
湖南省高等职业院校 学生专业技能考核标准与题库

市场营销

湖南化工职业技术学院
2020 年 5 月

目录

湖南化工职业技术学院学生专业《技能考核标准》	4
一、专业名称及适用对象.....	4
二、考核目标.....	4
三、考核内容.....	4
四、评价标准.....	11
五、抽考方式.....	13
六、附录.....	15

湖南化工职业技术学院市场营销专业《学生专业技能考核题库》	18
一、信息采集模块.....	18
1.试题编号：J1-1，设计品牌知名度与满意度调研方案	18
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	22
4.试题编号：J1-4，设计家电满意度调研方案	24
5.试题编号：J1-5，设计知名度与满意度调研方案	26
6.试题编号：J1-6，设计洗衣机产品质量调研方案	28
7.试题编号：J1-7，设计手机市场需求调研方案	30
8.试题编号：J1-8，设计就业意向调研方案	33
9.试题编号：J1-9，设计满意度调研方案	35
10.试题编号：J1-10，设计课余时间安排调研方案	38
11.试题编号：J1-31，伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计.....	39
12. 试题编号：J1-32，李宁品牌（LI-NING）市场竞争情况调研问卷设计	41
13. 试题编号：J1-33，华为 P9 手机各项功能顾客满意度调研问卷设计	43
14. 试题编号：J1-35，巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计	46
15. 试题编号：J1-40，潘婷市场认可度调研问卷设计	48
16. 试题编号：J1-41，南山奶粉市场调研问卷设计	51
17. 试题编号：J1-42，水井坊新市场开发调研问卷的设计	53
18. 试题编号：J1-49，新环境公司二手房市场需求调研问卷设计	55
19. 试题编号：J1-52，曲美家具高端价格顾客接受程度调研问卷设计	58
20. 试题编号：J1-56，顺丰速运市场满意度调研问卷设计	60
21. 试题编号：J1-37，华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计	63
22. 试题编号：J1-48，达芙妮市场抢占情况调研问卷设计	65
23. 试题编号：J1-57，统一方便面市场竞争情况调研问卷设计	67
24. 试题编号：J1-54，长沙海底捞顾客满意度调研问卷设计	70
25. 试题编号：J1-55，都市丽人内衣品牌形象市场调研问卷设计	72
26.试题编号：J1-61，汽车消费基本情况调研报告	75
27.试题编号：J1-66，大学生旅游市场基本特征调研报告	79
28.试题编号：J1-68，超市顾客满意度调研报告	83

29.试题编号: J1-69, 方便面市场基本情况调研报告	86
30.试题编号: J1-78, 消费者空调购买行为调研报告	89
31.试题编号: J1-83, 联想电脑使用情况调研报告	93
32.试题编号: J1-89, 冰激消费需求情况调研报告	97
二、商务谈判模块.....	101
33.试题编号: J2-2, 农机设备采购谈判	101
34.试题编号: J2-4, 白酒经销谈判	108
35.试题编号: J2-5, 液汰奶包装材料买卖项目	113
36.试题编号: J2-6, 亚华乳业进入超市的谈判	119
37.试题编号: J2-9, 葡萄酒采购项目谈判	125
38.试题编号: J2-11, 原材料采购的谈判.....	130
39.试题编号: J2-14, 商品采购谈判	135
40.试题编号: J2-15, 软件采购谈判	140
41.试题编号: J2-17, 购销合同的谈判	145
42.试题编号: J2-20, 购销合同的谈判	150
三、促销模块.....	157
43.试题编号: J3-1, 校园运动产品促销活动方案策划	157
44.试题编号: J3-2, 元旦节促销活动方案策划	159
45.试题编号: J3-3, 婴儿用品元旦节促销活动方案策划	161
46.试题编号: J3-4, 婴儿用品元旦节促销活动方案策划	162
47.试题编号: J3-5, 大药房元旦节促销活动方案策划	166
48.试题编号: J3-6, 中秋节月饼促销活动方案策划	169
49.试题编号: J3-7, 化妆品“三八节”促销活动方案策划.....	172
50.试题编号: J3-8, 国庆节空调促销活动方案策划	174
51.试题编号: J3-9, 三八节百丽女鞋促销活动方案策划	177
52.试题编号: J3-10, 日威电器父亲节促销活动方案策划	179
四、推销模块.....	183
53.试题编号: H1-1, 矿泉水推销	183
54.试题编号: H1-2, 休闲食品推销	185
55.试题编号: H1-3, 蒙牛牛奶推销	187
56.试题编号: H1-4, 可口可乐推销	190
57.试题编号: H1-5,舒肤佳香皂推销	192
58.试题编号: H1-6,婴幼儿奶粉推销	195
五、营销策划模块.....	198
59.试题编号: H2-1, 母亲节庆典活动方案设计	198
60.试题编号: H2-2, 五芳斋端午节庆典活动方案设计	200
61.试题编号: H2-3, 梦园宾馆开业庆典活动方案设计	203
62.试题编号: H2-4 , 陶华碧老干妈元旦庆典活动方案设计	205
63.试题编号: H2-5, 农夫山泉高端矿泉水新闻发布会活动方案设计 ..	207
64.试题编号: H2-6 , 华为国庆庆典活动方案设计	210

64.试题编号: H2-7 , 海尔赞助烛光工程公关活动方案设计	212
66.试题编号: H2-8 , 百事公司赞助活动方案设计	214
67.试题编号: H2-9, ××酒店开业庆典公关活动方案设计	217
68.试题编号: H2-10 , 某楼盘开盘庆典公关活动方案设计	219
69.试题编号: H2-11, 购物中心“七夕情人节”庆典活动方案设计	222
70.试题编号: H2-12 , 奔驰公司危机公关活动方案设计	224
71.试题编号: H2-13, 伊利公司赞助活动方案设计	226
72.试题编号: H2-14 , OPPO 手机周年庆典公关活动方案设计	229
73.试题编号: H2-15, 小米高校大学生篮球竞赛活动赞助活动方案设计	231
六、广告文案策划模块.....	234
74.试题编号: Z2-1, 设计广告文案.....	234
75.试题编号: Z2-2, 设计节能电脑广告文案.....	236
76.试题编号: Z2-3, 设计足浴器广告文案.....	238
77.试题编号: Z2-4, 设计“童彩”牌神笔广告文案.....	241
78.试题编号: Z2-5, 设计永丰辣酱广告文案.....	243
79.试题编号: Z2-6, 设计“明园”企业形象广告文案.....	245
80.试题编号: Z2-7, 设计广告文案.....	248
81.试题编号: Z2-8, 设计雅芳 A 霜广告文案.....	250
82.试题编号: Z2-9, 设计青岛啤酒公司广告文案.....	253
83.试题编号: Z2-10, 设计爱尔眼科医院广告文案.....	256

湖南化工职业技术学院学生专业《技能考核标准》

一、专业名称及适用对象

1. 专业名称

市场营销（专业代码：630701）。

2. 适用对象

高职全日制在籍毕业年级学生。

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、广告文案策划等 6 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 and 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。

模块三促销模块

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。

模块二营销策划

1.设计公关活动方案

基本要求：

（1）技能要求

①能根据任务对企业的公关现状进行 **SWOT** 分析，明确企业面临的主要问题；

②能根据分析结论，提炼出明确的公关活动目标；

③能根据公关的目标与企业所面临的公关问题确立公关活动的公众对象以及公关模式；

④能依据公关模式来确定公关活动恰当的时机与地点；

⑤能依据公关活动目标、模式、对象等内容，运用多种方法对公关活动项目及其流程进行构思与创意；

⑥能对与公关活动配套的媒介宣传活动进行设计与安排；

⑦能对公关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能将公关活动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、操作性强的公关活动策划方案。

（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。

（三）跨岗位综合技能

模块一广告文案策划

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 6 大模块 8 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。
		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。
		促销模	制定促销活动	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；

		块	策划方案	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	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。
		营销策划	设计公关活动方案	企业公关现状分析比较深入； 企业面临的主要问题与公关活动目标明确； 公关活动的公众对象以及公关模式选择正确； 公关活动的时机与地点恰当； 公关活动项目及其流程进行构思与创意合理； 媒介宣传活动设计与安排与公关活动配套； 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。
3	跨岗位综合技能	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、抽考方式

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.学校参考模块选取：采用“3+1+1”的模块选考方式，专业基本技能的3个模块为必考模块，此外，学校根据专业特色在岗位核心技能与跨岗位综合技能模块中各选1个模块。

2.学生参考模块与项目确定：每个学校都要求完成三个技能模块项目测试，每个学生只测试其中一个项目，商务谈判以学校为单位，每个参加测试学校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（由组考学校提供五名学生组成一个谈判小组参与测试，但其成绩不计），其余同学以抽签方式随机抽取该校的其余测试项目中的某一项目参与测试，抽签方式应确保每个学校所有的剩余项目都被测试到，若剩余人数少于项目数则确保必考项目优先被测试到。（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	150	
			撰写调研报告	机试	180	
		促销	制定促销活动策划方案	机试	150	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。
		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）	
2	岗位核心技能	营销策划	公关活动设计	机试	180	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目
		产品推销	产品推销	机试+现场操作（个人）	60（55分钟准备，撰写推销方案，5分钟现场推销）	每位被测试学生均先以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	广 告 文 案 策 划	设计广告文案	机试	180	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

(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方法等问题提出的询问,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。

湖南化工职业技术学院市场营销专业《学生专业技能考核题库》

根据湖南省高等职业院校市场营销专业学生技能考核标准以及教育厅对标准题库设计的原则要求来制定题库。本题库分为三大部分即专业基本技能（信息采集模块、商务谈判模块、促销模块）、核心岗位技能（包括产品推销模块与营销策划模块）与跨岗位综合技能（广告文案策划模块），共有撰写调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告、商务谈判、制定促销活动策划方案、产品推销、设计公关活动方案、设计广告文案等 8 个项目，总共 83 题，其中撰写调研方案对应 10 个测试题、设计调研问卷对应 15 个测试题、撰写调研报告对应 7 个测试题，商务谈判项目对应 10 个测试题，制定促销活动策划方案对应 10 个测试题，产品推销项目对应 6 个测试题，公关活动设计对应 15 个测试题，设计广告文案项目对应 10 个测试题。在同一项目题目的设计上尽量难度一致，背景资料中数据不能使用 3 年之前的案例。

一、信息采集模块

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。

【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	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		

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
	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	

				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	
	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			

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。

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	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案

(80分)	文字表达		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	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。

2016 年 7 月 20 日，美的集团以 221.73 亿美元的营业收入首次进入《财富》世界 500 强名单，位列第 481 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。

【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
		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	

5. 试题编号: J1-5, 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
	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	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
		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	

6. 试题编号: J1-6, 设计洗衣机产品质量调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

美的制冷家电集团洗衣机事业部位于安徽省省会合肥, 是中国最大的洗衣机制造企业之一。公司拥有“美的”和“荣事达”两个驰名品牌(其中“美的”品牌价值 2006 年经权威机构评估高达 311.9 亿元), 是世界上同时拥有滚筒、波轮、搅拌三大类洗衣机的生产制造商, 有年产洗衣机 200 万台的产能。

截至 2006 年底, 洗衣机事业部总资产 14.8 亿元, 员工近 3000 人, 目前厂区面积 15 万平方米, 同时设有国家级的技术研发中心, 拥有近 150 多人的技术研发队伍, 现已申请各种专利 200 多项, 拥有专利 86 项。在全国各地建立 28 个销售中心、3000 个顾客服务网点和 5000 个零售网点, 营销网络覆盖全国, 产品远销 90 多个国家和地区。

美的集团对公司发展前景充满信心，已确立洗衣机发展的 352 战略目标。未来 5 年内，将集中人、财、物等核心资源，做大做强洗衣机产业。2006 年 2 月开始 5 年内计划投资总额近 9.7 亿元、新增产能超过 550 万台、占地面积 850 亩的投资项目——洗衣机三期工业园。

2008 年 4 月收购江苏小天鹅，并与荣事达进行全面整合，建立完善的洗衣机产业链。

2009 年拥有 11 条新增生产线、产能超过 550 万台的大型洗衣机制造基地。强大的品牌力、营销能力、制造能力和技术创新能力，将推动洗衣机事业部不断向新的目标冲击。

到 2016 年，公司拥有“美的”和“荣事达”两个驰名品牌，是世界上同时拥有滚筒、波轮、搅拌三大类洗衣机的生产制造商，有年产洗衣机 200 万台的产能。洗衣机事业部总资产 11.46 多亿元，员工近 3000 人，厂区面积 15 万平方米，同时设有国家级的技术研发中心，拥有近 100 人的技术研发队伍，现已申请各种专利 100 多项，拥有专利 86 项。在全国各地建立 25 个销售中心、1276 个顾客服务网点和 1662 个零售网点，营销网络覆盖全国，产品远销 90 多个国家和地区。

无论您在洗衣机的使用过程中遇到什么样的问题，您都可以通过覆盖全国的荣事达 CALLCENTER 呼叫中心，获得详尽解答。一流的设备，高效的系统，体贴入微的态度，第一时间为您提供具国际水准的服务。

【测试任务】

美的制冷家电集团洗衣机事业部以市场为导向，关注顾客需求，通过持续改进，不断提高质量管理水平，提升产品质量超越顾客期望。如果现要对湖南市场荣事达购买者进行一次洗衣机质量的市场调研。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
	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	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		

7. 试题编号：J1-7，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。

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	
	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	

8. 试题编号：J1-8，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
	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		

9. 试题编号: J1-9, 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开设了 109 家大型超市，聘请 3 万多名员工。在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。

【测试任务】

为了能顺利完成 2019 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
	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	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		

10. 试题编号：J1-10，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	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

(20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	律、造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	
	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		

11. 试题编号：J1-31，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 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
	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	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）	
	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			

