

# 2024 年河北省职业院校学生技能 大赛赛项规程

赛项名称：                     电子商务运营                    

英文名称：                     E-Commerce Operation                    

赛项组别：                     中职组

## 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"/> 奇数年/ <input type="checkbox"/> 偶数年）			
赛项组别			
<input checked="" type="checkbox"/> 中等职业教育 <input 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 (对应每个专业,明确涉及的专业核心课程)
财经商贸 (73)	电子商务类 (7307)	电子商务 (730701)	网络推广实务
			视觉设计与制作
			直播销售
			直播运营实务
			客户服务
		移动商务 (730703)	移动视觉设计
		网络营销 (730704)	企业网络营销实务
		直播电商服务 (730705)	直播客户服务 短视频拍摄与剪辑
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 (对应每个岗位（群），明确核心能力要求)	
互联网和	网店运营	网店运营决策能力	

相关服务 (64)、批发 业(51)、零 售业(52)		店铺、账号创设和维护能力
		平台维护、文案撰写、文案编辑与发布能力
	网络营销推广	网络营销推广方案制定能力
		网络营销推广执行能力
		推广数据分析与优化能力
	直播销售	直播脚本策划能力
		直播商品卖点提炼能力
		直播控场能力
		直播销售能力
		直播促单能力
	客户服务	客户需求分析能力
		客户问题处理能力
		客户异议处理能力
		客户转化能力
	网店美工	网店视觉设计能力
		图文制作能力
		商品短视频设计与制作能力

## 二、竞赛目标

本赛项坚持“以高水平赛事推动职业教育高质量发展”为主线，融入新思想、新理念，对接产业前沿技术和行业标准，以职业需求为导向，以实践能力培养为重点，深化产教融合、校企合作，推进“三教”改革，坚持以赛促教、以赛促学、以赛促改，引领中等职业院校电子商务、移动商务、网络营销、直播电商服务等专业建设与教学改

革。赛项聚焦电子商务运营中的网店开设装修、网店运营与推广、直播销售及客户服务，检验参赛选手的职业道德、职业素养和技术技能水平，充分发挥技能大赛对职业教育“树旗、导航、定标、催化”的作用，推动“岗课赛证”综合育人，展示职业教育改革成果与人才培养质量。

### 三、竞赛内容

#### （一）赛项整体内容介绍

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”等精神，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。面向网店运营、网络营销推广、直播销售、客户服务、网店美工等岗位（群），以网店规划与注册、网店首页设计与制作、商品主图视频设计与制作、商品详情页设计与制作、网店运营推广方案制定、网店运营推广实施、网店运营推广数据分析与应用、直播销售、智能客服问答处理、客户异议处理等典型工作任务的完成质量以及职业素养水平作为竞赛内容，着重检验参赛选手的网店运营决策能力、店铺账号创设和维护能力、平台维护能力、文案处理能力、网络营销方案制定和执行能力、数据分析与优化能力、直播策划控场销售能力、客户需求分析处理转化能力、网店视觉设计能力、图文制作能力、短视频设计与制作能力等专业核心能力以及创新理念、规范意识、风险意识和团队协作精神等职业综合能力。通过优

化赛项模块,创新性地将短视频设计与制作、智能客户服务等新技术、新业态融入竞赛内容。

竞赛内容与成绩比例

竞赛模块	竞赛内容	成绩比例
网店开设装修	根据电子商务法律法规及给定企业背景素材进行网店规划与注册,并结合视觉营销规范进行网店首页、商品主图视频、商品详情页的设计与制作。	25%
网店运营推广	根据网店经营目标,在给定的推广资金及相同的竞争环境下,对网店相关数据进行分析,制定并实施运营推广方案,并在运营过程中对每个运营周期的效果数据进行分析诊断并优化,持续提高网店竞争力及盈利能力。	40%
直播销售及客户服务	根据给定的背景信息,结合任务要求,进行直播商品的营销属性提炼、直播脚本策划、直播销售活动、客户需求分析、客户问题处理、交易促成、智能客服问答以及客户异议处理。	35%

## (二) 赛项模块详细介绍

本赛项主要包括网店开设装修、网店运营推广、直播销售及客户服务三个模块,模块主要内容、比赛时长及分值如下表所示:

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	<p>任务 1: 网店规划与注册</p> <p>根据给定企业背景素材,进行网店规划,并按照网店注册流程完成网店开设。</p> <p>任务 2: 网店首页设计与制作</p> <p>根据电子商务平台技术规范与考</p>	120 分钟	25 分

