

河北省商业产教融合共同体（职业教育集团）

冀商业团〔2025〕第07号

关于举办 2026 年河北省职业院校技能大赛（高职组） “互联网营销”赛项的通知

各相关院校：

根据《河北省教育厅关于举办 2026 年河北省职业院校技能大赛的通知》（冀教职成〔2025〕23号）和《河北省职业院校学生技能大赛方案》（冀教职成〔2022〕72号）文件精神，现将 2026 年河北省职业院校技能大赛高职组互联网营销赛项有关事项通知如下：

一、组织机构

主办单位：河北省教育厅

承办单位：河北省商业产教融合共同体（职业教育集团）
河北工业职业技术大学

技术支持：中教畅享科技股份有限公司

二、日程安排

（一）领队会

时间：2025年12月27日 15:00-15:30

地点：石家庄市桥西区红旗大街626河北工业职业技术大学8号教学楼

（三）比赛

时间：2025年12月28日

地点：石家庄市桥西区红旗大街 626 河北工业职业技术大学 8 号教学楼三层

三、比赛内容与规程

详见附件：2026 年河北省职业院校技能大赛高职组互联网营销赛项规程。

四、参赛对象与组队要求

（一）参赛对象

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。凡获得过世界职业院校技能大赛金奖或全国职业院校技能大赛一等奖的学生，不能参加同一赛项同一组别（中职组、高职组）的省赛。

（二）组队要求

本赛项为团体赛，每支参赛队选手人数不超过 4 人，各参赛队可配指导教师，每队限报 2 名。

参赛学生报到时需要提供学生证、身份证复印件各 1 份。不符合参赛资格的选手，一经发现取消参赛资格且追回有关荣誉证书。

五、参赛守则

（一）严格遵守技能竞赛规则、技能竞赛纪律和安全操作规程，尊重裁判和赛场工作人员，自觉维护赛场秩序，听从工作人员的指挥。

（二）参赛选手须按各相关项目竞赛的通知要求，准时到达比赛场地等候，逾期不到者按自动弃权处理。

（三）参赛选手进入比赛场地，须佩带参赛证并出示学

生证及身份证，着装应符合相关项目的比赛要求。

（四）不得使用设备通讯功能，不得携带书籍、参考资料，比赛期间如发现选手携带或使用，按作弊处理。

（五）竞赛过程中不准互相交谈，不准偷窥、暗示，不得擅自离开赛场。

（六）竞赛完成后必须按工作人员要求迅速离开赛场，不得在赛场内滞留。

（七）到达竞赛结束时间，应立即停止答题和操作，不得拖延。

（八）爱护竞赛场所的设备、仪器等，不得人为损坏竞赛用的仪器设备。

（九）如对裁判员或执裁过程有异议，应在本场竞赛结束后 1 小时内由领队以书面形式向赛项监督仲裁组正式提出。

六、参赛须知

（一）参赛院校请于 2025 年 12 月 21 日前登录“河北省职业院校技能大赛”：<http://hbszjs.hebtu.edu.cn/jnds/> 官网进行网上报名。

各队须认真核实好参赛选手和指导教师的姓名（必须与本人身份证一致）。此信息将作为赛场考务安排、成绩公布、证书发放的依据。信息一经上报，不得更改。如因学校上报信息不准，学校自行承担其带来的一切后果。

