

附件 4

全国职业院校技能大赛 赛项规程

赛项名称： 电子商务

英文名称： E-commerce

赛项组别： 高等职业教育

赛项编号： GZ047

一、赛项信息

赛项类别			
<input checked="" type="checkbox"/> 每年赛 <input type="checkbox"/> 隔年赛 (<input type="checkbox"/> 单数年 / <input type="checkbox"/> 双数年)			
赛项组别			
<input type="checkbox"/> 中等职业教育 <input checked="" type="checkbox"/> 高等职业教育			
<input checked="" type="checkbox"/> 学生赛 (<input type="checkbox"/> 个人 / <input checked="" type="checkbox"/> 团体) <input type="checkbox"/> 教师赛 (试点) <input type="checkbox"/> 师生同赛 (试点)			
涉及专业大类、专业类、专业及核心课程			
专业大类	专业类	专业名称	核心课程
财经商贸 (53)	电子商务类 (5307)	电子商务 (530701)	互联网产品开发
			视觉营销设计
			网店运营
			数据化运营
			网络营销
			互联网销售
		移动商务 (530703)	内容运营
			产品策划与运营
			移动界面设计
			供应链管理
农村电子商务 (530705)	农产品电商化开发		
	农村电商项目管理		
	农产品供应链管理		
财经商贸 (33)	电子商务类 (3307)	电子商务 (330701)	行业数据化运营
			网络营销推广
			互联网销售管理
		全媒体电商运营 (330703)	市场策划
			产品开发
			新媒体运营管理

对接产业行业、对应岗位（群）及核心能力		
产业行业	岗位（群）	核心能力
互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）	电商产品开发	具有互联网产品战略规划和开发方案制订的能力
		具有根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力
	视觉营销设计	具有结合企业市场定位和产品营销推广目标，完成企业线上线下视觉设计与展示的能力
	短视频剪辑与制作	具有音视频制作软件的应用能力
		具有短视频策划与剪辑的能力
	网店运营	具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营的能力
	互联网营销	具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的的能力
		具有撰写和优化销售方案的能力
	全渠道营销	具有行业产品分析、市场细分的能力
		具有产品配置与制定新品促销策略的能力
		具有分析运营数据和用户反馈信息的能力

二、竞赛目标

高职电子商务赛项（以下简称“本赛项”）对接新技术背景下电子商务数字化转型升级新趋势，以培养优秀财经商贸人才、服务电子商务行业人才需求为出发点，贯彻党的二十大“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合”“推动货物贸易优化升级，创新服务贸易发展机制，发展数字贸易，加快建设贸易强国”等精神。坚持国家“十四五”规划中提出的“鼓励商贸流通业态与模式创新，推进数字化智能化改造和跨界融合，线上线下全渠道满足消费需求”“培育新型消费，发展信息消费、数字消费”等方针政策，深入贯彻国家发展数字经济、建设数字中国的总体要求，实现促进中国电子商务行业持续健康发展。

本赛项遵循公开、公平、公正、公益的原则，坚持“以高水平赛事推动职业教育高质量发展”为主线，对接产业前沿技术和国家职业标准，以职业需求为导向、以实践能力培养为重点、以产教融合为途径，全面考察参赛选手的职业道德、职业素养和技术技能水平，展示职业教育改革成果，引领职业院校专业建设，以赛促教、以赛促学、以赛促改，深化“三教改革”，推动电子商务从业人员整体水平的提升，充分发挥技能大赛对职业教育“树旗、导航、定标、催化”的作用，推进“岗课赛证”综合育人。

三、竞赛内容

1. 赛项整体内容介绍

本赛项按照国家“十四五”电子商务发展规划中提出的“深化创新驱动，塑造高质量电子商务产业”“推进商产融合，助力产业数字化转型”“引领消费升级，培育高品质数字生活”等主张，不断深入贯彻落实党中央、国务院关于发展数字经济、建设数字中国的总体要求。面向电商产品开发、视觉营销设计、短视频剪辑与制作、网店运营、互联网营销、全渠道营销等岗位（群），以市场需求挖掘、数据化选品、产品供应渠道评估、产品发布渠道测试、网店首页视觉营销设计、产品主图视频编辑与制作、产品详情页视觉营销设计、网店营销方案制定、网店运营推广、网店运营数据分析与应用等典型工作任务的完成质量以及职业素养作为竞赛内容，全面考察参赛选手的数据分析、产品开发、视觉营销、营销策划、网络营销、数据化运营等专业核心能力以及创新意识、规范意识、风险意识、团队协作意识等职业素养。具体的竞赛内容结构、成绩比例，如下表所示：

表 1 竞赛内容、成绩比例

模块	竞赛内容	成绩比例
电商产品开发	根据对市场数据的分析，挖掘市场需求，明确目标客户画像及市场定位，制定互联网产品规划和开发方案，完成数据化选品，并对产品渠道进行评估测试，合理选择产品供应及发布渠道，提高产品竞争优势。	20%
视觉营销	根据网店营销需求及产品定位，结合目标客户特征，分析标志、色彩、字体等视觉传达元素，对网店首页、产品主图视频、产品详情页进行视觉营销设计，增加网店页面访	30%

	问深度，提高产品转化率。	
网店营销与运营推广	根据网店运营目标及运营现状，结合不同营销方式的特点，制定网店营销方案，依托营销方案，制定并实施不同运营阶段的营销推广策略，用以保证每个运营周期内网店营销与运营推广工作的顺利进行，提高各个运营周期网店及产品的曝光量和点击量，提升引流转化能力，并在运营过程中对每个运营周期的推广及运营数据进行分析诊断，据此不断优化网店营销方案，持续提高网店竞争力及盈利能力。	50%

