会被淘汰。x
24. 店铺外观设计的好坏，直接关系到店铺的吸引力与辐射力，从而影响零售商的经营绩效。√

25. 从近期 3—5 年来看, 便利店和购物中心都会有不同程度的发展, 不久就会成为主流业态。x
26. 零售商成功与否不取决于哪一种业态和业态, 而主要取决于零售要素组合及其创新。√
27. 自由连锁的突出特点是: 统一资本, 集中管理, 分散销售, 权力集中, 利益独享。x
28. 加盟连锁企业的独立性低于正规连锁, 高于自由连锁。x
29. 正规连锁是成员店的所有权、经营权独立, 实行自愿联合, 统一进货、统一管理, 独立核算, 共同分享经营的利益。x
30. 便利店是以经营即时性商品为主, 以满足便利性需求为第一宗旨, 采取自选式购物方式的小型零售店。它产生于 20 世纪 30 年代的日本, 营业时间一般是从早上 7 点至晚上 11 点。x
31. 购物中心的主要功能是集中购物。x
32. 自由连锁的集中程度低于正规连锁, 高于特许连锁。x
33. 特许连锁是所有权与经营权统一集中。x
34. 百货商店是实行自我服务和一次集中结算的售货方式; 专业商店的特征之一是经营品种繁多, 且规格、档次、花色、式样齐全。x
35. 百货国家连锁店的定义不是小商店的联合, 而是大集团的部分化。√
36. 仓储式商店的最大优势是为批量购买者提供廉价的商品。√
37. 在测定商圈的基础上, 通过地理分析、商业区分析, 便可选择、确定理想的店址位置。x
38. 边缘商圈是指次级商圈以外的区域, 在这个区域顾客来店比较方便。x
39. 居住人口是次级商圈中的基本顾客的主要来源。零售店铺附近的居住人口越多, 潜在的顾客也就越多, 商圈规模也就相对扩大。x
40. 对新设店铺来说, 其商圈的确定, 可根据当地零售市场的销售潜力, 运用趋势分析来确定, 如运用城市规划、人口分布、住宅建设、小汽车、公路建设、公共交通等方面的资料来确定商圈的范围。√
41. 通道宽度因客流量及卖场面积的大小而不同, 但最低应保持两人并行时所需要的宽度, 即在 1 米之间。x
42. 设计适当的照明是商店展示店容、宣传商品、方便选购的重要手段。√
43. 顾客来店往往通过“看、听、嗅、尝、触”五种感觉来进行购买决策, 因此, 卖场的商品陈列应该达到有效刺激顾客五种感觉的效果。为此, 要遵循八大原则。x
44. 零售学研究者却发现, 商品陈列的高度决定顾客的“易见易触”的商品程度, 从而直接影响商品的销售。一般来说, 商品陈列高度的有效范围在净地面 0.8—1.8 米之间。x
45. 一般来说, 一个店铺的卖场面积应占店铺使用面积的 70—80%。x
46. 店铺卖场面积与销售额成正比的线性关系。x
47. 核心商圈是指最接近店铺的區域, 在这个区域顾客来店购物最方便。大型店铺的核心商圈在 8 公里, 其顾客大约占 60—80%。x
48. 商品陈列时一定要注意商品堆积的整齐性, 决不可随机成列。x
49. 店铺出入口设计时要注意, 出入口位置一定要设在店铺的中央。x
50. 零售饱和指数只能作为确定商圈和店铺选址的参考, 而不能作为惟一的标准。√
51. 商品结构中主力商品就是指畅销商品。x

52. 经营商品目录包含必备商品目录, 必备商品目录是经营商品目录的一个组成部分。√
53. 顾客服务的内容就是销售货真价实的商品。x
54. 商品采购中“勤进快销”原则是指进货越勤越好 x
55. 成熟期的商品采购策略应积极组织货源, 扩大商品购进, 促进商品销售。x
56. 批发商业的顾客通常主要是“夹店购物”。x
57. 批发商业的销售对象是企业或事业单位, 零售商业的销售对象是家庭。√
