

2018 湖南商贸类专业复习指导与限时训练 参考答案

第一部分 市场营销

专题一 市场营销概述

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ACE	BDE	ABD	ABCDE	ABCDE
题号	6	7	8	9	10
答案	ADE	ABC	ABE	ABCDE	BCD

三、情景分析题

情 景

1.市场导向市场营销观念。

持市场导向观念的人认为实现企业各项目的关键，在于正确确定目标市场的需要和欲望，并且比竞争者更有效地传送目标市场所期望的物品或服务，进而比竞争者更有效地满足目标市场的需要和欲望。

2.最大区别：市场导向观念是以买方需要为中心，通过帮助消费者满足其需要而获得相应的报酬；生产导向观念则是以卖方需求为中心，是满足卖方把产品换成现金的需要。

四、案例分析题

案 例

1.市场环境发生了改变，由卖方市场转为买方市场；竞争者增多，竞争加剧。

2.（1）先遵循的营销观念：产品导向观念。

持产品导向观念的人认为产品是重要的因素，消费者会欢迎质量优、性能最好的产品。因此持产品导向观念的企业致力于制造优良产品并经常改进，不断提高产品质量。

（2）后遵循的营销观念：推销导向观念。

持推销导向观念的人认为消费者通常会有购买迟钝或抗拒购买的表现，如果顺其自然，消费者通常不会购买本企业太多的产品，因此企业必须大力开展推销和促销活动，刺激消费者更多地购买他们的产品。

专题二 市场营销环境

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCD	BCD	ABCD	ABC	AD
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCDE	BD	ACE	ABC	ABD

三、情景分析题

情 景

1.政治法律环境。

2.政治法律环境包括政治环境和法律环境。在政治环境中给企业生产带来影响的有政治局势、方针政策和国际关系三个方面。

四、案例分析题

案 例

1.涉及了以下市场营销环境：

（1）竞争者

1995 年中国与韩国建交后，一些企业察觉向韩国出口大蒜有利可图，纷纷搞起了大蒜加工厂，将大蒜进行加工后向韩国出口。由于中国的劳动力成本比较低，中国大蒜的价格比起韩国当地生产的大蒜在价格上具有很大优势，很快在韩国打开了市场销路。在一定程度上影响了韩国同类企业的经济利益。

（2）政治法律环境

2000 年 5 月 31 日，韩国经济部发布消息

，从6月1日起依据WTO的临时保障条款对进口大蒜采取保障措施，征收315%的高额关税，理由是由于进口大蒜数量激增，导致国内大蒜“价格下跌，产业受到损失”。对此，中国对外贸易经济合作部迅速做出了反应。

2.除此之外，还包括人口环境、经济环境、技术环境、自然环境、社会文化环境、供应商、营销中介、顾客和公众。

专题三 市场分析

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	CD	BC	BCDE	BC	ABDE
题号	6	7	8	9	10
答案	ACDE	ABE	ABCDE	ABCDE	ABCDE

三、情景分析题

情 景

- 1.人口、购买力、购买欲望。
- 2.父亲认为乡亲们“养生”的意识不强，不会为了“养生”而掏钱——无购买欲望。
小明认为养生馆目标顾客现在有钱了，自然会为了“养生”而掏钱——有购买欲望。

四、案例分析题

案 例

- 1.张华的购买行为属于复杂型购买行为，原因：电脑之间的差异性大，张华为购买到心仪的电脑花费了很多时间很心思，所以他的购买行为是复杂型购买行为。
- 2.消费者的外行性、商品的可替代性、购买的流动性、购买行为的差异性。

专题四 消费者购买行为与购买决策过程

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ADE	CD	ABCDE	ABD	ABC
题号	6	7	8	9	10
答案	ADE	ABD	BCDE	BCD	CDE

三、情景分析题

情 景

- 1.没有做好市场调查工作。
- 2.文化因素、社会因素、个人因素和心理因素。

四、案例分析题

案 例

- 1.认识需要、收集信息、选择评价、决定购买、购后感受。
- 2.个人来源——亲朋好友、妻子。
商业来源——广告、车展、营销人员。
公共来源——3·15 晚会报道。

专题五 市场细分与目标市场

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---

答案	ABCE	ABCDE	AD	ABCE	ABDE
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCD	BCD	BDE	ABCD	ABCDE

三、情景分析题

情景一

- （1）地理因素：城市。
 - （2）人口因素：统一鲜橙多通过深度市场细分的方法，选择了追求健康、美丽和个性的年轻、时尚女性作为目标市场。可口可乐专门针对儿童市场推出的果汁饮料“酷儿”。
 - （3）心理因素：统一鲜橙多，多喝多漂亮。
- 采用了差异性营销策略。

