**第九章 产品策略**

一、判断正误

1、整体产品包含五个层次，其中最基本的层次是实体层。（ ）

2、某摄影用品公司经营照相机、摄影器材、冲洗药品等，其中照相机就 是一个产品线，在相机这类产品中， 海鸥 DF相机就是一个产品项目。（ ）

3、某企业经营儿童 “六一 ”礼品袋，将不同的玩具、学习用品装在一个袋 子里，它采取的是附赠品包装策 略。（ ）

4、上海体育用品公司的 “牡丹 ”牌乒乓拍，是比 “红双喜 ”低一个档次的商 标，他们采取的是等级品牌策 略。（ ）

5、一个设计出色的产品包装，不但可以保护产品，还可以增加商品本身 的价值，进而增加企业的利润。 （ ）

二、单项选择

1、企业所拥有的不同产品线的数目是产品组合的（ ）。

A、深度 B、长度 C、宽度 D、相关性

2、产品的有形部分所组成的是产品的（ ）。

A、实质层 B、实体层 C、延伸层 D、服务

3、注册后的品牌有利于保护（ ）。

A.商品所有者 B.资产所有者 C.消费者 D.品牌所有者

4、宝洁公司为其拥有的不同的美发护发产品分别制定了不同的品牌，在 中国市场上，该公司拥有飘柔、海 飞丝、潘婷、沙宣和伊卡璐等五大品牌。宝洁公司采取的商标策略是： （ ）

A.推进商标策略 B.家族商标策略 C.等级商标策略 D.类似商标策略

5、包装有几个主要构成要素，其中（ ）是最具有刺激销售作用的要素。

A、商标 B、品牌 C、图案 D、颜色

三、问答

1、简述整体产品的含义及其对企业实际工作的指导作用。

2、什么是产品组合？产品组合的宽度、长度、深度和关联性各指什么？ 企业产品组合策略的主要内容如何？

3、企业品牌策略的主要内容如何？

4、包装有什么作用？企业的包装策略有哪些？