

# 商品流通概论

(课程代码 00185)

## 注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

## 第一部分 选择题

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. 商品流通是  
A. 商流过程  
B. 物流过程  
C. 信息流过程  
D. 商流、物流与信息流统一过程
2. 双方基于相互了解或信任的关系而进行的多次交易是  
A. 市场交易  
B. 重复交易  
C. 长期交易  
D. 组织交易
3. 以下关于流通产业的说法中, 正确的是  
A. 金融业属于狭义的流通产业  
B. 流通产业的核心是资金融通  
C. 流通产业属于公益事业  
D. 零售业是流通产业的一部分
4. 目前我国网络零售市场规模在全球位居  
A. 第一  
B. 第二  
C. 第三  
D. 第四
5. 促使商品从生产领域向消费领域转移而由商品生产者、流通者、消费者等流通机构构成的一系列相互依存的组织, 是指  
A. 商品流通渠道  
B. 商品流通环节  
C. 商品流通网络  
D. 商品流通部门
6. 渠道参与者中, 为满足自身及其家庭成员的需要而购买商品的人, 称之为  
A. 企业用户  
B. 产业用户  
C. 最终用户  
D. 家庭用户

7. 连锁经营的基本形态是  
A. 公司连锁  
B. 自由连锁  
C. 自愿连锁  
D. 特许连锁
8. 以下属于水平竞争的是  
A. 零售商与批发商之间的竞争  
B. 零售商与制造商之间的竞争  
C. 制造商与批发商之间的竞争  
D. 零售商与零售商之间的竞争
9. 批发在商品流通过程中扮演的角色是  
A. 营利性组织与非营利性组织之间的中间人  
B. 零售商和用户之间的中间人  
C. 制造商和用户之间的中间人  
D. 用户之间的中间人
10. 最传统、最标准的批发商是  
A. 独立批发商  
B. 制造批发商  
C. 共同批发商  
D. 连锁批发商
11. 创造时间价值和场所价值的是  
A. 商流  
B. 物流  
C. 信息流  
D. 资金流
12. “互联网+”时代的现代物流本质是基于原有要素的不断升级和充分重构, 其基础是  
A. 供应链的数字化  
B. 流通设施及物流网络建设的完善  
C. 物联网、云计算、移动支付的发展应用  
D. 网络伙伴之间的共享与协调
13. 对于我国流通企业而言, 以下属于内向国际化的是  
A. 沃尔玛到中国设立分店  
B. 阿里进军泰国市场  
C. 苏宁进入日本市场  
D. 京东增持东南亚电商平台股份
14. 在流通企业进入海外市场过程中, 可以最大限度地扩大流通企业品牌影响力, 用较少资本迅速拓展国际市场的模式是  
A. 独资  
B. 特许  
C. 合资  
D. 并购
15. 以下属于“互联网+物流”的是  
A. 阿里巴巴拓展1688业务  
B. 顺丰发展无人配送业务  
C. 卓尔开通网络业务  
D. 银泰与阿里巴巴合作
16. 相关研究表明, 居民消费率开始上升, 消费对经济增长的作用不断增强, 这个阶段出现在人均GDP超过  
A. 1000美元  
B. 2000美元  
C. 3000美元  
D. 4000美元

## 第二部分 非选择题

17. 观光农业的兴起体现了农产品消费特征中的
- A. 多样性  
B. 追求高质量  
C. 便捷性  
D. 衍生性
18. 在农产品现代流通体系中, 以下属于现代化物资流通设施的是
- A. 仓储设施  
B. 信息采集设施  
C. 可追溯系统  
D. 生鲜连锁超市
19. 厂商的流通系列化政策、农业合作社和供销合作社政策、厂销直销或销售代理政策、产品安全政策等, 属于
- A. 生产者流通政策  
B. 商业者流通政策  
C. 消费者流通政策  
D. 行业政策
20. 商品流通政策的管理与监督主体是
- A. 立法机构  
B. 司法机构  
C. 行政机构  
D. 行业组织
- 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. 商品流通功能包括
- A. 所有权转移  
B. 物流功能  
C. 成本节约  
D. 信息传递  
E. 风险分担
22. 百货商店销售方式的革新性体现在
- A. 商品明码标价  
B. 可以退货  
C. 顾客进出自由  
D. 商品品类专业化  
E. 薄利多销
23. 根据渠道长度不同, 可以把商品流通渠道分为
- A. 零级渠道  
B. 一级渠道  
C. 二级渠道  
D. 三级渠道  
E. 四级渠道
24. 广义的销售促进包括
- A. 广告  
B. 人员推销  
C. 营业推广  
D. 公共关系  
E. 赠品
25. 批发业态主要有
- A. 经销  
B. 赊销  
C. 经纪  
D. 拍卖  
E. 代理