情景二

- 购买行为细分。
- 集中性营销策略。

四、案例分析题

案 例

- 目标市场是蓝领工人，产品定位是适应工人口味的新啤酒。
- 人口因素。
- “填空补缺式”定位。

专题六 产品策略

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---

答案	ABCDE	AE	ABCD	ABCDE	ACE
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCE	ADE	ABDE	CDE	ABCD

三、情景分析题

情 景

1. (1) 采用了个别品牌策略。
- (2) 优点：
 - ①使企业的信誉建立在多种商标的基础上，某种商标的失败并不会造成全局性的影响。
 - ②扩大企业商标的阵容，有利于壮大企业的声势。
2. 产品进入了成熟期。

四、案例分析题

案 例

1. 主副品牌策略。
2. (1) 这种策略的特点：
 - ①能体现企业的整体实力，企业产品可以借助主品牌的优势，使产品收益。
 - ②通过副品牌突出不同产品的个性，减少风险和费用。
- (2) 除了这种策略，常用的品牌统分策略有统一品牌策略、品牌扩展策略、企业名称与品牌并用策略、多种商标策略、商标更新策略。
3. 新颖别致、简易明朗、尊重风俗、满足需要、遵守法律。

专题七 定价策略

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCDE	ABCE	BCD	ABDE	ABCD
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCE	ACE	ABCD	ABCDE	ABE

三、情景分析题

情景一

- 1.人口。
- 2.集中性营销策略。
- 3.现金折扣，批量折扣、交易折扣（功能折扣）、季节折扣。

情景二

- 4.交易折扣，目的是鼓励各类经营企业的积极性。

四、案例分析题

案 例

- 1.选择定价的目标、分析市场需求、估算成本、分析竞争者的产品及价格、确定定价策略和方法、确定产品的最终价格。
- 2.（1）理解价值定价法，说明：理解价值定价法是指企业以消费者对商品价值的理解度为定价依据，运用各种营销策略和手段，影响消费者对商品价值的认知，形成对企业有利的价值观念，再根据商品在消费者心目中的价值来制订价格。
（2）需求差异定价法，说明：需求差异定价法是指产品价格的确定以需求为依据，强调适应消费者需求的不同特性，将成本补偿放在次要位置。
（3）反向定价法，说明：反向定价法是指依据消费者能够接受的最终销售价格，反向推算出中间商的批发价和生产企业的出厂价格。

专题八 分销渠道策略

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCDE	ABDE	ABC	AB	ABCD
题号	6	7	8	9	10
答案	BCDE	ADE	ABD	ABCDE	ABC

三、情景分析题

情 景

1.直接渠道、间接渠道。

2.五芳斋采用的是有选择分销策略。

特点：生产企业不必花太多精力与中间商联系；便于与中间商建立的良好合作关系；可以使生产企业产品获得适当市场覆盖面。

四、案例分析题

案 例

1.快速撇脂策略。

须具备的条件：市场上有较大的需求潜力，消费者的求新心理较强，急于并愿意以高价购买新产品；企业面临潜在竞争者的威胁，必须迅速使消费者建立对本产品的偏好。

2.直接渠道，理由：冰皮月饼的保存与普通月饼不一样，在自己的门店销售，方便保证产品的品质；冰皮月饼采用了高价策略，一般情况下，单价高的产品适合采用短渠道或直接渠道。

专题九 促销策略与网络营销

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---

答案	ABCD	ABCE	BCD	ABCD	BCE
题号	6	7	8	9	10
答案	CDE	ABCDE	ACDE	ACDE	ABCD

三、情景分析题

情 景

1. 公共关系：年度答谢会。
- 人员推销：给推销人员颁发了最佳销售人员奖。
- 销售促进：销售竞赛、人员培训。
2. 促销目标、产品的性质、产品的生命周期、市场特点和顾客购买过程。

四、案例分析题

案 例

1. 公共关系：帮助部落修公路，开办希望小学。
- 人员推销：需要派 5 名业务员进入部落推销产品。
2. 公共关系实施的步骤：调查研究、确定目标、交流信息、评估公共关系效果。
- 人员推销实施的步骤 寻找顾客、做好访问准备、约见和接近顾客、推销洽谈、达成交易、售后服务、信息反馈。

第二部分 推销实务

专题一 市场营销概述

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---

答案	ABCDE	ACD	ABCD	ABCD	ABDE
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCDE	ABCD	AD	BCD	ABE

