

永州职业技术学院 学生专业技能考核题库

市场营销

2020年8月

目录

一、专业基本技能	5
模块一 信息采集.....	5
1. 试题编号: J1-1, 设计知名度与满意度调研方案.....	5
2. 试题编号: J1-2, 设计市场需求调研方案.....	7
3. 试题编号: J1-3, 设计大学生兼职情况调研方案.....	9
4. 试题编号: J1-4, 设计视力状况调研方案.....	11
5. 试题编号: J1-5, 设计中老年人身体状况调研方案.....	13
6. 试题编号: J1-6, 设计洗衣机产品质量调研方案.....	16
7. 试题编号: J1-7, 设计后勤满意度调研方案.....	18
8. 试题编号: J1-8, 设计就业意向调研方案.....	20
9. 试题编号: J1-9, 设计消费者对手机偏好度调研方案.....	23
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, 伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计	27
12. 试题编号: J1-12, 李宁品牌 (LI-NING) 市场竞争情况调研问卷设计.....	29
13. 试题编号: J1-13, 华为 P9 手机各项功能顾客满意度调研问卷设计.....	32
14. 试题编号: J1-14 农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计	35
15. 试题编号: J1-15, 华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计	37
16. 试题编号: J1-16, 潘婷市场认可度调研问卷设计	40
17. 试题编号: J1-17, 南山奶粉市场调研问卷设计	42
18. 试题编号: J1-18, 比亚迪差异化价格提高销量调研问卷设计	45
19. 试题编号: J1-19, 蓝月亮泵头设计使用体验调研问卷设计	48
20. 试题编号: J1-20, 云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷设计.....	50
21. 试题编号: J1-21, 卡士酸奶产品规格合理性调研问卷设计	53
22. 试题编号: J1-22, 顺丰速运市场满意度调研问卷设计	57
23. 试题编号: J1-23, 统一方便面市场竞争情况调研问卷设计	59
24. 试题编号: J1-24, 老凤祥品牌忠诚度调研问卷设计	62
25. 试题编号: J1-25, 新东方泡泡少儿英语课程设置市场调研问卷设计	65
26. 试题编号: J1-26, 大学生旅游市场基本特征调研报告	67
27. 试题编号: J1-27, 超市顾客满意度调研报告	72
28. 试题编号: J1-28, 方便面市场基本情况调研报告	76
29. 试题编号: J1-29, 美容化妆品行业市场基本情况调研报告	79
30. 试题编号: J1-30, 大学生就业问题调研报告	84
31. 试题编号: J1-31, 双十一网购情况调研报告	87
32. 试题编号: J1-32, 学生 PC 市场消费需求调研报告	94
33. 试题编号: J1-33, 酒类商品的消费及需求情况调研报告	100
34. 试题编号: J1-34, 大学生洗面奶消费行为调研报告	103
35. 试题编号: J1-35, 中国网民消费方式与消费观念调研报告	108
模块二 商务谈判.....	错误!未定义书签。

1.试题编号: J2-1, 农机设备采购谈判.....	错误!未定义书签。
2.试题编号: J2-2, 白酒经销谈判.....	错误!未定义书签。
3.试题编号: J2-3, 液汰奶包装材料买卖项目.....	错误!未定义书签。
4.试题编号: J2-4, 亚华乳业进入超市的谈判.....	错误!未定义书签。
5.试题编号: J2-5, 日化用品购销谈判.....	错误!未定义书签。
6.试题编号: J2-6, 售后服务成本分摊谈判.....	错误!未定义书签。
7.试题编号: J2-7, 葡萄酒采购项目谈判.....	错误!未定义书签。
8.试题编号: J2-8, 经销合作谈判.....	错误!未定义书签。
9.试题编号: J2-9, 软件采购谈判.....	错误!未定义书签。
10.试题编号: J2-10, 经营场所租赁谈判.....	错误!未定义书签。
11.试题编号: J2-11, 购销合同的谈判.....	错误!未定义书签。
12.试题编号: J2-12, 购销合同的谈判.....	错误!未定义书签。

模块三 促销模块..... 186

1.试题编号: J3-1, 校园运动产品促销活动方案策划.....	186
2.试题编号: J3-2, 君乐宝婴幼儿奶粉六一儿童节促销活动方案策划.....	189
3.试题编号: J3-3, 化妆品“三八节”促销活动方案策划.....	191
4.试题编号: J3-4, 百丽女鞋三八节促销活动方案策划.....	194
5.试题编号: J3-5, “三八”女人节内衣促销活动方案策划.....	196
6.试题编号: J3-6, 尚艺“五一”促销活动方案策划.....	199
7.试题编号: J3-7, 千金大药房重阳节促销活动方案策划.....	202
8.试题编号: J3-8, 河南三剑客奶业感恩节促销活动方案策划.....	205
9.试题编号: J3-9, NOCOL 劳克卫浴“五一”促销活动方案策划.....	207
10.试题编号: J3-10, 贝雪婴儿用品母亲节促销活动方案策划.....	210
11.试题编号: J3-11, 晓家酒店公寓“一周年店庆”促销活动方案策划.....	213
12.试题编号: J3-12, 仟吉食品“中秋节”促销活动方案策划.....	215
13.试题编号: J3-13, 蝶欧饰品“七夕”促销活动方案策划.....	218
14.试题编号: J3-14, 红金食用油“元旦节”促销活动方案策划.....	220
15.试题编号: J3-17, 美的集团“国庆节”促销活动方案策划.....	224

二、岗位核心技能: 产品推销 228

1.试题编号: H1-1, 矿泉水推销.....	228
2.试题编号: H1-2, 湖南味冠天下休闲食品推销.....	230
3.试题编号: H1-3, 蒙牛牛奶推销.....	233
4.试题编号: H1-4, 可口可乐推销.....	236
5.试题编号: H1-5, 舒肤佳香皂推销.....	239
6.试题编号: H1-6, 婴幼儿奶粉推销.....	242
7.试题编号: H1-7, 海飞丝洗发水推销.....	245
8.试题编号: H1-8, 李宁运动鞋推销.....	248
9.试题编号: H1-9, 蓝月亮洗衣液推销.....	251
10.试题编号: H1-10, 蜂蜜推销.....	253
11.试题编号: H1-11, 火腿肠推销.....	257
12.试题编号: H1-12, 盐津铺子休闲食品推销.....	260
13.试题编号: H1-13, 石门柑橘推销.....	263
14.试题编号: H1-14, 牙膏推销.....	266

15.试题编号: H1-15,洗衣液推销	269
16.试题编号: H1-16,立白洗洁精推销	272
17.试题编号: H1-17,吐鲁番葡萄干推销	275
18.试题编号: H1-18,伊利牛奶推销	278
19.试题编号: H1-19,百雀羚护手霜推销	281
20.试题编号: H1-20,康师傅方便面推销	284
21.试题编号: H1-21,湘西老爹猕猴桃果汁推销	287
22.试题编号: H1-22,东江鱼仔(熟食)推销	289
23.试题编号: H1-23,卡士酸奶推销	292
24.试题编号: H1-24,浪莎丝袜推销	295
25.试题编号: H1-25,辣妹子调味品推销	298
26.试题编号: H1-26,云南白药牙膏推销	299
27.试题编号: H1-27,红富士苹果推销	304
28.试题编号: H1-28,平江豆腐干推销	307
29.试题编号: H1-29,健身卡推销	310
30.试题编号: H1-30,美容卡推销	313

三、跨岗位综合技能: 广告文案策划3166

1.试题编号: Z2-1,设计广告文案.....	3166
2.试题编号: Z2-2,设计节能电脑广告文案.....	31818
3.试题编号: Z2-3,设计足浴器广告文案.....	32120
4.试题编号: Z2-4,设计“童彩”牌神笔广告文案	324
5.试题编号: Z2-5,设计永丰辣酱广告文案.....	3265
6.试题编号: Z2-6,设计“明园”企业形象广告文案.....	32930
8.试题编号: Z2-8,设计雅芳 A 霜广告文案.....	3343
9.试题编号: Z2-9,设计青岛啤酒公司广告文案.....	3365
10.试题编号: Z2-10,设计爱尔眼科医院广告文案.....	3398

永州职业技术学院学生专业技能考核题库 (市场营销)

根据永州职业技术学院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（产品推销模块）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、设计广告文案等7个项目，其中商务谈判项目对应12个测试题，产品推销项目对应30个测试题，撰写调研方案、撰写调研报告分别对应10个测试题，设计调研问卷与制定促销活动策划方案分别对应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5年之前的案例。

一、专业基本技能

模块一 信息采集

1. 试题编号：J1-1，设计知名度与满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

永州华丰华天大酒店地处冷水滩翠竹路与梅湾路的交汇处，永州市民政局旁，邻近永州市政府、潇湘公园，交通便利，地理位置优越。酒店拥有各类客房，房间温馨舒适，设施完善。且酒店另配有风格各异的中餐厅、西餐厅、咖啡厅、会议厅及多功能厅等，是商务、旅游客人理想之选。

永州华丰华天大酒店是由湖南永州市金源国际大酒店有限责任公司投资兴建，委托湖南华天国际酒店管理有限公司全权管理的豪华商务酒店。酒店总投资近 2 亿元，占地 9573 平方米，建筑面积约 17000 平方米。酒店严格按照高星级标准投资建设，客房、餐饮、娱乐、会议等设施建设能满足不同消费者的需求。

【测试任务】

为了提高自身服务水平，华丰华天大酒店欲在永州市进行一次消费者知名度与满意度的调研，现请你根据背景资料设计一份华丰华天大酒店在永州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	具有分析产品特点,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， 设计市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

蓝月亮（中国）有限公司，于 1992 年在广州创立蓝月亮品牌，这是国内最早从事家庭清洁剂生产的专业品牌。二十多年来，蓝月亮秉承“一心一意做洗涤”的理念，将国际尖端技术融入中国人的生活，成为洗涤行业的潮流代表。凭借先进的生产技术和优异的产品质量，蓝月亮系列产品体现了“自动清洁、解放劳力”的宗旨，赢得了广大消费者的真诚信赖，连续六年入选中国 500 最具价值品牌排行榜。

2010 年市场占有率高达 44%，是中国洗衣液市场领军品牌。广州蓝月亮实业有限公司于 2001 年成立，是由香港蓝月亮国际集团有限公司全资控股的外商独资企业，旗下拥有个人护理、衣物护理和家居护理三大系列，其中蓝月亮洗衣液、洗手液、厕清和地板清洁剂四个产品的市场占有率为全国第一。

2012 年中国品牌力指数（C-BPI）洗衣液、洗手液综合评价第一。

2013 年 3 月 25 日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合评选，用以表彰推动中国经济增长的中坚力量的“销量冠军大奖”隆重颁布。蓝月亮洗衣液以市场占有率总和的绝对优势，夺得“洗衣液销量冠军大奖”的桂冠。

2013 年 8 月 1 日至 3 日，第三届中国国际清洁产业博览会于北京国家会议中心盛大举行。蓝月亮荣获清博会最高奖项“新清洁绿色贡献领航者大奖”。

2015 年 9 月，蓝月亮在北京召开新闻发布会，推出新品——蓝月亮机洗至尊，开启机洗泵时代。

2015 年中国品牌 500 强排行榜发布，蓝月亮排名 268。

2016 年，蓝月亮联合湖南卫视在长沙举办了主题为“花好月圆”的 2016 年“蓝月亮中秋之夜”，湖南卫视副台长陈刚先生在发言中

盛赞蓝月亮，并表达了对蓝月亮的企业理念的高度认同。

【测试任务】

为更好地了解消费者以及家庭对洗衣液的需求，蓝月亮将进行一次市场需求的调研。现请你以湖南为目标市场，为蓝月亮洗衣液设计一份 2016 年以消费者需求为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，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	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)		

	容			
	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 2018 大学生兼职情况调研方案，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，设计视力状况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

爱尔眼科医院集团是中国首家 IPO 上市医疗机构，首家医疗驰名商标，旗下 100 家连锁眼科医院，为目前中国规模最大的眼科医疗机构，是中国目前矫治近视人群最多的眼科医院。

集团通过不断的实践与探索，在充分吸纳国际先进的医疗管理经验及成功运作方法的同时，成功探索出一套适应中国医疗体制改革和市场环境的眼科医院连锁经营管理模式。集团利用人才、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，使得爱尔眼科品牌的市场影响力和渗透力得到迅速的提升，目前，爱尔眼科已成为具有全国影响力的眼科品牌。2006 年，爱尔眼科被评为“中国最具特色实力眼科医院”。创造性的成功模式使集团成为国内发展速度最快的眼科医疗机构之一，被国内外同行称为中国医疗行业的“爱尔现象”。

2006 年 11 月，集团顺利通过了世界银行集团国际金融公司(IFC)的综合评估，获得了其提供的长期融资，标志着集团的综合实力和发展前景获得了国际著名金融投资机构的认可。2008 年 7 月，爱尔眼科医院集团荣登“清科——2008 年中国最具投资价值企业 50 强”榜单。

2013 年爱尔眼科医院集团与中南大学联合建立了中南大学爱尔眼科学院，中南大学爱尔眼科学院是中国第一所专门培养眼科精英人才的学院

2014 年 9 月，爱尔眼科首创医疗行业“合伙人计划”，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。

2017年，爱尔眼科收购美国知名眼科中心。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，需进行一次针对永州市中小学学生的视力状况及学生家庭经济状况的市场调研。请你根据背景资料设计一份2017年视力状况调研方案，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	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)			

	容			
	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，设计中老年人身体状况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

九芝堂股份有限公司是国家重点中药企业，湖南省重点高新技术企业，国内上市公司。其前身“劳九芝堂药铺”创建于1650年，是中国著名老字号。公司现有零售连锁药店近200家，药店遍布湖南省内长沙、湘潭、郴州、永州、岳阳、常德、益阳、湘西等地区，

公司于1999年5月以长沙九芝堂（集团）有限公司作为主发起人，联合国投药业投资有限公司（现变更为国投创业投资有限公司）等5家公司以发起方式设立，发起人股本为8862万股。2000年6月发行社会公众股4000万股，并在深圳证券交易所挂牌上市。2003年8月公司增发5100万新股，目前公司总股本变为26184.9861万股。

公司秉承“九州共济、芝兰同芳”的经营理念，立足医药行业，以药业为中心，向中药材的规范化种植延伸，适度介入生物制品和化学药品，逐步形成科、工、贸一体化相结合的“健康产业”，力争在五年内进入国内医药企业十强。今天的九芝堂，以长沙为总部，分别在浏阳、成都、海南建立了多家子公司，已发展成为拥有总资产15.5

亿元、净资产 12.3 亿元，下辖 7 家直接控股子公司、3 家间接控股子公司，年销售过 12 亿元，利税过 3 亿元的工商一体化的现代大型医药企业。在未来，九芝堂将继续以中成药为主，努力向生物制药等领域拓宽，发扬三百多年的优良制药传统，同时积极采用现代高新技术，力争跻身中国医药工业 10 强和中国企业 500 强。

2004 年 2 月 25 日，“九芝堂”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标。

2005 年 2 月，公司入选“2004 年度长沙工业二十强”。

2006 年 9 月，商务部正式对外公布了首批中华老字号的名单，九芝堂作为湖南唯一一家老字号医药企业入选名单。• 2005 年 11 月，公司被评为“2005 年度中国最具文化价值品牌”。

2007 年 4 月，公司被《医药经济报》评为“中国制药工业百强”。

2009 年 4 月，公司再次被《医药经济报》评为“中国制药工业百强”。

2018 年 3 月 29 日，智能制造现场观摩会在九芝堂股份有限公司举行。该公司六味地黄丸智能化生产车间，是湖南省医药行业首家高效节能的中药数字化、智能化、标准化车间。拥有 6 条国内先进的浓缩丸自动化生产线，同时设置 1 条国内第一的带式烘箱干燥机，解决了传统生产工艺中的单设备操作，实现智能化生产，减少了 6 个人工转运点，劳动强度降低 50%以上，最终成本降低 30%以上，实现最大日产浓缩丸 9 吨。

【测试任务】

公司计划加大推广六味地黄丸的力度，在推广之前，需进行一次针对永州市中老年人的身体状况的市场调研。请你根据背景资料设计一份 2018 年中老年人身体状况调研方案，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		

6. 试题编号：J1-6，设计洗衣机产品质量调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

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

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

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

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

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

到2018年，公司拥有“美的”和“荣事达”两个驰名商标，是

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

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

【测试任务】

美的制冷家电集团洗衣机事业部以市场为导向，关注顾客需求，通过持续改进，不断提高质量管理水平，提升产品质量超越顾客期望。如果现要对湖南市场荣事达购买者进行一次洗衣机质量的市场调研。请根据背景资料设计一份 2018 年洗衣机产品质量调研方案，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	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，	严重违反考场

(20分)			认真负责	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				

7. 试题编号: J1-7, 设计后勤满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

永州职业技术学院位于湖南省永州市,是国家示范性高等职业院校。

学校是2000年7月经湖南省人民政府批准教育部备案,由零陵卫校和零陵农校合并升格而成。2003年6月经湖南省人民政府批准,

将原零陵商校、零陵工校、零陵师范三所普通中专成建制并入永州职业技术学院。2010年，学院顺利通过国家示范性高等职业院校验收。2016年8月，入选第二批国家现代学徒制试点单位。

截至2019年3月，学院有三大校区（院本部、医学部、农学部），占地3362亩，建筑面积47万平方米，固定资产总值11亿多元，馆藏图书90万册；有教职员工909人，其中教授69人，副教授260人，全日制在校学生1.5万余人；开设16个院系（部），31个高职专业。

随着招生人数的增加，高校后勤服务管理难度越来越大，但其后勤服务管理又与每一位师生息息相关，服务质量的高低直接关系到师生的切身利益，开展后勤服务满意度调查可以帮助学校后勤管理部门掌握信息，执行好后勤服务企业监督管理的职能，提升后勤服务质量，使师生的利益得到充分的保障。

【测试任务】

目前永州职业技术学院学生人数不断增加，对学校后勤服务管理提出了更高的要求。为此，学院后勤服务处想对该校师生进行一次满意度的调研。请你根据背景材料设计一份2019年后勤满意度调研方案。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			

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 2019 年就业意向市场调研方案。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	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。		

	象			
	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，设计消费者对手机偏好度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

苹果公司是美国的一家高科技公司。由史蒂夫·乔布斯、斯蒂夫·沃兹尼亚克和罗·韦恩(Ron Wayne)等三人于1976年4月1日创立，并命名为美国苹果电脑公司（Apple Computer Inc.），2007年1月9日更名为苹果公司，总部位于加利福尼亚州的库比蒂诺。

苹果公司1980年12月12日公开招股上市，2012年创下6235亿美元的市值记录，截至2014年6月，苹果公司已经连续三年成为全球市值最大公司。苹果公司在2014年世界500强排行榜中排名第15名。2013年9月30日，在宏盟集团的“全球最佳品牌”报告中，苹果公司超过可口可乐成为世界最有价值品牌。2014年，苹果品牌超越谷歌（Google），成为世界最具价值品牌。

2012年4月，苹果以超过5200亿美元的市值稳坐世界第一的位

置。

2013年6月10日，苹果召开2013年WWDC，小幅升级了MacBook Air的续航能力，并发布新的Mac Pro、iOS 7、OSX 10.9。9月11日，苹果公司发布iPhone 5c和iPhone 5s，正式停售iPhone 5和iPhone 4（除中国以及巴西）并宣布停产。2013年，美国调查公司FactSet公布的最新数据显示，苹果重回全球公司市值榜首。

2014年9月10日，苹果在美国库伯提诺市弗林特剧院（Flint Center）举行发布会，传闻已久的iPhone6、iPhone 6 Plus以及苹果首款可穿戴智能设备Apple Watch亮相。

2015年9月9日，苹果公司在美国旧金山的比尔·格雷厄姆市政礼堂，举行2015年秋季发布会，全新产品亮相。

2016年3月21日，苹果公司在加利福尼亚州的康比蒂诺市举行2016年春季新产品发布会，届时将会推出4英寸小屏幕苹果手机和新款iPad。

【测试任务】

公司计划加大苹果手机在湖南市场的促销力度，需针对湖南市场的手机消费偏好进行一次市场调研。请你根据背景资料设计一份2017年消费者对手机偏好度调研方案，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			

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。他们都在作些什么，是如何丰富自己的课余生活呢？

【测试任务】

2018 年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 2018 年课余时间安排调研方案，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	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。		

	象			
	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，伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

伊利每益添是伊利集团研发中心与丹尼斯克公司联合研发的高端活性乳酸菌系列饮品，能够帮助消化、促进健康。

300 亿活性乳酸菌在体内形成更高速的“快消化”动力！畅饮每益添，就像给肠道按下快进键，即刻拥有快人一步的“快消化”活力，帮助快速消化身体负担，更畅快、更轻松地尽享快时代的每一天！

每益添是一种健康的活菌乳酸菌饮料，采用脱脂奶粉发酵，0脂肪无负担。目前有 350ml 和 100ml 两种规格产品，有原味、甜橙味、混合莓、芦荟等口味，清爽好喝，消化消脂，保持健康好身材。

代言人(杨幂)：消化派达人

健康、时尚、充满活力的形象与“每益添”所倡导的健康、活力、时尚的品牌理念非常契合。伊利牵手杨幂，让“每益添”品牌成为健

康、活力的“代名词”，“健康活力，每一天”也是伊利集团对消费者的承诺。新品发布会当天，杨幂的“超强号召力”也吸引了大批“幂粉”到场。

阮经天：消化派新秀

金马影帝阮经天，知名演员，模特。阳光帅气，实力与偶像兼具，代表作有《艋舺》、《败犬女王》、《命中注定我爱你》等。曾在2010年11月凭借《艋舺》荣获第47届台湾电影金马奖最佳男主角。

2018年伊利集团推出的“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2018年伊利每益添企业品牌形象调研问卷，目的是向消费者了解伊利每益添在大众心中的品牌形象，以便制定后续的品牌宣传推广方案。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评价标准

评价内容	配分	考核点	备注
职业素 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

养 (20分)	职业能力	10	具有分析企业或商品特点,分析企业或商品市场状况的能力,具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	恶劣影响的本项目记0分	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型(8分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	12		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	10		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	5		问卷总共不少于15个问题(3分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
		整体把握	15		整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)
小计	100				

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

问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

李宁公司成立于1990年,经过二十年的探索,已逐步成为代表中国的、国际领先的运动品牌公司。李宁公司采取多品牌业务发展策略,除自有核心李宁品牌(LI-NING),还拥有乐途品牌(LOTTO)、艾高品

牌（AIGLE）、心动品牌（Z-DO）。此外，李宁公司控股上海红双喜、全资收购凯胜体育。

李宁公司是中国体育用品行业的领军企业，是第一家建成国内运动服装和鞋产品设计研发中心、第一家实施 ERP、第一家在海外上市的中国体育用品企业，以成为全球领先的体育用品品牌公司作为发展目标。

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

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

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

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计李宁品牌（LI-NING）2016 年市场竞争情况调研问卷，目的是了解李宁品牌（LI-NING）在市场竞争中所处的位置，分析本品牌亏损而竞争对手盈利的原因，为制定下一步

的品牌战略提供参考。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	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		

13. 试题编号：J1-13，华为 P9 手机各项功能顾客满意度调研 问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

华为 P9 是华为 2016 年推出的首款旗舰新机，延续 P 系列时尚精致的高端旗舰定位，是 P 系列首款指纹手机。P9 与德国相机品牌徕卡达成深度合作，配置徕卡双摄像头，重新定义手机摄影。P9 锁定高端小屏旗舰手机，采用 5.2 寸 2.5D 玻璃屏幕，拥有更好握持感和使用体验。机身工艺采用业界首创金属陶瓷效果与雕刻纹理抛光效果。处理器再次升级，首次搭载麒麟 955 处理器，主频高达 2.5GHz。

产品特色

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

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

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

4、WiFi+2.0：支持国内 Portal 热点一键登录，周遭热点推荐，

在用户不知情情况下 WiFi 网络转为移动网络,P9 会发出大流量提示,并长时间链接 Portal 热点检测,保持已连时限限制的 WiFi 通畅。

新增拍照亮点

徕卡镜头:支持普通、柔和、鲜艳三种色彩模式选择和徕卡经典黑白成像风格。

支持 RAW 格式,全新美颜算法,暗光自拍。

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

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

独特环保性

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

定制机型

2016 年 4 月 15 日,华为推出新款机型华为 P9。与此同时,中国联通宣布华为 P9 为中国联通战略定制机型,有 HUAWEI P9 3GB+32GB 版联通定制和 HUAWEI P9 4GB+64GB 版全网通两个版本配置。

【测试任务】

请以市场调研员的身份,设计 2016 年华为 P9 手机各项功能顾客满意度情况调研问卷,目的是了解顾客对华为 P9 手机各项功能的使用感受,以便在下一代手机设计中选择保留、舍弃或者重新开发哪些功能。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (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	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取			

		握		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 农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

农夫山泉股份有限公司原名“浙江千岛湖养生堂饮用水有限公司”，其公司总部位于浙江杭州，系养生堂旗下控股公司，成立于1996年2月26日。

自从去年农夫跨界热卖“17.5°橙”，引发业内一片惊呼：农夫山泉也要卖有情怀的水果。而今年伊始，农夫山泉在其传统强势品类瓶装水上，又玩出了新花样——三款高端新品不论是包装设计还是概念，个个逼格满满，令人叹服。

而婴儿水的包装则突出了产品的“极致”设计。这款产品的正反两面，人性化地适用于爸爸和妈妈的不同的手型，有人惊叹，“这是人性到没朋友啊？”来自鹤壁商贸有限公司的总经理庞软根提到，“他很看好婴儿水的前景，婴童产业空间巨大。”

而学生水的“插画风”和瓶盖设计是最吸引经销商的两大特点，非常有意思。“为了让青少年获得更好的消费体验，农夫山泉设计了一个瓶盖，单手就能开关。瓶盖内设专利阀门，只有在受压情况下才会开启。开盖状态下，普通的侧翻、倒置都不会使水流出，非常适合孩子使用。”这样的贴心设计，对于如今爱酷，尤其具有“细节控”的青少年非常具有吸引力。

2018年农夫山泉本次的新品战略“剑指高端”，相比35-40元的高端玻璃瓶水和9元/升的婴儿水，定价4元/535ml左右的学生矿泉水则显得更接地气。

该产品在包装上采用插画风，产品设计上农夫山泉推出了运动盖升级版。来自鹤壁永信商贸有限公司的总经理庞软根提到，“这三款产品都会在前期引起市场强烈关注，但是学生矿泉水应是走量最大的产品，这个定价符合高端矿泉水的主流价位。”

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2018 年农夫山泉新包装对销售状况影响的调研问卷，目的是了解新包装对农夫山泉的销量是否带来显著的提升，以及指导今后产品外包装设计的走向。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4 分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4 分）	
	具体内容	问卷构成	4	
问卷标题		3	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，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】

2017年华硕（ASUS），在世界顶尖工程技术研发团队支持下，产品线完整覆盖至笔记本电脑、主板、显卡、服务器、光存储、有线/无线网络通讯产品、LCD、PDA 随身电脑、手机等全线 3C 产品。遍布全球 20 多个国家和地区的分支机构，以及十万余名员工，共同将华硕打造成营业额超过 165 亿美金的信息产业巨擘。创立十余年间，华硕胸怀成为“中国人的骄傲”之宏愿，从宝岛台湾省跨海而起，将主板、显卡、ADSL、Modem、CABLE Modem、无线网络产品带至全球第一的宝座，游戏代工制造位居第二，笔记本电脑、光存储产品也紧随其后名列第四。据统计，华硕迄今为止累积下的主板销量，相当于在全世界每三台个人电脑中，就有一台安装了华硕主板。

华硕竞争对手特点分析如下：

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

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

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

戴尔：戴尔的不同系列的电脑特点不一样。vostro 系列属于商用机，稳定性好一些。inspiron 系列属于家用机，整天外观要来得更好看一些，显卡方面的配置也更好，戴尔销售系统比较完善吧，渠道比联想多很多，网络、电话、QQ、聊天室、微博什么都可以作为戴尔销售的工具。

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2017 年华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷，目的是了解华硕今年在笔记本电脑市场的占有率，以便及时了解销售情况，并据此制定明年的市场策略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）		
	具体内容	问卷构成	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，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 2019 年潘婷市场认可度调研问卷，目的是在潘婷现有市场定位的前提下，了解消费者对潘婷的认识、认可是否与其市场定位一致，以便对今后的营销推广提供指导建议。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4 分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4 分）		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题

	问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）
	问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）
	提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）
小计		100	

17. 试题编号：J1-17，南山奶粉市场调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

南山婴幼儿配方奶粉，采用由“南山幼儿营养与健康研究中心”特别研制的“IMU-智能记忆营养系统”，将DHA、ARA和胆碱三种营养成分进行了更合理的搭配，它包括智能、体能和免疫三个方面的营养！促进脂肪酸和钙质的吸收，并有利于婴儿骨骼的生长和发育。