（二）材料不全或逾期报送将不予受理。报名后，原则上不得更换参赛选手。若比赛现场发现参赛选手与报名表不符，将取消参赛资格。

（三）参赛选手须携带身份证和学生证参加比赛，无上

述证件者不得参赛。

参赛选手住宿必须出具本人的身份证件。按照公安机关要求，未携带身份证件的人员不能入住宾馆。

（四）各参赛单位必须为参赛选手、领队及指导教师上意外伤害保险和医疗保险。大赛期间发生的医疗费用，由各参赛队自行解决。

七、其他

（一）住宿酒店推荐

推荐酒店：河北工业职业技术大学培训中心（美东雅居酒店）

地址：石家庄市桥西区红旗大街 626 号河北工业职业技术大学校内

联系方式：史经理 13831134960

（二）本次竞赛不收取任何费用，食宿费、交通费及其他费用自理。

八、联系方式

报名联络人：郝老师 17692405896

技术支持方：赵连明 18610919152

附件：2026 年河北省职业院校技能大赛高职组互联网营销赛项规程

河北省商业产教融合共同体（职业教育）集团

2025 年 12 月 5 日

2026年河北省职业院校技能大赛

高职组互联网营销赛项规程

赛项名称：互联网营销

英文名称：Internet Marketing

赛项组别：高职组

一、竞赛目标

本赛项对接产业前沿技术，促进产教融合、校企合作、产业发展，顺应数字经济产业发展的新需求，坚持以赛促教、以赛促学、以赛促改，引领高等职业院校专业建设与教学改革。赛项聚焦互联网营销中的直播营销、商务数据分析等相关技能，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。

二、竞赛内容

（一）赛项整体内容介绍

互联网营销是指在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行多平台营销推广。比赛中对选手的技能要求主要包括：市场信息分析、直播规划、脚本策划、创建直播、直播装修、直播推广、直播售卖、直播互动、直播复盘、商务数据分析、综合复盘展示等。

赛项模块主要内容、比赛时长及分值

竞赛模块	竞赛内容	比赛时长	分值
直播营销	根据市场流量大盘和历史销售数据、商品资料等内容，在给定的资金范围内，策划并执行一场直播，完成市场信息分析、直播规划、脚本策划、创建直播、直播装修、直播推广、直播复盘等过程，并根据背景介绍以及商品资料，策划一场10分钟的直播，通过直播APP完成两款商品的直播演示。同步收集复盘展示PPT素材。	180分钟	50分

商务数据 分析	根据给定的背景信息，结合任务要求，运用BI工具，对竞争对手数据进行分析，明确当前目标市场真正的竞争对手；对营销推广数据分析，为制定精准化销售策略提供参考依据；对客户数据分析，实现精准化运营，促进业绩增长。同步制作复盘展示PPT。	90分钟	30分
综合展示	参赛队伍根据直播营销模块的运营情况，结合直播营销比赛进行过程中所制作的汇报PPT，对本队的直播营销进行复盘展示。主要介绍总体运营策略及计划、实施过程、运营效果、下一步优化及改进的方向，以及竞赛项目对未来工作的启动等内容。比赛时长为10分钟，综合展示需有至少2名参赛选手配合完成。	10分钟	20分

三、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

本赛项为学生赛。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。所有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。

四、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
报到日	15:00~16:00	领队会议	各参赛队领队
	16:00~16:30	熟悉赛场	技术人员、各参赛队
竞赛日	8:00~8:20	大赛检录进场 第一次抽签加密	参赛选手、加密裁判
	8:20~8:30	第二次抽签加密	参赛选手、加密裁判
	8:40~11:40	直播营销	参赛选手、裁判
	11:40~12:40	午餐	参赛选手、裁判、工作人员
	12:40~14:10	商务数据分析	参赛选手、裁判
	14:10~18:00	综合展示	参赛选手、裁判

五、竞赛规则

（一）选手报名：参赛选手报名获得确认后不得随意更换。如比赛前参赛选手因故无法参赛，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：比赛前一天下午开放赛场，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及参赛证，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，并管理加密结果。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。如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成绩汇总成比赛成绩，经裁判长、监督仲裁组签字，公布比赛结果。

六、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）高职电子商务、移动商务、网络营销与直播电商、商务数据分析与应用、市场营销等专业主要专业能力要求与《市场营销》《商务数据分析》《数据可视化》《直播销售》《直播运营》《网络推广》《销售数据分析》《市场数据分析》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

