

中南财经政法大学

2008 年招收攻读硕士学位研究生入学考试试题 A 卷

专业名称: 市场营销

科目名称: 市场营销学

方向名称: 市场营销、电子商务

科目代码: 830

注: 所有试题答案均须写清试题序号做在答题纸上, 凡在试题纸上答题,
答案一律无效。

一、名词解释 (每小题 5 分, 共 25 分)

1. 产品观念
2. 顾客价值
3. 参照群体
4. 品牌
5. 功能折扣

二、简答题 (每小题 7 分, 共 35 分)

1. 简述市场需求形态类型
2. 简述市场营销环境要素
3. 简述金融市场的特点
4. 简述生产者市场细分标准
5. 简述如何明确渠道成员的条件和责任

三、案例分析 (共 30 分)

1. 根据案例材料回答案例一后的提问 (20 分)

案例一:

1998 年成立的光线传媒, 是一家以电视节目制作为核心业务的传媒娱乐机构, 兼营广告、发行、娱乐活动、电视包装、娱乐网站、影视剧制作、演员经纪、媒体出版等多项娱乐与传媒业务。

光线传媒拥有 12 档节目, 领域涵盖娱乐、体育、时尚和电视剧。节目包括: 《MOTO 娱乐现场》、《海外娱乐现场》、《音乐风云榜》、《明星》、《630 剧场》、《娱乐中心》、《体育界》等。如果将光线传媒的部分业务运用波士顿咨询集团法进行分析, 可以分成四大类: 明星业务、现金牛业务、问题业务和瘦狗业务 (见下表)。

表：光线传媒的主要业务类型

业务类型	节目名称	口号	内容
明星业务	百事音乐风云榜	风云一榜	国内收视率最高、覆盖面最广的综合性音乐节目，每日 30 分钟。 全国 80 家电视台每日播出，将娱乐资讯中与音乐相关领域的精彩内容提炼出来，制作整合成为强大的音乐娱乐资讯，并对音乐作品和人物进行全方位的推介和评论。作为一个综合的大音乐节目，像是音乐节目里的航空母舰，包罗万象，却又组织紧密。
现金牛业务	MTV 娱乐现场	我们了解娱乐界 娱乐传闻到此为止	中国第一档，也是目前最权威的全面报道中国内地娱乐界热点动态的大型娱乐资讯节目，拥有横跨全中国的娱乐采集网，在全国 130 家电视台播出，覆盖中国大陆所有地区，并在绝大多数地区同时段节目收视率排名中均位居第一，被誉为“娱乐界的《新闻联播》”。 《MOTO 娱乐现场》每天深入全国各地娱乐发生地现场报道新鲜热辣的一手娱乐新闻，最快呈现独家视角，风格真实、快速、有个性，凭借其丰富的娱乐资讯，独特的娱乐评论，奠定了自己在整个娱乐界王牌节目的地位。
问题业务	“百事音乐风云榜”颁奖典礼		每年举办音乐风云榜颁奖典礼，评选规则和制度向国际大奖看齐，采取评审团制度和提名制度，连续三届都吸引了上百位港台、内地的明星参与和支持，更受到音乐界及社会大众的广泛认可，被媒体誉为“中国的格莱美”。 由于中国的音乐典礼总是“黑幕重重”，因此，公正就成了音乐颁奖典礼的头等大事。“百事音乐风云榜”颁奖典礼以欧美标准和模式请来世界知名的会计师事务所来进行统计，并且把“公开、公平、公正”作为评奖的标志。但举办这样的大型典礼程序复杂，细节繁多，要树立“绝对公正”还需要长久的投入和宣传。光线传媒能否继续做大做强，让人信服，还需要时间来证明。
瘦狗业务	630 剧场	中国主流家庭的晚餐剧场	随着生活水平的不断提高，人们对休闲生活的要求也在不断提高，不在仅仅满足于家长里短的琐事。中国的室内情景喜剧陷入了瓶颈。 光线传媒要在不断的追求中求新求异，既要迎合大众的口味，又要引领大众的审美品位。

问：针对光线传媒不同的业务类型，分别应该采取什么样的业务调整战略？

2. 根据案例材料回答案例二后的提问（10分）

案例二：

久久丫公司于2002年10月在上海创立。截止到2006年5月份，全国超过400家店面，其中上海地区就有门店160余家。久久丫的主要产品鸭脖王是源自武汉的一种特色小吃。久久丫董事长顾晋靠着小小“鸭脖子”毅然挺进熟食行业，并且在3年内让久久丫由起步时的50万元发展到1.5亿元。

初入上海市场时，经过多方调研，久久丫决定将产品定位于写字楼白领的时尚休闲食品，是作为零食吃的休闲食品。然而老鸭却是熟食，在人们的传统观念里老鸭只是出现在饭桌上，怎么让老鸭变为特色休闲产品呢？将整鸭切开来卖。这样一来，老鸭不仅可以像西式快餐中的鸡翅一样被白领带入办公室，而且由于分开卖单价更低，更容易让人产生购买欲望，一举多得。为了更好地为目标人群服务，久久丫在选择店址时，不仅考虑了店面周围白领的数量，还考虑周围人流量的质量。

久久丫创业之初，并没有采取价格战。相反地，它将价格定得比最大的竞争对手高。这样就可以选用品质更好的原材料。久久丫的主要消费者是办公室的白领，他们更看重的是品质。价格门槛使久久丫在创业初期避开了恶性价格竞争，减少了企业生存风险。

问：请用市场营销原理解释久久丫快速发展原因。

四、论述题（请联系实际论述；每小题30分，共60分）

1. 试论述对绿色营销的理解
2. 试论述目标市场营销战略（STP战略）