对妈妈们来说，金衣银衣，不及孩子们的一罐好奶粉来的值钱。作为中国乳业巨头，南山奶粉为了让消费者体验62年国民老品牌优质奶粉，联手宝宝树，于2017年4月推出金装倍慧奶粉免费试用申领活动，吸引了数万宝妈踊跃参与。南山奶粉此次活动邀中国万千父母亲测奶粉品质，好评如潮，点赞不断。近些年来，国内奶粉出现信任危机，一时间价格高昂的进口奶粉成了宝宝家庭的唯一选择，小小一罐进口奶粉，引无数宝妈掏尽腰包。

谁说中国没有好奶粉，60年的南山孜孜不倦致力于生产更适合

中国宝宝健康生长的好奶粉。相比在电视广告中投入大把金钱宣传，将这些投入直接惠及中国万千妈妈岂不是更实在！

2017年初，科技部农村司、农村中心组织专家在北京对“十二五”国家科技支撑计划项目“现代奶业发展科技工程(2012BAD12B00)”下属课题进行了验收。由亚华乳业(南山奶粉)参加的“原料奶质量安全监控关键技术研究”课题顺利通过验收。“十二五”是在工业化、城镇化深入发展中同步推进农业现代化的关键时期。农业科技是确保国家粮食安全的基础支撑，是突破资源环境约束的必然选择，是加快现代农业建设的决定力量。

“现代奶业发展科技工程”项目是国家中长期科技发展规划重点领域中的重点内容，于2012年启动，包括4个共性关键技术研究课题和6个示范类课题。本项目充分发挥企业作为奶业科技创新的主体作用，围绕我国奶业规模化发展中的关键技术问题，重点开展奶牛遗传改良、营养调控、优质粗饲料开发与利用、群发性疾病防治以及原料奶质量控制等关键技术研究，并进行产业化示范。由亚华乳业参与实施课题一“原料奶质量安全监控关键技术研究”，按照课题任务书年度计划和目标稳步推进实施，取得了一系列标志性创新成果。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计2017年南山奶粉市场重建调研问卷，目的是了解消费者对南山奶粉的评价、看法以及对整个国产奶粉的接受程度，以便制定南山奶粉的推广计划。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）
		提问设计	12		每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶）
		答案设计	10		切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5		问卷总共不少于 15 个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2分）
		整体把握	15		整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）
小计		100			

18. 试题编号：J1-18，比亚迪差异化价格提高销量调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

比亚迪股份有限公司创立于 1995 年，2002 年 7 月 31 日在香港主板发行上市，公司总部位于中国广东深圳，是一家拥有 IT，汽车及新能源三大产业群的高新技术民营企业。

目前，不管是合资品牌还是自主品牌，都在提升车内空间、动力性能和配置水平。五星安全评级、涡轮增压发动机、超大乘坐空间、各种安全配置等已经成为入门级标准。在整体水平提升的背景下，打造出“人无我有”的品牌特色不是个容易事。但比亚迪凭借在电子领域、电池领域和汽车领域的跨界资源，在差异化方面取得了丰硕的战果。以 2014 款新速锐为例，比亚迪至少为它打造了四个差异化特点。

第一个特色是自动驾驶技术，消费者在狭窄位置停车时可以用上这一技术，在遥控驾驶状态下，速锐的行进速度不到 0.7 公里/小时，安全又方便。尽管这个配置不一定实惠，但用在宣传上却是非常“高大上”，成功提升了速锐的科技形象。并且，在同级别甚至更高级别的车上也找不到这一配置，喜欢自动驾驶、追求实惠的发烧友只能来买比亚迪。

第二个特色是低价的自动变速箱车型。虽然每家品牌都推出了自动版车型，但价格多在 10 万元以上。比亚迪剑走偏锋，大打“普世科技”牌，把自动变速箱车型的价格拉低到 7 万元级别上。例如 2014 款速锐 1.5L 自然吸气发动机新增了自动变速箱版本，最低售价仅为 7.39 万元，覆盖了更多消费人群，瞬间实现了“人无我有”的差异化营销。

第三个特色是将高级别车型的配置搭配到低级别车型上。例如，2014 款速锐的价格区间为 6.59 万~9.99 万元，但顶配车型却配备了 LED 日间行车灯，6 速自动挡车型标配了 ESP 系统，部分车型甚至增

加了米其林轮胎。要知道，日间行车灯、米其林轮胎和 ESP 系统通常只出现在 9 万元以上的车型上，比亚迪“田忌赛马”式的做法无疑提升了产品竞争力。

第四个特色是其搭载的 1.5TI 直喷增压发动机，最大功率为 113kW，最大扭矩 240N·m，堪比 2.4L 自然吸气发动机的动力表现。8.9S 的 0-100Km/h 加速成绩与大众的速腾 1.8TSI 百公里加速时间相当。在低于 10 万元的价位上达到这种动力水平，新速锐的竞争力是非常明显的。

其他配置方面，2014 款速锐与对手不相上下。比如，速锐和部分竞品车型都达到了 C-NCAP 碰撞测试五星安全评级。但速锐凭借四个特色优势，获得了较高的整体得分。今年，速锐的累计销量将达到 20 万辆。差异化战略无疑是速锐成功的重要原因。

2016 年，我国经济下行压力明显，但是新能源汽车领域，在政策的刺激下，销量增长可谓突飞猛进，虽然经历了新能源骗补事件，根据中国汽车工业协会的统计数据，中国新能源汽车销量依然达到 50.7 万辆，同比增长 53%。在市场日趋健康平稳的环境中，比亚迪也紧抓历史机遇，比亚迪 2016 年新能源汽车销量同比大幅增长 69.85% 至 9.6 万辆，销量蝉连全球第一。其中新能源乘用车销量近 8.6 万辆，增速达 65.41%，再度引领新能源乘用车市场。纯电动大巴销量超 1 万辆，同比增长 120.68%，市场份额大幅提升。2016 年比亚迪新能源汽车全球市场份额已达到 13%，在中国的市场份额则达 23%。正是新能源汽车版块的增长，成为比亚迪集团利润增长名副其实的功臣。

2017 年 6 月 21 日至 23 日，第二届中国（北京）国际电动车技术展示、交易会（EVTec China 2017）在北京国家会议中心举行，比亚迪商用车携 K9、K8 纯电动公交车，T3 纯电动物流车及 T5 纯电动压缩式垃圾车亮相，为各界带来多领域高品质纯电动车产品，引领绿色交通发展潮流。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计比亚迪差异化价格及提高销量的调研问卷，目的是验证价格差异化营销策略对企业销售的帮助作用，从而进一步稳固差异化服务战略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）
问题顺序		8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）		

	提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）
小计		100	

19. 试题编号：J1-19，蓝月亮泵头设计使用体验调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

蓝月亮洗衣液市场份额全国第一，中国洗衣液市场的领军者；蓝月亮洗手液连续八年全国销量冠军，蓝月亮洗手液——洗手专家；四度蝉联洗衣液“冠军大奖”，引领液体洗衣新时代。

手洗专用洗衣液是一款可以去油斑的洗衣液。创新泵头设计，用量精准，手洗更方便；专业手洗配方 更适合背心、贴身衣物、婴幼儿衣物使用；深层洁净 独创手洗自动去渍系统，深入衣物纤维，轻松瓦解多种顽固污渍；易漂洗 快速漂净技术，泡沫量适宜，易漂洗无残留，省水省电又安心；护手 中性温和配方，手洗或接触时皮肤不发烫；护衣保护衣服原色和纤维，让衣服持久鲜亮如新、柔软顺滑。

2018年9月16日，蓝月亮在北京召开了以“机洗泵时代”为主题的新闻发布会，并发布了其突破性产品——机洗至尊。据负责人介绍，机洗至尊有两大颠覆性创新：二是泵头设计，只需轻轻一按，一泵8g，无需量取；一是采用高能量配方，活性物浓度高达47%，是国家标准洗衣液的3倍以上。有行业人士表示，此款新品的问世，不仅对于行业重新思考与环境的和谐发展有着重要意义，也为人们提供了

一个更低碳环保的洗衣方式，开启了一个全新的洗衣时代。

蓝月亮机洗至尊运用了大容量机洗泵头设计，只需轻轻一按，一次一泵，操作简便。每泵 8g，消费者可以通过计算按压的泵数，清楚地知道所加洗衣液的量，避免了洗衣液以及水资源的浪费。

深入了解消费者需求是蓝月亮始终坚持的做法。从 1992 年蓝月亮开发出中国第一瓶喷雾型多功能液体清洁剂，到 2008 年推出深层洁净护理洗衣液，再到手洗专用洗衣液。二十多年来，每一次创新，蓝月亮都致力于深入市场的调研，站在消费者的角度想问题。

市场调研表明，70%的消费者认为洗衣粉使用时容易洒落，用量不好控制；65%的消费者认为洗衣粉不易存放，容易结块；75%的消费者认为肥皂不易存放；80%的消费者对肥皂在不同衣物上的重复使用存在交叉感染的担忧。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2018 年蓝月亮泵头设计使用体验调研问卷，目的是收集顾客对蓝月亮泵头设计的体验感受，检验泵头装置的实际效果以及是否达到了销售期望。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 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，	严重违反 考场纪

素养 (20分)			认真负责	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				

20. 试题编号：J1-20，云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷设计

研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

云南白药牙膏，是以牙膏为载体，借鉴国际先进口腔护理、保健技术研制而成的口腔护理保健产品。云南白药牙膏内含云南白药活性

成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。三大主要功能如下：

1. 护理。云南白药活性成分具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈肿痛）、修复粘膜损伤的作用。

2. 保健。云南白药活性成分帮助促进牙龈和口腔粘膜微循环的改善，提高牙龈和口腔其它组织营养供给，增强口腔组织抵抗能力，具有保护牙龈、健康牙周的作用，持久保持口腔健康。

3. 清洁。选用高档软性洁牙磨料、润湿剂和食用香精，保障牙釉质和牙龈不受损，清新口气，洁牙效果更好。

目前云南白药牙膏的产品类型有：

留兰香型

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。

采用天然留兰香精，口感温和，有效祛除口腔异味。

薄荷香型

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。

采用天然薄荷香精，口感清凉，有效祛除口腔异味。

冬青香型

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。

采用天然冬青香精，口感清凉，有效祛除口腔异味。

益齿白激爽

内含的云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。选用全新的亮白配方，在美白的同时不损伤牙釉质。

朗健牙膏

吸烟人士专用牙膏，全新的烟后净护配方，有效祛除香烟中烟碱、烟焦油沉积导致的牙渍、口腔异味，同时恢复唾液腺功能，改善吸烟导致的口干症状；内含的云南白药活性成分，能够帮助修复吸烟带来的口腔损伤问题（牙龈出血、疼痛、粘膜损伤等），同时改善口腔粘膜微循环，提升口腔抵抗能力。

以上是云南白药牙膏多个系列的产品，同系列的云南白药牙膏的功效有些许差别，但最主要只是在味道上有些许不同，其基本成分都为：云南白药活性成分、二水合磷酸氢钙、去离子水、山梨醇、甘油、水合硅石、月桂醇硫酸酯钠、云南白药活性成分提取物、食用香精、氨甲环酸。因此，太多的产品类型增加了企业生产的工序和成本，同时也带来了库存管理、销售推广、顾客识别度等问题。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2018 年云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷，目的是收集顾客对云南白药牙膏各类产品的偏好，并做对比分析，从而决策减少哪两款产品，以便集中资源、资金来生产和销售主要产品类型。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 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，	严重违反 考场纪

素养 (20分)			认真负责	律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型(8分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题(4分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分)，开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	12		每个问题只包含一项内容(2分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分，扣10分封顶)
		答案设计	10		切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5		问卷总共不少于15个问题(3分)，其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
整体把握		15	整个问卷要与调研任务相符合(5分)，选取充分性和必要性的问题(2分)，内容翔实完整、条理清晰(2分)，并具有可行性(4分)，通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)		
小计	100				

21. 试题编号：J1-21，卡士酸奶产品规格合理性调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

卡士酸奶隶属绿雪生物工程(深圳)有限公司，成立于1999年，是一家专业生物乳品企业，公司拥有一支专业的技术队伍和雄厚的综合实力。随着中国乳品市场的飞速发展，绿雪公司抓住有利时机，斥巨资进军高档乳品领域，引进包括美国 ever-green 在内的国内外最

为先进的加工生产线，采用先进的生物工程技术 and 现代化经营理念及管理模式，隆重推出包括“卡士活均奶”在内的新型的健康乳制品。

绿雪公司通过成功地实施高品位、高品质、高标准的产品战略，实现了企业飞速发展的同时，也建立了“卡士”品牌高贵、典雅的高档乳品品牌形象和独特的“欧陆风情”品牌文化，成为白领消费等市场的首选品牌。目前的产品种类有：

产品	规格	产品说明	口味	特点
活均奶	200ml/500ml/720ml	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，不添加任何防腐剂；采用欧洲经典配方及现代先进的二重均质技术生产，香浓爽滑味道好，营养均衡易吸收；含活性益生菌，有效调节肠胃，增强免疫力。经典滋味，贵族首选。	原味	经典滋味 贵族首选。
佐餐奶	500ml	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，富含多种氨基酸、维生素与身体所需的微量元素，采用欧洲经典配方及现代先进的二重均质技术生产，造就香浓爽滑的欧洲口味，营养均衡易吸收；特别添加双歧因子，佐餐饮用有助于促进肠道健康。	原味	欧洲口味，特别添加双歧因子，促进肠道健康。
木瓜奶	200ml	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，不添加任何防腐剂；富含多种氨基酸、维生素与身体所需的微量元素；欧洲二重均质工艺，香浓爽滑味道好，营养均衡易吸收；加入10%纯正优质木瓜原汁，乳果合一，滋润纤美。	木瓜味	融入10%纯正优质木瓜原汁，滋润纤美。
红枣奶	200ml	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，不添加任何防腐剂；富含多种氨基酸、维生素与身体所需的微量元素；采用欧洲经典配方及现代先进的二重均质工艺生产，香浓爽滑味道好，营养均衡易吸收；融入6%纯正金丝小枣原汁，乳果交融，滋补盈润。	红枣味	融入%纯正金丝小枣原汁，滋补盈润。
原态酪乳	125g	采用高品质限量奶源发酵。鲜奶4℃极速降温，保证牛奶原态新鲜。秉承欧洲传统工艺，每一瓶均在传统欧式缩颈发酵瓶中独立发酵；每道工序皆按最佳状态实施，尊享原态风味，杯杯上品，口口香醇，为味觉体系中的贵族。	原味	味觉体系中的贵族：原态风味，杯杯上口，口口醇香。
果	100g	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛	原味、	含10%纯

料 鲜 酪 乳		奶发酵，不添加任何防腐剂；独有 5 种欧洲进口益生菌，有效调节肠胃，增强免疫力；内含 10% 纯正果料，水果和酸奶的完美结合，具备牛奶和水果的多重营养和美味。	草莓、 蓝莓、 粟米、 黄桃	正果料， 具备牛奶 和水果的 多重营养 和美味。
鲜 酪 乳	100g	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，经由 5 种进口益生菌发酵，富含 3.3 克天然乳蛋白，口感细腻爽滑，3 种口味，值得用心品味。	原味、 红 枣 味、草 莓味	富含 3.3g 天然乳蛋 白。
调 味 鲜 酪 乳	120g	精选进口纯天然无污染的优质奶粉发酵，富含优质乳蛋白，蛋白质含量达 2.6g，高于国家标准 13%；5 种欧洲益生菌发酵，口感爽滑细腻，常饮有益肠道健康。	原味、 草莓	5 种欧洲 进口益生 菌完美匹 配，舒畅 有益健康。
配 餐 优 酪 乳	100g	精选进口纯天然无污染的优质奶粉发酵，富含优质乳蛋白，蛋白质含量达 2.6g，高于国家标准 13%；5 种欧洲益生菌发酵，口感爽滑细腻，常饮有益肠道健康。	原味	5 种欧洲 进口益生 菌完美匹 配，舒畅 有益健康。
芦 荟 乳	200m l/50 0ml	5 种欧洲进口益生菌完美匹配，舒畅有益健康 精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，富含多种氨基酸、维生素与身体所需的微量元素，比乳酸菌饮料国家标准要求增加 157% 的蛋白质含量，含活性乳酸菌，有效调理肠胃，增加免疫力；特调芦荟风味，喝出嫩爽感觉。	芦荟味	孕妇及婴 儿禁用， 芦荟风 味，嫩爽 滋味。
卡 士 · C LUB	500m l	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，富含多种氨基酸、维生素与身体所需的微量元素，比乳酸菌饮料国家标准要求增加 157% 的蛋白质含量，含双歧因子，有效调理肠胃，增加免疫力。特别添加牛磺酸，醒神，抗疲劳，酒前来一杯，越夜越精彩。	柠檬味	特别添加 牛磺酸及 双歧因 子，越夜 越精彩。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2017 年卡士酸奶产品规格合理性调研问卷，目的是消费者购买酸奶，有的规格太多，开封后一次喝不完，有的规格太少，喝了觉得还不够。因此需要了解卡士各类产品消费者的实际规格需求，以便调整产品规格设计。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	

22. 试题编号：J1-22，顺丰速运市场满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

“1993年，顺丰诞生于广东顺德。自成立以来，顺丰始终专注于服务质量的提升、持续加强基础建设、积极研发和引进具有高科技含量的信息技术与设备，不断提升作业自动化水平，实现了对快件产品流转全过程、全环节的信息监控、跟踪、查询及资源调度工作，确保了服务质量的稳步提升。

在持续强化速运业务的基础上，顺丰坚持以客户需求为核心，围绕快递物流产业链，不断丰富公司的产品和服务种类，针对电商、食品、医药、汽配、电子等不同类型客户开发出一站式供应链解决方案。

截至2015年底，顺丰已拥有约1.5万台营运车辆，以及遍布中国大陆的近1.3万个营业网点。此外，公司目前拥有30架自有全货机，搭建了以深圳、杭州为双枢纽，辐射全国的航线网络。与此同时，顺丰积极拓展国际件服务，目前已开通美国、日本、韩国、新加坡、马来西亚、泰国、越南、澳大利亚、蒙古等国家的快递服务。

随着公司的业务不断发展并迈向国际，顺丰速运现成为中国速递行业民族品牌的佼佼者之一。其积极、有序地发展陆上及航空速递网络，并专注于人才队伍的建设，是企业中长期发展规划的首要任务。

顺丰积极探索客户需求，为客户提供快速安全的流通渠道；不断推出新的服务项目，帮助客户更快更好地根据市场的变化而做出反应；缩短客户的贸易周期，降低经营成本，提高客户的市场竞争力。除了在公司内部培养一批中流砥柱以外，更不断从其它行业吸收精英

以满足业务高速发展以及服务不断完善的需要。

致力于加强公司的基础建设，顺丰统一全国各个网点的经营理念，大力推行工作流程的标准化，提高设备和系统的科技含量，提升员工的业务技能和素质，努力为客户提供更优质的服务，以客户需求为核心，建设快速反应的服务团队，谨守服务承诺。提供灵活组合的服务计划，更为客户设计多种免费增值服务及创新体验，全天候不间断提供亲切和即时的领先服务。

多年来，顺丰速运重视顾客满意度，不断地在实践中探索和改进，逐渐建立起自己独特的优势。

1、采用先进的信息技术，速度快捷。采用信息监控系统 hht 手持终端设备和 GPRS 技术全程监控快件。

2、产品优势快捷的实效服务。顺丰的“收一派二”规定；实行们到门服务、手对手交接。

3、拥有自己的交通运输系统。顺丰的专线包机达到 13 条，并且自购飞机，成立了“泓图航空公司”。

4、安全的运输服务。货物损坏率为是十万分之一，属同行业最低。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2019 年顺丰速运市场满意度调研问卷，目的是了解顾客对顺丰速运的满意度及反馈意见，以便制定更完善的顾客服务策略，提高顾客的满意度和忠诚度。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）
		提问设计	12		每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣 1 分，扣 10 分封顶）
		答案设计	10		切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5		问卷总共不少于 15 个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2分）
		整体把握	15		整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）
小计		100			

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，现在已经延伸到：“面霸120”、“料珍多”、“新面族”、“巧玲珑”、“劲拉面”、“亚洲精选”、“福满多”、“好滋味”、“小虎队”、“挂面”、“脆旋风”、“脆宽趣”、“珍品”、“劲爽”等多种系列产品，满足各类消费阶层的需求。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计2018年统一方便面市场竞争情况

调研问卷，目的了解统一方便面主要竞争对手产品种类、产品优势等情况，以便统一方便面有针对性的制定市场战略，在市场竞争中占有有利形势。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型(8分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题(4分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分)，开放式问题放在后面(1分)
提问设计	12	每个问题只包含一项内容(2分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分，扣10分封顶)			

	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
	问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题（3 分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2 分）
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5 分），选取充分性和必要性的问题（2 分），内容翔实完整、条理清晰（2 分），并具有可行性（4 分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2 分）
小计		100	

24. 试题编号：J1-24，老凤祥品牌忠诚度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

创始于 1848 年的民族品牌老凤祥，集“研发、设计、生产与销售”于一体，拥有多家专业厂、研究所和遍布全国各地的 3000 多家销售网点，拥有完整的产业链、多元化的产品线，旗下黄金、白银、铂金、钻石、白玉、翡翠、珍珠、金镶玉、有色宝石、珉琅、红珊瑚等多品类首饰，以及牙雕、K 金眼镜、工艺旅游纪念品等也广受好评，是中国珠宝首饰业在历史底蕴、规模渠道和品牌价值等各方面领先的龙头企业。2016 年，老凤祥以 349.64 亿元的营业收入和 18.22 亿元的利润傲视群雄。

老凤祥公司已发展成为集科工贸于一体，拥有老凤祥银楼有限公司、老凤祥首饰研究所有限公司、老凤祥珠宝首饰有限公司、老凤祥钻石加工中心有限公司等 20 多家子公司，首饰厂、银器厂、礼品厂、型材厂四个专业分厂，以及 60 余家连锁银楼、300 多家专卖店和 1000 多家经销商的大型首饰企业集团。

“牌子老，款式新，工艺精，信誉好”是消费者对老凤祥品牌的共识。而这一切，来源于老凤祥不断创新的经营理念、严格的质量管理体系、完善的银楼管理标准和齐全的十大特色服务。广为流传的“老凤祥首饰，三代人的青睐”正反映出了消费者对这一首饰著名品牌的

钟爱。

“营销创新、技术创新、管理创新、机制创新”。老凤祥继承和发扬了一个半世纪以来企业发展的优秀传统和卓越风貌，一方面努力以良好的信誉、精湛的技艺、优质的产品和热诚的服务来赢得了广大消费者的信赖；另一方面积极探索首饰业新材料、新产品、新技术和高附加值的“三新一高”之路，并取得了经营业绩和品牌建设的双丰收。

“精英荟萃、人才辈出”。老凤祥作为我国珠宝首饰业的民族品牌，经过一代又一代老凤祥人悉心浇灌、勤奋耕耘，从而形成了丰厚的文化底蕴和人才资源。技师。他们创造了我国第一台自动项链连接机，第一台光亮性电镀设备，第一台失蜡浇铸机，并在历年来的国内外各大珠宝设计制作大赛中荣获 170 多个大奖，享有“首饰奥斯卡”的美誉。

在国内取得高速发展的同时，本着“立足上海、覆盖全国、面向世界”的发展方向，老凤祥已先后在境外开设了 9 家银楼专卖店，体现了老凤祥由“民族珠宝首饰业的领军品牌向国际著名品牌”发展的战略目标正稳步推进的信心。老凤祥品牌也在发展中不断升华，多次入围《财富》“中国 500 强”，“全球 100 大奢侈品公司排行榜”，连续 13 年名列世界品牌实验室主办的世界品牌大会“中国 500 最具价值品牌”榜单，2017 年品牌价值达 260.97 亿元。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2019 年老凤祥品牌忠诚度调研问卷，目的是了解新市场环境下消费者对民族品牌老凤祥的品牌认知和品牌忠诚度，为老凤祥未来制定品牌推广策略提供参考。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)	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		

25. 试题编号：J1-25，新东方泡泡少儿英语课程设置市场调研 问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

资料一：

泡泡少儿教育是新东方教育科技集团旗下的知名品牌，致力于为3至12岁的少年儿童提供全学科一站式的教育服务。

泡泡少儿英语为3-6岁的儿童提供泡泡宝贝英语课程，从英文绘本阅读入手，让孩子快乐地阅读，从而培养和提高孩子的英文阅读能力；为6-12岁的儿童，提供泡泡少儿英语综合培优课程，基础级兴趣培养，进阶级衔接过渡，飞跃级直击考试，让孩子赢在起跑线；为8-12岁儿童提供小学新概念课程，通过完整的英语学习体系，让孩子掌握英语听、说、读、写的基本技能。

资料二：

考虑到现在英语在国际上的适用范围之广，很多家长为了让自己的孩子从小就有更高的竞争优势，会想让孩子进入到少儿英语学校进行更好的学习。那么现在那么多的少儿英语学校到底选择哪家比较好呢？

1. 师资应该是挑选少儿英语学校的重点考虑问题

要想找到一所好的少儿英语学校，其实很根本的一个点就是师资问题，要知道有优秀的师资力量，才能够确保孩子在这所学校能够得到更好的教育。并且老师的教学水平，也会直接影响到孩子学习英语的兴趣和效果。

家长们在选择少儿英语学校的时候，要注意看该学校的老师的流动性怎么样，如果老师的流动性很大的话，可能会因为过于频繁的给

孩子换老师，致使学习跟不上固有的节奏。

2. 教学环境在挑选少儿英语学校的时候也要充分考虑

好的少儿英语学校在教学环境上是很重视的，环境对学习会有比较大的影响，显然充满学习氛围的环境，在提升英语学习方面也会有比较大的帮助。

3. 班级人数也应该成为你挑选少儿英语学校的考虑因素

在为孩子挑选少儿英语学校的时候，要考虑到班级人数问题，最好是不超过八人为一个班级。毕竟孩子从天性上来说属于有些调皮的，如果说一个班机上有几十号人，老师在把控教学纪律上会相对更难。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计 2017 年新东方泡泡少儿英语课程设置市场调研问卷，目的是帮助新东方泡泡少儿英语教学机构制定新学期培训办班课程计划，包括课程内容、课程时间、师资配备、人数设定以及游戏环节设计等等，以便提前开展招生宣传。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	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

养 (20分)	职业能力	10	具有分析企业或商品特点, 分析企业或商品市场状况的能力, 具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	恶劣影响的本项目记0分	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分), 避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题, 问卷开头, 正文, 结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了, 富有吸引力, 能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型(8分), 要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题(4分), 先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分), 开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	12		每个问题只包含一项内容(2分), 避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分, 扣10分封顶)
		答案设计	10		切实结合问题内容设计答案, 封闭式问题答案要穷尽、互斥, 界限明确, 排列不要有倾向性
		问题内容	5		问卷总共不少于15个问题(3分), 其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合(5分), 选取充分性和必要性的问题(2分), 内容翔实完整、条理清晰(2分), 并具有可行性(4分), 通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)			
小计		100			

26. 试题编号: J1-26, 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2018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:

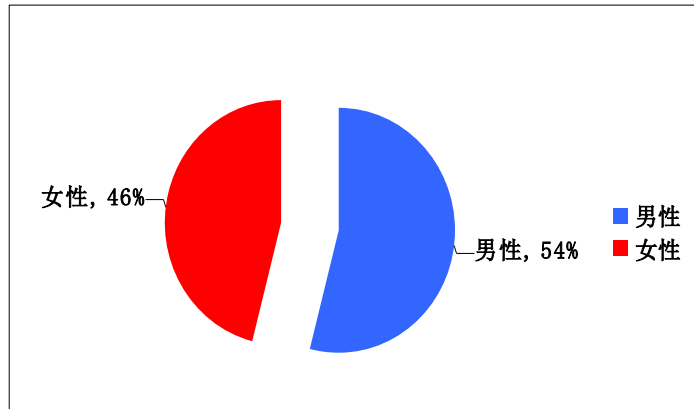


图 1 被调查者性别分布情况

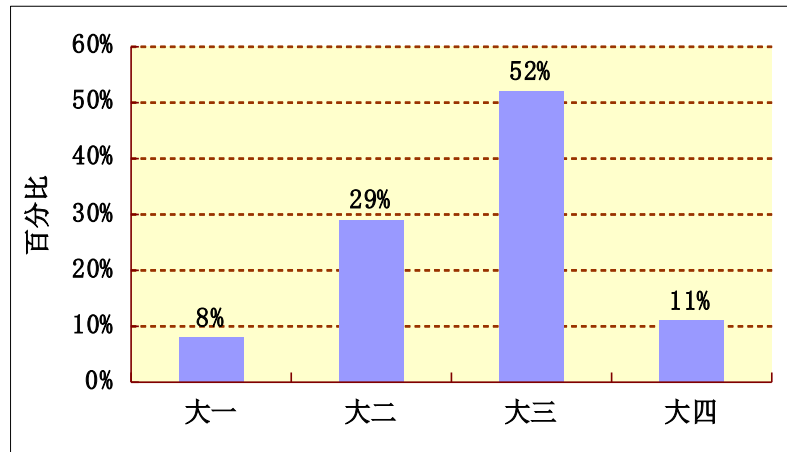


图 2 年级分布

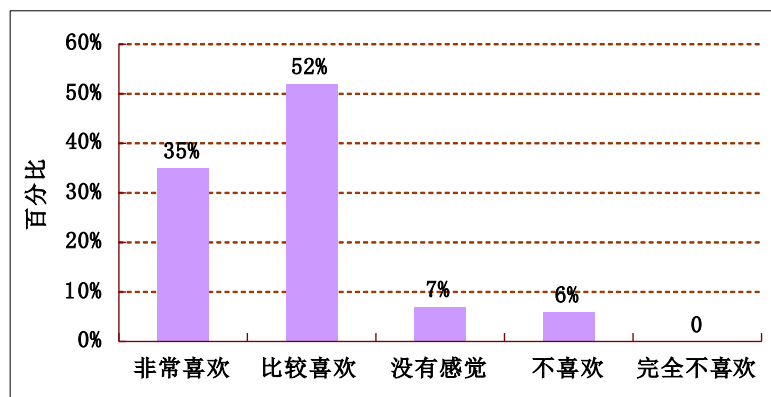


图 3 旅游喜好

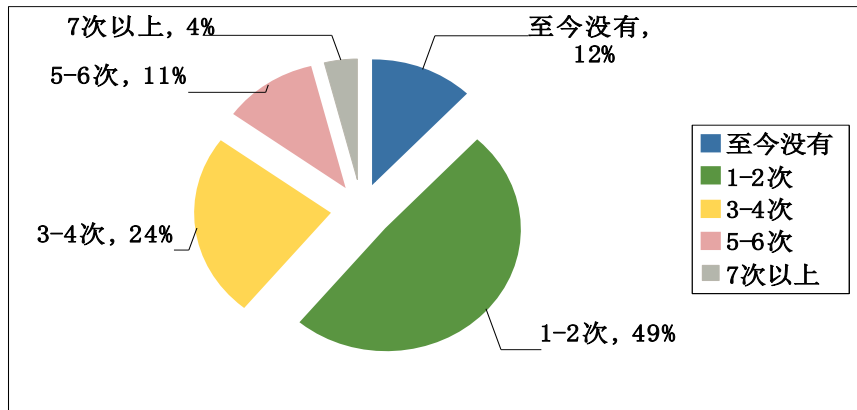


图 4 旅游次数

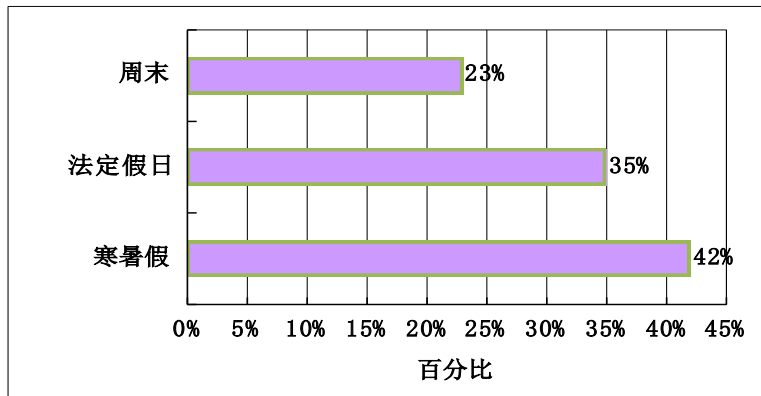


图 5 旅游时间

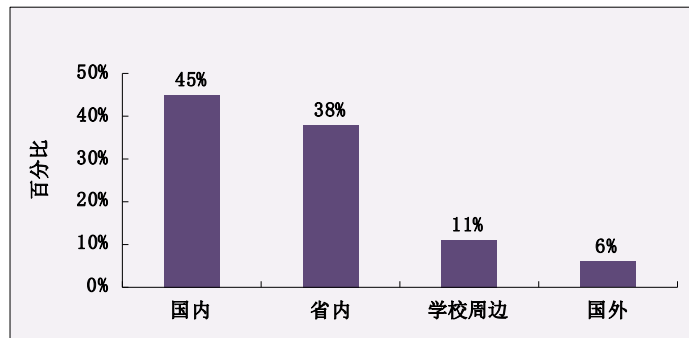


图 6 旅游目的地

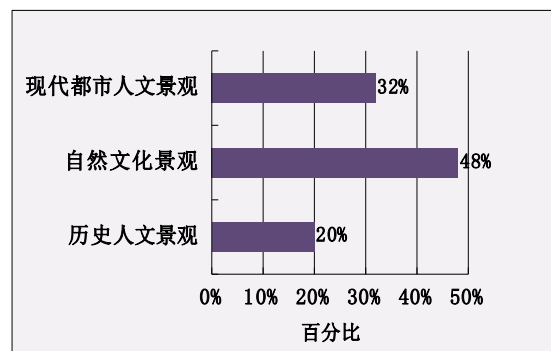


图 7 旅游景观类型

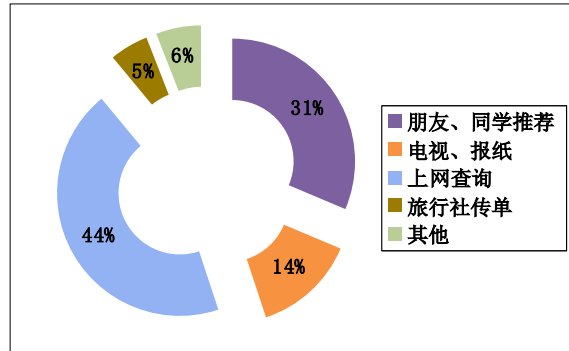


图 8 旅游目的地信息获取

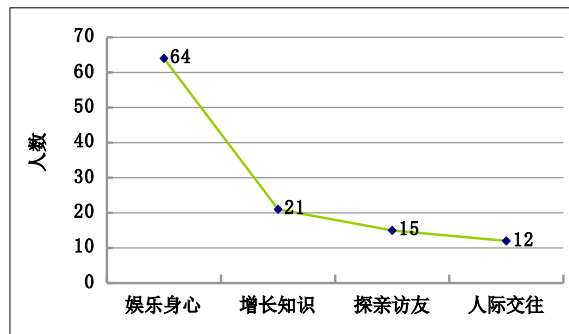


图 9 旅游目的

【测试任务】

请根据 2018 年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	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，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 2017 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 2017 年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）	
	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	

28. 试题编号：J1-28，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2018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 2018 年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
	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）	据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。	
		目录	7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）		
		正文	引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。
			数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。
			结论及建议	10		用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。
			附件	5		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，美容化妆品行业市场基本情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某学校市场营销专业为调查长沙市美容化妆品行业市场基本情况，从2017年9月28日起分别在长沙市岳麓区、雨花区和芙蓉区下辖的16个社区展开，调查为期4天。为了保证本次调查活动的较好的效果和质量，2017年10月1日和3日向社区消费者发放调查问卷，

10月2日和4日收取问卷，并对认真填写调查问卷的消费者给予一定的物质奖励。此次调查共收回有效问卷382份，具体数据资料如下：

1、消费者基本情况分析

(1) 性别

(2) 年龄

(3) 本次调查中，对382名城镇消费者进行访问调查。性别：男性121人，占31.7%；女性261人，占68.3%。年龄：17岁以下的有34人，占8.9%；18-35岁的252人，占66%；36-55岁的79人，占20.7%；56岁以上的有17人，占4.4%。文化程度：大学专科以上的有151人，占39.5%；高中、中技、中专的有182人，占47.6%；初中及以下的有49人，占12.9%。

2、消费者对当前美容院开展的美容服务的总体评价是：认为很满意的有20人，占5.2%；满意的有76人，占19.9%；一般的有223人，占58.4%；不满意的有51人，占13.4%；很不满意的有12人，占3.1%。

3、消费者对当前美容服务最不满意的方面：认为是业务水平问题的有31人，占8.1%；认为是服务态度问题的有50人，占13.1%；认为是卫生状况问题的有37人，占9.7%；认为是价格问题的有68人，占17.8%；认为是诱购产品的有113人，占29.6%；认为是产品质量的有62人，占16.2%；认为是损害赔偿问题的有13人，占3.4%；其他问题的有8人，占2.1%。

4、消费者对当前化妆品使用效果的总体评价：认为很满意的有15人，占3.9%；满意的有66人，占17.3%；一般的有236人，占61.8%；不满意的有49人，占12.8%；很不满意的有16人，占4.2%。

5、当前化妆品市场存在的最主要问题：认为是价格虚高的有93人，占24.3%；认为是虚假宣传的有145人，占37.9%；认为是假冒伪劣的有82人，占21.5%；认为是售后服务差的有53人，占13.9%；认为是其他问题的有9人，占2.4%。

6、如何看待名人代言的美容化妆品广告问题：认为可信的有 28 人，占 7.3%；认为多数可信的有 67 人，占 17.5%；认为半信半疑的有 126 人，占 33%；认为多数不可信的有 114 人，占 29.9%；认为不可信的有 47 人，占 12.3%。

7、纹眉、纹唇、纹眼线、穿耳孔等是属于生活美容还是医疗美容问题：认为是生活美容的有 113 人，占 29.6%；认为医疗美容的有 134 人，占 35.1%；认为无所谓有 50 人，占 13.1%；认为不太了解的有 85 人，占 22.2%。

8、选购化妆品时首先想要知道的信息问题：认为是产品功效的有 132 人，占 34.6%；认为是安全问题的有 145 人，占 38%；认为是价格的有 83 人，占 21.7%；认为是进口还是国产的有 20 人，占 5.2%；认为是其他问题的有 2 人，占 0.5%。

9、选购化妆品时是否注意产品外包装上标示的生产批号、生产日期、保质期或限制使用日期：回答非常注意的有 201 人，占 52.6%；回答有时注意的有 124 人，占 32.5%；回答不注意的有 57 人，占 14.9%。

10、是否知道“育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒”等特殊用途化妆品的外包装上需标示“特妆准字号”：回答“知道”的有 91 人，占 23.8%；回答“不知道”的有 291 人，占 76.2%。

11、是否清楚如何从外包装上辨别真、假“原装进口化妆品”：回答“清楚”的有 35 人，占 9.2%；回答“不太清楚”的有 242 人，占 63.4%；回答“不清楚”的有 105 人，占 27.4%。

12、是否因使用美容化妆品导致皮肤受到伤害的经历：回答“有”的有 108 人，占 28.3%；回答“没有”的有 186 人，占 48.7%；回答“没有注意/不能确定”的有 88 人，占 23%。

13、在使用化妆品皮肤受到伤害后，是否能够得到厂家或美容服务机构的满意处理：回答“能够”的有 70 人，占 18.3%；回答“不

能够”的有 193 人，占 50.5%；回答“没有要求处理”的有 119 人，占 31.2%。

14、整顿和规范美容化妆品市场的首要问题时，认为要严格审查从业人员资质的有 74 人，占 19.4%；认为要加强卫生环境要求及监督的有 51 人，占 13.4%；认为要强化消费教育的有 18 人，占 4.7%；认为要揭露虚假违法广告的有 89 人，占 23.3%；认为要打击假冒伪劣产品的有 101 人，占 26.4%；认为要树立优秀典型的有 30 人，占 7.8%；认为是其他的有 19 人，占 5%。

15、长沙市消费者美容化妆品的消费水平：在 382 名被调查的消费者中，平均每月用于美容化妆品的花费 106.71 元。

【测试任务】

请根据 2017 年某学校市场营销专业调查的长沙市美容化妆品行业市场基本情况数据，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		
	正文	封面	8		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)
		目录	7		排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)
		引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义(2分)、调查的主要内容(2分)、调查的主要方式与方法(2分)、调查的主要过程(包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果)(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。
		数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据(4分),分析现状(4分),得出小结论,以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等(6分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理,条理清楚,有逻辑性(4分)。数据采用适当的图表来呈现说明(2分)。
		结论及建议	10		用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上,进行综合归纳,得出报告的结论(5分);并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分,其中建议的针对性3分、可行性2分)。
附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明,包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。			
合计		100			

30. 试题编号：J1-30，大学生就业问题调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

2017年10月某公司针对大学生的就业问题对某高校的毕业生进行随机问卷调查。发出问卷1000份，收回1000份。统计结果汇总如下：

1、你认为现在的就业形势如何：

答案	形势严峻	形势正常	形势较好	不了解
所占百分比	48.5%	42.6%	4.5%	4.4%

2、您进入毕业时期的去向：

答案	求职	考研	出国	创业	求职考研两手准备	其他
所占百分比	72%	7.4%	5.9%	4.4%	10.2%	2.9%

3、您对求职渠道的选择：

答案	人才网站	校园招聘网	社会招聘会	老师、亲戚朋友	媒体(电视, 报刊)
所占百分比	51.5%	80.9%	44.1%	22.1%	4.4%

4、您认为自己目前最欠缺的素质主要是：

答案	基本的解决问题能力	沟通协调能力	承受压力、克服困难的 能力	相关工作或实习经验	专业知识和技能	其他
所占百分比	5.9%	7.4%	16.2%	52.9%	27.9%	1.5%

5、您将通过何种方式向用人单位介绍自己的情况：

答案	招聘会现场	寄发自荐材料	在就业网站发布就业资料	通过熟人介绍
所占百分比	77.9%	44.1%	44.1%	20.6%

6、您的择业观念：

答案	一步到位，有固定收入	先就业，后择业	不就业，继续深造	自主创业
所占百分比	17.6%	73.5%	4.4%	5.9%

7、您欲选择什么样的单位就业：(限选两个)

答案	国有企业	民营企业	外资企业	合并企业	政府部门	自主创业
所占百分比	52.9%	39.7%	51.5%	20.6%	22.1%	11.8%

8、您认为当前毕业生就业的主要问题:

答案	大学专业设置与企业对人才的需求不匹配	应届毕业生不具备符合企业要求的职业能力, 缺乏工作经验, 没有竞争能力	毕业生的就业定位不合理, 期望值过高, 择业过于挑剔	政府、学校、用人单位及学生之间互相沟通和了解不够	就业信息机制不健全, 信息渠道不畅通, 信息不充分	大学教育模式不注重提高学生的综合能力, 不能为大学毕业生就业和职业发展提供有效帮助
所占百分比	29.4%	54.4%	19.1%	10.3%	7.4%	16.2%

9、您觉得自己在就业求职的过程中最具竞争实力的方面是:

答案	学习成绩	专业技能	实习经历	考试证书/技能证书	良好的求职心态
所占百分比	7.4%	30.9%	23.5%	17.6%	41.2%

10、您最希望自己在就业求职过程中得到: (限选两项)

答案	企业的从业经验	良好的专业技术	先进的管理模式	前沿知识信息	广泛的人际关系	团队合作技巧	良好的薪酬福利	自我价值的实现	稳定的工作岗位
所占百分比	42.6%	36.8%	29.4%	14.7%	26.5%	13.2%	14.7%	25%	7.4%

11、您认为您能接受的工资是:

答案	1000-1500	1500-2000	2000-2500	2500-3000	3000 以上
所占百分比	2.9%	20.6%	47.1%	22.1%	7.4%

【测试任务】

请根据 2017 年某公司提供的某高校大学生就业问题随机问卷调查数据, 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）	
	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	

31. 试题编号：J1-31，双十一网购情况调研报告

（1）任务描述

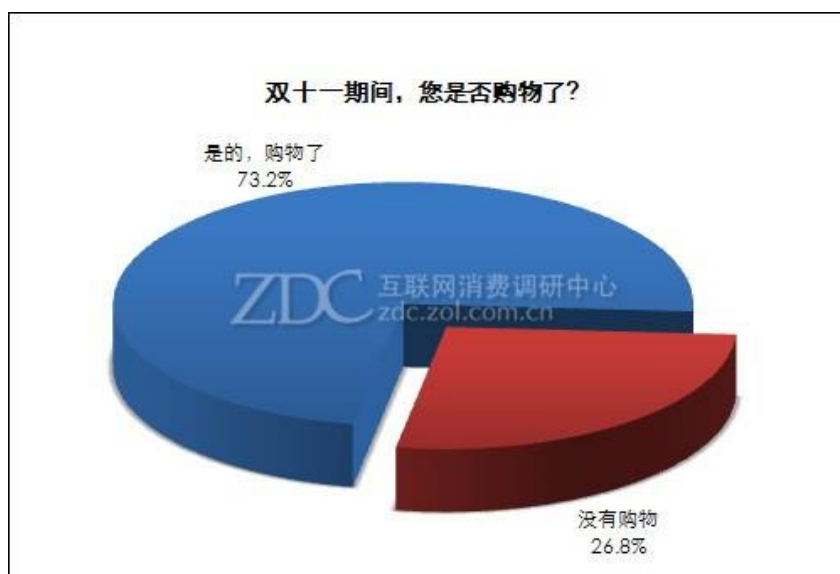
【背景资料】

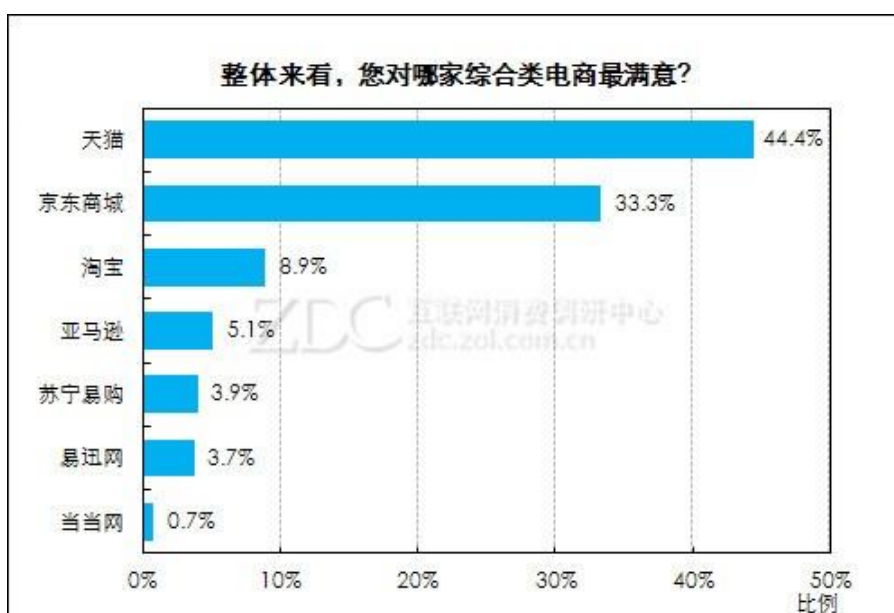
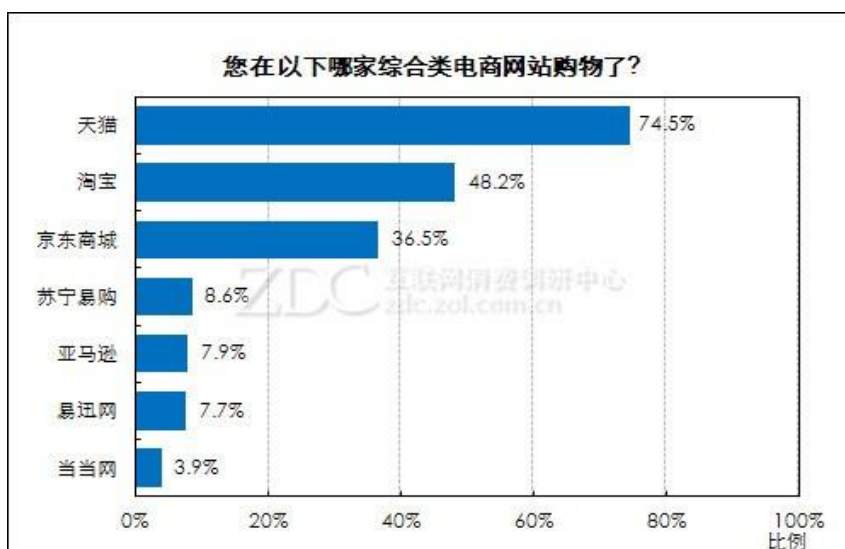
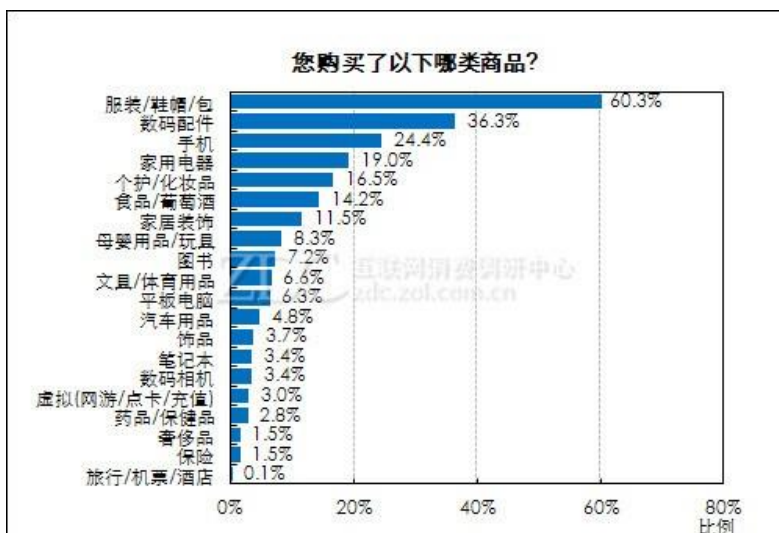
2014年，电子商务市场继续高速增长，来自中国电子商务研究中心的报告数据显示，截至2014年6月，全国电子商务交易额达4.35万亿元，同比增长24.3%。互联网尤其是移动互联网用户数量的持续快速增长在一定程度上加速了电商规模的增长。而以淘宝为首的电商均在不遗余力的借助和制造各种节日，进行一轮又一轮的促销。11月11日，经过两三年的渲染，如今已经成为了购物狂欢节的代名词。

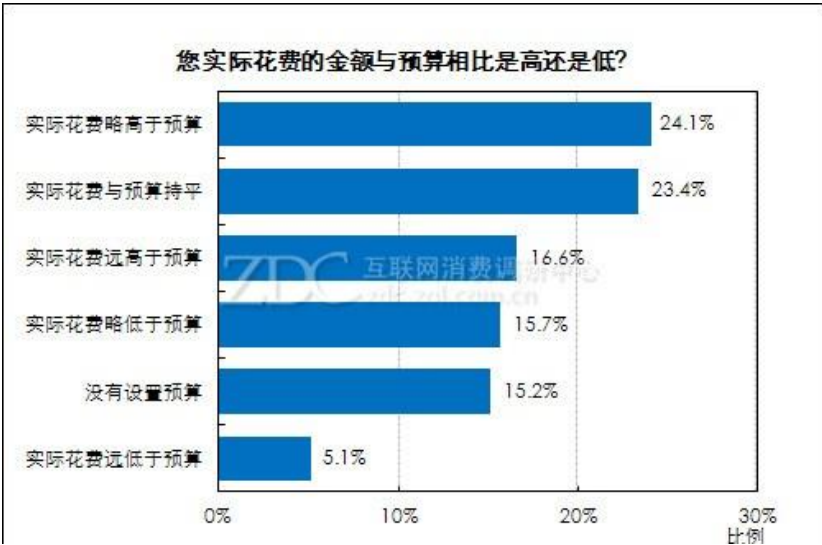
2014年双十一刚刚落下帷幕，阿里集团的数据显示，截止11月11日24时，双十一网购狂欢节支付宝（主要是天猫和淘宝）交易额达到350.19亿，打破了阿里巴巴集团董事局主席马云此前300亿的预期。网民网购的热情可见一斑。

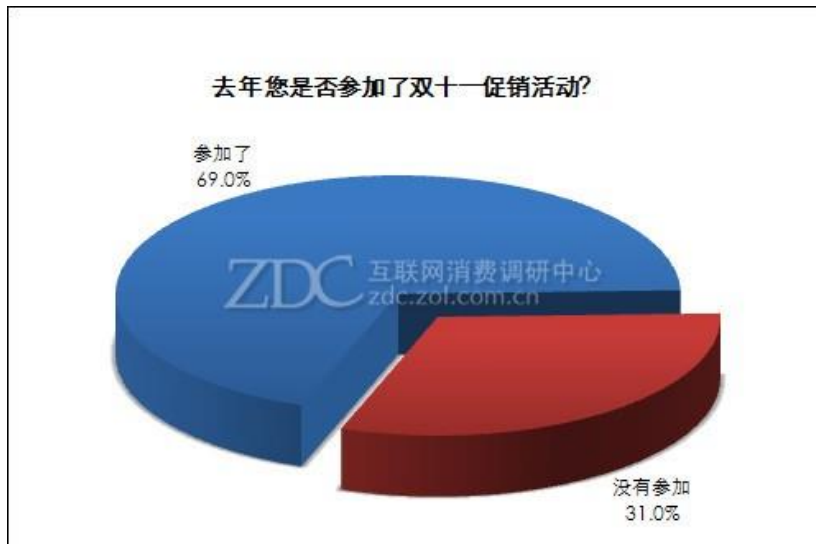
那在双十一期间，到底有多少网民参与了狂欢呢？他们更青睐网购哪些类别的商品？对电商服务的满意度如何？对双十一最大的感

触又是什么？对此，互联网消费调研中心 ZDC 进行了专项有奖调查，问卷在 ZOL 首页进行推广，共回收问卷 1012 份，通过对答题完整度、IP 等信息的筛选，共获得有效问卷 998 份，问卷有效率 98.6%。











【测试任务】

请根据 2017 年中国电子商务研究中心提供的关于双十一的调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	格式规范,合理,思路清晰,具备信息整理、分析及处理能力(4分);方法得当,逻辑思维和分析能力强,对背景资料分析透彻、细致(4分);能在规定时间内完成任务(2分)。		
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范(包括封面、目录、正文、附件)	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍,但需列明;调研报告字数要求1500字以上,每少50字扣1分。	
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强		
	正文	封面	8		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)
		目录	7		排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)
		引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义(2分)、调查的主要内容(2分)、调查的主要方式与方法(2分)、调查的主要过程(包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果)(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。
		数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据(4分),分析现状(4分),得出小结论,以形成符合事物发展变化规律的结论性意见;或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等(6分)。分析必须依据所收集的资料客观、合理,条理清楚,有逻辑性(4分)。数据采用适当的图表来呈现说明(2分)。
		结论及建议	10		用简洁而明晰的语言,在以上数据资料分析的基础上,进行综合归纳,得出报告的结论(5分);并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议,完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(5分,其中建议的针对性3分、可行性2分)。
附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明,包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。			
合计		100			

32. 试题编号：J1-32，学生 PC 市场消费需求调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

为了解学生用户在中国 PC 市场中的消费需求等特点，互联网消费调研中心 ZDC 在中关村在线网站及微博上投放调查问卷，时间从 2017 年 8 月 16 日至 8 月 22 日，为时 7 天，共回收问卷 1632 份，通过对用户 ID、IP 等注册信息及问卷填写完整度的筛选、过滤，得到有效问卷 1575 份。现将数据汇总如下：

