一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

对金融企业营销活动具有更直接、更深切影响的环境是

A.

市场环境

B.

客户环境

C.

竞争环境

D.

法律环境

标准答案 :

C

2

互联网思维最早的提出人是

A.

李彦宏

B.

马云

C.

王志东

D.

张朝阳

标准答案 :

A

3

金融产品风险的后果并非都表现为损失，有时也表现为收益，因此：

A.

金融产品风险总是可以保险

B.

金融产品风险大多不可保险

C.

金融产品风险可以完全消除

D.

金融产品风险总是导致损失

标准答案 :

B

4

“金融服务多是无形的，在金融客户获取金融企业所提供的服务之前，对其服务难以用视觉、触觉、听觉、味觉和嗅觉进行感知。”，这指的是金融营销的（）。

A. 无形性

B. 非歧视性

C. 风险性

D. 感知性

标准答案 :

A

5

组合定价策略是指：

A.

对单一产品进行定价

B.

根据产品总成本制定总目标价格

C.

提供折扣以吸引客户

D.

以低价打开市场

标准答案 :

B

6

市场追随者战略成功的关键在于：

A.

直接挑战市场领导者

B.

保持低成本和提供优质服务

C.

开发全新的金融产品

D.

扩大市场份额

标准答案 :

B

7

在金融营销的基本任务中，哪一项任务是开展其他任务的基础？

A.

开发金融产品

B.

客户需求分析

C.

制定营销方略

D.

提高服务质量

标准答案 :

B

8

金融产品生命周期的衰退期，企业可以采取的营销策略不包括以下哪一项？

A.

维持策略

B.

转移策略

C.

扩张策略

D.

淘汰策略

标准答案 :

C

9

金融市场定位的主要目的是：

A.

提高产品价格

B.

满足所有客户的需求

C.

在客户心目中树立特定形象

D.

增加广告投放

标准答案 :

C

10

在同质型偏好市场中，企业的最佳策略是：

A.

进行市场细分

B.

推出多种品牌

C.

实行无差异营销

D.

定位最大细分市场

标准答案 :

C

11

金融产品生命周期的导入期，企业需要花费大量资金进行的活动是：

A.

产品改进

B.

广告宣传

C.

市场调研

D.

客户反馈

标准答案 :

B

12

行为的直接推动力是

A.

欲望

B.

动机

C.

目标

D.

外界刺激

标准答案 :

B

13

互联网金融的核心特征之一是：

A.

高成本、低效率

B.

依赖传统客户关系

C.

基于大数据的广泛应用

D.

仅服务于高端客户

标准答案 :

C

14

撇脂定价策略的主要优点是：

A.

快速扩大市场份额

B.

尽早收回投资，降低经营风险

C.

适合价格弹性较大的产品

D.

适合长期市场竞争

标准答案 :

B

15

下列选项中属于最复杂、最危险的风险要素的是

A.

竞争风险

B.

国家风险

C.

中介风险

D.

经营风险

标准答案 :

B

16

金融产品定价策略中撇脂定价法的优点是：（ ）

A.

缩短投资回收期

B.

缩短产品抢占市场时间

C.

有效排斥竞争者进入市场

D.

通过降低客户成本支出提升竞争力

标准答案 :

A

17

消费模式这一环境属于

A.

法律政策环境

B.

宏观经济环境

C.

社会文化环境

D.

自然环境

标准答案 :

C

18

区分个人客户最常用的标准是

A.

人口因素

B.

地理因素

C.

心理因素

D.

行为因素

标准答案 :

D

19

金融营销组织模式的发展趋势表明，现代金融营销组织的核心是：

A.

以产品为中心

B.

以市场为导向

C.

以客户为中心

D.

以利润为目标

标准答案 :

C

20

当产品进入市场时，一般倾向于采取

A.

全面竞争战略

B.

差异性战略

C.

无差异或密集型战略

D.

市场竞争战略

标准答案 :

C

21

金融客户的决策过程通常从哪一步开始？

A.

信息收集

B.

确认需要

C.

方案评估

D.

