

# 电子商务概论

(课程代码 00896)

## 注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用 2B 铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

## 第一部分 选择题

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. 电子商务作为一种变革性的商务活动形式, 其产生标志是  
A. EDI 在企业内部的使用  
B. 银行间 EFT 在专用网络上的使用  
C. 大公司间基于 VANS 增值网商务活动的出现  
D. Internet 技术在商业活动各个环节得到全面应用
2. 政府采购属于  
A. B2C  
B. B2G  
C. C2B  
D. C2C
3. 智能网络技术属于  
A. Web 1.0  
B. Web 2.0  
C. Web 3.0  
D. Web 4.0
4. 云计算的特征不包括  
A. 通用性  
B. 小规模  
C. 虚拟化技术  
D. 可扩展性高
5. 下列关于电子商务模式的说法中, 错误的是  
A. 包括技术模式  
B. 包括运营模式  
C. 包括赢利模式  
D. 是使用网络信息技术的商务模式

6. B2B 细分模式不包括  
A. 卖方集中模式  
B. 买方集中模式  
C. 个性化定制模式  
D. 第三方交易市场模式
7. 在电子商务服务业生态系统中, 下列属于核心层的是  
A. 物流公司  
B. 政府主管部门  
C. 金融支付机构  
D. 电子商务服务平台
8. 某公司从事教育培训业务, 借助其网络渠道进军音像、图书销售领域, 这种电子商务战略属于  
A. 市场开发战略  
B. 横向一体化战略  
C. 前向一体化战略  
D. 相关多元化战略
9. 创客文化基因不包括  
A. 平台文化  
B. 车库文化  
C. 硅谷文化  
D. 黑客文化
10. 借助于互联网络、信息通信技术和数字交互式媒体来实现营销目的的活动是指  
A. 电子商务  
B. 市场营销  
C. 网络营销  
D. 电子交易
11. 4Cs 营销理论中的四要素指的是  
A. 合作、成本、方便、报酬  
B. 顾客、成本、方便、沟通  
C. 产品、成本、沟通、方便  
D. 产品、方便、沟通、关系
12. 用来识别企业提供给消费者的产品或服务, 并使之与竞争对手区别开来的名称、术语、标记、符号或图案是指  
A. 价值  
B. 文化  
C. 品牌  
D. 理念
13. 接受用户查询请求后, 同时在多个搜索引擎上搜索, 并将结果返回给用户的搜索引擎是  
A. 元搜索引擎  
B. 全文搜索引擎  
C. 文献搜索引擎  
D. 目录索引搜索引擎
14. “在网络环境下, 消费者在全球范围内寻找价格最优惠的商品, 绕过中间商直接向生产者订货”, 该现象体现的网上消费者心理特征是  
A. 主观意识加强  
B. 主体意识加强  
C. 对快捷方便的需求加强  
D. 对价格便宜的需求加强
15. 消费者在做出网上购买决策时, 总是不惜代价追求决策方案和效果尽善尽美, 直至达到目标, 这种购买决策的基本原则是  
A. 相对满意原则  
B. 最大满意原则  
C. 遗憾最小原则  
D. 预期满意原则



16. “从大量的、不完全的、有噪声的、模糊的、随机的实际应用数据中，提取隐含在其中的、人们事先不知道的、但又是潜在有用的信息和知识的过程”指的是
- A. 数据融合                      B. 数据建模  
C. 数据挖掘                      D. 数据清洗
17. “企业利用自己的全部资源向竞争对手的强项发起攻击”描述的市场进攻战略类型是
- A. 包围进攻战略                  B. 迂回进攻战略  
C. 侧面进攻战略                  D. 正面进攻战略
18. 某公司向用户提供免费云存储服务，其定价策略是
- A. 免费策略                      B. 动态定价策略  
C. 联盟定价策略                  D. 版本定价策略
19. 由行业内占有主要地位的销售企业开发和运作，通过积累和汇集大量采购企业，使销售方实现利润最大化的电子采购系统是
- A. 行业平台                      B. 销售方系统  
C. 采购方系统                      D. 采购中介系统
20. 下列关于数字化作品和传统作品的说法，正确的是
- A. 作品的载体不同  
B. 作品的存在形式相同  
C. 数字化作品相对原有作品有内容创新  
D. 数字化作品和传统作品的著作权归属不同

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 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. 移动电子商务的优势包括
- A. 开放性                      B. 保真性  
C. 方便性                      D. 快捷性  
E. 用户规模巨大
22. 下列关于 SWOT 矩阵分析的说法，正确的有
- A. SW 战略旨在利用内部优势规避外部威胁  
B. WO 战略旨在借助外部机会弥补内部劣势  
C. WT 战略旨在弥补内部劣势并规避外部威胁  
D. SO 战略旨在利用公司的内部优势把握外部机会  
E. ST 战略旨在利用企业优势回避或减少外部威胁的冲击
23. 电子商务购买行为按照购买行为发生前购买目标确定的程度，可划分为
- A. 特定购买                      B. 计划购买  
C. 提醒购买                      D. 强制购买  
E. 理性购买

24. 客户关系管理的阶段包括
- A. 客户选择                      B. 客户获得  
C. 客户保留                      D. 客户延伸  
E. 客户放弃
25. 供应链管理目标中所涉及的要素包括
- A. 正确的产品                      B. 正确的时间  
C. 正确的数量                      D. 正确的地点  
E. 正确的状态

## 第二部分 非选择题

三、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

26. 简述由电子商务系统结构决定的电子商务特点。
27. 简述电子商务的安全要素体现在哪几个方面。
28. 简述 O2O 电子商务模式的优点。
29. 简述电子商务有形产品定制生产的优势。
30. 简述电子商务中的不正当竞争行为。

四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

31. 魔力小屋是一个校园零售小店，随着互联网时代的到来，店主发现学生的消费行为和思维方式发生了改变，他们主要依赖网络渠道购物，认为网络上商品品类更丰富。在互联网越来越成为学生们一种生活方式的背景下，魔力小屋虽然有距离近的位置优势，但必须建立互联网思维，进行战略转型。

回答：

- (1) 结合材料，分析互联网时代下，社会生活方式发生了哪些变化。(6 分)
- (2) 电子商务战略不同于电子商务策略，为了帮助魔力小屋做好战略转型，请指出两者的区别。(6 分)

32. KW 是一家快速崛起的潮牌服饰公司，以个性化和时尚感为主要卖点。KW 定期开展市场调研和消费者沟通，了解流行趋势，勾勒新产品轮廓；邀请消费者参与其产品设计，试穿样品，根据消费者反馈意见进行调整；某款新设计在消费者试穿中获得普遍认可后，KW 才会大规模推广。在采购方面，KW 通过互联网与主要原材料供应商建立了长期合作关系，全面实现了电子采购，缩短了采购周期，提高了效率与获利能力。

回答：

- (1) 结合 KW 分析电子商务产品创新流程。(6 分)
- (2) KW 使用了电子采购，说明这种采购方式的优势。(6 分)

五、材料题：本题 16 分。

33. LC 是一个新兴的连锁咖啡品牌，定位于“快时尚咖啡”，强调“快时尚、高性价比”的品牌形象，以及快捷便利的消费体验，成功满足了年轻消费者对于快时尚生活方式的需求。

在市场战略方面，LC 提供差异化的产品和服务，如推出季节限定款、引入创新饮品等，以满足消费者对于新鲜事物的追求；LC 与全球优质咖啡豆供应商合作，确保咖啡豆的品质和稳定供应；引入先进的咖啡制作设备和技术，以提高制作效率和品质稳定性；与传统知名酒业 MT 联名推出的新款风味咖啡，单品首日销售额突破 1 亿元；与跨国企业 LD 合作经营咖啡外其他饮品及食品系列，包括果汁、轻食、坚果、零食等。

在营销推广和客户管理方面，LC 每天在企业网站、手机 APP、微信小程序和抖音等平台推送海报、秒杀券、直播间代金券、不定时惊喜活动等；LC 面向店铺附近的消费者推送线上基于地理位置的服务（LBS）广告，同时大规模布局线下电梯广告以吸引办公室白领；在首单免费获取新消费者后，通过“拉一赠一”的裂变拉新方式吸引存量找增量。此外，LC 还通过大数据分析，更加准确地了解消费者特征和行为，为不同消费者提供在线个性化推荐。

根据上述材料，回答下列问题：

- (1) 分析 LC 的市场经营业务战略和市场合作战略。（6 分）
- (2) 分析 LC 采用的网络营销方法。（6 分）
- (3) 分析 LC 在线个性化推荐的作用。（4 分）