

消费心理学试卷 A

总分：100 分

总题数：26 题

问题 1 单选题（3 分，难度：简单）

在严格控制条件下有目的地对应试者给予一定刺激，探寻其反应，找寻心理活动规律的研究方法是（ ）

- A. 问卷法 B. 观察法 C. 调查法 D. 实验法

问题 2 单选题（3 分，难度：简单）

人类的消费行为不仅依赖于自然产品，更主要是对自己生产的劳动产品的消耗。这表明人的消费特点具有（ ）

- A. 社会性 B. 被动性 C. 主动性 D. 发展性

问题 3 单选题（3 分，难度：简单）

消费者个性中最为稳定的因素是（ ）

- A. 能力 B. 性格 C. 气质 D. 思维

问题 4 单选题（3 分，难度：简单）

以下因素中不属于消费者知觉选择性的决定因素是（ ）

- A. 知觉的防御性 B. 选择敏度功能 C. 知觉的整体性 D. 感觉的负荷功能

问题 5 单选题（3 分，难度：简单）

对识记过的事物不能再认、回忆，或者表现为错误的再认、回忆，这种心理现象称为（ ）

- A. 识记 B. 回忆 C. 短期记忆 D. 遗忘

问题 6 单选题（3 分，难度：简单）

消费者对古董字画的鉴赏，对皮毛、中药药材的检验，所表现出来的能力称为（ ）

- A. 特殊能力 B. 一般能力 C. 流体能力 D. 晶体能力

问题 7 单选题（3 分，难度：简单）

消费者若在街头购买过假货，从而在购买价高商品或食品时愿意去大型商场，这表明通过学习可以

()

- A. 获取信息 B. 积累经验 C. 引发联想 D. 促进思维

问题 8 单选题 (3 分, 难度: 简单)

荷兰的飞利浦公司从家电到家具等一律采用“飞利浦”为商品命名, 其原理是利用了经典条件反射中的 ()

- A. 刺激的辨别 B. 刺激的消退 C. 刺激的适应 D. 刺激的泛化

问题 9 单选题 (3 分, 难度: 简单)

消费行为的决定性因素是 ()

- A. 消费知觉 B. 消费流行 C. 消费需要 D. 消费态度

问题 10 单选题 (3 分, 难度: 简单)

受客观因素影响最直接、表现最不稳定的消费文化心理是 ()

- A. 表层的 B. 浅层的 C. 中层的 D. 深层的

问题 11 单选题 (3 分, 难度: 简单)

文明消费心理对购物行为的影响是 ()

- A. 个性化、经济化、时尚化、高档化 B. 个性化、实用化、时尚化、高档化
C. 个性化、便利化、时尚化、高档化 D. 美观化、便利化、时尚化、高档化

问题 12 单选题 (3 分, 难度: 简单)

儿童的消费需求主要表现在 ()

- A. 生理方面 B. 心理方面 C. 家庭方面 D. 社会方面

问题 13 单选题 (3 分, 难度: 简单)

经济发展水平与物质消费习俗的影响力之间的关系是 ()

- A. 经济发展水平越高, 物质消费习俗的影响力越大
B. 经济发展水平越高, 物质消费习俗的影响力越弱
C. 经济发展水平与物质消费习俗的影响力无关
D. 经济发展水平适度对物质消费习俗的影响力最大

问题 14 单选题 (3 分, 难度: 简单)

