



湖南工程职业技术学院

HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF ENGINEERING

## 市场营销 专业技能考核题库

专业代码： 530605

所属学院： 现代经贸学院

适用年级： 2020级

专业主任： 王苏凤

学院审核人： 陈 荣

制（修）订时间： 2020年8月

# 目 录

一、推销模块.....	错误！未定义书签。
二、商务谈判模块.....	131
三、调研模块.....	2错误！未定义书签。
四、营销策划模块.....	361

## 一、推销模块题库

### 试题1-1：矿泉水推销

#### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

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

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

## (2) 实施条件

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

## (3) 考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

## (4) 资源库

### 一、完成推销方案设计

- (1) 推销主题（根据背景材料）
- (2) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）
- (3) 推销时间（测试时间当天）
- (4) 推销地点（结合背景材料自定）
- (5) 推销背景与目的（结合背景材料自定）
- (6) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）

### 二、推销演示

- (1) 推销开场
- (2) 推销过程
- (3) 推销结束

(5) 评分标准

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

	销实施	0	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）	
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 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)对产生兴趣	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。
		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		

## 试题1-2：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) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(7) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(8) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(9) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(10) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(11) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(12) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p>
---

(1) 推销开场

(2) 推销过程

(3) 推销结束

(5) 评价标准

评价内容		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		
	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）	
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
			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	

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

### **试题1-3：蒙牛牛奶推销**

#### **(1) 任务描述**

##### **【背景资料】**

蒙牛乳业（集团）股份有限公司成立于1999年8月，总部设在内蒙古自治区呼和浩特市和林格尔盛乐经济园区，是国家农业产业化重点龙头企业、乳制品行业龙头企业。

产品简介：蒙牛纯牛奶24×250ml，零售价：¥72元；特仑苏12×250ml，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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(13) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(14) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(15) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(16) 推销地点（结合背景材料自定）</p>
---

<p>(17) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(18) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

(5) 评价标准

评价内容		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		
	体内内容	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）					
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	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，
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	



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

## 试题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。

产品简介：可乐500ml，零售价：¥2.5元；零售价：1.25l，  
¥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) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(19) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(20) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(21) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(22) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(23) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(24) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

#### (5) 评价标准

评价内容		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	

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		
	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	2 0	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）		
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	
		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	体态和语言。  能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;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
		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	意见，巧妙地取得顾客的联系方式；
	小计	100		结束推销，礼貌告辞

### 试题1-5：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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### （4）资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>（25） 推销主题（根据背景材料）</p> <p>（26） 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>（27） 推销时间（测试时间当天）</p> <p>（28） 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>（29） 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>（30） 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>（1） 推销开场</p> <p>（2） 推销过程</p> <p>（3） 推销结束</p>
--

### （5）评价标准

评价内容	分	考核点	备注
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
职业能	7	具有的充分的自信和较高的专业水	

养 (2 0 分 )	力		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。	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		
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		
	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)	
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)	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
			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。			

				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		

## 试题1-6：联想笔记本电脑推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

联想集团是一家极富创新性的国际化的科技公司，2016年全球企业第202强，作为全球个人电脑市场的领导企业，该集团从事开发、制造并销售最可靠的、安全易用的技术产品及优质专业的服务，帮助全球客户和合作伙伴取得成功。公司主要生产台式电脑、服务器、笔记本电脑、打印机、掌上电脑、主板、手机等商品。

产品简介：笔记本电脑，(i5-3320M 4G 500G 7200转2G独显蓝牙 WIN8)，价格：¥4000元。

该产品是一款时尚的商务笔记本，拥有强悍的GT740M独立显卡，能够轻松玩转主流游戏，加上i5处理器和7200转/分钟的硬盘转速，读写速度惊人，性能表现可圈可点。秉承了E系列的时尚外观设计，采用了Intel酷睿i5-3320M处理器，2.6GHz主频，标配4GB DDR3内存和500GB硬盘，NVIDIA GeForce GT 740M独立显卡，也能够满足日常娱乐需求没有压力。

#### 【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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(31) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(32) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(33) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(34) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(35) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(36) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p>
--

(3) 推销结束

(5) 评价标准

评价内容		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		
	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）	
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 起 顾 客 兴 趣； 能 恰 当 的 介 绍 商 品； 能 与 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)对产生兴趣	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。
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服。	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客的联系方式; 结束推销,礼貌告辞
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成,超时或未完成任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

## 试题1-7：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，蜂产品是天然的保健瑰宝，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：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。

### 【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) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(37) 推销主题 (根据背景材料)</p> <p>(38) 推销对象 (根据产品特点确定推销对象)</p> <p>(39) 推销时间 (测试时间当天)</p> <p>(40) 推销地点 (结合背景材料自定)</p> <p>(41) 推销背景与目的 (结合背景材料自定)</p> <p>(42) 推销实施描述 (有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述)</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

#### (5) 评价标准

评价内容		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	
销式	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

方案 (40分)	文字表 达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	不少于 500字， 每少50字 扣1分。	
	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）					
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	
推销结束 (10分)	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。	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得
	2	及时把握成交机会,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	顾客的联系方式； 结束推销，礼貌告辞
----	-----	-----------------------

### 试题1-8：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。火腿肠是该集团的主打产品，以精制火腿、汉堡火腿等为代表的高温火腿系列；以三明治火腿、香菇火腿、牛肉火腿、啤酒火腿、烟熏里脊、熏烤牛肉、熏烤圆火腿为代表的西式肉制品系列；以台式香肠、麻辣香肠、原味香肠、波兰熏香肠、哈尔滨香肠、上海大红肠、蒜蓉大红肠、啤酒肠为代表的低温灌肠系列；以广式香肠、迷你肉枣、双汇腊肠、水晶肴肉、肘花、五香卤猪蹄、双汇香肚为代表的中式特色肉制品系列；

以汉堡肉饼、肉丸及鸡块为代表的速冻肉制品系列；以清蒸肉类罐头、清真类罐头、蔬菜、水果为代表的鲜冻制品系列等。这些产品具有中西兼顾、高低温结合、生熟互补、品种繁多、档次分明等特色，能满足不同消费者的需要。

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。

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	（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) 资源库

一、完成推销方案设计
(43) 推销主题（根据背景材料）
(44) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）
(45) 推销时间（测试时间当天）
(46) 推销地点（结合背景材料自定）
(47) 推销背景与目的（结合背景材料自定）
(48) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）
二、推销演示
(1) 推销开场
(2) 推销过程
(3) 推销结束

### (5) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养 (20分)	5	职业道德	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	7	职业能力	
	8	商务礼仪	

	仪		体现职业要求，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方		
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		
	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）			
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	
		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	吸引顾客，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	及时把握成交机会，结束推销	及时把握成交机会促成	
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		

	分)	2	推销结束, 要注意礼貌告辞, 给顾客留下好的印象	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	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		

## 试题-9：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	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设	必

地	计) 准备两间	备
设	准备室配备电脑 (5台, 每人一台)、打印机; 推销现场配	必
备	备推销台一个、货架一个, 计时器一台	备
人	(推销方案设计) 准备室一间配备监考人员2名; 每个推销	必
员	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	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60分钟 (推销方案及准备55分钟, 5分钟现场推销)。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(49) 推销主题 (根据背景材料)</p> <p>(50) 推销对象 (根据产品特点确定推销对象)</p> <p>(51) 推销时间 (测试时间当天)</p> <p>(52) 推销地点 (结合背景材料自定)</p> <p>(53) 推销背景与目的 (结合背景材料自定)</p> <p>(54) 推销实施描述 (有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述)</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

### (5) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
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

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。	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		
	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）	
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 ）	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
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服。	



				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，超时或未完成任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

### 试题1-10：饼干推销

#### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

奥利奥（Oreo）是1912年由美国卡夫食品公司旗下的曲奇品牌Nabisco所研制的一种巧克力曲奇饼干。主料：无盐黄油、糖粉、蛋黄、可可粉、低筋面粉；辅料：盐、无盐黄油、清水、细砂糖、全蛋。

产品简介：有草莓口味、巧克力口味、酸牛奶口味；有多种规格，

其中360g，¥15.5元；420g,¥18.8元。

### 【测试任务】

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

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

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(55) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(56) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(57) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(58) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(59) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(60) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

#### (5) 评价标准

评价内容		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	

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		
	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	2 0	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)		
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	
		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)				体态和语言。
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机	能针对不同的产品(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
		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	意见，巧妙地取得顾客的联系方式；
	小计		100	结束推销，礼貌告辞

## 试题1-11：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	基本实施条件	备
---	--------	---

目		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）资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>（61） 推销主题（根据背景材料）</p> <p>（62） 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>（63） 推销时间（测试时间当天）</p> <p>（64） 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>（65） 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>（66） 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>（1） 推销开场</p> <p>（2） 推销过程</p> <p>（3） 推销结束</p>
--

### （5）评价标准

评价内容	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		
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		
	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		0	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）		
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 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
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑	

			虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	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，超时或未完成任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

## 试题1-12：维达纸巾推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

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

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

#### 【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	基本实施条件	备
---	--------	---

目		注
场	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	（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）资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>（67） 推销主题（根据背景材料）</p> <p>（68） 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>（69） 推销时间（测试时间当天）</p> <p>（70） 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>（71） 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>（72） 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>（1） 推销开场</p> <p>（2） 推销过程</p> <p>（3） 推销结束</p>
--

### （5）评价标准

评价内容	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		
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		
	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		0	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）		
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 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
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑	

			虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	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，超时或未完成任务的酌情扣1-2分	
小计		100		



## 试题1-13：金帝巧克力推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

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

产品简介:

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

#### 【测试任务】

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

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

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

### (2) 实施条件

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

### (3) 考核时量

本试题考核时间为60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(73) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(74) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(75) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(76) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(77) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(78) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销</p>
--

面谈及推销结束语的描述)

二、推销演示

(1) 推销开场

(2) 推销过程

(3) 推销结束

(5) 评价标准

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

## 试题1-14：百雀羚护手霜推销

### (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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

#### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(79) 推销主题 (根据背景材料)</p> <p>(80) 推销对象 (根据产品特点确定推销对象)</p> <p>(81) 推销时间 (测试时间当天)</p> <p>(82) 推销地点 (结合背景材料自定)</p> <p>(83) 推销背景与目的 (结合背景材料自定)</p> <p>(84) 推销实施描述 (有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述)</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

#### (5) 评价标准

评价内容		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	
销式	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



方案 (40分)	文字表 达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	不少于 500字， 每少50字 扣1分。	
	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）					
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	
推销结束 (10分)	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。	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得
	2	及时把握成交机会,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扣1-2分	

小计	100	顾客的联系方式； 结束推销，礼貌告辞
----	-----	-----------------------

### 试题1-15：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。卡士系列产品已经成为政府接待、白领消费市场、高端乳品消费市

场的首选品牌。企业的理念是为消费者提供最优质的产品和服务。  
分原味和果味酸奶等几个系列多个品种。

产品简介：卡士红枣酸奶，3\*115g，¥13.5元。

### 【测试任务】

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

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

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(85) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(86) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(87) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(88) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(89) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(90) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

#### (5) 评价标准

评价内容		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	

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		
	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	2 0		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）				
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	
		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	体态和语言。  能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当推销方法,推销策略恰当;能唤起顾客兴趣;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
		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	意见，巧妙地取得
	小计		100	顾客的联系方式； 结束推销，礼貌告辞

### 试题1-16：华为手机推销

#### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

华为是全球领先的电信解决方案供应商，1988年成立于中国深圳，为世界各地通信运营商及网络拥有者提供硬件、软件、解决方案和服务。公司在电信基础网络、业务与软件、专业服务和终端等



四大领域确立了端到端的领先地位。华为在美国、德国、瑞典、俄罗斯、印度及中国等地设立了17个研究所，每个研发中心的研究侧重点及方向不同。目前，公司的产品与解决方案已经应用于全球100多个国家和地区，国际市场是华为销售的主要来源

产品简介：华为nova 2（全网通）别名：华为 PIC-AL00, 3D环绕音效，Hi-Fi级音质，智能色温补光，手势拍照、动态拍照和3D全景拍照，移动4G版(64GB)，颜色有破晓银、暗夜灰、白色、黑色，买就送钢化膜+软胶套+品牌耳机。价格：¥2099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	必

备	备推销台一个、货架一个，计时器一台	备
人	(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) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(91) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(92) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(93) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(94) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(95) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(96) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

### (5) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
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	

(20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。	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		
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		
	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）					

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
		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。			

				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		

## 试题1-17：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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### （4）资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>（97） 推销主题（根据背景材料）</p> <p>（98） 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>（99） 推销时间（测试时间当天）</p> <p>（100） 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>（101） 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>（102） 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>（1） 推销开场</p> <p>（2） 推销过程</p> <p>（3） 推销结束</p>
---

### （5）评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养	5	职业道德	严重违反考场纪律、造
	7	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	
		具有的充分的自信和较高的专业水	

养 (2 0 分 )	力		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。	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		
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		
	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)	
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)	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
			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。			

				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		

## 试题1-18：蒂芙尼珠宝推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

自1837年以来，享誉世界的钻石珠宝及腕表品牌Tiffany & Co. 蒂芙尼以传奇杰作引领风格，见证着世间无数至臻至美的爱情故事。璀璨耀目的订婚钻戒、摩登现代的时尚珠宝、华美传奇的高级珠宝，精湛非凡的腕表系列，蒂芙尼的设计始终为世界缔造着永恒的传世之美。

产品简介：产品有各类珠宝戒指、项链吊坠、时尚手链等。

其中蒂芙尼 T 系列以品牌首字母为灵感，为经典热卖系列。

18K 黄金镶钻微笑项链以18K 黄金镶嵌圆形明亮式切割钻石，可调节，约 40.6-45.7 厘米，售价为¥31900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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(103) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(104) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(105) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(106) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(107) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p>
--

(108) 推销实施描述 (有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述)

二、推销演示

(1) 推销开场

(2) 推销过程

(3) 推销结束

(5) 评价标准

评价内容		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		
	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	2	测试时间当天		

	销时间			
	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）	
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
		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	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。
		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;
		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		结束推销,礼貌告辞

## 试题1-19：戴瑞（DR）钻戒推销

### （1）任务描述

#### 【背景资料】

戴瑞（DR）求婚钻戒为深圳市戴瑞珠宝有限公司旗下国际高端求婚钻戒品牌，品牌诞生时创下全球统一浪漫规定：男士凭身份证一生仅能定制一枚，寓意“一生·唯一·真爱”。

产品简介：Forever系列六爪经典，传承欧洲皇室王冠镶嵌工艺，象征王室的尊贵与端庄。六爪是至今最牢固，也是最能凸显钻石璀璨光泽的镶嵌方式。戒托犹如埃菲尔铁塔的底座，将钻戒高高托起，让光线可以充分进入并全部反射出去，呈现出梦幻美妙的光芒。

其中甜蜜款30分钻戒，售价为¥14449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) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(109) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(110) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(111) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(112) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(113) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(114) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

## (5) 评价标准

评价内容		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		
	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）	
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 唤起顾客 兴趣；能 恰当的介 绍商品； 能与顾客 沟通、产 生互动，
		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	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		

### 试题1-20：周大福黄金推销

#### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

周大福是香港上市市值最大珠宝公司，专营周大福品牌珠宝玉石金饰业务，是集原料采购、生产设计、零售服务的综合性经营企业，是中国内地及香港最著名及最具规模的珠宝首饰品牌。周大福销售货品种类繁多，款式新颖独特，极具品味，包括999.9纯金首饰、钻石、宝石、玉器、南洋珍珠、日本养珠首饰等。

产品简介：周大福吉祥转运珠足金黄金手镯儿童款（约5.4克）  
 售价为¥2241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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### （4）资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>（115） 推销主题（根据背景材料）</p> <p>（116） 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>（117） 推销时间（测试时间当天）</p> <p>（118） 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>（119） 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>（120） 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>（1） 推销开场</p> <p>（2） 推销过程</p> <p>（3） 推销结束</p>
--

### （5）评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养	5	职业道德	严重违反考场纪律、造
	7	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	
		具有的充分的自信和较高的专业水	

养 (2 0 分 )	力		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。	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		
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		
	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)	
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 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	
		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。			



				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		

## 试题1-21：周生生珠宝推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

周生生于1973年成为香港首家上市的黄金珠宝公司。时至今日，已成为在大中华地区以企业管治严谨、服务殷勤专业、和产品优质精良见称的珠宝企业；其愿景是成为顾客首选的高素质、高品味珠宝品牌。

产品简介：其中18K黄金淡水养殖珍珠耳饰约1.96克，宝石物料为淡水养殖珍珠，耳饰物料为18K黄金，售价为¥6030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	基本实施条件	备
---	--------	---

目		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）资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>（121） 推销主题（根据背景材料）</p> <p>（122） 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>（123） 推销时间（测试时间当天）</p> <p>（124） 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>（125） 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>（126） 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>（1） 推销开场</p> <p>（2） 推销过程</p> <p>（3） 推销结束</p>
--

### （5）评价标准

评价内容	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		
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		
	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	0		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）		
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）	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
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑	

			虑，能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	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，超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100		

## 试题1-22：潮宏基银饰推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

“潮宏基”商标是广东潮宏基实业股份有限公司的自有珠宝首饰品牌，为广东省著名商标。是一家以设计、加工生产、批发、零售铂金镶嵌首饰为主的大型企业。公司成立于1996年，1997年7月创立品牌“潮宏基”。自品牌创建以来，潮宏基通过不断强化品牌的差异化营销确立其“彩金珠宝领潮者”的行业地位。

产品简介：其中925银情侣对戒，售价为¥799元/对。

#### 【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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(127) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(128) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(129) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(130) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(131) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>(132) 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p>
--



(2) 推销过程

(3) 推销结束

(5) 评价标准

评价内容		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		
	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		5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的		

		与目的			
		推 销 实 施	2 0	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）				
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 起 顾 客 兴 趣； 能 恰 当 的 介 绍 商 品；
			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	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	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	及时把握成交机会促成交易;能征求顾客意见,巧妙地取得顾客的联系方式; 结束推销,礼貌告辞
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,要注意礼貌告辞,给顾客留下好的印象	
		3	限时5分钟完成,超时或未完成任务的酌情扣1-2分	
小计		100		

## 试题1-23：周大生红宝石推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

周大生为中国知名珠宝品牌，大力开展钻石首饰及其他珠宝首饰零售连锁业务，深受广大消费者青睐，已成为国内最具规模的珠宝连锁品牌。

产品简介：其中18K玫瑰金爪镶宝石时尚耳饰，售价为¥1195元/对。

#### 【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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(133) 推销主题（根据背景材料）</p> <p>(134) 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>(135) 推销时间（测试时间当天）</p> <p>(136) 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>(137) 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p>
--

(138) 推销实施描述 (有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述)

二、推销演示

(1) 推销开场

(2) 推销过程

(3) 推销结束

(5) 评价标准

评价内容		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		
	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	2	测试时间当天		

	销时间			
	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）				
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
		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	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。
		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;
		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		结束推销,礼貌告辞



## 试题1-24：七彩云南翡翠珠宝推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

七彩云南1999年创立于云南昆明，为全球知名品牌之一。品牌建设中最突出的是产品品质和创新，旗下包括：七彩云南翡翠珠宝产业、七彩云南茶产业、七彩云南旅游产业、七彩云南房地产业和七彩云南酒店餐饮产业五大产业。七彩云南翡翠，是一个翡翠毛料采购、开石、科研、设计、生产、销售、连锁经营一体化的国际翡翠组织，具备规范性的翡翠珠宝玉石生产销售联网。营销网络覆盖国内外。

产品简介：其中3300系列翡翠玉手镯圆镯，售价为¥3300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	推销场地不少于70平米，配置办公桌椅5张，（推销方案设	必

地	计) 准备两间	备
设	准备室配备电脑 (5台, 每人一台)、打印机; 推销现场配	必
备	备推销台一个、货架一个, 计时器一台	备
人	(推销方案设计) 准备室一间配备监考人员2名; 每个推销	必
员	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	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60分钟 (推销方案及准备55分钟, 5分钟现场推销)。

### (4) 资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>(139) 推销主题 (根据背景材料)</p> <p>(140) 推销对象 (根据产品特点确定推销对象)</p> <p>(141) 推销时间 (测试时间当天)</p> <p>(142) 推销地点 (结合背景材料自定)</p> <p>(143) 推销背景与目的 (结合背景材料自定)</p> <p>(144) 推销实施描述 (有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述)</p> <p>二、推销演示</p> <p>(1) 推销开场</p> <p>(2) 推销过程</p> <p>(3) 推销结束</p>
--