		<p>题要求,利用图片处理工具和商品素材,完成网店首页设计与制作。</p> <p>任务 3: 商品主图视频设计与制作 根据网店运营需求及商品定位,利用给定的图片和视频素材,遵照商品主图视频设计规范、平台规则及考题要求,完成商品主图视频设计与制作,并上传。</p> <p>任务 4: 商品详情页设计与制作 根据电子商务平台要求,结合网店及商品定位,完成商品详情页设计与制作。</p>		
模块二	网店运营推广	<p>任务 1: 网店运营推广方案制定 根据网店运营推广目标,分析市场数据,并制定网店运营推广方案。</p> <p>任务 2: 网店运营推广实施 根据推广方案及商品信息,进行搜索引擎推广、推荐引擎推广、搜索引擎优化,提高网店运营效果。</p> <p>任务 3: 网店运营推广数据分析与应用 根据网店运营目标对网店运营推广数据分析,并进行推广策略优化。</p>	180 分钟	40 分
模块三	直播销售及客户服务	<p>任务 1: 直播销售 根据直播要求进行直播策划,完成直播商品讲解、上架、与观众进行有效互动,把控直播节奏,活跃直播间氛围,提升直播间的转化率。</p>	150 分钟	35 分

		<p>任务 2：智能客服问答处理</p> <p>针对客户需求，进行客户问题分类、智能客服问答配置，匹配标准话术，完成常见的售前、售中及售后问题处理，以提高客户服务效率。</p> <p>任务 3：客户异议处理</p> <p>根据提供的资料，判断客户异议类型，分析异议产生的原因，并提出合理有效的解决方案。</p>		
--	--	---	--	--

#### 四、竞赛方式

##### （一）竞赛形式

本赛项竞赛形式为线下比赛。

##### （二）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。

#### 五、竞赛流程

竞赛日程、比赛场次、竞技过程安排

日期	时间	事项	参加人员	地点
报到日	09:00~15:00	参赛队报到、领取资料	工作人员、各参赛队	住宿酒店
	16:00~17:00	领队会议	各参赛队领队	会议室

	17:10~17:30	熟悉赛场	赛场技术人员、 各参赛队	竞赛场地
竞赛 1 日	9:00~9:30	大赛检录进场 第一次抽签加密 (抽参赛号)	参赛选手、第一 次抽签裁判	一次加密区
	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	二次加密区
	10:00~12:30	直播销售及客户服务	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	竞赛场地
	13:30~15:30	网店开设装修	参赛选手、裁判	竞赛场地
竞赛 2 日	7:50~8:30	大赛检录进场 第一次抽签加密 (抽参赛号)	参赛选手、第一 次抽签裁判	一次加密区
	8:30~8:50	第二次抽签加密 (抽赛位号)	参赛选手、第二 次抽签裁判	二次加密区
	9:00~12:00	网店运营推广	参赛选手、裁判	竞赛场地

(具体安排以竞赛指南为准)



竞赛流程图

## 六、竞赛规则

(一) 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，须由参赛院校于开赛 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。

（二）熟悉场地：比赛日前一天下午 17:00~17:30 开放赛场，熟悉场地。

（三）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。

（四）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，参赛选手应举手示意。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，参赛选手应举手示意，现场医务人员按应急预案救治。如有其他问题，参赛选手应举手示意，裁判应按照有关要求及时予以答疑。

6. 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可离开赛场。

## 7. 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、监督仲裁组签字，公示 2 小时且无异议后，公布比赛结果。

## 七、技术规范

参赛团队遵循以下规范：

（一）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）中职电子商务、网络营销、直播电商服务专业主要专业能力要求与《网络推广实务》、《视觉设计与制作》、《直播销售》、《直播运营实务》、《客户服务》、《移动视觉设计》、《企业网络营销实务》、《直播客户服务》、《短视频拍摄与剪辑》等核心课程的主要知识点、技能点设置竞赛内容。

（二）国家标准和行业标准：

《电子商务师国家职业技能标准》（2022 年版）

职业编码：4-01-02-02

《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

(一) 竞赛场地设在体育馆内或电脑机房，场地内设置满足报名参赛团队数的竞赛环境。

(二) 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。

(三) 竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围。

(四) 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。

(五) 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。

### (六) 技术平台

技术平台规格要求

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 AdobePhotoshop CS6 版本。
竞赛平台	采用由北京鸿科经纬科技有限公司研发的竞赛平台，对接产业前沿技术和行业标准，以职业需求为导向，以实践能力培养为重点，紧贴电子商务工作实际，把真实的工作过程、项目任务和要求融入各个环节。竞赛平台包

	含网店开设装修、网店运营推广、直播销售及客户服务三个竞赛模块，考察选手的网店运营、视觉设计与制作、数据分析、网络推广、直播销售、客户服务和团队合作能力。
参赛选手直播设备	由承办方提供三脚架、补光灯、直播商品，并提供充足的备用设备。 由参赛选手自带安卓(Android)手机(仅支持安卓系统)，满足前摄主摄像头像素 500 万或以上，3GB+32GB 或以上； 由选手自带圆孔（直径 3.5mm）、直插型、入耳式有线耳机，线长不低于 1.5m（耳机需同时适配直播手机与竞赛电脑）
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、无线路由器
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

本赛项共包含三个比赛模块，具体内容如下表所示：

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)
1	网店开设装修	25	120
2	网店运营推广	40	180
3	直播销售及客户服务	35	150

