

广西普通高等教育专升本考试 大纲与说明（财经商贸大类）

（2026 年版）

广西普通高等教育专升本考试（以下简称专升本考试）贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，是普通高校全日制高职（专科）应届毕业生升入普通本科高校和本科层次职业学校的选拔性考试，旨在促进高素质技术技能人才成长，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。考试目的是科学、公平、有效地测试考生在高职（专科）阶段相关专业知识、基本理论与方法的掌握程度和运用所学知识分析问题、解决问题的能力，以利于各本科院校择优选拔，确保招生质量。

财经商贸类专业基础综合课考试包括电子商务基础、管理学基础和经济学基础 3 门课程，注重考查考生对电子商务的基本概念、基本原理、关键技术的掌握程度及应用能力；注重考查考生对管理专业知识、基本理论、基本方法的掌握程度及实践能力；注重考查考生对当代市场经济运行中的基本经济原理、经济政策的掌握程度及运用经济学思维分析问题、解决问题的能力，引导考生获得比较全面的专业知识和专业素养。

一、考查内容与要求

（一）电子商务基础

1. 电子商务概述

- (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构成；
- (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) 了解在 B2B、B2C、C2C 网上交易平台建立网店的业务流程。

2. 电子商务技术支持

- (1) 了解电子数据交换技术、XML 技术、Web 开发技术等电子商务基础技术；
- (2) 了解物联网、云计算、大数据、人工智能、AR、VR 等新兴技术在电子商务的应用。

3. 网络营销

- (1) 理解网络营销的概念、特点及功能；
- (2) 理解网络营销的八大职能；
- (3) 学会运用搜索引擎营销、微信营销、社群营销、短视频营销以及直播营销等网络营销方法开展网络营销活动；
- (4) 掌握网络营销策略。

4. 电子商务支付

- (1) 理解电子支付的概念；
- (2) 掌握常用第三方支付工具的使用方法；
- (3) 了解互联网及移动网络第三方支付应用流程。

5. 电子商务物流及供应链管理

- (1) 理解电子商务物流的概念和特点；

- (2) 掌握电子商务物流的基本功能；
- (3) 理解常见电子商务物流模式的含义及特点；
- (4) 了解影响企业物流模式选择的因素；
- (5) 了解物流信息技术在电子商务物流中的应用；
- (6) 理解供应链管理的概念、特点和内容；
- (7) 了解智慧物流与供应链管理的相关知识。