### (5) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
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

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。	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		
	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）	
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 ）	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
			3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
			3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
			2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
			5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
			2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客信任	
			3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
			5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服。	

				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		

## 试题1-25：施华洛世奇仿水晶配饰推销

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

施华洛世奇(SWAROVSKI)1895年诞生于奥地利，以全球先进的精确切割技术和璀璨夺目的仿水晶产品闻名于世。施华洛世奇崇尚创意精神，并充分展现在品牌旗下的配饰、首饰及家居饰品系列中。

产品简介：施华洛世奇经典款天鹅造型水晶项链，链长38-40cm，链坠1.5cmX1.5cm，材质为仿水晶石，售价为¥980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60分钟（推销方案及准备55分钟，5分钟现场推销）。

### （4）资源库

<p>一、完成推销方案设计</p> <p>（145） 推销主题（根据背景材料）</p> <p>（146） 推销对象（根据产品特点确定推销对象）</p> <p>（147） 推销时间（测试时间当天）</p> <p>（148） 推销地点（结合背景材料自定）</p> <p>（149） 推销背景与目的（结合背景材料自定）</p> <p>（150） 推销实施描述（有寻找与接近目标顾客方式方法、推销面谈及推销结束语的描述）</p> <p>二、推销演示</p> <p>（1） 推销开场</p> <p>（2） 推销过程</p> <p>（3） 推销结束</p>
--

### （5）评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业道	5	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重



职业素养 (20分)	德			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		
	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)	
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 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
		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。	

				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，超时或未完成任务酌情扣1-2分	
小计		100		

## 二、商务谈判题库

试题编号：2-1，张万福珠宝进入超市的谈判

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

甲方：步步高商业连锁股份有限公司（简称：步步高）

乙方：张万福珠宝首饰有限责任公司（简称：张万福）

张万福珠宝首饰有限公司于1989年在香港成立，是集珠宝首饰设计、制造、销售、售后业务为一体的综合性民营企业。张万福始终坚持“诚信、创新、进取、合作、共赢”的经营理念，以“提供最优质的产品，最热情的服务，宁失千金，不失一信”为宗旨，赢得了广大消费者的喜爱，并获得政府部门、行业协会、消费者协会等机构授予的多项荣誉和称号。2002年，随着国内珠宝行业的快速发展，张万福珠宝在深圳设立了国内总部；2006年，张万福珠宝正式登陆华中地区，将总部移至长沙；并于2010年荣获中国驰名商标。

张万福致力于钻石、黄金、翡翠等精品珠宝的推广，深度发掘顾客的需求，传播“闪耀幸福光芒”的品牌理念，向顾客传递值得回味和珍藏的幸福观，倡导追求幸福、创造幸福、传递幸福的生活方式，是中国最具影响力的珠宝品牌之一。截至目前，张万福已在华中、华南、华东、西南区域等各大城市开设近300家珠宝专营店，形成了完整的销售体系，让顾客自由享受最优质的珠宝服务。

步步高（002251）商业连锁股份有限公司始创于1995年，致力于成长为中国领先的商业及服务业运营商，公司于2008年6月19日在深圳证券交易所上市，股票代码为002251。目前拥有步步高超市，步步高百货(广场)，步步高云猴网，步步高置业(步步高·新天地)，步步高电器城，太楚餐饮，汇米巴便利店等业态。截至2017年底，步步高集团销售额为370.9亿元，门店数量为645个。[1] 多业态门店已遍布湘、赣、川、渝、桂、滇等省市。步步高（002251）多业

态、线上线下齐头并进。由国际著名钢琴家、联合国和平使者朗朗代言的商业地产“步步高·新天地”品牌目前已经有十多个大型综合体在动工，其中70万方纯商业，拥有太空飞行馆、真冰滑冰场、酷车乐园、云顶星河乐园等体验性极强的项目的长沙梅溪湖新天地是集团旗下最大的综合体。2013年12月26日成立的云猴网（步步高商城），致力于打造中国第一的O2O生活平台[2]。2017年步步高集团上榜中国企业500强位列445位。[3] 2018年，腾讯京东联手16.26亿元入股步步高11%股权。

张万福与“步步高”超市是长期合作伙伴。

2017年，“步步高”准备与所有奢侈品百货等供应商就进场费、场地租金、店庆费、节庆费、结款方式、合同期时间等问题展开新一轮谈判，重新制定政策。张万福市场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，场地租金，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，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，合约租期对双方利益影响也是挺大的。

双方就各类费用、合约租期和结款方式等各面进行磋商，最终希望能够达成良好的合作关系，签订长期合同。

### 【测试任务】

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

## 【测试流程】

### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

#### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

#### 要求：

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

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- （1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- （2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- （3）试探对方的谈判条件和目标。
- （4）对谈判内容进行初步交锋。
- （5）不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- （6）在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

（7）可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

（8）适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

### (2) 实施条件

项目	基本实施条件	备
----	--------	---



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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

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

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

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

## 试题编号：2-2，农机设备采购谈判

### （1）任务描述

#### 【背景资料】

甲方：A农业股份有限公司（买方）

乙方：B农机设备制造公司（卖方）

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

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

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

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

之后，由卖方报价，5万人民币一台。这一报价离实际卖价偏高

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

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

A方话未完，B方就领会了其中含意，顿时陷于答也不是、不答也不是的境地。但他们毕竟是生意场上的老手，其主谈人为避免难堪的局面借故离席，副主谈也装作找材料，埋头不语。A方主谈自然深谙谈判场上的这一手段，便主动提出“休会”，以化解僵局。

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

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

A方以采购数量为筹码，要求价格进行优惠，并负责A方所在区

域进行B家农机设备推广，以扩大其产品销量为条件。

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

### 【测试任务】

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

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

##### 要求：

- （1）甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

(5) 在演讲中，演讲者应完成以下几个方面阐述：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，准备室一间	必备
设备	商务谈判桌1张，椅子15把，配备投影仪、音响、电脑	必备
人员	每个场地配备三年以上商务谈判教学经验或有过企业谈判经历的测试专家3名、计时员1名	必备

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容	得分	考核点	备注
职业素养 个人表现 分 20)	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
	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）	
	10	尊重评委、开场有礼节（5分），着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到	



			位，符合商务谈判礼仪规范（5分）	
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团	

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

### 试题编号：2-3，合资设厂谈判

#### （1）任务描述

#### 【背景资料】

甲方：中国上海迅通电梯有限公司

乙方：美国达贝尔公司

中国上海迅通电梯有限公司电梯产品占国内产量的50%，是国内同行业中的佼佼者。当该公司与美国合资兴建有限公司一事一经立项，即预先做好了充分的准备工作。首先，上海迅通电梯有限公司派人赴美国实地考察，在综合评判的基础上，共同编制了可行性研究报告。回国后，又专门挑选和组织了一个谈判班子，包括从上级

部门请来参与谈判的参谋和从律师事务所聘来的项目法律顾问，为该项目的谈判奠定了一个良好的基础。

美国达贝尔公司是美国电梯行业的第一大公司，是享有盛名的大公司，在世界上有100多个分公司，他们的电梯产品行销全世界。在谈判之前，美方对国际、国内的市场做了充分的调查了解，进行了全面深入的可行性研究。他们还特别对中方的合作伙伴做了详细的分析和了解，全面掌握了与谈判有关的各种信息和资料，并在此基础上，组织了一个精干的谈判班子，该班子由公司董事长兼首席法律顾问充当主谈人。

此次项目投资大，且达贝尔公司是享有盛名的大公司，对中方的意义非同小可。另外美国达贝尔公司的目光是长远的，此次来中国谈判，事先做过充分的可行性调查研究，此项目旨在打开中国市场，并且在合资企业的股份多于中方。中国上海迅通电梯有限公司是其最合适的合作伙伴，因为无论从技术到产品都是国内第一流的，如果美方在中国的第一个合作项目失败，再想在中国投资合办企业就比较困难了。合资谈判中涉及双方合作形式，股权比重、利益分配、组织机构等问题，这些问题可以根据公司法，双方进行商议确定。

在中美合资谈判中，首先遇到的就是合资企业的名称问题，美方建议定名为“达贝尔电梯中国有限公司”，但遭到中方的反对。经过商讨，确定一个在国际市场和中国市场容易被用户接受和传播，对双方都有利的名称。

关于产品销售问题，在该项目的可行性研究中曾有两处提到：一是“美方负责包销出口量的25%，其余75%在国内销售”；二是“合资公司出口渠道为达贝尔公司、合资公司和中国外贸公司”。双方在这一表述的理解上产生了分歧。这种理解上的分歧，构成了谈判的严重障碍。美方对此表述的理解是：许可产品（用外方技术

生产的产品)只能由达贝尔独家出口25%,一点也不能多,而其他的两个渠道,是为出口合资企业的其他产品留的。而中方的理解是:许可产品25%由达贝尔公司出口,其余75%的产品,有可能的话,通过另外两条渠道出口。双方为此互不相让。如何体面、务实的解决这次争端成了摆在双方谈判小组面前的问题。

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书(60分钟)

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

#### ②商务谈判实施流程(全程30分钟)

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

##### 第一部分:背对背演讲(共5分钟)

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

##### 要求:

- (1)甲方先上场,乙方后上场。
- (2)必须按演讲的方式进行,控制时间,声情并茂,力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

### 2、谈判中期阶段（15分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时

间合并入最后谈判阶段)

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

## (2) 实施条件

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

## (3) 考核时量

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

## (4) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养 个人表现 分 20)	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
	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）	
	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）	
商务谈判开局	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
	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	



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

**试题编号: 2-4, 白酒经销谈判**

(1) 任务描述

**【背景资料】**

甲方: A经销商(买方)

乙方: B白酒生产厂(卖方)

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

每年经销白酒的销售额达到5亿元以上, 而且以年10%的速度增

长，其发展势头非常好。

B白酒生产商的产品目前在全国有一定知名度，但上市时间比较短，各地市场还没有全面开发，准备先从湖南省，特别是长沙地区开始进行产品推广，通过市场考察，准备选择A经销商作为合作伙伴，希望借助A经销商的渠道，打开湖南市场。2016年10月9日B厂谈判代表来到A经销商公司总部长沙进行经销合作洽谈。

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

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

双方在充分协商基础上，本着平等互惠原则，最终达成了合作经销协议。

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能

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

## ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

#### 要求：

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

### 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- （1）对谈判的关键问题进行深入谈判。
- （2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

### (2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容		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	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、	

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

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

## 5. 试题编号：2-5，液汰奶包装材料买卖项目

### （1）任务描述

#### 【背景资料】

甲方：亚华乳制品有限公司（简称“亚华”）

乙方：万容包装有限公司（简称“万容”）

湖南亚华乳业控股有限公司是一家生产乳制品的地方知名企业，实力雄厚，品质较好，但在2008年国内出现有毒牛奶事件之后，整个乳制品行业都受到牵连，亚华也不例外。

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

2013年底，在省政府等相关部门的协调与支持下，湖南亚华乳业控股有限公司将长沙望城奶粉生产业务进行了资产重组，在城步县委、县政府的支持下完成了牧场股份债务的转化，通过一系列的资产重组，公司融得了几亿的现金，使公司迅速有效地化解了在三聚氰胺和M1事件所带来的一系列困惑和危机。2014年公司实现销售收入2亿元，其中液态奶1.2亿元，奶粉0.8亿元，实现利税1800万元；2015年预计实现销售收入4亿元，实现利税5100万元，到2016年销售规模达到10亿元，利税突破1.4亿元。

液态奶生产采用全套瑞典利乐150T/D生产线，生产线配备了全套温度控制、压力控制、液位显示、流量显示。生产线配备了全套



CIP系统，可实现在生产的任何时段对设备进行自动清洗。生产线具有巴氏杀菌设备和UHT超高温短时间灭菌设备，可生产UHT灭菌奶产品包括：利乐砖、利乐枕、百利包。可生产巴氏杀菌奶产品包括：新鲜屋、杯装酸奶、联杯酸奶。车间整体采用轻钢结构，整洁卫生。

亚华每年需要的各类包装材料的采购量非常大，包装材料费占液汰奶成本的8%—10%左右。其对包装要求很高，必须对供应商进行严格考察与评估。现在公司在长沙望城县新建了一液汰奶生产加工厂，设计年产量为2.5万吨。需要选择包装材料供应商。希望材料质量高、价格优，在多家供应商中选择了万容包装公司进行谈判，希望签订合同，达到包装材料供应的50%，如果合作关系良好，还可增加订量比例。

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

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

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

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能

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

## ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

#### 要求：

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

### 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- （1）对谈判的关键问题进行深入谈判。
- （2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

### (2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容		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	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、	

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

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

## 6. 试题编号：2-6，亚华乳业进入超市的谈判

### （1）任务描述

#### 【背景资料】

甲方：湖南家润多连锁超市（简称：家润多）

乙方：亚华乳制品有限责任公司（简称：亚华公司）

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

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

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

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

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

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

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

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

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

现在长沙1000平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。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

- (1) 甲方先上场，乙方后上场。
- (2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- (3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。
- (4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

- (1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。
- (2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。
- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- (6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

### (2) 实施条件

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养 个人表现	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
	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）	

分 20)	商 务礼仪	1 0	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）	本项目 记0分
商务谈判计划书 作品 (40 分)	格 式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）	商 务谈判 计划书 字数不 得少于 500字， 每少50 字，扣1 分
	谈 判主 题、时 间、地 点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）	
	谈 判人员 及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）	
	谈 判双方 优劣势 分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）	
	谈 判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈 判各阶 段策略	1 5	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	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

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

## 7. 试题编号：2-7，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。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

##### 要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。



(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- （1）对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- （2）在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判

的目标。

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

### (2) 实施条件

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养 个人表现 分 20)	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
	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）	
	10	尊重评委、开场有礼节（5分），着装规范、手势合理、表情自然、语言流畅、姿势到	

			位，符合商务谈判礼仪规范（5分）	
商务谈判计划书作品（40分）	格式表达	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文字表达流畅，逻辑性强（2分），封面名称、时间清晰（1分）	商务谈判计划书字数不得少于500字，每少50字，扣1分
	谈判主题、时间、地点	5	谈判主题明确（2分）、谈判时间、地点具体（3分）	
	谈判人员及分工	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、职责清晰（3分）	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析（2分）、分析透彻，为采取谈判策略奠定基础（3分）	
	谈判目标	5	谈判最高目标（2分）、谈判最低目标（2分）、谈判可接受目标（1分）	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分） 有报价方式选择策略，报价策略运用描述（5分） 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计，谈判结束策略设计（5分）	
宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团	

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

## 8. 试题编号：2-8，售后服务成本分摊谈判

### （1）任务描述

#### 【背景资料】

甲方：北京国美电器有限公司（简称：国美电器）

乙方：宁波奥克斯空调有限公司（简称：奥克斯集团）

北京国美电器有限公司成立于1987年1月1日，是中国第一家连锁型家电销售企业，也是中国大陆最大的家电零售连锁企业之一，2009年，国美电器入选中国世界纪录协会中国最大的家电零售连锁企业。

但自从国美电器原董事长黄光裕由于经济问题入狱后，公司的形象受到一定影响，而且集团内部管理也暴露出许多问题。加上竞争对手苏宁的异军起及各地家电连锁超市的相继出现，市场竞争压力很大，尽管如此，目前，国美仍不失为国内的家电销售强有力的竞争平台，仍然受到许多大型家电生产制造商的青睐。

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

奥克斯集团创于1986年，产业涵盖电力、家电、通讯、地产、医疗、投资六大领域，并在宁波、南昌、天津、上海、深圳、东莞等地建立七大产业基地。集团位列中国500强企业、中国信息化标杆企业、国家高新技术企业，并为国家工程技术中心和国家级博士后工作站的常设单位，拥有“三星”和“奥克斯”两项跨行业中国驰名商标和两个中国名牌产品。目前，奥克斯集团空调年产能达到700万台，奥克斯空调是中国空调家电行业的领军品牌，产品远销全球150多个国家和地区。

随着国内空调行业的竞争加剧，奥克斯集团决定将空调的免费保修期从三年提高到五年，这一项新政使得奥克斯空调的销量大增，其国美电器销售奥克斯空调的年营业收入增加8000万元，奥克斯集团年营业收入增加1.6亿人民币（包括国美增加订单的收入），但保修期的延长，也带来售后服务成本的增加，年售后服务成本增加4000万元。本着合作共赢，利益共享，成本共摊的原则，奥克斯集团希望国美电器降低卖场的销售扣点，承担一部分售后服务成本。

奥克斯要求国美增加库存，确保旺节不断货，由原来销售两个月的库存量增加到可销售3个月的库存量，增加库存就会增加进货成

本，占领企业流动资金，因此，国美在结款的期限上也提出了要求，希望能够三个月结款一次。并且要求奥克斯增加安装与维修服务网点、提高服务质量和时效保证，以确保售后服务质量，同时增加节假日促销活动费用，促进销量提高。

双方本着平等互利原则，进行了充分协商，最终希望达成一致。

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

### 2、谈判中期阶段（15分钟，若双方中有一方提前使用休局策略，则多余时



间合并入最后谈判阶段)

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

- (1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。
- (2) 在最后阶段尽量争取对己方有利的交易条件，最好达成本方最初谈判的目标。

- (3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。
- (4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。
- (5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

## (2) 实施条件

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

## (3) 考核时量

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

## (4) 评价标准

评价内容		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	5	文字编排工整清楚，内容完整（2分），文	商

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

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

## 9. 试题编号: 2-9, 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。拉图酒庄葡萄酒运营商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保证和稳定供给，2015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。

2015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。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

#### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

#### 要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

（5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名称、队伍构成和队员的分工；本方对谈判案例题的理解和解释；对谈判的问题进行背景分析，初步展示和分析己方的态势和优劣势；阐述本方谈判的可接受

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

### (2) 实施条件

项目	基本实施条件	备
----	--------	---



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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

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

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

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

## 10. 试题编号：2-10，货物运输服务项目谈判

### (1) 任务描述【背景资料】

甲方：广东粤豪珠宝股份有限公司（简称“粤豪珠宝”）

乙方：深圳顺丰物流股份有限公司（简称“顺丰物流”）

广东粤豪珠宝股份有限公司以“永续经营，产业报国”为经营宗旨，经过不断的管理变革与流程改进，现今已经形成以自身设计、开发为主，国外采购为辅的产品开发生产模式及具有自己独特风格的高品质多品类的产品体系。

粤豪人以其领先的技术与工艺为市场提供具备独厚的品质优势的产品，为公司在业界赢得了良好的声誉，并籍此使粤豪品牌在海内外市场受到广泛的信赖和推崇。粤豪珠宝因而被世界黄金协会认定为“中国风婚庆系列金饰指定生产商”、“唯有金推广活动指定供货商”、“K-gold活动指定供货商”，被国际铂金协会指定为“协力推广商”、“指定供货商”，并成为国际钯金协会指定的供货商、生产商。二零零二年以来多次被评为“质量信得过单位”；

旗下“隆进”、“简金品”被授予“中国珠宝首饰业驰名品牌”；二零零五年“隆进”被世界品牌实验室授予“中国500最具价值品牌”荣誉称号；二零零六年，“隆进”、“简金品”获“中华金银珠宝名牌”称号。二零零七年粤豪成为深圳市民营骨干领军企业，“隆进”获得中国名牌。

在宏观商业模式上，公司定位于为客户提供有价值的服务，以客户导向为目标建设一种高质量的产品文化与服务文化。粤豪珠宝在较短的时间内迅速完成了从纯加工批发向珠宝品牌文化推广的转变，建立了多元化的品牌体系，不断丰富各品牌的内涵和外延，融文化底蕴和时尚潮流于其中，实现品牌与产品的良性互动。粤豪首饰旗下现拥有“隆进”、“粤豪K-gold”、“简金品”、“玉翠山庄”四大珠宝品牌。公司将销售网络作为联系珠宝与市场流通之间的纽带，产品通过公司在国内及东南亚地区多个营销公司和办事机构推广传播至市场，使粤豪的产品和服务走进千家万户。以客户需求驱动的开发流程的实施，建立了完善的销售网络与服务体系，具备了符合客户利益的差异化竞争优势，进一步巩固了在业界的核心竞争力。

为了提高品牌知名度，保证珠宝饰品及时有效的运往经销商，同时节约物流成本。现粤豪对国内市场的珠宝饰品运输服务进行公开招商，邀请国内有实力的物流公司进行洽谈。顺丰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。

