



市场营销专业技能考核题库

商 学 院

2022 年

目 录

一、信息采集模块.....	2
1. 试题编号: J1-1, 设计品牌知名度与满意度调研方案	2
2. 试题编号: J1-2, 设计大学生兼职情况调研方案	5
3. 试题编号: J1-3, 设计电脑需求情况调研方案	7
4. 试题编号: J1-4, 设计家电满意度调研方案	10
5. 试题编号: J1-5, 设计知名度与满意度调研方案	13
6. 试题编号: J1-6, 设计洗衣机产品质量调研方案	15
7. 试题编号: J1-7, 设计手机市场需求调研方案	17
8. 试题编号: J1-8, 设计就业意向调研方案	19
9. 试题编号: J1-9, 设计满意度调研方案	22
10. 试题编号: J1-10, 设计课余时间安排调研方案	25
11. 试题编号: J1-11, 伊利每益添品牌形象调研问卷设计	27
12. 试题编号: J1-12, 李宁品牌市场竞争情况调研问卷设计	30
13. 试题编号: J1-13, 华为手机顾客满意度调研问卷设计	33
14. 试题编号: J1-14, 巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计	35
15. 试题编号: J1-15, 潘婷市场认可度调研问卷设计	38
16. 试题编号: J1-16, 南山奶粉市场调研问卷设计	41
17. 试题编号: J1-17, 水井坊新市场开发调研问卷设计	44
18. 试题编号: J1-18, 新环境公司二手房市场需求调研问卷设计	47
19. 试题编号: J1-19, 曲美家具品牌形象调研问卷设计	50
20. 试题编号: J1-20, 顺丰速运市场满意度调研问卷设计	53
21. 试题编号: J1-21, 华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计	56
22. 试题编号: J1-22, 奥康皮鞋市场抢占情况调研问卷设计	59
23. 试题编号: J1-23, 统一方便面市场竞争情况调研问卷设计	62
24. 试题编号: J1-24, 长沙海底捞顾客满意度调研问卷设计	65
25. 试题编号: J1-25, 都市丽人内衣品牌形象市场调研问卷设计	68
26. 试题编号: J1-26, 汽车消费基本情况调研报告	71
27. 试题编号: J1-27, 大学生旅游市场基本特征调研报告	75

28. 试题编号: J1-28, 超市顾客满意度调研报告	80
29. 试题编号: J1-29, 方便面市场基本情况调研报告	84
30. 试题编号: J1-30, 消费者空调购买行为调研报告	88
31. 试题编号: J1-31, 联想电脑使用情况调研报告	92
32. 试题编号: J1-32, 冰激凌消费需求情况调研报告	97
二、商务谈判模块.....	101
33. 试题编号: J2-1: 农机设备采购谈判	101
34. 试题编号: J2-2: 白酒经销谈判	109
35. 试题编号: J2-3: 液态奶包装材料采购项目	116
36. 试题编号: J2-4: 液态奶进入超市的费用谈判	123
37. 试题编号: J2-5: 滑雪板购销合同的谈判	129
38. 试题编号: J2-6: 电脑采购谈判	135
39. 试题编号: J2-7: 月饼购销合同的谈判	142
三、促销模块.....	149
40. 试题编号: J3-1, 校园运动产品校园季促销活动方案策划	149
41. 试题编号: J3-2, 休闲食品国庆节促销活动方案策划	152
42. 试题编号: J3-3, 婴儿用品母亲节促销活动方案策划	155
43. 试题编号: J3-4, 洗发水双十一促销活动方案策划	157
44. 试题编号: J3-5, 大药房元旦节促销活动方案策划	162
45. 试题编号: J3-6, 中秋节月饼促销活动方案策划	165
46. 试题编号: J3-7, 化妆品“三八节”促销活动方案策划	168
47. 试题编号: J3-8, 国庆节空调促销活动方案策划	171
48. 试题编号: J3-9, 三八节百丽女鞋女人节促销活动方案策划	174
49. 试题编号: J3-10, 日威电器父亲节促销活动方案策划	177
四、推销模块.....	181
50. 试题编号: H1-1, 农夫山泉矿泉水推销	181
51. 试题编号: H1-2, 休闲食品推销	184
52. 试题编号: H1-3, 蒙牛牛奶推销	187
53. 试题编号: H1-4, 可口可乐推销	190
54. 试题编号: H1-5, 舒肤佳香皂推销	193
55. 试题编号: H1-6, 婴幼儿奶粉推销	196
五、营销策划模块.....	200

56. 试题编号: H2-1, 母亲节庆典活动方案设计	200
57. 试题编号: H2-2, 五芳斋端午节庆典活动方案设计	204
58. 试题编号: H2-3, 梦园宾馆开业庆典活动方案设计	207
59. 试题编号: H2-4, 陶华碧老干妈元旦庆典活动方案设计	209
60. 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	212
61. 试题编号: H2-6, 华为国庆庆典活动方案设计	215
62. 试题编号: H2-7, 海尔赞助烛光工程公关活动方案设计	218
63. 试题编号: H2-8, 百事公司赞助活动方案设计	221
64. 试题编号: H2-9, 某某酒店开业庆典公关活动方案设计	224
65. 试题编号: H2-10, 某楼盘开盘庆典公关活动方案设计	227
66. 试题编号: H2-11, 购物中心“七夕情人节”庆典活动方案设计	230
67. 试题编号: H2-12, 奔驰公司危机公关活动方案设计	233
68. 试题编号: H2-13, 伊利公司赞助活动方案设计	236
69. 试题编号: H2-14, OPPO 手机周年庆典公关活动方案设计	239
70. 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 ...	242
六、广告策划方案模块	245
71. 试题编号: Z2-1, 设计广告策划方案	245
72. 试题编号: Z2-2, 设计节能电脑广告策划方案	248
73. 试题编号: Z2-3, 设计足浴器广告策划方案	251
74. 试题编号: Z2-4, 设计“童彩”牌神笔广告策划方案	255
75. 试题编号: Z2-5, 设计永丰辣酱广告策划方案	258
76. 试题编号: Z2-6, 设计“明园”企业形象广告策划方案	261
77. 试题编号: Z2-7, 设计广告策划方案	264
78. 试题编号: Z2-8, 设计雅芳 A 霜广告策划方案	267
79. 试题编号: Z2-9, 设计红旗轿车广告策划方案	270
80. 试题编号: Z2-10, 设计爱尔眼科医院广告策划方案	273

市场营销专业技能考核题库

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。

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

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

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

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

2011 年 11 月 23 日，肯德基的东家——百胜餐饮集团中国事业部（简称百胜）与中石化携手，百胜旗下的肯德基、必胜客、东方既白餐厅等餐饮品牌将全面入驻中石化全国加油站。而早在 5 年多以前，麦当劳曾率先与中石化签订过在中石化加油站开设汽车餐厅的战略合作协议。

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

2017 年 6 月，《2017 年 BrandZ 最具价值全球品牌 100 强》公布，肯

德基排名第 81 位。2019 年 10 月，Interbrand 发布的全球品牌百强榜排名第 93 位。

2020 年 1 月，2020 年全球最具价值 500 大品牌榜发布，肯德基排名第 104 位。2020 年 7 月 28 日，肯德基名列福布斯 2020 全球品牌价值 100 强第 96 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，需对湖南消费者进行一次品牌知名度与满意度的市场调研。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	
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确, 表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性, 确定合理, 描述基本准确。
		调研项目与内容	10		要求符合调研目的(4分), 内容正确且完整, 切实可行, 能获得客观资料(6分)
		调研方式与方法	26		调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分), 表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案, 包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)
		调研组织及人员安排	6		调研组织设计科学(2分), 人员配备合理(4分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	3		经费预算科学(1分)与详尽(2分)
小计		100			

2. 试题编号：J1-2，设计大学生兼职情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地适应社会，很多在校大学生选择了从事兼职工作，一方面缓解了家庭的经济压力，更重要的是在一定程度上接触了社会，获取了一些工作经验，提高了自己的综合实力。大学生兼职已是大学校园里的一种普遍现象，其存在很久，已经成为大学生生活的有机组成部分，是一种不可忽视的现象。那么在兼职前和兼职后都会出现各种各样的问题，如：被调查者的基本情况，兼职的时间，兼职的种类，兼职的薪酬，兼职过程中被侵权等等问题。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德, 设计方案不违背职业道德与营销伦理, 遵守营销法律法规, 认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析商品特点, 分析商品市场状况的能力, 具有一定的调研方案写作能力, 具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字, 每少50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。联想作为全球领先 ICT 科技企业，秉承“智能，为每一个可能”的理念，联想持续研究、设计与制造全球最完备的端到端智能设备与智能基础架构产品组合，为用户与全行业提供整合了应用、服务和最佳体验的智能终端，以及强大的云基础设施与行业智能解决方案。

作为全球智能设备的领导厂商，联想每年为全球用户提供数以亿计的智能终端设备，包括电脑、平板、智能手机等。

2019 年 7 月，发布 2019《财富》世界 500 强：位列 212 位。。 2019 年 9 月，2019 中国制造业企业 500 强发布，联想集团有限公司位列第 16 位。2019 年 10 月，2019 福布斯全球数字经济 100 强榜位列 89 位。截至 2019 年 11 月 1 日联想成立 35 周年时，联想年收入超 3500 亿元人民币。11 月 2 日，耗时两年打造，总面积 6500 平方米的联想未来中心开门迎客。12 月 18 日，人民日报发布中国品牌发展指数 100 榜单，联想集团排名第 16 位。

2021 年联想 PC 销售量居全球第一，市场份额 23.5%（IDC 数据）。

2021 年，联想商用 PC 市场份额第一，消费 PC 市场份额全球第一。（IDC 数据）。

联想连续七年 X86 服务器可靠性排名第一。（ITIC 数据）。

全球高性能计算 TOP500 份额第一：截至 2021 年 6 月，据 TOP 500 LIST 统计，全球 TOP500 高性能计算系统，联想提供其中的 184 台，这些系统部署在澳大利亚，奥地利，加拿大，中国，德国，爱尔兰，意大利，日本，荷兰，挪威，新加坡，西班牙，美国等地。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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

4.试题编号：J1-4，设计家电满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

美的集团创立于 1968 年，何享健先生带领 23 位顺德北滘居民，筹集 5000 元开始创业；1980 年，开始制造风扇，进入家电行业；1981 年，注册“美的”商标，标志美的品牌诞生；1985 年，进入空调行业；2013 年 9 月，美的集团合并吸收“美的电器”在深交所挂牌上市。迄今，美的已经发展为一家覆盖智能家居事业群、工业技术事业群、楼宇科技事业部、机器人与自动化事业部和数字化创新业务五大业务板块的全球化科技集团，提供多元化的产品种类与服务。业务与客户遍及全球，美的在全球拥有约 200 家子公司、35 个研发中心和 35 个主要生产基地，员工超过 16 万人，业务覆盖 200 多个国家和地区。其中，在海外设有 20 个研发中心和 18 个主要生产基地，遍布十多个国家，海外员工约 3 万人。截至 2022 年初，美的已有四家工厂获得世界经济论坛“灯塔工厂”荣誉，分别覆盖空调、微波炉、冰箱和洗衣机等品类生产线，充分展现美的在全球制造行业领先的智能制造和数字化水平。

美的集团自上市以来，营收规模一直稳步提升。近十年来，2012 年至 2021 年，公司营业收入从 1027.13 亿元，增长至 3433.61 亿元，复合增长率达 14.35%。2022 年第一季度，实现营收 1836.63 亿元，同比增加 5.04%。

过去十多年，在政策激励、地产需求拉动以及居民可支配收入提升等因素的影响下，传统大家电市场规模以及居民保有量均有较大提升。空调内销量从 2002 年的 605 万台增长至 2021 年的 8470 万台，复合增长率达 14.90%；总销量从 2002 年的 806 万台增长至 15259 万台，复合增长率达 16.74%。分渠道看，2021 年线上渠道销售占比接近 45%，已达到 690 亿元，同比提升 14.1%。且集中度进一步提升，线下空调市场份额行

