

2025 年电子商务师四级考试 598 题（含参考答案）

学校：_____ 姓名：_____ 班级：_____ 考号：_____

题号	一	二	总分
得分			

一、单选题

1. 网络成交的技巧有很多种不包括的是 D.。
A.请求成交法
B.假定成交法
C.选择成交法
D.比较成交法
2. A.是企业生产活动的中心环节。
A.企业生产物流
B.企业采购物流
C.企业销售物流
D.企业退货物流
3. C.亦称为社会物流，即社会再生产过程之间、国民经济各部门之间及国与国之间的实物流通。
A.销售物流
B.生活物流
C.宏观物流
D.微观物流
4. 物流信息管理一般包括 A.的内容。
A.物流信息的收集、处理、传递和存储
B.物流信息的识别、处理、传递和存储
C.物流信息的收集、转 换、传递和存储
D.物流信息的收集、处理、分类和存储
5. 下列对物流系统的说法正确的是 B.。
A.物流系统是一个单独的系统，可以作为一个整体单独存在。
B.物流系统存在一定的目标。
C.构成物 流系统的各种要素达到最优，即可使得整个物流系统达到最优。
D.物流系统按一定标准可分为供应物流、销

6. A.物流所要流的对象是一切物品，包括有形物品和无形物品。B.只有物品物理位置发生变化的活动，如运输、搬运、装卸等活动才属于物流活动。C.物流不仅仅研究物的流通与储存，还研究伴随着物的流通与储存而产生的信息处理。D.物流的起点是从某个企业原材料的供应、储存、搬运、加工、生产直至产成品的

7. 通过物流可以消除商品的时间间隔和 B.。

- A.社会间隔
- B.场所间隔
- C.业态间隔
- D.市场间隔

8. 物流按地域范围分类，可分为区域物流、国内物流和 C.。

- A.微观物流
- B.宏观物流
- C.国际物流
- D.企业物流

9. 4C 营销策略是指顾客欲望与需求、满足欲望与需求所需要的成本、加强沟通和 B.。

- A.强化购买
- B.方便购买
- C.快速购买
- D.临时购买

10. 与传统的市场调研相比较，网上市场调研具有的优势不包括 A.。

- A.能充分发挥主观能动性
- B.信息传递迅速
- C.便捷和低成本耗资
- D.有较高的效率

11. 信用证和货物买卖合同的关系是 A.。

- A.信用证独立于货物买卖合同
- B.信用证从属于货物买卖合同
- C.信用证是货物买卖合同的附件
- D.货物买卖合同是信用证的附件

12. D.是市场营销的出发点。

- A.市场推销
- B.合作经营

乐民之乐者，民亦乐其乐；忧民之忧者，民亦忧其忧。——《孟子》

- C.产品
- D.消费者的需要、欲望和需求

13. C.是指典型的经济活动，这个经济活动的重要特点是：购销活动、商业交易、管理与控制等活动与物流活动

- A.销售领域的物流
- B.生产领域的物流
- C.流通领域的物流
- D.生活领域的物流

14. 请求成交法的优点的不包括以下 A.的内容。

- A.更好地了解顾客的心理
- B.充分地利用了各种的成交机会
- C.可以节省销售的时间，提高工作效率
- D.可以体现一个销售人员灵活、机动、主动进取的销售精神

15. 常用的网络营销定价策略不包括：D.。

- A.产品组合定价策略
- B.个性化定价策略
- C.自动调价，议价策略
- D.声誉定价策略

16. 广义地讲，B.的外部环境包括网络营销基础平台以及相关的法律环境、政治环境、一定数量的上网企业和上网人数、必要的互联网信息资源等等。

- A.生产
- B.网络营销
- C.推销
- D.市场营销

17. 在市场营销中，通常把寻求交易时积极的一方称为 C.者，不积极的一方称为目标公众。

- A.市场推销
- B.合作经营
- C.市场营销
- D.客户服务

18. 互联网作为发展最快速的媒体之一，利用主流门户开展营销已经不仅是大企业的专利，中小企业如何快速借助主流门户做好软文营销，让企业口碑、认知、品牌形象快速积累.这种方法指的是 D.。

天行健，君子以自强不息。地势坤，君子以厚德载物。——《周易》

- A. 博客营销
- B. 邮件营销
- C. 搜索引擎营销
- D. 软文营销

19. 价格策略的应用方法中不包括以下 C.的内容。

- A. 数量折扣
- B. 现金折扣
- C. 过时性产品折扣
- D. 季节性折扣

20. 以下不是影响折扣价格策略的主要因素 D.。

- A. 数量
- B. 季节
- C. 折扣率
- D. 产品质量

21. 包销期限通常为 B.。

- A. 半年
- B. 1年
- C. 2年
- D. 3年

22. 从定价的主要目的上看，定价的策略主要以下三种:新产品上市定价策略、价格管理策略、A.。

- A. 价格竞争策略
- B. 决策支持策略
- C. 企业流程策略
- D. 资源计划策略

23. 教学型论坛特点中不包括以下内容的是 B.。

- A. 针对性
- B. 生动性
- C. 互动性
- D. 时效性

24. 常用的网络成交的技巧不包括以下 D.。

- A. 坛炒作
- B. 媒体跟踪

- C.社区传播
- D.广告营销

25. 订货功能、结算功能和 B.共同组成一个完备的网上营销渠道所具有的三大功能。

- A.服务功能
- B.配送功能
- C.显示功能
- D.信息功能

26. 以下可能为第三方物流带来价值的因素不包括 D.。

- A.使用第三方物流可以使企业实现资源优化配置，将有限的资源集中于核心业务
- B.选择第三方物流还可以 使企业减少投资，降低风险
- C.选择第三方物流有利于企业进行流程再造
- D.选择第三方物流有利于提升企业

