



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： 630701

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、市场调研模块	2
1. 试题编号：1-1：制定视力状况调研方案.....	2
2. 试题编号：1-2：制定大学生兼职情况调研方案.....	5
3. 试题编号：1-3：制定超市满意度调研方案.....	7
4. 试题编号：1-4：制定餐饮企业品牌知名度调研方案.....	10
5. 试题编号：1-5：制定家电满意度调研方案.....	12
6. 试题编号：1-6：制定市场价格需求情况调研方案.....	14
7. 试题编号：1-7：制定洗衣液市场需求调研方案.....	17
8. 试题编号：1-8：制定手机市场需求调研方案.....	20
9. 试题编号：1-9：制定风味食品市场需求调研方案.....	23
10. 试题编号：1-10：设计家庭装修需求调研方案.....	26
11. 试题编号：1-11：设计企业品牌形象调研问卷.....	29
12. 试题编号：1-12：设计大学生电脑需求情况调研问卷.....	32
13. 试题编号：1-13：设计市场需求情况调研问卷.....	34
14. 试题编号：1-14：设计大学生旅游市场需求调研问卷.....	36
15. 试题编号：1-15：设计糕点需求调研问卷.....	38
16. 试题编号：1-16：设计大学生恋爱观情况调研问卷.....	40
17. 试题编号：1-17：设计后勤服务满意度调研问卷.....	42
18. 试题编号：1-18：设计大学生网购情况调研问卷.....	44
19. 试题编号：1-19：设计大学生消费能力与偏好调研问卷.....	46
20. 试题编号：1-20：设计大学生熬夜情况调研问卷.....	48
二、产品推销模块	50
2. 试题编号：2-2：少儿医疗保险产品推销.....	53
3. 试题编号：2-3：云南白药牙膏推销.....	56
4. 试题编号：2-4：双汇火腿肠推销.....	59
5. 试题编号：2-5：蓝月亮洗衣液推销.....	63
6. 试题编号：2-6：立白洗洁精推销.....	66
7. 试题编号：2-7：心相印纸巾推销.....	69

8. 试题编号：2-8：旺旺食品推销.....	72
9. 试题编号：2-9：百雀羚护手霜推销.....	75
10. 试题编号：2-10：白象方便面推销.....	78
11. 试题编号：2-11：德芙巧克力推销.....	81
12. 试题编号：2-12：卡士酸奶推销.....	84
13. 试题编号：2-13：华为手机推销.....	87
14. 试题编号：2-14：白沙溪黑茶推销.....	90
15. 试题编号：2-15：浪莎丝袜推销.....	93
16. 试题编号：2-16：盐津铺子休闲食品推销.....	96
17. 试题编号：2-17：理发卡推销.....	99
18. 试题编号：2-18：健身卡推销.....	102
19. 试题编号：2-19：蒙牛牛奶推销.....	105
20. 试题编号：2-20：阳光玫瑰葡萄推销.....	108

三、营销策划模块..... 111

1. 试题编号：3-1：雕牌母亲节庆典活动策划方案设计.....	111
2. 试题编号：3-2：五芳斋端午节庆典活动策划方案设计.....	114
3. 试题编号：3-3：金大福吾悦广场店开业庆典活动策划方案设计.....	117
4. 试题编号：3-4：陶华碧老干妈元旦庆典活动策划方案设计.....	120
5. 试题编号：3-5：三八节百丽女鞋促销活动方案策划.....	122
6. 试题编号：3-6：滋源洗发水国庆节促销活动方案策划.....	125
7. 试题编号：3-7：周生生公关活动策划方案设计.....	129
8. 试题编号：3-8：老凤祥赞助活动策划方案设计.....	132
9. 试题编号：3-9：康因姆足浴器五一促销活动方案策划.....	135
10. 试题编号：3-10：某楼盘开盘庆典公关活动策划方案设计.....	139
11. 试题编号：3-11：七度“七夕情人节”庆典活动策划方案设计.....	141
12. 试题编号：3-12：大药房元旦节促销活动方案策划.....	144
13. 试题编号：3-13：She's（茜子）周年庆典公关活动策划方案设计.....	147
14. 试题编号：3-14：小米高校大学生篮球竞赛活动赞助活动策划方案设计.....	150
15. 试题编号：3-15：日威电器父亲节促销活动方案策划.....	153
16. 试题编号：3-16：SKG颈椎按摩器元旦节促销活动方案策划.....	157

17. 试题编号：3-17：格力空调国庆节促销活动方案策划.....	160
18. 试题编号：3-18：化妆品“三八节”促销活动方案策划.....	163
19. 试题编号：3-19：NOCOL劳克卫浴“五一”促销活动方案策划.....	165
20. 试题编号：3-20.尚艺“五一”促销活动方案策划.....	167

四、线上推广模块..... 169

1. 试题编号：4-1：设计娃哈哈晶钻水双十一线上推广活动策划.....	169
2. 试题编号：4-2：设计汇源100%果汁NFC西梅汁新品线上推广活动策划.....	173
3. 试题编号：4-3：设计苏宁易购国庆线上推广活动策划.....	176
4. 试题编号：4-4：设计麻辣王子面筋湖南市场春季线上推广活动策划.....	179
5. 试题编号：4-5：设计美心月饼中秋节线上推广活动策划.....	182
6. 试题编号：4-6：设计“习牌特曲”湖南市场线上推广活动策划.....	185
7. 试题编号：4-7：设计康师傅元旦线上推广活动策划.....	188
8. 试题编号：4-8：设计全棉时代“双十一”线上推广活动策划.....	192
9. 试题编号：4-9，设计唯品会春节线上推广活动策划.....	196
10. 试题编号：4-10：设计8天在线周年庆线上推广活动策划.....	199

五：直播营销模块..... 202

1. 试题编号5-1：火烈鸟马卡龙纤长卷翘浓密睫毛膏.....	202
2. 试题编号5-2, 觅橘光腿神器秋冬裸感超自然打底裤袜.....	205
3. 试题编号5-3：雷士照明遥控款卧室小夜灯.....	208
4. 试题编号5-4：轻萌居家棉拖鞋.....	211
5. 试题编号5-5：维达手帕纸12包*4条.....	214
6. 试题编号5-6：利研优品床上小书桌.....	217
7. 试题编号5-7：晨光考试系列中性笔套装.....	220
8. 试题编号5-8：得力deli文具修正带.....	223
9. 试题编号5-9：活采学生用充电防爆暖水袋2022新款.....	226
10. 试题编号5-10：天堂加大号可折叠晴雨两用伞.....	229

市场营销专业技能考核内容设计思路是以专业人才培养方案为依据，以企业的市场调研、推销、策划、客户服务等典型职业岗位任职要求为参考，并综合考虑市场营销技术的发展以及学生专业拓展岗位能力的培养目标，对接1+X证书考核和全国高职市场营销技能大赛的要求，以“岗课赛证”融通为原则来设计技能抽考项目和任务。考核内容包括：设计了市场调查、产品推销、营销策划、全渠道推广、直播营销等5个模块，制定调研方案、设计调研问卷、产品推销、设计公关活动方案、制定促销活动策划方案、设计产品线上推广方案、设计产品直播方案等7个项目，其中产品推销为机试+现场操作考核方式，其余均为机试考核方式。其考核内容构成如表1所示。

表 1：市场营销技能考核体系

序号	模块	项目	任务
1	市场调研	制定调研方案	设计调研方案
			撰写调研方案文本
		设计调研问卷	设计调研问卷
			制作调研问卷
2	产品推销	产品推销	设计与撰写推销方案
			产品现场推销
3	营销策划	设计公关活动策划方案	分析企业公关现状
			公关活动方案策划
			公关活动方案文本撰写
		制定促销活动策划方案	分析企业营销现状
			促销活动方案策划
			方案文本撰写
4	线上推广	设计产品线上推广方案	SWOT 分析企业营销环境
			产品线上推广方式设计
			产品线上推广方案文本撰写
5	直播营销	设计产品直播方案	SWOT 分析企业营销环境
			设计直播脚本
			设计直播文案

一、市场调研模块

1. 试题编号：1-1：制定视力状况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

集团通过不断的实践与探索，在充分吸纳国际先进的医疗管理经验及成功运作方法的同时，成功探索出一套适应中国医疗体制改革和市场环境的眼科医院连锁经营管理模式。集团利用人才、技术和管理等方面的优势，通过全国各连锁医院良好的诊疗质量、优质的医疗服务和深入的市场推广，使得爱尔眼科品牌的市场影响力和渗透力得到迅速的提升，目前，爱尔眼科已成为具有全国影响力的眼科品牌。

2006年，爱尔眼科被评为“中国最具特色实力眼科医院”。创造性的成功模式使集团成为国内发展速度最快的眼科医疗机构之一，被国内外同行称为中国医疗行业的“爱尔现象”。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年起，爱尔眼科筹谋全球布局战略。

2015年进入东方之珠——香港，收购亚洲医疗集团。

2017年，爱尔眼科先后收购美国顶流眼科中心——WangVisionInstitute和欧洲最大的连锁眼科机构ClínicaBaviera, S. A.

2019年，爱尔眼科收购新加坡ISEC眼科集团，进驻东南亚市场。

由此，爱尔成为唯一一家在中国、欧洲和亚洲都有上市公司，全球规模领先的眼科医疗连锁机构。

目前，全球爱尔眼科医疗机构已达700余家。步入新阶段，爱尔眼科全面开启高质

量发展新征程。

【测试任务】

公司为了进一步拓展业务，需进行一次针对长沙市中小学学生的视力状况的市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，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。（补充说明：调研时间安排在暑假，调研人数至少200人，调研经费控制在20万以内）

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性,确定合理,描述基本准确。
调研项目与内容	12	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。			

评价内容		配分	评分细则	备注
	调研方式与方法	15	调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分), 表述具体(5分)。	
	调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学(4分), 人员配备合理(6分)	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	6	经费预算科学与详尽	
合计			100分	

2. 试题编号：1-2：制定大学生兼职情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地适应社会，很多在校大学生选择了从事兼职工：作。兼职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，提高了大学生的综合实力。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。大学生兼职的时间，兼职的种类、行业，兼职的薪酬等是很多家长和社会各界关注的重点，同时，兼职对学业的影响，甚至兼职过程中大学生碰到的被侵权等问题，也引起了广泛的关注。

【测试任务】

为了了解湖南省当前大学生兼职方面的情况，湖南省大学生就业指导中心欲进行一次市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。（补充说明：自行安排调研时间，调研人数至少400人，调研经费控制在10万以内）

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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	

评价内容		配分	评分细则	备注	
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分)，标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性，确定合理，描述基本准确。
		调研项目与内容	12		要求符合调研目的(4分)，内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料(8分)。
		调研方式与方法	15		调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分)，表述具体(5分)。
		调研组织及人员安排	10		调研组织设计科学(4分)，人员配备合理(6分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	6		经费预算科学与详尽
合计		100分			

3. 试题编号：1-3：制定超市满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

成立于1959年的家乐福集团是大卖场业态的首创者，是欧洲第一大零售商，世界第二国际化零售连锁集团。现拥有11,000多家营运零售单位，业务范围遍及世界30个国家和地区。

集团以三种主要经营业态引领市场：大型超市、超市以及折扣店。此外，家乐福还在一些国家发展了便利店和会员制量贩店。2004年集团税后销售额增至726.68亿欧元，员工总数超过43万人。

2012年，家乐福在《财富》杂志编排的全球500强企业中排名第39位。

家乐福于1995年进入中国后，采用国际先进的超市管理模式，致力于为社会各提供价廉物美的商品和优质的服务，受到广大消费者的青睐和肯定，其“开心购物家乐福”、“一站式购物”等理念已经深入人心。如今，家乐福已成功地进入了中国的25个城市，在北至哈尔滨、南至海口、西至乌鲁木齐、东至上海的中国广袤土地上开设了109家大型超市，聘请3万多名员工。在在华外资零售企业中处于领先地位。

2007年家乐福在中国新增门店19家；

2009年新开门店18家，截至2010年1月20日家乐福中国内地门店总计157家；

2010年，家乐福中国区总裁兼CEO罗国伟宣布已经成功收购河北保龙仓商业连锁经营有限公司；

2012年，家乐福在《财富》杂志编排的全球500强企业中排名第39位；

截止到2013年12月31日，家乐福大陆地区门店236家，分布情况具体如下：

上海29家、江苏31家、浙江7家、安徽11家、北京18家、天津5家、河北11家、山西2家、山东4家、内蒙古1家、广东21家、福建5家、海南3家、湖北9家、江西2家、湖南4家、河南5家、吉林2家、辽宁19家、黑龙江9家、新疆3家、贵州1家、云南10家、重庆6家、四川19家。

2018年7月19日，《财富》世界500强排行榜发布，家乐福位列68位。

2019年6月23日，家乐福中国80%股份被苏宁易购以48亿元收购。

2021年10月30日，营业了13年的家乐福长沙韶山南路店闭店。2021年，家乐福在布局会员店赛道方面频频发力。未来3年内家乐福将在国内开设100家会员店。家乐福未来布局的100家会员店将是由传统的200家大卖场升级改造而来。这就意味着，如果

升级改造全部实现，家乐福在国内一半的门店会变成会员店。

【测试任务】

为了能顺利完成年度在长沙市场2家门店（芙蓉广场店和贺龙体育馆店）的销售目标，加强企业经营管理，家乐福现要对长沙市场进行一次顾客满意度市场调研。请根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。（补充说明：自行安排调研时间，调研人数至少300人，调研经费控制在30万以内）

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	具有分析商品特点，分析商品市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分)，标题简洁、明了、富有吸引力，能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性，确定合理，描述基本准确。
调研项目与内容	12	要求符合调研目的(4分)，内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料(8分)。			

评价内容		配分	评分细则	备注
	调研方式与方法	15	调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分)，表述具体(5分)。	
	调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学(4分)，人员配备合理(6分)	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	6	经费预算科学与详尽	
合计			100分	

4. 试题编号：1-4：制定餐饮企业品牌知名度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

海底捞品牌创建于1994年，历经二十多年的发展，海底捞国际控股有限公司已经成长为国际知名的餐饮企业。

1994年获批“四川省著名商标”；

2006年12月获陕西省消费者协会颁发“诚信单位”；

2007年5月获中国烹饪协会颁发“中国餐饮百强企业”；

2008年9月获当代经理人杂志颁发“2008中国餐饮连锁企业成长十强”；

2009年5月获中国烹饪协会颁发“中国餐饮百强企业”；

2010年1月大众点评颁发“2009年度最受欢迎餐厅TOP50”；

2011年2月获中国经营报颁发“2011年度最具幸福感服务业企业”；

2011年5月认定“海底捞”商标驰名商标；

2012年7月获中国服务贸易协会颁发“中国最佳服务创新奖”；

2013年2月获胡润百富颁发“2012全国最具价值民营品牌百强”；

2014年3月获人民日报社《民生周刊》颁发“2012中国品牌诚信100强”；

2016年4月获中国烹饪协会颁发“2015年度‘中国服务’十佳品牌企业”；

2017年7月20日，我司获得中国饭店协会颁发“2017中国火锅品牌50强企业”；

2019年4月获中国烹饪协会颁发“2018年度中国火锅百强企业”；

2022年海底捞入选《财富》中国ESG影响力榜；

截止2022年6月30日，海底捞在全球开设1435家直营餐厅，其中1310家门店位于中国大陆，22家门店位于中国香港、中国澳门、中国台湾，103家位于11个其他国家。

海底捞多年来历经市场和顾客的检验，成功地打造出信誉度高，融汇各地火锅特色于一体的优质火锅品牌。作为一个业务涉及全球的大型连锁餐饮企业，海底捞秉承诚信经营的理念，以提升食品质量的稳定性和安全性为前提条件，为广大消费者提供更贴心的服务，更健康、更安全、更营养和更放心的食品。

【测试任务】

公司为了进一步扩大影响，提高湖南市场占有率，打击竞争对手，需进行一次针对湖南消费者对公司品牌了解程度的市场调研。请你根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织

与人员、调研时间安排等基本要素。（补充说明：调研时间自行安排，调研人数至少200人，调研经费控制在30万以内）

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。
		文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		调研项目与内容	12	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。	
		调研方式与方法	15	调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。	
		调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学(4分),人员配备合理(6分)	
		时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	6	经费预算科学与详尽	
合计		100分			

5. 试题编号：1-5：制定家电满意度调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

美的集团于1968年成立于中国顺德，现总部位于广东顺德北滘新城内，是一家集消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链(物流)的科技集团。美的集团提供多元化的产品和服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机、及各类小家电的消费电器业务、以家用空调、中央空调、供暖及通风系统的暖通空调业务；以德国库卡集团、美的机器人公司等为核心的机器人及工业自动化系统业务、以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。美的集团以“科技尽善，生活尽美”为企业愿景，将“联动人与万物，启迪美的世界”作为使命，致力创造美好生活。

2015年1月8日，《房间空气调节器节能关键技术研究及产业化》获得“国家科技进步奖”二等奖。

2016年7月20日，美的集团以221.73亿美元的营业收入首次进入《财富》世界500强名单，位列第481位。

2017年5月25日，福布斯2017全球企业2000强榜单正式出炉，美的位列335名。

2018年7月19日，财富公布世界五百强企业排行榜，美的位列第323位。

2019年7月22日，《财富》杂志公布世界五百强企业排行榜，美的位列第312位。

2019年，美的集团与3M达成创新战略合作，共同聚焦新技术、新材料和新工艺在家电领域的创新与应用，充分结合双方优势，为消费者打造全方位的未来美好生活体验。

2022年《财富》世界500强榜单揭晓，美的连续七年入选，排名更是跃居第245位，较2021年排名大幅上升43位。2021年，美的营业总收入3434亿元，同比增长20%；归母净利润286亿元，同比增长5%。2022年第一季度，美的营业总收入909亿元，同比增长9.5%；归母净利润72亿元，同比增长11%。目前，美的拥有海内外员工总数超16万人，其中海外员工超3万人。

【测试任务】

美的集团为更好地服务市场，现想对湖南市场进行一次家电满意度的调研。请根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。（补充说明：调研时间自行安排，调研人数至少500人，调研经费控制在50万以内）

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。	
		6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性,确定合理,描述基本准确。
		调研项目与内容	12		要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。
		调研方式与方法	15		调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。
		调研组织及人员安排	10		调研组织设计科学(4分),人员配备合理(6分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	6		经费预算科学与详尽
合计		100分			

6. 试题编号：1-6：制定市场价格需求情况调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南金浩茶油股份有限公司是一家集科研、种植、生产、销售于一体的现代化民营企业，拥有金浩、油中王两大品牌，主营油茶籽系列高档食用植物油产品。先后被评为全国经济林产业化龙头企业和农业产业化国家重点龙头企业，是湖南省唯一一家双龙头企业。

