



湖南现代物流职业技术学院
HUNAN MODERN LOGISTICS COLLEGE

2021 级市场营销专业
技能考核题库

目录

一、专业基本技能	1
项目一 撰写调研方案.....	1
1. 试题编号：J1-1，设计家庭装修需求调研方案	1
2. 试题编号：J1-2，设计品牌知名度与满意度调研方案 ...	4
3. 试题编号：J1-3，设计市场营销专业学生兼职情况调研方案	6
4. 试题编号：J1-4，设计物流企业市场价格需求情况调研方案	8
5. 试题编号：J1-5，设计视力状况调研方案	11
6. 试题编号：J1-6，设计知名度与满意度调研方案	13
7. 试题编号：J1-7，设计手机市场需求调研方案	15
8. 试题编号：J1-8，设计物流行业竞争状况调研方案	18
9. 试题编号：J1-9，设计毕业班学生就业意向的调研方案	21
10. 试题编号：J1-10，设计课余时间安排调研方案	25
11. 试题编号：J1-11，设计电脑需求情况调研方案	26
12. 试题编号：J1-12，设计中老年人身体状况调研方案 ..	29
项目二 设计调研问卷.....	33
1. 试题编号：J2-1，伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计	33
2. 试题编号：J2-2，巴拉巴拉童装市场需求情况调研问卷设计	35

3. 试题编号: J2-3, 中国邮政特快专递 EMS 顾客需求调研问卷的设计	38
4. 试题编号: J2-4, 云南白药牙膏各类产品顾客偏好调研问卷设计	42
5. 试题编号: J2-5, 新环境公司二手房市场需求调研问卷设计	45
6. 试题编号: J2-6, 顺丰速运市场满意度调研问卷设计 ..	47
7. 试题编号: J2-7, 大唐物流市场竞争情况调研问卷设计	50
8. 试题编号: J2-8, 老凤祥品牌忠诚度调研问卷设计	53
9. 试题编号: J2-9, 摩登·漂亮宝贝顾客满意度调研问卷设计	56
10. 试题编号: J2-10, 舒比奇广告投放效果市场调研问卷设计	59
11. 试题编号: J2-11, 设计大学生兼职情况调研问卷设计	61
12. 试题编号: J2-12, 长沙海底捞顾客满意度调研问卷设计	63
项目三 撰写调研报告.....	67
1. 试题编号: J3-1, 大学生旅游市场基本特征调研报告 ..	67
2. 试题编号: J3-2, 微商用户基本情况调研报告	71
3. 试题编号: J3-3, 大学生就业问题调研报告	78
4. 试题编号: J3-4, 方便面市场基本情况调研报告	82
5. 试题编号: J3-5, 液晶电视使用满意程度调研报告	85

6. 试题编号: J3-6, 学生笔记本消费需求调研报告	93
7. 试题编号: J3-7, 消费者空调购买行为调研报告	100
8. 试题编号: J3-8, 大学生洗面奶消费行为调研报告 ...	103
9. 试题编号: J3-9, 居民房产置业情况调研报告	109
10. 试题编号: J3-10, 冰激凌消费需求情况调研报告 ...	116
项目四 商务谈判	121
1. 试题编号: J4-1, 物流企业商品采购谈判	121
2. 试题编号: J4-2, 农机设备采购谈判	127
3. 试题编号: J4-3, 液汰奶包装材料买卖项目谈判	133
4. 试题编号: J4-4, B 公司乳业进入 A 超市谈判	139
5. 试题编号: J4-5, 原材料采购谈判	145
6. 试题编号: J4-6, 医药中间体加工费谈判	151
7. 试题编号: J4-7, 软件采购谈判	157
8. 试题编号: J4-8, 购销合同谈判	162
9. 试题编号: J4-9, 项目合资(合作) 谈判	168
10. 试题编号: J4-10, 物流企业购销合同谈判	174
11. 试题编号: J4-11, 物流企业场地租赁谈判	181
12. 试题编号: J4-12, 物流企业合作项目谈判	187
项目五 促销	193
1. 试题编号: J5-1, 校园运动产品促销活动方案策划 ...	193
2. 试题编号: J5-2, 某公司元旦节促销活动方案策划 ...	196
3. 试题编号: J5-3, 公司中秋节月饼促销活动方案策划 .	198

4. 试题编号：J5-4，公司化妆品“七夕节”促销活动方案策划	202
5. 试题编号：J5-5，公司“三八”妇女节内衣促销活动方案策 划.....	204
6. 试题编号：J5-6，德邦毕业季促销活动方案策划.....	207
7. 试题编号：J5-7，顺丰重阳节促销活动方案策划.....	210
8. 试题编号：J5-8，菜鸟开学季促销活动方案策划.....	212
9. 试题编号：J5-9，华为双十一促销活动方案策划.....	215
10. 试题编号：J5-10，中通高校新生开学季促销活动方案策划	217
11. 试题编号：J5-11，步步高春节促销活动方案策划...	219
12. 试题编号：J5-12，百丽国庆节促销活动方案策划...	222
二、岗位核心技能	225
项目六 产品推销	225
1. 试题编号：H1-1，农夫山泉饮用天然水推销	225
2. 试题编号：H1-2，金典有机纯牛奶推销	228
3. 试题编号：H1-3，红罐王老吉凉茶推销	232
4. 试题编号：H1-4，舒肤佳香皂推销	236
5. 试题编号：H1-5，云南白药牙膏推销	239
6. 试题编号：H1-6，海飞丝洗发水推销	243
7. 试题编号：H1-7，康师傅方便面推销	246
8. 试题编号：H1-8，维达纸巾推销	250

9. 试题编号：H1-9，石门柑橘推销	253
10. 试题编号：H1-10，红富士苹果推销	257
11. 试题编号：H1-11，达达同城配送服务推销	261
12. 试题编号：H1-12，立白洗洁精推销	264
三、跨岗位综合技能	268
项目七 广告文案策划.....	268
1. 试题编号：Z1-1，设计手机广告文案	268
2. 试题编号：Z1-2，设计节能电脑广告文案	271
3. 试题编号：Z1-3，设计雅芳 A 霜广告文案	274
4. 试题编号：Z1-4，设计青岛啤酒公司广告文案	276
5. 试题编号：Z1-5，设计爱尔眼科医院广告文案	280
6. 试题编号：Z1-6，设计韵达快递广告文案	282
7. 试题编号：Z1-7，设计顺丰物流广告文案	285
8. 试题编号：Z1-8，设计菜鸟驿站广告文案	287
9. 试题编号：Z1-9，设计德邦物流大件快递广告文案 ...	290
10. 试题编号：Z1-10，设计中通快递广告文案	293

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（市场调查方案项目、市场调查问卷项目、市场调查报告项目、商务谈判项目、促销项目）、核心岗位技能（产品推销项目）与跨岗位综合技能（广告文案策划项目），共有撰写调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告、商务谈判、促销、产品推销、设计广告文案等 7 个测试项目，其中撰写调研方案、设计调研问卷、商务谈判、产品推销、促销五个项目对应 12 个测试题，撰写调研报告、广告文案策划两个项目分别对应 10 个测试题，在同一项目题目的设计上尽量难度一致。

一、专业基本技能

项目一 撰写调研方案

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，培训基地——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。

2020 年，鸿扬打造“需求式家装”。依据客户不同的审美喜好、不同空间、不同家庭人口结构、不同生活使用习惯以及客户在各个空间中想要追求的生活方式所涉及的外观需求，将风格划分成“二十八主题系列”，功能划分为“十五大功能系统”，供消费者进行挑选。

【测试任务】

为了能够满足消费者对家庭装修的不断变化的要求，设计理念的更新能满足市场的需求，鸿扬装修公司决定开展一次市场调研。现请你为鸿扬装修公司以湖南为目标市场，设计一份湖南地区家庭装修需求调研方案。调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(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	考核点	备注
------	---	-----	----

		分			
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)

	算		
小计		100	

2. 试题编号：J1-2，设计品牌知名度与满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

肯德基（Kentucky Fried Chicken，肯塔基州炸鸡），简称 KFC，是美国跨国连锁餐厅之一，同时也是世界第二大速食及最大炸鸡连锁企业，由哈兰德·大卫·桑德斯于 1930 年在肯塔基州路易斯维尔创建，主要出售炸鸡、汉堡、薯条、蛋挞、汽水等高热量快餐食品。

肯德基隶属于百胜餐饮集团，并与百事可乐结成了战略联盟，固定销售百事公司提供的碳酸饮料。截至 2013 年底共有约 18000 家门店。

1939 年，哈兰·山德士上校在肯塔基州 Corbin 市的餐厅内配制成含 11 种调料的炸鸡秘方

1987 年，肯德基进入中国，在北京前门开设了第一家西式快餐连锁餐厅

2002 年 9 月 12 日，中国第 700 家肯德基餐厅在深圳开业，同时面向全国设立 3800 万元“中国肯德基曙光基金”

2004 年 1 月 16 日中国肯德基第 1000 家餐厅在北京开业，同时对外发布《中国肯德基食品健康政策白皮书》

2007 年 11 月 8 日，中国肯德基第 2000 家餐厅在成都开业，同步启动“中国肯德基餐饮健康基金

2010 年 6 月 1 日，中国肯德基第 3000 家餐厅在上海开业，同步启用全新品牌口号“生活如此多娇”。

2011 年 11 月 23 日，肯德基的东家——百胜餐饮集团中国事业部（简称百胜）与中石化携手，百胜旗下的肯德基、必胜客、东方既白餐厅等餐饮品牌将全面入驻中石化全国加油站。而早在 5 年多以前，麦当劳曾率先与中石化签订过在中石化加油站开设汽车餐厅的战略合作协议。

2015 年 8 月 18 日，百胜集团宣布中国事业部主席兼首席执行官

苏敬轼将退休。

2017年6月,《2017年BrandZ最具价值全球品牌100强》公布,肯德基排名第81位。

2020年2月2日,百胜中国控股有限公司已将此前捐赠的300万元,全部定向资助至武汉同济医院,将为首批重点承担新型冠状病毒感染肺炎患者一线防控任务的1000名医务工作者提供每人3000元人道救助金,以致敬战斗在防控线最可爱的“白衣英雄”们。

【测试任务】

公司为了进一步扩大影响,提高湖南市场占有率,打击竞争对手,为此,公司需进行一次湖南地区公司品牌知名度和顾客满意度的市场调研。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、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(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	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方

(80分)	文字表达	5	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	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，设计市场营销专业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】

为了了解本校市场营销专业学生当前兼职方面的情况，欲进行一次市场调研。请你根据背景资料设计一份湖南现代物流职业技术学院市场营销专业学生兼职情况调研方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(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，
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体 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	

内容			(4分)	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		

4. 试题编号：J1-4，设计物流企业市场价格需求情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

韵达快递，是集快递、物流、电子商务配送和仓储服务为一体的全国网络型品牌快递企业，创立于1999年8月，总部位于中国上海，服务范围覆盖国内31个省（区、市）及港澳台地区。服务产品包括：标准国内快递服务、项目客户快递综合服务、保价件服务、代收货款服务、仓储物流服务、短信提醒服务、电话/网上下单服务、签单返回服务、微信平台通知查询服务、一站式物流供应链解决方案。

韵达快递在全国建设了 70 余个分拨中心，在各分拨中心安装了能够进行全天候、全方位进行快件安全监控的视频监控系统，实时监控快件操作、分拨和转运情况，确保快件分拨转运安全和时效。在全网络分拨中心推广应用机械化分拨、操作设备，提高了快件分拨操作质量和效率。遍布全国的 40000 余家营业网点（包括公司、服务部、分部、门店），方便客户寄递快件。

2013 年以来，韵达快递相继与日本、韩国、美国、德国、澳大利亚等国家和地区开展国际快件业务合作，为海外消费者提供快递服务。

2017 年 10 月 11 日，韵达快递发布涨价公告。

2018 年 9 月，韵达向各网点发布“调整到达上海地区快件派费”通知，称受行业环境、人员、场地等成本上涨原因导致派送压力巨大，将各网点到达上海地区的快件派费上调 0.5 元/票，以缓解派送压力、平衡网络发展。

2020 年 3 月，阿里旗下公司杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司已成为韵达第七大股东，持股 2%。

【测试任务】

韵达快递虽有自己的品牌优势，但随着市场紧紧跟随者越来越多，面对市场众多产品的价格优势时，韵达快递想对自己的价格进行一次调整，但又缺乏决策依据，为此想对湖南市场消费者进行一次市场价格需求情况调研。现请你设计韵达快递湖南地区市场价格需求状况调查方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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

	排			
	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，设计视力状况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

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

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

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

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

2014 年 9 月，爱尔眼科首创医疗行业“合伙人计划”，预计到 2020 年，建成 200 家专业眼科医院，为更多的人提供高质量、多层次的眼科医疗服务。

2017 年，爱尔眼科收购美国知名眼科中心。

2020年，爱尔眼科开展约60万台手术为患者“扫盲”。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，需进行一次针对长沙市中小学学生的视力及家庭经济状况的市场调研。请你根据背景资料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、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分标准

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

	调研对象	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。
	调研项目与内容	10	要求符合调研目的（4分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6分）
	调研方式与方法	26	调查对象选定的方式（4分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（4分）。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量（14分）
	调研组织及人员安排	6	调研组织设计科学（2分），人员配备合理（4分）
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理
	经费预算	3	经费预算科学（1分）与详尽（2分）
小计		100	

6. 试题编号：J1-6，设计知名度与满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

湖南华天大酒店股份有限公司是一家以酒店业为核心，以房地产与旅游为两翼，誉满三湘、比肩国际的现代旅游服务企业。1988年5月8日，公司首家高星级酒店——长沙华天大酒店开业，1995年成立华天国际酒店管理公司，1996年实现成功上市。2019年，公司托管总资产逾80亿元，拥有高星级与经济型酒店60余家；公司连锁酒店遍布湖南14个州市及北京、上海、武汉、郑州、长春、南昌、西宁、呼和浩特等全国主要中心城市；作为我国酒店业的“湘军”，公司荣膺“中国饭店业集团20强”、“全球饭店集团300强”，成为我国中西部地区最大的民族酒店品牌。

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

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

【测试任务】

为了提高自身服务水平，湖南华天大酒店股份有限公司欲在长沙市进行一次品牌知名度与顾客满意度的调研，现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、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	

作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分)，标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确，表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性，确定合理，描述基本准确。
		调研项目与内容	10		要求符合调研目的(4分)，内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料(6分)
		调研方式与方法	26		调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分)，表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)
		调研组织及人员安排	6		调研组织设计科学(2分)，人员配备合理(4分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	3		经费预算科学(1分)与详尽(2分)
小计	100				

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。

2018 年 2 月，华为和沃达丰完成首次 5G 通话测试。

2019 年 6 月，华为已在全球 30 个国家获得了 46 个 5G 商用合同，5G 基站发货量超过 10 万个。

2020 年 3 月 31 日，华为发布年报显示，2019 年华为智能手机发货量(含荣耀)达到 2.4 亿台，同比增长约 16.5%，成为全球第二大手机厂商。

近年来，随着手机在校园里的普及，越来越多的手机厂商把目光

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

【测试任务】

华为手机制造商想以长沙市大学生为调查对象，开展一次手机市场需求调查，请你设计一份长沙市大学生手机市场需求调研方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(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
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容内	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)	

容	调 研 目 的	6	目的明确,表述较为准确	字扣1分
	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, 设计物流行业竞争状况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

大唐物流公司创始于1991年,系公路运输、铁路快运、干线整车运输、城际区域配送、仓储服务、货运代理等为主导的综合性、现代化的物流公司。作为中国最早一批物流企业领航者,公司始终坚持以降低企业物流成本,提升优质高效服务为宗旨。依托长期的行业经验,知识化、年轻化、专业化的管理团队,集团化的网络优势,庞大的营运车队,现代化的硬件设施,和多年的不懈努力,最终赢得广大客户的信耐和好评,树立了良好的公司信誉。

大唐物流经过近 30 年的行业累积，建立起了一个完整的覆盖全国的物流运作信息网络，辐射范围涵盖了全国 282 个大中型城市。公司 2007 年全面导入 ISO900-2000 质量体系认证实现了规范化管理，网络化经营、规模化扩展。2019 年 1 月大唐物流荣膺“国家 AAAA 级物流企业”，先后与“三一重工”、“中联重科”、“苏宁”、“国美”、“小米”、“中粮”、“澳优”、“伊利”、“宝洁”、“梦洁”等众多家知名企业建立了长期合作关系。

大唐物流旗下卡车易整车运输平台自成立以来，通过丰富的行业经验和专业知识，已为众多企业提供了专业工程设备运输，机械设备运输，大型设备搬迁等安全、快捷的运输服务。卡车易专业整车运输货运平台，2020 年服务网络已覆盖全国 30 余个省、自治区、直辖市，在全国各大交通节点城市设有办事处，整合了大量的车队和司机资源，拥有全国各地海量回程车运力，能为客户提供全国专线运输、涵盖各类车型的物流运输需求。卡车易专业调度客服团队，一支年轻充满朝气的团队，成员来自于物流、运输、供应链和互联网等领域，具有丰富的行业经验、创新意识和社会责任感，服务过程中，他们将对所有司机进行严格的实名认证及证件审查，保证每位客户都会获得一对一的客服专员对接，全程 GPS 跟进实时反馈货物在途状况，确保货物安全及时送达。卡车易真正做到车源充足调车更快、同等服务价格更优、货物运输全程专人跟进更安全、一站式调车服务让客户省心更安心，让顾客更高效全新的物流体验。

2003 年，长沙市大唐物流有限公司成立，是一家集快运部，物流部，整车事业部的综合性物流公司，以公路运输、整车、零担为主营业，集仓储、运输、物流配送等业务为一体的专业、综合型的物流公司，目前已形成了覆盖全国的物流服务网络。

2019 年 1 月，被中国物流与采购联合会和国家标准委员会评为“国家 AAAA 级物流企业”。

2018-2023 年，湖南省物流与采购联合会第四届理事会理事单位。

【测试任务】

在互联网+时代下，长沙市大唐物流有限公司为了在线上与线下做得更好，并能在长沙市场上具有更明显的竞争优势，现计划开展一

次针对竞争对手的市场调查。请根据背景资料设计一份长沙市场物流行业竞争状况调研方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(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	10	要求符合调研目的(4分)，内容正确且完			

	目与内容		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, 设计毕业班学生就业意向的调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南现代物流职业技术学院创建于1965年, 是全国唯一一所现代物流为主导专业的公办全日制普通高等院校, 现隶属于湖南省商务厅。学校是湖南省人民政府和中国物流与采购联合会共建院校、湖南省示范性高等职业学院、教育部人才培养工作水平评估优秀院校、教育部指定的高职学徒制试点院校、国家物流职业教育人才培养基地。学校2008年牵头成立的湖南省第一家职教集团——湖南现代物流职业教育集团被评为湖南省示范性职业教育集团, 集团化办学被教育部职成司誉为“助力行业, 引领产业”的典型集团化办学模式。学校也是全省唯一一所跻身工程研究中心建设、全省唯一一所跻身湖南省重大科技专项研究的高职院校。学校连续6年被评为“湖南省就业工作先进单位”。

学校全方位对接物流产业打造现代物流大专业群, 现建有“现代

物流管理”、“智慧物流技术”、“现代物流商务”3大特色专业群。并围绕现代物流开设教学机构和专业，设有物流管理学院、物流工程学院、物流信息学院、物流商学院、物流人文艺术学院和国际合作与继续教育学院6个二级学院，开设物流管理、物流工程技术、物流信息技术、物联网技术、物流金融管理等27个专业，其中物流管理是湖南省首批示范性特色专业；物流信息技术是湖南省特色专业和中央财政支持的重点建设专业；物流工程技术是中央财政支持的重点建设专业；会计是省级精品专业。我校是国家级教学团队建设单位，也是湖南省教育厅备案的来华留学生招生单位，第一批留学生已到校就读。

学校拥有现代物流专业群、物流工程技术专业、物流信息技术专业3个省级教学团队，有一批省级专业带头人、省级教学名师、省级青年骨干教师、湖南省物流业促进发展委员会专家委员和湖南省物流标准化委员会专家委员，参与了湖南省物流业振兴实施规划、湖南省“十三五”物流业发展规划、长株潭物流规划等产业发展规划的制定工作，承担了165项国家级、省级科研课题和一批企业项目的研发工作。

近年来，学校改革创新，锐意进取，取得了一系列荣誉与成绩。专业建设和技能竞赛方面，我校“现代物流管理”、“智慧物流技术”、“现代物流商务”3大特色专业群均入围湖南省一流特色专业群建设项目。学校荣获全国职业院校学生技能大赛高职组智慧物流方案设计与实施、物联网应用技术赛项的冠军，学生创新创业“挑战杯”国家级特等奖，全国职业院校教师技能竞赛一等奖。2018年全省教师教学能力比武，我校教师获奖项目数位列全省前十。反映学生培养质量的核心指标——毕业设计抽查和技能抽查近三年合格率为100%，位列全省前十。重点项目建设方面，国家级现代学徒制-物流工程技术专业和物流管理专业顺利通过教育部中期检查，项目建设成果得到了专家组的高度评价。我校网络学习空间建设与应用被教育部评为2018年度全国网络学习空间应用普及活动优秀学校。2019年，我校成为全国物流管理专业“1+X”证书制度试点工作牵头单位和首批国家职业教育教师教学创新团队建设单位；物流信息技术国家职业教学资源

库成功立项。我校荣获首届湖南省文明校园。国际合作办学和培训方面，我校与德国北黑森应用技术大学合作办学向纵深拓展，为一带一路国家开展多期援外培训班，获得省内为数不多的招收国际留学生的高职院校资格，荣获教育部、财政部职业院校教师素质提高计划国家级培训项目管理办公室批准的“优质省级职业院校教师素质培训基地”。其它特色项目方面，“三名工程”、“成长金钥匙——素质拓展工程”、“一抵制两走进”、“大学生成长之锚——新生入学十倡议”、“三促活动”、“牵强富会”、党建工作“三三制”等品牌活动蜚声省内职教界。)2022年7月，湖南现代物流职业技术学院入选湖南楚怡职教“双高双优”湖南省高水平高职学校建设A档公示名单。

【测试任务】

为了让湖南现代物流职业技术学院的专业能更好地对接市场需求，为我国的经济发展做出更大的贡献；也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，湖南现代物流职业技术学院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湖南现代物流职业技术学院毕业班学生就业意向的调研方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

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

小计	100	
----	-----	--

10. 试题编号：J1-10，设计课余时间安排调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

在今天的大学校园里，大学的生活是丰富多彩的，属于大学生们自由支配的时间也越来越多。在这新的环境和时代下，大学生们都是自己独立掌握作息时间，自由分配业余时间，自由安排业余生活。他们都在作些什么，是如何丰富自己的课余生活呢？

【测试任务】

湖南现代物流职业技术学院为了详细了解本校大学生在课余时间的安排情况、对大学生生活的态度和课余生活习惯等情况，欲进行一次市场调研。现请你根据市场调查资料背景，设计一份湖南现代物流职业技术学院大学生课余时间安排调研方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员安排、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(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
	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			

11. 试题编号：J1-11，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。

2018 年 5 月 8 日，联想集团董事长兼 CEO 杨元庆通过内部信宣布联想正式成立全新智能设备业务集团。

2019 年 11 月 1 日，联想成立 35 周年时，联想 CEO 杨元庆发内部邮件称，联想已经是一家年收入超过 3500 亿人民币的全球化高科技公司。在 180 个市场开展业务，拥有 5.7 万名员工。

2021 年 9 月 30 日，联想集团科创板 IPO 申请获得上交所受理。

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，提高长沙市场销量，扩大产品知名度，联想集团需进行一次针对长沙市居民电脑需求情况的市场调研。请你根据背景资料设计一份长沙市居民电脑需求情况调研方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方

法、调研组织与人员安排、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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

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

12. 试题编号：J1-12，设计中老年人身体状况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

九芝堂股份有限公司是国家重点中药企业，湖南省重点高新技术企业，国内上市公司。其前身“劳九芝堂药铺”创建于1650年，是中国著名老字号。

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

公司秉承“九州共济、芝兰同芳”的经营理念，立足医药行业，以药业为中心，向中药材的规范化种植延伸，适度介入生物制品和化学药品，逐步形成科、工、贸一体化相结合的“健康产业”，力争在

五年内进入国内医药企业十强。今天的九芝堂，以长沙为总部，分别在浏阳、成都、海南建立了多家子公司，已发展成为拥有总资产 15.5 亿元、净资产 12.3 亿元，下辖 7 家直接控股子公司、3 家间接控股子公司，年销售过 12 亿元，利税过 3 亿元的工商一体化的现代大型医药企业。在未来，九芝堂将继续以中成药为主，努力向生物制药等领域拓宽，发扬三百多年的优良制药传统，同时积极采用现代高新技术，力争跻身中国医药工业 10 强和中国企业 500 强。

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

2005 年 2 月，公司入选“2004 年度长沙工业二十强”。

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

2007 年 4 月，公司被《医药经济报》评为“中国制药工业百强”。

2009 年 4 月，公司再次被《医药经济报》评为“中国制药工业百强”。

2016 年 3 月 29 日，智能制造现场观摩会在九芝堂股份有限公司举行。该公司六味地黄丸智能化生产车间，是湖南省医药行业首家高效节能的中药数字化、智能化、标准化车间。拥有 6 条国内先进的浓缩丸自动化生产线，同时设置 1 条国内第一的带式烘箱干燥机，解决了传统生产工艺中的单设备操作，实现智能化生产，减少了 6 个人工转运点，劳动强度降低 50%以上，最终成本降低 30%以上，实现最大日产浓缩丸 9 吨。