58. 销售批量的大小是区分批发商业与零售商业的重要标准。x
59. 批发商业存在的必要性是因为可以节约商流费用。√
60. 流通金融功能是批发商业的特有功能。x
61. 批发商既是制造商的销售代理人, 也是零售商的销售代理人。√
62. 拍卖公司是一种批发商业形态。√
63. 批发商业中户购买决策中的“把关者”是指有权阻止供货者向采购人员传递信息的人。√
64. “延期生产”要以“小批量、多品种、高频率”的快速供货系统为前提。√
65. 专门从事“工业自销”的生产企业自设的销售机构不是真正意义上的批发商。√
66. 在计划经济体制下是不存在真正意义上的商品流通的。√
67. 批发市场是以盈利为目的的批发商业企业。x
68. 批发市场是集中进行现货交易的场所。√
69. 商品交易所的结算业务由买卖双方进行。x
70. 在规范的批发市场中, 中间批发商不得从上市者手中直接购进商品。√
71. 在规范的批发市场中, 上市者可以直接将上市商品销售给需要者。x
72. 公开竞价是商品交易所的基本原则。√
73. 清算机构的清算业务主要包括两个层次, 一是对会员的清算, 一是会员对客户的清算。√
74. 非会员单位不能在交易所直接进行交易。x
75. 批发市场和集市都必须都是常设的交易市场, 必须具有连续不断的交易特性。另外, 两者一般都实行会员制。x
76. 批发市场与商品交易所都是集中进行商品批发交易的常设场所, 批发市场主要进行现货交易, 而商品交易所主要进行期货交易。√
77. 批发商的主要任务是通过商品的采购、销售、运输与储存, 把商品转售给再销售者或产业用户; 而批发市场的任务是保证批量交易公正、合理地进行, 并为商品交易者提供各种交易服务, 本身不从事商品交易。√
78. 公共批发市场是规范化程度最高、交易规模最大的—种批发市场, 其主要特点是: 大多设在商品的集散中心、交通中心或消费者密集的大城市; 一般都是“官办的”, 且交易者很多。x
79. 批发市场的关联者是指专门为批发市场交易活动提供服务的个人或企业, 主要包括: 负责货物仓储托运业务的服务组织、提供通讯业务的服务组织、提供金融业务的服务组织等等。√
80. 服务功能是指批发市场为商品交易者提供各种服务的功能, 主要包括信息服务功能、物流服务功能和生产服务功能。x

81. 交易参与者是指经市场主办方批准,可以直接从该批发市场购买商品,但不得从事商品转卖交易的个人或经济团体。√
82. 电子商务是运用电话、传真等现代通信手段进行的商务活动。X
83. 电子商务就是在国际互联网上进行商品买卖的经营活动。X
84. 网络营销与传统营销方式不同,应采用不同的销售策略。√
85. 网上商店具有传统零售商店的全部功能。X
86. 可以运用网络营销开展国际贸易。√
87. 商业自动化主要是商业设施的现代化。X
88. 商品代码可由企业根据需要自行制定编制规则。X
89. 电子收款机是完成前台收款功能的设备。√
90. 网上贸易与传统的贸易形式相比,具有以下特点:交易范围广、交易效率高、交易成本低、贸易全球化,且是网上网下相结合。√
91. 商业自动化是指商业经营设施的机械化、自动化、信息化。X
92. 商品条码技术,主要针对商品信息的录入与处理,特别是在商店的商品销售和仓储配送过程中起到了重要的作用。√
93. 电子商务是新兴事物,为保障其健康、稳步地发展,必须建立完善法律体系。当前,我国已经出台了一系列有关电子商务的法规,但仍有一些法律问题急需解决。如行业规范、税收问题、电子商务的法律效力、电子商务安全问题等。√
94. 物流与商流是紧密联系在一起,不可分割。X
95. 现代物流管理的根本目标是降低总成本。X
