

2025 年河北省商贸物流行业新技术应用
职业技能大赛-电子商务师赛项

技
术
文
件

目录

一、 技术描述	2
(一) 项目概要	2
(二) 基本知识与能力要求	2
(三) 竞赛参考相关文件	3
二、 试题与评判标准	3
(一) 试题	3
(二) 比赛时间及试题具体内容	3
(三) 评判标准	4
三、 竞赛细则	5
(一) 竞赛日程安排	5
(二) 竞赛流程	6
(三) 问题及争议处理	7
(四) 违规行为处理	7
(五) 注意事项	7
四、 竞赛场地、设施设备等安排	7
(一) 场地布局	7
(二) 设备设施	8
五、 安全健康要求	9
附件： 比赛样题	10

一、技术描述

（一）项目概要

电子商务师项目是指在互联网及现代信息技术平台上，选手作为卖家完成视觉营销设计，做好客户服务，并利用网络推广等手段提高店铺运营效果的竞赛项目。通过竞赛加深参赛选手对电商行业知识的理解，提高参赛选手的视觉营销设计、网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用、网络推广等电子商务技能。该赛项内容对接数字经济下人才培养的新技术、新要求、新规范，致力于培养适应产业数字化转型升级和企业技术创新需求的高素质技术技能人才。

（二）基本知识与能力要求

1	视觉营销设计
基本知识	-店铺首页视觉设计方法 -商品详情页视觉设计方法 -商品主图视觉设计方法 -店铺视觉架构布局技巧 -商品多维呈现技巧设计 -购买诱因创意规划方法 -品牌实力透明化展现设计技巧
工作能力	-商品主图创意构思能力 -商品详情页精细化设计能力 -店铺首页整体架构设计能力 -全局视觉营销策略设计能力
2	网上交易管理
基本知识	-客户信息管理方法 -交易评价综合处理技巧 -商品动态补货策略 -商品采购成本控制与数量优化管理方法
工作能力	-销售管理能力 -采购管理能力
3	网络客户服务
基本知识	-社群构建、多渠道推广策略选择、运营规则创新设计等社群精细化管理方法 -客户层级深度分析、个性化活动策划等客户关系增值管理方法
工作能力	-社群精细化运营与管理 -客户层级深度分析与分类 -个性化营销活动策划与执行 -客户关系维护与增值服务管理
4	电子商务数据分析与应用

基本知识	-流量来源数据分析 -转化率数据分析 -复购率数据分析 -客单价数据分析 -营销活动数据分析
工作能力	-数据搜集与整理能力 -数据分析能力
5	网络推广
基本知识	-店铺商品分析 -买家搜索习惯分析 -买家需求分析 -买家特征分析 -精准人群定位
工作能力	-直通车推广策略制定 -引力魔方营销策略制定 -标题优化策略制定

（三）竞赛参考相关文件

电子商务师赛项竞赛内容对接电子商务师国家职业标准（国家职业资格三级）技能要求，并结合技术技能人才培养要求和职业岗位需要规范制定。

二、试题与评判标准

（一）试题

竞赛试题的命题由赛项裁判长负责，于赛前公开样题。

大赛内容分为理论考试和技能实操两项内容，理论考试包含单项选择题、多项选择题、判断题三种类型。技能实操模块竞赛试题涵盖视觉营销设计、网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用、网络推广等内容。详细样题如下：

（二）比赛时间及试题具体内容

1. 比赛时间安排

本赛项分为职工组和学生组，职工组和学生组竞赛时间、竞赛内容及竞赛时长相同，职工组和学生组分开单独评分。职工组和学生组比赛总时长各 4.5 小时，其中理论考试模块竞赛时长 1 小时，视觉营销设计模块 1 小时，电子商务数据分析与应用、网上交易管理、网络客户服务、网络推广模块共 2.5 小时。