三、情景分析题

情 景

1.小王在推销时运用的是现代推销观念。

现代推销观念是以满足顾客需求为中心，实施整体销售，使顾客利益、推销人员及其所在企业的利益与社会利益相互协调。

2.因为小王在了解顾客消费需求的基础上，设法协助顾客得到他想得到的东西，使顾客购得出国所用的皮箱，顾客的满意度很高。

四、案例分析题

案 例

1.小张和小李开服装店时采用的是被动推销式。

被动推销式的推销场所固定、顾客选购方便；被动等待顾客上门；产品是顾客需要的。

2.小张和小李开服装店时采用的是主动推销式。

3.除了上述两种推销方式外，还有联系推销式。

这种推销方式一般用于企业、组织或大客户的采购和销售活动。

专题二 推销心理、推销模式和推销人员素养

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCDE	CDE	BDE	BD	BCE
题号	6	7	8	9	10

答案	ABCDE	ABCDE	BDE	ADE	ABCDE
----	-------	-------	-----	-----	-------

三、情景分析题

情 景

- 1.（1）莱宝丽的服务员使用了“埃德帕”模式。
- （2）该模式由以下 5 个环节组成：
- ①把推销品与顾客的愿望结合起来。
 - ②向顾客示范合格的产品。
 - ③淘汰不合适的产品。
 - ④证实顾客的选择正确。
 - ⑤促使顾客做出购买决定。
- 2.“埃德帕”模式用在推销商品上，适用于有着明确的购买愿望和购买目标的顾客，如主动上门的顾客和熟悉的中间商。

四、案例分析题

案 例

- 1.小李属于解决问题型（9.9 型）的推销员，其他服务员属于事不关己导向型（1.1 型）的推销员。
- 2.面对貌似非购物者的推销对象，推销员应做到以下几个方面：
- ① 推销员应该有高度的工作责任感和工作热情，对走进商店的每一位顾客即使是穿着不雅、长相难看，貌似非购买者也要主动、积极、微笑、热情地接待客人，细心询问、倾听顾客的需求，以给顾客提供适当的帮助。
 - ② 推销员应具备敏锐的观察能力和灵活的应变能力。通过敏锐的观察能力去了解顾客的购买心理，获得顾客内心活动的各种信息，了解顾客的购买动机。面对不同的顾客，不同的意外事件，能够及时、快速地分析问题，及时调整推销策略。
 - ③ 把每一个顾客当成上帝，即使他不购买商品，或没有购买倾向，也要热情对待。可以假想一下，你把他们说服了，他们可能会有这个购买倾向或者下次需要时他会来购买的。也许他会介绍亲戚朋友来消费，所以推销员没有理由拒接任何一个顾客。

专题三 寻找顾客

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCDE	BDE	ABCD	AB	ABCDE
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCD	ABCDE	BCE	ABCDE	BE

三、情景分析题

情景一

1. (1) 普访法。

(2) ①普访法的优点：推销人员可以在访问顾客的同时，了解市场、了解顾客和了解公众对企业及产品的看法，也可以锻炼推销人员的意志和对市场的观察判断力。

②普访法的缺点：比较费时，而且有很大的盲目性。

2. 运用普访法的关键是确定好访问的区域或行业，即推销人员根据推销品的各种特点和用途，确定一个比较可行的推销地区或推销对象范围。

情景二

3. 康健制药公司采用了广告开拓法来寻找顾客。

4. 利用广告开拓法的关键是选准广告媒体。现代广告媒体很多，如电视、广播、报纸等，因此，企业要针对潜在顾客接受媒体的习惯，针对商品的特点及市场环境等，选准广告媒体。

四、案例分析题

案 例

1. 顾客资格鉴定是指推销人员在正式推销前，按照一定的条件，对潜在顾客最终能否购买推销品进行分析、判断，从中找出真正具有购买可能的潜在顾客。

2. 张太太是 $N+M+C+a$ 情况的顾客。

3.小张没有对张太太进行详细的顾客资格鉴定，忽视了顾客信用这方面的审查。

专题四 推销接近

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABE	ABCE	ABD	ABCD	CDE
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCD	BE	ABCDE	ACE	ACE