12. 试题编号: J1-32, 李宁品牌 (LI-NING) 市场竞争情况调研

问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

李宁公司成立于 1990 年, 经过二十年的探索, 已逐步成为代表中国的、国际领先的运动品牌公司。李宁公司采取多品牌业务发展策略, 除自有核心李宁品牌 (LI-NING), 还拥有乐途品牌 (LOTTO)、艾高品牌 (AIGLE)、心动品牌 (Z-DO)。此外, 李宁公司控股上海红双喜、全资收购凯胜体育。

李宁公司是中国体育用品行业的领军企业, 是第一家建成国内运动服装和鞋产品设计研发中心、第一家实施 ERP、第一家在海外上市的中

国体育用品企业，以成为全球领先的体育用品品牌公司作为发展目标。

据世界体育用品联合会最新调查报告显示，“中国已经拥有全球 65% 以上的体育用品生产份额”，“中国的运动鞋生产已经达到世界年产量的 80%”，而且据不完全统计，国内企业占据本土市场的八成以上。不过品牌专家分析指出，如今的中国只是世界体育用品生产大国，而不是品牌强国。

李宁的主要竞争对手国际品牌有耐克、阿迪达斯、卡帕等。国内有安踏、匹克、361、特步等。自 2012 年重新回归运动本质以来，李宁通过关店、去库存、重塑供应链、渠道复兴等系列改革措施实现转型，试图扭转亏损局面。2014 上半年，安踏、匹克、361 度、探路者等其他体育用品品牌均实现盈利，但李宁却亏损 5.86 亿元人民币，不仅较去年同期 1.84 亿元亏损有所扩大，同时也高于 2013 年的全年亏损额。

2015 年 7 月李宁与华米科技推出智能跑鞋，为消费者提供多元化的跑步体验，开启李宁品牌进军“互联网+运动生活体验”领域的新时代。

2016 年 11 月在“双十一”期间，李宁天猫旗舰店创造单日单店销售 1.78 亿的新纪录，同时继续保持国内运动行业旗舰店销售第一的好成绩。2019 年 618 期间，李宁天猫旗舰店再次创造销售新纪录。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计李宁品牌（LI-NING）市场竞争情况调研问卷，目的是了解李宁品牌（LI-NING）在市场竞争中所处的位置，分析本品牌亏损而竞争对手盈利的原因，为制定下一步的品牌战略提供参考。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 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 调研问卷字数不限	
	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		
	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			

13. 试题编号：J1-33，华为 P9 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 P9 是华为作为近年来推出的首款旗舰新机，延续 P 系列时尚精致的高端旗舰定位，是 P 系列首款指纹手机。P9 与德国相机品牌徕卡达成深度合作，配置徕卡双摄像头，重新定义手机摄影。P9 锁定高端小屏旗舰手机，采用 5.2 寸 2.5D 玻璃屏幕，拥有更好握持感和使用体验。机身工艺采用业界首创金属陶瓷效果与雕刻纹理抛光效果。处理器再次升级，首次搭载麒麟 955 处理器，主频高达 2.5GHz。

产品特点

1、徕卡双摄像头智能手机：P9 采用了徕卡 SUMMARIT 系列镜头。6 片镜片组厚度控制在 4.5mm，比 iPhone 6s 少 10%。

2、业界首创金属陶瓷效果与雕刻纹理抛光效果：P9 高配版（4GB+64GB）从 2.5D 屏幕到侧边再到背部所反射出来的光效，能够让人明显感受到光在 P9 上是一个不间断的流转状态。抛光的工艺使得表面触感变得更加光滑。

3、业界首创虚拟三天线，通讯技术升级：网络信号连通性增强，采用 Location Base 的优化机制，针对网络频段进行搜网优化，时间节省 20%。

4、WiFi+2.0：支持国内 Portal 热点一键登录，周遭热点推荐，在用户不知情情况下 WiFi 网络转为移动网络，P9 会发出大流量提示，并长时间链接 Portal 热点检测，保持已连时限限制的 WiFi 通畅。

新增拍照亮点

徕卡镜头：支持普通、柔和、鲜艳三种色彩模式选择和徕卡经典黑白成像风格。

支持 RAW 格式，全新美颜算法，暗光自拍。

IMAGESmart 5.0：华为针对拍照图像的独有算法引擎，将两个传感器拍到的图像融合到一张中，再参考徕卡对图像质量的调校算法，既保留黑白的丰富细节，又拥有丰富的色彩表现。

全球首台拥有独立深度计算芯片手机：华为 P9 首次引入了独立的为双摄像头深度计算服务的芯片，专门针对深度信息进行计算，不与其他功能共享同一处理器。[11]

独特环保性

P9 通过了 UL110 最高等级铂金级认证，采用了天然物质为基础的微生物作用下生成的塑料，减少了不可再生资源的使用，以及无毒材料，具有很强的可再生性，并采用真正意义的环保型油墨——大豆油墨印刷，性能安全可靠，且彩盒通过 FSC 认证。

定制机型

华为推出新款机型华为 P9，与此同时，中国联通宣布华为 P9 为中国联通战略定制机型，有 HUAWEI P9 3GB+32GB 版联通定制和 HUAWEI P9 4GB+64GB 版全网通两个版本配置。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计华为 P9 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 P9 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 150 分钟。

（4）评价标准

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

(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	律、造成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)	
	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			

14. 试题编号: J1-35, 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 2019 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 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			

15. 试题编号：J1-40，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。

潘婷坚持以维他命养护头发，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态的女性消费群。而随着时间的不断发展，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 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		

16. 试题编号：J1-41，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，南山奶粉为了让消费者体验 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一“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 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	

17. 试题编号：J1-42，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 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場信息（2分）	
小计		100			

18. 试题编号：J1-49，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 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			

19. 试题编号：J1-52，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鹈鹕设计所，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 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	
		问卷标题	3	

容	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		

20. 试题编号：J1-56，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 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			

21. 试题编号：J1-37，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。

宏碁：宏碁具有高性价比，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 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	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	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	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	

22. 试题编号：J1-48，达芙妮市场抢占情况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

达芙妮国际控股有限公司原名为永恩国际集团有限公司，于1990年，预见于中国优质鞋类市场具庞大潜力，该集团创立自有品牌“达芙妮”，制造及销售女装鞋类，成为中国最成功之国内品牌之一，自1996年以来连续多年获颁赠最畅销国内产品之荣衔。现时，“达芙妮”分为“D28”及“D18”两大系列，目标顾客分别为20至45岁及15至30岁之女性。品牌定位中高档，用质量赢取信任，用口碑来提升品牌知名度，让每个人都能拥有的时尚品牌。

2010年新年刚过，达芙妮即宣布与Full Pearl International Ltd（下称Full Pearl）达成协议，以1.95亿港币的总价收购后者60%的股权。Full Pearl是一家BVI公司，间接控股爱意精品鞋业（上海）有限公司（下称爱意鞋业）主要在中国内地一、二线城市，台湾和香港经营中高档女鞋的零售业务，共经营“爱意（AEE）”、“爱魅（Ameda）”、ALDO和Jessica Simpson 4个品牌。

由此，达芙妮旗下的高端品牌从原来的2个（Arezzo和Sofft/Born），增加到6个。这些品牌将代表达芙妮在百货商场与百丽、星期六的系列品牌“同台竞技”。

尽管达芙妮已经扩张到6个中高端品牌，但相比百丽依然“势微”。

资料显示，截至 2008 年底，百丽旗下已有 11 个自有品牌，主要包括 Belle（百丽）、Staccato（思加图）、Tata（他她）、Teenmix（天美意）、Fato（伐拓）等，以及 Bata、BCBG、Elle 等 12 个代理品牌。而星期六旗下也有众多品牌。

另外，达芙妮多年来坚持做大众市场，选择以街铺的形式接近其消费者，目前街铺约占达芙妮店铺总量的 70%。达芙妮的街铺渠道成为吸引诸如 Nike、Adidas 等高端品牌往下渗透时的重要因素。招商证券（香港）研究部分析师赵晓也认为，以街铺为主的销售渠道是达芙妮的核心竞争力之一。“达芙妮的街铺只提供达芙妮的品牌，不喜欢达芙妮的消费者可能也不会进来逛”，一位分析人士认为，这有助于培养品牌忠诚度。而在百货商场的店中店，琳琅满目的女鞋品牌让人目不暇接，一双鞋子的成交很可能是基于品牌、款式、价格、工艺、材质等众多因素的综合考量。

达芙妮 2016 年财报显示，公司营业额大跌 22.4%至 65.02 亿港元（折合人民币 57.66 亿元），亏损扩大至 8.19 亿港元（折合人民币 7.27 亿元），对比上年同期亏损 4.98 亿港元，亏损额上升 64.7%。财报称营业额减少主要是由于店铺数目大幅减少及同店销售录得负增长，导致核心品牌业务营业额下跌。去年达芙妮共关店 1039 家，平均每天关闭 3 间左右，到 2016 年年底，达芙妮只剩下 4900 家门店，其中包括中国大陆的“达芙妮”和“鞋柜”销售点 4598 个。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计达芙妮市场抢占情况调研问卷，目的是客观了解达芙妮品牌抢占女鞋市场的情况，尤其是针对主要竞争对手百丽而制定的相关市场策略是否正确有效，以便进一步稳定或调整战略。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 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場信息（2分）
小计		100			

23. 试题编号：J1-57，统一方便面市场竞争情况调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

1992年1月13日，统一企业集团在中国大陆投资设立的第一个工厂——新疆统一企业食品有限公司正式成立。本着“取之于大陆，用之于大陆”的原则，通过开发更多更健康的产品、提供就业机会、引进先进的企业管理经验、积极纳税、热心扶持本土协力厂商等相关环节，公司力图为大陆的经济建设和民众的健康作出更多的贡献。当前，统一企业已成为大陆食品业界投资最大的几个外资企业之一。

统一企业自从创业以来，即遵循企业创始人吴修齐先生所秉持之“三好一公道”的经营理念，以多角经营、宏观眼光、重视人才等方针，兢兢业业地塑造出“诚实苦干、创新求进”的立业精神。

统一方便面分为统一 100、巧面馆、好劲道、来一桶、小当家、小浣熊摇摇乐。

统一公司进入方便面市场多年，有良好的公众基础和产品质量保证。

目前中国市场上架的方便面品牌种类不尽其数，让人目不暇接，但是能够在市场上起到领军性质和决定性作用的却只有康师傅、统一、今麦郎这几家。目前中国的方便面市场已形成了“康师傅”、“统一”、“华龙-今麦郎”三足鼎立的局面，且其竞争相当激烈。

对于其它方便面生产企业，康师傅无疑是统一最为难以逾越的。康师傅方便面一直坚持以真材实料为基础，并特别关注各地消费者不同口味变化及需求。以“康师傅”系列产品为首，现在已经延伸到：“面霸 120”、“料珍多”、“新面族”、“巧玲珑”、“劲拉面”、“亚洲精选”、“福满多”、“好滋味”、“小虎队”、“挂面”、“脆旋风”、“脆宽趣”、“珍品”、“劲爽”等多种系列产品，满足各类消费阶层的需求。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计统一方便面市场竞争情况调研问卷，目的了解统一方便面的主要竞争对手产品种类、产品优势等情况，以便统一方便面有针对性的制定市场战略，在市场竞争中占有有利形势。

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 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		

24. 试题编号：J1-54，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 150 分钟。

（4）评价标准

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

(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	成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)		
	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			

25. 试题编号: J1-55, 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。

2018 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。

【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 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場信息（2 分）	
小计		100		

