

全国 2020 年 8 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,考生务必将自已的考试课程名称、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. “中国网库” 所属的 B2B 商业模式是

A.以线下内贸服务为主的综合 B2B 模式

B.以小宗外贸服务为主的综合 B2B 模式

C.以 “行业门户+联盟” 为主的综合 B2B 模式

D.以招商加盟服务为主的行业 B2B 模式

2. “基于互联网的电子商务每天 24 小时提供服务，客户及企业能够随时办理各种业务”，这体现了电子商务的

- A. 高效性
- B. 方便性
- C. 社会性
- D. 技术性

3. 以下采用了“通过推荐销售来抽取佣金”的赢利模式的电子商务网站是

- A. 豆瓣网
- B. 淘宝网
- C. 久游网
- D. 万网

4. Covisint (www.covisint.com) 的 B2B 电子商务模式属于

- A. 行业联盟型
- B. 企业内商务网
- C. 第三方电子商务平台
- D. 公共商务网交易市场

s. “B2B 电子商务可为企业增加商业机会，并为企业创造未来发展机遇”，
这体现了 B2B 电子商务

- A.使企业具有成本优势
- B.促使企业具有差异化优势
- C.使企业具有无边界扩展优势
- D.促使企业具有“目标集聚”优势.

6.海尔网站采用的 B2B 模式属于

- A.信息平台型
- B.交易平台型
- C.核心企业型
- D.行业联盟型

7. B2C 的含义是

- A.企业到消费者
- B.企业到企业
- C.消费者到消费者
- D.政府到企业

8. “企业通过网站向消费者提供计次收费的信息浏览和信息下载”，这种电子商务属于

- A.网上订阅模式
- B.付费浏览模式
- C.广告支持模式
- D.网上赠与模式

9.以下采用了“特许加盟”赢利模式的 B2C 网站是

- A.海尔电商网站
- B.中国服装网
- C.当当网
- D.汉唐收藏网

10. “在网络购买过程中，消费者个人所储存、保留的市场信息，包括购买商品的实际经验、对市场的观察以及个人购买活动的记忆等”，这属于收集信息的

- A.内部渠道
- B.商业渠道
- C.外部渠道

D.公共渠道

11. “买家公开相互竞价，每次竞价都比前一次的竞价更高”，这种拍卖是

A.英式拍卖

B.荷兰式拍卖

C.首价密封拍卖:

D.维克瑞拍卖

12. “众多小市场可汇聚成与主流大市场相匹敌的市场能量”，这体现了

A.蝴蝶效应

B.激励理论

C.马太效应.

D.长尾理论

13.淘宝网成立之初的商业模式定位于

B. B2C

C. C2C

D. G2C

14. Facebook、人人网等社交网络的兴起与发展，验证了

A.黄金分割理论

B.新生态链

C.长尾价值

D. “六度分隔” 理论

15. “在虚拟社区里，网民以依个人爱好而定的 ID 号标识自己”，这体现了虚拟社区人

际互动的

A.超时空性

B.匿名性

C.流动频繁性

D.共享性

16. “智能办公” 是指

A.通过智能化的监管系统对监管对象进行自动感知、自动识别和自动跟踪

B.自动感知、预测民众所需的服务，为民众提供个性化服务

C.采用人工智能、知识管理、移动互联网等手段对传统办公自动化系统进行改造

D.采用数据仓库、数据挖掘、知识库系统等技术手段辅助政府领导干部的工作

17.基于信用卡支付系统且商家、客户各方的身份都需要 CA 认证的交易协议是

A. SSL

B. HTTPS

C. WAP

D. SET

18.“支付宝”从创建开始始终作为产品和服务核心的是

A.快速

B.安全

C.信任

D.简单

19.“通过契约形式来规范物流经营者与物流消费者之间的关系，物流经营者根据契约规定的要求，提供多功能直至全方位一体化物流服务”，这体现了第三方物流的

A.关系合同化

B.功能专业化

C.服务个性化

D.信息网络化

20. “电子商务企业自己负责所有的物流业务，包括仓储、配送、包装、运输等”，这种电子商务物流实现的方式是

A.第三方物流

B.自营物流

C.开放物流平台

D.第四方物流

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.威客 (Witkey)是指在网络时代凭借自身的知识、技能和经验,在互联网上出售自己的富裕工作时间和劳动成果而获得报酬的人。通俗地讲,威客就是在网络上出售自己无形资产(知识商品)的人。在商业环境中,成为威客的人多种多样,除了各个行业、各个领域之外,还包括掌握各种创新理论(经济和管理)的人。威客网站的出现,为具有知识生产加工能力的个人创造了一个销售知识产品的商

