

、

、、



家电家装互联网营销题库2.0版

**江苏省家用电器协会**

岗位练兵职业技能竞赛

**江苏工匠**



**简答题 80**

05

**判断题 200**

04

**多选题 450**

03

**填空题 170**

01

**单选题 600**

02

一、填空题：

1、与美国的商务推动型电子商务有所不同，中国的电子商务更趋向于技术拉动型。 从电子商务的角度来看，美国的电子商务是一种被动型的发展模式，中国的电子商务的一种主动型的发展模式。

2、 网上开店是一种典型的狭义电子商务模式，但因为其门槛低、操作简便、易接受和推广等特性，在国内反而比广义的电子商务模式拥有更高的认识度，逐渐成为我国电子商务的一种主导形式。

3、支付宝是国内最大的独立第三方平台，专门为中国电子商务提供“简单、安全、快速的 ”在线支付 解决方案 。

4、在摄影棚里拍摄服装是为了突出主体，需要对光线和背景进行预先的处理，一般来讲，拍摄是布光至少需要两种类型的光源，一种是主光，一种是辅助光在此基础上还可以根据需要打轮廓光。

5、不同材质和面料的服装都有自己独特的质感和表面细节，为了表现它们的质感，我们可以采用测光拍摄，这样的打光方式影调明朗，层次丰富，有利于表现出服装的立体感、空间感和质感。

6、商业信息的传播过程也就是一个说服的过程，而决定这一传播行为最终结果的主要因素则取决于受众群、接触点、传播内容、时间、手段策略这五个基本条件。

7、商城店铺没有中差评，只显示店铺动态 评分内容分为宝贝与描述相符、买家服务状态、卖家发货速度、物流公司服务这四项。

8、一笔完整的交易包括售前、售中和售后流程，物流工作又分为物管和物流两个部分。

9、消费者保障服务默认值加入了“如实描述”这一服务，如果商家还想加入更多服务项目的话，则需要另行申请，等待审核通过后才能加入。

10、我们根据被摄物体表面质感光线的不同反映，将它们划分为：吸光体、反光体、透明体这三大类。

11、短视频的内容生产方式包括\_UGC\_、\_PGC\_和\_PUGC\_。

12．\_景别\_是指被摄主体和画面形象在屏幕框架结构中所呈现出的大小和范围，是画面的重要造型元素之一。

13．\_镜头\_是短视频的基本组成单位。

14．短视频脚本可以分为三类：\_拍摄提纲\_\_、\_分镜头脚本\_\_和\_文学脚本\_\_。

15．KOL，即\_关键意见领袖\_，指的是拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。

16．\_淘宝客\_是一种按成交计费的推广模式，也指通过推广商品赚取收益的一类人。

17．个人电商品牌的短视频内容生产模式主要为\_ PUGC\_\_，自建电商平台模式的内容生产模式一般为\_ PGC \_。

18．\_主页背景图\_\_是抖音账号的“门面”，它是除了头像以外最能直接展示账号风采的部分。

19．按照光线造型作用分，可以将直播间内用到的灯光分为\_主光\_、\_辅助光\_、\_轮廓光\_、\_顶光\_\_和\_背景光\_。

20．直播带货的直播间定制模式是主播根据观众提出的需求，采取原始设计制造商\_ODM \_生产模式或原始设备制造商 OEM\_生产模式推出直播间特有的商品款式，从而吸引观众购买。

21．作为一种新兴的网络营销手段，直播营销具有三大优势，分别是\_即时互动性\_\_、\_场景真实性\_\_和\_\_营销效果直观性\_\_。

22．在很多直播间里，商品销售采取的是\_用户直连制造商（C2M）\_模式、主播直接对接品牌商/工厂的模式，减少了商品的流通环节，省去了商品在流通环节中产生的溢价，从而让商品获得了较强的价格优势。

23．企业可以参考\_ SMART\_原则来制订直播营销目标，尽量让营销目标科学化、明确化、规范化。

24．供应链基地直播团队组织架构包括\_直播基地\_、\_直播产业带\_、\_线下市场\_\_\_和\_设计师直播基地\_\_。

25．很多超级主播拥有大量的粉丝和巨大的影响力，为了形成流量复利，传承自己的影响力，主播团队要不断通过“\_\_传帮带\_\_”的方式培养新主播，形成主播品牌“连锁店”。

26．\_用户画像\_是真实用户的虚拟代表，是建立在一系列真实数据之上的目标用户模型。

27．在搜集主播资源时，商家通过\_\_阿里V任务\_\_平台可以找到淘宝直播中的任何主播。

28．主播如果重点介绍商品的功能，激发的是用户的\_\_理性\_思维，用户就会用各种逻辑思考方式做出购买决策，思考时间更长。而体验营销更多的是激发用户的\_\_感性\_思维，刺激用户做出冲动消费。

29．\_组合定价法\_属于心理定价法的范畴，指的是为了迎合消费者的心理，特意将某些商品的价格定高一些，有的定低一些，以取得整体经济效益的定价方法。

30．在直播营销的收益分配模式中，\_\_坑位费\_\_只是保证让企业/品牌商的商品能够出现在主播的直播间里，至于最终商品能不能卖出去，能卖出去多少，主播是不负责的。

31、网络零售的范围包括\_\_C2C\_\_\_\_、\_\_B2C\_\_\_。

32、抖音平台五大数据指标权是 完播率 、 点赞率 、 评论率 、 转化率 、 关注比

33、市场调查的核心内容是 市场商品需求调查

34、根据景别的大小，由远及近排列应该是 远景 、 中景 、 特写

35、抖音观看短视频的两个入口分别是 推荐 、 附近 。

36、今日头条孵化了 抖音 、 火山小视频 、 西瓜视频 短视频平台。

37、常见的直播带货模式包括 店铺直播模式 、 直播分享商品 、 砍价模式

38、快手短视频平台的带货模式是 达人直播 、 打榜 、 连麦

39、快手合作的电商平台有 拼多多 、 京东 、 有赞 、 快手商品 、 魔筷星选 、

淘宝

40、抖音合作的电商平台有 网易考拉 、 唯品会 、 京东 、 抖音小店 、 淘宝

41、我的淘宝相当于 会员中心 ，是一个总控制室，集合了众多的快捷入口可以从这里最

快地进入每个管理项目，大大的提高了操作效率。

42、淘宝的留言为 商品留言 、店铺留言、 旺旺留言 和站内信四种

43、在店内设置商品分类可以对顾客进行 分类查找 ，设置好的类目可以自由地进行删除、

添加子分类、上移、下移等操作，一件商品最多可以添加到 20 个店铺类目里。

44、抖音平台搬运的视频 去水印 ，做伪原创，也可以提高权重。

45、抖音企业号定位五要素是 品牌理念 、 受众分析 、 账号人格 、 内容规划 、 运营团队

46、快手短视频推荐机制中，占比最重的是 评论量

47、经营 私域流量 的核心正是与粉丝的信任关系。

48、线下导购转行做直播带货，最核心的优势就是 专业度

49、在网络直播营销中发布商业广告的，应当严格遵守《 中华人民共和国广告法 》的各项规定。

50、在抖音， 内容 是涨粉比较快的方式，只要你生产了优质的原创视频，任何人都有机会在短时间内从0涨到100万粉丝。

51、直播起步阶段坚持直播，保证直播 规律 特别重要。

52、权重是一个内在的数值，查看方式是看你的作品的播放、 点赞 、 评论 、 转发 等数据，数据越高证明权重越高，相应的曝光度就越高，越能火起来。

53、在短视频制作团队中， 编导 是“最高指挥官”。

54、 剪辑师 职责就是可以将杂乱无章的片段进行有机组合，形成一个完整的作品。

55、目前短视频创作者与 MCN机构 都是以签约模式展开合作的。

56、短视频适用于 碎片化 的消费方式。

57、短视频广告变现的三种形式是植入广告、 信息流 广告、贴片广告。

58、网红是“ 导购岗 “：主播为产品提供曝光机会，为消费者剥离信息差，营造使用场景，创造需求，引导用户更快完成购物决策。

59、网红是“ 购物团长 ”：主播的最大价值在于给产品提供详细说明，给用户提供专属优惠（性价比/限量）。

60、快手的平台特色是 老铁文化 ，粉丝忠诚度高。

61、直播营销是指在现场随着 事件 的发生、发展进程同时制作和播出节目的营销方式。

62、 直播封面 是观众进入直播前了解直播内容的窗口。

63、按照光线造型 作用分，可以将直播间内 用到的灯光 分为 主光 、 辅助光 、 轮廓光、

顶光 和 背景光

64、运营在电商店铺中需要起的作用是 监控店铺销售数据 ，制定运营计划的作用。

65、“ 互联网+农业 ”的特色在于通过平台服务与增值服务互补的服务化新业态，系统开辟农民增收的新方向。

66、合理的直播间布局可以体现 产品调性 ，提供充分的销售氛围。

67、直播电商和传统电商类似，主要面临的痛点在于：物流造成的 售后问题 、产品质量造成的售后问题、服务人员的整体素质造成的售后问题。

68、直播间粉丝的运营需要有趣的内容策划，实现规划好直播内容，提前做好 直播预告 和

宣传 ，能让整个直播过程更加专业，更加有条不紊。

69、开始直播时设计精准的 小标签 ，能让粉丝更精准的快速进入你的直播间，听到他感兴趣的内容，学到东西，粉丝自然就会关注你。

70、定期举办粉丝见面会或粉丝沙龙，为粉丝定制专属福利，能更快的维系粉丝 忠诚度 和

活跃度 。

71、养号就是模拟 真人行为 ，点赞、关注、评论、分享、看直播，在线时长。

72、假设每天在抖音上有100万人上传短视频，抖音会随机给每个短视频分配一个平均曝光量的 冷启动流量池 。比如，每个短视频通过审核发出后，平均有1000次曝光。

73、通过一轮又一轮验证，筛选出来点赞率、播放完成率、评论互动率等指标都极高的短视频才有机会进入 精品推荐池 ，用户打开时，看到的动辄几十上百万点赞量的视频就是这么来的。

74、 火山小视频最大的特点是 变现渠道 。火山的变现方式比其他平台更容易，可以通过“火力”直接提现，10火力相当于1元钱。

75、直播PV数是指直播间累计 被点击浏览 的次数。

76、直播UV数是指 累计访问 直播间的人数。

77、直播结束后，团队根据本次直播关键的 指标数据 ，寻找到目标数与实际效果的差异值，高于目标还是低于目标。

78、 公域流量 是指平台流量，它不属于单一个体，而是被集体所共有的流量，是商家通过淘宝、京东等平台进行销售所获取的流量。

79、 私域流量 是指不用付费，可以在任意时间，任意频次，直接触达到用户的渠道，比如自媒体、用户群等。

80、 MCN机构 是指网红经济公司。

81、 SEO 是指搜索引擎优化，是一种方式，利用搜索引擎的规则提高网站在有关搜索引擎内的自然排名。

82、 SOP 是指标准作业程序，指将某一事件的标准操作步骤和要求以统一的格式描述出来，用于指定和规范日常的工作。

83、抖音个人玩家必须要知道，定位—做任何事都能盲目，能看别人怎么做好，你就一味去模仿，今天模仿这个，明天模仿那个，没有什么意义，相反，还会让平台认为你的稳定性差，于推荐。做好清晰的定位，然后深根挖掘，坚持做下去，打造个人IP或者品牌IP。

84、作为自媒体博主，要想在各大平台收货粉丝，实现流量变现，就一定要遵守平台规则，不要挑战概率！

85、短视频运营中，分析数据的目的是数据指导内容方向和数据指导发布时间。

86、直播“人货场”是以 商品 为内容构建核心。

87、营销活动以 直播 平台为载体，达到企业获得品牌提升或是销量增长的目的。

88、任何一场直播营销都必须围绕营销目的展开，可以通过产品分析、用户分析、营销目标三个层面提炼。

89 直播 留客 的阶段是要宣布促销利好政策，包括抽奖、红包雨、限量秒杀等等。

90 直播前的 预热 可以吸引更多的粉丝进入直播间，才能更大程度的进行宣传。

91 优质的 直播封面图 更能在直播广场的到更多的曝光，直播间的人妻会越来越高。

92 新人在直播前发布 预热短视频 是非常重要的。

93 带货直播 话术的节奏 需要头脑清晰，语言明快，基本要点要阐述顺畅，情绪饱满热情。

94对于大多数商家或主播来说，最难的并非是内容或涨粉，而在于如何运用好多元的“流量”。

95公共流量、 私域流量 ，社群端和小视频入口等流量入口，展示方式和推荐逻辑各不同，“走红”机会也更多。

96爆款直播的公式是：多元渠道引流+ 高性价比好货 +带货IP构建。

97 实时互动 是直播带货中的一个比较大的优势。主播通过实时互动与粉丝传递信息、沟通情感。

98 高关注度的主播开播前一定会设计吸引人的 开播预告 ，通过吸引人的标题，清晰的直播主题和 悬念设计 ，诱人且合适的主题封面图，吸引粉丝关注浏览，并刺激粉丝主动宣传直播。

99 直播是主播与粉丝实时“面对面”互动的过程，所以主播一定要有自己的专业技能，把自己的专业技能和有自己 属性 的标签结合起来。

100 发起的直播内容的时候一定要随时注意引导观众 关注 你，同时要注意用高质量、有趣生动的内容吸引观众成为你的粉丝。

101 主播想要长期发展，需要建设好 粉丝社群 ，让主播快速接触和认识粉丝，为人气增长做好发展策略。

102 账号风格定位需要和主播 人设 定位一致。

103 bilibili简称为B站，其特色是悬浮于视频上方的实时评论功能，爱好者称为“弹幕

104 新媒体矩阵 顾名思义就是针对用户的附加需要提供更多的服务的多元化媒体渠道运营，以增加自身影响力，获取更多的粉丝，粉丝导流到某一新媒体，以实现最终变现这一最终目的的运营方式。

105 横向矩阵 是指全媒体平台的布局，包括自有APP、网站和各类新媒体平台。

106纵向矩阵是指在某个媒体平台的生态布局，是其各个产品线的纵深布局，也可以成为内矩阵。

107新媒体矩阵不是说微信多申请几个号就叫矩阵了，而是多平台结合，然后根据平台的定位以及群体属性，有针对性的进行运营。

108 直播间主播刺激粉丝下单技巧有利用粉丝的 从众 心理、强化私人定制、打造专家形象和 积极引导 促单。

109 直播主流模式包括\_\_达人\_\_\_\_\_模式、\_\_\_秒杀\_\_\_\_模式和\_\_店铺\_\_\_\_\_模式。

110 爆款短视频核心方法论靠前条：找到账号定位，搭建普世、又有鲜明特色的“\_人设\_\_\_”。

111爆款短视频核心方法论第二条：\_\_统一\_\_视频风格、内容调性，结合巧妙的编排，让用户印象深刻。

112 爆款短视频核心方法论第三条：合理新增角色，不断丰富的剧情，更多\_反转\_\_\_的套路，结合更多话题点。

113 爆款短视频核心方法论第四条：\_定制\_\_\_化内容，比如双 11、情人节、春节这些节日都需要提前策划内容选题。

114 设计直播营销五步法的顺序是整体思路、策划筹备、直播执行、营销传播、效果总结

115 划像转场\_\_\_\_\_属于视频拍摄中的技巧转场.

116 在设计直播封面图时，需要注意的问题包括展现固定信息、干净整洁、展示直播间特色

117直播间销售可以通过\_\_大数据\_\_\_\_\_进行判断、引导粉丝\_\_提问题\_\_\_\_\_\_\_、语音连麦或者鼓励粉丝\_\_进行晒\_\_\_\_\_等方法了解顾客需求。

118直播开场时，主持人借王思聪吃热狗事情抛出主题，属于\_\_借助热点\_\_\_\_\_形式的直播活动开场。

119 在商品标题优化的过程中，我们可以从搜索\_人气\_\_\_\_\_\_、\_\_转化率\_\_\_\_\_\_\_、\_\_在线商品数\_\_\_\_\_关键词数据作参考。

120 相关搜索词一般用作\_低价引流\_\_\_\_\_\_\_\_计划或方式中。

121消费者在购物过程中会偏向于购买某个品牌的商品，或是价格不超过某个范围的商品，这样的消费心理我们将其称之为\_\_习惯心理\_\_\_\_\_\_\_。

122直播营销五步法是整体思路、策划筹备、直播执行、后期传播、效果总结

123 企业可借助互联网将不同的营销活动进行统一规划和协调，以统一的资信向消费者传达信息，这体现了互联网营销的\_跨时空性\_\_\_\_特点。

124直播营销就是一场\_事件营销\_\_\_\_\_ 。除了本身的广告效应，直播内容的新闻效应往往更明显。一个事件或者一个话题，就可以更轻松地进行传播和引起关注。能体现出用户群的精准性。可以和粉丝深入沟通，情感共鸣。

125 营销活动以\_\_\_直播\_\_\_\_\_平台为载体，达到企业获得品牌提升或是销量增长的目的。

126 任何一场直播营销都必须围绕营销目的展开，可以通过产品分析、\_用户分析\_\_\_\_\_\_\_、营销目标三个层面提炼。

127 营销能够\_\_产生结果\_\_\_\_\_\_才是一个有价值的营销。

128只有找到\_\_合适的受众\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，采用正确的策略组合才是做好整个营销的关键。

129营销目标是指本次直播所要达到的目标，是营销计划的\_\_\_核心部分\_\_\_\_\_，对营销策略和\_\_行动方案\_\_\_\_\_\_的拟定具有指导作用。

130为保障直播能够顺利进行，可以使用\_\_\_项目跟进表\_\_\_\_\_，按照“一人一事跟进到底”的原则，有利于在直播执行中就某一板块通过该事项负责人进行全面了解。

131网红主播定位就是做最适合自己的，自己最擅长的，比竞争对手有优势，能够遵循定位\_长期发展\_\_\_\_\_\_\_的。

132 直播是\_\_动态\_\_\_\_的过程，涉及到人员的配合，场景的切换和道具的展示，前期在\_脚本\_\_\_\_\_\_上一定要做好标注，一方面更方便直播的筹备工作，另一方面，现场的配合也会更默契。

133直播脚本总的来说就是时间、场景、人员、道具、产品的综合性\_\_\_调度\_\_\_。

134、社群运营人员考核机制主要涉及的方面有（机构调整薪资调整）和（职级调整）。

135、播结束后，运营者可以定期维护粉丝群体，与积极互动的粉丝交流,并在粉丝群内发起活动，实现(观众→粉丝→客户→忠实客户)的转变。

136、（引导进店率)是指直播间观看用户中点击宝贝进店或加购的比例。

137、直播的（实时性）决定了直播效果的不可逆性,因此主播对直播中的相关忌禁要高度重视,做到入心入脑。

138、针对“几号宝贝，主播可不可以试一下”这个问题，主播最恰当的做法是（围绕这款产品进行有针对的讲解）。

139、互联网营销师的商业素养要求从业人员在商业活动中自觉遵守商业活动伦理、行业规范和企业制度的意识这是指（规则意识）。

140、企业从零开始建设自己的企业直播平台，需要相关资质审核,且建设周期较长，目前最好的办法是（入驻现有的企业直播平台）。

141、互联网直播服务提供者应对直播内容实施（先审后发）管理。

142、营销组合调查包括（价格调查）、（分销渠道调查）和（促销调查）。

143、对冲动型购买者要做到（快速出货）；对不定型购买者要做到（当好参谋）。

144、在直播视频中,大多采取（正面方向）拍摄，这样可以让观众看到主播完整的脸部特征和表情动作。

145、营销策划适合（标准化产品）、（销量不好的产品）和（虚拟产品）。

146、根据涉及的策划时间长短不同,营销策划可分为（营销战略策划）和（营销战术策划）。

147、直播间的整体风格取决于（产品或主播的风格）。

148、企业直播电商平台,其核心是（主播）和（供应链）。

149、直播开始前，内容策划一般包括（卖什么）、（怎么卖）和（怎么互动）。

150、反映主播的直播控场能力的是（营造直播间氛围）。

151、《网络安全法》规定，各级人民政府及其有关部门应当组织开展经常性的（网络安全宣传教育），并（指导、督促）有关单位做好网络安全宣传教育工作。

152、（新媒体主播）是新媒体节目形态的“把关人”；新媒体主播是所在节目的“窗口”; 新媒体主播是社会舆论的(倡导者) 。

153、双十一”网上零售的火爆说明了网络消费者需求具有（需求弹性的显性化）特征。

154、可口可乐品牌的官方微博“可口可乐”经常在微博中自称“小可”，并且发布内容会根据一些事件、一天的时间而有一定的针对性。其采用的是（拟人化交流）SNS营销方法。

155、百度知识营销的推广信息即内容是搜索顾客群体所需要的信息，是他们所期待的答案，所以更容易被接受，并且拥有更高的转化率。说明百度知识营销具有（原生营销）的作用。

156、黑龙江省政府在京东金融上的“寒地黑土五谷杂粮众筹”项目是属于（网络营销）内容。

157、网上问卷调查法可以分别采用（网站问卷调查法）、（问卷链接调查法）和（问卷电子邮件调查法）。

158、LBS营销模式中的签到模式现在已举步维艰，其主要原因有（用户缺乏签到动力）、（用户担心隐私泄露）和（签到模式单一、生硬）。

159、（推广销售渠道）短视频是指通过展现商家独有或具有某方面优势的供货和销售渠道来提升客户信任感和购买欲望的视频作品。

160、直播的（实时性）决定了直播效果的不可逆性，因此主播对直播中的相关忌禁要高度重视，做到入心入脑。

161、淘宝直播封面图要求包含（频道要求）和（手机淘宝首页要求）两个部分主播上传的封面图需要同时满足这两部分的要求。

162、就营销定位而言，目前直播平台的短视频内容主要分为（营销品牌）、（营销产品）、（推广销售渠道）和（网红达人）四类。

163、信息流的竞价排名机制是广告展示的(预估收益)。

164、信息流广告的核心是(个性化推荐)。

165、计算淘宝网店的动销率， 一般是以(30天)为一个周期。

166、购物搜索广告系统是指电子商务平台根据商品检索关键词提供广告展 位的系统。说明属于购物搜索广告系统的有(淘宝直通车)、（亚马逊PPC）、（敦煌流量快车）、（京东快车）。

167、对于抖音小店平台的商品链接，平台对直播带货任务收取（5%）的平台服务费。

168、（微信公众号）平台适合去做声量，一个好玩的事件炒起来后，会有更多的人去转发、评论、发酵，容易形成爆点。

169、活动型标题的公式是（产品+用户+活动利益）。

170、直播（聚人）的阶段主要目的是为了吸引眼球，不讲具体的产品，卖关子，引起（用户好奇心）。

二、单选题

1、商家要开展电子商务活动，应该用(C)作为其主要的生意平台

A、BBS B、电子邮件 C、在线商店 D、电话定购

2、中国网络购物的主流人群是(B)

A、18岁以下的青少年 B、18-30岁的年轻人

C、30-40岁的白领人士 D、40岁以上的中老年人

3、淘宝网创办于哪年(B)

A、2002年 B、2003年 C、2004年 D、2005年

4、以下哪个是淘宝网工作人员的特定称呼？(D)

A、帮主 B、掌门 C、护法 D、小二

5、在淘宝“我的收藏”里顾客能收藏哪些内容？(C)

A、收藏宝贝 B、收藏好友 C、收藏店铺 D、收藏评论

6、2004年5月，淘宝推出了“你敢付，我敢赔”的什么服务？（C）

A、推荐物流 B、支付宝 C、消费者保障计划 D、品牌商城

7、店铺名称的长度限制在多少个汉字？(C)

A、10个汉字 B、20个汉字 C、30个汉字 D、40个汉字

8、如果一件宝贝是以拍卖的形式发布的，则运费由谁承担？(B)

A、买家 B、卖家 C、快递公司 D、淘宝网

9、关于会员名注册的要求哪个是正确的？(B)

A、会员名由6-25 个字符组成 B、会员名可以使用小写字母数字下划线中文

C、会员名可以使用两个中文字组成 D、会员名是淘宝帐号唯一登陆方式

10、淘宝网的帐户密码是由多少个字符组成？(A)

A、6-16个字符 B、5-15个字符 C、8-16个字符 D、6-16个字符

11、宝贝三要素是指哪三个？(A)

A、标题图片描述 B、旺旺支付宝描述 C、图片支付宝旺旺 D、标题支付宝描述

12、一个店铺有几个人气类目？(A)

A、1个 B、5个 C、10个 D、不限

13、淘宝网的评价是怎么计分的？(A)

A、一个好计1分，中评不计分，差评扣1分

B、一个好计1分，中评扣1分，差评扣2分

C、一个好计2分，中评1分，差评计零分

D、一个好计1分，中评不计分，差评扣2分

14、交易结束后，一方做出了好评，如果有效评价期内另一方未做出好评，则(B)

A、系统默认为中评 B、系统不做出任何评价

C、系统将取消这次交易所有评价 D、系统默认为好评

15、支付宝公司从建立开始，以什么作为产品和服务的核心？(A)

A、安全 B、信任 C、简单 D、高效

16、修改评价的入口在哪里？(A)

A、评价管理 B、维权管理 C、钱掌柜 D、交易管理

17、旺铺的店招最大尺寸是多少？(A)

A、950\*150 B、750\*120 C、860\*135 D、850\*150

18、卖家确认退款输入的密码是哪一个？(B)

A、支付宝登录密码 B、支付宝支付密码 C、淘宝会员登录密码 D、网银密码

19、“满就送”服务是淘宝的哪一类工具？(C)

A、管理工具 B、支付工具 C、营销工具 D、沟通工具

20、每家银行的移动数字证书都有自己的名称，其中工商银行提供的移动数字证书叫什么？(D)

A、支付盾 B、K宝 C、优KEY D、U盾

21、商城的商品评价体系正确的是 (B)

A、3分制评分体系 B、5分制评分体系 C、7分制评分体系 D、以上都是

22、在产品的图片上加水印，显示店铺实体店地址、店铺名等信息将会被扣除多少分（A）

A、1分 B、2分 C、3分 D、4分

23、商家在店铺内公示"不支持7天无理由退换货"(包括部分商品不支持),将会受到何种处罚(C)

A、公示监管10天,监管店铺30天 B、公示监管30天,监管店铺10天

C、公示监管30天,监管店铺30天 D、公示监管10天,监管店铺10天

24、商家发布违法、违规信息会受到的处罚是？(B)

A、扣1分 B、扣2分 C、罚100元 D、以上说法均不对

25、侵犯他人知识产权（图片或文字发布侵犯著作权）会被扣除几分?(B)

A、1分 B、2分 C、5分 D、12分

26、关于乱用关键字，以下描述正确的是？(C)

A、在同一双鞋子的标题中使用：皇冠、球鞋、板鞋等字眼

B、在同一双鞋子的标题中使用：刘德华、球鞋、板鞋等字眼

C、在同一双鞋子的标题中使用：运动鞋、球鞋、板鞋等字眼

D、在同一双鞋子的标题中使用：淘宝最低、球鞋、板鞋等字眼

27、关于"退款率及退款笔数",以下哪种说法是正确的(A)

A、7天无理由退换货的交易不会被计入退款笔数

B、7天无理由退换货的交易会被计入退款笔数

C、15天无理由退换货的交易不会被计入退款笔数

D、15天无理由退换货的交易会被计入退款笔数

28、通过旺旺与买家沟通时，诱导买家至其他网店、或采用其他支付方式进行交易的行为会被扣除几分（A）

A、6分 B、10分 C、12分 D、以上都不正确

29、下列送货方式中采用门对门送货的是(A)

A、邮局 B、快递 C、铁路货运 D、国际货运

30、如果我们是出售液晶电视的，应该选择以下哪个包装？(C)

A、纸箱 B、快递袋 C、木板箱 D、铁皮箱

31、有关运费模板的描述中错误的是(D)

A、可以按照城市设置邮费 B、可以按照地域设置邮费

C、可以按照物流方式设置邮费 D、能够帮助卖家节约时间

32、下列哪种店铺类型不是天猫商城的商城店铺？(C)

A、品牌旗舰店 B、品牌专营店 C、品牌直销店 D、品牌专卖店

33、挂价标价为1元，运费为50元,该种行为属于违规发布商品范畴,将被扣除多少分? (C)

A、12分 B、5分 C、1分 D、以上都不是

34、某商品出现"商品标题为A品牌,实物图片为B品牌"的情况,违反"淘宝商城如实描述服务规则",将被扣去多少分? (C)

A、12分 B、5分 C、2分 D、以上都不是

35、下面哪些商品禁止在淘宝网上发布？(C)

A、纸箱 B、木板箱 C、弹壳 D、衣服

36、以下不能发布在护肤品类目下的商品是？(B)

A、面膜 B、香水 C、面霜 D、爽肤水

37、支付宝最近一次登陆情况可以在（D）菜单项中查看。

A、卖家中心 B、买家中心 C、已卖出的商品 D、安全中心

38、炒作信用度100条以上（包括100条）会被扣几分？（D）

A、2分 B、5分 C、7分 D、12分

39、以下哪种属于无效交易凭证？(B)

A、旺旺留言 B、QQ聊天记录截图

C、支付宝转账记录 D、评价管理

40、下列哪种行为不属于侵犯他人知识产权行为(C)

A、使用其他注册过店铺图片 B、使用其他注册过的关键字

C、自己使用实物拍摄 D、以上都不是

41、违反交通法规的商品淘宝网禁止出售，以下哪些不可以出售(C)

A、车载MP3 B、导航仪 C、汽车电子狗 D、以上都不是

42、淘宝网禁止出售保护动植物及其制品，以下哪些可以在淘上出售(C)

A、鳄鱼 B、大熊猫 C、鱿鱼丝 D、以上都不是

43、以下哪种行为不属于炒作行为(C)

A、刷信誉 B、买家拍后，卖家不发货

C、卖QQ币成功后买家进行了评价 D、以上都不是

44、以下哪种方式是正确保护密码的方式(C)

A、密码抄在纸上 B、密码存入邮箱

C、定期修改密码 D、以上都不是

45、我收到了“收款不发货”的处罚，哪种情况处罚不能撤销？(A)

A、卖家不发货 B、卖家已经退款

C、我已经发货了，让买家联系物流 D、以上都不是

46、下列哪个旺旺信息是正常信息？(A)

A、买家“我已经购买，请发货” B、买家发了一个没有验证的信息

C、不要相信旺旺上中奖的信息 D、以上都不是

47、我是卖家，买家说商品有问题，把商品退回来了。下面哪种操作是错误的？(A)

A、把钱退回买家 B、与卖家联系沟通商品问题

C、先放着，看买家的态度 D、以上都不是

48、买家收到东西后，说东西一般般，要不减10元，不降价就给差评。此种情况属于违反什么规则？(D)

A. 成交不买 B. 炒作信用度 C. 成交不卖 D. 恶意评价

49、以下商品不允许发布的是(C)

A、衣服 B、饰品 C、股票 D、以上都不是

50、以下那种情况属于类目错放？(B)

A、连衣裙---女装 B、不锈钢蒸锅---餐具

C、手链---创意礼物 D、以上都不是

51、下列哪种情况属于成交不买的行为？(B)

A、拍下后已经付款 B、拍下后觉得不喜欢，不要了

C、买家询问价格 D、以上都不是

52、以下哪些商品属于乱用关键字？（C）

A、韩版家居服 B、欧美风连衣裙

C、芭比娃娃淘宝最低价 D、以上都不是

53、不是淘宝助理功能的(C)

A、新建宝贝 B、下载宝贝 C、宝贝打折 D、批量编辑

54、不是商品促销收费功能的(D)

A、限时打折 B、满就送 C、淘宝VIP打折 D、组合套餐

55、下面哪一项不属于退款流程的(B)

A、卖家同意退款 B、买家要求先把钱退回

C、退款页面卖家提供退货地址 D、卖家同意退款

56、不是帮助客户解决交易中困难的(A)

A、帮助客户挑选适合的商品 B、帮助客户找回支付宝密码

C、帮助客户完成在线支付 D、帮助客户修改运费确认支付

57、下哪个宝贝标题属于合格的标题? （D）

A.包邮！2017春夏装新款女装雪纺衫显瘦甜美纺连衣裙夏季

B.[天猫新时尚]艾夫斯原价139女长袖格子衬衫21122120047

C.艾夫斯夏新款女蝴蝶结泡泡袖休闲T恤

D.2017春装新款女装艾夫斯甜美学院风荷叶边猫猫印花花雪纺衫连衣裙

58、所有商品都受到（A）的影响使用同一个有差异的。所产生的流量价值是不一样的，给店铺带来的利润也是有差异的

A.商品的基本属性 B.商品的规格包装 C.商品的销售对象 D.商品的固有价值

59、以下哪种行为，不是违规发布商品的行为？（C）

A.重复铺货 B.发布代写论文、代考试类相关服务

C.发布经过淘宝授权的类目和品牌的 D.商品邮费过高，违背市场规律

60、许多顾客即使有意购买，也不喜欢迅速下单，他总要东挑西拣，在产品颜色、规格、式样上不停地打转。这时你可以暂时不谈订单问题，转而热情的帮对方挑选颜色、规格、式样等，一旦上述问题解决，订单也就落实了。这是利用了哪种营销手段？（A）

A.帮助顾客挑选决定 B.利用“怕买不到”的心理

C.尝试刺激 D.反问式回答

61、对于爆款的作用描述错误的是（A）

A、成为人气宝贝、付费流量增加 B、店铺点击率高

C、质量得分高 D、店铺免费流量增加

62、网店进货过程中，同一价格区的商品，首先考虑商品的（A）

A、品质 B、价格 C、售后服务 D、运输成本

63、淘宝客和直接车最大的区别是？（B）

A、都是淘宝平台的一种推广模式 B、前者是按成交计费,后者按点击付费

C、能让卖家更好的获取流量取得订单 D、能针对性的定向推送到指定的目标用户

64、淘宝客盈利的方式是什么？（A）

A、通过分享商品折扣券与商品链接，任何买家通过链接到店铺完成购买后，就可得到由卖家支付的佣金

B、通过向卖家销售在视频网站投放的广告位推荐赚取广告费

C、通过向潜在用户推广链接。按推广所带来的流量计费，向卖家收取推广费

D、通过向站内大数据筛选出的用户推广商品，按推送的人次计费，向卖家收取推广费

65、利用直通车进行关键词测试的主要原因是测试所选关键词在直通车中的转化率，而直通车转化率也被公认为是（D）的推广方式。

A数据统计最详尽 B最具有权威性

C最接近于社会平均数值 D最近似等于自然搜索转化率√

66、生意参谋中流量分析主要包括流量概况、流量地图、（A）及装修分析四个内容。

A、访客分析 B、商品分析 C、店铺数据分析 D、行业数据分析

67、哪种营销方式只能通过客户关系管理工具来进行？（C）

A、电话回访 B、短信营销 C、EDM营销 D、SNS营销

68、做了数据整理后，发现免费流量来源比重减少，下面属于免费流量来源的是（C）

A、生e经 B、直通车 C、标题优化 D、淘宝客

69、电子商务运营追求是利润，利润的最小单位是（C）

A.商品的流量 B.商品的价值 C.流量的价值 D.流量的多少

70、在以下描述中找出商品描述一致的正确答案?（C）

A、标题为长袖特价500元，商品“无图片”

