

第十二届河南省高职院校技能大赛暨 2019 年全国 职业院校技能大赛高职组河南省选拔赛 “电子商务技能”赛项规程

一、赛项名称

（一）赛项名称

赛项名称：电子商务技能

英文翻译：Electronic Commerce Skills

赛项组别：高职

赛项归属产业类型：现代服务业

二、赛项目的

赛项对接产业前沿技术，促进大数据技术和移动商务技术在高职电子商务专业中的教学应用，引领职业院校专业建设与课程改革。通过竞赛，考察参赛选手职业道德、职业素养、技术技能水平和创业能力，展示职业教育改革成果，全面提升教学质量，推动电子商务从业人才整体水平的提升，激发大学生电子商务创业热情，推动“大众创业、万众创新”在高等职业教育中落地实施。

三、竞赛内容

赛项以网店开设装修、网店客户服务、网店运营推广三项典型工作任务的完成质量以及选手的职业素养作为竞赛内容，全面考察选手的商品采编能力、视觉营销能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力以及团队合作能力。

开设装修：在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的

素材，完成网店首页的“店铺招牌、导航、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计与制作，完成商品详情页的“商品展示类、吸引购买类、促销活动类、实力展示类、交易说明类、关联销售类”的设计与制作。

运营推广：选手根据竞赛平台提供市场模型进行市场分析；租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；根据运营数据进行搜索引擎优化（SEO）操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价（SEM）推广、获取尽可能多的付费流量；针对消费人群开展促销活动，制定商品价格，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整经营策略，创造最大利润。

客户服务：根据竞赛平台买家的提问，及时准确地做好客户服务工作。

竞赛内容对应相关职业岗位或岗位群、体现专业核心能力与核心知识、涵盖丰富的专业知识与专业技能点。

表 1 竞赛内容与岗位、知识、技能

竞赛内容	岗位	知识	技能
开设装修	网络编辑 网店美工	网店知识包含 PC 店铺、跨境店铺和移动店铺开设流程与规范，商品知识包括商品属性、展示方式、信息采集，美术、网页知识。	文案策划、视觉识别（VI）、商品图片处理、广告设计、首页设计、详情页设计、专题页设计、网页设计、文档管理等技能。
客户服务	网络客服	客户接待与沟通（包括售前、售中和售后）、有效订单的处理（包括确认订单、下单发货和礼貌告别）、交易纠纷处理。	促成客户成交、提高客单价、引导客户及时收货及好评、维护店铺权益、激发客户再次购买等服务处理能力。

运营推广	运营经理 推广专员 店长	关键词优化（SEO）， 关键词竞价推广（SEM），市场营销（4P），消费心里和消费行为学，采购管理，财税知识。	网络营销能力 店铺规划能力 供应链管理能力和 财务分析能力	
------	--------------------	--	--	--

表 2 竞赛内容与分值、竞赛方式、竞赛时间

竞赛阶段	竞赛内容	分值	竞赛方式	竞赛时间
第一阶段	开设装修	30 分	2 人分工合作	约 120 分钟
	客户服务	10 分	2 人独立操作	约 20 分钟
第二阶段	运营推广	60 分	4 人分工合作	约 300 分钟

四、赛项方案的特色与创新点

（一）竞赛内容选择

依据电子商务企业重要岗位：网络编辑、网店美工、运营经理、推广专员、网络客服、店长，确定网店装修、运营推广、客户服务等关键任务作为竞赛内容。

（二）竞赛过程安排

赛项要求竞赛团队在规定时间内分工合作，完成一个网店从开设、装修、推广、客户服务完整的经营流程。竞赛过程和真实工作过程一致。

（三）竞赛结果评判

数据化运营是电子商务企业必由之路，采用真实运营数据作为竞赛评分标准真实、客观、公正。

（四）竞赛资源转化

赛项体现了电子商务、移动商务相关岗位群对专业知识、专业技能、新技术应用的要求，并将这些成果转化为专业的培养目标、课程体系以及教材体系。基于赛项的试题、案例、音频、视频、专家点评、比赛访谈等各类资源成果，建设电子商务技能训练资源库。

五、竞赛须知

1. 报名资格: 凡开设有赛项相关专业的高等职业院校和本科院校的高职学生均可报名参加高职组比赛, 参赛选手必须是 2019 年在籍全日制高职学生, 指导老师和学生须为同校在籍。往届获得省赛一等奖的选手, 不能再参加同一项目同一组别的比赛。