1993年10月，祁阳金浩植物油有限公司成立，金浩从湖南祁阳的一家榨油小作坊正式以企业的形式问世，“金浩茶油”这个品牌开始走上市场；

2000年，金浩科研人员与湖南农业大学及粮油研究所的油脂专家合作，着眼于对茶油资源的深层次、可持续开发；

2010年，金浩茶油斥资百万增加了新的质量检测设备，并增加了向各级质量检测机构不定期送检的次数，竭诚为广大消费者生产100%安全的食用油；

2013年，金浩茶油成立20周年，为感谢社会各界对我公司长期以来的支持，我司在长沙贺龙体育馆主办“我是歌手”演唱会，20周年庆典预示着金浩茶油又一次质地飞跃；

2016年，金浩茶油中国十大茶油品牌企业排名第一。

2017年荣获中国油茶籽油加工企业年度10强；2018年荣获袁隆平特别奖/产品金奖；

2019年荣获“袁隆平特别奖”；2019年第十届IEOE中国（北京）国际食用油产业博览会金奖；2019年新浪微博“湖南网络口碑奖”。

2021年度实现营业总收入151200万元，同比增长5.12%，利润9626万元，同比上升10.21%，进入中国油茶籽油加工企业前10强。

金浩自成立之初就确定了：“立足本土，逐步开发外埠市场”的营销思路，通过多年的生产经营，形成了以“湖南为大本营，京广线为轴心，京沪为战略制高点，辐射周边城市，带动全国市场”的营销布局，建立了由经销商、连锁专卖店、KA卖场、BC店和团购销售队伍等组成的多层次密集分销网络。全网营销，实现公司销售增型，将传统的茶油产品销售形式转变为电子商务的形式，利用高效实惠的互联网渠道，提升官网、微商城、入驻天猫、京东、1号店等大型第三方销售平台，实现了网络销售茶油第一品牌，满足了人们对健康茶油产品购买便捷的消费需求。

2021年，公司扩大规模，投资8亿元在望城区铜官工业园建设集油脂加工、仓储物

流、贸易等多功能于一体的智能自动化的“金浩粮油智能工厂”建成投产。投产后，通过产业链延伸，带动食品、机电、包装运输、广告、贸易、科技等行业的发展，将直接或间接带动就业人员万人以上，直接经济效益年新增收入约16亿元。

目前，随着人们需求的不断变化，食用油市场走过了扩张数量、扩大品种和提升质量三大阶段，来到了健康时尚化、个性化、高科技化的发展阶段。金浩根据市场现状，高举以茶油为本的食用油战略布局，多向发展葵花籽油、橄榄油、菜籽油等产品类别，带领旗下产品朝着优质、多品种、多档次的方向发展。

【测试任务】

金浩茶油虽有自己的品牌优势，但随着市场跟随者越来越多，面对市场众多产品的价格优势时，金浩茶油想对自己的价格进行一次调整，但又缺乏决策依据，为此想对湖南市场消费者进行一次市场价格需求情况调研。现请你为金浩茶油公司对市场价格需求状况设计一个调查方案。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。（补充说明：调研时间自行安排，调研人数至少300人，调研经费控制在30万以内）

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。	
		6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性,确定合理,描述基本准确。
		调研项目与内容	12		要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。
		调研方式与方法	15		调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。
		调研组织及人员安排	10		调研组织设计科学(4分),人员配备合理(6分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	6		经费预算科学与详尽
合计		100分			

7. 试题编号：1-7：制定洗衣液市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

2008年，蓝月亮率先向全国推广洗衣液，打破十几亿中国人的洗衣习惯，开创中国洗衣“液”时代。

2010年市场占有率高达44%，是中国洗衣液市场领军品牌。广州蓝月亮实业有限公司于2001年成立，是由香港蓝月亮国际集团有限公司全资控股的外商独资企业，旗下拥有个人护理、衣物护理和家居护理三大系列，其中蓝月亮洗衣液、洗手液、厕清和地板清洁剂等产品的市场占有率为全国第一。

2012年中国品牌力指数（C-BPI）洗衣液、洗手液综合评价第一。2013年3月25日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合评选，用以表彰推动中国经济增长的中坚力量的“销量冠军大奖”隆重颁布。蓝月亮洗衣液以市场占有率总和的绝对优势，夺得“洗衣液销量冠军大奖”的桂冠。

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

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

2015年中国品牌500强排行榜发布，蓝月亮排名268。

2016年，蓝月亮联合湖南卫视在长沙举办了主题为“花好月圆”的2013年“蓝月亮中秋之夜”，湖南卫视副台长陈刚先生在发言中盛赞蓝月亮，并表达了对蓝月亮的企业理念的高度认同。

2018年，“至尊”洗衣液面世，再一次为中国消费者带来颠覆式的洗涤新体验。

蓝月亮品牌已成立30年，专注洁净，坚持以消费者为核心、以创新为驱动力，用匠心打造优质产品。

从2022年618各平台相关数据来看，蓝月亮在衣物清洁护理领域优势稳固，多款产

品持续赢得消费者青睐。以蓝月亮内衣专用洗衣液在今年618期间势如破竹，佳绩连连：京东超市618巅峰期(6月17日20:00-20:10)战报显示，蓝月亮内衣专用洗衣液成交额同比增长超10倍；该款产品同时入选了京东平台官方权威榜单——“京东金榜洗衣液金榜”，公开资料显示，此榜单为京东平台给予头部单品的最高荣誉认证。而在天猫618“内衣洗衣液热卖榜”等多个榜单中，蓝月亮内衣专用洗衣液同样名列前茅。此外，蓝月亮除菌去味洗衣液、洗衣机清洗剂等商品也收获了诸多消费者的青睐和好评。蓝月亮运动型洗衣液收获了不少好评，如“味道清新”“很好地抑制了汗味”等。此前，中国国家跳水队运动员也大力称赞蓝月亮运动型洗衣液“能够去除汗味、抑制衣服产生汗味，体验感满分。”

【测试任务】

为更好地了解消费者以及家庭对洗衣液的需求，蓝月亮将进行一次市场需求的调研。现请你以湖南为目标市场，为蓝月亮洗衣液设计一份以消费者需求为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。（补充说明：调研时间自行安排，调研人数至少300人，调研经费控制在30万以内）

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。	
		6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性,确定合理,描述基本准确。
		调研项目与内容	12		要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。
		调研方式与方法	15		调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。
		调研组织及人员安排	10		调研组织设计科学(4分),人员配备合理(6分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	6		经费预算科学与详尽
合计		100分			

8. 试题编号：1-8：制定手机市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

华为在2011年10月初上市销售了Honor荣耀手机，与小米手机规格一致，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AscendP1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，战为Q3排名榜上实至名归的明星。

2014年在冷球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。

2019年，华为手机全球销量第二。第一季度的全球手机销量达到了5910万台，市场份额更是达到了19%，也即接近全球五分之一的市场份额。

然而，就在华为手机在全球销量一路看涨的同时，美国开始忌惮起了华为。尤其是华为的5G新技术出台后，美国对华为的忌惮更是达到了前所未有的高度。为了压制住华为，美国不惜动用全球霸权，将华为及其子公司列入出口管制的实体名单。

在西方世界的疯狂打压下，华为开始出现订单量大幅度下滑的情况，在随后的几年中，美国继续加大对华为的打压力变，使得华为手机在全球的销售量直线下跌，到

2022年第一季度，华为甚至跌出手机销量世界前五名的榜单序列之内。

但从中国领先的品牌评级与品牌顾问机构Chnbrand近三年（20年、21年、22年）发布的中国顾客满意指数——手机满意排行榜来看，华为始终处于满意度第一或第二的位置，足见国人对华为的喜爱。

今天，手机在校园里的普及，使得越来越多的手机厂商非常重视校园这一巨大市场。华为为了了解手机在学生中的使用情况，使用效果及消费情况，同时掌握手机在高校市场的需求情况和市场前景。公司决定以长沙市在校大学生为调研对象，对校园手机市场做一次需求情况调研。

【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，请根据背景资料设计一份调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。（补充说明：调研时间自行安排，调研人数至少300人，调研经费控制在30万以内）

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性,确定合理,描述基本准确。
		调研项目与内容	12		要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。
		调研方式与方法	15		调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。
		调研组织及人员安排	10		调研组织设计科学(4分),人员配备合理(6分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	6		经费预算科学与详尽
合计		100分			

9. 试题编号：1-9：制定风味食品市场需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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，HACC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，是民营企业纳税大户典范。据统计，2010至2014年五年间，累计向国家上缴税款22亿元。

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

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

2019年，贵州鲜椒和干椒大约都涨了50%。老干妈在成本压力之下，放弃了贵州辣椒，转而选择更为便宜的河南辣椒，导致老干妈产品口味变化。众多消费者反映，老干妈味道不如从前，老干妈经历了最大的信任危机。

网红品牌们瞅准了这一时机，虎邦、饭爷、佐大狮等多个新品牌应运而生，想方

设法在辣酱市场抢占市场份额，对老干妈造成了一定威胁。

由于业绩低迷，2019年老干妈创始人陶华碧回归，她将老干妈的调料改为原来的材料，而且还将老干妈的制作配方重新调配。

2019年、2020年老干妈重回增长通道，2019年老干妈完成销售收入50.23亿元，同比增长14.43%，再创历史新高；上缴税收6.36亿元，同比增长16.82%。2020年销售额达53亿元。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为，在辣酱领域，老干妈的竞品越来越多，包括虎邦、加点滋味等，竞争格局已经改变且愈加激烈。在产品端、渠道端以及终端，老干妈的优势都在下滑，需要从多场景、多渠道、多品类进行布局。

据《财经天下》周刊报道，目前，老干妈除了继续生产传统产品，还在尝试新产品，例如番茄辣椒酱、香辣菜、火锅底料等，但这些产品比起传统的豆豉辣酱，仍然缺乏核心竞争力。比起榨菜、香辣菜领域的老品牌涪陵榨菜和饭扫光，以及火锅领域的海底捞、呷哺呷哺、草原红太阳等，老干妈推出的产品并未占据消费心智，提到老干妈，消费者的第一反应仍然是辣酱，而不是香辣菜或火锅底料。

虽然老干妈仍然坚守着不上市的原则，但往年不打广告、不宣传，仅靠口碑传播的方式却在悄悄改变。2019年，老干妈推出了一段魔性的视频广告《拧开干妈》，在视频中，中国人用老干妈蘸馒头、蘸榴莲，吃了之后创业成功、升职加薪，走上事业巅峰，非洲人用老干妈做实验，搭配互联网上魔性的黑人问号表情，每个画面都十分吸引眼球。

2020年，老干妈官方旗舰店与淘宝合作，推出了“老干妈情话瓶”，每个瓶盖上都印着一句土味情话，如“爱情里最洒脱的话无非就是，就酱”。活动结束后，老干妈天猫旗舰店的销售额增长了20%。

【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。（补充说明：调研时间自行安排，调研人数至少300人，调研经费控制在30万以内）

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	7		要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)
		调研目的	6		目的明确,表述较为准确
		调研对象	6		具有针对性,确定合理,描述基本准确。
		调研项目与内容	12		要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。
		调研方式与方法	15		调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。
		调研组织及人员安排	10		调研组织设计科学(4分),人员配备合理(6分)
		时间安排	6		各阶段时间安排设计合理
		经费预算	6		经费预算科学与详尽
合计		100分			

10. 试题编号：1-10：设计家庭装修需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

鸿扬家装在1996年从湖南长沙起家，经过二十多年的奋斗，现拥有两大核心业务领域：家装与宅配。其机构由五大块组成：一个总部（集团总部）、二类业务公司（家装公司、宅配公司）、两大基地（木制品制造基地——鸿扬木制，人才培训基地——鸿扬学校）。到2013年底，集团年销售收入超过四亿元，每年为五千余户家庭提供家装服务与家装产品，网络分布到全国18个省、56个城市，从业员工近2000人，从业工人近4000人。历年获得国家级和亚太级数十项设计大奖，屡创家装行业创新先河，是中国华中地区的龙头家装企业，是中国家装界举足轻重的领军企业之一。通过创业计划和股份计划，使四十余位鸿扬员工圆了自己的“老板梦”——成为鸿扬的役东。

2013年鸿扬宅配荣获2013年度“中国衣柜十大品牌”；

2014年在第十七届中国室内设计大奖赛上，鸿扬家装第三次斩获“最佳设计企业奖”，是中国建筑设计界第一家三次获得最佳设计企业奖的企业；

2015年，由全国工商联家具装饰业商会家装专委会主办的“2015中国家装行业年会”暨“中国家装行业二十年总评榜”，鸿扬家装斩获中国家装行业二十年“十佳成就企业”、“施工品质十强”、“设计机构十强”，并正式授牌成为全国工商联家具装饰业商会家装专委会执行会长单位。

2016年的家装行业呈现以下趋势：1、传统家装公司利润率进一步降低；2、行业竞争程度依然难以改观；3、行业市场规模有望增加；4、家装行业平台化。

2019年来，随着家装市场的变化，越来越多的装修消费者对于装修的个性化需求日益增强，客户希望自己或通过家装公司能够充分地提出和表达自身需求，企业能够完整的识别、确认需求，并在此基础上以整体产品满足需求，鸿扬家装提出了“私人定制”模式：打造的是建筑与空间，引领的是“健康、精致、文明、环保”的现代都市人居个性生活方式——精致中国生活。

近几年，互联网已经渗透到人们生活的方方面面，而互联网家装则凭借着“去中介化、去渠道化”、优化整合装修产业链等形式，正在逐步颠覆传统家装体验。作为湖南家装公司领导品牌，鸿扬家装紧跟互联网发展势头，依据全面智能化的平台——鸿扬家装官网，以帮助客户降低搜寻和决策成本、提升体验感为前提，用科技赋能家装。

登录鸿扬家装官网可以看到，鸿扬家装官网整体设计以扁平化风格为主。而且，

在设计之外，官网内容还涵盖了品牌形象宣传、服务内容展示、优秀案例呈现、企业动态报道、装修信息展播、潮流趋势等，将鸿扬家装的独特优势进行了全方位展示。比如鸿扬家装特有的MR技术体系(用户需求镜像实现技术体系)，凝练出的28大主题风格、15大功能系统，能镜像化用户对家的想象，真正实现“所需即所见”。

除了在房屋设计风格和功能规划上做到明确需求，鸿扬家装为了让用户在收房时实现“所见即所得”，更是制定了45大专属产品工艺，从卫生间底部止水梁工艺到异形产品一比一放样工艺、再到双面弹线切割工艺、砌筑隔墙防开裂工艺体系等等，力求全面保障家装质量。

鸿扬家装专注高品质家装26年，服务了30万+客户。未来，鸿扬家装将继续进行优化升级，以求更贴近用户的习惯，为用户提供更具有参考意义的装修指南和干货！

【测试任务】

为了能够满足消费者对家庭装修不断变化的要求，为了设计理念的更新能满足市场的需求，鸿扬家装决定开展一次市场调研。现请你为鸿扬装修公司以湖南为目标市场，设计一份家庭装修需求调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，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。（补充说明：调研时间自行安排，调研人数至少300人，调研经费控制在30万以内）

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	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	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分。
		文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了、富有吸引力,能说明主题(4分)		
	调研目的	6	目的明确,表述较为准确		
	调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。		
	调研项目与内容	12	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(8分)。		
	调研方式与方法	15	调研对象选定的方式(5分)和调研资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。		
	调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学(4分),人员配备合理(6分)		
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理		
	经费预算	6	经费预算科学与详尽		
合计		100分			

11. 试题编号：1-11：设计企业品牌形象调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

内蒙古伊利实业集团股份有限公司是全国乳品龙头企业之一，是国家520家重点工业企业和国家八部委首批确定的全国151家农业产业化龙头企业之一，公司自2005年正式签约北京2008奥运会至今，伊利已经与奥运携手走过了17年的历程。经过17年的稳健发展，伊利已经从一家营收过百亿的乳企，不断成长为“亚洲第一、全球五强”的中国乳制品企业。

数据显示，2010年初，伊利股份的总市值只有211亿，截止到2020年末，其总市值已经高达2699亿，上涨了近13倍。

在此期间，尤其是北京成功申办“2022年冬奥会”后，2017年8月30日，伊利正式成为北京2022年冬奥会和冬残奥会唯一官方乳制品合作伙伴。至此，伊利成为了中国唯一同时服务夏季奥运和冬季奥运的“双奥”企业。

近日，伊利股份（600887.SH）披露了其2022年1-2月销售业绩，单月营业收入超百亿，收获史上最强“开门红”，整体业绩再创历史新高。官方数据显示，2022年1-2月，伊利股份实现营业总收入215亿元左右，同比增长15%以上；利润总额33亿元左右，同比增速超过20%以上。

究其原因，除了公司在产品方面的持续创新之外，还与本次“奥运营销”的成功，大幅提升了品牌影响力有着重要的关系。

伊利股份作为中国唯一一家“双奥”乳企，2022年1-2月期间，通过开展冬奥会及冬残奥会品牌营销整合，实现了品牌美誉度的显著提升。赛事举办期间，消费者对伊利好品质的认知持续上升，从而助推公司整体业绩创历史新高。

根据第三方调研数据显示，伊利奥运身份的消费者认知排名全行业第一，遥遥领先其他品牌，伊利好品质形象深入人心，口碑创历史新高，领跑食品饮料行业。

伊利在产品方面，全线产品“奥运化”，借势拉动销量增长。据了解，早在去年伊利便完成了“奥化”升级，更有“冰墩墩”、“雪容融”特别定制产品。这样的前瞻性布局，顺应着“冰墩墩”、“雪容融”的热度爆发，诸多定制产品可谓是供不应求。

【测试任务】

请以ABC咨询公司市场调研员的身份，设计伊利品牌形象调研问卷，目的是向消费

者了解伊利在大众心中的品牌形象，以便制定后续的品牌宣传推广方案。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
	职业能力	10	具有分析商品特点,分析商品市场状况的能力,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
		文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	
		问卷构成	8	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)	
		问卷标题	4	标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题	
		问题类型	8	根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)	
		问题顺序	9	依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)	
	提问设计	10	每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及		

评价内容		配分	评分细则	备注
			导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
	答案设计	6	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
	问题内容	6	问卷总共不少于15个问题(4分)，其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题(2分)，内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性(4分)，通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
合计			100分	

12. 试题编号：1-12：设计大学生电脑需求情况调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

随着信息技术的高速发展，电脑已成为每个大学生的生活必备品，越来越多的大学生不仅使用电脑，更多的人已经拥有自己的电脑，大学生是不可忽视的消费群体。

第二，每年高校学生数量的扩招，对每家电脑销售商来说，庞大的大学生群体已成为了电脑销售商必争之地。

第三，随着电脑价格的下降，大学校园中很大一部分的学生已经具备购置电脑的能力。如何挖掘大学生电脑需求市场，已成为了联想、华为、苹果、戴尔、宏基等多家电脑厂商所要研究和考虑的问题。

【测试任务】

为了挖掘大学生对电脑需求市场，了解当前大学生对电脑需求状况，帮助电脑企业和销售商制定合适的营销对策，更好、更快地扩大市场份额，就必须了解大学生对电脑的真正需求。请你以ABC咨询公司市场调研员的身份，以湖南大学生为目标市场，为某一电脑厂商或销售商设计一份大学生电脑市场需求调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
		文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	
		问卷构成	8	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)	
		问卷标题	4	标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题	
		问题类型	8	根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)	
		问题顺序	9	依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)	
		提问设计	10	每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)	
		答案设计	6	切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性	
		问题内容	6	问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)	
整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)			
合计			100分		

