

一、单选题（共 30 题）

1. 以下哪个平台以知识科普类短视频为主打？（ ）

- A. 抖音 B. 快手 C. 哔哩哔哩 D. 西瓜视频

解析：C。哔哩哔哩（B 站）有大量优质的知识科普类 UP 主，平台用户对知识内容接受度高，氛围活跃，涵盖人文、科技、历史等多领域知识科普短视频；抖音、快手内容多元，娱乐、生活等各类短视频居多；西瓜视频虽也有知识板块，但整体风格更偏向综合，知识科普特色不如 B 站突出。

2. 短视频发布时，标题的理想字数一般控制在（ ）。

- A. 5 - 10 字 B. 10 - 15 字 C. 15 - 20 字 D. 20 - 30 字

解析：C。15 - 20 字的标题既能简洁概括短视频核心内容，引发观众好奇，又不会因过长显得拖沓，便于在平台展示时快速抓住用户眼球，太短难以精准表意，太长易被截断且让观众失去阅读耐心。

3. 为提高短视频的搜索曝光率，发布时最重要的操作是（ ）。

- A. 选择热门话题标签 B. 定时发布 C. 付费推广 D. 频繁更换封面

解析：A。选择热门话题标签，能让短视频融入相关热门话题流量池，当用户搜索这些热门话题时，视频有更大几率展示，提高曝光；定时发布利于针对目标受众活跃时段推送，但对搜索曝光影响小；付费推广成本高，不是基础提升曝光手段；频繁更换封面若不合理，可能误导观众，且非关键曝光因素。

4. 以下哪种封面图设计最不利于短视频的传播？（ ）

- A. 画面模糊不清 B. 突出视频主角 C. 用鲜明色彩对比 D. 有简洁文字引导

解析：A。画面模糊不清的封面无法吸引观众，甚至会让其产生质量差的印象，降低点击欲望；突出视频主角、鲜明色彩对比、简洁文字引导都能在瞬间抓住观众注意力，有效提升传播吸引力。

5. 短视频发布时间的选择，应优先考虑（ ）。

- A. 创作者自身方便的时间 B. 平台流量低谷时段 C. 目标受众的活跃时间 D. 节假日全天任意时段

解析：C。根据目标受众的活跃时间发布，能确保短视频上线时触达更多潜在观众，提高初始播放量，创作者自身方便时间与传播效果无关，平台流量低谷时段观众少，节假日虽整体流量高，但不同受众活跃时段有差异，需精准定位。

6. 在短视频平台，哪种互动行为对视频热度提升帮助最大？（ ）

A. 点赞 B. 评论 C. 转发 D. 收藏

解析：C。转发能让短视频突破原有的粉丝圈，扩散到更广泛的用户群体中，带来大量新流量，点赞、评论、收藏多在已有粉丝或观看群体中，传播范围相对较窄，所以转发对提升热度助力最大。

7. 发布短视频时，若要吸引特定地区的受众，可在（ ）设置中操作。

A. 视频标签 B. 地区定位 C. 发布语言 D. 隐私权限

解析：B。地区定位功能可将短视频精准推送给指定地区的用户，满足面向特定地域推广需求；视频标签用于分类话题，发布语言针对多语言选择，隐私权限关乎视频可见范围，均无法实现地区定向。

8. 以下哪个短视频平台更侧重于年轻用户群体，尤其是青少年？（ ）

A. 抖音 B. 快手 C. 微视 D. 火山小视频

解析：A。抖音的用户年龄分布相对年轻，其内容风格、潮流趋势契合青少年喜好，特效、创意玩法多，吸引大量年轻用户；快手用户群体广泛，涵盖各年龄段；微视、火山小视频也有多元受众，但在青少年吸引力上稍逊于抖音。

9. 短视频发布后，若发现视频存在画质问题，最优先采取的措施是（ ）。

A. 立即删除视频，重新上传高清版本 B. 在评论区向观众解释原因 C. 等待平台自动优化 D. 向平台客服反馈，寻求帮助

解析：A。立即删除问题视频并重新上传高清版，能快速纠正画质问题，避免持续影响观众观看体验，给后续观众呈现优质内容；在评论区解释无法根本解决问题，平台一般不会自动优化画质，向客服反馈流程较长，耽误最佳补救时机。

