浙职赛委办〔2024〕21号

浙江省中等职业学校职业能力大赛组委会办公室

关于举办2024年浙江省中等职业学校职业能力

大赛（学生技术技能类）“电子商务运营”

项目比赛的通知

各设区市教育局、有关职业学校：

# 根据《浙江省中等职业学校职业能力大赛组委会关于做好2024年浙江省中等职业学校职业能力大赛的通知》（浙中职赛委〔2024〕1号）的要求，经研究，决定于2024年4月在杭州举办浙江省中等职业学校职业能力大赛（学生技术技能类）“电子商务运营”项目比赛。现将有关事项通知如下：

一、比赛内容

本次比赛内容包括: 网店开设装修、网店运营推广、直播销售及客户服务三个部分，其中每部分分值占总成绩的比例分别为25%、40%和35%。每支参赛队三个部分的总成绩为最终获奖成绩（具体内容及要求见附件1）。

二、比赛方式

1.本赛项为团体赛。以各设区市为单位报名组队，每设区市限报2支参赛队伍，每队限报4名参赛选手。每所学校不超过1支队伍，选手必须是在校学生，且来自同一所学校。每队选定1名队长，在比赛规定的时间内共同完成比赛任务。

2.每支参赛队可配2名指导教师，但在比赛期间指导教师不允许进入比赛场地进行现场指导或在赛场外通过通信设备进行远程指导。

3.报名截止后，各参赛队不再允许临时更改报名确定的选手名单和指导教师名单，否则，直接取消其比赛资格。若确有特殊原因需要更换，请在赛前联系当地教育局申请办理。

三、比赛时间和地点

1.报到时间和地点。请于2024年4月7日（周日）12：00～14：00到杭州滨江雷迪森维嘉酒店(地址：杭州滨江区滨文路474号）报到。

2.比赛时间：4月8日—9日。

3.比赛地点：浙江商业职业技术学院（地址：杭州市滨江区滨文路470号）。

四、参赛对象

参赛选手须为我省全日制中等职业学校电子商务类专业在校学生，年龄须不超过21周岁，年龄计算截止时间为2024年5月1日为准。选手身份需经主管学校的市（县、区）教育行政部门出具盖有红章的学籍证明进行确认。每支参赛队选手报到时带学生证和身份证原件以备查。在往届国赛中获得过该赛项一等奖的学生不能参赛。请各地教育行政部门严格审核选手资格，资格如有不实者，一经发现将取消比赛成绩。

五、奖项设置

本赛项设团体奖。以参赛队总数为基数，一等奖10%，二等奖20%，三等奖30%。

六、其他

1.比赛不收取报名费和参赛费，统一安排食宿（费用自理）。除各设区市领队、参赛学校领队、指导老师、参赛选手外，其他随队人员食宿请各参赛队自行安排。

2.请各参赛学校根据大赛组委会要求，做好参赛选手的资格审查工作，于3月24日前登入浙江省中等职业学校职业能力大赛管理平台（https://jnds.zjedusri.com.cn/home/index/)完成报名工作，逾期不予受理。

3.2024年浙江省中等职业学校职业能力大赛电子商务运营赛项赛题及最新通知将在浙江省中等职业学校职业能力大赛管理平台发布，请及时关注。

4.各参赛学校的住宿可直接联系杭州滨江雷迪森维嘉酒店。为便于比赛的沟通交流，请及时加入省中职电子商务比赛QQ群323327863。后续比赛的有关动态将第一时间在群内发布。如有疑问，可咨询联系电话：0571-58108288，0571-58108292。

附件：1. 2024年浙江省中等职业学校职业能力大赛电子商

务运营赛项规程

2.2024年浙江省中等职业学校职业能力大赛电子商

务运营赛项赛题

浙江省中等职业学校职业能力大赛组委会办公室

2024年3月6日

附件

2024年浙江省中等职业学校职业能力大赛（学生技术技能类）“电子商务运营”赛项规程

一、比赛项目

比赛项目：2024年浙江省中等职业学校职业能力大赛（学生技术技能类）“电子商务运营”。

二、比赛内容

本赛项主要包括网店开设装修、网店运营推广、直播销售及客户服务三个模块，模块主要内容、比赛时长及分值如下表所示：

表2-1 赛项模块主要内容、比赛时长及分值

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **模块** | | **主要内容** | **比赛时长** | **分值** |
| 模块一 | 网店开设装修 | 任务1：网店规划与注册  根据给定企业背景素材，进行网店规划，并按照网店注册流程完成网店开设。  任务2：网店首页设计与制作  根据电子商务平台技术规范与考题要求，利用图片处理工具和商品素材，完成网店首页设计与制作。  任务3：商品主图视频设计与制作  根据网店运营需求及商品定位，利用给定的图片和视频素材，遵照商品主图视频设计规范、平台规则及考题要求，完成商品主图视频设计与制作，并上传。  任务4：商品详情页设计与制作  根据电子商务平台要求，结合网店及商品定位，完成商品详情页设计与制作。 | 120分钟 | 25分 |
| 模块二 | 网店运营推广 | 任务1：网店运营推广方案制定  根据网店运营推广目标，分析市场数据，并制定网店运营推广方案。  任务2：网店运营推广实施  根据推广方案及商品信息，进行搜索引擎推广、推荐引擎推广、搜索引擎优化，提高网店运营效果。  任务3：网店运营推广数据分析与应用  根据网店运营目标对网店运营推广数据分析，并进行推广策略优化。 | 180分钟 | 40分 |
| 模块三 | 直播销售及客户服务 | 任务1：直播销售  根据直播要求进行直播策划，完成直播商品讲解、上架、与观众进行有效互动，把控直播节奏，活跃直播间氛围，提升直播间的转化率。  任务2：智能客服问答处理  针对客户需求，进行客户问题分类、智能客服问答配置，匹配标准话术，完成常见的售前、售中及售后问题处理，以提高客户服务效率。  任务3：客户异议处理  根据提供的资料，判断客户异议类型，分析异议产生的原因，并提出合理有效的解决方案。 | 150分钟 | 35分 |