三、填空题: 本大题共 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 分。

26. 供应链管理是指由制造商、批发商、零售商与\_\_\_\_\_共同参与的管理战略。
27. 狭义的流通产业包括批发、零售和\_\_\_\_\_三个产业。
28. 商品流通渠道成员性参与者包括生产机构、专业流通机构和\_\_\_\_\_。
29. 一个店铺能够有效吸引顾客来店的空间范围被称为\_\_\_\_\_。
30. 流通风险的主要承担者是\_\_\_\_\_。
31. 随着物联网技术的逐步成熟及大数据、人工智能技术的兴起, 今后一段时期, 现代物流将走向\_\_\_\_\_发展阶段。
32. 实力雄厚的企业更倾向于采取\_\_\_\_\_的方式进入目标国市场。
33. 在消费者主权时代, 消费主体个性化和\_\_\_\_\_特征明显。
34. 农产品流通体系是农产品流通各环节的流通组织和\_\_\_\_\_的总称。
35. 商品流通政策的功能包括导向功能、控制功能和\_\_\_\_\_功能。

四、简答题: 本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分。

36. 简述流通产业集群的特点。
37. 简析消费品流通渠道的结构。
38. 特许连锁有哪些特点?
39. 批发市场具有哪些功能?
40. 简述物流管理的基本内容。

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

41. 联系实际阐述市场因素对商品流通渠道的影响。
42. 结合现实分析批发商的发展趋势。

六、案例分析题: 本大题共 1 小题, 15 分。

43. 阿里国际站跨境供应链是一个基于阿里巴巴国际站平台, 为平台上交易的中小买家卖家提供个性化的跨境供应链解决方案。经过 2018 和 2019 两年的发展, 它已初步具备数字化的外贸服务能力, 并步入数字化外贸服务产业互联网的时代。阿里国际站跨境供应链是基于外贸出口场景下帮助中小企业做好出口链路服务。因为外贸出口服务模式的复杂, 阿里国际站跨境供应链要做的就是相对传统的外贸服务产业数字化。具体通过两个方面来实现: 一是给做出口的中小企业一个数字化的解决方案, 包括出口报关、报检、退税、收汇结算和物流运输以及贸易融资等; 二是通过服务生态本地化的服务能力, 提高中小企业做出口的体验。阿里跨境供应链 2019 年在数字化方面, 投入很大精力和资源做了两件事: 一是将一达通的 3N 退税产品, 升级为“三位一体”的生态退税产品, 即本地生态化财税服务、数智化退税操作平台(退税 SAAS), 以及退税融资服务(诚 e 税)三位一体的财税综合解决方案; 二是基于一达通抬头下的通关, 进行了关务 SAAS 平台升级。最终, 基于财税平台和关务 SAAS 平台数据沉淀, 做了金融产品的孵化, 例如刚上

线的“诚e税”和即将推出的备货融资产品，给平台上的中小企业更有力的融资能力支持。

阿里国际站跨境供应链负责人介绍，目前众多中小企业缺乏专业财税知识，缺乏专业的退税能力和与监管税局的对话能力。阿里生态财税用本地化专业财税服务和数智化产品能力，赋能中小企业，提升外贸行业中小企业财税专业度及经营的健康度，帮助整个阿里平台上中小企业实现天下没有难做的生意的愿景。

问题：

试分析阿里跨境供应链建设的必要性，并提出相关建议。



正保自考 365  
www.zika0365.com  
自考365官网: zhengbaozikao365