

第二届全国乡村振兴职业技能大赛江西选拔
赛暨江西省第二届乡村振兴职业技能大赛

“电子商务师”项目技术工作文件

2024年3月

目 录

1.项目简介	1
1.1 项目描述	1
1.2 考核目的	1
1.3 相关文件	1
2. 基本能力与职业标准	1
3.竞赛内容	4
3.1 考核内容	4
3.2 竞赛模块	4
3.3 模块简述	4
3.3.1 模块 A: 网店直播	4
3.3.2 模块 B: 视觉营销设计	4
3.3.3 模块 C: 网上交易管理	4
3.3.4 模块 D: 网络客户服务	5
3.3.5 模块 E: 电子商务数据分析与应用	5
3.3.6 模块 F: 网络推广	5
3.4 命题方式	5
3.5 竞赛日程及地点安排	5
4.评分标准	6
4.1 评价分（主观）	6
4.2 测量分（客观）	7
4.3 评分流程说明	7

4.4 统分方法	7
4.5 裁判构成和分组	7
4.5.1 裁判组	7
4.5.2 裁判员任职条件	8
4.5.3 裁判长及裁判长助理职责	8
4.5.4 裁判员职责	8
4.5.5 裁判评判工作及纪律要求	9
4.5.6 预期分组与分工方案	10
5.竞赛相关设施设备	10
5.1 场地设备	10
5.2 材料	11
5.3 竞赛选手自备的设备和工具	11
5.4 竞赛场地禁止自带使用的设备和材料	12
6.项目特别规定	12
7.赛场布局要求	12
8.健康安全和绿色环保	13
9.开放赛场	13
附件 1: 竞赛样题	15
附件 2: 评分细则	26

1.项目简介

1.1 项目描述

电子商务师项目是指在互联网及现代信息技术平台上，选手作为卖家完成视觉营销设计，做好客户服务，并利用网络推广和直播营销等手段提高店铺运营效果的竞赛项目。比赛中对选手的技能要求主要包括：视觉营销设计、网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用、网络推广、网店直播等。

该项目对应的职业（工种）：电子商务师。

职业名称	电子商务师
职业编码	4-01-06-01
所在分类	4 社会生产服务和生活服务人员》4-01 批发与零售服务人员》4-01-06 电子商务服务人员》4-01-06-01 电子商务师

1.2 考核目的

本赛项以全国乡村振兴职业技能大赛为主要参照，目的是选拔出具备优良技能水平和综合素质的选手代表江西省备战国赛，赛项内容对接数字经济下人才培养的新技术、新要求、新规范，致力于培养适应产业数字化转型升级和企业技术创新需求的高素质技术技能人才。

1.3 相关文件

本项目技术工作文件只包含项目技术工作的相关信息。除阅读本文件外，开展本技能项目竞赛还需配合其他相关文件一同使用：

《国家职业技能标准电子商务师（2022 版）》

第二届全国乡村振兴职业技能大赛江西选拔赛暨江西省第二届乡村振兴职业技能大赛“电子商务师”项目竞赛样题（附件 1）

第二届全国乡村振兴职业技能大赛江西选拔赛暨江西省第二届乡村振兴职业技能大赛“电子商务师”项目竞赛评分细则（附件 2）

2. 基本能力与职业标准

本项目以全国乡村振兴职业技能大赛标准和国家职业标准为主

要参照；职工组、学生组均以国家职业技能标准三级（高级工）并结合行业技术发展确定竞赛标准。具体基本能力和职业标准要求如下：

相关要求		权重比例 (%)
1	网店直播	30
基本知识	<ul style="list-style-type: none"> -市场信息的分析方法 -选品方案制定方法 -商品价格分析方法 -直播规划要点 -脚本策划要素 -直播推广渠道选择方法 -直播复盘指标和原则 -直播开场技巧 -个人情绪管控技巧 -直播间气氛调动技巧 -直播互动的常见方式 -直播售卖技巧及方法 -直播收尾思路 -直播间突发状况处理方法 	
工作能力	<ul style="list-style-type: none"> -市场信息分析的能力 -直播规划的能力 -脚本策划的能力 -直播间视觉营销设计的能力 -直播推广的能力 -直播数据分析的能力 -个人情绪管理的能力 -直播间氛围调动的能力 -商品售卖的能力 -突发状况应变的能力 	
2	视觉营销设计	15
基本知识	<ul style="list-style-type: none"> -店铺招牌、导航、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐的布局 -商品展示类、吸引购买类、实力展示类、交易说明类、关联销售类的设计 	
工作能力	<ul style="list-style-type: none"> -商品主图设计能力 -商品详情页设计能力 -店铺首页设计能力 -视觉营销设计能力 	
3	网上交易管理	5