10. 为增加短视频的完播率，发布时不宜采用的策略是（ ）。

A. 在开头设置悬念 B. 视频时长过长，内容拖沓 C. 剪辑节奏明快 D. 用有趣的旁白引导

解析：B。视频时长过长且内容拖沓易使观众失去耐心，中途跳出，降低完播率；开头设悬念、剪辑节奏明快、有趣旁白引导都能抓住观众，促使其持续观看，提升完播可能。

11. 以下哪种短视频内容在抖音平台最容易获得高流量？（ ）

A. 专业学术讲座 B. 农村生活记录 C. 潮流舞蹈表演 D. 古典音乐演奏

解析：C。抖音以年轻用户为主，潮流舞蹈表演契合平台时尚、动感、娱乐化风格，易吸引大量观众，引发传播；专业学术讲座偏严肃、受众窄，农村生活记录虽有受众但流量爆发力不如潮流内容，古典音乐演奏相对小众，在流量竞争上不占优势。

12. 短视频发布时，关于视频描述，下列做法正确的是（ ）。

A. 堆砌大量关键词，提高搜索命中率 B. 只写视频的拍摄地点 C. 简洁明了地阐述视频亮点、引导互动 D. 完全不写，让观众自己探索

解析：C。简洁阐述亮点吸引观众点击，引导互动如提问、邀请评论，增加参与感；堆砌关键词可能被平台判定为恶意优化，影响推荐，只写拍摄地点信息太少，完全不写则缺失吸引观众、介绍内容的机会。

13. 在哪个短视频平台发布美食探店类短视频，受众针对性更强？（ ）

A. 大众点评旗下的视频板块 B. 抖音 C. 快手 D. 小红书

解析：A。大众点评本身聚焦生活消费，旗下视频板块针对美食、餐饮探店场景有精准流量，受众多是有消费需求、关注本地生活的人群；抖音、快手受众广泛但探店针对性弱，小红书虽有美食内容，但偏种草、分享，探店消费引导性不如大众点评专业。

14. 发布短视频时，若想与同类型创作者合作，互相推广，最佳的途径是（ ）。

A. 在视频描述中 @对方 B. 私信对方，提出合作方案 C. 参加平台举办的创作者活动，结识同行 D. 抄袭对方热门视频，引起注意

解析：C。参加平台活动，能在官方组织下与众多同类型创作者交流，建立合作可信度高、机会多；在视频描述 @对方较随意，私信可能石沉大海，抄袭更是违规行为，破坏行业生态，绝不可取。

15. 以下哪种情况会导致短视频发布审核不通过？（ ）

A. 视频时长过短，只有 3 秒 B. 视频中有轻微噪点 C. 视频包含敏感信息 D. 视频采用竖屏拍摄

解析：C。包含敏感信息违反平台规定，危及内容生态健康，必然无法通过审核；视频时长 3 秒虽短但非绝对审核障碍，轻微噪点可容忍，竖屏拍摄是常见形式，都不会直接致使审核不通过。

16. 为了让短视频在今日头条平台获得更多推荐，发布时应注重（ ）。

- A. 结合热点新闻，融入知识科普 B. 制作纯娱乐搞笑内容 C. 用大量特效，视觉冲击强 D. 全程外语配音，彰显国际化

解析：A。今日头条用户对资讯、知识有较高需求，结合热点新闻科普知识，既贴合平台调性，又能吸引关注，纯娱乐搞笑相对单一，大量特效若运用不当有炫技之嫌，全程外语配音受众受限，不利于广泛推荐。

17. 短视频发布时，对于视频中的广告植入，正确的做法是（ ）。

- A. 大量生硬植入，确保广告曝光 B. 巧妙融合产品特点，自然展现 C. 把广告放在视频开头，强制观看 D. 完全不植入广告，保持内容纯粹

解析：B。巧妙融合产品特点，让广告自然融入视频情节、场景，观众接受度高，不易反感；大量生硬植入、开头强制观看会引起观众抵触，降低好感度，完全不植入广告在商业变现上缺乏策略，但要平衡好内容与广告关系。

18. 以下哪个短视频平台对游戏类短视频扶持力度较大？（ ）

- A. 斗鱼 B. 虎牙 C. 哔哩哔哩 D. 企鹅电竞

解析：C。哔哩哔哩除知识科普外，游戏板块发展迅猛，对游戏类短视频创作者有诸多扶持政策，如流量推荐、创作激励；斗鱼、虎牙、企鹅电竞更侧重游戏直播，短视频虽有涉及但扶持重点不在此。

19. 发布短视频时，若要测试不同标题对播放量的影响，可采用（ ）方法。

- A. 同时发布多个版本，标题不同 B. 先后发布，间隔一段时间换标题 C. 只在评论区收集观众对标题的意见 D. 让朋友帮忙选择最佳标题

解析：A。同时发布多个版本，控制其他变量，仅标题不同，能快速对比不同标题在相同时间段、相同受众池下的播放效果差异，先后发布易受时间因素干扰，评论区意见、朋友选择主观性强且缺乏实时数据支撑。

20. 短视频发布后，若播放量不理想，首先应（ ）。

- A. 购买平台流量推广 B. 分析数据，找原因 C. 责怪平台算法不公 D. 放弃该视频，重新创作

解析：B。分析数据如完播率、点赞评论转发率、跳出率等，能精准定位问题根源，是播放量不佳的视频改进的关键一步，购买流量推广成本高且不解决根本问题，责怪平台无意义，轻易放弃错失优化机会。

21. 在快手平台发布手工制作类短视频，要突出的特点是（ ）。

A. 制作过程精细复杂 B. 成品高大上 C. 具有生活实用性 D. 借鉴国外创意

解析：C。快手用户注重生活、接地气，手工制作类突出生活实用性，能引发共鸣，让观众觉得有趣且有用，精细复杂、高大上可能有距离感，借鉴国外创意若不接地气也难获青睐。

22. 短视频发布时，选择合适的分类标签，其作用不包括（ ）。

A. 帮助平台精准识别视频内容 B. 便于用户搜索到相关视频 C. 保证视频一定能上热门 D. 增加视频在同类内容中的辨识度

解析：C。分类标签有助于平台了解内容分类，精准推送，方便用户搜索，提升视频在同类中的辨识度，但不能确保视频一定上热门，热门与否受多因素影响，标签只是基础辅助。

23. 以下哪种短视频封面设计适合悬疑类内容？（ ）

A. 用明亮鲜艳的色彩 B. 展示主角开心笑容 C. 呈现神秘、引人遐想的画面片段 D. 放一张清晰的风景图

解析：C。悬疑类需勾起观众好奇心，神秘引人遐想的画面片段契合氛围，激发探索欲；明亮鲜艳色彩、主角开心笑容多用于欢快、正向内容，清晰风景图与悬疑关联不大。

24. 为使短视频在社交媒体上广泛传播，发布时可（ ）。

A. 鼓励观众分享，并设置奖励机制 B. 禁止观众下载，保护版权 C. 只在一个平台发布，集中流量 D. 不与其他社交媒体联动

解析：A。鼓励观众分享并设奖励，如抽奖、送小礼品，能调动积极性，促使视频在不同社交圈扩散；禁止下载虽保护版权但阻碍传播，只在一平台发布受众局限，不与其他社交媒体联动错失传播机会。

25. 发布短视频时，若视频中有旁白，语速应（ ）。

A. 非常快，节省观众时间 B. 非常慢，确保观众听清每一个字 C. 根据视频内容和风格调整 D. 始终保持匀速，不做变化

解析：C。如知识科普类可稍慢，娱乐搞笑类适中或稍快，根据内容风格灵活调速，既能有效传达信息，又贴合氛围，一味求快易让观众遗漏信息，求慢则可能拖沓。

26. 以下哪个不是短视频发布前的必备检查项？（ ）

- A. 视频是否有黑屏、花屏现象
- B. 音频是否清晰、无杂音
- C. 是否获得了拍摄对象的书面授权
- D. 创作者是否年满 18 岁

解析：D。视频画面、音频质量直接影响观看体验，未获拍摄对象授权可能引发侵权纠纷，都需在发布前排查；创作者年龄与单个短视频发布关联性不大，非必备检查项。

27. 在短视频平台，哪种类型的视频更容易引发用户的情感共鸣？（ ）

- A. 产品广告
- B. 自然风光纪录片
- C. 宠物成长记录
- D. 科技产品评测

解析：C。宠物成长记录贴近生活，萌宠可爱模样、成长故事易触动人心，引发情感共鸣；产品广告偏商业推广，自然风光纪录片偏欣赏，科技产品评测偏理性分析，情感触动相对较弱。

28. 发布短视频时，若想扩大受众范围，可考虑（ ）。

- A. 采用多语言字幕
- B. 只针对本地受众
- C. 用专业术语，提升内容深度
- D. 制作超长视频，涵盖更多内容

解析：A。多语言字幕打破语言障碍，吸引不同语种观众，扩大传播范围；只针对本地受众范围受限，专业术语抬高理解门槛，超长视频易让人望而却步，均不利于扩大受众。

29. 短视频发布后，若想了解观众的实时反馈，最好的方式是（ ）。

- A. 定期查看评论区
- B. 发起问卷调查
- C. 电话回访观众
- D. 分析后台数据中的留存率

解析：A。评论区观众会即时发表看法、感受、建议，创作者能第一时间捕捉，针对性回复互动；问卷调查、电话回访耗时费力，留存率反映整体留存情况，对实时反馈体现不明显。

30. 以下哪种短视频内容在小红书平台更受欢迎？（ ）

- A. 美妆教程
- B. 汽车评测
- C. 政治新闻
- D. 工业制造流程

解析：A。小红书以年轻女性用户居多，美妆教程契合其追求美丽、时尚、精致生活的需求，受众精准度高，流量潜力大；汽车评测、政治新闻、工业制造流程与平台主流用户兴趣偏差大，关注度低。

1. 短视频发布时，提升视频热度的有效策略有（ ）。

A. 与热门话题结合，蹭流量 B. 邀请网红、明星客串 C. 制作系列视频，形成持续影响力 D. 开展直播，为视频引流 E. 利用平台付费推广工具

解析：ABCDE。结合热门话题，融入话题流量池；网红、明星自带流量能吸引关注；系列视频培养观众粘性，持续吸睛；直播互动为视频预热、倒流；付费推广快速提升曝光，多策略结合助力热度提升。

2. 以下哪些因素会影响短视频在平台的推荐量？（ ）

A. 视频的完播率 B. 点赞、评论、转发率 C. 账号的垂直度 D. 视频的发布时间 E. 创作者的粉丝数量

解析：ABCDE。完播率高说明内容吸引观众持续观看，互动率强反映受众参与热情，账号垂直度指专注领域，越垂直平台越易精准推流，发布时间契合受众活跃时段流量好，粉丝数量基础影响初始曝光与传播范围，这些都与推荐量挂钩。

3. 短视频发布时，选择封面图需要考虑的因素有（ ）。

A. 能否准确反映视频内容 B. 视觉吸引力 C. 与标题的匹配度 D. 制作成本 E. 是否符合平台封面规范

解析：ABCE。准确反映内容让观众快速知晓视频主题，视觉吸引抓住眼球，与标题匹配强化表意引导点击，符合平台规范确保正常展示，制作情况非关键考量，重点在效果呈现。

4. 在短视频平台发布美食类短视频，可从以下哪些方面优化内容，提升吸引力？（ ）

A. 展示独特的美食制作过程 B. 分享美食背后的文化故事 C. 用高清镜头特写美食细节 D. 邀请美食专家参与 E. 搭配欢快的背景音乐

解析：ABCDE。独特制作过程激发好奇，文化故事增添底蕴，高清特写勾起食欲，美食专家提升专业感，欢快音乐烘托氛围，全方位优化，让美食类短视频更诱人。

5. 短视频发布时，如何利用标签精准引流？（ ）

- A. 研究平台热门标签趋势
- B. 结合视频内容，使用具体、精准的标签
- C. 尽量多使用标签，扩大覆盖面
- D. 定期更新标签，跟上潮流
- E. 与同类型创作者交流，共享标签使用心得

解析：ABDE。研究热门趋势、结合内容选精准标签，能融入精准流量池；定期更新适应变化；同行交流获取经验，标签并非越多越好，滥用可能被判定为违规操作，影响推荐。

6. 以下哪些平台适合发布旅游类短视频？（ ）

- A. 抖音
- B. 快手
- C. 马蜂窝旅游
- D. 小红书
- E. 携程旅行

解析：ABCDE。抖音、快手流量大，能广泛曝光；马蜂窝旅游、携程旅行聚焦旅游，用户精准；小红书年轻女性多，对旅游种草接受度高，这些平台都利于旅游短视频传播。

7. 短视频发布时，若要提升视频的可信度，可采取的措施有（ ）。

- A. 展示专业资质认证
- B. 引用权威数据
- C. 邀请行业专家出境
- D. 提供详细资料来源
- E. 展示真实案例

解析：ABCDE。专业资质认证表明专业能力；权威数据增强说服力；行业专家出境背书；详细资料来源透明化信息；真实案例支撑论点，多方面提升可信度。

8. 为了让短视频在微博平台获得更多关注，发布时可（ ）。

- A. 结合微博热门话题
- B. 艾特微博大 V 求转发
- C. 发布九宫格图片预告
- D. 举办线上抽奖活动
- E. 及时回复评论私信

解析：ABCDE。结合热门话题融入流量池；艾特大 V 借助影响力扩散；九宫格预告吸睛；线上抽奖激发参与；及时回复互动增强粘性，全方位提升微博关注度。

9. 短视频发布时，关于视频水印，正确的做法是（ ）。

- A. 必须添加创作者个人水印，保护版权
- B. 不能添加其他平台水印，避免违规
- C. 水印位置要隐蔽，不影响观看
- D. 水印设计要简洁美观
- E. 可根据视频风格调整水印样式

