

2024年盐城市职教高考高三年级第一次模拟考试

市场营销综合理论试卷

命题人：刘蔚 曹兆霞 孙月

审题人：成君

本试卷分第Ⅰ卷（客观题）和第Ⅱ卷（主观题）两部分。第Ⅰ卷1至3页，第Ⅱ卷4至10页。两卷满分300分。考试时间150分钟。

第Ⅰ卷（共83分）

一、单项选择题(本大题共23小题,每小题2分,共46分。在下列每小题中,选出一个正确答案,将答题卡对应选项的方框涂满、涂黑)

1. 由于()的存在,才产生了本期与其他期间的差异,从而出现了权责发生制与收付实现制的区别。

A.会计主体 B.持续经营 C.会计分期 D.货币计量

2. 按用途和结构划分,原材料账户属于()账户。

A.资产类 B.盘存类 C.财务成果类 D. 结算类

3. 以下既是原始凭证又可以调整账面记录的是()

A.银行对账单 B.库存现金盘点报告表
C.盘存单 D.往来款项清查表

4. 下列做法中,错误的是()

A.现金日记账采用三栏式账簿 B.原材料明细账采用数量金额式账簿
C.生产成本明细账采用三栏式账簿 D.制造费用明细账采用多栏式账簿

5. 在汇总记账凭证程序下,对于平时所编的转账凭证上的科目对应关系应保持()

A.一借一贷 B.一借多贷
C.一借一贷或一借多贷 D.一借一贷或多借一贷

6. 编制利润表的依据是()

A.损益类账户的本期发生额 B.损益类账户的期末余额
C.所有者权益类账户的本期发生额 D.所有者权益类账户的期末余额

7. 从关系营销的角度,市场应该定义为()。

A.市场是商品交换的场所
B.市场是利益攸关者的集合
C.市场是买方、卖方、竞争者的集合
D.市场是某种商品的实际购买者的需求总和

8. 某汽车品牌发布了一则广告,讲述了一个父子之间的感人故事。广告通过呈现父子关系,阐述自己的产品不是汽车,而是亲情和温暖,这体现市场营销管理哲学是()。

A.生产观念 B.产品观念 C.推销观念 D.市场营销观念

9. 我国民族众多,回族、维吾尔族等民族不吃猪肉,我们称其对猪肉及猪肉制食品是()。

A.无需求 B.否定需求 C.潜在需求 D.饱和需求

10. 小王看到朋友买了一款鹅绒被,觉得不错,让朋友抽空带她也去买一条,这时小王处于购买决策的()阶段。

A.评估比较 B.搜寻信息 C.确认需要 D.购买决策

11. 企业进行市场细分,细分的是()。

- A.同种产品的不同生产企业
B.不同产品的不同生产企业
C.各种产品
D.消费者
12. () 是产品组合策略的出发点。
A.产品策略 B.分销策略 C.价格策略 D.促销策略
- 13.下列因素中 () 不属于变动成本。
A.原材料 B.储运费用 C.销售费用 D.产品设计费
- 14.明星红毯定制礼服, 一般来说适合 () 的分销渠道。
A.长而宽 B.短而宽 C.短而窄 D.长而窄
- 15.根据顾客购买心理变化不同阶段的特点有步骤地进行推销的策略中, () 对推销人员的要求是最高的。
A.教育式策略 B.诱导式策略 C.针对性策略 D.试探性策略
- 16.下列不属于企业增长战略的是 ()。
A.密集性增长战略 B.一体化增长战略 C.多样化增长战略 D.开发性增长战略
- 17.智能电视机利用语音控制系统, 使用语音助手控制电视机给人们的观看带来了便利, 这种产品属于 ()。
A.全新产品 B.换代新产品 C.改进新产品 D.本企业新产品
- 18.消费者因经营者利用虚假广告提供商品或者服务, 其合法权益受到损害, 可以向 () 要求赔偿。
A.生产者 B.广告发布者
C.经营者 D.生产者及广告发布者
- 19.企业向国家质量监督管理部门申请产品质量认证应遵循的原则是 ()。
A.自愿 B.法定 C.授权 D.强制
20. () 对商品进口的绝对数额不加限制, 而在一定时期内, 对规定配额以内的进口商品给予低税、减税或免税待遇, 对超过配额的进口商品则征收较高的关税。
A.绝对配额 B.自主配额 C.协议配额 D.关税配额
- 21.FOBT 贸易术语是 ()。
A.卖方负责支付装船费和卸货费 B.卖方负责支付装船费和理仓费
C.卖方负责支付装船费和平仓费 D.卖方负责装船费
- 22.下列不属于 SET 协议参与的角色是 ()。
A.持卡人 B.发卡机构 C.销售终端 D.商家
- 23.保证信息不泄露给未经授权的人称为信息的 ()。
A.保密性 B.完整性 C.有效性 D.不可否认性