2018 年，成立九芝堂美科（北京）细胞技术有限公司，是美国 Stemedica 公司干细胞技术的中国指定承接方。

2019 年 9 月，九芝堂-ALTACO 国际医疗中心落地霍尔果斯国际边境合作中心，是九芝堂在整合传统医学与精准医学方面迈上的新台

阶，也是九芝堂大健康产业布局的新起点。

2020年12月，入选“2019年度中华民族医药百强品牌企业”。

【测试任务】

公司计划加大推广六味地黄丸的力度，在推广之前，需进行一次针对长沙市中老年人的身体状况的市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的、调研对象、调研项目与内容、调研方式与方法、调研组织与人员安排、调研时间安排、调研经费等基本要素。

(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，
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具封面完整	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	

内容			(4分)	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		

项目二 设计调研问卷

1. 试题编号：J2-1，伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

代言人(杨幂)：消化派达人

健康、时尚、充满活力的形象与“每益添”所倡导的健康、活力、时尚的品牌理念非常契合。伊利牵手杨幂，让“每益添”品牌成为健康、活力的“代名词”，“健康活力，每一天”也是伊利集团对消费者的承诺。新品发布会当天，杨幂的“超强号召力”也吸引了大批“幂粉”到场。

阮经天：消化派新秀

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

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计伊利每益添企业品牌形象调研问卷，目的是向消费者了解伊利每益添在大众心中的品牌形象，以便制

定后续的品牌宣传推广方案。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，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	

2. 试题编号：J2-2，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。2021年5月，三孩生育政

策全面放开。放开“三胎”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；三胎政策全面放开会产生部分的 4+2+3 结构。这样的家庭人口构成，加上人均收入水平的不断提高会催生一种孩子主导消费的新型文化。70-90 后父母在孩子身上消费能力强。据国家统计局数据统计显示，全国一二三线城市中，0-14 岁儿童支出占家庭支出比例约 40%。但同时我们应该看到，由于孩子还没有经济能力，催生出的这种儿童经济背后的消费主体是父母，也就是目前 70 后、80 后，以及未来的 90 后人群。儿童数量决定了市场的消费容量，而父母的消费习惯决定了市场的消费频率和质量。以儿童服饰为例，70-90 后父母的品牌意识更强，对其颜色、款式、质量要求更高，更愿；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逐步实现了跳跃式提升：2008 年童装年人均消费金额为 350 元，2012 年达到 740 元；2017 年达 1700 元；2020 年童装年人均消费额 3500 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，目的是在国家三孩政策出台后，制定巴拉巴拉企业的童装生产计划。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，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	考核点	备注
------	---	-----	----

		分			
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		

3. 试题编号: J2-3, 中国邮政特快专递 EMS 顾客需求调研问卷的设计

(1) 任务描述

【背景资料】

中国邮政速递物流股份有限公司(简称中国邮政速递物流)是经国务院批准,中国邮政集团于2010年6月联合各省邮政公司共同发起设立的国有股份制公司,是中国经营历史最悠久、规模最大、网络覆盖范围最广、业务品种最丰富的快递物流综合服务提供商。

中国邮政速递物流在国内31个省(自治区、直辖市)设立全资子公司,并拥有邮政货运航空公司、中邮物流有限责任公司等子公司。截止2020年底,公司注册资本250亿元人民币。员工近16万人,业务范围遍及全国31个省(自治区、直辖市)的所有市县乡(镇),通达包括港、澳、台地区在内的全球200余个国家和地区,自营营业网点近9千个。

中国邮政速递物流主要经营国内速递、国际速递、合同物流、快货等业务,国内、国际速递服务涵盖卓越、标准和经济不同时限水平和代收货款等增值服务,合同物流涵盖仓储、运输等供应链全过程。拥有享誉全球的“EMS”特快专递品牌和国内知名的“CNPL”物流品牌。

EMS分为航空和陆运两种,航空EMS,时效为大城市次日到达,乡村或偏远城市为2日到达,偏远城市的乡村为3日到达,快递单上右上角标有“国内标准快递”字样(本省内也有国内标准快递,但非航空)。陆运EMS时效为邻省城市为2日到达,偏远城市为4日到达,一般城市为3日到达,乡村在上述时间上晚1-2天到达,快递单上的右上角标有“国内经济快递”字样。

1980年7月15日,开办国际邮政特快专递业务,开创了我国快递业。

1984年4月，开办国内特快专递业务。

1985年12月3日，中国速递服务公司成立，成为我国第一家专业快递企业。

1994年1月18日，在全国首家实现邮件网上跟踪查询，从此迈入信息化时代。

1995年11月26日，中国邮政航空公司成立，是国内第一家全货运航空公司。

1999年，发起设立万国邮联EMS（全球特快专递）合作机构，并担任理事至今。

2000年，开办直递业务，进入物流领域。

2001年8月1日，开办国内快递包裹业务，提供陆运快递服务。

2003年1月18日，成立中邮物流有限责任公司，成为国内最早从事合同物流的企业之一，兼营快货和国际货代业务。

2004年8月19日，邮政航空公司开办全夜航，成为国内唯一一家夜航公司，推出一、二线城市次晨达、次日递业务。

2007年1月10日和8月28日，正式开办国内电子商务速递业务和经济快递业务。

2008年12月19日，全国速递、物流完成整合，成立中国邮政速递物流公司。

2010年6月10日，中国邮政速递物流公司完成股份制改造，成立“中国邮政速递物流股份有限公司”。

2011年11月25日，中国邮政航空有限责任公司召开成立15周年紀念大会。邮航安全飞行15周年，构建全夜航快递骨干网，拥有16架波音737全货机、35条航线，每周运行近350个国内、国际航班。

2013年1月31日，南京集散中心正式全面投产使用，充分利用全自动化的邮件分拣处理设备，实现全夜航邮件的集中上机分拣，日处理量30万件。

2014年7月，中国邮政速递物流股份有限公司面向电商仓配市场成功推出“云仓”服务。

2015年1月24日，中国邮政速递物流股份有限公司中邮海外仓

1号仓上线启用，标志着中国邮政“走出去”战略迈出重要一步。

2016年11月，中国邮政速递物流在“双十一”旺季生产中以13分钟的配送时效打破天猫全球首单配送记录，EMS品牌与口碑再创新高。

2017年3月16日，中国邮政速递物流率先在全国推出“次日递”时限承诺服务——“限时未达，原银奉还”。

2017年12月，全国云仓网络布局已初步完成，472个仓储中心，总面积约361万平方米，六大枢纽仓均具备百万单发货能力。

2019年11月11日-12日，全国邮政快递包裹累计订单量和收寄量双过亿，达到历史最好成绩。截至11月20日，累计订单量超4.2亿件，累计收寄量超3.9亿件。

2022年10月17日，中国邮政EMS年业务量突破100亿件，较2021年提前62天，标志着中国邮政运营质效稳步提升，寄递能力取得新突破，寄递业务发展再次迈上了新台阶。

【测试任务】

作为中国最大的物流企业，邮政在中国已早已家喻户晓。中国邮政速递物流公司秉承全心全意为客户服务的理念，为客户提供优质服务。为进一步了解湖南消费者对中国邮政速递EMS服务和产品的需要，架起企业与消费者沟通的桥梁，请你以市场调研员的身份，设计中国邮政特快专递EMS湖南地区顾客需求调研问卷。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分标准

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		

4. 试题编号：J2-4，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】

2023年，云南白药牙膏公司意欲减少两款产品，以便集中资源、资金生产和销售主要产品类型，以使企业得到更好发展。请以市场调研员的身份，设计长沙地区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，从而做出决策。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业 素养 (2 0 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 (8 0 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 market 信息（2分）
小计		100	

5. 试题编号：J2-5，新环境公司二手房市场需求调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

湖南新环境房地产经纪有限公司（简称“新环境公司”）成立于2001年6月。主要从事二手房买卖、租赁、销售代理、银行按揭等经纪业务，是一家专业提供房地产经纪服务的综合机构，具备房地产经纪机构三级资质。从该企业成立至今，其已实现了跨越式发展。

至2020年，新环境公司的业务范围已涉及房屋全程代理、房屋租赁、房屋买卖上市交易、权证办理、按揭贷款、房地产投资咨询、商铺租售、写字楼租售及商品房、空置房、企业债权房销售代理等多个方面。

二手房市场已经成为一个不可忽视的存在。从价格的节节攀升，到交易量的持续增长；从大中介公司的“跑马圈地”，到小中介公司林立，二手房市场已经开始“奔跑着歌唱”，更重要的是，二手房已经纳入了越来越多老百姓置业的考虑范围。

对商家而言，百姓的需求就是市场，对媒体而言，百姓的需求就是责任。作为厦门的一张市民报，导报始终和百姓生活密切联系。导报零售量居全市之首，拥有最广泛的读者群，他们是二手房消费市场的重要力量，因此我们特别策划了“二手房”专版系列，努力做到真实、及时、全面地反映二手房市场信息，为百姓提供最有效的参考。

二手房市场是离普通百姓最近的住房市场，二手房市场的健康发展，对于整个房地产市场的全面启动有着巨大的拉动作用。

是什么原因促使二手房如此受人关注？二手房相对一手房而言，到底具备了哪些优势？人们选择二手房的原因大致有：价格便宜、小

孩上学、有投资价值、以小换大、就业方便、适合养老等等。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计新环境公司二手房市场需求调研问卷，目的是了解湖南消费者对二手房的具体需求，包括面积、价位、地理位置等，以便制定公司的二手房销售推广策略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业 素 养 (2 0 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 (8 0 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	

6. 试题编号：J2-6，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。

目前，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，至 2020 年，已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

的了解顾客对顺丰速运的满意度及反馈意见，以便制定更完善的顾客服务策略，提高顾客的满意度和忠诚度。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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、		

	序		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	

7. 试题编号：J2-7，大唐物流市场竞争情况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

大唐物流公司创始于1991年，系公路运输、铁路快运、干线整车运输、城际区域配送、仓储服务、货运代理等为主导的综合性、现代化的物流公司。作为中国最早一批物流企业领航者，公司始终坚持以降低企业物流成本，提升优质高效服务为宗旨。依托长期的行业经验，知识化、年轻化、专业化的管理团队，集团化的网络优势，庞大的营运车队，现代化的硬件设施，和多年的不懈努力，最终赢得广大客户的信赖和好评，树立了良好的公司信誉。

大唐物流经过近30年的行业累积，建立起了一个完整的覆盖全国的物流运作信息网络，辐射范围涵盖了全国282个大中型城市。公司2007年全面导入ISO900-2000质量体系认证实现了规范化管理，网络化经营、规模化扩展。2019年1月大唐物流荣膺“国家AAAA级

物流企业”，先后与“三一重工”、“中联重科”、“苏宁”、“国美”、“小米”、“中粮”、“澳优”、“伊利”、“宝洁”、“梦洁”等众多家知名企业建立了长期合作关系。

大唐物流旗下卡车易整车运输平台自成立以来，通过丰富的行业经验和专业知识，已为众多企业提供了专业工程设备运输，机械设备运输，大型设备搬迁等安全、快捷的运输服务。卡车易专业整车运输货运平台，2020年服务网络已覆盖全国30余个省、自治区、直辖市，在全国各大交通节点城市设有办事处，整合了大量的车队和司机资源，拥有全国各地海量回程车运力，能为客户提供全国专线运输、涵盖各类车型的物流运输需求。卡车易专业调度客服团队，一支年轻充满朝气的团队，成员来自于物流、运输、供应链和互联网等领域，具有丰富的行业经验、创新意识和社会责任感，服务过程中，他们将对所有司机进行严格的实名认证及证件审查，保证每位客户都会获得一对一的客服专员对接，全程GPS跟进实时反馈货物在途状况，确保货物安全及时送达。卡车易真正做到车源充足调车更快、同等服务价格更优、货物运输全程专人跟进更安全、一站式调车服务让客户省心更安心，让顾客更高效全新的物流体验。

2003年，长沙市大唐物流有限公司成立，是一家集快运部，物流部，整车事业部的综合性物流公司，以公路运输、整车、零担为主营业，集仓储、运输、物流配送等业务为一体的专业、综合型的物流公司，目前已形成了覆盖全国的物流服务网络。

2019年1月，被中国物流与采购联合会和国家标准委员会评为“国家AAAA级物流企业”。

2018-2023年，湖南省物流与采购联合会第四届理事会理事单位。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计长沙市大唐物流有限公司市场竞争情况调研问卷，目的了解长沙市大唐物流有限公司的主要竞争对手产品种类、产品优势、产品服务、产品价格等情况，以便长沙市大唐物流有限公司有针对性的制定市场战略，在市场竞争中占有有利形势。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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	

8. 试题编号：J2-8，老凤祥品牌忠诚度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

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

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

“牌子老，款式新，工艺精，信誉好”是消费者对老凤祥品牌的共识。而这一切，来源于老凤祥不断创新的经营理念、严格的质量管

理体系、完善的银楼管理标准和齐全的十大特色服务。广为流传的“老凤祥首饰，三代人的青睐”正反映出了消费者对这一首饰著名品牌的钟爱。

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

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

在国内取得高速发展的同时，本着“立足上海、覆盖全国、面向世界”的发展方向，老凤祥已先后在境外开设了 9 家银楼专卖店，体现了老凤祥由“民族珠宝首饰业的领军品牌向国际著名品牌”发展的战略目标正稳步推进的信心。老凤祥品牌也在发展中不断升华，多次入围《财富》“中国 500 强”，“全球 100 大奢侈品公司排行榜”，连续 13 年名列世界品牌实验室主办的世界品牌大会“中国 500 最具价值品牌”榜单，2017 年品牌价值达 260.97 亿元；2018 年 5 月，以 274.21 亿元的品牌价值名列中国品牌价值百强第 52 位，位居中国珠宝首饰行业第一，再次荣列“2018 价值中国品牌 100 强”。“2022 全球高档和奢侈品牌价值 50 强”发布 老凤祥位列第 28 位，成为大中华区唯一入选珠宝首饰品牌。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计老凤祥品牌忠诚度调研问卷，目的是了解新市场环境下消费者对民族品牌-老凤祥的品牌认知和品牌忠诚度，为老凤祥未来制定品牌推广策略提供参考。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业 素养 (2 0 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 (8 0 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		12	每个问题只包含一项内容（2 分），避免否定		

	计		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	

9. 试题编号：J2-9，摩登·漂亮宝贝顾客满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

“摩登·漂亮宝贝”是“摩登·漂亮宝贝美容国际集团”旗下著名连锁品牌，集团是一家时尚美业综合服务提供商，创造性提出了“赞美经济”理念，通过现代化商业模式传播专业、健康、时尚的漂亮事业。集团致力于“赞美经济”产业的实践与创新，产业涉及时尚创意体验服务、时尚创意产业咨询服务及专业人才培养服务。集团旗下拥有两家企业：湖南你好’漂亮时尚创意产业发展有限公司和湖南摩登培训咨询管理有限公司。同时，倾力打造了属于摩登集团的三个品牌：“你好’漂亮”一级品牌，“艾肯”美发和“摩登树”美容二级品牌。

湖南摩登漂亮宝贝时尚创意产业发展有限公司于2002年成立，为中外合资企业，是摩登集团旗下的时尚体验服务型企业，公司主营美容SPA和美发SALON、瑜伽、色彩、时装、形象设计等体验服务。其愿景是顾客高度100%满意；成为行业的典范；促进健康和谐的高品质生活；从业人员自我价值的实现。其使命是“漂亮中国，和美天下”，让“你好’漂亮”品牌成为文明、和谐中国的代名词。

今年来，摩登集团一直是湖南时尚体验服务的先锋企业，目前在长沙拥有五家大型直营店：你好’漂亮中国第一形象店、你好’漂亮旗舰店、你好’漂亮玫瑰苑、你好’漂亮生活馆、你好’漂亮会所。在株洲拥有一家大型直营店——你好‘漂亮中国株洲店。目前，在集团总部拥有管理人员近 100 人，一线服务人员 1000 余人。企业年生产总值过亿元，利税达 2000 多万元。

公司所属的中国第一形象店通过了五星级美容店的评定，成为湖南省首家五星级美容店，其美发业务被誉为华中地区美发行业的一面旗帜，所属连锁美容机构被评为全国首批“全国放心美容院”。摩登集团旗下的湖南摩登漂亮宝贝形象艺术培训学院是时尚创意产业人才教育培养基地，是目前中南地区教学环境最好，师资力量最全，教学质量最优的形象艺术类教学培训机构，是湖南唯一通过劳动职业技能培训 ISO9000 认证的行业教育培训基地。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计摩登·漂亮宝贝顾客满意度调研问卷，目的是帮助摩登·漂亮宝贝详细收集顾客对各项服务的满意情况以及意见建议，以便提高服务品质，根据顾客需求有序扩大经营服务项目。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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

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

小计	100	
----	-----	--

10. 试题编号：J2-10，舒比奇广告投放效果市场调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南舒比奇生活用品有限公司成立于 2013 年，湖南英氏集团旗下分公司之一，是一家集科研、设计、生产、销售和售后服务于一体，专注婴幼儿健康护理用品的综合性现代化企业。

舒比奇，中国首款专利防红臀纸尿裤，专注致力于婴幼儿纸品，专业预防宝宝红臀。舒比奇亲体研究中心，致力于呵护宝宝娇嫩肌肤，多年精心研究打造婴幼儿“亲体”用品，体贴入微，细心关爱，精心呵护宝宝每一步成长。

舒比奇品牌“Suitsky”诞生于 2009 年，旗下有“舒比奇”、“舒比奇高护”“初生时代”、“恩玛”四个婴幼儿纸品品牌，拥有国际领先的自动化纸尿裤生产线、纸尿裤片生产线、湿巾生产线等 20 余条，产品涵盖纸尿裤、纸尿裤片、拉拉裤、小内裤、湿巾等，营销网络现已覆盖全国各大省。2022 年，推出森态透气裤宠柔系列，棉柔舒适舒比奇，空气感舒适体验：空气棉表层，打造空气交换通道。

英氏力邀汪涵成为舒比奇最新代言人。汪涵作为主持界的名嘴、节目制作人，以博学多才、风趣幽默著称，拥有良好的公众形象，汪涵代言的产品也得到了消费者的认可。升级当奶爸之后，汪涵一直细心呵护宝宝和太太，爱家好男人的形象深得妈妈们的信任。舒比奇官方表示，汪涵的形象身份与舒比奇纸尿裤十分契合，是代言人的不二人选。

2015 年 12 月 1 日，国内著名主持人汪涵正式成为舒比奇代言人，目前广告片已陆续登陆湖南卫视、湖南经视等电视频道。舒比奇 2016 年电视广告投放全面启动。舒比奇，中国知名纸尿裤品牌，拥有国际领先的自动化纸尿裤生产线、纸尿裤片生产线等 20 余条，旗下产品涵盖婴儿纸尿裤、纸尿裤片、内裤式纸尿裤等多个品类。

2018 年，舒比奇推出“奇葩育儿观”系列海报，海报上汪涵与萌娃的合影感觉十分有爱，海报的整体风格也非常温暖可爱，每张海

报上的“奇葩育儿观”更让网友直呼“萌萌哒”。

除了恰当地卖萌，舒比奇还巧妙地借助了湖南卫视著名主持人亦是自家品牌代言人汪涵的号召力。微博话题中疑似涵哥与宝妈的微信聊天截图被众多网友转发，对话中，涵哥一直强调宝宝屁屁的重要性，发表奇葩的育儿观，引来网友调侃热议，策神也成了被策的对象。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计舒比奇广告投放效果市场调研问卷，目的是了解消费者对舒比奇广告的印象，包括广告接受度、广告好感度等以便制定评估广告效果。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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）	

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		

11. 试题编号: J2-11, 设计大学生兼职情况调研问卷设计

(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】

请以市场调研员的身份，设计湖南现代物流职业技术学院大学生兼职情况的市场调研问卷，目的是了解兼职前和兼职后都会出现各种各样的情况、问题等以便制定建议与对策。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

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	

12. 试题编号：J2-12，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，并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。

2018年9月26日，海底捞(新上市编号：06862)正式登陆香港资本市场。

2018年10月25日，北京瀛海智能自动化科技有限公司在东京宣布，海底捞和日本松下电器公司联合打造的智能餐厅于10月28日在北京开张。

2019年10月，海底捞市值2千亿港元。

2021年，《财富》中国500强排行榜，海底捞排名360名。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计长沙海底捞顾客满意度调研问卷，目的是了解长沙市民对海底捞餐饮服务的满意度，以便进一步提高服务水平，提升顾客满意度，培养顾客忠诚度。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分标准

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

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

小计	100	
----	-----	--

项目三 撰写调研报告

1. 试题编号：J3-1，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，长沙某旅行社于今年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：

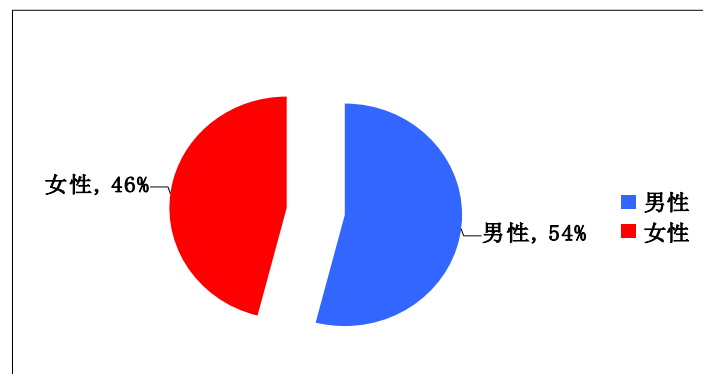


图1 被调查者性别分布情况

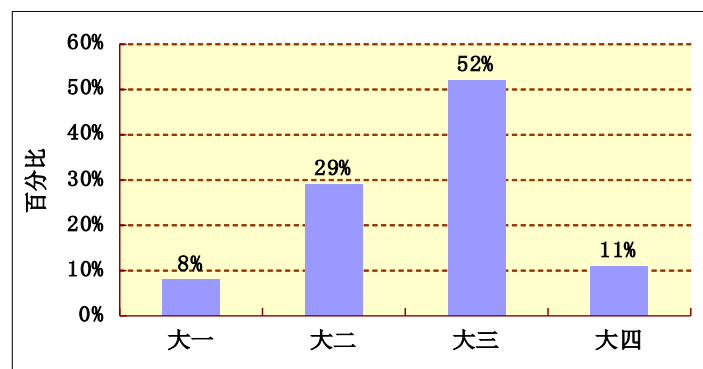


图2 年级分布

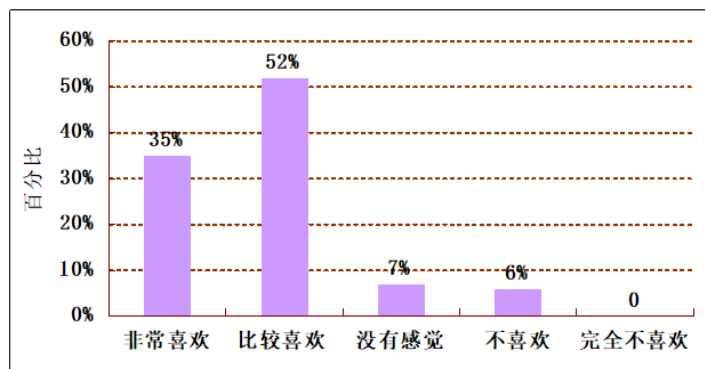


图3 旅游喜好

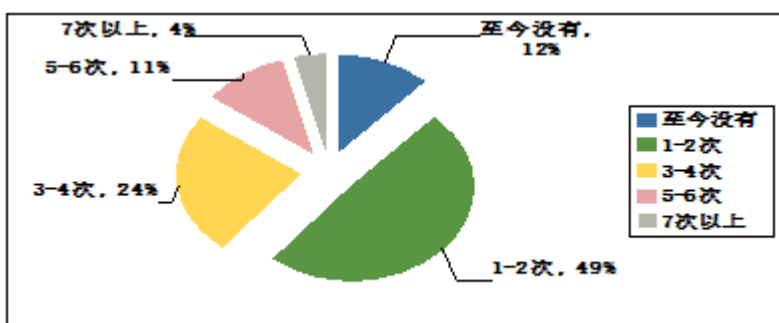


图4 旅游次数

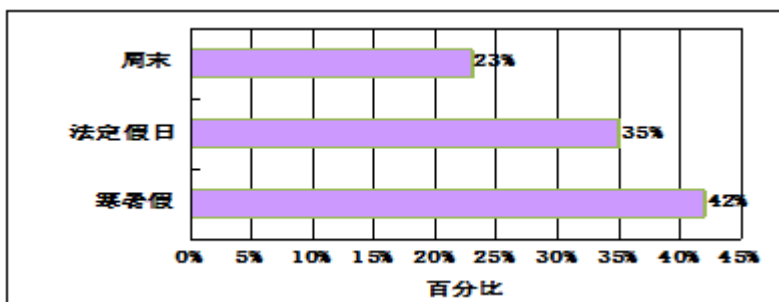


图5 旅游时间

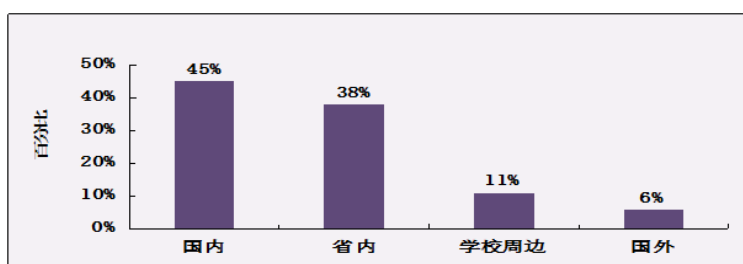


图6 旅游目的地

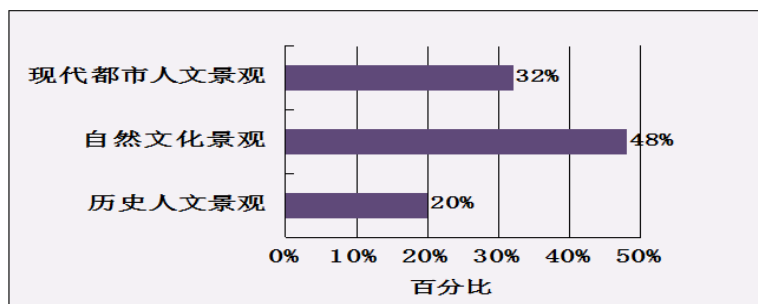


图 7 旅游景观类型

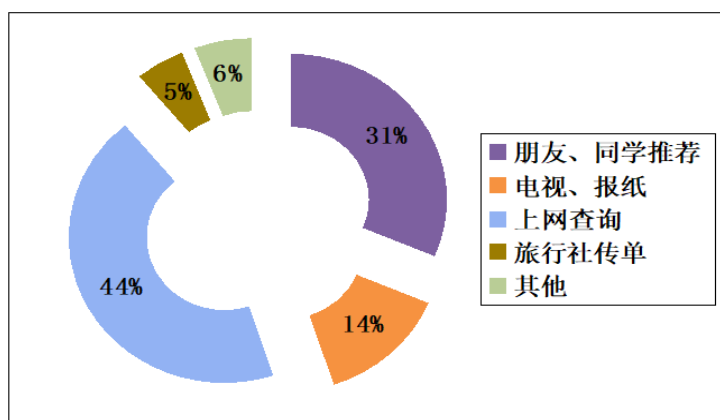


图 8 旅游目的地信息获取

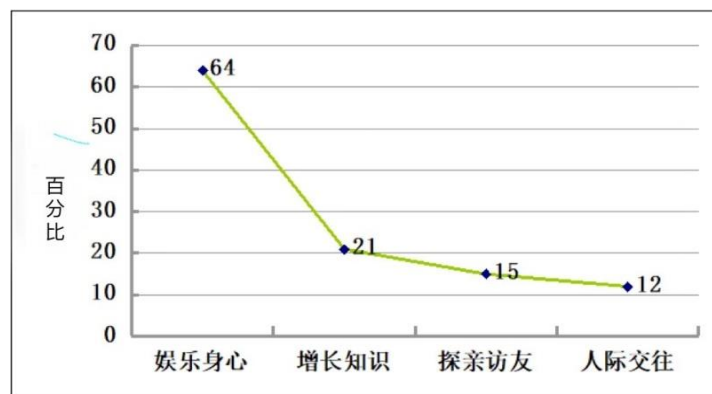


图 9 旅游目的

【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：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	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
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）	

