



绝密 ★ 考试结束前

全国 2020 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. 采用标准的 XML 格式来共享内容的信息聚合技术是
 - A. Tag
 - B. RSS
 - C. HTTP
 - D. HTML
2. 对电子文件发表时间进行安全保护的电子商务安全技术是
 - A. 智能卡
 - B. 数字信封
 - C. 数字证书
 - D. 数字时间戳
3. 某政府在一次招标中, 要求竞标者秘密标价, 开标日公布所有竞标价格, 最高标价者得标。这种网络拍卖模式属于
 - A. 英式拍卖
 - B. 日本式拍卖
 - C. 荷兰式拍卖
 - D. 维克瑞拍卖
4. 业务流程重组的改造对象和中心是
 - A. 业务流程
 - B. 关系客户
 - C. 制造技术
 - D. 企业评价体系
5. 某企业利用百度的数据分析工具获取商业信息, 借助天猫、京东等平台开设官方旗舰店, 这一做法体现的互联网思维特点是
 - A. 以产品为中心
 - B. 整合与利用资源
 - C. 注重客户体验
 - D. 以消费者为中心



关注“自考大”微信服务号
免费获得海量真题资料

6. 下列属于电子商务服务生态系统核心层的是
 - A. 物流公司
 - B. 保险公司
 - C. 广告服务商
 - D. 电子商务服务平台
7. 企业战略关注的是企业未来相对较长时期内的总体发展问题，这体现的电子商务战略特征是
 - A. 创新性
 - B. 长远性
 - C. 风险性
 - D. 竞争性
8. 下列关于战略地位与行动评价（SPACE）矩阵说法正确的是
 - A. 内部因素包括竞争态势和产业态势
 - B. 内部因素包括财务态势和环境稳定性态势
 - C. 外部因素包括环境稳定性态势和产业态势
 - D. 外部因素包括竞争态势和环境稳定性态势
9. 在SWOT 矩阵中，企业利用公司的内部优势把握外部机会的战略是
 - A. SO 战略
 - B. WO 战略
 - C. ST 战略
 - D. WT 战略
10. 为促进产品销售而提供的良好消费者体验，所属的产品层次是
 - A. 核心产品
 - B. 外围产品
 - C. 外延产品
 - D. 促销产品
11. 下列关于电子商务生产方式对企业的影响说法错误的是
 - A. 企业管理信息化
 - B. 企业成为“学习组织”
 - C. 企业注重知识网络建设
 - D. 企业的竞争能力取决于自身的规模
12. 下列不属于创客空间形态的是
 - A. Fab Lab
 - B. 传统制造工厂
 - C. 商业型机器商店
 - D. 社区型创客空间
13. 4Cs 营销理论是指
 - A. 产品、顾客、成本、促销
 - B. 顾客、成本、方便、报酬
 - C. 顾客、成本、方便、沟通
 - D. 产品、方便、沟通、关系
14. 搜索引擎按其工作方式主要分为
 - A. 全文搜索引擎、分类搜索引擎、行业搜索引擎
 - B. 全文搜索引擎、关键字搜索引擎、元搜索引擎
 - C. 全文搜索引擎、段落搜索引擎、关键字搜索引擎
 - D. 全文搜索引擎、目录索引类搜索引擎、元搜索引擎



关注“自考大”微信服务号
免费获得海量真题资料

15. 客户购买了钙片后, 网上商城会自动为该客户推荐其他改善骨骼的产品, 这种个性化推荐形式是
 - A. 再销售
 - B. 口碑推荐
 - C. 交叉销售
 - D. 向上销售
16. 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, 这种 Web 数据挖掘的类型是
 - A. Web 内容挖掘
 - B. Web 结构挖掘
 - C. Web 使用模式挖掘
 - D. Web 时态挖掘
17. 企业运用进攻型战略的主要目的不包括
 - A. 扩大市场占有率
 - B. 支持和扩张现有经营领域
 - C. 拓展新的经营领域
 - D. 服务被大企业忽视的小客户
18. 由交易双方以外的网上中介机构开发和运作、为交易双方提供交易平台的电子采购系统类型是
 - A. 供应方系统
 - B. 采购方系统
 - C. 销售方系统
 - D. 采购中介系统
19. 多个企业为实现物流战略目标, 通过协议或合同方式结成风险共担、优势互补的网络组织属于
 - A. 物流联盟
 - B. 第三方物流
 - C. 第四方物流
 - D. 企业自营物流
20. 下列属于网络信息污染现象的是
 - A. 篡改数据
 - B. 泄露数据
 - C. 在线散布谣言
 - D. 盗窃信用卡号

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. 下列关于电子商务特点说法正确的有
- A. Internet 及相关技术决定其具有数字化特点
 - B. 电子商务的交易过程决定其具有交互性特点
 - C. 电子商务的交易过程决定其具有虚拟性特点
 - D. 电子商务的系统结构决定其具有集成性特点
 - E. 电子商务的系统结构决定其消费者的顾客价值低



