

第一届巨野县职业技能大赛 电子商务师赛项技术工作文件

第一届巨野县职业技能大赛组委会

2026 年 6 月

目 录

一、技术描述.....	1
(一) 项目概要.....	1
(二) 基本知识与能力要求.....	1
二、试题与评判标准.....	2
(一) 试题 (样题)	2
(二) 比赛时间及试题具体内容.....	2
(三) 评判标准.....	8
三、竞赛细则.....	11
四、竞赛场地、设施设备等安排.....	16
(一) 赛场规格要求.....	16
(二) 基础设施清单.....	17
五、安全、健康要求.....	17
(一) 安全管理要求.....	17
(二) 场地安全要求.....	17

一、技术描述

（一）项目概要

本项目设置技能实操模块，包括新媒体营销和企业移动商务运营两个子模块，全面考察选手的商品整合、视觉营销、网络营销、客户服务、网店运营、经营管理与决策等能力，提高选手利用数据实现精准营销，在电子商务领域进行创新创业的能力。

（二）基本知识与能力要求

对选手基本知识、工作能力的要求以及各项要求的权重比例。例如下表：

相关要求		权重比例（%）
模块 A:	新媒体营销	40
基本知识	—新媒体平台规划与选择 —内容规划与运营方法 —营销活动策划与实施技巧 —短视频后期制作流程与技巧 —客户关系管理策略 —数据统计与分析方法	
工作能力	—新媒体平台构建能力 —文案策划能力 —品牌营销能力 —热点话题营销能力 —产品推广能力 —活动管理能力 —用户运营能力 —数据分析能力	
模块 B:	企业移动商务运营	60
基本知识	—企业战略类型 —业务评价与选择 —移动商务交易流程 —移动开发模式与各业务载体功能设计 —移动营销渠道与推广内容设计	

	一数据指标筛选与数据分析方法 一财务收支与财务报表 一绩效指标制定与绩效考核方法	
工作能力	一经营选品能力 一店铺装修能力 一商品管理能力 一营销推广能力 一采购管理能力 一物流管理能力 一客户服务能力 一移动应用开发能力 一移动营销能力 一人资管理能力 一财务管理能力 一数据分析能力	
合计		100

二、试题与评判标准

（一）试题（样题）

1. 基本内容

比赛采用上机操作形式进行，设置技能实操模块。

2. 试题命制

组委会负责组织有关专家和裁判人员统一制定竞赛规则。以电子商务师职业技能等级标准技能要求为基准，设计和执行本赛项。

竞赛专家委员会负责本赛项的命题工作，技能实操比赛建立至少 3 套赛题，正式赛题于竞赛当日，经赛题随机排序后，在监督组的监督下由裁判长抽取正式赛题。

（二）比赛时间及试题具体内容

1. 比赛时间安排

比赛总时长 195 分钟，其中新媒体营销 75 分钟，企业

移动商务运营 120 分钟。

2. 试题具体内容

模块 A: 新媒体营销

分为微信营销、微博营销两项内容，赛题包括 3 个不同行业。考核试题如下：

竞赛要求参赛选手以某某行业为背景，通过微信、微博等新媒体渠道，实现企业产品和服务的营销和推广，每个渠道的具体规划如下：

①微信营销：依托微信模块，从公众号规划、文案内容发布、营销活动推广、客户服务管理四个方面，进行企业微信公众号的整体规划和建设。

内容	具体要求
公众号规划	1. 公众号定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。 2. 自定义菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，并确保菜单均为有效链接。 3. 关注时回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。 4. 微网站搭建：基于商城型网站，搭建移动端网站，要求突出产品分类、热销榜单、新品上新、活动特惠等信息，以此宣传企业的产品和服务。
文案内容发布	1. 新产品发布文案：利用海报场景，推广企业新产品，要包含产品的基本信息、提炼产品卖点，并且能引发消费者的好奇和期待，且至少有 6 张宣传页面。 2. 节日营销文案：结合 6.18、双十一、年货节等相关电商节庆，借助推文管理工具，设计相关的主题文章，要求采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆等相关活动信息和元素。
营销活动推广	1. 游戏营销推广：为用户提供 2 个互动的小游戏，吸引粉丝的关注，以此带动公众号的活跃度。 2. 促销活动推广：选择 2 款热销产品，参与限时拼团促销活动，吸引粉丝的参与，提高品牌的知名度和影响力，要求能够通过设置帮助用户快速了解活动信息。
客户服务管理	1. 客服技能测试：快速并准确的完成客服打字练习，并确保打字