96. 物流标准化与物流柔性化是相互矛盾的。X
97. 离开了物流信息化,现代物流很难取得发展。
98. 物流定义中的“物品”是指最终产品。X
99. 流通加工是在流通过程所进行的目的为便利物流或消费而进行的不改变物品基本性能的加工。流通加工能提高商品附加价值。√
100. 物流能力是构成企业核心竞争能力的重要因素,其发展的快慢将影响着企业在市场上的竞争态势的形成。√
101. 现代物流管理应坚持的7R原则可概括为快速、便利、准确、安全原则。√
102. 物流质量管理必须满足两方面的要求,一方面是满足生产者的要求;另一方面是满足客户的要求;这两方面的要求完全是一致的。X
103. 物流成本管理是现代物流管理的重要组成部分,可以说它是物流管理的基础。√
104. 现代物流对企业不仅仅意味着降低成本,更重要的是提供便捷迅速的服务。√
105. 现代物流产业被喻为促进经济发展的“加速器”。√
106. 宏观物流和微观物流是依据物流的规模进行的划分。X
107. 凡是社会化的专业物流企业按照货主的要求所从事的物流活动都属于第三方物流。√
108. 第四方物流可以在更大范围内整合资源,并构筑更大规模的、覆盖面更广的物流信息平台。√
109. 连锁经营的发展离不开配送中心的支持。√

110. 作为综合性物流运动的配送不仅仅是送货。√
111. 发展配送中心的目的就是降低运输成本。x
112. 配送中心的所有业务都是物流作业，因此配送中心是一个纯物流组织。x
113. 区域型配送中心配送规模较大，主要是向城市配送中心进行配送，而很少直接配送给商店√
114. 一些配送中心既可能是多功能、多商品的配送中心，也可能是区域性的“综合型多功能区域配送中心”。√
115. 电子商务离不开物流配送的发展，同时电子商务又促进了物流配送的发展。√
116. 配送的实质是送货，现代物流中的配送是一种资源配置的方式。√
117. 配送模式的配送中心一般不是相对独立的利润中心。√
118. 与传统的批发、储运企业相比，配送中心在服务内容上由商流、物流发展到商流、物流、信息流有机结合。√
119. 作为商品流通政策主体的社会公共机构主要由三部分构成，即立法机构、司法机构与行政机构。行政机构是最高层次的商品流通政策主体。x
120. 商品流通政策是一种公共政策，但不具有公共物品的性质。x
121. 商品流通政策是以商品流通活动为对象的公共政策，即社会公共机构（国家或政府）为了纠正市场失灵、促进流通产业发展、协调流通活动、保障竞争的公平与公正、保护消费者权益及其他社会公共利益而对商品流通领域的公平介入。商品流通政策的对象仅指商业企业的活动x
122. 商品流通政策的含义要比商品流通产业政策的含义广泛。√
123. 商品流通行政政策是指商品流通行政管理机构制定的政策，这些行政政策是强制性的。x
124. 行政机构既是商品流通政策的制定者、执行者，也是商品流通政策的规制对象。√
125. 大型店政策是流通领域的专门政策。√
126. 我国的反垄断政策尚不够完整，且缺乏一定的可操作性。√
127. 商品流通政策的主体主要包括立法机构、司法机构和行政机构，但各种利益集团对商品流通政策的制定与实施具有重要影响。√
128. 商品流通政策不是单一的，而是多元的政策体系。√
129. 国民福利包括国民收入、生活质量、工作兴趣、消费者闲暇和消费者爱好的满足五个方面。我们认为，商业与这五个方面具有直接的相关性。x
130. 第三方物流拥有货物的所有权。x

单选

1. 据商业史学家的研究，我国（夏代）就已经出现了一些专门从事商品交换的人。
2. 商业分类方法很多，将商业划分为生产资料商业和消费品商业，就是按（业种）进行分类的。