二、判断题(II)(本大题共 22 小题, 每小题 1 分, 共 22 分。下列各小题表述正确的, 在答题卡上将对应题号的 A 涂黑,表述错误的将 B 涂黑)

- 24.调整账户不能脱离被调整账户独立存在, 所以调整账户和被调整账户的用途和结构相同。
- 25.业务收支以人民币以外的货币为主的单位, 也必须选择以人民币作为记账本位币。
- 26.存货在物价下跌的情况下采用先进先出法, 会使当期利润多计, 期末存货少计。
- 27.会计部门的财产物资明细账期初余额与财产物资使用部门的财产物资明细账期末余额相核对, 属于账实核对。
- 28.漏报固定资产折旧会使当月费用和固定资产净值都减少。
- 29.市场营销管理哲学是指企业对营销活动及管理的基本指导思想。
- 30.推销观念产生于 20 世纪 20 年代左右, 该阶段物质开始丰富, 工艺进步。
- 31.消费者具体的购买过程是因人而异的, 各个过程相互渗透, 但总的购买过程却是有一定

规律的。

- 32.市场潜量是指一个企业在销售费用不断增加的情况下，可能达到的最高销量。
- 33.当企业意识到自己屋里与同行业强大的竞争者相抗衡从而获得绝对优势地位时则需要重新定位。
- 34.品牌拓展策略可以节省促销费用，有利于新产品市场的开拓。
- 35.“成本加成定价法”中的第二个成是指固定成本。
- 36.制定促销预算时，量力支出法比较简单易行。
- 37.年度计划控制的主要内容是对销售额、市场占有率、费用率等进行控制。
- 38.企业所在行业的进入障碍大，则企业的利润潜量大。
- 39.在选择中间商时，应选择产品线比较单一的中间商，这样才能全心全意的销售本企业的产品。
- 40.营业推广是一种短期特殊推销，如长期使用，则会贬低产品价值，容易引起顾客疑虑。
- 41.王先生询问产品信息，营业员却让他自己回家看说明书，他被侵害的是求教获知权。
- 42.催证实质上是一种法律步骤，如经催证对方仍不改履行，应向对方提出“保留索赔权”的声明。
- 43.WTO 是个法人机构。
- 44.数字签名是使用公钥来对信息进行处理。
- 45.客户利用上海腾飞化工网上交易中心进行的电子商务活动属于 B2B 电子商务活动。

三、判断题(II)(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分。先判断正误,在答题卡对应题号的括号内,正确的打“√”,错误的打“×”,然后说明判断正误的理由。)

- 46.同一会计单位,由于采用不同的账务处理程序,其最终的核算结果应该不同。
- 47.将新上市的产品赠送给部分网络当红主播,通过他们的试用测评视频进行宣传,建立销售渠道的方法是招引。
- 48.根据规定,建筑水泥是建筑工程的构成要素之一,因此水泥质量不适用《产品质量法》。
- 49.从量税额与商品数量增减成正比关系,与商品价格成反比。
- 50.信用卡是目前应用最广泛的电子货币,它可以不要求在线连接,就可以进行网上购物了。

第II卷（共217分）

四、填空题(本大题共14小题,每空1分,共28分)

