

2021《工商管理》真题（考生回忆版）

一、单项选择题

1. 某产品企业采用波士顿矩阵进行产品的分析，发现甲酸奶的业务增长率高，市场占有率低，则甲酸奶企业处于波士顿矩阵中的（ ）。

- A. 瘦狗区
- B. 金牛区
- C. 幼童区
- D. 明星区

【答案】C

【解析】幼童区的产品业务增长率高，但市场占有率低，其财务特点是利润率较低，所需资金不足，负债比率高。

2. 某跨国电子商务集团准备大力投资大数据技术与开发，致力于核心技术的突破与创新，从战略层次的角度分析，该集团采取的是（ ）。

- A. 企业总体战略
- B. 企业业务战略
- C. 企业职能战略
- D. 企业成长战略

【答案】A

【解析】企业总体战略一般是以企业整体为研究对象，研究整个企业生存和发展过程中的基本问题。它是企业总体的最高层次的战略，是整个企业发展的总纲，是企业最高管理层指导和控制企业一切行为的最高行动纲领。企业总体战略或是保持原有的业务组合与资源分配方式，进行稳定经营；或是进入新的经营领域，提升发展速度，不断扩张；或是抑制某些业务的发展，防范企业风险；或是对业务组合进行较大规模的变革，退出某些关键业务，为发展新的业务领域重新配置资源等。企业总体战略影响企业未来的发展，决定和揭示企业的使命和目标。

3. 某牛奶生产企业采用成本领先战略进行市场竞争，则其做法有（ ）。

- A. 加强内部控制，提高生产效率
- B. 创立新品牌突出产品竞争
- C. 提高产品质量，生产高质量产品
- D. 提供独特的服务，以服务取胜

【答案】A

【解析】成本领先战略又称低成本战略，即企业的全部成本低于竞争对手的成本，甚至是同行业中的最低成本。其核心就是企业加强内部成本控制，在研究开发、生产、销售、服务和广告等领域把成本降到最低，成为行业中的成本领先者，从而获得竞争优势。

4. 某自行车生产企业要进行风险型经营决策，风险型定量决策的方法有（ ）。

- A. 盈亏平衡点法
- B. 决策树分析法
- C. 线性规划法
- D. 后悔值原则

【答案】B

【解析】风险型决策方法：（1）期望损益决策法；（2）决策树分析法。

5. 为了避免恶性竞争, 甲互联网公司与多家互联网公司组成战略联盟, 建立全面协调和分工的联盟体系, 则该战略联盟的形式是 ()。

- A. 技术与研究开发联盟
- B. 产品联盟
- C. 营销联盟
- D. 产业协调联盟

【答案】D

【解析】产业协调联盟是指联盟成员建立全面协调和分工的产业联盟体系, 避免恶性竞争和资源浪费, 一般多见于高新技术企业。

6. 关于企业的核心竞争力的说法, 错误的为 ()。

- A. 企业所独有的商业模式属于资源竞争力
- B. 企业所拥有的区位优势属于资源竞争力
- C. 企业核心竞争力具有持久性
- D. 企业核心竞争力对企业一系列产品或服务的竞争都有促进作用

【答案】A

【解析】企业核心竞争力的体现: 资源竞争力。这里指的是企业所拥有的或者可以获得的各种资源, 包括外部资源和内部资源, 如人力资源、原材料资源、土地资源、技术资源、资金资源、组织资源、社会关系资源、区位优势、所在地的基础设施等。企业核心竞争力的特征:

(1) 持久性。持久性是指企业战略资源和核心竞争力作为利润源泉的持久程度。持久性并不是指企业的设备、产品等有形资源, 而是指无形资源的持久性。(2) 延展性。核心竞争力应该具备一定的延展性, 能为企业在未来的发展提供潜在途径, 能够满足顾客的当前及潜在需求, 对企业一系列产品或服务的竞争都有促进作用。

7. 下列关于股份有限公司董事会会议的说法, 错误的是 ()。

- A. 代表 1/10 以上表决权的股东可以提议展开董事会临时会议
- B. 1/3 以上的董事可以提议召开董事会临时会议
- C. 1/3 以上监事可以提议召开董事会临时会议
- D. 董事会每年度至少召开两次会议

【答案】C

【解析】《公司法》对股份有限公司董事会临时会议做了规定, 明确了代表 1/10 以上表决权的股东, 1/3 以上董事或者监事会, 可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内, 召集和主持董事会会议。《公司法》规定, 董事会每年度至少召开两次会议, 每次会议应当于会议召开 10 日前通知全体董事和监事。

8. 下列关于发起人的说法, 错误的是 ()。

- A. 发起人持有本股份有限公司股票自公司成立之日起一年内不得转让
- B. 社团法人不得作为发起人
- C. 公司不能成立时, 对设立行为所产生的债务和费用负连带责任
- D. 法人作为发起人应当是法律上的不受限制者

【答案】B

【解析】(1) 对公司设立承担责任。发起人股东除了要承担办理公司设立事务的义务外, 还要对公司设立承担责任。《公司法》规定, 发起人应当承担下列责任: ①公司不能成立时, 对设立行为所产生的债务和费用负连带责任。②公司不能成立时, 对认股人已缴纳的股款, 负返还股款并加算银行同期存款利息的连带责任。③在公司设立过程中, 由于发起人的过失致使公司利益受到损害的, 对公司承担赔偿责任。(2) 股份转让受到一定限制。为加大发起人责任, 防止发起人利用公司设立损害公司、股东和第三方利益, 《公司法》对发起人转让股

份的行为做了限制，规定发起人持有的本公司股份自公司成立之日起一年内不得转让。(3) 自然人股东与法人股东。在我国，可以成为法人股东的包括企业法人(含外国企业)和社团法人以及各类投资基金组织和代表国家进行投资的机构。

9. 公司产权制度的基础是()。

- A. 注册资金
- B. 股东的投资额
- C. 原始所有权
- D. 公司法人财产

【答案】D

【解析】公司的产权制度具有明晰的产权关系，它以公司的法人财产为基础，以出资者原始所有权、公司法人产权与公司经营权相互分离为特征，并以股东(大)会、董事会、监事会、执行机构作为法人治理机构来确立所有者、公司法定代表人、经营者及员工之间的权利、责任和利益关系。

