

郴州职业技术学院
学生专业技能考核题库

市场营销

2022年4月

目录

一、专业基本技能	5
模块一 信息采集.....	5
1. 试题编号: J1-1, 设计家庭装修需求调研方案.....	5
2. 试题编号: J1-2, 设计大学生兼职情况调研方案.....	7
3. 试题编号: J1-3, 设计电脑需求情况调研方案.....	8
4. 试题编号: J1-4, 设计市场需求情况调研方案.....	10
5. 试题编号: J1-5, 设计市场需求调研方案.....	13
6. 试题编号: J1-6, 设计电动汽车市场需求状况调研方案.....	15
7. 试题编号: J1-7, 设计手机市场需求调研方案.....	18
8. 试题编号: J1-8, 设计市场需求调研方案.....	20
9. 试题编号: J1-9, 设计就业意向调研方案.....	22
10. 试题编号: J1-10, 设计市场需求情况调研方案.....	24
11. 试题编号: J1-11, 设计产品需求调研方案.....	26
12. 试题编号: J1-12, 李宁品牌 (LI-NING) 市场竞争情况调研问卷设计.....	28
13. 试题编号: J1-13, 华为 P9 手机各项功能顾客满意度调研问卷设计.....	30
14. 试题编号: J1-14, 巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计.....	33
15. 试题编号: J1-15, 农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计.....	35
16. 试题编号: J1-16, 华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计.....	38
17. 试题编号: J1-17, 云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷设计.....	40
18. 试题编号: J1-18, 罗莎蛋糕产品供给市场调研问卷设计.....	43
19. 试题编号: J1-19, 长沙海底捞顾客满意度调研问卷设计.....	45
20. 试题编号: J1-20, 顺丰速运市场满意度调研问卷设计.....	47
21. 试题编号: J1-21, 统一方便面市场竞争情况调研问卷设计.....	50
22. 试题编号: J1-22, 汽车消费基本情况调研报告.....	52
23. 试题编号: J1-23, 紧凑型车市场用户关注度调研报告.....	56
24. 试题编号: J1-24, 大学生旅游市场基本特征调研报告.....	60
25. 试题编号: J1-25, 方便面市场基本情况调研报告.....	64
26. 试题编号: J1-26, 大学生就业问题调研报告.....	68
27. 试题编号: J1-27, 学生笔记本消费需求调研报告.....	71
28. 试题编号: J1-28, 二手车市场消费需求调研报告.....	77
29. 试题编号: J1-29, 双十一网购情况调研报告.....	83
30. 试题编号: J1-30, 大学生洗面奶消费行为调研报告.....	89
31. 试题编号: J1-31, 消费者网购行为调研报告.....	94
模块二 商务谈判.....	101
1. 试题编号: J2-1, 布鞋索赔谈判.....	101
2. 试题编号: J2-2, 中德索赔谈判.....	108
3. 试题编号: J2-3, 原材料采购的谈判.....	109

4.试题编号: J2-4, 中日索赔谈判.....	110
5.试题编号: J2-5, 农机设备采购谈判.....	112
6.试题编号: J2-6, 啤酒经销谈判.....	114
7.试题编号: J2-7, 床上用品布料延期交货索赔谈判.....	115
8.试题编号: J2-8, 经销合作谈判.....	117
9.试题编号: J2-9, 供应商谈判.....	118
10.试题编号: J2-10, 商品产地异议谈判.....	120
模块三 促销模块.....	121
1.试题编号: J3-1, 罗森尼娜学院店中秋促销活动方案策划.....	121
2.试题编号: J3-2, 元旦节促销活动方案策划.....	123
3.试题编号: J3-3, 中国电信郴州校园促销活动方案策划.....	125
4.试题编号: J3-4, 小茗同学国庆节促销活动方案策划.....	127
5.试题编号: J3-5, 大药房国庆节促销活动方案策划.....	129
6.试题编号: J3-6, 凤凰名邸郴州市场五一促销活动方案策划.....	132
7.试题编号: J3-7, 国庆节空调促销活动方案策划.....	134
8.试题编号: J3-8, 三八节百丽女鞋促销活动方案策划.....	137
9.试题编号: J3-9, 都市丽人三八妇女节促销活动方案策划.....	139
10.试题编号: J3-10, 白云边酒夏季促销活动方案策划.....	142
11.试题编号: J3-11, 周黑鸭“五一”促销活动方案策划.....	144
12.试题编号: J3-12, 爱玛电动车促销活动方案策划.....	147
13.试题编号: J3-13, 佐伊珠宝店七夕情人节促销活动方案策划.....	149
14.试题编号: J3-14, NOCOL 劳克卫浴“五一”促销活动方案策划.....	151
15.试题编号: J3-15, 格力电器空调五一促销活动方案策划.....	154
二、 岗位核心技能	157
模块一 公关模块.....	157
1.试题编号: H1-1, 郴州临武鸭元旦庆典活动方案设计	157
2.试题编号: H1-2, 郴州厚尔大酒店开业庆典活动方案设计	159
3.试题编号: H1-3, 母亲节庆典活动方案设计	161
4.试题编号: H1-4, 郴州职业技术学院 xx 班联谊晚会方案设计	164
5.试题编号: H1-5, 农夫山泉高端矿泉水新闻发布会活动方案设计 ..	166
6.试题编号: H1-6, 海尔集团郴州营销部赞助烛光工程公关活动方案设计.....	169
7.试题编号: H1-7, 某楼盘开盘庆典公关活动方案设计	171
8.试题编号: H1-8, 郴州步步高新天地购物中心“七夕情人节”庆典活动方案设计.....	173
9. 试题编号: H1-9 康师傅老坛酸菜危机公关.....	176
10.试题编号: H1-10 郴州市碧桂园江山一品危机公关策划方案设计 ..	178
模块二 推广模块.....	181
1、 试题编号: H2-1, 设计 A 牌矿泉水湖南市场推广策划文案	181
2.试题编号: H2-2, 设计 T 牌西式系列产品湖南市场推广策划文案..	183
3.试题编号: H2-3, 设计比亚迪海豹郴州市场推广策划文案	185

4.试题编号: H2-4, 设计玲珑茶市场推广策划文案	188
5.试题编号: H2-5, 设计 J 牌活性维生素水湖南市场推广策划文案...	191
6.试题编号: H2-6, 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.....	193
7.试题编号: H2-7, 大德康元虫草郴州市场推广策划案	196
8.试题编号: H2-8, 设计云魔方系列烟机产品湖南市场推广策划文案	199
9.试题编号: H2-9, 设计 GR-M23HWCHL 冰箱湖南市场推广策划文案	202
10.试题编号: H2-10, 设计足浴器湖南市场推广策划文案	204
模块三 产品推销.....	208
1.试题编号: 试题编号: H3-1,罗森尼娜奶黄觅金沙月饼推销	208
2.试题编号: H3-2,饼干推销	210
3.试题编号: H3-3,牙膏推销	212
4.试题编号: H3-4,洗衣液推销	215
5.试题编号: H3-5,康师傅方便面推销	217
模块三、跨岗位综合技能	220
模块一 广告文案策划.....	220
1.试题编号: Z3-1, 设计 HUAWEI P50 8GB+256GB 曜金黑 鸿蒙手机郴州市场广告策划方案.....	220
2.试题编号: Z3-2, 设计联想小新 Air14Plus 2022 标压锐龙版 14 英寸轻薄笔记本电脑郴州市场广告策划方案.....	222
3.试题编号: Z3-3, 设计 2022 年东智(DONGZHI)186B 全自动按摩加热恒温泡脚盆郴州市场广告策划方案.....	225
4.试题编号: Z3-4, 设计“童彩”牌神笔广告文案	227
5.试题编号: Z3-5, 设计“学友”照相馆 2022 年郴州职院市场广告策划方案.....	229
6.试题编号: Z3-6, 设计“明园”广告策划方案.....	233
7.试题编号: Z3-7, 设计罗森尼娜食品郴州市场广告策划方案.....	235
8.试题编号: Z3-8, 设计雅芳 A 霜湖南市场广告策划方案.....	237
9.试题编号: Z3-9, 设计青岛啤酒湖南市场广告策划方案.....	240
10.试题编号: Z3-10, 设计“香香嘴”肠粉店郴州职院市场广告策划方案.....	243

郴州职业技术学院市场营销专业学生专业技能考核题库

根据湖南省高等职业院校市场营销专业学生技能考核标准以及教育厅对标准题库设计的原则要求来制定题库。本题库分为三大部分即专业基本技能（信息采集模块、商务谈判模块、促销模块）、核心岗位技能（包括公关模块与推广模块、产品推销模块）与跨岗位综合技能（广告文案策划模块），共有撰写调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告、商务谈判、制定促销活动策划方案、设计公关活动方案、设计新产品推广活动方案、产品推销、撰写设计广告文案等9个项目，其中撰写调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告与商务谈判项目对应10个测试题，制定促销活动策划方案项目分别对应15个测试题，公关活动设计、新产品推广活动方案设计等两个项目分别对应10个测试题，产品推销对应5个测试题，撰写设计广告文案项目各对应10个测试题。共计91题。在同一项目题目的设计上尽量难度不一。

一、专业基本技能

模块一 信息采集

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 2013 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。

2013 年鸿扬宅配荣获 2013 年度“中国衣柜十大品牌”；

2014 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；

2015 年，由全国工商联家具装饰业商会家装专委会主办的“2015 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。

2016 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郴州为目标市场,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 平米, 配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑, 一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德, 设计方案不违背职业道德与营销伦理, 遵守营销法律法规, 认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有分析商品特点, 分析商品市场状况的能力, 具有一定的调研方案写作能力, 具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字, 每少 50 字扣 1 分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确, 表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性, 确定合理, 描述基本准确。
	调研项目与内	10	要求符合调研目的(4分), 内容正确且完整, 切实可行, 能获得客观资料(6分)		

	容			
	调研方式与方法	26	调查对象选定的方式（4分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（4分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）	
	调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）	
小计		100		

小计		100		
----	--	-----	--	--

2. 试题编号：J1-2，设计大学生兼职情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

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

【测试任务】

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

（2）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评分标准

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

3. 试题编号: J1-3, 设计电脑需求情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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 IBMPC（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）。

2016 年 8 月，全国工商联发布“2016 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，提高郴州市场销量，扩大产品知名度，需进行一次针对郴州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）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 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, 设计市场需求情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

大白兔奶糖是位于中国大陆上海的冠生园出品的奶类糖果，1959年开始发售以来深受各地人民欢迎。商标是一只跳跃状的白兔，形象深入人心。

1993年起，“大白兔”品牌被认定为中国驰名商标。

1995年，“大白兔”糖果荣获全国畅销国产商品“金桥奖”第一名。

1998年起，“大白兔”品牌被认定为上海市著名商标。

1995年—2004年，“大白兔”品牌连续十年被评为上海市名牌产品。

2003年，上海冠生园食品有限公司荣获上海市质量金奖企业。

2004年，“大白兔”糖果被评为国家免检产品、中国名牌。

2005年，大陆与台湾50年后首次直航，“大白兔”、“和酒”作为上海的“名片”被选为台商包机上的纪念品和饮用酒。

2007年7月18日，国际市场禁售中国产品的名单上又增添四种新产品。其中竟然包括在中国销售多年的知名糖果品牌——上海冠生园公司生产的大白兔牛奶糖。

在得知大白兔奶糖被禁售的消息后，冠生园公司连夜对大白兔奶糖实施标准检测，并已将产品送上海市权威检测机构（国际公认的）进行测试。另外，冠生园公司还强调，由于大白兔奶糖的全球影响力，国际国内假冒大白兔奶糖猖獗，菲律宾查出问题的大白兔奶糖很可能是假货，而菲律宾禁售对“大白兔”品牌造成的损害上海冠生园食品有限公司保留诉诸法律的权利。

2008年9月22日新加坡农粮与兽医局昨晚发表的最新文告证实，产于中国的大白兔奶糖受到三聚氰胺（Melamine）污染，劝请公众不要食用。

2008年9月26日上海光明集团大白兔奶糖全面停止销售。

近几年大白兔很热衷于推出新包装。比如2012年的“巨白兔”，

还有各种铁盒装，奶瓶装……不过蓝白色调为主的最原始包装一直都没怎么变化。唯一不同的是，现在的大白兔糖纸上，中间红色四条线中有一条采用了邮票的防伪手段，印成了微缩文字，要用放大镜才能看出来。

2016年，大白兔奶糖携手法国时尚品牌“agns b.”推出限量珍藏版：蓝色、粉色两款兔形铁盒装的奶糖，蓝色盒装（牛奶味）128克，每盒售价65元，粉色盒装（红豆味）每盒售价再贵3元，这一身价是传统普通包装大白兔奶糖的10倍。限量珍藏版奶糖刚推出时，在一些销售点居然卖到脱销，而上一次大白兔奶糖脱销还是2012年“巨白兔”奶糖推出时。

【测试任务】

事隔近十年，事情已慢慢平息和了结，现上海冠生园公司为了重新夺回昨日的市场地位，欲在郴州市场进行一次消费者糖果市场调研，请你结合冠生园公司情况对公司的美誉度以及消费者需求情况作一个市场调查方案。调查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) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(3) 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			

5. 试题编号: J1-5, 设计市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司位于贵阳市南明区龙洞堡见龙洞路138号,成立于一九九六年,企业现拥有一栋四层的多功能办公大楼及四个生产基地,占地二万多平方米,员工2000余人,管理、技术人员246人。

十年来,由于企业质量管理体系的建立和质量管理工作有效地实施,使历年来产品的各项指标都达到国家卫生、质量标准,产品出厂合格率始终都位于同行业榜首,先后被授予“全国食品行业质量效益型先进企业”、“检验合格企业”、“全国乡镇企业质量管理先进单位”、“国家级农业产业化经营重点龙头企业”称号,并顺利通过了

ISO9001: 2000 质量体系、ISO14001: 1996 环境管理体系, HACCP 认证, 产品“油辣椒”通过了“绿色食品”认证, “油制辣椒”系列食品获得“中国名牌”称号, 并由公司作为标准的主要起草单位发布了国内首个“油制辣椒”国家标准。在 10 多年的经营历程中, 老干妈公司以自身的努力突变出来的经营业绩和对国家、社会的贡献赢得了许多荣誉。

贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司诚信纳税, 被评为贵阳市 2014 年度纳税信用 A 级纳税人。“老干妈”已被多次评为纳税信用 A 级纳税人, 连续多年获贵州省“纳税大户”称号, 是我省民营企业纳税大户典范。据统计, 2010 至 2014 年五年间, 累计向国家上缴税款 22 亿元。

在其成立之初的 1998 年, 老干妈的产值还只有 5014 万元; 1999 年, 产值就突破亿元, 达到 1.26 亿元, 2006 年更是达到 12.8 亿元。华泰证券 2016 年 11 月出具的一份研报称, 目前“老干妈”系列品在全国同类产品中占据半壁江山, 每天卖出 200 万瓶辣椒酱, 2014 年销售收入达到 40 亿元, 实现利润 9 亿元。

2016 年度销售额突破 45 亿元, 20 年间产值增长超过 600 倍。报道称, 老干妈一瓶辣椒酱平均 8 元, 每天生产 230 万瓶, 一年用 4.5 万吨辣椒, 菜油 10 多万吨; 近 3 年来年缴税 20.62 亿元, 20 年来纳税额增长了 150 倍。

【测试任务】

为进一步扩大市场份额, 不断地改进产品更好的满足消费者市场的需求, 老干妈风味食品有限责任公司将进行一次市场需求状况的调研。现请你以柳州为目标市场, 为老干妈风味食品有限责任公司设计一份以辣椒类调味品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) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 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			

6. 试题编号: J1-6, 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。

截止 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。

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，比亚迪汽车欲对郴州市场进行一次消费者市场需求调研，现请你以郴州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) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 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	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			

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

7. 试题编号：J1-7，设计手机市场需求调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

华为在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。

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郴州大学生为调查对象，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) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 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
	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	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			

8. 试题编号：J1-8，设计市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

2010年市场占有率高达44%，是中国洗衣液市场领军品牌。广州

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

2012 年中国品牌力指数 (C-BPI) 洗衣液、洗手液综合评价第一。

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

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

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

2015 年中国品牌 500 强排行榜发布，蓝月亮排名 268。

2016 年，蓝月亮联合湖南卫视在长沙举办了主题为“花好月圆”的 2016 年“蓝月亮中秋之夜”，湖南卫视副台长陈刚先生在发言中盛赞蓝月亮，并表达了对蓝月亮的企业理念的高度认同。

【测试任务】

为更好地了解消费者以及家庭对洗衣液的需求，蓝月亮将进行一次市场需求的调研。现请你以郴州为目标市场，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) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评分标准

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

9. 试题编号: J1-9, 设计就业意向调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

郴州职业技术学院现有在校普通全日制专科生 6000 多人

近年来,“择业难”——对很多人而言都是一个很严峻的问题,

特别是对大学生，“高不成，低不就”的状况日益严重，走出了象牙塔的大学生并不了解眼前社会的现状，从而盲目地将自己定位。

【测试任务】

为了让在校大学生了解当前的就业形势，从而更好地引导大一、大二学生，化被动为主动，提高自身素质与能力，学校招生就业处计划对本校毕业班学生进行一次就业意向的调研，分别从学生的就业态度、就业需求、就业准备三个方面进行了调查。现请你根据背景材料为招生就业处设计一份市场调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 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	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			

	法		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。

【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在郴州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。

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 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	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			

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

11. 试题编号：J1-11，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，为此他们将在郴州组织一次市场调研活动。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) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(3) 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			

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

(1) 任务描述

【背景资料】

李宁公司成立于1990年,经过二十年的探索,已逐步成为代表中国的、国际领先的运动品牌公司。李宁公司采取多品牌业务发展策略,除自有核心李宁品牌(LI-NING),还拥有乐途品牌(LOTTO)、艾高品牌(AIGLE)、心动品牌(Z-DO)。此外,李宁公司控股上海红双喜、全资收购凯胜体育。

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

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

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

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

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份,设计李宁品牌(LI-NING)市场竞争情况调研问卷,目的是了解李宁品牌(LI-NING)在市场竞争中所处的位置,分析本品牌亏损而竞争对手盈利的原因,为制定下一步的品牌战略提供参考。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

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

(1) 任务描述

【背景资料】

华为 P9 是华为 2016 年推出的首款旗舰新机,延续 P 系列时尚精

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

产品特色

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

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

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

4、WiFi+2.0：支持国内 Portal 热点一键登录，周遭热点推荐，在用户不知情情况下 WiFi 网络转为移动网络，P9 会发出大流量提示，并长时间链接 Portal 热点检测，保持已连时限限制的 WiFi 通畅。

新增拍照亮点

徕卡镜头：支持普通、柔和、鲜艳三种色彩模式选择和徕卡经典黑白成像风格。

支持 RAW 格式，全新美颜算法，暗光自拍。

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

全球首台拥有独立深度计算芯片手机：华为 P9 首次引入了独立的为双摄像头深度计算服务的芯片，专门针对深度信息进行计算，不

与其他功能共享同一处理器。[11]

独特环保性

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

定制机型

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计华为 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) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

14. 试题编号：J1-14，巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

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

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

2011年11月，中国各地全面实施双独二孩政策；2013年12月，

中国实施单独二孩政策；2015年10月，中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议公报指出：坚持计划生育基本国策，积极开展应对人口老龄化行动，实施全面二孩政策。放开“二胎”政策，对很多行业都产生了不小波动。与儿童息息相关的童装行业则首当其冲。

中国家庭结构催生儿童消费文化。30多年的计划生育政策导致中国社会产生众多的4+2+1的家庭结构，即4个老人、2个父母和1个孩子；未来二胎政策全面放开会产生部分的4+2+2结构。这样的家庭人口构成，加上人均收入水平的不断提高导致1的地位不断上升，催生出一一种孩子主导消费的新型文化。70-90后父母在孩子身上消费能力强。据国家统计局数据统计显示，全国一二三线城市中，0-14岁儿童支出占家庭支出比例约40%。但同时我们应该看到，由于孩子还没有经济能力，催生出的这种儿童经济背后的消费主体是父母，也就是目前70后、80后，以及未来的90后人群。儿童数量决定了市场的消费容量，而父母的消费习惯决定了市场的消费频率和质量。以儿童服饰为例，70-90后父母的品牌意识更强，对其颜色、款式、质量要求更高，更愿意在孩子身上投入，童装品牌化、专业化、品质化、时尚化的趋势逐渐形成。

另外，随着家庭收入不断提升，儿童服饰年人均消费金额也是逐年提升。2008年童装年人均消费金额为350元，至2012年已达到740元；预测2017年童装年人均消费额将达到1700元。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷，目的是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) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(3) 评价标准

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

15. 试题编号：J1-15，农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

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

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

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计农夫山泉新包装对销售状况影响的调研问卷，目的是了解新包装对农夫山泉的销量是否带来显著的提

升，以及指导今后产品外包装设计的走向。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

16. 试题编号：J1-16，华硕笔记本电脑市场占有率调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

华硕竞争对手特点分析如下：

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

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

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

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

道比联想多很多，网络、电话、QQ、聊天室、微博什么都可以作为戴尔销售的工具。

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

【测试任务】

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

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

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

17. 试题编号：J1-17，云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

云南白药牙膏，是以牙膏为载体，借鉴国际先进口腔护理、保健技术研制而成的口腔护理保健产品。云南白药牙膏内含云南白药活性成分，具有帮助减轻牙龈问题（牙龈出血、牙龈疼痛）、修复粘膜损伤、营养牙龈和改善牙周健康的作用。三大主要功能如下：

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

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

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

目前云南白药牙膏的产品类型有：

留兰香型

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

采用天然留兰香精，口感温和，有效祛除口腔异味。

薄荷香型

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

采用天然薄荷香精，口感清凉，有效祛除口腔异味。

冬青香型

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

采用天然冬青香精，口感清凉，有效祛除口腔异味。

益齿白激爽

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

朗健牙膏

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

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷，目的是收集顾客对云南白药牙膏各类产品的偏好，并做对比

分析，从而决策减少哪两款产品，以便集中资源、资金来生产和销售主要产品类型。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

小计	100	
----	-----	--

18. 试题编号：J1-18，罗莎蛋糕产品供给市场调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

罗莎公司（普罗集团）是台商独资从事开发、生产、销售的食品企业，经省外事办引进，于1993年3月创立于长沙。2017年是罗莎走过的第25个年头。罗莎已由长沙一家小蛋糕店，发展成为在湖南省内拥有“罗莎蛋糕”、“台北豆浆”200家门店，遍布全国20个城市、拥有400家连锁店的集团企业，公司也从最初的食品行业，扩展到旅游文化、观光事业以及房地产行业，成立了现在的普罗集团。

20年时间里，各项事业发展迅速，目前市场已经覆盖湖南、湖北、四川、江西等11个城市，现已组成集团公司，总部设在长沙，含罗莎蛋糕、罗莎台北豆浆、罗莎牛排三个系列产品，下设11家公司，200多个连锁专卖店，1000多名员工，是国内糕点行业最大的企业之一。国龙食品、雅客咖啡是罗莎公司的姊妹企业。罗莎（ROSA）已经成为食品行业的知名品牌。

罗莎蛋糕店（长沙罗莎食品有限公司），十年专业蛋糕制作，网络遍及长沙。兢兢业业全年无休，24小时为客户提供服务。解放路、德雅路、新开铺、潘家坪、西街、福城路、摩天轮、水风井等共开设近20家分店。不得不承认，门店管理是门技术活。门市营业员要每天视销售的多少、某些品种的好卖与不好卖来制定计划，交由店长处理，再由店长安排生产和新老产品的更换，定期或不定期地根据门市反馈的信息来开发新产品和改进老产品。另外还要制定严格的进销存方法。

此外，蛋糕店还会遇到营业员为顾客订了个现取的蛋糕单，却没有通知裱花员，结果蛋糕没有做出来，顾客非常不满；营业员把蛋糕的订单夹错，裱花员把本应过两天做的蛋糕给做出出来等问题。

实际上，上述这些都是生产供给问题，都会造成企业的声誉和销售受损。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计罗莎蛋糕产品供给市场调研问卷，目的是了解产品供给满足市场需求的情况，是否存在浪费还是供不应求等现象，以便调整蛋糕产品生产数量以及配送、配套等服务。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) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

	问题内容	5	问卷总共不少于 15 个问题（3 分），其中开放式问题不超过总问题数量的 20%（2 分）
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5 分），选取充分性和必要性的问题（2 分），内容翔实完整、条理清晰（2 分），并具有可行性（4 分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2 分）
小计		100	

19. 试题编号：J1-19，长沙海底捞顾客满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

四川海底捞餐饮股份有限公司成立于 1994 年 3 月 20 日，是一家以经营川味火锅为主，融汇各地火锅特色于一体的大型直营连锁企业。二十余年来，公司在北京、上海、西安、郑州、天津、南京、杭州、深圳、厦门、广州、武汉、成都、昆明等大陆的 40 个城市有 144 家直营餐厅。在中国台湾有 1 家直营餐厅。在国外，已有新加坡 3 家、美国洛杉矶 1 家、韩国首尔 1 家和日本东京 1 家直营餐厅。

公司始终秉承“服务至上、顾客至上”的理念，以创新为核心，改变传统的标准化、单一化的服务，提倡个性化的特色服务，致力于为顾客提供愉悦的用餐服务；在管理上，倡导双手改变命运的价值观，为员工创建公平公正的工作环境，实施人性化和亲情化的管理模式，提升员工价值。

等待，原本是一个痛苦的过程，海底捞却把这变成了一种愉悦：手持号码等待就餐的顾客一边观望屏幕上打出的座位信息，一边接过免费的水果、饮料、零食；如果是一大帮朋友在等待，服务员还会主动送上扑克牌、跳棋之类的桌面游戏供大家打发时间；或者趁等位的时间到餐厅上网区浏览网页；还可以来个免费的美甲、擦皮鞋。

待客人坐定点餐的时候，围裙、热毛巾已经一一奉送到眼前了。服务员还会细心地为长发的女士递上皮筋和发夹，以免头发垂落到食物里；戴眼镜的客人则会得到擦镜布，以免热气模糊镜片；服务员看

到你把手机放在台面上，会不声不响地拿来小塑料袋装好，以防油腻……

每隔 15 分钟，就会有服务员主动更换你面前的热毛巾；如果你带了小孩子，服务员还会帮你喂孩子吃饭，陪他们在儿童天地做游戏；抽烟的人，他们会给你一个烟嘴，并告知烟焦油有害健康；为了消除口味，海底捞在卫生间中准备了牙膏、牙刷，甚至护肤品；过生日的客人，还会意外得到一些小礼物……如果你点的菜太多，服务员会善意地提醒你已经够吃；随行的人数较少，他们还会建议你点半份。

餐后，服务员马上送上口香糖，一路上所有服务员都会向你微笑道别。孕妇会得到海底捞的服务员特意赠送的泡菜，分量还不小；如果某位顾客特别喜欢店内的免费食物，服务员也会单独打包一份让其带走……这就是海底捞的粉丝们所享受的，“花便宜的钱买到星级服务”的全过程。

