

# 2024年山东省春季高考第二次模拟考试

## 《电子商务专业类》试题

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分200分，考试时间120分钟，考生请在答题卡上答题，考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

### 卷一（选择题，共100分）

一、选择题（本大题50小题，每题2分，共100分。在每小题列出的四个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，并涂在答题卡上）

1. 电子商务是指利用计算机和网络通信技术进行的商务活动。其核心所在是（ ）  
A. 安全性  
B. 电子方式与商务活动的结合  
C. 商流  
D. 电子化交易
2. 在经济视角下的电子商务框架中，不属于为上层活动顺利实现提供基础和支持条件的选项是（ ）  
A. 技术支持  
B. 标准化建设  
C. 宏观政策和法规  
D. 一般业务服务层
3. 按交易的地域范围分类，下列电子商务属于全球电子商务的是（ ）  
A. 张帆在转转网站通过同城交易买到了满意的外套  
B. 某商城通过在线支付从境外直接采购鞋品  
C. 李明通过微信朋友圈购买了朋友亲手设计的年画  
D. 华为手机入驻淘宝商城将产品销往全国各地
4. 既是驾驭海量数据的关键环节之一，也是物联网发展重要趋势的是（ ）  
A. 大数据  
B. 云计算  
C. 人工智能  
D. 虚拟现实
5. 下列选项中属于目前比较流行，可移植性好、使用方便、功能强，适用于各类环境的关系数据库管理系统是（ ）  
A. Oracle  
B. MS SQL server  
C. Sybase  
D. Informax
6. 网址 <http://www.baidu.com.cn> 中的顶级域名是（ ）  
A. baidu  
B. www  
C. com  
D. cn
7. 未来的O2O电子商务将覆盖更多的行业，下列不属于O2O电子商务的是（ ）  
A. 小敏在用滴滴打车软件叫了一辆出租车并完成线上支付  
B. 张伟在美团上点了外卖  
C. 李明的妈妈在菜市场买菜并用支付宝完成支付  
D. 王慧在实体店买了一双运动鞋并使用现金完成支付
8. 双十一期间，王芳在“聚划算”网上商城购买了一件毛衣并使用手机微信支付成功，这种支付方式属于（ ）  
A. 货到付款  
B. 银行卡支付  
C. 电子支票  
D. 移动支付

9. 关于电子商务支付方式下列说法不正确的是（ ）

- A. 电子商务支付方式包括线下支付与在线支付两种
- B. 在线支付是充满中国特色的电子商务支付方式
- C. 在线支付为企业和个人提供了一个安全、快捷、方便的电子商务应用环境和网上资金结算工具
- D. 当当网的货到付款分为现金支付、pos机刷卡支付两种方式
10. 物流信息的商品化、物流信息收集的数据库化和代码化、物流信息处理的电子化和计算机化、物流信息传递的标准化和实时化、物流信息存储的数字化等都体现了电子商务物流的（ ）  
A. 信息化  
B. 智能化  
C. 自动化  
D. 网络化
11. 小米商城官方网站利用图片、文字、视频等形式来传递商品信息，体现的网络营销特征是（ ）  
A. 多媒体  
B. 互动性  
C. 人性化  
D. 高效性
12. 通过钓鱼邮件来欺骗用户提交自己的个人数据、登录凭证或其他敏感信息，该用户面临的安全问题是（ ）  
A. 虚假订单  
B. 竞争者威胁  
C. 机密性丧失  
D. 拒绝服务
13. 电子商务安全技术可以守护商家和客户的重要机密，其机密性的特点是指（ ）  
A. 信息不被篡改  
B. 信息在传递过程中不被中转  
C. 信息不会泄露给非授权的人或实体  
D. 信息不被他人所接收
14. 大数据主要通过互联网传输，其区别于传统数据最显著的特点是（ ）  
A. 数据体量巨大  
B. 数据类型多样  
C. 处理速度快  
D. 价值密度低
15. 有助于企业了解和评价网络营销效果，有助于及时发现问题、解决问题的网络营销职能属于（ ）  
A. 制定网络营销策略  
B. 网站流量统计分析  
C. 网站建设与推广优化  
D. 网上调研
16. 小丽在淘宝网网上的阿华文具店里买了2B铅笔，但是这些铅笔总是断铅，于是小丽决定下次再买文具，坚决不在阿华文具店里买。这个过程中影响小丽购买行为的因素是（ ）  
A. 知觉  
B. 信念  
C. 学习  
D. 态度
17. 小红十分喜欢网上购物，因为在网售购物时，既能方便地购买商品，又能感受到网上购物浏览比较商品的乐趣，体现的网络消费者购买行为特征是（ ）  
A. 对购物方便性的需求与购物乐趣的追求并存  
B. 价格仍然是影响消费者心理的重要因素  
C. 网络消费仍然具有层次性  
D. 网络消费者的需求具有交叉性
18. 某公司通过网络市场调研取得了过去和现在的各种市场资料，经过分析预测产品价格上调会给企业带来的影响。该公司进行的网络市场调研类型是（ ）  
A. 描述性调研  
B. 间接调研  
C. 因果性调研  
D. 预测性调研

