



张家界航空工业职业技术学院
ZHANGJIAJIE INSTITUTE OF AERONAUTICAL ENGINEERING

市场营销

专业技能考核题库

专业名称:	市场营销
专业代码:	530605
适用年级:	2021级
所属学院:	航空管理学院
专业负责人:	罗利华
制(修)订时间:	2022年4月

目 录

一、专业基本技能	1
模块一信息采集	1
子模块一市场调查方案设计	1
1. 试题编号:J1-1 设计家庭装修需求调研方案	1
2. 试题编号:J1-2 设计洗衣机产品质量调研方案	3
3. 试题编号:J1-3 设计电脑需求情况调研方案	6
4. 试题编号:J1-4 设计市场价格需求情况调研方案	8
5. 试题编号:J1-5 设计电动汽车市场需求状况调研方案	11
6. 试题编号:J1-6 设计手机市场需求调研方案	14
7. 试题编号:J1-7 设计市场需求调研方案	17
8. 试题编号:J1-8 设计市场需求情况调研方案	20
9. 试题编号:J1-9 设计满意度调研方案	22
10. 试题编号:J1-10 设计产品需求调研方案	24
子模块二问卷设计	26
11. 试题编号:J1-11 伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计	26
12. 试题编号:J1-12 华为 P9 手机各项功能顾客满意度调研问卷设计	28
13. 试题编号:J1-13 巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计	31
14. 试题编号:J1-14 比亚迪差异化价格提高销量调研问卷设计	34
15. 试题编号:J1-15 卡士酸奶产品规格合理性调研问卷设计	38
16. 试题编号:J1-16 水井坊新市场开发调研问卷的设计	41
17. 试题编号:J1-17 顺丰速运市场满意度调研问卷设计	44
18. 试题编号:J1-18 南山奶粉市场调研问卷设计	46
19. 试题编号:J1-19 九芝堂网络营销渠道调研问卷设计	49
20. 试题编号:J1-20 新东方泡泡少儿英语课程设置市场调研问卷设计	52
子模块三调研报告	54
21. 试题编号:J1-21 汽车消费基本情况调研报告	54
22. 试题编号:J1-22 宾馆满意度调研报告	58
23. 试题编号:J1-23 微商用户基本情况调研报告	62
24. 试题编号:J1-24 方便面市场基本情况调研报告	68
25. 试题编号:J1-25 商品住房消费者满意度调研报告	71
26. 试题编号:J1-26 二手车市场消费需求调研报告	77
27. 试题编号:J1-27 外卖 O2O 市场基本情况调研报告	83
28. 试题编号:J1-28 消费者空调购买行为调研报告	89

29. 试题编号: J1-29 消费者网购行为调研报告	93
30. 试题编号: J1-30 “十一” 旅游市场情况调研报告	100
模块二商务谈判	105
子模块四商务谈判方案设计和模拟谈判	105
31. 试题编号: J2-1 农机设备采购谈判	105
32. 试题编号: J2-2 白酒经销谈判	112
33. 试题编号: J2-3 亚华乳业进入超市的谈判	118
34. 试题编号: J2-4 售后服务成本分摊谈判	124
35. 试题编号: J2-5 货物运输服务项目谈判	130
36. 试题编号: J2-6 软件采购谈判	136
37. 试题编号: J2-7 经营场所租赁谈判	142
38. 试题编号: J2-8 购销合同的谈判	148
39. 试题编号: J2-9 旅游合作协议的谈判	153
40. 试题编号: J2-10 购销合同的谈判	159
模块三促销模块	166
子模块五促销活动方案策划	166
41. 试题编号: J3-1 婴儿用品元旦节促销活动方案策划	166
42. 试题编号: J3-2 中秋节月饼促销活动方案策划	168
43. 试题编号: J3-3 化妆品“三八节”促销活动方案策划	171
44. 试题编号: J3-4 国庆节空调促销活动方案策划	174
45. 试题编号: J3-5 尚艺“五一”促销活动方案策划	176
46. 试题编号: J3-6 母亲节足浴器促销活动方案策划	179
47. 试题编号: J3-7 美容院妇女节促销活动方案策划	182
48. 试题编号: J3-8 企业“端午节”促销活动方案策划	185
49. 试题编号: J3-9 企业“六一”儿童节促销活动方案策划	187
50. 试题编号: J3-10 企业“一周年店庆”促销活动方案策划	189
二、岗位核心技能	192
模块四产品推销	192
子模块六推销方案设计和现场推销	192
51. 试题编号: H1-1 矿泉水推销	192
52. 试题编号: H1-2 蒙牛牛奶推销	195
53. 试题编号: H1-3 舒肤佳香皂推销	197
54. 试题编号: H1-4 婴幼儿奶粉推销	200
55. 试题编号: H1-5 维达纸巾推销	204
56. 试题编号: H1-6 百雀羚护手霜推销	206
57. 试题编号: H1-7 盐津铺子休闲食品推销	209

58. 试题编号:H1-8 吐鲁番葡萄干推销	212
59. 试题编号:H1-9 豆浆机推销	215
60. 试题编号:H1-10 金帝巧克力推销	219
模块五营销策划	222
子模块七公关活动方案设计	222
61. 试题编号:H2-1 五芳斋端午节庆典活动方案设计	222
62. 试题编号:H2-2 梦园宾馆开业庆典活动方案设计	225
63. 试题编号:H2-3 农夫山泉高端矿泉水新闻发布会活动方案设计	227
64. 试题编号:H2-4 奔驰公司危机公关活动方案设计	229
65. 试题编号:H2-5 伊利公司赞助活动方案设计	231
子模块八新产品市场推广活动方案设计	234
66. 试题编号: H2-6 设计 A 牌矿泉水湖南市场推广策划文案	234
67. 试题编号: H2-7 设计 OK100 童装湖南市场推广策划文案	236
68. 试题编号: H2-8 设计凯昊车饰 DIY 定制湖南市场推广策划文案	240
69. 试题编号: H2-9 设计 R 牌净洗衣机 RSD-K11B 果蔬解毒机湖南市场推广策划文案	243
70. 试题编号: H2-10 设计扬子 AP-008N 空气净化器湖南市场推广策划文案	246
三、跨岗位综合技能	250
模块六新媒体营销手段应用	250
子模块九新媒体推广活动方案设计	250
71. 试题编号: Z-1 设计娃哈哈金钻水湖南市场移动互联网推广文案	250
72. 试题编号: Z-2 设计麻辣王子面筋高校市场移动互联网推广文案	252
73. 试题编号: Z-3 设计大松空气净化器市场移动互联网推广文案	255
74. 试题编号: Z-4 设计唯品会市场移动互联网推广文案	257
75. 试题编号: Z-5 设计 8 天在线市场移动互联网推广文案	260
模块七广告文案策划	262
子模块十广告文案设计	262
76. 试题编号: Z2-1 设计节能电脑广告文案	262
77. 试题编号: Z2-2 设计足浴器广告文案	265
78. 试题编号: Z2-3 设计“童彩”牌神笔广告文案	268
79. 试题编号: Z2-4 设计永丰辣酱广告文案	270
80. 试题编号: Z2-5 设计爱尔眼科医院广告文案	273

张家界航空工业职业技术学院

市场营销专业技能考核题库

一、专业基本技能

模块一 信息采集

子模块一 市场调查方案设计

1. 试题编号：J1-1，设计家庭装修需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

鸿扬家装在 1996 年从湖南长沙起家，经过二十余年的奋斗，现拥有两大核心业务领域：家装与宅配。其机构由五大块组成：一个总部（集团总部）、二类业务公司（家装公司、宅配公司）、两大基地（木制品制造基地——鸿扬木制，人才培养基地——鸿扬学校）。到 2019 年底，集团年销售收入超过四亿元，每年为五千余户家庭提供家装服务与家装产品，网络分布到全国 18 个省、56 个城市，从业员工近 2000 人，从业工人近 4000 人。历年获得国家级和亚太级数十项设计大奖，屡创家装行业创新先河，是中国华中地区的龙头家装企业，是中国家装界举足轻重的领军企业之一。通过创业计划和股份计划，使四十余位鸿扬员工圆了自己的“老板梦”——成为鸿扬的股东。

2019 年鸿扬宅配荣获 2019 年度“中国衣柜十大品牌”；

2020 年在第十七届中国室内设计大奖赛上，鸿扬家装第三次斩获“最佳设计企业奖”，是中国建筑设计界第一家三次获得最佳设计

企业奖的企业；

2021年，由全国工商联家具装饰业商会家装专委会主办的“2021中国家装行业年会”暨“中国家装行业二十年总评榜”，鸿扬家装斩获中国家装行业二十年“十佳成就企业”、“施工品质十强”、“设计机构十强”，并正式授牌成为全国工商联家具装饰业商会家装专委会执行会长单位。

2022年的家装行业呈现以下趋势：1、传统家装公司利润率进一步降低；2、行业竞争程度依然难以改观；3、行业市场规模有望增加；4、家装行业平台化。

【测试任务】

为了能够顺利开拓张家界市场，更好地满足消费者对家庭装修不断变化的要求，设计理念的更新能满足市场的需求，决定开展一次市场调研。现请你为鸿扬装修公司以张家界为目标市场，设计一份以家庭装修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平方米，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)	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

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	成恶劣影响的 本项目 记0分	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方 案字 数不 少于 1500 字, 每少 50 字扣 1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具 体 内 容	封面完整	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, 设计洗衣机产品质量调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

美的制冷家电集团洗衣机事业部位于安徽省省会合肥,是中国最大的洗衣机制造企业之一。公司拥有“美的”和“荣事达”两个驰名品牌(其中“美的”品牌价值2012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2012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 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。2012 年 2 月开始 5 年内计划投资总额近 9.7 亿元、新增生产能力超过 550 万台、占地面积 850 亩的投资项目——洗衣机三期工业园。

2014 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。

2015 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 2022 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 平方米，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)			

			分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）
	调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理
	经费预算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）
小计		100	

3. 试题编号：J1-3，设计电脑需求情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

联想集团是1984年中科院计算所投资20万元人民币，由11名科技人员创办，是一家在信息产业内多元化发展的大型企业集团，富有创新性的国际化的科技公司。

从1996年开始，联想电脑销量一直位居中国国内市场首位；2004年，联想集团收购IBMP（Personal computer，个人电脑）事业部；2013年，联想电脑销售量升居世界第一，成为全球最大的PC生产厂商。

2014年10月，联想集团宣布了该公司已经完成对摩托罗拉移动的收购。

2015年02月21日，联想推出Superfish自动删除工具。

2015年4月15日，联想发布了新版logo，以及新的口号“never stand still”（永不止步）。

2022年8月，全国工商联发布“2022中国民营企业500强”榜单，联想名列第四。

面向新世纪，联想将自身的使命概括为四为，即，为客户：联想将提供信息技术、工具和服务，使人们的生活和工作更加简便、高效、丰富多彩；为员工：创造发展空间，提升员工价值，提高工作生活质量；为股东：回报股东长远利益；为社会：服务社会文明进步。未来

的联想将是“高科技的联想、服务好的联想、国际化的联想”。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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，设计市场价格需求情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

湖南新金浩茶油股份有限公司是一家集科研、种植、生产、销售于一体的现代化民营企业，拥有金浩、油中王两大品牌，主营油茶籽系列高档食用植物油产品。先后被评为全国经济林产业化龙头企业和农业产业化国家重点龙头企业，是湖南省唯一一家双龙头企业。

1993年10月，祁阳金浩植物油有限公司成立，金浩从湖南祁阳的一家榨油小作坊正式以企业的形式问世，“金浩茶油”这个品牌开始走上市场；

2000年，金浩科研人员与湖南农业大学及粮油研究所的油脂专家合作，着眼于对茶油资源的深层次、可持续开发；

2010年，金浩茶油斥资百万增加了新的质量检测设备，并增加了向各级质量检测机构不定期送检的次数，竭诚为广大消费者生产100%安全的食用油；

2013年，金浩茶油成立20周年，为感谢社会各界对我公司长期以来的支持，我司在长沙贺龙体育馆主办“我是歌手”演唱会，20周年庆典预示着金浩茶油又一次质的飞跃；

精明勇敢，自强笃实的金浩人怀着对美好事物的追求，本着“诚信做人，勤恳做事”的企业精神，扎扎实实，一步一个脚印走到今天。

公司目前建有工艺先进的预榨、浸出、精炼、灌装自动化生产线，购置了配套齐全的精密实验、检测与检验设备，引进了国际先进的油脂精炼和茶油产品开发技术，公司主打产品“金浩茶油”系列高档食用植物油，已先后获得了“绿色食品”、“有机食品”、“放心粮油”、“全国油茶籽油知名品牌”等荣誉称号，深受大中城市及沿海发达地区消费者的青睐。

2016年，金浩茶油中国十大茶油品牌企业排名第一。

2017年，在望城铜官投资8亿元，建设集生产、仓储、物流等功能于一体的智能化、自动化的“金浩粮油智能工厂”；

2019年，与江苏大学合作成立技术创新中心，加强产学研合作。

2021年，与财信金控、温氏投资、挑战者资本、海汇投资、上善金石、韦达资本等投资机构顺利完成投资签约，迈入发展超车道；同年，金浩粮油智能工厂建成投产暨金多多母婴新品发布仪式在望城经开区铜官工业园隆重举行，金浩向中国油茶百亿企业进发！

如今，金浩布局全国市场，与麦德龙、沃尔玛、家乐福、山姆等国际大集团加强合作，相继在湖南、湖北、江西、西南以及广东等地区成立了销售网点和办事处，建立了由经销商、KA卖场、BC店和团购销售队伍等组成的多层次密集分销网络。一个以“湖南为大本营，华中地区为核心区域，辐射周边省份，带动全国市场”的市场战略布局已初步形成。

【测试任务】

金浩茶油虽有自己的品牌优势，但随着市场紧紧跟随者越来越多，面对市场众多产品的价格优势时，金浩茶油想对自己的价格进行一次调整，但又缺乏决策依据，为此想对湖南市场消费者进行一次市

场价格需求情况调研。现请你为金浩茶油公司对市场价格需求状况作一个调查方案。调研方案要求包括了调研目的, 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 平方米, 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		

5. 试题编号：J1-5，设计电动汽车市场需求状况调研方案

（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。在广东、北京、陕西、上海等地共建有九大生产基地，总面积将近700万平方米，并在美国、欧洲、日本、韩国、印度等国和中国台湾、香港地区设有分公司或办事处，现员工总数将近20万人。

截至2008年底，公司总资产额近329亿元人民币，净资产超过133亿元人民币。

比亚迪汽车作为公司的一种产品，比亚迪汽车保持了连续5年超100%高增长！2005年比亚迪汽车销量约2万台；2006年比亚迪汽车销量约6万台；2007年比亚迪汽车销量约10万台；2008年比亚迪汽车销量约17万台。2009年8月—2010年5月，F3连续10个月保持全国销量总冠军！2009年，比亚迪汽车销量超过44.8万台，同比增幅达162%！

2010年，公司实现营业收入267.88亿元，实现利润10.21亿元。

2011年，比亚迪营业收入超过488亿元人民币。

2012年上半年，这个数据为225.82亿元人民币。

2014年是新能源汽车真正普及的消费元年，比亚迪秦全年销售14747台，成为新能源汽车年度销量冠军，公交电动化也在稳步推进。

在此基础上，比亚迪提出“542 战略”，为后续新能源汽车划定全新的性能、安全、油耗标准。

2015 年上半年，比亚迪实现营业收入 315 亿元，同比增长 18%；实现净利润 4.66 亿元，同比增长 29%。

2015 年度，公司实现营业总收入 800.14 亿元，同比增长 37.49%；实现归属于上市公司股东的净利润 28.29 亿元，同比增长 552.63%。

2016 年 4 月，比亚迪汕尾公司获得的全球单笔最大纯电动客车订单（44.66 亿元）。8 月，比亚迪股份有限公司在“2016 中国企业 500 强”中排名第 175 位。

2020 年以后，随着各国提出了燃油禁售和淘汰时间表，以及国内提出碳中和、碳达峰的目标，新能源时代的大潮终于来了。对于储备了多年的技术的比亚迪来说，这无疑是一个历史性的机遇。2022 年 3 月比亚迪正式停产燃油汽车，全心投入到了新能源汽车市场中来。

2022 年 6 月 10 日，比亚迪 A 股的市值成功突破万亿，比亚迪也造就了第一个万亿市值的中国汽车企业。被中国网友称为“迪王”。纵观“迪王”的成长历程，它仅做对了 3 件事，第一是找对了方向，第二是死磕技术，第三就是不懈的坚持。

比亚迪“三大绿色梦想”解决石油问题带来的全球环境污染和经济问题，科技创新造福人类、荣耀世界！

【测试任务】

为了更好地向前发展，比亚迪汽车欲对长沙市场进行一次消费者市场需求调研，现请你以长沙市消费者为目标市场，为比亚迪汽车公司设计一份以电动汽车市场需求状况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 平方米，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，设计手机市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

华为在 2011 年 10 月初将上市销售一款 Honor 荣耀手机，与小米手机规格一致，并称 Honor 较之小米手机更薄更窄更容易单手操作，功耗更低，待机及通话 时间更长。

2012 年 4 月，华为旗舰智能手机 Ascend P1 在北京全球首发，之后不久 P1 经历大幅降价和放弃系统更新两大问题，打击了用户的信心。

2012 年 6 月，华为智能手机 C8812 在中国上市 60 天零售过百万。

2013 年三季度华为出货量 1270 万部，4.8%市场份额跻身全球第三，成为 Q3 排名榜上实至名归的明星。

2014 年在全球 9 个国家建立 5G 创新研究中心；承建全球 186 个 400G 核心路由器商用网络；为全球客户建设 480 多个数据中心，其中 160 多个云数据中心；全球研发中心总数达到 16 个，联合创新中心共 28 个；在全球加入 177 个标准组织和开源组织，在其中担任 183 个重要职位；智能手机发货量超过 7500 万台。

2015 年根据世界知识产权组织公布数据，2015 年企业专利申请排名方面，华为以 3898 件连续第二年位居榜首。

截至 2016 年底，华为有 17 万多名员工，华为的产品和解决方案已经应用于全球 170 多个国家，服务全球运营商 50 强中的 45 家及全球 1/3 的人口。

2016年8月，全国工商联发布“2016中国民营企业500强”榜单，华为以3950.09亿元的年营业收入成为500强榜首。8月，华为在“2016中国企业500强”中排名第27位。

2017年6月6日，《2017年BrandZ最具价值全球品牌100强》公布，华为名列第49位。

2017年6月30日，华为技术有限公司荣获中国商标金奖的马德里商标国际注册特别奖。2017年，华为新推出的HUAWEI Mate10成为首款加载人工智能芯片的手机，为消费者带来了真正意义上的、足以称为由AI主导的智能手机。全球品牌知名度从81%提升至86%，海外消费者对华为品牌的考虑度大幅提升，较2016年同比增长100%，首次进入全球前三。

2018年度华为手机（含荣耀）全球发货量突破2亿，稳居全球前三。211家世界500强企业、48家世界100强企业选择华为作为数字化转型的合作伙伴。5G微波开启全面商用的新征程。发布全球首个覆盖全场景人工智能的Ascend（昇腾）系列芯片以及基于Ascend（昇腾）系列芯片的产品和云服务。发布AI战略与全栈全场景AI解决方案，在全云化网络基础上引入全栈全场景AI能力，打造自动驾驶网络。发布新一代人工智能手机芯片——麒麟980。

2019年华为（含荣耀）智能手机市场份额达到17.6%，稳居全球前二（IDC）；5G手机市场份额全球第一（Strategy Analytics）。

华为与运营商、合作伙伴一起，累计签署超过3,000个5G行业应用商用合同。根据第三方测试报告显示，在瑞士、德国、芬兰、荷兰、韩国、沙特等13个国家，华为承建的5G网络，用户体验均为最佳。全球700多个城市、267家世界500强企业选择华为作为数字化转型的合作伙伴。政企市场合作伙伴数量超过30,000家，其中销售伙伴超过20,000家，解决方案伙伴超过1,800家，服务与运营伙伴超过6,200家，人才联盟伙伴超过2,000家。5GtoB走向规模复制，

助力 8 大行业 3,000 多个项目数字化转型。华为云与伙伴在全球共 27 个地理区域运营 65 个可用区，覆盖全球 170 多个国家和地区；已上线 220 多个云服务、210 多个解决方案，发展 260 万开发者，云市场上架应用超过 6,100 个；聚合全球超过 3 万家合作伙伴，其中解决方案合作伙伴已经构建超过 8,000 个解决方案。截至 2021 年底，华为数字能源助力客户累计实现绿色发电 4,829 亿度，节约用电约 142 亿度，减少二氧化碳排放近 2.3 亿吨，相当于种植 3.2 亿棵树。搭载 HarmonyOS 的华为设备超过 2.2 亿台，华为终端全球月活用户超过 7.3 亿。全新发布的 HMS Core 6，包括图形、媒体、人工智能等七大领域 69 个 Kit（含 13 个跨操作系统 Kit），共计开放 21,738 个 API。

近年来，随着手机在校园里的普及，越来越多的手机厂商把目光投向了校园这一潜在的巨大市场。华为为了了解手机在学生中的普通情况，使用效果及消费情况，同时掌握手机在大学的销售情况和市场前景。公司决定以长沙市在校大学生为调研对象，对校园里的手机市场需求作一次情况调研。

【测试任务】

华为手机制造商想以长沙大学生为调查对象，开展一次手机市场需求调查，请根据背景资料设计一份调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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			

7. 试题编号: J1-7, 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。

2017 年荣获第六届世界环保（经济与环境）大会中国绿效企业最佳典范奖。

2018年推出至尊生物科技洗衣液。

2019年创新推出天露餐具果蔬洁净精华、油污克星泡沫型、卫诺除霉去渍剂、净享微米泡沫氨基酸洗手露四款新品，帮助消费者更加轻松地解决家居清洁难题。

2020年推出月亮小屋洗碗网花，布局洗涤工具领域，构建洁净生态体系，同时推出浓缩柔顺剂，持续加码浓缩领域。

2021年中国市场商品销售结果发布：蓝月亮洗衣液连续12年、洗手液连续9年市场综合占有率第一。

2022年中国市场商品销售结果发布：蓝月亮洗衣液连续13年、洗手液连续10年市场综合占有率第一。

【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平方米，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				

8. 试题编号: J1-8, 设计市场需求情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

宁乡花猪产业发展有限公司位于宁乡县双凫铺镇合轩村青龙寨宁乡花猪产业文化园,宁乡花猪产业发展有限公司工商局注册号:430124000036874,注册资金为5000万人民币。主营项目为宁乡花猪的养殖、保种、销售、游览景区管理,生猪产业发展的研究与试验;农副产品、饲料的销售。

宁乡花猪必须在完全天然、健康的环境下生长，远离任何人工生长素。2006年7月宁乡猪进入农业部确定的首批国家级畜禽遗传资源保护品种。

2006年进入国家保护名录，被誉为“国保猪”、“猪中熊猫”；

2007年，通过国家无公害农产品产地、产品认证

2009年12月，“宁乡猪”获地理标志证明商标；

2010年宁乡花猪产业发展有限公司向工商局注册“宁乡花猪”证明商标。

2013年12月15日，湖南省青龙投资有限公司与浙江省青莲食品股份有限公司有关宁乡花猪产业深度合作签约仪式在上海市举行。同时，宁乡花猪在这一天在上海进入市场销售。

2015年宁乡花猪产销达20万头，产值20亿元，产品深加工率达30%。

2016年宁乡花猪亮相中国“食餐会” 签订12亿元订单。

2021年，以花猪为主导产业的宁乡国家现代农业产业园总产值达68.39亿元。2021年，宁乡市共出栏花猪约38万头，产业链综合产值约36亿元，花猪产业量质齐升。

目前，全市共有宁乡花猪从业企业300余家，覆盖保种、养殖、屠宰、加工、销售、农旅等全产业链。宁乡花猪产品也“飞”向北上广深等一线城市大卖场，品牌价值和市场影响得到极大提升。小小花猪，力争上游。宁乡市坚持打造“百亿产业、富民产业、品牌产业”，确立到2026年，宁乡花猪“出栏100万头，产值100亿元”的“双百”目标。