决定交易

标准答案 :

B

22

金融产品的效用是指：

A.

该产品提供的预期收益

B.

该产品所包含的风险程度

C.

该产品提供的预期收益及其风险对客户需求的满足程度

D.

该产品在市场上的价格竞争力

标准答案 :

C

23

美国社会学者提出，在社会阶层中中上阶层的占比约为

A.

7%

B.

9%

C.

12%

D.

32%

标准答案 :

D

24

金融营销的宏观环境分析中，不属于宏观环境因素的是（　）。

A.

政治法律环境

B.

经济环境

C.

竞争环境

D.

社会文化环境

标准答案 :

C

25

金融企业运用较多的促销方法之一是

A.

赠送礼品

B.

有奖销售

C.

免费服务

D.

陈列展示

标准答案 :

A

26

.下列选项中表示金融产品的具体外在形式的是

A.

形式产品

B.

核心产品

C.

延展产品

D.

期望产品

标准答案 :

A

27

金融产品定价的最大误区是：

A.

价格由市场需求决定

B.

价格由成本决定

C.

价格由竞争决定

D.

价格由价值决定

标准答案 :

B

28

移动支付作为移动金融的代表性先导样态，其主要分为：

A.

网络移动银行和移动银行网点

B.

近场支付和远程支付

C.

NFC支付和二维码支付

D.

指纹支付和人脸识别支付

标准答案 :

B

29

在成本加成定价法中，产品价格是如何确定的？

A.

根据市场需求确定价格

B.

在单位产品总成本上加上一定比率的利润

C.

根据竞争对手价格确定

D.

根据客户的支付意愿确定

标准答案 :

B

30

金融产品分销渠道的核心功能是：

A.

提高产品价格

B.

促进金融产品从企业到消费者的转移

C.

增加产品种类

D.

提升客户满意度

标准答案 :

B

31

回归分析法在营销预测中的核心是：

A.

收集和综合多方意见

B.

依赖专家的专业判断

C.

分析变量之间的因果关系

D.

研究历史数据的趋势

标准答案 :

C

32

金融客户行为的影响因素有哪些？

A.

货币市场

B.

资本市场

C.

商品贸易中的商业信用

D.

金融期货市场

标准答案 :

C

33

金融营销管理的内部动力主要来源于无形性 排斥阶段：20世纪50年代中期以前，商业银行处于卖方市场，不需要开展营销活动；

A.

金融营销环境主要关注企业内部的管理与运营

B.

金融营销环境是独立于企业之外的外部因素的总和

C.

金融营销环境仅包括经济和法律因素

D.

金融营销环境是企业可以完全控制的内部条件

标准答案 :

B

34

移动金融的核心价值在于：

A.

提高金融机构的内部管理效率

B.

增加银行的服务渠道

C.

降低移动终端的操作成本

D.

提升金融产品的复杂性

标准答案 :

B

35

金融营销环境可从宏观、中观和微观三个层面展开。

A.

客户的资产规模

B.

客户的消费习惯

C.

客户的国籍

D.

客户的投资偏好

标准答案 :

C

36

1982年提出顾客感知服务质量概念的学者来自

A.

芬兰

B.

美国

C.

挪威

D.

英国

标准答案 :

A

37

金融营销是指金融企业以\_\_\_\_\_\_为核心，通过采取整体营销行为，以金融产品和服务来满足客户的消费需要和欲望，从而为实现金融企业利益目标所进行的经营管理活动。

A.

企业自身利益

B.

市场需求

C.

金融产品创新

D.

竞争对手动态

标准答案 :

B

38

以下哪一项属于成本导向定价法？

A. 目标收益定价法

B. 价值导向定价法

C. 需求差别定价法

D. 竞争性定价法

标准答案 :

A

39

“第三方支付”的提出者是

A.

李彦宏

B.

马云

C.

马化腾

D.

刘强东

标准答案 :

B

40

“4Ps”营销组合指的是产品、价格、渠道和（　）。

A.

促销

B.

客户

C.

战略

D.