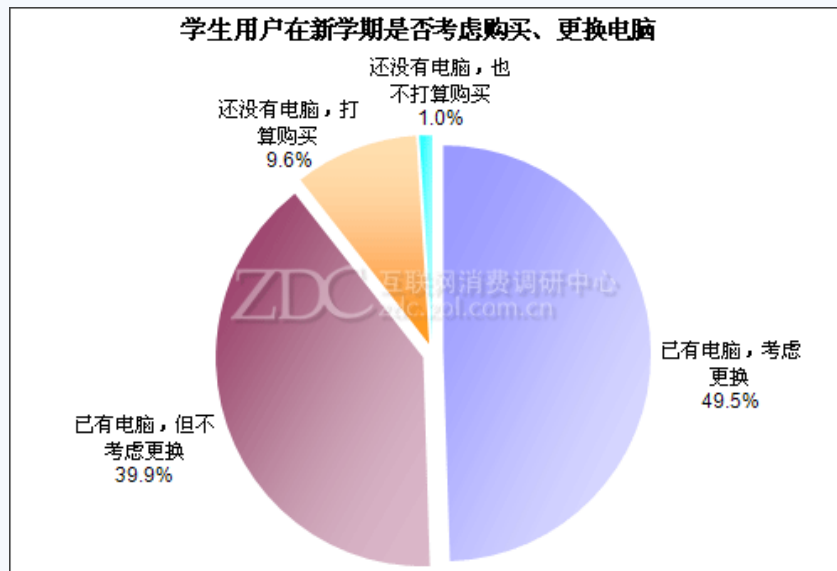


图 1 学生用户在新学期是否考虑购买、更换电脑

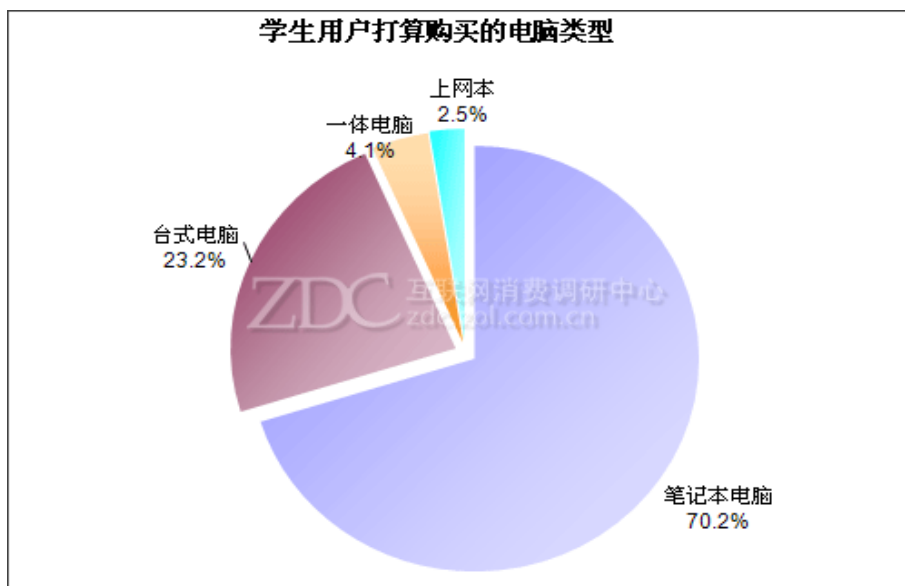


图 2 学生用户打算购买的电脑类型

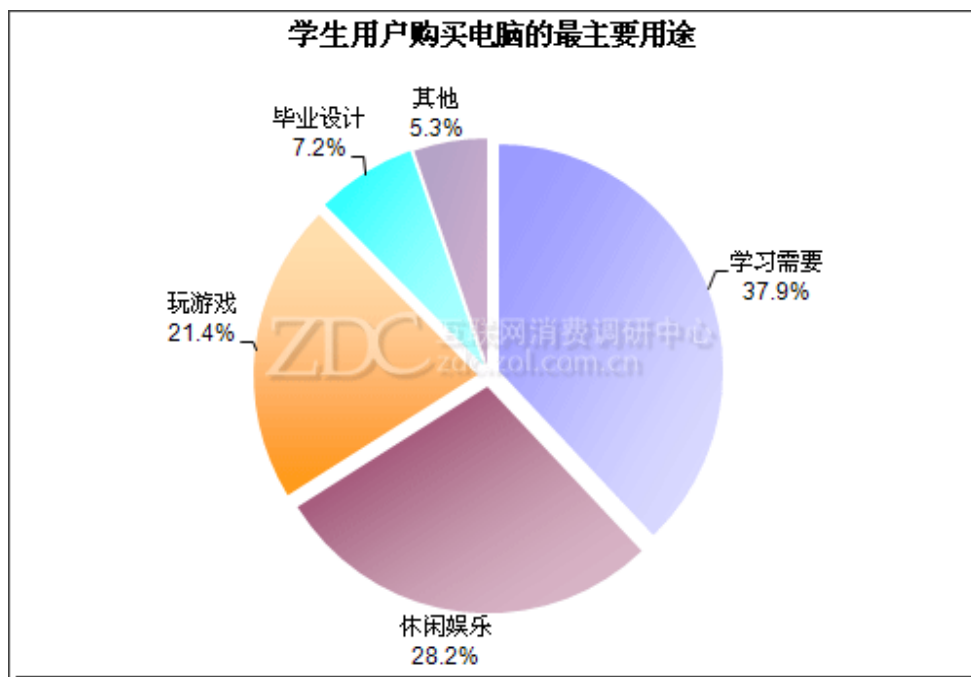


图 3 学生用户购买电脑的最主要用途

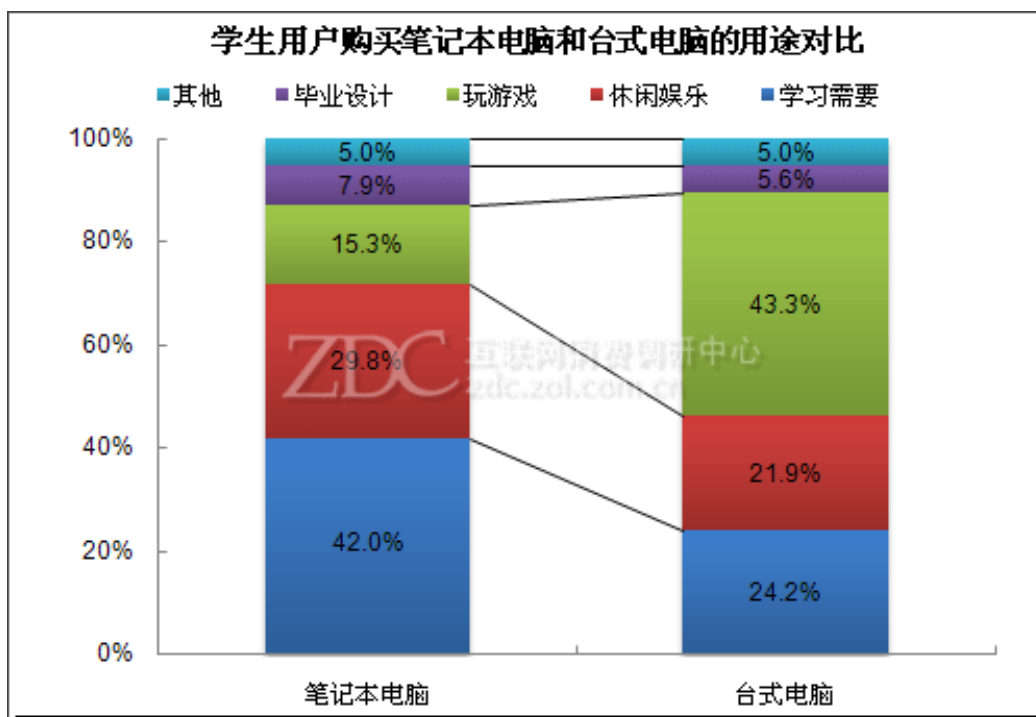


图 4 学生用户购买笔记本电脑和台式电脑的用途对比

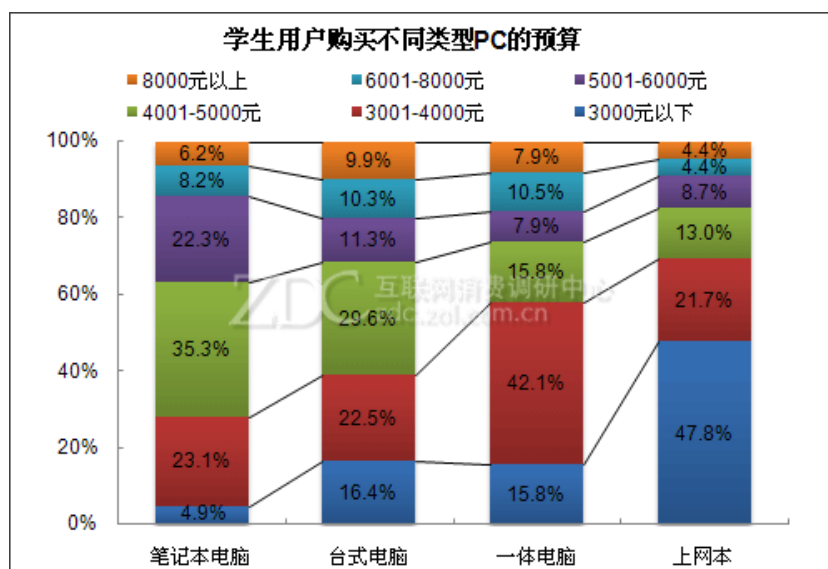


图 5 学生用户购买不同类型 PC 的预算

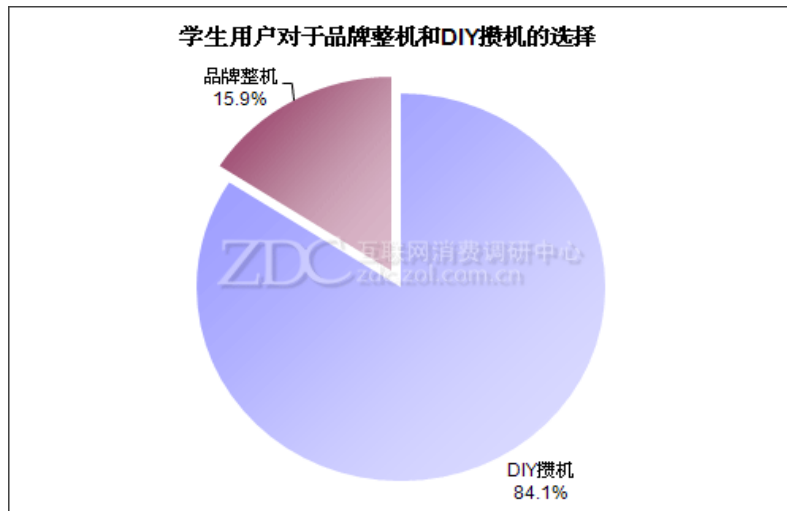


图 6 学生用户对于品牌整机和 DIY 攒机的选择

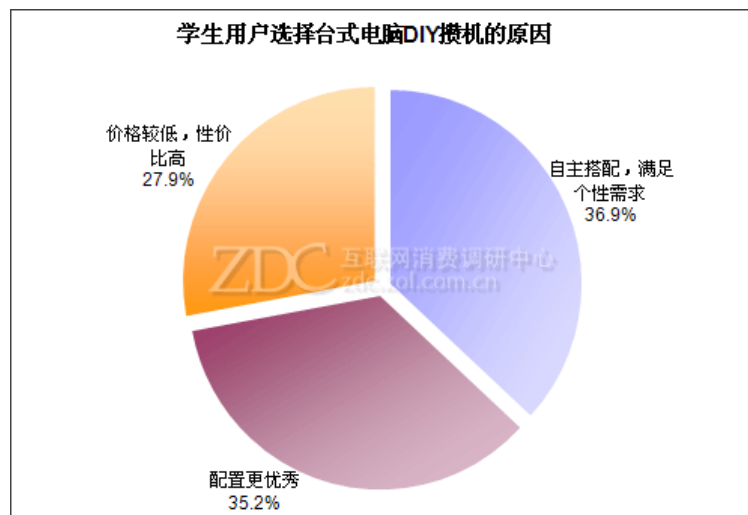


图 7 学生用户选择台式电脑 DIY 攒机的原因

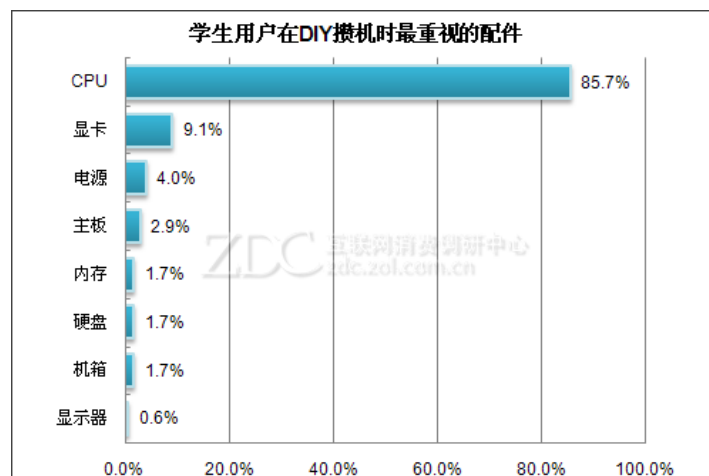


图 8 学生用户在 DIY 攒机时最重视的配件

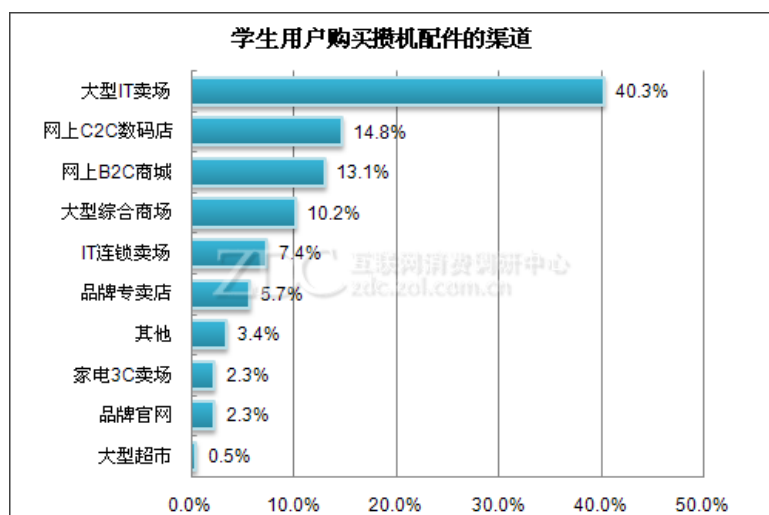


图9 学生用户购买攒机配件的渠道

【测试任务】

请根据2017年互联网消费调研中心提供的中国学生用户PC市场消费需求调查数据，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	评价内容	配分	考核点	备注
职业	职业道	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违

素养 (20分)	德			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)		
		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			

33. 试题编号：J1-33，酒类商品的消费及需求情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某市副食品公司2017年11月对酒类商品的消费及需求情况作了一次市场调查，有关资料汇总整理如下：

1. 近8年酒社会消费量等资料汇总表

调查项目	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
近8年酒社会消费量(万吨)	14.5	15.8	17.4	18.9	20.8	23.3	25.7	28.8
城镇居民可支配收入(元/人)	5160	5425	5854	6280	6859	7703	8472	9422
农民人均纯收入(元/人)	2090	2162	2210	2253	2366	2475	2623	2936
本公司酒销售量(万吨)	7.25	8.06	8.88	9.85	10.84	12.23	13.02	15.26

2. 市副食品公司酒类商品销售量的统计资料(万吨)：

	2014年	2015年
总计	13.02	15.26
白酒	3.91	4.07
啤酒	6.53	8.25
果酒	1.80	2.04
其他酒	0.78	0.90

3. 城乡居民各类酒人均消费(Kg/人)：

	城市		农村	
	2012年	2013年	2014年	2015年
总计	5.15	6.70	5.83	6.35
白酒	2.33	2.01	4.43	3.36
啤酒	1.93	3.36	1.04	1.96
果酒	0.11	0.35	0.12	0.16
其他酒	0.78	0.98	0.24	0.87

4. 酒的需求与消费的季节变动规律是：白酒冬季为旺，节假日

销量最大。啤酒 6、7、8 月为旺，7 月销量最大。果酒和其他酒销售平稳，节假日有所增加。

5. 据 300 户居民家庭问卷调查，常饮白酒的 88 户，常饮啤酒的 142 户，常饮其他酒的 50 户，不饮酒的 20 户。

6. 据 300 户居民家庭问卷调查，饮高度酒的 84 户，中度酒的 102 户，低度酒的 84 户，不饮酒的 20 户。

7. 据 300 户居民家庭问卷调查，酒的消费总量中，男成人占 81.1%，女成人占 17.2%，青少年占 1%。男成人消费以白酒和啤酒为主，女成人消费以果酒为主。

8. 据 300 户居民家庭问卷调查，在酒的购买中，自行消费的占 52%，请客消费的占 48%，送礼品主要以白酒、葡萄酒为主。

9. 据 300 户居民家庭问卷调查，在酒的购买中，价格选择情况是：低档酒占 24%，中档酒占 46%，高档酒占 30%。高档酒主要用于送礼，低档的中档酒自行消费为主。

10. 据 300 户居民家庭问卷调查，居民最喜爱的白酒品牌主要有湘泉、金六福、五粮液、浏阳河、杜康、茅台等；最喜爱的啤酒品牌主要有青岛、金威、白沙等；最喜爱的果酒品牌主要有白兰地、美味思、中国红葡萄等。

11. 据 300 户居民家庭问卷调查，在酒的购买中，普通瓶装占 42%，异形瓶装占 22%，仿古瓶装占 38%，听装占 13%，罐装占 8%，散装酒占 5%。

【测试任务】

请根据上述某市副食品公司 2017 年酒类商品消费及需求情况调查数据，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）	
	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	

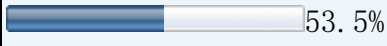
34. 试题编号：J1-34，大学生洗面奶消费行为调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

2018年5月某洗面奶企业为了了解现代大学生的洗面奶消费行为，从长沙选取了9所高校的学生进行了问卷调查，共发放问卷450份，其中有效问卷430份，问卷统计结果如下：

第1题您的性别[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 男	200	 46.5%
B. 女	230	 53.5%
本题有效填写人次	430	

第2题您所在的年级[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 大一	60	 14%
B. 大二	70	 16.3%
C. 大三	160	 37.2%
D. 大四	140	 32.6%

本题有效填写人次	430	
----------	-----	--

第 3 题您使用洗面奶吗[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 不使用	60	 14%
B. 偶尔使用	80	 18.6%
C. 经常使用	120	 27.9%
D. 总是使用	170	 39.5%
本题有效填写人次	430	

第 4 题您每月的生活费是多少[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 500 元以下	100	 23.3%
B. 500-1000 元	180	 41.9%
C. 1000-1500 元	60	 14%
D. 1500-2000 元	30	 7%
E. 2000 元以上	60	 14%
本题有效填写人次	430	

第 5 题您每月花在洗浴用品上的钱是多少[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 50 元以下	240	 55.8%
B. 50-100 元	100	 23.3%
C. 100-200 元	50	 11.6%
D. 200 元以上	40	 9.3%
本题有效填写人次	430	

第 6 题您平均每月花在洗面奶上的钱是多少[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 10 元以下	160	 37.2%
B. 10-20 元	130	 30.2%
C. 20-50 元	70	 16.3%
D. 50 元以上	70	 16.3%
本题有效填写人次	430	

第 7 题您购买洗面奶的偏好是什么[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 只选名牌	190	44.2%
B. 较多选择名牌	120	27.9%
C. 较多选择非名牌	30	7%
D. 其他	90	20.9%
本题有效填写人次	430	

8 题您最喜欢的洗面奶品牌是什么[多选]

选项	小计 (人)	比例
A. 旁氏 POND'S	120	27.9%
B. 欧莱雅 L'OREAL	110	25.6%
C. 妮维雅 NIVEA	120	27.9%
D. 玉兰油 OLAY	50	11.6%
E. 资生堂 Shisesido	50	11.6%
F. 其他	140	32.6%
本题有效填写人次	430	

第 9 题您经常选择的洗面奶的价格[单选]

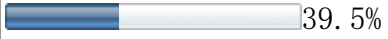
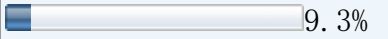
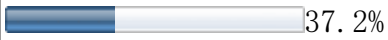
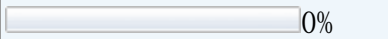
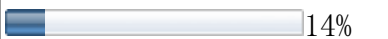
选项	小计 (人)	比例
A. 20 元以下	110	25.6%
B. 20-40 元	200	46.5%
C. 40-60 元	60	14%
D. 60 元以上	60	14%
本题有效填写人次	430	

第 10 题您购买洗面奶时最追求的效果是什么[单选]

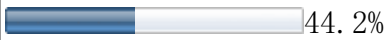
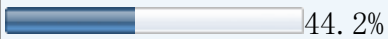
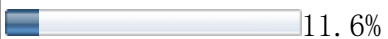
选项	小计 (人)	比例
A. 清洁皮肤	150	34.9%
B. 美白	100	23.3%
C. 除油	50	11.6%
D. 清爽	60	14%
E. 其他	70	16.3%
本题有效填写人次	430	

第 11 题您购买洗面奶的途径是什么[单选]

选项	小计 (人)	比例
----	--------	----

A. 居住地附近的大型超市	170	 39.5%
B. 居住地附近的商店	40	 9.3%
C. 化妆品专卖店	160	 37.2%
D. 网上购物	0	 0%
E. 其他	60	 14%
本题有效填写人次	430	

第 12 题您喜欢尝试新产品吗[单选]

选项	小计(人)	比例
A. 喜欢	190	 44.2%
B. 一般	190	 44.2%
C. 不喜欢	50	 11.6%
本题有效填写人次	430	

第 13 题哪些因素可以让您购买以前没有买过的洗面奶? [多选]

选项	小计(人)	比例
A. 广告宣传	230	 53.5%
B. 外观包装	130	 30.2%
C. 好奇心	130	 30.2%
D. 其他	160	 37.2%
本题有效填写人次	430	

【测试任务】

请根据某洗面奶企业 2018 年调查的长沙 9 所高校学生洗面奶消费行为基本数据,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	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		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）；		

		及建议	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	

35. 试题编号：J1-35，中国网民消费方式与消费观念调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

为了解中国网民消费方式与消费观念变化情况，互联网消费调研中心 ZDC 在中关村在线网站及微博上投放调查问卷，时间从 2018 年 8 月 16 日至 8 月 22 日，为时 7 天，共回收问卷 1632 份，通过对用户 ID、IP 等注册信息及问卷填写完整度的筛选、过滤，得到有效问卷 1575 份。基本数据如下：

2017年中国网民购物渠道分布

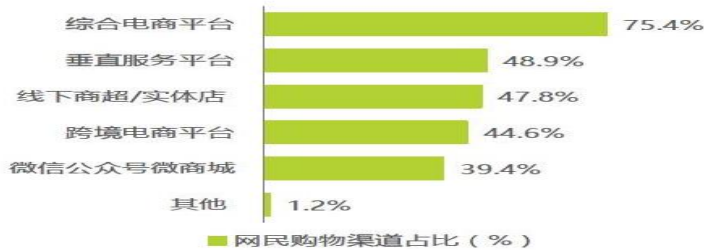


图 1 2017 中国网民购物渠道分布

2012-2017年中国网民购物渠道变化

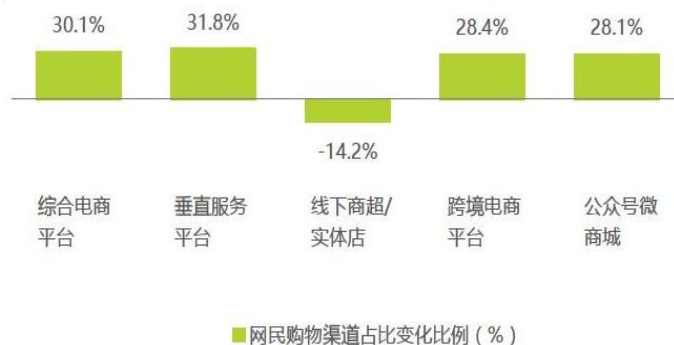


图2 2012-2017 中国网民购物渠道分布变化

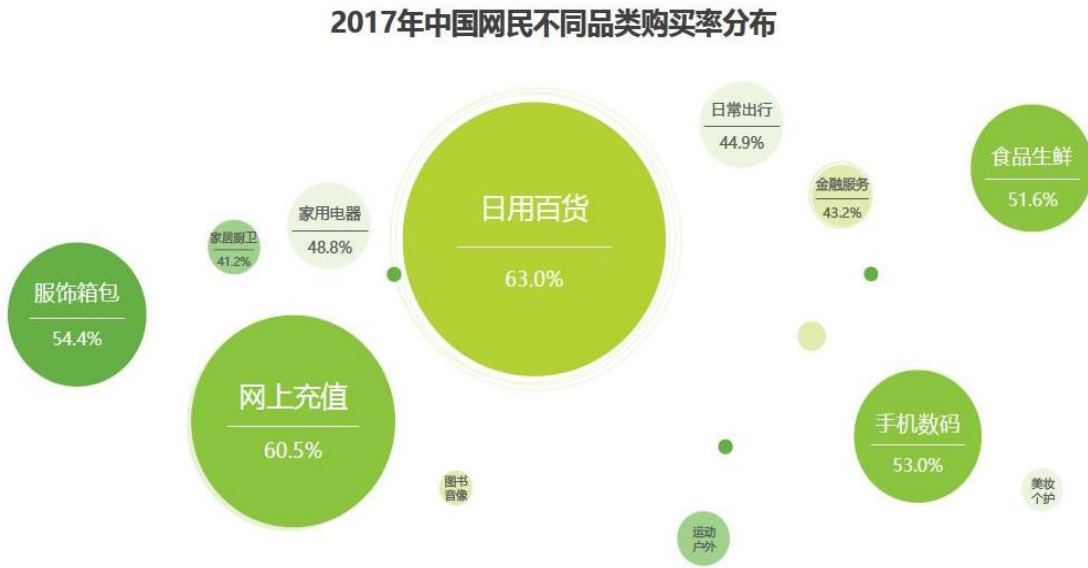


图3 2017 中国网民不同品类购买率分布



图4 2017 中国网民不同消费类别月开销分布

2012-2017年中国网民消费行为变化原因分布



图 5 2012-2017 中国网民消费行为变化原因分布

2017年中国网民购物消费观分布



图 6 2017 中国网民购物消费观分布

2012-2017年中国网民购物消费观变化

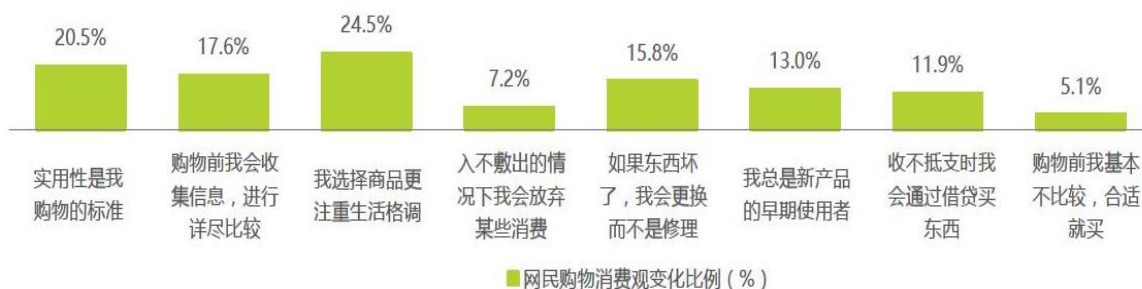


图 7 2012-2017 中国网民购物消费观变化

2017年中国网民品牌价格观分布



图 8 2017 中国网民品牌价格观分布

2012-2017年中国网民品牌价格观变化



图 9 2012-2017 中国网民品牌价格观变化

2017年中国网民品牌偏好分布



图 10 2017 中国网民品牌偏好分布

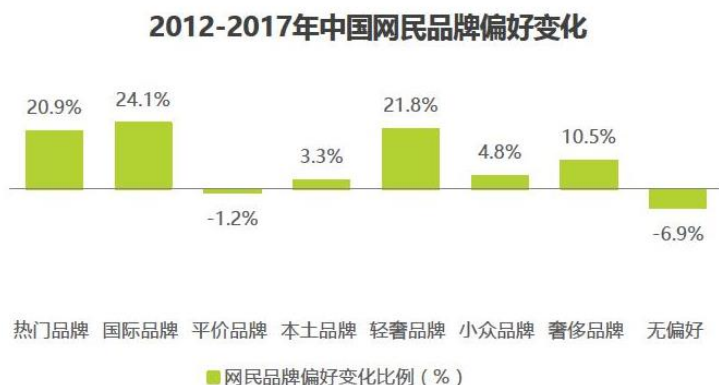


图 11 2012-2017 中国网民品牌偏好变化

【测试任务】

请根据 2017 年中国网民消费方式与消费观念调查数据，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 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

(20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)。	纪律、造成恶劣影响的 本项目 记0分。 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。	
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)		
	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			

模块二 商务谈判

1. 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。希望通过批量采购在总价上获得优惠，并且在售后的设备维护和维修上有保证，形成长期的合作关系。

B 方首先介绍其产品可供选择的型号、规格和收割机的系列技术参数，如动力配置、秒喂入量等效率指标，为报价做好铺垫。

A 方接着也介绍了公司情况，农业股份有限公司规模正在日益扩大，对于各类农机设备的需要量比较大。并对本次需要采购的设备规格提出了明确要求。

接下来双方就采购的农机规格、技术参数、交货时间和方式、机械操作培训、质量保证和维修服务进行了深入商谈。

之后，由卖方报价，5 万人民币一台。这一报价离实际卖价偏高许多。B 方之所以这样做，是因为他们以前的确卖过这个价格。由于 A 方事前已摸清了市场行情的变化，深知 B 方是在放“试探气球”。于是 A 方直截了当地指出：这个报价不能作为谈判的基础。B 方对 A 方如此果断地拒绝了这个报价而感到震惊。他们分析，A 方可能对市场行情的变化有所了解，因而已方的高目标恐难实现。于是 B 方便转移话题，强调起产品的特点及其优良的质量，以求采取迂回前进的方法来支持己方的报价。