【测试任务】

现为了更好地扩大产品知名度，为消费者做好每一次服务，做到真正的线上与线下相结合，宁乡花猪产业发展有限公司想对其产品做一次消费者市场需求调查。

请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

9. 试题编号：J1-9，设计满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南华天大酒店股份有限公司是一家以酒店业为核心，以房地产与旅游为两翼，誉满三湘、比肩国际的现代旅游服务企业。1988年5月8日，公司首家高星级酒店——长沙华天大酒店开业，1995年成立华天国际酒店管理公司，1996年实现成功上市。目前，公司托管总资产逾80亿元，拥有高星级与经济型酒店60余家；公司连锁酒店遍布湖南14个州市及北京、上海、武汉、郑州、长春、南昌、西宁、呼和浩特等全国主要中心城市；随着张家界旅游业的不断发展，2002年华天入驻张家界。作为我国酒店业的“湘军”，公司荣膺“中国饭店业集团20强”、“全球饭店集团300强”，成为我国中西部地区最大的民族酒店品牌。

酒店各类会议宴会服务设施功能完备、设备先进，以传神美食、顶级服务成为我国酒店餐饮的奇葩；崇尚健康与品位的华天娱乐，以一流的设备和场馆，放牧着都市人的悠闲自在心情。

公司秉承“勤奋敬业，业精技高，追求完美，严字当头，永争第一”的华天精神，华天人以服务为事业，持之以恒地为顾客创造满意加惊喜的精致服务，华天人专业贴心、浓情细意的优质服务创造了无数感人至深故事与传奇。华天已然成为尊贵宾客、高端会务、精英商务的首选。

【测试任务】

为了提高自身服务水平，湖南华天大酒店股份有限公司欲在张家界市进行一次消费者知名度与满意度的调研，现请你根据背景资料设计一份华天大酒店在张家界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 平方米，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，设计产品需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

维达集团创建于1985年。1999年8月，维达国际控股有限公司于开曼群岛注册成立。1999年至2005年，为更完善地组织本集团的整体公司架构以促进增长及扩充战略，本集团进行一系列重组，先后成立和达企业有限公司、维达纸业（香港）有限公司、维达纸业（湖北）有限公司、维达纸业（北京）有限公司、维达纸业（广东）有限公司、维达北方纸业（北京）有限公司、维达纸业（江门）有限公司、维达纸业（孝感）有限公司、维达纸业（四川）有限公司和维达纸业（浙江）有限公司。

二十多年来，维达集团坚持“勇于开拓，不断创新”的方针，依靠科技进步滚动发展，先后引进日本、美国、德国等国家和地区的先进造纸设备以及产品配套设备，开发生产高级卫生原纸、盘纸、纸巾、餐巾、盒装面巾、湿巾、卫生卷纸等系列产品。至2007年底集团在中国设有五个生产基地，拥有17台造纸机，总设计产能达24万吨。其中集团从美国引进的全球先进的生产设备——日产100吨的高速纸机，运行速度2200米/分钟，是目前世界上运行最快的造纸机之一。产销网点遍及全国各地，还出口到香港、澳门、澳洲、新西兰、越南、柬埔寨、菲律宾、英国、德国、加拿大、南非等国家和地区。

近年来，维达始终坚持“追求卓越，领导创新，提升品牌竞争力，实现速度与效益的同步增长”的目标，以品牌为战略核心开展各项工作，积极推动本企业技术创新活动，促进产品的研发及生产流程的技术改造，从而达到不断开发新产品，引导新消费，创造新市场，降低成本，提高竞争优势。

2016年7月29日，生活用纸行业领导品牌维达携手天猫超市在上海拉开了一场名为“纸间的幸福”——维达超韧纸巾婚纱时尚盛典的狂欢序幕。这场时尚盛典在唯美浪漫的纸巾婚纱走秀中开始，作为本次活动特邀出席嘉宾的国民女神林志玲压轴亮相，身穿由国际知名设计师兰玉量身打造的纸巾婚纱，内外兼修的女神一出现，便将线上线下的气氛激情引爆。

【测试任务】

公司想了解其产品的需求情况，为此他们将组织一次市场调研活动，并计划选取北京、广东和武汉三个城市作为代表城市，在这三个城市中随机发放问卷。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平方米，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
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	

分)	具体内容	封面完整	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)	不少于1500字,每少50字扣1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			

子模块二 问卷设计

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。

伊利集团推出的“每益添”超级子品牌，将继续引领高端活性乳酸菌饮品市场的发展。伊利集团低温业务领域，将不断创新，继续引领健康、活力的时尚生活方式，诠释“滋养生命活力”的品牌内涵。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平方米，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		分	考核点	备注
职业素养 (20)	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				

12. 试题编号: J1-12, 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 平方米，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		分	考核点	备注
职业素养 (20)	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 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	

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，巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

巴拉巴拉（Balabala）中国著名休闲品牌森马所有者中国森马集团2002年在香港创建的童装品牌，以童装休闲为切入点，以“高起点，高档次，低价位”为经营发展战略，以“务实，开拓，创新”为经营理念，以“休闲，时尚，运动，健康”的都市化风格，获得了市场和消费者的高度认可。

巴拉巴拉产品已全面覆盖0-16岁儿童的服装、童鞋、配饰品类。巴拉巴拉注重消费者购物体验，一站式的零售空间提供多样的专业时尚产品，持续创造选择丰富、物超所值的消费价值。

2011年11月，中国各地全面实施双独二孩政策；2013年12月，中国实施单独二孩政策；2015年10月，中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议公报指出：坚持计划生育基本国策，积极开展应对人口老龄化行动，实施全面二孩政策。放开“二胎”政策，对很多行业都产生了不小波动。与儿童息息相关的童装行业则首当其冲。2021年5月31日，中共中央政治局召开会议，审议《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》并指出，为进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施。

中国家庭结构催生儿童消费文化。30多年的计划生育政策导致中国社会产生众多的4+2+1的家庭结构，即4个老人、2个父母和1个孩子；未来二孩政策全面放开会产生部分的4+2+2结构。这样的家庭人口构成，加上人均收入水平的不断提高导致1的地位不断上升，催生一种孩子主导消费的新型文化。70-90后父母在孩子身上消费能力强。据国家统计局数据统计显示，全国一二三线城市中，0-14岁儿童支出占家庭支出比例约40%。但同时我们应该看到，由于孩子还没有经济能力，催生出的这种儿童经济背后的消费主体是父母，也就是目前70后、80后，以及未来的90后人群。儿童数量决定了市场的消费容量，而父母的消费习惯决定了市场的消费频率和质量。以儿童服饰为例，70-90后父母的品牌意识更强，对其颜色、款式、质量要求更高，更愿意在孩子身上投入，童装品牌化、专业化、品质化、时尚化的趋势逐渐形成。

另外，随着家庭收入不断提升，儿童服饰年人均消费金额也是逐年提升。2008年童装年人均消费金额为350元，至2012年已达到740元；2017年童装年人均消费额将达到1700元。根据国家统计局相关的统计数据，中国0-14岁儿童及少年已有2.22亿人，根据中国人均消费情况，结合相关的调查问卷的数据，预测中国的童装消费规模已经高达1500亿元，同时考虑到人口出生率为11.93%，处在较高的

水平，意味着，中国童装市场规模将继续扩大，发展情景乐观。高端童装作为童装市场的重要组成部分，考虑到高端童装主要由中高端收入家庭消费的现实，中国高端童装市场的规模已经超过 300 亿元，前景非常好。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷，目的是在国家二孩政策出台后，制定巴拉巴拉企业的童装生产计划。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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		分	考核点	备注	
职业素养 (20)	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	

14. 试题编号：J1-14，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，销量蝉联全球第一。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%。正是新能源汽车板块的增长，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。

2020 年 6 月 20 日，全新的旗舰级新能源车型——比亚迪汉上市后凭借精致的外观和完美的内饰，在车圈中获得众多的关注，同年年底，DM-i 超级混动系统正式亮相：2021 年 4 月 7 日，比亚迪一口气发布了 21 款唐 EV、秦 PLUSEV、宋 PLUSEV、21 款 e2 等四款车型，同时宣布了旗下未来全系纯电动车将搭载比亚迪的最新技术刀片电池的消息，这一举动撼动了新能源汽车领域，特别是刀片电池的出现，对于新能源汽车行业来说，属于一项重大变革。混动系统和刀片电池的出现，彻底落实了比亚迪是自主品牌“龙头企业”的身份。

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

15. 试题编号：J1-15，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	木瓜味	融入10%纯正优质木瓜原汁，滋润纤美。

		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。
果料鲜酪乳	100g	精选符合出口标准、纯天然无污染的优质鲜牛奶发酵，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。	原味、草莓、蓝莓、粟米、黄桃	含10%纯正果料，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	200ml/500ml	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	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，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 平方米，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		分	考核点	备注	
职业素养 (20)	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，水井坊新市场开发调研问卷的设计

（1）任务描述

【背景资料】

水井坊位于成都老东门大桥外，是一座元、明、清三代川酒老烧坊的遗址。2000年被国家文物局评为1999年度全国十大考古发现之一，2001年6月25日由国务院公布为全国重点文物保护单位。以后又被载入大世界吉尼斯之最，“世界上最古老的酿酒作坊。”水井坊遗址的发掘极大地丰富了中国传统酒文化研究的内容，填补了中国古代酒坊遗址、酿酒工艺等方面的考古空白。2012年3月，英国洋酒63亿购水井坊获得批准。

井坊酒陈香飘逸、甘润幽雅的品质，为白酒专家们推崇备至，受到众多深谙品酒之道人士的青睐。美在形，更在神。酒是物质的，更是精神的，如果仅仅从物质层面考虑它的绝对值，撇开精神价值探讨白酒是不合适的，尤其是对高档白酒更是如此。消费者饮用高档白酒，

一方面是满足物质层面的需要，属于物质享受，更多的是满足精神层面的需要，是精神的享受，所以酒的价格一部分取决于其品质的绝对值，一部分取决于其品牌附加值。水井坊之所以能成为中国高档白酒的典范，从众多高档白酒中独树一帜，不仅仅因为它卓越的、无与伦比的“色、香、味、格”，更主要是因为水井坊酒所蕴涵的典雅文化与高雅品位以及借助此品牌为消费者提供的各项高附加值的服务。水井坊酒的高价格，既源自它的高品质，也源自它的高品位和带给消费者至醇至美的享受。对于水井坊的消费者而言，水井坊酒不仅喝到胃里，更喝到心里。

观其表而知其里，很多人对水井坊酒“一见钟情”是由于它雅致的、创新的包装在传承了中国传统文化精华的同时，又巧妙地融入了时尚先进的设计理念，带给消费者愉悦感。水井坊酒的包装在素有广告界“奥斯卡”之称的国际莫比设计大赛中，从世界 3000 多件优秀作品里脱颖而出，一举夺得金奖和最高成就奖，这是中国企业第一次享有此项荣誉。2016 年 8 月 2 日，水井坊在南京举办“悦于形、匠于心”光影盛宴。被誉为“摄影诗人”的孙郡，将创作题材延伸到传统工艺领域，为高端白酒品牌水井坊拍摄中秋品牌主视觉海报以及传统酿造工艺环节系列大片。

自酒驾禁令、八项规定、军队禁酒等国家政策颁布以来，对酒产生了明显的影响。国家政策对中国酒的当前发展具有制约和压抑作用，但从长远来看具有保护和促进作用。很多企业会在近期进入冬眠期。但在此时期转型升级的企业会得到持续健康发展。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计水井坊新市场开发调研问卷，目的是在酒驾禁令、八项规定、军队禁酒等国家政策出台以后，如何开发水井坊新的市场，实现水井坊新的销售和利润点。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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		分	考核点	备注	
职业素养 (20)	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，具有获取有益信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
		8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型(8分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题(4分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分)，开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	12		每个问题只包含一项内容(2分)，避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分，扣10分封顶)
		答案设计	10		切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性
		问题内容	5		问卷总共不少于15个问题(3分)，其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
		整体把握	15		整个问卷要与调研任务相符合(5分)，选取充分性和必要性的问题(2分)，内容翔实完整、条理清晰(2分)，并具有可行性(4分)，通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)
小计		100			

17. 试题编号：J1-17，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，更不断从其他行业吸收精英以满足业务高速发展以及服务不断完善的需要。

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

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

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

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

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

4、安全的运输服务。货物损坏率为是十万分之一，属同行业最低。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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		分	考核点	备注	
职业素养 (20)	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			

18. 试题编号：J1-18，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得好奶粉。相比在电视广告中投入大把金钱宣传，将这些投入直接惠及中国万千妈妈岂不是更实在！

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

“现代奶业发展科技工程”项目是国家中长期科技发展规划重点领域中的重点内容，于2012年启动，包括4个共性关键技术研究课题和6个示范类课题。本项目充分发挥企业作为奶业科技创新的主体作用，围绕我国奶业规模化发展中的关键技术问题，重点开展奶牛遗传改良、营养调控、优质粗饲料开发与利用、群发性疾病防治以及原

料奶质量控制等关键技术研究，并进行产业化示范。由亚华乳业参与实施课题一“原料奶质量安全监控关键技术研究”，按照课题任务书年度计划和目标稳步推进实施，取得了一系列标志性创新成果。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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		分	考核点	备注	
职业素养 (20)	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：J1-19，九芝堂网络营销渠道调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

九芝堂作为一家拥有358年历史的老字号药企，多年来为湖湘人民的健康事业作出了巨大贡献。多年来，九芝堂更是一直是以“药者当付全力，医者当问良心”为祖训，其中药文化被列入中国第二批非物质文化遗产项目保护目录，是当之无愧的中华老字号。九芝堂从一家小药铺起家，到今天已经在全国成立多家子公司，拥有近200家连锁门店，其产品也远销海外多个国家，并将九芝堂文化传入世界各地。

在21世纪，互联网的大规模普及，使得网购已经逐渐成为年轻消费者购物的首选，很多的线下的大型企业纷纷在线上开辟营销新渠道。九芝堂身为被国家商务部认定为“中华老字号，有着350多年的悠久历史，历经潮起潮落，声名远播，无论经历多少挫折，依然屹立于世。虽是老字号却不会完全的守旧，除了遵循古法炼药，九芝堂也

在积极的寻找新的营销方式。网络购物的兴起，九芝堂看到新希望，决定与电商巨头强强联合，开创“互联网+老字号”电商营销新时代。

天猫和京东都是综合性的购物网站，九芝堂为了更好的服务年轻客户更多的“年轻化”消费者提供专业服务，分别在这两家网站开设了官方旗舰店。九芝堂将积极与电商合作，坚守传统中药文化，不断完善、优化线上产品供应链，实现传统医药线上覆盖最大化。在互联网时代，引领老字号线上消费新潮流。

双十一和双十二近几年一直都是网友的全民狂欢。九芝堂自从入驻电商以来，2015年是首次参与这种电商购物节，但是已经获得了不小的成功。首次迎接大型购物节就能取得成功，不仅是对九芝堂的自身实力的肯定，也是后台人员努力工作的成果。从这些天的成功来看，九芝堂成立网上的官方旗舰店是一个正确而开明的决策。

随着顾客消费习惯日新月异的变化，九芝堂不断寻求新的方法和平台，在门店之外建立消费者与九芝堂之间的关联，此前通过赞助热门综艺节目，推出微信公众平台都是九芝堂的紧跟潮流的新尝试。此次天猫和京东网上旗舰店的开业无疑让消费者有了更多的选择，当然九芝堂也会继续在网上为消费者提供更加优质和快捷的服务。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计九芝堂网络营销渠道调研问卷，目的是选择适合消费者的销售渠道，为购买提供便利。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 平方米，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		分	考核点	备注	
职业素养 (20)	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,具有获取有益信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
		8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	4		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容
		问卷标题	3		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	10		根据问题内容选择合适的问题类型(8分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	8		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	12		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	10		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	5		问卷总共不少于15个问题(3分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
		整体把握	15		整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)
小计		100			

20. 试题编号：J1-20，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地给孩子换老师，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，如果说一个班级上有几十号人，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 平方米，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		分	考核点	备注
职业素养 (20)	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，具有获取有益信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷

品 (8 0 分)	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)	字数不限
	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			

子模块三 调研报告

21. 试题编号: J1-21, 汽车消费基本情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某机构针对长沙地区 1000 有车用户进行了汽车消费基本情况的问卷调查,现将调查资料整理如下:

1、有车用户家庭月收入分析:

表 1: 有车用户家庭月收入

家庭收入	比重 (%)	累计 (%)
------	--------	--------

7000 元以下	28.26	28.26
7000~8000 元	33.70	61.96
8000~9000 元	10.87	72.83
9000~10000 元	18.48	91.31
10000 元以上	8.69	100.00

2、有车用户家庭结构分析:

表 2: 有车用户家庭结构

家庭结构	比重 (%)	累计 (%)
夫妻	36.96	36.96
与子女同住	34.78	71.74
与父母同住	8.70	80.44
单身	17.39	97.83
其他	2.17	100.00

3、消费者职业构成:

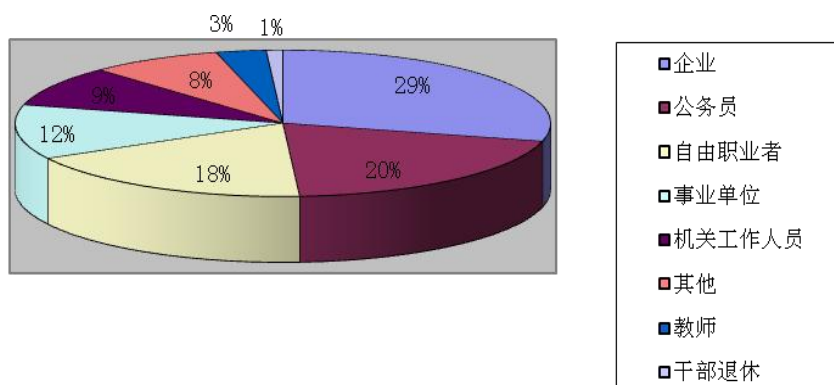


图 1 消费者职业构成情况

4、有车用户年龄及驾龄分析:

在所调查的消费者中, 年龄大多在 30~40 岁或是 30 岁以下, 所占比重分别为 43%和 28%, 也有 23%的消费者年龄在 40~50 岁, 仅有 6%的消费者年龄在 50 岁以上。

5. 影响消费者购车的因素

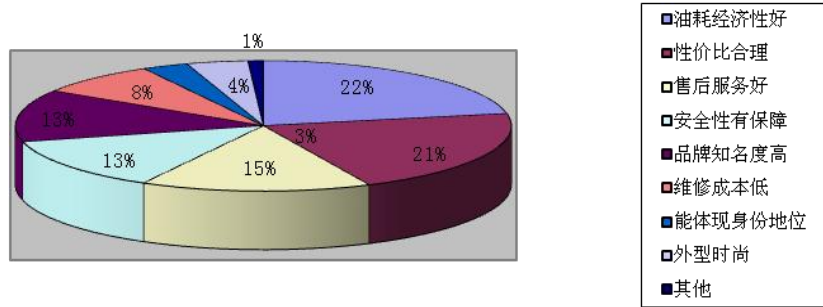


图 2 影响消费者购车的因素

6. 消费者获取信息的渠道

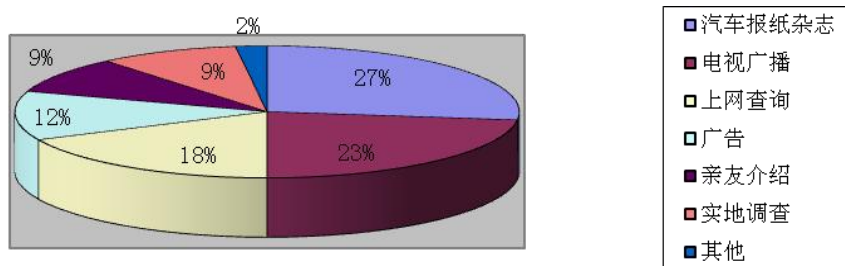


图 3 消费者获取信息的渠道

7. 消费者最信赖的购车场所

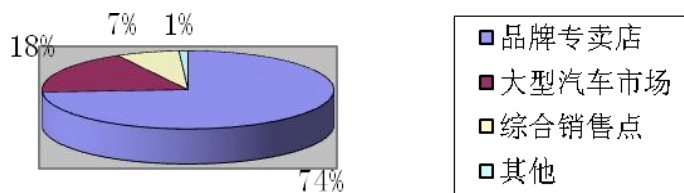


图 4 消费者信赖的购车场所

8. 消费者满意的支付方式

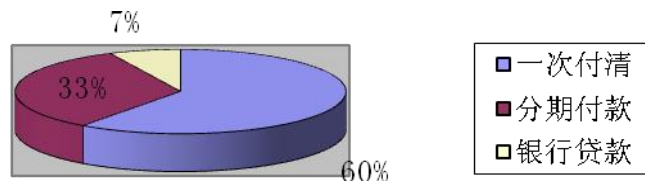


图5 消费者满意的支付方式

【测试任务】

请根据某机构提供的长沙地区 1000 有车用户汽车消费基本情况数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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	卷容格	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、	格式要

(80分)	式		正文、附件)	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代,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			

22. 试题编号: J1-22, 宾馆满意度调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某宾馆通过对 800 名顾客抽样调查(问卷调查)，数据汇总如下。

项目	很满意(人)	较满意(人)	一般(人)	不满意(人)	很不满意(人)
1 进店接待	170	180	250	150	50
2 手续办理	178	188	260	138	36
3 大堂布置	180	230	260	90	40
4 大堂设施	180	230	260	90	40
5 大堂卫生	180	190	248	142	42
6 客房布置	188	192	256	144	40
7 客房设施	150	160	240	150	100
8 客户卫生	148	162	250	140	100
9 客房服务	180	195	258	97	70
10 客户用品	148	160	252	148	92
11 水电供应	200	260	278	50	12
12 通信	200	250	288	40	22
13 电视	200	250	288	40	22
14 服务态度	150	160	250	140	100
15 投诉处理	140	170	250	130	110
16 餐厅布置	156	200	300	84	60
17 餐厅设施	156	200	300	84	60
18 餐厅卫生	160	200	300	130	110
19 餐厅服务	150	180	240	130	100
20 饭菜品种	150	160	250	140	100
21 饭菜卫生	140	170	250	130	110
22 饭菜份量	150	180	250	120	100
23 饭菜档次	150	160	250	130	110
24 饭菜价格	150	160	250	130	110
25 饭菜色香味	140	150	230	160	120
26 碗筷餐巾	150	180	250	120	100
325327 等候时间	200	250	288	40	22
28 酒水饮料	200	260	270	48	22
29 酒店外观	200	250	288	40	22
30 酒店装修	210	260	298	20	10
31 酒店绿化	210	260	298	20	12
32 娱乐设施	140	160	220	160	120
33 酒店交通	210	250	300	30	10
34 宣传用品	130	160	200	198	112
35 酒店安全	200	250	288	40	12

其他调查资料：

- 1、顾客来住店之前，知道本酒店的 320 人，不知道的 680 人。
- 2、顾客来本店的次数分布：1 次的 300 人，2 次的 200 人，3 次的 120 人，4 次的 100 人，4 次以上的 80 人。
- 3、本店近三年来营业收入增长率分别为：8.6%、9.8%和 7.2%。
- 4、本店近三年投入的广告费用增长率分别为：5.3%、4.2%和 2.8%。
- 5、据本店员工满意度调查，有关项目的满意度为：用人机制 75.8%，物质激励 80.1%，精神激励 71.3%，人际关系 70.2%，劳资关系 73.2%，技术培训 70.2%，发展期望 68.8%，企业管理 70.5%，愉快感 70.1%，信任感 70.2%，员工安心率 68.3%。

【测试任务】

请根据以上提供的某宾馆 800 名顾客抽样调查(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 平方米，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			

23. 试题编号：J1-23，微商用户基本情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某学校市场营销专业学生在 2015 年对微商用户基本情况进行了一次调研，其调研结果统计如下：