3. 解决供需矛盾的最公平、最稳定、最经常、最有效的途径是（交换）。
4. 商人资本是最早出现的（资本形态）。
5. 对零售业进行的分类，业种的分类是根据（经营商品的六类）。
6. 商业对国内生产总值的贡献程度，可以用来衡量的指标有（商业所实现的产值占国内生产总值的比例）。

7. 商业与其他产业特别是制造业相比，具有许多特点，其首要特点是：（具有就业机器功能）。
8. 第三次社会大分工与前两次社会分工的根本差别是产生了（商业）。
9. 无论是近期还是远期，将成为我国零售商业的**主流业态**的是（超级市场）。
10. 业种是指零售商业的**行业种类**，业种强调的是（卖什么）。
11. 零售业态的变迁，可以用（6种）理论来解释。
12. 零售商业的服务对象是（个人消费者）。
13. 业态是零售商业的（经营形态）。
14. 对有店铺零售商业来说，（店铺选址）是形成差别化甚至垄断经营的最重要因素。
15. （邮寄商店）是无店铺零售商业。
16. 零售商业的**金融功能**主要体现在（分期付款）。
17. POS系统又叫**销售时点管理系统**，其最大作用是**有利于零售商进行（单品管理）**。
18. PB商品主要是指（零售商）开发、制造的商品。
19. 零售商与零售商之间的竞争是一种（水平竞争）。
20. 真空地带理论是由（凡尔森）提出的。
21. 零售商业在商品流通中的首要功能是（分类、组合、备货）。
22. 对零售商业来说，配送是决定企业生存与发展的生命线。目前，我国的配送中心主要以（自建型与营业型）为主。
23. 目前我国零售商业经营成本高、经营效率低的一个重要原因是（配送体系的缺陷）。
24. 特许连锁是一种以（契约）为基础的零售企业经营模式。
25. 作为一种商业积聚形态，购物中心与（商业街）有很多相似之处。
26. 连锁店能够成为世界上一**种流行的零售组织形式**，并在零售业中占有重要的位置，是与其独有的、一系列的**优势分不开的**，除因商店的市场范围大外，第二项优势是（商店知名度高）。
27. （超级市场）的业务流程可概括为“上架售货、自主服务、小单携带、出门结算”。
28. （特许连锁）的最大特点是：有一个盟主，各成员店在财产上与法律上是**独立的**，在经营管理上失去自主权，一切要在盟主规定的条件下去经营。
29. 百货店发展到现阶段，其主要形式有：（独立或单独的百货店和**连锁百货店**）。
30. 购物中心的主要功能是购物、休闲与娱乐。购物中心的首要功能是（提供**齐备的商品**）。
31. 超级市场的目标市场是（普通大众）。
32. 百货商店的目标市场是（**高社会性顾客**）。
33. 仓储商店一般采取（**会员制**）形式。
34. 专卖店是指专门经营或授权经营（**制造商**）的品牌商品，适应消费者对品牌选择需求的零售业态。
35. 次级商圈是指核心商圈的外围区域，在这个区域里顾客来店购物比较方便。次级商圈的顾客大约占（15—25%）。
36. 商圈分析是指经营企业对商圈的构成情况、特点、（**范围**）以及影响商圈规模变化的因素进行实地调查和分析。

37. “零售引力法则”认为，城市人口越多、规模越大、商业越发达，对顾客的吸引力就越大。这一法则是日（美国学者威廉·赖利）在1929年提出的。
38. 一个城市内的商业区或购物区类型大体包括：（中心商业区、辅助商业区、商业小区、购物中心和独立店区）。
39. 一般来说，一个店铺的卖场面积应占店铺使用面积的（60—70%）。
40. 通道的宽度因客流量及卖场面积的大小而不同，但最低应保持在（0.8—0.9米）之间。