26. 试题编号：J1-61，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：

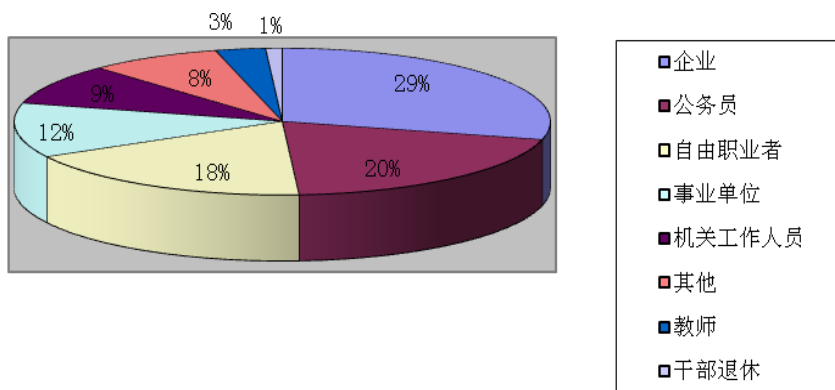


图 1 消费者职业构成情况

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

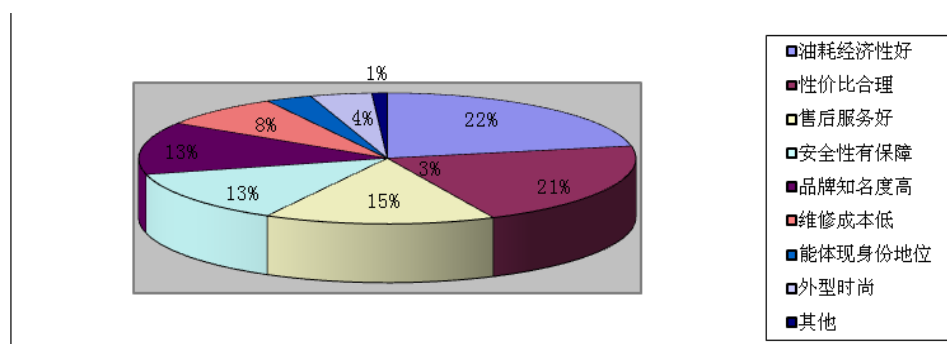


图 2 影响消费者购车的因素

6. 消费者获取信息的渠道

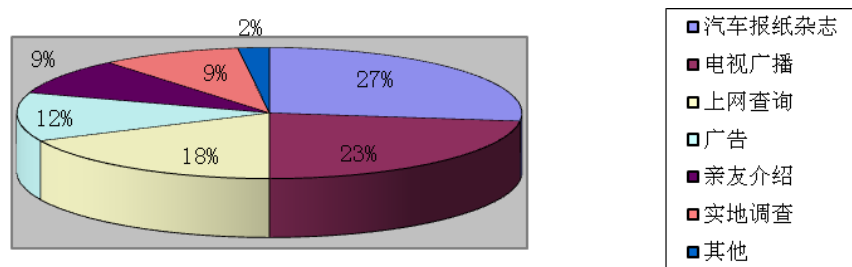


图3 消费者获取信息的渠道

7、消费者最信赖的购车场所

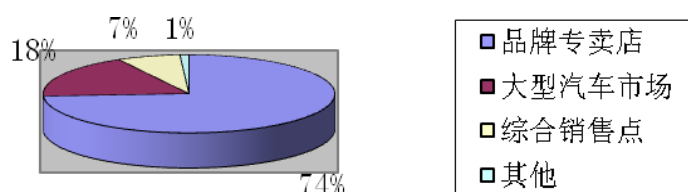


图4 消费者信赖的购车场所

8. 消费者满意的支付方式

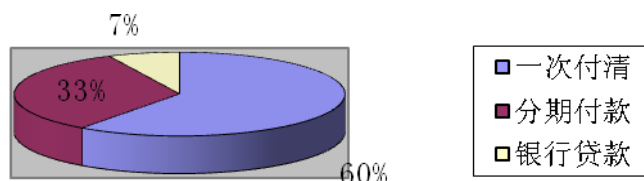


图5 消费者满意的支付方式

【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		

27. 试题编号：J1-66，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：

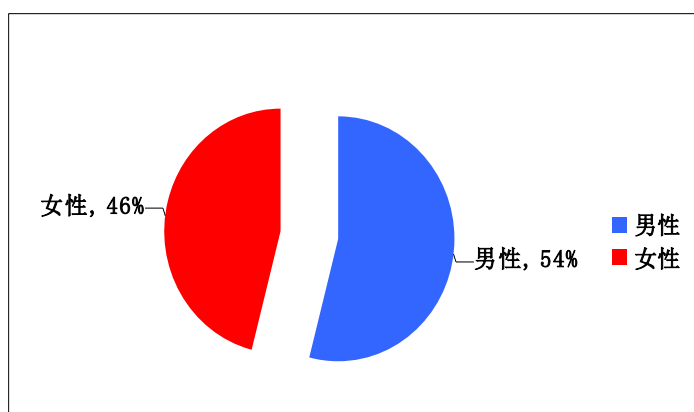


图 1 被调查者性别分布情况

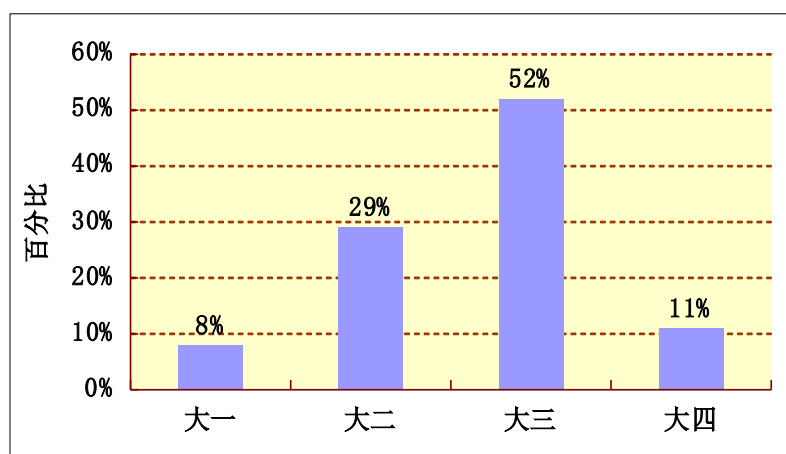


图 2 年级分布

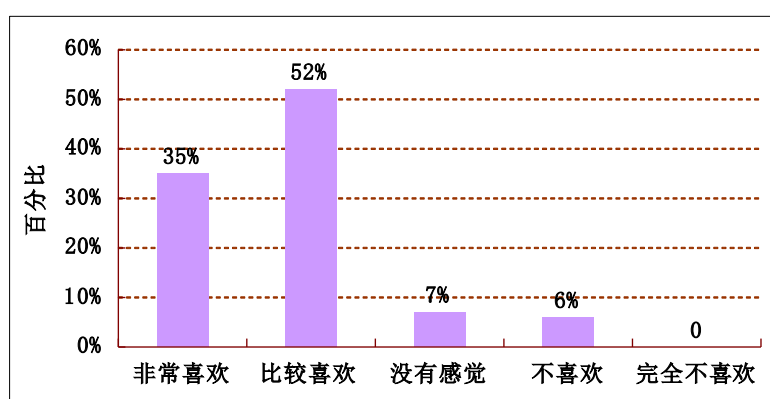


图 3 旅游喜好

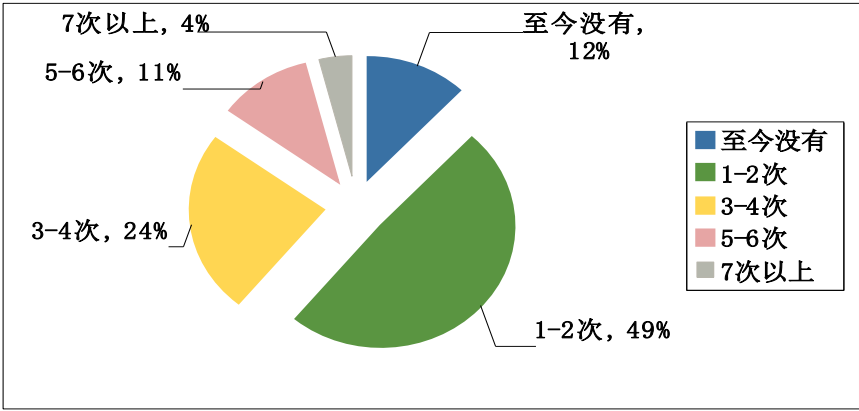


图 4 旅游次数

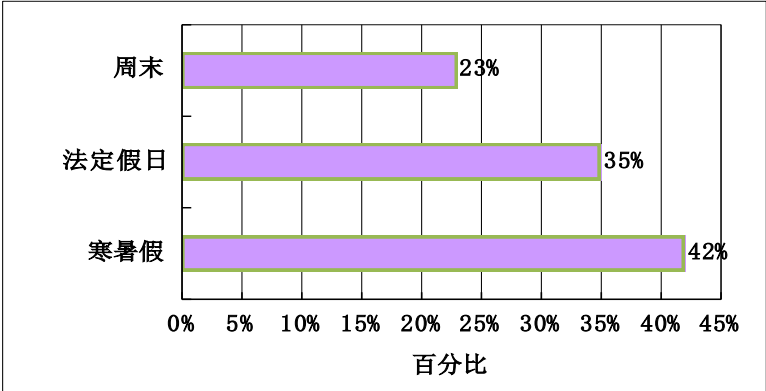


图 5 旅游时间

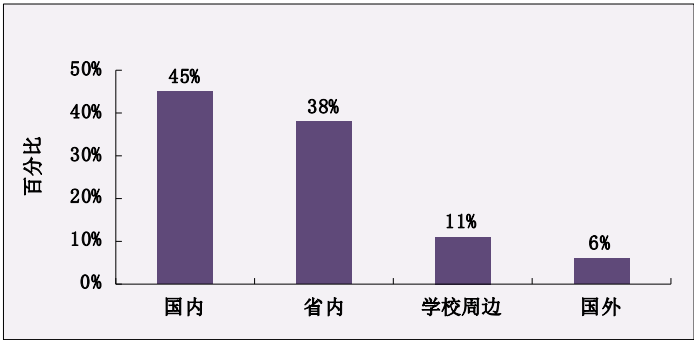


图 6 旅游目的地

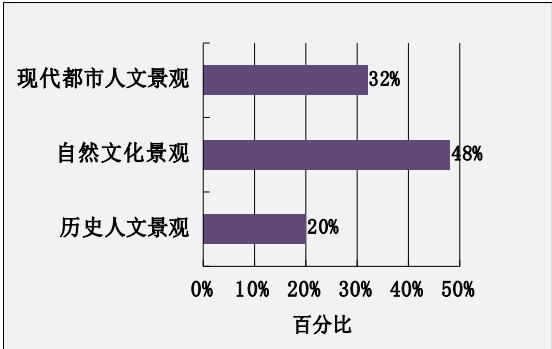


图 7 旅游景观类型

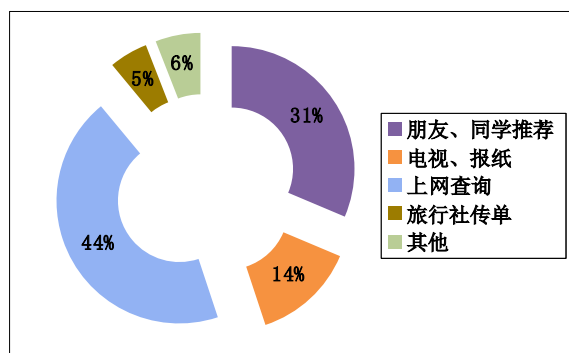


图 8 旅游目的地信息获取

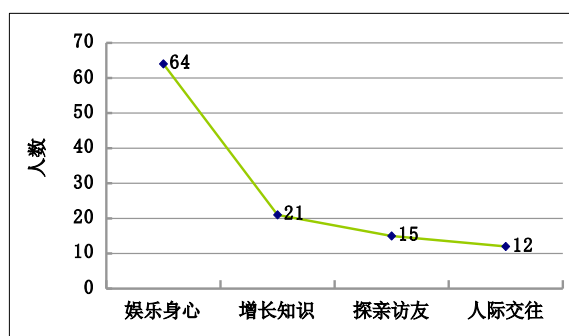


图 9 旅游目的

【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		

28. 试题编号：J1-68，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 2018 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		

29. 试题编号: J1-69, 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		

30. 试题编号: J1-78, 消费者空调购买行为调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

苏宁为了了解消费者空调购买行为,从湖南某市城镇居民家庭中抽取了1000户进行了问卷调查,并从市统计局搜集了有关的数据。资料整理如下:

1. 近 10 年（2008-2018）城镇居民可支配收入，空调拥有量等数据资料：

可支配收入 (元/人)	1592	1783	2168	2817	3886	4705	5052	5209	5435	5818
消费性支出 (元/人)	1294	1446	1732	2194	3138	3886	4098	4137	4482	4800
耐用品支出 (元/人)	88	105	128	168	245	269	332	352	394	486
空调拥有量 (台/百户)	108.1	110.8	114.2	117.1	119.5	121.0	122.8	125.1	128.1	132.3

2. 2018 年末不同收入家庭空调拥有量（台/百户）：

	最低收入	低收入	中等偏下	中等收入	中等偏上	高收入	最高收入
拥有量	88.46	116.35	119.32	123.32	140.12	145.32	151.32

3、调查的 1000 户居民家庭中，计划近三年内购买空调的户数分别 53 户、89 户、58 户(1000 户中有 868 户共拥有空调 1316 台,132 户没有空调)。

4、计划购买空调的 200 户家庭关注空调服务、质量、促销、价格、其他要素的分别为 28、144、4、20、4 户。

5、计划买空调的 200 户，准备购买单冷机的 23 户，冷暖机的 170 户，到时再决定的 7 户，准备购买窗式机的 39 户；柜机的 43 户，壁挂机的 118 户。

6、计划购买空调的 200 户，空调信息来源的渠道分别为报纸刊物 90 户，电视 87 户，销售现场 8 户，朋友同事告知 6 户，销售人员促销 3 户，户外广告 4 户，网络广告 2 户。

7、计划购买空调的 200 户中，考虑购买空调地点分别为：专卖店 77 户，大型电器商场 94 户，综合性商场 82 户，家电连锁店 56，厂家直销店 48 户(有同时选择多个地点的情形)。

8、计划购买空调的 200 户，考虑购买时间选择分别为：夏季 86 户，冬季 60 户，厂家促销期 42 户，春季和秋季 12 户。

9、计划购买空调的 200 户，空调功率选择分别为：1 匹以下 7 户，1 匹 41 户，1.5 匹 48 户，2 匹 35 户，2.5 匹 12 户，3 匹以上的 23 户，到时视情况而定的 34 户。

10、计划购买空调的 200 户，空调价位选择分别为：2000 元以下的 12 户，2000—3000 元的 56 户，3000—4000 元的 45 户，4000—5000 元的 36 户，5000 元以上的 30 户，到购买时再定的 21 户。

11、居民家庭对空调降价的态度分布为：非常欢迎 482 户，无所谓 106 户，不欢迎的 5 户。

12、居民家庭对绿色环保空调的看法：符合空调发展方向的 252 户，符合消费需求的 312 户，空调的必须要求 127 户，厂家炒作 112 户，不知道的 197 户。

13、居民家庭对变频空调的看法：符合空调发展方向的 169 户，符合消费者需求的 294 户，空调的必须要求 140 户，厂家炒作 99 户，不知道的 298 户。

14、居民家庭对静音空调的看法：符合空调发展方向 239 户，符合消费者需求 391 户，空调的必须要求 210 户，厂家炒作 52 户，不知道的 108 户。

15、居民家庭认为厂家宣传推广对购买决策很有影响的 170 户，有影响的 280 户，一般的 235 户，无影响的 15 户。

【测试任务】

请根据以上提供的湖南某市城镇消费者空调购买行为调查数据，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	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		

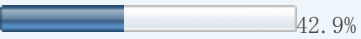
31. 试题编号：J1-83，联想电脑使用情况调研报告

(1) 任务描述

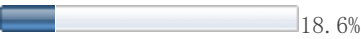
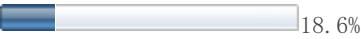
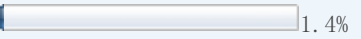
【背景资料】

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：

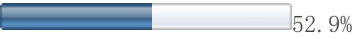
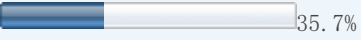
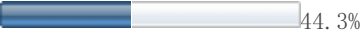
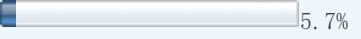
1. 您的性别：（ ）(单选)

