

# 电子商务概论习题册参考答案

## 第一章 电子商务基础知识

### 一、单项选择题

1、C    2、D    3、C    4、B    5、B    6、D    7、A    8、C

### 二、名词解释

1、电子商务：狭义的电子商务，也称为电子交易（Electronic Commerce），主要是指通过 Internet 网络进行的网上交易，以及电子商情、电子合同等；广义的电子商务，是指通过 Internet、Intranet、LAN 等一切计算机网络进行的包括电子交易在内的全部商贸活动。

也可参考如下表述：

电子商务通常是指是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，利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务过程中的电子化、数字化和网络化。

2、三网融合：是指电信网、广播电视网和计算机通信网的相互渗透、互相兼容，并逐步整合成为全世界统一的信息通信网络。三网融合是为了实现网络资源的共享，避免低水平的重复建设，形成适应性广、容易维护、费用低的高速带宽的多媒体基础平台。

### 三、简答题

1、结合案例论述与传统商务相比电子商务的优势有哪些。

答案要点：

- (1) 交易虚拟化；
- (2) 交易成本低；
- (3) 交易效率高；
- (4) 交易透明化。

2、电子商务有哪些分类方法？

答案要点：

(1) 按电子商务交易涉及的对象划分。按电子商务交易涉及的对象不同，电子商务可分为五种类型，即企业与消费者（B2C）、企业与企业（B2B）、企业与政府（B2G）、消费者与政府（C2G）、消费者与消费者（C2C）之间的电子商务。

(2) 按交易过程划分。电子商务按交易过程划分可以分为交易前、交易中

和交易后三类。

(3) 按照电子商务交易所涉及的商品内容划分。按照电子商务交易所涉及的商品内容不同，可以将电子商务分类两类，即间接电子商务和直接电子商务。

(4) 按开展电子商务的企业所使用的网络类型划分。按开展电子商务的企业所使用的网络类型不同，可以将电子商务分为三种形式，即电子数据交换商务（Electronic Data Interchange, EDI）、互联网电子商务（Internet 商务）、内联网电子商务（Intranet 商务）、移动电子商务。

3、电子商务的功能主要有哪些？

答案要点：

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务，因此它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

## 第二章 电子商务业务模式

### 一、选择题（包括单选题和多选题）

- 1、D    2、B    3、A    4、A    5、D    6、ABC    7、BCD  
8、D    9、A    10、AB    11、B    12、ABC    13、C

### 二、名词解释

- 1、电子商务模式：是企业运作电子商务、创造价值的具体表现形式。要实现电子商务的收益，所构造的电子商务商业模式必须包含八个要素：价值体现、盈利模式、市场机会、竞争环境、竞争优势、营销战略、组织发展以及管理团队。
- 2、B2B：是指企业对企业的电子商务，企业与企业之间通过互联网进行的各种商务活动，如谈判、订货、签约、付款以及索赔处理等。
- 3、B2C：是指企业与消费者之间的电子商务，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。
- 4、C2C：是指消费者对消费者的电子商务，是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。

### 三、简答题

- 1、B2B 电子商务模式有哪些优势？

答案要点：

B2B 电子商务提供了企业间虚拟的全球性贸易环境，大大提高了企业间商务活动的水平和质量，其优势突出表现在以下四个方面。

- (1) 降低成本；
- (2) 提供超越时空界限的服务；
- (3) 缩短订货和生产周期；
- (4) 拓展市场，增强企业竞争力。

- 2、简述 B2C 电子商务模式的主要形式。

答案要点：

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。

- 3、简述 C2C 电子商务模式的交易流程。

答案要点：

(一) 买家交易流程：1. 搜索浏览商品；2. 购买商品；3. 付款；4. 收货、评价。

(二) 卖家交易流程：1. 开设店铺并发布商品；2. 发货；3. 收款及评价；4. 提现。

## 第三章 电子商务技术基础

### 一、单项选择题

- 1、C    2、A    3、C    4、D    5、C    6、C    7、A    8、D  
9、A    10、D    11、B    12、A    13、C    14、C    15、D    16、C  
17、A    18、B

### 二、名词解释

1、**计算机网络**：所谓计算机网络，就是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连成一个信息系统，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。

2、**Intranet**：是基于 Internet 技术的局域网，又叫企业内部网，是在企业或部门内部建立封闭的、受控的、由密码和防火墙保护的的网络系统。采用互联网的标准协议，可以提供用户友好界面，让有授权的人员进入其中获得整个企业的相关信息、知识和程序，以便更有效地完成自己的工作任务，通过让企业的各级人员共享丰富的数据资料来改善企业的内部管理。

3、**Extranet**：又叫企业外部网，是一种利用公共网将多个企业内部网连接起来的信息网络，是互联网技术在企业间范围内的延伸，把企业及其供应商或其他贸易伙伴有机地联系在一起。

4、**APP**：是英文 Application 的简称，指第三方智能手机的应用程序，也称之为手机 APP 或者 APP 客户端。

5、**IP 地址**：是 TCP/IP 协议的概念，它是一个 32 位（或 128 位）二进制数，IP 地址的写法规定按 8 位为一组把 IP 地址的 32 位分成四组，组与组之间用圆点分隔，每组的值用十进制数表示。IP 地址包括网络号和主机号两部分。

6、**域名**：是互联网中用于解决地址对应问题的一种方法，是上网单位的名称，是一个通过计算机登上网络的单位在该网中的地址，是互联网上网站相互联络的网络地址。域名对应的就是网络地址。

### 三、简答题

1、按网络覆盖范围划分，计算机网络可以分为哪几类？

答案要点：

按网络覆盖范围的大小将计算机网络分为局域网（LAN）、城域网（MAN）、广域网（WAN）。

2、互联网常见接入方式有哪些？

答案要点：

电话、宽带、专线和无线是ISP为客户提供多种互联网接入方式中最常见的

互联网方式。

个人接入互联网一般使用电话拨号、ADSL和LAN三种方式。

### 3、简述域名的构成及规则。

答案要点：

域名可由下面三组字符组成：

- (1) 26个英文字母；
- (2) “0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9”十个数字；
- (3) “-”（英文中的连词号）。