- 51.企业将产成品出售收回现金,这个过程是将▲转换为▲形态。
- 52.期末有余额的账户,称为▲账户,也叫▲账户。
- 53.企业文化包含五个要素:企业环境、▲、模范人物、仪式、▲。
- 54.实体分配中的▲和▲费用占绝大部分。
- 55.在通货膨胀的情况下,消费者往往抢购▲和▲。
- 56.包装要体现商品的▲和▲。
- 57.▲是销售预测的基础,销售预测是▲的依据。
- 58.虚假广告的危害性在于违反了▲,侵害了竞争者的▲。
- 59.产品质量责任的特点包括强制性、▲和▲。
- 60.保护关税又分▲和▲。
- 61.▲是国际物流中最重要的运输方式,它具有通过能力强、▲运量大的特点。
- 62.一个认证中心由▲、基础设施和▲三个基本部分组成。
- 63.Internet带来两种不同的病毒威胁:一种威胁来自▲,另一种威胁来自电子邮件,到目前为止解决网络病毒最有效的方法是▲。
- 64.▲是一种被动的防卫技术,而▲是一种主动的防卫手段。

五、名词解释(本大题共9小题,每小题4分,共36分)

- 65.外来原始凭证
- 66.营销机会
- 67.典型调查
- 68.品牌化
- 69.竞争对等法
- 70.诋毁商誉行为
- 71.B/L
- 72.支付工具
- 73.电子数据交换

六、简答题(本大题共5小题,每小题6分,共30分)

- 74.简述记账凭证核算程序的基本步骤。
- 75.简述上门推销的技巧。
- 76.简述生产者市场的特点。
- 77.简述第二次世界大战后贸易自由化的表现。
- 78.简述电子商务影响国民经济信息化的具体表现。

七、计算题(本大题共4小题,共30分)

- 79.(6分)【资料】某企业2020年9月1日资产总额为200万元,所有者权益总额为80万元。9月份发生下列经济业务:
- (1)取得期限为3个月的短期借款5万元,存入银行。
 - (2)收到另一企业投入机器一台,价值8万元。
 - (3)企业采购材料一批,价值7万元,企业已开出转账支票,不考虑增值税。
 - (4)从银行取得期限为3个月的借款12万元,直接偿还前欠B单位货款。

(5) 经批准, 分别以盈余公积金和资本公积金各 5 万元转增资本金。

(6) 经股东大会同意通过, 决定向投资者分配利润 6 万元。

【要求】根据上述资料列式计算该企业 9 月 30 日的资产总额、负债总额和所有者权益总额。

80. (8 分) 阅读以下材料, 回答问题。

方信公司 10 月份有关存货、生产成本资料如下:

存货有关项目的资料如题 80—1 表。

	10 月 1 日余额	10 月 31 日余额
原材料	275200	248000
在产品	12900	15360
库存商品	163460	188900

本月发生的各项收入、支出如题 80—2 表

项目	金额	项目	金额
生产工人工资	147200	本月购入材料	712400
车间管理人员工资	55000	车间一般消耗材料	29600
行政管理人员工资	28640	折旧费用—机器设备	33000
生产产品耗用材料	710000	折旧费用—生产部门房屋	22000
		折旧费用—行政办公用房	17000

【要求】:

(1) 计算甲企业 10 月份发生的制造费用。(2 分)

(2) 计算甲企业 10 月份的完工入库产品的成本。(3 分)

(3) 计算甲企业 10 月份的发出商品的成本。(3 分)

81. (8 分) (8 分) 根据下列资料, 完成相关计算。

【材料】某企业预计生产和销售某产品 4 万件, 固定总成本 5 万元, 变动总成本 160 000 元。

(1) 该产品的保本价是多少? (2 分)

(2) 在上述价格基础上, 2024 年要达到边际贡献 55000, 求该产品单价和总收入 (4 分)

(3) 在上述情况下, 企业能否进行生产? 为什么? (2 分)

82. (8 分) 彩虹公司收到加拿大某公司客户来电, 询购 1000 条电热毯。已知: 电热毯国内购货成本为每条 50 元人民币, 其他国内费用合计为 5000 人民币, 彩虹公司的预期利润为 20%; 该电热毯为纸箱装, 每箱 20 条; 从装运港至多伦多港的海运运费为每箱 20 美元; 海运出口保险按 CIF 价加一成投保一切险, 费率为 0.8% (人民币对美元汇率 8)

请问: (1) 每条电热毯的 CIF3% 多伦多的价格为多少美元? (保留两位小数)

(2) 现外商要求增加佣金两个百分点, 为维持净收入不变, 我方应报价多少?