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）

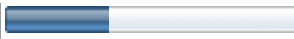
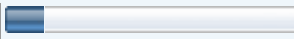
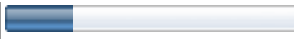
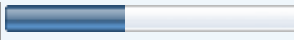
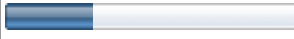
选项	小计（人）	比例
A. 价格适宜	360	51.4%
B. 售后服务好	240	34.3%
C. 外观漂亮	100	14.3%
D. 配置性能较好	440	62.9%
E. 支持国产	330	47.1%
F. 经人介绍	120	17.1%
本题有效填写人次	700	

6. 您认为联想与其他电脑相比，优势在于？（ ）（多选）

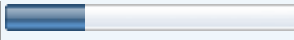
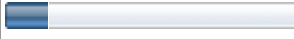
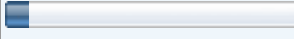
选项	小计（人）	比例
A. 散热好	100	14.3%
B. 功能好	240	34.3%
C. 售后服务好	280	40%
D. 性价比高	370	52.9%
E. 口碑好	340	48.6%
F. 其他	30	4.3%
本题有效填写人次	700	

7. 在使用联想电脑时，最让你烦心的问题是？（ ）（多选）

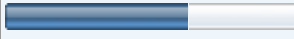
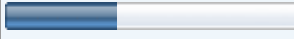
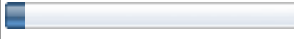
选项	小计（人）	比例
A. 售后服务差	70	10%
B. 电脑质量差	130	18.6%

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	

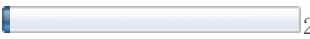
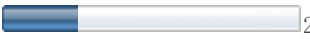
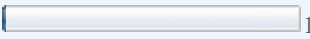
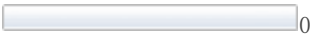
8. 哪些优惠会让您选择联想电脑？（ ）（多选）

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	

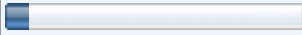
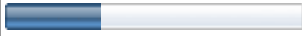
9. 您觉得联想需要在哪些方面进行改进？（ ）（多选）

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)	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。
	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)	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
	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）	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。
		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	
合计		100				

32. 试题编号: J1-89, 冰激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2018年6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某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、超级市场 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	
	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		

二、商务谈判模块

33. 试题编号: J2-2, 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	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)	

实施 操作 (40 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		

34. 试题编号: J2-4, 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。2016 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		

35. 试题编号：J2-5，液汰奶包装材料买卖项目

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：亚华乳制品有限公司（简称“亚华”）

乙方：万容包装有限公司（简称“万容”）

湖南亚华乳业控股有限公司是一家生产乳制品的地方知名企业，实力雄厚，品质较好，但在2008年国内出现有毒牛奶事件之后，整个乳制品行业都受到牵连，亚华也不例外。

亚华为了提高奶制品质量，从奶源开始，拥有湖南邵阳城步的南山和内蒙古特泥河两大牧场，保证了奶源高品质和充足供应。

2013 年底，在省政府等相关部门的协调与支持下，湖南亚华乳业控股有限公司将长沙望城奶粉生产业务进行了资产重组，在城步县委、县政府的支持下完成了牧场股份债务的转化，通过一系列的资产重组，公司融得了几亿的现金，使公司迅速有效地化解了在三聚氰胺和 M1 事件所带来的一系列困惑和危机。2014 年公司实现销售收入 2 亿元，其中液态奶 1.2 亿元，奶粉 0.8 亿元，实现利税 1800 万元；2015 年预计实现销售收入 4 亿元，实现利税 5100 万元，到 2016 年销售规模达到 10 亿元，利税突破 1.4 亿元。

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。

亚华每年需要的各类包装材料的采购量非常大，包装材料费占液汰奶成本的 8%—10% 左右。其对包装要求很高，必须对供应商进行严格考察与评估。现在公司在长沙望城县新建了一液汰奶生产加工厂，设计年产量为 2.5 万吨。需要选择包装材料供应商。希望材料质量高、价格优，在多家供应商中选择了万容包装公司进行谈判，希望签订合同，达到包装材料供应的 50%，如果合作关系良好，还可增加订量比例。

目前市场包装平均价格与万容包类似材料 280 元/吨，以前谈判合作的价格是 260 元/吨。

万容包装公司是一家生产包装材料的厂家。万容包装近年是继国际流行的乐利包、乐利枕和康美包的一种新型的液汰奶包装方式，相对前两种包装成本较低，适应于中端品牌的包装要求。公司与光明、扬子江奶等品牌都有合作，也承担了亚华乳业旗下的宾佳乐液汰奶的

包装，合作比较好，现在希望与亚华乳品有限公司全面合作，承担南山和宾佳乐两品牌所有液汰奶包装材料的供应。这次合作是为了在现有良好合作关系基础上，进一步加深了解，成为亚华液汰奶唯一的包装供应商。长沙是公司准备深度开发的市场，拿下这家公司的全部订单对他们意义重大。

两公司围绕乳制品包装材料的质量、价格、规格，订购数量，交货时间、付款形式等展开谈判，希望建立一种长期合作关系。

【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		

36. 试题编号：J2-6，亚华乳业进入超市的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：湖南家润多连锁超市（简称：家润多）

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。

2014 年公司液态奶销售收入实现了 1.2 亿元，实现利税 1000 万元；2015 年预计液汰奶销售收入 2.4 亿元，实现利税 3000 万元，到 2016 年销售规模达到 6 亿元，利税突破 8000 万元。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。

由于 2008 年三聚氰氨事件，以及近年来不断出现的国内乳品质量问题，消费者对鲜奶及酸奶的质量也非常担忧，选择时也非常关注品牌。因此，各经销商在选择供应商时都必须经过严格的考察，以确保出售的乳制品品质，确保商家信誉。

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。

湖南家润多于 2000 年 7 月成立，作为湖南省第一家大卖场，以全新的业态模式率先占领零售市场，同年 9 月公司旗舰店——朝阳店开业，在湖南省一直保持着明显的区域优势。公司于 2011 年 4 月 29 日正式加入海航大家庭，成为海航集团旗下成员企业。

未来，湖南家润多将坚定执行海航集团和供销大集的战略决策，整合 O2O 营销，深化供应链金融，推出酷铺品牌，开展加盟业务，构建新型生态商业网络，力争打造一个立足湖南、深耕华中、独具特色、颇具影响力的零售品牌！2013 年、2014 年、2015 年连续三年获得“中国最佳雇主”——长沙 10 强企业殊荣。2014 年度更被授予“零售业十佳成长型标杆企业”，同年被湖南省国家税务局列为“2014 年度湖南纳税信用 A 级纳税人名单”。2015 年被评为“湖南省食品安全监测消费者首选品牌”。

亚华乳业与“家润多”超市是长期合作伙伴，是“家润多”超市比较稳定的供应商之一。

2016 年，“家润多”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。亚华销售部与家润多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		

37. 试题编号：J2-9，葡萄酒采购项目谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：拉图酒庄进出口贸易公司（简称“拉图酒庄”）

乙方：广州澳海经典贸易有限公司（简称“广州澳海”）

拉图酒庄进出口贸易公司成立于1938年1月，注册于1938年8月，已有68年的经营历史。它是专门经营出口葡萄酒的实业公司，现经营的产品主要有拉图庄园葡萄酒系列，葡萄酒年产量达到250万瓶，年销售额超过7.5亿美金，在产品质量、价格上均具有很强的优势，在全球拥有众多知名长期客户。

自2005年1月1日中国葡萄酒的进口关税大幅下调后，2006年7月1日起，葡萄酒实施新的《消费税管理办法（试行）》，2015年国家税务总局关于修订《葡萄酒消费税管理办法（试行）》公告。进口葡萄酒消费税可用进口环节已纳消费税抵减，而且手续更加简单，不必象过去一样进行复杂的审批手续，葡萄酒消费税下降及审批退税手续的简单化，加速了国外葡萄酒进入中国市场。拉图酒庄葡萄酒经营商利用稳定的质量优势继续走相对高端的路线。

广州澳海经典贸易有限公司，是专业从事具有众多知名国际葡萄酒品牌的进出口公司。公司从法国，意大利，西班牙，澳大利亚，美国，智利等主要产酒国进口各类优质葡萄酒。公司强大的市场网络覆盖了中国各主要城市的星级宾馆，高级餐厅，超市、酒吧及夜总会。

在业务不断增长的同时，2005 年与法国拉图酒庄进出口贸易公司正式结成合作伙伴，2008 年奥运会期间，许多豪华宾馆、酒店在中国大城市里雨后春笋般涌出。值此机遇，广州澳海经典贸易有限从合作伙伴拉图酒庄进口了 18000 瓶葡萄酒，使得两公司的合作关系更加紧密。从此，每年的业务合作量不断增加，但由于国外葡萄酒品牌也非常多，因此，广州澳海经典贸易有限公司可以合作的贸易伙伴也相互竞争，提供许多优惠条件，考虑到长期合作关系及产品的质量稳定和稳定供给，2015 年澳海公司仍然选择拉图酒庄进出口贸易公司为重要合作伙伴，但需要进口的品类和价格及运输责任需要进行重新磋商。

2015 年广州澳海经典贸易有限公司计划进口葡萄酒 15 万瓶，根据价格及条件，可以选择多家合作伙伴。进口葡萄酒分高、中档两个层次，高档 30%，中档占 70%。原装进口占 30%，散装进口占 70%。

近年来，拉图酒庄进出口贸易公司非常重视与广州澳海的合作，希望能够增加出口量，在价格、运输责任方面给予优惠，但也考虑成本及自身品牌势力，不愿意做出太多让步。双方主要就价格和运输责任进行磋商，最终希望达成一致协议。

【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		

38. 试题编号：J2-11，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，是中国国电集团有限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4×660MW，一期工程建设2×660MW超临界燃煤发电机组。同步开发煤矿产能240万吨/年。一期2×660MW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		

39. 试题编号：J2-14，商品采购谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：中南职业技术学院

乙方：联想集团

联想集团是一家营业额达460亿美元的《财富》世界500强公司，是全球消费、商用以及企业级创新科技的领导者。它是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IBM PC（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，联想集团宣布该公司已经完成对摩托罗拉移动的收购。

中南职业技术学院是湖南省教育厅直属普通高等院校，为全国首批（28所）国家示范性高等职业院校之一。学校设有工商管理系、

财会与金融系、信息与传媒系、机电工程系、生物工程系、建筑工程系等 12 个系(部),设有市场营销、会计电算化、文秘、计算机技术、电子商务、商务英语、机电一体化、汽车构造与维修、环境艺术设计等 39 个专业及专业方向。学校占地面积 1500 余亩,固定资产总值近 10 亿。学校综合办学条件优良,基础设施齐备。学校拥有国家教学名师 3 名,省级教学名师 10 名,全国优秀教师 5 名,省级优秀教师 12 名,省级专业带头人 15 名和省级青年骨干教师 32 名,教授、副教授近 400 人,中青年教师全部具有硕士学位,在校学生 15000 余名。现在,学校欲购买 100 台台式电脑用于教学。电脑基本参数如下:

零部件名称	要求	零售价
处理器	Inter 酷睿 I7 四核	¥1980
主板/芯片组	技嘉 GA-B150 系列	¥980
内存大小	4GB	¥120
硬盘类型	希捷 1T	¥300
光驱	DVD-RW	¥300
显示器	32 寸	¥1280
显卡	技嘉 2G 独显	¥780
机箱、电源、风扇	立式	¥280
外部接口	4 个 USB2.0 端口, 2 个 PS /2 端口; 1 个 RJ-45 端口, 1 个 VGA 端口	
键盘鼠标	有线鼠标、有线键盘	¥100
操作系统	Win8	

联想集团得知此消息后派湖南分公司的销售部经理前往中南职业技术学院就电脑采购事宜进行商务会谈。

【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	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
	谈判主题、时间、	5	谈判主题明确（2 分）、谈判时间、地点具体（3 分）	

品 (40 分)	地点			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		

40. 试题编号: J2-15, 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学习兴趣、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僵局策略，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	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
	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	

现分 20)			备良好的心理素质和现场应变能力（3分）	的本项目 记0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		

41. 试题编号：J2-17，购销合同的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：北京雪上飞商贸有限公司（简称：雪上飞公司）

乙方：浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司（简称：瑞翔公司）

雪上飞公司主要从事滑雪器材进口及国内零售业务，在国内大中型滑雪场内开设直营店二十余家，是国内最大的滑雪用品专卖公司。公司经营的产品均是欧洲与北美市场上最受欢迎的滑雪装备，包括销量世界领先的法国 ROSSIGNOL、意大利的 BIRKO、日本的 AXE、丹麦 VOLA、深受国际顶级滑雪运动员青睐的意大利 BRIKO 头盔与雪镜，产品的档次涵盖中、高档两个层次，能够满足中高层面顾客的需求。

瑞翔冰雪世界是由浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司投资兴建的湖南省首家集室内滑雪馆、会议度假酒店、运动休闲中心于一体的大型综合性高档运动、商务、休闲场所，采用了国际上先进的人工造雪和制冷技术，其核心造雪设备皆选自德国国际知名厂商。瑞翔冰雪世界建筑面积近 1.3 万平米，日接待能力 1500 人次，包括单板、双板、戏雪等多项娱乐运动。初级道长 120 米，宽 50 米，平均坡度 8%，引进了国际先进拖引设备“魔毯”，使初级滑雪爱好者在保证安全、便捷的情况下，充分体验滑雪的魅力；中高级道长 180 米，宽 20 米，平均坡度 13%，使用“魔毯”登上滑雪场的至高点；目前想采购 2000 套滑雪板。

包括雪上飞在内的好几家滑雪器材运营商都想与瑞翔公司合作，分别向瑞翔公司送了报价表，德国 VOLK（沃克）雪具报价 2100 元/套，奥地利 Atomic（阿托密）报价 2400 元/套。