基本 知识	-客户信息管理 -交易评价处理 -商品补货 -商品采购价格与数量管理	
工作 能力	-销售管理能力 -采购管理能力	
4	网络客户服务	
基本 知识	-社群建立、表单分析、社群推广渠道选择、社群运营规则设计等社群管理操作 -客户等级分析、活动策划等客户关系管理操作	5
工作 能力	-社群管理 -客户等级分析 -活动策划 -客户关系管理	
5	电子商务数据分析与应用	
基本 知识	-竞争对手数据分析策略 -营销推广数据分析流程 -客户数据分析路径 -数据可视化建模方法 -BI 数据分析工具使用方法	15
工作 能力	-竞争对手数据分析能力 -营销推广数据分析能力 -客户数据分析能力	
6	网络推广	
基本 知识	-店铺商品分析 -买家搜索习惯分析 -买家需求分析 -买家特征分析 -精准人群定位	30
工作 能力	-直通车推广策略制定 -引力魔方营销策略制定 -标题优化策略制定	
合计		100

3.竞赛内容

3.1 考核内容

本赛项不单独设理论考核，结合工作实际将理论考核融入技能操作考核过程中。竞赛试题涵盖网店直播、视觉营销设计、网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用、网络推广六部分内容。

3.2 竞赛模块

模块 编号	模块名称	竞赛时间 min	分数		
			评价分	测量分	合计
A	网店直播	120	58%	42%	30
B	视觉营销设计	60	100%		15
C	电子商务数据分析 与应用	90		100%	15
D	网上交易管理	150		100%	5
E	网络客户服务			100%	5
F	网络推广			100%	30
总计					100

3.3 模块简述

3.3.1 模块A：网店直播

根据背景资料完成市场信息分析、直播规划、脚本策划、创建直播、直播装修、直播推广、直播复盘等任务，并根据背景资料完成直播售卖，包括直播开场、商品讲解、直播间互动、直播收尾等任务。

3.3.2 模块B：视觉营销设计

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、商品详情页、商品活动页的布局设计等。

3.3.3 模块C：网上交易管理

在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的背景资料与数据，完成销售管理部分的“客户画像分析、交易评价分析、销售报表制作”的操作与处理，完成采购管理部分的“采购计划制定”的操作与处理。

3.3.4 模块D：网络客户服务

包括“社群建立、社群邀新、社群运营”等社群管理操作，以及“客户活动运营”等客户关系管理操作。

3.3.5 模块E：电子商务数据分析与应用

围绕企业背景提供的5个会计年度的动态经营数据，通过商务数据采集、商务数据处理、商务数据分析、数据可视化进行竞争对手数据分析、营销推广数据分析、客户数据分析，进行企业经营效果评估，考察选手企业经营业务数据选取采集、处理与数据分析的能力。

3.3.6 模块F：网络推广

参赛选手以卖家角色，在给定的推广资金范围内为一家正在运营的店铺模拟进行一个周期的推广活动。选手需根据系统给定的资源分析店铺内的商品、买家搜索需求与搜索习惯、买家特征，根据分析与掌握的专业知识制定直通车推广策略、引力魔方营销策略、标题优化策略，通过直通车推广，获得商品竞价排名，增加商品展现量，提高点击量、点击率、转化量、转化率；通过引力魔方营销定位精准人群和资源位，进行创意的强势展现，增加点击量、点击率、转化量和转化率；通过标题优化提高标题相关性，以提高商品的展现量、点击量和点击率。

3.4 命题方式

本项目为赛前需对试题保密的项目。赛前两周公布样题（包括赛题、素材、评分细则）。赛前，赛区组委会应商本赛区相关项目裁判长，参照本项目全国乡村振兴职业技能大赛和第二届全国技能大赛试题命制、公布的方法和程序，结合国内保密工作管理要求，命制和公布试题，确保比赛公平、公正。

3.5 竞赛日程及地点安排

工作阶段	日期	时间	工作内容
比赛阶段	第1天 (C1) 职工组	7:30	竞赛场地前集合
		7:30-8:30	大赛检录、抽签
		8:30-10:30	网店直播模块

		11:00-12:00	视觉营销设计模块
		12:00-13:30	午餐
		13:30-16:00	网上交易管理、网络客户服务、网络推广模块
		16:00-17:30	电子商务数据分析与应用模块
		18:00	竞赛结束，场地清理
	第2天 (C2) 学生组	7:30	竞赛场地前集合
		7:30-8:30	大赛检录、抽签
		8:30-10:30	网店直播模块
		11:00-12:00	视觉营销设计模块
		12:00-13:30	午餐
		13:30-16:00	网上交易管理、网络客户服务、网络推广模块
		16:00-17:30	电子商务数据分析与应用模块
	18:00	竞赛结束，场地清理	
	赛后阶段	赛后1天(C+1)	09:00-12:00