八、综合分析题 (本题共 5 小题, 共 51 分)

83. (14 分) 【资料】2023 年, 新茶饮市场竞争趋于白热化, 从“卷价格”“卷新品”到“卷上市”“卷门店”“卷市场”“卷跨界”。各品牌开始下沉至县城乡镇的商业街, 积极抢占市场份额。从行业角度来讲, 新茶饮市场空间广阔, 大有可为。

当下, “规模战”已然成为新茶饮品牌的新着力点, 各品牌纷纷加速扩张。截至 2024 年 1 月 1 日, 蜜雪冰城门店数量为 26350 家、古茗为 8927 家、茶百道为 7883 家、沪上阿姨为

7595 家、甜啦啦为 5837 家、喜茶为 3074 家、奈雪的茶为 1544 家。喜茶、奈雪的茶、乐乐茶等头部品牌陆续开启加盟模式，密集拓展门店规模，抢占下沉市场先机。

2022 年 11 月份，喜茶确认开放加盟业务，在非一线城市以合适的店型开展事业合伙业务。2023 年 4 月份，乐乐茶宣布，直营门店盈利模型打磨成熟，即将对外开放加盟业务。2023 年 7 月份，奈雪的茶表示，为了让更多消费者更便利地体验奈雪的产品和服务，正式推出“合伙人计划”。

此外，出海是新茶饮品牌的另一增长路径。2023 年新茶饮市场出现集体“出海热”。在国内外人员流动加速，以及国内茶饮市场发展已相对成熟的当前，品牌“出海”是新茶饮“内外兼修”、实现新市场突破的好契机。去年 2 月份，蜜雪冰城“出海”版图从东南亚扩张到悉尼，截至 2023 年 11 月份，蜜雪冰城海外门店数量接近 4000 家。去年 10 月份，甜啦啦进军印尼市场，茶百道首家海外门店落地韩国首尔。12 月份，奈雪的茶泰国首店正式开业。进入 2024 年，新茶饮行业“战火”依然未熄，上市、扩张门店、开拓新市场是永远绕不开的话题。在激烈竞争中，新茶饮企业唯有找到新的突破口，方能守得云开见月明。

【要求】根据上述资料，回答问题：

- (1) 资料中的喜茶、乐乐茶、奈雪的茶等新茶饮品牌属于哪种竞争者？竞争者类型还有哪些？（4 分）
- (2) 各茶饮纷纷开放加盟业务，各加盟商属于哪一种经销商类型？该类型的经销商有何种功能？（7 分）
- (3) 新茶饮市场出现集体“出海热”是何种市场增长战略？（3 分）

84. (12 分) 【资料】“夏日冰饮季，天天 9.9”。凭借创建初期全场 9.9 元的营销，库迪咖啡收获了一波流量，也正式开启了咖啡市场 9.9 元营销时代。当时在库迪咖啡小程序中，消费者登录就能看到其在售产品包括咖啡、茶、冰沙、圣代等，原价在 18 元至 32 元之间，试营业期间均为 9.9 元。作为中国咖啡市场最早的“营销老手”，面对竞争，瑞幸咖啡也不甘示弱。同在今年 4 月，瑞幸咖啡宣布启动 9.9 元店庆促销活动，参与活动的门店有千余家。当时瑞幸咖啡内部人士透露，店庆期间门店的整体销量至少提升了 40%。眼看瑞幸咖啡凭借 9.9 元的价格继续扩充流量池，刚暂停活动的库迪咖啡坐不住了。5 月 11 日，库迪咖啡发布全新品牌口号“喝库迪，更年轻”。为配合新品牌口号的发布，库迪咖啡同时开启“夏日冰饮季，天天 9.9”促销活动。据介绍，活动持续至 7 月 30 日，覆盖库迪咖啡旗下约 5000 家门店，活动期间用户通过库迪咖啡客户端每天可领取一张 9.9 元全场任饮券。在低价营销策略下，库迪咖啡借助抖音迎来了其流量池从 0 到 1 的变化。公开资料显示，今年第一季度，库迪咖啡在抖音生活服务平台曾实现两周内支付 GMV（商品交易总额）突破 3000 万元，下单量突破 330 万，短视频曝光量达 3.45 亿。库迪咖啡将目标锁定在拥有 6 亿日活的抖音流量池，又联动品牌自有线下门店发起“百城千店咖啡狂欢节”。

一杯咖啡不到 10 元，咖啡品牌能赚钱吗？加盟商能赚钱吗？有业内人士透露，咖啡市场是近年来为数不多呈现增长的优质消费市场，9.9 元促销的目的是为了收割流量，培养用户的消费习惯。

在中国咖啡市场，30 元以上价格带由星巴克占据，20 元价格带有瑞幸咖啡、天好咖啡等一众品牌，而 10 元价格带少有品牌涉足。这场由库迪咖啡挑起的较量仍在持续，极低价格的背后，是企业对咖啡市场大张旗鼓的争夺，考验的是用户的忠诚度。

【要求】根据上述资料，回答问题：

- (1) 库迪咖啡创建初期 9.9 元的定价目标是什么？这种定价目标有什么优缺点？（6 分）
- (2) 库迪咖啡和瑞幸咖啡定价为 9.9 元属于心理定价策略中的哪种？这种定价策略有什么好处？（4 分）

(3) 这种竞相降价的做法会给消费者带来怎样的困惑? (2分)

85. (11分)【资料】岁末迎新之际,上海各大商圈将陆续推出百余项营销活动,以富有冬日特色的促消费活动,进一步释放各行业消费潜力。12月22日上午,2024跨年迎新购物季系列活动在普陀区真如环宇城MAX拉开帷幕,活动持续至2024年2月16日,“商业+体验”跨界联动释放商圈新活力,营造欢乐祥和的节庆氛围。百联股份、南京西路、淮海中路、豫园商城、北外滩、徐家汇、虹桥国际中央商务区、美团等商业企业和商业地标依次上台发布跨年迎新购物季主题营销活动。例如“碧蓝航线冬日奇旅展”和“东映动画快闪”,为消费者带去丰富的文化体验。虹桥品汇联动长三角19家分中心一起“龙购全球”,打造“永不落幕的进博会”。蟠龙天地打造“光影舞龙”,在江南的时空交错里欣赏非遗舞龙技艺。五角场商圈启动“YOUNG浦爱生活”新年音乐会,上海爱乐乐团交响乐队、弦乐队将把高雅艺术带进五角场合生汇和万达广场。

此外,各商圈还利用数字技术打造多渠道消费场景,通过线上线下联动优惠促销为消费者带来全新购物体验。在南京东路商圈,“南步新春寻龙记”系列活动通过线下预热、线上元宇宙启动,打造南京路步行街虚拟与现实的新场景。美团外卖联合众多大牌推出福利活动,面向上海用户送出5万份好运霸王餐,同时发放超过1000万元的餐饮优惠券。

启动仪式上还发布了2023上海市首发经济引领性本土品牌推荐榜单,共有44家本土品牌和13家创意品牌,包括神象、OUT OF OFFICE、永璞咖啡、龙凤、玛戈隆特、自然堂、上海贵酒、第一食品、老香斋等入围“2023上海市首发经济引领性本土品牌”。

【要求】根据上述资料,回答问题:

(1) 资料中提到的营业推广形式有哪些? (5分)

(2) 试分析各大商圈携手营销,发布引领性本土品牌推荐榜单等营销行为对商户来说有什么好处或者带来怎样的风险? (6分)

86. (7分)

【资料】今年双11购物狂欢节,某电商平台推出各种预售商品,消费者陈圆在此期间购买了一件衣服,收到货发现衣服不合身,打算退货,退货时衣服无损坏且商标齐全。但该服装商家却因为其写出告示:“预售商品不享受7天无理由退货的服务”,而拒绝退货。

【要求】根据上述材料,回答问题:

(1) 根据《消费者权益保护法》,商家的做法是否正确?请说明理由。(3分)

(2) 该商家认为预售商品属于“不适用七天无理由退货”的类别,请问合理吗?为什么?(4分)

87. (7分)【资料】今年央视3·15晚会和多家媒体报道,农村消费市场中,消费品成了消费品。农村的货架上经常会出现六禾核桃、旺好牛仔、豆中豆、康师傅、雷碧等让人哭笑不得的山寨商品。小到食品、日用品,大到家用电器,山寨商品和假冒伪劣商品泛滥成灾,它们被商家模仿得“惟妙惟肖”,很难辨明真假。而在山寨商标的表象背后,是各种添加剂和防腐剂超标的食品、工业铝做内胆的劣质电饭煲、存在无数安全隐患的电器等。在5—9月,中消协组织开展全国农村集贸市场调查发现,155个农村集贸市场中有87个市场存在涉嫌假冒产品,73个市场存在“三无”产品,43个市场存在伪劣产品,27个市场存在过期产品。由此可见,山寨商品问题突出,已经严重危害了农村消费者的健康和生命安全。

