

# 移动商务分章节习题答案

## 目录

|                |    |
|----------------|----|
| 第一章移动商务根底      | 1  |
| 第二章移动商务技术      | 3  |
| 第三章移动商务价值链     | 5  |
| 第四章移动商务的商业模式   | 8  |
| 第五章移动商务的应用     | 10 |
| 第六章移动支付        | 14 |
| 第七章移动商务资源的价值开发 | 15 |
| 第八章移动商务的整合     | 17 |
| 第九章移动商务平安      | 19 |
| 第十章移动商务运营管理    | 21 |

## 第一章移动商务根底

### 一、单项选择题：

1. 以下哪项是按照移动商务确认方式进行分类。( A )  
A. 密码确认型移动商务 B. 信息转移型移动商务  
C. 资源整合型移动商务 D. 内容提供型移动商务
2. 以下哪项是按照移动商务用户需求的不同进行分类。( A )  
A. 搜索查询型移动商务 B. 集成管理型移动商务  
C. 快速决策型移动商务 D. 资源整合型移动商务
3. 以下说法不正确的选项是：( D )  
中国已经成为  
A. 全球人数最多 B. 规模最大  
C. 资源最丰富的移动通信市场 D. 移动通信技术最先进的国家。
4. 移动商务在开展中和电子商务开展中的一个重要不同点是：( D )  
A. 开展快 B. 规模大 C. 商务模式多样化  
D. 起步阶段就拥有一批具有自主知识产权的专利技术和专利产品
5. 以下哪项不是移动商务的本质。( D )  
A. 移动商务主体的移动性 B. 移动终端和商务主体的对应性  
C. 抓住商机的及时性。 D. 客户资源不准确
6. 以下 ( D ) 不是按照商务实现的技术不同进行分类  
A. 基于移动通信网络 (GSM/CDMA) 的移动商务  
B. 基于无线网络 (WLAN) 的移动商务  
C. 基于其它技术 (如超短距通信、卫星通信、集群通信等) 的移动商务  
D. 定位跟踪型移动商务
7. 以下 ( A ) 不是按照用户需求的不同进行分类  
A. 资源整合型移动商务 B. 搜索查询型移动商务  
C. 需求对接型移动商务 D. 按需定制型移动商务
8. 以下行为属于移动电子商务的是 ( A )。

- A. 用 在公园上网收发邮件                      B. 用台式计算机在宿舍上网下载程序  
C. 用笔记本计算机在火车上看电子小说 D. 使用蓝牙耳机拨打

二、多项选择题:

1. 以下哪项不是移动商务效劳的范围。(ABC )  
A.商务交易效劳 B. 娱乐消费效劳 C. 紧急避险效劳 D.所有效劳对象
- 2.以下属于移动商务效劳的内容的是:( ABC )  
A. 流通业 B.金融业 C.快速消费品行业 D. 所有行业
3. 移动商务改变了( ABC )的固有方式。  
A.合同签订、货款交割                      B.库存的管理  
C.移动目标的追踪和查询方式              D. 所有行业的经营模式
- 4.移动商务在人类历史上第一次使( A B )走出高深、为群众所掌握。  
A.现代网络信息技术    B.现代通讯技术    C.营销管理    D.商务管理
- 5.以下属于移动商务一般特征的是:(ABCD )  
A.即时性 B.连通性 C.便携性 D.方便性
- 6.中国移动商务在将近五年的时间里,走完了(ACB )阶段,迅速进入( D )阶段。  
A. 以短信充值支撑业务的起步阶段; B.以彩信吸引业务的初级阶段  
C. 以简单软件和解决方案支撑业务的探索阶段  
D. 开发移动商务价值为特色的资源开发和价值开发阶段
- 7.特别是进入 2007 年以来,移动商务的开展出现了实质性的变化。其最显著的特点是( ABCD )  
A. 开始走出了短信低俗化的围城 B.开始走出了小富即安的满足感;  
C. 开始走出了一般性的模式探索 D.开始了商务模式的系统研发和价值开发的研究探索
8. 移动商务开展进程中的错误观点是:( ABC )  
A.移动商务是移动技术+商务 B.移动技术的特征就是移动商务的特征  
C.移动商务的特征等同于电子商务的特征”  
D.移动商务具有很多电子商务没有或不具备的特征
9. 移动商务的一般特征包含(ABC )  
A.即时性 B.连通性 C.便携性 D.可定位性
10. 我国移动商务开展经历了( ABCD )阶段:  
A. 以短信充值支撑业务的起步阶段 B.以彩信吸引业务的初级阶段  
C.以简单软件和解决方案支撑业务的探索阶段  
D. 即以开发移动商务价值为特色的资源开发和价值开发阶段

