

策划编辑：张宇晗
责任编辑：张海红
封面设计：蒋碧君

广西普通高等教育专升本考试

专用教材	语文
	数学
	英语
	电子与信息
	财经商贸
考前冲刺卷	教育与体育
	语文
	数学
	英语
	电子与信息
	财经商贸
	教育与体育

免费提供

精品教学资料包

服务热线：400-615-1233

www.huatengzy.com



定价：65.00元

广西普通高等教育专升本考试专用教材·财经商贸

华腾新思专升本考试研究中心 主编

北京邮电大学出版社



依据2026年《广西普通高等教育专升本考试大纲与说明》编写

广西

华腾新思专升本考试研究中心 主编

普通高等教育专升本考试专用教材

财经商贸



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

依据2026年《广西普通高等教育专升本考试大纲与说明》编写

广西

华腾新思专升本考试研究中心 主编

普通高等教育专升本考试专用教材

财经商贸



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

本书是广西普通高等教育专升本考试的学习用书。全书共分为三章:电子商务基础、管理学基础、经济学基础。本书以广西专升本考试财经商贸大类科目的最新考试大纲及考试说明为依据进行编写,设置了“考点集结”“直击考纲”“知识精讲”“精华回顾”“巩固演练”等模块,采取讲练结合的方式,在讲解知识点的过程中穿插典型例题,同时精选练习题,帮助考生及时巩固所学,查漏补缺。

本书既可作为参加广西普通高等教育专升本考试的考生的复习资料,也可作为广大专科学校学生的学习资料。

图书在版编目(CIP)数据

广西普通高等教育专升本考试专用教材. 财经商贸 /
华腾新思专升本考试研究中心主编. -- 北京:北京邮电
大学出版社, 2025. -- ISBN 978-7-5635-7681-4

I. G724.4

中国国家版本馆 CIP 数据核字第 2025NH3018 号

策划编辑:张宇晗 责任编辑:张海红 封面设计:蒋碧君

出版发行:北京邮电大学出版社

社 址:北京市海淀区西土城路 10 号

邮政编码:100876

发 行 部:电话:010-62282185 传真:010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销:各地新华书店

印 刷:三河市龙大印装有限公司

开 本:880 mm×1 230 mm 1/16

印 张:18.5

字 数:458 千字

版 次:2025 年 9 月第 1 版

印 次:2025 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-7681-4

定 价:65.00 元

· 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 ·

服务电话:400-615-1233



前 言

广西普通高等教育专升本考试(以下简称广西专升本考试)是广大考生提升学历、实现自我价值的重要途径,报考人数众多,竞争日益激烈。尤其是实行统考以来,广西专升本考试呈现出一些新的趋势:题型灵活多变,更加注重对基础知识、应用能力及考生综合素质的考查。

财经商贸大类作为广西专升本考试的专业科目之一,一直都是考生备考的重点。为了帮助广大考生系统、全面、精准、高效地复习备考,我们特组织具有丰富教研经验的教研员,以广西专升本考试财经商贸大类科目的考试大纲与说明为依据,深入研究近几年考试的命题情况,紧密结合考生的学习特点,精心编写了本书。

本书具有以下特色。

1. 紧扣考纲,契合考情

本书以 2026 年《广西普通高等教育专升本考试大纲与说明》为依据进行编写,难度与考试要求高度一致。考生利用本书可以更好地把握考情,强化对基础知识的理解与运用,学习必备的应试技巧,切实提高应试能力。

2. 体例科学,栏目丰富

编者经过精心设计,设置了“考点集结”“直击考纲”“知识精讲”“精华回顾”“巩固演练”等模块,以清晰的脉络呈现考生应知应会知识的全貌,确保考生学习无死角、无遗漏。为便于考生理解知识点,提升应试技能,还在书中设置了“典例剖析”“名师点拨”“拔高进阶”“知识拓展”“小提示”等形式新颖的小栏目,帮助考生对知识形成立体认知。

3. 讲练结合,提升能力

本书采取讲练结合的方式,在讲解知识点的过程中穿插典型例题,帮助考生明确答题误区,习得解题技巧;还设置了精选的练习题,帮助考生及时巩固所学,查漏补缺,从而有步骤、有计划地巩固所学知识。

专升本考试对渴望获得升学机会的考生来说既是人生道路上的一次重要挑战,也是实现梦想的一次宝贵实践。祝愿考生朋友们在即将到来的考试中取得优异成绩,圆梦本科院校!

华腾新思专升本考试研究中心



“专用教材” 这样用

考点集结

思维导图展示考点，一目了然！

直击考纲

什么最重要？都在这里了！

知识精讲

一网打尽重点难点常考点！

典例剖析

典型例题引领学习

名师点拨

名师点拨解题思路

拔高进阶

努力挑战更高分

知识拓展

不能不看的新知识

小提示

提醒关注重要细节

精华回顾

本部分精华再回顾！

巩固演练

学以致用，精选习题刷起来！



目 录

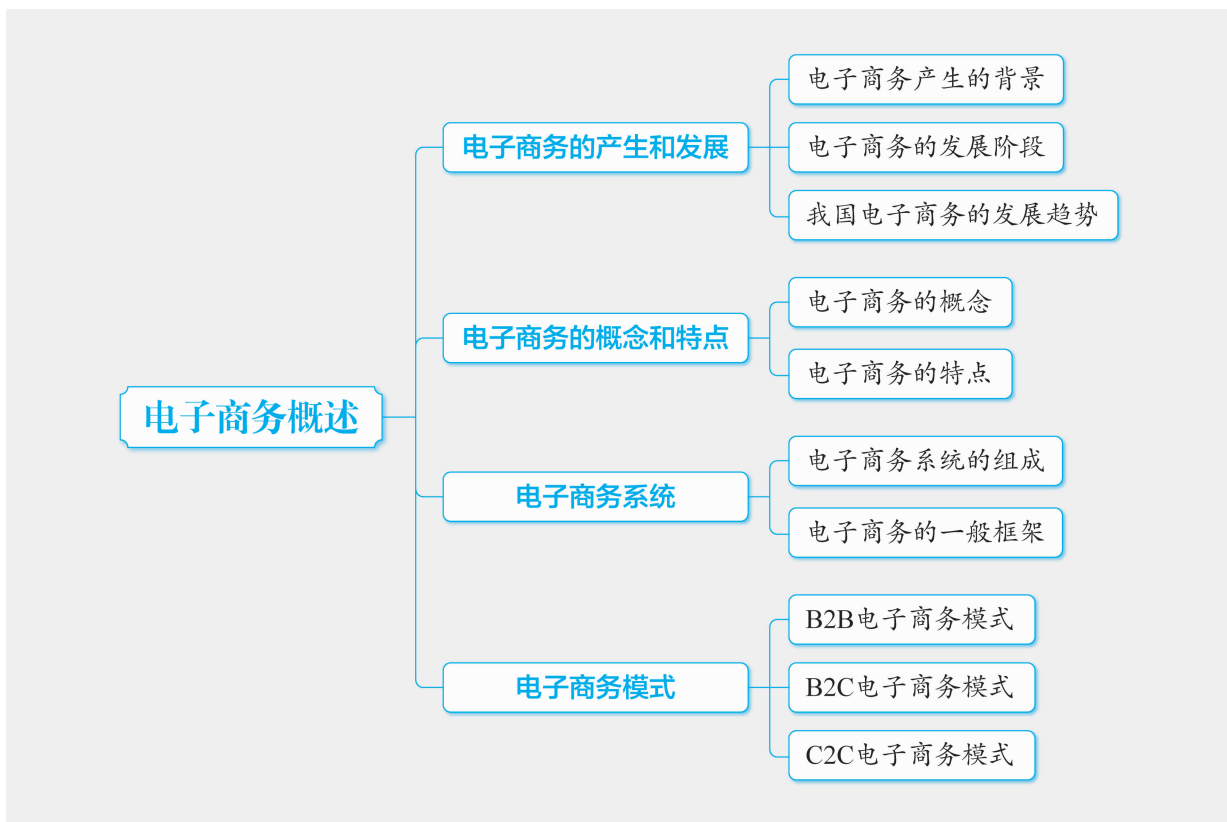
第一章	电子商务基础	1
第一节	电子商务概述	3
第二节	电子商务技术支持	21
第三节	网络营销	37
第四节	电子商务支付	53
第五节	电子商务物流及供应链管理	64
第六节	电子商务安全	79
第七节	电子商务应用	90
第二章	管理学基础	111
第一节	管理基础知识	113
第二节	决策与计划	130
第三节	组织	146
第四节	领导	161
第五节	控制	185
第六节	管理创新	198
第三章	经济学基础	209
第一节	经济学概述	211
第二节	需求与供给	217
第三节	消费者行为理论	232
第四节	生产者行为理论	243
第五节	市场理论	259
第六节	宏观经济运行	266
第七节	宏观经济调控	279