注：具体时间安排需根据组委会的赛事安排、报名选手数量和承办方赛场设备数量确定，以赛务手册为准。

4.评分标准

竞赛采用客观评分和主观评分相结合的方式。其中，网店直播和视觉营销设计模块由裁判进行评分；网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用、网络推广四个模块由系统自动评分。

4.1 评价分（主观）

评价分（Judgement）打分方式：3名裁判为一组，各自单独评分，计算出平均权重分，除以3后再乘以该子项的分值计算出实际得分（四舍五入，保留小数点后两位）。裁判相互间分差必须小于等于1分，否则需要给出确切理由并在小组长或裁判长的监督下进行调分。

权重表如下：

权重分值	要求描述
0分	各方面均低于行业标准，包括“未做尝试”
1分	达到行业标准
2分	达到行业标准，且某些方面超过标准
3分	达到行业期待的优秀水平

4.2 测量分（客观）

测量分（Measurement）打分方式：系统和裁判评分。

4.3 评分流程说明

本赛项为事后结果评分，采用客观评分和主观评分相结合的方式。网店直播模块由裁判和评分系统共同评分；视觉营销设计由评分裁判在评分；网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用、网络推广由系统自动评分。

当出现多名选手总成绩并列时，优先以各选手网络推广模块成绩的高低进行排名，如若依然存在成绩相同，则依次按照网店直播模块、电子商务数据分析与应用模块、视觉营销设计模块、网上交易管理模块、网络客户服务模块成绩进行排名。

4.4 统分方法

比赛过程中，裁判员按照分工，依据评判标准和相关要求公平、公正评判，并对每位选手各比赛阶段（模块）的评判结果签字确认。各组裁判员完成评分后交裁判长，由指定的录分员录入系统，进行比赛成绩的汇总和统计工作。裁判长和各裁判员对汇总后的成绩进行复核并签字确认。

4.5 裁判构成和分组

4.5.1 裁判组

裁判组成员由裁判长、裁判长助理和裁判员组成。裁判员由各参赛代表队按参赛选手人数等额推荐（同一项目同一代表队推荐裁判人数不得超过2人），若根据各单位推荐的裁判人员不足以完成各项目的执裁工作，则由该项目裁判长向大赛组委会提出聘请第三方裁判人员情况说明，经同意后选定为大赛第三方裁判员。

裁判员按照公平公正原则和裁判组分工，承担相应比赛项目的执

裁和评分工作，要接受裁判长安排培训和监督。在竞赛期间，各代表队推荐的裁判员无论何种原因，均不得更换。

4.5.2 裁判员任职条件

裁判员应具有团队合作、秉公执裁等基本素养，具有对应赛项或职业（工种）10年及以上从业经历，且具有高级工及以上职业技能等级证书（含职业资格证书）或相关专业中级及以上专业技术职务。有省级以上职业技能竞赛相关技术工作经历且在省级选拔中担任技术专家的，或具备国家职业技能竞赛裁判员资格者优先。

4.5.3 裁判长及裁判长助理职责

- 1.全面负责竞赛技术、裁判及争议处置等工作。
- 2.解读竞赛赛题及技术文件，牵头组织开展裁判员培训会议。
- 3.以分组形式安排裁判组任务分工，监督裁判员各项工作。
- 4.现场裁定有关裁判争议，协助仲裁组做出仲裁处理。
- 5.对扰乱赛场秩序，干扰裁判员工作，经裁判长讨论后酌情扣分，情况严重者取消竞赛资格。
- 6.裁判长在裁判员测评中，可进行抽查，若出现失职，第一次进行警告，第二次取消执裁资格。
- 7.比赛过程中，各模块由裁判小组随机进行评测，小组签字后交给裁判长，再由裁判长审核后交由工作人员进行分数汇总，最终成绩由裁判长公布。

裁判长助理协助配合裁判长做好以上竞赛相关工作。

4.5.4 裁判员职责

- 1.按照裁判长分组分工，具体承担比赛现场赛务工作，公平公正开展具体裁判和测评工作，并对本小组承担执裁工作的评判结果签字确认。
- 2.查看选手身份证和随身佩戴的对应工位号。
- 3.组织选手在赛前检查环境、设备、工具等，选手签字确认，审核选手自带设备工具是否符合要求，保障选手人身安全和设备正常使用。
- 4.协助裁判长解答技术及考核工作问题。

- 5.详实记录选手考核过程，及时提出意见建议。
- 6.遵照执行考核回避、保密等规则及议定事项。
- 7.接受裁判长和监督仲裁组的抽查和监督。

4.5.5 裁判评判工作及纪律要求

1.裁判员应服从裁判长的管理，裁判员的分工由裁判长根据工作内容、裁判执裁经验进行分工。裁判员采用轮换的原则由裁判长指派决定:评分小组组长及专业技术规范评分裁判原则上不变。