2015年女性获取美妆信息的主要渠道



图 1 2015 年女性获取美妆信息的主要渠道

2015年女性移动美妆用户护肤品网络购买渠道Top10

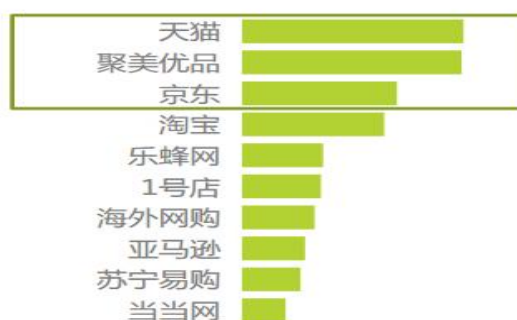


图 2 2015 年女性移动美妆用户护肤品网络购买渠道 TOP10

2015年微商用户职位分布

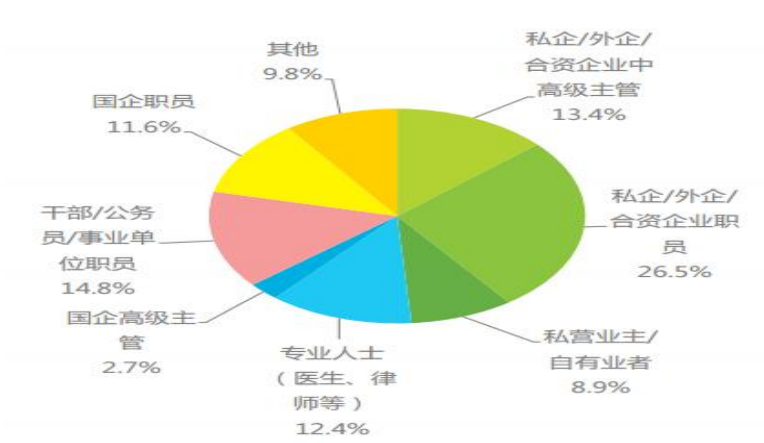


图 3 2015 年微商用户职位分布

2015年微商用户年龄段分布

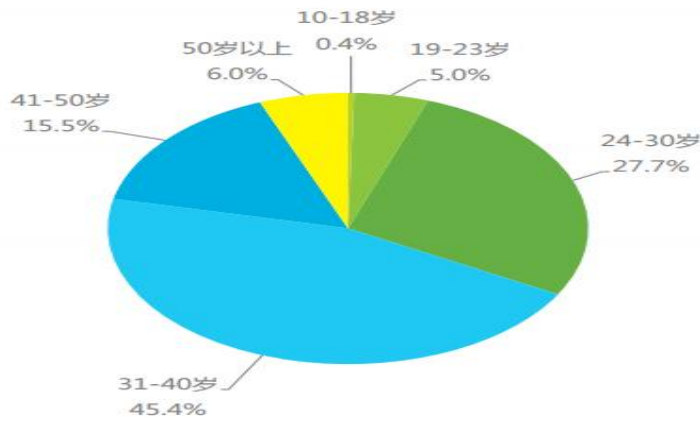


图 4 2015 年微商用户年龄段分布

2015年女性微商用户微信购物品类

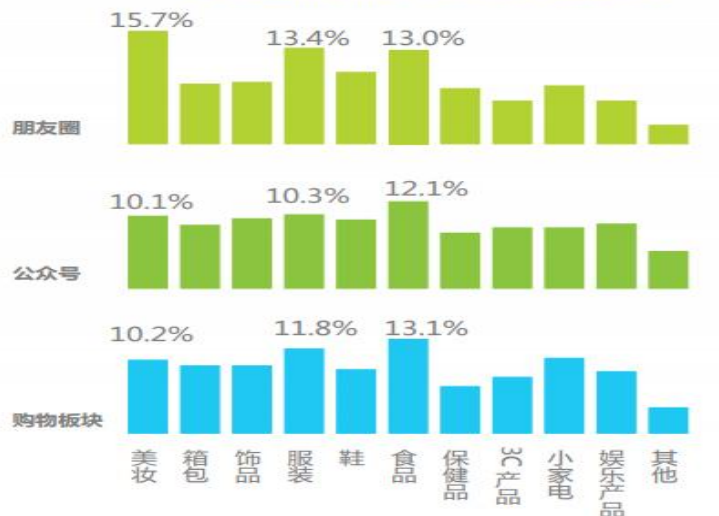


图 5 2015 年女性微商用户微信购物品类

2015年男性微商用户微信购物品类

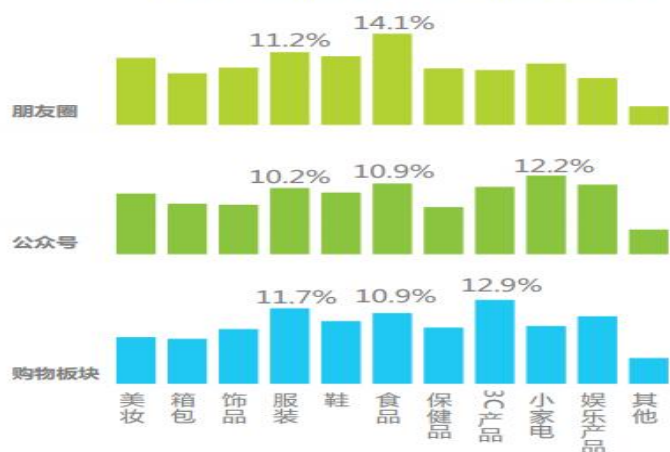


图6 2015年男性微商用户微信购物品类

2015年微商用户的购买原因

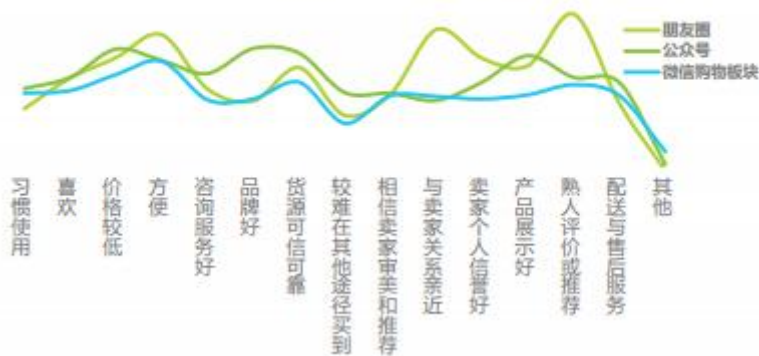


图7 2015年微商用户的购买原因

2015年微商用户的未购买原因

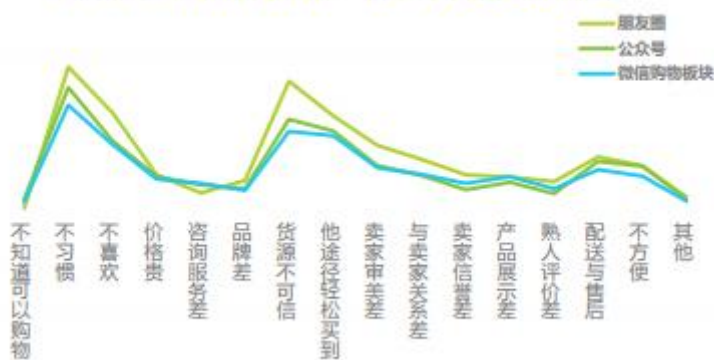


图8 2015年微商用户的未购买原因

过去一年內微商用户购物次数

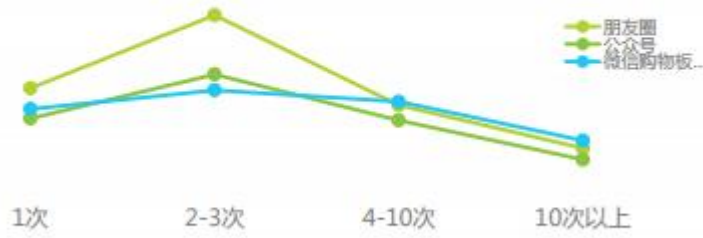


图9 过去一年內微商用户购物次数

过去一年內微商用户累计购物金额分布

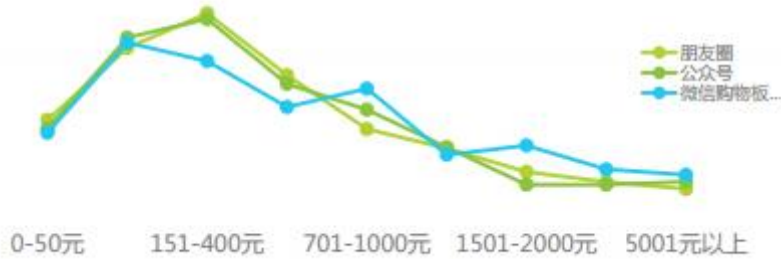


图10 过去一年內微商用户累计购物金额分布图

2015年微商用户偏好的产品类型

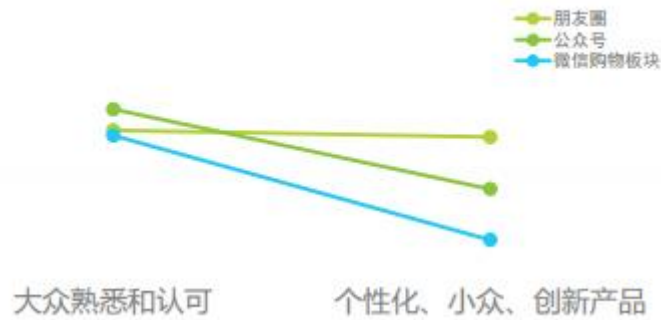


图11 2015年微商用户偏好的产品类型

2015年微商用户偏好的产品渠道类型

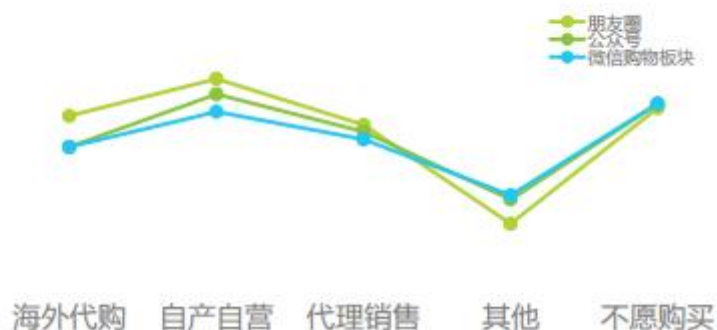


图 12 2015 年微商用户偏好的产品渠道类型

【测试任务】

请根据某学校市场营销专业学生提供的 2015 年微商基本情况调查数据，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 平方米，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			

24. 试题编号：J1-24，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2021年5月4日~12日对北京方便面市场进行了一次系统的、有针对性的调研。本次调研采用了国际通行的CLT调查方法，成功访问方便面直接消费者636人，调查结果的置信度在95%以上。具体数据资料如下：

1、消费者常吃的方便面品牌：其中主要品牌康师傅36.2%，统一31.4%，华龙8.3%，福满多7.6%；

2、品牌选择的因素：口味居第一占36.3%，品牌知名度18.2%；

3、消费者最喜欢吃的方便面口味是辣味，占39.1%；其次是红烧牛肉味，占18.7%；海鲜味占18.5%；

4、问及消费者主要在什么情况下吃方便面时，38.4%的消费者回答是“时间紧”，居第一位；

5、吃方便面的好处：方便为64.0%、省时为35.2%，省钱和实惠的合计为15.7%；

6、吃方便面的坏处：没有营养占53.7%；防腐剂过多和对胃不好，分别占27.1%和8.2%。

7、消费量及购买量：每月吃6~12袋方便面的消费者比率为38.6%；其次是19~24袋占24.2%；而每次购买5~8袋方便面的消费比率高达56.4%；

8、价格：1.1~2元40.6%，2.1~3元32.2%，3元以上13.9%，

1.0元以下 13.3%;

9、吃方便面的时间:晚上占 34.2%,中午占 31.2%,早上占 21.8%,随时想吃就吃的只有 4.6%;

10、现有方便面产品的缺点:没有营养的 33.6%,有防腐剂的 22.2%,口味单调的 19.2%;蔬菜包少的 12.7%和面不筋的 6.7%;

11、消费者吃方便面的同时还添加哪些食品:鸡蛋 34.1%,火腿肠 32.4%,蔬菜和咸菜分别占到 21.3%和 5.6%,不添加任何食品的占 19.4%;

12、销售渠道:超市占 76.1%,食品零售店占 20.2%;其他销售渠道占 3.7%;

13、对营养型方便面的需求进行了有针对性的测试。在被问及如果方便面厂家推出一种新的“营养型方便面”,不仅口味好,食用方便,吃一盒能吃饱,而且能满足您一顿饭对身体所需的全部营养需要,价格每盒在 4 元左右,您是否会购买这种“营养型方便面”时,肯定会购买和会购买的合计占到 32.4%,表示可能会购买的占到了 37.9%,不会购买和肯定不会购买的分别为 17.6%和 3.7%。

14、消费者会购买这种营养型方便面的主要原因:有营养、方便比率占 26.8%,抱着试一试态度占 22.2%,口味好占 8.2%。

【测试任务】

请根据某公司提供的北京方便面市场基本情况调查数据,用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求:

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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		

25. 试题编号：J1-25，商品住房消费者满意度调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为了加强对商品房市场的社会监督，配合政府有关部门搞好商品房市场的监督管理，反映广大消费者的呼声，中国消费者协会联合北京、天津、上海、重庆、大连、青岛、厦门、深圳、杭州、武汉、成都、西安等12个城市的消协组织对218个普通住宅小区、楼盘开展了“商品住房消费者满意度调查”活动。本次调查采用“判断抽样”法选取商品房项目，调查入住1-3年、在价格、规模和区域方面具有代表性的普通商品住房，采用“等距抽样”的方法选取住户并访问经历购买过程并长期居住在被调查项目中的消费者。调查设计样本量为18500个住户，最终回收有效问卷16376份，回收率为88.52%。现将有关数据整理如下：

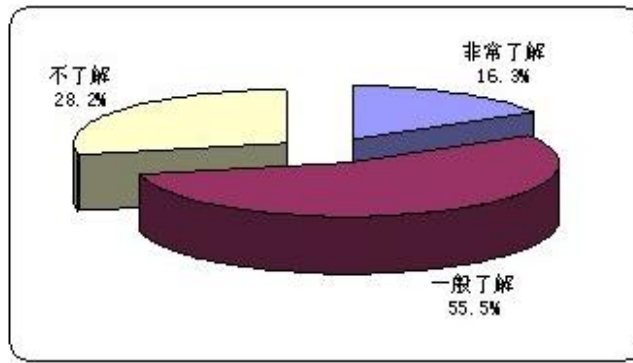


图1 消费者对中小户型房贷政策了解情况

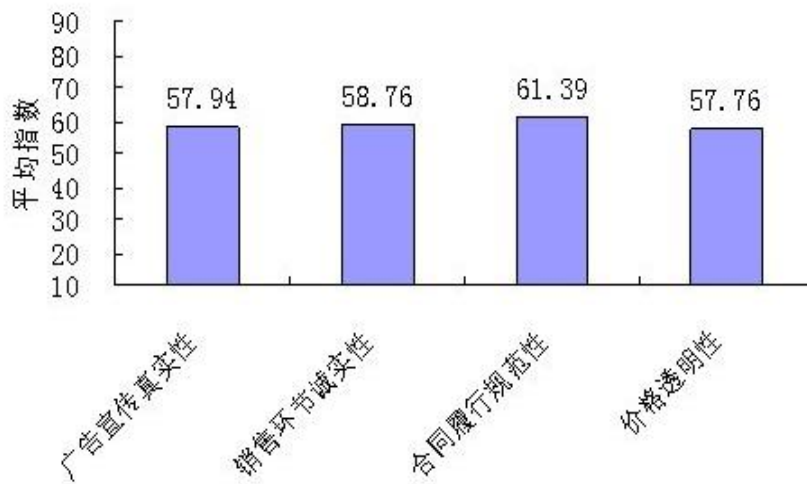


图2 房地产行业整体诚信状况满意度指数比较

满意度指数为0-100。50以下为“非常不满”；50-60为“不满”；60-70为“一般”；70-80为“满意”；80以上为“非常满意”。

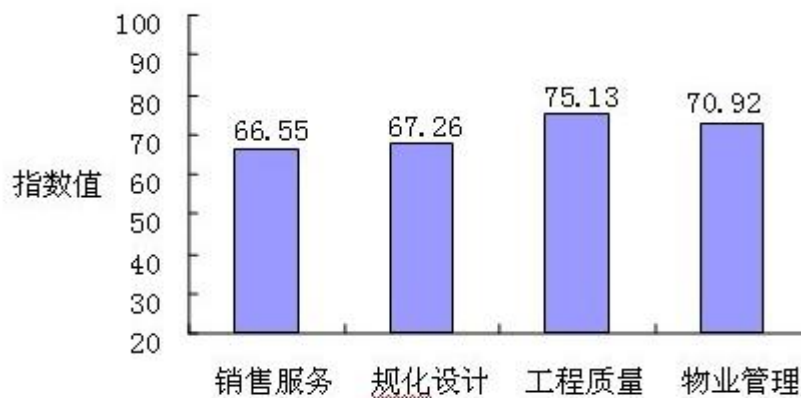


图3 消费者对现住房屋各方面满意度水平比较

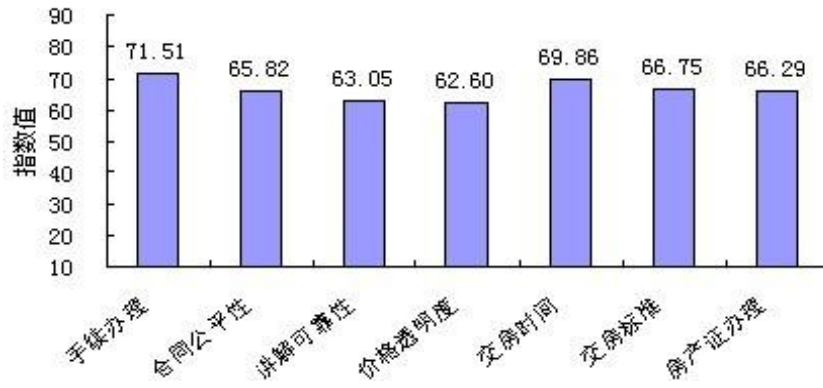


图4 消费者对商品房销售各方面服务满意度情况

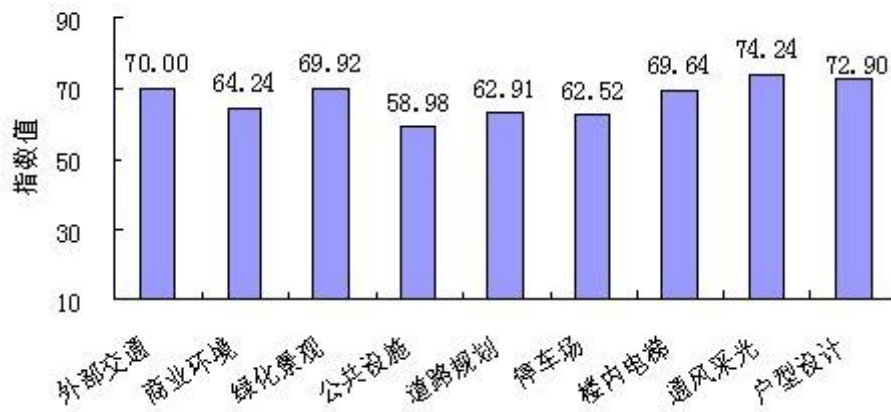


图5 商品房规划设计满意度情况

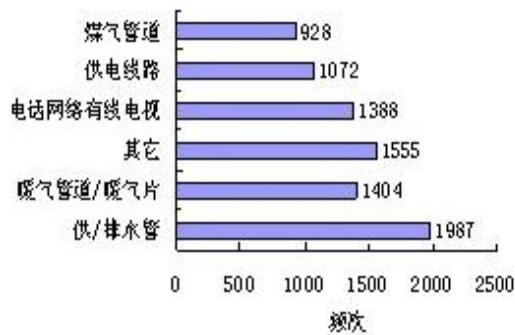


图6 房屋管线质量突出问题反映频次

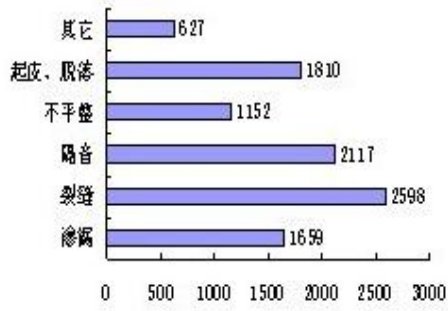


图7 房屋墙体质量突出问题反映频次

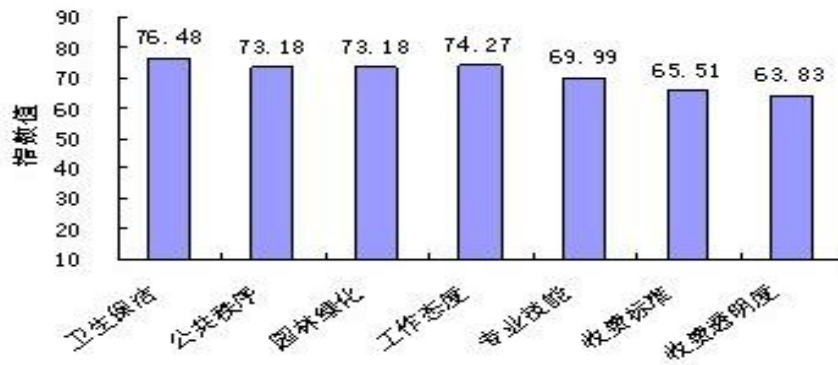


图8 消费者对小区物业管理各方面满意度状况

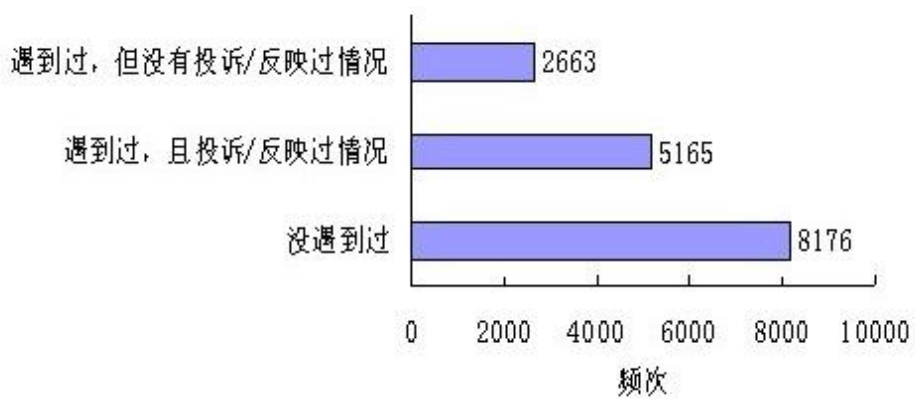


图9 消费者对房屋质量问题投诉情况



图 10 消费者向机构、单位投诉/反映的频次

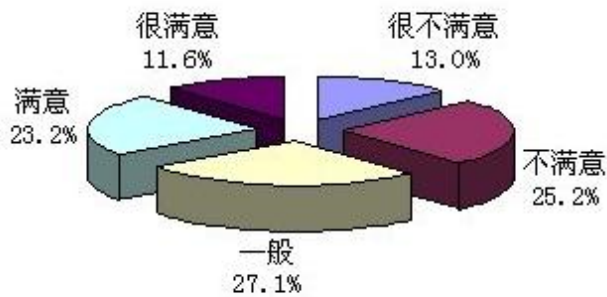


图 11 消费者对投诉结果的满意评价情况

【测试任务】

请根据中国消费者协会提供的 12 个城市 218 个普通住宅小区、楼盘“商品住房消费者满意度调查”调研数据，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 平方米，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		

26. 试题编号：J1-26，二手车市场消费需求调研报告

（1）任务描述

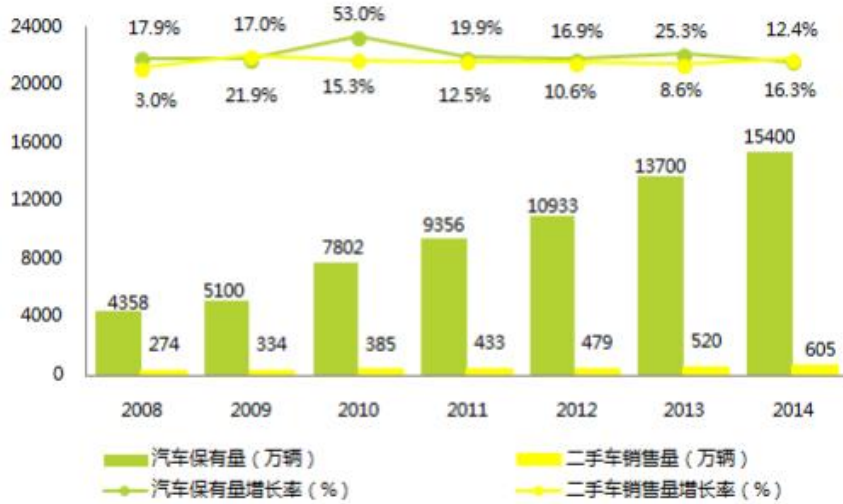
【背景资料】

二手车作为汽车流通价值链上最为重要的一环，中国二手车市场潜力巨大，前景空前。从2000年到2014年的15年间，二手车市场的交易量从25.17万辆上升到605.30万辆，增长了约24倍，交易金额已达到3675.65亿元的规模，较2000年增长了近58倍。中国汽车流通协会预计，到2020年中国同期二手车交易规模达到2920万辆。新车与二手车交易规模比例将接近1:1，中国汽车市场将更加体现成熟市场的基本特征。二手车流通规模的快速增长，将促进循环消费，推动汽车工业健康发展，在引导生产、扩大消费、带动就业、促进经济平稳较快发展、提高人民生活水平等方面将起到重要作用。