本赛项为团体赛。以院校为单位组队参赛, 不得跨校组队, 同一学校相同项目报名参赛队不超过 1 支。每支参赛队由 4 名参赛选手、2 名指导教师组成。

2. 报名要求: 参赛队员在报名获得审核确认后, 原则上不再更换, 如筹备过程中, 队员因故不能参赛, 教育主管部门需出具书面说明并按相关规定补充人员并接受审核; 竞赛开始后, 参赛队不得更换参赛队员, 允许队员缺席比赛。

3. 领队会议: 比赛日前一天下午召开开幕式、领队会议及熟悉赛场, 由各参赛队伍的领队和指导教师参加, 会议讲解竞赛注意事项并进行赛前答疑, 会后熟悉场地。

4. 抽签仪式: 比赛前一小时内举行抽签仪式, 由各参赛队伍的学生或指导教师参加, 通过抽签确定各参赛队伍的赛场座次。

5. 参赛队员入场: 参赛选手应提前 15 分钟到达赛场, 凭参赛证、身份证检录, 按要求入场, 不得迟到早退, 如因迟到影响比赛进程,

后果自负。并根据抽签结果在对应的座位入座，裁判负责核对参赛队员信息；严禁参赛选手携带与竞赛无关的电子设备、通讯设备及其他相关资料与用品入场。

6. 各参赛队伍打开电脑，听现场裁判口令进入竞赛平台，并修改各自密码。

7. 由裁判长宣布比赛开始，各参赛队伍开始竞赛。

8. 竞赛软件以竞赛现场安装版本为准。竞赛过程中，如有疑问，参赛选手应举手示意，现场裁判应按照有关要求及时予以答疑。如遇设备或软件等故障，参赛选手应示意裁判。项目裁判长、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，经现场裁判和技术人员确认，予以启用备用计算机。如遇身体不适，参赛选手应举手示意裁判，现场医务人员按应急预案救治。因竞赛不可逆转原因，如现场有疑问不及时举手，赛后不予处理。

9. 比赛开始后，在运营推广过程中，赛场裁判负责控制招标程序，并宣布阶段性成绩。

10. 竞赛结束后，裁判公布运营推广竞赛结果，并将成绩登录在竞赛成绩单上。

11. 各参赛队伍派一名参赛代表在运营推广竞赛成绩单上签字，裁判监督所有参赛队伍签字后，裁判签字。

12. 赛场裁判将数据进行备份和保存，成绩单提交给大赛组委会备案。

13. 参赛代表队若对赛事有异议，可由领队按规程提出书面申诉。

14. 大赛组委会公布赛项最终成绩。

六、竞赛时间安排与流程

日期	时间	事项	参加人员	地点
4月12日	10:00 ~ 15:30	参赛队报到, 领取资料	工作人员, 参赛队	住宿酒店大堂
	16:30 ~ 17:00	开幕式	各参赛队领队、队员代表	大学学术报告厅
	17:00 ~ 17:30	领队会	各参赛队领队	大学学术报告厅
	17:30 ~ 18:00	熟悉赛场	各参赛队领队、队员代表	赛场(北实训楼)
	18:00	乘车回酒店(北实训楼楼下)		
4月13日	7:20	参赛队乘车往赛场	各参赛队	住宿酒店
	7:45	按顺序候场	各参赛队工作人员	学校神州广场
	7:50 开始	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
	8:20 开始	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
	8:45	参赛选手检录入场	参赛选手、裁判、 工作人员	竞赛场地 (北实训楼)
	9:00 ~ 11:30	第一阶段竞赛	参赛选手、裁判	
	11:30 ~ 12:00	午餐	参赛选手、裁判 工作人员	
	12:00 ~ 17:00	第二阶段竞赛	参赛选手、裁判	竞赛场地 (北实训楼)
	18:00	闭幕式 公布成绩	裁判长、裁判、各 参赛队指导老师、 选手	大学学术报告厅
	18:40	乘车返回酒店(大报告厅门前)		
4月14日		早餐后返程		

七、竞赛试题

本赛项包括网店开设装修、客户服务、运营推广三部分内容, 网店开设装修、客户服务、运营推广均为公开赛题, 至少于开赛1个月前公布赛题。其中网店开设装修、客户服务建立至少10套赛题的题

