



湖南网络工程职业学院

市场营销专业 技能考核标准与题库

2021 年 9 月



湖南网络工程职业学院

市场营销专业 技能考核标准

2021 年 9 月

目 录

一、专业名称及适用对象.....	1
二、考核目标.....	1
三、考核内容.....	1
四、评价标准.....	8
五、考核方式.....	11
六、附录：相关法律法规（摘录）.....	12

一、专业名称及适用对象

1. 专业名称

市场营销（专业代码：530605）

2. 适用对象

高职高专全日制 2021 级在籍学生

二、考核目标

本专业技能考核，通过设置信息采集、商务谈判、促销、产品推销、营销策划、新媒体营销手段应用、广告文案策划等 7 个技能考核模块，测试学生的信息采集、沟通协调、业务洽谈、产品推广、营销文案策划、新媒体手段应用等能力以及从事营销工作的团队协作、情绪调节、时间管理、自我管理、职业道德、工作自律等职业素养；引导学校加强专业教学基本条件建设，深化课程教学改革，强化实践教学环节，增强学生创新创业能力，促进学生个性化发展，提高专业教学质量和专业办学水平，培养适应信息时代发展需要的市场营销高素质技术技能人才。

三、考核内容

（一）专业基本技能

模块一 信息采集

1. 设计调研方案

基本要求：

（1）技能要求

①被测试学生能对给定的任务进行认真、细致的分析，从分析中获取有益的信息，并在此基础上确定调研目的和调研项目，明确调研事项和调研所需搜集的资料；

②能针对企业资料，根据明确的调研项目来确定调研的总体范围和具体单位以及调研对象；若是利用抽样调查方式来选择调研对象则能设计合理可操作的抽样方案；

③能根据调研项目的难易程度和调研要求选择合适的调研方法和调研工具；

④能根据调研目的确定调研内容；

⑤能对调研做出合理的人员、时间安排和经费预算；

⑥能站在调研组长的角度来设置调研小组并对小组人员进行合理的分工与安排；

⑦能用简练、准确、流畅的文字，撰写一份内容详实完整、条理清晰、格式规范的市场调研方案。

（2）操作规范及职业素养要求

①对任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对资料分析透彻、能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

2.设计调研问卷

基本要求：

（1）技能要求

①被测试学生能对给定的任务进行认真、细致的分析，从分析中获取有益的信息，并在此基础上设计调研问卷，扎实掌握询问技术；

②能针对企业资料设计调研问卷的四个基本内容：问卷标题、问卷开头、正文、结尾；

③能根据问题的内容选择合适的问题类型，要有封闭式和开放式两个类型的问题；

④能依照逻辑顺序排列问题，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体，开放式问题放在后面；

⑤每个问题只包含一项内容，能避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问；

⑥能切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性；

⑦问卷总共不少于 15 个问题，其中开放式问题 1~2 个；

⑧问卷语言表达要清晰准确、通俗易懂无歧义，避免诱导、暗示以及敏感性文字；

⑨整个问卷要围绕调研目的，选取充分性和必要性的问题，内容翔实完整、条理清晰、格式规范，并具有可行性，通过问卷能且只能

收集到调研所需的市场信息。

（2）操作规范及职业素养要求

①对任务的营销大环境非常了解，调研问卷体现出一定的学习和归纳能力；

②能透彻分析调查任务、能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③能合理设计问题及答案，熟练掌握询问技术，并具备一定的创新能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

3.撰写调研报告

基本要求：

（1）技能要求

①对任务的背景资料及数据具有良好的敏感性，能客观认识调研中的实际数据资料及各方面背景材料，能对提供的信息进行理解、归纳、分类、批判、分析综合、抽象概括和表达。

②能够对提供的调研数据进行细致分析、运用，能很好的鉴别、遴选数据，能灵活运用数据说明问题，即介绍情况要有数据作依据，反映问题要用数据做定量分析，提建议、措施同样要用数据来论证其可行性与效益。

③能以调研资料为依据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、实事求是、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告；报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；调研报告主体各部分内容与主题能相互连贯；资料取舍合理；能对图表资料作充分的解释和分析；结论科学，所提建议可行；调研报告重点突出，顺序安排得当；所用语言简明、准确、易懂。

（2）操作规范及职业素养要求

①能对任务的调研资料进行灵活的判断分析，对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，方案中体现出一定的学习力和创新力；

②能对任务资料及数据进行透彻分析、能从调研资料中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维

能力；

③对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的文案撰写能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

模块二 促销方案

1.制定促销活动策划方案

基本要求：

（1）技能要求

①能根据给定的任务对目标企业、竞争对手企业的产品组合、消费者特点、促销习惯等营销信息进行细致、深入分析并据此来确定明确、具体、有针对性的促销活动目标以及有吸引力的活动主题；

②能针对市场分析结论准确描述促销对象的具体特征，确定合适的参与促销商品、合作伙伴、时间、地点等要素；

③能结合企业促销目标选择刺激程度适当、与费用相匹配的促销方式与工具；

④能选择符合促销目标以及促销对象媒体习惯的广告配合方式与媒体；

⑤能根据任务资料以及促销目标对策划任务的成本进行估算，在方案中能对成本预算进行合理的配置。

⑥能对活动过程中可能发生的意外问题提出处理预案；能预测促销活动将会出现的效果；

⑦能用简练、准确、流畅的文字，撰写一份主题明确、内容详实完整、条理清晰、格式规范的促销方案文本。

（2）操作规范及职业素养要求

①对给定任务的销售大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对任务资料分析透彻、能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

（二）岗位核心技能

模块一 商务谈判

1.商务谈判

基本要求：

（1）技能要求

①能对资料进行认真、细致的分析，确定谈判目标、制定各阶段谈判策略，拟定商务谈判计划；

②能利用线上线下等多种途径进行相关信息的收集和整理，为谈判做好充分的资料准备；

③能根据谈判要求，建立谈判小组，并对小组人员进行合理分工，谈判中充分体现团队的协作与配合能力；

④能将设计的谈判策略运用到实际谈判过程，并根据现场谈判情势变化调整策略，有效地运用各种技巧处理谈判出现的僵局。主谈能够协调团队人员关系，并驾驭好谈判局面，将谈判引向自行设定的目标。

（2）操作规范及职业素养要求

①遵守商务谈判的规程、尊重谈判对手，无恶意磋商行为；

②具备良好的谈判思维与沟通能力，具有良好的心理素质和现场应变能力；

③着装整洁、仪容仪态得体、见面握手、介绍、座次和谈吐都要符合商务礼仪规范，体现商务人士风范。

模块二 产品推销

1.产品推销

基本要求：

（1）技能要求

①具有较好的商品知识；熟悉商品推销流程，能合理运用产品推销方法与技巧；具有较强的市场分析能力；具有较强的文字编辑能力，能撰写产品推销方案；

②具有充分的自信和较高的说话技巧，能抓住客户的心理；能准确地分析被推销产品的优缺点，有把握产品卖点的能力；

③能针对推销产品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客的购买欲望；推销过程能恰当地介绍商品，具有较强的推销演示能力。具有较强的判断分析能力、应变能力和沟通协调能力，能有效地处理顾客的异议，具有把握交易时机的能力；

④能用简练、准确、流畅的语言进行产品（服务）推销，使整个推销过程具有较强的感召力。

（2）操作规范及职业素养要求

①仪容整洁、服饰大方得体、体现职业化，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方；

②心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；

③具有良好的推销礼仪，语言表达准确，口齿清晰，自然大方；

④表情丰富，动作大方，具有较强的感召力；

⑤思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；

⑥能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

（三）跨岗位综合技能

模块一 新媒体营销手段应用

1. 撰写企业（产品）移动互联网推广方案

基本要求：

①根据任务对企业（产品）的营销现状与市场环境进行分析，明确企业面临的环境现状；

②根据企业（产品）的信息资料，对企业的性质特征和产品核心利益点进行透彻地分析，能提炼出精确的企业（产品）的定位点或定位人群；

③运用 SWOT 分析法对企业（产品）移动互联现状如微博营销、微信营销、QQ 营销和论坛营销等状况进行分析，并得出结论；

④能根据企业（产品）市场现状、目标定位客户群体情况及特征确定推广的目标；

⑤依据企业（产品）推广目标、目标定位人群，运用移动互联的多种推广方式对推广目标和人群进行推广策略构思与创意；

⑥能对移动互联及微信功能、推送方式、线下活动等具体推广活动进行设计与安排；

⑦能对推广活动所需的经费进行预算并能合理配置，对效果进行评估；

⑧能将企业（产品）推广策划的构思和创意形成主题明确、格式正确、内容详实、条理清楚、可以实施操作执行的推广活动策划方案。

（2）操作规范及职业素养要求

①对给定任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对任务分析透彻；能从细节描述中找出具体、有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③能够熟悉移动互联推广的模式和技巧，熟练设计和运用微信等新媒体的各项功能；

④在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

⑤能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

模块二 广告文案策划

1.设计广告文案

基本要求：

（1）技能要求

①能根据给定任务对目标企业、竞争对手企业产品及广告现状、消费者情况等营销信息进行细致、深入分析并能据此来确定明确、具体广告目标以及广告策划思路；

②能针对市场分析结论，判断企业市场方向，明确广告产品与竞争对手相比所具备的优点与缺点，指出消费者的爱好与偏向，进而确定广告目标、广告诉求对象、广告主题、广告创意、广告媒介安排、广告预算分配等方面内容，能综合以上内容形成一套具有一定可行性的广告策划方案；

③能综合运用市场分析、消费者行为分析、产品定位、广告创意、广告表现设计、媒体方式选择、成本预算、应用文写作、计算机应用等多方面的知识，并能将知识在策划方案中深度融入；

④能在方案中针对具体的问题提出与众不同的新颖而有效的解决问题的思维方式，并能将思维转化为具体的方案；

⑤能根据任务资料以及广告目标对策划任务能花费的成本进行估算，在方案中能对成本预算进行合理的配置；

⑥能用简练、准确、流畅的文字，撰写一份主题明确、内容详实完整、逻辑清晰、资料充分、突出观点、格式规范、易于阅读的广告策划方案文本。

（2）操作规范及职业素养要求

①对给定任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对任务分析透彻；能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

四、评价标准

1.评价方式：本专业技能考核采取过程考核与结果考核相结合、机试与现场操作相结合、技能考核与职业素养考核相结合方式。根据考生操作的专业性、熟练程度、团队配合度、技能运用技巧等因素评价过程成绩；根据设计作品和提交文档质量等因素评价结果成绩。本标准共分为六大模块八个项目，其中商务谈判与产品推销为机试+现场操作考核方式，其余均为机试考核方式。

2.分值分配：本专业技能考核满分为 100 分，其中专业技能（呈现作品+实施操作）占 80 分，职业素养占 20 分。具体项目分值见测试题中的项目评价标准。

3.技能评价要点：根据模块中考核项目不同，重点考核学生对该项目所必须掌握的技能和要求。虽然同一模块不同考试项目的技能侧重点有所不同，但完成任务的工作量和难易程度基本相同。各模块和

项目的技能评价要点内容如表 1 所示。

表 1 市场营销专业技能考核评价要点

序号	类型	模块	项目	评价要点
1	专业基本技能	信息采集	设计调研方案	任务分析正确、调研目的和调研项目明确 调研的总体范围和具体单位以及调研对象确定正确； 能选择合适的调研方法和调研工具； 能根据调研目的确定正确的调研内容； 调研的人员、时间安排和经费预算合理； 方案撰写内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。
			设计调研问卷	任务分析正确； 选择的问题类型合适； 问题逻辑顺序排列正确； 每个问题内容设置准确； 备选答案设计准确； 问卷语言表达清晰准确；问卷可行性强，可搜集到所需信息； 撰写内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。
			撰写调研报告	理解、归纳、分类、批判、分析综合、抽象概括及信息表达准确； 鉴别、遴选与运用数据灵活精准； 资料取舍合理； 图表资料解释和分析充分； 标题简洁、明了、富有吸引力，能揭示调研主题的内容； 结论科学，论据确凿，所提建议可行；调研报告重点突出，顺序安排得当； 所用语言简明、准确、易懂； 方案撰写内容正确连贯、格式规范； 遵守相关职业规范。

		促销方案	制定促销活动策划方案	确定的促销活动目标明确、具体、有针对性； 活动主题设计有吸引力； 促销对象的具体特征描述准确； 确定参与的促销商品、合作伙伴、时间、地点等要素合适； 促销方式与工具选择能实现企业促销目标要求，刺激程度适当、与费用相匹配； 广告配合方式与媒体的选择符合促销目标以及促销对象的媒体习惯； 成本预算合理； 意外问题的提出与处理预案合理； 方案撰写主题明确、内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。
2	岗位核心技能	商务谈判	商务谈判	谈判目标、各阶段谈判策略正确； 拟定商务谈判计划确保可操作，能达成谈判目标； 小组分工明确，合作性强； 谈判中策略运用正确，处理僵局方法有效； 遵守相关职业规范。
		产品推销	产品推销	产品推销方法与技巧运用合理； 产品推销方案撰写正确； 把握产品卖点准确； 选择的推销方法与策略恰当； 处理顾客的异议及时有效； 把握交易时机准确； 推销语言简练、准确、流畅； 遵守相关职业规范。
3	跨岗位综合技能	新媒体营销手段应用	撰写企业（产品）移动互联网推广方案	企业的营销环境分析正确； 对企业的性质特征或产品核心利益点分析透彻； 提炼的企业（产品）的定位点或定位人群精确； SWOT 分析法运用正确； 推广策略构思与创意运用的多种移动互联的方法合适； 微信功能、推送方式、线下活动等具体推广活动设计与安排合理； 活动经费预算合理； 方案撰写主题明确、内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。

		广告文案策划	设计广告文案	广告目标以及广告策划思路明确、具体； 广告目标、广告诉求对象、广告主题、广告创意、广告媒介安排、广告预算分配等要素齐全； 广告创意有新意； 广告媒介安排符合受众情况； 成本预算合理； 方案撰写主题明确、内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。

五、考核方式

本专业技能考核为现场操作考核，成绩评定采用过程考核与结果考核相结合。所有被测学生必须在规定的时间内完成一个项目测试任务。具体方式如下：

1.考核模块：专业基本技能、岗位核心技能、跨岗位综合技能三种类型中，包含信息采集、商务谈判、促销方案、产品推销、营销策划、新媒体营销手段应用、广告文案策划六大模块八个项目。

2.学生考核模块与项目确定：要求学生完成六大模块考核（跨岗位综合技能的两个模块二选一），每个参考的学生只测试一个项目。商务谈判模块，在被测试学生总人数中以抽签方式随机抽取五人组成一个谈判小组参加商务谈判测试（在未被抽中考核的学生中选取五名学生组成一个谈判小组参与测试，但其成绩不计），其余学生以抽签方式随机抽取其余考核项目中的某一项目参与测试。（见下表）

序号	技能模块	测试模块	测试项目	测试方式	测试时间(分钟)	备注
1	专业基本技能	信息采集	撰写调研方案	机试	150	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目。
			设计调研问卷	机试	120	
			撰写调研报告	机试	180	
		促销方案	制定促销活动策划方案	机试	150	
2	岗位核心技能	商务谈判	商务谈判	机试 + 现场操作（团队）	90（60分钟撰写谈判方案，30分钟模拟谈判实施）	每校以抽签方式随机抽取5名学生组成一个小组，以抽签方式决定对手和测试顺序，测试开始前90分钟以随机抽样方式抽取测试题目，以学校为单位进行测试。
		产品	产品推销	机试 +	60（55分钟准	每位被测试学生均先以

		推销		现场操作（个人）	备，撰写推销方案，5 分钟现场推销）	随机抽样方式决定测试顺序，在测试开始前 60 分钟再抽取测试题目。40 种商品或服务中以随机抽样的方式随机抽取 3 种，并由被测试学生本人从中任选 1 种对模拟顾客进行推销。
3	跨岗 位综 合技 能	新媒 体营 销手 段应 用	撰写企业（产品）移动互联网推广方案	机试	150	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目。
		广 告 文 案 策 划	设计广告文案	机试	150	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目。

3. 试题抽取方式：学生在相应模块题库中随机抽取 1 道试题考核。

六、附录：相关法律法规（摘录）

1. 《反不正当竞争法》第二章第五条规定：公用企业或者其他依法具有独立地位的经验者不得限定他人购买其指定的经验者的商品，以排挤其他经营者的公平竞争。

2. 《反不正当竞争法》第二章第九条规定：经营者不得利用广告或者其他方法，对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。

3. 《反不正当竞争法》第二章第十一条规定：经营者不得以排挤竞争对手为目的，以低于成本的价格销售商品。

4. 《消费者权益保护法》第一章第十八条：经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

5. 《消费者权益保护法》第一章第二十条：经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。

经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

经营者提供商品或者服务应当明码标价。

6.《合同法》第九章第一百三十条：买卖合同是出卖人转移标的物的所有权于买受人，买受人支付价款的合同。

7.《合同法》第九章第一百三十一条：买卖合同的内容除依照本法第十二条的规定以外，还可以包括：装方式、检验标准和方法、结算方式、合同使用的文字及其效力等条款。

8.《合同法》第九章第一百三十二条：出卖的标的物，应当属于出卖人所有或者出卖人有权处分。法律、行政法规禁止或者限制转让的标的物，依照其规定。

9.《合同法》第九章第一百六十六条：出卖人分批交付标的物的，出卖人对其中一批标的物不交付或者交付不符合约定，致使该批标的物不能实现合同目的的，买受人可以就该批标的物解除。

出卖人不交付其中一批标的物或者交付不符合约定，致使今后其他各批标的物的交付不能实现合同目的的，买受人可以就该批以及今后其他各批标的物解除。买受人如果就其中一批标的物解除，该批标的物与其他各批标的物相互依存的，可以就已经交付和未交付的各批标的物解除。

10.《合同法》第九章第一百五十五条：出卖人交付的标的物不符合质量要求的，买受人可以依照本法第一百一十一条的规定要求承担违约责任。

11.《合同法》第九章第一百五十六条：出卖人应当按照约定的包装方式交付标的物。对包装方式没有约定或者约定不明确，依照本法第六十一条的规定仍不能确定的，应当按照通用的方式包装，没有通用方式的，应当采取足以保护标的物的包装方式。

12.《合同法》第九章第一百六十七条：分期付款的买受人未支付到期价款的金额达到全部价款的五分之一的，出卖人可以要求买受人支付全部价款或者解除合同。出卖人解除合同的，可以向买受人要求支付该标的物的使用费。

13.《合同法》第九章第一百六十八条：凭样品买卖的当事人应当封存样品，并可以对样品质量予以说明。出卖人交付的标的物应当与样品及其说明的质量相同。

14.《合同法》第九章第一百六十九条：凭样品买卖的买受人不

知道样品有隐蔽瑕疵的，即使交付的标的物与样品相同，出卖人交付的标的物的质量仍然应当符合同种物的通常标准。

15.《合同法》第九章第一百七十条：试用买卖的当事人可以约定标的物的试用期间。对试用期间没有约定或者约定不明确，依照本法第六十一条的规定仍不能确定的，由出卖人确定。

16.《合同法》第九章第一百七十一条：试用买卖的买受人在试用期内可以购买标的物，也可以拒绝购买。试用期间届满，买受人对是否购买标的物未作表示的，视为购买。



湖南网络工程职业学院

市场营销专业 技能考核题库

2021 年 9 月

目 录

一、专业基本技能	19
模块一 信息采集.....	19
1.试题编号: J1-1, 设计品牌知名度与满意度调研方案.....	19
2.试题编号: J1-2, 设计大学生兼职情况调研方案.....	21
3.试题编号: J1-3, 设计电脑需求情况调研方案.....	23
4.试题编号: J1-4, 设计市场价格需求情况调研方案.....	25
5.试题编号: J1-5, 设计市场需求情况调研方案.....	28
6.试题编号: J1-6, 设计家电满意度调研方案.....	31
7.试题编号: J1-7, 设计品牌知名度与满意度调研方案.....	33
8.试题编号: J1-8, 设计市场需求调研方案.....	36
9.试题编号: J1-9, 设计电动汽车市场需求状况调研方案.....	39
10.试题编号: J1-10, 设计知名度与满意度调研方案.....	42
11.试题编号: J1-11, 设计手机市场需求调研方案.....	44
12.试题编号: J1-12, 设计后勤满意度调研方案.....	47
13.试题编号: J1-13, 设计市场需求调研方案.....	49
14.试题编号: J1-14, 设计市场需求偏好调研方案.....	51
15.试题编号: J1-15, 设计就业意向调研方案.....	54
16.试题编号: J1-16, 设计市场需求情况调研方案.....	57
17.试题编号: J1-17, 设计满意度调研方案.....	59
18.试题编号: J1-18, 设计产品需求调研方案.....	62
19.试题编号: J1-19, 设计课余时间安排调研方案.....	64
20.试题编号: J1-20, 设计需求状况调研方案.....	66
21.试题编号: J1-21, 伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计.....	69
22.试题编号: J1-22, 华为 Mate 30 Pro 手机各项功能顾客满意度调研问卷设计	71
23.试题编号: J1-23, 舒肤佳肥皂广告代言效果调研问卷设计.....	74
24.试题编号: J1-24, 巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计.....	76
25.试题编号: J1-25, 农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计.....	79
26.试题编号: J1-26, 华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计.....	81
27.试题编号: J1-27, 潘婷市场认可度调研问卷设计.....	84
28.试题编号: J1-28, 南山奶粉市场调研问卷设计.....	86
29.试题编号: J1-29, 水井坊新市场开发调研问卷的设计.....	89
30.试题编号: J1-30, 创维电视农村售后服务调研问卷设计.....	91
31.试题编号: J1-31, 云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷设计....	94
32.试题编号: J1-32, 新环境公司二手房市场需求调研问卷设计.....	97
33.试题编号: J1-33, 舒比奇广告投放效果市场调研问卷设计.....	100
34.试题编号: J1-34, 曲美家具高端价格顾客接受程度调研问卷设计..	102
35.试题编号: J1-35, 长沙海底捞顾客满意度调研问卷设计.....	105
36.试题编号: J1-36, 都市丽人内衣品牌形象市场调研问卷设计.....	108

37.试题编号: J1-37, 顺丰速运市场满意度调研问卷设计.....	111
38.试题编号: J1-38, 老凤祥品牌忠诚度调研问卷设计.....	114
39.试题编号: J1-39, 摩登·漂亮宝贝顾客满意度调研问卷设计.....	117
40.试题编号: J1-40, 新东方泡泡少儿英语课程设置市场调研问卷设计.....	119
41.试题编号: J1-41, 汽车消费基本情况调研报告.....	122
42.试题编号: J1-42, 苹果产品消费情况调研报告.....	126
43.试题编号: J1-43, 空调市场消费情况调研报告.....	134
44.试题编号: J1-44, 宾馆满意度调研报告.....	141
45.试题编号: J1-45, 大学生旅游市场基本特征调研报告.....	144
46.试题编号: J1-46, 超市顾客满意度调研报告.....	149
47.试题编号: J1-47, 方便面市场基本情况调研报告.....	153
48.试题编号: J1-48, 美容化妆品行业市场基本情况调研报告.....	156
49.试题编号: J1-49, 大学生就业问题调研报告.....	161
50.试题编号: J1-50, 商品住房消费者满意度调研报告.....	164
51.试题编号: J1-51, 学生笔记本消费需求调研报告.....	171
52.试题编号: J1-52, 青少年及儿童互联网使用现状调研报告.....	177
53.试题编号: J1-53, 双十一网购情况调研报告.....	184
54.试题编号: J1-54, 学生 PC 市场消费需求调研报告.....	191
55.试题编号: J1-55, 居民二次置业情况调研报告.....	197
56.试题编号: J1-56, 联想电脑使用情况调研报告.....	200
57.试题编号: J1-57, 大学生洗面奶消费行为调研报告.....	205
58.试题编号: J1-58, 消费者网购行为调研报告.....	211
59.试题编号: J1-59, 冰激凌消费需求情况调研报告.....	218
60.试题编号: J1-60, 中国网民消费方式与消费观念调研报告.....	222
模块二 促销方案.....	228
1.试题编号: J2-1, 校园运动产品促销活动方案策划.....	228
2.试题编号: J2-2, 元旦节促销活动方案策划.....	230
3.试题编号: J2-3, 婴儿用品元旦节促销活动方案策划.....	232
4.试题编号: J2-4, 滋源洗发水国庆节促销活动方案策划.....	234
5.试题编号: J2-5, 大药房国庆节促销活动方案策划.....	238
6.试题编号: J2-6, 中秋节月饼促销活动方案策划.....	240
7.试题编号: J2-7, 国庆节空调促销活动方案策划.....	243
8.试题编号: J2-8, 三八节百丽女鞋促销活动方案策划.....	246
9.试题编号: J2-9, “三八”女人节内衣促销活动方案策划.....	248
10.试题编号: J2-10, 母亲节足浴器促销活动方案策划.....	251
11.试题编号: J2-11, 千金大药房重阳节促销活动方案策划.....	254
12.试题编号: J2-12, 河南三剑客奶业感恩节促销活动方案策划.....	256
13.试题编号: J2-13, 宝之荣塑身美体鞋春节促销活动方案策划.....	258
14.试题编号: J2-14, 贝雪婴儿用品母亲节促销活动方案策划.....	262
15.试题编号: J2-15, 企业“端午节”促销活动方案策划.....	265
16.试题编号: J2-16, 企业“中秋节”促销活动方案策划.....	267
17.试题编号: J2-17, 蝶欧饰品“七夕”促销活动方案策划.....	269
18.试题编号: J2-18, 企业“元旦节”促销活动方案策划.....	272

19.试题编号: J2-19, 美的集团“国庆节”促销活动方案策划	275
20.试题编号: J2-20, 唐人神集团“端午节”促销活动方案策划	277
二、岗位核心技能	281
模块一 商务谈判.....	281
1.试题编号: H1-1, 布鞋索赔谈判	281
2.试题编号: H1-2, 农机设备采购谈判	287
3.试题编号: H1-3, 白酒经销谈判	293
4.试题编号: H1-4, 亚华乳业进入超市的谈判	299
5.试题编号: H1-5, 售后服务成本分摊谈判	305
6.试题编号: H1-6, 货物运输服务项目谈判	311
7.试题编号: H1-7, 原材料采购的谈判	318
8.试题编号: H1-8, 软件采购谈判	323
9.试题编号: H1-9, 经营场所租赁谈判	329
10.试题编号: H1-10, 保健品项目合资(合作).....	335
模块二 产品推销.....	341
1.试题编号: H2-1, 矿泉水推销	341
2.试题编号: H2-2, 休闲食品推销	344
3.试题编号: H2-3, 蒙牛牛奶推销	347
4.试题编号: H2-4, 舒肤佳香皂推销	350
5.试题编号: H2-5, 海飞丝洗发水推销	353
6.试题编号: H2-6, 蓝月亮洗衣液推销	356
7.试题编号: H2-7, 维达纸巾推销	359
8.试题编号: H2-8, 百雀羚护手霜推销	361
9.试题编号: H2-9, 云南白药牙膏推销	364
10.试题编号: H2-10, 婴幼儿奶粉推销	367
11.试题编号: H2-11, 保险产品推销	370
12.试题编号: H2-12, 美容卡推销	374
13.试题编号: H2-13, 石门柑橘推销	377
14.试题编号: H2-14, 君山银针茶叶推销	380
15.试题编号: H2-15, 华为手机推销	383
16.试题编号: H2-16, 笔记本电脑推销	386
17.试题编号: H2-17, 李宁运动鞋推销	389
18.试题编号: H2-18, 晚安床垫推销	392
19.试题编号: H2-19, 辣妹子调味品推销	395
20.试题编号: H2-20, 豆浆机推销	398
三、跨岗位综合技能.....	402
模块一 新媒体营销手段应用.....	402
1.试题编号: Z1-1, 设计娃哈哈晶钻水湖南市场移动互联网推广文案	402
2.试题编号: Z1-2, 设计汇源果汁产品湖南市场移动互联网推广文案	404
3.试题编号: Z1-3, 设计苏宁易购高校市场移动互联网推广文案	407

4.试题编号: Z1-4, 设计麻辣王子面筋高校市场移动互联网推广文案	410
5.试题编号: Z1-5, 设计美心月饼市场移动互联网推广文案	412
6.试题编号: Z1-6, 设计“习牌特曲”湖南市场移动互联网推广文案	415
7.试题编号: Z1-7, 设计康师傅产品市场移动互联网推广文案	417
8.试题编号: Z1-8, 设计大松空气净化器市场移动互联网推广文案	420
9.试题编号: Z1-9, 设计唯品会市场移动互联网推广文案	422
10.试题编号: Z1-10, 设计 8 天在线市场移动互联网推广文案	425
模块二 广告文案策划	427
1.试题编号: Z2-1, 设计荣耀手机广告文案	427
2.试题编号: Z2-2, 设计节能电脑广告文案	429
3.试题编号: Z2-3, 设计足浴器广告文案	432
4.试题编号: Z2-4, 设计“童彩”牌神笔广告文案	435
5.试题编号: Z2-5, 设计永丰辣酱广告文案	437
6.试题编号: Z2-6, 设计明园蜂业广告文案	440
7.试题编号: Z2-7, 设计“湘贵”健康饮品广告文案	442
8.试题编号: Z2-8, 设计自然堂雪域滋润霜广告文案	445
9.试题编号: Z2-9, 设计青岛啤酒公司广告文案	447
10.试题编号: Z2-10, 设计爱尔眼科医院广告文案	450

一、专业基本技能

模块一 信息采集

1. 试题编号：J1-1，设计品牌知名度与满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

肯德基（Kentucky Fried Chicken，肯塔基州炸鸡），简称 KFC，是美国跨国连锁餐厅之一，同时也是世界第二大速食及最大炸鸡连锁企业，由哈兰德·大卫·桑德斯于 1930 年在肯塔基州路易斯维尔创建，主要出售炸鸡、汉堡、薯条、蛋挞、汽水等高热量快餐食品。

肯德基隶属于百胜餐饮集团，并与百事可乐结成了战略联盟，固定销售百事公司提供的碳酸饮料。截至 2013 年底共有约 18000 家门店。

1939 年，哈兰·山德士上校在肯塔基州 Corbin 市的餐厅内配制成含 11 种调料的炸鸡秘方

1987 年，肯德基进入中国，在北京前门开设了中国第一家西式快餐连锁餐厅

2002 年 9 月 12 日，中国第 700 家肯德基餐厅在深圳开业，同时面向全国设立 3800 万元“中国肯德基曙光基金”

2004 年 1 月 16 日中国肯德基第 1000 家餐厅在北京开业，同时对外发布《中国肯德基食品健康政策白皮书》

2007 年 11 月 8 日，中国肯德基第 2000 家餐厅在成都开业，同步启动“中国肯德基餐饮健康基金

2010 年 6 月 1 日，中国肯德基第 3000 家餐厅在上海开业，同步启用全新品牌口号“生活如此多娇”。

2011 年 11 月 23 日，肯德基的东家——百胜餐饮集团中国事业

部（简称百胜）与中石化携手，百胜旗下的肯德基、必胜客、东方既白餐厅等餐饮品牌将全面入驻中石化全国加油站。而早在 5 年多以前，麦当劳曾率先与中石化签订过在中石化加油站开设汽车餐厅的战略合作协议。

2015 年 8 月 18 日，百胜集团宣布中国事业部主席兼首席执行官苏敬轼将退休。

2017 年 6 月，《2017 年 BrandZ 最具价值全球品牌 100 强》公布，肯德基排名第 81 位。

2019 年 12 月 17 日，中石油昆仑好客与百胜中国合作的首家肯德基加盟餐厅——昆明西福路餐厅开业。未来，百胜中国将按规划陆续开出更多加油站加盟餐厅。

【测试任务】

公司为了进一步扩大影响，提高湖南市场占有率，打击竞争对手，需进行一次针对湖南消费者对公司品牌了解程度和满意度的市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
		调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
		调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2分),人员配备合理(4分)	
		时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
	小计		100		

2. 试题编号: J1-2, 设计大学生兼职情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地适应社会,很多在校大学生选择了从事兼职工作,一方面缓解了家庭的经济压力,更重要的是在一定程度上

接触了社会，获取了一些工作经验，提高了自己的综合实力。大学生兼职已是大学校园里的一种普遍现象，其存在很久，已经成为大学生生活的有机组成部分，是一种不可忽视的现象。那么在兼职前和兼职后都会出现各种各样的问题，如：被调查者的基本情况，兼职的时间，兼职的种类，兼职的薪酬，兼职过程中被侵权等等问题。

【测试任务】

为了了解湖南省当前大学生兼职方面的情况，欲进行一次市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容 封面完整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）	

	容	调 研 目 的	6	目的明确,表述较为准确	字扣1分
		调 研 对 象	6	具有针对性, 确定合理, 描述基本准确。	
		调 研 项 目 与 内 容	10	要求符合调研目的(4分), 内容正确且完整, 切实可行, 能获得客观资料(6分)	
		调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分), 表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案, 包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
		调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学(2分), 人员配备合理(4分)	
		时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经 费 预 算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
小计			100		

3. 试题编号：J1-3，设计电脑需求情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

联想集团是 1984 年中科院计算所投资 20 万元人民币，由 11 名科技人员创办，是一家在信息产业内多元化发展的大型企业集团，富有创新性的国际化的科技公司。

从 1996 年开始，联想电脑销量一直位居中国国内市场首位；2004 年，联想集团收购 IBMPC（Personal computer，个人电脑）事业部；

2013 年，联想电脑销售量升居世界第一，成为全球最大的 PC 生产厂商。

2014 年 10 月，联想集团宣布了该公司已经完成对摩托罗拉移动的收购。

2015 年 02 月 21 日，联想推出 Superfish 自动删除工具。

2015 年 4 月 15 日,联想发布了新版 logo,以及新的口号“never stand still”（永不止步）。

2016 年 8 月,全国工商联发布“2016 中国民营企业 500 强”榜单,联想名列第四。

2019 年 10 月 27 日,联想 YOGA C940 再次吸引了业内的目光,在多层角逐后获得“亚洲电子信息产业产品创新大奖”。

面向新世纪,联想将自身的使命概括为四为,即,为客户:联想将提供信息技术、工具和服务,使人们的生活和工作更加简便、高效、丰富多彩;为员工:创造发展空间,提升员工价值,提高工作生活质量;为股东:回报股东长远利益;为社会:服务社会文明进步。未来的联想将是“高科技的联想、服务好的联想、国际化的联想”。

【测试任务】

为了更好的进行个性化服务,打击竞者,提高长沙市场销量,扩大产品知名度,需进行一次针对长沙市居民电脑需求情况的市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案,调研方案要求包括调研目的,调研对象,调研项目,调研方法,调研经费,调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米,配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
		调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
		调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2分),人员配备合理(4分)	
		时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
	小计		100		

4. 试题编号: J1-4, 设计市场价格需求情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南新金浩茶油股份有限公司是一家集科研、种植、生产、销售于一体的现代化民营企业,拥有金浩、油中王两大品牌,主营油茶籽

系列高档食用植物油产品。先后被评为全国经济林产业化龙头企业和农业产业化国家重点龙头企业，是湖南省唯一一家双龙头企业。

1993 年 10 月，祁阳金浩植物油有限公司成立，金浩从湖南祁阳的一家榨油小作坊正式以企业的形式问世，“金浩茶油”这个品牌开始走上市场；

2000 年，金浩科研人员与湖南农业大学及粮油研究所的油脂专家合作，着眼于对茶油资源的深层次、可持续开发；

2010 年，金浩茶油斥资百万增加了新的质量检测设备，并增加了向各级质量检测机构不定期送检的次数，竭诚为广大消费者生产 100%安全的食用油；

2013 年，金浩茶油成立 20 周年，为感谢社会各界对我公司长期以来的支持，我司在长沙贺龙体育馆主办“我是歌手”演唱会，20 周年庆典预示着金浩茶油又一次质地飞跃；

精明勇敢，自强笃实的金浩人怀着对美好事物的追求，本着“诚信做人，勤恳做事”的企业精神，扎扎实实，一步一个脚印走到今天。

公司目前建有工艺先进的预榨、浸出、精炼、灌装自动化生产线，购置了配套齐全的精密实验、检测与检验设备，引进了国际先进的油脂精炼和茶油产品开发技术，公司主打产品“金浩茶油”系列高档食用植物油，已先后获得了“绿色食品”、“有机食品”、“放心粮油”、“全国油茶籽油知名品牌”等荣誉称号，深受大中城市及沿海发达地区消费者的青睐。

2016 年，金浩茶油中国十大茶油品牌企业排名第一。

【测试任务】

金浩茶油虽有自己的品牌优势，但随着市场紧紧跟随者越来越多，面对市场众多产品的价格优势时，金浩茶油想对自己的价格进行一次调整，但又缺乏决策依据，为此想对湖南市场消费者进行一次市

场价格需求情况调研。现请你为金浩茶油公司对市场价格需求状况作一个调查方案。调研方案要求包括调研目的,调研对象,调研内容,调研项目,调研方法,调研经费,调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米, 配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑, 一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
		调研方式与方	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4	

	法		分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
小计		100		

5. 试题编号：J1-5，设计市场需求情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

大白兔奶糖是位于中国大陆上海的冠生园出品的奶类糖果，1959年开始发售以来深受各地人民欢迎。商标是一只跳跃状的白兔，形象深入人心。

1993年起，“大白兔”品牌被认定为中国驰名商标。

1995年，“大白兔”糖果荣获全国畅销国产商品“金桥奖”第一名。

1998年起，“大白兔”品牌被认定为上海市著名商标。

1995年—2004年，“大白兔”品牌连续十年被评为上海市名牌产品。

2003年，上海冠生园食品有限公司荣获上海市质量金奖企业。

2004年，“大白兔”糖果被评为国家免检产品、中国名牌。

2005年，大陆与台湾50年后首次直航，“大白兔”、“和酒”作为上海的“名片”被选为台商包机上的纪念品和饮用酒。

2007年7月18日，国际市场禁售中国产品的名单上又增添四种新产品。其中竟然包括在中国销售多年的知名糖果品牌——上海冠生

园公司生产的大白兔牛奶糖。

在得知大白兔奶糖被禁售的消息后，冠生园公司连夜对大白兔奶糖实施标准检测，并已将产品送上海市权威检测机构（国际公认的）进行测试。另外，冠生园公司还强调，由于大白兔奶糖的全球影响力，国际国内假冒大白兔奶糖猖獗，菲律宾查出问题的大白兔奶糖很可能是假货，而菲律宾禁售对“大白兔”品牌造成的损害上海冠生园食品有限公司保留诉诸法律的权利。

2008 年 9 月 22 日新加坡农粮与兽医局昨晚发表的最新文告证实，产于中国的大白兔奶糖受到三聚氰胺（Melamine）污染，劝请公众不要食用。

2008 年 9 月 26 日上海光明集团大白兔奶糖全面停止销售。

近几年大白兔很热衷于推出新包装。比如 2012 年的“巨白兔”，还有各种铁盒装，奶瓶装……不过蓝白色调为主的最原始包装一直都没怎么变化。唯一不同的是，现在的大白兔糖纸上，中间红色四条线中有一条采用了邮票的防伪手段，印成了微缩文字，要用放大镜才能看出来。

2016 年，大白兔奶糖携手法国时尚品牌“agnes b.”推出限量珍藏版：蓝色、粉色两款兔形铁盒装的奶糖，蓝色盒装（牛奶味）128 克，每盒售价 65 元，粉色盒装（红豆味）每盒售价再贵 3 元，这一身价是传统普通包装大白兔奶糖的 10 倍。限量珍藏版奶糖刚推出时，在一些销售点居然卖到脱销，而上一次大白兔奶糖脱销还是 2012 年“巨白兔”奶糖推出时。

2019 年，冠生园“大白兔”热烈庆祝品牌成立 60 周年。在全国 15 个一二线城市地标性商业中心开展 60 周年品牌巡展活动，线下观展人数超 30 万人次，糖果及各类衍生品引发销售热潮。

【测试任务】

事隔近十年，事情已慢慢平息和了结，现上海冠生园公司为了重新夺回昨日的市场地位，欲在湖南省市场进行一次消费者糖果市场调研，请你结合冠生园公司情况对公司的美誉度以及消费者需求情况作一个市场调查方案。调查方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）	
		6	目的明确，表述较为准确	
		6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		10	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	

	容			
	调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式（4分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（4分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
小计		100		

6. 试题编号：J1-6，设计家电满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

美的集团是一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团，主要产品为空调、冰箱，洗衣机，厨房家电，热水器，净水机等。

1968年，美的创业，1980年，美的正式进入家电业，1981年注册美的品牌。目前，美的集团员工人数10.8万人，旗下拥有美的、小天鹅、威灵、华凌、安得、美芝等十余个品牌。集团在国内建有广东顺德、广州、中山；安徽合肥及芜湖；湖北武汉及荆州；江苏无锡、淮安、苏州及常州；重庆、江西贵溪、河北邯郸等14个生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在越南、白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度等6个国家建有生产基地。

1990年销售收入突破1亿元；

2000年销售收入突破100亿元；

2010年销售收入突破1000亿元；

2013年销售收入达1210亿元；

2015 年，美的集团整体实现销售收入 1384 亿元，实现归属于母公司净利润 127 亿元，同比增长 21%，每股收益 2.99 元，同比增长 20.08%。“美的”品牌以 716.11 亿位列中国最有价值品牌排行榜第 6 位。

2017 年 1 月 5 日，腾讯 QQ 和美的集团在深圳正式签署战略合作协议，双方将共同构建基于 IP 授权与物联云技术的深度合作，实现家电产品的连接、对话和远程控制。美的提出未来发展规划的“333 战略”：美的要用 3 年左右时间做好产品、夯实基础、巩固体质、进一步提升经营质量；再用 3 年左右时间从中国家电行业三强中脱颖而出，成为行业领导者；再用 3 年左右时间在世界家电行业中占有一席之地，实现全球经营。目前已经进入第二阶段。

2017 年 5 月 25 日，福布斯 2017 全球企业 2000 强榜单正式出炉，美的位列 335 名。

2019 年，美的连续四年上榜《财富》世界 500 强，排名第 312 位。

【测试任务】

美的集团为开拓市场，现想对湖南市场进行一次家电满意度的调研。请根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字, 每 少 50 字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
		调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
		调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2分),人员配备合理(4分)	
		时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
		小计		100	

7. 试题编号: J1-7, 设计品牌知名度与满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

青岛啤酒股份有限公司成立于 1993 年，（以下简称“青岛啤酒”）他的前身是 1903 年 8 月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛公司，它是中国历史悠久的啤酒制造厂商。

2006 年，青岛啤酒荣登《福布斯》“2006 年全球信誉企业 200 强”，位列 68 位；

2007 年荣获亚洲品牌盛典年度大奖；

在 2005 年（首届）和 2008 年（第二届）连续两届入选英国《金融时报》发布的“中国十大世界级品牌”2009 年，青岛啤酒荣获上海证券交易所“公司治理专项奖——2009 年度董事会奖”；

2010 年，青岛啤酒获得“首届中国绿金奖”、“年度中国最佳雇主企业”、“中国企业社会责任百强榜”；2011 年，青岛啤酒荣获“国际碳金奖”、“最佳企业公民”等殊荣。

2012 年，荣膺“最佳表现公司”、“最具幸福感企业”，四度蝉联“中国绿公司百强”等殊荣。

2013 年，青岛啤酒荣膺“最具国际竞争力中国企业”、“中国信用典范企业”、“最佳可持续发展企业”、“中国香港上市公司最佳董事会”等殊荣。

2014 年，青岛啤酒荣膺“中国管理学院奖金奖”、九度蝉联“最受赞赏中国公司”、第 12 次荣膺“中国最受尊敬企业”、荣膺“亚洲最受尊敬的知识型组织（Asian MAKE）大奖等殊荣。

2015 年，青岛啤酒全年共实现啤酒销售量 848 万千升，实现营业收入人民币 276.35 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润人民币 17.13 亿元。

2017 年 6 月世界品牌实验室（World Brand Lab）在北京发布了 2017 年（第十四届）《中国 500 最具价值品牌》排行榜。作为入选的

知名“世界级”啤酒品牌，青岛啤酒以 1297.62 亿元的品牌价值连续 14 年蝉联中国啤酒行业领先地位。青岛啤酒公司旗下的崂山啤酒、汉斯啤酒以及青岛啤酒博物馆分别以 205.66 亿元、135.37 亿元和 60.18 亿元同时上榜，品牌的“群落效应”日益凸显。

2018 年，荣获“欧洲啤酒之星”大奖，“世界啤酒锦标赛”金奖。

目前，青岛啤酒远销美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、澳大利亚、韩国、日本、丹麦、俄罗斯等世界 90 多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告 Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第五大啤酒厂商。

【测试任务】

公司为了进一步扩大影响，提高长沙市场占有率，计划加大品牌宣传，为此，公司需进行一次针对长沙消费者对公司品牌了解程度和忠诚度的市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造

分)	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	成恶劣影响的 本项目 记 0 分
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字, 每 少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
	调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
	调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
	调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
	调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2分),人员配备合理(4分)	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
小计		100		

8. 试题编号: J1-8, 设计市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司位于贵阳市南明区龙洞堡见龙洞路 138 号, 成立于一九九六年, 企业现拥有一栋四层的多功能办公大楼及四个生产基地, 占地二万多平方米, 员工 2000 余人, 管理、技术人员 246 人。

十年来，由于企业质量管理体系的建立和质量管理工作有效地实施，使历年来产品的各项指标都达到国家卫生、质量标准，产品出厂合格率始终都位于同行业榜首，先后被授予“全国食品行业质量效益型先进企业”、“检验合格企业”、“全国乡镇企业质量管理先进单位”、“国家级农业产业化经营重点龙头企业”称号，并顺利通过了 ISO9001: 2000 质量体系、ISO14001: 1996 环境管理体系，HACCP 认证，产品“油辣椒”通过了“绿色食品”认证，“油制辣椒”系列食品获得“中国名牌”称号，并由公司作为标准的主要起草单位发布了国内首个“油制辣椒”国家标准。在 10 多年的经营历程中，老干妈公司以自身的努力突变出来的经营业绩和对国家、社会的贡献赢得了许多荣誉。

贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司诚信纳税，被评为贵阳市 2014 年度纳税信用 A 级纳税人。“老干妈”已被多次评为纳税信用 A 级纳税人，连续多年获贵州省“纳税大户”称号，是我省民营企业纳税大户典范。据统计，2010 至 2014 年五年间，累计向国家上缴税款 22 亿元。

在其成立之初的 1998 年，老干妈的产值还只有 5014 万元；1999 年，产值就突破亿元，达到 1.26 亿元，2006 年更是达到 12.8 亿元。华泰证券 2016 年 11 月出具的一份研报称，目前“老干妈”系列品在全国同类产品中占据半壁江山，每天卖出 200 万瓶辣椒酱，2014 年销售收入达到 40 亿元，实现利润 9 亿元。

2016 年度销售额突破 45 亿元，20 年间产值增长超过 600 倍。报道称，老干妈一瓶辣椒酱平均 8 元，每天生产 230 万瓶，一年用 4.5 万吨辣椒，菜油 10 多万吨；近 3 年来年缴税 20.62 亿元，20 年来纳税额增长了 150 倍。

2019 年 12 月，老干妈入选 2019 中国品牌强国盛典榜样 100 品

牌。

【测试任务】

为进一步扩大市场份额，不断地改进产品更好的满足消费者市场的需求，老干妈风味食品有限责任公司将进行一次市场需求状况的调研。现请你以湖南为目标市场，为老干妈风味食品有限责任公司设计一份以辣椒类调味品市场需求状况为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记0分
	职业能力		10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字, 每 少 50 字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	

	象			
	调 研 项 目 与 内 容	10	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	
	调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式（4 分）和调查资料收集的方法选择合理（4 分），表述具体（4 分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14 分）	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（4 分）	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）	
小计		100		

9. 试题编号：J1-9，设计电动汽车市场需求状况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

比亚迪股份有限公司创立于 1995 年，2002 年 7 月 31 日在香港主板发行上市，公司总部位于中国广东深圳，是一家拥有 IT，汽车及新能源三大产业群的高新技术民营企业。在广东、北京、陕西、上海等地共建有九大生产基地，总面积将近 700 万平方米，并在美国、欧洲、日本、韩国、印度等国和中国台湾、香港地区设有分公司或办事处，现员工总数将近 20 万人。

截止 2008 年底，公司总资产额近 329 亿元人民币，净资产超过 133 亿元人民币。

比亚迪汽车作为公司的一种产品，比亚迪汽车保持了连续 5 年超 100% 高增长！2005 年比亚迪汽车销量约 2 万台；2006 年比亚迪汽车销量约 6 万台；2007 年比亚迪汽车销量约 10 万台；2008 年比亚迪汽

车销量约 17 万台。2009 年 8 月—2010 年 5 月，F3 连续 10 个月保持全国销量总冠军！2009 年，比亚迪汽车销量超过 44.8 万台，同比增幅达 162%！

2010 年，公司实现营业收入 267.88 亿元，实现利润 10.21 亿元。

2011 年，比亚迪营业收入超过 488 亿元人民币。

2012 年上半年，这个数据为 225.82 亿元人民币。

2014 年是新能源汽车真正普及的消费元年，比亚迪秦全年销售 14747 台，成为新能源汽车年度销量冠军，公交电动化也在稳步推进。在此基础上，比亚迪提出“542 战略”，为后续新能源汽车划定全新的性能、安全、油耗标准。

2015 年上半年，比亚迪实现营业收入 315 亿元，同比增长 18%；实现净利润 4.66 亿元，同比增长 29%。

2015 年度，公司实现营业总收入 800.14 亿元，同比增长 37.49%；实现归属于上市公司股东的净利润 28.29 亿元，同比增长 552.63%。

2016 年 4 月，比亚迪汕尾公司获得的全球单笔最大纯电动客车订单（44.66 亿元）。8 月，比亚迪股份有限公司在“2016 中国企业 500 强”中排名第 175 位。

2019 年 12 月，人民日报发布中国品牌发展指数 100 榜单，比亚迪排名第 24 位。

比亚迪“三大绿色梦想”解决石油问题带来的全球环境污染和经济问题，科技创新造福人类、荣耀世界！

【测试任务】

为了更好地向前发展，比亚迪汽车欲对长沙市场进行一次消费者市场需求调研，现请你以长沙市消费者为目标市场，为比亚迪汽车公司设计一份以电动汽车市场需求状况为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，调研项目，调研方

法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）	
		6	目的明确，表述较为准确	
		6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		10	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	
		26	调查对象选定的方式（4 分）和调查资料收集的方法选择合理（4 分），表述具体（4 分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14 分）	
		6	调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（4 分）	

	员安排			
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
小计		100		

10. 试题编号：J1-10，设计知名度与满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

湖南华天大酒店股份有限公司是一家以酒店业为核心，以房地产与旅游为两翼，誉满三湘、比肩国际的现代旅游服务企业。1988年5月8日，公司首家高星级酒店——长沙华天大酒店开业，1995年成立华天国际酒店管理公司，1996年实现成功上市。目前，公司托管总资产逾80亿元，拥有高星级与经济型酒店60余家；公司连锁酒店遍布湖南14个州市及北京、上海、武汉、郑州、长春、南昌、西宁、呼和浩特等全国主要中心城市；作为我国酒店业的“湘军”，公司荣膺“中国饭店业集团20强”、“全球饭店集团300强”，成为我国中西部地区最大的民族酒店品牌。

酒店各类会议宴会服务设施功能完备、设备先进，以传神美食、顶级服务成为我国酒店餐饮的奇葩；崇尚健康与品位的华天娱乐，以一流的设备和场馆，放牧着都市人的悠闲自在心情。

公司秉承“勤奋敬业，业精技高，追求完美，严字当头，永争第一”的华天精神，华天人以服务为事业，持之以恒地为顾客创造满意加惊喜的精致服务，华天人专业贴心、浓情细意的优质服务创造了无数感人至深故事与传奇。华天已然成为尊贵宾客、高端会务、精英商务的首选。

【测试任务】

为了提高自身服务水平，湖南华天大酒店股份有限公司欲在长沙市进行一次消费者知名度与满意度的调研，现请你根据背景资料设计一份华天大酒店在长沙的知名度与满意度的调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）	
	调研目的	6	目的明确，表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
	调研项目与内容	10	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	

	调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式（4分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（4分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）
小计		100	

11. 试题编号：J1-11，设计手机市场需求调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

华为在 2011 年 10 月初将上市销售一款 Honor 荣耀手机，与小米手机规格一致，并称 Honor 较之小米手机更薄更窄更容易单手操作，功耗更低，待机及通话 时间更长。

2012 年 4 月，华为旗舰智能手机 Ascend P1 在北京全球首发，之后不久 P1 经历大幅降价和放弃系统更新两大问题，打击了用户的信心。

2012 年 6 月，华为智能手机 C8812 在中国上市 60 天零售过百万。

2013 年三季度华为出货量 1270 万部，4.8%市场份额跻身全球第三，成为 Q3 排名榜上实至名归的明星。

2014 年在全球 9 个国家建立 5G 创新研究中心；承建全球 186 个 400G 核心路由器商用网络；为全球客户建设 480 多个数据中心，其中 160 多个云数据中心；全球研发中心总数达到 16 个，联合创新中心共 28 个；在全球加入 177 个标准组织和开源组织，在其中担任 183 个重要职位；智能手机发货量超过 7500 万台。

2015 年根据世界知识产权组织公布数据，2015 年企业专利申请排名方面，华为以 3898 件连续第二年位居榜首。

截至 2016 年底，华为有 17 万多名员工，华为的产品和解决方案已经应用于全球 170 多个国家，服务全球运营商 50 强中的 45 家及全球 1/3 的人口。

2016 年 8 月，全国工商联发布“2016 中国民营企业 500 强”榜单，华为以 3950.09 亿元的年营业收入成为 500 强榜首。8 月，华为在“2016 中国企业 500 强”中排名第 27 位。

2017 年 6 月 6 日，《2017 年 BrandZ 最具价值全球品牌 100 强》公布，华为名列第 49 位。

2017 年 6 月 30 日，华为技术有限公司荣获中国商标金奖的马德里商标国际注册特别奖。

2019 年 8 月 22 日，2019 中国民营企业 500 强发布，华为投资控股有限公司以 7212 亿营收排名第一。

近年来，随着手机在校园里的普及，越来越多的手机厂商把目光投向了校园这一潜在的巨大市场。华为为了了解手机在学生中的普通情况，使用效果及消费情况，同时掌握手机在大学的销售情况和市场前景。公司决定以长沙市在校大学生为调研对象，对校园里的手机市场需求作一次情况调研。

【测试任务】

华为手机制造商想以长沙大学生为调查对象，开展一次手机市场需求调查，请根据背景资料设计一份调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注

场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字,每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3 分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4 分)	
	调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
	调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4 分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6 分)	
	调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4 分)和调查资料收集的方法选择合理(4 分),表述具体(4 分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14 分)	
	调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2 分),人员配备合理(4 分)	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	3	经费预算科学(1 分)与详尽(2 分)	

小计	100	

12. 试题编号：J1-12，设计后勤满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

湖南大学坐落在中国历史文化名城长沙，校区位于湘江之滨、岳麓山下，享有“千年学府，百年名校”之誉。她不仅是国家教育部直属的全国重点综合性大学，也是国家“211 工程”、“985 工程”重点建设的高水平大学。学校现有全日制在校学生 3 万余人，其中本科生 20300 余人，研究生 15000 余人，现有教职工近 4000 余人。随着招生形势增加，高校后勤服务管理难度越来越大，但其后勤服务管理又与每一位师生息息相关，服务质量的高低直接关系到师生的切身利益，开展后勤服务满意度调查可以帮助学校后勤管理部门掌握信息，执行好后勤服务企业监督管理的职能，提升后勤服务质量，使师生的利益得到充分的保障。

【测试任务】

目前湖南大学学生人数不断增加，对学校后勤服务管理提出了更高的要求。为此，湖南大学后勤服务集团想对该校师生进行一次满意度的调研。请你根据背景材料设计一份调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字, 每 少 50 字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
		调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
		调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2分),人员配备合理(4分)	
		时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
		小计		100	

13. 试题编号：J1-13，设计市场需求调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

蓝月亮（中国）有限公司，于 1992 年在广州创立蓝月亮品牌，这是国内最早从事家庭清洁剂生产的专业品牌。二十多年来，蓝月亮秉承“一心一意做洗涤”的理念，将国际尖端技术融入中国人的生活，成为洗涤行业的潮流代表。凭借先进的生产技术和优异的产品质量，蓝月亮系列产品体现了“自动清洁、解放劳力”的宗旨，赢得了广大消费者的真诚信赖，连续六年入选中国 500 最具价值品牌排行榜。

2010 年市场占有率高达 44%，是中国洗衣液市场领军品牌。广州蓝月亮实业有限公司于 2001 年成立，是由香港蓝月亮国际集团有限公司全资控股的外商独资企业，旗下拥有个人护理、衣物护理和家居护理三大系列，其中蓝月亮洗衣液、洗手液、厕清和地板清洁剂四个产品的市场占有率为全国第一。

2012 年中国品牌力指数（C-BPI）洗衣液、洗手液综合评价第一。

2013 年 3 月 25 日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合评选，用以表彰推动中国经济增长的中坚力量的“销量冠军大奖”隆重颁布。蓝月亮洗衣液以市场占有率总和的绝对优势，夺得“洗衣液销量冠军大奖”的桂冠。

2013 年 8 月 1 日至 3 日，第三届中国国际清洁产业博览会于北京国家会议中心盛大举行。蓝月亮荣获清博会最高奖项“新清洁绿色贡献领航者大奖”。

2015 年 9 月，蓝月亮在北京召开新闻发布会，推出新品——蓝月亮机洗至尊，开启机洗泵时代。

2015 年中国品牌 500 强排行榜发布，蓝月亮排名 268。

2016 年，蓝月亮联合湖南卫视在长沙举办了主题为“花好月圆”

的 2016 年“蓝月亮中秋之夜”，湖南卫视副台长陈刚先生在发言中盛赞蓝月亮，并表达了对蓝月亮的企业理念的高度认同。

2019 年 4 月，“2019 中国市场商品销售统计结果新闻发布会”召开，公布蓝月亮洗衣液连续 10 年中国洗衣液市场综合占有率第一。

【测试任务】

为更好地了解消费者以及家庭对洗衣液的需求，蓝月亮将进行一次市场需求的调研。现请你以湖南为目标市场，为蓝月亮洗衣液设计一份以消费者需求为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	

容	调 研 目 的	6	目的明确,表述较为准确	字扣1分
	调 研 对 象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
	调 研 项 目 与 内 容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
	调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学(2分),人员配备合理(4分)	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
小计		100		

14. 试题编号：J1-14，设计市场需求偏好调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

浏阳花炮以“全球视野,全球战略”的眼光,准确把握市场需求,熊猫烟花集团股份有限公司通过一系列高效的海外营销和并购战略,在全球主要的烟花消费大国(英国、瑞典、丹麦、美国、德国和意大利)建立了自己的销售公司、销售网络或战略伙伴。以质量为先,浏阳花炮致力于为各国消费者提供质量可靠的产品和优质的服务,深受国内外客户的青睐。“熊猫烟花”、“PANDA”、“WINDA”、“BRIGHT STAR”和“浏花”等品牌在全球各主要烟花消费国家享有很高的市场占有率和美誉度。浏阳花炮已成为中国最大的花炮出口商和全球最大的花炮生产和贸易商之一,其中“浏花”牌商标,早在2001年就被评为花炮行业著名商标。而“熊猫烟花”更是快速渗透在国内消费

者市场和专业燃放市场，欲为国内烟花爆竹品牌树立“品牌领袖”。

熊猫烟花在素有“花炮之乡”美誉的湖南和江西拥有 8 家功能完备且标准化、现代化的烟花爆竹制作厂。总占用面积超过 700 万平方米。工人超过 3000 人；烟花品种达 3000 余种。包括消费类烟花和专业类烟花，覆盖了几乎所有烟花类别。生产规模堪称全球之最。

2006 年起，熊猫烟花集团由专注外销转为国内外销售并举，熊猫烟花在全球主要的烟花消费大国如：美国、英国、瑞典、丹麦、德国、意大利、南非等国家均建立了自己的销售网络。“PANDA”、“WINDA”、“BRIGHT STAR”等品牌在全国享有极高美誉度。年总出口额超过 5000 万美元，约占中国年花炮出口总额的 15%。

熊猫烟花在中国的北京、广州、武汉、太原、郑州、昆明、济南等城市均设立了当地最大规模的烟花销售及专业燃放公司；在北京，熊猫烟花已占据市区市场总额的 70%。其经营思想和理念已成为海内外同行学习和效仿的标杆。