业前三的企业的零售量份额合计超过 83%。

冰箱总销量从 2005 年的 2665 万台增长至 2021 年的 8643 万台，复合增长率达 7.63%。因受原材料价格上涨和结构升级影响，冰箱价格结构优化显著，2021 年 单价 7000 元以上的产品线下市场零售量份额超过 20%；从分门体的份额变化来看，四门以上的多门体冰箱在线下市场已成为绝对主流，线下市场零售量份额达到 45.3%；2021 年 400L 以上的大容积冰箱在线下市场零售量份额已接近 60%。因 消费者追求品质生活的意愿持续加强，促使冰箱向高端化多维发展，主要体现为 “有颜”、“能容”、“藏鲜”、“增智”，即更好的外观设计与材质、更大的容积与格局、更佳的储藏保鲜技术、更多的智能化应用。

洗衣机总销量总 2006 年的 2792 万台增长至 2021 年的 7472 万台，复合增长率达 6.78%。分渠道来看，2021 年洗衣机线上渠道销售占比超过 52%。产品类型来看，随着洗衣机市场的逐步升级，滚筒洗衣机产品份额持续提升，2021 年线下市场零售量份额已提升至 52.5%，其中洗烘滚筒产品线下零售量份额提升至 32.5%。

【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	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			

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，现请你根据请根据背景资料设计一份华天大酒店在长沙的知名度与满意度的调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
		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			

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”“小天鹅”三个驰名品牌(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。

2004 年，通过开展一系列并购，美的集团优化企业在冰箱、中央空调以及洗衣机等白色家电行业的布局，白电业务实力加强。2013 年，美的集团实现整体上市。2022 年，美的集团连续 7 年上榜《财富》世界 500 强，最新排名跃居第 245 位。

据产业在线最新公布的数据显示，在 2021 年前三季度，美的在中国洗衣机内销市场中的份额已经达到了 28.8%，位居市场第二，仅次于海尔洗衣机。

【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美的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	
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确, 表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性, 确定合理, 描述基本准确。
		调研项目与内容	10		要求符合调研目的(4分), 内容正确且完整, 切实可行, 能获得客观资料(6分)
		调研方式与方法	26		调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分), 表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案, 包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)
		调研组织及人员安排	6		调研组织设计科学(2分), 人员配备合理(4分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)			
小计		100			

7. 试题编号：J1-7，设计手机市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

华为手机隶属于华为消费者业务，作为华为三大核心业务之一，华为消费者业务始于 2003 年底，经过十余年的发展，在中国、俄罗斯、德国、瑞典、印度及美国等地设立了 16 个研发中心。

2015 年华为入选 Brand Z 全球最具价值品牌榜百强，位列科技领域品牌排名第 16 位。

2018 年 7 月 31 日，国市场分析机构国际数据公司发布的初步数据显示，2018 年第二季度，华为的出货量超过 IPHONE，跃居全球第二位。2019 年 7 月 17 日，在中国质量认证中心官网（3C 认证）上，有 8 款 5G 手机获得了 3C 认证，其中包括华为 Mate 20X 5G、华为 Mate X 5G 等四款手机。截止 10 月 22 日，华为 2019 年手机发货已经超过两亿台。2020 年 3 月 31 日，华为发布年报显示，2019 年华为智能手机发货量（含荣耀）达到 2.4 亿台，同比增长约 16.5%，成为全球第二大手机厂商。

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	
		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			

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		
	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			

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。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。

2009 年之后，家乐福就逐渐走向了没落，不管是门店数量还是销售额，亦或者市场地位都在被竞争对手不断反超，而且其营业额还以每年 10%左右的幅度下跌。此后的每一年，家乐福中国的业绩和利润都在倒退，每年以超过 10%左右的幅度下跌。

随着电商的兴起，凭借着便捷与价廉等优势，越来越多的人热衷于足不出户即可送货上门的网购，线下零售业受到的冲击更是首当其冲，真正意义上把零售业的壁垒全部拆除。而线下以百货、超市为主营的零售企业增速就不断下滑，而商超也陷入了关店潮。

再加上阿里，腾讯，京东这些互联网企业发展的“新零售”业态，斥资收购线下超市，线上线下协同运作，可以说又是给那些传统商超当头一棒。同时在互联网企业对消费者的深度琢磨诱导下，他们的消费习惯和心理已经发生了变化，此时，整个零售市场也都在变化。

近几年，因升级改造等原因，家乐福门店数量大量缩减，据中国连锁经营协会今年 7 月发布的“2021 中国连锁超市 TOP100”显示，截至 2021 年 12 月 31 日，家乐福在国内的门店数量为 198 个，较去年同期门店减少

30 家，门店数量同比减少 13.2%，位列超市 TOP100 榜单第 9 名，较去年下降 1 位。销售额也随之下降，2021 年家乐福销售额同比下降 26.6%，在超市 TOP100 销售额下滑较为严重的企业中排在第 4 位。

“2020 中国连锁超市 TOP100”显示，截至 2020 年 12 月 31 日，家乐福在国内的门店数量为 228 家，门店数量同比减少 2.1%，销售同比减少 12.6%。“2019 中国连锁超市 TOP100”显示，家乐福在国内的门店数量为 233 家，门店数量同比减少 2.5%，销售同比减少 8.3%。家乐福已连续三年门店数量、营收双缩减。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德, 设计方案不违背职业道德与营销伦理, 遵守营销法律法规, 认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析商品特点, 分析商品市场状况的能力, 具有一定的调研方案写作能力, 具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	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			

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时间，自由分配业余时间，自由安排业余生活。他们都在做些什么，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 (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)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分
		文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确, 表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性, 确定合理, 描述基本准确。	
		调研项目与内容	10	要求符合调研目的(4分), 内容正确且完整, 切实可行, 能获得客观资料(6分)	
		调研方式与方法	26	调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分), 表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案, 包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)	
		调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学(2分), 人员配备合理(4分)	
		时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
经费预算	3	经费预算科学(1分)与详尽(2分)			
小计		100			

11. 试题编号：J1-11，伊利每益添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	
		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：J1-12，李宁品牌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，设计李宁品牌市场竞争情况调研问卷，目的是了解李宁品牌在市场竞争中所处的位置，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	
	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	
		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：J1-13，华为手机顾客满意度调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

华为手机隶属于华为消费者业务，作为华为三大核心业务之一，华为消费者业务始于 2003 年底，经过十余年的发展，在中国、俄罗斯、德国、瑞典、印度及美国等地设立了 16 个研发中心。

2015 年华为入选 Brand Z 全球最具价值品牌榜百强，位列科技领域品牌排名第 16 位。

2018 年 7 月 31 日，国市场分析机构国际数据公司发布的初步数据显示，2018 年第二季度，华为的出货量超过 IPHONE，跃居全球第二位。2019 年 7 月 17 日，在中国质量认证中心官网（3C 认证）上，有 8 款 5G 手机获得了 3C 认证，其中包括华为 Mate 20X 5G、华为 Mate X 5G 等四款手机。截止 10 月 22 日，华为 2019 年手机发货已经超过两亿台。2020 年 3 月 31 日，华为发布年报显示，2019 年华为智能手机发货量（含荣耀）达到 2.4 亿台，同比增长约 16.5%，成为全球第二大手机厂商。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计华为手机顾客满意度情况调研问卷，目的是了解顾客对华为手机各项功能的使用感受，以便企业开发出更受欢迎的产品。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	
		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：J1-14，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，目的是了解消费者对童装的需求特点，制定巴拉巴拉公司的童装生产计划。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	
		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：J1-15，潘婷市场认可度调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

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

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

潘婷致力于帮助女性更加自信独立，含有 PRO-V 维他命原的潘婷洗护给予她们从内而外强韧健康的秀发。而更因为有了如此自内而外的强韧，释放束缚已久的秀发，给予秀发足够的自由度更是彰显她们追求真我的体现。越来越多的女性通过潘婷发现，自己也竟可以有如此多面的美——只要有了健康的发质。从日常洗护开始修护，潘婷帮助女性一步步接近她们

心中最想要的那个自己。正如秀发只有内在强韧，外在才会柔亮一样，女性只有内心强大自信，外在才会迷人闪耀。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 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	
		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：J1-16，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—“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。

2018年7月,四季南山入主莱那珂,迈入国际化产品供应平台。2018年12月,南山倍慧签约奥运冠军龙清泉。2019年3月,湖南省慈善总会“慈善助孤·爱润春蕾”暨2019南山奶粉“牛奶力量”公益活动第一站启动仪式在吉首开幕。2019年5月,“向香精奶粉说不”南山等国内乳企发起拒绝香精行动。2019年6月,南山倍慧斩获2019世界食品品质评鉴“金奖”。

【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	
		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：J1-17，水井坊新市场开发调研问卷设计

(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。

近年来，公司三度携手央视，独家冠名现象级文博综艺《国家宝藏》，为传统文化赋予新生；举办“水井坊杯”城市网球赛，与上海劳力士大师赛展开战略合作，成为其官方合作伙伴；2021年11月成为中国冰雪指定用酒，为中国举杯，为中国冰雪加油；2022年1月成为WTT世界乒联全球顶级合作伙伴。

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，目的是了解白酒市场的需求特点和竞争情况，帮助水井坊开发新的市场，实现水井坊新的销售点和利润点。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场信息(2分)
小计		100			

18. 试题编号：J1-18，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	
		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：J1-19，曲美家具品牌形象调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

曲美家具集团股份有限公司经过多年稳健发展，成为中国领先的集设计、生产、销售于一体的大型、规范化家具集团。秉承“曲美现代家具欧洲原创设计”的品牌理念，已成为中国最具设计感的现代家具品牌。汇集全球优秀的设计师团队和世界著名的设计所，让“简约、时尚、现代”成为了曲美家具风格的代言。

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

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

曲美家具制造实力雄厚，拥有多个现代化家具生产基地。曲美家具拥有世界先进的板式家具生产线和实木家具生产线，80%的设备均由德国、意大利等地进口，确保精湛的家具工艺水平。全程的品控管理，卓越的生

产工艺，绿色的家居理念，让曲美家具品牌成为健康生活和卓越品质的保证。

曲美家具给消费者树立的高端品牌形象，通过广告、公关等做种手段并用，建立品牌的好感。但曲美高端品牌定位如今遭遇瓶颈，因此，曲美家具希望利用专业性市场调研机构进行定位突破。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计曲美家具品牌形象调研问卷，目的是了解顾客对曲美家具的品牌认知情况，帮助公司进行定位突破。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	
		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			

20. 试题编号：J1-20，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。

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。

2022 年 3 月 30 日晚间，顺丰控股发布 2021 年年度报告，公司 2021 年营收达到 2072 亿元，同比增长 34.5%；归属于上市公司股东的净利润 42.7 亿元；扣非后净利润 18.3 亿元；实现每股收益 0.93 元。年报显示，顺丰控股 2021 年全年完成速运业务 105.5 亿票，同比增加 29.7%；而营收从 2017 年上市时的 710 亿元，到 2021 年的超 2000 亿元，顺丰只用了 5 年。这既体现了中国速度，也更具顺丰特质：基于成熟高效的快递网络，打造多元化布局，通过“内部培育+外部并购”，围绕物流生态圈，横向拓展新业务、整合优秀行业伙伴，不断探索业务边界，从工业制造、到商业流通、农产品上行、食品及医药冷链、国际贸易、本地生活等各个领域。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。