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

顺丰是国内领先的快递物流综合服务商。经过多年发展，已初步建立为客户提供一体化综合物流解决方案的能力，为客户提供仓储管理、销售预测、大数据分析、金融管理等一揽子解决方案。

顺丰同时还是一家具有网络规模优势的智能物流运营商。经过多年潜心经营和前瞻性战略布局，顺丰控股已形成拥有“天网+地网+信息网”三网合一、可覆盖国内外的综合物流服务网络。

顺丰采用直营的经营模式，由总部对各分支机构实施统一经营、统一管理，保障了网络整体运营质量。

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

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

## 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

### 要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- (6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件

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

#### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

#### (2) 实施条件

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

#### (3) 考核时量

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

#### (4) 评价标准

评价内容	得分	考核点	备注
取 职	5	独立完成谈判计划（2分）、遵守模拟谈判	严



职业素养 个人表现分 20)	业道德		规程、尊重谈判对手、无恶意磋商（3分）	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	

## 11. 试题编号：J2-11，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。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

## ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

#### 要求：

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

### 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

- （1）对谈判的关键问题进行深入谈判。
- （2）使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

### (2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	商务谈判室40平米以上，可用教室布置，准备室一间	必备

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容		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	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、	

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



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

## 12. 试题编号：2-12，医药中间体加工费的谈判

### （1）任务描述

#### 【背景资料】

甲方：美国正豪药业有限公司（简称：正豪公司）

乙方：唐山华达制药有限公司（简称：华达公司）

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

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

第一个合同执行完后，华达工厂发现：(1)收购原料风险很大，主要表现在市场价格波动，稍有风吹草动，原料市场一定变。另外原料质量不均匀影响中间体质量，造成加工成本波动。(2)按美国FDA的检测要求做化验，难度较大，特别费工时。别的不说，仅这两

项就会造成加工的经济效益不佳。虽然项目不大，工序很复杂，收益少，但为保持这种新产品，华达工厂向正豪公司提出了交涉：再签合同，需考虑上述因素。正豪公司在收到第一批货后，对产品质量十分满意。但在其成品试验中，为了改善药效，在动物试验之后，必须提出某些指标的改善意见，这一要求对华达工厂无疑又增加了负担。正豪公司考虑到好不容易找到了一个有能力的加工厂，在以后的加工中，还要不断提高工艺改进要求，原则上同意了华达工厂的交涉意见，增加加工费，每公斤从320美元提到350美元。

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

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

## ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

### 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

### 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

#### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

#### （2）实施条件

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

#### （3）考核时量

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

#### （4）评价标准

评价内容		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		

### 13. 试题编号：2-13，经销合作谈判

#### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

甲方：北京国美电器有限公司（简称：国美电器）

乙方：珠海格力电器股份有限公司（简称：格力电器）

国美电器是中国的一家连锁型家电销售企业，也是中国大陆最大的家电零售连锁企业，2009年，国美电器入选中国世界纪录协会中国最大的家电零售连锁企业。成立于1987年1月1日。国美电器一直居于国内领先电器行业。来自中怡康的权威数据显示，2014年国美集团空调销售达800万套，据中国电子商会2006年以来对空调市场份额监测显示，国美集团空调销售增长一直保持行业领先水平，并持续稳居空调市场销售份额第一，是中国空调渠道的第一渠道。

珠海格力电器股份有限公司成立于1991年，是一家集研发、生产、销售、服务于一体的国际化家电企业，以“掌握核心科技”为经营理念，以“打造百年企业”为发展目标，凭借卓越的产品品质、领先的技术研发、独特的营销模式引领中国制造，旗下拥有格力、TOSOT、晶弘三大品牌，涵括格力家用空调、中央空调、空气能热水器、TOSOT生活电器、晶弘冰箱等几大品类家电产品。公司2014年实现营业总收入1400.05亿元，同比增长16.63%；归属于上市公司股东的净利润为141.55亿元，同比增长30.22%，继续保持稳健的发展态势。格力空调，是中国空调业唯一的“世界名牌”产品，业务遍及全球160多个国家和地区。家用空调年产能超过6000万台(套)，商用空调年产能550万台(套)；2005年至今，格力空调产销量连续10年领跑全球，用户超过3亿。2015年5月，格力电器大步挺进全球500强企业阵营，位居“福布斯全球2000强”第385名，排名家用电器类全球第一位。

2004年2月，成都国美和成都格力发生争端，原因是国美不甘现



状，要求绕过格力“各省一级销售子公司”，直接由格力公司供货。格力不让步，要求国美与其他一级市场家电零售商一样，由一级销售子公司供货。理由是如果按国美要求做，由厂家直接供货，不但扰乱了格力的市场价格体系，而且严重损害了其他家电零售商的利益。

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

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

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

## ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

### 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

### 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

#### 1、开局阶段（3分钟）

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

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

(1) 对谈判条件进行最后交锋，尽量达成交易。

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

(3) 谈判结果应该着眼于保持良好的长期合作关系。

(4) 进行符合商业礼节的道别，对对方表示感谢。

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

### (2) 实施条件

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

### (3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟（准备及撰写商务谈判计划书60分钟、

商务谈判30分钟)。

(4) 评价标准

评价内容		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	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2	

	判目标		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	

#### 14. 试题编号：2-14，商品采购谈判

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

甲方：中南职业技术学院

乙方：联想集团

联想集团是一家营业额达460亿美元的《财富》世界500强公司，是全球消费、商用以及企业级创新科技的领导者。它是1984年中科院计算所投资20万元人民币，由11名科技人员创办，是一家在信息产业内多元化发展的大型企业集团，富有创新性的国际化的科技公司。从1996年开始，联想电脑销量一直位居中国国内市场首位；2004年，联想集团收购IBM PC（Personal computer，个人电脑）事业部；2013年，联想电脑销售量升居世界第一，成为全球最大的PC生产厂商。2014年10月，联想集团宣布该公司已经完成对摩托罗拉移动的收购。

中南职业技术学院是湖南省教育厅直属普通高等院校，为全国首批（28所）国家示范性高等职业院校之一。学校设有工商管理系、财会与金融系、信息与传媒系、机电工程系、生物工程系、建筑工程系等12个系（部），设有市场营销、会计电算化、文秘、计算机技术、电子商务、商务英语、机电一体化、汽车构造与维修、环境艺术设计等39个专业及专业方向。学校占地面积1500余亩，固定资产总值近10亿。学校综合办学条件优良，基础设施齐备。学校拥有国家教学名师3名，省级教学名师10名，全国优秀教师5名，省级优秀教师12名，省级专业带头人15名和省级青年骨干教师32名，教授、副教授近400人，中青年教师全部具有硕士学位，在校学生15000余名。现在，学校欲购买100台台式电脑用于教学。电脑基本参数如下：

零部件名称	要求	零售
-------	----	----

		价
处理器	Inter 酷睿I7 四核	¥1980
主板/芯片组	技嘉GA-B150系列	¥980
内存大小	4GB	¥120
硬盘类型	希捷1T	¥300
光驱	DVD-RW	¥300
显示器	32寸	¥1280
显卡	技嘉2G独显	¥780
机箱、电源、风扇	立式	¥280
外部接口	4个USB2.0端口，2个PS /2端口；1个RJ-45端口，1个VGA端口	
键盘鼠标	有线鼠标、有线键盘	¥100
操作系统	Win8	

联想集团得知此消息后派湖南分公司的销售部经理前往中南职业技术学院就电脑采购事宜进行商务会谈。

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

商务谈判准备阶段的一项重要工作就是撰写商务谈判计划书，因此，技能抽考时如果抽到相应商务谈判试题和谈判中的主体方后，必须根据谈判背景资



料提供的信息进行认真分析，明确谈判主题、谈判的主方和客方，站在某一谈判方的角度，根据商务谈判计划的内容撰写谈判计划，为谈判实施做好充分准备。商务谈判计划书包括谈判主题、谈判团队角色及分工、谈判时间、地点、谈判双方优势、劣势分析，谈判目标，谈判各阶段策略等内容。谈判计划书要求内容全面、格式规范，文字表达流畅，逻辑性强。具体评价标准见，商务谈判评价标准中的作品部分。商务谈判计划书的撰写占商务谈判模块的分数为40分。

## ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

#### 要求：

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

### 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

引出参赛队员，进入下一阶段。主评委做赛前的引导性陈述，强调并扩大

双方的差距和分歧，并对谈判过程中注意事项进行说明。

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

2、谈判中期阶段（15分钟，若双方中有一方提前使用僵局策略，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，准备室一间	必备

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容		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	5	有谈判角色（2分），谈判角色分工明确、	

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

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

## 15. 试题编号：2-15，软件采购谈判

### （1）任务描述

#### 【背景资料】

甲方：周大生珠宝

乙方：深圳市中深软科技有限公司

中国知名珠宝品牌，截至2019年3月31日，公司门店总数为3457家，其中自营店296家，加盟店3161家，覆盖全国32个省市的300多个大中城市。

根植于中国，绽放在华夏复兴的春天，周大生自上世纪90年代以来，在中国大力开展钻石首饰及其他珠宝饰品零售连锁业务，开始了品牌传奇的新篇章。

自成立以来，周大生一直坚定不移地致力于钻石文化的推广和传播，不遗余力地实施品牌价值的全方位提升。这期间，中国珠宝业也完成了从数量扩张、粗放经营向注重质量、打造品牌的转变，以周大生为代表的优秀珠宝品牌全面地完善自身的运营服务管理体系，成为行业发展的中坚力量。

目标是创立传世品牌，缔造珠宝帝国！光耀华夏，与龙同飞！乘中华民族复兴、东方巨龙腾飞之盛世华风，圆周大生“金龙腾飞”之梦想。用10-15年的时间及全体“周大生人”的智慧和汗水，铸就中国顶级、世界驰名的珠宝品牌，建成属于中国人的珠宝王国！

凭借深厚的品牌形象沉淀、成熟的连锁赢利模式、完善的连锁经销运营系统、全面的培训督导体系、完备的物流配送管理、优质的客户服务、卓越的产品品质、领先的产品设计开发理念、

强大的资源优化整合能力，周大生实现了以产品为核心的企业第一生命力到以特色服务为核心的第二生命力的飞跃！秉承“真诚服务、卓越创新”的经营理念，坚持随伟大祖国一起腾飞的“飞龙战略”，周大生人以卓越的智慧和高远的志气诠释着以消费者为导向的宗旨，将连锁专卖经营发挥得淋漓尽致，博得了市场消费者的信赖。

精心和努力得到了回报，连锁专卖事业蓬勃发展，呈现出强劲的发展态势。获得国家相关部门和社会各界的高度评价，享有极高知名度和美誉度，“亚洲品牌500强”、“中国500最具价值品牌”、“中国驰名商标”、“CCTV中国年度品牌”、“安永中国最具潜力企业”、“公益爱心企业”、“中国产品质量电子监管网首批入网百家名优企业”、“创建中国珠宝品牌龙头企业”等诸多荣誉，是周大生人丰满的商业智慧和勤奋实干的真实见证。董事长周宗文因其卓越贡献获评“深圳经济特区30年杰出贡献企业和行业领军人物”称号，成为业内外公认的行业领军人物。

未来周大生将以“坚持爱心、诚信、责任、奋进”的核心价值观，真诚服务，卓越创新，为顾客奉献美丽，传送爱心，为股东、员工谋利造福，与合作伙伴互利双赢，缔造传世品牌，开创珠宝盛世，光耀华夏，与龙同飞。

为实时掌控连锁分店的经营状况，快速掌握第一手财务信息。高效合理采购、调配库存。尽早制定出全盘的、合理的、较符合公司利益的决策。

周大生通过采购珠宝首饰管理系统，将每间连锁店、财务办公室、仓库的电脑实现数据联网，即时反映各个连锁分店的经营、库存、财务情况。

深圳市中深软科技有限公司，2008年成立于中国黄金珠宝产业集聚地——深圳市罗湖区水贝，注册资本1000万。公司以高科技为起点、以技术为核心、以强大的技术队伍为支撑。自创立之日起就专注于珠宝首饰企业的管理需求，为珠宝首饰企业提供最贴心、最适用的管理系统解决方案。经过几年发展，拥有被广大珠宝企业认可的自主软件品牌——鹏信（PowerThink），产品服务范围涉及珠宝生产、零售、批发、连锁加盟、CRM、OA、电子商务、网站建设等，涵盖珠宝首饰行业的全程信息化。

目前公司已开发出《珠宝首饰零售连锁管理系统》、《裸石类珠宝首饰批发零售管理系统》、《工厂与批发零售智能一体化ERP系统》、《镶嵌类珠宝首饰零售管理系统》、《素金类珠宝首饰批发管理系统》、《珠宝首饰工厂ERP软件》、《客户关系管理软件》、《翡翠批发（分销）管理系统》等一体化的珠宝首饰行业系列管理软件。同时经营珠宝行业监控系统解决方案和实施，以及代理珠宝首饰企业所需的相关硬件设施，如电子秤、条码打印机、针式打印机，条码扫描枪、盘点机、标签、碳带、多联保证单等。

该公司的鹏信珠宝零售系统（标准版）是专门针对珠宝行业开发的专业零售管理软件，支持单品、多品类货品入库、定价、调价、盘点、分销、零售、退换货、成本核算、标签打印、报表查询分析等环节的首饰进、销、存管理。

不同于当前市面上的各种珠宝管理软件，该版本珠宝管理系统适用与所有珠宝产品类型，素金、镶嵌、玉石等产品均可管理，货



品管理模式上也摒弃了传统的单种管理方法，集成了最常用的单品管理、多品管理和批次管理，用户可以随心所欲选择适合自己的一种管理模式或者几种模式并存。这一项技术上的革新解除了用户产品多样化和管理模式多样化的烦恼，一套软件可以适应您所有的需要，不用随着企业的发展去频繁的更换软件，大大降低了企业的运营成本。

双方是第一次进行采购谈判，就鹏信珠宝平台软件的价格、付款方式、保持要求和软件升级、软件安装和培训员工使用等方面展开谈判。

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

### (2) 实施条件

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养	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
	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	

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

商务谈判实施操作 (40分)	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书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		

## 16. 试题编号：2-16，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一后勤生产标准化、烹制设备标准化、餐厅操作标准化上的精耕细作，真功夫从发源地东莞开始，先后进驻广州、深圳、北京、上海、杭州、沈阳、天津、武汉、长沙、福州、郑州等57个城市，成为国内首家全国连锁发展的中式快餐企业。在品质、服务、清洁三个方向，全面与国际标准接轨。随着分店数量的增多，真功夫将为更多关注健康、追求生活品质的城市白领们提供高品质的超值米饭快餐。

张家界荷花国际机场位于湖南省张家界，是中国自然风景最漂亮的机场之一、可远观天门洞。1991年国务院总理李鹏签署了大庸机场开工令并举行大庸机场奠基开工典礼。1993年大庸机场试航成功。1994年年初，大庸机场更名为“大庸张家界机场”，1994年大庸市更名为张家界市，8月18日，张家界机场宣告正式通航。1995年10月31日，大庸张家界机场更名为“张家界荷花机场”。1999年，张家界航空口岸开通，举行首航香港仪式并开通了澳门航班。2011年张家界航空口岸扩大并通过国家验收。张家界荷花机场升级为张家界荷花国际机场。2014年张家界荷花机场全年共完成航班起降9811架次，与去年同期相比增长14.96%，共完成旅客吞吐量109余万人，同比增长8.47%。

真功夫餐饮管理有限公司想扩大营销网络，拟在张家界荷花国际机场开设一家直营店，面积为60平方米。而张家界荷花国际机场实业有限公司也想借助真功夫餐饮管理有限公司这个庞大的营销网络来宣传自己，增加张家界荷花国际机场的知名度，并且还可以为自己的顾客提供增值服务，同时张家界荷花国际机场实业有限公司了解到真功夫餐饮管理有限公司在长沙黄花国际机场也租有60平米的店面，年租金100万元，长沙黄花国际机场旅客吞吐量1800余万人次。

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

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

##### 要求：

- （1）甲方先上场，乙方后上场。
- （2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- （3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。
- （4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。



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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

此阶段为谈判的主体阶段，双方随意发言，但要注意礼节。一方发言的时

候另一方不得随意打断。既不能喋喋不休而让对方没有发言机会，也不能寡言少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

(5) 如果这一阶段双方因各种原因没有达成协议，也要留下再合作的空间。

### (2) 实施条件

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

### (3) 考核时量

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

### (4) 评价标准

评价内容		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	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

划书 作品 (40 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)	字数不 得少于 500字, 每少50 字,扣1 分
	谈 判人员 及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、 职责清晰(3分)	
	谈 判双方 优劣势 分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透 彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈 判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2 分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈 判各阶 段策略	1 5	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	宣 讲谈判 计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时 间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰 (2分)	谈 判实施 按照团 队协作 与个人 表现进 行计分
	谈 判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2 分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判 主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中 选择的开局策略一致(1分)	

施操作 (40分)	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）
	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

## 17. 试题编号：2-17，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，能够满足中高层面顾客的需求。

瑞翔冰雪世界是由浏阳市瑞翔体育场馆管理有限公司投资兴建的湖南省首家集室内滑雪馆、会议度假酒店、运动休闲中心于一体

的大型综合性高档运动、商务、休闲场所，采用了国际上先进的人工造雪和制冷技术，其核心造雪设备皆选自德国国际知名厂商。瑞翔冰雪世界建筑面积近1.3万平米，日接待能力1500人次，包括单板、双板、戏雪等多项娱乐运动。初级道长120米，宽50米，平均坡度8%，引进了国际先进拖引设备“魔毯”，使初级滑雪爱好者在保证安全、便捷的情况下，充分体验滑雪的魅力；中高级道长180米，宽20米，平均坡度13%，使用“魔毯”登上滑雪场的至高点；目前想采购2000套滑雪板。

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

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

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

**第一部分：背对背演讲（共5分钟）**

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

**要求：**

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

**2、主评委引导性陈述（共1分钟）**

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

**第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）**

**1、开局阶段（3分钟）**

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2分钟）



此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

#### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

#### (2) 实施条件

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

#### (3) 考核时量

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

#### (4) 评价标准

评价内容	酉	考核点	备
------	---	-----	---

		分		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	15	开局策略具体、巧妙，能够为后续谈判做好铺垫（5分）	

	段策略		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		

## 18. 试题编号：2-18，旅游合作协议的谈判

### （1）任务描述

## 【背景资料】

甲方：桂林国际旅游公司

乙方：桂林新兴大酒店

桂林国际旅游公司是经国家旅游局批准可同时经营国际入境旅游、国内旅游和中国公民出国旅游业务的国际旅行社，中国旅行社协会的正式会员单位，全国国际旅行社百强社之一，桂林地区国际旅行社十强之一。公司下设入境旅游中心、出境旅游中心、国内旅游中心、商务会议中心、网络营销中心、交通票务中心等业务部门。在桂林市拥有30余家门市部。

桂林新兴大酒店是目前广西规模最大、设施设备最豪华的五星级饭店。它以水景文化为背景，投资四个亿进行大规模的改扩建。饭店地处桂林市中心的繁华地段，距离机场25公里。东临秀丽的漓江，正对碧波荡漾的杉湖，南邻象山公园，北望独秀峰、叠彩山，环境怡人。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646间，其中包括总统房一套，豪华江景套房22套、豪华贵宾套房20间、豪华贵宾房62间、标准房541间。中西餐厅、日韩餐厅、九天银河茶餐厅、四季火锅城，并拥有20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，另设有五间不同类型的会议室，供不同规模的会议使用。室内恒温游泳池、VIP健身俱乐部、桑拿按摩室等一套完整的康乐服务设施。

桂林新兴大酒店与桂林国际旅游公司有多次业务来往，彼此都较为了解，此次合作使桂林新兴大酒店省去了寻找新合作伙伴的时间成本，降低了交易风险。在旅游淡季时，桂林国际旅游公司为桂林新兴大酒店提供50%—60%的入住率；在旅游旺季，桂林新兴大酒店必须为桂林国际旅游公司提供足够的客房数量和最优房价，同时

为顾客提供优质服务。本次合作就客房价格、客房数量及酒店入住率等方面进行谈判。确定好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
总统套房	8888	2998
豪华江景套房	5530	1998
豪华贵宾套房	1998	598
豪华贵宾房	1288	498
标准房	998	398
加床	200	160

\*以上价格含政府调节基金、服务费,黄金周价格另议

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

## 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

### 要求：

（1）甲方先上场，乙方后上场。

（2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

（3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

（4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

（1）入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

（2）有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

- (3) 试探对方的谈判条件和目标。
- (4) 对谈判内容进行初步交锋。
- (5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。
- (6) 在开局结束的时候最好能够获得对方的根本利益和优先考虑事项等关键性信息。