B、标题写长袖连衣裙，图片为长袖衫的商品

C、标题、图片都是长袖衬衫

D、标题为短袖衫、图为长袖衫

71、关于抖音直播，说法错误的是？（A）

A只要有抖音账号就可以直播 B抖音直播必须要实名

C抖音直播变现方式多样 D抖音直播人气越高越好

72、关于抖音新号前期直播主要目的，说法错误的是？（B）

A提升账号权重 B提高变现收入 C增加账号粉丝 D提高直播人气

73、在同一场直播中，实物抽奖数量上限是多少？（C）

A、20个 B、30个 C、50个 D、100个

74、对抽奖活动进行修改操作时，至少需要开始前几分钟完成？（B）

A 2分钟 B 5分钟 C 10分钟 D 随时可以修改

75、下面哪一互动形式，最便于统计用户信息。（B）

A、直播粉丝福利工具 B、实物抽奖 C、豆券抽奖 D、弹幕抽奖

76、以下哪项不是“星力成长计划”的内容？（C）

A、针对POP高潜商家 B、培养百大“直播尖子生”

C、POP和自营均可参与 D、进入计划可以获得资源流量扶持

77、以下选项中，京东商详浮现权展示优先级正确的是？（B）

A 明星直播间all状态>商家all状态>官方号红人all状态>普通达人all状态

B 明星直播间all状态>官方号红人all状态>商家all状态>普通达人all状态

C 商家all状态>官方号红人all状态>明星直播间all状态>普通达人all状态

D 官方号红人all状态>明星直播间all状态>商家all状态>

E 明星直播间all状态>官方号红人all状态>普通达人all状态>商家all状态

78、那一项不属于直播间的违禁行为？（D）

A 直播过程中宣传微信、淘宝、QQ等其他第三方平台信息

B 直播期间，长时间画一直在放视频，无主播出现和讲解

C 直播间下贴片放视频广告

D 直播封面图仅有商品展示，商品清晰完整，摆放整齐有条理

79、除了达人后台外，商家唯一可获取红人数据的京东后台是？（C）

A、京东直播后台 B、京东内容平台 C、京东商智平台

D、京任务平台 E、京准通平台 F、京东内容助手

80、在直播观看人数变化不大的情况下，直播实时数据显示最近1小时成交金额呈明显下降趋势，此时应如何调整直播节奏？（A）

A、更迭小时产品组 B、继续讲解当前时段产品

C、设置裂变券 D、加大投流

81、京东哪个后台可以看到直播小时数据（B）

A 京东商智后台 B 京东直播实时大屏 C 京东直播后台 D 京东JOY SPACE

82、直播间流量置换的方式有哪些？（B）

A 线下联系 B 直播连麦 C 客服咨询 D 充值消费

83、直播电商往往具有明显的价格优势，这种价格差异来源于直播电商的（D）。

A.内容优势 B.信息优势 C.信任优势 D.供应链优势

84、下面哪个是图片直播平台（B）

A.美图秀秀 B.喔图 C.克拉克拉 D.斗鱼

85、下面哪个平台具备视频直播功能（D）

A.斗鱼直播 B.映客直播 C.淘宝直播 D.以上都是

86、直播完全与事件的发生、发展同步，体验了直播的（B）。

A .真实性 B.实时性 C.互动性 D.商业性

87、确立直播相关的工种，市县乡领导扶植当地的农产品直播产业，属于（D）层面。

A.消费 B.技术 C.政策 D.行业

88、下列属于“产品外观”分析维度的（A）。

A.产品尺寸 B.产品口味 C.自动美颜功能 D.美白功能

89、下列哪个目标属于可度量目标（B）

A.提升口碑 B．销售额增加100万元 C.好评率大幅提升 D.其他平台粉丝增加

90、下面哪个环节属于直播筹备工作阶段（A））

A.脚本设计 B.借助平台推广 C.进行产品介绍 D.分析直播数据

91、下面哪个属于固定属性特征（A））

A.性别 B.未婚 C.学历 D.居住地

92、适用才艺营销方式进行直播活动的产品是（A）。

A.空灵鼓 B.书籍 C.旅游产品 D.保养品

93、直播间粉丝画像可以通过（D）百度指数。

A.百度指数 B.360指数 C.手机千牛 D.生意参谋“直播”板块

94、可以成为直播间的引流款的商品是（B）

A.利润商品 B .福利商品 C.主推商品 D.高价商品。

95、“打造自然裸妆好物推荐”这一直播间标题体现了标题撰写的哪项要点？（A）

A.直戳痛点 B.福利吸引 C.突出重点 D.遵守规则

96、预热海报采用（A）的常规分辨率，基本能够在大部分智能设备当中，以“满屏”的形式显示出来。

A .1080 px ×1920 px B.640px ×1136px

C .640px ×640px D.1024px ×1366px

97、梳理产品卖点中的产品特征，包括产品功能卖点和（C），帮助主持人在介绍产品时给观众提供更真实、准确的信息。

A .产品大小 B .产品重量 C.产品价格卖点 D.产品原产地

98、直播电商脚本，是指通过（B）的方式写出一个框架底本，结合粉丝需求，是一项计划和规划。

A.图片 B.书稿 C.视频 D.动画

99、在直播过程通过提示优惠活动内容和福利发放方式，可以更好地调动直播室的气氛，引导（C）

A .加关注 B.粉丝活动 C.粉丝消费 D.粉丝管理

100、主流补光灯主要有两种：光圈补光灯和（C）

A.强光灯 B.白炽灯 C.灯箱 D.镭射灯

101、京东店铺合作方式有哪些( A )

A、FBP和SOP B、旗舰店 C、专卖店 D、专营店

102、京东商家的入驻入口在哪里( B )

A、合作招商 B、客服服务 C、免费开店 D、联系我们

103、开店时上传资料的时候尺寸是( C )

A、800\*800 B、700\*700 C、600\*600 D、1260\*1260

104、关于店铺类型下在描述正确的的是（ D ）

A、旗舰店：一个自有品牌商品的品牌旗舰店

B、旗舰店: 经营多个自有品牌商品且各品牌归不同实际控制人

C、专营店 ：经营多授权销售品牌商品且各品牌归不同实际控制人

D、专卖店: 是指商家经营平台不同招商大类下二个及以上品牌商品的店铺

105、京东T+1开通对商家们的优点不包括 ( D )

A、高效的资金周 B、多店铺统一管理

C、自动收付款处理 D、资金支配需要5个工作日

106、京东付费推广式中快车的计费方式是 ( C )

A、CPS B、CPD C、CPC D、CPM

107、京东和腾讯合作计划叫( B )

A、京度计划 B、京腾计划 C、京条计划 D、京联计划

108、京东后台订单生成后必须在\_\_小时内发货( C )

A、18 B、12 C、24 D、48

109、京东创意有两个板块（ C ）

A、创意模块库和我的创意库 B、图片创意和创意设计

C、创意显示和创意策划 D、创意原稿和创意彰显

110、京东续签时间是每年几月（ D ）

A、12月和1月 B、6月和7月 C、3月和4月 D、1月和2月

111、无线端订单在京东占比已达（ C ）

A、60% B、70% C、80% D、30%

112、店铺装修的优劣直接决定了( A )

A、访问量 B、客户的停留时间和下单意愿 C、产品价格 D、品牌知名度

113、下列哪一项不属于企业VI视觉设计的维度特点（ D ）

A、图形统一 B、风格统一 C、颜色统一 D、价格统一

114、下列哪一个词语在新品牌的视觉文案上可以使用的（ B ）

A、终极 B、品质 C、冠军 D、一流

115、以下属于严禁使用疑似欺骗消费者的词语是（ A ）

A、点击有惊喜 B、买三送一 C、卖家包邮 D、两件8.5折

116、下列说法错误的是（ D ）

A、详情页可以根据商家需求自由匹配产品、排版、色调

B、自定义页面目的要明确

C、首页主要体现店铺风格引导客户购买产品

D、店铺点击量越高，转化率越高

117、文案是与消费者沟通的重要载体，下列选项不属于文案网购阶段的是（ C ）

A、吸引注意 B、刺激欲望 C、夸大宣传 D、打消顾虑

118、以下哪一项不能提高产品转化率（ B ）

A、选择优质的产品 B、贬低同类产品 C、统一的视觉呈现 D、快速的客服反映

119、商品商家就是将产品的（ B ）进行整理，组合成产品信息，上传到店铺中，以页面形式展现。

A、视频和文字 B、图片和文字 C、文字和声音 D、视频和图片

120、商品管理中，待售产品就像实体店铺中放在（ A ）里的产品。

A、仓库 B、货架 C、促销区 D、陈列区

121、商品管理中，被删除的商品被放入（ A ）。

A、库存管理 B、商品管理工具箱 C、待售商品管理 D、商品回收站

122、京东店铺里面卖的是（ B ），它的好坏对店铺销量产生直接影响。

A、视频 B、图片 C、文字 D、声音

123、商品图片拍摄中，自己没有专业拍摄人员，需要外包拍摄，可以在（ A ）板块可以找到这样的服务。

A、京东服务市场 B、京东物流 C、京东到家 D、京东商学院

124、（ D ）是指商品拍摄总体要求将商品的形、质、色充分表达出来。

A、场景创意 B、角度创意 C、风格创意 D、设计创意

125、（ B ）是商家吸引客户主要点击的第一部分，点击它后，再依靠商品详情页来形成一个有效的转化。

A、商品详情页 B、商品主图 C、商品细节图 D、商品场景图

126、商品主图的尺寸大小为（ A ）。

A、600\*600像素 B、800\*800像素 C、600\*400像素 D、1080\*1080像素

127、京东店铺产品主图最多可以放（ D ）张图片。

A、3张 B、10张 C、5张 D、6张

128、商品主图中，家电类目，必须要求放（ A ）。

A、能效标识 B、质量标识 C、质检报告 D、商标

129、京东店铺数据分析来源是（ C ）

A、数据罗盘 B：京东易搜 C、京东商智 D 指数

130、京东配送上门接货申请规定是什么时间申请（ B ）

A、当天13:00前 B、当天12:00前 C、随时 D、当天24:00前

131、京东配送服务限制条件（ B ）

A、商家维度、商品维度 B、DSR

C、产品描述、客单件 D、转化率、成交金额

132、根据商品品类特性，京东分八大品类，分别是3C仓、食品母婴仓、百货仓、服装仓、生鲜仓、大件仓、图书音像仓（ A ）

A、家居仓 B、小家电仓 C、进口产品仓 D、保税仓

133、ECLP（电子商务物流平台），中文名字 （ A ）

A、云仓系统 B、FBP系统 C、仓海系统 D、ERP系统

134、211限时达城市不包括( D )

A、成都 B、上海 C、沈阳 D、广元

135、以下非京东商家合作模式的是（ D ）

A、FBP B、SOP C、POP D、FTP

136、(B)是粉丝和主播之间互动的频率指数,积累和转化粉丝,是提高互动数值的利器。

A.粉丝分层 B.粉丝亲密度 C.粉丝等级 D.粉丝密度

137、通过平台短视频或者图文的输出,让粉丝与主播、粉丝与粉丝之间产生共鸣和话题,产生持续的互动,属于(A)运营。

A.内容 B.社群 C.流量 D.商品

138、以下哪个内容发布平台的目标受众偏年长?(A)

A.微信公众号 B.淘宝 C.微博 D.抖音

139、以下关于直播预热视频的说法错误的是(D)。

A.通过利益点预热,来增强视频的诱惑力,激发观看视频用户关注直播

B.某场直播邀请来某知名人物,可以拍摄直播亮点预热视频

C.冲动消费类型产品可以提前拍摄产品预热视频

D.粉丝对直播筹备阶段花絮都不感兴趣,不可作为预热视频

140、下列选项中,关于直播间的描述正确的是(A)。

A.直播间是直播活动的场所 B.直播间的空间设置是一场直播中最重要的工作

C.直播间是主播生活、工作的场所 D.直播间画面是观众粉丝观看的主要直播画面

141、直播电商的本质是(B)。

A.以货为主 B.以人为本 C.价格便宜 D.不受空间约束

142、苏宁直播以(D)为特色。

A.达人直播 B.连麦 C.打榜 D.店面、原产地直播

143、淘宝店铺开通抖音小店店铺评分不低于(C)分。

A.4.5 B.4.6 C.4.7 D.4.8

144、两个不同的商品可以放在一起卖吗?(C)

A.可以 B.商品不同,但属于相似品,可以一起卖

C.商品不同,需要分开发布,不能在一个链接中发布不同的商品

D.商品类目相同,但商品不同,可以一起卖

145、产出有情感共鸣点的内容，激发用户共情、移情，可以提升短视频引流的效果。短视频引流中，以下说法不正确的是(C)。

A.内容短视频要真实性 B.内容的取材和选题要与账号定位吻合

C.内容的取材和选题与账号无关 D.账号本身的人设要足够稳定

146、天猫“双11”期间的节前预售,属于哪种电商模式?(B)

A.B2C B.C2B C.B2B D.O2O

147、(C)是主播设计有效营销活动、开展针对性营销的重要依据。

A.下单转化率 B.直播间浏览量 C.粉丝画像 D.涨粉率

147、以下哪个平台的流量来源偏私域?( C)

A.微博 B.淘宝 C.快手 D.抖音

148、直播结束后，运营者可以定期维护粉丝群体，与积极互动的粉丝交流,并在粉丝群内发起活动，实现(A)的转变。

A.观众→粉丝→客户→忠实客户 B.观众→客户→粉丝→忠实客户

C.粉丝→客户→观众→忠实客户 D.粉丝→客户→忠实客户→观众

149、以下哪个选项不是体现直播间热度的指标?(D)

A.点赞数 B.评论数 C.平均观看时长 D.销售额

150、以下哪项不是直播后常见的售后问题?(A)

A.确认收货 B.退货退款 C.交易纠纷 D.中差评

151、以下哪个类目适合产地直播?(C)

A.化妆品 B.服装 C.农产品 D.家电

152、以下关于直播脚本的说法错误的是(B)。

A.对于可加工产品,主播可以现场制作,体验式直播

B.直播过程靠主播随机应变,所以直播时间不用具体安排

C.主播人气高,带货能力不一定好

D.所有参与直播的人最好都要人手一份脚本

153、(D)是一种新兴的互联网内容传播形式,它融合了文字、语音和视频,可以更加直观、立体地满足用户表达和沟通的需求,满足用户相互之间展示与分享信息的诉求。

A.文字 B.图片 C.传统视频 D.短视频

154、借势+蹭热点”的方式常用于(B)的直播推广软文中。

A.政府 B.达人 C.企业 D.明星

155、永久封禁主播账号或永久封禁开播，并保存相关违法违规资料对应(A)级抖音直播违规等级及处罚。

A.1 B.2 C.3 D.4

156、以下哪个粉丝评论可以设置直播间自动回复来回答?(C)

A.这款衣服衣长有多少 B.会不会太辣 C.什么物流 D.适合油性皮肤吗

157、在可视化图表制作中,若想表示直播间流量来源占比分布情况,下列哪一种图表类型更合适?(B)

A.折线图 B.饼状图 C.柱状图 D.雷达图

158、下列哪一项不属于抖音直播间流量来源?(C)

A.直播广场 B.关注 C.微淘 D.视频推荐

159、“流光瓶预售抢买一送一”属于哪类直播标题?(B)

A.内容型标题 B.活动型标题 C.福利型标题 D.体验型标题

160、(B)是指直播间观看用户中点击宝贝进店或加购的比例。

A.下单转化率 B.引导进店率 C.涨粉率 D.新增粉丝数

161、下列哪一项属于常见的手机端视频剪辑工具?(D)

A.快剪辑 B.PR C.AE D.剪映

162、在以电商直播平台为基础的直播营销产业链中,下列属于产业链中游的是(A)。

A.MCN机构 B.批发商 C.经销商 D.用户

163、除粉丝打赏外,(A)也是非常重要的分析内容,它可以反映出用户购买倾向和主要需求。

A.弹幕 B.抖币 C.点赞 D.音浪

164、以下说法错误的是(D)。

A.直播预热海报要体现直播活动主题 B.预热海报要体现直播的时间、渠道、产品等

C.直播海报设计要美观,配色要和谐 D.海报设计不建议使用竖屏图

165、社区团购最大的优势(B)。

A.产品质量好 B.价格优惠 C.服务好 D.购买方便多

166、在直播的过程中,主播哪项平台操作是合规的?(C)

A.主播在直播的时候宣传竞争平台

B.主播在直播间内以文字、语音等任何形式宣传其他视频平台

C.主播在平台内直播宣传本平台内容

D.主播同时打开两个不同平台

167、关于直播脚本以下说法错误的是(C)。

A.直播脚本能够协调直播参与人员,所有人人手一份

B.直播脚本要清晰、详细、可执行

C.突发情况很难预知,所以直播脚本无法帮助风险控制

D.直播脚本制定了直播主题和目标,能帮助实现直播效益最大化

168、以下关于发布淘宝直播秒杀活动价格中,哪些说法是正确的?(B)

A.秒杀价格需是最近三十天内最低价的7折及以下

B.秒杀价格需是最近三十天内最低价的5折及以下

C.秒杀价格需是最近七天内最低价的5折及以下

D.秒杀价格需是最近七天内最低价的7折及以下

169、粉丝进入直播间及时欢迎，有打赏及时感谢，有评论积极回复，属于(A)。

A.直播互动 B.连麦PK C.直播控场 D.电商运营

170、观众(B)数值越大,说明用户在直播间停留的时间越久,也能表明直播间的内容越能吸引用户的注意。

A.观看人数 B.平均停留时长 C.涨粉数量 D.用户画像

171、(A)是让直播内容保持活力,让观众粉丝对直播内容始终保持新鲜感的重要因素。

A.主播对直播内容的不断创新B.主播对直播内容的不断舍弃

C.主播对直播内容的不断分析D.主播对直播内容的不断修改

172、直播前与直播委托方、主播进行重新沟通,准备好规范完善的(D),可以让直播进行有条不紊,保证直播的顺利进行。

A.直播样品 B.品牌展示物料 C.产品展示板 D.物料清单

173、以下哪一项不是直播互动方式?(C)

A.主播甲直播时跟粉丝连麦聊天 B.主播乙直播时发起抽奖活动

C.主播丙直播时介绍一款促销的产品 D.主播丁直播时向粉丝提问并发起了一轮投票

174、通过(B)分析可以初步掌握直播大盘趋势。

A.频道流量B.大盘流量C.标签流量D.标题封面

175、热门节点型标题的公式是(B)。

A.用户+痛点+解决方案 B.节点+人群+促销活动

C.产品+用户+活动利益 D.疑问/惊叹+夸张身份+修饰产品

176、小米手机新品发布直播间邀请了雷军参与直播,这是一种(C)互动玩法。

A.派发红包 B.连麦互动 C.名人做客直播间 D.直播间游戏互动

177、和其他主播PK，引导对方的粉丝进入自己的直播间，是属于(B)。

A.直播互动 B.连麦PK C.直播控场 D.电商运营

178、以下哪类属于抖音直播间禁止分享的商品?(B)

A.钻石 B.电子烟 C.黄金 D.汉服

179、直播电商是通过互联网等信息网络以(D)形式销售商品或者提供服务的经营活动。

A.图片 B.文字 C.短视频 D.直播

180、以下哪些功能不能通过淘宝直播中控台互动面板实现?(D)

A.发放优惠券 B.关注卡片 C.公告 D.直播绿幕换背景

181、主光的作用是(B)。

A.增加脸部立体感突出侧脸轮廓 B.承担主要照明,可以使主播脸部受光均匀

C.为整个房间提供基础照明 D.使直播美肤的同时保留直播间的完美背景

182、(D)是指直播间引导成交的用户平均支付金额。

A.销售额 B.成交金额 C.成交单数 D.客单价

183、建议室内使用的直播收音设备是(A)。

184、主播对直播间空间的设置风格要能让观众读懂，因此主播对直播间空间的设置，本质上是一种(A)。

A.语言 B.现象 C.行为 D.设计

185、(A)是直播活动最主要的特征。

A.实时性 B.即兴性 C.真实性 D.连贯性

186、功能内容型标题能让用户一目了然的感知到直播间产品可以解决自己的核心痛点,常见公式是“用户+痛点+解决方案”。以下哪个标题属于功能内容型标题?(A)

A.胖姐姐们显瘦夏装连衣裙看这里 B.开学季你必备的三件套,敢来就送

C.说走它就跟你走的秒杀箱包 D.这是神仙们都爱的速干衣吗?

187、(C)平台适合去做声量，一个好玩的事件炒起来后，会有更多的人去转发、评论、发酵,容易形成爆点。

A.微信公众号 B.直播平台 C.微博 D.短视频平台

188、粉丝群运营人员设计互动话题对粉丝进行引导，可以提高粉丝群的(B)。

A.知名度 B.美誉度 C.活跃度 D.影响力

189、在抖音直播间，直播宣扬伪科学、违反公序良俗的内容,属于哪一等级的违规行为?(B)

A.一级 B.二级 C.三级 D.四级

190、活动型标题的公式是(C)。

A.用户+痛点+解决方案 B.节点+人群+促销活动

C.产品+用户+活动利益 D.疑问/惊叹+夸张身份+修饰产品

191、粉丝分层的作用不包括(D)。

A.提高运营效率 B.根据不同人群针对性运营

C.满足差异化的粉丝需求 D.提供个性化服务

192、以下不属于淘宝直播间粉丝等级的是(C)。

A.新粉 B.铁粉 C.老粉 D.挚爱粉

193、(A)是指整个直播行业的排行及各种指数,能够科学地反映整个直播市场的行情。

A.直播大盘数据B.直播数据C.直播行情数据D.直播指数

194、以下哪项不属于综合类直播平台?(C)

A.斗鱼 B.虎牙 C.抖音 D.花椒直播

195、以下哪项不属于流量运营的措施?(D)

A.优化店铺商品链接 B.提高直播间封面图质量

C.直播间发红包 D.分析直播数据

196、(A)又称逆光,从主播的身后位置放置,勾勒出主播轮廓,可以起到突出主体的作用。

A.轮廓光 B.主光 C.顶光 D.辅助光

197、下列不属于短视频拍摄的辅助器材的是(C)。

A.三脚架 B.稳定器 C.微单 D.话筒

198、关于预热文案说法错误的是(D)。

A.好的直播预热文案能吸引粉丝进入直播间观看

B.抽奖文案利用“占便宜”的心理能吸引用户注意

C.悬念型文案利用用户的好奇心理

D.平台都差不多,一套文案可以发不同的平台上

199、以下哪个话术可以在直播中出现的?(C)

A.本产品采用最顶级羊毛制作而成

B.这个酒是人民大会堂特供酒品

C.这款美白精华是有美白特证的,能够亮白肌肤(正确答案)

D.经常吃我们这款燕窝,可以强身健体,增强免疫力

200、以下哪些场景不适合直播?(A)

A.空旷的空间 B.安静的空间 C.封闭的空间 D.独立的空间

201、(A)在直播中的主题相对来说不固定,可以根据市场趋势、粉丝需求等因素来确定。

A.达人直播 B.店铺直播 C.商品直播 D.品牌直播

202、以下哪个内容发布平台的目标受众是各年龄段喜爱视觉性内容的用户?（D）

A.微信公众号 B.淘宝、京东 C.微博 D.抖音、快手

203、以下不属于淘宝平台的直播流量来源(D)。

A.粉丝推送 B.店铺首页 C.商品详情页 D.微信群

204、背景光的作用是(D)。

A.增加脸部立体感突出侧脸轮廓 B.承担主要照明,可以使主播脸部受光均匀

C.为整个房间提供基础照明 D.使直播美肤的同时保留直播间的完美背景

205、在直播的过程中,用户与用户之间、用户与主播通过弹幕实时互动,属于直播电商的哪个特点?(D)

A.实时性 B.精准性 C.直观性 D.互动性

206、为了保持粉丝对直播间的新鲜感,最重要的是要(A)。

A.对直播内容进行不断创新 B.对直播内容进行连贯性设置

C.对直播内容进行笑点设置 D.对直播内容进行悬念设置

207、电商平台的直播类型是?(D)

A.以电商为主 B.以直播为辅

C.以电商为辅,直播为主 D.以电商为主,直播为辅

208、在粉丝群刚成立的时候,直播团队的主要工作是通过策划一系列线上活动来(B)。

A.提高活跃度 B.制造熟悉感 C.引导成交 D.组织线下活动

209、(D)是指经营同一品类商品的店铺之间的对比分析。

A.主播竞品分析 B.店铺竞品分析 C.商品竞品分析 D.达人主播分析

210、(B)一般都是取近景,所以在搭建直播间的时候面积5平米以上就可以,背景也可以直接用背景纸。

A.农产品直播间 B.美妆类直播间 C.虚拟直播间 D.服装类直播间

211、以下哪个活动不是为了增强互动,提升直播间热度?(A)

A.直播间专属优惠满300-20B.关注主播领优惠券

C.满观看时长领优惠券D.评论截图抽奖

212、在直播过程中主播能够对商品进行全方位的展示,将商品的设计细节更加直观的呈现给用户,属于直播电商的哪个特点?(C)

A.实时性 B.真实性 C.直观性 D.互动性

213、直播即将结束时,主播都会进行下场直播预告,以下不需要预告的内容是(D)。

A.下次直播时间 B.福利 C.直播产品 D.产品价格

214、(B)即网红爆品,选择该类商品,主要是因为消费者对于全网热点或事件非常熟悉,可以吸引消费者的兴趣。

A.高性价比商品 B.高热度商品 C.低热度商品 D.高销量商品

215、下列哪一项不是直播结束后需要做的事情?(B)

A.售后服务 B.直播间搭建 C.订单处理 D.客户关系维护

216、以下关于直播中评论管理说法错误的(D)。

A.设置直播间欢迎词可以提升粉丝体验

B.直播间快捷短语能让粉丝快速输入评论

C.直播间屏蔽词设置可以屏蔽违禁用语

D.直播间里评论产品不适合自己的粉丝可以直接拉黑

217、关于产品清单以下说法错误的是(C)。

A.可按照直播流程中产品发布的顺序依次排列

B.要有产品品牌、名称、图片、直播价格、促销内容、赠品等信息

C.没必要进行直播间价格与日常价格的对比(正确答案)

D.建议增加引导用户关注直播的教学步骤

218、根据淘宝直播粉丝分层的规则,某粉丝的亲密度分值为1000,则该粉丝属于(B)。

A.新粉 B.铁粉 C.钻粉 D.挚爱粉

219、新抖数据平台可以结合实时数据大屏查看粉丝打赏排行榜,实时数据大屏每(C)更新一次,适用于直播过程中查看。

A.30秒 B.90秒 C.60秒 D.2分钟

220、(A)比例均衡才能为直播带来更多的粉丝,提升直播的效率。

A.观众来源 B.观看人数 C.涨粉数量 D.停留时长

221、粉丝对视频或直播间的转发、分享,通常是在(B)进行传播。

A.粉丝的直播间中 B.粉丝自己私域社群中

C.直播平台中 D.其他平台用户社群中

222、进入到直播间的用户,本身就是对产品感兴趣的目标用户,这种行为是用户主动选择的结果,用户是凭借个人喜好的选择,属于直播电商的哪个特点?(D)

A.实时性 B.真实性 C.直观性 D.精准性

223、淘宝直播的带货模式有(D)。

A.商家自播 B.明星直播 C.达人直播 D.其他选项都是

224、在直播间的所有粉丝中,(A)最能为直播间带来收入或者创造利润。

A.忠实粉丝群 B.普通粉丝群 C.土豪粉丝群 D.黑粉群

225、以下哪一项是主播抽奖容易出错的地方?(D)

A.明确告诉粉丝抽奖的参与方式,例如进行评论

B.抽奖的时候一直提醒粉丝加关注

C.新粉丝进来时提醒抽奖信息

D.抽奖结束没有告知抽奖结果,等下播后公布

226、以下关于直播间标题的说法错误的是?(D)

A.直播标题要和直播内容相关

B.带有“秒杀”、“清仓”等字眼的标题是违规的

C.标题内容切中粉丝工作生活中常见的场景,让粉丝产生共鸣

D.只要商品够便宜,标题怎么起都无所谓

227、一般情况下,商品主图不允许添加什么内容?(B)

A.产品品牌 B.店铺水印 C.促销信息 D.联系方式

228、淘宝直播中B类违规是(B)。

A.一般违规行为 B.严重违规行为 C.推广假冒商品行为 D.违反国家法律规定行为

229、对于抖音小店平台的商品链接,平台对直播带货任务收取(B)的平台服务费。

A.1% B.5% C.10% D.20%

230、主播介绍商品的时候,以下做法错误的是(D)。

A.以产品痛点切入产品,激发消费者需求 B.使用专家证言,打消消费者疑虑

C.制造库存紧张氛围,催促下单 D.直言产品价格是史上最低价,激发消费冲动

231、某主播在直播中宣称某保健品具有降低血糖,降低血压的功效,以下说法错误的是(D)。

A.主播违反了法律法规

B.是夸大捏造产品功效虚假宣传行为

C.保健品不得宣传具有医疗效果

D.主播可以巧妙的用“降低某糖,降低某压”来避免违规

232、淘宝直播中,不能通过手机淘宝直播APP操作完成的是(A)。

A.发布优惠券 B.秒杀推送 C.发布公告 D.发布直播预告

233、在直播间场地空间规划方面,需要考虑什么要素?(D)

A.货品的陈列 B.设备的位置 C.场控的工位 D.其他选项都是

234、某主播在直播间进行脑筋急转弯互动,回答问题正确的粉丝可获得奖品。这是一种(B)互动玩法。

A.抽奖互动 B.直播间游戏互动 C.派发红包 D.连麦互动

235、抖音直播间视频推荐流量来源是指(D)。

A.从同城页推送进入直播间带来的流量

B.由抖音直播平台直播广场页面进入直播间带来的流量

C.关注直播的粉丝从关注页面进入直播间带来的流量

D.由他人或自己的视频引流推荐,或者直播间dou+选择视频加热直播间带来的流量

236、(A)可以了解粉丝对产品的关注方向和喜爱程度,便于下次直播的选品和内容策划。

A.弹幕内容 B.弹幕数 C.新增粉丝量 D.粉丝人均观看时长

237、对于服饰类的直播间,(A)一般为模特或主播的身材信息,从而来引导用户或给用户一个参考。

A.封面 B.标题 C.信息卡 D.氛围图

238、直播抽奖奖品金额要求不超过(C)元。

A.100000 B.20000 C.50000 D.不限制

239、以下哪项不属于定制生产的特点?(D)

A.买家在线下单 B.企业精准生产

C.满足买家个性化需求 D.企业库存增加

240、激发粉丝群内粉丝参与感的最佳方式是(C)。

A.进行话题讨论 B.分享最新信息 C.邀请直播参与 D.设置专属福利

241、直播刚开播不建议(B)。

A.来一波抽奖 B.马上开始介绍产品 C.介绍直播的主题 D.预告今天直播嘉宾

242、开通快手直播时,账号注册时间需大于(A)天。

A.7 B.8 C.9 D.10

243、下列说法正确的是(B)。

A.客户关系管理只注重吸引新顾客

B.客户关系管理实质上是一种“关系营销”

C.交易营销更注重保留客户,建立长期稳定关系

D.其他说法都不正确

244、《网络直播营销行为规范》于(D)施行。

A.2020年3月1日 B.2020年5月1日 C.2020年6月1 日D.2020年7月1日

245、以下关于主播行为说法正确的是(A)。

A.主播带货有进货查验义务,要保证产品质量问题

B.为了更好地带货,主播可以适当夸大产品功效

C.为了突出产品质量,直播中可以贬低其他品牌商品

D.只要不是假货,产品有质量问题也可以卖

246、以下关于淘宝直播间操作说法错误的是(B)。

A.常见的系统操作有福利抽奖、发布公告、订阅小卡等

B.直播间操作只能在pc端中控台互动面板完成

C.公告入口可以设置直播间滚动公告,用于提醒用户注意信息

D.设置关注卡片,可以让直播间弹出关注信息,引导粉丝关注

247、除了(C),所有的灯光都要避免直射人脸和进入摄像头。

A.顶光 B.背景光 C.面光 D.反光伞灯光

248、粉丝看直播时,在直播画面中,通常的观看中心位置是(A)。

A.直播屏幕的中心点 B.主播的印堂中心点 C.主播的鼻尖 D.主播的发际线

249、商家在商品图片上添加店铺LOGO是为了什么?(C)

A.体现个性化 B.提高整体形象 C.推广和防止盗图 D.宣传需要

250、如果产品的用户群体为男性,直播间可以用(D)风格。

A.粉色系B.紫色系C.梦幻系D.偏科技感

251、抖音和快手是当前比较热门的直播平台,(B)就是专业针对快手直播平台的数据分析平台。

A.直播眼 B.新快 C.新抖 D.飞瓜数据

252、短视频内容策划包括做好(B)和准备素材。

A.主播个人IP打造 B.选题 C.短视频拍摄 D.短视频剪辑

253、在直播间的各种声音中,粉丝最在意的是(A)声音。

A.主播的说话 B.音乐 C.特效声 D.突发声音

254、短视频与传统视频的区别描述不正确的是(B)。

A.视频时长不同 B.视频内容不同

C.制作成本不同 D.制作团队不同

255、主播每次在直播前,都会在微博上通过文字、海报、链接等告知微博粉丝直播预告时间、活动,以及参与的明星阵容等,这种预告属于(B)。

A.主页预告 B.图文预告 C.短视频预告 D.海报预告

256、“你还记得自己小时候的样子么?是否怀念那些想哭就哭,想笑就笑的时刻?5月10日晚8点,哆啦a梦的时光机发车啦~和@百雀羚一起,重温那些放肆大笑的美好时刻。#开怀笑无惧纹#”这是什么类型直播预热文案?(C)

A.抽奖型直播预热文案 B.简单粗暴型直播预热文案

C.价值包装型直播预热文案 D.设置悬念型直播预热文案

257、蘑菇街在(A)推出直播功能。

A.2016年3月B.2016年5月C.2016年8月D.2016年9月

258、以下哪个不属于直播流程?(C)

A.开场预热 B.产品预告 C.竞争对手介绍 D.下场直播预告

259、(A)分析主要是可以根据需要选择时间跨度和频道,通过数据变化来了解不同频道的流量趋势。

A.频道流量 B.大盘流量 C.标签流量 D.标题封面

260、淘宝直播除了添加本店商品进行直播带货外,还可以添加(D)进行代播。

A.购物车商品 B.已购买商品 C.最近浏览的商品 D.其他选项都是

261、直播间运营时,主播和粉丝也可能会出现各种矛盾,在解决问题时,主播一定要(A)。

A.亲自参与解决 B.邀请第三人介入解决

C.交给第三方解决 D.邀请粉丝参与解决

262、以下关于直播脚本内容规范的说法错误的是(C)。

A.产品讲解话术要真实,不能虚假宣传产品

B.不能出现反动言论,需符合社会主义核心价值观

C.为了吸引粉丝注意力,偶尔低俗炒作带货也可以

D.主播不能推荐没有试用过的产品,在直播中最好进行试用

263、以下哪一项是对粉丝群价值的描述?(D)