第一章 电子商务基础

第一节 电子商务概述

考点集结



直击考纲

- (1) 了解电子商务的现状和发展趋势；
- (2) 理解电子商务的概念和特点；
- (3) 掌握电子商务系统的组成；
- (4) 掌握 B2B、B2C、C2C 电子商务模式的概念、类型及相应的电子商务盈利模式；
- (5) 掌握在 B2B、B2C、C2C 网上交易平台建立网店的业务流程。

知识精讲

一、电子商务的产生和发展^{了解}

(一) 电子商务产生的背景

20 世纪 70 年代以来,电子计算机及其相关技术在社会生活各个领域的应用呈逐年增长的发展势态。具有“商务”概念的电子商务活动伴随着计算机网络技术的实用化而产生。

20 世纪 70 年代,工业化国家中的一些大公司利用计算机网络,实现了以电子数据交换(electronic data interchange, EDI)的方式进行传送和接收订单、发票、交货单及付款单等商务活动,这可以说是电子商务最

早期的形态。

小提示

EDI 是英文 electronic data interchange 的缩写,即电子数据交换,是指按照同一规定的一套通用标准格式,将标准的经济信息通过通信网络传输,在贸易伙伴的电子计算机系统之间进行数据交换和自动处理。

进入 20 世纪 90 年代后期,由于个人计算机的广泛应用、因特网的迅速发展、信用卡的普及和电子安全交易协议的制定,以及政府的支持与推动,电子商务开始真正地发展起来。

(二)电子商务的发展阶段

1. 第一阶段:基于 EDI 的电子商务

EDI 在 20 世纪 60 年代末期产生于美国,在互联网普及之前,EDI 是各国主要的电子商务应用技术。我国基于 EDI 的电子商务始于 20 世纪 90 年代初。EDI 是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机上传输到另一台计算机上的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸质票据,因此,人们形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。

知识拓展

EDI 系统对信息共享的考虑较少,更适合有大量的单证和文件需要传输的大型跨国公司。随着大型跨国公司对信息共享的需要和中小企业对 EDI 的渴望,建立一种新的成本低、效率高、能够实现信息共享的电子信息交换系统已成为当务之急。

2. 第二阶段:基于互联网的电子商务

20 世纪 90 年代,互联网因费用低廉、覆盖面广且功能齐全得以迅速普及和发展,其功能也从信息共享演变为一种大众化的信息传播工具。基于互联网的电子商务起源于 1995 年,起初出现的是一些互联网零售公司,如亚马逊等。后来,像沃尔玛这样的传统跨国零售商也建立了自己的网上商店。

3. 第三阶段:快速发展阶段

从 21 世纪初开始,电子商务不再是一个试验品和简单工具,而是成为企业商务的核心。在“互联网+”的思维变革下,电子商务在生活服务等领域的应用更为普遍,如线上线下商务(online to offline, O2O)、新零售、互联网金融、智能制造、智慧城市等。物联网、云计算、大数据、人工智能、区块链等新兴技术与现代制造业结合,促进了电子商务的快速发展,也催生其出现了许多新的发展趋势。电子信息技术同教育结合,形成电子教务—远程教育;同医疗结合,形成电子医务—远程医疗;同政务结合,形成电子政务;同手机通信结合,形成移动商务;同军务联系,形成电子军务—远程指挥;同金融结合,形成在线银行;同企业组织形式结合,形成虚拟企业;等等。

小提示

随着电子信息技术的发展和社会需要的不断增加,未来的电子商务模式将以买方市场为导向、用户需求为中心、业务竞标为手段,依托因特网和快捷的物流布局,向全球化高速发展。

(三)我国电子商务的发展趋势

在我国,电子商务未来将呈现如下发展趋势。



- (1)纵深化趋势。无论是企业发展电子商务的深度还是个人参与电子商务的深度都将进一步拓展。
- (2)个性化趋势。个性化定制信息需求发展强劲,个性化商品的深度参与成为必然。个性化定制信息需求和个性化商品需求将成为发展方向,个人的偏好与商品的设计和制造过程将更好地融合起来。
- (3)融合化趋势。电子商务网站将逐渐走向新的融合,包括同类兼并、互补性兼并、战略联盟。
- (4)移动化趋势。移动电子商务就是利用手机等无线终端开展各种商业经营活动的一种新的电子商务模式。随着移动通信系统的发展,无线通信产品支持高质量的语音、分组数据、多媒体业务和多用户速率通信。这将彻底改变人们的通信方式和生活方式,进一步促进全方位的移动电子商务得以实现和广泛开展。
- (5)全球化趋势。越来越多的企业将通过电子商务平台与国外的企业进行交易、合作。同时,我国庞大的电子商务市场将吸引越来越多的外国电子商务企业和投资公司参与进来。

二、电子商务的概念和特点

(一)电子商务的概念

电子商务简称电商,是由 IBM 公司于 1996 年提出的,但至今还没形成一个较为全面和权威的、能够为绝大多数人所接受的定义。

《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)提出,电子商务是通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

知识拓展

《电子商务法》第二条规定,中华人民共和国境内的电子商务活动,适用《电子商务法》。《电子商务法》所称电子商务,是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

法律、行政法规对销售商品或者提供服务有规定的,适用其规定。金融类产品和服务,利用信息网络提供新闻信息、音视频节目、出版以及文化产品等内容方面的服务,不适用《电子商务法》。

1. 广义的电子商务

广义的电子商务(electronic business, e-business)是指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术等现代信息技术进行的各类商务活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易等在内的各种商务活动,主要是指企业与企业之间、企业与消费者之间利用现代信息技术和计算机网络,按照一定标准进行的交易。

2. 狭义的电子商务

狭义的电子商务(electronic commerce, e-commerce)是指人们在互联网上开展的交易或与交易有关的活动。

典例剖析

(判断题)广义的电子商务也称电子交易,主要是指利用互联网提供的通信手段而进行的网上商业交易活动。()

答案 × 狭义的电子商务也称电子交易,主要是指利用互联网提供的通信手段而进行的网上商业交易活动。因此,本题表述错误。

(二)电子商务的特点

与传统商务方式相比,电子商务具有明显的特点,具体可归结为以下几点,如表 1-1-1 所示。

表 1-1-1 电子商务的特点

特 点	说 明
虚拟性	实现交易的虚拟化,交易无须面对面进行
高效性	主要体现在信息传递方面: (1)传统商务受限于信息发布和传递,商家与消费者之间存在信息不对称的问题。电子商务中的信息传递凸显透明、准确、及时的优势。 (2)电子商务应用计算机自动处理数据,解决了传统商务易出错、处理速度慢等问题,整个交易过程更加快捷
低成本	(1)企业:减少了采购步骤,节约实体店铺的租金,节省销售费用。 (2)消费者:可以足不出户买到价格相对较低的产品
互动性	各主体之间可以实时双向沟通
全球性	不受空间和时间的限制,卖方可以在世界各地寻找市场机会,提升商品销售量,买方也有了更多选择;交易对象扩展到了全球范围

提示

除上述特点外,电子商务还表现出电子商务主体间的协调性、设备功能信息等要素间的集成性、发展的可扩展性和安全性等。

三、电子商务系统

(一)电子商务系统的组成

电子商务系统是以电子商务为基础的网上交易实现的体系。电子商务系统包括信息网络、供应方和需求方、认证机构、网上银行、物流配送体系等,如图 1-1-1 所示。

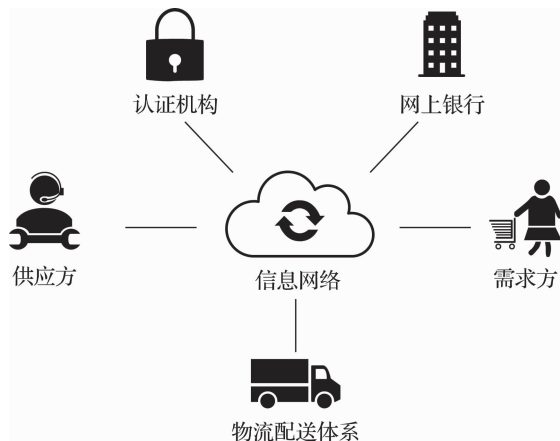


图 1-1-1 电子商务系统的组成

1. 信息网络

信息网络在电子商务系统中承担着信息传递的基本功能,包括互联网、内联网(Intranet)和外联网(Extranet)。内联网是指使用因特网技术,为企事业单位的内部业务处理和信息交流而建立的专用网络,通常与因特网相隔离。外联网是指使用因特网技术,为企、事业单位对外部企、事业单位进行业务联系与信息交流而建立的专用网络,通常与企事业单位的内联网相隔离。