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

在休局中，双方应当：总结前面的谈判成果；与队友分析对方开出的条件

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

#### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

#### (2) 实施条件

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

#### (3) 考核时量

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

#### (4) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
取 职	5	独立完成谈判计划（2分）、遵守模拟谈判	严



职业素养 个人表现分 20)	业道德		规程、尊重谈判对手、无恶意磋商（3分）	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	

## 19. 试题编号：2-19，保健品项目合资(合作)

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

甲方：湖南古丈县茶业有限责任公司

乙方：大汉控股集团

湖南古丈县茶业有限责任公司成立于2003年3月，总资产1100万元，是古丈茶业产业建设龙头企业。公司是集茶叶生产、加工、销售、开展茶叶新产品研究与产业化开发兼科技培训的综合性公司。公司实行“公司+大户+合作社+农户”的经营模式，下辖茶叶专业化合作社5个，加工大户20个，农户2000余户，现有无公害茶叶基地10000亩，有机茶叶基地5000亩，茶叶加工厂4座，拥有年产400吨名优茶、年产100吨红茶、年产1500绿茶三条生产线。公司生产的古丈毛尖、古丈绿茶、古丈红茶等系列产品通过有机茶、绿色食品ISO9001质量体系认证、食品质量安全QS等认证。2014年公司销售额达1700万元，利税200万元。由于优越的气候条件，公司旗下“古丈毛尖”绿茶的茶多酚含量超过35%，高于其他(已被发现的)茶类产品。茶多酚具有降脂、降压、减少心脏病和癌症的发病几率。同时，它能提高人体免疫力，并对消化、防疫系统有益。现在，湖南古丈县茶业有限责任公司需要吸引不低于50万元的资金，用于扩大生产规模、扩大宣传力度。

大汉控股集团有限公司创立于1993年，总部位于湖南省长沙市，是一家跨地区、跨行业的大型综合性非公有制企业，业务涵盖钢材物流、城镇建设、商业地产、老年地产、商业管理、文化旅游、汽车贸易、职业教育等。目前，旗下拥有80余家子（分）公司，员工近2千人，总资产达121亿元。公司2014年销售收入291.5亿元，综合实力位居中国企业500强第396位、中国民营企业500强第117位、湖南省民营企业第2位；中国钢贸企业百强第2位、湖南钢贸企业第1位。由于近几年来保健品市场行情不错，故准备用闲置资金投资保健品市场，投资预算在150万人民币以内，希望在一年内能够见到回报，并且年收益率在20%以上。

甲乙双方派代表在湘西古丈就乙方投资入股甲方进行谈判，谈

判主要就出资额、控股权、生产运营管理、市场宣传及销售任务责任的划分、利润的分配等问题进行。

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

##### 要求：

- （1）甲方先上场，乙方后上场。
- （2）必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。
- （3）演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。
- （4）每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。
- （5）在演讲中，演讲者应完成以下几个方面的阐述：介绍本方代表队的名

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

## 2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

## 第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

### 1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

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

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

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

少语任凭对方表现。

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

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

### 3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

### 4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

## (2) 实施条件

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

## (3) 考核时量

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

## (4) 评价标准

评价内容		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	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

判计划书作品 (40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)	计划书 字数不得少于500字,每少50字,扣1分
	谈判人员及分工	5	有谈判角色(2分),谈判角色分工明确、职责清晰(3分)	
	谈判双方优劣势分析	5	对双方进行优劣势分析(2分)、分析透彻,为采取谈判策略奠定基础(3分)	
	谈判目标	5	谈判最高目标(2分)、谈判最低目标(2分)、谈判可接受目标(1分)	
	谈判各阶段策略	15	开局策略具体、巧妙,能够为后续谈判做好铺垫(5分) 有报价方式选择策略,报价策略运用描述(5分) 有磋商策略的设计、讨价还价的幅度、次数设计、出现僵局的策略设计,谈判结束策略设计(5分)	
商务谈判实	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划,表达流畅,规定时间内完成(3分),回答评委提问、思路清晰(2分)	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体(2分),谈判团队成员介绍,一方提出此次谈判主题,另一方有回应确认(2分),与计划书中选择的开局策略一致(1分)	



操作 (40分)	报价阶段	10	先报价方有明确的报价表，还价方对报价内容认真核实（5分），报价方做到不问不答，还价方向报价提出的问题必须具体明确，让报价方有问必答（3分），巧妙运用报价策略（2分）
	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

## 20. 试题编号：2-20，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、糕点等食品的生产和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	328元/盒

	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。	
盛汉尊礼	“悠悠上下五千年，历史长河中唯我盛汉空前，影响深远，盛汉尊礼承载了深厚的汉文化底蕴，整体风格体现出浓墨重彩的盛汉风格，整体以中国红铺底，尊礼二字用的书法体将产品整体尊贵的特性有效聚集。内配：230克三黄白莲蓉月饼1个、180克双黄白莲蓉月1个、150克蛋黄绿茶蓉月饼3个、100克红糖桂圆月饼2个、50克鱼翅鲍鱼月饼4个。	598元/盒

### 【测试流程】

#### ①撰写商务谈判计划书（60分钟）

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

#### ②商务谈判实施流程（全程30分钟）

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

##### 第一部分：背对背演讲（共5分钟）

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

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

要求：

(1) 甲方先上场，乙方后上场。

(2) 必须按演讲的方式进行，控制时间，声情并茂，力求打动评委。

(3) 演讲由上场队员中的1位来完成，但演讲者不能是主谈。

(4) 每一方演讲时间不得超过2分钟，最后30秒时有人提示。

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

2、主评委引导性陈述（共1分钟）

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

第二部分：进入正式模拟谈判阶段（25分钟）

1、开局阶段（3分钟）

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

开局阶段，双方应完成以下方面的阐述：

(1) 入场、落座、寒暄都要符合商业礼节，相互介绍己方成员。

(2) 有策略地向对方介绍己方的谈判条件。

(3) 试探对方的谈判条件和目标。

(4) 对谈判内容进行初步交锋。

(5) 不要轻易暴露己方底线，但也不能隐瞒过多信息而延缓谈判进程。

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

(7) 可以先声夺人，但不能以势压人或者一边倒。

(8) 适当运用谈判前期的策略和技巧。

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

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

此阶段双方累计时间共15分钟，不分开计，最后1分钟时有人提示。

此阶段双方应完成：

(1) 对谈判的关键问题进行深入谈判。

(2) 使用各种策略和技巧进行谈判，但不得提供不实、编造的信息。

(3) 寻找对方的不合理方面以及可要求对方让步的方面进行谈判。

(4) 为达成交易，寻找共识。

(5) 获得己方的利益最大化。

(6) 解决谈判议题中的主要问题，就主要方面达成意向性共识。

(7) 出现僵局时，双方可转换话题继续谈判，但不得退场或冷场超过1分钟。

(8) 双方不得过多纠缠与议题无关的话题或就知识性问题进行过多追问。

(9) 注意运用谈判中期的各种策略和技巧。

3、休局、局中合议（2分钟）

此阶段为谈判过程中暂停，共2分钟，最后30秒时有工作人员提示。

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

4、最后谈判（冲刺）阶段（5分钟）

此阶段为谈判最后阶段，双方回到谈判桌，随意发言，但应注意礼节。

本阶段双方应完成：

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

## (2) 实施条件

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

## (3) 考核时量

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

## (4) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
职业素养	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
	5	制订的谈判计划格式规范、内容完整（2	

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



			设计（5分）	
商务谈判实施操作（40分）	宣讲谈判计划	5	背对背演讲谈判计划，表达流畅，规定时间内完成（3分），回答评委提问、思路清晰（2分）	谈判实施按照团队协作与个人表现进行计分
	谈判开局	5	注重谈判礼仪、开场寒暄自然得体（2分），谈判团队成员介绍，一方提出此次谈判主题，另一方有回应确认（2分），与计划书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	

### 三、调研题库

#### 调研方案（含问卷） 3-1

##### 一、试题库（背景资料，测试任务）

###### 【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】

为了了解长沙市当前大学生兼职方面的情况，欲进行一次市场调研，拟定调研300人左右。假设你是ABC调研公司调查员，请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

##### 二、资源库（模板）

###### 【模板】

### \*\*\*调研方案

- 一、调研背景
- 二、调研目的
- 三、调研对象及抽样设计
- 四、调研内容
- 五、调研方式与方法
- 六、调研组织及人员安排
- 七、调研时间安排
- 八、调研经费
- 九、附件调研问卷

### 三、评分库（评分表，实施条件）

#### 【评分表】

评价内容		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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。	
品 (80)	卷容格式	3	文字编排工整清楚（2分）、格式符合要求（1分）	调研方案字数不少于
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	

分 )	研 方 案 正 文 (5 5 分 )	封面 完整	4	要素具备(标题、编写者、时间等)(2分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(2分)	1500 字,每 少50字 扣1 分。
		调研 目的	3	目的明确,表述较为准确	
		调研 对象及抽 样	10	调研对象具有针对性,确定合理,描述基本准确(4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量(6分)	
		调研 内容	5	要求符合调研目的,内容正确且完整(2分),切实可行,能获得客观资料(3分)	
		调研 方式与方 法	10	调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(3分)。	
		调研 组织及人 员安排	5	调研组织设计科学(3分),人员配备合理(2分)	
		时间 安排	5	各阶段时间安排设计合理	
		经费 预算	5	经费预算科学(2分)与详尽(3分)	
卷 设 计 (2 5 分 )		问卷 构成	2	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。	
		提问 项目设计	8	问题要清晰,语言要易懂。用词准确,一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。(出现一项错误扣1分)	
		提问 设计方法	3	要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以上(1分)。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则(2分)。	
		问题 顺序设计	4	整体逻辑性(2分);问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等(1分);开放式问句	

			放在后面（1分）	
		问句数量	4 不少于15个问句（开放式问句3—4个）	
		问卷的可行性	4 问题的充分性（2分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
		小计	100	

**【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
时长	180分钟	

## 调研方案 3-2

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

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

从1996年开始，联想电脑销量一直位居中国国内市场首位；2004年，联想集团收购IBMPC（Personal computer，个人电脑）事业部；

2013年，联想电脑销售量升居世界第一，成为全球最大的PC生产厂商。

2014年10月，联想集团宣布了该公司已经完成对摩托罗拉移动的收购。

2015年02月21日，联想推出Superfish自动删除工具。

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

2016年8月，全国工商联发布“2016中国民营企业500强”榜单，联想名列第四。

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

#### 【测试任务】

为了更好的进行个性化服务，打击竞争对手，提高长沙市场销量，扩大产品知名度，需进行一次针对长沙市居民电脑需求情况的市场调研。拟定调研500名左右的消费者。假设你是ABC调研公司调查员，请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

### 二、资源库（模板）

#### 【模板】

### \*\*\*调研方案

- 一、调研背景
- 二、调研目的
- 三、调研对象及抽样设计
- 四、调研内容
- 五、调研方式与方法
- 六、调研组织及人员安排
- 七、调研时间安排
- 八、调研经费
- 九、附件调研问卷

### 三、评分库（评分表，实施条件）

#### 【评分表】

评价内容		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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。	
品 (80)	卷容格式	3	文字编排工整清楚（2分）、格式符合要求（1分）	调研方案字数不少于
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	

分 )	研 方 案 正 文 (5 5 分 )	封面 完整	4	要素具备(标题、编写者、时间等)(2分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(2分)	1500 字,每 少50字 扣1 分。
		调研 目的	3	目的明确,表述较为准确	
		调研 对象及抽 样	10	调研对象具有针对性,确定合理,描述基本准确(4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量(6分)	
		调研 内容	5	要求符合调研目的,内容正确且完整(2分),切实可行,能获得客观资料(3分)	
		调研 方式与方 法	10	调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(3分)。	
		调研 组织及人 员安排	5	调研组织设计科学(3分),人员配备合理(2分)	
		时间 安排	5	各阶段时间安排设计合理	
		经费 预算	5	经费预算科学(2分)与详尽(3分)	
	卷 设 计 (2 5 分 )	问卷 构成	2	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。	
		提问 项目设计	8	问题要清晰,语言要易懂。用词准确,一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。(出现一项错误扣1分)	
		提问 设计方法	3	要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以上(1分)。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则(2分)。	
问题 顺序设计		4	整体逻辑性(2分);问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等(1分);开放式问句		



			放在后面（1分）	
		问句数量	4 不少于15个问句（开放式问句3—4个）	
		问卷的可行性	4 问题的充分性（2分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
		小计	100	

**【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
时长	180分钟	

## 调研方案 3-3

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

湖南大学坐落在中国历史文化名城长沙，校区位于湘江之滨、岳麓山下，享有“千年学府，百年名校”之誉。她不仅是国家教育部直属的全国重点综合性大学，也是国家“211工程”、“985工程”重点建设的高水平大学。学校现有全日制在校学生3万余人，其中本科生20300余人，研究生15000余人，现有教职工近4000余人。随着招生形势增加，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】

目前湖南大学学生人数不断增加，对学校后勤服务管理提出了更高的要求。为此，湖南大学后勤服务集团想对该校师生进行一次满意度的调研。拟调查800名左右师生，湖南大学后勤服务集团委托ABC调查公司进行此次调研，假设你是kk调研公司调查员，请你根据背景材料设计一份调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

### 二、资源库（模板）

#### 【模板】

### \*\*\*调研方案

- 一、调研背景
- 二、调研目的
- 三、调研对象及抽样设计
- 四、调研内容
- 五、调研方式与方法
- 六、调研组织及人员安排
- 七、调研时间安排
- 八、调研经费
- 九、附件调研问卷

### 三、评分库（评分表，实施条件）

#### 【评分表】

评价内容		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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。	
品 (80)	卷容格式	3	文字编排工整清楚（2分）、格式符合要求（1分）	调研方案字数不少于
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	

分 )	研 方 案 正 文 (5 5 分 )	封面 完整	4	要素具备(标题、编写者、时间等)(2分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(2分)	1500 字,每 少50字 扣1 分。
		调研 目的	3	目的明确,表述较为准确	
		调研 对象及抽 样	10	调研对象具有针对性,确定合理,描述基本准确(4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量(6分)	
		调研 内容	5	要求符合调研目的,内容正确且完整(2分),切实可行,能获得客观资料(3分)	
		调研 方式与方 法	10	调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方法选择合理(4分),表述具体(3分)。	
		调研 组织及人 员安排	5	调研组织设计科学(3分),人员配备合理(2分)	
		时间 安排	5	各阶段时间安排设计合理	
		经费 预算	5	经费预算科学(2分)与详尽(3分)	
卷 设 计 (2 5 分 )		问卷 构成	2	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。	
		提问 项目设计	8	问题要清晰,语言要易懂。用词准确,一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。(出现一项错误扣1分)	
		提问 设计方法	3	要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以上(1分)。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则(2分)。	
		问题 顺序设计	4	整体逻辑性(2分);问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等(1分);开放式问句	

			放在后面（1分）	
		问句数量	4 不少于15个问句（开放式问句3—4个）	
		问卷的可行性	4 问题的充分性（2分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
		小计	100	

**【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
时长	180分钟	

## 调研方案 3-4

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

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

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

2012年6月，华为智能手机C8812在中国上市60天零售过百万。

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

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

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

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

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

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

2017年6月30日，华为技术有限公司荣获中国商标金奖的马德里商标国际注册特别奖。

近年来，随着手机在校园里的普及，越来越多的手机厂商把目光投向了校园这一潜在的巨大市场。华为为了了解手机在学生中的普通情况，使用效果及

消费情况，同时掌握手机在大学的销售情况和市场前景。公司决定以长沙市在校大学生为调研对象，对校园里的手机市场需求作一次情况调研。

### 【测试任务】

华为手机制造商想以长沙大学生为调查对象，开展一次手机市场需求调查，拟定调研300人左右。假设你是ABC调研公司调查员，请你根据背景资料设计一份调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

<p><b>***调研方案</b></p> <p>一、调研背景</p> <p>二、调研目的</p> <p>三、调研对象及抽样设计</p> <p>四、调研内容</p> <p>五、调研方式与方法</p> <p>六、调研组织及人员安排</p> <p>七、调研时间安排</p> <p>八、调研经费</p> <p>九、附件调研问卷</p>
--

## 三、评分库（评分表，实施条件）

### 【评分表】

	评价内容	分	考核点	备注
	职业道德	0	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

职业素养 (20分)	职业能力	0	具有分析产品特点，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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。	重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚(2分)、格式符合要求(1分)	调研方案 字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	研方案正文 (55分)	封面完整	4		要素具备(标题、编写者、时间等)(2分)，标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题(2分)
		调研目的	3		目的明确,表述较为准确
		调研对象及抽样	10		调研对象具有针对性，确定合理，描述基本准确(4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量(6分)
		调研内容	3		要求符合调研目的，内容正确且完整(2分)，切实可行，能获得客观资料(3分)
		调研方式与方法	10		调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方法选择合理(4分)，表述具体(3分)。
		调研组织及人员安排	3		调研组织设计科学(3分)，人员配备合理(2分)
时间安排		3	各阶段时间安排设计合理		



	经费 预算	3	经费预算科学（2分）与详尽（3分）	
卷 设 计 (2 5 分 )	问卷 构成	2	具有问卷标题, 问卷开头, 正文, 结尾四个基本内 容。	
	提问 项目设计	8	问题要清晰, 语言要易懂。用词准确, 一项提问只 包含一项内容, 避免诱导性、暗示性、否定形式提问和 敏感性问题。（出现一项错误扣1分）	
	提问 设计方法	3	要有封闭问句和开放式问句, 其中封闭问句占80%以 上（1分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原 则（2分）。	
	问题 顺序设计	4	整体逻辑性（2分）；问题顺序要注意先易后难、 先简单后复杂、先一般后具体等（1分）；开放式问句 放在后面（1分）	
	问句 数量	4	不少于15个问句（开放式问句3—4个）	
	问卷 的可行性	4	问题的充分性（2分）和必要性（2分），通过问卷 能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
	小计	100		

**【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
时	180分钟	

长		
---	--	--

## 调研方案 3-5

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【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。

#### 【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，需进行一次针对长沙市高职学生的视力状况的市场调研。拟定调研300人左右。假设你是ABC调研公司调查员，请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研

问卷)等基本要素。

## 二、资源库(模板)

### 【模板】

<p><b>***调研方案</b></p> <p>一、调研背景</p> <p>二、调研目的</p> <p>三、调研对象及抽样设计</p> <p>四、调研内容</p> <p>五、调研方式与方法</p> <p>六、调研组织及人员安排</p> <p>七、调研时间安排</p> <p>八、调研经费</p> <p>九、附件调研问卷</p>
--

## 三、评分库(评分表,实施条件)

### 【评分表】

评价内容		分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	0	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	0	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。具有完整问卷设计能力,具有提问技巧,设计与选择提问方法的能力,能合理安排提问的顺序,具有创新,整体把握问卷设计的能力。	
	卷容格		文字编排工整清楚(2分)、格式符合要求(1分)	调

品 (8 0 分 )	式			研方案 字数不 少于 1500 字,每 少50字 扣1 分。	
	文字表 达		流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	研 方 案 正 文 (5 5 分 )	封面 完整	4		要素具备(标题、编写者、时间等)(2分),标 题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(2分)
		调研 目的	3		目的明确,表述较为准确
		调研 对象及抽 样	10		调研对象具有针对性,确定合理,描述基本准确 (4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程 序和样本量(6分)
		调研 内容	5		要求符合调研目的,内容正确且完整(2分),切 实可行,能获得客观资料(3分)
		调研 方式与方 法	10		调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方 法选择合理(4分),表述具体(3分)。
		调研 组织及人 员安排	5		调研组织设计科学(3分),人员配备合理(2分)
		时间 安排	5		各阶段时间安排设计合理
		经费 预算	5		经费预算科学(2分)与详尽(3分)
卷 设 计 (2 5 分)	问卷 构成	2	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内 容。		
	提问 项目设计	8	问题要清晰,语言要易懂。用词准确,一项提问只 包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和 敏感性问题。(出现一项错误扣1分)		
	提问 设计方法	3	要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以 上(1分)。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原		

	)			则（2分）。	
		问题 顺序设计	4	整体逻辑性（2分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1分）；开放式问句放在后面（1分）	
		问句 数量	4	不少于15个问句（开放式问句3—4个）	
		问卷 的可行性	4	问题的充分性（2分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
小计			100		