			(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。	字扣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		

2. 试题编号: J3-2, 微商用户基本情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

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

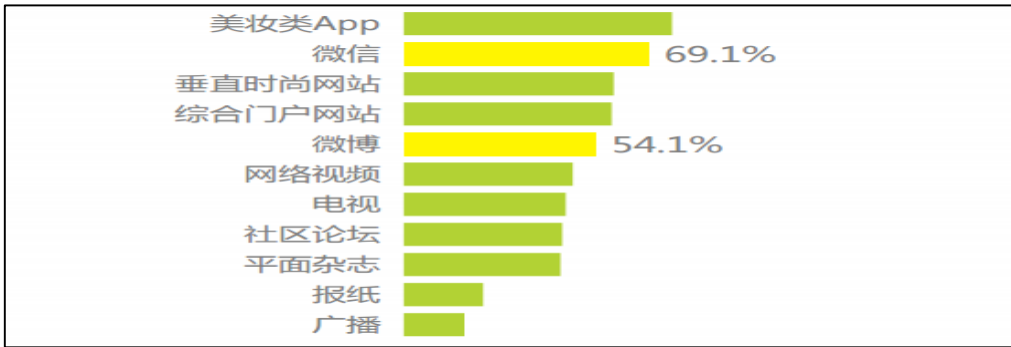


图 1 女性获取美妆信息的主要渠道

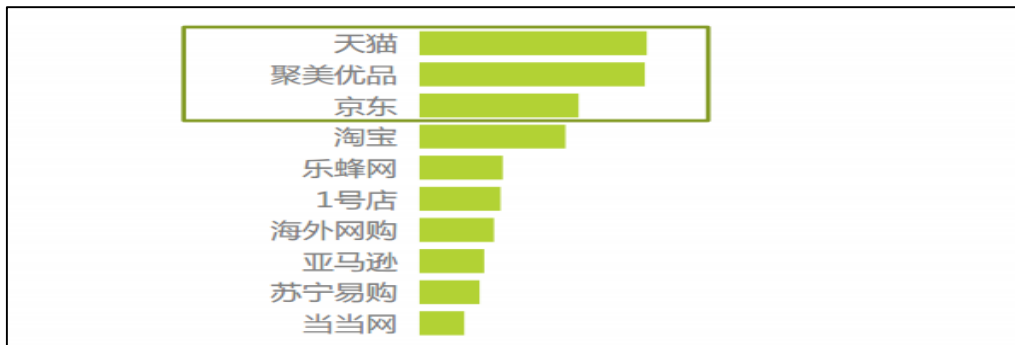


图 2 女性移动美妆用户护肤品网络购买渠道 TOP10

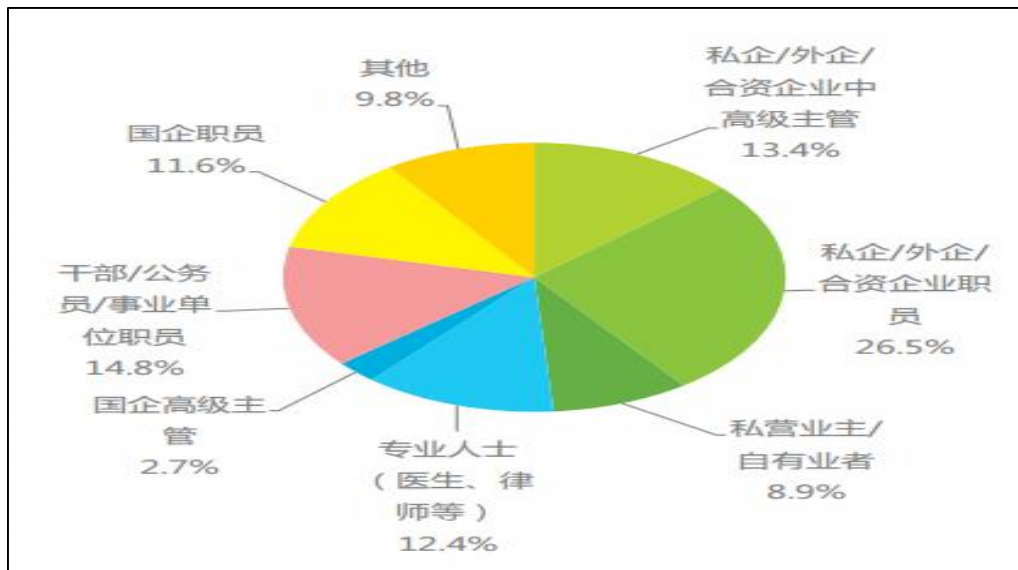


图 3 微商用户职位分布

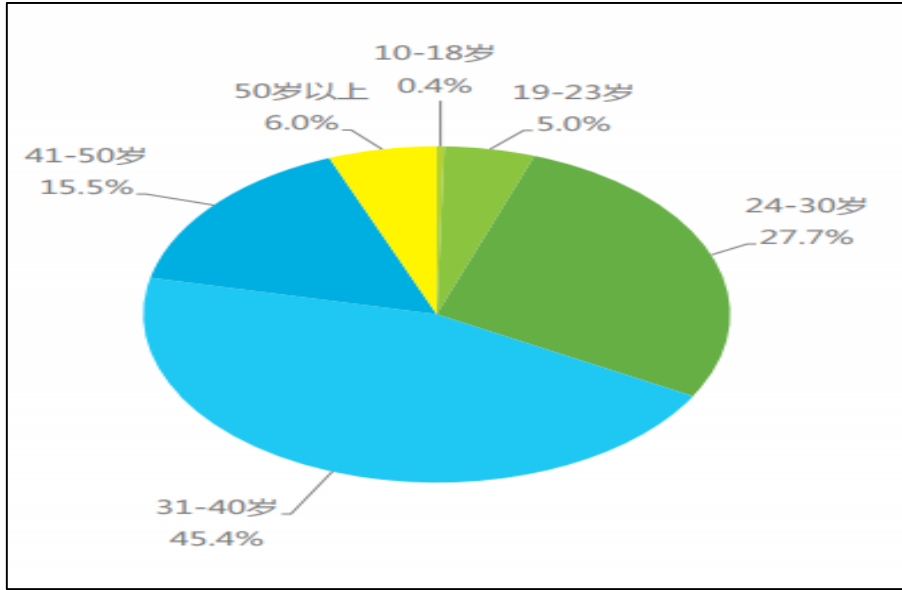


图 4 微商用户年龄段分布

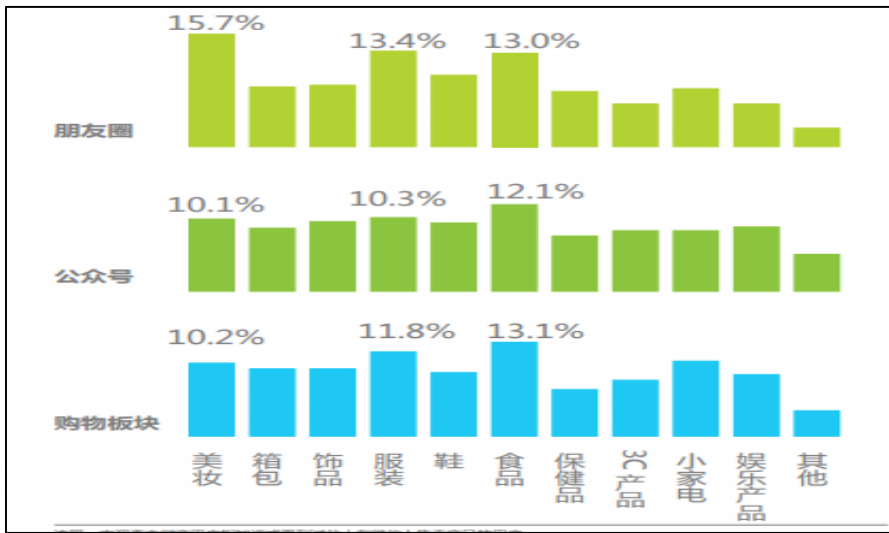


图 5 女性微商用户微信购物品类

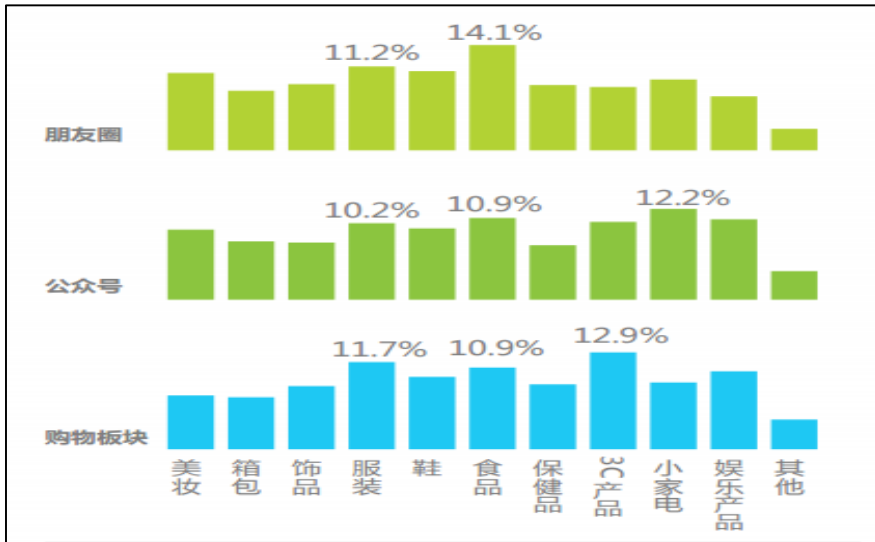


图 6 男性微商用户微信购物品类

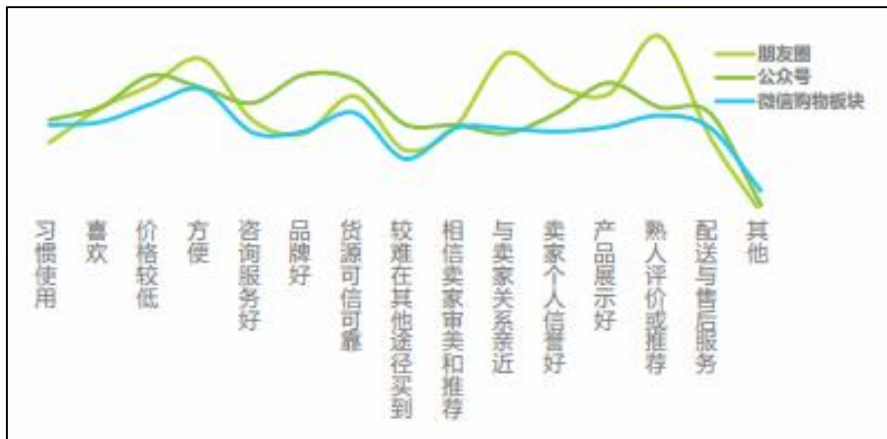


图 7 微商用户的购买原因

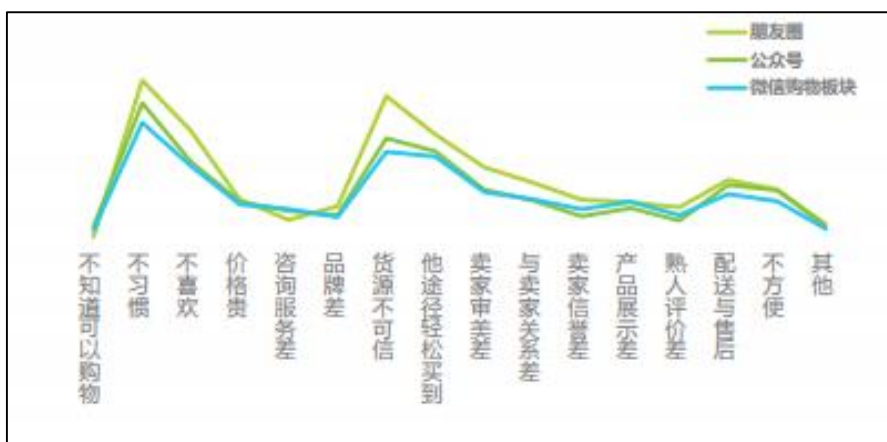


图 8 微商用户的未购买原因

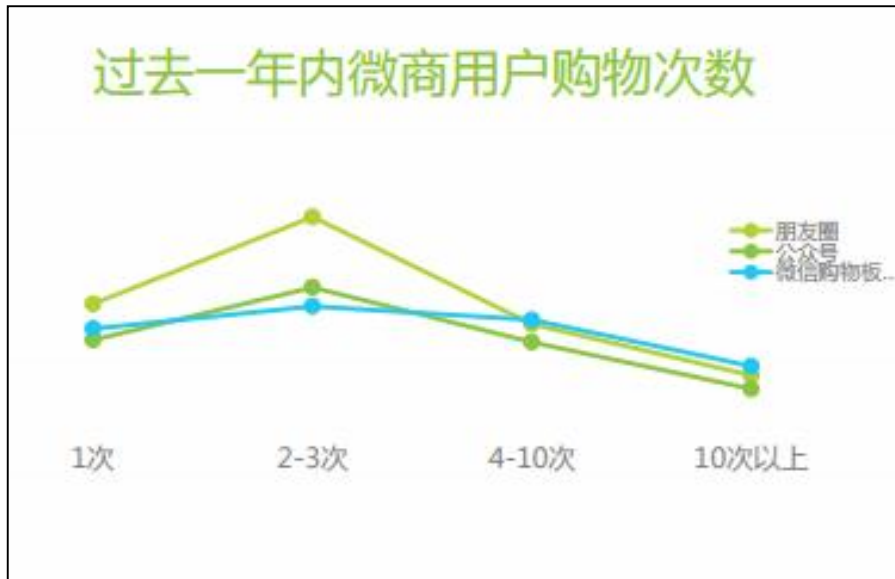


图 9 过去一年內微商用户购物次数

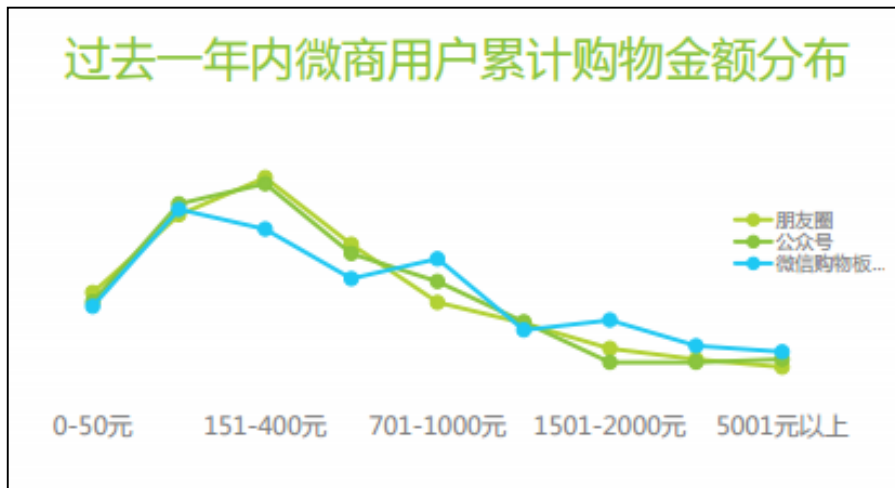


图 10 过去一年內微商用户累计购物金额分布图

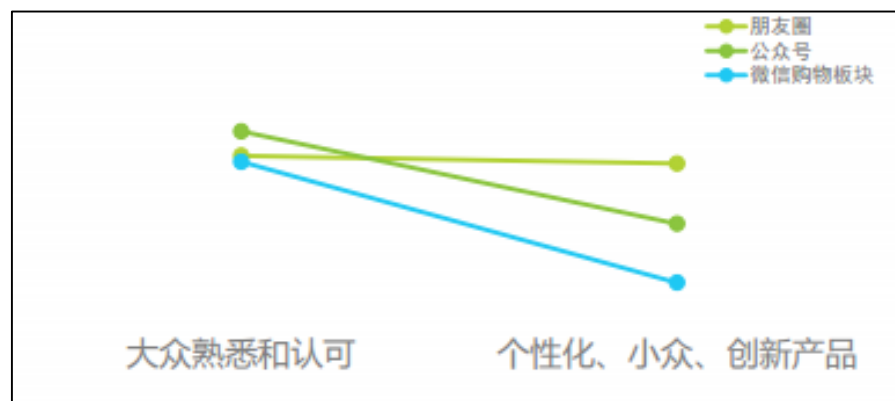


图 11 微商用户偏好的产品类型

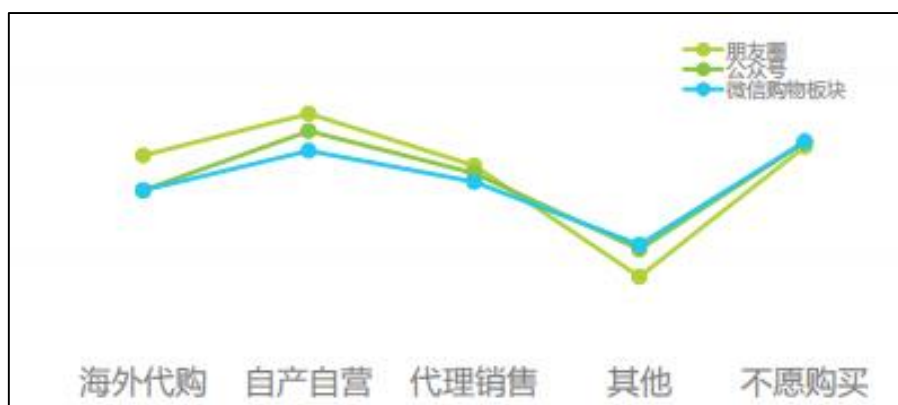


图 12 微商用户偏好的产品渠道类型

【测试任务】

请根据某学校市场营销专业学生提供的今年微商基本情况调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	严重违反考场
	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			
	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	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		

3. 试题编号：J3-3，大学生就业问题调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某公司针对大学生今年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968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	通过熟人介绍
----	-------	--------	---------	--------

			就业资料	
所占百分比	77.9%	44.1%	44.1%	20.6%

6、您的择业观念：

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

7、您欲选择什么样的单位就业：（限选两个）

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

8、您认为当前毕业生就业的主要问题：

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

9、您觉得自己在就业求职的过程中最具竞争实力的方面是：

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

10、您最希望自己在就业求职过程中得到：（限选两项）

答案	企业的从业经验	良好的专业技术	先进的管理模式	前沿知识信息	广泛的人际关系	团队合作技巧	良好的薪酬福利	自我价值的实现	稳定的工作岗位
----	---------	---------	---------	--------	---------	--------	---------	---------	---------

所占百分比	42.6%	36.8%	29.4%	14.7%	26.5%	13.2%	14.7%	25%	7.4%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-----	------

11、您认为您能接受的工资是：

答案	2000 一下	2000-2500	2500-3000	3000-3500	3500 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：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	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

分)	文字表达		10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	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。
		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		

4. 试题编号：J3-4，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。

某公司于今年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。本次调研成功访问方便面直接消费者636人。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：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	格式规范,合理,思路清晰,具备信息整理、分析及处理能力(4分);方法得当,逻辑思维和分析能力强,对背景资料分析透彻、细致(4分);能在规定时间内完成任务(2分)。	
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范(包括封面、目录、正文、附件)	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍,但需列明;调研报告字数要求1500字以上,每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(5分)	
	目录	7	排列有序(3分)、一目了然(4分)(排列至一、(一)两级即可)	
	正文	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设的可靠性的目的(2分)。	
	数据资料	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		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		

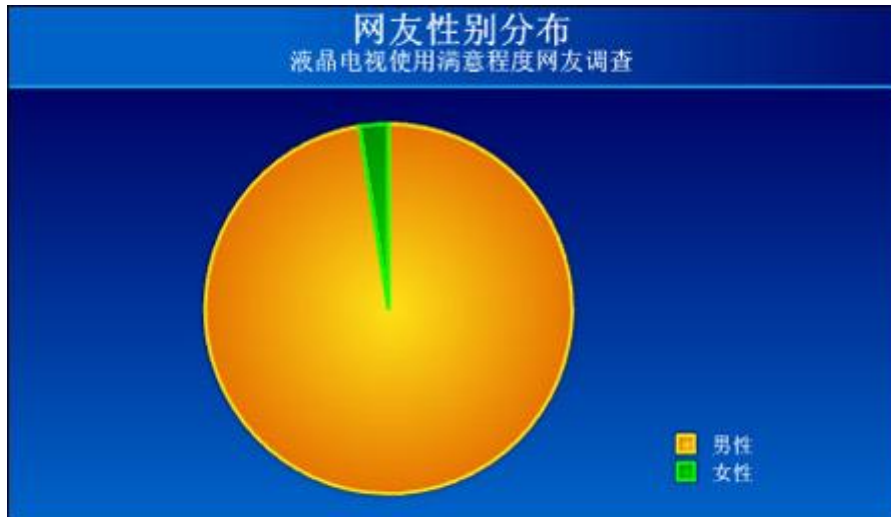
5. 试题编号：J3-5，液晶电视使用满意程度调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

PConline 数字家庭开展了一次网友液晶电视使用满意程度调查问卷，共发放 1200 份问卷，回收问卷 1131 份，主要调查消费者购买液晶电视后在使用过程中对产品的功能、性能、质量等方面的满意程度，此次调查活动的结果整理统计如下：

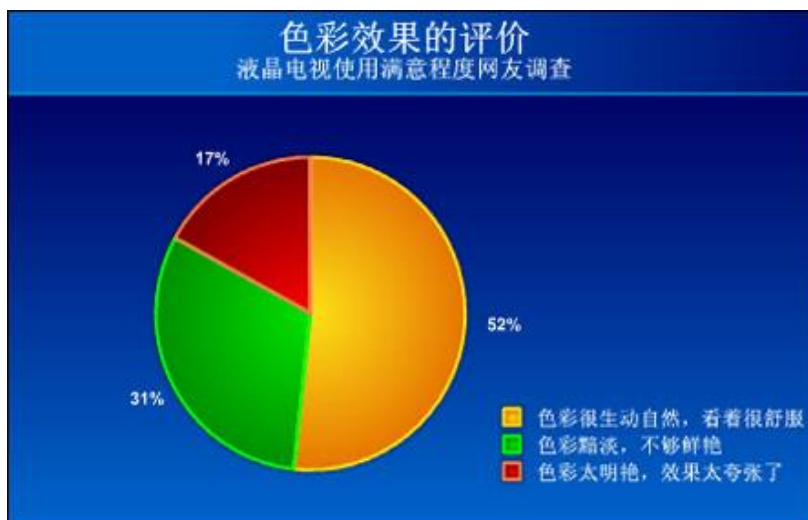
1. 请问你的性别(单选)