因为，谈判之前，A 方不仅摸清了市场行情，而且研究了 B 方产

品的性能、质量、特点以及其他同类产品的有关情况。于是A方不动声色地说：“贵公司了解国内生产此种产品的公司有几家？贵公司的产品优于C公司、D公司的依据是什么？”。

A方话未完，B方就领会了其中含意，顿时陷于答也不是、不答也不是的境地。但他们毕竟是生意场上的老手，其主谈人为了避免难堪的局面借故离席，副主谈也装作找材料，埋头不语。A方主谈自然深谙谈判场上的这一手段，便主动提出“休会”，以化解僵局。

休会结束，双方重新回到谈判桌上，B方说他们已经请示了总经理，同意每台削价2%，但条件是采购台数必须上10台。同时，他们夸张地表示，这个削价的幅度是不小的，要A方“还盘”。A方认为B方削价的幅度太小，且离A方的要价仍有较大距离，马上还盘还很困难。在弄不清对方的报价离实际卖价的“水分”有多大时就轻易“还盘”，往往造成被动，高了己方吃亏，低了可能刺激对方。为了慎重起见，A方一面电话联系，再次核实该产品在市场的最新价格，一面对B方的二次报价进行分析。

根据分析，这个价格，虽B方表明是总经理批准的，但根据情况看，此次降价是谈判者自行决定的。由此可见，B方报价中所含水分仍然不小，弹性很大。

A方以采购数量为筹码，要求价格进行优惠，并负责A方所在区域进行B家农机设备推广，以扩大其产品销量为条件。

双方经过一阵激烈的讨价还价，再从其他交易条件进行了协商，最终回到价格上来，终于达成双方满意的结果，形成交易合同。

【测试任务】

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

【测试流程】

- ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

- (1) 甲方先上场，乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。
- (4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。
- (5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

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

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室；商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2	

	=8张, 打印机1台×=2台, 椅子6张×2=12张, 挂钟一台×2=2台,U盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分), 谈判过程中积极主动发言, 具有良好的谈判思维与沟通能力, 具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分), 着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位, 符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚, 内容完整(2分), 文字表达流畅, 逻辑性强(2分), 封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字, 每少50字, 扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分), 谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻, 为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计(5分)	
	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完成(3分), 回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照

商务谈判 实施操作 (40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)	团队协作与个人表现 进行计 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		

2. 试题编号: J2-2, 白酒经销谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: A 经销商(买方)

乙方: B 白酒生产厂(卖方)

A 经销商是一家经销烟、酒类的有限公司,其品牌知名度较高,由于经销理念先进,销售渠道网络发达,经营管理得力,在几年内迅速发展成为当地烟、酒经销商中的老大。许多的知名烟、酒厂家都希望与其合作,借助这一销售平台打入湖南地区烟、酒市场。A 经销商在湖南有 20 家直营连锁专卖店,主要分布在长、株、潭地区,还有 100 家加盟连锁专卖店,分布在省内 30 个省、地级市。

每年经销白酒的销售额达到 5 亿元以上,而且以年 10% 的速度增长,其发展势头非常好。

B 白酒生产商的产品目前在全国有一定知名度,但上市时间比较短,各地市场还没有全面开发,准备先从湖南省,特别是长沙地区开始进行产品推广,通过市场考察,准备选择 A 经销商作为合作伙伴,

希望借助 A 经销商的渠道，打开湖南市场。2016 年 10 月 9 日 B 厂谈判代表来到 A 经销商公司总部长沙进行经销合作洽谈。

A 方认为它是湖南省内知名的烟、酒专卖连锁经销商，为了维护品牌知名度，只愿意经销知名白酒品牌，希望与之合作的供应商非常多，现与五粮液、茅台、酒鬼等白酒厂家合作很愉快，每年白酒销量占湖南总销量的 10%。如果 B 厂想与之合作，打入湖南市场。除非给予优厚的条件。首先，A 方提出必须独家经销，而且，要求 B 方支付较高促销费用，促销费用按照销售金额 10% 直接从销售收入中扣除，采取销售返点方式计算利润，并且节假日还要由厂家做促销活动，派推销员队伍到当地大酒店进行人员推销。

B 方同意提供由 A 在两年内做湖南省的独家经销商，但必须完成规定的销量至少达到 A 经销总量 10%，主推 B 厂白酒，使其品牌知名度打开，销量年增长率 10%。促销费用根据销量额度分级制定比率，完成规定销量，根据销量 5% 计算根促销费用，超过规定销量部分 10% 计算促销费用，采取销售返点方式计算利润可以，但必须根据销量分级制定返点比率，规定销量内返点率比超额部分返点率稍低，鼓励经销商多销。双方就经销权，经销量、促销费用、返点率、双方承担的促销任务、货款结算方式等展开洽谈。

双方在充分协商基础上，本着平等互惠原则，最终达成了合作经销协议。

【测试流程】

① 撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方

优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

(5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面阐述：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，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台,U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分),谈判过程中积极主动发言,具有良好的谈判思维与沟通能力,具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分),着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位,符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚,内容完整(2分),文字表达流畅,逻辑性强(2分),封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	

	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

3. 试题编号：J2-3，旅游合作协议的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：桂林国际旅游公司

乙方：桂林新兴大酒店

桂林国际旅游公司是经国家旅游局批准可同时经营国际入境旅游、国内旅游和中国公民出国旅游业务的国际旅行社，中国旅行社协会的正式会员单位，全国国际旅行社百强社之一，桂林地区国际旅行社十强之一。公司下设入境旅游中心、出境旅游中心、国内旅游中心、商务会议中心、网络营销中心、交通票务中心等业务部门。在桂林市拥有 30 余家门市部。

桂林新兴大酒店是目前广西规模最大、设施设备最豪华的五星级饭店。它以水景文化为背景，投资四个亿进行大规模的改扩建。饭店地处桂林市中心的繁华地段，距离机场 25 公里。东临秀丽的漓江，正对碧波荡漾的杉湖，南邻象山公园，北望独秀峰、叠彩山，环境怡人。酒店内有大型人造瀑布，上部宽 72 米、下部宽 75 米、落水高度达 45 米的大型人造瀑布，已列入大世界吉尼斯纪录。各类客房 646

间,其中包括总统房一套,豪华江景套房 22 套、豪华贵宾套房 20 间、豪华贵宾房 62 间、标准房 541 间。中西餐厅、日韩餐厅、九天银河茶餐厅、四季火锅城,并拥有 20 个包厢,餐厅总计 1800 席位。一座可容纳 400 人就餐 500 人开会的多功能厅,内配六声道同声传译系统,另设有五间不同类型的会议室,供不同规模的会议使用。室内恒温游泳池、VIP 健身俱乐部、桑拿按摩室等一套完整的康乐服务设施。

桂林新兴大酒店与桂林国际旅游公司有多次业务来往,彼此都较为了解,此次合作使桂林新兴大酒店省去了寻找新合作伙伴的时间成本,降低了交易风险。在旅游淡季时,桂林国际旅游公司为桂林新兴大酒店提供 50%—60%的入住率;在旅游旺季,桂林新兴大酒店必须为桂林国际旅游公司提供足够的客房数量和最优房价,同时为顾客提供优质服务。本次合作就客房价格、客房数量及酒店入住率等方面进行谈判。确定好桂林国际旅游公司与酒店之间的结算方式,及约定好一个结帐时间,同时商定好违约规则,赔偿额度。

桂林新兴大酒店房价一览表(单位:人民币元/间/天)

房价	门市价	优惠价
总统套房	8888	2998
豪华江景套房	5530	1998
豪华贵宾套房	1998	598
豪华贵宾房	1288	498
标准房	998	398
加床	200	160

*以上价格含政府调节基金、服务费,黄金周价格另议

【测试流程】

- ①撰写商务谈判计划书(60分钟)

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

- (1) 甲方先上场，乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。
- (4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。
- (5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

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

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室；商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2	

	=8张, 打印机1台×=2台, 椅子6张×2=12张, 挂钟一台×2=2台,U盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分), 谈判过程中积极主动发言, 具有良好的谈判思维与沟通能力, 具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分), 着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位, 符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚, 内容完整(2分), 文字表达流畅, 逻辑性强(2分), 封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字, 每少50字, 扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分), 谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻, 为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计(5分)	
	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完成(3分), 回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照

商务谈判 实施操作 (40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)	团队协作与个人表现 进行计 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		

4. 试题编号: J2-4, 新希望乳业进入超市的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 湖南步步高连锁超市(简称: 步步高)

乙方: 湖南新希望南山液态奶有限公司(简称: 新希望)

湖南新希望南山液态奶有限公司于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月公司与全国城市型乳业的领军品牌新希望乳业形成战略合作关系,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。生产的液态奶统一品牌名为南山,有袋装鲜牛奶、盒装常温奶、PV杯装老酸奶等多品类。

公司位于国家级望城经济技术开发区雷锋大道108号,注册资本为1.66亿元,固定资产8000万元,现有员工351人,是集生产、加

工、销售和科研于一体的湖南省重点农产品加工龙头现代化乳制品生产企业。

公司奶源依托新希望乳业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。公司具有年产 15 万吨的生产能力，车间建筑面积 10000 多平方，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。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，产品包装更加精美，丰满等特点，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。

公司建有研究所，拥有一支技术力量雄厚的产品研发队伍，具有多年研发经验的科技人员数十名。雄厚的科研力量和高效的管理体制，确保公司乳制品紧贴消费者需求，推陈出新，创造卓越品质。南山与伊利、蒙牛、光明、卡士这些品牌相比，还是存在一定差异。但南山由于是本地生产，运输成本较低，价格上有优势。

步步高连锁超市有限责任公司创立于 1995 年 3 月，2008 年成功上市，是曾经的首家民营连锁超市上市企业。公司旗下有超市、百货、电器等连锁业务板块，截至 2018 年底，公司共开出 341 家门店，遍布湖南、广西、江西、四川和重庆等区域，在湖南有绝对的市场优势。

新希望与步步高是长期合作伙伴，同时是步步高超市比较稳定的供应商之一。

2020 年，步步高准备与所有乳品供应商就供货商品价格、排面费、店庆费、新产品促销费、堆头费、节庆费、结款方式等问题展开新一轮谈判，重新制定政策。新希望销售部与步步高超市采购部已预约好商谈时间，届时双方各派出代表进行合作谈判，并签订长期供货

合同。

现在长沙 1000 平方米以上的超市的进场费为 2-5 万元，视超市品牌的影响力和商圈覆盖率而定，品牌知名度越大、超市规模越大、商圈范围越宽，则进场费越高。除了进场费之外，还有排面费，排面又分不同的位置，1 米的单排面费用在 5000---10000 元之间，还有店庆费、节庆费、新产品促销费都按促销期间销量的 1%--3%之间进行提成，堆头费则是根据位置和堆头占地面积进行协商临时确定。供应方与超市之间结算方式也是谈判的重要内容，结算方式不同，则供应商品价格或者各种费用也有很大差异。

双方就各类费用、供货质量和数量，以及送货时效等各面进行磋商，最终希望能够达成良好的合作关系，签订长期供货合同。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，

提出谈判所希望达到的目标,同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避,另一方上场演讲。

要求:

(1) 甲方先上场,乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行,控制时间,声情并茂,力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成,但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟,最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述(共1分钟)

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

第二部分:进入正式模拟谈判阶段(25分钟)

1、开局阶段(3分钟)

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

开局阶段,双方应完成以下方面的阐述:

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节,相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线,但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×2=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台,U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判	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	商务谈判计划

计划书作品 (40分)			晰(1分)	书字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通,了解对方的需求,做到多听、少说(4分),让步幅度由大变小,让步次数控制较好,坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略,巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分),及时把握谈判时间,巧妙运用时期策略结束谈判(2分),有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

5. 试题编号: J2-5, 日化用品购销谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：宝洁公司

乙方：格瑞斯超市有限公司（简称：格瑞斯超市）

宝洁公司始创于 1837 年，是世界上最大的日用消费品公司之一。每天，在世界各地，宝洁公司的产品与全球 160 多个国家和地区消费者发生着 40 次亲密接触。宝洁中国分公司是中国最大的日用消费品公司之一，飘柔、舒肤佳、玉兰油、帮宝适、汰渍及吉列等品牌在各自的产品领域内都处于领先的市场地位。

格瑞斯超市有限公司成立于 2008 年，是湖南省某市民营领军标杆企业，是该市流通领域龙头企业，是湖南省重点培育的百强商业企业。公司创办以来，始终坚持“服务、满意、创新”的经营理念，以“新鲜、干净、丰富、便宜”为宗旨，极大地满足了顾客“一站购齐”的购物需求，多次受到省市领导的赞扬和肯定，并被政府部门、行业协会、消费者协会等机构授予多项荣誉称号，赢得了广大消费者的喜爱。

宝洁中国分公司有意与格瑞斯超市合作，宝洁方面合作的条件是：付款期限为 14 天，统一进货价，设立最低进货箱数，按照不同进货箱数给予不同的进货折让，折让范围在 1%~10%之间；根据进货产品的箱数，给予不同额度的费用作为营销费用（见下表）。格瑞斯超市合作条件为：付款期限为 30 天，不按最低进货箱数进货，并享受最大进货箱数的采购价格，营销费用根据进货产品箱数确定的额度下降幅度太大，应该做相应调整，因为进货箱数越大，销售难度越大，促销活动费用越大高，营销费用应该按比例增长。

宝洁的销售人员希望建立合作，但公司的标准不可违背；格瑞斯超市不急于合作，因为无指标压力，但从战略角度出发，不可能不与宝洁合作，但无法接受无毛利的合同。

两公司围绕付款期限、销售折让、营销费用形式等展开谈判，希望建立一种长期合作关系。

进货箱数与折让、营销费用表

进货箱数	进货折让	营销费用（进货箱数为 A）
10	1%	2000
11-30	2%	2000+ (A-10) ×150
31-60	3%	5000+ (A-30) ×120
61-100	4%	8600+ (A-60) ×100
101-150	5%	12600+ (A-100) ×80
151-250	6%	16600+ (A-150) ×60
251-500	7%	22600+ (A-250) ×40
501-1000	8%	32600+ (A-500) ×20
1001-2000	9%	42600+ (A-1000) ×10
2000 以上	10%	52600+ (A-2000) ×5

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，

提出谈判所希望达到的目标,同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避,另一方上场演讲。

要求:

(1) 甲方先上场,乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行,控制时间,声情并茂,力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成,但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟,最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述(共1分钟)

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

第二部分:进入正式模拟谈判阶段(25分钟)

1、开局阶段(3分钟)

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

开局阶段,双方应完成以下方面的阐述:

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节,相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线,但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台,U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判	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	商务谈判计划

计划书作品 (40分)			晰(1分)	书字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通,了解对方的需求,做到多听、少说(4分),让步幅度由大变小,让步次数控制较好,坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略,巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分),及时把握谈判时间,巧妙运用时期策略结束谈判(2分),有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

6. 试题编号: J2-6, 售后服务成本分摊谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：北京国美电器有限公司（简称：国美电器）

乙方：宁波奥克斯空调有限公司（简称：奥克斯集团）

北京国美电器有限公司成立于 1987 年 1 月 1 日，是中国第一家连锁型家电销售企业，也是中国大陆最大的家电零售连锁企业之一，2009 年，国美电器入选中国世界纪录协会中国最大的家电零售连锁企业。

但自从国美电器原董事长黄光裕由于经济问题入狱后，公司的形象受到一定影响，而且集团内部管理也暴露出许多问题。加上竞争对手苏宁的异军起及各地家电连锁超市的相继出现，市场竞争压力很大，尽管如此，目前，国美仍不失为国内的家电销售强有力的竞争平台，仍然受到许多大型家电生产制造商的青睐。

2020 年 4 月，拼多多宣布战略投资国美，一个月后，京东集团也宣布战略投资国美。国美和京东的合作完成了以后，预计成为所有头部供应商在国内的最大的零售渠道。

奥克斯集团创于 1986 年，产业涵盖电力、家电、通讯、地产、医疗、投资六大领域，并在宁波、南昌、天津、上海、深圳、东莞等地建立七大产业基地。集团位列中国 500 强企业、中国信息化标杆企业、国家高新技术企业，并为国家工程技术中心和国家级博士后工作站的常设单位，拥有“三星”和“奥克斯”两项跨行业中国驰名商标和两个中国名牌产品。目前，奥克斯集团空调年产能达到 700 万台，奥克斯空调是中国空调家电行业的领军品牌，产品远销全球 150 多个国家和地区。

随着国内空调行业的竞争加剧，奥克斯集团决定将空调的免费保修期从三年提高到五年，这一项新政使得奥克斯空调的销量大增，其中国美电器销售奥克斯空调的年营业收入增加 8000 万元，奥克斯集团年营业收入增加 1.6 亿人民币（包括国美增加订单的收入），但保修期的延长，也带来售后服务成本的增加，年售后服务成本增加 4000

万元。本着合作共赢，利益共享，成本共摊的原则，奥克斯集团希望国美电器降低卖场的销售扣点，承担一部分售后服务成本。

奥克斯要求国美增加库存，确保旺节不断货，由原来销售两个月的库存量增加到可销售 3 个月的库存量，增加库存就会增加进货成本，占领企业流动资金，因此，国美在结款的期限上也提出了要求，希望能够三个月结款一次。并且要求奥克斯增加安装与维修服务网点、提高服务质量和时效保证，以确保售后服务质量，同时增加节假日促销活动费用，促进销量提高。

双方本着平等互利原则，进行了充分协商，最终希望达成一致。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

- (1) 甲方先上场，乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。
- (4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×2=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台，U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40)	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
	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)	

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）	50字，扣1分
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

7. 试题编号：J2-7，葡萄酒采购项目谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：拉图酒庄进出口贸易公司（简称“拉图酒庄”）

乙方：广州澳海经典贸易有限公司（简称“广州澳海”）

拉图酒庄进出口贸易公司成立于1938年1月，注册于1938年8

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

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

广州澳海经典贸易有限公司,是专业从事具有众多知名国际葡萄酒品牌的进出口公司。公司从法国,意大利,西班牙,澳大利亚,美国,智利等主要产酒国进口各类优质葡萄酒。公司强大的市场网络覆盖了中国各主要城市的星级宾馆,高级餐厅,超市、酒吧及夜总会。在业务不断增长的同时,2005 年与法国拉图酒庄进出口贸易公司正式结成合作伙伴,2008 年奥运会期间,许多豪华宾馆、酒店在中国大城市里雨后春笋般涌出。值此机遇,广州澳海经典贸易有限从合作伙伴拉图酒庄进口了 18000 瓶葡萄酒,使得两公司的合作关系更加紧密。从此,每年的业务合作量不断增加,但由于国外葡萄酒品牌也非常多,因此,广州澳海经典贸易有限公司可以合作的贸易伙伴也相互竞争,提供许多优惠条件,考虑到长期合作关系及产品的质量稳定和稳定供给,2018 年澳海公司仍然选择拉图酒庄进出口贸易公司为重要合作伙伴,但需要进口的品类和价格及运输责任需要进行重新磋商。

2018 年广州澳海经典贸易有限公司计划进口葡萄酒 15 万瓶,根据价格及条件,可以选择多家合作伙伴。进口葡萄酒分高、中档两个

层次，高档 30%，中档占 70%。原装进口占 30%，散装进口占 70%。

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

- (1) 甲方先上场，乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×2=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台，U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划（2 分）、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商（3 分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整（2 分），谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力（3 分）	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节（5 分），着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范（5 分）	
商务谈判计划书作品 (40 分)	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2 分），文字表达流畅，逻辑性强（2 分），封面名称、时间清晰（1 分）	商务谈判计划书字数不得少于 500 字，每少 50 字，扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2 分）、谈判时间、地点具体（3 分）	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2 分），谈判角色分工明确、职责清晰（3 分）	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2 分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3 分）	

	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

8. 试题编号：J2-8 原材料采购的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：国电湖南宝庆煤电有限公司（简称：宝庆煤电）

乙方：湖南新欣建材有限公司（简称：新欣建材）

国电湖南宝庆煤电有限公司是中国国电集团公司控股的大型煤电一体化企业，是中国国电集团在湖南省投资建设的第一个大型火电建设项目，规划容量4×660MW，一期工程建设2×660MW超临界燃煤发电机组。同步开发煤矿产能240万吨/年。一期2×660MW火电

机组每年产生的粉煤灰 35 万吨。

湖南新欣建材有限公司是一家生产加气混凝土新型建材的企业。加气混凝土是一种新型建筑材料，是以粉煤灰、石灰、水泥、石膏等为主要材料，经铝粉（膏）发气，高压饱和蒸汽蒸压养护而获得具有一定强度的多孔轻质的新型建筑材料，广泛用于墙体和屋面。加气混凝土的优良品质是世界公认：在德国被誉为“浮在水面上的混凝土”、在日本被称为“建筑上的羽绒服”、在我国定性为“21 世纪新型节能的墙体材料”，它可以替代“秦砖汉瓦”传统建筑材料和“肥梁胖柱深基础”的建筑模式，也是其它建筑材料不可替代的新型墙体材料。而生产的原材料来源广泛并且容易进行技术处理，产品又有着广阔的市场。

宝庆煤电的废气物——粉煤灰是新欣建材生产加气混凝土的原材料，也是水泥厂生产水泥的原材料。宝庆煤电火电机组产生的粉煤灰不处置就会占用大量的场地（粉煤灰的堆积密度为 600 千克/立方米）。

据相关资料显示，加气混凝土砌块市场价格 220 元/立方米，每立方米加气混凝土砌块需要粉煤灰 0.5 吨，粉煤灰成本占加气混凝土砌块原材料总成本的 15%左右。双方第一次接触，希望建立良好合作关系，签订粉煤灰采购协议。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能

抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后,必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析,明确谈判主题、谈判的主方和客方,站在某一谈判方的角度,根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划,为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析,谈判目标,谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范,文字表达流畅,逻辑性强。具体评价标准见,商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程(全程30分钟)

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分,具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下:

第一部分:背对背演讲(共5分钟)

1、背对背演讲(各方2分钟):一方首先上场,利用演讲的方式,向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论,谈判案例题理解,切入点,策略,提出谈判所希望达到的目标,同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避,另一方上场演讲。

要求:

- (1) 甲方先上场,乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行,控制时间,声情并茂,力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的1位来完成,但演讲者不能是主谈。
- (4) 每一方演讲时间不得超过2分钟,最后30秒时有人提示。
- (5) 在演讲中,演讲者应完成以下几个方面的阐述:介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工;本方对谈判案例题的理解和解释;对谈判的问题进行背景分析,初步展示和分析己方的态势和优劣势;阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标;介绍本方本次谈判的战略安排;介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述(共1分钟)

引出参赛队员,进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述,强调并扩大双

方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

- (4) 为达成交易，寻找共识。
- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台 准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台,U 盘十个。	必备

人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备
----	--	----

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分),谈判过程中积极主动发言,具有良好的谈判思维与沟通能力,具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分),着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位,符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚,内容完整(2分),文字表达流畅,逻辑性强(2分),封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	

实施操作 (40分)	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	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		

9. 试题编号: J2-9, 软件采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 蓝天职业技术学院

乙方: 深圳宇轩科技有限责任公司

随着学生就业压力不断增大, 传统的市场营销教学方式已经越来越不能满足现代营销人才培养的要求。现代社会需要实践能力强、有创造力的市场营销人才。如何缩小理论教学与实际营销之间的差距; 如何更方便地培养学生的营销实战经验; 如何让学生在有限的学习时间内体会不同行业的营销过程; 如何弥补学生企业实习的困难, 尽快提高学生实际的营销策划能力等这些问题一直困扰着各个学校的营销教学工作。经过调查研究和充分论证, 蓝天职业技术学院拟建设一个市场营销实训室, 用 10 万元人民币购置相关的市场营销模拟实训软件, 使学生在模拟平台中有机会扮演“市场营销经理”、“市场总监”等角色。从市场调研开始, 到市场的细分、定位, 从产品的研发、包装, 到价格的制定, 到产品销售渠道的建设以及广告、服务、促销策略的设计和执行等系统都进行了详细的模拟。系统还采用虚拟时间技术, 市场的环境以及消费者的情况时时都在变化, 不同的策略组合都会产生不同的营销结果, 让学生在变化莫测的环境下营销自己的产

品，经营自己的企业等等。通过这种模拟实践的方式，可以有效提高学生的学习兴趣、提升教学效果、保证教学质量。在学生毕业设计的时候也可以利用专业的市场营销调查和分析软件包作为工具。

双方是第一次进行采购谈判，就市场营销模拟平台软件的价格、付款方式、保持要求和软件升级、软件安装和培训教师使用等方面展开谈判。

深圳宇轩科技有限责任公司刚好是开发市场营销实训软件的公司，整个软件的报价表如下：

序号	软件名称	版本号	市场报价	优惠价	备注
1	《市场营销模拟平台软件》	V4.00	8.8万	4.3万	B/S 结构
2	《市场调查与客户管理软件》	V4.00	7.8万	3.2万	B/S 结构
3	《连锁加盟创业训练软件》	V4.00	12.8万	6.8万	B/S 结构
4	《市场营销沙盘演练软件》	V4.00	8.8万	4.8万	B/S 结构
5	《营销物理沙盘》	V4.00	8.8万	4.8万	B/S 结构

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分标准见商务谈判评

价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

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

2、谈判中期阶段（15 分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，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，准备室两间	必备
设备	谈判室；商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台,U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分)	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
	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	

20)			力 (3分)	本项目 记 0 分
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5分), 着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位, 符合商务谈判礼仪规范 (5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚, 内容完整 (2分), 文字表达流畅, 逻辑性强 (2分), 封面名称、时间清晰 (1分)	商务谈判计划书字数不得少于 500 字, 每少 50 字, 扣 1 分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确 (2分)、谈判时间、地点具体 (3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色 (2分), 谈判角色分工明确、职责清晰 (3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2分)、分析透彻, 为采取谈判策略奠定基础 (3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标 (2分)、谈判最低目标 (2分)、谈判可接受目标 (1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫 (5分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述 (5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计 (5分)	
商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完成 (3分), 回答评委提问、思路清晰 (2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体 (2分), 谈判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一方有回应确认 (2分), 与计划书中选择的开局策略一致 (1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实 (5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答 (3分), 巧妙运用报价策略 (2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说 (4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则 (4分) 贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局 (2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好 (3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判 (2分), 有谈判总结语和结束时的礼节 (5分)	
小计		100		

10. 试题编号：J2-10，经营场所租赁谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：真功夫餐饮管理有限公司

乙方：张家界荷花国际机场实业有限公司

真功夫餐饮管理有限公司于 1990 年创立。公司坚持营养美味的米饭快餐定位，受到众多喜欢中式菜肴的顾客的喜爱。凭借在中式快餐三大标准运营体系—后勤生产标准化、烹制设备标准化、餐厅操作标准化上的精耕细作，真功夫从发源地东莞开始，先后进驻广州、深圳、北京、上海、杭州、沈阳、天津、武汉、长沙、福州、郑州等 57 个城市，成为国内首家全国连锁发展的中式快餐企业。在品质、服务、清洁三个方向，全面与国际标准接轨。随着分店数量的增多，真功夫将为更多关注健康、追求生活品质的城市白领们提供高品质的超值米饭快餐。

张家界荷花国际机场位于湖南省张家界，是中国自然风景最漂亮的机场之一、可远观天门洞。1991 年国务院总理李鹏签署了大庸机场开工令并举行大庸机场奠基开工典礼。1993 年大庸机场试航成功。1994 年年初，大庸机场更名为“大庸张家界机场”，1994 年大庸市更名为张家界市，8 月 18 日，张家界机场宣告正式通航。1995 年 10 月 31 日，大庸张家界机场更名为“张家界荷花机场”。1999 年，张家界航空口岸开通，举行首航香港仪式并开通了澳门航班。2011 年张家界航空口岸扩大并通过国家验收。张家界荷花机场升级为张家界荷花国际机场。2019 年，张家界荷花国际机场旅客吞吐量 287.08 万人次，同比增长 29.9%。

真功夫餐饮管理有限公司想扩大营销网络，拟在张家界荷花国际机场开设一家直营店，面积为 60 平方米。而张家界荷花国际机场实业有限公司也想借助真功夫餐饮管理有限公司这个庞大的营销网络

来宣传自己，增加张家界荷花国际机场的知名度，并且还可以为自己的顾客提供增值服务，同时张家界荷花国际机场实业有限公司了解到真功夫餐饮管理有限公司在长沙黄花国际机场也租有 60 平米的店面，年租金 200 万元，2019 年长沙黄花国际机场旅客吞吐量 2691 余万人次。

真功夫餐饮管理有限公司营销总监、市场部经理等一行赴张家界荷花国际机场实业有限公司与其副总经理、场地经理等人进行当面磋商。主要就租赁场所的年租金、租赁的其他附件条款进行谈判。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

- (1) 甲方先上场，乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。
- (4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×2=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台，U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分)，着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整(2分)，文字表达流畅，逻辑性强(2分)，封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于 500
	谈判主题、时	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	

