

# 第六届“博导前程杯” 全国电子商务运营技能竞赛省区赛规程

## 一、竞赛概述

全国电子商务运营技能竞赛于 2013 年起开始举办，至今已连续成功举办五届。本着“以赛促建、以赛促教、以赛促学”的理念，与 40 所职业院校开展了课赛通融教学改革试验，积累了丰富的教学资源。2018 年紧跟互联网、电子商务产业发展新趋势，围绕行业、企业新技术、新业态和新模式，以提升学生电子商务全网、全链条运营能力为目标，将举办第六届“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛。

本届竞赛设中职、高职、本科三个组别。竞赛分单项技能竞赛和网店运营竞赛两个独立赛段。其中，网店运营竞赛分省区赛和总决赛两个阶段。

2018 年 5 月 14 日至 9 月 15 日为单项技能竞赛。单项技能竞赛包括客服之星、设计之星、视觉营销之星、H5 之星等赛项，结合企业真实需求，以此锻炼学生客户服务能力、网店设计能力、视觉营销能力、商品拍摄能力、信息处理和搜集能力等电子商务基础技能。

2018 年 10 月 16 日至 10 月 31 日举办网店运营竞赛省区赛。

2018 年 11 月中下旬举办总决赛。网店运营竞赛侧重提升学生关键职业能力，加速基础技能转化，着重考察学生数据分析与应用、新媒体营销、团队协作能力以及创新能力。

## 二、省区赛内容

省区赛为省、直辖市、自治区竞赛。

中职省区赛阶段，参赛选手在模拟电子商务环境下，根据企业实际需求，完成商品线上销售核心业务操作并进行模拟运营。

本科、高职省区赛阶段，参赛选手除了在模拟电子商务环境下，根据企业实际需求，完成商品线上销售核心业务操作并进行模拟运营外，须完成网店运营现状及未来发展的团队答辩。

### （一）中职组省区赛竞赛内容与建议流程

1. 抽取抽签号，确定竞赛时参赛队伍赛场所坐的位置。
2. 进入赛场，等候比赛开始指令。
3. 比赛开始后，登录省区赛竞赛平台。
4. 根据系统给出的背景资料，对行业背景及网店经营数据进行分析，完成运营决策。
5. 获取原始素材，完成网店装修（分类栏目设计与商品信息维护）。
6. 完成与网店、商品相关，具有营销导向的内容营销图文消息制作。
7. 完成付费推广。
8. 完成微商发布会（社群营销）流程。
9. 完成客户服务（FAQ 设置、客服答疑、订单管理、客户关系维护）。

10. 完成平台活动参与（活动策划、活动内容制作、客户服务）。

11. 竞赛结束。

**中职组省区赛竞赛时间：共 2 小时 30 分钟。**

## （二）本科组、高职组省区赛竞赛内容与建议流程

1. 抽取抽签号，确定参赛队伍赛场所坐的位置。

2. 进入赛场，等候竞赛开始指令。

3. 比赛开始后，登录省区赛竞赛平台。

4. 根据系统给出的背景资料，对行业背景及网店经营数据进行分析，完成运营决策。

5. 获取原始素材，完成网店装修（分类栏目设计与商品信息维护）。

6. 完成与网店、商品相关，具有营销导向的内容营销图文消息制作。

7. 完成付费推广。

8. 完成微商发布会（社群营销）流程。

9. 完成客户服务（FAQ 设置、客服答疑、订单管理、客户关系维护）。

10. 完成平台活动参与（活动策划、活动内容制作、客户服务）。

11. 根据上述网店经营，现场完成该网店未来经营发展方案 PPT，PPT 通过 U 盘的方式提交。

12. 按照抽签顺序完成现场答辩。

13. 竞赛结束。

本科、高职组省区赛竞赛时间：共 2 小时 45 分钟；2 小时 30 分钟完成网店运营及 PPT 制作，答辩时长为 15 分钟。

### 三、竞赛方式

以省（直辖市、自治区）为赛区，省区赛集中在赛区承办院校进行。特殊情况另行通知。

### 四、竞赛流程

本流程供参考，具体以赛区承办院校公布的流程为准。

日期	时间	事项	参加人员	地点
竞赛前一天	08:00~12:30	参赛队报到，安排住宿，领取资料	工作人员，参赛队	住宿酒店
	14:45~15:30	指导教师会	参赛队教师	会议室
	15:30~16:20	熟悉赛场	赛场技术人员、参赛队指导教师	竞赛场地
	16:30	回住宿宾馆		竞赛场地
竞赛当天	07:00	参赛队住宿宾馆集合，乘车往赛场	参赛队	住宿酒店
	07:30	竞赛场地前整队	参赛队工作人员	竞赛场地前
	07:40~08:30	抽签	参赛队、监督人员	抽签区域
	08:30~08:50	开幕式、宣读竞赛规则	现场工作人员、参赛队	竞赛场地
	08:50~09:00	检查计算机等竞赛设备	参赛队、现场工作人员、监督人员	竞赛场地
	09:00~11:30	电子商务运营技能竞赛	参赛队、现场工作人员	中职组竞赛场地
09:00~11:45	电子商务运营技能竞赛	参赛队、现场工作人员	本科、高职组竞赛场地	