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

21. 试题编号：J1-21，华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

华硕 (ASUS)，在世界顶尖工程技术研发团队支持下，产品线完整覆盖至笔记本电脑、主板、显卡、服务器、光存储、有线/无线网络通讯产品、LCD、PDA 随身电脑、手机等全线 3C 产品。遍布全球 20 多个国家和地区的分支机构，以及十万余名员工，共同将华硕打造成营业额超过 165 亿美金的信息产业巨擘。创立十余年间，华硕胸怀成为“中国人的骄傲”之宏愿，从宝岛台湾省跨海而起，将主板、显卡、ADSL、Modem、CABLE Modem、无线网络产品带至全球第一的宝座，游戏代工制造位居第二，笔记本电脑、光存储产品也紧随其后名列第四。据统计，华硕迄今为止累积下的主板销量，相当于在全世界每三台个人电脑中，就有一台安装了华硕主板。

华硕竞争对手特点分析如下：

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

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

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

戴尔：戴尔的不同系列的电脑特点不一样。vostro 系列属于商用机，稳定性好一些。inspiron 系列属于家用机，整天外观要来得更好看一些，显卡方面的配置也更好，戴尔销售系统比较完善吧，渠道比联想多很多，

网络、电话、QQ、聊天室、微博什么都可以作为戴尔销售的工具。

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

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 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	
		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			

22. 试题编号：J1-22， 奥康皮鞋市场抢占情况调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

奥康，全称中国奥康集团有限公司，成立于1988年8月8日，总部位于浙江温州，前身是永嘉奥林鞋厂。1997年8月经国家工商局核准奥康集团有限公司为全国无区域集团，是一家集资本营运、品牌营运、产业营运为一体，产业横跨鞋业、金融、生物制药、地产等板块的大型综合性集团企业，下辖控股浙江奥康鞋业股份有限公司、成都康华生物制品股份有限公司，实力位居中国民营企业500强。

作为奥康的创始产业和核心主业，浙江奥康鞋业股份有限公司，以更舒适的男士皮鞋为品牌使命，拥有奥康、康龙等多个自有品牌，以及万利威德、斯凯奇、宜动体育等国际合作品牌，现已成为中国最大的民营制鞋企业之一，是中国领先的皮鞋品牌制造商、运营商及零售商。2012年4月26日，浙江奥康鞋业股份有限公司于在上海证券交易所A股主板正式挂牌上市，成为中国鞋行业首家登陆A股主板市场的民营鞋企。截至2020年，公司品牌价值达212.51亿元。

2020年6月16日，作为奥康系又一上市企业，“康华生物”正式敲钟，登陆A股创业板。

2020年9月10日，2020中国民营企业500强榜单发布，奥康集团有限公司位列第473位，营业收入2153188万元。

2021年8月26日，奥康国际发布2021半年度报告称，公司报告期内实现营业收入15.22亿元，同比增长52.44%；归属于上市公司股东的净利润8131.03万元，同比增长331.95%。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计奥康皮鞋市场抢占情况调研问卷，目的是客观了解奥康品牌抢占皮鞋市场的情况，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	
		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			

23. 试题编号：J1-23，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，目的是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	
		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：J1-24，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。

海底捞品牌历经二十多年的发展，海底捞国际控股有限公司已经成长为国际知名的餐饮企业。

截止 2022 年 6 月 30 日，海底捞在全球开设 1435 家直营餐厅，其中 1310 家门店位于中国大陆，22 家门店位于中国香港、中国澳门、中国台湾，103 家位于 11 个其他国家。

【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 (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	
		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			

25. 试题编号：J1-25，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，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。

2012 年签约林志玲成为品牌代言人，成为国内最大内衣零售商；2014 年 6 月 26 日，都市丽人港股上市，成为大陆首家港股上市的内衣企业；2015 年收购一线内衣品牌欧迪芬，进军高端内衣市场；同年被授予中国针织行业品牌贡献奖；2015 年携手“粉红丝带”公益机构，为女性健康，开发“智润促排”和“零压舒挺”两大产品系列；2017 年都市丽人拥有近 4000 万会员，期间复星国际入股；接入 C2M 推动会员成长，更好的服务终端消费者；2018 获 SIUF 颁发的内衣行业最具品牌价值奖；同年获中国品牌价值 500 强；2019 年都市丽人签约关晓彤；推出黑科技 Airbra，重量相较于同类内衣轻约 30%，能够有效减轻女性穿着负担，增加舒适度；2021 年获中国新消费品牌大会颁发的中国连锁品牌质量、影响力等多个奖项；同年获：最受年轻消费者欢迎品牌。

作为中国内衣行业标准参与制定者，都市丽人深研不同年龄阶段女性胸型变化及需求，累计获得 457 项国家专利，为不同年龄、不同场景的女性提供舒适又有型的专业内衣，已赢得超 6000 万女性的青睐，并于 2017-2021 年连续 5 年全国销量领先。

【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	
		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			

26. 试题编号：J1-26，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：

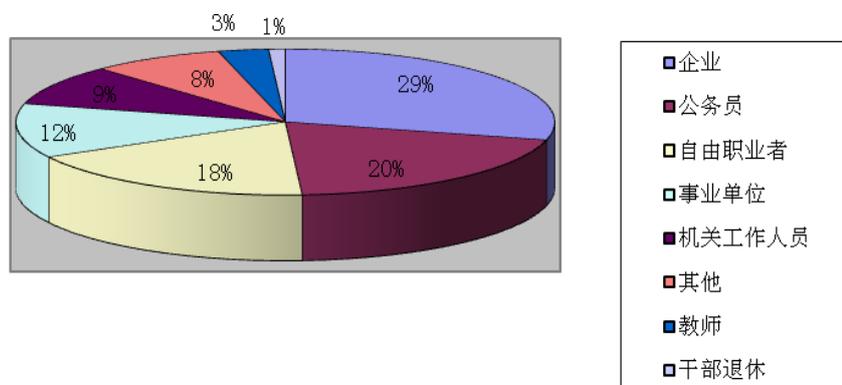


图 1 消费者职业构成情况

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

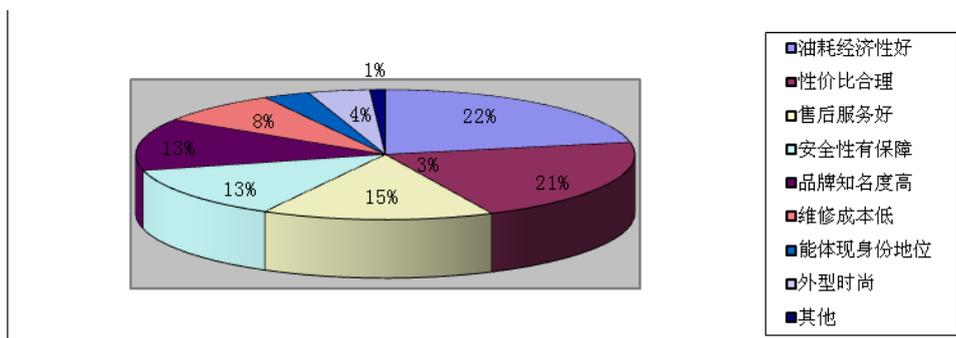


图 2 影响消费者购车的因素

6. 消费者获取信息的渠道

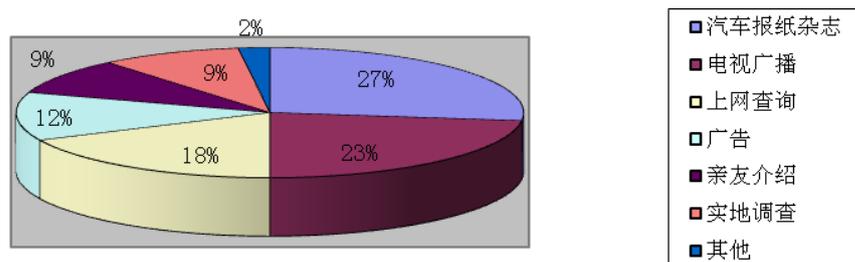


图 3 消费者获取信息的渠道

7、消费者最信赖的购车场所

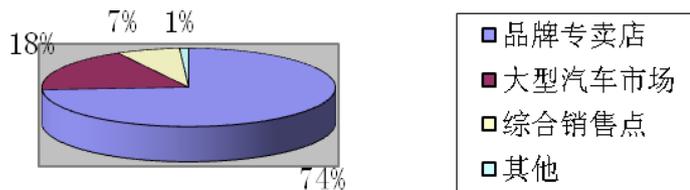


图4 消费者信赖的购车场所

8. 消费者满意的支付方式

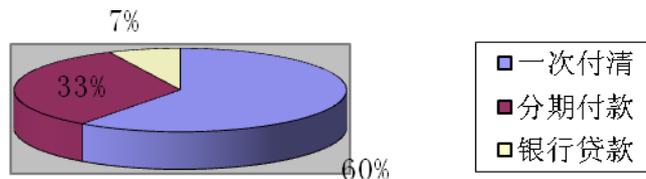


图5 消费者满意的支付方式

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

27. 试题编号：J1-27，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2021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：