### 模块一：网店开设装修

### （一）赛题立意

本竞赛模块紧跟产业发展趋势和电子商务行业人才需求，对接网店运营、网店美工相关岗位（群），及时将产业发展的新动向、新技术、新技能纳入竞赛内容，规划基于主流电商平台的网店规划与注册、网店首页设计与制作、商品主图视频设计与制作、商品详情页设计与制作等典型工作任务作为竞赛内容，全面检验选手的网店创设和维护能力、网店视觉设计能力、图文制作能力、商品短视频设计与制作能力以及美学意识、沟通意识、合规意识等职业素养。

本模块所有任务均在竞赛平台创设的情境和构建的网店开设装修环境中完成，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，采用机考评分与结果评分相结合的方式进行评分。

### （二）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

#### **样题：网店首页设计与制作**

戴格旗舰店在年中庆大促活动来临之前，网店运营人员准备对网店首页重新进行布局和装修，提前营造节日氛围。利用现有商品图片和相关素材，设计与制作网店店招，并以风衣、衬衫、牛仔裤、连衣裙等四款商品为基础，分别为每款商品设计 1 张轮播图。

#### **任务素材：**

4 款商品的图片素材、4 款商品介绍文档各 1 份。

#### **任务要求：**

1. 根据网店定位和首页设计需求，利用首页布局管理功能，完成网店首页布局；

2. 根据网店首页布局，利用提供的素材，设计与制作 1 张网店店招；

3. 根据网店首页布局和营销需求，利用提供的素材，为 4 款商品分别设计与制作 1 张轮播图。

4. 网店首页设计规范：店招图片尺寸为 950 像素\*120 像素；轮播图尺寸为 950 像素\*250 像素。支持 JPG、PNG 图片格式，每张图大小不得超过 3MB。要求一组内的图片宽度、高度必须完全一致。

### **操作过程：**

1. 网店首页布局；

2. 制作并上传网店店招；

3. 制作并上传网店轮播图；

4. 网店首页发布。

## **模块二：网店运营推广**

### **（一）赛题立意**

本竞赛模块聚焦数字技术技能在网店运营推广领域的广泛应用，面向网络营销推广相关岗位（群），全面检验参赛选手的网店运营推广方案制定、网店运营推广实施以及网店运营推广数据分析与应用等专业能力，提升行业敏感度、运营意识、创新意识、团队协作等素养，促进复合型高质量电商技能人才的培养，助力我国电商行业高质量发展。

所有任务均在竞赛平台创设的情境和构建的网店运营推广环境中完成，赛题类型均为操作题，任务设计对标实际网店运营推广工作任务，立足行业标准与规范，采用机考方式进行评分。

## （二）情境创设

戴格旗舰店是一家正在某主流电子商务平台上经营服装服饰的网店，主营风衣、连衣裙、衬衫等商品。网店主要面向 18 至 28 岁的潮流女生，提供高性价比的潮流女装。为了吸引更多消费者，提高商品营销转化率，网店决定利用给定的推广预算，针对网店内泡泡袖连衣裙、POLO 领衬衫、拉绒棉风衣、假两件连衣裙、民族风衬衫、翻领衬衫等 6 款商品进行 3 个周期的网店运营推广。商品信息如下所示：

### 1. 泡泡袖连衣裙

这款高颜值实用升级泡泡袖连衣裙选用复古的红色波点雪纺面料，哑光质地面料，更能显示连衣裙高级感。在款式上选择了腰间加松紧的设计，这样穿着可以更好的遮挡腰间的赘肉，更加凸显蜂腰。本款五分袖雪纺碎花高腰连衣裙，既适合通勤，也适合文艺；泡泡袖方领套头印花设计，充满潮流时尚特色，同时加上褶皱印花的时尚元素，是今年秋季女装中难得的新品。

### 2. POLO 领衬衫

这款 POLO 领衬衫上衣采用圆扣收口，可挽起穿着，收口处紧密，不漏风，下摆前短后长的圆弧设计，休闲时尚，修饰身形，棉面料给你舒适的穿着体验。优质的棉质面料，触感轻柔，透气良好，

厚薄适中，穿着舒适亲肤。本款衬衫既适合通勤也适合潮流，POLO领单排多扣条纹设计充满特色，同时加上通勤、条纹拼接的时尚元素，是今年秋季女装中难得的新品。

### 3. 拉绒棉风衣

这款拉绒棉风衣外套的版型是收腰 A 型的下摆，胸前的左侧做了单独的挡风片设计，半盖腰部，视觉上会很显瘦。长度为过膝长款，这种设计的风衣只有大长款才能显现出它的气场跟比例来。面料用的是高支长绒纯棉风衣料，面料不厚重，上身轻松舒适，很透气，保暖性强，是春季尤为合适的女装精选。

