

2020 年全国职业院校技能大赛改革试点赛

赛项规程

一、赛项名称

赛项编号：ZZ-2020012

赛项名称：电子商务技能

英语翻译：E-Commerce Skills

赛项组别：中职

赛项归属产业：现代服务业

二、竞赛目的

赛项以网店直播、网店开设装修、网店客户服务、网店推广四项典型工作任务的完成质量以及选手的职业素养作为竞赛内容，全面考察选手的商品直播能力、视觉营销能力、客户服务能力、网店推广能力以及团队合作能力。

本赛项对接产业前沿技术，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，检验中等职业教育电子商务及相关专业教学成效，促进教学改革，展示中国电子商务发展成果及人才培养水平，营造崇尚技能的社会氛围。

三、竞赛内容

本赛项电子商务技能竞赛包括网店直播、网店开设装修、网店客户服务、网店推广四项竞赛内容。

1. 网店直播

包含微店开设和手机直播。在竞赛规定时间内，通过手机 APP 选择手机内竞赛商品的相关图片组成 2 套完整的商品购买页面，完成商

品标题的设置、价格的设置等操作，完成微店的开设。微店开设完成后，开启手机直播，关联 2 个直播商品，完成 10 分钟不间断直播。

2. 网店开设装修

包含网店的开设与基本信息设置。首页的“店标 (Logo)、商品分类、网店 Banner、商品推荐”的设计与制作，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。

3. 网店客户服务

根据买家的提问，及时准确地做好客户服务工作。

4. 网店推广

包括直通车推广、钻石展位营销和标题优化。通过直通车推广获得关键词竞价排名，增加商品的展现量，获得更高的点击量、点击率、转化量、转化率，在推广过程中采用合理的推广策略提高关键词质量分，降低关键词平均点击花费；通过钻石展位营销定位精准人群，锁定优质资源位，为店铺带来优质流量，增加点击率与转化率；通过标题优化提高商品的自然排名，增加商品展现量，获得更高的点击量、点击率、转化量、转化率。

表 1 竞赛内容与岗位、知识、技能

竞赛内容	岗位	知识	技能
网店直播	网店主播 网店导购	微店开设流程、直播内容的策划与筹备、直播活动的实施与执行	微店开设能力 直播策划能力 直播带货能力
网店开设装修	网页编辑 网店美工	信息采集与编辑、网站内容维护、网店装修与设计	网店视觉营销能力 商品信息编辑能力 商品信息发布能力
网店客户服务	网店客服	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

数据分析能力

			理能力。	
网店推广	运营专员 推广专员	自然排名优化（标题优化）和竞价推广（直通车、钻石展位），包括推广策略的制定、实施与优化、推广效果数据分析	商品分析、关键词分析、标题优化、直通车创意标题优化、关键词添加与出价、人群溢价、钻展推广等技能	

表 2 竞赛内容与分值、竞赛时间

竞赛阶段	竞赛内容	分值	竞赛时间
第一阶段	网店直播	20 分	120 分钟
第二阶段	网店开设装修	25 分	90 分钟
第三阶段	网店客户服务	15 分	30 分钟
第四阶段	网店推广	40 分	120 分钟

四、竞赛方式

本赛项为团体赛。以院校为单位组队参赛，不得跨校组队，同一学校相同项目报名参赛队不超过 1 支。每支参赛队由 4 名参赛选手、2 名指导教师组成。

五、竞赛流程

日期	时间	事项	参加人员	地点
报 到 日	08:00 ~ 13:00	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	参赛队领队集中乘车往 学校		
	14:45 ~ 15:30	领队会	各参赛队领队	会议室
	15:30 ~ 16:20	熟悉赛场	赛场技术人员、各参 赛队领队	竞赛场地
	16:20	回住宿宾馆		竞赛场地
竞 赛 第 一 日	7:30	参赛队住宿宾馆门口集 合，集体乘车前往赛场	各参赛队	住宿酒店
	8:00	竞赛场地前	各参赛队 工作人员	竞赛场地前
	8:10 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
	8:30	第二次抽签加密（抽赛位	参赛选手，第二次抽	二次抽签区

	开始	号)	签裁判	域
	8:55	领队、指导教师入场		竞赛场地观摩区
	9:00~9:30	大赛开赛式	领导、嘉宾、裁判、各参赛队	竞赛场地
	9:30~11:30	网店直播	参赛选手、裁判	竞赛场地
	11:30~13:00	午餐	参赛选手、裁判 工作人员	
	13:00~14:30	网店开设装修	参赛选手、裁判	竞赛场地
	15:00~15:30	网店客户服务	参赛选手、裁判	竞赛场地
竞赛 第二日	8:30~9:00	大赛检录进场	领导、嘉宾、裁判、各参赛队	竞赛场地
	9:00~11:00	网店推广	参赛选手、裁判	竞赛场地
	11:00~12:00	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	各队回住宿宾馆	各参赛队	宾馆
返程日	9:00	所有参赛队返程		

六、竞赛赛卷

本赛项包括网店直播、网店开设装修、网店客户服务、网店推广四部分内容，网店直播、网店开设装修、网店客户服务、网店推广均为公开赛卷，至少于开赛1个月前公布赛卷库，正式赛卷要求于比赛当日，经赛卷随机排序后，在现场监督人员监督下由裁判长指定相关人员抽取。