三、情景分析题

情景一

1.（1）赞美接近法。

（2）赞美接近法的优点：推销人员恰如其分地夸奖、赞美顾客，可以缩短彼此的距离，容易使顾客对推销人员产生好感，易于顾客与推销人员合作。

2.运用赞美接近法时，推销人员一定要实事求是，即赞美的内容要真实。其赞美一定是发自推销人员的内心，情真意切，切忌虚伪、造作。

情景二

3.搭讪与聊天接近法。

搭讪与聊天接近法是指推销人员利用一切可以利用的机会，主动与潜在目标顾客寒暄、聊天，巧妙地接近顾客的方法。

4.运用这种方法需要注意：找准顾客、寻找合适的时机、通过言谈举止给顾客留下好印象、控制聊天的话题，尽量紧扣主题。

四、案例分析题

案 例

1.小张采用了当面约见的方式约见了自己的亲戚朋友。

2.信函约见、电话约见、托人约见、广告约见、网络约见。

专题五 推销洽谈

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	CDE	ACDE	ABCDE	ABE	ABCE
题号	6	7	8	9	10
答案	CE	DE	ABCD	AB	ABCD

三、情景分析题

情景一

1.间接介绍法。

2.运用这种方法时，推销人员应该注意以下问题：选用的说明资料一定真实、可靠；选用的说明资料最好是顾客熟知或容易接受、认可的，并有助于间接介绍商品；介绍、推销的语言要温和、婉转、含蓄，并注意观察顾客的反应。

情景二

3.以退为进法。

4.这种方法适用于顾客经过推销人员的推销，已激起了较强的购买欲望，但可能还因某一问题阻碍成交。

四、案例分析题

案 例

1.（1）面对面直接推销洽谈。

（2）面对面直接推销洽谈的

特点: 以口头说明方式为主, 辅以文字、图片等产品演示; 买卖双方信息传递速度比较快; 推销人员能及时得到顾客的反应并能灵活地调整推销的方式方法; 可以促成买卖双方形成良好的人际关系。

2. (1) 证实演示法。

(2) 推销人员必须注意: 准备很充分的证明资料和证明表演; 演示的推销证明资料必须是真实可靠的; 选择恰当的时机和方法进行证明演示。

专题六 顾客异议的处理

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	BE	ABC	ABC	ABCD	ABCD
题号	6	7	8	9	10
答案	ABE	ABE	ABCDE	ABCDE	BCDE

三、情景分析题

情景一

- 1.该顾客的异议属于需求异议。
- 2.推销人员首先要对顾客的不愉快经历表示同情, 鼓励顾客说出不满意的根源, 并告诉顾客“使用这种新型推销品是完全可以避免不愉快的”, 鼓励顾客使用推销品。

情景二

- 3.该顾客的异议属于价格异议。
- 4.导致顾客产生异议的原因:

(1) 顾客方面的原因

顾客本能的自我保护、顾客对商品不了解、顾客缺乏足够的购买力、顾客已有较稳定的采购渠道、顾客对推销品或推销企业等有成见、顾客的决策权有限。

(2) 推销品方面的原因

推销品的质量、推销品的价格、推销品的品牌及包装、推销品的销售服务。

(3) 推销人员方面的原因

推销人员素质低、能力差等。

(4) 企业方面的原因

企业经营管理水平低，不注重自身形象的建立等。

四、案例分析题

案 例

1.客户提出的是产品异议。

2.推销人员采取了肯定否定法。

3.使用肯定否定法时要注意的问题：巧妙地运用语言技巧，表达出与顾客相反的意见，少用或不用“但是”一词；要充分体现推销人员对顾客的真诚与尊重。

专题七 成交、推销组织

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCD	ABE	ABCDE	ADE	ACD
题号	6	7	8	9	10
答案	BCE	BCE	ABCE	ABCDE	ABC

三、情景分析题

情景一

1.请求成交法。

2.请求成交法的缺点：

(1) 可能对顾客产生成交压力，破坏成交气氛。

(2) 如果推销人员滥用这种方法，会引起反感，从而使顾客有意无意地抵制成交，不利于最终达成交易。

(3) 一旦推销人员判断错误，就会使顾客产生误解，使推销人员的工作处于被动地位。

情景二

3.从众成交法。

从众成交法是指在推销活动中，推销人员利用顾客的从众心理，促使顾客立刻购买成交的一种方法。

4.从众成交法的缺点：

(1) 不利于推销人员和顾客沟通。

(2) 有时顾客购买商品后会产生后悔心理，产生负面影响。

(3) 如果遇到个性较强、喜欢标新立异的顾客，则会引起顾客的反感，起到相反的作用。

四、案例分析题

案 例

1.选择成交法。

2. (1) 选择成交法的优点：既调动了顾客决策的积极性，又限定了顾客决策的范围。这样可以帮助顾客排除复杂混乱的思想，做出聪明的决定，指导顾客把注意力集中到最后的选择上。