	12:00~13:00	午餐	参赛队、现场工作人员	食堂
	13:30~16:30	本科、高职组答辩	参赛队	答辩区域
	16:30~17:30	评分	评分裁判	评分区域
	18:00~18:20	各参赛队入场	参赛队	竞赛场地
	18:20~19:20	闭幕式	参赛队	竞赛场地
赛后	09:00	所有参赛队返程		

## 五、竞赛规则

### （一）参赛资格

1. 全国中、高、本院校均可组织学生报名参赛，不限专业。竞赛设中职组、高职组和本科组。

2. 单项技能竞赛以个人为单位。网店运营竞赛以团队为单位，每个团队4人（设队长1名），最多设2名指导教师，每名指导老师最多指导2个参赛队。同一选手只能参加一个团队。

3. 每所院校限报3个参赛团队，暂不允许跨校组队。

### （二）竞赛报到

1. 指导教师须将参赛证（表样见附表1）填写完成并加贴一寸照片，报到日交由承办院校加盖公章后发给参赛队员。

2. 指导教师报到时需提交参赛学生身份证明材料：参赛证、学生证原件、学生本人身份证（或户口本复印件）。

3. 指导教师在报到时领取相关资料。

### （三）指导教师会议

建议竞赛前一天下午召开指导教师会议，讲解竞赛注意事项。

#### （四）抽签

竞赛日进行抽签。抽签后，各参赛队务必保存好抽签号，个人原因造成的遗失导致影响比赛，均由个人承担。

#### （五）竞赛

参赛选手凭参赛证、身份证按要求入场，不得迟到早退，并根据抽签结果在对应的座位入座，工作人员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。

1. 正式竞赛开始前，各参赛队队长负责对竞赛设备进行检查、核对并确认。

2. 参赛队入座后不允许进行比赛账号注册，需在现场工作人员统一指挥下由队长注册账号（为避免重复，需由队长统一注册），由于个人原因忘记账号密码造成的时间耽误由参赛队自负。

3. 竞赛提供白纸、笔，供同组参赛队员间讨论交流使用。

4. 竞赛过程中，如有疑问，参赛选手须举手示意，工作人员应照有关要求及时予以答疑。

5. 竞赛过程中，参赛队选手在指定区域内操作，不得跨区域干扰其他参赛队，不得大声喧哗。如果工作人员提示后仍无效，将酌情扣分，情节严重的终止其比赛。

6. 参赛选手应严格遵守赛场纪律，服从指挥和安排，爱护竞赛场地的设备和器材。

7. 竞赛配备专用U盘2个。参赛选手禁止携带U盘等带有存储功能的设备，如被其他参赛队现场举报或被工作人员发现，经核实后，

视为作弊。

8. 参赛选手在竞赛过程中不得擅自离开赛场，如有特殊情况，须经工作人员向裁判长申请后作处理。

9. 当听到竞赛结束命令时，参赛选手应立即停止所有操作，不得以任何理由拖延比赛时间，不得关闭所用计算机。离开赛场时，不得将与比赛有关的物品带离现场。

## 六、技术平台

### （一）竞赛平台

竞赛使用北京博导前程信息技术股份有限公司的“博星卓越职业院校电子商务运营技能竞赛平台 V1.0”。

### （二）其它软件

类别	规格要求说明
参赛选手计算机	操作系统：Windows7 64 位旗舰版； <b>软件要求：</b> Google Chrome 浏览器； Adobe Photoshop CS6 中文版； Adobe Fireworks CS6 中文版； Microsoft Office 2010 简体中文版； 360 快剪辑； 拼音输入法； 五笔输入法； WinRAR 解压工具。
竞赛服务器	操作系统：Microsoft Windows Server 2008 R2_x64； <b>软件要求：</b> 安装 .Net Framework 4.5； 安装 Microsoft SQL Server 2008 R2； 安装 IIS7.5； Microsoft Office 2010 简体中文版；

	WinRAR 解压工具。
--	--------------

## 七、成绩评定

### （一）评分方法

竞赛总分为 100 分。

中职组的成绩由软件系统评分+裁判评分构成；

本科、高职组的成绩由软件系统评分+裁判评分+答辩评分构成。

参赛团队的最终成绩经复核无误，由裁判长、监督人员和仲裁人员签字确认后公布。

### （二）评分标准

#### 1. 中职组省区赛评分标准

##### 网店运营评分标准

	一级类目	二级分类	评分标准	分值
系统评分 共计 57分	数据分析	商品采购 (1分)	依据系统给出的行业背景及相应的网店经营数据进行行业、人群数据分析，完成商品采购操作，得1分。	1
		仓储选择 (1分)	根据运营规划，完成仓储选择操作，得1分。	1
		物流选择 (1分)	根据运营规划，完成物流选择操作，得1分。	1
		包装选择 (1分)	根据运营规划，完成商品包装操作，得1分。	1
		商品定价 (1分)	结合运营规划，完成商品定价操作，得1分。	1
	平台运维	竞价推广 (3分)	1、竞价推广标题编辑： 选择正确的标题词组，选择全部正确得1分，错选、漏选一个扣0.25分，扣完为止。	1
			2、关键词投放： 选择正确的商品关键词，并完成投放，每选择正确一项得0.5分，本项满分1分。	1
			3、关键词投入资金满足投放所需，得1分： 1) 关键词投入总资金 > 网店初始资金 × 50%，得0分；	1



