

2018 年学院竞赛月电子商务技能赛项竞赛规程

一、竞赛目的

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,展示教育改革成果,全面提升教学质量,推动电子商务专业学生整体水平的提升,激发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。

二、竞赛内容

本赛项以网店开设装修、运营推广、客户服务等关键任务完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容,全面考察选手的数据分析能力、视觉营销能力、营销策划能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力、商品整合能力和团队合作能力。

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。	数据分析能力

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), 消费心理和消费行为学, 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 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	120 分钟
	客户服务	10 分	2 人分工合作	约 20 分钟
第二阶段	运营推广	60 分	4 人分工合作	约 300 分钟

三、竞赛方式

本赛项为团体赛，每队 4 名选手，可设 2 名指导教师。

四、竞赛流程

日期	时间	事项	参加人员	地点
12 月 18 日	8:45	抽签(抽工位号)	参赛选手	图书馆 502
	9:00-11:20	开设装修和客户服务	参赛选手、裁判	图书馆 502
	11:20-11:50	午餐时间		
	12:00-17:00	运营推广	参赛选手、裁判	图书馆 502
	17:00-17:30	统计成绩并公示	裁判	微信群
	17:30-18:00	闭幕式		竞赛现场具体通知

五、竞赛赛卷

(一) 开设装修(样卷 <http://10.241.23.100:8011>, 报名时分配账号)

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

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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。

(4) 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

(1) 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。

（2）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。

（3）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。

（4）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

（1）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；图片素材由赛项执委会提供。

（2）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；

（3）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；

（4）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：

（1）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。

（2）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；要求使用 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。

（3）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；图片建议宽度为 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，可使用纯文本的方式进行编辑。

（4）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；要求使用 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（样卷）

选手通过在线即时聊天工具完成多类目商品售前、售中、售后服务，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多个客户。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。

3. 关于技术支持

买家：上个月刚买的海信电视机，现在屏幕就出问题了，我要退货！

客服：亲，您购买的商品已经超过无理由退换货期限了，但是您的商品还在保修期期限内，可以帮您联系我们的技术服务人员进行维修，您看可以吗？

买家：好吧，你帮我联系一下吧。

客服：您的电视机屏幕现在是什么情况？

买家：你好，现在电视机屏幕上突然出现了一条线。

客服：您好，请不要着急，**48**小时内我们会上门为您维修。

（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。如果竞标价格相同，则与供应商的关系值高的优先成交；如果竞标价格相同，与供应商的关系值也相同，则媒体影响力高的优先成交；继续比较社会慈善，销售额，投标提交的先后顺序来依次交易。

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。

例如，卖家标题关键词设置为“韩版 棉衣”，三种匹配方式如下：买家搜索关键词为“韩版 棉衣”时，匹配方式为完全匹配；买家搜索关键词为“韩版”或“棉衣”时，匹配方式为高度匹配；买家搜索关键词为“男款 棉衣”或“韩版 外套”这一类型词时，匹配方式为部分匹配。

商品绩效：

商品绩效得分（总分 100）=商品点击率得分+商品点击量得分+商品转化率得分+商品转化量得分+退单率得分+保修得分。

商品展现量：该商品被展现的次数。

商品点击量：该商品被点击的次数。

商品点击率：商品点击量/商品展现量。

商品转化量：该商品最终达成的成交单数。

商品转化率：商品转化量/商品点击量。

商品退单量：该商品累计退单的数量。

商品退单率：商品退单量/商品成交量（单数）。

保修：售后服务类型，会产生售后服务费用。

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 关键词的一次点击支付的费用=该关键词排名下一名的竞价价格*(下一名的质量得分/本组的质量得分)+0.01

例如，一个卖家 A 与卖家 B 都选取了“办公家具”这个关键词做 SEM 推广，且在该关键词的搜索排名中卖家 A 排名第一，卖家 B 排名第二。卖家 A 竞价价格为 1.5，卖家 B 竞价价格为 1。卖家 A 该词质

量分 10 分，卖家 B 该词质量分 8 分。则卖家 A 实际为该关键词一次点击支付的费用= $1 * (8 \text{ 分} / 10 \text{ 分}) + 0.01 = 0.81$ 元。