A.运营核心用户 B.用户精准分层

C.实现场景补充 D.其他选项都是

264、(B)设计,有助于在直播时把人、景、物合理地安排在画面中,可以更好地展示产品和主播,使屏幕前的消费者获得最佳的视觉效果。

A.灯光设计 B.构图比例 C.色彩设计 D.空间设计

265、哪个平台的商品以美妆类商品为主? (D)

A.淘宝 B.京东 C.快手 D.小红书

266、不同平台对于直播权限开通的要求不同,具体的实时规则最好通过什么渠道了解?（A)

A.平台官方网站 B.其他做直播的朋友 C.百度搜索 D.微博等社交媒体

267、抖音直播在PC端用直播伴侣进行直播,需要满足粉丝数量超过(C)人的条件。

A.600 B.800 C.1000 D.1200

268、下列哪个是淘宝直播领域专业可视化数据分析监测云平台,为商家、播主及机构提供精准、可靠、高效的直播数据分析服务?(C)

A.新抖 B.直播眼 C.知瓜数据 D.飞瓜数据

269、直播间隔音设置也是非常重要的一个方面,相对比较安静的直播间需要在地板铺上(C),避免回音。

A.毛毯 B.塑料布 C.吸音毯 D.纸板

270、(C)直播平台品类丰富、供应链稳定,且用户购物目的明确,因而直播购物转化高,用户粘性强,位于第一梯队。

A.抖音 B.快手 C.淘宝 D.小红书

271、海尔通过海尔招标网采购原材料,通过海尔商城销售海尔系列商品,属于哪种电商模式?(B)

A.B2C B.B2B2C C.B2B D.O2O

272、基于直播过程,整理现场图片、精彩画面或片段、平台数据等直播素材,制作图文、视频等二次传播物料,属于(A)。

A.直播后推广B.订单处理C.客户维护D.直播复盘

273、反逻辑常理型标题是希望通过相对夸张的用词来吸引用户的好奇心理,从而提升直播间的新进粉丝数。以下哪个标题属于反逻辑常理型标题?(D)

A.胖姐姐们显瘦夏装连衣裙看这里 B.开学季你必备的三件套,敢来就送

C.清新男装,专属小哥哥的5折福利 D.CEO们都爱吃的国民坚果

274、下列哪个是能实时监控全网流量,查询主播数据的淘宝直播全场景AI数据平台?(A)

A.直播眼 B.新抖 C.知瓜数据 D.飞瓜数据

275、通过(B),可以分析用户的购买倾向和主要需求,为后续直播提供互动话题素材、用户较为感兴趣的商品列表等。

A.用户互动频率 B.弹幕词数据 C.热度趋势数据 D.直播销售额

276、(A)是目前国内日活量最大的短视频平台。

A.抖音平台B.淘宝平台C.快手平台D.拼多多平台

277、在人数不多的新直播间,采取派发红包的方式提升直播间人气,以下做法不正确的是(B)。

A.让用户进入粉丝群,在群内发红包 B.介绍完一款商品之后马上发红包

C.拿着手机对着镜头展示抢红包的方法 D.让用户关注主播

278、以下哪一项不是直播前期需要准备的工作?(C)

A.脚本策划 B.场景搭建 C.订单处理 D.直播预热

279、下列商品类型中,需要用户加入粉丝团之后才能获得抢购机会的是(C)。

A.引流款 B.印象款 C.福利款 D.利润款

280、(C)是抖音平台使用的虚拟货币,可以兑换成现金,是粉丝在观看抖音直播时的打赏。

A.粉丝 B.抖币 C.音浪 D.点赞

281、.主播的具体开播时间点,主要依据(A)来决定。

A.主播的粉丝空闲时间段 B.主播的空闲时间段

C.用户的上班时间段 D.主播的心情状态

282、淘宝直播A类违规行为,扣(A)分,限制直播内容发布三天。

A.12 B.24 C.36 D.48

283、"杨迪来啦!今晚#知名主播直播间#人民日报国货好物专场~润百颜、玉泽、芝华仕、vivo……爆款好物全都有!"这是什么类型直播预热文案?(A)

A.借势型直播预热文案 B.抽奖型直播预热文案

C.简单粗暴型直播预热文案 D.价值包装型直播预热文案

284、以下哪个平台最适合进行短视频推广?(D)

A.知乎 B.豆瓣 C.微信 D.微博

285、(C)主要从流量对比、带货主播类型、客单价限制对比等方面展开。

A.主播竞品分析 B.商品竞品分析 C.店铺竞品分析 D.达人主播分析

286、(A)类软文主要面向关注直播内容和直播效果的人群。

A.直播资讯 B.核心观点 C.直播感悟 D.粉丝体验

287、没有人说话主播要抛话题并进行引导;有人发布不当言论要及时拉黑或者禁言;粉丝有疑问要及时回答,属于(C)。

A.直播互动 B.连麦PK C.直播控场 D.电商运营

288、哪个平台的商品以百元内低价商品为主?(D)

A.淘宝 B.京东 C.苏宁 D.快手

289、某主播粉丝地域分布非常均匀,能说明(B)。

A.该主播粉丝基数庞大 B.直播团队粉丝维护合理

C.该主播经常全国各地直播 D.该主播粉丝地域分布广泛

290、当直播间的成交率偏低时,可以采用的改进策略不包括(A)。

A.细节调整 B.商品调整 C.价格调整 D.转化策略调整

291、下列转粉率的计算公式正确的是(C)。

A.平均在线人数/累计观看人数 B.平均在线人数/实时观看人数

C.单场涨粉人数/累计观看人数 D.单场涨粉人数/实时观看人数

292、以下不属于达人主导的流量平台为(D)。

A.抖音 B.快手 C.微博 D.淘宝

293、2016年 New balance 创立110周年，New balance和李宗盛携手拍摄了广告片《每一步都算数》。这条长达12分钟的个人传记式的独白使New balance 品牌格调陡然升了一截。说明在网络营销中，（B）的重要性更加凸显。.

A．精准营销 B. 内容营销 C. 移动营销 D. 社会化媒体营销 .

294、一些竞争实力相对较弱的企业，往往根据实际需要进行网络竞争，当有能力参与或竞争成本相对较低时就积极采取竞争措施，当成本压力较大或对手实力过于强大时就采取回避措施。这种网络竞争方式是（C）竞争。.

A．凶狠型 B. 选择型 C. 随机型 D. 从容型.

295、嘉德在线拍卖平台的盈利主要来自佣金和广告服务，嘉德在线是（B）。.

A．经销商 B. 经纪人 C. 代理商 D. 服务商.

296、弹出窗口式抽样类似传统的街头拦截，但由于利用软件进行自动控制，其随机性比街头拦截要好，属于（D）。.

A．概率抽样 B. 等距抽样 C.判断抽样 D. 非概率抽样.

297、“双十一”网上零售的火爆说明了网络消费者需求具有（D）特征。.

A．消费需求的差异性 B. 消费行为的主动性 .

C. 消费决策的理性化 D. 需求弹性的显性化.

298、2015年春运期间，飞鹤乳业共享30万基站，实现机场、火车站、商圈等地流量全覆盖，让人们能在机场、候车站和商圈等地免费使用网络拉近与家人、朋友的距离。并以此制作《爱•没有距离》微电影广告，此广告的创意策略是（D）。.

A．品牌形象策略 B. 定位策略 C. 共鸣策略 D. 情感策略.

299、百度竞价采用（A）的广告计费模式。.

A．CPC B. CPD C. CPM D. CPA.

300、网络公关新闻标题“从没有一个女明星的护肤心得分享，如此有诚意”，这是（C）风格的标题。.

A．新闻体 B. 标题党 C. 知音体 D.甄嬛体.

301、在海底捞等待就餐时，顾客可以免费吃水果、喝饮料，免费擦皮鞋，等待超过半小时餐费还可以打九折，待客人坐定点餐时，服务员会细心地为长发的女士递上皮筋和发夹，戴眼镜的客人则会得到擦镜布……所有这些都成为年轻人在互联网上的谈资，而且会乐此不疲地将在海底捞的就餐经历和心情发布到互联网上，越来越多的人被吸引到海底捞，以至于形成“海底捞现象”。海底捞是以（A）创造口碑话题。.

A．服务 B. 情感 C. 公益 D. 品质.

302、京东到家主要向用户提供3公里范围生鲜、超市产品、鲜花蛋糕和订餐配送相关的本地生活服务项目，其采用的是（B）模式。.

A．签到 B. LBS+O2O C. LBS+SNS D. LBS+广告.

303、可口可乐品牌的官方微博“可口可乐”经常在微博中自称“小可”，并且发布内容会根据一些事件、一天的时间而有一定的针对性。其采用的是（C）SNS营销方法。.

A．情感营销 B. 娱乐性传播 C. 拟人化交流 D. 事件营销.

304、其他网站想通过优化关键词“新浪”来获得自然排名第一是不容易的，因为这是（A）关键词，搜索结果自然排名第一位的都是官方网站。.

A．导航类 B. 品牌类 C. 信息类 D. 事务类.

305、百度知识营销的推广信息即内容，是搜索顾客群体所需要的信息，是他们所期待的答案，所以更容易被接受，并且拥有更高的转化率。说明百度知识营销具有（A）的作用。.

A． 原生营销 B. 内容营销 C. 口碑营销 D. 决策拦截.

306、网络直播开启了（C）网络购物模式，消费者足不出户宅在家里就能够冠弁心仪的结实店铺。

A.海外代购 B.邮费到付 C.云逛街 D.虚拟经济

307、电商直播平台及包括在传统的电商平台上开辟直播区域，如京东直播.淘宝直播等；也包括抖音直播.快手直播.虎牙TV.斗鱼直播等（B）社交直播的平台。

A.销售型 B.娱乐型 C.学术型 D.艺术型

308、随着（B）的到来，网速越来越快，流量越来越便宜，除了给电商直播的发展提供技术保障外，也将深刻影响其他产业的电商化发展转型 。

A.网络时代 B.5G时代 C.电商时代 D. D.社群时代

309、淘宝直播是阿里巴巴推出的直播平台，定位于（A）直播。

A.消费类 B.娱乐类 C.情感类 D.才艺类

310、电商直播带货主播的粉丝群体相对稳定，因此可以尽量选择一些（A）较高的产品，如零食.日用品.化妆品等快消品。

A.复购率 B.价值 C.价格 D.人气

311、（C）设计，有助于在直播时把人.景.物合理地安排在画面中，可以更好地展示产品和主播，使屏幕前的消费者获得最佳的视觉效果。

A.背景设计 B.灯光设计 C.构图比例 D.色彩设计

312、短视频即短片视频是一种新兴的互联网内容传播方式，一般是在互联网新媒体上传播的时长在（D）以内的视频。

A.30秒 B.1分钟 C.2分钟 D.5分钟

313、（C）短视频是指通过展现商家独有或具有某方面优势的供货和销售渠道来提升客户信任感和购买欲望的视频作品。

A.营销品牌 B.营销产品 C.推广销售渠道 D.网红达人

314、（A）是调动群体情绪及建立情感联系的一条策划主线，主播要根据直播时长完成预热.爆发.收尾三个阶段节奏点的衔接。

A.节奏 B.才艺 C.话术 D.气氛

315、（C）是整个直播脚本的精华和重点部分，包括直播的产品介绍.产品数量.产品类型.产品价格.产品成分.产品卖点.产品链接.店铺优惠与折扣或者其他类型的店铺活动等。

A.直播开场 B.直播话术 C.直播内容 D.直播准备

316、（D）是直播的核心内容，要遵循从外到内，从宏观到微观的原则，加以生动真实的语言进行描述，全方位客观分析产品的优缺点，不可夸夸其谈。

A.产品测评 B.前期准备 C.直播内容 D.产品讲解

317、产品讲解是直播的核心内容，直接关系到直播销售的成败，所以需要严格按照流程依次展开，这个流程总共有(D) 。

A.四个环节 B.五个环节 C.六个环节 D.七个环节

318、针对产品的多个优势特点，主播需要着中选取（C）个优势进行深度挖掘，加深观众对产品的了解，进而促进成交。

A.1个优势 B.2个优势 C.1-2个优势 D.2-3个优势

319、粉丝经济就是一种通过提升消费者粘性，以（D）形式获取经济利益与社会效益的商业运作模式。

A.品牌营销 B.网络营销 C.线下营销 D.口碑营销

320、电商直播从业人员的（B）是电商直播从业人员在职业活动中所应具备的职业信念和价值观，也是电商直播从业人员开展执业活动的行为指引。

A.思想品德 B.职业道德 C.创新意识 D.社会道德

321、淘宝直播封面图要求包含（A）和手机淘宝首页要求两个部分主播上传的封面图需要同时满足这两部分的要求。

A.频道要求 B.平台要求 C.客户要求 D.法律要求

322、（B）是淘宝平台为用户提供的一种付费推广工具，针对淘宝直播，现已开通直播推广功能，在直播推广时间上包含“始终推广”和“直播结束则推广结束”两种选择。

A.钻石展位 B.直通车 C.淘宝客 D.超级卖霸

323、（D）是一个较为专业的环节，需要主播具备一定的专业知识和总结能力，罗列出产品存在的优势，并用生动的语言进行描述，加深观众对产品的印象和认知，提升产品成交率。

A.需求引导 B.产品介绍 C.品牌介绍 D.产品卖点介绍

324、以下哪些商品可以在直播中销售?(D)

A.过几天即将过期商品，低价甩卖 B.某大牌高仿包包

C.生产厂家未明，但是成本很低的食品 D.某品牌直供电子产品，提供三包服务

325、为了营造直播间氛围，以下做法可取的是(C)。

A.为了吸引眼球，无底线表演，违背公序良俗 B.借热点话题，辱骂热点事件当事人

C.邀请舞蹈演员，进行舞蹈表演 D.直播间拼酒

326、网红主播进行直播带货，他们属于(A)

A.达人直播 B.PGC栏目直播 C.店铺直播 D.都不是

327、淘宝直播属于哪类直播平台?(B)

A.综合类直播平台 B.电商类直播平台 C.短视频类直播平台 D.教育类直播平台

328、抖音属于哪类直播平台?(C)

A.综合类直播平台 B.电商类直播平台 C.短视频类直播平台 D.教育类直播平台

329、短视频内容策划的第一步就是要做好(A)。

A.选题 B.拍摄 C.剪辑 D.合成

330、确定(C)，就是确定短视频的风格定位。

A.短视频题材 B.短视频内容 C.短视频格调 D.短视频时长

331、刘涛在淘宝直播首次开播，三小时卖光1.48亿，创下全网明星直播的新纪录。”直播结束后直播团队公布直播数据原因是(B)。

A.炫耀刘涛本人带货能力强 B.二次传播，引起粉丝关注其直播间

C.宣传聚划算百亿补贴活动 D.直播带货很赚钱，吸引更多明星带货

332、刘涛的直播团队在直播之前需要准备什么预热物料（E）

A.签约“聚划算官方优选官”文案 B.首播预告视频

C.首播预告产品清单 D.首播预告海报 E、ABCD都是

333、如果你是刘涛的直播团队的宣传人员，你会提前在哪些平台预热发布信息（E）

A.新浪微博 B.聚划算公众号 C.刘涛抖音账号

D.淘宝聚划算频道首页 E、以上都可以发布预热信息

334、快手最大的特点就是(B)。

A.产品价格低 B.老铁经济 C.供应链强 D.带货强

335、新手淘宝主播的转粉率通常为（D）

A.5%-10% B.5%-8% C.2%-4% D.3%-5%

336、（B）是指同时正在观看直播的总人数，不包含离开的人数

A.累计观看人数 B.实时观看人数

C.平均在线人数 D.单场涨粉人数

337、（A）为本场直播所有商品销售的总额，是单场直播中最重要的数据，也是最能体现直播带货能力的数据指标，但是需要综合分析一段时间内的数据走向，才能更真实地反映主播的直播带货能力。

A.直播销售额 B.直播销售量 C.总销量 D.直播盈利

338、消费者遇到刷单现象时，应该采取下列哪项措施（A）

A.及时向平台举报 B.询问是否能参与刷单 C.关注直播间 D.购买直播间商品

339、短视频内容策划包括做好（B）和准备素材。

A.主播个人IP打造 B.选题 C.短视频拍摄 D.短视频剪辑

340、（C）平台适合去做声量，一个好玩的事件炒起来后，会有更多的人去转发、评论、发酵，容易形成爆点。

A.微信公众号 B.直播平台 C.微博 D.短视频平台

341、观众（B）数值越大，说明用户在直播间停留的时间越久，也能表明直播间的内容越能吸引用户的注意。

A.观看人数 B.平均停留时长 C.涨粉数量 D.用户画像

342、基于直播过程，整理现场图片、精彩画面或片段、平台数据等直播素材，制作图文、视频等二次传播物料，属于（A）。

A.直播后推广 B.订单处理 C.客户维护 D.直播复盘

343、以下哪个主播是在抖音直播？（D）

A.薇娅 B.李佳琦 C.辛巴 D.罗永浩

344、以下哪个话术可以在直播中出现的？（C）

A.本产品采用最顶级羊毛制作而成

B.这个酒是人民大会堂特供酒品

C.这款美白精华是有美白特证的，能够亮白肌肤

D.经常吃我们这款燕窝，可以强身健体，增强免疫力

345、以下关于主播行为说法正确的是（A）。

A.主播带货有进货查验义务，要保证产品质量问题

B.为了更好地带货，主播可以适当夸大产品功效

C.为了突出产品质量，直播中可以贬低其他品牌商品

D.只要不是假货，产品有质量问题也可以卖

346、在直播间的所有粉丝中，（A）最能为直播间带来收入或者创造利润。

A.忠实粉丝群 B.普通粉丝群 C.土豪粉丝群 D.黑粉群

347、通过（B），可以分析用户的购买倾向和主要需求，为后续直播提供互动话题素材、用户较为感兴趣的商品列表等。

A.用户互动频率 B.弹幕词数据 C.热度趋势数据 D.直播销售额

348、（B）是指直播间观看用户中点击宝贝进店或加购的比例。

A.下单转化率 B.引导进店率 C.涨粉率 D.新增粉丝数

349、在直播间场地空间规划方面，货品的陈列和摆放要符合（B）的习惯。

A.助播 B.主播 C.老板 D.运营

350、激发粉丝群内粉丝参与感的最佳方式是（C）。

A.进行话题讨论 B.分享最新信息 C.邀请直播参与 D.设置专属福利

351、以下哪项不属于流量运营的措施？（D）

A.优化店铺商品链接 B.提高直播间封面图质量

C.直播间发红包 D.分析直播数据

352、以下哪项不属于定制生产的特点？（D）

A.买家在线下单 B.企业精准生产 C.满足买家个性化需求 D.企业库存增加

353、在直播的过程中，主播哪项平台操作是合规的？（C）

A.主播在直播的时候宣传竞争平台

B.主播在直播间内以文字、语音等任何形式宣传其他视频平台

C.主播在平台内直播宣传本平台内容

D.主播同时打开两个不同平台

354、粉丝对视频或直播间的转发、分享，通常是在（B）进行传播。

A.粉丝的直播间中 B.粉丝自己私域社群中 C.直播平台中 D.其他平台用户社群中

355、以下哪个活动不是为了增强互动，提升直播间热度？（A）

A.直播间专属优惠满300-20 B.关注主播领优惠券

C.满观看时长领优惠券 D.评论截图抽奖

356、以下关于淘宝直播间操作说法错误的是（B）。

A.常见的系统操作有福利抽奖、发布公告、订阅小卡等

B.直播间操作只能在pc端中控台互动面板完成

C.公告入口可以设置直播间滚动公告，用于提醒用户注意信息

D.设置关注卡片，可以让直播间弹出关注信息，引导粉丝关注

357、下列说法正确的是（B）。

A.客户关系管理只注重吸引新顾客

B.客户关系管理实质上是一种“关系营销”

C.交易营销更注重保留客户，建立长期稳定关系

D.上述说法都不正确

358、淘宝店铺开通抖音小店店铺评分不低于（C）分。

A.4.5 B.4.6 C.4.7 D.4.8

359、下面关于直播的说法不正确的是（B）。

A.在当下直播营销的风口，抢占时机

B.直接进入市场，不需要任何技巧

C.将自身品牌人群特征，对症下药

D.结合营销策略，选择符合品牌形象，品类特征的直播平台

360、直播间隔音设置也是非常重要的一个方面，相对比较安静的直播间需要在地板铺上（C），避免回音。

A.毛毯 B.塑料布 C.吸音毯 D.纸板

361、“流光瓶预售抢买一送一”属于哪类直播标题？（B）

A.内容型标题 B.活动型标题 C.福利型标题 D.以上都不是

362、以下说法错误的是（D）。

A.直播预热海报要体现直播活动主题 B.预热海报要体现直播的时间、渠道、产品等

C.直播海报设计要美观，配色要和谐 D.海报设计不建议使用竖屏图

363、抖音和快手是当前比较热门的直播平台，（B）就是专业针对快手直播平台的数据分析平台。

A.直播眼 B.新快 C.新抖 D.飞瓜数据

364、"杨迪来啦！今晚#薇娅直播间# X人民日报国货好物专场～润百颜、玉泽、芝华仕、vivo……爆款好物全都有！"这是什么类型直播预热文案？（A）

A.借势型直播预热文案 B.抽奖型直播预热文案

C.简单粗暴型直播预热文案 D.价值包装型直播预热文案

365、主播介绍商品的时候，以下做法错误的是（C）。

A.以产品痛点切入产品，激发消费者需求 B.使用专家证言，打消消费者疑虑

C.直言产品价格是史上最低价，激发消费冲动 D.制造库存紧张氛围，催促下单

366、关于直播脚本以下说法错误的是（C）。

A.直播脚本能够协调直播参与人员，所有人人手一份

B.直播脚本要清晰、详细、可执行

C.突发情况很难预知，所以直播脚本无法帮助风险控制

D.直播脚本制定了直播主题和目标，能帮助实现直播效益最大化

367、“你还记得自己小时候的样子么？是否怀念那些想哭就哭，想笑就笑的时刻？5月10日晚8点，哆啦薇娅的时光机发车啦~ 和@百雀羚一起，重温那些放肆大笑的美好时刻。#开怀笑无惧纹# ”这是什么类型直播预热文案？（C）

A.抽奖型直播预热文案 B.简单粗暴型直播预热文案

C.价值包装型直播预热文案 D.设置悬念型直播预热文案

368、以下关于直播预热视频的说法错误的是（D）。

A.通过利益点预热，来增强视频的诱惑力，激发观看视频用户关注直播

B.某场直播邀请来某知名人物，可以拍摄直播亮点预热视频

C.冲动消费类型产品可以提前拍摄产品预热视频

D.粉丝对直播筹备阶段花絮都不感兴趣，不可作为预热视频

369、以下关于直播中评论管理说法错误的（D）。

A.设置直播间欢迎词可以提升粉丝体验

B.直播间快捷短语能让粉丝快速输入评论

C.直播间屏蔽词设置可以屏蔽违禁用语

D.直播间里评论产品不适合自己的粉丝可以直接拉黑

370、不同平台对于直播权限开通的要求不同，具体的实时规则最好通过什么渠道了解？（A）

A.平台官方网站 B.其他做直播的朋友 C.百度搜索 D.微博等社交媒体

371、某主播在直播中宣称某保健品具有降低血糖，降低血压的功效，以下说法错误的是（D）。

A.主播违反了法律法规

B.是夸大捏造产品功效虚假宣传行为

C.保健品不得宣传具有医疗效果

D.主播可以巧妙的用“降低某糖，降低某压”来避免违规

372、下列哪个是淘宝直播领域专业可视化数据分析监测云平台，为商家、播主及机构提供精准、可靠、高效的直播数据分析服务？（C）

A.新抖 B.直播眼 C.知瓜数据 D.飞瓜数据

373、以下哪一项是主播抽奖容易出错的地方？（D）

A.明确告诉粉丝抽奖的参与方式，例如进行评论

B.抽奖的时候一直提醒粉丝加关注

C.新粉丝进来时提醒抽奖信息 D.抽奖结束没有告知抽奖结果，等下播后公布

374、某主播在直播间进行脑筋急转弯互动，回答问题正确的粉丝可获得奖品。这是一种（B）互动玩法。

A.抽奖互动 B.直播间游戏互动 C.派发红包 D.连麦互动

375、在人数不多的新直播间，采取派发红包的方式提升直播间人气，以下做法不正确的是（B）。

A.让用户进入粉丝群，在群内发红包 B.介绍完一款商品之后马上发红包

C.拿着手机对着镜头展示抢红包的方法 D.让用户关注主播

376、以下不属于直播预热目的的选项是（C）。

A.清晰描述主题和直播内容，能让用户提前了解直播内容

B.便于运营人员进行主题包装推广和宣传

C.可以让主播不用再花精力做开播前的准备

D.根据预热效果调整直播策略

377、以下哪一项不是直播互动方式？（C）

A.主播甲直播时跟粉丝连麦聊天 B.主播乙直播时发起抽奖活动

C.主播丙直播时介绍一款促销的产品 D.主播丁直播时向粉丝提问并发起了一轮投票

378、（B）是粉丝和主播之间互动的频率指数，积累和转化粉丝，是提高互动数值的利器。

A.粉丝分层 B.粉丝亲密度 C.粉丝等级 D.粉丝密度

379、以下不属于直播商品样品相关物料的是（D）。

A.样品摆放货架 B.样品配合道具 C.商品样品 D.品牌玩偶

380、以下关于直播间标题的说法错误的是？（D）

A.直播标题要和直播内容相关

B.带有“秒杀”、“清仓”等字眼的标题是违规的

C.标题内容切中粉丝工作生活中常见的场景，让粉丝产生共鸣

D.只要商品够便宜，标题怎么起都无所谓

381、关于预热文案说法错误的是（D）。

A.好的直播预热文案能吸引粉丝进入直播间观看

B.抽奖文案利用“占便宜”的心理能吸引用户注意

C.悬念型文案利用用户的好奇心理

D.平台都差不多，一套文案可以发不同的平台上

382、直播间运营时，主播和粉丝也可能会出现各种矛盾，在解决问题时，主播一定要（A）。

A.亲自参与解决 B.邀请第三人介入解决

C.交给第三方解决 D.邀请粉丝参与解决

383、产出有情感共鸣点的内容，激发用户共情、移情，可以提升短视频引流的效果。短视频引流中，以下说法不正确的是（C）。

A.内容短视频要真实性 B.内容的取材和选题要与账号定位吻合

C.内容的取材和选题与账号无关 D.账号本身的人设要足够稳定

384、淘宝直播中，不能通过手机淘宝直播APP操作完成的是（A）。

A.发布优惠券 B.秒杀推送 C.发布公告 D.发布直播预告

385、抖音直播间视频推荐流量来源是指（D）。

A.从同城页推送进入直播间带来的流量

B.由抖音直播平台直播广场页面进入直播间带来的流量

C.关注直播的粉丝从关注页面进入直播间带来的流量

D.由他人或自己的视频引流推荐，或者直播间dou+选择视频加热直播间带来的流量

386、反逻辑常理型标题是希望通过相对夸张的用词来吸引用户的好奇心理，从而提升直播间的新进粉丝数。以下哪个标题属于反逻辑常理型标题？（D）

A.胖姐姐们显瘦夏装连衣裙看这里 B.开学季你必备的三件套，敢来就送

C.清新男装，专属小哥哥的5折福利 D.CEO们都是爱吃的国民坚果

387、企业直播电商平台,其核心是（B）

A、人气和收费 B、主播和供应链 C、品牌和粉丝 D、粉丝和直播时间

388、直播电商可以按照（B）分出多种模式。

A、权、责利及分配机制 B、人、货场及直播渠道

C、人、事、平台及渠道 D、人、财、物及渠道

389、市场调查的特点不包括下列哪一项?（A）

A、调查目标的不确定性 B、调查方法的科学性

C、资料收集的经济性 D、调查结果的不确定性

390、4下列不属于抖音短视频产品设计的是（D）

A、采用“霸屏”阅读模式

B、没有时间提示

C、默认打开方式为进入“推荐”页面

D、主页上有 3 个频道:“关注”“发现”和“同城”

391、下列说法错误的是（A）

A、网络主播不需要有专业的知识储备

B、直播是主播与粉丝实时“面对面”互动的过程

C、主播要有积极向上的形象

D、主播要持续打造有自己属性的标签

392、营销组合调查不包括（A）

A、产品调查 B、价格调查 C、分销渠道调查 D、促销调查

393、在使用抖音账号过程中，以下选项中哪个是正确的行为（D）

A、通过网站或社交媒体购买抖音账号，进行电商带货

B、通过付费刷粉或发布大量低质量内容等方式快速获取粉丝

C、通过资料、评论、投稿、私信等功能发布兼职广告，引流其他平台交易

D、注册个人抖音账号，发布优质内容涨粉，开通电商权限，售卖正常商品

394、关于化妆品类商品宣传时，以下行为正确的是？（D）

A、化妆品类商品分享涉及医疗疾病相关元素，使用消炎、修复细胞等词汇进行

化妆品类商品宣传

B、使用绝对化用语宣传化妆品类商品时，进行效果承诺。如这款商品用完之后

皮肤绝对会变得非常光滑细嫩

C、某款面霜曾经商详页标价为 100 元（但未曾售出），直播秒杀价 66 元。在宣

传时商品卖点、作者口播、直播间贴纸等宣传“原价 100 元”

D、宣传涉及专利、荣誉、销量、效果指数等内容时，需同时明确相应的专利号、

数据来源、质检资质报告等，或以上数据在第三方商品详情页公开可查

395、电商直播带货主播的粉丝群体相对稳定，因此可以尽量选择一些（A）较高的

产品，如零食、日用品、化妆品等快消品。

A、复购率 B、价值 C、价格 D、人气

396、企业产品的竞争力来自产品“卖点"，以下哪个不是（D）

A、新颖 B、独特 C、奇异 D、缺点

397、在商品讲解时，以下行为哪种是正确的？(C)

A、在售卖某款钱包时，宣称是真皮、牛皮材质，但详情页展示为人造革

B、在售卖羊毛衫时，主播口播说到该款商品羊毛含量为 100%，详情页展示羊毛

含量 30%

C、主播在介绍一款被子时，宣称该产品是蚕丝被，详情页标示为 100%桑蚕丝

D、如宣扬食品为百分百纯天然、无添加，但配料表却显示含有人工添加剂.

398、平台鼓励大家记录美好生活，以下什么内容是可以展示给大家的？（C）

A、真实校园欺凌现场片段 B、意外事故后的血腥现场

C、通过讲道理等形式提倡正能量 D、真实虐待动物的过程

399、以下表述错误的是（D）

A、主播入驻网络直播营销平台应当进行实名认证

B、主播应当保证信息真实、合法

C、主播向商家、网络直播营销平台等提供的营销数据应当真实

D、直播营销主体可以适当刷单、炒信等提升流量

400、以下关于新媒体主播职业定位不正确的是（C）

A、新媒体主播是新媒体节目形态的“把关人”

B、新媒体主播是所在节目的“窗口”

C、新媒体主播是跟受众没有关系的独立存在

D、新媒体主播是社会舆论的倡导者

401、关于商品话术宣传中，以下哪项行为符合平台要求？（C）

A、7 日内曾以“398 元、388 元”的价格在 A 平台售出；“318 元、298 元”的

价格在 B 平台售出。现在 B 平台售卖该商品，宣传该商品的原价为 398 元。

B、视频或直播中宣传商品材质为纯棉材质，商品详情页中材质为 90%棉，10%涤

纶

C、在商品后台及商品详情页上传美白特化证明后，在直播中口播宣传该商品具

有美白功效

D、商品详情页中标注：假一赔三，主播在口播宣传时说：假一赔十，假一赔万

402、（B）负责全国互联网直播服务信息内容的监督管理执法工作。

A、国家互联网信息局 B、国家互联网信息办公室

C、地方互联网信息办公室 D、国家互联网直播办公室

403、以下直播间口播话术中，不属于违规行为的是？（D）

A、宝宝们！今天给到大家的价格真的是绝无仅有了，错过这个村就没这个店了！

B、这款水光面膜是某猫销量第一的面膜，性价比极高

C、这款冰肌水的成分是来自喜马拉雅 5128 米的天然小分子团冰川水，快速渗透，

直达肌底

D、这是我们家的明星产品雪域冰肌水，主要功效是补水保湿，上妆前用可以防

止底妆卡粉，晚上用可以持久保湿

404、美食类直播为了凸显食物本身,调动消费者食欲,通常采用居中构图法和（D）

A、汇聚点构图法 B、三分构图法 C、对称构图法 D、对角线构图法

405、消费者产生购买行为的内在动因和主要驱动力量是消费者的（C）

A、攀比和嗜好 B、生理和心理 C、需求和动机 D、多样和层次

406、直播间的整体风格取决于（C）

A、场地的大小 B、品牌商的要求 C、产品或主播的风格 D、灯光的布局

407、在带货过程中，以下行为正确的是？（B）

A、商品详情页中售后服务标注：7 天无理由退换货，在口播宣传时说：21 天不

满意随时可以退换货

B、宣传商品材质时，主播口播材质与商品详情页展示的材质完全一致

C、虚假送礼利益承诺或虚假秒杀，如宣传 1.9 米秒 13 个刷子，但商品未上架

D、售卖普通的精华水，但口播宣传时介绍该精华水具有美白的作用

408、在直播过程中，以下行为正确的是？（C）

A、发布虚假互动信息，如：“评论区扣 666，停留 5 分钟系统自动识别送家用

烤箱！

B、达人小张直播中利用超低价、秒杀等猎奇噱头吸引用户观看，但不上架对应

产品

C、直播过程中承诺通过“抖币福袋”抽取幸运观众，中奖粉丝收到对应抖币

D、以赠送礼物为噱头刻意诱导粉丝关注其账号进行互动，但并未履约

409、下列属于技巧转场的是（A）

A、划像转场 B、声音转场 C、主观镜头转场 D、空镜头转场

410、关于商品推广宣传时，以下做法正确的是？（B）

A、达人小张在视频内容分享中介绍的是红色外套，但购物车中上架的为绿色外

套

B、在使用“原价”进行宣传时，其所标示的优惠前原价是具体商品或服务的经

营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交，有交易票据的最低交易价格

C、分享普通食品时，使用祛除宫寒、去湿气、调理气血不足、治疗肾亏等词汇

进行宣传

D、特殊用途化妆品，所宣传的特殊功效与其所属特殊用途类别不一致

411、“人人都有麦克风”是对（D）这一媒介出现后的描述。

A、广播 B、电视 C、新闻网站 D、社会化媒体

412、关于直播设备的选用，说法正确的是（D）

A、摄像头主要有红外摄像头和高清摄像头,目前以红外摄像头为主。

B、主播需要的设备中,摄像头、声卡和麦克风都可以与所有电脑兼容通用。

C、内置声卡可以用在台式电脑、笔记本电脑和手机上。

D、手机直播逐渐成为主流，专门的手机直播设备也应运而生。

413、以下对直播前需要准备的硬件设施描述错误的一项是（C）

A、摄像头、麦克风、声卡 B、直播手机、直播支架、监听耳机

C、游戏鼠标、直播手机、麦克风 D、直播支架、防喷罩、声卡

414、对不定型购买者要做到（C）

A、耐心服务 B、快速出货 C、当好参谋 D、如实介绍商品

415、下列反映主播的直播控场能力的是（C）

A、建立个人 IP B、突出商品亮点

C、营造直播间氛围 D、灵活运用专业词汇讲解

416、互联网营销师的商业素养要求从业人员在商业活动中自觉遵守商业活动伦理、

行业规范和企业制度的意识这是指（C）

A、市场意识 B、风险意识 C、规则意识 D、服务意识、

417、关于直播沟通技巧说法正确的是（A）

A、主播在直播的时候一定要注意自己的语言,避免说出一些会误伤部分人群的话。

B、主播在直播时要真诚，可以快意恩仇。

C、为了增加信息量,主播语速要尽可能快。

D、主播在直播时要保持微笑，不要有其他表情。

418、在我国,典型的四大综合型门户网站不包括（C）

A、新浪 B、搜狐 C、百度 D、网易

419、营销策划适合（D）产品

A、标准化产品 B、销量不好的产品 C、虚拟产品 D、所有产品

420、根据涉及的策划时间长短不同,营销策划可分为（B）

A、长期策划 B、营销战略策划和营销战术策划

C、短期策划 D、全程策划和单项策划

421、OBS 在直播领域是广泛使用的,它属于（A）

A、直播辅助软件 B、直播控制软件

C、直播平台自带直播伴侣 D、手机直播软件

422、在带货过程中，以下行为正确的是？（A）

A、非特殊用途化妆品不宣传特殊化妆品功效

B、某商品宣传过程中，明示或暗示化妆品具有消炎等效果

C、使用医护人员形象、医疗机构或医疗专家进行商品推荐

D、宣传某食品营养价值高，功效可替代“药品”或“母乳”

423、互联网直播服务提供者应对直播内容实施（A）管理

A、先审后发 B、先发后审 C、后发后审 D、非禁即发

424、关于站外引流及专拍链接，以下不违反平台要求的是？（C）

A、介绍上 XXAPP（非抖音）搜索 XXX 即可购买

B、达人小刘，发布的一款服饰，无具体商品详情页，标题仅以秒杀福袋展示

C、达人小张，发布了一款服饰，商品详情页中对其款式、质量等参数等进行准

确描述

D、利用抖音号/个签/私信/评论等功能引导用户添加第三方平台交易

425、关于视频内容与分享商品相关性描述，以下说法正确的是？（C）

A、视频中展示某饮料商品，购物车商品为女装外套

B、视频中展示商品为袋装牛奶，购物车商品为水杯

C、视频中展示某款 T 恤，购物车商品同样是 T 恤

D、视频中展示迷你（玩具）衣架，购物车商品为普通衣架

426、抖音禁止发布夸大宣传的产品广告。如果准备出一期广告视频，以下哪个广

告描述是没有问题的？（C）

A、我们家美白产品美白效果一流，黑人用了都变白了！

B、今天飞机场明天大山峰，谁用谁知道

C、这款连衣裙遮肚子遮大腿，比较适合梨形身材的妹子

D、这个产品主打时效，使用过后脂肪将会以肉眼可见的状态消失

427、针对“几号宝贝，主播可不可以试一下”这个问题，主播最恰当的做法是（B）

A、提醒顾客看信息牌以及留言加关注 C、耐心引导和讲解

B、围绕这款产品进行有针对的讲解 D、安抚粉丝情绪

428、新媒体主播人的表达要有亲和力，是指（C）

A、要用温柔的声音，让受众感到亲切

B、要用不温不火的语气，让受众易于接受

C、要符合表达内容，与人民大众有共间的态度情感

D、要迎合受众的心理，不能有太多自主的引导

429、下列直播标题中属于“传达利益点”的是（B）

A、母婴生活用品，快来抢购! B、减脂塑形，轻松瘦身!