2.一旦确认担任裁判员工作后，比赛中途不得更换人选。若裁判员不能满足裁判等技术工作需要，由裁判长按照大赛组委会相关要求处理。裁判员应服从裁判长的管理，裁判员的工作由裁判长根据每日比赛的进程指派决定。

3.裁判员应服从裁判长的管理，裁判员的工作由裁判长指派或抽签决定。裁判员的工作分为现场执裁、检测监督、安全管理、测量评判和评价评判等。工作分小组轮换开展。评价评分前应由裁判长统一评判标准。

4.裁判员在比赛期间不得使用手机、照相机、录像机等设备，执裁过程中不得和场外人员聊天。

5.现场执裁的裁判员负责检查选手携带的物品。违规物品一律清出赛场。比赛结束后裁判员要命令选手停止一切操作。监督选手撤离竞赛工位。

6.*比赛期间，除裁判长及裁判长助理外任何人员不得主动接近选手及其工作区域，不许主动与选手接触、交流，除非选手举手示意裁判长解决比赛中出现的问题。

7.记录选手比赛发生的事件及时间：包括记录选手比赛期间发生的违规(记录违规时须要通知选手并需竞赛选手签字确认)；设备故障加时、任务完成时间(需竞赛选手签字确认)等。

8.现场成绩评判：在评分工作期间，除当值裁判员和被测选手在比赛工位内随队裁判应回避，其他选手和人员也不得围观。

9.*裁判应遵守竞赛行为规范、公平公正、不徇私舞弊；裁判应按打分要求进行评分，杜绝恶意评分。

10.在比赛结束前 30min、15min 和 5min，裁判长各提示一次比赛剩余时间。

11.*裁判员不允许解释题目中的问题，题目解释权归裁判长或裁判长助理。

12.*如果选手设备出现问题，裁判员需通知场地经理或技术服务人员。裁判员不允许解释设备中的问题。

13.* 裁判员在比赛期间，如果没有工作任务，禁止在赛区内和场外的观众进行交流互动。

14.竞赛过程中，非参赛选手个人原因造成的竞赛中断，中断时间不计入参赛选手竞赛时间，待赛后予以补时。补时应上报裁判长助理备案，补时必须由裁判长批准方可实施。

15.裁判如果违反带*规则将取消裁判资格并报组委会监督仲裁委处理(裁判长允许的除外)。

4.5.6 预期分组与分工方案

本赛项设立裁判组，由专家组长（裁判长）、助理、现场裁判和评分裁判组成。专家组长（裁判长）负责组织裁判员培训、安排裁判员分工、开展技术点评；裁判长根据大赛经验、技术特点等条件对裁判员进行分组；现场裁判负责维持现场纪律、解决现场问题、汇总比赛数据等工作；评分裁判负责对参赛选手结果进行评分。

5.竞赛相关设施设备

5.1 场地设备

（以每一个选手必须配备）

序号	设备名称	型号	单位	数量
1	桌椅	普通桌椅	套	1
2	参赛选手计算机	酷睿 I5 双核 3.0 以上 CPU；8G 以上内存；100G 以上硬盘；千兆网卡；	台	1

3	鼠标键盘	有线鼠标键盘	套	1
4	操作系统	Windows7	套	1
5	办公软件	MS Office	套	1
6	浏览器	火狐浏览器	套	1
7	输入法	全拼、简拼、微软拼音等中文输入法和英文输入法	套	1

5.2 材料

(以每一个选手必须配备)

序号	设备名称	型号	单位	数量
1	笔	黑色中性笔	支	1
2	草稿纸	A4 纸	张	2
3	计算器	静音计算器	个	1
4	直播设备	包含直播三脚架、补光灯、背景板、直播商品	套	1

5.3 竞赛选手自备的设备和工具

序号	设备名称(或图片)	型号	单位	数量
1	直播手机	安卓(Android)手机(比赛软件仅支持安卓系统), 满足前摄主摄像头像素 500 万或以上, 3GB+32GB 或以上;	个	1
2	直播耳机	直插型、入耳式有线耳机	个	1