库，正式赛题要求于比赛当日，经试题库随机排序后，在现场监督人员监督下由裁判长指定相关人员抽取。

（一）开设装修（样题）

按照开店流程完成网店注册、认证、设置操作。在竞赛软件允许的结构范围内，利用竞赛软件提供的素材，完成PC电商店铺、移动电商店铺、跨境电商店铺首页的“店铺标志、店铺招牌、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计与制作，完成PC电商店铺、移动电商店铺、跨境电商店铺商品详情页的“商品展示类、吸引购买类、促销活动类、实力展示类、交易说明类、关联销售类”的设计与制作，通过图片、程序模板等装饰让店铺丰富美观，提高转化率。比赛当日抽取一类商品作为赛题，按照下面要求完成网店开设装修。

1. 网店开设按照系统流程先开设店铺，设置店铺信息，包括店主姓名、身份证号、身份证复印件(大小不可超过150K)、银行账号、店铺名称、店铺主营、店铺特色、营业执照、店铺分类（背景材料由赛项执委会提供）。

2. 店标(logo)、店招设计

设计要求：店标(Logo)、店招大小适宜、比例精准、没有压缩变形，能体现店铺所销售的商品，设计独特，具有一定的创新性。

PC电商店铺要求：制作1张尺寸为230*70像素、大小不超过150K的图片作为店标；PC电商店铺不制作店招。

移动电商店铺要求：制作1张尺寸为100*100像素、大小不超过80K的图片作为店标；制作1张尺寸为642*200像素、大小不超过200K的图片做为店招。

•跨境电商店铺要求：制作1张尺寸为230*70像素、大小不超

过 150K 的图片作为店标；跨境电商店铺不制作店招。

3. 网店 Banner

•设计要求：Banner 主题与店铺所经营的商品具有相关性；设计具有吸引力和营销向导；设计规格可以提升店铺整体风格。素材由竞赛组委会提供，提供的图片中共有五种商品，店铺的设计是销售五种商品，其中的四种商品做 banner 图，剩下一种商品做主图和详情页。

•PC 电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 727*416 像素、大小不超过 150K 的图片。

•移动电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 608*304 像素、大小不超过 150K 的图片。

•跨境电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 980*300 像素、大小不超过 150K 的图片。

4. 商品主图

•设计要求：图片必须能较好地反映出该商品的功能特点、对顾客有很好的吸引力，保证图片有较好的清晰度，图文结合的图片，文字不能影响图片的整体美观、不能本末倒置；图片素材由竞赛组委会提供。

•PC 电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 800*800 像素、大小不超过 200K 的图片；

•移动电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 600*600 像素、大小不超过 200K 的图片；

•跨境电商店铺要求：制作 6 张尺寸为 800*800 像素、大小不超过 200K 的图片。

5. 商品详情页：

•设计要求：商品信息(图片、文本或图文混排)、商品展示(图片)、促销信息、支付与配送信息、售后信息；图片素材由赛项执委会提供。商品描述中包含该商品的适用人群，及对该类人群有何种价值与优势；商品信息中可以允许以促销为目的宣传用语，但不允许过分夸张。

•PC 电商店铺要求：运用 HTML+CSS 和图片配合对商品描述进行排版；建议使用 Dreamweaver 处理成 HTML 代码或者用 Photoshop 设计成图片后放入商品描述里添加。

•移动电商店铺要求：商品详情页所有图片总大小不能超过 1536K；图片要求宽度为 480~620 像素、高度不超过 960 像素；当在图片上添加文字时，建议中文字体大于等于 30 号字，英文和阿拉伯数字大于等于 20 号字；若添加文字内容较多，建议使用纯文本的方式进行编辑。

•跨境电商店铺要求：运用 HTML+CSS 和图片配合对商品描述进行排版；建议使用 Dreamweaver 处理成 HTML 代码或者用 Photoshop 设计成图片后放入商品描述里添加。

(二) 客户服务（样题）

选手通过在线即时聊天工具完成农产品售前、售中、售后服务，发展电子商务助推精准扶贫。针对客户服务过程中“规定用语”采用软件自动评分。选手可以利用竞赛软件编辑快捷回复话术提高响应速度，要求多窗口操作服务 30 个客户，客户服务内容增加了交易纠纷处理、关联销售等内容。斜体字为“规定用语”，样题如下：