13. 试题编号：1-13：设计市场需求情况调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

宁乡花猪产业发展有限公司位于宁乡县双凫铺镇合轩村青龙寨宁乡花猪产业文化园，注册资金为5000万人民币。主营产品为宁乡花猪的养殖、保种、销售、游览景区管理，生猪产业发展的研究与试验；农副产品、饲料的销售。

宁乡花猪必须在完全天然、健康的环境下生长，远离任何人工生长素。2006年7月宁乡猪进入农业部确定的首批国家级畜禽遗传资源保护品种。

2006年进入国家保护名录，被誉为“国保猪”、“猪中熊猫”；2007年，通过国家无公害农产品产地、产品认证。

2009年12月，“宁乡猪”获地理标志证明商标；

2010年宁乡花猪产业发展有限公司向工商局注册“宁乡花猪”证明商标。

2013年12月15日，湖南省青龙投资有限公司与浙江省青莲食品股份有限公司有关宁乡花猪产业深度战略合作签约仪式在上海市举行。同时，宁乡花猪在这一天在上海进入市场销售。

2015年宁乡花猪产销达20万头，产值20亿元，产品深加工率达30%。2016年宁乡花猪亮相中国“食餐会”签订12亿元订单。

2019年6月，在宁乡市人民政府的指导下，宁乡市现代农业产业园与广州铁路局和永达传媒达成合作，在长沙高铁南站正式上线运行第一列“宁乡花猪号”高铁冠名列车。

【测试任务】

为了更好地扩大产品知名度，为消费者做好每一次服务，做到真正的线上与线下相结合，宁乡花猪产业发展有限公司想对其产品做一次消费者市场需求调查。请以ABC咨询公司市场调研员的身份，为公司设计市场需求调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	8		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)
		问卷标题	4		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	8		根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	9		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	10		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	6		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	6		问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
整体把握		15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)		
合计		100分			

14. 试题编号：1-14：设计大学生旅游市场需求调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

随着我国GDP增速放缓，我国经济转向了高质量的发展阶段，人们消费水平在不断提高，其生活方式也发生了转变，消费结构升级，品质消费不断提升，美好生活需要日益增长，旅游市场成为了大众生活中一项不可少的活动，旅游业对经济增长拉动作用增强。大学生作为一个特殊的人群，具有：人数多、基数大，旅游动机强烈，闲暇时间较多，可支配收入日益增多等现象。这些现象足以说明大学生是旅游市场中的重要生力军。

据《2018中国旅游行业发展报告》显示：2013年国内旅游市场旅游人数为33亿人次，每年都保持了两位数的增长速度，2018年国内旅游市场旅游人数达到55亿人次，国内旅游收入达到5.13万亿元，其中35岁及以下用户比例达到了70.2%，与2017年相比，19岁以下(00后)旅游用户占比增长最快，00后成为了旅游市场的新势力。

随着互联网的普及，人们的消费方式也在悄悄发生改变，线上购买线上支付已成为了常见事，尤其是大学生群体在出行与消费方式与移动互联网已密不可分。在移动互联网背景下，研究大学生旅游行为特征，设计和开发符合当前大学生需求的旅游产品，为他们提供更加优惠、便利、舒适的旅游产品显得很有必要。

【测试任务】

为了能够满足大学生对旅游市场的需求，设计和开发更多的旅游产品，某一旅行社公司决定开展一次市场调研。请你以ABC咨询公司市场调研员的身份，以湖南为目标市场，设计一份大学生旅游市场需求调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	8		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)
		问卷标题	4		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	8		根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	9		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	10		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	6		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	6		问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
		整体把握	15		整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)
合计		100分			

15. 试题编号：1-15：设计糕点需求调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

随着人们生活节奏的加快，传统的早餐观念也在逐步转变，面包、蛋糕等西式糕点会越来越受到青睐。由于人们的这种饮食习惯的改变，我们蛋糕的市场潜力巨大，有着广阔的发展空间。

但因糕点行业技术门槛较低，市场上出现了越来越多的品牌糕点，以长沙为例，出现最多的品牌糕点为：仟吉、罗莎、马里奥等。每一个企业为了打造品牌都投入了大量人力和物力来扩大品牌影响力，从而占领更多的市场份额。

【考核任务】

为了了解消费者对糕点的需求，以便更好地为消费者提供服务。某一糕点企业决定开展一次市场调研。现请你以湖南市场为目标，设计一份糕点需求调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法(要求采用问卷调研法)，调研经费，调研组

【测试任务】

为了了解消费者对糕点的需求，以便更好地为消费者提供服务。某一糕点企业决定开展一次市场调研。请以ABC咨询公司市场调研员的身份，以湖南市场为目标，设计一份糕点需求调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	8		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)
		问卷标题	4		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	8		根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	9		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	10		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	6		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	6		问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
整体把握		15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)		
合计		100分			

16. 试题编号：1-16：设计大学生恋爱观情况调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

爱情，人类永恒的话题。随着高校“禁婚令”的解除，在校大学生结婚的现象时有报道。大学生婚恋是一个涉及教育、法律的社会问题。每所高校在《思想道德修养与法律基础》课程中都有相关的专题学习。近些年来，在校大学生谈恋爱现象十分普遍，绝大多数的恋爱都是以失败为结局。而由恋爱引发的各种问题也越来越多，越来越复杂，这些问题对大学生的学业和身心健康都带来了严重的影响。这些问题的产生主要是当前大学生没有树立正确健康的恋爱观所造成。

恋爱来源于友谊而高于友谊。作为当代大学生，不应将时间都耗费在恋爱中，应明确自己的目标，坚定自身信仰，以学业为主，大力提高自身各方面能力，并在此基础上合理分配时间，做好恋爱与学业之间的相互协调，树立正确的恋爱观尤为重要。

大学生在刚刚踏入大学校园，对未来有许多美好的憧憬，对爱情同时也是充满了美好的想象，学会理性的处理好因爱情而引起的一系列矛盾与选择十分重要。

【测试任务】

为了了解大学生的恋爱心理与恋爱行为，从而引导大学生树立科学合理的恋爱观，某一学校决定开展一次大学生恋爱观调研。请你以ABC咨询公司市场调研员的身份，以湖南省高校为调研对象，设计一份大学生恋爱观情况调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	8		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)
		问卷标题	4		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	8		根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	9		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	10		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	6		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	6		问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
整体把握		15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)		
合计		100分			

17. 试题编号：1-17：设计后勤服务满意度调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

随着高校招生人数每年的增加，学生与教师来源城市也各不同，服务出现了“众口难调”的现象，高校后勤服务管理工作难度越来越大。一个学校的后勤工作又是学校发展与建设的一个重要部分，是与学生和教师密切相关的部分。后勤服务的质量关系到学生的生活质量。想要建设一个优秀的学校，就不可忽视后勤服务建设的重要性。

【考核任务】

为了提升学校后勤服务质量，更好地倾听师生心声和利益诉求，全面查找后勤服务过程中存在的问题，某一学校后勤部决定开展一次调研。现请你以你校为目标市场，开展一次市场调研，设计一份后勤满意度调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法(要求采用问卷调研法)，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。并根据调研方案中的调研项目设计一份调研问卷(问卷设计要求问卷包括问卷标题，开头，正文，结尾四个部分，问句数量不少于15个，其中开放式问卷1-2个)。

【测试任务】

为了提升学校后勤服务质量，更好地倾听师生心声和利益诉求，全面查找后勤服务过程中存在的问题，某一学校后勤部决定开展一次调研。请以ABC咨询公司市场调研员的身份，以你校为目标市场，开展一次市场调研，设计一份后勤满意度调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	8		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)
		问卷标题	4		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	8		根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	9		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	10		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	6		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	6		问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
		整体把握	15		整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)
合计		100分			

18. 试题编号：1-18：设计大学生网购情况调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

网络已渗透大学生生活的各个方面，网络购物作为一种新的购物方式，以其便捷的特点吸引着越来越多的消费者。新常态时期大学生网购呈现出网购规模不断扩大、价格敏感度下降、社交型网购广泛流行、折扣信息消费四大特点，并伴随着网购消费接触意愿降低、世俗化倾向严重、法制意识观念淡薄等问题。大学生在不同历史阶段有着不同的网购特点和问题。

根据《中国互联网络发展状况统计报告》截至2018年12月，中国网民规模达8.29亿，全年新增网民5653万，互联网普及率为59.6%，较2017年底提升3.8%。截至2018年12月，网络视频用户规模达6.12亿，较2017年底增加3309万，占网民整体的73.9%。手机网络视频用户规模达5.90亿，较2017年底增加4101万，占手机网民的72.2%。

网购增速保持稳定，2017年全国网络购物零售额71751亿元，比上年增长32.2%，2018年我国网络零售市场规模持续扩大，零售额突破9万亿元，其中实物商品网上零售额7万亿元，同比增长25.4%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达45.2%，较上年提升7.3个百分点。

【测试任务】

为了了解当前大学生网购情况和所出现的问题，为企业经营决策提供数据，A企业决定开展一次市场调研。请你以ABC咨询公司市场调研员的身份，以湖南省高校为调研对象，设计一份大学生网购情况调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
		8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	8		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)
		问卷标题	4		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	8		根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	9		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	10		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	6		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	6		问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)			
合计		100分			

19. 试题编号：1-19：设计大学生消费能力与偏好调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

大学生群体有自己特殊的特点，同时也存在着一些消费问题。从表面上看，消费是个人行为，但是从更深层的意义上来说，消费心理，消费意向，消费意识，消费嗜好是一种精神文化现象。大学生的消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好与其他社会群体不同。即有旺盛的消费能力又没有经济上的独立，消费行为的超前和消费能力的滞后都影响大学生的消费。从这一意义上说，校园里出现的不良消费所造成的消极影响是不容忽视的。它不仅加重了学生家长的经济负担，影响了家长与学生的感情，还在某种程度上扭曲了校园人际关系，影响学校的正常秩序。而对于学生个人来说，这一时期形成的道德观念可能会影响他一生的消费行为，并且与其人生观、价值观、健全的人格形成与完善密切相关。所以，当前大学生的消费问题值得重视。

【测试任务】

为了了解大学生目前的消费状况与偏好，分析他们的消费构成消费观念，挖掘潜在问题并提出相应有效的改善措施，促进大学生养成良好的消费习惯，树立科学合理的消费观，某一学校决定开展一次市场调研。请以ABC咨询公司市场调研员的身份，以湖南为目标市场，设计一份大学生消费能力与偏好调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
		文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	
		问卷构成	8	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)	
		问卷标题	4	标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题	
		问题类型	8	根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)	
		问题顺序	9	依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)	
		提问设计	10	每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)	
		答案设计	6	切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性	
		问题内容	6	问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)		
合计		100分			

20. 试题编号：1-20：设计大学生熬夜情况调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

熬夜已经是大学生中一个普遍的现象。“早睡早起”这个词语离大学生越来越远。然而熬夜所带给大学生的危害是越来越多，如易引发免疫功能失调，导致高血压甚至猝死，伤害眼睛，更易患癌，引发神经衰弱等，这一系列的后果现在的大学生根本觉察不到。

近几年来，高校大学生发生猝死意外的新闻层出不穷，追溯大学生猝死的主要原因，熬夜是第一杀手，是罪魁祸首。血淋淋的案例不停警示年轻人熬夜的危害，为何不少大学生还是对此乐此不疲？

【测试任务】

为了了解大学生熬夜情况，帮助大学生正确安排自己的作息时间，并关注自己的健康，某学校进行了一次大学生熬夜情况调研。请以ABC咨询公司市场调研员的身份，以湖南为目标市场，设计一份大学生熬夜情况调研问卷。请在规定的时间内完成问卷设计，并体现出问卷的科学性和可行性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为150分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计问卷不违背职业道德与营销伦理,遵守营销法律法规,认真负责	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记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,具有获取有用信息的能力,能围绕调研目的设计出有效性、简明性、科学性和创新性兼备的问卷		
作品 (80分)	卷容格式	6	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限	
	文字表达	8	问卷语言表达清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)		
	具体内容	问卷构成	8		具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容。(少一项扣2分)
		问卷标题	4		标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题
		问题类型	8		根据问题内容选择合适的问题类型(6分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)
		问题顺序	9		依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(4分),开放式问题放在后面(1分)
		提问设计	10		每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)
		答案设计	6		切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性
		问题内容	6		问卷总共不少于15个问题(4分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)
整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)			
合计		100分			

二、产品推销模块

1. 试题编号：2-1：罗莎面包推销

(1) 任务描述

【背景资料】

罗莎蛋糕店(长沙罗莎食品有限公司)，于1993年3月创立于长沙，是台商独资从事开发、生产、销售的食品企业，十年专业蛋糕制作，网络遍及长沙，目前市场已经覆盖湖南、湖北、四川、江西等

11个城市，现已组成集团公司，总部设在长沙，含罗莎蛋糕、罗莎台北豆浆、罗莎牛排三个系列产品，下设11家公司，200多个连锁专卖店，1000多名员工，是国内糕点行业最大的企业之一。罗莎(ROSA)已经成为食品行业的知名品牌。经营范围包括罗莎蛋糕、罗莎台北豆浆、罗莎牛排。

产品简介：罗莎油甜菠萝包

净含量:30克/个；保质期7天；售价：5.5元。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3)考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)
推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。		
	2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌			
	1	注视：用眼睛传递诚恳自信			
	1	自我介绍：姓名、单位、来意			

推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
	3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
	3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
	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	
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
	2	推销结束，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	
合计		100	

2. 试题编号：2-2：少儿医疗保险产品推销

(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。)

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范(20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）		
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	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
	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	字扣1分。		
推销实施		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			

评价内容		配分	评分细则	备注
		20	推销面谈(10分): 产品介绍(2分); 推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分), 成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分): 推销结束语(2分); 取得顾客联系方式(3分)	
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑: 推销第一技能, 做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
		2	问候: 打开话题的前提, 做到文明礼貌	
		1	注视: 用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍: 姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映, 判断消费者心理, 初步判断消费者的购买动机	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方	
		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)	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, 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		
合计			100	

3. 试题编号：2-3：云南白药牙膏推销

(1) 任务描述

【背景资料】

云南白药是中国最早的国产牙膏品牌之一，是以牙膏为载体，借鉴国际先进口腔护理、保健技术研制而成的口腔护理保健产品。云南白药品牌享誉中外，是中国止血愈伤、消肿止痛、活血化瘀类产品的百年品牌。云南白药牙膏是以牙膏为载体，借鉴国际先进口腔护理、保健技术研制而成的口腔护理保健产品。它选用高档软性洁牙磨料和高级润湿剂，膏体细腻，清新爽口，有效祛除口腔异味。在日常刷牙中即可使牙龈、牙周、牙齿和口腔其它组织得到专业的护理、保健，令口腔更健康，牙齿更牢固，是新一代口腔护理、保健产品。

云南白药口腔健康在打造产品功效上进行区隔，针对国人特有的麻辣热烫等饮食习惯，推出修护口腔粘膜损伤，维护牙齿、牙周组织健康的云南白药口腔修护含漱液，帮助随时随地在餐后、办公、外出、旅行等多种场景下养护口腔。

产品简介：云南白药牙膏薄荷香型100g，一支装¥18.8；两支装¥36.6；三支装¥54。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备
----	---	----

(3)考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范(20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力和判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
推销方案(40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)			
推销开场(5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。		
	2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌			
	1	注视：用眼睛传递诚恳自信			
	1	自我介绍：姓名、单位、来意			

评价内容		配分	评分细则	备注
推销演示 (40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	
		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	

4. 试题编号：2-4：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。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注
职业素养及操作规范 (20分)	10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。
	10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）	

评价内容		配分	评分细则	备注	
推销方案 (40分)	具体内容	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	
		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	考核时间当天	
		推销地点	2	结合背景材料自定	
		推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
		推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)	
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		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		

评价内容		配分	评分细则	备注
		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	
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,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	
合计			100	

5. 试题编号：2-5：蓝月亮洗衣液推销

(1) 任务描述

【背景资料】

蓝月亮，中国洗衣液市场领导品牌。诞生于1992年的蓝月亮，是中国领先的以消费者为核心、以创新为驱动力的家庭清洁解决方案提供商。蓝月亮以其优异的品质成为中国洗衣“液”趋势的引领者，深入中国的千家万户。2008年推出的深层洁净洗衣液采用深层洁净技术和中性温和配方，引爆了中国洗衣液市场；2010年针对衣物色彩的护理推出亮白增艳洗衣液，蓝月亮提出让白衣更白，彩衣更鲜艳的“护色、调色”洗衣新理念；2011年蓝月亮又有新创举，在中国抢先推出首款手洗专用洗衣液，掀起了衣物手洗新风尚。

产品简介：蓝月亮洗衣液，有袋装、瓶装，多种规格，价格不同。其中1000g袋装，¥12.50元；3000g瓶装，¥24元。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3)考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力和判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
	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	字扣1分。	
推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述			
		推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分)			
			推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)		
推销开场 (5分)		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		

评价内容		配分	评分细则	备注
推销演示 (40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	
		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	
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 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	
合计			100	

6. 试题编号：2-6：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。

【考核任务】

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，取得顾客的联系方法，结束推销，礼貌告辞。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健,符合商务谈判场合要求;从容冷静,神态自然、热情;心理素质好,演示过程充满自信、从容冷静;遵守纪律,尊重评委,尊重顾客,独立完成考核任务。(很好:9-10分;好:7-8分;一般:5-6;差:2-4分;很差:3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
		10	表情丰富,言行举止具有较强的感召力;具有良好的推销礼仪,语言表达准确,用词文明、口齿清晰,自然大方;思维敏捷,具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力;在规定时间内完成任务,体现良好的时间管理意识;推销结束之后清理现场,保持现场整洁。(很好:9-10分;好:7-8分;一般:5-6;差:2-4分;很差:3分以下)		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字,每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客(5分):有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分):产品介绍(2分);推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分),成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分):推销结束语(2分);取得顾客联系方式(3分)			
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑:推销第一技能,做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候:打开话题的前提,做到文明礼貌		
		1	注视:用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍:姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映,判断消费者心理,初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确,口齿清晰,动作大方		
		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		

评价内容		配分	评分细则	备注
		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	
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,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	
合计			100	

7. 试题编号：2-7：心相印纸巾推销

(1) 任务描述

【背景资料】

心相印为恒安集团旗下产品。恒安集团创立于1985年，经营领域涉及妇幼卫生用品、纸类产品、化妆及护肤类产品等，是国内最大的妇女卫生巾和婴儿纸尿裤专业生产企业，拥有固定资产二十多亿元，员工一万余人，旗下产品品种多，规格齐全；有卷筒纸、抽纸、纸巾。

产品简介：心相印手帕纸茶语小包心心相印纸巾*12包(幸运装)，价格：¥8.6元，价格实惠。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，			
			成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)		
推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。		
	2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌			
	1	注视：用眼睛传递诚恳自信			
	1	自我介绍：姓名、单位、来意			
	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机			
	3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法			