	速度在 60 字/分钟以上。 2. 客户咨询处理：开启人工客服，在最短时间内恰当接待客户的同时，启用智能机器人客服，并预设客户的常见问题及回复内容，节省人工客服的成本，提升客户满意度。 3. 客户关系管理：以客户为中心，从用户属性、行为偏好等角度，将客户进行分组管理，并针对不同的客户小组分别发送群发信息。
--	--

②微博营销：依托微博模块，利用热门话题、头条文章、名人堂等工具，实现企业的品牌宣传和推广。

内容	具体要求
微博日常管理	装修微博主页，设计符合企业形象的微博昵称、头像、简介以及背景图，并从多个角度为账号添加标签，满足标签的多样性。
日常博文发布	借助微博平台，发布至少 5 篇普通微博，要求微博采用图文结合的形式，并以九宫格布局图的方式展示，从而引起用户的阅读兴趣，并在互动区拉近与用户的距离。
广告博文撰写	利用微博的头条文章工具，分别以“新品上市”和“活动大促”为主题，撰写 2 篇广告文案，为企业品牌造势，要求标题和导语的设置能够引起用户的阅读兴趣，排版采用动图和静态图相结合的方式，从而吸引用户阅读，并促成与用户的互动。
借势营销	借助明星或者大 V 的力量，关注并转发至少 5 个大 V 的微博，创造情感链接，传播企业品牌。

模块 B: 企业移动商务运营

参赛选手经营一家以网络营销业务为核心的公司，经营之初，公司拥有一笔 200 万的启动资金，用以组建各自的公司。公司由运营中心、研发中心、店铺运营部、网络营销推广部、人力资源部、财务管理部六大部门构成，其中运营中心为公司战略指导部门。

公司将经历 3 个经营周期，围绕 4 种可选商品，完成若干决策任务，这些任务涉及业务定位、数据化选品、商品采购、店铺运营、APP 设计与营销、企业营销推广、社会化客户服务、物流配送、财务管理、数据分析等企业经营的各个环节。最终依据运营指标、营销指标、客户指标和财务指标

这四个维度进行运营成果整体评判，按得分高低进行竞争名次排序。

（1）企业运营规划

①业务战略定位

根据行业背景、市场竞争、企业资源及目标等情况，在网店、移动店铺、独立 APP 和微商城四大业务中进行定位选择，确定企业经营方向，进行有效资源配置。

②数据化选品

参照各商品的市场交易热度数据和市场需求数据，细分商品市场，分析各商品的竞争激烈程度，预估市场前景、市场销量和市场份额，做出选品决策。

（2）APP 设计与营销

依据企业的业务定位，进行 APP 设计与营销。将企业自主研发的 APP 上架到应用市场进行推广，通过展示广告和搜索关键词推广等方式抢占 APP 高曝光展示位，获取较多下载量。

（3）店铺运营

①基础设置

根据目标用户规模，行为偏好及企业成本，选取并开启恰当的支付方式和物流方式。

②商品采购

依据选品决策、市场预测、采购成本、仓储成本，确定商品采购量。

③店铺装修

参照范本提供的页面布局，识别范本使用组件及其样式，利用软件素材库提供的素材，进行布局、色彩、图片及文案的设计，搭建完整的店铺首页。

④商品管理

添加已采购的商品，填写完整的商品标题、关键词、价格、运费、详情描述等信息。

⑤促销推广与活动策划

提供关键词优化、活动策划、优惠券和短信提醒四种方式，合理选择并设置，达到提升店铺流量，进而促进订单转化的效果。

⑥社会化客户服务

包含客户服务基础资源配置和社群场景客服咨询模拟两个环节。自主决策开启智能客服等级和社交服务渠道，设置人工客服人数和咨询回复时间，开启退换货服务机制。在社群场景模拟中，扮演人工客服角色，回答系统随机问题，每期提供 10 道不重复的问题，回答正确率将计入客服满意度指标。

