

项目8

1. 单选题

(1) B。解析:根据人名命名,主要是以发明者或制造者的名字,或者历史人物等名字给商品命名。题目中李宁服饰中是以创始人李宁的名字进行命名的,属于商品命名中的以人名进行命名。

(2) A。解析:商标是商品的一种特殊标志,可以使一种商品明显地区别于其他同类商品,消费者在选购商品时,不必比较各种商品,可以仅凭商标就分辨出商品的不同生产者或经营者,能够快速确认自己所需的商品并尽快完成购买行为。

(3) D。解析:复用包装是指原包装的商品用完后,空的包装容器还可以用作他途,如茶叶筒、饼干盒、巧克力盒等。

(4) B。解析:商标一般由文字、图形、字母、数字、线条、颜色或其组合而成。

(5) B。解析:商品从企业到消费者手中这一过程,要经过多次的搬运、装卸和储存,如果没有良好的包装,商品必然要受到不同程度的损伤,从而丧失商品的使用价值和附加价值。包装的首要目的是保护商品。

(6) C。解析:根据商品产地命名,能够突出商品地方风味和特色,可以带给消费者真材实料、质量正宗的感觉,增加商品的知名度。同时让消费者感觉到商品的地域文化性,从而刺激购买欲望。

(7) B。解析:独立商标是指企业对其不同产品分别使用不同商标。

(8) D。解析:品牌一般包括两个部分:品牌名称和品牌标志。

(9) A。解析:儿童产品则一般使用孩子、动物、卡通人物等作为包装设计的主要元素。

(10) C。解析:分量包装是根据消费者的购买和使用习惯等特点,将商品按一定的数量或重量进行大小不同的包装。

2. 多选题

(1) ABCDE。解析:提高品牌认知的心理策略包含:① 品牌名称要个性鲜明;② 品牌标识要简洁明了;③ 品牌标识语要简短明快;④ 品牌宣传要广泛持久;⑤ 增加消费者产品试用的机会。

(2) ABCD。解析:商品包装设计要做到以下几点:① 安全便利;② 富于美感;③ 形象生动;④ 诱发联想。

(3) ABCDE。解析:按产品研究开发过程,新产品可分为全新产品、模仿型新产品、改进型新产品、形成系列型新产品、降低成本型新产品和重新定位型新产品。

(4) ABCDE。解析:按照消费者性别、年龄设计,包装包括以下几种类型:① 女性用品包装;② 男性用品包装;③ 少年儿童用品包装;④ 青年用品包装;⑤ 老年用品包装。

3. 判断题

(1) 错误。解析:新产品指采用新技术原理、新设计构思研制、生产的全新产品,或在结构、材质、工艺等某一方面比原有产品有明显改进,从而显著提高了产品性能或扩大了使用功能的产品。

(2) 错误。解析:商品包装被誉为“无声的推销员”,但并不是越高档越精致越好,要适合消费对象的需求。

(3) 错误。解析:考虑商品的适用范围,一些大众化商品的命名应通俗易懂,一般不宜出现难字或怪字。

(4) 错误。解析:商品名称要易读、易记、易懂,便于传播,过于怪异或用生僻字会增加消费者记忆和识别难度,不利于产品推广。

(5) 正确。解析:商标设计应该个性鲜明,富于特色,便于消费者记忆并快速找到所要购买的商品。