C、太大了!海水大虾! D、纯棉加绒卫衣 1 折起

430、新媒体主播在直播的过程中，经常要跟粉丝互动，要求新媒体主播的语言表

达要有感人的魅力，很重要的一点是要做到（A）

A、情绪饱满 B、随性而为 C、措辞准确 D、追求打赏

431、在商品讲解时，以下行为哪种是正确的？（B）

A、如宣扬食品为百分百纯天然、无添加，但配料表却显示含有人工添加剂;

B、主播在介绍一款被子时，宣称该产品是蚕丝被，详情页标示为 100%桑蚕丝

C、在售卖羊毛衫时，主播口播说到该款商品羊毛含量为 100%，详情页展示羊毛含

量 30%

D、在售卖某款钱包时，宣称是真皮、牛皮材质，但详情页展示为人造革

答案：

432、某企业的线上主营业务是枸杞零售。其新媒体部门撰写的文章《枸杞泡水好不好?

中老年保健应该这样做！》，适合发在下边哪个渠道（D）

A、大学生论坛 B、针对职场 1-3 年的微信公众号

C、以冷笑话为主要内容的微博账号 D、养生美食 DIY 网站

433、大数据显示，刷抖音的用户性别占比为（D）。

A、女性占比 30%以上 B、男性占比 66%以上

C、男性占比 80%以上 D、女性占比 60%以上

434、以下哪种不属于运营能力（A）

A、编程能力 B、战略能力 C、策划能力 D、执行能力

435、下列那种行为不会降低账号权重？（D）

A、一个抖音号多个手机进行登录大量点赞 B、多个抖音号用同一手机登录

C、账户频繁登陆登出 D、每天登录抖音账号

436、下列哪种视频不需求加地理定位？（A）

A、内容跟地方属性没有关联

B、内容垂直风格统一且整体内容跟地方属性有关系

C、内容垂直风格统一且部分内容跟地方属性相关

D、以上都可以

437、在正式开始发布视频前要做的是什么工作？（D）

A、先养号 3-5 天

B、先吸引粉丝 100 以上

C、确定自己喜欢的制作类型

D、写好标题和内容

438、关于商品分享，以下哪类商品平台允许分享？（B）

A、医疗保健、减肥、丰胸等黑五类商品

B、室内装修、线路改造、家具制作等建材设计工具书

C、枪支弹药、军警制服等及其仿制品

D、以上都可以分享

439、标题场景化对应（D）三大因素。

A、定位+地域+群体 B、情感+表达+手法

C、内容+渠道+资源 D、情感+地域+群体

440、下列选项中能解决先天性限流的方法是（C）

A、账号频繁登陆登出、频繁更换设备

B、头像，签名违规使用

C、正常操作抖音号，完成实名认证、绑定手机

D、内容有违规词语

441、主播在设置连麦游戏的惩罚内容时，要考虑到对方主播在执行惩罚内容时的（A）

A、各种支出成本 B、财富收入数额 C、笑点 D、悬念

442、抖音种草领域的玩法跟一般的 IP 玩法区别在于？（B）

A、种草不需要重视视频质量

B、可以植入产品带来订单

C、种草能打硬广告

D、种草对粉丝无要求

443、关于引导用户互动中，以下引导话术正确的是？（A）

A、点击左下角的购物车拥有同款

B、玩抖音可以加微信，点击主页有惊喜

C、大家打开 XXAPP（非抖音）搜索“XXX”进店领红包

D、以上话术都正确

444、无自有商品的可以通过（D）平台进行产品推广赚取佣金变现。

A、精选联盟和 XXX B、淘宝同盟 C、拼多多 D、精选联盟和淘宝联盟

445、下列不属于抖音短视频产品设计的是（ D ）。

A．采用“霸屏”阅读模式

B．没有时间提示

C．默认打开方式为进入“推荐”页面

D．主页上有3个频道：“关注”“发现”和“同城”

446、下列不属于短视频拍摄的辅助器材的是（ C ）。

A．三脚架 B．稳定器 C．微单 D．话筒

447、根据景别的大小，由远及近排列正确的是（ A ）。

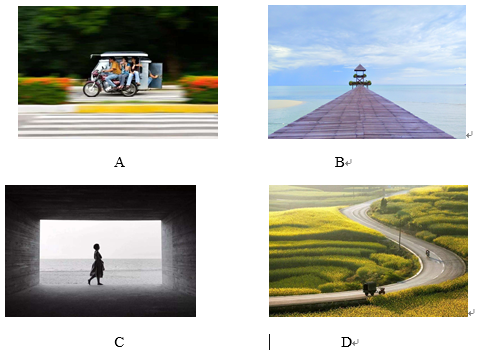
A．远景——中景——特写

B．远景——近景——全景

C．全景——近景——中景

D．中景——近景——全景

448、下列属于框架式构图法的是（ C ）。



449、下列属于技巧转场的是（ A ）。

A．划像转场 B．声音转场 C．主观镜头转场 D．空镜头转场

450、下列不属于冠名广告的是（ C ）。

A．片头标板 B．主持人口播 C．平台贴片 D．片尾字幕鸣谢

451下列不属于短视频平台的是（ B ）。

A．抖音 B．斗鱼 C．快手 D．微视

452、常见的直播带货模式不包括（ D ）。

A．店铺直播模式 B．直播分享商品 C．砍价模式 D．用户打赏模式

453、在设置淘宝直播预告时，需要注意的问题不包括（ C ）。

A．预告视频不要有水印 B．视频应为横屏

C．视频要添加字幕 D．要在当天16点以前发布

454、在设计淘宝直播封面图时，需要注意的问题不包括（ C ）。

A．展现固定信息 B．干净、整洁 C．使用拼图 D．展示直播间特色

455、下列不属于直播特征的是（ D ）。

A．真实性 B．实时性 C．互动性 D．严肃性

456、在以电商直播平台为基础的直播营销产业链中，下列属于产业链中游的是（ A ）。

A．MCN机构 B．批发商 C．经销商 D．用户

457、下列反映主播的直播控场能力的是（ C ）。

A．建立个人IP B．突出商品亮点

C．营造直播间氛围 D．灵活运用专业词汇讲解

458、关于直播间灯光的摆设，下列灯光不能反映主播轮廓的是（ B ）。

A．辅助光 B．主光 C．轮廓光 D．顶光

459、下列商品来源中，利润很高，适合超级头部主播的是（ B ）。

A．分销平台 B．供应链 C．自营品牌 D．合作商

460、下列商品类型中，需要用户加入粉丝团之后才能获得抢购机会的是（ C ）。

A．“引流”款 B．印象款 C．福利款 D．利润款

461、下列属于主播直播基本能力的是（ A ）。

A．语言表达能力 B．商品讲解能力 C．直播控场能力 D．商品带货能力

462、下列直播标题中属于“传达利益点”的是（ B ）。

A．母婴生活用品，快来抢购！ B．减脂塑形，轻松瘦身！

C．太大了！海水大虾！ D．纯棉加绒卫衣1折起

463、在人数不多的新直播间，采用派发红包的方式提升直播间人气，下列做法中不正确的是（ B ）。

A．让用户进入粉丝群，在群内发红包 B．介绍完一款商品后立刻发红包

C．拿着手机对着镜头展示抢红包的人数 D．让用户关注主播

464、下列不属于室内直播设备的是（ D ）。

A．视频摄像头 B．电容话筒 C．灯光设备 D．手持稳定器

465、斗鱼和（ A ）的相继成立，正式拉开了游戏直播的大幕。

A 虎牙 B 六间房 C yy D 9158

466、微博的直播战略合作伙伴是（ D ）

A 花椒直播 B 映客直播 C 熊猫直播 D 一直播

467、低配版直播团队在初期直播时长最好为（ A ）

A 1小时左右 B 2小时左右 C 3小时左右 D 4小时左右

468、为了让人设 “立得住 ”，直播团队还需要通过（ D ）积极渲染主播人设。

A 策划一系列故事 B 在直播间讲故事 C 打造自媒体的传播矩阵 D 以上全选

469、下列不属于分析对比法的环比分析的是（ A）

A 本周一与上周一对比 B 今天与昨天的对比

C 本月与上月的对比 D 本年与去年的对比

470、关于FAB法则，即属性、作用、益处的法则。FAB对应的是三个英文单词不包括（D）

A Feature B Advantage C Benefit D Future

471、下列不属于以知识传播为主的短视频的特征的是 （ C）

A 通俗易懂，要能对用户起到很好的指导作用

B 实用性要强，能够切实解决用户在工作或生活中遇到的问题或困难

C 幽默搞笑，能让用户在快乐中有收获

D 有独特风格，能够提高用户的观看体验，促使用户关注、转发和分享。

472、以下时间段中，不太适合大型直播活动的预告时间的是（ A）

A 提前一个月 B 提前一周 C 开播前 3 天 D 开播前一天

473、直播的发展历程分为四个阶段，按照时间顺序是( B )

A、PC端游戏直播一PC—秀场直播一移动端直播一电商直播

B、PC端秀场直播一PC端游戏直播一移动端直播一电商直播

C、移动端直播一PC端秀场直播一PC端游戏直播一电商直播

D、PC端秀场直播一移动端直播一 PC端游戏直播一电商直播

475、在淘宝直播中，直播内容能否被用户优先看到，关键在于（A ）

A 用户是否主动关注了账号 B 平台推荐 C 主播影响力 D 商品类别

476、从用户角度出发，分享直播购物体验,作用是（ C ）

A 打造主播的“专业”人设，吸引更多的行业人士关注主播、回看直播

B 拉近主播与用户的心理距离，吸引用户关注主播

C 提升用户对主播和直播间的信任度

D 提升主播和直播间的影响力

477、质量可靠，有科技感、极简风格的商品，更容易让以下哪种用户做出购买决策（ C ）

A 少年 B 老年 C 男性 D 女性

478、某商品在其他渠道的 销售价格为 59 元， 在直播间的销售价格是： 第一件 39 元、 第二件 29 元、第三件19 元、第四件0 元。该商品在定价时遵循了哪种定价策略（ D ）

A 价格锚点策略 B 要素对比策略 C 非整数定价策略 D 阶梯定价策略

479、直播复盘分析原因时， 直播团队从 “与预期不一致” 的地方入手， 开启连续问 “为什么” 模式，可以从（D）角度展开追问。

A 从“导致结果”的角度 B 从“检查问题”的角度

C 从“暴露流程弊端”的角度 D 以上都对

480、2020 年 7 月 6 日， （ A ） 正式成为国家认证的职业，为 道路。

A 互联网营销师 B 网络营销师 C 网络主播 D 网络销售

481、（C）直播团队的工作目标可以定位为稳定提升直播间的“带货”能力。

A 低配版 B 基础版 C 进阶版 D 高阶版

482、直播商品比较新奇、独特，并具有视觉美感，可以看出直播间的目标群体是：（ A ）

A 少年 B 中青年 C 中年 D 老年

483、以下哪些商品是直播间重点推荐的商品，一般在直播中可以达到50%以上：（ C ）

A 印象款商品 B 引流款商品 C 利润款商品 D “宠粉”款商品

484、直播引流内容发布的时间一般选择在以下哪个时间段？（ C ）

A 7:00-9:00 B 12:00-14:00 C 19:00-21:00 D 21:00-23:00

485、对于一部分用户，主播会建议其购买性价比高的“印象款”商品，这类用户属于：（ C ）

A 高频消费型用户 B 低频消费型用户

C 随便转转的平台老用户 D 直播平台新用户

486、直播复盘的第一步，是（ A ） 。

A 回顾目标 B 描述过程 C 分析原因 D 提炼经验

487、在直播的后期传播中，团队需要将直播涉及的（ D ） ，在关联自媒体平台继续传播，让直播效果最优化。

A 图片 B 文字 C 视频 D 以上都是

488、超级推荐图文／短视频推广的推广形式多样化，以下哪些选项符合图文／短视频推广的推广内容?( C )

A.淘积木 B.图文 C.短视频 D.直播

489、以下哪款APP属于问答社区产品? （ C ）

A.抖音短视频 B.火山小视频 C.悟空问答 D 小红书

490、无论是抖音的口号“记录美好生活”，还是快手的口号“记录世界记录你”，无不在强调短视频的记录功能，从这个意义上来讲，短视频具有和记录片类似的功能。从微观视角来看，短视频记录的只是一些碎片化的内容，但是从宏观视角来看，短视频记录的却是一个时代的整体风貌。不同于纪录片，短视频的记录是一种拼图式记录，它聚合于拼贴了普通个体对生活瞬间的碎片化记录，以其丰富多样的视角合力记录了一个时代的整体风貌。这段文字意在强调:( C )

A.短视频与纪录片的不同之处 B.短视频和纪录片都具有记录功能

C.短视频记录一个时代的整体风貌 D.短视频记录的是碎片化内容

491、短视频作为淘宝内容营销的流量风口,商家应按照视频制作要求拍摄视频上传渠道以获取流量,以下哪个说法是对淘宝短视频错误的诠释?( D )

A.有热点性、季节性、话题性的内容更容易被关注

B.淘宝短视频支持16:9;9:16两种比例

C.视频中不能含其它平台的二维码、站内外店铺等任何二维码信息

D.视频时间越长，就越能获取到更多的流量(正确答案)

492、根据短视频规则的详细介绍,以下哪个类型是内容型短视频不需要的类型?( D )

A.产品教学类 B.产品评测类 C.单品展示类 D.产品知识百科类

493、短视频营销最早出现的形式是( B )

A、硬广投放 B、内容植入 C、内容定制 D、互动活动

494、超级推荐图文／短视频推广中，拉新定向－粉丝定向中的定向人群包括如下哪些?( A )

A.内容领域活跃用户 B.沉默粉丝

C.内容领域金牌达人粉丝 D.潜在粉丝

495、在发布微淘短视频时,当主视频上传完成后,会显示五秒视频添加入口,以下哪种说法是对五秒视频错误的解释?( C )

A.五秒视频将基于wifi情况下，可能会用于手机淘宝首页

B.五秒视频将基于wifi情况下，可能会在各种渠道list瀑布流的视频预览中

C.在微淘发布视频，必须添加5秒视频才能发布成功

D.添加五秒视频封面图有助于您在各渠道的内容流通。

496、短视频是指以新媒体为传播渠道，时长控制在( B )分钟之内的视频内容，是继文字、图片、传统视频之后新兴的一种内容传播媒体。

A、3 B、5 C、10 D、12

497、近两年来，短视频迅速风靡，纷繁多样的视频很容易吸引青少年的眼球，但视频内容良莠不齐。对此，我们应该( D )①抵制短视频，避免受到不良影响②学会辨析信息，少看不健康内容③提高媒介素养，获取新知促成长④利用网络平台，传播社会正能量。

A.①② B.①④ C.②③ D.③④

498、京东直播更注重直播本身的内容质量和（ A ）

A、直播的附加价值 B、直播效益

C、直播观看人数 D、直播流程

499、抖音和快手相对优酷爱奇艺等视频平台的改变是什么?( B )

A、短视频 B、竖屏播放视频 C、年轻化 D、即时性

500、抖音账号的认证最重要的作用是( A )。

A、提升曝光度的权重 B、按照平台规定办

C、细分行业 D、让竞争对手识别

501、抖音等产品是的公司开发的。( C )

A.马化腾 B.程维 C.张一鸣 D.王兴

502、下列哪项不是抖音产品思维中所运用的心理学知识?( C )

A、蔡格尼克记忆效应 B、多巴胺奖励

C、热炉效应 D、斯金纳实验

503、抖音和快手相对优酷爱奇艺等视频平台的改变是什么?( B )

A、短视频 B、竖屏播放视频 C、年轻化 D、即时性

504、小明晚上刷抖音时，发现手机快没电了，于是拿出充电宝充电，悲催发现充电宝居然坏了。请问，废弃的充电宝属于什么垃圾?( C )

A.干垃圾 B.湿垃圾 C.可回收物 D.有害垃圾

505、网络营销在当代发展迅猛，因此网络营销与传统营销相比( B )

A.现在网民数量那么多，网络营销要比传统营销占领着更多的市场份额

B.与传统营销渠道相比，网络营销现在所占份额仍然很小

C.现阶段经济规模变化太大，无法比较

D.现阶段二者相等

506、关于网络营销和传统营销的说法准确的是( C )。

A.网络营销暂时还是一种不可实现的营销方式

B.网络营销不可能对传统营销造成冲击和挑战

C.网络营销最终将和传统营销相结合

D.网络营销将完全取代传统营销的一切方式

507、关于网络营销和传统营销，说法不正确的是( A )。

A.网络营销终将取代传统营销 B.网络营销和传统营销应该整合

C.网络营销会对传统营销策略产生冲击 D.网络营销会对传统营销方式产生冲击

508、在本国范围内进行的网络营销活动是( D )

A.完全网络营销 B.非完全网络营销 C.本地网络营销 D.国内网络营销

509、电子商务和网络营销的相同点表现在( B )

A.网络营销和电子商务在企业应用的阶段与层次相同的 B.商务活动内容相同

C.网络营销和电子商务研究的范围相同 D.网络营销和电子商务设定概念的角度相同

510、以下对网络营销的定义理解错误的是( D )。

A:网络营销是传统营销理论的继承和发展 B:网络营销的手段和理念发生了很大的变化

C:应该以互联网络技术为基础 D:对立于市场营销的范畴

512、以下对网络营销概念的理解正确的是( A )。

A.网络营销是现代企业整体营销的一部分

B.网络营销就是网上销售

C.网络营销可以不依附于现代信息技术

D.电子商务是网络营销最重要的应用

513、下列对网络营销特点不正确的描述是( C )。

A、逐步体现市场的个性化，最终应以每一个用户的需求来组织生产和销售。

B、建立顾客对于虚拟企业与网络营销的信任感，是网络营销成功的关键。

C、网络营销竞争不是以顾客为焦点的竞争。

D、基于网络时代的目标市场、顾客形态、产品种类与以前会有很大的差异。

514、下面关于网络营销产品的描述，错误的是( A )。

A.网络营销产品不包括企业网站

B.实体产品要通过传统渠道运送

C.虚体产品分为软件和在线服务

D.网络营销产品分为实体产品和虚体产品

515、.以下关于短视频用户运营的三个阶段说法不正确的是( A )。

A.失去用户; B.获取种子用户; C.流量原理; D.激活用户;

516、以下关于不同平台运营技巧说法不正确的是( A )

A.秒拍:用在其他平台上获取的收入，不能快速提升秒拍的流量规模;

B.今日头条:今日头条的补贴是一种优势，可以利用这个补贴，扶持其他平台的流量;

C.抖音:无论做受众广的泛娱乐类型还是深耕某个垂直领域，都需要通过专业的内容运营和用户运营，关注音乐的选择，保证内容产出的创意和质量。

D.美拍:提升节目中网红的知名度，培养网红的粉丝;

517、以下关于短视频分发平台不正确的是( D )

A.工具型; B.内容型; C.垂直型; D.社群型;

518、国内的搜索引擎一般都是模拟雅虎，采用( D )，使用时可以从大类找 小类，直到找到相关网站。

A层次结构 B分类树型目录结构 C逻辑联系 D分类层次目录结构

519、一个完整的网络交易安全体系，至少要包括( A )三类控制措施，才能真正实现电子商务的安全运作。

A技术方面措施、管理措施和社会的法律政策与保障

B技术方面措施、管理措施和身份认证

C交易安全的实施监控措施、客户认证和社会的法律政策与保障

D技术方面措施、交易安全的实施监控措施和社会的法律政策与保障

520、 在网络市场销售的产品除了有形产品、软件外,还包括( B )。

A电子报刊 B服务 C航空订票 D信息咨询

521、( C )是属于知识、经济类的信息，收费采用成本加利润的资费标准。这类信息的采集、加工、整理、更新等比较复杂，要花费一定的费用。

A免费商务信息 B低费用的信息 C标准信息费的信息 D优质优价的信息

522、关于网络营销和传统营销的说法准确的是( C )。

A网络营销暂时还是一种不可实现的营销方式。 B网络营销不可能冲击传统营销方式。

C网络营销最终将和传统营销相结合。 D网络营销将完全取代传统营销的一切方式。

523、在当今的网络时代，网络信息的收集绝大部分是通过( C )获得的。

A聊天程序 B新闻组 C搜索引擎 D BBS

524、以下关于短视频剪辑说法不正确的是( D )

A.在智能手机与手机端应用软件兴起之前，大量的视频剪辑工作都是在 PC端完成的;

B.虽然手机端应用软件不比 PC 端专业的视频编辑软件强，但胜在可以随时随地剪辑，即时剪辑即时分享。因此，现在进行视频剪辑可以依赖与手机端的应用，没有必要再专门学习PC端的软件;

C.视频剪辑类如云美摄、小影、小影记等，视频分享类如抖音、 快手、微视、yoo 视频等;

D、小影的“视频剪辑”功能支持从已经拍摄的视频素材中选择视频进行剪辑

525、以下关于短视频推广的说法不正确的是( D )

A.保持短视频的更新频率可以提高平台推荐;

B.借助节日热点、热门时间可以提高平台推荐;

C.借助平台热门推荐活动可以提高平台推荐;

D.录制热点内容可以提高平台推荐，因为热点内容和节日热点等是一回事.

526、Logo广告形式也称为( D )

A 按钮型广告 B 移动广告 C 旗帜广告 D 图标广告

527.CD-ROM是一种（ C ）。

A输入设备 B输出设备 C辅助存储器 D操作系统

528.目前大多数局域网均采用（ B ）。

A总线型拓补结构 B星型拓补结构 C环型拓补结构 D树形拓补结构

529. 网民通过网站购买数字电影属于( A )。

A B2C电子商务 B B2B电子商务 C B2G电子商务 D C2C电子商务

530. 目前流行于欧亚的EDI标准体系是（ C ）。

A CIDX B ANSIX.12 C UN/EDIFACT D VICX

531. 营销价格的最低界线是（ D ）。

A供求关系 B竞争因素 C产品因素 D成本因素

532.与消费者直接在网上协商价格的产品定价策略是（ B ）

A声誉定价策略 B自动调价策略 C网络促销定价策略 D个性化定价策略

533. 商品的生产和消费之间存在的（ A ），需通过商品的交易进行连接。

A社会间隔 B时间间隔 C场所间隔 D信息间隔

534. ( B )对生产过程中的余料和可重复利用的物资进行处理。

A生产物流 B回收物流 C废弃物流 D供应物流

535. ( C )为电子商务系统提供基本安全机制。

A电子商务系统软件安全 B电子商务系统运行安全

C电子商务系统硬件安全 D电子商务安全立法

536. ( D )指阻止合法用户使用服务和系统。

A身份欺骗 B篡改数据 C信息暴露 D拒绝服务

537. 如果电子资金划拨未能及时完成，银行承担( A )责任。 \*

A返回资金，支付利息 B偿还汇率波动导致的损失

C补足差额 D偿还余额

538. 数字签名是指用( C )组成电子密码进行“签名”来代替书写签名或印章

A图像 B图形 C符号及代码 D特殊字体

539. ( D )标记符用于定义段落标题的大小级数

A<ul> B<li> C<br> D<hi>

540. HTML是通过( B )标记符来实现超链接的

A<p> B<a> C<li> D<br>

541. 应用CSS定义某个标记的样式而不影响其他标记，适于应用( C )。

A嵌入式样式 B外部样式文件 C内联式样式

D在<style>和</style>之间定义样式

542. 在定义样式时，要将样式定义的内容放在( A )中。

A{} B[] C<> D()

543. 客户机与服务器的连接称为( D )。

A上传 B下载 C链接 D登录

544. 使用FTP中的( D )命令可将文件上传到远程服务器。

A get B ls C carry D put

545. Telnet命令使用TCP端口号( B )作为默认值。

A 18 B 23 C 25 D 26

546. 修改数据库或数据库中对象的DDL语言是( C )。

A Chnge B Update C Alter D Revoke

547. 关于科学研究、应用或相关主题的新闻组顶级类别命名为( B )。

A soc B sci C rec D misc

548. Gopher系统的实现采用( C )模式。

A B/S B G/S C C/S D D/S

549. ( A )是将工作的主要阶段按照阶段里程碑进行划分。 \*

A 时间计划 B 人力资源计划 C 成本计划 D 沟通计划

550. 通过被调研者的身份验证防止信息采集中的舞弊行为，可保证网络市场调研的( B )。

A便捷性 B可检验性 C交互性 D充分性

551. ( D )用来描述两个变量相互之间变化方向及密切程度。

A回归分析 B聚类分析 C判别分析 D相关分析

552. 网络商店生成系统中，( B )是对各个店面相关信息进行管理的子系统，包括各商家注册信息、店面信息等。

A商家店面管理系统 B站点后台管理系统 C财务管理系统 D前台商务系统

553. ( C )使网络多媒体文件未完全下载就可以播放。

A超级终端 B点对点通信 C“动画流”技术 D多点连接

554. （ A ）即率先宣传产品占领消费者心理的网络广告策略。

A抢先定位 B比附定位 C空隙定位 D品牌形象定位

555. 运用( D )系统，可对客户信息进行有价值的分析。

A ERP B SCM C MRP D CRM

556. 下列关于电子合同描述正确的是( B )

A合同签定双方须见面协商 B电子合同所载信息是数据电文

C电子合同可以有复印件 D电子合同的履行和支付较传统合同简单

557.( A )策略是网络时代中最有效的策略。

A.全新产品 B.新产品线 C.现有产品的更新换代 D.产品线外增加新产品

558 ( B )近似于文字较少的纯文本链接，只不过在此基础上增添了图形底衬。

A.网幅广告 B.Button 广告 C.插页广告 D.电子邮箱广告

559.( A )是常用的网络营销方法，是主要的网络营销促销形式。

A.网络广告 B.站点推广 C.网络直销 D.网上销售促进

560.( B )是网络营销的核心工作。

A.推广网络品牌 B.网址推广 C.信息发布 D.销售促进

561.( D )是网络营销的主要职能之一。

A.网址推广 B.信息发布 C.销售促进 D.网上调研

562.( C )是网上应用较广泛的促销形式，是大部分网站乐意采用的促销方式。

A.折价促销 B.赠品促销 C.抽奖促销 D.积分促销

563.( A )是限定在网络中传递的商务信息。

A.网络商务信息 B.网络数据 C.网络软件 D.网络页面

564.( C )是虚拟社区最基本也是最重要的功能之一。

A.社区通信 B.聊天服务 C.张贴讨论 D.投票

565.2003 年我国网络广告经营额占广告经营总额的( C )

A.百分之三 B.百分之八 C.百分之一 D.百分之十

566，按照客户的( D )可将客户划分为政府机构、外资公司、普通公司、顾客个人等。

A.市场地位 B.时间顺序 C.交易过程 D.性质

567.不直接观察被调查对象的行为，而是观察被调查对象留下的实际痕迹的方法是( C )。

A.直接观察法 B.亲自经历法 C.痕迹观察法 D.行为记录法

568.产品性能相同，同时品牌间的差异小，消费者的购买行为就( A )。

A.简单 B.复杂 C.一般 D.困难

569.传统营销渠道在因特网的冲击下，将会发生的变化是( B )。

A.中间商的作用得到强化 B.分销商可能不再承担售后服务

C.大企业的市场渠道将会减少 D.最终用户将同中间商的关系更为密切

570.第一个网络广告产生于（ C ）

A.1990年 B.1992 年 C.1994年 D.1996 年

571.调查地区和样本数量均有限的调查适用( B )

A.网上调查 B.传统调查 C.观察调查 D:试验调查

572.对商务信息进行初步整理所采用的方法为( D )。

A.收集归类 B.综合处理 C.归类与统计 D.统计与分析

573.个人对防盗设备、保安用品、保险所产生的需求是属于( D )

A.生理需求 B.社会需求 C.尊重需求 D.安全需求

574.根据全球一些网络调查公司的调查表明，网站（ C）的访问量都来自于搜索引擎的推荐。

A.0.65 B.0.75 C.0.85 D.0.95

575.顾客服务需求的最高层次是( A )

A.了解产品全过程信息 B.接触企业人员 C.在线帮助 D.了解产品服务信息

576.顾客通过何种方式获得服务所提供的东西，属于服务质量的( A )。

A.职能质量 B.技术质量 C.作业质量 D.感受质量

577、广州宝洁公司的洗发剂分别抓住了去头屑、柔顺、护理等特征来定位，它成功的市场定位依据是( A )

A.产品实体差异化 B.服务差异化 C.形象差异化 D.人员差异化

578.激烈的竞争是网络营销产生的( C )。

A.物质基础 B.技术基础 C.现实基础 D.观念基础

579.开展“一对一”的网络公关活动可使用( C )。

A.CPM B.CRM C.E-MAIL D.FAQ

580.某商店经营以下四类产品，其中( B )类，适宜采用品牌定位。

A.日常生活用品 B.高档化妆品 C.小食品 D.文具用品

581.旗帜广告是( B )。

A.电视广告 B.网络广告 C.报纸广告 D.广播广告

582.企业公共关系活动的主体是( D )。

A.雇员 B.顾客 C.股东 D.企业

583.企业网站本身应该就是企业( B )的一部分。

A.IT B.CI C.MI D.MIS

584.市场细分的依据是( C )。

A.市场之间的差异性 B.产品之间的差异性

C.顾客需求之间的差异性 D.营销方式之间的差异性

585.网络的最大好处是( C )

A.共享性 B.便捷性 C.交互性 D.及时性

586.网络商务信息采集的经济性，就是要求采集的商务信息( A )。

A.性价比合理 B.价格低廉 C.能发挥最大效用 D.有效使用期较长

587.网络商务信息发布的基本内容是( A )。

A.产品和服务信息 B.网上广告 C.邮件列表 D.网络促销

588.网络市场调研中直接调研的方法是( A )。

A.专题讨论法 B.询问法 C.电话询问法 D.邮寄调查法

589.网络市场上买卖双方信息沟通的方式是( D )。

A.垂直沟通 B.横向沟通 C.单向沟通 D.双向沟通

590.网络信息的发布必须基于( B )来进行。

A.主页 B.网站 C.网址 D.电子邮件

591.网络营销活动基本的服务对象是( A )。

A.消费者 B.企业 C.供应商 D.厂家

592.网络营销市场的要素有( A )。

A.消费者主体 B.企业 C.政府 D.网上银行

593.网络营销首先要( A )

A.进行市场调研 B.制订营销计划 C.做好宣传 D.建立营销系统

594.网上最常用的促销方式是( A )。

A.网上折价促销 B.网上变相折价促销 C.网上赠品促销 D.网上抽奖促销

595.下列不能表现网络广告优势的是( C )。

A.交互性强 B.传播范围广 C.受众层次广泛 D.广告成本低

596.下列不是网络营销促销手段的是( C )。

A.网络广告 B.关系营销 C.售后服务 D.站点推广

597 以下市场主流的手机浏览器中不是基于webkit内核开发的是？（ B ）。

A、Chrome B、Firefox C、百度 D、Safari

598.商品销售功能不包括下面选项中的哪一项？（ C ）。

A、寻找和识别潜在顾客 B、接触与传递商品交换意向信息

C、物流 D、交货和收款

599.传统的购物形式已被互联网营销取代，它打通了（B）的联系，是一种裂变形式的传播。

A、时间与空间 B、线上与线下 C、卖家和买家 D、供应商和服务商

600.对一场直播活动进行复盘，首先需要从（ A ）进行分析。

A、数据层面 B、直播问答时长

C、粉丝画像数据指标 D、粉丝数量

三、多选题

1、网络零售的范围包括(AC)。

A、C2C B、B2B C、B2C D、C2B

2、网络零售的特点是(ABD)。

A、参与者众多 B、覆盖面广 C、产品种类单一 D、交易方式灵活

3、新的商业生态系统的支柱是(BCD)。

A、网店B、网商C、网货D、网规

4、下列属于网络零售优势的是(ABD)

