

2023 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. 按交易对象划分的电子商务类型是
A. 跨境电子商务和本土电子商务
B. 移动电子商务和网站电子商务
C. EDI 电子商务和 Internet 电子商务
D. 有形商品电子商务和无形商品电子商务
2. 下列不属于手机近端支付技术的是
A. 射频识别 B. 短信 C. 蓝牙 D. 红外
3. 下列属于物联网感知层关键技术的是
A. M2M B. SOA C. 数据挖掘 D. 二维码技术
4. 企业可以获取利润的产品和服务称为
A. 利润点 B. 利润杠杆 C. 利润对象 D. 利润屏障
5. 消费者对商家的电子商务模式是
A. 海淘模式 B. 代购模式 C. C2B 模式 D. B2B 模式
6. 通过手机等移动终端从事商务活动的电子商务模式是
A. 团购模式 B. 分销商务模式
C. 移动电子商务模式 D. PC 网页销售模式
7. 把每一位顾客视为一个潜在细分市场,满足每一位顾客特定需求的营销方式是
A. 联盟营销 B. 病毒营销 C. 广告营销 D. 定制营销



8. 下列不属于电子商务服务业生态系统扩展层的是
- A. 买家 B. 保险公司 C. 物流公司 D. 金融支付机构
9. 电子商务企业通过更多的营销努力, 提高现有产品或服务市场份额的战略称为
- A. 一体化战略 B. 市场渗透战略
- C. 产品开发战略 D. 相关多元化战略
10. SWOT 矩阵中的“T”代表
- A. 优势 B. 劣势 C. 威胁 D. 机会
11. 相对市场份额较高, 但所属行业增速缓慢的业务称为
- A. 瘦狗业务 B. 金牛业务 C. 问题业务 D. 明星业务
12. 企业制定和实施电子商务战略的起点通常是
- A. 制定企业愿景 B. 确定组织结构
- C. 确定收入模式 D. 设计企业网站
13. 在线法律咨询服务属于
- A. 有形产品 B. 无形产品 C. 娱乐产品 D. 传统产品
14. “供应链管理”的英文简称为
- A. SCM B. ERP C. CRM D. BPR
15. 项目发起者通过平台介绍项目, 投资者对项目少量投资, 使发起者筹集资金, 这种融资模式是
- A. 众筹融资模式 B. 第三方支付模式
- C. 网络信用卡模式 D. 网络银行借贷模式
16. 小李出差前要购买一张飞机票, 他打开携程网比较航班的时间和价格后确定了最终的航班, 这种购买类型属于
- A. 特定购买 B. 计划购买 C. 提醒购买 D. 强制购买
17. 假设生活服务类网站数量很少, 单一网站控制价格能力一般, 市场进入壁垒高, 其市场类型属于
- A. 垄断 B. 完全竞争 C. 寡头垄断 D. 垄断竞争
18. 下列不属于电子商务背景下供应链发展机遇的是
- A. 规模化效应减弱 B. 商品交易更加快捷
- C. 企业利润空间受挤压 D. 容易把握客户需求信息
19. 下列属于“采购方系统”的电子采购系统形式是
- A. 网上投标系统 B. 网上拍卖系统
- C. 第三方采购平台 D. ERP 中的采购模块



20. 将他人知名域名抢注为商标，或对他入合法持有的域名进行侵夺的行为是

- A. 权利冲突
- B. 修改权侵夺
- C. 著作权侵犯
- D. 反向域名侵夺

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. 下列属于安全认证技术的有

- A. 智能卡
- B. 数字信封
- C. 开放技术
- D. 数字时间戳
- E. 数字签名

22. 电子商务的安全要素主要有

- A. 有效性
- B. 保密性
- C. 完整性
- D. 可靠性
- E. 不可抵赖性

23. 电子商务服务业的主要作用包括

- A. 引爆社会创新
- B. 促进社会分工协作
- C. 延长产品生命周期
- D. 降低社会交易成本
- E. 提高社会资源配置效率

24. 与大规模生产相比，大规模定制的特点有

- A. 市场需求细化
- B. 市场需求稳定
- C. 市场需求统一
- D. 产品开发周期长
- E. 产品生命周期短

25. 电子采购的优势包括

- A. 降低采购成本
- B. 提高采购效率
- C. 优化采购管理
- D. 无须缴纳税费
- E. 增加交易透明度



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. 简述电子商务战略的特征。

27. 解释达维多定律。

28. 简述电子商务产品创新流程的六个阶段。

29. 简述电子商务定价特点。

30. 简述电子商务中可以申请专利的客体及其具体内容。

四、分析题:本大题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分。

31. MT 是一家专注于餐饮业的 O2O 电子商务平台运营商,提供商家会员注册、网络广告、行业咨询、产品推荐、产品代售等服务。MT 通过多平台采集数据进行大数据分析,开展网络营销。MT 根据消费者的地理位置、关注的内容等即时推送其可能感兴趣的信息,让广告投放有的放矢,广告内容间彼此呼应。

请回答:

(1) 为 MT 的 O2O 电子商务设计三种赢利模式。(6 分)

(2) 分析 MT 开展大数据营销的特点。(6 分)

32. XH 是一家传统服装厂,在互联网发展大背景下遇到了瓶颈:生产方式落后,产品与市场需求脱节。为了满足消费者多样化的市场需求,XH 开始加速企业转型:建设智能工厂,实现智能生产;通过企业网站、电子邮件等开展网络营销;吸引消费者参与产品设计与研发。随着产品销量增长,原有自营物流不堪重负,XH 开始与专业物流商进行合作,以获得综合化的物流服务。

请回答:

(1) 分析互联网在 XH 转型中发挥的作用。(6 分)

(2) XH 目前采用的是哪种物流模式?指出该物流模式具有哪些特征。(6 分)



五、材料题：本题 16 分。

33. HX 材料

HX 公司针对东方女性的肤质特点，运用现代彩妆制造工艺，以花卉精华与中草药提取物为核心成分，生产彩妆产品。HX 公司在某知名电子商务平台开设了旗舰店，以国风元素为切入点，赢得了中国彩妆市场。

HX 公司和中医药公司合作，研究产品配方，并建立了稳定的供货关系；和中国最古老的四大名酒品牌联名推出“杏花醉”限量定制礼盒，专为女性打造出低度清甜果酒。HX 公司与网络主播合作，在主要视频平台大量投放广告。HX 公司以“东方”和“国风”等独特元素突出产品特点和竞争优势，并依据这样的优势和当红网络明星共同创作了国风乐曲、和网络写手共同创作国风小说，拓展了业务领域。

HX 公司根据不同消费者的需求推出个性化彩妆组合礼包，价格定位在 100~300 元之间。HX 公司成功打造了刻花口红爆品，将某些刻花赋予特殊含义，如定情、珍爱、守护等，为产品增加了附加值，以高于 300 元的价位限量出售。HX 公司在线下推出了“万人体验计划”，让消费者免费试用新品，获取产品试用的反馈信息，将消费者认同度高的产品迅速投产，降低了新品失败率。HX 公司会根据产品交易水平的供给状况动态调整价格；每到 HX 公司周年庆，全部产品实施 8.8 折促销。

根据上述材料，请回答下列问题：

- (1) 指出按照交易主体划分的 HX 公司电子商务模式。(2 分)
- (2) 分析 HX 公司的电子商务定价策略。(8 分)
- (3) 分析 HX 公司的市场合作战略。(6 分)