### 4. 假两件连衣裙

这款假两件连衣裙简约而不简单的版型设计优雅大方，腰身收紧彰显你纤细的身姿，凹出你的小蛮腰，优质面料，简约简单，很有少女气息。优雅动人，尽显女人气质，随意搭配，皆能完美地演绎出美丽冲动。连衣裙修身裁剪，起到显瘦效果，时尚领口尽显脖颈修长，锁骨之美，裙子优雅又不失美丽。

### 5. 民族风衬衫

这款民族风衬衫采用撞色图案绣花，单排多扣设计充满文艺特色。同时加上文艺、民族风的时尚元素，文艺的同时还不失潮流感；纯棉的面料，保暖舒适。时尚修身、显瘦洋气、百搭气质时髦休闲的中国风衬衫女装，让每一个中国女人穿出美美的时尚中国味道。

### 6. 翻领衬衫

这款特色防风翻领衬衫采用耐穿舒适的风衣混纺面料，用心的

细节让你脱颖而出，撞色复古的仿木质纽扣，双排扣结合收腰蝴蝶结系带，防风防寒的袖口系带，匠心成就质量追求。本款中长简约宽松通勤风衣，翻领插肩袖双排扣蝴蝶结系带设计，充满潮流时尚，混纺的面料，舒适耐穿。

### （三）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

#### **样题：网店运营推广实施**

完成网店运营推广方案的制定之后，戴格旗舰店接下来根据制定好的网店运营推广方案，利用竞赛平台提供的推广环境，通过搜索引擎优化方式，利用搜索引擎、推荐引擎两种推广渠道，结合网店商品信息，完成连续3个周期的搜索引擎优化、搜索引擎推广与优化、推荐引擎推广与优化实施，提高网店运营推广的整体效果。

任务要求：

1. 根据搜索引擎优化方案，结合搜索引擎的排名规则，完成搜索引擎优化，提高商品自然搜索排名；
2. 根据搜索引擎推广方案，结合搜索引擎推广的竞价机制，完成搜索引擎推广，获取精准流量，提高商品的点击量和成交量；
3. 根据推荐引擎推广方案，结合推荐引擎推广的推荐机制，完成推荐引擎推广，增加商品有效曝光，提高商品的点击量和成交量。

操作过程：

#### 1. 搜索引擎优化

挖掘整理关键词—分析关键词数据—筛选与商品或网店匹配

的关键词—借助搜索排名查询工具，对商品内容进行优化。

## 2. 搜索引擎推广实施

搜索引擎推广账户搭建—推广计划制定—推广商品选择—推广关键词筛选—推广关键词添加与出价—人群定向与溢价—推广创意内容设计—推广时间及地域定向—设置推广预算并实施搜索引擎推广。

## 3. 推荐引擎推广实施

搭建推荐引擎推广账户—新建计划组—选择付费方式—圈定目标推广人群—确定推广资源位—选择投放时间及地域—设置预算并实施推荐引擎推广。

## 模块三：直播销售及客户服务

### （一）赛题立意

随着技术的进步，电子商务行业的发展更加多元化，以直播电商为代表的电子商务新模式迭代加速，依托这种销售模式而兴起的“直播销售员”成为职业的新趋势和新选择。同时伴随着“人、货、场”的不断变化，电子商务企业的经营重心也逐渐由以商品销售为中心转变为以客户服务为中心，实现了从流量经营到客户经营的转变，从而对客服从业人员提出了更高的要求，客户服务岗位也逐步向服务价值化、服务数字智能化、服务营销一体化转变。直播销售及客户服务模块紧跟产业发展趋势和电商行业人才需求，及时将电子商务产业发展的新职业—直播销售员和电子商务产业发展的新技术—智能客服纳入竞赛内容，对接直播销售、客户服务相关岗位（群），规划直播销

售、智能客服问答处理、客户异议处理等直播销售及客户服务的典型工作任务，全面考查选手的直播控场能力、直播销售能力、引导成交能力、客户需求分析能力、客户问题处理能力、客户异议处理能力、智能客服工具应用能力和数字技术应用能力以及消费者洞察力、服务意识、团队协作等素养。

所有任务均在竞赛平台创设的情境和构建的直播销售及客户服务环境中，赛题类型均为操作题，按照直播流程和客户服务要求实施。竞赛平台根据直播和智能客服底层逻辑，结合电商行业特性，采用机考评分和结果评分相结合的方式，对任务实施效果给出符合行业标准的科学评价。

## （二）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

### **样题 1：直播销售**

百分鲜果旗舰店主要销售冰糖橙、苹果、龙眼等商品，网店的销量一直很可观，已经积累了很多忠实客户。恰逢网店周年庆活动，百分鲜果旗舰店为了回馈老客户和吸引新客户，计划开展一次直播活动。为了保证直播效果，网店选取了店里销量最好的冰糖橙和苹果两款商品作为直播商品。