A、口碑优势 B、工具优势

C、购物体验优势 D、沟通优势

5、以下属于消费者保障服务的是(ABC)

A、如实描述

B、7天无理由退换货

C、虚拟物品闪电发货

D、退货运费险

6、淘宝网在发布商品时，提供了哪几种发布方式供卖家选择（BC）

A、定时发布 B、一口价发布 C、随机发布 D、拍卖发布

7、下列属于交易状态的是(ABC)

A、买家已付款等待卖家发货

B、等待买家付款

C、卖家已发货

D、买家未付款

8、网络骗子经常采取哪些方式来行骗？(ABC)

A、发送带有木马的图片

B、发送钓鱼网站链接

C、使用相似账号来行骗

D、要求使用支付宝进行交易

9、关于退货程序哪个描述是错误的？（BD）

A、买家如需退货，必须在收到货后在支付宝规定的时间内提出申请。

B、逾期申请退货且卖家拒绝接受退货，则支付宝会将争议货款支付给买家

C、整个退货流程与正常的交易流程相反

D、为确保安全，买家可以要求卖家先退款再退货

10、淘宝网提供哪些方式来方便买家进行搜索(ABD)

A、搜索宝贝关键字

B、搜索店铺名或店铺关键字

C、搜索宝贝所在地

D、搜索掌柜名

11、支付宝认证分为个人认证和商家认证这两种，商家认证需要提交以下哪些信息？(BC)

A、身份证 B、营业执照 C、公司账号 D、税务登记证

12、以下评价哪些是可以修改的？(BC)

A、双方相互好评

B、仅一方作出“中评”

C、一方作出“差评”

D、“差评”评价超过6个月

13、关于支付宝的说法正确的是(BCDEF)。

A、支付宝可以保证资金的安全，并且不需要手续费

B、买家使用支付宝时最好申请口令卡以保证账户资金安全

C、买家使用支付宝进行购物不需要通过任何认证手续

D、支付宝是第三方代收款平台，目前在淘宝购物时使用支付宝付款是免费的

E、支付宝支持多种支付方式，包括扫码支付、声波支付、指纹支付、刷脸支付等，同时支持多种银行卡和信用卡的绑定与支付。

F、支付宝还支持跨境支付和海外购物等功能，为用户的海外旅行和购物提供了便利

14、支付宝账号是以什么来命名？(AD)

A、数字加英文 B、中文 C、电子邮箱 D、手机号码

15、支付宝是淘宝唯一的在线付款方式，它采用哪些手段来确保账户的安全性？(ACD)

A、数字证书 B、口令卡 C、支付盾 D、手机动态口令

16、下面哪些是对抵价券使用规则的错误理解？(CD)

A、抵价券必须使用于支持相应面额抵价券的商品上

B、抵价券不能与其他优惠同时使用

C、一笔交易里抵价券可以累加使用

D、抵价券如果过期了可以申请补发

17、不属于加入消费者保障服务项目的条件的是(BC)

A、淘宝网注册用户 B、不在其他平台开设店铺

C、店铺信用必须在一钻以上 D、用户卖家好评率在97%以上（包括97%）

18、具备下列哪项资质可以申请入驻商城？(BD)

A、品牌商或厂商 B、个体商户

C、代理商 D、个体代理

19、以下哪类单据，不允许出售(AC)

A、发票 B、EMS 邮政空白包裹单

C、收据 D、以上都不是

20、网上商店与传统实体商店相比，主要的优势有（ABD）

A网店商品更新速度快、客户选择范围大

B网店成本低、风险小

C无须注册，免去注册费用

D不受时间、地域限制

21、商品详情页的文案应该遵循以下几个原则（ABC）

A、运用情感营销引发共鸣

B、对于卖点的提炼要简短易记并反复强调和暗示

C、运用好FAB法则，根据用户需求考虑产品卖点文案

D、尽可能多的详细的阐述所有商品特点

22、以下说法正确的有（ABCD）

A、销售额=流量\*转化率\*平均客单价

B、转化率越高的产品，直通车质量得分越高，然后点击越省钱

C、关键词的优化选取是为了给宝贝提供一个优先的排名展示机会

D、钻石展位是在淘宝通过用图片的方式以展现付费获取流量，俗称“小硬广”，钻展的最大用途最好集中在推广品牌和活动时使用

23、以下关于直通车一个人点击多次扣费说法正确的有（BCD）

A、严格按照点击扣费，点击几次扣费几次

B、同一IP在24小时内多次点击同一个广告位置，系统会自动排查，过滤掉恶意点击

C、24小时内同一IP多次点击只记一次，所以同一局域网多台电脑点击无效

D、同一局域网内16台电脑访问一个宝贝，根据cookeis的原理，是对这个宝贝带来了16个UV，但点击IP却是只有一个

24、目前中国国内的第三方支付产品及所属公司对照正确的有（BC）

A、PayPal（网易旗下）

B、百付宝（百度旗下）

C、支付宝（阿里巴巴旗下）

D、财富通（雅虎旗下）

25、在把某一类单品打造成爆款之前，需要对整个市场进行综合考察分析，其中描述正确的是（ABC）

A、了解此类产品在整个市场中的销售潜力

B、了解消费群体对此类产品的需求和购买意向

C、把控好此类产品的质量安全问题

D、对人力、物力、财力的投入不需要有计划

26、PC端网店装修中端主要页面包括（ABCD）

A、基本页

B、商品列表页及商品分类页面

C、商品详情页

D、自定义页面

27、要想获知来店客户感兴趣的宝贝,可以通过什么方式得到？（ABC）

A、查看旺旺对话框中客户当前浏览的宝贝

B、查找客户的访问轨迹

C、对客户访问轨迹进行跟踪,查看其浏览宝贝频次

D、询问客户

28、在当前的消费环境下，下列针对顾客心理变化的说法正确的是（ABCD）

A、顾客的主体意识在不断增强

B、顾客的理性意识在不断增强

C、针对快捷、快速的心理预求更强

D、消费者对价格更加的敏感

29、下列哪些属于跨境电商服务平台？（BCD）

A、淘宝 B、速卖通 C、兰亭集序 D、敦煌网

30、抖音作为一款社会化媒体软件，近段时间风靡各大人群，那么抖音作为一款社会化媒体软件，其具有以下哪些特点？（ABCD）

A、参与 B、独享 C、交流 D、社区化

31、大胡子作为速卖通平台资深卖家，其想通过优化店铺结构来提升店铺的转化率，请问以下哪些举措是正确的（AB）

A、产品选取推陈出新

B、划分店铺产品结构

C、投放直通车

D、设置钻展提高产品曝光量

32、天冷了，想买个羽绒被，搜索的时候，发现下面出现了很多候选词，对于这些词的描述正确的是？（ABCD）



A、容易被搜到的热门词，流量非常大，竞争也激烈

B、如果你的产品比较有竞争力，各方面的权重都比较高，在做直通车时，这些词不能错过。

C、夏凉被，被芯都属于属性标签

D、这些词属于搜索下拉词

33、淘宝客有以下哪些优势？（ABCD）

A、超百万活跃推广者遍及互联网各个领域

B、平均投资回报比在1:16以上

C、展示、点击全免费，成交才付费

D、建立自己的营销队伍，而非临时广告

34、如何选择合适的店铺主推商品？（ABC）

A、选择店铺热卖商品 B、选择有一定利润空间的商品

C、选择当季、合适的商品 D、选择价格便宜的

35、网店推广的重要性有（ABCD）。

A、流量和成交量 B、培养回头客 C、树立店铺形象 D、利于店铺排行

36、直播电商运营中，高权重人设的重要性有哪些？（ABCD）

A、提高转化率 B、有效地提高复购率

C、降低退货率 D、增强私域的导流效果

37、直播间变现方式有哪些？（ABC）

A、带货变现 B、广告变现 C、虚拟货币变现 D、以上都是

38、在日常进行粉丝的维护过程当中,要善于建立哪些社群？（ABC）

A、核心用户群 B、用户群 C、潜在用户群 D、以上都不是

39、抖音直播间运营策略有哪些？（ABCD）

A、精准定位，垂直细分 B、坚持原创，持续输出

C、创意迭代，加强策划 D、善用外力，巧妙借势

40、在直播中有，有哪些行为会被定义为违规？（ABCDE）

A、衣着不当 B、封建迷信 C、对未成年人有害的行为

D、违规广告 E、侵权行为

41、直播讲解时，运用的产品价值包装术，包括哪些要点？（BCDE）

A、展示产品成本 B、挖掘痛点 C、描绘好处 D、产品及卖点

E、超级赠品和零风险承诺

42、通过哪些途径可以筛选适合的达人？（ABCD）

A、达人广场 B、达人榜 C、机构榜 D、粉丝分析

43、如何提炼直播间货品卖点？（BCD）

A 利益点越多越好 B 让用户得到安全感 C 让用户觉得不贵 D 帮助用户选择

44、直播间标题的要求有哪些？（BCDE）

A 使用特殊符号 B 痛点前置 C 福利吸引 D 粉丝专属 E 凸显特殊性

45、豆券抽奖的奖品类型有哪些？（ABC）

A 商家京豆 B 平台京豆 C 优惠券 D 品牌产品

46、下列描述符合“北极星计划”内容的是（ABCD）

A 针对头部直播商家的赋能计划

B POP和自营均可参与

C 每季度征集一次

D 按周期考核，不符合考核要求会被清退

47、广播电视时代，多以（AB）直播为主，如交通实时播报、电视《新闻联播》直播。

A.视频 B.音频 C.图片 D.文字

48、直播电商的特点包括（ABCD）。

A.实时性 B.互动性 C.真实性 D.商业性

49、下面哪些平台开通了直播功能（ABCD）

A.淘宝 B.拼多多 C.腾讯 D.抖音

50、“直播带货”的方式对经济有什么促进作用（ABCD）

A.帮助偏远地区农产品外销 B.刺激消费

C.促进经济转型升级 D.推广地区特色商品

51、下面哪些岗位属于直播电商岗位（BC）

A.化妆师 B.主播 C.场控 D.方案策划

52、直播电商的目的分析包括（ABCD）。

A.产品分析 B.用户分析 C.营销目标 D.市场分析

53、SMART原则是指（ABCDE）。

A.具体成果 B.时限 C.可度量 D.相关 E.能达到

54、常用的直播营销方式有哪些（ABCDE）

A.颜值营销 B.明星营销 C.稀有营销 D.利他营销 E.才艺营销

55、直播简述一般应包括（ABCD）。

A.直播平台 B.直播形式 C.直播主题 D.直播场地

56、直播方案的必备要素有（ABCD）

A.直播目的 B.直播概述 C.人员安排 D.费用预算

57、主播人设打造的原则有（ABCD）

A .正确的价值观 B.干净整洁的习惯 C.良好的表达能力 D.过硬的专业知识

58、人设标签一般通过（ACD）

A .外形 B .服装 C.话术 D.行动

59、选品容易出现的误区有（ABC）

A .购物袋商品过多 B.只选高利润商品，过度透支粉丝价值

C .同品类同属性商品过多 D.直播初期应推送引流款

60、以下哪些比例是直播封面常用的尺寸比例？（ABC）

A .1:1 B .3:4 C .16:9 D .1:2

61、“所有女生，今晚20份巨型零食大礼包免费大派送，8点直播间等你哦。”这一预告文案属于什么类型？（AB）

A .产品清单型 B .抽奖福利型 C.悬疑好奇型 D.时事热点型

62、现阶段，直播所用麦克风分为（AC）

A.动圈麦克风 B.长麦克风 C.电容麦克风 D.短麦克风

63、直播电商的流程包括（ABC）

A.开场预热 B.产品介绍 C.直播复盘 D.粉丝互动

64、直播脚本一般可以分为（BC）

A.促销脚本 B.整场直播脚本 C .单品直播脚本 D.演示脚本

65、京东付费流量特点(ABCD)

A、多种的推广渠道 B、多样的推广样式

C、精准的定向工具 D、灵活的推广形式

66、京东基础规则构成（ABCD）

A、规则 B、规范 C、标准 D、标语

67、京东营销工具有哪些 (ABC)

A、京东快车 B、京挑客 C、京东直投 D、京东无线通

68、商家版T+1支持的合作类型范围包哪些(AB)

A、SOP商家 B、FBP, LBP商家 C、闪购 D、O2O

69、京准通DMP人群包生成流程：(ABCD)

A、核心人群标签 B、意向人群标签 C、竞品人群标签 D、潜在人群标签

70、视觉营销有哪些作用（ABCD）

A、提升品牌宣传 B、优化销售转化 C、增加访客时长 D、提高访客深度

71、电商视觉营销三大要素包含（ABC）

A、突出商品卖点 B、展现客户痛点 C、表达商品功能点 D、与线下价格的对比

72、京东物流能为商家提供的物流服务包括(ABC)

A、仓储 B、配送 C、仓配一体 D、图片

73、电商视觉在表达商品功能点上主要体现商品的那些内容（ABCD）

A、基本属性 B、功能特点 C、行业优势 D、对比效果

74、哪些属于文案应用区域（ABCD）

A、首页文案 B、活动页文案 C、详情页文案 D、宣传图文案

75、图片拍摄时，通常拍摄的细节指的哪几个方面呢？（ABCD）

A、场景拍摄 B、外观拍摄 C、特征拍摄 D、卖点拍摄

76、商品主图规范要求不得出现以下那些描述？（ACD）

A、水印 B、拼接 C、促销文字 D、网址

77、以下描述不符合商品主图作图要求的有？（ABCD）

A、图片不清晰 B、大面积反射环境物 C、大面积黑色投影 D、拉伸变形

78、通常情况下，详情页文案绝对化用语不可使用，以下属于绝对化用语的是哪些？（ABCD）

A、独家 B、首家 C、世界级 D、国家领导人推荐

79、截止2017年8月，京东商家可选的第三方物流公司有哪些？（ACD）

A、京东物流 B、百世汇通 C、顺丰 D、韵达

80、销售话术运用包含突出哪些特点？（ABC）

A、价格锚点 B、塑造争抢氛围 C、制造稀缺 D、转移话题

81、以下哪个行为属于主播助理工作内容？（ABCD）

A、帮助维护直播间评论秩序 B、引导粉丝互动 C、辅助主播 D、粉丝互动

82、预热内容曝光效果低迷时，应采用什么解决方法？（ABCD）

A、更换预热文案素材 B、更换投放时间 C、覆盖下线 D、更换渠道

83、属于直播促单制造稀缺感的方式是（ABC）

A、提醒用户限时限量 B、价格优惠力度 C、塑造争抢氛围 D、价格对比

84、关于对新媒体案例如何进行有效拆解？（ABC）

A三方观点拆解法 B效果数据拆解法 C 同类对比拆解法 D、A和B

85、以直播总销售额为核心职责表时，影响该指标的关键因素有哪些？（ABC）、

A、直播间观看人数 B、用户下单购买 C、商品价格

D、成交转化率 E、客单价 F、广告评估

86、下列属于头像设置方式的是（ABCDE）

A、真人头像 B、图文logo C、动画角色 D、账号名称 E、卡通形象

87、直播产品时需重点向观众介绍什么？（ABC）

A、展示产品特点 B、品牌价值 C、直播间价格优惠 D、同类产品对比

88、直播前的物料准备中，线上物料包含哪些？（ABC）

A、直播间封面图 B、预热海报 C、预热视频 D、主播介绍

89、直播预热海报文案由哪三部分组成（ABC）。

A、直播主题 B、直播机制 C、直播信息 D、直播观众 E、直播目标

90、直播时有哪些促活手段？（ABC）

A、话题干货分享 B、活动抽奖 C、线上沙龙 D、售后引导

91、影响直播间吸引力的因素有哪些？（ABC）

A、用户平均停留时长 B、互动数据 C、转粉数据 D、售后数据

92、直播背景内容呈现方式有哪些？（BCD）

A、真实场景 B、虚拟背景 C、货架背景 D、具体场景

93、关于产品卖点说法正确的有哪些？（ABD）

A、产品卖点是告诉用户产品有什么功能

B、产品卖点是告诉用户使用产品可以满足受众什么需求

C、产品卖点是仅仅描述产品特点

D、产品卖点是告诉用户产品可以带来什么实际利益

94、在完成推广文案的选题后，需要进行大纲撰写，以下属于大纲骨架内容的是（ABCD）

A、热点引用 B、嵌入商品 C、找到读者痛点 D、加入链接

95、在撰写推广文案标题时，需要遵循哪些原则？（ABC）

A、引发共鸣 B、设置悬念 C、嵌入商品颠覆认知 D、引入主题

96、关于产品卖点可以用以下哪些内容来阐述？（BCD）

A、自吹自擂 B、产品特点 C、带来的体验 D、使用场景

97、以下哪些内容可以给用户营造产品的使用场景？（ABCD）

A、确定产品的使用人群 B、用户出于什么目的需要使用产品

C、用户会使用产品做什么 D、用户在什么时间和地点使用产品

98、达人直播有哪些特点？（ABC）

A货品单一，更新慢人格化 B一人直播一个账户

C被动性，时间、时长、货品较受限制 D比上都不正确

99、下列哪些属于传统电商平台？（DFG）

A、新浪 B、百度 C、小红书 D、淘宝 E、抖音 F、京东 G、蘑菇街

100、直播营销有哪些特点？（BCD）

A直播受制于头部企业 B直播是即时事件

C直播是常用媒介 D直播内容直达受众

101、短视频脚本有哪些作用？（ABCD）

A短视频的拍摄提纲、框架，提高短视频拍摄的效率 B指导后期剪辑

C提前准备拍摄需要 D集思广益，得到最优创意点

102、直播营销中的策划筹备具体包含哪些内容？（BCD）

A、直播执行 B、撰写完整的直播营销方案 C、直播硬件筹备 D、直播预热宣传

103、常见的短视频剪辑软件有哪些？（ABCD）

A、Premiere B、剪映 C、快剪辑 D、快影

104、直播执行中需要考虑哪些内容？（ABC）

A、直播开场形式 B、直播互动玩法 C、直播收尾环节 D、后期维护

105、了解用户心理能让标题更投其所好，增加用户点击的概率。下列选项属于运用用户心理进行撰写标题的是（ABCD）

A、不运动不节食不吃药，他是如何从200斤瘦到120斤的

B、A股连续诡异放量巨震，背后的推手是谁？

C、即学即用的高情商沟通课，轻松化解表达难题

D、女朋友问：“你想我了吗？”，该怎么回答

106、下列选项中，属于推广文案制作应该完成的有（ABC）

A、内容选题 B、文案撰写 C、排版优化 D、内容定位

107、一场优质的直播活动应包含哪些内容？（ABCD）

A、确定内容主题 B、预热推广 C、货品策略 D、内容策略

108、VLOG短视频有哪些特点？（AB）

A、以Vlog形式记录自己，旅行日记、购物开箱和美食餐食等

B、道出自己的生活感悟，营造对话感，交互性高

C、脚本基本套路

D、提问-解答-总结题材覆盖大多数人的情感

109、剧情类短视频有哪些特点？（ABC）

A、题材覆盖大多数人的情感 B、剧情要有强烈的情绪点和冲突点

C、合理结合热点融入剧情 D、高价值输出，垂直于个人知识、技能和经验分享

110、直播活动策划的project项目具体可指哪些内容？（ADG）

A、直播活动主题 B、直播商品清单 C、直播预告视频 D、排直播活动目标

E、直播手牌 F、直播背景板、 G人员安排直播活动用户画像人群

111、常见的短视频风格有哪些？（ABCD）

A、剧情类 B、VLOG类 C、教程类 D、测评种草类

112、直播营销策划方式可以如何获取？（BCD）

A、使用竞争对手一样的策划方案 B、向对手学习

C、结合过去自身经营，产生新的营销策划方案 D、注重创新

113、教程类短视频主要有哪些内容？（ABC）

A、形式教知识技能 B、晒过程 C、谈特色 D、说产品

114、直播策划人员需要承担哪些职责？（ABCD）

A、要求负责直播策划方案撰写 B、卖点挖掘与阐述

C、负责品牌文案 D、了解学习平台规则

115、在直播前可以通过哪些方式进行预热？（ABCD）

A、通过淘宝直通车 B、在微信公众号进行软文推广

C、在淘宝发布微淘图文 D、在视频号发布视频(正确答案)

116、下列有关短视频特点的描述中，正确的有（ABC）

A、内容精简 B、传播速度快 C、精准营销 D、制作复杂

117、主播团队在将粉丝从其他平台导流到社群的过程中，需要注意哪些问题？（AB）

A、不要主动添加用户，尽量被动添加 B、某些关键信息要用符号代替

C、在评论区留下联系方式 D、在直播间展示二维码和联系方式

118、常见的预热方式有哪些？（ABC）

A、在直播预告内容中嵌入与直播相关的小线索，引发用户思考和好奇

B、在预热内容中透露嘉宾，通过名人效应扩大传播效果

C、通过告知用户直播关键亮点，吸引精准用户

D、通过公司发布的对外公告

119、在直播中进行商品展示时，以下做法不正确的有（BCD）

A、在带货口红时展示色号细节，进行试用，同时从多角度描述使用效果

B、在带货薯片时，只展示薯片包装，不展示食物(正确答案)

C、在带货服装时只展示服装样式(正确答案)

D、在带货口红时只展示色号(正确答案)

120、运营人员在社群导流过程中，可以结合哪些手段？（ABC）

A、创造利益点 B、营造归属感 C、售后引导 D、欺骗诱惑

121、以下关于直播预热发布时机说法正确的有（ACD）

A、直播活动规模大，预热时间可长一点 B、预热素材完成后即可投放

C、直播活动规模小，预热时间可短一点 D、选择目标用户的活跃时间段投放

122、以下哪些属于粉丝社群运营应该完成的任务有（ABD）

A、社群创建与管理 B、粉丝入群导流

C、社群粉丝画像分析 D、社群用户分层

123、在直播促销时，以下做法正确的有（AB）

A、设置比较价格来烘托产品价格 B、在直播过程中不断强调几个锚点

C、提醒用户库存量充足不要担心 D、提醒用户慎重思考

124、直播营销的优势有哪些？（ABCD）

A、更低的营销成本 B、更快捷的营销覆盖

C、更直接的营销效果 D、更有效的营销反馈

125、以下属于销售话术的有（ABCD）

A、买到就是赚到 B、今晚直播间，买一送一，相当于只要日常价格的一半

C、再不买就没了 D、秒就抢完了，没有抢到的宝宝不要灰心，在我们后面的秒杀中加油

126、预热内容发布后，为了判断曝光效果是否有异常，应当关注什么数据？（AB）

A预热内容的赞评转发 B阅读量

C平台投放费用投放内容转化效果 D、粉丝活跃度

127、以下关于不同价值用户，采取运营策略正确的有（ABCD）

A、重要价值用户，要建立专属档案，给予特殊权益。

B、重要发展用户F值低，但RM值很高要想办法提高他的消费频次。

C、重要保持客户R值低，但FM值很高，此类用户应该主动和他保持联系，提高复购率。

D、重要挽留客户RF值低，但M值高，此类用户即将流失，要主动联系用户，调查清楚哪里出了问题，并想办法挽回。

128、常见的技巧转场有哪些？（BD）

A、空镜头转场 B、声音转场 C、淡出淡入 D、划入划出

129、在广告推广时，我们可以以下哪些数据判断推广成本是否存在异常？（BC）

A、预热内容转发量 B、投放内容转化效果

C、平台投放费用 D、投放内容点赞量

130、在下列选项中，社群管理人员要及时清理的行为有（ACD）

A、竟品截流 B、干货内容分享 C、恶意刷屏 D、广告

131、以下关于直播间背景色描述正确的有（BCD）

A、建议直播间背景色采用大面积的白色 B、直播间背景要考虑主播人设

C、直播间背景可使用品牌主打色系作为背景色 D、直播间背景要考虑品牌形象

132、关于使用货架作为直播间背景描述正确的有(ABC)

A货架背景可以增强用户对品牌的认知

B选择货架作为背景时需要注意保持陈列商品的整齐性

C选择货架作为背景时需要注意保持陈列商品的整色彩平衡

D选择货架作为背景有利于帮助消费者近距离接触企业并了解相关场景运营规划

133、下列关于产品讲解的说法正确的是（ABC）

A强调直播产品相比同类产品的特殊性(正确答案)

B对重点信息要不断重复讲解(正确答案)

C要强调产品的日常首届与直播间价格的对比优势(正确答案)

D忽略品牌，将重心放在产品本身

134、社群运营人员考核机制主要涉及的方面有（BC）

A、市场维护 B、机构调整薪资调整 C、职级调整 D、业务调整、

135、视频画面构图应遵循哪些要求？（ABCD）

A、遵循美学原则 B、灵活构图，立意明确

C、主题服务原则 D、均衡

136、门店销售和线上直播在哪些方面存在不同（ABCDEF）

A吸引客流 B了解顾客需求 C产品销售 D拦截率

E获得顾客的信任 F异议处理

137、直播间差异化定位的方法有哪些（ABCD）

A使用符合产品情况的道具。

B主播词除了按脚本讲解产品和活动外，最好加上主播个人特点。

C直播间装修应考虑到背景色调、摆件绿植、地板地毯以及操作台等。

D封面要考虑到主播姿势造型、背景色调、道具等。

138、培养主播间主体意识的方法有哪些（ABCD）

A明确用户画像 B找到自身优势 C调查需求痛点 D总结一个最字

139、直播带货的过程中，主播可以强化亲和力表现的行为有哪些（ABD）

A面部表情丰富 B做事机灵，动作敏捷 C语言攻击竞品 D专业度过关

140、通常情况下，直播间的主播存在以下哪些发声问题（ABCD）

A发音低或不清楚 B呆板的语调

C过低的嗓音，显得萎靡不振 D讲的过快，可能会失去观众的注意

141、属于网络营销内容的是（ACDE）。.

A．在问卷星发放手机用户偏好调查问卷.

B．黑龙江省政府在京东金融上的“寒地黑土五谷杂粮众筹”项目.

C．Dell的网上直销.

D．京东的618年中购物节.

E．茵曼全球云端发布会.

142、网上问卷调查法可以采用（ABC）。.

A．网站问卷调查法 B. 问卷链接调查法. C．问卷电子邮件调查法

D. 问卷在线调查法. E．讨论调查法.

143、网红对消费者购买行为的影响主要体现在（ACE）。.

A. 为消费者展示新的行为模式和生活方式.

B．指导消费者购物.

C．促使人们行为趋于一致，影响消费者对某些产品和品牌的选择.

D．为消费者提供商品价格和服务比较.

E. 影响消费者对某些事物的看法和对某些产品的态度.

144、网络广告创意的USP策略的核心要素是（ADE）。.

A．向消费者提供一个销售主张，该主张能提供给消费者一种具体的利益.

B．目标是使某一主张在消费者心目中占有一席之地.

C．显示和突出主张之间的区别.

D．强调的主张是广告产品独有的而竞争对手做不到或无法提供的.

E．强调的主张必须强而有力和促进销售.

145、LBS营销模式中的签到模式现在已举步维艰，其主要原因是（BCD）。.

A．用户体验不好 B. 用户缺乏签到动力 C．用户担心隐私泄露

D. 签到模式单一生硬. E．用户找不到同伴.

146、对于本来就不排斥网络购物的（BCDE）社交网络用户，应该投其所好，恰如其分地推出产品。.

A．交际型 B. 全能型 C．自我中心型 D. 营销型 E．购物狂型

147、属于垃圾邮件的是（AB）。.

A．未经许可的邮件 B.“选择退出”列表 C．“选择加入”列表

D.“经确认的选择加入”列表 E．“双重确认”列表.

148、电商直播在法律上属于商业广告活动，主播根据具体行为还需承担（ABC）的责任。

A.广告代言人 B.广告发布者 C.广告主 D.投资人

149、电商直播作为一种全新的营销模式，本身就是商业活动中的重要一环，因此从业人员需要具备基本的商业素质，具体包括以下四个意识。 (ABC)

A.市场意识 B.风险意识 C.规则意识 D.成功意识

150、电商直播作为一种全新的营业模式及创新之处，就在于新媒体技术和平台的广泛介入，因此从业人员需要具备基本的新媒体素养，具体包括以下几个方面，识(ABCD)

A.媒介意识 B.创新意识 C.视觉化能力 D.信息组织能力

151、不同类型的淘宝账号开通淘宝直播权限的条件各有不同，主要分为（ACD）等四类。

A.商家直播权限 B.企业直播权限 C.其他身份直播权限 D.个人直播权限

152、电商直播中较为常见的通用规则，主要涉及(BCD)和三个方面。

A.商品 B.主播 C.信息发布 D.直播间环境

153、直播选品的标准(ABCD)。

A.产品渠道正规合法 B.产品应时应景 C.产品卖点明确 D.产品销量高

154、直播场地的空间使用需要提前规划，一般可以设置(BC)区域。

A.嘉宾休息区 B.设备摆放间区 C.货品陈列区 D.嘉宾观摩区

155、就营销定位而言，目前直播平台的短视频内容主要分为（ABCD）四类。

A.营销品牌 B.营销产品 C.推广销售渠道 D.网红达人

156、主播直播的时候，服装在整体上要达到得体大方的效果，所以一定要特别注意服装的选择，服装的选择要素主要包括下面几个方面(BCD)

A.档次 B.厚度 C.颜色 D.面料

157、直播一般可以分为开端.舒缓.提神.释放四个阶段，一次对应的作用分别是（ABCD）。

A.吸引粉丝 B.缓解疲劳 C.刺激促销 D.埋下伏笔

158、处理客户投诉的策略主要有以下哪几种（ABCD）。

A.主动认错 B.善于倾听 C.及时解决 D.详细记录

159、短视频剪辑的一般流程包括（ABCD）。

A.采集和复制素材 B.研究和分析脚本

C.视频剪辑 D.配音字幕合成

160、一个完整的直播营销活动主要包括哪几个环节（ABCD）。。

A.内容策划 B.直播间搭建 C.订单处理 D.二次传播

161、正式开播前应准备好直播间的设备，确保（ABCD）等正常运行

A.网络环境 B.电脑 C.麦克风 D.摄像头。

162、声卡在直播间的作用有（ABCD）。

A.美化主播声音 B.节省讲话力气

C.营造直播间气氛 D.一键切换美声

163、用户观看直播时，产生（ABCD）等操作越多，表明直播间活跃度越高。

A.关注、分享 B.打赏 C.评价 D.加入粉丝团、下单

164、客户回访内容包括哪些类型（ABCD）。

A.售后回访 B.情感回访 C.节日回访 D.促销推送

165、以下哪些方式体现了直播的场景多元化（ABC）。

A.档口直播 B.原产地直播 C.直播间直播 D.明星直播

166、以下属于直播脚本要素的有（ABCD）。

A直播时间 B直播主题 C直播活动 D机制直播人员

168、淘宝店铺开通抖音小店需要满足什么条件（ABD）。

A.店铺开店半年以上 B.店铺等级一钻以上

C.店铺评分不低于4.6 D.店铺评分不低于4.7

169、以下关于直播间产品介绍的说法正确的是（ABC）。

A.直播中可对产品进行基本信息介绍，例如品牌信息、产品名称、规格、材质、制造工艺、明星代言、资质背书等方面。

B.“这款产品是某某明星代言，同款哦！”这是使用明星效应来增强产品说服力。

C.通过对适用场景进行描绘，使粉丝产生联想和代入感，激发用户需求。

D.主播在直播中没有必要进行产品试用。

170、软文推广渠道主要有（ABD）。

A.新闻门户网站 B.社交媒体平台 C.直播平台 D.内容电商平台

171、以下哪几种是常见的短视频引流策略（ACD）。

A.强化产品的卖点和场景 B.延长短视频的时间

C.分享具备专业度的知识点 D.产出有情感共鸣点的内容

172、在短视频拍摄过程中需要注意以下哪几个方面（ABCD）。

A.学会构图 B.镜头的运用 C.光线的运用 D.画面防抖

173、通过破解、伪装、欺骗等不正当技术手段非法抓取直播数据有哪些危害（ABCD）。

A.破坏平台数据展示规则 B.威胁平台数据安全

C.违背用户隐私期待 D.违反直播禁令

174、以下哪些属于淘宝直播流量来源渠道（ABC）。

A.直播关注 B.微淘 C.商品详情页 D.同城

175、以下属于直播脚本作用的有（ABCD）。

A.明确主题，实现直播效益最大化 B.调度协调直播分工

C.把握直播节奏，规范直播流程 D.帮助主播掌握主动权

176、直播后推广的形式有哪些（ABD）。

A.战绩海报 B.直播后推广软文 C.直播预热短视频 D.直播后推广短视频

177、（AB）的进步助推电商在网民中的渗透率提升.