41. 一般来说，商品陈列高度的有效范围在卖场面的0.6—1.8米之间，其中黄金段的高度一般在（0.85—1.2米）之间。
42. 一般来说，经营日常生活用品的店铺，其商圈范围较小，主要以（核心商圈）为主。
43. 城市A有人口10万人，城市B有人口5万人，城市A与城市B的距离为25公里，那么，城市A与城市B的商圈边界各是多少（城市A为14.65公里、城市B为10.36公里）。
44. 主要易于容易零散的商品，如袋装商品及小五金类的商品陈列形式是（挂钩陈列）。
45. 在店铺选址应避免的选址中，不正确的是（同类商店集聚址）。
46. 商品陈列时，利用平台或推车进行堆积陈列，属于表现（廉价）的陈列形式。
47. 在橱窗陈列设计时，对于新产品、特色产品应采用（特写式陈列）。
48. （店铺选址）是垄断经营的最主要因素。
49. 店铺基本照明光度的强弱一般要视店铺的经营范围和主要销售对象而定，一般在（卖场最里面）配置的光度最大。
50. 一般来说，核心商圈的顾客大约占（55—70%）。
51. 零售店经营的商品可按不同标准进行分类，以利于制定商品经营战略，扩大商品销售，增加企业利润。将商品划分为日用品、日用百货、专业品和流行品，是根据（顾客的消费习惯）进行分类的。
52. 消费者在购买动机驱使下走入商店，从对产品的选择、评价到购买，在心理上大致要经过八个阶段。其中第三个阶段是（联想阶段）。
53. 零售企业处理顾客投诉有多种方式，它们是（现金退还、商品退换、价格退换、服务退换和向顾客表示歉意）。
54. 对于销售人员的不礼貌使顾客受到侵害的投诉可采用（向顾客表示歉意）方式解决。
55. 消费者购买心理的哪个阶段（评价阶段），通常喜欢首肯同类产品不同品牌，试试商品，所以营业员应该特别注意商品的陈列方式，一定要排列整齐、美观，而且容易看得清楚。
56. 对于货源较远的商品的进货策略可选择（集中采购）。
57. 商业合作的种类很多，按业务性质不同，可划分为收购合作、销售合作、储运合作、信贷合作等。其中零售企业的（采购合作）是零售企业经营活动中使用最频繁、也是最主要的一种合作。
58. 采购批量与采购费用的关系是（成反比）。
59. 零售企业在经营商品的（投入期），可以采取向生产企业代销的方式。
60. 汽车制造厂的商品是汽车，但根据不同的市场需求，而设立小轿车、大客车和运货车三种产品系列以适合家庭用户、团体用户以及工业用户的需要，这种产品组合属于（产品系列专业型）。
61. 某零售企业积极组织某种商品的货源，扩大商品购进，促进商品销售。你认为该商品的生命周期处于（成长期）。

62. 对于大批量期货交易可采取（合同采购）的采购方式。
63. 制造商与零售商的“两极化”是指（大型化与小型化）并存现象。
64. 不依附于生产部门，独立从事批发交易活动并对所经营的商品拥有所有权的批发商叫（商人批发商）。
65. 运输业主要调节商品供求的（空间矛盾）矛盾。
66. 批发商用户需求（缺乏弹性）。
67. 商流费用不包括（保管费用）。
68. 哪种批发形式在我国还不多见（连锁批发商）。
69. 从全社会来说，流通成本是指花费在商品流通过程中的各种费用，包括（商流费用）和物流费用。
70. 流通加工功能是批发商业的重要功能，事实证明，一些具有竞争实力的批发商往往都是极具流通加工能力的批发商。流通加工是指要对采购的商品进行（分类、分级、分等、整理、编配、包装和初加工）。
71. （二次批发商）一般设在交通枢纽或商品集散地。
72. 根据用户的实际订货而不是生产者的需求预测进行的生产称（延期生产）。
73. 针对哪类批发用户购买类型（全新购买），批发商应力图多接触那些对购买决策起关键作用的人物，并为他们提供有用的信息和帮助，以促进用户的购买。