10. 某企业生产经营三类产品，分别使用红星、益明、熊猫品牌。这种品牌战略属于()。

- A. 独立品牌
- B. 主副品牌
- C. 统一品牌
- D. 母子品牌

【答案】A

【解析】一个企业同时经营两个以上相互独立的品牌就是多品牌战略，又称独立品牌战略，为每一种产品冠以一个品牌名称，或者给每一类产品冠以一个品牌名称。

11. 一些城市实施限制政策，导致消费者暂时无法购买，这种市场需求状况属于()。

- A. 潜伏需求
- B. 充分需求
- C. 负需求
- D. 过量需求

【答案】D

【解析】过量需求是指某种产品或服务的市场需求超过了企业所能供给的水平的需求状态。针对这种需求状态，市场营销管理者可通过提高价格、减少附加服务和项目等手段暂时抑制需求水平。需要强调的是，抑制需求是暂时的，一旦生产或资源状况有了改善，就可以采用促进的手段满足需求。

12. 市场细分的基础是()。

- A. 产品
- B. 消费需求的差异性
- C. 购买能力
- D. 人口

【答案】B

【解析】市场细分并不是通过产品本身的分类来进行细分，而是根据不同的顾客群来进行细分，也就是说，消费需求的差异性市场细分的基础。

13. 某服装厂按年龄把消费者分为老年人、中年人和儿童，针对每类消费者设计和生产不同的服装满足其需求，则该企业采用的目标市场策略是()。

- A. 无差异性营销策略
- B. 差异性营销策略
- C. 集中性营销策略

D. 进攻型营销策略

【答案】B

【解析】差异性营销策略，这是一种以市场细分为基础的营销策略。采用这种策略的企业按照对消费者需求差异的调查分析，将总体市场分割为若干个子市场，从中选择两个乃至全部细分市场作为目标市场，针对不同的子市场的需求特点，设计和生产不同产品，并采用不同的营销组合，分别满足不同需求。差异性营销策略能够较好地满足不同消费者的需求，增加企业对市场的适应能力和应变能力，减少了经营风险，但生产的成本和宣传费用开支会大量增加，受到企业资源的限制。

14. 某企业按照顾客购买本品牌产品的忠诚度，把顾客划分为忠诚顾客和一般顾客，则该企业市场细分的变量属于（ ）。

- A. 地理变量
- B. 人口变量
- C. 行为变量
- D. 心理变量

【答案】C

【解析】行为变量为购买时机、追求的利益、使用者状况、忠诚程度、使用频率、待购阶段和态度。

15. “市场需要什么，我们就生产什么”这种市场营销观念属于（ ）。

- A. 生产观念
- B. 产品观念
- C. 推销观念
- D. 现代市场营销观念

【答案】D

【解析】现代市场营销观念是一种以顾客的需要和欲望为导向的市场营销管理哲学，它以整体营销为手段来博得顾客的满意，从而实现企业的长期利益。“消费者需要什么，我们就生产什么”，“市场需要什么，我们就卖什么”，“哪里有消费者的需要，哪里就有营销机会”，因此，现代市场营销观念变“制造产品并设法销售出去”为“发现需要并设法满足不再是”推销已经生产出来的产品而是“制造能够销售出去的产品”。

16. 由于消费者对某种产品缺乏了解，所以销量一直不高，则该产品面临的需求状态是（ ）。

- A. 负需求
- B. 无需求
- C. 潜伏需求
- D. 过量需求

【答案】B

【解析】无需求是指顾客对为其设计、提供的产品漠不关心，认为可有可无的需求状态。这种状态产生的原因是人们不了解产品；不习惯使用这种产品；认为过去没有这种产品也没觉得不好，现在有了这种产品也没感觉有太大变化。针对这种需求特点，市场营销管理者应通过大力促销及商品演示等市场营销措施，努力将产品所提供的利益与人们的自然需要联系起来，激发消费兴趣，使其真正体验到新产品比原有产品具有更多的好处，从而调动购买和使用的积极性。

17. 根据大卫·艾克的“五星”品牌资产概念模型，品牌资产的核心是（ ）。

- A. 品牌知名度
- B. 品牌联想度
- C. 品牌忠诚度

D. 品牌认知度

【答案】C

【解析】品牌忠诚度是在购买决策中多次表现出来的对某个品牌有偏向性的(而非随意的)行为反应,也是消费者对某种品牌的心理决策和评估过程。品牌忠诚度是品牌资产的核心,如果没有品牌消费者的忠诚,品牌不过是一个几乎没有价值的商标或用于区别的符号。从品牌忠诚营销观点来看,销售并不是最终目标,它只是消费者建立持久有益的品牌关系的开始,也是建立品牌忠诚,把品牌购买者转化为品牌忠诚者的机会。

18. 分销渠道管理中,建议战略是一种与渠道权力运用相关的战略,其必要的权力来源是()。

- A. 专长权、信息权、奖励权
- B. 法定权、专长权、奖励权
- C. 专长权、信息权、强迫权
- D. 认同权、奖励权、强迫权

【答案】A

【解析】建议战略的必要权力来源为专长权、信息权、奖励权。

19. 某公司召集经销商,交流市场信息,并让经销商发泄不满,这种激励方法是()。

- A. 扶持激励
- B. 沟通激励
- C. 差别激励
- D. 业务激励

【答案】B

【解析】沟通激励包括:(1)提供产品、技术动态信息;(2)公关宴请;(3)交流市场信息;(4)让经销商发泄不满。

20. 企业宣传中存在过度承诺,使得市场宣传中所承诺的服务与企业实际提供的服务不同,这一差距属于服务质量差距模型中的()。

- A. 感知服务差距
- B. 服务传递差距
- C. 市场沟通差距
- D. 质量标准差距

【答案】C

【解析】市场沟通差距意味着企业市场宣传中所承诺的服务与企业实际提供的服务不同。该差距产生的原因有:市场沟通计划与服务运行实际未能很好融合,传统的外部营销与服务运营不协调,组织未能执行宣传中的服务质量标准,企业沟通宣传中存在过度承诺问题等。

21. 根据服务质量差距模型,企业的管理者认知的顾客期望和服务提供者制定的服务标准不一致导致的差距是()。

- A. 质量感知差距
- B. 服务传递差距
- C. 质量标准差距
- D. 感知服务差距

【答案】C

【解析】质量标准差距是指服务提供者制定的服务标准与管理者所认知的顾客期望不一致导致的差距。该差距出现的原因在于,服务质量计划缺乏高层管理者的有效支持,计划失误或计划程序有误,组织目标不明确,计划管理水平低下等。

