

# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（一）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. A    2. C    3. D    4. B    5. A    6. B    7. C    8. D    9. B    10. A

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 第三方市场：是为买卖双方提供交易而建立的一个基于 Web 的双向市场，它一般由第三方市场创建者所有，是一种中介模式的市场。
2. 计算机网络：把分布在不同地理区域的具有独立功能的计算机与专门的外部设备用通信线路按照网络协议互联成一个信息系统，从而使众多的计算机可以方便地互相传递信息，共享硬件、软件、数据信息等资源。
3. 病毒营销：又称病毒式营销、病毒性营销，基因行销或核爆式行销，是通过用户的口碑宣传，信息像病毒一样传播和扩散，利用快速复制的方式传向数以千计、数以百万计的受众。也就是说，通过提供有价值的产品或服务，“让大家告诉大家”，通过别人为你宣传，实现“营销杠杆”的作用。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述有效口碑营销的基本要素。

答案要点：

- （1）提供有价值的产品或服务。
- （2）提供无须努力的向他人传递信息的方式。
- （3）信息传递范围很容易从小规模向大规模扩散。
- （4）利用公众的积极性和行为。
- （5）利用现有的关系网络。
- （6）利用别人的资源。

2. 简述第三方物流给电子商务企业带来的好处。

答案要点：

- （1）有利于电子商务企业核心竞争力的提高。
- （2）有利于电子商务企业减少库存成本、节省物流费用、降低商品库存保管费用。

(3) 有利于电子商务企业获得专业的物流技术支持与帮助，实现商品物流信息分析。

#### 四、案例分析题（30 分）

##### 1、答案要点：

(1) 类型：社会化媒体营销。

优势：① 提高网络曝光量和点击流量。

② 准确定向目标客户。

③ 吸引更多业务合作伙伴。

④ 提高搜索排名。

⑤ 带来高质量的销售机会。

⑥ 有利于进行舆论监控和市场调查。

(2) 机会：DJ 公司成为网络热议话题，网络曝光量和点击量大增；吸引了目标客户和合作公司的关注，市场机会扩大。

威胁：网络上出现了针对 DJ 公司的负面评价；竞争对手竞相模仿，市场竞争加剧。

##### 2、答案要点：

(1) ① 与传统企业合作战略，BaiHe 网与电视台、老牌影视制作中心 KS 等合作。

② 与相关行业合作战略，BaiHe 网与支付宝、微信支付合作。

③ 职能拓展战略，BaiHe 网与视频网站用户、编剧等合作，自制视频作品，由此打通产业上下游，扩大网站的利润源，提高竞争力。

(2) ① 提供有价值的产品。利用互联网平台，充分了解用户需求，自行设计研发并制作视频作品，提供受消费者喜欢的产品。

② 提供无须努力的向他人传递信息的方式。通过微信链接等方式实现方便的传播。

③ 信息传递范围很容易从小规模向大规模扩散。与事件营销等结合，利用互联网通过口碑传播实现信息的快速传播。

- ④ 利用公众的积极性和行为。鼓励公众参与视频制作或上传自己的视频。
- ⑤ 利用现有的关系网络。进一步加大粉丝群建设。
- ⑥ 利用别人的资源。与其他视频网站实现资源共享。

# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（二）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. A    2. D    3. D    4. A    5. C    6. B    7. B    8. C    9. C    10. D

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 企业门户：是一个连接企业内部和外部的网站，它提供一个单一的访问企业各种信息资源的入口，企业的员工、客户、合作伙伴和供应商等都可以通过这个门户获得个性化的信息和服务。
2. TCP/IP 协议：中文译名为传输控制协议/因特网互联协议，又名网络通信协议，是 Internet 最基本的协议、Internet 国际互联网的基础，由网络层的 IP 协议和传输层的 TCP 协议组成。TCP/IP 定义了电子设备如何连入因特网以及数据如何在它们之间传输的标准。
3. 搜索引擎（Search Engine）：是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索的相关信息展示给用户的系统。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述网络调研的方法。

答案要点：

- （1）网络问卷法。
- （2）专题讨论法。
- （3）网络观察法。
- （4）在线实践法。
- （5）搜索引擎查找资料。
- （6）访问网站收集信息。
- （7）利用网络数据库信息。