74. 交易双方对某些商品以其标准品质，如成分、含量、纯度等作为依据而进行的交易就是（凭标准品级交易）。
75. 商品交易所进行的是（合约交易）。
76. 不论是哪种类型的批发市场，其交易规则、管理制度都是日趋（规范化）的，这是现代批发市场的基本特征。
77. 批发市场既不同于集市和商品交易所，也不同于单体批发商或批发企业，是一种独特的批发组织，因而具有独特的功能，即（媒介功能、服务功能、管理功能、经济辐射功能）。
78. 结合我国的国情，我们应该适度发展（区域批发市场），以进一步完善商品市场体系，促进商品流通效率的提高。
79. 批发市场的交易者是指参与批发市场交易的组织或团体，具体又可分为（上市者、代理批发商、中间批发商、交易参与者）等。
80. 商品交易所必须有大量的从事期货交易交易者，这些交易者主要有四种，即投机散户、投机大户、经纪公司和场内经纪人。（投机散户）俗称“抬帽子交易者”，是场内最活跃的交易者。
81. 批发市场货源的提供者是指（上市者）。
82. 商品交易所保证金制度中，主要用于期货合约成交后的清算的保证金是（用户保证金）。
83. 交易双方以商品的一定规定，如大小、长短、粗细等作为依据而进行的交易称为（凭规格交易）。
84. 商品交易所的首要功能是（供求调节功能）。
85. 下列哪类商品不能进入商品交易所交易（具有垄断性质的商品）。
86. 下列不属于批发市场的特征的是（交易规则比较简单）。
87. 我国大部分集贸市场属于（自由批发市场）。

88. 批发市场组织机构中，负责上市商品鉴定、财务管理、交易运行、资格审查、信息发布、市场管理、总务等方面问题的机构是（常设委员会）。
89. 电子商务的主体是（企业）。
90. 在网络营销市场中，购货双方以“多对多”形式的是（网上交易市场）。
91. 以零售业务为主的网上交易形式是（网上商店）。
92. 有一商品的条形码为 6914973304024，其中“691”的含义是（制造商国家或地区）。
93. 可以实时处理销售业务，并进行经营业务分析的管理系统是（POS 系统）。
94. 电子商务作为一种新型的交易方式，与传统的交易方式有很大不同，由于交易手段的变化，产生了一些新特点，它们是（时空普遍化、技术标准统一化、过程交互化、交易个性化、影响全球化）。
95. 网上贸易是电子商务中企业与企业间的交易形式，具有良好的发展前景。与网上商店不同，网上贸易的交易对象是（商业用户）。
96. 有一商品的条形码为 6914973304024，其中“49733”的含义是（制造商代码）。
97. 电子商务的应用领域十分广泛，它可以为各种类型企业提供（网上交易与管理）的全方位服务。
98. 在流通过程中，以下哪一个因素起决定作用（商流）。
99. 终端物流被称为（服务化物流）。
100. 最精工物流成本核算的国家是（日本）。
101. 即时制生产首先应用于以下哪一个国家（日本）。
102. 现代物流是流通现代化的产物，是经营的“黑暗大陆”、“降低成本的最后处女地”和“第三利润源泉”，同时也是新经济的重要支撑力量。（物流发展水平）的高低能充分反映出一国的综合实力和企业的市场竞争能力。
103. 物流的功能要素或基本环节主要包括“（二要素）”。物流就是这些功能要素的集成系统。
104. 物流的种类很多，可按不同的标准进行分类。将物流分为供应物流、生产物流、销售物流、退货物流、回收物流和废弃物流，就是按（企业生产经营阶段）不同划分的。
105. 现代物流管理的永恒主题是（成本和服务），要努力提升物流增值性服务。
106. （物流作业）管理构成了现代物流管理的基础，其它层面的管理都是建立在这个基础上的。