⑦订单发货

根据订单收货地、订单所含商品数量，以及商品库存情况，选择合适的物流方式进行发货。已完成发货的订单，其实际成交金额计入销售收入。

（4）企业营销推广

①微信营销

借助微信平台进行微信营销推广，利用品牌活动推广、

移动应用推广、公众号推广以及卡券推广等多种推广方式，实现企业公众号的营销和推广。

②微博营销

借助微博社交平台进行微博营销推广，可通过编辑创意文案进行微博营销，并根据粉丝关系、人群属性以及社交兴趣构建用户人群画像，实现精准营销。

③短视频营销

短视频营销方式提供通投广告、搜索广告等多样营销场景，支持极速推广与专业推广，能够进行精确的投放设置与定向人群选择。

④直播营销

直播营销方式能够推广当前直播、预约直播，通过设置推广信息与投放信息，实现直播的宣传与推广。

⑤微淘营销

微淘作为无线淘宝营销工具，支持对手机端的用户进行基于粉丝的营销，围绕商品、广播、资讯、活动等主题进行多样化的宣传与推广，从而获取更多的流量。

⑥二维码营销

二维码作为移动端主流的营销手段，能够便捷引导用户获取相关产品资讯以及商家推广活动的最新信息，刺激用户的购买行为。

⑦H5 营销

H5 营销可设置不同主题的场景内容，实现 H5 场景一键分享至微博或者微信等新媒体平台，进行同步推广，以新颖

的内容、有趣的互动，增加营销深度和效果。

（5）社交互动

微博、微信、微淘等主流企业营销推广平台的内容动态同步展现在现金加油区，通过用户间的点赞、分享、评论、关注等社交互动行为，实现“流量互换”，体现“社交流量-口碑推广-成交转化”的社交电商转化路径。

（6）数据分析

企业经营过程中，系统生成各类运营数据，包括企业整体数据、业务数据、营销数据、商品数据、市场数据和财务数据等。这些数据可以反映企业运营状态，为决策者的策略调整提供依据。

（三）评判标准

1. 分数权重

（1）竞赛项目配分表

模块编号	模块名称	竞赛时间 (分钟)	分数		
			评价分	测量分	合计
A	新媒体营销	75	40	60	100
B	企业移动商务运营	120	0	100	100
总计		195	40	160	200

（2）评分标准

技能实操设置评价分和测量分两种方式，其中测量分由比赛软件系统评判，评价分由裁判评判，具体评分指标如下：

模块 A：新媒体营销

系统测量分评分标准如下表所示：

子模块	评分维度	评分项目	分值
微信营销	基础设置	公众号设置	1.5
		关注时回复	1.5
		自定义菜单	3
	微网站建设	网站搭建	3
	营销推广	推文管理	3
		海报场景	4.5
		促销管理	3
		活动管理	3
	客户服务	客服测速	3
		咨询处理	3
		客户关系管理	1.5
微博营销	基础设置	基础设置	6
		我的微博	9
	微博营销	头条文章	9
		名人堂	6

