

2006-考试指导MBA管理分章节习题集（10）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/107/2021_2022_2006-_E8_80_83_E8_AF_c70_107563.htm 案例1.1996年春节前的N市商战 据某报1996年2月的一篇报道：进入2月份，一场既温情脉脉又充满火药味的促销大战在N市打响。距1996年春节还有半个月，地处N市繁华商业区的X百货商店突然宣布：从2月3日至2月17日，4万多种商品中的80%以上以5-9折优惠出售。消息一传出，立即引起N市各大中型商店的重视。当天，N市其它商场纷纷宣布也进行降价销售。S百货商店、T商场、H商厦等三大商场迅速决定：与X百货商店同步，也从2月3日起开展5-9折的酬宾销售，并把时间延长到2月29日。S百货商店准备了2000多万元的商品，T商场优惠面在70%以上，H商厦1至4楼的所有商品，除了10元以下的商品以外，均在降价销售之列。N市商厦原准备在2月10日左右才推出类似的促销活动，现在决定将时间提前。在部分大型商场减价的同时，一些中型商场也不甘示弱，纷纷“加盟”商战，如Z大厦商场等也从2月4日起，向顾客推出5-9折的酬宾活动，有的商场还利用总经销的优势，推出一批特价商品。据不完全统计，2月3日以来，N市市区共有200多家大中型国有商场和个体商店加入“降价大战”的行列。N市商界以往的常规做法是把让利较多的酬宾活动安排在春节后的销售淡季，而今年却在人们公认的节前旺季展开，且势头之猛超过往年，为什么？“市场旺季不旺，只好降价促销。”这是商家的普遍回答。而某研究员则认为，各家商场在这段时间搞这么大的动作，主要是由于元旦与春节两大节日间距比往年拉得长，商业网点又在增

多，而且消费者观念也发生了某些变化，销售比往年显得平淡，商家迫不得已把节后的降价促销改为节前。一些经济界的人士认为，眼下的市场表明，居民的消费热点与市场的销售已出现错位情况，在大多数家庭耐用品差不多齐备时，日常消费品如服装、食品等商品的销售量将相对增加，而各大商场的柜台里，家庭耐用品仍占多数，以致出现供过于求，只有采取降价的促销手段。J省商业厅的一位同志认为，降价有它的可行性，在年前的大幅度降价会推动销售。但也有不少人认为，这种以价格竞争为主调的酬宾活动，从形式到内容都无多少创新，而且各家的促销活动基本在同一时间开始，很可能还是各自守住原来的市场份额，同时还会带来企业的效益滑坡，进而影响国家的财税收入。S百货商店的一位经理说，各商家闻风而动，无疑是加剧了节前的市场竞争，市场光靠让利是旺不起来的，毕竟老百姓的购买力是有限的。

- 1.其它大中型商场跟随X百货商店的节前降价销售，但如果以后其他条件不变且没有采取其它措施，则极有可能出现哪种情况? A.短期内销售量会大幅度下降B.短期内销售量会略有下降C.短期内销售量会大幅度增加D.短期内销售量会略有增加
- 2.如果N市内有某个百货商场的管理者决定，在节前不参与这场以降价为主调的商战，那么这个商场必须具备以下哪个条件? A.它的规模比X百货商店等商场都大B.它的经营成本比X百货商店等商场都低C.它的商品比X百货商店要更高档D.它的经营方式应更具有特色
- 3.在这次降价销售中，H商厦对价格在10元以下的商品不给予折扣，你认为其主要原因应是什么? A.这些商品是畅销货B.这些商品的库存最较少C.这些商品的需求价格弹性较小D.这些商品的需求价格弹性较大
- 4.为什么有些

商场可以依托总经销的优势，推出特价商品? A.因为工贸关系密切，可得到厂家的支持B.因为对市场有一定的垄断，可以在一定程度上控制商品的价格C.因为商品的供应量可以得到保证D.以上各条都可作为理由

5.由于1996年的元旦与春节两大节日间距拉长，N市的商业网点的增多，对于各个大中型商场而言，会产生什么情况? A.购买力发生分流 B.购买力下降C.消费者的观念改变 D.商品的供应量增加

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com