22. 某饮料生产企业生产的饮料,按消费品分类属于()。

- A. 日用品
- B. 冲动购买品
- C. 非渴求品
- D. 应急物品

【答案】A

【解析】便利品可分为日用品、冲动购买品和应急物品三种。其中，日用品是指那些价格低、经常使用和购买的产品，如食盐、方便面、洗涤用品、饮料等。

23. 关于工业市场特点的说法，正确的是（ ）。

- A. 需求的非派生性
- B. 需求弹性大
- C. 专业采购
- D. 顾客分散

【答案】C

【解析】工业市场特点表现为几个方面。(1) 需求的派生性。需求的派生性是指工业品市场购买者对产品的需求，归根结底是由消费者对消费品的需求引申出来的。(2) 需求弹性小。需求弹性小是指工业品市场购买者对产品和劳务的需求受价格影响不大，即价格上涨不会引发需求大幅度下降；反之，价格下降，也不会引发需求大幅度上升。(3) 专业采购。专业采购是指工业品市场购买活动由专业人员或者专业采购团队完成。(4) 一次购买量大。相对于消费品市场的购买，工业品市场一次采购量大。(5) 顾客集中稳定。该特点由工业品市场构成人员的特点决定。

24. 在渠道权力的运用战略中，请求战略的权力来源是（ ）。

- A. 认同权、奖励权、强迫权
- B. 专长权、信息权、奖励权
- C. 专长权、奖励权、强迫权
- D. 法定权、奖励权、强迫权

【答案】A

【解析】请求战略的必要的权力来源为认同权、奖励权、强迫权。

25. 在特许经营中，授权人和受权人之间是单纯的买卖关系，授权人具有的权力是（ ）。

- A. 专长权
- B. 信息权
- C. 认同权
- D. 法律权

【答案】A

【解析】专长权是指受影响的渠道成员认为，影响者具备其所不具备的某种特殊知识或有用的专长。例如，特许经营就是一种典型的租借授权人的专长开展自己业务的渠道管理方式。

26. 话剧类服务产品是针对（ ）的服务。

- A. 无形资产
- B. 人的思想
- C. 人的身体
- D. 物体

【答案】B

【解析】针对思想意识的服务(脑刺激处理):娱乐、艺术、广播、电视、广告、咨询、教育、宗教、心理治疗、音乐会等。脑刺激处理服务，在此服务过程中顾客意识必须要在场，现场或远程均可。

27. 新成立的企业进行生产线建设应依据（ ）。

- A. 计划生产能力
- B. 历史生产能力
- C. 设计生产能力
- D. 查定生产能力

【答案】C

【解析】设计生产能力是指企业在进行基本建设时，在设计任务书和技术文件中所写明的生产能力。它在企业投入生产一段时间后实现，在一定程度上决定了人们对企业生产能达到一定水平的期望，是企业在进行基本建设时努力的目标。

28. 工业增加值属于（ ）。

- A. 产品品种指标
- B. 产品产量指标
- C. 产品质量指标
- D. 产品产值指标

【答案】D

【解析】产品产值指标是用货币表示的产量指标，能综合反映企业生产经营活动成果，以便进行不同行业间的比较。根据具体内容与作用的不同，产品产值指标分为工业总产值、工业商品产值和工业增加值三种形式。

29. 在丰田生产管理中，对各道工序生产活动进行有效控制的手段是（ ）。

- A. 准时化
- B. 自动化
- C. 看板管理
- D. 标准化工作

【答案】C

【解析】看板管理可以说是让系统营运的工具。看板管理，简而言之，是对生产过程中各道工序生产活动进行控制的信息系统。

30. 通过获取作业现场信息，实时进行核算，并把结果与作业计划有关指标进行对比分析，及时提出控制措施，这种生产控制方式是（ ）。

- A. 事前控制
- B. 事中控制
- C. 事后控制
- D. 全员控制

【答案】B

【解析】事中控制是通过获取作业现场信息，实时进行作业核算，并把结果与作业计划有关指标进行对比分析，若有偏差，及时提出控制措施并实时对生产活动实施控制的一种方式，以确保生产活动沿着当期的计划目标而展开。

31. 某物流企业在仓库中对运输的物品进行量化小包装，则这反映的企业物流的功能为（ ）。

- A. 流通加工
- B. 运输
- C. 包装
- D. 装卸搬运

【答案】A

【解析】流通加工这一环节的发展，使流通与加工总体过程更加合理化。流通加工的内容一

般包括袋装、量化小包装、拴牌子、贴标签、配货、拣选、分类、混装、刷标记等。生产的外延流通加工包括剪断、打孔、折弯、组装、改装、配套以及混凝土搅拌等。

32. 工业增加值的计算依据是 ()。

- A. 社会最终成果
- B. 企业最终成果
- C. 工业产量
- D. 工业商品总值

【答案】A

【解析】工业增加值与工业总产值的区别在于它们确定最终成果的范围不同，工业增加值以社会最终成果作为计算依据，而工业总产值以企业最终成果作为计算依据。

33. 当产品处于生命周期的 () 阶段时，产品销售量剧增，物流活动的重点从不惜代价提供所需服务转变为服务和成本的平衡。

- A. 介绍期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

【答案】B

【解析】在产品生命周期的成长期阶段，产品取得了一定程度的市场认可，销售量剧增，物流活动的重点从不惜代价提供所需服务转变为服务和成本的平衡。

34. 企业采购管理的总体目标为 ()。

- A. 以最低的总成本提供满足企业需要的物料和服务
- B. 发展有竞争力的供应商
- C. 促进新产品开发
- D. 保证并提高采购物品的质量

【答案】A

【解析】企业采购管理的总目标可用一句话表述：以最低的总成本提供满足企业需要的物料和服务。

35. 企业生产物流按照 ()，可以分为连续型生产物流和离散型生产物流。

- A. 生产专业化程度
- B. 生产工艺过程的流动性特点
- C. 物流流经的区域
- D. 生产的快慢

【答案】B

【解析】按照物料在生产工艺过程中的流动特点，企业生产物流可分为连续型和离散型两种类型。

36. 企业销售物流的绩效评价指标中，经济效率是指 ()。

- A. 迅速及时完成销售物流量/销售物流总完成量
- B. 耗损量/销售物流总完成量
- C. 准去无误完成销售物流量/销售物流总完成量
- D. 销售物流实现利税/销售物流资金占用量

【答案】D

【解析】企业销售物流的效率评价指标。可以运用前一阶段对物流成本评价的结果和实际工作中统计的数据信息。经济效率=销售物流实现利税÷销售物流资金占用量

37. 按照库存的目的进行分类，为了满足企业日常经营而建立的库存为 ()。

- A. 经常库存
- B. 安全库存
- C. 生产加工库存
- D. 季节性库存

【答案】A

【解析】经常库存是指企业在正常的经营环境下为满足日常的需要而建立的库存。这种库存随着每日的需要不断减少,当库存降低到某一水平(如订货点)时,就要进行订货来补充库存。对这种库存的补充按一定的规则反复地进行。