裁判评价分评分标准如下表所示：

子模块	评分维度	评分说明	分值
企业微信营销	公众号整体规划	公众号名称容易识别；logo 设计有寓意；与行业息息相关	1
		底部导航菜单类设置明确，无重复项；且菜单设置均为有效连接	1
		自动回复语句亲和，向用户提供有效信息，并能引发用户继续关注下去的兴趣	1
	微网站设计	界面展示简洁优美，与行业特色相符合	1
		图片清晰美观、不压缩变形，视觉传达效果较好	1
		网站内容突出任务书要求关键信息	1
	文案策划	文案封面和标题简洁有新意，能够引起用户的阅读兴趣	1
		正文采用图文结合的形式，层次明，风格统一	1
		内容与电商节日相结合，包含电商节庆的相关活动信息和元素	2
	营销推广	采用 H5 场景展示产品信息，整体风格清晰简洁，美观大方	2
		承载品牌信息，传达品牌形象，能引发用户共鸣	2

		传达内容包含产品的基本信息，并提炼产品的卖点	2
	客户服务	针对销售环节中常见的问题，设置相关的回复内容，方便用户查看	2
		问题回复语言规范，简明扼要，解决用户的问题	2
企业微博营销	微博装修管理	微博昵称简单易识别，且与行业相关	1
		头像和背景图清晰，有寓意，整体风格统一	1
		简介清楚明了，让用户认识你，了解你	2
	日常博文管理	博文整体采用图文结合的方式，并且采用九宫格的布局排版。	2
		博文内容与行业相关，且博文内容质量较高。	4
		博文互动区维护，在互动区回复用户的评论，并与用户保持较好的互动。	2
	广告博文管理	标题和导语设置有技巧，能够引发用户的持续阅读和关注	2
		排版采用动图和静态图相结合的方式，吸引用户眼球，促成用户互动	2
		内容以任务书关键信息为主题，巧妙融入企业品牌的营销	4

模块 B：企业移动商务运营

企业移动商务运营得分全部采用系统测量分，体现出其真实、客观和公正性。

成绩计算公式及具体指标权重如下：

总成绩=各期成绩之和/期数

各期成绩=100* $\sum_{i=1}^m$ [一级指标权重 i * $\sum_{j=1}^n$ (二级指标权重 ij * 指标值 ij)] (指标值 ij 为转化成 0-1 的比率指标)

说明：m=4，n=3（i=1 时）或 n=2（i=2 时）或 n=2（i=3 时）或 n=3（i=4 时）

具体评分指标与权重参见下表：

一级指标	权重	二级指标	权重
运营	35%	商品价格竞争力	30%

		流量	30%
		成交转化率	40%
营销	15%	营销互动率	30%
		营销质量度	70%
客户	10%	市场份额	50%
		客户满意度	50%
财务	40%	销售额	40%
		利润率	40%
		预算控制	20%

2. 评判方法

3 名裁判为一组，各自单独评分，对新媒体营销模块进行评分，最终取各裁判的平均分值作为选手的评价分。评价分可分为 0-3 四个等级，每个等级对应相应分值，具体含义如下：

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

3. 成绩并列

选手总成绩相同时，按照以下原则确定排名顺序：

- （1）B 模块排名靠前；
- （2）当（1）依然相同时，A 模块得分高者排名靠前。

三、竞赛细则

1. 场次和工位抽签

竞赛以线下方式进行，竞赛组委会召开领队会议，宣布有关规定，比赛日当天进行加密抽签。

2. 日程安排

时间		内容	地点
竞赛日	07: 30-08: 00	报到	报到地点
	08: 00-08: 30	一次加密抽签	一次抽签区域
	08: 30-08: 50	二次加密抽签	二次抽签区域
	09: 00-10: 15	新媒体营销	竞赛场地
	10: 15-12: 15	企业移动商务运营	竞赛场地
	10: 30-15: 00	评分、统分	裁判室
以现场实际时间安排为准			