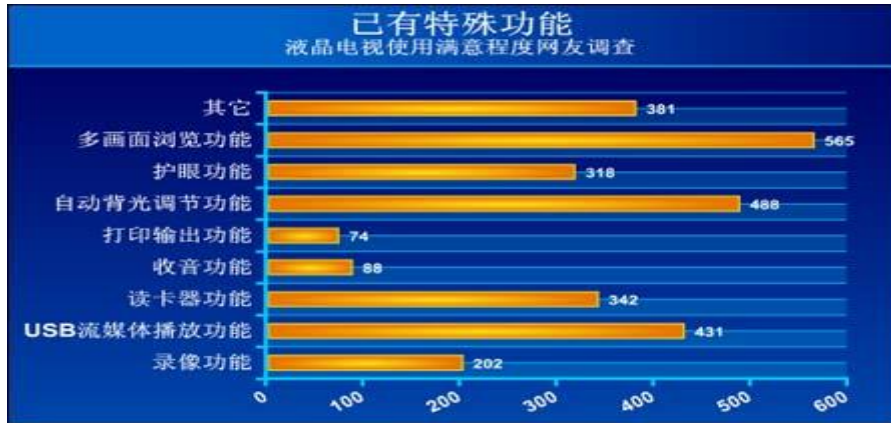
2. 请问你的年龄(单选)



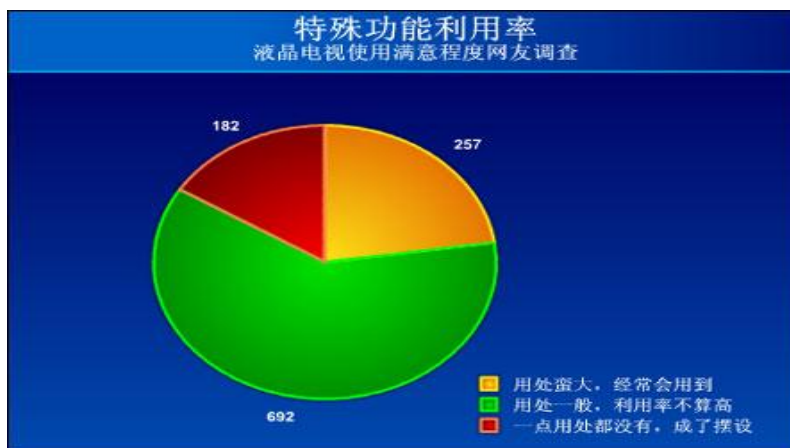
3. 你对使用中的液晶电视的色彩效果的评价(单选)



4. 请问你的液晶电视配备了以下哪些特殊功能?(多选)



5. 你觉得这些特殊功能用处大吗？（单选）

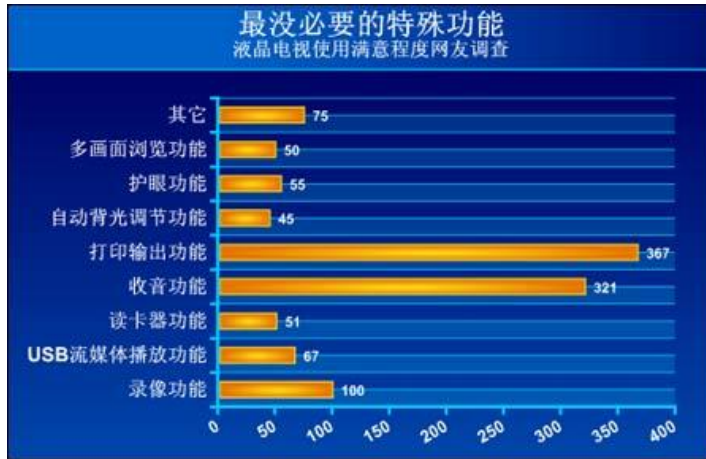


6. 如果让你重新选择，你最希望液晶电视可以拥有哪项功能？

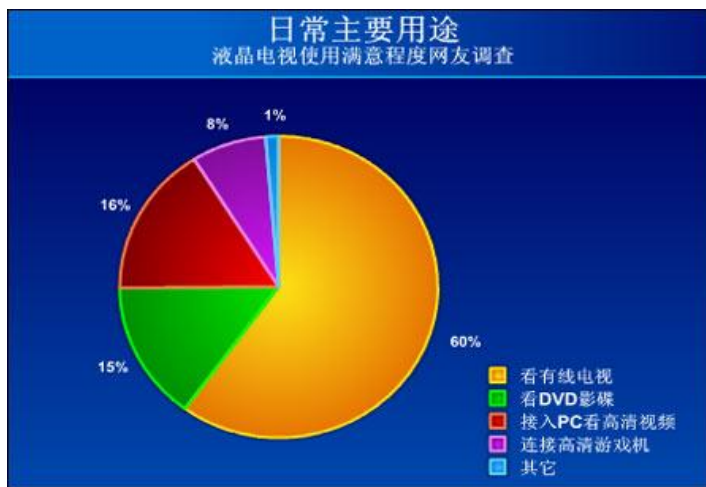
（单选）



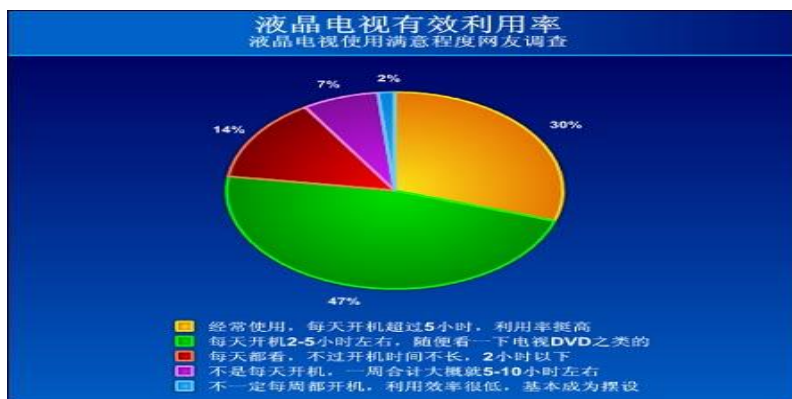
7. 你认为液晶电视最没有必要配置的是哪项功能？（单选）



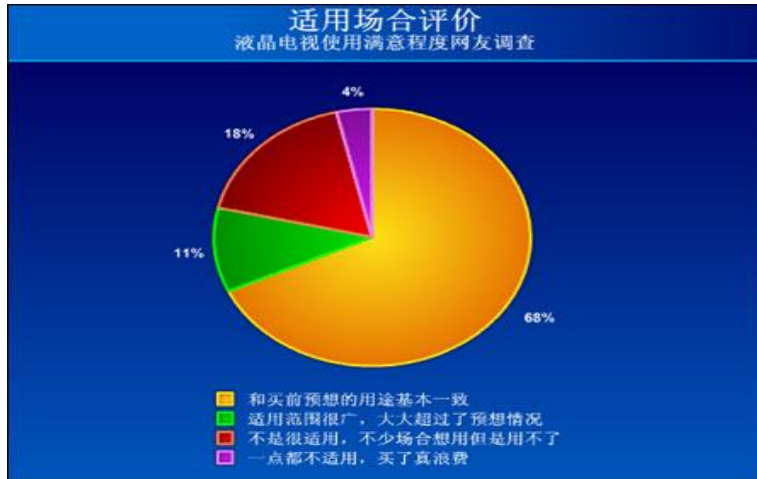
8. 你平时主要用液晶电视进行以下哪项娱乐活动？（单选）



9. 你觉得家中的液晶电视的有效利用率如何？（单选）



10. 你认为购买的液晶电视所适用场合（如看电视影碟和接PC或者游戏机）与你预想的一致吗？（单选）



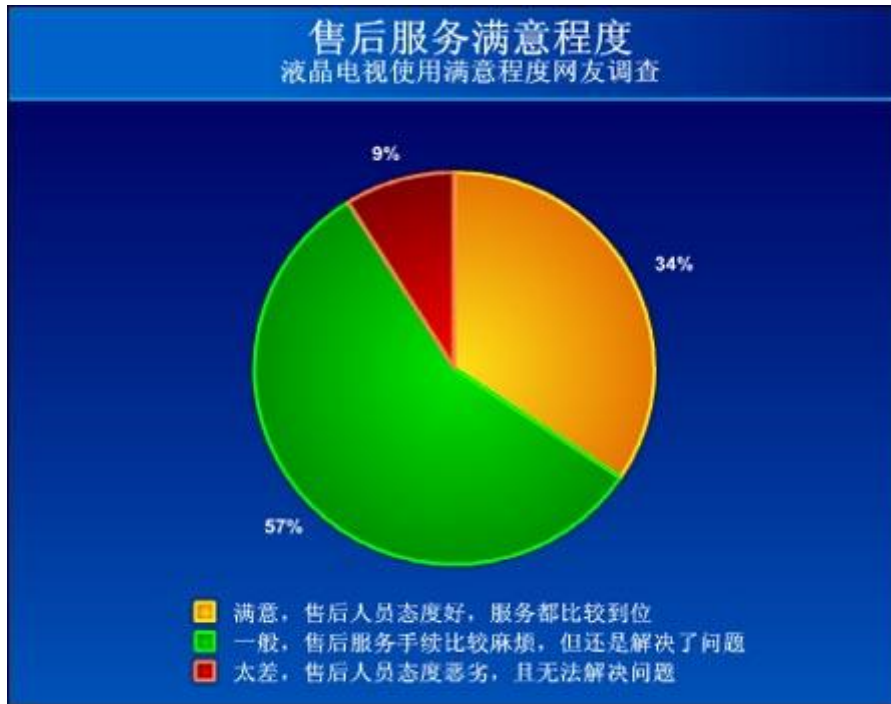
11. 请问你对使用中的液晶电视质量表现满意吗？(单选)



12. 请问你的液晶电视的故障维修历史情况(单选)



13. 请问你对现有液晶电视的售后服务满意吗？（单选）

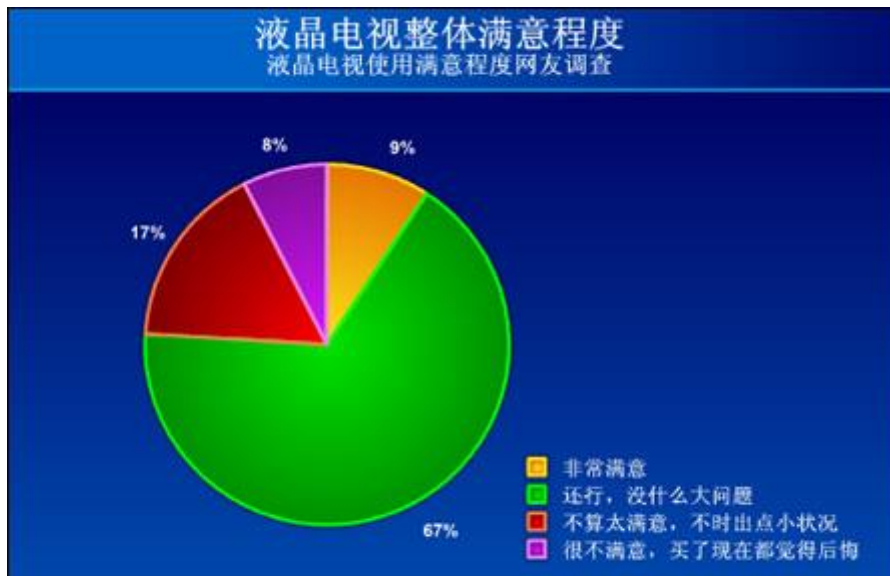


14. 你觉得液晶电视售后维修服务最需要改进的地方是什么？

（单选）



15. 就整体而言，你对现在使用的液晶电视满意吗？（单选）



【测试任务】

请根据 PConline 提供的网友液晶电视使用满意程度调查数据，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：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	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		
	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	10	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础			

		论 及 建 议		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		

6. 试题编号：J3-6，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：

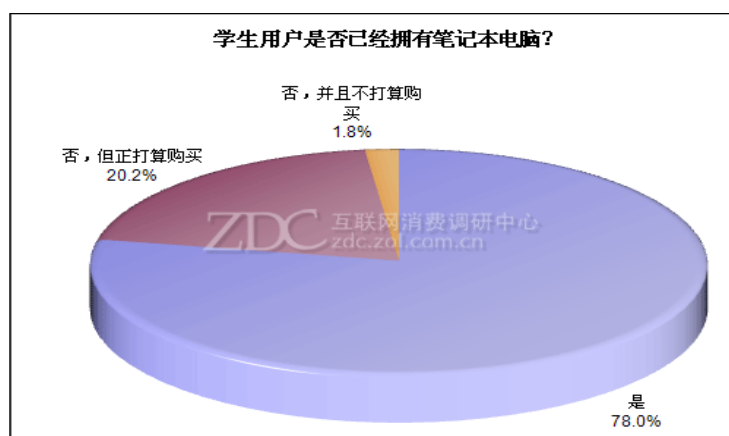


图 1 学生用户拥有笔记本电脑情况

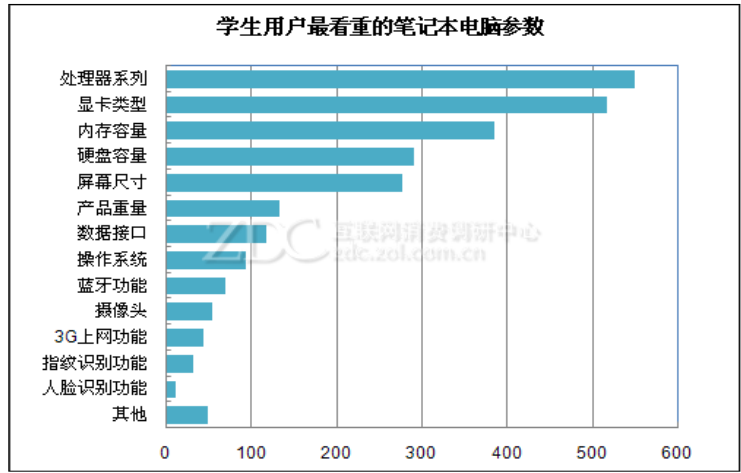


图 2 学生用户最看重笔记本电脑参数

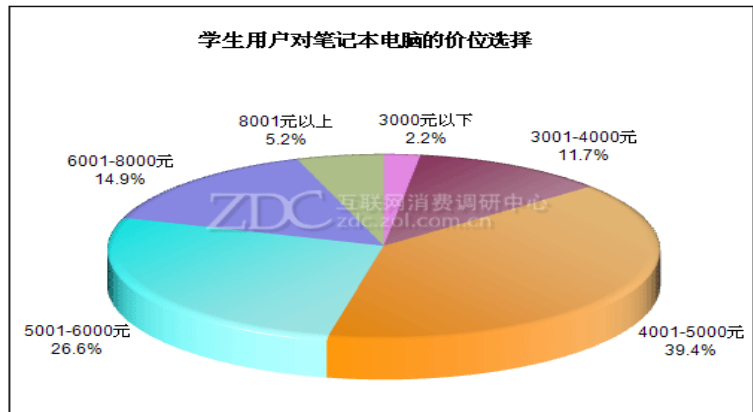


图 3 学生用户对笔记本电脑的价位选择

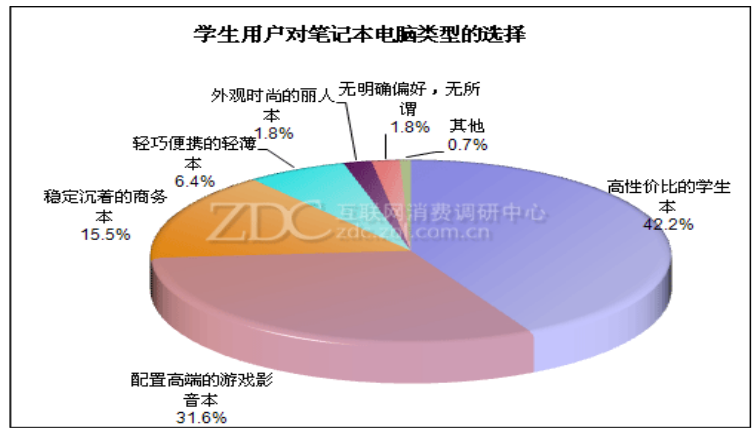


图 4 学生对笔记本电脑类型的选择

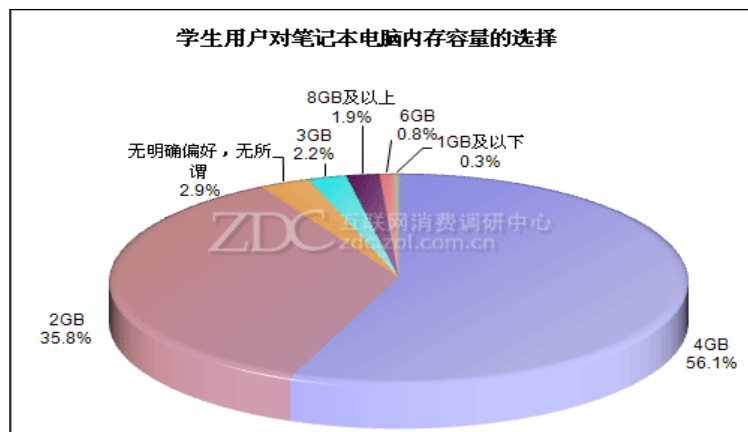


图 5 学生对笔记本电脑内存容量的选择

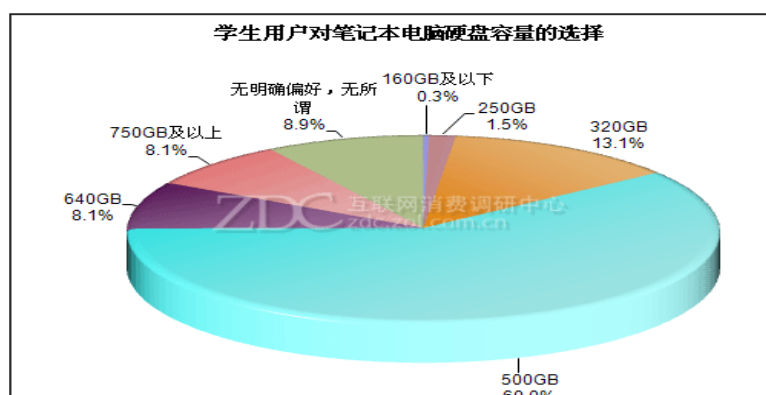


图 6 学生对笔记本电脑硬盘容量的选择

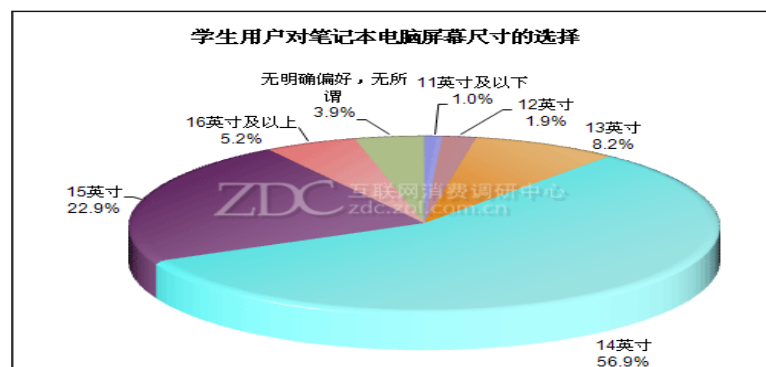


图 7 学生对笔记本电脑屏幕尺寸的选择

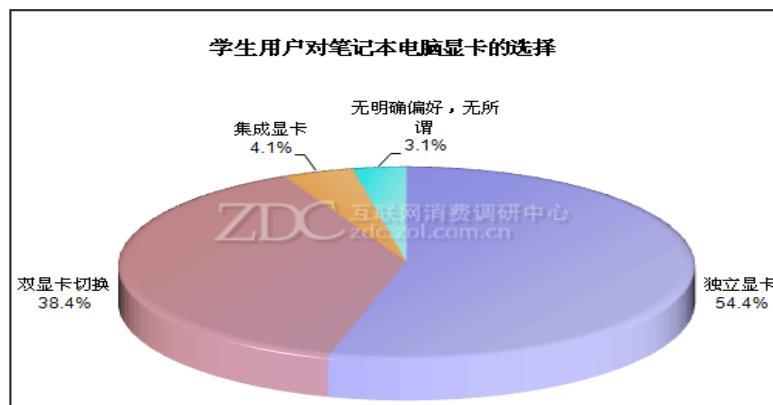


图 8 学生对笔记本电脑显卡的选择

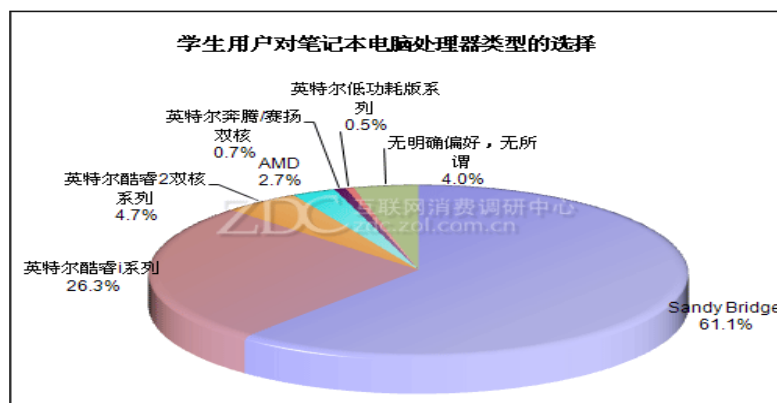


图 9 学生对笔记本电脑处理器类型的选择

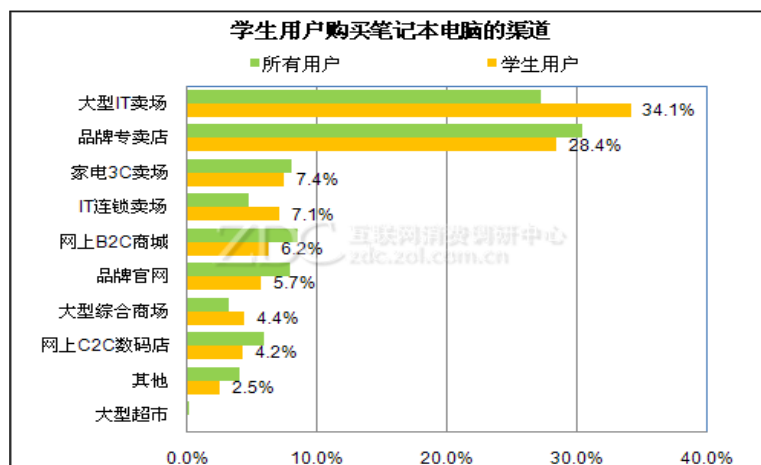


图 10 学生购买笔记本电脑的渠道

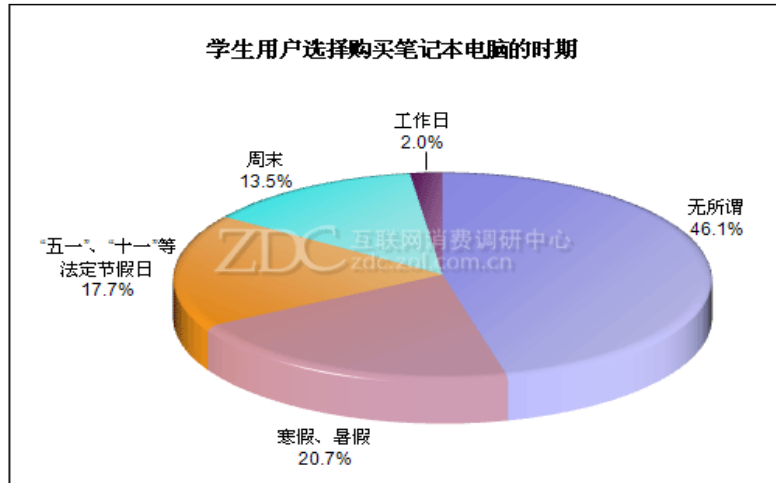


图 11 学生选择购买笔记本电脑的时期分布

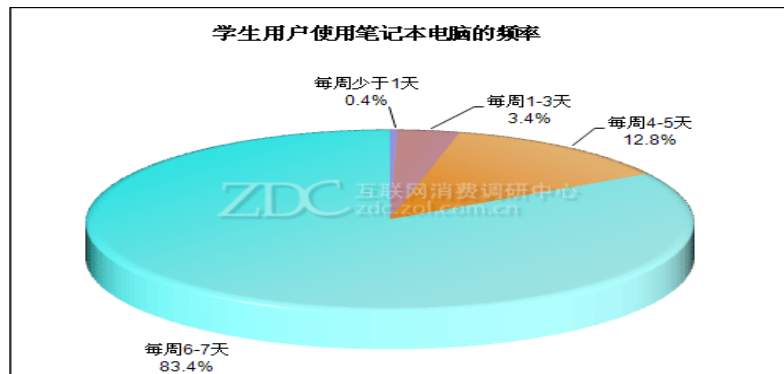


图 12 学生使用笔记本电脑的频率

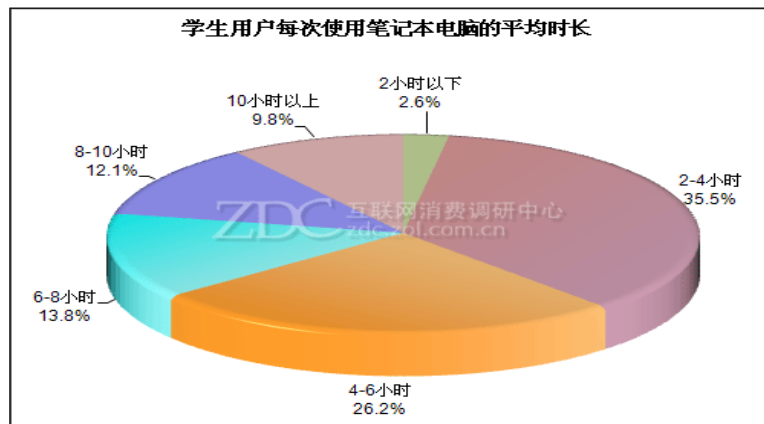


图 13 学生每次使用笔记本电脑的平均时长

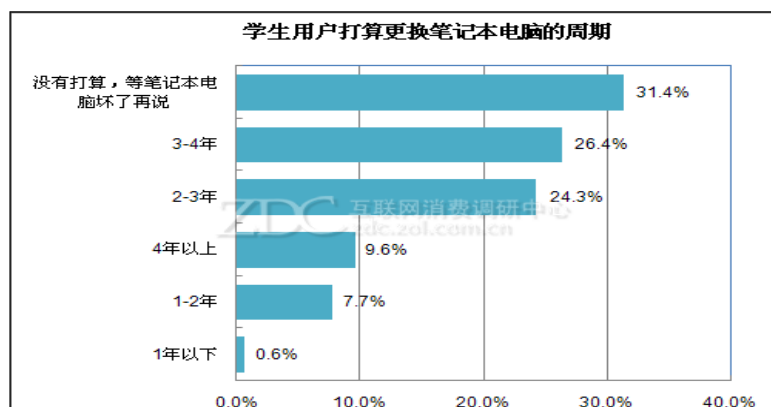


图 14 学生打算更换笔记本电脑的周期

【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：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	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）。	