27. 作为一种较为先进的服务形态，C.服务所体现出的社会物流配送的价值和给企业、客户带来的益处是多方面

- A.第一方物流
- B.第二方物流
- C.第三方物流
- D.生产商物流

28. 第三方物流的特点不包括 D.。

- A.服务个性化
- B.功能专业化
- C.管理系统化
- D.界面互动化

29. 物流运作的专门化使第三方物流公司可能在 D.领域内超越最有潜力的客户的能力。

- A.运输系统
- B.库存系统
- C.配送系统
- D.专门技术和系统

30. 企业将物流系统全部卖给或承包给第三方物流供应商称为 C.。

- A.物流系统剥离
- B.物流战略联盟
- C.物流系统接管
- D.物流业务管理外包

31. 在商业物流信息评价标准中不包括 A.。

- A.物流信息发送的制度化
- B.物流信息表达形式的标准化
- C.物流信息传递的规范化
- D.物流信息内容的

32. 在电子商务下环境中，物流的运作是以 A.为中心的。

- A.信息
- B.商品
- C.企业
- D.客户

33. 现代物流相对于传统物流，其标志是 C.。

- A.现代管理思想
- B.信息管理系统
- C.高新技术应用
- D.电子商务发展

34. 物流是指物品从产出源点到最终消费点的流动储存活动，具体包括运输、保管、包装、装卸、搬运、流通加工和

- A.仓储
- B.采购
- C.信息处理
- D.销售

35. 在订货决策的因素中不包括 D.。

- A.需求不确定
- B.供应不确定
- C.订货周期不确定
- D.成交不确定

36. 现代物流相对于传统物流，其标志是 C.。

- A.现代管理思想
- B.信息管理系统
- C.高新技术应用
- D.电子商务发展

37. 生产企业或流通企业卖出产品或商品的物流过程称为 B.。

- A.供应物流
- B.销售物流
- C.生产物流
- D.企业物流

38. 按照物流系统涉及的领域分类不包括以下内容 A.。

- A.销售领域的物流
- B.生产领域的物流
- C.流通领域的物流
- D.生活领域的物流

39. 对网络商务信息收集时，尽可能地减少信息流滞后于 A.的时间，提高时效性，是网络商务信息收集的主要目

- A.物流
- B.商流
- C.资金流
- D.单证流

40. 生产企业物流的内容不包括以下哪一项 B.。

- A.供应物流突出的类型
- B.商业物流突出的类型
- C.销售物流突出的类型
- D.废弃物物流突出的类型

41. D.是指不合格物品的返修、退货以及周转使用的包装容器从需方返回到供方所形成的物品实体流动。

- A.供应物流
- B.流通物流
- C.销售物流
- D.回收物流

42. 按物流的作用不同分类的标准不包括 B.。

- A.供应物流
- B.流通物流
- C.销售物流
- D.回收物流

43. 当商品的买卖交易关系确立，事实上也就克服了物品之间的 A.。

- A.所有权间隔

- B.场所间隔
- C.时间间隔
- D.使用权间隔

44. 按物流系统性质分类不包括以下 D.。

- A.社会特流
- B.行业物流
- C.企业物流
- D.流通物流

45. 企业为满足客户的物流需求，开展的一系列物流活动的结果称为 C.。

- A.物流管理
- B.物流成本
- C.物流服务
- D.物流效益

46. C.是指世界各国（或地区）之间，由于进行国际贸易而发生的商品实体从一个国家（或地区）流转 to 另一个国家（或地区）的物流活动。

- A.地区物流
- B.国内物流
- C.国际物流
- D.场地物流

47. 按物流活动的空间范围分类内容不包括以下内容 D.。

- A.地区物流
- B.国内物流
- C.国际物流
- D.场地物流

48. 在缩减产品优点中不包括 D.。

- A.中资源和技术力量改进保留产品的品质，提高产品商标的知名度
- B.生产经营专业化，提高生产效率，降低生产成本
- C.有利于企业向市场的纵深发展，寻求合适的目标市场
- D.扩大资金占用，加速资金周转

