**2025年河北省职业院校技能大赛**

**赛项规程**

**赛项名称： 电子商务**

**英文名称： E-commerce**

**赛项组别： 高职组**

1. 赛项名称

电子商务

1. 赛项组别及分组

高职组（学生组）

1. 赛项目的与设计原则

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。

1. 比赛内容与规则

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、分值占比，如下表所示：

**表1 竞赛内容与占比**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **模块** | **竞赛内容** | **分值占比** |
| 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，增加网店页面访问深度，提高产品转化率。 | 30% |
| 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% |

**表2 竞赛内容与分值、竞赛方式、竞赛时间**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **竞赛内容** | **分值** | **竞赛方式** | **竞赛时间** |
| 电商产品开发 | 20分 | 4人分工合作 | 90分钟 |
| 视觉营销 | 30分 | 4人分工合作 | 150分钟 |
| 网店营销与运营推广 | 50分 | 4人分工合作 | 300分钟 |

（二）比赛规则

1.赛前准备

（1）领队会议：比赛日前一天下午15:00-15:30召开领队会议，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。

（2）熟悉场地：比赛日前一天下午15:30-16:30开放赛场，熟悉场地。

（3）抽签仪式：比赛前一小时内举行抽签仪式，通过抽签确定各参赛队伍的赛场座次。

（4）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。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。

2.比赛期间

（1）各参赛队伍打开电脑，进入竞赛平台，并修改各自密码。由裁判长宣布比赛开始，各参赛队伍开始竞赛。

（2）竞赛过程中，如有疑问，参赛选手应及时举手示意，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，参赛选手应及时举手示意。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。

（3）网店营销与运营推广模块比赛开始后，在运营过程中，赛场裁判负责控制招标过程，并宣布阶段性成绩。

3.成绩公布

裁判将解密后的各参赛队伍（选手）成绩汇总成最终成绩单，经裁判长、监督仲裁组签字后进行公布。

1. 比赛样题

（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3 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4 不同款式手机壳的市场需求量**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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：**

（1）根据市场需求及产品定位，明确产品规划和开发需求。

（2）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。

（3）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。

（4）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。

（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：**

（1）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。

（2）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。

（3）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。

（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，达到提升网店的核心竞争力的目的，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：**

（1）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。

（2）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。

（3）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。

1. 比赛方式及时间

（一）组队要求

本赛项为团体赛。以院校为单位组队参赛，不得跨校组队，每个参赛代表队由4名选手组成，每个代表队限设2名指导教师，每所学校限报1个代表队。各参赛学校设领队1人。

（二）竞赛时间

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **日期** | **时间** | **事项** |
| 12月3日 | 13:30 | 报到、领取资料 |
| 15:00-15:30 | 领队会 |
| 15:30-16:30 | 熟悉场地 |
| 12月4日 | 7:00-7:15 | 检录 |
| 7:15-7:30 | 第一次抽签加密（抽序号） |
| 7:30-7:45 | 第二次抽签加密（抽赛位号） |
| 8:00-10:30 | 视觉营销模块比赛 |
| 10:40-12:10 | 电商产品开发模块比赛 |
| 12:10-13:10 | 午餐 |
| 13:10-18:10 | 网店营销与运营推广模块比赛 |
| 12月5日 | 全天 | 返程 |

1. 评分方法、评分细则

（一）评分方法

1.评分方法

评分方法：分为机考评分和结果评分。

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，学生组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。

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、监督仲裁人员签字确认后公布。

4.申诉与仲裁

在比赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，参赛队领队可在比赛结束后（选手赛场比赛内容全部完成）1小时之内向仲裁组提出书面申诉。超过时效不予受理。赛项监督仲裁工作组在接到申诉报告后的1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。

（二）评分细则

**表5 评分规则**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | 机考  评分 |
| 竞争对手分析精准 | | | | 2 | 机考  评分 |
| 产品定位精准 | | | | 1 | 机考  评分 |
| 数据化选品 | 产品生命周期分析准确 | | | | 2 | 机考  评分 |
| 产品投资回报率分析准确 | | | | 2 | 机考  评分 |
| 产品选择准确 | | | | 1 | 机考  评分 |
| 产品供应渠道评估 | 产品供应渠道评估准确 | | | | 3 | 机考  评分 |
| 产品供应渠道选择合理 | | | | 2 | 机考  评分 |
| 产品发布渠道测试 | 产品发布渠道测试准确 | | | | 2 | 机考  评分 |
| 产品发布渠道选择合理 | | | | 2 | 机考  评分 |
| 产品发布准确性、规范性 | | | | 1 | 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。  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。  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。 | | | | | | | |
| **知识点：**  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  **技能点：**  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 | 网店首页视觉营销设计 | PC端网店 | 首页布局 | | 首页布局合理，层次清晰，有明确的视觉动线。 | 2 | 结果评分 |
| 店招图片 | | 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。 | 2 | 结果评分 |
| 轮播图片 | | 轮播图片主题突出，定位明确，有较强的营销导向。 | 2.5 | 结果评分 |
| 轮播图片视觉要素应用合理，设计感强，有明确的视觉焦点 | 2 | 结果评分 |
| 移动端网店 | 首页布局 | | 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。 | 1 | 结果评分 |
| 轮播  图片 | | 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。 | 0.5 | 结果  评分 |
| 产品主图视频编辑与制作 | 视频内容主题明确、有创意，产品卖点突出。 | | | | 2 | 结果  评分 |
| 产品信息展示全面，视觉传达效果良好，符合浏览习惯。 | | | | 2 | 结果  评分 |
| 视频衔接自然、流畅，尺寸、大小、格式、时长等符合要求。 | | | | 1 | 结果  评分 |
| 产品详情页视觉营销设计 | 产品  主图 | | 设计新颖，有视觉冲击  力，能有效吸引消费者。 | | 3 | 结果  评分 |
| 能展示产品特色及优势  ，卖点突出、有创意。 | | 2.5 | 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 | 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 | 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 | 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 | 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。每个赛场根据各队第五轮关账后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 | 机考评分 |

1. 技术规范和赛项使用设备平台的相关标准

（一）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

《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

（二）赛项使用设备平台的相关标准

|  |  |
| --- | --- |
| **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以上操作系统；预装火狐浏览器；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DreamweaverCS6和FireworksCS6简体中文版；预装AdobePhotoshopCS6版本。 |
| 竞赛平台 | 平台能够满足电商产品开发、视觉营销、网店营销与运营推广、网店推广等竞赛模块，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E5-2683v4十六核以上CPU；16GB以上内存；硬盘：500G以上、转速：10000RPM或固定P4510；千兆网卡。预装WindowsServer2008R2操作系统及IIS7.5；预装MicrosoftSQLServer2008数据库。 |