以 2008 年北京奥运会“科技、环保、安全、美艳”四大燃放特色为代表，熊猫烟花相继完成了国庆 60 周年天安门广场网幕焰火燃放、2010 上海世博会开幕式主会场焰火燃放，2010 年的广州亚运会亚（残）会开闭幕式上，熊猫烟花集团作为独家焰火创意、生产与燃放单位，由世界一流的熊猫烟花焰火创意工作室主持创意设计，完成了在世界第一高塔“610 米”的广州塔成功燃放，把世界烟花创意推向了新的高度。

近十年来，公司累计圆满完成了 A 级燃放 600 余场，B 级燃放 1200 余场，C 级燃放 3000 余场，精品舞台烟花燃放超过 8000 场及国外千余场的焰火燃放。拥有全球领先的“主题公园焰火燃放”和“影视特效烟花”的燃放创意与技术。

【测试任务】

公司计划开发新产品，需针对 A 市(A 市可以由学生选择自己所熟悉的城市)烟花市场的需求偏好进行一次市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字,每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(标题、编写者、时间等)(3 分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4 分)	
		调研目的	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	要求符合调研目的(4 分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6 分)	

	调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式（4分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（4分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）
小 计		100	

15. 试题编号：J1-15，设计就业意向调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

湖南农业大学是国家“2011”协同创新中心牵头建设单位，是农业部与湖南省人民政府共建大学、全国首批新农村发展研究院试点建设单位、教育部本科教学工作水平评估“优秀”高校、全国文明单位。学校坐落在中国历史文化名城长沙，占地面积 3400 亩，环境幽雅，空气清新，是读书治学的理想园地。现任党委书记周清明，校长符少辉。

学校办学始于 1903 年 10 月 8 日创办的修业学堂，周震鳞、黄兴、徐特立、毛泽东等先后在此执教。1951 年 3 月与湖南大学农业学院合并组建湖南农学院，毛泽东主席亲笔题写校名。1994 年 3 月更名为湖南农业大学。

学校设有 20 个学院、1 个独立学院和研究生院，学科涵盖农、工、文、理、经、管、法、医、教、艺 10 大门类。有博士后科研流动站 10 个，博士学位授权一级学科 8 个，硕士学位授权一级学科 19 个，硕士专业学位授权类别 8 个，是全国首批获得硕士学位授予权单

位；有本科专业 72 个、专科专业 2 个。有国家重点学科 1 个，省优势特色学科 2 个，省部级重点学科 16 个。动植物科学领域、农业科学领域的 ESI 学科排名进入全球前 1%。作物学、园艺学、农业资源与环境、畜牧学 4 个一级学科在教育部第三轮学科评估中进入全国前十。

现有专任教师 1289 人；有中国工程院院士 1 人、双聘院士 4 人、美国科学院院士 2 人，高级职称专家 797 人，博士生导师 309 人。有国家有突出贡献的中青年专家、全国杰出专业技术人才、享受国务院政府特殊津贴专家等 84 人；有“芙蓉学者计划”特聘教授、湖南省教学名师、湖南省优秀教师等 305 人；有教育部高校科技创新团队 2 个、农业部科研杰出人才及其创新团队 3 个、省创新团队 6 个，国家教学团队 1 个、省优秀教学团队 6 个。

现有在校普通全日制本科生 26689 人（其中独立学院 5916 人）、专科生 427 人，在校研究生 4294 人。

近年来，“择业难”——对很多人而言都是一个很严峻的问题，特别是对大学生，“高不成，低不就”的状况日益严重，走出了象牙塔的大学生并不了解眼前社会的现状，从而盲目地将自己定位。

【测试任务】

为了让在校大学生了解当前的就业形势，从而更好地引导大一、大二学生，化被动为主动，提高自身素质与能力，学校招生就业处计划对本校毕业班学生进行一次就业意向的调研，分别从学生的就业态度、就业需求、就业准备三个方面进行了调查。现请你根据背景材料为招生就业处设计一份市场调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字,每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3 分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4 分)	
		6	目的明确,表述较为准确	
		6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		10	要求符合调研目的(4 分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6 分)	
		26	调查对象选定的方式(4 分)和调查资料收集的方法选择合理(4 分),表述具体(4 分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14 分)	
		6	调研组织设计科学(2 分),人员配备合理(4 分)	
		6	各阶段时间安排设计合理	

	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
小计		100		

16. 试题编号：J1-16，设计市场需求情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

宁乡花猪产业发展有限公司位于宁乡县双凫铺镇合轩村青龙寨宁乡花猪产业文化园，宁乡花猪产业发展有限公司工商局注册号：430124000036874，注册资金为 5000 万人民币。主营项目为宁乡花猪的养殖、保种、销售、游览景区管理，生猪产业发展的研究与试验；农副产品、饲料的销售。

宁乡花猪必须在完全天然、健康的环境下生长，远离任何人工生长素。2006 年 7 月宁乡猪进入农业部确定的首批国家级畜禽遗传资源保护品种。

2006 年进入国家保护名录，被誉为“国保猪”、“猪中熊猫”；

2007 年，通过国家无公害农产品产地、产品认证

2009 年 12 月，“宁乡猪”获地理标志证明商标；

2010 年宁乡花猪产业发展有限公司向工商局注册“宁乡花猪”证明商标。

2013 年 12 月 15 日，湖南省青龙投资有限公司与浙江省青莲食品股份有限公司有关宁乡花猪产业深度合作签约仪式在上海市举行。同时，宁乡花猪在这一天在上海进入市场销售。

2015 年宁乡花猪产销达 20 万头，产值 20 亿元，产品深加工率达 30%。

2016 年宁乡花猪亮相中国“食餐会” 签订 12 亿元订单。

【测试任务】

现为了更好地扩大产品知名度，为消费者做好每一次服务，做到真正的线上与线下相结合，宁乡花猪产业发展有限公司想对其产品做一次消费者市场需求调查。

请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（4 分）	
		6	目的明确，表述较为准确	
		6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		10	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	

	容			
	调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式（4分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（4分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
小计		100		

17. 试题编号：J1-17，设计满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

成立于 1959 年的家乐福集团是大卖场业态的首创者，是欧洲第一大零售商，世界第二国际化零售连锁集团。现拥有 11,000 多家营运零售单位，业务范围遍及世界 30 个国家和地区。

集团以三种主要经营业态引领市场：大型超市、超市以及折扣店。此外，家乐福还在一些国家发展了便利店和会员制量贩店。2004 年集团税后销售额增至 726.68 亿欧元，员工总数超过 43 万人。

2012 年，家乐福在《财富》杂志编排的全球 500 强企业中排名第 39 位。

家乐福于 1995 年进入中国后，采用国际先进的超市管理模式，致力于为社会各提供价廉物美的商品和优质的服务，受到广大消费者的青睐和肯定，其“开心购物家乐福”、“一站式购物”等理念已经深入人心。如今，家乐福已成功地进入了中国的 25 个城市，在北至哈尔滨、南至海口、西至乌鲁木齐、东至上海的中国广袤土地上升

设了 109 家大型超市，聘请 3 万多名员工。在华外资零售企业中处于领先地位。

2007 年 家乐福在中国新增门店 19 家；

2009 年新开门店 18 家，截至 2010 年 1 月 20 日家乐福中国内地门店总计 157 家；

2010 年，家乐福中国区总裁兼 CEO 罗国伟宣布已经成功收购河北保龙仓商业连锁经营有限公司；

2012 年，家乐福在《财富》杂志编排的全球 500 强企业中排名第 39 位；

截止到 2013 年 12 月 31 日，家乐福大陆地区门店 236 家，分布情况具体为：

上海 29 家、江苏 31 家、浙江 7 家、安徽 11 家、北京 18 家、天津 5 家、河北 11 家、山西 2 家、山东 4 家、内蒙古 1 家、广东 21 家、福建 5 家、海南 3 家、湖北 9 家、江西 2 家、湖南 4 家、河南 5 家、吉林 2 家、辽宁 19 家、黑龙江 9 家、新疆 3 家、贵州 1 家、云南 10 家、重庆 6 家、四川 19 家。

2015 年 5 月 5 日，家乐福中国公司和微信支付在深圳共同宣布，将基于 O2O 战略达成深度合作，将在北京、上海、沈阳、成都、杭州、武汉、重庆等城市逐步上线微信支付，覆盖家乐福全国 237 家门店。

2016 年世界 500 强排名第 73 名，比上一年下降 9 名。

2019 智慧零售潜力 TOP100 排行榜，家乐福排名第 41 名。

【测试任务】

为了能顺利完成 2017 年在湖南市场的销售目标，加强企业经营管理。现要对湖南市场进行一次顾客满意度市场调研。请根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本

要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字,每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3 分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4 分)	
		6	目的明确,表述较为准确	
		6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		10	要求符合调研目的(4 分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6 分)	
		26	调查对象选定的方式(4 分)和调查资料收集的方法选择合理(4 分),表述具体(4 分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14 分)	
		6	调研组织设计科学(2 分),人员配备合理(4 分)	

	员安排			
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
小计		100		

18. 试题编号：J1-18，设计产品需求调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

维达集团创建于1985年。1999年8月，维达国际控股有限公司于开曼群岛注册成立。1999年至2005年，为更完善地组织本集团的整体公司架构以促进增长及扩充战略，本集团进行一系列重组，先后成立和达企业有限公司、维达纸业（香港）有限公司、维达纸业（湖北）有限公司、维达纸业（北京）有限公司、维达纸业（广东）有限公司、维达北方纸业（北京）有限公司、维达纸业（江门）有限公司、维达纸业（孝感）有限公司、维达纸业（四川）有限公司和维达纸业（浙江）有限公司。

二十多年来，维达集团坚持“勇于开拓，不断创新”的方针，依靠科技进步滚动发展，先后引进日本、美国、德国等国家和地区的先进造纸设备以及产品配套设备，开发生产高级卫生原纸、盘纸、纸巾、餐巾、盒装面巾、湿巾、卫生卷纸等系列产品。至2007年底集团在中国设有五个生产基地，拥有17台造纸机，总设计产能达24万吨。其中集团从美国引进的全球先进的生产设备——日产100吨的高速纸机，运行速度2200米/分钟，是目前世界上运行最快的造纸机之一。产销网点遍及全国各地，还出口到香港、澳门、澳洲、新西兰、越南、柬埔寨、菲律宾、英国、德国、加拿大、南非等国家和地区。

近年来，维达始终坚持“追求卓越，领导创新，提升品牌竞争力，

实现速度与效益的同步增长”的目标，以品牌为战略核心开展各项工作，积极推动本企业技术创新活动，促进产品的研发及生产流程的技术改造，从而达到不断开发新产品，引导新消费，创造新市场，降低成本，提高竞争优势。

2016年7月29日，生活用纸行业领导品牌维达携手天猫超市在上海拉开了一场名为“纸间的幸福”——维达超韧纸巾婚纱时尚盛典的狂欢序幕。这场时尚盛典在唯美浪漫的纸巾婚纱走秀中开始，作为本次活动特邀出席嘉宾的国民女神林志玲压轴亮相，身穿由国际知名设计师兰玉量身打造的纸巾婚纱，内外兼修的女神一出现，便将线上线下的气氛激情引爆。

【测试任务】

公司想了解其产品的需求情况，为此他们将组织一次市场调研活动，并计划选取北京、广州和武汉三个城市作为代表城市，在这三个城市中随机发放问卷。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，	严重违反考场

(20分)			认真负责	纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
	调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
	调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
	调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
	调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2分),人员配备合理(4分)	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)	
小计		100		

19. 试题编号: J1-19, 设计课余时间安排调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

在今天的大学校园里,大学的生活是丰富多彩的,属于大学生们自由支配的时间也越来越多。在这新的环境和时代下,大学生们都是自己独立掌握作息時間,自由分配业余时间,自由安排业余生活。他

们都在作些什么，是如何丰富自己的课余生活呢？

【测试任务】

湖南省某一教育研究中心为了详细了解湖南省大学生在业余时间的安排情况、对大学生生活的态度和业余生活习惯等情况，欲进行一次市场调研。现请你根据市场调查资料背景，设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记 0 分
	职业能力		10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字, 每 少 50 字扣 1 分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	

	调 研 项 目 与 内 容	10	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	
	调 研 方 式 与 方 法	26	调查对象选定的方式（4 分）和调查资料收集的方法选择合理（4 分），表述具体（4 分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14 分）	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	6	调研组织设计科学（2 分），人员配备合理（4 分）	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	3	经费预算科学（1 分）与详尽（2 分）	
小计		100		

20. 试题编号：J1-20，设计需求状况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

“毛家饭店”原处毛泽东同志故居对面，由曾受到毛主席亲切接见的汤瑞仁女士于 1987 年创办。韶山毛家饭店（总店）的店名由原中央领导王首道同志亲笔题写。二十年来，毛家饭店共接待中外宾客上千万人，其中党和国家领导人三十多位。许多来韶山的客人，慕名到毛家饭店就餐，品尝着毛主席生前爱吃的家常菜，追忆着毛主席的丰功伟绩；同时也是一次难得的享受和心灵陶冶。“毛家饭店”在国内首创了浓烈的主席文化氛围，推出了浓郁的具有湖南乡土风味的“毛家菜”。通过多年的挖掘、整理和创新，毛家饭店以独特的美食佳肴和饮食文化，赢得了八方宾客的交口称赞。

“毛家饭店”成立二十余载，经历风风雨雨。发展到今天已有 300 多家分店，离不开许许多多的爱护“毛家”品牌的有心之人。为适应快速多变的市场经济环境，转变观念实现企业持续发展，2009

年3月公司董事会重组了新的管理团队，同时引入了科学的管理体制和先进的服务理念，着重加强与各加盟店的交流和互动等后续服务工作，引领各加盟店向规范化、现代化和精细化的水平前进。

2009年十月七日，韶山毛家食品有限公司“毛家系列食品”在湖南省人民政府、中国国际贸易促进委员会、中国民族贸易促进会共同举办的2009第四届中国（长沙）国际食品博览会评奖活动中荣获“金奖”称号。该称号标志着“毛家食品”为广大消费者所认同，领先于同行业产品，生产水平提升了一个新的高度。

2013年至今连续几年被评为中国特许连锁100强。

2015年，毛家饭店销售额为13.5亿元。2013年至2015年，湖南韶山毛家饭店发展有限公司销售额呈下降的趋势。

2016年11月 汤瑞仁女士荣获第三届全国119消防奖先进个人奖（湖南省唯一获得者）。

2016年11月“毛氏菜制作技艺”入选省级非遗名录。

2018年4月，毛家与马来西亚签约意向加盟，毛家饭店即将海外开设门店。

【测试任务】

现毛家饭店欲进军A市（A市可由学生选择其熟悉的城市），为了扩大知名度以及了解市场需求状况，欲在A市进行一次消费者需求状况调研。现请你根据市场调查资料背景，设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备

人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字,每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(标题、编写者、时间等)(3 分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4 分)	
		调研目的	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	要求符合调研目的(4 分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6 分)	
		调研方式与方法	调查对象选定的方式(4 分)和调查资料收集的方法选择合理(4 分),表述具体(4 分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案,包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14 分)	
		调研组织及人员安排	调研组织设计科学(2 分),人员配备合理(4 分)	
		时间安排	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	经费预算科学(1 分)与详尽(2 分)	
	小计		100	

21. 试题编号：J1-21，伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

伊利每益添是伊利集团研发中心与丹尼斯克公司联合研发的高端活性乳酸菌系列饮品，能够帮助消化、促进健康。

300 亿活性乳酸菌在体内形成更高速的“快消化”动力！畅饮每益添，就像给肠道按下快进键，即刻拥有快人一步的“快消化”活力，帮助快速消化身体负担，更畅快、更轻松地尽享快时代的每一天！

每益添是一种健康的活菌乳酸菌饮料，采用脱脂奶粉发酵，0 脂肪无负担。目前有 350ml 和 100ml 两种规格产品，有原味、甜橙味、混合莓、芦荟等口味，清爽好喝，消化消脂，保持健康好身材。

代言人(杨幂)：消化派达人

健康、时尚、充满活力的形象与“每益添”所倡导的健康、活力、时尚的品牌理念非常契合。伊利牵手杨幂，让“每益添”品牌成为健康、活力的“代名词”，“健康活力，每一天”也是伊利集团对消费者的承诺。新品发布会当天，杨幂的“超强号召力”也吸引了大批“幂粉”到场。

阮经天：消化派新秀

金马影帝阮经天，知名演员，模特。阳光帅气，实力与偶像兼具，代表作有《艋舺》、《败犬女王》、《命中注定我爱你》等。曾在 2010 年 11 月凭借《艋舺》荣获第 47 届台湾电影金马奖最佳男主角。

伊利集团推出的“每益添”超级子品牌，将继续引领高端活性乳酸菌饮品市场的发展。伊利集团低温业务领域，将不断创新，继续引领健康、活力的时尚生活方式，诠释“滋养生命活力”的品牌内涵。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计伊利每益添企业品牌形象调研问卷，目的是向消费者了解伊利每益添在大众心中的品牌形象，以便制定后续的品牌宣传推广方案。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4 分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4 分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8 分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2 分）
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4 分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3 分），开放式问题放在后面（1 分）
		提问设	12	每个问题只包含一项内容（2 分），避免否定

	计		形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计		100		

22. 试题编号：J1-22，华为 Mate 30 Pro 手机各项功能顾客满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

华为 Mate 30 Pro 是华为 2019 年推出的旗舰新机，采用 6.53 英寸 OLED 环幕屏，搭载麒麟 990 处理器。2019 年 9 月 19 日，华为公司在德国慕尼黑举行新品发布会，华为 Mate 30 Pro 正式发布，并于 2019 年 9 月 26 日在中国国内发布。

创新设计

1、新一代 Mate 延续经典超跑车灯设计，背部以独特光亮圆环重构格局，既像探索世界的眼睛，也是象征荣耀的光环。

2、手握自然原色，触感超乎想象。华为 Mate 30 系列搭载四种配色：源自天幕繁星的星河银，优雅与神秘结合的罗兰紫，似日光下热带雨林的翡冷翠，暗夜自沉思的亮黑色。

3、华为 Mate 30 Pro 采用 6.53 英寸 88° 超曲面环幕屏，从任意角度来看，都是科技与美的交融。屏幕的画面像流水般蔓延，环绕包裹机身，如同突破了视觉边界，让人身临其境。

强劲性能

1、采用新一代麒麟 990 芯片，7nm 制程工艺，创新 CPU 大小核架构，16 核 GPU 集群，性能与能效显著提升。大小双核 NPU，达芬奇创新架构，大幅提高单位功耗下 AI 性能，带来更丰富的 AI 应用体验。

2、搭配超感光徕卡电影四摄，见所未见。4000 万像素电影摄像头、4000 万像素超感光摄像头、800 万像素长焦摄像头、3D 深感摄像头，四颗镜头默契配合，助机主尽情探索大自然的神秘，定格生活的艺术，记录身边的感动。

电力十足

1、搭载高能效处理器，内置 4500mAh 大电池，配合 AI 智能节电技术，软硬件深度合作，共同造就华为 Mate 30 Pro 强悍长续航。

2、27W 无线超级快充、40W 有线超级快充、27W 超级快充无线车充、无线反向充电，多场景快速充电，让它随时随地只需片刻充能，即可昂首再出发。

多重安全

1、智能应用锁，当检测到使用人发生变化时，将智能锁定应用，保护隐私安全。

2、双重生物识别，3D 人脸与屏内指纹支付，守护金融安全。进一步将支付和身份验证等高敏操作放入独立的安全系统中运行，与其他应用隔离，CC EAL5+最高安全认证，从根本上保障财产安全。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计华为 Mate 30 Pro 手机各项功能顾客满意度情况调研问卷，目的是了解顾客对华为 Mate 30 Pro 手机各项功能的使用感受，以便在下一代手机设计中选择保留、舍弃或者重新开发哪些功能。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义 (4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字 (4 分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型 (8 分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题 (2 分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题 (4 分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体 (3 分)，开放式问题放在后面 (1 分)
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容 (2 分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问 (出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶)
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题 (3 分)，其中开放式问题不超过总问题数量的 20% (2 分)
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合 (5 分)，选取

		握		充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计			100		

23. 试题编号：J1-23，舒肤佳肥皂广告代言效果调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

宝洁公司日用品品牌之一。舒肤佳作为全球著名的个人清洁护理品牌之一，一直引导儿童养成良好的卫生习惯。在中国其旗下产品包括沐浴露、香皂、洗手液及活力运动系列。

如果 TFBOYS 向你推销一款肥皂，你会买吗？

TFBOYS 的粉丝经济在外人看来一向做得风生水起，因为其粉丝的超强战斗力，但你能想象他们代言的产品，也有连定制款都卖不出去的情况吗？

最近 TFBOYS 有 5 个代言进入宣传期，高德地图先行一步，舒肤佳、OPPO、士力架和阿凡题紧随其后，扎堆打入粉丝，但是最后的效果却是迥然不同，粉丝态度也是两极分化。

舒肤佳的定制款在上线当天便由于预约量不足一百而下架，士力架却在两天内达成销量 3 万+。而在这其中 OPPO 是粉丝最为关注的，广告片《我是你的 TFphone》点击量已经超过 5200 万+。“OPPO 图拍的是真好看，这才是我们 TFBOYS 该有的颜值。”

最近 TFBOYS 的好几个代言齐齐进入宣传期，舒肤佳、OPPO、士力架、阿凡题扎堆进入粉丝视线，接连不断的宣传和活动让人眼花缭乱。不过有趣的是这几个代言不仅在销量上差距颇大，还遭到了粉丝天壤之别的对待。

士力架和舒肤佳先后进入宣传期，也都分别制作了 TFBOYS 定制款，在价格相差无几的条件下，两者的销量之差让人有些惊讶：士力

架4月20日上线，两天内卖出了近4万份；舒肤佳5月10日上线，当天只用10元便可预约，预约量却没过百，甚至有粉丝吐槽：“一个月内又是士力架又是手机的，还有cosmo，现在又来了肥皂，粉丝真的很难回血。”随后舒肤佳只好下架商品并重新调整策略。目前舒肤佳采取免费预约，但有多少能真正转化为销量值得怀疑。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计舒肤佳广告代言效果调研问卷，目的是统计舒肤佳聘请明星代言之后对产品销售是否带来预期的影响。如果没有，原因是什么？请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为120分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	

分)	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计		100			

24. 试题编号：J1-24，巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

巴拉巴拉（Balabala）中国著名休闲品牌森马所有者中国森马集团2002年在香港创建的童装品牌，以童装休闲为切入点，以“高起点，高档次，低价位”为经营发展战略，以“务实，开拓，创新”为经营理念，以“休闲，时尚，运动，健康”的都市化风格，获得了市场和消费者的高度认可。

巴拉巴拉产品已全面覆盖0-16岁儿童的服装、童鞋、配饰品类。巴拉巴拉注重消费者购物体验，一站式的零售空间提供多样的专业时尚产品，持续创造选择丰富、物超所值的消费价值。

2011 年 11 月，中国各地全面实施双独二孩政策；2013 年 12 月，中国实施单独二孩政策；2015 年 10 月，中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议公报指出：坚持计划生育基本国策，积极开展应对人口老龄化行动，实施全面二孩政策。放开“二胎”政策，对很多行业都产生了不小波动。与儿童息息相关的童装行业则首当其冲。

中国家庭结构催生儿童消费文化。30 多年的计划生育政策导致中国社会产生众多的 4+2+1 的家庭结构，即 4 个老人、2 个父母和 1 个孩子；未来二胎政策全面放开会产生部分的 4+2+2 结构。这样的家庭人口构成，加上人均收入水平的不断提高导致 1 的地位不断上升，催生出一一种孩子主导消费的新型文化。70-90 后父母在孩子身上消费能力强。据国家统计局数据统计显示，全国一二三线城市中，0-14 岁儿童支出占家庭支出比例约 40%。但同时我们应该看到，由于孩子还没有经济能力，催生出的这种儿童经济背后的消费主体是父母，也就是目前 70 后、80 后，以及未来的 90 后人群。儿童数量决定了市场的消费容量，而父母的消费习惯决定了市场的消费频率和质量。以儿童服饰为例，70-90 后父母的品牌意识更强，对其颜色、款式、质量要求更高，更愿意在孩子身上投入，童装品牌化、专业化、品质化、时尚化的趋势逐渐形成。

另外，随着家庭收入不断提升，儿童服饰年人均消费金额也是逐年提升。2008 年童装年人均消费金额为 350 元，至 2012 年已达到 740 元；预测 2017 年童装年人均消费额将达到 1700 元。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷，目的是在国家二孩政策出台后，制定巴拉巴拉企业的童装生产计划。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义 (4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字 (4 分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型 (8 分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题 (2 分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题 (4 分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体 (3 分)，开放式问题放在后面 (1 分)
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容 (2 分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问 (出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶)
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题 (3 分)，其中开放式问题不超过总问题数量的 20% (2 分)
		整体把	15	整个问卷要与调研任务相符合 (5 分)，选取

		握		充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计			100		

25. 试题编号：J1-25，农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

农夫山泉股份有限公司原名“浙江千岛湖养生堂饮用水有限公司”，其公司总部位于浙江杭州，系养生堂旗下控股公司，成立于1996年2月26日。

自从去年农夫跨界热卖“17.5°橙”，引发业内一片惊呼：农夫山泉也要卖有情怀的水果。而今年伊始，农夫山泉在其传统强势品类瓶装水上，又玩出了新花样——三款高端新品不论是包装设计还是概念，个个逼格满满，令人叹服。

而婴儿水的包装则突出了产品的“极致”设计。这款产品的正反两面，人性化地适用于爸爸和妈妈的不同手型，有人惊叹，“这是人性到没朋友啊？”来自鹤壁商贸有限公司的总经理庞软根提到，“他很看好婴儿水的前景，婴童产业空间巨大。”

而学生水的“插画风”和瓶盖设计是最吸引经销商的两大特点，非常有意思。“为了让青少年获得更好的消费体验，农夫山泉设计了一个瓶盖，单手就能开关。瓶盖内设专利阀门，只有在受压情况下才会开启。开盖状态下，普通的侧翻、倒置都不会使水流出，非常适合孩子使用。”这样的贴心设计，对于如今爱酷，尤其具有“细节控”的青少年非常具有吸引力。

农夫山泉本次的新品战略“剑指高端”，相比35-40元的高端玻璃瓶水和9元/升的婴儿水，定价4元/535ml左右的学生矿泉水则显

得更接地气。

该产品在包装上采用插画风，产品设计上农夫山泉推出了运动盖升级版。来自鹤壁永信商贸有限公司的总经理庞软根提到，“这三款产品都会在前期引起市场强烈关注，但是学生矿泉水应是走量最大的产品，这个定价符合高端矿泉水的主流价位。”

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计农夫山泉新包装对销售状况影响的调研问卷，目的是了解新包装对农夫山泉的销量是否带来显著的提升，以及指导今后产品外包装设计的走向。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	

分)	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计			100		

26. 试题编号：J1-26，华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

华硕（ASUS），在世界顶尖工程技术研发团队支持下，产品线完整覆盖至笔记本电脑、主板、显卡、服务器、光存储、有线/无线网络通讯产品、LCD、PDA 随身电脑、手机等全线 3C 产品。遍布全球 20 多个国家和地区的分支机构，以及十万余名员工，共同将华硕打造成营业额超过 165 亿美金的信息产业巨擘。创立十余年间，华硕胸怀成为“中国人的骄傲”之宏愿，从宝岛台湾省跨海而起，将主板、显卡、ADSL、Modem、CABLE Modem、无线网络产品带至全球第一的宝座，游戏代工制造位居第二，笔记本电脑、光存储产品也紧随其后名列第四。

据统计，华硕迄今为止累积下的主板销量，相当于在全世界每三台个人电脑中，就有一台安装了华硕主板。

华硕竞争对手特点分析如下：

苹果：笔记本的优点是：轻，薄，全铝外壳，有质感，屏幕精细，色彩好。苹果 Ios 系统有它的独特之处。

联想：联想笔记本有很多系列，以实用、高品质、高性能为基础；商用机，以 THINKPAD 品牌为主打，集成和发扬了 THINK 系列优良的传统，扎实的做工、坚实的品质，保证了联想电脑的竞争力。

惠普：惠普的电脑高配置低价格，性价比不错，惠普也是大品牌，产品质量很有保障的，技术方面，惠普的地位不可动摇，是众多专利技术的拥有者，其八大智慧型设计可以确保用户在安全性、可靠性、易用性等多方面得到全面呵护。

戴尔：戴尔的不同系列的电脑特点不一样。vostro 系列属于商用机，稳定性好一些。inspiron 系列属于家用机，整天外观要来得更好看一些，显卡方面的配置也更好，戴尔销售系统比较完善吧，渠道比联想多很多，网络、电话、QQ、聊天室、微博什么都可以作为戴尔销售的工具。

宏基：宏基具有高性价比，同样配置相对于其他牌子便宜很多，而且散热很好，声音很小。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷，目的是了解华硕今年在笔记本电脑市场的占有率，以便及时了解销售情况，并据此制定明年的市场策略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备

设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶）
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题（3 分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2 分）
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5 分），选取充分性和必要性的问题（2 分），内容翔实完整、条理清晰（2 分），并具有可行性（4 分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2 分）

小计	100	

27. 试题编号：J1-27，潘婷市场认可度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

潘婷是宝洁旗下的修护损伤洗发水品牌，一直以来，它以保护秀发健康，提供秀发最完美的呵护为原则，受到全球爱美人士的喜爱。

潘婷坚持以维他命护养头发，宣称所蕴含的维他命原配方，可以增强头发内在韧性，恢复头发的丰盈和健康弹性，显著改善各种头发损伤，让秀发恢复健康亮泽。到目前为止，潘婷已经形成了丝质顺滑、强韧防掉、染烫损伤修护、时光损伤修护、乳液修复洗发露五大系列。

当前市场上洗发露品牌超过 2000 多个，替代产品非常多。各个产品都推出不同型号、不同档次、不同价位的产品，产品的竞争已经由品牌的竞争上升到宣传、服务等各方面的竞争。另一方面，宝洁公司也有诸多的洗发露品牌，所以潘婷洗发露在内部的竞争也是非常激烈的。

消费群体定位：潘婷品牌从进入中国市场开始，就将其目标消费者旗帜鲜明地锁定于女性消费者，其中心消费群为 20 到 40 岁年龄层、中高收入、时尚优雅并且特别关注发质健康状况的女性消费群。而随着时间的的发展，年龄消费群已经降到 18 岁，甚至 16 岁，不断扩大消费人群范围。

产品定位：潘婷在头发表面形成保护膜，有效减少头发损伤。也就是定位为营养修护体系，依靠离子探针修护成分和物理效应修护成分两大成分，以保护秀发健康，提供秀发最完美的呵护为原则，攻占营养保健洗发露市场。

潘婷致力于帮助女性更加自信独立，含有 PRO-V 维他命原的潘婷洗护给予她们从内而外强韧健康的秀发。而更因为有了如此自内而

外的强韧，释放束缚已久的秀发，给予秀发足够的自由度更是彰显她们追求真我的体现。越来越多的女性通过潘婷发现，自己也竟可以有如此多面的美——只要有了健康的发质。从日常洗护开始修护，潘婷帮助女性一步步接近她们心中最想要的那个自己。正如秀发只有内在强韧，外在才会柔亮一样，女性只有内心强大自信，外在才会迷人闪耀。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计潘婷市场认可度调研问卷，目的是在潘婷现有市场定位的前提下，了解消费者对潘婷的认识、认可是否与其市场定位一致，以便对今后的营销推广提供指导建议。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (8分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义 (4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文	

0 分)				字（4分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）		
小计			100		

28. 试题编号: J1-28, 南山奶粉市场调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

南山婴幼儿配方奶粉, 采用由“南山幼儿营养与健康研究中心”特别研制的“IMU-智能记忆营养系统”, 将 DHA、ARA 和胆碱三种营养成分进行了更合理的搭配, 它包括智能、体能和免疫三个方面的营养! 促进脂肪酸和钙质的吸收, 并有利于婴儿骨骼的生长和发育。

对妈妈们来说, 金衣银衣, 不及孩子们的一罐好奶粉来的值钱。作为中国乳业巨头, 南山奶粉了让消费者体验 62 年国民老品牌优质奶粉, 联手宝宝树, 于 2017 年 4 月推出金装倍慧奶粉免费试用申领活动, 吸引了数万宝妈踊跃参与。南山奶粉此次活动邀中国万千父母

亲测奶粉品质，好评如潮，点赞不断。近些年来，国内奶粉出现信任危机，一时间价格高昂的进口奶粉成了宝宝家庭的唯一选择，小小一罐进口奶粉，引无数宝妈掏尽腰包。

谁说中国没有好奶粉，60 年的南山孜孜不倦致力于生产更适合中国宝宝健康生长的好奶粉。相比在电视广告中投入大把金钱宣传，将这些投入直接惠及中国万千妈妈岂不是更实在！

2017 年初，科技部农村司、农村中心组织专家在北京对“十二五”国家科技支撑计划项目“现代奶业发展科技工程(2012BAD12B00)”下属课题进行了验收。由亚华乳业(南山奶粉)参加的“原料奶质量安全监控关键技术研究”课题顺利通过验收。“十二五”是在工业化、城镇化深入发展中同步推进农业现代化的关键时期。农业科技是确保国家粮食安全的基础支撑，是突破资源环境约束的必然选择，是加快现代农业建设的决定力量。

“现代奶业发展科技工程”项目是国家中长期科技发展规划重点领域中的重点内容，于 2012 年启动，包括 4 个共性关键技术研究课题和 6 个示范类课题。本项目充分发挥企业作为奶业科技创新的主体作用，围绕我国奶业规模化发展中的关键技术问题，重点开展奶牛遗传改良、营养调控、优质粗饲料开发与利用、群发性疾病防治以及原料奶质量控制等关键技术研究，并进行产业化示范。由亚华乳业参与实施课题——“原料奶质量安全监控关键技术研究”，按照课题任务书年度计划和目标稳步推进实施，取得了一系列标志性创新成果。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计南山奶粉市场重建调研问卷，目的是了解消费者对南山奶粉的评价、看法以及对整个国产奶粉的接受程度，以便制定南山奶粉的推广计划。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义 (4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字 (4 分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型 (8 分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题 (2 分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题 (4 分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体 (3 分)，开放式问题放在后面 (1 分)
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容 (2 分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问 (出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶)
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题 (3 分)，其中开放式问题不超过总问题数量的 20% (2 分)
		整体把	15	整个问卷要与调研任务相符合 (5 分)，选取

		握		充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计			100		

29. 试题编号：J1-29，水井坊新市场开发调研问卷的设计

（1）任务描述

【背景资料】

水井坊位于成都老东门大桥外，是一座元、明、清三代川酒老烧坊的遗址。2000 年被国家文物局评为 1999 年度全国十大考古发现之一，2001 年 6 月 25 日由国务院公布为全国重点文物保护单位。以后又被载入大世界吉尼斯之最，“世界上最古老的酿酒作坊。”水井坊遗址的发掘极大地丰富了中国传统酒文化研究的内容，填补了中国古代酒坊遗址、酿酒工艺等方面的考古空白。2012 年 3 月，英国洋酒 63 亿购水井坊获得批准。

井坊酒陈香飘逸、甘润幽雅的品质，为白酒专家们推崇备至，受到众多深谙品酒之道人士的青睐。美在形，更在神。酒是物质的，更是精神的，如果仅仅从物质层面考虑它的绝对值，撇开精神价值探讨白酒是不合适的，尤其是对高档白酒更是如此。消费者饮用高档白酒，一方面是满足物质层面的需要，属于物质享受，更多的是满足精神层面的需要，是精神的享受，所以酒的价格一部分取决于其品质的绝对值，一部分取决于其品牌附加值。水井坊之所以能成为中国高档白酒的典范，从众多高档白酒中独树一帜，不仅仅因为它卓越的、无与伦比的“色、香、味、格”，更主要是因为水井坊酒所蕴涵的典雅文化与高雅品位以及借助此品牌为消费者提供的各项高附加值的服务。水井坊酒的高价格，既源自它的高品质，也源自它的高品位和带给消费者至醇至美的享受。对于水井坊的消费者而言，水井坊酒不仅喝到胃

里，更喝到心里。

观其表而知其里，很多人对水井坊酒“一见钟情”是由于它雅致的、创新的包装在传承了中国传统文化精华的同时，又巧妙地融入了时尚先进的设计理念，带给消费者愉悦感。水井坊酒的包装在素有广告界“奥斯卡”之称的国际莫比设计大赛中，从世界 3000 多件优秀作品里脱颖而出，一举夺得金奖和最高成就奖，这是中国企业第一次享有此项荣誉。2016 年 8 月 2 日，水井坊在南京举办“悦于形、匠于心”光影盛宴。被誉为“摄影诗人”的孙郡，将创作题材延伸到传统工艺领域，为高端白酒品牌水井坊拍摄中秋品牌主视觉海报以及传统酿造工艺环节系列大片。

自酒驾禁令、八项规定、军队禁酒等国家政策颁布以来，对酒产生了明显的影响。国家政策对中国酒的当前发展具有制约和压抑作用，但从长远来看具有保护和促进作用。很多企业会在近期进入冬眠期。但在此时期转型升级的企业会得到持续健康发展。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计水井坊新市场开发调研问卷，目的是在酒驾禁令、八项规定、军队禁酒等国家政策出台以后，如何开发水井坊新的市场，实现水井坊新的销售和利润点。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型(8分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题(4分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分)，开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容(2分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分，扣10分封顶)
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题(3分)，其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合(5分)，选取充分性和必要性的问题(2分)，内容翔实完整、条理清晰(2分)，并具有可行性(4分)，通过问卷能且只能收集到调研所需的市場信息(2分)
	小计		100	

30. 试题编号：J1-30，创维电视农村售后服务调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

创维集团有限公司是以香港创维数码控股有限公司为龙头，跨越粤港两地，生产消费类电子、网络及通讯产品的大型高科技上市公司。

2017“上半场”马上就要结束了，纵观彩电市场战绩，今年的鏖战注定是艰难的。自2017年初起，中国彩电市场经历了连续5个月的规模下滑，正如中怡康消费电子事业部总经理彭显东分析，现阶段彩电市场下滑并不是单一品牌的问题，而是整体市场状况不好。然而对于久经考验的中国家电企业来说“低潮未必退潮”，近日发布2016/17财年业绩的国内“电视一哥”创维防攻有术，运筹帷幄，把危机四伏的“低潮年”激活成变革升级的“弄潮年”。

创维集团中国营销总部总经理刘棠枝日前表示，公司将在农村地区建3000家液晶电视销售店，深耕农村液晶电视市场。对于分拆机顶盒业务A股上市一事，刘棠枝透露，机顶盒业务资产辅导期已经结束，目前已经上报了材料，正等待主管部门的批准。在新一轮家电下乡招标中，创维共有6款液晶电视中标，其中包括一款酷开液晶电视。为了深耕农村市场，创维开始实行“农村液晶倍增计划”，今年已经投资5000万元改造了3000家农村液晶电视门店，基本上达到了每个县级市都有一家门店的目标。创维计划在这些门店中销售从19英寸到26英寸共10个型号的小尺寸液晶电视，预计到明年1月，在农村市场的销量将达到50万台。

刘棠枝表示，“今后公司会将零售渠道进一步下沉到农村乡镇，而公司如此重视终端渠道的一个重要原因是，我们认为售后服务能力是决定企业长远竞争力的关键因素。”

售后服务是售后最重要的环节。售后服务已经成为了企业保持或扩大市场份额的要件。售后服务的优劣能影响消费者的满意程度。在购买时，商品的保修、售后服务等有关规定可使顾客摆脱疑虑、摇摆的形态，下定决心购买商品。优质的售后服务可以算是品牌经济的产物，在市场激烈竞争的今天，随着消费者维权意识的提高和消费观念

的变化，消费者们不再只关注产品本身，在同类产品的质量与性能都相似的情况下，更愿意选择这些拥有优质售后服务的公司。售后服务的内容一般包括：1、代为消费者安装、调试产品；2、根据消费者要求，进行有关使用等方面的技术指导；3、保证维修零配件的供应；4、负责维修服务，并提供定期维护、定期保养；5、为消费者提供定期电话回访或上门回访；6、对产品实行“三包”，即包修、包换、包退（许多人认为产品售后服务就是为“三包”，这是一种狭义的理解）；7、处理消费者来信来访以及电话投诉意见，解答消费者的咨询。同时用各种方式征集消费者对产品质量的意见，并根据情况及时改进。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计创维电视农村售后服务调研问卷，目的是收集顾客对创维电视售后服务的要求和意见，完善农村售后服务体系，以期更好地为消费者提供服务，最终实现农村销售的整体提高。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成

养 (20分)	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	恶劣影响的本项目记0分
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
	问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
	问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
	问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
	提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计		100		

31. 试题编号：J1-31，云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

云南白药牙膏，是以牙膏为载体，借鉴国际先进口腔护理、保健技术研制而成的口腔护理保健产品。云南白药牙膏内含云南白药活性

成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。三大主要功能如下：

1. 护理。云南白药活性成分具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈肿痛）、修复粘膜损伤的作用。

2. 保健。云南白药活性成分帮助促进牙龈和口腔粘膜微循环的改善，提高牙龈和口腔其它组织营养供给，增强口腔组织抵抗能力，具有保护牙龈、健康牙周的作用，持久保持口腔健康。

3. 清洁。选用高档软性洁牙磨料、润湿剂和食用香精，保障牙釉质和牙龈不受损，清新口气，洁牙效果更好。

目前云南白药牙膏的产品类型有：

留兰香型

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。

采用天然留兰香精，口感温和，有效祛除口腔异味。

薄荷香型

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。

采用天然薄荷香精，口感清凉，有效祛除口腔异味。

冬青香型

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。

采用天然冬青香精，口感清凉，有效祛除口腔异味。

益齿白激爽

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。选用全新的亮白配方，在美白的同时不损伤牙釉质。

朗健牙膏

吸烟人士专用牙膏,全新的烟后净护配方,有效祛除香烟中烟碱、烟焦油沉积导致的牙渍、口腔异味,同时恢复唾液腺功能,改善吸烟导致的口干症状;内含的云南白药活性成分,能够帮助修复吸烟带来的口腔损伤问题(牙龈出血、疼痛、粘膜损伤等),同时改善口腔粘膜微循环,提升口腔抵抗能力。

以上是云南白药牙膏多个系列的产品,同系列的云南白药牙膏的功效有些许差别,但最主要只是在味道上有些许不同,其基本成分都为:云南白药活性成分、二水合磷酸氢钙、去离子水、山梨醇、甘油、水合硅石、月桂醇硫酸酯钠、云南白药活性成分提取物、食用香精、氨甲环酸。因此,太多的产品类型增加了企业生产的工序和成本,同时也带来了库存管理、销售推广、顾客识别度等问题。

【测试任务】

请以市场调研员的身份,设计云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷,目的是收集顾客对云南白药牙膏各类产品的偏好,并做对比分析,从而决策减少哪两款产品,以便集中资源、资金来生产和销售主要产品类型。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米,配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背	严重违反

职业素养 (20分)			职业道德与营销伦理, 遵守营销法律法规, 认真负责	考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点, 分析企业或商品市场状况的能力, 具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分), 避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	
	具体内容	问卷构成	4	
		问卷标题	3	
		问题类型	10	
		问题顺序	8	
		提问设计	12	
		答案设计	10	
		问题内容	5	
		整体把握	15	
	小计		100	

32. 试题编号: J1-32, 新环境公司二手房市场需求调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南新环境房地产经纪有限公司(简称“新环境公司”)成立于2001年6月。主要从事二手房买卖、租赁、销售代理、银行按揭等

经纪业务，是一家专业提供房地产经纪服务的综合机构，具备房地产经纪机构三级资质。

业务范围包括：新环境地产的业务范围涉及房屋全程代理、房屋租赁、房屋买卖上市交易、权证办理、按揭贷款、房地产投资咨询、商铺租售、写字楼租售及商品房、空置房、企业债权房销售代理等多个方面。

二手房市场已经成为一个不可忽视的存在。从价格的节节攀升，到交易量的持续增长；从大中介公司的“跑马圈地”，到小中介公司林立，二手房市场已经开始“奔跑着歌唱”，更重要的是，二手房已经纳入了越来越多老百姓置业的考虑范围。

对商家而言，百姓的需求就是市场，对媒体而言，百姓的需求就是责任。作为厦门的一张市民报，导报始终和百姓生活密切联系。导报零售量居全市之首，拥有最广泛的读者群，他们是二手房消费市场的重要力量，因此我们特别策划了“二手房”专版系列，努力做到真实、及时、全面地反映二手房市场信息，为百姓提供最有效的参考。

二手房市场是离普通百姓最近的住房市场，二手房市场的健康发展，对于整个房地产市场的全面启动有着巨大的拉动作用。

是什么原因促使二手房如此受人关注？二手房相对一手房而言，到底具备了哪些优势？人们选择二手房的原因大致有：价格便宜、小孩上学、有投资价值、以小换大、就业方便、适合养老等等。但是，这些原因人们考虑的顺序又是怎样的呢？

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计新环境公司二手房市场需求调研问卷，目的是了解消费者对二手房的具体需求，包括面积、价位、地理位置等，以便制定公司的二手房销售推广策略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义 (4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字 (4 分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型 (8 分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题 (2 分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题 (4 分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体 (3 分)，开放式问题放在后面 (1 分)
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容 (2 分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问 (出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶)
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题 (3 分)，其中开放式问题不超过总问题数量的 20% (2 分)
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合 (5 分)，选取

		握		充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计			100		

33. 试题编号：J1-33，舒比奇广告投放效果市场调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

湖南舒比奇生活用品有限公司成立于 2013 年，湖南英氏集团旗下分公司之一，是一家集科研、设计、生产、销售和售后服务于一体，专注婴幼儿健康护理用品的综合性现代化企业。

舒比奇，中国首款专利防红臀纸尿裤，专注致力于婴幼儿纸品，专业预防宝宝红臀。舒比奇亲体研究中心，致力于呵护宝宝娇嫩肌肤，多年精心研究打造婴幼儿“亲体”用品，体贴入微，细心关爱，精心呵护宝宝每一步成长。

舒比奇品牌“Suitsky”诞生于 2009 年，旗下有“舒比奇”、“舒比奇高护”“初生时代”、“恩玛”四个婴幼儿纸品品牌，拥有国际领先的自动化纸尿裤生产线、纸尿裤片生产线、湿巾生产线等 20 余条，产品涵盖纸尿裤、纸尿裤片、拉拉裤、小内裤、湿巾等，营销网络现已覆盖全国各大省。

英氏力邀汪涵成为舒比奇最新代言人。汪涵作为主持界的名嘴、节目制作人，以博学多才、风趣幽默著称，拥有良好的公众形象，汪涵代言的产品也得到了消费者的认可。升级当奶爸之后，汪涵一直细心呵护宝宝和太太，爱家好男人的形象深得妈妈们的信任。舒比奇官方表示，汪涵的形象身份与舒比奇纸尿裤十分契合，是代言人的不二人选。

2015 年 12 月 1 日，国内著名主持人汪涵正式成为舒比奇代言人，目前广告片已陆续登陆湖南卫视、湖南经视等电视频道。舒比奇 2016

年电视广告投放全面启动。舒比奇，中国知名纸尿裤品牌，拥有国际领先的自动化纸尿裤生产线、纸尿裤片生产线等 20 余条，旗下产品涵盖婴儿纸尿裤、纸尿裤片、内裤式纸尿裤等多个品类。

此外，舒比奇推出“奇葩育儿观”系列海报，海报上汪涵与萌娃的合影感觉十分有爱，海报的整体风格也非常温暖可爱，每张海报上的“奇葩育儿观”更让网友直呼“萌萌哒”。

除了恰当地卖萌，舒比奇还巧妙地借助了湖南卫视著名主持人亦是自家品牌代言人汪涵的号召力。微博话题中疑似涵哥与宝妈的微信聊天截图被众多网友转发，对话中，涵哥一直强调宝宝屁屁的重要性，发表奇葩的育儿观，引来网友调侃热议，策神也成了被策的对象。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计舒比奇广告投放效果市场调研问卷，目的是了解消费者对舒比奇广告的印象，包括广告接受度、广告好感度等以便制定评估广告效果。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成

养 (20分)	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	恶劣影响的本项目记0分
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
	问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
	问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
	问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
	提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计		100		

34. 试题编号：J1-34，曲美家具高端价格顾客接受程度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

曲美家具集团股份有限公司经过多年稳健发展，成为中国领先的集设计、生产、销售于一体的大型、规范化家具集团。秉承“曲美现

代家具欧洲原创设计”的品牌理念，已成为中国最具设计感的现代家具品牌。汇集全球优秀的设计师团队和世界著名的设计所，让“简约、时尚、现代”成为了曲美家具风格的代言。

自公司成立以来曲美为用户提供了“自在空间”、“如是·中国家”、“古诺凡希”、“古诺凡希·现代”、“古诺凡希·视界”、“曼哈顿生活”、“艺树空间”、“北欧阳光”等原创家具设计作品。其中“自在空间”系列的“豌豆公主”休闲椅和“乐山居”沙发两款家具作品荣膺了2014年德国慕尼黑盛IF奖，该奖项被欧洲媒体誉为“设计的奥斯卡”，由德国历史最悠久的工业设计机构——汉诺威工业设计论坛每年定期举办的。

曲美家具与丹麦著名设计师 Hans 的合作，拉开了曲美家具国际化设计的序幕。此后，曲美家具成立了国际设计联盟，吸引更多的国际优秀设计师加盟，其中包括世界排名前十位的丹麦鹤鹑设计所，丹麦建筑设计的领军人物汉瑞克，引领设计革新的法国 P&P 设计事务所，英国家具设计大奖获得者鸽子设计事务所，知名品牌乔治·阿玛尼的时尚预测师依莎贝拉·福瑞斯，美国印象派简约主义设计大师理查德·米山以及亚洲设计的先锋力量屋里门外设计所和国内时尚设计界的佼佼者周芷等，先后共推出了 10 余个系列，上万种商品，把国际最前卫的生活方式和时尚理念注入曲美家具的设计中，将功能性和舒适性完美的融合。

曲美家具制造实力雄厚，拥有多个现代化家具生产基地。曲美家具拥有世界先进的板式家具生产线和实木家具生产线，80%的设备均由德国、意大利等地进口，确保精湛的家具工艺水平。全程的品控管理，卓越的生产工艺，绿色的家居理念，让曲美家具品牌成为健康生活和卓越品质的保证。

曲美家具给消费者树立的高端品牌形象，通过广告、公关等做种手段并用，建立品牌的好感。但曲美高端品牌定位如今遭遇瓶颈，因

此，曲美家具希望利用专业性市场调研机构进行定位突破。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计曲美家具高端价格顾客接受程度调研问卷，目的是了解顾客对曲美家具目前高端的价格接受程度和购买意愿情况，以便决策公司是否开展价格促销等相关营销活动。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型(8分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题(4分)，先易后难、

	序		先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）
	提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）
小计		100	

35. 试题编号：J1-35，长沙海底捞顾客满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

四川海底捞餐饮股份有限公司成立于1994年3月20日，是一家以经营川味火锅为主，融汇各地火锅特色于一体的大型直营连锁企业。二十余年来，公司在北京、上海、西安、郑州、天津、南京、杭州、深圳、厦门、广州、武汉、成都、昆明等大陆的40个城市有144家直营餐厅。在中国台湾有1家直营餐厅。在国外，已有新加坡3家、美国洛杉矶1家、韩国首尔1家和日本东京1家直营餐厅。

公司始终秉承“服务至上、顾客至上”的理念，以创新为核心，改变传统的标准化、单一化的服务，提倡个性化的特色服务，致力于为顾客提供愉悦的用餐服务；在管理上，倡导双手改变命运的价值观，为员工创建公平公正的工作环境，实施人性化和亲情化的管理模式，提升员工价值。

等待，原本是一个痛苦的过程，海底捞却把这变成了一种愉悦：手持号码等待就餐的顾客一边观望屏幕上打出的座位信息，一边接过

免费的水果、饮料、零食；如果是一大帮朋友在等待，服务员还会主动送上扑克牌、跳棋之类的桌面游戏供大家打发时间；或者趁等位的时间到餐厅上网区浏览网页；还可以来个免费的美甲、擦皮鞋。

待客人坐定点餐的时候，围裙、热毛巾已经一一奉送到眼前了。服务员还会细心地为长发的女士递上皮筋和发夹，以免头发垂落到食物里；戴眼镜的客人则会得到擦镜布，以免热气模糊镜片；服务员看到你把手机放在台面上，会不声不响地拿来小塑料袋装好，以防油腻……

每隔 15 分钟，就会有服务员主动更换你面前的热毛巾；如果你带了小孩子，服务员还会帮你喂孩子吃饭，陪他们在儿童天地做游戏；抽烟的人，他们会给你一个烟嘴，并告知烟焦油有害健康；为了消除口味，海底捞在卫生间中准备了牙膏、牙刷，甚至护肤品；过生日的客人，还会意外得到一些小礼物……如果你点的菜太多，服务员会善意地提醒你已经够吃；随行的人数较少，他们还会建议你点半份。

餐后，服务员马上送上口香糖，一路上所有服务员都会向你微笑道别。孕妇会得到海底捞的服务员特意赠送的泡菜，分量还不小；如果某位顾客特别喜欢店内的免费食物，服务员也会单独打包一份让其带走……这就是海底捞的粉丝们所享受的，“花便宜的钱买到星级服务”的全过程。

2014 年 10 月，长沙海底捞正式开业，5 年多以来，在长沙火锅市场再创佳绩。长沙海底捞为了保证各项服务制度在餐厅执行到位，实现良好的顾客满意度，不仅对员工实行了人性化的管理和有效的激励措施，还会定期对顾客进行满意度调查。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计长沙海底捞顾客满意度调研问卷，目的了解分析长沙市民对海底捞的满意度，以便进一步提高服务水平，提升顾客满意度，培养忠诚顾客。请运用询问技巧在规定的时

内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4 分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4 分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8 分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2 分）
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4 分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3 分），开放式问题放在后面（1 分）
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2 分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶）
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性

	问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题（3 分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2 分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5 分），选取充分性和必要性的问题（2 分），内容翔实完整、条理清晰（2 分），并具有可行性（4 分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2 分）	
小计		100		

36. 试题编号：J1-36，都市丽人内衣品牌形象市场调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

都市丽人，国内大型内衣企业，致力于成为世界知名的快时尚内衣品牌，帮每一位都市女性打造百变的快时尚生活。

都市丽人是国内首家快时尚的内衣品牌。该品牌诞生于 1998 年，截止 2014 年，都市丽人在全国专卖店已经超过 6000 家，品牌提倡时尚不是明星专属，都市丽人让你更美更自信，帮助每一位都市女性实现打造百变内衣时尚生活的愿望。品牌旗下公司旗下现拥有女士内衣都市丽人，男士内衣都市锋尚。

自 2012 年开始，都市丽人已经连续三年签下国际名模林志玲代言。林志玲还亲自担任都市丽人时尚内衣的首席创意师，开发自己的明星联名系列“ChilingCutting”。

2012 年，由林志玲出演的 2012 都市丽人内衣广告 80 秒 TVC（林志玲出演）网络热播，全网视频点击量突破 2275 万次。

2013 年，由林志玲出演的 2013 都市丽人内衣广告 90 秒 TVC（林志玲出演）继续在网络热播，全网视频点击量突破 3100 万次。

2014 年，由林志玲出演的 2014 都市丽人内衣广告 60 秒 TVC（林志玲出演）继续在网络热播。

2014 年，黄晓明正式签约为都市丽人旗下男士内衣品牌都市锋尚的代言人，男神的有内涵才够 man 为都市锋尚带来新锋尚男人，携

手林志玲一起，成为都市丽人品牌的男士内衣品牌和女士内衣品牌的代言人。

2014 年，由黄晓明出演的 2014 都市锋尚男士内衣广告 60 秒视频在网络热播。

从 2012 年至今，“都市丽人”成功开启了“快时尚”的品牌转型之路，签约国际一线明星林志玲作为形象代言人；到 2014 年已经代言三年了，把都市丽人快时尚带领给大众，让大众知道时尚不是明星专属，都市丽人让你更美更自信，都市丽人引入国际、国内优秀时尚设计师，2014 年林志玲更是成为都市丽人的首席设计师，把自己的时尚态度带入产品。整合国际时尚元素与中国市场需求；强化质量监管，杜绝瑕疵产品“入市”；完善物流配送和保障体系，让时尚新品快速到达门店；改造门店形象和陈列、提升一线销售人员的专业素养……“都市丽人”这个年轻的大众内衣品牌似乎一夜之间跳到了消费者的视线中，明星、名款、漂亮的门店特别是适中的价格，所有的这些亲民的特性又催生了这种大众内衣品牌的后续发展动力。

2017 年 6 月 22 日，都市丽人粤北产业基地投产仪式在韶关顺利举行。都市丽人粤北产业基地的投产，对“东莞速度+韶关服务”的品牌打造具有重要意义，对进一步延伸都市丽人产业链条，打造产业联盟，持续调整和优化产品结构，打造新的经济增长点，促进当地经济发展等都具有重要的作用。

2019 年 6 月 26 日，都市丽人迎来 21 岁生日，在这个特别的时刻，都市丽人以全新面貌再出发，特邀关晓彤作为都市丽人品牌代言人。关晓彤的同款新品——婴肌棉内衣，采用都市丽人婴肌棉面料，开启都市丽人的内搭“新革命”，用 0 压迫的体验感开启女性的轻生活。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计都市丽人内衣品牌形象市场调研问

卷，目的是了解公众对都市丽人的认知和期望，结合都市丽人的市场定位，为未来制定品牌宣传推广策略提供参考。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4 分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4 分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8 分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2 分）
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4 分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3 分），开放式问题放在后面（1 分）
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2 分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶）

	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
	问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题（3 分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2 分）
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5 分），选取充分性和必要性的问题（2 分），内容翔实完整、条理清晰（2 分），并具有可行性（4 分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市場信息（2 分）
小计		100	

37. 试题编号：J1-37，顺丰速运市场满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

“1993 年，顺丰诞生于广东顺德。自成立以来，顺丰始终专注于服务质量的提升、持续加强基础建设、积极研发和引进具有高科技含量的信息技术与设备，不断提升作业自动化水平，实现了对快件产品流转全过程、全环节的信息监控、跟踪、查询及资源调度工作，确保了服务质量的稳步提升。

在持续强化速运业务的基础上，顺丰坚持以客户需求为核心，围绕快递物流产业链，不断丰富公司的产品和服务种类，针对电商、食品、医药、汽配、电子等不同类型客户开发出一站式供应链解决方案。

截至 2015 年底，顺丰已拥有约 1.5 万台营运车辆，以及遍布中国大陆的近 1.3 万个营业网点。此外，公司目前拥有 30 架自有全货机，搭建了以深圳、杭州为双枢纽，辐射全国的航线网络。与此同时，顺丰积极拓展国际件服务，目前已开通美国、日本、韩国、新加坡、马来西亚、泰国、越南、澳大利亚、蒙古等国家的快递服务。

随着公司的业务不断发展并迈向国际，顺丰速运现成为中国速递行业民族品牌的佼佼者之一。其积极、有序地发展陆上及航空速递网络，并专注于人才队伍的建设，是企业中长期发展规划的首要任务。

顺丰积极探索客户需求，为客户提供快速安全的流通渠道；不断推出新的服务项目，帮助客户更快更好地根据市场的变化而做出反应；缩短客户的贸易周期，降低经营成本，提高客户的市场竞争力。除了在公司内部培养一批中流砥柱以外，更不断从其它行业吸收精英以满足业务高速发展以及服务不断完善的需要。

致力于加强公司的基础建设，顺丰统一全国各个网点的经营理念，大力推行工作流程的标准化，提高设备和系统的科技含量，提升员工的业务技能和素质，努力为客户提供更优质的服务，以客户需求为核心，建设快速反应的服务团队，谨守服务承诺。提供灵活组合的服务计划，更为客户设计多种免费增值服务及创新体验，全天候不间断提供亲切和即时的领先服务。

多年来，顺丰速运重视顾客满意度，不断地在实践中探索和改进，逐渐建立起自己独特的优势。

1、采用先进的信息技术，速度快捷。采用信息监控系统 hht 手持终端设备和 GPRS 技术全程监控快件。

2、产品优势快捷的实效服务。顺丰的“收一派二”规定；实行们到门服务、手对手交接。

3、拥有自己的交通运输系统。顺丰的专线包机达到 13 条，并且自购飞机，成立了“泓图航空公司”。

4、安全的运输服务。货物损坏率为是十万分之一，属同行业最低。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计顺丰速运市场满意度调研问卷，目的是了解顾客对顺丰速运的满意度及反馈意见，以便制定更完善的顾客服务策略，提高顾客的满意度和忠诚度。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义 (4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字 (4 分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型 (8 分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题 (2 分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题 (4 分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体 (3 分)，开放式问题放在后面 (1 分)
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容 (2 分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问 (出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶)
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题 (3 分)，其中开放式问题不超过总问题数量的 20% (2 分)
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合 (5 分)，选取