2. 简述电子商务物流系统目标设定的内容。

答案要点：

- （1）服务性目标。此目标是电子商务配送系统所要达到的一个主要目标，是指电

子商务配送系统能向用户提供各种服务。

(2) 快捷性目标。电子商务配送系统要能依据用户的要求，把货物按质、按时、准确地送到用户指定的地点。

(3) 低成本目标。该目标要求有效地利用配送面积与空间，科学合理地选择运送工具和路线，选择合理的软件系统，保持合理的库存水平，坚持科学管理。

(4) 安全性目标。电子商务配送要保证用户的商业机密不被泄露。

#### 四、案例分析题（30 分）

##### 1.答案要点：

(1) ① 以消费者为中心。“梦想小镇”在充分了解创业者需求的基础上，为创业者提供技能培训、与著名企业家对话合作机会等。

② 注重客户体验。邀请创业者参与“梦想小镇”的设计开发，将客户纳入产品的设计过程中。

③ 整合与利用资源。鼓励创业者加强沟通，获取更多的信息和资源，并且进行资源合作。

(2) “创客”指具有创新理念、自主创业精神的人或群体。在英文里是“Maker”，特指酷爱科技，热衷实践的个人，亦可指常以分享创意和交流思想为乐的群体。之所以称之为“客”，是因为这些人通常具备一些独特的技能，而且如同侠客一般分布在世界各处并可以凭技能而到处游走。

“梦想小镇”创客空间表现形态是“社区型创客空间”。

##### 2.答案要点：

(1) ① 互联网与研发设计相加。至酷公司根据消费者在网上提交的需求反馈，进行产品再研发。

② 互联网与生产制造相加。至酷公司利用虚拟网络把不同的生产线进行集成。

③ 互联网与营销服务相加。至酷公司应用电子邮件营销、病毒营销等方式吸引消费者。

- (2) ① 客户选择：至酷公司应确定销售对象和不同类型客户的价值。
- ② 客户获得：至酷公司要采用各种网络营销方法把客户吸引到网站，与新客户建立关系。
- ③ 客户保留：至酷公司要保留现有客户，并使客户保持经常访问。
- ④ 客户延伸：至酷公司应采用多种促销方法增加客户购买产品的范围或种类。

# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（三）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. B    2. D    3. A    4. D    5. C    6. A    7. D    8. B    9. D    10. A

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. **B2C 电子商务**：是企业通过网络针对个体消费者实现价值创造的商业模式，是目前电子商务发展最为成熟的商业模式之一，其主要形式有门户网站、电子零售商、内容提供商、交易经纪人以及社区服务商等。
2. **直复营销**：是指利用直接反馈广告、邮件、电话和其他相互交流形成的媒介所实施的大范围市场营销体系。
3. **企业自营物流**：是指由原料、零部件或成品提供者或购买者自主经营物流运输服务。企业自营物流要求企业自备车队、仓库、场地、人员等。该物流模式投入和运营成本很高，适合于批量生产或大规模定制生产的企业或区域性服务企业。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述电子商务的基本流程。

答案要点：

- （1）交易前的准备；
- （2）交易磋商；
- （3）签订合同和办理手续；
- （4）履行合同和索赔。

2. 简述 B2C 的细分模式。

答案要点：

- （1）拥有齐全的商品分类目录和良好的配送网络的在线零售商。
- （2）以专营为主，兼顾其他服务的在线零售商。
- （3）为其他零售商或传统店铺提供电子商务平台的网站。

### 四、案例分析题（30 分）

答案要点：

(1) 问题业务。因为 HXN 公司的健康零食业务相对市场份额不高，但健康零食产业销售增长率高。

(2) ①一体化战略的具体类型：

横向一体化。HXN 公司收购了 BCW。

②加强型战略的具体类型：

市场渗透战略。HXN 公司进入大润发、沃尔玛、家乐福等多家大型连锁卖场。

产品开发策略。HXN 公司着力丰富产品种类，不再囿于中高端枣品礼盒的细分市场，将产品定位扩大为健康零食。

(3) ①线上预购模式。HXN 公司开展了线上优惠预购线下体验取货的活动。

②二维码模式。HXN 公司开展了扫码关注 HXN 公司预约线下优惠购物的活动。



# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（四）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. A    2. D    3. C    4. A    5. C    6. D    7. C    8. A    9. D    10. B

