

全国 2018 年 4 月高等教育自学考试电子商务案例分析试题

课程代码:00902

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

- 1、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。
- 2、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、“中国医药网”的 B2B 商业模式是
 - A.以行业资讯服务为主
 - B.以招商加盟服务为主
 - C.以在线交易服务为主
 - D.以项目外包服务为主
- 2、北京市人力资源和社会保障局网站属于

A. B2C 模式 B. B2B 模式 C. C2G 模式 D. C2C 模式

3、电子商务案例选取的原则是

A.以静制动 B.动静结合 C.与时俱进 D.只读经典

4、免费为用户提供网上交易安全的信用中介工具——“支付宝”的 B2B 网站是

A.携程网 B.凤凰网

C.当当网 D.阿里巴巴

5、利用行业协会作为主要营销方式的交易服务型 B2B 企业是

A.亚马逊 B.敦煌网 C.阿里巴巴 D.环球资源

6、沃尔玛中央集权式采购的供应商管理体系所属的模式是

A.信息平台型 B.行业联盟型

C.直销平台型 D.企业内商务网

7、定位为互联网快时尚品牌的 B2C 网站是

A.凡客诚品 B.亚马逊

C.携程网 D.京东商城

8、先做大量调查研究工作，再决定是否购买的消费者属于

A.冲动型消费者 B.耐心型消费者

C.实用型消费者 D.分析型消费者

9、从主营 3C 转型为网上综合零售商的 B2C 网站是

A.京东商城 B.当当网

C.携程网 D.凡客诚品

10、网络购买过程的起点是

A.比较选择 B.收集信息

C.诱发需求 D.购买决策

11、淘宝网系统根据记录的客户消费痕迹，分析其购物偏好，然后把信息卖给卖家，卖家再进行精准营销的营销工具是

A.旺铺订购 B.淘宝直通车

C.淘买家 D.满就送

12、虚拟社区如校友录、博客、百度贴吧等分属三类类别，这三种类别的分类依据是

A.按进入社区的限制程度 B.按进入社区的人数

C.按沟通交流的实时性 D.按存在的时间长短

13、网络从单向提供海量信息，向民众可主动发布信息、观点的泛媒体平台转变，如以天涯社区为代表的互动型网站。IT 界人士将这一时期的互联网命名为

A. SNS B. Blog

C. Rss D. Web 2.0

14、表现为互联网上公共行政部门统一的门户网站，各公共行政部门的政务公开、网上办事平台等，这种电子政务平台是指

A.政务外网 B.政务内网

C.政务专网 D.办公自动化

15、从城市规划、建设和管理的狭义角度看，数字城市可概括为

A.城市 2.0 B. 43VR

C.未来城市 D.智慧政府

16、最早推出基于 E-mail 和手机号码的综合电子支付服务的独立第三方支付企业是

A.财付通 B.支付宝

C.快钱 D.贝宝

17、下列属于互联网型支付企业的第三方支付平台是

A.银联电子支付 B.盛付通

C.汇付天下 D.快钱

18、实现电子支票安全性和权威性主要依靠的技术是

A.电子签名 B.数字签名

C. SSL 协议 D. SET 协议

19、合同制物流又称为

A.第一方物流 B.第二方物流

C.第三方物流 D.第四方物流

20、第四方物流管理从货主、托运人到用户、顾客的供应全过程，这个基本功能被称为

A.物流运作 B.供应链梳理功能

C.供应链再造功能 D.运输一体化功能

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。

二、案例分析题：本大题共 3 小题，每小题 15 分，共 45 分。

21、2008 年正式成立的穷游网(www.qyer.com)是国内一家运用互联网电子信息技术, 提供跨国多目的地(以海外为主)的中文旅游资讯和在线增值服务提供商。穷游网倡导以节省费用的方式进行自助旅行, 为消费能力强且追求旅游品味和质量的全球旅游者提供旅游一站式服务。

