

# 企业短信知识题库（学习测评版）

全知识点覆盖 · 可用于周测/岗前测/复盘测

## 设计原则（基于记忆科学）

- 测试效应：通过做题强化记忆提取路径。
- 间隔重复：D0、D1、D3、D7、D14、D30 滚动复习。
- 交错练习：概念题、规则题、场景题、计算题混合训练。
- 生成效应：先独立作答，再看答案解析。
- 难度递进：从识记到应用到方案设计。

版本：V3.0（双栏题答版） 规则基线：SMS-CN-RULE-v2026.02 /  
SMS-INTL-RULE-v2026.02 / SMS-OPS-RULE-v2026.02 匿名等级：Release-L2（题目全  
部使用匿名案例） 整理时间：2026 年 2 月 8 日

# 目录

<b>第一章 使用说明与复习节奏</b>	<b>3</b>
1.1 训练方式 . . . . .	3
1.2 评分建议 . . . . .	3
<b>第二章 出版级作答口径（本版新增）</b>	<b>4</b>
2.1 术语统一（阅卷标准） . . . . .	4
2.2 规则版本（判分基线） . . . . .	4
2.3 规则适用声明 . . . . .	4
2.4 匿名策略（题面合规） . . . . .	4
<b>第三章 A 卷：单项选择题（题答对照，左题右答）</b>	<b>5</b>
<b>第四章 B 卷：多项选择题（题答对照，左题右答）</b>	<b>14</b>
<b>第五章 C 卷：判断改错题（题答对照，左题右答）</b>	<b>18</b>
<b>第六章 D 卷：场景题与计算题（题答对照，左题右答）</b>	<b>20</b>
6.1 场景题（8 题） . . . . .	20
6.2 计算题（7 题） . . . . .	21
<b>第七章 E 卷：闪卡快问快答（81 题，题答对照）</b>	<b>22</b>
<b>第八章 F 卷：扩展消息类型专题（USSD/二进制短信/闪信）</b>	<b>25</b>
<b>附录 A 修订说明与版本记录</b>	<b>27</b>
A.1 修订声明 . . . . .	27
A.2 版本变更 . . . . .	27
A.3 出卷与阅卷复用建议 . . . . .	27
A.4 A. 4 对外发布前检查清单 . . . . .	27

# 1 使用说明与复习节奏

## 1.1 训练方式

1. 第 1 轮 (D0): 先做第 2–5 章, 不看答案。
2. 第 2 轮 (D1): 只重做错题与不确定题。
3. 第 3 轮 (D3): 做第 6 章闪卡快问快答。
4. 第 4 轮 (D7): 重做第 4–5 章场景与计算题。
5. 第 5 轮 (D14): 全卷抽测 (至少 60 题)。
6. 第 6 轮 (D30): 闭卷复盘, 目标正确率  $\geq 90\%$ 。

## 1.2 评分建议

- 单选题: 每题 1 分。
- 多选题: 每题 2 分 (全对得分, 漏选错选不得分)。
- 判断改错: 每题 1 分 (判断 0.5+ 改错 0.5)。
- 场景与计算: 每题 4 分。

## 2 出版级作答口径（本版新增）

### 2.1 术语统一（阅卷标准）

- 统一写“子端口（SubID）”，不以“扩展码/后缀码”作标准答案主写法。
- 统一写“携号转网”，不以“企业号转码”作标准答案主写法。
- 统一写“会员营销短信”，不以“会销”作标准答案主写法。
- 统一写“状态回执（成功/失败）”，“未知”仅表示暂未返回。

### 2.2 规则版本（判分基线）

规则包	版本	判分覆盖
中国短信规则基线	SMS-CN-RULE-v2026.02	计费、签名、回执、营销限制、风控
国际短信规则基线	SMS-INTL-RULE-v2026.02	Sender ID、回填率、国家差异
运营交付规则基线	SMS-OPS-RULE-v2026.02	接入、压测、回执策略、重保

### 2.3 规则适用声明

本题库中的标准答案与判分口径，统一适用版本基线：SMS-CN-RULE-v2026.02、SMS-INTL-RULE-v2026.02、SMS-OPS-RULE-v2026.02。

### 2.4 匿名策略（题面合规）

- 题面统一使用“客户 A/B/C”等匿名标识，不出现实名客户。
- 场景描述仅保留行业特征与业务特征，避免可逆识别信息。
- 解析中不出现真实客户名、私有项目代号和内部群信息。