伴随互联网与移动互联网技术的成熟，国内二手车在近3年间涌现多种新兴电商模式，备受业内外及资本关注，二手车电商的发展更

是对汽车工业和汽车流通业带来巨大的牵动力。现将有关数据整理如下：

2008-2014年中国汽车保有量及二手车销售量



2014年H2中国二手车平台车辆拍发规模



2014年H2中国二手车电商车辆总成交规模



2014年H2中国二手车电子商务交易额



2014年H2中国二手车热销品牌市场份额

序号	热销品牌	份额
1	上海大众	9.8%
2	一汽大众	8.5%
3	上海通用	6.0%
4	东风日产	4.3%
5	奇瑞汽车	4.0%
6	长安汽车	4.0%
7	北京现代	4.0%
8	天津一汽	3.7%
9	东风雪铁龙	3.1%
10	通用别克	2.8%

2014年H2中国二手车热销车辆颜色市场份额

序号	热销颜色	份额
1	灰色	35.2%
2	黑色	20.2%
3	白色	11.7%
4	红色	10.0%
5	蓝色	8.9%
6	银色	5.4%
7	黄色	4.8%

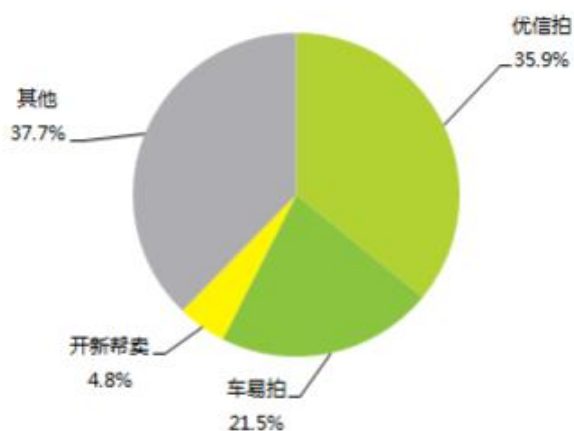
2014年H2中国二手车热销车辆排量市场份额

序号	热销排量	份额
1	1.6L	35.2%
2	1.8L	20.2%
3	1.0L	11.7%
4	2.0L	10.0%
5	1.4L	8.9%
6	1.5L	5.4%
7	1.3L	4.8%
8	2.4L	3.4%

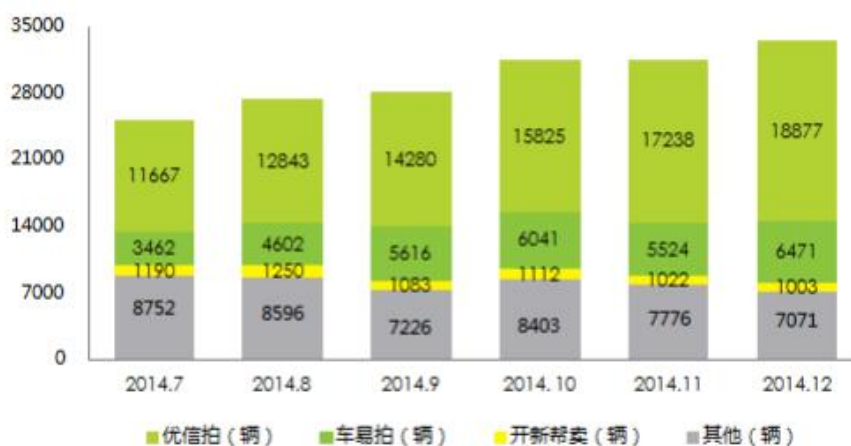
2014年H2中国二手车电子商务平台车辆发拍量规模



2014年H2中国二手车电商核心企业发拍量市场份额



2014年H2中国二手车电子商务平台车辆成交量规模



2014年H2中国二手车交易平台交易额规模



【测试任务】

请根据二手车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 平方米，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
	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）。	字以上，每少50字扣1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，外卖 O2O 市场基本情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

目前，中国外卖 O2O 市场呈现了良好发展势头，为了更准确地预测外卖 O2O 市场的未来，艾瑞咨询从用户属性、外卖渠道两方面进行了专项调研，统计资料如下：

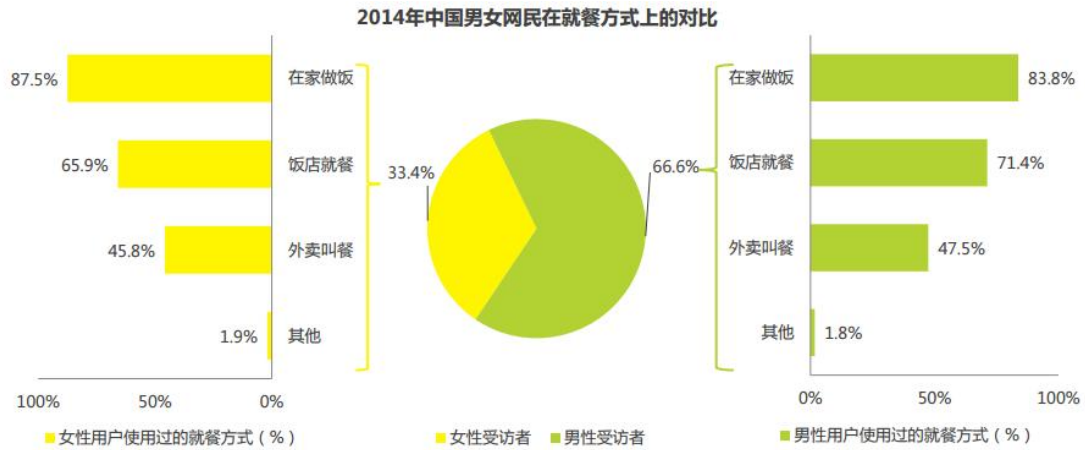


图1 2016年中国男女网民就餐方式对比图

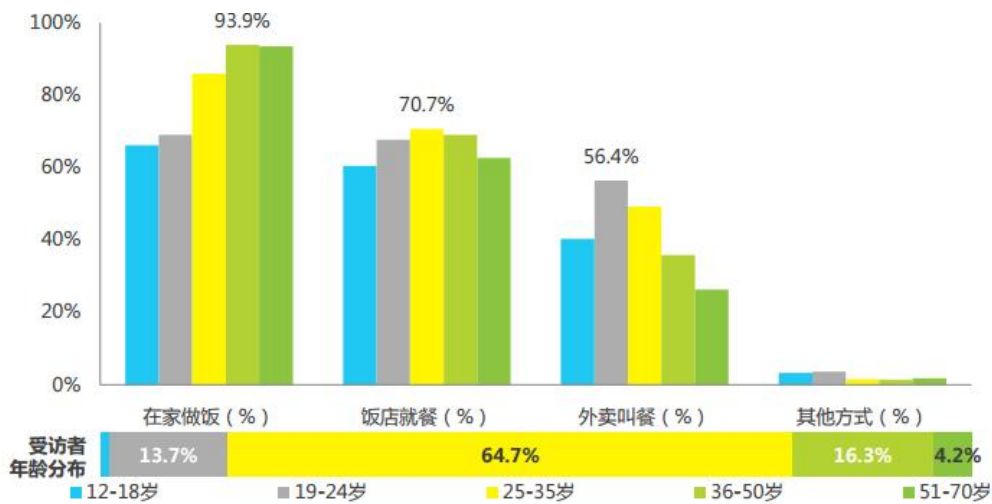


图2 2016年中国各年龄段网民就餐方式对比图

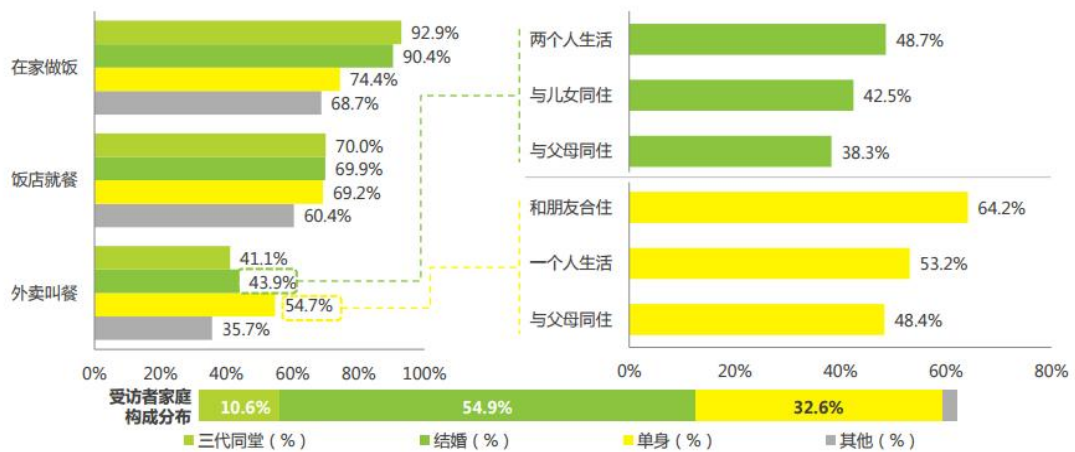


图 3 2016 年中国不同居住情况网民就餐方式对比图

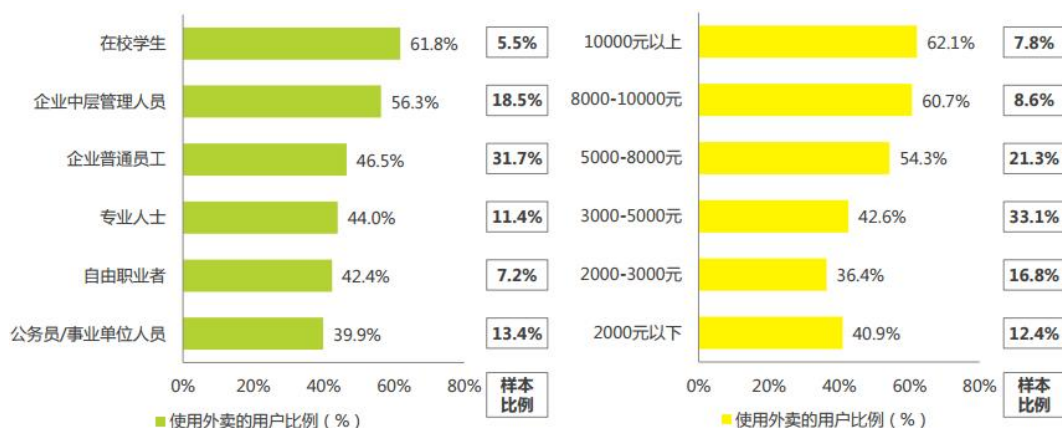


图 4 2016 年中国不同就业情况&收入水平网民就餐方式对比图

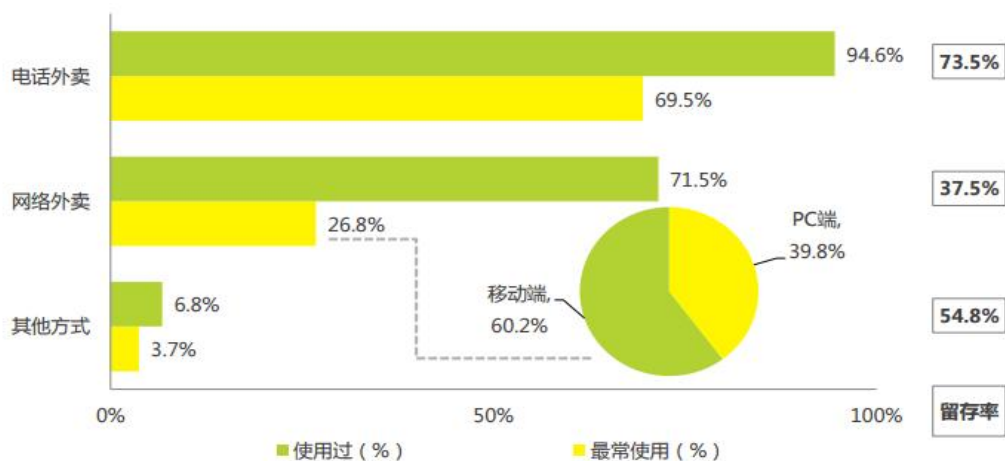


图 5 2016 年中国网民叫外卖渠道选择

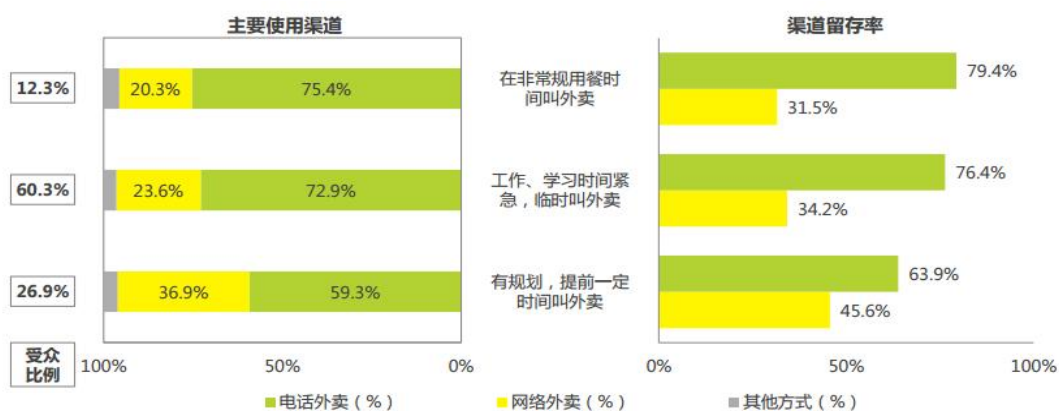


图 6 2016 年中国网民主要外卖叫餐场景的渠道选择及留存率图

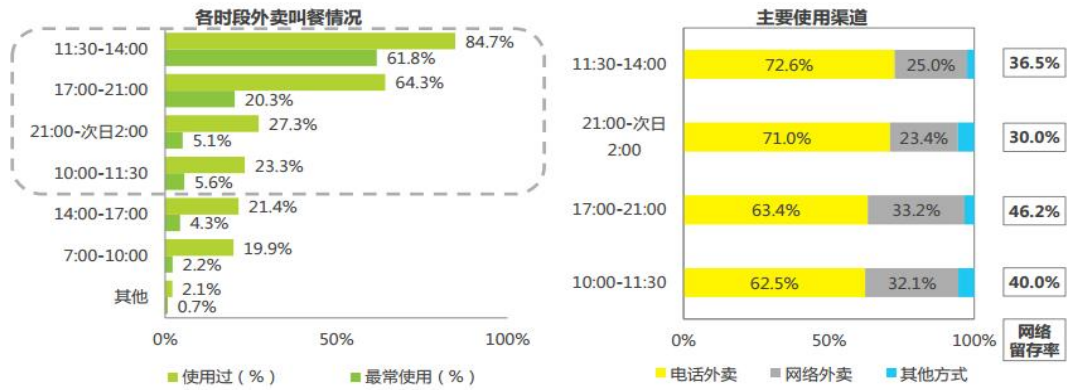


图7 2016年中国网民外卖叫餐时段分布及其渠道使用情况

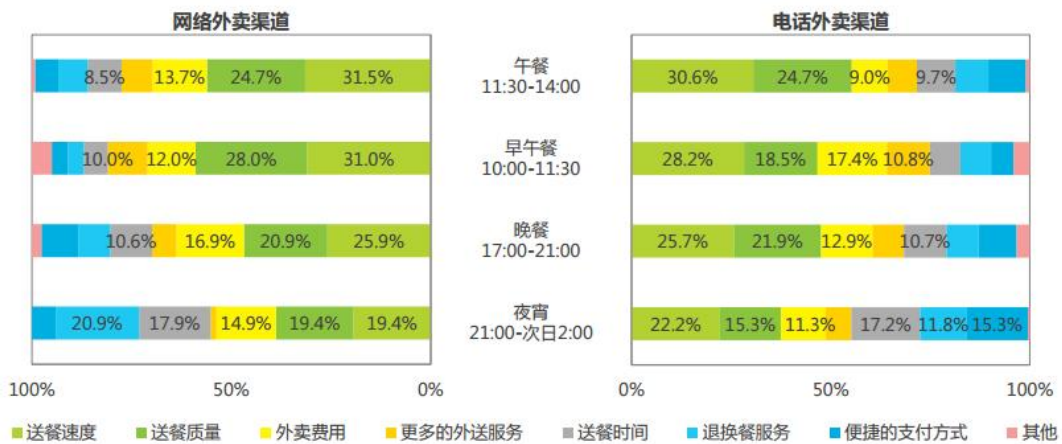


图8 2016年网络&电话外卖渠道在主要外卖时段急需改进的方面

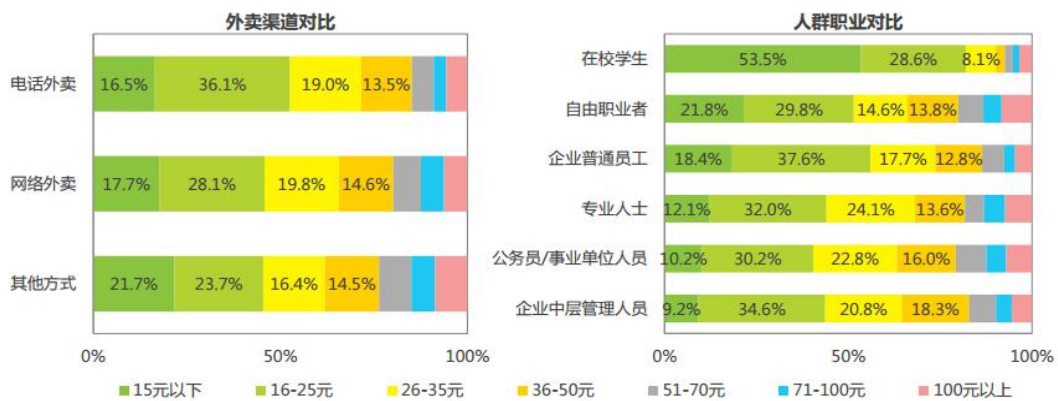


图9 2016年中国网民人均外卖消费金额分布情况

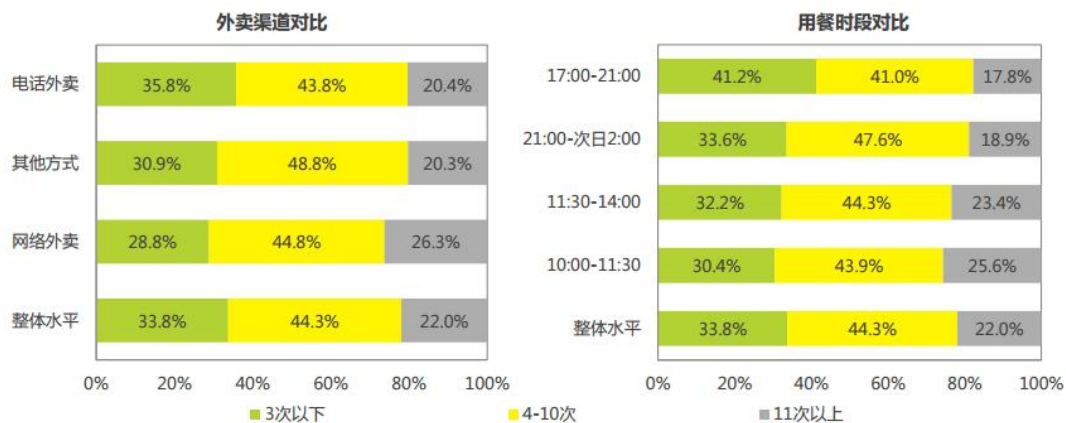


图 10 2016 年中国网民平均每月外卖消费频次分布情况

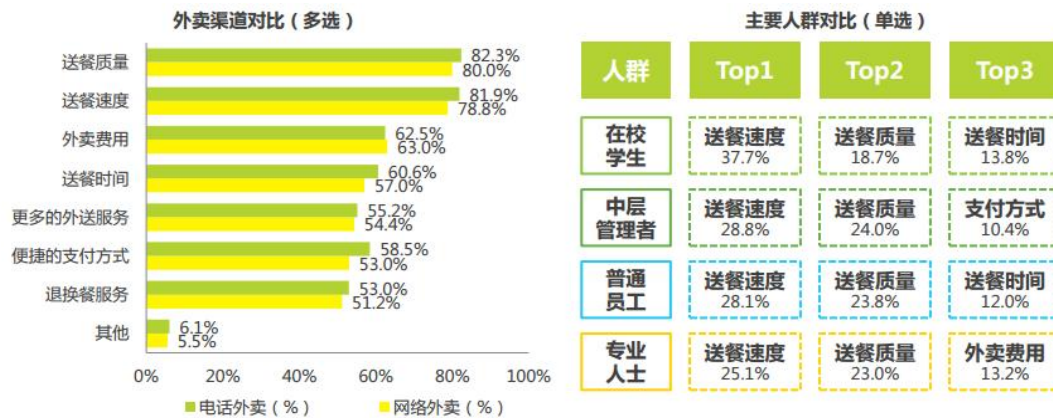


图 11 2016 年中国外卖服务需要改进的方面以及主要人群的诉求

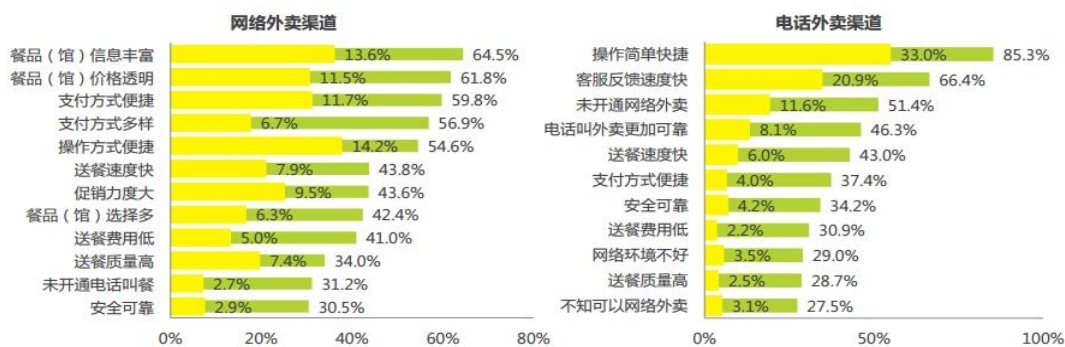


图 13 2016 年中国网民主要使用网络外卖或电话外卖的原因

【测试任务】

请根据艾瑞咨询提供的外卖 O2O 市场用户属性、外卖渠道两方面的专项调查数据，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 平方米，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
	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）。	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，消费者空调购买行为调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

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

1. 近10年（2004-2014）城镇居民可支配收入，空调拥有量等数据资料：

可支配收入 (元/人)	1592	1783	2168	2817	3886	4705	5052	5209	5435	5818
消费性支出	1294	1446	1732	2194	3138	3886	4098	4137	4482	4800

(元/人)										
耐用品支出 (元/人)	88	105	128	168	245	269	332	352	394	486
空调拥有量 (台/百户)	108.1	110.8	114.2	117.1	119.5	121.0	122.8	125.1	128.1	132.3

2. 2014 年末不同收入家庭空调拥有量 (台/百户) :

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

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

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

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

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

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

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

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

10、计划购买空调的 200 户，空调价位选择分别为：2000 元以下的 12 户，2000—3000 元的 56 户，3000—4000 元的 45 户，4000—5000

元的 36 户，5000 元以上的 30 户，到购买时再定的 21 户。

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

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

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

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

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

【测试任务】

请根据以上提供的湖南某市城镇消费者空调购买行为调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

3、字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

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

	附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。
合计		100	

29. 试题编号：J1-29，消费者网购行为调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

近年来国内外掀起一股网上购物热潮。很多研究机构对网购进行了多方面的研究，多数认为中国网购市场即将步入快速上升阶段，未来几年将迎来发展的黄金时期。另一方面，国内网购市场鱼龙混杂，网购投诉增长较快，所以有必要对用户的网购行为进行深入调查，了解更多现状与需求间的差距。对此，ZDC在2016年6月份进行了相关的调查，调查数据如下：

