

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务 |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

绝密★考试结束前

全国 2013 年 4 月高等教育自学考试 电子商务案例分析试题

课程代码：00902

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项：

1. 答题前，考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后，用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动，用橡皮擦干净后，再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题（本大题共 20 小题，每小题 1 分，共 20 分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 全球信息基础设施委员会的缩写是
A. EDI
C. GIIC
2. 下列不属于电子商务特点的是

- B. EOS
- D. OECD

- C. 世界上每个人平均只需要通过六个中间人就能与全世界任何人建立联系
D. 世界上每个人在网上平均只需要六次点击就可以找到自己想要的任何商品
13. 人人网为了解决网站高负载带来的问题，在技术架构方面采用的技术不包括
A. 图片采用专门的文件服务器 B. 前端 Web 层采用框架技术
C. 采用基于内存的数据库缓存 D. 采用 VisualFoxpro 数据库系统
14. 电子政务系统与其它信息系统的最大区别在于
A. 应用的大众化 B. 对安全性要求不高
C. 对可靠性要求一般 D. 所承载的信息流更为重要
15. 云计算的英文单词是
A. Grid computing B. Cloud computing
C. Parallel computing D. Distributed computing
16. 下列不属于数字城市主要内容的是
A. 城市商业电子化 B. 城市基础设施数字化
C. 城市信息和交换共享化 D. 城市生活和管理网络化
17. 我国电子政务的起步时间是
A. 20 世纪 60 年代 B. 20 世纪 70 年代
C. 20 世纪 80 年代 D. 20 世纪 90 年代
18. 中国邮政汇兑系统的网上支付产品是
A. 财付通 B. 网汇通
C. 支付宝 D. 拉卡拉
19. 买卖双方通过在线方式交换资金的活动称为
A. 电子支付 B. 电子货币
C. 电子现金 D. 电子支票
20. 第四方物流存在的可能模式不包括
A. 协助提高者 B. 方案集成商
C. 产业革新者 D. 货物供应者

非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上，不能答在试题卷上。

二、案例题（本大题共 3 小题，每小题 15 分，共 45 分）

21. 2009 年底，北方 A 市提出了一个具有跨时代意义的战略构想，即以建设“智慧 A 城”为目标，谋划和推进城市信息化的发展与转型。

作为“智慧 A 城”的综合网络平台，A 市电子政务内网和外网建设的具体目标是通过统一、高效、安全、可靠的信息化平台，完善城市管理、城市安全和应急指挥等信息化重点工程，以维护城市稳定和确保城市安全，使城市政府运行、服务和管理更加高效。同时，采用互联网等手段将传统办公自动化系统改造成为智能办公系统。A 市政府希望通过数据仓库、数据挖掘等技术手段，开发出辅助政府领导决策的管理信息系统，以便提高决策效率。

2011 年初，A 市政府开始运用各种网络媒体扩大信息发布的功能。3 月底，A 市基本实现覆盖各区（县、委、办、局）的政务微博群建设目标，300 多家单位在新浪网、腾讯网、东方网和新民网等微博平台开通近 600 个微博账号，政务微博群总粉丝量超过 800 万人，有效地发挥了公开政务、沟通民意、回应舆论、解决问题的积极作用。

在这个政务微博群中，A 市交通管理局的“交通微博”拥有的粉丝数量最多。“交通微博”借助新浪网、腾讯网、东方网和新民网等平台，及时向市民提供路况、天气等信息，老百姓也用微博互动方式反映交通事故等情况。交通微博的活跃度、传播力和覆盖度（活跃粉丝数）等三个综合指标，在新浪网“政务微博人气榜”中一直高居榜首。据统计，在新浪微博平台上，A 市交通微博的每条内容平均被转发 300 次以上，评论超过 60 次。A 市交通管理局还在市内各主要路口安装具有人脸识别功能的监视器，实行智能监管与执法。

“网上群众观、网下服务观”。A 市的政务微博不断提高为公众服务的水平，比如，A 市完善了区、街道、居委会三级微博群，以便进行在线咨询，解答群众的问题。政务微博还直播一些群众关心的热点事件，如老街地块动迁、居民摇号选房和拆除违章建筑等，获得群众广泛认可。又如，2011 年夏，A 市出现卷心菜滞销问题，市政府通过微博帮助农民卖菜，广大网友积极响应，不但纷纷转发相关帖子，而且还推出十几种卷心菜的烹调菜谱。

随着物联网、云计算、移动互联网、Web2.0 等新一代信息技术的飞速发展，电子政务正由电子政府向“智慧政府”转变，这也是“智慧 A 城”未来的发展方向。

根据上述材料，回答下列问题：

- (1) 结合案例说明“智慧政府”的四大应用领域。（4 分）
- (2) A 市电子政务中政务外网已实现了哪些功能？还可拓展哪些功能？（5 分）
- (3) 如果你是 A 市公安局领导，将如何运用公安微博办公？（6 分）