6. 电子商务安全

- (1) 了解电子商务面临的安全威胁的种类；
- (2) 了解电子商务安全技术；
- (3) 了解电子商务安全的管理措施。

7. 电子商务应用

(1) 理解新零售的概念、特点，掌握新零售的模式和分类，理解新零售的框架和应用；

(2) 掌握跨境电商的典型平台、交易模式，了解跨境物流和跨境支付；

(3) 理解移动电商的概念和特点，了解移动电商的类别及应用；

(4) 理解直播电商的概念和特点，了解电商直播带货的流程；

(5) 理解社交电商的概念，掌握社交电商的类型和商业模式；

(6) 理解农村电商的概念、特征，了解农村电商的现状和发展趋势，了解农村电商的运营模式。

(二) 管理学基础

1. 管理基础知识

(1) 掌握管理的概念、性质与基本职能，掌握管理者的层次与类型，了解管理者的素质，掌握管理者的技能；

(2) 了解组织环境的概念、类型与特点，掌握组织环境的内容及其分析方法。

(3) 掌握古典管理理论中泰罗的科学管理理论和法约尔的一般管理理论的主要内容，了解人际关系学说和学习型组织理论的主要内容。

2. 计划

(1) 了解决策的含义、类型及其在管理中的应用，理解决策的原则和过程，掌握决策的方法；

(2) 理解计划的概念、特征、类型，掌握计划的工作过程；

(3) 了解目标管理的含义，掌握目标管理的过程，了解目标管理的优缺点。

3. 组织

(1) 掌握组织设计的内容与总原则；

(2) 掌握组织部门化和工作专业化的基本原则，了解管理幅度、管理层次的概念及影响因素，了解职权的概念、形式及运行方式；

(3) 掌握组织结构的基本类型及各自的优缺点、适用范围；

(4) 了解组织文化的内涵、特征、结构及功能。

4. 领导

(1) 理解领导的内涵，熟悉四种人性假设的内容，掌握领导特质理论、领导行为理论和领导权变理论的主要内容及

特点；

(2) 理解激励的内涵，掌握内容激励理论、过程激励理论及行为改造理论的主要内容、特点，掌握激励的方法；

(3) 了解沟通的概念和过程，理解正式沟通和非正式沟通的类型与特点，熟悉阻碍有效沟通的因素和提高沟通效果的方法。

5. 控制

(1) 理解控制的含义和作用，掌握控制的类型；

(2) 掌握管理控制的一般过程和要求。

6. 管理创新

(1) 理解管理创新的概念、类型及特征；

(2) 了解管理创新的内容、方法与过程；

(3) 了解中国企业管理创新的趋势。

(三) 经济学基础

1. 经济学概述

(1) 了解经济学的研究对象；

(2) 理解经济学的研究方法；

(3) 掌握经济学的基本假设。

2. 需求与供给

(1) 了解需求的含义及影响因素、供给的含义及影响因素，理解市场供求形成价格的原理；

(2) 理解供求规律的内容及运用；

(3) 掌握均衡价格的形成及计算方法。

(4) 理解弹性价格理论及其应用。

3. 消费者选择

(1) 了解效用论的基本概念，理解边际效用递减规律，理解消费者剩余的含义及应用；

(2) 了解无差异曲线的含义及特点，理解商品边际替代率递减规律；

(3) 了解预算线的含义，理解消费者需求曲线与市场需求曲线的关系；

(4) 掌握序数效用和消费者均衡条件。

4. 企业的生产和成本

(1) 了解企业的组织形式及生产函数；

(2) 了解短期和长期生产函数，掌握边际报酬递减规律，理解边际技术替代率递减规律；

(3) 了解生产成本、机会成本、利润等含义，理解短期成本和长期成本；

(4) 了解短期生产的三个阶段，理解成本最小化和产量最大化问题，理解生产要素最优组合原理等。

5. 市场类型与规律

(1) 了解市场结构与类型，理解市场类型的划分依据和主要特征；

(2) 了解完全竞争市场的必备条件，理解完全竞争厂商利润最大化的均衡条件；

(3) 理解完全竞争市场、垄断市场的特征和规律；

(4) 理解垄断竞争市场和寡头市场的特征和规律。

6. 宏观经济运行

- (1) 了解宏观经济的运行指标、经济增长的含义；
- (2) 理解失业、通货膨胀和经济周期等经济现象；
- (3) 掌握 GDP 的含义、支出法核算等。

7. 宏观经济调控

- (1) 了解市场失灵及其原因；
- (2) 理解政府宏观调控的主要目标；
- (3) 掌握财政政策和货币政策的调控工具及应用。

二、考试形式与试卷结构

(一) 考试形式

闭卷（专业基础综合课合卷）、笔试。

(二) 试卷分值及考试时间

满分 300 分，其中电子商务基础 100 分、管理学基础 100 分、经济学基础 100 分。

考试时间 150 分钟。

(三) 题型结构

题型	题量、分值
单项选择题	共 60 题，每题 2 分，共 120 分。
多项选择题	共 15 题，每题 4 分，共 60 分。
判断题	共 20 题，每题 1 分，共 20 分。
简答题	共 4 题，每题 10 分，共 40 分。
案例分析题	共 3 题，每题 20 分，共 60 分。