		握		充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)	
小计			100		

38. 试题编号: J1-38, 老凤祥品牌忠诚度调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

创始于 1848 年的民族品牌老凤祥,集“研发、设计、生产与销售”于一体,拥有多家专业厂、研究所和遍布全国各地的 3000 多家销售网点,拥有完整的产业链、多元化的产品线,旗下黄金、白银、铂金、钻石、白玉、翡翠、珍珠、金镶玉、有色宝石、珐琅、红珊瑚等多品类首饰,以及牙雕、K 金眼镜、工艺旅游纪念品等也广受好评,是中国珠宝首饰业在历史底蕴、规模渠道和品牌价值等各方面领先的龙头企业。2018 年,老凤祥以 437.8 亿元的营业收入和 12 亿元的净利润傲视群雄。

老凤祥公司已发展成为集科工贸于一体,拥有老凤祥银楼有限公司、老凤祥首饰研究有限公司、老凤祥珠宝首饰有限公司、老凤祥钻石加工中心有限公司等 20 多家子公司,首饰厂、银器厂、礼品厂、型材厂四个专业分厂,以及 60 余家连锁银楼、300 多家专卖店和 1000 多家经销商的大型首饰企业集团。

“牌子老,款式新,工艺精,信誉好”是消费者对老凤祥品牌的共识。而这一切,来源于老凤祥不断创新的经营理念、严格的质量管理体系、完善的银楼管理标准和齐全的十大特色服务。广为流传的“老凤祥首饰,三代人的青睐”正反映出了消费者对这一首饰著名品牌的钟爱。

“营销创新、技术创新、管理创新、机制创新”。老凤祥继承和发扬了一个半世纪以来企业发展的优秀传统和卓越风貌,一方面努力

以良好的信誉、精湛的技艺、优质的产品和热诚的服务来赢得了广大消费者的信赖；另一方面积极探索首饰业新材料、新产品、新技术和高附加值的“三新一高”之路，并取得了经营业绩和品牌建设的双丰收。

“精英荟萃、人才辈出”。老凤祥作为我国珠宝首饰业的民族品牌，经过一代又一代老凤祥人悉心浇灌、勤奋耕耘，从而形成了丰厚的文化底蕴和人才资源。技师。他们创造了我国第一台自动项链连接机，第一台光亮性电镀设备，第一台失蜡浇铸机，并在历年来的国内外各大珠宝设计制作大赛中荣获 170 多个大奖，享有“首饰奥斯卡”的美誉。

在国内取得高速发展的同时，本着“立足上海、覆盖全国、面向世界”的发展方向，老凤祥已先后在境外开设了 9 家银楼专卖店，体现了老凤祥由“民族珠宝首饰业的领军品牌向国际著名品牌”发展的战略目标正稳步推进的信心。老凤祥品牌也在发展中不断升华，多次入围《财富》“中国 500 强”，“全球 100 大奢侈品公司排行榜”，连续 13 年名列世界品牌实验室主办的世界品牌大会“中国 500 最具价值品牌”榜单，2018 年品牌价值达 301.58 亿元。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计老凤祥品牌忠诚度调研问卷，目的是了解新市场环境下消费者对民族品牌老凤祥的品牌认知和品牌忠诚度，为老凤祥未来制定品牌推广策略提供参考。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备

人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义 (4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字 (4 分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型 (8 分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题 (2 分)
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题 (4 分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体 (3 分)，开放式问题放在后面 (1 分)
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容 (2 分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问 (出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶)
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题 (3 分)，其中开放式问题不超过总问题数量的 20% (2 分)
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合 (5 分)，选取充分性和必要性的问题 (2 分)，内容翔实完整、条理清晰 (2 分)，并具有可行性 (4 分)，通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息 (2 分)
	小计		100	

39. 试题编号：J1-39，摩登·漂亮宝贝顾客满意度调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

“摩登·漂亮宝贝”是“摩登·漂亮宝贝美容国际集团”旗下著名连锁品牌，集团是一家时尚美业综合服务提供商，创造性提出了“赞美经济”理念，通过现代化商业模式传播专业、健康、时尚的漂亮事业。集团致力于“赞美经济”产业的实践与创新，产业涉及时尚创意体验服务、时尚创意产业咨询服务及专业人才培养服务。集团旗下拥有两家企业：湖南你好’漂亮时尚创意产业发展有限公司和湖南摩登培训咨询管理有限公司。同时，倾力打造了属于摩登集团的三个品牌：“你好’漂亮”一级品牌，“艾肯”美发和“摩登树”美容二级品牌。

湖南摩登漂亮宝贝时尚创意产业发展有限公司为中外合资企业，是摩登集团旗下的时尚体验服务型企业，公司主营美容 SPA 和美发 SALON、瑜伽、色彩、时装、形象设计等体验服务。我们的愿景是顾客高度 100%满意；成为行业的典范；促进健康和谐的高品质生活；从业人员自我价值的实现。我们的使命是“漂亮中国，和美天下”，让“你好’漂亮”品牌成为文明、和谐中国的代名词。

十七年来，摩登集团一直是湖南时尚体验服务的先锋企业，目前在长沙拥有五家大型直营店：你好’漂亮中国第一形象店、你好’漂亮旗舰店、你好’漂亮玫瑰苑、你好’漂亮生活馆、你好’漂亮会所。在株洲拥有一家大型直营店——你好’漂亮中国株洲店。目前，在集团总部拥有管理人员近 100 人，一线服务人员 1000 余人。企业年生产总值过亿元，利税达 2000 多万元。

公司所属的中国第一形象店通过了五星级美容店的评定，成为湖南省首家五星级美容店，其美发业务被誉为华中地区美发行业的一面旗帜，所属连锁美容机构被评为全国首批“全国放心美容院”。摩登

集团旗下的湖南摩登漂亮宝贝形象艺术培训学院是时尚创意产业人才教育培养基地，是目前中南地区教学环境最好，师资力量最全，教学质量最优的形象艺术类教学培训机构，是湖南唯一通过劳动职业技能培训 ISO9000 认证的行业教育培训基地。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计摩登·漂亮宝贝顾客满意度调研问卷，目的是帮助摩登·漂亮宝贝详细收集顾客对各项服务的满意情况以及意见建议，以便提高服务品质，根据顾客需求有序扩大经营服务项目。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4 分)	

分)	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）
小计		100		

40. 试题编号：J1-40，新东方泡泡少儿英语课程设置市场调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

资料一：

泡泡少儿教育是新东方教育科技集团旗下的知名品牌，致力于为3至12岁的少年儿童提供全学科一站式的教育服务。

泡泡少儿英语为3-6岁的儿童提供泡泡宝贝英语课程，从英文绘本阅读入手，让孩子快乐地阅读，从而培养和提高孩子的英文阅读能力；为6-12岁的儿童，提供泡泡少儿英语综合培优课程，基础级兴趣培养，进阶级衔接过渡，飞跃级直击考试，让孩子赢在起跑线；为8-12岁儿童提供小学新概念课程，通过完整的英语学习体系，让孩

子掌握英语听、说、读、写的基本技能。

资料二：

考虑到现在英语在国际上的适用范围之广，很多家长为了让自己的孩子从小就有更高的竞争优势，会想让孩子进入到少儿英语学校进行更好的学习。那么现在那么多的少儿英语学校到底选择哪家比较好呢？

1. 师资应该是挑选少儿英语学校的重点考虑问题

要想找到一所好的少儿英语学校，其实很根本的一个点就是师资问题，要知道有优秀的师资力量，才能够确保孩子在这所学校能够得到更好的教育。并且老师的教学水平，也会直接影响到孩子学习英语的兴趣和效果。

家长们在选择少儿英语学校的时候，要注意看该学校的老师的流动性怎么样，如果老师的流动性很大的话，可能会因为过于频繁的给孩子换老师，致使学习跟不上固有的节奏。

2. 教学环境在挑选少儿英语学校的时候也要充分考虑

好的少儿英语学校在教学环境上是很重视的，环境对学习会有比较大的影响，显然充满学习氛围的环境，在提升英语学习方面也会有比较大的帮助。

3. 班级人数也应该成为你挑选少儿英语学校的考虑因素

在为孩子挑选少儿英语学校的时候，要考虑到班级人数问题，最好是不超过八人为一个班级。毕竟孩子从天性上来说属于有些调皮的，如果说一个班机上有几十号人，老师在把控教学纪律上会相对更难。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计新东方泡泡少儿英语课程设置市场调研问卷，目的是帮助新东方泡泡少儿英语教学机构制定新学期培训办班课程计划，包括课程内容、课程时间、师资配备、人数设定以及

游戏环节设计等等，以便提前开展招生宣传。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式		5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达		8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾	

			向性	
	问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题（3 分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2 分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5 分），选取充分性和必要性的问题（2 分），内容翔实完整、条理清晰（2 分），并具有可行性（4 分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2 分）	
小计		100		

41. 试题编号：J1-41，汽车消费基本情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某机构针对长沙地区 1000 有车用户进行了汽车消费基本情况的问卷调查，现将调查资料整理如下：

1. 有车用户家庭月收入分析：

表 1：有车用户家庭月收入

家庭收入	比重（%）	累计（%）
7000 元以下	28.26	28.26
7000~8000 元	33.70	61.96
8000~9000 元	10.87	72.83
9000~10000 元	18.48	91.31
10000 元以上	8.69	100.00

2. 有车用户家庭结构分析：

表 2：有车用户家庭结构

家庭结构	比重（%）	累计（%）
夫妻	36.96	36.96
与子女同住	34.78	71.74
与父母同住	8.70	80.44
单身	17.39	97.83
其他	2.17	100.00

3. 消费者职业构成：

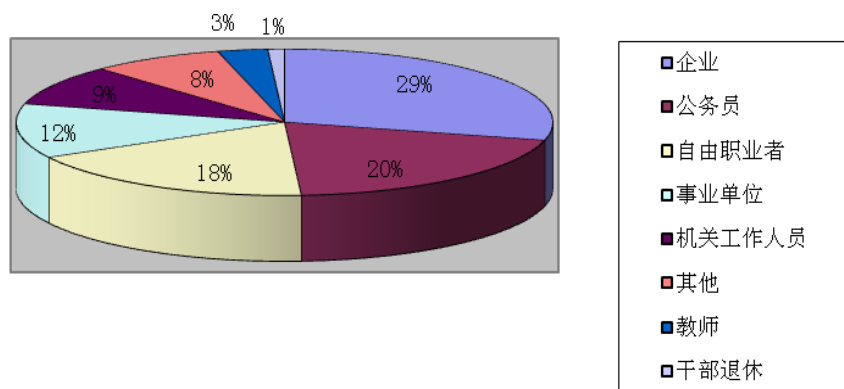


图1 消费者职业构成情况

4. 有车用户年龄及驾龄分析：

在所调查的消费者中，年龄大多在30~40岁或是30岁以下，所占比重分别为43%和28%，也有23%的消费者年龄在40~50岁，仅有6%的消费者年龄在50岁以上。

5. 影响消费者购车的因素

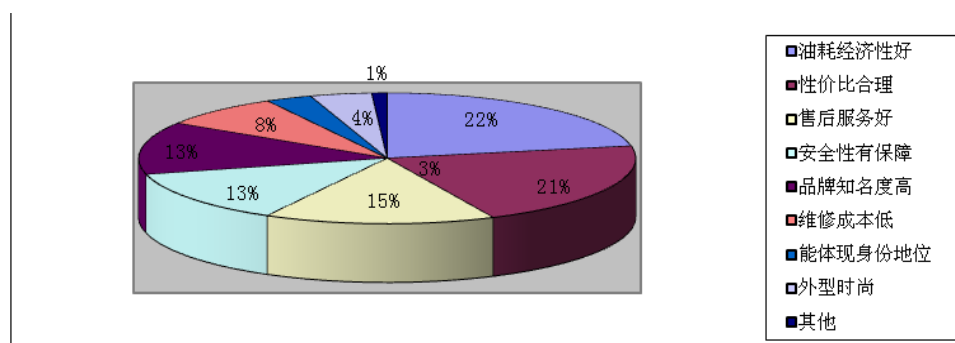


图2 影响消费者购车的因素

6. 消费者获取信息的渠道

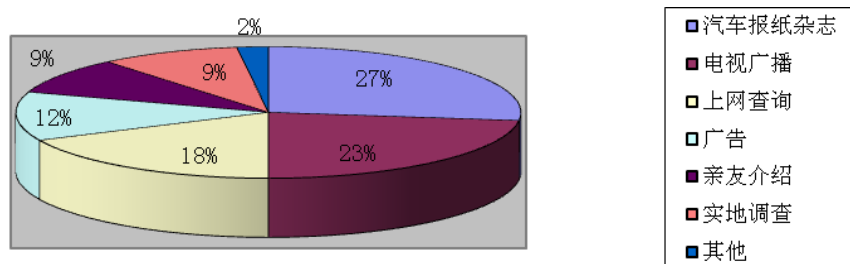


图3 消费者获取信息的渠道

7. 消费者最信赖的购车场所

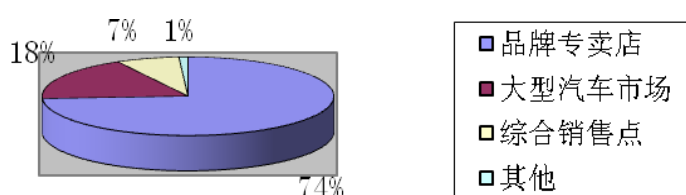


图4 消费者信赖的购车场所

8. 消费者满意的支付方式

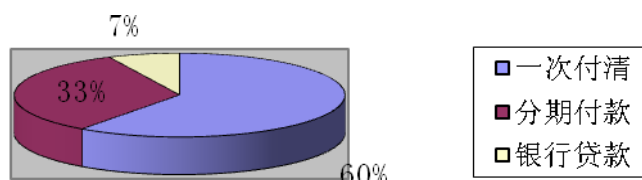


图5 消费者满意的支付方式

【测试任务】

请根据某机构提供的长沙地区 1000 有车用户汽车消费基本情况数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释

和分析，结论科学，所提建议可行；

3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和 analysis 能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。	

			数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。
			结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。
			附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。
合计			100		

42. 试题编号：J1-42，苹果产品消费情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

近两年来，苹果产品销售火爆，从 iPhone 到 ipad，每一款新的产品都受到粉丝的追捧，断货情况经常发生。为了更加深入地了解目前中国用户对于苹果产品的消费情况，互联网消费调研中心 ZDC 在中关村网站及微博上投放调查问卷，时间从 2018 年 6 月 21 日至 7 月 10 日，为时 20 天，共回收问卷 1301 份，通过对用户 ID、IP 等注册信息及问卷填写完整度的筛选、过滤，得到有效问卷 894 份。现对数据加以统计如下：

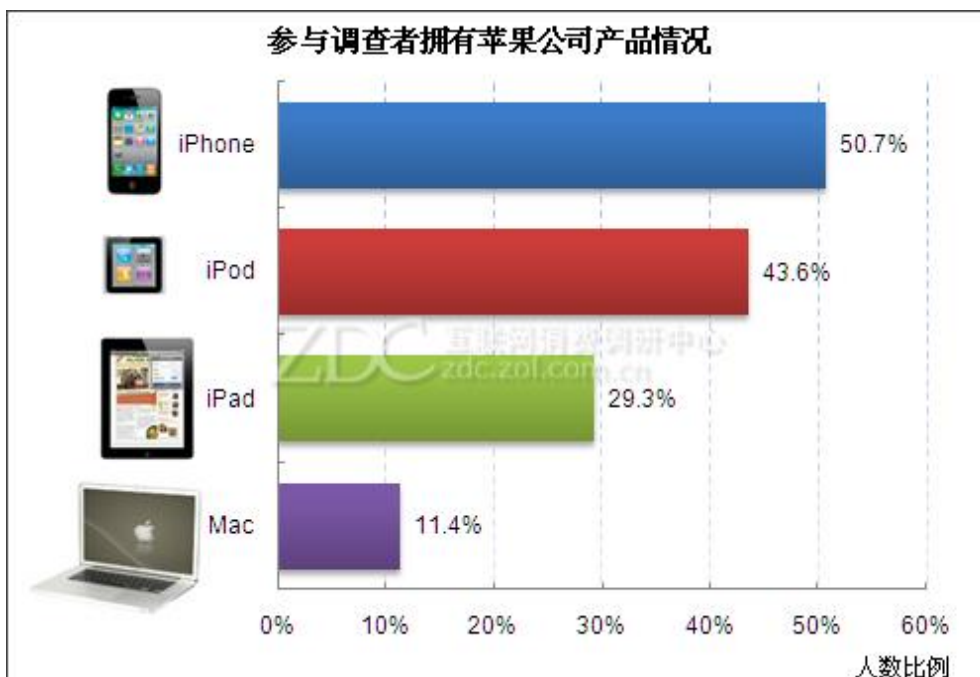


图1 参与调查者拥有苹果公司产品情况



图2 参与调查者购买苹果产品情况的消费分布

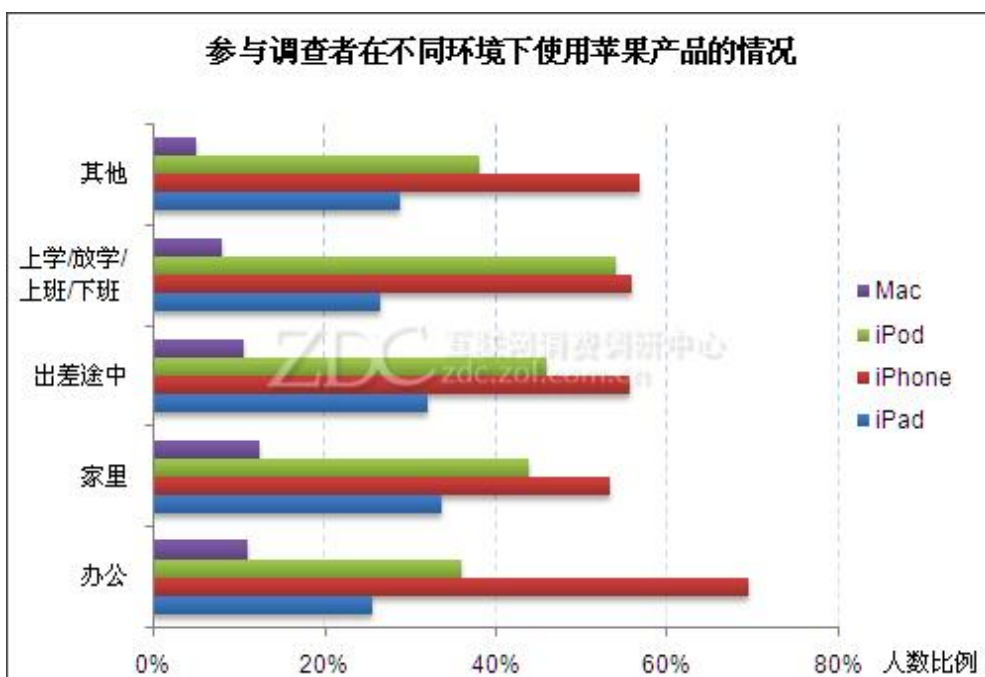


图 3 参与调查者在不同环境下使用苹果产品的情况

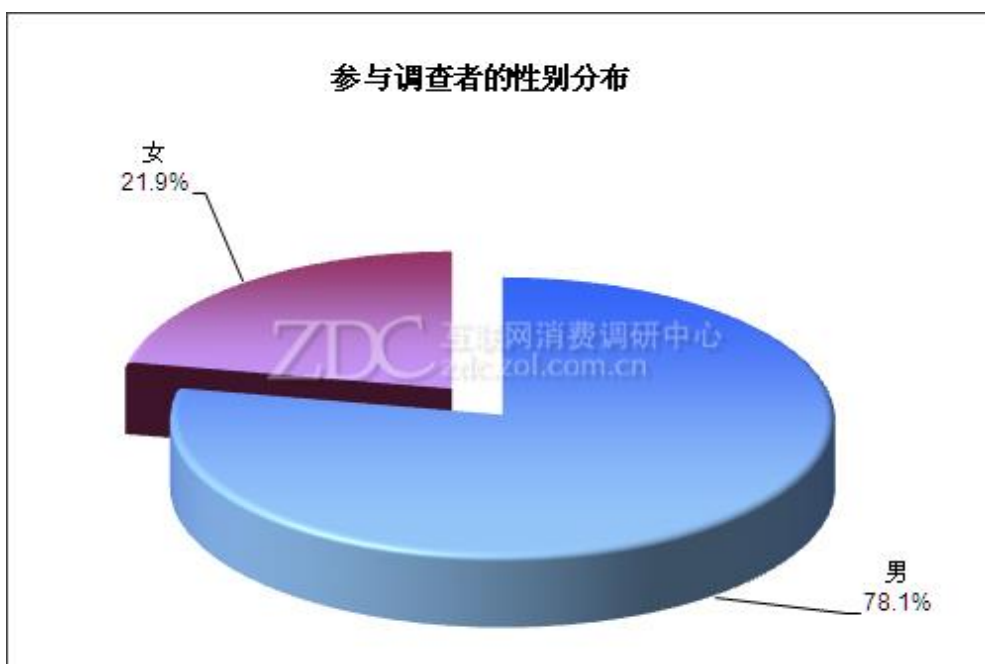


图 4 参与调查者的性别分布

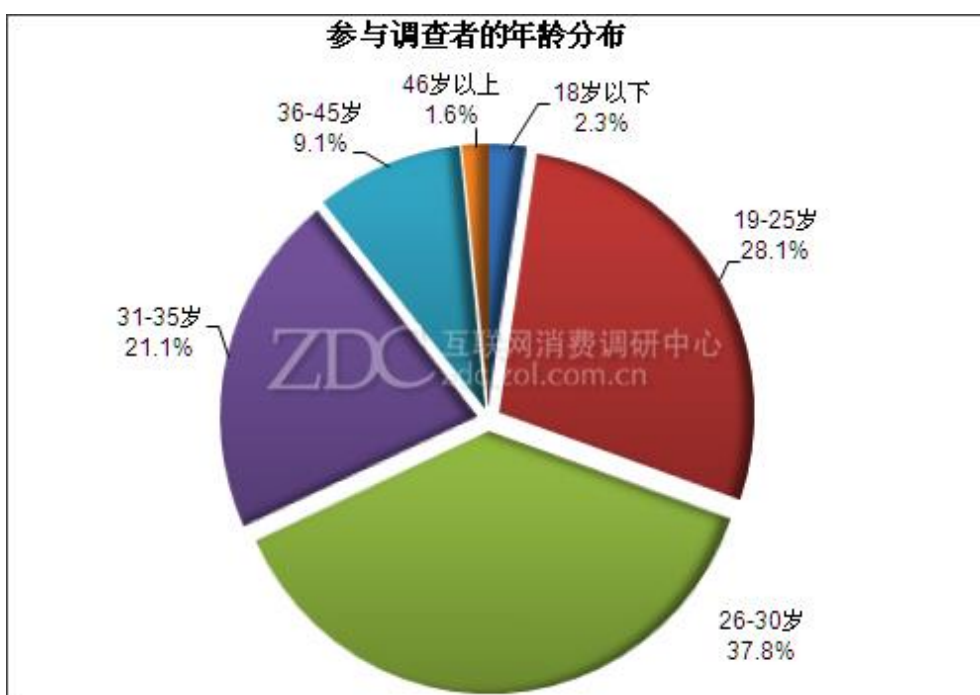


图 5 参与调查者的年龄分布

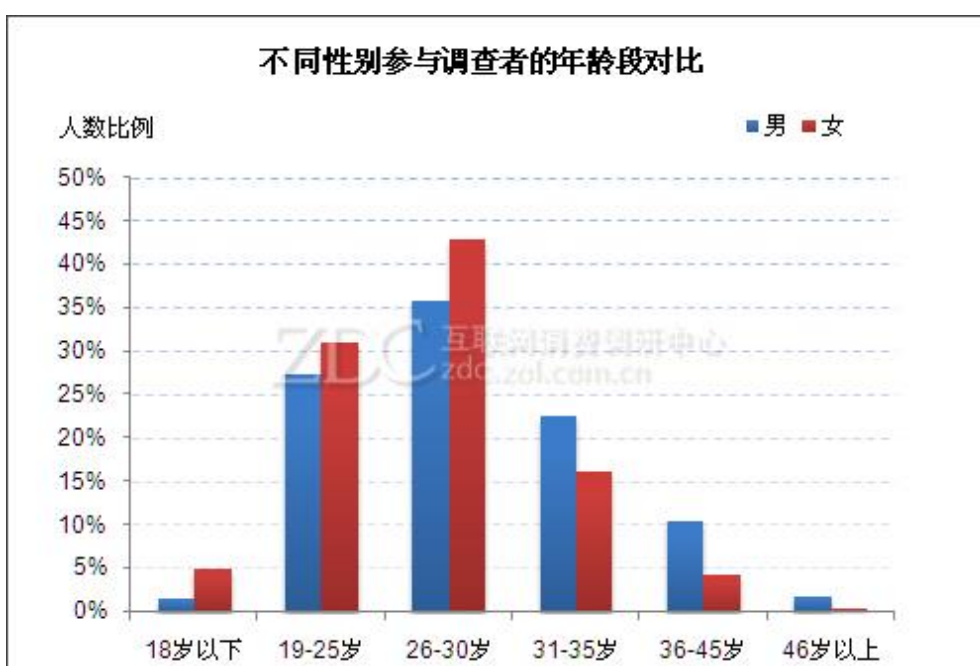


图 6 不同性别参与调查者的年龄段对比

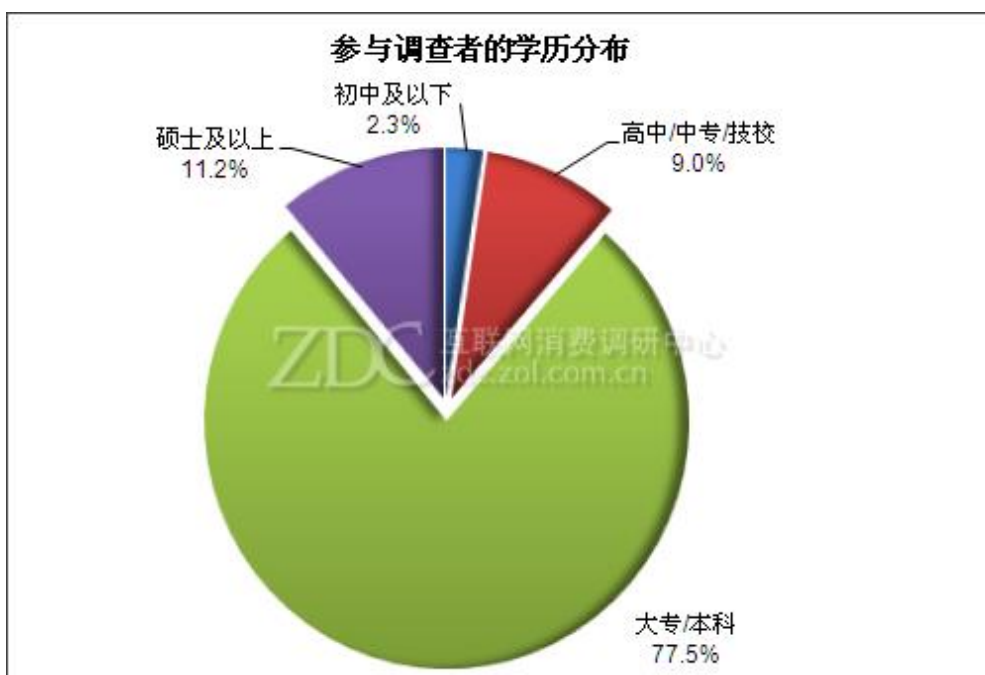


图 7 参与调查者的学历分布

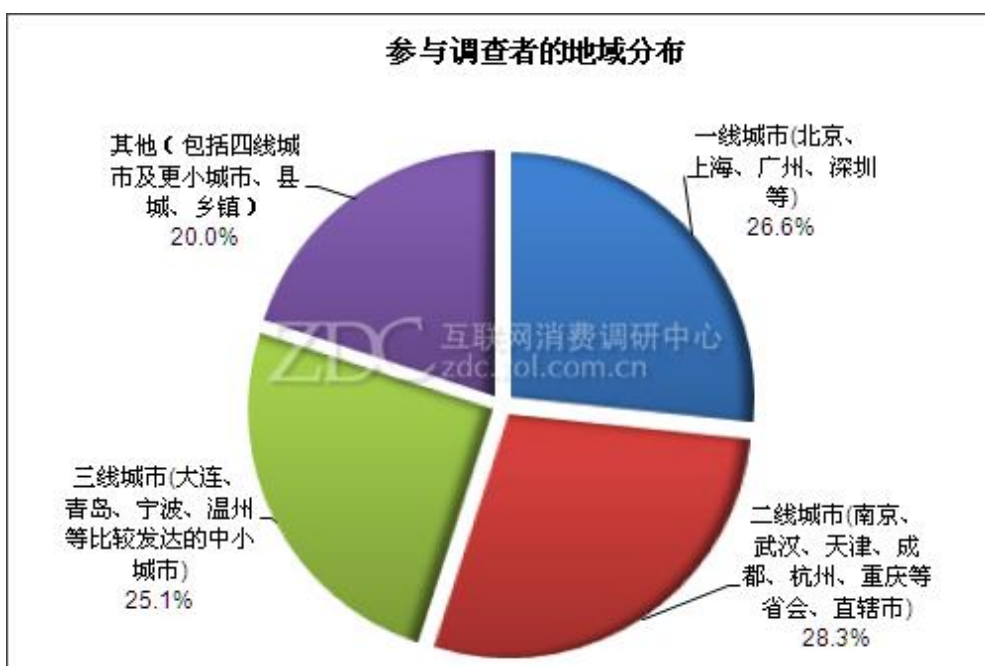


图 8 参与调查者的地域分布

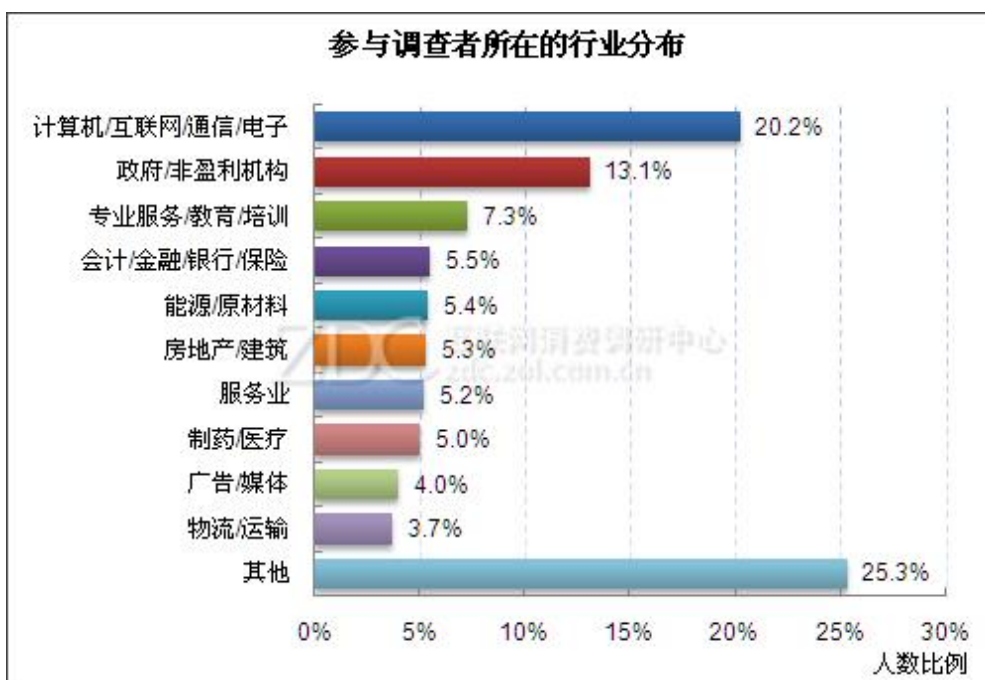


图9 参与调查者的所在的行业分布

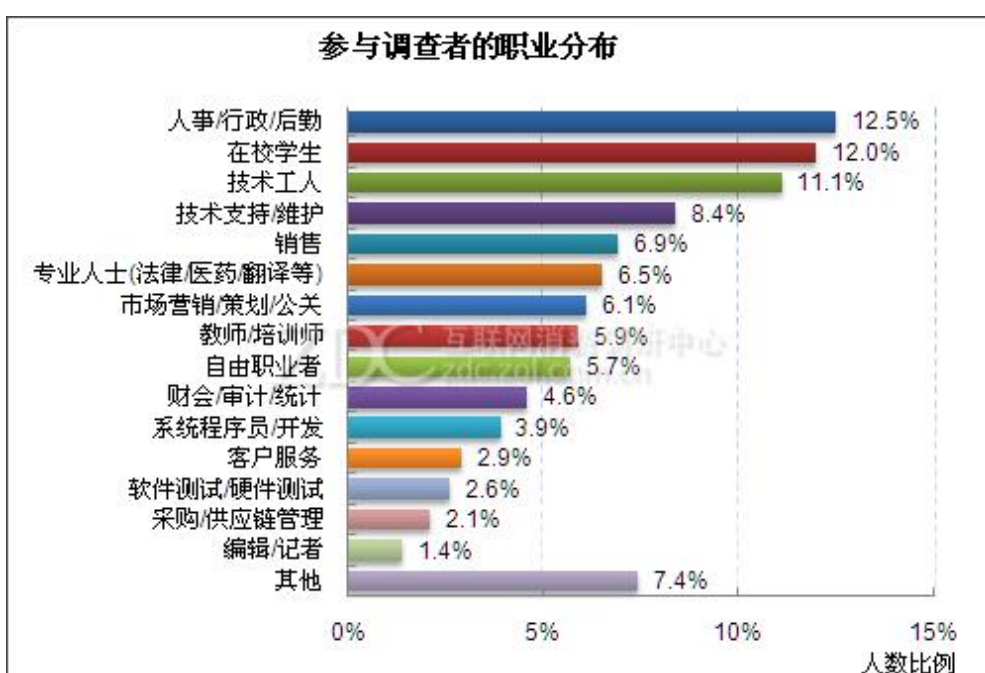


图10 参与调查者的职业分布

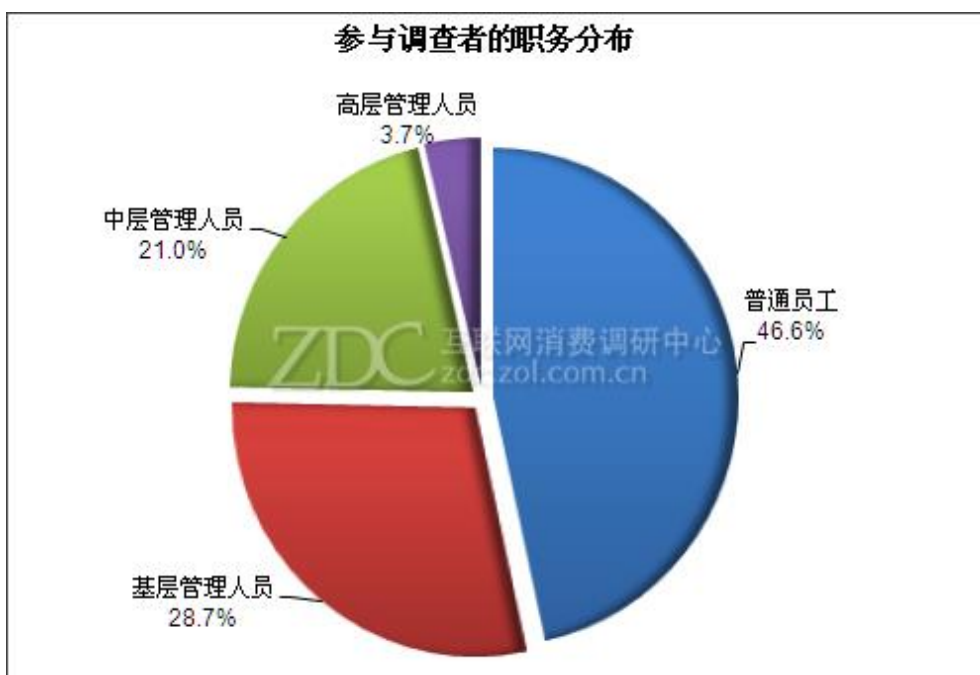


图 11 参与调查者的职务分布

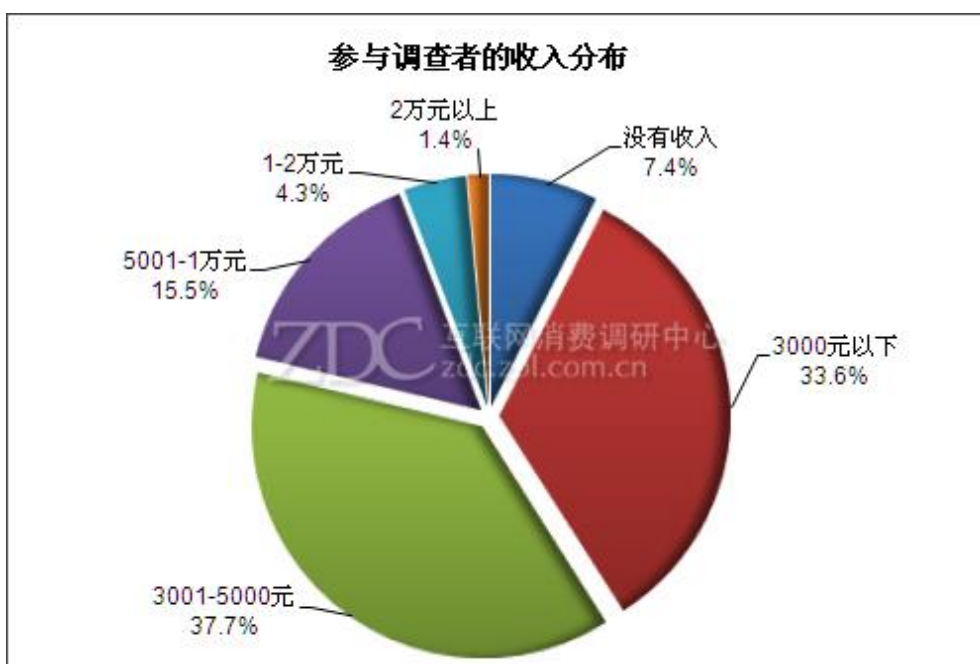


图 12 参与调查者的收入分布

【测试任务】

请根据互联网消费调研中心 ZDC 提供的中国用户对于苹果产品消费情况的调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内

容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达	

				到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。	字扣 1 分。
		数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。	
		结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。	
		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100		

43. 试题编号：J1-43，空调市场消费情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

2019 年 7 月，互联网消费调研中心 ZDC 对中国空调市场进行了一项调查，数据整理如下：

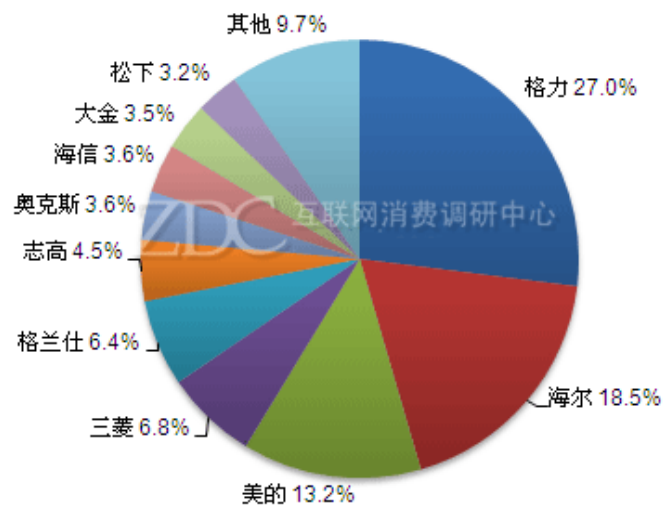


表1 2019年6月-7月中国空调市场品牌关注排名对比

排名	2019年6月		2019年7月	
	品牌	关注比例	品牌	关注比例
1	格力	25.9%	格力	27.0%
2	海尔	18.2%	海尔	18.5%
3	美的	12.0%	美的	13.2%
4	格兰仕	6.8%	三菱↑1	6.8%
5	三菱	6.6%	格兰仕↓1	6.4%
6	大金	4.4%	志高↑1	4.5%
7	志高	4.3%	奥克斯↑3	3.6%
8	松下	4.1%	海信↑1	3.6%
9	海信	3.8%	大金↓3	3.5%
10	奥克斯	3.5%	松下↓2	3.2%

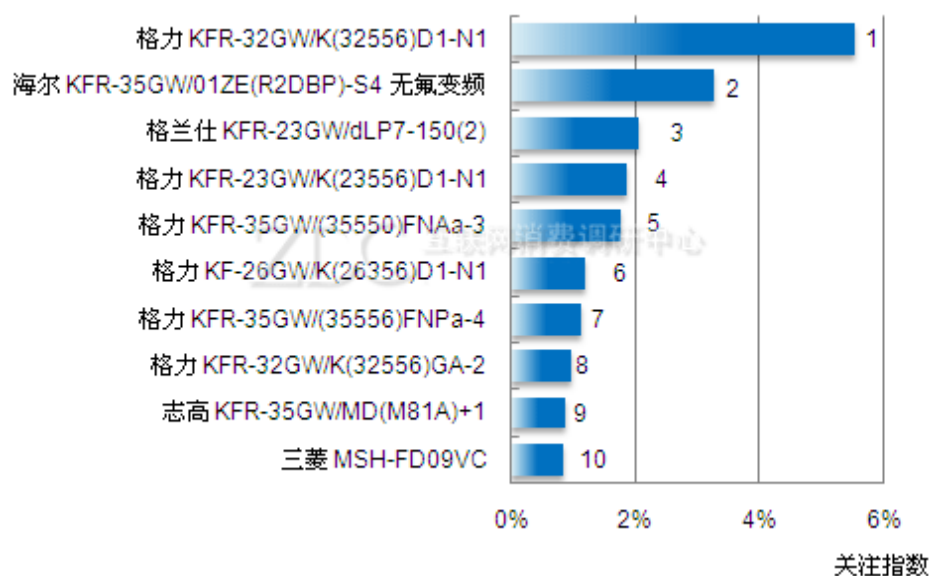


图 2 2019 年 7 月中国空调市场产品关注排名

表 2 2019 年 7 月中国空调市场最受用户关注的十款产品及参数

排名	产品名称	价格	产品类型	功率	是否变频	能效级别
1	格力 KFR-32GW/K(32556)D1-N1	¥2,200	挂式	小 1.5P	定频	1 级
2	海尔 KFR-35GW/01ZE(R2DBP)-S4 无氟变频	¥2,599	挂式	1.5P	变频	4 级
3	格兰仕 KFR-23GW/dLP7-150(2)	¥1,199	挂式	小 1.0P	定频	2 级
4	格力 KFR-23GW/K(23556)D1-N1	¥1,999	挂式	1P	定频	1 级
5	格力 KFR-35GW/(35550)FNAA-3	¥2,999	挂式	1.5P	变频	3 级
6	格力 KF-26GW/K(26356)D1-N1	¥1,750	挂式	大 1.0P	定频	1 级
7	格力 KFR-35GW/(35556)FNPA-4	¥2,899	挂式	大 1.5P	变频	4 级
8	格力 KFR-32GW/K(32556)GA-2	¥2,350	挂式	1.5P	定频	2 级
9	志高 KFR-35GW/MD(M81A)+1	¥1,699	挂式	大 1.5P	定频	1 级
10	三菱 MSH-FD09VC	¥2,995	挂式	大 1.0P	定频	3 级

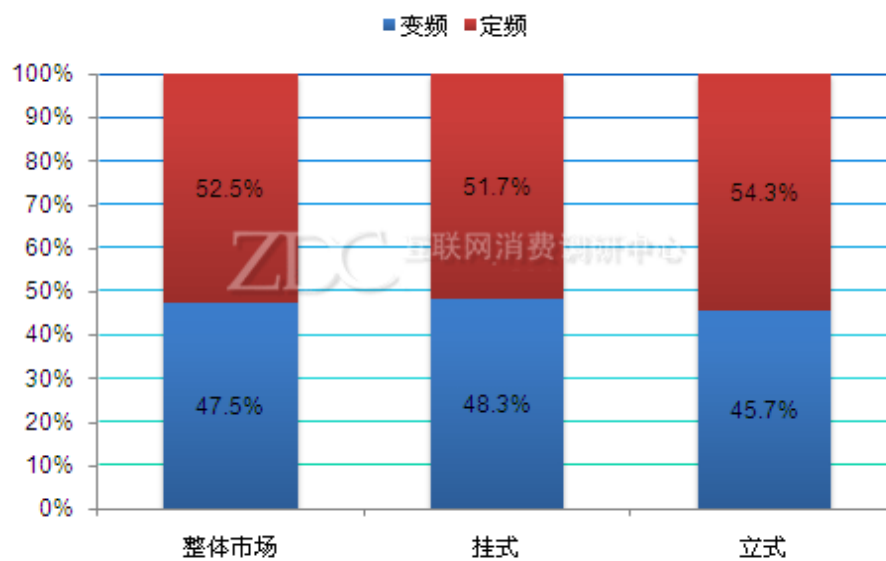


图 3 2019 年 7 月中国空调市场变频与定频产品关注比例

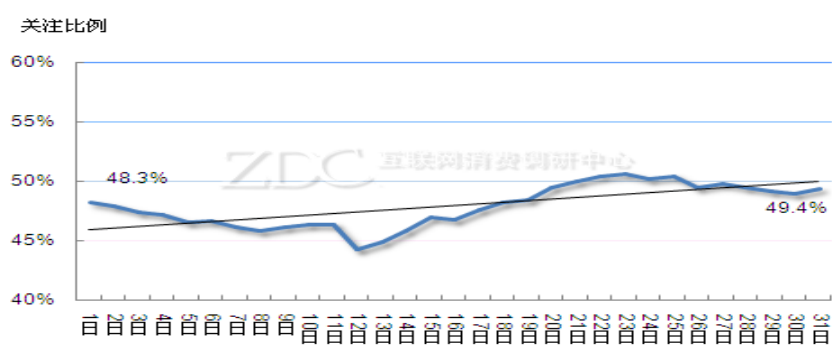


图 4 2019 年 7 月中国空调市场变频产品关注比例走势

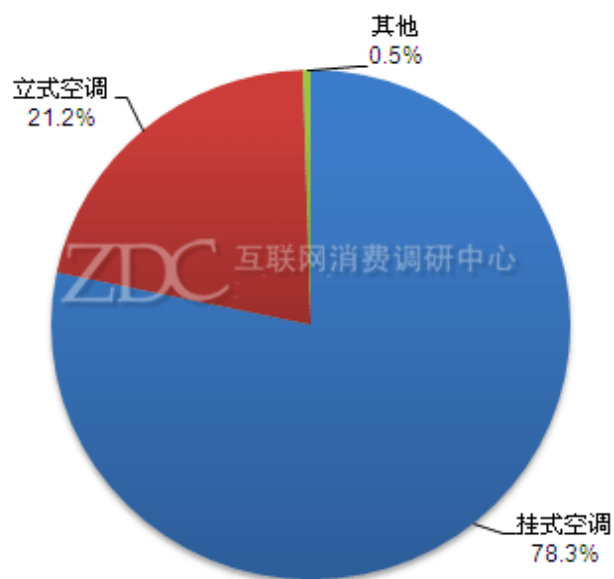


图 5 2019 年 7 月中国空调市场不同类型产品关注比例

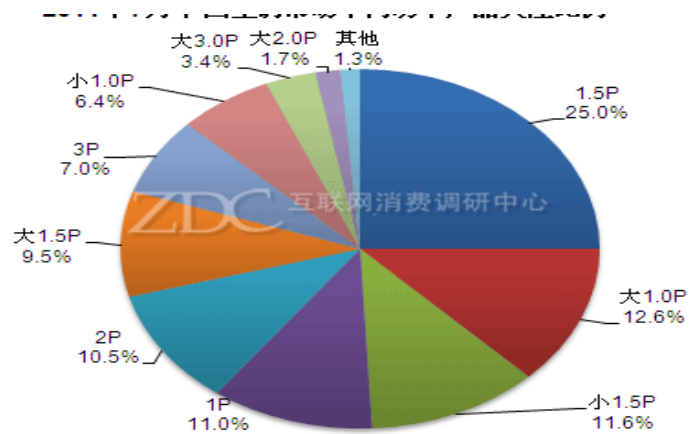


图 6 2019 年 7 月中国空调市场不同功率产品关注比例

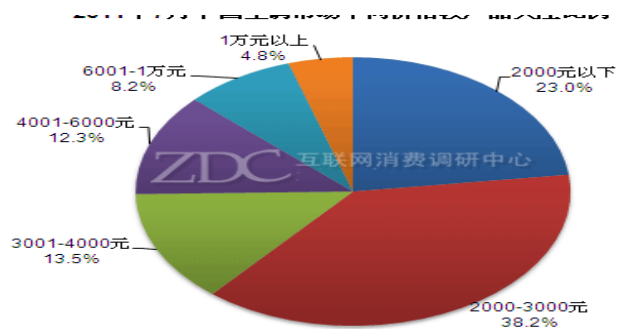


图 7 2019 年 7 月中国空调市场不同价位段产品关注比例

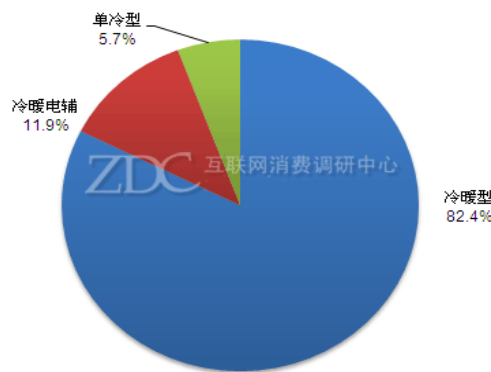


图 8 2019 年 7 月中国空调市场不同冷暖类型产品关注比例

【测试任务】

请根据互联网消费调研中心 ZDC 提供的 2019 年 7 月中国空调市场相关数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力		10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4分）；能在规定时间内完成任务（2分）。		
作品 (80分)	卷容格式		8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）		格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达		10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强		
	正文	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）		
		目录	7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）		
		引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。		
		数据分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。		
		结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。		
	附件		5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。		
合计			100			

44. 试题编号：J1-44，宾馆满意度调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某宾馆通过对 800 名顾客抽样调查(问卷调查)，数据汇总如下。

项目	很满意 (人)	较满意 (人)	一般 (人)	不满意 (人)	很不满意 (人)
1 进店接待	170	180	250	150	50
2 手续办理	178	188	260	138	36
3 大堂布置	180	230	260	90	40
4 大堂设施	180	230	260	90	40
5 大堂卫生	180	190	248	142	42
6 客房布置	188	192	256	144	40
7 客房设施	150	160	240	150	100
8 客户卫生	148	162	250	140	100
9 客房服务	180	195	258	97	70
10 客户用品	148	160	252	148	92
11 水电供应	200	260	278	50	12
12 通信	200	250	288	40	22
13 电视	200	250	288	40	22
14 服务态度	150	160	250	140	100
15 投诉处理	140	170	250	130	110
16 餐厅布置	156	200	300	84	60
17 餐厅设施	156	200	300	84	60
18 餐厅卫生	160	200	300	130	110
19 餐厅服务	150	180	240	130	100
20 饭菜品种	150	160	250	140	100
21 饭菜卫生	140	170	250	130	110
22 饭菜份量	150	180	250	120	100
23 饭菜档次	150	160	250	130	110
24 饭菜价格	150	160	250	130	110
25 饭菜色香味	140	150	230	160	120
26 碗筷餐巾	150	180	250	120	100
27 等候时间	200	250	288	40	22
28 酒水饮料	200	260	270	48	22
29 酒店外观	200	250	288	40	22
30 酒店装修	210	260	298	20	10
31 酒店绿化	210	260	298	20	12
32 娱乐设施	140	160	220	160	120

33 酒店交通	210	250	300	30	10
34 宣传用品	130	160	200	198	112
35 酒店安全	200	250	288	40	12

其他调查资料：

1. 顾客来住店之前，知道本酒店的 320 人，不知道的 680 人。
2. 顾客来本店的次数分布：1 次的 300 人，2 次的 200 人，3 次的 120 人，4 次的 100 人，4 次以上的 80 人。
3. 本店近三年来营业收入增长率分别为：8.6%、9.8%和 7.2%。
4. 本店近三年投入的广告费用增长率分别为：5.3%、4.2%和 2.8%。
5. 据本店员工满意度调查，有关项目的满意度为：用人机制 75.8%，物质激励 80.1%，精神激励 71.3%，人际关系 70.2%，劳资关系 73.2%，技术培训 70.2%，发展期望 68.8%，企业管理 70.5%，愉快感 70.1%，信任感 70.2%，员工安心率 68.3%。

【测试任务】

请根据以上提供的某宾馆 800 名顾客抽样调查(问卷调查)数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。	
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。		
作品 (80分)	卷容格式		8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	正文	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
		目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。	
		数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。	
		结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5 分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。	
		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇	

			总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100	

45. 试题编号：J1-45，大学生旅游市场基本特征调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为开发大学生旅游市场，了解大学生对旅游目的地的偏好和基本特征，长沙某旅行社于 2019 年 5 月 24-25 日对临近的几所高校在校生进行了随机抽取发放调查问卷。共计发放问卷 1000 份，实际收回问卷 1000 份。现对数据加以统计如下：

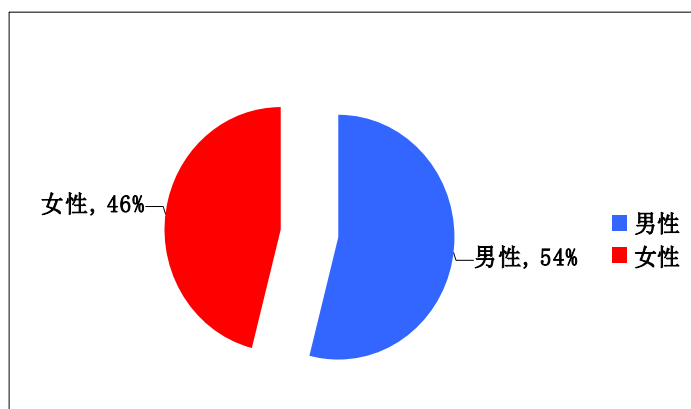


图 1 被调查者性别分布情况

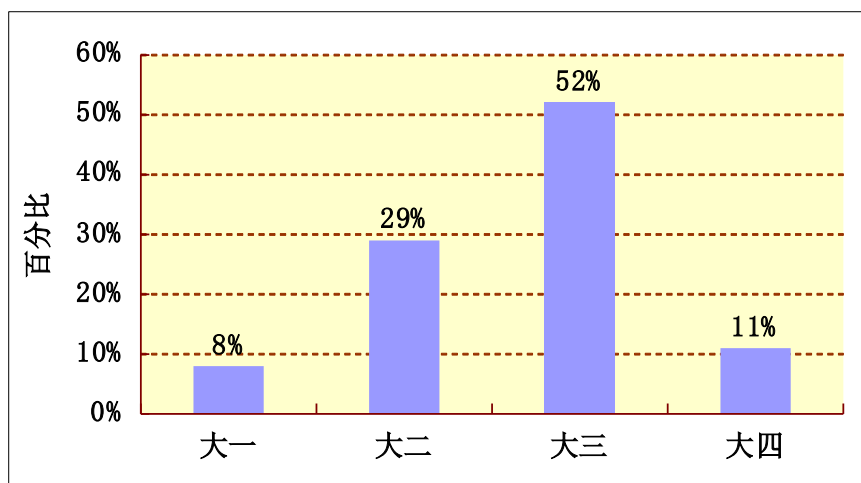


图 2 年级分布

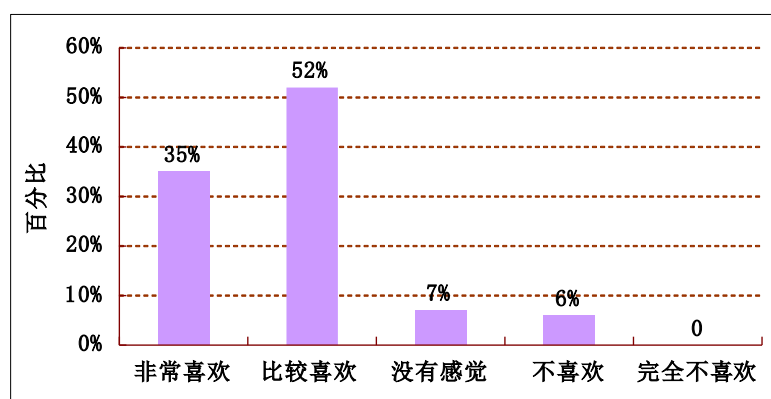


图 3 旅游喜好

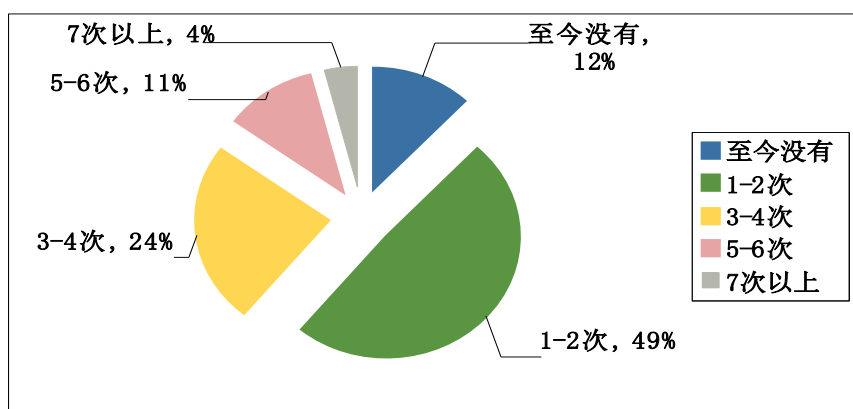


图 4 旅游次数

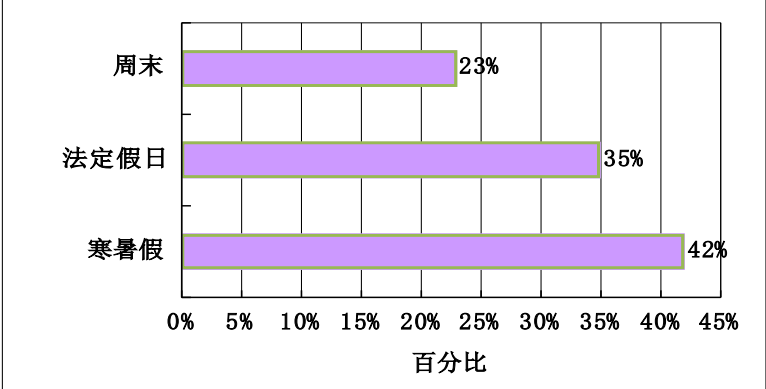


图 5 旅游时间

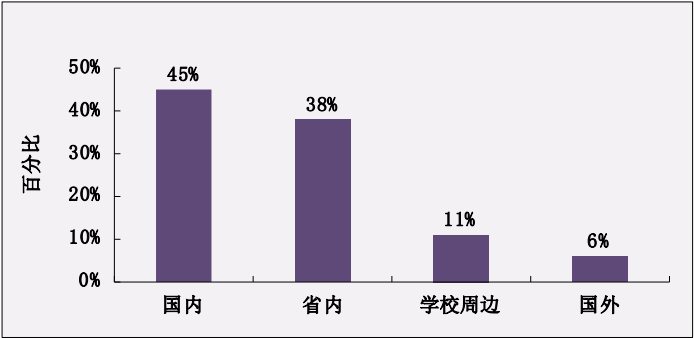


图 6 旅游目的地

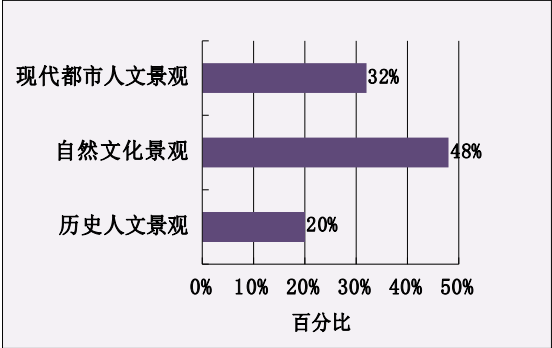


图 7 旅游景观类型

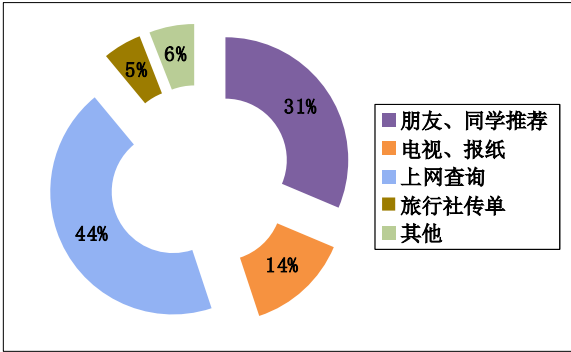


图 8 旅游目的地信息获取

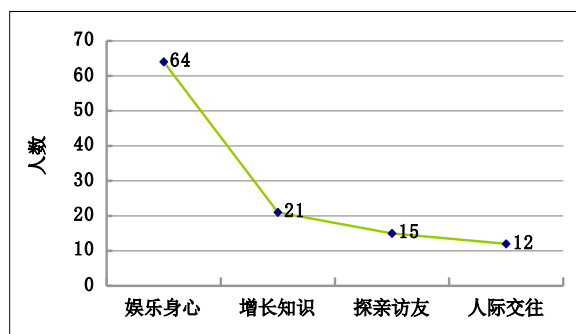


图 9 旅游目的

【测试任务】

请根据长沙某旅行社提供的大学生旅游市场相关调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	

					记 0 分。
作品 (80 分)	卷容格式		8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍,但需列明;调研报告字数要求 1500 字以上,每少 50 字扣 1 分。
	文字表达		10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	正文	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
		目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。	
		数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。	
		结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5 分，其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分）。	
	附件		5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100		