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. C2C 电子商务：即消费者对消费者的电子商务，是消费者与消费者之间通过互联网进行的个人交易，如二手交易、网上拍卖等。
2. 网络营销：是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。
3. 供应链管理：是指人们在认识和掌握了供应链各环节的内在规律和相互联系的基础上，利用管理的计划、组织、指挥、协调、控制和激励职能，对产品生产和流通过程中各个环节所涉及的物流、信息流、资金流、价值流以及业务流进行的合理调控，以期达到最佳组合，发挥最大的效益，迅速地以最小的成本为客户提供最大的附加值。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述电子商务标准规定的电子商务交易基本程序。

答案要点：

- (1) 客户方向供货方提出商品报价请求；
- (2) 供货方向客户应答该商品的报价；
- (3) 客户方向供货方提出商品订购单；
- (4) 供货方向客户应答该商品订购单；
- (5) 客户方根据应答提出是否对订购单有变更请求；
- (6) 客户方向供货方提出商品运输说明；
- (7) 供货方向客户方发出发货通知；
- (8) 客户方向供货方发回收获通知；
- (9) 交易双方收发汇款通知；
- (10) 供货方向客户方发送电子发票，完成交易。

2. 简述电子商务与物流的密切关系。

答案要点：

- (1) 物流是电子商务的一部分。
- (2) 物流是实现电子商务的关键，也是商品和服务价值最终体现。
- (3) 电子商务改变了传统的物流运作方式，促进了物流的发展。

#### 四、案例分析题（30 分）

1、答案要点：

(1) 荷兰式拍卖。

荷兰式拍卖常使用拍卖钟来控制时间，拍卖过程效率高。鱼品是易腐品，拍卖时间的节约十分重要，因此适合采用荷兰式拍卖。

- (2) ① 打破了产品价格信息不对称性，网站上实时公布鱼品价格。
- ② 降低了交易价格，网络销售使得卖家直接面向最终消费者，销售渠道缩短、成本下降。
- ③ 全球性影响定价，根据全球鱼品市场动态调整价格。
- ④ 个性化定价，根据不同客户需求进行定价。
- ⑤ 信息沟通和联合购买，建立了沟通平台、网站社区等方便客户询价、沟通和联合购买。

2、答案要点：

- (1) ① 基础阶段，推动企业标准化工作，整理基础数据，改善业务流程等。
  - ② 信息孤岛整合阶段，建立统一的信息化决策和管理机构，统一平台。
  - ③ 企业内部信息化阶段，在关键部门建立相互联通、相互共享的系统。
  - ④ 电子商务实施阶段，首先建立企业内部互联网，然后整合 Internet/Intranet，形成完整的企业电子商务环境。
- (2) ① 成为“学习组织”，可鼓励个人发明创新和合作设计。
  - ② 注重知识网络建设，可建立起通过电子网络来联系的知识网络。
  - ③ 实现功能社会化，可重组设计、生产、检测、销售等环节，让消费者参与到生产环境中，充分利用社会资源使企业功能社会化。

④ 企业管理信息化，可获取并分析各类信息，服务于企业管理。

# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（五）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. B    2. C    3. A    4. B    5. D    6. C    7. D    8. A    9. B    10. A

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 安全超文本传输协议：是一种结合 HTTP 而设计的安全通信协议。S-HTTP 协议为 HTTP 客户机和服务器提供了多种安全机制，这些安全服务选项适用于 Web 上的各类用户，还为客户机和服务器提供了对称能力，同时维持 HTTP 的通信模型和实施特征。
2. 电子钱包：是消费者在电子商务过程中使用的一种支付结算工具，是在小额购物或购买小商品时常用的新式钱包。它是以智能卡为电子钱包的电子现金支付系统，应用于多种用途，具有信息存储、电子钱包、安全密码锁等功能，安全可靠。
3. 点击合同：指由商品或服务的提供人通过计算机程序预先设定合同条款的一部分或全部，以规定其与相对人之间法律关系，相对人必须点击“同意”后才能订立的合同。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述电子商务定价的特点。

答案要点：

- （1）打破了产品价格信息的不对称性；
- （2）降低了交易价格；
- （3）全球性影响定价；
- （4）有利于个性化定价；
- （5）有利于消费者间的信息沟通和联合购买。

2. 简述网络环境下消费者的心理特点。

答案要点：

- （1）消费者主体意识加强（自我表现心理、主动行为等）；
- （2）消费者理性意识加强（关注质量和价格，货比多家）；
- （3）快捷、方便的心理加强（追求方便快捷的服务，同时求新、求变）；
- （4）对价格便宜的需求加强（渠道成本降低，选择范围宽）。