2. 供应方和需求方

供应方和需求方统称为电子商务用户,其可分为个人用户和企业用户。个人用户使用个人数字助理、移动终端等接入互联网;企业用户建立内联网和管理信息系统,对人力、财力、物力、供应、销售、储存进行科学管理。供应方通过互联网发布产品信息、接收订单等,需求方通过互联网获取信息、购买商品。

3. 认证机构

认证机构(certification authority, CA)又称证书授权中心,作为电子商务交易中受信任的第三方,是受法律承认的权威机构,负责发放和管理电子证书。电子证书是一个包含证书持有人信息、公开密钥、证书序号、有效期、发证单位的电子签名等内容的数字凭证文件。网上交易的各方凭借电子证书确认身份。

4. 网上银行

支付结算是网上交易完整实现的重要环节,对消费者按时支付、销售者按时回收资金,促进企业经营良性循环起着重要作用。网上银行为客户提供网上支付结算和各种金融服务,通过互联网将客户的计算机终端连接至银行网站,将银行服务直接送到客户办公室或家中,使客户足不出户就可以享受安全、实时的银行服务。在电子商务交易中,网上银行可以为供应方和需求方提供 24 小时实时服务。

5. 物流配送体系

物流配送企业接受供应方的送货要求,组织运送网购商品,跟踪商品的流向,将商品送到需求方手中。物流配送企业不仅直接面对供需双方,影响电子商务供需双方的满意度,而且能及时掌握商品市场的变化趋势。

除上述要素外,电子商务交易还涉及电子商务服务商和市场监管、税务、海关等商务部门管理机构。

小提示

电子商务服务商指提供网络接入服务、信息服务及应用服务的信息技术厂商,如互联网服务提供商、互联网内容服务商、应用服务供应商等。

典例剖析

(单项选择题)下列关于电子商务特点的描述,错误的是()。

- A. 电子商务的交易活动通过信息网络完成,具有虚拟性
- B. 电子商务在信息传递方面的高效性体现在信息的透明、准确和及时性上
- C. 电子商务的交易成本比传统商务更高,但实现了“零库存”的经营理念
- D. 电子商务的互动性体现在交易过程中各主体之间的实时双向沟通

答案 C A 选项正确,描述了电子商务的虚拟性,即交易活动通过信息网络完成。B 选项正确,描述了电子商务在信息传递方面的高效性,包括信息的透明、准确和及时性。C 选项错误,因为电子商务的交易成本通常比传统商务更低,它通过减少实体店铺的租金、避开中间环节等方式降低成本,并实现了“零库存”的经营理念。D 选项正确,描述了电子商务的互动性,即交易过程中各主体之间的实时双向沟通。

(二)电子商务的一般框架

电子商务的一般框架结构是指实现电子商务从技术层到应用层发展应具备的完整的运作基础。它从总体上可分为四个层次和两大支柱。四个层次分别是网络基础层、信息发布与传输层、服务支持层和应用层,代表电子商务顺利实施应具备的各级技术和应用层面的条件;两大支柱是指国家政策和法律法规,以及



技术标准和网络协议,是电子商务顺利应用的坚实基础。电子商务的一般框架如图 1-1-2 所示。

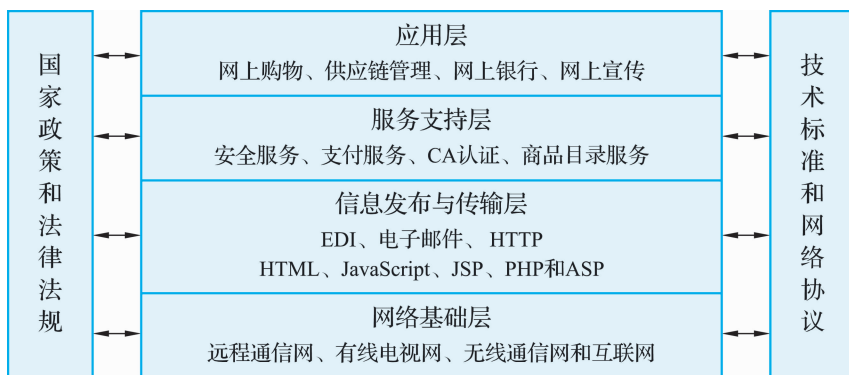


图 1-1-2 电子商务的一般框架

1. 网络基础层

网络基础层是指网络基础设施,其是实现电子商务的最底层的基础设施。网络基础层又称“信息高速公路”,包括远程通信网、有线电视网、无线通信网和互联网等。因为电子商务的主要业务是基于互联网进行的,所以互联网是网络基础设施中最重要的部分。

小提示

网络基础层是信息传输系统,是一切内容出版、信息传输、业务服务和各项电子商务应用的物质前提,是实现电子商务的基本保证。

2. 信息发布与传输层

网络基础层决定了电子商务信息传输使用的线路,信息发布与传输层则决定和解决了如何在网络上传输信息和传输何种信息的问题。从技术角度来看,电子商务的整个过程就是围绕信息发布与传输进行的,其中常用的信息传输方式包括 EDI、电子邮件和基于超文本传输协议(hypertext transfer protocol, HTTP)的网页通信。常用的技术包括超文本置标语言(hypertext mark language, HTML)、JavaScript 等,它们可以解决 Web 页面的结构、Web 的外观视觉表现以及 Web 层面的交互实现。除此之外,信息发布还需要解决功能实现、数据的存取、平台的稳定性与性能等问题,常用到的技术有 Java 服务器页面(Java server pages, JSP)、超文本预处理器(hypertext preprocessor, PHP)和活动服务器页面(active server pages, ASP)等。

3. 服务支持层

服务支持层包括安全服务、支付服务、CA 认证、商品目录服务等。电子证书作为网上的“身份证”,通过加密和解密的方法实现安全的网上信息交换与交易,保证了电子商务交易的安全。CA 认证是服务支持层的核心。

4. 应用层

应用层包括网上购物、网上出行、旅游预订等电子商务应用,以及企业在此基础上开展的企业办公、供应链管理、企业资源计划管理、客户关系管理、网络营销等电子商务活动。

5. 国家政策和法律法规

随着电子商务的产生和发展,交易过程存在许多的问题和纠纷,需要应用国家政策和法律法规保证电子商务活动健康、有序进行。

6. 技术标准和网络协议

技术标准定义了用户接口、网络协议、信息发布标准等技术细节,它是信息发布与传输的基础,是网络信息一致性的保证。就整个网络环境来说,保证技术标准的兼容性和通用性是十分重要的。



典例剖析

A. 网络基础层

B. 信息发布与传输层

C. 服务支持层

D. 应用层

答案 A 网络基础层是指网络基础设施,是实现电子商务的最底层的基础设施,也是信息传输系统,是

知识拓展

电子商务的分类

1. 按照交易主体分类

电子商务通常在企业、政府部门和个人消费者之间进行。按照交易主体不同,电子商务可分为以下五种类型。

- (1) 企业对企业电子商务(business to business, B2B)。
- (2) 企业对消费者电子商务(business to consumer, B2C)。
- (3) 消费者对消费者电子商务(consumer to consumer, C2C)。
- (4) 企业对政府电子商务(business to government, B2G)。
- (5) 消费者对政府电子商务(consumer to government, C2G)。

2. 按照商务活动的运作方式分类

按照商务活动的运作方式,电子商务可分为完全电子商务和不完全电子商务两种模式。

- (1) 完全电子商务。完全电子商务又称直接电子商务,是指交易过程中的信息流、资金流、商流和物流都能够完全通过电子商务的方式实现。
- (2) 不完全电子商务。不完全电子商务又称间接电子商务,即无法完全依靠电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易,它需要依靠一些外部要素(如运输系统)来完成交易。