三、判断:

1. 移动商务的真正价值实现不在于技术,而在于效劳。(对)
2. 移动商务是一种管理模式创新。(对)
3. 移动商务的移动性会形成一种交易主体的不可知性。(错)
4. 移动商务的本质特征是“效劳对象的移动性”(错)
5. 移动商务的特征等同于电子商务(错)
6. “移动商务仅是两个 之间进行的商务活动”(错)
7. “移动商务仅只是一种便捷的商务活动”(错)
8. 开发以移动商务价值为特色的资源开发和价值开发阶段,标志着中国的移动商务开始进入了健康开展的历程。(对)

四、简答题:

- 1、阐述移动商务主体的移动性和可定位性特征的关系
- 2、先判断“移动商务是移动技术+商务”正确与否,再进行分析为什么?

移动商务是“移动技术+商务活动”。这种说法听起来几乎没什么问题。但是,仔细一想,就会发现这种说法也是片面的,不完全的。

不完全在什么地方呢？在于没有全面准确地反映移动商务的内涵和特点。

其一，移动商务在进行中不仅会运用移动技术，而且会通过移动整合能力的释放，整合电子商务中的网络信息技术，共同实现同一个商务活动目的或目标。正是这种整合能力的灵活和便捷，不仅能够把分散资源变成综合资源，而且能够把不完全信息变成完全信息。这样一来，就能很快、很好地释放出移动商务的价值和能量。

那种认为移动商务就是“移动技术+商务”的说法，在技术实现的过程中，就不注重移动商务整合能力的发挥和释放，这就降低了移动商务价值开发的能力。因此，上述说法是不全面、不准确的。

再从另一个重要的方面看，移动商务本身是一种创新。但是，它不仅是技术上单一的创新，还包括商务运营模式和企业经营管理模式的创新。在这种创新中，技术的突破和创新起到了主要作用，它带动和促成了商务运营模式和经营管理模式的创新。

但是，在移动商务的整个价值链中，如果仅仅强调和注重技术上的单一创新，不注重营销和管理上的对应和跟进创新，仅仅强调技术的一个方面的作用，就不能构建起完整的价值链，不能很好地开发移动商务的真正价值，不能在移动商务实现的过程中很好地去整合网络资源和相关资源，实现价值的最大化。因此，也就不能很好地发挥移动商务的优势。

## 第二章移动商务技术

### 一、单项选择题

1. 超宽带无线电（UWB）在（ A ）方面显现巨大优势。  
A. 货物运输 B. 智能识别卡片 C. 芯片集成 D. 支付
2. 无线通信技术就广义来说泛指无线通讯终端（ B ）。  
A. 进行的数据交换 B. 连接效劳平台之后进行的互动式行为  
C. 卫星定位系统 D. 无线射频技术
3. 海事卫星系统技术覆盖范围属于（ A ）。  
A. 长距离移动 B. 中距离通信网络 C. 短距离通信网络 D. 近距离通信技术
4. 最早应用蜂窝网技术的是（ D ）。  
A. 美国底特律市 B. 美国圣路易斯城 C. 美国纽约 D. 美国芝加哥
5. 卫星通信是指（ A ）。  
A. 地球上（包括地面、水面和地层大气中）的无线电通信站之间与人造卫星中继站的通信  
B. 以人造卫星为载体的通信技术 C. 卫星通讯系统 D. 卫星通讯效劳
6. 卫星通信系统的最大特点是（ A ）。  
A. 多址传输方式 B. 容量大 C. 距离远 D. 覆盖面积广
7. 中国的卫星定位系统是（ D ）。  
A. GPS B. GLONASS C. GALILEO D. CNSS
8. （ D ）系统是唯一可以实现在两极通话的卫星通信系统。  
A. 北斗星卫星定位系统 B. 俄罗斯全球导航卫星系统  
C. 欧洲卫星导航系统 D. “铱星”系统
9. “全球星”系统的倡导发起单位是（ D ）。  
A. 摩托罗拉 B. 诺基亚 C. 伽利略 D. 美国劳拉公司和高通公司
10. 用 摄像头一拍，立刻解码出丰富的信息内涵的是（ B ）。  
A. 一维条码 B. 二维条码 C. RFID D. NFC
11. 二维条码是应用（ A ）技术。  
A. 基于光学识读图像的编码技术 B. 无线射频技术  
C. 蓝牙技术 D. 近距离非接触技术
12. 二维条码可存放的字符（ C ）。  
A. 2K B. 3K C. 1K D. 5 兆