19. A 公司通过市场调研, 依据消费者的需要和欲望、购买行为和购买习惯等方面的差异, 把其主打产品的市场整体划分为 5 个具有相似特征的市场。A 公司进行的活动是 ( )

- A. 市场调研      B. 市场细分      C. 目标用户分析      D. 市场调查

20. 自闲鱼 APP 推出以来, 其使用用户越来越多, 人们把生活中闲置的商品拿到该平台上来交易, 既获得了一部分收益又避免了资源的浪费。这体现的网络目标用户特征是 ( )

- A. 购物社交化      B. 注重体验  
C. 绿色消费理念提升      D. 共享理念提升

21. 某公司新上 A 产品, 想通过搜索引擎营销的方式进行宣传, 以解决消费者在网上搜不到产品相关信息而不敢买的问题。此公司想要通过 SEO 实现的目标是 ( )

- A. 获取精准流量并提升转化率      B. 提升品牌知名度  
C. 企业品牌口碑维护      D. 新品宣传

22. 搜索引擎对已经搜集到的资料按照网页中的字符特性予以分类, 并以巨大表格的形式存入数据库, 这个过程是 ( )

- A. 索引      B. SEO      C. 市场调研      D. 关键词分类

23. 下列选项中说法正确的是 ( )

- A. 2/8 理论指的是用 80% 的精力去做 80% 的主要关键词, 用 20% 的精力去做 20% 的关键词  
B. 长尾词的个数不能超过最高限制量, 否则会影响关键词的质量  
C. 选择长短关键词时, 通常会使用 2/8 理论和长尾理论  
D. 2/8 理论与长尾理论是相悖的, 所以只能二选一

24. 微信公众号、今日头条属于的自媒体平台类型是 ( )

- A. 公众类      B. 问答类      C. 视频类      D. 社区类

25. 在东北上大学的山东女孩小杨加入了轮滑爱好群, 在这个群里都是一些轮滑爱好者, 大家都十分亲切, 经常在群内分享有关轮滑的经验及活动。这个社群的连接是 ( )

- A. 产品链接      B. 兴趣链接      C. 空间链接      D. 情感链接

26. 在一个宝妈社群中, 群主经常分享有关婴幼儿的养育知识, 同时还在群内发送不同品牌奶粉的活动信息, 很多宝妈都会在群内接龙购买推荐产品。这体现了社群营销的哪种价值? ( )

- A. 感受品牌温度      B. 维护客户黏性      C. 带动用户学习      D. 刺激产品销售

27. 某特价超市在给商品定价时通常都保留价格尾数, 采用零头标价, 如 9.9 元、19.9 元、29.9 元等, 而不是采用 10 元、20 元、30 元。这种定价方式属于心理定价策略的 ( )

