



永州职业技术学院
YONGZHOU VOCATIONAL TECHNICAL COLLEGE

学生专业技能考核题库 (市场营销专业)

永州职业技术学院商学院

目 录

模块一 专业基础模块	2
项目 1 设计市场调研方案	2
1. 试题编号：1-1-1, 设计知名度与满意度调研方案	2
2. 试题编号：1-1-2, 设计大学生兼职情况调研方案	4
3. 试题编号：1-1-3, 设计视力状况调研方案	6
4. 试题编号：1-1-4, 设计中老年人身体状况调研方案	8
5. 试题编号：1-1-5, 设计洗衣机产品质量调研方案	11
6. 试题编号：1-1-6, 设计后勤满意度调研方案	14
7. 试题编号：1-1-7, 设计就业意向调研方案	17
8. 试题编号：1-1-8, 设计消费者对手机偏好度调研方案	19
项目 2 设计市场调研问卷	22
9. 试题编号：1-2-1, 伊利每益添企业品牌形象调研问卷设计	22
10. 试题编号：1-2-2, 李宁品牌 (LI-NING) 市场竞争情况调研问卷设计	25
11. 试题编号：1-2-3, 创维电视农村售后服务调研问卷设计	27
12. 试题编号：1-2-4, 农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计	30
13. 试题编号：1-2-5, 南山奶粉市场调研问卷设计	33
14. 试题编号：1-2-6, 比亚迪差异化价格提高销量调研问卷设计	36
15. 试题编号：1-2-7, 蓝月亮泵头设计使用体验调研问卷设计	39
16. 试题编号：1-2-8, 顺丰速运市场满意度调研问卷设计	42
17. 试题编号：1-2-9, 老凤祥品牌忠诚度调研问卷设计	45
18. 试题编号：1-2-10, 永州底捞顾客满意度调研问卷设计	48
项目 3 撰写市场调研报告	52
19. 试题编号：1-3-1, 方便面市场基本情况市场调研报告	52
20. 试题编号：1-3-2, 大学生就业问题市场调研报告	55
21. 试题编号：1-3-3, 双十一网购情况市场调研报告	59
22. 试题编号：1-3-4, 学生 PC 市场消费需求市场调研报告	67
23. 试题编号：1-3-5, 酒类商品的消费及需求情况市场调研报告	74
24. 试题编号：1-3-6, 大学生洗面奶消费行为市场调研报告	78
25. 试题编号：1-3-7, 蒙牛新口味冰激凌消费需求情况市场调研报告	84
26. 试题编号：1-3-8, 消费者空调购买行为市场调研报告	89
项目 4 促销	94
27. 试题编号：1-4-1, 校园运动产品促销活动方案策划	94

28.试题编号：1-4-2，君乐宝婴幼儿奶粉六一儿童节促销活动方案策划	96
29.试题编号：1-4-3，博美整形美容医院“三八节”促销活动方案策划	99
30.试题编号：1-4-4，尚艺“五一”促销活动方案策划	101
31.试题编号：1-4-5，千金大药房重阳节促销活动方案策划	104
32.试题编号：1-4-6，晓家酒店公寓“一周年店庆”促销活动方案策划	107
33.试题编号：1-4-7，盛小姐家手工吐司“中秋节”促销活动方案策划	110
34.试题编号：1-4-8，蝶欧饰品“七夕”促销活动方案策划	112
模块二 专业核心模块	115
项目 1 产品推销	115
1.试题编号：2-1-1，农夫山泉矿泉水推销	115
2.试题编号：2-1-2，维达纸巾推销	118
3.试题编号：2-1-3，蒙牛特仑苏牛奶推销	122
4.试题编号：2-1-4，可口可乐推销	126
5.试题编号：2-1-5，舒肤佳香皂推销	129
6.试题编号：2-1-6，保险产品推销	133
7.试题编号：2-1-7，海飞丝洗发水推销	137
8.试题编号：2-1-8，李宁运动鞋推销	140
9.试题编号：2-1-9，蓝月亮洗衣液推销	143
10.试题编号：2-1-10，明园蜂蜜推销	147
11.试题编号：2-1-11，双汇火腿肠推销	151
12.试题编号：2-1-12，盐津铺子休闲食品推销	154
13.试题编号：2-1-13，石门柑橘推销	158
14.试题编号：2-1-14，佳洁士牙膏推销	162
15.试题编号：2-1-15，奥妙洗衣液推销	165
16.试题编号：2-1-16，立白洗洁精推销	169
17.试题编号：2-1-17，吐鲁番葡萄干推销	172
18.试题编号：2-1-18，伊利牛奶推销	176
19.试题编号：2-1-19，百雀羚护手霜推销	179
20.试题编号：2-1-20，康师傅方便面推销	183
21.试题编号：2-1-21，湘西老爹猕猴桃果汁推销	186
22.试题编号：2-1-22，德芙巧克力推销	190
23.试题编号：2-1-23，卡士酸奶推销	194
24.试题编号：2-1-24，浪莎丝袜推销	197
25.试题编号：2-1-25，辣妹子调味品推销	201
26.试题编号：2-1-26，云南白药牙膏推销	204
27.试题编号：2-1-27，红富士苹果推销	208

28.试题编号：2-1-28，平江豆腐干推销	211
29.试题编号：2-1-29，健身卡推销	215
30.试题编号：2-1-30，美容卡推销	218
项目 2 商务谈判	221
31.试题编号：2-2-1，农机设备采购谈判	221
32.试题编号：2-2-2，白酒经销谈判	229
33.试题编号：2-2-3，旅游合作协议的谈判	235
34.试题编号：2-2-4，新希望乳业进入超市的谈判	242
35.试题编号：2-2-5，日化用品购销谈判	250
36.试题编号：2-2-6，货物运输服务项目谈判	257
37.试题编号：2-2-7，葡萄酒采购项目谈判	264
38.试题编号：2-2-8，原材料采购的谈判	270
39.试题编号：2-2-9，软件采购谈判	277
40.试题编号：2-2-10，经营场所租赁谈判	283
41.试题编号：2-2-11，购销合同的谈判	290
42.试题编号：2-2-12，购销合同的谈判	296
模块三 专业拓展模块	305
项目 广告文案策划	305
1.试题编号：3-1-1，设计华为 P40Pro 手机广告文案	305
2.试题编号：3-1-2，设计比亚迪新能源汽车广告文案	307
3.试题编号：3-1-3，设计长沙湘贵健康饮品广告文案	310
4.试题编号：3-1-4，设计雅芳 A 霜广告文案	313
5.试题编号：3-1-5，设计青岛啤酒公司广告文案	316
6.试题编号：3-1-6，设计爱尔眼科医院广告文案	319

永州职业技术学院

市场营销专业学生专业技能考核题库

根据永州职业技术学院市场营销专业人才培养方案、学生专业技能考核标准、湖南省教育厅对标准题库设计的原则要求来制定题库。

本题库设置三大模块七个项目，即专业基础模块（设计市场调研方案项目、设计市场调研问卷项目、撰写市场调研报告项目、促销项目）、专业核心模块、（产品推销项目、商务谈判项目）与专业拓展模块（广告文案策划项目）。题库共计 82 道试题，其中高难度试题 20 道，占比 24.39%，不低于 20% 的标准；中等难度试题 42 道，占比 51.22%；低难度试题 20 道，占比 24.39%，不超过 30% 的标准。试题分值设置科学，分值比例分配合理。

各项目试题考核时间设置合理，其中设计市场调研方案项目、设计市场调研问卷项目、撰写市场调研报告项目、促销项目、广告文案策划项目这五个项目考核时长为 180 分钟，商务谈判项目考核时长为 90 分钟，产品推销项目考核时长为 80 分钟，所有项目考核时长均在 1-3 小时之内。试题的背景资料数据均来源 3 年之内的案例，并进行动态更新。

模块一 专业基础模块

项目 1 设计市场调研方案

1. 试题编号：1-1-1，设计知名度与满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

【测试任务】

为了提高自身服务水平，华丰华天大酒店欲在永州市进行一次消费者知名度与满意度的调研，现请你根据背景资料设计一份华丰华天大酒店在永州的知名度与满意度的调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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		

2. 试题编号：1-1-2，设计大学生兼职情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

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

【测试任务】

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

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

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

小计	100	
----	-----	--

3. 试题编号：1-1-3，设计视力状况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

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

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

2017年，爱尔眼科收购美国知名眼科中心。

2018年，爱尔眼科获中国“受投资者尊重的上市公司”前十名。

2019年，爱尔眼科上榜第十二届中国品牌价值500强。

2020年，爱尔眼科医院集团以1240亿元人民币市值位列《2020胡润中国百强大健康民营企业》第9。

2021年，爱尔眼科获得第一届“新湖南贡献奖先进集体”称号。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，需进行一次针对永州市中小学学生的视力状况及学生家庭经济状况的市场调研。请你根据背景资料设计一份视力状况调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

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

分)				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				

4. 试题编号：1-1-4，设计中老年人身体状况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

九芝堂股份有限公司是国家重点中药企业，湖南省重点高新技术

企业，国内上市公司。其前身“劳九芝堂药铺”创建于1650年，是中国著名老字号。公司现有零售连锁药店近200家，药店遍布湖南省内长沙、湘潭、郴州、永州、岳阳、常德、益阳、湘西等地区。

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

公司秉承“九州共济、芝兰同芳”的经营理念，立足医药行业，以药业为中心，向中药材的规范化种植延伸，适度介入生物制品和化学药品，逐步形成科、工、贸一体化相结合的“健康产业”，力争在五年内进入国内医药企业十强。今天的九芝堂，以长沙为总部，分别在浏阳、成都、海南建立了多家子公司，已发展成为拥有总资产15.5亿元、净资产12.3亿元，下辖7家直接控股子公司、3家间接控股子公司，年销售过12亿元，利税过3亿元的工商一体化的现代大型医药企业。在未来，九芝堂将继续以中成药为主，努力向生物制药等领域拓宽，发扬三百多年的优良制药传统，同时积极采用现代高新技术，力争跻身中国医药工业10强和中国企业500强。

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

2005年2月，公司入选“2004年度长沙工业二十强”。

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

2007年4月，公司被《医药经济报》评为“中国制药工业百强”。

2009年4月，公司再次被《医药经济报》评为“中国制药工业百强”。

2021年3月29日，智能制造现场观摩会在九芝堂股份有限公司

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

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

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

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

5. 试题编号：1-1-5，设计洗衣机产品质量调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

美的制冷家电集团洗衣机事业部位于安徽省省会合肥，是中国最大的洗衣机制造企业之一。公司拥有“美的”和“荣事达”两个驰名商标（其中“美的”品牌价值2006年经权威机构评估高达311.9亿

元)，是世界上同时拥有滚筒、波轮、搅拌三大类洗衣机的生产制造商，有年产洗衣机 200 万台的产能。

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

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

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

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

到 2018 年，公司拥有“美的”和“荣事达”两个驰名商标，是世界上同时拥有滚筒、波轮、搅拌三大类洗衣机的生产制造商，有年产洗衣机 200 万台的产能。

美的洗衣机事业部总资产 11.46 多亿元，员工近 3000 人，总占地面积逾 1200 亩，总装年产能达 1450 万台，并向工业洗衣机、控制器、电机等产品延伸，能够向市场提供较为丰富的洗衣机产品。研发团队 500 多人，拥有洗衣机专利 705 项，其中发明专利 32 项，软件著作权 200 多项。在全国各地建立 25 个销售中心、1276 个顾客服务网点和 1662 个零售网点，营销网络覆盖全国，产品远销 90 多个国家和地区。

【测试任务】

美的制冷家电集团洗衣机事业部以市场为导向，关注顾客需求，

通过持续改进，不断提高质量管理水平，提升产品质量超越顾客期望。如果现要对永州市美的洗衣机购买者进行一次洗衣机质量的市场调研，请根据背景资料设计一份洗衣机产品质量调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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 (8 0 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：1-1-6，设计后勤满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

永州职业技术学院位于湖南省永州市，是国家示范性高等职业院校。

学校是2000年7月经湖南省人民政府批准教育部备案，由零陵卫校和零陵农校合并升格而成。2003年6月经湖南省人民政府批准，将原零陵商校、零陵工校、零陵师范三所普通中专成建制并入永州职业技术学院。2010年，学院顺利通过国家示范性高等职业院校验收。2016年8月，入选第二批国家现代学徒制试点单位。

学院总占地面积195.9万平方米，总建筑面积46.97万平方米，固定资产总值11.75亿元，其中，教学仪器设备总值2.67亿元，馆

藏图书 102.25 万册。在职在编 1024 人，其中正高职称 70 人，副高职称 265 人，专任教师中“双师”素质教师比例 82%。设 12 个二级学院和教学部，开设 39 个高职专业，面向全国 27 个省市区招生，全日制在校学生 2 万余人。

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

【测试任务】

目前永州职业技术学院学生人数不断增加，对学校后勤服务管理提出了更高的要求。为此，学院后勤服务处想对该校学生进行一次满意度的调研。请你根据背景材料设计一份后勤满意度调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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

素养 (20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	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	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：1-1-7，设计就业意向调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南农业大学是国家“2011”协同创新中心牵头建设单位，是农业部与湖南省人民政府共建大学、全国首批新农村发展研究院试点建设单位、教育部本科教学工作水平评估“优秀”高校、全国文明单位。学校坐落在中国历史文化名城长沙，占地面积3400亩，环境幽雅，空气清新，是读书治学的理想园地。现任党委书记陈泓，校长邹学校。

学校办学始于1903年10月8日创办的修业学堂，周震鳞、黄兴、徐特立、毛泽东等先后在此执教。1951年3月与湖南大学农业学院合并组建湖南农学院，毛泽东主席亲笔题写校名。1994年3月更名为湖南农业大学。

学校设有20个学院、1个独立学院和研究生院，学科涵盖农、工、文、理、经、管、法、医、教、艺10大门类。有博士后科研流动站10个，博士学位授权一级学科8个，硕士学位授权一级学科19个，硕士专业学位授权类别8个，是全国首批获得硕士学位授予权单位；有本科专业72个、专科专业2个。有国家重点学科1个，省优势特色学科2个，省部级重点学科16个。动植物科学领域、农业科学领域的ESI学科排名进入全球前1%。作物学、园艺学、农业资源与环境、畜牧学4个一级学科在教育部第三轮学科评估中进入全国前十。

现有专任教师1289人；有中国工程院院士1人、双聘院士4人、美国科学院院士2人，高级职称专家797人，博士生导师309人。有国家有突出贡献的中青年专家、全国杰出专业技术人才、享受国务院政府特殊津贴专家等84人；有“芙蓉学者计划”特聘教授、湖南省教学名师、湖南省优秀教师等305人；有教育部高校科技创新团队2个、农业部科研杰出人才及其创新团队3个、省创新团队6个，国家

教学团队 1 个、省优秀教学团队 6 个。

现有在校普通全日制本科生 26689 人（其中独立学院 5916 人）、专科生 427 人，在校研究生 4294 人。

近年来，“择业难”——对很多人而言都是一个很严峻的问题，特别是对大学生，“高不成，低不就”的状况日益严重，走出了象牙塔的大学生并不了解眼前社会的现状，从而盲目地将自己定位。

【测试任务】

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

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (2)	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
	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	

0分)			力，具有查阅文献资料的能力	的本项目记0分	
作品(80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分)，标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性，确定合理，描述基本准确。
		调研项目与内容	10		要求符合调研目的(4分)，内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料(6分)
		调研方式与方法	26		调查对象选定的方式(4分)和调查资料收集的方法选择合理(4分)，表述具体(4分)。采用抽样调查的需要设计抽样方案，包括确定调研范围、抽样方法、抽样框、抽样程序和样本量(14分)
		调研组织及人员安排	6		调研组织设计科学(2分)，人员配备合理(4分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	3		经费预算科学(1分)与详尽(2分)
小计	100				

8. 试题编号：1-1-8，设计消费者对手机偏好度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

2012年4月，苹果以超过5200亿美元的市值稳坐世界第一的位置。

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

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

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

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

2018年9月13日，在2018苹果秋季新品发布会上，发布iPhone XR，iPhone XS，iPhone XS Max。

2020年4月15日，苹果公司官网正式发布iPhone SE 2。

2021年9月15日，苹果公司一共发布了4款iPhone 13系列手机，分别是iPhone 13 mini，iPhone 13，iPhone 13 Pro，iPhone 13 Pro Max。

【测试任务】

公司计划加大苹果手机在永州市场的促销力度，需针对永州市场的手机消费偏好进行一次市场调研。请你根据背景资料设计一份消费者对手机偏好度调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

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	调研方案字数
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	