38. 甲乙两家公司与丙研究所于 2020 年签订委托开发合同,委托丙研究所研发一项新技术,委托开发合同中未对新技术申请专利的权利进行约定。2021 年 6 月,新技术研发成功,根据《中华人民共和国民法典》,这项新技术的申请专利的权利属于()。

- A. 丙研究所
- B. 甲公司
- C. 甲公司和乙公司共有
- D. 甲公司、乙公司和丙研究所

【答案】A

【解析】委托开发完成的发明创造,除法律另有规定或者当事人另有约定外,申请专利的权利属于研究开发人。研究开发人取得专利权的,委托人可以依法实施该专利。

39. 下列属于面包和黄油项目的特点是()。

- A. 预期收益高、技术成功概率高
- B. 预期收益高、技术成功概率低
- C. 预期收益低、技术成功概率低
- D. 预期收益低、技术成功概率高

【答案】D

【解析】面包和黄油项目是一些较小的、技术上比较简单的项目,技术风险低,开发成功率较高,但预期收益不是很好。

40. 关于技术创新战略的说法,正确的是()。

- A. 技术领先战略的开发重点是产品技术
- B. 技术领先战略的技术来源是以模仿、引进为主
- C. 技术跟随战略要开拓一个全新市场
- D. 技术跟随战略风险大、收益大

【答案】A

【解析】

特征	领先战略	跟随战略
技术来源	自主研发为主	模仿、引进为主
技术开发重点	产品技术	工艺技术
市场开发	开拓一个全新的市场	开发细分市场或挤占他人市场
投资重点	技术开发、市场开发	生产、销售

41. 根据技术创新的对象,可以将技术创新分为()。

- A. 自主创新和模仿创新
- B. 渐进性创新和根本性创新
- C. 引进、消化吸收再创新和工艺创新
- D. 产品创新和工艺创新

【答案】D

【解析】基于技术创新对象将技术创新分为产品创新和工艺创新。

42. 某公司的注册商标与 2021 年 5 月 30 日满, 则该公司最迟在 () 前按照规定办理手续, 否则其商标将被注销。

- A. 2021 年 11 月 30 日
- B. 2031 年 5 月 30 日
- C. 2020 年 5 月 30 日
- D. 2020 年 11 月 30 日

【答案】A

【解析】注册商标有效期期满, 需要继续使用的, 商标注册人应当在期满前 12 个月内按照规定办理续展手续; 在此期间未能办理的, 可以给予 6 个月的宽展期。每次续展注册的有效期为 10 年, 自该商标上一届有效期满次日起计算。期满未办理续展手续的, 注销其注册商标。

43. 企业根据员工所承担的工作或者所具备的技能而支付给员工的比较稳定的薪酬属于 ()。

- A. 间接薪酬
- B. 基本薪酬
- C. 补偿薪酬
- D. 激励薪酬

【答案】B

【解析】基本薪酬是指企业根据员工所承担的工作或者所具备的技能而支付给员工的比较稳定的薪酬。

44. 某商场 2020 年销售额为 3000 万元, 该企业根据过去的经验, 预计一年中每增加 1000 万元的销售额, 需增加 8 人, 2021 年销售额为 6000 万, 如果管理人员、销售人员和后勤服务人员的比例是 1:5:2, 则新增加的员工中, 后勤人员应为 () 人。

- A. 4
- B. 8
- C. 9
- D. 6

【答案】D

【解析】本题考查转换比率分析法。 $6000 - 3000 = 3000$ (万元)。 $3000 \div 1000 \times 8 = 24$ (人)。 $24 \div (1 + 5 + 2) \times 2 = 6$ (人)。

45. 下列企业人力资源规划类型中, 以通过降低非期望离职率, 改善劳动关系作为目标的计划是 ()。

- A. 员工培训计划
- B. 员工使用计划
- C. 员工招聘计划
- D. 劳动关系计划

【答案】D

【解析】劳动关系计划的目标是降低非期望离职率、改善劳动关系、减少投诉和争议等。

46. 企业内部各类、各级职位之间的薪酬标准要适当拉开距离, 以提高员工的工作积极性。这体现了薪酬制度设计的 ()。

- A. 公平原则
- B. 合法原则
- C. 激励原则

D. 量力而行原则

【答案】C

【解析】激励原则是指企业内部各类、各级职位之间的薪酬标准要适当拉开距离，避免平均化。利用薪酬的激励功能提高员工的工作积极性。

47. () 是指企业内部各个职位之间薪酬的相互关系，反映了企业支付薪酬的内部一致性。

- A. 薪酬形式
- B. 薪酬调整
- C. 薪酬结构
- D. 薪酬水平

【答案】C

【解析】薪酬结构指企业内部各个职位之间薪酬的相互关系，它反映了企业支付薪酬的内部一致性。

48. 简便易行，适合短期人力资源需求预测方法的是 ()。

- A. 人员核查法
- B. 管理人员判断法
- C. 管理人员接续计划法
- D. 德尔菲法

【答案】B

【解析】管理人员判断法是一种粗略的、简便易行的人力资源需求预测方法，主要适用于短期预测。

49. 一家公司财务杠杆系数是 1.5，营业杠杆系数是 1.2，求总杠杆系数是多少 ()。

- A. 2.7
- B. 1.8
- C. 3.3
- D. 4.2

【答案】B

【解析】总杠杆系数=营业杠杆系数×财务杠杆系数=1.5×1.2=1.8。

50. 企业对电子商务网站的颜色搭配、版面布局、文字图片等进行设计优化，这种活动属于 ()。

- A. 流程设计
- B. 数据库设计
- C. 艺术设计
- D. 功能设计

【答案】C

【解析】网站艺术设计的主要内容包括导航栏、排版、标志等。具体而言，就是需要确定网站的结构，栏目的设置，网站的风格、颜色的搭配，版面的布局以及文字图片的应用等。

51. 网络营销将商品信息发布、收款和售后服务做了很好的集成，这体现了网络营销的()。

- A. 经济性
- B. 整合性
- C. 交互性
- D. 多维性

【答案】B

【解析】整合性一方面，网络营销将商品信息与收款，售后服务做了很好的集成，因此也是一

种全程的营销渠道。另一方面,企业可以借助互联网将不同的营销活动进行统一设计规划和协调实施,以统一的传播方式向消费者传达信息,避免不同传播中的不一致性产生消极影响。

