

绝密★启用前

2025 年 4 月高等教育自学考试全国统一命题考试

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. 电子商务的产生标志是
 - A. 企业内部管理系统的信息化
 - B. 智能手机和移动互联网的普及
 - C. EDI 和 EFT 在商业领域的应用
 - D. Internet 技术在商业活动各个环节得到全面应用
- 2. “网络的价值随着拥有成员的增加而不断增加”体现了电子商务特点的
 - A. 数字化
 - B. 可拓展性
 - C. 集成性
 - D. 网络外部性
- 3. 电子商务系统应防止对交易信息的随意改动、丢失和重复，与之对应的电子商务安全要素是
 - A. 保密性
 - B. 完整性
 - C. 可靠性
 - D. 不可抵赖性
- 4. 赢利模式中的利润杠杆是指
 - A. 企业的收入来源
 - B. 企业可以获利的产品或服务
 - C. 企业提供的商品或服务的购买者和使用者群体
 - D. 企业为吸引顾客购买和使用开展的一系列业务活动

- 5. 下列属于电子商务服务业的是
 - A. 机械
 - B. 化工
 - C. 轻纺
 - D. 第三方支付
- 6. 电子商务服务平台、买家和卖家属于电子商务服务业生态系统的
 - A. 核心层
 - B. 扩展层
 - C. 相关层
 - D. 社会层
- 7. 在波士顿（BCG）矩阵中，X 轴表示的是
 - A. 利润率
 - B. 市场增长率
 - C. 投资回报率
 - D. 相对市场份额地位
- 8. 企业通过改进和改变现有产品或服务，增加销量的战略被称为
 - A. 市场开发战略
 - B. 多元化战略
 - C. 产品开发战略
 - D. 市场渗透战略
- 9. 电子商务生产方式对企业产生了一些影响，“消费者参与到生产环节”体现了
 - A. 企业功能社会化
 - B. 企业成为“学习组织”
 - C. 企业管理信息化
 - D. 企业注重生产成本降低
- 10. 4Ps 营销理论的出发点是
 - A. 顾客需求
 - B. 企业自身
 - C. 市场环境
 - D. 客户关系
- 11. 网络营销中的“4Rs”理论强调的核心是
 - A. 定价策略
 - B. 关系营销
 - C. 促销手段
 - D. 产品差异化
- 12. 消费者总是力求通过决策方案的选择、实施，取得最大效用，得到最大限度的满足，这体现的网上消费者决策的基本原则是
 - A. 遗憾最小原则
 - B. 相对满意原则
 - C. 最大满意原则
 - D. 预期满意原则
- 13. 围绕客户关系管理的不同阶段需要开展营销活动，“增加客户从公司购买产品的范围或种类”属于
 - A. 客户保留
 - B. 客户服务
 - C. 客户延伸
 - D. 客户选择
- 14. 下列具有“面向主题、集成性、稳定性和时变性”特征的是
 - A. 数据挖掘
 - B. 数据仓库
 - C. 数据采集
 - D. 数据流动
- 15. 卖家数量很多，规模很小，每个卖家都不能影响价格，商品价格完全由供给和需求来决定的市场结构是
 - A. 垄断
 - B. 垄断竞争
 - C. 完全竞争
 - D. 寡头垄断

16. 下列不属于区分市场结构标准的是
- A. 企业的广告投入 B. 企业控制价格的能力
- C. 企业产品的标准化程度 D. 企业进入市场的难易程度
17. 电子采购有助于企业减少在差旅费、信息检索、纸质办公等方面的支出，这体现的电子采购优势是
- A. 降低采购成本 B. 扩大供应商范围
- C. 增加交易透明度 D. 优化企业部门协同性
18. 某网上超市在收到消费者订单后，通过其物流业务部配送商品，这种物流模式属于
- A. 物流联盟 B. 第三方物流
- C. 企业自营物流 D. 第四方物流
19. 知识产权保护的是
- A. 智力劳动成果 B. 体力劳动成果
- C. 集体劳动成果 D. 社会劳动成果
20. 企业建立网站并提高自身信誉，为交易方提供担保的电子商务信用模式是
- A. 中介人模式 B. 单边信用模式
- C. 担保人模式 D. 委托授权模式

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. 下列属于 Web3.0 技术范畴的有
- A. 开放身份 B. 开放技术
- C. 软件即是服务 D. Client-Server 模式
- E. 分布式数据库
22. O2O 电子商务的交易流程包括
- A. 线上撮合 B. 线上支付
- C. 线下消费 D. 线上评论
- E. 消费反馈
23. 电子商务战略包括
- A. 一体化战略 B. 加强型战略
- C. 多元化战略 D. 防御型战略
- E. 动态调价型战略
24. 下列属于市场进攻战略的有
- A. 正面进攻 B. 侧面进攻
- C. 包围进攻 D. 迂回进攻
- E. 退出市场

25. 供应链管理的对象主要包括
- A. 商业流通 B. 物资流通
- C. 人员流通 D. 信息流通
- E. 资金流通

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. 简述由交易过程决定的电子商务的特点。
27. 简述云计算面临的问题。
28. 简述电子商务市场合作战略的类型。
29. 简述电子商务背景下供应链面临的挑战。
30. 简述数字鸿沟对社会的影响。

四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

31. GJ 是家居生产商，在数字经济时代背景下，决定向数字化转型。一是多渠道搜集用户数据，采集用户建议，将用户创意融入产品设计；二是实现互联网+生产，推出智能化家居；三是除在公司的官方平台外，还在抖音、小红书等平台开设了店铺。GJ 借助抖音和小红书平台强大的算法推荐功能，通过个性化信息流广告引导消费者跳转到达其官方店铺，实现销售落地，提高了销售转化率和复购率。

问题：

- (1) 分析互联网对 GJ 实现数字化转型的作用。(6 分)
- (2) 分析 GJ 个性化推荐的主要作用。(6 分)

32. L 是一家为徒步爱好者提供一站式服务的电商平台，它的目标是帮助徒步爱好者实现便捷、安全、愉悦的徒步体验。L 为普通用户提供路线推荐、户外导航等服务，并提供徒步技巧、户外生存技能、旅行安全等方面内容的电子书；面向付费会员提供私人向导、快速救援等服务；L 与多家户外品牌合作在其平台销售徒步装备，并为多家住宿和餐饮店精准投放广告。这些措施成功吸引了大量用户和合作伙伴。

问题：

- (1) 分析 L 提供的电子商务产品有哪些形式。(6 分)
- (2) 分析 L 的电子商务赢利模式。(6 分)

五、材料题：本题 16 分。

33. 近年来，中国低度酒市场持续增长，据相关部门预测，到 2035 年销售额或将超过 2500 亿元，年复合增长率近 35%。果酒、预调酒、气泡酒等低度酒受到了 95 后年轻人的普遍欢迎，年消费金额增速均在 50%以上，但同时啤酒总产量和销量持续下滑。

QD 是一家老牌啤酒企业，品牌深入人心。近两年来，QD 首次出现营收下降，公司决定调整发展战略。

在产品战略上，一是将产品结构从“大底尖顶”升级为“金字塔形”，即从原来注重底部大众化产品，升级为注重多种产品的阶梯式布局；二是将 95 后作为消费主力军，根据他们的饮酒消费理念发展多元新品，推出定制产品，使金字塔形的产品更有针对性，这种定制化的生产也能够帮助 QD 精确地完成生产预测任务。QD 在保持部分产品价格“高端”的同时，通过多渠道收集客户需求及对新品的反馈信息，了解消费者为满足其需求所愿付出的成本，制定动态价格，让消费者黏性更高。

在营销战略上，QD 希望改变“以产品为中心”的营销策略，强调以客户为中心，通过官方网站、APP、微信小程序等多渠道为客户购买提供方便。QD 在这些销售平台中设置在线帮助、在线留言、在线客服等服务专区，加强与客户的沟通和交流，大大提升了客户的满意度和忠诚度。

根据上述材料，回答下列问题：

- (1) 基于 SWOT 战略工具分析 QD 的外部环境和内部条件。(4 分)
- (2) 分析 QD 进行电子商务有形产品定制生产的优势。(6 分)
- (3) 基于 4Cs 营销理论分析 QD 的营销策略。(6 分)