A.移动终端 B.支付技术 C.5G D.人工智能

178、直播活动机制有两种目的导向，分别是（AC）。

A.互动导向 B.延长直播时长 C.提升销量 D.方便主播讲解

179、售后服务是整个商品销售过程的重点之一，消费者收到产品后经常会找客服咨询以下哪几类问题（AD）。

A.产品使用相关问题 B.退活动差价 C.退邮费 D.产品保修相关问题

180、直播间给客户提供价格福利的常见形式有（ABC）。

A.秒杀 B.专享价 C.抽奖免单 D.小礼物

181、直播后推广软文写作要素有哪些（ABC）。

A.直播战绩 B.直播名场面 C.直播话题 D.直播道具

182、单场直播数据分析时，在新抖数据平台的本场概况模块中，可以查看到以下哪几个数据（ABCD）。

A.开播时间 B.直播时长 C.音浪收入 D.商品销售额

183、在做商品竞品分析，选择直播商品时，应该考虑以下哪些因素（ABCD）。

A.性价比 B.品牌代言 C.用户需求 D.直播主题

184、下列哪些内容可以用于直播后的二次传播（ABCD）。

A.直播现场照片 B.直播过程截图 C.直播精彩片段 D.直播后台数据

185、2021年，淘宝直播达人入驻基础条件包括（BCD）。

A.店铺信誉等级须为1钻及以上 B.账号状态正常

C.具备一定的店铺运营能力和客户服务能力 D.具备一定的推广素质和能力

186、教育类直播平台有哪些（ABCD）。

A.网易云课堂 B.千聊 C.荔枝微课 D.小鹅通

187、短视频的主要拍摄设备包括（ABCD）。

A.手机 B.单反相机 C.微单相机 D.专业摄像机

188、直播互动数据主要包括直播间（AB）两部分。

A.粉丝打赏 B.弹幕内容 C.在线人数 D.涨粉数据

189、直播电商存在的问题主要有（ABCD）。

A.商品货不对板 B.产品售假 C.虚假促销 D.退换货难、退款难

190、抖音平台可以使用以下哪些方式进行站内直播预热（ABCD）。

A.账号名称直播预告 B.账号简介预告 C.抖音粉丝群发布信息 D.发预告短视频

191、直播间红包发放的方式很多，有（ABCD）。

A.口令红包 B.倒计时红包 C.分享红包 D.红包雨

192、在准备样品时主要考虑以下哪几个方面（ABC）。

A.直播间样品类型 B.样品摆放货架 C.样品配合道具 D.品牌展示

193、为什么短视频行业要逐步走向团队化（ABCD）。

A.个人精力有限 B.个人创意有限 C.个人变现困难 D.个人制作水平有限

194、以下哪些功能可以通过淘宝直播中控台互动面板实现（ABCD）。

A.秒杀推送 B.分享抽奖 C.派发优惠券红包 D.发布直播公告

195、以下哪些平台是在2016年开始直播（ABC）。

A.蘑菇街 B.淘宝 C.京东 D.唯品会

196、个人主页装修主要包括对（ABD）的设置。

A.昵称 B.头像 C.账号 D.简介

197、在短视频类直播平台可以做哪些事（ABCD）。

A.发布自己创作的短视频 B.展示才艺 C.销售商品 D.与粉丝互动

198、淘宝直播秒杀说法正确的是（ABC）。

A.秒杀是直播间常见的活动类型，能促进购买

B.发布直播秒杀活动需要先秒杀配置再进行秒杀推送

C.配置秒杀价格需要是最近三十天内最低价的5折

D.做秒杀活动价格太低，没什么利润，没什么价值

199、抖音个人开通商品橱窗功能，以下需要满足的条件哪些是正确的（AC）。

A.粉丝数量超过1000人B.发布视频作品超过5个

C.完成实名认证D.缴纳商品分享保证金1000元

200、除了背景纸，直播背景还可以用（BCD），这些都能够明确直播主题，并且可以很好地烘托直播的气氛。

A.白墙 B.LED屏 C.活动海报 D.实物展示货架

201、飞瓜数据可以分为（AB），它通过实时直播动态，提供平台直播宏观数据监测。

A.抖音版 B.快手版 C.小红书版 D.拼多多版

202、以下哪些属于淘宝直播的公域流量（ABCD）。

A.淘宝直播频道 B.手淘猜你喜欢 C.手淘搜索 D.淘宝直播APP

203、全画幅的微单相机有哪些优势（ABCD）。

A.传感机较大 B.感光度较高 C.宽容度较高 D.虚化能力强

204、以下关于直播脚本设计的说法错误的有（CD）。

A.脚本不是一成不变的，是需要根据主播需求不断优化的。

B.直播中预告产品环节是必不可少的。

C.主播可以随意自行更改产品讲解顺序。

D.感兴趣的粉丝能看到购物袋的宝贝，所以直播开始不必要进行产品预告。

205、抖音小店入驻标准包括（ACD）

A.资质齐全，有淘宝、天猫或京东第三方平台的店铺。

B.第三方平台的店铺开店3年以上。

C.资质齐全，抖音账号粉丝大于等于30万或头条账号粉丝大于等于10万。

D.经营者身份证、本人或对公账户银行卡、个体户/企业营业执照、经营许可证、商标注册证及授权书。

206、教育类直播平台支持知识分享者采取（ABCD）形式与用户分享知识。

A.视频直播 B.语音直播 C.图片 D.文字

207、针对店铺的竞品分析，是指经营同一品类商品的店铺之间的对比分析，主要从（ABC）等方面展开。

A.流量对比 B.带货主播类型 C.客单价限制对比 D.粉丝来源

208、直播间背景可采用（ABCD）。

A.虚拟背景 B.LED屏 C.展示货架 D.墙纸

209、以下哪些是淘宝直播间的图文信息的主要展现形式（ABD）。

A.信息卡 B.挂件 C.通知 D.公告

210、以下关于PV和UV的说法正确的是（ACD）。

A.PV指的是直播间浏览量，直播间每被浏览一次，就产生一次PV流量。

B.PV直接决定直播间访客数量，PV高代表访问直播间的客户数量就多。

C.UV指的是独立访客数，也就是单次直播活动中通过各种途径访问直播间的客户数量。

D.一个客户访问直播间只产生一次UV。

211、比较典型的短视频直播平台有（ABC）。

A.抖音 B.快手 C.美拍 D.爱奇艺

212、好的直播封面图应符合以下哪几项要求（ABCD）。

A.图片清晰 B.光线明亮 C.主体明确 D.符合频道定位

213、外置声卡就像是一个调音台，可以（ABCD）。

A.调节音量 B.加强清晰度 C.加伴奏 D.加音效

214、主播在设计直播营销话术时需要怎么做（ACD）。

A.话术设计口语化，富有感染力 B.将话术作为模版套用

C.话术配合情绪表达 D.语速和语调适中

215、以下哪些直播平台具有社交属性（ABCD）。

A.拼多多直播 B.抖音 C.快手 D.微博

216、抖音个人主页头像的设置要求有哪些（ABD）。

A.简洁清晰 B.不用杂乱场景 C.可以硬性广告 D.避免国家制服

217、每个主播有其特定的粉丝属性，通过后台数据可以清楚的了解粉丝画像，如（BCD）。

A.观看人数 B.粉丝来源 C.性别比例 D.地域分布

218、飞瓜数据可以提供数据监测，其作用包括（ABCD）。

A.了解近30天带货趋势 B.类目分析

C.帮助用户快速了解直播相关的各类占比 D.了解当下直播电商的整体流量趋势√

219、以下哪些方法可以提高引导进店率（ABC）。

A.主播反复口播卖点，场控配合弹出宝贝 B.设置进店利益点

C.优化货品组合 D.提高产品单价

220、淘宝直播中，粉丝推送可以在直播前通过（AB）给粉丝推送开播信息。

A.点淘app B.淘宝app消息栏目 C.淘宝旺旺 D.逛逛频道

221、以下哪些素材可用于制作直播间推广短视频（ACD）。

A.直播中的精彩瞬间 B.直播翻车合集 C.主播开箱视频 D.主播活动经历

222、快手直播开通的要求有哪些(ABCD)。

A.账号处于正常状态 B.完成实名认证，注册时间大于7天

C.粉丝数达到6个及以上 D.前一周观看直播大于1分钟，作品无违规

223、线上直播间装修的重要性体现在哪几个方面（ABCD）。

A.增强代入感 B.提高点击率 C.提升权重 D.提升转化率

224、直播间流量的来源渠道有（ABCD）。

A.直播推荐栏 B.短视频浏览社群、直播间浏览社群

C.主播的粉丝社群 D.开播所在地的同城社群

225、以下哪些属于直播控场（ABCD）。

A.没有人说话主播要抛话题并进行引导 B.有人发布不当言论要及时拉黑

C.有人发布不当言论要及时禁言 D.粉丝有疑问要及时回答

226、微博主要带货模式有（ACD）。

A.话题热搜 B.打榜 C.直播 D.名人背书

227、视频拍摄时画面防抖主要通过（AB）实现

A.借助防抖器材 B.注意拍摄的动作和姿势 C.手持保持稳定 D.自拍杆

228、短视频要符合以下哪些要求（ABD）。

A.实用 B.专业 C.华而不实 D.易懂

229、结合直播大盘数据，强化自身优势，并及时解决直播中发现的问题，如（ABCD）将有助于提升直播效率，促进直播转化率。

A.优化直播内容 B.调整直播商品 C.调整直播时间 D.调整直播风格

230、短视频的选题内容一定是有价值的内容，能够激发用户对短视频产生（ABCD）等行为，达到裂变传播的效果。

A.收藏 B.点赞 C.评论 D.转发

231、在策划粉丝活动之前，应先通过（CD）等方式了解粉丝需求。

A.分享最新信息 B.邀请直播参与 C.分析粉丝画像 D.收集反馈问题

232、下列哪些属于抖音直播数据分析第三方平台（ACD）。

A.飞瓜数据 B.知瓜数据 C.新抖数据 D.灰豚数据

233、品牌直播要素包括（ABCD）。

A.直播常态化 B.装修品牌化 C.主播专业化 D.运营精细化

234、直播间灯光布置要根据（ABCD）来综合考虑。

A.直播间的面积 B.直播的产品 C.直播的要求 D.主播的特点

235、淘宝直播违规行为分为三个类型，三者（ABC）。

A.独立扣分 B.分别累计 C.分别执行 D.累计执行

236、在视频拍摄中，光线的运用也是一个重要的点。在拍摄的过程中要注意运用（ABCD）来突出拍摄的物体与人物。

A.顺光 B.逆光 C.侧逆光 D.散射光

237、短视频+直播”的发展呈现哪些趋势（ABC）。

A.中长视频发力，腰部账号展露带货实力 B.电商闭环初现，组合推广促进品效合一

C.明星吸引品牌入驻，带货直播增量迅猛 D.短视频受到移动端流量影响，传播受限

238、在直播过程中，为了加深用户对直播的兴趣，让用户长时间停留在直播间并购买，主播可以（ABCD）。

A.发红包 B.发优惠券 C.才艺表演 D.使用营销话术

239、关于直播电商模式与传统电商模式的比较，下列说法正确的有（ABC）

A.传统电商模式的消费路径是用户—商品，直播电商模式的消费路径是用户—主播—商品。

B.传统电商模式的社交属性弱，直播电商模式的社交属性强。

C.传统电商模式的用户消费方式为用户主动搜索商品，直播电商模式的用户消费方式为主播向用户推荐商品。

D.传统电商模式的消费体验反馈主要是客服连接，情感联系密切，直播电商模式的消费体验反馈主要是主播连接，与用户互动，情感联系密切。

240、以下属于直播预热文案要素的有（ABCD）。

A.直播活动主题 B.活动时间和渠道 C.活动产品 D.活动利益点

241、抖音平台创作时具有（ABC）的特点。

A.娱乐性高 B.用户粘性强 C.日活量大 D.收费高

242、如果直播没有提前设计直播脚本，那么可能出现以下哪些问题（ABCD）。

A.直播过程无重点，流程混乱，逻辑不清。

B.脱离满足店铺的需要，不能达成既定的直播目标。

C.主播不知道如何讲解商品提升直播间成交转化率。

D.直播时不知道怎么调动直播间氛围。

243、以下关于直播间粉丝数据说法正确的是（ACD）。

A.粉丝回访次数即直播活动中粉丝进出直播间观看直播的次数。

B.粉丝停留时长不能反映直播间热度、粉丝活跃度及内容专业度。

C.不同地域的人群消费习惯不同，消费类目也呈现多样化，分析粉丝地域分布可为主播设计直播间活动、直播选品等提供参考。

D.粉丝互动频率越高，说明直播间粉丝活跃度越高，直播间氛围越好。

244、预热海报产品清单图上建议有哪些信息（ABCD）。

A.产品名称 B.产品图片 C.直播价格 D.直播时间

245、直播标题撰写的技巧有哪些（ABCD）。

A.文字简短明了 B.使用数字描述 C.使用疑问句式

D.把用户最关心的“痛点信息”可写在标题上

246、直播场地比较大，直播要求比较高的时候，需要综合考虑（ABCD）等多个布光要素。

A.主光 B.辅助光 C.轮廓光 D.背景光

247、不管短视频的选题属于哪个领域，其内容都要遵循以下哪些原则（ABCD）。

A.内容有新意 B.以用户为中心 C.紧跟网络热点 D.弘扬正确价值观

248、直播过程主要涉及到的人员有（ABCD）。

A.主播 B.助理主播 C.场控 D.运营人员

249、以下哪些平台是在2019年开始直播（ABD）。

A.拼多多 B.网易考拉 C.京东 D.微信

250、面对中差评的正确处理方式包括（BCD）。

A.寻找借口 B.理性沟通 C.及时回复 D.客观解释

251、快手主要带货模式有（ABC）。

A.达人直播 B.打榜 C.连麦 D.话题热搜

252、在带货商品列表中，可以清晰的查看每一件商品的具体信息，包括（ABCD）。

A.上架时间 B.上架时的在线人数 C.预估销量 D.预估销售额

253、以下哪些属于直播电商发展的现状（ABCD）。

A.直播电商越来越受重视 B.直播平台越来越重视流量变现√

C.直播内容更加重视质量 D.直播电商产业链日趋完善

254、下面哪些属于淘宝平台规则（ABCD）。

A.商品如实描述 B.遵循平台评价规则

C.不能泄露他人信息 D.不能违背对客户的承诺

255、（AB）平台，流量分发效率与内容并重，属于第二梯队的直播平台

A.抖音 B.快手 C.淘宝 D.小红书

256、以下可以作为二次软文推广的平台有哪些（ABC）。

A.微信公众号 B.微博 C.今日头条 D.抖音

257、以下哪些属于电商平台直播发展特点（ABC）。

A.直播购物转化高B.电商平台品类丰富C.供应链稳定D.客服效率高

258、以下哪些场景适合直播（BCD）。

A.空旷的空间B.安静的空间C.封闭的空间D.独立的空间

259、直播大盘数据主要包括（ABCD）等。

A.主播排名B.大盘数据转化C.主播活跃度D.地域分布和产品信息

260、在直播间布置上，（ABCD）能体现出直播间风格。

A.直播间的装饰品 B.直播间的氛围图

C.主播的穿着打扮 D.直播间的灯光、背景音乐

261、直播电商中的品类由传统强势类目向新品类延伸，以下哪些属于直播的新品类（AB）。

A.汽车 B.房产 C.美妆 D.数码家电

262、通过了解直播大盘数据，主播能更清楚地了解以下哪些内容（ABCD）。

A.各主播的排名动态 B.观看直播的人群特征

C.排名靠前的相关商品类目 D.排名靠前的直播间活跃度

263、抖音除了可以添加抖音精选联盟的商品外，还支持添加（ABCD）等第三方平台的商品。

A.淘宝 B.京东 C.考拉 D.苏宁易购

264、直播抽奖要遵循以下哪三个原则（ABC）。

A.奖品可以是直播间里推荐过的产品 B.抽奖分散在直播间不同时间点

C.设计不同的抽奖门槛 D.抽奖的奖品金额越高越好

265、以下哪些属于根据品牌知名度选择商品的优势（ABCD）。

A.同样的产品，消费者更愿意购买熟悉的产品。

B.消费者对商品的信任度较高。

C.有品牌的产品意味着更能接受社会的监督、承担更大风险。

D.品牌对于商品而言，是质量的保证，同时品牌商品价格透明。

266、麦克风的类型主要有（BC）。

A.铝合金麦克风 B.动圈麦克风 C.电容麦克风 D.无线麦克风

267、关于直播间派发红包的说法正确的有（BCD）。

A.只要在直播平台发放红包就可以，没必要站外平台引流。

B.红包发放前的5分钟可以先预告。

C.通过倒计时的方式可以制造紧张气氛。

D.可在直播间示范操作如何抢红包。

268、下列选项中，属于优质直播画面的具体要求包括（ACD）。

A.直播画面具有审美感 B.直播画面无卡顿

C.直播内容精彩绝伦 D.直播画面布局合理

269、淘宝直播可以选择（ABC）这些数据分析平台进行多维度的数据分析。

A.知瓜数据 B.直播眼 C.萤火虫 D.新快

270、规范物料清单，可以让店铺直播进行有条不紊，直播物料清单样式需根据（ABC）。

A.直播产品类目 B.直播平台要求 C.直播推广渠道 D.主播个人意愿

271、客户买了一件衣服，收到衣服后发现衣服上有一块很明显的污渍，于是愤然给了差评。客服可以怎么处理呢（ABC）

A.根据产品问题的轻重程度以及消费者的意向，给消费者退换货。

B.补偿可以直接抵现的店铺优惠券。

C.用店铺红包来补偿消费者。

D.退换货但是邮费由消费者承担。

272、如果主推商品点击率较低，说明商品本身对直播间观众缺乏足够的吸引力。想要解决该问题，可能需要在哪些方面进行调整?（ACD）

A.产品价格 B.开播时间 C.营销策略 D.产品包装

273、常用的直播声音设备包括（BC）。

A.拍摄云台 B.麦克风 C.声卡 D.手机

274、直播后推广短视频的加工技巧有哪些（ABCD）。

A.添加视频主题 B.添加字幕 C.添加贴图 D.添加BGM

275、网络直播平台是在网络直播营销活动中提供直播技术服务的各类社会营销平台，主要包括（ABC）。

A.电商平台 B.内容平台 C.社交平台 D.新闻平台

276、以下关于直播抽奖说法错误的有(CD)

A.抽奖可吸引用户停留在直播间，提高用户平均停留时长

B.设置分享作为抽奖门槛，可以拉新粉

C.可以把所有抽奖安排在直播即将结束前15分钟，让粉丝看完整场直播

D.抽奖活动的奖品价值可以超过50000元

277、以下哪些属于商品成交数据（ABD）。

A.下单转化率 B.引导成交笔数 C.在线观看人数 D.引导成交金额

278、必要时，有义务承担直播间商品或者服务售后责任和相关法律责任的主体包括（ABD）。

A.主播 B.平台 C.粉丝 D.商家

279、如果主播讲解完产品，直播还剩下15分钟，这时主播可以进行以下哪些活动（ABCD）。

A.检查销售情况，做二次推荐 B.回答粉丝疑问

C.预告下次直播时间、福利和产品活动 D.引导粉丝关注

280、《网络直播营销行为规范》明确禁止（ABCD）等行为。

A.刷单 B.流量造假 C.篡改交易数据 D.篡改用户评价

281、在抖音直播带货需要经过（ABCD）等过程。

A.开通商品分享权限 B.添加商品 C.管理商品橱窗 D.管理购物车商品

282、粉丝离开主播直播间的原因有哪些（ABCD）。

A.对主播失望而离开直播间 B.粉丝的问题没有得到主播的回复

C.粉丝沉迷于新的直播间 D.主播的直播内容具有重复性

283、主播在直播间进行抽奖时，应注意的事项有（ABCD）。

A.不能为了节省时间，而匆忙结束抽奖活动。 B.中奖名额分配数量要适当。

C.最好由主播或嘉宾亲自开奖。 D.要用抽奖来调动在线粉丝的积极性。

284、淘宝直播中发布直播秒杀活动需要完成哪两个步骤（AB）。

A.秒杀配置 B.秒杀推送 C.优惠券发放 D.发放权益

285、直播眼平台中流量突围板块包含哪几个功能点（ABCD）。

A.大盘流量 B.频道流量 C.标签流量 D.标题封面

286、直播设备使用外置声卡时，有哪些优势（ABC）。

A.便携性 B.满足音效需求 C.凸显自身个性满足用户需求 D.性价比高

287、以下哪些属于用户画像分析数据（ABD）。

A.地域分布 B.年龄分布 C.在线人数 D.职业属性

288、下列属于直播后推广短视频常见类型的有（ABC）。

A.名场面片段 B.产品讲解片段 C.精彩内容合集 D.战绩海报

289、直播眼平台中，高频标题页面查找直播标题，可以按（ACD）等进行排序。

A.粉丝数 B.人气指数 C.观看人数(UV)D. 观看次数(PV)

290、直播电商的经营是“货找人”，“人”是直播电商业务关系中的核心。这里的“人”有两个含义，分别为(BC)。

A.客服 B.主播 C.消费者 D.品检

291、粉丝群的价值有（ABC）

A.运营核心用户 B.用户精准分层 C.实现场景补充 D.提高直播间知名度

292、以下哪些属于流量运营的措施（ABCD）

A.优化店铺商品链接 B.提高直播间封面图质量 C.直播间发红包 D.直播间秒杀

293、以下关于通过微博做直播预热的说法正确的有（ACD）。

A.微博预热具有高互动性，可进行粉丝互动。

B.微博文案写作建议使用规范公文式写作，不建议使用网络热词。

C.巧用标点符号，善用修辞手法。

D.可以使用“图片+文字”、“视频+文字”等形式。

294、直播抽奖可以设置以下哪些门槛（ABCD）。

A.分享直播间可参与 B.关注直播间可参与

C.进行评论可参与 D.满一定的下单金额可参与

295、在一场直播数据中，以下哪些数据是制定直播优化策略的基础（ABCD）。

A.本场概况 B.人气数据 C.带货数据 D.带货商品列表

296、一场电商直播的目标可以有（ABCD）。

A.提高加购物车金额 B.增加粉丝量 C.提高销售额 D.提高观看人数

297、淘宝直播数据分析第三方平台包括哪些（BD）。

A.飞瓜数据 B.知瓜数据 C.新抖数据 D.灰豚数据

298、以下哪些直播活动是以提升销量为导向（ABC）。

A.满减 B.满赠 C.充值礼 D.裂变分享直播间领优惠券

299、直播策划与脚本撰写主要包含哪些内容（ABCD）。

A.安排各个时间段的产品讲解顺序 B.构想直播宣传点

C.宣传文案 D.为各个产品撰写讲解文案

300、国内主流的电商直播平台包括（BD）。

A.网易 B.淘宝 C.优酷 D.快手

301、以下关于设置直播间屏蔽词的说法正确的有（AD）。

A.可以屏蔽一些具有政治倾向、辱骂国家机关倾向的关键词。

B.设置屏蔽词后，触发屏蔽词的用户将会被永久禁言。

C.设置完屏蔽词就万事大吉，直播时就可以不看评论了。

D.可以通过设置屏蔽词，屏蔽团伙性恶意评论。

302、在抖音App，将商品添加到橱窗中后，可以根据需要对商品进行（ABC）等管理操作。

A.移除 B.置顶 C.分类 D.隐藏

303、直播传播的目标有哪些（ABCD）。

A、提升产品销量 B、加强产品知名度 C、提升产品美誉度 D、促进品牌忠诚度

304、不同直播平台的哪些操作是不同的（ABCD）。

A.入驻规则 B.信息设置 C.直播间装修 D.商品发布

305、以下哪些属于淘宝直播粉丝亲密度加分项?(ABC)。

A.关注主播 B.发表评论 C.分享直播间 D.点赞1次

306、实体店转型新零售直播卖货的原因有（ABCD）。

A.让产品聚集用户 B.让顾客群体不再受地域范围的约束

C.减少店铺租金 D.粉丝与主播实时的互动

307、直播间标题要避免出现（AB）等词，这些词无法通过审核。

A.测试 B.测播 C.正品 D.好物

308、在新抖数据平台中，根据（ABC）可以分析商品的受欢迎程度以及直播商品的选择是否合适。

A.带货商品列表数据 B.人气数据模块 C.带货数据模块 D.直播概况模块

309、维护粉丝群的方法有(ABCD)。

A.设计互动话题 B.分享最新信息 C.邀请直播参与 D.设置专属福利

310、为什么直播也需要强调售后问题的处理呢（ABD）。

A.消除消费者顾虑 B.保护消费者权益

C.任何情况下，主播都需要承担售后责任 D.政策监管要求

311、下列哪些选项包含在AARRR漏斗模型的五个阶段中（ABCD）。

A.获客 B.留存 C.激活 D.变现

312、直播电商的效果判断标准分为哪些方面?（ACD）。

A.品牌曝光 B.大盘数据 C.用户感受 D.转化成交

313、下列可以做直播预热平台的有（ABCD）。

A.微博 B.微信公众号 C.短视频平台 D.企业官网

314、分析标签流量时，可以根据需要选择（B）和（C）两项数据。

A.地域跨度 B.时间跨度 C.标签 D.性别

315、不管短视频的选题属于哪个领域，其内容都要遵循以下哪些原则（ABCD）。

A.内容有新意 B.以用户为中心 C.紧跟网络热点 D.弘扬正确价值观

316、下列属于直播生态链的内容提供方的有（ABD）。

A.主播 B.公会 C.直播平台 D.“网红”学院

317、与线下购物场景和传统电商平台购物场景相比，直播电商的购物场景具有的优势有（ABD）。

A.良好的体验感 B.节约用户出行成本 C.主播都经过专业培训 D.价格优势

318、一般低成本的直播间主要使用（BCD）。

A.LED显示屏 B.刷漆纯色墙壁 C.不反光贴纸 D.直播背景板

319、关于直播预热渠道，下列属于私域场景的有（ABD）。

A.商品详情页 B.店铺微淘轮播页 C.微博 D.短视频平台的账号简介

320、粉丝分层的作用包括（ABCD）。

A.提高运营效率 B.根据不同人群针对性运营

C.满足差异化的粉丝需求 D.梳理粉丝等级

321、关于直播渠道方式，下列属于公域场景的有（ACD）。

A.微博 B.淘宝直播频道 C.社群 D.抖音推荐页

322、下列对AARRR漏斗模型五个阶段解释正确的有（ABD）。

A.获客，是指拉新，从认知到成为用户 B.留存，留住用户，减少流失率

C.变现，用户发现商品或品牌价值 D.推荐，裂变、传播、口碑营销

323、下列属于美妆类直播话术要点的有（ABCD）。

A.品牌 B.颜色 C.质地 D.味道

324、在设计直播封面图时，下列操作规范的是（ABD）。

A.符合直播主题 B.色彩构成合理 C.使用相同图片 D.尺寸大小标准

325、美妆类直播一般以小物件展示为主，这类直播间桌面产品的摆放是关键因素，原因包括（BD）。

A.场地空间有限 B.方便直播拿取 C.光线充足 D.彰显产品丰富性和专业性

326.下列属于抖音平台食品类、生鲜类内容规范的有（ACD）。

A.直播分享的商品信息需与直播购物车的商品信息一致

B.可以明示或暗示商品有保健功能

C.实物画面不得超过直播画面的1/2

D.不得分享售卖过期变质食品

327.目前，直播电商中较为常见的通用性规则主要涉及（ABC）三个方面。

A.信息发布 B.主播要求 C.直播间环境 D.商品链接

328.与短视频电商相比，直播电商的优势有（BC）。

A.专业性强 B.价格优势强 C.互动性强 D.流量来源广

329、在新抖数据平台中，根据（ABC）可以分析商品的受欢迎程度以及直播商品的选择是否合适。

A.带货商品列表数据 B.人气数据模块 C.带货数据模块 D.直播概况模块

330、下列属于直播种草模式的是（ABCD）。

A.开箱体验 B.试用测评 C.推荐名人同款商品 D.KOL介绍使用体验

331、在一场直播营销中，主播的考评依据包括（ABCD）。

A.是否充分了解用户需求。

B.能否根据用户的需求选出好物。

C.能否跟供应商谈成低价和争取足够有吸引力的福利。

D.能否通过直观的讲解减少用户的消费决策成本及节省用户选购时间。

332、微博主要带货模式有（ACD）。

A.话题热搜 B.打榜 C.直播 D.名人背书

333、主播在展示美妆类商品时，应强调商品的（AC）。

A.使用方法 B.制作方法 C.使用效果 D.适用性别

334、下列促销活动中，属于奖励促销的有（AC）。

A.签到有礼 B.定时打折清货 C.赠送优惠券 D.第二份半价

335、生活消费品类商品的销量热度居高不下，原因在于（ACD）。

A.商品贴近生活 B.单价便宜 C.能激发消费者同理心 D.消费需求高

336、在直播过程中，（ABD）等数值越大，说明直播效果越好。

A.最高销量 B.最高销售额 C.最高单价 D.客单价

337、针对某一场直播，可以通过（ABCD）数据，分析直播销售目标的完成情况，以及宣传推广的效果，并提出针对性的建议。

A.直播销售额 B.直播观看人数及热度趋势

C.单场涨粉 D.用户画像数据

338、下列属于福利型直播标题的有（AD）。

A.关注有礼 B.夏季出街搭配指南 C.限时抢购 D.随机抽奖

339、直播活动预热海报一般可以展示哪些海报要素（ABCD）。

A.直播活动主题 B.直播产品类型 C.直播活动时间 D.直播平台

340、直播间的风格跟（ABCD）都是息息相关的。

A.产品品类 B.品牌调性 C.主播人设 D.用户群体

341、网络秀场直播平台要对网络主播和“打赏”用户实行实名制管理。以下哪些用户不能打赏（AB）。

A.未成年用户 B.未实名制注册 C.任何 D.男性用户

342、当直播间的退货率偏高时，可以采用的改进策略有（ABCD）。

A.话术调整 B.细节调整 C.价格调整 D.商品调整

343、直播团队对引流内容的标题设计，可以从以下哪几个维度进行思考（ABCD）。

A.爆发力 B.吸引力 C.引导力 D.表达力

344、抖音流量分配受到以下哪些因素影响（ABCD）。

A.直播累计时间 B.直播间跳出率

C.直播间活跃度 D.短视频预热能力

345、辅助光需注意光照的亮度调节，光线太亮时可能会出现以下哪些情况（ABD）。

A.过度曝光 B.部分过暗 C.曝光不足 D.干扰主光

346、直播时引导用户评论的方法有（ABD）。

A.提问 B.玩小游戏 C.加快讲解速度 D.商品知识问答

347、在直播结束后,可以通过（ABCD）方式进行粉丝维护。

A.策划线上活动 B.分享最新信息 C.邀请直播参与 D.发起专属线下活动

348、在线下直播间搭建完成后，还可以做以下哪些准备工作（ABCD）。

A.线上直播间装修 B.商品发布与设置 C.直播预热物料制作 D.脚本编写

349、若出现单场涨粉数量极低的情况，说明直播间不能吸引粉丝的注意力，可能的原因有哪些（ABCD）。

A.主播的直播风格问题 B.直播的内容问题

C.直播商品的选择问题 D.直播间的优惠力度问题

350、直播运营团队收集粉丝反馈的渠道都有哪些（ABCD）。

A.直播间评论 B.私信回访 C.客服反馈 D.其他站外渠道

351、实体店做直播，还需要做好哪些工作（ABCD）。

A.内容运营 B.社群运营 C.流量运营 D.商品运营

352、直播常见的商业变现模式有（ABC）。

A.赞赏模式 B.广告模式 C.会员增值服务 D.内容付费

353、电子商务发展带来的影响有哪些（ACD）。

A.消费者的消费习惯改变 B.整个社会消费能力明显降低

C.行业之间的边界模糊化 D.购物越来越便捷

354、.直播带货选品要遵循哪些基本原则（ABCD）。

A.高关联性 B.商品须亲自试用 C.热门品类优先 D.高性价比

355、直播团队中客服岗的主要工作有（ABCD）。

A.开播前，确认商品、样品及道具是否准备好。 C.负责物流沟通

B.直播过程中，在直播间回答关于商品的相关咨询。 D.处理用户的售后问题

356、以下哪些属于直播电商发展的趋势（ABCD）

A.提升用户直播电商购物体验 B.提升主播专业素质和责任意识

C.完善供应链建设 D.强化监管其诚信规范经营

357、按照交易主体的性质可以将电商分成（ABC）

A.B2C B.C2C C.B2B D.A2A

358、（ABCD）可以为后期直播时选品提供相应的数据支持

A.销售额 B.销售量最高的商品品类 C.品牌 D.商品价格分布

359、下列属于主播助理工作内容的有（ABCD）

A.确认直播场地

B.提示用户关注主播

C.主播离席时及时补位

D.全方位配合主播

360、下列关于淘宝直播入群门槛说法正确的是（CD）

A.调整入群门槛后，不符合新门槛的成员将无法留在群内

B.铁粉群只允许粉丝等级为铁粉的粉丝入群

C.挚爱粉群只允许粉丝等级为挚爱粉的用户入群

D.钻粉群允许粉丝等级在钻粉以上的粉丝入群

361、在搭建直播间之前，要对（ABCD）进行整体规划

A.场地面积 B.装修成本 C.装修风格 D.环境灯光

362、直播间区域划分中的直播区需要规划好以下哪些内容（ABC）?

A.活动区域 B.走动路线 C.镜头内商品陈列 D.灯光摆放位置

363、在进行直播时，直播间两侧会进行（ABC）的展示，其目的是在直播时能够最大限度的向粉丝提供主播和商品的信息

A.信息卡 B.氛围图 C.互动组件 D.标题

364、在直播电商中，直播流程可以分为（ABCD）

A.直播前策划 B.直播中运营 C.直播后运维 D.直播后数据分析

365、主播在展示美食类商品时，应强调商品的（ABCD）

A.口味 B.功能 C.数量 D.食品健康

366、.以下不属于2020年最流行的消费模式是（CD）

A.直播电商 B.社区拼团 C.O2O D.C2B

367、电商类直播平台有哪些（ABD）

A.淘宝直播 B.京东直播 C.YY直播 D.拼多多直播

368、以下哪些选项为产地直播的优势（ABD）

A.商品真实可见 B.价格优势 C.光线充足 D.体现地方特色

369、直播预热引流的细节执行主要包括两部分，分别是（AC）

A.选择预热渠道 B.选择直播平台

C.准备预热物料 D.匹配合适主播

370、直播团队复盘后发现新增粉丝较少，需要思考以下哪些方面原因（ABCD）

A.直播场景是否合理 B.互动活动是否充足 C.主播带货是否专业 D.商品是否具有吸引力.

371、订单售后技巧有哪些（ABC）

A.与客户保持联系 B.跟进二次服务 C.倾听顾客抱怨 D.已完成订单不需继续跟踪

372、主播人设定位有哪些类型（ABCD）

A.专家人设 B.“达人”人设 C.低价人设 D.励志人设

373、下列哪些行为属于虚假宣传（ABCD）

A.直播中描述展示的商品与挂购物车商品信息不相关不一致

B.对产品功能效果进行虚假夸大宣传

C.通过虚假宣传方式引导用户刷评论作弊造假行为

D.虚假宣称“只赚10元”、“直降XX”等

374、主播可以通过以下哪些方式运营维护粉丝关系（ABCD）?

A.将品牌商的领导请到直播间里，在直播现场与品牌商的领导“砍价”

B.在直播间中为粉丝们发放红包

C.为自己的粉丝设置专属昵称

D.建立了粉丝团，并为加入粉丝团的粉丝设置专属特权

375、直播开播前的准备工作检查中，对商品了解度是指（AB）

A.主播及助理是否已熟记本场直播的商品名称 C.主播及助理是否使用商品

B.主播及助理是否已了解每个商品的核心卖点 D.主播及助理是否喜欢直播商品

376、对于主播的要求，主要有以下哪几点（BCD）

A.年满16周岁 B.网络实名制注册 C.穿着得体、举止得当

D.不得从事平台内或跨平台违法违规交易

377、传统电商与直播电商的运营模式可以从以下几个方面进行比较（ABCD）

A.商品内容呈现形式 B.商业模式 C.商品价格 D.转化率

378、以淘宝直播平台为例，主播可以利用的流量来源有哪些（ABCD）

A.直播预告 B.粉丝推送 C.店铺首页 D.逛逛

379、下列属于美妆类内容规范的有（ABCD）

A.不得对化妆品成分效果过分虚假夸大 B.不得宣传医疗作用或使用医疗术语

C.不得使用绝对化用语 D.非特殊用途化妆品不得宣传含有特殊功效

380、下列属于主播助理的任职要求的有（ABCD）

A.熟悉直播平台操作流程 B.具备良好的语言表达能力和沟通销售技巧

C.性格活泼，镜头造型感强 D.思维敏捷

381、下列属于直播效果数据分析的流量指标的有（ABC）

A.PV B.UV C.粉丝UV占比 D.粉丝互动率

382、下列属于直播过程中常用的促单方法的有（AD）

A.比价 B.重复讲解 C.多次降价 D.限时限量

383、直播互动环节，主播可以采取哪些方式（ACD）

A.发红包雨，抢红包 B.穿上比基尼，表演艳舞

C.评论互动抽奖 D.与粉丝玩猜谜语游戏

384、主播在做粉丝管理时，以下哪些方法可以提高粉丝黏性（ABCD）

A.引导粉丝加入粉丝团 B.打造人格化IP C.创作优质的内容 D.高效互动

385、以下说法正确的是（ACD）

A.直播环境要很明亮，昏暗的环境很难获得流量 B.直播时，商品可以随意堆积

C.直播的店铺的评分要在4.6以上，并且DSR不能全线飘绿

D.设置直播间的福利，可在淘宝后台的权益中心，找到对应的福利设置，设置好时间和数量

386、商家淘宝直播权限开通条件有哪些（ABCD）

A.淘宝店铺满足一钻或一钻及以上(企业店不受限，珠宝类目除外)

B.本自然年度内未因发布违禁信息或假冒材质成份的严重违规行为扣分满6分及以上

C.具备一定的店铺运营能力和客户服务能力

D.本自然年度内不存在出售假冒商品违规的行为

387、抖音体验分由商家近90天内的（ABC）三个评分维度加权计算得出。体验分为5分制，最低为3分。

A.商品体验 B.物流服务 C.服务态度 D.店铺评分

388、以下哪些属于抖音直播间禁售商品（ABCD）。

A.OTC药品及处方药 B.增高产品 C.艾灸贴 D.保健香水

389、淘宝短视频流量变现可以通过以下哪些方式（ABCD）

A.分享带货 B.商业广告 C.内容付费 D.平台打赏

390、李子柒的短视频作品为什么能成为短视频领域的一流IP。（ABCD）

A.内容定位精准，充满个性 B.个人形象鲜明

C.创建品牌实现商业变现 D.短视频画面意境唯美

391、爆款短视频必备的要素有（ABCD）.