#### **任务素材：**

每款商品介绍文档各 1 份，人物设定文档 1 份。

#### **任务要求：**

根据提供的素材，策划直播内容，设置互动活动和购买页信息，

以给定的人物设定身份用普通话完成一场两款商品 10 分钟的直播销售。

### 操作过程：

1. 策划直播内容；
2. 设置直播互动活动及购买页；
3. 直播开场介绍；
4. 直播商品介绍与展示；
5. 直播商品上架；
6. 直播弹幕互动；
7. 直播收尾。

### 样题 2：智能客服问答处理

百分鲜果旗舰店进行线上运营后，龙眼、黄瓜、樱桃、蓝莓、羊角蜜等五款商品销量大幅提升，客户咨询数量也大大增加。由于客服人员有限，因不能及时回复而导致部分客户流失。为了改善这种情况，客户服务人员归纳整理出客户高频问题及标准回复话术，借助智能客服工具，设置快捷回复，辅助客服及时、准确地应答客户的各类问题，提高客户响应效率和客户满意度。

### 任务素材：

#### 商品信息：

##### 1. 龙眼

该龙眼是泰国进口新鲜龙眼，肉厚核小、晶莹剔透、甜蜜多汁，而且其果实营养丰富，是名贵的高级滋补品，具有补益心脾、养血

安神的功能。而且现在下单可享受满 19 元减 10 元的优惠。

商品名称	龙眼	储存方法	低温保鲜	保质期	7 天
食品添加剂	无	产地	泰国	是否为有机食品	否
同城服务	同城 24 小时物流送货上门	包装方式	包装	售卖方式	单品套餐
份量	3 人份	净含量	1 斤、3 斤、5 斤	生鲜储存温度	0-8℃

## 2. 樱桃

我们的樱桃每天清晨，伴着雨露在果园现摘现发，锁住新鲜。果子硬时酸甜，软时香甜，一口下去汁水环绕整个味蕾。店铺樱桃全部人工采摘，颗颗精心挑选，严格分拣后，立即发货。果子成长过程中，不用添加剂，不用催熟剂，让果子自然成熟。现在下单还可享受 4 折优惠。

商品名称	樱桃	保质期	7 天	产地	大连市
是否为有机食品	否	包装方式	包装	售卖方式	单品
套餐份量	5 人份	生鲜储存温度	0-3℃	适用人群	男女老少皆宜
单果规格 (mm)	26-28、28-30、30-32	食品添加剂	无	同城服务	同城 24 小时物流送货上门

## 3. 黄瓜

该商品采用原产地直供的模式，果园直采，新鲜发货，小黄瓜色泽翠绿诱人，口感清新，果肉水分充足。果农精选筛选，手工摘

叶子，剔除坏果，保证每一根黄瓜都鲜美爽口。现在下单还可享受满 20 元减 10 元的优惠。

商品名称	黄瓜	储藏方法	低温保鲜	保质期	7 天
食品添加剂	无	系列	蔬菜	规格	5 斤装
产地	潍坊市	是否为有机食品	否	套餐份量	3 人份
净含量	2500g	生鲜储存温度	0-8℃	食用方式	洗净后直接食用、炖汤食用

#### 4. 蓝莓

该蓝莓营养丰富，易于消化，特别是维生素 E 的含量高于其他水果几倍，甚至几十倍，氨基酸含量比山楂还高。蓝莓酸甜适中、脆嫩细腻、新鲜饱满、粒粒圆润，虽然自带的果粉隐藏了宝蓝色的光泽，却难掩芳华。而且该蓝莓果实小巧，肉质精致，入口有咬感而不软烂，爽口多汁，芳香弥漫。

商品名称	蓝莓	保质期	7 天	产地	秘鲁
是否为有机食品	否	包装方式	包装	套餐份量	1 人份
套餐周期	1 周	净含量	200g	生鲜储存温度	0-8℃
同城服务	同城 24 小时卖家送货上门	果径 (mm)	17 (含) -21 (不含)		

#### 5. 羊角蜜

羊角蜜瓜肉如冰糖般晶莹剔透，瓜汁似蜂蜜甘甜，青绿的表皮薄而有光泽，清香扑鼻，头茬甜瓜，瓜好甜度高。该羊角蜜都是藤上自然成熟，不催熟，不打药，细心的果农会精挑细选，现摘现发，新鲜直达。而且现在下单可享受满 38 元减 5 元的优惠。

商品名称	羊角蜜	储藏方法	冷藏	保质期	7 天
食品添加剂	无	产地	聊城市	包装方式	食用农商品
净含量	2500g	套餐份量	5 人份	同城服务	同城 24 小时物流 送货上门