### 四、案例分析题（30 分）

1. 答案要点：

- (1) 为其他零售商或传统店铺提供电子商务平台。
- (2) ①经销商、整车生产厂加入 TCar 在线交易平台的会员费。其盈利模式是会员制模式：

通过促成会员达成交易提取佣金收入。

②整车生产厂、经销商和金融机构订阅车市数据和咨询服务的费用。其盈利模式是订阅模式：为用户提供信息和服务收取费用。

- (3) ①支持 PC 端、移动端、呼叫中心等，提供了尽可能多的客户接入形式。
- ②洞察更深层次的客户需求，为客户提供合理成交价格和经销商的推荐。
- ③注重有潜力的客户，为其推送产品优惠信息。
- ④提供个性化的客户服务界面，展现客户可能感兴趣的产品信息。
- ⑤为客户提供了一个安全的网络环境，注重系统安全及客户隐私信息的保护。

# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（六）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. C    2. D    3. A    4. C    5. D    6. B    7. A    8. B    9. C    10. D

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. **Internet:** 互联网指的是全球性的信息系统，通过全球性的唯一的逻辑地址链接在一起，可以通过 TCP/IP 协议或与 IP 协议兼容的协议来进行通信，可以让公共用户或者私人用户使用高水平的服务。
2. **搜索引擎优化:** 是一种利用搜索引擎的搜索规则来提高目的网站在有关搜索引擎内的排名的方式。
3. **协同商务:** 是指将具有共同商业利益的合作伙伴整合起来，主要是通过对整个商业周期中的信息进行共享，实现和满足不断增长的客户需求，同时也满足企业本身的能力。通过对各个合作伙伴的竞争优势的整合，共同创造和获取最大的商业价值以及提高获利能力。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述 B2B 的几种细分模式。

答案要点：

**B2B 模式可细分为以下几种形式：**

- （1）**卖方集中模式**，即一个买家与多个卖家之间的交易模式，也称为集中采购。
- （2）**买方集中模式**，是一个卖家与多个买家之间的交易模式，也称为集中销售。
- （3）**第三方交易市场模式**，是买卖双方之外第三方投资建立、供买家与卖家之间交易的平台，比如阿里巴巴。

2. 简述电子商务客户关系管理的特点。

答案要点：

- （1）**采用网络信息技术**。网络信息技术为当今的客户服务提供重要方法，它可以帮助企业有效配置软件，并在原有的系统基础上升级，使企业更好的处理客户关系。
- （2）**技术系统和商业流程的整合**。在客户关系管理上，注重将技术支持系统和商业流程整合。

- (3) 将客户信息转变为客户关系。企业与客户交流并不只是满足于资料的收集，而是利用所获得的资料为企业创造价值。所以，与客户的交互作用是非常重要的。

#### 四、案例分析题（30 分）

##### 1、答案要点：

- (1) ①建立了自己的网站展示和传播品牌；  
②通过百度和 Google 上的搜索引擎进行品牌宣传；  
③利用网络广告推广品牌；  
④通过提供在线优惠券等进行渗透性营销；  
⑤在微信平台上建立了网络营销导向的网络社区。
- (2) ①提供自动应答、电话中心等尽可能多的客户服务接入形式；  
②通过微信平台上与客户的深度交流，洞察更深层次的客户需求；  
③找出优质客户，注重向最具潜力的客户提供服务；  
④为客户提供定期推荐等个性化的客户服务；  
⑤只做授权品牌特卖、确保正品，提供了一个让客户放心的安全环境。

##### 2、答案要点：

- (1) 物流模式：第三方物流。

优点： ①集中精力，发展主业；

- ②减少库存量，降低库存成本；  
③减少库存积压，节省费用；  
④提升企业形象；  
⑤延伸服务。

- (2) ①与传统企业合作：与山东农产品加工企业建立了供货关系；  
②与相关行业合作：与专业物流公司合作；  
③职能拓展战略：拓展了采摘等业务。

# 2019年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（七）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. A    2. D    3. C    4. D    5. D    6. C    7. B    8. A    9. C    10. D