广告

标准答案 :

A

41

互联网金融营销中，以用户为中心的营销理念强调：

A.

以产品为中心

B.

以用户需求为导向，创造极致体验

C.

仅关注高端客户

D.

依赖传统营销手段

标准答案 :

B

42

以下哪一选项不属于金融营销组织的类型？

A.

功能型营销组织

B.

地区型营销组织

C.

产品型营销组织

D.

关系型营销组织。

标准答案 :

D

43

在金融产品设计中，合理安排风险的核心原则是：

A.

最大化企业收益

B.

最小化客户风险

C.

收益与风险成正比

D.

风险完全由企业承担

标准答案 :

C

44

根据市场营销理论，以下关于需要、欲望和需求的说法中，正确的是（　）。

A.

需要是欲望的具体表现形式，欲望是需求的内在基础

B.

需要转化为欲望需要满足“不足之感”和“求足之愿”两个条件

C.

需求是欲望的另一种说法，二者没有区别

D.

只要个体有欲望，就一定形成了现实的需求

标准答案 :

B

45

下列选项属于商业来源的是

A.

大众媒体

B.

会议新闻

C.

政府机构

D.

广告宣传

标准答案 :

D

46

金融服务质量是金融服务体系的

A. 表现

B. 核心

C. 基础

D. 实体

标准答案 :

B

47

不承诺收益的金融产品风险的承担者主要是

A.

产品提供者

B.

相关营销者

C.

客户

D.

金融企业

标准答案 :

A

48

金融产品中的金融服务主要起到什么作用？

A.

提供有形载体

B.

确保金融运作理念成功实施

C.

满足客户的心理需求

D.

提供额外的增值服务

标准答案 :

B

49

一般计划期为五年，它主要解决企业业务经营结构的优化问题，起着协调落实年度计划长期计划的作用叫做

A.

五年计划

B.

短期经营计划

C.

长期经营计划

D.

中期经营计划

标准答案 :

D

50

无差异市场战略最适合以下哪种情况？

A.

消费者需求高度多样化

B.

市场竞争激烈且需求同质化

C.

企业资源有限

D.

产品生命周期进入衰退期

标准答案 :

B

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

金融营销的微观环境中，金融机构需要重点关注的因素是：

A.

政治稳定性

B.

经济周期

C.

客户需求和偏好

D.

社会文化趋势

标准答案 :

C

2

回归分析法在营销预测中的核心是：

A.

收集和综合多方意见

B.

依赖专家的专业判断

C.

分析变量之间的因果关系

D.

研究历史数据的趋势

标准答案 :

C

3

一般计划期为五年，它主要解决企业业务经营结构的优化问题，起着协调落实年度计划长期计划的作用叫做

A.

五年计划

B.

短期经营计划

C.

长期经营计划

D.

中期经营计划

标准答案 :

D

4

营销计划最早出现的国家是（　）。

A.

美国

B.

中国

C.

日本

D.

英国

标准答案 :

A

5

市场追随者战略成功的关键在于：

A.

直接挑战市场领导者

B.

保持低成本和提供优质服务

C.

开发全新的金融产品

D.

扩大市场份额

标准答案 :

B

6

金融企业运用较多的促销方法之一是

A.

赠送礼品

B.

有奖销售

C.

免费服务

D.

陈列展示

标准答案 :

A

7

在金融产品的层次中，消费者最直接的需求和利益属于哪一层？

A.

核心产品

B.

形式产品

C.

延展产品

D.

潜在产品

标准答案 :

A

8

下列不属于竞争者环境的是

A. 竞争者数量分析

B. 竞争者的市场份额

C. 对竞争者营销活动的分析

D. 客户意愿分析

标准答案 :

D

9

金融市场按金融工具到期日的长短通常被划分为哪两类？

A.

货币市场和资本市场

B.

股票市场和债券市场

C.

现货市场和期货市场

D.

国内市场和国际市场

标准答案 :

A

10

金融企业在增加属性权值时，主要目的是：

A.

提高产品的价格

B.

增加产品的功能

C.

多宣传本产品所具有的优势属性，以达到说服客户的目的

D.