## 网店信息：

### 1. 关于商品

本店生鲜商品图片都是实物拍摄，但是由于生鲜的特殊性，每一件商品都是现摘现发，因此个头大小、形状、颜色可能与拍摄图片略有差异，如有介意的买家请勿下单。

### 2. 关于发票

(1) 凡是在本店购物均可提供正规增值税发票，享受全面的售后保障，本店默认电子发票。

(2) 发票金额：本店所有订单均按照实际付款金额开具正规发票，如使用红包、淘金币、集分宝等抵扣金额，将不开具在发票金额内，发票内容为明细，不支持修改。

(3) 电子发票具有和纸质发票相同的法律效力，可作为保修、报销的有效凭证。

### 3. 关于快递

(1) 选择快递：本店采用中通、百世汇通等为您提供更快捷、更方便的服务，目前可实现中国大陆地区覆盖，不提供港、澳、台及海外地区订单寄送。

为了果果更快到达您手中，快递分地区由甘肃仓、山西仓、山东仓、陕西仓、河南仓、江苏仓、湖北仓、重庆仓、江西仓、浙江仓、福建仓、广东仓、广西仓、湖南仓、四川仓、云南仓等多仓发货。

(2) 发货周期：正常情况下会在您支付订单成功后 12 小时内为您配货发货；如遇商品预售（预定）、节假日、大促等情况，发货日期以商品页面标注的日期或天猫规则为准。

(3) 收货地址：商品未发出之前，可以修改收货地址。

#### 4. 关于退换货政策

(1) 关于退货：生鲜类目不支持七天无理由退换货服务，如收到坏果，请在签收后 24 小时内联系客服处理，超过 24 小时不予以处理哦！

(2) 关于赔付：因买家地址不详、有误，电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质，不予以赔偿哦！

单个商品赔付标准=商品实付金额/总个数，实际有几个坏果，赔付几个坏果的金额。

坏果赔付时请把坏果与快递单号放在一起拍照，一切需以图片凭证为准、不接受没有图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以不好吃、果子不好看等理由的理赔诉求。

(3) 关于损耗：水果在运输途中会有水分蒸发流失，收到后重量会稍有变动，重量误差 100g 以内不在赔付范围哦！因买家地址太偏/快递超区/需自提不及时自提，导致派送时间过长，水果变质，不予理赔，请偏远地区的买家，慎重购买！

(4) 关于拒收：以快递慢、不新鲜、不想要等理由单方面拒收，卖家不承担责任，因个人原因保存不当放置时间过长不在赔付范围！

#### 客户高频问题：

1. Q：在吗？

A：在哟，亲。有什么可以帮到您的吗？

2. Q：什么时候能发货？

A：亲，正常情况下会在您支付订单成功后 12 小时内为您配货发货；如遇商品预售（预定）、节假日、大促等情况，发货日期以商品页面标注的日期或天猫规则为准。

3. Q：你们支持 7 天无理由退货吗？

A：亲，我们是生鲜类目，不支持七天无理由退换货服务，如收到坏果，请在签收后 24 小时内联系客服处理，超过 24 小时不予以处理哦。

4. Q：我买了不想要了，可以拒收吗？

A：亲，以快递慢、不新鲜、不想要等理由单方面拒收，卖家不承担责任，因个人原因保存不当，放置时间过长，不在赔付范围哦。

5.Q: 为什么商品详情图片与实际商品不一样啊?

A: 亲, 本店生鲜商品图片都是实物拍摄, 但是由于生鲜的特殊性, 每一件商品都是现摘先发, 因此个头大小、形状、颜色可能与拍摄图片略有差异, 如有介意的买家, 请勿下单。

6.Q: 你们提供发票吗, 是纸质的吗?

A: 亲, 凡是在我们店购物均可提供正规增值税发票, 享受全面的售后保障, 本店默认电子发票哦。

7.Q: 会不会送过来已经坏了?

A: 亲, 为了果果更快到达您手中, 快递分地区由甘肃仓、山西仓、山东仓、陕西仓、河南仓、江苏仓、湖北仓、重庆仓、江西仓、浙江仓、福建仓、广东仓、广西仓、湖南仓、四川仓、云南仓等多仓发货, 所以不会坏的。

8.Q: 买的果子分量不足是怎么回事, 会有赔偿吗?

A: 亲, 水果在运输途中会有水分蒸发流失, 收到后重量会稍有变动, 重量误差 100g 以内不在赔付范围哦。

9.Q: 你们的赔付标准是什么?

A: 亲, 我们单个商品赔付标准=商品实付金额/总个数, 实际有几个坏果, 赔付几个坏果的价格。

10.Q: 如果使用了红包, 那商品开票金额是多少啊?

A: 亲, 本店所有订单均按照实际付款金额开具正规发票, 如使用红包、淘金币、集分宝等抵扣金额, 将不开具在发票金额内。

11.Q: 如果果子有质量问题, 怎么申请赔付?