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 软营销：是指在网络环境下，企业向顾客传送的信息及采用的促销手段更具有理性化，更易于被顾客接受，进而实现信息共享和营销整合。
2. 定制物流：是根据用户的特定要求而专门设计的物流服务模式。它是快速响应客户的物流要求，在不影响成本和效率的基础上，为客户进行物流服务的设计和提供物流服务。
3. 电子签名：也称“数字签名”，是指用符号及代码组成电子密码进行“签名”来代替书写签名或印章，它采用规范化的程序和科学化的方法，用于鉴定签名人的身份以及对一项数据电文内容信息的认可；它还能验证出文件的原文件在传输过程中有无变动。简单地讲，电子签名就是通过密码技术对电子文档的电子形式的签名，并非书面签名的数字图像化。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述电子商务模式的定义及内容。

答案要点：

（1）定义：电子商务模式是使用网络信息技术的商务模式。

（2）内容：①商务运营模式，即企业对经营过程的计划、组织、实施和控制，是与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称；

②盈利模式，即关心企业如何赚钱的问题。

2. 简述按实施主体划分的三种电子商务采购模式的含义。

答案要点：

（1）卖方电子商务采购模式是指供应商在互联网上发布其产品的在线目录，采购方则通过浏览器来取得所需的商品信息，做出采购决策，并完成采购业务的全过程；

（2）买方电子商务采购模式是指采购方在互联网上发布所需采购产品的信息，供应商在采购方网站上登录自己的产品信息，供采购方评估，并通过采购方网站双方进一步的信息沟通，完成采购业务的全过程。



(3) 第三方电子商务采购模式是指供应商和采购方通过第三方设立的平台进行采购业务的过程。

#### 四、案例分析题（30 分）

答案要点：

(1) ①优势：SoNo 集团品牌知名度高，线下渠道强大；与供应商建立了长期合作关系，  
采  
购价格低。

②劣势：SoNo 集团相对于淘宝、京东等，其网站的客户数量少；同时发展线上线下  
业  
务，引起了线上渠道与线下渠道利益冲突。

③机会：中国网购市场正在飞速发展，用户网购需求旺盛。

④威胁：B2C 市场面临着激烈的竞争；大型供应商建立了自己的网上商城，抢占了一  
部分市场份额。

(2) 模式：O2O。

优点：①更省钱：它解决了推广效果量化的难题，让低成本乃至零成本推广成为可能。

②更高效：加快商品流转，减少商品或服务资源闲置和浪费，有效提高传统商  
业的运营效率。

③更合理：降低企业与客户的沟通成本，并能按照不同产品和服务所对应的不  
同群体实行差异化定向营销策略。

④更便捷：方便客户及时、便捷地搜索优惠券和折扣进行消费。

# 2019年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（八）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. C    2. B    3. D    4. B    5. A    6. B    7. B    8. C    9. B    10. A

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 网络广告：就是利用网站上的广告横幅、文本链接、多媒体的方法，在互联网刊登或发布广告，通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作方式。
2. 电子商务物流：是建立在信息技术、自动化技术和现代管理模式基础上通过电子商务运行环境建立起来的现代物流形式。
3. 电子货币：通过销售终端、不同的电子设备之间以及在公开网络上执行支付的储值 and 预付支付机制。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述电子商务的主要赢利模式。

答案要点：

- （1）广告赢利模式。通过广告收入获得赢利。
- （2）订阅赢利模式。通过提供信息和服务收取订阅者的费用。
- （3）交易赢利模式。通过授权和进行交易收取费用（佣金）。
- （4）销售赢利模式。销售产品、服务的收入。
- （5）会员制赢利模式。通过业务推荐收取费用。

2. 简述电子商务物流所具有的独特特征。

答案要点：

电子商务物流除具备传统物流的特征外，还有其独特之处。

- （1）信息化。通过网络使物流配送信息化。
- （2）网络化。一是物流实体网络化，物流企业、物流设施、交通工具、交通枢纽在地理位置上的合理布局而形成的网络。二是物流使用网络技术。
- （3）现代化。电子商务的物流配送必须使用先进的技术设备为销售提供服务。
- （4）社会化。传统的物流配送中心往往是某一企业为本企业提供物流服务，电子商务