2014 年 10 月，长沙海底捞正式开业，3 年多以来，在长沙火锅市场再创佳绩。长沙海底捞为了保证各项服务制度在餐厅执行到位，实现良好的顾客满意度，不仅对员工实行了人性化的管理和有效的激励措施，还会定期对顾客进行满意度调查。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计长沙市海底捞顾客满意度调研问卷，目的了解分析长沙市民对海底捞的满意度，以便进一步提高服务水平，提升顾客满意度，培养忠诚顾客。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成

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

20. 试题编号: J1-20, 顺丰速运市场满意度调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

保了服务质量的稳步提升。

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4、安全的运输服务。货物损坏率为是十万分之一，属同行业最低。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计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) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

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

21. 试题编号：J1-21，统一方便面市场竞争情况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

1992年1月13日，统一企业集团在中国大陆投资设立的第一个工厂——新疆统一企业食品有限公司正式成立。本着“取之于大陆，用之于大陆”的原则，通过开发更多更健康的产品、提供就业机会、引进先进的企业管理经验、积极纳税、热心扶持本土协力厂商等相关环节，公司力图为大陆的经济建设和民众的健康作出更多的贡献。当前，统一企业已成为大陆食品业界投资最大的几个外资企业之一。

统一企业自从创业以来，即遵循企业创始人吴修齐先生所秉持之“三好一公道”的经营理念，以多角经营、宏观眼光、重视人才等方针，兢兢业业地塑造出“诚实苦干、创新求进”的立业精神。

统一方便面分为统一100、巧面馆、好劲道、来一桶、小当家、小浣熊摇摇乐。

统一公司进入方便面市场多年，有良好的公众基础和产品质量保证。

目前中国市场上架的方便面品牌种类不尽其数，让人目不暇接，但是能够在市场上起到领军性质和决定性作用的却只有康师傅、统一、今麦郎这几家。目前中国的方便面市场已形成了“康师傅”、

“统一”、“华龙-今麦郎”三足鼎立的局面，且其竞争相当激烈。

对于其它方便面生产企业，康师傅无疑是统一最为难以逾越的。康师傅方便面一直坚持以真材实料为基础，并特别关注各地消费者不同口味变化及需求。以“康师傅”系列产品为首，现在已经延伸到：“面霸120”、“料珍多”、“新面族”、“巧玲珑”、“劲拉面”、“亚洲精选”、“福满多”、“好滋味”、“小虎队”、“挂面”、“脆旋风”、“脆宽趣”、“珍品”、“劲爽”等多种系列产品，满足各类消费阶层的需求。

【测试任务】

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

(2) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(3) 评价标准

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

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

22. 试题编号：J1-22，汽车消费基本情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某机构针对柳州地区 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：

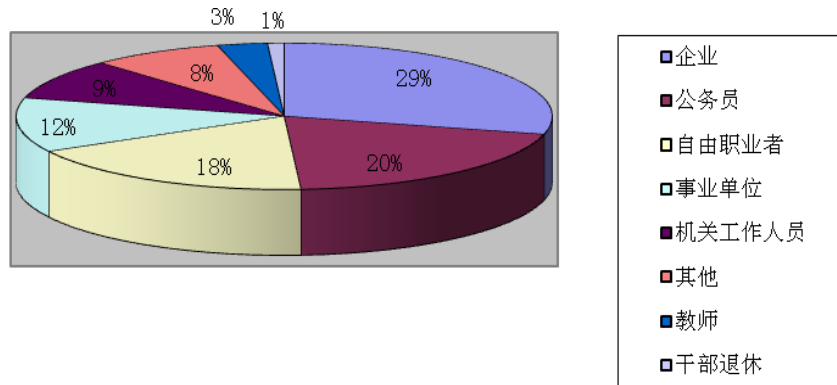


图 1 消费者职业构成情况

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

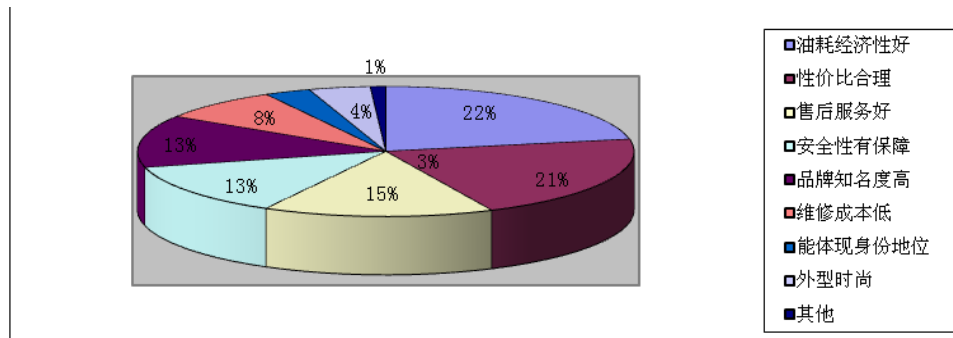


图 2 影响消费者购车的因素

6. 消费者获取信息的渠道

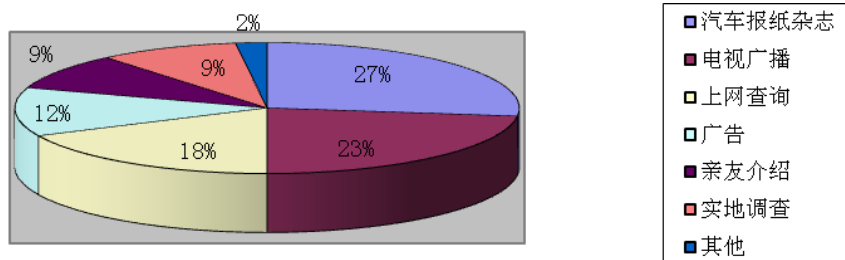


图 3 消费者获取信息的渠道

7、消费者最信赖的购车场所

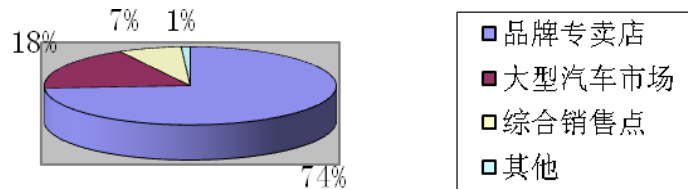


图 4 消费者信赖的购车场所

8. 消费者满意的支付方式

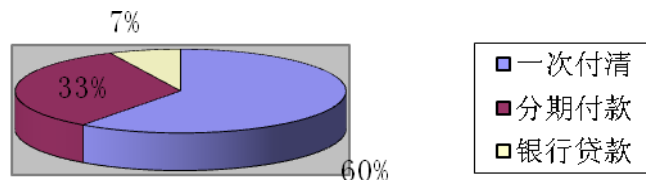


图 5 消费者满意的支付方式

【测试任务】

请根据某机构提供的郴州地区 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) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 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。	
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			

23. 试题编号：J1-23，紧凑型车市场用户关注度调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

互联网消费调研中心 ZDC 在 2016 年 5 月对中国紧凑型车市场的用户关注度状况进行调查，结果如下：

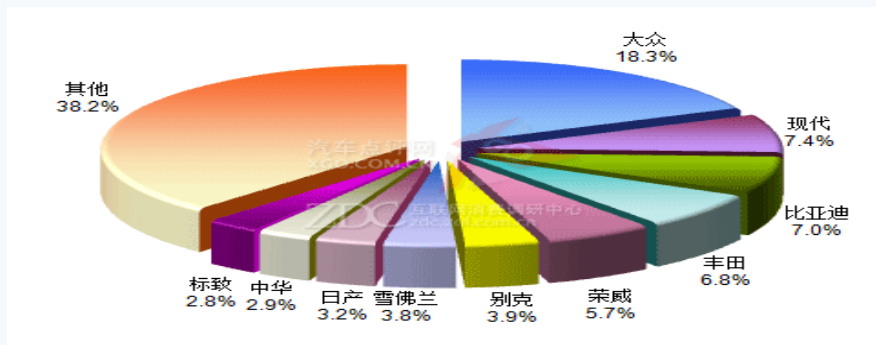


图 1 中国紧凑型车市场品牌关注比例分布

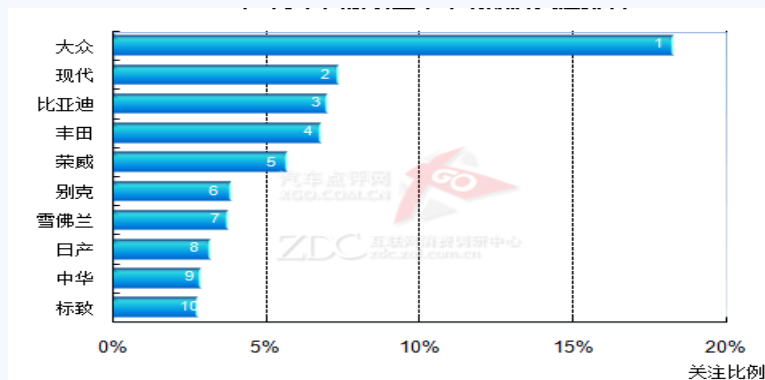


图 2 中国紧凑型车市场品牌关注排名

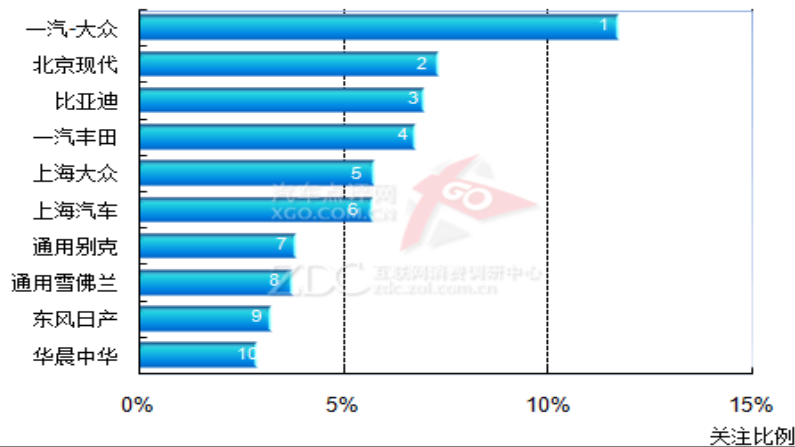


图 3 中国紧凑型车市场厂商关注排名

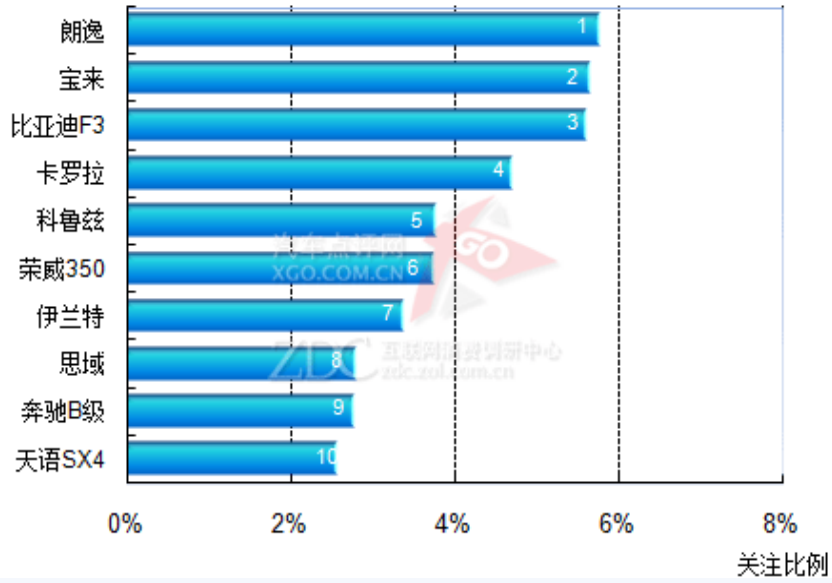


图4 中国紧凑型车市场车系关注排名

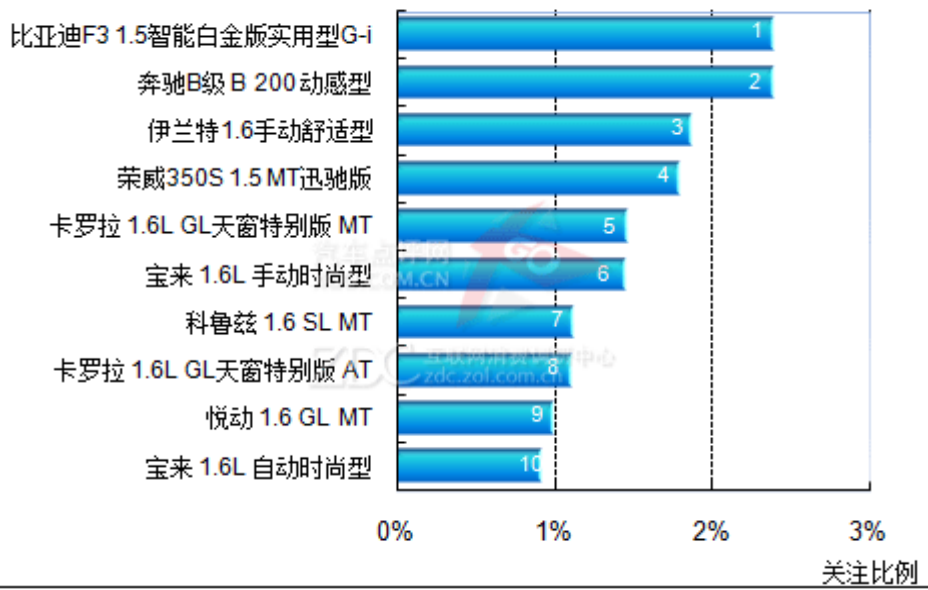


图5 中国紧凑型车市场车型关注排名

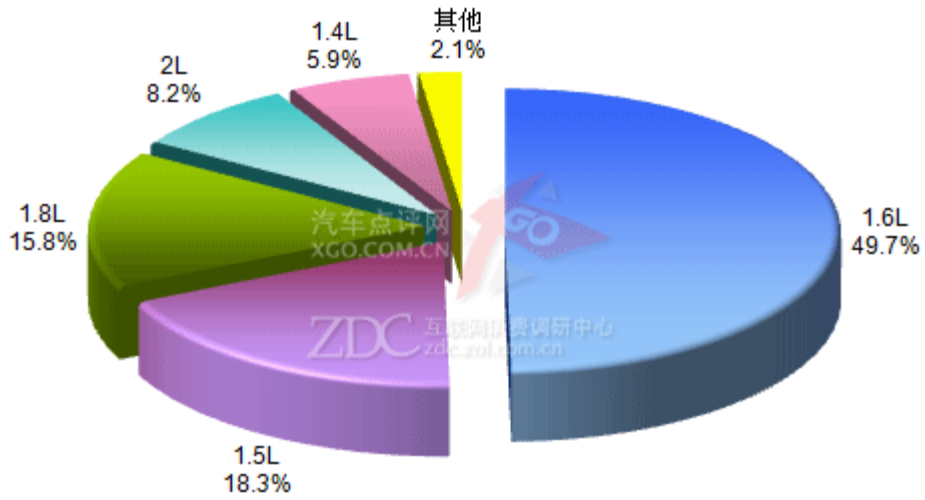


图 6 中国紧凑型车市场不同排量关注比例分布

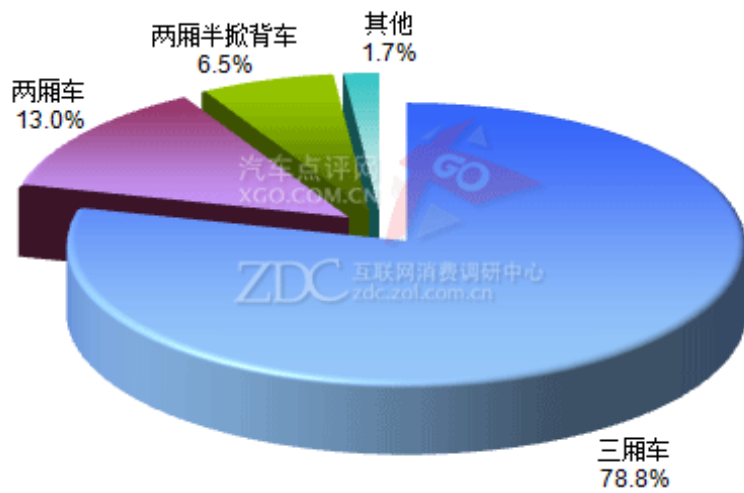


图 7 中国紧凑型车市场不同车体结构关注比例分布

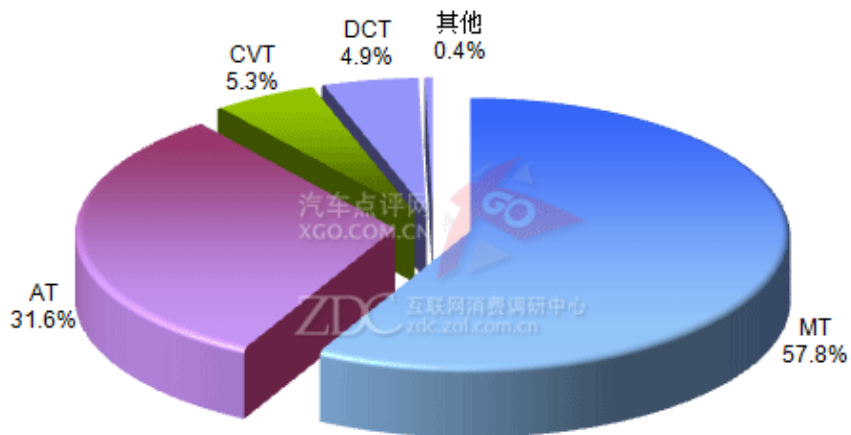


图 8 中国紧凑型车市场不同变速器关注比例分布

【测试任务】

请根据互联网消费调研中心 ZDC 提供的 2016 年 5 月中国紧凑型车市场用户关注度状况调查数据，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) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 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，
	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)。	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		

24. 试题编号: J1-24, 大学生旅游市场基本特征调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

为开发大学生旅游市场, 了解大学生对旅游目的地的偏好和基本特征, 长沙某旅行社于 2015 年 5 月 24-25 日对临近的几所高校在校生进行了随机抽取发放调查问卷。共计发放问卷 1000 份, 实际收回问卷 1000 份。现对数据加以统计如下:

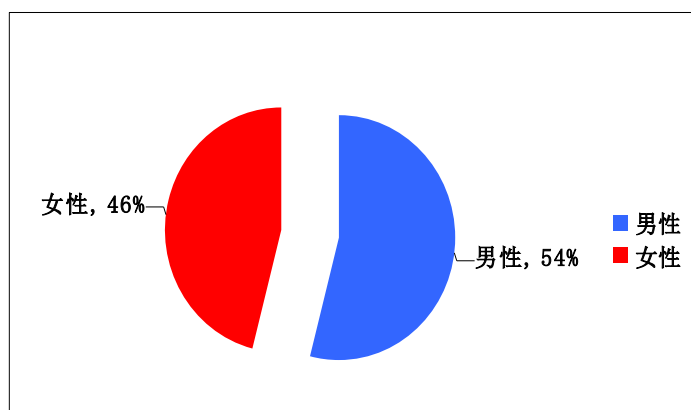


图 1 被调查者性别分布情况

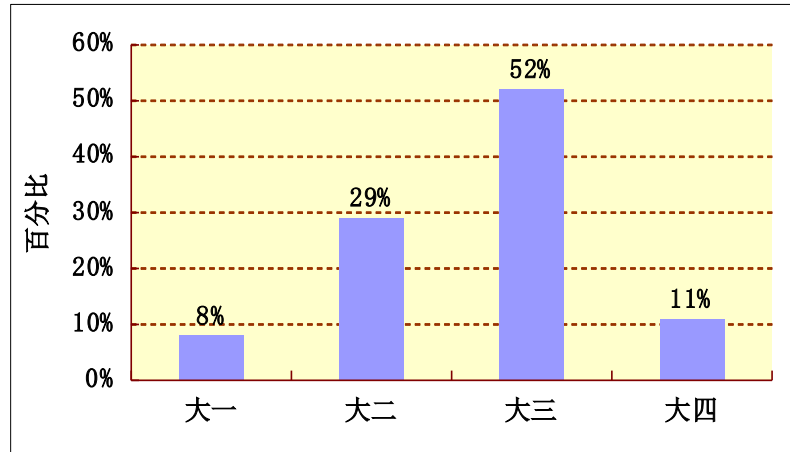


图 2 年级分布

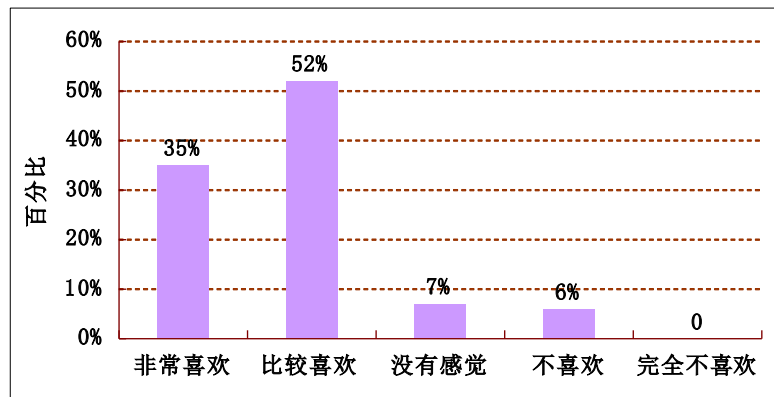


图 3 旅游喜好

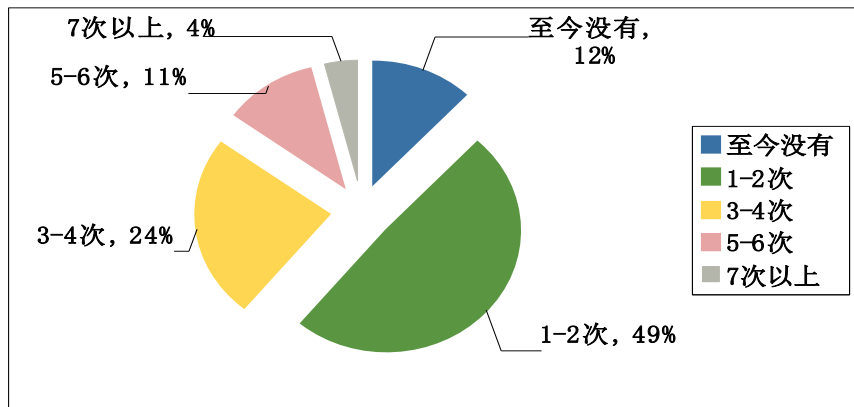


图 4 旅游次数

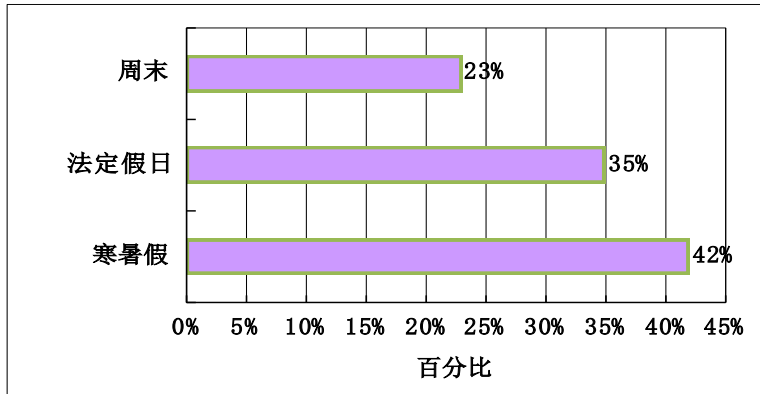


图 5 旅游时间

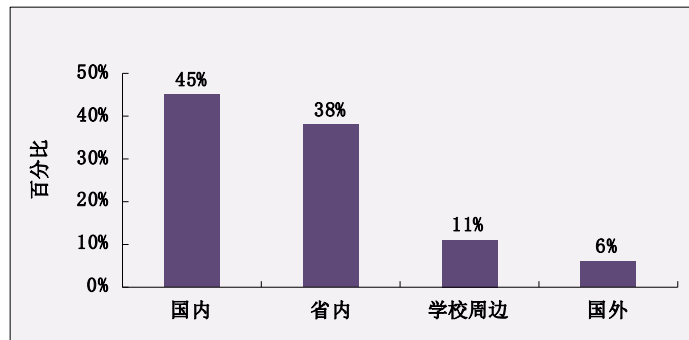


图 6 旅游目的地

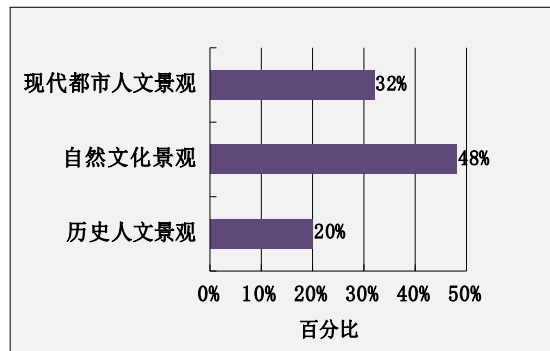


图 7 旅游景观类型

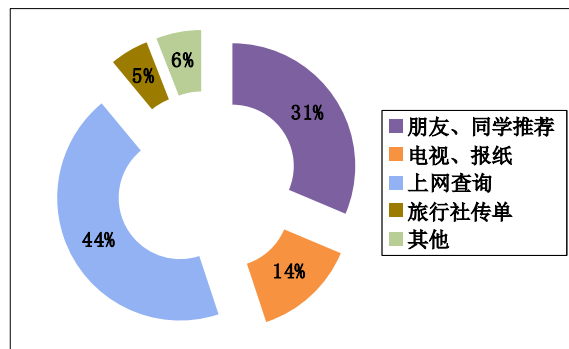


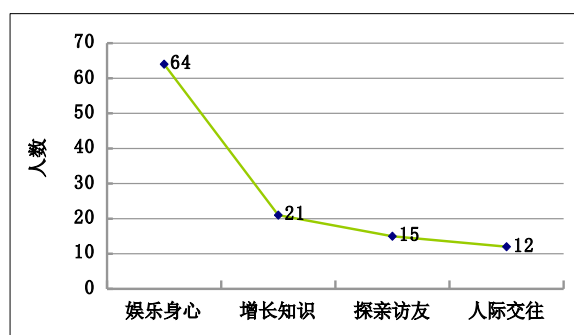
图 8 旅游目的地信息获取

图 9 旅游目的

【测试任务】

请根据长沙某旅行社提供的大学生旅游市场相关调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：



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

(2) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4分）；能在规定时间内完成任务（2分）。	
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	

	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）	据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。	
	目录	7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）		
	正文	引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）。
		数据资料分析	20		对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）。
		结论及建议	10		用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）。
	附件	5	对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。		
合计		100			

25. 试题编号：J1-25，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2015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) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 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。	
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			

26. 试题编号：J1-26，大学生就业问题调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

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

1、你认为现在的就业形势如何：

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

2、您进入毕业时期的去向：

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

3、您对求职渠道的选择：

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

4、您认为自己目前最欠缺的素质主要是：

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

5、您将通过何种方式向用人单位介绍自己的情况：

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

6、您的择业观念：

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

7、您欲选择什么样的单位就业：(限选两个)