**【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
时 长	180分钟		

## 调研方案 3-6

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

上世纪三十年代，福建福清的周氏家族下南洋到新加坡一代谋生，创立了“周氏合大”，其主要经营珠宝、服装、布匹批发、纺织、运输等业务；1966年将业务转移到香港，创办“港龙洋行，主要经营珠宝批发业务”；九十年代初，港龙洋行与印尼周氏合大公司合资建立了香港周大生珠宝有限公司，并迅速发展为多元化投资的企业集团；九十年代末，进入大陆市场，为了进一步拓展国内市场，集团于1999年在深圳建立了大陆业务营运管理中心——深圳周大生钻石首饰有限公司，在北京王府井开设大陆第一家专柜。至今，深圳市周大生钻石首饰有限公司下辖四个生产厂，四个子公司，13个区域分公司、41个办事处全面覆盖祖国大陆所有省、自治区、直辖市，深受广大消费者青睐。据数据显示，截至2018年7月，周大生门店总数为3014家，其中直营店283家，加盟店2731家，继续领跑珠宝行业。

自成立以来，周大生一直坚定不移地致力于钻石文化的推广和传播，不遗余力地实施品牌价值的全方位提升。这期间，中国珠宝业也完成了从数量扩张、粗放经营向注重质量、打造品牌的转变，以周大生为代表的优秀珠宝品牌全面地完善自身的运营服务管理体系，成为行业发展的中坚力量。凭借深厚的品牌形象沉淀、成熟的连锁赢利模式、完善的连锁经销运营系统、全面的培训督导体系、完备的物流配送管理、优质的客户服务、卓越的产品品质、领先的产品设计开发理念、强大的资源优化整合能力，周大生实现了以产品为核心的企业第一生命力到以特色服务为核心的第二生命力的飞跃！并获得国家相关部门和社会各界的高度评价，享有极高知名度和美誉度，“亚洲品牌500强”、“中国500最具价值品牌”、“中国驰名商标”、“CCTV中国年度品牌”、“中国产品质量电子监管网首批入网百家名优企业”、“创建中国珠宝品牌龙头企业”等诸多荣誉。

#### 【测试任务】

在消费升级的大背景下，消费者对珠宝首饰产品的需求量日益增长，行业

竞争达到白热化状况。为更好的维持并进一步扩大市场份额，周大生将进行一次市场竞争状况的调研。拟定调研200人左右。假设你是ABC调研公司调查员，请你以长沙市为目标市场，为周大生集团设计一份以珠宝市场竞争状况为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

<p><b>***调研方案</b></p> <p>一、调研背景</p> <p>二、调研目的</p> <p>三、调研对象及抽样设计</p> <p>四、调研内容</p> <p>五、调研方式与方法</p> <p>六、调研组织及人员安排</p> <p>七、调研时间安排</p> <p>八、调研经费</p> <p>九、附件调研问卷</p>
--

## 三、评分库（评分表，实施条件）

### 【评分表】

评价内容		分	考核点	备注
职业素养 (2)	职业道德	0	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
	职业能力	0	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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选	



0分)			择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。	影响的 本项目 记0分。	
品 (8 0分 )	卷容格式		文字编排工整清楚(2分)、格式符合要求(1分)	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字， 每 少 50 字 扣 1 分。	
			流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	研 方 案 正 文 (5 5分 )	封面完整			要素具备(标题、编写者、时间等)(2分)，标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题(2分)
		调研目的			目的明确,表述较为准确
		调研对象及抽样	0		调研对象具有针对性，确定合理，描述基本准确(4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量(6分)
		调研内容			要求符合调研目的，内容正确且完整(2分)，切实可行，能获得客观资料(3分)
		调研方式与方法	0		调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方法选择合理(4分)，表述具体(3分)。
		调研组织及人员安排			调研组织设计科学(3分)，人员配备合理(2分)
		时间安排			各阶段时间安排设计合理
		经费预算			经费预算科学(2分)与详尽(3分)
卷 构成		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。			

设计 (25分)	提问 项目设计	问题要清晰，语言要易懂。用词准确，一项提问只包含一项内容，避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。（出现一项错误扣1分）
	提问 设计方法	要有封闭问句和开放式问句，其中封闭问句占80%以上（1分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则（2分）。
	问题 顺序设计	整体逻辑性（2分）；问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等（1分）；开放式问句放在后面（1分）
	问句 数量	不少于15个问句（开放式问句3—4个）
	问卷 的可行性	问题的充分性（2分）和必要性（2分），通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。
小计		100

**【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
时 长	180分钟	

## 调研方案 3-7

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【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、斯蒂夫·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。

#### 【测试任务】

公司计划加大苹果手机在长沙市场的促销力度，需针对长沙市场的手机消

费偏好进行一次市场调研。拟定调研500人左右。假设你是ABC调研公司调查员，请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

<p><b>***调研方案</b></p> <p>一、调研背景</p> <p>二、调研目的</p> <p>三、调研对象及抽样设计</p> <p>四、调研内容</p> <p>五、调研方式与方法</p> <p>六、调研组织及人员安排</p> <p>七、调研时间安排</p> <p>八、调研经费</p> <p>九、附件调研问卷</p>
--

## 三、评分库（评分表，实施条件）

### 【评分表】

评价内容		分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	0	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
	职业能力	0	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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。	考场纪律、造成恶劣影响的本项目

品 (8 0 分 )				记0分。
	卷容格式		文字编排工整清楚（2分）、格式符合要求（1分）	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字，每 少50字 扣1 分。
	文字表达		流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	研 方 案 正 文 (5 5 分 )	封面完整	要素具备（标题、编写者、时间等）（2分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（2分）	
		调研目的	目的明确,表述较为准确	
		调研对象及抽样	调研对象具有针对性，确定合理，描述基本准确（4分）。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量（6分）	
		调研内容	要求符合调研目的，内容正确且完整（2分），切实可行，能获得客观资料（3分）	
		调研方式与方法	调查对象选定的方式（3分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（3分）。	
		调研组织及人员安排	调研组织设计科学（3分），人员配备合理（2分）	
		时间安排	各阶段时间安排设计合理	
经费预算		经费预算科学（2分）与详尽（3分）		
问卷构成		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。		

卷 设 计  (2 5 分 )	提问 项目设计	问题要清晰,语言要易懂。用词准确,一项提问只 包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和 敏感性问题。(出现一项错误扣1分)
	提问 设计方法	要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以 上(1分)。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原 则(2分)。
	问题 顺序设计	整体逻辑性(2分);问题顺序要注意先易后难、 先简单后复杂、先一般后具体等(1分);开放式问句 放在后面(1分)
	问句 数量	不少于15个问句(开放式问句3—4个)
	问卷 的可行性	问题的充分性(2分)和必要性(2分),通过问卷 能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。
小计		100

**【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
时 长	180分钟	

## 调研方案 3-8

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

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

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

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

1987年，肯德基进入中国，在北京前门开设了第一家西式快餐连锁餐厅

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

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

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

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

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

2015年8月18日，百胜集团宣布中国事业部主席兼首席执行官苏敬轼将退休。

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

### 【测试任务】

公司为了进一步扩大影响，提高长沙市场占有率，打击竞争对手，需进行一次针对长沙消费者对公司品牌了解程度和满意度的市场调研。拟定调研300人左右。假设你是ABC调研公司调查员，请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

<b>***调研方案</b>
一、调研背景
二、调研目的
三、调研对象及抽样设计
四、调研内容
五、调研方式与方法
六、调研组织及人员安排
七、调研时间安排
八、调研经费
九、附件调研问卷

## 三、评分库（评分表，实施条件）

### 【评分表】

评价内容		分	考核点	备注
职业素养 (2)	职业道德	0	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
	职业能力	0	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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选	考场纪律、造成恶劣



0分)			择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。	影响的 本项目 记0分。	
品 (8 0分 )	卷容格式		文字编排工整清楚(2分)、格式符合要求(1分)	调 研方 案 字 数 不 少 于 1500 字， 每 少 50 字 扣 1 分。	
			流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	研 方 案 正 文 (5 5分 )	封面完整			要素具备(标题、编写者、时间等)(2分)，标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题(2分)
		调研目的			目的明确,表述较为准确
		调研对象及抽样	0		调研对象具有针对性，确定合理，描述基本准确(4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量(6分)
		调研内容			要求符合调研目的，内容正确且完整(2分)，切实可行，能获得客观资料(3分)
		调研方式与方法	0		调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方法选择合理(4分)，表述具体(3分)。
		调研组织及人员安排			调研组织设计科学(3分)，人员配备合理(2分)
		时间安排			各阶段时间安排设计合理
		经费预算			经费预算科学(2分)与详尽(3分)
卷 构成		具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容。			

设计 (25分)	提问 项目设计	问题要清晰,语言要易懂。用词准确,一项提问只包含一项内容,避免诱导性、暗示性、否定形式提问和敏感性问题。(出现一项错误扣1分)
	提问 设计方法	要有封闭问句和开放式问句,其中封闭问句占80%以上(1分)。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原则(2分)。
	问题 顺序设计	整体逻辑性(2分);问题顺序要注意先易后难、先简单后复杂、先一般后具体等(1分);开放式问句放在后面(1分)
	问句 数量	不少于15个问句(开放式问句3—4个)
	问卷 的可行性	问题的充分性(2分)和必要性(2分),通过问卷能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。
小计		100

**【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
时 长	180分钟	

## 调研方案 3-9

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

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

十年来，由于企业质量管理体系的建立和质量管理工作有效地实施，使历年来产品的各项指标都达到国家卫生、质量标准，产品出厂合格率始终都位于同行业榜首，先后被授予“全国食品行业质量效益型先进企业”、“检验合格企业”、“全国乡镇企业质量管理先进单位”、“国家级农业产业化经营重点龙头企业”称号，并顺利通过了ISO9001：2000质量体系、ISO14001：1996环境管理体系，HACCP认证，产品“油辣椒”通过了“绿色食品”认证，“油制辣椒”系列食品获得“中国名牌”称号，并由公司作为标准的主要起草单位发布了国内首个“油制辣椒”国家标准。在10多年的经营历程中，老干妈公司以自身的努力突变出来的经营业绩和对国家、社会的贡献赢得了许多荣誉。

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

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

2016年度销售额突破45亿元，20年间产值增长超过600倍。报道称，老干妈一瓶辣椒酱平均8元，每天生产230万瓶，一年用4.5万吨辣椒，菜油10多万吨；近三年来年缴税20.62亿元，20年来纳税额增长了150倍。

#### 【测试任务】

为进一步扩大市场份额，不断地改进产品更好的满足消费者市场的需求，

老干妈风味食品有限责任公司将进行一次市场需求状况的调研。现请你以湖南为目标市场，为老干妈风味食品有限责任公司设计一份以辣椒类调味品市场需求状况为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

**【测试任务】**

为进一步扩大市场份额，不断地改进产品更好的满足消费者市场的需求，老干妈风味食品有限责任公司将进行一次市场需求状况的调研。拟定调研400人左右。假设你是ABC调研公司调查员，现请你以长沙为目标市场，为老干妈风味食品有限责任公司设计一份以辣椒类调味品市场需求状况为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

**二、资源库（模板）**

**【模板】**

<p><b>***调研方案</b></p> <p>一、调研背景</p> <p>二、调研目的</p> <p>三、调研对象及抽样设计</p> <p>四、调研内容</p> <p>五、调研方式与方法</p> <p>六、调研组织及人员安排</p> <p>七、调研时间安排</p> <p>八、调研经费</p> <p>九、附件调研问卷</p>
--

**三、评分库（评分表，实施条件）**

**【评分表】**

评价内容	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	具有分析产品特点，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。具有完整问卷设计能力，具有提问技巧，设计与选择提问方法的能力，能合理安排提问的顺序，具有创新，整体把握问卷设计的能力。		
品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚（2分）、格式符合要求（1分）	调研方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	研 方 案 正 文 (55分)	封面完整	4		要素具备（标题、编写者、时间等）（2分），标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题（2分）
		调研目的	3		目的明确,表述较为准确
		调研对象及抽样	10		调研对象具有针对性，确定合理，描述基本准确（4分）。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量（6分）
		调研内容	5		要求符合调研目的，内容正确且完整（2分），切实可行，能获得客观资料（3分）
		调研方式与方法	10		调查对象选定的方式（3分）和调查资料收集的方法选择合理（4分），表述具体（3分）。
		调研组织及人员安排	5		调研组织设计科学（3分），人员配备合理（2分）
时间		5	各阶段时间安排设计合理		

卷 设 计 ( 2 5 分 )	安排		
	经费 预算		经费预算科学(2分)与详尽(3分)
	问卷 构成		具有问卷标题, 问卷开头, 正文, 结尾四个基本内 容。
	提问 项目设计		问题要清晰, 语言要易懂。用词准确, 一项提问只 包含一项内容, 避免诱导性、暗示性、否定形式提问和 敏感性问题。(出现一项错误扣1分)
	提问 设计方法		要有封闭问句和开放式问句, 其中封闭问句占80%以 上(1分)。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原 则(2分)。
	问题 顺序设计		整体逻辑性(2分); 问题顺序要注意先易后难、 先简单后复杂、先一般后具体等(1分); 开放式问句 放在后面(1分)
	问句 数量		不少于15个问句(开放式问句3—4个)
	问卷 的可行性		问题的充分性(2分)和必要性(2分), 通过问卷 能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。
小计		100	

**【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

时 长	180分钟	
--------	-------	--

## 调研方案 3-10

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【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。现任党委书记周清明，校长符少辉。

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



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。拟定抽样300名毕业生。假设你是ABC调研公司调查员，现请你根据背景材料为招生就业处设计一份市场调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象及抽样，调研内容，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排、附件（含调研问卷）等基本要素。

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

<b>***调研方案</b>
一、调研背景
二、调研目的
三、调研对象及抽样设计
四、调研内容
五、调研方式与方法
六、调研组织及人员安排
七、调研时间安排
八、调研经费
九、附件调研问卷

## 三、评分库（评分表，实施条件）

### 【评分表】

评价内容	分	考核点	备注
职业道		具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道	严

职业素养 (20分)	德	0	德与营销伦理, 遵守营销法律法规, 认真负责	重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	0	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。具有完整问卷设计能力, 具有提问技巧, 设计与选择提问方法的能力, 能合理安排提问的顺序, 具有创新, 整体把握问卷设计的能力。	
品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚(2分)、格式符合要求(1分)	调研方案 字数不少于1500字, 每少50字扣1分。
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	4	要素具备(标题、编写者、时间等)(2分), 标题简洁、明了、富有吸引力, 能说明主题(2分)	
	调研目的	3	目的明确, 表述较为准确	
	调研对象及抽样	0	调研对象具有针对性, 确定合理, 描述基本准确(4分)。抽样包括确定调研范围、抽样方法、抽样程序和样本量(6分)	
	调研内容	3	要求符合调研目的, 内容正确且完整(2分), 切实可行, 能获得客观资料(3分)	
	调研方式与方法	0	调查对象选定的方式(3分)和调查资料收集的方法选择合理(4分), 表述具体(3分)。	
	调研组织及人员安排	3	调研组织设计科学(3分), 人员配备合理(2分)	
时间安排	3	各阶段时间安排设计合理		

	经费 预算	3	经费预算科学（2分）与详尽（3分）	
卷 设 计 (2 5 分 )	问卷 构成	2	具有问卷标题, 问卷开头, 正文, 结尾四个基本内 容。	
	提问 项目设计	8	问题要清晰, 语言要易懂。用词准确, 一项提问只 包含一项内容, 避免诱导性、暗示性、否定形式提问和 敏感性问题。（出现一项错误扣1分）	
	提问 设计方法	3	要有封闭问句和开放式问句, 其中封闭问句占80%以 上（1分）。封闭式问题答案设计符合穷尽与互斥的原 则（2分）。	
	问题 顺序设计	4	整体逻辑性（2分）；问题顺序要注意先易后难、 先简单后复杂、先一般后具体等（1分）；开放式问句 放在后面（1分）	
	问句 数量	4	不少于15个问句（开放式问句3—4个）	
	问卷 的可行性	4	问题的充分性（2分）和必要性（2分），通过问卷 能且只能收集到调研目的所需要的市场信息。	
小计		100		

**【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
时	180分钟	

长		
---	--	--

## 调研报告 3-11

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

某调研中心在2015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、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。

## **二、资源库（模板）**

### **【模板】**

## 某某调研报告

一、引言

二、调查目的

三、调查方法

（一）调查设计

（二）资料收集的方法

（三）抽样方式

四、调查数据统计分析

（一）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

（二）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

五、结论与建议

（一）结论

1.

2.

（二）建议

1.

2.

### 三、评分库（评分表，实施条件）

【评分表】

评价内容		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	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（6分），分析现状（6分），得出小结论（2分），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（4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（6分）。数据采用适当的统计图来呈现说明（4分），图的类型不能少于2种（2分）。	
	结论及建议	20	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（6分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议（6分），完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（8分，其中建议的针对性5分、可行性3分）。	
合计		100		

**【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
时 长	180分钟	

## 调研报告 3-12

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

某市副食品公司2015年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	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
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	659	703	72	8422
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	12.23	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)：

	2014年	2015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	
	2012年	2013年	2014年	2015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2015年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、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。

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

<b>某某调研报告</b>	
一、引言	
二、调查目的	
三、调查方法	
（一）调查设计	
（二）资料收集的方法	
（三）抽样方式	
四、调查数据统计分析	
（一）***方面数据分析	
摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论	
（二）***方面数据分析	
摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论	
五、结论与建议	
（一）结论	
1.	
2.	
（二）建议	
1.	
2.	

## 三、评分库（评分表，实施条件）

### 【评分表】

评价内容		分	考核点	备注
职	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严

职业素养 20分)	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4分）；能在规定时间内完成任务（2分）。	重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（6分），分析现状（6分），得出小结论（2分），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（4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（6分）。数据采用适当的统计图来呈现说明（4分），图的类型不能少于2种（2分）。	

		论 及 建 议	20	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（6分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议（6分），完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（8分，其中建议的针对性5分、可行性3分）。	
合计			100		

**【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
时 长	180分钟	

## 调研报告 3-13

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

某市场研究公司2016年对湖南某市居民的二次置业进行了一次抽样调查，共访问1000户家庭，所得资料如下：

1、家庭规模：1人的14户，2人的119户，3人的374户，4人的258户，5人的162户，6人的52户，7人及以上的21户。

2、家庭年收入：5万以下的227户，5—10万的425户，10—15万的147户，15—20户的77户，20万以上的124户。

3、户主：办公务员的180人，教师230人，企业职员388人，中高级经理95人，私营业主81人，自由职业者26人。

4、现有住房总价值：5万以下的86户，5—10万的161户，10—20万的186户，20—30万的212户，30—40万的115户，40—50户的100户，50—80万的98户，80万以上的42户。

5、已二次置业再次购买住房户的有476人，计划近年内二次置业的344户，不准备二次置业的180户。

6、现有住房面积：40平米以下21户，40—60平米73户，60—80平米205户，80—100平米370户，100—120平米206户，120—150平米106户，150平米以上19户。

7、二次置业原因：认为现有住房太旧的81户，现有住房面积太小212户，现有住房周边环境差84户，现有住房生活设施不配套的46户，现有住房已作投资用99户，为子女购买新房123户，再次置业用作投资119户，再次置业自己享用56户。

8、二次置业的房产信息来源：报纸广告445户，电视广告124户，网站广告25户，展览会宣传84户，路牌广告18户，汽车广告4户，街头派发广告8户，亲朋介绍92户，其他20户。

9、二次置业选择的地域：南区168户，北区88户；东区125户，西区80户，近郊359户。



10、二次置业选房标准：地理位置66户，价格147户，周边环境223户，交通条件145户，房屋结构与面积86户，配套设施68户，建筑质量72户，物业管理13户。

11、计划再次购房的344户中，购房总价值：为20万元以下的15户，20—25万的45户，25—30万的42户，30—35万的62户，35—40万的60户，40—50万的42户，50万以上的78户。

12、在访问的344户计划购住房的面积要求为：60—80平米的16户，80—100平米的38户，100—120平米的122户，120—150平米的81户，150平米以上的87户。

13、计划再次购房的344户中，付款方式选择：拟一次付清的52户，分期付款的136户，银行按揭的156户。

14、计划再次购房的344户中，原有住房拟作商业用途的12户，转让他人的15户，自己留用的25户，按市价出售的49户，给亲友住居60户，出租183户。

15、计划再次购房的344户的户主年龄分布：25岁以下的24人，25—30岁的160人，30—35岁的59人，35—40岁40人，40—45岁28人，45—50岁20人，50岁以上3人。

16、计划再次购房的344户的户主职业分布：公务员62人，教师46人，企业职工68人，中高级经理82人，私营业主56人，自由职业者30人。

### 【测试任务】

请根据以上提供的2013年湖南某市居民二次置业抽样调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

## 某某调研报告

一、引言

二、调查目的

三、调查方法

（一）调查设计

（二）资料收集的方法

（三）抽样方式

四、调查数据统计分析

（一）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

（二）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

五、结论与建议

（一）结论

1.