除以上列表的材料、工具以外的材料、工具需报备裁判长同意后才能带入赛场使用。

5.4 竞赛场地禁止自带使用的设备和材料

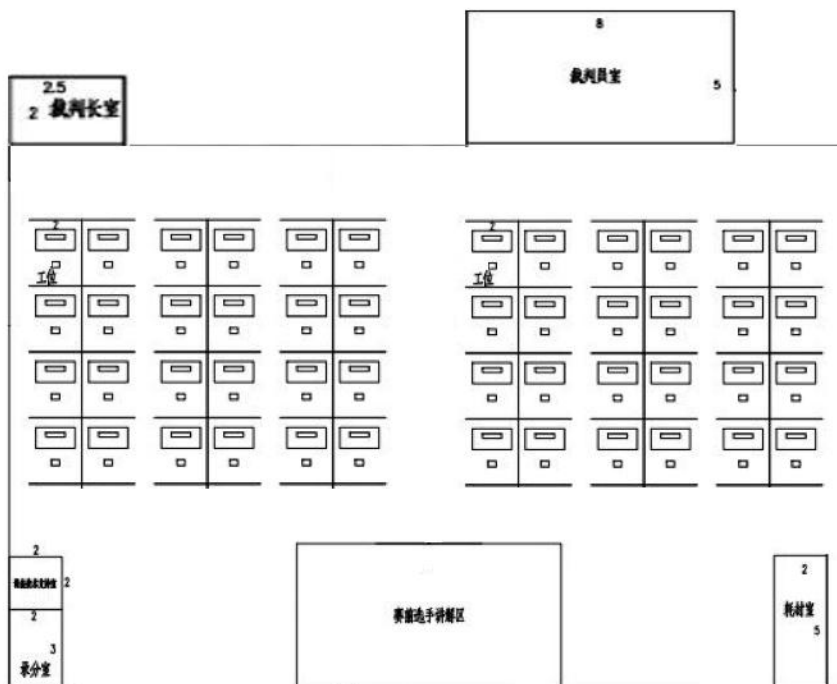
序号	设备和材料名称
1	纸质资料、参考资料（书、图片等）
2	电子产品（照相机、U 盘、MP3、MP4、电子手表等）
3	禁止携带与比赛无关的手机、平板等设备

6.项目特别规定

- 1.入场前对参赛选手进行安全检查，非要求物品不得带入赛场。
- 2.赛题和配套文件均采用简体中文。
- 3.选手不得穿戴、携带有显示个人信息的衣物等。
- 4.竞赛过程中严禁交头接耳，直播展示过程中不得干扰其他参赛选手，严禁扰乱秩序。
- 5.视觉营销设计、网店直播时出现侮辱、暴力、低俗、荒诞等不良行为，该模块判 0 分。
- 6.在比赛操作过程中，出现任何透露个人信息的行为，该选手所做模块判定为 0 分。

7.赛场布局要求

- 1.竞赛场地内设置满足 24 位参赛选手的竞赛环境。赛场内设置竞赛区、技术服务区、评分室、录分室等，其中评分室满足评分裁判同时评分。
- 2.竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围。
- 3.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。
- 4.场地布局图（电子商务师赛场）



8.健康安全和绿色环保

参赛选手应爱护赛场的设备设施，按规定的操作程序谨慎使用赛场的设备设施；所有操作应符合安全卫生要求；参赛者需维护比赛场地卫生，无任何遗留物品影响后续选手的比赛；在比赛过程中，参赛选手应严格遵守相关专业的操作规程，安全、文明参赛；按照规定处理食品垃圾。

9.开放赛场

在竞赛过程中，尝试开放式竞赛方式，广泛宣传，开放赛场首先注意各项安全事项。

1.积极组织院校师生、企业员工等人员进行现场观摩，营造参与技能学习、实现技能成才的氛围。参观人员进入赛场前必须征得裁判长同意，在志愿者带领下参观，根据裁判长安排的时间和路线参观。参观人员只能在赛场参观通道内行走观摩，严禁与选手交流或进入竞赛工位，不得影响参赛选手的比赛。

2.裁判组、安全组、场地主管负责维护现场秩序，赛场严禁吸烟，大声喧哗。

3.选手及当值裁判员在规定时间内可进入选手操作区，当值裁判员应在指定岗位执裁。裁判长可进入全部竞赛区域。

4.场地经理以及相关赛务保障人员应在非操作区待命，并按裁判长要求第一时间进入操作区处理问题。录分员在指定区域从事相应工作。

5.组委会及执委会相关工作人员、联络员、技术负责人因工作需要，经裁判长允许后可凭证件进入非操作区。

6.组委会、执委会安排的记者经裁判长允许后可进入非操作区拍照、摄像，但不得影响、干扰选手竞赛。

7.其他人员一律不得进入竞赛区域。

附件 1：竞赛样题

1. 网店直播

（1）背景资料

农达是一家经营全国各地特色果蔬的网店。为迎接店铺 1 周年庆的到来，店长方国计划在周六进行一场周年庆大促直播，回馈店铺的新老粉丝，感谢大家对店铺的支持。

本场直播是一场宠粉直播，所以不仅商品价格要低，还要保证产品的质量，同时还应满足粉丝对商品有需求，店长方国需要通过市场数据分析，选择 5 款本次直播的商品（其中需包含本次直播指定的 2 款商品）策划并实施一场完整的直播。在直播间装修时，需要突出本场直播指定的 2 款商品以及直播福利活动的剧透。