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

8、您认为当前毕业生就业的主要问题：

答案	大学专	应届毕业生	毕业生的	政府、学	就业信息	大学伎教
----	-----	-------	------	------	------	------

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

9、您觉得自己在就业求职的过程中最具竞争实力的方面是：

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

10、您最希望自己在就业求职过程中得到：（限选两项）

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

11、您认为您能接受的工资是：

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

【测试任务】

请根据某公司提供的某高校大学生就业问题随机问卷调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

(2) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 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	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

		建议	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，学生笔记本消费需求调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

中国笔记本电脑市场的消费群体中，学生用户占据了相当大的份额。由于这一群体的特殊性，其在笔记本电脑市场的消费行为也独具特点，“高性价比”、“强大的娱乐影音功能”等成为描述这一市场产品的热门关键词。为了解学生用户在中国笔记本电脑市场中的消费需求等特点，互联网消费中心 ZDC 进行了一项相关市场调研，其基本数据如下：

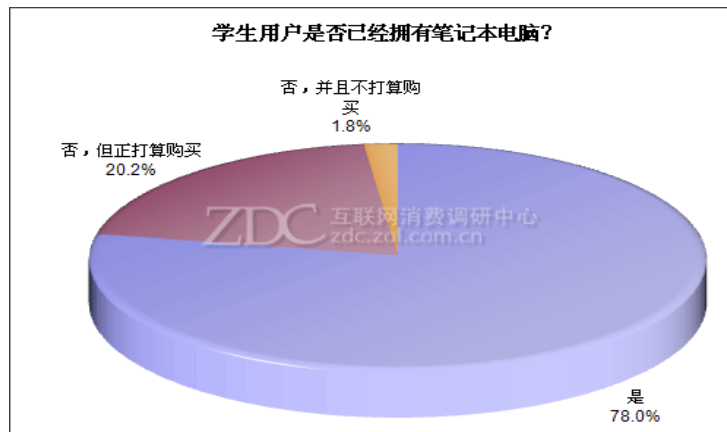


图1 学生用户拥有笔记本电脑情况

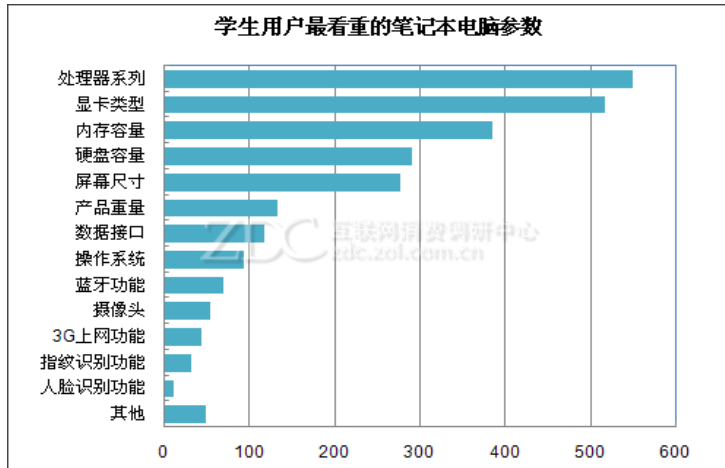


图2 学生用户最看重笔记本电脑参数

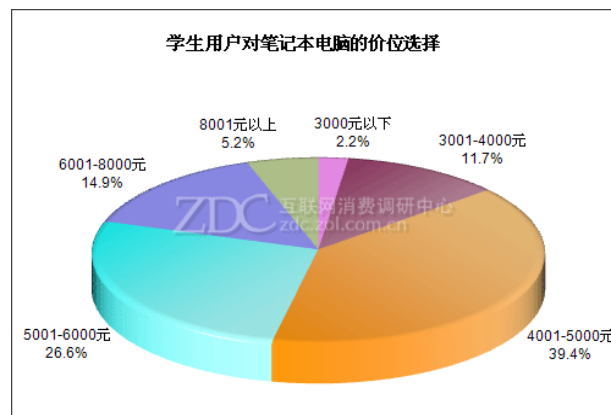


图3 学生用户对笔记本电脑的价位选择

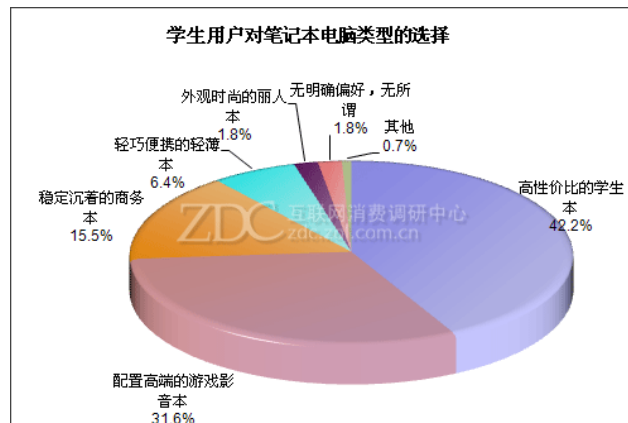


图4 学生对笔记本电脑类型的选择

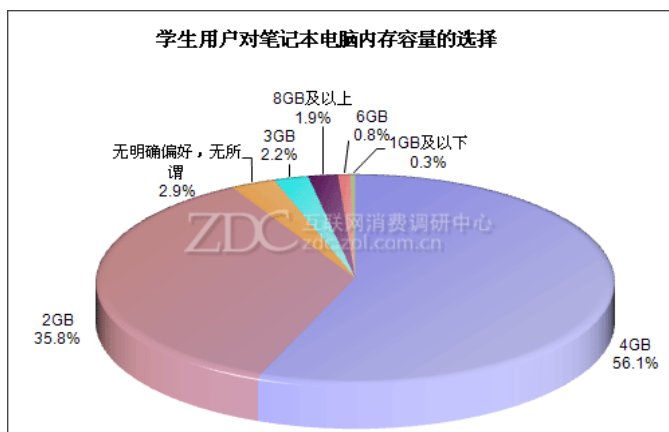


图 5 学生对笔记本电脑内存容量的选择

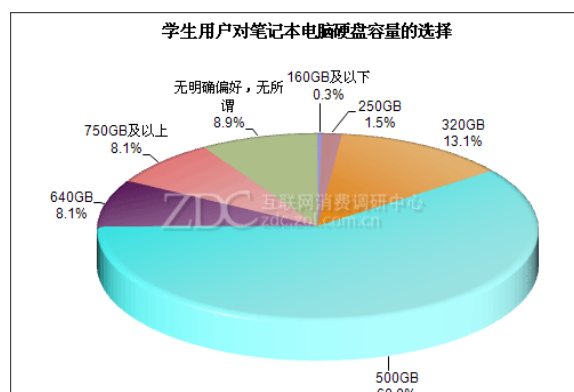


图 6 学生对笔记本电脑硬盘容量的选择

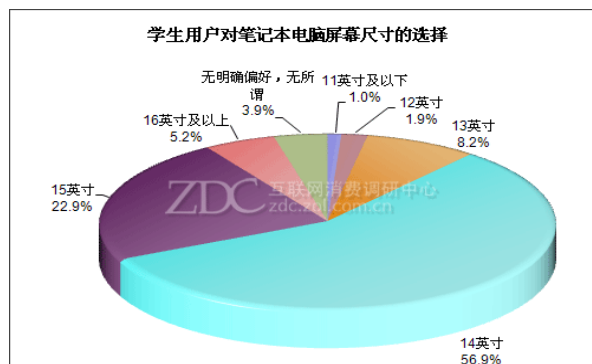


图 7 学生对笔记本电脑屏幕尺寸的选择

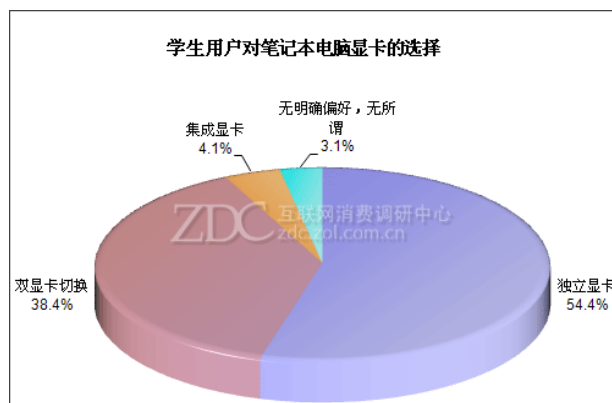


图 8 学生对笔记本电脑显卡的选择

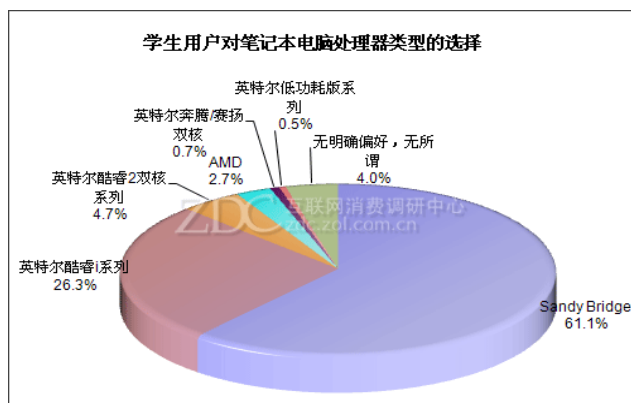


图 9 学生对笔记本电脑处理器类型的选择

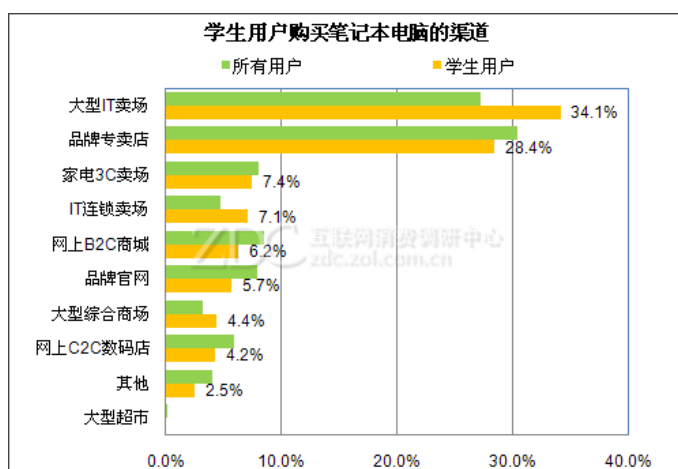


图 10 学生购买笔记本电脑的渠道

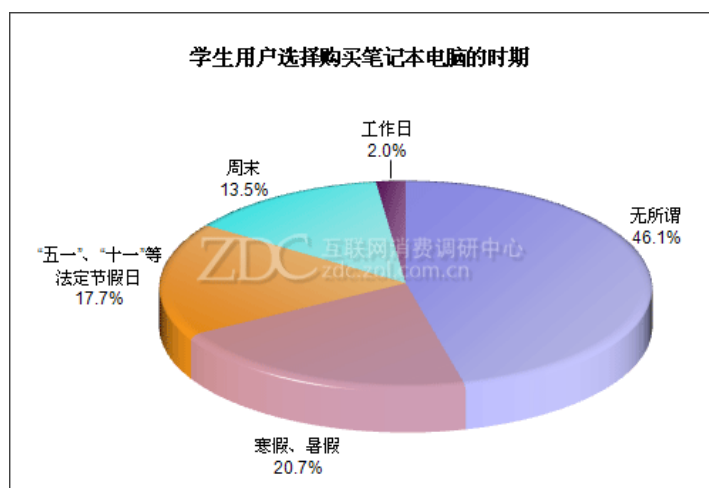


图 11 学生选择购买笔记本电脑的时期分布

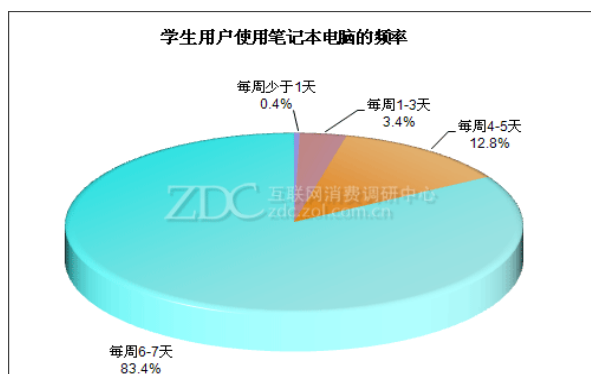


图 12 学生使用笔记本电脑的频率

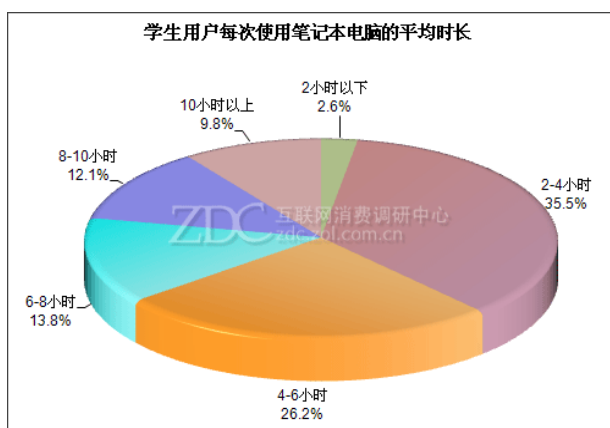


图 13 学生每次使用笔记本电脑的平均时长

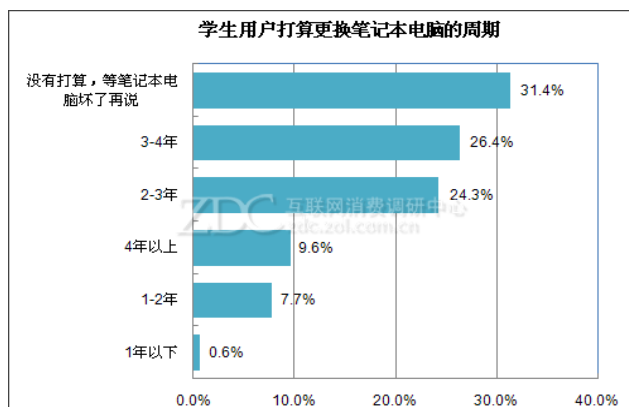


图 14 学生打算更换笔记本电脑的周期

【测试任务】

请根据互联网消费中心 ZDC 提供的学生用户笔记本电脑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) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。	
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和 分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。		
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1500 字以上，每少 50 字扣 1 分。	
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强		
	正文	封面	8		要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）
		目录	7		排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）
		引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4 分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2 分）。
		数据资料分	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

		析		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：J1-28，二手车市场消费需求调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

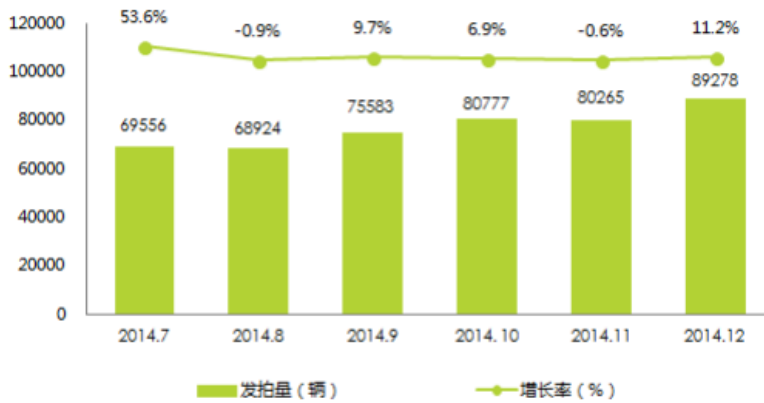
二手车作为汽车流通价值链上最为重要的一环，中国二手车市场潜力巨大，前景空前。从2000年到2014年的15年间，二手车市场的交易量从25.17万辆上升到605.30万辆，增长了约24倍，交易金额已达到3675.65亿元的规模，较2000年增长了近58倍。中国汽车流通协会预计，到2020年中国同期二手车交易规模达到2920万辆。新车与二手车交易规模比例将接近1:1，中国汽车市场将更加体现成熟市场的基本特征。二手车流通规模的快速增长，将促进循环消费，推动汽车工业健康发展，在引导生产、扩大消费、带动就业、促进经济平稳较快发展、提高人民生活水平等方面将起到重要作用。

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：

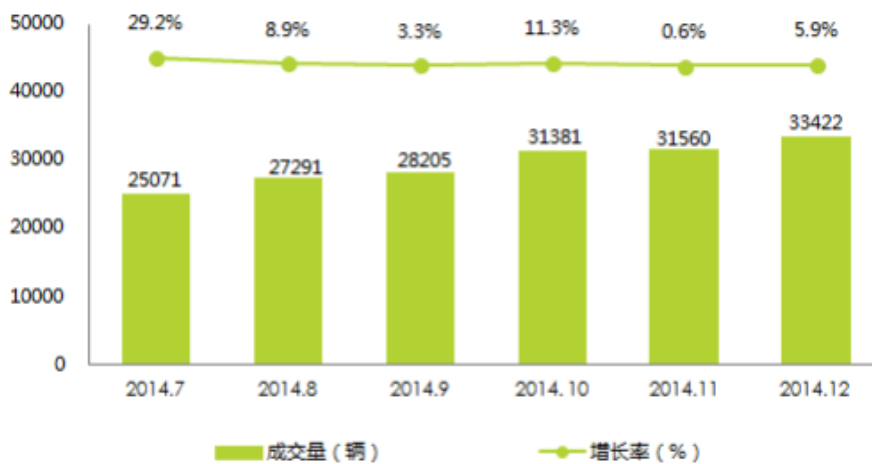
2008-2014年中国汽车保有量及二手车销售量



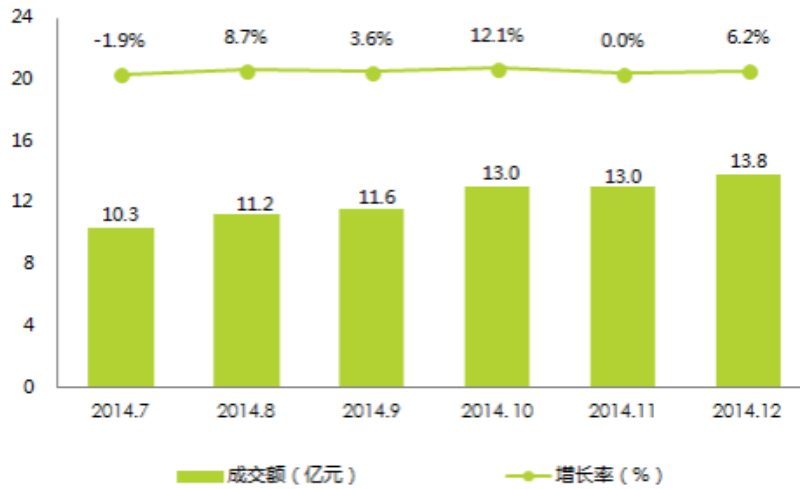
2014年H2中国二手车平台车辆拍发规模



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%

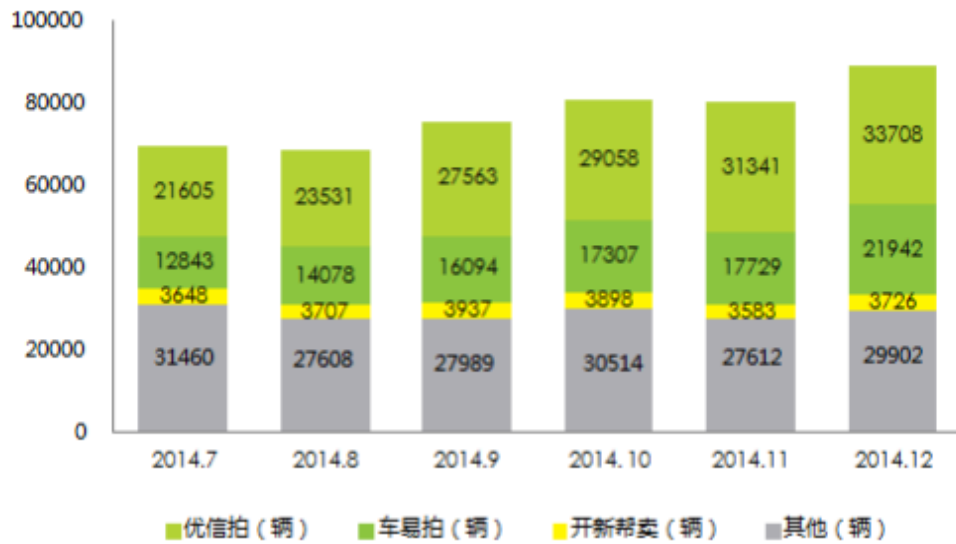
2014年H2中国二手车热销车辆颜色市场份额

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%

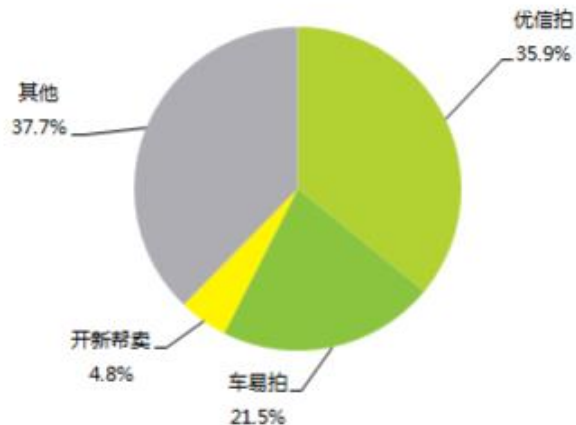
2014年H2中国二手车热销车辆排量市场份额

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%

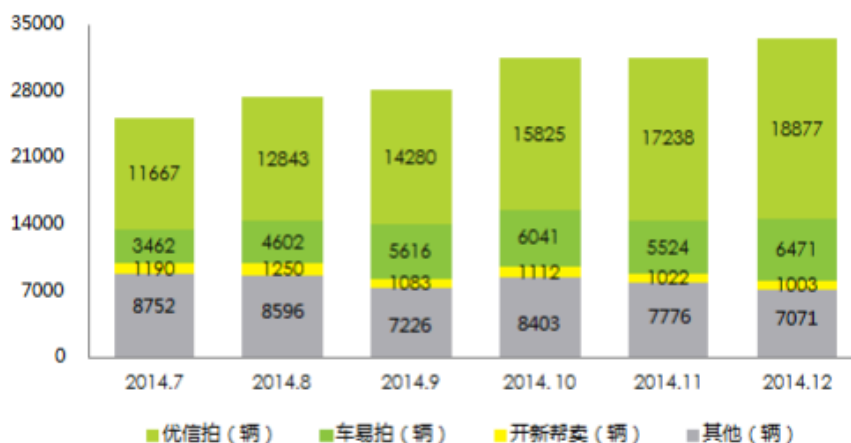
2014年H2中国二手车电子商务平台车辆发拍量规模



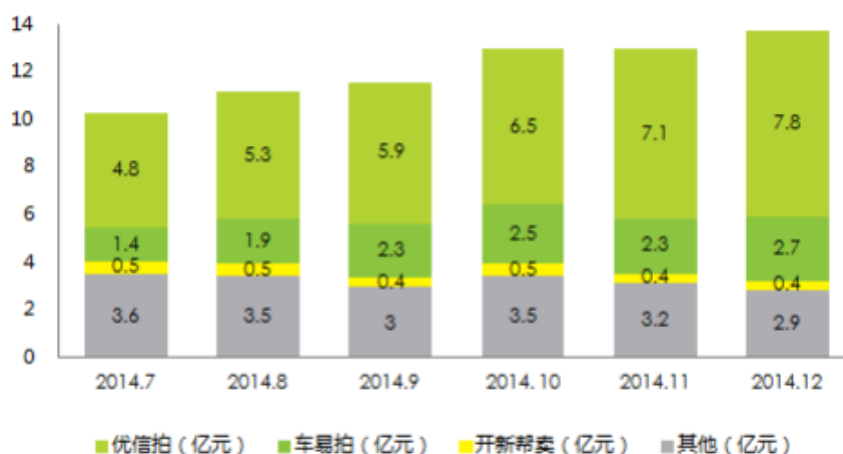
2014年H2中国二手车电商核心企业发拍量市场份额



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) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 评价标准

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

			总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。	
合计		100		

29. 试题编号：J1-29，双十一网购情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

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

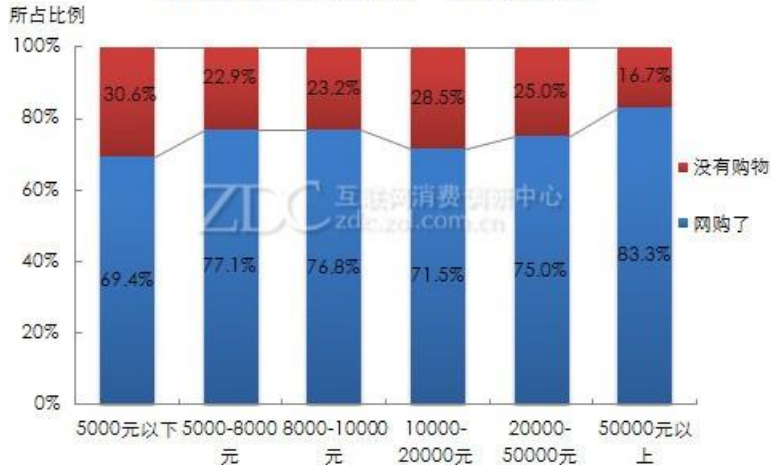
2014 年双十一刚刚落下帷幕，阿里集团的数据显示，截止 11 月 11 日 24 时，双十一网购狂欢节支付宝(主要是天猫和淘宝)交易额达到 350.19 亿，打破了阿里巴巴集团董事局主席马云此前 300 亿的预期。网民网购的热情可见一斑。

那在双十一期间，到底有多少网民参与了狂欢呢？他们更青睐网购哪些类别的商品？对电商服务的满意度如何？对双十一最大的感触又是什么？对此，互联网消费调研中心 ZDC 进行了专项有奖调查，问卷在 ZOL 首页进行推广，共回收问卷 1012 份，通过对答题完整度、IP 等信息的筛选，共获得有效问卷 998 份，问卷有效率 98.6%。