- A. 尾数定价      B. 整数定价      C. 声望定价      D. 弧形数字定价

28. A 公司投入了一定的资金用于一条网络广告, 该网络广告的内容只要被展示 A 公司就要付出一定的广告费用。此种计费形式是 ( )

- A. CPT      B. CPM      C. CPA      D. CPC

29. B 公司在家电领域具有一定的优势, 但依旧处于市场成长期, 此时 B 公司应采取的网络营销定价目标是 ( )

- A. 生存目标      B. 利润最大化目标  
C. 市场占有率最大化目标      D. 产品质量最优目标

30. 下列选项中说法正确的是 ( )

- A. 核心产品是消费者期望通过交易得到的最为核心或最为基本的效用  
B. 价格是由众多买卖双方共同作用的结果, 所以竞争因素决定了价格  
C. 网络直接营销渠道可以解决“拿钱不给货”或者“拿货不给钱”的问题  
D. 网络促销与传统的促销在观念方法、手段及目的上都是不同的

31. 在市场竞争日益激烈的情况下, 客户服务已经成为企业提高综合竞争力的手段之一。以下对客户服务的理解, 不正确的是 ( )

- A. 指企业为目标客户提供适当的产品或服务, 满足客户的全部需求  
B. 使企业和客户的价值都得到提升的活动过程  
C. 广义上讲, 任何能提高客户满意度的内容都属于客户服务的范围  
D. 客户服务工作主要包括客户接待、客户投诉的响应、客户满意度管理、客户咨询解答、售后服务等方面

32. 以下属于催付话术的是 ( )

- A. “您好, 我是官方旗舰店的店长。昨天我们客服收集汇报了您的诉求, 关于您说用完我们的产品后出现皮肤过敏的现象, 我们会给您尽快处理的哦, 请问您现在有时间将产品、购物清单, 以及产品的生产批次的图片发过来吗?”  
B. “亲, 您提出的解决方案小店实在无法承受, 这样吧, 小二帮您退换货, 期待您的下次光临!”  
C. “亲, 你好, 我是客服云云, 您拍下的宝贝还没付款, 有什么可以帮助您的吗? 下午 4 点前付款的订单, 我们当天安排发货哦!”  
D. “亲, 个性化定制商品是不支持退货的, 宝贝详情页面有说明, 下单时也提醒过亲, 请您理解!”

33. 客服人员必备的基本素质是 ( )

- A. 热情认真的态度      B. 熟练的业务知识  
C. 耐心讲解的能力      D. 良好的沟通能力

34. 响应时间反馈的是客服人员的工作效率, 更快的响应时间有助于提升客户体验。以下不属于影响响应时间因素的是 ( )

- A. 产品上架时间      B. 工作繁忙程度  
C. 店内促销活动      D. 流量高峰期

35. 交流时要将“您好”“请稍等”“对不起”“谢谢您”“不客气”等礼貌用语挂在嘴边, 提供服务时多使用“请问我能为您做些什么”“很荣幸能为您效劳”等用语; 顾客不满意时多用“请见谅”“不好意思”“对不起”等, 体现了电子商务客户服务礼仪的 ( )

- A. 态度诚恳亲切      B. 多用敬语谦语      C. 掌握谈话分寸      D. 注意交谈忌讳

36. 下列沟通技巧错误的是 ( )

- A. 碰到不确定或者不会回答的问题, 先含糊回答稳住顾客, 抓紧时间收集相关问题以便及时回复顾客  
B. 接单后才发现没有库存, 客服人员要第一时间联系顾客  
C. 顾客下单后却迟迟不付款, 客服人员可以联系顾客以了解情况

D. 遇到中差评时, 要第一时间与顾客联系

37. 一定要配合店铺促销政策使用的促成交易方法是 ( )

- A. 利益总结法                      B. 前提条件法  
C. 询问法                              D. yes sir 法

38. 客服芸芸通过及时回访、赠送小礼物、赠送抵用券等与客户建立起良好的联系, 客服芸芸是在做好哪项重要的售后工作? ( )