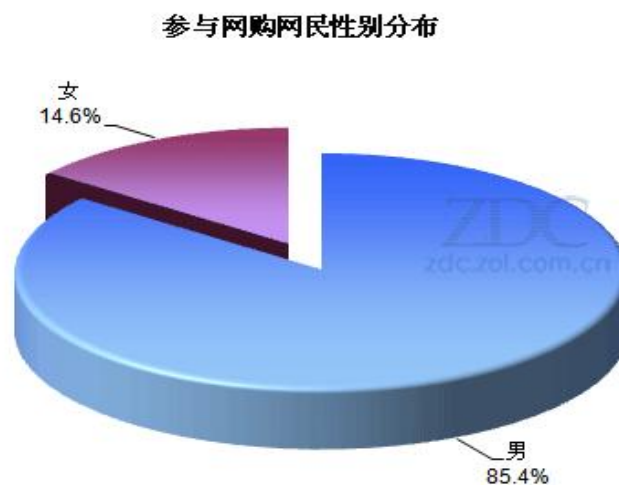


图 1：参与网购网民性别分布

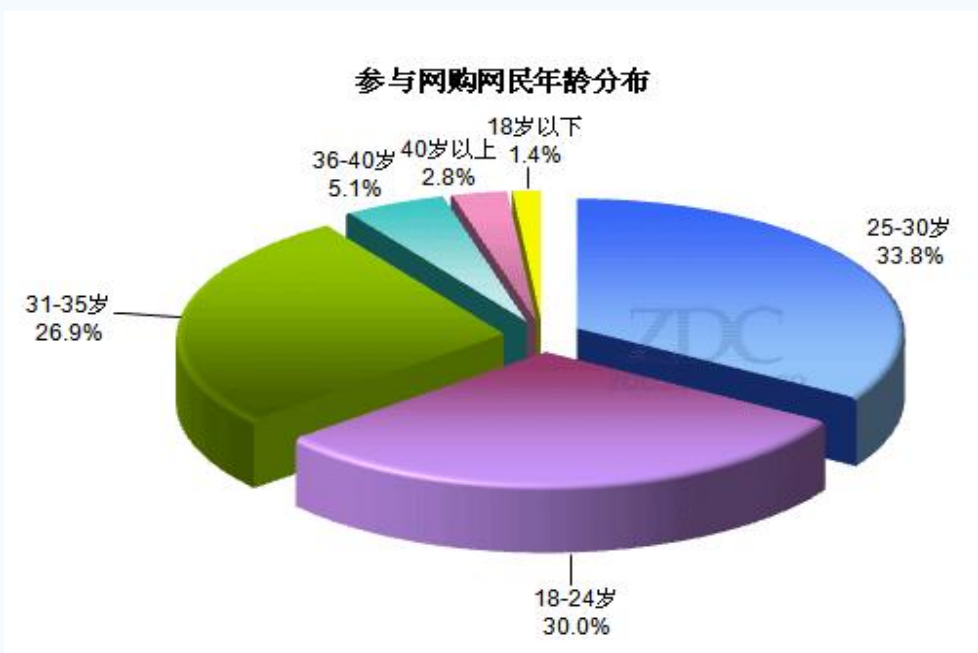


图 2：参与网购网民年龄分布

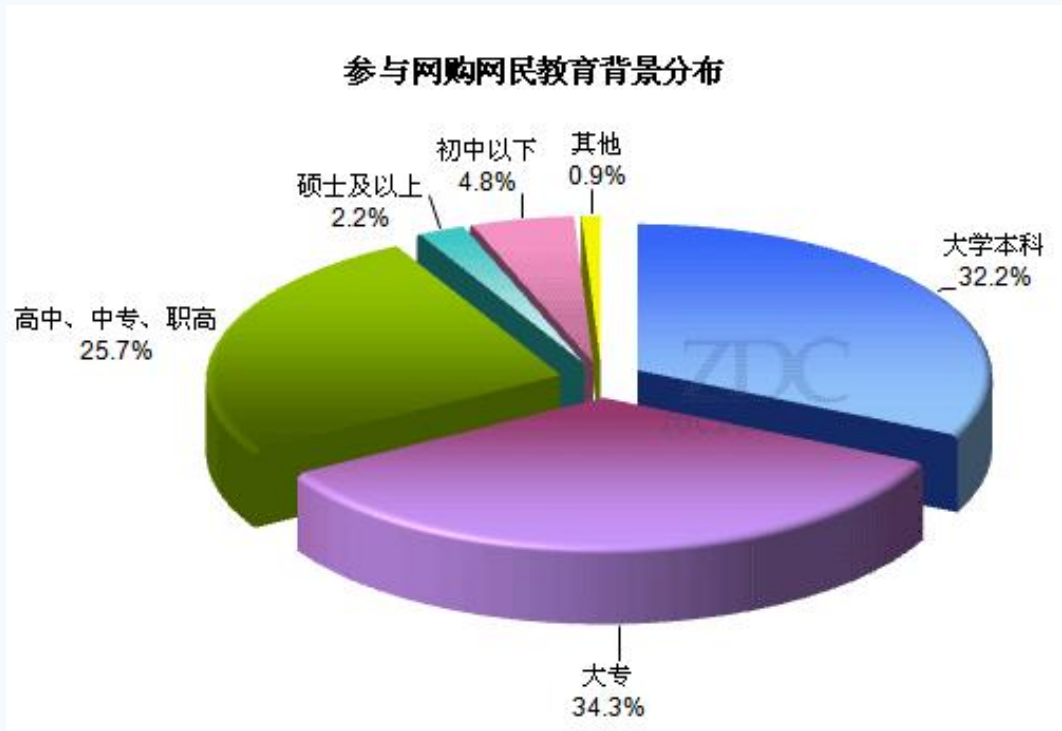


图 3：参与网购网民教育背景分布

中国IT网民网络购物七大区域分布

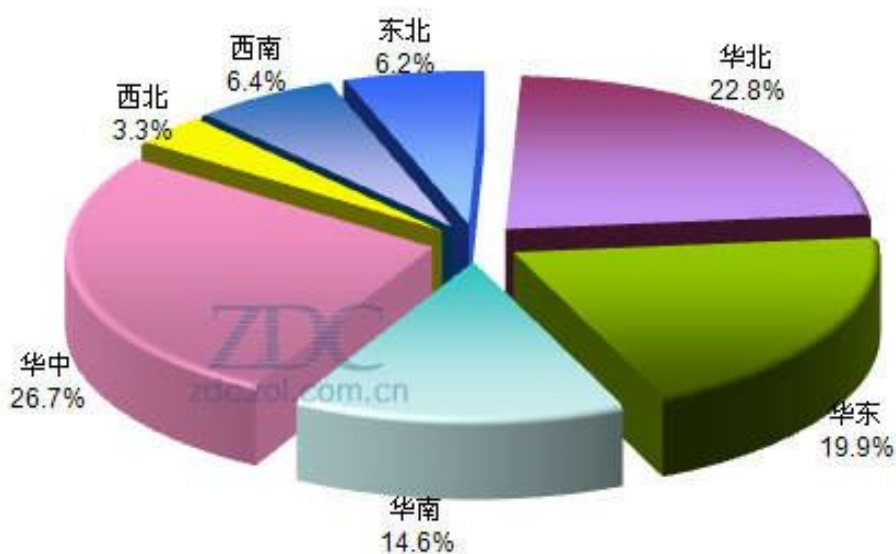


图 4：中国 IT 网民网络购物七大区域分布

中国IT网民月收入情况分布图

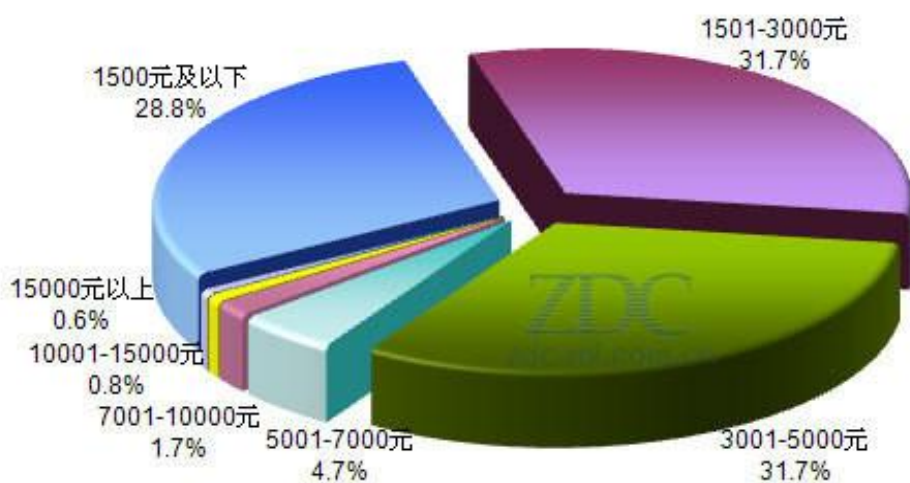


图 5：中国 IT 网民月收入分布图

中国IT网民上网地点分布

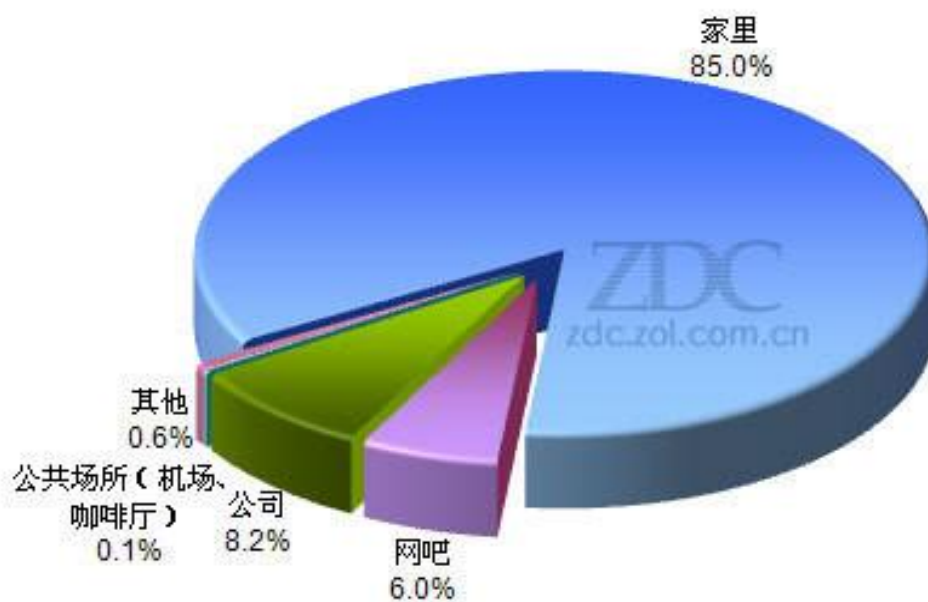


图 6：中国 IT 网民上网地点分布

中国IT网民购物次数分布

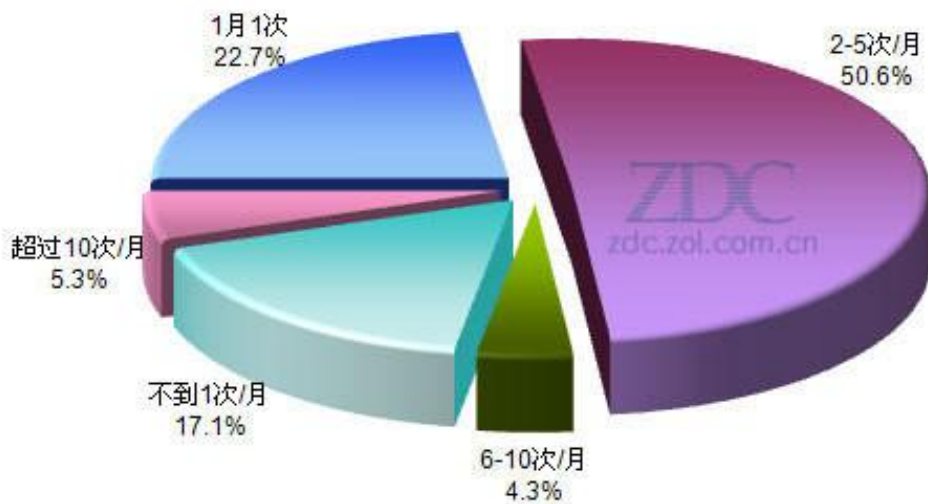


图 7：中国 IT 网民网络购物次数分布

中国IT网民网络购物时IT产品购物金额分布图

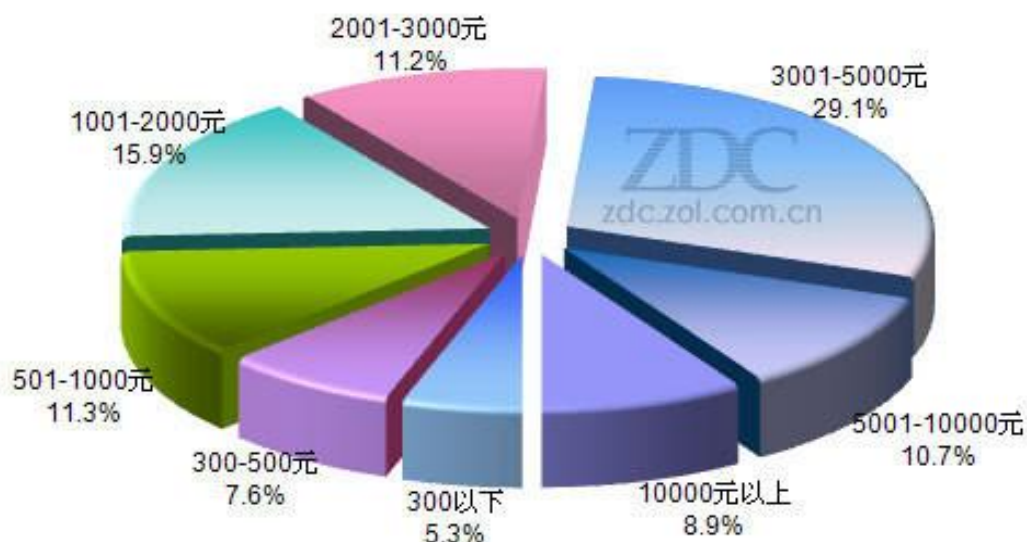


图 8：中国 IT 网民网络购物时 IT 产品购物金额分布图

中国IT网民网络购物最喜欢购买的IT产品排行

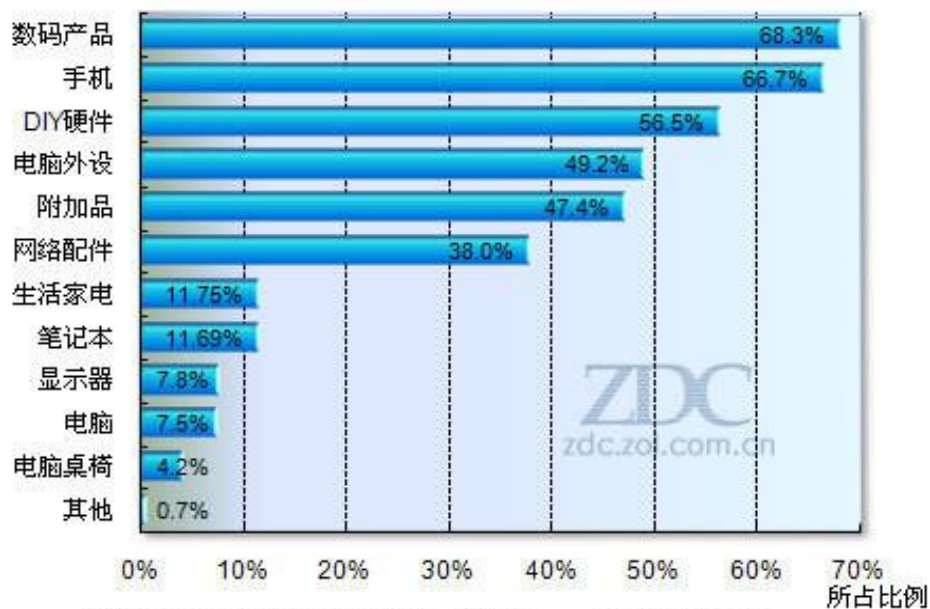


图 9：中国 IT 网民网络购物最喜欢购买的 IT 产品排行

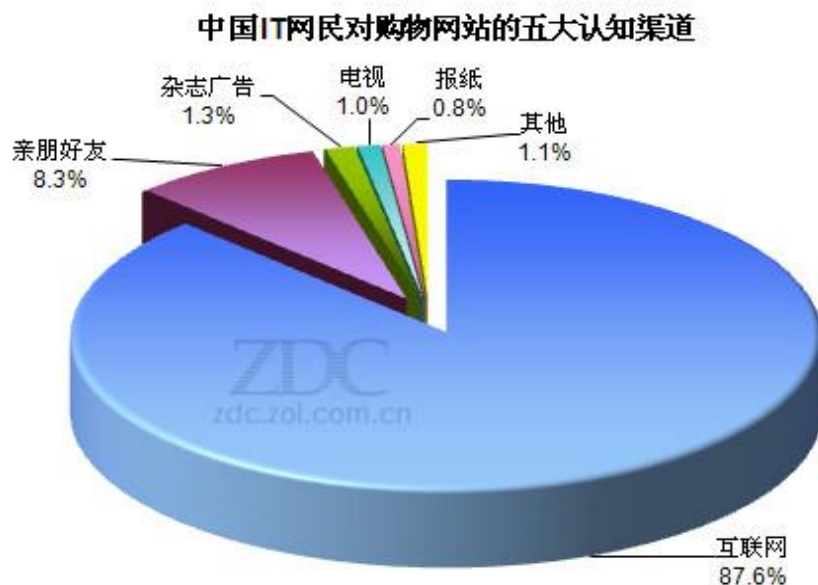


图 10：中国 IT 网民对购物网站的五大认知渠道

【测试任务】

请根据互联网调研中心 ZDC 提供的国内网购市场用户网购行为基本情况调查数据，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 平方米，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	
----	-----	--

30. 试题编号：J1-30，“十一”旅游市场情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某年，百度数据调研中心对“十一”旅游市场进行了一项调研，其基本数据如下：

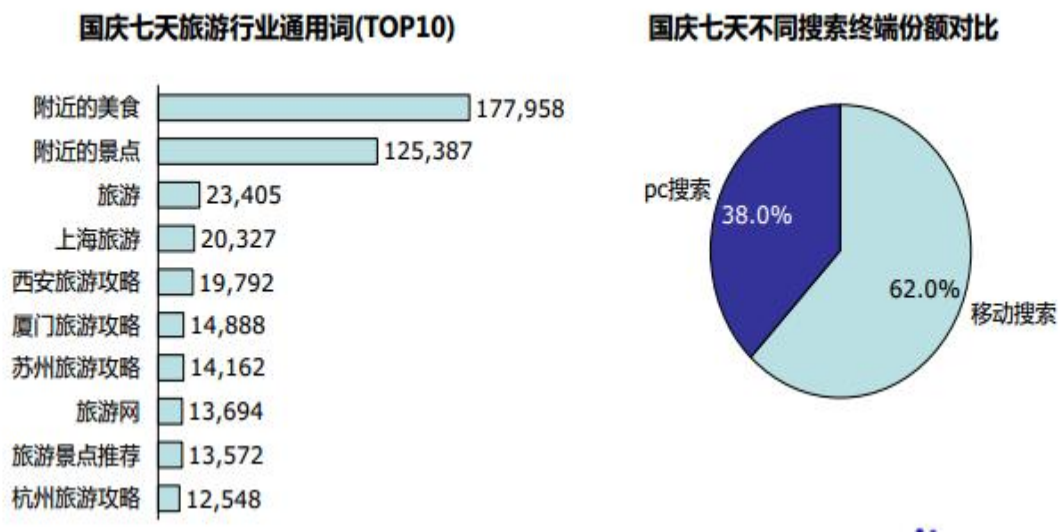
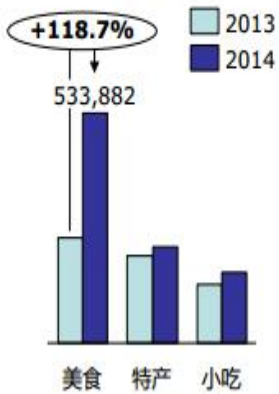
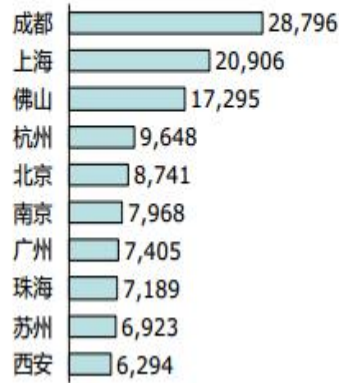


图 1

国庆七天美食特产的搜索热度



国庆七天美食城市TOP10



国庆七天最受关注的公园美食节

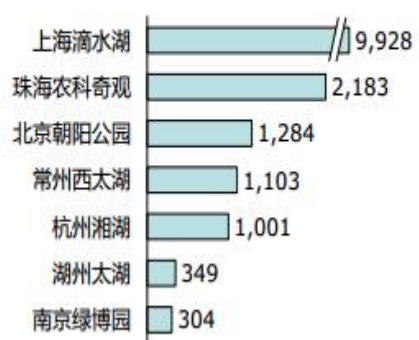
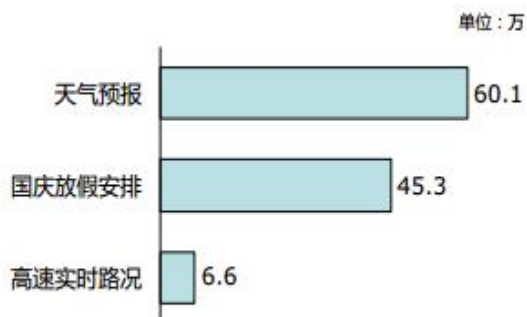


图 2

国庆七天与旅游出行相关的三大服务信息



国庆七天与旅游相关的十大新闻话题

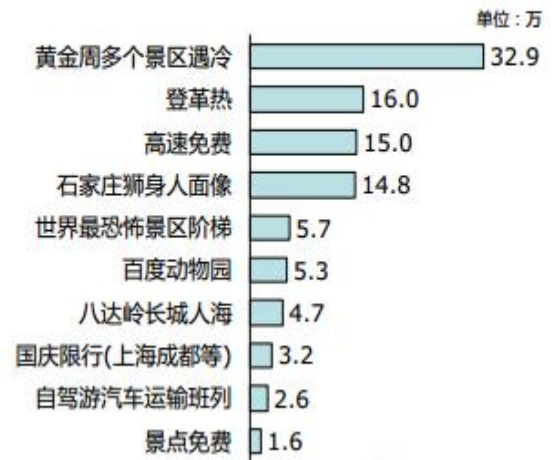


图 3

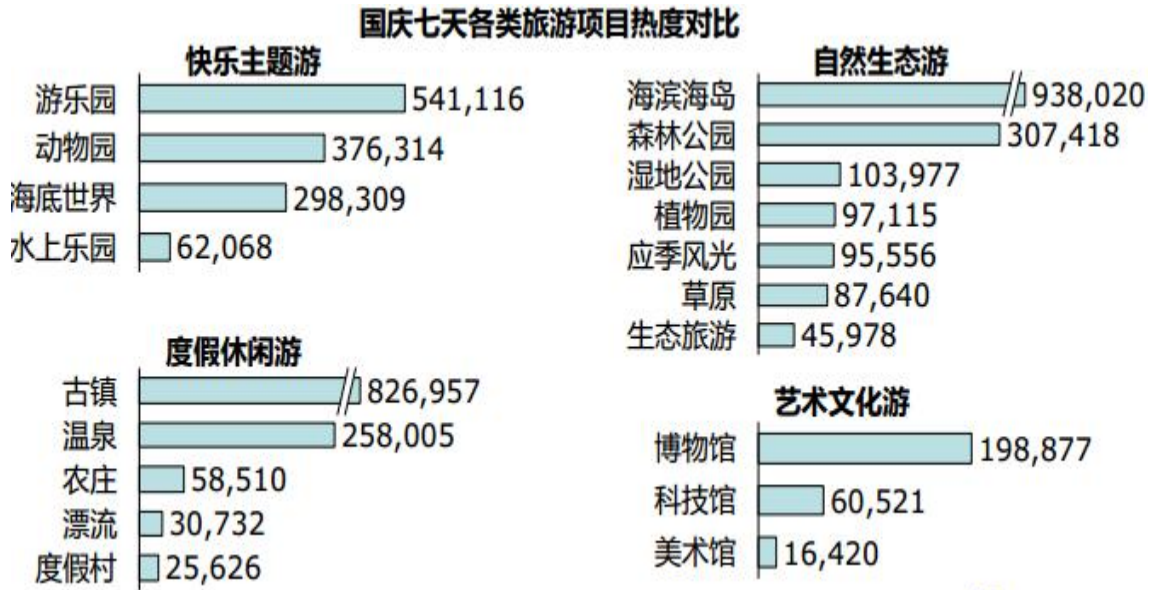
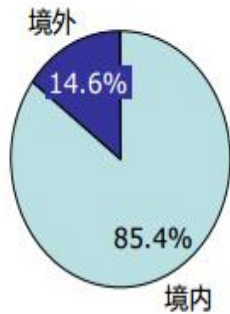