双十一期间，您是否购物了？

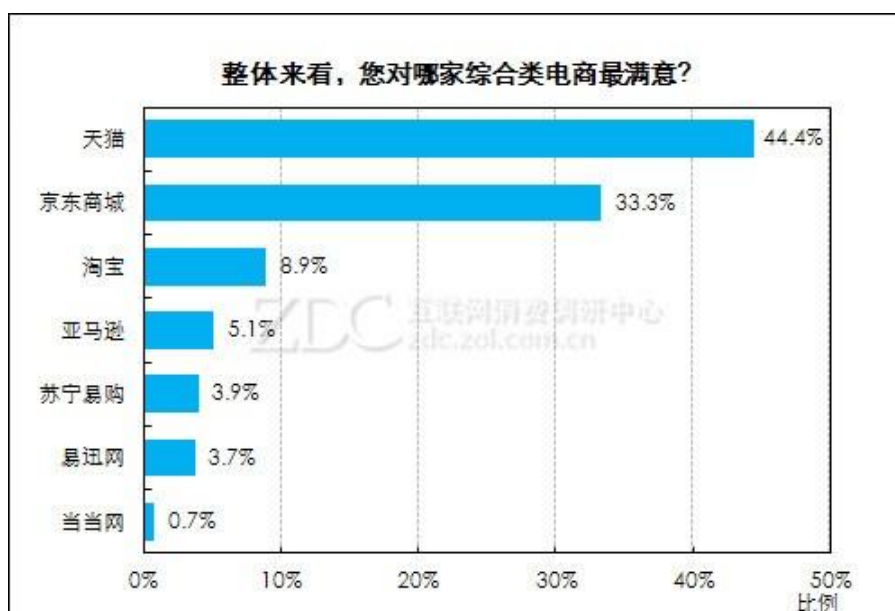
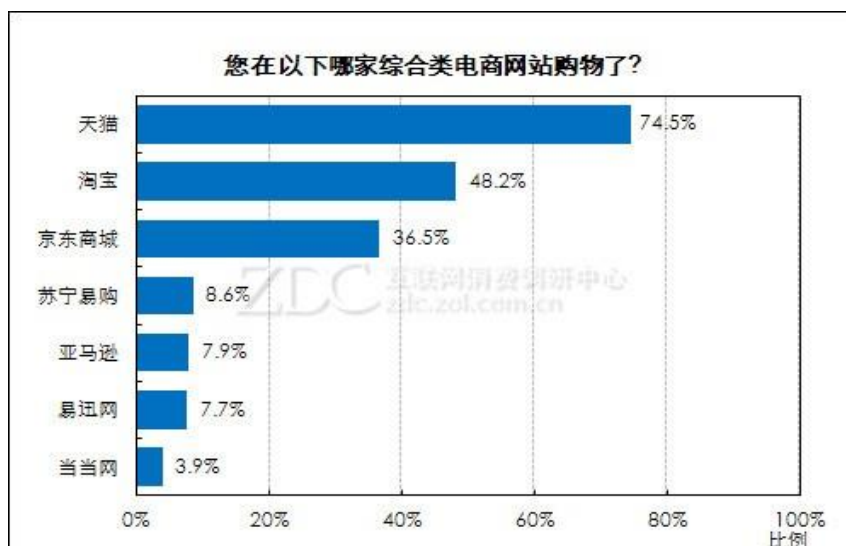


不同家庭年收入网民双十一网购比例对比



您购买了以下哪类商品？





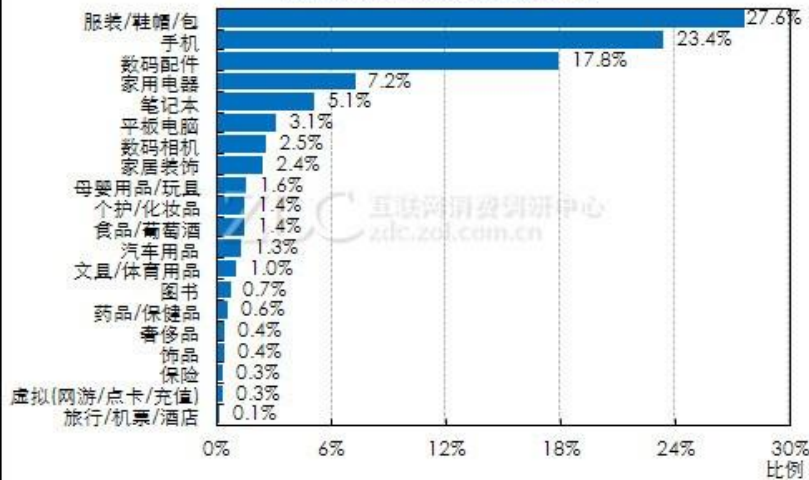
双十一期间，您实际累计花了多少钱？



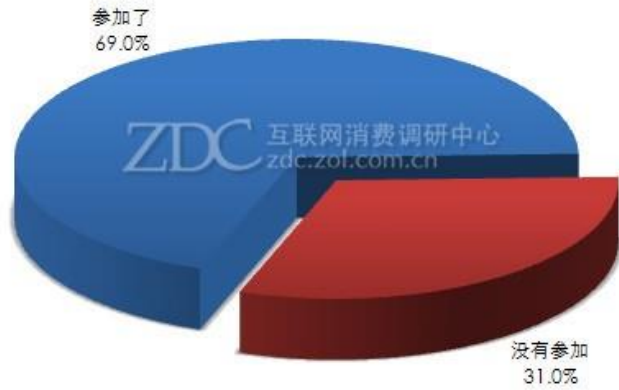
您实际花费的金额与预算相比是高还是低？



您在哪类商品上的花费最高？



去年您是否参加了双十一促销活动?



参与调查的IT网民年龄结构



参与调查的IT网民地域分布



【测试任务】

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

要求：

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

(2) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 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	
	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，大学生洗面奶消费行为调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

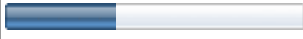
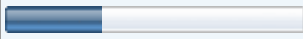
某洗面奶企业为了了解现代大学生的洗面奶消费行为，从郴州选取了3所高校的学生进行了问卷调查，共发放问卷450份，其中有效问卷430份，问卷统计结果如下：

第1题您的性别[单选]

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

第2题您所在的年级[单选]

选项	小计(人)	比例
A. 大一	60	 14%
B. 大二	70	 16.3%

C. 大三	160	 37.2%
D. 大四	140	 32.6%
本题有效填写人次	430	


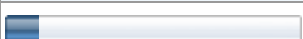
第 3 题您使用洗面奶吗[单选]

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

第 4 题您每月的生活费是多少[单选]

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

第 5 题您每月花在洗浴用品上的钱是多少[单选]

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

第 6 题您平均每月花在洗面奶上的钱是多少[单选]

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

第 7 题您购买洗面奶的偏好是什么[单选]

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

8 题您最喜欢的洗面奶品牌是什么[多选]

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

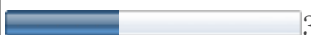
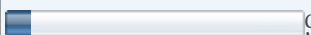
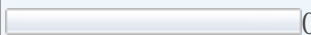
第 9 题您经常选择的洗面奶的价格[单选]

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

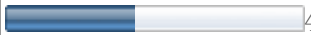
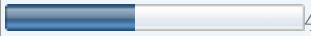
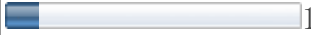
第 10 题您购买洗面奶时最追求的效果是什么[单选]

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


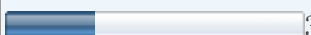
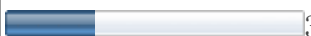
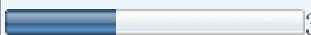
第 11 题您购买洗面奶的途径是什么[单选]

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

第 12 题您喜欢尝试新产品吗[单选]

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

第 13 题哪些因素可以让您购买以前没有买过的洗面奶? [多选]

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

【测试任务】

请根据某洗面奶企业调查的郴州市 3 所高校学生洗面奶消费行为基本数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

(2) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 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	

31. 试题编号：J1-31，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：

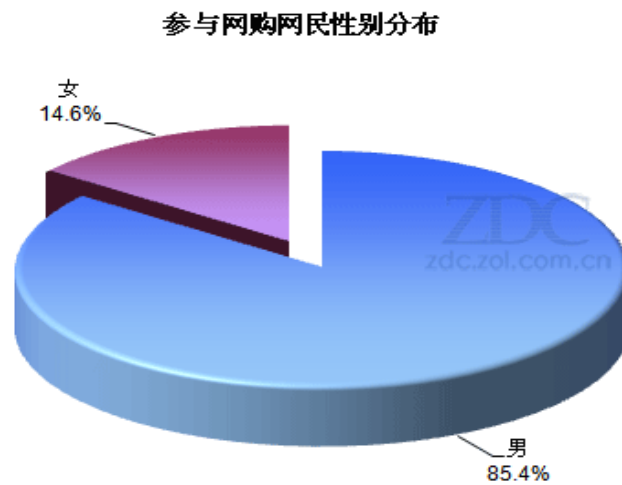


图 1：参与网购网民性别分布

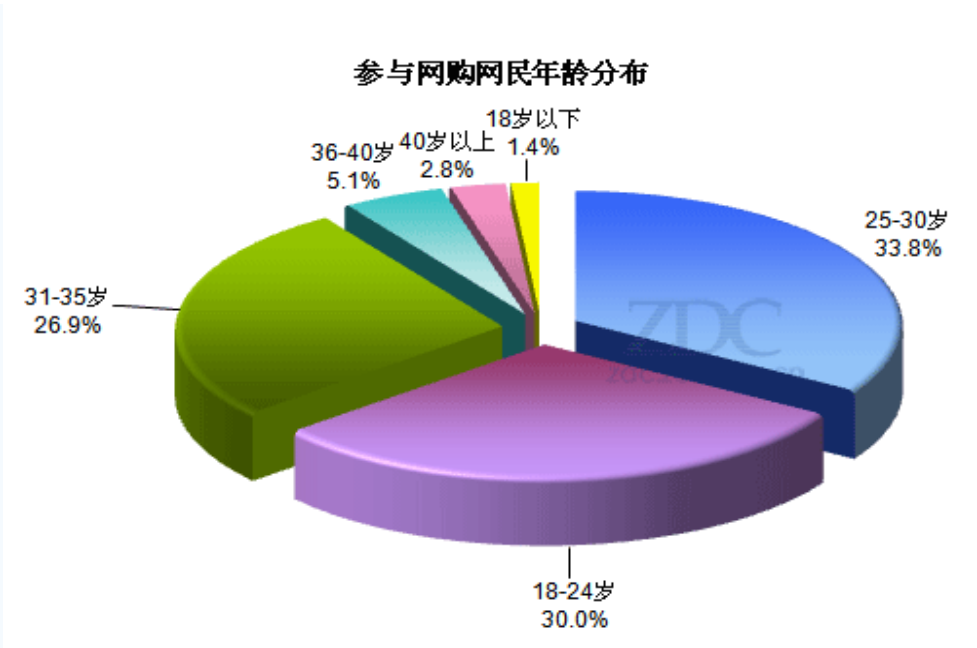


图 2：参与网购网民年龄分布

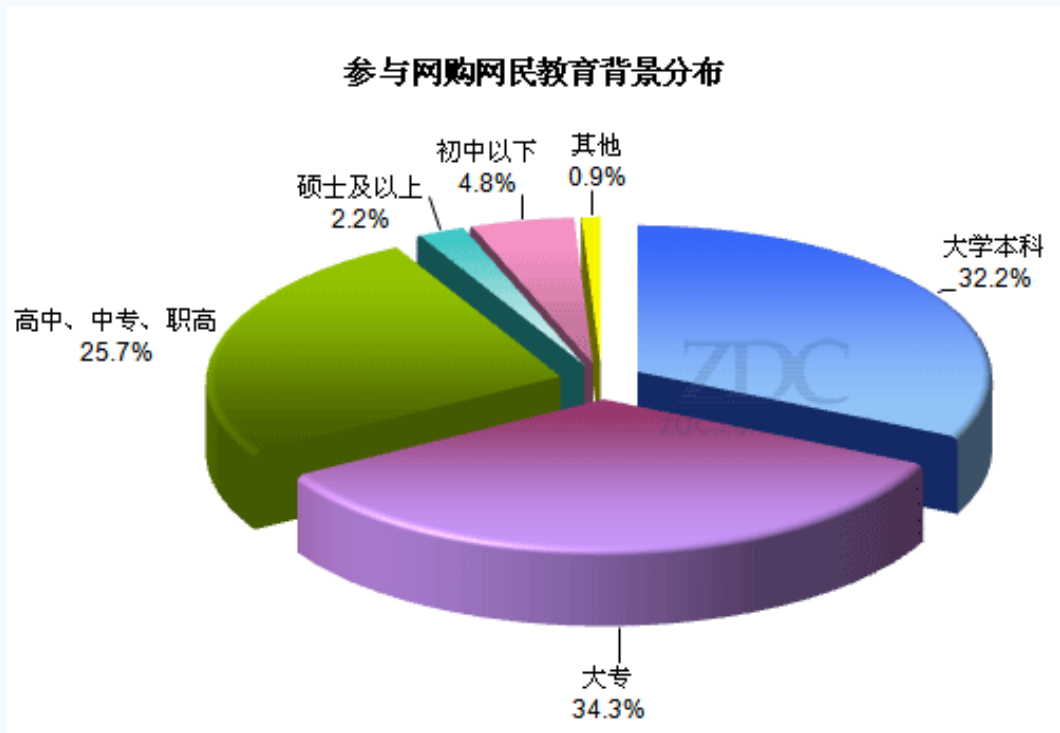


图 3：参与网购网民教育背景分布

中国IT网民网络购物七大区域分布

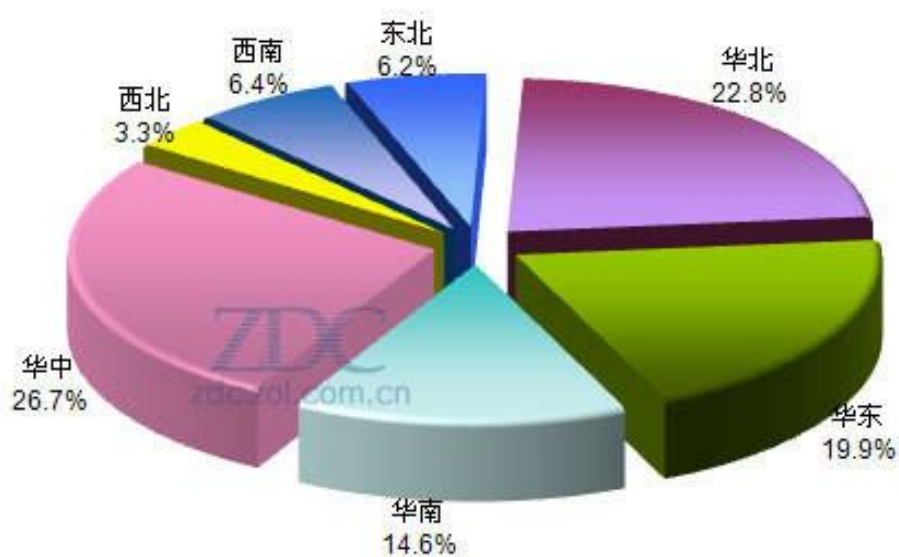


图 4：中国 IT 网民网络购物七大区域分布

中国IT网民月收入情况分布图

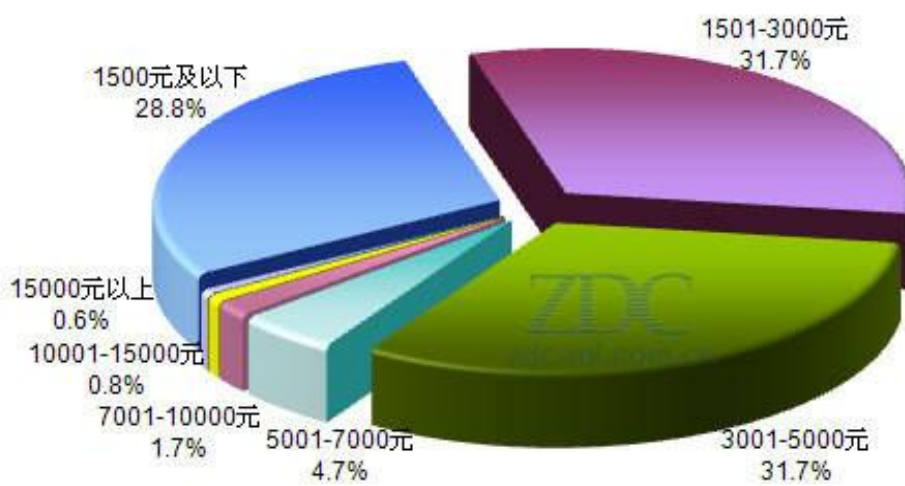


图 5：中国 IT 网民月收入分布图

中国IT网民上网地点分布

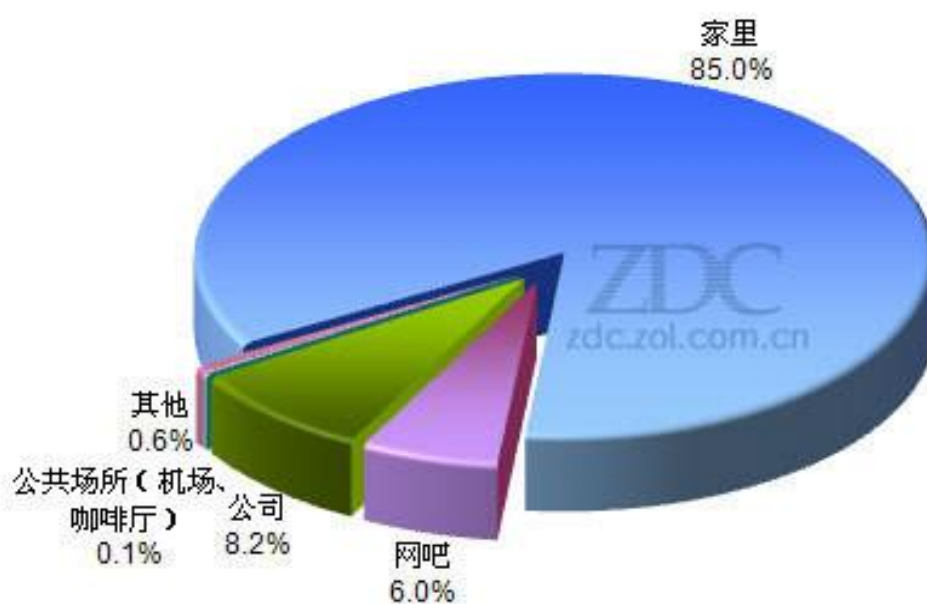


图 6：中国 IT 网民上网地点分布

中国IT网民购物次数分布

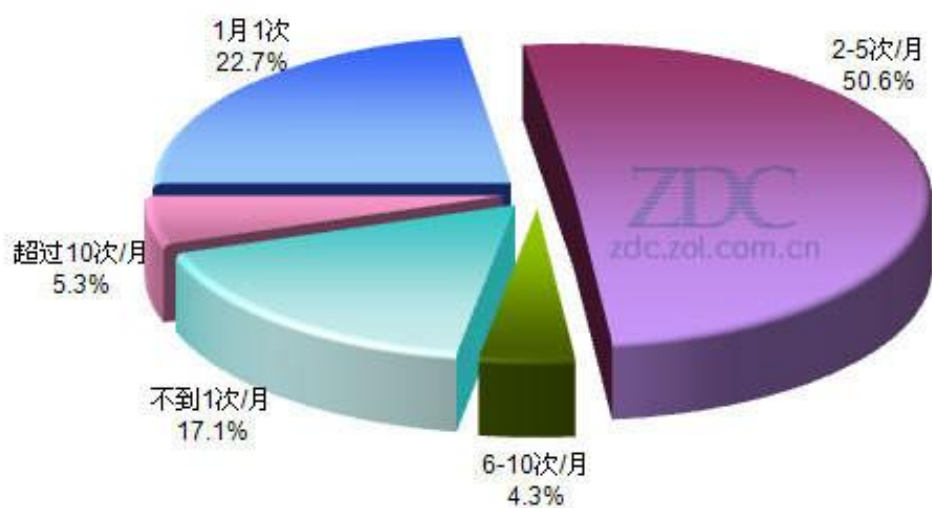


图 7: 中国 IT 网民网络购物次数分布

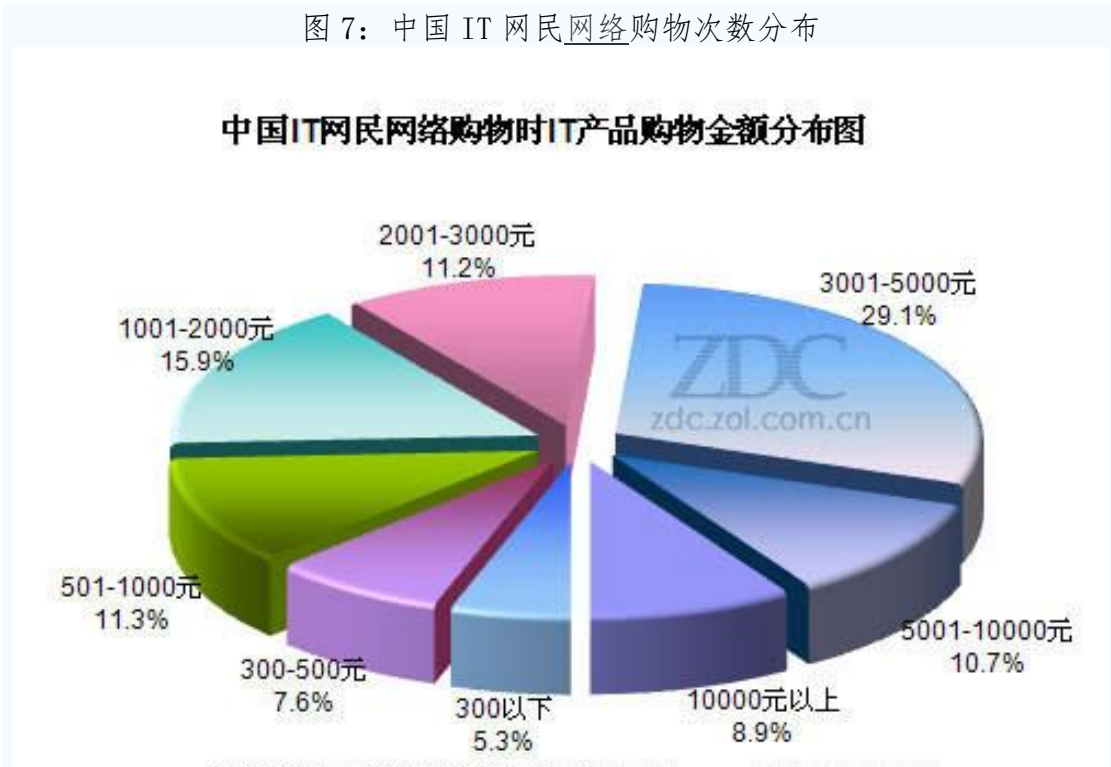


图 8: 中国 IT 网民网络购物时 IT 产品购物金额分布图



图 9: 中国 IT 网民网络购物最喜欢购买的 IT 产品排行

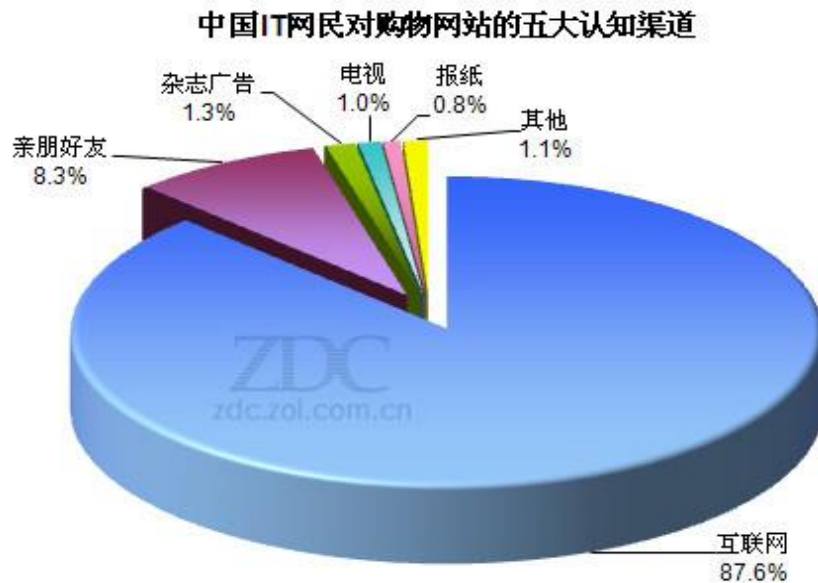


图 10：中国 IT 网民对购物网站的五大认知渠道

【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) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(3) 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。	
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			

模块二 商务谈判

1. 试题编号：J2-1，布鞋索赔谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：上海华实制鞋厂

乙方：日本某株式会社

2020年12月，上海华实制鞋厂与日本一家株式会社签订了一份布鞋买卖合同，共计价值200万元人民币。总共是2万双布鞋，合同规定这批布鞋分两批，每批1万双，分别于2021年3月15日和4月15日，由上海华实负责以船运方式送达日本福岛口岸。由于日本发生了巨大地震海啸，上海到日本的货轮因为地震原因无法在原定口岸靠岸。日本这家株式会社在地震中受到重创，商铺在海啸中全面冲垮，无法正常经营。日本株式会社电告上海，要求第一批布鞋退货，因为遇到不可抗力，企业无法经营。第二批推迟到5月10日发货。

华实制鞋厂按原来合同规定已经做好了生产计划，第一批布鞋已经于3月10日从上海张华浜码头装船，准备11日出发，接到对方通知只能卸货，并将布鞋存放在码头仓库，码头仓库的保管费和存放占地费以日计算，每日为存货价值的千分之一。因为这批布鞋是为日本市场量身定做的，对方突然提出退货，上海方至今还没有处理好这批布鞋，仍放在码头仓库。第二批布鞋生产计划已经下达，4月初就可以生产完成，但现在要推迟到5月10日运送，至少要积压在企业仓库1个月。4月中旬，日本地震后情况基本平稳，中方就第一批布鞋装船、卸货、码头仓储费用等造成损失向日方索赔20万人民币，并希望第一批布鞋继续履约。

中方邀请日方来上海就布鞋要求退货及赔偿问题进行谈判。中方

提出日方地震海啸结束后，仍然可以销售布鞋，因此，第一批布鞋不必退货，但考虑到布鞋可能错过了最好的上市季节，中方愿意在价格上给予优惠，共同承担由于不可抗力造成的损失，以保持双方将来长期的合作关系。但根据合同，中方按期装船，而后才收到对方要求第一批退货通知，前期费用已经产生，造成的损失应该由日方承担，中方经过明细核算列出总的费用表，损失费用远大于 20 万元。基于不可抗力因素，中方愿意在损失费用上承担部分，所以才报出赔偿额 20 万元。

日方认为地震海啸属于不可抗力，而且他们的株式会社正好处于地震海啸中心，直接受到巨大损失，现在所有经营场所被摧毁，灾后重建还需要时间。而且由于地震海啸使得日本经济受到重创，导致市场需求受到很大影响。他们虽然是违反合同规定，但是根据不可抗力法律条款，可以免责。基于双方长期合作关系及将来合作需要，对于第一批布鞋愿意延期收货，希望价格上中方给予让步。至于赔偿金额日方经过调查、核实，认为并没有这么大，而且由于不可抗力原因，只愿意承担 30%。最终经过充分协商，基于将来长期合作意愿，双方达成了一致，签订补充协议。

【测试任务】

- 1、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；
- 2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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目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	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
	谈判主题	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3	