业平台和机会。随着威客时代的来临，每一个威客都可以将自己的知识、经验和学术研究成果作为一种无形的“知识商品”和服务通过网络进行销售。猪八戒网(www.zhubajie.com)是中国最大的创意服务交易平台，也是全球最大的威客模式网站。该网站以“让每个人、每个企业都能获得更诚信、更有保障的服务”为使命，汇聚了数百万个自由工作者，为各种机构、企业组织、社会团体以及个人提供在线工作，分布世界各地的威客通过该网站将自己的知识、智慧、创意等转化为真金白银。截至2013年8月猪八戒网累计交易金额突破25亿元人民币，交易总数超过80万件，用户总数突破900万。

猪八戒网站可以提供各式各样的服务，目标用户非常广泛，其利润来源主要是威客的劳动成果分成，通过提供交易平台来获取服务费。除了作为平台提供交易服务以外，猪八戒网也会主动联系客户，帮助企业客户发布任务和寻找威客，以此来获得收益。另外，猪八戒网站非常重视网站的推广与营销，擅长借助传统媒体来推广网站的品牌诚信度，并与网络推广相结合，扩大了该网站的品牌知名度，也为其带来了较好的广告收益。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1)请简述威客模式的内容。(4分)
- (2)猪八戒网站的定位是什么?(4分)
- (3)猪八戒网站通过哪几种方式获得收益?(7分)

22.趣玩网创立于2009年4月，通过互联网或其他电子渠道，针对个人或者家庭的需求销售商品或提供服务。该网站提出了“网上宜家”的概念，强调“创

意点亮生活”的实用生活理念，致力于成为创意生活产品领域第一零售品牌。由于很多白领阶层对时尚和创意都有自己独特的见解和需求，因此该网站将目标客户定位于这一群体，用个性化的服务为客户提供创意家居、装饰、厨浴、办公、休闲、潮流等系列商品。目前，趣玩网经营着 1000 余种正版创意居家商品，近 100 个创意品牌，同时经营着 1 万余种正版时尚居家商品，近 1000 个时尚品牌，并且规模还在不断扩大。

目前，趣玩网主打创意家居类商品，鼓励原创与个性设计品牌，采取的是“买手模式+设计模式”。该网站强调对产品气质与性格的深入理解，而一个充分挖掘和尊重产品气质的平台更能唤醒消费者心中的情感诉求。另外，趣玩网率先提出并执行 30 天的退换货服务，反而降低了退换货率。30 天的退换货期限提高了客户对购物平台的信任预期，也给了客户更从容的时间去体验和接纳产品。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1)趣玩网属于哪种电子商务模式？(2 分)
- (2)请简述趣玩网的目标客户并陈述理由。(5 分)
- (3)趣玩网通过哪些方式为客户提供更好的服务？(8 分)

23.苏宁易购以千万级规模的投入与天涯社区达成了战略合作，将自身的电子商务优势与天涯的社会化媒体优势相结合。通过打通双方的底层数据库，将天涯核心资源与苏宁易购专区实行联动，创建苏宁易购积分商城，活化了 8000 万天涯网友的天涯积分，同时通过互动活动、促销工具、签到关注、优质推广等

社区植入型传播及销售促进型传播，成功打造了苏宁易购的 360 度立体式社区整合传播，为天涯社区用户提供了最佳的社会化电子商务服务体验。

天涯社区与苏宁易购合作的基点就是打通天涯底层数据，实现与苏宁易购商城的积分互通和会员共享，将天涯核心的“社区积分”与苏宁易购的产品、活动相捆绑，通过发帖、回帖积分领券达成促进网友消费的目标，形成天涯会员与苏宁易购的强关联。此外，苏宁易购积分商城还整合了转盘、优惠券、竞拍工具、签到等多种社区营销工具，将积分商场打造成为一个集商品展示、促销活动展示、粉丝微博互动、企业论坛于一体的综合性优惠互动通道。