A.创意标题 B.内容为王 C.背景配乐 D.画质清晰

392、开展售后服务的原因有(ABCD)

A.售后服务是促使顾客在此购买的好办法 B.售后服务是产品价格的一部分

C.售后服务是建立信任的基础 D.售后服务是顾客正确使用产品的必备条件

393、网络直播营销活动中的乱象都有哪些（ABCD）

A.虚假宣传以次充好 B.多重套路难辨真假

C.价格偏低盲目从众 D.直播带货缺乏监管

394、直播购物各类售后问题屡见不鲜，消费者直播购物应该如何保障自身权益?（ABC）

A.保留购物记录 B.理性消费 C.增强防范意识 D.跟着其他人买

395、元气森林这款饮料借明星、红人为品牌进行造势种草，在（ABC）等多个平台进行多维度投放.

A.微博 B.抖音 C.小红书 D.知乎

396、以下属于直播带货活动三大要素的是(ABD)。

A.人 B.货 C.时间 D.场

397、以下属于达人主播的有哪些?(BCD)

A.店铺主播 B.KOL C.明星 D.网红

398、以下说法正确的是(ABC)。

A.直播电商的本质是“以人为本” B.直播电商的经营是“货找人”

C.在直播电商中，主播不是帮品牌商卖产品，而是帮用户买产品

D.“货”是直播电商业务关系中的核心

399、通过(ABCD)等方式，可以构建品牌社交生态圈。

A.图文种草 B.短视频 C.直播带货 D.综艺赋能

400、快手上比较火的内容有哪些特点（ABCD）

A.多场景多人物 B.高颜值内容 C.标题封面要有力度 D.选对发布位置

401、快手平台有哪些典型的红人类型（ABCD）

A.原生型红人 B.新势力红人 C.KOC D.带货强V

402、带货强V作为快手生态下最具平台特色的变现力量，可以通过以下哪些措施实现（ABC）

A.通过“优质内容”实现早期粉丝沉淀 B.通过标签人设迅速圈粉

C.通过直播和优质的产品口碑赢得“老铁们”的长效信赖 D.短视频营销

403、选择合适的商品，对提升直播销量、用户满意度等方面均有帮助。在选择商品的过程中，可以从（ABCD）等方面进行商品竞品分析

A.粉丝画像 B.直播主题 C.品牌优势 D.商品性价比

404、直播时如何避免发生违法违纪行为（ABCD）

A.学习直播相关法律 B.熟悉直播平台规则

C.通过合法渠道宣传直播间 D.牢记直播违禁词汇和行为

405、以下说法正确的是（ABD）

A.商家不得发布产品、服务信息虚假宣传，欺骗、误导消费者

B.商家不得流量造假或篡改交易数据

C.人气高低不会影响消费者的消费决策

D.刷单行为泛滥将会影响市场信用

406、直播刷单的弊端有哪些？（ABC）

A.提高排名却降低转化率 B.耗费精力且容易被骗

C.一旦被发现面临严厉处罚 D.成本极低。

407、下列选项属于找主播的渠道的是?（ABC）

A、招聘全职主播 B、从实体导购选拔转型

C、对于已经有网店的店铺可以把客服、运营、产品转主播。 D、从竞争对手那里挖人

408、直播间差异化定位的方法有哪些（ABCD）

A、使用符合产品情况的道具

B、主播词除了按脚本讲解产品和活动外，最好加上主播个人特点

C、直播间装修应考虑到背景色调、摆件绿植、地板地毯以及操作台等

D、封面要考虑到主播姿势造型、背景色调、道具等

409、下列关于平台的选择说法正确的是（ABD）

A、考察门店产品客户一般在哪个平台

B、参考竞争门店开设直播的平台

C、哪个平台火选哪个

D、研究平台呈现的特点是否与我们产品呈现方式契合

410、赢得用户信任的方法有哪些（BC）

A、不是“亲测好用”的，也可以上架。 B、用一些话术打消观众对产品的顾虑。

C、给出专业的消费意见。 D、劝观众盲目购物。

411、下列属于精细化运作门店一般表现的是?（ABCD）

A、店长节流意识 B、数据管理及基础 C、团队激励考核 D、促销方案设计

412、下列属于实体店开启导购直播的益处是（ABD）

A、扩大商圈 B、不受客流限制

C、导购直播比较火，要跟紧潮流 D、增加销售机会

413、直播时长安排的关键有哪些（ABCD）

A、根据直播时长要求，配备主播人员，安排轮播

B、起步阶段坚持直播，保证直播规律特别重要

C、注意直播时段的淡旺场，关注竞争对手的直播时段

D、起步阶段坚持直播，保证直播规律特别重要

414、直播间进行产品介绍的注意事项有哪些（ABCD）

A、逻辑清晰，重点内容反复强调 B、不断重复，强调直播间的价格优势

C、不断向观众更新补货信息和购买链接 D、介绍的不仅是产品，而是销售方案

415、关于直播带货，下列说法正确的是?（ABCD）

A、提出单独的直播目标、考核机制有利于提高店员对直播的重视

B、资源配置全面，会增加店员的信心

C、让店员有被关注感，也会增强直播的意愿

D、收集和整理有经验主播的话术和技巧，是帮助主播学习技巧的一种的方式。

416、以下说法正确的是（AC）

A、开启直播前最好有比较好的线下经营、管理的基础

B、导购直播完全可以代替线下实体店

C、复购性强、大众化的产品更适合直播带货

D、导购直播对建材业、房地产等大件的门店不适用

417、培养主播间主体意识的方法有哪些（ABCD）

A、明确用户画像 B、找到自身优势 C、调查需求痛点 D、总结一个最字

418、直播间选品需要考虑哪些要素（ABCD）

A、货品结构 B、爆款主推 C、直播主题 D、直播节奏

419、直播间体验式产品介绍的方法有哪些（ABCD）

A、直播间布置的场景化 B、产品组合搭配、陈列

C、主播代为试用、试吃 D、销售道具，即产品模型、半成品的应用

420、内容运营中的“内容”的两层含义，是以下选项中的哪两种(AB)

A、内容形式 B、内容渠道 C、内容策划 D、内容归纳

421、抖音禁止推荐的几种视频是（BCD）

A、定位视频 B、心灵鸡汤讲述类视频 C、无口播拆箱视频 D、图片轮播

422、视频的观赏度主如果由什么来评判的？（ACD）

A、清洁流畅程度 B、横屏竖屏 C、拍摄运镜手法 D、内容对受众的吸引力

423、视频封面如何选择（ABC）

A、利用滤镜、美颜、特效功能 B、帅哥玉人出镜

C、简介大方统一的封面作风 D、利用动作、倒流、重复等效果

424、平台虚拟礼物具体的特征有(ABCD)

A、消费的商品 B、货币 C、交换的媒介 D、快消品

425、新媒体的特征包括（ABCD）

A、传播行为个性化 B、传播速度实时化

C、接收方式移动化 D、传播方式双向化

426、从直播间所销售商品的物质形态看，观众粉丝对（AB）能产生黏性

A、直播间的无体物商品 B、直播间的有体物商品

C、直播间的空调商品 D、直播间的“跳舞”商品

427、属于专业性主播的有？（AC）

A、口红一哥-李佳琦 B、带货女王-薇娅

C、格力王者-董明珠 D、美食女神-六六

428、形成账号限流的缘故原由首要有（ABC）

A、账号频仍登岸登出 B、内容中有违规词语

C、搬运其它用户的作品 D、流量太少

429、知名商家开直播时，应注意的事项有（ABCD）

A、要以回馈用户为开播礼物的 B、—定要实实在在的对用户予以回馈福利

C、直播过程一定要诚信 D、做好售后服务

430、新媒体内容运营包括（ABCD）

A、拉新 B、转化 C、促活 D、留存

431、主播在直播过程中，主播留住直播平台推荐的人流量的方式有（ABCD）

A、依赖直播内容来留人 B、依赖主播的外在形象来留人

C、依靠直播间空间设置来留人 D、依靠主播的语言特色来留人

432、优质直播的评价标准是（CD）

A、选品的优劣 B、场景的布置 C、内容的精彩程度 D、内容的表现形式

433、低俗或尬演小剧场不推荐的理由是（ABCD）

A、不正常导向 B、同质化严重 C、内容无深度 D、不利于平台发展

434、抖音翻拍别人的视频怎么拆解？（ABCD）

A、脚本结构和人物形象 B、标题和评论区

C、拍摄运镜和剪辑 D、选题和场景

435、下列属于教育类直播平台的有（ CD ）。

A．YY B．淘宝直播 C．千聊 D．CCtalk

436、下列属于用户信息数据中的静态信息数据的有（ ABC ）。

A．姓名 B．地址 C．性格 D．兴趣爱好

437、在短视频室内拍摄中，“三光布灯法”指的哪三种灯光？（ BCD ）。

A．伞灯 B．轮廓灯 C．主灯 D．辅灯

438、下列属于短视频后期编辑工具的有（ ACD ）。

A．Premiere B．Photoshop C．Audition D．VUE

439、植入广告的方法有（ ABCD ）。

A．道具植入 B．台词植入 C．剧情植入 D．奖品植入

440、淘宝直播主要有以下哪些形式？（ AC ）。

A．达人直播 B．明星直播 C．店铺直播 D．企业直播

441．在短视频平台发布短视频时，短视频标签的个数以（ BCD ）个为宜。

A．1 B．3 C．5 D．4

442．抖音淘客在选品时要注意以下哪几点？（ BCD ）。

A．客单价要高 B．查看“人气好物榜”作为参考

C．加入验货群 D．利用选单网、大淘客

443．在塑造IP形象时，人格强化主要通过（ ABCD ）来实现。

A．口头禅 B．标志符号 C．标签 D．名号

445．下列主播的直播话术中，正确的有（ ABCD ）。

A．大家好，这里是××的直播间，欢迎大家的到来！

B．谢谢大家的礼物！

C．时间不早了，我要下播了，谢谢大家的陪伴，明天同一时间再见！

D．觉得我的直播不错的，记得点一下关注。

446．关于直播电商模式与传统电商模式的比较，下列说法正确的有（ ABC ）。

A．传统电商模式的消费路径是用户——商品，直播电商模式的消费路径是用户——主播——商品

B．传统电商模式的社交属性弱，直播电商模式的社交属性强

C．传统电商模式的用户消费方式为用户主动搜索商品，直播电商模式的用户消费方式为主播向用户推荐商品

D．传统电商模式的消费体验反馈主要是客服连接，情感联系密切，直播电商模式的消费体验反馈主要是主播连接，与用户互动，情感联系密切

447．下列属于教育类直播平台的有（ BD ）。

A．淘宝直播 B．小鹅通 C．美拍 D．千聊

448．在直播过程中，为了让用户加深对直播的兴趣，长时间停留在直播间，并产生购买行为，主播可以使用（ ABCD ）等方式。

A．营销话术 B．发红包 C．发优惠券 D．才艺表演

449． 新媒体的特质有哪些？（ ABD ）

A．以人为本 B．开放融合 C．互动性 D．互动的媒介”

450． 爆款直播公式是哪三点相结合（ ABD ）

A.多元渠道引流 B.高性价比好货 C.高人气主播 D.带货IP构建

四、判断题

1、商品的核心词指的是表明商品所属类目的词。（×）

2、在销售淡季，商家采取的“消费满500立减200”的策略，属于折扣价格策略。（√）

3、目前，国内著名的C2C网站，如易趣、淘宝网、雅宝、拍拍等公司中，淘宝网是中国成立最早的C2C电子商务网站，也是最先收费的国内C2C网站。（×）

4、店铺促销品和新品相比更能给我们带来利润的是促销品,更能帮我们带来流量的是新品。（×）

5、店铺直播中，直播间定位比主播定位更重要。（√）

6、线下导购转行做直播带货，最核心的优势就是专业度。（√）

7、数码相机光圈越大，F值越小，进光量越多；光圈越小，F值越大，进光量越少。

8、变相折价促销是指在不提高或者稍微增加价格的基础上，增加产品的分类或者提高产品的质量。（√）

9、网上银行一般分为非证书版与证书版，非证书版可以直接在网上申请，证书版就必须携带身份证件和账户资料到银行网点签约，下载并安装网银证书。（×）

10、证书版的网上银行有些功能与金额会受限制。（×）

11、推广，就是做广告的意思，做广告就要花钱，没有把店铺推广做好，是因为没有花钱或者花钱太少。（×）

12、黑色星期五特指速卖通平台的打折促销活动。（×）

13、会员费不属于b2c电商企业的盈利来源（×）

14、速卖通是不是产品数量铺货越多，曝光越高（×）

15、公告展示区的特点是使用大篇幅的文字，大量图片，内容复杂，有促销、推广、商品介绍等信息（×）

16、促销信息应尽量简单，字体统一，字数尽量保持在10字以内，要做到简短、清晰、有力，避免促销信息混乱、喧宾夺主等问题 （√）

17、商品图片拍摄顺序应遵循从局部到整体、从全景到特写、从正面到侧面、从内到外的原则，形成规范的作业流程 （×）

18、产品采用什么摆放角度和组合是在进行相机拍摄前就要思考的问题，因为拍摄前的产品摆放直接决定了照片的基本构图 （√）

19、商品拍摄总要求是将商品的形、质、态、色充分而不夸张地表现出来（×）

20、网店优化主页焦点图时，淘宝主图优化一般建议尺寸不要小于750\*750，图片一定要清晰，文字性的东西不可太多，一般可以放公司LOGO和促销文字或是产品卖点，字数控制在6-8就可以了（√）

21、在直播公域流量体系中，一个直播间的人气越高，直播广场流量分配的就越多。（√）

22、在进行直播数据诊断时，一个直播间中付费流量占比比较大时，才说明流量布局是合理的。（×）

23、直播目的只需要分析营销目标。（×）

24、直播产品包括实物产品和虚拟产品。（×）

25、直播筹备只需要对设备进行检查调试。（×）

26、利用直播平台提升销售额至100万元是具体的目标。（√）

27、才艺营销方式要求主播必须才艺过硬。对（√）

28、直播就是电视直播。（×）

29、直播电商就是一种购物方式，在法律上属于商业广告活动。对（√）

30、直播带货为网络购物带来了趣味性。（√）

31、直播电商供应链层级较多，很难有价格优势。（×）

32、直播平台只是提供直播的平台，平台自身不直播带货，不需要对消费者负责。（×）

33、主播人设是由主播在直播间说“我是一个怎么样的人”而形成的。 （×）

34、人设标签必须是一些主播本身具备的、有传播度并符合目标群体需求的标签。（√）

35、打造人设最好根据人气高的主播的特点进行选择。 （×）

36、引流款是质优价廉、快速消耗的商品，用来提升直播人气和粉丝信任，一般包括店铺热卖爆款、活动爆款、应季网红商品等。 （√）

37、一般直播前两天就要进行直播预告。 （√）

38、直播对电脑配置没有特殊要求。（×）

39、补光灯的功效就是通过自由调节镜头的亮度来进行画面镜头补光和美颜。 对（√）

40、直播间的环境标准是饱满而不拥挤。（√）

41、为了达到好的直播效果，直播脚本要一直使用固定的模板。（×）

42、现场直播的时间要固定，要准时播出，这样可以促进粉丝准时观看直播的习惯养成。（√）

43、助理需在直播前将待播品的规格，价格等核实清楚，避免出现演出失误等情况。（×）

44、社教类平台有微信视频号、微博、腾讯等平台。（√）

45、淘宝超级推荐直通车不属于付费预热。（×）

46、直播数据采集包括三个维度：推广数据，直播数据，售后数据。（√）

47、坐姿半身式直播方式较为用于食品、母婴、美妆护肤、茶叶、珠宝、手机配件等。（×）

48、社群的生命周期是"萌芽期-高速成长期-成熟期-衰退期。（√）

49、直播互动率=评论人数/观看总人数×100%。（√）

50、VLOG的特点是道出自己的生活感悟，营造“对话感”，交互性高。（×）

51、中心构图法是将拍摄主体放到画面中心进行构图的方法，突出主体，达到左右平衡的画面效果 。（×）

52、常见的防抖工具有：手机支架、三脚架、手持稳定器和遮光板。（√）

53、三分构图法是将拍摄画面按照对称轴或对称中心使画面的景物形成对称的构图方法。（√）

54、摇镜头是相机沿着水平方向围绕被拍摄对象左右横移拍摄的镜头。（√）

55、当直播活动规模小时，预热时间长一些，便于活动期间引爆热度。（√）

56、制造记忆的关键是内容要让用户一眼记住，用最简洁的语言传递最核心的内容。（×）

57、售后引导属于消费之后的后续服务，不属于提高社群活跃度范畴。（√）

58、广告展示数、广告平均点击单价为广告吸引力数据；累计观众为直播间吸引力数据。（√）

59、美颜自拍属于突出直播活动的亮点。（×）

60、以下不属于内容分发平台的是小红书、百度贴吧。（×）

61、当用户生命周期处于成长期的时候，核心指标是留存率。（√）

62、直播前的物料准备包含样品、背景板、预热海报、台词等。（×）

63、过程执行是活动运营的根基。（√）

64、问答不是知乎的核心功能定位。（×）

65、关于直播间的背景色，不建议大面积使用白色，易反光。（√）

66、用户正常都是先看封面，再看直播标题和简介，所以封面设计的吸睛程度，是用户决定是否进入直播间的第一步。（√）

67、突出嘉宾能够彰显直播活动的规模与影响力，让直播活动产生名人效应，进一步扩大传播的效果。（√）

68、互动率不属于直播间吸引力，转化率和复购率为直播销售力指标。（×）

69、竞品截流，恶意刷屏，广告不属于破坏社群关系的行为，无需进行及时清理。（×）

70、电脑直播时，建议主板低于intel5。（×）

71、平台型产品运营策略包括口碑传播。（×）

72、跟镜头是跟随等距离运动的移动镜头。（√）

73、用户的活跃度是衡量社群运营成功与否的关键点。（√）

74、建议使用100M及以下的网络，。保证直播时网速的流畅性。（×）

75、食品类商品需要让观众了解包装里面的食物的颜色，口感，状态等。（√）

76、运用合理的互补和对比色是风格设计的不正确操作。（×）

77、在搭建用户体系时，运营者可以借助RFM模型设计管理层级。（√）

78、直播抽奖属于预热活动。（×）

79、文字描述不能算直接引流，每一种引流方式都会有文字描述部分。（√）

80、效果评估不属于活动评估阶段。（×）

81、尽量不要出现“微博”、“微信”等词语，防止平台屏蔽，可用谐音词或字母代替“WX”“围脖”“weibo"等。（√）

82、变焦镜头是常用运镜方式。（×）

83、广告点击率是判断用户是否喜爱广告的重要标准。（√）

84、在物料跟进中，小明觉得样品是全新未拆分的，且是大品牌，便不对样品进行功能检查。（√）

85、价格锚点就是用一个比较价格来衬托预先设置好的价格。（×）

86、直播间遇到网友恶意起哄等行为，直播助理可对其设置禁言。（×）

87、强调产品优点属于销售话术运用。（√）

88、社交媒体文案写作包括：文案策划，文案写作，文案排版编辑，文案输出等几个部分。 （×）

89、运营人员可以从以下五个渠道进行选题：频率，难易，差异，视角，行动成本。错

百度贴吧是一个以兴趣聚合共同爱好的领地。（×）

90、直播短视频时代内容为王早已过时。（√）

91、颜值就是流量这句话在直播中是绝对真理。（√）

92、稀有营销适用于拥有独家稀有营销为直播观众带来的独特视角。（×）

93、硬广是一种伪装的广告。（√）

94、粉丝的移情包括对主播推荐产品的移情，对主播个人品牌的移情。（×）

95、社群粉丝画像一旦建立就不能进行更改。（√）

96、开播前，小鹿根据自己喜好布置出一个符合自己感觉调性的直播间。（√）

97、所有的社群用户都会经历完整的用户生命周期。（√）

98、直播间完成布景后，还需对直播间进行布光，改善直播间灯光条件，烘托直播间氛围。（×）

99提升社群活跃度的短期是为了培养用户对主播的忠诚度，长期目的是为了拉回用户对社群的关注度。（√）

100、选择一个用户匹配度更高的平台，有利于直播带货活动的开展。（×）

101、一旦社群演变成死群，在促活无效的情况下，就要考虑转移社群有价值的成员，组建新群。（×）

102、直播间布光时，环境光源越多越好。（√）

103、只有淘宝商家才能在淘宝平台进行直播。（√）

104、开启直播定位，有助于提升同城用户直播间曝光量。（×）

105、分析退货率、售后率，有利于衡量商品质量。（×）

106、开播信息预告时的标题，可将利益折扣相关内容写出来，以便吸引用户。（√）

107、在直播活动结束后，为了准确分析直播效果，需要提前收集统计直播产生的数据。

（×）

108、影响总销售额的关键因素包括直播间观看人数、用户下单购买、商品价格等因素。（×）109、分析一场直播的最终效果，首先关注的就是总销售额。（×）

110、小鹿认为硬件设备每天都在用，无需做检查。（√）

111. 选择货架作为背景时，需要保持陈列商品的整齐性及色彩平衡，避免造成背景墙杂乱无章。（×）

112. 录制过程中，产品一定要摆放得整齐有序，需要多一些装饰。（√）

113. 顶光的作用是增强面部/产品立体感。（√）

114. 背景光可均匀室内其他灯光效果，使直播间的各亮度和谐。（×）

115. 动圈麦克风，适用于室内直播间来使用。（√）

116. premiere是一款应用广泛的视频编辑软件，提供采集、剪辑、调色、美化音频、字幕添加、输出等流程。（×）

117. 一份逻辑严密、条理清晰的直播脚本可以使直播活动成功完成。（×）

118. 形成传播渠道的关键是站在用户角度，制作让用户产生认同感的内容。（√）

119 助理需在直播前将待播品的功能等核实清楚，避免出现演出失误等情况。（×）

120. 直播团队在敏感词设置过程中，对在直播间打广告的用于进行屏蔽，拉黑处理。（×）

121、主播口播“加我 xx 号，每单可减 x 元”，并引导用户脱离平台购买其商品是

否正确？（×）

122、在口播、文字描述、购物车/视频标题等场景中涉及“全行业第一”、“全国第一”、“全网第一”、“绝无仅有”、“史无前例”、“国家级”等《广告法》中的宣传禁用词汇，是否符合平台规范？如宣传商品的销量全国第一，价格全网最低。（×）

123、在进行商品讲解时，为了增加卖点，是否可以宣传商品能够逢凶化吉，化解小

人、招财进宝、招桃花、交好运、增加财气。（×）

124、主播引导用户拍任意链接下单，备注商品编号即可的售卖行为是否合规？（×）

125、化妆品类商品是否可以借用其他知名度相对较高、品牌影响力相对较大的商品/品牌研发团队、生产线、销售渠道或其他非成分相关的因素，宣传两个商品/品牌之间存在某种替代关系？（×）126、自信、尽责、乐观是直播主播必备的心理素质。（√）

127、大部分短视频的拍摄要求并不高，“三灯布光法”就可以满足基本的拍摄需求。（√）128、新媒体内容运营策略不包括内容价值判断。（×）129、直播应遵循的基本原则有趣味性，实用性和独特性。（√）

130、在短视频领域，抖音和快手争夺的是竖屏市场，而西瓜视频争夺的是横屏市场。（√）

131、在完善抖音账号时，需要设定具有高识别性的账号名称。（√）

132、短视频创作者要尽可能地在第一时间回复用户的评论。（√）

133、2016 年既是短视频元年，但不是直播元年。（×）

134、在直播间售卖非特殊化妆品宣传特殊化妆品功效、普通食品宣传医疗保健功效等，或进行过度承诺、以违背常识夸张演绎的形式演示商品效果，是否符合平台规范？（×）

135、短视频中可以出现“包邮”“好货”“福利”等词语。（×）

136、短视频封面可以出现水印字样和词汇。（×）

137、用户画像分析是短视频创作者进行创作的第一要务。（√）

138、是否可以通过如剪辑、配音等手段对内容素材进行二度创作后，再挂购物车进行商品分享。（√）

139、用户信息标签的两个重要特征：一是语义化；二是短文本。（√）

140、《一上班就没状态？这是病，得治！》属于设计恐惧，吸引点击的标题写法。（√）

141．在短视频行业的产业链中，处于“金字塔”最顶端的是PGC。（×）

142．在内容消费上，长视频给用户的沉浸感比短视频更好。（√）

143．用户画像分析是短视频创作者进行创作的第一要务。（ √ ）

144．目前人们拍摄短视频用得最多的拍摄设备是单反相机。（ × ）

145．短视频创作者要尽可能地在第一时间回复用户的评论。（ √ ）

146．贴片广告不属于硬广告。（ × ）

147．直播过程中，即使没有名人参与直播也可以使用名人的照片作为封面图。（ × ）

148．在短视频领域，抖音和快手争夺的是竖屏市场，而西瓜视频争夺的是横屏市场。（ √ ）

149．2016年既是短视频元年，也是直播元年。（ √ ）

150．短视频字幕在任何情况下都不能出现错别字。（ × ）

151．对于可加工的食品，主播可进行现场制作并体验式直播。（ √ ）

152．带有营销性质的直播应追求“在线观看人数”，而不是“目标用户在线观看人数”。（ × ）

153．直播关闭之后意味着整个直播工作的结束。（ × ）

154．低配版直播团队最少需要一个人。（ × ）

155．主播只要人气高，带货能力一定不会差。（ × ）

156．主播是直播的灵魂，助理是直播的核心。（ √ ）

157．最好用销售的商品来装饰直播间，如用摆满商品的货架作为背景。（ √ ）

158．直播封面图的尺寸一般为500像素×500像素。（ × ）

159．商家通过腾讯直播App创健直播任务，用户也需要下载腾讯直播App观看直播并购买商品。（ × ）

160．在电商直播时，主播给用户的赠品要与商品有关联。（ √ ）

161.微信注册可以用手机号、微信号、邮箱地址、qq号注册。（√）

162.微信摇一摇只能摇人，摇歌曲。（×）

163.微信可以形成闭环的O2O.(√)

164.微信公众号为销售渠道提供多元化（√）

165.微信的商业模式包括游戏、内容、功能，O2O、社交等盈利模式。（×）

166.微信4.5公众平台的接口中增加了“事件推送”的功能。（√）

167.LBS即消息推送。（×）

168.订阅号没有微信支付的功能。（×）

169.服务号每天能发送一条信息给用户。（√）

170.整天忙碌的白领不适合微信创业（×）

171.微信公众平台后台中素材管理里有单图文消息和多图文消息两种。（√）

172.物联网就是物物相连的互联网。（√）

173 网络营销是以企业为主的社会化营销。（ × )

174 网络营销所面对的营销载体是实体市场。（ × )

175 网络营销组合与传统营销组合是一样的。（ × )

176 网络广告是网络营销的最重要的方法。（ × )

177 短视频相比传统视频，具有较强的互动性。（√ )

178 短视频电商适合卖服装、休闲零食、美妆等。（ √ )

179 Papi酱是短视频或直播型网红的代表，在2016年，以Papi酱代表的网红经济已经从现象升级为一种经济产业。( √ )

180 短视频更加适合手机横屏播放。（ × )

181 短视频a＋社交沉淀＋电商转化构成网红经济运转的一种典型商业闭环。（ √ )

182 红人就是短视频营销的关键营销渠道，他们在平台的影响力甚至远超一些一线的明星艺人。（ √ )

183 微视频是指短则30秒，长则不超过20分钟的视频短片。微视频的内容涉及面广泛，视频形态多样，用于教微视频是指短则30秒，长则不超过20分钟的视频短片。微视频的内容涉及面广泛，视频形态多样，用于教学的微视频一般被称为微课。( √ )

184 不可通过广告的形式进行宣传，如百度广告、抖音广告等。（ √ )

185 网络营销是传统营销在网络环境下的发展 。（ √ )

186 博客营销就是利用博客这种网络应用形式开展网络营销。（ √ )

187 在网络营销渠道中，中间商是多余的。（ × )

188 网络营销是指注重营销网络的构建的一种营销方式。（ × )

189 网上销售只是网络营销的一个部分内容。（ √ )

190 没有网站的企业不可能开展网络营销活动。（ × )

191 网络营销使得企业的组织结构趋于扁平化。（ √ )

192 抖音的英文名称为Shake tone（ √ ）

193.E-mail 营销与搜索引擎之间并没有直接关系，各自承担推广任务。( × )

194.按钮广告是网络广告最早的形式之一。( √ )

195.博客可以替代广告，减少直接广告费用，并节省广告费开支。( × )

196.抽样调查通常比普查在人力、物力、财力方面的开支大，所需要的时间长。( × )

197.传统的市场调研适用于面对面的深度的访谈。( √ )

198.电子推销信应有明确有力的主题。( √ )

199.动机是激励人们行为的原因。( √ )

200、直播活动中的互动，由发起和奖励两个要素组成，其中用户决定了互动的参与形式与玩法，奖励则直接影响互动的效果。（×）

五、**简答题**

1. **在互联网营销大赛中，主播应如何定位自己的专业方向以吸引观众？**

**答：主播应根据自己的兴趣和专长，选择一个与之相关的专业方向。通过深入研究该领域，提供有价值的内容，以吸引对该领域感兴趣的观众。**

1. **描述一次成功的直播带货案例，并解释主播在其中所扮演的角色和贡献。**

**答：在XX品牌的直播带货中，主播通过生动的展示、详细的讲解和与观众的互动，成功吸引了大量购买者。主播不仅展示了产品的特点和使用方法，还分享了个人使用心得，增加了观众的信任感。**

1. **作为主播，在互联网营销中如何与观众建立信任和互动？**

**答：主播应真诚地与观众交流，积极回答观众的问题，提供有用的信息。同时，通过定期举办互动活动、分享生活点滴等方式，增加与观众的互动频率，建立深厚的信任关系。**

1. **如何利用主播的个人魅力和影响力来推广产品或服务？**

**答：主播应充分展现自己的个性和专长，通过个人魅力吸引观众关注。同时，在推广产品或服务时，结合个人经历和使用体验，增加产品的可信度，激发观众的购买欲望。**

1. **主播在直播过程中，如何有效地介绍产品的特点和优势？**

**答：主播应提前了解产品的详细信息，包括特点、优势、使用方法等。在直播过程中，通过生动的语言和形象的展示，将产品的特点和优势传达给观众，让观众对产品产生浓厚的兴趣。**

1. **主播在直播营销中应如何掌握节奏，保持观众的持续兴趣？**

**答：主播应合理安排直播内容，确保内容丰富多样、节奏紧凑。同时，根据观众的反馈和互动情况，及时调整直播节奏和内容，保持观众的持续兴趣和参与度。**

1. **主播如何与品牌合作，实现互利共赢的互联网营销效果？**

**答：主播应与品牌方建立良好的合作关系，共同制定营销策略和推广计划。通过直播展示、互动活动等方式，将品牌信息和产品特点传达给观众，提高品牌知名度和美誉度。同时，主播也可以从合作中获得一定的收益和曝光机会。**

1. **主播应如何分析直播数据，以优化自己的营销策略？**

**答：主播应定期分析直播数据，包括观看量、互动量、转化率等指标。通过数据分析，了解观众的喜好和需求，发现直播过程中的问题和不足，从而优化自己的营销策略和内容安排。**

1. **在互联网营销大赛中，主播如何运用社交媒体平台来扩大影响力？**

**答：主播应在多个社交媒体平台上建立自己的账号，并定期发布有价值的内容。通过社交媒体平台与观众进行互动和交流，提高自己的知名度和影响力。同时，也可以利用社交媒体平台进行产品推广和品牌宣传。**

1. **主播在直播营销中，如何避免违规行为并确保合规性？**

**答：主播应遵守相关的法律法规和平台规定，确保直播内容的合规性。在直播过程中，避免发布违法、违规或敏感的内容。同时，也要尊重他人的权益和隐私，避免侵犯他人的合法权益。**

1. **主播如何与其他主播合作，共同推广产品或服务？**

**答：主播可以通过建立合作关系，与其他主播共同推广产品或服务。这可以通过联合直播、互相推荐或共同策划营销活动等方式实现。通过合作，主播可以互相借鉴经验、扩大观众群体，提高产品的曝光度和销售量。**

1. **主播在直播过程中，如何应对观众的负面反馈和评论？**

**答：面对观众的负面反馈和评论，主播应保持冷静和礼貌。首先，认真倾听观众的意见，了解问题的原因。然后，积极回应并解释，如果确实是产品或服务的问题，可以承诺改进或补偿。同时，避免与观众发生争执或冲突，保持良好的沟通氛围。**

1. **如何通过有趣、有料的直播内容来吸引和留住观众？**

**答：要吸引和留住观众，主播需要提供有趣、有料的直播内容。这可以包括独特的视角、生动的讲解、实用的信息、有趣的互动等。同时，主播还可以根据观众的喜好和需求，定制个性化的直播内容，提高观众的参与度和忠诚度。**

1. **主播应如何保持直播内容的多样性和新鲜感？**

**答：为了保持直播内容的多样性和新鲜感，主播可以不断尝试新的内容形式和话题。这可以包括引入新的嘉宾、举办主题活动、分享生活点滴等。同时，主播还可以关注热点事件和话题，及时将其融入直播内容中，增加观众的关注度和兴趣度。**

1. **在互联网营销大赛中，主播如何提高自己的专业技能和知识水平？**

**答：主播可以通过多种途径提高自己的专业技能和知识水平。首先，可以参加相关的培训课程和研讨会，学习最新的营销知识和技能。其次，可以关注行业动态和趋势，了解最新的营销理念和策略。此外，还可以与其他主播和专业人士交流学习，互相借鉴经验和技巧。**