		关键词的投入资金无法支持该关键词被点击 10 次,则得 0 分。	
	社群营销-发布渠道选择 (2分)	根据产品与人群定位,选择正确的发布渠道,本小项满分 2 分,错选、漏选一项,扣 0.2 分,扣完为止。	2
	社群营销-答疑互动 (3分)	1、互动响应时间,即回复群成员咨询问题的平均答复时间,本小项满分 1 分: 1) 平均答复时间<30 秒,得 1 分; 2) 30 秒≤平均答复时间<60 秒,得 0.5 分; 3) 平均答复时间≥60 秒,得 0 分。	1
		2、答疑质量,本小项满分 2 分: 答疑质量得分=答疑实际得分/答疑应得总分×2(保留两位小数)。	2
	客户服务-FAQ 设置 (5分)	根据商品介绍文档,完成 FAQ 问题回复设置: 1、完成 FAQ 常见问题回复选择,选择正确得 0.2 分,本项满分 2 分。	2
		2、为 FAQ 常见问题回复进行分类,分类正确得 0.1 分,本项满分 1 分。	1
		3、为 FAQ 回复选择匹配的触发问题,选择正确得 0.2 分,错选、漏选得 0 分,本项满分 2 分。	2
	客户服务-客服答疑 (8分)	1、互动响应时间,即回复客户咨询问题的平均答复时间,本项满分 4 分: 1) 平均答复时间<45 秒,得 4 分; 2) 45 秒≤平均答复时间<60 秒,得 3 分; 3) 60 秒≤平均答复时间<75 秒,得 2 分; 4) 75 秒≤平均答复时间<90 秒,得 1 分; 5) 平均答复时间≥90 秒,视为客户丢失,得 0 分。	4
		2、服务质量,即回复客户咨询问题的质量: 服务质量得分=(服务实际得分/服务应得总分)*4 (保留两位小数)	4
	客户服务-订单管理 (3分)	根据客户沟通记录,完成订单处理,处理正确得 0.3 分,本项满分 3 分。	3
	客户服务-客户关系管理 (4分)	1、根据系统提供的客户数据,完成客户归类,每归类正确一项得 0.2 分,本项满分 2 分	2
		2、针对不同客户群体选择正确投放策略,选择正确得 0.2 分,若人群归类错误,则该选项得 0 分,本项满分 2 分。	2
	平台活动-活动策划 (1分)	查看行业数据、市场需求,完成活动报名,得 1 分。	1
	平台活动-客户服务 (3分)	根据商品介绍文档,完成 FAQ 问题回复设置更新: 1、完成 FAQ 常见问题回复选择,选择正确得 0.25 分,本小项满分 1 分。	1

			2、为 FAQ 常见问题回复进行分类，分类正确得 0.25 分，本小项满分 1 分。	1
			3、为 FAQ 回复选择匹配的触发问题，选择正确得 0.25 分，少选、漏选得 0 分，本小项满分 1 分。	1
		营收 (10 分)	营收=成交量×商品定价； 营收得分=(小组营收÷全场最高小组的营收)×10 分(结果保留两位小数)。	10
		ROI (投入产出比) (10 分)	ROI=营收/总花费； 总花费<初始资金×80%，本小项得 0 分； ROI<1，本小项得 0 分； ROI 得分=(小组 ROI÷全场最高小组的 ROI)×10 分(结果保留两位小数)。	10
	<b>一级类目</b>	<b>二级分类</b>	<b>评分标准</b>	<b>分值</b>
评委 评分 共计 43 分	网店装修	商品标题编辑 (2 分)	完成商品标题编写： 1、商品标题需包含商品特点、商品类目，且需与商品有较高相关性，本项满分 2 分； 2、商品标题不得超过 60 字符，若超过则本项得 0 分； 3、商品标题中不得出现关键词堆砌、极限词，若出现则本项得 0 分。	2
		商品主图、主图视频制作 (5 分)	完成 4 张商品主辅图片制作并上传： 1、若图片数量不足 4 张，则商品主图设计整体得 0 分； 2、图片能区分主图与辅图，得 0.5 分； 3、图片清晰、明亮、不失真，得 0.5 分； 4、图片能完整体现商品的外观，主次面清楚，布局合理，构图新颖，商品无变形，本小项满分 1 分； 5、图片有创意效果，通过辅助手段展示效果特点，本小项满分 1 分；	3
			完成商品主图视频制作并上传，未上传则商品主图视频制作得 0 分： 1、9 秒≤主图视频时长≤30 秒，超过得 0 分； 2、主图视频清晰，能够体现产品核心卖点，本小项满分 2 分。	2
		商品详情页设计 (8 分)	1、商品详情描述页内容要求： 商品详情页为整图，须包含“商品展示”、“促销信息”、“支付与配送信息”、“售后服务信息”，本项满分 1 分。若商品描述中缺少任何一项，则详情页整体得 0 分。	1
			2、内容设计完善，能够激发消费者购买欲望： 1) 商品展示能够全面展现商品属性、参数(不低于 6 项)，且与对应商品相符，本小项满分 0.5 分； 2) 商品展示能够体现商品的特点与卖点，且详实、准确，本小项满分 1 分；	5