1. 关于发票

买家：可以开发票吗？

客服：亲，本店提供正规发票的，发票随货物一起发给您的（您若有需要请在拍下后在备注中写清楚发票的抬头，请放心挑选心仪的宝贝哦）

买家：发票可以开办公用品吗？

客服：亲，我们开具的是正规的增值税发票，按照税务部门的有关规定只能如实开具的，敬请谅解

2. 关于物流

买家：什么时候能发货？

客服：亲，每天下午四点前拍下付款的订单是当天发货的，四点后次日发货，您的订单我们今天会尽快安排给您发货哦

买家：发什么快递？多久能到？

客服：亲，本店商品统一发送申通快递的，正常情况下 3-5 天可到达，请耐心等待哦

买家：可以发顺丰吗？

客服：亲，如果您有特殊要求，可以给您发顺丰的，但是需要补一下差价哦，敬请谅解。

（三）运营推广

参赛团队以卖家角色，分析数据魔方，做好区域、商品、人群定位；租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；根据数据魔方进行搜索引擎优化（SEO）操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价（SEM）推广、获取尽可能多的付费流量，进行站外推广（电视广告、网盟、百度竞价排名）获取尽可能多的站外流量，引导买家进店消费；针对不同消费人群采取不同策略，制定商品价格，

促成交易，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整策略，创造最大利润。

1. 数据魔方

系统内置动态的市场模型——“数据魔方”，提供市场需求数据和关键词数据。

市场需求数据包括期初 4 类以及以后的十几类商品在 15 个城市中 4 种人群的需求量和市场平均价格。卖家根据市场需求数据，分析热销商品，以尽可能低的价格采购商品；分析买家区域分布，就近建立配送中心；确定目标人群，推出团购、秒杀、套餐、促销等优惠活动，促成交易。

关键词数据提供买家搜索的关键词展现量、点击量、点击率、转化量、转化率、平均点击单价、搜索相关性等信息。根据关键词数据，判断“买家怎么来”。买家通过搜索关键词来寻找所需要的商品，一方面卖家通过优化标题的关键词尽可能匹配买家搜索的关键词，即 SEO，属于自然流量；另一方面卖家通过设置与推广商品相关的关键词和点击价格，在买家搜索相应关键词时获得推广商品展现与点击，卖家按照所获流量（点击数）付费，进行商品精准推广，即 SEM，属于付费流量。卖家通过 SEO 和 SEM 引导买家进店消费。

2. 办公场所设立：

办公场所设立包含选择办公城市、选择办公场所类型和招贤纳士三部分，卖家只能设立一个办公场所。根据不同城市的城市影响力、租金差、工资差等信息选择合适的办公城市；根据办公场所的容纳人数、租赁价格、维修费用等信息选择合适的办公场所；根据员工的业务能力、工资增长率及基本工资选择合适的人员。

配送中心设立：

包括租赁、改建、搬迁、退租、设配区五个功能，每个城市只能建立一个配送中心。

租赁：根据体积、租赁价格、维修费用、管理费用及搬迁费用选择合适的配送中心；

改建：若租赁时选择的配送中心不能满足实际需求，则可以进行改建；改建时，若是将体积小的改为体积大的，则补充租金差价；若是体积大的改为体积小的，不退还租金差价；

搬迁：改变仓库的所在城市；搬迁需支付相应费用，若搬迁至租金高的城市则需补充相应差价，反之搬迁至租金低的城市不退还差价；搬迁时仓库必须空置。

退租：把闲置的仓库退租，若不退租则到期后系统默认续租；退租时，仓库必须空置；每期间退租，则需支付整期人员工资。

设配区：为每个配送中心设置默认的配送区域及默认的物流方式；若多个配送中心选择的默认配送区域里包含若干个相同的城市，则在这些城市中按照租赁配送中心操作的顺序确定默认的配送中心。