(一) 网店直播(样卷)

第一部分 背景资料

方圆是一名电子商务专业的学生，为了能将专业知识和技能学以致用，利用业余时间开了一家网店，主要销售自家种植的水果和蔬菜，同时也联合了家中有种植果蔬的同学，一起在网上销售，于是店铺商品汇聚了各地的特色果蔬，满足了更多买家的需求。由于蔬果质量上

乘，店铺回头客也很多，所以日常销量还是不错的。明天正好是店铺开店一周年，方圆打算进行一场直播，精心挑选了两款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。

请你以方圆的身份，根据背景介绍以及商品资料，在 2 小时内策划一场 10 分钟的直播，并进行直播演示。

第二部分 百色芒果介绍

百色芒果是中国国家地理标志产品，而且是纯天然绿色水果，不打药不施化肥，果肉细腻厚实，果汁清甜醇香。百色芒果虽然个头不大，但却蕴藏着巨大的美味，好吃到停不下来。

商品特点：

百色芒果外观靓丽、香气浓郁、味道甘甜、品质优良，果实皮色新鲜，着色良好有光泽，外观亮丽，果粉较厚；果肉呈黄至橙黄色，核小肉厚，肉质嫩滑，纤维少，口感清甜爽口。

产地环境：

百色市隶属于广西省，位于云贵高原东南缘，地形以山地丘陵为主。受到亚热带季风气候影响，全年平均气温 22.1℃。好山好水好气候，这样的环境和天然条件是芒果生长的天然摇篮，这块滋润的土地为百色芒果的生长成熟、结成硕果创造了最好的条件。

商品荣誉：

“百色芒果”产区田阳县、田东县和右江区先后被授予“中国芒果之乡”称号，并通过无公害水果产地认定；田东县获“广西无公害农产品（芒果）生产示范基地县”称号；“百色芒果”的台农 1 号、红金煌和桂热 82 号等品种均获“广西优质商品”称号。

2019 年 11 月 15 日，百色芒果入选中国农业品牌目录。

食疗保健:

1. 食用芒果具有清肠胃的功效, 对于晕车、晕船有一定的止吐作用。

2. 抗癌。据现代食疗观点而言, 芒果含有大量的维生素 A, 因此具有防癌、抗癌的作用。

3. 美化肌肤。由于芒果中含有大量的维生素, 因此经常食用芒果, 可以起到滋润肌肤的作用。

4. 防治高血压、动脉硬化。芒果含有营养素及维生素 C、矿物质等, 有防止动脉硬化及高血压的食疗作用。

商品催熟:

为了保证运输途中不会磕碰和损坏, 我们发出的都是 6-7 成熟的果子, 不熟的芒果呈现绿色, 收到货若有不熟的芒果, 可把香蕉和芒果放在密封的一个袋子里催熟, 等到芒果呈现黄色且能闻到果香时就可以食用了。

储存方式:

芒果放入冰箱 7℃-13℃ 冷藏, 大约可放 5-10 天; 如常温下储存的话, 每个都用纸包起来, 放在阴凉通风的地方。

销售信息:

日常促销 39.9 元 10 斤, 本直播间促销价 23.9 元 10 斤, 包邮且坏果包赔。直播间优惠价格持续时间为 5 分钟, 只有关注主播, 然后点击直播间的商品链接并且在规定的 5 分钟内拍下才可以享受此价格, 每人最多可以拍 2 份, 共 3000 份。

物流信息:

顺丰空运, 一般地区发货后 1 天到达, 偏远地区 2-3 天。

关于售后:

1. 生鲜商品不适合 7 天无理由退货。
2. 收到产品后请检查包装是否完好，如有损坏，请将问题产品与快递单一起拍照于 24 小时内联系客服进行赔付。
3. 鲜果在运输中会有一些水分的流失，100g 以内为正常，不在理赔范围内；重量差额超过 100 克的请在 24 小时内联系客服进行赔付。

第三部分 妃子笑荔枝介绍

妃子笑是荔枝的一个品种，别名落塘蒲、玉荷包。该品种果大、肉厚、色美、核小、味甜，品质风味优良，主要分布在广东、广西等地区。

名字来源:

妃子笑作为荔枝的一个品种，其由来是这样的:

杨贵妃号称中国四大美女之一，唐玄宗李隆基是中国历史上有名的风流皇帝。两人相逢，自然留下很多脍炙人口的佳话。杨贵妃喜欢吃荔枝，到了成熟的季节，要求每天都能吃到新鲜荔枝。但荔枝产于南方，多在两广、福建、四川、台湾等地。但唐朝的都城却在西安，离最近的荔枝产地尚有千里之遥，加上鲜荔枝难以保存，“一离本枝，一日而变色，二日而变香，三日而变味，四五日外色香味尽去矣。”唐玄宗为了杨贵妃，用快马日夜不停地运送，常常味道不变就已达京师。晚唐诗人杜牧有一首绝句，题目叫《过华清宫》，中间有名句专门写此事：“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来。”妃子笑荔枝也是由此而得名的。

商品特点:

妃子笑是精选的荔枝，荔枝看上去个大、饱满、颜色对比特别明显，经常是一颗荔枝上红一块绿一块的，别看整体颜色发绿，其实很甜，核很小。果实近圆形或卵圆形，果中大，单果重 23.5~31.5 克，果皮淡红色、薄；果肉白蜡色，肉厚，质爽脆，多汁，味清甜带香；可食率 77.1%~82.5%，可溶性固形物 17.1%~20.5%，酸含量 0.23~0.34 克/100 毫升。

储存方式：

荔枝可以放入冰箱冷藏，但是尽量用保鲜膜包裹，一是为了避免冰箱中的厌氧菌侵袭，二是有了保鲜膜的包裹，荔枝的营养物质不容易流失。一般情况下，0℃-8℃可以存放 5-7 天。

如果条件不允许，可以在荔枝上喷一下水，拿湿毛巾盖住放到阴凉处，或者将荔枝用塑料袋包裹严实后直接浸泡到水中，也能起到不错的保鲜效果。

销售信息：

日常促销 39.9 元一箱，5 斤，本直播间促销价 29.8 元 5 斤，包邮且坏果包赔。直播间优惠价格持续时间为 5 分钟，只有关注主播，然后点击直播间的商品链接并且在规定的 5 分钟内拍下才可以享受此价格，每人最多可以拍 2 箱，共 3000 份。为保证果子新鲜，本次属于预售，拍下后 3 天内发货。

物流信息：

顺丰空运，一般地区发货后 1 天到达，偏远地区 2-3 天。

关于售后：

1. 生鲜商品不适合 7 天无理由退货。
2. 收到产品后请检查包装是否完好，如有损坏，请将问题产品

与快递单一起拍照于 24 小时内联系客服进行赔付。

3. 鲜果在运输中会有一些水分的流失，100g 以内为正常，不在理赔范围内；重量差额超过 100 克的请在 24 小时内联系客服进行赔付。

（二）网店开设装修（样卷）

按照开店流程完成网店注册、认证、设置操作。完成 PC 电店铺首页的“店标（Logo）、商品分类、网店 Banner、商品推荐”的设计与制作，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，按照竞赛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）

设计要求：店标（Logo）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。

具体要求：制作 1 张尺寸为 230*70 像素、大小不超过 150K 的图片作为店标。

3. 网店 Banner

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。

具体要求：制作 4 张尺寸为 727*416 像素、大小不超过 150K 的图片。

4. 商品主图

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。

具体要求：制作 4 张尺寸为 800*800 像素、大小不超过 200K 的图片；

5. 商品详情页：

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。

具体要求：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。

(三) 网店客户服务(样卷)

参赛选手根据提供的背景资料信息，通过在线即时聊天工具完成多款商品售前、售后相关的咨询服务，针对客户服务过程中“规定用语”采用系统自动评分。参赛选手可以利用竞赛系统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”，部分样题如下：

1. 关于发票

买家：在你们店里购物，可以开增值税普通发票吗？

客服：可以开发票。如需开具增值税普通发票，请您在下单时选择电子发票，并填写发票抬头（个人或企业）；或是在下单之后，找到相应的订单，点击“开票申请”，填写发票抬头。电子发票可在确认收货后自行下载，根据国家税务总局公告，电子发票与传统纸质发票具有同等法律效力。

买家：可以开增值税专用发票吗？

客服：可以的，如需开具增值税专用发票，请您联系在线客服，提供开票信息。

2. 关于物流

买家：你们默认发什么快递？

客服：亲，我们店默认圆通快递，圆通不到的地区转 EMS。

买家：青海省比较偏远的小镇，快递能到吗？

客服：亲，我们默认圆通快递，可以配送到青海省，如果是特别偏远的地区，快递无法送达会自动跳转为 EMS 配送。

3. 关于技术支持

买家：为什么这款吸油烟机工作时声音这么大？

客服：亲，机器运行声音和它的功率有很大关系，相对应吸力也越大，风道声和机器本身的声音行业内都是无法避免的，我们的降噪技术一直是业内的领跑者，感谢您给我们提出的建议，我们仍会努力完善。

买家：你好，我购买的这款吸油烟机怎么连接手机？

客服：亲，我刚查看了一下您的订单，您购买的这款吸油烟机不支持人工智能，是不能连接手机的款式。

买家：为什么我每次用完这个吸油烟机后它还会继续工作？

客服：亲亲，我们这款吸油烟机设有延时关机功能，力保吸油烟效果最好。

（四）网店推广（样卷）

参赛团队以卖家角色，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，根据分析结果与掌握的专业知识制定直通车推广策略、钻石展位营销策略、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；通过钻石展位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；通过标题优化提高商品的自然排名，增加展现量，尽可能地提高标题优化得分。

1. 资源分析

系统内置的资源数据，辅助网店推广策略的制定、实施与优化。主要是商品数据、关键词数据和人群信息。

商品数据包含产品标题、类目、初始曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率和商品信息（标题、属性、短描述、类目）等。