图 4

国庆七天境内外目的地搜索份额对比



国庆七天网民关注的境内外景点类别

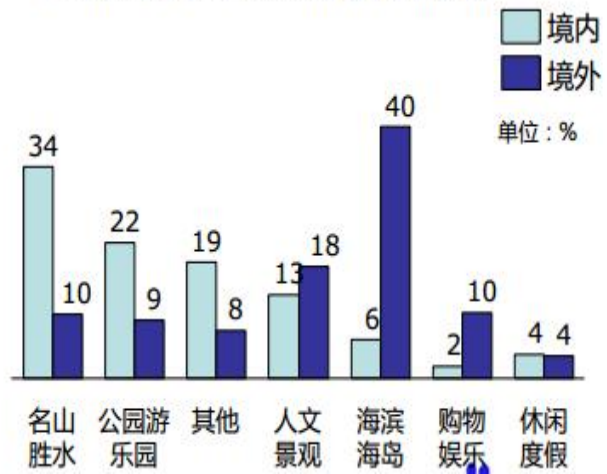


图 5

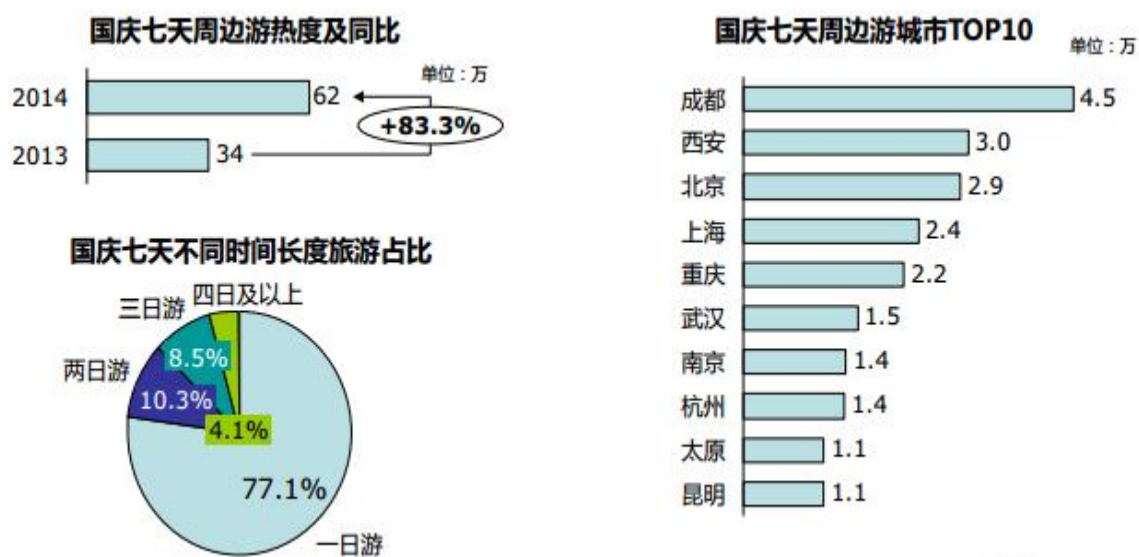


图 6

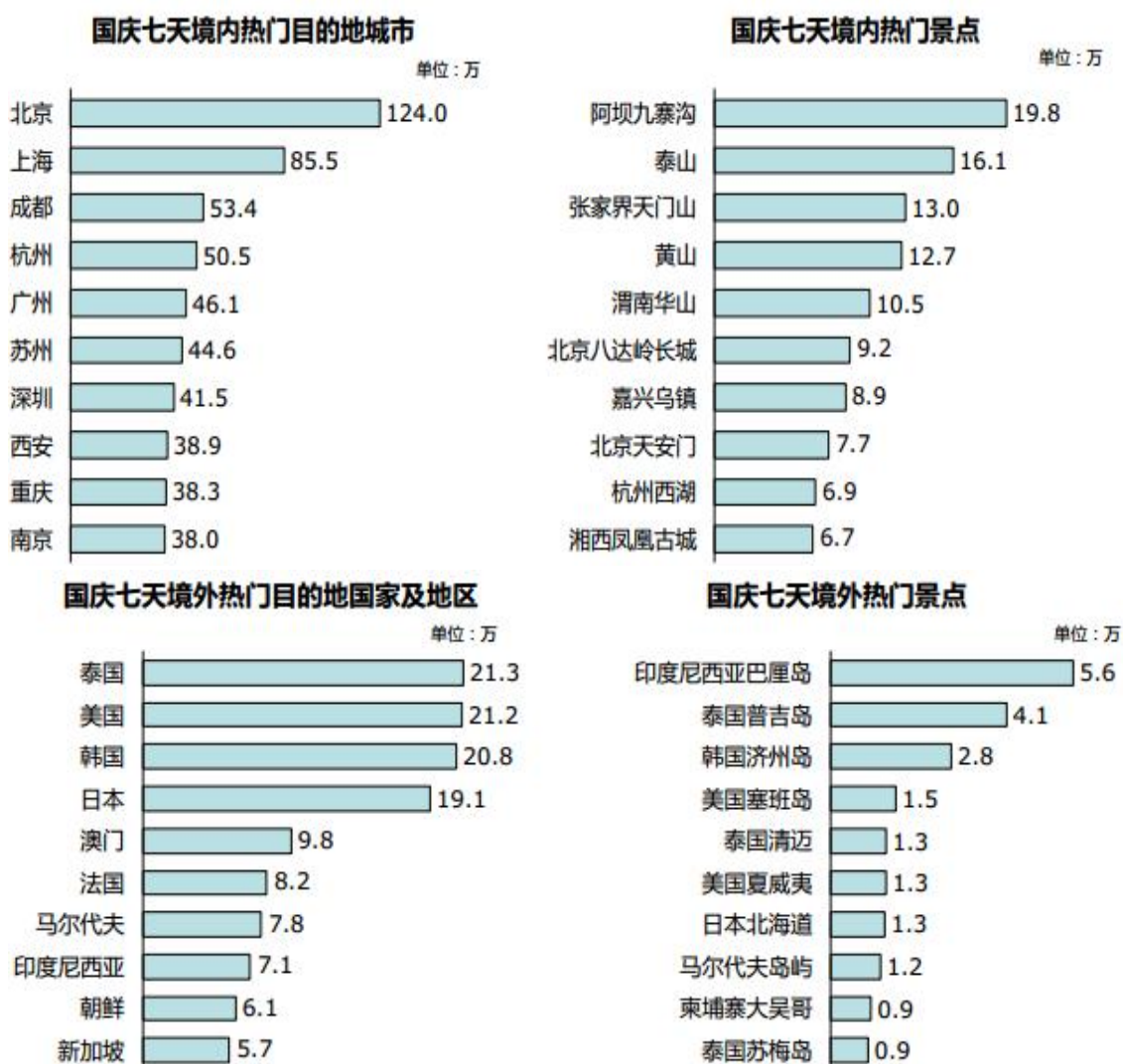


图 7

【测试任务】

请根据百度数据调研中心提供的 2016 “十一” 旅游市场基本情况调研数据，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 平方米，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
	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	

	正文	引言	12	一、（一）两级即可） 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）。	研报告 字数要 求 1500 字以上， 每少 50 字扣 1 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

子模块四 商务谈判方案设计和模拟谈判

31. 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，因而己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

谄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，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

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

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

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目

标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

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	格式表	5	文字编排工整清楚，内容完整(2分)，文字表	商务谈

谈判计划书作品 (40分)	达		达流畅，逻辑性强(2分)，封面名称、时间清晰(1分)	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	

33. 试题编号：J2-3，亚华乳业进入超市的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：湖南家润多连锁超市（简称：家润多）

乙方：亚华乳制品有限责任公司（简称：亚华公司）

湖南亚华乳业控股有限公司生产的液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。亚华乳业拥有湖南邵阳城步的南山和内蒙古特泥河两大牧场，奶源质量有保证、奶源供应量充足。

南山品牌的液态奶生产采用全套瑞典利乐 150T/D 生产线，生产线配备了全套温度控制、压力控制、液位显示、流量显示。生产线配备了全套 CIP 系统，可实现在生产的任何时段对设备进行自动清洗。生产线具有巴氏杀菌设备和 UHT 超高温短时间灭菌设备，可生产 UHT 灭菌奶产品包括：利乐砖、利乐枕、百利包。可生产巴氏杀菌奶产品包括：新鲜屋、杯装酸奶、联杯酸奶。车间整体采用轻钢结构，整洁卫生。

2014 年公司液态奶销售收入实现了 1.2 亿元，实现利税 1000 万元；2015 年预计液态奶销售收入 2.4 亿元，实现利税 3000 万元，到 2016 年销售规模达到 6 亿元，利税突破 8000 万元。要完成销售目标亚华必须借助本地生活超市、大卖场，做好渠道开发是亚华的重要任务。

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

南山与伊利、蒙牛、光明、卡士这些品牌相比，还是存在一定差异。但南山由于是本地生产，运输成本较低，价格上有优势。

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

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

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

2016 年，“家润多”准备与所有乳品供应商就供货商品价格、排面费、店庆费、新产品促销费、堆头费、节庆费、结款方式等问题展开新一轮谈判，重新制定政策。亚华销售部与家润多超市采购部已预约好商谈时间，届时双方各派出代表进行合作谈判，并签订长期供货合同。

现在长沙 1000 平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，以及送货时效等方面进行磋商，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，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

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

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

34. 试题编号：J2-4，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。

来自中怡康的权威数据显示，2014年国美集团空调年度销售达到800万套，并且以每年2%—3%的销售增长率上升。据中国电子商会2015年以来对空调市场份额监测显示，国美集团空调复合增长一直保持行业领先水平，并持续稳居空调市场销售份额第一，是中国空调销售渠道的第一渠道。

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，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

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

商务谈判 实施操作 (40分)	判计划		成(3分), 回答评委提问、思路清晰(2分)	施按照 团队协 作与个 人表现 进行计 分
	谈判开 局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分), 谈判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一方有回应确认(2分), 与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶 段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶 段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说(4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结 束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判(2分), 有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计	100			

35. 试题编号: J2-5, 货物运输服务项目谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 九芝堂药业股份有限公司 (简称“九芝堂”)

乙方: 广州新邦物流股份有限公司 (简称“新邦物流”)

九芝堂股份有限公司是湖南省一家国家重点中药企业, 其前身“劳九芝堂药铺”创建于1650年。2004年2月, “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; 2006年9月, “九芝堂”被国家商务部认定为“中华老字号”; 2008年6月, 九芝堂传统中药文化被列入国家级非物质文化遗产保护目录。

截至2013年底, 公司已发展成为拥有总资产15.48亿元, 净资产12.57亿元, 下辖7家直接控股子公司、3家间接控股子公司, 1家分公司, 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。

九芝堂主要从事补血系列、补益系列、肝炎系列等中药以及调节人体免疫力的生物制剂的生产与销售，主导产品驴胶补血颗粒年销售收入超过 3 亿元，位于全国天然补血类产品销售前三名；以六味地黄丸为代表的浓缩丸系列产品销售收入突破 2 亿元，位于全国同种产品销售前三名；斯奇康注射液销售收入 1 亿元。公司的中成药片剂、浓缩丸系列产品等出口欧美、日本、东南亚等地区，其中 10 多种浓缩丸和片剂出口日本将近 20 年。九芝堂的产品不仅是济世良药，也是一种文化载体。

九芝堂每年在湖南省内的药品销售额达到 1 亿元，销售网络覆盖面广，在省内上百个药店经销商，每年药品的物流运输、仓储成本达到上千万元，而且由于过去选定的物流运输单位关系不稳定，经常出现运输不及时导致经销商断货以及运输成本过高等问题。

为了提高品牌知名度，保证药品及时有效的运往经销商，同时节约物流成本。现九芝堂对省内及广州两大市场的药品运输服务进行公开招商，邀请国内有实力的物流公司进行洽谈。新邦物流是企业选定的第一家有意向合作的公司，希望通过接触更进一步相互了解，以便确定长期的合作关系。

新邦物流是一家集公路运输、航空货运代理、城际配送于一体的跨区域、网络型、信息化，并具有供应链管理能力的国家 4A 级综合型物流企业。新邦物流旗下拥有 6 家全资子公司，250 多家营业网点，员工 5000 多人，拥有和整合各种运输车辆 600 多台，物流设备 300 多套，仓库、分拨场地 10 多万平方米，日吞吐能力 3000 余吨。公司与国内外 40000 多家企业建立合作关系，网络覆盖全国 400 多个城市，在全国 50 多个大中城市开通专线和快线长途零担与整车业务，并在珠江三角洲与长江三角洲区域内开展城际配送业务。现准备进军湖南，开拓湖南物流市场。

本次主要就药品运输的区域、运输责任、运输时效、运输费用及结算方式等内容进行谈判，目的是确定长期合作关系。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

(5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进

行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

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

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

36. 试题编号：J2-6，软件采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：张家界航空工业职业技术学院

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，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

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

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

37. 试题编号：J2-7，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。2014年张家界荷花机场全年共完成航班起降9811架次，与去年同期相比增长14.96%，共完成旅客吞吐量109余万人，同比增长8.47%。

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平方米的店面，年租金100万元，长沙黄花国际机场旅客吞吐量1800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 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

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
	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）	记0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		

38. 试题编号：J2-8，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 万平方米，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”登上滑雪场的制高点；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 平方米以上，可用教室布置，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

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	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完	谈判实

商务谈判实施操作 (40分)	判计划		成(3分), 回答评委提问、思路清晰(2分)	施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分), 谈判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一方有回应确认(2分), 与计划书中选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说(4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判(2分), 有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

39. 试题编号: J2-9, 旅游合作协议的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 张家界国际旅游公司

乙方: 张家界新兴大酒店

张家界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, 张家界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。在张家界市拥有 10 多家门市部。

张家界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 2 个亿进行大规模的改扩建。饭店地处张家界市中心的繁华地段, 距离机场 4 公里, 临澧水河。各类

客房 446 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 341 间。中西餐厅、日韩餐厅、四季火锅城，并拥有 20 个包厢，餐厅总计 1600 席位。一座可容纳 1300 多人就餐 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。

张家界新兴大酒店与张家界国际旅游公司有多次业务来往，彼此都较为了解，此次合作使张家界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，张家界国际旅游公司为张家界新兴大酒店提供 50%—60% 的入住率；在旅游旺季，张家界新兴大酒店必须为张家界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。确定好张家界国际旅游公司与酒店之间的结算方式，及约定好一个结账时间，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，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟(准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、

商务谈判 30 分钟)。

(4) 评价标准

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

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

40. 试题编号：J2-10，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	168 元/盒

	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。	
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，寓意阖家大团圆。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，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养	职业道德	5	独立完成谈判计划（2分）、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商（3分）	严重违反考场

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

模块三 促销模块

子模块五 促销活动方案策划

41. 试题编号: J3-1 婴儿用品元旦节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

某公司是一家专业从事婴幼儿奶粉、米粉、纸尿裤的研发、生产和销售的综合型企业。

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

目前，公司已在全国将近 20 个省区建立了销售网络，拥有全国经销商二百余家，产品进入母婴专卖店共计有千家左右，由于其采用了先进的市场销售模式，大大地规避了操作风险，自成立以来，公司每年以 200% 的速度增长，计划 2017 年突破 1 亿元的销售收入，发展前景非常乐观。

【测试任务】

为提升企业整体竞争优势，公司将在 20×× 年元旦节来临之际，在湖南市场进行大型促销活动，预算控制在 80 万元之内。请根据促销方案策划的流程为该企业 20×× 年元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)
		活动主题	6		有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)
		活动目标	5		有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分(3分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)
		广告配合	7		有广告配合(2分)，广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(3分)
预算恰当	5	有预算表(2分)，预算符合企业的背景与目标(1分)，预算分配合理			

				(2分)	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案(2分)，合理度(1分)	
		创新方面	5	方案创意独特且可行	
		小计		100	

42. 试题编号：J3-2，中秋节月饼促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

广东金苹果食品有限公司系香港金苹果食品有限公司于1996年在东莞成立的全资品牌运营机构，是集研发、生产、销售为一体的食品品牌企业。公司目前主要生产经营中秋月饼、休闲饼干、曲奇蛋卷等200多款产品，主打产品“金苹果月饼”自2005年以来多次被中国食品工业协会授予“中国名饼”。金苹果创新口味月饼获得比利时获得在欧洲被誉为终端消费食品界的“奥斯卡”的国际2011年度“顶级美味奖章”。2009年，公司新建成的30000平方米的全封闭、食品生产标准化厂房和10万级空气净化车间以及斥巨资引进的国内最先进的一体化成型设备，使得企业拥有了全自动流水线20多条，日产80万只月饼、月饼5万盒的生产能力。公司本着“以人为本，公司是家、学校、军队；完美产品，优质服务，为顾客创造价值；倡导公司、个人、伙伴共同成长，分享成果”的公司核心价值观，为客户创造完美产品，提供优质服务，成为中国商务月饼首选品牌。2015年6月18日-20日，“十年俱进，顺势共赢——2015金苹果全国经销商大会”在烟波浩渺的苏州太湖之畔隆重召开，来自全国各地的经

销商共襄盛举，共同见证金苹果经销商大会十年荣耀。

1、公司月饼产品系列：

(1) 彩瓷英伦系列：

①皇礼：皇家珍品，非比寻常，带给你独一无二的尊贵祝福

②御礼：将珍贵荣耀的品味注入礼盒之中表达最敬重的情意和最真心的祝福

(2) 水墨罗马系列：

①耀礼：圆月绽放最耀眼的光芒，那正是我对您圆满的祝愿

②宝礼：万家灯火点燃团圆时分，点滴如珍宝般欣赏回味

③名礼：金苹果把浓情寄予月意，让祝福包裹在饼香中传递

④锦礼：以礼遇之心献上华美的锦礼，传递最美好的祝福和愿望

⑤贵礼：华贵的品位注入尚品之月，无尽的思念尽在点滴之中

(3) 丝绣巴黎系列：

①珍礼：其乐融融的团聚时刻最应珍惜，感受最浓的祝福和最深情意

②彩礼：绽放的烟花七彩夺目，浓浓情意尽情抒发

③盛礼：盛礼送给最敬重的人，用心传递最温暖的情谊

④颂礼：月圆之夜心手相连，真挚的情感代代相传

(4) 祥云瑞士系列：

①欢礼：欢歌笑语充盈丰收的金秋之夜，金苹果将祝福传递 将快乐延伸

②悦礼：珍藏美好往昔包裹蜜语甜言，连接你我的是最纯最真的情谊

(5) 经典时尚——和和满满(和满)

(6) 情侣月饼系列等

2、公司产品定位：中高档商务礼品为主

【测试任务】

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米,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	

43. 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。

2011年销售额为60.38亿元人民币；2012年销售额80.26亿元人民币，增长百分之二十；计划2017年销售额突破120亿元人民币，更高速增长。目前已经稳固浙江一带沿海市场，现企业着手从沿海地带辐射全国各地各区域，希望成为国内化妆品的佼佼者。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平方米，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			

44. 试题编号：J3-4，国庆节空调促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

成立于 1991 年的珠海格力电器股份有限公司，是一家集研发、生产、销售、服务于一体的国际化家电企业，以“掌握核心技术”为经营理念，以“打造百年企业”为发展目标，凭借卓越的产品品质、领先的技术研发、独特的营销模式引领中国制造，旗下拥有格力、TOSOT、晶弘三大品牌，涵括格力家用空调、中央空调、空气能热水器、TOSOT 生活电器、晶弘冰箱等几大品类家电产品。

2012 年格力电器实现营业总收入 1001.10 亿元，成为中国首家超过千亿的家电上市公司；2015 年 4 月 27 日，格力电器发布 2014 年业绩报告。报告显示，公司 2014 年实现营业总收入 1400.05 亿元，同比增长 16.63%；归属于上市公司股东的净利润为 141.55 亿元，同比增长 30.22%，继续保持稳健的发展态势。2014 年格力官方商城重磅上线。

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

作为一家专注于空调产品的大型电器制造商，格力电器致力于为全球消费者提供技术领先、品质卓越的空调产品。在全球拥有珠海、重庆、合肥、郑州、武汉、石家庄、芜湖、巴西、巴基斯坦等 9 大生产基地，7 万多名员工，至今已开发出包括家用空调、商用空调在内的 20 大类、400 个系列、12700 多个品种规格的产品，能充分满足不

同消费群体的各种需求；累计申请技术专利 15600 多项，其中申请发明专利近 5000 项，自主研发的磁悬浮变频离心式制冷压缩机及冷水机组、光伏直驱变频离心机系统、双级变频压缩机、无稀土变频压缩机、R290 环保冷媒空调、1 赫兹变频空调、多功能地暖户式中央空调、永磁同步变频离心式冷水机组、超低温数码多联机组等一系列“国际领先”产品，填补了行业空白，改写了空调业百年历史。

【测试任务】

现格力公司为了加大在湖南地区的市场占有率，迅速占领湖南各区域新兴小区空调产品的市场份额，欲在湖南地区于 20×× 年国庆期间针对新房装修用户开展一次大规模超优惠的促销活动，请根据促销方案策划的流程结合你所在区域实际情况为格力促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养	职业道德	10	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、

(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，能在规定时间内完成任务（5分）	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	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备（名称、策划者、时间）
		活动主题	6		有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）
		活动目标	5		有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）
		广告配合	7		有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3分）
		预算恰当	5		有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）
意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）			
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计		100			

45. 试题编号：J3-5，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】

为了提高在湖南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××年湖南市场“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 平方米，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		

46. 试题编号：J3-6，母亲节足浴器促销活动方案策划

(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坐落于长江三角洲，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，从而确保产品的质量。

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，为了提高在湖南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睞，提高销售量，请根据促

销方案策划的流程为该企业 20××年湖南某区域市场(提示：某区域市场可以选择你所熟悉的市场区域)的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 平方米，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	5	促销产品明确、活动对象选择基本准			

	择		确	
	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
	广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

47. 试题编号：J3-7，美容院妇女节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

广州欧洁蔓生物科技有限公司，自2003年成立于中国豪华之都广州，率先开启美容院“整店输出”加盟模式，十二年间，一直引领中国美容院连锁加盟行业迅速发展，斩获无数殊荣。至今，公司旗下已拥有欧洁蔓、蔓丝缇、圣雅琦及珂洛丽四大顶尖品牌，涵盖美容、美体、养生、美甲时尚等专项服务，研发并推出多项国家专利产品，深受名媛淑女们的喜爱、追捧。现设有广州总部及南区、南京、重庆、北京四大分公司及美国分公司，建立起覆盖全国及国际市场的完善营销服务体系，数千家连锁加盟网络遍布全国各地。

同时，欧洁蔓斥巨资成立欧洁蔓美容美甲职业培训学校，致力于成为美业的教育先行者。学校引进国际先进教育理念及顶尖师资力量

量，凭借美业丰富的实战及教学经验，专注于办学育人，构筑核心竞争优势，为宽阔的美业市场输出高层次、高素质、高技能的复合型人才，提高行业的服务质量，引领整个行业的健康发展。

公司依靠国际先进的经营模式，完善的教育培训体系，世界级声誉的研发队伍及独立的科研、生产基地，坚持科技创新，通过标准化、模式化、简单化整店输出的成熟模式、强大的品牌实力及市场运作经验，帮助中国数千合作伙伴成功创业。作为一家致力于基业长青的企业，欧洁蔓将以“创造永恒的美”为品牌理念，携手著名影星黄奕小姐，与数千家加盟店面一起，开创美丽新世界，共襄财富盛世！