46. 试题编号：J1-46，超市顾客满意度调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某高校市场营销专业师生在 2019 年末针对长沙市具有代表性的三座大中型超市进行了一次顾客满意度社会调查，调查涉及到的超市主要有家乐福、沃尔玛、家润多等三家。被调查对象筛选条件为在最近一个月内在所调查的商场/超市至少消费过三次的顾客。每个网点发放 500 份调查问卷，共 1500 份问卷，回收问卷 1370 份，其中沃尔玛 480 份，家乐福 470 份，家润多 420 份。去除回答记录不清、逻辑矛盾等问卷，有效样本保持了 1340 份。具体调查数据如下：

1. 性别：有效样本中，女性占 56.71%，男性占 43.29%；

2. 消费者年龄：20 岁以下的人员占比 12.41%；20—30 岁的人员占比 42.34%；30—40 岁的人员占比 20.44%；40—50 岁的人员占比 9.44%；50—60 岁的人员占比 7.30%；60 岁以上的人员占比 8.03%；

3. 职业：公司职员占比 35.04%；学生占比 15.33%；公务员占比 11.68%；教师占比 8.03%；企业高管或私企老板占比 7.30%；其他人员占比 22.63%；

4. 教育程度：高中及以下占 24.08%；中专占 18.29%；大专占 32.12%；大学本科占 19.71%；硕士及以上占 5.84%；

5. 收入状况：1500 元以下占 33.9%，1500—3000 元占 36.7%，3000—5000 元占 27.1%，5000 元以上占 2.3%；

6. “家乐福”顾客满意度调查结果统计表：

满意度指标 (%)	满意	较满意	一般	不太满意	不满意	没注意
企业形象	26.4	42	25.9	1.5	1.1	3
购物环境	17.1	35.8	37.2	5.2	2.1	2.6
购买便利性	15.5	34.7	36.2	10.3	2.6	0.5
品种	35.5	34.7	20.7	5.7	1.6	1.6

质量	23.3	47.2	23.3	3.1	1.55	1.55
价格	8.8	23.8	37.8	22.3	3.1	4.2
服务	14	46.1	35.2	3.6	1.1	0

7. “沃尔玛”顾客满意度调查结果统计表

满意度指标%	满意	较满意	一般	不太满意	不满意	没注意
企业形象	21.9	47.2	25.7	1.4	0.5	3.3
购物环境	23.4	38.7	35.9	1	1	0
购买便利性	15.4	32.7	42.5	5.6	1.4	2.4
品种	18.7	35	36.4	6.5	1.4	2
质量	24.3	38.3	32.2	2.8	2.4	0
价格	15.9	21.04	33.2	26.6	0.46	2.8
服务	18.7	39.3	37.5	2.3	0.95	0.95

8. “家润多”顾客满意度调查结果统计表

满意度指标 (%)	满意	较满意	一般	不太满意	不满意	没注意
企业形象	15	40.4	66	13.2	2.9	2.2
购物环境	18.7	35.4	32	11.7	2.2	0
购买便利性	12.7	39.2	36	8	2.6	1.3
品种	10.7	33.8	44.3	8	1.8	1.4
质量	13.7	47.1	30.7	4.9	0.9	2.7
价格	10.2	26.2	39.1	18.7	2.7	3.1
服务	7.5	30.2	40.9	13.1	2.3	0

9. 顾客满意度调查结果综合统计表

满意度指标 (%)	满意	较满意	一般	不太满意	不满意	没注意
企业形象	22.6	44.9	27.1	1.7	0.8	2.9
购物环境	19.8	38.5	34.9	4.3	1.4	1.1
购买便利性	14.6	35.6	38.3	7.9	2.2	1.4
品种	14.9	34.5	40.6	6.8	1.6	1.6
质量	20.3	44.1	29	3.6	0.8	2.2
价格	11.7	23.7	36.7	22.5	2.1	3.3
服务	13.3	43.8	38.1	3	1.3	0.5

10. 长沙各大超市 CS 测评重要度测评结果

重要度	商品质量	商品价格	品种多样性	购买便利性	商品服务	企业形象	购物环境
不重要	\	\	\	\	\	\	\
不太重要	8.33	8.33	16.67	\	\	\	\
一般	8.33	16.67	16.67	16.67	8.33	8.33	16.66

较重要	25	25	25	33.33	41.67	50	41.67
重要	66.67	50	50	33.33	50	41.67	41.67
各指标得分	4.5834	4.1667	4.1667	3.8332	4.1667	4.3334	4.2501
各指标重要性	0.1541	0.1401	0.1401	0.1288	0.1484	0.1456	0.1429

注：上表 1-5 列数字为在该项目中回答该重要度的顾客所占百分比。

11. 指标权重满意度测评结果

商场名称	企业形象	购物环境	购买方便性	品种多样性	商品质量	商品价格	商品服务	满意度
指标重要性	0.1456	0.1429	0.1288	0.1401	0.1541	0.1401	0.1484	
家乐福	77.39	76.8	70.78	72.42	76.58	64.78	74.41	73.42
沃尔玛	77.86	71.86	69.87	71.2	77.27	62.16	73.66	72.14
家润多	76.06	73.34	70.23	68.62	73.29	64.19	70.84	71.01
总体满意度	77.07	74.09	70.36	70.7	75.68	63.75	72.92	

【测试任务】

请根据某高校市场营销专业师生提供的三座大中型超市顾客满意度社会调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注

场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
		7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。	
		20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。	
		10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建	

		建议		议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100		

47. 试题编号：J1-47，方便面市场基本情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

方便面自问世以来，就以其食用方便、价格便宜而成为众多消费者日常食品的重要组成部分。随着人们的生活水平不断提高，消费者对方便面的需求从以前吃饱就行发展到更关注方便面的营养成分。这种不断变化的消费需求，可能使营养型方便面成为方便面市场又一个新的亮点。

某公司于2019年5月4日~12日对北京方便面市场进行了一次系统的、有针对性的调研。本次调研采用了国际通行的CLT调查方法，成功访问方便面直接消费者636人，调查结果的置信度在95%以上。具体数据资料如下：

1. 消费者常吃的方便面品牌：其中主要品牌康师傅36.2%，统一31.4%，华龙8.3%，福满多7.6%；
2. 品牌选择的因素：口味居第一占36.3%，品牌知名度18.2%；
3. 消费者最喜欢吃的方便面口味是辣味，占39.1%；其次是红烧牛肉味，占18.7%；海鲜味占18.5%；
4. 问及消费者主要在什么情况下吃方便面时，38.4%的消费者回答是“时间紧”，居第一位；
5. 吃方便面的好处：方便为64.0%、省时为35.2%，省钱和实惠的合计为15.7%；
6. 吃方便面的坏处：没有营养占53.7%；防腐剂过多和对胃不好，

分别占 27.1%和 8.2%。

7. 消费量及购买量：每月吃 6~12 袋方便面的消费者比率为 38.6%；其次是 19~24 袋占 24.2%；而每次购买 5~8 袋方便面的消费比率高达 56.4%；

8. 价格：1.1~2 元 40.6%，2.1~3 元 32.2%，3 元以上 13.9%，1.0 元以下 13.3%；

9. 吃方便面的时间：晚上占 34.2%，中午占 31.2%，早上占 21.8%，随时想吃就吃的只有 4.6%；

10. 现有方便面产品的缺点：没有营养的 33.6%，有防腐剂的 22.2%，口味单调的 19.2%；蔬菜包少的 12.7%和面不筋的 6.7%；

11. 消费者吃方便面的同时还添加哪些食品：鸡蛋 34.1%，火腿肠 32.4%，蔬菜和咸菜分别占到 21.3%和 5.6%，不添加任何食品的占 19.4%；

12. 销售渠道：超市占 76.1%，食品零售店占 20.2%；其他销售渠道占 3.7%；

13. 对营养型方便面的需求进行了有针对性的测试。在被问及如果方便面厂家推出一种新的“营养型方便面”，不仅口味好，食用方便，吃一盒能吃饱，而且能满足您一顿饭对身体所需的全部营养需要，价格每盒在 4 元左右，您是否会购买这种“营养型方便面”时，肯定会购买和会购买的合计占到 32.4%，表示可能会购买的占到了 37.9%，不会购买和肯定不会购买的分别为 17.6%和 3.7%。

14. 消费者会购买这种营养型方便面的主要原因：有营养、方便比率占 26.8%，抱着试一试态度占 22.2%，口味好占 8.2%。

【测试任务】

请根据某公司提供的北京方便面市场基本情况调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的	

				数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的 (2 分)。	分。
		数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据 (4 分), 分析现状 (4 分), 得出小结论, 以形成符合事物发展变化规律的结论性意见; 或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等 (6 分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理, 条理清楚, 有逻辑性 (4 分)。数据采用适当的图表来呈现说明 (2 分)。	
		结论及建议	10	用简洁而明晰的语言, 在以上数据资料分析的基础上, 进行综合归纳, 得出报告的结论 (5 分); 并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议, 完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示 (5 分, 其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分)。	
		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明, 包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100		

48. 试题编号: J1-48, 美容化妆品行业市场基本情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某学校市场营销专业为调查长沙市美容化妆品行业市场基本情况,从2019年9月28日起分别在长沙市岳麓区、雨花区和芙蓉区下辖的16个社区展开,调查为期4天。为了保证本次调查活动的较好的效果和质量,2019年10月1日和3日向社区消费者发放调查问卷,10月2日和4日收取问卷,并对认真填写调查问卷的消费者给予一定的物质奖励。此次调查共收回有效问卷382份,具体数据资料如下:

1. 本次调查中,对382名城镇消费者进行访问调查。性别:男性121人,占31.7%;女性261人,占68.3%年龄:17岁以下的有34人,占8.9%;18-35岁的252人,占66%;36-55岁的79人,占20.7%;56岁以上的有17人,占4.4%。文化程度:大学专科以上的有151人,

占 39.5%；高中、中技、中专的有 182 人，占 47.6%；初中及以下的有 49 人，占 12.9%。

2. 消费者对当前美容院开展的美容服务的总体评价是：认为很满意的有 20 人，占 5.2%；满意的有 76 人，占 19.9%；一般的有 223 人，占 58.4%；不满意的有 51 人，占 13.4%；很不满意的有 12 人，占 3.1%。

3. 消费者对当前美容服务最不满意的方面：认为是业务水平问题的有 31 人，占 8.1%；认为是服务态度问题的有 50 人，占 13.1%；认为是卫生状况问题的有 37 人，占 9.7%；认为是价格问题的有 68 人，占 17.8%；认为是诱购产品的有 113 人，占 29.6%；认为是产品质量的有 62 人，占 16.2%；认为是损害赔偿问题的有 13 人，占 3.4%；其他问题的有 8 人，占 2.1%。

4. 消费者对当前化妆品使用效果的总体评价：认为很满意的有 15 人，占 3.9%；满意的有 66 人，占 17.3%；一般的有 236 人，占 61.8%；不满意的有 49 人，占 12.8%；很不满意的有 16 人，占 4.2%。

5. 当前化妆品市场存在的最主要问题：认为是价格虚高的有 93 人，占 24.3%；认为是虚假宣传的有 145 人，占 37.9%；认为是假冒伪劣的有 82 人，占 21.5%；认为是售后服务差的有 53 人，占 13.9%；认为是其他问题的有 9 人，占 2.4%。

6. 如何看待名人代言的美容化妆品广告问题：认为可信的有 28 人，占 7.3%；认为多数可信的有 67 人，占 17.5%；认为半信半疑的有 126 人，占 33%；认为多数不可信的有 114 人，占 29.9%；认为不可信的有 47 人，占 12.3%。

7. 纹眉、纹唇、纹眼线、穿耳孔等是属于生活美容还是医疗美容问题：认为是生活美容的有 113 人，占 29.6%；认为医疗美容的有 134 人，占 35.1%；认为无所谓的有 50 人，占 13.1%；认为不太了解的有 85 人，占 22.2%。

8. 选购化妆品时首先想要知道的信息问题：认为是产品功效的有

132 人，占 34.6%；认为是安全问题的有 145 人，占 38%；认为是价格的有 83 人，占 21.7%；认为是进口还是国产的有 20 人，占 5.2%；认为是其他问题的有 2 人，占 0.5%。

9. 选购化妆品时是否注意产品外包装上标示的生产批号、生产日期、保质期或限制使用日期：回答非常注意的有 201 人，占 52.6%；回答有时注意的有 124 人，占 32.5%；回答不注意的有 57 人，占 14.9%。

10. 是否知道“育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒”等特殊用途化妆品的外包装上需标示“特妆准字号”：回答“知道”的有 91 人，占 23.8%；回答“不知道”的有 291 人，占 76.2%。

11. 是否清楚如何从外包装上辨别真、假“原装进口化妆品”：回答“清楚”的有 35 人，占 9.2%；回答“不太清楚”的有 242 人，占 63.4%；回答“不清楚”的有 105 人，占 27.4%。

12. 是否因使用美容化妆品导致皮肤受到伤害的经历：回答“有”的有 108 人，占 28.3%；回答“没有”的有 186 人，占 48.7%；回答“没有注意/不能确定”的有 88 人，占 23%。

13. 在使用化妆品皮肤受到伤害后，是否能够得到厂家或美容服务机构的满意处理：回答“能够”的有 70 人，占 18.3%；回答“不能够”的有 193 人，占 50.5%；回答“没有要求处理”的有 119 人，占 31.2%。

14. 整顿和规范美容化妆品市场的首要问题时，认为要严格审查从业人员资质的有 74 人，占 19.4%；认为要加强卫生环境要求及监督的有 51 人，占 13.4%；认为要强化消费教育的有 18 人，占 4.7%；认为要揭露虚假违法广告的有 89 人，占 23.3%；认为要打击假冒伪劣产品的有 101 人，占 26.4%；认为要树立优秀典型的有 30 人，占 7.8%；认为是其他的有 19 人，占 5%。

15. 长沙市消费者美容化妆品的消费水平：在 382 名被调查的消

费者中，平均每月用于美容化妆品的花费 106.71 元。

【测试任务】

请根据某学校市场营销专业调查的长沙市美容化妆品行业市场基本情况数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	

		目录		7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）	舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
		正文	引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。	
			数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。	
			结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
			附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100			

49. 试题编号：J1-49，大学生就业问题调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某公司针对大学生的就业问题对某高校的毕业生进行随机问卷调查。发出问卷 1000 份，收回 1000 份。统计结果汇总如下：

1、你认为现在的就业形势如何：

答案	形势严峻	形势正常	形势较好	不了解
所占百分比	48.5%	42.6%	4.5%	4.4%

2、您进入毕业时期的去向：

答案	求职	考研	出国	创业	求职考研两手准备	其他
所占百分比	72%	7.4%	5.9%	4.4%	10.2%	2.9%

3、您对求职渠道的选择：

答案	人才网站	校园招聘网	社会招聘会	老师、亲戚朋友	媒体(电视, 报刊)
所占百分比	51.5%	80.9%	44.1%	22.1%	4.4%

4、您认为自己目前最欠缺的素质主要是：

答案	基本的解决问题能力	沟通协调能力	承受压力、克服困难的能力	相关工作或实习经验	专业知识和技能	其他
所占百分比	5.9%	7.4%	16.2%	52.9%	27.9%	1.5%

5、您将通过何种方式向用人单位介绍自己的情况：

答案	招聘会现场	寄发自荐材料	在就业网站发布就业资料	通过熟人介绍
所占百分比	77.9%	44.1%	44.1%	20.6%

6、您的择业观念：

答案	一步到位，有固定收入	先就业，后择业	不就业，继续深造	自主创业
所占百分比	17.6%	73.5%	4.4%	5.9%

7、您欲选择什么样的单位就业：(限选两个)

答案	国有企业	民营企业	外资企业	合并企业	政府部门	自主创业
所占百分比	52.9%	39.7%	51.5%	20.6%	22.1%	11.8%

8、您认为当前毕业生就业的主要问题:

答案	大学专业设置与企业对人才的需求不匹配	应届毕业生不具备符合企业要求的职业能力, 缺乏工作经验, 没有竞争能力	毕业生的就业定位不合理, 期望值过高, 择业过于挑剔	政府、学校、用人单位及学生之间互相沟通和了解不够	就业信息机制不健全, 信息渠道不畅通, 信息不充分	大学教育模式不注重提高学生的综合能力, 不能为大学毕业生就业和职业发展提供有效帮助
所占百分比	29.4%	54.4%	19.1%	10.3%	7.4%	16.2%

9、您觉得自己在就业求职的过程中最具竞争实力的方面是:

答案	学习成绩	专业技能	实习经历	考试证书/技能证书	良好的求职心态
所占百分比	7.4%	30.9%	23.5%	17.6%	41.2%

10、您最希望自己在就业求职过程中得到:(限选两项)

答案	企业的从业经验	良好的专业技术	先进的管理模式	前沿知识信息	广泛的人际关系	团队合作技巧	良好的薪酬福利	自我价值的实现	稳定的工作岗位
所占百分比	42.6%	36.8%	29.4%	14.7%	26.5%	13.2%	14.7%	25%	7.4%

11、您认为您能接受的工资是:

答案	1000-1500	1500-2000	2000-2500	2500-3000	3000 以上
所占百分比	2.9%	20.6%	47.1%	22.1%	7.4%

【测试任务】

请根据某公司提供的某高校大学生就业问题随机问卷调查数据, 用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求:

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容;

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。	

			数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。
			结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。
			附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。
合计				100	

50. 试题编号：J1-50，商品住房消费者满意度调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为了加强对商品房市场的社会监督，配合政府有关部门搞好商品房市场的监督管理，反映广大消费者的呼声，中国消费者协会联合北京、天津、上海、重庆、大连、青岛、厦门、深圳、杭州、武汉、成都、西安等12个城市的消协组织对218个普通住宅小区、楼盘开展了“商品住房消费者满意度调查”活动。本次调查采用“判断抽样”法选取商品房项目，调查入住1-3年、在价格、规模和区域方面具有代表性的普通商品住房，采用“等距抽样”的方法选取住户并访问经历购买过程并长期居住在被调查项目中的消费者。调查设计样本量为18500个住户，最终回收有效问卷16376份，回收率为88.52%。现将有关数据整理如下：

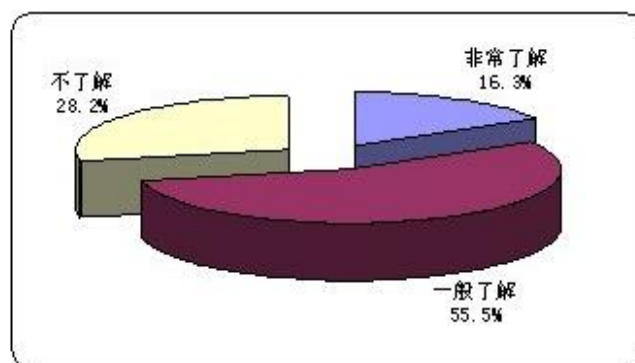


图 1 消费者对中小户型房贷政策了解情况

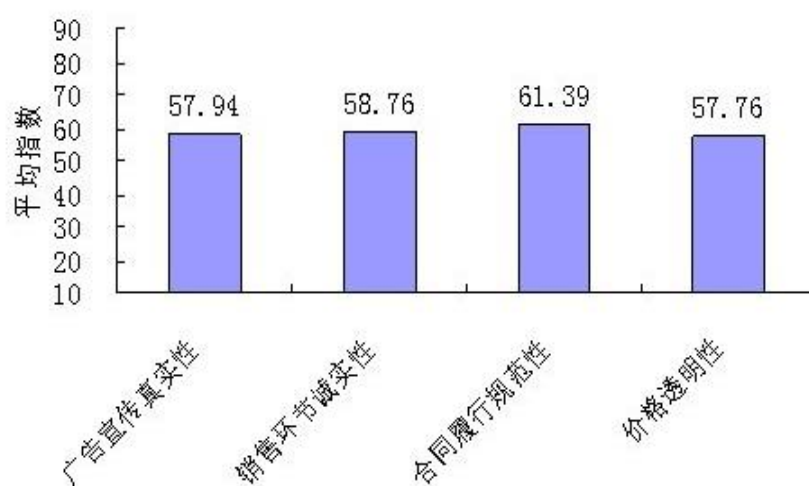


图 2 房地产行业整体诚信状况满意度指数比较

满意度指数为 0-100。50 以下为“非常不满”；50-60 为“不满”；60-70 为“一般”；70-80 为“满意”；80 以上为“非常满意”。

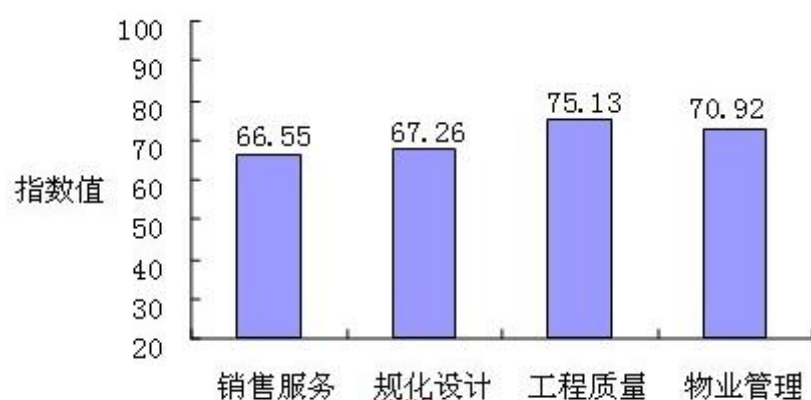


图 3 消费者对现住房屋各方面满意度水平比较

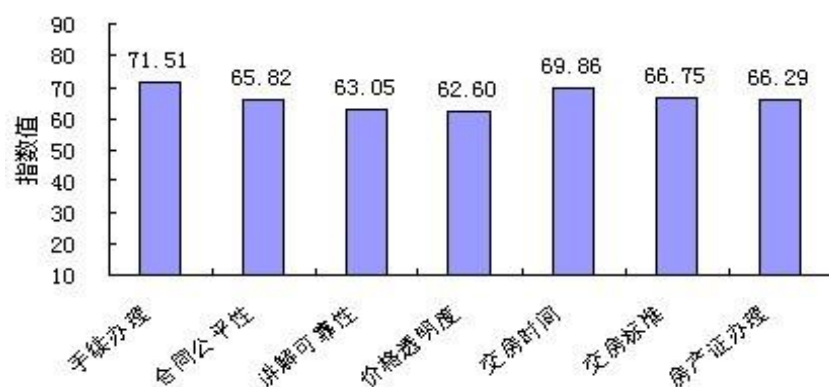


图 4 消费者对商品房销售各方面服务满意度情况

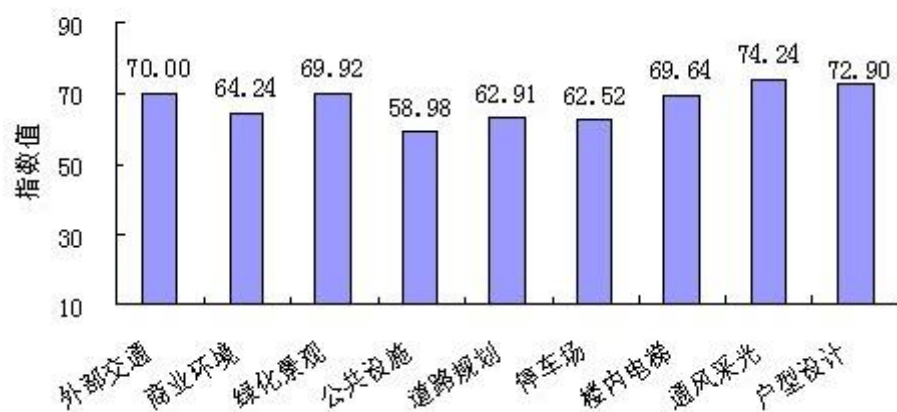


图 5 商品房规划设计满意度情况



图 6 房屋管线质量突出问题反映频次

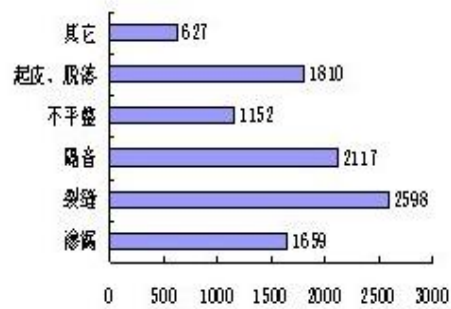


图 7 房屋墙体质量突出问题反映频次

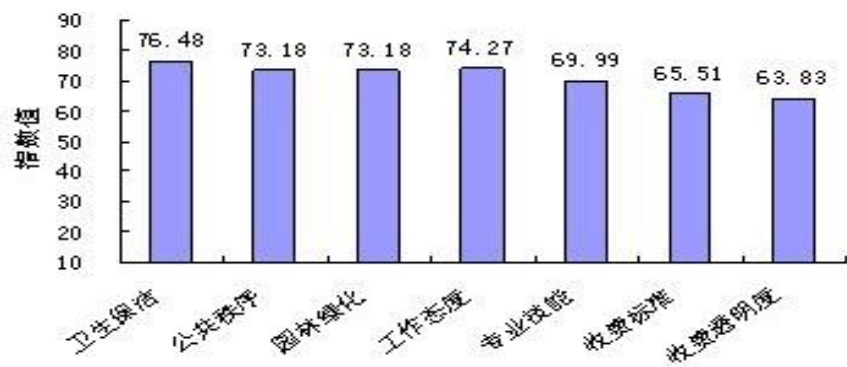


图 8 消费者对小区物业管理各方面满意度状况

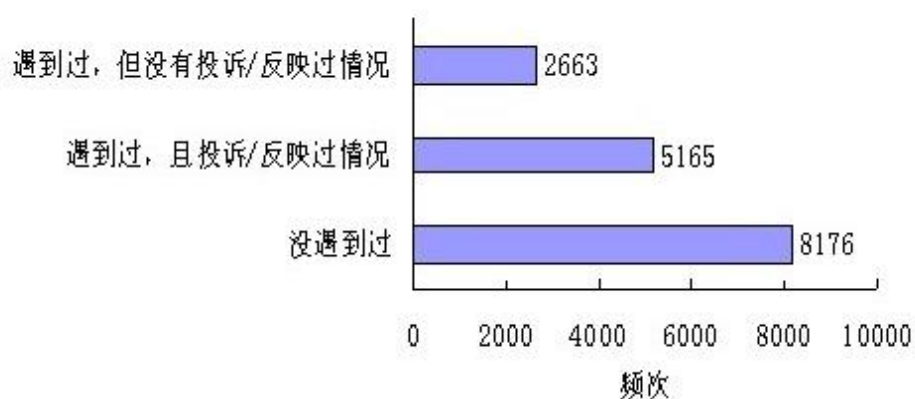


图 9 消费者对房屋质量问题投诉情况

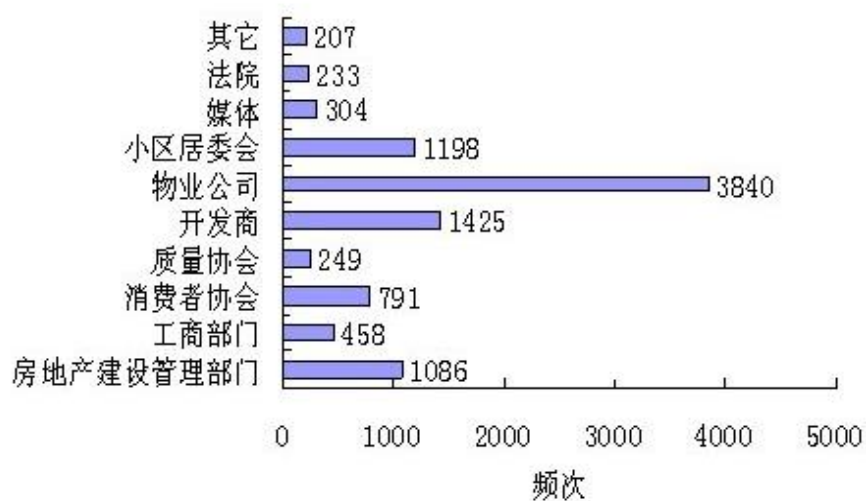


图 10 消费者向机构、单位投诉/反映的频次

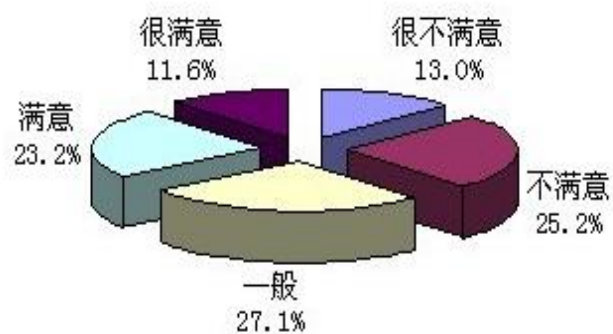


图 11 消费者对投诉结果的满意评价情况

【测试任务】

请根据中国消费者协会提供的 12 个城市 218 个普通住宅小区、楼盘“商品住房消费者满意度调查”调研数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	

		目录		7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）	舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
		正文	引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。	
			数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。	
			结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
			附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100			

51. 试题编号：J1-51，学生笔记本消费需求调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

中国笔记本电脑市场的消费群体中，学生用户占据了相当大的份额。由于这一群体的特殊性，其在笔记本电脑市场的消费行为也独具特点，“高性价比”、“强大的娱乐影音功能”等成为描述这一市场产品的热门关键词。为了解学生用户在中国笔记本电脑市场中的消费需求等特点，互联网消费中心 ZDC 进行了一项相关市场调研，其基本数据如下：

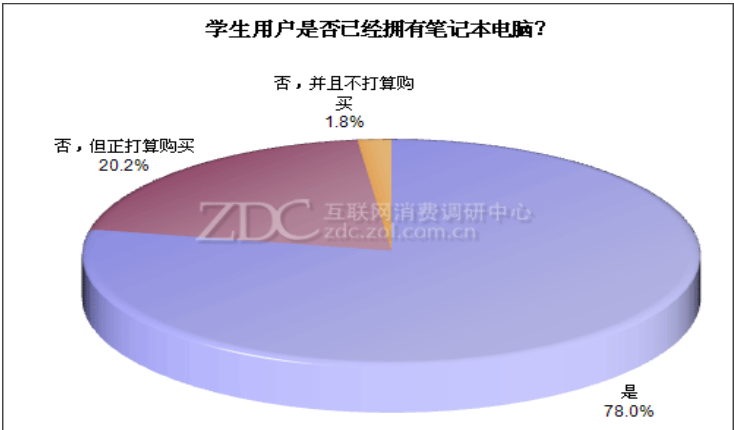


图 1 学生用户拥有笔记本电脑情况

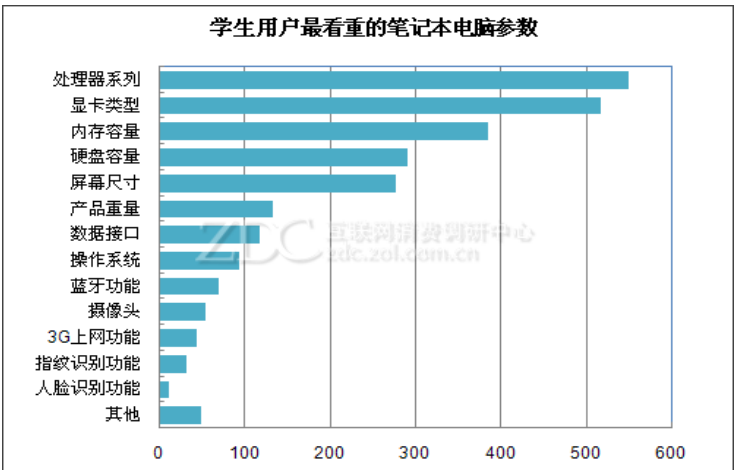


图 2 学生用户最看重笔记本电脑参数

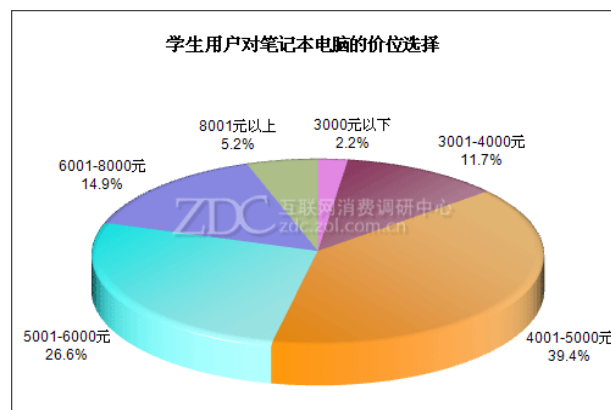


图3 学生用户对笔记本电脑的价位选择

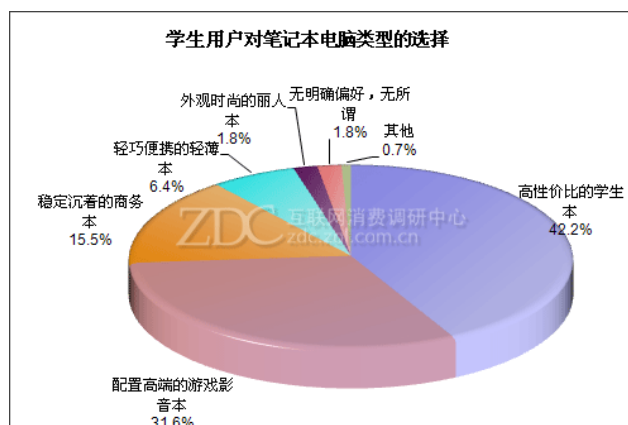


图4 学生对笔记本电脑类型的选择

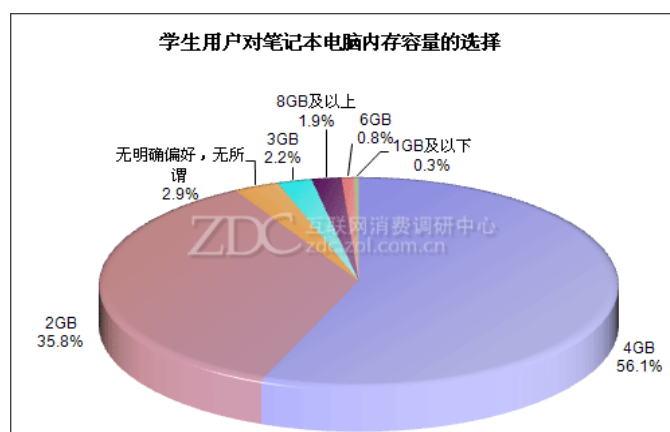


图5 学生对笔记本电脑内存容量的选择

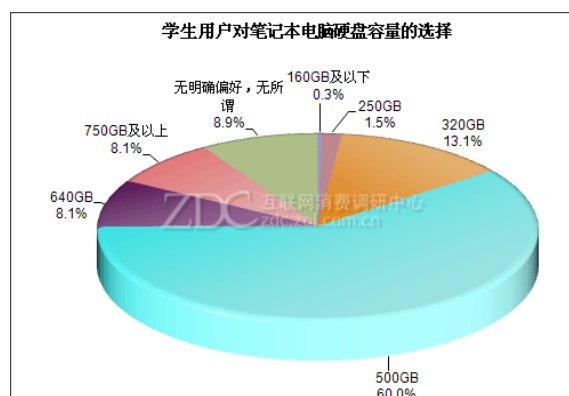


图6 学生对笔记本电脑硬盘容量的选择

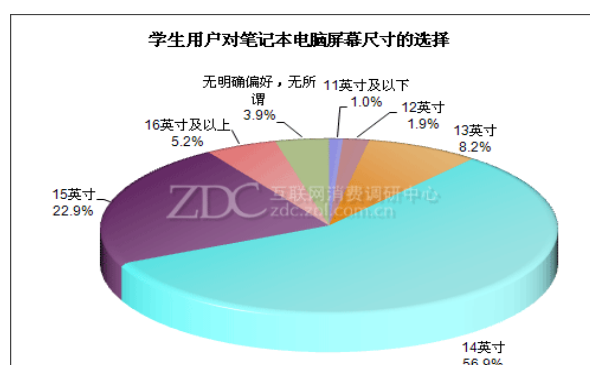


图7 学生对笔记本电脑屏幕尺寸的选择

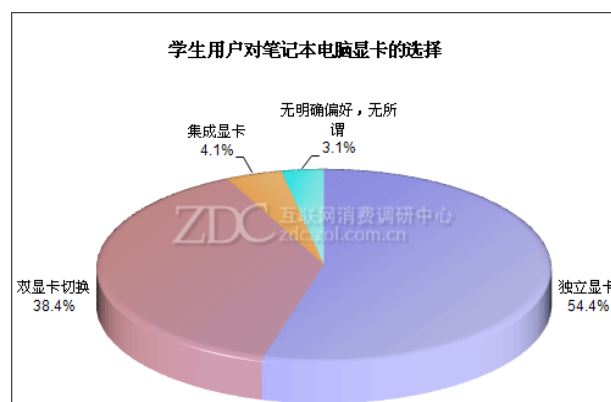


图8 学生对笔记本电脑显卡的选择

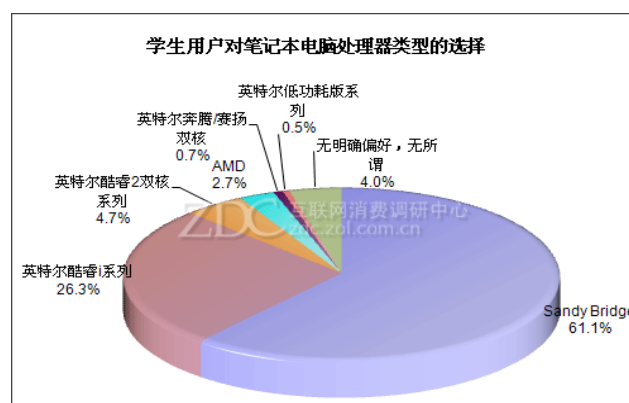


图9 学生对笔记本电脑处理器类型的选择

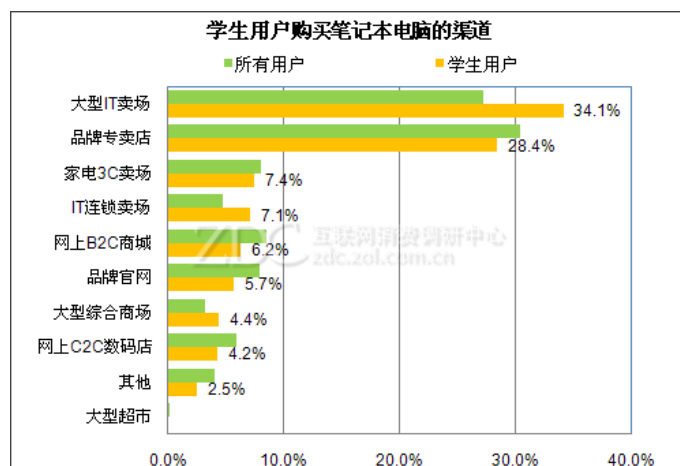


图10 学生购买笔记本电脑的渠道

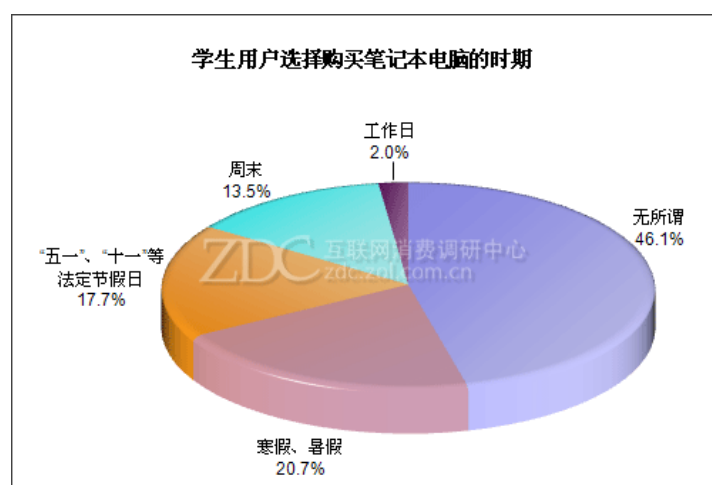


图11 学生选择购买笔记本电脑的时期分布

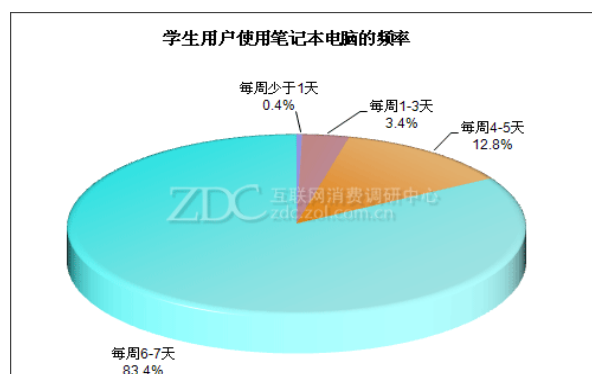


图12 学生使用笔记本电脑的频率

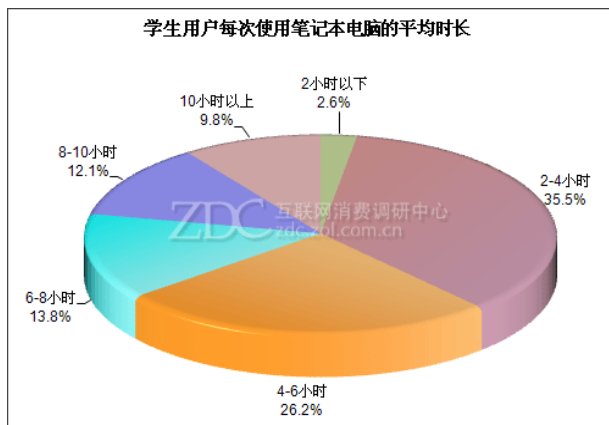


图 13 学生每次使用笔记本电脑的平均时长

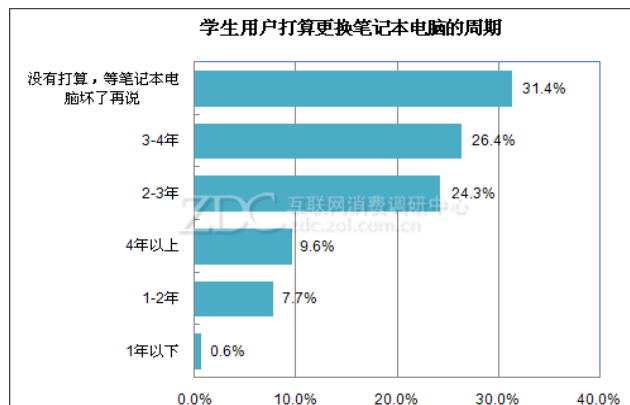


图 14 学生打算更换笔记本电脑的周期

【测试任务】

请根据互联网消费中心 ZDC 提供的学生用户笔记本电脑市场消费需求调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	正文	封面	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
		目录	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		引言	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。	
		数据资料分析	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。	

		结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
			附件	5	
	合计		100		

52. 试题编号：J1-52，青少年及儿童互联网使用现状调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为了解中国青少年及儿童互联网使用现状，某研究结构对北京、上海、广州、深圳、浙江，江苏，河南和四川等一共 22 个省份及城市 3-15 岁孩子的家长进行了调研，共发放样本量 1140 个。调研内容涉及儿童及青少年的上网需求和行为特征、家长对孩子互联网接触的了解和担忧、家长对孩子上网行为的了解和管理的需求三个方面。现将相关数据整理如下：

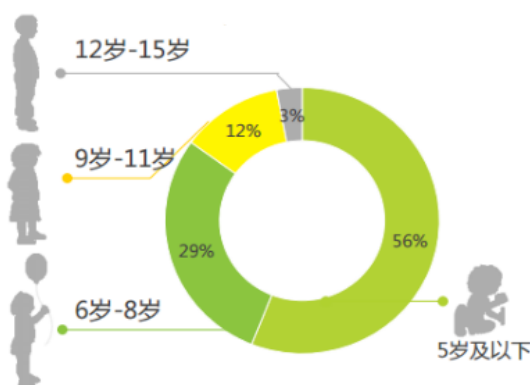


图 1 2018 年 5 月中国青少年及儿童初次接触互联网年龄-总体

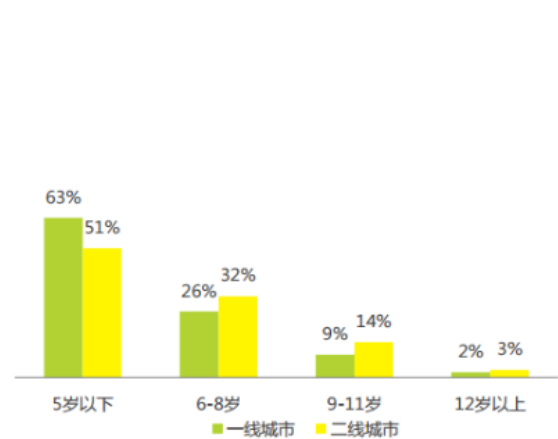


图 2 2018 年 5 月中国青少年及儿童初次接触互联网年龄-一线城市 Vs 二线城市

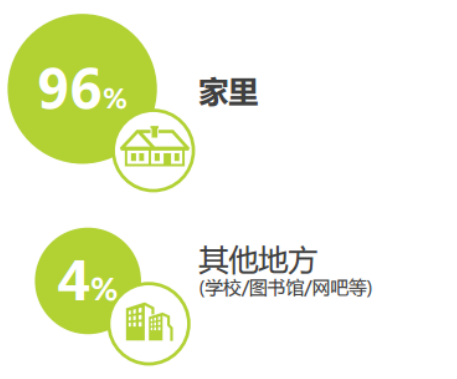


图3 2018年5月中国青少年及儿童主要上网场所

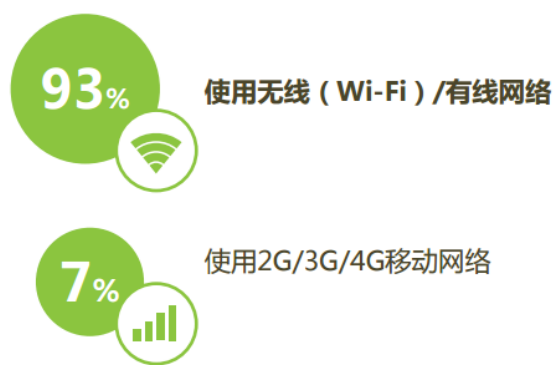


图4 2018年5月中国青少年及儿童主要使用的网络类型

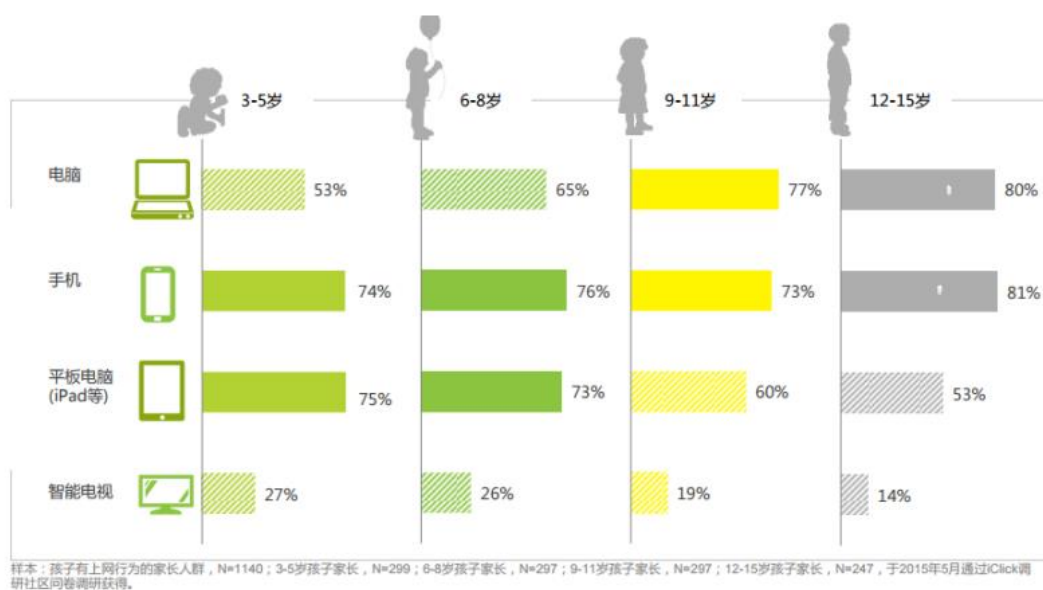


图5 2018年5月中国青少年及儿童常用上网设备使用情况

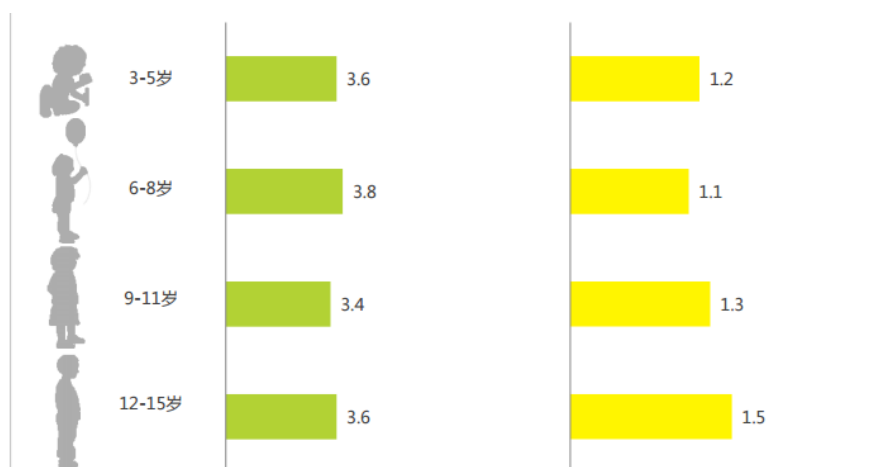


图6 2018年5月中国青少年及儿童平均每周上网频率（天） 2018年5月中国青少年及儿童平均每天上网时长（小时）

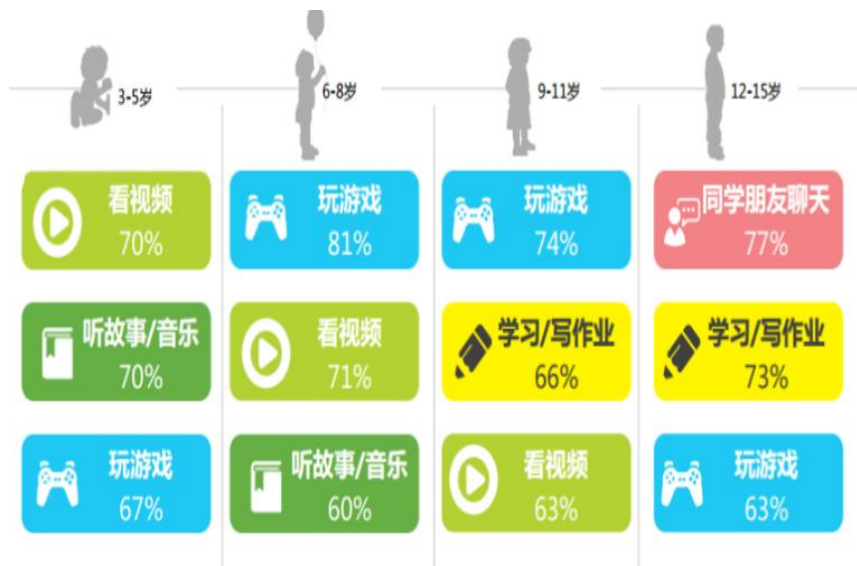


图 7 2015 年 5 月中国青少年及儿童主要上网需求 TOP3

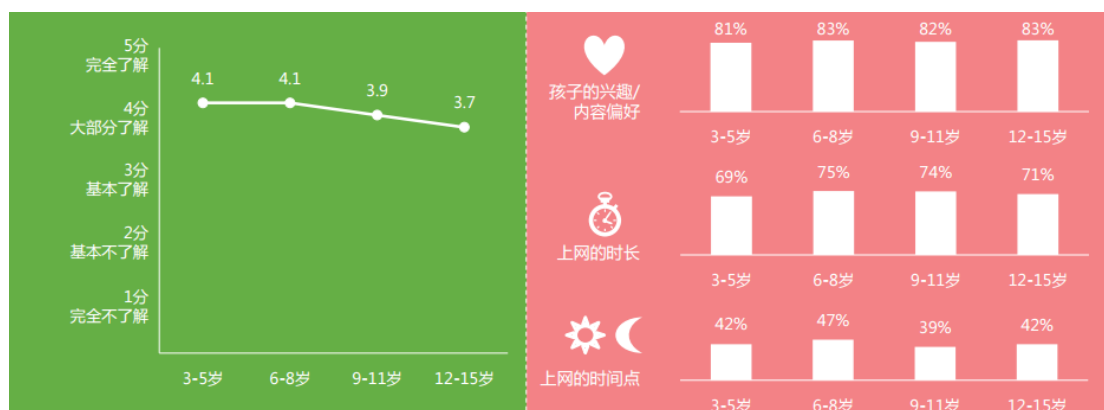


图 8 2018 年 5 月中国家长对孩子上网行为的了解程度评分

2018 年 5 月中国家长对孩子上网行为的关注因素

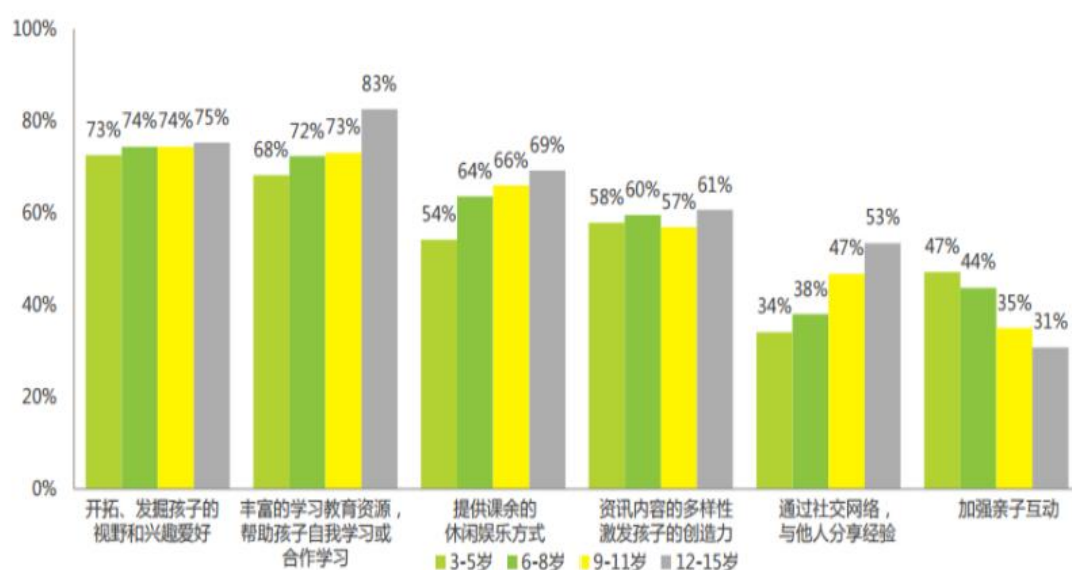


图 9 2018 年 5 月中国互联网对孩子起到的积极作用

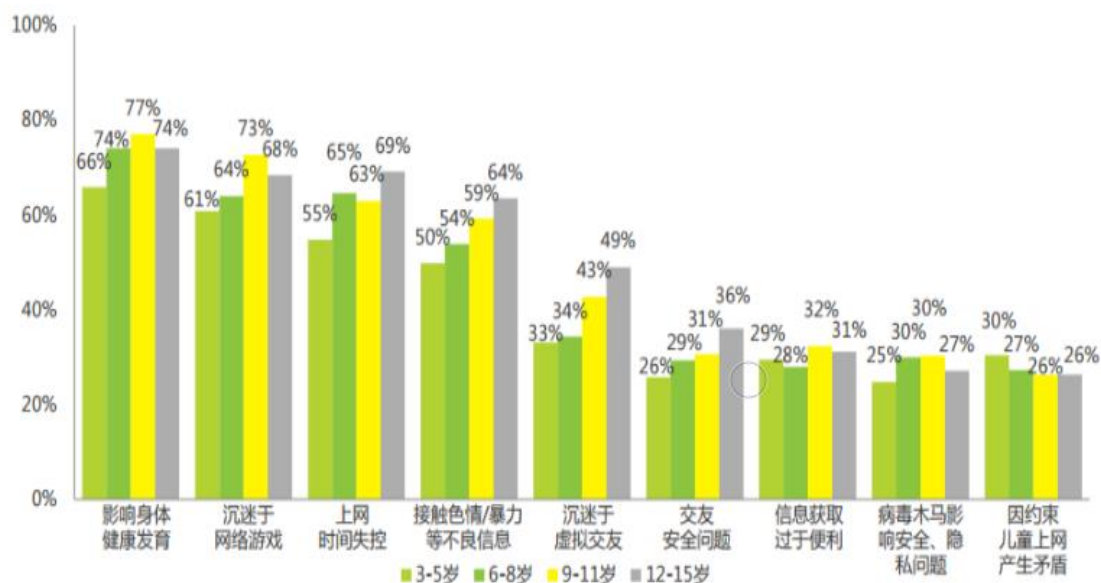


图 10 2018 年 5 月中国家长对孩子上网行为的担忧

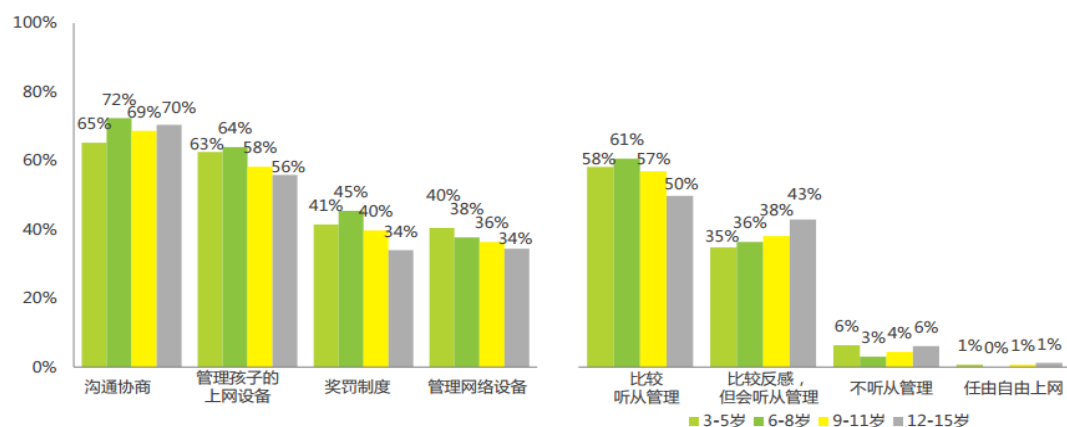


图 11 2018 年 5 月中国家长管理上网手段 2018 年 5 月中国孩子对家长管理上网手段

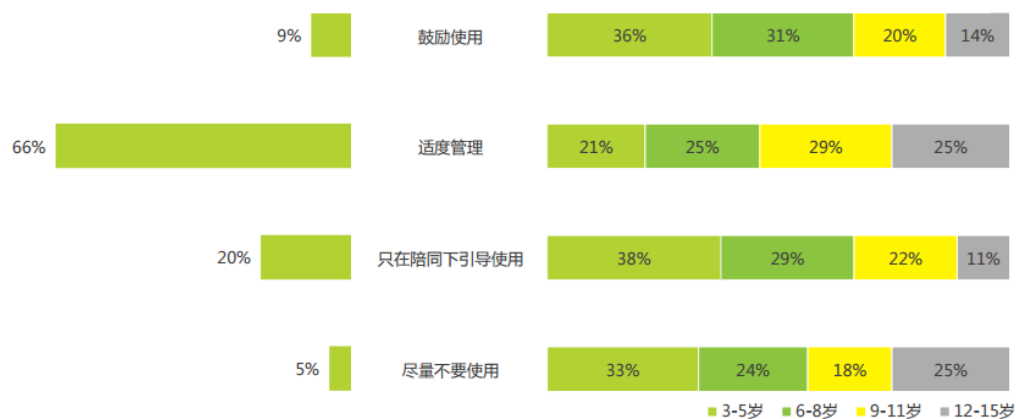


图 12 2018 年 5 月中国家长对孩子互联网使用的态度-总体

2018 年 5 月中国家长对孩子互联网使用的态度-年龄分布

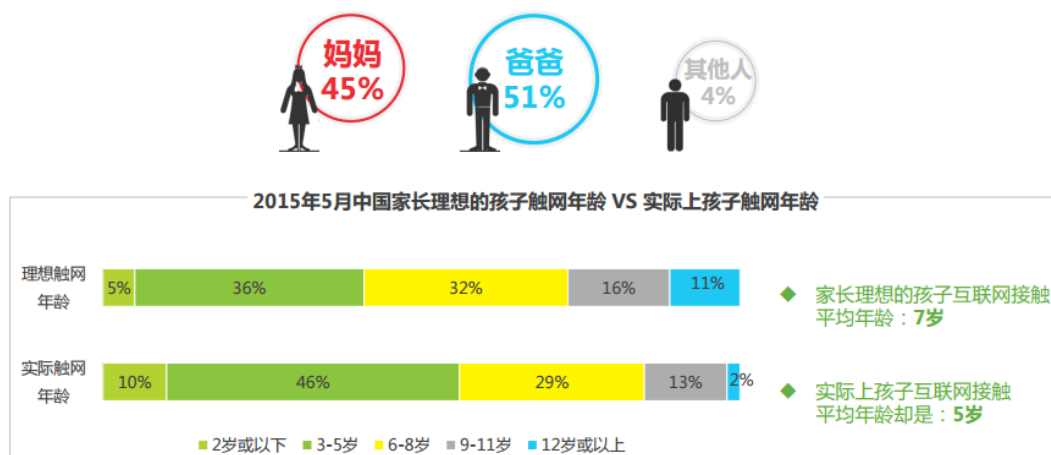


图 13 2018 年 5 月中国孩子上网行为

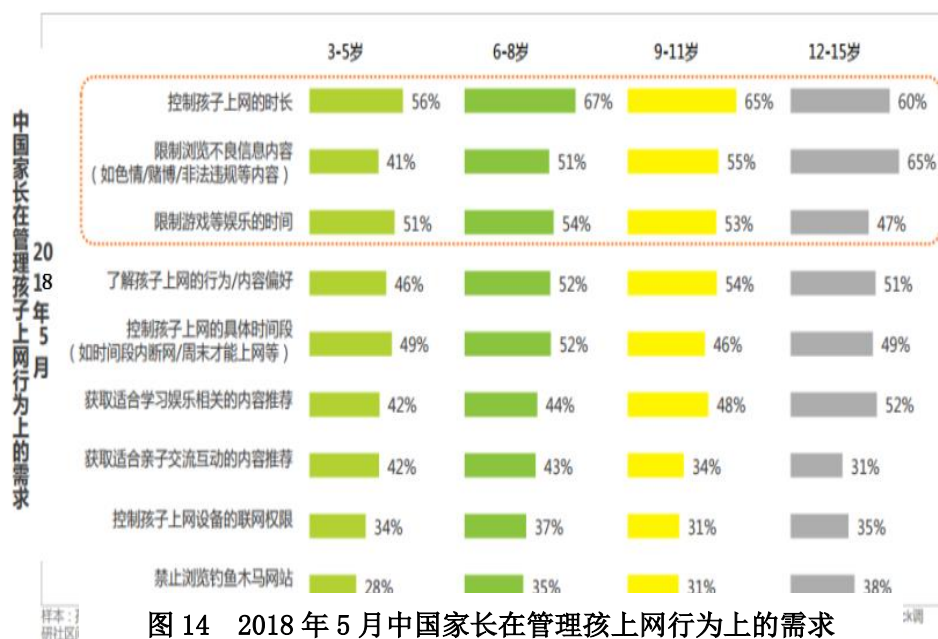


图 14 2018 年 5 月中国家长在管理孩子上网行为上的需求

【测试任务】

请根据青少年及儿童互联网使用现状调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求:

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容;
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当,内容与主题能相互连贯,资料取舍合理,能对图表资料作充分的解释和分析,结论科学,所提建议可行;
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米, 配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑, 一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范, 合理, 思路清晰, 具备信息整理、分析及处理能力 (4 分); 方法得当, 逻辑思维和分析能力强, 对背景资料分析透彻、细致 (4 分); 能在规定时间内完成任务 (2 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范 (包括封面、目录、正文、附件)	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍, 但需列明; 调研报告字数要求 1500 字以上, 每少 50 字扣 1
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备 (标题、编写者、时间等) (3 分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题 (5 分)	
	目录	7	排列有序 (3 分)、一目了然 (4 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义 (2 分)、调查的主要内容 (2 分)、调查的主要方式与方法 (2 分)、调查的主要过程 (包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果) (4 分) 等几项内容。简明扼要, 精炼概括, 能够达到对后面的主体部分做一个引导, 对主体部分的	

				数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。	分。
		数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。	
		结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100		

53. 试题编号：J1-53，双十一网购情况调研报告

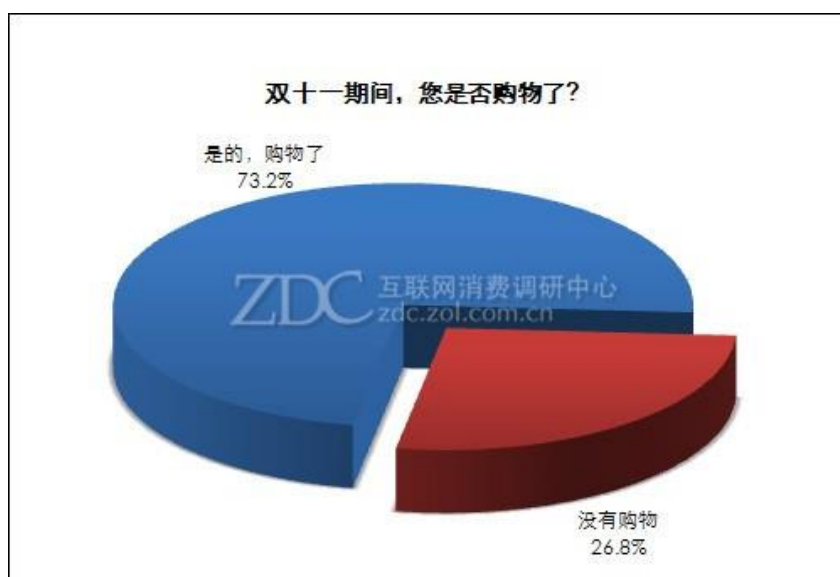
(1) 任务描述

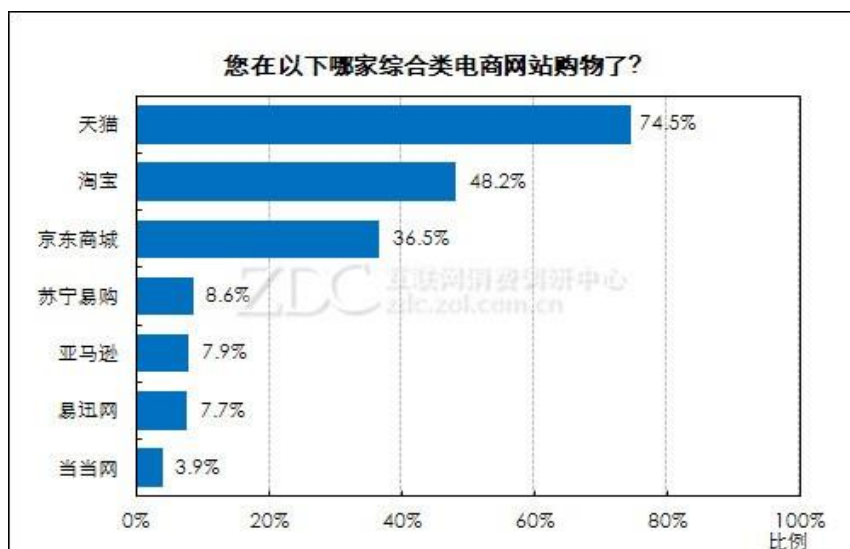
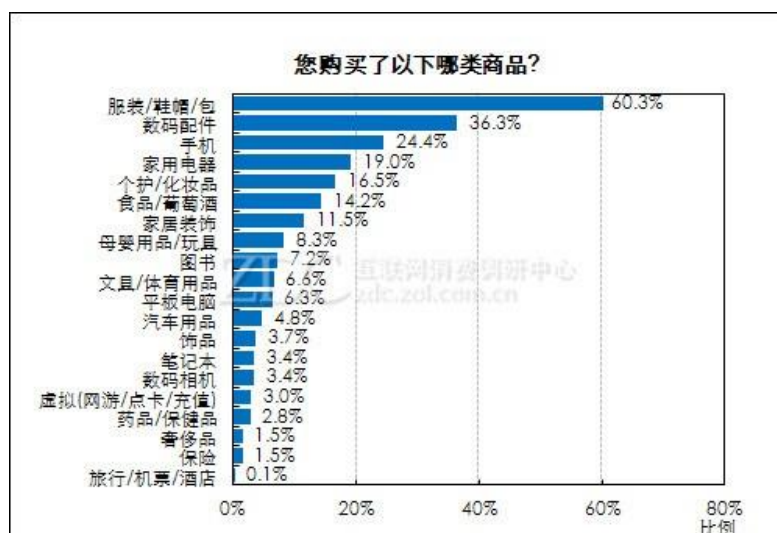
【背景资料】

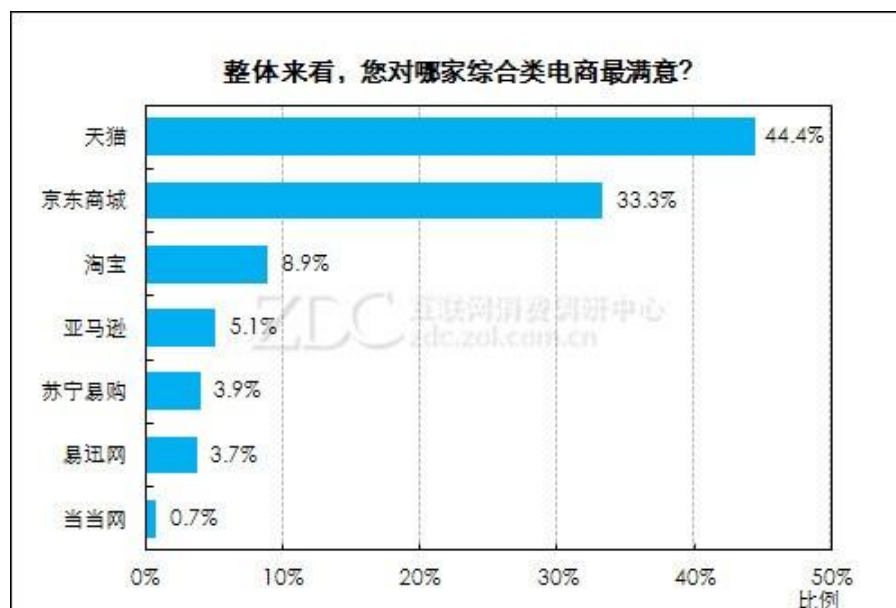
2018 年，电子商务市场继续高速增长，来自中国电子商务研究中心的报告数据显示，截至 2018 年中国电子商务交易额 31.63 万亿元 同比增长 8.5%。互联网尤其是移动互联网用户数量的持续快速增长在一定程度上加速了电商规模的增长。而以淘宝为首的电商均在不遗余力的借助和制造各种节日，进行一轮又一轮的促销。11 月 11 日，经过两三年的渲染，如今已经成为了购物狂欢节的代名词。

2018 年天猫双 11 刚刚落下帷幕。今年天猫双 11 的最终成交额锁定在 2135 亿元，首次突破 2000 亿大关。网民网购的热情可见一斑。

那在双十一期间，到底有多少网民参与了狂欢呢？他们更青睐网购哪些类别的商品？对电商服务的满意度如何？对双十一最大的感触又是什么？对此，互联网消费调研中心 ZDC 进行了专项有奖调查，问卷在 ZOL 首页进行推广，共回收问卷 1012 份，通过对答题完整度、IP 等信息的筛选，共获得有效问卷 998 份，问卷有效率 98.6%。







双十一期间，您实际累计花了多少钱？



您实际花费的金额与预算相比是高还是低？



您在哪类商品上的花费最高？



去年您是否参加了双十一促销活动?



参与调查的IT网民年龄结构





【测试任务】

请根据中国电子商务研究中心提供的关于双十一的调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容			配分	考核点	备注		
职业素养 (20分)	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。		
	职业能力		10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4分）；能在规定时间内完成任务（2分）。			
作品 (80分)	卷容格式		8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。		
	文字表达		10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强			
		封面		8		要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）	
		目录		7		排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）	
		正文	引言			12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。
			数据资料分析			20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。
			结论及建议			10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。
			附件			5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。
合计			100				

54. 试题编号：J1-54，学生 PC 市场消费需求调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为了解学生用户在中国 PC 市场中的消费需求等特点，互联网消费调研中心 ZDC 在中关村在线网站及微博上投放调查问卷，时间从 2019 年 8 月 16 日至 8 月 22 日，为时 7 天，共回收问卷 1632 份，通过对用户 ID、IP 等注册信息及问卷填写完整度的筛选、过滤，得到有效问卷 1575 份。现将数据汇总如下：

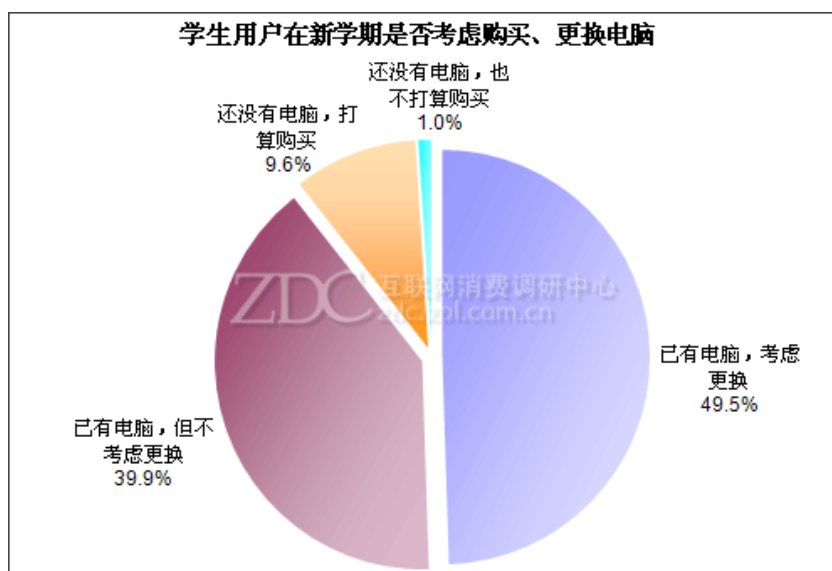


图 1 学生用户在新学期是否考虑购买、更换电脑

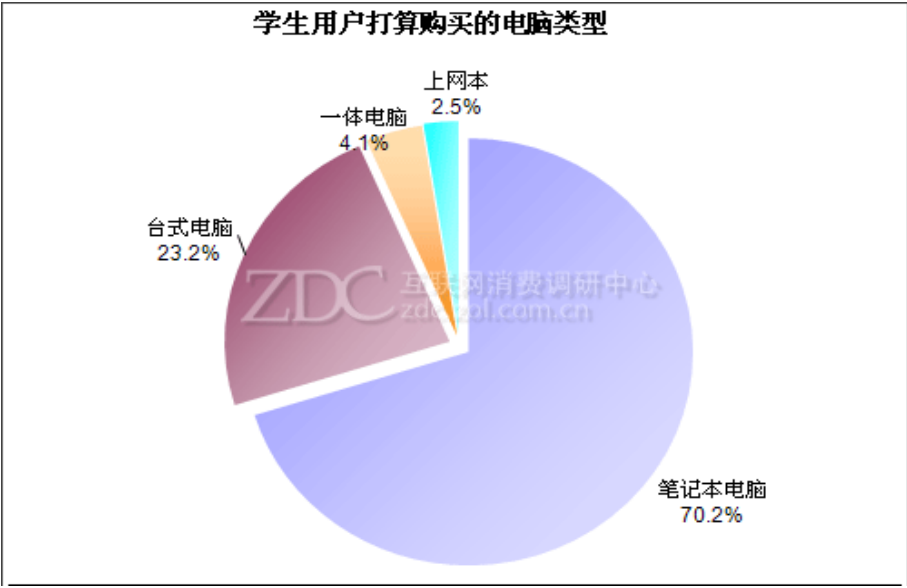


图 2 学生用户打算购买的电脑类型

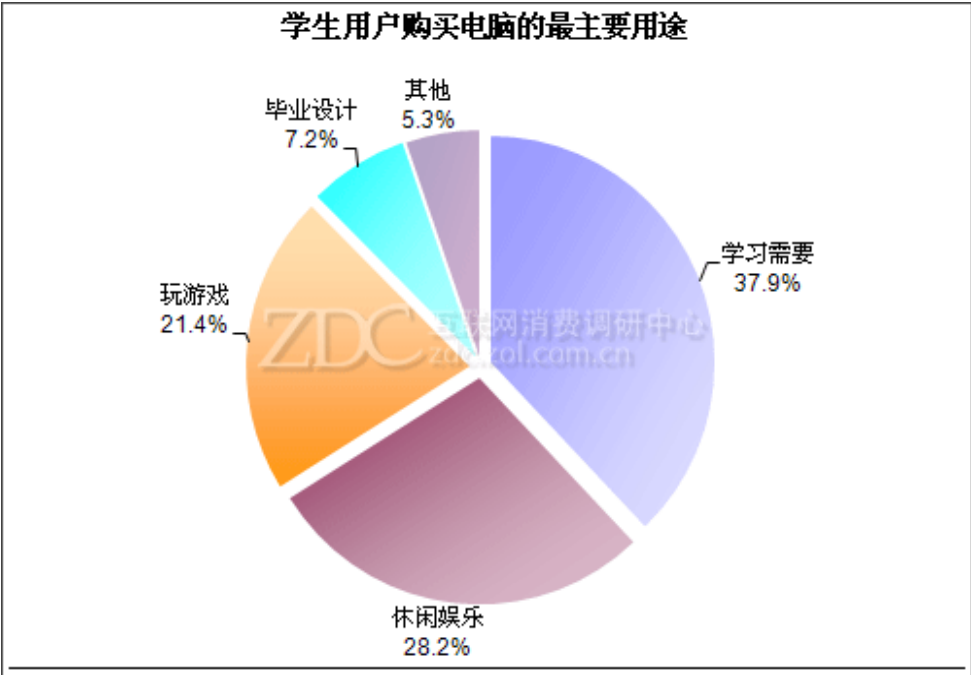


图 3 学生用户购买电脑的最主要用途

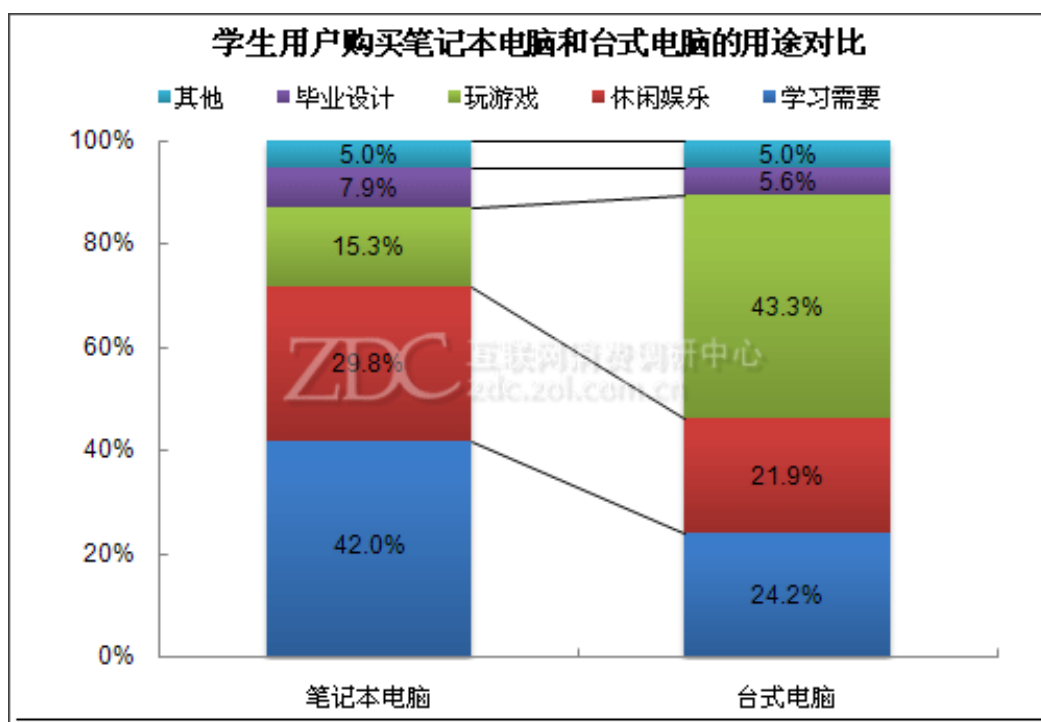


图 4 学生用户购买笔记本电脑和台式电脑的用途对比

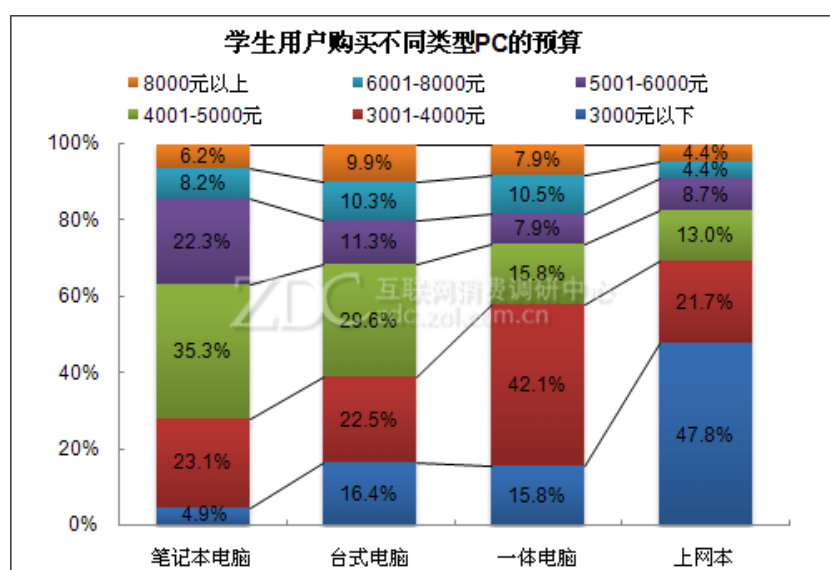


图 5 学生用户购买不同类型 PC 的预算

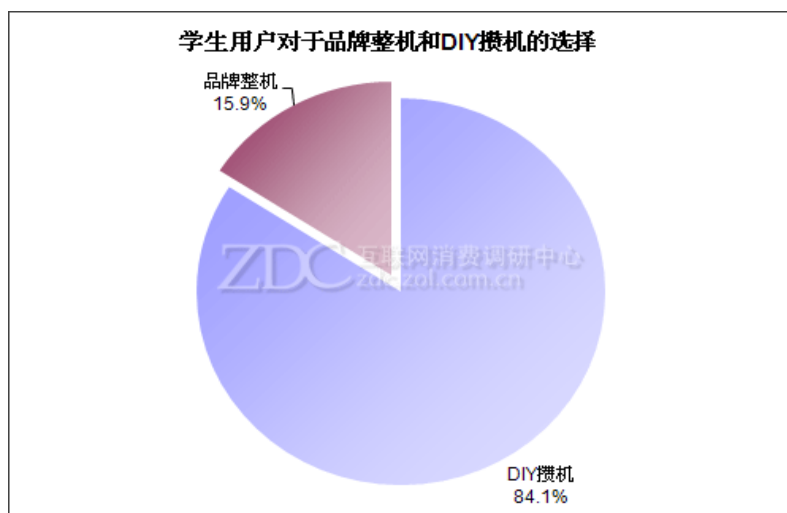


图 6 学生用户对于品牌整机和 DIY 攒机的选择

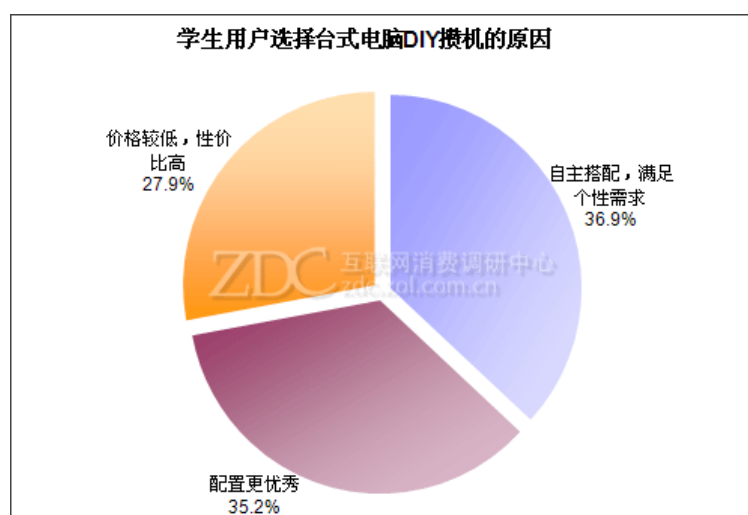


图 7 学生用户选择台式电脑 DIY 攒机的原因

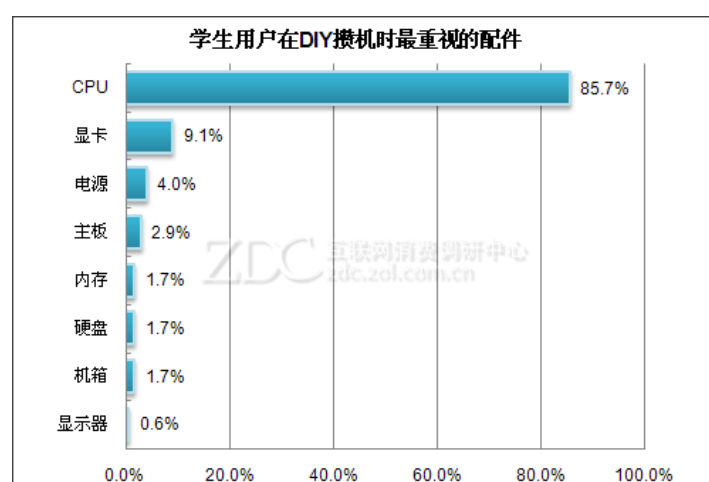


图 8 学生用户在 DIY 攒机时最重视的配件

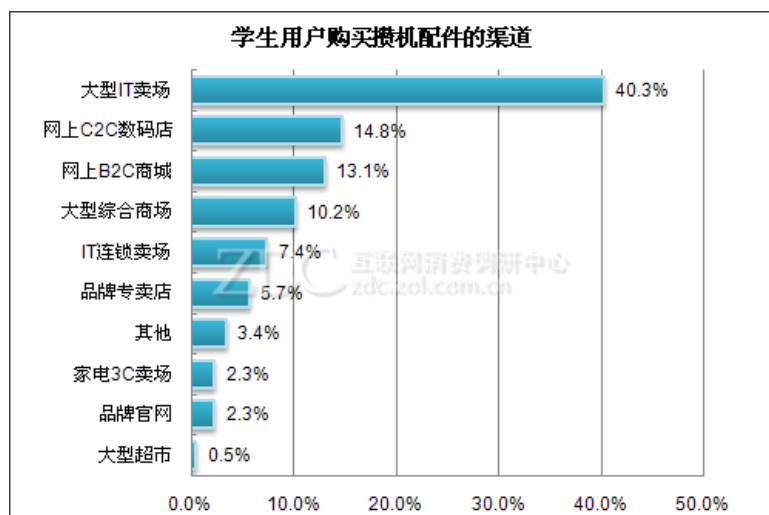


图 9 学生用户购买手机配件的渠道

【测试任务】

请根据互联网消费调研中心提供的中国学生用户 PC 市场消费需求调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力		10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4分）；能在规定时间内完成任务（2分）。			
作品 (80分)	卷容格式		8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）		格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。	
	文字表达		10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强			
		封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）			
		目录	7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）			
		正文	引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。		
			数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。		
			结论及建议	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。		
	附件		5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。			
合计			100				

55. 试题编号：J1-55，居民二次置业情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某市场研究公司 2019 年对湖南某市居民的二次置业进行了一次抽样调查，共访问 1000 户家庭，所得资料如下：

1. 家庭规模：1 人的 14 户，2 人的 119 户，3 人的 374 户，4 人的 258 户，5 人的 162 户，6 人的 52 户，7 人及以上的 21 户。

2. 家庭年收入：5 万以下的 227 户，5—10 万的 425 户，10—15 万的 147 户，15—20 户的 77 户，20 万以上的 124 户。

3. 户主：公务员 180 人，教师 230 人，企业职员 388 人，中高级经理 95 人，私营业主 81 人，自由职业者 26 人。

4. 现有住房总价值：5 万以下的 86 户，5—10 万的 161 户，10—20 万的 186 户，20—30 万的 212 户，30—40 万的 115 户，40—50 户的 100 户，50—80 万的 98 户，80 万以上的 42 户。

5. 已二次置业再次购买住房户的有 476 人，计划近年内二次置业的 344 户，不准备二次置业的 180 户。

6. 现有住房面积：40 平米以下 21 户，40—60 平米 73 户，60—80 平米 205 户，80—100 平米 370 户，100—120 平米 206 户，120—150 平米 106 户，150 平米以上 19 户。

7. 二次置业原因：认为现有住房太旧的 81 户，现有住房面积太小 212 户，现有住房周边环境差 84 户，现有住房生活设施不配套的 46 户，现有住房已作投资用 99 户，为子女购买新房 123 户，再次置业用作投资 119 户，再次置业自己享用 56 户。

8. 二次置业的房产信息来源：报纸广告 445 户，电视广告 124 户，网站广告 25 户，展览会宣传 84 户，路牌广告 18 户，汽车广告 4 户，街头派发广告 8 户，亲朋介绍 92 户，其他 20 户。

9. 二次置业选择的地域：南区 168 户，北区 88 户；东区 125 户，西区 80 户，近郊 359 户。

10. 二次置业选房标准：地理位置 66 户，价格 147 户，周边环境 223 户，交通条件 145 户，房屋结构与面积 86 户，配套设施 68 户，建筑质量 72 户，物业管理 13 户。

11. 计划再次购房的 344 户中，购房总价值：为 20 万元以下的 15 户，20—25 万的 45 户，25—30 万的 42 户，30—35 万的 62 户，35—40 万的 60 户，40—50 万的 42 户，50 万以上的 78 户。

12. 在访问的 344 户计划购住房的面积要求为：60—80 平米的 16 户，80—100 平米的 38 户，100—120 平米的 122 户，120—150 平米的 81 户，150 平米以上的 87 户。

13. 计划再次购房的 344 户中，付款方式选择：拟一次付清的 52 户，分期付款的 136 户，银行按揭的 156 户。

14. 计划再次购房的 344 户中，原有住房拟作商业用途的 12 户，转让他人的 15 户，自己留用的 25 户，按市价出售的 49 户，给亲友住居 60 户，出租 183 户。

15. 计划再次购房的 344 户的户主年龄分布：25 岁以下的 24 人，25—30 岁的 160 人，30—35 岁的 59 人，35—40 岁 40 人，40—45 岁 28 人，45—50 岁 20 人，50 岁以上 3 人。

16. 计划再次购房的 344 户的户主职业分布：公务员 62 人，教师 46 人，企业职员 68 人，中高级经理 82 人，私营业主 56 人，自由职业者 30 人。

【测试任务】

请根据以上提供的 2019 年湖南某市居民二次置业抽样调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和	

				建议的可靠性的目的（2分）。	
			数据资料分析 20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。	
			结论及建议 10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
		附件 5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。		
合计			100		

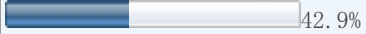
56. 试题编号：J1-56，联想电脑使用情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

当前在校大学生拥有电脑的比例很高，联想电脑公司针对拥有联想电脑的大学生做了一次联想电脑使用情况的网络问卷市场调查，调查数据如下：

1. 您的性别：（ ）（单选）

选项	小计（人）	比例
A. 男	400	 57.1%
B. 女	300	 42.9%
本题有效填写人次	700	

2. 您购买联想电脑的价位是 () (单选)

选项	小计 (人)	比例
A. 3 0 0 0—4 0 0 0 元	130	18.6%
B. 4 0 0 0—5 0 0 0 元	430	61.4%
C. 5 0 0 0—6 0 0 0 元	130	18.6%
D. 6 0 0 0 元以上	10	1.4%
本题有效填写人次	700	

3. 您购买联想电脑时主要考虑的因素有哪些 () (多选)

选项	小计 (人)	比例
A. 品牌	370	52.9%
B. 价格	440	62.9%
C. 性能	570	81.4%
D. 外观	25	35.7%
E. 售后服务	310	44.3%
F. 其他	40	5.7%
本题有效填写人次	700	

4. 您平时使用电脑主要是 () (多选)

选项	小计 (人)	比例
A. 上网	680	97.1%
B. 玩游戏	270	38.6%
C. 聊天	460	65.7%
D. 学习	520	74.3%
E. 看电影	510	72.9%
F. 其他_____	70	10%
本题有效填写人次	700	

5. 您选择联想笔记本电脑的主要原因有哪些? () (多选)

选项	小计 (人)	比例

A. 价格适宜	360	51.4%
B. 售后服务好	240	34.3%
C. 外观漂亮	100	14.3%
D. 配置性能较好	440	62.9%
E. 支持国产	330	47.1%
F. 经人介绍	120	17.1%
本题有效填写人次	700	

6. 您认为联想与其他电脑相比，优势在于？（ ）（多选）

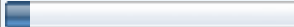
选项	小计（人）	比例
A. 散热好	100	14.3%
B. 功能好	240	34.3%
C. 售后服务好	280	40%
D. 性价比高	370	52.9%
E. 口碑好	340	48.6%
F. 其他	30	4.3%
本题有效填写人次	700	

7. 在使用联想电脑时，最让你烦心的问题是？（ ）（多选）

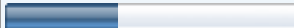
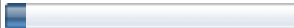
选项	小计（人）	比例
A. 售后服务差	70	10%
B. 电脑质量差	130	18.6%
C. 外观难看	250	35.7%
D. 光驱无法正常工作	90	12.9%
E. 经常死机、卡机	160	22.9%
F. 散热差	290	41.4%
G. 暂时没有	210	30%
本题有效填写人次	700	

8. 哪些优惠会让您选择联想电脑？（ ）（多选）

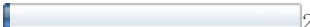
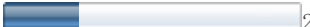
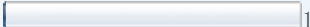
选项	小计（人）	比例

A. 赠送小配件（音响、耳机等）	440	 62.9%
B. 赠送现金券	190	 27.1%
C. 参加抽奖	100	 14.3%
D. 延长售后服务期	370	 52.9%
E. 学生证打折	500	 71.4%
F. 其他	60	 8.6%
本题有效填写人次	700	

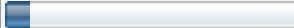
9. 您觉得联想需要在哪些方面进行改进？（ ）（多选）

选项	小计（人）	比例
A. 价格	310	 44.3%
B. 外观	430	 61.4%
C. 售后服务	320	 45.7%
D. 质量	270	 38.6%
E. 其他	50	 7.1%
本题有效填写人次	700	

10. 您对联想电脑的总体感觉是？（ ）（单选）

选项	小计（人）	比例
A. 非常好	20	 2.9%
B. 比较好	490	 70%
C. 一般	180	 25.7%
D. 比较差	10	 1.4%
E. 很差	0	 0%
本题有效填写人次	700	

11. 如果以后更换电脑，您还会选择联想吗？（ ）（多选）

选项	小计（人）	比例
A. 会	420	 60%
B. 不会	60	 8.6%
C. 不好说，到时候看情况	230	 32.9%

本题有效填写人次	700	

【测试任务】

请根据联想电脑公司提供的大学生联想电脑使用情况调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分折能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	

		目录		7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）	舍,但需列明;调研报告字数要求1500字以上,每少50字扣1分。
		正文	引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。	
			数据资料分析	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据（4分）、分析现状（4分）、得出小结论,以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理,条理清楚,有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。	
			结论及建议	10	用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上,进行综合归纳,得出报告的结论（5分）;并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分,其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
			附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明,包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计		100				

57. 试题编号：J1-57，大学生洗面奶消费行为调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某洗面奶企业为了了解现代大学生的洗面奶消费行为，从长沙选取了 9 所高校的学生进行了问卷调查，共发放问卷 450 份，其中有效问卷 430 份，问卷统计结果如下：

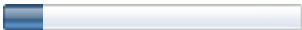
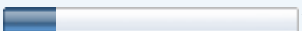
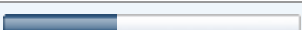
第 1 题您的性别[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 男	200	 46. 5%
B. 女	230	 53. 5%
本题有效填写人次	430	

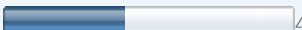
第 2 题您所在的年级[单选]

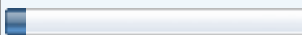
选项	小计 (人)	比例
A. 大一	60	 14%
B. 大二	70	 16. 3%
C. 大三	160	 37. 2%
D. 大四	140	 32. 6%
本题有效填写人次	430	

第 3 题您使用洗面奶吗[单选]

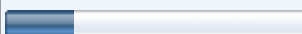
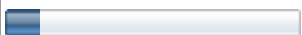
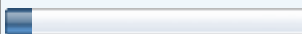
选项	小计 (人)	比例
A. 不使用	60	 14%
B. 偶尔使用	80	 18. 6%
C. 经常使用	120	 27. 9%
D. 总是使用	170	 39. 5%
本题有效填写人次	430	

第 4 题您每月的生活费是多少[单选]

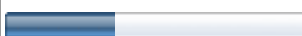
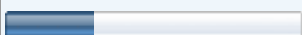
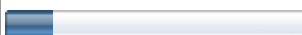
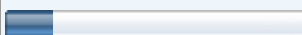
选项	小计 (人)	比例
A. 500 元以下	100	 23. 3%
B. 500-1000 元	180	 41. 9%

C. 1000-1500 元	60	 14%
D. 1500-2000 元	30	 7%
E. 2000 元以上	60	 14%
本题有效填写人次	430	

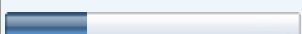
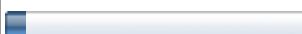
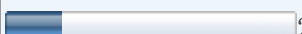
第 5 题您每月花在洗浴用品上的钱是多少[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 50 元以下	240	 55.8%
B. 50-100 元	100	 23.3%
C. 100-200 元	50	 11.6%
D. 200 元以上	40	 9.3%
本题有效填写人次	430	

第 6 题您平均每月花在洗面奶上的钱是多少[单选]

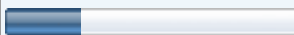
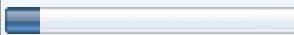
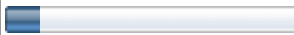
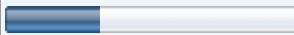
选项	小计 (人)	比例
A. 10 元以下	160	 37.2%
B. 10-20 元	130	 30.2%
C. 20-50 元	70	 16.3%
D. 50 元以上	70	 16.3%
本题有效填写人次	430	

第 7 题您购买洗面奶的偏好是什么[单选]

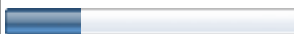
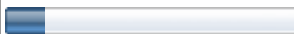
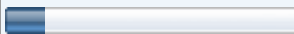
选项	小计 (人)	比例
A. 只选名牌	190	 44.2%
B. 较多选择名牌	120	 27.9%
C. 较多选择非名牌	30	 7%
D. 其他	90	 20.9%
本题有效填写人次	430	

8 题您最喜欢的洗面奶品牌是什么[多选]

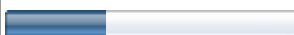
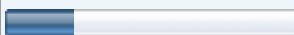
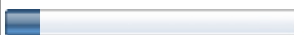
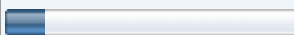
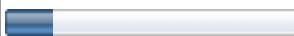
选项	小计 (人)	比例

A. 旁氏 POND'S	120	 27.9%
B. 欧莱雅 L'OREAL	110	 25.6%
C. 妮维雅 NIVEA	120	 27.9%
D. 玉兰油 OLAY	50	 11.6%
E. 资生堂 Shisesido	50	 11.6%
F. 其他	140	 32.6%
本题有效填写人次	430	

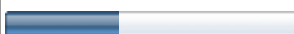
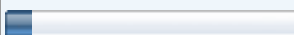
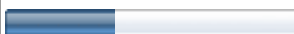
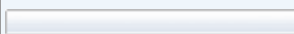
第 9 题您经常选择的洗面奶的价格[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 20 元以下	110	 25.6%
B. 20-40 元	200	 46.5%
C. 40-60 元	60	 14%
D. 60 元以上	60	 14%
本题有效填写人次	430	

第 10 题您购买洗面奶时最追求的效果是什么[单选]

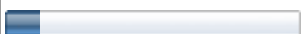
选项	小计 (人)	比例
A. 清洁皮肤	150	 34.9%
B. 美白	100	 23.3%
C. 除油	50	 11.6%
D. 清爽	60	 14%
E. 其他	70	 16.3%
本题有效填写人次	430	

第 11 题您购买洗面奶的途径是什么[单选]

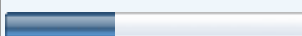
选项	小计 (人)	比例
A. 居住地附近的大型超市	170	 39.5%
B. 居住地附近的商店	40	 9.3%
C. 化妆品专卖店	160	 37.2%
D. 网上购物	0	 0%

E. 其他	60	 14%
本题有效填写人次	430	

第 12 题您喜欢尝试新产品吗[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 喜欢	190	 44. 2%
B. 一般	190	 44. 2%
C. 不喜欢	50	 11. 6%
本题有效填写人次	430	

第 13 题哪些因素可以让您购买以前没有买过的洗面奶？[多选]

选项	小计 (人)	比例
A. 广告宣传	230	 53. 5%
B. 外观包装	130	 30. 2%
C. 好奇心	130	 30. 2%
D. 其他	160	 37. 2%
本题有效填写人次	430	

【测试任务】

请根据某洗面奶企业调查的长沙 9 所高校学生洗面奶消费行为基本数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	正文	封面	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
		目录	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		引言	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。	
		数据资料分析	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（4 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4 分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2 分）。	
		结论	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5 分）；	

		及 建 议		并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。	
		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100		

58. 试题编号：J1-58，消费者网购行为调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

近年来国内外掀起一股网上购物热潮。很多研究机构对网购进行了多方面的研究，多数认为中国网购市场即将步入快速上升阶段，未来几年将迎来发展的黄金时期。另一方面，国内网购市场市场鱼龙混杂，网购投诉增长较快，所以有必要对用户的网购行为进行深入调查，了解更多现状与需求间的差距。对此，ZDC在2019年6月份进行了相关的调查，调查数据如下：

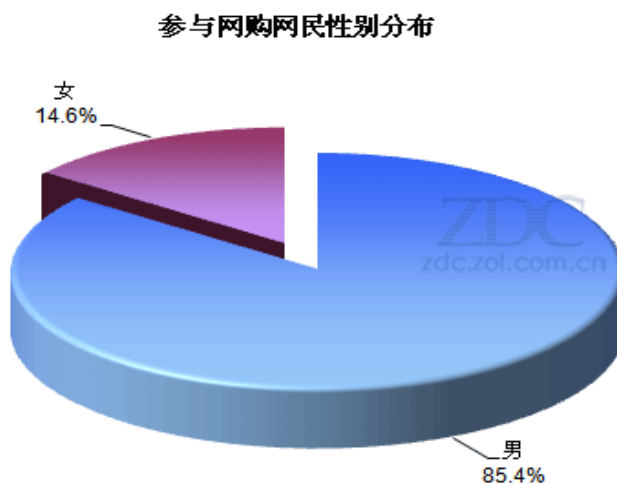


图1 参与网购网民性别分布

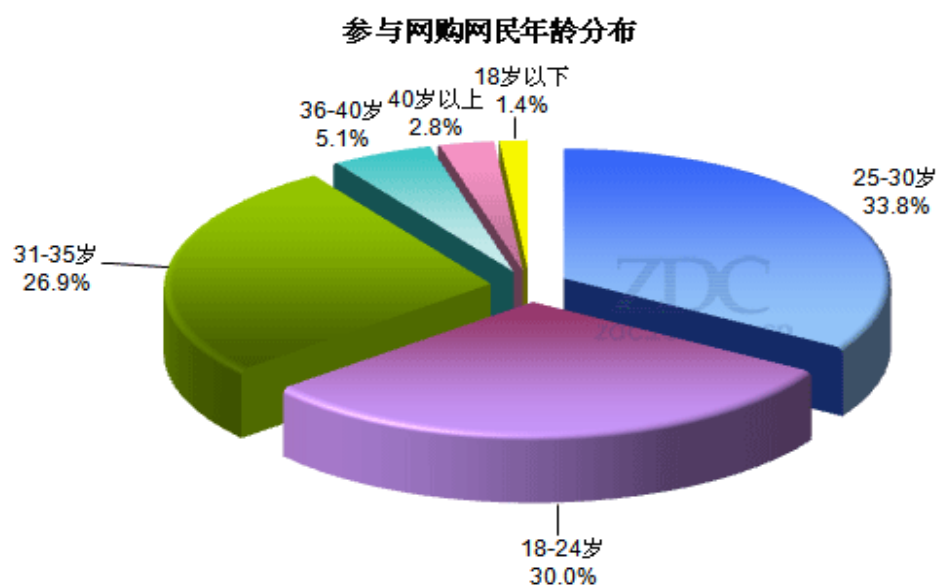


图 2 参与网购网民年龄分布

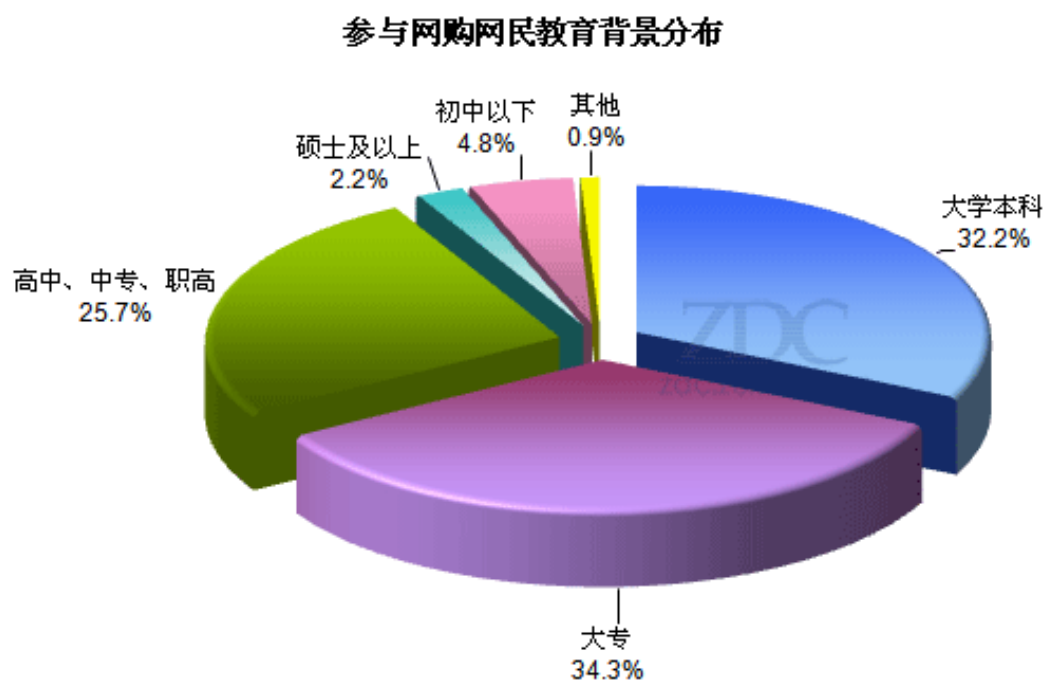


图 3 参与网购网民教育背景分布

中国IT网民网络购物七大区域分布

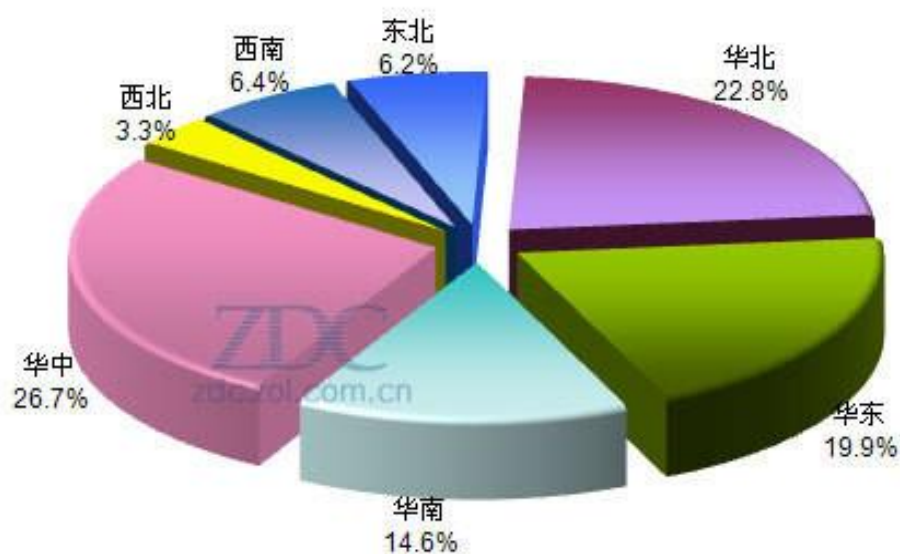


图 4 中国 IT 网民网络购物七大区域分布

中国IT网民月收入情况分布图

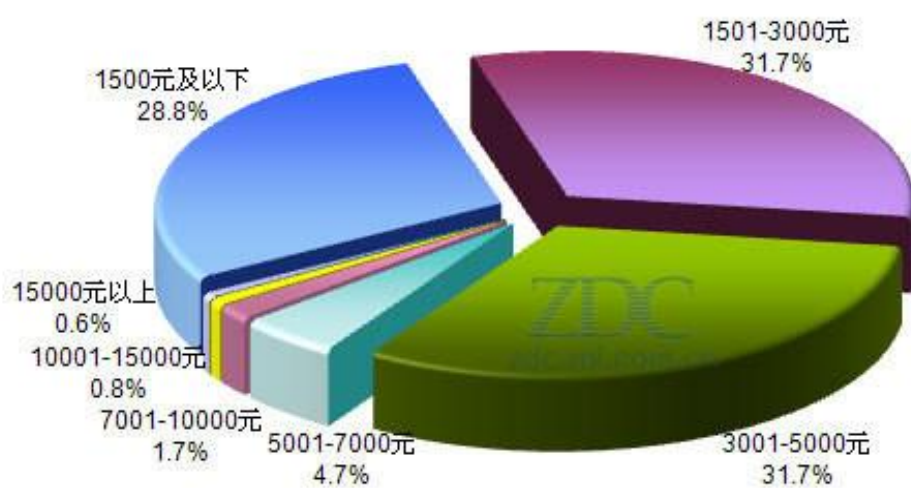


图 5 中国 IT 网民月收入分布图

中国IT网民上网地点分布

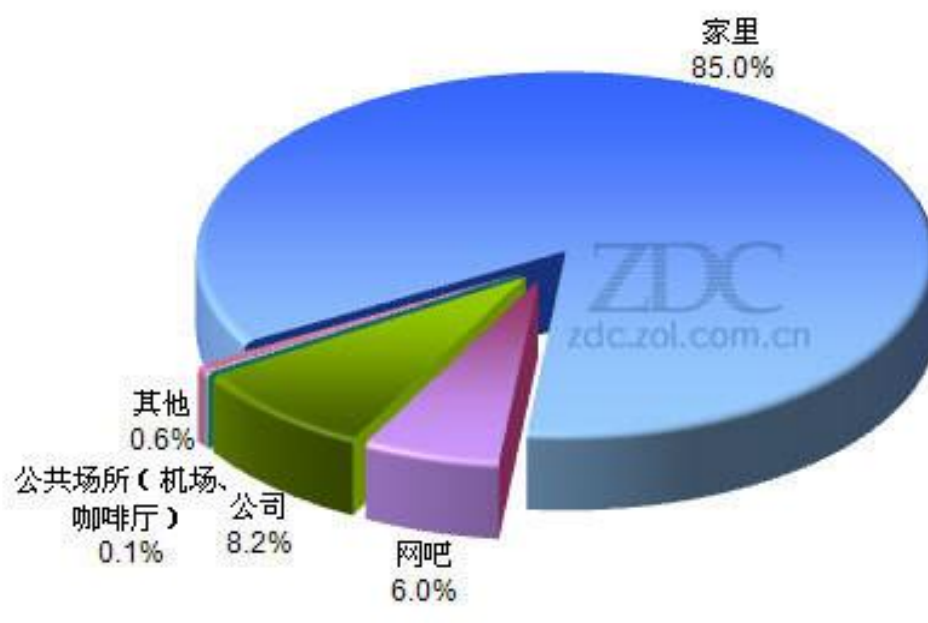


图 6 中国 IT 网民上网地点分布

中国IT网民购物次数分布

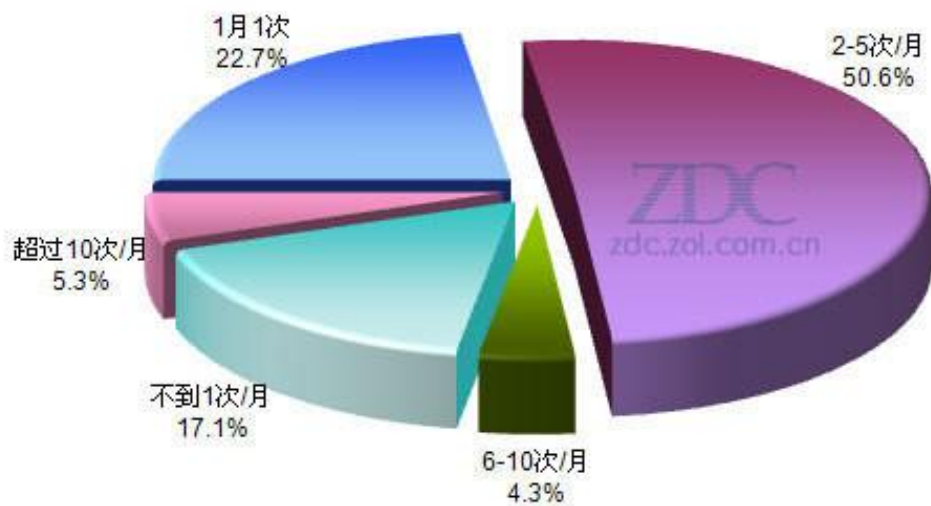


图 7 中国 IT 网民购物次数分布

中国IT网民网络购物时IT产品购物金额分布图

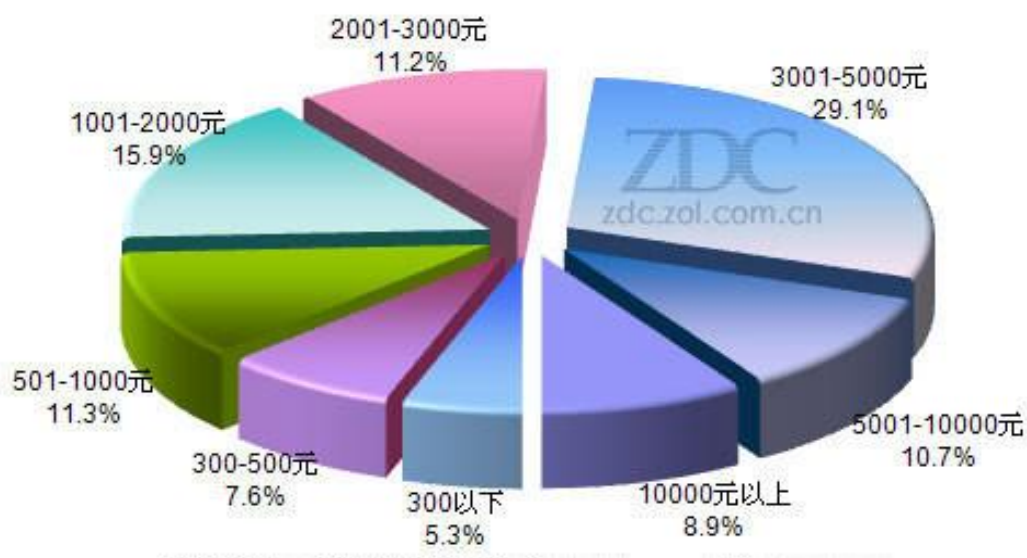


图 8 中国 IT 网民网络购物时 IT 产品购物金额分布图

中国IT网民网络购物最喜欢购买的IT产品排行

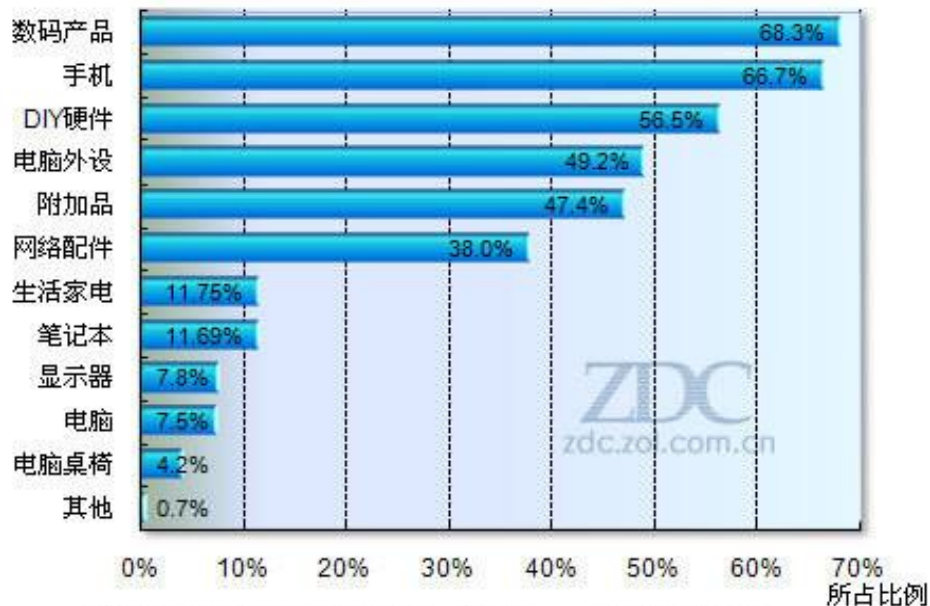


图 9 中国 IT 网民网络购物最喜欢购买的 IT 产品排行

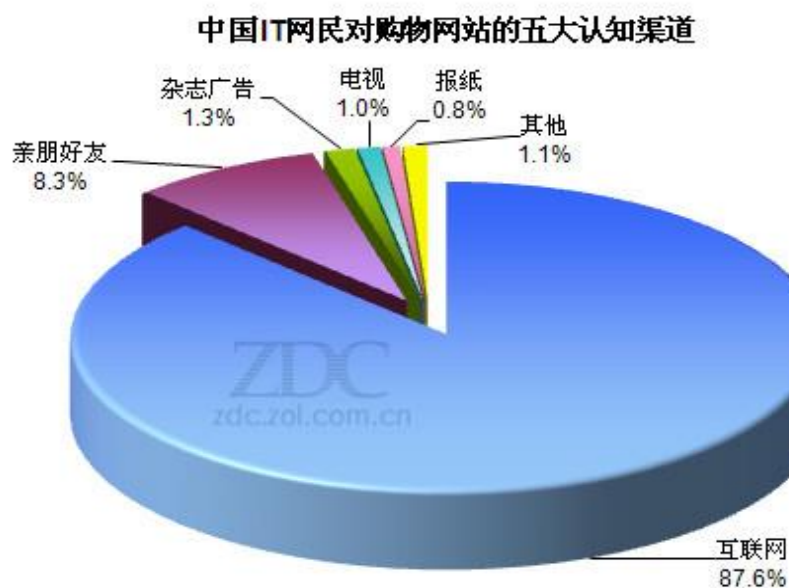


图 10 中国 IT 网民对购物网站的五大认知渠道

【测试任务】

请根据互联网调研中心 ZDC 提供的国内网购市场用户网购行为基本情况调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范, 合理, 思路清晰, 具备信息整理、分析及处理能力 (4 分); 方法得当, 逻辑思维和分析能力强, 对背景资料分析透彻、细致 (4 分); 能在规定时间内完成任务 (2 分)。	
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范 (包括封面、目录、正文、附件)	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍, 但需列明; 调研报告字数要求 1500 字以上, 每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备 (标题、编写者、时间等) (3 分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题 (5 分)	
		7	排列有序 (3 分)、一目了然 (4 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
	正文	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义 (2 分)、调查的主要内容 (2 分)、调查的主要方式与方法 (2 分)、调查的主要过程 (包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果) (4 分) 等几项内容。简明扼要, 精炼概括, 能够达到对后面的主体部分做一个引导, 对主体部分的数据来源作一个交待, 证明用以论证的数据是有效的、可靠的, 从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的 (2 分)。	
		20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析, 从摆数据 (4 分), 分析现状 (4 分), 得出小结论, 以形成符合事物发展变化规律的结论性意见; 或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等 (6 分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理, 条理清楚, 有逻辑性 (4 分)。数据采用适当的图表来呈现说明 (2 分)。	
		10	用简洁而明晰的语言, 在以上数据资料分析的基础上, 进行综合归纳, 得出报告的结论 (5 分); 并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议, 完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示 (5 分, 其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分)。	
	附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明, 包括数据汇	