天涯社区协调全站资源，为苏宁易购配置了高曝光、高访问的优质广告。广告覆盖了主要版块的所有帖子，网友点击任意帖子页面均可见，点击率非常高。而且，全站网友访问天涯任意页面时均可弹出苏宁易购广告，有力地保障了苏宁易购品牌的高曝光度。另外，天涯社区配合苏宁易购的促销节点，共策划设计了 12 场轰动全站的大型创意互动活动。在活动中，网友与品牌进行了充分的分享与互动，并在积极有效的互动中成功提升了网友对苏宁易购的品牌认知度。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1)天涯网站属于哪种电商网站?请简述这种电商网站的含义。(3 分)
- (2)天涯网站是如何帮助苏宁易购打造 360 度立体式社区整合传播的?(6 分)
- (3)天涯网站是如何帮助苏宁易购提高品牌的曝光度和认知度的?(6 分)

三、综合分析题:本题 35 分。

24.敦煌网成立于 2004 年，是一家整合在线交易和供应链服务的电子商务网站。该网站致力于打造一个完整的在线供应链体系，直接打通中国上游中小制造企业和贸易商同国外无数中小采购商之间的贸易联系。

敦煌网通过在线交易实现买卖双方的双赢，进而实现敦煌网、海外买家和国内卖家的三赢。对于国内的中小企业来说，可以直接通过敦煌网将产品销售给海外庞大数量的中小采购商，提高了国内中小企业的盈利空间和议价能力；对于海外广大的中小采购商来说，可以更便捷、更具经济效益、更有选择性地直接采购中国商品，从而有效提高了海外中小采购商的经营利润和市场竞争力。

敦煌网主要进行线上小额批发业务，其交易客户大多是零售商和小批发商，以外贸生意为主。在敦煌网，买家通过卖家注册后发布的商品信息来下订单，不仅可以直接批量购买，还可以先购买小量样品，再决定是否大量采购。客户在敦煌网上下订单后，可以通过多种支付账户结算，订单支付确认后快递公司一般在一定金额范围内会代理报关。敦煌网没有自己的物流配送系统和队伍，而是将客户的订单全部外包给专业的物流公司。国际物流巨头 DHL、联邦快递等大型跨国物流公司都是敦煌网的长期合作伙伴，由于在网上整合了大量的订单需求，可以最大限度地节省物流成本。

敦煌网的供应商客户采取免费注册的方式，不同于其他的 B2B 网站，敦煌网是向买家收取交易佣金。只有在买卖双方真正达成交易后，才会向买方收取订单规模 7%- 15%的佣金。

客户成功注册后，可以进一步通过增值服务来增加自己所拥有的权利。增值服务分为数据智囊、敦煌-站通、钻石礼包、白金礼包等 4 种，其服务内容主要

包括展示商品、在线沟通、企业商品推广、培训服务等。这不仅能提高产品的知名度，还能优先享受贴心的指导和服务。“敦煌一站通”，是敦煌网于2013年全新整合推出的升级版服务，面向全国范围内的优质工厂推出了基于平台的账户管理、店铺营销一体化、一站式以及全方位的外贸营销等服务。“一站通”帮助企业轻松实现在线外贸，全程为企业保驾护航，让外贸电子商务交易更加安全和便捷。为了帮助中小企业在复杂经济环境中抓住机遇，更好地赢得商机，敦煌网推出了“钻石礼包”，使得广大卖家能够更智能、更精准地管理网上生意。它的内容包括：最强大的推广资源(搜索结果最优先排名，每月2次主动联系批量客户)，最高级VIP客户服务(经营指导，产品审核、咨询等系列服务)，最强大的店铺功能(吸引客户下单，保障账户管理安全、高效)，分权限账户管理(可设置多个子账户及其管理权限)等。

众所周知，许多B2B平台的广告都采取收费方式。敦煌网提供了定价广告和竞价广告两种发布方式。客户在敦煌网注册成功后即可获得该网站提供的50元赠点广告费。虽然敦煌网的广告都是收费的，但是它推荐的竞价投放系统起价门槛低，加价幅度小(仅0.5元)，是绝大多数中小企业都能负担得起的。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1)敦煌网的市场定位是什么？(3分)
- (2)敦煌网属于哪一种电子商务模式？请简述其交易过程。(9分)
- (3)敦煌网采用的物流模式是什么？请简述该模式的概念及其特点。(8分)
- (4)敦煌网通过哪些方式赢利？(6分)

(5)敦煌网为客户提供了哪些增值服务?并详细说明。(9分)