2014年，欧洁蔓公司与美国 Inteladerm 公司达成战略合作协议，并引进 Inteladerm 公司旗下高端抗衰品牌 M2，为中国女性带来世界顶级的抗衰护肤臻品及国际前沿美容护肤科技，共同创造时光倒转的美丽奇迹，2015年签约黄奕做形象代言人。

【测试任务】

现公司在湖南 A 市的加盟店欲利用 20×× 年妇女节开展一系列促销活动，提高美容院在湖南 A 市消费者心目中的知名度与美誉度，提升市场人气，请根据促销方案策划的流程为企业 20×× 年湖南 A 市场（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市）的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 平方米，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	

48. 试题编号：J3-8，企业“端午节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

某公司是中国最大的肉类加工企业和中国最大的肉类上市公司，创造了巨大的经济效益和社会效益。2015年，出栏生猪31万头、生猪屠宰量1142万头、肉类总产量270万吨，实现销售收入393亿元人民币，利润总额38亿元人民币。

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，更大范围的满足了各个不同消费者的需要。该企业产品在全国各地各大连锁超市均有销售。

【测试任务】

请根据促销方案策划的流程为企业20××年A市（提示：A市可以更换为你所熟悉的城市）“端午节”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 平方米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备（名称、策划者、时间）
		活动主题	6		有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）
		活动目标	5		有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式			

	实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）
	广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（3分）
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）
	创新方面	5	方案创意独特且可行
小计		100	

49. 试题编号：J3-9，企业“六一”儿童节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

某公司是一家专业从事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，产品进入母婴专卖店共计有千家左右。自成立以来，公司每年以200%的速度增长，计划2017年突破1亿元的销售收入，发展前景非常乐观。

【测试任务】

为面对现今子母孕婴市场的激烈竞争，为了应对竞争、争取客户，提高在湖南A市市场的销售量、扩大销售，请根据促销方案策划的流程为该企业20××年A市（提示：A市可以更换为你所熟悉的城市）

“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 平方米，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		

50、试题编号：J3-10 企业“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需用品。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 平方米，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

模块四 产品推销

子模块六 推销方案设计和现场推销

51. 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380ml、550ml、1000ml，零售价分别为：2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 平方米，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)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,巧妙地取得顾客联系方式
		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		

		式；结束推销，礼貌告辞
--	--	-------------

52. 试题编号：H1-2，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：¥79 元；特仑苏 12×250ml，零售价：¥63 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 平方米，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)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		

53. 试题编号：H1-3, 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、芦荟等各种香型。规格，115g，零售价：¥4.0元；125g，零售价：¥5.9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平方米，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		

分)	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		

54. 试题编号: H1-4, 婴幼儿奶粉推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

目前，公司已在全国将近 20 个省区建立了销售网络，拥有全国经销商二百余家，产品进入母婴专卖店共计有千家左右。自成立以来，公司每年以 150% 的速度增长，计划 2022 年突破 400000 万元的销售收入，发展前景非常乐观。

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

1. 本产品由湘雅集团联合实验室专家团队研发；

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

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

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

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

（备注：具体品牌以现场提供的实物为准）

【测试任务】

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

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

55. 试题编号：H1-5, 维达纸巾推销

(1) 任务描述

【背景资料】

维达集团创建于1985年。维达纸业集团是一家集研究、开发、生产、销售为一体的现代化生活用纸大型企业，是中国卫生用纸行业产品最多、销售量最大的企业之一。旗下产品品种多，规格齐全；有卷筒纸、抽纸、纸巾。

产品简介：维达Feel手帕纸4层印花纸巾*12包(幸运装)，价格：¥5.7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平方米，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)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		

56. 试题编号：H1-6, 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 平方米，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	
		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		

分)				语言。
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			

57. 试题编号: H1-7, 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平方米，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		

分)	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		

58. 试题编号: H1-8,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¥24.8 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 平方米，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)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		

59. 试题编号：H1-9，豆浆机推销

(1) 任务描述

【背景资料】

1994年，九阳第一台豆浆机诞生。一把大豆、一杯水倒进机器，十几分钟后就变成了一杯醇香豆浆。九阳豆浆机让制作豆浆变得如此简单，豆浆从此走进了寻常百姓家。2021年，九阳销售额105.4亿，产品覆盖全国30多个省、市、自治区，并远销日本、美国、新加坡、印尼、泰国等20多个国家和地区。九阳始终鼓励消费者向家人表达爱，亲手做一杯豆浆或者一顿晚餐，是对家人最好的呵护与关爱。为此，九阳一直努力为消费者提供更好更便捷的厨房生活解决方案。通过技术的升级、人性化的产品，让烹饪变得轻松，让表达爱变得简单。目前，九阳在健康饮食电器领域不断拓展，新产品层出不穷。

主要产品涵盖豆浆机、面条机、原汁机、电压力煲、电磁炉、料理机、电炖锅、开水煲、电饭煲、One Cup等多个系列三百多个型号，配套健康饮食，“阳光豆坊”子品牌专注研究豆浆原料和五谷粉等五谷健康食品。现在的九阳，年轻活力。未来，九阳将定位厨房、升级厨房，用现代科技，打造智能、无烟、开放的中式厨房，创造更加健康、便捷、时尚的中式料理，将公司发展成为智能厨房的首选品牌。九阳，创造健康生活！

产品简介：全自动家用豆浆机额定电压：不锈钢内胆，220V 额定频率：50Hz 电机功率：180W 加热功率：750W 制浆量：900-1100ml
适用范围：2-3人，耗电量：0.16度。促销价格：¥499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 平方米，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		

60、试题编号：H1-10, 金帝巧克力推销

(1) 任务描述

【背景资料】

金帝巧克力是中粮金帝食品(深圳)有限公司的主要产品,属于巧克力十大品牌。1991年,金帝为国人带来了第一块真正的欧派巧克力,金帝巧克力以其高贵感性、时尚活力的特质,让我们领略欧洲大陆的严谨与浪漫风情。金帝在制造第一块巧克力时,便注入了世界上最优秀的可可天分。金帝将人们偏爱巧克力的理由,融入每一块巧克力,凝练出最纯正经典的欧洲大陆风味。

产品简介:

金帝果仁巧克力(什锦装土耳其榛仁、美国腰果) 168g, ¥24.80 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 平方米，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		

		束推销， 礼貌告辞
--	--	--------------

模块五 营销策划

子模块七 公关活动方案设计

61. 试题编号：H2-1，五芳斋端午节庆典活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

具有百年历史的浙江五芳斋实业股份有限公司是集团食品产业的龙头，著名的中华老字号企业，农业产业化国家重点龙头企业，全国最大的粽子产销商，全国食品制造业纳税百强。嘉兴五芳斋粽子是获国家质检总局国家地理标志（原产地）注册的产品，“五芳斋”商标是国家商标局认定的中国驰名商标，五芳斋品牌无形资产价值丰富，产品质量上乘、品味卓越、文化内涵深厚。

“五芳斋” 创始于 1921 年，是国家首批“中华老字号”。历经百年沧桑沉浮，凝聚几代人的心血努力，五芳斋走上了现代企业发展之路，现已经成为集食品、农业、房产、准金融和贸易业务为一体的企业集团，总部位于浙江省嘉兴市，并在上海成立了营销总部，在香港设有食品进出口公司，员工近 6000 人。2021 年度五芳斋集团实现销售收入 28.92 亿元，实现利税 4.05 亿元。

五芳斋崇尚“和商”经营理念，以“打造中国米制品行业的领导品牌，打造中式快餐连锁的著名品牌”为战略目标，着力建设“从田间到餐桌”的食品产业链，横跨农业、食品制造、快餐连锁、电子商务等领域，形成以粽子为主导，集米制品、卤味制品、蛋制品等为一体的产品群。公司在黑龙江建立了优质稻米基地，在江西设立了纯天

然箬叶基地，在嘉兴、成都、广东、武汉建有四大食品生产配送基地，市场营销网络遍布全国，并开设了 320 多家连锁门店、600 多个早餐销售点，产品还销往港澳、美洲、澳洲等地。

2022 年，五芳斋已经成为全国最大的粽子产销商，农业产业化国家重点龙头企业，全国食品制造业纳税百强、全国餐饮百强、全国早餐工程示范企业，“五芳斋”被认定为中国驰名商标，五芳斋粽子制作技艺也被列入国家级非物质文化遗产保护名录。目前五芳斋食品加工类目主要包含五芳斋真空粽，五芳斋新鲜粽，五芳斋礼品粽，五芳斋真空卤味，五芳斋保鲜卤味，五芳斋汤料以及五芳斋月饼等几大类产品，产品销售量呈逐年攀升之势。

【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司拟在 20×× 年举办一次端午节庆典活动，预算控制在 10 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业 20×× 年端午节庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
		文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		活动背景	5	有活动背景,背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)	
		公关活动目标	5	有活动目标(2分),目标明确、具体、具有针对性(3分)	
		公关活动主题	5	有主题(3分),主题鲜明、引人注目(2分)	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分),公关对象选择符合企业市场要求(3分)	
		公关活动时间地点	5	选择恰当,与活动对象、活动主题相适应,时间选择得当(2分),地点选择得当(3分)。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分,要求设计2个以上项目,每个项目4分),流程安排较为细致、正确,具有一定的可行性(6分,每个小项目2分)	
		媒介宣传	5	有媒介宣传(2分),媒介选择合理,宣传效果较为显著(3分)	
		进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表(5分),何地需要哪些物料,需要怎么布置进行安排(5分)	
		费用预算	3	有预算与分配表(1分),费用预算合理、可行(2分)	
效果评估	2	有效果评估(1分),公关效果评估合理,符合企业要求(1分)			
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到		
小计		100			

62. 试题编号：H2-2，梦园宾馆开业庆典活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

【测试任务】

为了在四平站稳脚跟，梦园宾馆拟在 20××年×月×日举办一次开业庆典活动，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业 20××年×月×日开业庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，配置办公桌 30 张	必备

设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5		有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5		有明确的活动对象(2分)，公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性(6分，每个小项目2分)
		媒介宣传	5		有媒介宣传(2分)，媒介选择合理，宣传效果较为显著(3分)
		进度安排、物料准备	10		对活动全过程拟成时间表(5分)，何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排(5分)

	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

63. 试题编号：H2-3，农夫山泉高端矿泉水新闻发布会活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

农夫山泉股份有限公司原名“浙江千岛湖养生堂饮用水有限公司”，其公司总部位于浙江杭州，系养生堂旗下控股公司，成立于1996年9月26日。该公司是中国大陆一家饮用水生产企业，拥有浙江千岛湖、吉林长白山、湖北丹江口、广东万绿湖、宝鸡太白山、新疆天山玛纳斯、四川峨眉山、以及贵州武陵山八大优质水源基地。

2015年，2月1日，2月1日，农夫山泉股份有限公司（下称农夫山泉）推出了农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水，水源来自于吉林长白山抚松县境内的莫涯泉。高端水的三大特点：稀缺的天然水源、天然均衡的矿物元素含量、能够体现深厚的自然或人文文化内涵。在农夫山泉看来，前两点是自然赋予的，第三点则需要人为的努力。为了让产品富有美感和文化附加值，农夫山泉花了三年时间邀请了5家国际顶尖设计公司进行设计，历经58稿后才最终选定包装设计。

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

【测试任务】

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

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3		排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
市场	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关			

	分析		活动的迫切性（4分）	
	公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
	公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关活动地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

64. 试题编号：H2-4，奔驰公司危机公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

某年12月19日，武汉森林野生动物园花89万元在北京宾士汽车销售中心购买了一台德国原装进口的SLK230型奔驰车。次年3月初，发现该车出现方向机漏油、汽车动力不足和汽车电脑程序紊乱等问题。经过奔驰公司5次修理，问题依旧没有得到解决。12月26日上午，他们用两把大铁锤砸毁了这辆奔驰车。发生这一事件后，奔驰公司的反应是：“我们对有关人士在这件事情上所采取的极端的、没

有必要的行为深表遗憾。”非但没有表现出处理这一事件的诚意，而且还推卸责任般的指出：问题的原因已被查明是由于客户使用非指定的燃油所致。一时间“砸奔事件”在全国引起了轩然大波。从北京，武汉，山西……纷纷传来了针对奔驰汽车的投诉，接下来奔驰公司便疲于应付来自各地的质量投诉，和铺天盖地的媒体压力。

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

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

作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5		有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5		有明确的活动对象(2分)，公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性(6分，每个小项目2分)
		媒介宣传	5		有媒介宣传(2分)，媒介选择合理，宣传效果较为显著(3分)
		进度安排、物料准备	10		对活动全过程拟成时间表(5分)，何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排(5分)
		费用预算	3		有预算与分配表(1分)，费用预算合理、可行(2分)
		效果评估	2		有效果评估(1分)，公关效果评估合理，符合企业要求(1分)
创新方面		5	方案有一定新意，见解独到		
小计	100				

65. 试题编号：H2-5，伊利公司赞助活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

内蒙古伊利实业集团股份有限公司(以下简称伊利集团)是中国乳业行业中规模最大、产品线最健全的企业，国家520家重点工业企

业之一；也是农业部、国家发展和改革委员会、国家经济贸易委员会、财政部、对外贸易经济合作部、中国人民银行、国家税务总局、中国证券监督管理委员会等八部委首批认定的全国 151 家农业产业化龙头企业之一。伊利集团是唯一一家同时符合奥运会及世博会标准，为 2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会提供服务的乳制品企业。

伊利将品质视为生命，致力于生产 100%安全、100%健康的乳制品，将质量管理工作战略升级为“质量领先 3210 战略”，聚焦“全球最优品质”，持续升级全球质量管理体系，将严苛的质量管控标准贯穿于全球产业链，保证零食品安全事件。伊利是唯一一家掌控西北、内蒙古和东北等三大黄金奶源基地的乳品企业，拥有中国规模最大的优质奶源基地，以及众多的优质牧场，为原奶长期稳定的质量和产量提供了强有力保障。同时，伊利还在欧洲、大洋洲、美洲等积极整合全球优质奶源资源，更好地满足消费者对高品质乳品的需求。2022 年拟投资 148 亿用于奶源升级与建设。2022 年，伊利在全国拥有自建、在建及合作牧场近千座，规模化集约化的养殖在奶源供应比例达到 100%，居行业首位。

2022 年，在荷兰合作银行发布的 2022 年度“全球乳业 20 强”中，伊利的排名跃升至全球乳业 5 强，缩小了与第四名的差距，击败了欧洲领先的乳品企业荷兰皇家和 Arla 食品。

作为中国乳业双雄，蒙牛和伊利曾一度不分伯仲，激烈的上演着双龙会，但是 2012 年—2016 年短短 4 年时间，蒙牛已经被伊利反超，而且差距越来越大，2021 年乳制品营业额差距已经达到 278 亿。

【测试任务】

为了保持领先的竞争地位，取得更好的发展，伊利拟于 20×× 年对几所知名高校进行一次社团活动赞助，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业的赞助活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定

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

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3		排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）
		公关活动目标	5		有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）
		公关活动主题	5		有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）
公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）			

	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

子模块八 新产品市场推广活动方案设计

66. 试题编号：H2-6，设计A牌矿泉水湖南市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

A牌矿泉水企业地处东北，是世界三大冷泉之一，常年温度在2到4度，含有丰富的微量元素和矿物质，在中国3500处可开发矿泉水源中，唯一天然含气。它曾经获得多项荣誉，通过ISO9001和ISO14001双项认证，是某届华商大会指定用水，某年全国人大、政协（两会）文艺晚会指定用水等等。

该产品有如下特点：

1. 世界三大冷泉之一，与世界最好的法国维希矿泉水齐名；
2. 天然含气，在非碳酸型饮料中非常罕见；
3. 口感很独特，乍喝辛辣清爽，喝一口想吐，喝一瓶有感觉，喝

两瓶就容易上瘾；

4. 包装特殊，中国矿泉水中不多见的用玻璃瓶包装，外型像一滴水珠；

5. 营养价值高，在当地被誉为“神泉”，可治多种疾病。

包装和市场零售价：

330ml-----8.5 元

238ml-----7.0 元

200ml-----5.2 元

由于该矿泉水一直没有做大，仅局限在东北地区，数月前该品牌被 J 集团收购并投资 3 亿元正式运作该项目，加大了产品开发力度和市场投入，准备做大做强。

【测试任务】

J 集团加快了 A 牌矿泉水在全国的销售力度，欲在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的新产品推广营销策划方案（字数要求 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 平方米，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	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
	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、	

(20分)			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)。	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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	5	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	3	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		市场分析	8	市场分析包括影响企业的营销环境分析(3分)、消费者需求分析(3分)、竞争产品分析(2分),市场分析比较透彻、基本到位	
		新品分析	2	对新产品特点描述详细(1分),新产品核心利益点(1分),分析较为准确;	
		新品SWOT	8	新产品优势(2分)、劣势(2分),机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
		产品定位	6	产品目标消费群确定合理(2)、产品市场定位基本符合市场实际情况(2)、定位具有竞争力(2)	
		推广目标	4	有营销目标(2分),目标明确、具体、具有可行性(2分)	
		推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计(5分),公关主题活动和其他促销活动策划,且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(4*3=12分),媒介选择(2分)(要求:至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)活动具有较强的可操作性(1分)	
		经费预算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(1分)	
效果评估	2	有效果评估(1分),效果评估合理,符合企业要求(1分)			
创新方面		5	方案有一定新意,见解独到		
小计		100			

67. 试题编号: H2-7, 设计 OK100 童装湖南市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

K公司创建于1998年,诞生于“东方之珠”有国际金融中心之称的香港,2006年在广州成立中国运营中心为广州K服装有限公司。

广州K服装有限公司是一家集设计、生产、销售为一体的综合型大型企业,旗下OK100童装产品远销日本、韩国、埃及、英国等欧美国家,多年来以独特的经营理念和高街时尚(High street fashion)的设计风格在童装时尚潮流中独领风骚,成为童装界的奇迹。OK100童装以国内外强大设计力量为先导,先进完善的生产体系为后盾,顺畅科学的运营管理体系为支撑,致力于对儿童穿着时尚健康的独特诠释,紧跟时尚潮流及市场最新动态,自然融入流行与典雅、配以简约流畅的线条、活泼明快的设计,独具创意的细部处理,柔和的色彩搭配,尽善尽美的版型裁剪,演绎出儿童健康成长的舒适情怀。

OK100童装品牌定位主要为:

1. 品牌风格:时尚、优雅、经典、大气、个性。
2. 消费对象:年龄3-15岁(身高100cm—160cm)追求时尚、健康生活的时尚儿童。
3. 品牌使命:把尊重,关爱儿童的理念和健康时尚的服饰带给天下所有的父母和孩子。
4. 品牌目标:让每个孩子都变得活泼自信大气,有自己的理想、有富足的内在,有丰富的感情,有浩然的正气,留下难忘自豪的童年回忆!
5. 品牌文化:儿童时尚衣橱专家
6. 品牌广告语:童真 同享欢乐
7. 经营理念:品质至上,精工细作,卓越创新,力争完美。
8. 产品定位:高品质、多层次高中低价位,以中等消费价位为主,以低价位吸引人气,高价位奠定品牌优势,满足各种不同收入层次的家庭。

9. 设计理念：将个性、时尚、自信融入设计，把快乐幸福健康带给孩子，强调高品位原创设计，将时尚设计及现代休闲理念和健康生活方式相结合，倡导时尚环保。

10. 设计风格：顺应国际童装标准潮流，创造优质时尚、个性的黑白风格产品

11. 设计原则：舒适，健康，环保，美观，精致中彰显典雅，含蓄中显示个性，时尚中蕴含自信！

12. 生产理念：严格按照 ISO9001 国际质量管理体系注重产品质量和程序管理，一流的生产设备，精湛的专业技术队伍，确保每一款童装剪裁得体、精心打造符合国际标准及流行趋势的绿色环保童装。

13. 产品分类：T 恤、夹克、裤装、裙衫、棉服、牛仔装、运动服、休闲鞋、休闲包、饰品等等。

14. 发展方向：创建儿童时尚生活馆，打造儿童迷你王国！

15. 发展目标：创一流企业，造百年品牌，打造中国童装帝国店铺品牌。

16. 产品结构：

主导风格：时尚与优雅 40%；

辅助风格：浪漫与经典 30%；休闲与运动 30%。

15. 产品特点：时尚、优雅、大气、经典、既渗透着国际最新的时尚元素，又适应亚洲儿童体型特征与审美观，以艺术、优雅美感与都市时尚相结合的设计理念诠释最新潮流方向，引领儿童潮流，融入迷人，时尚的美学气质，以浪漫、活泼及活泼明快的风格，适应更多儿童的需求，以巧夺天工的线条塑造儿童的高级时尚，以鲜明个性的色彩打造时尚美丽的视觉享受，以千锤百炼的材质给人新的惊喜，瞬间让儿童焕发出童年的活力和优雅时尚的仪态。

面料的选择注重环保与质感，热衷于运用棉、真丝、羊绒等天然环保材料，擅长对莱卡、乌干纱、腈纶等富有质感的新型科技面料的

巧妙运用、服装美感精雕细琢，服装生产程序尽善尽美，OK100 童装为每一位自信、活泼的儿童提供梦寐以求的时尚服装！

【测试任务】

广州 K 服装有限公司 OK100 童装欲在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 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 平方米，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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整 (策划名称、策划者、策划时间)
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然 (排列至一、(一) 二级标题即可)
市场分析		8	市场分析包括影响企业的营销环境分析 (3 分)、消费者需求分析 (3 分)、竞争产品分		

			析（2分），市场分析比较透彻、基本到位	
	新品分析	2	对新产品特点描述详细（1分），新产品核心利益点（1分），分析较为准确；	
	新品SWOT	8	新产品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	产品定位	6	产品目标消费群确定合理（2）、产品市场定位基本符合市场实际情况（2）、定位具有竞争力（2）	
	推广目标	4	有营销目标（2分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计（5分），公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（4*3=12分），媒介选择（2分）（要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）活动具有较强的可操作性（1分）	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

68. 试题编号：H2-8，设计凯昊车饰DIY定制湖南市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

湖南凯昊车饰科技有限公司是一家以私人定制为核心的汽车内饰用品公司，以“互联网+”智能制造为发展思路，导入先进的C2B、B2B运营模式，率先在汽车行业发出“个性时代玩不同，我的我做主”的消费主张，打造全新的汽车内饰体验，强调消费者的参与感及成就感！为广大有审美追求的车主提供兼具高颜值和高性价比的个性私人定制的汽车内饰用品。

“凯昊车饰”拥有自建汽车内饰生产精英团队和流水化工厂，利用自主研发的“DIY定制平台”与广大车主高效对接，为客户定制化生

产汽车抱枕、枕颈、立体 3D 坐垫等高品质汽车内饰精品，并可个性定制汽车真皮座椅和整车内饰改装。

目前公司所生产的车上装饰的产品主要根据趣玩DIY、趣玩精品、趣玩改装有以下分类：抱枕被、汽车颈枕、原厂款座椅改装、车联网智能大屏导航、优玛 4S 系列隔热膜、优玛戴蒙系列高端护肤隔热膜、手机支架、汽车内部改装。

主要产品有：

1、新产品 DIY 抱枕被

能够满足消费者对于车上饰品注重自我个性和产品质量优良的特点。皮料材质，刺绣工艺；而且相对能保质期增强，有网店，是技术上的突破，产品时尚，高安全性，完善的服务，价格适中（100—199 元）。

2、立体 3D 坐垫

通过手机端和 PC 端为服务界面，低成本，高效率地与广大车主在线上互动，车主可在服务界面上自行 DIY 设计，定制，购买世界上独一无二的汽车颈枕，抱枕被、立体 3D 坐垫等高品质汽车内饰精品，并可个性定制汽车真皮座椅，整车内饰改装。价格为 599-899 元不等。

3、汽车颈枕

采用棉质材料，可个性化添加自己喜欢的元素进行 DIY，安装于座椅颈部位位置，既是汽车内饰用品，又可有效提供颈部支持，消除行车疲劳，在汽车发生追尾的时候对颈部起到很好的保护作用的一种汽车内饰用品。价格为 199-299 元不等。

凯昊车饰 DIY 定制产品的定位：是属于中高端产品。包装上采用了中高端的优质产品形象，而且在产品功能上，有保暖功能、拒绝跑丝、透气、不易变形等多种功能。能给人们带来一种全新的享受，且增强一种时尚品味。