52. 以下商品或服务中,适合完全电子商务的为()。

- A. 电脑
- B. 服装
- C. 护肤品
- D. 网络游戏

【答案】D

【解析】完全电子商务是指在交易过程中的商流、资金流、物流、信息流都能够在网上完成,商品或服务的整个商务过程都可以在网络上实现的电子商务。完全电子商务交易的对象主要包括无形货物和服务,如某些计算机软件、娱乐产品的联机订购、付款和交付,或者是全球规模的信息服务。完全电子商务是电子商务发展的高级阶段。

53. 电子商务的“四流”指的是()。

- A. 资金流、物流、信息流、商流
- B. 现金流、物流、信息流、商流
- C. 现金流、物流、数据流、商流
- D. 资金流、物流、数据流、商流

【答案】A

【解析】经济活动离不开商流、资金流、物流、信息流。商流、资金流、物流和信息流是流通过程中的四大组成部分,这“四流”构成了一个完整的流通过程。同样,电子商务交易活动的实现必然需要商流、资金流、物流、信息流在时空上的协作,“四流”缺一不可。

54. 在移动支付终端中,使用最多的是()。

- A. 智能手机
- B. 掌上电脑
- C. 移动个人计算机
- D. 固定电话

【答案】A

【解析】移动支付是指用户使用其移动终端(通常是手机)对所消费的商品或服务进行资金支付的一种支付方式,具体就是指单位或个人通过移动设备、互联网或者近距离传感设备直接或间接向银行金融机构发送支付指令,产生货币支付与资金转移行为。移动支付所使用的移动终端是智能手机、掌上电脑、移动个人计算机等。

55. 中国铁路 12306 向乘客提供购买火车票服务是()。

- A. B2B
- B. B2C
- C. C2C
- D. B2G

【答案】B

【解析】企业对消费者的电子商务(B2C)

56. 在一定时间和区域内,许可方与被许可方同时可以使用许可协议下的技术,但许可方不得将这项技术转让给第三方。这种许可方式属于()。

- A. 普通许可
- B. 分许可
- C. 独占许可
- D. 排他许可

【答案】D

【解析】排他许可,是指在一定期限和区域内,除了被许可方可以使用许可证协议下的技术之外,许可方自己也可以继续使用,但不得将这项技术再转让给第三方。

57. 根据国际生产折中理论,某企业只选择以技术转让方式参与国际经济贸易,则该企业具备的优势是()。

- A. 所有权优势
- B. 内部化优势
- C. 区位优势
- D. 所有权优势和内部化优势

【答案】A

【解析】一般而言,如果企业仅拥有一定的所有权优势,则只能选择以技术转让的形式参与国际经济活动;如果企业同时拥有所有权优势和内部化优势,则出口贸易是参与国际经济活动的一种较好形式;如果企业同时拥有所有权优势、内部化优势和区位优势,则发展对外直接投资是参与国际经济活动的较好形式,可以进一步实现利润的最大化。

58. 根据弗农的产品生命周期理论,产品创新阶段的特征是()。

- A. 大部分产品供应国内市场,并通过出口贸易的形式满足国际市场
- B. 要发展对外直接投资,转让成熟技术
- C. 在发展中国家进行直接投资,转让标准化技术,并从国外进口该产品
- D. 通过技术转让方式参与国际竞争

【答案】A

【解析】产品创新阶段。厂商垄断技术诀窍,此时最有利、最安全的抉择是在国内生产,大部分产品供应国内市场,并通过出口贸易的形式满足国际市场的需求。

59. 根据区位主义观念,忽视公司的全球战略目标和总体利益,难以开展跨地区的新产品的研究与开发,符合这种特征的是()。

- A. 国际业务部
- B. 全球性地区结构
- C. 全球产品结构
- D. 全球职能结构

【答案】B

【解析】全球性地区结构的缺点是:容易形成区位主义观念,重视地区业绩而忽视公司的全球战略目标和总体利益。

标和总体利益;忽视产品多样化,难以开展跨地区的新产品的研究与开发。

60. 在跨国公司的法律组织形式中,没有法人地位,不能开展投资生产、谈判签约等业务的是()。

- A. 联络办事处
- B. 母公司
- C. 子公司
- D. 分公司

【答案】A

【解析】联络办事处是指母公司在海外设立企业的初级形式,是为进一步打开海外市场而设立的一个非法律实体的机构,它不构成企业。联络办事处登记手续简单。联络办事处只能开展一些信息收集、联络客户、推销产品之类的活动,不能在东道国从事投资生产、接受信贷、谈判签约等业务。

二、多项选择题

61. 对渠道权力的六种来源可按中介性权力和非中介性权力进行划分, 下列属于中介性权力的是 ()。

- A. 强迫权
- B. 专长权
- C. 信息权
- D. 奖励权
- E. 传统法定权

【答案】AD

【解析】当影响者向目标对象展示权力时就在使用中介性权力, 即影响者可以迫使目标对象承认它的权力, 中介性权力包括奖励权、强迫权和法律法定权。

62. 下列要素中, 属于麦肯锡公司提出的 7S 模型中软件要素的有 ()。

- A. 人员
- B. 制度
- C. 技能
- D. 结构
- E. 共同价值观

【答案】ACE

【解析】麦肯锡公司提出的 7S 模型指出, 企业在发展过程中需要全面考虑结构、制度、人员、风格、技能、战略和共同价值观这七个方面的情况。该模型认为, 战略、结构、制度是企业成功的“硬件”, 而风格、人员、技能和共同价值观是企业成功的“软件”。

63. 下列国际技术贸易方式中, 属于许可贸易的有 ()。

- A. 特许经营
- B. 专利许可
- C. 技术服务和咨询
- D. 含有专有技术转让的设备买卖
- E. 商标许可

【答案】BE

【解析】许可贸易按其标的内容可分为专利许可、商标许可和专有技术许可等形式。

64. 服务产品的特征有 ()。

- A. 所有权可转让
- B. 不可储存性
- C. 质量稳定
- D. 生产与消费过程不可分离
- E. 无形性

【答案】BDE

【解析】根据服务产品的概念, 人们一般将服务产品的基本特性归纳为以下几个方面 (1) 无形性; (2) 不可分离性; (3) 差异性; (4) 不可储存性; (5) 所有权的不可转让性。

65. 某国际企业进入国外市场, 可采用的方式有 ()。

- A. 间接出口
- B. 许可经营
- C. 特许经营
- D. 管理合同
- E. 直接出口

【答案】 ABDE

【解析】 国际企业进入国外市场时有三种市场进入模式：（1）出口模式，包括间接出口和直接出口；（2）合同模式，包括许可经营、合同制造、管理合同、技术协议、服务合同等；（3）投资模式，主要是指国际直接投资，包括建立合资或独资企业。