两款直播的商品介绍如下：

①冰糖橙

冰糖橙又名冰糖柑，因其甜似冰糖而得名，果型端庄、色泽鲜艳、风味浓甜、肉质脆嫩，无籽化渣，营养保健价值高，是不可多得的水果珍品，冰糖橙系当地普通甜橙的变异，主要种植于湖南、四川、重庆、贵州、云南、两广等地，冰糖橙畅销全国 120 多个大中城市，并远销新加坡、越南及东南亚等国家和地区，深受消费者喜爱。

②苹果

苹果是一种很常见的水果，不仅口感甘甜，还十分的有营养，也很容易被人体所吸收。它有多个品种，有些品种外皮呈黄色，有些则呈粉红色或者是红色。苹果的外形呈略扁的球茎，直径通常都是在 5cm 以上，上下两端都是有凹陷。苹果适生于山坡梯田、平原旷野以及黄土丘陵等处，中国辽宁、河北、山西、山东、陕西、甘肃、四川、云南、西藏常见栽培。

（2）具体考核要求

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。

2.视觉营销设计

（1）背景资料

①PC 端商品详情页视觉营销设计

艾依旗舰店是一家女装店铺，针对目标用户设计了不同系列的商品，满足不同风格的女性的穿着需求。在女神节来临之际，艾依旗舰店运营部决定挑选一款平时销量好、好评率高的爆款雪纺裙作为此次女神节的活动商品，活动主题为“华丽衣裙，装点美丽”。为了更好地营造活动氛围，给店铺的新老消费者全新的视觉体验，运营主管安排小萌重新设计一个详情描述页面，提高商品转化率，提升店铺人气。

具体筹备细节如下：

近期受到恶劣天气影响，快递时效受限，店铺可正常下单，但是发货及物流运输时间都会有所延迟，对此，小萌打算在详情描述页面最显眼的位置告知消费者上述信息；目前店铺的主营商品是服装，该类商品大多需要模特进行试穿展示；通过对客服反馈的接待信息进行分析，店铺目标人群对穿搭比较有研究，在购买服装的时候，通常会同时下单多件商品进行组合搭配，详情描述页面中也需要对该款雪纺裙的搭配推荐作出展示；同时近期有一部分消费者出现买错颜色的问题，为了提高消费者的购买体验，减少这类问题的发生，需要对商品的颜色、版型等相关信息作出详细的说明。

基于以上细节，小萌需要从商品属性类、商品展示类、温馨提示类、实力展示类、关联销售类等内容中选出四类对雪纺裙的 PC 端详情描述页面进行视觉营销设计。

店铺及雪纺裙商品相关信息如下表所示：

雪纺裙				
搭配推荐				
雪纺裙标题	法式碎花雪纺裙温柔风新款方领气质长裙女			
雪纺裙 基本信息	价格	299元	颜色	橘色、蓝色
	面料	雪纺	尺码	S/M/L
	领型	方领	风格	通勤
	版型	A型	袖长	短袖
	裙长	中长裙	图案	碎花

②PC 端活动页视觉营销设计

根据店铺运营策略，运营部决定在女神节活动当天（开始时间为10月8日0点）策划一场“免单”活动，店铺现有一款运动套装售价399元，前20名下单购买的消费者立享免单资格。“免单”活动的规则确定之后，运营主管安排小萌根据活动内容设计一个活动页面。

③移动端店铺首页视觉营销设计

在女神节到来之际，艾依旗舰店开始紧锣密鼓地筹备商品并进行营销活动策划。为了提前给女神节活动造势，吸引更多的消费者，运营主管安排小萌对店铺的首页重新进行装修设计。选定活动商品后，小萌决定以此次女神节的活动主题“华丽衣裙，装点美丽”为基础，根据店铺定位、目标消费者特征以及营销目标确定店铺首页装修风格，并设计首页

的布局，从而更好地传递品牌形象、展示商品并引导分流。

具体筹备细节如下：

此次女神节活动的目标消费群体为时尚女性，相较于商品本身，她们更关注品牌，小萌需要思考店招包含的内容，通过对店铺后台的访问数据进行分析，小萌发现店铺的大多数目标消费者偏好于通过穿着场景分类浏览本店铺的衣服，她需要根据店铺的主营商品，从主流的女装分类中挑选出适合本店铺类别；首页第一屏除了展示店招和导航栏之外，还需要通过轮播图对店铺重要信息和主推商品进行展示，小萌决定在轮播图的位置添加 2 张图片。