域名中字符的组合规则是：

- (1) 在域名中不区分英文字母的大小写；
- (2) 域名长度有限制，一般是最长63个字符；
- (3) “-”不能单独或连续使用

### 4、简述顶级域名的分类及意义。

答案要点：参见域名的机构属性表和国家或地区属性表。

### 5、简述下列英文缩写的中文含义

LAN、MAN、WAN、ISP、ICP、ADSL、HTTP、S-HTTP、TCP/IP、SMTP、POP3、Telnet、FTP、OSI/RM、FDDI、ATM、B/S、C/S、DNS、UDP、ARP、RARP、ICMP、IGMP、VPN

答案要点：

LAN：局域网	OSI/RM：开放系统互联/参考模型
MAN：城域网	FDDI：光纤分布式数据接口
WAN：广域网	ATM：异步传输模式
ISP：因特网服务提供商	B/S：浏览器/服务器模式
ICP：因特网内容提供商	C/S：客户机/服务器模式
ADSL：非对称数字用户线路	DNS：域名服务系统
HTTP：超文本传输协议	UDP：用户数据报协议
S-HTTP：安全超文本传输协议	ARP：地址解析协议
TCP/IP：传输控制协议/互联网协议	RARP：反向地址解析协议
SMTP：简单邮件传输协议	ICMP：因特网控制报文协议
POP3：邮局协议第三版	IGMP：因特网组管理协议
Telnet：远程登录协议	VPN：虚拟专用网
FTP：文件传输协议	

## 第四章 电子商务网站建设与运营

### 一、判断题

1、错 2、错 3、错 4、对

### 二、选择题（包括单选题或多选题）

1、B 2、D 3、B 4、C 5、ABCD 6、A 7、B 8、A  
9、B 10、D 11、C 12、ABD 13、B 14、B 15、ABD

### 三、名词解释

1、网站规划：是指在网站建设前对市场进行分析、确定网站的目的和功能，并根据需要对网站中的技术、内容、费用、测试、维护等做出规划。网站规划对网站建设起到计划和指导的作用，对网站的内容和维护起到定位作用。

2、虚拟主机：是使用特殊的软硬件技术，把一台运行在因特网上的服务器主机分成一台台虚拟的主机，每一台虚拟主机都具有独立的域名，具有完整的 Internet 服务器功能，虚拟主机之间完全堵路，并可由用户自行管理，在外界看来，每一台虚拟主机和一台独立的主机完全相同。

3、域名解析：是国际域名或者国内域名以及中文域名等域名申请后，将域名对应到 IP 地址的转换过程。域名的解析工作由 DNS 服务器完成。

### 四、简答题

1、简述企业网站建设的目的。

答案要点：

一般来讲，企业建设网站有以下几个目的：

提升企业形象、网络沟通、全面详细地介绍公司及公司产品、实现电子商务功能、密切与客户之间的联系、与潜在客户建立商业联系、降低通信费用、利用网站及时得到客户的反馈信息。

2、简述电子商务网站规划的主要内容。

答案要点：

- (1) 网站建设目的；
- (2) 目标定位；
- (3) 网站商务模式及其盈利模式；
- (4) 网站功能设置；
- (5) 网站风格。

3、简述电子商务网站的建设流程

答案要点：

- (1) 申请域名；

- (2) 网站备案;
- (3) 空间申请;
- (4) 网站制作;
- (5) 网站的发布;
- (6) 域名解析;
- (7) 构思网站栏目, 充实网站内容;
- (8) 网站推广。

4、网站的 CI 设计包括哪些内容?

答案要点:

网站的CI设计一般包括:

- (1) 设计网站的标志 (logo);
- (2) 设计网站的标准色彩;
- (3) 设计网站的标准字体;
- (4) 设计网站的宣传标语。

5、常用的动态网站开发技术包括哪些?

答案要点:

- (1) Perl;
- (2) PHP;
- (3) JSP;
- (4) ASP;
- (5) 新一代ASP.NET 技术。

6、网站布局设计包括哪几类?

答案要点:

- (1) “匚”字形布局结构;
- (2) “亘”字形布局结构;
- (3) “目”字形布局结构;
- (4) POP布局结构;
- (5) 综合布局结构。

7、简述常用网站评估指标和评估工具。

答案要点:

评估指标有: 网站流量指标; 网站内容指标; 网站商业指标。

网站评估工具有: CNZZ站长统计; Alexa网站排名; PageRank网页评价系统。

## 第五章 网络营销

### 一、判断题

- 1、对 2、对 3、错 4、错 5、错 6、对 7、错  
8、对 9、对 10、错 11、对

### 二、选择题（包括单选题或多选题）

- 1、B 2、C 3、D 4、D 5、C 6、C 7、D 8、ABCD  
9、A 10、C 11、B 12、D 13、A 14、B 15、C 16、A  
17、D 18、D 19、A 20、B 21、D 22、B 23、C 24、B  
25、C 26、B 27、A 28、D 29、B 30、AC 31、D

### 三、名词解释

1、网络营销：（On-line Marketing 或 E-Marketing）是指大量的客户通过互联网搜索，找到某网站、商铺，查看商品卖点，给商家打电话或以其他方式与商家联系，由一个潜在客户变成有效客户的过程，其实就是消费者利用网络的形式作购买决策的过程。也可以这样理解：以国际互联网为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的营销方式。

2、搜索引擎营销：（SEM）就是基于搜索引擎平台的网络营销，利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯，在人们检索信息的时候将信息传递给目标用户。

SEM 的方法：搜索引擎优化（SEO）、付费排名、精准广告、付费收录。

3、电子邮件营销：是指在用户事先许可的前提下，通过电子邮件的方式向目标用户传递有价值信息的一种网络营销手段。有三个基本因素：用户许可、电子邮件传递信息、信息对用户有价值。

4、网络广告：是指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。其任务是准确表达广告信息、树立企业的品牌形象、引导消费、满足消费者的审美要求。

5、病毒营销：是指通过提供有价值的产品或服务，让用户通过口碑宣传，使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，实现营销杠杆的作用。

6、博客营销：通过博客网站或博客论坛接触博客作者或浏览者，利用博客作者个人的知识、兴趣和生活体验等传播商品信息的营销活动。其本质是以知识信息资源为基础的内容营销模式。

7、微信营销：用户通过订阅自己所需的信息，商家通过提供用户需要的信息，推广自己的产品，实现点对点的营销方式。

8、网上市场调研：又称网络市场调查，是指基于因特网而系统地进行营销信息的收集、整理、分析和研究的过程。特别是有关消费者的需求、购买动机和购买行为等方面的市场信息，从而提出解决问题的建议，以作为营销决策的基础。