关键词数据提供买家搜索关键词的展现指数、点击率、转化率、竞争指数等。根据关键词数据，判断“买家怎么来”。

人群信息为人群定向策略的制定与实施提供参考。

2. 直通车推广

推广计划设置

参赛选手需根据推广资金预算、店铺内商品的详细信息等为商品分配推广方式，并为推广计划设置计划消耗上限、投放时间、投放地域等。

推广计划名称：计划名称是用于记住计划推广的宝贝情况等，方便记忆即可。

设置计划消耗上限：根据系统给定的总推广资金预算、推广目标、推广策略制定计划消耗上限。

投放时间：设置分时折扣。

投放地域：为推广宝贝选择特定的区域进行推广。

(1)标准推广计划除了设置推广计划名称、设置计划消耗上限、设置投放时间，设置投放地域等基础信息外，还要选择推广宝贝、添加推广关键词并出价、添加精选人群与溢价、创意设置等。

选择推广宝贝：标准推广计划中一个推广宝贝即为一个推广单元，可以建立多个推广计划。

关键词添加与出价：在添加关键词并出价后，系统会给出推广关键词的质量分与商品的预估排名，可以根据预估排名继续进行关键词出价的调整。关键词的匹配方式分为精准匹配与广泛匹配。

创意设置与添加：标准推广计划中一个推广单元可以添加4个创意，创意的流量分配方式有优选和轮播两种方式。

精选人群：通过添加精选人群并设置溢价，可以提高关键词在精选人群下的排名，增加展现量，促进点击与转化。

(2)智能推广计划除设置推广计划名称、设置日限额、设置投放时间，设置投放地域等基础设置外，还要选择推广宝贝、设置默认

出价上限、添加推广关键词并出价、修改营销场景、创意设置等。

选择推广宝贝：智能推广计划一个计划可以推广多个商品，可以建立多个推广单元。

设置默认出价上限：默认出价上限即关键词单次点击出价上限，实际出价不高于最终出价上限。

关键词添加与出价：智能推广计划的关键词添加方式为系统智能匹配的关键词和手动添加，出价方式均为系统智能出价，匹配方式为精准匹配，能够大量地节省人力成本，使推广更加方便快捷。

修改营销场景：营销场景可以设置为宝贝测款、日常销售、活动场景。

创意设置与添加：在智能推广计划中，一个推广单元可以添加4个创意，可以设置为智能创意或普通创意，创意的流量分配方式有优选和轮播两种方式。

3. 钻石展位营销

钻石展位营销包括为店铺引流、为宝贝引流两种推广场景，包括设置推广计划、设置推广单元、添加创意等操作。

设置推广计划：推广计划的设置包括设置营销参数、设置基本信息。

设置推广单元：推广单元设置包括设置基本信息、设置定向人群、选择资源位、出价，当推广场景为宝贝引流时还需要选择推广宝贝。

钻石展位通过人群的精准定位锁定精准人群，通过向目标人群强势展现的方式，来提高点击与转化。

4. 标题优化

通过直通车推广和钻石展位营销，店铺中商品获得了一定的展现

量、点击量、成交量，店铺内商品的交易转化能力获得了一定程度的提高。为提高商品的自然排名，获得自然流量，参赛选手要针对具体的商品进行标题优化。标题优化需要借助关键词数据和商品详细信息，并结合标题撰写原则进行标题关键词的添加、删除、组合，优化后可以通过搜索关键词的方式查看商品的实时排名，并根据排名反馈继续优化标题，直到获得能够满足推广目标的商品排名。

七、竞赛规则

1. 报名资格：参赛选手须为普通中等职业学校全日制在籍学生；选手年龄须不超过 21 周岁，年龄计算截止时间为 2020 年 11 月 1 日。

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。凡在往届全国职业院校技能大赛中获一等奖的选手，不能再参加同一项目同一组别的比赛。

3. 熟悉场地：比赛日前一天下午 15:30~16:20 开放赛场，熟悉场地。

4. 领队会议：比赛日前一天下午 14:45~15:30 召开领队会议，由各参赛队的领队和指导教师参加，会议讲解竞赛注意事项并进行赛前答疑。

5. 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。

6. 加密: 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。

7. 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。

8. 由裁判长宣布比赛开始, 各参赛队开始竞赛。

9. 竞赛过程中, 如遇设备或系统等故障, 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。

10. 网店推广竞赛结束后, 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。

11. 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、监督组签字后进行公示。公示时间为 2 小时。成绩公示无异议后，由仲裁员在成绩单上签字，并在闭赛式上公布竞赛成绩。

八、竞赛环境

1. 竞赛场地设在体育馆内或电脑机房，场地内设置满足 40 个团队的竞赛环境，分成四个赛场。

2. 一个参赛团队一个机位，每个机位三台电脑，其中一台电脑备用，一张桌子，每人一把椅子，一套补光灯三角架，一部手机。

3. 竞赛场地内设置观摩区，便于竞赛全程的观摩和监督。

4. 竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围。

5. 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，无线网络采用 AC+AP 的方式组建，实现无线信号赛场全覆盖。