2. 赛项模块详细内容说明

本赛项主要包括 3 个模块，涵盖 10 个子任务，主要内容、比赛时长及分值如下表所示：

表 2 赛项模块主要内容、比赛时长及分值

模块		主要内容	比赛时长	分值
模块一	电商产品开发	<p>任务 1：市场需求挖掘</p> <p>根据市场数据，结合网店定位，对目标市场中的客户画像及竞争对手进行分析，明确市场需求及产品定位，为产品规划和开发提供依据。</p> <p>任务 2：数据化选品</p> <p>根据市场需求及产品定位，明确产品规划和开发需求，对目标产品的生命周期、产品投资回报率等进行分析，并完成数据化选品。</p> <p>任务 3：产品供应渠道评估</p> <p>根据供应渠道数据，建立产品供应渠道评估标准并进行评估，根据评估结果，遵照</p>	90 分钟	20 分

		<p>选择标准，选择合适的供应渠道，提升产品竞争优势。</p> <p>任务 4: 产品发布渠道测试</p> <p>根据产品发布渠道数据，建立产品发布渠道测试标准，根据测试结果，遵照选择标准，选择合适的产品发布渠道并完成产品发布。</p>		
模块二	视觉营销	<p>任务 1: 网店首页视觉营销设计</p> <p>根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照图片设计规范及平台规则，完成网店首页视觉营销设计，增加页面访问深度。</p> <p>任务 2: 产品主图视频编辑与制作</p> <p>根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照产品主图视频设计规范及平台规则，策划产品主图视频展示内容，完成产品主图视频编辑与制作。</p> <p>任务 3: 产品详情页视觉营销设计</p> <p>根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照图片设计规范及平台规则，提炼产品卖点，设置产品基本信息，完成产品详情页视觉营销设计，提高产品转化率。</p>	150 分钟	30 分
模块三	网店营销与运营推广	<p>任务 1: 网店营销方案制定</p> <p>根据网店运营目标及运营现状，从产品运营、流量获取、营销转化等角度制定网店营销方案，用以保证不同运营周期内网店营销与运营推广工作的顺利进行，进一步提高网店及产品的曝光量和点击量。</p>	300 分钟	50 分

		<p>任务 2: 网店运营推广</p> <p>根据网店运营目标及运营现状, 遵照网店营销方案, 在多个运营周期内, 完成产品品类管理、站内站外推广、营销策划等任务, 全面提升各个运营周期的引流转化能力。</p> <p>任务 3: 网店运营数据分析与应用</p> <p>根据网店运营目标及运营现状, 对不同运营周期内的销售数据、财务数据、竞争数据等进行分析诊断, 并据此优化网店营销方案, 不断提高网店竞争力及持续盈利能力。</p>		
--	--	---	--	--

四、竞赛方式

1. 竞赛形式

本赛项竞赛形式为线下比赛。

2. 组队方式

本赛项为团体赛。以院校为单位组队参赛, 不得跨校组队, 同一学校报名参赛队不超过 1 支, 每队 4 名选手, 不超过 2 名指导教师。

3. 其它说明

(1) 参赛选手须为高等职业学校专科、高等职业学校本科全日制在籍学生(以报名时的学籍信息为准)或五年制高职四、五年级学生, 凡在往届全国职业院校技能大赛中获一等奖的选手, 不能再参加同一项目同一组别的比赛; 指导教师须为本校专兼职教师, 指导教师负责参赛选手的报名、训练指导、服务, 比赛期间参赛选手的日常管理等。

(2) 本赛项不邀请国(境)外团队参赛。

五、竞赛流程

1. 竞赛日程、场次与过程

日期	时间	事项	参加人员	地点
报到日	08:00~13:00	参赛队报到,安排住宿,领取资料	工作人员、参赛队	住宿酒店
	14:30	参赛队集中乘车前往学校		
	14:45~15:30	领队会议	各参赛队领队	会议室
	15:30~16:20	熟悉赛场	赛场技术人员、各参赛队	竞赛场地
	16:20	各队返回住宿酒店		
竞赛第一日	7:30	参赛队住宿酒店门口集合,集体乘车前往赛场	各参赛队	住宿酒店
	8:00~8:40	大赛开赛式	领导、嘉宾、裁判、各参赛队	报告厅
	8:50~9:30	大赛检录进场、第一次抽签加密(抽序号)	参赛选手、第一次抽签裁判	一次抽签区域
	9:30~9:50	第二次抽签加密(抽赛位号)	参赛选手、第二次抽签裁判	二次抽签区域
	10:00~12:30	视觉营销	参赛选手、裁判	竞赛场地
	12:30~13:30	午餐	参赛选手、裁判工作人员	
	13:30~15:00	电商产品开发	参赛选手、裁判	竞赛场地
	15:00	各队返回住宿酒店	各参赛队	酒店
竞赛第二日	7:30	参赛队住宿酒店门口集合,集体乘车前往赛场	各参赛队	住宿酒店
	7:45	竞赛场地前	各参赛队工作人员	竞赛场地前
	7:50~8:30	大赛检录进场、第一次抽签加密(抽序号)	参赛选手、第一次抽签裁判	一次抽签区域
	8:30~8:50	第二次抽签加密(抽工位号)	参赛选手、第二次抽签裁判	二次抽签区域
	9:00~12:00	网店营销与运营推广	参赛选手、裁判	竞赛场地

			判	地
	12:00 ~ 13:00	午餐	参赛选手、裁判 工作人员	
	13:00 ~ 15:00	网店营销与运营推广	参赛选手、裁判	竞赛场地
	17:00 ~ 17:50	晚餐	参赛选手、指导教师	食堂
	17:50	各参赛队入场	各参赛队	报告厅
	18:00 ~ 19:00	闭幕式	领导、嘉宾、 裁判长、裁判、 各参赛队	报告厅
	20:00	各队返回住宿酒店	各参赛队	酒店
返程日	9:00	所有参赛队返程		