A: 亲, 坏果赔付时, 请把坏果与快递单号放在一起拍照, 一切需以图片凭证为准、不接受没有图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以不好吃、果子不好看等理由的理赔诉求哦。

12. Q: 超过 24 小时还能申请赔付吗?

A: 亲, 抱歉啊, 我们规定是在签收后 24 小时内联系客服处理, 超过 24 小时不予以处理哦。

13. Q: 你们提供的电子发票可以用于报销吗?

A: 亲, 可以的, 电子发票具有和纸质发票相同的法律效力, 可作为保修、报销的有效凭证。

14. Q: 我填错地址了, 果子虽然到了, 但是已经坏了, 你们会赔吗?

A: 亲, 因买家地址不详, 有误, 电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质, 不予以赔偿哦。

15. Q: 您好, 我的订单地址写错了, 现在还没发货可以修改收货地址吗?

A: 亲, 商品未发出之前, 可以修改收货地址哦。

16. Q: 你们的龙眼产地是哪里的?

A: 亲, 龙眼是泰国的哦。

17. Q: 龙眼是不是可以用于食疗?

A: 亲, 是的呢, 龙眼果实营养丰富, 是名贵的高级滋补品, 具有补益心脾、养血安神的功能哦。

18. Q: 龙眼可以同城发货吗, 不能的话就算了。

A: 亲, 我们的龙眼是支持同城 24 小时物流送货上门的哦。

19. Q: 你们樱桃是不是催熟的?

A: 亲, 我们的樱桃成长过程中, 不用添加剂, 不用催熟剂, 都是让果子自然成熟哦。

20. Q: 这樱桃能存储多长时间?

A: 亲, 樱桃的保质期较短, 一般为 7 天, 请尽快食用哦。

21. Q: 你们的樱桃要怎么储存?

A: 亲, 如果樱桃不急着吃的话, 需要 0-3℃ 低温保存哦。

22. Q: 现在买黄瓜有优惠吗?

A: 亲, 我们这款黄瓜, 现在下单可享受满 20 元减 10 元的优惠哦。

23. Q: 你们这黄瓜是哪里产的?

A: 亲, 我们黄瓜的产地是潍坊哦。

24. Q: 你们这黄瓜做汤合适吗?

A: 亲, 可以的, 我们的黄瓜可以炖汤食用, 可以洗净后直接食用。

25. Q: 你们家蓝莓一份多重?

A: 亲, 一份蓝莓 200g 哦。

26. Q: 你们家蓝莓是哪里产的?

A: 亲, 蓝莓产地是秘鲁哦。

27. Q: 你家的蓝莓是有机食品吗?

A: 亲, 不是哦, 但我们家的蓝莓是纯天然的绿色食品哦。

28. Q: 羊角蜜可以便宜点嘛?

A: 亲，我们家的羊角蜜现在下单可享受满 38 元减 5 元的优惠哦。

29. Q: 一份羊角蜜多重?

A: 亲，一份 2500g，大约是 5 个人的分量哦。

30. Q: 羊角蜜是同城发货吗?

A: 亲，我们的羊角蜜是支持同城 24 小时物流送货上门的哦。

### **任务要求:**

利用提供的素材，结合客户高频问题及标准回复话术，设置快捷回复，在规定时间内，利用竞赛平台提供的应答环境，准确地回复15个客户的50个问题。

### **操作过程:**

1. 分析网店及商品资料;
2. 归纳客户高频问题;
3. 设置标准回复话术;
4. 分析客户问题，识别客户需求;
5. 动态应答客户各类问题。

## **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。

### **(一) 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。

## （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。

## （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。

## （四）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

### (一) 评分标准

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
网店开设装修	<b>知识点:</b> 1. 网店规划方法 2. 网店注册流程 3. Photoshop 等图像处理软件的使用方法 4. 首页布局原则 5. 店招设计方法 6. 轮播图布局方式	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。 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, 则网店开设装修记零分。 4. 如果在作品中出现不文明因素、意识形态问题等情况, 则网店开设装修记零分。		
	7. 轮播图设计要点	网店规划与注册	网店注册资料提交齐全, 注册信息填写完整且准确	2分	机考评分
	8. 商品主图设计原则 9. 商品卖点提炼方法	网店首页设计与制作	店招: 店招布局合理, 有明确的展示重点	1.5分	结果评分
			轮播图: 轮播图与网店商品相关; 轮播图构图合理; 轮播图设计美观	4分	
			网店首页布局合理	1.5分	
	10. 页面文案设计原则	商品主图视频设计与制作	商品主图视频内容具有创意性、视觉传达效果良好; 视频剪辑规范且完整	4分	结果评分
	11. 商品主图视频内容策划方法	商品详情页设计与	商品信息设置准确、完整	1分	机考评分
12. 商品主图视频制作方法					

13. 商品详情描述设计逻辑和要点 <b>技能点:</b> 1. 网店整体规划 2. 网店端首页布局设计 3. 店招设计与制作 4. 轮播图设计与制作 5. 商品卖点提炼 6. 页面文案设计 7. 商品详情描述设计与制作 8. 商品主图设计与制作 9. 商品主图视频设计与制作	制作	商品卖点提炼准确	1分	结果评分
		商品主图：图文排版美观，商品展示合理	4分	
		商品详情页布局合理	2分	
		详情描述页内容全面、合理；详情页整体搭配合理	4分	