减少产品的缺陷

标准答案 :

C

11

互联网金融营销中，互动性强的特点主要体现在：

A.

仅通过线下渠道与客户互动

B.

通过社交媒体和在线客服与客户实时互动

C.

依赖传统广告进行宣传

D.

仅通过电子邮件与客户沟通

标准答案 :

B

12

当产品进入市场时，一般倾向于采取

A.

全面竞争战略

B.

差异性战略

C.

无差异或密集型战略

D.

市场竞争战略

标准答案 :

C

13

移动金融发展背景中，推动其发展的主要因素是：

A.

智能手机的大众化

B.

传统金融机构的限制

C.

网络速度的提升

D.

政策的严格监管

标准答案 :

A

14

金融企业在营销环境中识别到的“环境机会”通常表现为：

A.

市场需求的减少

B.

竞争对手的退出

C.

法律法规的限制

D.

技术创新的滞后

标准答案 :

B

15

按决策问题的性质不同，可以把决策分为()

A.

个人决策和家庭决策

B.

战略性决策和战术性决策

C.

常规型决策和非常规型决策

D.

单一决策和多项决策

标准答案 :

B

16

金融营销是指金融企业以\_\_\_\_\_\_为核心，通过采取整体营销行为，以金融产品和服务来满足客户的消费需要和欲望，从而为实现金融企业利益目标所进行的经营管理活动。

A.

企业自身利益

B.

市场需求

C.

金融产品创新

D.

竞争对手动态

标准答案 :

B

17

金融营销组织模式的发展趋势表明，现代金融营销组织的核心是：

A.

以产品为中心

B.

以市场为导向

C.

以客户为中心

D.

以利润为目标

标准答案 :

C

18

金融产品分销渠道的拓展策略中，哪种方法被认为是最快速有效的手段？

A.

分销渠道的开辟

B.

分销渠道的代理

C.

分销渠道的并购

D.

分销渠道的联合

标准答案 :

C

19

金融产品风险的后果并非都表现为损失，有时也表现为收益，因此：

A.

金融产品风险总是可以保险

B.

金融产品风险大多不可保险

C.

金融产品风险可以完全消除

D.

金融产品风险总是导致损失

标准答案 :

B

20

金融客户行为的影响因素有哪些？

A.

货币市场

B.

资本市场

C.

商品贸易中的商业信用

D.

金融期货市场

标准答案 :

C

21

金融市场上最大的资金需求者是

A.

居民个人

B.

政府部门

C.

金融机构

D.

企业单位

标准答案 :

D

22

金融营销的竞争环境分析中，最重要的分析工具是（ ）

A.

SWOT分析

B.

PEST分析

C.

五力模型

D.

波士顿矩阵

标准答案 :

C

23

下列群体属于次要群体的是

A.

家庭

B.

同事

C.

亲戚朋友

D.

学术团体

标准答案 :

D

24

美国社会学者提出，在社会阶层中中上阶层的占比约为

A.

7%

B.

9%

C.

12%

D.

32%

标准答案 :

D

25

金融产品风险管理的两种主要方式是（　）。

A.

预防和控制

B.

定性描述和定量计算

C.

风险回避和风险转移

D.

积极性和消极性风险处理

标准答案 :

A

26

市场营销观念演变的最早阶段是。

A.

通过广告和促销手段吸引客户

B.

提供微笑服务和友好的环境以培养客户忠诚度

C.

开发新的金融产品以满足客户需求

D.

确定金融机构的市场定位

标准答案 :

B

27

企业资源中最为重要的是

A.

土地

B.

资本

C.

人员

D.

信息

标准答案 :

C

28

在金融营销的基本任务中，哪一项任务是开展其他任务的基础？

A.

开发金融产品

B.

客户需求分析

C.

制定营销方略

D.

提高服务质量

标准答案 :

B

29

以下哪项不属于金融营销市场环境的分析内容？

A.

金融市场的发展趋势

B.

金融市场的竞争格局

C.

金融机构的内部组织架构

D.

