

2025 年 10 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. 一个“云”可以同时支撑不同的应用运行,体现了云计算的特征是
 - A. 通用性
 - B. 高可靠性
 - C. 超大规模
 - D. 虚拟化技术
2. 互联网从多个方面加速传统企业转型,用互联网+物联网建设智能工厂体现了互联网
 - A. 与研发设计相加
 - B. 与生产制造相加
 - C. 与营销服务相加
 - D. 与供应链管理相加
3. 以往只有通过中介机构才能完成的金融交易,借助互联网平台瞬间即可完成,体现互联网金融的
 - A. 风险加大特征
 - B. 细分市场特征
 - C. 去中介化特征
 - D. 信息有效性特征
4. 当企业外部面临重大威胁,内部存在较多劣势时,应优先考虑的战略是
 - A. SO 战略
 - B. WO 战略
 - C. ST 战略
 - D. WT 战略
5. 公司使用平衡计分卡评价战略时,一般不~~考虑~~
 - A. 财务
 - B. 顾客
 - C. 竞争对手
 - D. 内部业务流程



6. 在网络上通过欺诈谋取经济利益属于
- A. 网络钓鱼
 - B. 黑客破坏
 - C. 恶意代码
 - D. 拒绝服务攻击
7. 数字产品的特点不包括
- A. 可复制性
 - B. 边际成本高
 - C. 具有公共物品性质
 - D. 具有经验产品性质
8. 电子商务有形产品定制生产的优势不包括
- A. 生产预测更准确
 - B. 动态贸易的实现
 - C. 产品功能更有针对性
 - D. 延长产品的生命周期
9. 创客具有的特质一般不包括
- A. 自主创业
 - B. 具有创新理念
 - C. 以交流思想为乐趣
 - D. 以入职高科技企业为目标
10. 下列属于“4Cs”营销理论要素的是
- A. 沟通
 - B. 促销
 - C. 关联
 - D. 产品
11. 客户关系管理有若干阶段,“确定公司将要销售的对象”属于其中的
- A. 客户保留
 - B. 客户选择
 - C. 客户获得
 - D. 客户延伸
12. 对用户访问 Web 服务器时留下的访问记录进行挖掘,从中得到用户访问兴趣的过程,属于
- A. Web 结构挖掘
 - B. Web 内容挖掘
 - C. Web 使用模式挖掘
 - D. Web 销售模式挖掘
13. 下列电子商务市场结构中,企业数量最少的是
- A. 垄断
 - B. 完全竞争
 - C. 垄断竞争
 - D. 寡头垄断
14. “企业绕过竞争对手的势力范围,以避免与其进行直接较量,而向较易进入的市场发动攻击,开拓自己的市场范围”的市场进攻战略是
- A. 正面进攻
 - B. 侧面进攻
 - C. 包围进攻
 - D. 迂回进攻
15. 关于市场跟进战略,下列说法不正确的是
- A. 市场跟进战略是一种产品导向型战略
 - B. 实施市场跟进战略的经营者的前方必有战略先行者
 - C. 实施市场跟进战略时可以全方位跟随,也可少量跟进
 - D. 跟进者在实施市场跟进战略时可以同时实施差异化战略



16. 电子商务对供应链管理的作用不包括
- A. 动态联盟的系统化管理
 - B. 生产两端的资源优化管理
 - C. 供应链机构的行政化管理
 - D. 不确定性需求的信息共享管理
17. 电子采购系统有多种类型，其中有助于强化卖方地位的是
- A. 行业平台
 - B. 中介系统
 - C. 销售方系统
 - D. 采购方系统
18. 电子商务中，信息被恶意更改和泄露属于
- A. 商业信用问题
 - B. 网络支付问题
 - C. 信息过载问题
 - D. 信息安全性破坏问题
19. 下列属于软件著作权财产权的是
- A. 发表权
 - B. 转让权
 - C. 修改权
 - D. 署名权
20. 数字鸿沟也被称为
- A. 经济鸿沟
 - B. 信息鸿沟
 - C. 教育鸿沟
 - D. 财富鸿沟

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. 企业内联网的特点包括
- A. 通用性
 - B. 简单性
 - C. 安全性
 - D. 开放性
 - E. 跨平台性
22. 电子商务战略与电子商务策略的主要区别有
- A. 电子商务策略服从于电子商务战略
 - B. 电子商务策略的制定优先于电子商务战略
 - C. 电子商务战略与策略是目标与手段的关系
 - D. 电子商务战略是全局的，而电子商务策略是局部的
 - E. 电子商务战略是长远的，而电子商务策略是短期的
23. Web 数据挖掘的数据来源有
- A. Web 页面
 - B. 查询数据
 - C. 服务器数据
 - D. 客户登记信息
 - E. 在线市场数据
24. 电子商务中的不正当竞争行为有
- A. 降价促销
 - B. 病毒营销
 - C. 虚假宣传
 - D. 商业诋毁
 - E. 擅自使用他人商标



