

全国 2019 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. 易唐网的 B2B 商业模式属于
  - A. 以线上外贸服务为主的综合 B2B 模式
  - B. 以线下内贸服务为主的综合 B2B 模式
  - C. 以“行业门户+联盟”为主的综合 B2B 模式
  - D. 以小宗外贸服务为主的综合 B2B 模式
2. B2B 电子商务的延伸和发展是指
  - A. B2C 电子商务
  - B. B2G 电子商务
  - C. C2C 电子商务
  - D. C2G 电子商务
3. 北京市人力资源和社会保障局网站的电子商务模式属于
  - A. C2G
  - B. B2G
  - C. G2G
  - D. C2C
4. 电子商务活动需要雇员和客户之间、生产方与供货方之间、销售方与商务伙伴之间的相互协调,它体现了电子商务的
  - A. 高效性
  - B. 方便性
  - C. 社会性
  - D. 技术性



15. 我国的电子政务起步于
- A. 20 世纪 80 年代初期  
B. 20 世纪 80 年代末期  
C. 20 世纪 90 年代初期  
D. 20 世纪 90 年代末期
16. 政务外网功能不包括
- A. 信息发布  
B. 审批申报  
C. 网上招聘  
D. 会议管理
17. 在政务微博中所占比例最高、服务性最强的是
- A. 教育微博  
B. 公安微博  
C. 工商微博  
D. 交通微博
18. 刺激电子支付的原因不包括
- A. 加快交易速度  
B. 降低技术成本  
C. 减少操作和处理成本  
D. 增加在线交易
19. 物流配送中心根据消费者“多品种、小批量、多批次、短周期”的需求，灵活组织和实施物流作业，体现了电子商务物流的
- A. 智能化特点  
B. 柔性化特点  
C. 自动化特点  
D. 网络化特点
20. 第四方物流的基本功能不包括
- A. 供应链管理  
B. 物流代理服务  
C. 运输一体化  
D. 供应链再造

## 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. 麦包包 (www.mbaobao.com) 成立于 2007 年，是国内领先的时尚箱包网站。得益于世界范围的互联网浪潮及中国电子商务环境的成熟与飞速发展，麦包包凭借丰富的产品线、时尚的设计、优异的性价比和精准的市场定位，涵盖时尚女性对时尚包袋的大部分需求，已成为中国箱包业的领导者，迅速在电商市场占据一席之地。目前，麦包包累计拥有 1200 万注册会员及 350 万购买客户。通过自主品牌研发，旗下拥有六条涵盖不同风格的产品线，上千款产品，并获得多项外观专利。

秉承“女性、时尚、精致主义”的品牌精神，麦包包在包袋的质感、设计、时尚度及购物体验上不断升级。同时，引进国外时尚品牌和兼具美观性与功能实用性的旅行箱包系列，扩充品类，确保麦包包官网随时有千种以上质感佳、性价比高的时尚包款让消费者选购，并且每周二都有新款上架，让消费者和时尚潮流接轨，全面满足消费者的购包需求。

麦包包官网网页设计流畅，拥有优异的在线购物环境；专业亲切的客服，随时回答消费者的各种疑问；“以会员为中心”的经营理念，始终努力为会员创造最和谐的购物环境。麦包包率先实现“24小时零距离服务”，并出资百万与工商系统设立“网购消费预赔金”，实现了消费者的无忧购物。

麦包包拥有完善的供应商管理及品控质检管理，拥有独立的质量检测实验室。借助先进的测试设备，精确把控产品从原材料到成品包装袋整个生产过程的每一个方面，整个质量管理体系通过 ISO 认证。

正是凭借“快时尚”、“快营销”和“快物流”的电子商务运营新模式，麦包包在箱包领域取得了巨大成绩。除此之外，麦包包还致力于给包装袋赋予更多的情感联结，希望消费者对麦包包旗下的各条产品线品牌，产生更多的共鸣及喜爱。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1) 麦包包属于哪种类型的电子商务模式？该模式与传统商业模式相比有哪些主要特点？（7分）
- (2) 麦包包的经营策略有哪些？（8分）

22. 全球五金网（www.wjw.cn）成立于2000年12月，网站专注于服务五金机电行业，以帮助客户成功为使命，提供专业的买卖信息对接及贸易撮合。自网站创办以来，就以实现中国五金行业转型升级为目标，逐步发展成为五金行业内最权威、最有影响力的大型电子商务互动平台，连续14年被评为中国电子商务百强网站。