下的新型物流配送具备真正的社会性。

(5) 柔性化。实行了“以顾客为中心”，物流根据消费“多品种、小批量、多批次、短周期”的需求特点，灵活组织和实施物流作业。

#### 四、案例分析题（30分）

##### 1.答案要点：

- (1) ①市场合作战略。
  - ②a.与传统企业合作。QN网与航空公司、订票公司等合作。
  - b.与相关行业合作。QN网与金融机构等相关行业合作。
  - c.职能拓展战略。QN网通过收购酒店拓展了业务。
- (2) ①个性化定价策略。QN网根据不同客户的要求提供不同的价格优惠方案。
- ②动态定价策略。QN网根据市场情况调整航班、酒店等价格。
- ③捆绑定价策略。QN网提供机票、酒店、租车等产品的捆绑定价优惠。

##### 2.答案要点：

- (1) ①提供尽可能多的客户接入形式。比如采用微信平台创建了一种全新的人际互动和交往方式。
  - ②洞察更深层次的客户需求。Star餐饮公司进行了一对一的推送活动。
  - ③为用户提供更加个性化的服务界面。Star餐饮公司通过用不同音乐回应不同表情的用户来凸显个性化。
  - ④为用户提供了更安全的互动环境。微信比其他社交媒体更安全。
- (2) ①内容（Content）。Star餐饮公司更注重内容的吸引力，采用音乐等形式与用户沟通。
  - ②方便（Convenience）。微信使用户更方便地获取产品信息。
  - ③交流（Communication）。Star餐饮公司根据用户表情用音乐回复，与顾客展开交流，更有助于活动的开展。
  - ④定制服务（Customization）。Star餐饮公司通过一对一的推送与粉丝开展一些个性化的互动活动，满足不同客户的个性化需求。

# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（九）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. C    2. B    3. C    4. C    5. B    6. A    7. A    8. C    9. D    10. B

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 无线营销：也称作手机互动营销或移动营销。无线营销是利用以手机为主要传播平台的第五媒体，直接向“分众目标受众”定向和精确地传递个性化即时信息，通过与消费者的信息互动达到市场沟通的目标。
2. 电子商务供应链管理：是指电子商务与供应链管理的有机结合，即企业导入电子商务改善其供应链管理的表现，并借供应链管理来拓展电子商务。基于电子商务的供应链管理，以客户为中心，充分利用现代信息技术，集成整个供应链过程，充分利用外部资源，实现快速敏捷反应，极大地降低库存水平。
3. 电子支票：是由 FSTC 倡导，以一种纸基支票的电子替代品而存在的，用来吸引不想使用现金而宁可使用信用方式的个人客户和公司。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述电子商务对企业的影响。

答案要点：

- (1) 影响企业的运作方式。

一方面，电子商务对企业的交易行为产生影响，它使企业交易活动变得简单、方便、快捷；另一方面，电子商务对企业生产产生影响，突出表现在个性化和定制上，即生产厂商按照消费者的需求生产商品。

- (2) 影响企业的组织结构。

随着 Internet 技术的发展，企业特别是高科技企业通过减少管理层次，增加管理幅度，使企业组织结构趋于扁平化。

2. 简述电子商务市场进攻战略的定义和进攻方式。

答案要点：

- (1) 定义：企业首先利用某种技术创新成果开发出新产品，并迅速成为该产品市场领先者或绝对垄断者，或是采用某种策略对根据市场变化打乱对手的战略部署，从而获取更大的利润。

(2) 进攻方式:

- ①正面进攻: 企业利用自己的全部资源从正面向竞争对手发起攻击, 其攻击目标是对手的强项而非弱项。
- ②侧面进攻: 集中优势力量进攻对手的弱点。
- ③包围进攻: 企业从各个方面向对手同时发起进攻, 以夺取市场份额。
- ④迂回进攻: 绕过竞争对手的势力范围, 避免与其进行直接较量, 向较易进入的市场发起攻击, 拓展自己的市场范围。

四、案例分析题 (30 分)

1. 答案要点:

- (1) ①产品概念阶段, 一是形成产品概念, 以中性简约为主; 二是定期与消费者沟通, 进行市场调研。
  - ②产品定义阶段, 确定系列休闲正装新款, 把赢利目标客户定在白领, 确定消费者的兴趣点和产品赢利点。
  - ③产品设计阶段, 消费者参与设计。
  - ④样品研制阶段, 消费者参与研制。
  - ⑤试验推广阶段, 在消费者中开展样品试穿活动。
  - ⑥大规模促销阶段, 面向消费者进行大规模推广。
- (2) ①个性化定价, 对消费者参与设计的定制产品单独定价。
  - ②折扣定价, 在淡季的时候打折。
  - ③捆绑定价, 小饰品和服装捆绑销售。
  - ④高位定价, 新推出时高位定价。
- (3) ①提高采购效率, TONG 女装采用电子商务采购, 解决了库存积压、断货等问题。
  - ②降低采购成本, 解决了原来小批量进货造成的高采购成本问题。
  - ③扩大了交易范围, 利用网络在全国甚至日韩布料产区寻找布料。
  - ④提高整体供应链的获利能力, 从设计、采购、生产、销售做到了无缝衔接, 提高了效率与获利能力。
  - ⑤实现了本地化采购向全球采购的转变。

# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（十）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. A    2. B    3. A    4. C    5. C    6. A    7. B    8. A    9. B    10. C

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 电子商务：通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。
2. 第三方物流：是指由买卖双方之外的第三方企业承担交易过程中形成的物流运输任务，即买卖双方将物流业务外包给第三方承担。它有利于买卖双方降低交易成本，而第三方物流公司可通过优化资源配置提高物流运作效率，降低物流成本，并可以满足电子商务交易中的小批量、多品种、高速度和准时供货等物流要求。
3. 电子货币：通过销售终端、不同的电子设备之间以及在公开网络上执行支付的储值 and 预付支付机制。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述由交易过程决定的电子商务的特点。

答案要点：

- （1）普遍性：不受时空限制；
- （2）虚拟性：交易物品在网上模拟展示、某些交易环节虚拟化；
- （3）交互性：主体之间可以实时地双向沟通。

2. 简述网络营销的职能。

答案要点：

- （1）树立品牌；
- （2）网站推广；
- （3）信息发布；
- （4）销售促进；
- （5）渠道建设；

- (6) 顾客服务;
- (7) 顾客关系;
- (8) 销售策略。

#### 四、案例分析题 (30 分)

##### 1.JD 商城的电子商务之路

答案要点:

- (1) 网络品牌营销的含义是组织机构或个人利用互联网为媒介, 利用各种网络推广手段进行产品或服务的推广, 在消费者心目中树立良好的品牌形象, 同时实现企业自身的价值。

JD 商城通过以下措施建设其网络品牌:

- ① 网站建设;
- ② 搜索引擎;
- ③ 网络广告。

- (2) JD 商城主要运用了以下客户关系管理的策略:

- ① 提供尽可能多的客户服务接入方式;
- ② 洞察更深层次的客户需求;
- ③ 注重向那些具有潜力的客户提供服务;
- ④ 提供一个让客户放心的安全环境。

- (3) 其物流模式为企业自营物流。

# 2019年河北省普通高校专科接本科教育考试

## 电子商务概论模拟试卷（十一）参考答案

### 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. C    2. B    3. A    4. B    5. C    6. D    7. B    8. B    9. D    10. C

### 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 网络银行：是指金融机构利用 Internet 向客户提供开户、销户、查询、对账、行内转账、跨行转账、信贷、网上证券、投资理财等传统服务项目，使客户可以足不出户就能够安全、便捷地管理活期和定期存款、支票、信用卡及个人投资等业务的银行。
2. 病毒营销：又称病毒式营销、病毒性营销，基因行销或核爆式行销，是通过用户的口碑宣传，信息像病毒一样传播和扩散，利用快速复制的方式传向数以千计、数以百万计的受众。也就是说，通过提供有价值的产品或服务，“让大家告诉大家”，通过别人为你宣传，实现“营销杠杆”的作用。
3. 第三方支付：是指一些和国内外各大银行签约，并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。它通过与银行的商业合作，以银行的支付结算功能为基础，向政府、企业、事业单位提供中立的、公正的面向其用户的个性化支付结算与增值服务。

### 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述电子商务的基本流程及每一阶段中的主要商务活动。

答案要点：

- （1）交易前的准备：买卖双方和参加交易各方在签约前的准备活动。
- （2）交易磋商：开始询盘、发盘、还盘以及组织资源等活动。
- （3）签订合同和办理手续：合同双方利用电子数据交换进行签约，并办理电子票据和电子单证的交换手续。
- （4）履行合同和索赔：卖方要备货、组织货源、进行报关、保险、取证等，买方委托物流公司运输，直到完成货款结算和整个交易。