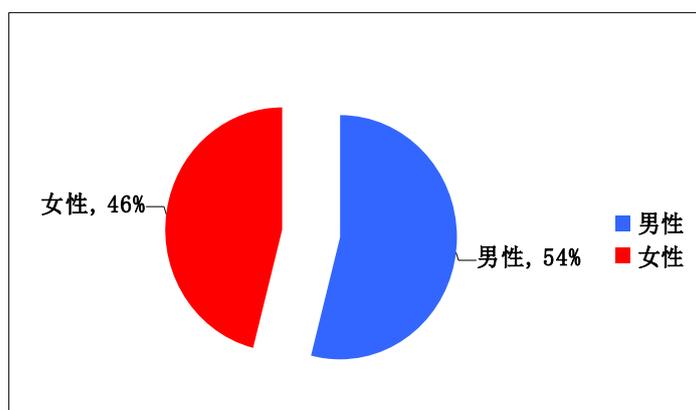


图1 被调查者性别分布情况

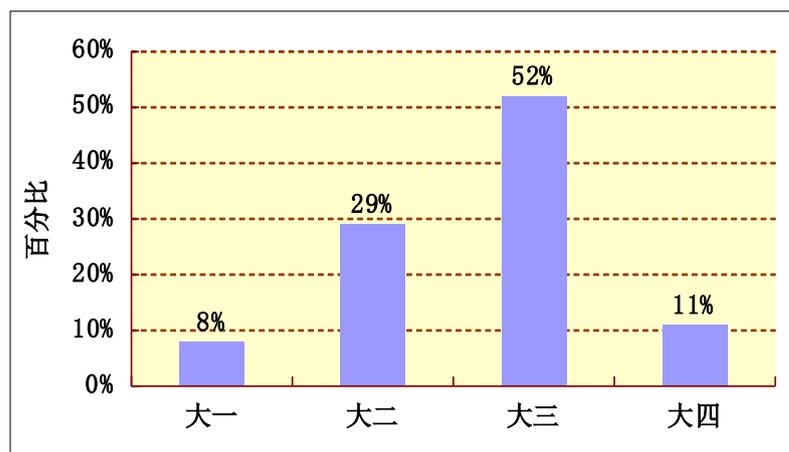


图 2 年级分布

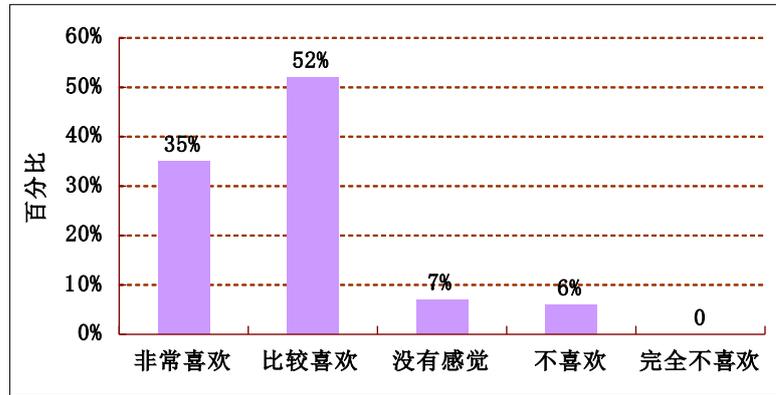


图 3 旅游喜好

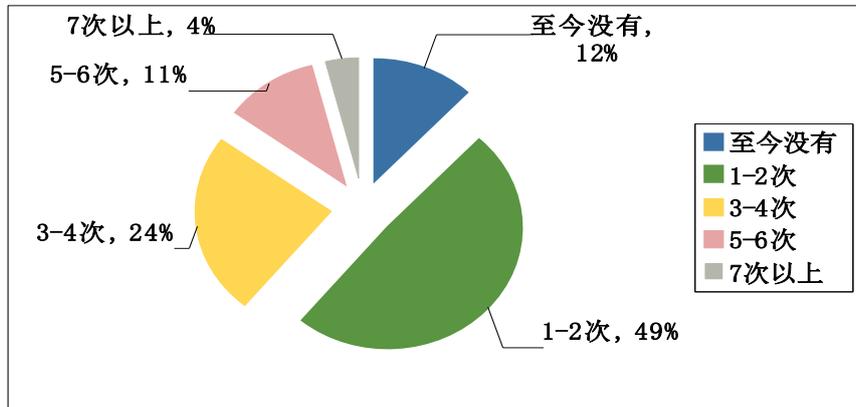


图 4 旅游次数

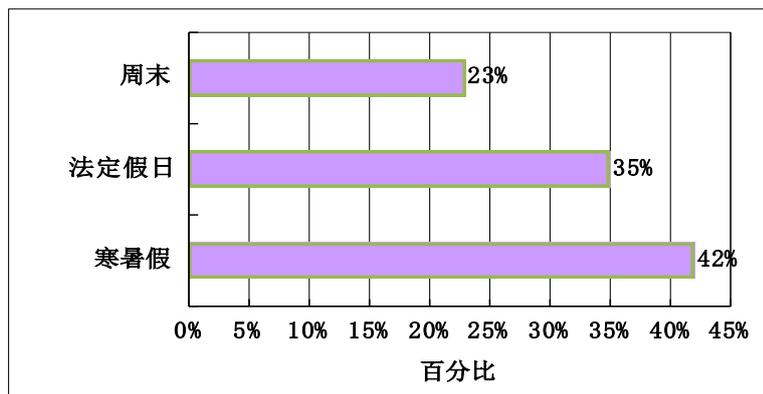


图 5 旅游时间

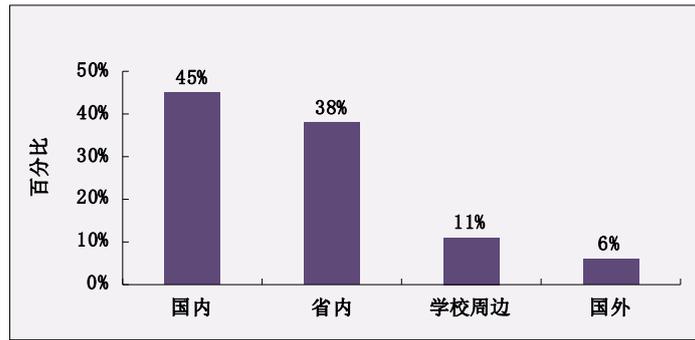


图6 旅游目的地

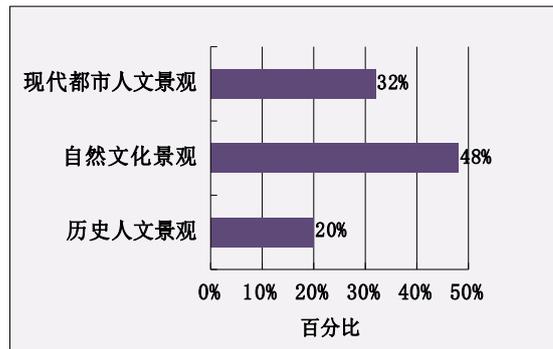


图7 旅游景观类型

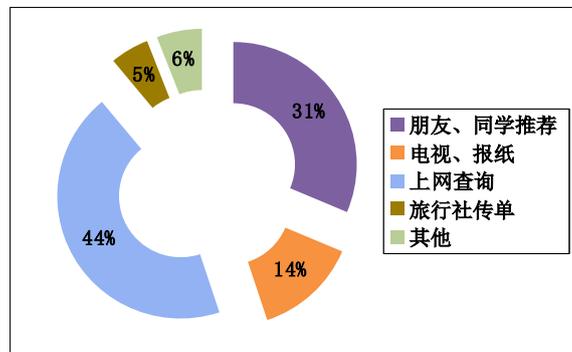


图8 旅游目的地信息获取

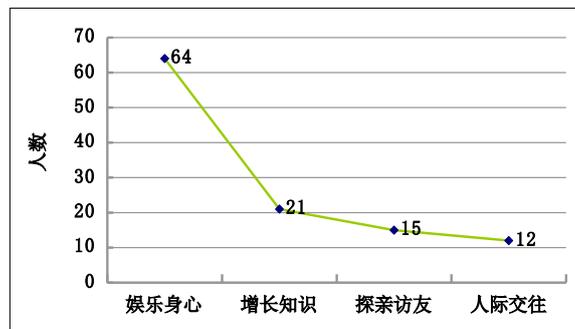


图9 旅游目的

【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		
	封面	封面	8		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)
		目录	7		排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)
	正文	引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义(2分)、调查的主要内容(2分)、调查的主要方式与方法(2分)、调查的主要过程(包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果)(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。
		数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据(4分),分析现状(4分),得出小结论,以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等(6分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理,条理清楚,有逻辑性(4分)。数据采用适当的图表来呈现说明(2分)。
		结论及建议	10		用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上,进行综合归纳,得出报告的结论(5分);并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分,其中建议的针对性3分、可行性2分)。
附件	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：J1-28，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 2021 年末针对长沙市具有代表性的三座大中型超市进行了一次顾客满意度社会调查，调查涉及到的超市主要有家乐福、沃尔玛、家润多等三家。被调查对象筛选条件为在最近一个月内在所调查的商场/超市至少消费过三次的顾客。每个网点发放 500 份调查问卷，共 1500 份问卷，回收问卷 1370 份，其中沃尔玛 480 份，家乐福 470 份，家润多 420 份。去除回答记录不清、逻辑矛盾等问卷，有效样本保持了 1340 份。具体调查数据如下：

1、性别：有效样本中，女性占 56.71%，男性占 43.29%；

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

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

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

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

6、“家乐福”顾客满意度调查结果统计表：

满意度指标 (%)	满意	较满意	一般	不太满意	不满意	没注意
企业形象	26.4	42	25.9	1.5	1.1	3
购物环境	17.1	35.8	37.2	5.2	2.1	2.6
购买便利性	15.5	34.7	36.2	10.3	2.6	0.5
品种	35.5	34.7	20.7	5.7	1.6	1.6
质量	23.3	47.2	23.3	3.1	1.55	1.55
价格	8.8	23.8	37.8	22.3	3.1	4.2
服务	14	46.1	35.2	3.6	1.1	0

7、“沃尔玛”顾客满意度调查结果统计表

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

8、“家润多”顾客满意度调查结果统计表

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

9、顾客满意度调查结果综合统计表

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

10、长沙各大超市 CS 测评重要度测评结果

重要度	商品质量	商品价格	品种多样性	购买便利性	商品服务	企业形象	购物环境
不重要	\	\	\	\	\	\	\
不太重要	8.33	8.33	16.67	\	\	\	\
一般	8.33	16.67	16.67	16.67	8.33	8.33	16.66
较重要	25	25	25	33.33	41.67	50	41.67
重要	66.67	50	50	33.33	50	41.67	41.67
各指标得分	4.5834	4.1667	4.1667	3.8332	4.1667	4.3334	4.2501
各指标重要性	0.1541	0.1401	0.1401	0.1288	0.1484	0.1456	0.1429

注：上表 1-5 列数字为在该项目中回答该重要度的顾客所占百分比。

11、指标权重满意度测评结果

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

【测试任务】

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

要求：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	格式规范,合理,思路清晰,具备信息整理、分析及处理能力(4分);方法得当,逻辑思维和分析能力强,对背景资料分析透彻、细致(4分);能在规定时间内完成任务(2分)。		
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范(包括封面、目录、正文、附件)	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍,但需列明;调研报告字数要求1500字以上,每少50字扣1分。	
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强		
	封面	8	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)		
		7	排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)		
	正文	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：J1-29，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2022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	封面	8		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)
		目录	7		排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)
	正文	引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义(2分)、调查的主要内容(2分)、调查的主要方式与方法(2分)、调查的主要过程(包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果)(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。
		数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据(4分),分析现状(4分),得出小结论,以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等(6分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理,条理清楚,有逻辑性(4分)。数据采用适当的图表来呈现说明(2分)。
		结论及建议	10		用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上,进行综合归纳,得出报告的结论(5分);并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分,其中建议的针对性3分、可行性2分)。
附件	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：J1-30，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（2012-2021）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. 2021 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		
	封面	封面	8		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)
		目录	7		排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)
	正文	引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义(2分)、调查的主要内容(2分)、调查的主要方式与方法(2分)、调查的主要过程(包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果)(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。
		数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据(4分),分析现状(4分),得出小结论,以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等(6分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理,条理清楚,有逻辑性(4分)。数据采用适当的图表来呈现说明(2分)。
		结论及建议	10		用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上,进行综合归纳,得出报告的结论(5分);并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分,其中建议的针对性3分、可行性2分)。
附件	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：J1-31，联想电脑使用情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

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

1. 您的性别： () (单选)

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

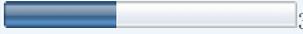
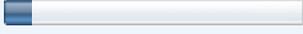
2. 您购买联想电脑的价位是 () (单选)

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

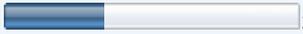
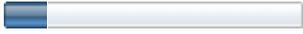
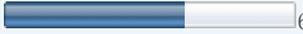
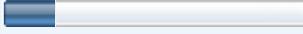
3. 您购买联想电脑时主要考虑的因素有哪些 () (多选)

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

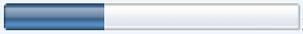
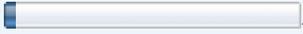
4. 您平时使用电脑主要是 () (多选)

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

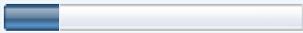
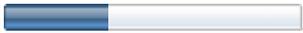
5. 您选择联想笔记本电脑的主要原因有哪些? () (多选)

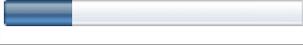
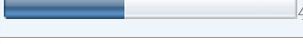
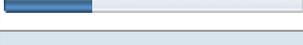
选项	小计(人)	比例
A. 价格适宜	360	 51.4%
B. 售后服务好	240	 34.3%
C. 外观漂亮	100	 14.3%
D. 配置性能较好	440	 62.9%
E. 支持国产	330	 47.1%
F. 经人介绍	120	 17.1%
本题有效填写人次	700	

6. 您认为联想与其他电脑相比, 优势在于? () (多选)

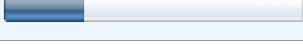
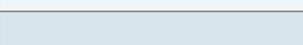
选项	小计(人)	比例
A. 散热好	100	 14.3%
B. 功能好	240	 34.3%
C. 售后服务好	280	 40%
D. 性价比高	370	 52.9%
E. 口碑好	340	 48.6%
F. 其他	30	 4.3%
本题有效填写人次	700	

7. 在使用联想电脑时, 最让你烦心的问题是? () (多选)

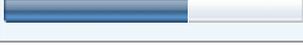
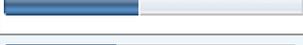
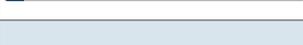
选项	小计(人)	比例
A. 售后服务差	70	 10%
B. 电脑质量差	130	 18.6%
C. 外观难看	250	 35.7%

