

2025 年 10 月高等教育自学考试

消费心理学试题

课程代码:00177

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 人们生活在一定的社会关系中,并借助这种社会关系对物质的、精神的、服务的财富进行消耗,进而满足自身各种需要的行为和过程即为
A. 消费
B. 消耗
C. 需要
D. 使用
2. 消费心理学研究购买行为的目的是考察消费者和下列哪个群体之间的相互影响?
A. 生产者
B. 供给者
C. 需求者
D. 经营者
3. 认识过程、情感过程和意志过程相互联系、相互促进,从而构成消费者的
A. 感觉过程
B. 思维过程
C. 知觉过程
D. 一般心理活动过程
4. 消费者认识商品的起点和一切复杂心理现象的基础是
A. 知觉
B. 感觉
C. 记忆
D. 思维
5. 消费者的个性随着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



6. 个性心理表现为活泼好动, 动作敏捷、迅速、灵活性强, 喜欢与人交往, 兴趣广泛但不持久的人其气质类型最可能为
 - A. 胆汁质
 - B. 黏液质
 - C. 抑郁质
 - D. 多血质
7. 绚丽的包装物色彩, 别出心裁的巨型广告, 造型奇特的商品比较容易引起消费者的
 - A. 外部注意
 - B. 内部注意
 - C. 无意注意
 - D. 有意注意
8. 以下属于消费者态度发生了一致性转变的是
 - A. 新态度取代了旧态度
 - B. 原来的倾向性变为相反的倾向性
 - C. 态度发生了性质的改变
 - D. 态度发生了强度上的变化
9. 人类最基本的需要是
 - A. 活动的需要
 - B. 生存的需要
 - C. 交往的需要
 - D. 发展的需要
10. 今天推出的新型服务方式, 明天就可能成为标准化服务。这种变化趋势体现了消费需求的
 - A. 流行化消费
 - B. 消费趋向品牌化
 - C. 商品大众化
 - D. 感性消费
11. 近年来在我国兴起的保健品需求热潮反映的文化心理是
 - A. 奢侈消费
 - B. 小康消费
 - C. 享受消费
 - D. 个性消费
12. 衣、食、住、行、用及劳动工具等属于
 - A. 物质消费文化
 - B. 社会消费文化
 - C. 精神消费文化
 - D. 人文消费文化
13. 具有明确的组织结构、完备的组织章程、确切的活动时间的消费者群体称为
 - A. 正式群体
 - B. 非正式群体
 - C. 首要群体
 - D. 次要群体
14. 商品对消费者群体影响力的影响主要表现在两个方面, 即商品品种和
 - A. 商品质量
 - B. 商品包装
 - C. 商品品牌
 - D. 商品数量
15. 为降低感性消费市场的经营风险, 企业应注意控制
 - A. 目标市场范围
 - B. 产品或项目的规模
 - C. 产品生命周期
 - D. 物质消费水平

16. 能满足消费者追求消费流行可能程度的现实基础是消费者的
A. 心理需求
B. 生理需求
C. 文化背景
D. 收入水平
17. 通过产品改进使新产品性能改进、质量更稳定,同时努力控制成本增长幅度,控制售价的上升,使新产品受到消费者欢迎,这种设计策略是
A. 性能提高策略
B. 功能多样化策略
C. 人体力学策略
D. 使用优化策略
18. 新产品成功的标志是
A. 最先试用者购买产品
B. 早期试用者购买产品
C. 中期采用者购买产品
D. 晚期采用者购买产品
19. 在食品包装上使用淡绿色,会使消费者联想起无有害物污染的“绿色食品”。这说明在广告设计中应注意
A. 信息有足够的可信度
B. 恰当的广告定位
C. 激发积极的情感体验
D. 主题思想紧扣消费者需要
20. 彻底性拒绝购买态度的形成是基于
A. 消费者的感性认识
B. 消费者的理性思考
C. 消费者的个性特征
D. 他人或时尚的影响