(40分)	间、地点			字,每少50字,扣1分
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作(40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通,了解对方的需求,做到多听、少说(4分),让步幅度由大变小,让步次数控制较好,坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略,巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分),及时把握谈判时间,巧妙运用时期策略结束谈判(2分),有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

11. 试题编号: J2-11, 购销合同的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方:北京雪上飞商贸有限公司(简称:雪上飞公司)

乙方:浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司(简称:瑞翔公司)

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

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

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

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料

提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- (1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。
- (2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。
- (3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。
- (4) 为达成交易，寻找共识。

- (5) 获得己方的利益最大化。
- (6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。
- (7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过 1 分钟。
- (8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。
- (9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。
- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台 准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×2=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台，U 盘十个。	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分),谈判过程中积极主动发言,具有良好的谈判思维与沟通能力,具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分),着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位,符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚,内容完整(2分),文字表达流畅,逻辑性强(2分),封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	

实施操作 (40分)	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	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		

12. 试题编号: J2-12, 购销合同的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 中联重科股份有限公司

乙方: 东莞华美食品有限公司

中联重科股份有限公司创立于 1992 年, 主要从事建筑工程、能源工程、环境工程、交通工程、农业机械等基础设施建设所需重大高新技术装备的研发制造, 其主导产品覆盖 11 大类别、51 个产品系列, 1200 多个品种的主导产品。是一家持续创新的全球化企业。中联重科成立 22 年来, 注册资本 77.06 亿元, 员工近 3 万人。成为世界排名第六的工程机械企业, 公司的工程机械板块和环境产业板块均位居国内第一, 农业机械板块位居国内第三。目前公司积极推进战略转型, 成为集工程机械、环境产业、农业机械和金融服务多位一体的全球领先高端装备制造企业。

东莞市华美食品有限公司创于 1991 年, 根植于国际制造业名城——东莞市, 是以月饼、饼干、糕点等食品的生产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“东莞万人按手印”支持上海世博会等义举。

从优秀到卓越，华美人将一如既往，向广大消费者奉献安全、健康、美味的食品为己任。通过努力打造 FOES 友爱企业，即用热情和目标做生意赚钱，用友爱影响关联企业共同发展，同时营造那种亲和儒雅艺术性的让人难以仿制的品牌形象，以全新的面貌展现在世人面前。

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

东莞华美食品有限公司月饼系列产品信息如下：

产品名称	产品系列属性	零售价
------	--------	-----

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、

格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为 40 分。

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分标准见商务谈判评价标准。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完

成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
设备	谈判室：商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑，商品陈列架6个，挂钟一台，计时器一台	必备
	准备室（两间）：台式电脑2台×2=4台，桌子四张×2=8张，打印机1台×2=2台，椅子6张×2=12张，挂钟一台×2=2台，U盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划(2分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商(3分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整(2分),谈判过程中积极主动发言,具有良好的谈判思维与沟通能力,具备良好的心理素质和现场应变能力(3分)	
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节(5分),着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位,符合商务谈判礼仪规范(5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚,内容完整(2分),文字表达流畅,逻辑性强(2分),封面名称、时间清晰(1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表,还价方对报价内容认真核实(5分),报价方做到不问不答,还价方向报价提出的问题必须具体明确,让报价方有问必答(3分),巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通,了解对方的需求,做到多听、少说(4分),让步幅度由大变小,让步次数控制较好,坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略,巧妙处理僵局(2分)	

	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

模块三 促销模块

1. 试题编号：J3-1，校园运动产品促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

美特斯邦威集团公司于 1995 年创建于中国浙江省温州市，主要研发、生产、销售美特斯邦威品牌休闲系列服饰。“美特斯邦威”代表为消费者提供个性时尚的产品，立志成为中国休闲服市场的领导品牌，扬国邦之威、故邦之威。品牌名称凝聚了集团创始人周成建先生永不忘却的民族品牌情节和对于服饰文化的情有独钟。在社会各界及广大消费者的关心与支持下，美特斯邦威集团迅速发展壮大。“美”：美丽，时尚；“特”：独特，个性；“斯”：在这里，专心、专注；“邦”：国邦、故邦；“威”：威风。“美特斯·邦威”代表为消费者提供个性时尚的产品，立志成为中国休闲服市场的领导品牌，扬国邦之威、故邦之威。2016 年起，美特斯邦威开启升级之路，包括推出 5 大风格系列、升级线下渠道、布局购物中心、利用智慧零售进行供应链端变革等举措。其中，主品牌 Metersbonwe 率先进行了“品牌裂变”，重塑了原有的“学生装”单一形象，细分出 Mtee 街头潮趣、ASELF 森系、Novachic 都市轻商务、HYSTYL 潮流范、NEWear 休闲风 5 大风格，并以集合店或风格店的新形象呈现，以保证服装在满足消费者个性需求的同时，也为顾客提供更多选择。

每年 9、10 月份，是各大运动品牌集中推广篮球系列产品的时间。一方面，因为进入 11 月，新赛季的 NBA 常规赛就将打响，球迷们压

抑了 5 个月之久的热情将被再次点燃；另一方面，运动鞋产品的消费主力军学生群体将重返校园，新学年、新气象，一双新鞋自然必不可少。所以，没有比这个时候更适合向消费者们推销篮球鞋的了。

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年 10 月，公司拟在长沙中南大学、湖南大学和长沙理工大学等 10 家高校依次开展“运动与我同在”的大型促销活动。每所学校的促销时间均为 3 天。预算控制在 10 万元之内。活动期间，全场商品（指定不参与活动的商品除外）6.5 折，部分商品在 6.5 折基础上还可以同时享受产家规定的其它买赠活动。

【测试任务】

为了提高公司在大学生消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品的销量，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年 10 月的长沙高校促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	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			

2. 试题编号：J3-2，君乐宝婴幼儿奶粉六一儿童节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

君乐宝是石家庄君乐宝乳业有限公司旗下品牌，公司成立于1995年，现拥有9家子公司，员工4800余人，是河北省最大的乳制品加工企业，是农业产业化国家重点龙头企业、国家高新技术企业、国家乳品研发技术分中心，君乐宝商标是中国驰名商标。

自2014年上市销售以来，君乐宝奶粉实现了口碑与销量的双丰收：连续四年产销量翻番，每天有超过200万的中国宝宝使用君乐宝奶粉，进入奶粉行业第一阵营。2019年1月28日，君乐宝年会上披露的数据显示，君乐宝奶粉销售额突破50亿大关。君乐宝婴幼儿奶粉产销量突破4.6万吨，超过5200万罐，销售收入同比增长超过100%。其中，凭借“骨骼成长配方”优势，至臻奶粉2018年销售量超1000万罐，年增长率达到300%，远超行业增速。

婴幼儿的骨骼成长与未来身高和骨骼健康密切相关。2019年6月24日，专为中国宝宝设计“骨骼成长配方”的君乐宝至臻奶粉邀请“中国男篮领军人物”易建联出任“至臻形象大使”，共同为中国宝宝骨骼成长助力，向世界展示中国“臻骨气”。与其他奶粉相比，至臻奶粉的“骨骼成长配方”，特别添加酪蛋白磷酸肽CPP和OPO结构油脂。“OPO结构油脂可以调整脂肪酸结构更接近母乳，让宝宝肠道更好吸收、更快消化；酪蛋白磷酸肽CPP则可以更加有效的促进钙吸收，助力宝宝骨骼更好成长。”

“我们相信，像君乐宝至臻奶粉一样的国产好奶粉会越来越受市场欢迎。”公司总经理刘森淼表示，“君乐宝将一如既往推动高质

量发展，致力于打造高品质奶粉，下一步，我们将实施助力中国宝宝成长计划，让更多中国宝宝喝上世界级品质的好奶粉。”

【测试任务】

为提升企业整体竞争优势，进一步开拓湖南永州市场，公司将在20××年六一儿童节来临之际，在永州市场进行促销活动，预算控制在3万元之内。请根据促销方案策划的流程为该企业20××年六一儿童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
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体 封面完整	5	要素具备(名称、策划者、时间)	

内容	活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	50字扣1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		

3. 试题编号：J3-3，化妆品“三八节”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

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

奥岚雪的品牌含义就是——医学，美学，奥岚雪。从医学的角度来做美学，更加具有专业性和权威性。品牌的定位就是广大消费者的美容护理专家，其价位适中，能为广大工薪阶层所接受。企业围绕“美容护理专家”这一品牌形象而对奥岚雪的眼贴膜、面贴膜进行宣传。反过来对奥岚雪眼贴膜、面贴膜的宣传推广都是为了塑造奥岚雪“美容护理专家”的品牌形象，顺利由地奥的制药品牌形象向奥岚雪的美容护理品牌形象过渡。

2005年8月，“奥岚雪”全面启用CCYD配方体系进行产品技术升级，标志着一贯倡导品质的“奥岚雪”品牌实现新的技术飞跃。以DAF黄芪多糖因子为基础的全新“奥岚雪”革命性升级配方，所有成分经国家天然药物工程技术研究中心提取、分离、测试和评价，确保原料天然纯正、安全有效。经法国爱西美公司、中国科学院成都生物研究所、国家天然药物工程技术研究中心检测评价，通过中外专家测试认可，“奥岚雪”天然植物护肤品已形成国内一流、具有国际竞争力的技术品质，并达到抗衰老技术领域国际先进水平。

目前奥岚雪化妆品有限公司已经稳固浙江一带沿海市场，现企业着手从沿海地带辐射全国各地各区域，希望成为国内化妆品的佼佼者。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓永州市场，并采用美容院加盟的方式，请根据促销方案策划的流程为其加盟美容院20××年“三八节”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20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	文字表达	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	

4. 试题编号: J3-4, 星期六女鞋三八节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

星期六鞋业股份有限公司, 公司总部和生产基地设在广东省佛山市, 为中国大陆领先的鞋业品牌运营商, 经营的品牌以年轻和时尚为主, 公司拥有规范化的庞大销售网络和专业化的品牌运营团队。公司拥有员工 2000 多人, 一个设计研发中心, 两家专业制造工厂, 十余家 OEM 工厂, 13 家分公司、30 家支公司, 260 家连锁店铺、251 家加盟店铺。集团公司为中国领先的女鞋品牌运营企业之一, 主要从事时尚流行品牌女鞋的设计开发、生产制造、经销、零售及出口贸易。经过十多年的不断开拓进取, 公司目前已在中国境内各中心城市建立起了以直营店为主, 特许经营加盟店为辅的庞大销售网络, 产品销售遍及全国 28 个省、市、自治区, 年销售额超过 6 亿元。公司主要经营 "ST&SAT" (星期六)、"FONDBERYL" (菲伯利尔)、"SAFIYA" (索菲娅) 等知名品牌, 其中主打品牌 "ST&SAT" (星期六) 在中国时尚女性心目中已经成为流行的代言品牌。享有很高的知名度和美誉度, 产品销售量和品牌影响力在中国鞋业界始终处于领先地位。

近几年来国内鞋业界, 特别是鞋业零售行业群雄突起, 强手如林, 在排名靠前的同行中, 有的是直接或间接的上市公司、有的是外资背景、有的是靠政府支持的国有企业, 而 "佛山星期六鞋业有限公司" 白手起家, 是仅有的本土民营企业, 她之所以能够生存和发展, 靠的

是优良的团队、务实的经营、精细的管理、独到的开发和永不言败的信念。

【测试任务】

现公司为了扩大在永州市场占有率，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××年永州市场的“三八”妇女节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体 封面完整	5	要素具备(名称、策划者、时间)	

内容	活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	50字扣1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		

5. 试题编号：J3-5，“三八”女人节内衣促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

遇见美浪漫季节内衣是全国知名的内衣加盟连锁品牌，致力于把旗下浪漫季节打造成“中国修正型内衣连锁加盟第一品牌”。目前，公司的品牌管理中心座落于享有“东方明珠”之称的上海浦东；运营中心在“世界小商品之都”的浙江义乌；研发中心在拥有“全球内衣生产基地”称号的广东汕头。另外，公司在广州、成都、北京设有分公司，并将逐步在西安、郑州、济南等地设立分公司或办事处。

遇见美浪漫季节是中国十大著名内衣品牌之一，现全国有 2000

多家连锁店，产品涵盖文胸、短裤、家居服、塑身衣、保暖衣、泳衣、袜子等不同种类的几千种款式。公司自创办以来，不断精益求精，先后荣获“内衣行业龙头企业”、“文明单位”、“先进集体”、“A级内衣企业”、“守合同重信用企业”等殊荣，并于2012年10月正式成为ISO9000国际质量认证企业。另外，公司聘请国际影视巨星温碧霞作为浪漫季节内衣品牌形象代言人，积极传播内衣文化，塑造产品价值，努力把浪漫季节打造成中国修正型内衣连锁加盟第一品牌。

遇见美浪漫季节品牌创始于2010年，公司以推动中国女性内衣加盟连锁业务变革，实现内衣品牌不断升级为使命，立志于把浪漫季节打造成为中国修正型内衣连锁加盟第一品牌！秉承“实事求是，合理化”的企业价值观，始终坚持“客户第一”的核心理念，在多年来实现跨越式发展，已在上海、广州等地拥有两千多家内衣加盟店。

遇见美浪漫季节于2012年7月6日，在深圳香格里拉大酒店商务中心的会议厅，与国际影视巨星“温碧霞”正式签定品牌形象代言协议。拥有香港超人气“性感美女”之称的温碧霞正式宣布成为浪漫季节品牌代言人。温碧霞时尚性感的形象完美地诠释了浪漫季节的品牌气质，集人气热潮，温碧霞携手浪漫季节内衣连锁加盟机构，共同谱写了一段浪漫的夏日恋曲……

2005年：公司在广东汕头开设内衣加工厂，以外贸代加工为主，内销为辅

2010年：注册“浪漫季节”商标，开始品牌化运作

2011年：荣获A级内衣企业、文明单位、AAA级质量信用企业等称号

2011年8月：全面实施ERP系统软件化管理，强化、整合仓储及零售方面的数据和信息综合管理

2012年7月：重金聘请性感美女温碧霞，携手演绎品牌内衣新时尚

2012年10月：通过ISO9000国际质量认证

2013年：获得中国最具发展潜力健康内衣品牌称号

2014年5月：浪漫季节荣获中国内衣行业最具影响力品牌

2015年10月：浪漫季节品牌荣获最具投资价值奖。

2016年：引入快时尚消费模式，推出“内衣+”加盟新模式。

【测试任务】

现公司欲在20××年开拓永州市场，为了提高在永州消费者心目中的知名度与美誉度，请根据促销方案策划的流程为该企业20××年永州市场的“三八”妇女节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20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			

6. 试题编号：J3-6，尚艺“五一”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

尚艺是由国内顶级美发大师张泽全先生创办，集美容美发服务及教育培训为一体的大型集团，总部位于广州市。尚艺始创于1994年，从一家名不见经传的小型美发中心逐渐发展成为一家管辖多家培训

机构、服务企业及千余家终端分店的大型企业，涉及员工超过 2 万人、终端顾客达到 1500 万人。十余年的风雨兼程、摸爬滚打，尚艺走出了一条以“学校育人才、以分店出效益”的成功之路，培养了大批美容美发经营管理人才和专业技术人才，打造出了“尚艺”这一全国知名品牌。

尚艺秉承“共创、共荣、共享”的核心理念，弘扬“自强不息、永不言败”的企业精神，着力打造企业的核心竞争力，使企业始终站在时代发展的最前沿，引领美容美发行业的时尚潮流。

“创精彩人生、造美丽生活”是时代的强音，也是尚艺的使命。尚艺美容美发集团愿以海纳百川的博大胸怀，与广大有志投身于美容美发事业的有识之士携手同行、共铸辉煌。

公司现有产品和服务项目包括：

美发 SALON：烫发系列、潮流发型、护发系列、接发系列、造型系列、染发系列

美容 SPA：面部护理、身体护理、SPA 养生、基础护理、头疗养生

美容美发产品：面部护理、美发造型、美发护理、彩妆产品、身体护理

【测试任务】

为了提高在永州消费者心目中的知名度与美誉度，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年永州市市场“五一”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)	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		

7. 试题编号：J3-7，千金大药房重阳节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

湖南千金大药房连锁有限公司是上市公司——“千金药业”投资设立的国家大型药品零售连锁企业，主要经营药品、保健食品、医疗器械、日常用品、食品等。

公司成立于2001年3月，原名湖南千金大药房零售连锁股份有限公司；2006年10月，收购湖南金沙大药房零售连锁有限公司；2008年11月，两家公司整合后更名为湖南千金金沙大药房零售连锁有限公司；2011年7月，更为现名。公司是湖南省最早通过国家药监局GSP认证的药品零售企业之一，企业综合实力居省内同行前列，销售规模列全国同行业百强。

公司秉承“社会为本，一诺千金”的经营理念，坚持“专业、可靠、贴心”的服务宗旨，倡导爱企业、爱品牌、爱伙伴、爱顾客、爱营销、爱市场的“六爱”精神。公司的使命是：致力于将千金大药房打造成为尊重每一个人的生命和生活质量，提供一流贴心服务，提供品质可靠和使用安全专业产品的零售药店创新型企业。

1995年8月4日，株洲千金药业股份有限公司千金药店成立，这是公司历史上第一家零售药店，该店位于湖南省株洲市东区（现荷塘区）新华东路23号，主要经营范围是零售中药饮片、西药、中成药；2000年10月10日，更名为“千金大药房晏家湾连锁店”。

2000年11月，株洲千金药业股份有限公司成立“湖南千金大药房零售连锁股份有限公司”筹备组；2001年3月6日湖南省工商行

政管理局下发《企业名称预先核准通知书》；3月中旬至下旬，株洲市经济体制改革委员会、湖南省地方金融证券领导小组办公室分别批复，同意设立“湖南千金大药房零售连锁股份有限公司”；3月30日，湖南省工商行政管理局签发“湖南千金大药房零售连锁股份有限公司”《企业法人营业执照》，公司成立。

2002年4月，公司获得“湖南省消费者信得过单位”称号。

2004年8月，公司获得“株洲市优秀企业”称号。

2006年10月12日。公司收购湖南金沙大药房零售连锁有限公司。

2008年10月8日，公司更名为“湖南千金金沙大药房零售连锁有限公司”。

2011年7月20日，公司更名为“湖南千金大药房连锁有限公司”。

2015年9月21日，“千金净雅”旗舰店强势登陆天猫商城，消费者可以通过天猫商城，直接购买到“千金净雅”系列产品。

2018—2019年度中国连锁药店百强系列榜单评选活动中，千金大药房位列全国医药零售连锁企业综合实力百强榜前29强；荣获2018-2019年度中国连锁药店综合实力百强企业西普金奖、“全国药品流通行业最佳对供应商服务奖”、“中国医药企业社会责任与可持续发展贡献奖”、“全国药品流通行业最佳零售连锁企业管理奖”等，被评为商务部“企业信用评价AAA级信用企业”。

【测试任务】

为了提高在永州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，请根据促销方案策划的流程为该大药房20××年的重阳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)			

			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

8. 试题编号: J3-8, 河南三剑客奶业感恩节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

河南三剑客奶业有限责任公司成立于1997年, 是生产、加工、奶牛养殖为一体的现代化经营企业。2012年与澳大利亚西盟公司合资兴建了西盟·健客乳品工业园, 总投资11.6亿元, 占地180多亩, 设计年产乳制品30万吨, 是市政府重点项目之一。

如今, 三剑客已成为“中国食品名城”乃至中原大地知名乳业品牌, 获AAAA标准化良好行为证书、河南省著名商标企业。

公司核心产品: 常温箱装(无糖黑牛奶系列、红枣系列、果粒系列、儿童系列、散奶系列), 低温产品、正清堂等系列, 产品多达50多款, 并且每年都会研发推出5-10款新产品, 其中无糖黑牛奶获国家发明专利书, 是国内第一款酸性“无糖黑牛奶”, 口感独特、营养全面, 荣获“河南省科技创新奖”等省、市多项大奖; 产品销售覆盖河南、安徽、湖北、河北、山东、江西、湖南、江苏、浙江、四川等500多个县市, “三剑客”、“正清堂”、“小玩熊”、“gogo”、“大脸猫”品牌奶制品已成为知名产品, 并已建成了完善的产品销售网络。

三剑客公司是漯河市质量工程师最多的乳品工业企业, 拥有省级检测中心、90%的设备是具有国内领先水平的进口设备。

三剑客公司企业理念是“做奶从养牛开始, 养牛从种草开始, 生

产给自己妈妈和孩子喝的好牛奶”，公司愿景是“成为华中最具魅力的乳业品牌，生产大众最放心的新鲜牛奶，拥有最具活力的和谐团队”。

【测试任务】

现公司为感谢永州市场的消费者，同时为了提高在永州消费者心目中的知名度与美誉度，提升企业品牌形象，请根据促销方案策划的流程为该企业 20×× 年湖南永州市场（的感恩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
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体 封面完整	5	要素具备(名称、策划者、时间)	

内容	活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	50字扣1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		

9. 试题编号：J3-9，NOCOL 劳克卫浴“五一”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

安徽黄氏和盛经济发展有限公司旗下的 NOCOL 劳克品牌在中国大陆专业致力于卫浴产品系列开发、生产和销售，先后在广东佛山和安徽合肥建立了陶瓷生产基地和浴室家具生产基地。旗下现有浴室柜、卫浴陶瓷、五金龙头等三大类上百个产品系列。

浴室柜系列包括：罗莉系列、阿曼达系列、奥古斯都系列、欧式风情系列、中国风情系列、牧恩系列、斯卡特系列、五线谱系列、摩丁系列共 10 种产品；

台盆系列：陶瓷台下盆、陶瓷台上盆、半嵌式陶瓷台上盆、一体式陶瓷台上盆、微晶石台上盆，配备水龙头、微晶石台上盆共 39 种产品；

浴缸系列：方形有群浴缸、圆角有群浴缸共 3 种产品；

座便器系列：共 17 种产品；

水龙头系列：共 51 种产品；

NOCOL 劳克产品引进运用意大利生产工艺，同时充分融入中国传统文化元素，以丰富的理念内涵和多元化的个性设计并称于世。在日益激烈的全球化市场竞争中，劳克产品将一如既往地以提供高品质、高品位的卫浴产品为发展根本，以不断满足客户新的需求为设计方向；努力传承世界先进卫浴文化，以体贴入微的服务全面致力于为中国家庭打造时尚、舒适、个性的居家生活空间。

NOCOL 劳克卫浴，凭借先进的研发技术、雄厚的实力规模、卓越的产品品质、完善的服务体系、创新的经营策略，日渐成为中国卫浴行业耀眼新星。

NOCOL 劳克卫浴坚持“以客为本，共同成长”的经营理念，为客户提供高品质卫浴产品，正在赢得越来越多中国消费者的支持与信赖。改善人们的卫浴生活品质、推动人类卫浴文明的进步是所有劳克人的永恒追求。

【测试任务】

现假设公司欲在 20×× 年五一期间进入永州市场，为了提高在永州消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军永州市场，请根据促销方案策划的流程为企业五一劳动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		

10. 试题编号：J3-10，贝雪婴儿用品母亲节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

深圳市贝雪婴儿用品有限公司是一家专业从事婴儿摇篮（床）等用品研发、设计、生产、销售为一体的综合型企业，公司一直致力于将现代科学与传统育婴用品融为一体的开发，并不断开拓这一全新领域。旨在为消费者提供：“健康、安全、舒适的产品，以帮助宝宝健康快乐成长和减轻育婴家庭的劳动负担。

公司成立于2008年，全体人员以严谨、认真、专一、负责的工作态度成功地研发出符合市场需求的一系列智能婴幼儿产品，而且产品获有多项国家专利，符合欧盟标准。公司视质量为生命，始终坚持“以质量求生存，以服务求发展”这一原则，秉承“宝宝开心、妈妈放心、贝雪用心”的经营理念 and 参照“ISO9001”质量体系标准，从产品研发、生产、质检、销售到售后服务都严格地层层把关，责任到人。今后公司还将不断创新和提高产品质量，完善产品品种，从而满足更多、更大的市场需求。

主推产品介绍：

贝雪 M31 手动摇篮：（价格：348 元）健康设计，婴儿可平睡（宝宝脊柱不会变形）；环保材料制造（全棉布料、无毒无辐射铁管烤漆）；高密度蚊帐（可防止蚊虫叮咬，并且通风效果良好）；自然摇摆，无噪音（无任何机械传动）；载重量大（可载重 15KG）；支架可折叠

（携带更方便）；配有脚轮（可固定，轮子上翻可作摇床，轮子下翻可推行）；摇床底部配有超大储物框（可存放宝宝衣物及用品）

贝雪 M32 手动摇篮：（价格：285 元）产品体积小，重量轻，方便携带，可折叠，易收藏。产品布料使用环保纯绵材料，可全拆全洗。配有安全护栏，保证宝宝的安全。配有全遮蚊帐，防止蚊虫叮咬。平躺设计，防止脊椎变形等。

贝雪 A31 智能电动摇篮（粉，蓝，米黄）：（538 元）平稳均衡摇动，可使婴儿的大脑神经调节平稳、入睡迅速。实验中发现，使用电动摇篮入睡的时间，比传统的手动摇篮入睡的时间可提前 2-4 分钟。经专家证实，传统的手动摇篮摆幅大小不稳定，摆动速度也不稳定。在摇动过程中，小孩平衡调节神经，不断地进行调节、复位，容易出现头昏，吐奶现象。而自动摇篮可根据婴儿的需要而调节稳定的摆幅，匀速平衡摆动，对婴儿脑神经的起到良好的保护作用。因此，婴儿入睡快、睡眠质量好。

优美动听的音乐催眠，符合现代早期教育观念，对婴儿进行音乐和美的熏陶，促进婴儿脑神经发育，激发潜能。

贝雪 A32 智能电动摇篮（蓝，粉，米黄）：（价格：588 元）室温监测功能，MP3 音乐播放功能，红外遥控控制，充电功能，尿湿报警功能，智能自动摇摆，摆幅智能五档调节，音量五档调节，智能声控功能，定时功能，支架可折叠，超大 LCD 液晶屏显示，载重量大、空间合理，体温探测，双红外线智能识别原理、摇摆自然，健康设计、婴儿可平睡，高密度蚊帐。

【测试任务】

现公司欲进军永州市场，为了提高在永州消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据促销方案策划的流程为企业 20××年永州市场母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	
		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	

11. 试题编号：J3-11，晓家酒店公寓“一周年店庆”促销活动

方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

“晓家酒店公寓”位于湖南A地区，周边娱乐、商务、休闲等配套齐全，商务办公层层皆是，堪称极其方便之处，有中行、交行、建行、工商等银行办理各项业务。

晓家酒店公寓房间空间大，装修格调独特，环境优雅，交通极为便利。来到“晓家酒店公寓”，顾客既能享受家一般的舒适自在又能享受到星级酒店的标准服务。同时配有地下停车场，整栋楼盘与智能化管理体系相匹配。如家一样温馨服务酒店公寓，这就是“晓家”。

价位：房费98元起。

特点：

1、干净——公寓内所有的床上用品均一客一换制专业清洗消毒，卫生间、厨房等均经过专业消毒，且配备了入住期间所需的各种一次性卫生用品。客人入住之前和离开之后打扫得干干净净。

2、舒适——公寓内配齐高档家具、家电及其他居家用品，进行简

单的入住手续后，顾客就可以甩开沉重的包裹，进入“晓家”为顾客创造的个人温馨空间，为客人提供家一般的享受与酒店的优质服务。

3、实惠——租期完全灵活，客人可根据自己的行程，工作地点的变化安排客人的“居家”生活。客人不须花很大的开销去居住大型的酒店，既可享受时代的网络生活，又可满足自己的精彩世界。比相同品质酒店套房便宜 50%以上。

4、便利——公寓所有房间均已备齐家具家电及其床铺被褥等居家必须用品。并可随便购买所需用品，并有 24 条公交线路经过该站点。入住“晓家”，顾客就是住进了自己的家，顾客可以按照自己的习惯和生活方式及喜好洗衣做饭、打扫卫生，完全享有自己的私密空间。

【测试任务】

为了提高“晓家酒店公寓”的品牌知名度和美誉度，刺激消费者、拉动消费，请根据促销方案策划的流程在店庆之际为企业“一周年店庆”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		

12. 试题编号：J3-12，仟吉食品“中秋节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

武汉市仟吉食品有限公司是一家民营股份制公司，公司是一家专注于烘焙食品生产与销售的连锁企业。至2014年12月，“仟吉西饼”已经在湖北武汉、黄石、湖南长沙、株洲，河南郑州，安徽合肥等地开设连锁店230家。“仟吉”的产品是定位于注重生活质量和时尚品味，注重健康饮食的消费者市场。

新品推荐：

产品	价格	产品介绍
仟吉印象礼盒	239元	原料：优格蔓越莓（80g*2）、兰姆黑加仑（80g*2）、提拉米苏（80g*2）、极品素五仁（150g*1）、莲蓉蛋黄（80g*1）
仟吉印象礼盒	129元	原料：帕尔玛（80g*2）、提拉米苏（80g*2）、香辣牛肉（80g*1）、莲蓉蛋黄（80g*1）
吉月礼盒	209元	红心蛋黄磨粉与白豆馅及顶级奶油，揉合成晶沙馅，最后在成型的表面刷上蛋汁。其口感层层香软饼皮，有别于传统绿豆饼一口咬下内馅散落，而是一入口，饼皮与内馅密合不容易分散。口感细腻爽滑，软软糯糯。融合香浓的牛奶滋味，甜而不腻。
可可玛丽奥	10元/杯	七成冰沙混合奥利奥，三成冰爽细腻奶油封顶，夏日也不想放弃可可香浓，还想要冰饮爽口，那就是可可玛丽奥啊。
法式芝士培根	9元/袋	法式面包，内含丰富的芝士与培根肉，好吃又饱肚。
洋风水果吐司	16元/袋	休闲吐司，富含黄桃果肉和牛奶克林姆，甜而不腻，松软可口。
香辣松吐司	16元/袋	休闲吐司，外观独特，面包中夹杂鲜美的香辣的肉松香味。
仟吉招牌咖啡	10元	萃取的浓缩咖啡和牛奶调制而成，冰饮加上细腻的奶油，冰爽可口；热饮铺上细滑的奶沫，入口醇香四溢。

【测试任务】

为面对现今西饼市场的激烈竞争，为了应对竞争、争取客户，提高在永州市场的销售量、扩大销售，请根据促销方案策划的流程为企业20××年中秋节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、

方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 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	

13. 试题编号：J3-13，蝶欧饰品“七夕”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

深圳市蝶欧饰品经营有限公司是原丹麦知名女饰品牌 FORMIA(芳美亚) 在中国大陆的总运营商，从 90 年代至今超过 15 年历史，并在大陆引进了欧洲的设计师和设计工厂。

FORMIA(芳美亚) 创建于 1928 年，曾为丹麦皇剧院及欧洲皇室提供御用设计，上个世纪八十年代末开始，FRMIA(芳美亚) 逐渐把目光转向时尚白领女性。“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，短短几年里，FORMIA(芳美亚) 已在世界各地设有近百家特许经营店，深受全球女性的青睐。

经过不断的开发与努力，FORMIA (芳美亚) 的产品逐渐丰满，目前主要有发带、发夹、发簪、马尾圈、鹤嘴夹、抓夹、发棒、项链、手链、太阳眼镜、淑女阳伞、围巾、帽子等，产品款式目前超过上万种。

品牌的核心理念：时尚中的高贵、典雅中的绚丽

品牌来源：Mia 於 1928 年创立于丹麦哥本哈根。灵感来自于丹麦的童话《海的女儿》。Mia 觉得在当时欧洲经济萧条的背景下，童话般的爱情故事会成为人们战胜现实的精神支撑，她由此萌发了创立一个以童话般高贵爱情为主题的品牌饰品，就以自己的名字命名

For---Mia!