法国 ROSSIGNOL（金鸡）公司给雪上飞滑雪板出厂价为 160 欧元/套。雪上飞公司委派营销总监、产品部经理等一行到瑞翔公司洽谈购销事宜。希望借这批滑雪板业务与瑞翔建立良好关系，将来供应更多的滑雪设备。

【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		

42. 试题编号：J2-20，购销合同的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：中联重科股份有限公司

乙方：东莞华美食品有限公司

中联重科股份有限公司创立于1992年，主要从事建筑工程、能源工程、环境工程、交通工程、农业机械等基础设施建设所需重大高新技术装备的研发制造，其主导产品覆盖11大类别、51个产品系列，1200多个品种的主导产品。是一家持续创新的全球化企业。中联重

科成立 22 年来，注册资本 77.06 亿元，员工近 3 万人。成为世界排名第六的工程机械企业，公司的工程机械板块和环境产业板块均位居国内第一，农业机械板块位居国内第三。目前公司积极推进战略转型，成为集工程机械、环境产业、农业机械和金融服务多位一体的全球领先高端装备制造企业。

东莞市华美食品有限公司创于 1991 年，根植于国际制造业名城——东莞市，是以月饼、饼干、糕点等食品的生产和销售为主的烘焙行业龙头企业，员工 2000 余人。除食品外，集团公司还涉足房地产、金融等行业的经营和管理。截至目前，华美食品旗下已拥有东莞和湖北 2 个厂区，自动化生产线数十条，占地面积共约 16 万平方米，月饼日产能可达 220 万个，饼干日产能达 120 吨以上。拥有包装制造、塑胶制造、食品机械等上游供应链，下游终端则布局 OMC 工房、金丽沙连锁店、东莞市欧丽沙食品有限公司、东莞华夫食品有限公司、各地分公司等销售公司。为掌控月饼原料中重要的莲蓉供应环节，华美食品已在湖北开展莲子种植项目，在河南建立面粉供应基地，确保食品绿色及安全。华美食品一直努力在打造一体化战略。目前，华美食品旗下已经有“华美”“牛奶搭档”（已升级为每日粗粮）“华夫软饼”“金丽沙”“Q 脆”“熊格格”“欧麦咖”等品牌产品，产品常年销往全国各地及海外市场。

华美食品先后邀请了歌星孙悦和天王巨星周华健等明星加盟做形象代言人。华美食品系“中国烘烤最具竞争力十大品牌”、“中国月饼十强企业”、“全国糕点月饼质量安全优秀企业”，华美商标是“驰名商标”。华美食品在发展自身的同时，始终关心公益，热心慈善，连续多年向福利院捐款捐物，持续 8 年通过中国邮政赠送月饼慰问中国驻外维和部队，向汶川地震、玉树地震、雅安地震、西南干旱灾区捐款捐物，积极协办“东莞万人按手印”支持上海世博会等义举。

从优秀到卓越，华美人将一如既往，向广大消费者奉献安全、健

康、美味的食品为己任。通过努力打造 FOES 友爱企业，即用热情和目标做生意赚钱，用友爱影响关联企业共同发展，同时营造那种亲和儒雅艺术性的让人难以仿制的品牌形象，以全新的面貌展现在世人面前。

时值中秋佳节来临之际，中联重科股份有限公司市场部拟感恩回馈超级 VIP 客户欲采购 5000 余盒高档月饼。东莞华美食品有限公司得此消息后派大客户经理前往长沙与中联重科股份有限公司市场经理商谈月饼买卖相关事宜。

东莞华美食品有限公司月饼系列产品信息如下：

产品名称	产品系列属性	零售价
华美双黄	华美双黄是彰显华美月饼品质的首席产品，也是华美主推的高端品质产品之一，采用 100% 的莲蓉做馅料。大红底色富贵喜庆，牡丹花的点缀更添华丽，圆月的呼应突出团圆的氛围，表现了“花好月圆”的绝美意境。内配：180 克双黄纯白莲蓉月饼 4 个。	168 元/盒
蛋黄酥	台式蛋黄酥是华美集团借势中秋，推出的非月饼礼盒及月饼糕点系列。层层叠叠的酥皮裹着甜糯的红豆馅，甜糯的红豆馅里又包着咸酥的蛋黄，每一口都超级享受。内配：50 克台式蛋黄酥 8 个。	248 元/盒
七星伴月	七星伴月堪称华美月饼传统系列中的高品质代表之作，七星伴月的设计理念来自七小行星伴随月亮的天文景观，喻意阖家大团圆。整体盒形以八方形呈现红色做铺底配以镂空圆形天窗，画面构图演绎出了“花前月下”美丽意境。内配：180 克双黄白莲蓉月饼 1 个、100 克红糖桂圆月饼 2 个、100 克香芋蓉月饼 2 个、100 克红豆蓉月饼 3 个	428 元/盒
茶是故乡浓	“茶是故乡浓，月是故乡明”，中华茶文化源远流长，对于茶的运用也让世人惊叹。“茶是浓”的设计将这一意境表达得淋漓尽致，让人尤在境中。本品历经多年市场洗礼而经久不衰，“纵观华美数十载，记忆当属茶是浓”。内配：80 克蛋黄绿茶蓉月饼 3 个、80 克铁观音茶蓉月饼 3 个、80 克红茶玫瑰蓉月饼 3 个。	328 元/盒
盛汉尊礼	“悠悠上下五千年，历史长河中唯我盛汉空前，影响深远，盛汉尊礼承载了深厚的汉文化底蕴，整体风格体现出浓墨重彩的盛汉风格，整体以中国红铺底，尊礼二字用的书法体将产品整体尊贵的特性有效聚集。内配：230 克三黄白莲蓉月饼 1 个、180 克双黄白莲蓉月 1 个、150 克蛋黄绿茶蓉月饼 3 个、100 克红糖桂圆月饼 2 个、50 克鱼翅鲍鱼月饼 4 个。	598 元/盒

【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	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

(个人表现分20)	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)	律、造成恶劣影响的本项目记0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		

三、促销模块

43. 试题编号：J3-1，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。2016 年，美特斯邦威回归初心，以工匠精神专注于产品创新品牌升级，励精图治，勇敢挑战自我，从传统单一的休闲风格服饰品牌裂变为表达多种态度和极致体验的多元生活方式品牌，以此来满足新世代年轻人的日益细分和体验升级需求。

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该企业 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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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)	

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（3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（3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，每个预案（2分），合理度（1分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

44. 试题编号：J3-2，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××年春节，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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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（3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（3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，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

45. 试题编号：J3-3，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，产品进入母婴专卖店共计有千余家左右，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，计划2018年突破1亿元的销售收入，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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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（3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（3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，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100			

46. 试题编号：J3-4，婴儿用品元旦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。2014 年 5 月获得“高端洗护第一阵营优秀品牌”、2014 年 7 月获得化妆品大会蓝玫奖——“年度最具创新品牌”。

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 (特别添加橄榄精华,富含单一不饱和脂肪酸和抗氧化维他命 E,能够保湿、保护和滋养头皮,修复干性头皮和受损发	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。)

丝。)		
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该企业 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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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 (3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 (3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, 每个预案 (2分), 合理度 (1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

47. 试题编号: J3-5, 大药房元旦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。2002 年 4 月，该公司湖南浏阳店开业，公司开始走向连锁之路；2002 年 12 月，西安新城店、杭州国都店相继开业，实现了西征东进，跨省经营；2003 年 7 月，西安小寨店开业，实现了同一城市开多家门店的战略举措；2004 年底，在全国药店半数亏损的情况下，销售额激增至 18.2 亿元，成为国内具有影响力的药品零售企业。2008 年，公司成功引入外资 8200 多万美元，成立了中外合资公司连锁有限公司，实现公司管理和经营的国际化。2009 年 1 月，公司斥资 2000 余万元成功收购湘潭海诚大药房的 32 家药店，开始在国内全面挺进二级市场。2009 年 4 月，公司加入联合国“全球契约”，开始步入国际化的发展平台。自 2001 年创立以来，公司开发了湖南、陕西、浙江、江西、广西、山东、河北、广东、天津、上海、湖北、河南、北京、江苏、安徽等 15 个省级市场，拥有大中型门店 600 多家，经营面积 10 万多平方米，拥有总资产近 10 亿元，净资产近 5 亿元，年销售额近 37 亿元，员工 1.8 万多人。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。2016 年 0 月，公司十五周年答谢庆典在长沙圣爵菲斯酒店举行，来自全国的各大药品零售连锁企业和制药企业近 700 名精英汇聚一起，为行业把脉。会上，公司董事长表示，中国药品零售行业的发展面对着无数的变数，既有国家政策释放的巨大红利，也有多层资本市场迅速推进带来的药店上市潮

和并购风，更有“互联网+”思潮带来的巨大冲击，药品零售行业迎来了崭新的发展机遇，同时也伴随着更多的挑战。面对大健康产业的迅速发展和未来巨大的市场空间，零售药店必须提前布局，抢占先机。

【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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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（3 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（3 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，每个预案（2 分），合理度（1 分）	
		创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100			

48. 试题编号：J3-6，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”。2009 年，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，优质服务，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。十年俱进，顺势共赢——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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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（3 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（3 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，每个预案（2 分），合理度（1 分）	
		创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100			

49. 试题编号: J3-7, 化妆品“三八节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

奥岚雪化妆品有限公司位于四川成都, 隶属于地奥集团。地奥集团本是制药世家, 奥岚雪是由地奥集团研制和生产出来的专业天然美容护理品, 这是地奥集团由制药行业向美容化妆品行业的品牌延伸, 是地奥品牌战略的又一思路。奥岚雪产品分为以下五个系列: 明眸眼部体系----眼霜及眼贴膜类; 姣妍新生系列----抗衰老护肤类; 亮颜美白系列----美白护肤类; 水样滋润系列----保湿护肤系列; 特殊修复类----皮肤问题修复类。

奥岚雪的品牌含义就是----医学, 美学, 奥岚雪。从医学的角度来做美学, 更加具有专业性和权威性。品牌的定位就是广大消费者的美容护理专家, 其价位适中, 能为广大工薪阶层所接受。企业围绕“美

容护理专家”这一品牌形象而对奥岚雪的眼贴膜、面贴膜进行宣传。反过来对奥岚雪眼贴膜、面贴膜的宣传推广都是为了塑造奥岚雪“美容护理专家”的品牌形象，顺利由地奥的制药品牌形象向奥岚雪的美容护理品牌形象过渡。

2011 年销售额为 60.38 亿元人民币；2012 年销售额 80.26 亿元人民币，增长百分之二十；计划 2018 年销售额突破 120 亿元人民币，更高速增长。目前已经稳固浙江一带沿海市场，现企业着手从沿海地带辐射全国各地各区域，希望成为国内化妆品的佼佼者。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场，并采用美容院加盟的方式，请根据促销方案策划的流程为其加盟美容院 20××年“三八节”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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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（3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（3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，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

50. 试题编号：J3-8，国庆节空调促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

成立于1991年的珠海格力电器股份有限公司，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。

2012年格力电器实现营业总收入1001.10亿元，成为中国首家

超过千亿的家电上市公司；2015 年 4 月 27 日，格力电器发布 2014 年业绩报告。报告显示，公司 2014 年实现营业总收入 1400.05 亿元，同比增长 16.63%；归属于上市公司股东的净利润为 141.55 亿元，同比增长 30.22%，继续保持稳健的发展态势。2014 年格力官方商城重磅上线。

格力空调，是中国空调业唯一的“世界名牌”产品，业务遍及全球 160 多个国家和地区。家用空调年产能超过 6000 万台(套)，商用空调年产能 550 万台(套)；2005 年至今，格力空调产销量连续 10 年领跑全球，用户超过 3 亿。2015 年 5 月，格力电器大步挺进全球 500 强企业阵营，位居“福布斯全球 2000 强”第 385 名，排名家用电器类全球第一位。

作为一家专注于空调产品的大型电器制造商，格力电器致力于为全球消费者提供技术领先、品质卓越的空调产品。在全球拥有珠海、重庆、合肥、郑州、武汉、石家庄、芜湖、巴西、巴基斯坦等 9 大生产基地，7 万多名员工，至今已开发出包括家用空调、商用空调在内的 20 大类、400 个系列、12700 多个品种规格的产品，能充分满足不同消费群体的各种需求；累计申请技术专利 15600 多项，其中申请发明专利近 5000 项，自主研发的磁悬浮变频离心式制冷压缩机及冷水机组、光伏直驱变频离心机系统、双级变频压缩机、无稀土变频压缩机、R290 环保冷媒空调、1 赫兹变频空调、多功能地暖户式中央空调、永磁同步变频离心式冷水机组、超低温数码多联机组等一系列“国际领先”产品，填补了行业空白，改写了空调业百年历史。

【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结合你所在区域实际情况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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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（3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（3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，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

51. 试题编号：J3-9，三八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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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（3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（3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，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

52. 试题编号：J3-10，日威电器父亲节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

上海日威电器有限公司，始创于1994年，是一家专业经营剃须刀、电吹风、剃须器、电推剪、电熨斗、挂烫机等个人和专业护理电器的公司，作为一家集研发、生产和销售的综合性的家电企业，日威电器在上海松江、宁波慈溪拥有四个生产基地，员工1000余人。企业通过IS9001：2008质量管理体系认证，产品通过GS、CE、EMC、CCC、ROSH等多项国际认证。日威品牌还相继荣获“中国驰名商标”、“中国质量过硬放心品牌”、“中国知名品牌”、“中国小家电行业十大

影响力品牌”等荣誉称号。

日威剃须刀是日威电器旗下的拳头产品，多年来，通过执着奋发，在市场和业内，树立了良好的品牌声誉和极强的综合竞争力。在研发方面处于行业领先地位，拥有多项专利技术。日威剃须刀六大系列，丰富的产品线，总有一款适合你。无论是从造型到性能、还是从质量到价值，都能满足你个性而苛刻的要求，为你提供舒适高雅的感官享受。