三、题型示例

(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. 新浪网

参考答案：A

2. 某家电企业是一家拥有 300 多亿元资产、综合经营的企业集团，在目前产品多样化和高科技化的市场需求面前，你认为最适宜的组织结构形式是

- A. 直线型
- B. 职能型
- C. 委员会制
- D. 事业部制

参考答案：D

3. 在短期成本中，随着产量的增加，始终不变的成本是

- A. 总成本
- B. 平均成本
- C. 可变成本
- D. 固定成本

参考答案：D

（二）多项选择题

1. 电子商务高速发展，目前已经渗透到各个领域，在农村电子商务领域主要的应用有

- A. 将工业品卖到农村
- B. 将农村旅游资源放到互联网上去展示
- C. 通过网络销售农产品
- D. 借助网络帮助农民学习种植、养殖技术

参考答案：ABC

2. 赫茨伯格提出了“双因素理论”，“双因素”包括

- A. 过程因素
- B. 激励因素
- C. 环境因素
- D. 保健因素

参考答案：BD

3. 下列可以列入 GDP 核算的是

- A. 出口到国外的一批服装
- B. 政府给贫困家庭发放的一笔救济金
- C. 房地产中介公司进行一套二手房买卖收取的佣金
- D. 格力公司生产了一批空调

参考答案：ACD

（三）判断题

1. 移动电子商务具有便捷性，但内容不丰富、个性化不突出。

参考答案：错误

2. 决策贯穿于管理者的所有管理活动中。

参考答案：正确

3. 物价稳定是指任何一种商品的价格水平保持固定不变。

参考答案：错误

（四）简答题

1. 简述 B2C 电子商务基本盈利模式。

参考答案：

（1）产品销售营业收入模式。以产品交易作为收入主要来源是多数 B2C 网站采用的模式。这种 B2C 网站又可细分为两种：销售平台式网站和自主销售式网站。

(2) 网络广告收益模式。网络广告收益模式是互联网经济中比较普遍的模式，B2C 网站通过免费向顾客提供产品或服务吸引足够的“注意力”，从而吸引广告主投入广告，通过广告盈利。

(3) 收费会员制收益模式。B2C 网站对会员提供便捷的在线加盟注册程序、实时的用户购买行为跟踪记录、准确的在线销售统计资料查询及完善的信息保障等。

(4) 网站的间接收益模式。除了能够将自身创造的价值变为现实的利润，企业还可以通过价值链的其他环节实现盈利。

2. 简述计划工作的过程。

参考答案：

(1) 情况分析。这是计划工作的真正起点，指在一定的时间和资源的限制下，计划制定者收集、解释并概括所有与计划相关的信息。

(2) 目标和计划的选择。在情况分析的基础上，产生未来要实现的可供选择的目标，以及为达到这些目标所制定的可供选择的计划。

(3) 目标和计划的评估。对每一个可选目标和计划的优势、劣势和潜在的效果排序进行评估。

(4) 目标和计划的甄选。评估过程对优先次序进行识别，并在各种目标和计划之间进行权衡，由决策者进行最后的选择。

(5) 实施。按照计划开展工作。执行计划的过程中，需

要合理安排时间，按照计划逐个完成各项任务；还需密切关注工作的进展情况，及时调整计划，确保工作按照预期顺利进行。

（6）监督和控制。依据各个工作单位不同的目标和计划对它们的实际完成情况进行持续的监督，并在计划没有被很好地执行或情况发生变化的时候采取更正行动。

3. 宏观经济学通常把失业分为哪几种类型？

参考答案：

（1）摩擦性失业：指在工人和工作匹配过程中存在的失业，即工人寻找工作岗位和企业招聘新员工填补职位空缺过程中存在的失业。

（2）结构性失业：源于工人的技能和特征与工作要求的持续不匹配所引起的失业；

（3）周期性失业：在宏观经济运行中，随经济衰退而上升，随经济扩张而下降的失业。

（五）案例分析题

1. 材料：针对国内传统零食品牌竞争激烈的情况，某电商公司负责人张某认为中国电子商务有巨大的潜力，打算创立一个全新的互联网坚果品牌某松。

他规划了主要面向年轻人的品牌 IP 化战略。品牌没有采用传统的命名方式，而是创造了“某松酷”“某松美”“某松贱”三个可爱的宠物形象。更重要的是，它构建了一整套独特的“主人-萌宠”沟通体系。在整个购物体验中，客服不叫“亲”，而是自称“小松”，称呼顾客为“主人”。以这

种人格化的互动方式，拉近了与年轻消费者的心理距离，将冰冷的线上交易变成了有趣的情感交流，提升用户粘性和品牌记忆点。

为了支撑独特体验和未来海量订单，公司构建了完善的电子商务运营系统体系，主要如下：

（1）在前端销售平台方面，以主流电商平台为核心阵地，最大化地获取流量和新用户。同时，自建了官方 APP 和微信小程序，作为私域流量池，用于会员管理和深度运营。

（2）在后端供应链与数据方面，公司采用轻资产模式，与上游供应商深度绑定，自身专注于品控、分装和品牌运营。其核心是一套强大的供应链管理系统和数据中台。该系统能实时监控全网销售数据，预测爆款，指导上游供应商进行生产和备货，实现以销定产，降低了库存风险。同时，其客户关系管理系统详细记录了每位“主人”的购买偏好，为精准营销和个性化推荐提供了数据支持。