49. 从销售点收回产品包装用的容器属于 A.。

- A.回收物流
- B.厂内物流

士不可以不弘毅，任重而道远。仁以为己任，不亦重乎？死而后已，不亦远乎？ ——《论语》

- C.销售物流
- D.退货物流

50. 博客上的文章通常根据张贴时间，以 B.排列。

- A.升序方式
- B.倒序方式
- C.随机方式
- D.存储方式

51. 企业生产什么，我们就努力地推销什么。体现的是 C.营销观念。

- A.生产
- B.产品
- C.销售
- D.市场

52. 从市场营销的角度看，市场就是 B.。

- A.买卖的场所
- B.商品交换关系的总和
- C.交换过程本身
- D.具有购买欲望和支付能力的消费者人群

53. 与顾客建立长期合作关系是 A.的核心内容。

- A.关系营销
- B.绿色营销
- C.公共关系
- D.相互市场营销

54. 以下 B.阶段不是市场营销的发展阶段。

- A.投入
- B.成长
- C.衰退
- D.成熟

55. C.是市场营销的核心。

- A.交易
- B.交流
- C.交换
- D.服务

56. A.是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序

- A.市场营销
- B.网络营销
- C.市场调查
- D.客户服务

57. 网民通过 A.转发自己认为好的或有意义的新闻，使新闻扩散，从而实现增值。

- A.电子邮件或论坛
- B.写信
- C.投稿
- D.博客、播客

58. 以稿件的来源为指标对网站频道或栏目进行分类的内容中不包括以下哪项内容 D.。

- A.人民网的人民数据
- B.新华网的新华图片
- C.千龙网的千龙视野
- D.搜虎网的搜虎博客

59. 在博客营销本质中不包括以下内容 D.。

- A.以网络信息传递形式表现个人思想
- B.以网络信息传递形式表现个人体验
- C.以网络信息传递分享个人 知识资源
- D.以网络信息传递分享个人交流乐趣

60. B.可吸引受经济条件限制的消费者，扩大企业的市场规模。

- A.向下延伸
- B.向上延伸 C 双向延伸 D.水平延伸

61. 博客按时间顺序排列的，而且是倒序方式，也就是最新的放在最上面，最旧的在最下面指的是 B.。

- A.贴吧
- B.博客
- C.论坛
- D.邮件列表

62. 特许专营组织属于 B.。

- A.个别式分销渠道
- B.垂直式分销渠道

不飞则已，一飞冲天；不鸣则已，一鸣惊人。——《韩非子》

- C.水平式分销渠道
- D.复式渠道

63. 目前大部分的博客内容以 B.为主。

- A.图象
- B.文字
- C.视频
- D.动画

64. 用户喜欢的文章会把它搜藏到一些网络收藏夹当中，无形之中，帮你推广了网站。这种方法称为 C.。

- A.信息推广
- B.资源合作
- C.网摘推广
- D.口碑推广

65. D.论坛是将来论坛发展的大趋势。

- A.教育型论坛
- B.推广型论坛
- C.地方性论坛
- D.交流性论坛

66. D.又是一个广泛的大类，这样的论坛重点在于论坛会员之间的交流和互动。

- A.教育型论坛
- B.推广型论坛
- C.地方性论坛
- D.交流性论坛

67. 交流型论坛的重点在于 C.。

- A.专业知识的学习
- B.娱乐新闻的共享
- C.会员之间的交流和互动
- D.产品的宣传

68. 北京贴吧或者是清华大学论坛都属于 C.。

- A.教育型论坛
- B.推广型论坛
- C.地方性论坛
- D.交流性论坛

69. A.能够更大距离的拉近人与人的沟通，另外由于是地方性的论坛，所以对其中的网民也有了一定行的局域限

- A.教育型论坛
- B.推广型论坛
- C.地方性论坛
- D.交流性论坛

70. 在常用网站推广方法中不包括以下内容 D.。

- A.关系推广
- B.搜索引擎
- C.信息推广
- D.资源推广

71. 在教学型论坛特点中不包括以下内容 D.。

- A.针对性
- B.专业性
- C.互动性
- D.即时性

72. C.是指价格变动可以向人们传递市场信息，反映供求关系变化状况，引导企业进行生产、经营决策。

- A.标度职能
- B.调节职能
- C.信息职能
- D.服务职能

73. 开展 B.的基础问题是对某个领域知识的掌握、学习和有效利用，并通过对知识的传播达到营销信息传递的目的

- A.网络营销
- B.博客营销
- C.网站推广
- D.物流配送

74. 市场调研是指以科学的方法，系统地、有目的地收集、整理、分析和研究所有与市场有关的信息，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 A.的基础。

- A.营销决策
- B.企业资源计划

为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。——张载

- C.供应链管理
- D. WEB 服务

75. 所谓信用证是一种自足文件是指 D.。

- A.信用证是独立于合同之外的一种文件，它与买卖合同没有丝毫关系
- B.信用证是开证行自行开立，与其他 交易主体无关
- C.信用证与买卖合同内容不符时，受益人无权提出异议
- D.信用证是以买卖合同内容为基础开立的，但是它是独立于合同之外的法律文件

76. 在网上订立并网上履行的电子合同属于 C.。

- A.信息产品合同
- B.有形信息产品合同
- C.无形信息产品合同
- D.非信息产品合同

77. 按照小组、系统的结构安排站点功能，网站的整体布局和颜色基调，在装饰风格的分类中属于 C.。

- A.功能性装饰
- B.可视性装饰
- C.组织性装饰
- D.辅助性装饰

78. 信息的整理是将获取和储存的信息条理化和有序化，一般分为明确信息来源、A.、添加文件名、分类、初步

- A.浏览信息
- B.打字
- C.排序
- D.初步统计

79. 网上市场调研需要注意的问题有了解市场需求、制定网络调研提纲、寻找竞争对手和 A.。

- A.适当的激励措施
- B.进行调研审核
- C.适当的营销手段
- D.时效性

80. 网上市场调研的方法有很多种，其中不包括 D.。

- A. E-mail法

- B. web 站点法
- C. Net-meeting法
- D. 座谈会议法

81. 在设计调查提纲和调查问卷时，按照事物或现象的类别设计调查指标，然后再按分类指标搜集资料、整理资料，这种分类方法是 A.。

- A.前分类法
- B.专题分类
- C.后分类法
- D.关键词分类

82. 在网络调研的优势中不包括以下内容 D.。

- A.及时性和客观性
- B.便捷性和经济性
- C.互动性
- D.即时性

83. 在提高被调查者的积极性的技巧中不包括以下内容 C.。

- A.给访问者一定的奖励以激发其参与调研的积极性
- B.给访问者安全的保证
- C.给访问者一定的奖品激励
- D.在网络上建立情感的纽带

84. 网络市场调研需注意的问题中不包括以下内容 D.。

- A.了解市场需求
- B.制定网络调研提纲
- C.寻找竞争对手
- D.数量调研与问卷调查相结合

85. 在贝瑞和帕拉苏拉曼提出的三级关系营销理论中，一级关系营销在维持客户关系方面所采取的主要手段是 D.

- A.建立客户组织，增强对客户控制
- B.向客户提供技术服务
- C.向客户提供深层次援助
- D.增加目标客

86. 在网络市场调查的特点中不包括以下内容 D.。

- A.互动性
- B.及时性

子曰：“知者不惑，仁者不忧，勇者不惧。”——《论语》

- C.便捷性
- D.生动性

87. 当目标顾客人数众多时，生产者倾向于利用 D.。

- A.短渠道
- B.窄渠道
- C.直接渠道
- D.长而宽的渠道

88. C.是指以科学的方法，系统地、有目的地收集、整理、分析和研究所有与市场有关的信息，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。

- A.市场营销
- B.网络营销
- C.市场调研
- D.网络广告

89. D.是网上调查的被调查群体。

- A.合作者
- B.领导者
- C.组织者
- D.上网者

90. 是否需要在网上开展营销活动，在很大程度上取决于行业的特点和 A.的特性。

- A.产品
- B.生产
- C.推销
- D.交易

91. A.的传播它不受时间和空间的限制，它通过国际互联网络把广告信息 24 小时不间断地传播到世界各地。

- A.网络广告
- B.报纸广告
- C.传统广告
- D.电视广告

92. 网址推广是网络营销最基本的职能之一，在几年前，甚至认为 B.就是网址推广。

- A.生产
- B.网络营销

不飞则已，一飞冲天；不鸣则已，一鸣惊人。——《韩非子》

- C.推销
- D.市场营销

93. 以下 D.不是网络营销的特征？

- A.具有鲜明的理论
- B.市场的全球性
- C.资源的整合性
- D.追求效率最大化

94. 通过网上直接调查方法收集的资料是 A.。

- A.第一手资料
- B.第二手资料
- C.最新的资料
- D.直观的资料

95. 网上商店能每天 24 小时，每周 7 天随时随地的提供全球性营销服务，这是由于网络营销具有 C.特点。

- A.超前性
- B.拟人性
- C.跨时空性
- D.整合性

96. 在市场中处于不同地位的企业，采取网络营销实现企业营销目标时，其网络营销策略必须与企业相适应，要考虑到产品周期的影响 D.。

- A.是相似的
- B.要考虑组织背景
- C.是相同的
- D.是不同的

97. 网络交易中心应具有健全的 B.管理制度和技术保护措施。

- A.出库
- B.安全保密
- C.入库
- D.购货

98. 网络营销就是 B.。

- A.营销的网络化
- B.利用 Internet等电子手段进行的营销活动
- C.在网上销售产品

D.在网上宣传本企业

99. 电子商务中的任何一笔交易，都包含着信息流，商流、资金流和物流，但其中的 D.在网络上无法实施。

A.信息流

B.商流

C.资金流

D.物流

100. 人们取得产品有四种方式：自行生产，强取，乞讨和 B.。

A.使用

B.交换

C.完善

D.加强

101. 以下不包括电话营销的注意原则的是 D.。

A.要耐心倾听

B.了解不满的原因

C.提高口才

D.只需认错

102. A.是指一种以客户为导向的价值观，它整合及管理在预先设定的最优成本——服务组合中的客户界面的所有

A.客户服务

B.直接销售

C.数据库营销

D.一对一营销

103. A.是指营销人员在事先约定的范围内挨家挨户访问的方法，又称逐户访问法、上门推销法。

A.地毯式搜索法

B.广告搜索法

C.中心搜索法

D.连锁关系链法

104. B.指利用各种广告媒体寻找客户的方法。

A.地毯式搜索法

B.广告搜索法

C.中心搜索法

人人好公，则天下太平；人人营私，则天下大乱。——刘鹗

D.连锁关系链法

105. 挖掘潜在顾客的方法中不包括 C.。

A.地毯式搜索法

B.广告搜索法

C.中心搜索法

D.连锁关系链法

106. 电话营销的技巧中不包括以下内容 D.。

A.说话要真诚

B.热情的销售员最容易成功

C.不要在客户面前表现得自以为是

D.当客户无意购买时，

107. 流失的客户，对企业损失最大、最需要保留的是 A.。

A.非财务原因主动流失的客户

B.财务原因主动流失的客户

C.非财务原因被动流失的客户

D.财务原因

108. 客户流失中的被动流失原因在于 D.。

A.企业的产品质量出现问题

B.企业的客户服务与支持做得不好

C.出现了强力的竞争对手

D.既得客户 对企业不再是一个好客户

109. 第三方物流服务业经营方式不包括 D.。

A.专一用户的合同配送

B.专一用户的合同运输

C.多个用户的合同配送.

D.生产商自备卡车送货

110. 电话销售中的 4C 是指迷茫客户，唤醒客户，安抚客户，A.。

A.签约客户

B.服务客户

C.智能客户

D.商业客户

111. 短信营销的缺点不包括 A.。

君子忧道不忧贫。——孔丘

- A.短信字数限制
- B.广泛性
- C.经济性
- D.真实性

112. 物流通过存储调节解决对货物的需求和供给之间的 A.。

- A.时间间隔
- B.地域间隔
- C.场所间隔
- D.信息间隔

113. 商品的生产和消费的场所间隔和时间间隔需要通过 C.来进行沟通。

- A.商流
- B.资金流
- C.物流
- D.流通

114. 物流系统的活动环节中不包括的是 B.。

- A.包装
- B.销售
- C.流通加工
- D.搬运装卸

115. 配送发展趋势不包括以下内容 D.。

- A.现代配送的集约化、共同化发展趋势
- B.现代配送的区域化趋势
- C.现代配送的产地直送化趋势
- D.现代配送的集成化趋势

116. 供应保证的标志不包括以下内容 D.。

- A.缺货次数
- B.配送企业集中库存量
- C.即时配送的能力及速度
- D.客户企业供应成本的降低

117. B.是指在投资项目的寿命期内，计算所有的效益现值与成本现值之比，如果该比率大于 1，则投资项目就是可

- A.净现值法
- B.现值指数法

- C.内含报酬率
- D.净利润法

118. A.是指在投资项目的寿命期内，将所有的成本和效益按照一定的贴现率折算为成本现值和效益现值，如果效益现值减去成本现值后的差额大于零，则该投资项目就是可行的。

- A.净现值法
- B.现值指数法
- C.内含报酬率
- D.净利润法

119. 以下不属于成本分析的方法的是 D.。

- A.净现值法
- B.现值指数法
- C.内含报酬率
- D.净利润法

120. B.认为，产品销售情况不好是因为产品不好，消费者喜欢质量优、性能好和有特色的产品。

- A.生产观念
- B.产品观念
- C.推销观念
- D.市场营销观念

121. 以下不属于资金标志的有 D.。

- A.资金总量
- B.资金周转
- C.资金投向的改变
- D.资金投入

122. 电话营销的基本程序中不包括以下内容 D.。

- A.引发兴趣
- B.获得信任
- C.有利润的合约
- D.营销会谈

123. 使用 Internet 的 FTP 功能，可以 B.。

- A.发送和接收电子函件
- B.执行文件传输服务
- C.浏览 Web 页面

D.执行 Telnet远程登录

124. B.价格所具有的调整经济关系、调节经济活动的功能。

A.标度职能

B.调节职能

C.信息职能

D.服务职能

125. 价格方面的售前咨询要素中不包括以下哪项内容 D.。

A.标度职能

B.调节职能

C.信息职能

D.服务职能

126. 在制定 MPS 时，我们计算生成的是 D.的生产计划。

A.采购件

B.委外加工件

C.相关需求件

D.独立需求件

127. 以下不属于商品信息咨询的要素的是 C.。

A.商品品名

B.商品规格

C.商品质量

D.生产日期

128. A.是营销和销售之间的纽带，作用至关重要，不可忽视。

A.售前服务

B.售中服务

C.售后服务

D.物流

129. A.，是售前服务的首要目标，它具有双重性

A.提供情报

B.突出重点

C.稳定销售

D.引发需求

130. 以下售前服务的功能要素中不包括 D.。

乐民之乐者，民亦乐其乐；忧民之忧者，民亦忧其忧。——《孟子》

- A.售前服务是企业经营策略与经营决策之一
- B.售前服务是决定产品销售与企业效益的最基本因素
- C.加强售前服务可以扩大产品销路，提高企业的竞争能力
- D.售前服务是企业成功运营的唯一出路