本次活动的主推商品是全店铺连续 6 个月销量领先的爆款商品——百褶裙；另有两款运动套装、长袖睡衣由于刚刚上市暂时没有销售数据，暂不参加此次女装节促销活动，作为店铺的次推新品进行展示。

基于以上细节，小萌需要从“店铺招牌+导航栏”、“轮播图”、“热销爆款”、“折扣专区”、“新品上新”等内容中选出四类对移动端店铺首页进行视觉营销设计。

店铺相关信息如下表所示：

主营商品	
女装主流 场景分类	运动、居家、日常、大码女装、宴会、职场
店铺公告	受到暴雨天气影响，山东、江苏、河北地区暂不发货，具体发货时间另行通知，给您带来的不便敬请谅解。
品牌理念	艾依是一家快时尚女装品牌，自成立以来不断探索女性的穿着时装。希望通过青春时尚、鬼马别致的产品，带给女性自由的穿搭体验，穿出属于成年人的天真、精致与魅力。

（2）具体考核要求

①PC 端商品详情页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成 PC 端商品详情页的视觉营销设计。

②PC 端活动页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成 PC 端活动页的视觉营销设计。

③移动端店铺首页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成移动端店铺首页的视觉营销设计。

3.网上交易管理

（1）背景资料

艾依服饰旗舰店经过一段时间的经营，积累了大量的客户，为提升客户的购物体验，运营主管决定对已经购买过店铺商品的客户进行客户画像分析，通过总结和提炼客户信息，实现精准销售。

近段时间店铺上新了一款卫衣，经过一个月的销售，有了一定的成交量，运营主管想对客户评价尤其是差评（3星及以下）进行分析，来发现该商品的问题，以便进行优化调

整。

2021年5月4日，运营主管对部分商品进行销售情况调查，现需根据日销售表进行销售统计，形成销售报表。因为服装销售有着流行趋势变化快、销售时段相对较短的特点，所以在服装销售的过程中，只有掌握了服装销售和市场顾客需求情况的变化规律，才能根据消费者对销售方案的反应，迅速调整商品组合及库存，调整商品价格、改变促销策略、抓住商机、提高商品周转速度、减少商品积压。

2021年4月16日，艾依服饰旗舰店因部分连衣裙销售状况良好，现需采购一批连衣裙，根据店铺采购管理规定，采用定期订货法进行采购，订货提前期为3天，订货间隔周期为30天，采购价格需为销售定价的45%。（注：店铺目前无在途货运量和进行中销售订单）

（2）具体考核要求

①客户画像分析

要求：能够对客户的性别、年龄、兴趣爱好、来源分布、流量占比进行分类管理。

②交易评价分析

要求：能够根据交易评价信息，对好评、差评分类管理，分析差评原因。

③销售报表制作

要求：能根据销售信息，对销售数据按要求分类统计，以便管理。

④采购计划制定

要求：能够根据销售数据表和库存数据表，制定采购计划。

4.网络客户服务

（1）背景资料

艾依服饰旗舰店的运营主管想要进行社群运营，从而增强店铺与客户之间的黏性，运营主管安排小莹来完成这项工

作。小莹根据店铺的情况，完成了社群创建。

社群创建完成后，小莹想要针对不同用户进行分层运营。小莹需要对店铺用户进行数据分析，将不同的粉丝拉入不同的社群，以便营销活动的开展。

小莹的社群已经运营了一段时间，因为前期推广进行得不错，社群成员数量已经达到目标人数，小莹下一步需要思考的问题是如何提高用户的忠诚度。小莹决定面向所有用户做积分签到活动，用户得到的积分可以去积分商城兑换奖品。

通过后台数据分析，小莹发现店铺的客户流失严重，于是决定通过社群推广活动来调动粉丝的活跃性，同时也增加社群人员数量，让更多的人参与进来，小莹以抽奖为主题策划了一场活动。

（2）具体考核要求

①社群建立

要求：按照背景描述，建立社群，完成社群头像、社群名称、社群介绍、成员上限、入群条件等信息的设置。

②社群邀新

要求：按照背景描述，将符合社群要求的客户邀请进入社群。

③社群运营

要求：按照背景描述，完成活动名称、活动时间、活动对象、每天签到固定奖励、连续签到额外奖励、活动说明以及分享等信息的设置。

④客户活动运营

要求：按照背景描述，完成活动信息、奖品信息、展示信息、分享信息等内容的设置。

5.电子商务数据分析与应用

（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

营电子商品、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。

6.网络推广

(1) 背景资料

请以卖家角色，在给定的推广资金内，为一家经营网店进行推广活动。需根据系统给定的资源，分析店铺内的商品、买家搜索需求与搜索习惯、买家特征，根据分析结果与掌握的专业知识制定直通车推广策略、引力魔方营销策略、标题优化策略，通过直通车推广获得竞价排名，获得更多的展现量、点击量、成交量，在推广过程中能够采用合理的推广策略提高关键词质量分，降低关键词点击花费。通过引力魔方营销定位精准人群，锁定优质资源位，为店铺带来精准流量，增加商品的展现量、点击量、成交量。直通车推广与引力魔方营销的目的是通过有限的花费获得合理的点击量与成交量。网店目前经营的商品有：