在穷游网, 用户能够得到来自于与他们一样的背包客的真实分享: “目的地”版块提供旅游小贴士和各种注意事项; “锦囊” 版块提供境外著名旅游景点的出行全攻略; “发现” 版块提供背包族中佼佼者的切身体会心得。穷游网用海量信息吸引客户群体, 目前已汇集了超过 120 万余篇最新、最及时的游记、攻略和旅行小贴士, 这个数字还在迅猛增长中。依托庞大的客户群, 穷游网能寻找更为优质的旅游服务资源, 让用户在网站方便地预订酒店、机票、景区门票、旅游保险等, 并享受 相当多的折扣, 与旅行相关的签证、景点、交通、住宿、美食、购物、娱乐、交友一网打尽。穷游网鼓励用户再次分享, 在论坛社区中, 用户可以将自己的游记和见闻与 200 多万注册用户进行零距离分享, 既吸引人气, 又不断丰富旅游信息资源。

穷游网在中文海外旅游内容和服务领域与同类网站相比优势明显。目前已有近 20 万高端用户, 高学历、高收入、18-35 岁的用户比例超过 90%, 海外、中国大陆用户约各占一半。

根据上述资料, 回答下列问题:

(1)根据参与电子商务交易主体的不同, “穷游网” 属于哪种类型的电子商务?(2 分)

(2)为了实现其领先优势,“穷游网”采取了哪些经营策略?(13分)

22、总部位于西雅图的宠物在线托管服务供应商 Rover 是一个面向宠物主与临时看护人的在线市场,旨在帮助他们达成宠物临时照顾服务的交易。

在美国,拥有宠物的家庭比拥有小孩的家庭还要多,其宠物寄养的市场规模约为 65 亿-80 亿美元。Rover 认为,现有的商业模式及解决方案去失了 90% 的潜在市场,宠物酒店的服务费用通常贵得离谱,其每晚的费用大约在 30 美元,甚至到 80 或 90 美元,如果需要“遛狗”等服务,则还要支付额外费用,Rover 提供了一套搜索、联系沟通、评分与支付服务来解决这个问题。

宠物主人外出前,可以到 Rover 寻找一个临时看护人帮忙照顾自己的宠物,普通的宠物爱好者能“出租”自己的照料服务,通过照料他人寄养的小动物获利,对于希望寄养宠物(以狗为例)的用户,他们需要提交狗狗的资料,给它创建页面,包括图片和描述;按日期、地点、价位来搜索与筛选提供照料服务的人;联系他们,通过 Rover 预定和支付报酬;出差或度假后取回宠物,并对照料者打分与评论,“保姆”们则需要创建自己的页面,添加描述,包括选择如何交接宠物等;通过完善资料等方式提高自己的搜索排名;有需要时,借助 Rover 独有、个性化的视频创建服务,免费创建精美、高质量的视频,并分享给狗狗主人;要求宠物主人评论(不排除邀请朋友过来写推荐)。

Rover 收取 15%的服务费用,整个支付过程类似淘宝网的支付宝那样预先收取费用,等待双方确认之后再转账,并从中抽成,用户可以选择收取虚拟货币 Rover Bucks,等积累到一定程度再兑换,也可以直接用 PayPal 支付现金,Rover 的盈利模式还包括增值服务,比如“最后一分钟>Last Minute)”服务是面向那

些没有时间自行搜索临时看护人的用户，由网站代为安排，这时将由 Rover 收取额外的费用。

Rover 公司会仔细核实用户在在线系统中填写的地址，也会仔细筛选所有的照看申请者，截至 2013 年 2 月，Rover 已有 10 万名狗狗爱好者注册，看护人遍布 4300 个大小城市，其服务广受称赞，94%为五星好评。

根据上述资料，回答下列问题：

(1) Rover 网站属于哪种类别的电子商务？(2 分)

(2) 请根据网上消费者的消费心理类别，分析 Rover 网站所提供的相应服务。

(13 分)