日威电器自成立以来，公司秉承“创新、领先、成长、服务、尊重”的企业理念；以人为本，广纳贤士，打造富有激情和开拓精神的专业团队。以“用品质诚信于客户，以创新服务于市场”的企业宗旨；以“质量为本、信誉为魂”的品质理念；以“追求卓越，领导时潮”的企业使命；不断精益求精，孜孜追求，致力于成为中国生活电器的领导品牌。

日威剃须刀品牌属性（品牌的特点）

专注 17 年：日威专注电动剃须刀的研发生产 17 年，产品均为独立生产，品质稳定，并拥有发明专利和外观专利。

产品丰富：至尊系列(三头浮动/往复)、至俊系列(双头浮动式)、至美系列(双头浮动式)、至简系列(往复式)、至尚系列(往复式)、至速系列(单旋式)

贴面舒适：双环贴面刀网、独立浮动刀头、自动提须装置、自动研磨功能等先进技术，让贴面剃须成为轻松畅快的高尚享受。

剃须彻底：强劲动力结合独创精玄刀头，轻松应对难剃部位，杜绝任何残留，剃须更彻底。

创新跨界设计：日威文化内涵融合跨界元素，借鉴国际知名品牌设计艺术，将科技与艺术完美结合，创造人机美学新风尚。

时尚生活标志：睿智刚毅、尊贵典雅、时尚美观，日威不仅仅是一款剃须刀，更展现的是一种时尚生活元素。

高性价比：坚持以专业服务消费者，四大生产基地，全国领先规模，让中国男性轻松拥有最质优价廉的电动剃须刀。

日威剃须刀品牌精神

日威剃须刀品牌价值观：“剃”验生活的轻松感觉

日威剃须刀品牌文化：积极进取，乐观向上

日威品牌个性：富有激情、乐观进取、追求生活品质、具有创新精神、渴望享受高品位生活的态度。

日威剃须刀产品核心利益

剃须很彻底，高尚享受，更有魅力

日威剃须刀产品定位

专业品质产品、价格实在产品、质量可靠产品、外观时尚产品

日威剃须刀整体品牌定位

剃须专家；中国电动剃须刀领导品牌

日威剃须刀品牌宣传主题：

专注电动剃须刀 17 年，专注品质，成就经典

【测试任务】

面对竞争激烈的个人护理市场，为提高品牌在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，增加销售量，日威公司欲在 20××年 6 月进行一次较大规模的促销活动，请根据促销方案策划的流程为企业 20××年湖南 A 市场（提示：A 市场可以更换为你所熟悉的某市场区域）的“父亲节”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及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、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)	具体内容	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	
		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（3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（3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，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100			

四、推销模块

53. 试题编号：H1-1，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 250ml、500ml、1000ml，零售价分别为：1 元、2 元、3 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	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	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	观察顾客反映,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)和顾客选择适当的推销方法
		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	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。
		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		

54. 试题编号: H1-2, 休闲食品推销

(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, 公司以洞庭湖出产的天然河鲜为原料, 通过独特的产品加工工艺, 打造出味冠天下的系列休闲食品。公司目前拥有两大品牌四个系列的休闲食品, 产品线涵盖“休闲鱼, 休闲鸭, 休闲豆干, 休闲鱿鱼”当前市场最畅销的全系列品类, 产品味道独特, 天然健康, 包装精美大方。在风味上突出湘味特色, 同时兼顾其他风味, 能满足不同地区、不同口感的消费者需求。(备注: 具体品牌以现场提供实物为准)

产品简介: 休闲鱿鱼 120g, 零售价: ¥ 28 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
	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
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强

(40分)	具体内容	推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	于 500 字， 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 (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	观察顾客反映，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			

55. 试题编号：H1-3，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。

产品简介：蒙牛纯牛奶 24×250ml，零售价：¥72 元；特仑苏 12×250ml，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	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	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	观察顾客反映,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)产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙地处理顾客异议,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		

56. 试题编号：H1-4，可口可乐推销

(1) 任务描述

【背景资料】

可口可乐（Coca-Cola, Coke）是全球最大的饮料厂商，起源于 1886 年美国佐治亚州亚特兰大城一家药品店。1892 年，艾萨凯德勒设立可口可乐公司，总部位于美国亚特兰大；1894 年 3 月 12 日，瓶装可口可乐开始发售；1955 年，可口可乐首次以罐装发售。可口可乐在大多数国家的可乐市场处领导地位，其销量被列入吉尼斯世界纪录，全球每天有 17 亿人次的消费者在畅饮可口可乐公司的产品，大约每秒钟售出 19,400 瓶饮料。

产品简介：可乐 500ml，零售价：¥2.5 元；零售价：1.25l，¥7.5 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	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	推销开场	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做	

演示 (40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	观察顾客反映，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		

57. 试题编号：H1-5, 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。2014年舒肤佳等抗菌皂在美国恐遭禁售，美方称可能干扰荷尔蒙。

产品简介：有金银花、菊花、芦荟各种香型，各种颜。规格，115g, 零售价：¥4.0 元；115g×3, 零售价：¥10.50 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	观察顾客反映，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			

58. 试题编号：H1-6, 婴幼儿奶粉推销

(1) 任务描述

【背景资料】

某公司是一家专业从事美国品牌婴幼儿奶粉、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余家左右。自成立以来，公司每年以 150% 的速度增长，计划 2018 年突破 10000 万元的销售收入，发展前景非常乐观。

产品简介：婴儿配方奶粉 2 段；【规格】400 克/盒；【奶源原产国】新西兰；零售价：¥68 元

1. 本产品由湘雅集团联合实验室专家团队研发；

2. 乳铁蛋白：有抑菌作用，有细胞生成调节功能，有对双歧杆菌的生长刺激功能。

a-乳清蛋白：作为一种优质的乳清蛋白，a-乳清蛋白是生长发育的必需氨基酸的重要来源，支持宝宝生长发育。

核苷酸：是 RNA 和 DNA 的前体物质，还起着代谢调节的作用，对免疫系统有促进的作用。

复合益生元：可促进有益菌的生长，抑制有害菌，调节体内生态平衡，增强机体免疫功能；也可以促进胃肠道健康并减少便秘机会。

（备注：具体品牌以现场提供的实物为准）

【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 推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	
	体 推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
	内 推销时间	2	测试时间当天	
	容 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	观察顾客反映，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		

五、营销策划模块

59. 试题编号：H2-1，母亲节庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

雕牌洗衣粉是浙江丽水市爱纳斯公集团的品牌产品。雕牌商标由一个苍劲有力的手写体“雕”字和一只展翅飞翔、搏击长空的大雕形象组合而成。雕，是一种猛禽，是藏民的图腾，在藏语中有卫生清道夫之意。雕，筑巢于悬崖绝壁上，翱翔天际，啄食腐败生物，尽清洁卫士的天职，保护生态环境。产品商标取名为雕，意在対顽垢污渍和丑恶现象猛力地去除之。

纳爱斯集团成立于 1968 年，前身是地方国营“丽水五七化工厂”，1993 年底改制为股份公司，2001 年 12 月组建集团。纳爱斯在改革开放中长足发展，自 1994 年以来，完成各项经济指标一直稳居全国行业榜首。纳爱斯集团总部位于中国“浙江绿谷”丽水市。在华南的湖南益阳、华北的河北正定、西南的四川新津和东北的吉林四平建有四大生产基地，与总部在全国形成“五足鼎立”之势，是目前世界上最大的洗涤用品生产基地。年产洗衣粉 100 万吨、液体洗涤剂 30 万吨、香肥皂 28 万吨、甘油 2 万吨、牙膏 2.5 亿支。洗衣粉占有中国市场 40%以上的份额，肥皂占有超过 67%的市场份额，液体洗涤剂产销量多年来稳居行业前茅。集团拥有纳爱斯、雕牌两大名牌四大系列四百多个品种产品。其中“纳爱斯”、“雕”牌为驰名商标，雕牌洗衣粉、雕牌液体洗涤剂同为中国名牌产品和国家免检产品。集团以实现“纳爱斯成为中国的跨国公司”为目标，市场网络遍及全国各地，设有 40 多个销售分公司。多种产品已进入欧洲、非洲、东南亚、美国、新西兰、大洋洲等地区和国家。

集团诚信经营，发展迅速，业绩突出。集团已分别荣获“中国轻

工优秀企业”、“中国轻工先进集体”、“中国企业 500 强”、“质量效益型企业”，以及“全国文明单位”、“诚信示范企业”、“AAA 级信用企业”、“国家生态工业示范点”等多项殊荣和荣誉称号。集团始终坚持“只为提升您的生活品质”的企业经营宗旨，朝着“转型、突破、升级”的方向，为把纳爱斯打造成世界级企业而努力。

【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，20XX 年母亲节来临之际，公司拟在长沙市雨花亭沃尔玛购物广场举办一次大型母亲节庆典活动，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业 20××年母亲节庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案(字数要求 1500 字以上)。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(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 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 (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		3	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		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
		公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
		公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
		公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
		媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
		进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
		费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
		效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，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		

60. 试题编号: H2-2, 五芳斋端午节庆典活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

具有百年历史的浙江五芳斋实业股份有限公司是集团食品产业的龙头,著名的中华老字号企业,农业产业化国家重点龙头企业,全国最大的粽子产销商,全国食品制造业纳税百强。嘉兴五芳斋粽子是获国家质检总局国家地理标志(原产地)注册的产品,“五芳斋”商

标是国家商标局认定的中国驰名商标，五芳斋品牌无形资产价值丰富，产品质量上乘、品味卓越、文化内涵深厚。

“五芳斋”创始于 1921 年，是国家首批“中华老字号”。历经百年沧桑沉浮，凝聚几代人的心血努力，五芳斋走上了现代企业发展之路，现已经成为集食品、农业、房产、准金融和贸易业务为一体的企业集团，总部位于浙江省嘉兴市，并在上海成立了营销总部，在香港设有食品进出口公司，员工近 6000 人。2014 年度五芳斋集团实现销售收入 26 亿元，实现利税 2.5 亿元。

五芳斋崇尚“和商”经营理念，以“打造中国米制品行业的领导品牌，打造中式快餐连锁的著名品牌”为战略目标，着力建设“从田间到餐桌”的食品产业链，横跨农业、食品制造、快餐连锁、电子商务等领域，形成以粽子为主导，集米制品、卤味制品、蛋制品等为一体的产品群。公司在黑龙江建立了优质稻米基地，在江西设立了纯天然箬叶基地，在嘉兴、成都、广东、武汉建有四大食品生产配送基地，市场营销网络遍布全国，并开设了 320 多家连锁门店、600 多个早餐销售点，产品还销往港澳、美洲、澳洲等地。

2017 年，五芳斋已经成为全国最大的粽子产销商，农业产业化国家重点龙头企业，全国食品制造业纳税百强、全国餐饮百强、全国早餐工程示范企业，“五芳斋”被认定为中国驰名商标，五芳斋粽子制作技艺也被列入国家级非物质文化遗产保护名录。目前五芳斋食品加工类目主要包含五芳斋真空粽，五芳斋新鲜粽，五芳斋礼品粽，五芳斋真空卤味，五芳斋保鲜卤味，五芳斋汤料以及五芳斋月饼等几大类产品，产品销售量呈逐年攀升之势。

【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司拟在 20×× 年举办一次端午节庆典活动，预算控制在 10 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业 20×× 年端午节庆典活动进行策划，

并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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		3	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		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
		公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
		公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	

	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，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		

61. 试题编号：H2-3，梦园宾馆开业庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

梦园宾馆为梦园集团在四平开办的一家四星级宾馆。梦园集团为餐饮服务类企业，主要经济活动范围包括：华北、华东、华中、华南、东南的较大城市，在东北沈长哈大四市也有几家宾馆。四平梦园宾馆是梦园集团在四平开办的首家宾馆，也是四平首家四星级宾馆。对于四平这样的中型城市，梦园集团看重的是四平作为交通枢纽的重要性；再者，振兴东北老工业基地的政策，预示着东北的复兴，所以梦园集团想以几个大中型城市为基础，抢占东北的市场。作为一个新进入四平的企业，梦园宾馆知名度不是很高，而且四平还有如四平宾馆、吉平宾馆、丽豪宾馆等一些已有一定名声的竞争对手，所以，要想在四平站稳脚跟，梦园宾馆举办开业庆典是公关的第一炮，这次机会一定要抓住。

【测试任务】

为了在四平站稳脚跟，梦园宾馆拟在 20××年×月×日举办一次

开业庆典活动，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业 20××年×月×日开业庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案(字数要求 1500 字以上)。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(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 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 (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，在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整 (策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
		活动背景	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性 (4 分)	
		公关活动目标	有活动目标 (2 分)，目标明确、具体、具有针对性 (3 分)	
		公关活动主题	有主题 (3 分)，主题鲜明、引人注目 (2 分)	

	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）	
	效果评估	2	有效果评估（1 分），公关效果评估合理，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		

62. 试题编号：H2-4，陶华碧老干妈元旦庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

陶华碧老干妈牌油制辣椒是贵州地区汉族传统风味食品之一。几十年来，一直沿用传统工艺精心酿造，具有优雅细腻，香辣突出，回味悠长等特点。是居家必备，馈赠亲友之良品。

“老干妈”是公司创始人陶华碧女士白手起家创造的品牌，1984 年，陶华碧女士凭借自己独特的炒制技术，推出了别具风味的佐餐调料，令广大顾客大饱口福，津津乐道。1996 年，陶华碧董事长在贵阳龙洞堡创办工厂批量生产风味豆豉产品，通过 20 多年的发展，“老干妈”已经成为海内外华人中脍炙人口的辣椒调味品品牌。

老干妈是国内生产及销售量最大的辣椒制品生产企业，在美国“老干妈”绝对算的上是“来自中国的进口奢侈品”，在长沙，陶华碧老干妈备受消费者的欢迎。今天，老干妈公司已拥有分布在贵州省内的三个生产厂区，总面积达 750 亩，员工近 5000 人。每一天，老

干妈人都为超过 200 万以上的消费者提供多种美味、健康的产品。

【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司将于 20××年×月×日年元旦在长沙步步高超市举办陶华碧老干妈元旦庆典活动。请你为其设计一份元旦庆典活动的公关策划方案。预算控制在 50 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为陶华碧老干妈元旦庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	