66. 某手机制造企业多年来致力于中低端市场，为应对竞争，该企业调整产品组合，推出面向高端客户的手机产品，并进入打印机行业，该企业采用的产品经营策略有（ ）。

- A. 缩减产品组合策略
- B. 产品线现代化策略
- C. 扩大产品组合策略
- D. 产品线延伸策略
- E. 产品线集中化策略

【答案】 CD

【解析】 扩大产品组合策略包括增加产品组合的宽度、长度及深度，增加产品组合的宽度是指在原产品组合中增加一个或几个产品大类，扩大经营范围；增加产品组合的长度及深度是指在原有产品大类内增加新的产品项目。产品线延伸策略具体有向上延伸、向下延伸和双向延伸三种策略，向上延伸，即在企业原有产品档次的基础上增加高档产品的生产。

67. 根据我国《公司法》，关于股份有限公司发起人的说法，正确的有（ ）。

- A. 须有三分之一以上的发起人在中国境内有住所
- B. 发起人持有的本公司股份不得转让
- C. 发起人抽逃出资的，处以所抽逃出资金额 5% 以上、15% 以下的罚款
- D. 公司不能成立时，发起人对认股人已缴纳的股款负返还股款并加算银行同期存款利息的连带责任
- E. 自然人作为发起人应当具有完全民事行为能力

【答案】 CDE

【解析】 《公司法》对发起人转让股份的行为作了限制，规定发起人持有的本公司股份自公司成立之日起一年内不得转让，选项B错误。发起人要对公司设立承担特殊义务和责任，因而其资格限制要严于一般股东；（1）自然人作为发起人应当具备完全民事行为能力；（2）法人作为发起人应当是法律上不受限制者；（3）发起人的国籍和住所受到一定限制。《公司法》规定，设立股份有限公司，应当有2人以上200人以下的发起人，其中须有半数以上的发起人在中国境内有住所，选项A错误。

68. 下列人力资源绩效考核活动中，属于绩效反馈阶段的活动有（ ）。

- A. 分析整理绩效考核结果
- B. 指导被考核者制订绩效改进计划
- C. 与被考核者沟通绩效考核结果
- D. 指出被考核者在绩效方面的问题
- E. 改进人力资源开发与管理活动

【答案】 BCD

【解析】 反馈阶段的主要任务是上级领导就绩效考核的结果与考核对象沟通，具体指出员工在绩效方面存在的问题，指导员工制订出绩效改进的计划，还要对该计划的执行效果进行跟踪并给予指导。

69. 关于福利的独特优势的说法，正确的有（ ）。

- A. 福利可以使员工得到更多的实际收入
- B. 福利可以满足员工不同的需要
- C. 福利像直接薪酬一样促进员工工作绩效提高
- D. 可以减少员工的不满意
- E. 可以为员工节省一定的支出

【答案】ABDE

【解析】福利具有自身独特的优势:首先,福利的形式灵活多样,可以满足员工不同的需要;其次,福利具有典型的保健性质,可以减少员工的不满意,有助于吸引和保留员工,增强企业的凝聚力;再次,福利还具有税收方面的优惠,可以使员工得到更多的实际收入;最后,由企业来集体购买某种福利产品,具有规模效应,可以为员工节省一定的支出。

70. 工业品市场的特点有()。

- A. 专业采购
- B. 顾客集中稳定
- C. 一次购买量大
- D. 需求弹性大
- E. 需求的派生性

【答案】ABCE

【解析】工艺品市场特点表现为以下几个方面:(1)需求的派生性;(2)需求弹性小;(3)专业采购;(4)一次购买量大;(5)顾客集中稳定。

71. 下列定价策略中,属于产品组合定价策略的有()。

- A. 声望定价
- B. 招徕定价
- C. 附属产品定价
- D. 副产品定价
- E. 产品线定价

【答案】CDE

【解析】产品组合定价策略包括五种情况:(1)产品线定价;(2)备选产品定价;(3)附属产品定价;(4)副产品定价;(5)产品束定价。

72. 某企业出口的纺织品投保了我国海运一切险,如果在运输途中发生下列损失,可以从保险公司得到赔偿的有()。

- A. 装船时有一包货物从吊钩上掉入海中的损失
- B. 一部分货物在船舱中被渗漏的油漆沾污的损失
- C. 船舱失火烧毁的部分货物损失
- D. 一部分货物被罢工人哄抢的损失
- E. 船长下令抽水灭火,受海水浸泡的部分货物损失

【答案】ABCE

【解析】一切险的责任范围,除包括平安险和水渍险的各项责任外,还对被保险货物在海运途中由于外来原因造成的全部损失或部分损失负赔偿责任。外来原因是指一般附加险的内容,但不包括特别附加险。常见的一般附加险有偷窃险等11种,特殊附加险主要是指海运战争险和罢工险,附加险不能单独投保。

73. 我国上市公司董事会的职权有()。

- A. 决定公司内部管理机构的设置
- B. 选举公司董事、监事

东奥会计在线
www.dongao.com

- C. 制定公司基本管理制度
- D. 召集股东会会议
- E. 制定公司发行债券方案

【答案】ACDE

【解析】《公司法》规定，股份有限公司董事会的职权与有限责任公司董事会的职权完全相同，有限责任公司董事会对股东会负责，行使下列职权：（1）召集股东会会议，并向股东会报告工作；（2）执行股东会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制定公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制定公司增加或者减少注册资本以及发行公司债券的方案；（7）制定公司合并、分立、解散或者变更公司形式的方案；（8）决定公司内部管理机构的设置；（9）决定聘任或者解聘公司经理及其报酬事项，并根据经理的提名决定聘任或者解聘公司副经理、财务负责人及其报酬事项；（10）制定公司的基本管理制度；（11）公司章程规定的其他职权。

74. 在企业仓储管理的货物入库环节，货物验收的主要内容包括（ ）。

- A. 包装
- B. 质量
- C. 产地
- D. 数量
- E. 价格

【答案】ABD

【解析】货物的验收主要包括对货物数量、质量和包装的验收，即复核货物数量是否与入库凭证开制的相符，规格、牌号等有无差错，货物的质量是否符合规定的要求，货物包装能否保证在储存和运输过程中的安全等内容。

75. 下列激励薪酬中，适用于群体激励的有（ ）。

- A. 员工持股制度
- B. 工时制
- C. 收益分享计划
- D. 绩效调薪
- E. 利润分享计划

【答案】ACE

【解析】群体激励薪酬主要有以下三种形式：（1）利润分享计划；（2）收益分享计划；（3）员工持股制度。

76. 关于企业联盟模式的说法，正确的有（ ）。

- A. 联邦模式的联盟伙伴地位平等独立
- B. 平行式联盟适用于垂直供应链型企业
- C. 星型联盟的核心是盟主企业
- D. 平行式联盟的协调机制为自发性协调
- E. 星形联盟的组织结构分为核心层和外围层

