

绝密 ★ 考试结束前

全国 2021 年 4 月高等教育自学考试

电子商务概论试题

课程代码:00896

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 在电子商务交易过程中各主体之间实时双向沟通称为
A. 普遍性 B. 虚拟性 C. 交互性 D. 集成性
2. 某 IT 公司在推出新产品时总是争当新一代产品的首家推出者,此行为符合
A. 二八定律 B. 达维多定律
C. 网络外部性 D. 梅特卡夫定律
3. 内联网区别于互联网的最大特征之一是
A. 通用性 B. 简单性 C. 安全性 D. 跨平台性
4. 下列属于电子货币类支付工具的是
A. 智能卡 B. 借记卡 C. 电子汇款 D. 电子现金
5. 门户网站中综合性程度高的是
A. 垂直门户 B. 水平门户 C. 附属门户 D. 行业门户
6. 日本式拍卖又可以称为
A. 反拍卖 B. 竞价拍卖
C. 第一价位秘密竞标 D. 第二价位秘密竞标
7. 对企业已有流程进行根本性再思考和再设计的活动是
A. 业务流程重组 B. 企业资源规划
C. 客户关系管理 D. 企业电子商务



8. 下列不属于企业软件资源的是
- A. 品牌 B. 人力 C. 管理 D. 生产线
9. 电子商务企业根据外部环境状况和内部资源与能力状况, 为建立长期竞争优势, 对企业发展目标、达成途径和手段的总体规划称为
- A. 电子商务战略 B. 电子商务营销
C. 电子商务生产 D. 电子商务市场
10. 某电子商务企业早期经营图书, 后来借助其网络渠道、物流配送等资源, 将经营范围扩大至服装、家居、食品、化妆品等多个领域, 其战略类型为
- A. 一体化战略 B. 多元化战略 C. 加强型战略 D. 防御型战略
11. 下列消费者网络购物心理特点, 属于理性意识加强的是
- A. 忽视自我表现 B. 追求快捷方便
C. 追求个性化消费 D. 关注产品质量和价格
12. 以减少风险损失、缓解因不满意而造成心理失衡的消费者决策原则属于
- A. 遗憾最小原则 B. 相对满意原则
C. 预期满意原则 D. 最大满意原则
13. 客户在某网站购买了相机后, 系统向其推荐了价格更昂贵的镜头, 这种在线个性化推荐形式属于
- A. 再销售 B. 向上销售 C. 向下销售 D. 口碑销售
14. 对用户访问 Web 服务器时留下的访问记录进行挖掘, 从中得到用户的访问兴趣, 这一过程属于
- A. Web 内容挖掘 B. Web 文档挖掘
C. Web 结构挖掘 D. Web 使用模式挖掘
15. 从市场结构的角度来看, 市场通常被划分的四种类型是
- A. 竞争、完全竞争、垄断、寡头垄断
B. 垄断、垄断竞争、寡头竞争、寡头垄断
C. 完全竞争、垄断、垄断竞争、寡头垄断
D. 完全竞争、垄断竞争、寡头竞争、寡头垄断
16. 企业绕过竞争对手的势力范围, 以避免与其进行直接较量, 向较易进入的市场发动攻击, 开拓自己市场范围的进攻型战略是
- A. 迂回进攻 B. 侧面进攻 C. 包围进攻 D. 正面进攻
17. 市场跟进战略的方法不包括
- A. 紧密跟进 B. 选择跟进 C. 距离跟进 D. 徘徊跟进



18. 下列关于电子商务背景下供应链受到的影响, 说法正确的是
- A. 市场竞争趋缓
 - B. 顾客退换货比例降低
 - C. 物流模式发生改变
 - D. 顾客购物满意度不再重要
19. 第四方物流最重要的职能是
- A. 提供运输装备
 - B. 组织建立物流联盟
 - C. 整合供应链上的各个要素
 - D. 制定物流有关法律规章制度
20. 下列不属于软件著作权财产权的是
- A. 发表权
 - B. 转让权
 - C. 专有使用权
 - D. 使用许可权