9、微博营销：商家或个人通过微博平台发现并满足用户各类需求的一种营销方式、以微博为营销平台，每一个听众（粉丝）都是潜在的营销对象，企业利用更新自己的微博向网友传播企业和产品信息，树立良好的企业和产品形象。

#### 四、简答题

1、网络营销的理论基础有哪几种？

答案要点：

- (1) 直复营销理论(Direct Marketing)
- (2) 关系营销理论(Relationship Marketing)
- (3) 软营销理论(Soft Marketing)
- (4) 整合营销理论(Integrated Marketing)

2、网络营销的优势是什么？

答案要点：

网络营销的优势有：直接面向客户、可定向服务、可获得反馈信息、无地域限制、相对成本低。

网络营销很大的优势体现在成本低、效率高、互动性更强。

3、什么是病毒营销？有哪些特点？

答案要点：

病毒营销（Viral Marketing），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。

病毒营销的特点：吸引力强、传播速度快、接收效率高、更新速度快。

4、微博营销的优缺点。

答案要点：

优点：成本低、覆盖范围广、互动性强。

缺点：粉丝数有要求、更新过快、可靠性受质疑、文笔要求过高。

5、微信营销和微博营销的本质区别。

答案要点：（内容较多，了解即可）

(1) 用户使用两个平台的习惯不同，微博平台用户更倾向于 PC 客户端，而微信则是移动客户端的软件，移动客户端主要是指智能手机以及平板电脑。

(2) 平台的属性不同，微博和微信都是社会化媒体，但微博更倾向与社会化信息网络，对于信息的传播速度极快，同时微博属于自由媒体平台，发布信息无论是好友还是陌生人都是可以看得到的，更像是新闻媒体平台，而微信则倾向

于社会化关系网络，平台注重用户圈子的维系，用户在圈子当中可以相互交流相互分享。

(3) 信息内容的传播范围不同，微博的特性是我们即可以看到我们关注的朋友的微博，也可以看到我们没有关注陌生人的微博，微博内容是无限制的，但微信就不一样了，微信是一个私密闭环传播，用户发布的信息只能在自己关注的圈子或被关注的圈子当中传播，没有成为好友的陌生人根本看不到我们的信息。

(4) 平台传播特性不同，微博的传播没有限制，所以比较适合社会热点的实时传播，这同时也是媒体的传播特性，微博具备这一媒体传播特性，而微信信息传播更加精准，用户之间的关系更加密切，对信息了解更加深入，所以微信是一个深度信息精确到达的平台。

(5) 微博更具备媒体特性，是个浅社交平台，每天发布的内容没有限制，从而也导致内容信息的同质化非常严重，单条信息价值贬值，是一个泛传播的平台，微博用户关注一个好友主要是看微博的内容是否值得加，显然是单方向的认可，所以用户之间的关系相对微信更微弱一些，但微信更具有朋友圈子的特性，是个深社交的平台，用户发布的内容没有限制，目前微信公众平台每天只能群发一条信息，所以单条内容更具有价值，用户更精准，是一个精传播的平台，用户之间必须是对对方了解很深才会加为好友，而且双方必须同时同意，这样就形成了非常强的关系，所以微博平台是一种浅社交、泛传播、弱关系的平台，而微信是一个深社交、精传播、强关系的平台。

(3) 两个平台对于企业营销的作用不同，微博有媒体特性，更适合做企业品牌曝光，维护公共关系和媒体关系，也可以做客户关系的维护，而微信是个圈子的平台，适合企业的信息推送，维护客户关系，打折促销活动。

## 6、论述从传统营销的 4P 到网络营销的 4C 的转变。

答案要点：

(1) 网络营销的 4Cs 理论是指先不急于制定产品策略 (Product)，而以研究消费者的需求和欲望 (Consumer Wants and Needs) 为中心，不是将自己制造的产品强行推销给顾客，而是销售消费者想购买的产品；

(2) 暂时把定价策略 (Price) 放在一边，而研究消费者为满足其需求所愿付出的费用 (Cost)；

(3) 忘掉渠道策略 (Place)，着重考虑消费者购买产品的方便性 (Convenience)；

(4) 抛开促销策略 (Promotion)，着重于加强与消费者沟通和交流 (Communication)。

## 7、网上市场调研的优势有哪些？

答案要点：

(1) 网上市场调研的互动性。这种互动不仅表现在消费者对现有产品发表意见和建议,更表现在消费者对尚处于概念阶段产品的参与。

(2) 网上市场调研的及时性。网络的传输速度快,保证了信息能够及时在用户和调研者之间传输。

(3) 网上市场调研的便捷性和经济性。无论是调查者还是被调查者,网络调查的便捷性都是非常明显的。对于反馈的数据,调查者可以快速、便捷地进行整理和分析,直接形成数据库,这种方便性和便捷性大大降低了市场调研的人力和物力耗费。

## 8、网络广告的付费方式有哪些?

答案要点:

CPM (Cost per Mille): 每千次印象费用。广告每显示1000次(印象)的费用。CPM 是最常用的网络广告定价模式之一。

CPTM (Cost per Targeted Thousand Impressions): 经过定位的用户的千次印象费用

CPC (Cost-per-Click): 每次点击的费用。根据广告被点击的次数收费,如关键词广告一般采用这种定价模式。

PPC (Pay-per-Click): 根据点击广告或者电子邮件信息的用户数量来付费的一种网络广告定价模式。

CPA (Cost-per-Action): 每次行动的费用,即根据每个访问者对网络广告所采取的行动收费的定价模式。对于用户行动有特别的定义,包括形成一次交易、获得一个注册用户或者对网络广告的一次点击等。

CPL (Cost for Per Lead): 按注册成功支付佣金。

PPL (Pay-per-Lead): 根据每次通过网络广告产生的引导付费的定价模式。例如,广告客户为访问者点击广告完成了在线表单而向广告服务商付费。这种模式常用于网络会员制营销模式中为联盟网站制定的佣金模式。

CPO 广告 (Cost-per-Order): 也称为 Cost-per-Transaction, 即根据每个订单/每次交易来收费的方式。

PPS 广告 (Pay-per-Sale): 根据网络广告所产生的直接销售数量而付费的一种定价模式。

## 五、案例分析题

### 1、参考答案:

(1) 网上调研的内容有哪些?