3. 店铺开设：

开设 C 店：C 店不可以进行站外推广。

开设 B 店：筹备周期需要 4 期，每期费用为 60；B 店可以进行站外推广，获取站外流量。

4. 网店装修：

店铺装修增加视觉值，每种装修费用不同，获得的视觉值也不同；店铺的视觉值每期都会下降 10。

5. 采购投标：

提交采购投标方案，系统自动评判中标方；只能在有配送中心的城市进行投标；采购投标时，同一种商品投标单价高的成交，直到所有商品全部成交为止。

6. 商品入库：

采购中标城市配送中心的容量大于入库商品的体积时方可入库。

7. 商品发布：

价格制定：

商品价格=商品一口价+物流运费（卖家承担运费时为 0）。

物流运费：

发布商品时卖家可以选择卖家承担运费或买家承担运费。买家承担运费时，卖家可以创建运费模板或者直接输入各种物流方式的物流运费，买家会将商品一口价和物流运费一同支付给卖家；但卖家可以采用任意物流方式运输（只要在买家规定的时间内送达，否则将承担退单的违约责任），配送完成后由卖家支付物流公司的实际运费。卖家承担运费时，买家只需将商品一口价支付给卖家，配送完成后由卖家支付物流公司的实际运费。

创建运费模板时，卖家可分别设置各种物流方式的默认运费及每超过一件需要增加的运费；每超过一件需要增加的运费不能高于默认运费的 0.5 倍；直接输入各种物流方式的物流运费时，此物流运费为整单（若干件）的物流运费。

售后服务：

保修会产生售后服务费用。

8. SEO 优化：

每种商品最多可以选择 7 个标题关键词，通过优化标题关键词尽

可能匹配买家搜索的关键词，在买家搜索某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的自然排名。

SEO 排名得分=关键词相关性（数据魔方提供）*SEO 关键词匹配方式得分*0.4+商品绩效得分*0.06。

SEO 关键词匹配方式分为：完全匹配、高度匹配、部分匹配。

只有当买家搜索的词与卖家设置的标题关键词完全相同时称为完全匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 1；当买家搜索的词是卖家设置的标题关键词的子集时称为高度匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 0.5；当买家搜索的词与卖家设置的标题关键词文字部分匹配时称为部分匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 0.2。

商品绩效：

商品绩效=商品点击率+商品点击量+商品转化率+商品转化量+退单率+保修。

9. SEM 推广：

通过对自己所销售商品相关的关键词出具一定的竞价价格，在买家搜索其中某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的搜索排名。

SEM 排名得分=质量分*竞价价格。

质量分=关键词搜索相关性*0.4+商品绩效*0.06。

竞价价格：为取得靠前的排名为某关键词所出的一次点击的价格。

卖家实际为某个 SEM 关键词的一次点击所付的费用=该关键词排名下一名的竞价价格*(下一名的质量得分/你的质量得分)+0.01

SEM 关键词匹配方式分为：精确匹配、中心匹配、广泛匹配。

精确匹配时,只有当卖家搜索的词与卖家投放的关键词完全相同才能被搜索到;

中心匹配时,当买家搜索的词是卖家投放的关键词的子集时也能被搜索到;

广泛匹配时,买家搜索的词与卖家投放的关键词有一部分相同即可被搜索到。

10. SEM 管理:

每个推广组对应一个商品,但是每个商品可以对应多个推广组,所以针对同一个商品的不同关键词设定不同的竞价价格可以更好的达到 SEM 推广效果。

11. 团购:

团购价格=商品价格×团购折扣。

12. 秒杀:

秒杀价格=商品价格×50%。

13. 套餐:

套餐可组合多种商品搭配出售,套餐价格=套餐包含商品的单价总和。

14. 促销:

满就送、多买折扣、买第几件折扣促销。

15. 站外推广:

只有 B 店才允许站外推广。选手可以通过站外流量(电视广告、网盟、百度竞价排名等渠道)来获取新的订单。

16. 订单分发:

分为手动分发和自动分发两种;手动分发需要选择货物出库的配

送中心，自动分发按照已设定好的配送范围自动选择货物出库的配送中心；自动分发可以选择全部自动分发或者分批自动分发。

17. 物流选择：

分为手动安排和自动安排两种；手动安排需要选择运输货物的物流方式，自动安排按照已设定好的物流方式自动安排；自动安排可以选择全部自动安排或者分批自动安排。

18. 货物出库：

根据订单的到货周期，合理安排商品出库。

如果未在订单要求期限之前送到，客户将拒绝签收。

系统会按照物流路线信息自动扣除实际运费。

19. 货物签收：

无论任何物流方式配送的订单，货款均在签收后直接到账。

20. 财务：

支付应付款。

系统自动计算人员工资、租赁费、管理费、维修费、应交税费。

短贷利率：5%，民间融资利率：15%，长期贷款利率：10%。

21. 信誉度

获得订单后，在客户的需求期限内正常交货，获得1的信誉度；违约第1单，获得-1的信誉度，违约第2单获得-2的信誉度，依次类推，违约的第N单获得-N的信誉度。

信誉度为负后无法获得来自综合人群、品牌人群的订单。

22. 关账：

每轮经营结束关账后，系统自动提供“利润表”和“资产负债表”，自动计算各组的得分。

八、评分标准制定原则、评分方法、评分细则

（一）评分标准制定原则

评分标准由赛项专家组制定，赛前公布。严格按照《全国职业院校技能大赛成绩管理办法》中规定的评分方法实施。

（二）评分方法

1. 成绩评定：网店客户服务、运营推广评分方式为机考评分。网店开设装修的评分方式为结果评分，由 10 名评分裁判对参赛队伍提交的网店装修采取主观评分。

2. 成绩复核：为保障成绩评判的准确性，监督组将对赛项总成绩排名前 30%的所有参赛队伍（选手）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。

3. 赛项最终得分：按 100 分制计分，最终成绩经复核无误，由裁判长、监督人员和仲裁人员签字确认后公布。

（三）评分细则

项目	内容	评分细则	分值
开设装修	总则	1. 在所有需要以图片展示的得分项目中，如果有图片变形模糊失真等情况存在，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。3. 如果竞赛作品与赛题完全不相关，则该项不得分。4. 跨境店铺在视觉展现方面应考虑到国外客户对电商网站的视觉偏好，如果与 PC 端一致，只是将中文改成英文或拼音，那么跨境店铺各部分要在实际得分基础上减半。5. 如果在作品中任何位置显示参赛院校或者参赛选手信息的，则开设装修环节计零分。	
	PC 电	首页 店标设计独特，有一定的创新性，并且能够反	0.5 分

	商店 铺		映出店铺所销售的商品。	
			网店 Banner 图片主题统一（1 分），与店铺经营商品具有相关性（1 分），banner 设计具有吸引力并且具有一定的营销导向（1 分），banner 整体设计能够提高店铺整体风格（1 分）。	4 分
		详情 页	商品标题体现商品属性特点卖点的关键词（每个关键词 0.1 分，最高到 0.5 分为止）。	0.5 分
			商品图片（1 主 3 辅，第 1 张为主图，其余为辅图），图片设计美观（0.8 分），主题突出（0.6 分），有视觉冲击力（0.6 分）。	2 分
			商品相关属性描述，需包含商品属性，特点，卖点，（3 分）适用人群（1 分），配送，支付，售后，评价等相关内容的信息（1 分）；此部分图文混排得分更高。	5 分
	移动 电 商 店 铺	能够按照要求把 PC 电商店铺的内容准确无误的移植到移动电商店铺，不存在缺项漏项（1 分）。移动电商店铺完整独立（1 分）。		2 分
		内容完整的前提下，移动电商店铺的图片不能存在模糊失真或者压缩变形的情况出现。		2 分
		移动电商店铺的店招设计能够突出店铺的特色，与店标搭配协调。		0.5 分
	跨境 电 商 店 铺	首 页	店标设计独特，有一定的创新性，并且能够反映出店铺所销售的商品。	0.5 分
			网店 Banner 图片主题统一（0.5 分），与店铺经营商品具有相关性（0.5 分），banner 设计具有吸引力并且具有一定的营销导向（0.5 分），能够提高店铺整体风格（0.5 分）。	2 分
			网店产品展示设计风格统一（0.5 分），产品分类清晰（0.5 分）	1 分
		详 情 页	设置给定商品的英文标题，商品标题体现商品属性特点卖点的关键词（每个关键词 0.2 分，最高到 1 分为止），英文表达准确	1 分
			商品图片（6 张），图片设计美观，主题突出（0.5 分），图片要真实，不过分修饰（0.5 分）。	1 分
			商品相关属性描述，需包含商品属性，特点，卖点（1 分），适用人群，配送，支付，售后，评价等相关内容的信息（1 分）；英文表达准确，图片内容真实，不允许过度修饰（1 分）。	3 分
	营 销 策 划	网店整体装修中能够体现营销策划的相关内容，含有推荐商品、促销活动的标识和以促销为目的的宣传用语，但是不允许过分夸张（2 分）；跨境店铺装修中的促销用语不允许出现错别英文单词（1 分）。		3 分