13. 二维条码在 ( D ) 存储信息的条码。

A. 圆形图形中 B. 方形图形中 C. 长方形图形中 D. 水平和垂直方向的二维空间

14. 用以实现客户机图形用户接口与已有的字符接口方式的效劳器应用程序之间的互操作的是 ( C )。

A. 数据访问中间件 B. 远程过程调用中间件

C. 终端仿真/屏幕转换中间件 D. 交易中间件

15. 支持发送彩色图片的应用平台是 ( A )。

A. MMS 多媒体短信平台 B. EMS 增强型短信平台

C. 移动中间件 D. 对象中间件

16. ( A ) 实现了无线通信设备的标准化。

A. WAP 协议 B. IPV4 协议 C. IPV6 协议 D. MAP 协议

17. IVR 是 ( A ) 的应用平台。

A. 自动语音应答 B. 短信效劳平台 C. 固定 声讯效劳 D. 视频传送平台

18. 制约 IVP 市场开展的主要因素是 ( A )。

A. 资费过高且形式单一 B. 资费不高但形式单一

C. 资费高但形式多样 D. 资费不高形式多样

19. 2005 年, 国际电信联盟宣布的“数字时机指数”全球之首是: ( C )

A. 亚洲 B. 日本 C. 韩国 D. 新西兰

20. 蜂窝状无线通信技术产生于 ( D ) 年代。

A. 60 年代 B. 70 年代 C. 50 年代 D. 80 年代

## 二、多项选择题

1. 中距离通信网络的代表技术有 ( ABC )。

A. 第一代通信技术 B. 第二代通信技术 C. 第 2.5 通信技术 D. 超宽带无线技术

2. 短距离通信网络的代表技术有 ( ABCD )。

A. 无绳 B. 无线局域网 C. 红外技术 D. 超宽带无线技术

3. 蜂窝网络可以覆盖 ( AD )。

A. 所有的空间 B. 不存在盲点 C. 存在热点 D. 存在盲点和热点

4. 蜂窝概念真正解决了 ( ABCD )。

A. 小区使用不同频率 B. 发射频率在不相邻的小区可以重用

C. 防止频率冲突 D. 节省频率资源

5. 推动无线通信技术创新开展的主要代表性技术有 ( ABCD )。

A. 无线应用协议 (WAP) B. 移动 IP 技术 C. 3G 无线通信系统 D. 无线局域网技术

6. 卫星无线通信系统按所用轨道可分为 ( ABCD )。

A. 静止轨道 (GEO) B. 中轨道 (MEO)

C. 低轨道 (LEO) D. 区域性的卫星移动系统

7. 卫星通信的业务范围包括 ( ACD )。

A. 卫星无线通信 B. 卫星有线通信

C. 卫星电视直播/数字多媒体播送 D. 卫星宽带

8. “全球星” 分为 ( AB )。

A. 双模 B. 三模 C. 双频 D. 可视

9. “蓝牙技术”的应用范围 ( ABCD )。

A. 无线设备 B. 图像处理设备 C. 平安产品 D. 消费娱乐

10. 二维条码具有 ( ABC ) 优点。

A. 存储量大 B. 性价比高 C. 数据采集与识读方便 D. 信息容量小

11. 适合 二维条码应用的是 ( ABDC )。

A. 移动支付 B. 电子票务 C. 发布企业信息 D. 了解产品信息

12. 二维条码具有 ( ) 防伪特性。

A. 密码防伪 B. 软件加密 C. 指纹和照片 D. 唯一性

13. 中间件是 ( AB )。

A. 独立的系统软件 B. 效劳程序 C. 资源管理器 D. 集成资源

14. 移动中间件技术是 ( AB )。MMS

A. 融合传统行业与固网、互联网的关键性纽带

