

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

Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification

OMC1K

院校-直播运营（初级）营销师

EDITION

Demo

QUESTIONS

9

FORMAT

Limited Edition PDF

Before you begin

What this is

9 practice questions for Ocean Engine Digital Marketing Competence Certification OMC1K , 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, OMC1K
- the question number
- the email address on your order

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

QUESTION 1 SINGLE CHOICE

在抖音直播开播前，主播需要在“开播设置”中完成的关键操作之一是？

- ☒ **A 设置直播间标题、封面和分类**
- ☐ B 上传短视频作品到个人主页
- ☐ C 绑定第三方支付收款账户
- ☐ D 开通企业号蓝V认证

ANSWER A

WHY 直播前的开播设置主要包括直播间标题、封面、分类等基础信息配置，这些会直接影响直播间的曝光和用户点击。选项B是短视频运营内容，选项C涉及支付配置，选项D是账号认证流程，均不属于开播前必做的开播设置项。

QUESTION 2 SINGLE CHOICE

一份完整的直播脚本通常不包括以下哪个模块？

- ☐ A 直播主题与目标
- ☐ B 产品讲解顺序与卖点提炼
- ☐ C 主播话术与互动环节
- ☒ **D 竞品店铺全年财务报表**

ANSWER D

WHY 直播脚本主要服务于直播执行，包含直播主题、目标、产品讲解顺序、卖点、主播话术、互动、福利节奏等内容。竞品店铺的全年财务报表属于经营分析层面的资料，不属于直播间执行脚本的常规构成模块。

QUESTION 3 SINGLE CHOICE

关于抖音直播间的推荐流量，下列说法正确的是？

- ☒ **A 推荐流量主要由直播间的互动率、转化率、停留时长等综合指标决定**
- ☐ B 推荐流量只与粉丝量正相关，粉丝越多推荐越多
- ☐ C 推荐流量由系统随机分配，与主播表现无关
- ☐ D 推荐流量必须通过付费投放才能获得

ANSWER A

WHY 抖音直播的推荐流量由算法综合直播间实时互动率、转化率、商品点击率、停留时长、转粉率等多项指标进行动态分发，并非仅由粉丝量决定，也不是随机分配或必须付费投放。

QUESTION 4 SINGLE CHOICE

直播间中，主播通过“限时秒杀、限量抢购”话术引导用户下单，主要利用了消费者的哪种心理？

- ☒ **A 稀缺心理与紧迫心理**
- ☐ B 怀旧心理
- ☐ C 从众心理的负面效应
- ☐ D 权威崇拜心理

ANSWER A

WHY “限时秒杀、限量抢购”通过强调数量有限和时间有限，激发用户的稀缺感和紧迫感，从而促进快速下单决策，这是直播间转化中常用的运营技巧。

QUESTION 5 SINGLE CHOICE

下列哪个指标最直接反映直播间商品对观众的吸引力？

- ☒ **A 商品点击率**
- ☐ B 关注人数
- ☐ C 弹幕条数
- ☐ D 直播时长

ANSWER A

WHY 商品点击率=商品点击人数/直播间观看人数，反映了在观看的用户中有多少人点击了商品，是衡量商品对观众吸引力的直接指标。关注人数、弹幕条数、直播时长主要反映互动和内容维度，并不直接衡量商品吸引力。

QUESTION 6 SINGLE CHOICE

直播结束后，运营人员进行复盘时通常需要分析的核心数据不包括？

- ☐ A 本场直播的UV价值
- ☐ B 直播间最高在线人数与平均在线人数
- ☒ **C 主播个人身份证件信息**
- ☐ D 商品转化率与退款率

ANSWER C

WHY 直播复盘关注的是流量、商品、转化等业务数据，例如UV价值、在线人数、转化率、退款率等。主播个人身份证件信息属于个人隐私资料，与直播数据复盘无关，也不应被收集用于运营分析。

QUESTION 7 SINGLE CHOICE

在直播选品策略中，“引流款”商品的主要作用是？

- ☒ **A 以超低价吸引用户进入并停留在直播间**
- ☐ B 用于提升客单价和利润
- ☐ C 作为品牌形象款，提升调性
- ☐ D 用于直播间抽奖互动

ANSWER A

WHY 引流款通常选择高认知度、低价格的商品，目的是吸引用户点击进入直播间并延长停留时长，为其他高利润商品（利润款）的转化做铺垫。它并非主要用于提升客单价或品牌形象。

QUESTION 8 SINGLE CHOICE

下列哪项行为违反了抖音直播平台的规范？

- ☒ **A 在直播间宣传商品功效时使用绝对化用语，如“全网最低”**
- ☐ B 如实展示商品的外观与参数
- ☐ C 在直播间进行正常的产品试用
- ☐ D 主播对用户提问进行耐心解答

ANSWER A

WHY 抖音直播平台明确禁止使用“全网最低”“绝对有效”等绝对化用语进行宣传，违反《广告法》及平台规则，可能导致直播间被警告、限流甚至封禁。如实展示商品、正常试用和互动解答均为合规行为。

QUESTION 9

SINGLE CHOICE

在抖音直播开播前，主播进行网络环境检测时，通常优先确认的是？

- ☐ A 摄像头分辨率是否达到1080P
- ☒ B 上传带宽与网络延迟是否稳定满足直播推流要求
- ☐ C 麦克风的拾音灵敏度
- ☐ D 电脑CPU的占用率

ANSWER B

WHY 直播推流对网络的实时性与稳定性要求最高，上传带宽不足或延迟波动会直接导致卡顿、掉帧等问题，因此网络环境是开播前最优先确认的环节。