(二) 裁判员须知

1. 裁判员执裁前应参加培训，了解比赛任务及其要求、考核的知识和技能，认真学习评分标准，理解评分表各评价内容和标准。不参加培训的裁判员，取消执裁资格。

2. 裁判员执裁期间，统一佩戴裁判员标识，举止文明礼貌，接受参赛人员的监督。

3. 遵守执裁纪律，履行裁判职责，执行竞赛规则，信守裁判承诺书的各项承诺。服从裁判长的领导。按照分工开展工作，始终坚守工作岗位，不得擅自离岗。

4. 裁判员有维护赛场秩序、执行赛场纪律的责任，也有保证参赛选手安全的问题。时刻注意参赛选手操作安全的问题，制止违反安全操作的行为，防止安全事故的出现。

5. 裁判员不得有任何影响参赛选手比赛的行为，不得向参赛选手暗示或解答与竞赛有关的问题，不得指导、帮助选手完成比赛任务。

6. 公平公正的对待每一位参赛选手，不能有亲近与疏远、热情与冷淡差别。

7. 选手有检查设备、更换元器件或零件、补充耗材的要求时应予以满足。对更换的元器件要与赛场技术人员一道进行检测，判断选手更换的元器件的情况；检查设备或更换元器件应在赛场记录表上记录更换元器件或补充耗材的名称与型号、要求更换到更换完毕的用时、要求更换的原因、对更换的元器件检测结果，并要求参赛选手签工位号确认。

8. 赛场中选手出现的所有问题如：违反赛场纪律、违反安全操作规程、提前离开赛场等，都应在赛场记录表上记录，并要求学生签工位号确认。

9. 竞赛期间，因裁判人员工作不负责任，造成竞赛程序无法继续进行或评判结果不真实的情况，由大赛组委会视情节轻重，给予通报批评或停止裁判资格，并通知其所在单位做出相应处理。

（三）参赛选手须知

1. 参赛选手应当文明参赛，服从裁判统一指挥，尊重赛场工作人员，自觉维护赛场秩序。如参赛选手因对裁判不服从而停止比赛，则以弃权处理。

2. 参赛选手须严格遵守竞赛规程规定的安全操作流程，防止发生安全事故。

3. 参赛选手应该爱护赛场使用的设备、仪器等，不得人为损坏比赛所使用的仪器设备。

4. 参赛选手须严格按照规定时间进入检录抽签区和比赛场地，不允许携带任何竞赛规程禁止使用的电子产品及通讯工具以及其它与竞赛有关的资料和书籍，不得以任何方式

泄露参赛院校、选手姓名等涉及竞赛场上应该保密的信息。

5. 参赛选手对于认为有影响比赛成绩的裁判行为或设备故障等，应按大赛制度规定进行申诉。参赛选手不得利用比赛相关的微信群、QQ 群发表虚假信息和不当言论。

（四）工作人员须知

1. 工作人员必须佩戴由大赛组委会签发的相应证件，着装整齐。

2. 工作人员不得影响参赛选手比赛，严禁出现影响比赛公平的行为。

3. 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。

4. 熟悉比赛规程，认真遵守各项比赛规则和工作要求。

5. 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。

6. 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。

7. 发扬无私奉献和团结协作的精神，提供热情、优质服务。

（五）成绩公布

最终成绩经复核无误，由裁判长会同裁判组签字确认。比赛全部结束后 48 小时内由大赛组委会公布竞赛成绩。

（六）技术违规处理

1. 参赛选手按规定时间到达指定地点，凭参赛证和身份证进入赛场，并进行抽签。选手迟到 15 分钟取消比赛资格。

2. 选手不得穿戴具有个人信息、特殊标识的衣服、头饰、配饰。

3. 竞赛选手应严格遵守赛场纪律、保证人身及设备安全，文明竞赛。

4. 竞赛在局域网中进行，禁止使用互联网；需将随身携带的手提包、U 盘、手机（关机状态）等电子设备、通讯设备及其他资料物品存放在讲台前，禁止携带至座位。如发现使用行为，以及比赛中发现有代替他人比赛或伪造证件的，均按作弊论处，取消其比赛资格。

5. 竞赛过程中，因严重操作失误或安全事故不能进行比赛的（例如：因综合布线发生短路导致赛场断电的、造成设备不能正常工作），裁判有权中止该选手比赛。

6. 竞赛过程中，不设比赛内容的咨询与答疑，如遇设备或软件等故障，参赛选手第一时间举手示意，技术人员等应及时予以解决；确因电脑软件或硬件故障，致使操作无法继续的，经确认予以启用备用电脑。5 钟内处理完成故障的不进行补时，如影响比赛进程，请示裁判长裁定后，可将该选手比赛时间酌情后延。