6. 利用 UPS 防止现场因突然断电导致的系统数据丢失，额定功率：3KVA，后备时间：2 小时，电池类型：输出电压：230V ± 5%V。

九、技术规范

参赛团队遵循以下规范：

教学要求：《中等职业学校电子商务专业教学标准》

网店直播：利用微店开设、直播营销的知识和技能，完成网店直播。

网店开设装修：利用淘宝、天猫、京东网店的首页和详情页的知识和技能，设计和制作店铺的首页、详情页。

网店客户服务：利用阿里旺旺售前、售后服务的知识和技能，完

成网店客户服务。

网店推广：采用淘宝直通车推广、钻石展位营销和标题优化的知识与技能完成给定店铺的推广活动。

十、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 Fireworks CS6 简体中文版；预装 AdobePhotoshop CS6 版本。
参赛选手直播设备	手机、耳机、三脚架、补光灯、直播商品,其中手机需配置 Android 10 以上操作系统，3GB+32GB 以上内存，前摄摄像头 500 万以上像素。
现场布置	工位隔断、环境布置、桌椅等
网络连接设备	提供网络布线、千兆交换机、AC 控制器、无线 AP
竞赛服务器	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 2008 R2 操作系统及 IIS7.5；预装 Microsoft SQL Server 2005 数据库。

十一、成绩评定

1. 裁判员：加密裁判 2 名；现场裁判 4 名；评分裁判 10 名。
2. 评分方法：网店客户服务、网店推广评分方式为机考评分，网店直播、网店开设装修的评分方式为结果评分。
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、监督人员和仲裁人员签字确认后公布。

5. 评分标准

(1) 网店直播

网店直播模块采用结果评分方式，满分 20 分。

客观评分（15 分）

评分项	评分细则	分值
商品主图	商品主图 1 设置正确，且主图数量达到 5 张（每款商品 0.5 分）	1
商品详情图	商品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（每款商品 0.75 分）	1.5
直播间商品链接	讲解的商品正确关联商品链接（每个链接 0.25 分）	0.5
直播时长	直播时长超过 10 分钟	0.5
商品标题	商品标题关键词符合背景资料介绍内容（每款商品的每个关键词 0.1 分，最高到 0.5 分为止）	1
直播开场	直播开场时要包含以下三项内容： 问好及自我介绍、本次直播计划、促销活动（每项 0.5 分） 备注：开场问好及自我介绍、直播计划、促销活动要使用背景资料中的相关信息，不得泄露选手信息。	1.5
商品介绍	正确介绍商品基本属性（每款商品 0.5）	1
	有商品特色、卖点的介绍（每款商品的每个特色或卖点 0.125 分，一款商品最高到 0.5 分）	1
	有商品日常价格、直播促销价的说明（每款商品 0.5 分）	1
	有商品的特写展示（每款商品 0.5 分）	1
弹幕问题	弹幕问题出现的 20 秒内完成回答且回答内容符合背景资料（规定时间内正确回答 1 个 0.5 分）	3
直播结尾	结尾收场时要包含以下两项内容： 引导关注、感谢语（每项 0.5 分）	1
直播视频	直播画面始终围绕主播或竞赛商品，画面清晰明亮；	1

评分项	评分细则	分值
	直播过程中没有 10 秒以上的卡顿、冷场	

主观评分（5 分）

评分项	评分细则	分值
直播效果整体评价	<p>优秀：能对背景资料进行加工，内容讲解逻辑清晰，节奏把控到位，内容有吸引力，直播讲解充满激情（5 分）</p> <p>良好：直播内容讲解有条理，直播流程完整，内容充实，直播语气抑扬顿挫（3 分）</p> <p>一般：直播内容讲解基本清晰，直播流程及内容相对完整，但语调平淡无激情（1 分）</p> <p>较差：直播讲解频繁看稿，节奏混乱，内容无吸引力（0 分）</p>	5

（2）网店开设装修

网店开设装修模块采用结果评分方式，满分 25 分。

客观评分（5 分）

评分项	评分细则	分值
店铺首页 (2 分)	1. 店标设计是否符合试题尺寸要求	是得 0.4 分，否得 0 分
	2. 四张 Banner 设计为试题规定商品且尺寸符合要求	每符合 1 张，得 0.4 分
商品详情页 (3 分)	1. 四张商品主图设计为试题规定商品且尺寸符合要求	每符合 1 张，得 0.5 分
	2. 商品详情页是否包含商品规格信息	是得 1 分，否得 0 分

主观评分（20 分）

评分项	评分细则	分值
店铺首页 (8 分)	1. 店标设计风格与店铺整体风格一致，设计独特、简洁，有一定的创新性	2
	2. Banner 设计主题、字体、配色等视觉效果统一	1.5
	3. Banner 设计采用图文混排，排版、布局合理	1.5
	4. Banner 设计与店铺经营商品具有相关性	1.5
	5. Banner 设计有吸引力并具有一定的营销属性，能提升店铺整体风格	1.5
商品详情页	1. 商品标题包含体现商品名称、属性、卖点的关键词（每个关键词 0.3 分，最高到 1.5 分为止）	1.5

(12分)	2. 商品主图设计美观	1.5
	3. 商品主图设计主题突出，具有营销导向	2
	4. 商品主图设计有视觉冲击力	2
	5. 商品详情描述包含商品属性，特点，卖点	2
	6. 商品详情描述包含配送，支付，售后，评价等相关内容的信息	1.5
	7. 商品详情描述采用图文混排，符合详情页设计逻辑	1.5