答案要点:

1) 市场需求调查: 市场需求调查的目的在于掌握市场需求量、市场规模、市场占有率,以及如何运用有效的经营策略和手段。

2) 消费者购买行为调查: 具体包括消费者的家庭、地区、经济等基本情况和消费者的购买动机。

3) 营销因素调查：包括产品的调查、价格的调查、分销渠道的调查、广告策略的调查、促销策略的调查等。

补充知识点：

网上市场调研的步骤：

- 1) 确定网络调研问题和调研目标；
- 2) 确定网络调研对象；
- 3) 确定网络调研方法；
- 4) 信息收集；
- 5) 信息整理和分析；
- 6) 提交研究报告。

(2) 选用两种网上直接调研方法，并简单设计如何实现。

答案要点：

网上直接调研的方法有：

- 1) 网络问卷法：把需要调研的问题设计成问卷，放在相关网站上。
- 2) 专题讨论法：利用网上论坛发帖的手法，在车友俱乐部收集信息。
- 3) 网络观察法：利用博客工具，发表相关文章，查看访问量和留言。
- 4) 在线实践法：网上模拟预售或网上模拟设计。

2、参考答案：

(1) 该公司现在访问量得到提升的主要原因在哪里？其以往访问量不高又是为何？

答案要点：

从新江南旅游公司的案例中可以看出，该公司开展的 E-mail 营销带动了公司访问量的上升。该公司做了如下工作：

- 1) 制定 E-mail 营销计划，分析目前拥有的 E-mail 营销资源。
- 2) 如果公司本身拥有用户的 E-mail 资源地址，首先应用内部资源，再决定是否利用外部邮件列表。
- 3) 针对内部和外部邮件列表分别设计邮件内容，根据计划向潜在用户发送电子邮件信息。
- 4) 对 E-mail 营销活动的效果进行分析总结。

以往访问量不高是由于公司网站的功能比较简单，主要是公司介绍、旅游线路介绍、景点介绍等等，网站会员用户 1000 多人，但却疏于管理。

(2) 如今该企业存在什么问题？你觉得该公司现在应该怎样解决此问题？

答案要点：

存在的问题：

- 1) 内部列表发送后退回的邮件比例相当大；

2) 企业网站上的宣传没有同步进行，来到网站浏览的用户的平均停留时间缩短了。

解决办法：

1) 对潜在客户资料进行整理和分析，根据不同的客户类型进行分类管理，分析客户需求。

2) 根据不同类型客户的不同需求设计邮件内容，吸引客户登录网站。

3) 及时更新网站内容，并在网站上发起一些促销活动，吸引客户参与。

## 第六章 物流管理与企业间协同

### 一、选择题（包括单选题或多选题）

- 1、C    2、D    3、ABC    4、ABCD    5、B    6、A    7、ABCD  
8、A    9、C    10、A    11、A    12、B    13、D    14、B    15、C  
16、D    17、A

### 二、名词解释

1、物流：是为了满足顾客需求而对原材料、半成品、产成品及相关信息从产地到消费地的有效率、有效益的流动和储存而进行的计划、实施与控制过程

2、供应链：（Supply Chain, SC）是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，到制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中，将供应商、制造商、分销商、零售商和最终用户连成一个整体的功能网链结构模式。

3、供应链管理：（Supply Chain Management, SCM）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，迅速以最小的成本为客户提供最大的附加值。

4、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。

5、协同商务：（Collaborative Commerce, CC）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

1、简述物流的分类。

答案要点：

- （1）按照物流涉及的领域不同，可以将物流分为宏观物流和微观物流。
- （2）按照物流在供应链中的作用不同，可以将物流分为供应物流、生产物流、销售物流、回收物流和废弃物物流。
- （3）按照物流活动的地域范围不同，可以将物流分为地区物流、国内物流和国际物流。

(4) 按照物流系统的性质不同, 可以将物流分为社会物流、行业物流和企业物流。

(5) 按照物流活动的主体分类有企业自营、专业子公司和第三方物流公司三种。

2、简述电子商务物流的概念。

答案要点:

所谓电子商务物流, 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。因此, 既可以认为现代物流是电子商务的重要组成部分, 也可以认为电子商务是现代物流的重要支撑部分, 它们之间应该是相辅相成的, 谁也离不开谁。

3、简述电子商务供应链管理的特征。

答案要点:

- 1) 有利于保持现有的客户关系;
- 2) 有利于促进现有业务增长;
- 3) 有利于开拓新的客户和新的业务;
- 4) 有利于提高营运绩效;
- 5) 有利于分享需要的信息。

4、简述协同商务的作用。

答案要点:

协同商务在企业中的作用主要表现在:

- (1) 协同的信息管理;
- (2) 协同的业务管理;
- (3) 协同的资源交互;
- (4) 应用的个性化;
- (5) 商业智能;
- (6) 支持企业发展和业务流程调整;
- (7) 基于Web的结构。

#### 四、论述题

1、企业为什么要实施物流外包? 一般企业物流外包有哪几种形式?

答案要点:

(1) 企业物流外包需求产生的原因:

①随着买方市场的形成和市场竞争日益激烈, 企业更加专注于拓展核心业务, 提高产品质量和开发新型产品, 以增强企业活力。分散化物流体系的低效率和高成本劣势越来越明显, 现代企业为了增加核心竞争力往往采用以职能专业化为基础的运作模式, 所以常常会将一些业务外包给那些在某些职能上有优势的企业。

②企业为了实现生产与消费环节的无缝对接, 使产品形态尽快转变为商品价

值，积极引入现代物流的管理理念，整合原有的物流资源，并把提供多功能、高质量的物流服务作为一种新型竞争战略付诸实践。

③由于现代物流管理的系统性要求高，规模经济明显，技术性强，大多数企业均不具备高效率、低成本运作的自营能力，因此构成了对社会化、专业化物流服务的巨大的市场空间，从而形成推进第三方物流业扩大生产规模，逐步走向产业化发展道路的动力。

(2) 企业物流业务对外委托的形态有以下三种：

①货主企业自己从事物流系统设计以及库存管理，物流信息管理等管理性工作，而将货物运输、保管等具体的物流作业活动委托给外部的物流企业。这种形式的对外委托只是某个物流环节活动的对外委托，属于某项专业服务的外包。

②由物流企业将其开发设计的物流系统提供给货主企业并承担物流作业活动。这些服务产品都是标准化的产品，客户在这些速递产品中选择自己需要的品种。

③由物流企业站在货主企业的角度，代替其从事物流系统的设计，并对系统运营承担责任。这种情况相当于企业将物流职能委托给了物流企业，是物流职能的外包，而不是仅停留在个别物流环节上。这才是真正意义上的“第三方物流”，即由货主企业以外的专业企业代替其进行物流系统设计并对系统运营承担责任的物流形态。

2、ME 是一家生产男式衬衫并在网上直销的公司，所销产品占同类市场的 28.4%。目前，ME 的产品配送业务绝大部分委托第三方物流公司，只有在部分小城市建立了自己的配送体系。请回答：

(1) ME 实施第三方物流可能带来的益处。

答案要点：

1) 集中精力发展主业。通过第三方物流，企业能够将有限的人力、财力集中于核心业务，优化资源的配置，发展基本技术，开发新产品，增强本企业的行业竞争力。

2) 减少库存量，降低库存成本。企业不能承担原料和库存产品的无限制积存，为保证库存的最小量，第三方物流提供者借助精心策划的物流计划和适时的运送手段，改善企业的现金流量，实现成本优势。

3) 减少资本积压，节省费用。专业的第三方物流提供者利用规模生产的成本优势和专业优势，通过提高各环节利用率可以节省费用，使企业既能够减少积压成本，又能够从分离费用结构中获益。

4) 提升企业形象。第三方物流提供者通过全球性的信息网络使顾客的供应链管理完全透明化，顾客可以随时通过 Internet 解供应链的情况；通过遍布全球的运送网络和服务提供者大大缩短交货期，帮助顾客改进服务，树立企业的品

牌形象；通过“量体裁衣”式的设计，制定出以顾客为导向，低成本、高效率的物流方案，为企业在竞争中取胜创造有利的条件，使企业的形象价值上升。

5) 延伸服务。向上可以延伸到市场调查与预测、采购及订单处理；向下可以延伸到配送、物流咨询、物流方案的选择与规划、库存控制决策建议、货款回收与结算、教育与培训、物流系统设计与规划方案的制作等。

(2) ME 实施第三方物流可能存在的风险。

答案要点：

1) 企业对物流的控制能力降低。由于第三方的介入，使得企业自身对物流的控制能力下降，在双方协调出现问题的情况下，可能会出现物流失控的风险，从而使企业的客服水平降低。另外，由于外部服务商的存在，企业内部更容易出现相互推诿的局面。

2) 客户关系管理风险。企业与客户的关系被削弱。由于生产企业是通过第三方来完成产品的配送和售后服务的，同客户的直接联系减少了，不利于客户关系的维护。

3) 客户信息透露的危险。客户信息对于企业来说就是财富，但第三方物流公司并不只面对一个电子商务企业，有可能为企业竞争对手提供客户信息。

## 五、案例分析题

(1) 电子商务交易模式有哪些？京东商城的电子商务交易模式是哪一种？这种模式的优势有哪些？

答案要点：

电子商务交易模式主要有：

- 1) 企业与企业之间的电子商务 (B2B)
- 2) 企业与消费者之间的电子商务 (B2C)
- 3) 消费者与消费者之间的电子商务 (C2C)

京东商城的电子商务交易模式是企业与消费者之间的电子商务 (B2C)。

B2C 模式的优势有：

1) 传播渠道不受限制：B2C 电子商务商城模式只需要给客户一个网址，全部的产品信息对方浏览网页就可以获得；传统零售还得受门店、广告的限制；

2) 订单管理效率高：客户在电子商城下订单并支付，直接生成订单及各种报表，进存销账目一目了然，不需要专门的人去维护；传统零售是需要看到实物一手交钱一手交货，出售以后手工记账；

3) 产品展示范围广：传统零售需要上货架、需要门店支持，B2C 电子商城只需要一个域名和网络空间即可（一年最少花费仅 100 元左右）；可向全世界做产品展示；

(2) 通过京东案例谈谈电子商务与物流的关系。

答案要点：

1) 电子商务促进物流的发展：

①电子商务将改变人们传统的物流观念。

电子商务作为一种新兴的商务活动，为物流创造了一个虚拟的运动空间。利用电子商务进行物流活动时，物流的各种职能及功能可以通过虚拟化的方式表现出来。在这种虚拟化的过程中，人们可以通过各种组合方式，寻求物流的合理化，使商品实体在实际的运动过程中，达到效率最高、费用最省、距离最短、时间最少的目的；

②电子商务将改变物流的运作方式。

通过电子商务可以实现物流网络的实时控制。传统的储运活动在其运作过程中，不管它是以生产为中心，还是以成本或利润为中心，其实质都是以商流为中心，从属于商流活动，因而物流的运动方式是紧紧伴随着商流来运动的。利用电子商务，物流的运作是以信息为中心的，信息不仅决定了物流的运动方向，而且也决定着物流的运作方式。在实际运作过程中，通过网络上的信息传递，可以有效地实现对物流的实施控制，实现物流的合理化；

③电子商务将促进物流基础设施的改善和物流技术与管理水平的提高。

a、促进物流基础设施的改善；

电子商务高效率 and 全球性的特点，要求物流也必须达到这一目标。而物流要达到这一目标，良好的交通运输网络、通信网络等基础设施则是最基本的保证；

b、促进物流技术的进步；

物流技术包括运输技术、仓储技术、装卸技术、包装技术等，物流技术水平的高低是实现物流效率高低的一个重要因素。要建立一个适应电子商务运作的高效率的物流系统，加快提高物流的技术水平则有着重要的作用；

c、促进物流管理水平的提高；

物流管理水平的高低直接决定和影响物流效率的高低，也影响着电子商务高效率优势的实现问题。只有提高物流的管理水平，建立科学合理的管理制度，将科学的管理手段和方法应用于物流管理当中，才能确保物流的进行，是使物流的合理化和高效化，促进电子商务的发展。

2) 物流是电子商务的重要保障。

在传统交易过程中，商流都必须伴随相应的物流活动，即按照购方需求将商品实体由供方以适当的方式向购方转移。利用电子商务，消费者只要通过网上点击购物，就可以完成商品所有权的交割，即商流过程。但电子商务的活动并未结束，只有商品和服务真正转移到消费者手中，商务活动才告以终结。在整个电子商务的交易过程中，物流实际上是以商流的后续者和服务者的姿态出现的，没有物流作保证，电子商务给供方和购方带来的便捷则等于零。