评价内容		配分	评分细则	备注
推销演示 (40分)	推销过程 (25分)	3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		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	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，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	
合计			100	

8. 试题编号：2-8：旺旺食品推销

(1) 任务描述

【背景资料】

旺旺集团是一个以食品产销为主干的台湾集团，由蔡衍明所创立，发迹于台湾，之后进入中国大陆、日本和新加坡市场。旺旺集团的营运重心及主要获利来源皆在中国大陆，仅大陆一地即开设有40家以上的分公司、110家以上的工厂。旺旺食品主要有：米果、饮料、休闲、糖果等，品类多。

产品简介：旺旺仙贝/米饼，450g，¥16.8元。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力和判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)
推销	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		

评价内容	配分	评分细则	备注	
演示 (40分)	推销过程 (25分)	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	
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 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	
合计		100		

9. 试题编号：2-9：百雀羚护手霜推销

(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。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3)考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)， 成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		

评价内容		配分	评分细则	备注
分)	推销过程 (25分)	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		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	
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 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	
合计			100	

10. 试题编号：2-10：白象方便面推销

(1) 任务描述

【背景资料】

白象集团食品有限公司是以方便食品开发、生产为主的集科、工、贸为一体的国家大型一级企业，主要产品为‘白象’牌系列方便面、挂面和面粉。白象集团是中国最大的民族食品加工企业，被中国食品科学技术学会称为‘中国面制品业最具活力的企业之一’，是中国方便面行业河南军团中规模最大、产值最高、销量最大、企业综合实力最强的大型食品集团公司。每年消耗面粉90万吨，实现小麦转化120万吨，为河南省的粮食深加工转化和农业产业化建设起到了良好的促进作用。

产品简介：白象大骨面是白象集团生产的一款方便面，它将方便面与传统的滋补品骨汤相结合，创新了“骨类面”营养新领域。大骨面即指用大骨汤（一般指猪大骨经长时间熬煮而成的具有浓郁鲜香味的一类高汤）来煮制的面。但因大骨汤的制作耗时耗力，人们通常喜欢使用通过现代工艺进行真实骨汤浓缩的骨汤包，方便快捷的制作大骨面，使得大骨面不仅拥有“大骨高汤”的浓郁鲜香味道又不失营养，更实现了从白水煮面到骨汤煮面的全新升级。净含量：面饼+配料120g；面饼：85克

类型：油炸方便面

¥：4元。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力和判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）		
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	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确（依据背景材料）
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		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
		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			

评价内容		配分	评分细则	备注
	推销实施	20	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)	字扣1。
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑: 推销第一技能, 做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
		2	问候: 打开话题的前提, 做到文明礼貌	
		1	注视: 用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍: 姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映, 判断消费者心理, 初步判断消费者的购买动机	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确, 口齿清晰, 动作大方	
		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	
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 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	
合计			100	

11. 试题编号：2-11：德芙巧克力推销

(1)任务描述

【背景资料】

德芙，是世界最大宠物食品和休闲食品制造商美国跨国食品公司玛氏（Mars）公司在中国推出的系列产品，1989年进入中国。1995年成为中国版块巧克力领导品牌，“牛奶香浓，丝般感受”成为其经典广告语。

产品简介：德芙丝滑牛奶巧克力桶装，480g，¥52.9元。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3)考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力和判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)
推销演示 (40)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		

评价内容		配分	评分细则	备注
分)	推销过程 (25分)	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会, 结束推销	
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 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	
合计			100	

12. 试题编号：2-12：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。

【考核任务】

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考核专家	必备
	2名、模拟顾客2名、计时员1名	

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力和判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
		文字表达	3		语言流畅、条理清楚、逻辑性较强
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
					推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分)
推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)					
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
	推销过程 (25分)	3	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
			能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
			推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		

评价内容		配分	评分细则	备注
		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	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，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	
合计			100	

13. 试题编号：2-13：华为手机推销

(1) 任务描述

【背景资料】

华为技术有限公司，成立于1987年，总部位于广东省深圳市龙岗区。华为是全球领先的信息与通信技术（ICT）解决方案供应商，专注于ICT领域，坚持稳健经营、持续创新、开放合作，在电信运营商、企业、终端和云计算等领域构筑了端到端的解决方案优势，为运营商客户、企业客户和消费者提供有竞争力的ICT解决方案、产品和服务，并致力于实现未来信息社会、构建更美好的全联接世界。

产品简介：华为Mate50

机身存储：256GB；不支持存储卡；5000万后摄主摄像头；6.7英寸主屏幕尺寸；
安卓操作系统；价格：¥5889元。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
推销地点	2	结合背景材料自定			
	推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的		
	推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述		
			推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分)		
			推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)		
推销	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
	3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方			

评价内容		配分	评分细则	备注
演示 (40分)	推销过程 (25分)	2	推销表情丰富, 具有感召力, 具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况, 突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通, 产生互动, 并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机, 从而找到产品(服务)的卖点, 使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问, 消除顾客的疑虑, 能巧妙处理顾客异议, 让顾客信服	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会, 结束推销	
		3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束, 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	
合计			100	

14. 试题编号：2-14：白沙溪黑茶推销

(1)任务描述

【背景资料】

湖南省白沙溪茶厂股份有限公司前身是湖南省白沙溪茶厂(国有)，创建于一九三九年，曾创造了我国紧压茶史上的数个第一，即1939年中国第一片黑砖茶，1953年湖南第一片茯砖茶，1958年中国

第一片花砖茶。开发、研制了青砖茶和普洱茶；挖掘、继承和发展了民间传统茶叶产品天、贡、生尖茶和花卷茶(俗称千两茶)。拥有国家专利52件(其中发明专利8件)，拥有注册商标40余个；拥有国内领先的自动化清洁化砖茶生产线、立体化茯砖茶成型车间、茶叶净化分选车间及制茶机械设备千余台；拥有有机生态茶园基地12000亩。公司是中国茶叶行业百强企业、国家AAA级旅游景区、湖南省农业产业化龙头企业、湖南省高新技术企业，白沙溪是“中国黑茶标志性品牌”、“中国驰名商标”、“湖南老字号”，白沙溪黑茶是“湖南名牌产品”。公司主要产品有“白沙溪”牌黑砖茶、茯砖茶、花砖茶、湘尖茶、千两茶、礼品茶及高新技术产品等七大系列200多个品种。

产品简介：黑茶是我国六大茶类之一，也是我国特有的一大茶类，湖南以其居全国60%的产销量，堪称黑茶大省，是我国最大的黑茶产地，而湖南黑茶的起源之地，就在位于安化县境内的白沙溪茶厂。作为中国特有的一大茶类，黑茶自然有他的独到之处。此类茶在加工过程中产生一种叫普诺尔的成份，该成份有良好的防止脂肪堆积的作用，故日、韩等国将黑茶当作减肥的首选饮品。在产地及西北的几百年的饮用体验证明了其在消食、解油腻、调理肠胃等方面有显著功效，西北地区甚至流传着“宁可三日无粮，不可一日无茶”的说法，除此之外，黑茶还有降血压、降血脂、降血糖、养胃、健胃、通三焦、利尿、减肥等方面的功用，更被誉为“中国丝绸之路上神秘之茶、西北少数民族生命之茶”。

天茯茶(1kg)原料：一级黑毛茶

规格：20盒/件

零售价：¥330。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟（推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销）。

(4) 评分细则

评价内容	配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)	10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
	10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。（很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下）		
具体 内容	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
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	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	考核时间当天	

评价内容		配分	评分细则	备注
推销方案 (40分)	推销地点	2	结合背景材料自定	不少于500字，每少50字扣1。
	推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的	
	推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述	
			推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分)	
推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)				
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌	
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信	
		1	自我介绍：姓名、单位、来意	
	推销过程 (25分)	2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机	
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法	
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方	
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪	
		5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会，结束推销	
3		征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
2		推销结束，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		
合计			100	

15. 试题编号：2-15：浪莎丝袜推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
推销背景与目的	5	结合背景材料及产品特点阐述推销目的			
	推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)		
推销演示 (40)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪		

评价内容		配分	评分细则	备注
分)	推销过程 (25分)	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,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	
合计			100	

16. 试题编号：2-16：盐津铺子休闲食品推销

(1)任务描述

【背景资料】

盐津铺子食品有限公司是由香港盐津铺子(国际)食品实业有限公司于1998年在湖南投资创建的一家主要从事食品加工和销售的综合性企业。公司注册资金5000万元。

从成立以来，公司以市场为导

向，生产以葡萄、桃肉、桃片、生姜等为基本原材料，加工成为盐津葡萄、盐津桃肉、盐津桃片、冰醋姜等高档果脯系列的农产品加工龙头企业。目前“盐津铺子”已成为国内著名休闲食品品牌，是新一代休闲食品的代表。公司主营6大系列产品：豆制品类，蜜饯类，炒货类，肉制品类，坚果类，干果类，最有特色的休闲零食品牌。

产品简介：盐津铺子话梅，瓶装248g, 价格：¥13.5元

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3)考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有		
			良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	重违纪情况者本项目记0。	
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		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		

评价内容		配分	评分细则	备注
推销过程 (25分)	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		
	3	征求顾客意见, 巧妙地取得顾客联系方式		
	2	推销结束, 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		
合计			100	

17. 试题编号：2-17：理发卡推销

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
推销过程 (25分)		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
		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		

评价内容		配分	评分细则	备注
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会,结束推销	
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,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	
合计			100	

18. 试题编号：2-18：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：2999元)价格实惠、服务好。

(备注：健身房品牌学生可以自拟)

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4) 评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的		
			沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	本项目记0分。	
推销方案 (40分)	卷容格式	2	文字编排工整清楚、格式符合要求	推销方案字数不少于500字，每少50字扣1。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)			
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		
	2	推销表情丰富，具有感召力，具有良好的推销礼仪			

评价内容		配分	评分细则	备注
分)	推销过程 (25分)	5	能准确、全面地介绍产品的基本情况，突出商品的差异特点、优势和带给消费者利益	
		2	能与顾客进行沟通,产生互动,并能得到顾客的信任	
		3	能判断顾客的购买动机,从而找到产品(服务)的卖点,使顾客对产品(服务)对产生兴趣	
		5	能解答顾客的各种疑问,消除顾客的疑虑,能巧妙处理顾客异议,让顾客信服.	
	推销结束 (10分)	2	及时把握成交机会，结束推销	
		3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束，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	
合计			100	

19. 试题编号：2-19：蒙牛牛奶推销

(1)任务描述

【背景资料】

蒙牛1999年成立于内蒙古自治区，总部位于呼和浩特，是全球八强乳品企业、国家农业产业化重点企业、乳制品行业龙头企业。蒙牛拥有液态奶、冰淇淋、奶粉、奶酪等多品的产品矩阵系列，拥有特仑苏、蒙牛纯甄、优益C、每日鲜语、未来星、冠益乳、蒙牛酸酸乳、蒂兰圣雪、瑞哺恩、贝拉米、妙可蓝多、爱氏晨曦等明星品牌。蒙牛牛奶，是内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司产品之一，作为蒙牛液体奶的首个高端副品牌；自上市起，即秉承奉献最佳品质的理念，致力于打造中国“最好的牛奶”。

产品简介：特仑苏，全程无添加防腐剂，无添加甜味剂，无添加人工色素，健康营养；盒装250ml，市场价¥8元；10*250g，市场价¥68元/箱。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3)考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
	文字表达	3	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
推销实施	20	寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述 推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分) 推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)			
推销开场 (5分)		1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		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		

评价内容		配分	评分细则	备注
推销演示 (40分)	推销过程 (25分)	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	
		3	征求顾客意见,巧妙地取得顾客联系方式	
		2	推销结束,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	
合计			100	

20. 试题编号：2-20：阳光玫瑰葡萄推销

(1) 任务描述

【背景资料】

阳光玫瑰是葡萄的品种之一，是日本以后代为母本，白南为父本杂交选育出的欧美种葡萄，被称为“能给葡萄产业带来福音的划时代品种”，人气很高。果穗呈圆锥形，穗形紧凑美观；果粒呈长椭圆形，黄绿色，果粉较少，具有不裂果、不落粒的特点，风味佳、肉硬皮薄，有浓郁的玫瑰香味。

产品简介：云南阳光玫瑰葡萄；2.5kg/盒，市场价¥119元/盒。

【考核任务】

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考核专家2名、模拟顾客2名、计时员1名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为80分钟(推销方案及准备75分钟，5分钟现场推销)。

(4)评分细则

评价内容		配分	评分细则	备注	
职业素养及操作规范 (20分)		10	仪容整洁、服饰大方得体、姿态端正、稳健，符合商务谈判场合要求；从容冷静，神态自然、热情；心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；遵守纪律，尊重评委，尊重顾客，独立完成考核任务。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0。	
		10	表情丰富，言行举止具有较强的感召力；具有良好的推销礼仪，语言表达准确，用词文明、口齿清晰，自然大方；思维敏捷，具有较强的沟通协调能力和判断和应变能力；在规定时间内完成任务，体现良好的时间管理意识；推销结束之后清理现场，保持现场整洁。(很好：9-10分；好：7-8分；一般：5-6；差：2-4分；很差：3分以下)		
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。	
		文字表达	3		语言流畅、条理清楚、逻辑性较强
	具体内容	推销主题	3		主题明确(依据背景材料)
		推销对象	3		依据产品特点确定推销对象
		推销时间	2		考核时间当天
		推销地点	2		结合背景材料自定
		推销背景与目的	5		结合背景材料及产品特点阐述推销目的
		推销实施	20		寻找与接近顾客(5分)：有寻找与接近目标顾客方式方法的描述
					推销面谈(10分)：产品介绍(2分)；推销方法与技巧描述(3分)处理顾客异议(3分)，成交顾客意见征询(2分)
					推销结束(5分)：推销结束语(2分)；取得顾客联系方式(3分)
推销演示 (40分)	推销开场 (5分)	1	微笑：推销第一技能，做到自然大方	开场白新颖、吸引顾客。	
		2	问候：打开话题的前提，做到文明礼貌		
		1	注视：用眼睛传递诚恳自信		
		1	自我介绍：姓名、单位、来意		
		2	观察顾客反映，判断消费者心理，初步判断消费者的购买动机		
		3	能针对不同的产品(服务)和顾客选择适当的推销方法		
		3	推销语言表达准确，口齿清晰，动作大方		

评价内容		配分	评分细则	备注
推销过程 (25分)	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		
	3	征求顾客意见，巧妙地取得顾客联系方式		
	2	推销结束，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		
合计		100		

三、营销策划模块

1. 试题编号：3-1：雕牌母亲节庆典活动策划方案设计

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3		排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）
		公关活动目标	5		有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）
		公关活动主题	5		有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）
		公关活动对象	5		有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）

评价内容		配分	考核点	备注
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

2. 试题编号：3-2：五芳斋端午节庆典活动策划方案设计

(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。请按照公关活动策划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
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) 评分细则

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

评价内容		配分	考核点	备注
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计			100	

3. 试题编号：3-3：金大福吾悦广场店开业庆典活动策划方案设计

(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、深圳市总商会理事单位、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。请按照公关活动策划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
场地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性（4分）
		公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）
		公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）
公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）		

评价内容		配分	考核点	备注
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计			100	

4. 试题编号：3-4：陶华碧老干妈元旦庆典活动策划方案设计

(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×日元旦在长沙市各大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。请按照公关活动策划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) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分
		文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		活动背景	5	有活动背景, 背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)	
		公关活动目标	5	有活动目标(2分), 目标明确、具体、具有针对性(3分)	
		公关活动主题	5	有主题(3分), 主题鲜明、引人注目(2分)	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分), 公关对象选择符合企业市场要求(3分)	
		公关活动时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分, 要求设计2个以上项目, 每个项目4分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性(6分, 每个小项目2分)	
		媒介宣传	5	有媒介宣传(2分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著(3分)	
		进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表(5分), 何地需要哪些物料, 需要怎么布置进行安排(5分)	
		费用预算	3	有预算与分配表(1分), 费用预算合理、可行(2分)	
		效果评估	2	有效果评估(1分), 公关效果评估合理, 符合企业要求(1分)	
	创新方面	5	方案有一定新意, 见解独到		
小计			100		

5. 试题编号：3-5：三八节百丽女鞋促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

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

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

【测试任务】

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5		有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5		有明确的活动对象(2分)，公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性(6分，每个小项目2分)
		媒介宣	5		有媒介宣传(2分)，媒介选择合理，宣

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

6. 试题编号：3-6：滋源洗发水国庆节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

滋源诞生于2014年的中国广州，是香港环亚集团广州环亚化妆品科技有限公司凝聚25年皮肤护理研究结晶打造的无硅油洗头水。

区别于传统洗护产品，滋源以“无硅油头皮护理”差异化品类切入市场，集品牌力、研发力、产品力、渠道力、推广力五力合一，全力打造无硅油头皮护理引领者。2014年5月获得“高端洗护第一阵营优秀品牌”，2015年12月荣获“2015年中国化妆高端洗护第1名”，2016年3月荣获“2015中国化妆品年度洗护品牌”，2018年上海美博会荣获“2018中国美伊TOP榜洗护类最佳洗护产品奖”，2019年荣获“2018年度影响力品牌”。

品牌定位：无硅油不刺激，区别于传统洗发，滋源专注头皮护理，创新品类，率先推出不含硅油的天然头皮护理洗头水，精准定位头皮护理市场，面对25-35岁正在升级生活品质的当代女性消费群体，为她们提供高品质头皮护理产品，带来天然、健康的头皮护理体验，开启头皮护理新时代。

另外，研究试验的对比表明，有硅油的洗发水附着头皮表面不易清洗，无硅油的洗头水轻松洗净，头皮自由呼吸。大多数洗发水成分含一种物质—聚二甲基硅氧烷，即头发顺滑剂“硅油”，使头发顺滑无比。然而，硅油无害却不溶于水，会堵住毛囊导致头屑、头痒、头油，使头发干枯受损，甚至脱发。

第一宗：包裹头皮，损伤毛囊，导致头痒、头油；

第二宗：硅油脱落，剥落头皮，产生头屑；

第三宗：包裹发丝，阻挡营养吸收；

第四宗：氧化质变，头发变硬不柔顺。

90%以上中国人群面临着头皮头发问题，而在推崇天然无硅油头皮护理的日本，这一数字下降到48%。在日本，59%的人接受了无硅油头皮护理的观念，在欧美，这个数字达到63%，洗发水以不含硅油的天然成分为主，而在中国，90%的洗发水含硅油。

日本推崇天然和无硅油的概念，无硅油长期占据洗发水销量排行榜第一名的位置；韩国推崇无硅油毛囊专业护理，注重天然成分和植物药材的头皮护理作用；法国多使用天然植物成分，拒绝硅油等化工类成分添加；瑞士无硅油头皮护理的天然绿色概念；美国在头皮护理产品中去除硅油成分，添加了天然舒缓成分。而中国90%的中国人没有意识到头皮与头发的关系，头皮护理市场仍处于初级阶段。

产品特点:

1. 不含硅油。硅油能使头发顺滑，然而硅油不溶于水，会堵住毛囊使头发受损。
2. 不含染色剂。染色剂会引发头皮色素沉着和敏感问题。
3. 不含石油类表面活性剂。石油类表面活性剂是洗发水中的起泡剂，会给头皮造成刺激和脱水现象。
4. 不含动物性原料。动物性原料令洗发水充满香气，多源于动物，是一种极不环保的原料。
5. 不含尼泊金酯。尼泊金酯能发挥防腐剂的作用，易引发皮炎。
6. 不含矿物油。矿物油有致斑致黑，并会在头皮表面形成覆盖膜，堵塞毛孔。

滋源全球生态农场，萃取原生态孕育植物。获得国家专利成分的植物精华分别有谷精草、覆盆子和辣薄荷。谷精草采摘自中国天然原生态种植园，能够滋养脆弱头皮，促进头皮细胞再生，修护损伤，增强头皮免疫力，远离老化。覆盆子采摘自欧洲东南部塞尔维亚天然种植园，能帮助减少头皮自由基产生，改善头皮血液循环，促进皮肤细胞再生，提升头皮自身抵抗力，预防老化。

产品系列:

	中干性头皮	油性头皮
无患子系列 (特别添加橄榄精华，富含单一不饱和脂肪酸和抗氧化维生素E，能够保湿、保护和滋养头皮，修复干性头皮和受损发丝。)	无患子致臻滋养洗头水(温和洗净，保护敏感头皮，并滋养润泽，改善头皮干燥缺水状态。)无患子致臻滋养护发素(水养滋润头皮头发，天有平衡调理功效，能养头皮润发丝。天然无刺激，头皮滋润，发丝水润柔滑。)	油性头皮适用产品，特别添加芦荟精华，有效抑制多余油脂，令头皮水油平衡，并达到去油保湿的作用。无患子控油滋养洗头水(温和洗净多余油脂，调节水油平衡，头皮清爽舒适。)无患子控油滋养护发素(天然清爽，无多余油脂残留，头皮清爽舒适、发丝轻盈飘逸。)
茶籽清屑系列 (茶籽，东方橄榄，能养头皮去头屑。茶籽凝萃清屑洗头水)	特别添加亚麻荠籽油精华，富含不饱和脂肪酸，具有优良的肌肤亲和力和渗透力，减少水分流失，令头皮长久保湿。茶籽凝萃清屑洗头水(洁净头皮，调理水油平衡，从根源减少头屑，并滋养干燥头皮。)茶籽凝萃清屑护发素 茶籽凝萃清屑护发素 (天然无残留，温和滋润头皮，减少头屑，头皮轻松水润，秀发轻盈。)	特别添加薰衣草精华，性质温和，具有抑菌、控油、镇定的功效，能有效调理头皮油脂分泌。茶籽控油清屑洗头水(去除头皮多余油脂，从根源减少头屑，令头皮清爽。)茶籽控油清屑护发素 (天然控油去屑，改善头皮水油平衡，令头皮清爽无油，秀发轻盈。)

生姜系列 (健发高手, 养头皮固发根)	特别添加橄榄精华、亚麻荠籽精华, 平衡养护头皮, 增强头皮保湿力。生姜奢养强韧洗头水(温和清洁头皮发丝, 提高头皮自身修护力, 修护头皮损伤, 强健细软脆弱发根。)生姜奢养强韧护发素(提高头皮自身修护力, 修护头皮损伤, 从根部源源不断补充天然养分, 强健细软脆弱发根。)	特别添加芦荟精华、薰衣草精华, 平衡养护头皮, 有效调控头皮油脂分泌。 生姜控油强韧洗头水(温和清洁头皮发丝, 调理水油平衡, 养护健康头皮, 强健细软脆弱发根。)生姜控油强韧护发素 生姜控油强韧护发素
------------------------	--	---

【测试任务】

为提高产品在湖南市场的知名度, 20××年国庆节, 公司拟在湖南长沙A区域市场(提示: A区域可以更换为你所熟悉的区域)开展大型促销活动。预算控制在30万元之内。请根据促销方案策划的流程为该企业20××年国庆节促销活动进行策划, 并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求1500字以上)。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

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

评价内容		配分	考核点	备注
作品 (80分)	体 内 容	整	间)	字, 每少 50字扣1分
		目录	3	
	活动背景	5	有活动背景, 背景阐述得当	
	市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)	
	公关活动目标	5	有活动目标(2分), 目标明确、具体、具有针对性(3分)	
	公关活动主题	5	有主题(3分), 主题鲜明、引人注目(2分)	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分), 公关对象选择符合企业市场要求(3分)	
	公关活动时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分, 要求设计2个以上项目, 每个项目4分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性(6分, 每个小项目2分)	
	媒介宣传	5	有媒介宣传(2分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著(3分)	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表(5分), 何地需要哪些物料, 需要怎么布置进行安排(5分)	
	费用预算	3	有预算与分配表(1分), 费用预算合理、可行(2分)	
	效果评估	2	有效果评估(1分), 公关效果评估合理, 符合企业要求(1分)	
创新方面		5	方案有一定新意, 见解独到	
小计		100		

7. 试题编号：3-7：周生生公关活动策划方案设计

(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OmniChannel「全渠道顾客体验」，其中'MagicMirroronthewall'更荣获MarketingMagazine-MARKiesAwards2015之'BESTIDEA - 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首间主打轻奢日常佩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。请按照公关活动策划方案设计的方法和要求为该企业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) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5		有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5		有明确的活动对象(2分)，公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性(6

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

8. 试题编号：3-8：老凤祥赞助活动策划方案设计

(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

(3) 考核时量

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。请按照公关活动策划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

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5		有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5		有明确的活动对象(2分)，公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性(6分，每个小项目2分)
		媒介宣传	5		有媒介宣传(2分)，媒介选择合理，宣传效果较为显著(3分)
		进度安排、物料准备	10		对活动全过程拟成时间表(5分)，何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排(5分)
		费用预	3		有预算与分配表(1分)，费用预算

评价内容		配分	考核点	备注
	算		合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计			100	

9. 试题编号：3-9：康因姆足浴器五一促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。随着人们保健意识的逐步增强，足浴器愈来愈受到消费者的青睐，但是以次充好的产品也开始进入市场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉著称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度及水容量有以下分类：

K218B金苹果：产品从上往下望呈苹果状，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-118A：产品从上往下望呈苹果状，上端配有旋钮开关，桶内配有按摩石，针刺按摩头，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。装水容量为5.5L；

K-138B：产品上端配有双屏显示器，以及功能控制键，还带个遥控器，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为防滑减震垫脚。装水容量为6.5L；

K-218A红苹果、K-218A金苹果、K-218A青苹果：产品从上往下

望呈苹果状，上侧配有功能旋钮，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还配有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。（三种产品外观颜色不同：红色、金黄色、墨绿色）

K-218B红苹果、K-218B青苹果：产品为红色与墨绿色，从上往下望像一只红色的苹果，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-228C：产品上端配有显示屏，以及调温键，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有瀑布式冲浪孔和一个药盒。产品底座为减震垫脚。装水容量为11L；

K-258B：产品上端配有数码显示屏，以及控制键，桶外有外排水管。产品底座为带锁方向滚轮。装水容量为9L。

【测试任务】

现公司欲进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请根据促销方案策划的流程为企业20××年湖南A区域市场（提示：A区域市场可以选择你所熟悉的市场区域）的母亲节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		活动背景	5	有活动背景, 背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)	
		公关活动目标	5	有活动目标(2分), 目标明确、具体、具有针对性(3分)	
		公关活动主题	5	有主题(3分), 主题鲜明、引人注目(2分)	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分), 公关对象选择符合企业市场要求(3分)	
		公关活动时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分, 要求设计2个以上项目, 每个项目4分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性(6分, 每个小项目2分)	
媒介宣传	5	有媒介宣传(2分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著(3分)			

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

10. 试题编号：3-10：某楼盘开盘庆典公关活动策划方案设计

(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）。请按照公关活动策划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) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景, 背景阐述得当
		市场分析	4		能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5		有活动目标(2分), 目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5		有主题(3分), 主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5		有明确的活动对象(2分), 公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动时间地点	5		选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)。
		活动项目流程设计	14		活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分, 要求设计2个以上项目, 每个项目4分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性(6分, 每个小项目2分)
		媒介宣传	5		有媒介宣传(2分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著(3分)
		进度安排、物料准备	10		对活动全过程拟成时间表(5分), 何地需要哪些物料, 需要怎么布置进行安排(5分)
		费用预算	3		有预算与分配表(1分), 费用预算合理、可行(2分)
效果评估	2	有效果评估(1分), 公关效果评估合理, 符合企业要求(1分)			
创新方面	5	方案有一定新意, 见解独到			
小计		100			

11. 试题编号：3-11：七度“七夕情人节”庆典活动策划方案设计

(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。请按照公关活动策划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）。其具体内容应包括活动背景、市场分析、活动目标、活动主题、活动地点、活动时间、活动对象、活动项目流程设计、媒介宣传、进度安排物料准备、费用预算、效果评估等几个方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5	有活动背景, 背景阐述得当
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5	有活动目标(2分), 目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5	有主题(3分), 主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分), 公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动时间地点	5	选择恰当, 与活动对象、活动主题相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)。
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分, 要求设计2个以上项目, 每个项目4分), 流程安排较为细致、正确, 具有一定的可行性(6分, 每个小项目2分)
		媒介宣传	5	有媒介宣传(2分), 媒介选择合理, 宣传效果较为显著(3分)
		进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表(5分), 何地需要哪些物料, 需要怎么布置进行安排(5分)

	费用 预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评 估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

12. 试题编号：3-12：大药房元旦节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

某公司创立于2001年，总部设在湖南省长沙市。该公司是一家由单一民营药店发展起来的大型医药连锁企业。目前，公司除药品零售外，同时兼营药品批发与制造。现已成为国内最具影响力的药品零售企业，也是中国服务业500强企业、中国连锁百强企业、湖南省百强企业、中国药品零售企业综合竞争力百强冠军。

2001年10月，公司长沙湘雅店以“让更多人看得起病、吃得起药”为宗旨，实行超市化经营模式，受到了消费者的热烈欢迎，出现了“提着篮子买药，排着长队付款”的现象。开架自选与药品大卖场的开创，被认为是医药零售行业经营方式的一次变革。

其后，公司逐渐形成了以“一切为了老百姓”为内涵的有着民生思想底蕴的企业文化，并以此为经营宗旨，获得了巨大的发展。2002年4月，该公司湖南浏阳店开业，公司开始走向连锁之路；2002年12月，西安新城店、杭州国都店相继开业，实现了西征东进，跨省经营；2003年7月，西安小寨店开业，实现了同一城市开多家门店的战略举措；2004年底，在全国药店半数亏损的情况下，销售额激增至18.2亿元，成为国内具有影响力的药品零售企业。2008年，公司成功引入外资8200多万美元，成立了中外合资公司连锁有限公司，实现公司管理和经营的国际化。2009年1月，公司斥资2000余万元成功收购湘潭海诚大药房的32家药店，开始在国内全面挺进二级市场。2009年4月，公司加入联合国“全球契约”，开始步入国际化的发展平台。自2001年创立以来，公司开发了湖南、陕西、浙江、江西、广西、山东、河北、广东、天津、上海、湖北、河南、北京、江苏、安徽等15个省级市场，拥有大中型门店600多家，经营面积10万多平方米，拥有总资产近10亿元，净资产近5亿元，年销售额近37亿元，员工1.8万多人。公司已发展成为一家大型医药连锁企业集团，具备了规模大、品种齐、影响深、质量优、服务好、模式新等特点，体现出了规模效应、成熟低成本运营、品牌影响力与完整产业链的优势，确保了企业可持续快速发展。2019年10月，公司十八周年答谢庆典在长沙圣爵菲斯酒店举行，来自全国的各大药品零售连锁企业和制药企业近700名精英汇聚一起，为行业把脉。会上，公司董事长表示，中国药品零售行业的发展面对着无数的变数，既有国家政策释放的巨大红利，也有多层资本市场迅速推进带来的药店上市潮和并购风，更有“互联网+”思潮带来的巨大冲击，药品零售行业迎来了崭新的发

展机遇，同时也伴随着更多的挑战。面对大健康产业的迅速发展和未来巨大的市场空间，零售药店必须提前布局，抢占先机。

【测试任务】

为答谢新老顾客长期以来对公司的厚爱。20××年元旦节，公司拟在长沙含浦店、东塘店和树木岭店同时开展大型促销活动。预算控制在10万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业20××年元旦节促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求1500字以上)。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3		排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5		有活动背景，背景阐述得当
市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)			

评价内容		配分	考核点	备注
	公关活动目标	5	有活动目标（2分），目标明确、具体、具有针对性（3分）	
	公关活动主题	5	有主题（3分），主题鲜明、引人注目（2分）	
	公关活动对象	5	有明确的活动对象（2分），公关对象选择符合企业市场要求（3分）	
	公关活动时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当（2分），地点选择得当（3分）。	
	活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合（8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分），流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性（6分，每个小项目2分）	
	媒介宣传	5	有媒介宣传（2分），媒介选择合理，宣传效果较为显著（3分）	
	进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表（5分），何地需要哪些物料，需要怎么布置进行安排（5分）	
	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

13. 试题编号：3-13：She’ s（茜子）周年庆典公关活动策划方案设计

（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“FREESTYLEJUSTFORYOU”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。请按照公关活动策划方案设计的方法和要求为企业××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) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
		文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		活动背景	5	有活动背景,背景阐述得当	
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)	
		公关活动目标	5	有活动目标(2分),目标明确、具体、具有针对性(3分)	
		公关活动主题	5	有主题(3分),主题鲜明、引人注目(2分)	
		公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分),公关对象选择符合企业市场要求(3分)	
		公关活动地点	5	选择恰当,与活动对象、活动主题相适应,时间选择得当(2分),地点选择得当(3分)。	
		活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分,要求设计2个以上项目,每个项目4分),流程安排较为细致、正确,具有一定的可行性(6分,每个小项目2分)	
		媒介宣传	5	有媒介宣传(2分),媒介选择合理,宣传效果较为显著(3分)	
		进度安排、物料准备	10	对活动全过程拟成时间表(5分),何地需要哪些物料,需要怎么布置进行安排(5分)	

	费用预算	3	有预算与分配表（1分），费用预算合理、可行（2分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），公关效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

14. 试题编号：3-14：小米高校大学生篮球竞赛活动赞助活动策划方案设计

(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，联合创始人及副总裁黎万强、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MobileInternet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年为中國第一名。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5sPlus以及小米电视3s55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。请按照公关活动策划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) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		活动背景	5	有活动背景，背景阐述得当
		市场分析	4	能从分析中达到了解企业公关现状和公关活动的迫切性(4分)
		公关活动目标	5	有活动目标(2分)，目标明确、具体、具有针对性(3分)
		公关活动主题	5	有主题(3分)，主题鲜明、引人注目(2分)
		公关活动对象	5	有明确的活动对象(2分)，公关对象选择符合企业市场要求(3分)
		公关活动地点	5	选择恰当，与活动对象、活动主题相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
活动项目流程设计	14	活动项目设计与目标、对象、费用相吻合(8分，要求设计2个以上项目，每个项目4分)，流程安排较为细致、正确，具有一定的可行性(6分，每个小项目2分)		

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

15. 试题编号：3-15：日威电器父亲节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

宁波日威电器有限公司，始创于1999年，是一家专业经营剃须刀、电吹风、剃绒器、电推剪、电熨斗、挂烫机等个人和专业护理电器的公司，作为一家集研发、生产和销售的综合性小家电企业，日威电器在上海松江、宁波慈溪拥有四个生产基地，员工1000余人。企业通过IS9001：2008质量管理体系认证，产品通过GS、CE、EMC、CCC、ROSH等多项国际认证。日威品牌还相继荣获“中国驰名商标”、“中国质量过硬放心品牌”、“中国知名品牌”、“中国小家电行业十大影响力品牌”等荣誉称号。

日威剃须刀是日威电器旗下的拳头产品，多年来，通过执着奋发，在市场和业内，树立了良好的品牌声誉和极强的综合竞争力。在研发方面处于行业领先地位，拥有多项专利技术。日威剃须刀六大系列，丰富的产品线，无论是从造型到性能、还是从质量到价值，都能满足顾客个性而苛刻的要求，为其提供舒适高雅的感官享受。

日威电器自成立以来，公司秉承“创新、领先、成长、服务、尊重”的企业理念；以人为本，广纳贤士，打造富有激情和开拓精神的专业团队。以“用品质诚信于客户，以创新服务于市场”的企业宗旨；以“质量为本、信誉为魂”的品质理念；以“追求卓越，领导时潮”的企业使命；不断精益求精，孜孜追求，致力于成为中国生活电器的领导品牌。

日威剃须刀品牌属性(品牌的特点)：

专注17年：日威专注电动剃须刀的研发生产17年，产品均为独立生产，品质稳定，并拥有发明专利和外观专利。

产品丰富：至尊系列(三头浮动/往复)、至俊系列(双头浮动式)、至美系列(双头浮动式)、至简系列(往复式)、至尚系列(往复式)、至速系列(单旋式)。

贴面舒适：双环贴面刀网、独立浮动刀头、自动提须装置、自动研磨功能等先进技术，让贴面剃须成为轻松畅快的高尚享受。

剃须彻底：强劲动力结合独创精玄刀头，轻松应对难剃部位，杜绝任何残留，剃须更彻底。

创新跨界设计：日威文化内涵融合跨界元素，借鉴国际知名品牌设计艺术，将科技与艺术完美结合，创造人机美学新风尚。

时尚生活标志：睿智刚毅、尊贵典雅、时尚美观，日威不仅仅是一款剃须刀，更

展现的是一种时尚生活元素。

高性价比：坚持以专业服务消费者，四大生产基地，全国领先规模，让中国男性轻松拥有最质优价廉的电动剃须刀。

日威剃须刀品牌精神：

日威剃须刀品牌价值观：“剃”验生活的轻松感觉；日威剃须刀品牌文化：积极进取，乐观向上；

日威品牌个性：富有激情、乐观进取、追求生活品质、具有创新精神、渴望享受高品位生活的态度；

日威剃须刀产品核心利益：剃须很彻底，高尚享受，更有魅力；

日威剃须刀产品定位：专业品质产品、价格实在产品、质量可靠产品、外观时尚产品；

日威剃须刀整体品牌定位：剃须专家；中国电动剃须刀领导品牌；

日威剃须刀品牌宣传主题：专注电动剃须刀17年，专注品质，成就经典。

【测试任务】

面对竞争激烈的个人护理市场，为提高品牌在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，增加销售量，日威公司欲在20××年父亲节进行一次较大规模的促销活动，请根据促销方案策划的流程为企业20××年湖南A市场（提示：A市场可以更换为你所熟悉的某市场区域）的“父亲节”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案（字数要求1500字以上）。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