2. 竞赛流程图

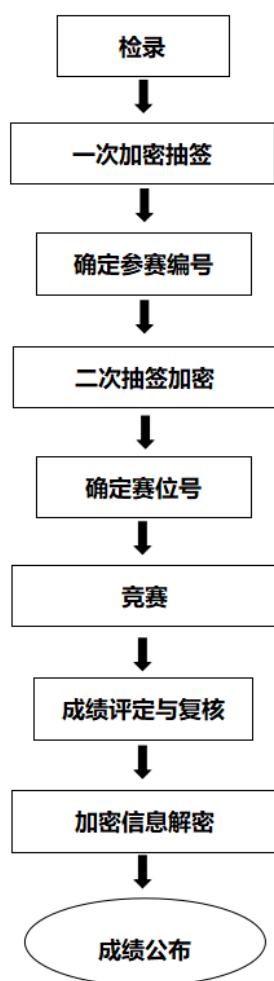


图 1 竞赛流程图

六、竞赛规则

1. 选手报名

参赛选手和指导教师报名获得确认后不得随意更换。如比赛前参赛选手和指导教师因故无法参赛，须由省级教育行政部门于开赛 10 个工作日之前出具书面说明，经大赛执委会办公室核实后予以更换；团体赛有选手因特殊原因不能参加比赛时，由大赛执委会办公室根据赛项的特点决定是否可进行缺员比赛，并上报大赛执委会备案。如发现未经报备，实际参赛选手与报名信息不符的情况，均不得入场。

2. 熟悉场地

比赛日前一天下午 15:30~16:20 开放赛场，熟悉场地。

3. 入场规则

选手入场时，逐个核查竞赛选手参赛号，对于选手携带的个人身份证件统一保管，对于违规物品立即收缴；实际参赛选手与报名信息不符的情况，不得入场。

4. 赛场规则

(1) 检录：由检录工作人员依照检录表进行点名核对。

(2) 加密：竞赛当日进行两次加密，分别由两组加密裁判组织实施加密工作，管理加密结果。监督仲裁员全程监督加密过程。

(3) 引导：参赛选手凭赛位号进入赛场，现场裁判负责引导参赛选手至赛位前等待竞赛指令。

(4) 由裁判长宣布比赛开始，各参赛队开始竞赛。

(5) 竞赛过程中，如遇设备故障，参赛选手应持“故障”示意

牌示意。裁判、技术人员等应及时予以解决。确因计算机软件或硬件故障，致使操作无法继续的，经裁判长同意，予以启用备用计算机。如遇身体不适，参赛选手应持“医务”示意牌示意，现场医务人员按应急预案救治。如有其他问题，参赛选手应持“咨询”示意牌示意，裁判应按照有关要求及时予以答疑。

5. 离场规则

参赛选手比赛中途不得擅自离开赛场；竞赛内容完成后经裁判长同意方可离开赛场。

6. 成绩评定与结果公布

本赛项评分方法分为机考评分和结果评分，成绩评定过程中的所有评分材料须由相应评分裁判签字确认，更正成绩需经裁判本人、裁判长及监督仲裁组长在更正处签字。

记分员将解密后的各参赛队伍（选手）成绩汇总成比赛成绩，经裁判长、监督仲裁长签字，公示 2 小时且无异议后，公布比赛结果。

七、技术规范

1. 专业教学要求

根据教育部发布的职业教育专业简介（2022 年修订）高职电子商务专业的主要专业能力要求与《互联网产品开发》《视觉营销设计》《网店运营》《数据化运营》《网络营销》《互联网销售》等核心课程的主要知识点、技能点设置竞赛内容。

2. 国家标准和行业标准

（1）《电子商务师国家职业技能标准》（2022 年版）职业编码：

4-01-02-02

(2)《1+X 网店运营推广职业技能等级标准》(2021 年 2.0 版)

标准代码: 530003

八、技术环境

1. 环境要求

(1) 竞赛场地设在体育馆内或电脑机房, 场地面积不少于 600 平方米、至少满足 80 个团队的竞赛环境。

(2) 赛场各赛位统一使用清晰的工位标识, 一个参赛队一个机位, 每个机位三台电脑, 其中一台备用, 两张桌子, 四把椅子。

(3) 竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图, 营造竞赛氛围。

(4) 局域网络。采用星形网络拓扑结构, 安装千兆交换机, 网线与电源线隐蔽铺设。

(5) 利用 UPS 防止现场因突然断电导致的系统数据丢失, 额定功率: 3KVA, 后备时间: 2 小时, 电池类型: 输出电压: $230V \pm 5\%$ 。

2. 技术平台 (详见设备名称及技术参数表)

表 4 设备名称及技术参数

品名	规格要求说明
参赛选手计算机	配置要求: 酷睿 I5 双核 3.0 以上 CPU; 8G 以上内存; 100G 以上硬盘; 2G 显存以上独立显卡, 千兆网卡。预装 Windows7 及以上操作系统; 预装火狐、谷歌浏览器; 预装录屏软件; 预装全拼、简拼、微软拼音等中文输入法和英文输入法; 预装 Dreamweaver CS6 简体中文版; 预装 Adobe Photoshop CS6 版本。

竞赛平台	包含电商产品开发、视觉营销、网店营销与运营推广三个竞赛模块，能够考察选手的数据分析、产品开发、视觉营销、营销策划、网络营销、数据化运营和团队合作等能力。
现场布置	工位隔断、环境布置、桌椅等
网络连接设备	提供网络布线、千兆交换机
竞赛服务器	配置要求：英特尔至强 E5 系列 E5-2683 v4 十六核以上 CPU；16GB 以上内存；硬盘：500G 以上；转速：10000 RPM 或固态 P4510；千兆网卡。预装 Windows Server 2008 R2 操作系统及 IIS 7.5；预装 Microsoft SQL Server 2008 数据库。