- A. 退换货处理              B. 投诉处理              C. 反馈处理              D. 客户关系维护

39. 下列选项中, 属于网店售前服务接待原则中服务原则的是 ( )

- A. 珍惜                      B. 主动                      C. 完整                      D. 信心

40. 下列选项中, 不属于网店售中服务内容的是 ( )

- A. 核对订单信息      B. 礼貌告别              C. 派送签收提醒      D. 客户关系维护

41. 顾客抱怨或者投诉, 大都是因为产品有问题, 或使用后利益受损, 往往希望得到补偿。对于产品质量问题, 售后客服首先要明确态度。例如: “亲, 很抱歉给您带来麻烦, 产品质量有问题, 退换都是可以的, 来回运费我们出。” 这样顾客心里马上会变得舒服一些, 那接下来的沟通就不是一个大问题了。这体现了网店售后服务的哪项原则? ( )

- A. 换位思考              B. 牢记底线              C. 实现双赢              D. 同理心

42. 商家持品牌授权文件开设的店铺是 ( )

- A. 旗舰店                      B. 专卖店                      C. 专营店                      D. 实体店

43. 王某决定申请天猫店铺, 但对下列几点申请资质要求说法拿捏不准, 你认为正确的是 ( )

- A. 开店公司注册资本大于等于 50 万元人民币。  
B. 开店公司需具备一般纳税人资格  
C. 开店公司依法成立并持续经营三年及以上  
D. 注册商标的时间要满一年以上, 如果商标是转或卖的话, 也要达到一年的时间。也就是商标状态为 R 标, 而且需注册满三年及以上, 并在最近一年内未发生转让。

44. 对商城、活动、大促、婚庆这类店铺色彩推荐合理的是 ( )

- A. 蓝色                      B. 绿色                      C. 黄色                      D. 红色

45. 下列不属于影响点击率因素的是 ( )

- A. 详情页的设计      B. 主图                      C. 价格                      D. 标题

46. 下列属于市场调研分析主要内容的是 ( )

- A. 消费者个性特征分析      B. 市场同类产品价格段分析  
C. 消费者流量词分析              D. 产品生命周期分析

47. 一般只有在“双 11”“双 12”等平台特大活动才会有的非必需的时期是 ( )

- A. 造势期                      B. 预热期                      C. 返场期                      D. 尾声期

48. 下列属于淘宝 DSR 动态评分标准的是 ( )

- A. 商品详情质量              B. 宝贝与描述相符  
C. 商品质量问题                      D. 店铺活动力度

49. 下列不属于营销词的是 ( )

- A. 2023 新款                      B. 正品                      C. 包邮                      D. 全棉

50. 【陈列商品】【精品推荐】【商品信息】【促销广告】主要放入下列哪个区域 ( )

A. 190 像素

B. 750 像素

C. 950 像素

D. 1920 像素

## 卷二 (非选择题, 共 100 分)

### 二、简答题 (本大题 8 小题, 共 40 分)

1. 相比于传统交易, C2C 电子商务具备哪些特点? 主要有哪几种应用模式? (6 分)
2. 第三方支付本身集成了多种支付方式, 支付手段是多样的, 其优势主要有哪些? (4 分)
3. 社群早期的价值输出主要依靠哪些社群成员? 构建社群价值需要注意哪几个方面的问题? (6 分)
4. 在自媒体图文中, 有了好的选题和足够的素材, 下一步就是内容设计。请简述内容设计的步骤。 (4 分)
5. 处理顾客投诉时的常见沟通技巧有哪些? (5 分)
6. 电子商务客户关系管理的主要内容有哪些? (5 分)
7. 市场调研分析的重要因素有哪些? (5 分)
8. 简述网店活动策划的内容。 (5 分)