2.

（二）建议

1.

2.

### 三、评分库（评分表，实施条件）

【评分表】

评价内容		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	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（6分），分析现状（6分），得出小结论（2分），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（4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（6分）。数据采用适当的统计图来呈现说明（4分），图的类型不能少于2种（2分）。	
	结论及建议	20	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（6分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议（6分），完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（8分，其中建议的针对性5分、可行性3分）。	
合计		100		

**【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
时 长	180分钟	

## 调研报告 3-14

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

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

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

可支配收入 (元/人)	15 92	17 83	2 168	2 817	3 886	4 705	5 052	5 209	5 435	5 818
消费性支出 (元/人)	12 94	14 46	1 732	2 194	3 138	3 886	4 098	4 137	4 482	4 800
耐用品支出 (元/人)	88	10 5	1 28	1 68	2 45	2 69	3 32	3 52	3 94	4 86
空调拥有量 (台/百户)	10 8.1	11 0.8	1 14.2	1 17.1	1 19.5	1 21.0	1 22.8	1 25.1	1 28.1	1 32.3

#### 2. 2014年末不同收入家庭空调拥有量（台/百户）：

	最低收入	低收入	中等偏下	中等收入	中等偏上	高收入	最高收入
拥有量	88.46	11 6.35	119.3 2	123.3 2	140.1 2	145.3 2	151.32

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 【测试任务】

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

要求：

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

## 二、资源库（模板）

【模板】

<b>某某调研报告</b>
一、引言
二、调查目的
三、调查方法
（一）调查设计
（二）资料收集的方法
（三）抽样方式
四、调查数据统计分析
（一）***方面数据分析
摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论
（二）***方面数据分析
摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论
五、结论与建议
（一）结论
1.
2.
（二）建议
1.
2.

## 三、评分库（评分表，实施条件）

【评分表】

评价内容	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	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（6分），分析现状（6分），得出小结论（2分），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（4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（6分）。数据采用适当的统计图来呈现说明（4分），图	



			的类型不能少于2种（2分）。	
		论 及 建 议	2 0	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（6分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议（6分），完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（8分，其中建议的针对性5分、可行性3分）。
合计			100	

**【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
时 长	180分钟	

## 调研报告 3-15

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

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

1、你认为现在的就业形势如何：

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

2、您进入毕业时期的去向：

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

3、您对求职渠道的选择：

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

4、您认为自己目前最欠缺的素质主要是：

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

5、您将通过何种方式向用人单位介绍自己的情况：

答案	招聘会 现场	寄发自 荐材料	在就业网 站发布就业资 料	通过熟人 介绍
所占百 分比	77.9%	44.1%	44.1%	20.6%

6、您的择业观念：

答案	一步到 位，有固定收 入	先就业，后 择业	不就 业，继续深 造	自主创业
所占百 分比	17.6%	73.5%	4.4%	5.9%

7、您欲选择什么样的单位就业：（限选两个）

答案	国 有企业	民 营企业	外资 企业	合并 企业	政府 部门	自主 创业
所占 百分比	52. 9%	39. 7%	51.5 %	20.6 %	22.1 %	11.8 %

8、您认为当前毕业生就业的主要问题：

答案	大 学专业 设置与 企业对 人才的 需求不 匹配	应届毕 业生不具 备符合企 业要求 的职业能 力，缺乏 工作经 验，没有 竞争能力	毕业 生的就 业定位 不合理， 期望值 过高， 择业过 于挑剔	政 府、学 校、用 人单位 及学生 之间互 相沟通 和了解 不够	就 业信息 机制不 健全， 信息渠 道不畅 通，信 息不充 分	大 学技 教育模 式不注 重提高 学生的 综合能 力，不 能为大 学毕业 生就业 和职业 发展提 供有效 帮助
所占 百分比	29 .4%	54.4%	19.1 %	10.3 %	7.4%	16.2 %

9、您觉得自己在就业求职的过程中最具竞争实力的方面是：

答案	学习成 绩	专业技 能	实习经 历	考试证 书/技能证 书	良好的 求职心态
所占百 分比	7.4%	30.9%	23.5%	17.6%	41.2%

10、您最希望自己在就业求职过程中得到：（限选两项）

答 案	企 业的 从业 经验	良 好的 专业 技术	先 进的 管理 模式	前 沿知 识信 息	广 泛的 人际 关系	团 队合 作技 巧	良 好的 薪酬 福利	自 我价 值的 实现	稳 定的 工作 岗位
所 占百 分比	4 2.6%	3 6.8%	2 9.4%	1 4.7%	2 6.5%	1 3.2%	1 4.7%	2 5%	7 .4%

11、您认为您能接受的工资是：

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

### 【测试任务】

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

要求：

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

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

<b>某某调研报告</b>
一、引言
二、调查目的
三、调查方法
（一）调查设计
（二）资料收集的方法
（三）抽样方式
四、调查数据统计分析
（一）***方面数据分析
摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论
（二）***方面数据分析
摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论
五、结论与建议
（一）结论
1.
2.
（二）建议
1.
2.

## 三、评分库（评分表，实施条件）

### 【评分表】

评价内容		分	考核点	备注
职业素养	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造
	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	

20分)			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）。	成恶劣影响的本项目记0分。
作品 (80分)	卷容格式	8	文字编排工整清楚、格式规范	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（6分），分析现状（6分），得出小结论（2分），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（4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（6分）。数据采用适当的统计图来呈现说明（4分），图的类型不能少于2种（2分）。	
结论及	20	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（6分）；并结合企业或客户实际情况提出你的		

	建 议	看法和建议（6分），完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（8分，其中建议的针对性5分、可行性3分）。	
合计		100	

**【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
时 长	180分钟	

## 调研报告 3-16

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

某学校市场营销专业为调查长沙市美容化妆品行业市场基本情况，从2015年9月28日起分别在长沙市岳麓区、雨花区和芙蓉区下辖的16个社区展开，调查为期4天。为了保证本次调查活动的较好的效果和质量，2015年10月1日和3日向社区消费者发放调查问卷，10月2日和4日收取问卷，并对认真填写调查问卷的消费者给予一定的物质奖励。此次调查共收回有效问卷382份，具体数据资料如下：

1、本次调查中，对382名城镇消费者进行访问调查。性别：男性121人，占31.7%；女性261人，占68.3%年龄：17岁以下的有34人，占8.9%；18-35岁的252人，占66%；36-55岁的79人，占20.7%；56岁以上的有17人，占4.4%。文化程度：大学专科以上的有151人，占39.5%；高中、中技、中专的有182人，占47.6%；初中及以下的有49人，占12.9%。

2、消费者对当前美容院开展的美容服务的总体评价是：认为很满意的有20人，占5.2%；满意的有76人，占19.9%；一般的有223人，占58.4%；不满意的有51人，占13.4%；很不满意的有12人，占3.1%。

3、消费者对当前美容服务最不满意的方面：认为是业务水平问题的有31人，占8.1%；认为是服务态度问题的有50人，占13.1%；认为是卫生状况问题的有37人，占9.7%；认为是价格问题的有68人，占17.8%；认为是诱购产品的有113人，占29.6%；认为是产品质量的有62人，占16.2%；认为是损害赔偿问题的有13人，占3.4%；其他问题的有8人，占2.1%。

4、消费者对当前化妆品使用效果的总体评价：认为很满意的有15人，占3.9%；满意的有66人，占17.3%；一般的有236人，占61.8%；不满意的有49人，占12.8%；很不满意的有16人，占4.2%。

5、当前化妆品市场存在的最主要问题：认为是价格虚高的有93人，占24.3%；认为是虚假宣传的有145人，占37.9%；认为是假冒伪劣的有82人，占21.5%；认为是售后服务差的有53人，占13.9%；认为是其他问题的有9人，占



2.4%。

6、如何看待名人代言的美容化妆品广告问题：认为可信的有28人，占7.3%；认为多数可信的有67人，占17.5%；认为半信半疑的有126人，占33%；认为多数不可信的有114人，占29.9%；认为不可信的有47人，占12.3%。

7、纹眉、纹唇、纹眼线、穿耳孔等是属于生活美容还是医疗美容问题：认为是生活美容的有113人，占29.6%；认为医疗美容的有134人，占35.1%；认为无所谓有50人，占13.1%；认为不太了解的有85人，占22.2%。

8、选购化妆品时首先想要知道的信息问题：认为是产品功效的有132人，占34.6%；认为是安全问题的有145人，占38%；认为是价格的有83人，占21.7%；认为是进口还是国产的有20人，占5.2%；认为是其他问题的有2人，占0.5%。

9、选购化妆品时是否注意产品外包装上标示的生产批号、生产日期、保质期或限制使用日期：回答非常注意的有201人，占52.6%；回答有时注意的有124人，占32.5%；回答不注意的有57人，占14.9%。

10、是否知道“育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒”等特殊用途化妆品的外包装上需标示“特妆准字文号”：回答“知道”的有91人，占23.8%；回答“不知道”的有291人，占76.2%。

11、是否清楚如何从外包装上辨别真、假“原装进口化妆品”：回答“清楚”的有35人，占9.2%；回答“不太清楚”的有242人，占63.4%；回答“不清楚”的有105人，占27.4%。

12、是否因使用美容化妆品导致皮肤受到伤害的经历：回答“有”的有108人，占28.3%；回答“没有”的有186人，占48.7%；回答“没有注意/不能确定”的有88人，占23%。

13、在使用化妆品皮肤受到伤害后，是否能够得到厂家或美容服务机构的满意处理：回答“能够”的有70人，占18.3%；回答“不能够”的有193人，占50.5%；回答“没有要求处理”的有119人，占31.2%。

14、整顿和规范美容化妆品市场的首要问题时，认为要严格审查从业人员资质的有74人，占19.4%；认为要加强卫生环境要求及监督的有51人，占13.4%；认为要强化消费教育的有18人，占4.7%；认为要揭露虚假违法广告的有89人，占23.3%；认为要打击假冒伪劣产品的有101人，占26.4%；认为要树立优秀典型的有30人，占7.8%；认为是其他的有19人，占5%。

15、长沙市消费者美容化妆品的消费水平：在382名被调查的消费者中，平

均每月用于美容化妆品的花费106.71元。

### 【测试任务】

请根据某学校市场营销专业调查的长沙市美容化妆品行业市场基本情况数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

#### 某某调研报告

##### 一、引言

##### 二、调查目的

##### 三、调查方法

###### （一）调查设计

###### （二）资料收集的方法

###### （三）抽样方式

##### 四、调查数据统计分析

###### （一）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

###### （二）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

##### 五、结论与建议

###### （一）结论

1.

2.

###### （二）建议

1.

2.

### 三、评分库（评分表，实施条件）

【评分表】

评价内容		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	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（6分），分析现状（6分），得出小结论（2分），以形成符合事物发展变化规律的	

	料 分 析		结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（4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（6分）。数据采用适当的统计图来呈现说明（4分），图 的类型不能少于2种（2分）。	
	论 及 建 议	2 0	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（6分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议（6分），完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（8分，其中建议的针对性5分、可行性3分）。	
合计			100	

**【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
时 长	180分钟	

## 调研报告 3-17

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

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

某公司于2015年5月4日~12日对北京方便面市场进行了一次系统的、有针对性的调研。本次调研采用了国际通行的CLT调查方法，成功访问方便面直接消费者636人，调查结果的置信度在95%以上。具体数据资料如下：

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

2、品牌选择的因素：口味居第一占36.3%，品牌知名度18.2%；

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

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

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

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

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

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

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

10、现有方便面产品的缺点：没有营养的33.6%，有防腐剂的22.2%，口味

单调的19.2%；蔬菜包少的12.7%和面不筋的6.7%；

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

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

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

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

### 【测试任务】

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

要求：

1、报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；

2、调研报告正文部分引言、数据资料分析、结论与建议安排得当，内容与主题能相互连贯，资料取舍合理，能对图表资料作充分的解释和分析，结论科学，所提建议可行；

3、字数在1500字以上

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

## 某某调研报告

一、引言

二、调查目的

三、调查方法

（一）调查设计

（二）资料收集的方法

（三）抽样方式

四、调查数据统计分析

（一）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

（二）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

五、结论与建议

（一）结论

1.

2.

（二）建议

1.

2.

### 三、评分库（评分表，实施条件）

【评分表】

评价内容		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	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍,但需列明;调研报告字数要求1500字以上,每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析,从摆数据(6分),分析现状(6分),得出小结论(2分),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(4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(6分)。数据采用适当的统计图来呈现说明(4分),图的类型不能少于2种(2分)。	
	结论及建议	20	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(6分);并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议(6分),完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示(8分,其中建议的针对性5分、可行性3分)。	
合计		100		



**【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
时 长	180分钟	

## 调研报告 3-18

### 一、试题库（背景资料，测试任务）

#### 【背景资料】

某高校市场营销专业师生在2015年末针对长沙市具有代表性的三座大中型超市进行了一次顾客满意度社会调查，调查涉及到的超市主要有家乐福、沃尔玛、家润多等三家。被调查对象筛选条件为在最近一个月内在所调查的商场/超市至少消费过三次的顾客。每个网点发放500份调查问卷，共1500份问卷，回收问卷1370份，其中沃尔玛480份，家乐福470份，家润多420份。去除回答记录不清、逻辑矛盾等问卷，有效样本保持了1340份。具体调查数据如下：

1、性别：有效样本中，女性占56.71%，男性占43.29%；

2、消费者年龄：20岁以下的人员占比12.41%；20—30岁的人员占比42.34%；30—40岁的人员占比20.44%；40—50岁的人员占比9.44%；50—60岁的人员占比7.30%；60岁以上的人员占比8.03%；

3、职业：公司职员占比35.04%；学生占比15.33%；公务员占比11.68%；教师占比8.03%；企业高管或私企老板占比7.30%；其他人员占比22.63%；

4、教育程度：高中及以下占24.08%；中专占18.29%；大专占32.12%；大学本科占19.71%；硕士及以上占5.84%；

5、收入状况：1500元以下占33.9%，1500—3000元占36.7%，3000—5000元占27.1%，5000元以上占2.3%；

6、“家乐福”顾客满意度调查结果统计表：

满意度指标 (%)	满意	较满意	一般	不太满意	不满意	没注意
企业形象	26.4	42	25.9	1.5	1.1	3
购物环境	17.1	35.8	37.2	5.2	2.1	2.6
购买便利性	15.5	34.7	36.2	10.3	2.6	0.5

品种	3 5.5	34.7	20. 7	5.7	1. 6	1.6
质量	2 3.3	47.2	23. 3	3.1	1. 55	1.5 5
价格	8 .8	23.8	37. 8	22.3	3. 1	4.2
服务	1 4	46.1	35. 2	3.6	1. 1	0

7、“沃尔玛”顾客满意度调查结果统计表

满意度 指标%	满 意	较 满意	一 般	不太 满意	不 满意	没 注意
企业形 象	2 1.9	47. 2	25 .7	1.4	0.5	3.3
购物环 境	2 3.4	38. 7	35 .9	1	1	0
购买便 利性	1 5.4	32. 7	42 .5	5.6	1.4	2.4
品种	1 8.7	35	36 .4	6.5	1.4	2
质量	2 4.3	38. 3	32 .2	2.8	2.4	0
价格	1 5.9	21. 04	33 .2	26.6	0.4 6	2.8
服务	1 8.7	39. 3	37 .5	2.3	0.9 5	0.9 5

8、“家润多”顾客满意度调查结果统计表

满意度 指标 (%)	满 意	较满 意	一 般	不太 满意	不 满意	没 注意
企业形 象	1 5	40.4	66	13.2	2.9	2. 2
购物环	1	35.4	32	11.7	2.2	0

境	8.7					
购买便利性	1 2.7	39.2	36	8	2.6	1. 3
品种	1 0.7	33.8	44. 3	8	1.8	1. 4
质量	1 3.7	47.1	30. 7	4.9	0.9	2. 7
价格	1 0.2	26.2	39. 1	18.7	2.7	3. 1
服务	7 .5	30.2	40. 9	13.. 1	2.3	0

9、顾客满意度调查结果综合统计表

满意度指标 (%)	满 意	较 满 意	一 般	不 太 满 意	不 满 意	没 注 意
企业形象	2 2.6	44. 9	27. 1	1.7	0.8	2. 9
购物环境	1 9.8	38. 5	34. 9	4.3	1.4	1. 1
购买便利性	1 4.6	35. 6	38. 3	7.9	2.2	1. 4
品种	1 4.9	34. 5	40. 6	6.8	1.6	1. 6
质量	2 0.3	44. 1	29	3.6	0.8	2. 2
价格	1 1.7	23. 7	36. 7	22.5	2.1	3. 3
服务	1 3.3	43. 8	38. 1	3	1.3	0. 5

10、长沙各大超市CS测评重要度测评结果

重 要度	商 品 质 品	商 品 价 格	品 种 多 样	购 买 便 利	商 品 服 务	企 业 形 象	购 物 环 境
---------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

	量		性	性			
不 重要	\	\	\	\	\	\	\
不 太重要	8 .33	8. 33	16 .67	\	\	\	\
一 般	8 .33	16 .67	16 .67	16. 67	8.3 3	8.3 3	16 .66
较 重要	2 5	25	25	33. 33	41. 67	50	41 .67
重 要	6 6.67	50	50	33. 33	50	41. 67	41 .67
各 指标得 分	4 .583 4	4. 1667	4. 1667	3.8 332	4.1 667	4.3 334	4. 2501
各 指标重 要性	0 .154 1	0. 1401	0. 1401	0.1 288	0.1 484	0.1 456	0. 1429

注：上表1-5列数字为在该项目中回答该重要度的顾客所占百分比。

#### 11、指标权重满意度测评结果

商 场名 称	企 业形象	购 物环境	购 买方便 性	品 种多样 性	商 品质量	商 品价格	商 品服务	满 意度
指 标重 要性	0. 1456	0. 1429	0. 1288	0. 1401	0. 1541	0. 1401	0. 1484	
家 乐福	77 .39	76 .8	70 .78	72 .42	76 .58	64 .78	74 .41	7 3.42
沃 尔玛	77 .86	71 .86	69 .87	71 .2	77 .27	62 .16	73 .66	7 2.14
家 润多	76 .06	73 .34	70 .23	68 .62	73 .29	64 .19	70 .84	7 1.01

总	77	74	70	70	75	63	72	
体满 意度	.07	.09	.36	.7	.68	.75	.92	

### 【测试任务】

请根据某高校市场营销专业师生提供的三座大中型超市顾客满意度社会调查调查数据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告。

要求：

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

## 二、资源库（模板）

### 【模板】

## 某某调研报告

一、引言

二、调查目的

三、调查方法

（一）调查设计

（二）资料收集的方法

（三）抽样方式

四、调查数据统计分析

（一）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

（二）\*\*\*方面数据分析

摆数据（图表形式展示），分析原因，得出小结论

五、结论与建议

（一）结论

1.

2.

（二）建议

1.

2.