			总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100	

59. 试题编号：J1-59，冰激凌消费需求情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某调研中心在 2019 年 5 月 6 日至 19 日两周时间内采用随机抽样方法，以电子邮件发送调研问卷的形式对湖南长沙在校大学生进行了一次问卷调研活动。此次调研活动内容涉及大学生消费者有关冰激凌口味、包装、价格等方面的需求。调研共发出问卷 1000 份，其中有效问卷 970 份。

资料一：蒙牛新口味冰激凌大学生市场调研问卷

您好！本次活动是蒙牛企业为开发新口味冰激凌所做的调研，我们将主要针对产品的口味、包装、价格等方面内容进行调研。问卷中的问题无所谓对错，请您根据实际情况填写。如果对问卷有任何疑问您可随时咨询身边的调研人员。最后对您给予蒙牛企业的合作与支持表示衷心的感谢！

1. 您比较喜欢哪一种冰激凌口味？

A. 水果 B. 牛奶 C. 巧克力 D. 混合

2. 您认为蒙牛冰激凌的口味较之其他品牌是否具有独特性？

A. 是 B. 否

3. 您在买冰激凌的时候会看重它的包装吗？

A. 非常看重 B. 比较看重 C. 无所谓 D. 不看重

4. 您喜欢怎样的冰激凌包装？

A. 硬塑料袋 B. 纸盒 C. 透明塑料袋 D. 其他

5. 如果在蒙牛冰激凌的包装上面有您喜欢的偶像，会不会增加您

的购买几率呢？

A. 会 B. 不会

6. 您认为蒙牛冰激凌的包装有哪些缺点？

A、形式造型单一 B、颜色单调 C、装饰性差 D、感觉不够卫生 E. 图案搭配不协调 G. 其他

7. 您选择冰激凌时考虑最多的因素？（请选择前两位）

A. 包装 B. 口味 C. 价格 D. 知名度 E. 有没有名人代言

8. 您购买冰激凌一般选择在哪里？

A、超市 B、有名的食品店 C、一般食品店 D、附近便利店

9. 您一般购买哪个价位的蒙牛冰激凌？

A. 0.5 元 B、1-1.5 元 C、2-3 元 D、3 元以上

10. 下列哪些因素会使您再次购买我们的蒙牛牌冰激凌？（多选）

A. 口味 B. 包装 C. 价格 D. 品牌服务 E. 其他

11. 您认为蒙牛的冰激凌应该代表怎样的风格？

A. 传统稳重 B. 时尚动感 C. 热情奔放 D. 高贵优雅

12. 请您列举并描述一个您吃过的最喜欢的一款蒙牛冰激凌。

13. 您认为我们蒙牛冰激凌还有哪些地方需要改进？

资料二：蒙牛新口味冰激凌大学生市场调研结果

1. 在所调研的对象中选择水果口味的人数占总人数的 37%，选择牛奶口味的人数占总人数的 36%，选巧克力口味和混合口味的各占 15%和 12%。

2. 调研对象所列举的最喜欢的几款冰激凌分别是“蒙牛牧场”、“小布丁”及“鲜奶砖”三款，其选择率分别为 12%、9.8%和 7%。

3. 在购买冰激凌的过程中消费者看重包装的比率为 49.5%（其中非常看重的占 6.2%，比较看重的占 43.3%），另外有 50.5%的消费者不关注产品包装（其中认为包装无所谓的占 45.3%，不看重包装的占 5.2%）。

4. 消费者对冰激凌外包装形式的喜好程度分别是纸盒 46.4%、透明塑料袋为 25.8%、硬塑料袋为 24.7%、其它为 3.1%。

5. 消费者对偶像是否能增加产品购买的比率分别占 56.7%和 43.3%。

6. 消费者对于蒙牛冰激凌包装存在缺点的选择率分别为形式单一的占 33%，装饰性差的占 15.5%，图案搭配协调的占 14.4%，其它各类型共占 37.1%。

7. 消费者对于蒙牛冰激凌应代表的风格中，选择传统稳重的占 15.5%，时尚动感 60.8%，热情奔放 17.5%，高贵优雅 6.2%。

8. 学生群体对于价格的选择分别为 0.5 元的占 52.6%、1-1.5 元的占有率 37.1%、2-3 元的占 7.2%、3 元以上的占 3.1%。

9. 学生购买冰激凌时考虑的因素所占比率分别为包装 13.4%，口味 48.5%，价格 16.5%，知名度 11.3%，有没有名人代言为 10.3%。

10. 学生认为下面因素能引起他们再次购买企业产品，其比率分别为口味 21.7%、包装 8.2%、价格 46.4%、品牌服务 22.7%、其他 1%。

11. 学生在购买蒙牛冰激凌的时候选择的地点分别为：超级市场占 15.5%，有名的食品店占 7.1%，一般食品店占 15.5%，附近便利店占 61.9%。

12. 学生消费群体认为蒙牛冰激凌产品的改进点主要有为以下几方面：认为口味需要改进的占 40.2%，认为价格需要削减的占 26.8%，认为包装需要改进的占 15.5%，认为质量需要提升的占 5.1%，其他方面的占 12.4%。

【测试任务】

请根据某调研中心提供的有关冰激凌口味、包装、价格等方面需求的基本数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和	

				建议的可靠性的目的（2分）。		
			数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。
			结论及建议	10		用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。
		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。		
合计			100			

60. 试题编号：J1-60，中国网民消费方式与消费观念调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为了解中国网民消费方式与消费观念变化情况，互联网消费调研中心 ZDC 在中关村在线网站及微博上投放调查问卷，时间从 2018 年 8 月 16 日至 8 月 22 日，为时 7 天，共回收问卷 1632 份，通过对用户 ID、IP 等注册信息及问卷填写完整度的筛选、过滤，得到有效问卷 1575 份。基本数据如下：

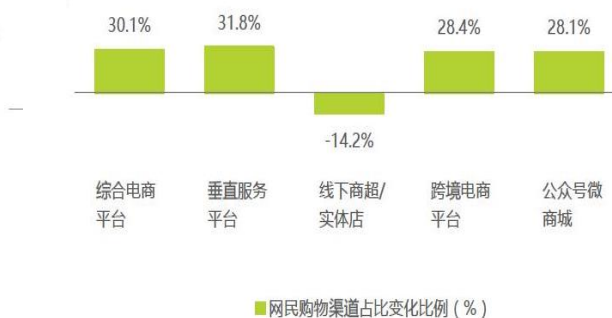
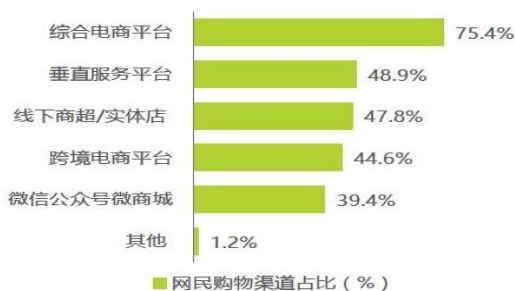


图 1 2018 中国网民购物渠道分布

图 2 2013-2018 中国网民购物渠道分布变化

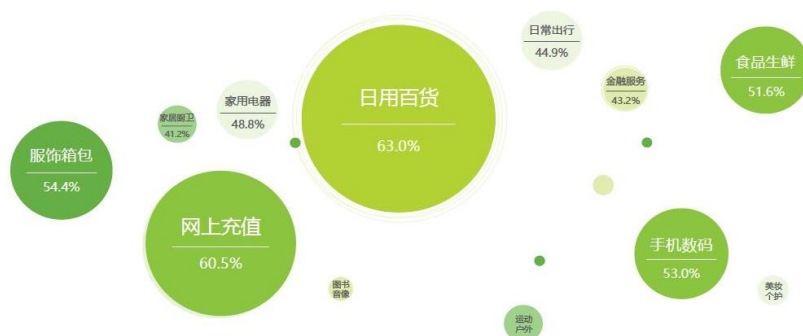


图 3 2018 中国网民不同品类购买率

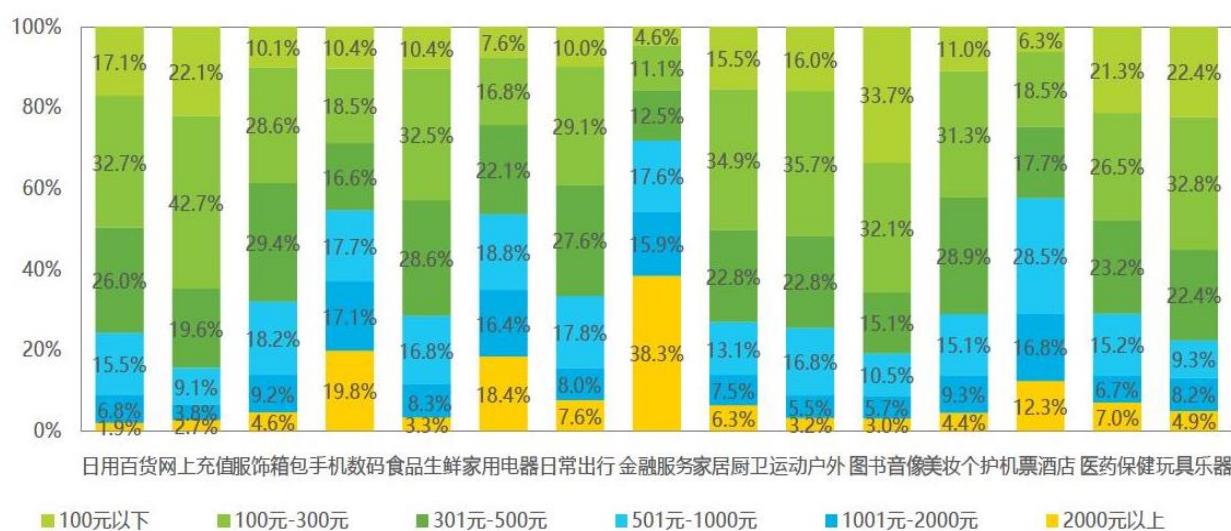


图 4 2018 年中国网民不同消费类别月开销分布

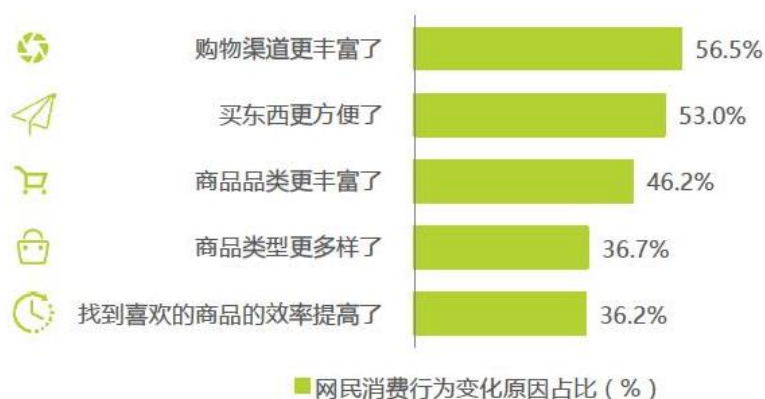


图 5 2013-2018 中国网民消费行为变化原因分布



图 6 2018 年中国网民购物消费观分布

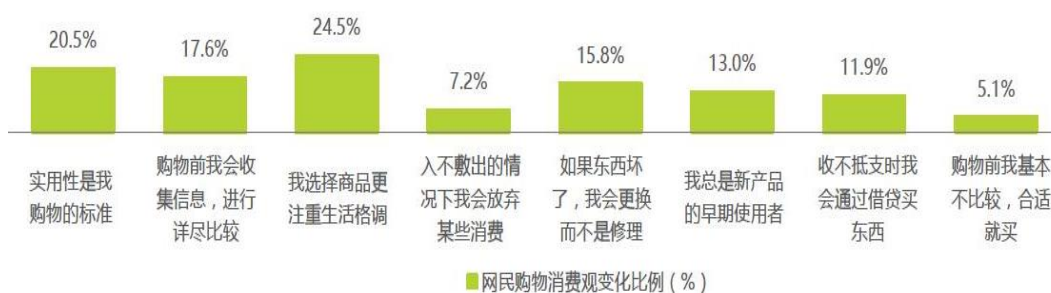


图 7 2013-2018 年中国网民购物消费观



图 8 2018 年中国网民品牌价格观分布



图 9 2013-2018 中国网民品牌价格观



图 10 2018 年中国网民品牌偏好分布



图 11 2013-2018 年中国网民品牌偏好文化

【测试任务】

请根据中国网民消费方式与消费观念调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

1. 报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
2. 调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；
3. 字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范, 合理, 思路清晰, 具备信息整理、分析及处理能力 (4 分); 方法得当, 逻辑思维和分析能力强, 对背景资料分析透彻、细致 (4 分); 能在规定时间内完成任务 (2 分)。	
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范 (包括封面、目录、正文、附件)	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍, 但需列明; 调研报告字数要求 1500 字以上, 每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备 (标题、编写者、时间等) (3 分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题 (5 分)	
		7	排列有序 (3 分)、一目了然 (4 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
	正文	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义 (2 分)、调查的主要内容 (2 分)、调查的主要方式与方法 (2 分)、调查的主要过程 (包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果) (4 分) 等几项内容。简明扼要, 精炼概括, 能够达到对后面的主体部分做一个引导, 对主体部分的数据来源作一个交待, 证明用以论证的数据是有效的、可靠的, 从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的 (2 分)。	
		20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析, 从摆数据 (4 分), 分析现状 (4 分), 得出小结论, 以形成符合事物发展变化规律的结论性意见; 或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等 (6 分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理, 条理清楚, 有逻辑性 (4 分)。数据采用适当的图表来呈现说明 (2 分)。	
		10	用简洁而明晰的语言, 在以上数据资料分析的基础上, 进行综合归纳, 得出报告的结论 (5 分); 并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议, 完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示 (5 分, 其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分)。	

		附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计			100		

模块二 促销方案

1. 试题编号：J2-1，校园运动产品促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

美特斯邦威集团公司于 1995 年创建于中国浙江省温州市，主要研发、生产、销售美特斯邦威品牌休闲系列服饰。“美特斯邦威”代表为消费者提供个性时尚的产品，立志成为中国休闲服市场的领导品牌，扬国邦之威、故邦之威。品牌名称凝聚了集团创始人周成建先生永不忘却的民族品牌情节和对于服饰文化的情有独钟。在社会各界及广大消费者的关心与支持下，美特斯邦威集团迅速发展壮大。“美”：美丽，时尚；“特”：独特，个性；“斯”：在这里，专心、专注；“邦”：国邦、故邦；“威”：威风。“美特斯·邦威”代表为消费者提供个性时尚的产品，立志成为中国休闲服市场的领导品牌，扬国邦之威、故邦之威。

每年 9、10 月份，是各大运动品牌集中推广篮球系列产品的时间。一方面，因为进入 11 月，新赛季的 NBA 常规赛就将打响，球迷们压抑了 5 个月之久的热情将被再次点燃；另一方面，运动鞋产品的消费主力军学生群体将重返校园，新学年、新气象，一双新鞋自然必不可少。所以，没有比这个时候更适合向消费者们推销篮球鞋的了。

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年 10 月，公司拟在长沙中南大学、湖南大学和长沙理工大学等 10 家高校依次开展“运动与我同在”的大型促销活动。每所学校的促销时间均为 3 天。预算控制在 10 万元之内。活动期间，全场商品（指定不参与活动的商品除外）6.5 折，部分商品在 6.5 折基础上还可以同时享受产家规定的其它买赠活动。

【测试任务】

为了提高公司在大学生消费者心目中的知名度与美誉度,在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度,提高产品的销量,请根据促销方案策划的流程为企业 20××年 10 月的长沙高校促销活动进行策划,并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求 1500 字以上)。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米,配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职 业 素 养 （ 20 分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作 品 （ 80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数 不 少 于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	

	时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
	对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
	广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案（4分），合理度（1分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

2. 试题编号：J2-2，元旦节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

某公司是一家专门从事休闲食品开发、加工的股份制企业，位于岳阳县生态工业园，紧临京广铁路和京珠高速。公司占地面积 25042 m²，其中建筑面积 9650 m²，整个厂区布局合理，环境优美。主要产品有“鱼水欢”品牌风味鱼制品、“味冠天下”品牌酱卤肉制品、鱿鱼、豆干四大系列。公司已通过 ISO22000 食品质量管理体系认证，是湖南省质量信用 AAA 级企业，“鱼水欢”品牌被评为“湖南省名牌产品”。公司的休闲食品在长沙市的各大商场、超市均有销售。

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年元旦，公司拟在长沙市所有销售有该品牌产品的 8 家大型商场、超市同时开展促销活动，预算控制在 8 万元之内。

【测试任务】

为了提高公司在长沙消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的

竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高销售量。请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	

	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（5 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）	
	广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5 分）	
	预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

3. 试题编号：J2-3，婴儿用品元旦节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

某公司是一家专业从事婴幼儿奶粉、米粉、纸尿裤的研发、生产和销售的综合型企业。

公司现开发的产品共有 60 个品项，其中食品主要有婴幼儿配方奶粉、婴幼儿营养米粉、奶伴侣及儿童益生菌；用品有纸尿裤与尿片。

目前，公司已在全国将近 20 个省区建立了销售网络，拥有全国经销商二百余家，产品进入母婴专买店共计有千家左右，由于其采用了先进的市场销售模式，大大地规避了操作风险，自成立以来，公司每年以 200% 的速度增长，发展前景非常乐观。

【测试任务】

为提升企业整体竞争优势，公司将在 20×× 年元旦节来临之际，在湖南市场进行大型促销活动，预算控制在 80 万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业 20×× 年元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、

主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职 业 素 养 （ 20 分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作 品 （ 80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	

	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案（4分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

4. 试题编号：J2-4，滋源洗发水国庆节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

滋源诞生于2014年的中国广州，是香港环亚集团广州环亚化妆品科技有限公司凝聚25年皮肤护理研究结晶打造的无硅油洗头水。区别于传统洗护产品，滋源以“无硅油头皮护理”差异化品类切入市场，集品牌力、研发力、产品力、渠道力、推广力五力合一，全力打造无硅油头皮护理引领者。

品牌定位：无硅油不刺激，区别于传统洗发，滋源专注头皮护理，创新品类，率先推出不含硅油的天然头皮护理洗头水，精准定位头皮护理市场，面对25-35岁正在升级生活品质的当代女性消费群体，为她们提供高品质头皮护理产品，带来天然、健康的头皮护理体验，开启头皮护理新时代。

另外，研究试验的对比表明，有硅油的洗发水附着头皮表面不易清洗，无硅油的洗头水轻松洗净，头皮自由呼吸。大多数洗发水成分含一种物质——聚二甲基硅氧烷，即头发顺滑剂“硅油”，使头发顺滑无比。然而，硅油无害却不溶于水，会堵住毛囊导致头屑、头痒、头油，使头发干枯受损，甚至脱发。

第一宗：包裹头皮，损伤毛囊，导致头痒、头油；

第二宗：硅油脱落，剥落头皮，产生头屑；

第三宗：包裹发丝，阻挡营养吸收；

第四宗:氧化质变，头发变硬不柔顺。

90%以上中国人群面临着头皮头发问题，而在推崇天然无硅油头皮护理的日本，这一数字下降到 48%。在日本，59%的人接受了无硅油头皮护理的观念，在欧美，这个数字达到 63%，洗发水以不含硅油的天然成分为主，而在中国，90%的洗发水含硅油。

日本推崇天然和无硅油的概念，无硅油长期占据洗发水销量排行榜第一名的位置；韩国推崇无硅油毛囊专业护理，注重天然成分和植物药材的头皮护理作用；法国多使用天然植物成分，拒绝硅油等化工类成分添加；瑞士无硅油头皮护理的天然绿色概念；美国在头皮护理产品中去除硅油成分，添加了天然舒缓成分。而中国 90%的中国人没有意识到头皮与头发的关系，头皮护理市场仍处于初级阶段。

产品特色：

1. 不含硅油。硅油能使头发顺滑，然而硅油不溶于水，会堵住毛囊使头发受损。
2. 不含染色剂。染色剂会引发头皮色素沉着和敏感问题。
3. 不含石油类表面活性剂。石油类表面活性剂是洗发水中的起泡剂，会给头皮造成刺激和脱水现象。
4. 不含动物性原料。动物性原料令洗发水充满香气，多源于动物，是一种极不环保的原料。
5. 不含尼泊金酯。尼泊金酯能发挥防腐剂的作用，易引发皮炎。
6. 不含矿物油。矿物油有致斑致黑，并会在头皮表面形成覆盖膜，堵塞毛孔。

滋源全球生态农场，萃取原生态孕育植物。获得国家专利成分的植物精华分别有谷精草、覆盆子和辣薄荷。谷精草采摘自中国天然原生态种植园，能够滋养脆弱头皮，促进头皮细胞再生，修护损伤，增强头皮免疫力，远离老化。覆盆子采摘自欧洲东南部塞尔维亚天然种

植园，能帮助减少头皮自由基产生，改善头皮血液循环，促进皮肤细胞再生，提升头皮自身抵抗力，预防老化。

产品系列：

	中干性头皮	油性头皮
无患子系列 (特别添加油橄榄精华，富含单一不饱和脂肪酸和抗氧化维生素E，能够保湿、保护和滋养头皮，修复干性头皮和受损发丝。)	无患子致臻滋养洗头水(温和洗净，保护敏感头皮，并滋养润泽，改善头皮干燥缺水状态。)无患子致臻滋养护发素(水养滋润头皮头发，天有平衡调理功效，能养头皮润发丝。 然无刺激，头皮滋润，发丝水润柔滑。)	油性头皮适用产品，特别添加芦荟精华，有效抑制多余油脂，令头皮水油平衡，并达到去油保湿的作用。 无患子控油滋养洗头水(温和洗净多余油脂，调节水油平衡，头皮清爽舒适。) 无患子控油滋养护发素(天然清爽，无多余油脂残留，头皮清爽舒适、发丝轻盈飘逸。)
茶籽清屑系列 (茶籽，东方橄榄，能养头皮去头屑。茶籽凝萃清屑洗头水)	特别添加亚麻荠籽油精华，富含不饱和脂肪酸，具有优良的肌肤亲和力和渗透力，减少水分流失，令头皮长久保湿。 茶籽凝萃清屑洗头水(洁净头皮，调理水油平衡，从根源减少头屑，并滋养干燥头皮。)茶籽凝萃清屑护发素 茶籽凝萃清屑护发素(天然无残留，温和滋润头皮，减少头屑，头皮轻松水润，秀发轻盈。)	特别添加薰衣草精华，性质温和，具有抑菌、控油、镇定的功效，能有效调理头皮油脂分泌。 茶籽控油清屑洗头水(去除头皮多余油脂，从根源减少头屑，令头皮清爽。) 茶籽控油清屑护发素(天然控油去屑，改善头皮水油平衡，令头皮清爽无油，秀发轻盈。)
生姜系列 (健发高手，养头皮固发根)	特别添加橄榄精华、亚麻荠籽精华，平衡养护头皮，增强头皮保湿力。 生姜奢养强韧洗头水(温和清洁头皮发丝，提高头皮自身修护力，修护头皮损伤，强健细软脆弱发根。) 生姜奢养强韧护发素(提高头皮自身修护力，修护头皮损伤，从根部源源不断补充天然养分，强健细软脆弱发根。)	特别添加芦荟精华、薰衣草精华，平衡养护头皮，有效调控头皮油脂分泌。 生姜控油强韧洗头水(温和清洁头皮发丝，调理水油平衡，养护健康头皮，强健细软脆弱发根。) 生姜控油强韧护发素 生姜控油强韧护发素

【测试任务】

为提高产品在湖南市场的知名度，20××年国庆节，公司拟湖南各大超市同时开展大型促销活动。预算控制在 30 万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业 20××年国庆节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求 1500 字以上)。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	5	要素具备(名称、策划者、时间)	
		6	有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)	
		5	有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)	

	对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（5 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）	
	广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5 分）	
	预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

5. 试题编号：J2-5，大药房国庆节促销活动方案策划

某公司创立于 2001 年，总部设在湖南省长沙市。该公司是一家由单一民营药店发展起来的大型医药连锁企业。目前，公司除药品零售外，同时兼营药品批发与制造。现已成为国内最具影响力的药品零售企业，也是中国服务业 500 强企业、中国连锁百强企业、湖南省百强企业、中国药品零售企业综合竞争力百强冠军。

2001 年 10 月，公司长沙湘雅店以“让更多人看得起病、吃得起药”为宗旨，实行超市化经营模式，受到了消费者的热烈欢迎，出现了“提着篮子买药，排着长队付款”的现象。开架自选与药品大卖场的开创，被认为是医药零售行业经营方式的一次变革。

其后，公司逐渐形成了以“一切为了老百姓”为内涵的有着民生思想底蕴的企业文化，并以此为经营宗旨，获得了巨大的发展。自 2001 年创立以来，现已成功开发了湖南、陕西、浙江、江苏等 20 个省级市场，拥有门店 10000+家、总资产 169.58 亿元、员工 4 万人、2021 年销售额 156.96 亿元。公司已发展成为一家大型医药连锁企业集团，具备了规模大、品种齐、影响深、质量优、服务好、模式

新等特点，体现出了规模效应、成熟低成本运营、品牌影响力与完整产业链的优势，确保了企业可持续快速发展。

【测试任务】

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年国庆节，公司拟在长沙含浦店、东塘店和树木岭店同时开展大型促销活动。预算控制在10万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业20××年国庆节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 封面完整	5	要素具备(名称、策划者、时间)	

体 内 容	活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	少 50 字扣 1 分
	活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
	时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
	对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
	广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4分），合理度（1分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

6. 试题编号：J2-6，中秋节月饼促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

广东金苹果食品有限公司系香港金苹果食品有限公司于1996年在东莞成立的全资品牌运营机构，是集研发、生产、销售为一体的食品品牌企业。公司目前主要生产经营中秋月饼、休闲饼干、曲奇蛋卷等200多款产品，主打产品“金苹果月饼”自2005年以来多次被中国食品工业协会授予“中国名饼”。金苹果创新口味月饼获得比利时获得在欧洲被誉为终端消费食品届的“奥斯卡”的国际2011年度“顶级美味奖章”。公司新建成的30000平方米的全封闭、食品生产标准化厂房和10万级空气净化车间以及斥巨资引进的国内最先进的一体化成型设备，使得企业拥有了全自动流水线20多条，日产80万只月

饼、月饼5万盒的生产能力。公司本着“以人为本，公司是家、学校、军队；完美产品，优秀服务，为顾客创造价值；倡导公司、个人、伙伴共同成长，分享成果”的公司核心价值观，为客户创造完美产品，提供优质服务，成为中国商务月饼首选品牌。2015年6月18日-20日，“十年俱进，顺势共赢——2015金苹果全国经销商大会”在烟波浩渺的苏州太湖之畔隆重召开，来自全国各地的经销商共襄盛举，共同见证金苹果金苹果经销商大会十年荣耀。

1、公司月饼产品系列：

（1）彩瓷英伦系列：

①皇礼：皇家珍品，非比寻常，带给你独一无二的尊贵祝福

②御礼：将珍贵荣耀的品味注入礼盒之中表达最敬重的情意和最真心的祝福

（2）水墨罗马系列：

①耀礼：圆月绽放最耀眼的光芒，那正是我对您圆满的祝愿

②宝礼：万家灯火点燃团圆时分，点滴如珍宝般欣赏回味

③名礼：金苹果把浓情寄于月意，让祝福包裹在饼香中传递

④锦礼：以礼遇之心献上华美的锦礼，传递最美好的祝福和愿望

⑤贵礼：华贵的品味注入尚品之月，无尽的思念尽在点滴之中

（3）丝绣巴黎系列：

①珍礼：其乐融融的团聚时刻最应珍惜，感受最浓的祝福和最深的情意

②彩礼：绽放的烟花七彩夺目，浓浓情意尽情抒发

③盛礼：盛礼送给最敬重的人，用心传递最温暖的情谊

④颂礼：月圆之夜心手相连，真挚的情感代代相传

（4）祥云瑞士系列：

①欢礼：欢歌笑语充盈丰收的金秋之夜，金苹果将祝福传递 将

快乐延伸

②悦礼：珍藏美好往昔包裹蜜语甜言，连接你我的是最纯最真的情谊

(5) 经典时尚——和和满满(和满)

(6) 情侣月饼系列等

2、公司产品定位：中高档商务礼品为主

【测试任务】

现公司欲在 20××年中秋进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进行湖南市场，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年湖南市场的中秋节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理（5 分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响

分)	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	的本项目记0分
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
		实施安排	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
		广告配合	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	
		预算恰当	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
		意外防范	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案（4分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

7. 试题编号：J2-7，国庆节空调促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

珠海格力电器股份有限公司成立于1991年，1996年11月在深交所挂牌上市。公司成立初期，主要依靠组装生产家用空调，现已发展成为多元化、科技型的全球工业制造集团，产业覆盖家用消费品和工业装备两大领域，是一家集研发、生产、销售、服务于一体的国际化家电企业。以“掌握核心科技”为经营理念，以“打造百年企业”

为发展目标，凭借卓越的产品品质、领先的技术研发、独特的营销模式引领中国制造，旗下拥有格力、TOSOT、晶弘三大品牌，涵括格力家用空调、中央空调、空气能热水器、TOSOT 生活电器、晶弘冰箱等几大品类家电产品，产品远销 180 多个国家和地区。

公司现有近 8.2 万名员工，其中有近 1.6 万名研发人员和 3 万多名技术工人。在国内外建有 77 个生产基地，坐落于广东、重庆、安徽、河北、河南、湖北、湖南、江苏、浙江、天津、四川、江西、山东以及巴西、巴基斯坦；同时建有长沙、郑州、石家庄、芜湖、天津、珠海 6 个再生资源基地，覆盖从上游生产到下游回收全产业链，实现了绿色、循环、可持续发展。

格力电器重视研发，提出研发经费“按需投入、不设上限”。经过长期沉淀积累，截至 2022 年 10 月，格力电器累计申请专利 104584 件，其中发明专利申请 54196 件；累计发明专利授权 16183 件。现拥有 35 项“国际领先”技术，累计获得国家科技进步奖 2 项、国家技术发明奖 2 项、中国专利金奖 3 项（包含“格力钛”1 项）、中国外观设计金奖 3 项、日内瓦发明展金奖 12 项、纽伦堡发明展金奖 9 项。

公司恪守诚信经营的宗旨，以客户需求为导向，严抓质量源头控制和体系建设。2018 年，公司荣获第三届“中国质量奖”。2019 年，格力电器参与起草的《质量管理 基于顾客需求引领的创新循环指南》获批成为国家标准。

格力电器 2022 年前三季度实现营业总收入 1483.44 亿元，同比增长 6.30%，归母净利润 183.04 亿元，同比增长 17.00%，基本每股收益 3.25 元/股，同比增长 19.93%。

【测试任务】

现格力公司为了加大在湖南地区的市场占有率，迅速占领湖南各区域新兴小区空调产品的市场份额，欲在湖南地区于 20××年国庆期

间针对新房装修用户开展一次大规模超优惠的促销活动，请根据促销方案策划的流程为格力促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	

	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（5 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）	
	广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5 分）	
	预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

8. 试题编号：J2-8，三八节百丽女鞋促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

百丽 (BeLLE) 集团，20 世纪 70 年代创于香港，90 年代由香港著名鞋款设计师、资深实业家邓耀先生引入内地，并针对内地市场重新包装定位，获得极大成功。BELLE 取义法语“美丽的的女人”，主打时尚真皮女鞋，兼产男鞋，主要顾客群为“年龄 20—40 岁，中等收入”的都市白领阶层。BELLE 风格多样，以“舒适、简约、职业、成熟”为主流，亦不乏新潮、时尚、前卫。并以大众化的价格、优质的产品 & 诚信的服务确立了自己鲜明的品牌形象，短短几年内迅速受到广大消费者的喜爱与拥戴。

百丽不仅是一个鞋的品牌，更是一种生活态度、一种生活主张、一种生活方式；现代潮流的生活应该是多层次、全方位的，人们追求不同的生活体验及生活经历，只有不断掌握变化，适应变化，在变化中展现女性外在与内在的完美气质和姿彩，才能在各个方面展示自己的魅力。

百丽鞋业在中国大陆以高端女士正装鞋连锁经营闻名，生产、销

售百丽 (Belle)、思加图 (Staccato)、真美诗 (Joy&Peace)、天美意 (Teenmix)、他他 (TATA) 等品牌, 还是耐克、李维斯和美国都市休闲服饰名牌多克斯 (Dockers) 在华主要代理商。除了百丽良好的声誉, 更吸引新百伦的是百丽的销售体系——覆盖了中国内地 80 多个大中城市, 共有各品牌营业店铺 860 多间。

BELLE 百丽创自中国香港特区, 取义法语 “美丽的女人”, 推崇 “走过四季, 依然百丽” 的精品穿着概念, 迎合与照顾时尚女性对事物 “多面”、“立体” 的需求。百丽是品牌, 也是一种生活的形容词, 更是一类人群的统称, 主打时尚真皮女鞋, 兼产男鞋, 主要顾客群为 “中等收入, 年龄 20—40 岁” 的都市白领阶层。

产品风格多样, 以 “舒适、简约、职业、成熟” 为主流, 亦不乏新潮、时尚、前卫。以大众化的价格、中档的产品及优质的诚信服务确立了自己鲜明的品牌形象, 短短几年内迅速为广大消费者所拥戴。

【测试任务】

现公司为了扩大在 A 区域市场占有率, 提高品牌关注度和影响力, 请根据促销方案策划的流程为该公司 20××年 A 市场 (提示: A 区域可以更换为你所熟悉的市场区域) 的 “三八” 妇女节促销活动进行策划, 并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案 (字数要求 1500 字以上)。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米, 配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑, 一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业 素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		活动主题	有主题(2分), 主题鲜明、引人注目(4分)	
		活动目标	有活动目标(2分), 目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		时间地点	选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	刺激程度适当, 与费用匹配, 至少3种活动方式	
		实施安排	事前准备充分(5分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)	
		广告配合	有广告配合(2分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(5分)	
		预算恰当	有预算表(2分), 预算符合企业的背景与目标(1分), 预算分配合理(2分)	
		意外防范	具备处理意外问题的预案, 要求2种以上简要预案(4分), 合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

9. 试题编号: J2-9, “三八” 女人节内衣促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

遇见美浪漫季节内衣是全国知名的内衣加盟连锁品牌，致力于把旗下浪漫季节打造成“中国修正型内衣连锁加盟第一品牌”。目前，公司的品牌管理中心座落于享有“东方明珠”之称的上海浦东；运营中心在“世界小商品之都”的浙江义乌；研发中心在拥有“全球内衣生产基地”称号的广东汕头。另外，公司在广州、成都、北京设有分公司，并将逐步在西安、郑州、济南等地设立分公司或办事处。

公司始终坚持“客户第一”的核心理念，立志让每一位女性都能穿上自己满意的内衣，不断满足消费者的各种需求。旗下有 18 个品类，1800 种款式。核心消费群为 18-45 岁女性。

遇见美浪漫季节是中国十大著名内衣品牌之一，现全国有 2000 多家连锁店，产品涵盖文胸、短裤、家居服、塑身衣、保暖衣、泳衣、袜子等不同种类的几千种款式。公司自创办以来，不断精益求精，先后荣获“内衣行业龙头企业”、“文明单位”、“先进集体”、“A 级内衣企业”、“守合同重信用企业”等殊荣，并于 2012 年 10 月正式成为 ISO9000 国际质量认证企业。另外，公司聘请国际影视巨星温碧霞作为浪漫季节内衣品牌形象代言人，积极传播内衣文化，塑造产品价值，努力把浪漫季节打造成中国修正型内衣连锁加盟第一品牌。

【测试任务】

现公司欲在 20×× 年开拓湖南市场，以省会为中心辐射周边各市。为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南市场，请根据促销方案策划的流程为企业 20×× 年湖南某区域市场（提示：某区域市场可以更替为你所熟悉的市场区域）的“三八”妇女节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防

范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职 业 素 养 （ 20 分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分）， 方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作 品 （ 80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数 不 少 于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	
		预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	

	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

10. 试题编号：J2-10，母亲节足浴器促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。从去年开始，足浴器就开始火了起来，但是以次充好的产品也开始进入市场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉著称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。 交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有 一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度

及水容量有以下分类：

K218B 金苹果：产品从上往下望呈苹果状，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-118A ：产品从上往下望呈苹果状，上端配有旋钮开关，，桶内配有按摩石，针刺按摩头，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。装水容量为 5.5L；

K-138B：产品上端配有双屏显示器，以及功能控制键，还带个遥控器，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为防滑减震垫脚。装水容量为 6.5L；

K-218A 红苹果、K-218A 金苹果、K-218A 青苹果：产品从上往下望呈苹果状，上侧配有功能旋钮，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还配有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。
（三种产品外观颜色不同：红色、金黄色、墨绿色）

K-218B 红苹果、K-218B 青苹果：产品为红色与墨绿色，从上往下望像一只红色的苹果，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-228C：产品上端配有显示屏，以及调温键，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有瀑布式冲浪孔和一个药盒。产品底座为减震垫脚。装水容量为 11L；

K-258B：产品上端配有数码显示屏，以及控制键，桶外有外排水管。产品底座为带锁方向滚轮。装水容量为 9L。

【测试任务】

现公司欲进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据促

销方案策划的流程为该企业 20××年湖南某区域市场(提示：某区域市场可以选择你所熟悉的市场区域)的母亲节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求 1500 字以上)。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5 分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		活动主题	有主题(2 分)，主题鲜明、引人注目(4 分)	
		活动目标	有活动目标(2 分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3 分)	
		时间地点	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2 分)，地点选择得当(3 分)	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	

	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（5 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）	
	广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5 分）	
	预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

11. 试题编号：J2-11，千金大药房重阳节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

湖南千金大药房连锁有限公司是上市公司——“千金药业”投资设立的国家大型药品零售连锁企业，主要经营药品、保健食品、医疗器械、日常用品、食品等。

公司成立于 2001 年 3 月，原名湖南千金大药房零售连锁股份有限公司；2006 年 10 月，收购湖南金沙大药房零售连锁有限公司；2008 年 11 月，两家公司整合后更名为湖南千金金沙大药房零售连锁有限公司；2011 年 7 月，更为现名。公司是湖南省最早通过国家药监局 GSP 认证的药品零售企业之一，企业综合实力居省内同行前列，销售规模列全国同行业百强。

公司秉承“社会为本，一诺千金”的经营理念，坚持“专业、可靠、贴心”的服务宗旨，倡导爱企业、爱品牌、爱伙伴、爱顾客、爱营销、爱市场的“六爱”精神。公司的使命是：致力于将千金大药房打造成为尊重每一个人的生命和生活质量，提供一流贴心服务，提供品质可靠和使用安全专业产品的零售药店创新型企业。

【测试任务】

现有一家千金大药房加盟店已经经营了两年，位于 A 市某大型社区，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，请根据促销方案策划的流程为该加盟店 20×× 年湖南 A 市（提示：A 市可以更替为你所熟悉的城市）某社区的重阳节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业 素养 （20 分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理（5 分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）	
作品 （80 分）	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	
	体 活动主题	6	有主题（2 分），主题鲜明、引人注目（4 分）	

	容	活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	
		预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4分），合理度（1分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100			

12. 试题编号：J2-12，河南三剑客乳业感恩节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

河南三剑客乳业有限责任公司成立于1997年，是生产、加工、奶牛养殖为一体的现代化经营企业。2012年与澳大利亚西盟公司合资兴建了西盟·健客乳品工业园，总投资11.6亿元，占地180多亩，设计年产乳制品30万吨，是市政府重点项目之一。

如今，三剑客已成为“中国食品名城”乃至中原大地知名乳业品牌，获AAAA标准化良好行为证书、河南省著名商标企业。

公司核心产品：常温箱装（无糖黑牛奶系列、红枣系列、果粒系列、儿童系列、散奶系列），低温产品、正清堂等系列，产品多达50多款，并且每年都会研发推出5-10款新产品，其中无糖黑牛奶获国家发明专利书，是国内第一款酸性“无糖黑牛奶”，口感独特、

营养全面，荣获“河南省科技创新奖”等省、市多项大奖；产品销售覆盖河南、安徽、湖北、河北、山东、江西、湖南、江苏、浙江、四川等 500 多个县市，“三剑客”、“正清堂”、“小玩熊”、“gogo”、“大脸猫”品牌奶制品已成为知名产品，并已建成了完善的产品销售网络。

三剑客公司是漯河市质量工程师最多的乳品工业企业，拥有省级检测中心、90%的设备是具有国内领先水平的进口设备。

三剑客公司企业理念是“做奶从养牛开始，养牛从种草开始，生产给自己妈妈和孩子喝的好牛奶”，公司愿景是“成为华中最具魅力的乳业品牌，生产大众最放心的新鲜牛奶，拥有最具活力的和谐团队”。

【测试任务】

现公司为感谢湖南市场的消费者，同时为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，提升企业品牌形象，请根据促销方案策划的流程为企业 20×× 年湖南 A 地区市场（提示：A 地区可以更换为你所熟悉的地区）的感恩节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		活动主题	有主题(2分), 主题鲜明、引人注目(4分)	
		活动目标	有活动目标(2分), 目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		时间地点	选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	刺激程度适当, 与费用匹配, 至少3种活动方式	
		实施安排	事前准备充分(5分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)	
		广告配合	有广告配合(2分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(5分)	
		预算恰当	有预算表(2分), 预算符合企业的背景与目标(1分), 预算分配合理(2分)	
		意外防范	具备处理意外问题的预案, 要求2种以上简要预案(4分), 合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

13. 试题编号: J2-13, 宝之荣塑身美体鞋春节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

宝之荣塑身美体鞋是韩国宝之荣美体研发中心历经十年研发出来的女性塑身产品, 获得国际发明专利, 获得国际美体行业的鼎立推

荐，改变高跟鞋穿着不舒服的历史。让女性在行走中享受塑身美体。

宝之荣塑身美体鞋以满足女性塑身美体为设计理念，穿宝之荣塑身美体鞋具有美腿、提臀、瘦腰、塑身、健康五大功效，在工艺上精益求精，用料考究，168道工序，道道严格把关，确保宝之荣产品性能、安全、品质、款式上成为品味爱美女性最信任的品牌。

时尚动感，瘦腰美体：宝之荣动感美体鞋采用生物力学及人体工程学原理相结合，通过在鞋跟部位设计弹力减震装置，行走时腰肢重心上下运动，腰部热能挥发，减少腰部的脂肪。有节律的弹性动感运动实现收腰、挺胸的功效、可以令女性腰部脂肪得以燃烧，增强韧性，使腹肌得以有效的锻炼，经常穿着行走可以让腰部多余的赘肉消失，体现出魅力的腹肌和腰形，让女性腰肢更纤细妩媚。穿上宝之荣走路逛街等于在进行美体瘦身运动，行走中腰肢随着弹力动感的上下运动。让你在美体瘦身运动中彰显阿娜多姿的迷人风采。

魅力动感，健肌美腿：宝之荣动感美体鞋应用猫爪仿生学原理，鞋跟前移，并增加弹力减震设计，走路时缓冲弹起，重心产生上下位移，从脚跟部一直到大腿，肌肉自然绷直，有节律的弹性运动可以防止腿部脂肪因不良站姿行姿造成脂肪分段或堆积，平衡人体脂肪的生长，令多余的脂肪转化成肌腱，让你感受到令人惊奇的瘦腿美腿效果。

闪亮动感，提臀翘臀：通过有节律的弹性运动令可以将流失于胃腹部的、背部、腋下的脂肪正确归位。使大腿内侧多余脂肪燃烧，分解消失。臀部肌肉上升，臀部肌肉跟着收紧，达到提高臀部的位置，有效的实现提臀功效。塑造上翘的性感臀部，让你背部曲线更优美。

迷人动感，塑形挺胸：宝之荣动感美体时尚鞋采用人体力学、人体工程学、新材料学等诸多领域的最新成果。脚跟的受力点前移，能够对脂肪进行引流定位，让脂肪合理分布，使脂肪可以规范性的修复已变形的身材，达到重新塑造三围曲线，让你的胸部更挺拔迷人。

纤腰收腹，塑形健体：穿着宝之荣动感美体鞋，通过轻微的足底弹性的反弹，可令人体的整个身形有节律的震动，释放和减轻身体自身带给足部的压力，可以达到活络血液、增进血液含氧量，提高免疫等多重功效。促进血液循环，活化脂肪细胞，帮助淋巴排毒、使脂可以规范性的修复已变形的身材，达到重新塑造三围曲线，优雅气质，带给你自信、青春、活力、健康。

时尚动感，变换神奇：宝之荣出品的动感美体女鞋，参考时尚界每年最新流行色款及风格，聘请欧洲高级设计师设计，用料考究，时尚、新潮、环保、质量上乘。部分鞋款可以搭配不同的服饰多变改形，令时尚的女性随心所欲享尽多变姿采。8 厘米的高度 3 厘米的感受，走起路来像踩在海绵上一样舒服，伴随微微震颤的足部移动，让你风情万种、妩媚多姿。

宝之荣动感美体女鞋分为浪漫之春、灿烂之夏、华丽之秋、高贵之冬四大系列，分别满足爱美女性在不同季节既有美鞋可穿同时又能达到塑身美体功效的需求，可谓一举多得。

【测试任务】

现公司欲在 20×× 年春节期进入湖南 A 区域市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南 A 区域市场，请根据促销方案策划的流程为该企业 A 区域市场（提示：A 区域可以更换为你所熟悉的区域）春节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注

场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职 业 素 养 （ 20 分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作 品 （ 80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	
		预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案（4分），合理度（1分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100			

14. 试题编号：J2-14，贝雪婴儿用品母亲节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

深圳市贝雪婴儿用品有限公司是一家专业从事婴儿摇篮（床）等用品研发、设计、生产、销售为一体的综合型企业，公司一直致力于将现代科学与传统育婴用品融为一体的开发，并不断开拓这一全新领域。旨在为消费者提供：“健康、安全、舒适的产品，以帮助宝宝健康快乐成长和减轻育婴家庭的劳动负担。

公司成立于 2008 年，全体人员以严谨、认真、专一、负责的工作态度成功地研发出符合市场需求的一系列智能婴幼儿产品，而且产品获有多项国家专利，符合欧盟标准。公司视质量为生命，始终坚持“以质量求生存，以服务求发展”这一原则，秉承“宝宝开心、妈妈放心、贝雪用心”的经营理念 and 参照“ISO9001”质量体系标准，从产品研发、生产、质检、销售到售后服务都严格地层层把关，责任到人。今后公司还将不断创新和提高产品质量，完善产品品种，从而满足更多、更大的市场需求。

主推产品介绍：

贝雪 M31 手动摇篮：（价格：348 元）健康设计，婴儿可平睡（宝宝脊柱不会变形）；环保材料制造（全棉布料、无毒无辐射铁管烤漆）；高密度蚊帐（可防止蚊虫叮咬，并且通风效果良好）；自然摇摆，无噪音（无任何机械传动）；载重量大（可载重 15KG）；支架可折叠（携带更方便）；配有脚轮（可固定，轮子上翻可作摇床，轮子下翻可推行）；摇床底部配有超大储物框（可存放宝宝衣物及用品）

贝雪 M32 手动摇篮：（价格：285 元）产品体积小，重量轻，方便携带，可折叠，易收藏。产品布料使用环保纯绵材料，可全拆全洗。配有安全护栏，保证宝宝的安全。配有全遮蚊帐，防止蚊虫叮咬。平

躺设计，防止脊椎变形等。

贝雪 A31 智能电动摇篮（粉, 蓝, 米黄）:（538 元）平稳均衡摇动，可使婴儿的大脑神经调节平稳、入睡迅速。实验中发现，使用电动摇篮入睡的时间，比传统的手动摇篮入睡的时间可提前 2-4 分钟。经专家证实，传统的手动摇篮摆幅大小不稳定，摆动速度也不稳定。在摇动过程中，小孩平衡调节神经，不断地进行调节、复位，容易出现头昏，吐奶现象。而自动摇篮可根据婴儿的需要而调节稳定的摆幅，匀速平衡摆动，对婴儿脑神经的起到良好的保护作用。因此，婴儿入睡快、睡眠质量好。

优美动听的音乐催眠，符合现代早期教育观念，对婴儿进行音乐和美的熏陶，促进婴儿脑神经发育，激发潜能。

贝雪 A32 智能电动摇篮（蓝, 粉, 米黄）:（价格：588 元）室温监测功能，MP3 音乐播放功能，红外遥控控制，充电功能，尿湿报警功能，智能自动摇摆，摆幅智能五档调节，音量五档调节，智能声控功能，定时功能，支架可折叠，超大 LCD 液晶屏显示，载重量大、空间合理，体温探测，双红外线智能识别原理、摇摆自然，健康设计、婴儿可平睡，高密度蚊帐。

【测试任务】

现公司欲进军湖南 A 区域市场，为了提高在湖南区域消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据促销方案策划的流程为企业 20×× 年湖南 A 区域市场（提示：A 区域可以更换为你所熟悉的区域）母亲节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业 素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		活动主题	有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)	
		活动目标	有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		时间地点	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
		实施安排	事前准备充分(5分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)	
		广告配合	有广告配合(2分)，广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(5分)	
		预算恰当	有预算表(2分)，预算符合企业的背景与目标(1分)，预算分配合理(2分)	

	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

15. 试题编号：J2-15，企业“端午节”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

某公司是中国最大的肉类加工企业和中国最大的肉类上市公司，创造了巨大的经济效益和社会效益。2018 年，出栏生猪 31 万头、生猪屠宰量 1142 万头、肉类总产量 270 万吨，实现销售收入 393 亿元人民币，利润总额 38 亿元人民币。

火腿肠是该集团的主打产品，以精制火腿、汉堡火腿等为代表的高温火腿系列；以三明治火腿、香菇火腿、牛肉火腿、啤酒火腿、烟熏里脊、熏烤牛肉、熏烤圆火腿为代表的西式肉制品系列；以台式香肠、麻辣香肠、原味香肠、波兰熏香肠、哈尔滨香肠、上海大红肠、蒜蓉大红肠、啤酒肠为代表的低温灌肠系列；以广式香肠、迷你肉枣、双汇腊肠、水晶肴肉、肘花、五香卤猪蹄、双汇香肚为代表的中式特色肉制品系列；以汉堡肉饼、肉丸及鸡块为代表的速冻肉制品系列；以清蒸肉类罐头、清真类罐头、蔬菜、水果为代表的鲜冻制品系列等。这些产品具有中西兼顾、高低温结合、生熟互补、品种繁多、档次分明等特色，更大范围的满足了各个不同消费者的需要。该企业产品在全国各地各大连锁超市均有销售。

【测试任务】

请根据促销方案策划的流程为企业 20×× 年 A 市（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市）“端午节”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促

销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职 业 素 养 （ 20 分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作 品 （ 80 分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	

	广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案（4分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

16. 试题编号：J2-16，企业“中秋节”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

武汉市仟吉食品有限公司是一家民营股份制公司，公司是一家专注于烘焙食品生产与销售的连锁企业。“仟吉西饼”已经在湖北武汉、黄石、湖南长沙、株洲，河南郑州、安徽合肥等地开设超400+家直营连锁门店，员工总数达7000余人。“仟吉”的产品是定位于注重生活质量和时尚品味，注重健康饮食的消费者市场。2020-2021连续两年荣获中国十大烘焙品牌称号。

公司秉承着“自家农场，新鲜烘焙”的产品理念，主营面包、蛋糕、西点、应季饮品与中式传统粽子、月饼、绿豆糕等烘焙产品，每年超5000万人的新鲜面包首选。

新品推荐：

产品	价格	产品介绍
仟吉印象礼盒	239 元	原料：优格蔓越莓（80g*2）、兰姆黑加仑（80g*2）、提拉米苏（80g*2）、极品素五仁（150g*1）、莲蓉蛋黄（80g*1）
仟吉印象礼盒	129 元	原料：帕尔玛（80g*2）、提拉米苏（80g*2）、香辣牛肉（80g*1）、莲蓉蛋黄（80g*1）
吉月礼盒	209 元	红心蛋黄磨粉与白豆馅及顶级奶油，揉合成晶沙馅，最后在成型的表面刷上蛋汁。其口感层层香软饼皮，有别于传统绿豆饼一口咬下内馅散落，而是一入口，饼皮与内馅密合不容易分散。口感细腻爽滑，软软糯糯。融合香浓的牛奶滋味，甜而不腻。

可可玛丽奥	10 元/杯	七成冰沙混合奥利奥，三成冰爽细腻奶油封顶，夏日也不想放弃可可香浓，还想要冰饮爽口，那就是可可玛丽奥啊。
法式芝士培根	9 元/袋	法式面包，内含丰富的芝士与培根肉，好吃又饱肚。
洋风水果吐司	16 元/袋	休闲吐司，富含黄桃果肉和牛奶克林姆，甜而不腻，松软可口。
香辣松吐司	16 元/袋	休闲吐司，外观独特，面包中夹杂鲜美的香辣的肉松香味。
仟吉招牌咖啡	10 元	萃取的浓缩咖啡和牛奶调制而成，冰饮加上细腻的奶油，冰爽可口；热饮铺上细滑的奶沫，入口醇香四溢。

【测试任务】

为面对现今西饼市场的激烈竞争，为了应对竞争、争取客户，提高在湖南 A 市市场的销售量、扩大销售，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年 A 市（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市）中秋节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业 素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		活动主题	有主题(2分), 主题鲜明、引人注目(4分)	
		活动目标	有活动目标(2分), 目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		时间地点	选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	刺激程度适当, 与费用匹配, 至少3种活动方式	
		实施安排	事前准备充分(5分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)	
		广告配合	有广告配合(2分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(5分)	
		预算恰当	有预算表(2分), 预算符合企业的背景与目标(1分), 预算分配合理(2分)	
		意外防范	具备处理意外问题的预案, 要求2种以上简要预案(4分), 合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

17. 试题编号: J2-17, 蝶欧饰品“七夕”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

深圳市蝶欧饰品经营有限公司是原丹麦知名女饰品牌 FORMIA(芳美亚)在中国大陆的总运营商, 从90年代至今超过25年历史, 并在大陆引进了欧洲的设计师和设计工厂。

FORMIA(芳美亚)创建于 1928 年, 曾为丹麦皇剧院及欧洲皇室提供御用设计, 上个世纪八十年代末开始, FORMIA(芳美亚)逐渐把目光转向时尚白领女性。“旧时王谢堂前燕, 飞入寻常百姓家”, 短短几年里, FORMIA(芳美亚)已在世界各地设有近百家特许经营店, 深受全球女性的青睐。

经过不断的开发与努力, FORMIA (芳美亚)的产品逐渐丰满, 目前主要有发带、发夹、发簪、马尾圈、鹤嘴夹、抓夹、发棒、项链、手链、太阳眼镜、淑女阳伞、围巾、帽子等, 产品款式目前超过上万种。

品牌的经营理念: 时尚中的高贵、典雅中的绚丽

品牌来源: Mia 於 1928 年创立于丹麦哥本哈根。灵感来自于丹麦的童话《海的女儿》。Mia 觉得在当时欧洲经济萧条的背景下, 童话般的爱情故事会成为人们战胜现实的精神支撑, 她由此萌发了创立一个以童话般高贵爱情为主题的品牌饰品, 就以自己的名字命名 For---Mia!