《互联网营销师国家职业技能标准》（2021年版）

职业编码：4-01-02-07

七、技术环境

（一）竞赛场地内设置满足所有参赛队伍同时竞赛的竞赛环境。

（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，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) 汇报场地。汇报场地设置汇报室、准备室各1间独立房间。汇报室配备多媒体设备及录音录像设备。

(七) 技术平台

1. 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office2016版本；预装录屏软件；预装搜狗拼音、五笔、微软拼音等中文输入法和英文输入法。
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。
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E5-2683v4十六核以上CPU；16GB以上内存；硬盘：500G以上；转速：10000RPM或固态P4510；千兆网卡。 预装WindowsServer2008R2操作系统及IIS7.5；预装MicrosoftSQLServer2008数据库。

2. 参赛选手自带设备

序号	名称	技术规格
1	直播耳机	直插型、入耳式有线耳机，线长不低于1.5m。

2	直播手机	安卓（Android），满足前摄主摄均达500万像素或以上，3GB+32GB或以上。不得插入SIM卡。
---	------	---

八、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表

序号	模块名称	权重占比（%）	竞赛时间（分）
1	直播营销	50	180
2	商务数据分析	30	90
3	综合展示	20	10

模块一：直播营销

（1）背景资料

欢乐多零食专营店是一家网上平台店铺，主营业务是休闲零食的网上销售。店铺计划将在11月份举办一场秋冬季休闲食品主题的专场直播。直播营销人员需要根据市场流量大盘和历史销售数据、商品资料等内容，在给定的资金范围内，策划并执行一场直播，完成市场信息分析、直播规划、脚本策划、创建直播、直播装修、直播推广、直播复盘等过程，并根据背景介绍以及商品资料，策划一场10分钟的直播，通过直播APP完成两款商品的直播演示。

两款商品的介绍如下：

蛋黄酥：蛋黄酥是由小麦、黄油、蛋黄等做成的传统中式糕点。随着用料的不断升级，蛋黄酥逐渐成为一款网红商品，配料有白砂糖、水、黄豆、豆沙、咸鸭蛋、糯米皮等。

巧克力：巧克力是以巧克力豆作为主料的一种混合型食品，其主要原料是可可豆，可以直接食用，也可被用来制作蛋糕、冰激凌等，在浪漫的情人节，它更是表达爱情少不了的主角。

（2）考核要求

根据背景资料要求，进行数据分析，选出直播所需商品，并进行采购与定价。

根据背景资料要求，对直播主题、时间等进行规划，并据此策划直播脚本。

根据背景资料要求，创建直播，确定直播的封面、栏目、简介等信息。

根据背景资料要求，对直播间进行装修，设置相关直播信息。

根据背景资料要求，为直播做推广，提高直播间的流量。

根据背景资料要求，对直播间观众的行为数据、商品数据等进行分析。

直播时长要达到10分钟。

讲解的商品正确关联商品链接。

直播画面始终围绕主播或竞赛商品，画面清晰明亮；直播过程中没有10秒以上的卡顿、冷场。

直播开场包含问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动四项内容。

有商品属性、特色、卖点的介绍，有商品日常价格、直播促销价的说明，有商品的特写展示。同时，要回答弹幕中出现的相关问题。

结尾需要包含引导关注、感谢语等内容。

模块二：商务数据分析

（1）背景资料

鹏飞电子商务公司是一家集生产、销售、服务于一体的电子商务零售企业，2010年正式入驻多个电子商务平台，主营电子产品、家居用品、服装鞋帽、礼品饰品等多个品类。前期各大电子商务平台流量大、竞争小，凭借良好的品质以及优质的服务，公司不断扩大市场份额，在激烈的市场竞争中占据了一席之地。

近几年，随着商品同质化严重，流量越来越贵，获客成本越来越高，公司面临主力商品销售额下降、仓储中心库存积压、市场推广效果持续不佳等困境。为此，公司决定打破大量铺货的经营模式，针对不同的目标市场进行精细化运营，寻求运营蓝海，并成立了商务数据分析部门，通过采集并分析目前比较热门的小众市场商品、客户、供应商、竞争对手、营销推广等方面的数据，进行商品同类竞争态势、替代品竞争、客户群体