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

项目2 设计市场调研问卷

9. 试题编号: 1-2-1, 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】

伊利集团位居全球乳业五强, 连续八年蝉联亚洲乳业第一, 也是中国规模最大、产品品类最全的乳制品企业。

从2008年北京奥运会到2019武汉军运会、从2010年上海世博会到2016年杭州G20峰会, 伊利作为唯一一家提供服务的乳制品企业频频亮相。

同时伊利也是世界经济论坛、博鳌亚洲论坛、世界互联网大会等顶级峰会的合作伙伴。

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。

【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 180 分钟。

(4) 评分细则

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，认真负责	严重违反考场纪律

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

10. 试题编号：1-2-2，李宁品牌（LI-NING）市场竞争情况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

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

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

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

李宁的主要竞争对手国际品牌有耐克、阿迪达斯、彪马、匡威等。国内有安踏、鸿星尔克、361、特步等。自重新回归运动本质以来，李宁通过关店、去库存、重塑供应链、渠道复兴等系列改革措施实现转型，企图提高市场占有率和企业竞争力，能在国内运动领域占据领头羊地位。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计李宁品牌（LI-NING）市场竞争情况调研问卷，目的是了解李宁品牌（LI-NING）在市场竞争中所处的

位置，分析本品牌亏损而竞争对手盈利的原因，为制定下一步的品牌战略提供参考。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 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) 评分细则

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	

11. 试题编号：1-2-3，创维电视农村售后服务调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

创维集团有限公司是以香港创维数码控股有限公司为龙头，跨越粤港两地，生产消费类电子、网络及通讯产品的大型高科技上市公司。

2021“上半场”马上就要结束了，纵观彩电市场战绩，今年的鏖战注定是艰难的。自2021年初起，中国彩电市场经历了连续5个月的规模下滑，正如中怡康消费电子事业部总经理彭显东分析，现阶段彩电市场下滑并不是单一品牌的问题，而是整体市场状况不好。然而对于久经考验的中国家电企业来说“低潮未必退潮”，近日发布2020/21财年业绩的国内“电视一哥”创维攻防有术，运筹帷幄，把

危机四伏的“低潮年”激活成变革升级的“弄潮年”。

创维集团中国营销总部总经理刘棠枝日前表示，公司将在农村地区建 3000 家液晶电视销售店，深耕农村液晶电视市场。对于分拆机顶盒业务 A 股上市一事，刘棠枝透露，机顶盒业务资产辅导期已经结束，目前已经上报了材料，正等待主管部门的批准。在新一轮家电下乡招标中，创维共有 6 款液晶电视中标，其中包括一款酷开液晶电视。为了深耕农村市场，创维开始实行“农村液晶倍增计划”，今年已经投资 5000 万元改造了 3000 家农村液晶电视门店，基本上达到了每个县级市都有一家门店的目标。创维计划在这些门店中销售从 19 英寸到 26 英寸共 10 个型号的小尺寸液晶电视，预计到明年 1 月，在农村市场的销量将达到 50 万台。

刘棠枝表示，“今后公司会将零售渠道进一步下沉到农村乡镇，而公司如此重视终端渠道的一个重要原因是，我们认为售后服务能力是决定企业长远竞争力的关键因素。”

售后服务是售后最重要的环节。售后服务已经成为了企业保持或扩大市场份额的要件。售后服务的优劣能影响消费者的满意程度。在购买时，商品的保修、售后服务等有关规定可使顾客摆脱疑虑、摇摆的形态，下定决心购买商品。优质的售后服务可以算是品牌经济的产物，在市场激烈竞争的今天，随着消费者维权意识的提高和消费观念的变化，消费者们不再只关注产品本身，在同类产品的质量与性能都相似的情况下，更愿意选择这些拥有优质售后服务的公司。售后服务的内容一般包括：1、代为消费者安装、调试产品；2、根据消费者要求，进行有关使用等方面的技术指导；3、保证维修零配件的供应；4、负责维修服务，并提供定期维护、定期保养；5、为消费者提供定期电话回访或上门回访；6、对产品实行“三包”，即包修、包换、包退（许多人认为产品售后服务就是为“三包”，这是一种狭义的理解）；7、处理消费者来信来访以及电话投诉意见，解答消费者的咨

询。同时用各种方式征集消费者对产品质量的意见，并根据情况及时改进。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计创维电视农村售后服务调研问卷，目的是收集顾客对创维电视售后服务的要求和意见，完善农村售后服务体系，以期更好地为消费者提供服务，最终实现农村销售的整体提高。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 180 分钟。

(4) 评分细则

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 问卷构	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四	

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

12. 试题编号：1-2-4，农夫山泉新包装影响销售状况调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

农夫山泉股份有限公司原名“浙江千岛湖养生堂饮用水有限公司”，其公司总部位于浙江杭州，系养生堂旗下控股公司，成立于1996年12月26日。

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

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

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

2021年农夫山泉本次的新品战略“剑指高端”，相比35-40元的高端玻璃瓶水和9元/升的婴儿水，定价4元/535ml左右的学生矿泉水则显得更接地气。

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

【测试任务】

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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		

13. 试题编号：1-2-5，南山奶粉市场调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

对妈妈们来说，金衣银衣，不及孩子们的一罐好奶粉来的值钱。作为中国乳业巨头，南山奶粉为了让消费者体验 62 年国民老品牌优质奶粉，联手宝宝树，于 2021 年 4 月推出金装倍慧奶粉免费试用申领活动，吸引了数万宝妈踊跃参与。南山奶粉此次活动邀中国万千父母亲测奶粉品质，好评如潮，点赞不断。近些年来，国内奶粉出现信任危机，一时间价格高昂的进口奶粉成了宝宝家庭的唯一选择，小小一罐进口奶粉，引无数宝妈掏尽腰包。

谁说中国没有好奶粉，60 年的南山孜孜不倦致力于生产更适合中

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

2021年初，科技部农村司、农村中心组织专家在北京对“十二五”国家科技支撑计划项目“现代奶业发展科技工程(2012BAD12B00)”下属课题进行了验收。由亚华乳业(南山奶粉)参加的“原料奶质量安全监控关键技术研究”课题顺利通过验收。“十二五”是在工业化、城镇化深入发展中同步推进农业现代化的关键时期。农业科技是确保国家粮食安全的基础支撑，是突破资源环境约束的必然选择，是加快现代农业建设的决定力量。

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

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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	

14. 试题编号：1-2-6，比亚迪差异化价格提高销量调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

目前，不管是合资品牌还是自主品牌，都在提升车内空间、动力性能和配置水平。五星安全评级、涡轮增压发动机、超大乘坐空间、各种安全配置等已经成为入门级标准。在整体水平提升的背景下，打造出“人无我有”的品牌特色不是个容易事。但比亚迪凭借在电子领域、电池领域和汽车领域的跨界资源，在差异化方面取得了丰硕的战果。以2021款新速锐为例，比亚迪至少为它打造了四个差异化特点。

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

第二个特色是低价的自动变速箱车型。虽然每家品牌都推出了自动版车型，但价格多在10万元以上。比亚迪剑走偏锋，大打“普世

科技”牌，把自动变速箱车型的价格拉低到7万元级别上。例如2021款速锐1.5L自然吸气发动机新增了自动变速箱版本，最低售价仅为7.39万元，覆盖了更多消费人群，瞬间实现了“人无我有”的差异化营销。

第三个特色是将高级别车型的配置搭配到低级别车型上。例如，2014款速锐的价格区间为6.59万~9.99万元，但顶配车型却配备了LED日间行车灯，6速自动挡车型标配了ESP系统，部分车型甚至增加了米其林轮胎。要知道，日间行车灯、米其林轮胎和ESP系统通常只出现在9万元以上的车型上，比亚迪“田忌赛马”式的做法无疑提升了产品竞争力。

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

其他配置方面，2021款速锐与对手不相上下。比如，速锐和部分竞品车型都达到了C-NCAP碰撞测试五星安全评级。但速锐凭借四个特色优势，获得了较高的整体得分。今年，速锐的累计销量将达到20万辆。差异化战略无疑是速锐成功的重要原因。

2021年，我国经济下行压力明显，但是新能源汽车领域，在政策的刺激下，销量增长可谓突飞猛进，虽然经历了新能源骗补事件，根据中国汽车工业协会的统计数据，中国新能源汽车销量依然达到50.7万辆，同比增长53%。在市场日趋健康平稳的环境中，比亚迪也紧抓历史机遇，比亚迪2016年新能源汽车销量同比大幅增长69.85%至9.6万辆，销量蝉连全球第一。其中新能源乘用车销量近8.6万辆，增速达65.41%，再度引领新能源乘用车市场。纯电动大巴销量超1万辆，同比增长120.68%，市场份额大幅提升。2016年比亚迪新能源汽

车全球市场份额已达到 13%，在中国的市场份额则达 23%。正是新能源汽车版块的增长，成为比亚迪集团利润增长名副其实的功臣。

2021 年 6 月 21 日至 23 日，第二届中国（北京）国际电动车技术展示、交易会（EVTec China 2017）在北京国家会议中心举行，比亚迪商用车携 K9、K8 纯电动公交车，T3 纯电动物流车及 T5 纯电动压缩式垃圾车亮相，为各界带来多领域高品质纯电动车产品，引领绿色交通发展潮流。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计比亚迪差异化价格及提高销量的调研问卷，目的是验证价格差异化营销策略对企业销售的帮助作用，从而进一步稳固差异化服务战略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

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	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷

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

15. 试题编号: 1-2-7, 蓝月亮泵头设计使用体验调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

2021年9月16日，蓝月亮在北京召开了以“机洗泵时代”为主题的新闻发布会，并发布了其突破性产品——机洗至尊。据负责人介绍，机洗至尊有两大颠覆性创新：二是泵头设计，只需轻轻一按，一泵8g，无需量取；一是采用高能量配方，活性物浓度高达47%，是国家标准洗衣液的3倍以上。有行业人士表示，此款新品的问世，不仅对于行业重新思考与环境的和谐发展有着重要意义，也为人们提供了一个更低碳环保的洗衣方式，开启了一个全新的洗衣时代。

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

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

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

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计蓝月亮泵头设计使用体验调研问卷，目的是收集顾客对蓝月亮泵头设计的体验感受，检验泵头装置的实际效果以及是否达到了销售期望。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8		

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

16. 试题编号：1-2-8，顺丰速运市场满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

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

在持续强化速运业务的基础上，顺丰坚持以客户需求为核心，围

绕快递物流产业链，不断丰富公司的产品和服务种类，针对电商、食品、医药、汽配、电子等不同类型客户开发出一站式供应链解决方案。

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

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

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

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

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

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

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

3、拥有自己的交通运输系统。顺丰的专线包机达到 13 条，并且

自购飞机，成立了“泓图航空公司”。

4、安全的运输服务。货物损坏率为是十万分之一，属同行业最低。

【测试任务】

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

(2) 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) 评分细则

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)	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		

17. 试题编号：1-2-9，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、珐琅、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 and 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。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，2021年品牌价值达260.97亿元。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计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180分钟。

(4) 评分细则

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	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷

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

18. 试题编号: 1-2-10, 永州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，一边接过去免费的水果、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。

2008年，永州海底捞正式开业，十几年以来，在永州火锅市场再创佳绩。永州海底捞为了保证各项服务制度在餐厅执行到位，实现良好的顾客满意度，不仅对员工实行了人性化的管理和有效的激励措施，还会定期对顾客进行满意度调查。

【测试任务】

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

(2) 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) 评分细则

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计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	

分)			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3 撰写市场调研报告

19. 试题编号：1-3-1，方便面市场基本情况市场调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

方便面自问世以来，就以其食用方便、价格便宜而成为众多消费者日常食品的重要组成部分。随着人们的生活水平不断提高，消费者对方便面的需求从以前吃饱就行发展到更关注方便面的营养成分。这种不断变化的消费需求，可能使营养型方便面成为方便面市场又一个新的亮点。

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

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

2、品牌选择的因素：口味居第一占36.3%，品牌知名度18.2%；

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

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

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

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

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

8、价格：1.1~2元 40.6%，2.1~3元 32.2%，3元以上 13.9%，1.0元以下 13.3%；

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

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

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

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

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

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

【测试任务】

请根据 2021 年某公司提供的北京方便面市场基本情况调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

3、字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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；市场调研报告字数要求 1500 字以上，
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）	
	目录	7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文 引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明	

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

20. 试题编号：1-3-2，大学生就业问题市场调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

2021年10月某公司针对大学生的就业问题对某高校的毕业生进行随机问卷调查。发出问卷1000份，收回1000份。统计结果汇总如下：

1、你认为现在的就业形势如何：

答案	形势严峻	形势正常	形势较好	不了解
----	------	------	------	-----

所占百分比	48.5%	42.6%	4.5%	4.4%
-------	-------	-------	------	------

2、您进入毕业时期的去向：

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

3、您对求职渠道的选择：

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

4、您认为自己目前最欠缺的素质主要是：

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

5、您将通过何种方式向用人单位介绍自己的情况：

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

6、您的择业观念：

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

7、您欲选择什么样的单位就业：（限选两个）

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

8、您认为当前毕业生就业的主要问题：

答案	大学专 业设置 与企业	应届毕业 生不具 备符合 企业要 求的	毕业生的 就业定 位不合 理，	政府、学 校、用 人单 位及学	就业信 息机制 不健全 ，信息	大学伎 教育模 式不注 重提高
----	-------------------	---------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

	对人才的需求不匹配	职业能力，缺乏工作经验，没有竞争能力	期望值过高，择业过于挑剔	生之间互相沟通和了解不够	渠道不畅，信息不充分	学生的综合能力，不能为大学毕业生就业和职业发展提供有效帮助
所占百分比	29.4%	54.4%	19.1%	10.3%	7.4%	16.2%

9、您觉得自己在就业求职的过程中最具竞争实力的方面是：

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

10、您最希望自己在就业求职过程中得到：（限选两项）

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

11、您认为您能接受的工资是：

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

【测试任务】

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

要求：

- 1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；
- 2、市场调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安

排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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；市场调研报告字
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	封面	8	要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）	
	目录	7	排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）	
	正文引言	12	简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调	

			查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）	数要求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		

21. 试题编号：1-3-3，双十一网购情况市场调研报告

（1）任务描述

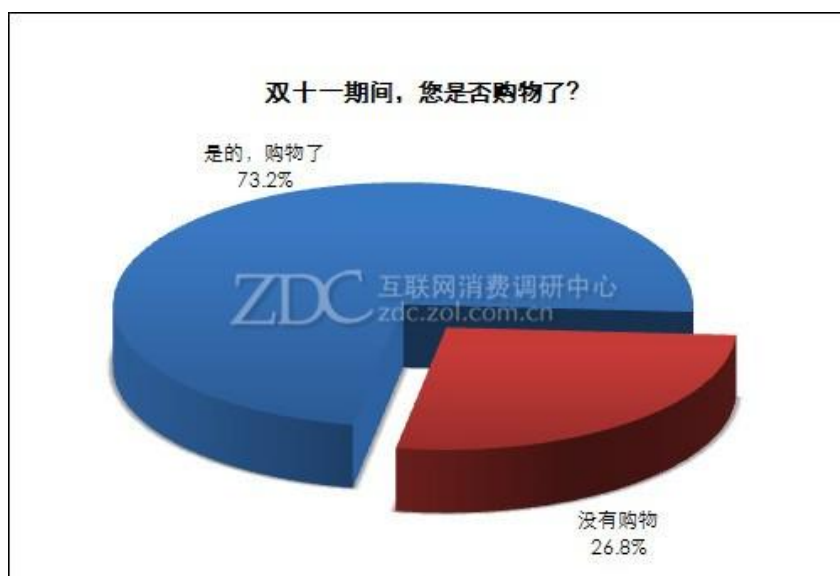
【背景资料】

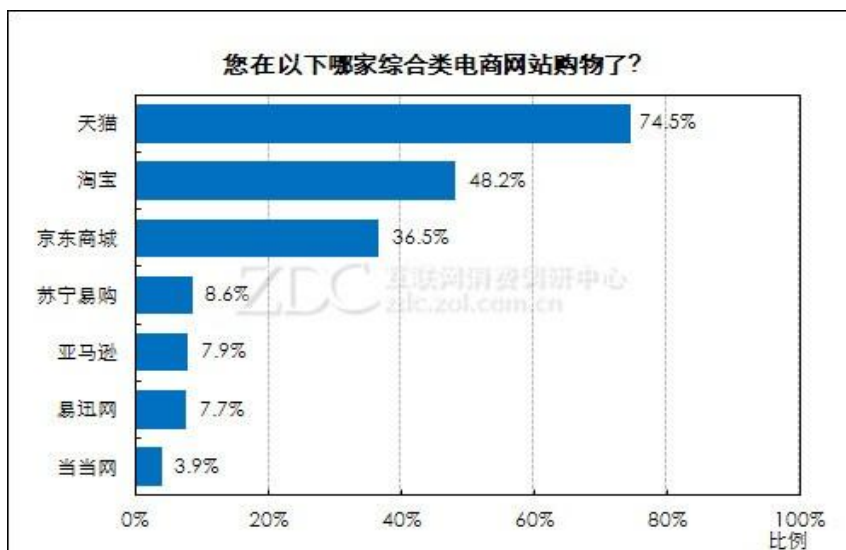
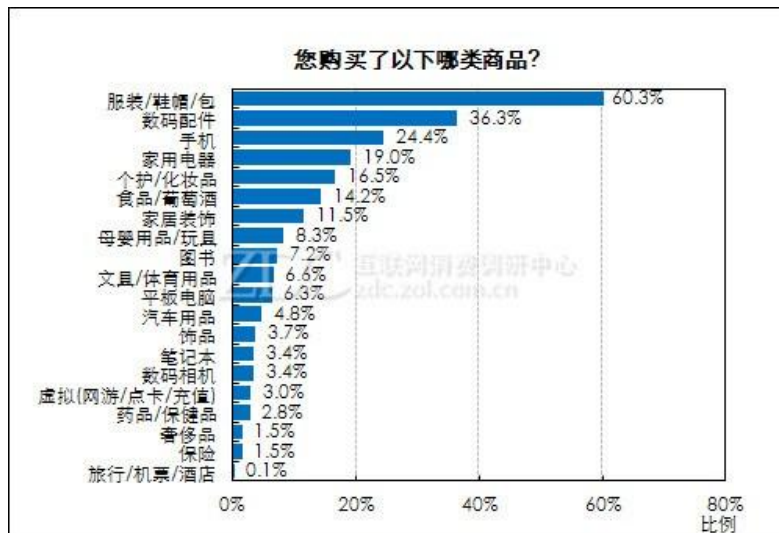
2021年，电子商务市场继续高速增长，来自中国电子商务研究中心的报告数据显示，截至2021年6月，全国电子商务交易额达4.35万亿元，同比增长24.3%。互联网尤其是移动互联网用户数量的持续

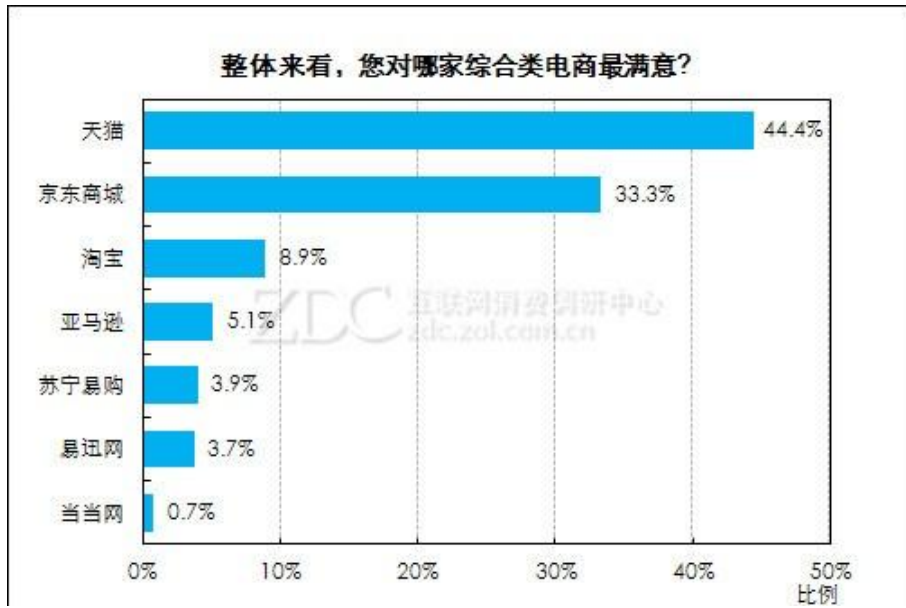
快速增长在一定程度上加速了电商规模的增长。而以淘宝为首的电商均在不遗余力的借助和制造各种节日，进行一轮又一轮的促销。11月11日，经过两三年的渲染，如今已经成为了购物狂欢节的代名词。

2021年双十一刚刚落下帷幕，阿里集团的数据显示，截止11月11日24时，双十一网购狂欢节支付宝(主要是天猫和淘宝)交易额达到350.19亿，打破了阿里巴巴集团董事局主席马云此前300亿的预期。网民网购的热情可见一斑。

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







双十一期间，您实际累计花了多少钱？

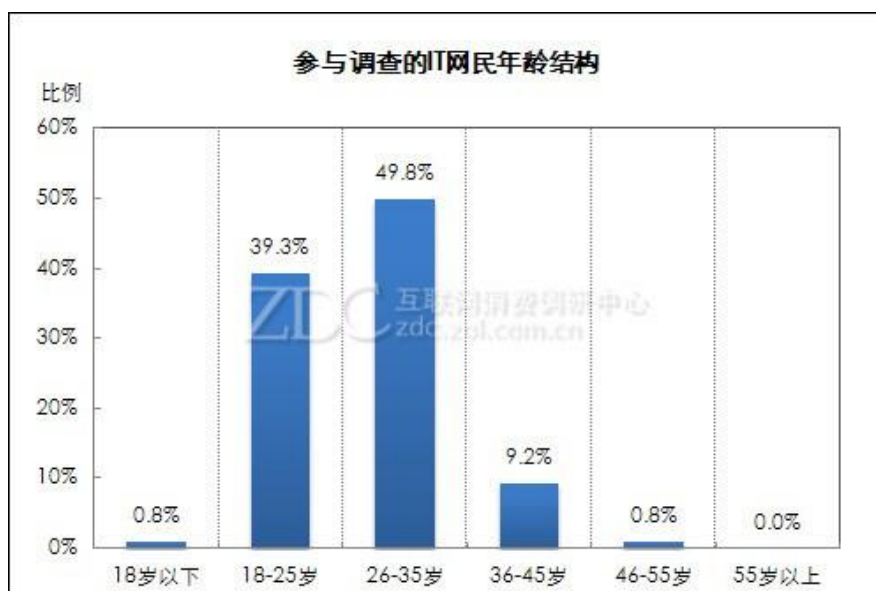
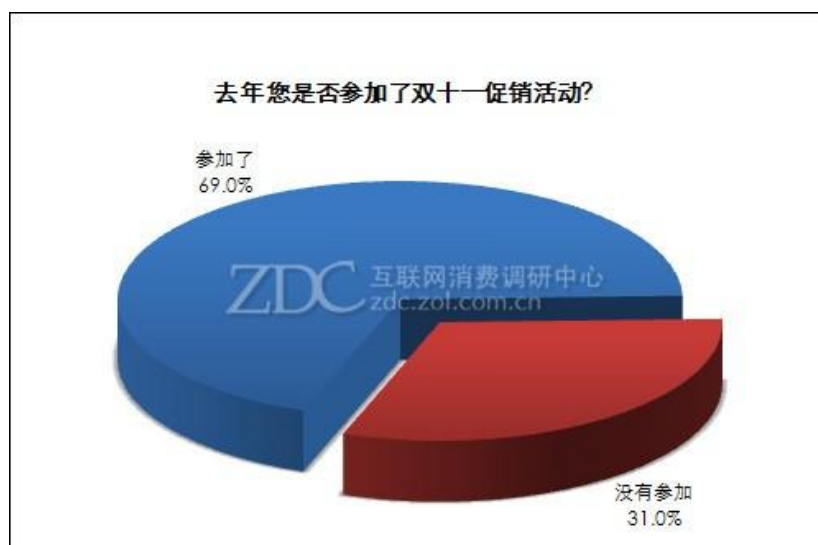


您实际花费的金额与预算相比是高还是低？



您在哪类商品上的花费最高？







【测试任务】

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

要求：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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；市场调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。	
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强		
	正文	封面	8		要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）
		目录	7		排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）
		引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）
	数据资料分	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4分），分析现状（4分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的		

		析	资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）
		结论及建议	10 用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）
		附件	5 对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等。
合计			100

22. 试题编号：1-3-4，学生 PC 市场消费需求市场调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

为了解学生用户在中国 PC 市场中的消费需求等特点，互联网消费调研中心 ZDC 在中关村在线网站及微博上投放调查问卷，时间从 2021 年月 16 日至 8 月 22 日，为时 7 天，共回收问卷 1632 份，通过对用户 ID、IP 等注册信息及问卷填写完整度的筛选、过滤，得到有效问卷 1575 份。现将数据汇总如下：

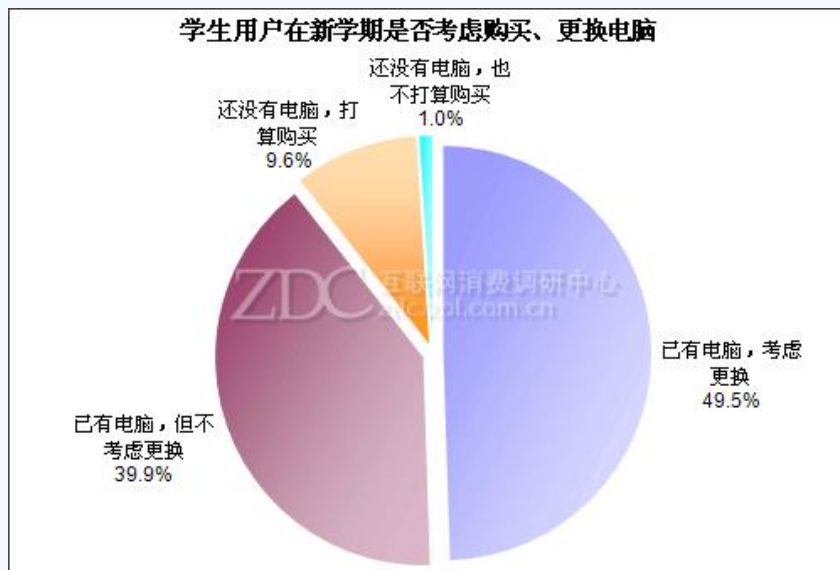


图1 学生用户在新学期是否考虑购买、更换电脑

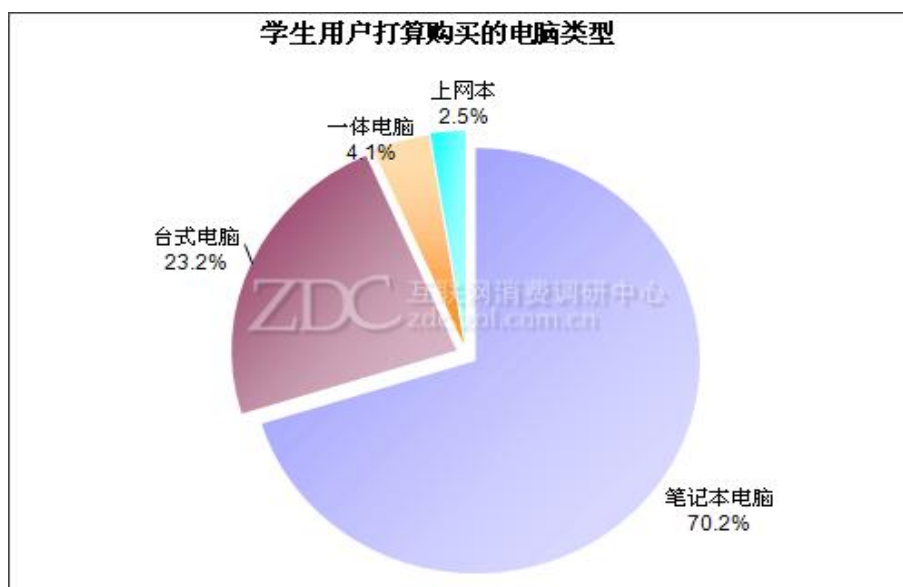


图2 学生用户打算购买的电脑类型

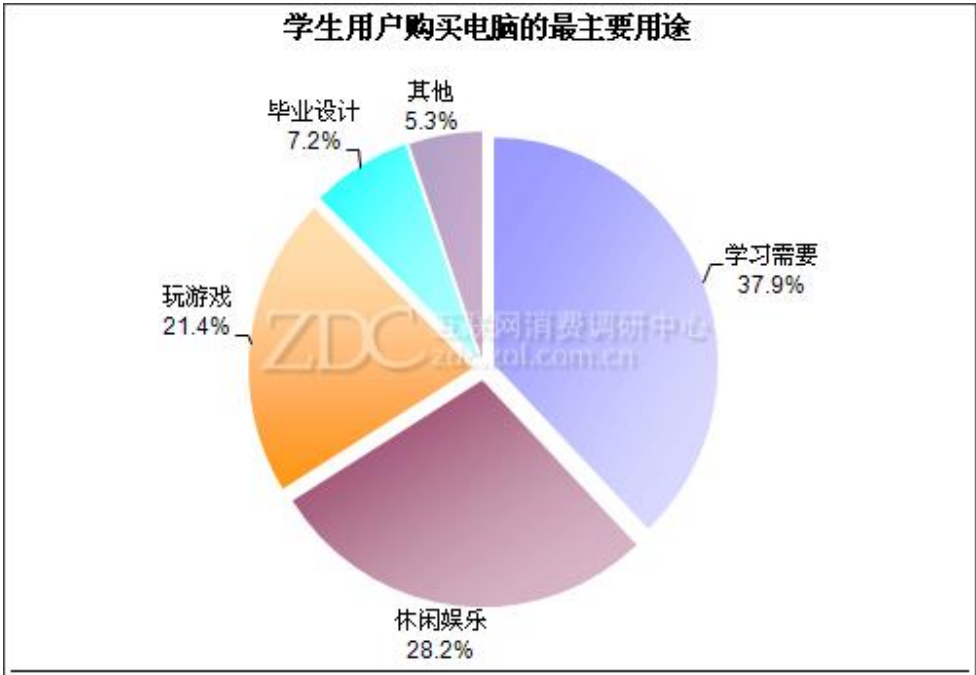


图 3 学生用户购买电脑的最主要用途

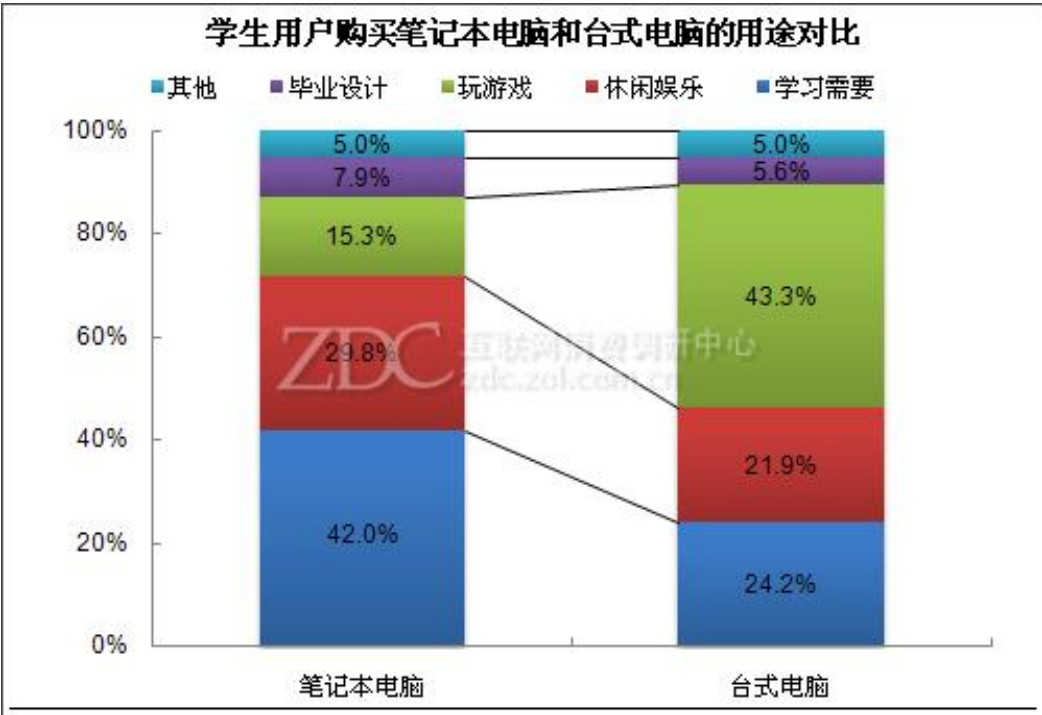


图 4 学生用户购买笔记本电脑和台式电脑的用途对比

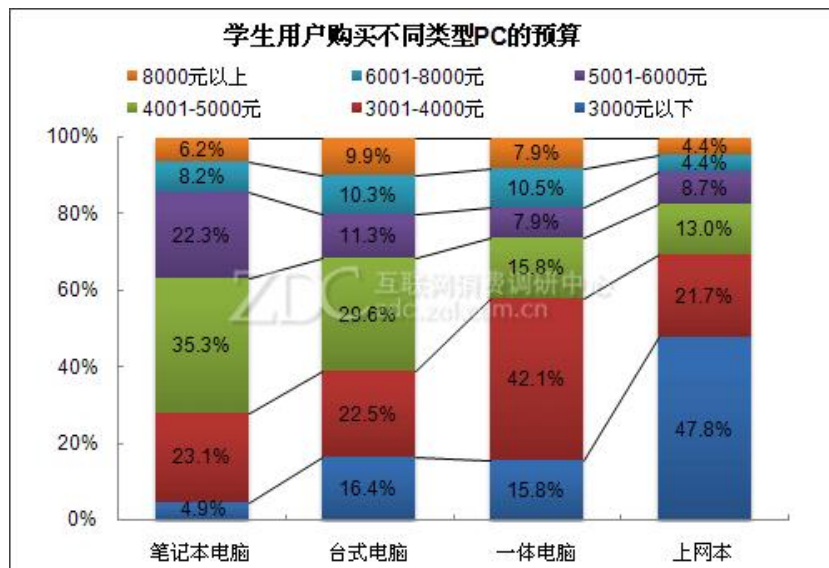


图5 学生用户购买不同类型PC的预算

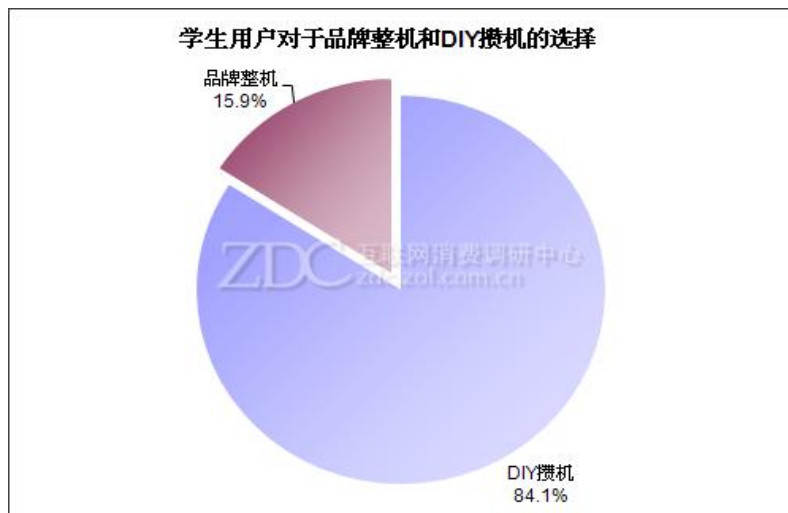


图6 学生用户对于品牌整机和DIY攒机的选择

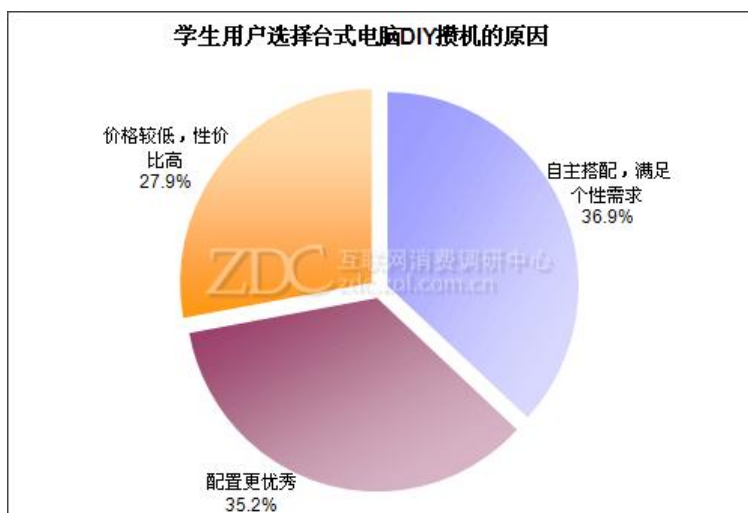


图7 学生用户选择台式电脑DIY攒机的原因

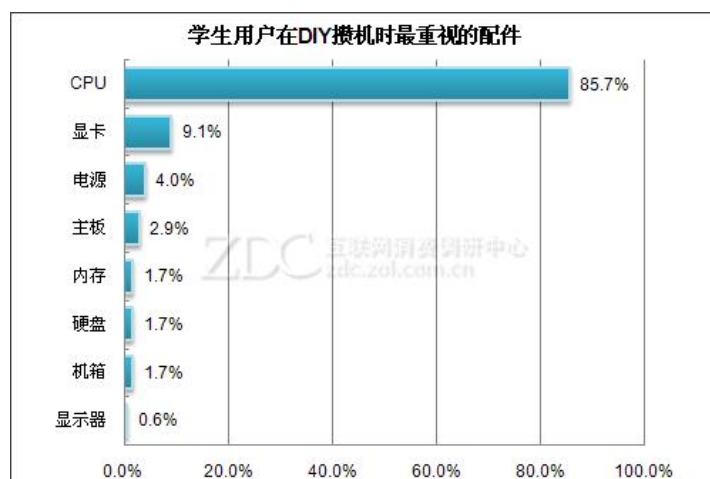


图8 学生用户在DIY攒机时最重视的配件

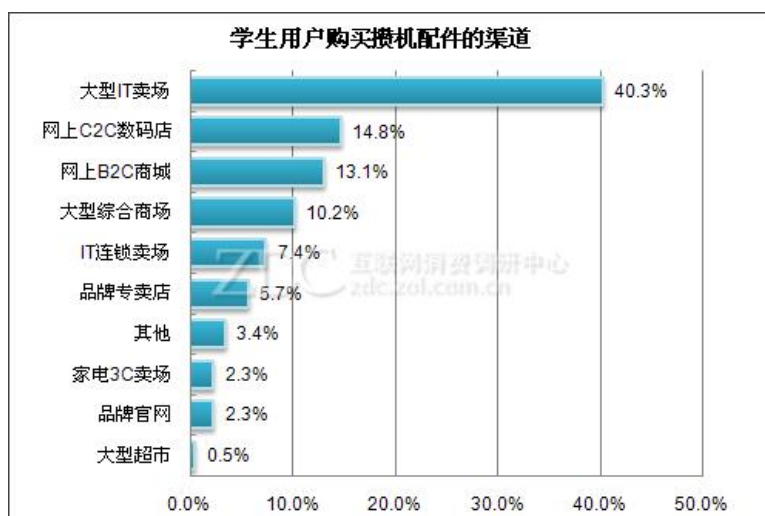


图9 学生用户购买攒机配件的渠道

【测试任务】

请根据互联网消费调研中心提供的中国学生用户 PC 市场消费需求调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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

合计	100	
----	-----	--

23. 试题编号：1-3-5，酒类商品的消费及需求情况市场调研报告

(1) 任务描述

【背景资料】

某市副食品公司 2021 年 11 月对酒类商品的消费及需求情况作了一次市场调查，有关资料汇总整理如下：

1. 近 8 年酒社会消费量等资料汇总表

调查项目	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
近 8 年酒社会消费量 (万吨)	14.5	15.8	17.4	18.9	20.8	23.3	25.7	28.8
城镇居民可支配收入 (元/人)	5160	5425	5854	6280	6859	7703	8472	9422
农民人均纯收入 (元/人)	2090	2162	2210	2253	2366	2475	2623	2936
本公司酒销售量 (万吨)	7.25	8.06	8.88	9.85	10.84	12.2 3	13.02	15.26

2. 市副食品公司酒类商品销售量的统计资料 (万吨)：

	2020 年	2021 年
总计	13.02	15.26
白酒	3.91	4.07
啤酒	6.53	8.25
果酒	1.80	2.04
其他酒	0.78	0.90

3. 城乡居民各类酒人均消费 (Kg/人)：

	城市		农村	
	2020 年	2021 年	2020 年	2021 年
总计	5.15	6.70	5.83	6.35

白酒	2.33	2.01	4.43	3.36
啤酒	1.93	3.36	1.04	1.96
果酒	0.11	0.35	0.12	0.16
其他酒	0.78	0.98	0.24	0.87

4. 酒的需求与消费的季节变动规律是：白酒冬季为旺，节假日销量最大。啤酒6、7、8月为旺，7月销量最大。果酒和其他酒销售平稳，节假日有所增加。

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

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

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

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

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

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

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

【测试任务】

请根据上述某市副食品公司酒类商品消费及需求情况调查数据，

用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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

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



24. 试题编号：1-3-6，大学生洗面奶消费行为市场调研报告

(1) 任务描述


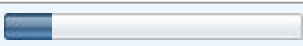
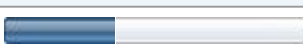

【背景资料】

2021年5月某洗面奶企业为了了解现代大学生的洗面奶消费行为，从长沙选取了9所高校的学生进行了问卷调查，共发放问卷450份，其中有效问卷430份，问卷统计结果如下：


第1题您的性别[单选]

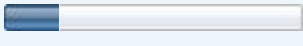

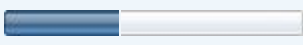
选项	小计 (人)	比例
A. 男	200	 46.5%
B. 女	230	 53.5%
本题有效填写人次	430	

第2题您所在的年级[单选]


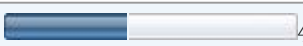
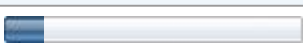


选项	小计 (人)	比例
A. 大一	60	 14%
B. 大二	70	 16.3%
C. 大三	160	 37.2%
D. 大四	140	 32.6%
本题有效填写人次	430	

第3题您使用洗面奶吗[单选]


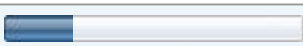


选项	小计 (人)	比例
A. 不使用	60	 14%

B. 偶尔使用	80	 18.6%
C. 经常使用	120	 27.9%
D. 总是使用	170	 39.5%
本题有效填写人次	430	

第 4 题您每月的生活费是多少[单选]


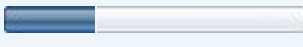

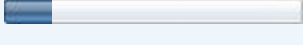
选项	小计 (人)	比例
A. 500 元以下	100	 23.3%
B. 500-1000 元	180	 41.9%
C. 1000-1500 元	60	 14%
D. 1500-2000 元	30	 7%
E. 2000 元以上	60	 14%
本题有效填写人次	430	

第 5 题您每月花在洗浴用品上的钱是多少[单选]


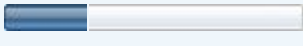
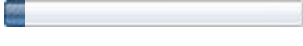
选项	小计 (人)	比例
A. 50 元以下	240	 55.8%
B. 50-100 元	100	 23.3%
C. 100-200 元	50	 11.6%
D. 200 元以上	40	 9.3%
本题有效填写人次	430	

第 6 题您平均每月花在洗面奶上的钱是多少[单选]



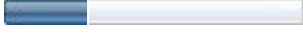
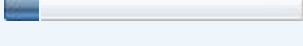
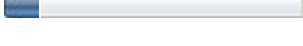
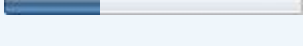
选项	小计 (人)	比例
----	-----------	----

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




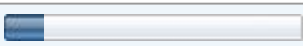
第 7 题您购买洗面奶的偏好是什么[单选]

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



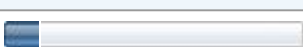

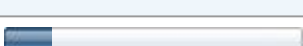
8 题您最喜欢的洗面奶品牌是什么[多选]

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

第 9 题您经常选择的洗面奶的价格[单选]

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

第 10 题您购买洗面奶时最追求的效果是什么[单选]

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

第 11 题您购买洗面奶的途径是什么[单选]

选项	小计 (人)	比例
A. 居住地附近的大型超市	170	 39.5%
B. 居住地附近的商店	40	 9.3%
C. 化妆品专卖店	160	 37.2%
D. 网上购物	0	 0%

E. 其他	60	14%
本题有效填写人次	430	

第 12 题您喜欢尝试新产品吗[单选]

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

第 13 题哪些因素可以让您购买以前没有买过的洗面奶？[多选]

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

【测试任务】

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

要求：

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

分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在 1500 字以上。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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；市场调研报告字数要求
	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推荐的可靠性的目的（2分）	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		

25. 试题编号：1-3-7，蒙牛新口味冰激凌消费需求情况市场调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

某调研中心在2021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,其中有效问卷 970 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、超级市场 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：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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；市场调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。	
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强		
	封面	封面	8		要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（5分）
		目录	7		排列有序（3分）、一目了然（4分）（排列至一、（一）两级即可）
	正文	引言	12		简要说明调查项目的背景、调查的必要性和意义（2分）、调查的主要内容（2分）、调查的主要方式与方法（2分）、调查的主要过程（包括调查时间、地点、对象、范围、样本量、结果）（4分）等几项内容。简明扼要，精炼概括，能够达到对后面的主体部分做一个引导，对主体部分的数据来源作一个交待，证明用以论证的数据是有效的、可靠的，从而也进一步证明得出的结论和建议的可靠性的目的（2分）
		数据资料	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

		分析	并进一步探寻原因、提出对策等（6分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（4分）。数据采用适当的图表来呈现说明（2分）
		结论及建议	10 用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论（5分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议，完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（5分，其中建议的针对性3分、可行性2分）
		附件	5 对正文报告的补充或更详尽的说明，包括数据汇总表及原始资料、背景材料和必要的工作技术报告等
合计		100	

26. 试题编号：1-3-8，消费者空调购买行为市场调研报告

（1）任务描述

【背景资料】

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

资料整理如下：

1. 近10年（2012-2021）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. 2021 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，欢迎的占 407，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 245 户，有影响的 355 户，一般的 310 户，无影响的 90 户。

【测试任务】

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

要求：

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

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评分细则

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；市场调研报告字数要求 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结论的可靠性的目的（2分）	
	数	20	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从	

		据资料分析		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 4 促销

27. 试题编号：1-4-1，校园运动产品促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

鸿星尔克实业有限公司（ERKE）创立于 2000 年 6 月，总部位于福建省厦门市。已发展为集研发、生产、销售为一体，员工近 3 万人的大型运动服饰企业。公司在全世界拥有店铺 7000 余家，产品行销欧洲、东南亚、中东、南北美洲、非洲等国家和地区，在全球 100 多个国家拥有商标专有权，品牌价值突破 219 亿，并相继斩获“中国 500 最具价值品牌”、“亚洲品牌 500 强”、“《福布斯》亚洲 200 佳”等殊荣。2021 年 7 月，鸿星尔克为河南灾情捐了 5000 万元物资。2020 年亏损了 2.2 亿。2021 年一季度负 6000 多万，由于财务问题，鸿星尔克的股票停止交易。网友直呼心酸。2021 年 7 月 30 日，鸿星尔克宣布向福建省残疾人福利基金会捐赠 1 亿元的款物，用于帮助困难残疾群体。

鸿星尔克致力于将阳光的生活方式通过各种形式传递给世界每个角落的年轻人，鼓励他们时刻保持积极乐观的态度，笑对生活，展现出属于自己的激情、快乐和生机勃勃，激发出无限创造力、想象力和正能量。长期以来，鸿星尔克与上海 ATP1000 大师赛、中国网球公开赛、澳大利亚网球公开赛、WTA 年终总决赛等国内外顶级赛事合作，同时为国际网球明星提供专业的网球装备，在中国网球服饰领域处于领导地位。同时携手亚洲、非洲等多国奥委会在奥运舞台上与国际品牌比肩亮相。差异化的传播方式，独辟蹊径的营销手法，使鸿星尔克在国际市场上的竞争力与日俱增。

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。202*年 10 月，公司拟在湖南科技学院、永州职业技术学院、永州师范高等专科学校等 3 家

高校依次开展大型促销活动。每所学校的促销时间均为 3 天。预算控制在 3 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 202*年 10 月的永州高校促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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

			任务 (5 分)		
作品 (80 分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案 字数不少 于 1500 字, 每少 50 字扣 1 分
		文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	5	要素具备 (名称、策划者、时间)	
		活动主题	6	有主题 (2 分), 主题鲜明、引人注目 (4 分)	
		活动目标	5	有活动目标 (2 分), 目标较为明确、具体、具有针对性 (3 分)	
		时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当 (2 分), 地点选择得当 (3 分)	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当, 与费用匹配, 至少 3 种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分 (3 分)、事中人力、物力等布置妥当 (5 分)、事后有延续安排 (2 分)	
		广告配合	7	有广告配合 (3 分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯 (4 分)	
		预算恰当	5	有预算表 (2 分), 预算符合企业的背景与目标 (1 分), 预算分配合理 (2 分)	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案, 要求 2 种以上简要预案, 每个预案 (2 分) 合理度 (1 分)	
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计		100			

28. 试题编号: 1-4-2, 君乐宝婴幼儿奶粉六一儿童节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

君乐宝是石家庄君乐宝乳业有限公司旗下品牌, 公司成立于 1995 年, 现拥有 9 家子公司, 员工 4800 余人, 是河北省最大的乳制品加

工企业，是农业产业化国家重点龙头企业、国家高新技术企业、国家乳品研发技术分中心，君乐宝商标是中国驰名商标。

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

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

“我们相信，像君乐宝至臻奶粉一样的国产好奶粉会越来越受市场欢迎。”公司总经理刘森淼表示，“君乐宝将一如既往推动高质量发展，致力于打造高品质奶粉，下一步，我们将实施助力中国宝宝成长计划，让更多中国宝宝喝上世界级品质的好奶粉。”

【测试任务】

为提升企业整体竞争优势，进一步开拓湖南永州市场，公司将在 202*年六一儿童节来临之际，在永州市场进行促销活动，预算控制在 3 万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业 202*年六一儿童节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路

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

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分细则

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

	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
	广告配合	7	有广告配合（3分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（4分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
	小计		100	

29. 试题编号：1-4-3，博美整形美容医院“三八节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

永州博美整形美容医院,永州规模最大的专业医疗美容整形机构。座落于历史文化名城永州繁华商业区,近邻永州步行街,机构经中、日、韩数十名优秀设计师联袂精心设计完成,营业面积达3000平米,医院配置按照国际化标准、装修风格庄严而奢华,既拥有临床医院的科学严谨,又注重美容医院的品味与高雅。俨然让您置身于一座五星级的高档名流会所。

永州博美整形美容医院坚持以"打造永州最好的整形美容医院"为己任,积极开展与国际著名整形美容机构以及国际权威专家的技术交流与合作。汇集了一批学科带头人、权威专家、教授,并长期邀请韩、日、美等国际著名整形美容权威专家接诊,竭力打造永州国际整形联盟基地。汇集国内外数万多例各类整形美容手术案例,强大的专家团队是博美得以不断发展的重要根基。

永州博美整形美容医院机构从一楼至二楼,放置各种植物花卉、水族馆,以其全新的创意和独具匠心的装修风格,配以豪华的办公设施,以及现代化的管理系统。使大自然的清新与现代的灵逸交相辉映,相得益彰,并提出了建设”绿色园林医院的新主张“,让每位求美者来到博美,仿佛置身于大自然,在轻松求美的同时可以尽情享受这份难得的惬意,这正符合了博美健康美的品牌理念。

【测试任务】

为了提升博美医疗美容医院在永州市冷水滩区消费者心中的美誉度与知名度,吸引更多消费者,增加营业额,进一步开拓永州市场,请根据促销方案策划的流程为博美医疗美容医院 202*年“三八节”促销活动进行策划,并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求 1500 字以上)。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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	严重违反考场纪

(20分)			销伦理 (5分)	律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)
		活动主题	6		有主题(2分),主题鲜明、引人注目(4分)
		活动目标	5		有活动目标(2分),目标较为明确、具体、具有针对性(3分)
		时间地点	5		选择恰当,与活动对象、活动方式相适应,时间选择得当(2分),地点选择得当(3分)
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确
		活动方式	10		刺激程度适当,与费用匹配,至少3种活动方式
		实施安排	12		事前准备充分(3分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)
		广告配合	7		有广告配合(3分),广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(4分)
		预算恰当	5		有预算表(2分),预算符合企业的背景与目标(1分),预算分配合理(2分)
意外防范	5	具备处理意外问题的预案,要求2种以上简要预案,每个预案(2分),合理度(1分)			
创新方面	5	方案创意独特且可行			
小计		100			

30. 试题编号: 1-4-4, 尚艺“五一”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

尚艺是由国内顶级美发大师张泽全先生创办,集美容美发服务及

教育培训为一体的大型集团，总部位于广州市。尚艺始创于 1994 年，从一家名不见经传的小型美发中心逐渐发展成为一家管辖多家培训机构、服务企业及千余家终端分店的大型企业，涉及员工超过 2 万人、终端顾客达到 1500 万人。十余年的风雨兼程、摸爬滚打，尚艺走出了一条以“学校育人才、以分店出效益”的成功之路，培养了大批美容美发经营管理人才和专业技术人才，打造出了“尚艺”这一全国知名品牌。

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

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

公司现有产品和服务项目包括：

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

美容 SPA：面部护理、身体护理、SPA 养生、基础护理、头疗养生

美容美发产品：面部护理、美发造型、美发护理、彩妆产品、身体护理

【测试任务】

为了提高在永州消费者心目中的知名度与美誉度，请根据促销方案策划的流程为该企业 202*年永州市市场“五一”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、

中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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

	广告配合	7	有广告配合 (2分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯 (3分)	
	预算恰当	5	有广告配合 (3分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯 (4分)	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案, 要求2种以上简要预案, 每个预案 (2分), 合理度 (1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
	小计		100	

31. 试题编号: 1-4-5, 千金大药房重阳节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

1995年8月4日, 株洲千金药业股份有限公司千金药店成立, 这是公司历史上第一家零售药店, 该店位于湖南省株洲市东区 (现荷塘

区)新华东路 23 号, 主要经营范围是零售中药饮片、西药、中成药; 2000 年 10 月 10 日, 更名为“千金大药房晏家湾连锁店”。

2000 年 11 月, 株洲千金药业股份有限公司成立“湖南千金大药房零售连锁股份有限公司”筹备组; 2001 年 3 月 6 日湖南省工商行政管理局下发《企业名称预先核准通知书》; 3 月中旬至下旬, 株洲市经济体制改革委员会、湖南省地方金融证券领导小组办公室分别批复, 同意设立“湖南千金大药房零售连锁股份有限公司”; 3 月 30 日, 湖南省工商行政管理局签发“湖南千金大药房零售连锁股份有限公司”《企业法人经营执照》, 公司成立。

2002 年 4 月, 公司获得“湖南省消费者信得过单位”称号。

2004 年 8 月, 公司获得“株洲市优秀企业”称号。

2006 年 10 月 12 日。公司收购湖南金沙大药房零售连锁有限公司。

2008 年 10 月 8 日, 公司更名为“湖南千金金沙大药房零售连锁有限公司”。

2011 年 7 月 20 日, 公司更名为“湖南千金大药房连锁有限公司”。

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

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

【测试任务】

为了提高在永州消费者心目中的知名度与美誉度, 在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度, 请根据促销方案策划的流程为该

大药房 202*年的重阳节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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

	对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
	活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式	
	实施安排	12	事前准备充分（3分）、事中人力、物力等布置妥当（5分）、事后有延续安排（2分）	
	广告配合	7	有广告配合（3分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（4分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
	小计		100	

32. 试题编号：1-4-6，晓家酒店公寓“一周年店庆”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

价位：房费98元起。

特点：

1、干净---公寓内所有的床上用品均一客一换制专业清洗消毒，卫生间、厨房等均经过专业消毒，且配备了入住期间所需的各种一次

性卫生用品。客人入住之前和离开之后打扫得干干净净。

2、舒适——公寓内配齐高档家具、家电及其他居家用品，进行简单的入住手续后，顾客就可以甩开沉重的包裹，进入“晓家”为顾客创造的个人温馨空间，为客人提供如家一般的享受与酒店的优质服务。

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

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

【测试任务】

为了提高“晓家酒店公寓”的品牌知名度和美誉度，刺激消费者、拉动消费，请根据促销方案策划的流程在店庆之际为企业“一周周年店庆”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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

			合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

33. 试题编号：1-4-7，盛小姐家手工吐司“中秋节”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

盛小姐家手工吐司诞生于2016年4月，主打健康，纯手工，零添加，不售隔夜的理念，做高端烘焙！在原料方面，采用优质上等食材，不加任何添加剂，为注重高品质人群打造健康营养的烘焙产品；在机器方面，为了让产品更稳定有保障，选择了质量更高的新麦机器；在包装方面，每款包装精心挑选和定制，努力追求独特、美观、有质感。每一个吐司从清晨敲鸡蛋、和面开始，纯手工制作，坚决不售隔夜，这是盛小姐家永久坚持的底线。为了最大程度保证吐司的营养、健康、美味，所有产品绝不添加防腐剂、膨松剂、色素、香精！采用最优质食材，大部分原材料为国外进口，通过黄金配比、秘制配方，每天现场制作。还根据现代都市人群的生活习惯特征，以及人体每日所必需的营养元素、热量和能量，进行设计和研发，确保顾客享受营养又美味的吐司面包。

【测试任务】

为面对现今烘焙市场的激烈竞争，为了应对竞争、争取客户，提高在永州市场的销售量、扩大销售额，请根据促销方案策划的流程为该企业202*年中秋节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、

费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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

	广告配合	7	有广告配合（3分），广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯（4分）	
	预算恰当	5	有预算表（2分），预算符合企业的背景与目标（1分），预算分配合理（2分）	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案（2分），合理度（1分）	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
小计		100		

34. 试题编号：1-4-8，蝶欧饰品“七夕”促销活动方案策划

（1）任务描述

【背景资料】

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

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

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

品牌的经营理念：时尚中的高贵、典雅中的绚丽

品牌来源：Mia 於1928年创立于丹麦哥本哈根。灵感来自于丹麦的童话《海的女儿》。Mia觉得在当时欧洲经济萧条的背景下，童话般的爱情故事会成为人们战胜现实的精神支撑，她由此萌发了创立一个

以童话般高贵爱情为主题的品牌饰品，就以自己的名字命名 For-----Mia!

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

【测试任务】

假设企业目前有意开拓永州市场，并采取加盟的方式，请根据促销方案策划的流程为永州加盟店的“七夕”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

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

分)	具体内容	封面完整	5	要素具备(名称、策划者、时间)	于1500字,每少50字扣1分
		活动主题	6	有主题(2分),主题鲜明、引人注目(4分)	
		活动目标	5	有活动目标(2分),目标较为明确、具体、具有针对性(3分)	
		时间地点	5	选择恰当,与活动对象、活动方式相适应,时间选择得当(2分),地点选择得当(3分)	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确	
		活动方式	10	刺激程度适当,与费用匹配,至少3种活动方式	
		实施安排	12	事前准备充分(3分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)	
		广告配合	7	有广告配合(3分),广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(4分)	
		预算恰当	5	有预算表(2分),预算符合企业的背景与目标(1分),预算分配合理(2分)	
		意外防范	5	具备处理意外问题的预案,要求2种以上简要预案,每个预案(2分),合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行		
小计			100		

模块二 专业核心模块

项目 1 产品推销

1. 试题编号：2-1-1，农夫山泉矿泉水推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

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	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的

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

			能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	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。
	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		

2. 试题编号: 2-1-2, 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：维达手帕纸4层印花纸巾*12包(幸运装)，价格：¥6.5元，价格实惠。4层加厚的设计，采用100%精选进口原生木浆，厚实好用，韧性强，抗拉扯，吸水性好，不掉纸屑；触感平滑，擦拭的时候不会有粗糙的摩擦感，呵护我们娇嫩的皮肤。小巧精美，方便携带。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟 (推销方案及准备 75 分钟, 5 分钟现场推销)。

(4) 评分细则

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

			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）产生兴趣	
	5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服		
	推销结束	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握

	(10分)	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	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
		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：2-1-3，蒙牛特仑苏牛奶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

蒙牛乳业（集团）股份有限公司成立于1999年8月，总部设在内蒙古自治区呼和浩特市和林格尔盛乐经济园区，是国家农业产业化重点龙头企业、乳制品行业龙头企业，自上市起，即秉承奉献最佳品质的理念，致力于打造中国“最好的牛奶”。其中，特仑苏是国内首款高端牛奶系列产品，拥有专属牧场的高品质奶源，以及高标准的原料甄选和生产工艺。蛋白质含量 $\geq 3.3\%$ ，解决了高蛋白、高脂肪、高固形物含量长保质期内产品质量稳定问题。“特仑苏”在蒙语中是“金牌牛奶”之意。品牌标语“不是所有牛奶都叫特仑苏”。2006年特仑苏代表中国乳业首次获得国际乳业最高奖——IDF新产品创新奖；2007年至2016年，特仑苏牛奶连续十年携手博鳌，为博鳌论坛年会的嘉宾们提供来自中国高端牛奶品牌的专享服务。

产品简介：特仑苏系列产品：特仑苏纯牛奶 12×250ml，零售价：¥65元/箱；特仑苏低脂牛奶 12×250ml，零售价：¥68元/箱；特仑苏有机纯牛奶 10×250ml，零售价：¥78元/箱。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容	配分	考核点	备注	
职	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反

职业素养 (20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	考场纪律、造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 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分） 推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		

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

4. 试题编号：2-1-4，可口可乐推销

(1) 任务描述

【背景资料】

可口可乐（Coca-Cola, Coke）是全球最大的饮料厂商，起源于1886年美国佐治亚州亚特兰大城一家药品店。1892年，艾萨凯德勒设立可口可乐公司，总部位于美国亚特兰大；1894年3月12日，瓶装可口可乐开始发售；1955年，可口可乐首次以罐装发售。可口可乐是大众化的清凉饮料，消暑解渴，提神爽气，它以其酷爽怡神的口味和自有活力的品牌形象备受消费者，特别是年轻消费者的欢迎。可口可乐在大多数国家的可乐市场处领导地位，其销量被列入吉尼斯世界纪录，全球每天有17亿人次的消费者在畅饮可口可乐公司的产品，大约每秒钟售出19,400瓶饮料。可口可乐在200个国家拥有160种饮料品牌，包括汽水、运动饮料、乳类饮品、果汁、茶和咖啡，亦是全球最大的果汁饮料经销商。

产品简介：可乐500ml，零售价：¥2.5元；零售价：1.251，¥7.5元

【测试任务】

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

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反映及消费心理，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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

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

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

5. 试题编号: 2-1-5, 舒肤佳香皂推销

(1) 任务描述

【背景资料】

舒肤佳(Safeguard)是宝洁公司日用品品牌之一,1963年首次在美国上市。舒肤佳作为全球著名的个人清洁护理品牌之一,一直引导儿童养成良好的卫生习惯。在中国其旗下产品包括沐浴露、香皂、洗手液及活力运动系列。舒肤佳香皂含有抗菌活性成份迪保肤,在清洗过程中能有效去除皮肤表面的暂留微生物。清洗后,舒肤佳留在皮肤上的抗菌活性成分迪保肤能有效抑制皮肤表面细菌的再生。因其显著的抗菌功效,在国际上,舒肤佳品牌已获得多家国际医学专业团体的认可。在中国,舒肤佳的除菌功效也获得了中华医学会的验证,实

验证明，舒肤佳能有效去除和抑制可能引起皮肤感染和汗臭的细菌。2014年舒肤佳等抗菌皂在美国恐遭禁售，美方称可能干扰荷尔蒙。

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

【测试任务】

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

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

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
	推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）				
	推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）				
推销开场	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做		

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

		束推销， 礼貌告辞
--	--	--------------

6. 试题编号：2-1-6，保险产品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

客户基本情况：

彭先生，年龄 30 岁，市区常住人口，郁金香商场店面个体户老板，夫妇两从事窗帘零售与批发，年收入 20 万。家里有 4 个月大的女儿及年迈父母。老客户，财产险方面已经购买店铺财产保险、家庭财产险、车险；人寿保险方面全家人均买有人身意外险、重大疾病险及投资分红险，保险意识较强。但是女儿缺少医疗保险、也未买城镇居民医疗保险。

产品简介：

产品名称——少儿还本型补贴医疗综合保险

产品特点：

A、保费低、保障高，保险金额 20 万，少儿因意外伤害或疾病住院所花的费用报销 85%，没有免赔额，全年最高可赔付 2 万；此外还有误工费补贴，少儿因病住院需要照顾，公司按照实际住院天数报销 100 元每天的误工费。

B、百分百还本。保险期 30 年，不管有无理赔或赔多赔少，少儿 30 岁时公司一次性返还所交的保险费，

C、除了还本之外，年年参与公司的分红。

产品建议书内容：少儿定期还本型补贴医疗综合险：0 岁女婴，保费 20660 元，分十年交费，每年交费 2066 元。保险期 30 年，保险金额 20 万元。）

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素质	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心	

养 (2 0 分)			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	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 括 体 态 和 语 言。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		

分)	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式;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：2-1-7，海飞丝洗发水推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：洗发水 170ml，零售价：¥22.8 元；洗发水 450ml，零售价：35 元；洗发水 750ml，零售价：¥52.8 元；洗发水护发素套装洗发水 2×450ml，零售价：¥68 元；

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

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

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

			虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服	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		

8. 试题编号：2-1-8，李宁运动鞋推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

价格：¥348元/双。

【测试任务】

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

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，

能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

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

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

9. 试题编号: 2-1-9, 蓝月亮洗衣液推销

(1) 任务描述

【背景资料】

随着人们生活水平的提高,人们更重视生活品质的提高,希望衣食住行等都能够享受到更加轻松美好的生活。因此,洗衣液凭借着中

性配方，温和不伤手，轻松洗衣等优势越来越受到大众的认可。

产品简介：蓝月亮洗衣液 1kg/瓶，价格¥39.8 元；不同规格价格不一样。

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

【测试任务】

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

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

	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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

			顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服	
推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易	
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		

		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成任务酌情扣 1-2 分	
小计		100		

10. 试题编号：2-1-10，明园蜂蜜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

产品简介：其中，枣花蜂蜜 500g ， ¥35 元；1000g ， ¥70 元。枣花蜜性甘平偏温、维生素 C 含量较高，营养丰富，是滋补首选蜜种。具有补中益气、养血安神、补血养颜、健脾养胃、护脾养胃、润肺补虚、和阴阳、调营卫之功效，长于补血，是调制中药的上等蜂蜜，也是妇女、儿童、老年人和体弱患者的理想蜂蜜。还有其它花型的蜂蜜，价格和规格均已标明。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容	配分	考核点	备注	
职	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反

职业素养 (20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	考场纪律、造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 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分） 推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		

分)	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	语言。 能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式;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		

11. 试题编号：2-1-11，双汇火腿肠推销

(1) 任务描述

【背景资料】

双汇集团成立于1958年7月，是以肉类加工为主的大型食品集团。在肉类加工方面，初步形成了八大系列近五百个品种，分别是：以普通火腿肠、“王中王”特制火腿肠、力博肠、鱼肉肠、清真肠等为代表的高温灌肠系列；以精制火腿、汉堡火腿等为代表的高温火腿系列；以三明治火腿、香菇火腿、牛肉方腿、啤酒火腿、烟熏里脊、熏烤牛肉、熏烤圆火腿为代表的西式肉制品系列；以台式香肠、麻辣香肠、原味香肠、波兰熏香肠、哈尔滨香肠、上海大红肠、蒜蓉大红肠、啤酒肠为代表的低温灌肠系列；以广式香肠、迷你肉枣、双汇腊肠、水晶肴肉、肘花、五香卤猪蹄、双汇香肚为代表的中式特色肉制品系列；以汉堡肉饼、肉丸及鸡块为代表的速冻肉制品系列；以清蒸肉类罐头、清真类罐头、蔬菜、水果为代表的鲜冻制品系列等。这些产品具有中西兼顾、高低温结合、生熟互补、品种繁多、档次分明等特色，更大范围的满足了各个不同消费者的需要。其中火腿肠是该集团的主打产品。

产品简介：各种规格齐全，其中王中王火腿肠40g*10支装，价格¥13.9元。开袋即食，肉质紧实富有韧性，口感腴嫩不腻，香嫩弹润，丰润醇厚。配料：猪肉、鸡肉、水、淀粉、大豆蛋白、食品添加剂（食用香精、三聚磷酸钠、卡拉胶、山梨酸钾、D-异抗坏血酸钠、红曲红、瓜尔胶、海藻酸钠、亚硝酸钠）白砂糖、食用盐、味精、香辛料；保质期180天储存方法：卫生、阴凉、通风、干燥处。

【测试任务】

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

行现场推销。

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务	

分)	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求,姿态端正、稳健,神态自然、热情大方	分。	
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。 能针对不同的产品(服务)和顾客选择	
		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		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		

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

12. 试题编号：2-1-12，盐津铺子休闲食品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

盐津铺子食品有限公司是由香港盐津铺子（国际）食品实业有限

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

产品简介：盐津铺子话梅，瓶装 248g，价格：¥13.5 元。有原味、黑糖、蜂蜜、雪花四种口味的话梅。秉承“绿色、健康、美味”的产品理念，原材料取自广东普宁青梅之乡，采摘在 10-20 度充足阳光孕育下的高山青梅，融合盐津特有手工制梅工艺，天然晾晒，古法制作，尽可能保留青梅纤维及味道，肉厚核小，酸甜适中，口味纯正。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

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	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的			

	景与目的			
	推销实施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法，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	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服	

				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		

13. 试题编号：2-1-13，石门柑橘推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

市场价¥3.5元/500g。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
					推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）					
推销	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		

演示 (40分)		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品(服务)的卖点，使顾客对产品(服务)产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服	
推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式；结束推销，	
	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		

14. 试题编号：2-1-14，佳洁士牙膏推销

(1) 任务描述

【背景资料】

佳洁士（Crest）是著名的牙膏品牌，属于美国宝洁公司。1955年诞生，经过几十年的发展，佳洁士品牌已成为口腔保健产品领域里享誉美国、欧洲、亚洲乃至全世界的著名品牌。旗下有牙膏，牙刷，牙贴和漱口水等多种产品；因其独创的氟泰配方具有卓越的高效防蛀功能，佳洁士牙膏成为第一支被世界权威牙防组织——美国牙医学会（ADA）认可的防蛀牙膏，这被视为世界牙膏技术发展史上的一大里程碑。佳洁士牙膏的功效是可以使牙齿美白，防止龋齿的发生，保护牙齿健康。

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

【测试任务】

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

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

及时把握成交机会促成交易或征求顾客意见，取得顾客的联系方式，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

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

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

15. 试题编号: 2-1-15, 奥妙洗衣液推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

地发展综合能力。奥妙相信，让孩子在玩耍中开发创造力和综合能力，至于玩耍中带来的衣物污渍就留给奥妙轻松解决。

产品简介：奥妙洗衣液，有袋装、瓶装，多种规格，价格不同。

其中 500g 袋装，¥12.50 元；2000g 瓶装，¥38 元。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
	推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）				
	推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）				
推销开场	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做		

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

		束推销， 礼貌告辞
--	--	--------------

16. 试题编号：2-1-16，立白洗洁精推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

（4）评分细则

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

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

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

17. 试题编号：2-1-17，吐鲁番葡萄干推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：以新疆生产的由质软、含糖量高、无籽的无核白葡萄加工而成。其加工方法为在阳光下直接曝晒，制成褐色葡萄干；二为

在荫房中晾制。全疆只在吐鲁番盆地和田地区可如此制作。480g/袋，市场价¥16.8元。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容	配分	考核点	备注

职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务		
	商务礼仪	8	从容冷静,仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
	推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）				
	推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）				
推销演示	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		

(40分)	推销过程 (25分)	1	自我介绍：姓名、单位、来意	顾客，包括体态和语言。
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
		推销结束 (10分)	2	
3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式			
2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象			
3	限时5分钟完成,超时或未完成任务酌情扣1-2分			
小计	100			

18. 试题编号：2-1-18，伊利牛奶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

内蒙古伊利实业集团股份有限公司，是中国唯一一家同时服务于奥运会和世博会的大型民族企业。伊利以极其稳健的增长态势成为持续发展的乳品行业代表，是目前唯一一家进入全球 10 强的亚洲乳品企业。伊利是中国绿色事业的先行者和奠基人之一，首次提出打造“绿色产业链”构想。伊利集团由液态奶、冷饮、奶粉、酸奶和原奶五大事业部组成，所属企业近百个，旗下拥有金典有机奶、营养舒化奶、QQ 星儿童成长奶、味可滋、巧乐兹、伊利牧场、冰工厂、金领冠、托菲尔、每益添、安慕希等 1000 多个产品品种。伊利始终致力于生产 100%安全、100%健康的乳制品，是唯一一家掌控西北、内蒙古和东北等三大黄金奶源基地的乳品企业，拥有中国规模最大的优质奶源基地，以及众多的优质牧场，为原奶长期稳定的质量和产量提供了强有力保障。伊利集团拥有世界一流的质量标准体系和管理制度，伊利在自身产品品质锻造和管理标准中不断地创新优化，其检测项目成为行业品质管理的标杆。伊利倡导健康的生活方式，通过与消费者的沟通与互动，宣传绿色理念，分享绿色行动，倡导绿色生活，促进环境保护和社会和谐。

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

【测试任务】

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

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

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

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

19. 试题编号：2-1-19，百雀羚护手霜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

百雀羚创立于1931年，拥有八十年专业护肤历史，是中国化妆

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

产品简介：百雀羚护手霜 75g，¥15 元。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟 (推销方案及准备 75 分钟, 5 分钟现场推销)。

(4) 评分细则

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

			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）产生兴趣	
	5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服		
		推销结束	2	及时把握成交机会，结束推销

	(10分)	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	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
		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		

20. 试题编号：2-1-20，康师傅方便面推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：康师傅红烧牛肉面125g*5，¥10.50元；桶装125g，¥4.50元。还有香菇炖鸡，老坛酸菜等口味。

【测试任务】

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

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

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

		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	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)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		

21. 试题编号：2-1-21，湘西老爹猕猴桃果汁推销

(1) 任务描述

【背景资料】

猕猴桃是公认的水果之王。湘西老爹生物有限公司致力于中国猕猴桃产业化国际化，是猕猴桃精深加工龙头企业。主营产品：果王素、猕猴桃祛斑油、果汁、果脯、果酒。老爹猕猴桃果汁在产品形式上有果粒果汁和果肉果汁两种。果粒果汁，果粒固形物含量8%以上，果汁

含量 40%以上。果肉果汁，果汁含量 40%以上。产品富含维生素 C、果胶、粗纤维及多种氨基酸。老爹猕猴桃果汁在生产工艺上有两个显著特点：，不用浓缩汁。直接使用猕猴桃原汁，不经浓缩处理（一般是先浓缩 5-6 倍），1 斤果汁需要 1 斤果，限度地保留了猕猴桃的营养成分，更加原汁原味。第二，不用白砂糖。使用果葡糖浆和功能性甜味料替代，降低产品甜度，更加营养、健康。

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

【测试任务】

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

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

	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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

			顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）产生兴趣	
5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服			
推销结束（10分）	2	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成交易	
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		

		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系方式；结束推销，礼貌告辞
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

22. 试题编号：2-1-22，德芙巧克力推销

(1) 任务描述

【背景资料】

德芙巧克力是世界最大宠物食品和休闲食品制造商美国跨国食品公司玛氏（Mars）公司在中国推出的系列产品之一。1989 年进入中国。1995 年成为中国排块巧克力领导品牌，“牛奶香浓，丝般感受”成为其经典广告语。德芙巧克力品种丰富，包括果仁巧克力、丝滑牛奶巧克力、榛仁葡萄干巧克力、杏仁牛奶巧克力、摩卡榛仁巧克力、榛子酱夹心巧克力等。德芙巧克力已成为人们传递情感，享受美好瞬间的首选佳品。德芙丝滑加层次，创造了美味口感，其甄选优质天然可可，高精细研磨，打造浓醇原浆，采用了先进的工艺，有效保留了天然可可黄烷醇，坚果，果干创造了不可思议的层次感，入口即溶，回味无穷。

产品简介：

德芙牛奶果仁巧克力(榛仁、葡萄干) 243g，¥39.5 元，还有其他口味和规格。

【测试任务】

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

行现场推销。

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务	

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

		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧
		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		

		妙地取得顾客的联系 方式； 结束推销，礼貌告辞
--	--	-------------------------------

23. 试题编号：2-1-23，卡士酸奶推销

(1) 任务描述

【背景资料】

卡士奶制品源自于广东省一家绿雪公司（总部设在深圳），这家公司是在1999年创建的，主要生产加工酸奶、奶牛等奶制品，坚持高标准严格要求律己，自成立以来，公司通过成功的实施高品位、高品质、高标准的产品战略，在实现企业飞速发展的同时，也建立了“卡士”高贵、典雅的品牌形象和独特的“欧陆风情”品牌文化。企业的理念是为消费者提供最优质的产品和服务。产品特点：采用生牛乳发酵而成，醇香原味，细腻丝滑，含有3.3克原生乳蛋白，美味又营养；5种进口益生菌科学配比；卡式建立了冷链物流系统，实时监控，实现各环节的冷链运输，以保持产品好的状态和口感。产品分原味和果味酸奶等几个系列多个品种。

产品简介：卡士鲜酪乳酸奶，3*100g，¥15元，还有其他口味。

【测试任务】

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

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

销 方 案 (4 0 分)	文字表达		3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	字数不少于500字，每少50字扣1分。
	具 体 内 容	推 销 主 题	3	主题明确（依据背景材料）	
		推 销 对 象	3	依据产品特点确定推销对象	
		推 销 时 间	2	测试时间当天	
		推 销 地 点	2	结合背景材料自定	
		推 销 背 景 与 目 的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推 销 实 施	20	寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）					
推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）					
推 销 演 示 (4 0 分)	推 销 开 场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方		开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推 销 过 程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当；能唤
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		

		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	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)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		

24. 试题编号：2-1-24，浪莎丝袜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

弹力耐拉扯，胖瘦MM皆可穿；采用优质包芯丝一体织造，轻薄透气，防勾耐穿；遮瑕防晒，修饰腿型。

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

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务		
	商务礼仪	8	从容冷静，仪容整洁、服饰大方得体、体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		测试时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客（5分）：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
	推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）				
	推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）				
推销开场	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做		

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

		束推销， 礼貌告辞
--	--	--------------

25. 试题编号：2-1-25，辣妹子调味品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：辣妹子辣椒酱（猛辣型），正宗、地道的湖南特产辣椒酱，是一种多用于烹饪的调味料，味辛辣、色鲜红、酱状，原料为多种鲜红辣椒，食盐等高温熬制而成，湘菜制作的主要调料。瓶装 248g，¥5.8 元。

【测试任务】

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

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

			生兴趣	效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客的联系方式;结束推销,礼貌告辞
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成,超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

26. 试题编号：2-1-26，云南白药牙膏推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：180g 留兰香型 云南白药牙膏，促销价 ¥ 25.4 。还有冬青香型，薄荷型等系列。

【测试任务】

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

行现场推销。

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

【测试任务】

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

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，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80分钟(推销方案及准备75分钟,5分钟现场推销)。

(4) 评分细则

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

			推销面谈（10分）：产品介绍（2分）；推销方法与技巧描述（3分）处理顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示（40分）	推销开场（5分）	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程（25分）	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当推销方法，推销策略恰当；能唤起顾客兴趣；能恰当的介绍商品；能与顾客沟通、产生互动，有效地处理顾客的异议；能打动顾客，获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品（服务）和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通，产生互动，并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机，从而找到产品（服务）的卖点，使顾客对产品（服务）产生兴趣	
	5	能解答顾客的各种疑问，消除顾客的疑虑，能巧妙处理顾客异议，让顾客信服		
		推销结束	2	及时把握成交机会，结束推销

	(10分)	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	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
		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

27. 试题编号：2-1-27，红富士苹果推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：一级烟台水晶红富士；12.5kg/箱，市场价¥128元/箱。

【测试任务】

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

行现场推销。

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0
	职业能力	7	具有的充分的自信和较高的专业水平，有自信的说话技巧，能抓住客户的心理；具有丰富的商品专业知识和清晰的表达能力，能准确把握产品的卖点，能在规定时间内完成任务	

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

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

28. 试题编号：2-1-28，平江豆腐干推销

(1) 任务描述

【背景资料】

平江长寿豆腐干（酱干），是长寿镇何敖魁（别号维丰）于1873

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

产品简介：平江长寿卤汁豆腐干，袋装 125g，价格：¥3.5 元。

（备注：品牌以现场提供产品为准）

【测试任务】

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

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

	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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

			顾客异议（3分），成交顾客意见征询（2分）	
			推销结束（5分）：推销结束语（2分）；取得顾客联系方式（3分）	
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白做到与众不同，语言新颖吸引顾客，包括体态和语言。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;能恰当的介绍商品;能与顾客沟通、产生互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方	
		2	推销表情丰富,具有感召力,具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况,突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣	
	5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服		
推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易	
	3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式		

		2	推销结束，要注意礼貌告辞，给顾客留下好的印象	易；能征求顾客意见，巧妙地取得顾客的联系 方式；结束推销，礼貌告辞
		3	限时 5 分钟完成，超时或未完成考核任务的酌情扣 1-2 分	
小计		100		

29. 试题编号：2-1-29，健身卡推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

产品简介：健身卡，（年卡：1999 元）价格实惠、服务好。

（备注：健身房品牌学生可以自拟）

【测试任务】

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

产品推销任务要求：推销方案结构合理，内容完整；可操作性强，能达到推销目的；推销开场白做到与众不同，用新颖出其不意语言吸引顾客，开场白的内容包括口头语言和体态语。针对推销品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

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

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

			(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)产生兴趣	互动,有效地处理顾客的异议;能打动顾客,获得顾客的认同。
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客的联系方式;结束推销,礼貌告辞
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成,超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100		

30. 试题编号: 2-1-30, 美容卡推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

【测试任务】

请根据背景资料设计一份推销方案,并且现场扮演推销员,面对

客户进行产品推销，运用推销技巧在规定的时间内将该产品或服务进行现场推销。

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

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	推销场地不少于 70 平米，配置办公桌椅 5 张，（推销方案设计）准备两间	必备
设备	准备室配备电脑（5 台，每人一台）、打印机；推销现场配备推销台一个、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 80 分钟（推销方案及准备 75 分钟，5 分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养	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
	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	

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

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

项目2 商务谈判

31. 试题编号: 2-2-1, 农机设备采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：A 农业股份有限公司（买方）

乙方：B 农机设备制造公司（卖方）

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

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

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

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

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

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

A 方话未完，B 方就领会了其中含意，顿时陷于答也不是、不答也不是的境地。但他们毕竟是生意场上的老手，其主谈人为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

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。在弄清对方的报价离实际卖价的“水分”有多大时就轻易“还盘”，往往造成被动，高了己方吃亏，低了可能刺激对方。为了慎重起见，A方一面电话联系，再次核实该产品在市场的最新价格，一面对B方的二次报价进行分析。

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

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

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

【测试任务】

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评分细则见商务谈判评分细则中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方

不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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(4)	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)	

0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），与计划书选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

32. 试题编号：2-2-2，白酒经销谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：A 经销商（买方）

乙方：B 白酒生产厂（卖方）

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

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

B 白酒生产商的产品目前在全国有一定知名度，但上市时间比较短，各地市场还没有全面开发，准备先从湖南省，特别是长沙地区开始进行产品推广，通过市场考察，准备选择 A 经销商作为合作伙伴，希望借助 A 经销商的渠道，打开湖南市场。2021 年 10 月 9 日 B 厂谈判代表来到 A 经销商公司总部长沙进行经销合作洽谈。

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

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

双方在充分协商基础上，本着平等互惠原则，最终达成了合作经销协议。

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈

判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员

提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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），与计划书中选择开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计			100	

33. 试题编号：2-2-3，旅游合作协议的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：桂林国旅

乙方：桂林漓江大瀑布酒店

桂林国旅全称桂林中国国际旅行社有限责任公司，创建于1959年10月20日，距今已有60多年历史。桂林国旅是专业从事招徕和接待国际、国内旅游团队、散客服务、中国公民出国游、国内游、旅

游电子商务、高端旅游会议接待服务等业务的多功能综合经营型的旅游企业。从 1959 年成立至今，桂林国旅以优质的服务及良好的口碑连续多年获得“全国百强国际旅行社”、“广西十强国际旅行社”、“广西壮族自治区服务业品牌”等荣誉称号。桂林国旅是 PATA 亚太旅游协会会员单位、ASTA 美国旅行代理商协会会员单位、中国旅行社协会理事单位、广西旅行社协会会长单位，广西首家通过 ISO9001：2015 质量管理体系认证的旅行社。桂林国旅作为桂林旅游市场的领头羊，公司下设入境旅游中心、出境旅游中心、国内旅游中心、商务会议中心、网络营销中心、交通票务中心等业务部门。在桂林市拥有 30 余家门市部。

桂林漓江大瀑布酒店地处桂林市中心的繁华地段中心广场，距机场 30 公里，火车南站仅 3 公里。饭店东临漓江，正对杉湖、金银双塔，西望桂林中山中路和榕湖景区，南面是桂林城徽象鼻山，北眺靖江王府。饭店是广西首批全国“金叶”级绿色旅游饭店，开业以来屡获殊荣。它以水景文化为背景，投资四个亿进行大规模的改扩建。酒店内有大型人造瀑布，上部宽 72 米、下部宽 75 米、落水高度达 45 米的大型人造瀑布，已列入大世界吉尼斯纪录。各类客房 652 间，其中包括行政房 62 间，高级房 42 套、江景双床房 62 间、江景大床房 46 间，标准房 440 间。中西餐厅、日韩餐厅、九天银河茶餐厅、四季火锅城，并拥有 14 个包厢，餐厅总计 1800 席位。一座可容纳 400 人就餐 500 人开会的多功能厅，内配六声道同声传译系统，另设有三间分会场两间会见厅，不同类型的会议室，供不同规模的会议使用。室内恒温游泳池、屋顶花园、VIP 健身俱乐部、桑拿按摩室、美容美发等康乐服务设施完善周到。

桂林漓江大瀑布酒店与桂林国旅有多次业务来往，彼此都较为了解，此次合作使桂林漓江大瀑布酒店省去了寻找新合作伙伴的时间成本，降低了交易风险。在旅游淡季时，桂林国旅为桂林新兴大酒店提供 50%—60% 的入住率；在旅游旺季，桂林漓江大瀑布酒店必须为桂林

国旅提供足够的客房数量和最优房价，同时为顾客提供优质服务。本次合作就客房价格、客房数量及酒店入住率等方面进行谈判。确定好桂林国际旅游公司与酒店之间的结算方式，及约定好一个结帐时间，同时商定好违约规则，赔偿额度。

桂林新兴大酒店房价一览表（单位：人民币元/间/天）

房价	门市价	优惠价
行政房	2188	1198
高级房	3288	1898
江景双床房	1588	888
江景大床房	1488	798
标准房	998	618
加床	200	160

*以上价格含政府调节基金、服务费，黄金周价格另议

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见

商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行

过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

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

	经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	
--	---------------------	--

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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	<p>开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）</p> <p>有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分）</p> <p>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）</p>	
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），与计划书选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

34. 试题编号：2-2-4，新希望乳业进入超市的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：湖南步步高连锁超市（简称：步步高）

乙方：湖南新希望南山液态奶有限公司（简称：新希望）

湖南新希望南山液态奶有限公司于 2013 年由原湖南亚华乳业有限公司望城分公司（液态奶厂）重组而立，2015 年 6 月公司与全国城市型乳业的领军品牌新希望乳业形成战略合作关系，共同打造“新希望南山”的联合品牌，力争成为湖南乃至整个华南地区低温城市型乳业的代表性品牌。生产的液态奶有盒装鲜牛奶、盒装常温奶、PV 杯装老酸奶等多品类。

公司位于国家级望城经济技术开发区雷锋大道 108 号，注册资本为 1.66 亿元，固定资产 8000 万元，现有员工 351 人，是集生产、加工、销售和科研于一体的湖南省重点农产品加工龙头现代化乳制品生产企业。

公司奶源依托新希望乳业自有牧场及大型合作牧场，打造现代化优质奶源基地。奶牛存栏 5000 头，日产生鲜牛奶 40 吨，全部实现机械化挤奶，原料奶运输实现全程 GPS 定位和视频监控，确保奶源安全。公司具有年产 15 万吨的生产能力，车间建筑面积 10000 多平方，10 多条常低温生产线，产品涵盖三大系列 60 多个品种，其中长沙记忆、老酸奶、酸奶工坊等产品深受消费者的喜爱。公司的生产线全部采用国内外先进设备，实现全自动化控制，具有产量大，耗能低，噪声小，产品包装更加精美，丰满等特点，更好地满足消费者日益不断增长的消费需求，给消费者提供品质更高的乳制品。

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

步步高连锁超市有限责任公司创立于 1995 年 3 月，2008 年成功上市，是曾经的首家民营连锁超市上市企业。公司旗下有超市、百

货、电器等连锁业务板块，截至2018年底，公司共开出341家门店，遍布湖南、广西、江西、四川和重庆等区域，在湖南有绝对的市场优势。

新希望与步步高是长期合作伙伴，同时是步步高超市比较稳定的供应商之一。

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

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

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评分细则见商务谈判评分细则中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方

不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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(4)	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)	

0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），与计划书选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

35. 试题编号：2-2-5，日化用品购销谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：宝洁公司

乙方：格瑞斯超市有限公司（简称：格瑞斯超市）

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

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

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

宝洁的销售人员希望建立合作，但公司的标准不可违背；格瑞斯

超市不急于合作，因为无指标压力，但从战略角度出发，不可能不与宝洁合作，但无法接受无毛利的合同。

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

进货箱数与折让、营销费用表

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

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

40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

此阶段为谈判的开局阶段，双方面对面，但一方发言时，另一方不得抢话头发言或以行为进行干扰。开局可以由一位选手来完成，也可以由多位选手共同完成，最后1分钟时有人提示。发言时，可以展

示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

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

	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台,U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

（3）考核时量

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

（4）评分细则

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	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）	

)	势分析			
	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），与计划书选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

36. 试题编号：2-2-6，货物运输服务项目谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：九芝堂药业股份有限公司（简称“九芝堂”）

乙方：广州新邦物流股份有限公司（简称“新邦物流”）

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

截至2020年底，公司总资产达50.71亿元，净资产39.22亿元，2020年公司实现营业收入35.59亿元，净利润2.72亿元。2020年中国品牌价值评价信息发布中，九芝堂以超百亿的品牌价值，位列“中华老字号品牌榜”前列。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。一般情况下，医药的物流成本占销售收入的10%左右，九芝堂在湖南的物流运输、仓储成本达到上千万元，而且由于过去选定的物流运输单位关系不稳定，经常出现运输

不及时导致经销商断货以及运输成本过高等问题。

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

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

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

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

细则中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

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

可以由多位选手共同完成，最后 1 分钟时有人提示。发言时，可以展示支持本方观点的数据、图表、小件道具和 PPT 等。

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室 40 平方米以上，可用教室布置，准备室两间	必备
	谈判室；商务谈判桌 1 张，椅子 15 把，配备投影仪、音	必备

设备	响、电脑，商品陈列架 6 个，挂钟一台，计时器一台	
	准备室（两间）：台式电脑 2 台×2=4 台，桌子四张×2=8 张，打印机 1 台×=2 台，椅子 6 张×2=12 张，挂钟一台×2=2 台,U 盘十个。	
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家 3 名、计时员 1 名	必备

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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 (4)	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）	

0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），与计划书选择的开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计		100		

37. 试题编号：2-2-7，葡萄酒采购项目谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：拉图酒庄进出口贸易公司（简称“拉图酒庄”）

乙方：广州澳海经典贸易有限公司（简称“广州澳海”）

拉图酒庄进出口贸易公司成立于1938年1月，注册于1938年8月，已有68年的经营历史。它是专门经营出口葡萄酒的实业公司，现经营的产品主要有拉图庄园葡萄酒系列，葡萄酒年产量达到250万瓶，年销售额超过7.5亿美金，在产品质量、价格上均具有很强的优势，在全球拥有众多知名长期客户。

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

广州澳海经典贸易有限公司，是专业从事具有众多知名国际葡萄酒品牌的进出口公司。公司从法国，意大利，西班牙，澳大利亚，美国，智利等主要产酒国进口各类优质葡萄酒。公司强大的市场网络覆盖了中国各主要城市的星级宾馆，高级餐厅，超市、酒吧及夜总会。在业务不断增长的同时，2005年与法国拉图酒庄进出口贸易公司正式结成合作伙伴，2008年奥运会期间，许多豪华宾馆、酒店在中国大城市里雨后春笋般涌出。值此机遇，广州澳海经典贸易有限从合作伙伴拉图酒庄进口了18000瓶葡萄酒，使得两公司的合作关系更加紧密。从此，每年的业务合作量不断增加，但由于国外葡萄酒品牌也非常多，

因此，广州澳海经典贸易有限公司可以合作的贸易伙伴也相互竞争，提供许多优惠条件，考虑到长期合作关系及产品的质量稳定和稳定供给，2021年澳海公司仍然选择拉图酒庄进出口贸易公司为重要合作伙伴，但需要进口的品类和价格及运输责任需要进行重新磋商。

2021年广州澳海经典贸易有限公司计划进口葡萄酒15万瓶，根据价格及条件，可以选择多家合作伙伴。进口葡萄酒分高、中档两个层次，高档30%，中档占70%。原装进口占30%，散装进口占70%。

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

1、背对背演讲（各方2分钟）：一方首先上场，利用演讲的方

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟（准备及撰写商务谈判计划书 60 分钟、

商务谈判 30 分钟)。

(4) 评分细则

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），与计划书中选择开局策略一致（1分）	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）	
	磋商阶段	10	双方充分沟通，了解对方的需求，做到多听、少说（4分），让步幅度由大变小，让步次数控制较好，坚持价值谈判原则（4分）贯彻谈判计划设计的策略，巧妙处理僵局（2分）	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好（3分），及时把握谈判时间，巧妙运用时期策略结束谈判（2分），有谈判总结语和结束时的礼节（5分）	
小计			100	

38. 试题编号：2-2-8，原材料采购的谈判

（1）任务描述

【背景资料】

甲方：国电湖南宝庆煤电有限公司（简称：宝庆煤电）

乙方：湖南新欣建材有限公司（简称：新欣建材）

国电湖南宝庆煤电有限公司是中国国电集团公司控股的大型煤电一体化企业，是中国国电集团在湖南省投资建设的第一个大型火

电建设项目，规划容量 $4 \times 660\text{MW}$ ，一期工程建设 $2 \times 660\text{MW}$ 超临界燃煤发电机组。同步开发煤矿产能 240 万吨/年。一期 $2 \times 660\text{MW}$ 火电机组每年产生的粉煤灰 35 万吨。

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

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

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

【测试流程】

① 撰写商务谈判计划书（60 分钟）

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

主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评分细则见商务谈判评分细则中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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	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
	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）	

作品 (40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)	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), 与计划书选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说(4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判(2分), 有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	

小计	100	
----	-----	--

39. 试题编号：2-2-9，软件采购谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：蓝天职业技术学院

乙方：深圳宇轩科技有限责任公司

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

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

深圳宇轩科技有限责任公司刚好是开发市场营销实训软件的公司，

整个软件的报价表如下：

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考

虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开

出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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	谈判实施按照

商务谈判实施操作 (40分)			(2分)	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), 与计划书选择的开局策略一致(1分)	
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实(5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答(3分), 巧妙运用报价策略(2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说(4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则(4分)贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局(2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好(3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判(2分), 有谈判总结语和结束时的礼节(5分)	
小计			100	

40. 试题编号: 2-2-10, 经营场所租赁谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 真功夫餐饮管理有限公司

乙方: 张家界荷花国际机场实业有限公司

真功夫餐饮管理有限公司于1990年创立。公司坚持营养美味的米饭快餐定位, 受到众多喜欢中式菜肴的顾客的喜爱。凭借在中式快餐三大标准运营体系—后勤生产标准化、烹制设备标准化、餐厅操作标准化上的精耕细作, 真功夫从发源地东莞开始, 先后进驻广州、深圳、北京、上海、杭州、沈阳、天津、武汉、长沙、福州、郑州等 57

个城市，成为国内首家全国连锁发展的中式快餐企业。在品质、服务、清洁三个方向，全面与国际标准接轨。随着分店数量的增多，真功夫将为更多关注健康、追求生活品质的城市白领们提供高品质的超值米饭快餐。

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

真功夫餐饮管理有限公司想扩大营销网络，拟在张家界荷花国际机场开设一家直营店，面积为60平方米。而张家界荷花国际机场实业有限公司也想借助真功夫餐饮管理有限公司这个庞大的营销网络来宣传自己，增加张家界荷花国际机场的知名度，并且还可以为自己的顾客提供增值服务，同时张家界荷花国际机场实业有限公司了解到真功夫餐饮管理有限公司在长沙黄花国际机场也租有60平米的店面，年租金200万元，2019年长沙黄花国际机场旅客吞吐量2691余万人次。

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，

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

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共 15 分钟，不分开计，最后 1 分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2 分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共 2 分钟，最后 30 秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5 分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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	格式表	5	文字编排工整清楚，内容完整 (2 分)，文字	商务谈

商务谈判计划书作品(40分)	达		表达流畅, 逻辑性强(2分), 封面名称、时间清晰(1分)	判计划书字数不得少于500字, 每少50字, 扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确(2分)、谈判时间、地点具体(3分)	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分), 谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻, 为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙, 能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略, 报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计, 谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实施操作(40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划, 表达流畅, 规定时间内完成(3分), 回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分), 谈判团队成员介绍, 一方提出此次谈判主题, 另一方有回应确认(2分), 与计划书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		

41. 试题编号：2-2-11，购销合同的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方：北京雪上飞商贸有限公司（简称：雪上飞公司）

乙方：浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司（简称：瑞翔公司）

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

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

套滑雪板。

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

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

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60 分钟）

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

②商务谈判实施流程（全程 30 分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为 40 分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共 5 分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

(6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考

虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开

出的条件和可能的讨价还价空间；与队友讨论收局阶段的策略，如有必要，对原本设定的目标进行修改。队员要集思广益，找出有利于本方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

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	谈判实施按照

商务谈判实施操作 (40分)			(2分)	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	

42. 试题编号: 2-2-12, 购销合同的谈判

(1) 任务描述

【背景资料】

甲方: 中联重科股份有限公司

乙方: 东莞华美食品有限公司

中联重科股份有限公司创立于1992年, 主要从事建筑工程、能源工程、环境工程、交通工程、农业机械等基础设施建设所需重大高新技术装备的研发制造, 其主导产品覆盖11大类别、51个产品系列, 1200多个品种的主导产品。是一家持续创新的全球化企业。中联重科成立22年来, 注册资本77.06亿元, 员工近3万人。成为世界排名

第六的工程机械企业，公司的工程机械板块和环境产业板块均位居国内第一，农业机械板块位居国内第三。目前公司积极推进战略转型，成为集工程机械、环境产业、农业机械和金融服务多位一体的全球领先高端装备制造企业。

东莞市华美食品有限公司创于 1991 年，根植于国际制造业名城——东莞市，是以月饼、饼干、糕点等食品的生产与销售为主的烘焙行业龙头企业，员工 2000 余人。除食品外，集团公司还涉足房地产、金融等行业的经营和管理。截至目前，华美食品旗下已拥有东莞和湖北 2 个厂区，自动化生产线数十条，占地面积共约 16 万平方米，月饼日产能可达 220 万个，饼干日产能达 120 吨以上。拥有包装制造、塑胶制造、食品机械等上游供应链，下游终端则布局 OMC 工房、金丽沙连锁店、东莞市欧丽沙食品有限公司、东莞华夫食品有限公司、各地分公司等销售公司。为掌控月饼原料中重要的莲蓉供应环节，华美食品已在湖北开展莲子种植项目，在河南建立面粉供应基地，确保食品绿色及安全。华美食品一直努力在打造一体化战略。目前，华美食品旗下已经有“华美”“牛奶搭档”（已升级为每日粗粮）“华夫软饼”“金丽沙”“Q 脆”“熊格格”“欧麦咖”等品牌产品，产品常年销往全国各地及海外市场。

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

从优秀到卓越，华美人将一如既往，向广大消费者奉献安全、健康、美味的食品为己任。通过努力打造 FOES 友爱企业，即用热情和目标做生意赚钱，用友爱影响关联企业共同发展，同时营造那种亲和

儒雅艺术性的让人难以仿制的品牌形象，以全新的面貌展现在世人面前。

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

东莞华美食品有限公司月饼系列产品信息如下：

产品名称	产品系列属性	零售价
华美双黄	华美双黄是彰显华美月饼品质的首席产品，也是华美主推的高端品质产品之一，采用100%的莲蓉做馅料。大红底色富贵喜庆，牡丹花的点缀更添华丽，圆月的呼应突出团圆的氛围，表现了“花好月圆”的绝美意境。内配：180克双黄纯白莲蓉月饼4个。	168元/盒
蛋黄酥	台式蛋黄酥是华美集团借势中秋，推出的非月饼礼盒及月饼糕点系列。层层叠叠的酥皮裹着甜糯的红豆馅，甜糯的红豆馅里又包着咸酥的蛋黄，每一口都超级享受。内配：50克台式蛋黄酥8个。	248元/盒
七星伴月	七星伴月堪称华美月饼传统系列中的高品质代表之作，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	428元/盒
茶是故乡浓	“茶是故乡浓，月是故乡明”，中华茶文化源远流长，对于茶的运用也让世人惊叹。“茶是浓”的设计将这一意境表达得淋漓尽致，让人尤在境中。本品历经多年市场洗礼而经久不衰，“纵观华美数十载，记忆当属茶是浓”。内配：80克蛋黄绿茶蓉月饼3个、80克铁观音茶蓉月饼3个、80克红茶玫瑰蓉月饼3个。	328元/盒
盛汉尊礼	“悠悠上下五千年，历史长河中唯我盛汉空前，影	598元/盒

	<p>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。</p>	
--	--	--

【测试流程】

①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

②商务谈判实施流程（全程30分钟）

商务谈判实施占商务谈判模块的分数为40分，具体评分细则见商务谈判评分细则。具体操作流程如下：

第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的 1 位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过 2 分钟，最后 30 秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共 1 分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25 分钟）

1、开局阶段（3 分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

方的谈判条件。

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

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

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业	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

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

谈判 实施 操作 (40分)			选择的开局策略一致 (1分)	分
	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表, 还价方对报价内容认真核实 (5分), 报价方做到不问不答, 还价方向报价提出的问题必须具体明确, 让报价方有问必答 (3分), 巧妙运用报价策略 (2分)	
	磋商阶段	10	双方充分沟通, 了解对方的需求, 做到多听、少说 (4分), 让步幅度由大变小, 让步次数控制较好, 坚持价值谈判原则 (4分) 贯彻谈判计划设计的策略, 巧妙处理僵局 (2分)	
	谈判结束	10	主谈充分驾驭谈判节奏、团队协作较好 (3分), 及时把握谈判时间, 巧妙运用时期策略结束谈判 (2分), 有谈判总结语和结束时的礼节 (5分)	
小计		100		

模块三 专业拓展模块

项目 广告文案策划

1. 试题编号：3-1-1，设计华为 P40Pro 手机广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

华为P40Pro搭载了麒麟990 5G处理器，采用了7nm+EUV制程工艺，配合华为独家的NPU引擎算法和图形渲染算法，实际测试发展信号接收能力特别强，即使到高楼林立的地方仍然是满格。多轮王者荣耀测试之后也发现，帧率挺稳定，这都说明华为对于EMUI10系统调教还是比较到位，软硬协同确实是我们不应该忽视的亮点之一。

华为P40Pro背部采用高亮工艺玻璃，在光线的照射下可以营造出光彩熠熠的效果，大大增强识别度，当然它也比较容易沾染手指印，还有AG磨砂质感减少沾染手指印，这点可以根据不同人的审美观自由选择，五种颜色都比较中性化。至于正面，华为P40Pro用上一块6.58英寸的水溢全面屏，下巴和额头控制得不错，左右两侧形成接近90度弯曲，视觉效果还是挺震撼的。续航部分，华为P40Pro内置的

只有 4200mAh 电池，但是要知道这是一颗集成式的芯片，所以功耗不会那么高，配合支持 40W 有线快充以及 27W 的无线快充，基本上满足普通用户一天一充的使用体验需求是没有问题的。实际测试三小时电量从 100% 下降至 58%，充满电池需要 1 小时 13 分钟，速度处于行业中上水准。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望在各地市全面快速上市销售，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南一二级市场的广告方案，预算控制在 100 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配 分	考核点	备注
职业 素养 (2 0 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	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方

品 (8 0 分)	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	案字数 不少于 1500 字，每 少 50 字扣 1 分
	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
	目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
	市场分析	6	包括企业的宏观环境以及行业分析（1分）、消费者分析（1分）、竞争对手定位分析（1分）、产品的特点分析（1分），市场分析比较确切（2分）	
	市场策略	7	营销目标明确（1分）、产品定位比较准确（3分）、广告目标具体（3分）	
	广告表现	24	广告诉求对象合适（2分）、广告主题醒目（3分）、广告创意（广告语、广告片等）符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点（19分）	
	广告媒介	12	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性。要求使用3种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介3分，组合合理3分）	
	广告预算	6	用广告活动经费的预算与分配表的方式来体现（2分），活动经费预算合理可行，分配妥当（4分）	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）	
创新方面	5	方案有新的创意，见解独到		
小计	100			

2. 试题编号：3-1-2，设计比亚迪新能源汽车广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

比亚迪是一家致力于“用技术创新，满足人们对美好生活的向往”的高新技术企业。比亚迪成立于1995年2月，经过20多年的高速发展，已在全球设立30多个工业园，实现全球六大洲的战略布局。比亚迪业务布局涵盖电子、汽车、新能源和轨道交通等领域，并在这些领域发挥着举足轻重的作用，从能源的获取、存储，再到应用，全方位构建零排放的新能源整体解决方案。比亚迪是香港和深圳上市公司，营业额和总市值均超过千亿元。品牌使命：用技术创新，满足人们对美好生活的向往。比亚迪公司2021年7月份新能源汽车的销量增长了两倍多，创下历史新高，扩大了对竞争对手的领先优势。分析师表示，因为越来越多的客户转向购买新能源汽车。而比亚迪又在今年早些时候宣布停止生产仅使用化石燃料的汽车，只销售纯电动汽车或混合动力汽车。在如此领先的战略下，预计比亚迪今年将售出360万辆汽车，比2020年翻一番。

【测试任务】

现公司欲快速提升永州市场的新能源车的销量，为了确立产品在永州消费者心目中的知名度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的2021年湖南永州市场的完整的广告方案，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) 评分细则

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

			配妥当（4分）	
	广告效果的评估	3	阅读率或视听率、广告记忆度、广告好感度、广告的购买动机与行动率、广告费用指标、市场占有率指标、广告效果指标（必须包括3种以上评估方法，每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

3. 试题编号：3-1-3，设计长沙湘贵健康饮品广告文案

（1）任务描述

【背景资料】

长沙湘贵实业有限公司（以下简称公司）是一家以酒类产品为主，实施多元化经营的新型专业营销公司，历年来的诚信经营也得到了相关政府职能部门和社会各界的高度评价和认可，是湖南民营企业的一颗新星。公司主要从事产品的代理与专业推广业务，主要产品有贵州仁怀酒中酒集团“酒中酒霸”、“小品酒”，贵州一品仙有机茶业有限公司“一品仙”茶，“湘贵苹果醋”、“湘贵干红”、“山药酪”等。目前，公司在全国各地设有办事处及数十个市场部，销售网络遍布中南地区数十个大、中、小城市及乡镇市场。在总部长沙设立有批发、零售、特约经销网点达10000多家。

公司旗下代理的白酒、红酒、饮料、茶叶等四大产品系列中，饮料系列属企业自有品牌（中间商品牌，企业用自己的品牌推出产品），产品均为果园性质的“养生”功能型健康饮品，为“使众多消费者享受着‘养生果汁专家’带来的营养与健康”而努力。

公司秉持奋力拼搏，锐意进取的精神，坚定不移地走改革、创新、品牌发展之路，力争将公司做大、做精、做强。近年来，随着我国高校的不断扩招，规模不断壮大，我国高等教育在校生的总人数超过1600万，如果大学生每人年平均消费5000元，年消费额将高达800多亿，

对商家和企业来说，也就意味着一个巨大的、高素质的新型消费市场的形成。为抓住青年消费群体，特别是大学生这一充满青春活力的特殊群体，将以下产品深度分销做进大学校园。

①湘贵苹果醋：调整肠胃，解酒养肝，消除疲劳，调节新陈代谢。增强免疫力，预防流感，帮助消化，增进食欲，促进钙质吸收，避免虚胖。

②湘贵山药酪：含有丰富的DHEA（青春因子），可以抗衰老，增强免疫功能；能降低胆固醇；有利于脾胃消化吸收功能；消除疲劳、补充天然能量。

③湘贵苹果汁、金梨汁：护肤美容、助消化、营养易吸收、润肺、凉心、消痰治风热，降火凉心、解毒调节人体机能。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南长沙高校“山药酪”、“苹果醋”、“苹果汁”、“金梨汁”等系列健康饮品市场，而且希望通过在各地高校附近商场、超市、食堂饮料销售点等渠道进行销售，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性开拓湖南长沙高校市场的广告方案，费用控制在20万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

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

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

4. 试题编号：3-1-4，设计雅芳A霜广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

如今，雅芳已发展成为世界上最大的美容化妆品公司之一，在53个国家和地区进行直接投资，拥有43000名员工，通过440余万名营业代表向145个国家和地区的女性提供两万多种产品，包括著名的雅芳色彩系列、雅芳新活系列、雅芳柔肤系列、雅芳肌肤管理系列、维亮专业美发系列、雅芳草本家族系列、雅芳健康产品和全新品牌Mark系列，以及种类繁多的流行珠宝首饰品。雅芳针对的25岁以上的女性消费者推出A霜。

一、产品特征

它是通过增强细胞互动能力，活跃微细胞循环，从而达到抗衰老功效的脸部保养产品，通过海洋原生质和CTC的完美结合，为肌肤细胞注入前所未有的生命活力，刺激细胞生长和繁殖，令细胞时刻保持活跃状态。是通过海洋原生质和CTC的完美结合，纯天然的草本配方；功效迅速，明显，可在试用七天后使肤质全面提升，肤色通透，均匀

亮泽，红润健康，细纹、毛孔问题明显改善，保湿力、弹性提高，令肌肤晶莹柔嫩，且价格适中。

二、产品功效

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

三、产品成份

海洋原生质精华—A霜的主要功臣·穿心莲叶·水解牛奶蛋白·太阳花籽。

四、使用方法

洁肤—爽肤—A霜（早晚）。

【测试任务】

假设该产品将投放在长沙市场商场专柜，各大小日化超市，专卖店等有雅芳出售的店面，采取卷铺盖的方式，扩大产品的覆盖面，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的广告方案，费用控制在80万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

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

	估		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: 3-1-5, 设计青岛啤酒公司广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

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

青岛啤酒远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界70多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告Barth Report依据产量排名, 青岛啤酒为世界第六大啤酒厂商。

青岛啤酒几乎囊括了1949年新中国建立以来所举办的啤酒质量评比的所有金奖, 并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖。1906年, 建厂仅三年的青岛啤酒在慕尼黑啤酒博览会上荣获金奖; 20

世纪 80 年代三次在美国国际啤酒大赛上荣登榜首；1991 年、1993 年、1997 年分别在比利时、新加坡和西班牙国际评比中荣获金奖；2006 年，青岛啤酒荣登《福布斯》“2006 年全球信誉企业 200 强”，位列 68 位；2007 年荣获亚洲品牌盛典年度大奖；在 2005 年（首届）和 2008 年（第二届）连续两届入选英国《金融时报》发布的“中国十大世界级品牌”。其中 2008 年在单项排名中，青岛啤酒还囊括了品牌价值、优质品牌、产品与服务、品牌价值海外榜四项榜单之冠；2009 年，青岛啤酒荣获上海证券交易所“公司治理专项奖——2009 年度董事会奖”、“世界品牌 500 强”等诸多荣誉，并第七次获得“中国最受尊敬企业”殊荣；2015 年，青岛啤酒第八次登榜《财富》杂志“最受赞赏的中国公司”。2019 年，青岛啤酒全年共实现啤酒销售量 848 万千升，实现营业收入人民币 276.35 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润人民币 17.13 亿元。

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

【测试任务】

青岛啤酒众所周知是中国有名的品牌，假设该企业为了扩大在湖南市场的知名度与美誉度，欲在 2021 年 6 月到 8 月期间对湖南市场开展一次大规模的企业广告攻势，请根据广告方案策划的流程为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的湖南市场企业广告方案，费用控制在 200 万之内。其具体内容必须包括市场分析、营销目标、广告诉求对象、广告媒介、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业 素养 (2 0 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违 反考场 纪律、 造成恶 劣影响 的本项 目记 0 分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)		
作品 (8 0 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方 案字数 不少于 1500 字，每 少 50 字扣 1 分	
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体 内容	封面完 整	2		要素具备 (名称、策划者、时间)
		前言	2		简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3		排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一)两级即可)
		市场分 析	6		包括企业的宏观环境以及行业分析 (1 分)、消费者分析 (1 分)、竞争对手定位分析 (1 分)、产品的特点分析 (1 分)，市场分析比较确切 (2 分)
		市场策 略	7		营销目标明确 (1 分)、产品定位比较准确 (3 分)、广告目标具体 (3 分)
广告表 现	24	广告诉求对象合适 (2 分)、广告主题醒目 (3 分)、广告创意 (广告语、广告片等) 符合广告目标以及产品定位、消费者习惯，能较好的表现广告的诉求点 (19 分)			

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

6. 试题编号：3-1-6，设计爱尔眼科医院广告文案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

2013年，爱尔眼科医院集团与中南大学联合成立国内第一所专门的眼科医学院——中南大学爱尔眼科学院，开启了社会资本参与医学

教育的有益创新和探索；2014年，再度与湖北科技大学联合成立爱尔眼视光学院，旨在培养眼视光学的专门技术人才。至此，爱尔眼科打通了眼科的产、学、研三大领域，学院的成立将使爱尔眼科的科研及临床水平得到显著提高。

2014年9月，爱尔眼科首创医疗行业“合伙人计划”，2019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）评分细则

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

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