131. 一个完整的销售流程应当至少包括 B.、售中服务和售后服务三个部分。

- A.售前咨询
- B.售前服务
- C.售中服务
- D.售后服务

132. 电话咨询，利用电话给来访者以 C.的一种咨询形式。

- A.宣传
- B.讲解
- C.劝告和安慰
- D.教育

133. 知识产权是一种无形财产权，是从事 B.创造性活动取得成果后依法享有的权利。

- A.劳力
- B.智力
- C.技能
- D.创新

134. 选择短信营销平台的方法不包括 D.。

- A.看其发送速度，到达率，以及是否全网复盖
- B.收信方收到的号码是否为特服号码
- C.看其公司所提供的售后服务是否完善
- D.及时与顾客取得联系

135. 电话服务原则不包括以下哪项内容 C.。

- A.电话服务首触原则
- B.电话服务主动原则
- C.电话服务互动原则
- D.优质服务信念建立

136. 假设某企业目前有 500 家客户，每年平均流失客户 20 家，则其客户群体的生命周期为 B.。

- A. 20年
- B. 25年

- C. 25天
- D. 50 年

137. 互联网中有很大部分 FTP 服务器被称为 B. FTP服务器。这类服务器的目的是向公众提供文件拷贝服务，不要 求用户事先在该服务器进行登记注册，也不用取得 FTP 服务器的授权。

- A.注册名
- B.匿名
- C.相关性
- D.唯一性

138. 域名服务器上存放着 Internet主机的 C.。

- A.域名
- B.电子邮件地址
- C.域名与 IP地址对应表
- D. IP地址

139. Telnet匿名登录的帐号是 C.。

- A. anonymous
- B. logged in
- C. guest
- D. Telnet

140. 通讯工具营销的特点不包括以下哪项内容 B.。

- A.提高信息的速度
- B.了解地区的通讯情况
- C.扩大获取知识的量
- D.能够在各个领域使用

141. D.是指短信广告最大的特性就是直达接收者手机，一对一传递信息，强制性阅读，时效性强，100％阅读 率！在媒介与人接触的有限时间中，能提高人与广告的接触频率。

- A.互动性
- B.灵活性
- C.低成本
- D.精确性

142. A.是指短信广告可以让机主与销售终端互动，与大众媒体互动，通过这些使短信用户参与到商业互动中，短 信广告使人们参与互动的机会大增。

- A.互动性

- B.灵活性
- C.低成本
- D.精确性

143. 手机短信作为第五媒体的地位，已经得到广泛的认同。以下不包括短信营销的特点的是 C。

- A.速度快
- B.分众性、回报高
- C.投资贵
- D.精确性

144. 消费者在网上购物过程中，不属于在线消费者保护的内容是 D。

- A.商品质量
- B.广告不真实
- C.价格高于传统市场
- D.配送超过期限

145. 手机媒体可轻松实现与老客户和潜在客户间的互动，短信可无限制即时 A，手机媒体在广告的再传播上明显

- A.复制传播
- B.阅览
- C.存储
- D.翻新

146. 商品流通领域的二大基本要素是商流、C，它们的关系是相辅相成、互相补充。

- A.配送
- B.信息流
- C.物流
- D.资金流

147. 通过 A.沟通，公司不仅避免中间环节的加价和时滞，减少了产品的销售费用和库存的成本与风险，还使公司 与客户之间建立了一种直接的联系。

- A.直接
- B.间接
- C.电话
- D.信函

148. C.是仓库中人工耗费最大的工作环节之一，也是造成仓库货品损失的主要环节。

- A.拣货

- B.包装
- C.搬运
- D.盘点

149. 企业信息化规划的首要环节是 B.。

- A.企业业务流程分析
- B.企业形势与战略分析
- C.数据库设计
- D.信息系统功能规划

150. D.划出一些关键字，然后当鼠标移动到上边的时候，使用提示窗口的方式显示相关的广告内容。

- A.固定位置广告
- B.上下文相关广告
- C.弹出广告
- D.内文提示广告

151. 网上商店要尽可能使客户对本商店产生强烈的第一印象，所以 A.是最重要的事情。

- A.商店的商标
- B.漂亮的页面
- C.优惠的价格
- D.绚丽的动画

152. 电子邮件广告的优势不包括以下哪一项 D.

- A.节约成本
- B.简单快捷
- C.覆盖率高
- D.商品预览

153. 搜索引擎在引用网页关键字时，将要分析的栏目是 C.。

- A. scr
- B. font
- C. meta 和 title
- D. hef

154. 以下不属于电子邮件广告优势的是 D.。

- A.节约成本
- B.简单快捷
- C.反应迅速

D.生动有趣

155. 电子邮件广告的发送方式一般采用 B.。

A.图形格式

B.网页格式

C.邮件格式

D.报表格式

156. 配送要素中不包括的是 D.。

A.集货

B.分拣

C.配货

D.保管

157. 配送运输的特点中不包括 D.。

A.时效性

B.安全性

C.沟通性

D.价格昂贵

158. 以下分拣的方法中不包括 D.。

A.订单别拣取

B.批量拣取

C.复合拣取

D.综合拣取

159. C.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。

A. CPO 广告

B. CPS广告

C. PPS广告

D. CPA 广告

160. B.主要储存从供应商调进或在当地采购的商品。

A.采购供应仓库

B.批发仓库

C.中转仓库

D.储备仓库

161. 建立公司网站 A.。

不飞则已，一飞冲天；不鸣则已，一鸣惊人。——《韩非子》

- A.是网络营销的前提条件
- B.对网络广告并不重要
- C.是网络广告唯一手段
- D.是在局域网环境下

162. 货物出库发生问题中不包括以下哪项内容 B.。

- A.出库凭证（提货单）上的问题
- B.提货数与进库数相符
- C.串发货和错发货
- D.包装破漏

163. C.是仓库一系列的作业过程的最后一个环节。

- A.发货信息处理
- B.退货管理
- C.商品出库作业
- D.配载装车

164. B.是商家之间互相调货的凭证，是为了方便对账和结算，减少现金支付的的一种手段。

- A.入库单证
- B.出库单证
- C.运输凭证
- D.仓库保管单

165. 仓储组织的目标可以概括为 B.。

- A.快进、快出、高效、高质、低成本
- B.快进、快出、高效、保质、低成本
- C.快进、快出、实效、高质、低成本
- D.快进、快出、实效、保质、低成本

166. B.主要储存从供应商调进或在当地采购的商品。

- A.采购供应仓库
- B.批发仓库
- C.中转仓库
- D.储备仓库

167. 现代仓储是指商品在流通过程中 C.的物流形式。

- A.移动和静止
- B.实现供给和需求之间的连接

天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为。——《孟子》

- C.处于停歇或静止状态
- D.改变货品的时间来实现其增加价值

168. 现代仓储是指商品在流通过程中 C.的物流形式。

- A.移动和静止
- B.实现供给和需求之间的连接
- C.处于停歇或静止状态
- D.改变货品的时间来实现其增加价值

169. 商品五检查要求不包括以下哪项内容 D.。

- A.品名检查
- B.规格检查
- C.包装检查
- D.质量检查

170. 货物出库的方式的不包括 D.。

- A.客户自提
- B.委托发货
- C.是仓储企业派自己的货车给客户送货的一种出库方式
- D.船运发货

171. BBS 是一个人与人语言文化共享的平台，具有实时性、D.。

- A.真实性
- B.区域性
- C.安全性
- D.互动性

172. C.是进出口公司根据合同和信用证规定，向生产加工及仓储部门下达联系单（有些公司称其为加工通知单、或信用证分析单等）要求有关部门按联系单的要求，对应交的货物进行清点、加工整理、刷制运输标志以及办理

- A.发货
- B.存货
- C.备货
- D.运输

173. 在商品分类工作中，常是先选定一个 C.，将商品分成大类，然后再依不同情况，选择适宜的标志继续分类。

- A.商品特征
- B.商品型号

- C.主要标志
- D.产品数量

174. 商品出库必须依据货主开出的 B.进行。不论在任何情况下，仓库都不得擅自动用、变相动用或者外借货

- A.商品出库单
- B.商品调拨单
- C.商品运输单
- D.商品存储单

175. 配送的基本功能中不包括以下内容 D.。

- A.推行配送有利于物流运动实现合理化
- B.完善了运输和整个物流系统
- C.简化事务，方便用户
- D.提高

176. A.，属于时间固定，易于安排工作计划，易于计划使用设备，也有利于安排接运人员和接运作业。

- A.定时配送
- B.定量配送
- C.定点配送
- D.即时配送

177. 配送的实质是从物流终点至用户的一种特殊送货形式，它区别一般送货，是一种 D.形式。

- A.直达
- B.间接
- C.大批量
- D.中转

178. 在 EAN 及 UPC 系统中，商品编码全部采用 D.。

- A.英文字母
- B.英文字母加数字
- C.英文字母加符号
- D.阿拉伯数字

179. 以下不属于中国商品编码的前缀码的是 D.。

- A. 690
- B. 691

- C. 692
- D. 698

180. B.是指用一组阿拉伯数字标识商品的过程，这组数字称为代码。

- A.商品条码
- B.商品编码
- C.商品货号
- D.商品标识

181. 以下不属于面分类法应遵循的基本原则是 B.。

- A.根据需要，选择分类对象的本质属性作为类对象的标志
- B.不同类面的类目之间能相互交叉，也能重复出现
- C.每个面有严格的固定位置
- D.面的选择以及位置的确定应根据实际需要而定.

182. 面分类法又称 B.。

- A.垂直分类法 B 平行分类法 C.立体分类法 D.条目分类法

183. 以下不属于线分类法应遵循的基本原则是 C.。

- A.在线分类中，由某一上位类类目划分出的下位类类目的总范围应与上位类类目范围相同
- B.当一个上位类类目划分成若干个下位类类目时，应选择一个划分标志
- C.同位类类目之间交叉、重复，并只对应一个上位类
- D.分类要依次进行，不应有空层或加层

184. A.也称为 Cost-per-Transaction即根据每个订单/每次交易来收费的方式。

- A. CPO 广告
- B. CPS广告
- C. PPS广告
- D. CPA 广告

185. 线分类法又称为 B.。

- A.平行分类法
- B.层级分类法
- C.垂直分类法
- D.条目分类法

186. 仓库管理的管理对象是 A.。

- A.库区的利用状态（库、区、排、位）
- B.库区的选择与建设

老当益壮，宁移白首之心；穷且益坚，不坠青云之志。——唐·王勃

- C.货物的收发管理
- D.采购物资管理

187. 以下 D.不是商品分类标志的基本原则。

- A.包含性
- B.唯一性
- C.层次性和关联性
- D.复杂性

188. 服装的分类就是 B.组配的。

- A.线分类法
- B.面分类法
- C.纵向分类法
- D.叠加分类法

189. 线分类法又称 B.。

- A.叠加分类法
- B.层级分类法
- C.纵向分类法
- D.越级分类法

190. 建立商品分类体系的基本方法有两种，一种 B.，一种是面分类法。

- A.点分类法
- B.线分类法
- C.水平分类法
- D.垂直分类法

191. C.、原材料、生产方法、化学成分、使用状态等是这些商品最本质的属性和特征，是商品分类中最常用的分

- A.商品的名称
- B.商品的特征
- C.商品的用途
- D.商品的生产过程

192. 以下

D.不属于商品分类的基本原则。

- A.必须明确要分类的商品所包括的范围
- B.商品分类要从有利于商品生产、销售、经营习惯出发，最大限度 地方便消费者的需要，并保持商品的分类上的科学性

- C.选择的分类依据要合理
- D.应具有时效性

193. 以下 C.不属于商品分类的基本原则。

- A.必须明确要分类的商品所包括的范围
- B.商品分类要从有利于商品生产、销售、经营习惯出发，最大限度 地方便消费者的需要，并保持商品的分类上的科学性
- C.选择的分类依据要经济 D) 应具有科学的系统性