SEM 关键词匹配方式分为：精确匹配、中心匹配、广泛匹配。

精确匹配是卖家投放的关键词与买家搜索的关键词完全相同才能被搜索到；

中心匹配是指卖家投放的关键词是买家搜索的关键词的子集时也能被搜索到；

广泛匹配是指卖家投放的关键词与买家搜索的关键词有一部分相同即可被搜索到。

例如：

设置为精确匹配时，卖家投放“棉衣”，买家搜索“棉衣”时可搜索到卖家；

设置为中心匹配时，卖家投放“棉衣”，买家搜索“韩版 棉衣”也可搜索到卖家；

设置为广泛匹配时，卖家投放“韩版 棉衣”，买家搜索“韩版”或“短款 棉衣”时可搜索到卖家。

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；超出客户需求期限交货，获得 -3 的信誉度；超出客户需求期限仍未发货，获得 -4 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。

六、竞赛规则

（一）报名资格：电子商务专业在校学生

（二）报名要求：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，须出具书面说明，经经管系电子商务教研室核实后予以更换。

（三）引导：参赛选手凭赛位号进入赛场，不得携带其他显示个人身份信息的物品，不得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。现场裁判负责引导参赛队伍至赛位前等待竞赛指令。比赛开始前，在没有裁判允许的情况下，严禁随意触碰竞赛设施和阅读赛卷内容。比赛中途不得离开赛场。

（四）竞赛过程中，如遇设备或软件等故障，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，经裁判同意，予以启用备用计算机。如有其它问题，参赛选手应“举手”示意，裁判应按照有关要求及时予

以答疑。

（五）运营推广竞赛结束后，裁判公布竞赛结果，并将成绩登录在竞赛成绩单上。各参赛队伍派一名参赛代表在竞赛成绩单上签字，裁判监督所有参赛队伍签字后，裁判签字。

（六）记分员将各参赛队伍（选手）成绩汇总成最终成绩单，经裁判长、监督组签字后进行公示。成绩公示无异议后，并在闭赛式上公布竞赛成绩。

七、竞赛环境

（一）一个参赛队一个机位，每个机位三台电脑，其中一台备用，四把椅子；

（二）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。

八、技术规范

参赛团队遵循以下规范：

职业标准：《助理电子商务师国家职业标准》

教学要求：《国家电子商务专业标准》和《国家级电子商务专业教学资源库》。

网店开设装修：采用淘宝、天猫、速卖通、京东网店的首页和详情页的知识和技能，设计和制作 PC 电商店铺、移动电商店铺、跨境电商店铺的首页、详情页。

网店客户服务：采用淘宝旺旺的知识和技能完成售前、售中、售后服务。

网店运营推广：采用阿里巴巴直通车、百度凤巢的知识和技能，开展 SEO/SEM 推广。

九、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；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 Dreamweaver CS6 和 AdobePhotoshop CS6 版本。
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 系列四核以上 CPU；16GB 以上内存；500G 以上硬盘；千兆网卡。预装 Windows Server 2008 R2 操作系统及 IIS7.5；预装 Microsoft SQL Server 2005 数据库。
竞赛软件	中教畅享“电子商务综合实训与竞赛系统”，沿用 2018 年高职组电子商务技能赛项的技术平台。

十、成绩评定

（一）评分方法：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，由评分裁判进行主观评分。每个参赛队作品由 3 名评分裁判进行评分，裁判评分的平均分为最终得分。

（二）评分标准

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 电商店铺	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（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	4 分

			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。		2 分

		的（1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

十一、奖项设定

设一等奖、二等奖、三等奖和优秀奖，以赛项实际参赛队数为基数，一、二、三等奖和优秀奖获奖比例分别为5%、10%、15%和30%（小数点后四舍五入），每个奖项至少设置1项。

十二、竞赛须知

- 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、通讯设备及其他材料与用品。
- 5.参赛选手应按抽签结果在指定位置就坐。
- 6.参赛选手须在确认竞赛内容和现场设备等无误后开始竞赛。
- 7.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。

(2) 工作人员须知

1. 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。

2. 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。

3. 熟悉比赛规程，认真遵守各项比赛规则和工作要求。

4. 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。

5. 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。

6. 发扬无私奉献和团结协作的精神，提供热情、优质服务。