【答案】CD

【解析】星形模式是一种有盟主的企业联盟组织形式，这种联盟以盟主企业为核心，由盟主企业统一计划、管理、调度联盟内的各种资源并负责监督成员企业产品的质量。

平行模式是由多个实力较强且较均衡的优势互补企业或同类企业依据一定的市场机制共同组建，没有盟主，没有核心企业，所有企业没有明显的主从关系，共同制定运作规则，共同

寻找市场，各企业有高度的自主权，合作伙伴地位平等、独立，各成员企业共同参与决策，共享联盟内的各种资源和利益，共担风险，通过自发性协调机制共同完成任务。

联邦模式的动态联盟的组织结构一般可以分为两层，即核心层（团队）和外围层（团队）。

77. 设计开发电子商务系统的具体工作有（ ）。

- A. 功能设计
- B. 制定战略
- C. 流程设计
- D. 明确愿景
- E. 网站设计

【答案】ACE

【解析】电子商务系统设计与开发：（1）功能设计；（2）流程设计；（3）网站设计；（4）数据库设计；（5）系统开发。

78. 根据技术来源的不同，企业技术创新战略分为（ ）。

- A. 模仿创新战略
- B. 自主创新战略
- C. 合作创新战略
- D. 技术领先战略
- E. 委托创新战略

【答案】ABC

【解析】根据技术来源的不同，可将企业技术创新战略分为自主创新战略、模仿创新战略和合作创新战略。

79. 下列指标中，直接影响投资项目净营业现金流量的有（ ）。

- A. 资本成本
- B. 沉没成本
- C. 企业所得税
- D. 付现成本
- E. 营业收入

【答案】CDE

【解析】每年净营业现金流量(NCF)=每年营业收入-付现成本-所得税=净利润+折旧

80. 下列指标中，反映产品生产过程中工作质量的指标有（ ）。

- A. 产品平均技术性能
- B. 产品资金利润率
- C. 成品返修率
- D. 质量损失率
- E. 废品率

【答案】CDE

【解析】产品质量指标包括两大类：一类是反映产品本身内在质量的指标，主要是产品平均技术性能、产品质量分等；另一类是反映产品生产过程中工作质量的指标，如质量损失率、废品率、成品返修率等。

三、案例分析题

(一)

某生产企业生产一种产品，其生产计划部门运用提前期法来确定产品在各车间的生产任务。装配车间是生产该种产品的最后车间，产品的平均日产量为15台，2021年10月应出产到500号，该产品在机械加工车间的出产提前期为50天，生产周期为20天，该产品在热处理车间的出产提

前期为 60 天，保险期为 0 天。

81. 该企业运用提前期法编制生产作业计划，可以推测该企业属于（ ）类型企业。

- A. 单件小批生产
- B. 随意生产
- C. 成批生产
- D. 大量生产

【答案】C

【解析】提前期法又称累计编号法，适用于成批生产类型企业的生产作业计划编制，是成批生产作业计划重要的期量标准之一。

82. 该机械加工车间 2021 年 10 月份出产产品的累计号为（ ）。

- A. 1500
- B. 1530
- C. 1250
- D. 1750

【答案】C

【解析】本车间出产累计号数=最后车间出产累计号数+本车间出产提前期×最后车间平均日产量=500+50×15=1250（号）。

83. 该热处理车间 2021 年 10 月份出产产品的累计号为（ ）。

- A. 1400
- B. 1500
- C. 1200
- D. 1300

【答案】A

【解析】本车间出产累计号数=最后车间出产累计号数+本车间出产提前期×最后车间平均日产量=500+60×15=1400（号）。

84. 该机械加工车间 2021 年 10 月份累计投入号数为（ ）。

- A. 1450
- B. 1550
- C. 1200
- D. 1350

【答案】B

【解析】本车间投入提前期=本车间出产提前期+本车间生产周期；本车间投入累计号数=最后车间出产累计号数+本车间投入提前期×最后车间平均日产量=500+（50+20）×15=1550（号）。

85. 该企业采用提前期法的优点有（ ）。

- A. 各个车间可以平衡地编制生产作业计划
- B. 有利于提高产品质量
- C. 生产任务可以自动修改
- D. 可以用来检查零部件生产的成套性

【答案】ACD

【解析】提前期法的优点：（1）各个车间可以平衡地编制生产作业计划；（2）不需要预计当月任务完成情况；（3）生产任务可以自动修改；（4）可以用来检查零部件生产的成套性。

（二）

甲企业生产经营冰箱、电视、空调、油烟机四类产品，每一类冠以不同的品牌，目前，该企

业开发一种智能热水器，经测算，年固定成本 24000 万元，年变动成本 16000 万元，成本加成率 20%，预计年销售量为 20 万台，智能热水器上市后，该企业为热水器冠以全新的品牌名称，为在短期内获得高额利润，决定将智能热水器的价格定价较高，并且给予经销商一定的折扣：“5/10，N/45”与此同时，该企业积极开展促销活动，通过电视、网络等媒介实施付费宣传在大型商场开设陈列柜台，进行现场表演，并且冠名赞助电视综艺节目，向公众推介其智能热水器，扩大品牌影响力。

86. 智能热水器上市后的甲企业产品组合宽度为（ ）。

- A. 3
- B. 4
- C. 5
- D. 6

【答案】C

【解析】本题考查产品组合策略。产品组合的宽度是指企业所经营的不同产品线的数量。“甲企业生产经营冰箱、电视、空调、油烟机四类产品”，智能热水器上市后宽度为 5。

87. 智能热水器上市后，甲企业采用的定价策略为（ ）。

- A. 温和定价策略
- B. 交易折扣
- C. 现金折扣
- D. 撇脂定价策略

【答案】CD

【解析】本题考查定价策略。撇脂定价策略是一种短期内追求最大利润的高价策略，是指在新产品上市之初，将价格定得很高，以便尽可能在短期内赚取高额利润。“为在短期获得高额利润，决定将智能热水器定价较高”属于撇脂定价策略。现金折扣是指对按约定日期付款的客户给予一定比例的折扣。“给予经销商一定的折扣，‘5/10，N/45’”属于现金折扣。