解析：ABCDE。添加个人水印护版权；不添他平台水印守规则；水印隐蔽、设计简洁美观、依风格调整样式，兼顾版权、规则与观感。

1. 短视频发布时，为避免侵权风险，需要注意（ ）。

- A. 确认视频中的音乐、图片素材有合法版权
- B. 不抄袭其他创作者的视频创意
- C. 若使用他人出镜画面，取得书面授权
- D. 检查视频文案是否引用了未授权内容
- E. 确保视频所涉商标、品牌使用合规

解析：ABCDE。使用有版权的音乐、图片可防止音乐、图片版权方追责；不抄袭创意保护原创者权益；他人出镜画面获书面授权避免侵犯肖像权；检查文案引用防止文字侵权；合规使用商标、品牌避免商标侵权纠纷，全方位规避侵权风险。

2. 以下哪些操作有助于提升短视频账号的权重？（ ）

- A. 保持稳定的发布频率
- B. 积极与粉丝互动，回复评论私信
- C. 参与平台官方活动
- D. 持续输出优质、垂直内容
- E. 与其他高权重账号互动合作

解析：ABCDE。稳定发布让平台和用户形成期待，利于流量稳定；积极互动增强粉丝粘性与活跃度，提升账号热度；参与活动获平台曝光扶持；优质垂直内容吸引精准流量、契合平台推荐逻辑；与高权重账号合作可借势吸粉、扩大影响力，多维度提升权重。

3. 短视频发布时，选择合适的发布时段，可参考（ ）。

- A. 平台提供的用户活跃时间数据
- B. 同类热门短视频的发布时段
- C. 目标受众所在地区的作息时间表
- D. 节假日特殊时间节点
- E. 社交媒体上的流量高峰时段

解析：ABCDE。平台数据直观展现用户活跃规律；同类热门视频发布时段有借鉴意义，说明该时段受众关注度高；依据目标受众作息，如上班族下班后、学生课余，精准触达；节假日受众闲暇，流量潜力大；社交媒体整体高峰时段，短视频也能受益，综合参考能找准最佳发布窗。

4. 发布短视频时，若想吸引年轻用户群体，可采用（ ）。

- A. 运用潮流特效、滤镜
- B. 融入热门网络用语
- C. 选择时尚、动感的背景音乐
- D. 聚焦新兴兴趣爱好，如电竞、汉服
- E. 采用短视频平台流行的剪辑风格

解析：ABCDE。潮流特效、滤镜贴合年轻追求新奇视觉喜好；网络用语增强亲近感、跟上潮流表达；时尚动感音乐契合年轻活力氛围；新兴兴趣直击年轻兴趣点，引发共鸣；流行剪辑风格符合观看习惯，多手段吸引年轻目光。

5. 在短视频平台发布知识类短视频，可增强传播效果的方式有（ ）。

- A. 将知识内容可视化，如制作图表、动画
- B. 结合生活案例讲解，通俗易懂
- C. 采用问答形式，引发观众思考
- D. 邀请专家学者出镜背书
- E. 系列化呈现知识，形成体系

解析：ABCDE。可视化知识把抽象变具象，降低理解门槛；生活案例让知识接地气，便于吸收；问答促动观众主动思考，参与感强；专家背书提升可信度；系列化知识构建知识地图，方便观众系统学习，全方位提升知识传播。

6. 短视频发布时，若要利用社交媒体推广，可（ ）。

- A. 在微信朋友圈、群组分享
- B. 转发至微博、QQ 空间等平台
- C. 制作专属社交媒体分享海报
- D. 鼓励粉丝分享并设置奖励
- E. 与社交媒体达人合作推广

解析：ABCDE。朋友圈、群组分享利用私域流量启动传播；微博、QQ 空间扩宽公域曝光；专属海报视觉吸睛，提升分享点击率；奖励粉丝激发分享热情，裂变传播；达人合作借影响力精准触达新受众，整合社交媒体力量助力短视频出圈。