【要求】根据上述资料,回答下列问题:

(1)根据《反不正当竞争法》，案例中商家的行为属于哪种不正当竞争行为?请说明理由。(3分)

(2)根据《产品质量法》，商家的行为没有履行哪些义务?(2分)

(3)根据《消费者权益保护法》，商家的行为侵犯了消费者哪些权利?(2分)

九、会计业务题(本大题共 2 小题,共 42 分)

88. (12 分)A 公司 2020 年 12 月 31 日有关总分类账户和所属明细账户余额资料如下:

账户	借方余额	贷方余额
库存现金	2 000	
银行存款	300 000	
应收账款	150 000	
其中: A 企业	165 000	
B 企业		15 000
坏账准备(应收账款项目计提)		2 150
长期待摊费用	26 000	
其中: 将在一年内推销	9 000	
持有至到期投资	250 000	
其中: 将在一年内到期	80 000	
预付账款		75 000
其中: C 企业	25 000	
D 企业		100 000
应付账款		120 000
其中: E 企业	40 000	
F 企业		160 000
预收账款	36 000	
其中: G 企业	36 000	
长期借款		400 000
其中: 将于一年内到期		250 000
应付职工薪酬	45 000	
本年利润		560 000
利润分配	60 000	

【要求】根据上述资料，填列资产负债表有关项目:

- (1) 货币资金=
- (2) 应收账款=
- (3) 一年内变现的非流动资产=
- (4) 持有至到期投资=
- (5) 长期待摊费用=
- (6) 预收账款=
- (7) 应付账款=
- (8) 应付账款=
- (9) 应付职工薪酬=
- (10) 一年内到期的长期负债=

(11) 长期借款=

(12) 未分配利润=

89. (30分)宏达公司为增值税一般纳税人,该公司2020年12月份发生下列部分经济业务。

(1) 1日,收到飞城公司投资:其中设备估价100 000元,交付使用;材料估价18 000元,验收入库。

(2) 3日,从达明公司购入甲材料100吨,买价30 000元,增值税进项税额3 900元,款项尚未支付,材料尚未入库。

(3) 9日,向佳和公司出售A产品300件,每件售价100元:,增值税率为13%,收到一张已承兑的商业汇票。

(4) 10日,管理部门刘琳出差回来,报销差旅费9 000元,现金补付1 000元,结清预付款。

(5) 15日,以银行存款偿还短期借款本金100 000元,利息4 000元(已经预提)。

(6) 31日,本月发出各种材料50 000元,其中用于A产品30 000元. B产品15 000元. 车间管理用5 000元。

(7) 31日,按规定固定资产折旧率计提本月车间用固定资产折旧费4 500元。

(8) 31日,结转本月应付职工工资75 000元,其中生产A产品工人工资30 000元, B产品20 000元,生产车间管理人员工资10 000元,企业管理人员工资15 000元。

(9) 31日,公司一笔应收账款计10 000元,经确认无法收回。经批准作坏账损失处理。

(10) 31日,摊销应由本月生产车间负担的房租2 000元。

(11) 31日,在财产清查过程中发现库存现金长款78元,原因待查。

(12) 31日,开出转账支票支付上月住房公积金58 640元(其中企业及个人各承担50%)

(13) 31日,推销本月份一项特许权,成本为480 000元:合同规定受益年限为10年

(14) 31日,结转已销A产品的生产成本13 000元。

(15) 31日,计提本月出租的无形资产的摊销费用3 750元。

要求:编制上述经济业务的会计分录;(注明必要的明细账)

(1) 每笔分录2分,未写明细科目每个扣0.5分,共30分。

业务号	会计分录
1	
2	
3	
4	

5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

扫下面二维码添加凤凰职教的老师

领取江苏职教高考的资料。

凤凰职教：

1. 有线上职教高考的网课

（语数英+专业理论综合+专业技能）

2. 线下面授课程

（语数英+专业理论综合+专业技能）