				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		
	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	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		

7. 试题编号：J3-7，消费者空调购买行为调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

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

1. 近10年（2012-2022）城镇居民可支配收入，空调拥有量等数据资料：

可支配收入 (元/人)	1592	1783	2168	2817	3886	4705	5052	5209	5435	5818
消费性支出 (元/人)	1294	1446	1732	2194	3138	3886	4098	4137	4482	4800
耐用品支出 (元/人)	88	105	128	168	245	269	332	352	394	486
空调拥有量 (台/百户)	108.1	110.8	114.2	117.1	119.5	121.0	122.8	125.1	128.1	132.3

2. 2022年末不同收入家庭空调拥有量（台/百户）：

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

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

4. 计划购买空调的200户家庭关注空调服务、质量、促销、价

格、其他要素的分别为 28、144、4、20、4 户。

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

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

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

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

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

10、计划购买空调的 200 户，空调价位选择分别为：2000 元以下的 12 户，2000—3000 元的 56 户，3000—4000 元的 45 户，4000—5000 元的 36 户，5000 元以上的 30 户，到购买时再定的 21 户。

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

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

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

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

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

【测试任务】

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

要求：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	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
	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）	列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。	
	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			

8. 试题编号：J3-8，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，从长沙选取了9所高校的学生进行了问卷调查，共发放问卷450份，其中有效问卷430份，问卷统计结果如下：

第1题您的性别[单选]

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

第2题您所在的年级[单选]

选项	小计(人)	比例
A. 大一	60	14%
B. 大二	70	16.3%
C. 大三	160	37.2%
D. 大四	140	32.6%
本题有效填写人次	430	

第3题您使用洗面奶吗[单选]

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

第4题您每月的生活费是多少[单选]

选项	小计(人)	比例
A. 500元以下	100	23.3%

B. 500-1000 元	180	41.9%
C. 1000-1500 元	60	14%
D. 1500-2000 元	30	7%
E. 2000 元以上	60	14%
本题有效填写人次	430	

第 5 题您每月花在洗浴用品上的钱是多少[单选]

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

第 6 题您平均每月花在洗面奶上的钱是多少[单选]

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

第 7 题您购买洗面奶的偏好是什么[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 只选名牌	190	44.2%
B. 较多选择名牌	120	27.9%
C. 较多选择非名牌	30	7%
D. 其他	90	20.9%

本题有效填写人次	430	
----------	-----	--

8 题您最喜欢的洗面奶品牌是什么[多选]

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

第 9 题您经常选择的洗面奶的价格[单选]

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

第 10 题您购买洗面奶时最追求的效果是什么[单选]

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

第 11 题您购买洗面奶的途径是什么[单选]

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

第 12 题您喜欢尝试新产品吗[单选]

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

第 13 题哪些因素可以让您购买以前没有买过的洗面奶? [多选]

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

【测试任务】

请根据某洗面奶企业调查的长沙 9 所高校学生洗面奶消费行为基本数据,用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求: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;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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	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
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5 分）	
	目录	7	排列有序（3 分）、一目了然（4 分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2 分）、调查的主要内容（2 分）、调查的主要方式与方法（2 分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）	

			(4分)等几项内容。简明扼要,精炼概括,能够达到对后面的主体部分做一个引导,对主体部分的数据来源作一个交待,证明用以论证的数据是有效的、可靠的,从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的(2分)。	字扣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		

9. 试题编号: J3-9, 居民房产置业情况调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

长沙市今年春交会期间,某调研中心针对参与房交会的广大市民的居住情况、消费习惯、心理预期等进行了一次较大规模的调研。调研采用填问卷表免费赠阅《长沙楼市》的方式进行,调查对象为房交会的参观者,问卷内容主要涉及被调查者基本情况、购房意向和购房信息来源。本次房交会期间共发放问卷10000份,收回7136份,其

中有效问卷 6337 份。现就有关数据统计汇总如下：

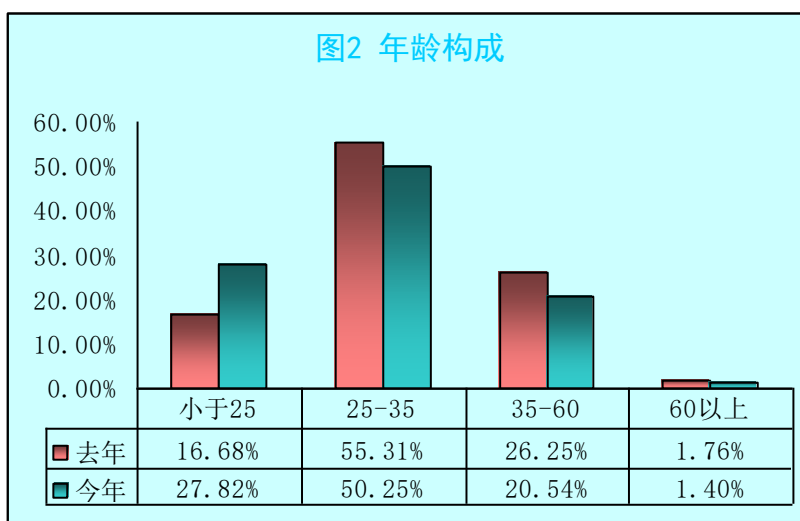
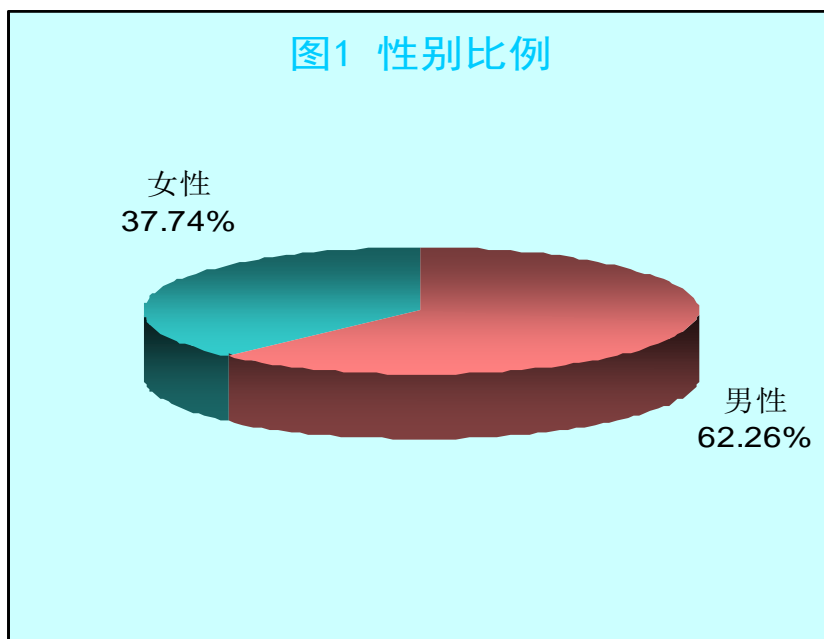


图3 家庭结构

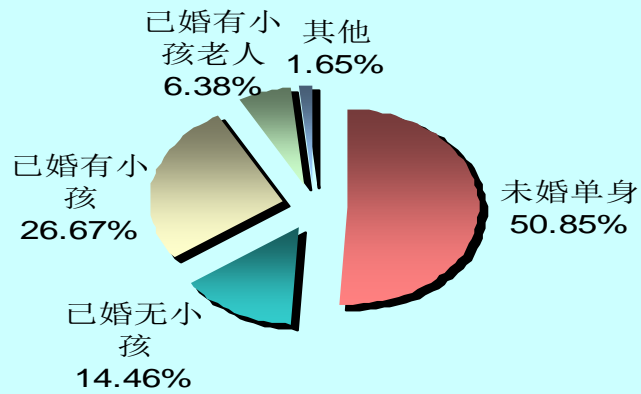


图4 家庭年收入

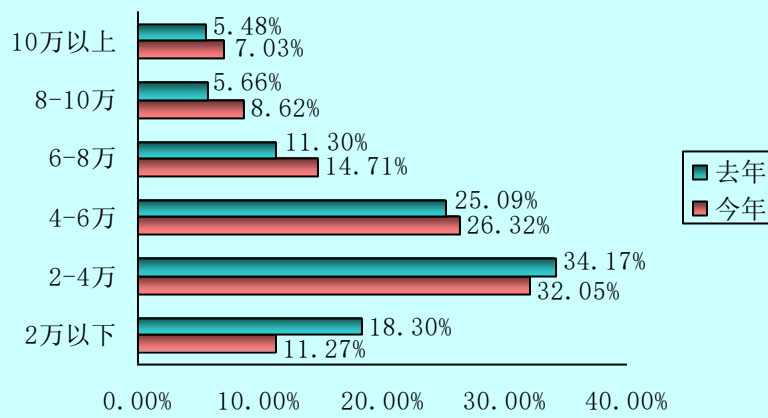


图5 住房拥有情况

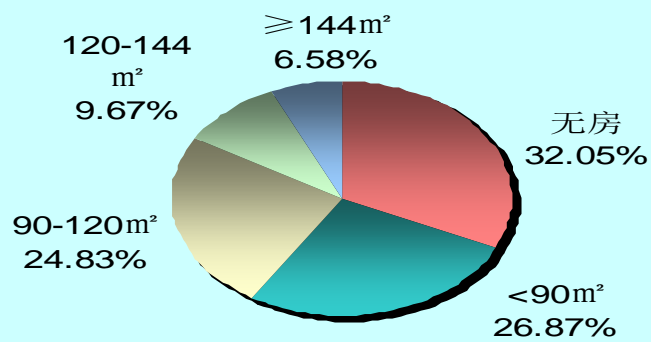


图6 计划购房时间

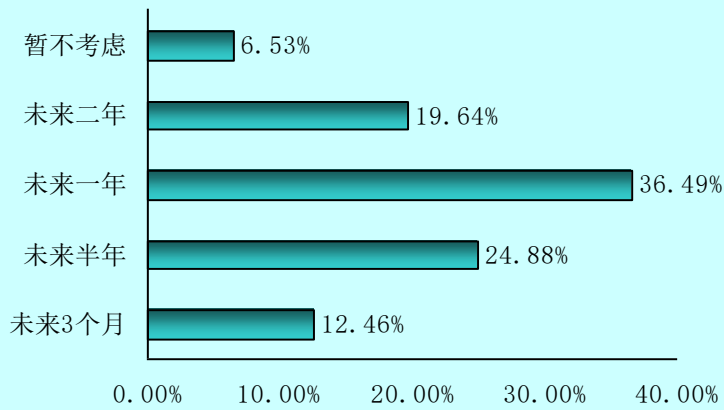


图7 购房目的

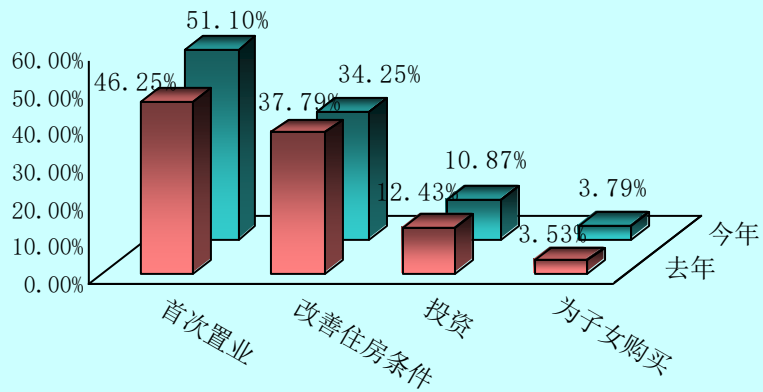


图8 不同年龄层购房目的

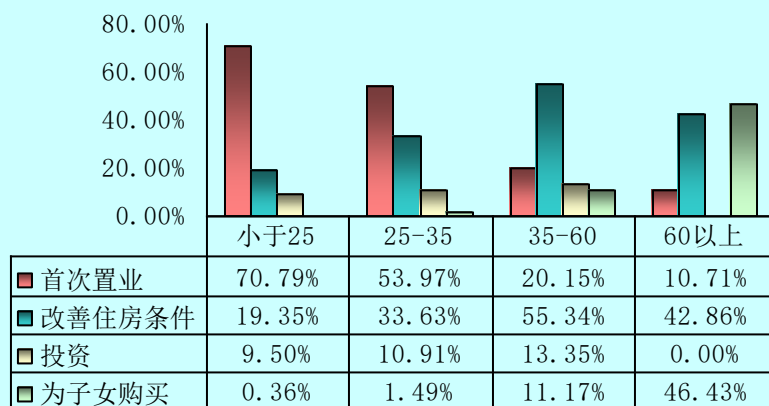


图9 购房类型

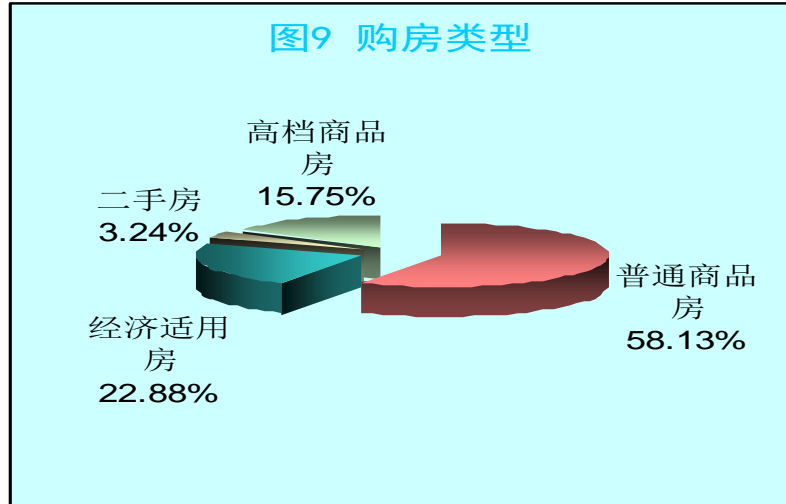


图10 区域选择

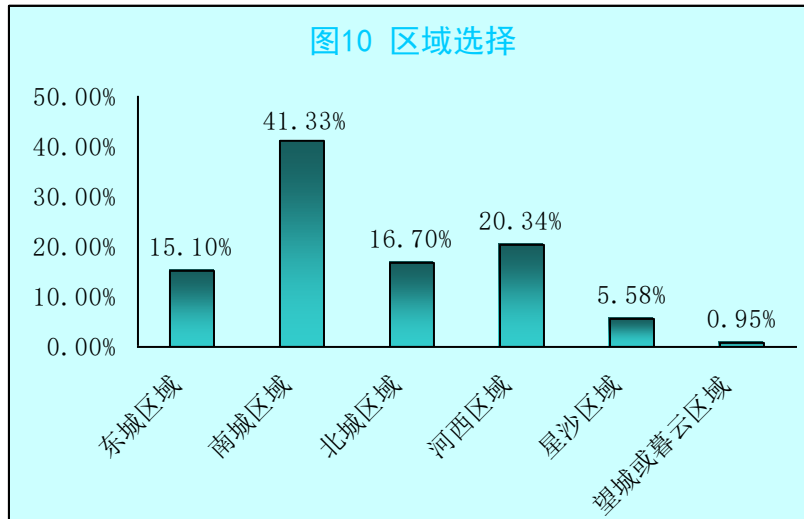
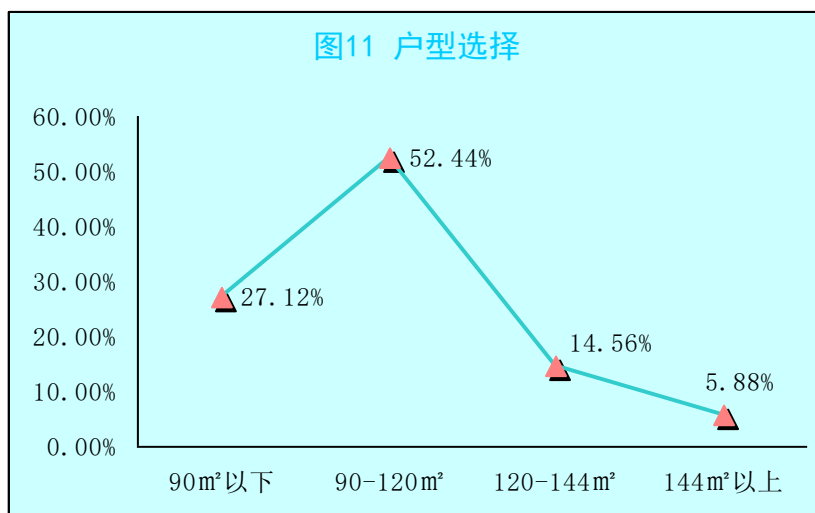
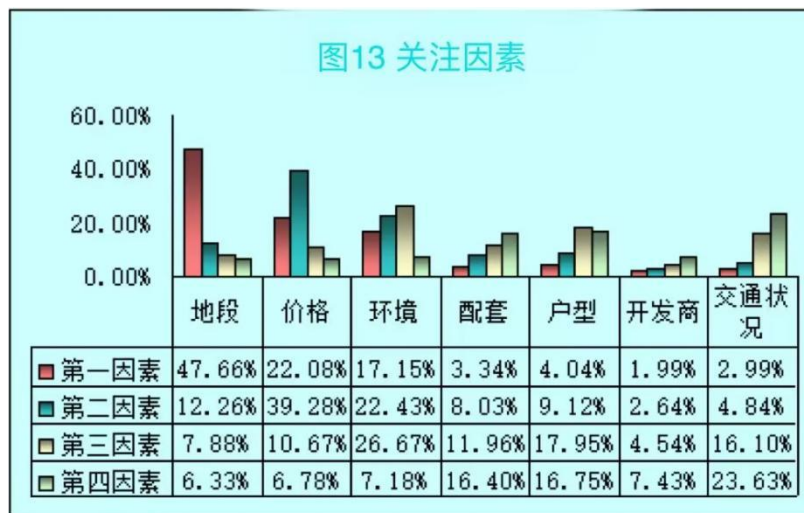
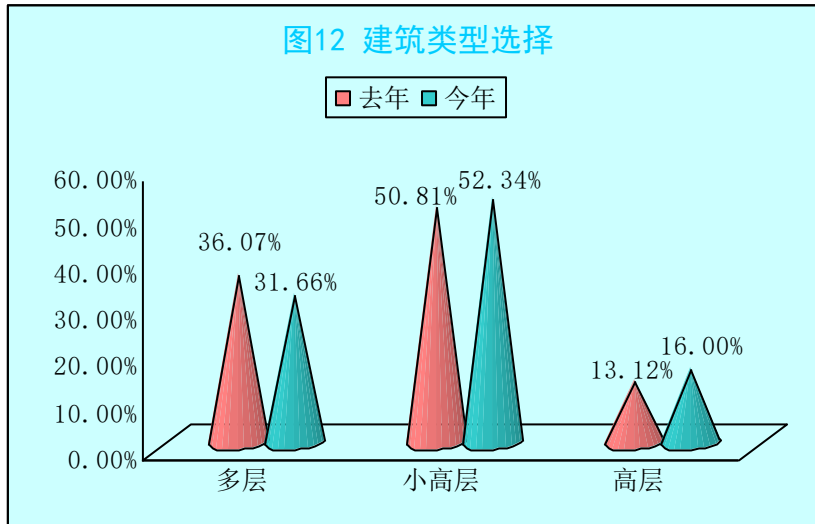


图11 户型选择





【测试任务】

请根据某调研中心提供的长沙市民居住情况、消费习惯、心理预期调研数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4分）；能在规定时间内完成任务（2分）。	
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范（包括封面、目录、正文、附件）	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）	
	目录	7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至	

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

10. 试题编号：J3-10，冰激凌消费需求情况调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某调研中心在今年6月6日至19日两周时间内采用随机抽样方法,以电子邮件发送调研问卷的形式对湖南长沙在校大学生进行了一次问卷调研活动。此次调研活动内容涉及大学生消费者有关冰激凌口味、包装、价格等方面的需求。调研共发出问卷1000份,其中回收问卷970份,有效问卷952份。

资料一:蒙牛新口味冰激凌大学生市场调研问卷

您好!本次活动是蒙牛企业为开发新口味冰激凌所做的调研,我们将主要针对产品的口味、包装、价格等方面内容进行调研。问卷中的问题无所谓对错,请您根据实际情况填写。如果对问卷有任何疑问您可随时咨询身边的调研人员。最后对您给予蒙牛企业的合作与支持表示衷心的感谢!