、供应链风险、营销推广效果等分析与可视化呈现，实现精准化营销，走出经营困境。

商务分析部门需要对竞争对手数据进行分析，运用BI工具，从商品、时间、城市、订单类型、消费人群等维度建立多维分析指标体系，对竞争对手的销量、销售额等数据进行多维图表展示分析。

为了控制营销推广成本，需对营销推广数据进行分析，制定精准化营销策略，根据进店关键词数据表，运用BI工具，从SEO点击量、SEO转化量、SEO转化率、SEM点击量、SEM转化量、SEM转化率、点击花费、平均点击单价、销售额、投入产出比等维度建立多维分析指标。

为了针对目标客户群体实现精准化运营，鹏飞电子商务公司需要对客户数据进行分析，明确客户特征，进而为电子商品、家居用品、服装鞋帽、礼品饰品等品类的营销策略优化提供数据支持。运用BI工具，从四类客户群体特征、销售数据、营销特征等维度建立整体和多期变动的多维分析指标体系，对销售额、物流方式、活动类型进行分析。

（2）具体考核要求

①竞争对手数据分析

要求：运用帕累托模型对竞争对手进行分层定位图表呈现，完成竞争对手金字塔的构建，确定行业领袖、实力相当的企业、实力略弱的企业，明确当前目标市场真正的竞争对手。

②营销推广数据分析

要求：分析不同进店关键词对店铺销售实现效果的影响，为制定精准化销售策略提供参考依据。

③客户数据分析

要求：从各客户群体销售贡献度对比、各特征客户群体表现对比等角度建立分析指标，完成客户数据多维分析图表呈现，探索不同客户的销售额贡献程度、营销活动敏感程度，实现精准化运营，促进业绩增长。

模块三综合展示

参赛队伍根据直播营销模块的运营情况，结合直播营销比赛进行过程中所制作的汇报PPT，对本队的直播营销进行复盘展示。主要介绍总体运营策略及计划、实施过程、运营效果、下一步优化及改进的方向，以及竞赛项目对未来工作的启动等内容。比赛时长为10分钟，综合展示需有至少2名参赛选手配合完成。

具体竞赛要求为：

1. 准确性与完整性：根据第一个模块的竞赛内容和竞赛要求进行展示和讲解，阐述精准。
2. 条理逻辑性：汇报内容整体逻辑条理清晰、重点明确、语言简练，音量适中，富有感染力。
3. 深度与价值挖掘：深入透彻分析运营过程中存在的问题，能够结合所学专业知识提出具有可行性和价值性的优化建议，并能够在此基础上提出对未来相关工作的有效启示。

4. 团队合作：至少2名参赛选手完成汇报展示，各部分衔接流畅。
5. 时间把控：严重不足10分钟或超时酌情扣分。
6. 注意事项：汇报过程中，不得透露所在学校、城市，汇报文件中不出现学校名称、LOGO、所在城市等信息。

九、成绩评定

(一) 评分标准

评分标准表

模块	评分内容	评分细则	分值	评分方式
直播营销	市场信息分析	所选的商品达到5款；5款商品的角色定位符合要求，且包含引流款、利润款、形象款，商品定位数量比例合理。	1分	机考评分
	直播规划	主题策划 主题类型、直播主题设计、直播时间策划需符合背景要求。	0.4分	结果评分
		互动策划 直播开场、商品促销及直播收尾至少各包含一个互动，至少包含3种促销形式。	0.6分	结果评分
	脚本策划	整场直播脚本策划 整场直播脚本必须包含直播开场、商品介绍、直播收尾、直播互动环节，脚本内容撰写详细、逻辑清晰、有创意且符合背景资料。	3分	结果评分
		单品直播脚本策划 单品脚本内容包括还原场景介绍、抬高需求、展示卖点、灌输理念、促进成交等部分。	3.4分	结果评分
	直播创建	根据直播策划内容，创建直播，设置直播间名称、封面、简介、直播时间、频道栏目。	0.4分	机考评分
	直播装修	欢迎语设置 欢迎语设置正确。 屏蔽词设置 屏蔽词分类正确。 快捷短语设置 快捷短语设置符合各层级粉丝的需求。	1.2分	机考评分