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. 下列关于电子商务对经济规律影响的说法中, 正确的有
- A. 所有传统经济规律消失
 - B. 没有影响传统工业经济规律
 - C. 某些传统经济规律消失
 - D. 出现反映信息经济的新规律
 - E. 某些传统经济规律变形
22. Web2.0 的主要代表技术有
- A. Rss
 - B. Tag
 - C. Ajax
 - D. HTTP
 - E. TrackBack
23. 下列属于 O2O 电子商务线上交易的有
- A. 网上团购外卖
 - B. 网上秒杀电子书
 - C. 二维码支付电影票
 - D. 线上购买景点门票
 - E. 网上拍卖实体店优惠券
24. 电子商务服务业生态系统的核心层包括
- A. 卖家
 - B. 买家
 - C. 政府部门
 - D. 物流公司
 - E. 电子商务服务平台
25. 下列属于五力模型构成要素的有
- A. 供应商的议价能力
 - B. 购买者的议价能力
 - C. 潜在替代产品的开发
 - D. 潜在竞争对手的进入
 - E. 同行企业之间的竞争



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。

三、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

26. 简述跨境电子商务的主要模式。
27. 简述传统企业业务流程方面的常见问题。
28. 简述平衡计分卡评价企业战略时要求企业回答的问题。
29. 简述电子商务产品的发展趋势。
30. 简述在现有电子商务模式基础上的供应链增值策略。

四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

31. Mp3Ts 公司是一家利用云计算平台提供付费和免费在线音乐的电子商务公司，其云平台具有音乐存储、音乐数据服务、在线作曲 API 接口等功能。Mp3Ts 公司具有较强的知识产权意识，与一些唱片公司和著名歌手签署了使用许可协议，有效地保证了云平台上音乐作品的合法使用和交易。

请回答：

- (1) 以 Mp3Ts 公司为例分析云计算的功能。(6 分)
 - (2) 结合材料分析电子商务与知识产权的关系。(6 分)
32. JX 是专为集团型化工企业服务的高效便捷、定制化的电子采购平台企业。企业客户利用 JX 追踪交易过程、优化采购流程，采购成本平均降低了 20%。JX 充分利用大数据技术帮助客户推送产品信息、发布广告，从互联网、移动互联网、广电网、智能电视等平台采集数据，及时响应不同地域企业的广告需求，实现化工产品信息个性化推送，节约了客户的广告费用。

请回答：

- (1) JX 采用的是 B2B、B2C、C2C 中哪种类型的电子商务模式？(2 分)
- (2) 结合材料说明电子采购的主要优势。(4 分)
- (3) 结合材料说明大数据营销的主要特点。(6 分)



五、材料题：本题 16 分。

33. GreenFood 公司材料

GreenFood 公司是一家经营土特产的电子商务企业，其经营的商品是全国各地口碑好的地方特产，由原产地直接运送给买家。

GreenFood 公司除了拥有自己的网站之外，还开发了微信公众号，并在其微信公众号中采取不同的定价策略，推出了“疯狂抢购”“欢乐秒杀”“低价拼团”活动，吸引了大量客户。

“疯狂抢购”活动是 GreenFood 公司定时推出某款商品，根据销量动态调整商品价格的活动。例如在 250 克宁夏枸杞销售活动中，销量前 10 件价格为 1 元，第 11-100 件价格为 21 元，第 101-500 件价格为 39 元，500 件以后价格为 46 元。

“欢乐秒杀”活动是 GreenFood 公司定期推出某一款特产商品，以很大的折扣力度限量、限时销售的活动。例如 400 克云南多晶体老冰糖原价 19.9 元，秒杀价 2.9 元。

“低价拼团”活动是用户邀请好友参团，共同购买某地特产，一般三人成团，拼团价比单一用户购买便宜。通过“低价拼团”，GreenFood 公司的客户成为该网的推广人。

为了进一步营销，GreenFood 公司参加某省举办的全国食品展销活动，线下线上同时发放商品免费体验券，网站也集中该省特产开展专题活动。活动一经推出，立刻引起轰动，特产美食爱好者蜂拥而至，并在自己的圈子里奔走相告，瞬间将活动推向高潮。活动期间 GreenFood 公司的商品成交量超出预期，知名度也大幅提高。

目前 GreenFood 公司的市场已经拓展到世界各地。国内外用户可以通过互联网迅速、准确地了解各种土特产商品的最新价格，并进行比较，打破了产品价格信息的不对称性。GreenFood 公司根据国内外目标市场的行情变化进行产品定价，其土特产始终保持相对优惠的价格。

请根据上述材料，回答以下问题：

- (1) GreenFood 公司采用了哪些定价策略？（6 分）
- (2) 结合材料分析电子商务定价特点。（4 分）
- (3) GreenFood 公司采用了哪些网络营销方法？（6 分）