2. 简述电子商务采购的优势。

答案要点：

电子商务采购的优势：

- （1）从根本上改变企业的传统采购模式，使企业提高效率。传统采购单证操作过多、处理



时间长、交易范围小、采购效率低。

- (2) 降低采购成本。互联网减少了稳健处理等交易程序，从而降低成本。
- (3) 扩大交易范围。一方面扩大了卖方的销售机会，另一方面便于买方寻找。
- (4) 提高整体供应链的获利能力。通过将电子商务采购纳入整个供应链管理，降低成本，提高获利能力。
- (5) 实现本地化采购向全球化采购的转变。全球化采购基本模式是应用电子商务进行采购。

#### 四、案例分析题（30分）

##### 1. 答案要点：

- (1) ① 普遍性：用户不受时空限制；
  - ② 虚拟性：交易经由 Internet 实现；
  - ③ 交互性：提供了内容丰富、交互性强的使用帮助服务。
- (2) ① 内容（Content）方面：提供余额增值服务，该服务有稳健收益和安全保障；
  - ② 方便（Convenience）方面：资金可以随时存取、借助 Internet 提供无时空限制的服务、提供便捷的产品体验入口；
  - ③ 交流（Communication）方面：提供了内容丰富、交互性强的使用帮助服务；
  - ④ 定制服务（Customization）方面：提供自动转入、分期付款等多项定制服务。
- (3) ① 紧密跟进，尽可能效仿余额宝，不从根本上侵犯余额宝。
  - ② 选择跟进，跟进余额宝的同时由自己的独创性。
  - ③ 距离跟进，在主要方面，如市场目标、产品创新方面跟进余额宝，但仍保持差异。



# 2019 年河北省普通高校专科接本科教育 考试电子商务概论模拟试卷（十二）参考 答案

## 一、单项选择题（每小题 5 分，共 50 分）

1. C    2. A    3. D    4. A    5. B    6. B    7. A    8. D    9. A    10. B

## 二、名词解释（每小题 10 分，共 30 分）

1. 电子支付：指消费者、商家和金融机构之间使用安全电子手段把支付信息通过信息网络安全地传送到银行或相应的处理机构，用来实现货币支付或资金流转的行为。
2. 电子商务供应链管理：是指电子商务与供应链管理的有机结合，即企业导入电子商务改善其供应链管理的表现，并借供应链管理来拓展电子商务。基于电子商务的供应链管理，以客户为中心，充分利用现代信息技术，集成整个供应链过程，充分利用外部资源，实现快速敏捷反应，极大地降低库存水平。
3. 第三方物流：是指由买卖双方之外的第三方企业承担交易过程中形成的物流运输任务，即买卖双方将物流业务外包给第三方承担。它有利于买卖双方降低交易成本，而第三方物流公司可通过优化资源配置提高物流运作效率，降低物流成本，并可以满足电子商务交易中的小批量、多品种、高速度和准时供货等物流要求。

## 三、简答题（每小题 20 分，共 40 分）

1. 简述政府在电子商务中的角色定位。

答案要点：

- (1) 作为参与者（使用者）：从事政府采购活动，属于商业行为。
- (2) 作为（宏观）管理者：（在工商、税务、海关等方面）对电子商务起着扶持和规范的作用。

2. 简述电子商务市场经营业务战略的主要类型。

答案要点：

- (1) 成本领先战略，使自己的产品或服务的价格低于竞争对手。
- (2) 差异化战略，使自己的产品或服务与众不同。
- (3) 集中化战略，核心是针对特定的顾客群。

#### 四、案例分析题（30分）

##### 1.答案要点：

- (1) ① Mbag 通过网络品牌营销可以进行产品或服务的推广。
  - ② Mbag 通过网络品牌营销在消费者心目中树立良好的品牌形象。
  - ③ Mbag 通过网络品牌营销可以实现企业自身价值。
- (2) Mbag 采用了第三方物流模式。

优势：① 集中精力发展主业。

  - ② 减少库存量，降低库存成本。
  - ③ 减少资本积压，节省费用。
  - ④ 提升企业形象。
  - ⑤ 延伸服务。
- (3) ① Mbag 优势（S）：品牌影响力较大；产品销量较高。
  - ② Mbag 劣势（W）：部分消费者对其产品质量信息不足；物流配送质量不高。
  - ③ Mbag 外部机会（O）：箱包网购市场巨大。
  - ④ Mbag 外部威胁（T）：竞争激烈；市场存在严重的产品同质化。