	直播总体效果	根据选手设置的付费推广和免费推广项目以及制定的互动方案，系统会在用户直播结束计算出用户的观看总人数、新增粉丝数、商品点击数量、总销售额和总利润，并根据权重公式计算出本次直播的综合效果。	8.8分	机考评分
	直播复盘	根据直播数据大盘，完成观众的行为数据、商品数据等相关内容的统计分析，结果正确。	1.8分	机考评分
直播策划	商品主图	主图设置正确且达到5张，所选择图片内容正确且未变形、未模糊	0.4分	机考评分
	商品详情图	商品包含正确的商品属性图、商品特点图、商品整体图、商品特写图、配送说明图、售后说明图	1.2分	机考评分
	直播间商品链接	讲解的商品正确关联商品链接	0.4分	机考评分
	直播时长	直播时长达到10分钟	0.4分	机考评分
	商品标题	商品标题关键词符合背景资料介绍内容。	0.4分	机考评分
直播实施	直播开场	直播开场需讲解以下四项内容：问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动。	1.8分	结果评分
	商品介绍	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种。	10.4分	结果评分
		正确介绍商品基本属性。		
		能够讲解商品的卖点及特色，突出商品优势，强化直播间观众对直播商品的认知。		
		有商品日常价格、直播促销价的说明，并使用倒计时营造抢购氛围。		
		能够将FAB法则融入到商品介绍中。		
		有商品的特写展示。		

		信息卡设置	选择合适的信息卡模板。	2分	结果评分
		弹幕问题回答	准确完成弹幕问题的回答。	2.2分	结果评分
		直播互动	在互动面板设置两种有弹出效果的互动方案，互动讲解节奏安排合理恰当，能够有效活跃直播间氛围。	2.2分	结果评分
		直播结尾	能够进行直播收尾讲解，通过引导关注、感谢语等内容的讲解，将直播间观众转化为粉丝，引发观众留恋。	2分	结果评分
		直播视频	直播讲解过程整体非常流畅、衔接自然，没有10秒以上的卡顿、冷场。	2分	结果评分
		直播效果整体评价	能对背景资料进行加工，内容有吸引力，直播讲解充满激情。	4分	结果评分
商务数据分析		评分内容包括：竞争对手数据分析、营销推广数据分析、客户数据分析等。		30分	机考评分
综合展示		内容展示	准确性与完整性：根据第一个模块的竞赛内容和竞赛要求进行展示和讲解，阐述精准。 条理逻辑性：汇报内容整体逻辑条理清晰、重点明确、语言简练，音量适中，富有感染力。 深度与价值挖掘：深入透彻分析运营过程中存在的问题，能够结合所学专业知识提出具有可行性和价值性的优化建议，并能够在此基础上提出对未来相关工作的有效启示。 团队合作：至少2名参赛选手完成汇报展示，各部分衔接流畅。 时间把控：严重不足10分钟或超时酌情扣分。	20分	结果评分

(二) 评分方式

1. 裁判员选聘：裁判长1名，裁判聘请数量依据参赛队报名数量确定。

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，优先以直播营销成绩进行排名，若直播营销成绩仍相同，则按照商务数据分析成绩进行排名。

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、奖项设置

本赛项设团体一、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）。对获得本赛项一等奖团队的第一指导教师，授予优秀指导教师荣誉称号。

十一、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相关情况，代表队领队可以在比赛结束后（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。