二、多项选择题：本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 调查表设计是影响问卷调查效果的重要因素，因此在设计中应注意
 - A. 目的明确
 - B. 题目清楚、明确
 - C. 调查表设计好之后，应该进行预备性的调查实验
 - D. 调查表设计好之后，不应该进行预备性的调查实验
 - E. 填答调查表的要求和注意事项、奖励方法等应注明
22. 以下情绪状态属于激情的有
 - A. 绝望
 - B. 痛苦
 - C. 狂喜
 - D. 恐惧
 - E. 应激
23. 依据消费者个性具有独立化的特点，可将性格分为
 - A. 顺从型
 - B. 理智型
 - C. 意志型
 - D. 情绪型
 - E. 独立型



24. 下列关于消费者逻辑记忆的说法正确的有
- A. 对商品的质量、使用效果等的记忆
 - B. 通过象征性的联想记忆
 - C. 信息以抽象的方式进入
 - D. 消费者的一种主要的记忆形式
 - E. 通过语言的作用和思维的过程来加以实现
25. 消费者购买动机的类型包括
- A. 生理性购买动机
 - B. 指向性购买动机
 - C. 心理性购买动机
 - D. 整体性购买动机
 - E. 社会性购买动机
26. 社会制度环境因素包括
- A. 社会体制
 - B. 社会层次
 - C. 社会宗教
 - D. 社会风俗
 - E. 社会安全
27. 导致家庭决策类型发生变化的主要原因有
- A. 家庭经济收入与社会阶层的变化
 - B. 生活方式的变化
 - C. 家庭生命周期的演变
 - D. 所购产品的重要性
 - E. 购买的时间限制与可能的风险性
28. 在消费流行全盛期阶段, 企业经营销售策略有
- A. 加大宣传力度
 - B. 挖掘流行中新的兴奋点
 - C. 赋予消费者对商品新的态度
 - D. 赋予商品新的身份
 - E. 尽量延长这一阶段的时间长度
29. 新产品的特点包括
- A. 新功能
 - B. 新结构
 - C. 新服务
 - D. 能给消费者带来新利益
 - E. 满足消费者新的需求
30. 选择店址时主要要了解同行业竞争对手的情况, 包括竞争对手的
- A. 商场类型
 - B. 营业额
 - C. 经营商品及服务对象
 - D. 营业方针
 - E. 数量规模



非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题：本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分。

31. 简述影响消费者行为的心理因素。
32. 简述在购买活动中，营销人员如何判断消费者的气质类型。
33. 简述消费者购买决策的主要内容。
34. 简述消费者群体对消费者心理的影响因素。
35. 简述色彩的心理功能及其在商品包装中的运用。
36. 简述商业广告沟通活动的特征。

四、论述题：本大题共 1 小题，10 分。

37. 举例说明消费者态度改变的方式和改变的条件。

五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

38. 1991 年奥林巴斯公司推出一种新型照相机。公司决定，这种照相机只生产 2 万台，其中 6% 在本国销售。限量生产新型照相机的消息一公布，两个月内国内订单就超过了 2 万台，结果只好采取抽签的办法销售，没有抽到签的人还到市场上以高价购买转手相机。

问题：请运用消费者的购买兴趣理论分析这种现象。

39. 蒙玛公司在意大利以无积压商品而闻名，其秘诀之一就是对时装分多段定价。公司规定新时装定价上市后，以三天为一轮，每隔一轮按原价削减 10%，那么到 7 轮（三周）之后，蒙玛公司的时装价就削减到只剩 30% 左右的成本价了。这时的时装蒙玛公司就以成本价售出。因为时装上市还不到一个月，价格已跌到原价的 1/3，谁还不来买呢？所以，一卖即空。

问题：

- （1）蒙玛公司成功的销售是利用了哪种心理策略进行定价的？
- （2）调整商品价格的心理策略有哪些？