D. 光驱无法正常工作	90	 12.9%
E. 经常死机、卡机	160	 22.9%
F. 散热差	290	 41.4%
G. 暂时没有	210	 30%
本题有效填写人次	700	

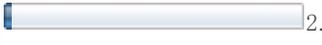
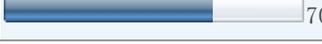
8. 哪些优惠会让您选择联想电脑? () (多选)

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

9. 您觉得联想需要在哪些方面进行改进? () (多选)

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

10. 您对联想电脑的总体感觉是? () (单选)

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

11. 如果以后更换电脑, 您还会选择联想吗? () (多选)

选项	小计(人)	比例
A. 会	420	 60%
B. 不会	60	 8.6%
C. 不好说, 到时候看情况	230	 32.9%
本题有效填写人次	700	

【测试任务】

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

要求:

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	格式规范,合理,思路清晰,具备信息整理、分析及处理能力(4分);方法得当,逻辑思维和分析能力强,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	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			

32. 试题编号：J1-32，冰激凌消费需求情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某调研中心在2021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		
	封面	封面	8		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)
		目录	7		排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)
	正文	引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义(2分)、调查的主要内容(2分)、调查的主要方式与方法(2分)、调查的主要过程(包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果)(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。
		数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据(4分),分析现状(4分),得出小结论,以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等(6分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理,条理清楚,有逻辑性(4分)。数据采用适当的图表来呈现说明(2分)。
		结论及建议	10		用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上,进行综合归纳,得出报告的结论(5分);并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分,其中建议的针对性 3 分、可行性 2 分)。
附件	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：J2-1：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。A 农业服务有限公司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，A 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 B 方报价，价格根据型号而定。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 this 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，以求采取迂回谈判方法来支持己方的高报价。

因为在谈判之前，A方不仅摸清了市场行情，还研究了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吗？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，B方主持人为了避免难堪的局面借故离席，B方助谈人也装作找材料，埋头不语。A方主谈人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方一面通过电话联系，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，虽然B方表明这个价格是总经理批准的，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，并以负责在A方所在区域进行B家农机设备推广，从而扩大其产品销量为条件。

双方经过一阵激烈的讨价还价，并对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。

B公司水稻收割机技术参数如表C-1所示。

表 C-1 B 公司水稻收割机技术参数

技术参数	机器型号/名称		
	PL40(4LZT-4.0ZE) / 谷王水稻收割机	PL50(4LZT-5.0ZC) / 谷王水稻收割机	PQ50(4LZT-5.0QC) / 谷王水稻收割机
工作状态外形尺寸 长*宽*高 (mm)	4595*2020*2220	5105*2300*2800	4595*2020*2220
配套发动机额定功率 (KW)	55	72/74	70/72/74
变速箱形式	28 排量 HST+50 变速箱	42 排量 HST+75 变速箱	37 排量 HST+75 变速箱
整机使用质量 (kg)	2320	3000	2750
割台宽度 (mm)	1800	2000/2200	2000/2200
喂入量 (kg/s)	4	5	5
最小离地间隙 (mm)	300	300	300
脱离滚筒尺寸(直径 ×长度) (mm)	Φ545×1660	Φ620×2000	Φ538×1290/ Φ538 ×662
履带规格(节距×节 数×宽) (mm/节)	90mm×40 节×400mm	90mm×52 节×450mm	90mm×52 节×400mm
选配装置		选装 100 马力国三发动机	
		选装冷/暖空调驾驶室	
		选 装 500×90×52、500 ×90×52 (高花)	
		选装油菜收割装置、选装 下割刀、粉碎器	
		选装 270 度旋转卸粮	
		选装 90 度高位卸粮	
		选装 2.0m 半高位卸粮	
		选装玉米收割装置	
市场参考价 (万元)	4.5 万元/台	6.5 万元/台	5.5 万元/台

【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的模拟谈判，使谈判尽量走向合作。

【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（4分钟）：被抽查方上场，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。

要求：

- （1）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- （2）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。
- （3）演讲时间不得超过4分钟，最后30秒时有人提示。
- （4）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表

队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- （1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- （2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- （3）试探对方的谈判条件和目标。
- （4）对谈判内容进行初步交锋。
- （5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- （6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- （7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- （8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言

的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

(4) 评分细则

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)	
商务谈判实施操作 (40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)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	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(5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	

34. 试题编号：J2-2：白酒经销谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：万客来食品有限公司

乙方：郎酒股份有限公司

万客来食品有限公司是一家烟、酒专卖经销商，是湖南省内知名的零售企业，由于其经销理念先进、销售渠道网络发达、经营管理得力，在几年内迅速发展成当地烟、酒经销商中的“老大”。许多知名烟、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。万客来在湖南有30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个地、县级市。

万客来每年经销白酒的销售额达5亿元人民币以上，而且以每年10%的速度增长，其发展势头非常好。

郎酒股份有限公司（简称郎酒）是中国传统酱香型白酒生产企业，是国家酱香型白酒标准制定者之一。郎酒的酿造历史悠久，自西汉的“枸酱”以来已有千年，其现代工厂是在清末的“絮志酒厂”酿酒作坊的基础上发展起来的。中华人民共和国成立后，在周恩来总理的亲切关怀下，郎酒于1957年恢复生产，成为国内骨干酿酒企业。

郎酒产地四川古蔺县二郎镇，位于“中国白酒金三角”核心区域的赤水河中游国家级优质酱酒原产地保护区，与茅台产地距离只有49千米。郎酒酿造技艺是国家级非物质文化遗产，储存郎酒的天然溶洞天宝洞、地宝洞是四川省重点文物保护单位、省级自然和文化遗产，已入选世界文化遗产预备名录。目前，郎酒有国家级酿酒大师、国家级品酒大师、国家级白酒评委、四川省级白酒评委等专业技术人员上百名。强大的白酒酿造技术团队，充分保障了郎酒的卓越品质。

郎酒二郎酱香基地和泸州浓酱兼香基地“两翼齐飞”。目前，二郎酱

香基地年产优质酱酒 4万吨，优质酱酒储存量已达到13万吨，郎酒泸州浓酱兼香基地已投产，建成后年产浓香原酒超过10万吨，储存量达到30万吨。

“酱香兼香齐年艳，神采飞扬中国郎。”郎酒品牌新战略已全面呈现，在品牌驱动发展的战略统领下，青花郎、红花郎、郎牌特曲、顺品郎、小郎酒五大战略产品有着各自不同的目标市场定位，新时期市场布局和深耕运作正在提速。

郎酒坚持品质第一、品牌升空、营销落地和以消费者为核心的营销战略，用市场、品牌、原产地体验“三位一体”的长跑姿态，塑造旗舰品牌形象。10多年来，郎酒的品牌价值和市场销量大幅增长，已稳健步入百亿白酒行列。

未来5-10年，郎酒将在白酒行业占据重要地位，与东水河对岸的茅台各具特色。郎酒致力于与同行共同做大高端酱酒市场，把郎酒庄园打造成白酒爱好者的圣地、世界级庄园。

郎酒在全国上线，但其品牌知名度和美誉度远不及茅台和五粮液，甚至不如湖南本地的酒鬼酒。郎酒对湖南白酒市场进行调查后，发现湖南年白酒需求量较大，因此，准备先从长沙开始向湖南省进行郎酒品牌推广。通过市场考察，郎酒选择了万客来作为合作伙伴，希望借助万客来的销售渠道打开湖南市场。

2019年10月9日，郎酒市场拓展部一行人来到万客来长沙总部进行经销售合作洽谈。

万客来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，其每年的白酒销量占湖南总销量的10%以上。郎酒想要与之合作，打入湖南市场，必须给予优厚的条件。首先，万客来提出必须独家经销，而且要求对方支付较高的促销费用，促销费用按照销售金额的10%计算，并直接从销售收入中扣除，采取销售返点方式计算利润，按照销售额12%返利。节假日还要由厂家做促销活动，

派推销员队伍到当地专卖店及酒店进行人员推销。

郎酒同意由万客来两年内做湖南省的独家代理商，但必须完成规定的基本销量，第一年基本销量需要达到万客来销售总量的5%，即第一年销售额不低于2500万元，第二年开始每年以5%的速度增长，且必须主推郎酒品牌。促销费用、代理商利润依据完成的销量进行分级返点。当完成基本销量时，促销费用、代理商利润分别按销售金额的3%、5%返点。当超过基本销量时，每超出20%为一个等级，超过部分在原有返点基础上增加1%的促销费用返点和代理商利润返点，鼓励经销商多销。但万客来不完全同意郎酒的要求和条件。双方就独家代理年限、基本销售量、促销费用和代理商利润返点率，以及分级销量和分级返点率、双方承担的促销任务、货款结算方式等展开洽谈。双方在充分协商的基础上，本着平等互惠原则，最终达成了合作经销协议。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，使谈判尽量走向合作。

【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（4 分钟）：被抽查方上场，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。

要求：

- （1）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- （2）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。
- （3）演讲时间不得超过 4 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（4）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- （1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

（2）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（3）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（4）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（5）如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为90分钟（准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

(4) 评分细则

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(5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：J2-3：液态奶包装材料采购项目

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：湖南新希望南山液态乳业有限公司

乙方：湖南万容乳业包装材料有限公司

湖南新希望南山液态乳业有限公司于2013年由原湖南亚华乳业有限公司望城分公司(液态奶厂)重组而立。液态奶厂与全国城市型乳业的领军企业四川新希望乳业股份有限公司形成战略合作关系，共同打造“新希望南山”联合品牌，力争成为湖南乃至整个华南地区低温城市型乳业的代表性品牌。

湖南新希望南山液态乳业有限公司依托四川新希望乳业股份有限公司自有牧场及大型合作牧场，打造现代化优质奶源基地。奶牛存栏 5000 头，日产生鲜牛奶 40 吨，全部实现机械化挤奶，原料奶运输实现全程 GPS 定位和视频监控，确保奶源安全。湖南新希望南山液态乳业有限公司具有年产 15 万吨的生产能力，车间建筑面积达 10 000 多平方米，有 10 多条常低温生产线，产品涵盖三大系列 60 多个品种，其中长沙记忆、老酸奶、酸奶工坊等产品深受消费者的喜爱。

湖南新希望南山液态乳业有限公司的生产线全部采用国内外先进设备，实现全自动化控制，具有产量大、耗能低、噪声小，以及产品包装更加精美、丰满等特点，能更好地满足消费者日益不断增长的消费需求，给消费者提供品质更高的乳制品。湖南新希望南山液态乳业有限公司依托四川新希望乳业股份有限公司强大的资金优势，利用其全国性的整合资源，借鉴十多年企业并购、联合发展的成功经验，通过奶源优化、生产技改、质量强化、包装升级、新品推广、品牌建设等手段，力争实现两年 3 个亿、三年 5 个亿的发展目标。

湖南新希望南山液态乳业有限公司之前已经建立了两条全套瑞典利

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。全套瑞典利乐生产线是高品质、高规格的，但成本也很高。

四川新希望乳业股份有限公司接手液态奶厂后，保留了南山这一老品牌，同时也开发了几个子品牌，包括长沙记忆、老酸奶、酸奶工坊、初心等。每年需要的各类包装材料的采购量非常大，包装材料费占液态奶成本的 8%~10%。其对包装要求很高，必须对供应商进行严格考察与评估。现在湖南新希望南山液态乳业有限公司在长沙望城区新建了液态奶生产加工厂，预计年产量为5万吨，包括低温奶2万吨、常温奶3万吨，现需要选择包装材料供应商，希望材料质量高、价格优。其在多家供应商中选择了湖南万容乳业包装材料有限公司和山东林泉纸业有限公司进行合作。其先与万容乳业包装材料有限公司进行洽谈，根据双方的目标，确定包装材料定量、合作时间、价格。