88. 甲企业对智能热水器采用促销策略为（ ）。

- A. 人员推销
- B. 广告
- C. 渠道策略
- D. 销售促进

【答案】BD

【解析】(1) “企业积极开展促销活动，通过电视、网络等媒介实施付费宣传”属于广告促销。

(2) “在大型商场开设陈列柜台，进行现场表演”属于销售促进策略。

89. 甲企业采用的品牌战略属于（ ）。

- A. 独立品牌战略
- B. 统一品牌战略
- C. 伞形品牌战略
- D. 主副品牌战略

【答案】A

【解析】本题考查品牌战略的类型。一个企业同时经营两个以上相互独立的品牌就是多品牌战略，又称独立品牌战略，为每一种产品冠以一个品牌名称，或者给每一类产品冠以一个品牌名称。“甲企业生产经营冰箱、电视、空调、油烟机四类产品，每一类冠以不同的品牌”“该企业为热水器冠以全新的品牌名称”属于独立品牌战略。

90. 根据成本加成定价法，该智能热水器上市后的价格为（ ）。

- A. 4800
- B. 2400
- C. 4000
- D. 2000

【答案】B

【解析】产品价格=单位成本×(1+加成率)=(24000+16000)÷20×(1+20%)=2400(元)。

(三)

M集团是以肉类粗加工为经营范围的企业，具有年生产肉类产品100万吨的生产能力，通过价值链分析发现原料供应存在短板，因此，M集团进军畜牧业，获得明显的成本优势。而后在进行外部战略环境分析和市场调查的基础上，M集团发现宠物食品行业发展迅速，行业规模不断扩大，行业内企业的销售额和利润迅速增长，于是M集团进军宠物食品行业，生产以肉类为原料的宠物主食产品。新产品对应的备选方案有甲、乙、丙、丁四种，每种方案在不同市场状况下的期望如下表所示(单位:百万元)。

市场状态 方案损益值	市场需求高	市场需求一般	市场需求低
甲	1158	616	325
乙	983	622	401
丙	1067	602	388
丁	953	633	411

91. M集团目前实施的战略有()。

- A. 前向一体化战略
- B. 成本领先战略
- C. 后向一体化战略
- D. 集中战略

【答案】BC

【解析】本题考查企业战略。“获得明显的成本优势”属于成本领先战略，“M集团进军畜牧业”属于后向一体化战略

92. M集团开发新产品的经营决策属于()。

- A. 确定型决策方法
- B. 不确定型决策方法
- C. 风险型决策方法
- D. 定性决策方法

【答案】B

【解析】不确定型决策是指在决策所面临的市场状态难以确定而且各种市场状态发生的概率也无法预测的条件下所作出的决策。

93. 乐观系数采用折中原则进行决策(乐观系数为0.55),则该企业应采用的方案为()。

- A. 甲
- B. 乙
- C. 丙
- D. 丁

【答案】A

【解析】本题考查不确定型决策方法的折中原则，如下所示。

甲方案期望损益=1158×0.55+325×(1-0.55)=783.15

乙方案期望损益=983×0.55+401×(1-0.55)=721.1

丙方案期望损益=1067×0.55+388×(1-0.55)=761.45

丁方案期望损益=953×0.55+411×(1-0.55)=709.1

经过比较可以看出，甲方案的期望损益值最高。

94. 宠物食品行业所处的产品生命周期为（ ）。

- A. 介绍期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

【答案】B

【解析】产品成长期特征是：产品的特点已逐渐为消费者所知，凭印象购买的倾向日渐增多，销售量迅速增加；产品已具备大批量生产的条件，生产效率提高，成本降低；产品在市场上已被消费者所熟悉，促销费用可以相对减少，销售成本大幅度下降；企业扭亏为盈，利润迅速上升并达到最高峰；同行竞争者迅速增加，同类产品出现，产品市场竞争渐趋激烈。本题中，“M集团发现宠物食品行业发展迅速，行业规模不断扩大，行业内企业的销售额和利润迅速增长”说明宠物食品行业所处产品生命周期为成长期。

95. M集团可以选用的外部战略环境分析方法有（ ）。

- A. IFE 矩阵
- B. EFE 矩阵
- C. PESTEL 分析法
- D. 波士顿矩阵

【答案】BC

【解析】企业外部环境分析：（1）宏观环境分析（PESTEL 分析）；（2）行业环境分析；（3）外部因素评价矩阵。



M企业是一家半导体材料上市公司，2020年期末资产总额为20亿元，负债总额10亿元。该公司准备新建一条生产线，总投资8亿元，资金来源是公开增发普通股募集资金7亿元，用留存收益1亿元。同时，M公司还计划定向发普通股给N公司股东的方式收购或吸收合并N公司，经测算，M公司债务的资本成本率为6%，公司普通股的风险系数是1.2，无风险报酬率是5.8%，市场平均报酬率是13.8%。

96. 根据资本资产定价模型，该公司发行股票的资本成本率为（ ）。

- A. 19.9%
- B. 19.8%
- C. 15.4%
- D. 13.4%

【答案】C

【解析】本题考查资本资产定价模型。股票的资本成本率=无风险报酬率+风险系数×(市场平均报酬率-无风险报酬率)=5.8%+1.2×(13.8%-5.8%)=15.4%。

97. 该公司还可以选择（ ）进行普通股资本成本率的测算。

- A. 每股利润分析法
- B. 自由现金折现模型
- C. 股利折现模型
- D. 盈亏平衡点模型

【答案】C

【解析】本题考查普通股资本成本率的测算。普通股资本成本率的测算包括：股利折现模型、资本资产定价模型。

98. 该公司利用留存收益融资的特点是（ ）。

- A. 估算留存收益资本成本不考虑筹资费用
- B. 留存收益资本成本率低于债务资本成本率
- C. 估算留存收益资本成本率需要考虑所得税
- D. 留存收益资本成本率为零

【答案】A

【解析】留用利润的资本成本是一种机会成本。留用利润资本成本率的测算方法与普通股基本相同，只是不考虑筹资费用。

99. 若M公司定向发普通股给N公司股东收购N公司，带来的财务影响为（ ）。

- A. M公司大股东的股份被稀释
- B. N公司股东股本增加
- C. M公司资本公积减少
- D. N公司长期股权投资增加

【答案】A

【解析】采用股权交易式并购虽然可以减少并购企业的现金支出，但会稀释并购企业的大股东股权。

100. 若M公司并购N公司的方式是吸收合并，则吸收合并后N公司（ ）。

- A. 继续存在
- B. 解散
- C. 成为M公司的子公司
- D. 以上都不对

【答案】B

【解析】根据我国《公司法》第一百七十二条规定，公司合并可以采取吸收合并或者新设合并。一个公司吸收其他公司为吸收合并，被吸收的公司解散。

东奥会计在线
www.dongao.com