### 三、综合分析题 (本大题 6 小题, 每小题 10 分, 共 60 分)

1. 馋猫零食网是一个专门为办公室白领一族提供零食解决方案的一个零食网站, 以“让零食更健康”为理念, 在享受美食的时候更健康, 更快乐, 致力于打造国内最健康的零食网站。馋猫零食网在提供休闲零食、进口零食、办公室套餐、地方特产等具有鲜明特色的食品的同时, 旨在引领馋猫们如何正确的选择零食, 如何合理的搭配让零食吃着更健康, 心情更舒畅, 能满足大部分爱吃零食人士的需求。

某天, 王丹妮从馋猫零食网订购了一箱零食, 用支付宝支付了 169 元。虽然卖家当天就发货了, 但圆通快递四天后才送到, 更让人气恼的事, 收到的零食箱子已经挤压变形, 里面的零食也没有幸免于难, 好多都碎了。王丹妮很生气, 直接找了馋猫零食网投诉。

请根据以上内容回答下列问题:

- (1) 按商业活动的运作方式分类, 王丹妮从馋猫零食网订购零食的这种交易行为属于哪种类型的电子商务? (2 分)
  - (2) 王丹妮使用的支付方式有哪些交易流程? (5 分)
  - (3) 电子商务物流需要具备什么样的发展趋势才能满足馋猫零食网和用户的需求? (3 分)
2. 美丽说是国内白领女性时尚消费品牌, 目前拥有超过 1 亿的女性注册用户, 其中 58.3% 的用户是年龄集中在 23-30 岁的年轻白领, 75% 以上的用户家庭月收入在 10000 到 20000 元人民币之间。

徐易容先生于 2009 年 11 月创立美丽说。美丽说在成立之初就开创了社会化电商导购模式, 几年间快速吸引了上千万年轻时尚爱美的女性用户, 成为中国年轻女性最青睐的时尚风向标。为方便用户完成支付, 美丽说开通了美丽说钱包余额、微信、支付宝、财付通、银联在线等多种形式的网络支付方式。但早在 2016 年 3 月 15 日, 央视在 315 晚会就现场曝光了淘宝网、大众点评、美丽说等三个平台的刷单行为。根据报道, 只要支付给“刷客”千元佣金, 便可在三天内立马升级为蓝钻, 拥有 200 多条好评。即使店内没有一件真实商品, 也可通过网上的“代发空包”服

务，将一件件并不真实存在的包裹签收。

请根据以上内容回答下列问题：

(1) 年轻白领在美丽说购物按交易对象划分属于哪种电子商务交易模式？推动这种电子商务交易模式规模不断增长的原因有哪些？（4分）

(2) 美丽说开通的多种网络支付方式有哪些特点？（2分）

(3) 美丽说等电子商务的迅猛发展迫切需要电子商务立法，电子商务法的作用表现在哪几个方面？（4分）

3. 某电商企业，以销售高端数码产品为主，近年来随着网络技术的不断发展，线上销售逐渐成为主流。为了更好地适应市场变化，提高销售额，该企业决定进行网络市场调研，分析网络消费者行为，了解竞争对手及网络目标市场。

通过网络市场调研等方式，对网络消费者行为和网络目标市场的分析，该电商企业可以更好地了解市场需求和竞争态势，制定更为精准的营销策略。同时，可以针对不同子市场的特点制定相应的营销策略和推广活动，更好地满足不同类型消费者的需求。此外，还可以加强品牌建设，提升售后服务水平，增强企业的竞争力并吸引更多消费者。

请根据以上内容回答下列问题：

(1) 该电商企业通过网络市场调研可以获得很多有价值的信息。在进行网络调研时，该企业可以采用哪些网络直接调研的方法？（2分）

(2) 对企业来说，研究消费者是至关重要的，尤其是要研究消费者的购买动机。在网络营销环境中，网络消费者购买动机中需求动机和心理动机分别包含哪些？（4分）

(3) 该企业在进行网络目标市场分析时，要分析竞争对手。按照竞争力的大小可以把竞争对手分为哪些等级？该企业可如何研究竞争对手？（4分）

4. 某健身品牌成立之初，面临着品牌知名度低、销量不高等问题。为了解决这些问题，网络营销人员制定了以下的营销策略：

#### 社群营销

该健身品牌在社交媒体上创建了官方社群，邀请健身爱好者和品牌粉丝加入，不定时邀请健身领域的 KOL 在群中做客。在社群中，他们分享健身技巧、营养知识和品牌优惠活动，以及用户分享的健身成功故事。这不仅提高了品牌知名度，也增强了与消费者的互动和沟通。