3. 按照开展交易的地域范围分类

按照开展交易的地域范围,电子商务可分为本地电子商务、国(境)内远程电子商务和全球电子商务三种模式。

四、电子商务模式 掌握

商业模式是指一个企业从事某一领域经营活动的市场定位和盈利目标,以及为了满足目标客户主体需要所采取的一系列的整体战略组合。它是以目标价值为核心、以实现目标价值的各种流(价值流、信息流、知识流、资金流、物流、商流)为主要脉络、以驱动各种流的基础实体为支撑的层次体系。

电子商务模式是电子商务的商业模式,它是企业运用信息技术特别是网络技术从事生产经营和服务活动,创造利润以维持自身生存与发展所采取的方法与策略的组合。

(一)B2B 电子商务模式

1. B2B 电子商务模式的概念

B2B 即企业对企业,是指企业与企业之间通过互联网等现代信息技术手段进行商务活动的模式,是应用最广泛的一种电子商务模式。

小提示

典型的 B2B 平台有阿里巴巴、慧聪网、环球资源网、敦煌网等。

2. B2B 电子商务模式的类型

根据 B2B 交易平台的构建主体, B2B 电子商务可以分为基于企业自有网站的 B2B 电子商务和基于第三方中介网站的 B2B 电子商务。

(1) 基于企业自有网站的 B2B 电子商务是一种以传统企业为中心的 B2B 电子商务网站, 也叫面向制造业或面向商业的垂直 B2B 网站, 一般依托于传统企业的自有网站。企业建立电子商务网站的目的主要是自用, 即利用这一网站实现供应链管理 and 客户关系管理的优化, 以实现本企业采购、营销和企业形象宣传等商务目的, 如海尔企业购。

(2) 基于第三方中介网站的 B2B 电子商务只是提供一个平台, 目的是使销售商和采购商可以汇集在一起进行交易。按照面向行业范围, B2B 电商平台可以进一步划分垂直 B2B 电商平台(面向同一个行业和水

名师点拨

垂直网站往往吸引的是本行业的客户, 其潜在的购买力比较强, 因此做广告的效果可能比较好。

水平网站的行业范围广, 交易的商品门类齐全, 企业和企业之间的交易一般是大额交易, 很多行业都可以在同一个网站上进行贸易活动。

典例剖析

(单项选择题) 网站的行业范围广, 很多行业都可以在同一个网站上进行贸易活动的 B2B 电子商务模式是()。

- A. 垂直 B2B 电子商务
- B. 水平 B2B 电子商务
- C. 卖方控制型商业模式
- D. 中介控制型商业模式

答案 B 水平 B2B 电子商务的特点是网站的行业范围广, 很多行业都可以在同一个网站上进行贸易活动。

3. B2B 平台的盈利模式

B2B 平台是指提供企业对企业电子商务活动的平台。B2B 平台通过网络快速反应以及为用户提供更好的服务吸引客户。B2B 平台的盈利模式主要包括会员费、广告费、竞价排名、增值服务费、交易佣金和线下服务等。

(1) 会员费。会员费是 B2B 平台最主要的盈利模式。企业通过第三方电子商务平台参与电子商务交易, 只有注册为 B2B 平台的会员, 才能享受平台提供的各种服务。企业需要根据自己的需求每年交纳一定的会员费。

(2) 广告费。网络广告既是 B2B 平台的主要收入来源, 也是门户网站的主要盈利来源。一般情况下, B2B 平台根据广告出现的位置及类型来收取费用, 以图片、文字、关键字或动态 Flash 等形式投放经营者的广告, 也可以按照广告联盟方式投放在百度中。常见的 B2B 平台广告有弹出式广告、浮动式广告、横幅广告、文字广告等。

(3) 竞价排名。企业为了提升产品销售额, 会努力让自己在 B2B 平台的信息搜索结果中排名靠前。B2B 平台在确保信息准确的基础上, 会根据会员交费的不同, 对排名顺序做相应的调整。

(4) 增值服务费。B2B 平台还会提供一些独特的增值服务, 如 B2B 平台管理、企业认证独立域名, 通过提供行业数据分析报告、优化搜索引擎, 提供供应链金融服务等以获取利润。

(5) 交易佣金。交易佣金是 B2B 平台盈利模式中十分重要的一种, B2B 平台通过促成企业之间的交易获得一定的佣金或手续费。一部分 B2B 平台采取佣金制, 即免注册费, 每年不需要交纳会员费就可以享受网站提供的服务, 但在买卖双方交易成功后收取费用——也就是交易佣金。

(6) 线下服务。线下服务是指以线下服务为主, 依靠线下会展、商情刊物等带来的费用盈利。

典例剖析

(单项选择题)下列不属于 B2B 电子商务平台主要盈利模式的是()。

- A. 会员费 B. 交易佣金 C. 个人消费税 D. 广告费

答案 C B2B 平台的盈利模式主要包括会员费、广告费、竞价排名、增值服务费、交易佣金和线下服务等。个人消费税通常是对个人消费者征收的税费,不属于 B2B 电子商务平台的主要盈利模式。

4. B2B 电子商务的交易流程

参加交易的双方在做好交易前的准备工作之后,按电子商务标准规定的电子商务交易流程进行交易。B2B 电子商务的交易流程如图 1-1-3 所示。

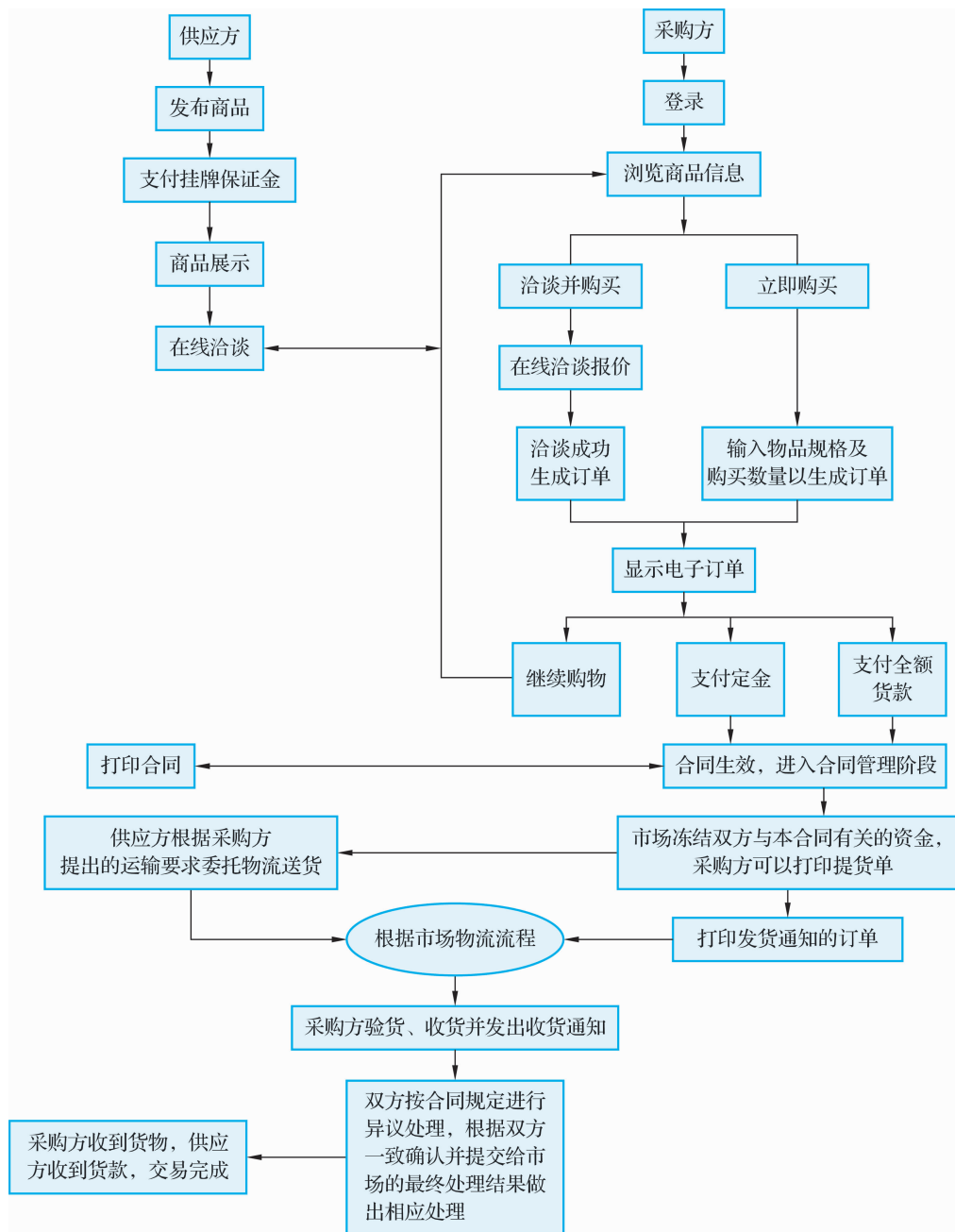


图 1-1-3 B2B 电子商务的交易流程



- (1) 采购方向供应方发出交易要约,提出商品报价请求并询问所购买商品的详细信息。
- (2) 供应方向采购方提供该商品的报价并反馈信息。
- (3) 采购方向供应方提交商品订购单。
- (4) 供应方对采购方提交的商品订购单做出应答,说明有无此商品及目前存货的规格型号、品种、质量等信息。
- (5) 采购方根据供应方的应答决定是否对订购单进行调整,并最终做出购买商品的决定。
- (6) 采购方向供应方提出商品运输要求,明确运输工具和交货地点等信息。
- (7) 供应方向采购方发出发货通知,说明所用运输公司的名称、交货时间、交货地点、所用的运输设备和包装等信息。
- (8) 采购方向供应方发出收货通知。
- (9) 交易双方收发汇款通知。采购方发出汇款通知,供应方告之收款信息。
- (10) 供应方备货并开具电子发票,采购方收到货物,供应方收到货款,整个 B2B 交易流程结束。

典例剖析

(单项选择题)在 B2B 电子商务的交易流程中,属于供应方向采购方回答商品报价并提供反馈信息步骤的环节是()。

- A. 采购方向供应方提出商品订购单
- B. 供应方向采购方回答该商品的报价并反馈信息
- C. 采购方向供应方提出商品运输要求
- D. 供应方向采购方发出发货通知

答案 B 供应方向采购方回答商品报价并提供反馈信息的步骤是第二个环节,即“供应方向采购方回答该商品的报价并反馈信息”。

(二)B2C 电子商务模式

1. B2C 电子商务模式的概念

B2C 即企业对顾客,是指企业与个人买家之间进行商品或服务交易的模式,这种电子商务模式是网络零售的主要类型。



知名 B2C 电子商务平台有天猫、京东商城、当当网、苏宁易购等。

2. B2C 电子商务模式的类型

(1) 按交易客体分类。B2C 电子商务根据交易客体不同,分为销售无形产品或服务的电子商务模式和销售有形产品或服务的电子商务模式。前者是一种完全的电子商务模式,后者则是一种不完全的电子商务模式。

无形产品又称为虚拟产品,如电子信息、音乐、电影、充值卡、计算机软件、游戏等,它们可以直接通过网络传输而获得。销售无形产品或服务的电子商务模式主要有网上订阅、付费浏览、广告支付和网上赠与四种,如表 1-1-2 所示。



表 1-1-2 销售无形产品或服务的电子商务模式类型

类 型	内 容	应 用
网上订阅	网上订阅是指消费者在网上订阅企业提供的无形产品或服务,并通过网络进行浏览或消费的模式	网上订阅主要被商业在线机构用来销售报纸杂志、有线电视节目等,其形式又分为在线服务、在线出版、在线娱乐等
付费浏览	付费浏览是指企业通过网页安排向消费者提供计次收费性网上信息浏览和信息下载的电子商务模式	中国知网、百度文库等
广告支付	广告支付是指在线服务商免费向消费者或用户提供信息在线服务,而营业活动全部用广告收入来获得的模式	百度等在线搜索服务网站
网上赠与	网上赠与是一种非传统的商业运作模式,是企业借助国际互联网用户遍及全球的优势,向互联网用户赠送软件产品,以扩大企业的知名度和市场份额。消费者使用该产品,可以促使消费者下载一款新版本的软件或购买另外一款相关的软件	软件公司和出版商

有形产品是指传统意义上的实物产品,其电子商务活动中的查询、订购、支付等环节虽然可以通过网络实现,但最后的交付环节仍然要通过传统的方式来实现。有形产品的电子商务分为[网上商城模式](#)和[企业网站模式](#)。

典例剖析

(多项选择题)无形商品的电子商务运作模式有()。

- A. 网上订阅 B. 付费浏览
C. 广告支付 D. 网上赠与

答案 ABCD 无形商品的电子商务模式包括:网上订阅,即用户支付费用获取内容访问权限;付费浏览,即按次或按内容收费;广告支付,即通过广告收入支持免费提供内容;网上赠与,即免费提供内容,鼓励自愿捐赠或回报。故全选。

(2)按商品品类多少分类。

根据商品品类的多少,B2C 电子商务可分为垂直 B2C 电子商务和综合 B2C 电子商务。

①垂直 B2C 电子商务是指针对某一特定领域或产品,提供专业化、个性化的产品和服务。按照商品品牌的多少,垂直 B2C 电子商务又可以分为品牌型垂直电子商务和平台型垂直电子商务。品牌型垂直电子商务主要销售单品类、单品牌商品;平台型垂直电子商务主要销售单一品类下的多个品牌商品。

②综合 B2C 电子商务销售多品类商品,每个品类又涉及多个品牌的商品,如京东商城、天猫等,它们销售 3C 产品(计算机、通信和消费类电子产品)、服装、化妆品和图书等多品类商品,每个品类又涉及多个品牌的商品。

知识拓展

根据不同的标准,还可以将 B2C 模式划分为以下不同的类型。

(1)按 B2C 网购模式,B2C 电子商务模式可分为综合平台商城模式、综合独立商城模式、网络品牌商城模式、连锁购销商城模式等。



(2)按企业与消费者之间的买卖关系,B2C 电子商务可分为卖方企业对买方个人的 B2C 电子商务及买方企业对卖方个人的 B2C 电子商务两种模式。

3. B2C 平台的盈利模式

(1)商家入驻费用。商家入驻平台要交纳的费用一般由保证金、软件服务费、平台使用费或技术服务费(扣点)等组成,商家入驻费用是 B2C 平台的主要盈利模式。以入驻京东商城为例,入驻店铺分为旗舰店、专卖店和专营店三类,同时标注商标注册证(R 标)或商标注册申请受理通知书(TM 标),保证金从 5 万元到 20 万元不等。技术服务费有的按交易的费率收取,有的按照年费收取。

(2)广告费。B2C 平台利用其巨大流量的优势,为企业发布广告,提供各式各样的产品或服务展示。随着电子商务不断成熟,电子商务商家的竞争也越来越激烈,广告费已成为电子商务平台重要的盈利模式。

(3)竞价排名。平台商家在购买网站竞价排名服务后会注册一定数量的关键词。当消费者搜索关键词时,相应的搜索结果会按照付费高者排名靠前的原则显示,购买了同一关键词的商家按一定的规则进行排名。商家商品的排名直接关系到商家能否良好发展。在电子商务竞争不断加剧的同时,商家的核心资源——流量也变得越来越稀缺,竞价排名也成为商家必然的选择。

(4)交易服务费。交易服务费是基于电子商务平台提供的服务产生的费用,所售卖的商品类目不同,收取的费率也不同,电子商务平台商家的每一单交易都会产生一笔交易服务费。

4. B2C 电子商务的交易流程

在线销售商品把网络作为媒介,对消费者来说,网上购物比传统购物操作简单,但网上购物活动除了消费者和商家,还涉及银行、认证机构等主体,其流程比传统购物复杂。B2C 网上购物流程如图 1-1-4 所示。

B2C 网上购物流程大致可分为以下几个步骤。

- (1)顾客通过互联网查询自己想购买的物品。
- (2)在计算机上输入订货单,包括从哪个销售商店购买了什么商品,购买了多少,订货单上注明的送货时间、地点以及交给何人等信息。
- (3)电子商务服务器与有关商店联系并立即得到应答,告诉顾客所购货物的单价、应付款数、交货等信息。顾客确认订购,生成新的订单。
- (4)顾客确认后,选择支付方式进行支付(包括网上支付、汇款、货到付款、银行电汇、支付宝等),如顾客选择信用卡网上支付。
- (5)经商业银行证明这张信用卡有效并授权后,销售商店就可发货。与此同时,销售商店留下整个交易过程中发生往来的财务数据,并且出示一份电子收据发给顾客。
- (6)销售商选择物流公司,生成发货单,物流企业受理发货单。
- (7)上述交易完成后,销售商店就按照顾客提供的电子订货单在发送地点将货物交到顾客在电子订货单中指明的人员手中。
- (8)向物流公司支付送货费用。



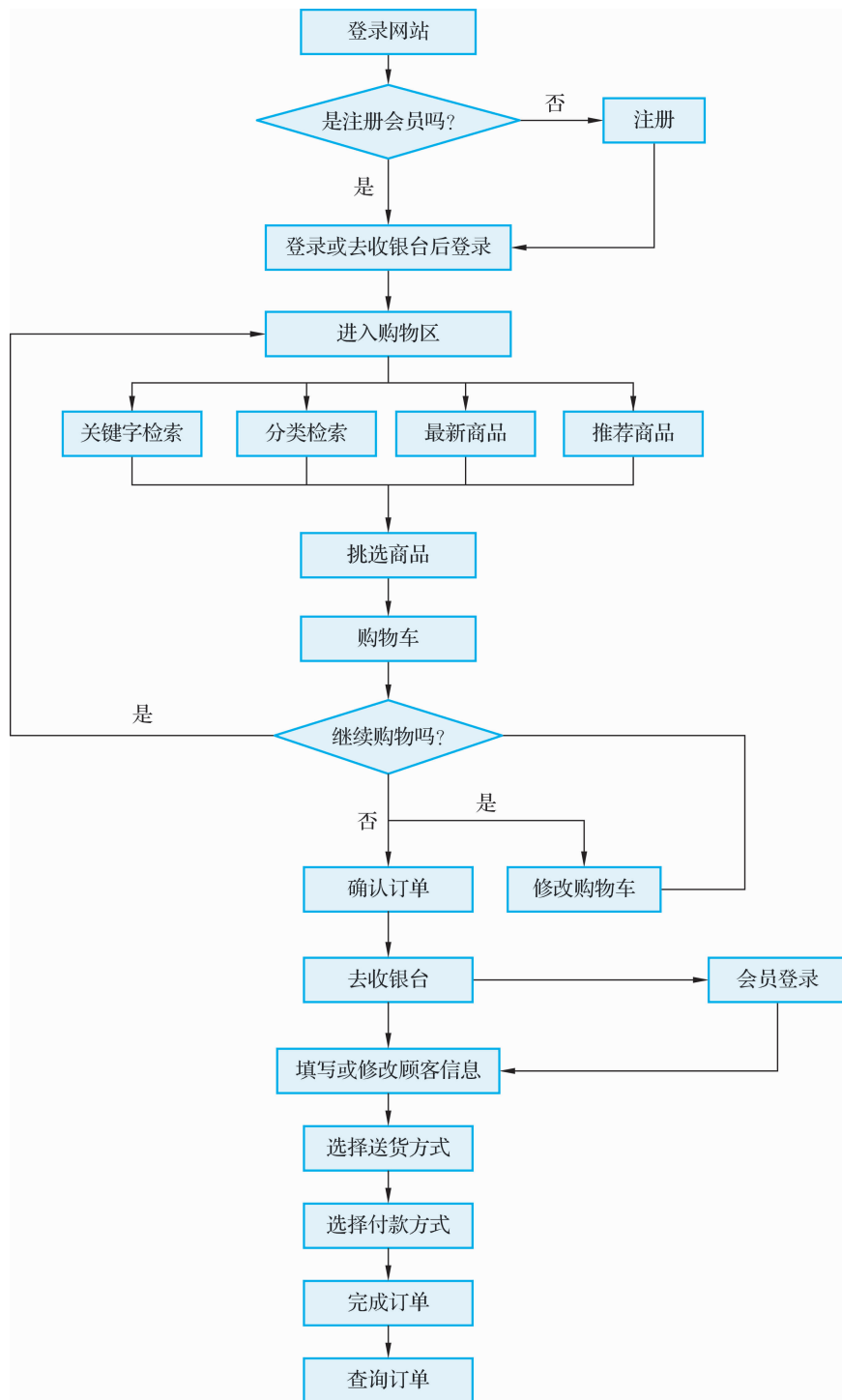


图 1-1-4 B2C 网上购物流程

(三)C2C 电子商务模式

1. C2C 电子商务模式的概念

C2C 电子商务是指个人之间通过网络商务平台实现交易的模式。具体来说,就是消费者通过网络与消费者之间进行个人交易,如网上拍卖等。这种模式为消费者提供了便利与实惠,使卖方可以主动提供商品上网拍卖,而买方可以自行选择商品进行竞价。

小提示

我国的 C2C 电商平台主要有淘宝网、闲鱼等。淘宝网已成为我国规模最大的 C2C 电商平台,闲鱼主要面向个人用户进行二手商品交易。

2. C2C 电子商务模式的类型

按交易平台的运作模式划分,C2C 模式可以分为店铺平台和拍卖平台两种模式。

(1)店铺平台模式。店铺平台模式主要是指电子商务企业为个人提供开设网上商店的平台,通过收取会员费、广告费或其他服务收费来获取利润的模式。

典例剖析

(多项选择题)C2C 电子商务中的店铺模式主要通过收取()来获取利润。

- A. 佣金 B. 会员费 C. 广告费 D. 交易服务费

答案 BCD C2C 电子商务中的店铺平台模式通常通过多种方式获利,包括向卖家收取会员费以提供额外服务,通过广告位出售获取广告费,以及收取交易服务费用来覆盖平台运营成本并实现盈利。这些收入来源共同支持了 C2C 平台的持续运作和发展。

(2)拍卖平台模式。拍卖平台模式主要是指电子商务企业为买卖双方提供一个网络拍卖平台,并按比例收取交易费用。网络拍卖是利用网络进行在线交易的一种新模式,它可以让商品所有者或某些权益所有人在其平台上独立开展以竞价、议价方式为主的在线交易模式。网络拍卖主体的形式有拍卖公司、网络公司,以及拍卖公司和网络公司或其他公司联合形成的主体。其中,较为常见的是网络公司。

3. C2C 平台的盈利模式

C2C 电子商务网站通过组织和利用平台资源、网站及电子商务交易运行机制,为用户提供产品、服务、信息并创造价值以盈利。下面是 C2C 电子商务网站的几种主要盈利模式。

(1)服务收入。C2C 电子商务网站服务收入主要包括会员服务费、交易费、店铺出租费、特色功能费和商品登录费。会员服务费即 C2C 电子商务网站为会员提供网上店铺、企业认证、产品信息推荐、商品登录费和底价设置费(发布一件物品所需支付的费用)等多种服务组合,并根据这些服务内容收取的费用。交易费包括商品成交额、交易服务费,即店商在 C2C 平台上所达成的交易,按照一定的比例交付交易金额提成的费用。店铺出租费即 C2C 平台为商家提供出租店铺,商家开设店铺需要缴纳的基本费用。特色功能费包括分类广告费、图片服务费、工具费、立即购买费、陈列改良费等一系列可选费用。商品登录费即商家在自己的 C2C 平台上发布产品和进行橱窗展示的费用。

(2)广告费。C2C 电子商务网站类似于现实生活中的大型实体超市,是网民经常浏览的地方,拥有超高的人气、频繁的点击率和数量庞大的会员,其中蕴藏巨大的商机。因此,广告收入是 C2C 电子商务网站利润的一大来源。

(3)支付环节收费。C2C 电子商务网站大多支持多种在线支付方式,用户与用户在平台内完成拍卖后,可以通过在线支付按钮来完成交易资金的支付,确保交易安全。C2C 电子商务网站提供支付宝、微信、网银、银行卡等多种支付方式。具体的支付流程是买家先把预付款通过网上银行打到支付公司的个人专用账户,待收到卖家发出的货物后,再通知支付公司把货款打到卖家账户,支付公司按成交额的一定比例收取手续费。

(4)搜索引擎竞价排名。C2C 电子商务网站具有开放性,因此它的用户尤其是卖方用户数量很多,产品

品种繁多、款式纷杂,买方的搜索行为也相对比较频繁。C2C 电子商务网站拓展出类似搜索引擎竞价排名的盈利模式,使买方可以在海量商品信息中很快搜索到卖方的网站和商品,增加买方的访问量。

(5)“首页黄金铺位”推荐费。C2C 模式中电子商务网站首页的广告铺位和展位都有很高的商业盈利价值。对于 C2C 电子商务网站首页的“黄金铺位”,C2C 网站既可以定价销售,也可以进行拍卖,购买者或者中标者可以在规定的时间内在铺位上展示自己的商品。但由于网站首页的位置是有限的,从 C2C 电子商务网站中大多交易额较小的交易特征来看,卖方用户不必花费巨额费用来购买这个位置,因此这种盈利模式只是 C2C 电子商务网站盈利的一种来源。

(6)信用认证。信用认证盈利模式在 B2B 电子商务领域应用成熟,阿里巴巴就是最好的例子。它通过开展企业的信用认证敲开了创收的大门。然而,由于 C2C 模式具有买卖双方小额交易的特点,我国 C2C 电子商务网站虽然都提供信用认证系统,但是很少有用户愿意通过付会员费的方式获得信用认证,因此信用认证盈利模式仍然依赖 C2C 电子商务网站的发展,以及用户规模和交易需求的扩大。

4. C2C 电子商务的交易流程

C2C 电子商务的交易流程有货到付款交易流程、款到发货交易流程和以第三方支付平台为中介的交易流程三种。这三种流程也可综合运用。

(1)货到付款交易流程。货到付款交易流程中买方占有优势,买方首先在卖方的网站上浏览选择商品,卖方确认订单后发货,买方收到商品后支付货款。该交易流程保障了买方的利益,但无法保证卖方的利益,卖方没有绝对的把握收到买方支付的货款。

(2)款到发货交易流程。款到发货交易流程是买方在卖方的网站上选择商品后,直接将货款支付给卖方,待卖方确认收到货款后才向买方发货。该交易流程显然无法保证买方的利益,买方很有可能支付了货款但无法收到商品。

(3)以第三方支付平台为中介的交易流程。以第三方支付平台为中介的交易流程为买卖双方暂时保管货款,买方先将货款支付给第三方支付平台,待买方收到货物后,在购物平台上确认收货,第三方支付平台再将货款划给卖方。图 1-1-5 显示了以支付宝为中介的交易流程。

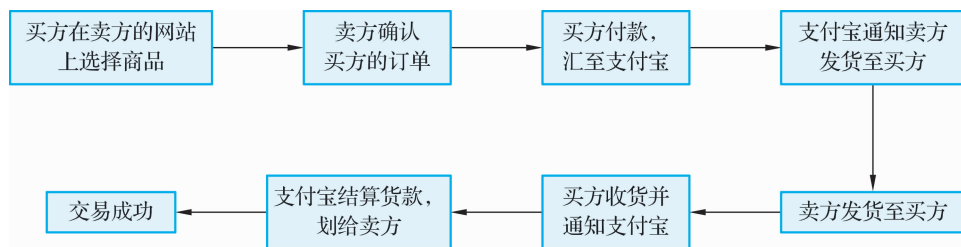


图 1-1-5 以支付宝为中介的交易流程

第一步:买方在卖方的网站上选择商品并选择网上支付货款。

第二步:卖方确认订单后将买方网上支付请求发送给第三方支付平台(支付宝)。

第三步:买方在线支付货款至第三方支付平台(支付宝)。

第四步:第三方支付平台(支付宝)向卖方发送支付结果并通知其发货。

第五步:卖方根据反馈的支付结果发送商品。

第六步:买方收到货物后通知第三方支付平台(支付宝)付款给卖方。

第七步:卖方与第三方支付平台(支付宝)结算货款,卖方收款。

知识拓展

B2B 模式、B2C 模式和 C2C 模式的特点如表 1-1-3 所示。

表 1-1-3 B2B 模式、B2C 模式和 C2C 模式的特点

电子商务模式	特 点
B2B 模式	(1) 面向企业客户, 交易对象广泛。 (2) 交易规模大, 交易频次低。 (3) 交易技术要求高。 (4) 交易过程复杂但规范
B2C 模式	(1) 市场规模大, 商品品种多。 (2) 直接面向消费者, 价格低廉。 (3) 个性化和定制化。 (4) 便捷和交易快速
C2C 模式	(1) 个体卖家经营。 (2) 商品种类丰富。 (3) 价格透明, 可选择空间大。 (4) 电子商务平台为交易场所

精华回顾

1. 《电子商务法》中指出, 电子商务是通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。
2. 与传统商务方式相比, 电子商务有明显的特点: 虚拟性、高效性、低成本、互动性和全球性。
3. 电子商务发展的第一阶段是基于 EDI 的电子商务, 第二阶段是基于互联网的电子商务, 第三阶段是快速发展阶段。
4. 电子商务系统是以电子商务为基础的网上交易实现的体系。电子商务系统包括信息网络、供应方和需求方、认证机构、网上银行、物流配送体系、电子商务服务商等。
5. B2B 电子商务模式是指企业与企业之间通过互联网等现代信息技术手段进行商务活动的模式, 是应用最广泛的一种电子商务模式。根据 B2B 交易平台的构建主体, B2B 电子商务可以分为基于企业自有网站的 B2B 电子商务和基于第三方中介网站的 B2B 电子商务。B2B 平台的盈利模式主要包括会员费、广告费、竞价排名、增值服务费、交易佣金和线下服务等。
6. B2C 电子商务模式是指企业与个人买家之间进行商品或服务交易的模式。B2C 电子商务根据交易客体不同, 分为销售无形产品或服务的电子商务模式和销售有形产品或服务的电子商务模式。根据商品品类的多少, B2C 电子商务可分为垂直 B2C 电子商务和综合 B2C 电子商务。B2C 平台的盈利模式包括商家入驻费用、广告费、竞价排名和交易服务费。
7. C2C 电子商务是指个人之间通过网络商务平台实现交易的模式。按交易平台的运作模式划分, C2C 模式可以分为店铺平台和拍卖平台两种模式。C2C 电子商务网站的主要盈利模式包括服务收入、广告费、支付环节收费、搜索引擎竞价排名、“首页黄金铺位”推荐费和信用认证。



巩固演练

一、单项选择题

1. 以下属于 B2C 电子商务模式的交易平台是()。
 - A. 京东商城网上交易平台
 - B. 慧聪网网上交易平台
 - C. 阿里巴巴网上交易平台
 - D. 环球资源网
2. 电子商务的本质是()。
 - A. 计算机技术
 - B. 数据库技术
 - C. 网络
 - D. 商务的电子化
3. 电子数据交换的英文缩写是()。
 - A. EB
 - B. EDI
 - C. NET
 - D. EC
4. 电子商务的最早期形态是()。
 - A. 通过因特网实现的电子商务
 - B. 基于 EDI 的电子商务
 - C. 移动电子商务
 - D. 电子政务
5. 以下不属于 B2C 电子商务模式特点的是()。
 - A. 提供多方面个性化服务, 适合大面积推广
 - B. 拥有合理的物流渠道
 - C. 用户量少但群体范围广
 - D. 提供商品信息的中介
6. 在电子商务的基本组成要素中, 负责发放和管理电子证书, 使网上交易的各方能互相确认身份的机构是()。
 - A. 电子商务信息网络
 - B. 供应方和需求方
 - C. 认证机构
 - D. 网上银行

二、多项选择题

1. 以下关于 B2B 交易流程的描述, 错误的有()。
 - A. 交易前的准备工作中, 卖方企业不需要发布任何信息, 只需要等待买方企业的联系
 - B. 交易中的各项工作中, 双方企业仅通过电子邮件进行商品信息的交流和报价
 - C. 交易后的各项工作中, 买方可以采用电子支付方式, 并会收到电子发票
 - D. 交易完成后, 卖方无须对物流进行跟踪, 只需等待买方确认收货
2. 以下属于电子商务范畴的有()。
 - A. 利用信息网络提供新闻信息
 - B. 通过互联网提供家政服务
 - C. 在线销售书籍
 - D. 在线销售游戏点卡
3. 以下关于 B2C 和 C2C 电子商务模式的描述中, 错误的有()。
 - A. B2C 和 C2C 的交易主体都是个人消费者
 - B. B2C 的商品种类比 C2C 更丰富
 - C. C2C 的交易更依赖于用户评价和信誉系统
 - D. B2C 的运营成本远低于 C2C
4. 以下关于 B2B 电子商务的描述, 错误的有()。
 - A. B2B 电子商务仅涉及供应商和采购商之间的交易