107. 现代物流运营的基础和前提是（信息化）。
108. 以下坚持了可持续发展理念的物流是（绿色物流）。
109. 在以下物流自动化构成内容中，属于基础性工作的是（商品分类编程）。
110. 供应链管理本质是（跨企业的物流管理）。
111. 提出现代物流是经营的“黑暗大陆”、“降低成本的最后处女地”的是（彼得·杜鲁克）。
112. “共同配送”这一配送形式出现在配送发展的（发育阶段）。
113. 配送中心与普通仓库的主要区别在于配送中心的（分拣功能）功能。
114. 拥有较大规模的仓储设施，具有很强的储存功能，从而把零售店铺的商品储存时间和空间减至最低程度的配送模式是（储存模式）。
115. 现代意义上的配送不同于一般性的运送或运输，其特点有：（是按用户需求进行商品组配与送货活动；不是一般的送货，有许多功能；是一个综合性的物流运动）。

116. 配送可按许多标准进行分类,将配送分为自营配送、代理配送和共同配送,就是按(配送的组织形态)进行分类的。
117. 作为相对独立的利润中心的配送中心属于以下哪一种模式的配送(配销模式)。
118. 配送过程大体上包括了以下7个环节,下面列出了五种排序,请选择正确的一项:(①④②⑤③⑥⑦)。(①进货;②进行分拣、加工和包装;③分放;④储存;⑤配货;⑥装配;⑦送货)。
119. 在物流体系发展起步阶段可以选择哪种配送形式(仓库配送)。
120. 进行社会化的共同配送,在形式上代替过去的批发市场的功能的配送形式是(商业门店配送)。
121. 对连锁门店的商品配送多采用(多品种小批量配送)。
122. 对大型店铺规制最严格的国家是(日本)。
123. 商品流通政策的目标包括两个层次:一是商品流通政策的一般目标;二是商品流通政策的特定目标。其一般目标可概括为:(经济发展、经济稳定、经济公正、经济自由)。
124. 从发展趋势来看,我国商品流通政策将在(五个方面)发生变化,如重视对中小商业的保护与扶持等。
125. 以下不属于“市场失灵”的经济现象是:(价格大战)。
126. 政府在商品流通的运行与发展过程中的作用不是直接从事商业或商品流通,而是对商业与商品流通进行干预,这种干预是通过(流通政策)来实现的。
127. (反垄断政策)政策是各国最主要的商品流通政策。
128. 我国《消费者权益保护法》明确规定了消费者的(9种)权利。
129. 对零售业进行的分类,业态分类是根据(销售方式)。
130. 现代物流管理的特点之一是(跨企业的管理)。

多选:

1. 零售商业三次革命的代表性业态是(百货店、连锁店、超级市场)。
2. 三次社会大分工是指(畜牧业与农业的分离、手工业与农业、畜牧业的分离、商业与农业、畜牧业、手工业的分离)。
3. 商业的主要构成要素是(必须以营利为目的、必须有独立的组织、必须从事专业化和社会化的商品交换)。
4. 从历史的发展来看,商品交换经历了三个发展阶段(物物交换、以货币为媒介的商品交换、以商业为媒介的商品交换)。
5. 商业之所以对劳动力有较强的吸纳能力,其主要原因有(A消费者对商业部门所提供服务的最终需求不断增长B其他产业部门对商业部门的“中间服务需求”的不断增长C商业劳动生产率的增长低于其它产业D与制造业相比,商业对劳动力素质条件的要求相对较低E商业劳动具有较强的“个人化”和“家庭化”倾向)。
6. 随着经济的发展,零售商业环境不断变化,从而导致零售商业在(A选址C商品组合D营业时间E技术与服务)及销售方式的变化,这些变化的最终结果则导致业态形式越来越多。
7. 从世界范围来看,当今消费者需求的变化主要体现在(A收入水平B人口结构C家庭规模D生活方式E价值观念)。