【测试任务】

凯昊车饰 DIY 定制产品欲打开湖南市场，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 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 平方米，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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)
		市场分析	8		市场分析包括影响企业的营销环境分析(3分)、消费者需求分析(3分)、竞争产品分析(2分)，市场分析比较透彻、基本到位
新品分析	2	对新产品特点描述详细(1分)，新产品核心利益点(1分)，分析较为准确；			

	新品 SWOT	8	新产品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	产品定位	6	产品目标消费群确定合理（2）、产品市场定位基本符合市场实际情况（2）、定位具有竞争力（2）	
	推广目标	4	有营销目标（2分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计（5分），公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（4*3=12分），媒介选择（2分）（要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）活动具有较强的可操作性（1分）	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

69. 试题编号：H2-9，设计 R 牌净洗衣机 RSD-K11B 果蔬解毒机湖南市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

合肥 R 设备有限责任公司于 2005 年 2 月成立，坐落于合肥第六工业园。公司通过 ISO9001 权威认证，拥有世界级企业研究院和中国科学院强劲的科研支持，取得多项知识产权、产品专利、节能称号，是安徽省净水协会副会长单位，国内最大的净水设备生产基地之一。

公司成立以来，秉承“新和商”经营理念、“零缺陷”管理机制、“红地毯”服务体系，以“做净水行业领导者 让中国人喝上安全水”“让中国人呼吸健康空气”为发展目标，开发和经营，家用/商用净饮水机、管线机、软水机、大型水处理设备、工业用水处理设备 etc 净水产品，以及多款空气净化器产品。已联合多个渠道网点，让千家万户享

受到了健康生活。

公司新近推出一款新品：R 牌净洗机 RSD-K11B 果蔬解毒机。

该产品具有下列功能：采用原装微电脑芯片控制器，可循环工作，无须繁琐的人工操作；采用优质搪瓷灌封管，出氧纯、稳定性好、寿命长；采用活氧专用气泵，寿命长、稳定性好；采用模块化与插件式设计，方便维修、可靠性好；高效冷触媒滤网，除臭效果提高 3 倍；不停的释放负离子直流低噪音风扇，不干扰周边环境；原产 ABS 工程塑料，硬度高、光洁性好；标准 3C 认证电源线；人性化设计，线条柔美，引领时尚。

该产品的应用范围主要是：降解瓜果、蔬菜表面残留农药。可防腐保鲜，清除异味，适合于各种水果、生菜、腌渍菜的清洗。去除肉类食品中的各种激素、添加剂，且洗涤后的肉质更鲜美、细嫩。餐具、婴儿奶瓶消毒。可杀灭各种致病细菌，预防传染病，去除洗涤剂残留。冰箱除臭、祛味。可杀菌除臭，避免细菌大量繁殖，延长食物储存期，防止食品串味。分解泄露的煤气、液化气，预防中毒。可对妇女、儿童的内衣、内裤、尿布、包被等进行杀菌、消毒处理。预防真菌感染。可以防止皮肤病及真菌引起的疾病。护肤美容。用活氧水清洗面部，可清除毛孔内的细菌和污物，增加皮肤的呼吸功能，活化细胞，促进血液循环，加速新陈代谢，令肌肤洁白，光滑细腻。能有效地清除化妆残留物，安全卸妆。可收缩毛孔，并可预防暗疮、雀斑、色素沉着等。可杀灭空气中细菌、地毯中滋生的微生物，预防疾病发生及交叉感染。除烟、除尘、去味，让您在家中即可享受到雨后森林般的清新。适用于办公室、会议室、居室、书房等。活氧可分解新装修房屋所挥发的如甲苯、甲醛等有毒气体，减少人体过敏源的产生。衣物洗涤。杀菌、除臭，节省洗衣粉。

【测试任务】

若 R 牌净洗机 RSD-K11B 果蔬解毒机欲在湖南上市，请根据新品

推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 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 平方米，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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)
		市场分析	8		市场分析包括影响企业的营销环境分析(3分)、消费者需求分析(3分)、竞争产品分析(2分)，市场分析比较透彻、基本到位
		新品分析	2		对新产品特点描述详细(1分)，新产品核心利益点(1分)，分析较为准确；
		新品SWOT	8		新产品优势(2分)、劣势(2分)，机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确
产品定	6	产品目标消费群确定合理(2)、产品市场定			

	位		位基本符合市场实际情况（2）、定位具有竞争力（2）	
	推广目标	4	有营销目标（2分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计（5分），公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（4*3=12分），媒介选择（2分）（要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）活动具有较强的可操作性（1分）	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

70. 试题编号：H2-10，设计扬子 AP-008N 空气净化器湖南市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

中国扬子集团有限公司是国内最早的跨地区、跨行业、跨所有制的国有大型企业集团之一。扬子始终秉承“一切要变，唯有造好产品的信念不变”的品牌理念，赢得了社会各界及国家领导人的广泛荣誉和认可。随着城市化发展，环境不断的恶化人们对于健康生活的概念越来越重视。扬子高科迅速成长，成为市场潜力巨大、口碑良好的健康科技品牌。

空气净化器的组件非常简单，主要就是由风扇动力、空气过滤网和一些净化技术等系统组成，其中最重要的就是具有净化器功能的滤网的材质，当下空气净化器行业公认最好的HEPA滤网材质是抗菌肽HEPA滤网。扬子 AP-008N 净化器的滤网完全达到这些要求，具有高效的净化功能。

扬子 AP-008N 净化器具有以下特点：

1、采用中国馆立体化设计，大屏数显面板，适用于摆放在大卧室和客厅，颜值高不占空间。

2、新升级第五代高效 ATP-HEPA 滤网，能将过敏原分解成水，并且更高效的过滤花粉、烟尘、尘螨、霉菌孢子等细菌；

3、GTF 高效复合活性炭滤网，吸附能力是普通炭的 5 倍，有效去除甲醛等有害气体；

4、光触媒+紫外线灯管，进一步杀灭病菌并分解有害物质；

5、每秒 1000 万负离子释放，提高人体免疫力，清新空气！

扬子空气净化器拥有 $10000000/\text{cm}^3$ 高浓度负离子技术，给你如同身在静怡山村的呼吸感觉。春天净化各种花粉，夏季分解螨虫排泄物，秋冬对抗雾霾 PM2.5 等，让家里空气时刻保持健康卫生。另外，出风和前后进风设计，正、背面大面积进风，使风在房间内循环流通；且搭载四重滤网净化，99%的除菌率，高效过滤掉毛发、细小灰尘颗粒、甲醛、霉菌、生活垃圾异味和 PM2.5 等空气杂质。

夏季长时间开空调降温，屋里空气会变得干燥易起静电，有了扬子净化器这就不是问题了，扬子 AP-008N 的气化加湿技术加上专有的温度传感器将空气时刻控制在 40—60% 的湿度范围内。且简易安装在盛水桶盖子上的感应装置，可保证盛水桶具有缺水提醒功能，双重保护，时时安心。值得一提的是，LED 显示屏实时显示室尘、异当前湿度监测器和给水指示灯的变化，温馨提醒室内空气状况，极具人性化。让宝宝安心入睡的 62DB 静音设计，一键启动后不会产生噪音，非常贴心。

【测试任务】

扬子集团生产的 AP-008N 空气净化器产品欲在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策

划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 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 平方米，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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）
		市场分析	8		市场分析包括影响企业的营销环境分析（3分）、消费者需求分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位
		新品分析	2		对新产品特点描述详细（1分），新产品核心利益点（1分），分析较为准确；
		新品 SWOT	8		新产品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确
产品定位	6	产品目标消费群确定合理（2）、产品市场定位基本符合市场实际情况（2）、定位具有竞争力（2）			

	推广目标	4	有营销目标（2分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计（5分），公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（4*3=12分），媒介选择（2分）（要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）活动具有较强的可操作性（1分）	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

三、跨岗位综合技能

模块六 新媒体营销手段应用

子模块九 新媒体推广活动方案设计

71. 试题编号：Z-1，设计娃哈哈金钻水湖南市场移动互联网推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

1995年，娃哈哈率先在国内生产瓶装纯净水，成为瓶装饮用水行业的领导品牌。20多年来经久不息的荣耀来源于严谨的态度和先进、安全、高效、稳定、节能的生产工艺。娃哈哈纯净水采用国际先进的反渗透深度净化技术进行层层过滤，整个工艺过程经过13层过滤，2级反渗透，保证饮用水的质量安全，这套饮用水深度生产工艺代表了国际先进水平。

2015年，娃哈哈晶钻水应运而生，这款水的钻石风格包装设计来自于娃哈哈集团的90后新锐设计团队，辅以一以贯之的高品质，配合靓丽的新包装，自上市半年来，娃哈哈晶钻水受到了广泛的追捧与好评。

除了吸引眼球的新外型，娃哈哈晶钻水还创新地在每一瓶水的标签上印制了可刮开的个性化签名区，当消费者拿到一瓶娃哈哈晶钻水后，签上自己的名字，就可以打造一瓶属于个人的定制好水。这个贴心的设计，源自于对自然与环保的责任。据不完全统计，我国每年都有几千万瓶以上的饮用水因为在会议、活动过程中被混淆而浪费。娃哈哈看到了一项数据，作为饮用水行业领导者，娃哈哈创新的开发了这项既好玩又环保的设计，它是国内首款在标签上印制可刮开签名区域的水，搭配瓶标上的星座和祝福语，时尚而富有个性。很多白领拿

到手之后，都认为这项设计实实在在替大家解决了一个大难题。

这一概念，不仅是贴合产品个性化的趋势，更体现了娃哈哈对赖以生存的地球的一种负责。更具个性，更加环保的娃哈哈“晶钻”水，是爱护自然，保护地球的绿色之选，是各类会议、活动的VIP尊贵好水！除此之外，娃哈哈还将开放标签定制，当需求达到一定的数量，娃哈哈将为客户设计并生产包含客户信息的饮用水，不少大型企事业单位已经开始享受这一尊贵待遇。

【测试任务】

娃哈哈晶钻水拟在湖南市场推广以提高产品知名度，请根据新品特点及消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求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平方米，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)，方案不违背法律法规、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)；撰写的推广方案符合要求，在规定时间内完成任务(5分)。	
作品	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
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	

(80分)	具体内容	封面完整	5	要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)	不少于1500字, 每少50字扣1分。
		摘要	2	简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	3	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		环境分析	10	环境分析包括影响企业(产品)的营销环境分析(5分)、推广对象分析(3分)、竞争对手(产品)分析(2分), 市场分析比较透彻、基本到位	
		企业(产品)分析	2	对企业(产品)特点描述详细(1分), 企业(产品)特征及核心利益点(1分), 分析较为准确;	
		企业(产品)SWOT	8	企业(产品)优势(2分)、劣势(2分), 机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
		企业(产品)定位	3	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		推广目标	5	有推广目标(3分), 目标明确、具体、具有可行性(2分)	
		推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体, 包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个, 且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(5*2=10分), 活动具有较强的可操作性(5分), 有具体的推广策略和活动方案(5分)。	
		经费预算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理, 可行(1分)	
效果评估	2	有效果评估(1分), 效果评估合理, 符合企业要求(1分)			
	创新方面	5	方案有一定新意, 见解独到		
	小计	100			

72. 试题编号: Z-2, 设计麻辣王子面筋高校市场移动互联网推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南省玉峰食品实业有限公司, 位于“中国面筋之乡”——平江

县。玉峰食品是一家集面筋研发、生产、销售为一体的现代化企业，成立于2002年，是健康面筋开创者，面筋行业标准制定者，专业生产面筋食品15年，是湖南省农业产业化龙头企业。近年来，玉峰成立健康面筋研发中心，走产学研道路，与科研院所合作，对面筋食品进行了全面系统的研究，武汉轻工大学研究生创新基地和岳阳市面筋食品工程技术研究中心落户平江玉峰食品。研发成果“全谷物健康面筋”通过卫生部健康教育首席专家殷大奎教授为首的专家组鉴定为安全、健康、营养，技术达国际先进水平。

麻辣王子面筋是湖南省玉峰食品实业有限公司的主打品牌，依托于专注面筋食品生产15年的行业经验和成熟的生产运营体系，麻辣王子以健康面筋开创者的身份在全国大力发展，得到了广大消费者的喜爱和认同，在行业里树立起了良好的品牌形象。连续7年畅销校园，2009年一经推出，因口味独特受到消费者大力追捧；2015年原料升级，使用真正没有添加剂的天然面粉；因健康卫生、品质优良多次获得权威媒体争相报道，更荣获国际食品展“消费者最喜爱食品品牌”、农业博览会“金奖”，还被授予“湖南名优特产认定商品”的称号；2016年受邀参加2016年中国食品餐饮博览会，受热于此，面筋食品健康高端化发展；2020年，据尼尔森数据显示，麻辣王子在长沙辣条品类中销量第一，是长沙最火的辣条，长沙辣条扛把子。

麻辣王子坚持让更多消费者吃上安全、健康的放心食品，持续引领面筋行业朝健康化、天然化方向发展。

【测试任务】

麻辣王子拟在湖南高校校园进行市场推广，请根据校园市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求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 平方米，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)，方案不违背法律法规、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)；撰写的推广方案符合要求，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。	
		5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)
		摘要	2		简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)
		环境分析	10		环境分析包括影响企业(产品)的营销环境分析(5分)、推广对象分析(3分)、竞争对手(产品)分析(2分)，市场分析比较透彻、基本到位
		企业(产品)分析	2		对企业(产品)特点描述详细(1分)，企业(产品)特征及核心利益点(1分)，分析较为准确；
		企业(产品)SWOT	8		企业(产品)优势(2分)、劣势(2分)，机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确
企业(产品)定	3	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力			

	位			
	推广目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体，包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分），有具体的推广策略和活动方案（5分）。	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

73. 试题编号：Z-3，设计大松空气净化器市场移动互联网推广文案

（1）任务描述

【背景资料】

大松电器是格力旗下的子品牌，专门做高端市场，是格力电器战略布局之一，目前以生产小家电为主。

大松空气净化器选用 CEP 空气净化技术，这是一种新型的净化科技，与传统过滤式净化器最大的区别是它采用了高能电子等离子技术，等离子体是除了固体、液体、气体之外的第四态，由气态在高温、剧烈运动下转化而成，包含了大量的高能电子、离子、激发态粒子和具有强氧化性的自由基，蕴含着巨大能量而且具有非常活跃的化学性质，通过高能来杀和有机分解将污染物彻底去除。

应用了这一技术之后大松空气净化器的过滤体系变为了用于过滤毛发、及大颗粒异味的初效滤网；形成等离子体近而产生离子风，分解细菌、甲醛等有害物质的发生器；以及收集这些有害物质的收集极，还有臭氧还原滤网，这层滤网是用于解决等离子体在工作时造成的臭氧排放问题的。

据相关机构检测显示，大松空气净化器不仅可以 99%过滤 PM2.5，

同样还能过滤甲醛、细菌、微生物等等。而且由于采用了无滤网的内部设计，带来了零耗材、低运行噪音和耗电量的大松空气净化器，为消费者节省了不少成本，这也成为这款机型最大的亮点。

【测试任务】

大松空气净化器拟在湖南进行市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求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平方米，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)，方案不违背法律法规、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)；撰写的推广方案符合要求，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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)
		摘要	2		简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
	目录	3	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)		

	环境分析	10	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5分）、推广对象分析（3分）、竞争对手（产品）分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位	
	企业（产品）分析	2	对企业（产品）特点描述详细（1分），企业（产品）特征及核心利益点（1分），分析较为准确；	
	企业（产品）SWOT	8	企业（产品）优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	企业（产品）定位	3	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
	推广目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体，包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（5*2=10分），活动具有较强的可操作性（5分），有具体的推广策略和活动方案（5分）。	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
创新方面	5	方案有一定新意，见解独到		
小计	100			

74. 试题编号：Z-4，设计唯品会市场移动互联网推广文案

（1）任务描述

【背景资料】

唯品会（vip.com），隶属广州唯品会信息科技有限公司，是一家专门做特卖的网站，主打品牌正品、深度折扣、限时特卖。合作模式即与知名国内外品牌代理商及厂家合作，向中国消费者提供低价优质、受欢迎的品牌正品。到目前为止合作品牌已超过5000个，每天100个品牌授权特卖，商品囊括时装、美鞋、护肤品、箱包、家纺、

皮具、配饰、香水等。

如果打开苹果 App Store 免费下载排行榜，前三位中有两个是手机购物 APP：排名第三的就是特卖电商唯品会 APP。唯品会的客户主要是二、三、四线城市的白领精英，因为这些城市没有这些知名品牌，更别提这些知名品牌的折扣价了，现在流行说“轻奢”一词，应该是对唯品会的最好描述。唯品会用了不到 7 年的时间累计过亿优质会员，预示着其深耕的特卖模式已经得到认可，旗下超过一亿会员，无不是通过唯品会的特卖模式获得的优质且与众不同的购物体验而成为忠诚粉丝。区别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天上新品，以低至 0.5 折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会率先在国内开创了特卖这一独特的商业模式，并且凭借这一模式的独特魅力在短短 7 年内实现了注册用户过亿，可谓行业黑马。而去年双 11 唯品会的业绩也完全证实了，其蕴含的强大势能。“快枪”及“疯抢”两大王牌节目在开幕 1 小时后，销售分别同比大涨近 10 倍和 5 倍。唯品会以强大的实力证明唯品会——“不一样”。

【测试任务】

唯品会拟在湖南进行市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 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 平方米，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),方案不违背法律法规、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);撰写的推广方案符合要求,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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)
		摘要	2		简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)
		环境分析	10		环境分析包括影响企业(产品)的营销环境分析(5分)、推广对象分析(3分)、竞争对手(产品)分析(2分),市场分析比较透彻、基本到位
		企业(产品)分析	2		对企业(产品)特点描述详细(1分),企业(产品)特征及核心利益点(1分),分析较为准确;
		企业(产品)SWOT	8		企业(产品)优势(2分)、劣势(2分),机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确
		企业(产品)定位	3		企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力
		推广目标	5		有推广目标(3分),目标明确、具体、具有可行性(2分)
推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体,包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个,且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(5*2=10分),活动具有较强的可操作性(5分),有具体的推广策略和活动方案(5分)。			

	经费预算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(1分)	
	效果评估	2	有效果评估(1分),效果评估合理,符合企业要求(1分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
	小计	100		

75. 试题编号: Z-5, 设计 8 天在线市场移动互联网推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

南京八天在线网络科技有限公司,简称 8 天,是国内校园 O2O 领域的领先企业,8 天采用全直营模式,目前已经全面覆盖全国 50 余座核心城市,1200 余所高校,拥有 16 个大仓,近千个校园微仓提供平均 30 分钟送达,免费送货上楼的服务。用户人数已经超过 300 万。

目前 8 天与苏宁已达成战略合作,双方将共同布局校园 3c、金融以及隔日达市场。8 天与苏宁已在双十一、双十二期间全面展开合作。8 天全国 600 多个微仓全线发力 3C、金融以及隔日达市场,仅 3C 销售额累计已达 5000 万,授信大学生人已达数万人,遍及全国十个省份,四十座核心城市,是迄今为止针对校园 3C 市场最具规模的全方位合作活动。

8 天也已完成隆力奇、可口可乐等数十家顶级品牌商的供应链对接,并与经销商体系形成横向协同,双方合作涉及共享仓储、区域分块、新品研发以及校园周边市场共同开发,也为数百家一线品牌商提供有关产品迭代的大数据处理支持。

同时“8 天在线”也被在校学生称为史上最贴心的校园网上超市!其主要特点是:

- 1、零食、饮料、生活用品等七大类数百种商品,应有尽有!
- 2、送货上门,一小时闪电到货,超时免单!
- 3、5 元起送,风雨无阻,免邮费!

4、提供商品收据，保证低价优质！

5、首单满 20 立减 6 元，还有送红包等各种优惠活动及赠品！

【测试任务】

8 天在线拟在湖南高校市场进行市场推广，请根据市场特点及目标消费群体特征，利用微信、微博等新媒体营销方式，为其制定一份产品的移动互联网推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 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 平方米，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），方案不违背法律法规、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）；撰写的推广方案符合要求，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	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）
		摘要	2		简述推广策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）
环境分析	10	环境分析包括影响企业（产品）的营销环境分析（5 分）、推广对象分析（3 分）、竞争对手			

			(产品)分析(2分), 市场分析比较透彻、基本到位
	企业(产品)分析	2	对企业(产品)特点描述详细(1分), 企业(产品)特征及核心利益点(1分), 分析较为准确;
	企业(产品)SWOT	8	企业(产品)优势(2分)、劣势(2分), 机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确
	企业(产品)定位	3	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 推广信息具有一定新鲜度和较强吸引力
	推广目标	5	有推广目标(3分), 目标明确、具体、具有可行性(2分)
	推广策略	20	推广策略要求至少使用两种新媒体, 包含线上、线上线下相结合的主题活动至少2个, 且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(5*2=10分), 活动具有较强的可操作性(5分), 有具体的推广策略和活动方案(5分)。
	经费预算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理, 可行(1分)
	效果评估	2	有效果评估(1分), 效果评估合理, 符合企业要求(1分)
	创新方面	5	方案有一定新意, 见解独到
	小计	100	

模块七 广告文案策划

子模块十 广告文案设计

76. 试题编号: Z2-1, 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 平方米，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	
----	-----	--

77. 试题编号：Z2-2，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 平方米，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	

78. 试题编号：Z2-3，设计“童彩”牌神笔广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

青岛童彩益智科技有限公司坐落于处在科技前沿一线风光秀丽的海滨城市——青岛，是一家专业从事儿童益智文具、玩具等系列用品的研发、生产、销售为一体的综合性企业。

公司最新推出的童彩系列益智产品，利用世界领先的“最新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品，为儿童的涂鸦绘画、书写练字开创了一个新的时代。产品核心技术采取了商业秘密保护方式，科技独享，有效的提高了公司产品竞争力。

公司生产的“童彩”牌神笔可在墙壁、床单、衣服、家具甚至皮肤等表面书写。只要用清水或者湿布轻轻一擦，墨迹立刻消失，不留痕迹，魔幻神奇。解除孩子随时胡写乱画、信手涂鸦带来的烦恼，妈妈省心。墨水不含任何有害化学成分，与配套的涂鸦写字笔、儿童板、描红本、绘图册结合，随写随擦，可长期反复使用，神笔可反复灌墨，经济实惠。

公司最新推出国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即

可绘画，把画笔或毛刷蘸清水涂鸦，色彩艳丽，无毒无害，提高孩子认知、感知、手眼协调能力，启发绘画兴趣，开发全脑智力。背面用童彩神奇涂鸦笔绘画，清水消失。

公司将本着“健康环保、科技创新”的理念，不断开发出有利于儿童智力挖掘，健康学习，快乐学习，趣味学习的系列高科技产品，为提高素质教育水平，建立绿色节约、低碳环保、文明和谐的社会而努力！

【测试任务】

现公司欲在 20××年秋季开拓湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军新的市场，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的 20××年湖南 A 区域市场的完整的“新学期”广告方案（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），费用控制在 10 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平方米，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)	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
	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）	

分)				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				

79. 试题编号: Z2-4, 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 平方米，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	

80. 试题编号：Z2-5，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 2022 年 6 月末，爱尔眼科在境内拥有医院 187 家，门诊部 132 家，截至 8 月 24 日，年门诊量超过 554 万人。

爱尔眼科致力于引进和吸收国际一流的眼科技术与管理理念，以专业化、规模化、科学化作为发展战略，推动中国眼科医疗事业的发展。

通过不断的实践与探索，并充分吸纳国际先进的医疗管理经验及运作方法，爱尔眼科成功探索出一套适应中国国情和市场环境的眼科医院连锁经营管理模式——“分级连锁”。利用人才、技术和管理等方面的优势，通过全国各连锁医院良好的诊疗质量、优质的医疗服务和深入的市场推广，爱尔眼科成为了中国最具影响力的眼科品牌之一。

2013 年，爱尔眼科医院集团与中南大学联合成立国内第一所专门的眼科医学院——中南大学爱尔眼科学院，开启了社会资本参与医学教育的有益创新和探索；2014 年，再度与湖北科技大学联合成立爱尔眼视光学院，旨在培养眼视光学的专门技术人才。至此，爱尔眼科打通了眼科的产、学、研三大领域，学院的成立将使爱尔眼科的科

研及临床水平得到显著提高。

2014年9月，爱尔眼科首创医疗行业“合伙人计划”，2017年，爱尔眼科收购美国知名眼科中心。预计到2025年，民营眼科医疗服务市场规模将达到1102.8亿元，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平方米，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			