罗马仕充电宝：

2.1A 快速充电，热销 750 万件急速发货。采用智能充电技术，快速充电、手机/平板蓄电不伤机，终端充电更省时，强化充电速度。智能检测手机/平板内部充电管理芯片，自动调节输出电量，兼容苹果、三星、小米、华为、HTC、魅

族、oppo 等手机及平板电脑。双 USB 连接端口，智能识别输出，可以自动检测双输出口电流大小，满足各充电终端需求。

百驼连衣裙：

高档桑蚕丝 亲肤亮色不缩水不掉色。一到夏天，连衣裙就很流行，真丝面料，柔软舒适，还象征着品牌与格调，展现或优雅或浪漫的气质。简约圆领设计，时尚大气修饰脸型，凸显颈部性感迷人的锁骨；常规的短袖设计，流畅的线条尽情展现女性的优雅别致，飘逸的裙摆设计，优雅大气，裙摆做工精准，车工走线，展现品质；简约印花设计，舒适与时髦同行，zara 等一线品牌设计理念，夏季时尚女装之选。

（2）具体考核要求

①根据搜索引擎的排名规则，完成 SEO 优化，提高商品自然搜索排名。

②根据搜索引擎推广的竞价机制，完成 SEM 推广，获取精准流量，提高商品的点击量和成交量。

③根据推荐引擎推广的推荐机制，完成信息流推广，增加商品有效曝光，提高商品的点击量和成交量。

附件 2：评分细则

1.网店直播模块（30 分）

评分项	评分细则		分值	评分方式
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。		0.6 分	测量分
直播规划	主题策划需符合背景要求。		0.4 分	评价分
	互动策划需符合背景要求。		0.6 分	评价分
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。		1 分	评价分
	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。		2 分	评价分
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。		0.2 分	测量分
直播装修	欢迎语设置正确。		0.6 分	测量分
	屏蔽词分类正确。			
	快捷短语设置符合各层级粉丝的需求。			
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 分	测量分
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 分	测量分
直播策划	商品主图设置正确，所选择图片内容正确且未变形、未模糊		0.5 分	测量分
	商品详情图设置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		0.6 分	测量分
	直播间商品链接	讲解的商品正确关联商品链接	0.4 分	测量分
	直播时长	直播时长达到 10 分钟	0.2 分	测量分
	商品标题	商品标题关键词符合背景资料介绍内容。	0.5 分	测量分
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。	0.8 分	评价分
	商品介绍	正确介绍商品基本属性。	7 分	评价分
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。		
	信息卡设置	选择合适的信息卡模板。	0.4分	评价分
	弹幕问题回答	准确完成弹幕问题的回答。	1.2分	评价分
	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。	1分	评价分
	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。	0.5分	评价分
	直播视频	直播讲解过程整体非常流畅、衔接自然，没有10秒以上得卡顿、冷场。	0.5分	评价分
	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。	2分	评价分

2.视觉营销设计模块（15分）

序号	评分项	分值	评分方式
1	店铺首页排版与布局	6分	评价分
2	商品详情页排版与布局	6分	
3	活动页视觉营销设计	3分	

3.网上交易管理模块（5分）

评分项	评分细则	分值
网上交易管理	评分内容包括：采购日期的计算、采购量的计算、采购价格计算、客户画像分析、评价处理等。	5分

4.网络客户服务模块（5分）

评分项	评分细则	分值
网络客户服务	评分内容包括：社群建立要求分析、社群建立流程、客户活动分析和发布等。	5分

5.电子商务数据分析与应用模块（15分）

评分项	评分细则	分值
电子商务数据分析与应用	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。	15分

6.网络推广模块（30分）

网络推广模块采用评分系统自动评分的方式，满分30分，评分细则说明如下：

网络推广结束后，系统自动给出每个参赛选手的实际点击量、转化量、标题优化的三部分数据，根据三部分的数据对所有参赛选手的推广结果分别进行排名。点击量第一名的参赛选手得分20分，转化量第一名的参赛选手得分30分，标题优化第一名的参赛选手得分50分，其余名次点击量成绩=20分×本参赛选手点击量/第一名点击量，转化量成绩=30分×本参赛选手转化量/第一名转化量，标题优化成绩=50分×本参赛选手标题优化/第一名标题优化。最后将各参赛选手网络推广的成绩按30分进行折算。