

《电子商务概论》模拟试卷（一）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

16. ABD 17. ABDE 18. ACDE 19. ACDE 20. BCDE

三、填空题

21. 企业与消费者间      22. SGML      23. 验证（证实）      24. 企业间      25. 购前准备  
26. 认知价值      27. 电话      28. Unix      29. 技术标准      30. 在线

四、名词解释

31. 自动把特定的信息从 WWW 服务器传输到你的计算机上。（或：以一种温和的方式将定制的信息直接又及时地传输到用户的计算机上。）

32. 网络门户（简称门户）是 WWW 上的“网络之门”。它好比是一个为用户定制的主页，用户通过它开始自己检索、漫游和其它 WWW 活动。

33. 计算机安全就是保护企业资产不受未经授权的访问、使用、篡改或破坏。迄今主要有两大类安全：物理安全和逻辑安全。

34. 项目管理是一整套用于计划和控制为达到某个目标所采取行动的规范技术。

35. 目标群体是指公司网络营销工作所面向的群体。

五、简答题

36. 1、在多人之间进行保密信息传输所需的密钥组合数量很小。

2、密钥的发布简单容易（或密钥没有特殊的发布要求）。

3、可以实现数字签名。

37. 1、卖方要向顾客出具产品价格、订单确认和订单履行状态、运输通知及能接受的结算方法。

2、买方向卖方以安全的方式提供结算选择和相关信息。

38. 1、冲动购买者。他们决定购买产品的速度很快。

2、耐心购买者。他们在进行比较后才购买产品。

3、分析购买者。他们在决定购买产品前要进行大量的研究。

39. 1、使企业内部沟通交流更迅速、更方便。 2、使需要相互协作的工作更顺利地完。3、联机事物处理对复杂业务的管理更为容易。4、联机分析处理使管理决策支持更为有效。5、应用程序的发布和维护改进了系统管理。

40. 1、确定电子商务的效益目标和成本目标。2、确定哪些电子商务项目需要外包。3、决定网络主机的服务方式。4、采用规范的项目管理技术来计划和控制电子商务实施。5、为电子商务（项目）配备人员。

六、论述题

41. 1、整合客户信息

是对结构化客户数据和非结构化客户数据的整合。客户的历史记录，有助于了解客户的需求；客户信息描述出公司与客户的关系图，从中可以发现大量的服务和销售机会。

2、整合客户联系信息

客户联系管理是公司采集客户信息的关键；客户联系管理应用就是自动采集客户信息，并且在整个企业里分享这些一致的信息，使客户每次需要服务时都避免重复自己的信息。

3、整合业务流程

改进的关键就是做到一致和简洁，不管客户和潜在客户以何种方式同公司联系，都应得到快速、准确和一致的信息。

4、整合外部企业

同合作伙伴或第三方的服务组织共享客户信息对依赖战略联盟的公司至关重要。在客户关系管理应用结构中，公司可通过局域网或广域网同合作伙伴和供应商连接起来，彼此共享信息并沟通合作。

5、整合前、后台系统

完整的客户关系管理系统要求将电话、网站和数据库技术整合起来，以便于全面了解客户资料和历史记录。

《电子商务概论》模拟试卷（二）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. DE 22. ABD 23. BCD 24. ABC 25. ABCE

三、填空题

26. 电子现金 27. 路由器 28. IP 地址 29. 支持 30. 主机托管 31. Unix

四、名词解释

32. 为了快速开展项目，往往将最初的网站设计和开发外包出去，然后由外包商培训公司的信息系统人员，并把网站的运营交给他们。

33. 是买主和卖主之间的在线资金交换。

34. 是指公司网络营销工作所面向的群体。

35. 搜索引擎是一种特殊的 WWW 页面软件，可找到与用户输入的单词或短语匹配的页面。

五、简答题

36. 1、战略思考；2、业务流程重组；3、对实施复杂性的管理；4、变革的管理。

37. 优点：传输的信件可附带文件、图片、电影、电子表格和其他重要信息。

缺点：有垃圾邮件。

38. 1、确定开始的目标；

2、控制这些目标的实现过程；

3、监督其运作过程。

39. 1、认证：谁想访问电子商务网站？

2、访问控制：允许谁登录电子商务网站并访问它？

3、保密：谁有权利查看特定的信息？

4、数据完整性：允许谁修改数据，不允许谁修改数据？

5、审计：在何时由何人导致了何事？

40. 1、使用未加密结算卡细节信息的结算；

2、使用加密结算卡细节信息的结算；

3、使用第三方证明的结算。

六、论述题

41. （1）消费者类型可有三类：

1、冲动购买（他们决定购买商品的速度很快）。

2、耐心购买（他们在进行比较后才购买商品）。

3、分析购买（他们在决定购买商品前要进行大量的研究）。

（2）购买行为类型有四类：

1、专门计划购买（买者进店前就已意识到了需求，他只购买计划采购的商品，即买哪个品牌已经大致确定）。

2、简单计划购买（买者虽已意识到需求，但还要决定购买哪个品牌）。

3、提醒者购买（购物者易受店内广告影响并很容易改换要采购的商品）。

4、完全无计划购买（买者进入商店时，完全没有意识到需求）。

（3）根据以上消费者类型和购买行为类型的分析，要想在网上零售取得成功，要从①树立品牌、②减少存货、③降低成本、④利用定制营销、⑤正确定价几方面下功夫。

《电子商务概论》模拟试卷（三）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. ABD 22. BCD 23. ABDE 24. BDE 25. ACDE

三、填空题

26. 商品（或产品） 27. 匿名 28. 库存 29. 呼叫中心 30. 保密 31. 监督

四、名词解释

32. 它是新的、低成本的网站可用来提高收入的一种工具，一家公司的网站上有另一家公司网站上所售产品的描述、评价、评级和其他信息及到后者的链接。

33. 委托另一家公司为项目提供外部支持的做法。

34. 销售链管理是订单获取的整合战略，其广义的定义是用信息技术支持从客户初次联系到订货的整个销售周期。

35. FTP 是文件传输协议的缩写，它在 TCP/IP 连接的计算机之间传输文件，采用客户机/服务器模式。

五、简答题

36. 1、企业规模；

2、预计的访问量和销售量；

3、预算；

4、电子商务受众；

5、采用 ISP 提供的整体服务还是自行维护电子商务网站。

37. 外向营销的方法有三种：

1、利用电子邮件（或电子邮件的外向营销）；

2、在网上进行外向营销（或互联网上的主动营销）；

3、互联网之外的外向营销（或互联网外的主动营销）。

38. 1、散列编码；2、对称加密；3、非对称性加密。

39. 1、EFT 时代（或电子资金转帐时代）；

2、电子报文传送技术（或 EDI 技术）；

3、联机服务；

4、WWW。

40. 1、信息的机密性；

2、数据的完整性；

3、消费者帐户认证；

4、卖方认证；

5、互可操作性。

六、论述题

41. 一个优点是，长数据流可分解成易于管理的小数据包，小数据包沿着大量不同的路径进行传输，避免了网络中的交通拥挤；另一个优点是，在数据包达到目的地后，更换受损数据包的成本较低，只要重新传输这个数据包就可以了。

42. 1、树立品牌；

2、减少存货；

3、降低成本；

4、利用定制营销；

5、正确定价。

《电子商务概论》模拟试卷（四）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. ABE 22. ABCDE 23. ACDE 24. BD 25. ACE

三、填空题

26. 信息源 27. 网站（或服务器） 28. 技术标准 29. 传输技术 30. 虚拟 31. 互联网（或 WWW）

四、名词解释

32. 网关服务器是根据所请求的应用对访问进行过滤的防火墙。  
33. 电子结算就是买主和卖主之间的在线资金交换。  
34. 物流是在供应链上商品由供应商到顾客的流通，以及相反流向的退货流通。  
35. 搜索引擎是一种特殊的 WWW 页面软件，可找到与用户输入的单词或短语匹配的页面。

五、简答题

36. 1、分步实施，每次只实施一个应用，调试成功后与其他应用整合；2、全面实施，抛掉所有老系统，用企业资源规划软件取而代之；3、分片全面实施，在一个业务领域全面实施企业资源规划软件，然后扩展到整个企业。  
37. 1、树立品牌，在虚拟环境下，品牌是吸引网民访问的前提；  
2、减少存货，用信息流替代库存，降低经营风险；  
3、降低成本，无需实体店的租金，提高人员效率，降低了实体店的经营费用；  
4、利用定制营销，提供量身定做的商品和服务，使顾客满意；  
5、正确定价，定价合理，为顾客提供价值最大化的商品。  
38. 1、在传统媒体上提供有关公司网站的情况；  
2、在顾客支持媒体（如：所有手册、技术报告等）上提供公司网站情况；  
3、在网站提供有形证明（如：公司近期财务状况、重要人物的简历、顾客的意见等），建立用户信任感；  
4、在网站提供传统媒体宣传资料。  
39. 1、在多人之间进行保密信息传输所需的密钥组合数量小；2、密钥的发布相对容易，没有特殊的发布要求；3、可实现数字签名，签名者无法否认。  
40. 1、企业间的电子商务，可降低销售、生产和运输的成本；  
2、企业内部的电子商务，重点是企业内各种职能的集成；  
3、企业与消费者之间的电子商务，向消费者提供了方便的在线购物方法。

六、论述题

41. 1、业务经理，其职责是负责实施业务计划并实施内部团队设定的目标；  
2、应用专家，其职责是负责维护网站的应用软件；  
3、客户服务人员，其职责是在电子商务运营中帮助设计和应用顾客关系管理；  
4、系统管理员，其职责是负责保障系统的可靠和安全运转；  
5、网络管理员，其职责是负责预测和监控负荷，解决网络出现的问题、设计和应用容错技术以及网络运行业务；  
6、数据库管理员，其职责是负责数据库与网站的集成及维护。  
42. （1）品牌的三要素是差异化、关联性和认知价值。  
以易购、淘宝为例，它们都在网上开展 C2C 业务，但后者是免费的，这是它们的差异性；它们的关联性体现在为客户提供网上开店和拍卖的同时，还提供了支付宝、易付通等支付工具；认知价值体现在它们为客户提供了信用评价体系，保证交易的安全性。  
（2）利用网站已有的优势，将品牌延伸到其他产品和服务上。  
例如：当当由网上书店延伸到网上百货等策略。

《电子商务概论》模拟试卷（五）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. AD 22. BE 23. ABC 24. AB 25. ABDE

三、填空题

26. 消费者 27. IP 地址 28. 包过滤 29. 邮局协议 30. 30 31. 技术标准

四、名词解释题

32. 电子结算就是买主（买方）和卖主（卖方）之间的在线资金交换。  
33. 搜索引擎是一种特殊的 WWW 页面软件，可找到与用户输入的单词或短语匹配的页面。  
34. 英式拍卖是指从低价开始，出价增加到没有出价人愿意出更高的价格为止的拍卖。  
35. 目标群体是指公司网络营销工作所面向的群体。

五、简答题

36. 消费者到银行开账户，然后可通过互联网访问银行并提供身份证明，在银行确认了消费者的身份后，发给消费者一定量的数字现金，然后从消费者账户上减去相同的金额。  
37. 1、商场过度建设和市场供应的相对过剩；  
2、消费者人口统计特征的变化；  
3、消费者行为的变化；  
38. 1、保护的内容；  
2、谁有权访问系统的哪些部分，不能访问哪些部分；  
3、有哪些资源可用来保护这些资产。  
39. 1、建立品牌；2、增加现有营销方案；3、销售产品和服务；4、销售广告版位；  
5、改善售后服务和支持；6、购买产品和服务；7、管理供应链；8、进行拍卖。  
40. 1、使企业内部沟通变得更迅速、更方便；  
2、使需要相互协作的工作更顺利地完；  
3、联机事务处理对复杂业务的管理更为容易；  
4、联机分析处理使管理决策支持更为有效；  
5、应用程序的发布和维护改进了系统管理。

六、论述题

41. (1) 销售商品和服务；  
(2) 设计建议应符合“向 WWW 用户提供某种帮助，以交换他们看广告”的方法；  
(3) 1、客户信息；2、客户联系信息；3、业务流程；4、外部公司及合作伙伴；5、前台系统与后台系统。  
42. (1) 按订单生产模式；  
适应企业的需求包括：  
1、迎合大规模定制的需要；  
2、减少库存；  
(2) 1、什么样的供应链结构最适合公司？  
2、供应链能够实现差异化吗？  
3、公司的供应链有利于订单的有效履行吗？  
4、公司的供应链应用结构正确吗？

《电子商务概论》模拟试卷（六）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. AD 22. BCE 23. ABCE 24. ADE 25. ABCDE

三、简答题

26. 只要存储和流通的渠道足够大，需求不旺或销量不佳的产品所共同占据的市场份额可以和那些少数热销产品所占据市场份额相匹敌甚至更大。即众多小市场汇聚成可与主流大市场相匹敌的市场能量。
27. 1、越来越注重产品的内容；2、越来越多的产品数字化；3、越来越多的产品信息化。
28. 1、组织结构重组；2、业务链重组；3、资源重组。
29. 1、作为参与者（使用者）：从事政府采购活动，属于商业行为。  
2、作为（宏观）管理者：（在工商、税务、海关等方面）对电子商务起着扶持和规范的作用。
30. 1、成本领先战略，使自己的产品或服务的价格低于竞争对手。  
2、差异化战略，使自己的产品或服务与众不同。  
3、集中化战略，核心是针对特定的顾客群。

四、论述题

31. （1）ML 实施第三方物流可能带来的益处：  
1、集中精力发展主业。使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，开发新产品等；  
2、减少库存量，降低库存成本。第三方物流精心计划物流方案和适时的运送手段，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。通过提高各环节利用率来节省费用；  
4、提升企业形象。优良的服务帮助企业改进服务、树立企业品牌形象；  
5、延伸服务。使企业可以获得向上延伸和向下延伸的服务。
- （2）可能存在的风险：  
1、企业对物流的控制力降低。2、存在客户关系管理风险。企业与客户的关系被削弱。3、客户信息透露的危险。客户信息可能被泄露。
32. （1）网上调研一般步骤：  
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、提出研究报告。
- （2）网上直接调研方法：  
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。
- 五、材料题
33. （1）AEI 公司内部人员短缺，成本增加，外部客户使用因特网数量增多，这些原因促成了 AEI 的战略转型。
- （2）1、面对客户、接触客户。AEI 建网站，设自动回复系统为面对客户提供了可能。2、洞察客户更深层次的需求。AEI 除提供预订业务，还帮助大公司旅行部经理这样的客户快速高效完成旅行安排，节省旅行费用。3、向最具有潜力的客户提供服务。AEI 把熟悉和使用因特网程度较高的科技公司做为有潜力的客户。4、提供个性化服务。AEI 了解不同的顾客群，设计量体裁衣的方案。5、提供让客户放心的安全环境。AEI 采用了先进的安全系统保证了网上预订系统的安全和客户档案的安全。
- （3）二八法则指 20% 的客户提供 80% 的利润。在此案例中，300 多个能带来赢利的网上企业客户是 AEI 公司有价值的客户。



《电子商务概论》模拟试卷（七）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. ABCE 22. BCD 23. ABE 24. CDE 25. ABD

三、简答题

26. 接入：通过提供 Internet 网接入获得收入；

广告：从广告客户那里获得收入；

商务：直接提供服务或销售商品获得收入；

内容：通过网站的在线新闻和数据库获得收入；

社区：通过一些会员费获得利润；

咨询：向其他公司提供其成功的经验；

承包：特定活动的外包；

控制：代表其他公司管理某一特定活动。

27. 信息化：通过网络使物流配送信息化；

网络化：物流实体网络化，物流实用网络技术；

现代化：电子商务的物流配送必须使用先进的技术设备为销售提供服务；

社会化：社会化程度的高低是区别新型物流配送和传统物流配送的一个重要特征；

柔性化：没有配套的柔性化的物流系统是不可能达到目的的。

28. PEST 是一个对外部环境进行分析的常用分析工具，通过四个方面的因素分析从总体上把握宏观环境，并评价这些因素对企业战略目标的影响。

内容：政治与法律环境，经济环境，社会和物质环境，技术环境变化。

29. Web 内容挖掘：从网络的内容、数据、文档中发现有用信息的过程，揭示众多信息之间的关系，挖掘出隐藏在网络数据或文档中的知识内容。

Web 结构挖掘：有用的只是不仅包含在 Web 页面的内容中，也包含在页面的结构之中。

Web 使用模式挖掘：日志挖掘，是对用户访问 Web 服务器时留下的访问记录进行挖掘，从中得到用户和访问兴趣的过程。

30. 从根本上改变企业的传统采购模式，是企业提高效率、降低交易成本、扩大交易范围、提高整体供应链的获利能力、实现本地化采购向全球化采购的转变。

四、论述题

31. （1）盈利模式；核心特点是关心如何赚钱。（2）与传统企业合作，职能扩展战略。

32. （1）达维多定律和网络外部性。（2）版本定价策略，捆绑定价策略，低位定价策略、联盟定价策略。

五、材料题

33. （1）1、消费者主体意识加强，表现在安全心理上；2、消费者理性意识加强，表现在对质量的关注上；3、消费者对价格便宜的需求增加；4、消费者对快捷方便的心理加强。

（2）从大规模生产转变为大规模定制，因为消费者参与设计等

（3）产品：表达了都市简约现代的生活价值追求，迅速被消费者认同，坚持质量第一，承诺 30 天无条件退款。

价格：价格十分便宜，并承诺购物达到 59 元免费送货。

地点：

促销方法：主要是网络广告，满 59 免运费，在各大校园设立了固定站长。

（4）1、网络营销费用低；2、有利于网络调查和新产品开发；3、有利于提高企业信誉度和推广品牌；4、有利于企业和消费者之间的沟通。

《电子商务概论》模拟试卷（八）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. BCDE 22. BCE 23. BCD 24. ADE 25. ABCE

三、简答题

26. 1、是企业内部变得更迅速、更为方便；  
2、是需求互相协作的工作更顺利完成；  
3、联机事务处理对复杂业务的管理更容易；  
4、联机分析处理使管理决策支持更有效；  
5、应用程序的发布和维护改进了系统管理。

27. Tag（标签）本质上是一种采用关键词的分类技术。

Tag 技术深化了 C2B 和 B2C 电子商务模式的分类方法，是一种多纬度的分类方法，将信息分类从栏目的方法转向关键词的方式。

28. 是以业务流程为改造对象和中心，以关心客户的需求和满意度为目标，对现有的业务流程进行根本的再思考和彻底的再设计，利用先进的制造技术、信息技术以及现在化的管理手段最大限度地实现技术上的功能集成和管理上的职能集成，以打破传统的职能型组织结构，建立全新的过程型组织结构，从而实现企业经营在成本、质量、服务和速度等方面的改善。

29. 1、卖方集中模式；  
2、买方集中模式；  
3、网上/第三方交易市场模式。

30. 1、采用网络信息技术；  
2、技术系统和商业流程的整合；  
3、将客户信息转变为客户关系。

四、论述题

31. （1）达维多定律：任何企业在本产业中必须第一个淘汰自己的产品。

（2）4Cs 模型是指内容（Content）、方便（Convenience）、交流（Communication）、定制服务（Customization）。

31. （1）

1、数据挖掘；

2、是指从大量的、不完全的、有噪音的、模糊的、随机的实际应用数据中，提取隐含在其中的、人们事先不知道的、但又是潜在有用的信息和知识的过程。

（2）

1、从根本上改变企业的传统采购模式，使企业提高效率；

2、降低采购成本；

3、扩大交易范围；

4、提高整体供应链的获利能力；

5、实现本地化采购向全球化采购的转变。

五、材料题

33. （1）B2C

（2）

1、寡头垄断；

2、卖者的数量很少，产品类型标准化或有差异。



《电子商务概论》模拟试卷（九）参考答案

一、单项选择题

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

二、多项选择题

21. ACD 22. CDE 23. ABCE 24. ACE 25. ABDE

三、简答题

26. 报文发送方从报文文本中生成一个 128 位的散列值，并用自己的专用密钥对这个散列值进行加密，形成发送方的数字签名；其将作为报文的附件和报文一起发送给报文的接收方；报文接收方首先从接收到的原始报文中计算出 128 位散列值，接着再用发送方的公开密钥来对报文附加的数字签名进行解密，如果两个散列值相同，那么接收方就能确认该数字签名是发送方的。

27. 公共政策和法律法规，法律维系着商务活动的正常运作，对市场的稳定发展起到了很好的制约和规范作用。

技术标准和网络协议，是信息发布、传递的基础，是网络信息一致性的保证。

28. 定义：电子商务模式是使用网络信息技术的商务模式。

内容：电子商务运营模式和电子商务盈利模式。

29. 卖方电子商务模式是供应商在物联网上发布其产品在线目录，采购方则通过浏览来取得所需的商品的信息，以做出采购决策，并下订单以及确定付款和交付选择。

买方电子商务模式是采购方在互联网上发布所需采购的产品的信息，供应商在采购方的网站上登录自己的产品信息，供采购方评估，并通过采购方网站双方进行进一步的信息沟通，完成采购业务的全过程。

第三方电子商务采购模式是供应商和采购方通过第三方设立的网站进行采购业务的过程。

30. 集成性是通过结构化的综合布线系统和计算机网络技术，将各个分离的设备、功能、信息等要素集中成为一个相互关联的统一的和协调的系统。

协调性是电子商务中客户、供应商、生产商、银行、海关、税务等各部门的多单位之间的协调统一。是电子商务主体间的协调一致。

可拓展性是指用户访问量超过限度时，电子商务系统结构能够及时自动地扩大容量继续接受用户访问。

四、论述题

31. （2）特点是利用专业网站提供的大型电子商务平台，以免费或比较少的费用在网络平台上销售自己的商品。

淘宝网在设计时借助了淘宝旺旺和支付宝两大工具。淘宝旺旺实现了实时沟通，优化了交易流程，提高了 C2C 的服务质量，支付宝是淘宝网采用的以第三方支付平台为中介，平衡买卖双方利益的有效工具，保证了淘宝网的商业信用。

32. （1）越来越注重产品的内容、越来越多的产品数字化、越来越多的产品信息化。

（2）优势：既是一种交通工具，又是一种信息产品。

劣势：eCar 过于高端。

机会：驾驶者和朋友圈即时共享。

威胁：具有与“眼镜”类似功能并可独立使用的产品已在市场中出现。

五、材料题

33. （1）1、支持各种包括移动终端设备的接入；

2、为用户提供个性化界面；

3、收集大量中小农户的信息，协助农户管理和分析他们的农业生产计划，合理安排农作物种植。

（2）数字产品。

（3）向前扩张、向后扩张、业务职能拓展。