<p style="text-align: center;"><b>网店运营推广</b></p>	<p><b>知识点：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市场分析原则与方法</li> <li>2. 目标客户分析指标</li> <li>3. 网店运营推广策略制定流程</li> <li>4. 网店运营推广搜索排名规则</li> <li>5. 网店运营推广扣费规则</li> <li>6. 网店运营推广展位竞价方法</li> <li>7. 商品标题优化方法</li> <li>8. 网店运营推广效果分析指标</li> <li>9. 网店推广工具使用方法</li> </ol> <p><b>技能点：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市场数据分析</li> <li>2. 网店运营推广策略制定</li> <li>3. 搜索引擎推广</li> <li>4. 推荐引擎推广</li> <li>5. 搜索引擎优化</li> <li>6. 网店运营推广数据分析</li> <li>7. 网店运营推广</li> </ol>	<p><b>评分整体说明：</b>根据推荐引擎推广、搜索引擎推广、搜索排名优化的效果评分。推荐引擎推广与搜索引擎推广的效果反馈均通过点击量、成交量和转化率，搜索排名优化的效果通过 SEO 值反馈，共 7 项评分，总分共计 40 分。</p> <p><b>推荐引擎推广：</b>点击量满分为 5 分，成交量满分为 5 分，转化率满分为 3 分，共 13 分；</p> <p><b>搜索引擎推广：</b>点击量满分为 5 分，成交量满分为 5 分，转化率满分为 3 分，共计 13 分；</p> <p><b>搜索引擎优化：</b>搜索排名优化满分为 14 分。</p> <p>推荐引擎推广和搜索引擎推广：以推荐引擎推广为例，每个赛场根据各队成绩排序，点击量第一名的团队获得该项成绩的满分 5 分，按照名次递减 0.25 分，第二名 4.75 分，依此类推；成交量第一名获得该项成绩的满分 5 分，按照名次递减 0.25 分，第二名 4.75 分，依此类推；转化率第一名获得该项成绩的满分 3 分，按照名次递减 0.15 分，第二名 2.85 分，依此类推，搜索引擎推广 3 项评分算法与推荐引擎推广相同。</p> <p>搜索引擎优化：每个赛场根据各队 SEO 值进行排序，第一名获得该项成绩的满分 14 分，按照名次递减 1 分，第二名 13 分，依此类推。</p>	<p style="text-align: center;">40 分</p>	<p style="text-align: center;">机考评分</p>
--	--	---	---	---

	策略优化	参赛团队最终成绩=搜索引擎推广点击量成绩+搜索引擎推广成交量成绩+搜索引擎推广转化率成绩+推荐引擎推广点击量成绩+推荐引擎推广成交量成绩+推荐引擎推广转化率成绩+搜索排名优化成绩。一旦发现参赛团队有违规操作行为，则该项目记为0分。				
直播销售及客户服务	<b>知识点：</b> 1. 直播销售规范 2. 直播互动类型 3. 直播促单方法 4. 客户接待规范 5. 客户沟通方法 6. 客户问题处理方法 7. 客户异议处理原则 8. 智能客服问答配置方法 <b>技能点：</b> 1. 直播脚本策划 2. 直播商品讲解 3. 直播互动及节奏把控 4. 智能客服问答配置 5. 客户问题处理 6. 客户交易促成 7. 客户异议处理	直播销售	互动活动信息及购买页信息设置正确	2分	机考评分	
			购买页商品标题设置合理	1分	结果评分	
			直播开场预热要素完整	1分		
			商品引入话术讲解合理；商品属性及卖点讲解准确	5分		
			直播互动讲解准确；弹幕互动回复准确；直播互动氛围良好	3分		
			直播促单具有吸引力	1分		
			直播收尾讲解要素完整	1分		
			直播过程商品上架及时	0.5分		机考评分
			直播达到规定时长	0.5分		评分
			仪态大方得体	1分	结果评分	
			语言流畅、逻辑清晰	2分		
			直播活动策划有创新性	2分		
			直播画面呈现效果良好	2分		
			智能客服问答处理	在规定时间内，准确回复15个客户售前、售中、售后相关的50个问题，每回答正确一个客户问题得0.2	10分	机考评分

			分		
		客户异议处理	客户异议类型判断准确；异议产生原因分析合理；客户异议处理方案制定合理	3分	结果评分

## （二）评分方式

1. 裁判员选聘：裁判员由执委会根据参赛队伍情况聘请。

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，优先以网店运营推广成绩进行排名，若网店运营推广成绩仍相同则按照网店开设装修成绩进行排名。

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、监督仲裁组签字后公布比赛结果。

## 十二、奖项设置

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）。

## 十三、赛项预案

### （一）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。

### （二）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. 参赛选手举手示意，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。

### （三）参赛选手发生意外受伤或急病等情况

应按下列步骤进行处理：

1. 参赛选手举手示意；
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

### （一）参赛队须知

1. 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。
2. 参赛队员需要购买保险。

### （二）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。

### （三）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，以及其它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。参赛选手不得发布与比赛相关的虚假信息 and 不当言论。

### （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。赛项监督仲裁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，申诉方可随时提出放弃申诉。