(2) 选择成交法的缺点：如果推销人员不能针对顾客的购买动机或没有正确地限定选择方案的有效范围，就会造成顾客失去购买信心，分散顾客的注意力，降低成交效率等。

第三部分 会计基础

专题一 总论

一、单选题

题号	1	2	3	4	5
答案	D	B	A	D	D

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCDE	ABE	ACD	ABCDE	CDE
题号	6	7	8	9	10
答案	ABC	ACE	BCE	ABCD	ABC

三、会计实务题

(1) 收付实现制:

6 月份的收入 = 30 000 + 900 + 26 000 = 56 900 (元)

6 月份的费用 = 900 + 24 000 + 800 = 25 700 (元)

(2) 权责发生制:

6 月份的收入 = 40 000 + 2 000 + 18 000 = 60 000 (元)

6 月份的费用 = 900 + 500 + 1 200 = 2 600 (元)

专题二 会计要素与会计等式

一、单选题

题号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
答案	D	D	D	D	B	B	B	D	B	D

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCD	CDE	ABCDE	ABCD	BCD
题号	6	7	8	9	10
答案	BC	AC	ABCDE	ABD	DE
题号	11	12	13	14	15
答案	ABCD	BCE	BCE	CDE	ABCD

三、会计实务题

(1) ①资产增加，所有者权益增加。

②资产减少，负债减少。

③负债增加，负债减少。

④所有者权益增加，所有者权益减少。

⑤资产增加，所有者权益增加。

⑥资产减少，负债减少。

(2) 资产=2 000+100-2+60-200=1 958 (万元)

负债=300-2-200=98 (万元)

所有者权益=1 700+100+60=1 860 (万元)

专题三 会计科目与账户

一、单选题

题号	1	2	3	4	5
答案	D	C	D	D	A

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	BD	ABE	CE	ABC	DE
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCE	ABCE	BDE	DE	ABCE

三、会计实务题

序 号	项 目	会计科目	资 产	负 债	所有者权益
(1)	存在建行的款	银行存款	200 000		
(2)	向银行借入长期借款	长期借款		50 000	
(3)	生产设备	固定资产	230 000		
(4)	国家投入资本	实收资本			520 000

(5)	应付某工厂商品款	应付账款		20 000	
(6)	收到商业汇票	应收票据	130 000		
(7)	欠付职工的工资	应付职工薪酬		15 000	
(8)	借给职工差旅费	其他应收款	3 000		
(9)	尚未缴纳的税金	应交税费		16 000	
(10)	在途的原材料	在途物资	58 000		

专题四 会计记账方法

一、单选题

题号	1	2	3	4	5
答案	C	A	D	A	A

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	CDE	CDE	BCD	BCDE	ABC
题号	6	7	8	9	10
答案	ABCD	ABE	BCDE	ABD	ABCD

三、会计实务题

(1) 18 000 (2) 30 000 (3) 42 000 (4) 30 000 (5) 5 000

专题五 借贷记账法下主要经济业务的账务处理

会计实务题

1. 总成本 = $100 \times 500 + 2\,000 = 52\,000$ (元)

单位成本 = $52\,000 \div 99 = 525.25$ (元/吨)

2. (1) 借: 银行存款 200 000

贷: 应收账款 200 000

(2) 借: 预付账款——E 公司 80 000

贷: 银行存款 80 000

(3) 借: 销售费用 3 000

贷: 银行存款 3 000

(4) 借: 固定资产 300 000

贷: 实收资本——W 300 000

(5) 借: 生产成本——甲产品 50 000

——乙产品 40 000

制造费用 10 000

贷: 原材料 100 000

(6) 运杂费分配率 = $800 \div (80\,000 + 120\,000) = 0.004$

A 材料分配的运杂费 = $0.004 \times 80\,000 = 320$ (元)

B 材料分配的运杂费 = $0.004 \times 120\,000 = 480$ (元)

A 材料总成本 = $80\,000 + 320 = 80\,320$ (元)

B 材料总成本 = $120\,000 + 480 = 120\,480$ (元)