目前市场包装平均价格为 380 元/吨，以前谈判合作的价格是 300 元/吨。

湖南万容乳业包装材料有限公司是一家生产包装材料的厂家，其包装近年是继国际流行的乐利包、乐利枕（瑞典利乐公司）和康美包（德国康美公司）的一种新型的液态奶包装方式，相对前两种包装成本较低，适合中端品牌的包装要求。该公司与光明、扬子江等品牌都有合作，之前也与四川新希望乳业股份有限公司有合作，在重庆承担过“新希望”低温奶和常温奶包装材料的供应，合作关系较好。湖南新希望南山液态乳业有限公司有意向与其进行进一步的合作，继续为其液态奶供应包装材料。两公司围绕乳制品包装材料的质量、价格、规格，订购数量，以及交货时间、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的模拟谈判，使谈判尽量走向合作。

【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（4分钟）：被抽查方上场，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。

要求：

- （1）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- （2）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。
- （3）演讲时间不得超过4分钟，最后30秒时有人提示。
- （4）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表

队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- （1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- （2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- （3）试探对方的谈判条件和目标。
- （4）对谈判内容进行初步交锋。
- （5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- （6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。
- （7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。
- （8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言

的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

(4) 评分细则

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(5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：J2-4：液态奶进入超市的费用谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：湖南步步高超市采购部

乙方：湖南新希望南山液态乳业有限公司市场部

湖南新希望南山液态乳业有限公司于2013年由原湖南亚华乳业有限公司望城分公司(液态奶厂)重组而立。2015年6月，液态奶厂与全国城市型乳业的领军企业四川新希望乳业股份有限公司形成战略合作关系，共同打造“新希望南山”的联合品牌，力争成为湖南乃至整个华南地区低温城市型乳业的代表性品牌。

湖南新希望南山液态乳业有限公司依托四川新希望乳业股份有限公司自有牧场及大型合作牧场，打造现代化优质奶源基地。奶牛存栏5000头，日产生鲜牛奶40吨，全部实现机械化挤奶，原料奶运输实现全程GPS定位和视频监控，确保奶源安全。湖南新希望南山液态乳业有限公司具有年产15万吨的生产能力，车间建筑面积达10000多平方米，有10多条常低温生产线，产品涵盖三大系列60多个品种，其中长沙记忆、老酸奶、酸奶工坊、初心等产品深受消费者的喜爱。

湖南新希望南山液态乳业有限公司与伊利、蒙牛、光明、卡士这些品牌相比，还存在一定差异，但湖南新希望南山液态乳业有限公司由于是本地生产，运输成本较低，在价格上有优势。

步步高商业连锁股份有限公司(简称步步高)始创于1995年，致力于成长为中国领先的商业及服务业运营商。该公司于2008年6月19日在深圳证券交易所上市，股票代码为002251，被誉为“中国民营超市第一股”。

步步高于2017年启动数字化转型战略，现已建立了全场景全渠道智慧零售生态系统，实现了从传统零售到智慧零售的全面升级。其目前拥有步步高超市、步步高百货(广场)、步步高电器城、汇米巴便利店等业态。步步高的发展战略为多业态区域领先，以多业态、跨区域、密集式开店并结

合数字化智慧零售实现线上线下的全覆盖。

步步高在长沙拥有面积1000平方米的连锁社区超市20家，在湖南省地级市拥有步步高商场20家，商场设计一楼为生活超市，二楼为服装、电器百货商场。步步高是湖南省各地级市消费者信赖的零售品牌。

现在，1000平方米以上的超市的进场费长沙市为2~5万元人民币，地级市为1~2万元人民币，具体费用视零售品牌的影响力率而定，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。除进场费外，还有排面费，排面又分不同的位置，1平方米的单排面费用每年为1000~3000元人民币；店庆费、节庆费、新产品促销费等都按促销期间销售金额的1%~3%进行提成；堆头费则根据位置和堆头占地面积进行协商临时确定，一般堆头占地面积为2平方米，年堆头费为1万元。

步步高超市与湖南新希望南山液态乳业有限公司之间是经销合作关系，即以成本进货，按照厂家规定零售价销售，临近有效期的乳品经过湖南新希望集团同意后采取促销价销售。

双方就各类费用、年销售数量，以及送货时间和地点、货款结算方式等方面进行磋商，最终达成良好的合作关系，签订长期供货合同。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，使谈判尽量走向合作。

【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（4 分钟）：被抽查方上场，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。

要求：

(1) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(2) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(3) 演讲时间不得超过 4 分钟，最后 30 秒时有人提示。

(4) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观

点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- (1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- (2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多

追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

(2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟（准备及撰写商务谈判计划书60分钟、商务谈判30分钟）。

(4) 评分细则

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(5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：J2-5：滑雪板购销合同的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：北京雪上飞商贸有限公司

乙方：浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司

北京雪上飞商贸有限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20余家，是国内最大的滑雪用品专卖公司。该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，以及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。瑞翔冰雪世界的建筑面积约为1.3万平方米，日接待能力为1500人次，能进行单板、双板、戏雪等多项娱乐运动。初级道长120米，宽50米，平均坡度为8%，引进了国际先进牵引设备“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，平均坡度为13%，使用“魔毯”可登上滑雪场的制高点。其目前想采购2000套滑雪板。

包括北京雪上飞商贸有限公司在内的好几家滑雪器材运营商都想与浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司合作，其中北京雪上飞商贸有限公司报出了几个品牌的价格，分别是德国 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)报价260欧元/套。北京雪上飞商贸有限公司委派营销总监、产品部经理等一行到浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司洽谈购销事宜，希望借这批滑雪板业务与其建

立良好关系，将来供应更多的滑雪设备。

瑞翔冰雪世界是一家新建的滑雪场所，希望采购一批价格优惠、质量高，满足不同技术层次滑雪爱好者需要。其首次采购规模较大、资金多、风险大，将在价格、交货、支付、验收、组装、售后维护和维修等方面与北京雪上飞商贸有限公司进行慎重洽谈。

【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的模拟谈判，使谈判尽量走向合作。

【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（4分钟）：被抽查方上场，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。

要求：

(1) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(2) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(3) 演讲时间不得超过 4 分钟，最后 30 秒时有人提示。

(4) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

(2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

(4) 评分细则

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(5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		

38. 试题编号：J2-6：电脑采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：CSMZ 职业技术学院

乙方：联想湖南销售集团

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 名科技人员创办的一家在信息产业内多元化发展的大型企业集团，一家富有创新性的国际化科技公司。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 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。

CSMZ 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一，2019 年成为全国首批“双高计划”建设单位。学校设有现代商务服务专业群、智慧养老专业群、电子软件工程专业群、民政社会工作事业专业群、文化艺术专业群等，包括老年服务管理、社区服务与管理、市场营销、电子商务、金融管理、机器人、环境艺术设计等 30 多个专业，学校占地面积 3300 余亩，固定资产总值达 100 亿元。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 5 名，省级教学名师 15 名，全国优秀教师 5 名，省级优秀教师 20 名，省级专业带头人 10 名和省级青年骨干教师 35 名，教授、副教授近 500 人，中青年教师全部具有硕士学位，在校学生 18000 余名。学校成功申报“双高计划”建设项目后，加大教学设施设备投入，提高现代化、信息化办学水平，要新建和改建一批计算机房，学校欲购买 1000 台电脑用于教学，并采取公开招标方式。通过前期的招标，初步确定两家为洽谈对象，

其中一家为联想,联想报出的电脑基本参数及价格如表 C-2、表 C-3 所示。

表 C-2 2021 年 10 月电脑配置推荐 01

配件	品牌型号	价格
CPU	Intel 酷睿 i5-10400F 散	899 元
散热器	玄冰 400K	79 元
主板	微星 B460M PRO VDH WIFI	599 元
内存	金士顿骇客 8G*2 3200 DDR4 双通道	458 元
显卡	索泰 GTX1650 Super 4G 毁灭者	2399 元
存储	金士顿 A2000 500G NVME 固态硬盘	329 元
机箱	鑫谷图灵 N5	149 元
电源	鑫谷战斧 500PLUS	169 元
键鼠装	自选	--
显示器	自选	--
报价:	5081 元	

表 C-3 2021 年 10 月电脑配置推荐 02

配件	品牌型号	价格
CPU	Intel 酷睿 i5-11400 散	1185 元
散热器	玄冰 400K	79 元
主板	微星 B560M PRO VDH WIFI	649 元
内存	金士顿骇客 8G*2 3200 DDR4 双通道	458 元
显卡	铭瑄 RTX2060 6G 电竞之心	3599 元
存储	金士顿 A2000 500G NVME 固态硬盘	329 元
机箱	鑫谷图灵 N5	149 元
电源	安钛克 BP500	249 元
键鼠装	自选	—
显示器	自选	—
报价:	6697 元	

联想集团非常重视此次招标项目，专门派公司副总经理及长驻湖南的联想分公司（联想湖南销售公司）经理和销售部主任到 CSZM 职业技术学院就电脑购销项目进行洽谈。

【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的模拟谈判，使谈判尽量走向合作。

【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（4 分钟）：被抽查方上场，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。

要求：

(1) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(2) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(3) 演讲时间不得超过 4 分钟，最后 30 秒时有人提示。

(4) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

(2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

(4) 评分细则

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(5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		

39. 试题编号：J2-7：月饼购销合同的谈判

(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，460 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、糕点等食品的生产与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“东莞万人接手印”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表C-4所示

表C-4 华美食品月饼系列产品信息

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

产品名称	产品系列属性	零售价
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的模拟谈判，使谈判尽量走向合作。

【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（4 分钟）：被抽查方上场，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。

要求：

（1）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（2）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（3）演讲时间不得超过 4 分钟，最后 30 秒时有人提示。

（4）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

（3）试探对方的谈判条件和目标。

（4）对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

2、谈判中期阶段（15分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时间合并入最后谈判阶段）

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的

条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

（1）对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

（2）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

（3）谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

（4）进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

（5）如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、商务谈判 30 分钟）。

(4) 评分细则

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(5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

40. 试题编号：J3-1，校园运动产品校园季促销活动方案策划

(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，以此来满足新生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	
		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			

41. 试题编号：J3-2，休闲食品国庆节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

久久丫成立于2002年10月，2002年12月18日第一家店在上海中山西路店开业。目前全国共有六大分部（上海分部、广州分部、成都分部、北京分部、浙江分部、江苏分部），生产经营“久久丫”品牌系列产品。截至2010年7月底，销售网络遍布了全国20多个大中城市，总门店数达到近1000家，现有员工总数逾3000人。主要经营生产酱卤类肉制品、卤制豆制品；销售预包装食品包含（冷冻、冷藏）食品、散装食品（含熟食卤味）。

公司合理运用了现代和传统工艺相结合的生产理念，车间采用纯手工操作，这种中国传统式操作方法能够更好地保证生产出来的产品口味得到充分的展现。公司生产的“久久丫”系列产品是目前国内专业生产和销售鸭副产品的龙头企业，在多年的经营运作过程中，“久久丫”始终遵循“质量为立业之本，诚信乃成功之道”的宗旨，以“金牌品质、金牌服务”为经营原则，建立了一套规范的、科学的自主研发、生产、物流和服务的完整运作体系。在社会各界的大力支持下，“久久丫”品牌系列产品已深受广大消费者所喜爱，并赢得了社会各界的广泛赞誉。

“久久丫”品牌下的系列产品均已通过了QS食品安全体系认证。为数以万计的顾客带来了高质量的休闲美食。我们的目标是做“中国最好吃的口味研究专家”，将创意闲情美食的概念越来越多地推广到各地。

【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28万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业20××年国庆节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思

路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、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			

42. 试题编号：J3-3，婴儿用品母亲节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

深圳市宝宝母婴用品有限公司，是一家集成设计，研发，制造，销售为一体的妇幼用品企业。

“创造顾客诚信度最高，核心经营能力最强的母婴用品第一品牌”为目标，奉行“靠科技优势，提高服务品质；靠连锁优势，扩大市场占有率；靠品牌优势，提高商誉价值”为经营方针。