网站经过多年的发展，积累了众多中小企业采购、推广以及上下游匹配撮合的优势，收录了全国上千万家中小企业数据以及上下游产业链供求信息。无论是单日访问量，还是客户数量，全球五金网在行业同类网站中都首屈一指。网站以企业品牌与产品推广为基础，注重企业销售渠道拓展与产业内供需关系的建立，为行业用户搭建生意机会平台与产品交易平台。

网站还专注研究搜索引擎优化服务，通过对用户、网站流量和市场营收等各项发展指标数据进行分析，在百度、360、搜搜、搜狗等各大搜索引擎上，获得高关注和高流量，让国内中小型企业一份投放，多重回报。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1) 全球五金网属于哪种类型的 B2B 商业模式？该模式的行业特点是什么？（9分）
- (2) 全球五金网的优势有哪些？（6分）

23. 凯迪网络（www.kdnet.net）于2000年6月1日在海南正式上线。伴随中国互联网以及网民共同成长，从中国第一代网络论坛发轫，凯迪以“客观、公正、理性、宽容”为宗旨，聚集了千万中高端注册用户，已发展成为中国最具代表性的互联网 UGC（用户生成内容）平台之一。其中“猫眼看人”版块至今已连续十年在全国所有社区论坛版块中排名第一。

(1) 全球知名华人网络互动媒体

凯迪的关注视角从未在国际、国内任何大事件中缺位。在重大的舆论监督场合，凯迪坚持“建设者”的立场，始终站在信息最前沿，成为最具代表性的民意表达平台。

## (2) 超人气社区文化广场

凯迪拥有网络虚拟世界的“世界最高楼”记录——单个主帖的点击浏览量超过4亿人次，跟帖盖楼超过120万层，成为互联网发展历史上前无古人、后无来者的世界奇观。每天超过百万人在这个超人气社区畅所欲言、驻足围观，每一种声音都能在这里找到共鸣，每一种经验都有观众分享，中文论坛“深水区”名副其实。

## (3) 社会化媒体及社群运营平台

除了传统BBS模式的公共议事型的社区广场，凯迪在社会化媒体涌动的背景下推出“群组”，以解决用户在移动互联网时代被碎片化信息侵占、被社交即时群动态劫持的问题，满足了群体间高质量沟通和价值信息的获取。在优化及提升产品的社交沟通能力和与用户沟通方式的同时，为以内容传播驱动的媒体业务提供互动营销平台。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1) 凯迪网络属于哪种类型的电子商务网站？这类网站的特性有哪些？（7分）
- (2) 凯迪网络提供哪些常见功能？（8分）

### 三、综合分析题：本题35分。

24. 黑龙江俄速通国际物流有限公司成立于2013年10月，是由两国知名快递公司、俄罗斯物流专家、中俄跨境电子商务专家等共同投资打造的对俄语系国家跨境电商物流企业。凭借高效的物流时效和优质的服务，俄速通成功对接阿里巴巴速卖通、敦煌网等，并成为被平台卖家广泛认可的对俄物流专线服务商。

2013年11月26日，俄速通开始运营中俄跨境电商航空专线，并打造了一条由揽收网络、集货仓网络、物流仓储管理系统、跨境物流、客服呼叫中心以及边境仓组成的高质量对俄跨境电商物流服务体系。6000个网点揽收服务，实现了对全国市场的无缝覆盖；专业的客服团队为客户提供24小时全天候服务；拥有哈尔滨、绥芬河、广州、深圳、上海、北京、杭州、义乌等高水准的集货仓，日均发货量5万件以上；先进的物流仓储管理系统在行业内首家实现了从揽收到妥投的实时信息跟踪；已建成的哈尔滨、绥芬河边境仓将对俄的时效提升至7~12天。

2015年1月15日，俄速通开通了乌克兰航线，这也是俄速通继俄罗斯外开辟的又一俄语系国家。今后，俄速通还将陆续开辟其他俄语系国家航线，实现对俄语系国家的物流全覆盖。

2015年7月15日，“俄速通——格林伍德”海外仓在莫斯科格林伍德国际贸易中心举行了正式的签约仪式。“俄速通——格林伍德”海外仓的启用标志着中国电商拥有了第一个在俄正规、合法、大型的公共服务海外仓。

根据上述资料，回答下列问题：

- (1) 俄速通对接的阿里巴巴和敦煌网属于哪种类型的电子商务模式？该模式的优势体现在哪些方面？（8分）
- (2) 俄速通采用了哪种电子商务物流模式？该模式具有哪些基本特征？（9分）
- (3) 请结合案例，简述俄速通物流如何创造运作价值。（8分）
- (4) 请结合案例，简述俄速通物流的发展战略。（10分）