7. 竞赛各模块不允许出现与参赛选手、参赛单位等相关的文字信息，一经发现，以作弊处理。

8. 如果选手要求提前结束比赛，应报裁判批准。比赛终止时间由裁判记录在案，批准并通知提前结束比赛后，选手不得再进行任何加工。提前结束比赛的选手不准提前离开赛场。

9. 当听到比赛结束指令时，参赛选手应立即停止操作，不得以任何理由拖延比赛时间。离开比赛场地时，不得将草稿纸等与比赛有关的物品带离比赛现场。

10. 选手如果违反有关约定，比赛成绩将以零分计算（裁判长允许的例外），裁判如果违反约定将取消裁判资格。

（七）问题或争议处理

竞赛期间，与竞赛有关的问题或争议，各方应通过正当渠道并按程序反映和申诉，不得擅自传播、扩散未经核实言论、信息。

1. 竞赛项目内解决

参赛选手、裁判员发现竞赛过程中存在问题或争议，应向裁判长反映。裁判长依据相关规定处理或组织比赛现场裁判员研究解决。处理意见需比赛现场全体裁判员表决，须获全体裁判员半数以上通过。最终处理意见应及时告知意见反映人。

2. 监督仲裁组解决

在比赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，选手可在比赛结束后 2 小时之内向监督仲裁组提出书面申诉。监督仲裁组在接到申诉后的 2 小时内组织复议，并及时反馈仲裁结果，经调查确认所反映情况属技术性问题的，仍交由竞赛项目内解决。属非技术性问题的，由监督仲裁组作最终裁决。没有书面申诉或超过 2 小时进行申诉的不予受理。

四、竞赛场地、设施设备等安排

（一）赛场规格要求

本项目共设置 3 个赛场，每个赛场设置 30 个工位。

（二）基础设施清单

赛场提供设施、设备清单表

序号	名称	数量	技术规格
1	台式电脑	1	系统：预装 Windows7 或以上系统；CPU：i5 7 代及以上；内存：8G 或以上；浏览器：Chrome85 或以上；文档处理软件：Office2013 及以上；图片处理软件：Photoshopcs6；预装竞赛所需解压、输入法、录屏软件。
2	稿纸	3	A4 白纸
3	签字笔	1	0.5mm 黑色签字笔

无需选手自带工具、材料，赛场配发的各类工具、材料，选手一律不得带出赛场。

五、安全、健康要求

（一）安全管理要求

1. 竞赛内容涉及的器材、设备应符合国家有关安全规定。承办单位充分考虑比赛内容和所用器材、耗材可能存在的不安全因素，通过完善设计规避风险，采取有效防范措施保证选手备赛和比赛安全。

2. 建立完善的安全事故防范制度，并在赛前对选手进行培训，避免发生人身伤害事故。

3. 大赛组委会须制定专门方案保证比赛命题以及赛题保管、发放、回收和评判过程的安全。

（二）场地安全要求

竞赛承办单位确保所有相关人员有一个安全和健康的环境，不会出于任何理由危害任何相关人员的健康或安全。所有相关人员都要遵守我国相关的健康和法规，以及适用于本次竞赛的特殊健康和法规。所有相关人员都有责

任及时报告任何安全违法行为或事件,或安全顾虑。场地安全要求如下:

1. 赛场用电无安全隐患;
2. 安全出口、疏散通道保证畅通,安全疏散指示标志、应急照明完好无损,竞赛场地安全疏散通道禁止被占用;
3. 消防设施、器材和消防安全标志全都在位且功能完整;
4. 消防安全重点部位人员正常在岗工作;
5. 配备急救人员与设施;
6. 赛场环境中存在人员密集的区域,除了设置齐全的指示标志外,须增加引导人员,并开辟备用通道。