九、竞赛样题

1. 赛题内容

本赛项共包含三个竞赛模块，由四人分工合作完成，总分值 100 分，各模块的权重占比及竞赛时间，如表 5 所示：

表 5 各模块权重占比及竞赛时间

序号	模块名称	权重占比 (%)	竞赛时间 (分钟)
1	电商产品开发	20	90
2	视觉营销	30	150
3	网店营销与运营推广	50	300

2. 样题展示（各模块展示）

模块一：电商产品开发

（1）赛题立意

产品是企业发展的基石，精准挖掘市场需求，为客户提供高质量的产品，是企业持续盈利的重要保障，也是电商产品开发从业人员的必备技能。本模块竞赛内容及时纳入产业发展的新动向、新技术、新工艺、新规范，与行业、企业对电商产品开发相关岗位的技能要求高

度匹配。面向电商产品开发相关岗位（群），以市场需求挖掘、数据化选品、产品供应渠道评估、产品发布渠道测试等典型工作任务作为竞赛内容，重点考察参赛选手的市场需求挖掘、电商产品开发等专业核心能力以及创新意识、合规意识、团队协作意识等职业素养。

本模块所有任务均在竞赛平台创设的情境及构建的电商产品开发环境中完成，赛题类型均为操作题，任务设计对标电商产品开发的行业标准及行业规范，采用机考评分方式进行评分。

（2）情境创设

星界科技是一家数码企业，主营手机、相机、电脑等数码产品，拥有多家线下实体门店。因业务发展需要，计划开设一家网店，主要销售数码产品及其相关配件。请根据对市场数据的分析，挖掘市场需求，明确目标客户画像及市场定位，制定互联网产品规划和开发方案，完成数据化选品，并对产品渠道进行评估测试，合理选择产品供应及发布渠道，提高产品竞争优势。

（3）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

样题：数据化选品

通过对市场需求及目标客户画像进行分析，明确产品定位之后，产品部决定针对 20-25 岁的年轻女性开发一款手机壳。由于不同客户对手机壳的材质、颜色、重量、价格等属性的需求不同，为了降低产品开发风险，增加投资收益，需要对不同款式手机壳的生命周期与投

资回报率等数据进行分析，评估产品开发的可行性，合理选择产品。

部分背景数据如下所示：

表 6 不同款式手机壳的产品信息

产品	材质	重量	产品特点	销售价格	配送周期	产品评价
手机壳 1	玻璃材质	140g	防摔、光滑	39.9 元	3 天	4.9 分
手机壳 2	塑料材质	120g	防摔、轻薄	19.9 元	2 天	3.6 分
手机壳 3	金属材质	180g	防摔、耐用	26.9 元	2 天	4.0 分
手机壳 4	皮革材质	160g	防摔、高级	99.0 元	5 天	4.8 分

表 7 不同款式手机壳的市场需求量

单位：个

产品	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
手机壳 1	100	150	120	180	190	220	260	280
手机壳 2	190	220	250	280	320	300	290	280
手机壳 3	130	160	180	190	200	240	280	320
手机壳 4	460	420	400	380	320	300	270	240

具体任务要求如下：

- ◆根据市场需求及产品定位，明确产品规划和开发需求；
- ◆根据市场数据，对目标产品的生命周期进行分析，明确目标产品所处阶段；
- ◆根据市场数据，对目标产品的投资回报率进行分析，评估目标产品开发的可行性；
- ◆根据产品的生命周期和投资回报率的分析结果，合理选择产品。

模块二：视觉营销

(1) 赛题立意

视觉营销的目的是“让人来、让人买”，网店页面的视觉效果会直接影响客户的消费行为，从而影响产品转化，如何通过视觉信息传达产生商业价值是视觉营销从业人员的必备技能。本模块竞赛内容及时纳入产业发展的新动向、新技术、新工艺、新规范，与行业、企业对视觉营销设计相关岗位的技能要求高度匹配，面向视觉营销设计、短视频剪辑与制作等相关岗位（群），以网店首页视觉营销设计、产品主图视频编辑与制作、产品详情页视觉营销设计等典型工作任务作为竞赛内容，重点考察参赛选手的网店页面设计、短视频剪辑等专业核心能力以及美学意识、版权意识、合规意识、团队协作意识等职业素养。

本模块所有任务均在竞赛平台创设的情境和构建的视觉营销设计环境中完成，赛题类型均为操作题，任务设计立足电子商务相关法律法规、行业标准及平台规范，采用结果评分方式进行评分。

（2）情境创设

星界科技是一家在某主流电商平台经营数码配件相关产品的网店，请根据网店营销需求及产品定位，结合目标客户特征，分析标志、色彩、字体等视觉传达元素，对网店首页、产品主图视频、产品详情页进行视觉营销设计，增加网店页面访问深度，提高产品转化率。

（3）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

样题：PC端网店首页视觉营销设计

为了吸引更多客户进店浏览、消费，网店计划推出“星界折上折”活动，并重新对 PC 端网店首页进行视觉设计，提前营造活动氛围。对此，需要为网店设计 1 张店招图片，并以录音笔、智能手表、外置声卡、分线器等 4 款产品为基础，分别为每款产品设计 1 张轮播图片。图片设计完成后，需要对 PC 端网店首页进行布局及整体设计，达到增加页面浏览深度、提高网店曝光量的效果。

PC 端网店首页视觉营销设计相关素材：4 款产品图片素材、4 款产品介绍文档各 1 份。

PC 端网店首页图片设计规范：店招图片建议尺寸 950*120 像素；轮播图片建议尺寸 950*250 像素；图片大小 3MB 以内，支持 jpg、jpeg、png 格式。

具体任务要求如下：

◆根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照店招图片的设计规范及平台规则，设计 1 张店招图片；