			<p>3) 商品描述包含相较于其他同类商品的特点、优势信息，本小项满分 0.5 分；</p> <p>4) 商品展示能够体现对应的商品细节，本小项满分 1 分；</p> <p>5) 商品促销信息包含能够体现以促销为目的的宣传标语或文案，内容具有吸引力，能够引起阅读，且不出出现超越商品本身价值和功能范围的描述，本小项满分 1 分；</p> <p>6) 商品支付与配送信息能够明确说明支付与配送方式，本小项满分 0.5 分；</p> <p>7) 商品售后服务信息能够体现网店售后服务承诺，本小项满分 0.5 分。</p>		
			<p>3、商品详情描述页经过设计，布局美观：</p> <p>1) 商品描述若为图片与文字结合形式，能够描述清晰该商品的各项信息（商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容），本小项满分 2 分；</p> <p>2) 商品描述若为纯文本形式，但经过细致设计，能够描述清晰该商品的各项信息（商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容），本小项满分 1 分；</p> <p>3) 商品描述若为纯图片，但图中未包含任何文字描述，则本小项得 0 分。</p>	2	
		分类栏目设计 (5分)	<p>结合网店商品信息，完成移动端网店分类栏目设计：</p> <p>1、未设置分类，本项整体得 0 分。设置并添加了分类，本项得 1 分；</p>	1	
			<p>2、根据分类设置合理性进行评分：</p> <p>1) 分类名称合理（合理的分类维度可以是商品类型、风格、促销活动等），本小项满分 1 分；</p> <p>2) 每个分类下都包含对应商品，且商品与该分类具有相关性，本小项满分 1 分。</p>	2	
			<p>3、根据分类图片的设计进行评分：</p> <p>1) 分类图片包含名称，得 0.5 分；</p> <p>2) 分类图片的尺寸与比例协调程度，得 0.5 分；</p> <p>3) 分类图片经过设计，有一定美观度，本小项满分 1 分。</p>	2	
		平台运维	内容营销编辑 (5分)	<p>完成图文消息制作，并成功发布：</p> <p>1、图文标题编辑：</p> <p>图文标题具有一定吸引力，能够引发读者阅读，本项满分 2 分；</p>	5
				<p>2、图文内容编辑：</p> <p>1) 图文内容与网店、产品相关，具有一定营销导向，本小项满分 1 分；</p> <p>2) 图文内容经过设计、排版美观，采用图片与文字结合形式，图文搭配合理，文字内容流畅，本小项满分</p>	

			2分。	
			3、若未提交图文信息，或图文消息为空，则视为未参加，则内容营销整体得0分。	
		竞价推广 (2分)	竞价推广主图制作： 1、图片清晰、明亮、不失真，得0.5分； 2、主图布局合理，构图新颖，能完整展现商品，商品无变形，得0.5分； 3、图片文案表述清晰，具有一定创意，本小项满分1分。	2
		社群营销-产品发布预告 (1.5分)	1、预告内容要求： 预告内容包含“分享主题”、“分享时间”、“分享人信息”、“进群二维码”。本小项满分0.5分。若内容描述中缺少任何一项，则本小项得0分。	0.5
			2、预告文案简介需具有一定吸引力，本小项满分1分。	1
		社群营销-内容发布 (3.5分)	1、分享内容要求： 分享内容包含产品介绍、产品价格、市场卖点。本小项满分0.5分，若缺少任意一项，则内容发布本项整体得0分；	0.5
			2、产品介绍内容要求： 产品介绍能够全面展现商品属性、参数(不低于5项)，本小项满分1分，每缺少一项扣0.2分，扣完为止。	1
			3、产品卖点内容要求： 产品卖点描述能够体现产品材质价值点、消费者需求价值点、社交需求价值点、情感需求价值点，本小项满分1分，每缺少一项扣0.25分，扣完为止。	1
			4、文案编写： 1) 文案内容与网店、产品相关，文案风格贴合消费者需求(或产品价值点)，具有一定营销导向，本小项满分0.5分； 2) 文案内容采用图文结合方式，图文搭配合理，文字内容流畅，本小项满分0.25分； 3) 文案内容包含指向网店或具体商品的链接，本小项满分0.25分。	1
		活动内容制作-促销短信编辑 (5分)	完成活动促销短信编写 1、未完成短信编辑，或短信内容为空，则促销短信编辑整体得0分； 2、短信内容中需包含网店名称、活动信息、促销页面链接，本小项满分3分，缺少任意一项，本小项得0分； 3、活动信息与活动主题一致，得1分； 4、短信内容流畅，具有一定吸引力和营销导向，本小	5