（2）实施条件

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

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
具体内容	封面完整	5	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
	摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
	目录	3	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
	市场分析	8	市场分析包括影响企业的营销环境分析(3分)、消费者需求分析(3分)、竞争产品分析(2分)，市场分析比较透彻、基本到位	
	新品分析	2	对新产品特点描述详细(1分)，新产品核心利益点(1分)，分析较为准确；	
	新品SWOT	8	新产品优势(2分)、劣势(2分)，机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
	产品定位	6	产品目标消费群确定合理(2)、产品市场定位基本符合市场实际情况(2)、定位具有竞争力(2)	
	推广目标	4	有营销目标(2分)，目标明确、具体、具有可行性(2分)	
	推广策略	20	推广策略包含广告宣传设计(5分)，公关主题活动和其他促销活动策划，且每个活动有具体的推广时间、地点、活动的详细安排(4*3=12分)，媒介选择(2分)(要求：至少1条广告语、1种公关宣传活动、2种类型的终端促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)活动具有较强的可操作性(1分)	

	经费预算	5	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（1分）	
	效果评估	2	有效果评估（1分），效果评估合理，符合企业要求（1分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

16. 试题编号：3-16：SKG颈椎按摩器元旦节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

SKG是美容与健康电器专家,秉承“全球制造,全球销售”的理念,SKG整合全球优质的研发、设计和制造资源,致力为追求时尚、健康的消费人群提供高品质的美容电器、健康电器产品和体验。SKG专注于美容电器、按摩电器产品的研发、设计与制造。为了给消费者带来高品质产品和体验,SKG打造了由100多位专家组成的产品研究院,其中拥有来自全球500强企业的研发团队和曾获得德国红点与IF大奖的设计师团队申请专利114项。作为美容电器、按摩电器专家,SKG不断以其强大的产品研发与创新能力,持续为全球消费者创造健康的生活理念和高品位的生活方式。

SKG颈椎按摩器,是品牌SKG推出的一款颈椎按摩器产品,于2018年07月通过了深圳市计量质量检测研究院的各项产品项目检测合格上市。SKG颈椎按摩器为预防与缓解颈椎病产品,其主要通过仿真针灸、推拿、刮痧、拔罐、叩击、脉冲等理疗方式作用于颈部。

该产品有如下特点:

- 1、外观设计:SKG颈椎按摩器数码耳机式外观设计。
- 2、弹性臂技术:POK塑料材质,韧性强,适合不同粗细的脖子佩戴。
- 3、3D悬浮式电极片设计:按摩电极片硅胶底座设计,使按摩电极片可以360°智能浮动;微曲面金属电极,贴合脖子曲线;环形牵引功能,逐步调整颈椎姿势。
- 4、奥体304不锈钢电极片:提高导电导热性能且不易腐蚀,内置NTC传感器,精准控温 ± 0.1 度;电极片表面拉丝处理,不易留指纹。
- 5、“四点卡位”设计:通过两个3D悬浮电极片和两边硅胶夹持臂面形成“四点卡位”,使颈椎按摩器贴合颈部肌肤。
- 6、无感佩戴:150克重量(含充电宝)。
- 7、三种电脉冲模式,15档电脉冲强度。

售价:599元/台

【测试任务】

为提升企业整体竞争优势,公司将在20××年元旦节来临之际,在湖南长沙A区域市场(提示:A区域可以更换为你所熟悉的区域)开展大型促销活动,预算控制在50万元之内。请根据促销方案策划的流程为企业20××年元旦节促销活动进行策划,并撰

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

	评价内容	配分	评分细则	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)。	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
		文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
		封面完整	5	要素具备(名称、策划者、时间)。	
		活动主题	6	有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)。	
		活动目标	5	有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)。	
		时间地点	5	选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。	
		对象选择	5	促销产品明确、活动对象选择基本准确。	
		活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。(少一种扣3分)	
		实施安排	12	事前准备充分(3分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)。	
		广告配合	7	有广告配合(2分)，广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(3分)。	

	评价内容	配分	评分细则	备注
	预算恰当	5	有预算表(2分)，预算符合企业的背景与目标(1分)，预算分配合理(2分)。	
	意外防范	5	具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案(2分)，合理度(1分)	
	创新方面	5	方案创意独特且可行	
	合计		100	

17. 试题编号：3-17：格力空调国庆节促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

2012年格力电器实现营业总收入1001.10亿元，成为中国首家超过千亿的家电上市公司；2020年4月30日，格力电器发布2019年业绩报告。报告显示，公司2019年实现营业总收入1981.53亿元，同比增长0.02%；归属于上市公司股东的净利润为246.97亿元，同比减少5.75%。

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。根据《暖通空调资讯》发布的数据，格力中央空调以14.7%的市场占有率稳坐行业龙头地位，实现国内市场“八连冠”。根据奥维云网市场数据，2019年格力电器占据中国家用空调线下市场份额top1，零售额占比36.83%；线下市场零售额top20家用空调机型中，格力电器产品有12个，占比达60%。根据日本经济新闻社2019年发布的数据，格力电器以20.6%的全球市场占有率位列家用空调领域榜首。

作为一家专注于空调产品的大型电器制造商，格力电器致力于为全球消费者提供技术领先、品质卓越的空调产品。在全球拥有珠海、重庆、合肥、郑州、武汉、石家庄、芜湖、巴西、巴基斯坦等9大生产基地，7万多名员工，至今已开发出包括家用空调、商用空调在内的20大类、400个系列、12700多个品种规格的产品，能充分满足不同消费群体的各种需求；累计申请技术专利15600多项，其中申请发明专利近5000项，自主研发的磁悬浮变频离心式制冷压缩机及冷水机组、光伏直驱变频离心机系统、双级变频压缩机、无稀土变频压缩机、R290环保冷媒空调、1赫兹变频空调、多功能地暖户式中央空调、永磁同步变频离心式冷水机组、超低温数码多联机组等一系列“国际领先”产品，填补了行业空白，改写了空调业百年历史。

【测试任务】

现公司为了扩大在A区域市场占有率，提高品牌关注度和影响力，请根据促销方案策划的流程为该公司20××年A市场(提示：A区域可以更换为你所熟悉的市场区域)的

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

	评价内容	配分	评分细则	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)。	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)。
		活动主题	6		有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)。
		活动目标	5		有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)。
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确。
活动方式	10	刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。(少一种扣3分)			

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

18. 试题编号：3-18：化妆品“三八节”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

奥岚雪的品牌含义就是——医学，美学，奥岚雪。从医学的角度来做美学，更加具有专业性和权威性。品牌的定位就是广大消费者的美容护理专家，其价位适中，能为广大工薪阶层所接受。企业围绕“美容护理专家”这一品牌形象而对奥岚雪的眼贴膜、面贴膜进行宣传。反过来对奥岚雪眼贴膜、面贴膜的宣传推广都是为了塑造奥岚雪“美容护理专家”的品牌形象，顺利由地奥的制药品牌形象向奥岚雪的美容护理品牌形象过渡。2019年销售额突破了120亿元人民币，获得了更高速增长。目前已经稳固浙江一带沿海市场，现企业着手从沿海地带辐射全国各地各区域，希望成为国内化妆品的佼佼者。

【测试任务】

假设企业目前有意开拓湖南长沙市场，并采用美容院加盟的方式，请根据促销方案策划的流程为其加盟美容院20××年“三八节”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求1500字以上)。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

	评价内容	配分	评分细则	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)。	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)。
		活动主题	6		有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)。
		活动目标	5		有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)。
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确。
		活动方式	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。(少一种扣3分)
		实施安排	12		事前准备充分(3分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)。
		广告配合	7		有广告配合(2分)，广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(3分)。
		预算恰当	5		有预算表(2分)，预算符合企业的背景与目标(1分)，预算分配合理(2分)。
		意外防范	5		具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案(2分)，合理度(1分)
创新方面	5	方案创意独特且可行			
合计		100			

19. 试题编号：3-19：NOCOL劳克卫浴“五一”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

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

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

浴缸系列：方形有群浴缸、圆角有群浴缸共3种产品；

座便器系列：共17种产品；

水龙头系列：共51种产品；

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

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

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

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

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

	评价内容	配分	评分细则	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）。	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)。
		活动主题	6		有主题(2分)，主题鲜明、引人注目(4分)。
		活动目标	5		有活动目标(2分)，目标较为明确、具体、具有针对性(3分)。
		时间地点	5		选择恰当，与活动对象、活动方式相适应，时间选择得当(2分)，地点选择得当(3分)。
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确。
		活动方式	10		刺激程度适当，与费用匹配，至少3种活动方式。(少一种扣3分)
		实施安排	12		事前准备充分(3分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)。
		广告配合	7		有广告配合(2分)，广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(3分)。
		预算恰当	5		有预算表(2分)，预算符合企业的背景与目标(1分)，预算分配合理(2分)。
		意外防范	5		具备处理意外问题的预案，要求2种以上简要预案，每个预案(2分)，合理度(1分)
创新方面	5	方案创意独特且可行			
合计			100		

20. 试题编号：3-20. 尚艺“五一”促销活动方案策划

(1) 任务描述

【背景资料】

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

尚艺秉承“共创、共荣、共享”的核心理念，弘扬“自强不息、永不言败”的企业精神着力打造企业的核心竞争力，使企业始终站

在时代发展的最前沿，引领美容美发行业的时尚潮流。

“创精彩人生、造美丽生活”是时代的强音，也是尚艺的使命。尚艺美容美发集团愿以海纳百川的博大胸怀，与广大有志投身于美容

美发事业的有识之士携手同行、共铸辉煌。

公司现有产品和服务项目包括：

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

美容SPA：面部护理、身体护理、SPA养生、基础护理、头疗养生等。

美容美发产品：面部护理、美发造型、美发护理、彩妆产品、身体护理等。

【测试任务】

为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，请根据促销方案策划的流程为企业20××年湖南长沙市场“五一”促销活动进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的促销方案(字数要求1500字以上)。其具体内容必须包括活动背景及目标、对象、主题、方式、时间地点、广告配合方式、前期准备、中期操作、后期延续、费用预算、意外防范、效果评估等方面。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

	评价内容	配分	评分细则	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)。	考核过程中有反党反社会主义言论、行为等严重违纪情况者本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的策划方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分	
	文字表达	5	流畅、条理清楚、逻辑性较强。		
	具体内容	封面完整	5		要素具备(名称、策划者、时间)。
		活动主题	6		有主题(2分), 主题鲜明、引人注目(4分)。
		活动目标	5		有活动目标(2分), 目标较为明确、具体、具有针对性(3分)。
		时间地点	5		选择恰当, 与活动对象、活动方式相适应, 时间选择得当(2分), 地点选择得当(3分)。
		对象选择	5		促销产品明确、活动对象选择基本准确。
		活动方式	10		刺激程度适当, 与费用匹配, 至少3种活动方式。(少一种扣3分)
		实施安排	12		事前准备充分(3分)、事中人力、物力等布置妥当(5分)、事后有延续安排(2分)。
		广告配合	7		有广告配合(2分), 广告配合方式符合促销目标以及对象的媒介习惯(3分)。
		预算恰当	5		有预算表(2分), 预算符合企业的背景与目标(1分), 预算分配合理(2分)。
		意外防范	5		具备处理意外问题的预案, 要求2种以上简要预案, 每个预案(2分), 合理度(1分)
	创新方面	5	方案创意独特且可行		
合计		100			

四、线上推广模块

1. 试题编号：4-1：设计娃哈哈晶钻水双十一线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

1995年，娃哈哈率先在国内生产瓶装纯净水，成为瓶装饮用水行业的领导品牌。20多年来经久不息的荣耀来源于严谨的态度和先进、安全、高效、稳定、节能的生产工艺。娃哈哈纯净水采用国际先进的反渗透深度净化技术进行层层过滤，整个工艺过程经过13层过滤，2级反渗透，保证饮用水的质量安全，这套饮用水深度生产工艺代表了国际先进水平。

2015年，娃哈哈晶钻水应运而生，这款水的钻石风格包装设计来自于娃哈哈集团的90后新锐设计团队，辅以一以贯之的高品质，配合靓丽的新包装，自上市半年来，娃哈哈晶钻水受到了广泛的追捧与好评。

除了吸引眼球的新外型，娃哈哈晶钻水还创新地在每一瓶水的标签上印制了可刮开的个性化签名区，当消费者拿到一瓶娃哈哈晶钻水后，签上自己的名字，就可以打造一瓶属于个人的定制好水。这个贴心的设计，源自于对自然与环保的责任。据不完全统计，我国每年都有几千万瓶以上的饮用水因为在会议、活动过程中被混淆而浪费。娃哈哈看到了一项数据，作为饮用水行业领导者，娃哈哈创新的开发了这项既好玩又环保的设计，它是国内首款在标签上印制可刮开签名区域的水，搭配瓶标上的星座和祝福语，时尚而富有个性。很多白领拿到手之后，都认为这项设计实实在在替大家解决了一个大难题。

这一概念，不仅是贴合产品个性化的趋势，更体现了娃哈哈对赖以生存的地球的一种负责。更具个性，更加环保的娃哈哈“晶钻”水，是爱护自然，保护地球的绿色之选，是各类会议、活动的VIP尊贵好水！除此之外，娃哈哈还将开放标签定制，当需求达到一定的数量，娃哈哈将为客户设计并生产包含客户信息的饮用水，不少大型企

事业单位已经开始享受这一尊贵待遇。

【测试任务】

请以品牌推广和产品促销为目的，根据品牌特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为娃哈哈晶钻水制定符合产品



特点的本年度“双十一”活动的全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

（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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、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); 撰写的推广方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	文字表达	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分。
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)	
		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	15	市场分析包括影响企业(产品)的市场形势分析(5分)、消费者需求分析(3分)、竞争对手(产品)分析(3分), 企业自身资源情况分析(3分), 市场分析数据全面准确(1分)	
		企业(产品)定位	5	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		活动主题与目标	5	有推广目标(3分), 目标明确、具体、具有可行性(2分)	
		活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理(与活动受众及活动方式相适应)(3分), 活动地点明确(1分), 活动受众符合品牌和产品定位(1分)	
		活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点(2分), 活动内容表述清楚明了(2分), 至少有2中不同形式线上推广的主题活动(3分), 活动具有较强的可操作性(2分), 活动具有创新创意, 吸引受众(1分)。	

评价内容		配分	考核点	备注
	媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）	
	费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

2. 试题编号：4-2：设计汇源100%果汁NFC西梅汁新品线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

“汇源果汁”是中国果汁行业知名品牌。汇源集团已在全国建立了140多个经营实体,链接了1000多万亩优质果蔬茶粮等种植基地,建立了遍布全国的销售网络,构建了一个横跨东西、纵贯南北的农业产业化经营体系,形成了汇源果汁、汇源果业、汇源农业三大产业互相促进、共同发展的新格局。

作为中国农业产业化龙头企业,汇源集团逐步形成了具有汇源特色的企业文化,以“营养大众,惠及三农”为企业使命,坚持通过自身发展反哺三农。多年来,汇源通过农业产业化经营体系建设,带动新农村经济发展,助推中国农业产业现代化升级。

汇源现有200多条世界先进的水果加工、灌装等生产线,多年来,汇源在销量及市场份额方面持续领跑中高浓度果汁市场。2018年,汇源百分百果汁和中浓度果蔬汁市场销售量份额占比分别为43.7%、31.5%,较之2017年的增幅分别达到0.9%、6.9%,继续蝉联中高果销冠。同时,汇源浓缩果汁和部分果汁饮品出口美国、澳大利亚、阿尔及利亚、韩国、新加坡、马来西亚、印度、欧洲等五大洲30多个国家和地区。

汇源果汁的产品主要有100%果汁系列、果肉系列、儿童饮品系列、低果系列、水系列。其中,2022年,汇源推出了100%果汁NFC西梅汁采用了来自新疆伽师自种的新鲜西梅,是援疆助农星品。这款产品200ml*12盒的标价为200.9元,300ml*9瓶的标价为119.8元,在天猫旗舰店、抖音的官方旗舰店等电商平台均有销售。配料表中只有西梅,具有天然营养、体积小巧的特点,产品含有丰富的维生素C、膳食纤维、微量元素、维生素A,可以畅通肠道、适合久坐不动、暴饮暴食等人群,包装采用了7层复合材质能更好的保证口感。



【测试任务】

请以新品推广为目的,根据产品特点及消费群体特征,利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式,为汇源100%果汁NFC西梅汁制定符合产品特点的本年度“双十二”活动的全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中站稳脚跟、提高品牌忠诚度,提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

（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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背法律法规、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）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）
		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	15		市场分析包括影响企业（产品）的市场形势分析（5分）、消费者需求分析（3分）、竞争对手（产品）分析（3分），企业自身资源情况分析（3分），市场分析数据全面准确（1分）
企业（产品）定位	5	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，营销信息具有一定			

评价内容		配分	考核点	备注
			新鲜度和较强吸引力	
	活动主题与目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理（与活动受众及活动方式相适应）（3分），活动地点明确（1分），活动受众符合品牌和产品定位（1分）	
	活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点（2分），活动内容表述清楚明了（2分），至少有2中不同形式线上推广的主题活动（3分），活动具有较强的可操作性（2分），活动具有创新创意，吸引受众（1分）。	
	媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）	
	费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

3. 试题编号：4-3：设计苏宁易购国庆线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

苏宁易购，是苏宁云商集团股份有限公司旗下新一代B2C网上购物平台，现已覆盖传统家电、3C电器、日用百货等品类。2011年，苏宁易购强化虚拟网络与实体店面的同步发展，不断提升网络市场份额。未来三年，苏宁易购将依托强大的物流、售后服务及信息化支持，继续保持快速的发展步伐；到2020年，苏宁易购计划实现3000亿元的销售规模，成为中国领先的B2C平台之一。目前位居中国B2C市场份额前三强。

大学校园市场是3C产品、小家电及日用百货等品类需求量大、目标人群较为集中的市场。据中国教育报调查数据显示，在校大学生的月均消费基本在800-1200元之间，这就孕育了300亿量级的校园O2O市场。如此巨大的市场蛋糕，吸引了苏宁这样的综合电商布局。

苏宁一直重视校园市场的拓展，并采用O2O的模式大力发展校园市场，在线下设立苏宁易购校园店，在线上加速苏宁易购平台的校园渗透。目前，苏宁已经开设了50家苏宁易购校园店，今年计划完成200家校园店的开设。不仅如此，苏宁还拥有1万多名校园代理，覆盖全国80%的高校。

苏宁在零售领域26年的发展，苏宁强大的商品供应链、物流、金融和服务能力，将能够进一步深入到更多的校园，拓展更多业务，拥有更多的“90后”甚至“00后”校园用户。

【测试任务】

请以品牌推广为目的，根据品牌特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为苏宁易购制定符合品牌特点的本年度国庆活动的全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、

活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

(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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背法律法规、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)；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
		封面完整	3	要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)	
		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	15	市场分析包括影响企业(产品)的市场形势分析(5分)、消费者需求分析(3分)、竞争对手(产品)分析(3分)，企业自身资源情况分析(3分)，市场分析数据全面准确(1分)	
		企业(产品)定位	5	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
		活动主题与目标	5	有推广目标(3分)，目标明确、具体、具有可行性(2分)	
活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理(与活动受众及活动方式相适应)(3分)，活动地点明确(1分)，活动受众符合品牌和产品定位(1分)			