194. 商品的 A.一般根据商品生产和流通的行业来划分，既要同生产行业对口，又要与流通组织相适应。

- A.大类
- B.中类
- C.小类
- D.品级

195. B.依据是分类的基础。商品的用途、原材料、生产方法、化学成分、使用状态等是这些商品最本质的属性和 特征，是商品分类中最常用的分类依据。

- A.商品分类
- B.商品标识
- C.商品管理
- D.库存管理

196. B.是指每千人印象，即客户根据浏览者的广告印象来作为付费的依据，浏览者每次打开页面时图标广告的每 一次显示就是一个广告印象，网站统计每个图标一千次印象作为一个付费的单位。

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

197. 以下不属于商品分类的意义的是 C.。

- A.有助于国民经济各部门的各项管理的实施
- B.实行现代化管理的前提
- C.有利于了解商品价格
- D.助于 提高商品学的教学和科研工作

198. 电子商务活动分为三种基本流不包括 D.。

- A.物资流

士不可以不弘毅，任重而道远。仁以为己任，不亦重乎？死而后已，不亦远乎？ —— 《论语》

- B.资金流
- C.信息流
- D.商流

199. B.在整个系统的顶层，面向电子商务系统的最终用户。

- A.电子商务基础平台
- B.电子商务应用表达平台
- C.电子商务应用系统
- D.安全保障环境

200. 电子商务平台即是一个为企业或个人提供 A.的平台。

- A.网上交易洽谈
- B.网上通讯
- C.网络信息查讯
- D.网络发布广告

201. 鼓励网络交易平台提供商之间的公平竞争，A.应遵守反不正当竞争法等有关国家法律法规的规定。

- A.网络交易服务商
- B. ICP
- C. ISP
- D.电子汇款

202. SET 标准是一种基于 B.作为支付手段的安全协议。

- A.电子现金
- B.信用卡
- C.储值消费卡
- D.电子汇款

203. 以下不属于电子商务安全要素的有 D.。

- A.有效性和真实性
- B.保密性
- C.可靠性、不可抵赖性
- D.数据的有效期

204. 电子商务交易的基本原则不包括以下内容 D.。

- A.必须有良好的可扩展性
- B.必须确保提供 7 天 24 小时服务
- C.良好的容错性能

子曰：“知者不惑，仁者不忧，勇者不惧。”——《论语》

D. 仅支持 HTML 客户终端

205. 以下不属于电子商务隐私权保护对策的是 C.。

- A. 提高消费者的隐私权保护意识
- B. 逐步完善消费者隐私权的科技保护手段
- C. 设立消费者隐私保护的法律法规
- D. 规范网络伦理的规约体系

206. A.，新《消费者权益保护法》中首次提出了消费者隐私权。

- A. 2010年5月11日
- B. 2007年5月11日
- C. 2008年5月11日
- D. 2009年5月11日

207. 消费者享有依法获得赔偿的权利，称为 B.。

- A. 安全权
- B. 求偿权
- C. 自主选择权
- D. 产品使用权

208. 支付过程中使用 SET 协议时，SET 采用 B.技术来保证双重签名技术保证商家看不到消费者的账号信息。

- A. 对称加密
- B. 双重签名
- C. 数字证书
- D. 电子指纹

209. 电子商务交易卖方不履行合同，买方可减少支付价款、解除合同并要求损害赔偿和 D.。

- A. 继续发货
- B. 不支付货款
- C. 理赔
- D. 要求赔偿损失

210. 电子商务平台常用的交易模式有 B2B、B2C、B2G、C2G、C2C。其中 B2C 是指 B.。

- A. 企业对企业
- B. 企业对个人
- C. 企业对政府
- D. 个人对个人

老当益壮，宁移白首之心；穷且益坚，不坠青云之志。——唐·王勃

211. A.，被称为我国首部真正意义上的信息化法律电子签名法，在十届全国人大常委会第 11 次会议上获得通过。这预示着我国电子商务时代的真正来临。

- A. 2004 年 8 月 28 日
- B. 2005 年 8 月 28 日
- C. 2006 年 8 月 28 日
- D. 2007 年 8 月 28 日

212. 网络消费的购买过程可分为以下五个阶段：A.。

- A. 确认需要→信息收集→比较选择→购买决策→购后评价
- B. 确认需要→比较选择→信息收集→购买决策→购后评价
- C. 确认需要→信息收集→购买决策→比较选择→购后评价
- D. 信息收集→确认需要→比较选择→购买决策→购后评价

213. B. 具有客观性、周密性和控制性的特点。

- A. 感情动机
- B. 理智动机
- C. 比较动机
- D. 需求动机

214. 网络消费者购买行为的心理动机主要体现在理智动机、A. 和惠顾动机三个方面。

- A. 感情动机
- B. 购买动机
- C. 比较动机
- D. 需求动机

215. 以下不属于网络消费者的特点的是 D.。

- A. 注重自我
- B. 头脑冷静，擅长理性分析
- C. 好胜，但缺乏耐心
- D. 喜好守旧事物

216. 以下消费者基本权利中不包括 D.。

- A. 安全权
- B. 自主选择权
- C. 公平交易权
- D. 产品保护权

217. 有 Mastercard 和 Visa 共同推出的基于 INTERNET 的卡式支付安全标准为 B.。

为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。——张载

- A. SSL
- B. SET
- C. PGP
- D. TCP/IP

218. 下面有关传输信道安全的叙述不正确的是 A.。

- A.在公钥密码体系中，加密和解密使用相同的密钥
- B.如果有 8 个人彼此利用对称加密方式传递信息，需要 64个私有密钥
- C. SSL和 S-HTTP 是因特网安全传输的两个协议
- D. SSL是支持两台计算机间的安全连接

219. SSL的全称是 C.。

- A. Session Socket Language
- B. Session Software Language
- C. Security Socket Layer
- D. Security Software Layer

220. 在教学型论坛特点中不包括以下内容 A.。

- A.广泛性
- B.专业性
- C.互动性
- D.时效性

221. 电子商务交易买方不履行合同，卖方可以采取解除合同、要求损害赔偿和 D.。

- A.理赔
- B.不付货款
- C.要求买方发货
- D.要求收取货物及支付货款

222. 网店制作流程分为四个步骤：网店注册、网店制作、网店优化和网店的后期维护。其中以下不属于网店优化的工

- A.资料文件的上传与管理
- B.支付配送管理
- C.管理调查主题
- D.网络广告的发布

223. 顾客对招牌的识别往往是先识别色彩再识别店标店徽的称为 A.。

- A.招牌色彩设计
- B.招牌情感设计
- C.招牌形式设计的位置 D 招牌位置设计

天行健，君子以自强不息。地势坤，君子以厚德载物。——《周易》

224. 招牌放置的位置有三种，其中不包括 C.。

- A.平行放置
- B.垂直放置
- C.居中放置 D 纵横放置

225. 在店标制作时要注意的要素不包括 B.。

- A.招牌形式设计的位置
- B.招牌位置设计
- C.招牌色彩设计 D 招牌情感设计

226. 被直译为联合图片专家组的是 D.图片文件常用的格式。

- A. TIFF
- B. BMP
- C. GIF
- D. JPEG

227. 根据图片存放数量的不同，图片空间又可以分为不同大小的空间，一般情况下 30M 的空间可以放 B.张左右。

- A. 3000
- B. 300
- C. 500
- D. 5000

228. 以下不属于淘宝网站图片空间的特点是 B.。

- A.开店即永久享受免费 30M 图片空间
- B.高速上传功能，一次同时上传 500 张图片
- C.图片空间过期，宝贝 图片仍可显示
- D.原图存储，提供多种尺寸的缩略图

229. C.的方法是先点击绿色的网批量传图四个字，然后安装 sohu 的图片上传工具。看到有三栏上传页面后。 在左边一栏选中要插入图片的路径，选中后，该路径内的所有照片都会 在中间一栏预览出来，把所有要插入的图 片上的小方块中勾中，点击开始上传即可。

- A.插入自己机器上的图片
- B.插入网络上的图片
- C.插入很多的图片 D 插入优盘上的图片

230. B.的方法是先点击绿色的网络图片四个字，然后将要插入图片的 url 地址拷贝到网址 1 后面，确定即

- A.插入自己机器上的图片

- B.插入网络上的图片
- C.插入很多的图片 D 插入优盘上的图片

231. A.的方法是其中有一个浏览的按钮，点击以后，找出要插入的图片，确定即可。

- A.插入自己机器上的图片
- B.插入网络上的图片
- C.插入很多的图片 D 插入优盘上的图片

232. 下列选项中不属于图片文件素材的是 C.。

- A.按钮素材
- B.线条素材
- C.表格素材
- D.符号素材

233. A.为企业的电子商务应用提供运行环境和管理工具及内部系统的连接。

- A.电子商务基础平台
- B.电子商务应用表达平台
- C.电子商务应用系统
- D.安全保障环境

234. 网店后期维护包括许多内容，其中不包括 D.

- A.刷新网店排名
- B.更新网店数据
- C.续登信息
- D.网上留言

235. 电子商务平台建设的最终目的是 B.和应用建立一个业务发展框架系统，规范网上业务的开展，提供完善的网 络资源、安全保障、安全的网上支付和有效的管理机制，有效地实现资源共享，实现真正的电子商务。

- A.网上交易
- B.发展业务
- C.网上论坛
- D.信息搜索

236. 扫描仪不但能够识别纯文字，而且还具有不借助任何第三方的 OCR 软件达到识别 C.的功能。

- A.文字
- B.图像
- C.表格

D. 图片

237. 从书刊、资料上获取大量文字一般选择用扫描仪进行 B.扫描转换，输入计算机中进行编辑和保存。

A. CMOS

B. OCR

C. CCD

D. CIS

238. 下面的文件格式属于图片素材的是 D.。

A. *. MPEG

B. *. mid

C. *. wav

D. *. bmp

239. 以下不属于商品类型包含的内容的为 D.。

A. 扩展属性

B. 参数

C. 规格

D. 品名

240. 一个用于包含用户完全不能确定能否信任的站点的高风险区域是 A.。

A. 受限制区域

B. 可信站点区域

C. 本地 Internet 区域

D. Internet 区域

241. 企业在设计电子商务平台时需考虑六个方面，其中不包括以下内容 D.。

A. 负载均衡

B. 事务管理

C. 网站管理

D. 服务器管理

242. 卖家参与平台的基本条件不包括以下内容 B.。

A. 信息化

B. 自动化

C. 网络化

D. 智能化

243. 电子商务安全要素不包括以下内容 C.。

以铜为镜，可以正衣冠；以古为镜，可以知兴替；以人为镜，可以明得失。——《旧唐书·魏征列传》

- A.有效性、真实性
- B.保密性
- C.数据的可复制性
- D.数据的完整性

244. 电子商务平台常用的交易模式有 B2B、B2C、B2G、C2G、C2C。其中 B2G 是指 C.。

- A.企业对企业
- B.企业对个人
- C.企业对政府
- D.个人对个人

245. 目前国际上常用的密码体系有对称密钥密码体系和 D.。

- A.混钥密码体系
- B.私钥密码体系
- C.公开密钥体系
- D.不对称密钥密码体系

246. 在网站素材中，下列不是其文件类型的是 D.。

- A.图片
- B.文字
- C.表格
- D.人物传记

247. INTERNET 是 1989 年由先前的 D.更名而来的。

- A. INTRANET
- B. EXTRANET
- C. ARPNET
- D. NSFNET

248. 网站的搜索分类中不包括 D.。

- A.全文索引
- B.目录索引
- C.元搜索引擎
- D.机器人索引

249. 标题搜索是搜索的一种，分为 B.。

- A.关键字搜索和标题搜索
- B.全文搜索和标题搜索
- C.关键字搜索和图形搜索

为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。——张载

D. 以上答案都不对

250. 下列选项中，不属于搜索引擎的功能的是 B.。

A. 信息搜索

B. 目录分类

C. 信息整理

D. 用户查询

251. 搜索引擎是一个为人们提供信息 B. 服务的网站。

A. 搜集

B. 检索

C. 归类

D. 查询

252. 搜索引擎提交网站搜索自动信息收集功能，是指 D. 主动向搜索引擎提交网址，搜索引擎一定时间内定向 向该网站派出蜘蛛程序，扫描网站并将有关信息存入数据库，以备其他用户查询。

A. 搜索服务使用者

B. 搜索引擎专业人员

C. 网站管理机构

D. 网站拥有者

253. 在使用关键词进行搜索时，可以使用的命令符号不包括 B.。

A. and

B. all

C. not

D. or

254. 如果想在 Web 页面时，提高浏览速度，下列方法中，D. 不能达到目的。

A. 关闭浏览器设置显示图片，声音的选项

B. 使用比较快的代理服务器

C. 提高本地主机的硬件配置

D.

255. 网络多媒体文件格式能够流行的重要文件是 D.。

A. 图象精美

B. 一般文件较小

C. 在保证图象质量的前提下，文件的大小较小

D. 支持一种操作系统平台

256. 为了节省上网费用和时间，我们可以把经常访问的站点放入 B.，然后脱机浏览。

- A.历史记录
- B.收藏夹
- C.回收站
- D.搜索栏

257. D.协议是 TCP/IP协议的一部分，它定义了远程登录客户机与远程登录服务器之间的交互过程。

- A. SSL
- B. SET
- C. POP
- D. Telnet

258. 下列选项中，不属于 Internet(因特网) 基本功能的是 D.。

- A.电子邮件
- B.文件传输
- C.远程登陆
- D.实时监测控制

259. 目录索引是否具有搜索功能，A.。

- A.是
- B.否
- C.不确定
- D.借助其他软件实现

260. 按商务活动的内容分类不包括 D.。

- A.政府电子商务
- B.流通业电子商务
- C.金融业电子商务
- D.娱乐业电子商务等

261. A.是指无形货物或者服务的订货或者付款等活动。

- A.直接电子商务
- B.间接电子商务
- C.全局电子商务
- D.交易后的电子商务

262. B.指有形货物的电子订货与付款等活动，它依然需要利用传统渠道（如邮政服务和商

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/058060127046007035>