今天，Formia 品牌历经几代设计师的精心打造，凝结了为 Mia 为代表的设计师的灵感结晶，取得了时尚界的广泛认可。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓永州市场，并采取加盟的方式，请根据促销方案策划的流程为永州加盟店的“七夕”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	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)
		活动主	6		有主题(2分)，主题鲜明、引人注

容	题		目 (4分)	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	

14. 试题编号: J3-14, 红金食用油“元旦节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南红金食用油科技有限公司创建于2004年5月, 是一家集食用油料收购、储存、灌装加工、食用油贸易于一体的民营企业, 是衡阳市农业产业化重点龙头企业、湖南省名牌企业。

公司以QS产品质量安全认证为质量标准, 严把质量关, 生产“放心油”, “满意油”。公司始终坚持“质量是生命线”的宗旨, 建立和健全了一套完整的质量管理制度。各种产品包装清洁、无毒、卫生, 外观精美, 计量准确, 做到不合格产品坚决不出厂。生产的“野山茶

油”和“压榨菜籽油”牌系列产品，畅销湘、粤、桂、沪等省市，深受消费者的青睐。其中“野山茶油”系列 2008 年获湖南省名牌产品，中国·湖南第八届（国际）农博会银奖。

公司现有优油茶生产基地 30 万亩，有机菜籽生产基地 5000 亩，确保了优质绿色的原料供应。该公司开发“纯香压榨”系列成品油，现已形成了“公司+基地+农户+批发商”的生产经营格局，积极拓展销售网络，在广东、广西、福建、上海等省市建立了销售网点，以“两广”为基点向全国辐射，营销人员及时收集客户意见和建议，促使公司适时开发新产品、新包装，对拓展市场销售，促进农产品深加工，调整农业产业结构发挥了积极作用。

产品介绍：

1.5L 花生调和油（21 元）：第一代花生调和油 1.5L，本品是一种比较容易消化的食用油。

5L 纯香压榨菜籽油（86 元）：从营养价值方面看，人体对菜籽油消化吸收率可高达 99%，并且有利胆功能。在肝脏处于病理状态下，菜籽酮也能被人体正常代谢。

5L 野生山茶油（186 元）：具有清热化湿，杀虫解毒等作用。用于痧气腹痛，急性蛔虫阻塞性肠梗阻，疥癣，汤火伤。茶油有一个很大的功用，那就是去瘀血，广东高州就有一大名菜——茶油鸭，其去瘀血，化老伤，功效特大。

5L 葵花籽调和油（69 元）：葵花籽油的人体消化率 96.5%，它含有丰富的亚油酸，有显著降低胆固醇，防止血管硬化和预防冠心病的作用。另外，葵花籽油中生理活性最强的 α 生育酚的含量比一般植物油高。而且亚油酸含量与维生素 E 含量的比例比较均衡，便于人体吸收利用。所以，葵花籽油是营养价值很高，有益于人体健康的优良食用油。

5L 花生调和油（58 元）：食用花生油特别适宜于大众补锌；花

生油中还含有多种抗衰老成分，有延缓脑功能衰老的作用。花生油还具有健脾润肺，解积食、驱脏虫的功效；是中老年人理想的食用油脂之一，花生油中的胆碱，还可改善人脑的记忆力，延缓脑功能衰退。

5L 玉米调和油（65 元）：具有降低人体胆固醇、降血压、软化血管、增加人体肌肉和心脏、心血管系统的机能，预防和改善动脉硬化，减少心脏病发生等作用，并且还可以缓解人体前列腺病症的发作和皮炎的发生。

5L 新压榨菜籽油（89 元）：人体对菜籽油的吸收率很高，可达 99%。因此它所含的亚油酸等不饱和脂肪酸和维生素 E 等营养成分能很好地被机体吸收，具有一定的软化血管、延缓衰老的功效。

5L 新茶籽调和油（92 元）：在野茶油、橄榄油中的单不饱和脂肪酸，能有效保护心血管系统，还会降低胰岛素、拮抗性糖尿病三类因代谢而引起的疾病的出现率。

1.8L 花生调和油（26 元）/5L 新花生调和油（65 元）：经常食用花生油，可以防止皮肤皱裂老化，保护血管壁，防止血栓形成，有助于预防动脉硬化和冠心病。花生油中的胆碱，还可改善人脑的记忆力，延缓脑功能衰退。

【测试任务】

现公司为答谢湖南市场的新老顾客，进一步提升公司品牌的知名度和美誉度，欲在 20××年元旦节期间开展一系列促销活动，请根据促销方案策划的流程为该企业的 20××年永州市场的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	文字表达	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

15. 试题编号：J3-17，美的集团“国庆节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

美的集团（SZ.000333）是一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团，于2013年9月18日在深交所上市，旗下拥有小天鹅（SZ000418）、威灵控股（HK00382）两家子上市公司。

1968年，美的创业，1980年，美的正式进入家电业，1981年注册美的品牌。目前，美的集团员工人数10.8万人，旗下拥有美的、小天鹅、威灵、华凌、安得、美芝等十余个品牌。集团在国内建有广东顺德、广州、中山；安徽合肥及芜湖；湖北武汉及荆州；江苏无锡、淮安、苏州及常州；重庆、江西贵溪、河北邯郸等14个生产基地，辐射华南、华东、华中、西南、华北五大区域；在越南、白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度等6个国家建有生产基地。

主要家电产品有家用空调、商用空调、大型中央空调、冰箱、洗衣机、微波炉、风扇、洗碗机、电磁炉、电饭煲、电压力锅、豆浆机、饮水机、热水器、空气能热水机、吸尘器、取暖器、电水壶、烤箱、抽油烟机、净水设备、空气清新机、加湿器、灶具、消毒柜、照明等和空调压缩机、冰箱压缩机、电机、磁控管、变压器等家电配件产品。现拥有中国最完整的空调产业链、冰箱产业链、洗衣机产业链、微波炉产业链和洗碗机产业链；拥有中国最完整的小家电产品群和厨房家电产品群；在全球设有60多个海外分支机构，产品远销200多个国家和地区。

2013 年，美的集团整体实现销售收入达 1210 亿元，其中外销销售收入达 74 亿美元。

2013 年"中国最有价值品牌"评价中，美的品牌价值达到 653.36 亿元，名列全国最有价值品牌第 5 位。截至 2013 年，美的集团为社会公益事业累计捐赠超过 6 亿元。

2014 年美的集团归属于上市公司股东的净利润达到 105.02 亿元，整体毛利率达到 25.46%，同比上年上升 2.17%。

2014 年打造美的创新中心，贯彻落实"333"战略规划。

2015 年，美的成为首家获取标普、惠誉、穆迪三大国际信用评级的美国家电企业。

2016 年，美的集团营业总收入 1,590.44 亿元，净利润 158.62 亿元。

美的在 2017《财富》世界 500 强排名中位列 450 位，利润排名第 208 位。

美的集团，从家电起步、逐步转型装备制造并进行全球研发生产布局。美的将不断深化转型，勇于改变，紧抓机遇，追求新的增长，通过"一个美的、一个体系、一个标准"的践行，围绕业务战略、互联网战略、全球化战略三条战略主线，由单一产品的制造商转向提供系统集成服务方案商，实现商业模式创新。

2018 年 6 月，美的集团执委会已经审批决定，将烟机、灶具、洗碗机、消毒柜的产、研、供、销职能整体并入热水器事业部，成立美的厨房和热水事业部，将原来独立的厨房和热水器两大事业部合并。

2018 年 7 月 19 日，财富公布世界五百强企业排行榜，美的位列第 323 位。

2018 年 10 月，美的集团拟以发行 A 股方式，换股吸收合并小天鹅，小天鹅将终止上市并注销法人资格。美的集团或其全资子公司

将承继及承接小天鹅的全部资产、负债、业务、人员、合同及其他一切权利与义务。

2019年7月22日,《财富》杂志公布世界五百强企业排行榜,美的位列第312位。

【测试任务】

现公司为答谢湖南永州市场的新老顾客,进一步提升公司品牌的知名度和美誉度,欲在20××年国庆节期间开展一系列促销活动,请根据促销方案策划的流程为该企业的20××年湖南永州市场的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			

二、岗位核心技能： 产品推销

1. 试题编号：H1-1， 矿泉水推销

(1) 任务描述

【背景资料】

农夫山泉股份有限公司是中国大陆的一家饮用水生产企业，成立于1996年9月26日。农夫山泉相继在国家一级水资源保护区广东省万绿湖、吉林省长白山靖宇矿泉水保护区、南水北调中线工程源头湖北丹江口、国家级森林公园广东万绿湖以及天山冰川区获取水源。公司自成立以来，始终坚持“健康、天然”的品牌理念。

产品简介：农夫山泉矿泉水，规格 250ml、500ml、1000ml，零售价分别为：1元、2元、3元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，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）	必备

	准备两间	
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地配备至少1年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
	推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述		
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）		
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）					

推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		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		

2. 试题编号：H1-2，湖南味冠天下休闲食品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南味冠天下食品有限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。

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 推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)
推销	推销开场 (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	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		

演示 (40分)		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		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		

3. 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）
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	
		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	顾客兴趣; 能恰当的介 绍商品; 能 与顾客沟 通、产生互 动, 有效地 处理顾客的 异议; 能打 动顾客, 获 得顾客的认 同。
		2	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)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		

4. 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 (2)	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
	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	

0分)			务。	记0分。	
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推销方案(40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)					
推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)					
推销演示(40分)	推销开场(5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程(25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟	
		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)对产生兴趣	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		

5. 试题编号: H1-5, 舒肤佳香皂推销

(1) 任务描述

【背景资料】

舒肤佳(Safeguard)是宝洁公司日用品品牌之一,1963年首次在美国上市。舒肤佳作为全球著名的个人清洁护理品牌之一,一直引导儿童养成良好的卫生习惯。在中国其旗下产品包括沐浴露、香皂、洗手液及活力运动系列。2014年舒肤佳等抗菌皂在美国恐遭禁售,美方称可能干扰荷尔蒙。

产品简介:有金银花、菊花、芦荟各种香型,各种颜。规格,115g,零售价:¥4.0元;115g×3,零售价:¥12元

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案,并且现场扮演推销员,面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求:推销方案结构合理,内容完整;可操作性强,能达到推销目的;推销开场白做到与众不同,用新颖出其不意语言吸

引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案	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
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	

(40分)	内容	推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	扣1分。
		推销时间	2	测试时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)	
推销演示(40分)	推销开场(5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程(25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方		
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任		
		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	
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	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	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		

6. 试题编号：H1-6, 婴幼儿奶粉推销

(1) 任务描述

【背景资料】

加比力食品有限公司是一家专业从事美国品牌婴幼儿奶粉、米粉、纸尿裤的研发、生产和销售的综合型企业。

公司现开发的产品共有 60 个品项，其中食品主要有婴幼儿配方奶粉、婴幼儿营养米粉、奶伴侣及儿童益生菌；用品有纸尿裤与尿片。

目前，公司已在全国将近 20 个省区建立了销售网络，拥有全国经销商二百余家，产品进入母婴专买店共计有千家左右。自成立以来，公司每年以 150% 的速度增长，发展前景非常乐观。

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

1. 本产品由湘雅集团联合实验室专家团队研发；
2. 乳铁蛋白：有抑菌作用，有细胞生成调节功能，有对双歧杆菌的生长刺激功能。

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

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

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

(备注：具体品牌以现场提供的实物为准)

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，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	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
	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	

养 (20分)			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。	恶劣影响的本项目记0分。	
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推销方案(40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
	推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)				
	推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)				
推销演示(40分)	推销开场(5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程(25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟	
		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)对产生兴趣	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		

7. 试题编号: H1-7, 海飞丝洗发水推销

(1) 任务描述

【背景资料】

海飞丝是宝洁公司的一款洗发精产品。1963年,全球第一支含有活性去屑成分,可有效去除头屑的洗发露诞生,自此,有效去除头屑成为海飞丝深受全球消费者喜爱的最出色的功效。海飞丝(中国)是全球第一的去屑洗发露品牌,海飞丝去屑洗发露,海飞丝去屑护发素,发膜等产品适合多种发质需求,养护头皮,有效去除头屑,帮助打造无屑美丽秀发。有各种规格和类型洗发水和护发素。

产品简介: 洗发水 170ml, 零售价: ¥22.8 元; 洗发水 450ml, 零售价: 35 元; 洗发水 750ml, 零售价: ¥52.8 元; 洗发水护发素套装洗发水 $2 \times 450\text{ml}$, 零售价: ¥68 元;

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案,并且现场扮演推销员,面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案

销 方 案 (4 0 分)	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	字数不少 于500字, 每少50字 扣1分。
	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 (4 0 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, 超时或未完成任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

8. 试题编号: H1-8, 李宁运动鞋推销

(1) 任务描述

【背景资料】

“推动中国体育事业, 让运动改变我们的生活”, 今天的李宁公司, 不仅是一家体育用品的创造企业, 也是一种健康生活方式的传播者、推动者。李宁公司将继续保持行业领先地位, 向着国际一流品牌的目标冲刺!

产品简介: 李宁运动鞋, 青春靓丽款(男鞋、女鞋都有), 鞋面颜色搭配协调, 材质采用了牛反绒皮制造, 是时尚休闲鞋的款式。

价格: ¥348 元/双。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案, 并且现场扮演推销员, 面对客户进行产品推销, 运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求: 推销方案结构合理, 内容完整; 可操作性强, 能达到推销目的; 推销开场白做到与众不同, 用新颖出其不意语言吸引顾客, 开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法; 针对不同顾客的反映及消费心理, 运用恰当的推销策略进行推销, 唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品, 能与顾客进行沟通产生互动, 使顾客对产品和服务产生兴趣; 能解答

顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定

	推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
	推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）				
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）				
推销演示（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，巧妙地取得顾客的联系方式；结
		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，超时或未完成任务的酌情扣1-2分		
小计		100		

		束推销， 礼貌告辞
--	--	--------------

9. 试题编号：H1-9, 蓝月亮洗衣液推销

(1) 任务描述

【背景资料】

随着人们生活水平的提高，人们更重视生活品质的提高，希望衣食住行等都能够享受到更加轻松美好的生活。因此，洗衣液凭借着中性配方，温和不伤手，轻松洗衣等优势越来越受到大众的认可。

产品简介：蓝月亮洗衣液 1kg/瓶，价格¥39.8元；不同规格价格不一样。

该产品是与国际化工巨头巴斯夫、生物技术公司诺维信公司合作研发而成的高端洗涤品牌。含橄榄油精华，天然成分是一般洗衣液的三倍：易漂易洗，省水节能无残留，去渍能力出众，连顽固油性笔渍都能除。采用亲肤无刺激科技，PH中性，不伤娇嫩肌肤，宝宝衣物及贴身衣物也适用；保质期：3年。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述			

			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（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，超时或未完成任务的酌情扣1-2分		
小计		100		

10. 试题编号：H1-10, 蜂蜜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

明园蜂产品科技发展有限公司，是专门从事蜂产品和相关产品的科研开发、生产加工和业务经营的高薪技术企业。公司的经营范围包括：蜂蜜、蜂王浆、蜂花粉和蜂胶。“将健康留下”作为公司的经营理念，蜂产品是天然的保健瑰宝，公司致力于运用现代科技将其转化为高效产品，服务于人类的健康，同时也促进行业的蓬勃发展。

公司主要经营有机系列蜂产品：（有机）蜂蜜系列（适宜人群：所有人均可服用）、蜂王浆系列（适宜人群：亚健康人群、手术后康复、神经系统疾病、营养不良、中老年人、爱美女性）、蜂花粉系列（适宜人群：顽固性失眠、神经衰弱、头发脱落等人群及对蜂花粉不产生过敏的爱美女性）、蜂胶系列（适宜人群：亚健康人群、糖尿病患者、希望延缓衰老美容养颜的女性）、礼盒系列。

产品简介：枣花蜂蜜 500g ， ¥35 元；1000g ， ¥70 元。

枣花蜜性甘平偏温、维生素 C 含量较高，营养丰富，是滋补首选蜜种。具有补中益气、养血安神、补血养颜、健脾养胃、护脾养胃、润肺补虚、和阴阳、调营卫之功效，长于补血，是调制中药的上等蜂蜜，也是妇女、儿童、老年人和体弱患者的理想蜂蜜。

还有其它花型的蜂蜜。

【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		2	结合背景材料自定		

	点			
	推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
	推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）				
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）				
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		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
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	客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
----	-----	------------------

11. 试题编号：H1-11, 火腿肠推销

(1) 任务描述

【背景资料】

双汇集团成立于 1958 年 7 月，是以肉类加工为主的大型食品集团。火腿肠是该集团的主打产品，以精制火腿、汉堡火腿等为代表的高温火腿系列；以三明治火腿、香菇火腿、牛肉火腿、啤酒火腿、烟熏里脊、熏烤牛肉、熏烤圆火腿为代表的西式肉制品系列；以台式香肠、麻辣香肠、原味香肠、波兰熏香肠、哈尔滨香肠、上海大红肠、蒜蓉大红肠、啤酒肠为代表的低温灌肠系列；以广式香肠、迷你肉枣、双汇腊肠、水晶肴肉、肘花、五香卤猪蹄、双汇香肚为代表的中式特色肉制品系列；

以汉堡肉饼、肉丸及鸡块为代表的速冻肉制品系列；以清蒸肉类罐头、清真类罐头、蔬菜、水果为代表的鲜冻制品系列等。这些产品具有中西兼顾、高低温结合、生熟互补、品种繁多、档次分明等特色，能满足不同消费者的需要。

产品简介：各种规格齐全，其中王中王火腿肠 40g*10 支装，价格¥13.9 元。

配料：猪肉、鸡肉、水、淀粉、大豆蛋白、食品添加剂（食用香精、三聚磷酸钠、卡拉胶、山梨酸钾、D-异抗坏血酸钠、红曲红、瓜尔胶、海藻酸钠、亚硝酸钠）白砂糖、食用盐、味精、香辛料；保质期 180 天储存方法：卫生、阴凉、通风、干燥处。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案

销方案 (40分)	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	字数不少于500字,每少50字扣1分。
	具体内容	推销主题	3	主题明确(依据背景材料)	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	测试时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)					
推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)					
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)		1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。
			2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌	
			1	注视:用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍:姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)		2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
			2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			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		

12. 试题编号: H1-12, 盐津铺子休闲食品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

盐津铺子食品有限公司是由香港盐津铺子(国际)食品实业有限公司于1998年在湖南投资创建的一家主要从事食品加工和销售的综合性企业。公司注册资金5000万元。从成立以来,公司以市场为导向,生产以葡萄、桃肉、桃片、生姜等为基本原材料,加工成为盐津葡萄、盐津桃肉、盐津桃片、冰醋姜等高档果脯系列的农产品加工龙头企业。目前“盐津铺子”已成为国内著名休闲食品品牌,是新一代休闲食品的代表。公司主营6大系列产品:豆制品类,蜜饯类,炒货类,肉制品类,坚果类,干果类,最有特色的休闲零食品牌。

产品简介:盐津铺子话梅,瓶装248g,价格:¥13.5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		2	测试时间当天		

	间			
	推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
	推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
	推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）				
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）				
推 销 演 示 (40分)	推 销 开 场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动,并能得到顾客信任	
		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
		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	见，巧妙地取得顾客的联系 方式；结束推销， 礼貌告辞
小计		100		

13. 试题编号：H1-13，石门柑橘推销

(1) 任务描述

【背景资料】

柑橘，是石门的“名片”。新中国成立 60 周年之际，石门柑橘以丰硕的成果回馈共和国花甲华诞：四条“百里柑橘走廊”蔚为壮观，十大“万亩橘园”气势恢宏，二百二十个专业村星罗棋布，每年五亿元以上产值富民强县，“中国柑橘之乡”、“中国早熟蜜橘第一县”、“全国柑橘标准化示范区”、“中华名果”、“全国园艺产品（柑橘）出口示范区”、“全国柑橘优势农产品区域重点县”等荣誉熠熠生辉……六十年风雨兼程，六十年厚积薄发，六十年茁壮成长，石门柑橘愈发“枝繁叶茂”。一方山水养一方人。得天独厚的自然环境，孕育了品佳质优的石门柑橘。石门北部横亘着海拔 2098.7 米的壶瓶山，东南则是海拔仅 100 米左右的洞庭湖平原，受此影响，北方冷气流难进易出；冬天严寒：南方暖气流易进难出，雨量丰沛。加上丘岗山地昼夜温差大，光照充足。这种特殊地理气候环境下生产的果品，不仅糖分高，而且比同纬度同类品种早熟 10 天以上，极富竞争力。

产品简介：石门柑橘“果形端庄整齐，色泽靓丽，果皮细薄光洁，肉质红嫩化渣，汁多，酸甜可口，风味浓郁，品质极优”。

市场价 ¥3.5 元/500g。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进

行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热	

			情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少于500字， 每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述			
		推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）			
		推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）			
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获
		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)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。		

				得顾客的认同。
	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		

14. 试题编号: H1-14, 牙膏推销

(1) 任务描述

【背景资料】

佳洁士 (Crest) 是著名的牙膏品牌, 属于美国宝洁公司。1955 年诞生, 经过几十年的发展, 佳洁士品牌已成为口腔保健产品领域里享誉美国、欧洲、亚洲乃至全世界的著名品牌。旗下有牙膏, 牙刷, 牙贴和漱口水等多种产品; 佳洁士牙膏成为第一支被世界权威牙防组织——美国牙医学会 (ADA) 认可的防蛀牙膏, 这被视为世界牙膏技术发展史上的一大里程碑。

产品简介: 佳洁士牙膏, 有多种功能类型 (防蛀、美白、牙龈保护等) 和有多种规格, 其中 140g 防蛀, ¥12.5 元; 美白 165g, ¥16.8 元; 180g 牙龈保护, ¥25 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 (4分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 推 销 主 体 题	3	主题明确（依据背景材料）	
	推 销 对 内 象	3	依据产品特点确定推销对象	

0 分)	容	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 (4 0 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	
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	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	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		

15. 试题编号：H1-15, 洗衣液推销

(1) 任务描述

【背景资料】

联合利华旗下全球领先家庭护理品牌——奥妙，进入1993年中国市场以来，凭借全球领先科技和消费者洞察，坚持为中国消费者带来高品质的洗衣产品，获得了消费者广泛认可和信赖。奥妙净蓝洗衣液是专为中国人设计的产品，多年潜心研发而成。其配方蕴含了很多具有针对性的先进科技，洁净力超群，突破了国内市场上现有洗衣产品的功能局限，特别针对妈妈们的深层洗涤需求，及不同的洗涤习惯研制了八大洁净功效，全面解决衣物十大死角问题。奥妙提出品牌所倡导的儿童成长理念：让儿童在玩耍，户外活动中开发创造力，更好地发展综合能力。奥妙相信，让孩子在玩耍中开发创造力和综合能力，至于玩耍中带来的衣物污渍就留给奥妙轻松解决。

产品简介：奥妙洗衣液，有袋装、瓶装，多种规格，价格不同。其中500g袋装，¥12.50元；2000g瓶装，¥38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 (4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 推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
	内 推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	

0分)	容	象			
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）					
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）					
推销演示（40分）	推 销 开 场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推 销 过 程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任		
		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	
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	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	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		

16. 试题编号：H1-16, 立白洗洁精推销

(1) 任务描述

【背景资料】

“立白”是立白集团旗下第一大品牌，而作为中国洗涤用品领域的领导品牌，立白“拥有全国销量第一的洗衣粉、洗洁精以及全国销量领先的洗衣皂、洗衣液和小液洗产品。立白洗洁精有专门特别添加天然矿物盐精华的洗洁精，能有效去除水果蔬菜上的残留农药，让您和家人能更安全的食用蔬果，保护您和家人的健康。

产品简介：立白新金桔洗洁精，产品特点：多30%金桔精华，强效去油更清新。其中480g瓶装，¥6.80元；桶装1290g，¥21.80元，价格实惠。

【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			

	的			
	推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推 销 演 示 (40分)	推 销 开 场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		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		

17. 试题编号：H1-17，吐鲁番葡萄干推销

(1) 任务描述

【背景资料】

吐鲁番葡萄干，采用美国、日本的先进设备和技术精制而成，色泽纯正、风味独特，不含任何添加剂和色素，并含有丰富的天然果糖、蛋白质、维生素、纤维素以及人体所需的多种微量元素钾、钙、磷、镁等营养成分，是一种多用途纯天然健康食品。吐鲁番葡萄干色香味美，既具巧克力香甜爽口的香味，又有葡萄干甜细柔软的果香，香甜适中。新疆生产葡萄干的历史悠久，据《太平广记》记载，在南朝梁国大同年间(公元535—540年)，高昌国(在今吐鲁番县)曾经，派使者向梁武帝贡献葡萄干；而且考古工作者在吐鲁番唐代墓葬中也有发现吐鲁番葡萄干，现在吐鲁番所生产的葡萄干，除销往国内各省市，还出口日本、东南亚、香港等地。

产品简介：以新疆生产的由质软、含糖量高、无籽的无核白葡萄加工而成。其加工方法为在阳光下直接曝晒，制成褐色葡萄干；二为在荫房中晾制。全疆只在吐鲁番盆地和田地区可如此制作。480g/袋，市场价¥16.8元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答

顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定

	推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
	推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分） 推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		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，巧妙地取得顾客的联系方式；结
		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		

18. 试题编号：H1-18， 伊利牛奶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

内蒙古伊利实业集团股份有限公司，是中国唯一一家同时服务于奥运会和世博会的大型民族企业。伊利以极其稳健的增长态势成为持续发展的乳品行业代表，是目前唯一一家进入全球 10 强的亚洲乳品企业。伊利是中国绿色事业的先行者和奠基人之一，首次提出打造“绿色产业链”构想。伊利集团由液态奶、冷饮、奶粉、酸奶和原奶五大事业部组成，所属企业近百个，旗下拥有金典有机奶、营养舒化奶、QQ 星儿童成长奶、味可滋、巧乐兹、伊利牧场、冰工厂、金领冠、托菲尔、每益添、安慕希等 1000 多个产品品种。伊利始终致力于生产 100%安全、100%健康的乳制品，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。伊利集团拥有世界一流的质量标准体系和管理制度，伊利在自身产品品质锻造和管理标准中不断地创新优化，其检测项目成为行业品质管理的标杆。伊利倡导健康的生活方式，通过与消费者的沟通与互动，宣传绿色理念，分享绿色行动，倡导绿色生活，促进环境保护和社会和谐。