（3）在服务与物流方面，除了独特的“萌宠”客服体系，某松在包裹体验上也下足了功夫，随箱附赠开箱器“小松夹子”、果壳袋、湿纸巾等“周边产品”，将服务细节做到极致，每一次开箱都成为一次强化品牌感知的机会。

（4）在营销推广上，开展内容营销和娱乐营销的实践。除了在微博、微信等社交媒体上持续发布以某松 IP 为主角的动漫、条漫、表情包等内容，还进行大量的影视剧植入，在热播剧中，让其标志性的坚果包裹频繁出镜，使其品牌形象伴随剧情深入人心，实现了“品效合一”的传播。

凭借这些运营手段，某松在成立后短短几年内就成为了国内线上零食销售的第一品牌，并成功上市，创造了电商领域的典范。

请阅读以上资料，回答下列问题：

1. 该公司所构建电子商务系统体系由哪些部分组成。

参考答案：该公司所构建电子商务系统体系包括前端销售平台、后端供应链与数据、服务与物流以及营销推广四个方面。

2. 请列出该公司运用的网络营销方法，并说明是如何实施的。

参考答案：该公司在运营中采用了社群营销、内容营销、娱乐营销三种营销方法。社群营销主要是通过自建微信小程序形成社群；内容营销主要是发布以某松 IP 为主角的动漫、条漫、表情包等内容；娱乐营销主要是进行大量的影视剧植入。

3. 该公司是如何围绕其品牌 IP 来构建品牌护城河。

参考答案：

（1）在社群营销方面实施品牌 IP 人格化。公司营销以“主人-萌宠”沟通体系为基石，构建了情感陪伴的特色社群营销关系，强化了用户的身份认同感和归属感，提高了竞争力。

（2）在内容营销方面采取 IP 为核心的多元化策略。将 IP 形象内容化、故事化，通过持续产出优质内容与用户建立情感连接。引导用户关注并接受品牌，实现良好的营销效果。

(3) 在娱乐营销方面进行精准的场景植入。通过将品牌与特定的生活方式和消费场景强力绑定，激发用户购买欲望和品牌联想。

2. 材料：某民营企业的老板通过学习马斯洛需求层次理论，受到很大启发，并推出了一系列的管理新举措，如：建造职工文体活动中心、健身房、心理减压室等休闲娱乐场所，供员工自由使用；将企业文化融入日常的管理工作和活动组织中，定期开展员工联谊会、生日会、运动会；实行绩效评估管理，定期开展员工评优、表彰活动；定期举办“总经理座谈会”“我为公司建言献策”沙龙，搭建员工与管理层直接沟通的桥梁；帮助员工进行职业规划，为员工提供更多的培训、轮岗机会。

他赋予下属员工更多的工作和责任，并通过赞扬和赏识来激励下属员工。然而，新的管理举措推行后，非但没有提高员工的积极性，反而引发强烈不满，认为他是在利用诡计来剥削员工。

根据上述材料，结合你的了解，回答以下问题：

(1) 请分析马斯洛需求层次理论的内容。

参考答案：

①生理需要。人类维持自身生存的最基本要求，如对食物、水分、空气、睡眠、性的需要。

②安全需要。人类对安全和稳定的需求，包括身体上的安全（如没有受到伤害和威胁），以及心理上的安全（如稳

定的工作、收入和住所)。

③社交需要。人们渴望与他人建立亲密的关系、友谊和爱，同时也希望被他人接纳和理解，如对友谊和爱的需要。

④尊重需要。自尊的需要和被别人尊重的需要，希望被他人和社会尊重、认可和赞赏，以及渴望获得成就和成功。

⑤自我实现需要。最高层次的需要，指实现个人理想、抱负，发挥个人的能力到最大程度，完成与自己的能力相称的一切事情的需要，如自我实现、发挥潜能。

(2) 该老板的做法失败的原因是什么？

参考答案：从马斯洛的需求层次理论可知，人类的需要是分层次的。只有当低层次需要得到满足以后，才会有更高层次的需要。主导需要决定了人的行为。

该老板忽视了员工的较低层次的需要，如生理和安全需要，而这些需要很可能正是员工的主导需要。由于没能够对症下药，才导致该民营企业老板激励做法的失败。

(3) 除了马斯洛需求层次理论，还有哪些激励理论可以用于员工激励？

参考答案：

①双因素理论。即“激励—保健理论”，赫茨伯格把企业中有关因素分为两种，即满意因素和不满意因素。满意因素是指可以使人得到满足和激励的因素。不满意因素是指容易产生意见和消极行为的因素，即保健因素。他认为这两种因素是影响员工绩效的主要因素。