1. **主播如何运用营销工具（如优惠券、限时抢购等）来提高转化率？**

**答：主播可以灵活运用各种营销工具来提高转化率。例如，在直播过程中发放优惠券或提供限时抢购的机会，可以激发观众的购买欲望并促使他们立即下单。此外，主播还可以设置会员专享优惠或积分兑换等活动，增加观众的粘性和忠诚度。**

1. **主播在直播营销中，如何营造独特的品牌形象和风格？**

**答：要营造独特的品牌形象和风格，主播需要明确自己的定位和特色。首先，要选择一个与自己专业相关的领域，并深入研究该领域的知识和趋势。其次，要在直播中展现自己的个性和专长，形成独特的风格和特点。此外，还可以通过统一的视觉设计和品牌形象来增强品牌的辨识度和影响力。**

1. **如何通过互动游戏或抽奖活动来提高观众的参与度和粘性？**

**答：互动游戏和抽奖活动是提高观众参与度和粘性的有效方式。主播可以在直播中设置一些有趣的互动游戏，如问答、投票等，引导观众积极参与并发表意见。同时，可以设置抽奖环节，为观众提供小礼品或优惠券等奖励，增加观众的参与感和获得感。**

1. **主播如何把握市场趋势和消费者需求，以制定有效的营销策略？**

**答：主播需要密切关注市场趋势和消费者需求的变化。可以通过研究行业报告、分析竞争对手、调查目标受众等方式来获取相关信息。在了解市场趋势和消费者需求的基础上，主播可以制定有针对性的营销策略，如调整直播内容、优化推广渠道、提供个性化服务等，以满足观众的需求并提高营销效果。**

1. **主播在直播营销中，如何与供应链和物流团队紧密合作，确保产品及时送达？**

**答：为了确保产品及时送达，主播需要与供应链和物流团队建立紧密的合作关系。首先，要与供应商建立良好的沟通机制，确保产品的质量和供应的稳定性。其次，要与物流团队协调配合，制定合理的配送计划和方案，确保产品能够按时送达给消费者。此外，还要关注物流过程中的异常情况并及时处理，确保消费者的购物体验不受影响。**

1. **主播如何运用跨平台营销来扩大自己的影响力和覆盖范围？**

**答：主播可以通过跨平台营销来扩大影响力和覆盖范围。这包括在不同社交媒体平台（如微博、抖音、快手等）上发布内容，并与其他平台上的用户进行互动。同时，也可以与其他网红或KOL合作，共同推广产品或服务，以吸引更广泛的受众。**

1. **主播应如何维护自己的粉丝群体，提高粉丝的忠诚度和活跃度？**

**答：主播应该与粉丝建立深厚的情感联系，通过定期互动、分享生活点滴、提供独家福利等方式来维护粉丝群体。同时，也要关注粉丝的需求和反馈，及时调整内容策略，满足粉丝的期望。此外，举办粉丝活动、设置粉丝专属福利等也是提高粉丝忠诚度和活跃度的有效方法。**

1. **如何通过直播营销来推动品牌知名度和美誉度的提升？**

**答：直播营销是提升品牌知名度和美誉度的有效途径。主播可以通过精心策划的直播内容，展示品牌故事、产品特点和使用场景，增加观众对品牌的认知和好感。同时，与观众进行互动、回答观众问题、解决观众疑虑等方式也能增强观众对品牌的信任感和满意度。**

1. **主播在直播营销中，如何运用数据分析和用户画像来精准定位目标受众？**

**答：主播可以利用数据分析工具来收集和分析直播数据，包括观看量、互动量、转化率等指标。通过对数据的分析，可以了解观众的喜好、需求和行为模式，从而精准定位目标受众。同时，也可以利用用户画像技术，根据观众的属性、兴趣和行为特征，构建出具体的用户画像，以便更好地满足目标受众的需求。**

1. **主播如何与品牌方进行有效的沟通和协作，以实现共同的营销目标？**

**答：主播与品牌方的有效沟通和协作是实现共同营销目标的关键。主播应主动与品牌方沟通，了解品牌的定位、目标和期望，以便更好地为品牌服务。同时，也要向品牌方提供有价值的建议和意见，共同制定营销策略和推广计划。在合作过程中，要保持积极的沟通和反馈机制，及时调整策略，确保营销目标的实现。**

1. **主播在直播过程中，如何处理突发事件和紧急情况？**

**答：在直播过程中，主播可能会遇到各种突发事件和紧急情况。首先，主播应保持冷静和镇定，迅速判断问题的性质和严重程度。对于可以立即解决的问题，应迅速采取措施进行处理；对于无法立即解决的问题，应及时向观众说明情况并寻求帮助。同时，主播也应具备应对突发事件的预案和应对能力，以确保直播的顺利进行。**

1. **如何通过直播营销来推广新产品或新服务，提高市场占有率？**

**答：直播营销是推广新产品或新服务的有效手段。主播可以通过直播展示新产品的特点、优势和使用方法，吸引观众的关注和兴趣。同时，也可以结合优惠活动、限时抢购等方式刺激观众的购买欲望。在推广过程中，主播还可以与观众进行互动、解答疑问、分享使用体验等，增加观众对产品的信任感和购买意愿。**

1. **主播如何运用自己的专业知识和经验来解答观众的疑问和困惑？**

**答：主播可以利用自己的专业知识和经验来解答观众的疑问和困惑。在直播过程中，观众可能会提出与产品或服务相关的问题或困惑。主播应根据自己的专业知识和经验进行解答和解释，提供有价值的信息和建议。同时，也要保持耐心和礼貌的态度，尊重观众的意见和反馈。**

1. **主播在直播营销中，如何与其他营销渠道（如线下活动、广告投放等）形成协同效应？**

**答：主播在直播营销中可以与其他营销渠道形成协同效应，以提高整体营销效果。例如，可以与线下活动进行联动，通过直播展示活动现场、分享活动亮点等方式吸引更多观众参与。同时，也可以与广告投放渠道合作，将直播内容作为广告素材进行投放，扩大直播的曝光度和影响力。通过与其他营销渠道的协同合作，可以实现资源共享、优势互补的效果。**

1. **在互联网营销大赛中，主播如何不断学习和创新，以保持竞争优势和领先地位？**

**答：在互联网营销大赛中，主播需要不断学习和创新以保持竞争优势和领先地位。首先，要关注行业动态和趋势变化，了解最新的营销理念和技术手段。其次，要参加相关的培训课程和研讨会，学习最新的知识和技能。同时，也要积极探索新的直播形式和内容创意，以满足观众的需求和期望。通过不断学习和创新，主播可以保持敏锐的**市场洞察力和创新能力，在激烈的竞争中脱颖而出。

31、直播间调试包括哪些？

答：开启美颜功能、添加信息小卡、添加直播间挂件、直播间添加背景音乐、设置直播间公告等。

32、腾讯直播有哪些平台和入口？

答：腾讯直播的平台有微信小程序直播、企业微信直播、看点直播、NOW直播、和其他第三方开发包括爱逛在内的直播平台。

33、各直播平台的流量规则有什么区别，如何选择合适的直播平台？

答：（1）区别：腾讯直播最大的价值在于私域流量的开发和持续沉淀，实现工具化的社交裂变。快手直播最大的价值在于用户的高活跃黏性。抖音作为国内活跃用户最多的短视频平台，流量的来源要依靠短视频内容的制作和发布的内容符合平台的喜好。淘宝直播是典型的混合域直播方式，流量的来源一方面是电商店铺原来的粉丝；另一方面是淘宝直播根据直播间权重推荐的流量。（2）选择：企业的内容能力强，首选抖音、快手平台；企业的产品能力强，首选淘宝直播；企业的运营能力强，首选腾讯直播。

34、如何开通快手小店？

答：单击快手APP主页左上角【侧边栏】-【更多】=【小店订单】，单击“我要开店”，然后根据界面提示完成实名认证后即可开启快手小店。

25、淘宝直播的直播间调试需要注意哪些方面？

答：开启美颜功能、添加信息小卡、添加直播间挂件、直播间添加背景音乐、设置直播间公告等。

26、淘宝直播如何参加官方直播活动？

答：获取官方活动的方式：关注淘宝主播APP资讯，这里会经常公布官方最近的活动信息；关注官方群消息，很多活动信息会在群里通知；关注淘宝直播白皮书，官方活动信息会不定期在白皮书中更新。

27、什么是流量指标？

答：通常对应直播间的在线人数。在线人数指的是同时在线观看直播间的直播内容的用户数量。在线人数是直播间流量的核心指标，不同的直播平台有不同的流量评价指标，但通常最值得关注的流量指标就是在线人数。

28、什么是人气指标？

答：人气指标对应直播间的互动数量。互动指的是用户在直播间评论区发起评论或参与直播设置的话题。互动数量是直播间人气活跃程度的核心指标，越是交互活跃的直播间，意味着用户对直播内容的参与程度越高。

29、什么是转化指标？

答：成交单量是考核直播电商转化的核心指标，代表直播内容和电商销售达成了统一。

30、什么是复盘？

答：结合直播电商的效果评估指标和效果判断标准，一般可以从流量指标、人气指标、转化指标三个方面对直播电商进行复盘以及改进。

31、什么是用户互动量？

答：互动数量要从两个维度展开分析：新用户互动量和老用户互动量。

32、什么是网络拍卖？

答：是指通过网络和现代信息技术，以公开竞价的形式，将特定物品或者财产权利让给最高应价者的买卖方式。

33、什么是网络竞买？

答：是指在网络环境下，出卖者从多个竞买者中选择条件最优者而成交的一种交易。

34、什么是网络司法拍卖？

答：是人民法院依法通过互联网拍卖平台，以网络电子竞拍方式公开处置财产的行为。

35、如何评价一场带货直播的效果？

答：直播电商的效果并不存在唯一的判断标准，一切都与直播前设定的目标有关系，大体上分为三个情况对直播电商的效果进行判断：品牌曝光、用户感受、转化成交。以结果为导向的直播电商实施过程中应该具备的思维，但直播电商的结果并不是唯一的。因此，如果追求让更多用户看到电商的直播，那么应该从内容上设定目标；如果追求让更多的产品达成销售，那么应该从产品和销售策略上做更多的功课。

36、如何从品牌曝光角度判断直播电商的效果？

答：该标准主要考验的是直播间的流量指标（在线人数），只要流量指标达标，那么该场直播就可以认为是成功的。

37、如果一场直播在线人数低，应该如何改进？

答：稳定的在线人数，就源于对节奏的把控，也是专业主播和业余主播的最大区别。如何把控节奏，关键在于脚本，越新的主播，需要越细的脚本，最后能精准到每分钟，而老手主播，注意好话题的脚本即可。

38、直播电商的人才特征有哪些？

答：（1）直播电商人才产业集群化；（2）直播电商人才综合化；（3）直播电商人才多元化。

39、何理解直播电商人员胜任力模型？

答：直播电商人员胜任力素质分为七种要素，分别是学习能力、社交能力、团队精神、成功欲望、创新能力、个人影响力和人际理解力，每个有要素下都有具体的素质内容，并且每个要素的层次等级是与直播电商不同岗位相关。

40、短视频有哪些基本岗位？

答：短视频岗位具体分短视频策划岗位、短视频制作岗位、短视频运营岗位三种岗位。

41、什么是直播电商风险？

答：直播电商风险是指在直播环境下，某种损失发生的可能性。由于直播电商具有群体效应和双向强互动的特点，这就使直播电商的风险比广播电视为代表的传统媒体更强。

42、什么是商品质量风险？

答：商品质量风险包括外在质量和内在质量，外在质量指的商品的外观、工艺、色彩等；内在质量指的商品性能、使用的安全性等。

43、什么是风险分析调查表？

答：是风险管理人员及有关的专家学者，基于对可能遭受的相关风险进行详细调查与分析，并编制调查表以供企业参考的一种方法。

44、什么是事故树分析？

答：又称故障树分析法，是对可能引起损失的事故进行研究，并探究其原因和结果的一种方法。

45、直播电商风险又哪些特征？

答：（1）法律风险（2）内容风险（3）产品风险（4）商业模式风险（5）供应链风险（6）售后风险

46、直播电商的风险管理流程又哪些？

答：（1）制订风险管理计划（2）风险识别（3）风险评估（4）风险控制（5）风险监控。

47、直播电商中主播的风险防范措施有哪些？

答：（1）提前策划演练(2)软硬件的配置与测试（3）严格的产品选择与审核。

48、直播电商中消费者可以采取哪些有效措施保障自己的权益？

答：（1）售前及时保留相关证据（2）减少冲动性购买（3）采取积极维权方式。

49、什么是MCN？

答：MCN：Multi-Channel Network，机构最初是从YouTube上衍生出来的，可以将其理解为YouTube平台上的内容创作者和平台之间的中介。

50、什么是O2O?什么是OXO？

答：O2O是指线上到线下；OXO是指线上和线下的融合、叠加。

51、胖虎经营了一家女装店铺，但是半个月之后胖虎在复盘过程中发现，自己店铺的成交量很低，跳单量却很高，请问胖虎如果要对店铺进行优化，应该如何着手优化？

答：1）主图，买家都是先看主图，相当于我们经常说的“以貌取人”；2）价格，太贵的价格会把客户吓跑；3）店铺页面的打开速度，太慢了客户没耐心；4）旺旺在线时间，很重要；5、卖家信誉也是很重要。

52、在各大电商平台上，出单量是保证店铺生存下去的关键因素，那么下列哪些因素可以影响到电商平台的出单量？

答：（1）保证在线时间；（2）保证发货速度；（3）在第一时间回复询盘；（4）售后服务。

53、大胡子最近准备使用钻展对自己经营的女装店铺进行推广，但是发现依据淘宝规则要求大胡子需要先进行申请，请问大胡子在申请之前需要满足什么样的条件？

答：开通钻石展位必备条件：一、先申请消费者保障服务；二、申请正品保障；三、开通直通车；四、有一定的信用度和货存；如要开通钻石展位（包括商城卖家），需要先参加“钻石展位开通权限报名”课程，参加完课程后，讲师会为您开通钻石展位的权限。

54、什么是电子商务？

答：网上开店就是一种典型的狭义电子商务模式，但因为其门槛低、操作简便、易接受和推广等特性，在国内反而比广义的电子商务模式拥有更高的认识度，逐渐成为我国电子商务的一种主导形式。

55、电子商务有哪些显著的特点？

答：（1）降低成本，提高效率。（2）没有时间和地域的限制。（3）公平享用信息资源。（4）减少交易的中间环节。（5）增强了买卖双方之间的互动性。（6）快捷的信息传递速度。

56、新商业文明有哪六大特质？

答：互联网时代的新商业文明具有以下六个特质：有透明、诚信、平等、分享、责任、和谐。

57、新商业文明会带来哪五大革命？

答：新商业文明带来的五大革命：有销售模式的革命、生产模式的革命、消费模式的革命、就业模式的革命、生活模式的革命。

58、网络零售与传统零售相比有哪些区别和优势？

答：网络零售和消费传统零售方式相比，有其独有的优势：1.口碑优势 2.信息优势 3.沟通优势 4.工具优势。

59、支付宝账户是用什么形式体现的？在哪些认证方法？

答：支付宝由阿里旺旺集团创办，是国内最大的独立第三方支付平台，专门为中国电子商务提供“简单、安全、快速“的在线支付解决方案。支付宝账户时采用电子邮箱的形式来体现的。认证：支付宝认证分为个人认证和商家认证这两种，商家认证需要提交营业至炸、公司账号等信息，相对来说，个人认证需要准备的资料更简单，只需提交省份证号码和银行账号即可办理，一旦通过就具有了买家资格，具体的认证流程。

60、支付宝交易状态分为几种？每一种交易状态分别代表什么样的交易进程？

答：有两种“有买家已付款，等待卖家发货”，“买家已发货，等待买家确认”。交易进程：在买家向支付宝付款后，该笔货款即告东结，系统会自动将此付款信息以电子邮件的方式通知卖家，同时，显示该交易的状态为“买家已付款，等待买家发货“，在此状态下，卖家需要及时履行发货的义务。卖家发货应主动修改该笔交易的状态，填写正确的发货信息已确认发货，此时，系统显示敢比交易的状态为“买家已发货，等待买家确认”。

61、常见的构图方式有那几种？

答：商品的摆放：（1）商品摆放的角度；（2）商品外形的二次设计；（3）红花还需绿叶配；

（4）商品组合产生的韵味；（5）摆放的疏密和序列感；（6）表里一致蕴含的商品价值。

62、服装类商品常见的拍摄环境拍摄方式有哪些？

答：常见的服服装拍摄环境有棚内拍摄、室内布景和室外布景三种。服装拍摄环境分为棚内人工照明和室外自然光结合反光板补光这两种方式。

63、如何利用聊天工具进行推广？

答： 1．合理利用旺旺头像； 2．滚动播放签名； 3．设置自动回复； 4．建立或加入旺旺群； 5．分组和好友信息

64、阿里旺旺E客服的只账号命令规则是怎样的？

答：子帐号的登录名是由主帐号价新增下挂帐号来体现的，假如主帐号为“三峡情”，那么，子帐号就为“三峡情：销售”、三峡情：销售”等，前面的“三峡情”是必须保留的，后面的冒号必须在英文状态下输入才能生效，最后的“销售”、“售后”等名字可以根据该客服的工作性质来取名，也可以根据他们昵称来取名。三心到五心的卖家，可以开通两个字账号，一钻到三钻的卖家，可以开通五个子帐号，如果达到四钻信用，则可以设置多达30个子帐号。

65、支付宝交易共分为那集中交易状态？这些交易状态分别代表什么意思？

答：1.等待买家付款2.买家已付款3.买家已发货4.交易成功5.退款交易。要及时与顾客核实订单内容和收货地址，如果顾客选择的是快递发货方式而收货地址有属于偏远的小村镇一般是平邮30天，快递10天虚拟物品3天。

66、直播间销售可以通过哪些方法了解顾客需求？

答：1）通过大数据进行判断；2）引导粉丝提问题；3）语音连麦或者鼓励粉丝进行晒单。

67、直播间差异化定位的方法有哪些？

答：A使用符合产品情况的道具。B主播台词除了按脚本讲解产品和活动外，最好加上主播个人特点。C直播间装修应考虑到背景色调、摆件绿植、地板地毯以及操作台等。D封面要考虑到主播姿势造型、背景色调、道具等。

68直播导购销售流程包括哪些?

答：笑迎顾客；了解需求；谢别顾客；产品介绍；异议处理。

69、门店销售和线上直播在哪些方面存在不同,请简要回答？

答：吸引客流；了解顾客需求；产品销售；拦截率；获得顾客的信任；异议处理。

70、直播带货的过程中，主播可以强化亲和力表现的行为有哪些？

答：1）面部表情丰富；2）做事机灵，动作敏捷；3）专业度过关。

71、请阐述一下带货直播的工作流程有哪些？

答：带货直播的工作流程主要包括以下几个步骤：

- 策划：根据产品特点和目标受众，制定直播内容和策略。

- 准备：准备好产品样品，构建直播场景及道具，预先准备好需要介绍的重点和关键信息。

- 直播：以娱乐性和互动性为导向，直播主通过产品展示、讲解和演示来吸引观众并促成购买行为。

- 交流：与观众互动，回答问题，解答疑惑，并及时更新商品信息和优惠信息。

- 结算：根据销售业绩进行结算或获得佣金。

72、你认为一名优秀的带货直播主应具备哪些素质？

答：一名优秀的带货直播主应具备以下素质：

- 深刻的产品知识：了解产品的功能、特点、使用方法等，能够给出权威的产品解说，并解答观众的疑问。

- 出色的沟通能力：具备良好的口才和表达能力，能够与观众顺畅地互动，引导观众购买。

- 强大的人际关系能力：有能力与各种观众进行良好的互动，建立信任感，并驱使观众购买产品。

- 良好的演绎能力：能够通过各种方式（语言、动作、表情等）生动地展示产品的价值和特色。

- 稳定的心理素质：能够在直播过程中保持冷静和自信，面对压力和问题做出应对。

- 灵活的应变能力：能够根据观众的反馈及时调整直播内容和策略，达到更好的销售效果。

73、你在直播中会如何吸引观众的注意力？

答：为了吸引观众的注意力，我会采取以下措施：

- 目光吸引法：在直播开始前，用独特的眼神和姿势吸引观众的注意，制造好奇心。

- 引入话题：以有趣、热门或争议性大的话题引发观众讨论，并激起他们的兴趣。

- 提供独特的内容：通过分享个人经验和故事，或是提供独特的产品使用方法和小技巧，吸引观众对直播内容的关注。

- 互动操作：与观众建立亲密关系，主动回答观众的问题，积极参与观众的讨论，增加粉丝黏性。

- 确定优惠福利：提供观众专属的折扣码或优惠活动，给予观众实实在在的好处，增加购买欲望。

74、如何回答观众提出的问题？

答：对于观众提出的问题，我会采取以下方式进行回答：

- 真诚回答：利用自己的专业知识和经验，真实地回答观众的问题，给观众带来信任感。

- 提供解决方案：当观众提出问题时，我会耐心倾听，并积极提供解决方案，满足观众的需求。

- 富有亲和力：回答问题时，我会保持友好、温和的语气，与观众建立良好的互动关系，增加观众的好感度。

- 多样化方式：回答问题的方式可以是文字回复、语音解答、甚至是演示操作，选择适合的方式更好地回答观众问题。

75、如何提高带货直播的销售转化率？

答：为了提高带货直播的销售转化率，我会考虑以下几点：

- 强调产品价值：通过生动的展示、用例和观众评价，突出产品的优势和价值，让观众产生购买欲望。

- 限时特价：提供观众独家的限时特价，增加购买冲动。

- 细致耐心的介绍：详细介绍产品的特点、材料、使用方法等，解答观众的问题和疑虑，提供全面的信息给予观众信心。

- 创建紧迫感：强调产品的限量或热销程度，提醒观众要抓住机会及时购买。

- 利用套餐或组合销售：通过将产品搭配或组合销售，提供更多种选择，增加购买意愿。

76、直播中应用的憋单请简述，且说明其目的、优缺点是什么？

答:也就是利用粉丝贪廉价物品的心理，放一波一元购的福利（增加粘性和留存率），或让粉丝出价（增加互动率把想要的价格扣出来）、点赞（增加直播间热度，等点赞达到多少放出福利）。但这个福利从开始说出来，一直勾住粉丝，就是先不放。但随着陆续进人，要陆续说出来。目的:增加直播间粘性、留存率、互动率、热度。要巧妙利用一波波限量来控场，增加紧张度。还有限时，还有停留时间达到十分钟才能参与等手段。也可以发限时红包。

优点:增加上述数据。缺点:套路明显，引来反感，带负面节奏。

77、短视频剧本如何编写？

答：很多带货是有剧本的。低级的剧本一看就穿，平台也会打压。所以，要玩就玩高端点。

一是自然带入。逐渐把粉丝带入剧本设定的场景，不要有套路感。

二是站在粉丝立场上 让粉丝觉得你在为他服务。

三是和助理配合默契。比如助理磨磨蹭蹭，其实就是你们商量好的拖节奏。但你要训斥助理。比如说好限时促销。上架后到了下架时间，助理出去了或电脑坏了网线坏了等，总之托时间，让粉丝有捡便宜的心理。呢在那搞紧张，粉丝在那抓紧下单，以为捡了便宜呢。

78、用短视频如何双十一的策划促销方案？

答：制造像双11这样的年度促销噱头，让粉丝认为过了今天再也没有这么便宜的货了。

一是对比法。先上一个产品一号链接，定好价。问粉丝贵不贵。再上一款在二号链接。在一号链接基础上增加产品，但只＋一元。如此对比，粉丝不然觉得捡了便宜。另外也可以对拍一号链接的给予补偿，凡拍的赠送不同于二号链接的产品，相应变成了“第三产品”。大家喜欢拍哪个就继续拍，都有便宜捡。

注意:如过分的话需要平台报备。

二是打包法。先拿出一款产品说价格。然后说发两套。这还不够，再加另外两套。还不够，再降价到19.9元等。类似一波波跳楼价的福利，让粉丝感到太便宜了。其实早就定好这个价了。

三是错价法。比如故意上错价格，等到上架了才说错了。这款应该是更贵的。这样粉丝担心突然下架，赶紧捡便宜。

四是限量法。制造高大上，和赔钱的感觉。但为了回报粉丝，只能拿出少数来让粉丝拍。往往拍超了数量也不下架。

五是限时法。同上。限时两分钟。但超时了还在打马虎眼，说别的，假装看不到不下架。

79、请阐述直播带货的13条核心技巧是什么？且举例说明各技巧运营的案例？

（可作为论述题，现场老师出题）

答：一、低客单价：辛巴直播间卖的商品客单价较低，价格大多在50-100元，用低客单价很容易吸引一批从来没买过这个产品、或对这些产品没太多认知的人购买。据TalkingData数据显示，快手用户人群多集中在二、三、四、五线城市。此前，他在直播间卖一款鹅绒的羽绒服，定价499元。他一直和身边工作人员说，这个价格太高，不好卖，他们（粉丝）以前买的羽绒服都是一百多。

二、商品附赠：辛巴常常会强调附赠礼品，比如买一送X、附赠XX礼品等为重点词语会在一场直播中被数次提到。除此之外，他还会在品牌提供赠品上，附加自己特意送给粉丝的赠品。比如之前在卖一款美妆产品时，品牌赠品为一小瓶防晒霜，他又加赠了自己工厂生产的牙膏。用这样的方式，不仅可以促进粉丝购买，也能增进与粉丝间的关系。

三、品类齐全：辛巴直播间商品为全品类。据11月14日「辛有志严选」发布的数据显示，他双11期间销售商品中，美妆、食品和服饰占比为前三。除此之外，还有个护、电器等品类。他在淘宝上幵设了”辛有志专属店'”辛有志生活信””辛有志严选”等多个淘宝店铺。四、突出优势：在卖美妆产品时，辛巴会避开自己不擅长的内容，更多介绍产品的突出优点和优惠价格，其他内容由一个助理在镜头外补充解说。

五、多账号带货：辛巴有时会和他的徒弟一起卖货，引导粉丝关注徒弟的账号。例如，双十一活动期间，辛巴和他的徒弟「爱美食的猫妹妹」一同卖货。直播期间，他负责讲解，猫妹妹负责吃和展示产品。辛巴常常会引导粉丝关注猫妹妹的快手账号。

六、善用对比：辛巴在卖一些“不知名品牌”的产品时，一般会请助理拿类似产品进行对比，以凸显所售产品的优势。例如，在卖一款夹心小面包时，他将面包对半撕开，与“超市里卖的夹心面包'进行对比，比较不同面包夹心的厚度，以显示所卖面包的夹心分量更足。通过对比的方式，打消粉丝对于产品的顾虑。

七、合理引导，收割粉丝好感。辛巴最常说的一句话是，”需要你就买，不需要你就不买”。劝粉丝不要盲目购买他的产品，比强势地推销更容易被人接受。

八、为粉丝说话：辛巴不会因为卖产品就会疯狂夸赞产品好，反而时常会吐槽一些产品的价格、赠品等。比如，在卖春雨面膜的时候，他吐槽品牌方没有给到更优惠的价格。甚至说，好的面膜千千万，也不一定非要买这个。尽管如此，评论区还是有不少粉丝在刷品牌名，很快链接就下架了。

九、发福利：辛巴会用各种抽奖、红包福利留住用户。比如近期直播时，他身后有上百台未开封的iPhonell,只要关注并转发直播髭接到朋友圏等就能参与。他在卖货期间还会不停强调，“过两天送汽车，我给大家定100台奔驰或者宝马，大家都点个关注”。同时，他也会利用直播间红包、抽奖等方式涨粉。他毫不避讳地说，”我就是要涨粉！你转发到50人以上的微信群，如果你中奖了，凭截图可以拿双倍奖品”。据不完全统计，近三个月快手账号「辛有志辛巴818J涨粉795万。

十、拉家常：除了卖货，他会在直播中聊自己的生活和感受。11月16日，辛巴深夜开播痛哭，宣布解散818（粉丝）。11月17日，他老婆初瑞雪直播中表示，818粉丝把马甲卸了就没人能害他了，辛巴带货还是会继续的。

十一、直播砍价：辛巴会将砍价、压价的过程通过直播展现出来。有时候他在直播卖货时，会跟谈生意的老板“打起来”，要―克直播平台打造千万素人直播网红实现网红人人带货求对方给粉丝更便宜的价格。10月底的一次直播中，辛巴因为一款酒的价格和品牌方发生矛盾，当天销售价格比前期谈价高十几元。随后，辛巴在直播间怒斥品牌方：你们拿我当孙子呢？我认为你们这个企业已经失信于我，你必须得给我的客户们道歉。很快，辛巴的直播间被判定违规，封禁3天。在不少粉丝眼里，辛巴作为电商达人是在真实地为他们深福利，也因此更信任他。

十二、邀请明星：

辛巴会邀请明星到直播间卖货。不过他邀请的明星不是流量小鲜肉，更多是大众熟知的明星，比如李连杰、郭富城等。在双十一期间，他还与刘嘉玲合体卖货。不仅可以增加自己的话题性，丰富直播间的内容，也可以吸引更多观众到直播间。

十三、工厂卖货：辛巴会到韩国、泰国等地进行卖货，直接将产品的制作过程通过直播展现岀来。直至今天，微博账号@辛有志严选的置顶微博还是7月份泰国卖货的战报，声称10分钟卖空泰国乳胶F.6小时总销售额1.8亿。这样直接到源头、展现工厂的卖货方式，可以增进用户对产品的理解，无形中提升粉丝的好感度和忠诚度。不同于薇娅李佳琦，辛巴的身上似乎更具戏剧性。他一边以农民的儿子、淳朴的商人、年轻人的模范等形象现身大众视野，另一边又因为在直播间骂人、挑衅、被平台封禁等原因出现在媒体报道。而在粉丝眼中，这样的辛巴更多是真性情。除了直播带货，他会不定期开播与粉丝聊天，分享自己的生活。

80、请论述直播带货的六大要点是什么？

答：从分析一个企业想要做好视频类营销，到底需要踩准哪些点。

一、选品和定价要合理：选有足够利润空间的产品，商家要通过视频营销赚钱，带货的人肯定要赚钱，也就是说商品售价中肯定含有给带货人的返点佣金。可是往往直播间的售价确实是比较低的，这是怎么做到的呢？经过我们增长飞象的分析，有以下两种情况：（1）一部分情况是商家真的为了带量而让利。有些网红带货量确实很大，所以就有了和商家谈价的筹码，用量去疯狂压价，拿到一个很低的成本价，这样就既可以卖一个全网最低价，又可以赚到钱。但是从长远来看，这种单子并不是商家愿意长久接的单子，毕竟利润极其的微薄，一不小心，就变成了赔本的买卖。（2） 售卖特制的网红定制款，许多网红在直播卖货的时候都会现场让你去某宝搜同款，你去搜一下，发现确实有这个产品，定价299，而直播间只卖89。（3）你觉得很划算，但真相就是，你看到的那个商品就是专门用来抗价格的，几乎没有销量，这个商品主要靠视频类营销来带货，现在很多厂家都在为各大平台网红定制生产各种产品，推销产品的很重要的一个环节就是在某宝这些大平台上架同款产品，定一个高价。（4）其实这个套路早就已经被商家玩的很6了，同一个产品，在线上和实体店标注不一样的型号，让你没办法做到绝对比价，从而避免很多麻烦。

二、主播人设定位要精准垂直：很多主播都是草根出生，为了能够与自己的粉丝没有距离感，走“好友推荐”人设，反而很多明星也跟风做直播带货，比如湖南卫视前著名主持人李某，试图带货却遇到了惨败。其中有些主播也经常会开聊天帖，也会在粉丝都知道的“小号”里在不经意之间透露自己工作背后的辛酸，让受众体会到光鲜亮丽的主播也和普通人一样，会生病、疲劳、熬夜，他们为了事业而牺牲了爱好、社交等，这种像极了普通人生活的故事，能够瞬间拉近粉丝与主播之间的距离，够帮助主播成功圈粉。其次，与粉丝战线一致，跟着粉丝一起去和商家讨价还价，获得粉丝的信任，降低粉丝心里门槛。最后，定位清晰，不轻易跨界。就如LJQ，大家熟知他的人设是“口红一哥”，因其超强的带货能力，不粘锅的厂家找到他，却出现了巨大的失误，不粘锅在煎蛋的现场粘得一塌糊涂。虽然后续LJQ的公关处理得当，但是这一翻车让这些主播们纷纷给主播们敲了一个警钟。

三、场景化描述：LJQ在安利口红的时候，永远通过场景化的想象，描述涂上这只口红的你。

今天想要贵妇风，那就选一只超级优雅的梅子酱紫色调口红；明天又想走少女路线，那就来一只烂番茄色，薄涂它，你就是活力满满的青春少女；后天又是港式复古风，哑光正红色拿去用绝对不会出错。对比一下，如果只是像别的博主一样，描述这只口红质地滋润，颜色很正，品牌背景强大，价格实惠、只能给用户传达口红的信息，但是没有直击人心。LJQ深谙女性心理，知道每个女生心里渴望的是更美的自己，所以在安利时，抽象出各种场景，让女生觉得自己不仅是衣柜里永远少一件衣服，就连化妆台上也永远少一只口红。其次、金句频出，“OMG！这也太好看了吧！所有女生，买它！”，让坊间流传出“天不怕，地不怕，就怕佳琦OMG！”

四、给人占便宜的感觉：主播卖货并非光靠低价，更多的是通过优惠券、赠品、限量、限价去调动粉丝对产品的好奇心和兴趣，给到粉丝占便宜的感觉。增长飞象曾经说过，现在的顾客要的不是便宜货，也不是占便宜，而是占便宜的感觉。主播不停渲染营造着一种“你现在不买就再也捡不到这个便宜”的氛围，我生怕晚下单一秒就没货了！“今天限量2000单，多的没有，抢完就没有了！”此时不剁手、更待何时。

五、顺应平台规则：某宝基于自己的天然平台优势，又是踏足直播带货早的机构，销售转化率还是最高的，一般生活消费品类最畅销。快手和DY是内容逻辑，日活高，区别在于快 手注重私域流量沉淀，粉丝粘性强，适合推广客单价一般在300元以下的产品。

DY流量大，但是因其算法导向限制，导致DY流量都不能私有化，所以并不值钱，转化比较好的是美妆类产品。除了以上带货量较大的平台，也有一些其他平台纷纷试水，加入不同的元素。pdd初次试水就把裂变玩法搬进了直播间。某东近期也正在推进红人孵化计划，并至少为此投入10亿资源。“种草平台”小/书也将内测电商直播，让创作者可以搭配笔记玩法、连线玩法和红包玩法进行直播。

六、保持高频的更新：营销一定是连续性，效果才明显。LJQ在接受记者采访时说，一年365天自己直播了389场。这样高强度高频率的直播是为了培养粉丝观看直播的习惯，保持忠诚度。同时，细心的答疑或者具有娱乐性的沟通，能够拉近KOL与粉丝之间的距离，实现情感共鸣，建立起主播与粉丝之间的亲切度和信任感。这样一来，带货就顺理成章了。根据达尔文进化论：每次大变革，存活下来的物种，不是那些最强壮的种群，也不是那些智力最高的，而是对变化能做出最积极反应的物种。