产品简介：安慕希酸奶，是全程无添加防腐剂，无添加甜味剂，无添加人工色素，健康营养；盒装 205g，市场价¥6 元；12*205g，市场价¥68 元/箱。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案

销方案 (40分)	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	字数不少于500字,每少50字扣1分。
	具体内容	推销主题	3	主题明确(依据背景材料)	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	测试时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)					
推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)					
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方		
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任		
		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		

19. 试题编号：H1-19, 百雀羚护手霜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

百雀羚创立于1931年，拥有八十年专业护肤历史，是中国化妆品行业屈指可数的经典国货厂商。悠久的历史，承载着辉煌的业绩，成就了百雀羚品质如金的美誉。品牌曾多次被评为“上海著名商标”，并获“中国驰名商标”等称号。公司致力于为消费者创造天然温和的优质护肤品。传承经典，勇于创新，百雀羚将传统中医理念与现代科技相结合，先后推出了多款“草本护肤”系列产品，引领国货护肤新概念。公司拥有知名品牌如：百雀羚、凤凰、小百羚、Disney，主要生产的大类产品有：护肤用品、洗护发用品、个人清洁用品、花露水和美容化妆用品等优质的产品。

产品简介：百雀羚护手霜 75g，¥15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 (4分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 推 销 主 体 题	3	主题明确（依据背景材料）	
	推 销 对 内 象	3	依据产品特点确定推销对象	

0 分)	容	象			
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）					
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）					
推 销 演 示 (40 分)	推 销 开 场 (5 分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推 销 过 程 (25 分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任		
		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	
		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	易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方法；结束推销，礼貌告辞
		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		

20. 试题编号：H1-20, 康师傅方便面推销

(1) 任务描述

【背景资料】

康师傅方便面是康师傅控股有限公司旗下产品之一。1992年8月21日，康师傅投资800万美元在天津开发区成立天津顶益国际食品有限公司，该公司生产出第一碗红烧牛肉面以来，“康师傅”就成为中国方便面的代名词，先后在全国13个城市共建立了114条方便面生产线，日产方便面达2.5亿包，年销售方便面65亿包，市场占有率47%，是不折不扣的“中国面王”。产品种类多，规格齐。

产品简介：康师傅红烧牛肉面 125g*5，¥10.50元；桶装 125g，¥4.50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			

	的			
	推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推 销 演 示 (40分)	推 销 开 场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		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		

21. 试题编号：H1-21, 湘西老爹猕猴桃果汁推销

(1) 任务描述

【背景资料】

猕猴桃是公认的水果之王。湘西老爹生物有限公司致力于中国猕猴桃产业化国际化，是猕猴桃精深加工龙头企业。主营产品：果王素、猕猴桃祛斑油、果汁、果脯、果酒。

产品简介：湘西老爹猕猴桃果汁，该产品以湘西“米良一号”猕猴桃为原料加工而成；瓶装 245ml*8，¥62 元，单瓶 8 元。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导	必备

经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	
------------------------------	--

(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	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	
		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		

(40分)	推销过程 (25分)	1	自我介绍：姓名、单位、来意	顾客，包括体态和语言。
		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	
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		

22. 试题编号：H1-22，东江鱼仔（熟食）推销

(1) 任务描述

【背景资料】

东江鱼产于号称湖南洞庭，有着82亿立方米、26万亩水面的山青水秀的东江湖中。水质清澈、冰凉干净，生活其中的东江鱼肉质细嫩、甜美，是一般淡水鱼所不能及的，堪称绿色食品。

产品简介：东江小仔鱼（郴州市年年有余食品有限公司出产），湖南特产，味香而淳。湖南东江水，好水产好鱼！东江，湘江源头之一，天然矿泉水，藻类、浮游植物为鱼儿提供纯天然的食物，富含多种氨基酸和蛋白质。

袋装 125g, 价格：¥12.5 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
		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

		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	(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	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		

23. 试题编号: H1-23, 卡士酸奶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

卡士奶制品源自于广东省一家绿雪公司(总部设在深圳),这家公司是在1999年创建的,主要生产加工酸奶、奶牛等奶制品,坚持高标准严格要求律己,自成立以来,公司通过成功的实施高品位、高品质、高标准的产品战略,在实现企业飞速发展的同时,也建立了“卡士”高贵、典雅的品牌形象和独特的“欧陆风情”品牌文化。卡士系

列产品已经成为政府接待、白领消费市场、高端乳品消费市场的首选品牌。企业的理念是为消费者提供最优质的产品和服务。分原味和果味酸奶等几个系列多个品种。

产品简介：卡士红枣酸奶，3*115g，¥13.5 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
		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	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		

		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		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		

24. 试题编号：H1-24, 浪莎丝袜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

浪莎集团成立于1995年，旗下拥有浪莎针织、蓝枫袜业、宏光针织、立芙纺织、浪莎小额贷款公司、浪莎房地产、安行光伏、蓝也光电等十多家分公司及五个海外贸易公司，浪莎目前已发展成为集袜子、服饰、家等多元化产业集团。说到丝袜的品牌，绝大部分人都是会想浪莎；拥有三十个大类百个花色品种、年产两亿多双袜子。

产品简介：浪莎超薄水晶裤袜，¥10.5元/双；浪莎超薄水晶短袜，12双，¥15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)	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。	

分)	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案 字数不少于500字, 每少50字 扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
					推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)
	推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)				
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的	
		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.	异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
	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		

25. 试题编号: H1-25, 辣妹子调味品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

辣妹子股份有限公司(公司位于美丽的益阳市沅江市经济开发区),辣椒酱十大品牌,中国知名(著名)罐头品牌,行业著名品牌,湖南省著名商标,湖南名牌产品,湖南出口名牌,全国罐头优秀品牌,国家绿色食品A级产品,湖南省农业产业化龙头企业。旗下有多个产品系列几十个品种。

产品简介:辣妹子辣椒酱(猛辣型),正宗、地道的湖南特产辣椒酱,是一种多用于烹饪的调味料,味辛辣、色鲜红、酱状,原料为多种鲜红辣椒,食盐等高温熬制而成,湘菜制作的主要调料。瓶装248g,¥5.8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	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
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体推销主题	3	主题明确（依据背景材料）	

(40分)	内容	推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	扣1分。
		推销时间	2	测试时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)	
推销演示(40分)	推销开场(5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程(25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方		
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任		
		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	
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	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	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		

26. 试题编号：H1-26，云南白药牙膏推销

(1) 任务描述

【背景资料】

云南白药牙膏，是以牙膏为载体，借鉴国际先进口腔护理、保健技术研制而成的口腔护理保健产品。云南白药牙膏内含云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康、祛除口腔异味的的作用，是新一代口腔护理、保健产品。

产品简介：180g 留兰香型 云南白药牙膏，促销价 ¥ 25.4 。

【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。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素	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
	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	

养 (20分)			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。	恶劣影响的本项目记0分。	
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
	推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)				
	推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)				
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟	
		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)对产生兴趣	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		

27. 试题编号: H1-27, 红富士苹果推销

(1) 任务描述

【背景资料】

红富士 (Malus pumila Mill) 是从普通富士的芽 (枝) 变中选育出的着色系富士的统称。富士苹果是日本农林水产省果树试验场盛冈分场于 1939 年以国光为母本, 元帅为父本进行杂交, 历经 20 余年, 选育出的苹果优良品种, 具有晚熟、质优、味美、耐贮等优点, 于 1962 年正式命名, 是世界上最著名的晚熟苹果品种。中国于 1966 年开始引进富士苹果。1980 年春, 农业部组织有关专家赴日本考察时, 有选择地引入了长富 2、秋富 1 和长富 6 等几个着色好的富士品系的苗木和接穗, 安排在苹果主产区的多个试点进行系统观察和研究。富士果实虽有风味好、晚熟、耐贮等优点, 但也存在着果实着色差的缺点。为此, 日本各地从富士当中选出了许多着色好的富士芽变, 统称为红富士。

产品简介: 一级烟台水晶红富士; 12.5kg/箱, 市场价 ¥128 元/箱。

【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	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
	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	

养 (20分)			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。	恶劣影响的本项目记0分。	
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
	推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)				
	推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)				
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)		2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟
			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)对产生兴趣	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		

28. 试题编号: H1-28, 平江豆腐干推销

(1) 任务描述

【背景资料】

平江长寿豆腐干(酱干),是长寿镇何敖魁(别号维丰)于1873年所创,经地方政府认可的百年品牌。采用优质黄豆、山泉水、山茶油等原料,遵古制作,原汁原味。既具备其它豆干口感,又具有特别的酱香型特色口味。平江香干的文化已经渗透到国内外,其中巨大的商机是有目共睹的,仅就平江酱香干这一项目2011年所创收的GDP总值就有1.3亿,2014年我公司面向全国免费招商代理,民以食为天,有中国人的地方就有美食。

产品简介:平江长寿卤汁豆腐干,袋装125g,价格:¥3.5元。

(备注:品牌以现场提供产品为准)

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案,并且现场扮演推销员,面对客户进行产品推销,运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案

销方案 (40分)	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	字数不少于500字,每少50字扣1分。
	具体内容	推销主题	3	主题明确(依据背景材料)	
		推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推销时间	2	测试时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)					
推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)					
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)		1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。
			2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌	
			1	注视:用眼睛传递诚恳自信	
			1	自我介绍:姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)		2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
			2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			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		

29. 试题编号：H1-29, 健身卡推销

(1) 任务描述

【背景资料】

某健身房全场均采用高档商用健身设备，让您事半功倍的享受运动乐趣。健身房配有大型多功能健身操房及高温瑜伽房并开设有10种以上的健美课程（持卡者可免费听课）。

产品简介：健身卡，（年卡：1999元）价格实惠、服务好。

（备注：健身房品牌学生可以自拟）

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案，并且现场扮演推销员，面对客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、消除顾客疑虑，有效地处理顾客的异议、获得顾客信任，及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，

结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员 2 名；每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟（推销方案及准备 55 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50 字扣 1 分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客（5 分）：有寻找与接近目			

	施		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，超时或未完成任务的酌情扣1-2分		
小计		100		

30. 试题编号：H1-30, 美容卡推销

(1) 任务描述

【背景资料】

某美容美发店（机构名称自定），推出一批消费卡，面值 5000 元及以上的卡，六折消费；面值 5000-3000 元的卡，七折消费；面值 3000 元以下卡，八折消费，该美容美发店的知名度高，服务良好，美容美发师技艺精湛，所用产品安全可靠，收费合理；提供免费营养粥、各种茗茶。

产品简介：美容卡，（年卡：5000 元、3000 元、2000 元），价格实惠、服务好。

【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	必备

	销台一个、货架一个，计时器一台	
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)					
推销开场	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做		

销 演 示 (4 0 分)	(5分)	2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		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		

三、跨岗位综合技能： 广告文案策划

1. 试题编号：Z2-1，设计广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

2020年3月26日华为余承东发布华为P40系列手机，P40Pro以超级旗舰的身份登场非常引人关注。不过由于线下门店现在能够直接体验的机会并不多，所以还是有很多人对它一知半解。不过没关系，接下来笔者通过华为P40Pro一星期深度体验，实事求是，说说关于它的好与坏，希望你能够有帮助。华为P40Pro主摄像头配有一个极大的1/1.28英寸5000万像素Quad-Bayer图像传感器，可输出1200万像素的图像，在主摄及长焦上支持防抖，支持5倍光学变焦、10倍混合变焦、50倍数字变焦。在达芬奇新一代独立NPU神经元的驱动下，成片的速度是妥妥的，出色的算法调教照片的整体解析力也是杠杠的。拍照一直以来都是华为强项，所以在相机这一部分不会存在太多可以挑剔的地方。

华为P40Pro搭载了麒麟990 5G处理器，采用了7nm+EUV制程工艺，配合华为独家的NPU引擎算法和图形渲染算法，实际测试发展信号接收能力特别强，即使到高楼林立的地方仍然是满格。多轮王者荣耀测试之后也发现，帧率挺稳定，这说明华为对于EMUI10系统调教还是比较到位，软硬协同确实是我们不应该忽视的亮点之一。

华为P40Pro背部采用高亮工艺玻璃，在光线的照射下可以营造出光彩熠熠的效果，大大增强识别度，当然它也比较容易沾染手指印，还有AG磨砂质感减少沾染手指印，这点可以根据不同人的审美观自

由选择，五种颜色都比较中性化。至于正面，华为 P40Pro 用上一块 6.58 英寸的水溢全面屏，下巴和额头控制得不错，左右两侧形成接近 90 度弯曲，视觉效果还是挺震撼的。续航部分，华为 P40Pro 内置的只有 4200mAh 电池，但是要知道这是一颗集成式的芯片，所以功耗不会那么高，配合支持 40W 有线快充以及 27W 的无线快充，基本上满足普通用户一天一充的使用体验需求是没有问题的。实际测试三小时电量从 100% 下降至 58%，充满电池需要 1 小时 13 分钟，速度处于行业中上水准。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望在各地市全面快速上市销售，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南一二级市场的广告方案，预算控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业	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

素养 (20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)	纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	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			

2. 试题编号: Z2-2, 设计节能电脑广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

宏碁集团(acer)创立于1976年,是全球第二大笔记本电脑品牌。主要从事自主品牌的笔记本电脑、台式机、液晶显示器、服务器及数

字家庭等产品的研发、设计、行销与服务，持续提供全球消费者易用、可靠的资讯产品宏碁电脑全线产品符合《中国节能产品认证技术要求》，并通过了中国节能产品认证中心的认证，这标志着宏碁将继续高举国内电源行业领军大旗，为所有电源电脑生产企业树立了一个良好的榜样，也将引领国内电源行业进入节能新时代。宏碁集团包括以下 PC 品牌：acer、Gateway、Packard Bell 、emachine、Founder（方正）以及 PDA 和便携式设备品牌倚天。

acer 在欧洲、非洲占有绝对的第一排名，Gateway（捷威）品牌则在美国占据市场第三的位置，Packard Bell 也为宏碁在欧洲占有一席之地。宏碁的多品牌战略如今已经凸显出高瞻远瞩的市场意义。

acer 产品特点：

①本产品为绿色环保产品，省电节能

②性能稳定，配置合理

③更大程度满足家庭应用需求，办公、听音乐、欣赏影片、上网聊天都没什么问题。

【测试任务】

针对现在市场对节能电脑的需求，宏碁电脑拟向全国，例如：武汉，长沙，岳阳等，进行全面市场推广，从而进一步扩大其中端电脑市场占有率，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	
----	-----	--

3. 试题编号：Z2-3，设计足浴器广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。从去年开始，足浴器就开始火了起来，但是以次充好的产品也开始进入市场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉著称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度及水容量有以下分类：

K218B 金苹果：产品从上往下望呈苹果状，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-118A：产品从上往下望呈苹果状，上端配有旋钮开关，桶

内配有按摩石，针刺按摩头，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。装水容量为 5.5L；

K-138B：产品上端配有双屏显示器，以及功能控制键，还带个遥控器，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为防滑减震垫脚。装水容量为 6.5L；

K-218A 红苹果、K-218A 金苹果、K-218A 青苹果：产品从上往下望呈苹果状，上侧配有功能旋钮，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还配有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。

（三种产品外观颜色不同：红色、金黄色、墨绿色）

K-218B 红苹果、K-218B 青苹果：产品为红色与墨绿色，从上往下望像一只红色的苹果，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-228C：产品上端配有显示屏，以及调温键，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有瀑布式冲浪孔和一个药盒。产品底座为减震垫脚。装水容量为 11L；

K-258B：产品上端配有数码显示屏，以及控制键，桶外有外排水管。产品底座为带锁方向滚轮。装水容量为 9L。

【测试任务】

现公司欲进军湖南市场，为了确立产品在湖南消费者心目中的知名度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睞，提高销售量，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的 20××年湖南 A 区域市场的完整的广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 80 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，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	

4. 试题编号：Z2-4，设计“童彩”牌神笔广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

青岛童彩益智科技有限公司坐落于处在科技前沿一线风光秀丽的海滨城市——青岛，是一家专业从事儿童益智文具、玩具等系列用品的研发、生产、销售为一体的综合性企业。

公司最新推出的童彩系列益智产品，利用世界领先的“最新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品，为儿童的涂鸦绘画、书写练字开创了一个新的时代。产品核心技术采取了商业秘密保护方式，科技独享，有效的提高了公司产品竞争力。

公司生产的“童彩”牌神笔可在墙壁、床单、衣服、家具甚至皮肤等表面书写。只要用清水或者湿布轻轻一擦，墨迹立刻消失，不留痕迹，魔幻神奇。解除孩子随时胡写乱画、信手涂鸦带来的烦恼，妈妈省心。墨水不含任何有害化学成分，与配套的涂鸦写字笔、儿童板、描红本、绘图册结合，随写随擦，可长期反复使用，神笔可反复灌墨，经济实惠。

公司最新推出国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即可绘画，把画笔或毛刷蘸清水涂鸦，色彩艳丽，无毒无害，提高孩子认知、感知、手眼协调能力，启发绘画兴趣，开发全脑智力。背面用童彩神奇涂鸦笔绘画，清水消失。

公司将本着“健康环保、科技创新”的理念，不断开发出有利于儿童智力挖掘，健康学习，快乐学习，趣味学习的系列高科技产品，

为提高素质教育水平，建立绿色节约、低碳环保、文明和谐的社会而努力！

【测试任务】

现公司欲在 2020 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 2020 年湖南 A 区域市场的完整的“新学期”广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 10 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完整 体内前言	2	要素具备(名称、策划者、时间)	
		2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

容	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	50 字扣 1分
	市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分), 市场分析比较确切(2分)	
	市场策略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
	广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯, 能较好的表现广告的诉求点(19分)	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应, 具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分, 组合合理3分)	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分), 活动经费预算合理可行, 分配妥当(4分)	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法, 每种1分)	
创新方面	5	方案有新的创意, 见解独到		
小计		100		

5. 试题编号: Z2-5, 设计永丰辣酱广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

辣椒不仅是我国人们喜欢吃的蔬菜, 而且是一种很重要的调味品。我国的西北、西南、东北和湖南、湖北、江西是著名的辣带, 对辣椒这种调味品的需求非常大。特别是湖南人喜食辣椒, 天下闻名, 几乎达到了无辣椒不能下饭, 无辣椒而索然无味的地步。毛泽东来他老人家一辈子没有离开过辣椒, 曾经发出豪言壮语, 不吃辣椒不革命, 这说明了辣椒这种调味品在我国南方人的生活中占据重要的地位。永丰辣酱更是湖南人所喜爱的菜肴, 它具有一定的医疗保健作用, 可以抵御风寒, 预防伤风感冒, 还能防冻疮、脱发、坏血病和提高身体活

力。它既是菜肴佳品，又能直接食用，还是馈赠亲友的上好礼品，深受世人喜爱，在清朝即被列为贡品，但是近年来因为诸多原因，即使“湘春”、“孙大妈”和“曾国藩家府”牌永丰辣酱均获得“2007年中国（长沙）国际辣椒产业博览会金奖”，可这并没有在很大程度上扩大产品销量和提高品牌知名度。

永丰辣酱是湖南省娄底市双峰县的有名的土特产，绿色食品，也是湖南省辣的标志之一，而双峰县永丰辣酱集团总公司是湖南省农业产业化龙头企业，成立于1993年，下辖永丰酱业有限公司、永丰酱园、双雄酱业有限公司、蔡老板酱菜食业有限公司、生物食品研究中心，辣椒研究所。永丰辣酱自清朝就已经成为贡品，而现在为何却名声日下而成为无名绿色产业？现在永丰辣酱虽然在农博会上获过奖项，但是它大部分只在本地销售，其实现在在湖南其他地区消费者心目中并没有什么印象。

【测试任务】

企业为了扩大销量，提高永丰辣酱的知名度和美誉度，从A市开始（提示：A市可以更换为你所熟悉的城市），通过一系列广告宣传活动，提高品牌知名度，再向全国辐射。请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的A市市场的广告方案，费用预算在30万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,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			

6. 试题编号：Z2-6，设计“明园”企业形象广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南省明园蜂业有限公司是一家集科研、开发、生产于一体的专业蜂产品公司。位于长沙市芙蓉区隆平高科技园，占地面积 14 亩，拥有厂房面积 8000 平方米，其中 GMP 标准化厂房面积 6000 平方米；拥有 1000 立方米冷藏冷冻库，标准化实验室和完备的蜂产品开发研制生产设施。公司主要产品有蜂蜜、蜂王浆、蜂胶、蜂花粉、日化品、礼盒、蜂产品制品、养生中药材等八大系列，近百个品种；产品远销全国各大中城市。

2018 年 3 月，“蜂产品质量检验示范实验室”在明园蜂业正式挂牌。实验室成功引进中国农业科学院数十年研究成果——指纹图谱，为蜂产品真假性检测提供了更权威的依据。明园蜂业致力于品牌创新，取得了瞩目的成绩，得到了中国权威媒体的关注及认可。

2018 年 6 月，明园蜂业受邀参与 CCTV-2《深度财经》和《经济半小时》栏目的拍摄，公司发展过程中，视产品质量为发展的根本，并且不断改进生产工艺，并取得了“蜂胶深加工科学技术”、“蜂花粉有效成分提取及应用研究”等 6 项省科技成果及 20 项专利，其中拥有“果蔬蜂蜜饮及其制作方法”、“具有润肠作用的花粉膏及其制备方法”、“具有改善睡眠作用的蜂产品制品及其制备方法”等 6 项发明专利。

【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	

7. 试题编号：Z2-7，设计广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

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

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

公司秉持奋力拼搏，锐意进取的精神，坚定不移地走改革、创新、品牌发展之路，力争将公司做大、做精、做强。近年来，随着我国高校的连续扩招，规模不断壮大，我国高等教育在校生的人数超过 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长沙高校“山药酪”、“苹果醋”、“苹果汁”、“金梨汁”等系列健康饮品市场，而且希望通过在各地高校附近商场、超市、食堂饮料销售点等渠道进行销售，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性开拓湖南高校市场的广告方案，费用控制在 20 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备
----	----------------	----

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、 细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能 在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数 不少于1500 字,每少 50字扣 1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至 一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、 消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1 分)、产品的特点分析(1分),市场分析比 较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3 分)、广告目标具体(3分)
		广告表现	24		广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3 分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广 告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的 表现广告的诉求点(19分)
		广告媒介	12		媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预 算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用 3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3 分,组合合理3分)
		广告预算	6		用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2分),活动经费预算合理可行,分配妥当 (4分)
		广告效果的评估	3		阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、 广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市 场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种 以上评估方法,每种1分)
创新方面	5	方案有新的创意,见解独到			

小计	100	
----	-----	--

8. 试题编号：Z2-8，设计雅芳 A 霜广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

如今，雅芳已发展成为世界上最大的美容化妆品公司之一，在 53 个国家和地区进行直接投资，拥有 43000 名员工，通过 440 余万名营业代表向 145 个国家和地区的女性提供两万多种产品，包括著名的雅芳色彩系列、雅芳新活系列、雅芳柔肤系列、雅芳肌肤管理系列、维亮专业美发系列、雅芳草本家族系列、雅芳健康产品和全新品牌 Mark 系列，以及种类繁多的流行珠宝首饰品。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长沙市场商场专柜，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 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 (8分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完	2	要素具备(名称、策划者、时间)	

0 分)	体 内 容	整			1500 字,每少 50字扣 1分
		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			

9. 试题编号: Z2-9, 设计青岛啤酒公司广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

青岛啤酒股份有限公司成立于1993年,(以下简称“青岛啤酒”)他的前身是1903年8月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛公司,它是中国历史悠久的啤酒制造厂商,2008年北京奥运会官方赞助商,目前品牌价值502.58亿元,居中国啤酒行业首位,跻身世界品牌500强。

1993年7月15日,青岛啤酒股票(0168)在香港交易所上市,是中国内地第一家在海外上市的企业。同年8月27日,青岛啤酒

(600600) 在上海证券交易所上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。

上世纪 90 年代后期，运用兼并重组、破产收购、合资建厂等多种资本运作方式，青岛啤酒在中国 18 个省、市、自治区拥有 50 多家啤酒生产基地，基本完成了全国性的战略布局。

青啤公司保持利润增长大于销售收入增长，销售收入增长大于销量增长的良好发展态势。

青岛啤酒远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界 70 多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告 Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第六大啤酒厂商。

青岛啤酒几乎囊括了 1949 年新中国建立以来所举办的啤酒质量评比的所有金奖，并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖。1906 年，建厂仅三年的青岛啤酒在慕尼黑啤酒博览会上荣获金奖；20 世纪 80 年代三次在美国国际啤酒大赛上荣登榜首；1991 年、1993 年、1997 年分别在比利时、新加坡和西班牙国际评比中荣获金奖；2006 年，青岛啤酒荣登《福布斯》“2006 年全球信誉企业 200 强”，位列 68 位；2007 年荣获亚洲品牌盛典年度大奖；在 2005 年（首届）和 2008 年（第二届）连续两届入选英国《金融时报》发布的“中国十大世界级品牌”。其中 2008 年在单项排名中，青岛啤酒还囊括了品牌价值、优质品牌、产品与服务、品牌价值海外榜四项榜单之冠；2009 年，青岛啤酒荣获上海证券交易所“公司治理专项奖——2009 年度董事会奖”、“世界品牌 500 强”等诸多荣誉，并第七次获得“中国最受尊敬企业”殊荣；2015 年，青岛啤酒第八次登榜《财富》杂志“最受赞赏的中国公司”。2015 年，青岛啤酒全年共实现啤酒销售量 848 万千升，实现营业收入人民币 276.35 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润人民币 17.13 亿元。

目前，青岛啤酒远销美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、

澳大利亚、韩国、日本、丹麦、俄罗斯等世界 90 多个国家和地区。
全球啤酒行业权威报告 Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第五大啤酒厂商。

【测试任务】

青岛啤酒众所周知是中国有名的品牌，假设该企业为了扩大在湖南市场的知名度与美誉度，欲在 2021 年 6 月到 8 月期间对湖南市场开展一次大规模的企业广告攻势，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南市场企业广告方案，费用控制在 200 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)	
	内前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

容	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	50 字扣 1 分
	市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分), 市场分析比较确切(2分)	
	市场策略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
	广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯, 能较好的表现广告的诉求点(19分)	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应, 具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分, 组合合理3分)	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分), 活动经费预算合理可行, 分配妥当(4分)	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法, 每种1分)	
创新方面	5	方案有新的创意, 见解独到		
小计		100		

10. 试题编号: Z2-10, 设计爱尔眼科医院广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

爱尔眼科医院集团是中国规模最大的眼科医疗连锁机构之一, 中国首家 IPO 上市的医疗机构, 是国内首家荣获“中国驰名商标”的眼科机构。截止 2015 年, 已在全国 27 个省(市、区)建立了 100 余家专业眼科医院, 年门诊量超过 300 万人。

爱尔眼科致力于引进和吸收国际一流的眼科技术与管理理念, 以专业化、规模化、科学化为发展战略, 推动中国眼科医疗事业的发展。

通过不断的实践与探索, 并充分吸纳国际先进的医疗管理经验及运作方法, 爱尔眼科成功探索出一套适应中国国情和市场环境的眼科

医院连锁经营管理模式——“分级连锁”。利用人才、技术和管理等方面的优势，通过全国各连锁医院良好的诊疗质量、优质的医疗服务和深入的市场推广，爱尔眼科成为了中国最具影响力的眼科品牌之一。

2013年，爱尔眼科医院集团与中南大学联合成立国内第一所专门的眼科医学院——中南大学爱尔眼科学院，开启了社会资本参与医学教育的有益创新和探索；2014年，再度与湖北科技大学联合成立爱尔眼视光学院，旨在培养眼视光学的专门技术人才。至此，爱尔眼科打通了眼科的产、学、研三大领域，学院的成立将使爱尔眼科的科研及临床水平得到显著提高。

2014年9月，爱尔眼科首创医疗行业“合伙人计划”，2017年，爱尔眼科收购美国知名眼科中心。预计到2020年，建成200家专业眼科医院，为更多的人提供高质量、多层次的眼科医疗服务。

爱尔眼科始终追求社会责任和自身发展的和谐统一，通过全面开展防盲治盲工作、投身社会公益和帮助弱势群体参与共建和谐社会，并联合社会各界，通过不懈的努力来逐步实现“使所有人，无论贫富贵贱，都享有眼健康的权利”的使命。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，针对目前A市中小学学生视力普遍下降的现状（提示：A市可以更换为你所熟悉的城市），请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的面向A市中小学生的广告方案（公益广告、产品广告均可），费用控制在100万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	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		