23、有多家机构称，在移动互联网时代，网民在移动设备上更喜欢观看图片，花瓣网(huaban.com)就是一家基于兴趣的图片分享社交网站。

“花瓣网”采用瀑布流的形式展现图片内容，这种方式视觉冲击力很强，也给用户很强的浏览体验。用户无需翻页，只要不断往下拖拽，新的图片不断自动加载在页面底端，非常适合用户漫无目的地浏览网页。

网站提供了一个简单的采集工具，几乎适用于当前所有的浏览器。不论是在家里还是在办公室，只需要一台拥有网络的终端，只要拥有“花瓣网”的账号，用户就能通过专属于“花瓣网”的浏览器插件——“采集到花瓣”，将网上看见的一切信息轻松地保存下来，快速完成信息的收集，这些信息不仅附带原始的网页链接，还会以图片/视频的形式美轮美奂地呈现在“画板”里。

在“花瓣网”，用户可以根据自己的需求和兴趣创造属于自己的“画板”，也可以关注其他用户或画板。画板是某种主题的集合，帮助用户将自己喜欢的图片重新进行组织和收藏，用户拥有多个自定义的“画板”，可以收藏并分类展示所采集到的成果，诸如“灵感，我爱你”、“我要把家装成这样”、“吸引我的去处”等等用户对画板的自由命名，充分展示了用户特质、品味和生活态度等信息。

在“花瓣网”，兴趣与品味构成了人与人之间的联系，利用花瓣网提供的互动平台，可转采、喜欢、评论、关注感兴趣的用户，并和他们一起分享，从而形成一种基于人和人共同“兴趣”为线索的图谱。花瓣网与 QQ、微博等社交网络账号进行联通，用户无需重新注册新的账号，就可以将花瓣网上的内容一键转发至其他社交网络中。

广告创意设计师、插画师、产品经理、家居设计师及爱好者、时尚达人、美食爱好者、全职妈妈……，花瓣网上的用户起初主要来自创意设计领域用户，逐渐渗透各领域的爱好者，他们乐于在网络分享兴趣、结交朋友。自 2011 年 11 月 11 日零点正式上线至 2013 年末，花瓣网已经发展成为一个总采集量超过 1 亿、月增长速度超过 300% 的视觉社交网络平台。

根据上述资料，回答 K 列问题：

(1) 简述虚拟社区的特点。(4 分)

(2) 请结合 SNS 网站的体系建构，分析花瓣网如何打造用户低成本的视觉社交网络平台。(11 分)

三、综合分析题：本题 35 分。

24、2010 年 4 月，九城集团倾力推出国内首家专业提供新鲜食品的网上超市——沱沱工社，凭借雄厚的资金实力，九城集团在北京、上海等地投建上千亩有机农场，整合新鲜食品生产、加工、网络化销售全产业链各相关环节，并依托“透明供应链”产品质量透明管理体系在食品行业供应链上的独特应用，将具有质量和信誉保障的高端食品和生活用品“新鲜日配”这一难以逾越的梦想变成现实。

食品超市对有机食品的要求一般都很高，需要保证产品进超市至少有 30 个以上的品种，再加上相关的损耗和浪费，会大大增加运营成本。有机食品网上超市可以避免这些问题，但依然需要从有机食品种植、商品组织、供应商评估、电子商务平台的搭建、物流配送等各个环节进行整合和匹配。

在满足消费者更多细微需求，帮助城市白领家庭找到自己偏爱的生活方式的使命召唤下，沱沱工社为消费者供应农场直送新鲜蔬果、特色美食、母婴营养搭配、有机美食、生活必需品等 16 个大类、上万种商品，所经销的有机产品均经过国际国内权威认证机构认证，沱沱工社还承诺，其所售新鲜食品，在签收时或签收后 3 天之内出现质量问题，均可享受无条件退货。