品 (40 分)	题、时 间、地点		分)	于 500 字, 每少 50 字, 扣 1 分
	谈判人 员及分 工	5	有谈判角色 (2 分), 谈判角色分工明确、职责 清晰 (3 分)	
	谈判双 方优劣 势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2 分)、分析透彻, 为 采取谈判策略奠定基础 (3 分)	
	谈判目 标	5	谈判最高目标 (2 分)、谈判最低目标 (2 分)、 谈判可接受目标 (1 分)	
	谈判各 阶段策 略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫 (5 分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述 (5 分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、 出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计 (5 分)	
商务 谈判 实施 操作 (40 分)	宣讲谈 判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完 成 (3 分), 回答评委提问、思路清晰 (2 分)	谈判实 施按照 团队协 作与个 人表现 进行计 分
	谈判开 局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体 (2 分), 谈 判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一 方有回应确认 (2 分), 与计划书中选择的开局 策略一致 (1 分)	
	报价阶 段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认 真核实 (5 分), 报价方做到不问不答, 还价方 向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问 必答 (3 分), 巧妙运用报价策略 (2 分)	
	磋商阶 段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少 说 (4 分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制	

			较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

2. 试题编号：J2-2，中德索赔谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：江苏仪征化纤公司（买方）

乙方：西德吉马公司（卖方）

江苏仪征工程是世界上最大的化纤工程，该项目引进了国际上最先进的技术设备，与多家公司合作，但是，在与前西德吉马公司的合作中，发现从对方引进的圆盘反应器有问题，并给我方造成了重大的经济损失，由此引发了我方与德方的索赔谈判。中方提出了索赔 1100 万马克的要求，而德方只认可 300 万马克。由于双方要求差距太大，几个回合后，谈判出现僵局。中方谈判提出休谈，并提议陪同德方公司总经理到扬州游览。

双方从扬州回到仪征后，谈判继续。本次德方中标项目才 1 亿美元，如果赔偿过多，可能要赔本。因此，德方坚持中方提出的赔偿金额超出其承担范围。而中方根据调查了解到的信息是，因为德方在世界上最大的化纤基地仪征中标带来的影响力，便利德方公司连续在世界上其他区域 15 次中标，创造了巨大的效益。

本次谈判中方既希望获得应有的赔偿给 1 万多名建设者有个交代，同时也希望德方公司继续合作，不让谈判对手为难。最终中方实事求是的态度和软式谈判策略感动了德方，最终以一个双方都满意的赔偿金额达成了谈判协议。

【测试任务】

1、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；

2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。

(2) 实施条件 (略)

(3) 考核时量 (略)

(4) 评价标准 (略)

3. 试题编号：J2-3，原材料采购的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：国电湖南宝庆煤电有限公司（简称：宝庆煤电）

乙方：湖南新欣建材有限公司（简称：新欣建材）

国电湖南宝庆煤电有限公司是中国国电集团公司控股的大型煤电一体化企业，是中国国电集团在湖南省投资建设的第一个大型火电建设项目，规划容量 $4\times 660\text{MW}$ ，一期工程建设 $2\times 660\text{MW}$ 超临界燃煤发电机组。同步开发煤矿产能240万吨/年。一期 $2\times 660\text{MW}$ 火电机组每年产生的粉煤灰35万吨。

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

宝庆煤电的废气物——粉煤灰是新欣建材生产加气混凝土的原材料，也是水泥厂生产水泥的原材料。宝庆煤电火电机组产生的粉煤

灰不处置就会占用大量的场地（粉煤灰的堆积密度为 600 千克/立方米）。

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

【测试任务】

1、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；

2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。

(2) 实施条件（略）

(3) 考核时量（略）

(4) 评价标准（略）

4. 试题编号：J2-4，中日索赔谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

中方 SY 重型机械制造公司（主方）

日方 WSL 发动机制造公司（客方）

我国 SY 重型机械制造公司从日本 WSL 发动机制造公司进口了 5 万台发动机，合同总金额达到 25 亿日元。发动机是工程筑路机械、混凝土搅拌机的主要零配件，通过生产组装后的筑路机械和混凝土搅拌机销售到全国各地工程建筑公司，使用时普遍发生严重质量问题，致使我国购买此类设备的工程建筑公司和 SY 公司蒙受巨大经济损失。为此，我国 SY 公司向日方 WSL 公司提出索赔。

SY 公司组装了从 WSL 公司进口发动机的筑路机械和混凝土搅拌机在中国各地的故障不断，主要是发动机经常出现突然熄火，重新启动很慢，还有的筑路机械在高温天气发动机内的水经常出现沸腾现象。用户对此非常不满，纷纷要求退货和损失赔偿，这给我国 SY 公

司信誉造成很大影响。SY 公司就此向日方 WSL 公司提出索赔谈判。但一开始 SY 公司只字未提索赔问题，只为索赔说明了理由和事实根据，展示了中方谈判威势，恰到好处地拉开了谈判的序幕，日方 WSL 公司对中方 SY 公司的这一招早有预料，因为发动机的质量问题是一个无法回避的事实，日方无心在这一不利的问题上纠缠。日方为避免劣势，避重就轻，把一些发动机故障说成是由于中国气候问题、操作问题、维护保养问题，中方觉察到对方的用意，便进行反驳，请日方公司到现场看过，拿出经商检和专家小组鉴定的证据，说明发动机问题并不是偶然和有的情况，而是这批发动机普遍存在质量问题。日方以这批发动机存在问题的比例数据尚未准确统计为由进行回避问题。中方对发动机质量这一关键问题紧追不舍。日方认为中国的柴油标号有问题，借口设计时对中国实际情况考虑不够，质量问题似非主观因素。事实上日方专家已来过中国进行实地考察，对中国柴油标号很清楚。而且因为这批车是专门为中国生产的，怎么可能不考虑中国实际情况呢。中方步步紧逼，日方步步为营，谈判气氛渐趋紧张。中日双方在谈判开始不久，就在如何认定发动机质量问题上陷入僵局。日方坚持说中方有意夸大发动机的质量问题，中方拿出了商检、公证机关的公证结论，还有商检拍摄的录像进行举证。日方在中方所提质量问题攻势下，及时调整了谈判方案，采用以柔克刚的手法，向对方踢皮球，但不管怎么说，日方在质量问题上设下的防线已被攻克了。这就为中方进一步提出索赔价格要求打开了缺口。随即，双方谈判的问题升级到索赔的具体金额上——报价，还价，提价，压价，比价，一场毅力和技巧较量的谈判竞争展开了。中方主谈代表擅长经济管理和统计，精通测算。他们翻阅了许多国内外的有关资料，甚至在技术业务谈判中，他们也不凭大概和想当然，认为只有事实和科学的数据才能服人。此刻，在他们的纸笺上，在大大小小的索赔项目旁，写满了密密麻麻的阿拉伯数字。这就是技术业务谈判，不能凭大概，只能依靠

科学准确的计算。根据多年的经验，他们不紧不慢地提出对方公司对这批发动机及造成的损失赔偿金额。

然而，中日双方争论索赔的最大数额的项目却不在此，而在于高达几十亿日元的间接经济损失赔偿金。各地购买工程机械的建筑公司由于发动机质量问题造成的损失，在这一巨大数目的索赔谈判中，日方率先发言。他们也采用了逐项报价的做法，报完一项就停一下，看看中方代表的反应，但他们的口气却好似报出的每一个数据都是不容打折扣的。最后，中日双方统计可以给中方支付赔偿金 30 亿日元。中方对日方的报价一直沉默不语，用心揣摩日方所报数据中的漏洞，把所有的“大概”、“大约”、“预计”等含糊不清的字眼都挑了出来，有力地抵制了对方所采用的混水摸鱼的谈判手段。

在此之前，中方谈判班子昼夜奋战，液晶体数码不停地在电子计算机的荧光屏上跳动着，显示出各种数字。在谈判桌上，中方报完每个项目的金额后，讲明这个数字测算的依据，在那些有理有据的数字上，打的都是惊叹号。最后我方提出间接经济损失费 70 亿日元！

日方代表听了这个数字后，惊得目瞪口呆，老半天说不出话来，连连说：“差额太大，差额太大！”于是，进行无休止的报价、压价。

双方的谈判专家都是精明的，谁也不愿看到一个前功尽弃的局面，几经周折，双方最终达成谈判协议。

【测试任务】

1、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；

2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。

(2) 实施条件 (略)

(3) 考核时量 (略)

(4) 评价标准 (略)

5. 试题编号：J2-5，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。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。

卖方首先报价，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。如果 A 方不了解谈判当时的市场行情，就会以此作为谈判的基础，那么，B 方就可能获得厚利；如果 A 方不能接受，B 方也能自圆其说，有台阶可下，可谓进可攻，退可守。由于 A 方事前已摸清了市场行情的变化，深知 B 方是在放“试探气球”。于是 A 方直截了当地指出：这个报价不能作为谈判的基础。B 方对 A 方如此果断地拒绝了这个报价而感到震惊。他们分析，A 方可能对市场行情的变化有所了解，因而已方的高目标恐难实现。于是 A 方便转移话题，介绍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已方的报价。

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。过了一会儿，B 方主谈神色自若地回到桌前，因为他已利用离席的这段时间，想好了应付这一局面的对策，找到了退路。

A 方主谈人自然深谙谈判场上的这一手段，便采取了化解僵局的“给台阶”方法，主动提出“休会”，给双方以让步的余地。A 方深知此轮谈判不会再有什么结果了，如果追紧了，就可能导致谈判的失败。而这是 A\B 双方都不愿看到的结局。

之后，B 方再次报价，说他们已经请示了总经理，核实了一下成本，同意削价 1000 人民币。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 方削价的幅度虽不小，但离 A 方的要价仍有较大距离，马上还盘还很困难。因为“还盘”就是向对方表明己方可以接受对方的报价。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。“还盘”多少才是适当的，A 方一时还拿不准。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。

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】

- 1、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；
- 2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。
 - (2) 实施条件（略）
 - (3) 考核时量（略）
 - (4) 评价标准（略）

6. 试题编号：J2-6，啤酒经销谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：A 经销商（买方）

乙方：B 啤酒生产厂（卖方）

A 经销商主要经营烟、酒类副食品的知名品牌，由于经销理念先进，销售队伍实力雄厚，加上经营管理得力，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该地区的市场。B 啤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，准备来到 A 经销商所在城市，选择 A 经销商做独家经销，打开市场。B 厂一行 5 人于 2011 年 10 月 9 日来到 A 经销商所在地准备与 A 经销商谈判。本次谈判的主要内容是确定独家经销关系，明确 B 厂啤酒经过 A 经销商要达到的年销量、供应价格、啤酒质量、B 厂为 A 经销商提供的促销支持等。双方希望通过本次谈判达到强强联合，实现双赢目标。

【测试任务】

- 1、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；
- 2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。
 - (2) 实施条件（略）
 - (3) 考核时量（略）
 - (4) 评价标准（略）

7. 试题编号：J2-7，床上用品布料延期交货索赔谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：梦洁床上用品公司（买方）

乙方：益鑫泰麻纺公司（卖方）

近年我国麻纺类布料的床上用品市场迅猛发展，各名牌床上用品生产厂家都不同程度地面临此类新型布料短缺的局面。国内十大床上用品名牌之一的梦洁公司，主要生产麻类布料床上用品，而且占有中

国麻类布料床上用品市场的三分之一强的份额，因此其布料来源问题就更加突出。此类新型布料颇受消费者欢迎，但生产技术含量高，印花染色工艺复杂，国内只有三家公司可以生产优质产品，但他们的生产安排早已被几家床上用品生产厂家挤满。由于多种原因，也难以从国外找到麻类布料货源。

2003年初，在麻类布料供应最紧缺的时候，梦洁公司与国内生产麻类布料的益鑫泰公司签订了购货合同。按照合同，益鑫泰公司向梦洁公司提供60万米不同季节的符合质量标准的布料，平均分三批分别于当年4月30日以前、8月31日以前和10月31日以前交货，若延期交货，益鑫泰公司将赔偿对方损失，赔偿事宜到时再商议。

2003年春季，国内很多地方出现了非碘型肺炎疫情，益鑫泰公司印染车间有2名高级技术人员被诊断为非碘疑似病例，该车间大多数人被隔离20余天，生产几乎处于停顿状态。虽然4月底很快恢复正常生产，但益鑫泰公司已经无法按合同规定日期向梦洁公司交货，至5月5日也只能交货5万米，全部交完至少要到5月20日。因此，梦洁公司也不能按期生产床上用品，影响公司床上用品合同的履行，遭受巨大损失。5月10日，梦洁公司决定实施索赔条款，并正式向益鑫泰公司提出600万元的索赔要求。

一周后，益鑫泰公司派出由主管生产的副总经理到梦洁公司就索赔问题进行交涉。交涉时，益鑫泰公司方认为，严重的非碘疫情属于“不可抗力”，因此延迟交货不能使用处罚条款。但梦洁公司对此有不同意见，并坚持要求对方赔偿巨大损失。由于初步交涉不能达成一致意见，双方同意三天后进行正式谈判。

谈判双方的关系很微妙：梦洁公司既希望拿到巨额赔偿金，又希望早日拿到布料，以便尽可能满足客户要求，也不愿失去益鑫泰公司这一合作伙伴；益鑫泰公司虽然不愿赔偿，但不愿让公司信誉受损，也不愿失去梦洁公司这一实力较强的大客户。因此，如何务实且富有

成效地解决索赔问题，摆在了双方谈判小组面前。

【测试任务】

1、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；

2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。

(2) 实施条件 (略)

(3) 考核时量 (略)

(4) 评价标准 (略)

8. 试题编号：J2-8，经销合作谈判

(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：珠海格力电器股份有限公司（简称：格力电器）

国美电器是中国的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，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。成立于1987年1月1日。国美电器一直居于国内领先电器行业。来自中怡康的权威数据显示，2010年国美集团空调销售达600万套，据中国电子商会2006年以来对空调市场份额监测显示，国美集团空调销售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，是中国空调渠道的第一渠道。

珠海格力电器股份有限公司是目前全球最大的集研发、生产、销售、服务于一体的专业化空调企业，2008年实现销售收入本数据来源于百度地图，最终结果以百度地图数据为420.32亿元，净利润19.67亿元，2010年营业额608.07亿，利润42.76亿，2011年上半年营业收入402.39亿。连续八年上榜美国《财富》杂志，成为“中国上市公司100强”之一。格力电器旗下的“格力”品牌空调，是中国空调业唯一的“世界名牌”产品，业务遍及全球100多个国家和地区。1995年至今，格力空调连续14年产销量、市场占有率位居中

国空调行业第一；2005 年至今，家用空调产销量连续 5 年位居世界第一；2008 年，格力全球用户超过 8800 万。

2004 年 2 月，成都国美和成都格力发生争端，原因是国美不甘现状，要求绕过格力“各省一级销售子公司”，直接由格力公司供货。格力不让步，要求国美与其他一级市场家电零售商一样，由一级销售子公司供货。理由是如果按国美要求做，由厂家直接供货，不但扰乱了格力的市场价格体系，而且严重损害了其他家电零售商的利益。

国美总部在没有提前通知格力厂家的情况下，向各地分公司下发了一份“关于清理格力空调库存的紧急通知”，通知表示，格力代理商模式、价格等不能满足国美的市场经营需要，要求各地分公司将格力空调的库存及业务清理完毕，突然对所售的格力空调大幅度降价。对此，格力表示，国美的价格行为严重损害了格力在当地的既定价格体系，也导致其他众多经销商的强烈不满。因此格力电器与国美电器终止合作。

但是，基于格力在空调领域的品牌知名度及企业实力，国美家电超市内不可能不销售格力空调，同时，国美家电超市作为国内的家电渠道品牌，格力不可能不借助国美的平台。双方都有重新合作意向。本着强强联合，合作共赢的精神，国美电器超市股份有限公司与格力电器股份有限各派营运中心人员到长沙进行有关合作事宜的谈判。

【测试任务】

- 1、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；
- 2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。
 - (2) 实施条件（略）
 - (3) 考核时量（略）
 - (4) 评价标准（略）

9. 试题编号：J2-9，供应商谈判

- (1) 任务描述

【背景资料】

甲方：湖南华鹏实业有限公司（华鹏公司）

乙方：大众超市有限公司（简称：大众超市）

华鹏公司位于中国卤菜之都——武岗市，公司主要经营麻辣香干、手撕豆干、武岗铜鹅、猪血丸子、盐豆腐等。华鹏卤菜采集武岗百家卤菜之精华，采用传统工艺，精选无污染优质原料，佐以多种中草药精工卤制，科学加工而成。其颜色黑亮、口感纯正、回味无穷、营养丰富、健脾开胃、增进食欲，是最具中国卤菜之都——湖南武冈特色的传统风味食品，是馈赠亲友、居家、旅游、休闲、佐餐之首选。是最具特色的湖南特产，“华鹏系列”豆制品深受各界人士的喜爱，获得消费者的高度好评。荣誉：“湖南省著名商标”、“湖南省名牌产品”、“湖南十大特色食品”、“湖南农业产业化龙头企业”。

大众超市属于新设立的超市，资金比较充裕。超市商圈内居民你居住密集，没有其他强劲的竞争对手，但缺乏采购经验，而且又急于开业；必须以低价形象在市场上立足。

所有的供应商都很希望与大众超市合作，但对超市的结款信誉不放心，所以条件十分苛刻，所有报价都上浮了10%以上。

作为大众超市的采购经理一行人于2011年10月9日与来华鹏公司生产工厂进行实地考察，并与华鹏公司销售经理为首的谈判小组就麻辣香干、手撕豆干、武岗铜鹅、猪血丸子、盐豆腐等供货事宜进行商议。主要就供货价格、商品质量和保证结款等方面展开谈判。

【测试任务】

- 1、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；
- 2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，谈判尽量走向合作。
 - (2) 实施条件（略）
 - (3) 考核时量（略）

(4) 评价标准 (略)

10. 试题编号: J2-10, 商品产地异议谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 北京渔阳滑雪休闲度假有限公司 (简称: 渔阳公司)

乙方: 北京万龙傲雪体育用品有限公司 (简称: 万龙公司)

渔阳公司位于风光秀美的京都绿都平谷区, 距北京市区 60 多公里, 交通便利, 其规模设施与国际接轨, 占地 6000 余亩, 是目前北京地区最大的一家集雪上运动、高尔夫、生态园餐厅、住宿、拓展训练、会议、休闲、采摘、垂钓为一体的综合滑雪旅游胜地。并通过 ISO9000 质量管理体系, ISO14000 环境管理体系, ISO18000 职业健康安全管理体系的认证工作。被评为国家 4A 级风景区。

万龙公司是世界著名滑雪品牌 SALOMON (所罗门) 在中国的总代理, SALOMON (所罗门) 是 1947 年创建于法国阿尔卑斯山脉中心地带的全球顶级户外运动品牌。

渔阳公司开业前期与万龙公司签订购销合同, 由万龙公司向渔阳公司提供 1800 套法国 SALOMON (所罗门) 滑雪器材, 单价 2000 元, 交易金额合计 3600000 元, 付款方式为“361”, 即合同签订的时候渔阳公司支付交易金额的 30% 作为定金, 交货时支付交易金额的 60%, 质保金 10% 待交货一年后支付。渔阳公司收到滑雪器材后发现其产地是中国而不是法国, 并以此为由拒付 70% 的尾款。

万龙公司确认这批产品是中国某一工厂加工生产的, 但这一工厂是法国 SALOMON (所罗门) 公司授权加工生产的企业, 手续合理合法。

两公司围绕原产地、尾款支付等问题展开激烈的谈判。

【测试任务】

- 1、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;
- 2、双方在规定时间内进行现场的模拟谈判, 谈判尽量走向合作。

(2) 实施条件 (略)

(3) 考核时量 (略)

(4) 评价标准 (略)

模块三 促销模块

1. 试题编号：J3-1，罗森尼娜学院店中秋促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南罗森尼娜食品有限公司于 2015 年 10 月 27 日成立。法定代表人朱满文,公司经营范围包括:糕点、面包、饼干及其他焙烤食品、速冻食品、蔬菜、水果罐头、糖果、巧克力的制造;糕点、面包、咖啡器具的零售;预包装食品、散装食品、水果、乳制品的销售;冷热饮品制售;西餐服务;中餐服务;烘焙食品制造(现场制售);水果和坚果加工;水果的冷冻冷藏;蜜饯制作;咖啡馆服务等迄今拥有二十三家烘焙门店,两家咖啡中西餐厅,一座现代化中央工厂,员工 500 余人,旗下拥有“罗森尼娜”、“迪诺咖啡”两个品牌,是一家大型的综合型食品有限公司,多年来,本着以“诚信经营,视品质为生命”的服务宗旨,通过自建中央工厂生产制作,并将中国传统与西方现代饮食文化相融合;注重品质细节,追求完美和极致,创造出来的“罗森尼娜”品牌已深入人心,并成为当地家喻户晓的时尚品质蛋糕品牌标杆。罗森尼娜学院店位于苏仙区郴州大道 989 号,对面是湘南学院和郴州职业技术学院,附近的有大量常住人口,在节假日时客流量较大。每当节假日就是该店提升销量,扩展企业知名度的最佳时期。

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年 9 月,公司拟在郴州各门店开展国庆中秋大型促销活动。主推罗森尼娜自产的奶黄觅金沙月饼,经典豆沙月饼。活动期间,全场商品(指定不参与活动的商品除外) 8.8 折,部分商品在折扣基础上还可以同时享受产家规定的其它买赠活动。

【测试任务】

为了提高公司在消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品的销量，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年 9 月的郴州市场促销活动进行策划，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、意外防范等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

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

	时 间 地 点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）
	对 象 选 择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确
	活 动 方 式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式
	实 施 安 排	12	事前准备充分（5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（4分）有使用主流新媒体（1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（4分），合理度（1分）
	创新方面	5	方案创意独特且可行
小计		100	

2. 试题编号：J3-2，元旦节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

金科地产进入郴州2年，始终以引领城市人居为己任，郴州金科城项目位于城东新区中轴(郴州大道)，与区政府仅一路之隔，坐拥城市核心的黄金地段，最大化享周边百亿级市政配套，生活和升值价值兼得。项目总规划建筑面积约40万m²，是郴州又一大型高端社区，项目在产品设计上采用纯板房设计，高赠送高利用率，通风采光一流，让生活更加舒适。规划有90-140m²二到四房，为城市精英营造幸福生活居所。

16年品牌历程、全国前10品牌实力，金科地产给郴州带来的不仅是顶尖的产品和社区，更是同步国际一流的生活方式。金科城将由“中国金牌管家”、“全国客户满意度前三”的金科提供全程360度

管家式服务，让业主感受不一样的自豪和尊崇

为了答谢郴州人民对金科城项目的认可，同时促进楼盘销售。20××年春节期間，公司拟在郴州市金科城项目所在地对所有在售楼盘开展促销活动，交预付款一万抵三万，购房送电器，订房 95 折优惠等。

【测试任务】

为了提高项目在郴州消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高销售量。请根据促销方案策划的流程为该项目 20××年春节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

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

(80分)	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	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（5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（4分）有使用主流新媒体（1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（4分），合理度（1分）			
创新方面		5	方案创意独特且可行		
小计		100			

3. 试题编号：J3-3，中国电信郴州校园促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

当前电信行业竞争日趋加剧，面对面对中国联通、中国移动、中国网通等国内企业竞争，中国电信通信必须寻求新的经济增长点来参与潜在目标市场的竞争。每一年9月都是新生开学报道的日子，这个时间，新生换卡的情况比较普遍，同时也是各大通信商主攻校园市场的时期。为了进一步开拓巩固郴州校园的市场占有率，中国电信郴州公司将校园卡及校园宽带做为载体，向郴州两所高校的大中专学

生、教师进行校园卡的广告宣传，提升校园卡在广大客户中的形象和使用量。

湘南学院位于郴州城东王仙岭区域，占地 1542.16 亩，总建筑面积 75.34 万平方米；设 21 个教学单位，45 个本科专业，有专任教师 949 人，面向全国 28 个省、市、自治区招生，有全日制在校生 19144 人。每年新生约 5000 人。郴州职业技术学院同样位于王仙岭区域，占地 600 亩，有 27 个专业，现有专任教师约 400 人，现有在校生 7300 人，每年新生约 3000 人。两所高校都拥有家属区，约有 6000 余教职工家属居住在这个区域。

【测试任务】

为提升市场占有率，郴州电信分公司将在 20××年 9 月在郴州市王仙岭区域两所高校内进行大型促销活动，预算控制在 8 万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业 20××年 9 月促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)
		活动主题	6		有主题(2分), 主题鲜明、引人注目(4分)
		活动目标	5		有活动目标(2分), 目标较为明确、具体、具有针对性(3分)
		时间地点	5		选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当, 与费用匹配, 至少3种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分(5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(4分) 有使用主流新媒体(1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(4分), 合理度(1分)
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计		100			

4. 试题编号: J3-4, 小茗同学国庆节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

小茗同学, 是2015年3月份统一集团推出的一款名为“小茗同

学”的冷泡茶饮料，以“认真搞笑，低调冷泡”为品牌口号。产品以冷泡工艺，充分释放茶叶中的茶氨酸，使茶清爽甘甜不苦涩。

郴州生源时代广场超市于 2015 年 5 月份上柜了该饮料，但在该超市的主要消费群体对统一企业的“小茗同学”认知没有达到类似其他地区的效果，造成“小茗同学”饮料在生源超市销售业绩惨淡，而目前生源超市连锁包括生源快购在内已经拥有 68 家门店，做为旗舰店的时代广场店的销量对其它连锁店都会产生较大的影响。

根据分析，“小茗同学”在时代广场生源超市处于市场较差的局面，一方面是饮料区域有多位强力竞争对手，无论价格与地位在该超市都不是“龙头”位置，另一方面超市对“小茗同学”推广力度不够，导致“小茗同学”销售没有达到良好销售市场。

【测试任务】

为提高产品在生源超市的销售量，提高知名度和市场占有率，20××年 9 月，公司拟在该超市同时开展大型促销活动。预算控制在 3 万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业 20××年国庆节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)
		活动主题	6		有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)
		活动目标	5		有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分(5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(4分)有使用主流新媒体(1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(4分)，合理度(1分)
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计		100			

5. 试题编号：J3-5，大药房国庆节促销活动方案策划

某公司创立于2001年，公司以“让更多人看得起病、吃得起药”

为宗旨，实行超市化经营模式，受到了消费者的热烈欢迎，出现了“提着篮子买药，排着长队付款”的现象。开架自选与药品大卖场的开创，被认为是医药零售行业经营方式的一次变革。该公司是一家由单一民营药店发展起来的大型医药连锁企业。目前，公司除药品零售外，同时兼营药品批发与制造。现已成为国内最具影响力的药品零售企业，也是中国服务业 500 强企业、中国连锁百强企业、湖南省百强企业、中国药品零售企业综合竞争力百强冠军。

于 2012 年在郴州文化路开设郴州总店，经营面积 800 平米，经营包括处方药在内的各种药品。经营范围包括康恩倍系列保健品，修正药业各种常见药，创口贴等各种外用产品等。月销售客在 35 万元左右。

现在公司逐渐形成了以“一切为了老百姓”为内涵的有着民生思想底蕴的企业文化，并以此为经营宗旨，获得了巨大的发展。现今，公司已发展成为一家大型医药连锁企业集团，具备了规模大、品种齐、影响深、质量优、服务好、模式新等特点，体现出了规模效应、成熟低成本运营、品牌影响力与完整产业链的优势，确保了企业可持续快速发展。