今天, Formia 品牌历经几代设计师的精心打造, 凝结了为 Mia 为代表的设计师的灵感结晶, 取得了时尚界的广泛认可。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场, 并采取加盟的方式, 请根据促销方案策划的流程为湖南某区域(可选择你所熟悉区域市场)加盟店的“七夕”促销活动进行策划, 并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求 1500 字以上)。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业 素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		活动主题	有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)	
		活动目标	有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		时间地点	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
		实施安排	事前准备充分(5分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)	
		广告配合	有广告配合(2分)，广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(5分)	
		预算恰当	有预算表(2分)，预算符合企业的背景与目标(1分)，预算分配合理(2分)	
		意外防范	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案(4分)，合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	

小计	100	

18. 试题编号：J2-18，企业“元旦节”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

湖南红金食用油科技有限公司创建于 2004 年 5 月，是一家集食用油料收购、储存、灌装加工、食用油贸易于一体的民营企业，是衡阳市农业产业化重点龙头企业、湖南省名牌企业。

公司以 QS 产品质量安全认证为质量标准，严把质量关，生产“放心油”，“满意油”。公司始终坚持“质量是生命线”的宗旨，建立和健全了一套完整的质量管理制度。各种产品包装清洁、无毒、卫生，外观精美，计量准确，做到不合格产品坚决不出厂。生产的“野山茶油”和“压榨菜籽油”牌系列产品，畅销湘、粤、桂、沪等省市，深受消费者的青睐。其中“野山茶油”系列 2008 年获湖南省名牌产品，中国·湖南第八届（国际）农博会银奖。

公司现有优油茶生产基地 30 万亩，有机菜籽生产基地 5000 亩，确保了优质绿色的原料供应。该公司开发“纯香压榨”系列成品油，现已形成了“公司+基地+农户+批发商”的生产经营格局，积极拓展销售网络，在广东、广西、福建、上海等省市建立了销售网点，以“两广”为基点向全国辐射，营销人员及时收集客户意见和建议，促使公司适时开发新产品、新包装，对拓展市场销售，促进农产品深加工，调整农业产业结构发挥了积极作用。

产品介绍：

1.5L 花生调和油（21 元）：第一代花生调和油 1.5L，本品是一种比较容易消化的食用油。

5L 纯香压榨菜籽油（86 元）：从营养价值方面看，人体对菜籽油消化吸收率可高达 99%，并且有利胆功能。在肝脏处于病理状态下，

菜籽酮也能被人体正常代谢。

5L 野生山茶油（186 元）：具有清热化湿，杀虫解毒等作用。用于痧气腹痛，急性蛔虫阻塞性肠梗阻，疥癣，汤火伤。茶油有一个很大的功用，那就是去瘀血，广东高州就有一大名菜——茶油鸭，其去瘀血，化老伤，功效特大。

5L 葵花籽调和油（69 元）：葵花籽油的人体消化率 96.5%，它含有丰富的亚油酸，有显著降低胆固醇，防止血管硬化和预防冠心病的作用。另外，葵花籽油中生理活性最强的 α 生育酚的含量比一般植物油高。而且亚油酸含量与维生素 E 含量的比例比较均衡，便于人体吸收利用。所以，葵花籽油是营养价值很高，有益于人体健康的优良食用油。

5L 花生调和油（58 元）：食用花生油特别适宜于大众补锌；花生油中还含有多种抗衰老成分，有延缓脑功能衰老的作用。花生油还具有健脾润肺，解积食、驱脏虫的功效；是中老年人理想的食用油脂之一，花生油中的胆碱，还可改善人脑的记忆力，延缓脑功能衰退。

5L 玉米调和油（65 元）：具有降低人体胆固醇、降血压、软化血管、增加人体肌肉和心脏、心血管系统的机能，预防和改善动脉硬化，减少心脏病发生等作用，并且还可以缓解人体前列腺病症的发作和皮炎的发生。

5L 新压榨菜籽油（89 元）：人体对菜籽油的吸收率很高，可达 99%。因此它所含的亚油酸等不饱和脂肪酸和维生素 E 等营养成分能很好地被机体吸收，具有一定的软化血管、延缓衰老的功效。

5L 新茶籽调和油（92 元）：在野茶油、橄榄油中的单不饱和脂肪酸，能有效保护心血管系统，还会降低胰岛素、拮抗性糖尿病三类因代谢而引起的疾病的出现率。

1.8L 花生调和油（26 元）/5L 新花生调和油（65 元）：经常食用

花生油，可以防止皮肤皱裂老化，保护血管壁，防止血栓形成，有助于预防动脉硬化和冠心病。花生油中的胆碱，还可改善人脑的记忆力，延缓脑功能衰退。

【测试任务】

现公司为答谢湖南市场的新老顾客，进一步提升公司品牌的知名度和美誉度，欲在 20×× 年元旦节期间开展一系列促销活动，请根据促销方案策划的流程为该企业的 20×× 年湖南 A 区域市场的元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	

分)	具体内容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	1500 字，每少 50 字扣 1 分
		活动主题	6	有主题（2 分），主题鲜明、引人注目（4 分）	
		活动目标	5	有活动目标（2 分），目标较为明确、具体、具有针对性（3 分）	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分（5 分）、事中人力、物力等布置妥当（5 分）、事后有延续安排（2 分）	
		广告配合	7	有广告配合（2 分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5 分）	
		预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行		
小计		100			

19. 试题编号：J2-19，美的集团“国庆节”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

美的集团于 2013 年 9 月 18 日在深交所上市，旗下拥有小天鹅（SZ000418）、威灵控股（HK00382）两家子上市公司。“科技尽善，生活尽美”，美的集团是一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团，覆盖智能家居、楼宇科技，工业技术、机器人与自动化和数字化创新业务五大业务板块。2018 年至今年，五年内集团研发资金近 500 亿元，形成美的、小天鹅，华凌、COLMO，库卡，威灵、合康、高创、万东和菱王等多个品牌组合，每年为全球超过 4 亿用户，各领域的重要客户与战略合作伙伴提供满意的产品和服务。迄今，美的在

全球拥有约 200 家子公司、35 个研发中心和 35 个主要生产基地，业务覆盖 200 多个国家和地区，全球员工数量超过 16 万人。

主要家电产品有家用空调、商用空调、大型中央空调、冰箱、洗衣机、微波炉、风扇、洗碗机、电磁炉、电饭煲、电压力锅、豆浆机、饮水机、热水器、空气能热水机、吸尘器、取暖器、电水壶、烤箱、抽油烟机、净水设备、空气清新机、加湿器、灶具、消毒柜、照明等和空调压缩机、冰箱压缩机、电机、磁控管、变压器等家电配件产品。现拥有中国最完整的空调产业链、冰箱产业链、洗衣机产业链、微波炉产业链和洗碗机产业链；拥有中国最完整的小家电产品群和厨房家电产品群。

2022 年美的集团营业总收入达 3434 亿元，《财富》世界五百强排位 245 位。

【测试任务】

现公司为答谢湖南市场的新老顾客，进一步提升公司品牌的知名度和美誉度，欲在 20××年国庆节期间开展一系列促销活动，请根据促销方案策划的流程为该企业的 20××年湖南 A 区域市场的国庆节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业 素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		活动主题	有主题(2分), 主题鲜明、引人注目(4分)	
		活动目标	有活动目标(2分), 目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		时间地点	选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)	
		对象选择	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	刺激程度适当, 与费用匹配, 至少3种活动方式	
		实施安排	事前准备充分(5分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)	
		广告配合	有广告配合(2分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(5分)	
		预算恰当	有预算表(2分), 预算符合企业的背景与目标(1分), 预算分配合理(2分)	
		意外防范	具备处理意外问题的预案, 要求2种以上简要预案(4分), 合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

20. 试题编号: J2-20, 唐人神集团“端午节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

唐人神集团股份有限公司是首批农业产业化国家重点龙头企业。集团致力生猪产业链一体化经营，经过 30 多年的创业发展，已经形成了“品种改良、安全饲料、健康养殖、肉品加工、品牌专卖”五大产业发展格局，在全国拥有 40 余家子公司。集团旗下的“唐人神”、“骆驼”牌都是中国驰名商标，“唐人神”肉品和“骆驼”牌饲料都是中国名牌产品。“美神”种苗通过美国 NSR 认证，达到美国同步育种水平。集团位列饲料、肉类行业十强，跨入中国制造业 500 强。集团董事长陶一山先生是中国饲料工业协会常务副会长、中国肉类协会副会长，荣获全国五一劳动奖章、全国优秀经营管理者、全国畜牧富民十大功勋人物、首届中国杰出湘商、改革开放三十年推动中国饲料工业发展功勋人物等多项殊荣，并当选为第十届全国人大代表，曾先后受到胡锦涛总书记和温家宝总理的亲切接见。

唐人神集团股份有限公司以“致力农家富裕、打造绿色食品”为使命，以“厚德博学、行胜于言”为司训，秉承“义利相溶、养义生利”的经营哲学，践行“顾客至上、团队精神、坦诚守信”的核心价值观，奉行“敬业、自责、自信、创新”的企业精神(骆驼精神)，努力帮助农民科技养殖致富，为市民提供安全放心食品。唐人神肉食品主要包括酱卤系列，香辣滋补卤牛肉，风味鸭锁骨，卤香猪蹄，五香凤爪，酱卤猪大肠等产品，在全国各大超市均有销售。

【测试任务】

现公司为答谢湖南市场的新老顾客，进一步提升公司品牌的知名度和美誉度，欲在 20×× 年端午节期间开展一系列促销活动，请根据促销方案策划的流程为该企业的 20×× 年湖南 A 区域市场的端午节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景、主题、目标、时间地点、对象、方式、前期准

备、中期操作、后期延续、广告配合方式、经费预算、意外防范等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 （20分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作品 （80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	5	要素具备（名称、策划者、时间）	
		活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	
		活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分（5分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
		广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（5分）	

		预算恰当	5	有预算表（2 分），预算符合企业的背景与目标（1 分），预算分配合理（2 分）	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求 2 种以上简要预案（4 分），合理度（1 分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计			100		

二、岗位核心技能

模块一 商务谈判

1. 试题编号：H1-1，布鞋索赔谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：上海华实制鞋厂（简称：华实制鞋厂）

乙方：日本某株式会社

去年 12 月，华实制鞋厂与日本一家株式会社签订了一份布鞋买卖合同，共计价值 2000 万元人民币，总共是 20 万双布鞋，合同规定这批布鞋分两批，每批 10 万双，分别于今年 3 月 10 日和 4 月 10 日由华实制鞋厂负责装船，直航日本福岛口岸。由于日本发生了巨大地震海啸，上海到日本的货轮因为地震原因无法在原定口岸靠岸。日本这家株式会社在地震中受到重创，商铺在海啸中全部冲垮，无法正常经营。日本株式会社电告上海，要求第一批布鞋退货，因为遇到不可抗力，企业无法经营。第二批推迟到 5 月 10 日发货。

华实制鞋厂按原来合同规定已经做好了生产计划，第一批布鞋已经于 3 月 10 日从上海张华浜码头装船，准备 11 日出发，接到对方通知只能卸货，并将布鞋存放在码头仓库，码头仓库的保管费和存放占地费以日计算，每日为存货价值的千分之一。因为这批布鞋是为日本市场量身定做的，对方突然提出退货，上海方至今还没有处理好这批布鞋，仍放在码头仓库。第二批布鞋生产计划已经下达，4 月初就可以生产完成，但现在要推迟到 5 月 10 运送，至少要积压在企业仓库 1 个月。4 月中旬，日本地震后情况基本平稳，中方就第一批布鞋装船、卸货、码头仓储费用等造成损失向日方索赔 20 万人民币，并希望第一批布鞋继续履约。

中方邀请日方来上海就布鞋要求退货及赔偿问题进行谈判。中方提出日方地震海啸结束后，仍然可以销售布鞋，因此，第一批布鞋不必退货，但考虑到布鞋可能错过了最好的上市季节，中方愿意在价格上给予优惠，共同承担由于不可抗力造成的损失，以保持双方将来长期的合作关系。但根据合同，中方按期装船，而后才收到对方要求第一批退货通知，前期费用已经产生，造成的损失应该由日方承担，中方经过明细核算列出总的费用表，损失费用远大于 20 万元。基于不可抗力因素，中方愿意在损失费用上承担部分，所以才报出赔偿额 20 万元。

日方认为地震海啸属于不可抗力，而且他们的株式会社正好处于地震海啸中心，直接受到巨大损失，现在所有经营场所被摧毁，灾后重建还需要时间。而且由于地震海啸使得日本经济受到重创，导致市场需求受到很大影响。他们虽然是违反合同规定，但是根据不可抗力法律条款，可以免责。基于双方长期合作关系及将来合作需要，对于第一批布鞋愿意延期收货，希望价格上中方给予让步。至于赔偿金额日方经过调查、核实，认为并没有这么大，而且由于不可抗力原因，只愿意承担 30%。最终经过充分协商，基于将来长期合作意愿，双方达成了一致，签订补充协议。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务

谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- (1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- (2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

(2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、

商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划 (2 分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商 (3 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整 (2 分), 谈判过程中积极主动发言, 具有良好的谈判思维与沟通能力, 具备良好的心理素质和现场应变能力 (3 分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5 分), 着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位, 符合商务谈判礼仪规范 (5 分)	
商务谈判计划书作品 (40 分)	格式表达	5	文字编排工整清楚, 内容完整 (2 分), 文字表达流畅, 逻辑性强 (2 分), 封面名称、时间清晰 (1 分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字, 每少 50 字, 扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确 (2 分)、谈判时间、地点具体 (3 分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色 (2 分), 谈判角色分工明确、职责清晰 (3 分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2 分)、分析透彻, 为采取谈判策略奠定基础 (3 分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标 (2 分)、谈判最低目标 (2 分)、谈判可接受目标 (1 分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫 (5 分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述 (5 分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计 (5 分)	
商务谈判实施操作 (40 分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完成 (3 分), 回答评委提问、思路清晰 (2 分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体 (2 分), 谈判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一方有回应确认 (2 分), 与计划书中选择的开局策略一致 (1 分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实 (5 分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必	

分)			答 (3 分), 巧妙运用报价策略 (2 分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说 (4 分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则 (4 分) 贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局 (2 分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好 (3 分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判 (2 分), 有谈判总结语和结束时的礼节 (5 分)	
小计		100		

2. 试题编号: H1-2, 农机设备采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: A 农业股份有限公司 (买方)

乙方: B 农机设备制造公司 (卖方)

A 农业股份有限公司到 B 农机设备制造公司进行购买大型水稻收割机采购业务谈判, 本次计划采购量在 10—15 台。希望通过批量采购在总价上获得优惠, 并且在售后的设备维护和维修上有保证, 形成长期的合作关系。

B 方首先介绍其产品可供选择的型号、规格和收割机的系列技术参数, 如动力配置、秒喂入量等效率指标, 为报价做好铺垫。

A 方接着也介绍了公司情况, 农业股份有限公司规模正在日益扩大, 对于各类农机设备的需要量比较大。并对本次需要采购的设备规格提出了明确要求。

接下来双方就采购的农机规格、技术参数、交货时间和方式、机械操作培训、质量保证和维修服务进行了深入商谈。

之后, 由卖方报价, 5 万人民币一台。这一报价离实际卖价偏高许多。B 方之所以这样做, 是因为他们以前的确卖过这个价格。由于 A 方事前已摸清了市场行情的变化, 深知 B 方是在放“试探气球”。

于是A方直截了当地指出：这个报价不能作为谈判的基础。B方对A方如此果断地拒绝了这个报价而感到震惊。他们分析，A方可能对市场行情的变化有所了解，因而已方的高目标恐难实现。于是B方便转移话题，强调起产品的特点及其优良的质量，以求采取迂回前进的方法来支持己方的报价。

因为，谈判之前，A方不仅摸清了市场行情，而且研究了B方产品的性能、质量、特点以及其他同类产品的有关情况。于是A方不动声色地说：“贵公司了解国内生产此种产品的公司有几家？贵公司的产品优于C公司、D公司的依据是什么？”。

A方话未完，B方就领会了其中含意，顿时陷于答也不是、不答也不是的境地。但他们毕竟是生意场上的老手，其主谈人为了避免难堪的局面借故离席，副主谈也装作找材料，埋头不语。A方主谈自然深谙谈判场上的这一手段，便主动提出“休会”，以化解僵局。

休会结束，双方重新回到谈判桌上，B方说他们已经请示了总经理，同意每台削价2%，但条件是采购台数必须上10台。同时，他们夸张地表示，这个削价的幅度是不小的，要A方“还盘”。A方认为B方削价的幅度太小，且离A方的要价仍有较大距离，马上还盘还很困难。在弄不清对方的报价离实际卖价的“水分”有多大时就轻易“还盘”，往往造成被动，高了己方吃亏，低了可能刺激对方。为了慎重起见，A方一面电话联系，再次核实该产品在市场的最新价格，一面对B方的二次报价进行分析。

根据分析，这个价格，虽B方表明是总经理批准的，但根据情况看，此次降价是谈判者自行决定的。由此可见，B方报价中所含水分仍然不小，弹性很大。

A方以采购数量为筹码，要求价格进行优惠，并负责A方所在区域进行B家农机设备推广，以扩大其产品销量为条件。

双方经过一阵激烈的讨价还价，再从其他交易条件进行了协商，

最终回到价格上来，终于达成双方满意的结果，形成交易合同。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

- （1）甲方先上场，乙方后上场。
- （2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- （3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。
- （4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

(5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- (1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- (2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- (6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- (7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- (8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候

另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议,也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上,可用教室布置,准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张,椅子 15 把,配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分),谈判过程中积极主动发言,具有良好的谈判思维与沟通能力,具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分),着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位,符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚,内容完整(2分),文字表达流畅,逻辑性强(2分),封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字,每少 50 字,扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	

	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

3. 试题编号：H1-3，白酒经销谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：A 经销商（买方）

乙方：B 白酒生产厂（卖方）

A 经销商是一家经销烟、酒类的有限公司，其品牌知名度较高，由于经销理念先进，销售渠道网络发达，经营管理得力，在几年内迅速发展成为当地烟、酒经销商中的老大。许多的知名烟、酒厂家都希望与其合作，借助这一销售平台打入湖南地区烟、酒市场。A 经销商在湖南有 20 家直营连锁专卖店，主要分布在长、株、潭地区，还有

100 家加盟连锁专卖店，分布在省内 30 个省、地级市。

每年经销白酒的销售额达到 5 亿元以上，而且以年 10% 的速度增长，其发展势头非常好。

B 白酒生产商的产品目前在全国有一定知名度，但上市时间比较短，各地市场还没有全面开发，准备先从湖南省，特别是长沙地区开始进行产品推广，通过市场考察，准备选择 A 经销商作为合作伙伴，希望借助 A 经销商的渠道，打开湖南市场。2019 年 10 月 9 日 B 厂谈判代表来到 A 经销商公司总部长沙进行经销合作洽谈。

A 方认为它是湖南省内知名的烟、酒专卖连锁经销商，为了维护品牌知名度，只愿意经销知名白酒品牌，希望与之合作的供应商非常多，现与五粮液、茅台、酒鬼等白酒厂家合作很愉快，每年白酒销量占湖南总销量的 10%。如果 B 厂想与之合作，打入湖南市场。除非给予优厚的条件。首先，A 方提出必须独家经销，而且，要求 B 方支付较高促销费用，促销费用按照销售金额 10% 直接从销售收入中扣除，采取销售返点方式计算利润，并且节假日还要由厂家做促销活动，派推销员队伍到当地大酒店进行人员推销。

B 方同意提供由 A 在两年内做湖南省的独家经销商，但必须完成规定的销量至少达到 A 经销总量 10%，主推 B 厂白酒，使其品牌知名度打开，销量年增长率 10%。促销费用根据销量额度分级制定比率，完成规定销量，根据销量 5% 计算根促销费用，超过规定销量部分 10% 计算促销费用，采取销售返点方式计算利润可以，但必须根据销量分级制定返点比率，规定销量内返点率比超额部分返点率稍低，鼓励经销商多销。双方就经销权，经销量、促销费用、返点率、双方承担的促销任务、货款结算方式等展开洽谈。

双方在充分协商基础上，本着平等互惠原则，最终达成了合作经销协议。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

- （1）甲方先上场，乙方后上场。
- （2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- （3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。
- （4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进

行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- （1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- （2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- （3）试探对方的谈判条件和目标。
- （4）对谈判内容进行初步交锋。
- （5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- （6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- （7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- （8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划 (2 分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商 (3 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整 (2 分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力 (3 分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5 分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范 (5 分)	
商务谈判计划书作品 (40 分)	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整 (2 分)，文字表达流畅，逻辑性强 (2 分)，封面名称、时间清晰 (1 分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字，每少 50 字，扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确 (2 分)、谈判时间、地点具体 (3 分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色 (2 分)，谈判角色分工明确、职责清晰 (3 分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2 分)、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础 (3 分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标 (2 分)、谈判最低目标 (2 分)、谈判可接受目标 (1 分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫 (5 分) 有报价方式选择策略，报价策略运用描述 (5 分)	

			有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

4. 试题编号：H1-4，亚华乳业进入超市的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：湖南步步高连锁超市（简称：步步高）

乙方：亚华乳制品有限责任公司（简称：亚华公司）

湖南亚华乳业控股有限公司生产的液汰奶统一品牌名为南山，有袋装鲜牛奶、盒装常温奶、PV 杯装老酸奶等多品类。亚华乳业拥有湖南邵阳城步的南山和内蒙古特泥河两大牧场，奶源质量有保证、奶源供应量充足。

南山品牌的液态奶生产采用全套瑞典利乐 150T/D 生产线，生产线配备了全套温度控制、压力控制、液位显示、流量显示。生产线配备了全套 CIP 系统，可实现在生产的任何时段对设备进行自动清洗。生产线具有巴氏杀菌设备和 UHT 超高温短时间灭菌设备，可生产 UHT

灭菌奶产品包括：利乐砖、利乐枕、百利包。可生产巴氏杀菌奶产品包括：新鲜屋、杯装酸奶、联杯酸奶。车间整体采用轻钢结构，整洁卫生。

2019 年公司液态奶销售收入实现了 2.2 亿元，实现利税 2000 万元；2020 年预计液汰奶销售收入 3.4 亿元，实现利税 5000 万元，到 2021 年销售规模达到 7 亿元，利税突破 1.6 亿元。要完成销售目标亚华必须借助本地生活超市、大卖场，做好渠道开发是亚华的重要任务。

南山与伊利、蒙牛、光明、卡士这些品牌相比，还是存在一定差异。但南山由于是本地生产，运输成本较低，价格上有优势。

步步高商业连锁股份有限公司致力于成为中国领先的商业及服务业运营商步步高线下发展实行大西南战略 670 家多业态实体门店已遍布湘、赣、川、渝、桂、滇等省市，是湖南、广西零售冠军。先后荣获中国财富 500 强，中国企业 500 强，中国快消品连锁 10 强，中国连锁经营 20 强等荣誉。

亚华乳业与“步步高”超市是长期合作伙伴，是“步步高”超市比较稳定的供应商之一。

2021 年年底，“步步高”准备与所有乳品供应商就供货商品价格、排面费、店庆费、新产品促销费、堆头费、节庆费、结款方式等问题展开新一轮谈判，重新制定政策。亚华销售部与步步高超市采购部已预约好商谈时间，届时双方各派出代表进行合作谈判，并签订长期供货合同。

现在长沙 1000 平米以上的超市的进场费为 2-5 万元，视超市品牌的影响力和商圈覆盖率而定，品牌知名度越大、超市规模越大、商圈范围越宽，则进场费越高。除了进场费之外，还有排面费，排面又

分不同的位置，1 米的单排面费用在 5000---10000 元之间，还有店庆费、节庆费、新产品促销费都按促销期间销量的 1%--3%之间进行提成，堆头费则是根据位置和堆头占地面积进行协商临时确定。供应方与超市之间结算方式也是谈判的重要内容，结算方式不同，则供应商品价格或者各种费用也有很大差异。

双方就各类费用、供货质量和数量，以及送货时效等各面进行磋商，最终希望能够达成良好的合作关系，签订长期供货合同。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，

另一方上场演讲。

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

(5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关

键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划 (2 分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商 (3 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整 (2 分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力 (3 分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5 分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范 (5 分)	
商务谈判计划	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整 (2 分)，文字表达流畅，逻辑性强 (2 分)，封面名称、时间清晰 (1 分)	商务谈判计划书字数

书作品 (40分)	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通,了解对方的需求,做到多听、少说(4分),让步幅度由大变小,让步次数控制较好,坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略,巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分),及时把握谈判时间,巧妙运用时期策略结束谈判(2分),有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

5. 试题编号: H1-5, 售后服务成本分摊谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 北京国美电器有限公司(简称: 国美电器)

乙方：宁波奥克斯空调有限公司（简称：奥克斯集团）

北京国美电器有限公司成立于 1987 年 1 月 1 日，是中国第一家连锁型家电销售企业，也是中国大陆最大的家电零售连锁企业之一，2009 年，国美电器入选中国世界纪录协会中国最大的家电零售连锁企业。

但自从国美电器原董事长黄光裕由于经济问题入狱后，公司的形象受到一定影响，而且集团内部管理也暴露出许多问题。加上竞争对手苏宁的异军起及各地家电连锁超市的相继出现，市场竞争压力很大，尽管如此，目前，国美仍不失为国内的家电销售强有力的竞争平台，仍然受到许多大型家电生产制造商的青睐。

来自中怡康的权威数据显示，2019 年国美集团空调年度销售达到 2400 万套，并且以每年 2%—3% 的销售增长率上升。据中国电子商会 2021 年以来对空调市场份额监测显示，国美集团空调复合增长一直保持行业领先水平，并持续稳居空调市场销售份额第一，是中国空调销售渠道的第一渠道。

奥克斯集团创于 1986 年，产业涵盖电力、家电、通讯、地产、医疗、投资六大领域，并在宁波、南昌、天津、上海、深圳、东莞等地建立七大产业基地。集团位列中国 500 强企业、中国信息化标杆企业、国家高新技术企业，并为国家工程技术中心和国家级博士后工作站的常设单位，拥有“三星”和“奥克斯”两项跨行业中国驰名商标和两个中国名牌产品。目前，奥克斯集团空调年产能达到 700 万台，奥克斯空调是中国空调家电行业的领军品牌，产品远销全球 150 多个国家和地区。

随着国内空调行业的竞争加剧，奥克斯集团决定将空调的免费保修期从三年提高到五年，这一项新政使得奥克斯空调的销量大增，其中国美电器销售奥克斯空调的年营业收入增加 8000 万元，奥克斯集团年营业收入增加 2.6 亿人民币（包括国美增加订单的收入），但保

修期的延长,也带来售后服务成本的增加,年售后服务成本增加 7000 万元。本着合作共赢,利益共享,成本共摊的原则,奥克斯集团希望国美电器降低卖场的销售扣点,承担一部分售后服务成本。

奥克斯要求国美增加库存,确保旺节不断货,由原来销售两个月的库存量增加到可销售 3 个月的库存量,增加库存就会增加进货成本,占领企业流动资金,因此,国美在结款的期限上也提出了要求,希望能够三个月结款一次。并且要求奥克斯增加安装与维修服务网点、提高服务质量和时效保证,以确保售后服务质量,同时增加节假日促销活动费用,促进销量提高。

双方本着平等互利原则,进行了充分协商,最终希望达成一致。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备,拟定谈判计划;双方在规定时间内进行现场谈判,谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书(60 分钟)

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书,因此,技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后,必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析,明确谈判主题、谈判的主方和客方,站在某一谈判方的角度,根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划,为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析,谈判目标,谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范,文字表达流畅,逻辑性强。具体评价标准见,商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程(全程 30 分钟)

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分,具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下:

第一部分:背对背演讲(共 5 分钟)

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目

标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

（2）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（3）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（4）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（5）如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养（个人表现分 20）	职业道德	5	独立完成谈判计划（2 分）、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商（3 分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整（2 分），谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力（3 分）	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节（5 分），着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范（5 分）	

商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚,内容完整(2分),文字表达流畅,逻辑性强(2分),封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通,了解对方的需求,做到多听、少说(4分),让步幅度由大变小,让步次数控制较好,坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略,巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分),及时把握谈判时间,巧妙运用时期策略结束谈判(2分),有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

6. 试题编号: H1-6, 货物运输服务项目谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：九芝堂药业股份有限公司（简称“九芝堂”）

乙方：广州新邦物流股份有限公司（简称“新邦物流”）

九芝堂股份有限公司是湖南省一家国家重点中药企业，其前身“劳九芝堂药铺”创建于1650年。2004年2月，“九芝堂”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标；2006年9月，“九芝堂”被国家商务部认定为“中华老字号”；2008年6月，九芝堂传统中药文化被列入国家级非物质文化遗产保护目录。

截至2021年底，公司总资产达52.48亿元，净资产43.11亿元，2021年公司实现营业收入31.23亿元，上缴税费5.54亿元。2013-2021年，连续八年入选中国最有价值品牌500强，并位列湖南省中华老字号企业第一名。

九芝堂主要从事补血系列、补益系列、肝炎系列等中药以及调节人体免疫力的生物制剂的生产与销售，主导产品驴胶补血颗粒年销售收入超过3亿元，位于全国天然补血类产品销售前三名；以六味地黄丸为代表的浓缩丸系列产品销售收入突破2亿元，位于全国同种产品销售前三名；斯奇康注射液销售收入1亿元。公司的中成药片剂、浓缩丸系列产品等出口欧美、日本、东南亚等地区，其中10多种浓缩丸和片剂出口日本将近20年。九芝堂的产品不仅是济世良药，也是一种文化载体。

九芝堂每年在湖南省内的药品销售额达到1亿元，销售网络覆盖面广，在省内上百个药店经销商，每年药品的物流运输、仓储成本达到上千万元，而且由于过去选定的物流运输单位关系不稳定，经常出现运输不及时导致经销商断货以及运输成本过高等问题。

为了提高品牌知名度，保证药品及时有效的运往经销商，同时节约物流成本。现九芝堂对省内及广州两大市场的药品运输服务进行公开招商，邀请国内有实力的物流公司进行洽谈。新邦物流是企业选定的第一家有意向合作的公司，希望通过接触更进一步相互了解，以便

确定长期的合作关系。

新邦物流是一家集公路运输、航空货运代理、城际配送于一体的跨区域、网络型、信息化，并具有供应链管理能力的国家 4A 级综合型物流企业。新邦物流旗下拥有 6 家全资子公司，250 多家营业网点，员工 5000 多人，拥有和整合各种运输车辆 600 多台，物流设备 300 多套，仓库、分拨场地 10 多万平方米，日吞吐能力 3000 余吨。公司与国内外 40000 多家企业建立合作关系，网络覆盖全国 400 多个城市，在全国 50 多个大中城市开通专线和快线长途零担与整车业务，并在珠江三角洲与长江三角洲区域内开展城际配送业务。现准备进军湖南，开拓湖南物流市场。

本次主要就药品运输的区域、运输责任、运输时效、运输费用及结算方式等内容进行谈判，目的是确定长期合作关系。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评

价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

- (2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- (6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- (7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- (8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- （1）对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- （2）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- （3）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- （4）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- （5）如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划（2 分）、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商（3 分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整（2 分），谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力（3 分）	

	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节（5分），着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范（5分）	记0分
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

7. 试题编号：H1-7，原材料采购的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：国电湖南宝庆煤电有限公司（简称：宝庆煤电）

乙方：湖南新欣建材有限公司（简称：新欣建材）

国电湖南宝庆煤电有限公司是中国国电集团公司控股的大型煤电一体化企业，是中国国电集团公司在湖南省投资建设的第一个大型火电建设项目，规划容量 $4 \times 660\text{MW}$ ，一期工程建设 $2 \times 660\text{MW}$ 超临界燃煤发电机组。同步开发煤矿产能 240 万吨/年。一期 $2 \times 660\text{MW}$ 火电机组每年产生的粉煤灰 35 万吨。

湖南新欣建材有限公司是一家生产加气混凝土新型建材的企业。加气混凝土是一种新型建筑材料，是以粉煤灰、石灰、水泥、石膏等为主要材料，经铝粉（膏）发气，高压饱和蒸汽蒸压养护而获得具有一定强度的多孔轻质的新型建筑材料，广泛用于墙体和屋面。加气混凝土的优良品质是世界公认：在德国被誉为“浮在水面上的混凝土”、在日本被称为“建筑上的羽绒服”、在我国定性为“21 世纪新型节能的墙体材料”，它可以替代“秦砖汉瓦”传统建筑材料和“肥梁胖柱深基础”的建筑模式，也是其它建筑材料不可替代的新型墙体材料。而生产的原材料来源广泛并且容易进行技术处理，产品又有着广阔的市场。

宝庆煤电的废气物——粉煤灰是新欣建材生产加气混凝土的原材料，也是水泥厂生产水泥的原材料。宝庆煤电火电机组产生的粉煤灰不处置就会占用大量的场地（粉煤灰的堆积密度为 600 千克/立方米 ）。

据相关资料显示，加气混凝土砌块市场价格 220 元/立方米，每立方米加气混凝土砌块需要粉煤灰 0.5 吨，粉煤灰成本占加气混凝土

砌块原材料总成本的 15%左右。双方第一次接触，希望建立良好合作关系，签订粉煤灰采购协议。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

(5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- (1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- (2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- (6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- (7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- (8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整(2分)，文字表达流畅，逻辑性强(2分)，封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字，每少 50 字，扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分)，谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础(3分)	

	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

8. 试题编号：H1-8，软件采购谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：蓝天职业技术学院

乙方：深圳宇轩科技有限责任公司

随着学生就业压力不断增大，传统的市场营销教学方式已经越来越不能满足现代营销人才培养的要求。现代社会需要实践能力强、有创造力的市场营销人才。如何缩小理论教学与实际营销之间的差距；如何更方便地培养学生的营销实战经验；如何让学生在有限的学习时间内体会不同行业的营销过程；如何弥补学生企业实习的困难，尽快提高学生实际的营销策划能力等这些问题一直困扰着各个学校的营

销教学工作。经过调查研究和充分论证，蓝天职业技术学院拟建设一个市场营销实训室，用 10 万元人民币购置相关的市场营销模拟实训软件，使学生在模拟平台中有机会扮演“市场营销经理”、“市场总监”等角色。从市场调研开始，到市场的细分、定位，从产品的研发、包装，到价格的制定，到产品销售渠道的建设以及广告、服务、促销策略的设计和执行等系统都进行了详细的模拟。系统还采用虚拟时间技术，市场的环境以及消费者的情况时时都在变化，不同的策略组合都会产生不同的营销结果，让学生在变化莫测的环境下营销自己的产品，经营自己的企业等等。通过这种模拟实践的方式，可以有效提高学生的兴趣、提升教学效果、保证教学质量。在学生毕业设计的时候也可以利用专业的市场营销调查和分析软件包作为工具。

双方是第一次进行采购谈判，就市场营销模拟平台软件的价格、付款方式、保持要求和软件升级、软件安装和培训教师使用等方面展开谈判。

深圳宇轩科技有限责任公司刚好是开发市场营销实训软件的公司，整个软件的报价表如下：

序号	软件名称	版本号	市场报价	优惠价	备注
1	《市场营销模拟平台软件》	V4.00	8.8 万	4.3 万	B/S 结构
2	《市场调查与客户管理软件》	V4.00	7.8 万	3.2 万	B/S 结构
3	《连锁加盟创业训练软件》	V4.00	12.8 万	6.8 万	B/S 结构
4	《市场营销沙盘演练软件》	V4.00	8.8 万	4.8 万	B/S 结构
5	《营销物理沙盘》	V4.00	8.8 万	4.8 万	B/S 结构

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条

件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- （1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- （2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- （3）试探对方的谈判条件和目标。
- （4）对谈判内容进行初步交锋。
- （5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- （6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- （7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- （8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
 - (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
 - (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
 - (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
 - (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。
- (2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划 (2 分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商 (3 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整 (2 分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力 (3 分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5 分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范 (5 分)	
商务谈判计划书作品 (40 分)	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整 (2 分)，文字表达流畅，逻辑性强 (2 分)，封面名称、时间清晰 (1 分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字，每少 50 字，扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确 (2 分)、谈判时间、地点具体 (3 分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色 (2 分)，谈判角色分工明确、职责清晰 (3 分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2 分)、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础 (3 分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标 (2 分)、谈判最低目标 (2 分)、谈判可接受目标 (1 分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫 (5 分) 有报价方式选择策略，报价策略运用描述 (5 分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、	

			出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计 (5 分)	
商务谈判实施操作 (40 分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完成 (3 分), 回答评委提问、思路清晰 (2 分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体 (2 分), 谈判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一方有回应确认 (2 分), 与计划书中选择的开局策略一致 (1 分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实 (5 分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答 (3 分), 巧妙运用报价策略 (2 分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说 (4 分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则 (4 分) 贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局 (2 分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好 (3 分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判 (2 分), 有谈判总结语和结束时的礼节 (5 分)	
小计		100		

9. 试题编号: H1-9, 经营场所租赁谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 真功夫餐饮管理有限公司

乙方: 张家界荷花国际机场实业有限公司

真功夫餐饮管理有限公司于 1990 年创立。公司坚持营养美味的米饭快餐定位, 受到众多喜欢中式菜肴的顾客的喜爱。凭借在中式快餐三大标准运营体系—后勤生产标准化、烹制设备标准化、餐厅操作标准化上的精耕细作, 真功夫从发源地东莞开始, 先后进驻广州、深圳、北京、上海、杭州、沈阳、天津、武汉、长沙、福州、郑州等 57 个城市, 成为国内首家全国连锁发展的中式快餐企业。在品质、服务、清洁三个方向, 全面与国际标准接轨。随着分店数量的增多, 真功夫将为更多关注健康、追求生活品质的城市白领们提供高品质的

超值米饭快餐。

张家界荷花国际机场位于湖南省张家界，是中国自然风景最漂亮的机场之一、可远观天门洞。1991 年国务院总理李鹏签署了大庸机场开工令并举行大庸机场奠基开工典礼。1993 年大庸机场试航成功。1994 年年初，大庸机场更名为“大庸张家界机场”，1994 年大庸市更名为张家界市，8 月 18 日，张家界机场宣告正式通航。1995 年 10 月 31 日，大庸张家界机场更名为“张家界荷花机场”。1999 年，张家界航空口岸开通，举行首航香港仪式并开通了澳门航班。2021 年张家界航空口岸扩大并通过国家验收。张家界荷花机场升级为张家界荷花国际机场。2021 年张家界荷花机场全年共完成航班起降 40352 架次，与去年同期相比增长 14.96%，共完成旅客吞吐量 287 余万人，同比增长 8.47%。

真功夫餐饮管理有限公司想扩大营销网络，拟在张家界荷花国际机场开设一家直营店，面积为 60 平方米。而张家界荷花国际机场实业有限公司也想借助真功夫餐饮管理有限公司这个庞大的营销网络来宣传自己，增加张家界荷花国际机场的知名度，并且还可以为自己的顾客提供增值服务，同时张家界荷花国际机场实业有限公司了解到真功夫餐饮管理有限公司在长沙黄花国际机场也租有 60 平米的店面，年租金 100 万元，长沙黄花国际机场旅客吞吐量 1800 余万人次。

真功夫餐饮管理有限公司营销总监、市场部经理等一行赴张家界荷花国际机场实业有限公司与其副总经理、场地经理等人进行当面磋商。主要就租赁场所的年租金、租赁的其他附件条款进行谈判。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- （1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- （2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- （3）试探对方的谈判条件和目标。
- （4）对谈判内容进行初步交锋。
- （5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- （6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- （7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- （8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- （1）对谈判的关键问题进行深入谈判。

- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备

设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划 (2 分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商 (3 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整 (2 分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力 (3 分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5 分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范 (5 分)	
商务谈判计划书作品 (40 分)	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整 (2 分)，文字表达流畅，逻辑性强 (2 分)，封面名称、时间清晰 (1 分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字，每少 50 字，扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确 (2 分)、谈判时间、地点具体 (3 分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色 (2 分)，谈判角色分工明确、职责清晰 (3 分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2 分)、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础 (3 分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标 (2 分)、谈判最低目标 (2 分)、谈判可接受目标 (1 分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫 (5 分) 有报价方式选择策略，报价策略运用描述 (5 分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计 (5 分)	
	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成 (3 分)，回答评委提问、思路清晰 (2 分)	谈判实施按照

商务谈判 实施操作 (40分)	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	团队协作与个人表现 进行计 分
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通,了解对方的需求,做到多听、少说(4分),让步幅度由大变小,让步次数控制较好,坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略,巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分),及时把握谈判时间,巧妙运用时期策略结束谈判(2分),有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

10. 试题编号: H1-10, 保健品项目合资(合作)

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 湖南古丈县茶业有限责任公司

乙方: 大汉控股集团

湖南古丈县茶业有限责任公司成立于2003年3月,总资产1100万元,是古丈茶业产业建设龙头企业。公司是集茶叶生产、加工、销售、开展茶叶新产品研究与产业化开发兼科技培训的综合性公司。公司实行“公司+大户+合作社+农户”的经营模式,下辖茶叶专业化合作社5个,加工大户20个,农户2000余户,现有无公害茶叶基地10000亩,有机茶叶基地5000亩,茶叶加工厂4座,拥有年产400吨名优茶、年产100吨红茶、年产1500绿茶三条生产线。公司生产的古丈毛尖、古丈绿茶、古丈红茶等系列产品通过有机茶、绿色食品ISO9001质量体系认证、食品质量安全QS等认证。2021年公司销售额达2700万元,利税540万元。由于优越的气候条件,公司旗下“古丈毛尖”绿茶的茶多酚含量超过35%,高于其他(已被发现的)

茶类产品。茶多酚具有降脂、降压、减少心脏病和癌症的发病几率。同时，它能提高人体免疫力，并对消化、防疫系统有益。现在，湖南古丈县茶业有限责任公司需要吸引不低于 100 万元的资金，用于扩大生产规模、扩大宣传力度。

大汉控股集团有限公司创立于 1993 年，总部位于湖南省长沙市，是一家跨地区、跨行业的大型综合性非公有制企业，业务涵盖钢材物流、城镇建设、商业地产、老年地产、商业管理、文化旅游、汽车贸易、职业教育等。目前，旗下拥有 80 余家子（分）公司，员工近 2 千人。公司 2021 年销售收入 679 亿元，综合实力位居中国企业 500 强第 366 位、中国民营企业 500 强第 177 位、湖南省民营企业第 2 位；中国钢贸企业百强第 2 位、湖南钢贸企业第 1 位。由于近几年来保健品市场行情不错，故准备用闲置资金投资保健品市场，投资预算在 150 万人民币以内，希望在一年内能够见到回报，并且年收益率在 20% 以上。

甲乙双方派代表在湘西古丈就乙方投资入股甲方进行谈判，谈判主要就出资额、控股权、生产运营管理、市场宣传及销售任务责任的划分、利润的分配等问题进行。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场谈判，谈判尽量走向合作。

【测试流程】

① 撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商

务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- (1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- (2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- (6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- (7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- (8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

(2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、

商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划 (2 分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商 (3 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整 (2 分), 谈判过程中积极主动发言, 具有良好的谈判思维与沟通能力, 具备良好的心理素质和现场应变能力 (3 分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5 分), 着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位, 符合商务谈判礼仪规范 (5 分)	
商务谈判计划书作品 (40 分)	格式表达	5	文字编排工整清楚, 内容完整 (2 分), 文字表达流畅, 逻辑性强 (2 分), 封面名称、时间清晰 (1 分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字, 每少 50 字, 扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确 (2 分)、谈判时间、地点具体 (3 分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色 (2 分), 谈判角色分工明确、职责清晰 (3 分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2 分)、分析透彻, 为采取谈判策略奠定基础 (3 分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标 (2 分)、谈判最低目标 (2 分)、谈判可接受目标 (1 分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫 (5 分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述 (5 分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计 (5 分)	
商务谈判实施操作 (40 分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完成 (3 分), 回答评委提问、思路清晰 (2 分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体 (2 分), 谈判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一方有回应确认 (2 分), 与计划书中选择的开局策略一致 (1 分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实 (5 分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必	

分)			答 (3 分), 巧妙运用报价策略 (2 分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说 (4 分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则 (4 分) 贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局 (2 分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好 (3 分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判 (2 分), 有谈判总结语和结束时的礼节 (5 分)	
小计		100		

模块二 产品推销

1. 试题编号: H2-1, 矿泉水推销

(1) 任务描述

【背景资料】

农夫山泉股份有限公司是中国大陆的一家饮用水生产企业, 成立于 1996 年 9 月 26 日。农夫山泉相继在国家一级水资源保护区广东省万绿湖、吉林省长白山靖宇矿泉水保护区、南水北调中线工程源头湖北丹江口、国家级森林公园广东万绿湖以及天山冰川区获取水源。公司自成立以来, 始终坚持“健康、天然”的品牌理念。

产品简介: 农夫山泉矿泉水, 规格 550ml, 零售价为: 2 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案, 并且现场扮演推销员, 面对客户进行产品推销, 运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求: 推销方案结构合理, 内容完整; 可操作性强, 能达到推销目的; 推销开场白做到与众不同, 用新颖出其不意语言吸引顾客, 开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法; 针对不同顾客的反映及消费心理, 运用恰当

的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容			
	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
	推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
	推销时	2	测试时间当天	

		间			
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分） 推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推 销 演 示 （40 分）	推销开场 （5 分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程 （25 分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）对产生兴趣		
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服		
	推销结束	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把	

	(10 分)	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	握成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

2. 试题编号: H2-2, 东江小鱼仔推销

(1) 任务描述

【背景资料】

东江鱼产于号称湖南洞庭,有着 82 亿立方米、26 万亩水面的山青水秀的东江湖中。东江,湘江源头之一,天然矿泉水,藻类、浮游植物为鱼儿提供纯天然的食物,鱼类富含多种氨基酸和蛋白质。水质清澈、冰凉干净,生活其中的东江鱼肉质细嫩、甜美,是一般淡水鱼所不能及的,堪称绿色食品。

产品简介:东江小鱼仔(郴州市年年有余食品有限公司出产的熟食),湖南特产,味香而醇。袋装 125g,价格:¥12.5 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案,并且现场扮演推销员,面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求:推销方案结构合理,内容完整;可操作性强,能达到推销目的;推销开场白做到与众不同,用新颖出其不意语言吸引顾客,开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法;针对不同顾客的反映及消费心理,运用恰当的推销策略进行推销,唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品,

能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容			
	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
	推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
	推 销 时 间	2	测试时间当天	

		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客 (5 分): 有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈 (10 分): 产品介绍 (2 分); 推销方法与技巧描述 (3 分) 处理顾客异议 (3 分), 成交顾客意见征询 (2 分)	
				推销结束 (5 分): 推销结束语 (2 分); 取得顾客联系方式 (3 分)	
推 销 演 示 (40 分)	推 销 开 场 (5 分)	1	1	微笑: 推销第一技能, 做到自然大方	开场白做到与众不同, 语言新颖吸引顾客, 包括体态和语言。
		2	2	问候: 打开话题的前提, 做到文明礼貌	
		1	1	注视: 用眼睛传递诚恳自信	
		1	1	自我介绍: 姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25 分)	2	2	观察顾客反应, 判断消费者心理, 初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法, 推销策略恰当; 能唤起顾客兴趣; 能恰当的介绍商品; 能与顾客沟通、产生互动, 有效地处理顾客的异议; 能打动顾客, 获得顾客的认同。
		3	3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方	
		2	2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客的信任	
		3	3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服	
	推 销 结 束 (10 分)	2	2	及时把握成交机会, 结束推销	及时把握成交机会促成交易; 能征求顾客意
		3	3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象	

		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
小计		100		

3. 试题编号：H2-3，蒙牛牛奶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

蒙牛乳业（集团）股份有限公司成立于 1999 年 8 月，总部设在内蒙古自治区呼和浩特市和林格尔盛乐经济园区，是国家农业产业化重点龙头企业、乳制品行业龙头企业。特仑苏是蒙牛集团旗下高端品牌，诞生于 2005 年，开创了中国乳业高端牛奶的先河。特仑苏拥有专属牧场的高品质奶源，以及高标准的原料甄选和生产工艺。"特仑苏"在蒙语中是"金牌牛奶"之意。

产品简介：特仑苏牛奶 12×250ml，零售价：¥68 元/箱。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，

结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2	测试时间当天
		推销地点	2	结合背景材料自定
		推销背景与目	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的

		的			
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标 顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销 方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取 得顾客联系方式（3 分）	
推 销 演 示 （4 0 分）	推 销 开 场 （5 分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开 场 白 做 到 与 众 不 同，语言 新 颖 吸 引 顾 客，包 括 体 态 和 语 言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推 销 过 程 （25 分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断 消费者的购买动机	能 针 对 不 同 的 产 品（服 务）和 顾 客 选 择 适 当 推 销 方 法，推 销 策 略 恰 当；能 唤 起 顾 客 兴 趣； 能 恰 当 的 介 绍 商 品；能 与 顾 客 沟 通、产生互 动，有效 地 处 理 顾 客 的 异 议；能 打 动 顾 客，获 得 顾 客 的 认 同。	
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的 推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推 销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出 商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾 客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服 务）的卖点，使顾客对产品（服务）对产生兴 趣		
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑， 能巧妙处理顾客异议，让顾客信服		
	推 销 结 束 （10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及 时 把 握 成 交 机 会 促 成 交 易； 能 征 求 顾 客 意 见，巧 妙 地 取 得 顾 客 的 联 系 方 式；	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的 印象		
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的 酌情扣 1-2 分		
小计		100			

		束推销， 礼貌告辞

4. 试题编号：H2-4，舒肤佳香皂推销

(1) 任务描述

【背景资料】

舒肤佳（Safeguard）是宝洁公司日用品品牌之一，1963 年首次在美国上市。舒肤佳作为全球著名的个人清洁护理品牌之一，一直引导儿童养成良好的卫生习惯。在中国，其旗下产品包括沐浴露、香皂、洗手液及活力运动系列。舒肤佳香皂含有抗菌活性成份迪保肤，在清洗过程中能有效去除皮肤表面的暂留微生物。清洗后，舒肤佳留在皮肤上的抗菌活性成分迪保肤能有效抑制皮肤表面细菌的再生。

产品简介：有薰衣草、菊花、芦荟各种香型，各种颜色规格，115g，零售价：¥5 元；115g×3，零售价：¥14 元

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2	测试时间当天
		推销地点	2	结合背景材料自定
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销

				方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40 分）	推销开场（5 分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程（25 分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣		
	5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.			
推销结束（10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞		
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式			
	2	推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象			
	3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分			
小计		100			

5. 试题编号：H2-5，海飞丝洗发水推销

（1）任务描述

【背景资料】

海飞丝是宝洁公司的一款洗发产品。1963 年，全球第一支含有活性去屑成分，可有效去除头屑的洗发露诞生，自此，有效去除头屑成为海飞丝深受全球消费者喜爱的最出色的功效。海飞丝（中国）是全球第一的去屑洗发露品牌，海飞丝去屑洗发露，海飞丝去屑护发素，发膜等产品适合多种发质需求，养护头皮，有效去除头屑，帮助打造无屑美丽秀发。有各种规格和类型洗发水和护发素。

产品简介：洗发水 170ml，零售价：¥22.8 元；洗发水 450ml，零售价：35 元；洗发水 750ml，零售价：¥52.8 元；洗发水护发素套装洗发水 2×450ml，零售价：¥68 元；

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2	测试时间当天
		推销地点	2	结合背景材料自定
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销

				方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推 销 演 示 （4 0 分）	推 销 开 场 （5 分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开 场 白 做 到 与 众 不 同，语言 新 颖 吸 引 顾 客，包 括 体 态 和 语 言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推 销 过 程 （25 分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服 务）和顾客选择适当推 销方法，推 销策略恰 当；能唤起 顾客兴趣； 能恰当的介 绍商品；能 与顾客沟 通、产生互 动，有效地 处理顾客的 异议；能打 动顾客，获 得顾客的认 同。	
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）对产生兴趣		
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服。		
	推 销 结 束 （10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及 时 把 握 成 交 机 会 促 成 交 易；能征 求顾客意 见，巧妙 地取得顾 客的联 系方 式；结 束推 销， 礼 貌 告 辞	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象		
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分		
小计		100			

6. 试题编号：H2-6，蓝月亮洗衣液推销

（1）任务描述

【背景资料】

随着人们生活水平的提高，人们更重视生活品质的提高，希望衣食住行等都能够享受到更加轻松美好的生活。因此，洗衣液凭借着中性配方，温和不伤手，轻松洗衣等优势越来越受到大众的认可。

产品简介：蓝月亮洗衣液 1kg/瓶，价格¥39.8 元；不同规格价格不一样。

该产品是与国际化工巨头巴斯夫、生物技术公司诺维信公司合作研发而成的高端洗涤品牌。含橄榄油精华，天然成分是一般洗衣液的三倍：易漂易洗，省水节能无残留，去渍能力出众，连顽固油性笔渍都能除。采用亲肤无刺激科技，PH 中性，不伤娇嫩肌肤，宝宝衣物及贴身衣物也适用；保质期：3 年。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业 素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反 考场纪 律、造成 恶劣影响 的本项目 记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推 销 方 案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少 于 500 字， 每少 50 字 扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象
		推 销 时 间	2	测试时间当天
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推 销 实	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标

		施		顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程（25分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣		
	5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.			
	推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
		2	推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象		
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分		
小计		100			

7. 试题编号：H2-7，维达纸巾推销

（1）任务描述

【背景资料】

维达集团创建于 1985 年。维达纸业集团是一家集研究、开发、生产、销售为一体的现代化生活用纸大型企业，是中国卫生用纸行业产品最多、销售量最大的企业之一。旗下产品品种多，规格齐全；有卷筒纸、抽纸、纸巾。

产品简介：全新维达细韧系列，精选优质原生木浆，纸质纯净。手帕纸 4 层印花纸巾*12 包(幸运装)，价格：¥6.5 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备

人员	(推销方案设计)准备室一间配备监考人员 2 名;每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟(推销方案及准备 55 分钟,5 分钟现场推销)。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业 素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反 考场纪 律、造成 恶劣影响 的本项目 记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平,有自信的说话技巧,能抓住客户的心理;具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力,能准确把握产品的卖点,能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方	
推 销 方 案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少 于 500 字, 每少 50 字 扣 1 分。
		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体 内容	推 销 主 题	3	主题明确(依据背景材料)
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象
		推 销 时 间	2	测试时间当天
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定
		推 销 背 景 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客(5 分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
				推销面谈(10 分):产品介绍(2 分);推销方法与技巧描述(3 分)处理顾客异议(3 分),成交顾客意见征询(2 分)
				推销结束(5 分):推销结束语(2 分);取得顾客联系方式(3 分)
推	推销开场	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做

销 演 示 (4 0 分)	(5 分)	2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	到与众不同，语言 新颖吸引 顾客，包 括体态和 语言。
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25 分)	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断 消费者的购买动机	能针对不同的 产品(服 务)和顾 客选择适当推 销方法,推 销策略恰 当；能唤起 顾客兴趣； 能恰当的介 绍商品；能 与顾客沟 通、产生互 动，有效地 处理顾客的 异议；能打 动顾客，获 得顾客的认 同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的 推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推 销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出 商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾 客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品(服 务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴 趣	
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑， 能巧妙处理顾客异议，让顾客信服.	
	推销结束 (10 分)	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握 成交机会 促成交 易；能征 求顾客意 见，巧妙 地取得顾 客的联 系方式； 结束推 销，礼 貌告辞
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好 的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的 酌情扣 1-2 分	
小计		100		

8. 试题编号：H2-8，百雀羚护手霜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

百雀羚创立于 1931 年，拥有八十年专业护肤历史，是中国化妆品行业屈指可数的经典国货厂商。悠久的历史，承载着辉煌的业绩，

成就了百雀羚品质如金的美誉。品牌曾多次被评为“上海著名商标”，并获“中国驰名商标”等称号。公司致力于为消费者创造天然温和的优质护肤品。传承经典，勇于创新，百雀羚将传统中医理念与现代科技相结合，先后推出了多款“草本护肤”系列产品，引领国货护肤新概念。公司拥有知名品牌如：百雀羚、凤凰、小百羚、Disney，主要生产的大类产品有：护肤用品、洗护发用品、个人清洁用品、花露水和美容化妆用品等优质的产品。

产品简介：百雀羚护手霜 75g，¥15 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训	必备

	指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象
		推 销 时 间	2	测试时间当天
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定
		推 销 背 景 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）
推 销	推销开场 (5 分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	

演示 (40分)		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

9. 试题编号：H2-9，云南白药牙膏推销

(1) 任务描述

【背景资料】

云南白药牙膏，是以牙膏为载体，借鉴国际先进口腔护理、保健技术研制而成的口腔护理保健产品。云南白药牙膏内含云南白药活性

成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康、祛除口腔异味的的作用，是新一代口腔护理、保健产品。

产品简介：230g 留兰香型 云南白药牙膏，促销价 ¥ 28.9 。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反 考场纪 律、造成 恶劣影响 的本项目 记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少 于500字， 每少50字 扣1分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服	

		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式;结束推销,礼貌告辞
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成,超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

10. 试题编号: H2-10, 婴幼儿奶粉推销

(1) 任务描述

【背景资料】

源于德国的爱他美奶粉,不仅是德国本土市场份额的第一奶粉,也面向全世界销售。2014年10月开始在中国进行官方销售。所有官方销售的爱他美奶粉,都是按照统一严格标准进行生产。目前,公司已在全国将近20个省区建立了销售网络,拥有全国经销商二百余家,产品进入母婴专买店共计有千家左右。

产品简介: 婴儿配方奶粉2段; 【规格】800克/罐; 【奶源原产国】荷兰; 零售价: ¥268元

爱他美 2 段婴幼儿配方奶粉，适用于 6-12 个月较大婴儿。

这一阶段的宝宝，体内的母传免疫因子持续降低，免疫力下降，更容易感染疾病，因此需要格外关注宝宝的免疫功能，提升宝宝免疫力，增强体质。

2 段爱他美奶粉特有 Pronutra+配方，亲和人体更营养。全阶段乳糖配方，100%不添加蔗糖，更亲和宝宝，易于吸收，营养吸收好，宝宝免疫力才棒。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业 素 养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反 考场纪 律、造成 恶劣影响 的本项目 记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推 销 方 案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少 于 500 字， 每少 50 字 扣 1 分。
		3	文字表达	
	具体 内容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象
		推 销 时 间	2	测试时间当天
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定
		推 销 背 景 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）
推 销 演 示	推销开场 (5 分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做 到与众不 同，语言 新颖吸引
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	

(40分)		1	自我介绍：姓名、单位、来意	顾客，包括体态和语言。
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客的联系方式;结束推销,礼貌告辞
3		征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式		
2		推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象		
3		限时5分钟完成,超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分		
小计		100		

11. 试题编号：H2-11，保险产品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

客户基本情况：

彭先生，年龄30岁，市区常住人口，郁金香商场店面个体户老板，夫妇两从事窗帘零售与批发，年收入20万。家里有4个月大的

女儿及年迈父母。老客户，财产险方面已经购买店铺财产保险、家庭财产险、车险；人寿保险方面全家人均买有人身意外险、重大疾病险及投资分红险，保险意识较强。但是女儿缺少医疗保险、也未买城镇居民医疗保险。

产品简介：

产品名称——少儿还本型补贴医疗综合保险

产品特点：

A、保费低、保障高，保险金额 20 万，少儿因意外伤害或疾病住院所花的费用报销 85%，没有免赔额，全年最高可赔付 2 万；此外还有误工费补贴，少儿因病住院需要照顾，公司按照实际住院天数报销 100 元每天的误工费。

B、百分百还本。保险期 30 年，不管有无理赔或赔多赔少，少儿 30 岁时公司一次性返还所交的保险费，

C、除了还本之外，年年参与公司的分红。

产品建议书内容：少儿定期还本型补贴医疗综合险：0 岁女婴，保费 20660 元，分十年交费，每年交费 2066 元。保险期 30 年，保险金额 20 万元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，

能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容			
	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
	推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
	推 销 时 间	2	测试时间当天	

		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客 (5 分): 有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈 (10 分): 产品介绍 (2 分); 推销方法与技巧描述 (3 分) 处理顾客异议 (3 分), 成交顾客意见征询 (2 分)	
				推销结束 (5 分): 推销结束语 (2 分); 取得顾客联系方式 (3 分)	
推 销 演 示 (40 分)	推 销 开 场 (5 分)	1	1	微笑: 推销第一技能, 做到自然大方	开场白做到与众不同, 语言新颖吸引顾客, 包括体态和语言。
		2	2	问候: 打开话题的前提, 做到文明礼貌	
		1	1	注视: 用眼睛传递诚恳自信	
		1	1	自我介绍: 姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25 分)	2	2	观察顾客反应, 判断消费者心理, 初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法, 推销策略恰当; 能唤起顾客兴趣; 能恰当的介绍商品; 能与顾客沟通、产生互动, 有效地处理顾客的异议; 能打动顾客, 获得顾客的认同。
		3	3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方	
		2	2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客的信任	
		3	3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服。	
	推 销 结 束 (10 分)	2	2	及时把握成交机会, 结束推销	及时把握成交机会促成交易; 能征求顾客意
		3	3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象	

		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
小计		100		

12. 试题编号：H2-12，健身卡推销

（1）任务描述

【背景资料】

某健身房全场均采用高档商用健身设备，让顾客更好的享受运动乐趣。健身房配有大型多功能健身操房及高温瑜伽房并开设有 10 种以上的健美课程（持卡者可免费听课）。

产品简介：健身卡，（年卡：1200 元）价格实惠、服务好。

（备注：健身房品牌学生可以自拟）

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2	测试时间当天
		推销地点	2	结合背景材料自定
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销

				方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推销演示（40 分）	推销开场（5 分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程（25 分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣		
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.		
	推销结束（10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
		2	推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象		
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分		
小计		100			

13. 试题编号：H2-13，石门柑橘推销

(1) 任务描述

【背景资料】

柑橘，是石门的“名片”。一方山水养一方人。得天独厚的自然环境，孕育了品佳质优的石门柑橘。石门北部横亘着海拔 2098.7 米的壶瓶山，东南则是海拔仅 100 米左右的洞庭湖平原，受此影响，北方冷气流难进易出；冬天严寒：南方暖气流易进难出，雨量丰沛。加上丘岗山地昼夜温差大，光照充足。这种特殊地理气候环境下生产的果品，不仅糖分高，而且比同纬度同类品种早熟 10 天以上，极富竞争力。

产品简介：石门柑橘“果形端庄整齐，色泽靓丽，果皮细薄光洁，肉质红嫩化渣，汁多，酸甜可口，风味浓郁，品质极优”。

市场价¥4.5 元/500g。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业 素养 (2 0 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反 考场纪 律、造成 恶劣影响 的本项目 记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推 销 方 案 (4 0 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少 于 500 字， 每少 50 字 扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象
		推 销 时 间	2	测试时间当天
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推 销 实	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标

		施		顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示 （40分）	推销开场 （5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程 （25分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣		
	5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.			
	推销结束 （10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞	
3		征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式			
2		推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象			
3		限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分			
小计		100			

14. 试题编号：H2-14，君山银针茶叶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南省君山银针茶业有限公司是由湖南省茶业集团股份有限公司和湖南省岳阳市供销合作社、君山公园等单位共同出资组建，集茶叶科研、种植、加工、销售、茶文化传播于一体，融产供销、贸工农一体化的现代化科技型企业；是“国家级农业产业化重点龙头企业”。公司投资 3000 多万元整合君山茶业资源，取得君山公园茶场的独家经营权，拥有 15 万多亩“君山”名优茶生产基地；300 多个“君山”名茶示范专卖店；1000 多家加盟专卖店；10000 多个经营网点；一个国际茶文化研究中心；一个市级茶叶研究所；一支君山银针艺术团。