- 1、您比较喜欢哪一种冰激凌口味?
A. 水果 B. 牛奶 C. 巧克力 D. 混合
- 2、您认为蒙牛冰激凌的口味较之其他品牌是否具有独特性?
A. 是 B. 否
- 3、您在买冰激凌的时候会看重它的包装吗?
A. 非常看重 B. 比较看重 C. 无所谓 D. 不看重
- 4、您喜欢怎样的冰激凌包装?
A. 硬塑料袋 B. 纸盒 C. 透明塑料袋 D. 其他
- 5、如果在蒙牛冰激凌的包装上面有您喜欢的偶像,会不会增加您的购买几率呢?
A. 会 B. 不会
- 6、您认为蒙牛冰激凌的包装有哪些缺点?
A、形式造型单一 B、颜色单调 C、装饰性差 D、感觉不够卫生 E. 图案搭配不协调 G. 其他
- 7、您选择冰激凌时考虑最多的因素?(请选择前两位)
A. 包装 B. 口味 C. 价格 D. 知名度 E. 有没有名人代言
- 8、您购买冰激凌一般选择在哪里?
A、超市 B、有名的食品店 C、一般食品店 D、附近便利店
- 9、您一般购买哪个价位的蒙牛冰激凌?
A. 0.5元 B、1-1.5元 C、2-3元 D、3元以上

10、下列哪些因素会使您再次购买我们的蒙牛牌冰激凌？（多选）

A. 口味 B. 包装 C. 价格 D. 品牌服务 E. 其他

11、您认为蒙牛的冰激凌应该代表怎样的风格？

A. 传统稳重 B. 时尚动感 C. 热情奔放 D. 高贵优雅

12、请您列举并描述一个您吃过的最喜欢的一款蒙牛冰激凌。

13、您认为我们蒙牛冰激凌还有哪些地方需要改进？

资料二：蒙牛新口味冰激凌大学生市场调研结果

1、在所调研的对象中选择水果口味的人数占总人数的 37%，选择牛奶口味的人数占总人数的 36%，选巧克力口味和混合口味的各占 15%和 12%。

2、调研对象所列举的最喜欢的几款冰激凌分别是“蒙牛牧场”、“小布丁”及“鲜奶砖”三款，其选择率分别为 12%、9.8%和 7%。

3、在购买冰激凌的过程中消费者看重包装的比率为 49.5%（其中非常看重的占 6.2%，比较看重的占 43.3%），另外有 50.5%的消费者不关注产品包装（其中认为包装无所谓的占 45.3%，不看重包装的占 5.2%）。

4、消费者对冰激凌外包装形式的喜好程度分别是纸盒 46.4%、透明塑料袋为 25.8%、硬塑料袋为 24.7%、其它为 3.1%。

5、消费者对偶像是否能增加产品购买的比率分别占 56.7%和 43.3%。

6、消费者对于蒙牛冰激凌包装存在缺点的选择率分别为形式单一的占 33%，装饰性差的占 15.5%，图案搭配协调的占 14.4%，其它各类型共占 37.1%。

7、消费者对于蒙牛冰激凌应代表的风格中，选择传统稳重的占 15.5%，时尚动感 60.8%，热情奔放 17.5%，高贵优雅 6.2%。

8、学生群体对于价格的选择分别为 0.5 元的占 52.6%、1-1.5 元的占有率 37.1%、2-3 元的占 7.2%、3 元以上的占 3.1%。

9、学生购买冰激凌时考虑的因素所占比率分别为包装 13.4%，口味 48.5%，价格 16.5%，知名度 11.3%，有没有名人代言为 10.3%。

10、学生认为下面因素能引起他们再次购买企业产品，其比率分别为口味 21.7%、包装 8.2%、价格 46.4%、品牌服务 22.7%、其他 1%。

11、学生在购买蒙牛冰激凌的时候选择的地点分别为：超级市场占 15.5%，有名的食品店占 7.1%，一般食品店占 15.5%，附近便利店占 61.9%。

12、学生消费群体认为蒙牛冰激凌产品的改进点主要有为以下几方面：认为口味需要改进的占 40.2%，认为价格需要削减的占 26.8%，认为包装需要改进的占 15.5%，认为质量需要提升的占 5.1%，其他方面的占 12.4%。

【测试任务】

请根据某调研中心提供的有关冰激凌口味、包装、价格等方面需求的基本数据，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：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；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；字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	

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

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

项目四 商务谈判

1. 试题编号：J4-1，物流企业商品采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：湖南顺丰速运有限公司

乙方：联想集团

联想集团是一家营业额达 460 亿美元的《财富》世界 500 强公司，是全球消费、商用以及企业级创新科技的领导者。它是 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 IBM PC（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，联想集团宣布该公司已经完成对摩托罗拉移动的收购；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；2019 年 7 月，发布 2019《财富》世界 500 强：位列 212 位。

湖南顺丰速运有限公司于 2001 年 6 月 18 日在湖南省注册成立，属于交通运输、仓储和邮政业，主营行业为邮政业，服务领域为普通货物运输、国际快递业务、省内快递业务、货物仓储、道路货物运输代理及国际货运代理。公司位于长沙市芙蓉区雄天路 1 号金丹科技创业大厦 8 楼东头，注册资本 500 万人民币，在职员工百余人。现在，公司欲购买 100 台台式电脑用于办公。电脑基本参数如下：

零部件名称	要求	零售价
-------	----	-----

处理器	Inter 酷睿 I7 四核	¥1980
主板/芯片组	技嘉 GA-B150 系列	¥980
内存大小	4GB	¥120
硬盘类型	希捷 1T	¥300
光驱	DVD-RW	¥300
显示器	32 寸	¥1280
显卡	技嘉 2G 独显	¥780
机箱、电源、风扇	立式	¥280
键盘鼠标	有线鼠标、有线键盘	¥100

联想集团得知此消息后派湖南分公司的销售部经理前往湖南顺丰速运有限公司就电脑采购事宜进行商务会谈。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方

式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

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

小计	100	
----	-----	--

2. 试题编号：J4-2，农机设备采购谈判

(1) 任务描述

背景资料：

甲方：A 农业股份有限公司（买方）

乙方：B 农机设备制造公司（卖方）

A 农业股份有限公司到 B 农机设备制造公司进行购买大型水稻收割机采购业务谈判，本次计划采购量在 10—15 台。希望通过批量采购在总价上获得优惠，并且在售后的设备维护和维修上有保证，形成长期的合作关系。

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

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

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

之后，由卖方报价，15 万人民币一台。这一报价离实际卖价偏高许多。B 方之所以这样做，是因为他们以前的确卖过这个价格。由于 A 方事前已摸清了市场行情的变化，深知 B 方是在放“试探气球”。于是 A 方直截了当地指出：这个报价不能作为谈判的基础。B 方对 A 方如此果断地拒绝了这个报价而感到震惊。他们分析，A 方可能对市场行情的变化有所了解，因而已方的高目标恐难实现。于是 B 方便转移话题，强调起产品的特点及其优良的质量，以求采取迂回前进的方法来支持己方的报价。

因为，谈判之前，A 方不仅摸清了市场行情，而且研究了 B 方产品的性能、质量、特点以及其他同类产品的有关情况。于是 A 方不动声色地说：“贵公司了解国内生产此种产品的公司有几家？贵公司的产品优于 C 公司、D 公司的依据是什么？”。

A 方话未完，B 方就领会了其中含意，顿时陷于答也不是、不答

也不是的境地。但他们毕竟是生意场上的老手，其主谈人为避免难堪的局面借故离席，副主谈也装作找材料，埋头不语。A方主谈自然深谙谈判场上的这一手段，便主动提出“休会”，以化解僵局。

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

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

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

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

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

			商务谈判礼仪规范（5分）	
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	

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

3. 试题编号：J4-3，液汰奶包装材料买卖项目谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：亚华乳制品有限公司（简称“亚华”）

乙方：万容包装有限公司（简称“万容”）

湖南亚华乳业控股有限公司是一家生产乳制品的地方知名企业，实力雄厚，品质较好，但在前几年国内出现有毒牛奶事件之后，整个乳制品行业都受到牵连，亚华也不例外。

亚华为了提高奶制品质量，从奶源开始，拥有湖南邵阳城步的南山和内蒙古特泥河两大牧场，保证了奶源高品质和充足供应。

近几年，在省政府等相关部门的协调与支持下，湖南亚华乳业控股有限公司将长沙望城奶粉生产业务进行了资产重组，在城步县委、县政府的支持下完成了牧场股份债务的转化，通过一系列的资产重组，公司融得了几亿的现金，使公司迅速有效地化解了在三聚氰胺和M1事件所带来的一系列困惑和危机。公司实现销售收入数十亿元。

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

亚华每年需要的各类包装材料的采购量非常大，包装材料费占液汰奶成本的8%—10%左右。其对包装要求很高，必须对供应商进行严格考察与评估。现在公司在长沙望城县新建了一液汰奶生产加工厂，设计年产量为3万吨。需要选择纸质包装材料供应商。希望材料质量高、价格优，在多家供应商中选择了万容包装公司进行谈判，希望签订合同，达到包装材料供应的50%，如果合作关系良好，还可增加订量比例。

目前市场包装平均价格与万容包类似材料280元/吨，以前谈判合作的价格是260元/吨。

万容包装公司是一家生产包装材料的厂家。万容包装近年是继国际流行的乐利包、乐利枕和康美包的一种新型的液汰奶包装方式，相对前两种包装成本较低，适应于中端品牌的包装要求。公司与光明、扬子江奶等品牌都有合作，也承担了亚华乳业旗下的宾佳乐液汰奶的包装，合作比较好，现在希望与亚华乳品有限公司全面合作，承担南山和宾佳乐两品牌所有液汰奶包装材料的供应。这次合作是为了在现有良好合作关系基础上，进一步加深了解，成为亚华液汰奶唯一的包装供应商。长沙是公司准备深度开发的市场，拿下这家公司的全部订单对他们意义重大。

两公司围绕乳制品包装材料的质量、价格、订购数量、交货时间、付款形式等展开谈判，希望建立一种长期合作关系。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表现分 20)	职业道德	5	独立完成谈判计划 (2 分)、遵守模拟谈判规程、尊重谈判对手、无恶意磋商 (3 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	职业能力	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整 (2 分)，谈判过程中积极主动发言，具有良好的谈判思维与沟通能力，具备良好的心理素质和现场应变能力 (3 分)	

	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节（5分），着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位，符合商务谈判礼仪规范（5分）	记0分
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书中选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问	

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

4. 试题编号: J4-4, B 公司乳业进入 A 超市谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: A 超市

乙方: B 乳业控股有限公司 (简称: B 公司)

B 乳业控股有限公司生产的液汰奶统一品牌名为南山, 有袋装鲜牛奶、盒装常温奶、PV 杯装老酸奶等多品类。B 公司拥有湖南邵阳城步的南山和内蒙古特泥河两大牧场, 奶源质量有保证、奶源供应量充足。

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

B 公司要完成销售目标, 必须借助本地生活超市、大卖场, 做好渠道开发是其重要任务。

由于以前的三聚氰氨事件, 以及近年来不断出现的国内乳品质量问题, 消费者对鲜奶及酸奶的质量也非常担忧, 选择时也非常关注品

牌。因此，各经销商在选择供应商时必须经过严格的考察，以确保出售的乳制品品质，确保商家信誉。

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

A超市是一家全国性连锁超市，湖南省内就有连锁店数十家，遍布长沙、地级市和县级市。B公司与A超市是长期合作伙伴，也是A超市较为稳定的供应商之一。

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

现在长沙1000平米以上的超市的进场费为5-8万元，视超市品牌的影响力和商圈覆盖率而定，品牌知名度越大、超市规模越大、商圈范围越宽，则进场费越高。除了进场费之外，还有排面费，排面又分不同的位置，1米的单排面费用在10000—15000元之间，还有店庆费、节庆费、新产品促销费都按促销期间销量的1%—3%之间进行提成，堆头费则是根据位置和堆头占地面积进行协商临时确定。供应方与超市之间结算方式也是谈判的重要内容，结算方式不同，则供应商品价格或者各种费用也有很大差异。

双方就各类费用及结算方式进行磋商，最终希望能够达成良好的合作关系，签订长期供货合同。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

20)			力 (3分)	本项目 记0分
	商务礼仪	10	尊重评委、开场有礼节 (5分), 着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到位, 符合商务谈判礼仪规范 (5分)	
商务谈判计划书作品 (40分)	格式表达	5	文字编排工整清楚, 内容完整 (2分), 文字表达流畅, 逻辑性强 (2分), 封面名称、时间清晰 (1分)	商务谈判计划书字数不得少于500字, 每少50字, 扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确 (2分)、谈判时间、地点具体 (3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色 (2分), 谈判角色分工明确、职责清晰 (3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析 (2分)、分析透彻, 为采取谈判策略奠定基础 (3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标 (2分)、谈判最低目标 (2分)、谈判可接受目标 (1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫 (5分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述 (5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计 (5分)	
商务谈判实施操作	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	

(40分)			向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

5. 试题编号：J4-5，原材料采购谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：国电湖南宝庆煤电有限公司（简称：宝庆煤电）

乙方：湖南新欣建材有限公司（简称：新欣建材）

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

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

市场。

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

据相关资料显示，加气混凝土砌块市场价格 220 元/立方米，每立方米加气混凝土砌块需要粉煤灰 0.5 吨，粉煤灰成本占加气混凝土砌块原材料总成本的 15%左右，在保持公司毛利 20%的基础上，不难得出新欣建材公司对粉煤灰的出价应在 52.8 元/吨以下，且含运输费用。

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】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

1、背对背演讲（各方 2 分钟）：一方首先上场，利用演讲的方

式，向观众和评委充分展示己方对谈判的前期调查结论，谈判案例题理解，切入点，策略，提出谈判所希望达到的目标，同时充分展示己方的风采。一方演讲之后退场回避，另一方上场演讲。

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

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

小计	100	
----	-----	--

6. 试题编号：J4-6，医药中间体加工费谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：美国正豪药业有限公司（简称：正豪公司）

乙方：唐山华达制药有限公司（简称：华达公司）

美国正豪药业有限公司是一家抗癌药品的中间体生产制造商，正研发了一种新的中间体，而生产该中间体的原料在中国北方极为丰富，正豪公司选定了中国唐山华达制药有限公司作为其加工厂。从原料收购、加工、化验、包装、发运均由华达工厂负责。但加工工艺、化验方法、技术标准、包装要求均由正豪公司提供标准办。华达厂为精细化工产品生产厂，设备及人员齐备，在对外加工方面有很强的实力，适合正豪公司产品加工的要求，而且对于开辟新的产品亦有浓厚兴趣。初次谈判一拍即合，由于双方的需要，第一个加工合同条件谈得比较顺利。

按上述要求，华达工厂加工出的所有中间体只能卖给正豪公司，华达工厂每加工 1 公斤中间体，正豪公司支付 320 美元。

第一个合同执行完后，华达工厂发现：(1) 收购原料风险很大，主要表现在市场价格波动，稍有风吹草动，原料市场一定变。另外原料质量不均匀影响中间体质量，造成加工成本波动。(2) 按美国 FDA 的检测要求做化验，难度较大，特别费工时。别的不说，仅这两项就会造成加工的经济效益不佳。虽然项目不大，工序很复杂，收益少，但为保持这种新产品，华达工厂向正豪公司提出了交涉：再签合同，需考虑上述因素。正豪公司在收到第一批货后，对产品质量十分满意。但在其成品试验中，为了改善药效，在动物试验之后，必须提出某些指标的改善意见，这一要求对华达工厂无疑又增加了负担。正豪公司考虑到好不容易找到了一个有能力的加工厂，在以后的加工中，还要不断提高工艺改进要求，原则上同意了华达工厂的交涉意见，增加加工费，每公斤从 320 美元提到 350 美元。

双方按此条件进行了多批加工，正豪公司订单也逐渐加大，华达

工厂虽说利益不大，但在熟能生巧的情况下，也能保持不亏。过了一年，华达派技术人员去美国正豪公司实地访问，他们发现了两个问题：一是正豪公司的成品加工车间很小，工艺流程短，即加工成本远比中间体低；二是其成品也是供成药制造厂用的更进一步的中间体，但其价在2000美元/公斤。两次加工的价值悬殊巨大，华达厂人员心理极不平衡。希望能够重新谈判，平衡双方的利益，同时也希望能够保住订单，与正豪公司有长期合作。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为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项目的分数为40分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

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

7. 试题编号：J4-7，软件采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：蓝天职业技术学院

乙方：深圳宇轩科技有限责任公司

随着学生就业压力不断增大，传统的市场营销教学方式已经越来越不能满足现代营销人才培养的要求。现代社会需要实践能力强、有创造力的市场营销人才。如何缩小理论教学与实际营销之间的差距；如何更方便地培养学生的营销实战经验；如何让学生在有限的学习时间内体会不同行业的营销过程；如何弥补学生企业实习的困难，尽快提高学生实际的营销策划能力等这些问题一直困扰着各个学校的营销教学工作。经过调查研究和充分论证，蓝天职业技术学院拟建设一个市场营销实训室，用 20 万元人民币购置相关的市场营销模拟实训软件，使学生在模拟平台中有机会扮演“市场营销经理”、“市场总监”等角色。从市场调研开始，到市场的细分、定位，从产品的研发、包装，到价格的制定，到产品销售渠道的建设以及广告、服务、促销策略的设计和执行等系统都进行了详细的模拟。系统还采用虚拟时间技术，市场的环境以及消费者的情况时时都在变化，不同的策略组合都会产生不同的营销结果，让学生在变化莫测的环境下营销自己的产品，经营自己的企业等等。通过这种模拟实践的方式，可以有效提高学生的兴趣、提升教学效果、保证教学质量。在学生毕业设计的时候也可以利用专业的市场营销调查和分析软件包作为工具。

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

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

序号	软件名称	版本号	市场报价	优惠价	备注
1	《市场营销模拟平台软件》	V4.00	18.8 万	9.8 万	B/S 结构
2	《市场调查与客户管理软件》	V4.00	17.8 万	8.8 万	B/S 结构
3	《连锁加盟创业训练软件》	V4.00	22.8 万	11.8 万	B/S 结构

4	《市场营销沙盘演练软件》	V4.00	18.8万	9.8万	B/S结构
5	《营销物理沙盘》	V4.00	18.8万	9.8万	B/S结构

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为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项目的分数为40分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

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

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

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

8. 试题编号：J4-8，购销合同谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：北京雪上飞商贸有限公司（简称：雪上飞公司）

乙方：浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司（简称：瑞翔公司）

雪上飞公司主要从事滑雪器材进口及国内零售业务，在国内大中

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

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

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

法国 ROSSIGNOL（金鸡）公司给雪上飞滑雪板出厂价为 1250 元/套。雪上飞公司委派营销总监、产品部经理等一行到瑞翔公司洽谈购销事宜。希望借这批滑雪板业务与瑞翔建立良好关系，将来供应更多的滑雪设备。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。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（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表)	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
	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	

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

实施 操作 (40 分)	报价阶 段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	分
	磋商阶 段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说(4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结 束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判(2分), 有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

9. 试题编号: J4-9, 项目合资(合作) 谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 湖南古丈县茶业有限责任公司

乙方: 大汉控股集团

湖南古丈县茶业有限责任公司成立于2003年3月, 总资产1100万元, 是古丈茶业产业建设龙头企业。公司是集茶叶生产、加工、销售、开展茶叶新产品研究与产业化开发兼科技培训的综合性公司。公司实行“公司+大户+合作社+农户”的经营模式, 下辖茶叶专业化合作社5个, 加工大户20个, 农户2000余户, 现有无公害茶叶基地10000亩, 有机茶叶基地5000亩, 茶叶加工厂4座, 拥有年产400吨名优茶、年产100吨红茶、年产1500绿茶三条生产线。公司生产的古丈毛尖、古丈绿茶、古丈红茶等系列产品通过有机茶、绿色食品ISO9001质量体系认证、食品质量安全QS等认证。由于优越的气候条件, 公司旗下“古丈毛尖”绿茶的茶多酚含量超过35%, 高于其他(已被发现的)茶类产品。茶多酚具有降脂、降压、减少心脏病和癌症的发病几率。同时, 它能提高人体免疫力, 并对消化、防疫系统

有益。现在，湖南古丈县茶业有限责任公司需要吸引不低于 50 万元的资金，用于扩大生产规模、扩大宣传力度。

大汉集团有限公司于 1992 年在湖南省娄底市成立，后迁入湖南省长沙市，是一家跨地区、跨行业的大型综合性非公有制企业，集团旗下拥有 200 余家子分公司，员工 5000 人，业务涵盖钢贸物流、新型城镇化开发、商业管理、汽车贸易、物业管理、产业互联网、职业教育等领域。曾连续 9 年荣膺中国民营企业 500 强，连续 7 年荣膺中国企业 500 强。由于近几年来保健品市场行情不错，故准备用闲置资金投资保健品市场，投资预算在 150 万人民币以内，希望在一年内能够见到回报，并且年收益率在 20% 以上。

甲乙双方派代表在湘西古丈就乙方投资入股甲方进行谈判，谈判主要就出资额、控股权、年收益率等问题进行磋商。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

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

			(2分)，有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

10. 试题编号：J4-10，物流企业购销合同谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：中通快递

乙方：东莞华美食品有限公司

中通快递创建于2002年5月8日，是一家以快递为核心业务，集跨境、快运、商业、云仓、航空、金融、智能、传媒等生态版块于一体的综合物流服务企业，2016年10月27日在美国纽交所上市，向全世界打开了一扇了解中国快递发展的窗口。自创建以来，中通快递紧抓邮政体制改革、经济转型升级、产业结构调整、电商蓬勃发展等政策和市场机遇，从“利己”、“利他”到“利社会”，帮助更多人创业就业，实现美好新生活；帮助客户削减成本，提升效益，创造价值；帮助社会解决问题，降低物流成本，实现“工厂到用户”、“田头到餐桌”的全链路管理。

截至2020年6月30日，全网服务网点近30,000个，转运中心90个，直接网络合作伙伴逾5,000家，干线运输车辆逾9,900辆（其中逾7,100辆为高运力牵引车），干线运输线路超过3,400条，网络通达98%以上的区县，乡镇覆盖率超过91.3%。中通快递先后在中国台港澳地区，美国、法国、德国、日本、韩国、新西兰、迪拜、马来西亚等地设立中转仓，同时推出欧盟专线、美国专线、日韩专线、新澳专线、东盟专线、中东专线、非洲专线及全球其他国家专线的包裹寄递、物流配送及其相关业务。

中通快递秉持“执着、专注、坚持”的企业精神，坚守“用我们的产品造就更多人的幸福”的企业使命，坚持“同建共享、信任责任、创新与企业家精神”的核心价值观，运用新科技，投入新装备，拓展产业链，构建生态圈，不断转型升级，从“大”向“大而强”高质量发展，努力打造成为全球一流的综合物流服务商，实现“成为受人尊

重的百年中通”的企业愿景。

东莞市华美食品有限公司创于 1991 年，根植于国际制造业名城——东莞市，是以月饼、饼干、糕点等食品的生产与销售为主的烘焙行业龙头企业，员工 4000 余人。除食品外，集团公司还涉足房地产、金融等行业的经营和管理。截至目前，华美食品旗下已拥有东莞、湖北和北京 3 个厂区，自动化生产线数十条，占地面积共约 30 万平方米，月饼日产能可达 300 万个，饼干日产能达 120 吨以上。拥有包装制造、塑胶制造、食品机械等上游供应链，下游终端则布局 OMC 工房、金丽沙连锁店、东莞市欧丽沙食品有限公司、东莞华夫食品有限公司、各地分公司等销售公司。为掌控月饼原料中重要的莲蓉供应环节，华美食品已在湖北开展莲子种植项目，在河南建立面粉供应基地，确保食品绿色及安全。华美食品一直努力在打造一体化战略。目前，华美食品旗下已经有“华美”“牛奶搭档”（已升级为每日粗粮）“华夫软饼”“金丽沙”“Q 脆”“熊格格”“欧麦咖”等品牌产品，产品常年销往全国各地及海外市场。

华美食品先后邀请了歌星孙悦和天王巨星周华健等明星加盟做形象代言人。华美食品系“中国烘烤最具竞争力十大品牌”、“中国月饼十强企业”、“全国糕点月饼质量安全优秀企业”，华美商标是“驰名商标”。华美食品在发展自身的同时，始终关心公益，热心慈善，连续多年向福利院捐款捐物，持续 8 年通过中国邮政赠送月饼慰问中国驻外维和部队，向汶川地震、玉树地震、雅安地震、西南干旱灾区捐款捐物，积极协办“东莞万人按手印”支持上海世博会等义举。

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

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

东莞华美食品有限公司月饼系列产品信息如下：

产品名称	产品系列属性	零售价
茶是故乡浓	“茶是故乡浓，月是故乡明”，中华茶文化源远流长，对于茶的运用也让世人惊叹。“茶是浓”的设计将这一意境表达得淋漓尽致，让人尤在境中。本品历经多年市场洗礼而经久不衰，“纵观华美数十载，记忆当属茶是浓”。内配：80克蛋黄绿茶蓉月饼3个、80克铁观音茶蓉月饼3个、80克红茶玫瑰蓉月饼3个。	368元/盒
七星伴月	七星伴月堪称华美月饼传统系列中的高品质代表作，七星伴月的设计理念来自七小行星伴随月亮的天文景观，喻意阖家大团圆。整体盒形以八方形呈现红色做铺底配以镂空圆形天窗，画面构图演绎出了“花前月下”美丽意境。内配：180克双黄白莲蓉月饼1个、100克红糖桂圆月饼2个、100克香芋蓉月饼2个、100克红豆蓉月饼3个	468元/盒
盛汉尊礼	“悠悠上下五千年，历史长河中唯我盛汉空前，影响深远，盛汉尊礼承载了深厚的汉文化底蕴，整体风格体现出浓墨重彩的盛汉风格，整体以中国红铺底，尊礼二字用的书法体将产品整体尊贵的特性有效聚集。内配：230克三黄白莲蓉月饼1个、180克双黄白莲蓉月1个、150克蛋黄绿茶蓉月饼3个、100克红糖桂圆月饼2个、50克鱼翅鲍鱼月饼4个。	598元/盒

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为 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项目的分数为 40 分。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（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (个人表)	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
	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	

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

实施 操作 (40 分)	报价阶 段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	分
	磋商阶 段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说(4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结 束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判(2分), 有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计		100		

11. 试题编号: J4-11, 物流企业场地租赁谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 菜鸟驿站

乙方: 万科物业管理有限公司

菜鸟网络成立于2013年5月28日, 股东除了阿里巴巴、银泰、复星, 还包括富春投资、顺丰和三通一达(申通、圆通、中通、韵达)等。第一期投资额达1000亿元, 第二期2000亿元。阿里巴巴董事局主席马云担任菜鸟董事长。2015年5月28日, 阿里巴巴举行首届菜鸟江湖大会, 菜鸟网络总裁童文红首次对外解读菜鸟战略, 称菜鸟定位于“社会化物流协同、以数据为驱动力的平台”, 并且明确五大战略: 快递、仓配、跨境、农村和驿站。

菜鸟驿站面向消费者的综合物流服务平台, 致力于完善最后100米多元化末端服务。其主要服务包括代收服务和寄件服务, 代收服务: 消费者在淘宝、天猫购物, 下单时选择菜鸟驿站代收, 可享受菜鸟驿站5天免费保管、便利自提、丢失必赔、隐私保护等特色服务。目前全国范围内已有数万家站点为消费者提供该项服务。寄件服务: 消费

者可通过支付宝 APP 或菜鸟裹裹 APP 或淘宝天猫退货等多个入口提交寄件订单，将包裹通过驿站站点寄出，同时可享受快递单免手写，在线支付，上门取件等多样化服务。目前全国范围内已有数万家菜鸟驿站提供寄件服务。菜鸟驿站合作平台，是菜鸟为符合“菜鸟驿站”合作条件的伙伴提供的专属合作、入驻平台，根据业务类型，已经建立了个体、连锁、物业、校园四个专属合作通道。