公司始终重质量、讲信誉，秉承“顾客至上，服务无投诉”服务理念，以“从事母婴用品为主体，开发网络渠道为辅，通过正规化管理，连锁式经营，集群式发展，不断扩大企业规模，广泛为大众提供优质和便利服务”为事业领域，致立于为客户提供“物美、价廉”的产品。秉着“诚信、技术、品质、服务”为主的经营理念，我们将执着地开拓更高的领域。主要产品包括婴儿奶嘴系列，婴儿碗系系列，体温计系列，保温瓶系列，勺子系列目前，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家左右，发展前景非常乐观。

【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，公司将在 20××年母亲节来临之际，A 市场（提示：A 市场可以更换为你所熟悉的市场区域）进行大型促销活动，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,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			

43. 试题编号：J3-4，洗发水双十一促销活动方案策划

(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。

产品特点：

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
<p>无患子系列 (特别添加橄榄油精华, 富含单一不饱和脂肪酸和抗氧化维生素 E, 能够保湿、保护和滋养头皮, 修复干性头皮和受损发丝。)</p>	<p>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。)</p>	<p>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。)</p>
<p>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)</p>	<p>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。)</p>	<p>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。)</p>
<p>生姜系列 (健发高手, 养头皮固发根)</p>	<p>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。)</p>	<p>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</p>

【测试任务】

为提高产品在湖南市场的知名度, 20××年双十一, 公司拟在湖南 A 市场(提示: A 市场可以更换为你所熟悉的区域)各大超市同时开展大型促销活动。预算控制在 30 万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业 20××年双十一促销活动进行策划, 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		

44. 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××年元旦节，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20万元之内。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			

45. 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, 预算控制在 25 万元之内。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：J3-7，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；娇妍新生系列——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】

企业目前有意开拓湖南A市场（提示：A市场可以更换为你所熟悉的市场区域），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“女人节”促销活动进行策划，预算控制在30万元之内。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		

47. 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 A 市场（提示：A 市场可以更换为你所熟悉的市场区域）市场占有率的，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，预算控制在 30 万元之内。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		

48. 试题编号：J3-9，三八节百丽女鞋妇女节促销活动方案策划

(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 市场可以更换为你所熟悉的市场区域）的女人节促销活动进行策划，预算控制在 20 万元之内。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		

49. 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、剃绒器、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，预算控制在 20 万元之内。请根据促销方案策划的流程为该企业 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)	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		

四、推销模块

50. 试题编号：H1-1，农夫山泉矿泉水推销

(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			

评价内容		配分	考核点	备注
	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, 超时或未完成任务酌情扣 1-2 分		
小计			100	

51. 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	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			

评价内容		配分	考核点	备注
			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, 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		

52. 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)				

评价内容		配分	考核点	备注
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		

53. 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			

评价内容		配分	考核点	备注
	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	
推销结束 (10 分)	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	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	
	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		
	2	及时把握成交机会, 结束推销		
	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：H1-5，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。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、芦荟各种香型和规格应有尽有，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		

评价内容		配分	考核点	备注
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,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。	
	3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
	3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方		
	2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪		
	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
	2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任		
	3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣		
	5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服。		
推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式;结束推销,礼貌告辞	
	3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式		
	2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象		
	3	限时5分钟完成,超时或未完成任务酌情扣1-2分		
小计		100		

55. 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专业品牌婴幼儿奶粉、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家左右。自成立以来，公司每年以 150% 的速度增长，计划近 2 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 3 段；【规格】800 克/盒；【奶源原产国】新西兰；零售价：288 元

1. 本产品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	
		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		

评价内容		配分	考核点	备注
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	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。
		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,超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100		

五、营销策划模块

56. 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】

纳爱斯前身是成立于 1968 年的地方国营丽水五七化工厂，2001 年组建集团。总部所在地丽水，是习近平总书记“两山”理念的重要萌发地和先行实践地，纳爱斯发挥独特的区域优势和雄厚的行业领军实力，致力于打造全球化、无边界的全链生态产业体系，不仅引领传统工业及制造业转型升级，更为打造全球生态经济与生态产业发展的新标杆。荣获日化行业首家通过中国绿色产品认证的企业，成为国家工信部作为日化行业唯一专题宣传的生态（绿色）设计示范企业，供各行业借鉴，并以此引导树立绿色消费新理念。

在既定的百年征程之路上，纳爱斯始终坚守实业报国，坚持以“只为提升您的生活品质”为宗旨，以“环境友好、安全健康”为发展理念，在全球建成 9 大生产基地，构筑了线上线下并行的现代销售网络，自主品牌产品已进入包括美国、英国、日本等发达国家在内的 70 多个国家和地区，向世界奉上“好品牌 无国界”产品的全新体验和美好感受。目前已拥有雕牌、超能、纳爱斯、健爽白、伢牙乐、100 年润发、李字、妙管家等自主品牌，形成强有力的品牌矩阵，连年稳居“中国品牌价值评价”日化行业首位、“中国 500 最具价值品牌”日化品牌首位等。除日化行业外，也在化妆品、宠物、香氛、婴童、汽车清洁等多个行业及领域布局成势。

让生活更美好，世界更洁净。纳爱斯以科技创新为驱动，以高品质生产为基石，赋能生态发展新价值，持续引领并满足消费需求。在杭州建有国际一流研发中心，拥有中国轻工业洗涤剂重点实验室、浙江省科技厅认定的绿色清洁重点实验室等，同时“走出去”到发达国家建立了世界领先

的科研机构，并将科研人才与成果“引进来”，助力经济高质量绿色发展和建设共同富裕大业。作为生态（绿色）设计示范企业，纳爱斯率先实施产品全生命周期评估机制，拥有众多国内领先、国际先进水平的自主知识产权可控关键核心技术，带动上下游行业一起高质量绿色发展。在国家“十一五”至“十三五”期间，成为行业唯一连续荣获“轻工业科技创新先进集体”称号的企业，并引领“十四五”创新发展。

纳爱于斯，不止于斯。纳爱斯始终将社会责任担当于肩，秉持“耕耘为家乡，奉献在天下”的家国情怀，在抗击疫情、赈灾驰援、慈善捐赠、助学扶弱、公益服务等方面积极作为。近年来在防控新冠肺炎疫情方面表现突出，入选“全国首批新冠肺炎疫情防控重点保障企业”，还获得国务院应对新冠病毒物资保障组发来的“感谢信”，点赞纳爱斯为疫情防控作出突出贡献。

搏击未来，奋斗不息。历经半个多世纪发展的纳爱斯，形成了居低不卑、百折向东的“如水文化”，打造了“以奋斗者为本”的机制平台，始终秉持“开放包容”的基本原则，敞开胸怀拥抱全球更多能人志士一起共创美好事业，为新时期生态文明建设积极探索富有纳爱斯特色之路，朝着既定的“明天的纳爱斯是世界的纳爱斯”的宏伟愿景加速奋进！

【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该企业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	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 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)	具体内容	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)			

评价内容		配分	考核点	备注
	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），公关对象选择符合本次公关活动的目标和主题（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3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）	
	物料准备及进度安排	10	对活动所需物流进行计划、准备与预算，（5分），所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行布置和安排（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	有预效果评估（1分），公关效果预评估合理，符合公关活动目标（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

57. 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”始于 1921 年，公司的粽子制作方法源于百年传承的传统工艺，其制作技艺于 2011 年被文化部收录进第三批国家级非物质文化遗产名录。五芳斋是全国首批“中华老字号”企业，2004 年被国家商标局认定为中国驰名商标。曾荣获“农业产业化国家重点龙头企业”、“原产地标记产品——嘉兴粽子(五芳斋)”、“国家电子商务示范企业”、“中国餐饮百强企业”、“餐饮业质量安全提升工程示范单位”、“全国主食加工业示范企业”、“全国食品制造业纳税百强”、“浙江省绿色企业”、“浙江省十大特色农产品品牌”等国家级、省级荣誉称号。2022 年 8 月，五芳斋在 A 股主板上市。

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。

目前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)	具体内容	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 本次公关活动的目标和主题(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3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)	
		物料准备 及进度安 排	10	对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(1分)			
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到		
小计		100			

58. 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该企业 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,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	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 本次公关活动的目标和主题(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3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)	
		物料准备 及进度安 排	10	对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(1分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到		
小计		100			

59. 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。

经过20多年的发展，目前老干妈已是国内生产及销售量最大的辣椒制品生产企业，“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，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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-5，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成立于 1996 年，中国饮料 20 强之一，是在中国市场上同时具备规模性、成长性和盈利能力的饮料龙头企业。以 2019 年零售额计，农夫山泉在茶饮料、功能饮料及果汁饮料的市场份额均居中国市场前三位。

多年来，农夫山泉坚持“天然、健康”的品牌理念，从不使用城市自来水生产瓶装饮用水，也从不在饮用水中添加任何人工矿物质。为了保障持续大量的优质天然水供应，农夫山泉独具战略眼光，前瞻性地在中国布局了十大稀缺的优质天然水源，奠定了为消费者提供长期天然健康服务的基础和能力，形成长期稳定的竞争优势。农夫山泉拥有领先的装备水平、制造能力、强大的供应链管理能力和严格的质量保障体系。

面对瞬息万变的市场环境，农夫山泉建立了完善的全国性销售渠道，依托大数据系统持续提升分销效率。截至 2019 年，农夫山泉通过销售人员的手机终端系统管理全国 4000 余个经销商，1 万余名一线销售及销售管理人员，并通过大数据分析系统管理经销商库存，严控产品终端货龄，提升运营效率。

农夫山泉不断推陈出新，形成多元化产品矩阵，除饮用水外，已经布局即饮茶、功能饮料、果汁、植物蛋白、咖啡类等品类。

现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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-6，华为国庆庆典活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

华为创立于 1987 年，是全球领先的 ICT（信息与通信）基础设施和智能终端提供商。目前华为约有 19.5 万员工，业务遍及 170 多个国家和地区，服务全球 30 多亿人口。

华为致力于把数字世界带入每个人、每个家庭、每个组织，构建万物互联的智能世界：让无处不在的联接，成为人人平等的权利，成为智能世界的前提和基础；为世界提供多样性算力，让云无处不在，让智能无所不及；所有的行业和组织，因强大的数字平台而变得敏捷、高效、生机勃勃；通过 AI 重新定义体验，让消费者在家居、出行、办公、影音娱乐、运动健康等全场景获得极致的个性化智慧体验。华为公司主要生产智能手机、终端路由器、交换机、电脑等产品，仅华为手机就有 mate 系列、p 系列、nova 系列、畅享系列、麦芒系列、荣耀系列、荣耀 V 系列、荣耀畅玩系列、Note 系列九个系列品牌，涵盖高中端消费人群，目前，华为手机销量位居全国第一，畅销海内外。

【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华为手机等产品 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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-7，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。

2022 年凯度 BrandZ 最具价值中国品牌百强榜单正式发布，海尔以 332.06 亿美元的品牌价值位居第九位，海尔相较去年排名提升了两位，跻身中国最具价值品牌前 10 强。海尔的全球化布局，还有在消费级产品与工业互联网平台的不断创新，帮助海尔实现了 26%的品牌价值增长。汽车制造商比亚迪的品牌价值上升了 29%。比亚迪在中国与海外市场迅速扩张，成为了 2022 年上半年全球销量第一的新能源车品牌。

【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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-8，百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)、啤啞餐馆 (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。

全球每天在全球 200 多个国家和地区的消费者享用百事公司的产品达 10 多亿次。2021 年百事公司的净收入超过 790 亿美元，得益于其互补性

的饮料和休闲食品系列，包括乐事、多力多滋、奇多、佳得乐、百事可乐、激浪、桂格和 SodaStream 气泡水。百事公司旗下拥有众多深受消费者喜爱的年零售额超过 10 亿美元的标志性品牌。