借: 在途物资——A 材料 80 320

——B 材料 120 480

应交税费——应交增值税 (进项税额) 34 000

贷: 库存现金 800

应付票据 234 000

(7) 借: 应收账款——甲公司 119 000

贷: 主营业务收入 100 000

应交税费——应交增值税 (进项税额) 17 000

银行存款 2 000

(8) 借: 应交税费——应交所得税 6 000

贷: 银行存款 6 000

(9) 借：银行存款 1 000
 贷：其他应收款——M 公司 1 000

(10) 借：财务费用——利息费用 400
 应付利息 800
 贷：银行存款 1 200

(11) 借：应付账款——三利公司 3 000
 贷：营业外收入 3 000

(12) 借：库存商品——甲产品 80 000
 ——乙产品 60 000
 贷：生产成本——甲产品 80 000
 ——乙产品 60 000

(13) 借：制造费用 3 000
 管理费用 2 000
 贷：累计折旧 5 000

(14) 借：管理费用——差旅费 1 400
 库存现金 600
 贷：其他应收款 2 000

(15) 借：主营业务成本 40 000
 贷：库存商品——A 产品 40 000

$$3. (1) \text{ 本年营业利润} = 800\,000 + 7\,000 - 400\,000 - 2\,000 - 6\,800 - 59\,500 - 70\,200 - 3\,000 \\ = 265\,500 \text{ (元)}$$

$$(2) \text{ 本年利润总额} = 265\,500 - 2\,000 + 16\,500 = 280\,000 \text{ (元)}$$

$$(3) \text{ 本年净利润} = 280\,000 - 80\,000 = 200\,000 \text{ (元)}$$

$$(4) \text{ 年末应付股利} = 200\,000 \times 30\% = 60\,000 \text{ (元)}$$

$$(5) \text{ 年末盈余公积} = 80\,000 + 20\,000 = 100\,000 \text{ (元)}$$

$$4.5 \text{ 日领用甲材料成本} = 300 \times 10 + 50 \times 9.5 + 150 \times 9.5 = 4\,900 \text{ (元)}$$

25 日领用甲材料成本=300×9.5+100×9=3 750（元）

本月领用材料成本=4 900+3 750=8 650（元）

本月结存材料成本=500×9=4500（元）

专题六 会计凭证

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCD	BDE	ACDE	BCE	ACDE
题号	6	7			
答案	ABCE	ABCDE			

三、会计实务题

1. (1) A (2) B (3) BC (4) BD
2. (1) 200 000 (2) 34 000 (3) 600 (4) 234 600

专题七 会计账簿

一、单选题

题号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
答案	B	D	D	C	B	B	B	D	D	D

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---

答案	BD	ABCE	BCE	ABC	ABCDE
题号	6	7	8	9	10
答案	BCD	ABC	ACDE	ABCD	ABCD

三、会计实务题

(1) 17 000 (2) 3 400 (3) 57 800 (4) 1 400 (5) 23 800

专题八 财产清查

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABDE	ABE	AB	BCD	AD

三、会计实务题

1. (1) 借：库存商品——A 产品 600 000

贷：生产成本——A 产品 600 000

(2) 借：银行存款 468 000

贷：主营业务收入 400 000

应交税费——应交增值税（销项税额） 68 000

借：主营业务成本 240 000

贷：库存商品 240 000

(3) 处理前：

借：库存现金 3 000

贷：待处理财产损溢 3 000

处理后：

借：待处理财产损益 3 000

 贷：其他应付款 2 800

 营业外收入 200

（4）①甲材料处理前：

借：原材料——甲材料 400

 贷：待处理财产损益 400

处理后：

借：待处理财产损益 400

 贷：管理费用 400

②乙材料处理前：

借：待处理财产损益 2 340

 贷：原材料——乙材料 2 000

 应交税费——应交增值税（进项税额转出） 340

处理后：

借：其他应收款 2 340

 贷：待处理财产损益 2 340

2.

银行存款余额调节表

项 目	金 额	项 目	金 额
银行存款日记账余额	100 000	银行对账单余额	103 000
加：银行已收，企业未收	5 000	加：企业已收，银行未收	2 000
减：银行已付，企业未付	1 000	减：企业已付，银行未付	1 000
调节后余额	104 000	调节后余额	104 000

专题九 会计核算形式

一、单选题

题号	1	2	3	4	5
答案	B	A	D	B	C

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	ABCDE	ABCDE	ADE	BCD	ABDE
题号	6	7	8	9	10
答案	AB	AB	AB	ABC	BDE

三、会计实务题

- (1) 1 000 (2) 55 820 (3) 631 800 (4) 10 000 (5) 8 000
(6) 30 000 (7) 41 820 (8) 234 000 (9) 1 536 340 (10) 1 536 340

专题十 会计报表

一、单选题

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

二、多选题

题号	1	2	3	4	5
答案	BCE	ADE	ABDE	DE	ACD
题号	6	7			
答案	AC	BC			

三、会计实务题

1. (1) 97 000 (2) 110 000 (3) 400 000 (4) 128 000 (5) 1 050 000
2. (1) ①结转本月收入

借：主营业务收入 900 000

 其他业务收入 20 000

营业外收入 53 000

贷：本年利润 973 000

②结转本月费用

借：本年利润 667 000

 贷：主营业务成本 460 000

 税金及附加 12 000

 其他业务成本 15 000

 销售费用 87 000

 管理费用 28 000

 财务费用 6 700

 营业外支出 3 300

 所得税费用 55 000

(2)