### 3 A 卷：单项选择题（题答对照，左题右答）

题目（含选项）	答案与解析
1. 企业短信本质上属于哪类关系? A. C2C B. B2C C. B2B D. G2C	答案: B 解释: 依据课程规则，正确项是“B2C”。
2. 国内短信签名的标准格式是： A. (签名) B. [签名] C. 【签名】 D. <签名>	答案: C 解释: 依据课程规则，正确项是“【签名】”。
3. 下列哪项不是可用于签名报备的合规主体（课程口径）? A. 企业全称 B. 合规简称 C. 申请中的商标 D. 已核准商标	答案: C 解释: 依据课程规则，正确项是“申请中的商标”。
4. 一个子端口与签名的关系是： A. 多对多 B. 一对一 C. 一对多 D. 多对一	答案: B 解释: 依据课程规则，正确项是“一对一”。
5. 营销短信统一退订尾缀是： A. 退订回 T B. 拒收请回复 R C. 回复 0 退订 D. 回复 TD	答案: B 解释: 依据课程规则，正确项是“拒收请回复 R”。
6. 短信长度 140 字的计费条数应为： A. 1 条 B. 2 条 C. 3 条 D. 4 条	答案: C 解释: 依据课程规则，正确项是“3 条”。

7. 计费字符中，以下哪项说法正确?

- A. 签名不计费
- B. 空格不计费
- C. 标点不计费
- D. 以上都不对

答案: D

解释: 依据课程规则，正确项是“以上都不对”。

8. 关于“未知状态”，正确的是:

- A. 最终状态之一
- B. 无意义状态
- C. 暂未返回最终状态
- D. 一定失败

答案: C

解释: 依据课程规则，正确项是“暂未返回最终状态”。

9. 课程口径中，对账状态通常以多久后为准?

- A. 12 小时
- B. 24 小时
- C. 48 小时
- D. 72 小时

答案: D

解释: 依据课程规则，正确项是“72 小时”。

10. 下列哪项最强调秒级时效?

- A. 会员营销
- B. 验证码
- C. 节日祝福
- D. 品牌宣传

答案: B

解释: 依据课程规则，正确项是“验证码”。

11. 下列哪类客户通常对“固定尾号 + 总长度”更敏感?

- A. 小微商户
- B. 个人开发者
- C. 大型政企/国央企
- D. 校园社团

答案: C

解释: 依据课程规则，正确项是“大型政企/国央企”。

12. 三网合一中的“三网”是指:

- A. 电商三平台
- B. 三个数据中心
- C. 移动联通电信
- D. 三个省份

答案: C

解释: 依据课程规则，正确项是“移动联通电信”。

13. 码号证获取后要先做什么才可用于实际发送?

- A. 充值
- B. 落地
- C. 拉群
- D. 投诉备案

答案: B

解释: 依据课程规则，正确项是“落地”。

14. 失败返还最典型对应哪类结算模式?

- A. 预付费
- B. 后付费
- C. 分期
- D. 年付

答案: A

解释: 依据课程规则, 正确项是“预付费”。

15. 用户回复 R 后平台通常会执行:

- A. 二次营销
- B. 加入退订黑名单
- C. 自动拉白
- D. 忽略上行

答案: B

解释: 依据课程规则, 正确项是“加入退订黑名单”。

16. 以下哪项更可能导致“成功率低但非平台故障”?

- A. 大量空号停机号
- B. 代码异常
- C. 通道断连
- D. 机房断电

答案: A

解释: 依据课程规则, 正确项是“大量空号停机号”。

17. 客户只要求测试平台接入能力时, 常见压测方式是:

- A. 真机拨测
- B. 通道配空
- C. 全量上生产
- D. 仅人工审核

答案: B

解释: 依据课程规则, 正确项是“通道配空”。

18. 全链路压测常用的号码策略是:

- A. 全真号
- B. 全白名单
- C. 空号压测
- D. 内部号

答案: C

解释: 依据课程规则, 正确项是“空号压测”。

19. 以下哪项最可能需要“限流回推状态”?

- A. 小客户日发几十条
- B. 大客户峰值 QPS 很高
- C. 新注册客户
- D. 静态通知

答案: B

解释: 依据课程规则, 正确项是“大客户峰值 QPS 很高”。

20. 国际短信品牌识别核心字段是:

- A. Sender ID
- B. Signature ID
- C. Route ID
- D. Channel ID

答案: A

解释: 依据课程规则, 正确项是“Sender ID”。

21. 国际验证码最常见核心效果指标是：

- A. UV
- B. PV
- C. 回填率
- D. 打开率

答案: C

解释：依据课程规则，正确项是“回填率”。

22. 下列哪项是平台侧常见风控策略？

- A. 黑名单
- B. 关键词
- C. 单号码频控
- D. 以上都是

答案: D

解释：依据课程规则，正确项是“以上都是”。

23. 会员营销短信的前提是：

- A. 任何手机号都可
- B. 只要买量就可
- C. 用户与企业存在会员关系与授权
- D. 只要是促销季

答案: C

解释：依据课程规则，正确项是“用户与企业存在会员关系与授权”。

24. 下列哪种情况最可能触发“多签名”风险？

- A. 正文含数字
- B. 正文再使用方头括号
- C. 正文有空格
- D. 正文有英文

答案: B

解释：依据课程规则，正确项是“正文再使用方头括号”。

25. 平台中“提交回执”指：

- A. 终端已收到短信
- B. 运营商已计费
- C. 平台已收到客户提交
- D. 用户已回复

答案: C

解释：依据课程规则，正确项是“平台已收到客户提交”。

26. 下列哪类短信通常不宜重人工审核？

- A. 会员营销
- B. 高危金融营销
- C. 验证码
- D. 节日活动

答案: C

解释：依据课程规则，正确项是“验证码”。

27. 以下哪个不是典型投诉入口？

- A. 12321
- B. 运营商客服
- C. 通管局
- D. 气象台

答案: D

解释：依据课程规则，正确项是“气象台”。

28. 电商客户在 618、双 11 时更关注：

- A. 静态美工
- B. QPS 承载与稳定性
- C. 语音资费
- D. 国际区号

答案： **B**

解释：依据课程规则，正确项是“QPS 承载与稳定性”。

29. 课程中“有效号码”概念强调的是：

- A. 任何格式正确号码
- B. 可真实触达并可接收短信的号码
- C. 白名单号码
- D. 短号

答案： **B**

解释：依据课程规则，正确项是“可真实触达并可接收短信的号码”。

30. 携号转网的含义是：

- A. 改手机号
- B. 改签名
- C. 号码不变、运营商归属变更
- D. 改套餐

答案： **C**

解释：依据课程规则，正确项是“号码不变、运营商归属变更”。

31. 有携转库时，平台的更优做法是：

- A. 永远按号段发
- B. 按当前归属网发
- C. 随机发
- D. 全部失败

答案： **B**

解释：依据课程规则，正确项是“按当前归属网发”。

32. 影响利润最直接的四因子中不包括：

- A. 单价
- B. 计费口径
- C. 通道复杂度
- D. 办公区楼层

答案： **D**

解释：依据课程规则，正确项是“办公区楼层”。

33. 对小微客户更推荐的接入方式通常是：

- A. 深度定制平台
- B. Web 自服务
- C. 私有化全套
- D. 仅线下导入

答案： **B**

解释：依据课程规则，正确项是“Web 自服务”。

34. 以下哪项最可能导致通道健康受损？

- A. 投诉超限
- B. 日常优化
- C. 账号加白
- D. 成功率高

答案： **A**

解释：依据课程规则，正确项是“投诉超限”。

35. 大客户为何常需要状态回执“限速回推”?

- A. 省流量
- B. 回执处理系统承载有限
- C. 便于营销
- D. 无意义

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“回执处理系统承载有限”。

36. 下列哪项是阅信的典型优势?

- A. 纯文本无交互
- B. 卡片化展示与跳转能力
- C. 不需要报备链接
- D. 仅支持苹果

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“卡片化展示与跳转能力”。

37. 阅信在 iOS 上的常见体验是:

- A. 自动卡片直开
- B. 常需点击链接后呈现
- C. 彻底无法接收
- D. 自动转语音

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“常需点击链接后呈现”。

38. 富媒体短信相较文本短信最典型特点是:

- A. 更便宜
- B. 展示更丰富但通常更贵
- C. 不支持图文
- D. 仅通知可用

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“展示更丰富但通常更贵”。

39. 下列关于“未知率”说法正确的是:

- A. 越高越好
- B. 正常应较低且随时间收敛
- C. 永不变化
- D. 与链路无关

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“正常应较低且随时间收敛”。

40. 客户要求“主动拉取状态”, 平台通常会重点评估:

- A. 客户字体偏好
- B. 资源占用与安全隔离
- C. 客户 Logo 颜色
- D. 话术风格

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“资源占用与安全隔离”。

41. 下列哪项最符合“批量测试”定义?