三、比赛时间、地点及日程

比赛时间:4月8日9：30-4月9日16：30

比赛地点：浙江商业职业技术学院（杭州市滨江区滨文路470号）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **日期** | **时间** | **事项** | **参加人员** | **地点** |
| 4月7日  （周日） | 12:00-14:00 | 参赛队报到，安排住宿，领取资料 | 工作人员，参赛队 | 住宿酒店 |
| 14:30 | 参赛队、领队集中前往学校 |  |  |
| 14:45-15:30 | 熟悉赛场 | 赛场技术人员、各参赛队领队 | 比赛场地 |
| 15:40-16:20 | 领队会议 | 各参赛队领队 | 会议室 |
| 16:20 | 回住宿酒店 |  | 比赛场地 |
| 4月8日  （周一） | 8:00 | 参赛队住宿酒店门口集合，集体前往赛场 | 各参赛队 | 住宿酒店 |
| 8:20 | 比赛场地前 | 各参赛队、工作人员 | 比赛场地前 |
| 8:35开始 | 大赛检录进场  第一次抽签加密（抽序号） | 参赛选手，第一次抽签裁判 | 一次抽签区域 |
| 8:55开始 | 第二次抽签加密（抽工位号） | 参赛选手，第二次抽签裁判 | 二次抽签区域 |
| 9:30-12:00 | 直播销售及客户服务 | 参赛选手、裁判 | 比赛场地 |
| 12:00-13:30 | 午餐 | 参赛选手、裁判、工作人员 |  |
| 13:30-15:30 | 网店开设装修 | 参赛选手、裁判 | 比赛场地 |
| 4月9日  （周二） | 7:40 | 参赛队住宿酒店门口集合，集体前往赛场 | 各参赛队 | 住宿酒店 |
| 8:00 | 比赛场地前 | 各参赛队、工作人员 | 比赛场地前 |
| 8:05开始 | 大赛检录进场  第一次抽签加密（抽序号） | 参赛选手，第一次抽签裁判 | 一次抽签区域 |
| 8:25开始 | 第二次抽签加密（抽工位号） | 参赛选手，第二次抽签裁判 | 二次抽签区域 |
| 9:00-12:00 | 网店运营推广 | 参赛选手、裁判 | 比赛场地 |
| 12:00-13:00 | 午餐 | 参赛选手、裁判、工作人员 |  |
| 16:00-16:30 | 闭赛式 | 领导、嘉宾、裁判长、裁判、各参赛队 | 报告厅 |
| 16:40 | 各队回住宿酒店 | 各参赛队 | 住宿酒店 |
| 4月10日  （周三） | 9:00 | 所有参赛队返程 |  |  |

四、比赛方式

1.本赛项为团体赛。以各设区市为单位报名组队。每区市限报2队选手，每队限报4名选手。选手必须是在校学生，且来自同一所学校。选定1名队长，在比赛规定的时间内共同完成比赛任务。

2.每支参赛队可配2名指导教师，但在比赛期间指导教师不允许进入比赛场地进行现场指导或在赛场外通过通信设备进行远程指导。

3.报名截止后，各参赛队不再允许临时更改报名确定的选手名单和指导教师名单，若比赛时发现有此种行为的，直接取消其比赛资格。

五、比赛赛卷

本赛项包括网店开设装修、网店运营推广、直播销售及客户服务三部分内容，网店开设装修、网店运营推广、直播销售及客户服务均为公开赛卷，从《2023年全国职业院校技能大赛中职组“电子商务运营”赛项赛题》中选择5套赛题于大赛管理平台（http://jnds.zjve.cn/home/index/)公开发布。

### 模块一：网店开设装修

（一）赛题立意

本竞赛模块紧跟产业发展趋势和电子商务行业人才需求，对接网店运营、网店美工相关岗位（群），及时将产业发展的新动向、新技术、新技能纳入竞赛内容，规划基于主流电商平台的网店规划与注册、网店首页设计与制作、商品主图视频设计与制作、商品详情页设计与制作等典型工作任务作为竞赛内容，全面检验选手的网店创设和维护能力、网店视觉设计能力、图文制作能力、商品短视频设计与制作能力以及美学意识、沟通意识、合规意识等职业素养。

本模块所有任务均在竞赛平台创设的情境和构建的网店开设装修环境中完成，赛题类型均为操作题，任务设计立足电子商务相关法律法规、行业标准及平台规范，采用机考评分与结果评分相结合的方式进行评分。

（二）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

**样题：网店首页设计与制作**

戴格旗舰店在年中庆大促活动来临之前，网店运营人员准备对网店首页重新进行布局和装修，提前营造节日氛围。利用现有商品图片和相关素材，设计与制作网店店招，并以风衣、衬衫、牛仔裤、连衣裙等四款商品为基础，分别为每款商品设计1张轮播图。

**任务素材：**

4款商品的图片素材、4款商品介绍文档各1份。

**任务要求：**

1.根据网店定位和首页设计需求，利用首页布局管理功能，完成网店首页布局；

2.根据网店首页布局，利用提供的素材，设计与制作1张网店店招；

3.根据网店首页布局和营销需求，利用提供的素材，为4款商品分别设计与制作1张轮播图。

4.网店首页设计规范：店招图片尺寸为950像素\*120像素；轮播图尺寸为950像素\*250像素。支持JPG、PNG图片格式，每张图大小不得超过3MB。要求一组内的图片宽度、高度必须完全一致。

**操作过程：**

1.网店首页布局；

2.制作并上传网店店招；

3.制作并上传网店轮播图；

4.网店首页发布。

### 模块二：网店运营推广

（一）赛题立意

本竞赛模块聚焦数字技术技能在网店运营推广领域的广泛应用，面向网络营销推广相关岗位（群），全面检验参赛选手的网店运营推广方案制定、网店运营推广实施以及网店运营推广数据分析与应用等专业能力，提升行业敏感度、运营意识、创新意识、团队协作等素养，促进复合型高质量电商技能人才的培养，助力我国电商行业高质量发展。

所有任务均在竞赛平台创设的情境和构建的网店运营推广环境中完成，赛题类型均为操作题，任务设计对标实际网店运营推广工作任务，立足行业标准与规范，采用机考方式进行评分。

（二）情境创设

戴格旗舰店是一家正在某主流电子商务平台上经营服装服饰的网店，主营风衣、连衣裙、衬衫等商品。网店主要面向18至28岁的潮流女生，提供高性价比的潮流女装。为了吸引更多消费者，提高商品营销转化率，网店决定利用给定的推广预算，针对网店内泡泡袖连衣裙、POLO领衬衫、拉绒棉风衣、假两件连衣裙、民族风衬衫、翻领衬衫等6款商品进行3个周期的网店运营推广。商品信息如下所示：

1.泡泡袖连衣裙

这款高颜值实用升级泡泡袖连衣裙选用复古的红色波点雪纺面料，哑光质地面料，更能显示连衣裙高级感。在款式上选择了腰间加松紧的设计，这样穿着可以更好的遮挡腰间的赘肉，更加凸显蜂腰。本款五分袖雪纺碎花高腰连衣裙，既适合通勤，也适合文艺；泡泡袖方领套头印花设计，充满潮流时尚特色，同时加上褶皱印花的时尚元素，是今年秋季女装中难得的新品。

2.POLO领衬衫

这款POLO领衬衫上衣采用圆扣收口，可挽起穿着，收口处紧密，不漏风，下摆前短后长的圆弧设计，休闲时尚，修饰身形，棉面料给你舒适的穿着体验。优质的棉质面料，触感轻柔，透气良好，厚薄适中，穿着舒适亲肤。本款衬衫既适合通勤也适合潮流，POLO领单排多扣条纹设计充满特色，同时加上通勤、条纹拼接的时尚元素，是今年秋季女装中难得的新品。

3.拉绒棉风衣

这款拉绒棉风衣外套的版型是收腰A型的下摆，胸前的左侧做了单独的挡风片设计，半盖腰部，视觉上会很显瘦。长度为过膝长款，这种设计的风衣只有大长款才能显现出它的气场跟比例来。面料用的是高支长绒纯棉风衣料，面料不厚重，上身轻松舒适，很透气，保暖性强，是春季尤为合适的女装精选。

4.假两件连衣裙

这款假两件连衣裙简约而不简单的版型设计优雅大方，腰身收紧彰显你纤细的身姿，凹出你的小蛮腰，优质面料，简约简单，很有少女气息。优雅动人，尽显女人气质，随意搭配，皆能完美地演绎出美丽冲动。连衣裙修身裁剪，起到显瘦效果，时尚领口尽显脖颈修长，锁骨之美，裙子优雅又不失美丽。

5.民族风衬衫

这款民族风衬衫采用撞色图案绣花，单排多扣设计充满文艺特色。同时加上文艺、民族风的时尚元素，文艺的同时还不失潮流感；纯棉的面料，保暖舒适。时尚修身、显瘦洋气、百搭气质时髦休闲的中国风衬衫女装，让每一个中国女人穿出美美的时尚中国味道。

6.翻领衬衫

这款特色防风翻领衬衫采用耐穿舒适的风衣混纺面料，用心的细节让你脱颖而出，撞色复古的仿木质纽扣，双排扣结合收腰蝴蝶结系带，防风防寒的袖口系带，匠心成就质量追求。本款中长简约宽松通勤风衣，翻领插肩袖双排扣蝴蝶结系带设计，充满潮流时尚，混纺的面料，舒适耐穿。

（三）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

**样题：网店运营推广实施**

完成网店运营推广方案的制定之后，戴格旗舰店接下来根据制定好的网店运营推广方案，利用竞赛平台提供的推广环境，通过搜索引擎优化方式，利用搜索引擎、推荐引擎两种推广渠道，结合网店商品信息，完成连续3个周期的搜索引擎优化、搜索引擎推广与优化、推荐引擎推广与优化实施，提高网店运营推广的整体效果。

任务要求：

1.根据搜索引擎优化方案，结合搜索引擎的排名规则，完成搜索引擎优化，提高商品自然搜索排名；

2.根据搜索引擎推广方案，结合搜索引擎推广的竞价机制，完成搜索引擎推广，获取精准流量，提高商品的点击量和成交量；

3.根据推荐引擎推广方案，结合推荐引擎推广的推荐机制，完成推荐引擎推广，增加商品有效曝光，提高商品的点击量和成交量。

操作过程：

1.搜索引擎优化

挖掘整理关键词—分析关键词数据—筛选与商品或网店匹配的关键词—借助搜索排名查询工具，对商品内容进行优化。

2.搜索引擎推广实施

搜索引擎推广账户搭建—推广计划制定—推广商品选择—推广关键词筛选—推广关键词添加与出价—人群定向与溢价—推广创意内容设计—推广时间及地域定向—设置推广预算并实施搜索引擎推广。

3.推荐引擎推广实施

搭建推荐引擎推广账户—新建计划组—选择付费方式—圈定目标推广人群—确定推广资源位—选择投放时间及地域—设置预算并实施推荐引擎推广。

### 模块三：直播销售及客户服务

（一）赛题立意

随着技术的进步，电子商务行业的发展更加多元化，以直播电商为代表的电子商务新模式迭代加速，依托这种销售模式而兴起的“直播销售员”成为职业的新趋势和新选择。同时伴随着“人、货、场”的不断变化，电子商务企业的经营重心也逐渐由以商品销售为中心转变为以客户服务为中心，实现了从流量经营到客户经营的转变，从而对客服从业人员提出了更高的要求，客户服务岗位也逐步向服务价值化、服务数字智能化、服务营销一体化转变。直播销售及客户服务模块紧跟产业发展趋势和电商行业人才需求，及时将电子商务产业发展的新职业—直播销售员和电子商务产业发展的新技术—智能客服纳入竞赛内容，对接直播销售、客户服务相关岗位（群），规划直播销售、智能客服问答处理、客户异议处理等直播销售及客户服务的典型工作任务，全面考查选手的直播控场能力、直播销售能力、引导成交能力、客户需求分析能力、客户问题处理能力、客户异议处理能力、智能客服工具应用能力和数字技术应用能力以及消费者洞察力、服务意识、团队协作等素养。

所有任务均在竞赛平台创设的情境和构建的直播销售及客户服务环境中，赛题类型均为操作题，按照直播流程和客户服务要求实施。竞赛平台根据直播和智能客服底层逻辑，结合电商行业特性，采用机考评分和结果评分相结合的方式，对任务实施效果给出符合行业标准的科学评价。

（二）任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

**样题1：直播销售**

百分鲜果旗舰店主要销售冰糖橙、苹果、龙眼等商品，网店的销量一直很可观，已经积累了很多忠实客户。恰逢网店周年庆活动，百分鲜果旗舰店为了回馈老客户和吸引新客户，计划开展一次直播活动。为了保证直播效果，网店选取了店里销量最好的冰糖橙和苹果两款商品作为直播商品。

**任务素材：**

每款商品介绍文档各1份，人物设定文档1份。

**任务要求：**

根据提供的素材，策划直播内容，设置互动活动和购买页信息，以给定的人物设定身份用普通话完成一场两款商品10分钟的直播销售。

**操作过程：**

1.策划直播内容；

2.设置直播互动活动及购买页；

3.直播开场介绍；

4.直播商品介绍与展示；

5.直播商品上架；

6.直播弹幕互动；

7.直播收尾。

**样题2：智能客服问答处理**

百分鲜果旗舰店进行线上运营后，龙眼、黄瓜、樱桃、蓝莓、羊角蜜等五款商品销量大幅提升，客户咨询数量也大大增加。由于客服人员有限，因不能及时回复而导致部分客户流失。为了改善这种情况，客户服务人员归纳整理出客户高频问题及标准回复话术，借助智能客服工具，设置快捷回复，辅助客服及时、准确地应答客户的各类问题，提高客户响应效率和客户满意度。

**任务素材：**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **商品信息：**  **1.龙眼**  该龙眼是泰国进口新鲜龙眼，肉厚核小、晶莹剔透、甜蜜多汁，而且其果实营养丰富，是名贵的高级滋补品，具有补益心脾、养血安神的功能。而且现在下单可享受满19元减10元的优惠。   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 商品名称 | 龙眼 | 储存方法 | 低温保鲜 | 保质期 | 7天 | | 食品添加剂 | 无 | 产地 | 泰国 | 是否为有机食品 | 否 | | 同城服务 | 同城24小时物流送货上门 | 包装方式 | 包装 | 售卖方式 | 单品套餐 | | 份量 | 3人份 | 净含量 | 1斤、3斤、5斤 | 生鲜储存温度 | 0-8℃ |   **2.樱桃**  我们的樱桃每天清晨，伴着雨露在果园现摘现发，锁住新鲜。果子硬时酸甜，软时香甜，一口下去汁水环绕整个味蕾。店铺樱桃全部人工采摘，颗颗精心挑选，严格分拣后，立即发货。果子成长过程中，不用添加剂，不用催熟剂，让果子自然成熟。现在下单还可享受4折优惠。   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 商品名称 | 樱桃 | 保质期 | 7天 | 产地 | 大连市 | | 是否为有机食品 | 否 | 包装方式 | 包装 | 售卖方式 | 单品 | | 套餐份量 | 5人份 | 生鲜储存温度 | 0-3℃ | 适用人群 | 男女老少皆宜 | | 单果规格（mm） | 26-28、28-30、30-32 | 食品添加剂 | 无 | 同城服务 | 同城24小时物流送货上门 |   **3.黄瓜**  该商品采用原产地直供的模式，果园直采，新鲜发货，小黄瓜色泽翠绿诱人，口感清新，果肉水分充足。果农精选筛选，手工摘叶子，剔除坏果，保证每一根黄瓜都鲜美爽口。现在下单还可享受满20元减10元的优惠。   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 商品名称 | 黄瓜 | 储藏方法 | 低温保鲜 | 保质期 | 7天 | | 食品添加剂 | 无 | 系列 | 蔬菜 | 规格 | 5斤装 | | 产地 | 潍坊市 | 是否为有机食品 | 否 | 套餐份量 | 3人份 | | 净含量 | 2500g | 生鲜储存温度 | 0-8℃ | 食用方式 | 洗净后直接食用、炖汤食用 |   **4.蓝莓**  该蓝莓营养丰富，易于消化，特别是维生素E的含量高于其他水果几倍，甚至几十倍，氨基酸含量比山楂还高。蓝莓酸甜适中、脆嫩细腻、新鲜饱满、粒粒圆润，虽然自带的果粉隐藏了宝蓝色的光泽，却难掩芳华。而且该蓝莓果实小巧，肉质精致，入口有咬感而不软烂，爽口多汁，芳香弥漫。   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 商品名称 | 蓝莓 | 保质期 | 7天 | 产地 | 秘鲁 | | 是否为有机食品 | 否 | 包装方式 | 包装 | 套餐份量 | 1人份 | | 套餐周期 | 1周 | 净含量 | 200g | 生鲜储存温度 | 0-8℃ | | 同城服务 | 同城24小时卖家送货上门 | 果径（mm） | 17（含）-21（不含） |  |  |   **5.羊角蜜**  羊角蜜瓜肉如冰糖般晶莹剔透，瓜汁似蜂蜜甘甜，青绿的表皮薄而有光泽，清香扑鼻，头茬甜瓜，瓜好甜度高。该羊角蜜都是藤上自然成熟，不催熟，不打药，细心的果农会精挑细选，现摘现发，新鲜直达。而且现在下单可享受满38元减5元的优惠。   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 商品名称 | 羊角蜜 | 储藏方法 | 冷藏 | 保质期 | 7天 | | 食品添加剂 | 无 | 产地 | 聊城市 | 包装方式 | 食用农商品 | | 净含量 | 2500g | 套餐份量 | 5人份 | 同城服务 | 同城24小时物流送货上门 |   **网店信息：**  **1.关于商品**  本店生鲜商品图片都是实物拍摄，但是由于生鲜的特殊性，每一件商品都是现摘现发，因此个头大小、形状、颜色可能与拍摄图片略有差异，如有介意的买家请勿下单。  **2.关于发票**  （1）凡是在本店购物均可提供正规增值税发票，享受全面的售后保障，本店默认电子发票。  （2）发票金额：本店所有订单均按照实际付款金额开具正规发票，如使用红包、淘金币、集分宝等抵扣金额，将不开具在发票金额内，发票内容为明细，不支持修改。  （3）电子发票具有和纸质发票相同的法律效力，可作为保修、报销的有效凭证。  **3.关于快递**  （1）选择快递：本店采用中通、百世汇通等为您提供更快捷、更方便的服务，目前可实现中国大陆地区覆盖，不提供港、澳、台及海外地区订单寄送。  为了果果更快到达您手中，快递分地区由甘肃仓、山西仓、山东仓、陕西仓、河南仓、江苏仓、湖北仓、重庆仓、江西仓、浙江仓、福建仓、广东仓、广西仓、湖南仓、四川仓、云南仓等多仓发货。  （2）发货周期：正常情况下会在您支付订单成功后12小时内为您配货发货；如遇商品预售（预定）、节假日、大促等情况，发货日期以商品页面标注的日期或天猫规则为准。  （3）收货地址：商品未发出之前，可以修改收货地址。  **4.关于退换货政策**  （1）关于退货：生鲜类目不支持七天无理由退换货服务，如收到坏果，请在签收后24小时内联系客服处理，超过24小时不予以处理哦！  （2）关于赔付：因买家地址不详、有误，电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质，不予以赔偿哦！  单个商品赔付标准=商品实付金额/总个数，实际有几个坏果，赔付几个坏果的金额。  坏果赔付时请把坏果与快递单号放在一起拍照，一切需以图片凭证为准、不接受没有图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以不好吃、果子不好看等理由的理赔诉求。  （3）关于损耗：水果在运输途中会有水分蒸发流失，收到后重量会稍有变动，重量误差100g以内不在赔付范围哦！因买家地址太偏/快递超区/需自提不及时自提，导致派送时间过长，水果变质，不予理赔，请偏远地区的买家，慎重购买！  （4）关于拒收：以快递慢、不新鲜、不想要等理由单方面拒收，卖家不承担责任，因个人原因保存不当放置时间过长不在赔付范围！  **客户高频问题：**  1.Q：在吗？  A：在呦，亲。有什么可以帮到您的吗？  2.Q：什么时候能发货？  A：亲，正常情况下会在您支付订单成功后12小时内为您配货发货；如遇商品预售（预定）、节假日、大促等情况，发货日期以商品页面标注的日期或天猫规则为准。  3.Q：你们支持7天无理由退货吗？  A：亲，我们是生鲜类目，不支持七天无理由退换货服务，如收到坏果，请在签收后24小时内联系客服处理，超过24小时不予以处理哦。  4.Q：我买了不想要了，可以拒收吗？  A：亲，以快递慢、不新鲜、不想要等理由单方面拒收，卖家不承担责任，因个人原因保存不当，放置时间过长，不在赔付范围哦。  5.Q：为什么商品详情图片与实际商品不一样啊？  A：亲，本店生鲜商品图片都是实物拍摄，但是由于生鲜的特殊性，每一件商品都是现摘现发，因此个头大小、形状、颜色可能与拍摄图片略有差异，如有介意的买家，请勿下单。  6.Q：你们提供发票吗，是纸质的吗？  A：亲，凡是在我们店购物均可提供正规增值税发票，享受全面的售后保障，本店默认电子发票哦。  7.Q：会不会送过来已经坏了？  A：亲，为了果果更快到达您手中，快递分地区由甘肃仓、山西仓、山东仓、陕西仓、河南仓、江苏仓、湖北仓、重庆仓、江西仓、浙江仓、福建仓、广东仓、广西仓、湖南仓、四川仓、云南仓等多仓发货，所以不会坏的。  8.Q：买的果子分量不足是怎么回事，会有赔偿吗？  A：亲，水果在运输途中会有水分蒸发流失，收到后重量会稍有变动，重量误差100g以内不在赔付范围哦。  9.Q：你们的赔付标准是什么？  A：亲，我们单个商品赔付标准=商品实付金额/总个数，实际有几个坏果，赔付几个坏果的价格。  10.Q：如果使用了红包，那商品开票金额是多少啊？  A：亲，本店所有订单均按照实际付款金额开具正规发票，如使用红包、淘金币、集分宝等抵扣金额，将不开具在发票金额内。  11.Q：如果果子有质量问题，怎么申请赔付？  A：亲，坏果赔付时，请把坏果与快递单号放在一起拍照，一切需以图片凭证为准、不接受没有图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以不好吃、果子不好看等理由的理赔诉求哦。  12.Q：超过24小时还能申请赔付吗？  A：亲，抱歉啊，我们规定是在签收后24小时内联系客服处理，超过24小时不予以处理哦。  13.Q：你们提供的电子发票可以用于报销吗？  A：亲，可以的，电子发票具有和纸质发票相同的法律效力，可作为保修、报销的有效凭证。  14.Q：我填错地址了，果子虽然到了，但是已经坏了，你们会赔吗？  A：亲，因买家地址不详，有误，电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质，不予以赔偿哦。  15.Q：您好，我的订单地址写错了，现在还没发货可以修改收货地址吗？  A：亲，商品未发出之前，可以修改收货地址哦。  16.Q：你们的龙眼产地是哪里的？  A：亲，龙眼是泰国的哦。  17.Q：龙眼是不是可以用于食疗？  A：亲，是的呢，龙眼果实营养丰富，是名贵的高级滋补品，具有补益心脾、养血安神的功能哦。  18.Q：龙眼可以同城发货吗，不能的话就算了。  A：亲，我们的龙眼是支持同城24小时物流送货上门的哦。  19.Q：你们樱桃是不是催熟的？  A：亲，我们的樱桃成长过程中，不用添加剂，不用催熟剂，都是让果子自然成熟哦。  20.Q：这樱桃能存储多长时间？  A：亲，樱桃的保质期较短，一般为7天，请尽快食用哦。  21.Q：你们的樱桃要怎么储存？  A：亲，如果樱桃不急着吃的话，需要0-3℃低温保存哦。  22.Q：现在买黄瓜有优惠吗？  A：亲，我们这款黄瓜，现在下单可享受满20元减10元的优惠哦。  23.Q：你们这黄瓜是哪里产的？  A：亲，我们黄瓜的产地是潍坊哦。  24.Q：你们这黄瓜做汤合适吗？  A：亲，可以的，我们的黄瓜可以炖汤食用，可以洗净后直接食用。  25.Q：你们家蓝莓一份多重？  A：亲，一份蓝莓200g哦。  26.Q：你们家蓝莓是哪里产的？  A：亲，蓝莓产地是秘鲁哦。  27.Q：你家的蓝莓是有机食品吗？  A：亲，不是哦，但我们家的蓝莓是纯天然的绿色食品哦。  28.Q：羊角蜜可以便宜点嘛？  A：亲，我们家的羊角蜜现在下单可享受满38元减5元的优惠哦。  29.Q：一份羊角蜜多重？  A：亲，一份2500g，大约是5个人的分量哦。  30.Q：羊角蜜是同城发货吗？  A：亲，我们的羊角蜜是支持同城24小时物流送货上门的哦。 |

**任务要求：**

利用提供的素材，结合客户高频问题及标准回复话术，设置快捷回复，在规定时间内，利用竞赛平台提供的应答环境，准确地回复15个客户的50个问题。

**操作过程：**

1.分析网店及商品资料；

2.归纳客户高频问题；

3.设置标准回复话术；

4.分析客户问题，识别客户需求；

5.动态应答客户各类问题。

六、比赛规则

1.报名资格：参赛选手必须为2024年度全日制在籍中等职业学校（职业高中、普通中专、技工学校、成人中专）电子商务类专业在校学生,年龄须不超过21周岁，年龄计算截止时间为2024年5月1日为准。选手身份需经主管学校的市（县、区）教育行政部门出具盖有红章的学籍证明进行确认（具体格式见附件2）。每支参赛队选手须为同校学生，不分年级、性别，报到时带学生证和身份证以备查。在往届国赛中获一等奖的学生，不再参加省级比赛。请各地教育行政部门严格审核选手资格，资格如有不实者，一经发现将取消比赛成绩，同时对相关责任人及单位进行通报批评。

2.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，须由省级教育行政部门于参与赛项开赛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。如未经报备，发现实际参赛选手与报名信息不符的情况，均不得入场。

3.检录：由检录工作人员依照检录表进行点名核对，并检查确定无误后向裁判长递交检录单。

4.加密：所有比赛项目在比赛的当天进行两次加密，加密后参赛选手中途不得擅自离开赛场。分别由两组加密裁判组织实施加密工作，管理加密结果。监督员全程监督加密过程。第一组加密裁判，组织参赛选手进行第一次抽签，产生参赛编号，替换选手参赛证等个人身份信息，在《浙江省中等职业学校职业能力大赛一次加密记录表》中填写一次加密记录表后，连同选手参赛证等个人身份信息证件，当即装入一次加密结果密封袋中单独保管。第二组加密裁判，组织参赛选手进行第二次抽签，确定赛位号，替换选手参赛编号，在《浙江省中等职业学校职业能力大赛二次加密记录表》中填写二次加密记录表后，连同选手参赛编号，当即装入二次加密结果密封袋中单独保管。所有加密结果密封袋的封条均需相应的加密裁判和监督人员签字。密封袋在监督人员监督下由加密裁判放置于保密室的保险柜中保存。

5.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，不得携带与比赛无关的电子设备、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比赛指令。比赛开始前，在没有裁判允许的情况下，严禁随意触碰比赛设施和阅读赛卷内容。比赛中途不得离开赛场。

6.由裁判长宣布比赛开始，各参赛队开始比赛。

7.比赛过程中，如遇设备或软件等故障，参赛选手应持“故障”示意牌示意。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。如遇身体不适，参赛选手应持“医务”示意牌示意，现场医务人员按应急预案救治。如有其它问题，参赛选手应持“咨询”示意牌示意，裁判应按照有关要求及时予以答疑。

8.网店运营推广比赛结束后，裁判公布比赛结果，并将成绩登录在比赛成绩单上。各参赛队伍派一名参赛代表在比赛成绩单上签字，裁判监督所有参赛队伍签字后，裁判签字。

9.成绩确认与公布。记分员将解密后的各参赛队伍（选手）成绩汇总成最终成绩单，经裁判长、监督组签字确认，经裁判长、监督组长和仲裁长在成绩单上审核签字，在闭赛式上公布获奖名单。

七、比赛环境

1.比赛场地设在电脑机房。

2.一个参赛队一个机位，每个机位三台电脑，其中一台备用，两张桌子，四把椅子。

3.执委会须在赛前组织专人对比赛现场、住宿场所和交通保障进行考察，并对安全工作提出明确要求。赛场的布置，赛场内的器材、设备，应符合国家有关安全规定。如有必要，也可进行赛场仿真测试，以发现可能出现的问题。承办单位赛前须按照执委会要求排除安全隐患。

4.赛场周围要设立警戒线，防止无关人员进入发生意外事件。比赛现场内应参照相关职业岗位的要求为选手提供必要的劳动保护。在具有危险性的操作环节，裁判员要严防选手出现错误操作。

5.承办单位应提供保证应急预案实施的条件。对于比赛内容涉及高空作业、可能有坠物、大用电量、易发生火灾等情况的赛项，必须明确制度和预案，并配备急救人员与设施。

6.执委会须会同承办单位制定开放赛场和体验区的人员疏导方案。赛场环境中存在人员密集、车流人流交错的区域，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。

7.大赛期间，承办单位须在赛场管理的关键岗位，增加力量，建立安全管理日志。

8.参赛选手进入赛位、赛事裁判工作人员进入工作场所，严禁携带通讯、照相摄录设备，禁止携带记录用具。如确有需要，由赛场统一配置、统一管理。赛项可根据需要配置安检设备对进入赛场重要部位的人员进行安检。

9.比赛现场全程无死角录像监控。

八、技术规范

### （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）中职电子商务、网络营销、直播电商服务专业主要专业能力要求与《网络推广实务》、《视觉设计与制作》、《直播销售》、《直播运营实务》、《客户服务》、《移动视觉设计》、《企业网络营销实务》、《直播客户服务》、《短视频拍摄与剪辑》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

《电子商务师国家职业技能标准》（2022年版）

职业编码：4-01-02-02

《1+X网店运营推广职业技能等级标准》（2021年2.0版）

标准代码：530003

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；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DreamweaverCS6和FireworksCS6简体中文版本；预装AdobePhotoshopCS6版本。 |
| 网络连接设备 | 提供网络布线、千兆交换机 |
| 参赛选手直播设备 | 由选手自带直播手机、有线耳机；由承办方提供补光灯、直播商品，并提供充足的备用设备，其中手机需配置Android 10以上操作系统，3GB+32GB以上内存，前置摄像头500万以上像素。参赛选手只允许使用大赛统一提供的直播设备、直播背景，不允许更改直播背景。 |
| 比赛服务器 | 配置要求：英特尔至强E5系列八核以上CPU；16GB以上内存；500G以上硬盘；千兆网卡。预装Windows Server 2008R2操作系统及IIS7.5；预装Microsoft SQL Server 2005数据库。 |
| 比赛平台 | 所采用的竞赛平台对接产业前沿技术和行业标准，以职业需求为导向，以实践能力培养为重点，紧贴电子商务工作实际，把真实的工作过程、项目任务和要求融入各个环节。竞赛平台包含网店开设装修、网店运营推广、直播销售及客户服务三个竞赛模块，考察选手的网店运营、视觉设计与制作、数据分析、网络推广、直播销售、客户服务和团队合作能力。 |

十、成绩评定

1.裁判员选聘：按照《2024年浙江省职业院校技能大赛专家和裁判工作管理办法》由浙江省职业院校技能大赛执委会根据赛项规模在裁判库中抽定赛项裁判人员。抽取的裁判人员须经本人确认、赛项专家组培训、大赛执委会聘任后，承担赛项裁判工作。

2.评分方式：分为机考评分和结果评分。

3.成绩复核：为保障成绩评判的准确性，监督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。

4．赛项最终得分：按100分制计分，最终成绩经复核无误，由裁判长和仲裁人员签字确认。

5.评分标准。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **模块** | **知识点/技能点** | **评分内容** | **评分细则** | **分值** | **评分方式** |
| **网店开设装修** | **知识点：**  1.网店规划方法  2.网店注册流程  3.Photoshop等图像处理软件的使用方法  4.首页布局原则  5.店招设计方法  6.轮播图布局方式  7.轮播图设计要点  8.商品主图设计原则  9.商品卖点提炼方法  10.页面文案设计原则  11.商品主图视频内容策划方法  12.商品主图视频制作方法  13.商品详情描述设计逻辑和要点  14.移动端网店首页设计原则与逻辑  **技能点：**  1.网店整体规划  2.网店端首页布局设计  3.店招设计与制作  4.轮播图设计与制作  5.商品卖点提炼  6.页面文案设计  7.商品详情描述设计与制作  8.商品主图设计与制作  9.商品主图视频设计与制作 | 总则 | 1.在所有需要以图片展示的得分项目中，如果存在图片变形、模糊失真等情况，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.如果在作品中任何位置显示参赛院校或者参赛选手信息，则网店开设装修记零分。  4.如果在作品中出现不文明因素、意识形态问题等情况，则网店开设装修记零分。 | | |
| 网店规划与注册 | 网店注册资料提交齐全，注册信息填写完整且准确 | 2分 | 机考评分 |
| 网店首页设计与制作 | 店招：店招布局合理，有明确的展示重点 | 1.5分 | 结果评分 |
| 轮播图：轮播图与网店商品相关；轮播图构图合理；轮播图设计美观 | 4分 |
| 网店首页布局合理 | 1.5分 |
| 商品主图视频设计与制作 | 商品主图视频内容具有创意性、视觉传达效果良好；视频剪辑规范且完整 | 4分 | 结果评分 |
| 商品详情页设计与制作 | 商品信息设置准确、完整 | 1分 | 机考评分 |
| 商品卖点提炼准确 | 1分 | 结果评分 |
| 商品主图：图文排版美观，商品展示合理 | 4分 |
| 商品详情页布局合理 | 2分 |
| 详情描述页内容全面、合理；详情页整体搭配合理 | 4分 |
|  |  |
| **网店运营推广** | **知识点：**  1.市场分析原则与方法  2.目标客户分析指标  3.网店运营推广策略制定流程  4.网店运营推广搜索排名规则  5.网店运营推广扣费规则  6.网店运营推广展位竞价方法  7.商品标题优化方法  8.网店运营推广效果分析指标  9.网店推广工具使用方法  **技能点：**  1.市场数据分析  2.网店运营推广策略制定  3.搜索引擎推广  4.推荐引擎推广  5.搜索引擎优化  6.网店运营推广数据分析  7.网店运营推广策略优化 | **评分整体说明：**根据推荐引擎推广、搜索引擎推广、搜索排名优化的效果评分。推荐引擎推广与搜索引擎推广的效果反馈均通过点击量、成交量和转化率，搜索排名优化的效果通过SEO值反馈，共7项评分，总分共计40分。  **推荐引擎推广：**点击量满分为5分，成交量满分为5分，转化率满分为3分，共13分；  **搜索引擎推广：**点击量满分为5分，成交量满分为5分，转化率满分为3分，共计13分；  **搜索引擎优化：**搜索排名优化满分为14分。  推荐引擎推广和搜索引擎推广：以推荐引擎推广为例，每个赛场根据各队成绩排序，点击量第一名的团队获得该项成绩的满分5分，按照名次递减0.25分，第二名4.75分，依此类推；成交量第一名获得该项成绩的满分5分，按照名次递减0.25分，第二名4.75分，依此类推；转化率第一名获得该项成绩的满分3分，按照名次递减0.15分，第二名2.85分，依此类推，搜索引擎推广3项评分算法与推荐引擎推广相同。  搜索引擎优化：每个赛场根据各队SEO值进行排序，第一名获得该项成绩的满分14分，按照名次递减1分，第二名13分，依此类推。  参赛团队最终成绩=搜索引擎推广点击量成绩+搜索引擎推广成交量成绩+搜索引擎推广转化率成绩+推荐引擎推广点击量成绩+推荐引擎推广成交量成绩+推荐引擎推广转化率成绩+搜索排名优化成绩。一旦发现参赛团队有违规操作行为，则该项目记为0分。 | | 40分 | 机考评分 |
| **直播销售及客户服务** | **知识点：**  1.直播销售规范  2.直播互动类型  3.直播促单方法  4.客户接待规范  5.客户沟通方法  6.客户问题处理方法  7.客户异议处理原则  8.智能客服问答配置方法  **技能点：**  1.直播脚本策划  2.直播商品讲解  3.直播互动及节奏把控  4.智能客服问答配置  5.客户问题处理  6.客户交易促成  7.客户异议处理 | 直播销售 | 互动活动信息及购买页信息设置正确 | 2分 | 机考评分 |
| 购买页商品标题设置合理 | 1分 | 结果评分 |
| 直播开场预热要素完整 | 1分 |
| 商品引入话术讲解合理；商品属性及卖点讲解准确 | 5分 |
| 直播互动讲解准确；弹幕互动回复准确；直播互动氛围良好 | 3分 |
| 直播促单具有吸引力 | 1分 |
| 直播收尾讲解要素完整 | 1分 |
| 直播过程商品上架及时 | 0.5分 | 机考评分 |
| 直播达到规定时长 | 0.5分 |
| 仪态大方得体 | 1分 | 结果评分 |
| 语言流畅、逻辑清晰 | 2分 |
| 直播活动策划有创新性 | 2分 |
| 直播画面呈现效果良好 | 2分 |
| 智能客服问答处理 | 在规定的时间内，准确回复15个客户售前、售中、售后相关的50个问题，每回答正确一个客户问题得0.2分 | 10分 | 机考评分 |
| 客户异议处理 | 客户异议类型判断准确；异议产生原因分析合理；客户异议处理方案制定合理 | 3分 | 结果评分 |

十一、奖项设定

1.赛项设参赛团体一、二、三等奖。以赛项实际参赛团队总数为基数，一、二、三等奖获奖比例分别为10%、20%、30%（小数点后四舍五入）。

2.赛项须严格按照获奖比例设置奖项，如因成绩并列，按照网店运营推广、网店开设装修得分由高到低的规则进行排序。

十二、比赛须知

（一）参赛队须知

1.参赛队名称统一使用规定的地区代表队名称，不使用学校或其他组织、团体名称；不接受跨校组队报名。

2.参赛队按照大赛赛程安排，凭有效身份证件参加比赛及相关活动。

（二）领队、指导教师须知

1.各参赛代表队要发扬良好道德风尚，听从指挥，服从裁判，不弄虚作假。如发现弄虚作假者，取消参赛资格，名次无效。

2.各代表队领队要坚决执行比赛的各项规定，加强对参赛人员的管理，做好赛前准备工作，督促选手带好证件等比赛相关材料。

3.比赛过程中，除参加当场次比赛的选手、执行裁判员、现场工作人员和经批准的人员外，领队、指导教师及其他人员一律不得进入比赛现场。

4.参赛代表队若对比赛过程有异议，在规定的时间内由领队向赛项仲裁工作组提出书面报告。

5.对申诉的仲裁结果，领队要带头服从和执行，并做好选手工作。参赛选手不得因申诉或对处理意见不服而停止比赛，否则以弃权处理。

6.指导老师应及时查看大赛专用网页有关赛项的通知和内容，认真研究和掌握本赛项比赛的规程、技术规范和赛场要求，指导选手做好赛前的一切技术准备和比赛准备。

（三）参赛选手须知

1.参赛选手应按有关要求如实填报个人信息，否则取消比赛资格。

2.参赛选手凭有效身份证件参加比赛。

3.参赛选手应认真学习领会本次比赛相关文件，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比赛无关的电子设备、通讯设备及其他资料与用品。

5.参赛选手不得穿着泄露学校及个人信息的服装入场比赛，应提前15分钟抵达赛场，检录后按要求入场，不得迟到早退。

6.参赛选手应按抽签结果在指定位置就坐。

7.参赛选手须在确认比赛内容和现场设备等无误后开始比赛。

8.各参赛选手必须按规范要求操作比赛设备。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.比赛时间终了，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.在比赛期间，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比赛内容相关的采访。参赛选手不得将比赛的相关信息私自公布。

（四）工作人员须知

1.工作人员必须统一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，不允许有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，应向比赛组委会反映。

7.发扬无私奉献和团结协作的精神，提供热情、优质服务。

十三、申诉与仲裁

（一）申诉

1.参赛队对不符合比赛规定的设备、工具、软件，有失公正的评判、奖励，以及对工作人员的违规行为等可提出申诉。

2.申诉应在本赛项比赛结束后2小时内提出，超时不予受理。申诉时，应按照规定的程序由参赛队领队向赛项仲裁工作组递交书面申诉报告。报告应对申诉事件的现象、发生的时间、涉及到的人员、申诉依据与理由等进行充分、实事求是的叙述。事实依据不充分、仅凭主观臆断的申诉不予受理。申诉报告须有申诉的参赛选手、领队签名。

3.赛项仲裁工作组在收到申诉报告后，应根据申诉事由进行审查，6小时内书面通知申诉方，告知申诉处理结果。如受理申诉，要通知申诉方举办听证会的时间和地点；如不受理申诉，要说明理由。

4.参赛队不得采取过激行为攻击工作人员，否则不予受理申诉；在约定时间内，如约定的联系人未到场或中途离开，视为放弃申诉。

（二）仲裁

大赛采取两级仲裁机制。赛项设仲裁工作组，赛区设仲裁委员会。

1.赛项仲裁工作组负责受理比赛中出现的申诉并进行仲裁，以保证比赛的顺利进行和比赛结果的公平、公正。

2.赛项仲裁工作组在接到申诉后的2小时内组织复议，并及时反馈复议结果。申诉方对复议结果仍有异议，可由领队向赛区仲裁委员会提出申诉。赛区仲裁委员会的仲裁结果为最终结果。

3.参赛队不得因提起申诉或对申诉处理意见不服而停止比赛或滋事，否则按弃权处理。比赛不因申诉事件而组织重赛。