25. 影响数字鸿沟的社会因素包括

- A. 经济发展的差异
- B. 传播技能的差异
- C. 社交范围的差异
- D. 已有知识储量的差异
- E. 信息基础设施的差异

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. 简述电子商务产生的原因。
- 27. 简述电子商务服务业的作用。
- 28. 简述电子商务生产方式对企业的影响。
- 29. 列举不少于 6 种电子商务定价策略。
- 30. 简述电子商务物流模式的类型。

四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

31. M 是一家工业机器人解决方案提供商，其客户主要为机械制造企业，由于其产品技术先进，可靠性高，M 广受赞誉。近年来，M 充分利用外联网（Extranet）不断提升客户服务能力。M 通过 Extranet 定期向销售人员发布新产品手册，确保销售团队在与客户交流时拥有最准确的信息。客户可以通过 Extranet 查询订单状态、获取技术支持和解决方案。在项目管理中，M 还基于 Extranet 建立了虚拟会议室，使得分布在不同地区的团队可以进行实时讨论与合作，加速项目进度。

问题：

- (1) 分析 M 赢利模式的要素。(6 分)
- (2) 结合 M 分析外联网有哪些应用。(6 分)

32. CX 是一家新兴的在线教育平台，通过官方网站和 APP 为用户提供便捷的线上课程学习服务。为了吸引更多的用户注册账号和购买课程，CX 采取了一系列举措，包括：关注每一位用户需求，支持学习者根据自己的知识基础、学习能力和学习目标等定制课程学习的方式和内容；优化网站内容和关键词，提高在搜索引擎中的排名；在多个教育相关的网站上发布广告推广课程；通过微博和公众号发布免费课程内容，吸引用户关注和传播；鼓励用户完成课程后进行评价，分享学习体验等。

问题：

- (1) 如果按照交易主体分类和按照交易对象分类，CX 的电子商务分别属于哪一类？（4 分）
- (2) 分析 CX 公司采用的网络营销方法。（8 分）



五、材料题：本题 16 分。

33. 近年来，消费者对于时代新兴价值主张和新生活方式的追求越来越强烈。为了满足这一需求，许多传统消费品经过理念创新、产品换代和文化包装，形成了潮流商品，这块市场目前已经成为消费品市场中的一个重要细分。潮流商品具有传统产品和文化产品的双重属性，一方面，潮流商品本身制造工艺一般较为成熟，原材料供给充分且价格稳定；另一方面，潮流商品强调的是理念和创意，消费者对于价格高低不太在意。

Duo 是潮流商品市场中一家有影响力的制造商，产品主要覆盖绿色家居、高端运动鞋、时尚潮服等领域，有自己的销售网站和 APP。Duo 在市场中处于领先地位，但也面对着巨大竞争压力。第一，由于生产门槛并不高，潮流商品市场竞争者较多，并且有 XQ、TC 等多个传统家居、服装制造商正在筹建潮流商品事业部，准备挤占一块市场；第二，有的企业将化妆品、数码产品等注入潮流要素，使潮流商品的覆盖领域越来越广，也稀释了相当一部分消费者。

为了在激烈的市场竞争中取得和扩大优势，Duo 采取了一系列措施。在现有网络销售体系基础上，Duo 精心设计了会员制度，付费会员能够进一步享受到专属优惠、优先购买等权益，还能获得更加个性化的服务体验。凭借高流量和精准的用户群体，Duo 与多个广告商合作获取广告收入。作为重点举措，Duo 强化了数据分析与个性化推荐。通过分析用户的购买历史和浏览行为，Duo 向用户推荐其购买过的商品和可能的其他意向商品，提高用户的复购率和购买种类；同时，Duo 还会推荐更高品质、更高价格的商品，以提升用户的消费档次和购物体验。

上述措施帮助 Duo 在激烈的市场竞争中迅速成长，Duo 将继续致力于创新和发展，为更多用户带来更加优质、便捷的潮流电商服务。

根据上述材料，回答下列问题：

- (1) 运用五力模型分析 Duo 的竞争环境。(6 分)
- (2) 分析 Duo 采用了哪几种电子商务赢利模式。(4 分)
- (3) 分析 Duo 个性化推荐的具体形式。(6 分)