7. 以下哪些因素会影响短视频在平台的初始流量分配？（ ）

- A. 账号的历史表现数据
- B. 视频的标题、封面吸引力
- C. 视频的标签精准度
- D. 发布的地理位置
- E. 平台当前的流量扶持政策

解析：ABCDE。账号历史表现如过往视频数据，反映创作者能力与受众缘，影响新视频起点；吸睛标题、封面抓住分发瞬间的用户注意力；精准标签助平台精准推送；地理位置与平台当地流量策略、受众偏好有关；流量扶持政策倾斜决定部分视频起跑优势，共同左右初始流量。

8. 发布短视频时，若要突出视频的个性特色，可（ ）。

- A. 挖掘小众独特的选题
- B. 采用别具一格的拍摄视角
- C. 展现创作者个人风格，如幽默、文艺
- D. 加入原创标识性元素，如专属动画形象
- E. 讲述个人真实经历故事

解析：ABCDE。小众选题避开热门竞争红海，开辟专属流量小道；独特视角带来全新视觉体验，脱颖而出；个人风格塑造品牌辨识度，积累粉丝粘性；原创标识加深印象，强化专属感；真实经历引发情感共鸣，赋予视频灵魂，全方位雕琢个性。

9. 短视频发布时，对于视频中的人物形象，需要注意（ ）。

A. 人物妆容、服饰符合视频主题 B. 人物表情、动作自然真实 C. 保护人物隐私，必要时模糊处理 D. 突出人物特点，增强记忆点 E. 遵循公序良俗，避免不良导向

解析：ABCDE。妆容、服饰适配主题营造统一视觉；自然表情动作提升可信度与观看舒适度；保护隐私规避法律风险；突出特点助人物形象深入人心；遵循公序良俗确保内容正向，为视频形象保驾护航。

10. 为了让短视频在跨境平台发布时更具适应性，可（ ）。

A. 了解不同国家地区的文化禁忌 B. 调整视频时长，适应当地观看习惯 C. 采用国际通用的视频格式 D. 依据当地审美优化画面色彩 E. 提供多语言字幕或配音

解析：ABCDE。避开文化禁忌防止文化冲突引发反感；适配观看习惯，如欧美地区偏好短平快，优化时长；通用格式确保播放兼容性；优化色彩贴合当地审美偏好；多语言支持打破语言藩篱，多管齐下助力跨境远航。

二、判断题（共 20 题）

1. 只要短视频内容优质，任何时间发布都能获得高流量。（ ）

解析：×。虽然内容优质是关键，但发布时间若不契合目标受众活跃时段，如深夜发布职场类短视频，此时受众大多休息，视频曝光与初始播放量会受影响，难以快速积累热度。

2. 短视频发布时，标题越长越好，因为能包含更多关键词。（ ）

解析：×。标题并非越长越好，过长易拖沓、重点不突出，且部分平台展示标题有限，可能截断关键信息，导致表意不明，一般 15 - 20 字既能精准概括又能吸引眼球。

3. 为了快速涨粉，短视频可以大量植入广告，提高商业变现能力。（ ）

解析：×。大量生硬植入广告会破坏用户观看体验，引发反感，导致粉丝流失，即便短期有收益，长期来看损害账号声誉，得不偿失，广告植入应巧妙自然。

4. 短视频发布后，点赞数多就一定意味着视频受欢迎。（ ）

解析：×。点赞数是受欢迎的一个指标，但不是唯一标准，有些视频点赞多但评论、转发少，可能是观众随手点赞，未深度参与，若评论、转发活跃，说明引发观众深层互动，传播力更强，更能体现受欢迎程度。

5. 在所有短视频平台，竖屏视频的播放效果都优于横屏视频。（ ）

解析：×。不同平台用户习惯与内容生态各异，如抖音以竖屏为主，契合移动端单手操作、聚焦人物场景，播放效果好；而影视类、风景类在西瓜视频等横屏展示能呈现更广阔画面，各有优势。