	视觉营销	店铺首页及商品详情页的装修要重点突出,符合目标消费者的浏览习惯(1分),布局设计上能够引导消费者的视觉关注点,层次清晰,能够通过视觉的冲击和审美视觉感观提高买家的兴趣,达到产品推广的目的(1分)。	2分
客户服务	回答准确	每个客户服务团队两名选手,按照不同服务岗位进行分工,在规定的时间内(120秒)内,按照相应岗位的标准话术,独立回答来自多个客户的不同问题。每回答正确1题得0.05分。回答错误或者回答超时不得分。以两名选手成绩的总分作为最终成绩。	10分
运营推广		软件以各队“所有者权益”为主,企业可持续性经营能力为辅自动计算经营得分,每个赛场根据各队的经营得分进行排序,第一名60分,按照名次递减5分,第二名55分依次类推。	60分

九、奖项设置

高职组竞赛设一、二、三等奖和优秀奖,获奖比例分别为参赛队数的10%、20%、30%、20%,末位20%不设奖。每位获奖选手和指导教师均可获得相应证书。择优推荐参赛队代表河南参加全国决赛。

十、技术规范

参赛团队遵循以下规范:

职业标准:《电子商务师国家职业标准》

教学要求:《国家级电子商务专业教学资源库》

十一、比赛器材、技术平台和场地要求

(一) 比赛器材与技术平台

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; 500G 以上硬盘; 千兆网卡。预装 Windows7 操作系统; 预装 Internet Explorer8.0 以上浏览器和火狐浏览器; 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 和 Fireworks CS6 简体中文版; 预装 Adobe Photoshop CS6 版本。

网络连接设备	提供网络布线、交换机、竞赛用服务器
竞赛服务器	配置要求：英特尔至强 E5 系列四核以上 CPU；16GB 以上内存；500G 以上硬盘；千兆网卡。预装 Windows 2008 Server Enterprise 操作系统及 IIS7.5；预装 Microsoft SQL Server 2005 数据库。
竞赛软件	电子商务综合实训与竞赛系统

（二）场地要求

1. 竞赛场地设在电脑机房，场地内设置满足至少 70 个团队的竞赛环境，根据参赛队伍报名情况，可分成若干个赛场；

2. 一个参赛队一个机位，每个机位三台电脑，其中一台电脑备用，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。采用独立网络环境，不连接 INTERNET，禁止外部电脑接入。

5. 安全保障。采用统一的杀毒软件对服务器进行防毒保护。屏蔽竞赛现场使用的电脑 USB 接口。部署具有网络管理、账号管理和日志管理功能的综合监控系统。

6. 采用双路供电；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 ± 5%V。

十二、安全保障

赛事安全是电子商务技能竞赛一切工作顺利开展的先决条件，是

赛事筹备和运行工作必须考虑的核心问题。赛项执委会采取切实有效措施保证大赛期间参赛选手、指导教师、工作人员及观众的人身安全。

（一）比赛环境

执委会须在赛前组织专人对比赛现场、住宿场所和交通保障进行考察，并对安全工作提出明确要求。赛场的布置，赛场内的器材、设备，应符合国家有关安全规定。如有必要，也可进行赛场仿真测试，以发现可能出现的问题。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。比赛现场内应参照相关职业岗位要求为选手提供必要的劳动保护。在具有危险性的操作环节，裁判员要严防选手出现错误操作。

承办单位应提供保证应急预案实施的条件。对于比赛内容涉及高空作业、可能有坠物、大用电量、易发生火灾等情况的赛项，必须明确制度和预案，并配备急救人员与设施。

执委会须会同承办单位制定开放赛场和体验区的人员疏导方案。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。

大赛期间，承办单位须在赛场管理的关键岗位，增加力量，建立安全管理日志。

参赛选手进入赛位、赛事裁判工作人员进入工作场所，严禁携带通讯、照相摄录设备，禁止携带记录用具。如确有需要，由赛场统一配置、统一管理。赛项可根据需要配置安检设备对进入赛场重要部位的人员进行安检。