秉承“赢之有道”的理念，百事公司的愿景是成为全球休闲食品和饮料领域的领军者。“赢之有道”反映了我们追求以可持续性的方式赢得市场，并坚定地把公司理念融入到我们业务的各个方面。

【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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-9，某某酒店开业庆典公关活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

某某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 平方米的大宴会厅，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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(1分)			
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到		
小计		100			

65. 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 2019 年荣获区销售冠军，2020 年获得了 A 市销售冠军，2021 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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-11，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	
		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),公关对象选择符合本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备及进度安排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分),所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理,符合公关活动目标(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：H2-12，奔驰公司危机公关活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

薛春艳上海理工大学在读研究生。2019 父母为了给她庆祝生日，就花费 66 万元在 4S 店购买了一辆奔驰送给她。然而她在 4S 店提车之后，出门没多久仪表盘就开始发出警报声。后来经过查看，才发现原来是发动机缺油了。面对这样的情况，薛春艳感到非常疑惑。原来是车子的发动机漏油了！找到原因之后，薛春艳立刻为自己维权。然而 4S 店的工作人员和负责人却一口否认，认为自己的新车没有问题。后来她又找了别的 4S 店的工作人员帮自己的新车做检测，最终发现确实存在发动机漏油的问题。于是薛春艳便回到了自己买车的 4S 店，向工作人员讨要说法。僵持不下，工作人员只能承诺会全额退款或者是给她换一辆新车。得到承诺之后，她也得以安心的回家。然而令人没有想到的是，她等了很长一段时间，对方都没有针对自己的补偿进行进一步的进展。在这样的情况之下，薛春艳只好自己在找上 4S 店的工作人员。但工作人员的态度却令她非常震惊对方，不仅仅没有把这件事情放在心上，反而还认为她太过于斤斤计较。情绪激动之下，她干脆直接坐在奔驰车盖上怒斥工作人员和 4S 店。有路过的网友觉得这件事情有趣，于是就拍了视频传到网上。令人没有想到的是，这条视频竟然会在网上不断发酵，引来大量群体的关注。最后迫于舆论的压力，4S 店不得不给予薛春艳相应的补偿。不仅仅给她换了一辆新车，同时还将其涉及到的金融服务费全部免除。至此，奔驰女车主维权事件才算告一段落，但此事件给奔驰汽车带来了较大负面影响。

【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该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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-13，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。

2022 年 11 月 20 日，第五届北京责任展暨《企业社会责任蓝皮书（2022）》发布会在北京召开，国务院国资委党委委员、秘书长彭华岗，中国社会科学院经济研究所所长黄群慧等出席。会上，伊利荣获中国社会科学院《企业社会责任蓝皮书（2022）》“2022 中国企业社会责任发展指数乳制品行业第一”，这也是伊利第 5 次获得该荣誉。

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，2022年8月17日，荷兰合作银行公布“2022年全球乳业20强”，伊利以182亿美元的营业额位居“全球乳业五强”，连续9年保持亚洲乳业第一。蒙牛已经被伊利反超，而且差距越来越大。

【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,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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-14，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。

2021 年 OPPO 以 2350 万台（不含 realme）的智能手机总出货量稳居国内智能手机市场首位，其销量环比增长 51%，同比增长 209%，即使是在整体向好的大形势下，表现也是非常突出的。

OPPO 的稳定增长，除了源于产品自身以外，也因为其完善且准确的布局规划。OPPO 目前已经实现了从高端到入门的全面 5G 更新推进，与 5G 换新的大潮趋势相符。同时其产品线覆盖也足够全面，旗舰有 OPPO Find X3 系列，高端有 Reno5/Reno6 系列，主流价位有高性价比的 OPPO K9，传统强项线下市场 A 系列产品也在稳定迭代，为用户提供了各价位段的丰富选择。

【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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(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：H2-15，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】

小米是一家以手机、智能硬件和 IoT 平台为核心的互联网公司，以智能手机、智能电视、笔记本等丰富的产品与服务。致力于让全球每个人都能享受科技带来的美好生活。

小米科技有限责任公司成立于 2010 年 3 月 3 日，是专注于智能硬件和电子产品研发、智能手机、智能电动汽车、互联网电视及智能家居生态链建设的全球化移动互联网企业、创新型科技企业。小米公司创造了用互联网模式开发手机操作系统、发烧友参与开发改进的模式。

“为发烧而生”是小米的产品概念。“让每个人都能享受科技的乐趣”是小米公司的愿景。小米公司应用了互联网开发模式开发产品，用极客精神做产品，用互联网模式干掉中间环节，致力让全球每个人，都能享用来自中国的优质科技产品。

小米已经建成了全球最大消费类 IoT 物联网平台，连接超过 5.58 亿台智能设备，进入全球 100 多个国家和地区。MIUI 全球月活跃用户达到 5.64 亿。小米系投资的公司超 500 家，覆盖智能硬件、生活消费用品、教育、游戏、社交网络、文化娱乐、医疗健康、汽车交通、金融等领域。

2019 年 6 月，入选 2019 福布斯中国最具创新力企业榜。10 月，2019 福布斯全球数字经济 100 强榜发布，小米位列第 56 位。12 月 18 日，人民日报“中国品牌发展指数”100 榜单排名 30 位。2021 年 3 月 30 日，小米集团在港交所发布公告，正式宣布进入造车领域。同日，小米启用新 Logo。

2022年8月，在世界500强企业中排名第266位，大幅提升72名。收购自动驾驶技术公司深动科技，布局自动驾驶核心技术。

全球三大智能手机制造商之一，也拥有全球最大的消费级智能物联网平台。是全球以及中国区增速最快的智能手机品牌。

【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	
		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 本次公关活动的目标和主题(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3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)
		物料准备 及进度安 排	10		对活动所需物流进行计划、准备与预算,(5分), 所需物流的完成时间、责任人及工作要求进行 布置和安排(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	有预效果评估(1分),公关效果预评估合理, 符合公关活动目标(1分)			
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到		
小计		100			

六、广告策划方案模块

71. 试题编号：Z2-1，设计广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

华为 Mate 50 是华为公司于 2022 年 9 月 6 日发布的手机产品。

华为 Mate 50 搭载 6.7 英寸 OLED 材质屏幕，配有昆仑霞光，昆仑破晓，冰霜银，曜金黑，流光紫五款颜色；长度约 161.5mm、宽度约 76.1mm、厚度约 7.98mm、重量约 202g（含电池）

华为 Mate 50 搭载高通骁龙 8+4G 八核处理器，后置摄像头为 5000 万像素超光变镜头+1300 万像素超广角镜头+1200 万像素潜望式长焦镜头，支持长焦画中画、微电影、高像素模式、延时摄影、AI 摄影大师、动态照片、快拍、4D 预测追焦等功能；前置摄像头为 1300 万像素超广角摄像头；搭载 4460mAh 电池容量。

华为消费者业务产品全面覆盖手机、移动宽带终端、终端云等，凭借自身的全球化网络优势、全球化运营能力，致力于将最新的科技带给消费者，让世界各地享受到技术进步的喜悦，以行践言，实现梦想。

【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策划方案，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	方案有新的创意,见解独到			
小计		100			

72. 试题编号：Z2-2，设计节能电脑广告策划方案

(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率，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策划方案，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	方案有新的创意,见解独到			
小计		100			

73. 试题编号：Z2-3，设计足浴器广告策划方案

(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策划方案（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	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			

74. 试题编号：Z2-4，设计“童彩”牌神笔广告策划方案

(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”广告策划方案（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			

75. 试题编号：Z2-5，设计永丰辣酱广告策划方案

(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 市市场的广告策划方案，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			

76. 试题编号：Z2-6，设计“明园”企业形象广告策划方案

(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	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、广告在购买动机与行动率、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：Z2-7，设计广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

长沙湘贵实业有限公司（以下简称公司）是一家以酒类产品为主，实施多元化经营的新型专业营销公司，历年来的诚信经营也得到了相关政府职能部门和社会各界的高度评价和认可，是湖南民营企业的一颗新星。公司主要从事产品的代理与专业推广业务，主要产品有贵州仁怀酒中酒集团“酒中酒霸”、“小品酒”，贵州一品仙有机茶业有限公司“一品仙”茶，“湘贵苹果醋”、“湘贵干红”、“山药酪”等。目前，公司在全国各地设有办事处及数十个市场部，销售网络遍布中南地区数十个大、中、小城市及乡镇市场。在总部长沙设立有批发、零售、特约经销网点达 10000 多家。

公司旗下代理的白酒、红酒、饮料、茶叶等四大产品系列中，饮料系列属企业自有品牌（中间商品牌，企业用自己的品牌推出产品），产品均为果园性质的“养生”功能型健康饮品，为“使众多消费者享受着‘养生果汁专家’带来的营养与健康”而努力。

公司秉持奋力拼搏，锐意进取的精神，坚定不移地走改革、创新、品牌发展之路，力争将公司做大、做精、做强。近年来，随着我国高校的连续扩招，规模不断壮大，我国高等教育在校生的人数超过 1600 万，如果大学生每人年平均消费 5000 元，年消费额将高达 800 多亿，对商家和企业来说，也就意味着一个巨大的、高素质的新型消费市场的形成。为抓住青年消费群体，特别是大学生这一充满青春活力的特殊群体，将以下产品深度分销做进大学校园。

①湘贵苹果醋：调整肠胃，解酒养肝，消除疲劳，调节新陈代谢。增强免疫力，预防流感，帮助消化，增进食欲，促进钙质吸收，避免虚胖。

②湘贵山药酪：含有丰富的 DHEA（青春因子），可以抗衰老，增强免疫功能；能降低胆固醇；有利于脾胃消化吸收功能；消除疲劳、补充天然

能量。

③湘贵苹果汁、金梨汁：护肤美容、助消化、营养易吸收、润肺、凉心、消痰治风热，降火凉心、解毒调节人体机能。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南高校“山药酪”、“苹果醋”、“苹果汁”、“金梨汁”等系列健康饮品市场，而且希望通过在各地高校附近商场、超市、食堂饮料销售点等渠道进行销售，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性开拓湖南高校市场的广告策划方案，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			

78. 试题编号：Z2-8，设计雅芳 A 霜广告策划方案

(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首饰品。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	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、广告在购买动机与行动率、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：Z2-9，设计红旗轿车广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

对于中国人而言，红旗不仅是一个著名的汽车品牌，还有一种深深的情怀和神圣的记忆。对于一汽人而言，红旗更是一种强烈的责任和历史的使命。在六、七十年代，红旗轿车是中国汽车工业的一面旗帜。改革开放后，“红旗”在继续承担“国车”重任的同时，开始了市场化进程。

新红旗将突出“新高尚”、“新精致”、“新情怀”的理念，把中国优秀文化和世界先进文化、现代时尚设计、前沿科学技术、精细情感体验深度融合，打造卓越产品和服务。

新红旗战略目标：把新红旗打造成为“中国第一、世界著名”的“新高尚品牌”，满足消费者对新时代“美好生活、美妙出行”的追求，肩负起历史赋予的强大中国汽车产业的重任。

新红旗家族将包括四大系列产品：L系列——新高尚红旗至尊车；S系列——新高尚红旗轿跑车；H系列——新高尚红旗主流车；Q系列——新高尚红旗商务出行车。目前红旗已经构建了“一部四院”的研发体系，形成了“三国五地”的全球研发布局。长春是红旗品牌的研发总部，新组建了红旗造型设计院、新能源研究院和智能网联开发院。在北京，新设了前瞻技术创新分院和体验感知测量研究院；在上海，新设了新能源研发分院；在德国慕尼黑，新设了前瞻设计分院；在美国硅谷，新设了人工智能研发分院。

测试任务：

为了扩大红旗轿车在湖南市场的知名度和影响力，欲在2023年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策划方案，费用控制在120万之内。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、广告在购买动机与行动率、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：Z2-10，设计爱尔眼科医院广告策划方案

(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市中小学生的广告策划方案(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	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、广告在购买动机与行动率、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			