B. 实现多网之间相关要素结合的纽带 C. 是客户机效劳器的操作系统之一

D. 是新型的通信技术

15. 能支持发送文字的移动消息应用平台的是 ( ABC )。

A. SMS 短信息效劳 B. EMS 增强性信息效劳

C. MMS 多媒体信息效劳 D. WAP 应用平台

16. WAP 在技术上的局限有 ( AB )。

A. 屏幕小数据输入能力有限 B. 只能承载低功率的网络

C. 使用带宽大, 可降低制造本钱 D. 高延时网络响应快

17. WAP 的特点是 ( ACD )。

A. 全球无线协议标准 B. 全球通信协议标准

C. 提供开放、统一的技术平台 D. 定义无线标记语言

18. IVR 业务分类有 ( ABC )。

A. 聊天交友类 B. 语音短信类 C. 游戏娱乐类 D. 公共效劳类

19. 智能 是 ( AC ) 的通讯设备。

A. 不能进行宽带多媒体数据传输与处理 B. 可以进行宽带多媒体数据传输与处理

C. 有智能化的芯片 D. 都可以手写输入

20. 3G 是 ( ABC )。

A. 第三代移动通信技术 B. 是将语音通信和多媒体通信相结合的新一代移动通信系统

C. 可以安装软件 D. 可以手写输入

三、判断:

1. 智能 就是 3G 。 ( 错 )

2. 大屏幕彩屏 就是智能 。 ( 错 )

## 第三章移动商务价值链

一、单项选择:

1. 假设若干个互不相同, 但又相互关联的生产经营活动, 构成了一个创造价值的 ( B ), 即价值链。

A. 静态过程 B. 动态过程 C. 生产过程 D. 管理过程

2. 企业与企业的竞争, 不只是某个环节的竞争, 而是整个 ( D ) 的竞争。

A. 团队 B. 设备 C. 管理水平 D. 价值链

3. 以下不属于价值链上的价值活动的是 ( D )。

A. 供给商 B. 采购商 C. 分销商 D. 消费者

4. 在企业的价值活动中 ( A ), 才能取得差异化优势。

A. 增进独特性, B. 生产流程改造 C. 开发新产品 D. 降低本钱

5. 以下属于网络企业的价值链是。 ( B )

A. 供给商-制造商-分销商-零售商

B. 网络平台供给商-软件生产商-内容提供商-延伸效劳商-支付效劳商

C. 网络平台供给商-软件生产商-内容提供商-延伸效劳商

D. 供给商-制造商-分销商-零售商-最终用户

6. 20 世纪 80 年代中期, 移动技术出现时,( A )是主流技术  
A. 模拟技术 B. 数字技术 C. 视频技术 D. 以上都不是
7. 模拟技术提供的移动通讯效劳以( A )为主.  
A. 语音效劳 B. 查询效劳 C. 电子支付 D. 以上都不是
8. ( A )使“一群松散争食的狼”的产业链成为“群雄助力的蛟龙”的产业链。  
A. 价值支撑理论 B. 价值链 C. 合作链 D. 以上都不是
9. 移动商务价值链所有参与方能够共同走到一起, 共同开发价值, 共同创造价值的凝聚力来自。( A )  
A. 移动商务的价值链是一条增值链 B. 移动商务的价值链是一条诚信链  
C. 移动商务的价值链是一条生态链 D. 移动商务的价值链是一条合作链。
10. “E 动商网”模式是( A )移动价值链的构建方式。  
A. 效劳平台型 B. 技术引导型 C. 应用驱动型 D. 效劳跟进型
11. 移动梦网商务模式适应了( C )移动价值链的构建方式。  
A. 资源扩散型 B. 市场驱动型 C. WAP 需要型 D. 效劳平台型