（二）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宾馆/住宿经营许可资质。以学校宿舍作为住宿地的，大赛期间的住宿、卫生、饮食安全等由执委会和提供宿舍的学校共同负责。

大赛期间有组织的参观和观摩活动的交通安全由执委会负责。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。

赛项的安全管理，除了可以采取必要的安全隔离措施外，应严格遵守国家相关法律法规，保护个人隐私和人身自由。

（三）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。

3. 各参赛队伍须加强对参与比赛人员的安全管理，实现与赛场安全管理的对接。

（四）应急处理

比赛期间发生意外事故，发现者应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。

（五）处罚措施

1. 因参赛队伍原因造成重大安全事故的，取消其获奖资格。
2. 参赛队伍有发生重大安全事故隐患，经赛场工作人员提示、警告无效的，可取消其继续比赛的资格。
3. 赛事工作人员违规的，按照相应的制度追究责任。情节恶劣并造成重大安全事故的，由司法机关追究相应法律责任。

十三、竞赛须知

（一）参赛队须知

1. 参赛队名称统一使用规定的代表队名称，不使用其他组织、团体名称；不接受跨校组队报名。
2. 参赛队员在报名获得审核确认后，原则上不再更换，如筹备过程中，队员因故不能参赛，向河南省教育厅申请出具书面说明并按相关规定补充人员并接受审核；竞赛开始后，参赛队不得更换参赛队员，允许队员缺席比赛。
3. 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。
4. 参赛队员需要自行购买保险。

（二）领队、指导教师须知

1. 各参赛代表队要发扬良好道德风尚，听从指挥，服从裁判，不弄虚作假。如发现弄虚作假者，取消参赛资格，名次无效。
2. 各代表队领队要坚决执行竞赛的各项规定，加强对参赛人员的管理，做好赛前准备工作，督促选手带好证件等竞赛相关材料。
3. 竞赛过程中，除参加当场次竞赛的选手、执行裁判员、现场工作人员和经批准的人员外，领队、指导教师及其他人员一律不得进入

竞赛现场。

4. 参赛代表队若对竞赛过程有异议，在规定的时间内由领队向赛项仲裁工作组提出书面报告。

5. 对申诉的仲裁结果，领队要带头服从和执行，并做好选手工作。参赛选手不得因申诉或对处理意见不服而停止竞赛，否则以弃权处理。

6. 指导老师应及时查看大赛专用网页有关赛项的通知和内容，认真研究和掌握本赛项竞赛的规程、技术规范和赛场要求，指导选手做好赛前的一切技术准备和竞赛准备。

（三）参赛选手须知

1. 参赛选手应按有关要求如实填报个人信息，否则取消竞赛资格。

2. 参赛选手凭统一印制的参赛证和有效身份证件参加竞赛。

3. 参赛选手应认真学习领会本次竞赛相关文件，自觉遵守大赛纪律，服从指挥，听从安排，文明参赛。

4. 参赛选手请勿携带与竞赛无关的电子设备、通讯设备及其他资料与用品。

5. 参赛选手应提前 15 分钟抵达赛场，凭参赛证、身份证件检录，按要求入场，不得迟到早退。

6. 参赛选手应按抽签结果在指定位置就坐。

7. 参赛选手须在确认竞赛内容和现场设备等无误后开始竞赛。在竞赛过程中，如有疑问，参赛选手应举牌示意，项目裁判长应按照有关要求及时予以答疑。如遇设备或软件等故障，参赛选手应举牌示意，项目裁判长、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，经项目裁判长确认，予以启用备用计算机。如遇身体不适，参赛选手应举牌示意，现场医务人员按应急预案救治。

8. 各参赛选手必须按规范要求操作竞赛设备。一旦出现较严重的安全事故，经总裁判长批准后将立即取消其参赛资格。

9. 竞赛时间终了，选手应全体起立，结束操作。签字确认成绩后方可离开赛场。

10. 在竞赛期间，未经执委会的批准，参赛选手不得接受其他单位和个人进行的与竞赛内容相关的采访。参赛选手不得将竞赛的相关信息私自公布。

（四）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。

十四、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半小时之内向仲裁组提出书面申诉。赛项仲裁工作组在接到申诉后的一小时内组织复议，并及时反馈复议结果。赛项仲裁工作组的仲裁结果为最终结果。