消费流行的本质是（ ）

- A. 标准的严格性 B. 标准的规范性 C. 标准的客观性 D. 标准的主观性

问题 15 单选题（3 分，难度：简单）

企业请名人做广告促进消费流行的扩展速度是基于消费者的

- A. 从众心理 B. 嫉妒心理 C. 暗示心理 D. 攀比心理

问题 16 多选题（4 分，难度：适中）

消费心理学研究的原则包括（ ）

- A. 发展性原则 B. 全面性原则 C. 片面性原则 D. 客观性原则
E. 理论联系实际原则

问题 17 多选题（4 分，难度：适中）

消费者意志品质的基本特征包括（ ）

- A. 自觉性 B. 果断性 C. 自制性 D. 坚韧性 E. 综合性

问题 18 多选题（4 分，难度：适中）

根据消费者对商品的认知程度，可将消费者的能力划分为（ ）

- A. 习惯型 B. 略知型 C. 知识型 D. 盲目型 E. 无知型

问题 19 多选题（4 分，难度：适中）

消费者态度的本质特征包括（ ）

- A. 习得性 B. 对象性 C. 持续性 D. 外在性 E. 内在性

问题 20 多选题（4 分，难度：适中）

消费者在购物时能够知觉的风险包括（ ）

- A. 生理风险 B. 心理风险 C. 功能风险 D. 资金风险 E. 管理风险

问题 21 简答题（5 分，难度：适中）

简述影响消费者知觉的主观因素。

问题 22 简答题（5 分，难度：适中）

简述消费需求行为的变化趋势。

问题 23 简答题（5 分，难度：适中）

简述消费文化心理的发展过程。

问题 24 简答题（5 分，难度：适中）

简述决定消费者群体影响力的因素。

问题 25 简答题（5 分，难度：适中）

简述消费过程中从众行为的表现及其在消费流行中的作用。

问题 26 案例分析（10 分，难度：较高）

20 世纪 90 年代初，在方便面的广告大战中，“康师傅”方便面以“好吃看得见”一语深入人心。“统一”牌方便面知难而退，以古喻今，广告画面上出现一位古代戎装勇士，威风凛凛地喊出“统一面”，给人以热烈的情绪感染，取得了初步成绩。这种宣传持续了一段时间以后，企业又推出了与前一广告格调不同的画面：一男一女像拉家常一样，娓娓道出各自喜欢“统一面”的理由，不知不觉中缩短了与消费者的距离。

请分析“统一”牌方便面是如何成功地利用广告引起消费者注意的。

消费心理学试卷 B

总分：100 分

总题数：26 题

问题 1 单选题（3 分，难度：简单）

消费心理学研究的主体是（ ）

- A. 商品或服务的需求者 B. 商品或服务的使用者 C. 商品或服务的提供者
D. 商品或服务的直接购买者

问题 2 单选题（3 分，难度：简单）

消费者看到的商品、商品的包装、商标以及广告等，称为（ ）

- A. 应激 B. 刺激强度 C. 内部刺激 D. 外部刺激

问题 3 单选题（3 分，难度：简单）

消费者的个性随生活经历的变化而发生不同程度的变化，这表明个性具有（ ）

- A. 倾向性 B. 独特性 C. 可塑性 D. 稳定性

问题 4 单选题（3 分，难度：简单）

实际面积相等的一个菱形和一个正方形，菱形看上去大于正方形。化妆品的容器设计成菱形以吸引消费者的注意，其利用的原理是（ ）

- A. 幻觉 B. 联觉 C. 错觉 D. 对比

问题 5 单选题（3 分，难度：简单）

某消费者根据需求和以往的购买经验，经过慎重考虑和认真比较才采取购买行动，其性格类型为（ ）

- A. 习惯型 B. 理智型 C. 情感型 D. 挑剔型

问题 6 单选题（3 分，难度：简单）

消费者在一定条件下感到某种欠缺而力求获得满足的一种不平衡状态是（ ）

- A. 动机 B. 需要 C. 知觉 D. 态度

问题 7 单选题（3 分，难度：简单）

消费者在选购药品时考虑是否会对自己的安全健康带来危险，其目的是规避消费者由于在民族、地域、宗教信仰、生活方式、经济条件、收入水平、支出结构、文化水平以及个性特征方面的差异，其消费需要呈现的特征是（ ）