	活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点（2分），活动内容表述清楚明了（2分），至少有2中不同形式线上推广的主题活动（3分），活动具有较强的可操作性（2分），活动具有创新创意，吸引受众（1分）。	
	媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）	
	费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

4. 试题编号：4-4：设计麻辣王子面筋湖南市场春季线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

湖南省玉峰食品实业有限公司，位于“中国面筋之乡”——平江县。玉峰食品是一家集面筋研发、生产、销售为一体的现代化企业，成立于2002年，是健康面筋开创者，面筋行业标准制定者，专业生产面筋食品15年，是湖南省农业产业化龙头企业。近年来，玉峰成立健康面筋研发中心，走产学研道路，与科研院所合作，对面筋食品进行了全面系统的研究，武汉轻工大学研究生创新基地和岳阳市面筋食品工程技术研究中心落户平江玉峰食品。研发成果“全谷物健康面筋”通过卫生部健康教育首席专家殷大奎教授为首的专家组鉴定为安全、健康、营养，技术达国际先进水平。

麻辣王子面筋是湖南省玉峰食品实业有限公司的主打品牌，依托于专注面筋食品生产15年的行业经验和成熟的生产运营体系，麻辣王子以健康面筋开创者的身份在全国大力发展，得到了广大消费者的喜爱和认同，在行业里树立起了良好的品牌形象。连续7年畅销校园，2009年一经推出，因口味独特受到消费者大力追捧；2015年原料升级，使用真正没有添加剂的天然面粉；因健康卫生、品质优良多次获得权威媒体争相报道，更荣获国际食品展“消费者最喜爱食品品牌”、农业博览会“金奖”，还被授予“湖南名优特产认定商品”的称号。

麻辣王子坚持让更多消费者吃上安全、健康的放心食品，持续引领面筋行业朝健康化、天然化方向发展。



【测试任务】

请以品牌推广为目的，根据品牌特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为麻辣王子制定符合品牌特点的湖南市场春季全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

（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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背法律法规、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）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）
		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	15		市场分析包括影响企业（产品）的市场形势分析（5分）、消费者需求分析（3分）、竞争对手（产品）分析（3分），企业自身资源情况分析（3分），市场分析数据全面准确（1分）
企业（产品）	5	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力			

	定位			
	活动主题与目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理（与活动受众及活动方式相适应）（3分），活动地点明确（1分），活动受众符合品牌和产品定位（1分）	
	活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点（2分），活动内容表述清楚明了（2分），至少有2中不同形式线上推广的主题活动（3分），活动具有较强的可操作性（2分），活动具有创新创意，吸引受众（1分）。	
	媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）	
	费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

5. 试题编号：4-5：设计美心月饼中秋节线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

香港美心月饼是香港三大名牌月饼之一。深受香港及国内同胞欢迎的香港美心月饼，一直以严选食材及香港制造驰名。除了数十年皆专注于月饼制作外，其所选择用的食材全部是顶级之选。每个外皮金黄的美心月饼，也是精选产自「中国湘莲之乡」湖南湘潭，有莲中珍品之誉，为历代皇家贡品，驰名中外的「寸三莲」莲子所煮成的莲蓉，配以原只上品咸蛋黄焗制而成，方可令香港美心月饼达到皮薄松化，馅料幼滑，莲味清甜，蛋黄油润，甘香惹味的境界。屡获殊荣优质备受国际认可。除传统双黄莲蓉及白莲蓉月饼外，亦有低糖月饼、冰皮月饼、卡通月饼等。

香港美心月饼保证全部香港制造，是香港首个月饼品牌荣获工业总会颁发「Q唛优质产品」荣誉，同时亦获得HACCP(食品安全重点控制)证书以及ISO9001:2000品质管制证书，2007年荣获『香港卓越品牌』，及获世界精选MondeSelection颁发『优质奖座』、『超级金奖』、『优质食品金奖』荣誉；更由1998年至2008年连续十一年成为全港月饼销量冠军(根据尼尔森99-07年之调查报告)，为信心保证。

2017年，美心月饼心系一处，坚持香港制造，专注每一个细节，全心投入做出最好的中秋味道。这份对传统月饼品优质高的执着，令美心月饼深获全港市民认同，连续17年香港销量冠军。美心月饼亦持续创新，创作了多款口味崭新的冰皮月饼，更引入双重烘焙技术于奶黄月饼，并推出全港首创的流心奶黄月饼，成为城中热话。多年来美心月饼畅销世界各地，至今已营销至中国大陆、台湾、美国、加拿大、澳洲、新加坡及马来西亚等超过80个城市，享誉全球。美心月饼，以心，传颂中秋味道。

随着大陆居民收入增加、消费升级，香港美心月饼大举进军大陆市场，期望以一贯的好品质打动消费者、赢得消费者，打开其在大陆的市场，提升市场知名度。

【测试任务】

美心月饼拟在中秋节前一个月开始在线上推广，请以提高销量为目的，根据产品特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为美心月饼制定符合产品特点的中秋节全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

（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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 20分	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背法律法规、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）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 80分	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）
		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	15	市场分析包括影响企业（产品）的市场形势分析（5分）、消费者需求分析（3分）、竞争对手（产品）分析（3分），企业自身资源情况分析（3分），市场分析数		

			据全面准确（1分）	分。
企业（产品）定位	5	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力		
活动主题与目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）		
活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理（与活动受众及活动方式相适应）（3分），活动地点明确（1分），活动受众符合品牌和产品定位（1分）		
活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点（2分），活动内容表述清楚明了（2分），至少有2中不同形式线上推广的主题活动（3分），活动具有较强的可操作性（2分），活动具有创新创意，吸引受众（1分）。		
媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）		
费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）		
效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）		
创新方面	5	方案有一定新意，见解独到		
小计			100	

6. 试题编号：4-6：设计“习牌特曲”湖南市场线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

2016年8月18日下午，贵州茅台酒厂（集团）习酒股份有限公司与酒仙网联袂巨献的互联网白酒——“习牌特曲”新品上市。目前习牌特曲销售的为丙申年纪念版酒，即：52° 习牌特曲丙申年纪念版500ml和42° 习牌特曲丙申年纪念版500ml，这也是双方达成战略合作之后共同推出的第一款互联网产品。“千年老窖万年糟，酒好全凭窖池老”，这是浓香酒白酒的根本和硬实力，也是习酒浓香的核心区隔。贵州习酒一直以来始终坚持传承着千年古法酿造工艺，“习牌特曲”也不例外。习牌特曲”采用6年以上存储基酒，运用”组合并进“工艺，将单粮型和多粮型基酒完美融合而成，形成了浓香型习酒特有的品质美和风味美，这款酒也可称为是浓香习酒五十周年纪念酒。同时，习酒独创黄水截留和双轮底发酵工法，最大化地保证了产品的有益成分和风味。

另外，“习牌特曲”采用复蒸工艺，把所摘取的浓香习酒优质原酒进行再次蒸馏，有效去除原酒中的各种杂质，并提高浓香习酒的纯度和醇度，具有浓香馥郁、醇厚柔软、回味悠长等特点。目前，全国只有习酒等三家白酒企业使用该项技术。

酒仙网是以品牌运营为核心的酒类全渠道、全品类零售及服务商。借助现代电子商务平台进行全品类酒类及相关消费品的销售服务，除了做好酒类线上零售之外，还逐步整合行业上下游资源，为酒企提供电子商务领域的综合服务。酒仙网创业团队深耕酒类业务20年，拥有会员超过3000万，累积了大量的市场数据。酒仙网平台在售商品SKU数量超过2万个，涵盖全球26个国家超过1500个品牌，覆盖白酒、葡萄酒、洋酒、黄酒保健酒等全品类酒水。在高端白酒方面，与茅台五粮液、洋河等知名酒企合作。为酒企提供包括产品展销、广告投放、直播展示、营销策划以及市场分析等服务，提升酒企的品牌影响力。

【测试任务】

酒仙网拟在湖南针对“习牌特曲”进行市场推广，请以提高销量为目的，根据产品特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为习牌特曲制定



符合产品特点的湖南市场全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

（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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背法律法规、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）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）
		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	15	市场分析包括影响企业（产品）的市场形势分析（5分）、消费者需求分析（3		

评价内容		配分	考核点	备注
			分)、竞争对手(产品)分析(3分),企业自身资源情况分析(3分),市场分析数据全面准确(1分)	
	企业(产品)定位	5	企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求,营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力	
	活动主题与目标	5	有推广目标(3分),目标明确、具体、具有可行性(2分)	
	活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理(与活动受众及活动方式相适应)(3分),活动地点明确(1分),活动受众符合品牌和产品定位(1分)	
	活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点(2分),活动内容表述清楚明了(2分),至少有2中不同形式线上推广的主题活动(3分),活动具有较强的可操作性(2分),活动具有创新创意,吸引受众(1分)。	
	媒体策略	10	选择多种宣传方式,包括新媒体(5分),媒体选择符合客群画像(2分),媒体排期合理(3分)	
	费用预算	5	预算具体详细,有预算表(4分),费用预算与活动目标匹配(1分)	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标(2分),效果评估合理,符合企业要求(2分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
	小计		100	

7. 试题编号：4-7：设计康师傅元旦线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

20世纪80年代，顶新集团在台湾内的发展始终不如意。于是魏家兄弟带着1.5亿新台币到大陆试水。从1989年到1991年的3年，他们在北京、济南、秦皇岛、通辽等地开办了4家合资企业。先后尝试“顶好清香油”、“康莱蛋酥卷”和蓖麻油等产品，均成效甚微，还亏损了过半的本金。四弟魏应行一次在大陆乘火车出差吃泡面的经历，却令“康师傅”方便面得以诞生，并一发不可收，成就了魏氏兄弟的食品帝国。1992年8月21日，顶新国际在天津开发区投资800万美元建立的方便面生产线顺利投产。“康师傅”诞生了第一碗价格适中、口味适合国人的红烧牛肉面。

2021年12月31日，康师傅控股有限公司发布的2021年可持续发展报告中，康师傅方便面的市场占有率为45.7%，居市场领导地位，2021年康师傅方便面及即饮茶（含奶茶）类产品的市场占有率分别为45.7%及43.4%，稳居市场领导地位；于整体果汁的市场占有率为18.9%，居市场第二位。一直以来，康师傅秉持「家园常青，健康是福（KeepOurNatureGreen）」的理念，积极承担保护环境的责任。2021年，本集团围绕节能节水、减排减碳、减塑与包装物管理、可持续物料采购等多个方面，提升公司环境管理水平，降低生态负面影响，积极践行绿色发展之道。康师傅作为行业领先品牌，重视企业与社会的和谐共融，始终积极参与社区建设和公益活动，助力社会传播可持续发展理念，为社会创造更美好的价值，实现公司与各利益相关方的共同发展。2021年，本集团秉持「永续经营，回馈社会」的宗旨，围绕食安科普、水教育、支持体育事业、关爱社会、助力「三农」、深化校企合作等多个领域开展行动，积极担当社会责任，为服务社会贡献力量。本年度，康师傅通过各种渠道和方式共投入约8,730万元人民币支持社会发展，参与约27.3万小时志愿服务，获取2021中国企业社会责任优秀案例奖、2021「绣花精神」新时代榜样公益慈善精神奖等奖项，获得社会各界的认可。康师傅以「弘扬中华饮食文化」为使命，以「成为受尊崇的企业」为愿景，秉持「家

园常青，健康是福（KeepOurNatureGreen）」的可持续发展理念，与利益相关方密切沟通，积极履行社会责任。

【测试任务】

康师傅方便面拟巩固其在湖南的市场地位，请以增加品牌曝光为目的，根据品牌特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为康师傅制定符合品牌特点的元旦全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中



巩固品牌形象、提高品牌忠诚度。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

(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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、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); 撰写的推广方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)
		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	15		市场分析包括影响企业(产品)的市场形势分析(5分)、消费者需求分析(3分)、竞争对手(产品)分析(3分), 企业自身资源情况分析(3分), 市场分析数据全面准确(1分)
		企业(产品)定位	5		企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力
		活动主题与目标	5		有推广目标(3分), 目标明确、具体、具有可行性(2分)
		活动时间、地点与受众	5		活动时间设定合理(与活动受众及活动方式相适应)(3分), 活动地点明确(1分), 活动受众符合品牌和产品定位(1分)
		活动形式与内容	10		活动形式符合线上营销的特点(2分), 活动内容表述清楚明了(2分), 至少有2中不同形式线上推广的主题活动(3分), 活动具有较强的可操作性(2分), 活动具有创

评价内容		配分	考核点	备注
			新创意，吸引受众（1分）。	
	媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）	
	费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

8. 试题编号：4-8：设计全棉时代“双十一”线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

作为稳健医疗的子公司，全棉时代的产品质量有保障，主营服装服、家居用品婴童用品、女性护理、美容护肤、孕产用品、旅游户外、医疗护理八大系列产品，产品覆盖面较广，能很大程度上满足女性以及婴幼儿日常的卫生护理需求。每年，全棉时代的研发设计团队对全国范围的门店至少走访3~4次，进行顾客沟通与信息收集；产品设计师更是走近会员，走近消费者，从需求、体验和反馈来倒推设计，不断改进完善产品结构与功能。这种贴近消费者的思维和开发模式，令全棉时代积累了良好的市场口碑与越来越大的用户群。

由于全棉时代的原材料都是进口美棉，企业的质检控制非常严格，因此产品定价一直比较高，大多数普通消费者难以接受。以最典型的“居家棉柔巾”为例，一般每包100抽的棉柔巾是一个人两周的消耗量，线下门店的定价平均为每包23元，且很少有促销活动，消费者大多无法接受快消品的高价格，往往选择在“双11”“天猫年中庆”等有促销活动时以5~7折的价格购买。

2009年成立至今，全棉时代在全国35个一二线城市及各省会城市建立了150多家直营门店。2010年，全棉时代电商平台上线，随后搭建起官方商城、天猫旗舰店和京东店等销售架构。如今，新零售大有取代纯电商的趋势，全棉时代创始人、总经理李建全表示：“目前移动端销售已经占电商销售的90%，消费者喜欢更便捷的购物，但随之而来的缺乏产品体验、物流的弊端、产品质量问题都会影响消费者心理。如果能实现线上购物、线下门店配送，既有便捷的购物方式，又有可靠的产品体验，那么体验感会大不相同。而这就对品牌线上线下融合、一体化营销模式等提出了更高的要求。”全棉时代不断进行技术创新，并通过建立渠道管理体系，努力让企业保持可持续增长、

规模化的收益增长。例如，利用大数据进行线下门店的布局，通过线下门店反哺线上体验以保持销量的增长。

【测试任务】



请以品牌推广和提高销量为目的，根据产品特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为全棉时代制定符合产品特点的“双十一”全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

(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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、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); 撰写的推广方案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字, 每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)
		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	15		市场分析包括影响企业(产品)的市场形势分析(5分)、消费者需求分析(3分)、竞争对手(产品)分析(3分), 企业自身资源情况分析(3分), 市场分析数据全面准确(1分)
		企业(产品)定位	5		企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求, 营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力
		活动主题与目标	5		有推广目标(3分), 目标明确、具体、具有可行性(2分)
		活动时间、地点与受众	5		活动时间设定合理(与活动受众及活动方式相适应)(3分), 活动地点明确(1分), 活动受众符合品牌和产品定位(1分)
		活动形式与内容	10		活动形式符合线上营销的特点(2分), 活动内容表述清楚明了(2分), 至少有2中不同形式线上推广的主题活动(3分), 活动具有较强的可操作性(2分), 活动具有创新意识, 吸引受众(1分)。
		媒体策略	10		选择多种宣传方式, 包括新媒体(5分), 媒体选择符合客群画像(2分), 媒体排期合理(3分)
		费用预算	5		预算具体详细, 有预算表(4分), 费用预算与活动目标匹配(1分)
		效果评估	4		预期效果评估有定性和定量指标(2分), 效果评估合理, 符合企业要求(2分)

评价内容	配 分	考核点	备注
	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100	

9. 试题编号：4-9，设计唯品会春节线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

唯品会(vip.com)，隶属广州唯品会信息科技有限公司，是一家专门做特卖的网站，主打品牌正品、深度折扣、限时特卖。合作模式即与知名国内外品牌代理商及厂家合作，向中国消费者提供低价优质、受欢迎的品牌正品。到目前为止合作品牌已超过5000个，每天100个品牌授权特卖，商品囊括时装、美鞋、护肤品、箱包、家纺、皮具、配饰、香水等。

如果打开苹果AppStore免费下载排行榜，前三位中有两个是手机购物APP：排名第三的就是特卖电商唯品会APP。唯品会的客户主要是二、三、四线城市的白领精英，因为这些城市没有这些知名品牌，更别提这些知名品牌的折扣价了，现在流行说“轻奢”一词，应该是对唯品会的最好描述。唯品会用了不到7年的时间累计过亿优质会员，预示着其深耕的特卖模式已经得到认可，旗下超过一亿会员，无不是通过唯品会的特卖模式获得的优质且与众不同的购物体验而成为忠诚粉丝。区别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天上新品，以低至0.5折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会率先在国内开创了特卖这一独特的商业模式，并且凭借这一模式的独特魅力在短短7年内实现了注册用户过亿，可谓行业黑马。而去年双11唯品会的业绩也完全证实了，其蕴含的强大势能。开售仅10个小时就已突破去年同期的销售额，而活动全天成交订单超过400万单，是去年同期的3倍。尤其是母婴、美妆、家纺家电及食品品类表现亮眼，销售实现数倍甚至十几倍以上增长。唯品会以强大的实力证明唯品会——“不一样”。

【测试任务】

唯品会拟在湖南进行市场推广，请以提高销量为目的，根据品牌特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为唯品会制定符合产品特点的春节全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的

分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

(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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背法律法规、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)；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整(推广方案名称、策划者、策划时间)
		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	15		市场分析包括影响企业(产品)的市场形势分析(5分)、消费者需求分析(3分)、竞争对手(产品)分析(3分)，企业自身资源情况分析(3分)，市场分析数据全面准确(1分)
		企业(产品)定位	5		企业(产品)市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力
		活动主题与目标	5		有推广目标(3分)，目标明确、具体、具有可行性(2分)

	活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理（与活动受众及活动方式相适应）（3分），活动地点明确（1分），活动受众符合品牌和产品定位（1分）	
	活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点（2分），活动内容表述清楚明了（2分），至少有2中不同形式线上推广的主题活动（3分），活动具有较强的可操作性（2分），活动具有创新创意，吸引受众（1分）。	
	媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）	
	费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计			100

10. 试题编号：4-10：设计8天在线周年庆线上推广活动策划

(1) 任务描述

【背景资料】

苏州八天在线信息科技发展有限公司，简称8天，是服务于新兴青年的便利消费网络平台，以新型线上便利店业务切入，为高校学生及年轻的工作人群提供多层次的产品和服务。8天打造完整的全直营供应链及销售体系，包括全国16大总仓、近千个校园微仓，辐射全国50余座城市1200余所高校近百个线下便利店，提供快消品、3C数码消费、金融、快递、洗衣等服务，为用户提供全新的消费服务体验。8天，新新青年生活服务的中心。