但是中国药品零售行业的发展面对着无数的变数，既有国家政策释放的巨大红利，也有多层资本市场迅速推进带来的药店上市潮和并购风，更有“互联网+”思潮带来的巨大冲击，药品零售行业迎来了崭新的发展机遇，同时也伴随着更多的挑战。面对大健康产业的迅速发展和未来巨大的市场空间，零售药店必须提前布局，抢占先机。

【测试任务】

为答谢郴州新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年国庆节，公司拟在郴州文化路郴州总店开展大型促销活动。预算控制在 5 万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业 20××年国庆节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、

具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

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

	实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
	广告配合	7	有广告配合（2分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（4分）有使用主流新媒体（1分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

6. 试题编号：J3-6，凤凰名邸郴州市市场五一促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

凤凰名邸（振兴凤凰山）项目是由郴州市振兴房地产开发有限公司旗下全资子公司郴州华印房地产开发有限公司开发建设。项目位于郴县路与人民路交汇处，北依凤形山公园，南眺王仙岭。占地155亩，分两期开发建设。第一期预计9月20日完工，可交付使用。第一期投入市场总共8栋住宅，约1000户，配套700个车位。以3到4的中大户型为主，总共有六种户型，建筑面积在113~158.49 m²，以刚改善型需求的消费者为主，均价约5000元/m²。

凤凰名邸自然景观资源丰富，建筑风格为现代主义突显时尚高端；辐射1000米内有苏仙区政府、郴州市政务中心、体育馆、会中心；周边2公里内从湘南小学、湘南中学到湘南学院，教育各阶段资源覆盖全面；城际大巴站、郴州大道、京珠高速等主要交通距离也在2公里内，既保证业主的出行便利又避免了噪音污染。

近两年来的疫情影响，郴州整体楼市销售低迷，郴州房价处于下跌趋势，消费者购买积极性下降严重，为了提升销售、刺激购买需求，特准备在国庆之际，通过促销形式回馈让利给广大消费者，让消费者

知道凤凰名邸、了解凤凰名邸、接受凤凰名邸。

【测试任务】

现公司为了扩大销售，欲在 20××年五一进行促销，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年郴州市市场的五一节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备（名称、策划者、时间）
		活动主题	6		有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）

	活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
	时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
	对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（5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（4分）有使用主流新媒体（1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（4分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

7. 试题编号：J3-7，国庆节空调促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

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

2012年格力电器实现营业总收入1001.10亿元，成为中国首家超过千亿的家电上市公司，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)，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。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、无稀土变频压缩机等一系列“国际领先”产品。主要在郴州销售的有：1、品园定频空调系列，售价在 2399 元至 3399 元之间，主要是小 1 匹到正 1.5 匹之间，拥有智能化霜、节能智控系统等特点；2、冷静享变频空调系列，售价在 3299 元至 3799 元之间，拥有智控 1 赫兹变频技术，采用基于 PMV 尖端神经网络控制技术的 E 享键，还有 DIY 睡眠模式等亮点；3、润享空调系列，售价在 4299 元至 4699 元之间，拥有节能专家智控系统，大角度立体送风和低至 18 分贝的运行噪音等特点。

【测试任务】

现格力公司为了加大在郴州地区的市场占有率，迅速占领郴州各区域新兴小区空调产品的市场份额，欲在郴州地区于 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(5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(4分) 有使用主流新媒体(1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(4分), 合理度(1分)
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计		100			

8. 试题编号：J3-8，三八节百丽女鞋促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

百丽 (BeLLE) 集团，20 世纪 70 年代创于香港，90 年代由香港著名鞋款设计师、资深实业家邓耀先生引入内地，并针对内地市场重新包装定位，获得极大成功。BELLE 取义法语“美丽的女人”，主打时尚真皮女鞋，兼产男鞋，主要顾客群为“年龄 20—40 岁，中等收入”的都市白领阶层。BELLE 风格多样，以“舒适、简约、职业、成熟”为主流，亦不乏新潮、时尚、前卫。并以大众化的价格、优质的产品 & 诚信的服务确立了自己鲜明的品牌形象，短短几年内迅速受到广大消费者的喜爱与拥戴。

百丽不仅是一个鞋的品牌，更是一种生活态度、一种生活主张、一种生活方式；现代潮流的生活应该是多层次、全方位的，人们追求不同的生活体验及生活经历，只有不断掌握变化，适应变化，在变化中展现女性外在与内在的完美气质和姿彩，才能在各个方面展示自己的魅力。

百丽鞋业在中国大陆以高端女士正装鞋连锁经营闻名，生产、销售百丽 (Belle)、思加图 (Staccato)、真美诗 (Joy&Peace)、天美意 (Teenmix)、他他 (TATA) 等品牌，还是耐克、李维斯和美国都市休闲服饰名牌多克斯 (Dockers) 在华主要代理商。除了百丽良好的声誉，更吸引新百伦的是百丽的销售体系——覆盖了中国内地 80 多个大中城市，共有各品牌营业店铺 860 多间。

BELLE 百丽创自中国香港特区，取义法语“美丽的女人”，推崇“走过四季，依然百丽”的精品穿着概念，迎合与照顾时尚女性对事物“多面”、“立体”的需求。百丽是品牌，也是一种生活的形容词，更是一类人群的统称，主打时尚真皮女鞋，兼产男鞋，主要顾客群为“中等收入，年龄 20—40 岁”的都市白领阶层。

产品风格多样，以“舒适、简约、职业、成熟”为主流，亦不乏新潮、时尚、前卫。以大众化的价格、中档的产品及优质的诚信服务确立了自己鲜明的品牌形象，短短几年内迅速为广大消费者所拥戴。

【测试任务】

现公司为了扩大在 A 区域市场占有率，提高品牌关注度和影响力，请根据促销方案策划的流程为该公司 20××年 A 市场（提示：A 区域可以更换为你所熟悉的区域）的“三八”妇女节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少
	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	5	要素具备（名称、策划者、时间）	于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
		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（5 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（4 分）有使用主流新媒体（1 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（4 分），合理度（1 分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行		
小计			100		

9. 试题编号：J3-9，都市丽人三八妇女节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

郴州市场是“都市丽人”在湖南市场非常重要的城市，北连衡阳、南邻广东、素称湖南的“南大门”。“都市丽人”总部在广东东莞，郴州是进入湖南市场的第一道门，是广东与湖南贸易的中枢地带，且郴州市城镇消费水平适中偏上，符合作为中低端品牌发展，所以众多中低端内衣品牌，都集聚在这抢占市场份额。

浪漫、性感、舒适、健康、塑形、为“都市丽人”产品的核心生

产理念，

产品系列主要是 1、“都市缤纷派” 2、“都市丽人” 3、“都市丝语” 三主系列适应不同消费群体。

“都市缤纷派”系列内衣裤设计注重色彩上满足快乐女生对随心释放青春活力，活出个性的向往，个性、时尚、简约、舒适主要面对 18-25 岁少女、学生等。

“都市丽人”系列内衣裤内衣设计注重时尚、品质、优雅、塑形、性感。主要面对 25-30 岁的已婚妇女、女性白领、知性女性。

“都市丝语”系列内衣裤内衣裤以极致品位设计，精致摩登的款式优质舒适的面料，满足成熟女生对维持性感，健康体形的渴望，注重健康、保健、规矩、含蓄。主要面对 30-40 岁的中年妇女、家庭主妇。

即将到来的“三八”妇女节是宣传及活动的时机，作为中低端内衣裤市场的领导品牌，面对现在的紧张竞争氛围，应当通过相关活动，提高市场占有率，同时让更多顾客了解“都市丽人”的企业文化及魅力，理应在这样的一个节日里，举办一场促销活动回馈消费者及宣传“都市丽人”内衣品牌。

【测试任务】

现公司在郴州市场的中低端品牌中占有龙头地位，但面临着各种品牌的竞争，压力逐年增大。为了巩固其在郴州市场消费者心目中的知名度与美誉度，增加销售量，请根据促销方案策划的流程为该企业的 20××年都市丽人元旦促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)
		活动主题	6		有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)
		活动目标	5		有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分(5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(4分)有使用主流新媒体(1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(4分)，合理度(1分)
		创新方面	5	方案创意独特且可行
小计			100	

10. 试题编号：J3-10， 白云边酒夏季促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

白云边，湖北荆州白酒品牌，白酒名称。白云边建厂于1952年，1994年6月成立湖北白云边股份有限公司。主要以生产销售白酒为主。2010年11月中国酒类流通协会主办了第二届华樽杯中国酒类品牌价值排行榜，白云边酒业品牌价值为46.57亿元，在中国酒类企业中名列第29位，在中国白酒类别中名列第20位。2008年5月28日，“白云边”被认定为中国“驰名商标”。2009年4月14日，以湖北白云边股份有限公司为第一起草单位、以湖北白云边股份有限公司总工程师熊小毛为第一起草人的《浓酱兼香型白酒国家标准》(GB/T23547—2009)获得国家质量监督检验检疫总局、国家标准化委员会批准，于2009年12月1日正式实施。除此之外，白云边酒还获得国际国内诸如“口感最好的酒”、“最具代表性的文化名酒”、中国“驰名白酒精品”等殊荣90余项。公司现已通过质量管理体系ISO9001:2000的认证及年度审核。产品销售遍及湖北全省、河南、湖南、江西、华南等地区，产销率达98%以上，深受广大消费者喜爱。

白云边现有产品三星陈酿、四星陈酿。其中三星陈酿48元/瓶，四星陈酿68元/瓶，适合低端消费群体。五星陈酿至二十年价格在100元~385元之间，适合中端消费群体。三十年陈酿至一九七九品珍价格在888元~1880元之间，适合高端消费群体。

白云边酒独特之处就在于它的价格低于其他品牌的酒，口感也要

柔和一些，而且包装精美价格实惠。在郴州市场中，白云边系列产品中，低端产品占白云边郴州全年销售量 78%，高端产品仅占全年销售量 22%，为了提高销售量，能让更多的消费者认可白云边产品。因此白云边酒业计划在夏天进行一次促销活动。

【测试任务】

现公司欲在 20××年夏季，为了提高在郴州消费者心目中的知名度与美誉度，针对消费者进行促销。请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年郴州市场（提示：某区域市场可以更替为你所熟悉的的市场区域）夏季促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

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

作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案 字数不少 于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备（名称、策划者、时间）
		活动主题	6		有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）
		活动目标	5		有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分（5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（4分）有使用主流新媒体（1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（4分），合理度（1分）
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计	100				

11. 试题编号：J3-11，周黑鸭“五一”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

周黑鸭，全称周黑鸭国际控股有限公司，是一家专门从事生产、营销及零售休闲熟卤制品企业，主营业务为卤鸭、鸭副产品，卤制红肉、卤制蔬菜、卤制家禽及水产类等其他产品。目前产品包装形式主要有气调保鲜包装、真空颗粒包装。于 2016 年 11 月 11 日，在香港联合交易所主板上市。

周黑鸭通过各种与消费者互动的营销活动，推广“会娱乐更快乐”的品牌理念，并使周黑鸭产品与消费者各种休闲娱乐场景相关联。

在生产工艺上，周黑鸭采用现代化生产设施和包装技术以及自动化生产线，实现了高效量产，同时保留了传统卤味产品的味道；周黑鸭现有湖北武汉、河北沧州两大现代化工厂，正在推进全国五大区工厂布局，以辐射全国门店。

在销售渠道上，周黑鸭建立和发展线上及自营门店销售渠道。截至2018年12月31日，周黑鸭已拥有1288家自营门店，覆盖17个省及直辖市内90个城市。线上覆盖了22个国内主要电商平台，为了迎合主力消费群体生活习惯的改变，周黑鸭的产品于90个城市提供外卖服务。

自从2012年打入郴州市场以来，深受郴州人民的好评。但于近年来，市面上出现了很多仿周黑鸭产品对正品周黑鸭的销量造成一定冲击，郴州本土的临武鸭品牌也在不断模仿周黑鸭的经营形式，加之临武鸭的本土效应，以及符合当地人口味，所以对周黑鸭冲击较大。为了打击竞争对手同时巩固品牌忠诚度，在国庆佳节之际有必要搞一个大型促销活动提升品牌形象。

郴州市城区兴隆步行街位于郴州市中心，连接北湖路和国庆路，是郴州市最繁华的路段，也是郴州市年青人最喜爱逛街的场所，日均人流量最多时可达5万人次，是各种促销宣传活动的首选场所。

【测试任务】

为了提高在郴州消费者心目中的知名度与美誉度，请根据促销方案策划的流程为该企业20××年郴州市场“五一”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准

备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)		
作品 (80分)	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 (5 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 (4			

			分)有使用主流新媒体(1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(4分),合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

12. 试题编号: J3-12, 爱玛电动车促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

爱玛电动车,是爱玛科技集团股份有限公司旗下的品牌,爱玛电动车是中国轻工业百强企业,致力于时尚电动车的研发与制造,获国家认证的五星级服务单位。

电动车行业领导者,全球销量率先突破2400万辆,连续4年荣获中国顾客满意度测评(CCSI)第一,连续6年品牌力(C-BPI)指数排名第一。根据品牌评级权威机构Chnbrand发布了2019年中国品牌力指数C-BPI品牌排名和分析报告,这份报告显示,爱玛获得C-BPI电动自行车行业第一品牌,这也是连续八年蝉联该奖项,从一定程度上反映了爱玛在消费者心目中更受欢迎。

2019年4月15日,新《电动自行车安全技术规范》正式实施,两亿辆旧款电动车淘汰在即,近万家企业迎来生死攸关的转型挑战,改变了自1999年以来固化下的电动车生产、使用习惯,是几年来交通出行领域最大变革之一,对电动车行业来说,也是一个机遇与挑战并存的节点。

而新国标实施后,消费者面临的首要问题,是市面上的新国标车型能不能满足自己需求的问题。与其它电动车品牌仍处于产品调整适应期不同,爱玛电动自行车和电摩都是新国标车型,不仅仅是因为车

型丰富，而且质量可靠。

【测试任务】

郴州市爱玛电动车专卖店为了在新国标颁布，市场调整的空窗期，迅速抢占其它品牌的市场，提高在郴州消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，请根据促销方案策划的流程为该店 20××年五一节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

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

容	题		目（4分）	分
	活动目 标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、 具体、具有针对性（3分）	
	时 间 地 点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相 适应，时间选择得当（2分），地点 选择得当（3分）	
	对 象 选 择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准 确	
	活 动 方 式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少 3 种活动方式	
	实 施 安 排	12	事前准备充分（5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（4 分）有使用主流新媒体（1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（4分），合理度（1 分）	
创新方面	5	方案创意独特且可行		
小计		100		

13. 试题编号：J3-13，佐伊珠宝店七夕情人节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

佐伊珠宝店位于湖南郴州市北湖路步行街**号，位于繁华的中心商业区，交通便利，人口集中，购买力较强。店面总面积有 120 平方米，最近进行翻新。改建成了郴州目前独一无二的主题珠宝店。设计新颖，产品丰富。“0”风险的换货承诺，优质的售后服务。满足了客户的广大需求。店里销量主要是铂金，黄金的戒子项链，手镯等，年销售额在 4000 万人民币以上。

由于珠宝行业竞争越来越激烈，店铺所在地步行街就有 7 家珠宝店，其中最大的竞争对手周大生，中国黄金主要在黄金领域有较高的

群众口碑，目标群体主要针对中年群体的消费，外观设计迎合了中年目标客户。周大生，中国黄金在地理位置上拥有与佐卡伊同等的地有优势，都选择了繁华的商业区，而且还拥有上游供应商，实力强大，给佐卡伊很大的经营压力。

而佐卡伊并没有自己的加工厂，难以控制产业链，也摊薄了公司的利润。由于各种成本的上升对佐卡伊营业利润影响很大，鉴于广告投入不多广告渠道少，知名度范围不太乐观，现在郴州市场上珠宝店也越来越多，竞争力越来越大，佐卡伊公司需要打破常规，以一种新的方式在七夕情人节举行活动促进销售。

【测试任务】

现公司为感谢郴州市场的消费者，同时为了提高在郴州消费者心目中的知名度与美誉度，提升企业品牌形象，请根据促销方案策划的流程为该企业 20××年郴州市场情人节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)
		活动主题	6		有主题(2分), 主题鲜明、引人注目(4分)
		活动目标	5		有活动目标(2分), 目标较为明确、具体、具有针对性(3分)
		时间地点	5		选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当, 与费用匹配, 至少3种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分(5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(4分) 有使用主流新媒体(1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(4分), 合理度(1分)
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计		100			

14. 试题编号: J3-14, NOCOL 劳克卫浴“五一”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

浴缸系列：方形有群浴缸、圆角有群浴缸共 3 种产品；

座便器系列：共 17 种产品；

水龙头系列：共 51 种产品；

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

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

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

【测试任务】

现假设公司欲在 20××年五一期间进入湖南 A 区域市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南 A 区域市场（提示：A 区域可以更换为你所熟悉的区域），请根据促销方案策划的流程为该企业五一劳动节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

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

	时 间 地 点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
	对 象 选 择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
	活 动 方 式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
	实 施 安 排	12	事前准备充分（5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（4分）有使用主流新媒体（1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（4分），合理度（1分）	
创新方面		5	方案创意独特且可行	
小计		100		

15. 试题编号：J3-15，格力电器空调五一促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

珠海格力电器股份有限公司成立于1991年，是一家集研发、生产、销售、服务于一体化的国际化家电企业，以“掌握核心科技”为经营理念，以“打造百年企业”为发展目标，凭借卓越的产品品质、领先的技术研发、独特的营销模式引领中国制造，旗下拥有格力、TOSOT、晶弘三大品牌。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。格力空调产销量连续10年领跑全球，用户超过3亿。南岭大道五岭店格力电器连锁店投资200万元建设而成，经营范围家用空调、空气能热水、晶弘冰箱、家庭中央空调、洗衣机、净水机、两季电器、厨房电器、环境电器。由于郴州市场处于一个饱和的状态平均每天卖出5台空调，空调在郴州的饭店、娱乐场、酒店占有率高达80%。格力空调郴州五岭店准备主推格力

KFR-26GW 一匹冷暖变频原价 3480 元，KFR-35GW1.5 匹冷暖变频原价 4580 元，KFR-72LW 大三匹冷暖变频原价 7680 元，为了提高郴州市场的占有率，提高品牌知名度，提高销量。特针对郴州市场制订了五一格力促销活动方案。

【测试任务】

现假设南岭大道五岭店格力电器连锁店欲在 20××年五一期间为提升空调产品销量，提高在郴州消费者心目中的地位，请根据促销方案策划的流程为该店格力空调五一劳动节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)	
作品 (80)	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
	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	5	要素具备（名称、策划者、时间）	于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
		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（5 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（4 分）有使用主流新媒体（1 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（4 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

模块一 公关模块

1. 试题编号：H1-1，郴州临武鸭元旦庆典活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

郴州临武鸭是郴州地区传统风味食品之一。几十年来，一直沿用传统工艺精心酿造，具有优雅细腻，香辣突出，回味悠长等特点。是居家必备，馈赠亲友之良品。

“郴州临武鸭”是湖南临武舜华鸭业发展有限责任公司创始人康泰来先生白手起家创造的品牌，1999年，康泰来先生凭借自己独特的技术，推出了别具风味的临武鸭系列，令广大顾客大饱口福，津津乐道。1999年，康泰来先生在郴州市临武县创办工厂批量生产风味产品，通过近20多年的发展，“临武鸭”已经成为海内外华人中脍炙人口的品牌。

【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司将于20××年×月×日元旦在郴州步步高超市举办郴州临武鸭元旦庆典活动。请你为其设计一份元旦庆典活动的公关策划方案。预算控制在50万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为郴州临武鸭元旦庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容应包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	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		

2. 试题编号：H1-2，郴州厚尔大酒店开业庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

郴州厚尔大酒店为厚尔集团在郴州开办的一家四星级宾馆。厚尔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。郴州厚尔大酒店是厚尔集团在郴州开办的首家宾馆。对于郴州这样的中型城市，厚尔集团看重的是郴州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，所以厚尔集团想以几个大中型城市为基础，抢占东北的市场。作为一个新进入郴州的企业，郴州厚尔大酒店知名度不是很高，而且郴州还有如郴州宾馆、温德姆大酒店、雄森大酒店、华天大酒店等一些已有一定名声的竞争对手，所以，要想在郴州站稳脚跟，郴州厚尔大酒店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】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

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

3. 试题编号：H1-3，爱纳斯集团母亲节庆典活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

雕牌洗衣粉是爱纳斯集团郴州分公司的品牌产品。雕牌商标由一个苍劲有力的手写体“雕”字和一只展翅飞翔、搏击长空的大雕形象组合而成。雕，是一种猛禽，是藏民的图腾，在藏语中有卫生清道夫之意。雕，筑巢于悬崖绝壁上，翱翔天际，啄食腐败生物，尽清洁卫士的天职，保护生态环境。产品商标取名为雕，意在将顽垢污渍和丑恶现象猛力地去除之。

爱纳斯集团成立于1968年，前身是地方国营“丽水五七化工厂”，1993年底改制为股份公司，2001年12月组建集团。爱纳斯在改革开放中长足发展，自1994年以来，完成各项经济指标一直稳居全国行业榜首。爱纳斯集团总部位于中国“浙江绿谷”丽水市。在华南的湖南益阳、华北的河北正定、西南的四川新津和东北的吉林四平建有四大生产基地，与总部在全国形成“五足鼎立”之势，是目前世界上最大的洗涤用品生产基地。年产洗衣粉100万吨、液体洗涤剂30万吨、香肥皂28万吨、甘油2万吨、牙膏2.5亿支。洗衣粉占有中国市场40%以上的份额，肥皂占有超过67%的市场份额，液体洗涤剂产销量多年来稳居行业前茅。集团拥有纳爱斯、雕牌两大名牌四大系列四百多个品种产品。其中“纳爱斯”、“雕牌”为驰名商标，雕牌洗衣粉、

雕牌液体洗涤剂同为中国名牌产品和国家免检产品。集团以实现“纳爱斯成为中国的跨国公司”为目标，市场网络遍及全国各地，设有 40 多个销售分公司。多种产品已进入欧洲、非洲、东南亚、美国、新西兰、大洋洲等地区和国家。

集团诚信经营，发展迅速，业绩突出。集团已分别荣获“中国轻工优秀企业”、“中国轻工先进集体”、“中国企业 500 强”、“质量效益型企业”，以及“全国文明单位”、“诚信示范企业”、“AAA 级信用企业”、“国家生态工业示范点”等多项殊荣和荣誉称号。集团始终坚持“只为提升您的生活品质”的企业经营宗旨，朝着“转型、突破、升级”的方向，为把爱纳斯打造成世界级企业而努力。

【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，20XX 年母亲节来临之际，爱纳斯集团郴州分公司拟在郴州市五岭广场沃尔玛购物广场举办一次大型母亲节庆典活动，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业 20××年母亲节庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
	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			

4. 试题编号：H1-4，郴州职业技术学院 xx 班联谊晚会方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

郴州职业技术学院位于“中国优秀旅游城市”和享有“中国女排腾飞基地”、“有色金属之乡”等美誉的湖南“南大门”——郴州市城东大学城，风景秀丽的王仙岭国家级生态旅游公园侧畔。107 国道、京广铁路、武广高速铁路客运专线、京港澳高速公路等纵贯市区，交通便捷，距长沙和广州仅 1 小时高铁车程。校区占地面积 528 亩，建筑面积 15 万平方米，环境优美、设施齐全。

学院是以制造、经贸、旅游和建工为主的综合性普通高等院校，设有 5 个二级学院，3 个教学部。开设会计、金融保险、建筑工程技术、工程造价、机电一体化、计算机应用技术、动漫设计与制作、模具设计与制造、汽车技术服务与营销、市场营销、物流管理、旅游酒店管理等 28 个专业(方向)，构建起了适应市场需求、对接产业发展、特色鲜明的专业体系。拥有 1 批国家级紧缺技能型人才专业、国家级精品课程、省级精品专业、省级精品课程、省市级重点专业，是培养建筑、机械、电子、财经、贸易、旅游等高素质技能型人才的“摇篮”。现有全日制在校学生 7400 余人。

为了进一步推进班级同学文艺活动的蓬勃发展以及班级间同学的交流,以激发同学们的青春活力与集体精神,为崭新的大学生活描下绚丽的一笔。我们本着弘扬新世纪大学生的精神风貌,丰富阳光的人文气息,在广大师生努力学习科学知识的同时,注意对同学各种才能的挖掘,以文艺活动的形式展示年轻一代对美的追求,培养班级同学们的感情,丰富大学集体生活,增强班级同学们的友谊,增进班级同学之间的交流,培养大家的动手能力和团队合作意识,丰富大家的课余生活,并开拓大家的视野,使大家的身心得到陶冶,为班级同学之间的相互学习提供平台,特此鼓励并积极支持各个班级举办一次联谊晚会活动。

【测试任务】

为了增强同学们的友谊和团队意识，xx 班级拟在 20×× 年举办一次联谊晚会活动，预算控制在 5 千元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该班级 20×× 年联谊晚会活动进行策划，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、活动地点时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理□（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。		
作品 (80 分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	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	5	有活动目标（2 分），目标明确、具体、			

	目标		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		

5. 试题编号：H1-5，农夫山泉高端矿泉水新闻发布会活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

农夫山泉股份有限公司其公司总部位于浙江杭州，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，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郴州市场，但购买者较少。

【测试任务】

为了在郴州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			

6. 试题编号：H1-6，海尔集团郴州营销部赞助教师节烛光工程公关活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

海尔集团郴州营销部的总部海尔集团创立于 1984 年，一直以来持续稳定发展，已成为在海内外享有较高美誉的大型国际化企业集团。产品从 1984 年的单一冰箱发展到拥有白色家电、黑色家电、米色家电在内的 86 大门类 13000 多个规格的产品群，并出口到世界 160 多个国家和地区。海尔集团现有设计中心 18 个，工业园 10 个（其中国外 2 个，分别位于美国和巴基斯坦；国内 8 个，其中 5 个在青岛，合肥、大连、武汉各有一个，海外工厂 13 个）。营销网点 58800 个，服务网点 11976 个。在国内市场，海尔冰箱、冷柜、空调、洗衣机四大主导产品的市场份额均达到 30% 左右；在海外市场，海尔产品已进入欧洲 15 家大连锁店的 12 家、美国 10 家大连锁店的 9 家。在美国、欧洲初步实现了设计、生产、销售“三位一体”的本土化目标。海外十三个工厂全线运营。

2017 年 6 月 22 日由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的第十四届“世界品牌大会”在北京举行，在会上发布的 2017 年《中国 500 最具价值品牌》分析报告中，海尔以 2918.96 亿元的品牌价值居榜单第三位，这也是海尔连续十四年蝉联该榜单家电行业第一品牌。

【测试任务】

为了使集团品牌形象牢固树立在目标受众心目中，从而带动集团旗下的产业更进一步的发展。海尔集团郴州营销部决定在 20××年 9 月教师节来临之际，联合烛光工程，赞助其在郴州贫困山区开展“烛光情、颂师恩”征文竞赛，预算控制在 30 万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业 20××年 9 月赞助活动进行策划，

并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理□（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	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		