2. 试题

（1）视觉营销设计

在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的素材，完成网店首页、商品详

情页、商品活动页的布局设计等。

（2）网上交易管理

在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的背景资料与数据，完成销售管理部分的“客户画像分析、交易评价分析、销售报表制作”的操作与处理，完成采购管理部分的“采购计划制定”的操作与处理。

（3）网络客户服务

包括“社群建立、社群邀新、社群运营”等社群管理操作，以及“客户活动运营”等客户关系管理操作。

（4）电子商务数据分析与应用

在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的背景资料与数据，完成对流量来源相关数据、转化率相关数据、复购率相关数据、客单价相关数据与营销活动相关数据的统计与分析。

（5）网络推广

参赛选手以卖家角色，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、引力魔方营销策略、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；通过引力魔方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；通过标题优化提高标题相关性，以提高商品的展现量、点击量和点击率。

（三）评判标准

1. 分数权重

模块编号	模块名称	竞赛时间 Min	分数权重		
			评价分	测量分	合计
A	理论考试	60	-	100%	20
B	视觉营销设计	60	100%	-	25
C	网上交易管理	150	-	100%	7
D	网络客户服务		-	100%	8

E	网络推广		-	100%	30
F	电子商务数据分析与应用		-	100%	10
总计		100			

其中评价分（Judgement）分为 0-3 四个等级，每个等级对应相应分值，具体含义如下：

评价等级	要求描述
0	各方面均低于行业标准，包括“不满足”、“不存在”、“未做尝试”等
1	达到行业标准
2	达到行业标准，且某些方面超过标准
3	达到行业期待的优秀水平

2. 评判方法

评价评分（Judgement）打分方式：评分裁判进行分组，各自通过竞赛平台单独评分，评分等级分为 0、1、2、3 四个等级，每个等级对应相应分值，去掉一个最高分和一个最低分后取平均分作为最终得分。

测量评分（Measurement）打分方式：系统自动评分。

3. 成绩并列

当出现多名选手总成绩并列时，优先以各选手网络推广模块成绩的高低进行排名，如若依然存在成绩相同，则依次按照视觉营销设计模块、网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用模块成绩进行排名。

三、竞赛细则

（一）竞赛日程安排

日期	时间	事项
报到日	14:30~15:20	赛前会议
	15:20~16:30	熟悉赛场
	17:00~17:15	检查、封闭赛场
竞赛日	8:30~9:00	检录、抽签、选手检查设备
	9:30~10:30	理论考试模块比赛

	10:30~11:30	视觉营销设计模块比赛
	11:30~13:00	午餐
	13:00~15:30	电子商务数据分析与应用模块、网上交易管理、网络客户服务、网络推广模块比赛