广西普通高等教育专升本考试
专用教材·财经商贸
参考答案及解析

目 录

第一章 电子商务基础	1
第一节 电子商务概述	1
第二节 电子商务技术支持	2
第三节 网络营销	3
第四节 电子商务支付	4
第五节 电子商务物流及供应链管理	5
第六节 电子商务安全	6
第七节 电子商务应用	7
第二章 管理学基础	8
第一节 管理基础知识	8
第二节 决策与计划	9
第三节 组织	10
第四节 领导	10
第五节 控制	12
第六节 管理创新	12
第三章 经济学基础	14
第一节 经济学概述	14
第二节 需求与供给	14
第三节 消费者行为理论	15
第四节 生产者行为理论	16
第五节 市场理论	18
第六节 宏观经济运行	19
第七节 宏观经济调控	19

第一章 电子商务基础

第一节 电子商务概述

一、单项选择题

1. A **【解析】**知名 B2C 电子商务平台有天猫、京东商城、当当网、苏宁易购等。B、C、D 三项属于 B2B 平台。
2. D **【解析】**电子商务的底层逻辑是将传统商业活动数字化,本质仍是商务活动的电子化。尽管计算机技术、数据库技术和网络技术都是电子商务实现的重要手段和工具,但它们的本质并非电子商务的核心。
3. B **【解析】**EDI 是英文 electronic data interchange 的缩写,即电子数据交换。
4. B **【解析】**20 世纪 70 年代,工业化国家中的一些大公司利用计算机网络,实现了以电子数据交换(electronic data interchange,EDD)的方式进行传送和接收订单、发票、交货单及付款单等商务活动,可以说这是电子商务的最早期形态。
5. C **【解析】**B2C 电子商务模式的用户量大且群体范围广。B2C 作为一种新兴的交易方式深受人们的喜爱,现在已经为广大百姓所接受,不管是老年人还是年轻人,都习惯了这种线上消费方式,所以 B2C 的用户量十分庞大。
6. C **【解析】**认证机构作为电子商务交易中受信任的第三方,负责发放和管理电子证书,使网上交易的各方能互相确认身份。

二、多项选择题

1. ABD **【解析】**A 项错误,因为卖方企业需要在交易前利用 B2B 网站发布商品或服务供货信息。B 项错误,因为双方企业可以借助网络平台进行商品信息的交流和报价,不仅限于电子邮件。C 项正确,买方确实可以采用电子支付方式进行支付,并会收到电子发票。D 项错误,因为卖方需要根据合同约定备货,并将商品托付给物流运输,同时需要对物流进行跟踪。
2. BCD **【解析】**C 项错误,金融类产品和服务,利

用信息网络提供新闻信息、音视频节目、出版及文化产品等内容方面的服务不属于电子商务的范畴。

3. ABD **【解析】**A 项描述错误,B2C 的交易主体是企业和个人消费者,而 C2C 的交易主体是个人消费者之间。B 项描述错误,B2C 的商品种类没有 C2C 的多,产品多样性不足。C 项描述正确,C2C 电子商务中,个人消费者之间的交易更依赖于用户评价和信誉系统。D 项描述错误,B2C 的卖家为公司,需要营销推广、聘请员工还要交纳相应的税费,运营成本高,而 C2C 个体经营宣传成本和管理成本都很低。
4. ABC **【解析】**A 项描述错误,因为 B2B 电子商务不仅涉及供应商和采购商之间的交易,还包括制造商、分销商、零售商等多个参与者。B 项描述错误,因为 B2B 电子商务的交易规模通常较大,交易频次相对较低。C 项描述错误,因为 B2B 交易过程中需要处理大量的信息和数据,系统需要具有高度的技术集成性和安全性。D 项描述正确,B2B 电子商务的交易过程复杂但规范,合同要求规范严谨,注重法律有效性。
5. ACD **【解析】**B 项错误,因为 B2C 电子商务平台能够覆盖广大的消费者市场,商品品种多,而不是消费者市场较小,商品品种有限。A、C、D 三项均符合 B2C 电子商务的定义和特点。

三、判断题

1. × **【解析】**广义的电子商务对应的标准英文写法是 e-business。狭义的电子商务对应的标准英文写法是 e-commerce。
2. × **【解析】**小米商城属于品牌型垂直电子商务。
3. √ **【解析】**略。
4. × **【解析】**阿里巴巴在 B2B 电子商务交易中扮演的角色是中介。
5. × **【解析】**每位消费者在 B2C 电商网站上购物前必须做并且只需做一件事情是注册。

四、简答题

按交易平台的运作模式划分,C2C 模式可以分

为店铺平台和拍卖平台两种模式。

- ①店铺模式。店铺模式主要是指电子商务企业为个人提供开设网上商店的平台,通过收取会员费、广告费或其他服务收费来获取利润的模式。
- ②拍卖模式。拍卖模式主要是指电子商务企业为买卖双方提供一个网络拍卖平台,并按比例收取交易费用。网络拍卖是利用网络进行在线交易的一种新模式,它可以让商品所有者或某些权益所有人在其平台上独立开展以竞价、议价方式为主的在线交易模式。网络拍卖主体的形式有拍卖公司、网络公司以及拍卖公司和网络公司或其他公司联合形成的主体。其中,较为常见的是网络公司。

五、案例分析题

- ①消费者通过浏览器访问乐淘网上商城,浏览商品分类,查看商品详情(包括规格、价格、评价等信息)。
- ②消费者选择心仪商品,加入购物车,确认购买数量、收货地址及配送方式后提交订单。
- ③商城系统生成订单编号,显示商品总价、运费及可选支付方式(如在线支付、货到付款等),等待消费者确认。
- ④消费者确认订单信息无误后,选择在线支付方式(如支付宝、微信支付等),跳转至支付页面完成付款。
- ⑤支付完成后,商城系统向消费者发送支付成功短信及订单确认邮件,同时通知仓库备货。
- ⑥仓库接收到备货指令后,根据订单信息拣货、打包,生成物流单号并交由合作物流公司进行配送。
- ⑦消费者可通过商城订单页面实时查看物流状态,物流公司按约定时间将商品送达消费者指定地址。
- ⑧消费者签收商品,检查商品是否与订单一致,若无误,可在商城确认收货并进行评价;若存在问题,可联系在线客服申请退换货。
- ⑨商城收到消费者确认收货信息后,与仓库、物流公司结算相关费用,交易完成。

第二节 电子商务技术支持

一、单项选择题

1. B **【解析】**EDI 技术属于电子商务基础技术,大数据和人工智能等新兴技术在电子商务中得到广泛应用,只有 B 项不属于电子商务得以快速发展的关键技术。
2. A **【解析】**XML 的全称是 extensible markup language,即可扩展置标语言。
3. C **【解析】**计算机软硬件的应用是 EDI 的条件与应用工具,通信网络环境是 EDI 应用的基础,数据标准化是 EDI 的特征。
4. C **【解析】**C 项说法错误。物联网不仅是传感器的连接,还包括数据采集、传输、存储、分析和智能决策。借助云计算、边缘计算及人工智能技术,物联网系统能处理数据并实施智能控制(如智能家居、工业自动化)。
5. B **【解析】**B 项说法错误。云计算具有客户端需求低的特点。云计算不要求用户的客户端设备具备高性能,也无须担心应用软件未及时更新而导致漏洞。

二、多项选择题

1. ABC **【解析】**EDI 包含计算机软硬件的应用、通信网络和数据标准化三个方面的内容。
2. ABCD **【解析】**使用 XML 的电子商务的优点:①数据的可扩展性和灵活性;②数据的结构化存储;③数据的可读性和可解释性;④数据的跨平台互操作性;⑤数据的增量更新。
3. AB **【解析】**Web 服务器端技术包括 CGI、ASP、JSP 和 PHP。C、D 两项属于客户端技术。
4. BCD **【解析】**A 项说法错误。大数据的价值密度实际是比较低的,因为数据采集并不都是及时的,样本的数量有限,数据不完全连续。但是,当数据的体量越来越大时,就能从海量数据中提取有价值的信息,为决策提供支撑。
5. ACD **【解析】**B 项说法错误。机器学习是人工智能技术的核心。