

西南财经大学 2002 年企业管理考研试题

一、名词解释（每小题 5 分，计 20 分）

1. 生产运作管理
2. 生产能力
3. 产品生命周期
4. 经营组织

二、简答题（每小题 10 分，计 40 分）

1. 现代企业在产品竞争方面有哪些特点？
2. 处理非均匀需求有哪几种策略？
3. 国际化经营的特点有哪些？
4. 选择销售渠道应考虑哪些因素？

三、论述题（16 分）

如何理解库存？库存有哪些作用？

四、案例分析题（24 分）

阿迪达斯与耐克

阿迪达斯是德国一家为竞技运动员生产轻型跑鞋的先驱。在 1976 年的蒙特利尔奥运会上，田径赛中 82% 的获奖者穿的是阿迪达斯牌运动鞋。

20 世纪 70 年代，蓬勃兴起的健康运动使得成百万以前不好运动的人们对体育锻炼产生了兴趣。成长最快的健康运动细分市场是慢跑。据估计，到 1980 年有 2500 万-3000 万美国人加入了慢跑运动，还有 1000 万人是为了休闲而穿跑鞋。尽管如此，为了保护其在竞技市场中的统治地位，阿迪达斯并没有大规模地进入慢跑市场。

20 世纪 70 年代出现了许多竞争者，其中耐克公司最富有进取性的创新性。耐克的大突破源于被称为“夹心饼干鞋底”上的橡胶钉比市场上出售的其他鞋更富有弹性。这种鞋底的流行及旅游鞋市场的快速膨胀，使耐克公司的销售额飞速上涨。耐克公司坚持：（1）研究和技术改进；（2）风格式样的多样化。今天，耐克公司的年销售额超过了 35 亿美元，并成为行业的领导者，占有运动鞋市场 26% 的份额。

到 20 世纪 80 年初慢跑运动达到高峰时，阿迪达斯远远落后了。竞争对手推出了更多新产品，并且成功地扩展到其他运动市场，例如耐克公司的产品已经统治了篮球和年轻人市场，运动鞋已进入了时装时代。到 20 世纪 90 年，阿迪达斯的市场份额降到了可怜的 4%。

分析问题：

1. 分析 20 世纪 90 年代初，是何种原因导致阿迪达斯的市场份额极大减少？
2. 耐克的成功因素有哪些？