	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
	公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
	公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，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		

63. 试题编号：H2-5，农夫山泉高端矿泉水新闻发布会活动方案设计

（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9月26日。该公司是中国大陆一家饮用水生产企业，拥有浙江千岛湖、吉林长白山、湖北丹江口、广东万绿湖、宝鸡太白山、新疆天山玛纳斯、四川峨眉山、以及贵州武陵山八大优质水源基地。

2015年，2月1日，2月1日，农夫山泉股份有限公司（下称农夫山泉）推出了农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水，水源来自于吉林长白山

抚松县境内的莫涯泉。高端水的三大特点：稀缺的天然水源、天然均衡的矿物元素含量、能够体现深厚的自然或人文文化内涵。在农夫山泉看来，前两点是自然赋予的，第三点则需要人为的努力。为了让产品富有美感和文化附加值，农夫山泉花了三年时间邀请了 5 家国际顶尖设计公司进行设计，历经 58 稿后才最终选定包装设计。

该款产品包装一共有 8 种样式，瓶身主图案选择了长白山特有的物种，如东北虎、中华秋沙鸭、红松，图案边写有诸如“长白山已知国家重点保护动物 58 种，东北虎属于国家一级保护动物”等文字说明，透露出浓浓的生态和人文关怀气息。据悉，此款玻璃瓶高端矿泉水定价约为 35-40 元（750ml），主要面向高端消费人群。此款玻璃瓶高端矿泉水已进入长沙市场，但购买者较少。

【测试任务】

为了在长沙推广农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水，公司准备于 20×× 年×月×日年为农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水举办一次新闻发布会，预算控制在 20 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水新闻发布会活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3		排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）
		公关活动目标	5		有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）
		公关活动主题	5		有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）
		公关活动对象	5		有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）
		公关活动时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）
		媒介宣传	5		有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）
		进度安排、物料准备	10		对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）
		费用预算	3		有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）
效果评估	2	有效果评估（1 分），公关效果评估合理，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			

64. 试题编号：H2-6，华为国庆庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

华为终端在巴塞罗那世界移动通信大会 2017（MWC）上发布发布了全新华为 P 系列智能手机——华为 P10&P10Plus.

P 系列是华为终端产品中定位时尚精致的高端旗舰系列。华为 P10&P10Plus 延续了 P 系列的经典基因，还加入了顶尖技术，其中摄影功能迎来了更高的突破，外观 ID 设计进行了重大的革新，并辅以特殊工艺，视觉层面更注重艺术细节美。同时，在科技体验方面，华为 P10&P10Plus 也较上一代有重大突破，在继续发扬核心性能优势的基础上，聚焦系统流畅性、续航和摄影等消费者痛点进行了全方位的改进和优化。

一、特色功能

1. 摄影：重新定义手机人像摄影
2. 设计：先进工艺科技与美学与再次融合
3. 运行：畅快体验
4. 通信：领先通信

二、售价信息

华为 P10 系列将于 3 月 24 日开卖，其中，4GB RAM+64GB ROM 内存组合版的售价 3788 元，4+128GB 版售价为 4288 元。华为 P10Plus 分为两个内存组合版，6+64GB 版为 4388 元，6+128GB 版为 4888 元，6+256GB 版售价 5588 元。

三、外观颜色

在颜色上，华为 p10 一次推出了白、黑、玫瑰金、香槟金、银色、深空灰、草木绿、深空蓝八大颜色。

【测试任务】

为了迅速打开市场，吸引更多消费者，公司拟于 20××年×月×日年国庆节在长沙各大专卖店举办一次国庆节庆典活动，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该华为 P10 & P10 Plus 20××年国庆节庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）	
		公关活动目标	有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）	

	公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，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		

64. 试题编号：H2-7，海尔赞助烛光工程公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

海尔集团创立于1984年，一直以来持续稳定发展，已成为在海内外享有较高美誉的大型国际化企业集团。产品从1984年的单一冰箱发展到拥有白色家电、黑色家电、米色家电在内的86大门类13000多个规格的产品群，并出口到世界160多个国家和地区。海尔集团现有设计中心18个，工业园10个其中国外2个，分别位于美国和巴基斯坦；国内8个，其中5个在青岛，合肥、大连、武汉各有一个，海外工厂13个。营销网点58800个，服务网点11976个。在国内市场，海尔冰箱、冷柜、空调、洗衣机四大主导产品的市场份额均达到30%左右；在海外市场，海尔产品已进入欧洲15家大连锁店的12家、美

国 10 家大连锁店的 9 家。在美国、欧洲初步实现了设计、生产、销售“三位一体”的本土化目标。海外十三个工厂全线运营。

2017 年 6 月 22 日由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的第十四届“世界品牌大会”在北京举行，在会上发布的 2017 年《中国 500 最具价值品牌》分析报告中，海尔以 2918.96 亿元的品牌价值居榜单第三位，这也是海尔连续十四年蝉联该榜单家电行业第一品牌。

【测试任务】

为了使集团品牌形象牢固树立在目标受众心目中，从而带动集团旗下的产业更进一步的发展。海尔集团决定在 20××年 9 月教师节来临之际，联合烛光工程，赞助其在我国贫困山区开展“烛光情、颂师恩”征文竞赛，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业 20××年 9 月赞助活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(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 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(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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		活动背景	有活动背景,背景阐述得当	
		市场分析	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)	
		公关活动目标	有活动目标(2分),目标明确、具体、具有针对性(3分)	
		公关活动主题	有主题(3分),主题鲜明、引人注目(2分)	
		公关活动对象	有明确的活动对象(2分),公关对象选择符合企业市场要求(3分)	
		公关活动时间地点	选择恰当,与活动对象、活动主题相适应,时间选择得当(2分),地点选择得当(3分)。	
		活动项目流程设计	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分,要求设计2个以上项目,每个项目4分),流程安排较为细致、正确,具有一定的可行性(6分,每个小项目2分)	
		媒介宣传	有媒介宣传(2分),媒介选择合理,宣传效果较为显著(3分)	
		进度安排、物料准备	对活动全过程拟成时间表(5分),何地需要哪些物料,需要怎么布置进行安排(5分)	
		费用预算	有预算与分配表(1分),费用预算合理、可行(2分)	
		效果评估	有效果评估(1分),公关效果评估合理,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		

66. 试题编号: H2-8, 百事公司赞助活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

百事公司是一家饮料和休闲食品公司，于 1965 年由前身百事可乐公司与世界最大休闲食品制造与销售商菲多利（Frito-lay）合并而成。在全球 200 多个国家和地区拥有 14 万雇员，2004 年销售收入 293 亿美元，为全球第四大食品和饮料公司。公司总部设在纽约市。公司附属机构近百个，主要有百事可乐饮料公司、弗利托-莱公司（快餐馆）、啤喱餐馆（供应意大利式烘焙饼等）、北美运输公司和威尔逊体育用品公司等。该公司子公司分布很广，国内涉及 48 个州，国外涉及 100 多个国家和地区。2015 年 10 月，百事宣布与一家授权合作伙伴联手，在中国市场上出售一系列手机和配件。

百事公司的系列产品中有 22 个品牌的年零售额都在十亿美元以上，如：百事可乐（Pepsi-Cola）、激浪（Mountain Dew）、佳得乐（Gatorade）、乐事（Lay's）、百事轻怡（Pepsi Light）、百事极度（Pepsi Max）、纯果乐（Tropicana）、多力多滋（Doritos）、立顿茶（Lipton Teas）、桂格麦片（Quaker Oats）、奇多（Cheetos）、七喜（7-UP）、美年达（Mirinda）等。

百事成功地取代可口可乐成为迪斯尼旗下 Dixon International Field of Anaheim 所经销的品牌饮料的合作伙伴，开辟了百事与迪斯尼同行业务关系。在以前，迪斯尼经销的全是可口可乐。另外，百事又向前跨了一大步，主要是因为他将注意力移到了矿泉水生产上，这类产品比罐装饮料的利润要高出很多，除此之外，百事已成为影片 The Phantom Menace 的饮料赞助商。

2016 年 3 月 28 日，凯度零售咨询（Kantar Retail）发布 2015 年中国 Power Ranking 制造力量排行榜调研结果，百事第 10。

【测试任务】

为了进一步提高企业知名度，树立企业良好形象，百事公司准备进行一次赞助活动，经费控制在 30 万以内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业进行一个赞助活动策划，并撰写出格式正确、

主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）	
	公关活动目标	5	有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）	
	公关活动主题	5	有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。	

	活动项目 流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、 物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，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		

67. 试题编号：H2-9，××酒店开业庆典公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

××酒店是目前湖南省挂牌国际星级商务酒店，雄踞于A市中心商务及金融区黄金地段，前往购物中心、景点和娱乐中心都十分便利。酒店提供24小时送餐服务，商务中心，24小时礼宾服务，美容美体沙龙，自动提款服务，外币兑换，国内外快递服务，停车服务，无线上网服务。酒店拥有384间客房和套房及40间各式户型的公寓，所有房间均配备甜梦之床、雨淋之露淋浴设施及32寸液晶电视，为顾客营造舒适怡人的休息空间。宽敞舒适的健身中心配以先进的健身设备，通透日光的室内恒温游泳池，美丽安静的空中花园，创造出完美的健身空间。融合现代的水疗法和中国悠久的养生之道，顾客能领略到独一无二的身心体验。酒店拥有近2,000平方米的大型宴会厅及多个多功能会议厅，其中包括一个800平米的大宴会厅，9个多功能厅/会议室，酒店拥有经验丰富的专业团队为顾客提供服务，从而确保顾客在酒店活动成功而与众不同。酒店为顾客提供免费高速无线上网

服务，让顾客轻松享受办公和网上休闲的乐趣。位于酒店裙楼的××百货，汇聚了当今世界奢侈品的顶级品牌，在这里不仅可以同步领略到全球时尚潮流的前沿，更可以全方位感受时尚购物的愉悦体验。

【测试任务】

该酒店将于 20××年×月×日开业，请你做一次酒店开业庆典公关活动策划，经费控制在 50 万元之内。（A 市可以更换为你所熟悉的城市）。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该酒店开业庆典公关活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	体 目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、	

	内容		(一) 两级即可)	
	活动背景	5	有活动背景, 背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性 (4 分)	
	公关活动目标	5	有活动目标 (2 分), 目标明确、具体、具有针对性 (3 分)	
	公关活动主题	5	有主题 (3 分), 主题鲜明、引人注目 (2 分)	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象 (2 分), 公关对象选择符合企业市场要求 (3 分)	
	公关活动时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当 (2 分), 地点选择得当 (3 分)。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合 (8 分, 要求设计 2 个以上项目, 每个项目 4 分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性 (6 分, 每个小项目 2 分)	
	媒介宣传	5	有媒介宣传 (2 分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著 (3 分)	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表 (5 分), 何地需要哪些物料, 需要怎么布置进行安排 (5 分)	
	费用预算	3	有预算与分配表 (1 分), 费用预算合理、可行 (2 分)	
	效果评估	2	有效果评估 (1 分), 公关效果评估合理, 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		

68. 试题编号: H2-10, 某楼盘开盘庆典公关活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

某楼盘是由央企地产综合实力排名第一的保利地产打造的千亩大盘, 总占地 1185 亩, 规划总建筑面积 138 万平方米, 规划 1.08 万户, 居住人口近 4 万。

该项目连续二年荣获 A 市销售冠军, 单盘销售前三甲, 项目 2013 年荣获区销售冠军, 2014 年获得了 A 市销售冠军, 2015 年获得了 A 市内五区销售冠军。

项目地理位置优越，以市政府为核心的配套设施完全可以覆盖到项目。目前 11×路、30×路公交车经过，每 5 分钟就有一趟直达 A 市最繁华的地段。

小区内拥有 330 亩的原生态中央山体公园，项目东边是 A 市独有的体育公园。体育会所、游泳池、网球场、篮球场等运动配套，项目西北角是从幼儿园到初中一站式精英教育一××学校，其 30 个班幼儿园、30 个班小学、30 个班初中的规模，也堪称全城最大，是真正的学区房。西南角规划有 4 万平方米的星级生态酒店，作为 A 市少有的星级酒店之一，无论是居家生活还是商务谈判多可以满足业主的需要，使居家生活更加便捷，购物无须长途跋涉，会友就在家门口，大大提高业主的生活效率。该楼盘将于 20××年×月×日开盘。

【测试任务】

请你为该楼盘策划一次开盘庆典活动。活动经费控制在 50 万以内（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市）。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该楼盘的开盘庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3		排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）
		公关活动目标	5		有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）
		公关活动主题	5		有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）
		公关活动对象	5		有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）
		公关活动地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）
		媒介宣传	5		有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）
		进度安排、物料准备	10		对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）
		费用预算	3		有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）
效果评估	2	有效果评估（1 分），公关效果评估合理，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			

69. 试题编号：H2-11，购物中心“七夕情人节”庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

××城购物中心位于A市最繁华的五一商圈。购物中心共有七层，总建筑面积约达80,000平方米，目前由百联亿万豪持有经营。作为一个国际化区域性购物中心，购物中心将首次为A市消费者带来全方位生活方式的全新理念。拥有国际一流设施、先进运营理念以及“全新、时尚、独特”定位的购物中心的出现将进一步改善A市的商业格局，并将成为A市乃至整个中部地区消费者的理想之选。

购物中心富有经验的管理团队兼具了国际视野和对本土市场的深入认识，并致力于将购物中心打造为“购物达人的天堂”。作为都市潮流人士的乐园，购物中心引进了多个首次进入A市市场的国际品牌，其中包括H&M和Zara在内的独家时尚品牌，将为A市带来全新的国际潮流。

在餐饮方面，购物中心也为消费者提供了丰富的选择。顾客既可以享用传统的中国美食，又可以品尝多种异国风味。购物中心的餐饮品牌也名目繁多，涵盖休闲便餐、高档餐厅以及广受欢迎的国际餐饮连锁品牌。各式各样的风味佳肴都可以在这个餐饮胜地找到。