金融市场的监管政策

标准答案 :

C

30

不承诺收益的金融产品风险的承担者主要是

A.

产品提供者

B.

相关营销者

C.

客户

D.

金融企业

标准答案 :

A

31

风险控制的主要目的是：

A.

完全消除风险

B.

增加风险收益

C.

减少风险损失并增加风险收益

D.

转移所有风险

标准答案 :

C

32

市场补缺者的主要特点是：

A.

提供全面的金融服务

B.

专注于多个细分市场

C.

小型化和专业化

D.

模仿市场领导者

标准答案 :

C

33

行为的直接推动力是

A.

欲望

B.

动机

C.

目标

D.

外界刺激

标准答案 :

B

34

金融产品区别于其他产品的一个显著特点是

A.

差异性

B.

增值性

C.

季节性

D.

易模仿性

标准答案 :

B

35

金融产品中的金融服务主要起到什么作用？

A.

提供有形载体

B.

确保金融运作理念成功实施

C.

满足客户的心理需求

D.

提供额外的增值服务

标准答案 :

B

36

在金融产品设计中，合理安排风险的核心原则是（　）。

A.

最大化企业收益

B.

最小化客户风险

C.

收益与风险成正比

D.

风险完全由企业承担

标准答案 :

C

37

下列选项属于商业来源的是（　）。

A.

大众媒体

B.

会议新闻

C.

政府机构

D.

广告宣传

标准答案 :

D

38

下列选项属于垂直搜索平台的是

A.

和讯网

B.

好贷网

C.

网贷之家

D.

大童网

标准答案 :

A

39

金融营销环境可从宏观、中观和微观三个层面展开。

A.

客户的资产规模

B.

客户的消费习惯

C.

客户的国籍

D.

客户的投资偏好

标准答案 :

C

40

互联网金融营销中，基于大数据的创新营销方式不包括以下哪一项？

A.

精准人群营销策略

B.

浏览行为定向和实时投放

C.

传统线下广告投放

D.

实时动态优化

标准答案 :

C

41

在同质型偏好市场中，企业的最佳策略是（　）。

A.

进行市场细分

B.

推出多种品牌

C.

实行无差异营销

D.

定位最大细分市场

标准答案 :

C

42

在金融市场上具有金融市场客户和调控者双重身份的交易主体是（　）。

A.

个人

B.

工商企业

C.

政府

D.

金融企业

标准答案 :

C

43

金融产品开发的正确步骤是：（ ）

①产品开发与市场试销

②构思形成

③市场监测

④构思筛选

⑤商品化

⑥产品概念的形成、测试与预测

A.

②④⑤③⑥①

B.

②④⑥①③⑤

C.

②④③⑤⑥①

D.

②④⑥①⑤③

标准答案 :

D

44

下列选项中属于金融市场中的基本客户的是

A.

工商企业

B.

个人或家庭

C.

政府

D.

金融企业

标准答案 :

A

45

“4Ps”营销组合指的是产品、价格、渠道和

A.

促销

B.

客户

C.

战略

D.

广告

标准答案 :

A

46

竞争五力分析是（ ）提出的。

A. 朱利·贝克

B. 迈克尔·波特

C. 约翰·杜威

D. 亚当·斯密

标准答案 :

B

47

把企业面对的机会和威胁匹配起来，说法正确的是（）。

A. 高机会和高威胁。此时市场不适合企业经营

B. 高机会和低威胁。此时市场比较稳定成熟

C. 低机会和低威胁。这是理想的市场环境

D. 低机会和高威胁。这时企业经营下去会十分困难

标准答案 :

D

48

互联网思维最早的提出人是

A.

李彦宏

B.

马云

C.

王志东

D.

张朝阳

标准答案 :

A

49

某种产品在市场上销售迅速增长，利润显著上升，该产品这时正处在其市场生命周期的( )阶段

A. 进入期

B. 成长期

C. 成熟期

D. 衰退期

标准答案 :

B

50

区分个人客户最常用的标准是

A.

人口因素

B.

地理因素

C.

心理因素

D.

行为因素

标准答案 :

D