

01	A	B	C	D	E
02	A	B	C	D	E
03	A	B	C	D	E
04	A	B	C	D	E
05	A	B	C	D	E
06	A	B	C	D	E
07	A	B	C	D	E
08	A	B	C	D	E
09	A	B	C	D	E
10	A	B	C	D	E
11	A	B	C	D	E
12	A	B	C	D	E
13	A	B	C	D	E

14	A	B	C	D	E
15	A	B	C	D	E
16	A	B	C	D	E
17	A	B	C	D	E
18	A	B	C	D	E
19	A	B	C	D	E
20	A	B	C	D	E
21	A	B	C	D	E
22	A	B	C	D	E
23	A	B	C	D	E
24	A	B	C	D	E
25	A	B	C	D	E
26	A	B	C	D	E

27	A	B	C	D	E
28	A	B	C	D	E
29	A	B	C	D	E
30	A	B	C	D	E
31	A	B	C	D	E
32	A	B	C	D	E
33	A	B	C	D	E
34	A	B	C	D	E
35	A	B	C	D	E
36	A	B	C	D	E
37	A	B	C	D	E
38	A	B	C	D	E
39	A	B	C	D	E

PRACTICE QUESTIONS

DOUYIN E-COMMERCE Certification

DMC18

抖音电商直播运营认证（初级）

EDITION

Demo

QUESTIONS

9

FORMAT

Limited Edition PDF

Before you begin

What this is

9 practice questions for DOUYIN E-COMMERCE Certification **DMC18**, each with its answer key and an explanation. Answer a question before you read its key — the explanation is worth more once you have committed.

If something looks wrong

Send us three things and we will check it:

- the exam code, **DMC18**
- the question number
- the email address on your order

Write to **support@mometrix.net**. We reply within one business day.

QUESTION 1 SINGLE CHOICE

主播在抖音电商直播平台开始一场新的直播前，必须先完成的关键操作是？

- ☐ A 直接点击开始直播按钮即可开播
- ☒ B 创建直播预告并提交平台审核
- ☐ C 提前发布至少 3 条短视频进行预热
- ☐ D 在直播间设置中关闭商品橱窗

ANSWER B

WHY 在抖音电商直播平台，开播前需要先创建直播预告（直播计划）并提交平台审核，审核通过后才能正式开播。直接开播、未提前预热和关闭商品橱窗都不是开播前必须完成的合规操作。

QUESTION 2 SINGLE CHOICE

主播在直播过程中，希望将正在讲解的商品设置为直播间“讲解中”商品，正确的操作路径是？

- ☒ A 在主播端商品列表中点击“讲解”按钮
- ☐ B 关闭直播后重新开播时自动设置
- ☐ C 通过第三方 ERP 系统批量导入
- ☐ D 在短视频中@该商品即可自动同步

ANSWER A

WHY 主播端的小黄车商品列表中，针对每个已上架商品提供了“讲解”按钮，点击后该商品会在直播间被标记为当前讲解中商品，并优先在用户端展示。其它选项均不是抖音电商直播官方的标准操作方式。

QUESTION 3 SINGLE CHOICE

关于抖音电商直播间的自然流量推荐机制，下列描述正确的是？

- ☐ A 直播间流量只来自粉丝关注推送，与算法无关
- ☒ B 系统会综合直播间互动率、转化率与停留时长等指标进行实时推荐
- ☐ C 直播间流量大小完全由主播粉丝量决定
- ☐ D 付费投流不会影响自然流量的推荐权重

ANSWER B

WHY 抖音电商直播的推荐算法会基于直播间实时表现（如互动率、转化率、商品点击率、停留时长、关注转化等）进行综合评估并动态调整推荐流量。粉丝量、付费投流都不是唯一决定因素，付费投流也会间接影响系统对直播间质量的判断。

QUESTION 4 SINGLE CHOICE

在设计直播脚本时，以下哪项最有利于提升直播间停留时长？

- ☐ A 全程只讲解商品卖点，不进行互动
- ☐ B 保持单一商品讲解超过 30 分钟
- ☒ C 合理设置抽奖、福利、互动环节并控制单品讲解时长
- ☐ D 完全不预告直播内容让观众保持好奇

