

南京航空航天大学

二〇〇二年硕士研究生入学考试试题

考试科目： 市场营销学

说明：答案一律写在答题纸上

一、应用题（16分）

某企业以总投资 750 万元生产 A 产品，年生产能力为 7 万件。经测算，产品进入市场前期年平均销售量为 6 万件，产品变动成本为 180 元/件，年固定成本为 84 万元，遂决定以 20% 的年预期投资收益率为目标定价，产品进入成熟期后期，为应付竞争，根据同行价格水平售价定为 185 元/件；进入衰退期后，按此价格最多只能销售 3 万件。此时，有出口经销商提出以 166 元/件，要货 3.5 万件。

- 问：
1. 产品的最初售价应为多少？
 2. 成熟期后期最低销售多少件才能保本并争取赢利？
 3. 在衰退期能否接受出口经销商订货？为什么
- （以上回答应有计算过程）

二、论述题（14分）

试根据市场营销的宏观环境要素，分析我国加入 WTO 之后，金融保险产品方面的市场潜力。

三、简答题（每题 5 分，共 35 分）

1. 产品整体概念对市场营销有什么意义？
2. 现代分销渠道对于传统分销渠道有哪些发展？
3. 市场营销的“组合”指的是什么？
4. 商标、品牌、名牌三个概念之间有何区别和联系？
5. 市场分类和市场细分有何区别？
6. 市场预测中的“德尔菲法”是怎样进行的？
7. 生产青岛啤酒的企业在香港曾采用一个啤酒瓶盖换取一元港币现金的方法，取得了很好的轰动效应，这个企业主要运用了什么方法？

四、案例分析题 (35 分)

“状元红”作为历史名酒，从明末清初至今，已享誉 300 多年，其生产厂家是河南上蔡酒厂，1980 年获得河南省优质产品证书后，一直畅销北方，但在上海推销“状元红”酒时，首批试销，几乎没有人买。名酒为什么进军上海全军覆没？该厂进行了市场调查，发现有这样几个原因造成了“状元红”酒不走红。首先，目标市场不明确，既不知哪些消费者会购买，也不知消费者真正喜欢喝什么样的酒。尽管状元红酒在北方事有盛誉，在上海却知名度很低，消费者一看颜色，误以为是单纯的药酒，年轻人就不购买了，而中老牢人也不图“状元红”的名声，因而没有顾客需求；其次，商标与装潢陈旧。“状元红”进入上海之时，正值上海瓶酒市场品种繁多、竞争激烈，该产品不新，在货架上陈列其貌不扬，很难吸引购买者。此外，销售渠道单一，只通过特约经销单位经销，宣传面较窄，难以产生强烈的广告效果。为了再次进入上海市场，上蔡厂联合其特约经销单位对 5 家大酒店进行了购买者情况调查，结果发现：按购买者的年龄分：老年、中年、青年分别占 8%、28%、64%，按购买目的分，自用、送礼、外流的分别占 37%、52%、11%，按购买的价格档次分，20 元以下，20-50 元、50-80 元、80 元以上的分别占 32%、40%、26%、2%。可见，购买者主要是青年，用于送礼、自备“装饰”的为多。于是，上蔡厂将状元红酒的青年消费者进一步进行市场细分，并在礼酒、装饰上作文章。既然是年青人送礼或装饰用，则包装装潢必须更新。为此，该厂决定以三新（产品新、式样新、包装新）取胜。首先，该厂将原来一斤装的改成一斤装与一斤半装两种瓶装式样，在瓶子外边加一个精致的盒子，再配上尼龙丝网套，考虑了美观、便利的要求。第二，附上说明书，介绍历史名酒及其功能，加强顾客的信任感，从而起到促销的作用。第三，改变过去的单一销售渠道，在上海南京路各食品店全面投放，并通过报纸广播进行广告宣传。这样消息一传出，立即引来了争相购买的顾客。1982 年春节前，状元红酒二进上海，第一批近 5000 瓶投放市场，在几小时内一扫而空。据南京路各零售商店粗略统计，这年春节期间，“状元红”酒的销售量占瓶酒总销售量的 11%。其销售额占瓶酒总销售额的 60.7%！

根据上述案例，回答下列问题：

1. “状元红”在北方供不应求，一进上海时却全军覆没，说明什么问题？
2. 一进大上海与二进大上海比较，企业在哪一方面未作战略上的调整？
3. 根据案例内容可知，“状元红”在二进大上海时的定价在多少？
4. “状元红”二进大上海成功的关键是什么？
5. “状元红”二进大上海还有哪些重要的忽略之处？
6. “状元红”在上海销售的分销渠道是什么类型的？
7. “状元红”进行了什么样的产品决策？

- 一、 选
- 1、 会计的
 - ① 分析
 - 2、 会计信
 - ① 设置
 - ③ 登记
 - ⑤ 会计
 - 3、 符合谨
 - ① 加速
 - ⑤ 后进
 - 4、 会计凭
 - ① 单项
 - ③ 原始
 - ⑤ 专用
 - 5、 下列凭
 - ① 采购
 - ④ 收货
 - 6、 对帐的
 - ① 帐证
 - ⑤ 债权
 - 7、 企业固
 - ① 会计
 - 8、 在会计
 - 据 (
 - ① 明晰
 - 9、 下列各
 - ① 银行
 - 10、 (
 - ① 已提
 - ③ 以经
 - ⑤ 以融