◆根据网店营销需求及产品定位，规划轮播图片展示内容，并结合给定的设计素材，遵照轮播图片设计规范及平台规则，设计 4 张轮播图片；

◆根据网店首页布局原则，结合消费者购物心理逻辑及 PC 端消费者浏览习惯，选择首页布局模块并进行合理编辑，完成 PC 端网店首页布局及整体设计。

模块三：网店营销与运营推广

(1) 赛题立意

网店营销与运营推广可以有效挖掘潜在客户，高效获取流量，提升产品销量，达到提升网店的/core竞争力的目的，同时也是网店运营从业人员的必备技能。本模块竞赛内容及时纳入产业发展的新动向、新技术、新工艺、新规范。与行业、企业对网店运营相关岗位的技能要求高度匹配，面向网店运营、互联网营销、全渠道营销等相关岗位（群），以网店营销方案制定、网店运营推广、网店运营数据分析与应用等典型工作任务作为竞赛内容，重点考察参赛选手的营销策划、网络营销、数据化运营等专业核心技能以及市场洞察力、营销意识、风险意识、合规意识、团队协作意识等职业素养。

本模块竞赛任务通过多轮博弈，全面考察网店运营能力及持续盈利能力，采用机考评分的方式对任务实施效果给出符合行业标准的科学评价。

（2）情境创设

为了更好地促进网店业务发展，提高盈利能力，星界科技计划入驻某大型电商平台，进一步拓展线上业务，主要定位于平价数码产品。为此，专门组建了运营部门，负责该项业务的运营，目的是保证每个运营周期内网店营销与运营推广工作的顺利进行，提高各个运营周期网店及产品的曝光量和点击量，提升引流转化能力，并在运营过程中对每个运营周期的推广及运营数据进行分析诊断，据此不断优化网店营销方案，持续提高网店竞争力及盈利能力。

运营团队在筹备期间，对即将运营的手机壳，钢化膜等主要产品进行了市场调研，得到了相关的市场分析数据，预测了未来五个运营

周期内，主营产品的市场需求量、价格趋势等相关信息，并分析了目前重庆、济南、上海等十五个城市，综合人群、品牌人群等四类主要消费人群的市场需求情况、市场平均价格等基本信息，收集了平台相关品类主流关键词的展现量、转化量、点击量、点击率、转化率、点击花费、平均点击单价、搜索相关性等数据。

(3) 任务设计

网店运营初期，首先需要了解目标市场的现状及需求情况，分析当前运营周期下手机壳，钢化膜等平价数码产品的市场基本数据，包括热销产品、目标消费人群、主要营销方式等，明确当前市场的消费趋势及行业竞争情况，围绕产品运营、流量获取、营销转化等运营过程中的主要环节，制定网店营销方案，并在各个运营周期内对营销方案进行优化，不断提高各个运营周期的引流转化能力，持续提高网店竞争力及盈利能力。

具体任务要求如下：

◆根据网店运营目标，对当前运营周期下的目标市场数据进行分析，明确消费趋势及行业竞争情况；

◆根据目标市场数据分析结果，从产品运营、流量获取、营销转化等角度制定当前运营周期的网店营销方案；

◆根据当前运营周期的营销数据，不断优化网店营销方案，持续提高网店在不同运营周期的盈利能力。

十、赛项安全

赛项执委会采取切实有效措施保证大赛期间赛场组织与管理人

员、裁判员、参赛人员的人身安全。

1. 比赛环境

赛场的设备，应符合国家有关安全规定。承办单位赛前须按照执委会要求排除安全隐患。

赛场周围要设立警戒线，防止无关人员进入发生意外事件。

赛场环境中存在人员密集、车流人流交错的区域，除了设置齐全的指示标志外，须增加引导人员，并开辟备用通道。

2. 生活条件

比赛期间，原则上由执委会统一安排参赛选手和指导教师食宿。承办单位须尊重少数民族的信仰及文化，根据国家相关的民族政策，安排好少数民族选手和教师的饮食起居。

比赛期间安排的住宿地应具有旅游业经营许可资质。

执委会和承办单位须保证比赛期间选手、指导教师和裁判员、工作人员的交通安全。

3. 组队责任

(1) 各学校组织代表队时，须安排为参赛选手购买大赛期间的人身意外伤害保险。

(2) 各学校代表队组成后，须制定相关管理制度，并对所有选手、指导教师进行安全教育。

4. 应急处理

比赛期间发生意外事故，第一时间报告执委会，同时采取措施避免事态扩大。执委会应立即启动预案予以解决并报告组委会。赛项出

现重大安全问题可以停赛，是否停赛由执委会决定。事后，执委会应向组委会报告详细情况。

十一、成绩评定

1. 评分标准（如表 9 所示）

表 9 评分标准

模块	知识点/技能点	评分内容	评分细则	分值	评分方式
电商产品开发	知识点： 1. 竞争对手分析方法 2. SWOT 分析方法 3. PEST 分析方法 4. 网店产品类型 5. 网店产品定位方法 6. 产品生命周期分析方法 7. 产品投资回报率分析方法 8. 产品供应渠道评估及选择标准 9. 产品发布渠道测试及选择标准 10. 产品发布规范 技能点： 1. 客户画像分析 2. 竞争对手分析 3. 产品定位与选择 4. 产品供应渠道评估与选择 5. 产品发布渠道测试及产品发布	市场需求挖掘	客户画像分析准确	2 分	机考评分
			竞争对手分析精准	2 分	机考评分
			产品定位精准	1 分	机考评分
		数据化选品	产品生命周期分析准确	2 分	机考评分
			产品投资回报率分析准确	2 分	机考评分
			产品选择准确	1 分	机考评分
		产品供应渠道评估	产品供应渠道评估准确	3 分	机考评分
			产品供应渠道选择合理	2 分	机考评分
			产品发布渠道测试	产品发布渠道测试准确	2 分
		产品发布渠道选择合理		2 分	机考评分
		产品发布准确性、规范		1 分	机考评分
视觉营销	总则： 1. 在所有需要以图片展示的得分项目中，如果存在图片变形、模糊失真等情况，则该项得分减半。 2. 在对图片数量有明确要求的得分项目中，如果出现图片数量不足，则该项不得分。				