万科物业（全称：万科物业发展有限公司）是万科企业股份有限公司的控股子公司，专注于住宅物业服务、商写物业服务、开发商服务、资产服务、楼宇智能化服务和基于客户移动互联网终端六大业务单元。自 1990 年承接第一个物业项目以来，万科物业始终坚持“安心、参与、信任、共生”的核心价值观，持续为客户提供专业优质的物业服务，让更多用户体验物业服务之美好。截止 2020 年 6 月，万科物业已布局中国 101 个大中城市，超过 3828 个物业项目。

其蛀牙服务内容包括三个方面：一是前期介入服务：基于 30 年物业管理沉淀的经验，万科物业为项目提供前期介入咨询服务，从客户使用和物业管理的视角提供建设性意见，降低开发商建设成本，节约后期运营成本，规避设计缺陷，提升项目品质，进而提升客户满意度、助力资产增值。销售案场服务：根据客户需求，以 8S 专业服务标准，提供日常秩序维护、设施维修、案场清洁、样板房服务、案场包装、营销支持、后勤保障等服务，以提升品牌形象，促进楼盘销售。住宅物业服务：住宅物业服务是万科物业的基础业务之一，每一个住宅物业项目参照睿服务体系围绕安全管理、环境绿化、保洁管理、设施设备维护管理等四项基础业务运作，为每一位业主提供优质服务。

万科物业管理有限公司为顺利推进万科魅力之城商业街一层门面，诚邀菜鸟驿站等企业进行洽谈，双方本次主要就店铺位置、店铺面积、店铺租金、物业管理费、水电费、装修说明等内容进行磋商。

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为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项目的分数为40分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强

调并扩大双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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，但不得离场或冷场超过 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

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

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平米以上，可用教室布置，准备室一间	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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

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

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

12. 试题编号: J4-12, 物流企业合作项目谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方:九芝堂药业股份有限公司(简称“九芝堂”)

乙方:广州顺心快运有限公司(简称“顺心捷达”)

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

截至2013年底,公司已发展成为拥有总资产15.48亿元,净资产12.57亿元,下辖7家直接控股子公司、3家间接控股子公司,1家分公司,年销售过12亿元,利税过3亿元的工商一体化的现代大

型医药企业。

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

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

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

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

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

【测试任务】

抽到题目的双方根据背景资料在规定时间内做好谈判准备，拟定谈判计划；双方在规定时间内进行现场的模拟谈判，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。商务谈判计划书的撰写占商务谈判项目的分数为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项目的分数为40分。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

- (1) 甲方先上场，乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。
- (4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。
- (5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优

劣势；阐述本方谈判的可接受的条件底线和希望达到的目标；介绍本方本次谈判的战略安排；介绍本方拟在谈判中使用的战术。

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（共 25 分钟）

1、开局阶段

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。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

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

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

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 60 分钟（准备 30 分钟、模拟谈判 30 分钟）。

(4) 评分标准

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

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

项目五 促销

1. 试题编号：J5-1，校园运动产品促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

美特斯邦威集团公司于1995年创建于中国浙江省温州市，主要研发、生产、销售美特斯邦威品牌休闲系列服饰。“美特斯邦威”代表为消费者提供个性时尚的产品，立志成为中国休闲服市场的领导品

牌，扬国邦之威、故邦之威。品牌名称凝聚了集团创始人周成建先生永不忘却的民族品牌情节和对于服饰文化的情有独钟。在社会各界及广大消费者的关心与支持下，美特斯邦威集团迅速发展壮大。“美”：美丽，时尚；“特”：独特，个性；“斯”：在这里，专心、专注；“邦”：国邦、故邦；“威”：威风。“美特斯·邦威”代表为消费者提供个性时尚的产品，立志成为中国休闲服市场的领导品牌，扬国邦之威、故邦之威。2016年，美特斯邦威回归初心，以工匠精神专注于产品创新品牌升级，励精图治，勇敢挑战自我，从传统单一的休闲风格服饰品牌裂变为表达多种态度和极致体验的多元生活方式品牌，以此来满足新世代年轻人的日益细分和体验升级需求，26年来美特斯邦威一直和年轻文化潮流共振，以“不走寻常路”的宣言鼓舞和感染新世代消费者以服饰表达自我，探寻年轻无限可能。

每年9、10月份，是各大运动品牌集中推广篮球系列产品的时间。一方面，因为进入11月，新赛季的NBA常规赛就将打响，球迷们压抑了5个月之久的热情将被再次点燃；另一方面，运动鞋产品的消费主力军学生群体将重返校园，新学年、新气象，一双新鞋自然必不可少。所以，没有比这个时候更适合向消费者们推销篮球鞋的了。

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

【测试任务】

为了提高公司在大学生消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品的销量，请根据促销方案策划的流程为该企业20××年10月的长沙高校促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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
		活动方案	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少 3

	式		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（5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：J5-2，某公司元旦节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

某公司是一家专门从事休闲食品开发、加工的股份制企业，位于岳阳县生态工业园，紧临京广铁路和京珠高速。公司占地面积 25042 m²，其中建筑面积 9650 m²，整个厂区布局合理，环境优美。主要产品有“鱼水欢”品牌风味鱼制品、“味冠天下”品牌酱卤肉制品、鱿鱼、豆干四大系列。公司已通过 ISO22000 食品质量管理体系认证，是湖南省质量信用 AAA 级企业，“鱼水欢”品牌被评为“湖南省名牌产品”。公司的休闲食品在长沙市的各大商场、超市均有销售。

为答谢新老客户长期以来对公司的厚爱。20××年春节，公司拟在公司微信公众号、网上旗舰店和长沙市所有销售有该品牌产品的 8 家大型商场、超市同时开展促销活动，预算控制在 8 万元之内。

【测试任务】

为了提高公司在长沙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企业 20××年元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上），预算控制在 8 万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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	5	有活动目标（2分），目标较为明确、		

	标		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（5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：J5-3，公司中秋节月饼促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

广东金苹果食品有限公司系香港金苹果食品有限公司于1996年在东莞成立的全资品牌运营机构，是集研发、生产、销售为一体的食品品牌企业。公司目前主要生产经营中秋月饼、休闲饼干、曲奇蛋卷等200多款产品，主打产品“金苹果月饼”自2005年以来多次被中

国食品工业协会授予“中国名饼”。金苹果创新口味月饼获得比利时获得在欧洲被誉为终端消费食品届的“奥斯卡”的国际 2011 年度“顶级美味奖章”。2009 年，公司新建成的 30000 平方米的全封闭、食品生产标准化厂房和 10 万级空气净化车间以及斥巨资引进的国内最先进的一体化成型设备，使得企业拥有了全自动流水线 20 多条，日产 80 万只月饼、月饼 5 万盒的生产能力。公司本着“以人为本，公司是家、学校、军队；完美产品，优质服务，为顾客创造价值；倡导公司、个人、伙伴共同成长，分享成果”的公司核心价值观，为客户创造完美产品，提供优质服务，成为中国商务月饼首选品牌。

1、公司月饼产品系列：

（1）彩瓷英伦系列：

①皇礼：皇家珍品，非比寻常，带给你独一无二的尊贵祝福

②御礼：将珍贵荣耀的品味注入礼盒之中表达最敬重的情意和最真心的祝福

（2）水墨罗马系列：

①耀礼：圆月绽放最耀眼的光芒，那正是我对您圆满的祝愿

②宝礼：万家灯火点燃团圆时分，点滴如珍宝般欣赏回味

③名礼：金苹果把浓情寄于月意，让祝福包裹在饼香中传递

④锦礼：以礼遇之心献上华美的锦礼，传递最美好的祝福和愿望

⑤贵礼：华贵的品味注入尚品之月，无尽的思念尽在点滴之中

（3）丝绣巴黎系列：

①珍礼：其乐融融的团聚时刻最应珍惜，感受最浓的祝福和最深的情意

②彩礼：绽放的烟花七彩夺目，浓浓情意尽情抒发

③盛礼：盛礼送给最敬重的人，用心传递最温暖的情谊

④颂礼：月圆之夜心手相连，真挚的情感代代相传

（4）祥云瑞士系列：

①欢礼：欢歌笑语充盈丰收的金秋之夜，金苹果将祝福传递 将快乐延伸

②悦礼：珍藏美好往昔包裹蜜语甜言，连接你我的是最纯最真的情谊

(5) 经典时尚——和和满满(和满)

(6) 情侣月饼系列等

现公司欲进军湖南市场,拟在公司微信公众号和长沙市所有销售有该品牌产品的8家大型商场、超市同时开展促销活动,预算控制在8万元之内。

【测试任务】

现公司欲在20××年中秋进军湖南市场,为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度,顺利进行湖南市场,请根据促销方案策划的流程为该企业的20××年湖南市场的中秋节促销活动进行策划,并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求1500字以上)预算控制在8万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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（5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：J5-4，公司化妆品“七夕节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场，请根据促销方案策划的流程为其加盟美容院20××年“七夕节”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），预算控制在9万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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（5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：J5-5，公司“三八”妇女节内衣促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

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

浪漫季节是中国十大著名内衣品牌之一，现全国有2000多家连锁店，产品涵盖文胸、短裤、家居服、塑身衣、保暖衣、泳衣、袜子等不同种类的几千种款式。公司自创办以来，不断精益求精，先后荣获“内衣行业龙头企业”、“文明单位”、“先进集体”、“A级内衣企业”、“守合同重信用企业”等殊荣，并于2012年10月正式成为ISO9000国际质量认证企业。另外，公司聘请国际影视巨星温碧霞作为浪漫季节内衣品牌形象代言人，积极传播内衣文化，塑造产品价值，努力把浪漫季节打造成中国修正型内衣连锁加盟第一品牌。

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

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

【测试任务】

现公司欲在 20××年开拓湖南市场，以省会为中心辐射周边各市。为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南市场，请根据促销方案策划的流程为企业 20××年湖南某区域市场（提示：某区域市场可以更替为你所熟悉的区域）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），预算控制在 9 万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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(5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		

6. 试题编号：J5-6，德邦毕业季促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

德邦快递创建于1996年9月1日，总部位于上海市青浦区。德邦快递致力成为以客户为中心，以大件快递为主力，联动快递、物流、跨境、仓储与供应链的综合性物流供应商，为跨行业的客户提供综合性的快递、物流选择，公司先后获得“守合同重信用企业”、“十佳电子商务服务商”、“中国物流杰出企业”等荣誉。2018年1月16日，公司在上海证券交易所正式登陆A股市场上市；同年7月，德邦快递上榜财富中文网发布的2018年《财富》中国500强企业。

德邦快递始终致力于物畅其流，让复杂变得容易，让压力变得轻松，让日常变得多彩。为此，我们想方设法解决体量、时间与距离造成的物流难题，更进一步以贴心的综合服务点亮运送旅途的每个环节。

2011年，拉萨营业部的成立，标志着德邦全面完成在中国大陆地区的网络布局，推出第三代品牌视觉识别系统。

2013年，德邦快递正式上线，并推出大件快递产品“3.60特惠件”；成功研发具有自主知识产权的第四代营运系统-FOSS系统，与自主开发的悟空系统、骆驿系统等整合升级为业务门户平台UAP，实现快递、零担快递、整车、跨境业务平台全系列无缝协同。

2015年，正式进军仓储与供应链业务，标志德邦向综合性物流再次迈出关键一步。启动“事业合伙人”战略，将网络向乡镇区域布局，实现全国乡镇网络覆盖率达90.7%。

2016年，正式开启跨境业务，为客户提供陆、海、空多式联运服务，提供跨境一体化解决方案，为中国商品出海保驾护航。

2017年，与空军后勤部签署战略合作协议，承接特需物流；参与民航国企混改，入股东航物流。通过整合航空运力，提升快递业务能力，助推跨境物流发展；构筑“智慧末端”、“智慧车队”、“智慧场站”大数据模型，以新技术推动传统运营管理向智慧物流管理转型；推出德邦AI开放平台，将AR、AI人工智能、物流自动化、云计算等应用实施，推动快递效率的变革，提升客户体验。

2018年1月16日，德邦在证券交易所A股市场正式挂牌交易，简称“德邦股份”（代码603056）；成立德邦科技，进一步推动新技术为德邦快递赋能，提升服务体验；德邦正式宣布企业名称由德邦物流更名为德邦快递，并推出大件快递产品——大件快递3-60kg，并承诺每年投入35亿元用于大件快递业务。

【测试任务】

现公司为了提高其在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，开拓湖南高校大学生市场，请根据促销方案策划的流程为企业20XX年湖南某区域市场（提示：某区域市场可以更替为你所熟悉的区域）的毕业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），预算控制在6万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	严重违反

素养 (20分)			(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	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(5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：J5-7，顺丰重阳节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

1993年，顺丰诞生于广东顺德。2016年12月12日，取得证监会批文获准登陆A股市场。2017年2月24日，正式更名为顺丰控股。股票代码002352。

顺丰是国内领先的快递物流综合服务商，经过多年发展，已初步建立为客户提供一体化综合物流解决方案的能力，不仅提供配送端的高质量物流服务，还延伸至价值链前端的产、供、销、配等环节，从消费者需求出发，以数据为牵引，利用大数据分析和云计算技术，为客户提供智能仓储管理、销售预测、大数据自助分析等一揽子解决方案。

顺丰同时还是一家具有网络规模优势的智能物流运营商，拥有对全网络强有力管控的经营模式。

【测试任务】

为了提高公司在湖南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企业的20××年重阳节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上），预算控制在7万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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(5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: J5-8, 菜鸟开学季促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

菜鸟网络成立于2013年5月28日, 股东除了阿里巴巴、银泰、复星, 还包括富春投资、顺丰和三通一达(申通、圆通、中通、韵达)等。第一期投资额达1000亿元, 第二期2000亿元。阿里巴巴董事局主席马云担任菜鸟董事长。2015年5月28日, 阿里巴巴举行首届菜鸟江湖大会, 菜鸟网络总裁童文红首次对外解读菜鸟战略, 称菜鸟定位于“社会化物流协同、以数据为驱动力的平台”, 并且明确五大战略: 快递、仓配、跨境、农村和驿站。

菜鸟驿站面向消费者的综合物流服务平台, 致力于完善最后100米多元化末端服务。其主要服务包括代收服务和寄件服务, 代收服务: 消费者在淘宝、天猫购物, 下单时选择菜鸟驿站代收, 可享受菜鸟驿站5天免费保管、便利自提、丢失必赔、隐私保护等特色服务。目前全国范围内已有数万家站点为消费者提供该项服务。寄件服务: 消费者可通过支付宝APP或菜鸟裹裹APP或淘宝天猫退货等多个入口提交寄件订单, 将包裹通过驿站站点寄出, 同时可享受快递单免手写, 在

线支付，上门取件等多样化服务。目前全国范围内已有数万家菜鸟驿站提供寄件服务。菜鸟驿站合作平台，是菜鸟为符合“菜鸟驿站”合作条件的伙伴提供的专属合作、入驻平台，根据业务类型，已经建立了个体、连锁、物业、校园四个专属合作通道。

【测试任务】

为了提高公司在长沙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企业 20××年开学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），预算控制在 6 万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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

(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（5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：J5-9，华为双十一促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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】

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，提高销售量。请根据促销方案策划的流程为该商城 20×× 年双十一促销活动进行策划，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），预算控制在 10 万元之内。。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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(5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：J5-10，中通高校新生开学季促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

中通快递创建于2002年5月8日，是一家以快递为核心业务，集跨境、快运、商业、云仓、航空、金融、智能、传媒等生态版块于一体的综合物流服务企业，2016年10月27日在美国纽交所上市，向全世界打开了一扇了解中国快递发展的窗口。

自创建以来，中通快递紧抓邮政体制改革、经济转型升级、产业结构调整、电商蓬勃发展等政策和市场机遇，从“利己”、“利他”到“利社会”，帮助更多人创业就业，实现美好新生活；帮助客户削减成本，提升效益，创造价值；帮助社会解决问题，降低物流成本，实现“工厂到用户”、“田头到餐桌”的全链路管理。

2021年，全网服务网点30400多个，转运中心99个，直接网络合作伙伴5700多个，自有干线运输车辆10,900辆（其中超9000辆为高运力甩挂车），干线运输线路约3700条，网络通达99%以上的区县，乡镇覆盖率超过93%。

中通快递先后在中国台港澳地区，美国、法国、德国、日本、韩国、新西兰、迪拜、马来西亚等地设立中转仓，同时推出欧盟专线、美国专线、日韩专线、新澳专线、东盟专线、中东专线、非洲专线及全球其他国家专线的包裹寄递、物流配送及其相关业务。

中通快递秉持“执着、专注、坚持”的企业精神，坚守“用我们的产品造就更多人的幸福”的企业使命，坚持“同建共享、信任责任、创新与企业家精神”的核心价值观，运用新科技，投入新装备，拓展产业链，构建生态圈，不断转型升级，从“大”向“大而强”高质量发展，努力打造成为全球一流的综合物流服务商，实现“成为受人尊

重的百年中通”的企业愿景。

【测试任务】

为了提高中通快递在湖南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公司 20××年高校新生开学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），预算控制在 6 万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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) 评分标准

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

内容	活动主题	6	有主题（2分），主题鲜明、引人注目（4分）	50字扣1分
	活动目标	5	有活动目标（2分），目标较为明确、具体、具有针对性（3分）	
	时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）	
	对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（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（5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：J5-11，步步高春节促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

步步高集团始创于1995年，致力于成长为中国领先的商业及服务运营运营商，2014-2018年期间，步步高集团陆续完成了对广西零

售企业南城百货、四川知名零售品牌梅西商业，以及湖南本土零售品牌家润多的收购，2019年6月步步高还与物美集团共同参与重庆商社、重庆百货的混改。在加速规模扩张的同时，步步高正转型为一家数据驱动、线上线下融合的智慧零售企业。目前，步步高拥有数字化会员近2000万，2020年数字化会员将突破3500万。2018年2月，腾讯、京东集团入股成为我司第二和第三大股东，达成资本和战略层面的深度合作，共同推动中国零售行业的价值链重塑。

步步高超市事业部是步步高集团旗下的主力商业板块，1995年在湖南湘潭解放南路开办第一家连锁店，20多年来通过学习应用国内外先进的管理方式和营销手段，抢抓机遇，大力发展连锁经营，通过在物流建设、信息建设、生鲜经营、自有品牌的方面的探索与开发，逐步发展成为目前以超市连锁为龙头，集物流配送、食品加工于一体的大型快消品连锁企业，迈上了超常规、跳跃式发展的快车道。步步高超市事业部拥有“Hyper-mart”、“Super-mart”两大业态，在湘、赣、桂、川、渝五个省市自营连锁店超过300家。

步步高超市坚持以顾客为中心，注重精细化管理，从商品结构、员工服务、环境卫生、优惠活动等全方位的持续提升，始终追求为顾客提供完美服务，将“食品安全”视为生存之本、发展之道，引领生鲜绿色消费，最大程度满足快速的生活节奏和高品质的生活追求。

【测试任务】

为了提高超市在长沙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公司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），预算控制在8万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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（5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：J5-12，百丽国庆节促销活动方案策划

（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。据对全国重点商场零售市场的监测统计，Belle 自 2000 年以来连续 3 年夺得中国真皮女鞋销售冠军。

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圣湖“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 (提示: 某区域市场可以更替为你所熟悉的区域) 的市场占有率, 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), 预算控制在 8 万元之内。其具体内容必须包括活动背景及主题、目标、时间地点、对象、方式、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	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(5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

项目六 产品推销

1. 试题编号：H1-1，农夫山泉饮用天然水推销

（1）任务描述

【背景资料】

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

产品简介：农夫山泉饮用天然水，规格550ml/瓶，参考零售价2元/瓶。

【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。针对推销品的特点选择恰当的推销方法；针对顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客进行沟通产生互动，使顾客对产品和服务产生兴趣；能解答顾客疑问、

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务。	
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方	
推销方案 (4分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于 500 字，每少 50
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
	内 推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	

0 分)	容	象			字扣 1 分。
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标 顾客方式方法的描述	
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销 方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分）， 成交顾客意见征询（2分）					
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取 得顾客联系方式（3分）					
推 销 演 示 (4 0 分)	推 销 开 场 (5 分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白 做到与 众不同， 语言新 颖吸引 顾客，包 括体态 和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推 销 过 程 (25 分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消 费者的购买动机	能针对顾 客选择适 当推销方 法，推销 策略恰 当；能唤 起顾客兴	
		3	能针对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	趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式;结束推销,礼貌告辞
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成,超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100		

2. 试题编号: H1-2, 金典有机纯牛奶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

金典奶诞生于2006年,作为伊利高端品牌代表,自上市起,即秉承奉献高品质的理念,致力于打造中国“高品质的天然牛奶”,旗

下拥有三支产品:金典有机奶、金典纯牛奶和金典低脂奶。金典有机奶则是金典品牌中的旗舰产品,以其健康、有机、关爱的品牌理念引领金典品牌获得广大消费者的钟爱。

金典秉承伊利集团的品牌精神,致力于研究、开发安全可靠、高品质的营养乳品,为行业树立了追求自然健康生态的新标准,并成为典范。金典不仅提供自然健康的高品质产品,并倡导关爱、崇尚自然的生活方式。由于有机奶的生产认证严格、投入要求巨大,对于奶牛养殖环境、加工工艺都有着极为复杂的要求;在多年的研发中,金典认真分析了国际有机标准,并严格按照这个标准打造了一条完整的有机牛奶生产链。

产品简介:金典有机纯牛奶,250ML/盒,参考零售价6元/盒;16*250ml/箱,参考零售价89元/箱。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为60分钟(推销方案及准备55分钟,5分钟现场推销)。

(4) 评分标准

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	20		寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标

		施	顾客方式方法的描述	
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推 销 演 示 （4 0 分）	推 销 开 场 （5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开 场 白 做 到 与 众 不 同， 语 言 新 颖 吸 引 顾 客，包 括 体 态 和 语 言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 （25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能 针 对 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，
		3	能针对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			

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

3. 试题编号: H1-3, 红罐王老吉凉茶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

广州王老吉大健康产业有限公司是广州市国资委旗下广州白云山医药集团股份有限公司的全资子公司, 于2012年2月28日成立, 经授权使用“王老吉”品牌, 主要经营王老吉红罐、红瓶系列凉茶产品以及刺柠吉复合果汁饮料、椰柔椰汁、大寨核桃露等产品。

王老吉凉茶诞生于1828年清朝道光年间, 是公认的凉茶始祖, 距今已有近两百年的悠久历史, 是中国传统凉茶文化的代表。2006年王老吉品牌被收入“国家珍贵非物质文化遗产”名录, 同年被国家商务部认定为“中华老字号品牌”, 2014年荣获了“全球历史最悠久的凉茶品牌”吉尼斯世界纪录。王老吉凉茶传承“三花三草一叶”百年经典配方, 优选天然中草药, 结合现代生产科技, 凭借着一流的品质、卓越的口感畅销全国, 走向世界, 稳居中国凉茶第一品牌。

产品简介: 红罐王老吉凉茶, 310ml/罐, 参考零售价4.5元/罐。

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职 业 素	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违
	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	反考场 纪律、造

养 (2 0 分)			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。	成恶劣影响的 本项目 记0分。	
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推 销 方 案 (4 0 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 (4 0 分)	推 销 开 场 (5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开 场 白 做 到 与 众 不 同, 语 言 新 颖 吸 引 顾 客,包	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		

分)				括体态和语言。
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对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	能针对顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客的联系方
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成,超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100		

		式；结束推销，礼貌告辞
--	--	-------------

4. 试题编号：H1-4，舒肤佳香皂推销

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

产品简介：舒肤佳香皂芦荟香型，规格 115g×3 盒/包，参考零售价 14.8 元/包。

【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。针对推销品的特点选择恰当的推销方法；针对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，取得顾客的联系方法，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为60分钟(推销方案及准备55分钟,5分钟现场推销)。

(4) 评分标准

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	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标			

		施	顾客方式方法的描述	
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推 销 演 示 （4 0 分）	推 销 开 场 （5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开 场 白 做 到 与 众 不 同， 语 言 新 颖 吸 引 顾 客，包 括 体 态 和 语 言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 （25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能 针 对 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，
		3	能针对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	

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

5. 试题编号: H1-5, 云南白药牙膏推销

(1) 任务描述

云南白药品牌享誉中外, 是中国止血愈伤、消肿止痛、活血化瘀类产品的百年品牌。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。它选用高档软性洁牙磨料和高级润湿剂, 膏体细腻, 清新爽口, 有效祛除口腔异味。在日常刷牙中即可使牙龈、牙周、牙齿和口腔其它组织得到专业的护理、保健, 令口腔更健康, 牙齿更牢固, 是新一代口腔护理、保健产品。

产品简介: 云南白药牙膏留兰香型, 规格 180g/盒, 参考零售价 32.8 元/盒。

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

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		能针对顾客选择适当推销方
		3	能针对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	法, 推销策略恰当; 能唤起顾客兴趣; 能恰当的介绍商品; 能与顾客沟通、产生互动, 有效地处理顾客的异议; 能打动顾客, 获得顾客的认同。
		2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)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		

6. 试题编号：H1-6，海飞丝洗发水推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：海飞丝丝质柔滑型去屑洗发水，规格750ml/瓶，参考零售价79元/瓶。

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于70平方米，配置办公桌椅5张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、货架一个，计时器一台	必备
人员	（推销方案设计）准备室一间配备监考人员2名；每个推销场地	必备

	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	
--	---	--

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业 素养 (2 0 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违 反考场 纪律、造 成恶劣 影响的 本项目 记 0 分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平,有自信的说话技巧,能抓住客户的心理;具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力,能准确把握产品的卖点,能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推 销 方 案 (4 0 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
		3	能针对顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）对产生兴趣	
5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服			

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

7. 试题编号: H1-7, 康师傅方便面推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介: 康师傅红烧牛肉面, 规格125g*5, 参考零售价10.50元/包。

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业 素养 (2 0 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		能针对顾客选择适当推销方
		3	能针对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	法, 推销策略恰当; 能唤起顾客兴趣; 能恰当的介绍商品; 能与顾客沟通、产生互动, 有效地处理顾客的异议; 能打动顾客, 获得顾客的认同。
		2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)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		

8. 试题编号：H1-8，维达纸巾推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：维达Feel手帕纸4层印花纸巾*12包(幸运装)，价格：¥6.5元，价格实惠。

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。

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

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为60分钟(推销方案及准备55分钟,5分钟现场推销)。

(4) 评分标准

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	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标			

		施	顾客方式方法的描述	
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推 销 演 示 （4 0 分）	推 销 开 场 （5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开 场 白 做 到 与 众 不 同， 语 言 新 颖 吸 引 顾 客，包 括 体 态 和 语 言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推 销 过 程 （25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能 针 对 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，
		3	能针对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			

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

9. 试题编号: H1-9, 石门柑橘推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

品，不仅糖分高，而且比同纬度同类品种早熟 10 天以上，极富竞争力。

产品简介：石门柑橘“果形端庄整齐，色泽靓丽，果皮细薄光洁，肉质红嫩化渣，汁多，酸甜可口，风味浓郁，品质极优”。市场价¥3.5 元/500g。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业 素养 (2 0 分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违 反考场 纪律、造 成恶劣 影响的 本项目 记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平,有自信的说话技巧,能抓住客户的心理;具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力,能准确把握产品的卖点,能在规定时间内完成任务。		
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方		
推 销 方 案 (4 0 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	推销开场	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白	

销 演 示 (4 0 分)	(5分)	2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	做到与 众不同， 语言新 颖吸引 顾客，包 括体态 和语言。
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对顾 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	能针对顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品(服务)的卖点，使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服			
推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把 握成交 机会促 成交易；	
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
	2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象		

		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	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
小计		100		

10. 试题编号：H1-10，红富士苹果推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：一级烟台水晶红富士；建议零售价 8.9 元/500g。

【测试任务】

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

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

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

销 方 案 (4 0 分)	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	案字数 不少于 500字， 每少50 字扣1 分。	
	具 体 内 容	推 销 主 题	3		主题明确（依据背景材料）
		推 销 对 象	3		依据产品特点确定推销对象
		推 销 时 间	2		测试时间当天
		推 销 地 点	2		结合背景材料自定
		推 销 背 景 与 目 的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推 销 实 施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标 顾客方式方法的描述
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销 方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分）， 成交顾客意见征询（2分）					
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取 得顾客联系方式（3分）					
推 销 演 示 (4 0 分)	推 销 开 场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白 做到与 众不同， 语言新 颖吸引 顾客，包 括体态 和语言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推 销 过 程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消 费者的购买动机		能针对顾 客选择适 当推销方
		3	能针对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	法, 推销策略恰当; 能唤起顾客兴趣; 能恰当的介绍商品; 能与顾客沟通、产生互动, 有效地处理顾客的异议; 能打动顾客, 获得顾客的认同。
		2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)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		

11. 试题编号：H1-11，达达同城配送服务推销

(1) 任务描述

【背景资料】

达达集团（股票代码：DADA）是中国领先的本地即时零售和配送平台，以“万千好物 即时可得”为使命，旗下有达达快送和京东到家两大核心业务平台。二者保持独立开放的运营模式，同时协同相融、互促共赢，形成“零售+物流”的合力效果。达达集团于2014年在上海成立，2020年6月在美国纳斯达克证券交易所挂牌上市。

达达快送是达达集团旗下中国领先的本地即时配送平台。经过多年发展，达达快送不断迭代升级技术能力，基于众包运力网络的灵活性和可拓展性，搭建起一套由落地配、即时配、帮买帮送组成的配送服务体系，满足多元化场景下激增的订单需求，为各类商家和个人用户提供专业高效的本地即时配送服务。截至2020年一季度，达达快送业务覆盖全国2400多个县区市，2019年日单量峰值超过920万单。截至2020年3月31日止十二个月，达达快送骑士配送总订单量超过8.22亿单。根据艾瑞咨询统计的2019年订单数，达达快送在中国社会化同城配送市场份额中位居第一。

2022年3月9日，达达发布2021年年报：双平台营收高速增长快送营收同比增长83%。

产品简介：达达同城配送物流服务，寄送手机从中天商业广场到物流学院1小时到，参考零售价2KM内8元，2-10KM以内每KM加收2元，10-50KM以内每5KM加收6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。针对推销品的特点选择恰当的推销方法；针对顾客的反映及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客兴趣。推销过程能恰当的介绍商品，能与顾客

进行沟通产生互动,使顾客对产品和服务产生兴趣;能解答顾客疑问、消除顾客疑虑,有效地处理顾客的异议、获得顾客信任,及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见,取得顾客的联系方式,结束推销,礼貌告辞。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分标准

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

(40分)	内容	推销对象	3	依据产品特点确定推销对象	每少50字扣1分。
		推销时间	2	测试时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分)					
推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)					
(40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	
	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	能针对顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤
			3	能针对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	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		

12. 试题编号: H1-12, 立白洗洁精推销

(1) 任务描述

【背景资料】

广州立白企业集团有限公司是中国民族日化领军企业，创建于1994年，总部位于广州市。立白集团以“世界名牌 百年立白”为愿景、“健康幸福每一家”为使命、“立信、立责、立质、立真、立先”为核心价值观。作为中国洗涤用品领域的领导品牌，立白“拥有全国销量第一的洗衣粉、洗洁精以及全国销量领先的洗衣皂、洗衣液和小液洗产品。立白洗洁精温和配方对肌肤不刺激，呵护千万女性双手；泡沫丰富易漂洗，餐具干净又放心，有专门特别添加天然矿物盐精华的洗洁精，能有效去除水果蔬菜上的残留农药，让您和家人能更安全的食用蔬果，保护您和家人的健康，“不伤手，无残留”的产品特性深受消费者信赖。采用的先进起泡消泡技术，清洗餐具时泡沫丰富，过水时泡沫迅速消除，易漂易洗更省水。

产品简介：立白洗洁精(新升级)，规格1.18kg/桶，参考零售价19.8元/桶。

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

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为60分钟(推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销)。

(4) 评分标准

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	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
		3	3	能针对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	

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

三、跨岗位综合技能

项目七 广告文案策划

1. 试题编号：Z1-1，设计手机广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

某公司是一家智能终端提供商。旗下主要提供两大系列产品的生产和销售，1系列首次上市是在2013年3月，该系列手机整体外观更加成熟稳重，偏商务风，主要消费群体是中高档商务人士。历届产品如下：

2013年3月推出1代产品，采用6.1英寸全贴合IPS材质1280×720 HD高清大屏，拥有4050mAh锂聚合物电池，K3V2四核1.5GHz

处理器,内嵌 16 核 GPU,是高性能与低功耗的整合。搭载基于 Android 4.1 系统的 Emotion UI 具有合一桌面、同屏多窗、单手操控、智能阅读、语音助手。同时还具备史上最全视频解码能力,魔幻触控,双 WIFI,双导航,通话降噪,信号增强,杜比音效等多项领先技术以及 800 万像素 BSI 背照式主摄像头。时隔一年,发布 2 代产品,将大屏进行到底的同时,续航也有了进一步提升,还搭配了一个可以给其他设备充电的拉仇恨式功能。8 个月后,3 代产品横空出世,采用 6 英寸、1080P 屏幕,麒麟 925 处理器,屏占比达 83%,加入背部按压式指纹识别,开始向高端市场迈进。历经八年成长,十代迭新,产品不断完善。现公司针对中高档商务人士推出第十一代新品,该产品的特点如下:

1、采用了 6.5 英寸的 68 度曲面屏,分辨率为 2376*1080,刷新率为 90Hz,触控采样率 240Hz,P3 色域,支持 2D 人脸识别和屏下指纹解锁。充电速度更快。

2、搭载了全新 5 纳米 5G SoC 麒麟旗舰芯片,设计后摄镜头则采用八边形“星钻设计”,搭载超感知徕卡电影五摄像头,配置的潜望式长焦摄像头,可实现 10 倍光学变焦、20 倍混合变焦、最大 100 倍数字变焦。

3、全新大文件分享方式,安全又便捷。畅连大文件闪传可实现远距离点对点传输,视频超清画质不压缩,断点依然可续传。5G 超级上行技术加持,传输速度超乎想象。

4、新升级 AI 隔空操控,解锁更多交互方式。隔空挥手即可翻页阅读、浏览照片,隔空按压即可亮屏、播放或暂停音乐。来电时,你看它一眼,音量自动降低,或者直接隔空按压接听电话。你用手机的样子,真像个魔术师。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场,而且希望在各地市全面快速上市销售,请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南市场的广告方案,预算控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (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：Z1-2，设计节能电脑广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

宏碁集团(acer)创立于1976年,是全球第二大笔记本电脑品牌。主要从事自主品牌的笔记本电脑、台式机、液晶显示器、服务器及数字家庭等产品的研发、设计、行销与服务,持续提供全球消费者易用、可靠的资讯产品宏碁电脑全线产品符合《中国节能产品认证技术要求》,并通过了中国节能产品认证中心的认证,这标志着宏碁将继续高举国内电源行业领军大旗,为所有电源电脑生产企业树立了一个良好的榜样,也将引领国内电源行业进入节能新时代。宏碁集团包括以下PC品牌: acer、Gateway、Packard Bell、emachine、Founder(方正)以及PDA和便携式设备品牌倚天。

acer 在欧洲、非洲占有绝对的第一排名，Gateway（捷威）品牌则在美国占据市场第三的位置，Packard Bell 也为宏碁在欧洲占有一席之地。2021 年宏碁电脑在中国（大陆）的出货量为 350 万台，市场占有率为 6.2%，宏碁的多品牌战略如今已经凸显出高瞻远瞩的市场意义。

acer 产品特点：

①本产品为绿色环保产品，省电节能

②性能稳定，配置合理

③更大程度满足家庭应用需求，办公、听音乐、欣赏影片、上网聊天都没什么问题。

【测试任务】

针对现在市场对节能电脑的需求，宏碁电脑拟向全国，例如：武汉，长沙，岳阳等，进行全面市场推广，从而进一步扩大其中端电脑市场占有率，在竞争中处于有利地位，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南市场的品牌广告方案，费用控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养	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
	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	

(20分)			在规定时间内完成任务(5分)	影响的 本项目 记0分	
作品 (80分)	具体 内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方 案字数 不少于 1500 字,每少 50字扣 1分
		文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		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：Z1-3，设计雅芳 A 霜广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

如今，雅芳已发展成为世界上最大的美容化妆品公司之一，在 53 个国家和地区进行直接投资，拥有 43000 名员工，通过 440 余万名营业代表向 145 个国家和地区的女性提供两万多种产品，包括著名的雅芳色彩系列、雅芳新活系列、雅芳柔肤系列、雅芳肌肤管理系列、维亮专业美发系列、雅芳草本家族系列、雅芳健康产品和全新品牌 Mark 系列，以及种类繁多的流行珠宝饰品。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商场专柜，各大小日化超市，专卖店等有雅芳出售的店面，采取卷铺盖的方式，扩大产品的覆盖面，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南市场广告方案，费用控制在50万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分标准

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

内容	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	字,每少 50 字扣 1 分
	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: Z1-4, 设计青岛啤酒公司广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

青岛啤酒在全国 20 个省、直辖市、自治区拥有 60 多家啤酒生产企业，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 100 多个国家和地区。品牌主张畅享欢聚时刻，产品覆盖啤酒、水及相关产品、博物馆及酒吧三大板块。

主要啤酒产品包括：

1、经典 1903：经典 1903 是青岛啤酒代表产品，甄选上乘酒花与大麦，使用源自 1903 年的“两段法发酵工艺”，长时间的“精心慢酿”成就醇香四溢的“传世麦香”。经典 1903 酒体细腻饱满，口感醇厚杀口，具有明显的麦香、优雅的酒花香。纯生啤酒，是指不经过巴氏杀菌，而采用低温膜过滤的方式，来保持达到一定生物稳定性的啤酒。

纯生：青岛啤酒纯生通过孔径仅仅 0.45 微米的膜过滤系统，滤掉绝大多数杂菌，同时将健康的活性酶等营养物质完好保存下来，形成“鲜、活、净、爽”的产品特点，口感更新鲜清爽、更纯净柔和、营养价值更高。

1991 年，青岛啤酒牵头主办了首届青岛国际啤酒节，如今，青岛国际啤酒节已成为亚洲最大的啤酒盛会。青岛啤酒打造啤酒节城市 IP，并输出全国 50 余座城市，先后打造了海上啤酒节、空中啤酒节、高铁啤酒节、海外一带一路啤酒节等多时空维度的啤酒节。为全国、全球消费者送去夏日的激情与狂欢。

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”。2021 年，青岛啤酒全年共实现啤酒销量 641 万千升，市场份额为 18.0%，居于行业第二。

【测试任务】

青岛啤酒众所周知是中国有名的品牌，假设该企业为了扩大在湖南市场的知名度与美誉度，欲在 20××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企业广告方案，费用控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	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
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）	

分)				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	
	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)	
	具体 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：Z1-5，设计爱尔眼科医院广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

爱尔眼科医院集团是中国规模最大的眼科医疗连锁机构之一，中国首家 IPO 上市的医疗机构，是国内首家荣获“中国驰名商标”的眼科机构。截止 2015 年，已在全国 27 个省(市、区)建立了 100 余家专业眼科医院，2021 年中国眼科市场规模 1700 亿，年门诊量超过 300 万人，爱尔眼科营收 150 亿，占 10% 的市场规模。

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

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

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

2014 年 9 月，爱尔眼科首创医疗行业“合伙人计划”，2017 年，爱尔眼科收购美国知名眼科中心。预计到 2020 年，建成 200 家专业眼科医院，为更多的人提供高质量、多层次的眼科医疗服务。

爱尔眼科始终追求社会责任和自身发展的和谐统一，通过全面开展防盲治盲工作、投身社会公益和帮助弱势群体参与共建和谐社会，并联合社会各界，通过不懈的努力来逐步实现“使所有人，无论贫富贵贱，都享有眼健康的权利”的使命。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，针对目前 A 市中小学学生视力普遍下降的现状（提示：A 市可以更换为你所熟悉的城市），请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的面向 A 市中小学生的广告方案（公益广告、产品广告均可），费用控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	
作品内容 (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	
	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：Z1-6，设计韵达快递广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

上海韵达货运有限公司（以下简称“韵达”）创建于1999年8月8日，总部位于上海，是领先的综合快递物流服务商。韵达于2016年12月23日上市（证券简称：韵达股份；股票代码：002120），以

“传爱心，送温暖，更便利”为企业使命，致力于实现“成为受人尊敬、值得信赖、服务更好的一流快递企业”的愿景。

韵达的经营以快递业务为主业，同时还包括仓储业务、供应链业务等。截至2021年12月31日，韵达的服务网络覆盖全国31个省（区、市）及港澳台地区，通达全球30余个国家和地区，为国内外客户提供优质的生活方式体验。

2021年，韵达全年业务量完成184.02亿件，同比增长30.10%；在规模快递企业中，韵达市场占有率为16.99%；韵达在快件时限、客户满意度等方面名列前茅。

韵达在发展的过程中，坚持“以客户为中心”，利用科技的力量推动高质量发展，通过大数据、信息化、智能化技术，打造智慧物流，构建以快递为核心的生态圈，为实现具有国际竞争力的全球化综合快递物流服务商而不懈努力。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，决定在20××年双十一快要到来之际想针对韵达快递做湖南省内一个推广。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、具有一定可行性的韵达快递面向湖南省广告方案（公益广告、产品广告均可），费用控制在80万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业	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，能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：Z1-7，设计顺丰物流广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

顺丰控股股份有限公司（002352.SZ）创立于 1993 年，是中国及亚洲最大、全球第四大综合物流服务提供商。

顺丰秉承“以用户为中心，以需求为导向，以体验为根本”的产品设计思维，聚焦行业特性，从客户应用场景出发，深挖不同场景下客户端到端全流程接触点需求及其他个性化需求，设计适合客户的产品服务及解决方案，持续优化产品体系与服务质量。同时，顺丰利用科技赋能产品创新，形成行业解决方案，为客户提供涵盖多行业、多场景、智能化、一体化的智慧供应链解决方案。

公司在国内服务约 190 万家活跃月结客户和 6.25 亿个人会员用户，覆盖 99.7% 地级行政区及 2,799 个县级行政区，主要为客户提供即时配、快递服务、快运服务、冷运服务、医药服务、国际服务、增值服务物流服务等物流服务，具备快递、快运、冷链、同城、供应链等板块的全产品服务能力，参与建设亚洲第一个、世界第四个货运枢纽机场“鄂州花湖机场”。在国际市场，公司与嘉里物流携手融合发展，业务涵盖国际快递、国际供应链、跨境电商、国际货代等。

【测试任务】

公司为了进一步扩大其知名度和美誉度，决定在 20×× 年在湖南省内做一个推广。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、具有一定可行性的顺丰物流面向湖南省的广告方案（公益广告、产品广告均可），费用控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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

			表现广告的诉求点 (19 分)
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应, 具有可行性。要求使用 3 种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介 3 分, 组合合理 3 分)
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2 分), 活动经费预算合理可行, 分配妥当 (4 分)
	广告效果评估	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: Z1-8, 设计菜鸟驿站广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

菜鸟网络成立于 2013 年 5 月 28 日, 股东除了阿里巴巴、银泰、复星, 还包括富春投资、顺丰和三通一达(申通、圆通、中通、韵达)等。第一期投资额达 1000 亿元, 第二期 2000 亿元。阿里巴巴董事局主席马云担任菜鸟董事长。2015 年 5 月 28 日, 阿里巴巴举行首届菜鸟江湖大会, 菜鸟网络总裁童文红首次对外解读菜鸟战略, 称菜鸟定位于"社会化物流协同、以数据为驱动力的平台", 并且明确五大战略: 快递、仓配、跨境、农村和驿站, 菜鸟驿站市场占有率近 70%。2021 年菜鸟实现外部收入 372.58 亿元, 同比增长 68%, 菜鸟网络在全国建有 4 万个菜鸟驿站以及 3.5 万个快递网点。

菜鸟驿站面向消费者的综合物流服务平台, 致力于完善最后 100 米多元化末端服务。其主要服务包括代收服务和寄件服务, 代收服务:

消费者在淘宝、天猫购物，下单时选择菜鸟驿站代收，可享受菜鸟驿站5天免费保管、便利自提、丢失必赔、隐私保护等特色服务。目前全国范围内已有数万家站点为消费者提供该项服务。寄件服务：消费者可通过支付宝APP或菜鸟裹裹APP或淘宝天猫退货等多个入口提交寄件订单，将包裹通过驿站站点寄出，同时可享受快递单免手写，在线支付，上门取件等多样化服务。目前全国范围内已有数万家菜鸟驿站提供寄件服务。菜鸟驿站合作平台，是菜鸟为符合“菜鸟驿站”合作条件的伙伴提供的专属合作、入驻平台，根据业务类型，已经建立了个体、连锁、物业、校园四个专属合作通道。

【测试任务】

公司为了进一步扩大其知名度，决定在20××年在湖南省内做一个推广。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、具有一定可行性的菜鸟驿站面向湖南省的广告方案（公益广告、产品广告均可），费用控制在80万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	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)	

				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	
	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：Z1-9，设计德邦物流大件快递广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

德邦快递创建于1996年，总部位于上海市青浦区，是一家以大件快递为核心业务的快递公司，多年来，公司坚持“以客户为中心，以进取者为本，以团队创高效，坚持自我反思”的核心价值观，致力于为用户提供高效、快捷的货运解决方案。德邦快递始终紧随客户需求而持续创新，坚持自营门店与事业合伙人相结合的网络拓展模式，搭建优选线路，以优化运力成本，为客户提供快速高效、便捷及时、安全可靠的服务。2018年3月，公司网点近10000家，服务网络覆盖全国34个省级行政区，全国转运中心总面积超过124万平米。德邦快递正从国际快递、跨境电商、国际货代三大方向切入跨境市场，已开通韩国、日本、泰国等多条国际线路，全球员工人数超过12万名。2021年德邦全年实现营收313.59亿，同比增长14.02%，实现业务量7.02亿件，同比增长24.4%，德邦大件快递市场占有率为0.65%。

德邦快递的主要业务包括：

1、快递

2013年，德邦快递正式上线，定位为“中国高性价比的大件快递”，仅用1年时间，快递收入即突破5亿元大关。产品系列：大件快递3.60--发大件快递3.60，提供单件3kg-60kg大件的快递服务，采用首续重报价，包接包送，大小件齐发，件数不限、总重不限，全程提供高质量服务的同时，保证60kg以下100%免费上楼；标准快递--德邦快递，专业可靠：安全可靠、服务专业、高性价比；电商尊享--你的专属快递服务专家：用专业安全的快递服务流程，让你享受行业内高性价比的电商快递服务。

2、快运

2010年，德邦凭借全年26.2亿元零担营业收入，奠定在中国公路零担物流领域的重要地位。产品系列包括：精准卡航--精准卡航，限时送达：空运速度、汽运价格、安全快速、限时到达；精准城运--

精准城运，准点送达：准点出发、次日到达、优质服务、准点派送；
 精准汽运—精准汽运，全国通达：优秀品质、实惠价格、每日发车、
 全国通达。运输时效：同城 24 小时必达、全省 48 小时覆盖、全网
 96 小时通达。德邦快递正打造零担快运业务新的战略增长点，推出
 “德邦 e 家”零担电商整体解决方案，通过构建高效、门对门的大件
 物流体系，提升电商企业的快速响应能力和服务竞争力，满足电商大
 件商品的购买、配送、安装一体化需求。

3、整车

十万客户信赖，成就专业整车，优质车源、专箱配载，定位跟踪、
 安全直送。

4、仓储与供应链

根据客户需求提供入库上架、质检存储、分拣包装、称重配单、
 出库退换、干线运输、末端配送等仓配一体化供应链解决方案。

德邦快递以客户需求为主将在全国主要城市建立枢纽仓和卫星
 仓，提升客户时效；通过专业的仓储管理，降低客户综合物流成本；
 提供灵活定制化的系统，实现客户库存、路由、管理全程可视，最终
 实现客户价值最大化。

【测试任务】

公司为了进一步扩大旗下产品大件快递 3.60 在长沙消费者心目
 中的的知名度，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。决定在 20××年针对长沙地区做一个推广。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、具有一定可行性的德邦物流面向长沙市的广告方案（公益
 广告、产品广告均可），费用控制在 80 万之内。其具体内容必须包
 括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果
 评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

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

			分，组合合理 3 分)
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现 (2 分)，活动经费预算合理可行，分配妥当 (4 分)
	广告效果评估	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：Z1-10，设计中通快递广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

中通快递创建于 2002 年 5 月 8 日，是一家以快递为核心业务，集跨境、快运、商业、云仓、航空、金融、智能、传媒等生态版块于一体的综合物流服务企业，2016 年 10 月 27 日在美国纽交所上市，向全世界打开了一扇了解中国快递发展的窗口。

自创建以来，中通快递紧抓邮政体制改革、经济转型升级、产业结构调整、电商蓬勃发展等政策和市场机遇，从“利己”、“利他”到“利社会”，帮助更多人创业就业，实现美好新生活；帮助客户削减成本，提升效益，创造价值；帮助社会解决问题，降低物流成本，实现“工厂到用户”、“田头到餐桌”的全链路管理。

2020 年 6 月 30 日，全网服务网点近 30,000 个，转运中心 90 个，直接网络合作伙伴逾 5,000 家，干线运输车辆逾 9,900 辆（其中逾 7,100 辆为高运力牵引车），干线运输线路超过 3,400 条，网络通达 98% 以上的区县，乡镇覆盖率超过 91.3%。

2021 年，中通快递全年业务量达到 223 亿件，在五家快递上市公司中，中通市场占有率最高，达 22.31%。

中通快递先后在中国台港澳地区，美国、法国、德国、日本、韩

国、新西兰、迪拜、马来西亚等地设立中转仓，同时推出欧盟专线、美国专线、日韩专线、新澳专线、东盟专线、中东专线、非洲专线及全球其他国家专线的包裹寄递、物流配送及其相关业务。

中通快递秉持“执着、专注、坚持”的企业精神，坚守“用我们的产品造就更多人的幸福”的企业使命，坚持“同建共享、信任责任、创新与企业家精神”的核心价值观，运用新科技，投入新装备，拓展产业链，构建生态圈，不断转型升级，从“大”向“大而强”高质量发展，努力打造成为全球一流的综合物流服务商，实现“成为受人尊重的百年中通”的企业愿景。

【测试任务】

为了提高超市在长沙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。决定在20××年重阳节即将到来之际在湖南省内做一个推广。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、具有一定可行性的中通快递面向湖南省的广告方案（公益广告、产品广告均可），费用控制在80万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养	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
	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	

(20分)			在规定时间内完成任务(5分)	影响的 本项目 记0分	
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方 案字数 不少于 1500 字,每少 50字扣 1分
		文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		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		