8. 零售商业的竞争包括 (A 水平竞争 B 垂直竞争)。
9. 影响零售商业的因素有 (A 政治法律因素 B 宏观经济因素 C 消费者需求 D 竞争状况)。
10. 店铺外观设计的功能是 (A 让顾客确认店铺的存在 B 吸引顾客来店)。
11. 零售商的基本定价方法有 (A 成本取向定价法 B 需求取向定价法 C 竞争取向定价法)。
12. 便利店生存与发展需要的基本条件是 (A 消费者夜生活时间延长 B 单身家庭或单身消费者的大量存在 C 家务劳动的外部依赖程度高)。
13. 正确理解零售商业的定义必须把握以下几点: (A 服务对象是最终消费者 B 事业内容是零售经营活动 C 经营的商品是消费品而不是投资品 D 事业主体是个体零售商和法人零售商 E 不仅要销售商品, 还要提供与购买或消费商品有关的各种服务 F 对经营场所较高的依赖性, 对店铺选址与设计等有特别的要求)。
14. 专业商店的产生与发展大体上可以分为三个阶段 (A 独立化阶段 B 专业化阶段 C 成熟化阶段)。
15. 连锁店的出现, 改变了 (A 专业化 C 标准化 E 组织化) 和流水作业的现代工业生产方式不能在流通领域应用的传统观念, 使商业经营方式产生了革命性的变化。
16. 仓储商店的突出优势是 (A 以廉价吸引顾客 B 低投入费用 C 为顾客提供较完善的自我服务设施)。
17. 特许连锁的最大特点是 (B 各成员店在财产和法律上是独立的 C 加盟店在经营管理上失去自主权 D 双方以特许经营关系纽带)。
18. 购物中心的主要功能是 (A 购物 B 休闲 C 娱乐)。
19. 超级市场的业务流程可以概括为 (A 上架销售 B 自主服务 C 小单携带 D 出门结算)。
20. 连锁店的产生与发展需要具备相应的基本条件是 (A 具有较高的工业生产水平 B 国民收入及消费达到一定水平, 商品购买力较高 C 有较好的运输、通信及物流设施 D 统一、开放、有序的市场体制)。
21. 特许连锁方式包括的当事人有 (B 特许权授予者 C 特许权被授予者)。
22. 自由连锁经营的基本原则是 (A 统一营销行动原则 B 利益一致原则 C 适时调整原则 D 造福社会、造福消费者原则)。
23. 作为一种商业积聚形态, 购物中心与商业街有很多相似处, 但存在着差别: (A 在选址上存在差别 C 功能上的差别 D 计划程度或组织化程度的差别)。
24. 店铺选址时的客流分析主要是对 (A 客流类型 B 客流规模 C 客流目标 D 客流速度) 的分析。
25. 卖场设计包括: (A 卖场划分 B 面积分配 C 卖场布局)。
26. 下面哪些属于店铺的设计原则 (A 满足需要和魅力原则 B 效率原则和经济原则 C 店铺流动自由和安全原则 D 便于挑选原则)。
27. 店铺外部设计的功能是 (A 提高店铺利润率 B 方便顾客流动 C 形成良好的购物氛围 D 刺激消费者的需求)。
28. 在进行店铺建筑造型设计时, 主要应考虑 (A 建筑物形状 B 建筑物的高度 C 建筑材料 D 建筑物的外表颜色)。
29. 一个地区的商业区或购物区类型大体包括 (A 中心商业区 B 副中心商业区或辅助商业区 C 商业小区 D 购物中心 E 独立店区)。
30. 不同的零售店铺由于所在地点、(A 经营规模 B 经营方式 C 经营品种 D 经营条件) 的不同, 其商圈规模、商圈形态也不同。同样, 一个零售店铺在不同经营时期会受到不同因素的干扰和影响。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/258116132020006036>