			项满分 1 分。 5、短信内容精简、不冗余，不超过 140 个字符，超过 140 个字符，则促销短信编辑本项扣 1 分。	
		活动内容制作-定向海报设计 (6 分)	完成活动定向海报设计 1、未完成海报设计，则本项整体得 0 分； 2、海报设计比例协调、无变形，得 1 分； 3、海报主题与网店所经营的商品有直接关联性，本小项满分 1 分； 4、海报主题与网店活动主题一致，得 1 分； 5、海报的设计具有吸引力和营销导向： 1) 海报设计具有一定吸引力，能够引发点击，本小项满分 2 分； 2) 海报传递出明确的营销导向或促销导向信息，本小项满分 1 分。	6

## 2. 高职组、本科组省区赛评分标准

高职组、本科组省区赛评分标准采用网店运营综合评分与团队答辩评分相结合形式。

其中，网店运营综合评分占 80% 权重，团队答辩评分占 20% 权重。

网店运营综合评分标准同中职组评分标准。

### 网店运营评分标准

	一级类目	二级分类	评分标准	分值
系统评分 共计 57 分	数据分析	商品采购 (1 分)	依据系统给出的行业背景及相应的网店经营数据进行行业、人群数据分析，完成商品采购操作，得 1 分。	1
		仓储选择 (1 分)	根据运营规划，完成仓储选择操作，得 1 分。	1
		物流选择 (1 分)	根据运营规划，完成物流选择操作，得 1 分。	1
		包装选择 (1 分)	根据运营规划，完成商品包装操作，得 1 分。	1
		商品定价 (1 分)	结合运营规划，完成商品定价操作，得 1 分。	1
	平台运维	竞价推广 (3 分)	1、竞价推广标题编辑： 选择正确的标题词组，选择全部正确得 1 分，错选、漏选一个扣 0.25 分，扣完为止。	1
			2、关键词投放： 选择正确的商品关键词，并完成投放，每选择正确一项得 0.5 分，本项满分 1 分。	1

		3、关键词投入资金满足投放所需，得1分： 关键词投入总资金>网店初始资金×50%，得0分； 关键词的投入资金无法支持该关键词被点击10次，则得0分。	1
	社群营销-发布渠道选择 (2分)	根据产品与人群定位，选择正确的发布渠道，本小项满分2分，错选、漏选一项，扣0.2分，扣完为止。	2
	社群营销-答疑互动 (3分)	1、互动响应时间，即回复群成员咨询问题的平均答复时间，本小项满分1分： 1) 平均答复时间<30秒，得1分； 2) 30秒≤平均答复时间<60秒，得0.5分； 3) 平均答复时间≥60秒，得0分。	1
		2、答疑质量，本小项满分2分： 答疑质量得分=答疑实际得分/答疑应得总分×2(保留两位小数)。	2
	客户服务-FAQ设置 (5分)	根据商品介绍文档，完成FAQ问题回复设置： 1、完成FAQ常见问题回复选择，选择正确得0.2分，本项满分2分。	2
		2、为FAQ常见问题回复进行分类，分类正确得0.1分，本项满分1分。	1
		3、为FAQ回复选择匹配的触发问题，选择正确得0.2分，错选、漏选得0分，本项满分2分。	2
	客户服务-客服答疑 (8分)	1、互动响应时间，即回复客户咨询问题的平均答复时间，本项满分4分： 1) 平均答复时间<45秒，得4分； 2) 45秒≤平均答复时间<60秒，得3分； 3) 60秒≤平均答复时间<75秒，得2分； 4) 75秒≤平均答复时间<90秒，得1分； 5) 平均答复时间≥90秒，视为客户丢失，得0分。	4
		2、服务质量，即回复客户咨询问题的质量： 服务质量得分=(服务实际得分/服务应得总分)*4 (保留两位小数)	4
	客户服务-订单管理 (3分)	根据客户沟通记录，完成订单处理，处理正确得0.3分，本项满分3分。	3
	客户服务-客户关系管理 (4分)	1、根据系统提供的客户数据，完成客户归类，每归类正确一项得0.2分，本项满分2分	2
		2、针对不同客户群体选择正确投放策略，选择正确得0.2分，若人群归类错误，则该选项得0分，本项满分2分。	2
	平台活动-活动策划 (1分)	查看行业数据、市场需求，完成活动报名，得1分。	1
	平台活动-客户服务	根据商品介绍文档，完成FAQ问题回复设置更新：	1