6. 短视频发布时，若视频有方言内容，必须添加普通话字幕。（ ）

解析：√。添加普通话字幕能打破方言隔阂，让全国乃至全球更多观众理解内容，扩大传播范围，尤其对于文化、生活类含方言较多的短视频，字幕助力理解与分享。

7. 只要创作者有名气，发布的短视频就无需考虑标签使用。（ ）

解析：×。即便创作者有名气，精准标签仍至关重要，它帮助平台将视频推送至对该领域感兴趣的目标受众，若标签缺失或不准，会错失潜在流量，影响视频热度提升。

8. 短视频发布时，为了节省成本，封面图可以直接截取视频中的任意画面。

（ ）

解析：×。封面图是视频“门面”，随意截取易导致画面模糊、主体不突出、表意不明等问题，应精心设计，选取最具吸引力、能反映视频核心的画面，提升点击率。

9. 所有短视频平台都欢迎纯搬运的内容，因为能丰富平台资源。（ ）

解析：×。纯搬运无原创性，侵犯他人版权，扰乱平台创作生态，大多数平台严厉打击，鼓励原创，只有原创优质内容才能获得平台长期扶持与用户认可。

10. 短视频发布后，若播放量不理想，重新编辑标题、封面后再次发布是可行的办法。（ ）

解析：√。若初次发布效果不佳，分析问题后重新优化标题、封面，更换吸引眼球的元素，再次推送，有机会唤醒平台新算法推荐，重新吸引观众，提升播放量。

11. 在短视频平台发布产品推广类短视频，直接夸赞产品优点效果最好。（ ）

解析：×。直接夸赞易显生硬、广告感强，引发观众抵触，不如结合使用场景、用户体验，以故事、案例形式展现产品优势，让观众自然感知价值，提升推广效果。

12. 短视频发布时，视频分辨率越高越好，不会有任何负面影响。（ ）

解析：×。高分辨率虽画面清晰，但数据量大，对设备性能、存储、网络传输要求高，若用户设备老旧、网络不佳，加载慢甚至卡顿，影响观看体验，需综合平衡。

13. 为了让短视频更具话题性，发布时可以故意制造争议点。（ ）

解析：×。适度争议可引发讨论，但故意制造易偏激、违背事实，引发舆论风波，损害品牌形象，应基于真实、客观内容，合理引导讨论，营造健康话题氛围。

14. 短视频发布时，若要使用背景音乐，只能选择平台自带音乐库的音乐。

（ ）

解析：×。虽平台自带音乐库方便且版权有保障，但创作者也可使用获得正规授权的外部音乐，如购买版权或创作者自制音乐，拓展音乐选择边界，契合视频风格。

15. 只要短视频的完播率高，就能获得平台的大量推荐。（ ）

解析：×。完播率高是重要因素，但平台推荐还综合考量点赞、评论、转发等互动率，账号垂直度、稳定性，以及内容合规性等多方面，单一完播率指标不能决定推荐量级。

16. 短视频发布时，选择热门城市定位能让视频获得更多流量。（ ）

解析：×。定位应依据目标受众所在地精准选择，若视频面向乡村旅游，定位热门城市可能偏离受众，精准定位乡村地区或潜在客源地，才能有效触达，而非盲目追热。

17. 为了提升短视频的专业感，发布时可以堆砌专业术语。（ ）

解析：×。堆砌术语令内容晦涩难懂，脱离大众，除非面向专业学术受众，一般受众难理解，应深入浅出，用通俗语言解释专业知识，提升专业感同时确保易懂。

18. 短视频发布后，若想提升评论量，可在视频结尾处设置开放性问题。（ ）

解析：√。结尾设开放性问题，如“你有过类似经历吗，评论区分享下”，激发观众表达欲，引导留言互动，增加评论量，活跃视频氛围，提升热度。

19. 在短视频平台发布搞笑类短视频，笑声特效加得越多越好。（ ）

解析：×。适量笑声特效可烘托氛围，增强喜剧效果，但过多过滥会显得虚假、嘈杂，干扰观众感受，破坏搞笑节奏，应适度添加，契合笑点。

20. 短视频发布时，若要与其他创作者互动，只能在评论区留言。（ ）

解析：×。评论区留言是常见方式，但还可通过合拍视频、互相推荐、参与共创项目等多元化互动，拓展合作深度广度，提升双方曝光与影响力。

三、简答题（共 6 题）

1. 简述短视频发布时，如何进行有效的标题优化。

答案：首先，标题要简洁明了，控制在 15 - 20 字，精准概括视频核心内容，避免冗长拖沓。其次，融入热门关键词，通过搜索热榜、平台趋势了解当下热点词汇，巧妙植入，提高搜索曝光率。再者，运用夸张、疑问、悬念等手法，如“惊爆！这款美食背后竟隐藏着这样的秘密”，激发观众好奇心。最后，结合视频风格，情感类温婉、搞笑类幽默、知识类严谨，营造统一氛围，吸引目标受众点击。

2. 谈谈短视频发布前，如何做好内容自查，确保视频质量。

答案：一是检查画面质量，查看有无黑屏、花屏、模糊不清，保证画面稳定、清晰，色彩还原正常；二是审查音频，听辨有无杂音、音量是否均衡，确保声音清晰可闻，与画面同步协调；三是校对文案，排查错别字、语病，保证信息准确传达；四是核实内容逻辑，故事类情节连贯、知识类讲解有条理；五是确认素材版权，音乐、图片、视频片段等均有合法授权，避免侵权纠纷，全方位保障视频高质量发布。

3. 分析在不同短视频平台发布同一视频时，需要注意哪些差异化策略。

答案：在抖音，鉴于年轻用户多、潮流感强，标题文案可更时尚、活泼，封面图色彩鲜明、突出亮点，利用特效创作，发布时间契合年轻人活跃时段，如晚上 8 - 10 点。B 站 侧重知识、二次元，发布知识类视频要深度剖析，二次元题材融入动漫元素，封面有二次元风格特色，文案专业且有趣，参与 B 站专属活动推广。小红书以女性用户为主，聚焦美妆、生活，视频突出精致、实用，文案用亲切种草口吻，封面美观吸睛，选择女性活跃午后、晚间时段。快手强调生活百态、接地气，内容展现真实生活场景，封面朴素直观，标题通俗易懂，随时发布，适应快手用户碎片化时间浏览习惯。

4. 阐述短视频发布时，如何利用数据分析提升视频热度。

答案：发布前，分析同类热门视频数据，了解受众喜好的题材、时长、风格，指导自身创作与优化；关注平台流量趋势，找准热门话题标签预嵌入。发布后，实时监测播放量、完播率，若完播率低，反思开头是否拖沓，及时调整；对比点赞、评论、转发率，评论少就设置互动环节，转发低思考内容传播点，针对性改进；依据数据洞察受众地域、年龄、性别分布，为后续选题、推广精准定位，持续迭代提升热度。

5. 说明短视频发布时，如何选择适配的背景音乐，提升视频整体效果。

答案：首先，根据视频主题，情感类选舒缓抒情音乐烘托氛围，运动类配激昂动感乐曲激发活力；其次，考量视频风格，古风视频用传统民乐，科幻片选电子音效营造未来感；再者，关注受众喜好，面向年轻人的多用流行、电音，老年群体适配经典、舒缓旋律；然后，确保音乐版权合法；最后，注意音量调节，不掩盖视频主体声音，与画面、旁白协同，打造沉浸式视听盛宴。

6. 探讨短视频发布后，若遭遇负面评论，如何妥善处理。

答案：一是及时回复，态度诚恳，表达感谢关注与歉意，如“很感谢您指出问题，给您带来不佳体验深感抱歉”；二是理性分析，若是事实错误，立刻承认并承诺改正，若是观点分歧，尊重不同看法，温和阐述立场；三是引导正面舆论，邀请其他观众分享看法，用正能量回复稀释负面，如“大家对这个问题怎么看，欢迎一起讨论”；四是私下沟通，对于恶意中伤，通过平台私信沟通，了解诉求，化解矛盾，维护视频口碑与创作者形象。

四、讨论题（共 2 题）

1. 随着短视频市场竞争日益激烈，创作者如何在发布环节脱颖而出，打造爆款短视频？请结合实际案例进行分析。

答案：一方面，内容创新是核心。以“办公室小野”为例，其打破常规美食制作场景，在办公室利用办公用品制作美食，选题新奇，发布时搭配吸睛标题“惊爆！办公室秒变美食工厂”，融入热门“办公室”“美食”关键词，封面选取最具视觉冲击的创意制作瞬间，精准定位年轻上班族，契合他们对新奇、解压内容的需求，一经发布迅速走红。另一方面，推广策略多元。“李子柒”系列短视频，不仅内容展现诗意田园生活，在发布上，跨平台联动，微博预热引发好奇，抖音、B站等同步上线，结合平台特性优化标题、封面，如B站文案古风味足，封面二次元唯美风，利用热门话题标签“传统文化”“田园生活”，邀请网红互动，多管齐下打造爆款，持续收获高流量。

2. 短视频发布时，如何平衡商业变现与用户体验，避免过度商业化引发观众反感？以美妆产品推广短视频为例进行阐述。

答案：对于美妆产品推广短视频，首先，内容创作上，避免全程生硬推销。可以开篇从常见美妆问题切入，如“秋冬皮肤干燥起皮怎么破”，引入产品解决之道，以真实使用场景、个人体验分享为主，如“我自己用这款面霜一周，皮肤明显水润”，展示产品效果。其次，广告植入要巧妙，将产品特点自然融入，如“这款口红的丝绒质地，涂上去超显气质，而且持妆久，出门一整天都没问题”，而非单纯罗列优点。再者，发布时，标题、封面不以广告为噱头，选取美妆教程、改造亮点吸引，如“秋冬妆容大