<p>3. 如果在作品中任何位置显示参赛院校或者参赛选手信息，则视觉营销记零分。</p> <p>4. 如果在作品中出现不文明因素、意识形态扭曲等情况，则视觉营销记零分。</p>							
<p>知识点:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 网店图片设计规范 2. 网店首页图片设计方法 3. 网店首页布局原则 4. 产品主图视频展示形式 5. 产品主图视频制作方法 6. 产品文案设计方法 7. 产品详情页设计逻辑 <p>技能点:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 网店首页设计 2. 产品详情页设计 3. 品牌视觉设计 4. 产品主图视频策划与剪辑 	<p>网店 首页 视觉 营销 设计</p>	<p>PC 端 网店</p>	<p>首页 布局</p>	<p>首页布局合理，层次清晰，有明确的视觉动线。</p>	<p>2 分</p>	<p>结果 评分</p>	
			<p>店招 图片</p>	<p>店招设计需包含店标，能够体现网店或产品特色，准确传达经营理念。</p>	<p>2 分</p>	<p>结果 评分</p>	
			<p>轮播 图片</p>	<p>轮播图片主题突出，定位明确，有较强的营销导向。</p>	<p>2.5 分</p>	<p>结果 评分</p>	
				<p>轮播图片视觉要素应用合理，设计感强，有明确的视觉焦点。</p>	<p>2 分</p>	<p>结果 评分</p>	
			<p>移动 端网 店</p>	<p>首页 布局</p>	<p>移动端网店首页整体设计主次分明，符合移动端浏览的视觉动线。</p>	<p>1 分</p>	<p>结果 评分</p>
				<p>轮播 图片</p>	<p>能够按照移动端网店设计要求把 PC 端网店的轮播图片准确无误地上传到移动端网店，内容完整，不存在缺项漏项。</p>	<p>0.5 分</p>	<p>结果 评分</p>
		<p>产 品 主 图 视 频 编 辑 与 制 作</p>	<p>视频内容主题明确、有创意，产品卖点突出。</p>		<p>2 分</p>	<p>结果 评分</p>	
			<p>产品信息展示全面，视觉传达效果良好，符合浏览习惯。</p>		<p>2 分</p>	<p>结果 评分</p>	
			<p>视频衔接自然、流畅，尺寸、大小、格式、时长等符合要求。</p>		<p>1 分</p>	<p>结果 评分</p>	
		<p>产 品 详 情</p>	<p>产 品 主 图</p>	<p>设计新颖，有视觉冲击力，能有效吸引消费者。</p>	<p>3 分</p>	<p>结果 评分</p>	

		页 视 觉 营 销 设 计		能展示产品特色及优势，卖点突出、有创意。	2.5分	结果 评分
			产品 详情 描述	产品、服务等相关内容展示全面，各部分内容之间层次连贯，展示顺序符合消费者购物心理逻辑。	3分	结果 评分
				文案设计创意性强，能提炼产品的核心竞争力，突出与同类产品的差异化优势。	1.5分	结果 评分
				视觉设计风格定位准确，采用图文混排，视觉焦点清晰，有良好的阅读体验。	1.5分	结果 评分
				能够体现营销策划的相关内容,包含关联推荐、营销活动等相关标识和以促销为目的的宣传用语，达到提升产品转化率的目的。	3.5分	结果 评分
	网店营销与运营推广	知识点: 1. 网店营销方案制定原则 2. 产品品类角色定位方法 3. 产品价格制定方法 4. 网店流量分配机制 5. 网店推广策略 6. 营销活动策划方法 7. 运营效果分析指标 技能点: 1. 网店营销方案制定 2. 网店产品运营 3. 网店流量获取 4. 网店营销策划 5. 网店运营效果分析	依据网店的可持续发展能力和盈利情况，综合计算经营得分。每个赛场根据各队的经营得分进行排序，第一名50分，按照名次递减2分，第二名48分依次类推。一旦发现参赛团队有违规操作行为，则该模块记为0分。	50分	机考 评分	

2. 评分方式

(1) 裁判员选聘：裁判长由赛项执委会向大赛执委会推荐，由大赛执委会聘任。共安排20名裁判，其中加密裁判2人，现场裁判

8人，评分裁判10人。加密裁判不得参与评分工作。

表10 裁判员选聘

序号	裁判类型	专业技术方向	知识能力要求	执裁、教学、工作经历	专业技术职称（职业资格等级）	人数
1	加密裁判	电子商务	精通电子商务知识/技能，5年以上从业经验	电子商务类专业教学、执裁经历	中级职称	2
2	现场裁判	电子商务	精通电子商务知识/技能，5年以上从业经验	电子商务类专业教学、执裁经历	副高及以上专业技术职称或高级技师职业资格	8
3	评分裁判	电子商务	精通电子商务知识/技能，5年以上从业经验	电子商务类专业教学、执裁经历	副高及以上专业技术职称或高级技师职业资格	10
裁判总人数		20				

(2) 评分方法：分为机考评分和结果评分。

(3) 成绩产生方法：按100分制计分，由高到低进行排名，如出现总成绩相同的情况，优先以网店营销与运营推广成绩进行排名，若网店营销与运营推广成绩相同则按照视觉营销成绩进行排名。

(4) 成绩审核方法：为保障成绩评判的准确性，监督仲裁组将对赛项总成绩排名前30%的所有参赛队的成绩进行复核；对其余成绩进行抽检复核，抽检覆盖率不得低于15%。如发现成绩错误以书面方式及时告知裁判长，由裁判长更正成绩并签字确认。复核、抽检错误率超过5%的，裁判组将对所有成绩进行复核。

(5) 成绩公布方法：记分员将解密后的各参赛队伍（选手）成绩汇总成比赛成绩，经裁判长、监督仲裁组签字，公示2小时且无异议后，公布比赛结果，将赛项总成绩的最终结果录入赛务管理系统，经裁判长、监督仲裁组长在系统导出成绩单上审核签字后，在闭赛式上宣布并颁发证书。

十二、奖项设置

(1) 设团体一、二、三等奖，以赛项实际参赛队总数为基数，一、二、三等奖获奖比例分别为 10%、20%、30% (小数点后四舍五入)。

(2) 获得一等奖的参赛队指导教师由组委会颁发优秀指导教师证书。

(3) 本赛项不存在最终成绩排名并列的情况。

十三、赛项预案

1. 非正常停电

竞赛现场如出现突然非正常停电的，按下述步骤进行处理：

(1) 裁判员提示参赛选手，工作人员提示观摩人员要保持镇静，防止踩踏事件发生。

(2) 裁判员提示参赛选手在电源保护装置的有效时间内备份计算机操作数据，并等候处理决定。

(3) 必要时，保卫人员开启安全通道，有序疏散现场人员离场。

(4) 裁判长视情况决定启动备用电源或延迟竞赛。

(5) 现场电力恢复后，由裁判组集体商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

2. 竞赛设备故障

竞赛过程中，如遇竞赛设备故障，按下列程序报告并处理：

(1) 参赛选手持“故障”示意牌示意，说明故障现象，裁判员、技术员等应及时予以解决。

(2) 确因设备无法继续操作，经由裁判员提出申请，报裁判长批准后，予以启用备用设备。

(3) 竞赛设置了关键节点的自动备份功能，裁判长根据实际情况授权工作人员恢复备份数据。

(4) 数据恢复正常后，由裁判组商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

3. 参赛选手发生意外受伤或急病等情况

按下列步骤进行处理：

(1) 参赛选手持“医务”示意牌示意。

(2) 现场医务人员迅速到达现场，救治或急送最近医院进行救治。

十四、竞赛须知

1. 参赛队须知

(1) 参赛队名称统一使用规定的地区代表队名称，不接受跨校组队报名。

(2) 参赛队按照大赛赛程安排，凭大赛组委会颁发的参赛证和有效身份证件参加比赛及相关活动。

(3) 参赛队员需要购买保险。

2. 指导教师须知

(1) 指导教师应该根据专业教学计划和赛项规程合理制定训练方案，认真指导选手训练，培养选手的综合职业能力和良好的职业素养，克服功利化思想。

(2) 指导教师应该根据赛项规程要求做好参赛选手保险办理工作，并积极做好选手的安全教育。

(3) 指导教师参加赛项观摩等活动，不得违反赛项规定进入赛场，干扰比赛正常进行。

(4) 指导教师应自觉遵守大赛各项制度，尊重专家、裁判、监督仲裁及工作人员。要引导和教育参赛选手对于认为有影响个人比赛成绩的裁判行为或设备故障，按照赛项指南规定和大赛制度与裁判、工作人员进行充分沟通或赛后提出申诉，不得在网络、微信群等各种媒体发表、传播有待核实信息和过激言论。对比赛过程中的争议问题，要按大赛制度规定程序处理，不得采取过激行为。

3. 参赛选手须知

(1) 参赛选手应当文明参赛，服从裁判统一指挥，尊重赛场工作人员，自觉维护赛场秩序。如参赛选手因对裁判不服从而停止比赛，则以弃权处理。

(2) 参赛选手须严格遵守竞赛规程规定的安全操作流程，防止发生安全事故。

(3) 参赛选手应该爱护赛场使用的设备、仪器等，不得人为损坏比赛所使用的仪器设备。

(4) 参赛选手须严格按照规定时间进入候考区和比赛场地，不允许携带任何竞赛规程禁止使用的电子产品及通讯工具，以及其他与竞赛有关的资料和书籍，不得以任何方式泄露参赛院校、选手姓名等涉及竞赛场上应该保密的信息。

(5) 参赛选手对于认为有影响个人比赛成绩的裁判行为或设备故障等，应向指导老师反映，由指导老师按大赛制度规定进行申诉。参赛选手不得利用比赛相关的微信群、QQ群发表虚假信息和不当言论。

4. 工作人员须知

(1) 工作人员必须统一佩戴由大赛组委会签发的相应证件，着装整齐。

(2) 工作人员不得影响参赛选手比赛，不允许有影响比赛公平的行为。

(3) 服从领导，听从指挥，以高度负责的精神、严肃认真的态度做好各项工作。

(4) 熟悉比赛规程，认真遵守各项比赛规则和工作要求。

(5) 坚守岗位，如有急事需要离开岗位时，应经领导同意，并做好工作衔接。

(6) 严格遵守比赛纪律，如发现其他人员有违反比赛纪律的行为，应予以制止。情节严重的，应向竞赛组委会反映。

(7) 发扬无私奉献和团结协作的精神，提供热情、优质服务。

十五、申诉与仲裁

本赛项在比赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，代表队领队可在比赛结束后（选手赛场比赛内容全部完成）2小时之内向仲裁组提出书面申诉。超过时效不予受理。大赛采取二级仲裁机制。赛项设赛项监督仲裁工作组。赛项监督仲裁工作组在接到申诉报告后的2小时内组织复议，并及时将复议结果以书面形式告知申诉方。申诉方对复议结果仍有异议，可由省、自治区、直辖市、新疆生产建设兵团领队向赛区仲裁委员会提出申诉。赛区仲裁委员会的仲裁结果为最终结果。

十六、竞赛观摩

竞赛设定观摩区域和参观路线，向媒体、企业代表、院校师生及家长等社会公众开放，不允许有大声喧哗等影响参赛选手竞赛的行为发生。指导教师不能进入赛场内指导，可以在指定区域观摩，赛场外设立展览展示区域。

为保证大赛顺利进行，在观摩期间应遵循以下规则：

(1) 除与竞赛直接有关工作人员、裁判员、参赛选手外，其余人员均为观摩观众。

(2) 请勿在选手准备或比赛中交谈或欢呼；请勿对选手打手势，包括哑语沟通等明示、暗示行为，禁止鼓掌喝彩等发出声音的行为。

(3) 请勿在观摩赛场地内使用相机、摄影机等一切对比赛正常进行造成干扰的带有闪光灯及快门音的设备。

(4) 不得违反全国职业院校技能大赛规定的各项纪律。请站在规划的观摩席或者安全线以外观看比赛，并遵循赛场内工作人员和竞赛裁判人员的指挥，不得有围攻裁判员、选手或者其他工作人员的行为。

(5) 请务必保持赛场清洁，将饮料食品包装及其他杂物扔进垃圾箱。

十七、竞赛直播

(1) 赛场内部署录像设备，能实时录制赛场情况；

(2) 在不影响比赛前提下，使用直播设备对比赛全过程进行网

络直播。

十八、赛项成果

1. 资源转化工作

教学资源转化工作由赛项执委会负责，组建赛项资源转化小组，邀请行业、企业及院校的顾问专家参与，召开建设研讨会，构建总体框架。组织任务分配协调会，落实转化任务、人员安排与资金分配等问题，确保有序、优质开展。

2. 资源转化成果

表 11 资源转化成果

内容			数量		
			电商产品 开发	视觉营销	网店营销与 运营推广
教材资源			1	1	1
基本 资源	风采 展示	赛项宣传片 (15 分钟)	1		
		风采展示片 (10 分钟)	1		
	技能 概要	技能介绍	1	1	1
		技能要点	1	1	1
		评价指标	1	1	1
	教学 资源	教学方案	1	1	1
		训练指导	1	1	1
		作业/任务	6	6	9
实训/实习		3	3	5	
拓展 资源	评点 视频	专家	1	1	1
		裁判	1	1	1
		企业	2	2	2
	访谈 视频	学生	2	2	2
		教师	2	2	2
	试题库	赛卷	15		
	案例库	案例	6	6	9
	素材资 源库	微课	4	4	4
动画		3	3	4	

3. 技术标准

资源转化成果可包含文本文档、演示文稿、视频文件、Flash 文件、图形/图像素材和网页型资源等：

(1) 文本文档

采用 *.doc 或 *.docx 格式。文件制作所使用的软件版本不低于 Microsoft Office 2003。

(2) 演示文稿

采用 *.ppt 或 *.pptx 格式。文件制作所使用的软件版本不低于 Microsoft Office 2003。播放时不出现宏脚本提示。

(3) 视频文件

采用 MP4 格式。录像环境光线充足、安静，衣着得体，语音清晰。

✓ 视频压缩采用 H.264 (MPEG-4 Part10: profile=main, level=3.0) 编码方式，码流率 256Kbps 以上，帧率不低于 25fps，分辨率不低于 720×576 (4:3) 或 1024×576 (16:9)。

✓ 声音和画面要求同步，无交流声或其他杂音等缺陷，无明显失真，保证优良的声音质量，解说声与现场声、背景音乐无明显比例失调。音频信噪比不低于 48dB。

✓ 字幕要使用符合国家标准的规范字，不出现繁体字、异体字、错别字；字幕与画面、解说词、音乐配合适当。

(4) Flash 文件

文件制作所使用的软件版本不低于 Flash 6.0。

(5) 图形/图像素材

采用常见存储格式，如 *.gif、*.png、*.jpg 等。彩色图像颜色数不低于真彩（24 位色），灰度图像的灰度级不低于 256 级，屏幕分辨率不低于 1024 × 768 时，扫描图像的扫描分辨率不低于 72dpi。

（6）网页型资源

采用 HTML5 编码。兼容 Microsoft IE、Google Chrome、Mozilla Firefox 浏览器。避免出现大量的垃圾代码，使用网页编辑工具编辑网页，不可直接将 Microsoft Word、WPS 等文件内容粘贴到网页文件中。

4. 转化计划

（1）团队组建与总体设计（2023.9-2023.10）

组建赛项资源转化小组，邀请行业、企业及院校的顾问专家参与，召开建设研讨会，构建总体框架。组织任务分配协调会，落实建设任务、人员安排与资金分配等问题，确保有序、优质开展。

（2）基本资源、拓展资源及平台开发（2023.10-2023.11）

进行基本资源、拓展资源建设，开发视频、图片、动画、仿真软件等素材。按照“以赛促建、以赛促学、以赛代训”基本要求，建设具有开放性和普适性的服务平台。

（3）资源修改导入及平台运行调试阶段（2023.11-2023.12）

组织专家评审小组，提出修改意见，形成资源集成平台，并与用户服务平台整合对接，完成资源导入，试运行并调试平台。

（4）推广应用更新完善阶段（2024.1）

按照以用促建、共建共享、开放建设、动态更新的原则，提供培

训等服务，解决全国高职院校共性需求，实现优质教学资源共享。沿着“设计—建设—运行—反馈—更新”的系统化运作路径，制定修正方案。进一步做精做深资源内容，持续更新教学资源，逐步淘汰老、旧资源，每年更新比例不低于10%，从而确保资源库的可持续健康发展。

5. 提交方式

制作完成的资源上传至大赛指定的网络信息管理平台：

www.chinaskills-jsw.org。

6. 版权归属

各赛项执委会组织的公开技能比赛，其赛项资源转化成果的版权由技能大赛执委会和赛项执委会共享。

7. 使用与管理

赛项资源转化成果由大赛执委会统一推广实施，会同赛项有关专家、赛项承办单位，编辑出版有关赛项试题库、岗位典型操作流程等精品资源。成熟的资源转化成果发布于全国大赛网络信息发布平台，供职业院校师生借鉴学习。