## 二、多项选择题:

1. 各个企业通过价值链( ABCD ), 实现其价值的最大化。  
A. 多方整合资源 B. 分散优势变成综合优势  
C. 局部优势变成整合优势 D. 实现商品或效劳的最优化
2. 移动技术主要经历了( ABC )变革。  
A. 模拟技术 B. 数字技术 C. 无线网络高速数据传输技术 D. 语音技术
3. 数字技术提供的移动通讯效劳有( ABC )。  
A. 语音效劳 B. 查询效劳 C. 移动支付 D. 数据效劳
4. 第二代移动通信技术的特点是: ( ABCD )  
A. 数字化 B. 保密性强、频谱利用率高  
C. 能提供丰富的业务 D. 标准化程度高
5. 第三代移动通讯技术最大特点表现在: ( A BCD )。  
A. 通信效率高 B. 话音质量高 C. 有害辐射少、容量大  
D. 进行多媒体通信, 同时语音通信的质量将大为提高
6. 移动商务价值链的通用构成要素( ABCD )。  
A. 经济要素 B. 社会趋势 C. 技术要素 D. 商业需求要素
7. 是( ABCD ), 使经济要素成为移动商务价值链的通用构成要素。  
A. 移动通讯传输技术的开展, 价格降低  
B. 创新效劳的推陈出新成为可能  
C. 提供了价值升值的空间  
D. 价值吸引力
8. 是( ABCD ), 使社会趋势成为移动商务价值链的通用构成要素。  
A. 移动 的使用逐渐成为人们在团体或社交生活中组成局部  
B. 移动通讯技术与时尚、娱乐间的互动  
C. 创新的沟通体验和商务体验  
D. 以上都正确
9. 是( ABCD ), 使技术要素成为移动商务价值链的通用构成要素。  
A. 创新技术开启新的移动商务应用前景 B. 新的应用催生新技术的研发  
C. 不断循环往复 D. 推动和促进移动商务的开展
10. 是( ABCD ), 使商业需求成为移动商务价值链的通用构成要素。  
A. 无数网民的商务需求 B. 无数 用户的商务需求  
C. 对信息的搜寻、存储、放量、变更和再生  
D. 以上三点促成和提供了巨大的商业时机

11. 移动商务价值链的特殊构成要素是：( ABCD )
- A. 网络信息技术的快速传播性和信息的可穿透性  
B. 移动商务的灵活性和动态性  
C. 快速开始合作，很快的展示和显现出局部资源的优势和能量，形成移动商务价值链中新的增值能力。  
D. 以上都是
12. 移动商务价值链动态特征表现为：( ABCD )
- A. 信息的动态传输 B. 网络的动态浏览 C. 资源的动态应用 D. 延伸的动态效劳
13. 移动商务的价值支撑理论是：( ABC )
- A. 生态链 B. 诚信链 C. 增值链 D. 信息链
14. 移动商务价值链中的诚信建设包含 ( ABCD ) 的内容。
- A. 价值链成员之间的诚信承诺 B. 价值链和扩展资源之间、和延伸资源之间的诚信承诺，C. 价值链整体之间和公众以及效劳对象的诚信承诺  
D. 以上都正确
15. 移动商务价值链的增值能力高于电子商务价值链的原因是：( ABCD )
- A. 范围大、方式灵活，吸引更多的参与者构建价值链  
B. 以灵活的方式整合增值资源，实现价值的最大化  
C. 以更人性化、更个性化的手段提供增值效劳  
D. 以更创新的技术构建扩展型群组，更大规模吸纳商业智慧
16. 移动商务价值链理论的创新表达在 ( ABCD )。
- A. 对价值链自然延伸层级理论的创新 B. 对价值链完成和实现构建过程的创新。  
C. 对很快形成价值链中新的再增值能力理论的创新  
D. 以上都是
17. 移动商务价值链和行业价值链的不同点是：( ABCD )
- A. 主体不同 B. 技术支撑条件不同  
C. 企业获利方式不同 D. 价值链成员之间的沟通方式不同
18. 虚拟价值链是：( ABC )
- A. 以实物价值链为根底 B. 是实物价值链的信息化反映  
C. 高于实物价值链 D. 等于实物价值链
19. 虚拟价值链的特点和优势是：( ABCD )
- A. 可以增强实物价值链的整合认同性便于取得协同效应  
B. 可以使创造价值活动在物质和虚拟空间同时进行  
C. 可以帮助企业建立新型客户关系扩展客户资源  
D. 可以实现价值活动共享提高价值链企业的快速反响能力
20. 近年来移动商务价值链开展中的缺乏是：( ABC )
- A. 资源的有效开发不够 B. 理论的前瞻指引不够  
C. 踏实的探索不够 D. “忽悠商务”多
21. 移动商务价值链的开展趋势是：( ABC )
- A. 整合增值趋势 B. 创新开展趋势 C. 重组再造趋势 D. 流程再造趋势