- A. 只发 1 条验证码
- B. 切一部分真实业务观察多天
- C. 不做任何测试
- D. 只看报价

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“切一部分真实业务观察多天”。

42. 渠道客户合作的核心通常是：

- A. 装修风格
- B. 资源能力与成本效率
- C. 节日礼物
- D. 办公地点

答案： B

解释： 渠道合作本质是“资源与成本效率匹配”，而不是品牌或行政因素。

43. 下列哪项最能体现“平台级交付能力”？

- A. 临时群聊
- B. 私有化部署与持续运维
- C. 单次报价
- D. 单次演示

答案： B

解释： 依据课程规则，正确项是“私有化部署与持续运维”。

44. 对客户承诺成功率时最正确表述是：

- A. 永远 100%
- B. 不看号码质量
- C. 在有效号码前提下承诺
- D. 不做任何说明

答案： C

解释： 成功率承诺必须以“有效号码、可触达号码”作为前提条件。

45. 以下哪项属于“引流信息”需报备要素？

- A. 链接与电话号码
- B. 仅标点
- C. 仅签名
- D. 仅空格

答案： A

解释： 引流信息的核心是“可引导触达”的要素，典型就是链接与电话号码。

46. 若客户每天发送量极低，最合理服务策略是：

- A. 强制私有化
- B. 标准化自服务 + 预付优先
- C. 先压测 1 万 QPS
- D. 关闭回执

答案： B

解释： 依据课程规则，正确项是“标准化自服务 + 预付优先”。

47. 错误码释义表最准确的说法是：

- A. 一定 100% 唯一准确
- B. 仅作参考，需结合通道核实
- C. 完全没用
- D. 与运营无关

答案： B

解释： 依据课程规则，正确项是“仅作参考，需结合通道核实”。

48. 对于高危营销账号，单号码频控策略通常是：

- A. 更宽松
- B. 更严格
- C. 与验证码一样
- D. 不设限制

答案： B

解释： 依据课程规则，正确项是“更严格”。

49. 下列哪项最符合“测试效应”学习法?

- A. 只看不做题
- B. 做题后再看解析
- C. 永远不复习
- D. 只收藏

答案: **B**

解释: 测试效应强调“先提取再反馈”，即先作答、再核对解析。

50. 课程建议的复习节奏中不包括:

- A. D1 复习
- B. D3 复习
- C. D7 复习
- D. D365 单次复习

答案: **D**

解释: 本课节奏为 D0/D1/D3/D7/D14/D30, 不包含 D365 单次复习。

51. 若客户投诉“我不是会员却收到营销”，第一风险归因

是:

- A. 计费过高
- B. 隐私与合规风险
- C. 接口版本
- D. 字体问题

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“隐私与合规风险”。

52. 下列哪项最体现“销售前置价值”?

- A. 只谈价格
- B. 提前问清码号、量级、投诉、回执、QPS
- C. 只发合同
- D. 只拉技术群

答案: **B**

解释: 前置把关键变量问清, 才能让报价、资源和上线方案一次性做对。

53. 平台对验证码轰炸的核心防护是:

- A. 提高价格
- B. 防轰炸频控策略
- C. 取消回执
- D. 关闭上行

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“防轰炸频控策略”。

54. 国际短信中可能存在的额外成本是:

- A. 国家报备注册费/月租
- B. 机房水费
- C. 办公室停车费
- D. 内网设备折旧

答案: **A**

解释: 国际路由常见附加成本是国家侧注册费、品 牌报备注册费或月租费。

55. 下列哪个更像“运营持续调优”工作?

- A. 一次性开账号后不管
- B. 根据投诉和成功率动态调黑白名单与通道权重
- C. 仅看月报
- D. 仅看合同

答案: **B**

解释: 依据课程规则, 正确项是“根据投诉和成功率动态调黑白名单与通道权重”。

56. 客户要求“状态只拉不推”时，不应忽略的风险是：

- A. 客户忘记拉取导致堆积
- B. 文案变好
- C. 推送更快
- D. 无风险

答案：A

解释：若客户拉取任务异常或漏拉，状态会在平台堆积并影响后续查询与核对。

57. 下列哪项属于“上线前必须确认项”？

- A. 头像尺寸
- B. 签名和引流报备结果
- C. 名片样式
- D. 工位数量

答案：B

解释：依据课程规则，正确项是“签名和引流报备结果”。

58. 下列关于私有化部署客户的特点，正确的是：

- A. 粘性通常更低
- B. 粘性通常更高
- C. 不需要运维
- D. 只做一次性交付

答案：B

解释：依据课程规则，正确项是“粘性通常更高”。

59. 最能体现“交错练习”的做法是：

- A. 连续做 100 道同类型记忆题
- B. 概念题与计算题、场景题混做
- C. 只看答案
- D. 只听课

答案：B

解释：依据课程规则，正确项是“概念题与计算题、场景题混做”。

60. 对外发布前，关于版本一致性的正确做法是：

- A. 只改封面不改元信息
- B. PDF 元信息与封面版本保持一致
- C. 版本号可省略
- D. 仅对内文标注版本

答案：B

解释：依据课程规则，正确项是“PDF 元信息与封面版本保持一致”。

## 4 B 卷：多项选择题（题答对照，左题右答）

题目（含选项）	答案与解析
1. 国内企业短信签名报备可用来源通常包括 0。 A. 企业全称 B. 合规简称 C. 已核准商标 D. 申请中商标	答案: ABC 解释: 本题应选择 A、B、C，对应题干要求的完整要点集合。
2. 影响成功率的常见因素有 0。 A. 空号停机 B. 黑名单命中 C. 关键词拦截 D. 终端无信号	答案: ABCD 解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。
3. 营销短信合规关键点包括 0。 A. 会员前提 B. 退订口径 C. 时间窗控制 D. 频控策略	答案: ABCD 解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。
4. 客户接入前销售应重点确认 0。 A. 业务场景和量级 B. 码号需求 C. 投诉历史 D. 回执方式	答案: ABCD 解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。
5. 压测前需确认 0。 A. 目标 QPS B. 测试时段与时长 C. 压测模式 D. 是否影响线上业务	答案: ABCD 解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。
6. 状态回执策略可包括 0。 A. 实时推送 B. 限速推送 C. 客户主动拉取 D. 关闭所有回执	答案: ABC 解释: 本题应选择 A、B、C，对应题干要求的完整要点集合。

7. 以下哪些属于平台风控机制 0。

- A. 黑名单
- B. 白名单
- C. 关键词
- D. 防轰炸

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

8. 下列哪些属于“引流信息”需报备项 0。

- A. 链接
- B. 电话号码
- C. 纯标点
- D. 无内容空格

答案: AB

解释: 本题应选择 A、B，对应题干要求的完整要点集合。

9. 国际短信中常见的国家差异项有 0。

- A. Sender ID 规则
- B. 退订规则
- C. 报备材料
- D. 费用结构

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

10. 下列哪些场景更强调通知而非营销 0。

- A. 动账提醒
- B. 物流取件码
- C. 系统维护通知
- D. 双 11 促销

答案: ABC

解释: 本题应选择 A、B、C，对应题干要求的完整要点集合。

11. 长短信对账争议常与哪些因素相关 0。

- A. 分片计费
- B. 补发策略
- C. 回执口径
- D. 容差规则

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

12. 可用于说明“未知不是最终状态”的证据有 0。

- A. 72 小时内未知会收敛
- B. 未知可转成功/失败
- C. 未知永不变化
- D. 未知本质是暂未返回

答案: ABD

解释: 本题应选择 A、B、D，对应题干要求的完整要点集合。

13. 对大中直客的服务重点通常包括 0。

- A. 重保
- B. 快速响应
- C. 定制能力
- D. 数据报告

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

14. 以下哪些可作为小微客户策略 0。

- A. Web 自服务
- B. 预付优先
- C. 标准流程
- D. 全部私有化

答案: ABC

解释: 本题应选择 A、B、C，对应题干要求的完整要点集合。

15. 下列哪些属于投诉治理动作 0。

- A. 收集会员证明
- B. 核实隐私授权
- C. 优化风控与黑名单策略
- D. 长期忽略投诉

答案: ABC

解释: 本题应选择 A、B、C，对应题干要求的完整要点集合。

16. 可导致“映射释义不完全准确”的原因有 0。

- A. 三方通道同码异义
- B. 运营商同码多义
- C. 通道策略差异
- D. 客户接口差异

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

17. 以下哪些属于“上线前必须完成”的内容 0。

- A. 报备完成
- B. 回执策略确认
- C. 风控参数确认
- D. 应急联系人确认

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

18. 阅信相较纯文本可新增的能力有 0。

- A. 卡片化展示
- B. 一键跳 APP
- C. 点击追踪
- D. 解析统计

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

19. 关于携号转网，正确的有 0。

- A. 号段与当前归属网可能不一致
- B. 有携转库时可按当前归属网投递
- C. MO 回传在部分链路有差异
- D. 与三网合一无关

答案: ABC

解释: 本题应选择 A、B、C，对应题干要求的完整要点集合。

20. 平台后台运营的主要工作包括 0。

- A. 通道池调度
- B. 监控告警
- C. 投诉控制
- D. 平台迭代

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

21. 计费相关客户高频问题通常有 0。

- A. 签名是否计费
- B. 括号是否计费
- C. 140 字为何 3 条
- D. 空格是否计费

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

22. 对“回填率”理解正确的有 0。

- A. 多用于国际验证码场景
- B. 是实际填写验证码比例
- C. 等同于平台提交成功率
- D. 可用于评估链路质量

答案: ABD

解释: 本题应选择 A、B、D，对应题干要求的完整要点集合。

23. 影响利润的关键可控动作包括 0。

- A. 优化计费口径
- B. 提升有效触达
- C. 合理匹配通道成本
- D. 强化客户结构管理

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

24. 属于脑科学高效学习策略的有 0。

- A. 间隔重复
- B. 主动回忆
- C. 交错练习
- D. 只被动阅读

答案: ABC

解释: 本题应选择 A、B、C，对应题干要求的完整要点集合。

25. 下列哪些情况应立即升级协同（销售 + 运营 + 技术）0。

- A. 大客户压测上万 QPS
- B. 大面积成功率异常
- C. 投诉突增
- D. 关键客户节前重保

答案: ABCD

解释: 本题应选择 A、B、C、D，对应题干要求的完整要点集合。

## 5 C 卷：判断改错题（题答对照，左题右答）

题目	答案与改错
1. “未知状态就是第三种最终状态。”(对/错，并改错)	错。未知是“暂未返回”，非终态。
2. “营销短信可以不给退订口径。”(对/错，并改错)	错。营销短信必须有统一退订口径。
3. “140 字短信按 2 条计费。”(对/错，并改错)	错。140 字按 67 分片，计 3 条。
4. “一个子端口可同时对应多个签名。”(对/错，并改错)	错。子端口与签名是一对一。
5. “正文再次使用方头括号不会有风险。”(对/错，并改错)	错。可能触发多签名风险。
6. “只要有码号证就能直接发短信。”(对/错，并改错)	错。需完成运营商落地后才能发送。
7. “三网合一一定比普通资源便宜。”(对/错，并改错)	错。三网合一通常更贵。
8. “验证码短信时效不敏感。”(对/错，并改错)	错。验证码对时效高度敏感。
9. “白名单号码也会完全受日频限制。”(对/错，并改错)	错。白名单可放宽部分限制。
10. “黑名单都可以一键解除。”(对/错，并改错)	错。黑名单分级，非全部可解。
11. “国际短信各国规则基本一样。”(对/错，并改错)	错。各国规则差异显著。
12. “回填率主要用于国际验证码评估。”(对/错，并改错)	对。
13. “客户主动拉取状态不会占用平台资源。”(对/错，并改错)	错。主动拉取会占用平台资源。
14. “批量测试通常要跑一段真实业务观察。”(对/错，并改错)	对。
15. “小微客户一般更适合先上私有化部署。”(对/错，并改错)	错。小微客户一般先用自服务。
16. “成功率承诺可以不考虑号码质量。”(对/错，并改错)	错。需以有效号码为前提。
17. “引流链接不需要报备。”(对/错，并改错)	错。引流链接需报备。

---

**18.** “高危营销的频控通常会更严格。”(对/错，并改 对。  
错)

---

**19.** “投诉治理与销售无关，只是运营的事。”(对/错， 错。销售需协助投诉证据链。  
并改错)

---

**20.** “测试效应强调做题本身能强化记忆。”(对/错， 对。  
并改错)

## 6 D 卷：场景题与计算题（题答对照，左题右答）

### 6.1 场景题（8 题）

题目	参考答案
1. 客户 A 说“我们不需要任何码号要求”，上线后又要求“固定尾号 + 总长不超 11 位 + 三网一致”。你作为销售如何补救并与运营协同？	先补充需求澄清单并与客户确认；再由运营评估可用码号池和三网一致性成本，形成变更报价与交期。
2. 客户 B 为高频营销行业，投诉持续升高，成功率也在下降。请给出“合规 + 成功率 + 成本”三目标下的调优方案。	先控投诉（会员与模板审计、频控收紧、黑名单策略）；再提升成功率（通道权重与地区策略调优）；最后回看成本并做分层路由。
3. 客户 C 要求“只拉状态不推状态”，并在一周后反馈“状态数据不全”。请分析最可能原因与修复方案。	排查是否“未拉取、拉取失败、拉取窗口不一致”；补充拉取监控告警、失败重试与数据留存策略。
4. 客户 D 做 618 大促，计划 2 小时内持续 3000 QPS。请给出接入前检查项与压测方案。	明确 QPS、时段、时长、压测模式、回执模式；先压测再灰度扩量，并设置应急回滚与专人值守。
5. 客户 E 反馈“同一批数据，上午查和下午查成功率不一样”。请用状态机制解释。	解释未知状态会在 72 小时内收敛，上午与下午查询窗口不同导致结果波动。
6. 客户 F 做国际验证码，提出“为什么成功率还行但回填率低”。给出至少 4 个排查维度。	排查通道质量、时延、国家规则、终端可达、验证码有效期与页面体验。
7. 客户 G 坚持营销短信晚 11 点发。给出两种平台处理策略，并分析业务利弊。	两种策略：直接失败或延时到次日窗口；前者合规最稳，后者业务体验更好但需客户接受延迟。
8. 客户 H 提出“同一个签名要绑定多个活动链接”。你如何设计子端口与引流报备方案？	同签名多活动需要多子端口拆分；每个子端口绑定固定引流信息并完成报备。

## 6.2 计算题（7 题）

题目	标准答案
1. 某短信 126 字，按课程计费规则应计费多少条？	2 条 ( $[126/67] = 2$ )。
2. 某客户提交 10000 条，72 小时后成功 9200、失败 700、未知 100（仍未回）。在“成功计费”与“失败不计”（成功 + 未知计费）=9300。费（成功 + 未知计费）”两种模式下分别计费多少条？	
3. 某账号单号日上限 10 条。某号码当日已收 8 条通 知，再发 5 条验证码，最多还能成功几条（不考虑其他限制）？	最多 2 条。
4. 某国际验证码通道提交 5000 条，回填 3200 条，回 填率是多少？	64% ( $3200/5000$ )。
5. 某客户发 140 字长短信 1000 次，全部一次成功。	3000 条（每条 140 字计 3 条）。按课程规则总计费条数是多少？
6. 某客户发 140 字短信 1000 次，其中每次第一轮“1 片成功 1 片失败”，第二轮仅补发失败片且全部成功。	2000 条（每次 2 条，1000 次）。总计费条数是多少（按分片成功计费）？
7. 某运营周报显示：周一未知率 2.5%，周二 0.9%，周三 0.8%。从健康度看哪一天风险最高？	周一风险最高。

## 7 E 卷：闪卡快问快答（81 题，题答对照）

问题	答案
1. 企业短信核心关系?	B2C。
2. 国内签名标准格式?	【签名】。
3. 营销退订统一文案?	拒收请回复 R。
4. 67 字以内计费规则?	≤ 67 字计 1 条。
5. 超 67 字拆分规则?	> 67 字按 67 字分片。
6. 140 字计费条数?	3 条。
7. 签名是否计费?	计费。
8. 空格是否计费?	计费。
9. 标点是否计费?	计费。
10. 未知是不是最终状态?	不是。
11. 对账常用状态窗口?	72 小时。
12. 子端口到签名关系?	一对一。
13. 一个签名可否多个端口?	可以（一签名可多子端口）。
14. 什么是三网合一?	三网发件标识一致。
15. 三网分别是?	移动、联通、电信。
16. 码号证后下一步?	落地成通道。
17. MT 是什么意思?	下行短信。
18. MO 是什么意思?	上行短信。
19. 提交回执定义?	平台已接收请求。
20. 状态回执定义?	成功/失败回执。
21. 会员营销前提?	会员关系 + 授权。
22. 验证码首要指标?	秒级时效与到达。
23. 通知短信典型场景?	动账、物流、工单等。
24. 电商高峰期关注什么?	QPS 承载与稳定性。
25. 黑名单作用?	拦截高风险/投诉号。
26. 白名单作用?	对测试/重保号放行。

27. 上行 R 通常触发什么?	加入退订黑名单。
28. 关键词机制目的?	内容合规拦截。
29. 防轰炸机制目的?	防恶意验证码轰炸。
30. 高危营销频控通常如何?	更严格。
31. 营销发送时间常规窗口?	常规早 8 晚 10。
32. 晚间提交营销可怎么处理?	失败或延时到次日窗口。
33. 引流信息包含什么?	链接、电话号码。
34. 引流信息是否需报备?	需要报备。
35. 国际品牌识别字段?	Sender ID。
36. 国际验证码核心指标?	回填率。
37. 回填率定义?	填回验证码比例。
38. 有效号码定义要点?	可触达可接收。
39. 空号属于有效号码吗?	不属于。
40. 飞行模式会影响什么?	影响接收（失败/延迟）。
41. 携号转网定义?	号不变、归属网变。
42. 有携转库应按什么发?	按当前归属网下发。
43. 主动拉取状态风险?	资源占用与堆积风险。
44. 状态限流回推适用谁?	高 QPS 大客户。
45. 错误码映射是否绝对准确?	不是，只作参考。
46. 失败返还常见于哪类结算?	预付费。
47. 大客户服务四要素?	重保、响应、定制、报告。
48. 小微客户优先接入方式?	Web 自服务。
49. 压测前必问三件事?	QPS、时段时长、压测模式。
50. 批测的本质?	小规模真实业务观察。
51. 私有化客户粘性通常如何?	通常更高。
52. 投诉治理要不要销售参与?	要参与。
53. 12321 是什么?	工信部投诉受理渠道。
54. 通道健康受什么强影响?	投诉指标/百投比。
55. 三方通道错误码特点?	同码可能异义。
56. 电信错误码常见难点?	常见同码多义。

57. 长短信对账为什么易争议?	分片计费与口径差异。
58. 只回一条状态会带来什么风险?	造成账单偏差风险。
59. 阅信与文本主要差异?	卡片化 + 可跳转。
60. 阅信在 iOS 常见体验?	常需先点链接。
61. 富媒体核心优势?	展示更丰富但更贵。
62. 5G 消息主要瓶颈之一?	终端覆盖限制。
63. 平台监控至少看哪三项?	成功率、未知率、QPS/时延。
64. 上线前核对至少哪三项?	报备、回执、风控参数。
65. 合同里最好约定什么口径?	计费口径与回执口径。
66. 销售最该提前确认什么?	量级、码号、投诉、QPS 等。
67. 影响利润四因子?	单价、计费口径、通道成本、成功率。
68. 测试效应一句话定义?	做题提取强化记忆。
69. 间隔重复一句话定义?	分时多轮重复复习。
70. 交错练习一句话定义?	概念题与计算题混练。
71. D1 复习做什么?	重做错题和不确定题。
72. D7 复习做什么?	重做场景题与计算题。
73. D30 复习目标正确率?	≥ 90%。
74. 如果未知率突然升高先查哪?	先查通道与回执收敛。
75. 如果投诉突然升高先做哪三步?	核实投诉源、收紧策略、复盘通道。
76. 如果成功率低先查哪四类原因?	查号码质量、风控拦截、通道状态、频控限制。
77. 如果客户要固定尾号你先问什么?	问固定尾号/总长/三网一致三要素。
78. 如果客户说“没要求”你还要追问什么?	继续追问码号、回执、QPS、投诉与引流需求。
79. 如果大促 QPS 上万你先拉谁?	先拉运营和技术协同。
80. 如果客户要拉状态你要提醒什么?	提醒拉取频率、堆积风险和隔离策略。
81. 如果客户问“为什么 140 字不是 2 条”你怎么答?	67 内 1 条, 超 67 按 67 分片, 所以 140 字是 3 条。

## 8 F 卷: 扩展消息类型专题(USSD/二进制短信/闪信)

题目 (含选项)	答案与解释
1. 下列关于 USSD 的描述, 正确的是: A. 典型是“存储转发” B. 依赖移动互联网 C. 属于实时会话型交互 D. 必须安装 App	答案: C 解释: USSD 是 GSM 会话型交互协议, 强调实时菜单交互, 不是短信存储转发。
2. USSD 最典型的交互入口是: A. 邮件链接 B. 拨号输入 *...# C. 应用内 H5 D. 二维码扫码	答案: B 解释: 用户在拨号盘输入特定代码触发 USSD 会话, 这是其经典入口。
3. 下列哪项更符合二进制短信 (Binary SMS)? A. 仅用于文本群发 B. 负载是二进制数据 C. 不走短信网络 D. 不需要终端解析	答案: B 解释: 二进制短信的核心是“短信通道承载二进制负载”, 常见于控制和配置类场景。
4. 二进制短信的典型应用不包括: A. 设备参数下发 B. M2M 控制指令 C. WAP Push D. 常规营销文案展示	答案: D 解释: 二进制短信偏“控制/配置”用途, 常规营销展示通常不选该形态。
5. 闪信在技术上属于: A. Class 0 SMS B. MMS C. RCS D. 邮件通知	答案: A 解释: Flash SMS 在 GSM 规范中对应 Class 0。
6. 闪信的典型特征是: A. 默认长期保存在收件箱 B. 消息优先弹窗展示 C. 只能在弱网接收 D. 仅支持 iOS	答案: B 解释: 闪信强调“强提醒”, 通常优先弹出而非常规入箱。

7. 下列哪项是闪信在安全侧的主要风险?

- A. 无法显示
- B. 锁屏可见导致信息暴露
- C. 无法计费
- D. 无法送达

答案: **B**

解释: 闪信可能在锁屏界面上直接展示内容，存在旁观泄露风险。

8. 若业务目标是“功能机环境下实时菜单式查询”，优先

建议:

- A. 富媒体短信
- B. 5G 消息
- C. USSD
- D. 邮件推送

答案: **C**

解释: 该目标与 USSD 的能力边界高度匹配。

# A 修订说明与版本记录

## A.1 修订声明

本文档已完成可学习化修订，并已执行出版级精修：统一术语、统一客户匿名策略、统一规则版本号。本版新增“左题右答”双栏结构（A-F 卷全覆盖），用于提升做题与核对效率。

## A.2 版本变更

版本	日期	变更说明
V1.0	2026-02-08	初版：全知识点题库与答案解析
V2.0	2026-02-08	出版级精修：术语统一、匿名策略固化、规则版本基线化
V3.0	2026-02-08	版式升级：A-E 卷改为左题右答双栏，去除后置答案重复章节
V3.1	2026-02-09	新增“扩展消息类型专题（USSD/二进制短信/闪信）”，补全题库覆盖面

## A.3 出卷与阅卷复用建议

1. 出卷时先锁定规则版本号，避免跨版本混题。
2. 新增题目时优先复用“客户匿名 + 行业标签”模板。
3. 阅卷争议统一回到“出版级作答口径”章节判定。
4. 每季度更新一次规则基线并抽样重审答案。

## A.4 A. 4 对外发布前检查清单

1. 术语是否全部符合“术语统一标准”。
2. 客户信息是否全部达到 Release-L2 匿名等级。
3. 规则口径是否全部标注版本号。
4. 时间窗、计费、回执、频控描述是否与当前规则一致。
5. 图表标题、单位、缩写（QPS、MO、MT）是否统一。
6. 是否移除内部群名、个人姓名、私有项目代号。
7. PDF 元信息与封面版本信息是否一致。