### 三、评分库（评分表，实施条件）

#### 【评分表】

评价内容		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	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求1500字以上，每少50字扣1分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	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	30	对调查所获得的数据资料逐项进行分析，从摆数据（6分），分析现状（6分），得出小结论（2分），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（4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（6分）。数据采用适当的统计图来呈现说明（4分），图的类型不能少于2种（2分）。	
	结论及建议	20	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（6分）；并结合企业或客户实际情况提出你的看法和建议（6分），完成对调查前所提出的问题答复或是得出某种启示（8分，其中建议的针对性5分、可行性3分）。	
合计		100		



**【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
时 长	180分钟	

## 四、营销策划题库

### 4-1. 母亲节庆典活动方案设计

#### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

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

纳爱斯集团成立于1968年，前身是地方国营“丽水五七化工厂”，1993年底改制为股份公司，2001年12月组建集团。纳爱斯在改革开放中长足发展，自1994年以来，完成各项经济指标一直稳居全国行业榜首。2006年11月，全资收购英属中狮公司麾下100年润发、西亚斯等三大品牌，大举进入个人护理用品市场。纳爱斯集团总部位于中国“浙江绿谷”丽水市。在华南的湖南益阳、华北的河北正定、西南的四川新津和东北的吉林四平建有四大生产基地，与总部在全国形成“五足鼎立”之势，是目前世界上最大的洗涤用品生产基地。年产洗衣粉100万吨、液体洗涤剂30万吨、香肥皂28万吨、甘油2万吨、牙膏2.5亿支。洗衣粉占有中国市场40%以上的份额，肥皂占有超过67%的市场份额，液体洗涤剂产销量多年来稳居行业前茅。集团拥有纳爱斯、雕牌两大名牌四大系列四百多个品种产品。其中“纳爱斯”、“雕”牌为驰名商标，雕牌洗衣粉、雕牌液体洗涤剂同为中国名牌产品和国家免检产品。集团以实现“纳爱斯成为中国的跨国公司”为目标，市场网络遍及全国各地，设有40多个销售分

公司。多种产品已进入欧洲、非洲、东南亚、美国、新西兰、大洋洲等地区和国家。

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

### 【测试任务】

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

#### (2) 实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人	每个场地配备监考人员2名	必

员		备
---	--	---

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
业 素 养  ( 20 分 )	职业道 德	1 0	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	1 0	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）。		
品 ( 8 0 分 )	卷容格 式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方 案字数不少 于1500字， 每少50字扣 1分	
	文字表 达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体 内 容	封面 完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策 划时间）
		目录	3		排列有序（2分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动 背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场 分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状 和公关活动的迫切性（4分）
		公关 活动目标	5		有活动目标（2分），目标明确、具 体、具有针对性（3分）
公关	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注			

	活动主题		目（2分）	
	公关 活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关 活动时间 地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动 项目流程 设计	1 4	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介 宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度 安排、物 料准备	1 0	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用 预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果 评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方 面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

#### 4-2. 五芳斋端午节庆典活动方案设计

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

具有百年历史的浙江五芳斋实业股份有限公司是集团食品产业的龙头，著名的中华老字号企业，农业产业化国家重点龙头企业，

全国最大的粽子产销商，全国食品制造业纳税百强。嘉兴五芳斋粽子是获国家质检总局国家地理标志（原产地）注册的产品，“五芳斋”商标是国家商标局认定的中国驰名商标，五芳斋品牌无形资产价值丰富，产品质量上乘、品味卓越、文化内涵深厚。

“五芳斋”创始于1921年，是国家首批“中华老字号”。历经百年沧桑沉浮，凝聚几代人的心血努力，五芳斋走上了现代企业发展之路，现已经成为集食品、农业、房产、准金融和贸易业务为一体的企业集团，总部位于浙江省嘉兴市，并在上海成立了营销总部，在香港设有食品进出口公司，员工近6000人。2014年度五芳斋集团实现销售收入26亿元，实现利税2.5亿元。

五芳斋崇尚“和商”经营理念，以“打造中国米制品行业的领导品牌，打造中式快餐连锁的著名品牌”为战略目标，着力建设“从田间到餐桌”的食品产业链，横跨农业、食品制造、快餐连锁、电子商务等领域，形成以粽子为主导，集米制品、卤味制品、蛋制品等为一体的产品群。公司在黑龙江建立了优质稻米基地，在江西设立了纯天然箬叶基地，在嘉兴、成都、广东、武汉建有四大食品生产配送基地，市场营销网络遍布全国，并开设了320多家连锁门店、600多个早餐销售点，产品还销往港澳、美洲、澳洲等地。

2017年，五芳斋已经成为全国最大的粽子产销商，农业产业化国家重点龙头企业，全国食品制造业纳税百强、全国餐饮百强、全国早餐工程示范企业，“五芳斋”被认定为中国驰名商标，五芳斋粽子制作技艺也被列入国家级非物质文化遗产保护名录。目前五芳斋食品加工类目主要包含五芳斋真空粽，五芳斋新鲜粽，五芳斋礼品粽，五芳斋真空卤味，五芳斋保鲜卤味，五芳斋汤料以及五芳斋月饼等几大类产品，产品销售量呈逐年攀升之势。

### 【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司拟在20××

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

### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### （4）评价标准

评价内容		分	考核点	备注
业 素 养  20	职业道 德	1 0	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	1 0	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5	

分)			分)。	
品 (8 0 分) 体 内 容	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
	活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)	
	公关活动目标	5	有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)	
	公关活动主题	5	有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分)，公关对象选择符合企业市场要求(3分)	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性(6分，每个小项目2分)	
媒介	5	有媒介宣传(2分)，媒介选择合		



	宣传		理，宣传效果较为显著（3分）
	进度 安排、物 料准备	1 0	对活动全过程拟成时间表（5分）， 何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安 排（5分）
	费用 预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算 合理、可行（2分）
	效果 评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估 合理，符合企业要求（1分）
	创新方 面	5	方案有一定新意，见解独到
	小计	100	

#### 4-3. 金大福悦悦广场店开业庆典活动方案设计

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

金大福珠宝集团成立于1997年6月10日，是专业从事黄金、K金、铂金、钻石、翡翠及其它珠宝饰品的生产、加工、批发、零售及进出口业务的大型珠宝专业公司。以“专业”作为副名，以“专注”作为航标，以“专精”著称于业内，开创了设计珠宝生产、珠宝零售、珠宝培训、珠宝设计、珠宝网络营销、珠宝品牌店设计装修、珠宝会所等系统全面的珠宝公司集团。

金大福珠宝集团旗下品牌连锁店分布于深圳万象城、杭州杭州大厦、青岛海信广场、天津海信广场、苏州美罗商城、长春卓展购物、太原华宇等国内顶级购物中心，并进驻在茂业百货、王府井百货、万达百货、大洋百货、新世界百货、银泰百货、天虹商场等全国性连锁百货。金大福珠宝集团旗下拥有近800家品牌连锁店。集团

涵盖金大福、翡翠物语、美莎、玉兰工舍四大珠宝品牌、荷塘月色珠宝会所、爱那妮珠宝、子时商业空间设计公司、金行家管理咨询有限公司、美莎百货等子公司，实现多品牌战略联营的优势互补，合作共赢的运作模式。

公司为上海黄金交易所首批108个会员单位之一、中国宝玉石首饰行业协会副会长单位、中国黄金协会常务理事单位、中国质量检验协会会员单位、广东省黄金协会副会长单位、广东质量协会理事单位、深圳市黄金珠宝首饰行业协会常务理事单位、深圳市总商会议事单位、深圳市质量协会理事单位。公司为享受深圳市人民政府便利直通车服务大企业。2017年12月2日，金大福珠宝邀请著名影星韩雪小姐作为金大福品牌形象代言人。星沙梧悦广场位于特里西路，地理位置优越，于2018年11月25日开业，为吸引人流量，扩大金大福在周边的影响力，金大福抓住开业庆典这一机会，进行公关。

### 【测试任务】

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

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必

地		备
设	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人	每个场地配备监考人员2名	必 备

### (3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### (4) 评价标准

评价内容		分	考核点	备注
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）。	
品  (80分)	卷容格 式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方 案字数不少 于1500字， 每少50字扣 1分
	文字表 达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面 完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
体 内 容	活动 背景	5	有活动背景，背景阐述得当	

	市场 分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和 公关活动的迫切性（4分）	
	公关 活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具 体、具有针对性（3分）	
	公关 活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注 目（2分）	
	公关 活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对 象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关 活动时间 地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相 适应，时间选择得当（2分），地点选择 得当（3分）。	
	活动 项目流程 设计	4	活动项目设计与目标、对象、费用相 吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个 项目4分），流程安排较为细致、正确， 具有一定的可行性（6分，每个小项目2 分）	
	媒介 宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合 理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度 安排、物 料准备	1 0	对活动全过程拟成时间表（5分）， 何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安 排（5分）	
	费用 预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算 合理、可行（2分）	
	效果 评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估 合理，符合企业要求（1分）	
	创新方 面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

#### 4-4. 陶华碧老干妈元旦庆典活动方案设计

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

陶华碧老干妈牌油制辣椒是贵州地区汉族传统风味食品之一。几十年来，一直沿用传统工艺精心酿造，具有优雅细腻，香辣突出，回味悠长等特点。是居家必备，馈赠亲友之良品。

“老干妈”是公司创始人陶华碧女士白手起家创造的品牌，1984年，陶华碧女士凭借自己独特的炒制技术，推出了别具风味的佐餐调料，令广大顾客大饱口福，津津乐道。1996年，陶华碧董事长在贵阳龙洞堡创办工厂批量生产风味豆豉产品，通过20多年的发展，“老干妈”已经成为海内外华人中脍炙人口的辣椒调味品品牌。

老干妈是国内生产及销售最大的辣椒制品生产企业，在美国“老干妈”绝对算的上是“来自中国的进口奢侈品”，在长沙，陶华碧老干妈备受消费者的欢迎。今天，老干妈公司已拥有分布在贵州省内的三个生产厂区，总面积达750亩，员工近5000人。每一天，老干妈人都为超过200万以上的消费者提供多种美味、健康的产品。

##### 【测试任务】

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

##### (2) 实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

### (3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### (4) 评价标准

评价内容	分	考核点	备注
业 素 养  (20分)	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
品 (80分)	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）	

容			(排列至一、(一)两级即可)
	活动背景	5	有活动背景, 背景阐述得当
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
	公关活动目标	5	有活动目标(2分), 目标明确、具体、具有针对性(3分)
	公关活动主题	5	有主题(3分), 主题鲜明、引人注目(2分)
	公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分), 公关对象选择符合企业市场要求(3分)
	公关活动时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)。
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分, 要求设计2个以上项目, 每个项目4分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性(6分, 每个小项目2分)
	媒介宣传	5	有媒介宣传(2分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著(3分)
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表(5分), 何地需要哪些物料, 需要怎么布置进行安排(5分)
	费用预算	3	有预算与分配表(1分), 费用预算合理、可行(2分)
	效果评估	2	有效果评估(1分), 公关效果评估合理, 符合企业要求(1分)
	创新方	5	方案有一定新意, 见解独到

	面		
小计		100	

## 5. 农夫山泉高端矿泉水新闻发布会活动方案设计

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

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

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

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

#### 【测试任务】

为了在长沙推广农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水，公司准备于20××年×月×日年为农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水举办一次新闻发布会，预算控制在20万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为



农夫山泉玻璃瓶高端矿泉水新闻发布会活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### （4）评价标准

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

品 (8 0 分 ) 体 内 容	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分） （排列至一、（一）两级即可）	
	活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
	公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
	公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	4	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）		

	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

#### 4-6. 华为国庆庆典活动方案设计

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

北京时间2019年3月26日，华为终端在法国巴黎会议中心发布发布了全新华为P系列智能手机——华为P30&P30 pro。

P系列是华为终端产品中定位时尚精致的高端旗舰系列。华为P30&P30 pro延续了P系列的经典基因，还加入了顶尖技术，其中摄影功能迎来了更高的突破，外观ID设计进行了重大的革新，并辅以特殊工艺，视觉层面更注重艺术细节美。同时，在科技体验方面，华为P30&P30 pro也较上一代有重大突破，在继续发扬核心性能优势的基础上，聚焦系统流畅性、续航和摄影等消费者痛点进行了全方位的改进和优化。

##### 一、特色功能

1. 摄影：支持双景录像和暗光录像
2. 设计：先进工艺科技与美学与再次融合
3. 运行：畅快体验
4. 通信：领先通信

## 二、售价信息

华为P30系列将于4月1日开卖，其中，8GB RAM+64GB ROM内存组合版的售价3988元，8+128GB版售价为4288元，8+256GB版售价为4788元。华为P30 pro的8GB RAM+64GB ROM内存组合版的售价5488元，8+128GB版售价为5988元，8+256GB版售价为6788元。

## 三、外观颜色

在颜色上，华为P30一共推出了天空之境、亮黑色、极光色、赤茶橘、珠光贝母五大颜色。

### 【测试任务】

为了迅速打开市场，吸引更多消费者，公司拟于20××年×月×日年国庆节在长沙各大专卖店举办一次国庆节庆典活动，预算控制在30万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该华为P30 & P30 pro 20××年国庆节庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

### (2) 实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评价标准

评价内容		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)。		
品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体 内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
公关活动主题	5	有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)			

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

#### 4-7. 周生生公关活动方案设计

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

周生生集团国际有限公司以其简称「周生生」在中国内地、香港、澳门、台湾扬名为显赫的黄金珠宝企业。周生生起源于1934年

在中国广州开展的同名金行业务，家长创办人取名喻意「周而复始，生生不息」，既包含了他的姓氏，也表达了他对企业的祝福。周生生于1973年成为香港首家上市的黄金珠宝公司，时至今日，已成为在大中华地区以企业管治严谨、服务殷勤专业、和产品优质精良见称的珠宝企业；其愿景是成为顾客首选的高素质、高品味珠宝品牌。

2014年4月底，周生生在中国内地共有301家分店、遍布全国97个城市，在香港有54家分店，在台湾及澳门分别有21家及5家分店，各地员工总数超过7,000人。周生生2013年总营业额超过251亿港元。周生生特备专业团队在网上多个交易平台进行零售，包括其专属网店、各大网上零售平台如：天猫、京东商城、唯品会等，以及各大银行的信用卡网站。周生生又设有另一专队，为企业客户提供全套企业礼品度身订造服务。为保障产品素质，周生生在香港及内地均设有化验所，配备最先进的仪器，确保所有珠宝及贵金属产品都经过严密的检测；其黄、铂金成色检定，更获得香港实验所认可计划(HOKLAS)之认证，可向外界提供收费服务。

周生生重视创造和革新，2015周生生创新推出Omni Channel「全渠道顾客体验」，其中'Magic Mirror on the wall'更荣获Marketing Magazine - MARKies Awards 2015之'BEST IDEA - RETAIL'金奖。2016周生生香港官方网上珠宝店荣获亚洲零售博览会颁发「2016 十大电子商务网站大奖」。2018首间主打轻奢日常配饰的全新概念店已于广东省深圳市九方购物中心正式开幕。周生生集团创办人之一兼非执行董事周君廉投身各项公职服务，特别是在慈善及教育方面，除获委任为太平绅士外，也获得过香港特别行政区政府颁发的铜紫荆星章。

### 【测试任务】

为了使集团品牌形象牢固树立在目标受众心目中，从而带动集团旗下的产业更进一步的发展。周生生集团决定在20××年9月教师

节来临之际，联合烛光工程，赞助其在我国贫困山区开展“烛光情、颂师恩”征文竞赛，预算控制在30万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业20××年9月赞助活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

### （2）实施条件

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

### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### （4）评价标准

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



20分)			符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
品 (80分)	体 内 容	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
		文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
		公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
		公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
		公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
活动项目流程设计	4	1 活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）			

	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

#### 4-8. 老凤祥赞助活动方案设计

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

老凤祥是中国首饰业的世纪品牌，上市公司，中国500强企业，是百年民族品牌。上海老凤祥有限公司正是由创始于1848年的老凤祥银楼发展沿革而来，其商标“老凤祥”的创意，也源于老凤祥银楼的字号。是跨越了中国三个世纪的经典珠宝品牌。

经过160多年的春秋，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179家直营店、

3300多家连锁加盟店、海外银楼19家的大型首饰企业集团。2016年8月，老凤祥在“2016中国企业500强”中排名第365位。

近些年来，老凤祥公司努力推进资源整合、体制改革，积极以品牌优势资源为出发点，按“做优为基础、做强为根本、做大为目标”的品牌战略发展方针，努力推进市场营销网络开拓，主动以市场消费变化调整产品结构，不断扩大品牌的宣传力度，举行丰富多彩的推广活动，使“老凤祥”品牌在上海地区家喻户晓，在华东地区享誉市场，在全国首饰业中名列前茅，并实现了企业经营业绩的快速发展。2018年老凤祥营业收入和净利润分别同比增长9.98%和6.02%。并且，老凤祥再次荣列“2018最具价值中国品牌100强”，品牌价值同比上升14%，蝉联珠宝首饰业第一。

### 【测试任务】

为了进一步提高企业知名度，树立企业良好形象，老凤祥公司准备进行一次赞助活动，经费控制在30万以内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业进行一个赞助活动策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必

地		备
设	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

### (3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### (4) 评价标准

评价内容		分	考核点	备注
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)。	
品  (80分)	卷容格 式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方 案字数不少 于1500字， 每少50字扣 1分
	文字表 达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面 完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分) (排列至一、(一)两级即可)	
体 内 容	活动 背景	5	有活动背景，背景阐述得当	

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

## 4-9. DarryRing开业庆典公关活动方案设计

### (1) 任务描述

#### 【背景资料】

DR钻戒（Darry Ring）是深圳市戴瑞珠宝有限公司旗下的钻戒品牌，一个专注求婚钻戒以及传播浪漫真爱文化的珠宝品牌，以“一生仅一枚”的独特定制诠释“一生·唯一·真爱”的动人理念，为每位恋人提供至臻完美的钻石戒指。而今，“DR”已成为了珠宝行业中极具浪漫的求婚钻戒标志。DarryRing规定每位男士一生仅可购买一枚，每位来此定制DarryRing的男士，均需提交身份证ID，与所购买戒指的唯一DR编码一一对应，确保一生仅能定制一枚真爱戒指，赠予此生唯一挚爱之人。只要输入身份证号即可查询购钻信息，如果已经购买过DarryRing，则查询结果会显示出相应的购买信息与赠送信息，显示出购买者为爱人制作的专属页面，作为勇敢表达一生唯一真爱的证明，接受亲朋好友的见证与祝福。

DarryRing的工匠都具有技艺精湛的手艺，以独具匠心的设计，用最精确的手艺将每一枚DarryRing都变成了富有灵魂与生命力的载体。DR长沙店位于繁华热闹的坡子街悦方ID MALL，于生活气息浓郁的湘味风情街道，还原最珍贵的浪漫。纯净白与高贵的褐色点缀，于典雅中增加了几分庄严肃穆，能让你下一秒就从喧嚣的霓虹中进入纯净的DR世界。店内所有家居均是独家定制，为DR族打造一次幸福浪漫的体验，一瓷一木，一灯一椅均是精心甄选，尽显极致追求。舒适的洽谈区可供客户休憩，清新的色调，柔软的座椅，为每位客户提供极致周到的服务。

#### 【测试任务】

该店将于20××年×月×日开业，请你做一次DR开业庆典公关活动策划，经费控制在50万元之内。（A市可以更换为你所熟悉的城市）。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该店开业庆典公关

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

### （2）实施条件

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

### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### （4）评价标准

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

品 (8 0 分 )  体 内 容	式			案字数不少 于1500字， 每少50字扣 1分
	文字表 达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面 完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划 时间）	
	目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分） （排列至一、（一）两级即可）	
	活动 背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
	市场 分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和 公关活动的迫切性（4分）	
	公关 活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具 体、具有针对性（3分）	
	公关 活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注 目（2分）	
	公关 活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对 象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关 活动时间 地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相 适应，时间选择得当（2分），地点选择 得当（3分）。	
	活动 项目流程 设计	1 4	活动项目设计与目标、对象、费用相 吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个 项目4分），流程安排较为细致、正确， 具有一定的可行性（6分，每个小项目2 分）	
	媒介 宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合 理，宣传效果较为显著（3分）	
进度 安排、物	1 0	对活动全过程拟成时间表（5分）， 何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安		



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

#### 4-10. 某楼盘开盘庆典公关活动方案设计

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

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

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

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

小区内拥有330亩的原生态中央山体公园，项目东边是A市独有的体育公园。体育会所、游泳池、网球场、篮球场等运动配套，项目西北角是从幼儿园到初中一站式精英教育一××学校，其30个班幼儿园、30个班小学、30个班初中的规模，也堪称全城最大，是真正的学区房。西南角规划有4万平方米的星级生态酒店，作为A市少有的星级酒店之一，无论是居家生活还是商务谈判多可以满足业主

的需要，使居家生活更加便捷，购物无须长途跋涉，会友就在家门口，大大提高业主的生活效率。该楼盘将于20××年×月×日开盘。

### 【测试任务】

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

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

#### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

#### （4）评价标准

评价内容	分 数	考核点	备注
职业道 德	1 0	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	严重违 反考场纪

素养 20分)			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）。		
品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体内容	封面完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3		排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）
		公关活动目标	5		有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）
		公关活动主题	5		有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）
		公关活动对象	5		有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）
		公关活动地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。
活动项目流程	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个			