(3) 电子商务物流模式有哪些？京东的物流模式是哪种？

答案要点：

电子商务物流模式有：企业自营物流、专业子公司物流、第三方物流及物流联盟等。

京东的物流模式是企业自营物流。

## 第七章 电子支付与网络银行

### 一、单项选择题

- 1、B    2、B    3、B    4、C    5、A    6、B    7、C    8、A  
9、C    10、A    11、D    12、B    13、B    14、D    15、D    16、A  
17、B    18、D    19、B    20、A

### 二、名词解释

1、电子支付：是指单位、个人（以下简称客户）直接或授权他人通过电子终端发出支付指令，实现货币支付与资金转移的行为。

2、网上银行：是指金融机构利用网络技术在 Internet 上开设的银行。这是一种全新的银行客户提交方式，银行利用 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。

3、电子货币：是指通过销售终端、不同的电子设备之间以及在公开网络（如 Internet）上执行支付的储值和预付支付机制。

4、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，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，用电子方式启动，仿真纸面支票，使用电子签名做背书，而且使用数字证书来验证付款者、付款银行和银行账号。

5、移动支付：是指用户使用移动终端，接入通信网络或使用近距离通信技术完成信息交互，实现资金从支付方向受付方转移从而实现支付目的的一种支付方式。

6、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

1、简述电子货币的含义、特征。

答案要点：

世界银行巴塞尔委员会对电子货币作出的定义为：通过销售终端、不同的电子设备之间以及在公开网络（如 Internet）上执行支付的储值和预付支付机制。

电子货币的特征：

- （1）电子货币具有快捷、安全、方便等特征。
- （2）电子货币具有融合多种功能、进行金融产品创新的特征。

(3) 电子货币具有国际上广泛流通的特征。

(4) 电子货币将为电子商务发展提供有效的货币支付手段。

## 2、简述电子支票的含义、优点及基本流程。

答案要点：

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。

电子支票的优点：

(1) 与传统支票类似，用户比较熟悉，易于被接受，且可节省时间，减少纸张传递的费用，没有退票，灵活性强。

(2) 电子支票具有可追踪性，所以当使用者支票遗失或被冒用时可以停止付款应取消交易，风险较低。

(3) 通过应用数字证书，数字签名及各种加密/解密技术，提供比传统纸质支票使用印章和手写签名更加安全可靠的防欺诈手段。加密的电子支票也使它们比电子现金易于流通，买卖双方的银行只要用公开密钥确认电子支票即可，数字签名也可被自动验证。

基本流程：

(1) 客户到银行开设支票存款账户，存入存款，申请电子支票的使用权。

(2) 客户开户行审核申请人资信情况，决定是否给予使用电子支票的权利。

(3) 顾客网上购物，填写订单完毕，使用电子支票生成器和开户行发放的授权证明文件生成此笔支付的电子支票，一同发往商家。

(4) 商家将电子支票信息通过支付网关发往收单行请求验证，收单行将通过专用网络验证后的信息传回商家。

(5) 支票有效，商家则确认客户的购物行为，并组织发货。

(6) 在支票到期前，商家将支票向收单行背书提示，请求兑付。

## 3、简述移动支付的含义和分类。

答案要点：

移动支付是指用户使用移动终端，接入通信网络或使用近距离通信技术完成信息交互，实现资金从支付方向受付方转移从而实现支付目的的一种支付方式。

就移动支付的分类而言，按照不同的维度可以给出不同的分类。

目前，各方普遍接受的一种分类方式是按通信方式将移动支付分为远程支付（Remote Payment）和近场支付（Proximity Payment）。

## 4、简述网上银行的含义、模式及特点。

答案要点：网上银行又叫网络银行，是指金融机构利用网络技术在Internet上开设的银行。这是一种全新的银行客户提交方式，银行利用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。

网上银行有两种模式：

一种是完全依赖Internet 发展起来的全新的电子银行，此类银行几乎所有的业务都要通过互联网进行。

另一种是运用计算机和网络技术开展传统银行业务，如日常交易处理、发展家庭银行、发展企业银行等。

特点：

- (1) 全面实现无纸化交易；
- (2) 服务方便、快捷、高效、可靠；
- (3) 经营成本低廉；
- (4) 简单易用。

#### 四、案例分析题

1、电子支付的产品和工具一般具有哪些共同特性。

答案要点：

- (1) 以计算机技术为支撑，采用数字化方式进行储蓄、支付和流通。
- (2) 集储蓄、信贷和非现金结算等多种功能为一体。
- (3) 可广泛应用于生产、交换、分配和消费领域。
- (4) 使用简便、快捷、高效、安全。
- (5) 通常要经过银行专用网络。

2、网上银行具有哪些鲜明特征。

答案要点：

与传统的银行业务相比，网上银行具有以下特点：

- (1) 全面实现无纸化交易；
- (2) 服务方便、快捷、高效、可靠；
- (3) 经营成本低廉；
- (4) 简单易用。

## 第八章 电子商务法规

### 一、选择题（包括单选题或多选题）

- 1、A    2、A    3、ABCD    4、ABCD    5、B  
6、ACDE    7、A    8、ABD    9、B    10、BCDE

### 二、简答题

#### 1、电子商务及互联网涉及的法律问题有哪几类？

答案要点：

电子商务及互联网涉及的法律问题主要有：

- (1) 电子商务运作平台建设及其法律地位问题。
- (2) 在线交易主体及市场准入问题。
- (3) 电子合同问题。
- (4) 电子商务中产品交付的特殊问题。
- (5) 特殊形态的电子商务规范问题。
- (6) 网上电子支付问题。
- (7) 在线不正当竞争与网上无形财产保护问题。
- (8) 在线消费者保护问题。
- (9) 网上个人隐私保护问题。
- (10) 网上税收问题。
- (11) 在线交易法律适用和管辖冲突问题。