(3) 网店客户服务

网店客户服务模块采用机考评分方式，满分 15 分。

评分项	评分细则	分值
网店客户服务	每个参赛队选择两名参赛选手，按照售前客服、售后客服进行岗位分工，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 30 个买家的 100 个问题。每回答正确 1 题得 0.075 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参赛队最终成绩。	15

(4) 网店推广

网店推广模块采用机考评分的方式，满分 40 分。

评分项	评分细则	分值
直通车推广、钻石展位推广、标题优化	系统会自动给出每个参赛队的实际点击量、转化量、标题优化的三部分数据，根据三部分的数据对进行所有参赛队的推广结果分别进行排名，点击量第一名的参赛队得分 20 分，转化量第一名的参赛队得分 30 分，标题优化第一名的参赛队得分 50 分，其余名次点击量成绩=20分*本参赛队点击量/第一名点击量，转化量成绩=30分*本参赛队转化量/第一名转化量，标题优化成绩=50分*本参赛队标题优化/第一名标题优化；经过上述换算得出的百分制成绩等比例换算为 40 分。	40

十二、奖项设定

本赛项奖项设团体奖。竞赛团体奖的设定为：一等奖占比 10%，二等奖占比 20%，三等奖占比 30%。

一等奖参赛队的指导教师获“优秀指导教师奖”。

十三、赛场预案

（一）疫情防控

为确保竞赛安全顺利举办，需要切实做好竞赛期间疫情防控工作：

1. 按照相关要求，提前做好相关准备工作。抵达大赛承办地后，服从当地疫情防控管理。

2. 中、高风险区人员及具有 14 日内中高风险区旅行史人员，不得参赛。

3. 乘坐公共交通工具时请做好个人防护，全程佩戴口罩，尽量减少与其他人员交流，避免聚集，与同乘者尽量保持距离，尽量少接触车上的扶手、拉环等部位，接触后避免碰触眼、鼻、口，并及时洗手。

4. 各参赛代表队及所有参加大赛人员持健康通行码绿码，接受体温检测，体温低于 37.3℃方可入场。在测温正常且做好个人防护前提下可有序流动。进入密闭会场时，需佩戴普通医用口罩。

5. 参赛过程中身体状况异常的，大赛执委会将协调卫生健康部门组织疾控机构和医疗机构专家对其进行核酸检测，并提出专业评估建议。

6. 大赛应避免人员聚集，要将赛事疫情防控要求、报名报到办法、交通食宿、赛前训练及比赛日程安排等，提前告知参赛人员，确保各类人员错峰、有序报到和参赛。

7. 竞赛场地各参赛工位间隔不小于 1.5 米，并为参赛选手提供免洗洗手液、医用口罩等防护用品。

（二）非正常停电

竞赛现场如出现突然非正常停电的，按下述步骤进行处理：

1. 裁判员提示参赛选手，工作人员提示观摩人员要保持镇静，防

止踩踏事件发生。

2. 裁判员提示参赛选手在电源保护装置的有效时间内备份计算机操作数据，并等候处理决定。

3. 必要时，保卫人员开启安全通道，有序疏散现场人员离场。

4. 裁判长视情况决定启动备用电源或延迟竞赛。

5. 现场电力恢复后，由裁判组集体商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

（三）竞赛设备故障

竞赛过程中，如遇竞赛设备故障，按下列程序报告并处理：

1. 参赛选手持“故障”示意牌示意，说明故障现象，裁判员、技术员等应及时予以解决。

2. 确因设备无法继续操作，经由裁判员提出申请，报裁判长批准后，予以启用备用设备。

3. 竞赛系统都设置了关键节点的自动备份功能，裁判长根据实际情况授权工作人员恢复备份数据。

4. 数据恢复正常后，由裁判组集体商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

（四）参赛队员发生意外受伤或急病等情况

参赛队员发生意外受伤或急病等情况，应按下列步骤进行处理：

1. 参赛选手持“医务”示意牌示意；

2. 现场医务人员迅速到达现场，救治或急送最近医院进行救治；

3. 参赛队其他队员可在不违反有关规定的情况下，协同完成竞赛事项。

（五）参赛现场出现暴力，人员拥堵，急性传染病人员进入等情

况

参赛现场出现暴力，人员拥堵，急性传染病人员进入等情况，应按下述步骤进行处理：

1. 有关人员迅速向赛项总指挥汇报，并由赛项总指挥向赛项执委会汇报，并由赛项执委会根据事态发展情况确定是否及时报告公安部门，公共卫生部门及医疗部门，在保证赛场内人员人身安全的原則下，尽量不扩大事态；