- A. 伸缩性 B. 发展性 C. 周期性 D. 多样性

问题 8 单选题（3 分，难度：简单）

近年来在我国兴起的保健品需求热潮反映出的消费文化心理属于（ ）

- A. 奢侈消费文化心理 B. 小康消费文化心理 C. 享受消费文化心理 D. 个性消费文化心理

问题 9 单选题（3 分，难度：简单）

对销售服务要求最高的消费群体是（ ）

- A. 儿童 B. 青年 C. 老年 D. 中年

问题 10 单选题（3 分，难度：简单）

中国南北地区风格各异的舞龙、舞狮的消费习俗属于（ ）

- A. 喜庆类消费习俗 B. 纪念类消费习俗 C. 宗教类消费习俗 D. 文化类消费习俗

问题 11 单选题（3 分，难度：简单）

在营销活动中，商家经常“做活动”、搞促销，其利用的是（ ）

- A. 模仿心理 B. 盲从心理 C. 从众心理 D. 需求和动机

问题 12 单选题（3 分，难度：简单）

一定的消费习俗和消费者个性特征相互融合形成的消费心理现象是（ ）

- A. 消费流行 B. 消费习惯 C. 消费时尚 D. 消费行为

问题 13 单选题（3 分，难度：简单）

作为一种消费态势，感性消费的本质在于（ ）

- A. 物质资料的丰富 B. 科学技术的进步 C. 商品附加值的提高 D. 人与自然关系的改变

问题 14 单选题（3 分，难度：简单）

为了适应纷繁复杂的消费需求，营销活动应采取的策略是（ ）

- A. 跟进服务 B. 心理沟通 C. 顾客至上 D. 效率第一

问题 15 单选题（3 分，难度：简单）

一般商品进入下列哪个时期后就应考虑降价？（ ）

- A. 成熟期中期 B. 成熟期后期 C. 衰退期中期 D. 衰退期后期

问题 16 多选题（4 分，难度：适中）

在消费活动中，消费者接受有关商品的各种信息借助的感觉包括（ ）

- A. 触觉 B. 视觉 C. 听觉 D. 嗅觉 E. 味觉

问题 17 多选题（4 分，难度：适中）

消费者兴趣的特点包括（ ）

- A. 倾向性 B. 持久性 C. 短暂性 D. 差别性 E. 效果性

问题 18 多选题（4 分，难度：适中）

消费者的态度构成成分包括（ ）

- A. 认知成分 B. 调节成分 C. 情感成分 D. 意志成分 E. 行为倾向成分

问题 19 多选题（4 分，难度：适中）

消费需求行为的变化趋势包括（ ）

- A. 流行化消费 B. 商品大众化 C. 消费趋向品牌化 D. 消费者倾向理性消费 E. 消费者倾向感性消费

问题 20 多选题（4 分，难度：适中）

民俗消费文化的特点具有（ ）

- A. 民间性 B. 乡土性 C. 传承性 D. 变异性 E. 政策性

问题 21 简答题（5 分，难度：适中）

简述消费者在购物活动中学习的作用。

问题 22 简答题（5 分，难度：适中）

简述消费行为的特征。

问题 23 简答题（5 分，难度：适中）

家庭决策类型发生变化受哪些因素的影响？

问题 24 简答题（5 分，难度：适中）

简述感性消费的特征。

问题 25 简答题（5 分，难度：适中）

简述商业广告的心理功能。

问题 26 案例分析题（10 分，难度：较高）

美国某公司雇用了数十名女打字员。为了方便管理，公司将她们集中在同一办公室工作。然而，在最初的三个月中，打字员们情绪不安，打字错误率较高。经研究发现，室内高达 80 分贝的噪音是导致打字员工作效率差的重要原因。后来，公司配备了防音、消音设施，使室内噪音下降，打字员的情绪逐渐稳定，打字错误率降低，工作效率得到了提高。工作之余，大家还经常在下班之后一起兴致勃勃地结伴到商场购物。

