

绝密 ★ 考试结束前

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。

- “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
- 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
- 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
- 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
- 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
- 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、百度贴吧等分属三种类别, 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. 供应链管理功能
  - 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丢失了 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 网站属于哪种类型的电子商务？（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，回答下列问题：

- (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，经过简单的分拣，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赖，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）