2. 根据赛前制定的现场保卫人员的职责范围，以及突发情况应对的赛前演练安排，赛项保卫人员迅速就位，对赛场内除参赛队以外的其他人员进行有序疏散；

3. 人员疏散后进行现场清理，如消毒，找出突发事件隐患并进行处理等；

4. 进行处理后，在保证参赛队员人身安全的前提下，继续有序组织竞赛。

（六）暴雨洪灾，火灾等事故

如遇暴雨洪灾，火灾等事故，应按下述步骤进行处理：

1. 赛项执委会负责与公安，医疗，气象，交通等部门取得联系，并根据情况确定是否继续竞赛；

2. 立即组织相关人员到现场，疏散人群，进行应急处理，如使用灭火装置灭掉明火等，必要时封存竞赛现场，停止竞赛；

3. 建场裁判做好参赛选手，工作人员做好观摩人员的思想工作，确保事态不人为扩张。

十四、赛项安全

赛事安全是电子商务技能竞赛一切工作顺利开展的先决条件，是

赛事筹备和运行工作必须考虑的核心问题。赛项执委会采取切实有效措施保证大赛期间参赛选手、指导教师、工作人员及观众的人身安全。

（一）比赛环境

1. 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，也可进行赛场仿真模拟测试，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。

2. 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。

3. 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。

4. 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。

5. 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。

6. 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。

（二）生活条件

1. 比赛期间,原则上由执委会统一安排参赛选手和指导教师食宿。承办单位须尊重少数民族的信仰及文化,根据国家相关的民族政策,安排好少数民族选手和教师的饮食起居。

2. 比赛期间安排的住宿地应具有宾馆/住宿经营许可资质。以学校宿舍作为住宿地的,大赛期间的住宿、卫生、饮食安全等由执委会和提供宿舍的学校共同负责。

3. 比赛期间有组织的参观和观摩活动的交通安全由执委会负责。执委会和承办单位须保证比赛期间选手、指导教师和裁判员、工作人员的交通安全。

4. 赛项的安全管理,除了可以采取必要的安全隔离措施外,应严格遵守国家相关法律法规,保护个人隐私和人身自由。

(三) 组队责任

1. 各学校组织代表队时,须安排为参赛选手购买大赛期间的人身意外伤害保险。

2. 各学校代表队组成后,须制定相关管理制度,并对所有选手、指导教师进行安全教育。

3. 各参赛队伍须加强对参与比赛人员的安全管理,实现与赛场安全管理的对接。

(四) 应急处理

比赛期间发生意外事故,发现者应第一时间报告执委会,同时采取措施避免事态扩大。执委会应立即启动预案予以解决并报告组委会。赛项出现重大安全问题可以停赛,是否停赛由执委会决定。事后,执委会应向组委会报告详细情况。

(五) 处罚措施

1. 因参赛队伍原因造成重大安全事故的，取消其获奖资格。
2. 参赛队伍有发生重大安全事故隐患，经赛场工作人员提示、警告无效的，可取消其继续比赛的资格。
3. 赛事工作人员违规的，按照相应的制度追究责任。情节恶劣并造成重大安全事故的，由司法机关追究相应法律责任。

十五、竞赛须知

（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，凭大赛组委会颁发的参赛证和有效身份证件参加比赛及相关活动。
3. 参赛队员需要购买保险。

（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竞赛的各项规定，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竞赛相关材料。
3. 竞赛过程中，除参加当场次竞赛的选手、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竞赛现场。
4. 参赛代表队若对竞赛过程有异议，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竞赛，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竞赛的规程、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竞赛准备。

（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、通讯设备及其他资料与用品。

5. 参赛选手统一穿赛项执委会提供的服装，应提前 15 分钟抵达赛场，凭参赛证、身份证件检录，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. 参赛选手须在确认竞赛内容和现场设备等无误后开始竞赛。

8. 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. 竞赛时间終了，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。

（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。

十六、申诉与仲裁

本赛项在比赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，代表队领队可在比赛结束后（选手赛场比赛内容全部完成）2小时之内向仲裁组提出书面申诉。超过时效不予受理。大赛采取二级仲裁机制。赛项设仲裁工作组，赛区设仲裁委员会。大赛执委会办公室选派人员参加赛区仲裁委员会工作。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，可由省（市）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。

十七、竞赛观摩

赛场内设定观摩区域和参观路线，向媒体、企业代表、院校师生及家长等社会公众开放，不允许有大声喧哗等影响参赛选手竞赛的行为发生。指导教师不能进入赛场内指导，可以观摩。赛场外设立展览展示区域，设专人接待讲解。

为保证大赛顺利进行，在观摩期间应遵循以下规则：

1. 除与竞赛直接有关工作人员、裁判员、参赛选手外，其余人员均为观摩观众。

2. 请勿在选手准备或比赛中交谈或欢呼；请勿对选手打手势，包括哑语沟通等明示、暗示行为，禁止鼓掌喝彩等发出声音的行为。

3. 请勿在观摩赛场地内使用相机、摄影机等一切对比赛正常进行造成干扰的带有闪光灯及快门音的设备。

4. 不得违反大赛规定的各项纪律。请站在规划的观摩席或者安全线以外观看比赛，并遵循赛场内工作人员和竞赛裁判人员的指挥，不得有围攻裁判员、选手或者其他工作人员的行为。

5. 请务必保持赛场清洁，将饮料食品包装、烟头及其他杂物扔进垃圾箱。

6. 为确保选手正常比赛，观摩赛上观众席内严禁携带手机及其他任何通讯工具，违者将除本人被驱逐出观摩赛场地，还将视情况严重程度对所在代表队的选手的成绩进行扣分直至取消比赛资格。