#### 软文营销

该健身品牌撰写一系列关于健身、健康和营养的软文，包括一些关于健身技巧、健康饮食的建议和营养补给的知识。这些软文发布在该健身品牌的官方网站、社交媒体平台和线下宣传册上，吸引了大量对健身和健康感兴趣的读者。

#### 短视频营销

该品牌还制作了一系列关于健身和营养的短视频，包括一些健身教程、营养餐制作和健身小贴士等内容。这些短视频发布在各大短视频平台上，吸引了大量用户的关注和喜爱。同时，他们也邀请了一些健身明星和营养师在短视频中分享他们的经验和建议，提高了品牌的专业性和可信度。

通过实施这些策略，该健身品牌的知名度大幅提升，销量也明显增加，同时品牌形象也得到了提升。

请根据以上内容回答下列问题：

(1) 案例中的健身品牌运用了社群营销，在运用社群营销过程中，要特别注意培养用户习惯。在社群营销过程中，应如何培养用户的习惯？（2分）

(2) 在该健身品牌运用的软文营销中，标题是十分重要的，取一个好的标题能够第一时间吸引读者的注意力。在撰写软文的标题时，应注意哪些事项？（5分）

(3) 该健身品牌的短视频营销做的也是如火如荼。在短视频营销中要巧妙的运用推广策略，在制定短视频推广策略时我们应考虑哪些因素？（任意写出3条即可，3分）

5. 一位名叫刘先生的客户在一家电商网站上购买了一台平板电脑。然而，当他收到商品后，发现平板电脑存在一些质量问题，比如屏幕有划痕和触控不灵敏。刘先生立即联系了客服团队，表达了他的不满和要求退货的意愿。在与客服团队的沟通下，刘先生意愿达成。

根据以上内容回答下列问题：

(1) 商家未提供“7天无理由退换货”服务时，该如何处理售后？（3分）

(2) 客服团队里面，一般问题由智能客服处理，具体问题会有人工客服处理。智能客服的优势有哪些？（任意写出4条即可，2分）

(3) 客服在处理刘先生的问题时常见的沟通技巧有哪些？（5分）

6.

#### 双十一发展新趋势

趋势一：低价掀起用户争夺战，良性循环的生态或是保持低价竞争力的关键

随着流量红利消失，用户回归理性，使得低价成为各平台争夺用户的杀手锏，在大促中越来越重视价格力的提升。但目前电商平台的低价存在诸多恶性现象

在未来，需要形成一个平台、商家、机构和消费者共赢的健康生态平台。这将有助于保持持续的价格竞争力，使商家和机构能够有序健康地发展同时确保消费者能够获得持续的“质优价优”体验。平台需要在降本增效、消费分层、强化监管等方面进行优化，才能建立多方共赢的良性生态保持长久的价格竞争力。

趋势二：用户需求改变推动平台及品牌升级，品质化成为线上购物发展趋势

消费回归理性，用户需求越来越精细化，购物便捷性、安全性、个性化等方面的需求增加，促使着平台与品牌的各方面升级。平台质优价低的丰富供给与安心便捷的服务保障，加上品牌侧的品牌价值回归与产品创新正推动着电商购物领域朝着品质化的方向不断发展。

根据以上内容回答下列问题：

(1) 网店常用的指标有哪几类，每类指标各举2例？（3分）

(2) 低价掀起用户争夺战，良性循环的生态或是保持低价竞争力的关键。网店做活动时，常用的电商活动规则有哪些？（任意写出6条即可，3分）

(3) 为保证网店活动效果，活动前必须做好准备工作。网店活动前的准备工作包括哪些？（4分）