ANSWER C

WHY 直播间停留时长受节奏和互动影响显著。合理设置抽奖、福利、互动环节，并控制单一商品的讲解时长，可以有效提升用户停留和互动，从而获得更好的算法推荐。

QUESTION 5 SINGLE CHOICE

下列哪种行为在抖音电商直播中属于平台明确禁止的？

- ☐ A 主播真实展示商品外观与功能
- ☒ B 主播在直播间引导用户跳转至微信私下交易
- ☐ C 主播使用平台官方优惠券进行促销
- ☐ D 主播按时上下播并感谢观众

ANSWER B

WHY 抖音电商直播规则明确禁止主播在直播间内引导用户脱离平台进行私下交易，包括导流至微信、QQ 等第三方渠道。其它选项都是平台允许或鼓励的正常直播行为。

QUESTION 6 SINGLE CHOICE

在直播复盘报表中，“商品点击率”的计算公式是？

- ☒ A $\text{商品点击次数} \div \text{直播间观看人数} \times 100\%$
- ☐ B $\text{商品下单人数} \div \text{直播间观看人数} \times 100\%$
- ☐ C $\text{商品点击次数} \div \text{直播间互动次数} \times 100\%$
- ☐ D $\text{商品下单次数} \div \text{商品点击次数} \times 100\%$

ANSWER A

WHY $\text{商品点击率} = \text{商品点击次数} \div \text{直播间观看人数} \times 100\%$ ，是衡量直播间观众对商品兴趣度的重要指标。商品点击率越高，通常代表商品吸引力或主播讲解引导能力越强。

QUESTION 7 SINGLE CHOICE

以下哪种做法最有助于提升直播间的粉丝转化率（关注转化）？

- ☐ A 主播全程保持沉默只放商品链接
- ☒ B 在直播中通过口播引导“点击头像关注主播”并设置关注粉丝专属福利
- ☐ C 关闭直播间评论区减少干扰
- ☐ D 只在大促当天才开播，平时不与粉丝互动

ANSWER B

WHY 提升关注转化率的关键在于主播主动引导 + 福利激励。在直播中通过口播引导用户点击头像关注，并配合关注粉丝专属福利（优惠券、抽奖等），是平台官方推荐的提升关注转化的有效方式。

QUESTION 8 SINGLE CHOICE

关于直播间“福袋”工具的使用规则，下列说法正确的是？

- ☐ A 福袋可以由主播无限制随时开启
- ☐ B 福袋开启后用户必须分享直播间才能参与
- ☒ C 福袋开启需遵守平台规则，不可用于诱导用户做出违规操作
- ☐ D 福袋中奖结果可以由主播在后台手动指定

ANSWER C

WHY 福袋是抖音电商直播的官方营销工具，开启次数、中奖规则和奖品设置均需遵守平台规则，不得用于诱导用户脱离平台、虚假宣传或其它违规操作。中奖结果由系统随机产生，不允许主播手动指定。

QUESTION 9

MULTIPLE CHOICE

进行一场合格的抖音电商直播，开播前在“直播场景与设备”准备上需要重点关注的事项包括哪些？
(Choose two.)

- ☒ **A 保证直播间光线充足、商品展示清晰**
- ☐ **B 背景杂乱、出现与直播无关的品牌 LOGO 也无影响**
- ☒ **C 网络稳定，建议使用有线网络或信号良好的 Wi-Fi**
- ☐ **D 提前关闭摄像头使用纯语音直播即可**

ANSWER A • C

WHY 合格的直播场景需要光线充足以清晰展示商品 (A)，并保证网络稳定以避免卡顿、掉线，建议使用有线网络或信号良好的 Wi-Fi (C)。背景杂乱无关品牌 LOGO (B) 以及纯语音直播 (D) 都会影响用户观看体验和商品转化，不符合直播场景布置规范。