请据此分析消费者情绪与行为的关系。

消费心理学试卷 C

总分：100 分

总题数：21 题

问题 1 单选题（3 分，难度：简单）

研究消费心理和行为必须从系统的角度进行分析，体现的研究原则是（ ）

- A. 发展性原则 B. 客观性原则 C. 全面性原则 D. 理论联系实际原则

问题 2 单选题（3 分，难度：简单）

消费者将苹果、香蕉、桔子统称为水果，这种认识过程是（ ）

- A. 知觉 B. 思维 C. 感觉 D. 想象

问题 3 单选题（3 分，难度：简单）

属于消费者个性心理倾向性的是（ ）

- A. 气质 B. 性格 C. 需要 D. 能力

问题 4 单选题（3 分，难度：简单）

消费者长期消费某一种商品或品牌，其消费兴趣为（ ）

- A. 广泛型 B. 固定型 C. 冲动型 D. 随意型

问题 5 单选题（3 分，难度：简单）

某消费者经常光顾某商场的原因是此商场营业员的热情服务曾给他留下了良好的印象。消费者的这种记忆属于（ ）。

- A. 情绪记忆 B. 逻辑记忆 C. 运动记忆 D. 感觉记忆

问题 6 单选题（3 分，难度：简单）

西方国家的一个早期市场调查表明，20 世纪 50 年代的家庭主妇抵制速溶咖啡，是因为它危及到她们自认为是全能持家者的观念。这体现了消费者的态度具有（ ）。

- A. 顺应功能 B. 识别功能 C. 自我保护功能 D. 价值判断功能

问题 7 单选题（3 分，难度：简单）

消费者模仿明星的穿着打扮属于（ ）

- A. 被迫模仿 B. 被动模仿 C. 无意模仿 D. 有意模仿

问题 8 单选题（3 分，难度：简单）

西藏消费者喜欢喝很浓的砖茶，这种消费习惯的特征体现出（ ）

- A. 地域性 B. 随意性 C. 强制性 D. 暂时性

问题 9 单选题（3 分，难度：简单）

有的外商抱怨“中国的罐头好吃，口难开”，这说明产品包装还未发挥的功能是（ ）

- A. 指示功能 B. 便利功能 C. 美化功能 D. 诱导

问题 10 单选题（3 分，难度：简单）

商品广告的根本目的是传递（ ）

- A. 技术信息 B. 社会信息 C. 个体信息 D. 商品信息

问题 11 多选题（4 分，难度：适中）

消费者的心理过程包括（ ）

- A. 认识过程 B. 意志过程 C. 情感过程 D. 意识过程 E. 行为过程

问题 12 多选题（4 分，难度：适中）

在购买活动中，消费者的情绪表现主要有（ ）

- A. 面部表情 B. 心理状态 C. 声调表情 D. 动作表现 E. 消费动机

问题 13 多选题（4 分，难度：适中）

在消费者认知商品的过程中，注意的功能包括（ ）

- A. 情感功能 B. 选择功能 C. 维持功能 D. 计划功能 E. 调节与监督功能

问题 14 多选题（4 分，难度：适中）

女性消费者的消费心理与行为特征包括（ ）

- A. 怀旧心理强烈 B. 易受外界因素影响 C. 注重商品外观与情感特征 D. 具有较强的时尚消费心理
E. 注重对商品实用性的周密比较

问题 15 多选题（4 分，难度：适中）

无人销售方式包括（ ）

A. 电视销售 B. 自助式售货 C. 邮寄售货 D. 网上售货 E. 自动售货机方式

问题 16 简答题（每题 6 分，难度：适中）

简述多血质消费者在消费行为中表现出的特有活动方式和表现形式。

问题 17 简答题（每题 6 分，难度：适中）

简述消费者受群体行为规范影响的原因。

问题 18 简答题（每题 6 分，难度：适中）

简述少年儿童消费心理与行为的特征。

问题 19 简答题（每题 6 分，难度：适中）

简述商标的心理功能。

问题 20 简答题（每题 6 分，难度：适中）

简述设计商店建筑外观要考虑的因素。

问题 21 案例分析（20 分，难度：较高）

小王研究生毕业后就职于北京一家研究所，工作不久，便与在机关就职的爱人建立了小家庭。最近，夫妻俩打算购买一辆小汽车，以利工作和生活之便。为此，他们到处打听行情，并跑了好几家汽车销售 4S 店，掌握了大量的相关信息，并对各种汽车品牌信息进行分析、比较、综合和归纳，同时，咨询了好几位有车的同学和同事；确定了购买的车型后，他们立即行动起来，去了几家 4S 店了解销售服务情况，最终他们选中了一家售后服务好的 4S 店，高高兴兴地将一辆称心的汽车开回了家。经过几个月的使用，小王对此车各方面的性能都非常满意，极力向自己的一位同学推荐此品牌汽车。

请根据小王购买汽车的例子具体说明消费者购买决策的过程。