		务 (3分)	1、完成FAQ常见问题回复选择,选择正确得0.25分,本小项满分1分。	
			2、为FAQ常见问题回复进行分类,分类正确得0.25分,本小项满分1分。	1
			3、为FAQ回复选择匹配的触发问题,选择正确得0.25分,少选、漏选得0分,本小项满分1分。	1
		营收 (10分)	营收=成交量×商品定价; 营收得分=(小组营收÷全场最高小组的营收)×10分(结果保留两位小数)。	10
ROI (投入产出比) (10分)	ROI=营收/总花费; 总花费<初始资金×80%,本小项得0分; ROI<1,本小项得0分; ROI得分=(小组ROI÷全场最高小组的ROI)×10分(结果保留两位小数)。	10		
<b>一级类目</b>	<b>二级分类</b>	<b>评分标准</b>		<b>分值</b>
评委 评分 共计 43分	网店装修	商品标题编辑 (2分)	完成商品标题编写: 1、商品标题需包含商品特点、商品类目,且需与商品有较高相关性,本项满分2分; 2、商品标题不得超过60字符,若超过则本项得0分; 3、商品标题中不得出现关键词堆砌、极限词,若出现则本项得0分。	2
		商品主图、主图视频制作 (5分)	完成4张商品主辅图片制作并上传: 1、若图片数量不足4张,则商品主图设计整体得0分; 2、图片能区分主图与辅图,得0.5分; 3、图片清晰、明亮、不失真,得0.5分; 4、图片能完整体现商品的外观,主次面清楚,布局合理,构图新颖,商品无变形,本小项满分1分; 5、图片有创意效果,通过辅助手段展示效果特点,本小项满分1分;	3
			完成商品主图视频制作并上传,未上传则商品主图视频制作得0分: 1、9秒≤主图视频时长≤30秒,超过得0分; 2、主图视频清晰,能够体现产品核心卖点,本小项满分2分。	2
		商品详情页设计 (8分)	1、商品详情描述页内容要求: 商品详情页为整图,须包含“商品展示”、“促销信息”、“支付与配送信息”、“售后服务信息”,本项满分1分。若商品描述中缺少任何一项,则详情页整体得0分。	1
2、内容设计完善,能够激发消费者购买欲望: 1)商品展示能够全面展现商品属性、参数(不低于6项),且与对应商品相符,本小项满分0.5分;	5			

		<p>2) 商品展示能够体现商品的特点与卖点,且详实、准确,本小项满分1分;</p> <p>3) 商品描述包含相较于其他同类商品的特点、优势信息,本小项满分0.5分;</p> <p>4) 商品展示能够体现对应的商品细节,本小项满分1分;</p> <p>5) 商品促销信息包含能够体现以促销为目的的宣传标语或文案,内容具有吸引力,能够引起阅读,且不出现在超越商品本身价值和功能范围的描述,本小项满分1分;</p> <p>6) 商品支付与配送信息能够明确说明支付与配送方式,本小项满分0.5分;</p> <p>7) 商品售后服务信息能够体现网店售后服务承诺,本小项满分0.5分。</p>		
		<p>3、商品详情描述页经过设计,布局美观:</p> <p>1) 商品描述若为图片与文字结合形式,能够描述清晰该商品的各项信息(商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容),本小项满分2分;</p> <p>2) 商品描述若为纯文本形式,但经过细致设计,能够描述清晰该商品的各项信息(商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容),本小项满分1分;</p> <p>3) 商品描述若为纯图片,但图中未包含任何文字描述,则本小项得0分。</p>	2	
	分类栏目设计 (5分)	<p>结合网店商品信息,完成移动端网店分类栏目设计:</p> <p>1、未设置分类,本项整体得0分。设置并添加了分类,本项得1分;</p>	1	
		<p>2、根据分类设置合理性进行评分:</p> <p>1) 分类名称合理(合理的分类维度可以是商品类型、风格、促销活动等),本小项满分1分;</p> <p>2) 每个分类下都包含对应商品,且商品与该分类具有相关性,本小项满分1分。</p>	2	
		<p>3、根据分类图片的设计进行评分:</p> <p>1) 分类图片包含名称,得0.5分;</p> <p>2) 分类图片的尺寸与比例协调程度,得0.5分;</p> <p>3) 分类图片经过设计,有一定美观度,本小项满分1分。</p>	2	
	平台运维	内容营销编辑 (5分)	<p>完成图文消息制作,并成功发布:</p> <p>1、图文标题编辑:</p> <p>图文标题具有一定吸引力,能够引发读者阅读,本项满分2分;</p>	5
			<p>2、图文内容编辑:</p> <p>1) 图文内容与网店、产品相关,具有一定营销导向,本小项满分1分;</p>	