利润表

编制单位：C 公司

2017 年 10 月

金额单位：元

项 目	本期金额	本期累积金额
一、营业收入	920 000	略
减：营业成本	475 000	
税金及附加	12 000	
管理费用	28 000	
销售费用	87 000	
财务费用	6 700	
加：投资收益（损失以“-”号填列）	0	
二、营业利润（损失以“-”号填列）	311 300	
加：营业外收入	53 000	

减：营业外支出	3 300	
三、利润总额（损失以“-”号填列）	361 000	
减：所得税费用	55 000	
四、净利润（损失以“-”号填列）	30 600	

2018 湖南商贸类专业全真模拟试卷参考答案

商贸类专业全真模拟试卷（一）

一、单选题（本大题共 20 小题，每小题 4 分，共 80 分）

题号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
答案	B	B	A	D	B	C	C	C	D	B
题号	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
答案	B	C	C	C	A	B	A	B	D	B

二、多选题（本大题共 15 小题，每小题 4 分，共 60 分）

题号	21	22	23	24	25
答案	ABC	ABCDE	ABCD	AB	ABCD
题号	26	27	28	29	30
答案	ACD	ABD	BCD	ABD	ABC
题号	31	32	33	34	35
答案	AB	ABCD	BCD	BD	BD

三、情景分析题（本大题共 9 小题，共 74 分）

情景一

36.（8分）产品导向观念和推销导向观念。

37.（10分）该公司经过市场调查，对消费者的多样化需求进行分析，针对性地生产出适销对路的多种多样的产品，满足了消费者的需求，实现了销量的大幅提升。这是以消费者需求为导向的营销观念（市场导向观念）。

情景二

38.（8分）大众采取的是渗透定价法；宝马采取的撇脂定价法。

39.（10分）必须具备两个条件：

（1）产品必须新颖，具有较明显的质量、性能优势，并且有较大的市场需求量。

（2）产品必须具有特色，在短期内竞争者无法仿制或推出类似产品。

情景三

40.（8分）供应商、营销中介、顾客、竞争者、公众。

41.（10分）顾客是企业微观市场营销环境的主要要素之一，顾客需求是企业生存的源泉。所以，企业市场营销活动的成败，关键在于顾客能否接受企业的产品。美宝莲公司的成功就在于能够详细地了解、分析目标顾客群体的特点、需求和意见，在于企业能针对顾客的需要，不断研制出满足顾客需求的新产品。