### 三、判断

1. 价值链构成的根本是企业在经营过程中的各种创造价值的活动。(对)
2. 第三代移动通讯技术，也就是第三代 使用的技术。(对)
3. 一个移动商务价值链，必须具有构成移动商务的动态特征。(对)
4. 价值支撑是价值链构建理论的核心。(对)
5. 移动商务只要有技术支撑，就能快速开展。(错)
6. FMC 走向融合的开展趋势。(对)
7. 移动商务价值链和行业价值链的唯一的不同点在于主体不同。(错)

8. 移动商务价值链是随着电子商务开展的价值链。(错)

## 第四章移动商务的商业模式

### 一、单项选择:

1. 商务模式的定义是: ( D )  
A. 经营机制 B. 销售机制 C. 管理机制 D. 以上都不是
2. 移动商务模式构建中的主导要素是: ( A )  
A. 内容提供商 B. 电信资源提供商 C. 效劳提供商 D. 支付方式提供商
3. 以下 ( A ) 以快速决策型为主的移动商务。  
A. 合同的 确认 B. 文学 C. 捐款 D. 二维码电影票
4. 以下 ( A ) 以公益宣传型为主的移动商务。  
A. 残疾人的 捐款 B. 安防跟踪 C. 名酒鉴别 D. 文学
5. 以下 ( A ) 以定位跟踪型为主的移动商务。  
A. 安防跟踪 B. 移动商宝 C. 名酒鉴别 D. 文学
6. 以下 ( A ) 以信息转移型为主的移动商务。  
A. 信息向 的智能转移 B. 文学 C. 捐款 D. 二维码电影票
7. 以下 ( A ) 以集成管理型为主的移动商务。  
A. 移动商宝 B. 安防跟踪 C. 名酒鉴别 D. 以上都不是
8. 以下 ( A ) 以扫描收费型为主的移动商务。  
A. 二维码 B. 移动商宝 C. 安防跟踪 D. 名酒鉴别
9. 以下 ( A ) 以信息按需定制型为主的移动商务。  
A. 可定制的信息报 B. 二维码 C. 移动商宝 D. 安防跟踪
10. 以下 ( A ) 以回复或咨询交互为主的移动商务。  
A. 问答、回复 B. 二维码 C. 移动商宝 D. 以上都不是
11. 以下 ( A ) 以信息追踪定位推送为主的移动商务。  
A. 用 进行车辆定位 B. 二维码 C. 移动商宝 D. 安防跟踪
12. 以下 ( A ) 以信息消费个人体验为主的移动商务。  
A. 竞技游戏 B. 文学 C. 捐款 D. 二维码电影票
13. 以下 ( A ) 以产品真伪鉴别和票务验证为主的移动商务。  
A. 名酒鉴别 B. 二维码电影票 C. 文学 D. 以上都不是
14. 移动商务的最大特点是 ( A )。  
A. 一对一的链式结构 B. 娱乐性 C. 以上都不是 D. 以上都是
15. 资源驱动的竞争劣势,其特征便是这优势本身的“转瞬即逝”。企业必须进行 ( A )。  
A. 商务模式的优化 B. 商务模式固定化 C. 商务模式简单化 D. 商务模式定型化