			2) 图文内容经过设计、排版美观,采用图片与文字结合形式,图文搭配合理,文字内容流畅,本小项满分2分。	
			3、若未提交图文信息,或图文消息为空,则视为未参加,则内容营销整体得0分。	
		竞价推广 (2分)	竞价推广主图制作: 1、图片清晰、明亮、不失真,得0.5分; 2、主图布局合理,构图新颖,能完整展现商品,商品无变形,得0.5分; 3、图片文案表述清晰,具有一定创意,本小项满分1分。	2
		社群营销-产品发布预告 (1.5分)	1、预告内容要求: 预告内容包含“分享主题”、“分享时间”、“分享人信息”、“进群二维码”。本小项满分0.5分。若内容描述中缺少任何一项,则本小项得0分。	0.5
			2、预告文案简介需具有一定吸引力,本小项满分1分。	1
		社群营销-内容发布 (3.5分)	1、分享内容要求: 分享内容包含产品介绍、产品价格、市场卖点。本小项满分0.5分,若缺少任意一项,则内容发布本项整体得0分;	0.5
			2、产品介绍内容要求: 产品介绍能够全面展现商品属性、参数(不低于5项),本小项满分1分,每缺少一项扣0.2分,扣完为止。	1
			3、产品卖点内容要求: 产品卖点描述能够体现产品材质价值点、消费者需求价值点、社交需求价值点、情感需求价值点,本小项满分1分,每缺少一项扣0.25分,扣完为止。	1
			4、文案编写: 1) 文案内容与网店、产品相关,文案风格贴合消费者需求(或产品价值点),具有一定营销导向,本小项满分0.5分; 2) 文案内容采用图文结合方式,图文搭配合理,文字内容流畅,本小项满分0.25分; 3) 文案内容包含指向网店或具体商品的链接,本小项满分0.25分。	1
		活动内容制作-促销短信编辑 (5分)	完成活动促销短信编写 1、未完成短信编辑,或短信内容为空,则促销短信编辑整体得0分; 2、短信内容中需包含网店名称、活动信息、促销页面链接,本小项满分3分,缺少任意一项,本小项得0分; 3、活动信息与活动主题一致,得1分;	5

			4、短信内容流畅，具有一定吸引力和营销导向，本小项满分1分。 5、短信内容精简、不冗余，不超过140个字符，超过140个字符，则促销短信编辑本项扣1分。	
		活动内容制作-定向海报设计 (6分)	完成活动定向海报设计 1、未完成海报设计，则本项整体得0分； 2、海报设计比例协调、无变形，得1分； 3、海报主题与网店所经营的商品有直接关联性，本小项满分1分； 4、海报主题与网店活动主题一致，得1分； 5、海报的设计具有吸引力和营销导向： 1) 海报设计具有一定吸引力，能够引发点击，本小项满分2分； 2) 海报传递出明确的营销导向或促销导向信息，本小项满分1分。	6

### 答辩评分标准

评分点	总分值	评分项	评分要素	分值
完整性	20分	答辩内容的完整性 (20分)	1、PPT或陈述中，是否包含对网店经营团队的介绍(团队名称、团队成员、团队分工与协作方式)，满分1分。	1分
			2、PPT或陈述中，是否包含网店基本信息(网店名称、主营商品类型、已上架商品)，满分4分。	4分
			3、PPT或陈述中，是否包含网店资金状况分析(网店当前总资金、剩余资金、资金花费情况)，满分2分。	2分
			4、PPT或陈述中，是否包含网店经营状况分析(网店进货量、销售量、库存量、销量最佳商品等与网店经营相关数据或表单)，满分4分。	4分
			5、PPT或陈述中，是否包含该网店经营发展规划(允许脱离竞赛平台进行设计，可包含发展目标、经营方式、营销策略、实施计划、团队建设与管理、风险应对策略等方面)，满分9分。	9分
创新性	20分	发展规划的创新性 (20分)	1、PPT或陈述中，针对网店经营发展规划，所制定的经营方式具有创新性，满分10分。	10分
			2、PPT或陈述中，针对网店经营发展规划，所制定的营销策略具有创新性，满分10分。	10分

应用性	40分	发展规划的可实施性 (30分)	1、PPT或陈述中，在网店经营发展规划中，经营方式和营销策略清晰、明确，投入资金少（10万内），可落地实施，满分15分。	15分
			2、PPT或陈述中，针对团队建设与管理，有清晰的预估，能给出系统性的团队架构，满分5分。	5分
			3、PPT或陈述中，针对网店经营发展规划，能够分阶段进行人员安排，并落实到岗位，满分5分。	5分
			4、PPT或陈述中，能够预判未来经营发展中可能存在的风险，制定应对策略，满分5分。	5分
	技术应用的可实施性 (10分)	1、PPT或陈述中，在经营方式及营销策略中，所涉及的技术类开发和应用能够贴合实际，投入资金少（5万内），落地性强，满分10分。	10分	
现场表现	20分	PPT设计与制作 (3分)	1、PPT经过设计，结构清晰，排版美观，满分3分。	3分
		陈述表现 (5分)	1、语言规范、口齿清晰、表达流畅，富有感染力，满分2分。	2分
			2、陈述内容与PPT架构基本吻合，具有体系化思路，满分2分。	2分
			3、主要陈述人最多为3人，若陈述人超过1人，则每人所陈述的内容需有清晰的模块划分，不存在杂乱交织的情况，满分1分。	1分
		答辩表现 (7分)	1、文明沟通，态度良好，满分1分。	1分
			2、回答问题思路清晰，逻辑性强，满分3分。	3分
			3、回答问题内容完整、层次分明、重点突出，具有创新性，满分3分。	3分
		团队风貌 (2分)	1、仪容仪表大方、得体，满分1分。	1分
			2、礼貌待人，用语文明，满分1分。	1分
		团队协作 (3分)	1、答辩过程中，分工协作，没有队内成员抢话等现象，满分3分。	3分