产品简介：君山银针就生长在气候温和、雨量充沛、土质肥沃、富于神话色彩的君山岛上。冲泡后，开始茶叶全部冲向上面，继而徐徐下沉，三起三落，浑然一体，确为茶中奇观，入口则清香沁人，齿颊留芳。君山银针罐装 50g，¥158 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，

及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推 销 主 题	主题明确（依据背景材料）	
		推 销 对 象	依据产品特点确定推销对象	
		推 销 时 间	测试时间当天	
		推 销 地 点	结合背景材料自定	

		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推 销 演 示 (40分)	推 销 开 场 (5分)		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25分)		2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推 销 结 束 (10分)		2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	

小计	100	客的联系 方式；结 束推销， 礼貌告辞

15. 试题编号：H2-15，华为手机推销

（1）任务描述

【背景资料】

华为是全球领先的电信解决方案供应商，1988 年成立于中国深圳，为世界各地通信运营商及网络拥有者提供硬件、软件、解决方案和服务。公司在电信基础网络、业务与软件、专业服务和终端等四大领域确立了端到端的领先地位。华为在美国、德国、瑞典、俄罗斯、印度及中国等地设立了 17 个研究所，每个研发中心的研究侧重点及方向不同。目前，公司的产品与解决方案已经应用于全球 100 多个国家和地区，国际市场是华为销售的主要来源。

产品简介：华为 Mate50 ,128G，4000 万超感光徕卡四摄，超感光暗拍，40W 超级快充和 4200mAh 大电池，鸿蒙操作系统，北斗卫星消息，便捷流畅，6.47 英寸 OLED 曲面屏。旗舰色耀金黑。

价格：¥4988 元，买就送三合一数据线、充电仓蓝牙耳机，季度碎屏险。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，

能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容 推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
	推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
	推 销 时 间	2	测试时间当天	

		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客 (5 分): 有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈 (10 分): 产品介绍 (2 分); 推销方法与技巧描述 (3 分) 处理顾客异议 (3 分), 成交顾客意见征询 (2 分)	
				推销结束 (5 分): 推销结束语 (2 分); 取得顾客联系方式 (3 分)	
推 销 演 示 (40 分)	推 销 开 场 (5 分)	1	1	微笑: 推销第一技能, 做到自然大方	开场白做到与众不同, 语言新颖吸引顾客, 包括体态和语言。
		2	2	问候: 打开话题的前提, 做到文明礼貌	
		1	1	注视: 用眼睛传递诚恳自信	
		1	1	自我介绍: 姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25 分)	2	2	观察顾客反应, 判断消费者心理, 初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法, 推销策略恰当; 能唤起顾客兴趣; 能恰当的介绍商品; 能与顾客沟通、产生互动, 有效地处理顾客的异议; 能打动顾客, 获得顾客的认同。
		3	3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方	
		2	2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客的信任	
		3	3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服。	
	推 销 结 束 (10 分)	2	2	及时把握成交机会, 结束推销	及时把握成交机会促成交易; 能征求顾客意
		3	3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象	

		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
小计		100		

16. 试题编号：H2-16，蜂蜜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

明园蜂产品科技发展有限公司，是专门从事蜂产品和相关产品的科研开发、生产加工和业务经营的高薪技术企业。公司的经营范围包括：蜂蜜、蜂王浆、蜂花粉和蜂胶。“将健康留下”作为公司的经营理念，蜂产品是天然的保健瑰宝，公司致力于运用现代科技把其转化为高效产品，服务于人类的健康，同时也促进行业的蓬勃发展。

公司主要经营有机系列蜂产品：（有机）蜂蜜系列（适宜人群：所有人均可服用）、蜂王浆系列（适宜人群：亚健康人群、手术后康复、神经系统疾病、营养不良、中老年人、爱美女性）、蜂花粉系列（适宜人群：顽固性失眠、神经衰弱、头发脱落等人群及对蜂花粉不产生过敏的爱美女性）、蜂胶系列（适宜人群：亚健康人群、糖尿病患者、希望延缓衰老美容养颜的女性）、礼盒系列。

产品简介：枣花蜂蜜 500g，¥49 元；1000g，¥88 元。

枣花蜜性甘平偏温、维生素 C 含量较高，营养丰富，是滋补首选蜜种。具有补中益气、养血安神、补血养颜、健脾养胃、护脾养胃、润肺补虚、和阴阳、调营卫之功效，长于补血，是调制中药的上等蜂蜜，也是妇女、儿童、老年人和体弱患者的理想蜂蜜。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进

行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现	

			职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少于500字， 每少50字扣1分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）					
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)		2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴	

			趣	处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10 分)	2	及时把握成交机会, 结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见, 巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销, 礼貌告辞
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成, 超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

17. 试题编号：H2-17，李宁运动鞋推销

(1) 任务描述

【背景资料】

“推动中国体育事业，让运动改变我们的生活”，今日的李宁公司，不仅是一家体育用品的创造企业，也是一种健康生活方式的传播者、推动者。李宁公司将继续保持行业领先地位，向着国际一流品牌的目标冲刺！

产品简介：李宁运动鞋，青春靓丽款（男鞋、女鞋都有），鞋面颜色搭配协调，材质采用了牛反绒皮制造，是时尚休闲鞋的款式。

价格：¥348 元/双。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸

引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备具备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 推 销 主	3	主题明确（依据背景材料）	

案 (4 0 分)	体 内 容	题			每少 50 字 扣 1 分。
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客 (5 分): 有寻找与接近目标 顾客方式方法的描述	
推销面谈 (10 分): 产品介绍 (2 分); 推销 方法与技巧描述 (3 分) 处理顾客异议 (3 分), 成交顾客意见征询 (2 分)					
推销结束 (5 分): 推销结束语 (2 分); 取 得顾客联系方式 (3 分)					
推 销 演 示 (4 0 分)	推 销 开 场 (5 分)	1	微笑: 推销第一技能, 做到自然大方	开场白做 到与众不 同, 语言 新颖吸引 顾客, 包 括体态和 语言。	
		2	问候: 打开话题的前提, 做到文明礼貌		
		1	注视: 用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍: 姓名、单位、来意		
	推 销 过 程 (25 分)	2	观察顾客反应, 判断消费者心理, 初步判断 消费者的购买动机	能针对不同的 产品(服务)和 顾客选择适当 推销方法, 推 销策略恰 当; 能唤起 顾客兴趣; 能恰当的介 绍商品; 能 与顾客沟 通、产生互 动, 有效地 处理顾客的 异议; 能打 动顾客, 获 得顾客的认 同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的 推销方法		
		3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方		
		2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推 销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出 商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾 客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服 务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴 趣		
		5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服.		
		推 销 结 束	2	及时把握成交机会, 结束推销	及时把握

	(10 分)	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

18. 试题编号：H2-18，旺旺食品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

旺旺集团是一个以食品产销为主干的台湾集团，由蔡衍明所创立，发迹于台湾，之后进入中国大陆、日本和新加坡市场。旺旺集团的营运重心及主要获利来源皆在中国大陆，仅大陆一地即开设有 40 家以上的分公司、110 家以上的工厂。旺旺食品主要有：米果、饮料、休闲、糖果等，品类多。

产品简介：旺旺仙贝，52g，¥9.5 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，

及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推 销 主 题	主题明确（依据背景材料）	
		推 销 对 象	依据产品特点确定推销对象	
		推 销 时 间	测试时间当天	
		推 销 地 点	结合背景材料自定	

		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推 销 演 示 (40分)	推 销 开 场 (5分)		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25分)		2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推 销 结 束 (10分)		2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾
			3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
			2	推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
			3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	

小计	100	客的联系 方式；结 束推销， 礼貌告辞

19. 试题编号：H2-19，辣妹子调味品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

辣妹子股份有限公司（公司位于美丽的益阳市沅江市经济开发区），辣椒酱十大品牌，中国知名（著名）罐头品牌，行业著名品牌，湖南省著名商标，湖南名牌产品，湖南出口名牌，全国罐头优秀品牌，国家绿色食品 A 级产品，湖南省农业产业化龙头企业。旗下有多个产品系列几十个品种。

产品简介：辣妹子辣椒酱（猛辣型），正宗、地道的湖南特产辣椒酱，是一种多用于烹饪的调味料，味辛辣、色鲜红、酱状，原料为多种鲜红辣椒，食盐等高温熬制而成，湘菜制作的主要调料。瓶装 248g，¥5.8 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，

结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业 素养 (20 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反 考场纪 律、造成 恶劣影响 的本项目 记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推 销 方 案 (40 分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少 于 500 字， 每少 50 字 扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象
		推 销 时 间	2	测试时间当天
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定
		推 销 背 景 与 目	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的

		的			
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10 分）：产品介绍（2 分）；推销方法与技巧描述（3 分）处理顾客异议（3 分），成交顾客意见征询（2 分）	
				推销结束（5 分）：推销结束语（2 分）；取得顾客联系方式（3 分）	
推 销 演 示 （40 分）	推销开场 （5 分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程 （25 分）	2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客的信任		
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）对产生兴趣		
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服。		
	推销结束 （10 分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象		
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分		
小计		100			

		束推销， 礼貌告辞

20. 试题编号：H2-20，豆浆机推销

(1) 任务描述

【背景资料】

1994 年，九阳第一台豆浆机诞生。一把大豆、一杯水倒进机器，十几分钟后就变成了一杯醇香豆浆。九阳豆浆机让制作豆浆变得如此简单，豆浆从此走进了寻常百姓家。产品覆盖全国 30 多个省、市、自治区，并远销日本、美国、新加坡、印尼、泰国等 20 多个国家和地区。九阳始终鼓励消费者向家人表达爱，亲手做一杯豆浆或者一顿晚餐，是对家人最好的呵护与关爱。为此，九阳一直努力为消费者提供更好更便捷的厨房生活解决方案。通过技术的升级、人性化的产品，让烹饪变得轻松，让表达爱变得简单。目前，九阳在健康饮食电器领域不断拓展，新产品层出不穷。

主要产品涵盖豆浆机、面条机、原汁机、电压力煲、电磁炉、料理机、电炖锅、开水煲、电饭煲、One Cup 等多个系列三百多个型号，配套健康饮食，“阳光豆坊”子品牌专注研究豆浆原料和五谷粉等五谷健康食品。现在的九阳，年轻活力。未来，九阳将定位厨房、升级厨房，用现代科技，打造智能、无烟、开放的中式厨房，创造更加健康、便捷、时尚的中式料理，将公司发展成为智能厨房的首选品牌。九阳，创造健康生活！

产品简介：全自动家用豆浆机额定电压：不锈钢内胆，220V 额定频率：50HZ 电机功率：180W 加热功率：750W 制浆量：900-1100ml
适用范围：2-3 人，耗电量：0.16 度。促销价格：¥499 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进

行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张（推销方案设计），准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现	

			职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案（40分）	卷容格式		2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少于500字， 每少50字扣1分。
	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
				推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
				推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
			2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
			1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）		2	观察顾客反应，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴		

			趣	处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10 分)	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

三、跨岗位综合技能

模块一 新媒体营销手段应用

1. 试题编号：Z1-1，设计娃哈哈晶钻水湖南市场移动互联网推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

1995 年，娃哈哈率先在国内生产瓶装纯净水，成为瓶装饮用水行业的领导品牌。20 多年来经久不息的荣耀来源于严谨的态度和先进、安全、高效、稳定、节能的生产工艺。娃哈哈纯净水采用国际先进的反渗透深度净化技术进行层层过滤，整个工艺过程经过 13 层过滤，2 级反渗透，保证饮用水的质量安全，这套饮用水深度生产工艺代表了国际先进水平。

2015 年，娃哈哈晶钻水应运而生，这款水的钻石风格包装设计来自于娃哈哈集团的 90 后新锐设计团队，辅以一以贯之的高品质，配合靓丽的新包装，娃哈哈晶钻水一度受到了小范围的追捧与好评。

除了吸引眼球的新外型，娃哈哈晶钻水还创新地在每一瓶水的标签上印制了可刮开的个性化签名区，当消费者拿到一瓶娃哈哈晶钻水后，签上自己的名字，就可以打造一瓶属于个人的定制好水。这个贴心的设计，源自于对自然与环保的责任。据不完全统计，我国每年都有几千万瓶以上的饮用水因为在会议、活动过程中被混淆而浪费。娃哈哈看到了一项数据，作为饮用水行业领导者，娃哈哈创新的开发了这项既好玩又环保的设计，它是国内首款在标签上印制可刮开签名区域的水，搭配瓶标上的星座和祝福语，时尚而富有个性。很多白领拿到手之后，都认为这项设计实实在在替大家解决了一个大难题。

这一概念，不仅是贴合产品个性化的趋势，更体现了娃哈哈对赖

以生存的地球的一种负责。更具个性，更加环保的娃哈哈“晶钻”水，是爱护自然，保护地球的绿色之选，是各类会议、活动的VIP尊贵好水！除此之外，娃哈哈还将开放标签定制，当需求达到一定的数量，娃哈哈将为客户设计并生产包含客户信息的饮用水，不少大型企事业单位已经开始享受这一尊贵待遇。

但是，7年过去了，此款水在大众消费市场一直还处于不温不火的状态，甚至有点“鸡肋”。此次，随着晶钻水的进一步包装升级，公司希望利用互联网平台再给它“加加温”。

【测试任务】

娃哈哈晶钻水拟在湖南市场推广以提高产品知名度，请根据产品特点及消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。	

作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。
	文字表达		5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	5	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）	
		摘要	2	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		环境分析	10	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5分）、推广对象分析（3分）、竞争对手（产品）分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位	
		企业（产品）分析	2	对企业（产品）特点描述详细（1分），企业（产品）特征及核心利益点（1分），分析较为准确；	
		企业（产品）SWOT	8	企业（产品）优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		企业（产品）定位	3	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		推广目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
		推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体，包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分），有具体的推广策略和活动方案（5分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）		
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100			

2. 试题编号：Z1-2，设计汇源果汁产品湖南市场移动互联网推广

文案

(1) 任务描述

【背景资料】

“汇源果汁”是中国果汁行业知名品牌。汇源集团荣获中国驰名商标、中国名牌产品、中国饮料市场产品质量用户满意第一品牌、农业产业化国家重点龙头企业、全国农产品加工业示范企业、全国工业旅游示范点、全国轻工行业先进集体、全国就业和社会保障先进民营企业、企业社会责任突出贡献奖等殊荣。

据 AC 尼尔森 2014 年的最新数据，按销量计算，汇源果汁是中国最大的百分百果汁和中浓度果蔬汁生产商，市场份额分别达到 56.5% 及 42.7%，处于行业领军地位。汇源果汁经过 20 余年的市场培育，逐渐改变了人们的饮料消费习惯，使果汁越来越成为追求健康人群的喜爱。

面对互联网高速发展的今天，消费者的需求也日趋多样化和个性化，但是“万变不离其宗”，这个“宗”就是人类社会对“真善美”永恒不变的追求。所谓“真”，产品要真材实料。汇源与英国、以色列的科研院校合作成立汇源研究院，从研究水果的基因开始起步，从选种、育苗再到采摘、加工，做到了全程安全可控；所谓“善”，就是就是做安全、做健康、做良心。汇源果汁始终坚持不是健康产品不规划、不研发、不上市的“三不”原则；所谓“美”，就是指“颜值”，产品不仅要包装漂亮，而且有故事、有情怀，深受年轻人的喜爱。

在健康产品促使消费升级的大背景下，在驶入“互联网+”快车道的新营销模式下，汇源果汁积极切合市场发展需求，主动打造年轻化、个性化和差异化的新产品，瞄准热门品类，进一步拓展产品线以满足消费者及渠道的多重需求与变化。

汇源果汁于近期全面推出的“萌果星球”、“维+”、“果肉多”等产品。“萌果星球”是 PET 包装的 100%果汁，采用俏皮的卡通形象，分为 100%智利葡萄汁和 100%苹果汁两个口味，原料经过全球甄

选，选用来自全球最优产地的智利特选紫葡萄，与精选自汇源自身产业链的 100%苹果汁酿造而成；“维+”维生素水饮料，特别添加了对人体有益的维生素群，满足解渴功能的同时更加有营养；“果肉多”特别添加了“膳食纤维”，促进胃肠的蠕动，抑制餐后血糖上升，去油去脂。

【测试任务】

汇源集团拟在湖南进行市场推广以提高产品知名度，请根据产品特点及消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1500 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体封面完整	5	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）	

分)	内容	摘要	2	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	字，每少 50 字扣 1 分。
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		环境分析	10	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5 分）、推广对象分析（3 分）、竞争对手（产品）分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位	
		企业（产品）分析	2	对企业（产品）特点描述详细（1 分），企业（产品）特征及核心利益点（1 分），分析较为准确；	
		企业（产品）SWOT	8	企业（产品）优势（2 分）、劣势（2 分），机会（2 分）、威胁（2 分）分析较为准确	
		企业（产品）定位	3	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		推广目标	5	有推广目标（3 分），目标明确、具体、具有可行性（2 分）	
		推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体，包含线上、线上线下相结合的主题活动至少 2 个，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（5*2=10 分），活动具有较强的可操作性（5 分），有具体的推广策略和活动方案（5 分）。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）	
		效果评估	2	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（1 分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到		
	小计	100			

3. 试题编号：Z1-3，设计苏宁易购高校市场移动互联网推广文案

（1）任务描述

【背景资料】

苏宁易购，是苏宁云商集团股份有限公司旗下新一代 B2C 网上购物平台，现已覆盖传统家电、3C 电器、日用百货等品类。2025 年，苏宁易购计划实现 5000 亿元的销售规模，成为中国领先的 B2C 平台

之一。目前位居中国 B2C 市场份额前三强。

大学校园市场是 3C 产品、小家电及日用百货等品类需求量大、目标人群较为集中的市场。据中国教育报调查数据显示，在校大学生的月均消费基本在 800-1200 元之间，这就孕育了 300 亿量级的校园 O2O 市场。如此巨大的市场蛋糕，吸引了苏宁这样的综合电商布局。

苏宁一直重视校园市场的拓展，并采用 O2O 的模式大力发展校园市场，在线下设立苏宁易购校园店，在线上加速苏宁易购平台的校园渗透。目前，苏宁已经开设了 50 家苏宁易购校园店，今年计划完成 200 家校园店的开设。不仅如此，苏宁还拥有 1 万多名校园代理，覆盖全国 80% 的高校。

苏宁在零售领域 26 年的发展，苏宁强大的商品供应链、物流、金融和服务能力，将能够进一步深入到更多的校园，拓展更多业务，拥有更多的“90 后”甚至“00 后”校园用户。

【测试任务】

苏宁易购拟在湖南高校校园进行市场推广，请根据校园市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1500 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的推广方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)	
		摘要	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		环境分析	环境分析包括影响企业(产品)的营销环境分析(5分)、推广对象分析(3分)、竞争对手(产品)分析(2分),市场分析比较透彻、基本到位	
		企业(产品)分析	对企业(产品)特点描述详细(1分),企业(产品)特征及核心利益点(1分),分析较为准确;	
		企业(产品)SWOT	企业(产品)优势(2分)、劣势(2分),机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
		企业(产品)定位	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		推广目标	有推广目标(3分),目标明确、具体、具有可行性(2分)	
		推广策略	推广策略要求至少使用两种新媒体,包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个,且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(5*2=10分),活动具有较强的可操作性(5分),有具体的推广策略和活动方案(5分)。	
		经费预算	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(1分)	

	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

4. 试题编号：Z1-4，设计麻辣王子面筋高校市场移动互联网推广文案

（1）任务描述

【背景资料】

湖南省玉峰食品实业有限公司，位于“中国面筋之乡”——平江县。玉峰食品是一家集面筋研发、生产、销售为一体的现代化企业，成立于2002年，是健康面筋开创者，面筋行业标准制定者，专业生产面筋食品15年，是湖南省农业产业化龙头企业。近年来，玉峰成立健康面筋研发中心，走产学研道路，与科研院所合作，对面筋食品进行了全面系统的研究，武汉轻工大学研究生创新基地和岳阳市面筋食品工程技术研究中心落户平江玉峰食品。研发成果“全谷物健康面筋”通过卫生部健康教育首席专家殷大奎教授为首的专家组鉴定为安全、健康、营养，技术达国际先进水平。

麻辣王子面筋是湖南省玉峰食品实业有限公司的主打品牌，依托于专注面筋食品生产20年的行业经验和成熟的生产运营体系，麻辣王子以健康面筋开创者的身份在全国大力发展，得到了广大消费者的喜爱和认同，在行业里树立起了良好的品牌形象。连续7年畅销校园，2009年一经推出，因口味独特受到消费者大力追捧；2015年原料升级，使用真正没有添加剂的天然面粉；因健康卫生、品质优良多次获得权威媒体争相报道，更荣获国际食品展“消费者最喜爱食品品牌”、农业博览会“金奖”，还被授予“湖南名优特产认定商品”的称号。

麻辣王子坚持让更多消费者吃上安全、健康的放心食品，持续引领面筋行业朝健康化、天然化方向发展。

【测试任务】

麻辣王子拟在湖南高校校园进行市场推广，请根据校园市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1500 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）	
		摘要	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		环境分析	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5 分）、推广对象分析（3 分）、竞争对手（产品）分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位	
		企业（产	对企业（产品）特点描述详细（1 分），企业（产品）特征及核心利益点（1 分），分析较为准确；	

	品) 分析			
	企业 (产品) SWOT	8	企业 (产品) 优势 (2 分)、劣势 (2 分), 机会 (2 分)、威胁 (2 分) 分析较为准确	
	企业 (产品) 定位	3	企业 (产品) 市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
	推广目标	5	有推广目标 (3 分), 目标明确、具体、具有可行性 (2 分)	
	推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体, 包含线上、线上线下相结合的主题活动至少 2 个, 且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排 (5*2=10 分), 活动具有较强的可操作性 (5 分), 有具体的推广策略和活动方案 (5 分)。	
	经费预算	5	有经费预算与分配表 (4 分) 费用预算合理, 可行 (1 分)	
	效果评估	2	有效果评估 (1 分), 效果评估合理, 符合企业要求 (1 分)	
	创新方面	5	方案有一定新意, 见解独到	
	小计	100		

5. 试题编号: Z1-5, 设计美心月饼市场移动互联网推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

香港美心月饼是香港三大名牌月饼之一。深受香港及国内同胞欢迎的香港美心月饼, 一直以严选食材及香港制造驰名。除了数十年皆专注于月饼制作外, 其所选择用的食材全部是顶级之选。每个外皮金黄的美心月饼, 也是精选产自「中国湘莲之乡」湖南湘潭, 有莲中珍品之誉, 为历代皇家贡品, 驰名中外的「寸三莲」莲子所煮成的莲蓉, 配以原只上品咸蛋黄焗制而成, 方可令香港美心月饼达到皮薄松化, 馅料幼滑, 莲味清甜, 蛋黄油润, 甘香惹味的境界。屡获殊荣优质备受国际认可。除传统双黄黄莲蓉及白莲蓉月饼外, 亦有低糖月饼、冰皮月饼、卡通月饼等。

香港美心月饼保证全部香港制造,是香港首个月饼品牌荣获工业总会颁发「Q 唛优质产品」荣誉,同时亦获得 HACCP(食物安全重点控制)证书以及 ISO9001:2000 品质管制证书,2007 年荣获『香港卓越品牌』,及获世界精选 Monde Selection 颁发『优质奖座』、『超级金奖』、『优质食品金奖』荣誉;更由 1998 年至 2008 年连续十一年成为全港月饼销量冠军(根据尼尔森 99-07 年之调查报告),为信心保证。

2017 年,美心月饼心系一处,坚持香港制造,专注每一个细节,全心投入做出最好的中秋味道。这份对传统月饼品优质高的执着,令美心月饼深获全港市民认同,连续 17 年香港销量冠军。美心月饼亦持续创新,创作了多款口味崭新的冰皮月饼,更引入双重烘焙技术于奶黄月饼,并推出全港首创的流心奶黄月饼,成为城中热话。多年来美心月饼畅销世界各地,至今已营销至中国大陆、台湾、美国、加拿大、澳洲、新加坡及马来西亚等超过 80 个城市,享誉全球。美心月饼,以心,传颂中秋味道。

随着大陆居民收入增加、消费升级,香港美心月饼大举进军大陆市场,期望以一贯的好品质打动消费者、赢得消费者,打开其在大陆的市场,提升市场知名度。

【测试任务】

美心月饼拟在中秋节前一个月开始在湖南进行市场推广,请根据市场特点及目标消费群体特征,利用微信、微博等新媒体营销方式,为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性(字数要求 1500 字以上)。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米,配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备

人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理 (5 分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致 (5 分); 撰写的推广方案符合要求, 能在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字, 每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	5	要素完整 (推广方案名称、策划者、策划时间)	
	摘要	2	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
	目录	3	排列有序、一目了然 (排列至一、(一) 二级标题即可)	
	环境分析	10	环境分析包括影响企业 (产品) 的营销环境分析 (5 分)、推广对象分析 (3 分)、竞争对手 (产品) 分析 (2 分), 市场分析比较透彻、基本到位	
	企业 (产品) 分析	2	对企业 (产品) 特点描述详细 (1 分), 企业 (产品) 特征及核心利益点 (1 分), 分析较为准确;	
	企业 (产品) SWOT	8	企业 (产品) 优势 (2 分)、劣势 (2 分), 机会 (2 分)、威胁 (2 分) 分析较为准确	
	企业 (产品) 定位	3	企业 (产品) 市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
	推广目标	5	有推广目标 (3 分), 目标明确、具体、具有可行性 (2 分)	

	推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体，包含线上、线上线下相结合的主题活动至少 2 个，且每个活动有具体的时间、地点、活动的详细安排（5*3=15 分），活动具有较强的可操作性（5 分）。	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4 分）费用预算合理，可行（1 分）	
	效果评估	2	有效果评估（1 分），效果评估合理，符合企业要求（1 分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

6. 试题编号：Z1-6，设计“习牌特曲”湖南市场移动互联网推广文案

（1）任务描述

【背景资料】

“千年老窖万年糟，酒好全凭窖池老”，这是浓香酒白酒的根本和硬实力，也是习酒浓香的核心区隔。贵州习酒一直以来始终坚持传承着千年古法酿造工艺，“习牌特曲”也不例外。习牌特曲”采用 6 年以上存储基酒，运用”组合并进“工艺，将单粮型和多粮型基酒完美融合而成，形成了浓香型习酒特有的品质美和风味美，这款酒也可称为是浓香习酒五十周年纪念酒。同时，习酒独创黄水截留和双轮底发酵工法，最大化地保证了产品的有益成分和风味。

另外，“习牌特曲”采用复蒸工艺，把所摘取的浓香习酒优质原酒进行再次蒸馏，有效去除原酒中的各种杂质，并提高浓香习酒的纯度和醇度，具有浓香馥郁、醇厚柔软、回味悠长等特点。目前，全国只有习酒等三家白酒企业使用该项技术。

近年来，酒仙网已经先后知名酒企合作打造一系列互联网爆款，甚至形成了名酒扎堆与酒仙网合作定制酒的现象级事件。除了白酒，酒仙网在葡萄酒定制方面，亦有丁戈树、茉莉花等明星产品，受到市场热捧。

【测试任务】

酒仙网拟在湖南针对“习牌特曲”进行市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1500 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）	
		摘要	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		环境分析	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5 分）、推广对象分析（3 分）、竞争对手（产品）分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位	
		企业（产	对企业（产品）特点描述详细（1 分），企业（产品）特征及核心利益点（1 分），分析较为准确；	

	品) 分析			
	企业 (产品) SWOT	8	企业 (产品) 优势 (2 分)、劣势 (2 分), 机会 (2 分)、威胁 (2 分) 分析较为准确	
	企业 (产品) 定位	3	企业 (产品) 市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
	推广目标	5	有推广目标 (3 分), 目标明确、具体、具有可行性 (2 分)	
	推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体, 包含线上、线上线下相结合的主题活动至少 2 个, 且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排 (5*2=10 分), 活动具有较强的可操作性 (5 分), 有具体的推广策略和活动方案 (5 分)。	
	经费预算	5	有经费预算与分配表 (4 分) 费用预算合理, 可行 (1 分)	
	效果评估	2	有效果评估 (1 分), 效果评估合理, 符合企业要求 (1 分)	
	创新方面	5	方案有一定新意, 见解独到	
	小计	100		

7. 试题编号: Z1-7, 设计康师傅产品市场移动互联网推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

20 世纪 80 年代, 顶新集团在台湾内的发展始终不如意。于是魏家兄弟带着 1.5 亿新台币到大陆试水。从 1989 年到 1991 年的 3 年, 他们在北京、济南、秦皇岛、通辽等地开办了 4 家合资企业。先后尝试“顶好清香油”、“康莱蛋酥卷”和蓖麻油等产品, 均成效甚微, 还亏损了过半的本金。四弟魏应行一次在大陆乘火车出差吃泡面的经历, 却令“康师傅”方便面得以诞生, 并一发不可收, 成就了魏氏兄弟的食品帝国。1992 年 8 月 21 日, 顶新国际在天津开发区投资 800 万美元建立的方便面生产线顺利投产。“康师傅”诞生了第一碗价格适中、口味适合国人的红烧牛肉面。

胡椒是一种常用的调味品，也具有一定药性，可以起到食疗的作用。从总体上来说，胡椒大部分都生长于高温和长期湿润地区，性味辛热，因此温中散寒止痛的作用比较强。康师傅黑白胡椒方便面的研制经历了数年，推出了白胡椒肉骨面和黑胡椒牛排面两种口味方便面新品，终于将胡椒的热辣风味与浓郁的传统熬制高汤结合起来，口感辛辣浓郁，成为一种健康营养的搭配。

近期，康师傅的黑白胡椒方便面新品主打“黑白”概念，成为产品很大的一个卖点，从产品诉求上，可以说更符合现在年轻人的口味和对新奇事物的追求。关于产品售价，在上海全家便利店桶装产品的售价为6元，在其他地区的其他渠道，桶装面的卖到了4.5元左右，符合消费者的消费预期。

【测试任务】

康师傅方便面拟在湖南进行黑白胡椒方便面的市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的推广方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)	
		摘要	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		环境分析	环境分析包括影响企业(产品)的营销环境分析(5分)、推广对象分析(3分)、竞争对手(产品)分析(2分),市场分析比较透彻、基本到位	
		企业(产品)分析	对企业(产品)特点描述详细(1分),企业(产品)特征及核心利益点(1分),分析较为准确;	
		企业(产品)SWOT	企业(产品)优势(2分)、劣势(2分),机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
		企业(产品)定位	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		推广目标	有推广目标(3分),目标明确、具体、具有可行性(2分)	
		推广策略	推广策略要求至少使用两种新媒体,包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个,且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(5*2=10分),活动具有较强的可操作性(5分),有具体的推广策略和活动方案(5分)。	
		经费预算	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(1分)	

	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

8. 试题编号：Z1-8，设计大松空气净化器市场移动互联网推广文案

（1）任务描述

【背景资料】

大松电器是格力旗下的子品牌，专门做高端市场，是格力电器战略布局之一，目前以生产小家电为主。

大松空气净化器选用 CEP 空气净化技术，这是一种新型的净化科技，与传统过滤式净化器最大的区别是它采用了高能电子等离子技术，等离子体是除了固体、液体、气体之外的第四态，由气态在高温、剧烈运动下转化而成，包含了大量的高能电子、离子、激发态粒子和具有强氧化性的自由基，蕴含着巨大能量而且具有非常活跃的化学性质，通过高能来杀和有机分解将污染物彻底去除。

应用了这一技术之后大松空气净化器的过滤体系变为了用于过滤毛发、及大颗粒异味的初效滤网；形成等离子体近而产生离子风，分解细菌、甲醛等有害物质的发生器；以及收集这些有害物质的收集极，还有臭氧还原滤网，这层滤网是用于解决等离子体在工作时造成的臭氧排放问题的。

据相关机构检测显示，大松空气净化器不仅可以 99%过滤 PM2.5，同样还能过滤甲醛、细菌、微生物等等。而且由于采用了无滤网的内部设计，带来了零耗材、低运行噪音和耗电量的大松空气净化器，为消费者节省了不少成本，这也成为这款机型最大的亮点。

【测试任务】

大松空气净化器拟在湖南进行市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产

品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1500 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）	
		摘要	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		环境分析	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5 分）、推广对象分析（3 分）、竞争对手（产品）分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位	
		企业（产品）分析	对企业（产品）特点描述详细（1 分），企业（产品）特征及核心利益点（1 分），分析较为准确；	

	企业 (产品) SWOT	8	企业(产品)优势(2分)、劣势(2分),机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
	企业 (产品)定 位	3	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
	推广目 标	5	有推广目标(3分),目标明确、具体、具有可行性(2分)	
	推广策 略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体,包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个,且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(5*2=10分),活动具有较强的可操作性(5分),有具体的推广策略和活动方案(5分)。	
	经费预 算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(1分)	
	效果评 估	2	有效果评估(1分),效果评估合理,符合企业要求(1分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
	小计	100		

9. 试题编号: Z1-9, 设计唯品会市场移动互联网推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

唯品会(vip.com), 隶属广州唯品会信息科技有限公司, 是一家专门做特卖的网站, 主打品牌正品、深度折扣、限时特卖。合作模式即与知名国内外品牌代理商及厂家合作, 向中国消费者提供低价优质、受欢迎的品牌正品。到目前为止合作品牌已超过 5000 个, 每天 100 个品牌授权特卖, 商品囊括时装、美鞋、护肤品、箱包、家纺、皮具、配饰、香水等。

如果打开苹果 App Store 免费下载排行榜, 前三位中有两个是手机购物 APP: 排名第三的就是特卖电商唯品会 APP。唯品会的客户主要是二、三、四线城市的白领精英, 因为这些城市没有这些知名品牌, 更别提这些知名品牌的折扣价了, 现在流行说“轻奢”一词, 应

该是对唯品会的最好描述。唯品会用了不到 7 年的时间累计过亿优质会员，预示着其深耕的特卖模式已经得到认可，旗下超过一亿会员，无不是通过唯品会的特卖模式获得的优质且与众不同的购物体验而成为忠诚粉丝。区别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天上新品，以低至 0.5 折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会率先在国内开创了特卖这一独特的商业模式，并且凭借这一模式的独特魅力在短短 7 年内实现了注册用户过亿，可谓行业黑马。而去年双 11 唯品会的业绩也完全证实了，其蕴含的强大势能。开售仅 10 个小时就已突破去年同期的销售额，而活动全天成交订单超过 400 万单，是去年同期的 3 倍。尤其是母婴、美妆、家纺家电及食品品类表现亮眼，销售实现数倍甚至十几倍以上增长。唯品会以强大的实力证明唯品会——“不一样”。

【测试任务】

唯品会拟在湖南进行市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1500 字以上）。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力		10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的推广方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。
	文字表达		5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	5	要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)	
		摘要	2	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	3	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		环境分析	10	环境分析包括影响企业(产品)的营销环境分析(5分)、推广对象分析(3分)、竞争对手(产品)分析(2分),市场分析比较透彻、基本到位	
		企业(产品)分析	2	对企业(产品)特点描述详细(1分),企业(产品)特征及核心利益点(1分),分析较为准确;	
		企业(产品)SWOT	8	企业(产品)优势(2分)、劣势(2分),机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
		企业(产品)定位	3	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		推广目标	5	有推广目标(3分),目标明确、具体、具有可行性(2分)	
		推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体,包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个,且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(5*2=10分),活动具有较强的可操作性(5分),有具体的推广策略和活动方案(5分)。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(1分)	

	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

10. 试题编号：Z1-10，设计 8 天在线市场移动互联网推广文案

（1）任务描述

【背景资料】

南京八天在线网络科技有限公司，简称 8 天，是国内校园 O2O 领域的领先企业，8 天采用全直营模式，目前已经全面覆盖全国 50 余座核心城市，1200 余所高校，拥有 16 个大仓，近千个校园微仓提供平均 30 分钟送达，免费送货上楼的服务。用户人数已经超过 300 万。

目前 8 天与苏宁已达成战略合作，双方将共同布局校园 3C、金融以及隔日达市场。8 天与苏宁已在双十一、双十二期间全面展开合作。8 天全国 600 多个微仓全线发力 3C、金融以及隔日达市场，仅 3C 销售额累计已达 5000 万，授信大学生人数已达数万人，遍及全国十个省份，四十座核心城市，是迄今为止针对校园 3C 市场最具规模的全方位合作活动。

8 天也已完成隆力奇、可口可乐等数十家顶级品牌商的供应链对接，并与经销商体系形成横向协同，双方合作涉及共享仓储、区域分块、新品研发以及校园周边市场共同开发，也为数百家一线品牌商提供有关产品迭代的大数据处理支持。

同时“8 天在线”也被在校学生称为史上最贴心的校园网上超市！其主要特点是：

- 1、零食、饮料、生活用品等七大类数百种商品，应有尽有！
- 2、送货上门，一小时闪电到货，超时免单！
- 3、5 元起送，风雨无阻，免邮费！
- 4、提供商品收据，保证低价优质！
- 5、首单满 20 立减 6 元，还有送红包等各种优惠活动及赠品！

【测试任务】

8 天在线拟在湖南高校市场进行市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1500 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）	
		摘要	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		环境分析	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5 分）、推广对象分析（3 分）、竞争对手（产品）分析（2 分），市场分析比较透彻、基本到位	

	企业（产品）分析	2	对企业（产品）特点描述详细（1分），企业（产品）特征及核心利益点（1分），分析较为准确；	
	企业（产品）SWOT	8	企业（产品）优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	企业（产品）定位	3	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
	推广目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体，包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分），有具体的推广策略和活动方案（5分）。	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

模块二 广告文案策划

1. 试题编号：Z2-1，设计荣耀手机广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

荣耀成立于2013年12月16日，与华为品牌一同构成华为集团下的双品牌。荣耀品牌以消费者为中心，坚持“品质、创新、服务”，致力于搭载备受全球消费者喜爱和信赖的年轻科技潮品。荣耀品牌倡导年轻的生活态度，始终探索未来科技，进行创新投入。从技术创新到商业创新，再到服务创新，荣耀坚持为消费者创造价值。

根据对手机科技行业的不断探索和长期消费者洞察，荣耀 80 将自身定义为一款专为年轻人打造的科技潮品，外观、拍照、AI 黑科技三大特性作为加持，不论在颜值还是性能方面，均有不俗表现。

荣耀产品从未停止对前沿科技属性的追逐，超能芯片、面部识别、美摄场景、AI 创意，荣耀追求极致科技范，致力于打造人工智能时代的生活与生态。荣耀 80 用色彩传递情绪，用光影打造风采，散发出与众不同的神秘气质。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望在各地市全面快速上市销售，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南 A 区域市场的广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），预算控制在 200 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分）， 方案不违背职业道德与营销伦理（5 分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、 细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在 规定时间内完成任务（5 分）	

分)				记 0 分
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)	
	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
	市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2分)	
	市场策略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
	广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表现广告的诉求点(19分)	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分,组合合理3分)	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4分)	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法,每种1分)	
创新方面		5	方案有新的创意,见解独到	
小计		100		

2. 试题编号: Z2-2, 设计节能电脑广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

宏碁集团(acer)创立于1976年,是全球第二大笔记本电脑品牌。主要从事自主品牌的笔记本电脑、台式机、液晶显示器、服务器及数

字家庭等产品的研发、设计、行销与服务，持续提供全球消费者易用、可靠的资讯产品宏碁电脑全线产品符合《中国节能产品认证技术要求》，并通过了中国节能产品认证中心的认证，这标志着宏碁将继续高举国内电源行业领军大旗，为所有电源电脑生产企业树立了一个良好的榜样，也将引领国内电源行业进入节能新时代。宏碁集团包括以下 PC 品牌：acer、Gateway、Packard Bell 、emachine、Founder（方正）以及 PDA 和便携式设备品牌倚天。

acer 在欧洲、非洲占有绝对的第一排名，Gateway（捷威）品牌则在美国占据市场第三的位置，Packard Bell 也为宏碁在欧洲占有一席之地。宏碁的多品牌战略如今已经凸显出高瞻远瞩的市场意义。

acer 产品特点：

- ①本产品为绿色环保产品，省电节能
- ②性能稳定，配置合理
- ③更大程度满足家庭应用需求，办公、听音乐、欣赏影片、上网聊天都没什么问题。

【测试任务】

针对现在市场对节能电脑的需求，宏碁电脑拟向全国，例如：武汉，长沙，岳阳等，进行全面市场推广，从而进一步扩大其中端电脑市场占有份额，在竞争中处于有利地位，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南 A 区域市场的广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 200 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备

人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分), 方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致 (5 分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务 (5 分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字, 每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备 (名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
		市场分析	包括企业的宏观环境以及行业分析 (1 分)、消费者分析 (1 分)、竞争对手定位分析 (1 分)、产品的特点分析 (1 分), 市场分析比较确切 (2 分)	
		市场策略	营销目标明确 (1 分)、产品定位比较准确 (3 分)、广告目标具体 (3 分)	
		广告表现	广告诉求对象合适 (2 分)、广告主题醒目 (3 分)、广告创意 (广告语、广告片等) 符合广告目标以及产品定位、消费者习惯, 能较好的表现广告的诉求点 (19 分)	
		广告媒介	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应, 具有可行性。要求使用 3 种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介 3 分, 组合合理 3 分)	
		广告预算	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2 分), 活动经费预算合理可行, 分配妥当 (4 分)	
		广告效果的评估	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标 (必须包括 3 种	

			以上评估方法，每种 1 分)	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

3. 试题编号：Z2-3，设计足浴器广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。从去年开始，足浴器就开始火了起来，但是以次充好的产品也开始进入市场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉著称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度及水容量有以下分类：

K218B 金苹果：产品从上往下望呈苹果状，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-118A：产品从上往下望呈苹果状，上端配有旋钮开关，桶内配有按摩石，针刺按摩头，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。装水容量为 5.5L；

K-138B：产品上端配有双屏显示器，以及功能控制键，还带个遥控器，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为防滑减震垫脚。装水容量为 6.5L；

K-218A 红苹果、K-218A 金苹果、K-218A 青苹果：产品从上往下望呈苹果状，上侧配有功能旋钮，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还配有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。（三种产品外观颜色不同：红色、金黄色、墨绿色）

K-218B 红苹果、K-218B 青苹果：产品为红色与墨绿色，从上往下望像一只红色的苹果，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-228C：产品上端配有显示屏，以及调温键，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有瀑布式冲浪孔和一个药盒。产品底座为减震垫脚。装水容量为 11L；

K-258B：产品上端配有数码显示屏，以及控制键，桶外有外排水管。产品底座为带锁方向滚轮。装水容量为 9L。

【测试任务】

现公司欲进军湖南市场，为了确立产品在湖南消费者心目中的知名度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的 20××年湖南 A 区域市场的完整的广告

方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 80 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备（名称、策划者、时间）	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
		市场分析	包括企业的宏观环境以及行业分析 (1 分)、消费者分析 (1 分)、竞争对手定位分析 (1 分)、产品的特点分析 (1 分)，市场分析比较确切 (2 分)	
		市场策略	营销目标明确 (1 分)、产品定位比较准确 (3 分)、广告目标具体 (3 分)	
		广告表现	广告诉求对象合适 (2 分)、广告主题醒目 (3 分)、广告创意 (广告语、广告片等) 符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表	

			现广告的诉求点（19分）	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介3分，组合合理3分）	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（2分），活动经费预算合理可行，分配妥当（4分）	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

4. 试题编号：Z2-4，设计“童彩”牌神笔广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

青岛童彩益智科技有限公司坐落于处在科技前沿一线风光秀丽的海滨城市——青岛，是一家专业从事儿童益智文具、玩具等系列用品的研发、生产、销售为一体的综合性企业。

公司最新推出的童彩系列益智产品，利用世界领先的“最新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品，为儿童的涂鸦绘画、书写练字开创了一个新的时代。产品核心技术采取了商业秘密保护方式，科技独享，有效的提高了公司产品竞争力。

公司生产的“童彩”牌神笔可在墙壁、床单、衣服、家具甚至皮肤等表面书写。只要用清水或者湿布轻轻一擦，墨迹立刻消失，不留痕迹，魔幻神奇。解除孩子随时胡写乱画、信手涂鸦带来的烦恼，妈妈省心。墨水不含任何有害化学成分，与配套的涂鸦写字笔、儿童板、

描红本、绘图册结合，随写随擦，可长期反复使用，神笔可反复灌墨，经济实惠。

公司最新推出国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即可绘画，把画笔或毛刷蘸清水涂鸦，色彩艳丽，无毒无害，提高孩子认知、感知、手眼协调能力，启发绘画兴趣，开发全脑智力。背面用童彩神奇涂鸦笔绘画，清水消失。

公司将本着“健康环保、科技创新”的理念，不断开发出有利于儿童智力挖掘，健康学习，快乐学习，趣味学习的系列高科技产品，为提高素质教育水平，建立绿色节约、低碳环保、文明和谐的社会而努力！

【测试任务】

现公司欲在 20××年开拓湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军新的市场，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的 20××年湖南 A 区域市场的完整的“新学期”广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 80 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、 细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在 规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数 不少于1500 字,每少 50字扣 1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、 (一)两级即可)	
		市场分析	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消 费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、 产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2 分)	
		市场策略	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3 分)、广告目标具体(3分)	
		广告表现	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3 分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告 目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表 现广告的诉求点(19分)	
		广告媒介	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预 算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用 3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分, 组合合理3分)	
		广告预算	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4 分)	
		广告效果的评估	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、 广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市 场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种 以上评估方法,每种1分)	
	创新方面	5	方案有新的创意,见解独到	
小计		100		

5. 试题编号: Z2-5, 设计永丰辣酱广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

辣椒不仅是我国人们喜欢吃的蔬菜，而且是一种很重要的调味品。我国的西北、西南、东北和湖南、湖北、江西是著名的辣带，对辣椒这种调味品的需求非常大。特别是湖南人喜食辣椒，天下闻名，几乎达到了无辣椒不能下饭，无辣椒而索然无味的地步。毛泽东来他老人家一辈子没有离开过辣椒，曾经发出豪言壮语，不吃辣椒不革命，这说明了辣椒这种调味品在我国南方人的生活中占据重要的地位。永丰辣酱更是湖南人所喜爱的菜肴，它具有一定的医疗保健作用，可以抵御风寒，预防伤风感冒，还能防冻疮、脱发、坏血病和提高身体活力。它既是菜肴佳品，又能直接食用，还是馈赠亲友的上好礼品，深受世人喜爱，在清朝即被列为贡品，但是近年来因为诸多原因，即使“湘春”、“孙大妈”和“曾国藩家府”牌永丰辣酱均获得“2007年中国（长沙）国际辣椒产业博览会金奖”，可这并没有在很大程度上扩大产品销量和提高品牌知名度。

永丰辣酱是湖南省娄底市双峰县的有名的土特产，绿色食品，也是湖南省辣的标志之一，而双峰县永丰辣酱集团总公司是湖南省农业产业化龙头企业，成立于1993年，下辖永丰酱业有限公司、永丰酱园、双雄酱业有限公司、蔡老板酱菜食业有限公司、生物食品研究中心，辣椒研究所。永丰辣酱自清朝就已经成为贡品，而现在为何却名声日下而成为无名绿色产业？现在永丰辣酱虽然在农博会上获过奖项，但是它大部分只在本地销售，其实现在在湖南其他地区消费者心目中并没有什么印象。

【测试任务】

企业为了扩大销量，提高永丰辣酱的知名度和美誉度，从A市开始（提示：A市可以更换为你所熟悉的城市），通过一系列广告宣传活动，提高品牌知名度，再向全国辐射。请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的A市市场的广告方案，费用预算在70万之内。其具体

内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		市场分析	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分)，市场分析比较确切(2分)	
		市场策略	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
		广告表现	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点(19分)	

	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分，组合合理3分)	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(4分)	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法，每种1分)	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

6. 试题编号：Z2-6，设计明园蜂业广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

坐落于湖南省长沙国家级高新技术产业开发区隆平高科技园的明园蜂业有限公司是集养蜂生产、科研，蜂产品加工与销售于一体的专业蜂产品公司。自1998年成立以来，经过了6年艰苦创业期，2004年开始进入了高速增长阶段，每年以30%以上的速度增长，迅速壮大。2008年，“明园”商标成为全国蜂产品行业内第二个，省内行业内唯一一个“中国驰名商标”。企业相继通过了ISO9001质量管理体系认证、HACCP食品安全管理体系认证、GMP认证和QS认证。拥有全国首家按GMP标准建设的蜂产品综合加工厂房，建立了“公司+基地+蜂农”的产业化模式，在省内外建立了10多个养蜂基地，打造专业的蜂产品研究所和全国行业内唯一一条由国家商务部资助建设的“蜂产品冷链系统”。

十几年来，明园积累了深厚而独特的企业文化。企业定位为“中国蜂产品的专业经营者”，始终坚持“不求最大，定求最好”的经营理念，恪守“禁欺”司训，以“振兴民族蜂业，健康中国人民”为使命，用“行业领先，不断改善”的方针来进行质量管理，企业迅速

发展，规模不断扩大。现有产品包括蜂王浆、蜂胶、蜂花粉、蜂蜜、日化品、礼盒和其他蜂产品制品七大系列，上百个品种，在全国拥有专卖店 400 多家，遍布大江南北。明园以改变中国蜂产品对国际市场的依赖而造福中国蜂农，向国人提供优质的蜂产品而造福国人，创“百年老店”为目标。为了不断满足全国消费者对“明园”优质蜂产品的需求，明园正在实施“百城千店”工程，计划未来 3 至 5 年内在全国开设专卖店 3000 家，营销网络将延伸到全国各大中城市，届时全国甚至国际蜂产品行业内必将掀起一股红色旋风。

【测试任务】

企业目前为了扩大销量，提高产品的知名度和美誉度，优化品牌形象，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南 A 区域市场的广告策划方案，费用控制在 80 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)， 方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、 细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在 规定时间内完成任务 (5 分)	

分)				记 0 分
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)	
	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
	市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2分)	
	市场策略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
	广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表现广告的诉求点(19分)	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分,组合合理3分)	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4分)	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法,每种1分)	
创新方面		5	方案有新的创意,见解独到	
小计		100		

7. 试题编号: Z2-7, 设计“湘贵”健康饮品广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

长沙湘贵实业有限公司(以下简称公司)是一家以酒类产品为主,实施多元化经营的新型专业营销公司,历年来的诚信经营也得到了相

关政府职能部门和社会各界的高度评价和认可,是湖南民营企业的一颗新星。公司主要从事产品的代理与专业推广业务,主要产品有贵州仁怀酒中酒集团“酒中酒霸”、“小品酒”,贵州一品仙有机茶业有限公司“一品仙”茶,“湘贵苹果醋”、“湘贵干红”、“山药酪”等。目前,公司在全国各地设有办事处及数十个市场部,销售网络遍布中南地区数十个大、中、小城市及乡镇市场。在总部长沙设立有批发、零售、特约经销网点达 10000 多家。

公司旗下代理的白酒、红酒、饮料、茶叶等四大产品系列中,饮料系列属企业自有品牌(中间商品牌,企业用自己的品牌推出产品),产品均为果园性质的“养生”功能型健康饮品,为“使众多消费者享受着‘养生果汁专家’带来的营养与健康”而努力。

公司秉持奋力拼搏,锐意进取的精神,坚定不移地走改革、创新、品牌发展之路,力争将公司做大、做精、做强。近年来,随着我国高校的连续扩招,规模不断壮大,我国高等教育在校生的人数超过 1600 万,如果大学生每人年平均消费 5000 元,年消费额将高达 800 多亿,对商家和企业来说,也就意味着一个巨大的、高素质的新型消费市场的形成。为抓住青年消费群体,特别是大学生这一充满青春活力的特殊群体,将以下产品深度分销做进大学校园。

①湘贵苹果醋:调整肠胃,解酒养肝,消除疲劳,调节新陈代谢。增强免疫力,预防流感,帮助消化,增进食欲,促进钙质吸收,避免虚胖。

②湘贵山药酪:含有丰富的 DHEA(青春因子),可以抗衰老,增强免疫功能;能降低胆固醇;有利于脾胃消化吸收功能;消除疲劳、补充天然能量。

③湘贵苹果汁、金梨汁:护肤美容、助消化、营养易吸收、润肺、凉心、消痰治风热,降火凉心、解毒调节人体机能。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南高校“山药酪”、“苹果醋”、“苹果汁”、“金梨汁”等系列健康饮品市场,而且希望通过在各地高校附近商场、超市、食堂饮料销售点等渠道进行销售,请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性开拓湖南高校市场的广告方案,费用控制在 60 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米,配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字,每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		市场分析	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2	

			分)	
	市场策略	7	营销目标明确 (1 分)、产品定位比较准确 (3 分)、广告目标具体 (3 分)	
	广告表现	24	广告诉求对象合适 (2 分)、广告主题醒目 (3 分)、广告创意 (广告语、广告片等) 符合广告目标以及产品定位、消费者习惯, 能较好的表现广告的诉求点 (19 分)	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应, 具有可行性。要求使用 3 种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介 3 分, 组合合理 3 分)	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2 分), 活动经费预算合理可行, 分配妥当 (4 分)	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标 (必须包括 3 种以上评估方法, 每种 1 分)	
	创新方面	5	方案有新的创意, 见解独到	
小计		100		

8. 试题编号: Z2-8, 设计自然堂雪域滋润霜广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

自然堂, 2001 年创建于上海, 产品涵盖护肤品、彩妆品、面膜、个人护理品等。自然堂倡导乐享自然, 美丽生活的理念, 针对中国人的文化、饮食和肌肤特点研制, 甄选珍稀天然成分融合先进科技, 致力于为中国消费者提供更好更专业的产品和服务。

如今, 自然堂已发展称为中国规模最大、实力最强, 最具发展潜质的美容、化妆品企业之一。自然堂从大自然中获取无限灵感, 结合自然与科技, 带来温和有用的产品, 帮助肌肤健康细嫩如初, 展现女人与生俱来的美。自然堂针对 25 岁以上的女性消费者推出雪域滋润霜, 滋润霜富含多种微量矿物元素和珍贵高山植物精华, 采用冰肌凝萃技术, 修复肌肤保湿屏障, 深层补水锁水, 净化舒缓, 提亮肤色,

卓效抗氧。自然堂雪域滋润霜能有效解决皮肤干燥、毛孔粗大、肌肤暗沉三大问题，让肌肤倍感光滑细腻，散发自然健康的通透光泽。

【测试任务】

现公司欲在 20××年开拓湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军新的市场，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的 20××年湖南 A 区域市场的广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

容	目 录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	50 字扣 1 分
	市 场 分 析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2分)	
	市 场 策 略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
	广 告 表 现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表现广告的诉求点(19分)	
	广 告 媒 介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分,组合合理3分)	
	广 告 预 算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4分)	
	广 告 效 果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法,每种1分)	
创新方面		5	方案有新的创意,见解独到	
小计		100		

9. 试题编号: Z2-9, 设计青岛啤酒公司广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

青岛啤酒股份有限公司成立于 1993 年,(以下简称“青岛啤酒”)他的前身是 1903 年 8 月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛公司,它是中国历史悠久的啤酒制造厂商,2008 年北京奥运会官方赞助商,目前品牌价值 502.58 亿元,居中国啤酒行业首位,跻身世界品牌 500 强。

1993 年 7 月 15 日,青岛啤酒股票(0168)在香港交易所上市,是中国内地第一家在海外上市的企业。同年 8 月 27 日,青岛啤酒(600600)在上海证券交易所上市,成为中国首家在两地同时上市的公

司。

上世纪 90 年代后期，运用兼并重组、破产收购、合资建厂等多种资本运作方式，青岛啤酒在中国 18 个省、市、自治区拥有 50 多家啤酒生产基地，基本完成了全国性的战略布局。

青啤公司保持利润增长大于销售收入增长，销售收入增长大于销量增长的良好发展态势。

青岛啤酒远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界 70 多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告 Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第六大啤酒厂商。

青岛啤酒几乎囊括了 1949 年新中国建立以来所举办的啤酒质量评比的所有金奖，并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖。1906 年，建厂仅三年的青岛啤酒在慕尼黑啤酒博览会上荣获金奖；20 世纪 80 年代三次在美国国际啤酒大赛上荣登榜首；1991 年、1993 年、1997 年分别在比利时、新加坡和西班牙国际评比中荣获金奖；2006 年，青岛啤酒荣登《福布斯》“2006 年全球信誉企业 200 强”，位列 68 位；2007 年荣获亚洲品牌盛典年度大奖；在 2005 年（首届）和 2008 年（第二届）连续两届入选英国《金融时报》发布的“中国十大世界级品牌”。其中 2008 年在单项排名中，青岛啤酒还囊括了品牌价值、优质品牌、产品与服务、品牌价值海外榜四项榜单之冠；2009 年，青岛啤酒荣获上海证券交易所“公司治理专项奖——2009 年度董事会奖”、“世界品牌 500 强”等诸多荣誉，并第七次获得“中国最受尊敬企业”殊荣；2015 年，青岛啤酒第八次登榜《财富》杂志“最受赞赏的中国公司”。2015 年，青岛啤酒全年共实现啤酒销售量 848 万千升，实现营业收入人民币 276.35 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润人民币 17.13 亿元。

目前，青岛啤酒远销美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、澳大利亚、韩国、日本、丹麦、俄罗斯等世界 90 多个国家和地区。

全球啤酒行业权威报告 Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第五大啤酒厂商。

【测试任务】

青岛啤酒众所周知是中国有名的品牌，假设该企业为了扩大在湖南市场的知名度与美誉度，欲在 20××年 7 月到 8 月期间对湖南市场开展一次大规模的广告攻势，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的 20××年湖南 A 区域市场的广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 200 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

	容	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	50 字扣 1 分
		市场分 析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2分)	
		市场策 略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
		广 告 表 现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表现广告的诉求点(19分)	
		广 告 媒 介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分,组合合理3分)	
		广 告 预 算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4分)	
		广 告 效 果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法,每种1分)	
		创新方面	5	方案有新的创意,见解独到	
小计			100		

10. 试题编号: Z2-10, 设计爱尔眼科医院广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

爱尔眼科医院集团是中国规模最大的眼科医疗连锁机构之一,中国首家 IPO 上市的医疗机构,是国内首家荣获“中国驰名商标”的眼科机构。截止 2015 年,已在全国 27 个省(市、区)建立了 100 余家专业眼科医院,年门诊量超过 300 万人。

爱尔眼科致力于引进和吸收国际一流的眼科技术与管理理念,以专业化、规模化、科学化作为发展战略,推动中国眼科医疗事业的发展。

通过不断的实践与探索,并充分吸纳国际先进的医疗管理经验及运作方法,爱尔眼科成功探索出一套适应中国国情和市场环境的眼科

医院连锁经营管理模式——“分级连锁”。利用人才、技术和管理等方面的优势，通过全国各连锁医院良好的诊疗质量、优质的医疗服务和深入的市场推广，爱尔眼科成为了中国最具影响力的眼科品牌之一。

2013 年，爱尔眼科医院集团与中南大学联合成立国内第一所专门的眼科医学院——中南大学爱尔眼科学院，开启了社会资本参与医学教育的有益创新和探索；2014 年，再度与湖北科技大学联合成立爱尔眼视光学院，旨在培养眼视光学的专门技术人才。至此，爱尔眼科打通了眼科的产、学、研三大领域，学院的成立将使爱尔眼科的科研及临床水平得到显著提高。

2014 年 9 月，爱尔眼科首创医疗行业“合伙人计划”，2017 年，爱尔眼科收购美国知名眼科中心。预计到 2020 年，建成 200 家专业眼科医院，为更多的人提供高质量、多层次的眼科医疗服务。

爱尔眼科始终追求社会责任和自身发展的和谐统一，通过全面开展防盲治盲工作、投身社会公益和帮助弱势群体参与共建和谐社会，并联合社会各界，通过不懈的努力来逐步实现“使所有人，无论贫富贵贱，都享有眼健康的权利”的使命。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，针对目前 A 市中小学学生视力普遍下降的现状（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的面向 A 市中小学生的广告方案，费用控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、市场策略、广告表现、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备

设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备 (名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
		市场分析	包括企业的宏观环境以及行业分析 (1 分)、消费者分析 (1 分)、竞争对手定位分析 (1 分)、产品的特点分析 (1 分)，市场分析比较确切 (2 分)	
		市场策略	营销目标明确 (1 分)、产品定位比较准确 (3 分)、广告目标具体 (3 分)	
		广告表现	广告诉求对象合适 (2 分)、广告主题醒目 (3 分)、广告创意 (广告语、广告片等) 符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点 (19 分)	
		广告媒介	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用 3 种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介 3 分，组合合理 3 分)	
		广告预算	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2 分)，活动经费预算合理可行，分配妥当 (4 分)	

	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括 3 种以上评估方法，每种 1 分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		