7. 如果对裁判打分及观摩赛成绩产生质疑的，请通过各参赛队领队向组委会仲裁委员会提出，不得在比赛现场发言。

十八、竞赛直播

1. 赛场内部署无盲点录像设备，能实时录制赛场情况；

2. 使用 360° 全景智能摄像头从抽签加密开始对比赛全过程进行网络直播；

十九、资源转化

（一）资源转化工作

组建赛项资源转化小组，邀请行业、企业及院校的顾问专家参与，

召开建设研讨会，构建总体框架。组织任务分配协调会，落实转化任务、人员安排与资金分配等问题，确保有序、优质开展。

(二) 资源转化成果

内容			数量			
			网店直播	网店开设装修	网店客户服务	网店推广
基本资源	风采展示	赛项宣传片 (15分钟)				
		风采展示片 (10分钟)				
	技能概要	技能介绍	1	1	1	1
		训练大纲	1	1	1	1
		技能要点	1	1	1	1
		评价指标	1	1	1	1
	教学资源	教学方案	1	1	1	1
		训练指导	1	1	1	1
		作业/任务	6	6	6	9
		实训/实习	16	35	16	22
拓展资源	评点视频	专家	1	1	1	1
		裁判	1	1	1	1
		企业	2	2	2	2
	访谈视频	学生	2	2	2	2
		教师	2	2	2	2
	试题库	赛项规程要求	100题	10套	150题	1套
	案例库	案例	6	6	6	9
	素材资源库	微课	6	6	6	9
动画		5	5	5	10	

(三) 技术标准

资源转化成果可包含文本文档、演示文稿、视频文件、Flash文件、图形/图像素材和网页型资源等：

1. 文本文档

采用*.doc或*.docx格式。文件制作所使用的软件版本不低于Microsoft Office 2003。

2. 演示文稿

采用 *.ppt 或 *.pptx 格式。文件制作所使用的软件版本不低于 Microsoft Office 2003。播放时不出现宏脚本提示。

3. 视频文件

采用 MP4 格式。录像环境光线充足、安静，衣着得体，语音清晰。

(1) 视频压缩采用 H.264 (MPEG-4 Part10: profile=main, level=3.0) 编码方式，码流率 256 Kbps 以上，帧率不低于 25 fps，分辨率不低于 720×576 (4:3) 或 1024×576 (16:9)。

(2) 声音和画面要求同步，无交流声或其他杂音等缺陷，无明显失真，保证优良的声音质量，解说声与现场声、背景音乐无明显比例失调。音频信噪比不低于 48dB。

(3) 字幕要使用符合国家标准的规范字，不出现繁体字、异体字、错别字；字幕与画面、解说词、音乐配合适当。

4. Flash 文件

文件制作所使用的软件版本不低于 Flash 6.0。

5. 图形/图像素材

采用常见存储格式，如 *.gif、*.png、*.jpg 等。彩色图像颜色数不低于真彩 (24 位色)，灰度图像的灰度级不低于 256 级，屏幕分辨率不低于 1024×768 时，扫描图像的扫描分辨率不低于 72 dpi。

6. 网页型资源

鼓励采用 HTML5 编码。兼容 Microsoft IE、Google Chrome、Mozilla Firefox 浏览器。避免出现大量的垃圾代码，使用网页编辑工具编辑网页，不可直接将 Microsoft Word、WPS 等文件内容粘贴到网页文件中。

(四) 转化计划

1. 团队组建与总体设计（2020.9-2020.10）

组建赛项资源转化小组，邀请行业、企业及院校的顾问专家参与，召开建设研讨会，构建总体框架。组织任务分配协调会，落实建设任务、人员安排与资金分配等问题，确保有序、优质开展。

2. 基本资源、拓展资源及平台开发（2020.10-2020.11）

进行基本资源、拓展资源建设，开发视频、图片、动画、仿真软件等素材。按照“以赛促建、以赛促学、以赛代训”基本要求，建设具有开放性和普适性的服务平台。

3. 资源修改导入及平台运行调试阶段（2020.11-2020.12）

组织专家评审小组，提出修改意见，形成资源集成平台，并与用户服务平台整合对接，完成资源导入，试运行并调试平台。

4. 推广应用更新完善阶段（2021.1）

按照以用促建、共建共享、开放建设、动态更新的原则，提供培训等服务，解决全国高职院校共性需求，实现优质教学资源共享。沿着“设计—建设—运行—反馈—更新”的系统化运作路径，制定修正方案。进一步做精做深资源内容，持续更新教学资源，逐步淘汰老、旧资源，每年更新比例不低于10%，从而确保资源库的可持续健康发展。

（五）提交方式

制作完成的资源上传至大赛指定的网络信息管理平台：
www.chinaskills-jsw.org。

（六）版权归属

各赛项执委会组织的公开技能比赛，其赛项资源转化成果的版权由技能大赛执委会和赛项执委会共享。

（七）使用与管理

赛项资源转化成果由大赛执委会统一推广实施，会同赛项申报单位、赛项有关专家、赛项承办单位，编辑出版有关赛项试题库、岗位典型操作流程等精品资源。成熟的资源转化成果发布于全国大赛网络信息发布平台，供职业院校师生借鉴学习。