关注“自考大”微信服务号
免费获得海量真题资料

22. 下列关于互联网、内联网、外联网说法正确的有

- A. 外联网不需防火墙保护
- B. 内联网通常位于防火墙之后
- C. 外联网强调各企业间的连接
- D. 内联网强调企业内部各部门间的连接
- E. 互联网只为企业内部服务，不对外公开

23. 下列关于电子商务剥离战略说法正确的有

- A. 剥离战略又称作重组战略
- B. 剥离的主要目的是扩大生产规模
- C. 剥离可以摆脱和企业不相符的业务
- D. 剥离是指出售企业某个部门或企业的一部分
- E. 剥离通常是为了募集资金，用于将来的战略性投资

24. 中国搜索引擎市场结构属于典型的寡头垄断，关于这种市场结构说法正确的有

- A. 企业数量很少
- B. 企业规模都很小
- C. 每个企业都不能影响价格
- D. 一个企业的行为影响其他企业
- E. 市场定价完全由供给和需求决定

25. 下列关于市场跟进战略说法正确的有

- A. 战略跟进者前方有战略先行者
- B. 市场跟进战略的主要手段是价格战
- C. 市场跟进战略是一种市场导向型战略
- D. 市场跟进战略的目标是向领导者发起攻击
- E. 实施市场跟进战略的同时可以实施其他战略



关注“自考大”微信服务号
免费获得海量真题资料

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. 简述设计电子商务赢利模式要考虑的要素。

27. 简述互联网金融的特征。

28. 简述 CRM 系统的主要功能。

29. 简述电子商务为供应链企业提供的发展机遇。

30. 简述电子商务信用关系的类型。

四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

31. CL 是一家支持定制生产的服装商，通过其在线商城和社交媒体实现了与用户的深度沟通，了解用户需求，吸引用户参与产品设计，便于安排生产。为扩大市场，CL 采取了灵活的定价方式，比如推出了买衣服赠饰品、送代金券、限时低价抢购等活动，对于批量购买的用户给予一定的折扣，还推出了一些组合销售活动，也能根据用户的要求定制服装单独定价。

请回答：

(1) 说明 CL 进行定制生产的优势。(6 分)

(2) 分析 CL 采用了哪些定价策略。(6 分)

32. BD 公司在与银行签约的基础上推出了支付业务“BD 钱包”。“BD 钱包”提供了一系列应用程序接口连接多家银行，为商家与消费者提供简单易操作的转账、付款、缴费、充值等支付服务，支付时还能给予消费者随机折扣。“BD 钱包”既借助其与银行的信誉保障解决了电子商务网上支付中的信用问题，也让用户享受到移动时代支付的方便与优惠，逐步形成了良好的口碑。BD 公司很多现有的用户主动通过自己的微信、微博分享“BD 钱包”信息，吸引到了越来越多的新用户。

请回答：

(1) 结合“BD 钱包”，分析第三方支付方式的特点。(6 分)

(2) 结合“BD 钱包”，分析有效的口碑营销的基本要素。(6 分)

五、材料题：本题 16 分。

33. YJ 公司材料

YJ 是一家大型网上酒类零售公司，除自建官方网上商城外，还在天猫、京东等综合电商平台开设了旗舰店，致力于打造从厂家到消费者之间层级最少、服务最快捷、成本最低、推广最精准的专业销售平台。



关注“自考大”微信服务号
免费获得海量真题资料

2016 年起，YJ 开始拓展新的电子商务模式，着力探索线上渠道和线下渠道的有机结合，开发了手机端 APP，推出了立即送、预约自提、精品严选、定制酒、预约侍酒师等一系列特色功能。YJ 目前已经在全国 600 个城市开设超过 1000 家实体门店，实现了线上线下渠道的联动营销，降低了推广成本，线上平台为实体店提供了便捷的促销途径，消费者能方便地在线上进行搜索和购买；而实体店则丰富了消费者的购物体验，为用户提供了品酒、与侍酒师面对面交流等服务，大大提升了用户满意度，促进了产品的更快销售，YJ 的营业额迅速提升。

为进一步扩大优势、降低产品价格，给予消费者更多实惠，YJ 实施了一体化战略，与一些酒厂进行合作，在原料供应、折扣价格政策等方面有了一定的控制权；收购了另一家酒类在线销售平台，取得了其所有权；还与物流商签署了战略合作协议，参与物流配送环节的管理，以提高服务效率，实现了“40 分钟送达服务”。这些措施都帮助 YJ 进一步扩大了市场，提升了影响力。

根据上述材料，请回答下列问题：

- (1) 按照交易主体分类，YJ 属于哪一种电子商务类型？（2 分）
- (2) YJ 采用了线上渠道和线下渠道有机结合的做法，指出这种电子商务模式类型的名称，并分析其优点。（8 分）
- (3) 分析 YJ 采取了哪些类型的一体化战略。（6 分）