目前8天与苏宁已达成战略合作，双方将共同布局校园3c、金融以及隔日达市场。8天与苏宁已在双十一、双十二期间全面展开合作。8天全国600多个微仓全线发力3C、金融以及隔日达市场，仅3C销售额累计已达5000万，授信大学生人已达数万人，遍及全国十个省份，四十座核心城市，是迄今为止针对校园3C市场最具规模的全方位合作活动。

8天也已完成隆力奇、可口可乐等数十家顶级品牌商的供应链对接，并与经销商体系形成横向协同，双方合作涉及共享仓储、区域分块、新品研发以及校园周边市场共同开发，也为数百家一线品牌商提供有关产品迭代的大数据处理支持。

同时“8天在线”也被在校学生称为史上最贴心的校园网上超市！其主要特点是：

- 1、零食、饮料、生活用品等七大类数百种商品，应有尽有！
- 2、送货上门，一小时闪电到货，超时免单！
- 3、5元起送，风雨无阻，免邮费！
- 4、提供商品收据，保证低价优质！
- 5、首单满20立减6元，还有送红包等各种优惠活动及赠品！

【测试任务】

8天在线拟在湖南针进行市场推广，请以提高销量和品牌推广为目的，根据企业特点及消费群体特征，利用搜索引擎营销、网络视频营销、社交媒体营销等营销推广方式，为8天在线制定符合企业特点的周年庆全媒体营销策划方案。使其在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，提高产品销量。

请根据线上推广方案的流程撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的全媒体营销策划方案（字数要求1500字以上）。

线上推广方案需包含市场分析、营销策略、活动方案、费用预算等。市场分析包括网络市场环境、消费者分析、竞争对手网络营销状况、企业自身资源（或产品）的分析；营销策略包括营销活动的整体目标、策略和进度规划；活动方案包括活动目标、活动主题、活动受众、活动形式与内容、活动时间、媒体策略、费用预算、效果评估等。

要求文案具有创新性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。

(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，办公软件	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为180分钟。

(4) 评分细则

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背法律法规、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）；撰写的推广方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	3		要素完整（推广方案名称、策划者、策划时间）
		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	15		市场分析包括影响企业（产品）的市场形势分析（5分）、消费者需求分析（3分）、竞争对手（产品）分析（3分），企业自身资源情况分析（3分），市场分析数据全面准确（1分）
企业（产品）	5	企业（产品）市场定位基本符合市场实际情况及目标群体需求，营销信息具有一定新鲜度和较强吸引力			

评价内容		配分	考核点	备注
	定位			
	活动主题与目标	5	有推广目标（3分），目标明确、具体、具有可行性（2分）	
	活动时间、地点与受众	5	活动时间设定合理（与活动受众及活动方式相适应）（3分），活动地点明确（1分），活动受众符合品牌和产品定位（1分）	
	活动形式与内容	10	活动形式符合线上营销的特点（2分），活动内容表述清楚明了（2分），至少有2中不同形式线上推广的主题活动（3分），活动具有较强的可操作性（2分），活动具有创新创意，吸引受众（1分）。	
	媒体策略	10	选择多种宣传方式，包括新媒体（5分），媒体选择符合客群画像（2分），媒体排期合理（3分）	
	费用预算	5	预算具体详细，有预算表（4分），费用预算与活动目标匹配（1分）	
	效果评估	4	预期效果评估有定性和定量指标（2分），效果评估合理，符合企业要求（2分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100	

五：直播营销模块

1. 试题编号5-1：火烈鸟马卡龙纤长卷翘浓密睫毛膏

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：火烈鸟单品：马卡龙纤长卷翘浓密睫毛膏产地：中国

颜色分类：黑色黑色（防水型）黑色升级款（滋养型）

化妆品备案编号/注册证号：沪G妆网备字2019003044

适合肤质：任何肤质

是否防水：是

睫毛产品分类：单头睫毛膏

执行标准号：0310120002040004

功效：浓密规格类型：正常规格

是否为特殊用途化妆品：否净含量：7.5ml

限期使用日期范围：2023-01-05至2024-01-04

化妆品保质期：36个月

生产企业生产许可证号：沪妆20160004

【日常价格】49.9元/支

【直播间优惠】直播间点关注可领优惠券10元，到手39元，买就送2份眼唇卸妆中样5ml。

【直播间福利】加入粉丝团，全场满79元赠运费险，现货现发。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逻辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
	直播开场	5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		

具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分),为商品介绍做铺垫。	直播策划方案字数不少于500字,每少50字扣1分。
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点,注意从不同维度提炼(4分),挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述,呼应客户需求,突出产品价值和客户利益,解决客户痛点。(6分)	
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分,每种方法2分),展示方法与产品匹配,能准确客观展示产品特点,提升客户的不同感官体验(4分)。	
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分),激发客户购买欲望,促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分):互动活动是否能增加客户参与感,活跃直播间气氛,提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交,回顾与感谢(2分),进行下场直播预告(2分)。	

2. 试题编号5-2, 觅橘光腿神器秋冬裸感超自然打底裤袜

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：觅橘

袜子功能用途：美腿塑形

尺码：春秋无绒款（适合15-25度）

面料主材质：天鹅绒图案：纯色风格：甜美

颜色分类：连脚-自然肤（适合正常及偏黄肤色）连脚-中肤色（适合白皙偏黄肤色）连脚-白皙肤（适合偏白肤色）连脚-黑色（性感保暖假透肉）踩脚-自然肤（适合正常及偏黄肤色）踩脚-中肤色（适合白皙偏黄肤色）踩脚-白皙肤（适合偏白肤色）

筒高：连裤

服装款式细节：假透肉

销售渠道类型：商场同款（线上线下都销售）

面料材质成分：聚酰胺纤维（锦纶）62.9%聚氨酯弹性纤维（氨纶）37.1%里料材质成分：聚酯纤维93%聚氨酯弹性纤维（氨纶）7%

双数：1双

【日常价格】99元/双

【直播间优惠】直播间点关注，加粉丝团，享粉丝专属优惠价格69元。

【直播间福利】加入粉丝团，全场满69元赠运费险，现货现发。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，

并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。	
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逆辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：	
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。	
	具体内容	直播对象	5	
主播定位		5	对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。	
直播开场		5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。	
评价内容		分值	考核点	备注
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。	
	产品	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次	

评价内容		分值	考核点	备注
	介绍		要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分，每种方法2分)，展示方法与产品匹配，能准确客观展示产品特点，提升客户的不同感官体验(4分)。	
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分)，激发客户购买欲望，促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分)：互动活动是否能增加客户参与感，活跃直播间气氛，提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交，回顾与感谢(2分)，进行下场直播预告(2分)。	

3. 试题编号5-3：雷士照明遥控款卧室小夜灯

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：nVc/雷士

型号：EY II II 9604/1.4A

功率：5W及以下

颜色分类：太空猫-单色遥控/无蓝光充插两用时钟小夜灯

力荐太空猫-三色遥控/无蓝光充插两用时钟小夜灯

是否带光源：是

电压：≤36V(含)

光源类型：led灯

控制类型：非智能控制

是否光控：否

质保年限：3年

是否智能操控：否

【日常价格】60元/单色

70元/三色

【直播间优惠】直播间专享价格，45元/单色，55元/三色。

【直播间福利】凡直播间下单1件产品，额外赠送5号电池6颗，以此类推，上不封顶。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逻辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
	直播开场	5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。		
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)		

评价内容		分值	考核点	备注
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分, 每种方法2分), 展示方法与产品匹配, 能准确客观展示产品特点, 提升客户的不同感官体验(4分)。	直播策划方案 字数不少于 500字, 每少 50字扣1分。
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分), 激发客户购买欲望, 促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分): 互动活动是否能增加客户参与感, 活跃直播间气氛, 提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交, 回顾与感谢(2分), 进行下场直播预告(2分)。	

4. 试题编号5-4：轻萌居家棉拖鞋

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌:轻萌

功能:防滑

鞋码:36-37适合平时35-36 38-39适合平时37-38

40-41适合平时39-40 42-43适合平时40-42

44-45适合平时43-44

颜色分类:T粉色T红色T紫色T藏青色T灰色特价随机款

适用场地:居家拖鞋

上市年份季节:2022年冬季

产地:广州

适用场景:居家

鞋底材质:PVC

适用对象:青年

款式:半包跟帮面

材质:绒面

【日常价格】29元/双

【直播间优惠】直播间点关注，加粉丝团，享粉丝专属优惠价格12.9元。

【直播间福利】凡下单赠鞋套一份（内含6双一次性鞋套）。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逆辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
直播开场		5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。		
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户		

评价内容		分值	考核点	备注
			利益, 解决客户痛点。(6分)	直播策划方案 字数不少于 500字, 每少 50字扣1分。
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分, 每种方法2分), 展示方法与产品匹配, 能准确客观展示产品特点, 提升客户的不同感官体验(4分)。	
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分), 激发客户购买欲望, 促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分): 互动活动是否能增加客户参与感, 活跃直播间气氛, 提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交, 回顾与感谢(2分), 进行下场直播预告(2分)。	

5. 试题编号5-5：维达手帕纸12包*4条

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：Vinda/维达

型号：V0012-4A

产地：中国大陆

尺寸：210mmX210mm

包装种类：小包式

是否有香味：否

片数：7片

是否进口：否

原材料成分：原生浆

层数：4层

包数：12包

是否印花：否

是否量贩装：否

【日常价格】40元

【直播间优惠】加入粉丝团，享直播间专享价格，22.9元。

【直播间福利】凡直播间下单1件产品，额外赠送同款手帕纸1包，以此类推，上不封顶。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逆辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
	直播开场	5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。		
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)		

评价内容		分值	考核点	备注
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分,每种方法2分),展示方法与产品匹配,能准确客观展示产品特点,提升客户的不同感官体验(4分)。	直播策划方案 字数不少于 500字,每少50 字扣1分。
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分),激发客户购买欲望,促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分):互动活动是否能增加客户参与感,活跃直播间气氛,提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交,回顾与感谢(2分),进行下场直播预告(2分)。	

6. 试题编号5-6：利研优品床上小书桌

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：利研优品

型号：笔记本电脑桌

材质：塑料

塑料材质：其他

风格：简约现代

颜色分类：胡桃木、珍珠白、黑拉丝

是否可折叠：是是否可定制：否

是否带散热：否是否带滚轮：否

适用场景：笔记本电脑桌

是否组装：否

包装体积：60*40*28

包含组件：电脑桌款式

定位：经济型

【日常价格】35元

【直播间优惠】加入粉丝团，享直播间专享价格，19.8元。

【直播间福利】凡直播间评论“好想要拥有这款小书桌”，赠送运费险，并额外加赠手帕纸1包。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逆辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
	直播开场	5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。		
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)		

评价内容		分值	考核点	备注
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分, 每种方法2分), 展示方法与产品匹配, 能准确客观展示产品特点, 提升客户的不同感官体验(4分)。	直播策划方案 字数不少于 500字, 每少50 字扣1分。
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分), 激发客户购买欲望, 促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分): 互动活动是否能增加客户参与感, 活跃直播间气氛, 提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交, 回顾与感谢(2分), 进行下场直播预告(2分)。	

7. 试题编号5-7：晨光考试系列中性笔套装

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：M&G/晨光

型号：KGP-1821

闭合方式：盖帽

风格：简约

包装种类：盒装

颜色分类：4黑1红1蓝

书写粗细：0.5mm

笔芯颜色：红色蓝色黑色是否可擦：否

生产企业：晨光文具货号：KGP-1821

适用场景：考试专用备考支数：6支

适用人群：学生笔杆材质：塑料

笔头类型：针管型

适用墨水类型：水性墨水

墨水是否速干：否出墨方式：滚珠式

【日常价格】12元

【直播间优惠】加入粉丝团，享直播间专享价格，9.9元。

【直播间福利】凡直播间购买此中性笔套餐，额外送10支晨光原装替芯。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逆辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
	直播开场	5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。		
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)		

评价内容		分值	考核点	备注
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分,每种方法2分),展示方法与产品匹配,能准确客观展示产品特点,提升客户的不同感官体验(4分)。	直播策划方案 字数不少于 500字,每少50 字扣1分。
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分),激发客户购买欲望,促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分):互动活动是否能增加客户参与感,活跃直播间气氛,提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交,回顾与感谢(2分),进行下场直播预告(2分)。	

8. 试题编号5-8：得力deli文具修正带

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：deli/得力

名称：得力文具修正带

型号：XZ103

颜色分类：；白色粉色蓝色紫色

规格：12m*6支装

产品尺寸：95*55mm

单个内芯宽度：5mm

长度：共72米

是否有粘性：否

是否有包装：是

生产企业：得力集团有限公司

适用对象：学生上班族

产地：浙江宁波

上市时间：2022年

【日常价格】15元

【直播间优惠】加入粉丝团，亮粉丝灯牌，享直播间专享价格，9.9元。

【直播间福利】每隔30分钟，发放一次现金红包。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逆辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
直播开场		5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。		
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)		

评价内容		分值	考核点	备注
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分, 每种方法2分), 展示方法与产品匹配, 能准确客观展示产品特点, 提升客户的不同感官体验(4分)。	直播策划方案字数不少于500字, 每少50字扣1分。
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分), 激发客户购买欲望, 促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分): 互动活动是否能增加客户参与感, 活跃直播间气氛, 提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交, 回顾与感谢(2分), 进行下场直播预告(2分)。	

9. 试题编号5-9：活采学生用充电防爆暖水袋2022新款

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：活采

型号：YY-R801

功能：暖宫

材质：绒布

产地：中国大陆

流行元素：卡通

颜色分类：歪头鸭粉色歪头鸭灰色歪头鸭浅咖歪头鸭绿色

嘟嘟鸭（粉色）嘟嘟鸭（灰色）嘟嘟鸭（米色）嘟嘟鸭（青绿）长腿熊（粉色）长腿熊（咖色）长腿熊（灰色）长腿熊（绿色）扁嘴鸭（蓝色）扁嘴鸭（粉色）扁嘴鸭（绿色）扁嘴鸭（浅蓝）飞天鹅（蓝色）飞天鹅（粉色）飞天鹅（绿色）飞天鹅（棕色）

上市年份季节：2022年秋季

热水袋类型：充电电热管热水袋

适用人群：学生

【日常价格】42元

【直播间优惠】加入粉丝团，享直播间专享价格，29.9元。

【直播间福利】直播间下单，可享有买六送一的活动。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。	
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逻辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性：	
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。	
	具体内容	直播对象	5	
主播定位		5	对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。	
直播开场		5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。	
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。	
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)	

评价内容		分值	考核点	备注
	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分, 每种方法2分), 展示方法与产品匹配, 能准确客观展示产品特点, 提升客户的不同感官体验(4分)。	直播策划方案字数不少于500字, 每少50字扣1分。
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分), 激发客户购买欲望, 促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分): 互动活动是否能增加客户参与感, 活跃直播间气氛, 提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交, 回顾与感谢(2分), 进行下场直播预告(2分)。	

10. 试题编号5-10：天堂加大号可折叠晴雨两用伞

(1) 任务描述

【背景资料】

品牌：天堂产地：中国大陆

省份：浙江省地市：杭州市

流行元素：纯色

颜色分类：暗红紫、紫兰、兰灰、摩尔蓝、纽曼绿、藏青

毛重：410g左右伞布：碰击布

是否自动：手动

货号：天堂伞3311

半径：62cm以上

伞面涂层：黑胶

上市年份季节：2019年

春季伞的种类：晴雨伞

适用对象：成年人

性别：男伞杆材质：钢款式：三折伞

包装体积：23.5-27CM

【日常价格】59元

【直播间优惠】加入粉丝团，享直播间专享价格，35.9元。

【直播间福利】直播间下单，买就送同款鞋套1副（非一次性）。

【测试任务】

请根据背景资料设计一份直播策划方案，总体要求：单品带货流程的要素完整、专业合规、可操作性强，能达到曝光、展示商品卖点、促进销售的目的。直播话术和销售技巧熟练，能与客户建立良好的关系。

多维度给直播间销售对象进行画像，主播自身定位鲜明准确；能进行直播开场的预热暖场，迅速接近客户，获得好感，增加直播间人均停留时长。运用场景话术找出客户的痛点，激发客户的潜在需求；对销售产品熟悉，能正确和全面地介绍商品，根据客户需求运用FAB介绍法凸显产品的卖点和利益点，并灵活运用多种展示方法增加商品的曝光率，加深客户体验感，唤起客户购买兴趣，促成商品的销售转化。在开播、过程和结束能设计合理的互动活动，打造直播间轻松愉快的氛围。有技巧地强调直播间优

惠和福利，并适当进行逼单和促单，促进客户下单。在友好和礼貌的氛围下结束直播，并预告下场，增加粉丝粘性。

(2) 实施条件

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为90分钟。

(4) 评分细则

评价内容		分值	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵纪守法、积极自信，顾客至上的职业道德与素养。	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	能熟练使用office办公软件进行文案编辑，能根据产品背景资料熟练进行直播脚本创作。		
直播策划方案 (80分)	卷容格式文字表达	5	策划方案工整清楚、格式符合要求、语言流畅、条理清楚、逆辑性强。	直播策划方案字数不少于500字，每少50字扣1分。	
	完整、专业	5	方案所要求的各项内容无缺失，能够保证直播带货与流程的完整、流畅，具有创新性和专业性；		
	合法合规	5	不能涉及政治、宗教、黄赌毒以及封建迷信等、避免使用直播间违禁词等。		
	具体内容	直播对象	5		依据背景资料和产品特点给直播间客户画像：从性别、年龄、消费水平、生活方式、个性特点等进行描述。
		主播定位	5		对主播形象进行定位，要求形象鲜明(2分)、正面(1分)主播定位与所售产品相契合，让客户有好感(2分)。
	直播开场	5	能进行开场预热暖场。包括自我介绍(1分)，欢迎话术(2分)，有要求客户关注、点赞、转发、加入粉丝团等提升直播间人气和吸引客户停留的话术(2分)。		
具体内容	需求激发	5	运用场景话术抛出和放大客户的痛点(3分)激发客户的潜在需求(2分)，为商品介绍做铺垫。		
	产品介绍	10	依据背景资料列举产品的主要卖点和次要卖点，注意从不同维度提炼(4分)，挑出三个主要卖点运用FAB介绍法进行具体陈述，呼应客户需求，突出产品价值和客户利益，解决客户痛点。(6分)		

	产品展示	10	能灵活运用三种以上方法进行产品展示(6分, 每种方法2分), 展示方法与产品匹配, 能准确客观展示产品特点, 提升客户的不同感官体验(4分)。	直播策划方案字数不少于500字, 每少50字扣1分。
	直播优惠	5	积极展示直播间价格优惠信息(3分)和其他福利(2分), 激发客户购买欲望, 促进销售。	
	直播互动	10	开播、过程、结束三个阶段互动活动设计(6分): 互动活动是否能增加客户参与感, 活跃直播间气氛, 提升各项销售指标(4分)。	
	直播结束	10	逼单话术(3分)和促单话术(3分)相结合促进成交, 回顾与感谢(2分), 进行下场直播预告(2分)。	