为了解决有机食品的来源问题，沱沱工社在北京平谷租用了 1050 亩土地，开了一个有机农场，亲自种植有机蔬菜，养殖有机家禽、家畜，保证农场种植出来的都是真正健康绿色的有机食品。其他更多的有机食品则采用对外采购的方式，严格挑选产品可靠、有技术保障的供应商，例如，沱沱工社销售的深海鱼产品都

是进口的，因为国外的海捕技术可以保证深海鱼瞬间冷冻到零下 60℃，从而保证了深海鱼类的新鲜和营养。

为保证有机食品的新鲜与及时配送，沱沱农场采用了“产出预报”的方式，提前 3 天进行出产预报，对农场可销售的数量做虚拟库存，预估出即将采摘的产量，然后等采摘完毕后，经过简单的分搞，配送到位于北京市顺义的配送中心，最后再进行包装和配送。

沱沱工社配有 4000 余平米集冷藏、冷冻库和加工车间为一体的现代化仓储配送物流中心，分为标准库和生鲜库，其中生鲜占 40%，此外购买了若干台冷藏冷冻车，采用冷链物流到家的配送运作模式，当时冷链物流企业多是做 B2B 模式的干线运输和城市配送，服务对象多为超市、餐馆等大型目标，而具体到小街小巷的上门宅配服务则显能力不足；同时，生鲜电商的特点是小批量、多批次、多温区（常温，保鲜，冷藏，冷冻），传统的冷藏车配送无法满足这种特点的要求，所以沱沱工社自己开创了一套冷藏车+电动三轮车+保温箱+低温冰板的冷链宅配模式：冷藏车主要用于中转，送到配送站点后，换成电动三轮车（放保温箱+低温冰板）送货，这种配送方式有两点优势，一是成本低；二是灵活机动，尤其到北京二环内胡同送货的时候优势更为明显。

对于第三方冷链物流为何服务不好生鲜电商的问题，沱沱工社供应链中心相关负责人指出，第三方冷链物流企业的出发点不同，他们认为能够把生鲜产品按时按地送到客户手中就行，但实际上生鲜电商的冷链配送远非如此简单，“这一行不光是要卖商品，而是商品和服务要打包去卖，就是说这样的商品就需要匹配这样的服务，我们要求配送人员不仅仅是送货，还要去收集消费者反馈信息，介

绍商品特性、储藏条件，甚至是无条件上门退货等等总而言之，生鲜电商企业要求物流人员必须作为整个供应链条中的终端触角，去吸收和反馈消费者对于生鲜产品的种种信息，从而帮助电商企业去调整和改善往前倒推的业务流程及操作标准。

“要做生鲜电商，就要从种植源头了解产品是如何生长的，特性是什么，还要懂得如何加工、包装、运输，更要了解客户的需求，任何一个环节做不好都可能造成消费者的不满意。所以并不是说物流硬件好就能服务好生鲜电商，这里面人的因素很关键或许这番话也解释了为什么做生鲜电商压力大，第三方物流企业做不了的原因。

目前，沱沱工社已开通北京、上海、天津这3个直辖市，以及河北、山东、江苏等7省的生鲜配送区域。九城集团2012年财务年报中披露，通过沱沱工社网站运营水果蔬菜的业务营收占全年总营收的26%，约合2350万人民币，相比2011年增长181%。

2014年，沱沱工社提出并打造“全面透明参与式保障体系”的服务标准，通过“透明化的农场供应链服务”，将食品从种植、生产、加工、销售的全过程，通过参与式营销、参与式研发和参与式生产的全面透明参与，让消费者在全程零距离参与中感受安全和信柏，这将是沱沱工社有别于其他生鲜食品电商的核心优势。

根据上述资料，回答下列问题：

(1) “沱沱工社”属于何种类型的电子商务模式?(2分)

(2) “沱沱工社” 当前采用了哪种类型的物流模式?该模式有什么特点?(8 分)

(3) “沱沱工社” 选择当前物流模式的原因有哪些?(8 分)

(4) “沱沱工社” 的核心优势体现在哪些方面?(17 分)