7. 试题编号：H1- 7，某楼盘开盘庆典公关活动方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

某楼盘是由央企地产综合实力排名第一的保利地产打造的千亩大盘，总占地 1185 亩，规划总建筑面积 138 万平方米，规划 1.08 万户，居住人口近 4 万。

该项目连续二年荣获郴州市销售冠军，单盘销售前三甲，项目 2013 年荣获区销售冠军，2014 年获得了郴州市销售冠军，2015 年获得了郴州市内五区销售冠军。

项目地理位置优越，以市政府为核心的配套设施完全可以覆盖到项目。目前 11×路、30×路公交车经过，每 5 分钟就有一趟直达郴州市最繁华的地段。

小区内拥有 330 亩的原生态中央山体公园，项目东边是郴州市独有的体育公园。体育会所、游泳池、篮球场等运动配套，项目西北角是从幼儿园到初中一站式精英教育—××学校，其 30 个班幼儿园、30 个班小学、30 个班初中的规模，也堪称全城最大，是真正的学区

房。西南角规划有4万平方米的星级生态酒店，作为郴州市少有的星级酒店之一，无论是居家生活还是商务谈判都可以满足业主的需要，使居家生活更加便捷，购物无须长途跋涉，会友就在家门口，大大提高业主的生活效率。该楼盘将于20××年×月×日开盘。

【测试任务】

请你为该楼盘策划一次开盘庆典活动。活动经费控制在50万以内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该楼盘的开盘庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (8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
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	

0 分)	体 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)	少50字扣1分
		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		

8. 试题编号: H1-8, 郴州步步高新天地购物中心“七夕情人节”庆典活动方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

郴州步步高新天地购物中心位于郴州市最繁华的兴隆步行街商圈。购物中心共有七层,总建筑面积约达50,000平方米。作为一个区域性购物中心,购物中心将首次为郴州市消费者带来全方位生活方式的全新理念。拥有一流设施、先进运营理念以及“全新、时尚、独

特”定位的购物中心早已改善郴州市的商业格局，并将成为郴州市乃至整个湘粤赣地区消费者的理想之选。

购物中心富有经验的管理团队兼具了国际视野和对本土市场的深入认识，并致力于将购物中心打造为“购物达人的天堂”。作为都市潮流人士的乐园，购物中心引进了多个首次进入郴州市市场的国际品牌，其中包括 H&M 和 Zara 在内的独家时尚品牌，将为郴州市带来全新的国际潮流。

在餐饮方面，购物中心也为消费者提供了丰富的选择。顾客既可以享用传统的美食，又可以品尝多种异国风味。购物中心的餐饮品牌也名目繁多，涵盖休闲便餐、高档餐厅以及广受欢迎的国际餐饮连锁品牌。各式各样的风味佳肴都可以在这个餐饮胜地找到。

它不仅仅是座购物中心，更是休闲娱乐的好去处。除了顶层的五星级影院，还在四楼设置了儿童教育中心。作为时尚娱乐盛宴的忠实支持者，购物中心已举办了多场形式各异的演出及展会。购物中心将成为郴州市娱乐休闲的新地标。

购物中心交通便利，商场附近共有 6 个主要公交站点。此外，购物中心还拥有超过 300 个停车位。作为一座拥有 100 余家店铺和餐厅的一站式、多功能大型国际化购物中心，将成为郴州市全新的购物、餐饮、休闲、娱乐胜地。

【测试任务】

请为该购物中心策划一次“七夕情人节”大型活动，活动经费 50 万左右。请按照公关活动方案设计的方法和要求为购物中心 20××年“七夕情人节”庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分	
	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	

9. 试题编号：H1-9，康师傅老坛酸菜危机公关

(1) 任务描述

【背景资料】

2022年3月15日，央视3·15晚会曝光湖南插旗菜业有限公司从外面收购来、“土坑酸菜”，且插旗菜业并不对卫生指标进行检测。

随着2022年3·15晚会的曝光，人们才了解到了事情的真相，原来大企业竟如此糊弄人，老坛酸菜变“足味酸菜”，只见工人们光着脚丫，肆无忌惮的踩在酸菜上，有的工人还叼着烟头，对卫生情况视而不见，令人担忧。酸菜被收回车间以后，随意摆放在地上，也不进行消毒，直接进入生产线，进行分割包装，防腐剂含量超标几十倍。最令人感到不舒服的便是，这些酸菜供应给人们熟知的‘老坛酸菜牛肉面’。这让不少曾热爱品尝这一口味方便面的人充满了恐惧，毕竟自己极有可能曾吃到嘴里的食物，就是经过这样的加工程序制造而成。

随后，康师傅、统一等企业连夜致歉。康师傅电商旗舰店也下架老坛酸菜牛肉面相关产品，多家超市门店下架封存全部相关产品。也正是由于这样的缘故，康师傅等品牌的方便面迅速被人们所排斥。在这次事件之后，康师傅首先表示了自己对于此次事件的不知情，随后又立刻将各大商超中售卖的老坛酸菜口味方便面迅速下架，同时也封存了现阶段仍在厂房中同种口味的产品。但这也依旧没有帮助康师傅

扭转生机，在一天之内康师傅的股票持续下跌，直接造成了超过一百亿港币的损失。

【测试任务】

为了改变郴州消费者的感观，重拾市场信心，康师傅食品公司拟在郴州五岭广场，展开一场品牌形象推广活动，预算控制在 10 万元之内。

请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业 20××年老坛酸菜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）。其具体内容包活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
作品 (8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
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	

0分)	体内容	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	少50字扣1分
		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		

10. 试题编号: H1-10 郴州市碧桂园江山一品危机公关策划方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

碧桂园集团,是一家以房地产为主营业务,涵盖建筑、装修、物业管理、酒店开发及管理、教育等行业的国内著名综合性企业集团,中国房地产十强企业。布局全球900多个项目,年销售额超过7000亿元的碧桂园,近年来因为发展迅猛,工期短,公司内部出现了管理危机,楼盘频频出现质量问题,由于种种负面消息,导致碧桂园销量下

滑。

2019年2月17日下午2点半左右,郴州碧桂园物业为了停车费围攻弱势业主,物业经理在激烈争执时,毫无素质,毫无形象地张口大骂业主是"蠢蛋,杂种",这一幕被拍下视频上传网上,在当地引起轩然大波,再次令碧桂园陷入形象危机,接下来碧桂园便疲于应付来自各业主的投诉,跟舆论的压力,因此导致碧桂园江山一品2月底的开盘活动无人问津。

[测试任务]

该事件发生后,碧桂园为了挽回影响,摆脱窘境,请你为其策划一个危机公关方案。预算控制在100万元之内。请按照公关活动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	场地测试场地不少于70平米,配置办公桌30张	必备
设备	设备每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机 人员	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	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

素养 (20分)			分)。	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			

模块二 推广模块

1、试题编号：H2-1，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		

2. 试题编号：H2-2，设计T牌西式系列产品湖南市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

T集团投资1.6亿元兴建了西式10万吨肉制品生产线并成功投产。该生产线是中南地区最大的西式制品生产线，全线采用德国和丹麦工艺设备，由国内贸易研究设计院设计。

T集团西式制品专业生产线采用现代大工业生产工艺设备，以“中式西做、西式中味”为指导思想，生产出“安全放心，营养美味，开袋即食”的西式肉制品，正成为家庭和酒店消费的发展潮流。生产线采用的电脑控制全自动淋水式杀菌锅、高速斩拌、盐水注射、呼吸滚揉、连续真空包装等工艺设计，在国内都属先进，部分设备在国内肉类行业尚属填补空白的应用，生产线还配有储藏能力10000吨的低温冷库群。

利用该设备，T集团开发了西式火腿快乐餐厅系列产品，该系列主要有：1、T牌精致小肚、2、T牌里脊熏火腿、3、T牌维也纳熏火腿、4、T牌麻辣香肠、5、T牌日仕烤肠、6、T牌澳式熏肠、7、T牌哈尔滨大红肠、8、T牌一号火腿、9、T牌红玫瑰肠、10、T牌老拐

头、11、T牌麦西尼火腿、12、加大拿风味火腿、13、T牌纯肉方腿、14、香辣通脊、15、黑椒牛肉、16、西式香肠等各类包装、分量、口感的系列产品。

该产品系列产品定位：

1、产品特点：西式工艺，中式风味、高档肉品，开袋即食（亦可加热）。

2、包装形式：自然块（抽真空）或散装（不带真空袋），称重销售。

3、产品卖点：好吃不难做，直接上餐桌，省去做菜的烦恼，享受餐厅美味的快乐。

4、产品质量和价格都稍高于同类产品。

【测试任务】

T集团T牌西式系列产品准备在湖南上市，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	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
	职业能力	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			

3. 试题编号: H2-3, 设计比亚迪海豹郴州市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

比亚迪海豹是比亚迪旗下纯电动汽车，采用了比亚迪 e 平台 3.0，从工信部公布的数据来看，比亚迪海豹提供有 61.44kWh 以及 82.56kWh 两种容量的电池组可选，CLTC 工况的续航则有 550km、650km 以及 700km 三种可选。

2022 年 5 月 20 日，比亚迪海豹开启预售，预售价格 21.28W-28.98W 之间。7 月 29 日，比亚迪海豹正式上市，新车基于比亚迪 e 平台 3.0 打造，定位纯电动中型轿跑车，共推出三种不同续航里程的 4 款车型。综合补贴后上市价格为 20.98 万元至 28.68 万元。

海豹车身尺寸为 4800*1875*1460 毫米，得益于四轮四角的设计，轴距达到了 2920 毫米，定位于 A+级轿车，不过车辆的尺寸规格，也是全面超越 Model 3。

动力方面，该车提供三种不同的版本，分别搭载了 150 千瓦后驱电机、230 千瓦后驱电机和前 160 千瓦+后 230 千瓦双驱动电机，其中四驱版 0-100 公里/时加速 3.8 秒，为比亚迪史上加速最快车型。

海豹基于比亚迪 e 平台 3.0 技术平台打造，将采用包括电池车身一体化（CTB）、八合一电动力总成、热泵系统、升压快充在内的一系列比亚迪最新技术。可提高整车扭转刚度和动态响应，为用户在操控和安全等方面带来更好体验。此外，后驱 / 四驱动力架构、前双叉臂+后五连杆的底盘悬挂等配置，意味着海豹具有极强的运动属性。

快充方面，海豹提供了两个版本可选，标准续航版直流快充功率为 110kW，长续航版和四驱性能版直流快充功率为 150kW，30-80% 快充时间在 30 分钟以内。

新车采用海洋美学设计风格，整个中控台犹如海浪般波浪起伏，另外该车还使用了小巧的“能量水晶”电子挡杆。该车在驾驶位 A 柱配备了摄像头，预计可提供疲劳驾驶监测等功能。环抱式布局搭配灰蓝+黑的撞色，整体效果十分流畅。新车全系标配双悬浮式大屏，

中控下方区域配备了水晶样式的透明换挡杆，造型比保时捷 911 更惊艳。

外观方面，比亚迪海豹溜背车顶 + 两侧“飞梭”大灯，呈现出运动轿跑车的优雅姿态。

新车的座椅采用菱格和水滴形的打孔处理，座椅包边以对比色双缝线工艺，进一步提升了内饰整体的高级感。三幅式多功能方向盘，左侧辅助驾驶，右侧多媒体音量控制，科技感十足。副仪表台两侧曲线勾勒出“小蛮腰”状的中控轮廓，同时将杯托设计融为一体。正中的透明换挡杆造型小巧，周围的按键采用环抱式布局，拉满精致感。

郴州比亚迪 4S 店位于郴州五岭大道延伸段，天龙汽车站附近，为了更好的推进比亚迪海豹进入郴州市场，提高在郴州市民中的知名度和美誉度，促进销售。比亚迪郴州 4S 店准备在 20XX 年开展推广活动。

【测试任务】

请根据新品推广营销策划流程为其制定一份比亚迪海豹郴州 20XX 年推广策划书。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	10	职业道德	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
			严重违反考场

素养 (20分)			(5分)。	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	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			

4. 试题编号：H2-4，设计玲珑茶市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

玲珑茶以小巧玲珑,如环似钩的卷曲为主要特征。玲珑茶初产于湖南境内的桂东县清泉镇,一个叫玲珑的地方。桂东县是一个山区县,山地气候明显,处于亚热带季风湿润气候区,夏无酷暑,冬无严寒,降水充沛,海拔在 294-2084 米间,有'存一天存四季,十里不同天'之说。此地高山多雾,日照偏少,适宜生产无污染的优质茶叶。县内的茶区远离城市,空气、土壤、水源无污染,还是一片蓝天碧水的处女地。土壤微酸,春夏多雨多雾,太阳直射少,散射多,即保证了茶叶生长的需水要求,又有利于茶叶优良品质的形成。

玲珑茶属于高山云雾茶。它的种植已有 300 多年的历史。品质优异,形美质优。玲珑茶紧细弯曲,状若环勾,色泽苍翠,银毫毕露,冲泡后汤色清亮,滋味醇厚,一直以来,玲珑茶享誉国内外,多次获得国内国际奖。

玲珑茶的品质特点是:外形条索紧细,状如环钩,色泽绿润,银毫披露;香气持久;汤色清亮,滋味浓醇。饮后甘爽清凉,余味无穷,一经品尝,无不交口赞美。玲珑茶多次被评为湖南省优质名茶。

在 2000 年,桂东县通过瑞士 IMO 认证,是湖南省首批获得有机茶生产县,桂东县玲珑茶已经获得地理标志商标,桂东县政府大力引导玲珑茶生产企业引进先进的营销理念,实施传统工艺与现代工艺相结合,规模化生产,品牌化运营战略,把优质的玲珑茶茶推向全省甚至全国,服务于大众。

【测试任务】

桂东玲珑王茶叶开发有限公司欲将桂东玲珑茶在 A 地区上市,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	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		

5. 试题编号：H2-5，设计 J 牌活性维生素水湖南市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

W 集团新开发了一款 J 牌活性维生素水新产品，该新产品具有两大特色，一是富含了活性维生素 B3、B6、B12 等，特别是添加了巴西的“瓜拉那”。按照科学家介绍，“瓜拉那”是世界上营养最高的植物果实，它含有了氨基酸、矿物质、碳水化合物等等，所以几百年来印第安人一直使用它，把它视为健康、美丽、活力的源泉。中国科学家研究后也认为它有醒脑提神、补充体力的能力，因此它自然而然也就赢得了消费者的青睐。该活性维生素水还有一个特点，它是一个随时能喝的维生素饮品，它彻底改变了传统的维生素的特定服用规则，它给消费者带来了健康、方便，完全改变了消费者补充维生素的方式和观念。

J 牌活性维生素水，特别添加人体所需的维生素 B3、B6、B12、维生素 C、肌醇等活性维生素群，专业配方，科学配伍，激活你的每个细胞，表现当然出人意料。现有柑橘、柠檬两种深受消费者喜爱的口味面市。

激发潜能，超越自我！——J 牌！专业配方，科学配伍，富含多种维生素、氨基酸、矿物质、碳水化合物，更方便、更健康，随时随

处补充能量！激活你的每个细胞，表现当然出人意料！

维生素小常识：

维生素是人体营养、生长必需的营养元素。

√维生素 B3（烟酰胺）：维持健康的神经系统和正常的脑机能。

√维生素 B6：是制造抗体和红血球的必要物质。可帮助防止各种神经、皮肤的疾病。

√维生素 B12：促进生长、保持神经组织健康及正常形成血液所必需。

√维生素 C：促进铁和钙更好的利用、提高机体免疫功能、抗氧化。

√肌醇：在供给脑细胞营养上扮演重要角色。促进脂肪代谢、降低脂质在肝脏的堆积。

【测试任务】

W 集团 J 牌活性维生素水计划在湖南上市，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	10	职业道德、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	严重违反考场

素养 (20分)			(5分)。	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	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			

6. 试题编号：H2-6，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 牌净洗衣机 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)	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。
	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	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方

品 (8 0 分)	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	案字数 不少于 1500 字，每 少 50 字扣 1 分。	
	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				

7. 试题编号：H2-7，大德康元虫草郴州市场推广策划案

（1）任务描述

【背景资料】

大德康元国际药业有限公司是一家集进口、研发和销售为一体、以滋补药材、保健品为主导产品的综合性企业，自1912年在福建省石狮市伍堡设立大德药铺以来，有近百年历史。经过几代人的不懈奋斗，大德康元已发展为当地家喻户晓的百年养生品牌。目前大德康元

保健品店已遍布各大城市拥有良好的口碑跟忠实的顾客。大德康元自2012年进入郴州市场以来在郴州温德姆大酒店、奥米茄大酒店、雄森酒店等三家四星级酒店设立专柜，取得了一定的市场份额。踏上了在郴州市场的快速发展道路。由于大德康元进入郴州较晚，2016年销售额103万元，净利润不足20万元，远远低于预期。

与普通中成药店不同，大德康元提供提供磨制、搭配、调制、炖煮服务，客人在大德康元买的药材我们都可以免费为客人炖煮，为客人提供方便，客人购买的药材也可以存店里，想什么时候吃的时候就提前打电话到店里，到指定时间过来拿过来吃就可以了，让客人感受到贴心家一般的服务。还提供提供一对一的私人养生咨询服务，另有强大的养生资讯网站，为顾客提供释疑解惑的自助式绿色通道。提供自臻自善的产品与服务。

大德康元涵盖燕窝、人参、冬虫夏草等级贵重中药材、常用中药等地道产品，同时代销正官庄系列、好想你枣系列、白兰氏系列等知名品牌产品。

冬虫夏草仅仅是我国190多种虫草中的一种，主产于青藏高原上，又简称“虫草”。虫草是麦角菌科真菌冬虫夏草寄生在蝙蝠蛾科昆虫幼虫上的子座及幼虫尸体的复合体，主要活性成分为虫草素、虫草酸（即D-甘露糖醇）、虫草多糖等有益于人体吸收的物质，具有调节免疫系统功能、抗疲劳等多种功效。

【测试任务】

大德康元郴州新到一批冬虫夏草，欲以此产品的郴州市场上市推广打响大德康元在郴州的知名度，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	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		

8. 试题编号: H2-8, 设计云魔方系列烟机产品湖南市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

F集团创建于1996年,多年来,F集团一直专注于集成厨房、吸油烟机、燃气灶具、电磁灶具、消毒碗柜、燃气热水器等几个领域,希望通过持续投入和努力成为厨房品牌的全球领先者。公司目前有员工9000余人,除了雄厚的本土设计实力,还拥有大量来自德国、日本、意大利等地的国际知名设计师,具备德国、意大利原装进口高端厨房生产设备及国际工业制造先进技术。目前已成为厨房领域最成功的生产厂家之一。F集团以独特的创新模式、优越的品牌价值赢得“2011CCTV中国年度品牌”殊荣。2012年获得工信部BPI“抽油烟机”和“燃气灶”行业第一品牌称号。2013年获国家工信部“工业品牌培育示范企业”称号。2014年,获得“万科集团年度A级供应商”荣誉。

新近,F集团推出了全新的云魔方系列烟机产品,在2015年3月中国家电博览会上,F集团的新品高端油烟机CXW-200-EM01T惊艳亮相。云魔方系列烟机产品,主打欧式,分为塔式结构和倒T型结构两种机型。这款CXW-200-EM01T就是其中的主打机型,这款外观和功能俱佳的产品也获得了本次艾普兰评委的认可,获得本次艾普兰大奖。“艾普兰奖”旨在对家电行业中具有引领作用、并积极在产品技术创新方面贡献突出的产品进行表彰,由于其涵盖面广、专业性强,

已被誉为中国家电产业的风向标，成为国内最具影响力的家电产品评选活动。

在外观设计上，云魔方的操控按键全部集中于中部，使得烹饪者的操控区域更集中，更符合实际使用需求。源于汽车仪表盘的设计灵感，云魔方欧式油烟机的指示灯亮度强弱会随着风量大小而变化，更加人性化。

“云魔方”开创性的“蝶翼环吸板”设计，实现了“立方环吸”的技术创想，更确立了全新一代欧式油烟机的全新标准，实现了欧式油烟机笼烟能力从水平方向到垂直方向的全面外扩，核心负压区域下降，超大笼烟，有效减少油烟逃逸。

全新升级的专利“静流弧内增压”技术，完美匹配云魔方“元宝腔设计”，排烟更快一倍，与油烟紊流说再见；鸚鵡螺畅吸风道设计，油烟贴合蜗壳弧度排出，阻力小噪音低；仿生羽翼叶轮，汲取自然灵感，优化气流轨迹，实现低噪运行。最新升级“双变 R 有源降噪蜗舌”，有效抵消油烟机工作产生的噪音，吸得干净更能吸得安静；针对中国城市住宅公用烟道实际情况研发的自动巡航增压技术，将最大静压全面升级至 380Pa，开创欧式油烟的全新标准，公共烟道畅行无忧。

【测试任务】

F 集团云魔方系列烟机产品欲在湖南上市，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		

9. 试题编号：H2-9，设计 GR-M23HWCHL 冰箱湖南市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

韩国 L 集团创立于 1947 年，总部位于韩国首尔市。L 集团全球拥有 16 万员工，是领导世界产业发展的国际性企业集团。L 集团目前在 171 个国家与地区建立了 300 多家海外办事机构。事业领域覆盖化学能源、电机电子、机械金属、贸易服务、金融以及公益事业、体育等六大领域。

在 2015 年 3 月中国家电博览会上，L 集团携旗下全新产品惊艳亮相，引来不少消费者关注，而其中的这款 GR-M23HWCHL 冰箱更是以其出众的外观设计外加强大的性能表现得到本次艾普兰评委的认可，获得艾普兰大奖。“艾普兰奖”旨在对家电行业中具有引领作用、并积极在产品技术创新方面贡献突出的产品进行表彰，由于其涵盖面广、专业性强，已被誉为中国家电产业的风向标，成为国内最具影响力的家电产品评选活动。

作为定位高端的产品，GR-M23HWCHL 冰箱采用全新的空间科学设计，独有的创新门中门设计看起来更利于食物的拜访。在智能存鲜系统基础上添加“变温存鲜室”是产品的最突出的特点，共设有 4 个温度档位，随心调控，满足不同新鲜需求。在变温存鲜室中特别设计密闭存鲜盖，实现密闭分类储存，充分留住新鲜滋味。艺韵银面板尽显高雅大气。

在内部结构的设计中，GR-M23HWCHL 冰箱也做了明显的改善和提升。便取式调味品盒多种调味品集中存储，有序摆放，使用时只需取出集装盒，即可获得所有调味品，轻松快捷一次尽享。

倾斜式果蔬盒的倾斜式空间设计，封闭存鲜，水分不易流失，即使是切开的果蔬也能保持新鲜滋味。果蔬切换存鲜专区，有水果和蔬菜两种存鲜模式随心切换，为不同果蔬营造最适宜的存鲜环境。可折叠灵动搁架根据不同高度食物的存储需要，可随意折叠搁架，灵活调整高度，解决您储存大尺寸食物或大体积容器的难题。独立双附加空间，设计贴心，方便您存储鸡蛋、零食、药片等体积较小的食物，让您的冰箱更加有序整洁。

【测试任务】

L集团 GR-M23HWCHL 冰箱欲在湖南上市，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	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（策划名称、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			

10. 试题编号：H2-10，设计足浴器湖南市场推广策划文案

(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 KM 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，KM 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。

KM 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。

KM 人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，用诚信赢得消费者的放心，用服务赢得消费者的青睐，KM 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 KM 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、K-118A 、K-138B、K-218A 红苹果、K-218A 金苹果

K-218A 青苹果、K-218B 红苹果、K-218B 青苹果、K-228C、K-258B

【测试任务】

宁波 KM 电子科技有限公司生产的系列足浴按摩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	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		

模块三 产品推销

1. 试题编号：试题编号：H3-1, 罗森尼娜奶黄觅金沙月饼推销

任务描述

【背景资料】

湖南罗森尼娜食品有限公司成立于2015年10月27日，经营范围包括糕点、面包、烘焙食品、饼干及乳制品等。随着时间的推移，罗森尼娜逐渐成长为目前郴州地区烘焙行业的领头羊。奶黄觅金沙月饼是罗森尼娜公司主推的中秋产品，15元/75克每个，每年中秋才出品。玉兔造型非常可，金灿灿的奶黄沙的绵柔中充满牛奶的香甜气，入口回味还有一丝蛋黄的成香，沙沙软软的。

【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。

实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备

人员	(推销方案设计)准备室一间配备监考人员 2 名; 每个推销场地配备至少 1 年以上企业推销工作经验或三年以上推销实训指导经历的测试专家 2 名、模拟顾客 2 名、计时员 1 名	必备
----	--	----

(1) 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)。

(2) 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	
		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	客, 包括体态和语言。 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
		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	
		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	

推销过程 (25分)	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	起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
	2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客的信任	
	3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品(服务)的卖点，使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
	5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服。	
推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
	2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	
	3	限时5分钟完成，超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100	

2. 试题编号：H3-2, 饼干推销

任务描述

【背景资料】

奥利奥(Oreo)是1912年由美国卡夫食品公司旗下的曲奇品牌

Nabisco所研制的一种巧克力曲奇饼干。主料：无盐黄油、糖粉、蛋黄、可可粉、低筋面粉；辅料：盐、无盐黄油、清水、细砂糖、全蛋。

产品简介：有草莓口味、巧克力口味、酸牛奶口味；有多种规格，其中360g, ¥15.5元；420g, ¥18.8元。

【测试任务】

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

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特

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

实施条件

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

（1）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）。

（2）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, 并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
	5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服。		
推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会, 结束推销	及时把握成交机会促成交易; 能征求顾客意见, 巧妙地取得顾客的联系方式; 结束推销, 礼貌告辞	
	3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式		
	2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象		
	3	限时 5 分钟完成, 超时或未完成任务酌情扣 1-2 分		
小计		100		

3. 试题编号: H3-3, 牙膏推销

任务描述

【背景资料】

佳洁士(Crest)是著名的牙膏品牌,属于美国宝洁公司。1955年诞生,经过几十年的发展,佳洁士品牌已成为口腔保健产品领域里享誉美国、欧洲、亚洲乃至全世界的著名品牌。旗下有牙膏,牙刷,牙

贴和漱口水等多种产品；佳洁士牙膏成为第一支被世界权威牙防组织——美国牙医学会（ADA）认可的防蛀牙膏，这被视为世界牙膏技术发展史上的一大里程碑。

产品简介：佳洁士牙膏，有多种功能类型（防蛀、美白、牙龈保护等）和有多种规格，其中 140g 防蛀，¥ 12.5 元；美白 165g，¥ 16.8 元；180g 牙龈保护，¥ 25 元。

【测试任务】

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

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

（1）实施条件

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

（1）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

场推销)

(2) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平,有自信的说话技巧,能抓住客户的心理;具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力,能准确把握产品的卖点,能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分);有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分);成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分);推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白做到与众不同,语言新颖吸引顾客,包括体态和语言。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方		
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪		
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益		
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任		
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣		
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服。		