②激励需要理论。麦克利兰认为，人们在生理需要得到

满足以后，还有三种基本的激励需要，即权力需要、归属需要和成就需要。

③ERG理论。奥尔德弗认为，人共存在三种核心的需要，即生存需要、关系需要和成长需要。

④期望理论。又称作“效价-手段-期望理论”，公式表示为：激动力量=期望值 $\times$ 效价。弗鲁姆提出，人的积极性被调动的大小取决于期望值与效价的乘积，即一个人对目标的把握越大，估计达到目标的概率越高，激发起的动力越强烈，积极性也就越大。

⑤公平理论。亚当斯的基本观点是：一个人作出成绩并取得了报酬以后，他不仅关心自己取得报酬的绝对量，而且关心自己所得报酬的相对量。因此，他要进行横向和纵向比较来确定自己所获报酬是否公平，比较的结果直接影响其今后工作的积极性。

⑥强化理论。斯金纳认为，人或动物为了达到某种目的，会采取一定的行为作用于环境。当这种行为的后果对他有利时，这种行为就会在以后重复出现；不利时，这种行为就减弱或消失。人们可以用这种正强化或负强化的办法来影响行为的后果，从而修正其行为。

⑦归因理论。海德的归因理论认为，人们对过去的成功与失败，一般会有四种归因：努力、能力、任务难度和机遇。

⑧综合激励理论（波特-劳勒激励模型）。该理论是基于激励并不等于满足或绩效这一假定，以“工作绩效”为核心，以“激励-努力-绩效-满意感”为轴线建立起来的。该理论

认为，与其说满意感是工作绩效的原因，不如说是工作绩效的结果。

(4) 请为该老板提出更加有激励效果的建议。

参考答案：

①深入员工开展调研工作，充分了解员工的真正需要。

②在实施过程中，应当坚持物质利益原则，随机制宜，创造激励条件。如：建立合理的薪酬、福利待遇体系，向员工提供薪资激励、福利激励和股权激励等物质激励措施；公司的各种安全防护措施要完善，在工作中尽量保持员工身体的健康，远离职业病的危害；健全的申诉制度，对员工一视同仁，尽量让员工感受到公平；完善养老保险、医疗保险和失业保险制度，使员工面临疾病、年老和失业时不再恐惧；为员工提供带薪休假、医疗保健、儿童照料、教育培训和保险等额外福利。

③把物质利益和精神鼓励相结合，从而做到有效激励。

3. 材料：为进一步加强电子烟等新型烟草制品的监管，规范市场秩序，保障人民的健康安全，促进产业治理法治化、规范化，2022年5月1日，国家烟草专卖局发布的《电子烟管理办法》开始施行，该办法有两项主要规定：一是禁止向未成年人出售电子烟产品；二是禁止销售除烟草口味外的调味电子烟和可自行添加雾化物的电子烟。

根据上述材料，结合你的了解，回答以下问题：

(1) 假设某款电子烟的需求函数为 $Q_d=60-5P$ ，供给函数为 $Q_s=-20+5P$ ，求该款电子烟的均衡价格和均衡产量。

参考答案：

由 $Q_d=Q_s$ ，即 $60-5P=-20+5P$

所以 $P=8$ ， $Q=20$

(2) 在其他条件不变的情况下，第一项规定对电子烟的需求会造成什么影响？为什么？

参考答案：需求减少。因为第一项规定“禁止向未成年人出售电子烟产品”实施后，未成年人不能购买电子烟产品，由此电子烟产品的消费者需求群体会减少，所以电子烟产品的需求减少。

(3) 在其他条件不变的情况下，第二项规定对电子烟的供给会造成什么影响？为什么？

参考答案：供给减少。因为第二项规定“禁止销售除烟草口味外的调味电子烟和可自行添加雾化物的电子烟”实施后，电子烟产品的品类减少，电子烟产品的供给会减少。

(4) 分析这两项规定同时实施后电子烟的均衡价格和均衡数量会发生什么变化？

参考答案：均衡价格不确定，均衡数量减少。在电子烟需求和供给都减少的情况下，均衡数量必然减少；如果需求减少的幅度比供给减少的幅度更大，均衡价格会下降；如果供给减少的幅度比需求减少的幅度更大，均衡价格会上升；如果二者减少的幅度一样大，均衡价格不变。