它不仅仅是座购物中心，更是休闲娱乐的好去处。除了顶层的五星级影院，乐和城还在四楼设置了儿童教育中心。作为时尚娱乐盛宴的忠实支持者，购物中心已举办了多场形式各异的演出及展会。购物中心将成为A市娱乐休闲的新地标。

购物中心交通便利，商场附近共有6个主要公交站点。此外，购物中心还拥有超过300个停车位。作为一座拥有100余家店铺和餐厅

的一站式、多功能大型国际化购物中心，将成为 A 市全新的购物、餐饮、休闲、娱乐胜地。

【测试任务】

请为该购物中心策划一次“七夕情人节”大型活动，活动经费 50 万左右。（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市）。请按照公关活动方案设计的方法和要求为购物中心 20××年“七夕情人节”庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	

	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
	公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
	公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，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		

70. 试题编号：H2-12，奔驰公司危机公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

某年12月19日，武汉森林野生动物园花89万元在北京宾士汽车销售中心购买了一台德国原装进口的SLK230型奔驰车。次年3月初，发现该车出现方向机漏油、汽车动力不足和汽车电脑程序紊乱等问题。经过奔驰公司5次修理，问题依旧没有得到解决。12月26日上午，他们用两把大铁锤砸毁了这辆奔驰车。发生这一事件后，奔驰公司的反应是：“我们对有关人士在这件事上所采取的极端的、没有必要的行为深表遗憾。”非但没有表现出处理这一事件的诚意，而且还推卸责任般的指出：问题的原因已被查明是由于客户使用非指定

的燃油所致。一时间“砸奔事件”在全国引起了轩然大波。从北京，武汉，山西……纷纷传来了针对奔驰汽车的投诉，接下来奔驰公司便疲于应付来自各地的质量投诉，和铺天盖地的媒体压力。

【测试任务】

该事件发生后，奔驰公司为了挽回影响，摆脱窘境，请你为其策划一个危机公关方案。预算控制在 500 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业危机公关活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(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 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 (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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	体 目录	3	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分)（排列至一、	

	内容		(一) 两级即可)	
	活动背景	5	有活动背景, 背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性 (4 分)	
	公关活动目标	5	有活动目标 (2 分), 目标明确、具体、具有针对性 (3 分)	
	公关活动主题	5	有主题 (3 分), 主题鲜明、引人注目 (2 分)	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象 (2 分), 公关对象选择符合企业市场要求 (3 分)	
	公关活动时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当 (2 分), 地点选择得当 (3 分)。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合 (8 分, 要求设计 2 个以上项目, 每个项目 4 分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性 (6 分, 每个小项目 2 分)	
	媒介宣传	5	有媒介宣传 (2 分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著 (3 分)	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表 (5 分), 何地需要哪些物料, 需要怎么布置进行安排 (5 分)	
	费用预算	3	有预算与分配表 (1 分), 费用预算合理、可行 (2 分)	
	效果评估	2	有效果评估 (1 分), 公关效果评估合理, 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		

71. 试题编号: H2-13, 伊利公司赞助活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (以下简称伊利集团) 是中国乳业行业中规模最大、产品线最健全的企业, 国家 520 家重点工业企业之一; 也是农业部、国家发展和改革委员会、国家经济贸易委员会、财政部、对外贸易经济合作部、中国人民银行、国家税务总局、中国证券监督管理委员会等八部委首批认定的全国 151 家农业产业化龙头企业之一。伊利集团是唯一一家同时符合奥运会及世博会标准, 为 2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会提供服务的乳制品企业。

伊利将品质视为生命，致力于生产 100%安全、100%健康的乳制品，将质量管理工作战略升级为“质量领先 3210 战略”，聚焦“全球最优品质”，持续升级全球质量管理体系，将严苛的质量管控标准贯穿于全球产业链，保证零食品安全事件。伊利是唯一一家掌控西北、内蒙古和东北等三大黄金奶源基地的乳品企业，拥有中国规模最大的优质奶源基地，以及众多的优质牧场，为原奶长期稳定的质量和产量提供了强有力保障。同时，伊利还在欧洲、大洋洲、美洲等积极整合全球优质奶源资源，更好地满足消费者对高品质乳品的需求。截至 2016 年底，伊利共投入约 135 亿元用于奶源升级与建设。2016 年，伊利在全国拥有自建、在建及合作牧场 2400 多座，规模化集约化的养殖在奶源供应比例达到 100%，居行业首位。

2016 年 7 月 25 日，在荷兰合作银行发布的 2016 年度“全球乳业 20 强”中，伊利的排名跃升至全球乳业 8 强。这一名次不仅是中国乳制品企业有史以来的最好成绩，同时也是亚洲乳企迄今的最高排名，被认为是中国正式迈入全球乳业强国和改写全球乳业格局的重要标志。

作为中国乳业双雄，蒙牛和伊利曾一度不分伯仲，激烈的上演着双龙会，但是 2012 年—2016 年短短 4 年时间，蒙牛已经被伊利反超，而且差距越来越大，已经达到 110 亿。

【测试任务】

为了保持领先的竞争地位，取得更好的发展，伊利拟于 20×× 年对几所知名高校进行一次社团活动赞助，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业的赞助活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、

活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(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 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 (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，在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整 (策划名称、策划者、策划时间)	
	目录	3	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一) 两级即可)	
	活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性 (4 分)	
	公关活动目标	5	有活动目标 (2 分)，目标明确、具体、具有针对性 (3 分)	
	公关活动主题	5	有主题 (3 分)，主题鲜明、引人注目 (2 分)	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象 (2 分)，公关对象选择符合企业市场要求 (3 分)	
	公关活动地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当 (2 分)，地点选择得当 (3 分)。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合 (8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性 (6 分，每个小项目 2 分)	

	媒介宣传	5	有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）	
	效果评估	2	有效果评估（1 分），公关效果评估合理，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		

72. 试题编号：H2-14，OPPO 手机周年庆典公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

OPPO 是更多年轻人选择的拍照手机品牌。“至美”是 OPPO 的品牌精髓，传达了 OPPO 品牌对极致精美的追求和达到至善至美的决心。至美，不仅代表追求极致，更代表了对美和艺术的追求。

十多年来，OPPO 专注于手机拍照领域的技术创新，开创了手机自拍美颜时代，先后首发了前置 500 万像素和 1600 万像素的拍照手机，创造性地推出了全球首个电动旋转摄像头和超清画质等拍照技术，为全球 20 多个国家和地区的年轻人提供了出色的手机拍照体验。

据权威数据机构 IDC 统计，OPPO 已成为 2016 年中国手机市场出货量第一品牌。截止 2017 年初，全球有超过 1 亿年轻人正在使用 OPPO 拍照手机。

OPPO 一直非常重视技术创新，到 2016 年 7 月，OPPO 专利申请公开量进入国内本土申请人排行 TOP 10 榜单，此次为 OPPO 第 12 次进入此榜单。

截至 2016 年 9 月 5 日，OPPO 公开申请专利共 8683 件；发明专利申请 7576，其中发明专利申请所占比例为 87.3%。对于 OPPO 来说，它的专利更多的是集中在了拍照、旋转摄像头、VOOC 闪充等领域。

【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司拟在长沙市各大步步高购物广场举办一次××周年庆典活动，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业××周年庆典进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）	
	公关活动目标	5	有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）	

	公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，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		

73. 试题编号：H2-15，小米高校大学生篮球竞赛活动赞助活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

小米公司正式成立于2010年4月，是一家专注于高端智能手机、互联网电视以及智能家居生态链建设的创新型科技企业。

小米公司由雷军创办，共计七名创始人，分别为创始人、董事长兼CEO雷军，联合创始人总裁林斌，联合创始及副总裁黎万强、周光平、黄江吉、刘德、洪锋。2010年底推出手机实名社区米聊，在推出半年内注册用户突破300万。此外，小米公司还推出手机操作系统MIUI，今年6月底MIUI社区活跃用户达30万。2011年8月16日，小米公司通过媒体沟通会正式发布小米手机。米聊、MIUI、小米手机是小米科技的三大核心产品。

小米的 LOGO 是一个“MI”形，是 Mobile Internet 的缩写，代表小米是一家移动互联网公司。另外，小米的 LOGO 倒过来是一个心字，少一个点，意味着小米要让我们的用户省一点心。

2015 年，小米全年出货量超过 7000 万。数据显示：小米手机销售量在 2015 年为中国第一名。销售数量市场占比均在 15%左右，二排名第二的华为手机在三个机构的统计数据中均比小米手机落后 1 个百分点左右。

2016 年 7 月 27 日，小米笔记本正式亮相，这款产品叫做小米笔记本 Air。2016 年 9 月 27 日的小米 2016 秋季新品发布会上，小米 5s 和小米 5s Plus 以及小米电视 3s 55 英寸和 65 英寸发布。2016 年 10 月 25 日，小米正式推出了小米 Note2 系列和小米 mix。

【测试任务】

为了进一步提高企业知名度，树立更好的企业良好形象，小米公司准备进行一次赞助活动，专门针对高校大学生篮球活动，经费控制在 10 万以内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业进行一个赞助活动策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（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 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（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	3	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	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3		排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4 分）
		公关活动目标	5		有活动目标（2 分），目标明确、具体、具有针对性（3 分）
		公关活动主题	5		有主题（3 分），主题鲜明、引人注目（2 分）
		公关活动对象	5		有明确的活动对象（2 分），公关对象选择符合企业市场要求（3 分）
		公关活动地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2 分），地点选择得当（3 分）。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8 分，要求设计 2 个以上项目，每个项目 4 分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6 分，每个小项目 2 分）
		媒介宣传	5		有媒介宣传（2 分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3 分）
		进度安排、物料准备	10		对活动全过程拟成时间表（5 分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5 分）
		费用预算	3		有预算与分配表（1 分），费用预算合理、可行（2 分）
效果评估	2	有效果评估（1 分），公关效果评估合理，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			

六、广告文案策划模块

74. 试题编号：Z2-1，设计广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

“锤子手机”是指由锤子科技（北京）有限公司设计与研发的一款高端智能手机。采用基于 Android 定制的 Smartisan OS 智能手机操作系统。

锤子手机是由罗永浩创办的锤子科技研发的一款中高端智能手机。采用 Smartisan OS 智能手机操作系统。发布会上将锤子 ROM 的三个特色概括为：“漂亮、细节规划、人性化的功用”。锤子 ROM 追求规划和个人体验，而且寻求超越苹果的操作和外观。

2015 年第 62 届 iF 设计奖颁奖典礼已经落下帷幕。不过其中最受关注的要数锤子 Smartisan T1 手机，他们获得的是含金量最高的 iF 设计奖金奖，是第一款获得该奖项的大陆国产手机。

2016 年 10 月 18 日晚 19:30，锤子科技召开了 2016 年秋季新品发布会，正式推出了锤子品牌的第三代手机：Smartisan M1 和 Smartisan M1L。

【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一二级市场的广告方案，预算控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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	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	
小计		100			

75. 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市场的品牌广告方案, 费用控制在 200 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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		

76. 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、营销目标、广告诉求对象、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 180 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	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		

77. 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××年秋季开拓湖南市场，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 10 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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	
	具封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
	体前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

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）	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		

78. 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30万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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180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	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			

79. 试题编号: Z2-6, 设计“明园”企业形象广告文案

(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】

假设企业目前欲对湖南市场进行企业形象的宣传以巩固市场占有率,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市场的企业形象广告策划方案,费用控制在 80 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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		

80. 试题编号：Z2-7，设计广告文案

(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 20 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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	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			

81. 试题编号：Z2-8，设计雅芳 A 霜广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

雅芳，全美最大的 500 家企业之一。1886 年，“雅芳之父”大卫·麦可尼(David McConnell)从一瓶随书附送的小香水中受到启发，“加州香芬公司”(the California Perfume Company)由此诞生。出于对伟大诗人莎士比亚的仰慕，1939 年，麦可尼先生以莎翁故乡一条名为“AVON”的河流重新为公司命名。

如今，雅芳已发展成为世界上最大的美容化妆品公司之一，在 53 个国家和地区进行直接投资，拥有 43000 名员工，通过 440 余万

名营业代表向 145 个国家和地区的女性提供两万多种产品，包括著名的雅芳色彩系列、雅芳新活系列、雅芳柔肤系列、雅芳肌肤管理系列、维亮专业美发系列、雅芳草本家族系列、雅芳健康产品和全新品牌 Mark 系列，以及种类繁多的流行珠宝饰品。雅芳针对的 25 岁以上的女性消费者推出 A 霜。

一、产品特征

它是通过增强细胞互动能力，活跃微细胞循环，从而达到抗衰老功效的脸部保养产品，通过海洋原生质和 CTC 的完美结合，为肌肤细胞注入前所未有的生命活力，刺激细胞生长和繁殖，令细胞时刻保持活跃状态。是通过海洋原生质和 CTC 的完美结合，纯天然的草本配方；功效迅速，明显，可在试用七天后使肤质全面提升，肤色通透，均匀亮泽，红润健康，细纹、毛孔问题明显改善，保湿力、弹性提高，令肌肤晶莹柔嫩，且价格适中。

二、产品功效

使用七天，便可感受到肤质全面提升，肤色通透，更均匀亮泽，红润健康，细纹、毛孔问题明显改善，保湿力、弹性提高，令肌肤晶莹柔嫩。

三、产品成份

海洋原生质精华—A 霜的主要功臣·穿心莲叶·水解牛奶蛋白·太阳花籽。

四、使用方法

洁肤—爽肤—A 霜（早晚）。

【测试任务】

假设该产品将投放在商场专柜，各大小日化超市，专卖店等有雅芳出售的店面，采取卷铺盖的方式，扩大产品的覆盖面，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、具有一定可行性的广告方案，费用控制在 50 万之内。其

具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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		

82. 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企业广告攻势，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、具有一定可行性的湖南市场企业广告方案，费用控制在 200 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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	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	
小计		100			

83. 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（公益广告、产品广告均可），费用控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、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 180 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		