	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100		

4. 试题编号：H3-4, 洗衣液推销

任务描述

【背景资料】

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

产品简介：奥妙洗衣液，有袋装、瓶装，多种规格，价格不同。其中500g袋装，¥12.50元；2000g瓶装，¥38元。

【测试任务】

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

实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

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

（1）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）。

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

			方式方法的描述 推销面谈（10分）产品介绍（2分）推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分）成交顾客意见征询（2分） 推销结束（5分）推销结束语（2分）取得顾客联系方式（3分）	
推销演示	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，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	
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法
3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法			

(40分)	推销过程 (25分)	3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方	方法, 推销策略恰当; 能唤起顾客兴趣; 能恰当的介绍商品; 能与顾客沟通、产生互动, 有效地处理顾客的异议; 能打动顾客, 获得顾客的认同。
		2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会, 结束推销	及时把握成交机会促成交易; 能征求顾客意见, 巧妙地取得顾客的联系方式; 结束推销, 礼貌告辞
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象	
		3	限时 5 分钟完成, 超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

5. 试题编号: H3-5, 康师傅方便面推销

任务描述

【背景资料】

康师傅方便面是康师傅控股有限公司旗下产品之一。1992 年 8 月 21 日, 康师傅投资 800 万美元在天津开发区成立天津顶益国际食品有限公司, 该公司生产出第一碗红烧牛肉面以来, “康师傅”就成为中国方便面的代名词, 先后在全国 13 个城市共建立了 114 条方便

面生产线, 日产方便面达 2.5 亿包, 年销售方便面 65 亿包, 市场占有率 47%, 是不折不扣的“中国面王”。产品种类多, 规格齐。

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

【测试任务】

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

行现场推销。

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

实施条件

(1) 考核时量

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

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）。

(2) 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	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象

	内容	推销时间	2	测试时间当天	扣 1 分。
		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	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	2	问候: 打开话题的前提, 做到文明礼貌	
		1	1	注视: 用眼睛传递诚恳自信	
		1	1	自我介绍: 姓名、单位、来意	
	推销过程 (25 分)	2	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	3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方	
		2	2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	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	2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客的信任	
		3	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	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	2	及时把握成交机会, 结束推销
3			3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
2			2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象	
3			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			

模块三、跨岗位综合技能

模块一 广告文案策划

1. 试题编号：Z3-1，设计 HUAWEI P50 8GB+256GB 曜金黑 鸿蒙手机郴州市场广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

HUAWEI P50 是华为公司于 2022 年 3 月 16 日正式发布的手机，HUAWEI P50 采用直板设计，搭载 6.5 英寸全面屏设计；机身长度为 156.5 毫米，宽度为 73.8 毫米，厚度为 7.92 毫米，重量为 181 克；配有雪域白、曜金黑、可可茶金、星河蓝四种颜色。

HUAWEI P50 采用高通骁龙 778G 处理器，搭载 HarmonyOS 2.0 操作系统，后置三摄；电池容量为 4100 毫安；为全网通 4G 手机，支持双卡双待和快速充电。

华为创立于 1987 年，是全球领先的 ICT（信息与通信）基础设施和智能终端提供商，我们致力于把数字世界带入每个人、每个家庭、每个组织，构建万物互联的智能世界：让无处不在的连接，成为人人平等的权利；为世界提供最强算力，让云无处不在，让智能无所不及；所有的行业和组织，因强大的数字平台而变得敏捷、高效、生机勃勃；通过 AI 重新定义体验，让消费者在家居、办公、出行等全场景获得极致的个性化体验。目前华为约有 19.4 万员工，业务遍及 170 多个国家和地区，服务 30 多亿人口。

【测试任务】

假设华为公司计划开拓郴州市场，提高华为 P50E 手机在郴州 11 个县市区的市场占有率，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的郴

州市场广告策划方案，预算控制在 10 万元之内。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。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分)，市场分析比较确切(2分)
市场策略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)			

	广告表现	24	广告诉求对象合适（2分）、广告主题醒目（3分）、广告创意（广告语、广告片等）符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点（19分）
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介3分，组合合理3分）
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（2分），活动经费预算合理可行，分配妥当（4分）
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到
小计		100	

2. 试题编号：Z3-2，设计联想小新 Air14Plus 2022 标压锐龙版

14 英寸轻薄笔记本电脑郴州市市场广告策划方案

（1）任务描述

【背景资料】

联想小新 Air14Plus 2022 标压锐龙版 14 英寸轻薄笔记本电脑（深空灰）是联想集团为年青消费者群体推出的一款笔记本电脑，该款电脑采用 AMD Ryzen 7 6800HS 处理器，Radeon 680M 高性能集成显卡，Windows 11 家庭中文版操作系统，配备 16G 内存+512G 固态硬盘，14 英寸屏幕，整机净重 1.4kg。

联想集团（下称联想）是一家成立于中国、业务遍及 180 个市场的全球化科技公司。联想聚焦全球化发展，树立了行业领先的多元企业文化和运营模式典范，服务全球超过 10 亿用户。作为值得信赖的全球科技企业领导者，联想助力客户，把握明日科技，变革今日世界。

联想作为全球领先 ICT 科技企业，秉承“智能，为每一个可能”的理念，为用户与全行业提供整合了应用、服务和最佳体验的智能终端，以及强大的云基础设施与行业智能解决方案。

作为全球智能设备的领导厂商，联想每年为全球用户提供数以亿计的智能终端设备，包括电脑、平板、智能手机等。2018 年联想 PC 销售量全球第一。作为企业数字化和智能化解决方案的全球顶级供应商，联想积极推动全行业“设备+云”和“基础设施+云”的发展，以及智能化解决方案的落地。

面向新一轮的智能化变革的产业升级契机，联想提出智能变革战略，围绕智能物联网（Smart IoT），智能基础架构（Smart Infrastructure），行业智能（Smart Verticals）三个方向成为行业智能化变革的引领者和赋能者。

目前，联想下分智能设备集团（IDG）、基础设施方案业务集团（ISG）、方案服务业务集团（SSG）、数据智能业务集团（DIBG）四大业务集团，全球约有 6.3 万名员工，业务遍布 180 多个国家和地区。2021/2022 财年，联想集团全年营业额近 4600 亿人民币。

【测试任务】

针对郴州市场对 4000-5500 元笔记本电脑的需求，联想集团拟向郴州市 11 个县市区进行全面市场推广，从而进一步扩大联想小新 Air14Plus 2022 标压锐龙版 14 英寸轻薄笔记本电脑在郴州市场的市场占有率和联想集团在郴州的知名度，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、具有一定可行性的郴州市场广告策划方案，费用控制在 10 万元之内。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。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备
----	----------------	----

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、 细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能 在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、 消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1 分)、产品的特点分析(1分),市场分析比 较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3 分)、广告目标具体(3分)
		广告表现	24		广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3 分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广 告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的 表现广告的诉求点(19分)
		广告媒介	12		媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预 算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用 3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3 分,组合合理3分)
		广告预算	6		用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2分),活动经费预算合理可行,分配妥当 (4分)
		广告效果的评估	3		阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、 广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市 场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种 以上评估方法,每种1分)
创新方面	5	方案有新的创意,见解独到			

小计	100	
----	-----	--

3. 试题编号：Z3-3，设计 2022 年东智 (DONGZHI) 186B 全自动按摩加热恒温泡脚盆郴州市场广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

东智 (DONGZHI) 186B 全自动按摩加热恒温泡脚盆的主要参数如下：

品牌：东智 (DONGZHI)

型号：186B

特色功能：定时功能，温度设定，冲浪加热，遥控功能，红光照射。

外观设计：防尘护盖，防滑底座，便携提手，保温护盖，数码面板，PP 材质。

内置设计：足浴药盒，鹅卵石按摩点，太极滚珠，电动滚轮，复合式凸点，圆粒按摩，仿卵石按摩点。

安全设计：短路保护，漏电保护，高温保护，高压保护，3C 认证电源线，防干烧保护。

泡脚盆是足部保健设备，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 2016 年开始，泡脚盆就开始火了起来，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。

【测试任务】

现公司欲进军郴州市场，为了确立产品在郴州消费者心目中的知名度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的 2022 年郴州市场广告策划方案，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、效果评预测等方面。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分)，市场分析比较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)
广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点(19分)			

	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介3分，组合合理3分）
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（2分），活动经费预算合理可行，分配妥当（4分）
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到
小计		100	

4. 试题编号：Z3-4，设计“童彩”牌神笔广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

公司最新推出国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即可绘画，把画笔或毛刷蘸清水涂鸦，色彩艳丽，无毒无害，提高孩子

认知、感知、手眼协调能力，启发绘画兴趣，开发全脑智力。背面用童彩神奇涂鸭笔绘画，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 2022 年秋季开拓郴州市场，为了提高在郴州消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军郴州市场，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 2022 年郴州市场广告策划方案，费用控制在 10 万元之内。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、效果预测等方面。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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

作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)
		广告表现	24		广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表现广告的诉求点(19分)
		广告媒介	12		媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分,组合合理3分)
		广告预算	6		用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4分)
广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法,每种1分)			
创新方面	5	方案有新的创意,见解独到			
小计		100			

5. 试题编号: Z3-5, 设计“学友”照相馆 2022 年郴州职院市场广告策划方案

(1) 任务描述

资料一:

“学友”照相馆前不久在郴州职院附近开业,照相馆以证件照、毕业证、艺术照、电子相册等为主营业务。竞争者也有相关业务,价格上跟“学友”照相馆相差不大,但照片质量上比不上“学友”照相馆,“学友”照相馆的照片可保存年限 15-30 年,竞争者的相片保存

年限为 1-3 年。

资料二：

郴州职业技术学院位于“全国文明城市”、“全国优秀旅游城市”和享有“中国女排腾飞基地”、“有色金属之乡”等美誉的湖南“南大门”——郴州市，学校是湖南省示范性高职院校和湖南省文明高校。

办学规模：学校设有建筑工程学院、财政经济学院、现代装备制造学院、信息工程学院、商贸旅游学院五个专业院系；共开设 20 个专业，构建了适应市场需求、对接产业发展、特色鲜明的专业体系。学校拥有一批国家级紧缺技能型人才专业、省级精品专业、省级示范性特色专业群、市级重点专业、国家级精品课程、省级精品课程、省级生产性实训基地。学校教学设备齐全、教学环境优美，是培养高素质技术技能人才的“摇篮”，现有在校学生 8000 余人。

办学模式：学校积极推进产业引领、校企融合、订单培养、顶岗培训、定向就业的教育教学改革，突出职业能力和综合素质培养。采用招生招工合一、对接企业岗位、校企联合培养的人才培养模式，先后与海洋模具、东软睿道、郴州粮机、罗森妮娜、上海宝燕、沃德精密等 10 余家大中型企业、集团公司开展专业共建、人才共育、顶岗培训、定向就业的校企深度合作。

师资力量：学校实行“名师领衔、专家治教，企业技能大师主训”，师资实力雄厚。有专职教授、副教授和高级工程师等 110 人，兼职教授、现场专家、技能大师等 100 余人。学校拥有一批国家级和省级教学名师、青年骨干教师及学术带头人，双师素质教师占专业课教师的比例达到 80%。

就业前景：学校毗邻珠三角，校企联合培养，独具就业创业优势，为毕业生提供全程跟踪服务。学校创新创业及就业教育普及到每一个学生，参与就业“国聘行动”，与 110 余家国内知名企业签订了校企合作协议书，涵盖到每一个专业，建立了稳定的就业合作关系，就业率

连续多年居湖南省同类院校前列，已基本实现毕业生“好就业”向“就好业”、“高薪就业”的转变。

资助体系：学校对新生设有“绿色通道”，建立了奖、助、贷、免、勤一体化的助学体系。品学兼优的学生可获得 8000 元/年的国家奖学金、5000 元/年的励志奖学金；家庭经济困难的学生可申请国家生源地助学贷款，入校后可申请 4400 元/年的国家助学金、学校助学金，申请家庭经济困难认定无需任何部门的证明。为经济困难学生提供勤工俭学岗位；在校生、毕业生入伍以及退役入学的学生可分别享受国家规定的学费补偿、学费减免优惠政策；在校注册学籍的农村建档立卡贫困户子女、水库移民子女可凭学校学籍证明，向户籍所在地申请国家相关资助；校企联合培养的学生享受企业额外提供不同额度学杂费、生活费补助；家庭经济困难毕业生可提供 1500 元/人的就业创业补贴。

毕业深造：按照教育厅有关规定，我校毕业生可参加“专升本”考试升入本科院校继续全日制本科学习；也可在学校通过成人教育（函授、自考、网络教育）拿到本科文凭。

郴州职教联盟组建后，秘书处设在我校，着力发挥郴州职教龙头作用；郴州市委、市政府决定由我校牵头筹建职教本科高校，推动郴州教育高质量发展。

【测试任务】

请根据上述给定材料，为新开张的“学友”照相馆做一份郴州职院市场广告策划方案，费用控制在 3000 元之内。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、效果预测等方面。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分)，市场分析比较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)
		广告表现	24		广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点(19分)
		广告媒介	12		媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分，组合合理3分)
		广告预算	6		用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(4分)

	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到
小计		100	

6. 试题编号：Z3-6，设计“明园”广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

坐落于湖南省长沙国家级高新技术产业开发区隆平高科技园的明园蜂业有限公司是集养蜂生产、科研，蜂产品加工与销售于一体的专业蜂产品公司。自1998年成立以来，经过了6年艰苦创业期，2004年开始进入了高速增长阶段，每年以30%以上的速度增长，迅速壮大。2008年，“明园”商标成为全国蜂产品行业内第二个，省内行业内唯一一个“中国驰名商标”。企业相继通过了ISO9001质量管理体系认证、HACCP食品安全管理体系认证、GMP认证和QS认证。拥有全国首家按GMP标准建设的蜂产品综合加工厂房，建立了“公司+基地+蜂农”的产业化模式，在省内外建立了10多个养蜂基地，打造专业的蜂产品研究所和全国行业内唯一一条由国家商务部资助建设的“蜂产品冷链系统”。

十几年来，明园积累了深厚而独特的企业文化。企业定位为“中国蜂产品的专业经营者”，始终坚持“不求最大，定求最好”的经营理念，恪守“禁欺”司训，以“振兴民族蜂业，健康中国人民”为使命，用“行业领先，不断改善”的方针来进行质量管理，企业迅速发展，规模不断扩大。现有产品包括蜂王浆、蜂胶、蜂花粉、蜂蜜、日化品、礼盒和其他蜂产品制品七大系列，上百个品种，在全国拥有专卖店400多家，遍布大江南北。明园以改变中国蜂产品对国际市场的依赖而造福中国蜂农，向国人提供优质的蜂产品而造福国人，创“百年老店”为目标。为了不断满足全国消费者对“明园”优质蜂产品的

需求，明园正在实施“百城千店”工程，计划未来3至5年内在全国开设专卖店3000家，营销网络将延伸到全国各大中城市，届时全国甚至国际蜂产品行业内必将掀起一股红色旋风。

【测试任务】

假设企业目前欲对郴州市场进行企业形象的宣传以巩固市场占有率，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的郴州市场广告策划方案，费用控制在6万元以内。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。

字数不少于1500字，总分100分，每少50字扣1分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完整 体内前言	2	要素具备(名称、策划者、时间)	
		2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

容	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	50 字扣 1 分
	市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分), 市场分析比较确切(2分)	
	市场策略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
	广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯, 能较好的表现广告的诉求点(19分)	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应, 具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分, 组合合理3分)	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分), 活动经费预算合理可行, 分配妥当(4分)	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法, 每种1分)	
创新方面	5	方案有新的创意, 见解独到		
小计		100		

7. 试题编号: Z3-7, 设计罗森尼娜食品郴州市市场广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南罗森尼娜食品有限公司成立于2015年10月27日, 注册地位于长沙高新开发区麓天路8号橡树园8栋1楼104-B、105、106、107单元, 法定代表人为朱满文。

罗森尼娜食品有限公司经营范围包括糕点、面包、烘焙食品、饼干及其他焙烤食品、速冻食品、蔬菜、水果罐头、糖果、巧克力制造; 商业特许经营; 蜜饯制作; 预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售; 冷热饮品制售服务; 中餐服务; 西餐服务; 散装食品现场制售; 水果的冷冻冷藏; 咖啡馆服务; 连锁企业管理; 餐饮管理; 企业总部管理;

企业管理服务；咖啡器具零售；互联网信息技术咨询；信息技术咨询服务；水果和坚果加工；散装食品、水果、乳制品批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

湖南罗森尼娜食品有限公司对外投资 5 家公司，具有 6 处分支机构。在郴州 11 个县市区拥有数十家门店。

【测试任务】

假设企业目前准备进一步开拓郴州市场，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、具有一定可行性的郴州市场广告策划方案，费用控制在 10 万元之内。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。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (8分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完	2	要素具备(名称、策划者、时间)	

0 分)	体 内 容	整			1500 字,每少 50字扣 1分
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2分)	
		市场策略	7	营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)	
		广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表现广告的诉求点(19分)	
		广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分,组合合理3分)	
		广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4分)	
		广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法,每种1分)	
创新方面		5	方案有新的创意,见解独到		
小计		100			

8. 试题编号: Z3-8, 设计雅芳 A 霜湖南市场广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

雅芳,全美最大的500家企业之一。1886年,“雅芳之父”大卫·麦可尼(David McConnell)从一瓶随书附送的小香水中受到启发,“加州香芬公司”(the California Perfume Company)由此诞生。出于对伟大诗人莎士比亚的仰慕,1939年,麦可尼先生以莎翁故乡一条名为“AVON”的河流重新为公司命名。

如今,雅芳已发展成为世界上最大的美容化妆品公司之一,在53个国家和地区进行直接投资,拥有43000名员工,通过440余万

名营业代表向 145 个国家和地区的女性提供两万多种产品，包括著名的雅芳色彩系列、雅芳新活系列、雅芳柔肤系列、雅芳肌肤管理系列、维亮专业美发系列、雅芳草本家族系列、雅芳健康产品和全新品牌 Mark 系列，以及种类繁多的流行珠宝首饰品。雅芳针对的 25 岁以上的女性消费者推出 A 霜。

一、产品特征

它是通过增强细胞互动能力，活跃微细胞循环，从而达到抗衰老功效的脸部保养产品，通过海洋原生质和 CTC 的完美结合，为肌肤细胞注入前所未有的生命活力，刺激细胞生长和繁殖，令细胞时刻保持活跃状态。是通过海洋原生质和 CTC 的完美结合，纯天然的草本配方；功效迅速，明显，可在试用七天后使肤质全面提升，肤色通透，均匀亮泽，红润健康，细纹、毛孔问题明显改善，保湿力、弹性提高，令肌肤晶莹柔嫩，且价格适中。

二、产品功效

使用七天，便可感受到肤质全面提升，肤色通透，更均匀亮泽，红润健康，细纹、毛孔问题明显改善，保湿力、弹性提高，令肌肤晶莹柔嫩。

三、产品成份

海洋原生质精华—A 霜的主要功臣·穿心莲叶·水解牛奶蛋白·太阳花籽。

四、使用方法

洁肤—爽肤—A 霜（早晚）。

【测试任务】

假设该产品将投放在湖南省内各大商场专柜、各大小日化超市、专卖店等有雅芳产品出售的店面，为了扩大雅芳 A 霜这一产品的覆盖面，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南市场广告策划方案，

费用控制在 15 万元之内。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。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分)，市场分析比较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)
广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点(19分)			

	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介3分，组合合理3分）
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（2分），活动经费预算合理可行，分配妥当（4分）
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到
小计		100	

9. 试题编号：Z3-9，设计青岛啤酒湖南市场广告策划方案

(1) 任务描述

【背景资料】

青岛啤酒股份有限公司成立于1993年，（以下简称“青岛啤酒”）他的前身是1903年8月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛公司，它是中国历史悠久的啤酒制造厂商，2008年北京奥运会官方赞助商，目前品牌价值502.58亿元，居中国啤酒行业首位，跻身世界品牌500强。

1993年7月15日，青岛啤酒股票（0168）在香港交易所上市，是中国内地第一家在海外上市的企业。同年8月27日，青岛啤酒（600600）在上海证券交易所上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。

上世纪90年代后期，运用兼并重组、破产收购、合资建厂等多种资本运作方式，青岛啤酒在中国18个省、市、自治区拥有50多家啤酒生产基地，基本完成了全国性的战略布局。

青啤公司保持利润增长大于销售收入增长，销售收入增长大于销量增长的良好发展态势。

青岛啤酒远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界70多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告

Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第六大啤酒厂商。

青岛啤酒几乎囊括了 1949 年新中国建立以来所举办的啤酒质量评比的所有金奖，并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖。1906 年，建厂仅三年的青岛啤酒在慕尼黑啤酒博览会上荣获金奖；20 世纪 80 年代三次在美国国际啤酒大赛上荣登榜首；1991 年、1993 年、1997 年分别在比利时、新加坡和西班牙国际评比中荣获金奖；2006 年，青岛啤酒荣登《福布斯》“2006 年全球信誉企业 200 强”，位列 68 位；2007 年荣获亚洲品牌盛典年度大奖；在 2005 年（首届）和 2008 年（第二届）连续两届入选英国《金融时报》发布的“中国十大世界级品牌”。其中 2008 年在单项排名中，青岛啤酒还囊括了品牌价值、优质品牌、产品与服务、品牌价值海外榜四项榜单之冠；2009 年，青岛啤酒荣获上海证券交易所“公司治理专项奖——2009 年度董事会奖”、“世界品牌 500 强”等诸多荣誉，并第七次获得“中国最受尊敬企业”殊荣；2015 年，青岛啤酒第八次登榜《财富》杂志“最受赞赏的中国公司”。2015 年，青岛啤酒全年共实现啤酒销售量 848 万千升，实现营业收入人民币 276.35 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润人民币 17.13 亿元。

目前，青岛啤酒远销美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、澳大利亚、韩国、日本、丹麦、俄罗斯等世界 90 多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告 Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第五大啤酒厂商。

【测试任务】

众所周知，青岛啤酒是中国有名的品牌，假设该企业为了扩大在湖南市场的知名度与美誉度，欲在 202×年 7 月到 8 月期间，对湖南市场开展一次大规模的企业广告攻势，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南市场广告策划方案，费用控制在 15 万元之内。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。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理□(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分)，市场分析比较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)
广告表现	24	广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点(19分)			

	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介3分，组合合理3分）
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（2分），活动经费预算合理可行，分配妥当（4分）
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到
小计		100	

10. 试题编号：Z3-10，设计“香香嘴”肠粉店郴州职院市场广告策划方案

（1）任务描述

【背景资料】

资料一：

“香香嘴”肠粉店前不久在郴州职院附近开业，该粉店以鸡蛋肠粉、瘦肉肠粉、“鸡蛋+火腿”肠粉等为主营业务。在附近目前没有其他的肠粉店，竞争者主要是以湖南口味为主的圆粉、扁粉店，如：常德粉、栖风渡鱼粉、白露塘杀猪粉等。“香香嘴”肠粉的主要竞争优势是原汁原味、健康无添加，吃了不口渴。价格：5元、6元、7元每碗。

资料二：

郴州职业技术学院位于“全国文明城市”、“全国优秀旅游城市”和享有“中国女排腾飞基地”、“有色金属之乡”等美誉的湖南“南大门”——郴州市，学校是湖南省示范性高职院校和湖南省文明高校。

办学规模：学校设有建筑工程学院、财政经济学院、现代装备制造学院、信息工程学院、商贸旅游学院五个专业院系；共开设20个专业，构建了适应市场需求、对接产业发展、特色鲜明的专业体系。学校拥有一批国家级紧缺技能型人才专业、省级精品专业、省级示范

性特色专业群、市级重点专业、国家级精品课程、省级精品课程、省级生产性实训基地。学校教学设备齐全、教学环境优美，是培养高素质技术技能人才的“摇篮”，现有在校学生 8000 余人。

办学模式：学校积极推进产业引领、校企融合、订单培养、顶岗培训、定向就业的教育教学改革，突出职业能力和综合素质培养。采用招生招工合一、对接企业岗位、校企联合培养的人才培养模式，先后与海洋模具、东软睿道、郴州粮机、罗森妮娜、上海宝燕、沃德精密等 10 余家大中型企业、集团公司开展专业共建、人才共育、顶岗培训、定向就业的校企深度合作。

师资力量：学校实行“名师领衔、专家治教，企业技能大师主训”，师资实力雄厚。有专职教授、副教授和高级工程师等 110 人，兼职教授、现场专家、技能大师等 100 余人。学校拥有一批国家级和省级教学名师、青年骨干教师及学术带头人，双师素质教师占专业课教师的比例达到 80%。

就业前景：学校毗邻珠三角，校企联合培养，独具就业创业优势，为毕业生提供全程跟踪服务。学校创新创业及就业教育普及到每一个学生，参与就业“国聘行动”，与 110 余家国内知名企业签订了校企合作协议书，涵盖到每一个专业，建立了稳定的就业合作关系，就业率连续多年居湖南省同类院校前列，已基本实现毕业生“好就业”向“就好业”、“高薪就业”的转变。

资助体系：学校对新生设有“绿色通道”，建立了奖、助、贷、免、勤一体化的助学体系。品学兼优的学生可获得 8000 元/年的国家奖学金、5000 元/年的励志奖学金；家庭经济困难的学生可申请国家生源地助学贷款，入校后可申请 4400 元/年的国家助学金、学校助学金，申请家庭经济困难认定无需任何部门的证明。为经济困难学生提供勤工俭学岗位；在校生、毕业生入伍以及退役入学的学生可分别享受国家规定的学费补偿、学费减免优惠政策；在校注册学籍的农村建

档立卡贫困户子女、水库移民子女可凭学校学籍证明，向户籍所在地申请国家相关资助；校企联合培养的学生享受企业额外提供不同额度学杂费、生活费补助；家庭经济困难毕业生可提供 1500 元/人的就业创业补贴。

毕业深造：按照教育厅有关规定，我校毕业生可参加“专升本”考试升入本科院校继续全日制本科学习；也可在学校通过成人教育（函授、自考、网络教育）拿到本科文凭。

郴州职教联盟组建后，秘书处设在我校，着力发挥郴州职教龙头作用；郴州市委、市政府决定由我校牵头筹建职教本科高校，推动郴州教育高质量发展。

【测试任务】

请根据以上给定材料，为新开张的“香香嘴”肠粉店做一份郴州职院市场广告策划方案，字数不少于 1500 字。预算控制在 1500 元之内。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、效果评预测等方面。

字数不少于 1500 字，总分 100 分，每少 50 字扣 1 分。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理□（5 分）	严重违反考场

素养 (20分)	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,在规定时间内完成任务(5分)	纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	2		要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		市场分析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析(1分)、消费者分析(1分)、竞争对手定位分析(1分)、产品的特点分析(1分),市场分析比较确切(2分)
		市场策略	7		营销目标明确(1分)、产品定位比较准确(3分)、广告目标具体(3分)
		广告表现	24		广告诉求对象合适(2分)、广告主题醒目(3分)、广告创意(广告语、广告片等)符合广告目标以及产品定位、消费者习惯,能较好的表现广告的诉求点(19分)
		广告媒介	12		媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介3分,组合合理3分)
		广告预算	6		用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现(2分),活动经费预算合理可行,分配妥当(4分)
广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标(必须包括3种以上评估方法,每种1分)			
创新方面	5	方案有新的创意,见解独到			
小计		100			