### 3. 比赛晋级

各赛区参加省区赛团队总数的10%进入决赛（中高职、本科分别

计算)。

## 八、奖项设定

### (1) 参赛队伍奖项

特等奖按参赛队伍的 5%设置, 一等奖按参赛队伍的 10%设置, 二等奖按参赛队伍的 20%设置, 三等奖按参赛队伍的 30%设置, 设置优秀奖若干名。(小数点后四舍五入)

### (2) 指导教师奖项

特等奖、一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖的团队的指导教师为优秀指导教师, 颁发优秀指导教师证书。

## 九、竞赛须知

### (一) 指导教师须知

1. 参赛院校须安排为参赛选手购买竞赛期间的人身意外伤害保险, 确保参赛选手准时参加各项比赛。

2. 食宿费及产生的交通费等由各参赛院校自理。

3. 妥善管理本队人员的日常生活及安全, 在人员离开时不要将钱款及贵重物品(如手机、手提电脑、金银手饰等)放在宾馆, 以免丢失。

4. 各参赛队指导教师应准时参加会议, 并认真传达会议精神。

5. 在竞赛期间要严格遵守竞赛规则, 不得私自接触评委。

6. 竞赛过程中或竞赛后发现问题(包括反映竞赛或其它问题), 应由指导教师按要求提出陈述。

7. 竞赛作品及相关资料未经同意不得私自复制或拷贝。

## （二）参赛选手须知

1. 参赛选手应严格遵守赛场纪律，服从指挥，着装整洁，仪表端庄，讲文明礼貌。遵守赛场纪律，爱护竞赛场地的设备和器材。参赛队之间应团结、友好、协作，避免各种矛盾发生。

2. 按照竞赛日程进行抽签。

3. 参赛选手入场必须佩戴参赛证并出示身份证（没有身份证的学生出示学生证或户口本复印件）。进场后按抽签机位号入座，将参赛证、身份证和抽签机位号置于台桌左上角备查。

4. 竞赛现场务必记录好自己团队的登录账号及密码，一旦遗忘，视为比赛自动结束。

5. 除特别规定外，严禁将移动电话、U盘（或其他存储介质）、电子记事本、计算器等带有记忆性的、有运算功能的或有通讯功能的电子设备带至座位。一经发现并核实，视为作弊。

6. 竞赛过程中所有内容不得涉及任何学校名称。例如：店铺名称、商品描述、图片等均不得涉及任何学校名称。

7. 除特别规定外参赛选手在竞赛期间必须亲自答题，不能借助网络搜索相关答案或进行复制粘贴及下载，否则视为作弊。

8. 竞赛过程中允许组内交流，但严禁大声喧哗，影响其他参赛团队，严禁窥视他人答题，禁止吸烟。

9. 竞赛结束铃响，选手应立即停止操作。经工作人员清点允许后，方可离开赛场。不得将参赛资料带出赛场，离开赛场时，请勿关闭所使用计算机。

10. 服从竞赛工作人员管理，接受裁判的监督和检查。对无理取闹，辱骂、威胁、报复工作人员者，按有关纪律和规定处理。

11. 竞赛过程中如发生计算机故障，须经工作人员确认后方能更换机位或启用备用计算机。未经工作人员允许，参赛队不得开启备用计算机。

12. 本次竞赛严禁冒名顶替，弄虚作假。指导教师不得进入竞赛现场。参赛选手在资格审查中一旦发现问题，将取消其报名资格；在竞赛过程中发现问题，将取消其资格；在竞赛后发现问题，将取消其竞赛成绩，收回获奖证书等。

## 十、申诉与仲裁

1. 在竞赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，参赛队可在竞赛结束后 2 小时之内向仲裁组提出申诉。

2. 申诉主体为参赛队指导教师。

3. 申诉启动时，参赛队以该队指导教师签字统一的书面报告的形式递交仲裁组。报告应对申诉事件的现象、发生时间、涉及人员、申诉依据等进行充分、实事求是的叙述。非书面申诉不予处理。

4. 仲裁工作组在接到申诉报告后组织复议，并及时将复议结果以书面形式告知申诉方。

5. 申诉方不得以任何理由拒绝接收仲裁结果；不得以任何理由采取过激行为扰乱赛场秩序；仲裁结果由申诉人签收，不能代收；如在约定时间和地点申诉人离开，视为自行放弃申诉。

附件 1：参赛证表样

第六届“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛  
参赛证

照 片

姓 名:

出生日期:

学校名称:

团队名称: