

全省商贸服务业商品营业员技能竞赛知识水平测试

命题范围（共 700 道题）

一、单选题（440 道）

- 1、(A)是指人们共同生活中的行为准则和规范，又是对人们的思想和行为进行评论的标准。
A、道德 B、职业道德 C、经济道德 D、社会道德
- 2、职业道德是从事一定职业的公民在职业活动中所必须遵循的道德准则和(B)的总和。
A、道德 B、行为规范 C、制度 D、道德意识
- 3、营业员职业道德是营业员在接待顾客时所应遵循的职业(C)。
A、道德准则 B、意识准则 C、行为准则 D、行为准则
- 4、职业道德是(C)
A、从业人员的特定行为规范 B、企业上司的指导性要求
C、从业人员的自我约束 D、职业纪律的最后要求
- 5、关于从业人员与职业道德关系的说法中，你认为正确的是(A)
A、每个从业人员都应该以德为先，做有职业道德之人
B、只有每个人都遵守职业道德，职业道德才会起作用
C、遵守职业道德与否，应该视具体情况而定
D、知识和技能是第一位的，职业道德则是第二位的
- 6、下列关于职业理想的说法中，正确的是(C)
A、职业理想不过是职工个人争取待遇优厚的工作岗位的想法
B、职业理想是固定不变的，不会随环境的变化而改变
C、职业理想的层次越高，就越能够发挥员工的主观能动性
D、职业道德是虚幻的，只有职业技能实实在在的
- 7、下列关于职业道德的说法中，你认为正确的是(B)
A、有职业道德的人一定能够胜任工作
B、没有职业道德的人干不好任何工作
C、职业道德有时起作用，有时不起作用
D、没有职业道德无关紧要，可有可无
- 8、社会主义公民道德建设的基本原则是(D)
A、爱国主义 B、社会主义 C、功利主义 D、集体主义
- 9、商品营业员职业道德的核心是为顾客服务，向消费者负责，并通过全体营业员的一言一行，表现出对顾客的服务精神，反映出(D)的精神面貌。
A、个人 B、团队 C、顾客 D、企业
- 10、(B)是与人们的职业活动相联系的，具有自身职业特征的道德规范
A、道德 B、职业道德 C、被动 D、经济道德

- 11、各行各业都有自己的职业道德，遵守职业道德是任何一个（ A ）的从业人员最基本的要求。
A、行业 B、工作 C、工种 D、单位
- 12、维护尊严权是指消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有其（ B ）得到尊重的权利。
A、自主选择权 B、人格尊严，民族风俗习惯 C、计量公正等平等交易 D、批评监督权
- 13、消费者和经营者发生消费权益争议，双方没有仲裁协议的不能通过（ B ）方式解决。
A、向人民法院提起诉讼 B、申请仲裁机构仲裁
C、向有关部门申诉 D、请求消费者协会调解
- 14、欺骗性不正当竞争行为是指经营者采用假冒、仿冒或其他虚假手段从事市场交易牟取非法利益的行为，以下情形中（ D ）不属于欺骗性不正当竞争行为。
A、假冒他人的注册商标 B、在商品上伪造或冒用认证标志
C、擅自使用他人的企业名称 D、贬低竞争对手商业信誉
- 15、在帐外暗中给予对方单位或者个人回扣的，对方单位或这个人在帐外暗中收回扣的，以（ C ）论处。
A、受贿 B、受贿罪 C、贪污罪 D、行贿
- 16、法律规定经营者可以从事（ C ）有奖销售商品行为。
A、采用谎称有奖的 B、推销质次价高商品的
C、最高奖金超过5000元抽奖式 D、经营这财物价值
- 17、根据《广告法》规定，广告内容不得有（ A ）的图案或音响。
A、国旗、国歌 B、戏剧语言 C、有版权的歌 D、商标标志
- 18、《价格法》规定，经营者转移依法登级保存的财物的，处（ C ）一倍以上三倍以下的罚款。
A、相关营业所得税 B、保存的财物价值
C、转移的财物价值 D、经营者财物价值
- 19、《票据法》规定，汇票的持票人在到期日前（ D ）也可以行使追索
A、未载明出票地 B、出票人未签章
C、未载明确定金额的 C、付款的、人被依法宣告破产
- 20、《票据法》规定，有（ D ）行为情节严重的属于票据欺诈行为，依法追究刑事责任
A、付款人被依法宣告破产的 B、签发无可靠资金来源的本票的
C、使用过期的票据的 D、签发与其预留签不符支票骗取财物的
- 21、食品生产经营过程必须使用的洗涤剂，消毒剂应当得人体（ D ）
A、安全、消毒 B、无害、消毒
C、无色、无味 D、安全、无害
- 22、检查商品价签要做到（ D ）一货一签，货与签价格相符。
A、货价对位 B、货货对位 C、签签对位 D、货签对位
- 23、商品价格是价值的（ C ）表现，是决定商品销售的重要因素之一。
A、物质 B、质量 C、货币 D、商品
- 24、价格总是自发地围绕价值上下运动，（ B ）
A、有限循环，周而复始 B、无限循环，周而复始 C、无限循环，直线运动 D、有限循环，直线运动
- 25、商品价格是由（ B ）税金和利润四个构成的。

- A、固定成本，流通费用 B、生产成本，流通费用
C、固定资产，财务费用 D、生产成本，财务费用

26、价格管理应当在保障（ D ）利益的前提下，保护生产者、经营者的合法经济利益，正确处理中央、地方、部门、企业之间的经济利益关系。

- A、个人 B、企业 C、团体 D、国家

27、为了占领市场，利用低价的优势，把（ D ）渗透到市场中并销售出去。

- A、思想 B、技术 C、业务 D、产品

28、很多（ D ）乐于接受和喜欢位数价格，存有位数价格的商品满足了消费者何家慎重的心理。

- A、企业 B、消费者 C、供应商 D、厂家

29、注意照明设施的检查，灯泡是否有故障、（ D ）及效果好不好。

- A、照射强度 B、电压强度 C、度数强度 D、照射角度

30、广告活动是针对（ C ）消费者进行的广泛宣传。

- A、所有 B、一般 C、特定 D、个别

31、人际传播主要是指（ C ）之间面对面的信息传播，如推销人员的上门推销，以及消费者之间相互转告商品信息等。

- A、人与物 B、物与物 C、人与人 D、人与信息

32、人际传播是靠言语及（ D ）传播信息。

- A、说话 B、声音 C、文字 D、身体

33、大众传播具有传播速度快、（ A ）等特点。

- A、传播范围广 B、传播范围小 C、传播力量弱 D、传播速度慢

34、POP广告能形象地反映（ B ）并能突出本店或本货区的识别标志，引起消费者的兴趣和购买欲望，进而扩大商品销售，提高经济效益。

- A、销售商品的型号、经营范围和特色 B、销售环境的卫生、经营范围和特色
C、销售商品的类别、经营范围和特色 D、销售区域的卫生、经营范围和特色

35、广告内容及其表现形式（ C ）清晰明白，不给人错觉和误解。

- A、可以 B、可能 C、必须 D、未必

36、由于顾客的需求不同，所以，也需要向顾客介绍（ B ）从顾客购买目的以及要求上满足其需要并引导顾客选购其适用的商品。

- A、商品特点以及商品型号 B、商品特点以及商品性能
C、商品性能以及商品规格 D、商品性能以及商品类型

37、市场信息是（ A ）重要的战略资源，与企业的人、财、物三大资源处于同等的重要地位。

- A、企业 B、公众 C、市场 D、领导

38、搜集与所售商品相关的信息，如（ B ）等各种不同的媒体。

- A、报纸、杂志、资料、语言、表情 B、报纸、杂志、资料、网络、书籍
C、资料、网络、语言、表情、杂志 D、资料、网络、表情、杂志、报纸

39、社会是不断发展的，企业的服务也应是（ A ）的。

- A、不断有所改变 B、一成不变 C、无需变化 D、几少变化

40、营业员在工作中，能够掌握较多的市场信息，加之有较丰富的商品知识和营销经验，就可以向顾客提供（ B ）

市场信息和有针对性的为顾客提供服务。

A、模糊的 B、准确的 C、大概的 D、可能的

41、营业员在工作中学会倾听，这是与（ C ）进行沟通的重要方面。

A、领导 B、营业员 C、顾客 D、女士

42、非语言的沟通经常被称为“身体语言”，如（ A ）

A、表情和身体形态 B、说话和身体形态
C、表情和说话 D、说话和书面语言

43、公共场所的消防栓、安全阀等应（ D ）。

A. 专人负责 B. 大家负责 C. 无人负责 D. 专人看管

44、交叉双臂和一次（ A ），都是沟通的一种形式。

A、深深的叹息 B、深深的沟通 C、深深的低头 D、深深的举手

45、声音的质量，如音的高低、强弱、音调音质所（ D ）的信息量超过了用语言所传递的信息量。

A、宣传 B、制定 C、制造 D、传递

46、营业前的售货准备工作主要包括（ D ）、营业场地的清理。

A. 个人卫生的准备 B. 售货用具的准备
C. 商品的准备 D. 商品的准备、售货用具的准备、个人卫生的准备。

47、理智动机建立在消费者对商品客观、全面认识的基础上，对所获得的（ B ）经过分析比较和深思熟虑以后而产生的购买动机。

A、社会信息 B、商品信息 C、知识信息 D、广告信息

48、加强与顾客的（ D ）以情促销。

A、疏远力 B、战斗力 C离心力 D、亲和力

49、营业员应该把自己的（ A ）限制在介绍商品知识、提出建议、帮助选择的范围内。

A、言行 B、心情 C、感情 D、步行

50、由于（ A ）的需要是多种多样的，所以消费心理也是多种多样的。

A、消费者 B营业员 C、供货商 D、厂家

51、实用心理表现为追求商品的使用价值及实用效果，不过分强调（ B ）等。

A、质量、价格、外观 B、外观、花色、款式
C、质量、价格、花色 D、质量、花色、款式

52、廉价心理以追求廉价为目标，注重（ A ）的价格差异，不计较产品的外观质量和内在质量。

A、同类商品间 B、不同类商品间
C、多类商品间 D、一种商品间

53、方便心理是由于时间、精力等条件的限制，希望方便的购物，注重（ D ）、时间和人数

A、时间和金钱 B、时间和商品 C、时间和经济 D、时间和效率

54、炫耀心理是追求（ B ）的商品，以显示自己的地位、身价。

A、低价 B、价高 C、中间价 D、浮动价

55、龙头商品展销将知名度较高的系列化商品作为骨干商品，开展名优商品展销活动，借以带动（ D ）的销售。

A、在途商品 B、库存商品 C、所有商品 D、其他商品

- 56、季节性商品展销可以通过（ B ）的应季、应节商品吸引顾客，满足顾客需求，为顾客提供服务。
A、一模一样 B各种各样 C、千篇一律 D、大体相同
- 57、示范要集中在（ B ）的主要优点或顾客主要需求方面。
A、顾客 B商品 C、企业 D、供应商
- 58、示范表演新颖可以有效地吸引顾客注意，（ B ）顾客购买欲望。
A、消除 B刺激 C、打消 D、击退
- 59、要在（ C ）做示范，或让顾客参加，这样效果会更明显。
A、使用后 B、使用中 C、使用前 D、不使用中
- 60、为了取得（ A ）的信任，扩大商品销售，企业可以对出售的商品，提供质量信誉保证。
A、顾客 B、营业员 C、供应商 D、厂家
- 61、购物有奖促销法是在销售商品时设立若干（ B ）以吸引顾客。
A、典型 B、奖励 C、样板 D、招牌
- 62、通过提供赠品或免费品尝，使顾客产生（ C ）从而变潜在购买力为现实购买力。
A、不买想法 B、购买幻觉 C、购买意愿 D、奇特想法
- 63、促销应以（ C ），以服务为中心。只有服务与顾客才能得到顾客的满意回报。
A、知识为前提 B、服务为前提
C、销售为前提 D、推销为前提
- 64、演示商品功效能进一步帮助顾客（ B ）商品的各种情况，并激发顾客的购买欲望。
A、选择 B、识别 C、抨击 D、藐视
- 65、导热性是物体（ C ）热能的性质。
A、吸收 B、释放 C、传递 D、引导
- 66、在（ A ）过程中如出现故障应能够予以解除。
A、演示 B、说明 C、介绍 D、解释
- 67、《价格论》规定，经营者转移一发登记保存的财务的，处（ C ）一倍以上三倍以下的罚款。
A、相关营业所得额 B、保存的财务价值
C、转移的财务价值 D、经营者财务价值
- 68、打开商品的外观或盖子等外包装，让顾客（ B ）其内部构造并演示。
A、感觉到 B、看到 C、猜到 D、想到
- 69、对于所销售的新商品或重点销售的商品，应在比较显眼的地方摆放，或作示范性表演，激发顾客兴趣，达到（ C ）目的
A、储存的 B、运输的 C、促销的 D、保留的
- 70、《中华人民共和国计量法与实施细则》第三章计量器具管理的第十七条规定，适用计量器具不得破坏其准确度，损害（ C ）的利益。
A、国家 B、国家和消费者 C、消费者 D、生产者
- 71、电子秤的微处理器的主要功能是将数字信号按一定程序进行处理，将其结果传给（ B ）或打印机。
A、计算机 B、显示器 C、信息处理器 D、微型处理机
- 72、（ B ）不是《劳动法》第三条规定的劳动者的义务。
A、劳动者应当完成劳动任务 B、制定劳动计划 C、提高职业技能 D、职业道德

- 73、液体类量具一般是用（ B ）制成的。
A、金属焊接 B、金属材料 C、钢材铸造 D、铝材
- 74、我国的重量计量单位是毫克、厘克、分克、克、十克、百克、千克（公斤）、吨 8 种。它们的进位是（ B ）
A、一进位 B、十进位 C、百进位 D、前进位
- 75、计量商品注意事项要求营业员要经常维护和保养（ C ）使其保持最佳状态。
A、测量仪 B、衡量器 C、计量器 D、显示器
- 76、商品的热膨胀系数小则耐热性（ D ）。
A、很低 B、低 C、一般 D、高
- 77、商品的化学性能是指商品（ D ）各种外界因素对其发生化学作用的能力。
A、接受 B、分解 C、破坏 D、抵抗
- 78、礼品包扎操作的第二步骤是将包装纸里面朝上，平铺在柜台上，将包装物放在包装纸（ C ）上摆放好。
A、右上方 B、左上方 C、的中央 D、‘靠近身体的地方
- 79、礼品包扎操作的第五步骤是（ D ）
A、粘花 B、中间交叉 C、两头交叉 D、困扎
- 80、瓶类物品的包装一般最多在（ D ）
A、五瓶 B、两瓶 C、三瓶 D、四瓶
- 81、畜牧业从农业中分离出来，是人类历史上的（ A ）社会大分工。
A、第一次 B、第二次 C、第三次 D、第四次
- 82、社会再生产过程依次由（ C ）四个环节组成。
A、生产、交换、流通、消费 B、生产、流通、交换、消费
C、生产、分配、交换、消费 D、生产、交换、分配、消费
- 83、服务管理的主要内容是（ B ）。
A、增加服务项目 B、控制服务质量
C、严格考勤制度 D、加强从业人员管理
- 84、柜组核算是（ D ）。
A. 计算职工的劳动报酬 B. 统计职工出勤情况
C. 计算商品销售额 D. 一种群众性的经济核算
- 85、柜组核算就是（ D ）。
A、计算职工的劳动报酬 B、统计职工出勤情况
C、计算商品销售额 D、一种群众性的经济核算
- 86、确定主要商品的资金定额可按（ A ）。
A、商品品种 B、商品大类 C、商品金额 D、商品目录
- 87、下列（ C ）属于直接费用。
A、折旧费 B、管理人员工资 C、运杂费 D、福利费
- 88、某商场鞋帽组2011年商品周转10次，周转一次所需的天数是（ A ）。
A、36 天 B、36.5 天 C、30 天 D、28 天
- 89、职业道德具有（ A ）

- A、相对的稳定性 B、极强的稳定性 C、各行业的相同性 D、固定不变性
- 90、保证商品质量要把好三关：把好（ B ），把好质量关，把好定将关。
A、验货关 B、进货关 C、销货关 D、采购关
- 91、营业员搞好商品上柜、陈列工作，应做到商品标价醒目，便于（ C ）。
A、营业员售货 B、财务记帐 C、顾客挑选 D、商场盘点
- 92、当顾客买了某种商品后，营业员应根据顾客实际情况，介绍（ C ）。
A、美观商品 B、流行性商品 C、连带商品 D、优惠商品
- 93、道别时应做到（ C ）、语言简练适当。
A、严肃庄重 B、热情洋溢 C、自然亲切 D、热烈隆重
- 94、服务规范包括服务用语规范、接待技巧规范、清洁卫生规范和（ D ）规范。
A、优质服务 B、退换商品 C、技能培训 D、柜台纪律
- 95、接待技巧主要包括：（ C ）、接触顾客的技巧、情况特殊的顾客的接待技巧、特殊情况下接待顾客的技巧等。
A、语言技巧 B、介绍商品技巧 C、迎客技巧 D、售货技巧
- 96、商品流转即（ C ）。
A、商品运输 B、商品在途 C、商品流通 D、商品销售
- 97、商品购进的基本原则是：（ D ）、勤进快销、以进促销、储存保销。
A、以进定销 B、以存定进 C、以存定销 D、以销定进
- 98、商品保管是指对在库商品进行保管和（ D ）工作。
A、包装 B、堆码 C、再加工 D、养护
- 99、商业企业应充分利用现有（ C ），搞好在库商品的管理。
A、广告媒体 B、销售手段 C、仓储条件 D、推销队伍
- 100、商品销售是指零售商店通过（ D ）出售商品的买卖行为。
A、以货易货 B、中间商 C、物物交换 D、货币结算
- 101、设收款台专人收款的方法包括开票交款法、卡片交款法、传送带交款法和（ C ）收款法。
A、货款合一 B、自行结算 C、收银机 D、一人收款一人付货
- 102、商品盘点前应整理好所有单据、票证和商品，暂停（ A ）。
A、仓库发货 B、商品出库 C、销售商品 D、商品购进
- 103、对于以长度出售的呢绒、布匹等商品，盘点时应采取（ B ）法。
A、标尺测量法 B、压码加零法
C、盘整加零法 D、以销计存法
- 104、商品编码的基本原则有（ A ）。
A、唯一性原则 B、替代性原则 C、二重性原则 D、兼容性原则
- 105、商品品名一般由产地、品牌、规格、功能、功率、（ A ）、容积等部分组成。
A、名称 B、数字 C、字母 D、符号
- 106、狭义的商品质量即（ C ）。
A、市场质量 B、社会质量 C、自然质量 D、商品素质
- 107、商品性能是商品在（ B ）作用下所表现出来的性质和功能。

- A、内在因素 B、外界环境因素
C、自身因素 D、无外力因素

108、商品性能主要包括商品(A)等方面的性能。

- A、物理、化学、机械、工艺学、生物学
B、物理、化学、包装、品牌
C、物理、化学、机械、使用
D、物理、化学、机械、工艺学、数学

109、透气性和透水性的本质(A)。

- A、相同 B、不同 C、有时相同 D、相反

110、各种商品的透气性、透水性要求具有(A)。

- A、差异性 B、一致性 C、相关性 D、统一性

111、商品的耐热性是用商品所承受急剧温度变化而不致破裂的(A)来表示的。

- A、最大温度差 B、最高温度 C、最小温度差 D、最低温度

112、商品抵抗空气中氧的作用的能力称为(A)。

- A、耐氧化性 B、氧化性 C、排斥反应 D、分解作用

113、商品的机械性能是鉴定商品的适用性和(C)的重要内容。

- A、工艺性 B、物理性 C、坚固耐久性 D、合理性

114、韧性是指商品能(A)的作用而不破裂的性质。

- A、承受外力 B、受热撞 C、受冻 D、承受内力

115、脆性是指商品在(A)作用下，易于破裂的性质。

- A、一定外力 B、一定温度
C、一定内力 D、一定气候条件

116、玻璃材料生产工艺性能之一表现为(B)。

- A、脆性 B、可塑性 C、弹性 D、透明性

117、商品的生物学性能，主要是针对(B)而言的。

- A、无机性商品 B、有机性商品 C、电子产品 D、炊事工具

118、水解性是指含有蛋白质、脂肪、糖类等的商品，在(B)的作用下水解生成新的物质的性质。

- A、盐、碱、酸 B、酸、碱、酶 C、氧、水、碱 D、水、高温、氧气

119、有机性商品在微生物作用下发生的改变原有的外观、强度、气味、食用品质等所表现出来的性质，称为商品的(C)。

- A、酵解性 B、生理生化性 C、霉腐性 D、水解性

120、商业是(B)发达的一种形式。

- A、社会生产 B、商品交换 C、商品生产 D、市场经济

121、商业的产生和存在，必须具备两个基本条件：一是(A)；二是生产资料和产品归不同的所有者所占有。

- A、社会分工 B、手工业生产 C、商品交换 D、商品流通

122、商业劳动和生产劳动的分离，是人类社会的(C)。

- A、第一次 B、第二次 C、第三次 D、第四次

123、抓服务质量必须树立产品质量、劳务质量和(C)并重齐抓的观念。

A、服务质量 B、管理质量 C、环境质量 D、报表质量

124、服务管理的主要内容是控制服务质量，以此提高(C)水平。

A、商品质量 B、生产管理 C、服务管理 D、财务管理

125、社会主义商业职业道德反映的买卖公平、(C)、保质保量、礼貌服务等社会主义道德风尚。

A、履行合同 B、廉洁奉公 C、货真价实 D、合理进货

126、柜组编制要货计划的前提是(C)。

A、进货间隔天数 B、商品在途时间

C、商品资金定额 D、销售准备天数

127、下列(B)属于间接费用。

A、保管费 B、管理人员工资 C、包装费 D、利息支出

128、某商场家电组2011年预计商品销售收入200万元，预计商品进价成本140万元，该柜组毛利率是(B)。

A、43% B、30% C、70% D、35%

129、售货准备工作由(A)开始。

A、班前工作安排 B、仓库提货 C、清扫卫生 D、整理货

130、商品流通是以(A)为媒介的商品交换过程。

A、货币 B、商品 C、顾客 D、商场

131、营业员介绍商品时，应实事求是，维护(A)。

A、顾客利益 B、商场利益 C、厂家利益 D、自身利益

132、在进货时，要掌握(B)情况，采取不同的进货方法。

A、厂家的生产 B、商品的供求

C、市场占有率 D、产品质量

133、材料的弹性和塑性可相互转变的特性(C)商品的加工制造。

A、不可利用于 B、不利于 C、可利用于 D、有利于

134、对单验收是对照商品发货单上的(C)、规格、牌号检查商品。

A、时间 B、发货地点 C、品名 D、金额

135、数量验收时，必须注意商品的(A)。

A、计量单位 B、质量 C、品名 D、牌号

136、柜台进货手续的最后是填写(D)。

A、零售商品管理帐 B、销货结算单

C、库存商品台帐 D、进货日报表

137、对在库商品进行的保管和(C)工作即商品保管。

A、验收 B、购进 C、养护 D、加工

138、商品销售是商品流转环节的(C)。

A、始发点 B、开始 C、终点 D、中间环节

139、收银机收款使用 POS 收银系统阅读(D)，进行收银结帐。

A、文件名 B、商品名 C、价格标签 D、商品条码

140、介绍商品时，应注意运用高明的(B)方法，配合示范、表演等动作，使顾客更好地了解商品的性能和特点。

A. 说服 B. 展示 C. 展览 D. 幽默

141、商品调价必须严格按照(A)进行。

A、物价管理权限 B、物价管理职责
C、国家标准 D、地方标准

142、商品盘点是对商品实物(A)及其金额的清点。

A、数量 B、品名 C、规格 D、质量

143、加强商品日常管理陈列商品时应保持同类商品间的(C)及其规格尺码的连续性。

A、相同性 B、一致性 C、连带性 D、差异性

144、液体商品, 盘点时应采取(A)法。

A、标尺测量法 B、压码加零法 C、盘整加零法 D、以销计存法

145、商品分类是商品编码的(D)。

A、有机体 B、结果 C、充分条件 D、基础

146、商品编码的基本原则主要有(C)。

A、独立性原则 B、兼容性原则 C、合理性原则 D、条理性原则

147、茅台酒外包装上的“38%V/V”是表示茅台酒的(C)。

A、酒精重量 B、酒精质量 C、酒精浓度 D、酒精温度

148、商标是商品生产者或经营者为使自己的商品与他人商品相区别的(C)。

A、文字表述 B、字母数字 C、标记 D、图案标识

149、EAN代码由(D)数字组成。

A、12位 B、8位 C、11位 D、13位

150、我国强制性国家标准的代号是(D)。

A、QB B、NY C、GB/T D、GB

151、商品性能是指商品所具有的(B)。

A、品级 B、性质和功能 C、作用 D、功效和特性

152、商品性能主要有(B)。

A、物理性能和使用性能 B、物理性能和化学性能
C、食用性能和使用性能 D、有形性能和无形性能

153、商品物理性能是指商品在(C)等物理因素作用下的反应。

A、酸、碱、盐、氧 B、荷重、温、热、光
C、重力、湿、热、光 D、重量、湿、热、酶

154、商品重量是一项重要的(B)。

A、化学量 B、物理量 C、含量 D、生物量

155、物体(D)的性质称为吸湿性。

A、吸附水分 B、放出水分 C、吸收水分 D、吸附水分和放出水分

156、衣着品的透气性是一项重要的(B)。

A、安全属性 B、卫生属性 C、检测属性 D、健康属性

157、用泡沫塑料、活性炭制作的保温材料其导热性(D)。

A、一般 B、良好 C、很好 D、很差

- 158、耐热性是指商品的(A)。
- A、抗热性 B、导热性 C、散热性 D、热学反应
- 159、商品重要的化学性能指标有(C)。
- A、弹性和塑性 B、韧性和脆性
- C、耐氧化性和耐光性 D、生理生化性
- 160、金属银具有(B)。
- A、抗氧化性 B、抗稀酸性 C、抗强酸性 D、抗化学作用的能力
- 161、可以利用羊毛与植物性杂质耐酸性不同，在加工中用硫酸使杂质(B)而去除。
- A、钙化 B、碳化 C、软化 D、硬化
- 162、商品的耐氧化性是指商品在加工、储运和使用中，抵抗(A)的作用的能力。
- A、空气中的氧 B、商品成分中的氧元素 C、日光 D、气体
- 163、商品强度是指商品抵抗外力作用而(D)的能力。
- A、不破裂 B、毫无形态变化 C、不分解 D、保持体态和结构完整
- 164、超市将变质商品更换标签继续出售，没有履行其(C)项义务。
- A. 标明真实标记 B. 产品“三包” C. 保证商品和服务 D. 接受监督
- 165、日用陶瓷制品是(A)，因此在使用、运输、保管中应防止挤压、撞击。
- A、脆性体 B、塑性体 C、蠕变体 D、弹性体
- 166、金属材料的耐冲性是其必须具备的(A)之一。
- A、生产加工工艺性能 B、装饰性能
- C、包装性能 D、组织性能
- 167、有机性商品受外部因素和微生物的作用而发生的水解性、氧化性、霉腐性、酵解性、生理生化等性质变化称为商品的(C)。
- A、机械性能 B、生理性能 C、生物学性能 D、化学性能
- 168、水解性指含有蛋白质、脂肪、糖类的商品在酸、碱、酶的作用下，(D)的性质。
- A、生成水分 B、释放水分 C、被水溶解 D、水解生成新物质
- 169、有机性商品发生霉腐现象是由(B)作用而引起的。
- A、氧气和温度变化 B、微生物
- C、湿度变化 D、活性酶
- 170、鲜活商品具有呼吸、后熟、萌发、抽薹的性质称为(A)。
- A、生理性 B、生化性 C、生长性 D、生物学性能
- 171、消费者享有(C)的权利。
- A、变价交易 B、指导交易 C、公平交易 D、指挥交易
- 172、国家制定有关消费者权益的法律、法规和政策时，(A)消费者意见和要求。
- A、应当听取 B、不应听取 C、可听可不听 D、必须听取
- 173、经营者侵害消费者人格尊严或人身自由的，应当停止侵害，恢复名誉，消除影响，赔礼道歉，并(D)。
- A、退还货款 B、补足商品数量 C、更换退款 D、赔偿损失
- 174、商业是与(D)紧密联系的一个经济范畴。
- A、商品展示 B、商品广告 C、商品流通 D、商品生产、商品交换

175、人类进入新石器时代，出现了(D)。

A、手工业 B、商业 C、工业 D、原始农业

176、在社会主义市场经济条件下，交换在社会再生产中处于(B)地位。

A、首要 B、中介 C、中间 D、末端

177、商品包装信息主要不包括以下哪一内容(D)。

A. 国际条形码 B. 商标 C. 保质期 D. 价格

178、零售企业业务管理包括进货业务、销售业务和(A)业务三方面的组织与管理。

A、储存 B、帐务管理 C、调拨 D、运输

179、组织好销售业务管理，必须加强对商店服务对象的(C)。

A、促销工作 B、上门服务 C、调查研究 D、微笑服务

180、商品流转统计的基本指标包括商品购进数额、商品销售数额和(C)。

A、商品价格 B、商品质量 C、商品库存数额 D、商品品种

181、柜组劳动效益是指在一定时期内(C)。

A、柜组出勤人数 B、商品销售额C、组平均每人完成的商品销售D、商品购进额

182、某商场家电组2011年预计商品购进总额170万元商品销售额200万元毛利率15%，该柜组毛利额是(D)。

A、15万元 B、35万元 C、25.5万元 D、30万元

183、非整数订价就是根据消费者的购买心理，尽可能(B)，给人一种便宜的感觉。

A、取整数 B、取低一位数 C、取高一位数 D、取小数

184、职业道德的特点有鲜明的职业性、较强的适用性、(D)和相对的稳定性。

A、内容的主观性 B、形式的单一性
C、内容的单调性 D、内容和形式的多样性

185、四无商品是指无牌号、无厂名、无产地、(D)的商品。

A、无检验证 B、无防伪标记 C、无品名 D、无合格证

186、橡胶制品受冲压而不破裂，说明其具有一定的(B)。

A、硬度 B、韧性 C、弹性 D、塑性

187、营业员在接待顾客时，语言表达应(B)。

A、严肃认真 B、语气温和 C、多说多聊 D、语气热烈

188、商品购进的基本原则是：以销定进、(C)、以进促销、储存保销。

A、以存定销 B、以存定进 C、勤进快销 D、以销定存

189、收款和找零叫做(C)。

A、购买 B、销售 C、收找 D、结帐

190、营业员对不同的顾客，应采用(A)的道别语言。

A、不同 B、相同 C、相似 D、一致

191、营业员对商品的质量检查，主要通过(A)鉴别商品。

A、感官 B、仪器 C、质检部门 D、内在质量监测

192、零售商店的进货、运输、保管等都是为(A)服务的。

A、商品销售 B、仓储保管 C、商品验收 D、商品购进

- 193、商品进销存日报表和(B),是批零企业中零售商店经营业务活动的真实记录。
A、商品发货单 B、汇总表 C、商品验收单 D、商品运输损益表
- 194、社会主义商业职业道德的基本要求具体表现在爱祖国、(D)等方面。
A. 顾小家 B. 顾大局 C. 勤思考 D. 有礼貌
- 195、商品盘点从时间上划分有定期盘点和(C)。
A、月终盘点 B、季末盘点 C、临时盘点 D、年底盘点
- 196、需拆箱售零的商品,盘点时应采用(C)法。
A、标尺测量法 B、压码加零 C、盘整加零法 D、以销计存法
- 197、商品盘点先进的方法是(C)法。
A、关门盘点 B、部分盘点 C、复式平行盘点 D、定期盘点
- 198、发生商品损溢的原因主要包括(B)等。
A、出厂未经检验 B、机械作用的影响
C、顾客使用不当 D、使用单位在使用中发生问题
- 199、商品盘点后,应确定合理的商品损耗率,划清(B)与差错的界限。
A、工作失误 B、正常损耗 C、非正常损耗 D、业务生疏
- 200、不同分类但有互补作用的商品陈列在一起,使顾客在买A商品时也会顺便购买B商品的陈列方式叫做(C)。
A. 端架陈列 B. 堆头陈列 C. 关联陈列 D. 比较陈列
- 201、条形码是由一组规则排列的条、空及(B)组成的,用以表示一定信息的标记。
A、对应文字 B、对应字符 C、对应字母 D、对应图案
- 202、狭义的商品质量是指评价商品(A)优劣程度的自然属性的综合。
A、使用价值 B、社会价值 C、一般价值 D、平均价值
- 203、国际性商品标准分为(D)两种。
A、美洲标准和欧洲标准 B、欧洲标准和亚洲标准
C、太平洋标准和大西洋标准 D、国际标准和国际区域标准
- 204、商品性能种类中包括(B)性能。
A、一般 B、物理 C、常见 D、特殊
- 205、商品的重量指标可用来判断材料的(A)等。
A、本质、结构特点 B、外表、比例特点
C、耐腐蚀性特点 D、可氧化性特点
- 206、商品吸湿性越强,含水量改变的范围(B)。
A、越小 B、越大 C、越好 D、越坏
- 207、物体能被(B)透过的性质称为透气性。
A、空气 B、水蒸汽 C、氧气 D、氢气
- 208、衣帽鞋袜在正常天气下(C)透气性。
A、不必具有 B、不具有 C、必须具有 D、不能具有
- 209、商品的耐酸能力和商品使用寿命(A)。
A、有关 B、无关 C、有时有关 D、常温下无关
- 210、维护尊严权是指消费者在购买、使用商品和接受服务时,享有其(B)得到尊重的权利。

A、自主选择权 B、人格尊严，民族风俗习惯 C、计量公正等平等交易 D、批评监督权

211、商品中加抗氧稳定剂能(A)商品的性能。

A、提高 B、降低 C、抵制 D、稳定

212、商品的韧性(B)反映物体强度大小的表现形式。

A、不是 B、是 C、只能是 D、有时是

213、脆性是商品在一定外力作用下，易于(B)的性质。

A、分解 B、破裂 C、溶解 D、折断

214、商品的工艺学性能是指构成商品的(C)为满足商品生产加工工艺的需要而必须具备的性能。

A、原子 B、分子 C、原材料 D、组织结构

215、有机性商品受外部因素和微生物的作用所发生的水解性属于商品的(D)之一。

A、化学性能 B、物理性能 C、食用性能 D、生物学性能

216、霉腐性指有机性商品在(D)作用下改变其原有质量所表现出来的性质。

A、酶 B、日照 C、冷湿空气 D、微生物

217、消费者在购买、使用商品时，享有其(D)、民族风俗习惯得到尊重的权利。

A、生活习惯 B、社会地位 C、工作习惯 D、人格尊严

218、条码识读技术与手工操作相比有明显的优点是便于企业(A)。

A. 商品管理 B. 节约成本 C. 商品采购 D. 收款操作

219、商品保管的“三不”是指不准借出商品、不准(D)、不准动用商品。

A. 损坏商品 B. 私分商品 C. 监守自盗 D. 白条顶库

220、营业员与顾客说话应(B)

A、严肃认真 B、语气温和 C、多说多聊 D、语气热烈

221、数量验收必须确保(C)

A、质量规格 B、机件完整 C、单货相符 D、配件齐全

222、商品保管的“六防”即：防火、防盗、(C)防毒、防风、防冻。

A、防虫 B、防鼠 C、防霉 D、防雨

223、反映商品品质等方面的技术指标是商品(D)

A、品牌 B、规格 C、商标 D、性能

224、营业员与顾客说话要做到(C)

A、“您”字当头、“请”字不忘 B、“您”字当头、“谢谢”不忘

C、“请”字当头、“您”字不忘 D、“谢谢”当头“请”字不忘

225、零售商店为了转卖或加工后转卖。通过货币结算占有商品的行为是(B)

A、商品销售 B、商品购进 C、商品流转 D、商品流通

226、营业员出样时要求做到把握时机、动作敏捷、(C)显示特点、按需取货

A、实事求是 B、态度诚恳 C、轻拿轻放 D、有问不厌

227、进货业务的组织管理包括确定柜组品种，定额验收与(C)等内容。

A、保管 B、付款 C、结算 D、运输

228、业务管理包括销售业务、储存业务和(D)业务三方面的组织与管理。

A、运输 B、帐务管理 C、调拨 D、进货

- 229、超市的库房按照储存条件可以分为三类，其中不包含以下哪一类（ A ）。
- A. 高温库房 B. 常温库房 C. 冷藏库房 D. 冷冻库房
- 230、在商品中加入抗氧稳定剂能够（ C ）商品的性能
- A、降低 B、提高 C、稳定 D、抵制
- 231、不同商品耐酸的能力差异（ A ）
- A、很大 B、不大 C、很小 D、有限
- 232、耐氧化性差的商品容易发生（ D ）现象。
- A、更新 B、灭失 C、消耗 D、老化
- 233、商品验收包括对单验收、（ C ）和质量验收。
- A、人员验收 B、外观验收 C、数量验收 D、对货验收
- 234、消费者索要购货凭证或服务单据时，经营者（ c ）。
- A、不一定出具 B、可以不出具 C、必须出具 D、可以拒绝
- 235、服务质量是指零售企业在商品销售过程中，为消费者服务的（ B ）。
- A、具体表现 B. 综合水平 C. 一般要求 D. 特殊要求
- 236、消费者协会（D）有关行政部门对商品和服务的监督、检查。
- A、指挥 B、约束 C、参与 D、指导
- 237、柜台业务的具体要求是：懂、熟、（ C ）快。
- A、稳 B、准 C、会 D、勤
- 238、商品强度是确定商品（ A ）的重要方面
- A. 使用范围 B. 组织成分 C. 美观程度 D. 寿命
- 239、出售（ B ）时，不论顾客要求与否，都要给顾客开据发票。
- A. 易损商品 B. “三包”商品 C. 代销商品 D. 削价商品
- 240、在产品质量、价格大体相同的情况下，（ B ）是强有力的竞争手段。
- A. 包装 B. 服务 C. 仓储条件 D. 运输方式
- 241、凡（ A ）贵重物品、“三包”商品出售时，不论顾客要求与否，都应开据发票。
- A. 大件商品 B. 削价商品 C. 代卖商品 D. 代买商品
- 242、柜台业务要求中的懂，是懂得主管柜商品进销存（ A ）环节的基本知识
- A. 流转 B. 销售 C. 批发 D. 运输
- 243、开发货票，应（ D ）
- A. 按顾客要求填写 B. 按厂家要求填写 C. 从省事出发 D. 执行规定
- 244、营业员在开发货票时，必须划掉空格，在大写金额前签署（ A ）符号
- A. 计止 B. 大写 C. 英文 D. 阿拉伯数字
- 245、属于商品的生物学性能的指标有（ C ）
- A. 吸湿性、透气性 B. 食用性、饮用性
- C. 水解性、酵解性 D. 生命性、生长性
- 246、收找货款必须（ B ）
- A. 开发货票 B. 唱收唱付 C. 显示特点 D. 把握时机
- 247、我国统一的商品编码层次中，每层均以（ A ）阿拉伯数字表示

A. 两位 B. 三位 C. 四位 D. 五位

248、营业员在整个收找过程要做到“一准、二快、三（ B ）”

A. 礼貌 B. 清楚 C. 细心 D. 微笑

249、商品重要的化学性能有（ B ）

A. 脆性 B. 耐光性 C. 硬度 D. 展示

250、商品质量是反映商品本身满足（ B ）需要能力的特征和特征的总和

A. 现实 B. 现实或潜在 C. 潜在 D. 自然

251、我国于1993年等同采用（ C ）系列国际标准

A. ISO14000 B. ISO8000 C. ISO9000 D. IEC

252、受外力作用后具有自动复原性质的商品称为（ B ）

A. 塑性体 B. 弹性体 C. 形变体 D. 蠕变体

253、保持商品正常的含水量，可以维护商品的（ A ）

A. 质量 B. 数量 C. 成色 D. 原料构成

254、某商品的最低储存天数是4天，最高储存天数是8天，其平均储存天数是（ C ）

A、4天 B、12天 C、6天 D、2天

255、部门负责人/柜组负责人将单据汇总后签字确认，并填写商品异常情况登记表，经店长签字后在（ C ）内传往配送中心。

A. 72 小时 B. 48 小时 C. 24 小时 D. 12 小时

256、商品盘点从时间上划分有（ C ）和临时盘点。

A. 关门盘点 B. 全面盘点 C. 定期盘点 D. 部分盘点

257、发生商品损益的原因不包括（ B ）

A. 出厂未经检验 B. 外界条件的影响 C. 计价差错 D. 盘点中的差错

258、商品变价就是对商品原售价的（ A ）

A. 调整变更 B. 提高 C. 降低 D. 政策性提价

259、商品标准是部门之间、企业之间交接验收商品的共同（ A ）。

A. 准则 B. 结果 C. 简称 D. 分支

260、商品品名是不同商品相互（ D ）的标志

A. 排斥 B. 代替 C. 联系 D. 区别

261、消费者权益的管理权属于国家各级（ B ）

A. 人民政府及其行政部门 B. 消费者协会 C. 人民法院 D. 仲裁机关

262、商业的基本功能是（ B ）

A. 提供服务 B. 销售商品 C. 创造价值 D. 美化生活

263、在商品资金储存额一定的情况下，商品销售额越大，商品周转天数（ B ）

A. 越大 B. 越少 C. 不变 D. 不一定

264、商品出库，要坚持（ B ）制度

A. 薄利多销 B. 先进先出 C. 经济核算 D. 集中和分散

265、商品的成分和结构均匀性对商品耐热性的影响（ C ）

A. 最小 B. 一般 C. 最大 D. 不存在

- 266、商品验收，就是对（ B ）所进行的数量验收和质量验收工作。
- A. 库存商品 B. 购进商品 C. 有问题商品 D. 代销商品
- 267、柜台业务的具体要求是（ B ）熟、会、快。
- A. 稳 B. 懂 C. 勤 D. 准
- 268、验收商品数量时必须（ D ）或过秤、丈量。
- A. 看清价格 B. 注意有无残损 C. 注意保质期 D. 详细点数
- 269、商品性能是确定商品包装、运输、储存和使用条件的（ A ）
- A. 重要依据 B. 商品标准 C. 商品代码 D. 商品商标
- 270、陈列的单个商品间的距离为（ B ）。
- A. 1~2mm B. 2~3mm C. 3~4mm D. 4~5mm
- 271、对商品实物数量及金额的清点称（ C ）
- A. 清产核资 B. 商品销售 C. 商品盘点 D. 资产清查
- 272、商品受外力作用后具有永久性形变被称为（ A ）
- A. 塑性形变 B. 弹性形变 C. 质变 D. 量变
- 273、对违反强制性标准的要依法追究其（ D ）
- A. 经济责任 B. 行政责任 C. 民事责任 D. 法律责任
- 274、商业服务业是（ B ）行业
- A. 生产 B. 窗口 C. 零售 D. 批发
- 275、礼品包扎操作的第三步骤是（ B ）。
- A. 粘花 B. 中间交叠 C. 两头交叠 D. 捆扎
- 276、商品标签的填写要（ C ）灵活多样、字迹清楚、标价准确。
- A. 因人而异 B. 大致正确 C. 因货制宜 D. 因地制宜
- 277、皮革的霉变是由（ C ）的作用而引起的。
- A. 虫蛀 B. 潮湿 C. 霉菌 D. 温差
- 278、纤维素成分（ A ）
- A. 耐酸，所以不怕与酸性物质一起存放
- B. 耐酸也耐碱，所以不怕与酸和、或碱物质接触
- C. 耐碱不耐酸，所以不怕与弱碱性物质接触
- D. 不耐酸碱，绝对不能和酸碱物质接触
- 279、商品编码应该简明、规范、适用、是指商品编码的（ D ）原则。
- A. 唯一性 B. 可扩充性 C. 合理性 D. 简明性
- 280、商品的适用性是指商品能满足其（ B ）所必须具备的性能。
- A. 客观要求 B. 主要用途 C. 顾客要求 D. 使用安全
- 281、对于削价处理的商品，通过（ D ）后填写“残损变质商品削价报告单”。
- A. 销售 B. 转帐 C. 盘存 D. 进货
- 282、定货合同中交货地点、日期和交货办法条款中应包括运输方法和（ D ）
- A. 储存方法 B. 包装方法 C. 费用负担 D. 运价
- 283、定货合同中应包括质量问题及其（ D ）

A. 严重程度 B. 发生原因 C. 标准 D. 解决办法

284、弹性和塑性是表示多种商品（ A ）的主要标志之一。

A. 质量 B. 数量 C. 标准 D. 组织结构的紧密程度

285、生化性是指（ D ）能够发生僵直和软化的性质。

A. 水果类 B. 蔬菜类 C. 农产品类 D. 生鲜食品

286、商品损益是指商品从（ A ）到销售整个零售环节所发生的升益或损耗。

A. 购进 B. 批发 C. 运输 D. 生产

287、在给某商品定价时宁取 1.98 元，而不定 2 元，这种定价技巧是（ D ）。

A. 声誉定价 B. 均衡定价 C. 折扣定价 D. 非整数定价

288、商品抵抗空气中的氧的作用的能力称为（ A ）。

A. 耐氧化性 B. 分解作用 C. 排斥作用 D. 耐光性

289、不同商品的耐碱性能力差异（ A ）。

A. 很大 B. 很小 C. 不大 D. 一般

290、消费者协会和其他消费者组织是依法成立的，对商品和服务进行社会监督和保护消费者合法权益的（ A ）。

A. 社会团体 B. 政府部门 C. 事业单位 D. 机关团体

291、售货程序包括（ C ）接待、出样、介绍、开票、收钱、递交、道别等阶段。

A. 进货 B. 存储 C. 准备 D. 培训

292、定货合同是一种（ A ）。

A. 经济合同 B. 技术合同 C. 借款合同 D. 租赁合同

293、仓储部门应针对商品的（ A ）和外界条件，采取措施，科学地养护商品。

A. 不同特性 B. 价格 C. 金额 D. 销售对象

294、对单验收指实物负责人对照（ B ）上的项目依次逐项检查商品。

A. 库存商品清单 B. 商品发货单
C. 零售商品验收单 D. 商品错误查询单

295、商品价格高于一般零售业态的是（ C ）。

A. 百货店 B. 超级市场 C. 便利店 D. 专业店

296、收银机收款使用POS受银系统阅读（ D ）进行收银结账

A. 文件名 B. 商品名 C. 价格标签 D. 商品条码

297、商店提供商品应当（ A ）。

A. 明码标价 B. 拼音标注 C. 标明进价 D. 标注英文

298、我国统一的商品代码层次结构共分为四层，依次是（ A ）。

A. 门类、大类、中类、小类 B. 大类、中类、小类、品类
C. 门类、大类、中类、品类 D. 大类、小类、品类、品种

299、营业员搞好货架柜台卫生，应做到（ B ）。

A. 六净四不见 B. 四净六不见 C. 窗明几净 D. 豪华气派

300、营业员服务号证一律端正的佩带于（ B ）。

A. 右胸 B. 左胸 C. 吊带上 D. 帽子上

301、金属银和铁都具有（ A ）。

A. 抗碱性 B. 抗酸碱性 C. 抗稀酸性 D. 抗强酸性

302、商品品名是某一种商品的（ B ）

A. 商品标志 B. 商品代号 C. 商品名称 D. 商品记号

303、微生物对有机性商品的作用主要是（ C ）商品的质量

A. 保护 B. 保持 C. 提高 D. 破坏

304、半干白王朝葡萄酒是根据其（ A ）来确定规格的

A. 加工原料 B. 酒精浓度 C. 颜色 D. 形态

305、商品的强度是确定商品（ A ）的重要方面

A. 使用范围 B. 组织成分 C. 美观程度 D. 寿命

306、集中进货的缺点是（ C ）。

A. 造成人力浪费 B. 工作分散 C. 造成进销脱节 D. 增加营业员负担

307、商标一般由（ D ）

A. 字母、图案 B. 数字、图案
C. 色彩、图案、记号 D. 文字、图形、记号

308、物价管理是（ A ）对商品价格运作过程的组织、领导、控制和监督活动

A. 国家和生产经营的单位 B. 商业企业 C. 群众 D. 专家

309、厚利限销策略，它是将商品价格定得很高，以便在（ D ）能获得较高的利润。

A. 无限期 B. 不定期 C. 长期内 D. 短期内

310、生鲜食品超市的规模一般在（ A ）平方米左右。

A. 1000 B. 200~600 C. 1000~6000 D. 10000 以上

311、削价商品的范围指（ D ）。

A. 库存多年 B. 残损商品
C. 使用价值降低的商品 D. 库存多年、残损商品、使用价值降低的商品

312、对经营者与消费者约定包修、包换、包退的商品，在保修期内 2 次修理仍不能正常使用的，经营者应当负责更换或者（ A ）。

A. 退货 B. 继续维修 C. 按价赔偿 D. 双倍赔偿

313、理智动机是建立在消费者对商品（ B ）认识的基础上，对所获得的商品信息经过分析比较和深思熟虑以后而产生的购买动机。

A. 主观、片面 B. 客观、全面 C. 主观、全面 D. 客观、反面

314、做好营业员个人卫生，尤其注意（ B ）。

A. 口腔卫生 B. 手指卫生 C. 脸部卫生 D. 头发卫生

315、在售货程序中，营业员将顾客购买的商品主动、礼貌地轻送给对方，称为（ A ）。

A. 递交 B. 递给 C. 送交 D. 交给

316、将小型的商品摆在前面，大型商品摆在后面；将较便宜的商品摆在前面，较贵的商品摆在后面叫做（ C ）

A. 中心陈列法 B. 线形陈列法 C. 梯形法 D. 折钉法

317、临存区应优先放置（ D ）商品。

A. A、B 类 B. B、C 类 C. C、D 类 D. D、E 类

318、零售企业经营中正确地贯彻执行“及时、准确、安全、经济”是（ C ）。

- A. 商品运输方式 B. 商品验收原则
- C. 商品运输的原则 D. 商品销售原则

319、倾听的另一种重要方式是（ D ），通过提问使我们可以获得更多的信息。

- A. 模糊提问 B. 随意 C. 无效提问 D. 有效提问

320、商品促销具有整体性、艺术性和（ D ）三个特点。

- A. 广泛性 B. 时间性 C. 地域性 D. 动态性

321、商品储存业务的中心工作是（ C ）业务，也是商品储存环节的工作重点。

- A. 收货 B. 发货 C. 保管 D. 盘点

322、宣传面广的大众传播媒介有（ A ）。

- A. 电台、报纸等 B. 广告等 C. 商品宣传手册 D. 商品演示会

323、商品编码是指在商品（ A ）的基础上，对各种商品赋予一定的规律性的商品代码的过程。

- A. 分类 B. 用途 C. 性能 D. 质量

324、商品营业员不能因（ D ）而影响接待顾客。

- A. 结账、摆货 B. 盘点 C. 会客 D. 结账、摆货、盘点、会客

325、质量验收主要对（ D ）进行检查。

- A. 感官鉴别商品质量 B. 等级
- C. 规格和残损 D. 感官鉴别商品质量、等级、规格和残损

326、钢卷尺一般用于丈量（ C ）时使用。

- A. 木材、钢材、机械或其他零部件 B. 玻璃、金属器材、建材
- C. 玻璃、金属器材、机械或其他零部件 D. 钢材、建材、玻璃

327、虽然我们不是始终意识到非语言的提示，但我们必须注意到，它们在决定沟通的（ C ）方面发挥了主要作用。

- A. 针对性 B. 模糊性 C. 有效性 D. 希望性

328、礼品包装的“中间交叠”，指的是两手同时将包装纸从包装物两边折起，抚平整，在被包装物上边中间交叠，交叠应在（ A ），然后一只手按住交叠缝，另一只手撕透明胶带纸，顺交叠缝粘牢。

- A. 1cm左右 B. 2cm左右 C. 3cm左右 D. 4cm左右

329、所谓倾听就是用（ A ），用脑思考，用心灵感受。

- A. 耳听，用眼观察，用嘴提问 B. 耳听，用动作观察，用嘴提问
- C. 耳听，用眼观察.用动作提问 D. 用眼观察，用嘴提问

330、特色商品又称（ C ）。

- A. 品牌商品 B. 特有商品 C. 特产 D. 名产

331、广告目标一般是指广告对（ C ）消费者所要完成的传播任务。

- A. 所有 B. 个别 C. 特定 D. 一般

332、熟练使用包扎工具要求（ D ）。

- A. 速度快 B. 质量高 C. 外形美观 D. 针对不同商品能够选择和使用不同的包装物

333、抓服务质量必须树立环境质量、劳务质量和（ C ）并重齐抓的观念。

- A. 管理质量 B. 计量质量 C. 产品质量 D. 报表质量

334、以下发票中文文写金额表达正确的是（ B ）。

- A. 柴十元三毛正 B. 柒拾元整 C. 七拾元三毛正 D. 柒拾元另三角

335、下列体现商品编码原则的是（ C ）。

- A. 替代性 B. 二重性 C. 合理性 D. 排他性

336、对（ A ）应采用展销、试销方法来了解顾客意见。

- A. 新产品 B. 滞销商品 C. 畅销商品 D. 高科技商品

337、营业员说话声音的质量，如音的高低、强弱，音调音质，所传递的信息量超过了用（ A ）所传递的信息量。

- A. 语言 B. 表情 C. 动作 D. 书面

338、营业员必须了解和（ B ）所售商品的结构和性能。

- A. 熟练观察 B. 熟练掌握 C. 熟练学习 D. 熟练观摩

339、（ C ）的质量，如音的高低、强弱、音调、音质所传递的信息量超过了用语言所传递的信息量。

- A. 文字 B. 语言 C. 声音 D. 动作

340、我国商品代码是按商品分类的从属、层次关系为排列顺序的一种（ A ）结构代码。

- A. 层次 B. 从属 C. 上下 D. 左右

341、缴交货款前，营业员必须先填写（ B ）。

- A. 支票 B. 现金缴款单 C. 发票 D. 税票

342、卷板布尺量的第三步是（ A ）。

- A. 适当放量 B. 开始放布 C. 开始丈量 D. 稳速丈量

343、直尺主要是对（ A ）、折叠布、卷板布的丈量。

- A. 丝绸布 B. 棉布 C. 毛料 D. 地板革

344、为老、弱、病、残、孕提供主动服务，并在（ B ）分钟内为其办理完业务。

- A. 7 B. 6 C. 5 D. 3

345、超市理货员与商场营业员的工作性质相同的在于（ B ）。

- A. 间接性 B. 规范性 C. 辅助性 D. 交替性

346、镀金主要有电镀镀金和（ D ）两种工艺方法。

- A. 物理镀金 B. 机构镀金 C. 冷镀金 D. 化学镀金

347、保存期在 18 个月以上和（ C ）以内的食品，可以免除保存期或保质日期的标志。

- A. 一个月 B. 半个月 C. 7 天 D. 12 天

348、不同商品耐碱性能力差异（ A ）。

- A. 很大 B. 不大 C. 很小 D. 不大不小

349、在“三包”有效期内，修理（ B ），仍不能正常使用的产品，由销售者负责调换或者退货。

- A. 1 次 B. 2 次 C. 3 次 D. 4 次

350、遇到重大节假日需淘汰、缩减非应节商品需提前（ C ）各分店和统配中心召开协调会，将品种统一安排。

- A. 5 天 B. 10 天 C. 半个月 D. 1 个月

351、天然纤维的共同特点是（ A ）。

- A. 吸湿透气，穿着舒适 B. 耐磨、弹性好
C. 不易缩水、变形，保持性好 D. 易洗、易干

352、门市销售包括封闭式售货（ A ）、自选式售货几种形式。）

A. 敞开式销售 B. 展览销售 C. 交易市场销售 D. 上门销售

353、商品品名，即商品名称，是代表某一种商品的（ A ）符号，是不同商品相互区别的标志。

A. 文字 B. 特征 C. 语言 D. 性能

354、商品价格中（ B ）是指商品价格的主要依据和最低经济界限，同商品价格成正比例关系变动。

A. 商业费用 B. 生产成本 C. 流通费用 D. 利润

355、商品验收单应按（ B ）上项目逐项填写。

A. 合同 B. 供货方发货单 C. 装箱单 D. 进货票据

356、冷冻水饺应存放（ C ）

A. 干货仓库 B. 冷藏库 C. 冷冻库 D. AB 库

357、调价前应做（ D ）工作。

A. 盘点实货 B. 核实数量 C. 计算差价 D. 盘点实货、核实数量、计算差价

358、需要提量的液体商品，都要注意（ A ）要适当、要平稳，容器内液体要控干净。

A. 起落速度 B. 操作动作 C. 使用工具 D. 时间起落

359、在 ATM 上（ A ）时，持卡人首先应在 ATM 上输入客户的密码。

A. 提取现金 B. 提取支票 C. 提取汇票 D. 提取本票

54、属于天然蛋白质纤维的是（ B ）。

A. 人造棉 B. 蚕丝 C. 麻纤维 D. 棉花

360、收款找零时要坚持（ C ）原则。

A. 先收现付 B. 先付后收 C. 唱收唱付 D. 收付同时

361、捆扎罐头的的方法有卧式捆扎法和（ A ）捆扎法。

A. 立式 B. 顺序 C. 纸绳 D. 包扎

362、EAN 商品条码表示产地中国的数字是（ C ）。

A. 009 B. 690 C. 978 D. 490

363、下列几种纤维在燃烧时，情况不属实的是（ C ）。

A. 羊毛燃烧时一面徐徐冒烟起泡，有烧毛发的气味

B. 丝燃烧时，缩成一团，有烧毛发的气味

C. 维纶燃烧时迅速收缩，有鱼腥臭味

D. 丝燃烧时，缩成一团，有鱼腥臭味

364、消费者为了某种需要，产生购买活动的欲望和意念叫（ B ）。

A. 消费需求 B. 购买动机 C. 购买计划 D. 购买心理

365、对（ A ）商品应采取随供随销、多进多销的原则。

A. 紧俏 B. 大宗 C. 供过于求 D. 积压

366、营业员介绍商品时的语言要（ B ）。

A. 模糊、流畅 B. 准确、流畅 C. 小心、谨慎 D. 小心、模糊

367、“四无”商品是指无牌号、无厂名、无产地、（ D ）的商品。

A. 无检验证 B. 无防伪标记 C. 无品名 D. 无合格证

368、“店内码”的编制，应按照（ A ）的规定来进行。

A. 中国物品编码中心 B. 门店 C. 供应商 D. 总部

369、正常成人的头围应该在（ B ）cm。

- A. 40-52 B. 56-60 C. 53-56 D. 60-65

370、商品分类对于（ B ）有着重要的意义。

- A. 商业企业管理 B. 教学 C. 科研工作 D. 商业企业管理、教学、科研工作

371、商品到达消费者手中后，为了实现商品的（ C ），还需要商场提供售后服务。

- A. 利润 B. 价值 C. 使用价值 D. 作用

372、产品只有进行了（ B ），生产过程才算完成。

- A. 检验 B. 包装 C. 分级 D. 盘点

373、（ D ）要求营业员要学有关法律，只有知法懂法才能守法。

- A. 尊重顾客 B. 爱岗敬业 C. 遵纪守法 D. 真诚守信

374、通过营业员采用一定方式和渠道将商品推荐给顾客的促销方法是（ A ）促销。

- A. 推式 B. 拉式 C. 访问 D. 让利

375、鸡蛋筐重为（ B ）。

- A. 1kg B. 1.8kg C. 1.9kg D. 2.0kg

376、案秤是由（ B ）组成的。

- A. 承重装置、读数装置、秤座 B. 承重装置、杆秤系统、读数装置、秤座
C. 承重装置、杆秤系统、读数装置 D. 承重装置、杆秤系统、秤座

377、案秤的（ B ）是由秤盘、盘架、连杆等零部件组成。

- A. 杆秤系统 B. 承重装置 C. 秤座 D. 读数装置

378、简单商品流通形式是（ D ）。

- A. A-B-A B. W-B-W C. W-W D. W-G-W

379、敞开展示的特点是让消费者了解和知晓商品的（ D ）。

- A. 材质 B. 主要功能 C. 构造 D. 全貌

380、上衣包装操作的第五步是（ D ）。

- A. 把纽扣扣好铺在柜台上
B. 再从领子到下摆之间按三分之一的位置上对折过来
C. 将叠好的衣服翻过来，正面朝上，轻轻扶平
D. 把叠好的衣服放进包装袋里，将袋口处用透明胶条对折粘好

381、消费者享有（ C ）的权利。

- A. 变价交易 B. 指导交易 C. 公平交易 D. 指挥交易

382、以下（ C ）商品可以放在同一货架陈列。

- A. 桔子、苹果、烤鸡 B. 薯片、小青菜、咸菜
C. 猪肉、牛肉、猪心 D. 菠菜、花菜、酱菜

383、每个职工必须遵循的基本职业道德规范是（ C ）。

- A. 守法 B. 公平 C. 敬业 D. 服务

384、QS 标志是指（ B ）。

- A. 质量免检标志 B. 食品质量安全标志 C. 名牌产品标志 D. 绿色食品标志

385、国际单位制中质量的基本单位符号用（ C ）表示。

402、推荐商品时，核心应依据（ B ）

A. 商品利润高低 B. 顾客实际需求 C. 库存剩余数量 D. 最新上架顺序

403、卖场设计中，入口区域的主要作用是（ C ）

A. 陈列高利润商品 B. 设置收银台 C. 引导顾客进入卖场 D. 存放库存商品

404、商品销售过程管理中，“核对商品信息”环节的目的在于（ A ）

A. 提避免发错商品 B. 升销售速度 C. 增加商品销量 D. 减少顾客咨询

405、顾客档案建立后，应（ B ）

A. 仅用于内部宣传 B. 妥善保管并保护隐私 C. 随意借阅 D. 定期公开

406、当顾客咨询商品售后保障时，营业员需（ B ）

A. 模糊回答 B. 详细说明售后政策 C. 转移话题 D. 让顾客自行查看官网

407、推荐商品时，若顾客对价格有顾虑，营业员应（ D ）

A. 强调商品昂贵 B. 不再推荐 C. 推荐更贵商品 D. 介绍商品性价比

408、卖场通道设计的首要原则是（ A ）

A. 宽敞通畅 B. 美观 C. 复杂多变 D. 节省空间

409、商品补货过程中，首先应做的是（ D ）

A. 直接搬运商品上架 B. 通知顾客 C. 整理货架 D. 核对补货清单与库存

410、顾客档案中的核心信息不包括（ C ）

A. 顾客姓名 B. 购买记录 C. 顾客亲友隐私 D. 联系方式

411、顾客咨询某商品使用方法时，营业员最恰当的做法是（ B ）

A. 让顾客看说明书 B. 口头详细演示说明 C. 表示不清楚 D. 推荐他人解答

412、推荐商品时，需避免（ B ）

A. 了解顾客需求 B. 夸大商品功效 C. 对比同类商品 D. 提供试用机会

413、卖场中，畅销商品应陈列在（ B ）

A. 高处货架 B. 顾客易见易取位置 C. 角落位置 D. 仓库附近

414、商品销售后，“回访顾客”属于过程管理中的（ C ）

A. 售前环节 B. 售中环节 C. 售后环节 D. 库存环节

415、顾客档案的更新频率应根据（ A ）

A. 顾客购买频率 B. 档案建立时间 C. 员工空闲时间 D. 商品上架时间

416、当顾客咨询商品与其他品牌差异时，营业员应（ B ）

A. 贬低其他品牌 B. 客观对比优势 C. 回避差异问题 D. 只讲自家商品

417、针对老年顾客推荐商品，应重点考虑（ B ）

A. 价格最高 B. 操作简单、实用 C. 外观时尚 D. 包装精美

418、卖场灯光设计中，生鲜区应采用（ A ）

A. 暖黄光 B. 冷白光 C. 彩色光 D. 暗光

419、商品盘点过程中，若发现数量不符，首先应（ B ）

A. 上报领导 B. 重新核对盘点数据 C. 调整库存记录 D. 查找责任人

420、顾客档案的存储方式应保证（ D ）

A. 可随意修改 B. 无需备份 C. 所有人可见 D. 安全性与可查阅性

421、顾客咨询商品退换货流程时，营业员需（ B ）

- A. 拒绝说明 B. 分步骤清晰告知 C. 让顾客找主管 D. 简化流程描述

422、推荐商品时，提供“试用装”的目的是（ B ）

- A. 减少库存 B. 让顾客体验商品效果 C. 增加成本 D. 吸引顾客购买高价商品

423、卖场中，促销商品的陈列应（ B ）

- A. 与普通商品混合 B. 突出展示并标注促销信息 C. 隐藏在货架深处 D. 仅陈列一件

424、商品订单处理过程中，“确认订单信息”的下一步是（ C ）

- A. 发货 B. 收款 C. 备货 D. 回访

425、建立顾客档案时，获取顾客信息的方式应（ B ）

- A. 强制索要 B. 征得顾客同意 C. 从其他渠道盗取 D. 随意记录

426、当顾客咨询商品保质期时，营业员应（ D ）

- A. 估算保质期 B. 让顾客自己找 C. 说“放心用” D. 查看商品标签并准确告知

427、推荐商品时，若顾客犹豫，营业员应（ ）

- A. 催促顾客购买 B. 了解犹豫原因并针对性解答 C. 放弃推荐 D. 推荐其他商品

428、卖场货架高度设计应考虑（ A ）

- A. 越符合多数顾客取物 B. 高度高越好 C. 越低越安全 D. 统一高度

429、商品陈列过程中，“先进先出”原则是为了（ B ）

- A. 方便补货 B. 避免商品过期 C. 美观陈列 D. 增加销量

430、顾客档案中，购买记录的作用是（ B ）

- A. 用于推销更多商品 B. 分析顾客消费习惯 C. 统计销售数据 D. 应付检查

431、顾客咨询商品运输方式时，营业员应（ B ）

- A. 说“不清楚” B. 详细说明可选运输方式及时效 C. 让顾客自己联系快递 D. 推荐最贵运输方式

432、针对年轻顾客推荐商品，可重点介绍（ C ）

- A. 传统功能 B. 性价比 C. 时尚元素与创新功能 D. 耐用性

433、卖场中，引导标识的作用是（ B ）

- A. 装饰卖场 B. 帮助顾客找到目标区域 C. 遮挡货架瑕疵 D. 区分员工区域

434、商品销售过程中，“收款”环节需注意（ B ）

- A. 快速收款无需核对 B. 确认收款金额与方式 C. 优先收现金 D. 让顾客自行操作

435、顾客档案的保密措施不包括（ D ）

- A. 设置访问权限 B. 定期备份 C. 禁止随意复制 D. 公开部分信息

436、当顾客咨询商品原材料时，营业员应（ B ）

- A. 编造原材料信息 B. 依据商品说明如实告知 C. 说“不重要” D. 转移到价格话题

437、推荐商品时，对比同类商品的目的是（ A ）

- A. 突出推荐商品的优势 B. 贬低对手 C. 让顾客混乱 D. 显示专业度

438、卖场休息区的设置是为了（ A ）

- A. 提升顾客购物体验 B. 减少顾客停留时间 C. 增加商品陈列空间 D. 方便员工休息

439、商品售后问题处理过程中，首先应（ D ）

- A. 推卸责任 B. 让顾客下次再来 C. 直接赔偿 D. 倾听顾客问题并记录

440、顾客档案管理的最终目的是（ B ）

A. 存档备查 B. 提升顾客满意度与复购率 C. 统计顾客数量 D. 完成工作任务

二、多选题（100 题）

1、顾客的类型有以下几种（ A B C D ）

A. 慢性型顾客 B. 急性型顾客 C. 聊天型顾客 D. 沉默寡言型顾客

2、成交的方法主要有（ A B D ）

A. 直接要求法 B. 二选一法 C. 暗导诱示法 D. 最后机会成交法

3、在等待顾客时，我们可以做（ A B C ）

A. 确保商品成列整齐
B. 清洁本区域卫生
C. 以标准站姿站立，注意顾客客流，寻找接待机会
D. 昨天碰见一件好笑的事情，现在没有客人，和同事分享

4、正确介绍商品的做法有（ A B ）

A. 把自己所知道的全部介绍给顾客 B. 根据顾客的需要介绍商品
C. 先价值，后价格，避免过早提及价格 D. 避免过早主动提到售后服务

5、处理顾客异议的原则有（ A B C D ）

A. 永不再争辩 B. 重视顾客的意义 C. 维护顾客自尊 D. 强调顾客收益

6、盘点的要素（ A B C ）。

A. 盘点的必要性 B. 盘点的分类 C. 盘点的操作流程 D. 盘点的必要

7、商品营业员的岗位职责有（ A B C D ）

A、热情接待周到服务 B、用专业知识准确回答顾客提出的问题
C、遵守公司的各项规章制度 D、积极学习公司业务，不断提高业务技能

8、商品营业员职业道德的具体含义是：（ A B C D ）

A. 遵纪守法、爱岗敬业 B. 尊重顾客、热情服务
C. 真诚守信、文明经营 D. 热爱学习、积极进取

9、热情周到的服务态度体现在接待顾客中，就是要做到（ A B C D ）。

A、主动 B、热情 C、耐心 D、周到

10、下列费用属于管理费用的是（ B C D ）。

A. 装卸费 B. 折旧费 C. 职工教育经费 D. 工会经费

11、属于收货六大关内容的有（ A B D ）。

A. 商品验收 B. 商品复查 C. 商品堆放 D. 输入电脑

12、常用设备指的是（ A B C ）。

A. 一般货架 B. 端架 C. 平台 D. 柜台

13、商标对商品生产经营者来说，具有（ A B C D ）的特性。

A. 排他性 B. 标记性 C. 地域性 D. 竞争性

14、消费者在购买、使用商品或接受服务时，其（ A B ）受法律保护。

- A. 人格尊严 B. 民俗习惯 C. 公平交易 D. 人生安全
- 15、简单商品流通是（ B C ）。
- A. 先买后卖 B. 为买而卖 C. 先卖后买 D. 为卖而买
- 16、塑造企业形象工作包括（ A C D ）。
- A. 设计企业形象 B. 宣传企业形象 C. 树立企业形象 D. 维护发展企业形象
- 17、提高服务质量的手段有（ A B C D ）。
- A. 树立正确的服务观念 B. 保持良好的服务态度
C. 提供独具特色的服务 D. 配置现代化的服务设备
- 18、影响商品等级的参数有（ A B C D ）。
- A. 排面量 B. 深度 C. 层数 D. DMS
- 19、关于 RT-MART 的状态 6、8 商品，处理流程中正确的操作是（ B C ）。
- A. 所有状态为“6”、“8”的 RT-MART 商品处理流程可根据建 P 商品的操作流程进行打折出清处理。
B. 百货部季节性 RT-MART 商品在销售中产生的破包可以退至 DC，当季节性 RT-MART 商品状态为“6”、“8”时，好货数量满足 OM 则可退至 DC，剩余数量则可以打折出清处理。
C. 不能退货，只能打折出清。
D. 可以退货处理
- 20、盘点的分类（ A B ）。
- A. 店铺大盘 B. 周期盘点 C. 季度盘点 D. 年度盘点
- 21、对商品 K 值叙述正确的是（ A B C ）。
- A. 可以分别对大、中、小分类进行调整。 B. 只有在年节、季节更换等特俗时段才需要。
C. 设定权限在总公司 D. K 值的设定范围为 1-9.9
- 22、商品价格构成是有下列要素构成（ A B C D ）。
- A. 利润 B. 生产成本 C. 流通费用 D. 税金
- 23、超市的特点（ A B C D ）。
- A. 目标顾客 B. 商品结构 C. 价格策略 D. 销售方法
- 24、消费者的权利包括（ A B C D ）。
- A. 自主选择权 B. 公平交易权 C. 获得赔偿权 D. 知识获得权
- 25、超市可分为哪几类（ A B C D ）。
- A. 生鲜食品超市 B. 便利超市 C. 综合超市 D. 大卖场
- 26、市场预测的内容包括（ A B C ）。
- A. 市场销售趋势预测 B. 商品可供量趋势预测
C. 社会购买力发展趋势预测 D. 商品资源情况预测
- 27、商业信息的管理过程一般包括信息的收集、（ A B C D ）、反馈等阶段。（多选题）
- A. 处理 B. 传递 C. 使用 D. 储存
- 28、邮报商品促销级别及含义正确的是（ A C D ）。
- A. 1 代表印花 B. 2 代表新品试销 C. 5 代表特卖 D. 4 代表厂商周
- 29、横向联系指的是（ A B D ）。
- A. 与收货部门相配合 B. 与收银部门相配合

C. 与客户相配合 D. 与客服部门相配合

30、经营者尊重消费者人格权应承担的是不得对消费者进行（ A B C ）。

A. 搜身 B. 搜查 C. 侮辱 D. 打招呼

31、岗位纪律指的（ A B C D ）。

A. 工作纪律 B. 考勤纪律 C. 保守商业秘密 D. 职业道德纪律

32、卖场操作中，上货补货整理排面指的是（ A B C ）。

A. 整理促销区商品 B. 整理量陈和端架商品
C. 整理货架上的商品 D. 整理柜台上的商品

33、商品编码的基本原（ A B C ）。

A. 唯一性原则
B. 合理性原则
C. 可扩充性原则
D. 不变性原则

34、拿放商品的基本原则有（ A B C D ）。

A. 动作敏捷 B. 轻拿轻放
C. 爱护商品 D. 拿放得当

35、拿放商品的基本要求（ B C D ）。

A. 随意 B. 准确 C. 迅速 D. 礼貌

36、业员职业道德具体体现在以下（ A B C D ）哪些方面。

A. 遵纪守法、爱岗敬业 B. 尊重顾客、热情服务
C. 真诚守信、文明经营 B. 热爱学习、积极进取

37、以下是食品捆扎常用的方法（ A B C ）。

A. “十”字形捆扎 B. “工”字形捆扎
C. “米”字形捆扎 D. 随意捆扎

38、商品的质量特征有（ A B C ）。

A. 商品质量具有针对性 B. 商品质量具有相对性
C. 商品质量具有可变性 D. 商品质量具有不变性

39、商品展示的方法有（ A D ）。

A. 平放展示法 B. 随意展示法
C. 远距离展示法 D. 立体展示法

40、商品营业员应具备的条件有（ A B D ）。

A. 热爱自己的工作岗位，积极主动的服务
B. 严谨的工作作风，良好的服务态度，正确的服务观念
C. 仪容仪表随意，不用化妆上班
D. 掌握沟通技巧，具有随机应变的能力

41、下列关于商品损益的说法正确的是（ A B C D ）。

A. 经营过程中，以各项财务收入抵补各项财务支出后形成的
B. 各项营业收入抵补各项营业支出后的差额

C. 损益集中反映其业务经营活动各方面的效益

D. 是衡量其经营管理的重要指标

42、帮助客户要做到献“五心”，以下符合的有：（ A B C D ）。

A. 爱心 B. 热心 C. 诚心 D. 关心

43、微笑的特征有（ A B C ）。

A. 面含笑意 B. 齿不露 C. 声不出 D. 面带娇羞

44、接待客户要做到“四个一样”，是哪四样（ A B C D ）。

A. 生人熟人一个样 B. 忙时闲时一个样

C. 残疾人和正常人一个样 D. 领导在与不在一个样

45、无理客户的尊重要点是（ A C D ）。

A. 体谅客户的心情 B. 怼过去，以牙还牙

C. 避免轻视客户的心态 D. 避免带有傲气对待客户

46、营业员应遵循的职业道德内容是（ A B C D ）。

A. 维护消费者的利益 B. 爱岗敬业，忠于职守

C. 诚实守信热情服务 D. 服务群众奉献社会

47、在爱岗敬业过程中，对每位营业员来说，要努力做到（ A B C D ）。

A. 遵守劳动纪律，坚守工作岗位

B. 踏实工作，不怕苦，不怕累，具有奉献和牺牲精神

C. 爱店如家，勤俭节约

D. 搞好营销工作，扩大商品销售。

48、在服务群众工作中要求营业员做到（ A B C D ）。

A. 树立为消费者服务的思想，甘当顾客的勤务员

B. 礼貌待客，服务周到，说话和气，急顾客所急，想顾客所想，帮顾客所帮

C. 对顾客一视同仁，不以衣貌取人，不分年龄大小，都要以良好的服务态度热情服务

D. 接受顾客监督，欢迎顾客批评，有错即改，不断提高服务水平。

49、在职业活动中加强职业道德修养，提高自己的道德水平，其主要途径有（ A B D ）。

A. 靠学习榜样 B. 靠实践 C. 靠摸索 D. 靠自我解剖

50、柜台商品陈列要求（ A B C ）。

A. 水平陈列 B. 垂直陈列

C. 水平和垂直陈列 D. 随便陈列

51、商品营业员职业规范的内容有买卖公平、保证商品质量、（ A D ）等。

A. 礼貌待客 B. 爱科学 C. 爱人民 D. 真诚守信

52、遵纪守法的具体要求（ A B C D ）。

A. 学法 B. 知法 C. 守法 D. 用法

53、诚实守信的具体要求（ A B D ）。

A. 遵守合同和契约 B. 维护企业信誉

C. 重视顾客的体验 D. 保守企业秘密

54、文明礼貌的基本内容有（ A B C D ）。

A. 仪表 B. 举止 C. 语言 D. 表情

55、成交的方法有（ A C D ）。

A. 选择成交法 B. 逼迫成交法 C. 保证成交法 D. 优惠成交法

56、商品营业员在工作中常用礼貌用语有（ A B C D ）。

A. 您好 B. 请原谅 C. 别客气 D. 再见

57、工作时的四不讲包括（ A B D ）。

A. 不讲粗话 B. 不讲脏话 C. 不讲客气话 D. 不讲与服务无关的话

58、商业企业的主要进货方式（ A B C ）。

A. 集中采购 B. 联合采购
C. 定向采购等 D. 随时采购

59. 工作中的服务忌语有（ A B C D ）。

A. 蔑视语 B. 否定语 C. 顶撞语 D. 烦躁语。

60、化解顾客愤怒的技巧（ A B C D ）。

A. 耐心倾听 B. 同情和理解 C. 思想碰撞一致 D. 立刻道歉

61、顾客咨询家电商品安装服务时，营业员应主动告知的信息有（ A B C ）

A. 安装是否收费 B. 安装人员上门时间范围
C. 安装所需准备的材料 D. 品牌创始人背景

62、处理顾客对商品气味的咨询（如香水、护肤品），营业员可采取的应对方式包括（ A B D ）

A. 提供小样让顾客试用 B. 详细描述气味层次特点
C. 强调“气味因人而异，无需多问” D. 推荐同香型其他商品

63、顾客咨询跨境商品时，需明确说明的关键信息有（ A B D ）

A. 关税及税费承担方式 B. 商品清关时间
C. 商品生产工厂地址 D. 售后服务范围（是否支持国内保修）

64、面对有选择困难症的咨询顾客，营业员正确的引导方法是（ A B C ）

A. 减少推荐选项至2-3个 B. 对比各选项核心优势
C. 结合顾客需求给出优先级建议 D. 催促顾客快速决定

65、顾客咨询商品售后维修时，营业员需确认并告知的内容包括（ A C D ）

A. 维修网点位置或上门服务条件 B. 维修人员的工作年限
C. 维修费用计算标准（是否在保修期内） D. 维修周期时长

66、针对残障顾客的咨询服务，营业员应注意的细节有（ A B C ）

A. 提供无障碍沟通支持（如手语、文字交流） B. 主动说明商品操作的便捷性
C. 耐心解答重复提问 D. 避免眼神交流以防顾客不适

67、顾客咨询团购商品政策时，营业员需明确的信息包括（ A B C ）

A. 团购起订数量 B. 团购折扣力度
C. 团购商品的交货时间 D. 其他团购客户的企业名称

68、当咨询顾客提出不合理需求（如“免费赠送高价配件”）时，营业员的应对方式有（ B C D ）

A. 直接拒绝并打断顾客 B. 提供替代解决方案（如低价换购）
C. 保持耐心沟通态度 D. 礼貌说明政策限制

- 69、线上咨询中，营业员发送商品信息时应注意（ A B C ）
- A. 信息简洁明了，避免冗长
 - B. 搭配清晰的商品图片或视频
 - C. 及时回复，避免顾客等待过久
 - D. 只发送文字，不附加任何多媒体内容
- 70、咨询服务结束后，营业员可进行的后续动作有（ A B C ）
- A. 询问顾客是否有其他需求
 - B. 邀请顾客关注店铺会员活动
 - C. 记录顾客需求，便于后续精准服务
 - D. 立即结束对话，接待下一位顾客
- 71、向学生群体推荐学习用品时，需重点考虑的因素有（ B C D ）
- A. 品包装的豪华程度
 - B. 实用性（如书写流畅度、耐用性）
 - C. 便携性（是否适合书包携带）
 - D. 性价比
- 72 推荐家居装饰商品时，营业员可结合的顾客家庭信息有（ A B C ）
- A. 家居装修风格
 - B. 房屋空间大小
 - C. 顾客日常居住人数
 - D. 顾客的工作单位
- 73、当顾客明确表示“想要性价比高的商品”时，营业员推荐策略包括（ B C D ）
- A. 只推荐最高价位商品
 - B. 对比同品类不同价位商品的核心功能
 - C. 说明商品的耐用性（降低长期使用成本）
 - D. 推荐当季促销款
- 74、向送礼顾客推荐商品时，可提供的增值服务建议有（ A B C ）
- A. 免费礼品包装
 - B. 代写贺卡
 - C. 送货上门（指定时间送达）
 - D. 提供收礼人的联系方式
- 75、推荐电子产品时，针对不同需求的顾客分类推荐方向有（ A B C ）
- A. 游戏玩家：强调显卡、处理器性能
 - B. 办公用户：强调便携性、续航能力
 - C. 摄影爱好者：强调屏幕色彩、存储容量
 - D. 所有顾客推荐同一款热门机型
- 76、当顾客拒绝推荐的某款商品时，营业员可调整的推荐思路有（ A B C ）
- A. 询问拒绝原因（如价格、功能、款式）
 - B. 推荐同功能不同价位的替代款
 - C. 推荐相关互补商品（如顾客拒绝某款手机，可推荐手机配件）
 - D. 不再提供任何推荐
- 77、推荐食品类商品时，需重点告知顾客的信息包括（ A B D ）
- A. 生产日期及保质期
 - B. 储存方式（如冷藏、常温）
 - C. 食品原材料的种植基地地址
 - D. 食用方法或搭配建议
- 78、向老年顾客推荐保健类商品时，应注意的推荐要点有（ A C D ）
- A. 强调商品成分的安全性（无刺激性成分）
 - B. 强调“能治疗所有老年疾病
 - C. 提供售后咨询支持（如使用疑问解答）
 - D. 说明使用方法的简便性（如易吞咽的药片、一键操作的仪器） ”
- 79、推荐季节性服装时，营业员可突出的商品优势有（ A B C ）

- A. 面料透气性（夏季）或保暖性（冬季）
- B. 当季流行元素（如颜色、款式）
- C. 搭配灵活性（可与顾客现有衣物搭配）
- D. 服装的生产批次编号

80、基于顾客购买历史推荐商品时，可参考的维度有（ A B C ）

- A. 顾客常购的商品品类（如经常买护肤品，可推荐同品牌新品）
- B. 顾客偏好的价格区间（如每次购买 200-300 元的鞋子，推荐同价位新款）
- C. 顾客曾购买的商品功能（如买过婴儿奶粉，可推荐婴儿辅食）
- D. 顾客的家庭住址

81 卖场入口区域设计需包含的核心元素有（ B C D ）

- A. 员工休息室入口
- B. 当季主推商品展示（吸引进店）
- C. 便捷的购物篮/购物车取用处
- D. 清晰的卖场区域指引牌

82 卖场货架陈列设计中，“黄金陈列位”（1.2-1.5 米高度）适合摆放的商品类型有（ B C D ）

- A. 库存积压商品
- B. 新品或促销商品
- C. 高频购买商品（如日用品）
- D. 高毛利商品

83 生鲜区卖场设计的特殊要求包括（ A B D ）

- A. 独立的温控系统（保持低温，延长生鲜保质期）
- B. 防滑地面（避免水渍导致顾客滑倒）
- C. 熟食区相邻，方便顾客一站式购买
- D. 与清晰的价格标签（按重量或按份标注）

84. 卖场灯光设计需根据不同区域调整，合理的设计方案有（ A B C ）

- A. 食品区：使用暖白光，突出食品新鲜度
- B. 服装区：使用自然光或接近自然光的灯光，还原衣物真实颜色
- C. 促销区：使用更亮的灯光或特殊色光（如红光），吸引注意力
- D. 所有区域使用相同亮度的白光

85 卖场动线设计需避免的问题有（ B C ）

- A. 通道宽敞，导致顾客拥堵显得人多
- B. 重要商品区域隐藏在角落，不易发现
- C. 动线曲折，增加顾客折返路程
- D. 动线环绕整个卖场，覆盖所有区域

86 卖场中岛陈列的设计目的包括（ A C D ）

- A. 利用中庭空间，增加商品展示量
- B. 堆放未整理的库存商品
- C. 引导顾客向卖场深处移动
- D. 展示主题性商品（如节日礼盒、换季套装）

87 卖场指示系统设计需满足的要求有（ A B C ）

- A. 标识清晰易懂（文字+图标结合）
- B. 位置显眼（如通道上方、转角处）
- C. 内容完整（包含区域名称、收银台位置、卫生间位置）
- D. 标识随意张贴，无固定位置

88 卖场氛围营造可通过的感官元素有（ A C D ）

- A. 听觉：播放符合卖场定位的音乐（如超市播放轻快音乐，精品店播放舒缓音乐）
- B. 嗅觉：食品区散发烘焙香、水果香，提升购买欲望
- C. 触觉：所有商品密封包装，禁止顾客触摸
- D. 视觉：商品陈列整齐、色彩搭配协调

89 货架层板设计需考虑的因素有（ B C D ）

- A. 层板的颜色必须与货架一致
- B. 层高（根据商品高度调整，避免浪费空间或遮挡商品）
- C. 可拆卸性（方便根据促销需求调整陈列）
- D. 承重能力（根据商品重量选择合适材质）

90、卖场橱窗设计需遵循的原则有（ A B C ）

- A. 主题明确（如“春季新品”“节日促销”）
- B. 视觉焦点突出（重点展示 1-2 款核心商品）
- C. 与店内商品陈列呼应（引导顾客进店寻找橱窗商品）
- D. 橱窗内商品随意摆放，无需主题

四、过程管理类（31-40 题）

91、商品验收过程中，发现以下哪些问题时需拒绝收货（ A B D ）

- A. 商品数量与订单不符（短缺）
- B. 商品外包装破损，内部商品可能受损
- C. 商品标签颜色与订单不一致
- D. 商品生产日期过期

92、卖场补货过程管理的正确流程包括（ A B C ）

- A. 定期检查货架库存，记录缺货商品
- B. 从仓库调取商品，按陈列标准补货（如正面朝外、整齐排列）
- C. 补货后核对商品价签，确保一一对应
- D. 直接将商品堆放在货架顶部，无需整理

93、促销活动过程中，需实时监控的内容有（ A B C ）

- A. 促销商品库存，避免缺货导致顾客不满
- B. 促销物料（如海报、立牌）是否完好、摆放到位
- C. 员工对促销政策的掌握程度（能否准确解答顾客疑问）
- D. 促销活动的策划方案文档

94、顾客投诉处理过程中，需避免的错误做法有（ A B C ）

- A. 否认顾客反馈的问题（如“不可能出现这种情况”）
- B. 推卸责任（如“这是厂家的问题，与我们无关”）
- C. 拖延处理时间，不及时回复顾客
- D. 记录投诉内容，及时跟进解决方案

95、库存盘点过程管理的关键环节有（ B C D ）

- A. 盘点时随意估算商品数量，无需精确核对
- B. 盘点中逐一核对商品数量，记录差异

- C. 盘点后分析差异原因（如损耗、漏记、错放）并调整库存数据
D. 盘点前整理库存（按品类、规格分类摆放）
- 96、卖场卫生管理需执行的日常工作包括（ A B D ）
A. 定时清洁货架表面（去除灰尘、污渍） B. 及时清理通道地面的杂物、水渍
C. 只在营业结束后清洁一次，营业期间不清洁 D. 清洁收银台及周边区域（如扫码枪、键盘、台面）
- 97、商品价签管理过程中，需定期检查的内容有（ A B C ）
A. 价签是否与商品匹配（无错放、漏放）
B. 价签信息是否准确（价格、规格、品名无涂改、无错误）
C. 价签是否清晰完整（无破损、无模糊）
D. 价签颜色是否统一
- 98、卖场交接班过程中，需交接清楚的事项有（ A B C ）
A. 收银款项（现金、线上收款）与系统记录是否一致
B. 未处理完毕的顾客需求（如预留商品、待解决的投诉）
C. 卖场内异常情况（如设备故障、商品损坏）
D. 员工个人的私人物品
- 99、卖场安全管理需定期检查的项目有（ B C D ）
A. 员工的私人财物是否存放妥当
B. 监控设备是否正常运行，覆盖关键区域（如入口、收银台、高价值商品区）
C. 通道是否畅通，无障碍物阻挡（如纸箱、货架延伸占道）
D. 消防设备（灭火器、消防栓）是否完好、在有效期内
- 100、员工服务规范管理过程中，需监督的行为包括（ A C D ）
A. 服务用语是否礼貌（如使用“您好”“请问有什么可以帮您”）
B. 工是否使用方言与顾客沟通（不考虑顾客是否听懂）
C. 服务效率是否达标（如及时响应顾客呼叫、快速处理付款）
D. 员服务态度是否热情、耐心（不与顾客争执、不敷衍回答）

三、判断题（160 道）

- 1、职业道德是从事一定职业的公民在职业活动中所必须遵循的道德准则和行为规范的总和。（ √ ）
- 2、遵纪守法，就是遵守国家制定的各种法律、法规，遵守行业、部门、企业制定的一系列规章制度（ √ ）
- 3、各行各业都有自己的职业道德，遵守职业道德是任何一个行业的从业人员最基本的要求。（ √ ）
- 4、尊重顾客是店员职业道德的基本要求之一（ √ ）
- 5、对顾客尊重是正常地进行商业活动的起码条件，是形成良好的商业道德风范的基础。（ √ ）
- 6、热情周到的服务态度体现在接待顾客中，就是要做到主动、热情、耐心、周到。（ √ ）
- 7用通俗的话来说，道德就是做人的道理和规矩。（ √ ）
- 8、营业员职业道德是营业员在接待顾客时所应遵循的职业行为准则。（ √ ）
- 9、营业员职业道德的核心是为顾客服务，向消费者负责，并通过全体营业员的一言一行，表现出对顾客的服务精神，反映出企业的精神面貌。（ √ ）
- 10、合理损耗一般以企业公认的商品合理损耗的最高额度确定。（ × ）

- 11、商品编码是赋予某一商品或某类商品以某种文字符号。(×)
- 12、我国统一的商品代码的编制一般从“01 开始最多编制 (×)
- 13、商品规格既可以用数量指标来表示,也可以用质量、原材料来计量。(√)
- 14、商品的物理性能是商品在机械因素作用下的反应。(×)
- 15、商品的化学性能一般是指商品发生化学变化的能力。(×)
- 16、铁具有抗稀酸性。(×)
- 17、提高商品抗氧性能的唯一途径是在商品中加入抗氧稳定剂。(×)
- 18、蛋白质在酶的作用下水解会破坏食品的颜色和香气。(×)
- 19、生鲜食品能够发生僵直和软化的性质称为生理性。(√)
- 20、经营者对可能危及人身财产安全的商品和服务,应当向消费者作出真实的说明和暗示。(×)
- 21、社会再生产过程是由生产、交换、流通、消费四个环节组成的。(×)
- 22、服务态度主要包括:主动、热情、耐心、周到。(√)
- 23、柜组核算就是商业企业的会计核算。(×)
- 24、商业统计工作主要由企业统计部门来做,与营业柜组无关。(×)
- 25、确定商品目录可以只定价值大的,价值小的商品可以忽略不计。(×)
- 26、商品养护是指商品在储存过程中所进行的保养和维护。(√)
- 27、商业职业道德是指商业职工对待本职工作和处理同事之间的关系时所遵从的行为规范和行为准则。(×)
- 28、接待顾客时碰到言词粗鲁的顾客,应针锋相对,以其人之道还治其人之身。(×)
- 29、在介绍商品时,为使顾客购买应多介绍优点,少介绍缺点或不介绍缺点。(×)
- 30、在质量验收时,营业员主要进行商品内在质量检查。(×)
- 31、库存商品是指经验收入库,而未出售的商品。(√)
- 32、商品销售的组织技术包括合理设置供应网点,合理运输等。(×)
- 33、商品削价要坚持既能使企业减少损失,又能使商品扩销的原则(√)
- 34、盘点前,应整理好所有单据、票证、商品,暂停销售商品。(×)
- 35、透气性与透水性的本质相同,都是指水的透过。(√)
- 36、商品的化学性能一般是指商品的化学稳定性。(√)
- 37、利用硫酸去除羊毛中的杂质,是因为羊毛具有耐碱不耐酸的特点。(×)
- 38、商品的力学性能是指商品在生产和使用过程中受到荷重作用时所表现的性质。(√)
- 39、弹性和塑性是表示多种商品质量的主要标志之一。(√)
- 40、通过酶的作用水解蛋白质可以改善食品的滋味。(√)
- 41、第二次社会大分工,出现了以交换为目的的商品生产。(√)
- 42、营业厅有播放业务宣传片的影像设备应在营业时间内播放宣传片。(√)
- 43、柜组核算就是计算职工的劳动报酬。(×)
- 44、售货程序是指营业员向顾客出售商品和收回货币的准备过程。(×)
- 45、营业员出样时,应根据顾客的表情、言谈、爱好以及需要来取货展示。(√)
- 46、服务规范包括商品采购、服务用语、接待技巧、柜台纪律四方面规范。(×)
- 47、接待技巧规范是情况特殊顾客的接待技巧。(×)
- 48、商品保管是指对在途商品进行保管和养护工作。(×)

- 49、商品变价就是对商品原销售价格的调整和变更。(√)
- 50、 及时削价处理残损、变质商品，可以加速企业资金周转。(√)
- 51、商品性能是商品的有用性。(×)
- 52、铁具有抗弱碱性。(√)
- 53、 商品的机械性能即是商品的力学性能。(√)
- 54、 商品的强度就是指商品的硬度。(×)
- 55、 回潮率是指商品所含的水分与干净重的百分比。(×)
- 56、 依法经有关行政部门认定不合格的商品，消费者要求退货的，经营者应当负责退货。(√)
- 57、 吸湿性是指物体吸进水分的性质。(√)
- 58、消防工作的基本方针是：消防为主，防消结合。(×)
- 59、我国支票的有效期是一个月。中国票据法第九十二条支票的持票人应当自出票日起 10 日内提示付款；异地使用的支票，其提示付款的期限由中国人民银行另行规定。(×)
- 60、开具发票时，大写金额顶头写，不留空位。(√)
- 61、售中咨询时，营业员只需解答商品价格问题，无需介绍使用方法。(×)
- 62、售后咨询中，若顾客对商品质量有疑问，营业员应先安抚顾客情绪再核实情况。(√)
- 63、推介商品时，无需鉴别商品真伪，直接按标价销售即可。(×)
- 64、组装调试家电类商品后，营业员需演示基本功能确保顾客会操作。(√)
- 65、卖场布局设计应优先考虑美观，无需兼顾顾客购物动线。(×)
- 66、商品陈列设计时，高价商品需摆放在货架底层，防止丢失。(×)
- 67、商品盘点前，营业员需整理好库存区域，确保货品分类清晰。(√)
- 68、销售分析只需统计总销售额，无需分析不同商品的销售占比。(×)
- 69、售后咨询中，若商品超出退换货期限，营业员可直接拒绝顾客诉求。(×)
- 70、鉴别食品类商品时，营业员需重点检查生产日期和保质期。(√)
- 71、售中咨询时，对于顾客提出的专业问题，营业员若无法解答可直接说“不知道”。(×)
- 72、组装家具类商品时，营业员需使用配套工具，确保零件安装牢固。(√)
- 73、卖场陈列设计中，同类商品应集中摆放，方便顾客对比选择。(√)
- 74、商品调配时，只需根据门店需求申请货品，无需考虑库存周转率。(×)
- 75、员工培训内容只需包含商品知识，无需涉及服务礼仪。(×)
- 76、售后咨询中，若商品故障是顾客使用不当导致，营业员需耐心指导正确用法。(√)
- 77、推介化妆品时，营业员可根据顾客肤质推荐合适产品，无需查看产品成分。(×)
- 78、商品盘点时，发现货品数量与系统不符，应立即修改系统数据确保一致。(×)
- 79、卖场布局设计需预留足够通道宽度，满足顾客同时通行需求。(√)
- 80、销售分析发现某商品销量下滑，营业员需调查是否因陈列位置不佳导致。(√)
- 81、售中咨询时，营业员应主动询问顾客需求，而非被动等待提问。(√)
- 82、鉴别服装类商品时，只需检查面料材质，无需关注尺码标注是否准确。(×)
- 83、组装电子产品后，营业员需测试网络连接、充电功能等关键性能。(√)
- 84、商品陈列时，无需考虑灯光照射，自然光即可满足展示需求。(×)
- 85、商品调配后，营业员需及时更新库存系统，避免出现库存偏差。(√)

86. 售后咨询中, 若需为顾客办理换货, 营业员需检查退回商品是否完好。(√)
87. 推介母婴类商品时, 无需确认商品是否符合安全标准, 按流程销售即可。(×)
88. 商品盘点应定期进行, 至少每月一次, 防止货品积压或短缺。(√)
89. 卖场布局中, 收银台需设置在卖场入口处, 方便顾客付款。(×)
90. 销售分析需对比不同时间段的销售数据, 找出销售规律。(√)
91. 售中咨询时, 若顾客犹豫是否购买, 营业员可过度推销促使成交。(×)
92. 鉴别贵金属饰品时, 营业员需查看防伪标识和质检证书。(√)
93. 调试智能设备时, 营业员需协助顾客连接家庭WiFi并登录账号。(√)
94. 商品陈列设计中, 促销商品需摆放在不显眼位置, 避免影响正价商品销售。(×)
95. 商品调配前, 需核对调入门店的库存缺口, 确保按需调配。(√)
96. 员工培训后, 无需考核培训效果, 直接安排上岗即可。(×)
97. 售后咨询中, 若顾客要求开发票, 营业员需确认购买信息后及时开具。(√)
98. 推介家电商品时, 无需告知顾客售后服务政策, 让顾客自行查看说明书。(×)
99. 商品盘点时, 若发现破损货品, 需单独记录并上报处理。(√)
100. 卖场布局设计需区分生鲜区和日用品区, 避免气味交叉影响。(√)
101. 销售分析中, 客单价数据可反映顾客平均购买能力, 需重点关注。(√)
102. 售中咨询时, 营业员需使用专业术语, 体现自身专业度。(×)
103. 鉴别进口商品时, 只需查看中文标签, 无需确认报关单据。(×)
104. 组装儿童玩具后, 营业员需检查小零件是否安装牢固, 防止脱落风险。(√)
105. 商品陈列时, 需保持货架整洁, 及时清理破损或过期商品。(√)
106. 商品调配过程中, 若运输途中货品损坏, 由调入门店自行承担 responsibility。(×)
107. 售后咨询中, 若商品需返厂维修, 营业员需告知顾客维修周期和流程。(√)
108. 推介运动器材时, 无需询问顾客使用场景, 推荐高价产品即可。(×)
109. 商品盘点需多人配合, 一人清点一人记录, 确保数据准确。(√)
100. 卖场布局中, 试衣间需靠近服装陈列区, 方便顾客试穿。(√)
111. 销售分析发现某商品滞销, 应立即下架该商品, 不再销售。(×)
112. 售中咨询时, 若顾客携带儿童, 营业员可提供临时托管服务。(×)
113. 鉴别保健品时, 营业员需确认产品是否有“蓝帽子”保健食品标志。(√)
114. 调试音响设备时, 营业员需调节音量和音质, 确保音效正常。(√)
115. 商品陈列设计中, 货架高度需符合人体工程学, 方便顾客拿取。(√)
116. 商品调配后, 无需与调入门店核对到货情况, 默认货品已送达。(×)
117. 员工培训应包含应急处理流程, 如应对顾客投诉、商品破损等情况。(√)
118. 售后咨询中, 若顾客丢失购物小票, 营业员无法为其办理退换货。(×)
119. 推介文具商品时, 可根据学生年级推荐合适的品类和款式。(√)
120. 商品盘点时, 需关闭门店正常营业, 避免顾客干扰盘点工作。(×)
121. 卖场布局中, 促销区需设置在门店显眼位置, 吸引顾客注意。(√)
122. 销售分析需结合市场动态, 如节日、季节因素对销售的影响。(√)
123. 售中咨询时, 营业员需如实告知商品瑕疵, 不可隐瞒信息。(√)

124. 鉴别手机类商品时，只需检查外观是否完好，无需验证 IMEI 码。（×）
125. 组装自行车后，营业员需调试刹车、链条等部件，确保骑行安全。（√）
126. 商品陈列时，同款商品需按颜色或尺码排序，提升美观度。（√）
127. 商品调配时，优先调配临期商品，减少库存损耗。（√）
128. 售后咨询中，若顾客对处理结果不满意，营业员可推诿给上级部门。（×）
129. 推介厨房用品时，无需演示使用方法，让顾客自行摸索即可。（×）
130. 商品盘点数据需与财务系统对接，确保账实相符。（√）
131. 卖场布局设计需考虑无障碍通道，方便残障人士购物。（√）
132. 销售分析中，复购率数据可反映顾客忠诚度，需重点提升。（√）
133. 售中咨询时，若顾客购买数量较多，营业员可提供送货上门服务。（√）
134. 鉴别红酒类商品时，只需查看酒标信息，无需检查封口是否完好。（×）
135. 调试空调时，营业员需测试制冷、制热功能，并讲解节能设置。（√）
136. 商品陈列时，高价商品需搭配赠品一起摆放，促进销售。（×）
137. 商品调配前，需检查货品包装是否完好，避免运输中损坏。（√）
138. 员工培训可采用线上课程形式，灵活安排学习时间。（√）
139. 售后咨询中，若商品属于质量问题，营业员需优先为顾客办理退款。（√）
140. 推介图书商品时，无需询问顾客阅读偏好，按热门榜单推荐即可。（×）
141. 商品盘点时，若发现临期商品，需单独标记并制定促销方案。（√）
142. 卖场布局中，休息区需设置在角落位置，不占用销售区域。（×）
143. 销售分析时，需排除退货数据，确保销售业绩统计准确。（√）
144. 售中咨询时，营业员需保持微笑服务，使用“您好”“请”等礼貌用语。（√）
145. 鉴别手表类商品时，需检查表盘、表带工艺，以及是否有品牌防伪标识。（√）
146. 组装衣柜后，营业员需检查柜门开关是否顺畅，抽屉推拉是否灵活。（√）
147. 商品陈列设计中，需避免遮挡商品价格标签，方便顾客查看。（√）
148. 商品调配时，若门店库存充足，仍可申请额外货品备用。（×）
149. 售后咨询中，若需为顾客更换配件，营业员需确认配件型号是否匹配。（√）
150. 推介宠物用品时，需询问宠物品种和年龄，推荐合适的商品。（√）
151. 商品盘点后，需生成盘点报告，分析差异原因并制定改进措施。（√）
152. 卖场布局中，生鲜区需配备冷藏设备，确保商品新鲜度。（√）
153. 销售分析发现某商品热销，应立即增加该商品库存，避免缺货。（√）
154. 售中咨询时，若顾客提出的需求超出服务范围，营业员需直接拒绝。（×）
155. 鉴别箱包类商品时，只需检查外观材质，无需测试拉链、锁具功能。（×）
156. 调试打印机时，营业员需测试打印速度、清晰度，确保设备正常工作。（√）
157. 商品陈列时，需定期调整陈列位置，避免顾客视觉疲劳。（√）
158. 商品调配后，需更新商品价签，防止出现价格与货品不符的情况。（√）
159. 员工培训内容需定期更新，确保与新品知识、新服务政策同步。（√）
160. 售后咨询结束后，营业员需记录顾客反馈，为后续服务改进提供依据。（√）

四、问答题（20 道，供答辩参考）

1、营业员处理突发事件的基本原则是什么？

参考答案：

- (1) 事发后应努力控制局面，减少负面影响
- (2) 保护好现场保护好资料
- (3) 保护好企业物资、现金及时向上级汇报
- (4) 本着对社会顾客负责的高度，做好善后事宜

2、消费的特征

参考答案：

- (1)多样性。由于文化的异同，阶层的差别、经济的贫富、自然造化等原因，从而显示出消费需要的多样性。
- (2)欲求性。当消费者意识到需要时，其欲求性可以使人对事物发生有意注意，从而作出购买决策。
- (3)周期性。进行科学的预测，及时调整商品品种、数量，以满足消费者需求。
- (4)层次性和伸缩性。各层次的需要相互依赖、交错、重叠。伸缩性表现为某种消费需要量有增有减，但减少的需要会退居次要地位并“伺机而起”。
- (5)发展性。消费需要随着社会的发展、精神文明的提高，消费观念的更新而变化。当一种需要获得满足，另一种新的需要又产生了，如此循环往复，不可能有绝对的满足。
- (6)可诱导性。生活和工作环境的变迁、人际交流的启示、文化教育的培养、大众媒介的传播、广告宣传的诱导都可以使消费者产生新的消费需要。

3、影响消费者购买动机的因素有哪些？

参考答案：

- (1)消费者个性、兴趣爱好。年龄、经历不同，兴趣、爱好不同，消费也差别尤为明显。
- (2)消费者的价值观。一般在经济收入较宽裕、层次较高的消费者的购买自主性和随意性都较强。反之，购买决策往往是较为慎重的，冲动较少。
- (3)营业员的服务水平。在一般情况下，较高的服务水平可使消费者得到较大的满足，增加企业的销售额。
- (4)产品质量。消费者对于有良好信誉的品牌商品，会有一种放心、保险的安全感。

4、促销的作用主要表现为：

参考答案：

- (1)传递信息、沟通情报。
促销活动可以使顾客知道企业经营什么，商品有何特点，到哪里可以购买，从而引起顾客的注意，产生购买欲望；而顾客的信息反馈则可以使企业改进商品品种、质量和服务等，以适应顾客的需求。
- (2) 诱导消费，创造需求。
企业通过广告宣传、人员推销、营业推广和公共关系等形式，展示、介绍有关的商品并以说服和激励的方法诱导需求和激发需求，从而增加商品的市场需求量。
- (3) 突出商品特点，提高竞争能力。
企业要想吸引顾客来店购物，必须利用促销先发制人，扩大卖场品牌知名度，增强顾客的购买信心和提高品牌忠诚度，使自己的企业在竞争中处于有利地位。
- (4) 强化企业形象，巩固市场地位。
由于市场竞争加剧，一些商品的销售会出现波动。通过促销活动可以树立企业及商品形象，提高原有顾客的信任感，培养和提高顾客对企业和商品的品牌忠诚度，从而稳定消费。

5、消费者购买商品时的心理活动有哪几个阶段？

参考答案：

- | | | |
|----------|----------|----------|
| (1) 寻找目标 | (2) 发生兴趣 | (3) 感知商品 |
| (4) 引发联想 | (5) 购买欲望 | (6) 判断比较 |
| (7) 选择购买 | (8) 购后体验 | |

6、根据消费者权益保护法的规定，消费者享有的权利有哪些？

参考答案：

根据消费者权益保护法的规定，消费者享有的权利有以下九项权利：

- | | | |
|-----------|-----------|---------------|
| (1) 保障安全权 | (2) 知悉真情权 | (3) 自主选择权 |
| (4) 公平交易权 | (5) 获得赔偿权 | (6) 依法成立社会团体权 |
| (7) 支持获取权 | (8) 维护尊严权 | (9) 监督批评权 |

7、迎接顾客时的基本要求？

参考答案：

- (1) 站在合适的位置，以便于接待顾客和照看货架上的商品。
- (2) 站姿挺胸，肩平眼睛平视，左手握于右手，虎口交叉置于腹前，脚跟并拢，成八字背部成一字，不依不靠，不背对顾客。
- (3) 态度自然，面带微笑，精神饱满，目迎顾客，表现出热情欢迎的态度。
- (4) 注意力集中，时刻准备接待顾客。

8、柜台服务规范用语包含哪些？

参考答案：

营业员在接待顾客全过程中，服务用语要简洁准确，有礼貌，做到“五要”、“四不讲”。

“五要”：语言要亲切，语气要诚恳，语调要柔和，用语要准确，要说好普通话，

“四不讲”：不讲粗话脏话，不讲讥讽挖苦的话，不讲催促埋怨的话，不讲跟营业无关的话。

接待顾客不同阶段的 14 字文明礼貌用语包含：您请，欢迎，对不起，谢谢，没关系，再见。

柜台的常用语举例：您需要什么好？请您这边看看，这个好吗？我来帮您挑选，你还需要其他商品吗？对不起这种商品刚卖完，请您留下姓名地址电话，来货时我们通知您，请您稍等，我马上就来，对不起，让您久等了，实在不好意思。请走好，欢迎您再来，请别客气，这是我们应该做的，谢谢，请多提宝贵意见

9、接待顾客有何技术规范？

参考答案：

接待顾客包括了营业员技能的方方面面，对营业员的职业道德、服务技巧、售货业务等有较全面的要求。

其技术规范要求如下：

- (1) 顾客走近柜台时，适时适机打招呼，说好第一句话。
- (2) 按照顾客的需要拿递商品，要轻拿轻放，不能扔摔商品。
- (3) 介绍商品要实事求是，态度和蔼，当好参谋。做到多问不烦，多挑不厌。
- (4) 展示商品要讲究技巧，做到“四展示”，即披肩展示、平面展示、立体展示、对比展示，让顾客充分了解商品，促使顾客积极购买。
- (5) 顾客认准购买商品后，要向顾客报价，计价收款，唱收唱付。如果是集中收款，要填写好购货票，递给顾客，指明收款台位置，收回盖有“现金收讫”的取货联，再将商品递给顾客。需要开购货发票的，应按规定办理。

(6)需要包扎的商品，包扎要牢固、美观，便于携带。顾客东西多时，主动帮助顾客将商品包扎在一起。

(7)顾客购完需要的商品后，要用恰当的语言和方式与顾客道别。

(8)将结时，心接待好最后一名顾客，不能以挂帘、关灯、封底款或收拾东西等方式催促顾客，要圆满地完成一天的工作。

10、货柜架商品摆放原则是？

参考答案：

货柜架商品摆放是为了方便顾客选购，其摆放原则是整齐齐全，丰富美观，摆放方法有 5 种。

(1)、系列摆放法，即根据商品的类型，按照不同顺序摆放商品。一般按商品的种类、规格、质量、花色品种分门别类地摆放。

(2)、重点摆放法，即根据商品销售的变化，突出主要商品摆放，如应季商品。

(3)、连带摆放法，即根据顾客的购买习惯，把消费上有联系的商品衔接摆放，如牙膏与牙刷。

(4)、规范摆放法，即为便于营业员取放和盘点，有序摆放商品。如商品摆放定位定量。

(5)、近位摆放法，即对于畅销和交易次数多的商品，尽量摆放在营业员近身处，营业员不必走动，伸手可取。

11、商品营业员职业道德规范的主要内容有哪些？

参考答案：

商品营业员职业道德规范的主要内容有以下 6 个方面

(1) 坚持等价交换，买卖公平

可帮助树立良好的企业形象，取得消费者信任，对于企业经营良好发展，起到举足轻重的作用

(2) 保证商品质量

商品营业员有责任，有义务保证商品的质量，来维护消费者应有的权利。

(3) 待顾客，一言一行要真诚守信

作为一名商品营业员要用自己的一言一行去塑造企业的形象，以真诚的服务来赢得顾客的信任。

(4) 做广告要实事求是

商品宣传做到对消费者负责，不夸大其词，弄虚作假，要实事求是的去介绍商品。

(5) 礼貌待客周到，主动，热情耐心

主动表现在打招呼，询问介绍拿地商品等；热情主要表现在态度和语言方面。耐心主要表现在回答问题，帮助顾客挑选及退换商品等方面；周到主要表现一切以为顾客着想，尽量为顾客提供完美的服务。

(6) 廉洁奉公

商品营业员要自尊自重，不利用工作之便，谋取私利，坚持职业原则。

12、营业员在营业中的工作具体包含哪些？

参考答案：

(1) 及时补充和整理商品，保持商品陈列丰满整齐美观。

(2) 商品货架，陈列商品和库存商品的鲜度，品质，保质期，厂名，厂址等，标志不符合要求的商品，及时撤下货柜交负责人处理。

(3) 了解责任区商品销售概况及时反馈销售量。

(4) 经常核对商品标签，Top 与商品位置的对应已及时更换失效或破损的商品，标价签和 POP。

(5) 控制商品耗损，对特殊商品进行防盗处理，及时收回零售商品和处理残次商品。

(6) 保持货架及货架周围的环境整洁，保持货物通道的顺畅。

(7) 按各项营业设备的保养要求做好设备的维护工作。

(8) 为顾客提供优质服务，包括回答顾客咨询介绍商品以及零售商品的称重和包装等。

(9) 早晚班交接班工作做好记录

13、简述商品购进的原则？

参考答案：

- (1) 合乎经营业态特性的原则
- (2) 合乎商品组合的原则
- (3) 合乎高流转率的原则
- (4) 合乎毛利率目标的原则
- (5) 合乎安全卫生的原则
- (6) 合乎非营业收益的原则
- (7) 追求差异化原则

14、具体的价格管理形式的类型？

参考答案：

- (1) 政府定价。

它是指按照《价格法》规定，由政府价格主管部门或者其他有关部门按照定价权限和范围制定的价格。政府定价的主体是政府价格主管部门或者政府有关部门。政府定价具有明显的强制性，经营者和消费者均必须严格执行，不经政府价格主管部门和其他有关部门批准，任何单位和个人均无权变动。

- (2) 政府指导价。

它是指按照《价格法》规定，由政府价格主管部门或者其他有关部门，按照定价权限和范围规定基准价格和浮动幅度，指导经营者制定的价格。政府指导价是一种具有双重定价主体的价格形式。政府通过制定基准价格和浮动幅度，达到控制价格水平的目的，经营者可以在政府规定的基准价格和浮动幅度内灵活地制定调整价格。这是目前政府实施间接价格管制中较为常用的一种价格管理形式。

- (3) 市场调节价。

它是指由经营者(根据《价格法》的规定，经营者是指从事生产、经营商品或者提供有偿服务的法人、其他组织和个人自主制定，通过市场竞争形成的价格。市场调节价的核心是通过市场竞争形成价格。

15、商品采购的基本原则？

参考答案：

零售企业如果想采购到适销对路、品质优良的商品，采购过程中就应遵循一定原则。

- (1) 以需定进

以需定进是指根据目标市场的商品需求状况来决定商品的购进。对零售企业来说，买与卖的关系绝不是买进什么商品就可以卖出什么商品；而是市场需求什么商品，什么商品容易卖出去，才买进何种商品。所以以需定进的原则又称之为“以销定进”，也即卖什么就进什么，卖多少就进多少，完全由销售情况来决定。以需定进原则可以解决进货与销售两个环节之间的关系，又能促进生产厂家按需生产，避免了盲目性。

- (2) 勤进快销

勤进快销是指零售企业进货时坚持小批量、多品种、短周期的原则，这是由零售企业的性质和经济效益决定的。零售企业规模有一定限制，商品储存条件较差，为了扩大经营品种，就要压缩每种商品的进货量，尽量增加品种数，以勤进促快销，以快销促勤进。勤进快销的原则还可以使零售企业的周转资金加快流转，加强了资金的利用率，因此这一原则又是提高企业经济效益的有效手段之一。

(3) 以进促销

以进促销是指零售企业采购商品时，广开进货门路，扩大进货渠道，购进新商品、新品种，以商品来促进、拉动顾客消费。以进促销原则要求零售企业必须事先做好市场需求调查工作，在此基础上决定进货品种和数量。

(4) 储存保销

储存保销是指零售企业要保持一定的商品库存量，以保证商品的及时供给，防止脱销而影响正常经营。储存保销要求零售企业随时调查商品经营和库存比例，通过销售量来决定相应合理的库存量，充分发挥库存保销的作用。

(5) 文明经商

零售企业面对的是顾客，以向顾客销售商品来获取利润，因此必须坚持文明经商、诚信待客的原则。这一原则与商品采购相联系，便是进货时要保证质量，杜绝假冒伪劣商品。

(6) 信守合同

即采购商品时，要以经济合同的形式与供货商之间确定买卖关系，保证买卖双方的利益不受损害，并使零售企业的经营能够正常进行。在制定采购合同时，必须保证其有效性和合法性，使采购合同真正成为零售企业正常运转的保护伞。

16、如何选择进货渠道？

参考答案：

- (1) 寻找特别的进货渠道
- (2) 批发市场进货
- (3) 购进外贸产品或 OEM 产品
- (4) 吃进库存或清仓产品
- (5) 厂家直接进货
- (6) 批发商处进货

17、促使顾客成交的方法有哪些？

参考答案：

- (1) 请求成交法
- (2) 假定成交法
- (3) 选择成交法
- (4) 小点成交法
- (5) 优惠成交法
- (6) 保证成交法
- (7) 从众成交法
- (8) 机会成交法
- (9) 异议成交法
- (10) 小狗成交法

18、什么是商品鉴别？常用的商品鉴别方法有哪几种？

参考答案：

商品鉴别：就是辨别商品的真假好坏。鉴别方法有，看，嗅，触方法：

- （1）对商品商标标识及其包装、装潢等特殊标志真伪进行鉴别；
- （2）通过感官品评或其他简易手段进行鉴别；
- （3）按照国家标准对商品理化、卫生等各项指标进行检测；
- （4）利用本部门的专业特长，特别是长期实践积累的经验，对本企业或行业生产或经销的商品进行鉴别。

19、哪些侵害消费者权益的行为会有处罚？

参考答案：

- （1）提供的商品或者服务不符合保障人身、财产安全要求的；
- （2）在商品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格商品冒充合格商品的；
- （3）生产国家明令淘汰的商品或者销售失效、变质的商品的；
- （4）伪造商品的产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址，篡改生产日期，伪造或者冒用认证标志等质量标志的；
- （5）未经检验、检疫或者伪造检验、检疫结果的；
- （6）对商品或者服务作虚假或者引人误解的宣传的；
- （7）故意拖延或者无理拒绝的消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求；
- （8）侵害消费者人格尊严、侵犯消费者人身自由或者侵害消费者个人信息依法得到保护的权利的；
- （9）法律、法规规定的对损害消费者权益应当予以处罚的其他情形。

20、顾客咨询服务的基本要求主要包括？

参考答案：

顾客咨询服务的基本要求主要包括：

- （1）企业负责顾客咨询服务的人员，要具备较高的产品知识和相关的业务知识，能够充分胜任顾客咨询服务工作。
- （2）顾客咨询服务人员在解答顾客提出各种问题时，一定要满腔热情，耐心细致，正确无误，以消除顾客疑虑为准则。
- （3）向顾客宣传介绍本企业产品的性能特点、质量和使用效能等情况时，一定要实事求是，名副其实，并要做到通俗易懂，令人可信，以强化顾客对本企业产品的认知为准则。
- （4）有条件的企业应设立专门的顾客咨询服务机构，配备专业的顾客咨询服务人员，建立完善的各项规章制度，有组织、有措施地开展顾客咨询服务。