22. 畅游网是国内某知名旅行社旗下的专业旅游网站。该网站以旅行社的品牌为依托，逐步发展成为面向全国的旅游度假产品预订及旅行服务网站。

畅游网采用 B2C 电子商务模式，依托技术手段，建立在线预订、在线签约、在线支付平台。畅游网利用网络广告和线下门市推广等手段，迅速扩大影响力，使更多的人了解网站。畅游网与国内外酒店、景区建立了战略联盟，并在页面上设置了链接。畅游网的搜索功能，不但提供站内搜索服务，而且可以搜索战略联盟企业的信息。许多战

略联盟企业在畅游网上投放诸如酒店打折、景区宣传等信息或广告。畅游网与豆瓣网等书评网站链接，在介绍旅行知识的同时，扩大了客户群。畅游网还成立了网络会员中心，通过电子邮件定期向会员介绍旅行知识，发布产品信息。2012 年，畅游网的日均访问人数比 2011 年增加了 386%。

畅游网的核心产品分为“百变自由行”和“参团产品”两大类。“百变自由行”凭借旅行社数十年的优质服务和资质，由传统的自由行创新演化发展而成。在专业、安全、省心的行程推荐基础上，提供灵活自由可选的旅游组合元素，让旅行者可以根据自己的时间、出发地、目的地、行程以及预算，自由地选择符合个人需求的酒店、机票及地接服务，随意搭配出安全、满意、高性价比的自由行产品，从而为游客提供高性价比的旅游产品。“参团产品”目前已拥有邮轮旅游、文化休闲、中东观光、北极产品、欧洲精品、美国旅游、马尔代夫等强势的标准化产品。

畅游网的收入构成大致如下：50%以上来自官网的旅游产品订单；10%左右来自搜索引擎专区；20%左右来自广告投放；其它则来自于业务合作，其业务合作伙伴包括中国银行、招商银行、艺龙旅行网、中国国际航空公司等。

畅游网通过网站社区等掌控客户资源，推出有竞争力的产品组合，通过敏捷报价系统提供最新的旅游咨询和优惠活动信息，通过统一化的交易管理为消费者提供便捷的网上预订和网上支付。畅游网在提供标准化产品的同时，也提供差异化交易，使旅游产品能够更好地满足客户的不同需求。畅游网通过微攻略、网站社区等栏目，更为详尽地了解顾客的不同需求，并以此制定出个性化、多样化的旅游方案及产品价格。

总之，畅游网作为旅游电子商务市场的领军网站具有深厚的影响力，只要即时创新，利用微博、社交网络等多个平台加强与消费者的沟通，发展前景将不可限量。

根据上述材料，回答下列问题：

- (1) 请你为畅游网设计网络营销策略。(5 分)
- (2) 列出畅游网的核心产品，并总结其赢利模式。(8 分)
- (3) 畅游网采用的定价策略是什么？(2 分)

23. 东海小商品批发市场具有极大的影响力，“买全国货，卖全国货”是该批发市场的典型特点。到 2000 年初，东海小商品批发市场摊位已近三万个，产品种类覆盖全部轻工业和其它 300 个大类，每年成交金额在 200 亿元以上。东海小商品批发市场一直通过买卖双方面对面的“看货、定价、成交”这种方式进行交易。所有小商品必须从厂商运到东海再从东海批发到全国，如此一来必然增加销售成本，且限制了买卖双方的工作时间，降低了工作效率。

2001 年，东海市政府推动小商品批发市场着手运用电子商务深化、拓展传统的批发业务。在此背景下，“东海商埠”电子商务系统开通运营。“东海商埠”以东海小商品批发市场为依托，建立了电子商务平台。“东海商埠”整合了供应商信息，增添供应商的销售渠道。同时，网站集聚了大量采购商，开办了采购商社区，建立了采购商在线查询系统。利用“东海商埠”电子商务平台，所有交易环节如采购、质检、运输、仓储、报关等都可以在网上实现，为小商品供应商和采购商降低了交易成本。“东海商埠”不断扩展业务，将国内市场向国外市场拓展，建成了中心市场、国内分市场和海外市场三层市场结构，力争成为信息流、物流、资金流汇集的中国小商品电子商务网站。网站利用交易平台、搜索引擎、结算中心、配送中心、配套服务等功能，为全球商人提供完善的电子商务平台、信息中介服务及其它增值服务。“东海商埠”的收入来源之一是向采购商收取相应比例的交易佣金，佣金只占采购商原采购成本的 25%，大大低于过去外贸公司向供应商收取的费用，实现了多方共赢。目前，信息中介与增值服务收费已成为网站新的赢利增

长点。

就目前而言，东海小商品市场的电子商务对于传统贸易还只是一个补充，但随着网络的普及和人们观念的转变，“东海商埠”将帮助企业实现更多的商业应用，因此，电子商务必然会成为未来世界贸易的发展方向，并在融合过程中形成一种更加完善的贸易方式。

根据上述材料，回答下列问题：

- (1) “东海商埠”属于哪一类商务模式？该模式可以为企业带来哪些成本优势？（7分）
- (2) “东海商埠”可以帮助企业完成哪些商业应用？（8分）

三、综合分析题（本题 35 分）

24. 淘宝网成立于 2003 年 5 月，由阿里巴巴集团投资创办，目前已成为世界最大的电子商务交易平台之一。

淘宝网在成立之初，定位为 C2C。网站采用免费模式，即个人在淘宝网上开店都是免费的，这一措施把大部分个人客户吸引到淘宝平台上，使其得到快速发展。如今，淘宝网已将定位从传统的 C2C 平台转向零售网站，竞争对手将是沃尔玛、国美电器等零售业巨头。淘宝网十分重视联合社区网站建立淘宝生态圈。目前，淘宝网联合天涯、猫扑、新浪博客等热门社区，做产品推广。通过社区网站和栏目选择，对发布的内容进行加精、置顶、热帖等技术操作，这样的网络推广获得了消费者的广泛关注。

小甜甜是一家淘宝化妆品网店的博客代言人。这家店铺免费为小甜甜提供新产品，小甜甜则在自己的博客中及时与网友分享使用心得与效果，这家店铺也在网站上开设了小甜甜专区，销售小甜甜推荐的产品。但是，最近有些网友发现，使用了小甜甜推荐的产品后并没有达到其在博客中宣传的美容效果，于是开始在网络上攻击小甜甜。

2012 年 5 月，嫣然天使基金首次尝试在网络销售渠道进行艺术品的公益拍卖，嫣然基金选择了淘宝网，并指定 A 公司作为嫣然基金的“淘拍档”。“淘拍档”是淘宝生态圈的新角色，出现于 2009 年，他们依托淘宝网的拍卖业务，为卖家提供服务。在嫣然基金的拍卖活动中，A 公司从宝贝摄影、店铺设计到产品上架，短短十多天时间便完成了网店的上线，向潜在买家进行广泛的线上宣传，以吸引更多的买家参与。在拍卖中 A 公司采用公开竞价的方式，协助嫣然基金将宝贝转让给最高应价者，完成了此次拍卖。

淘宝网的支付工具主要是支付宝。支付宝最初是作为淘宝网解决网络交易安全所设置的一个功能，现已发展成为独立的第三方支付平台。为了降低消费者网上购物的风险，支付宝成立了安全策略中心，开发新的安全策略。除继续保障用户的账户、交易、隐私等安全之外，新的安全策略更加量身定制，如支付宝使用手机动态口令保证用户的交易安全。

淘宝网自称为“轻公司”，“支付宝”、“即时通”与“推荐物流”是保障其“轻公司”之“轻”的三大法宝。“轻公司”的特点决定了淘宝物流的特殊性，“推荐物流”则表现出淘宝网独特的物流策略。简单来说，淘宝网与物流公司签约后，该物流公司便进入淘宝的推荐物流企业行列，这些物流企业可直接通过与淘宝网对接的信息平台接受其用户的订单。淘宝网在挑选与其合作的物流公司时，主要看对方能否提供最具竞争力的价格，能否覆盖尽可能大的服务区域，以及能否提供最优质的服务。物流公司要进入淘宝的推荐物流行列，必须服务网络成熟，且服务区域尽可能覆盖全国。在进入淘宝的“推荐物流”行列后，物流公司必须与淘宝网签订相关协议，约定服务价格、内容和方式，以及优惠的赔付条

款，并由淘宝网负责监控和督促物流公司对于投诉和索赔的处理。

淘宝的推荐物流企业包括中国邮政、圆通速递、宅急送、申通快递、风火天地（上海同城）、E 邮宝、韵达快递和天天快递等。鉴于与淘宝网合作的物流企业的素质存在差异，淘宝网决定引入“物流保险”，以保障商品在配送过程中的安全。使用“推荐物流”能够加强淘宝网对物流的控制力，“推荐物流”本身也可以为用户提供更好的服务和更优惠的价格。一旦出现差错，比如发生破损等情况，淘宝网接到投诉后，便会监督物流公司对投诉和理赔的处理，从而降低淘宝用户索赔的难度。

目前，淘宝网与推荐物流公司之间的信息平台对接已初步完成。用户在淘宝网上达成交易后，如果使用“推荐物流”，便可直接在线发送订单，经确认后，物流公司就会上门取货，而且买家和卖家还可以随时跟踪订单。迄今为止，淘宝网上使用推荐物流的用户已达到 70%。淘宝网的“推荐物流”不仅是一种物流策略，更彰显其远大的发展目标：以淘宝网的名义将庞大的卖家联合起来与快递公司洽谈合作，最终建立一个全国性的物流中央处理系统，提供银行保险之外的第三方服务。

根据上述案例资料，回答下列问题：

- (1) 淘宝社区应当具有哪些常备功能？（6 分）
- (2) 网络上攻击小甜甜的事件反映出虚拟社区的哪些局限性？（6 分）
- (3) 结合案例分析拍卖的特点，并说明“淘拍档”在淘宝生态圈中所扮演的角色。（8 分）
- (4) 除手机动态口令外，支付宝还有哪些安全策略？（6 分）
- (5) 淘宝网采用的是哪种物流模式？淘宝网的“推荐物流”是如何运作的？（9 分）