#### 2、在电子商务活动中，网络服务提供商有可能承担哪些法律责任？

答案要点：

网络服务提供商的主要义务是向其客户提供符合质量要求的网络接入、内容提供等服务。网站通过与消费者订立《服务协议》的方式提供有偿服务。

《服务协议》是网站与消费者之间的合同，应适用我国《合同法》，涉及的其他问题可适用《民法通则》、《消费者权益保护法》等。

与网络服务提供商有关的另一个突出问题是，对于在网络服务提供者提供的平台上发生的网络侵权、网络犯罪事件，网络服务提供者是否应承担法律责任以及应承担何种责任。

#### 3、如果你的隐私照片被他人擅自发到 BBS 上，并且被很多网站转载，对你造成极坏的影响，你准备采取什么对策？

答案要点：

(1) 与转载网站及转载者协商解决，要求删除照片并在各大论坛显眼位置致公开道歉，以消除影响；

(2) 诉诸法律武器解决，要求转载者和网站不仅删除照片，赔礼道歉，并

就侵犯肖像隐私权和所造成的恶劣影响给予物质赔偿，以维护正当权益。

## 第九章 电子商务安全

### 一、单项选择题

- 1、B    2、C    3、A    4、C    5、B    6、B    7、A    8、B  
9、B    10、A    11、B

### 二、名词解释

- 1、数字摘要：又称数字指纹，指采用单向 Hash 函数，将需要加密的明文“摘要”成一串 128 位密文。
- 2、数字证书：是一个由使用数字证书的用户群所公认和信任的权威机构（即 CA）签署了其数字签名的信息集合。该证书是将证书持有者的身份信息及其所拥有的公钥进行绑定的文件，通过签名保障了证书的合法性和有效性。
- 3、防火墙：是一种用来加强网络之间访问控制的特殊网络互连设备，是一种非常有效的网络安全模型。设置防火墙的核心思想是在不安全的网际网环境中构造一个相对安全的子网环境。其目的是在被保护的内部网与不安全的非信任网络之间设立唯一的通道，以按照事先制定的策略控制信息的流入和流出，监督和控制使用者的操作。

### 三、简答题

- 1、简述数字签名原理。

答案要点：

数字签名就是附加在数据单元上的一些数据，或是对数据单元所作的密码变换。这种数据或变换允许数据单元的接收者用以确认数据单元的来源和数据单元的完整性并保护数据，防止被人(例如接收者)进行伪造。

它是对电子形式的消息进行签名的一种方法，一个签名消息能在一个通信网络中传输，基于公钥密码体制和私钥密码体制都可以获得数字签名，主要是基于公钥密码体制的数字签名，包括普通数字签名和特殊数字签名。

- 2、简述 SSL 协议的流程。

答案要点：

服务器认证阶段：

- (1) 客户端向服务器发送一个开始信息“Hello”以便开始一个新的会话连接；
- (2) 服务器根据客户的信息确定是否需要生成新的主密钥，如需要则服务器在响应客户的“Hello”信息时将包含生成主密钥所需的信息。
- (3) 客户根据收到的服务器响应信息，产生一个主密钥，并用服务器的公开密钥加密后传给服务器；

(4) 服务器恢复该主密钥，并返回给客户一个用主密钥认证的信息，以此让客户认证服务器。

用户认证阶段：

在此之前，服务器已经通过了客户认证，这一阶段主要完成对客户的认证。经认证的服务器发送一个提问给客户，客户则返回（数字）签名后的提问和其公开密钥，从而向服务器提供认证。

### 3、简述 SET 协议的购物流程。

(1) 持卡人使用浏览器在商家的 Web 主页上查看在线商品目录浏览商品。

(2) 持卡人选择要购买的商品。

(3) 持卡人填写定单，包括：项目列表、价格、总价、运费、搬运费、税费。定单可通过电子化方式从商家传过来，或由持卡人的电子购物软件（wallet）建立。有的在线商场可以让持卡人与商家协商物品的价格（例如出示自己是老客户证明，或给出了竞争对手的价格信息）。

(4) 持卡人选择付款方式。此时 SET 开始介入。

(5) 持卡人发送给商家一个完整的定单及要求付款的指令。在 SET 中，定单和付款指令由持卡人进行数字签名。同时利用双重签名技术保证商家看不到持卡人的帐号信息。

(6) 商家接受定单后，向持卡人的金融机构请求支付认可。通过 Gateway 到银行，再到发卡机构确认，批准交易。然后返回确认信息给商家。

(7) 商家发送定单确认信息给顾客，顾客端软件可记录交易日志，以备将来查询。

(8) 商家给顾客装运货物，或完成订购的服务。到此为止，一个购买过程已经结束。商家可以立即请求银行将钱从购物者的帐号转移到商家帐号，也可以等到某一时间，请求成批划帐处理。

(9) 商家从持卡人的金融机构请求支付，在认证操作和支付操作中间一般会有一个时间间隔，例如，在每天的下班前请求银行结一天的帐。

其中，第三步与 SET 无关，从第四步开始 SET 起作用，一直到第九步，在处理过程中，通信协议、请求信息的格式、数据类型的定义等，SET 都有明确的规定。在操作的每一步，持卡人、商家、网关都通过 CA 来验证通信主体的身份，以确保通信的对方不是冒名顶替。

## 综合练习

### 一、单项选择题

- 1、C    2、D    3、D    4、A    5、C    6、B    7、B    8、A  
 9、C    10、B    11、B    12、A    13、B    14、C    15、C    16、A  
 17、B    18、A    19、B    20、D    21、D    22、B    23、A    24、A  
 25、A    26、B    27、C    28、B    29、D    30、B    31、A    32、D  
 33、C    34、B    35、C    36、B    37、B    38、D    39、B  
 41、B    42、D    43、A    44、A    45、D    46、A    47、A    48、A  
 49、B    50、A    51、B    52、A    53、C    54、B    55、C    56、A  
 57、A    58、B    59、A    60、B    61、D    62、D    63、D    64、B  
 65、A    66、B    67、C    68、C    69、A    70、B    71、D    72、D  
 73、A    74、D    75、A    76、D    77、B    78、B    79、D    80、C

### 二、名词解释

1、**电子商务**：狭义的电子商务，也称为电子交易（Electronic Commerce），主要是指通过 Internet 网络进行的网上交易，以及电子商情、电子合同等；广义的电子商务，是指通过 Internet、Intranet、LAN 等一切计算机网络进行的包括电子交易在内的全部商贸活动。

2、**病毒营销**：是指通过提供有价值的产品或服务，让用户通过口碑宣传，使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，实现营销杠杆的作用。