	设计		项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到
小计		100	

#### 4-11. 七度“七夕情人节”庆典活动方案设计

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

七度公司始创于2002年9月，是中国最具影响力的银饰公司之一。每年，在中国各地，七度公司的首饰、饰品与全国二十多个省市和地区的高端女性发生着千万次亲密接触。目前饰品种类涵盖银饰类：耳饰、项链、吊坠、链坠、胸针、手链、手镯、戒指、腰链、脚链、皮带头（配件）、袖扣及身体穿刺饰品等。

七度始终以创新为核心驱动力，以市场变革和客户需求为导向，坚持“产品是生命、品牌是目标、营销是手段、管理是基础、人才

是关键、机制是保障”的经营方针，形成独树一帜的差异化优势，拥有行业领先的品牌影响力，并取得斐然成果。七度旗下拥有七度珠宝、七度银饰、七度传奇三大品牌。七度凭借先进的品牌发展理念，深厚的品牌形象积淀、卓越的产品品质，优质周到的客户服务，在国内招商加盟激烈的竞争背景下取得了骄人的成绩，加盟店已突破2400家，遍布全国三十三个省市自治区。

七度公司针对情侣及夫妻推出了多个产品系列：心爱II、情悦、宠爱一生、一生相伴、余生有你等。

### 【测试任务】

请为七度公司策划一次“七夕情人节”大型活动，活动经费50万左右。请按照公关活动方案设计的方法和要求为七度公司20××年“七夕情人节”庆典活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人	每个场地配备监考人员2名	必

员		备
---	--	---

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评价标准

评价内容		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)。		
品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
公关	5	有主题(3分)，主题鲜明、引人注			

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

#### 4-12. 奔驰公司危机公关活动方案设计

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

某年12月19日，武汉森林野生动物园花89万元在北京宾士汽车销售中心购买了一台德国原装进口的SLK230型奔驰车。次年3月初，

发现该车出现方向机漏油、汽车动力不足和汽车电脑程序紊乱等问题。经过奔驰公司5次修理，问题依旧没有得到解决。12月26日上午，他们用两把大铁锤砸毁了这辆奔驰车。发生这一事件后，奔驰公司的反应是：“我们对有关人士在这件事上所采取的极端的、没有必要的行为深表遗憾。”非但没有表现出处理这一事件的诚意，而且还推卸责任般的指出：问题的原因已被查明是由于客户使用非指定的燃油所致。一时间“砸奔事件”在全国引起了轩然大波。从北京，武汉，山西……纷纷传来了针对奔驰汽车的投诉，接下来奔驰公司便疲于应付来自各地的质量投诉，和铺天盖地的媒体压力。

### 【测试任务】

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

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备



(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评价标准

评价内容		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)。		
品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体 内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
公关活动主题	5	有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)			

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

#### 4-13. She's（茜子）周年庆典公关活动方案设计

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

She's源于欧洲，于2000年从欧洲来到中国，在深圳开设第一家专卖店，融欧美流行时尚与中国传统文化完美结合，全力打造国际、高雅、时尚的she's形象。截取国际流行元素，综合自身设计优

势，She's推出发饰、链饰、围巾、胸针、太阳眼镜及其它系列饰品，以适合25-35岁时尚女性的需求。迄今为止，She's已拥有300多个连锁经营网点的规模，进驻了包括北京、上海等大城市的高端商场，进而向国际化市场进军，目前，She's已成功打入美国、日本、德国、格鲁吉亚、越南等市场。

坚持“FREE STYLE JUST FOR YOU”的理念，以自然美学为基础，沉淀时尚优雅风格，为都市女性提供多元的时尚蓝本，温婉含蓄，感性审美，作为国内一线配饰品牌，She's以发饰为主，涵盖了眼镜、围巾、帽子、精品等主要品类，独特的色彩搭配，精致的原料选配和多样的款型，追求极致卓越的设计团队，充分表达出she's配饰的时尚与浪漫，创造出赋予品位格调而又贴近生活的配饰语言。

恪守产品个性化，策略差异化，She's不断提升品牌战略，专注产品开发开发设计和媒体推广，以提升品牌知名度、美誉度、忠诚度，全力打造“创新的茜子，服务的茜子，国际的茜子”品牌，随心悦己的风格，成就She's优雅而内敛的品牌调性，为都市女性时尚搭配提供全方位的解决方案，缔造快乐生活源泉，展示女性的高贵与优雅。

### 【测试任务】

为了答谢新老顾客对公司一贯的支持和信任，公司拟在长沙市各大专卖店举办一次××周年庆典活动，预算控制在50万元之内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为该企业××周年庆典进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

### (3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### (4) 评价标准

评价内容		分 数	考核点	备注
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）。	
品 (80分)	卷容格 式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方 案字数不少 于1500字， 每少50字扣 1分
	文字表 达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面 完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）	

容			(排列至一、(一)两级即可)
	活动背景	5	有活动背景,背景阐述得当
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
	公关活动目标	5	有活动目标(2分),目标明确、具体、具有针对性(3分)
	公关活动主题	5	有主题(3分),主题鲜明、引人注目(2分)
	公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分),公关对象选择符合企业市场要求(3分)
	公关活动时间地点	5	选择恰当,与活动对象、活动主题相适应,时间选择得当(2分),地点选择得当(3分)。
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分,要求设计2个以上项目,每个项目4分),流程安排较为细致、正确,具有一定的可行性(6分,每个小项目2分)
	媒介宣传	5	有媒介宣传(2分),媒介选择合理,宣传效果较为显著(3分)
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表(5分),何地需要哪些物料,需要怎么布置进行安排(5分)
	费用预算	3	有预算与分配表(1分),费用预算合理、可行(2分)
	效果评估	2	有效果评估(1分),公关效果评估合理,符合企业要求(1分)
	创新方	5	方案有一定新意,见解独到

	面		
小计		100	

#### 4-14. 小米高校大学生篮球竞赛活动赞助活动方案设计

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

小米公司正式成立于2010年4月，是一家专注于高端智能手机、互联网电视以及智能家居生态链建设的创新型科技企业。

小米公司由雷军创办，共计七名创始人，分别为创始人、董事长兼CEO雷军，联合创始人总裁林斌，联合创始及副总裁黎万强、周光平、黄江吉、刘德、洪锋。2010年底推出手机实名社区米聊，在推出半年内注册用户突破300万。此外，小米公司还推出手机操作系统MIUI，今年6月底MIUI社区活跃用户达30万。2011年8月16日，小米公司通过媒体沟通会正式发布小米手机。米聊、MIUI、小米手机是小米科技的三大核心产品。

小米的LOGO是一个“MI”形，是Mobile Internet的缩写，代表小米是一家移动互联网公司。另外，小米的LOGO倒过来是一个心字，少一个点，意味着小米要让我们的用户省一点心。

2015年，小米全年出货量超过7000万。数据显示：小米手机销售量在2015年为中国第一名。销售数量市场占比均在15%左右，二排名第二的华为手机在三个机构的统计数据中均比小米手机落后1个百分点左右。

2016年7月27日，小米笔记本正式亮相，这款产品叫做小米笔记本Air。2016年9月27日的小米2016秋季新品发布会上，小米5s和小米5s Plus以及小米电视3s 55英寸和65英寸发布。2016年10月25日，小米正式推出了小米Note2系列和小米mix。

##### 【测试任务】

为了进一步提高企业知名度，树立更好的企业良好形象，小米公司准备进行一次赞助活动，专门针对高校大学生篮球活动，经费控制在10万以内。请按照公关活动方案设计的方法和要求为企业进行一个赞助活动策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的公关活动方案（字数要求1500字以上）。其具体内容包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

### （2）实施条件

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

### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### （4）评价标准

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

20分)			符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
品 (80分)	体 内 容	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
		文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）	
		公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
		公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
		公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
活动项目流程设计	4	1 活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）			



	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

#### 4-15. 设计T牌西式系列产品湖南市场推广策划文案

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

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

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

利用该设备，T集团开发了西式火腿快乐餐厅系列产品，该系列主要有：1、T牌精致小肚、2、T牌里脊熏火腿、3、T牌维也纳熏火腿、4、T牌麻辣香肠、5、T牌日仕烤肠、6、T牌澳式熏肠、7、T牌

哈尔滨大红肠、8、T牌一号火腿、9、T牌红玫瑰肠、10、T牌老拐头、11、T牌麦西尼火腿、12、加大拿风味火腿、13、T牌纯肉方腿、14、香辣通脊、15、黑椒牛肉、16、西式香肠等各类包装、分量、口感的系列产品。

该产品系列产品定位：

1、产品特点：西式工艺，中式风味、高档肉品，开袋即食（亦可加热）。

2、包装形式：自然块（抽真空）或散装（不带真空袋），称重销售。

3、产品卖点：好吃不难做，直接上餐桌，省去做菜的烦恼，享受餐厅美味的快乐。

4、产品质量和价格都稍高于同类产品。

### 【测试任务】

T集团T牌西式系列产品准备在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。

### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分标准

评价内容		分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体内容	封面完整	5		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)
		市场分析	8		市场分析包括影响企业的营销环境分析(3分)、消费者需求分析(3分)、竞争产品分析(2分)，市场分析比较透彻、基本到位
新产品分析	2	对新产品特点描述详细(1分)，新产品核心利益点(1分)，分析较为准确；			

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

#### 4-16. 设计0K100童装湖南市场推广策划文案

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

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

广州K服装有限公司是一家集设计、生产、销售为一体的综合型

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

OK100童装品牌定位主要为：

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

10. 设计风格：顺应国际童装标准潮流，创造优质时尚、个性的黑白风格产品

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

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

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

14. 发展方向：创建儿童时尚生活馆，打造儿童迷你王国！

15. 发展目标：创一流企业，造百年品牌，打造中国童装帝国店铺品牌。

16. 产品结构：

主导风格：时尚与优雅40%；

辅助风格：浪漫与经典30%；休闲与运动30%。

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

面料的选择注重环保与质感，热衷于运用棉、真丝、羊绒等天然环保材料，擅长对莱卡、乌干纱、晴纶等富有质感的新型科技面料的巧妙运用、服装美感精雕细琢，服装生产程序尽善尽美，OK100童装为每一位自信、活泼的儿童提供梦寐以求的时尚服装！

### 【测试任务】

广州K服装有限公司OK100童装欲在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。

#### (2) 实施条件

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

#### (3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

#### (4) 评分标准

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

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



			排。)活动具有较强的可操作性(1分)	
	经 费 预 算	5	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(1分)	
	效 果 评 估	2	有效果评估(1分),效果评估合理,符合企业要求(1分)	
	创 新 方 面	5	方案有一定新意,见解独到	
	小 计	100		

#### 4-17. 设计MIH牌电饭煲湖南市场推广策划文案

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

M集团是一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团,1968年,M集团开始创业,1980年,正式进入家电业,1981年注册M品牌,发展到现在,拥有中国最完整的小家电产品群和厨房家电产品群;在全球设有60多个海外分支机构,产品远销200多个国家和地区。M集团新近推出的MIH牌电饭煲MB-FJ3086产品荣获2015年中国家电博览会艾普兰奖。“艾普兰奖”旨在对家电行业中具有引领作用、并积极在产品技术创新方面贡献突出的产品进行表彰,由于其涵盖面广、专业性强,已被誉为中国家电产业的风向标,成为国内最具影响力的家电产品评选活动。

MIH牌电饭煲MB-FJ3086首次采用钢化玻璃材质的操作面板颇具创新性。这款新品电饭煲以其出色的外观设计和实用的功能得到艾普兰评委们的认可,获得本次艾普兰大奖。

MIH牌电饭煲MB-FJ3086是M集团推出的一款IH电饭煲,也是今年的新款电饭煲。这款电饭煲在行业内首次采用了钢化玻璃材质的操作面板,相对于传统的IML面板,钢化玻璃材质具备强度更高、更耐

刮、更耐高温、外观更奢华等特点，这款产品的上市也势必会引领电饭煲使用材质的新风潮。MIH牌电饭煲MB-FJ3086采用的高温蒸汽补炊技术能够在烹饪过程中对米饭进行水分蒸汽补充，使得米饭达到完美的吸水状态，从而充分沸腾、煮出的米饭更加香甜、更有营养。为了贯彻绿色环保的概念，MIH牌电饭煲MB-FJ3086外观采用环保PP材料，而IH电磁加热技术则比传统电阻加热更省电、效率更高，从而大大减少了能耗。该产品还采用名匠钛金厚釜内胆，能够让米饭在最短时间内充分沸腾，不仅正处最香甜可口的米饭、还非常节能。

### 【测试任务】

M集团MIH牌电饭煲MB-FJ3086欲在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

#### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

#### （4）评分标准

评价内容	西	考核点	备
------	---	-----	---

		分		注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体内容	封面完整	5		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）
		市场分析	8		市场分析包括影响企业的营销环境分析（3分）、消费者需求分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位
		新产品分析	2		对新产品特点描述详细（1分），新产品核心利益点（1分），分析较为准确；
新品SWOT	8	新产品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确			
产	6	产品目标消费群确定合理（2）、产品市			

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

#### 4-18. 设计J牌活性维生素水湖南市场推广策划文案

##### （1）任务描述

##### 【背景资料】

W集团新开发了一款J牌活性维生素水新产品，该新产品具有两大特色，一是富含了活性维生素B3、B6、B12等，特别是添加了巴西的“瓜拉那”。按照科学家介绍，“瓜拉那”是世界上营养最高的植物果实，它含有了氨基酸、矿物质、碳水化合物等等，所以几百年来印第安人一直使用它，把它视为健康、美丽、活力的源泉。中国科学家研究后也认为它有醒脑提神、补充体力的能力，因此它自然而然也就赢得了消费者的青睐。该活性维生素水还有一个特点，

它是一个随时能喝的维生素饮品，它彻底改变了传统的维生素的特定服用规则，它给消费者带来了健康、方便，完全改变了消费者补充维生素的方式和观念。

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

激发潜能，超越自我！——J牌！专业配方，科学配伍，富含多种维生素、氨基酸、矿物质、碳水化合物，更方便、更健康，随时随地补充能量！激活你的每个细胞，表现当然出人意料！

维生素小常识：

维生素是人体营养、生长必需的营养元素。

√维生素B3（烟酰胺）：维持健康的神经系统和正常的脑机能。

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

√维生素B12：促进生长、保持神经组织健康及正常形成血液所必需。

√维生素C：促进铁和钙更好的利用、提高机体免疫功能、抗氧化。

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

### 【测试任务】

W集团J牌活性维生素水计划在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

### (3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

### (4) 评分标准

评价内容	分	考核点	备 注
业 素 养  (20分)	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严 重 违 反 考 场 纪 律 、 造 成 恶 劣 影 响 的 本 项 目 记 0 分。
	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
品 （80分）	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
	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	5	要素完整（策划名称、策划者、策划时间） 封面完整	

内容	摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	少50字扣1分。
	目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
	市场分析	8	市场分析包括影响企业的营销环境分析（3分）、消费者需求分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位	
	新产品分析	2	对新产品特点描述详细（1分），新产品核心利益点（1分），分析较为准确；	
	新产品SWOT	8	新产品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	产品定位	6	产品目标消费群确定合理（2）、产品市场定位基本符合市场实际情况（2）、定位具有竞争力（2）	
	推广目标	4	有营销目标（2分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计（5分），公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（4*3=12分），媒介选择（2分）（要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）活动具有较强的可操作性（1分）	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
创新方	5	方案有一定新意，见解独到		

	面			
	小计	100		

#### 4-19. 设计老银匠湖南市场推广策划文案

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

老银匠银饰品牌创立于1998年，是国内以自主设计为核心的个性纯银饰品加工企业。自创立伊始，品牌始终坚持依托于中国传统文化和传统工艺，在吸收和传承老祖宗的文化和技艺精华基础上，将传统文化元素与当下流行时尚元素完美融合，将怀古的浪漫情怀与现代人对审美需求的完美结合，设计出既端庄典雅又时尚现代的银饰品，以富有底蕴、善于创新和值得信赖的银饰专家享誉业界，并受到消费者的广泛钟爱。

老银匠以“传播银饰文化，缔造美丽人生”为使命，以“银”为媒介，传承与发扬中国传统文化，以“匠人”自许，致力于打造适合不同人群需求的个性化饰品。老银匠将品牌定位为“以中国传统文化为基础，融入现代时尚设计元素”的新古典风格，消费群体主要为18-35岁的现代女性，家庭收入中等以上，面向国内一线城市中高端商场的高端消费群体，价格定位在200-3000元之间，面向省会及地级市的白领消费群体，商品价格定位在60-1500元之间。

##### 【测试任务】

老银匠推出的夏日新款玛瑙手链“喜逐颜开”欲在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。



## (2) 实施条件

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

## (3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

## (4) 评分标准

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

内容	摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	少50字扣1分。
	目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
	市场分析	8	市场分析包括影响企业的营销环境分析（3分）、消费者需求分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位	
	新产品分析	2	对新产品特点描述详细（1分），新产品核心利益点（1分），分析较为准确；	
	新产品SWOT	8	新产品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	产品定位	6	产品目标消费群确定合理（2）、产品市场定位基本符合市场实际情况（2）、定位具有竞争力（2）	
	推广目标	4	有营销目标（2分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计（5分），公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（4*3=12分），媒介选择（2分）（要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）活动具有较强的可操作性（1分）	
	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	

	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

#### 4-20. 设计石头记珠宝有限公司湖南市场推广策划文案

##### (1) 任务描述

##### 【背景资料】

1970年由三位来自台湾彰化乡下浊水溪畔的农家少年成立，1997年本公司注册成立“石头记”服务商标，宣告了中国宝玉石界第一个商业化品牌的诞生。石头记珠宝有限公司以“石头记”品牌为中心，全方位的结合中、港、台三地的宝玉石业者，推动水平分工，垂直整合的连锁经营，开展出一片卫星环绕，光芒四射的工业体系，借着品牌的载体，将这种最有东方特色的产品推广到全世界每一个角落，让人类在回归自然的省思中与玉有约，与石结缘，在返朴归真的期待中实现人与自然的美妙会合。

石头记技术先进，管理卓越，CIS定位完善，下设石头记企业文化传播中心、产品研究发展中心、质量技术检测中心、职工教育培训中心，2001年本公司“石头记”商标荣获中国宝协评为中国珠宝首饰业驰名品牌，2002年，2004年分别通过ISO9001，ISO14001国际管理认证，2006年获颁广州市著名商标，2007年荣获广东省著名商标以及中国驰名商标，各项指标在国内外均有出色的表现，深受消费大众的欢迎。产品定位为真石为本，真石真情，高贵不贵，价廉物美，多年来主力产品同心玉佩、圆梦、平安玉佩、水晶故事，做工精美，风靡全国，在宝玉石市场拥有领头羊地位。

现代的雕刻大师及技术卓越的工匠，但由于作品的价格太高，非一般人所能负担，机器加工的产品虽然价廉，但工艺较粗糙，产

品的质量往往不被消费者接受。石头记珠宝有限公司有鉴于此，经过多年的努力终于研发出“3D透雕工艺”。这项技术跨界整合了高级珠宝设计、3D/三维/立体软硬件技术、电脑雕刻、手工精密模具等，将各领域的技术巧妙地融合运用，堪称“雕刻界的工艺革命”，已经引领时代风潮。石头记3D透雕工艺采用现代的雕刻理念及流行元素，创作的产品巧夺天工、精美绝伦，具有极高的艺术价值，并且维持品牌一贯的企业家精神，产品高贵不贵、物美价廉，实现人与自然美妙会合，为玉石爱好者圆梦怀石拥玉，双双做出巨大的贡献。

### 【测试任务】

石头记3D透雕产品系列欲在湖南上市，请根据新品推广营销策划流程为其制定一份新产品上市推广营销策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1500字以上）。

#### （2）实施条件

项 目	基本实施条件	备 注
场 地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必 备
设 备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必 备
人 员	每个场地配备监考人员2名	必 备

#### （3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

#### （4）评分标准

评价内容		分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	体内容	封面完整	5		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）
		市场分析	8		市场分析包括影响企业的营销环境分析（3分）、消费者需求分析（3分）、竞争产品分析（2分），市场分析比较透彻、基本到位
新产品分析		2	对新产品特点描述详细（1分），新产品核心利益点（1分），分析较为准确；		
新产品SWOT	8	新产品优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确			

	产 品 定 位	6	产品目标消费群确定合理（2）、产品市场定位基本符合市场实际情况（2）、定位具有竞争力（2）	
	推 广 目 标	4	有营销目标（2分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	推 广 策 略	20	推广策略包含广告宣传设计（5分），公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排（4*3=12分），媒介选择（2分）（要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）活动具有较强的可操作性（1分）	
	经 费 预 算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效 果 评 估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创 新 方 面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小 计	100		