### 二、多项选择

1. 移动商务模式探索中的模糊认识有 (ABCD )。  
A. “流程描述”说 B. “并行主导公司决策”说  
C. “技术决定”说 D. “短信为王”说
2. 移动商务实践从哪些方面推动模式构建理论。(ABCD)  
A. 电信资源拥有商主控模式的弱化 B. 传统行业与移动商务的融合  
C. 创收资源在移动商务模式构建中的崛起 D. 创新技术的冲击
3. 促成移动商务模式变化和开展的动力是: ( A B )  
A. 客户体验 B. 市场效果 C. 资源共享 D. 以上都是
4. 按照商务实现的技术不同进行分类,可分为: (ABCD )  
A. 基于移动通信网络的移动商务 B. 基于无线网络的移动商务

- C. 基于其他技术的〔如超短距通信、卫星通信、集群通信等〕的移动商务  
D. 以上都是
5. 按照最终用户类型分类有〔 AB 〕。  
A. 个人用户的移动商务 B. 企业和组织用户的移动商务  
C. 年轻人用户的移动商务 D. 学生用户的移动商务
6. 按照难易程度分类有〔 ABC 〕。  
A. 以短信交互为主的简易 移动商务 B. 以资源整合为主的整合移动商务  
C. 以精准营销为主的深度营销 D. 以上都不是
7. 按照确认方式不同进行分类有〔 AB 〕。  
A. 密码确认型移动商务 B. 短信回复确认型移动商务  
C. 邮件确认型移动商务 D. 以上都是
8. 按照用户需求的不同进行分类有〔 ABCD 〕。  
A. 搜索查询型移动商务 B. 需求对接型移动商务  
C. 按需定制型移动商务 D. 预约接受型移动商务
9. 以下〔 AB 〕以浏览下载效劳内容提供为主的移动商务。  
A. 铃声 B. 图片下载 C. 电视 D. 播送
10. 以下〔 AB 〕以信息消费为主的移动商务。  
A. 电视 B. 文学 C. 捐款 D. 二维码电影票
11. 移动商务涉及〔 ABC 〕模块构建。  
A. 终端应用系统 B. 空间无线传输通道 C. 企业内部 IT 系统的完善 D. 路由器
12. 移动商务商业模式的特点是：〔 ABC 〕  
A. 移动商务具有相对清晰的赢利模式 B. 移动商务模式具有高增值的特征  
C. 移动商务带来了巨大的管理便捷性 D. 低端就可捞到宝
13. 移动商务模式的根本的和主要的特征决定了移动商务模式的核心特征是提供〔 AB 〕的可能性。  
A. 深度营销 B. 精准营销 C. 个性化营销 D. 营销
14. “低端就可捞到宝”的现象，造成〔 AB 〕错觉。  
A. 移动商务歪曲化 B. 移动商务低谷化 C. 以上都是 D. 以上都不是
15. 移动商务模式和价值链的关系注重把握〔 ABC 〕。  
A. 价值链是构建移动商务模式的价值根底  
B. 商务模式设计中要找到并激活价值活动中的“战略环节”  
C. 从价值链和商务模式的相互作用中提升商务模式的价值  
D. 移动商务模式的开展是随着移动商务价值链的变化而变化的
16. 移动商务模式优化的重点是〔 ABC 〕。  
A. 优化价值驱动因素的增长 B. 优化生态因素的衔接  
C. 以上都是 D. 以上都不是
17. 〔 ABC 〕是移动商务持续增值的生态环境。  
A. 构建的商务模式不仅有一时的增值能力而且有持续的增值能力  
B. 通过对商务模式的动态调整，培育、开展、提升有持续增值能力  
C. 要创造一种舆论、政策、市场竞争、知识产权保护、法制化的标准管理环境，为移动商务的持续、健康开展保驾护航  
D. 开辟新的客户资源
18. 坚持不断健全移动商务参与方价值分享体系的原那么应注意〔 AB 〕倾向。  
A. 防止漠视“尾巴上的商机”的新增需求  
B. 应注意防止反向思维提出的新增需求  
C. 以上都是 D. 以上都不是

### 三、判断

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/537033003025006140>