3、**电子支付**：是指单位、个人（以下简称客户）直接或授权他人通过电子终端发出支付指令，实现货币支付与资金转移的行为。

4、**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，有利于买卖双方降低交易成本，并可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。

5、**许可式电子邮件营销**：是指在用户事先许可的前提下，通过电子邮件的方式向目标用户传递有价值信息的一种网络营销手段。有三个基本因素：用户许可、电子邮件传递信息、信息对用户有价值。

6、**网络银行**：是指金融机构利用网络技术在 Internet 上开设的银行。这是一种全新的银行客户提交方式，银行利用 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。

7、供应链：（Supply Chain, SC）是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，到制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中，将供应商、制造商、分销商、零售商和最终用户连成一个整体的功能网链结构模式。

8、协同商务：（Collaborative Commerce, CC）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。

9、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。

10、电子合同：是双方或多方当事人之间通过电子信息网络以电子的形式达成的设立、变更、终止财产性民事权利义务关系的协议。通过上述定义可以看出，电子合同是以电子的方式订立的合同，其主要是指在网络条件下当事人为了实现一定的目的，通过数据电文、电子邮件等形式签订的明确双方权利义务关系的一种电子协议。

### 三、简答题

1、常见电子商务交易模式有哪几种？哪种模式在整个电子商务市场所占比例最大？

答案要点：

常见电子商务交易模式有：

企业与企业之间的电子商务（B2B）；

企业与消费者之间的电子商务（B2C）；

消费者与消费者之间的电子商务（C2C）。

在整个电子商务市场所占比例最大的是 B2B 模式，无论从交易额还是从交易范围来看，B2B 电子商务都有着举足轻重的地位。

2、网络营销常用工具有哪些？网络营销常用方法有哪些？

答案要点：

网络营销的常用工具有：企业网站、搜索引擎、电子邮件、即时信息、浏览器工具条等客户端专用软件、博客、微博、微信、手机 APP 等。借助这些手段，才可以实现营销信息的发布，传递和与用户之间的交互，以及为实现销售创造良好的营销环境。



网络营销常用方法有：搜索引擎营销、各大网站信息发布营销、论坛营销、博客和微博推广营销、网络广告、口碑营销等。

### 3、什么是个性化服务？网络营销如何满足个性化需求？

答案要点：

个性化服务是一种有针对性的服务方式，按消费者的个性化要求定制生产，利用网络技术软件，帮助消费者选择配置或者自行设计能满足自己需求的个性化产品。

网络消费者需求的基本特征之一是个性化，开展网上个性化服务必然成为网络企业谋求赢利的主要手段。由于互联网具有好的互动性和引导性，用户通过互联网络在企业的引导下对产品或服务进行选择或提出具体要求，企业可以根据顾客的选择和要求进行生产并及时提供服务。

### 4、某企业的主要业务是 A 商品批发，现在想通过 Internet 向用户提供批发业务，在建网初期采用哪种服务器较好？当用户量增长快时，应采用哪种服务器？

答案要点：

在建网初期数据量一般不会太大，网速要求一般，可以采用虚拟主机的方式提供 Web 服务。用户只需对自己的信息进行远程维护，无需对硬件、操作系统及通信线路进行维护，可节省大量人力和物力。

当用户量增长较快时，随着数据量的增大以及客户对网速要求的提高，可以考虑将服务方式改为服务器托管方式，或者自建专线空间。

## 四、案例分析题

### 1、参考答案

(1) 大众化工集团早期的赢利模式是什么？

答案要点：

销售赢利模式：销售化工产品带来收入。

(2) 如果扩展网站业务范围，可以增加哪些新的赢利模式？

答案要点：

- 1) 广告赢利模式：为其他企业刊登广告，并收取费用。
- 2) 订阅赢利模式：提供行业报告等信息服务，并收取费用。
- 3) 会员制赢利模式：发展会员向其提供特殊服务，收取费用。

### 2、参考答案

(1) 结合案例说明电子商务产品的发展趋势。

答案要点：

1) 越来越注重产品的内容，如该汽车记录的道路情况、驾驶者的各种操作、沿途风景等信息。

2) 越来越多的产品数字化，利用内置芯片以数字化的形式记录并处理摄像



信息。

3) 越来越多的产品信息化, 将芯片内的信息通过无线网络上传至微信、微博等个人空间, 实现了即时共享。

(2) 用 SWOT 工具为 eCar 提供发展战略分析。

答案要点:

竞争优势: 提出了一种全新理念, 将汽车这种传统交通工具与信息产品结合。

劣势分析: 产品过于高端, 造成成本过高, 很难推广。

机会分析: 迎合了用户对汽车信息化、个性化的需求趋势。

威胁分析: 类似“眼睛”的替代品可以独立使用, 造成产品市场竞争。

### 3、参考答案

(1) 指出 SA 公司前后所采取的两种不同物流模式。

答案要点:

SA 公司前后采取的两种不同物流模式分别为: 企业自营物流和第三方物流。

(2) 分析 SA 的后一种物流模式给企业带来的优势。

答案要点:

SA 公司采用第三方物流模式的优势如下:

1) 有利于电子商务企业核心竞争力的提高。专业物流企业可以分担电子商务企业的弱项, 使电子商务企业可以集中精力构建和完善电子商务平台, 专心自身业务拓展。

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) 有利用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。

### 4、参考答案

(1) 上述网站主要用到的赢利模式有哪些?

答案要点:

1) 广告赢利模式, 网站向用户提供信息、服务或产品以及刊登广告的场所, 并向广告客户收取费用。

2) 订阅赢利模式, 网站向用户提供信息和服务, 并且向用户收取访问其所提供的内容的费用。

(2) 为什么要以客户为中心设计电子商务赢利模式?

答案要点:

网络时代是客户的时代, 在以客户为中心的企业商务模式设计中, 要在一种真正以客户为中心的观念支配下, 来设计企业的产品、市场等一系列模式要素, 这样才能在满足客户不断变化的偏好中求得赢利。



## 5、参考答案

(1) CK 公司采用了哪一种物流模式？该物流模式的优点有哪些？

答案要点：

CK 公司采用的物流模式是第三方物流。该物流模式的优点如下：

1) 有利于电子商务企业核心竞争力的提高。专业物流企业可以分担电子商务企业的弱项，使电子商务企业可以集中精力构建和完善电子商务平台，专心自身业务拓展。

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。

(2) 指出 CK 公司采用的市场合作战略。

答案要点：

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。