情景四

42.（6分）场景1中的推销人员为顾客提供的是售前服务。该服务的内容是为顾客提供信息咨询或培训的服务，特点是专业。

43.（6分）场景2中的推销人员为顾客提供的是售中服务。该服务的内容是为顾客提供热情接待、介绍商品、包装商品、送货上门、代办运输等服务。特点是热情。

44.（8分）场景3中的推销人员为顾客提供的是售后服务。该服务的内容是为顾客提供售后的安装、“三包”维修、处理顾客异议等服务。特点是用心。

四、案例分析题（本大题共11小题，共120分）

案例一

45.（8分）广告的作用：

（1）从市场来看，广告是传播商品信息的主要工具。

（2）从企业来看，广告是企业竞争的有力武器。

（3）从消费者来看，广告可以引导消费、刺激消费，甚至创造需求。

46.（12分）借雨伞做广告，做得新颖、巧妙、不露声色、不落俗套。

（1）新颖是因为它与其他广告不同。

（2）巧妙是因为它间接地让顾客成为商品信息的传播者。

（3）不露声色是因为消费者为商店做了免费广告而消费者自己却不知道。

（4）不落俗套是因为它与众不同，一举两得。

47.（12分）从广告媒体看，这是一种流动广告。这种流动广告是做在“流动”最大、影响最广的行人的雨伞上。因为人在行走，所以必然使商品信息在行人所行之处得以传播。

（1）从广告目标看，其目标是“显露”，即借行人手中的雨伞让步步高超市的商标得以传播，扩大知名度。

（2）从广告策略看，这是一种介绍性广告，即介绍其商标或商品。

（3）从广告效果看，由于该店雨伞可以自由取用，且不用花钱，方便了顾客，社会效果和经济效果都好。

48.（8分）广告定位的主要内容：

（1）确定广告目标。

（2）确定广告对象。

（3）确定广告区域。

（4）确定广告媒体。

案例二

49.（10分）进行市场细分的主要标准：

人口细分、地理细分、心理细分、行为细分。

50.（15分）该公司选择的是集中性市场营销策略。

该策略的优点：

（1）在生产与市场营销方面实行专业化经营，扩大生产规模，降低生产成本，提高投资收益率，可采取强有力的市场营销措施，提高市场占有率

（2）便于深入了解消费者的需求，开拓有特色的产品。

51.（15分）选择目标市场营销策略时应考虑的因素：

（1）企业资源。

- (2) 产品同质性。
- (3) 市场同质性。
- (4) 产品生命周期阶段。
- (5) 竞争对手的战略。

案例三

52. (10 分) 好奇接近法。

53. (10 分) 该方法利用了顾客的好奇心理。

54. (12 分) 运用该方法必须注意的问题：

- (1) 唤起好奇心。方式要与推销活动有关。
- (2) 唤起好奇心的方法要真正做到出奇制胜。
- (3) 唤起好奇心的手段要合情合理，奇妙而不荒诞。

55. (8 分) 除此之外，接近顾客的方法还有：

介绍接近法、推销品接近法、利益接近法、问题接近法、馈赠接近法、求教接近法、搭讪与聊天接近法、表演接近法等。

五、会计实务题（本大题共 13 小题，共 56 分）

（一）（每小题 4 分，共 36 分）

56. 借：原材料——F 材料 80 000
 贷：在途物资——F 材料 80 000
57. 借：应收账款——万达商场 19 140
 贷：主营业务收入 12 000
 应交税费——应交增值税（销项税额） 7 140
58. 借：管理费用 800
 贷：其他应收款——差旅费 800
59. 借：应收票据 19 140
 贷：应收账款——万达商场 19 140
60. 借：生产成本——E 产品 14 400

- D 产品 13 600
- 制造费用 1 500
- 贷：原材料——A 材料 15 900
- B 材料 13 600
61. 借：生产成本——E 产品 14 000
- D 产品 17 000
- 制造费用 5 000
- 管理费用 4 700
- 贷：应付职工薪酬——工资 40 700
62. 借：制造费用 9 000
- 管理费用 10 000
- 贷：累计折旧 19 000
63. 借：税金及附加 4 800
- 贷：应交税金——应交消费税 4 800
64. 借：销售费用 900
- 贷：银行存款 900

（二）（每小题 5 分，共 20 分）

65. $6\,400 \times 3\,000 / (3\,000 + 2\,000) = 3\,840$ （元）
66. $(210\,000 + 3\,840) / 2\,000 = 106.92$ （元/吨）
67. $(1\,000 \times 200 + 3\,000 \times 106.92 + 2\,000 \times 110 + 3\,000) / (1\,000 + 3\,000 + 2\,000) = 123.96$ （元）
68. $(1\,000 + 3\,000 + 2\,000 - 2\,000 - 3\,500) \times 123.96 = 61\,980$ （元）

商贸类专业全真模拟试卷（二）

一、单选题（本大题共 20 小题，每小题 4 分，共 80 分）

题号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

答案	A	B	D	C	B	B	A	D	B	B
题号	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
答案	D	B	D	B	C	B	B	B	B	B

二、多选题（本大题共 15 小题，每小题 4 分，共 60 分）

题号	21	22	23	24	25
答案	BCDE	ABC	ABCDE	ABCDE	ABCE
题号	26	27	28	29	30
答案	ABCDE	ABC	AC	ABCDE	ABCDE
题号	31	32	33	34	35
答案	BCD	ABCDE	ACD	ABDE	ABC

三、情景分析题（本大题共 9 小题，共 74 分）

情景一

36.（6 分）宝洁公司提倡的是绿色营销观念。

37.（12 分）该营销观念的目的是求得社会 and 全球环境保护的长远利益，消费者切身利益和企业经济效益三者的结合和统一。它是在全球可持续发展战略理论的指导下，结合市场营销实际产生的新观念。

情景二

38.（6 分）无益的需求。

39.（12 分）香烟业受到政治法律环境及公众（如世界卫生组织）等因素的影响。

情景三

40.（8 分）新产品可分为全新产品、换代新产品、改进新产品、仿制新产品。

41.（10 分）新产品开发应经过以下几个程序：产生构思；筛选构思；商业分析；试制新产品；试销；新产品上市。

情景四

42.（2 分）机会成交法。

43.（6 分）机会成交法是指推销人员向顾客提示不抓住最后的成交时机，就会失去好的机会和利益，以促使顾客立即购买推销商品的成交方法。

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/368003021042006121>