（二）竞赛流程

1. 赛前

（1）赛场设备确认

根据实际需要，裁判长于赛前对场地设备设施等准备工作进行检查确认。

（2）赛前培训

裁判长对裁判员于赛前进行集中培训、技术对接和设备设施、材料、必备工具确认。按照组委会统一的安排对参赛选手进行赛前培训，内容包括熟悉场地设备设施和安全培训。

（3）赛前领队会

报到完毕后，本项目按照组委会统一安排的时间组织召开赛前领队会，对参赛注意事项、参赛日程进行说明，对参赛选手疑问进行解答。

（4）参观赛场

领队会结束后，由本项目裁判长统一组织前往赛场，熟悉场地。

（5）封闭与解封赛场

参观完赛场后，由裁判长检查赛场，确保赛场无异常后封闭赛场；赛前 2 小时由裁判长带领技术人员解封赛场、启动并检查竞赛设备。

（6）检录抽签

赛前参赛选手前往检录抽签地点，完成检录后，抽取参赛编号。

（7）入场

每位选手按照参赛编号到指定位置，等待比赛。

2. 赛中

（1）比赛：由裁判长统一告知选手比赛规则、时间和流程后，宣布比赛正式开始并计时。

（2）纪律要求：竞赛过程中严禁交头接耳，不得干扰其他参赛选手，严禁扰乱秩序。

（3）评分：由评分裁判对视觉营销设计模块的主观评分部分进行人工评分；由竞

赛系统对理论考试、视觉营销设计模块的客观评分部分和网络推广、网上交易管理、网络客户服务、电子商务数据分析与应用模块进行自动评分。

(4) 汇总与公示：由裁判长汇总成绩，确认无误后公示。

(三) 问题及争议处理

竞赛过程中，如遇相关问题及争议，按下列程序报告并处理：

(1) 参赛选手举手示意，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) 违规行为处理

(1) 选手不得穿戴、携带有显示个人信息的衣物等，如果竞赛内容透漏参赛选手个人信息，则该模块判 0 分；

(2) 竞赛时间终了，选手应全体起立，结束操作。

(五) 注意事项

(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候考区和比赛场地，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) 参赛选手不得发布与比赛相关的虚假信息和不当言论。

四、竞赛场地、设施设备等安排

(一) 场地布局

赛区内设置满足所有参赛人员参赛的竞赛工位数，并设置充足得工位作为备用工位，设置独立裁判评分区、技术服务区、录分区、服务器区、设备存储区，其中裁判评分区需满足所有评分裁判同时评分。

（二）设备设施

1. 场地设备

序号	主体设备名称	型号	单位	数量
1	竞赛服务器	英特尔至强 E5 系列 E5-2683 v4 十六核以上 CPU；16GB 以上内存；硬盘：500G 以上、转速：10000 RPM 或固定 P4510；预装 Windows Server 2008 R2 操作系统及 IIS 7.5；千兆网卡。	台	按需
2	交换机	千兆 48 口交换机。	个	按需
3	参赛选手计算机	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 office 2010 及以上版本。	台	1 台/选手
4	裁判等工作人员计算机	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	台	1 台/裁判
5	竞赛平台	采用中教畅享科技股份有限公司研发的电子商务师（网商）三级培训评价系统	套	1 套

2. 材料

序号	设备名称	型号	单位	数量
1	草稿纸	A4	张	4 张/选手
2	笔	黑色签字笔	支	1 支/选手

3. 选手须自备的设备和工具

选手无须自带设备。

4. 场地禁止携带的设备和材料

序号	设备和材料名称
----	---------

1	纸质资料、参考资料（书、图片等）
2	电子产品（照相机、U 盘、MP3、MP4、电子手表等）
3	禁止携带与比赛无关的手机、平板等设备

五、安全健康要求

为确保事故为零，需提升所有参赛队伍的职业健康及安全意识。即按照相关安全规定、设备、工器具安全操作规程，在整个竞赛过程保持场地整洁、材料物件及工器具摆放整齐。

附件：比赛样题

一. 理论考核

试题采用单选题、多选题和判断题等题型。

样题如下：

单选题

1. 在进行库存分析时，一般不会优先分析哪个指标（ ）。
A、库存金额 B、库存量 C、有效库存 D、库存周转天数
2. 爆款标题优化策略的核心就是和同行卖家去竞争行业最大的（ ）。
A、核心词 B、点击量 C、流量入口 D、关键词

多选题

1. 关于 SEO 和 SEM 的特点，下列说法正确的是（ ）。
A、SEO 是免费优化网站排名
B、SEM 是免费优化网站排名
C、SEM 需要付费推广
D、两者都是为了在搜索引擎中提升排名
E、SEO 是付费优化网站排名
2. 关键词添加后进行批量出价时出价方式有（ ）。
A、默认出价
B、自定义出价
C、市场平均价的百分比出价
D、固定出价
E、自动出价

判断题

1. 随着网络营销的发展，直接销售渠道将会完全取代间接销售渠道。
2. 社群主要由创建者、种子用户、活跃分子组成。

二、技能考核

1. 视觉营销设计

（1）背景资料

①PC 端商品详情页视觉营销设计

艾依旗舰店是一家女装店铺，针对目标用户设计了不同系列的商品，满足不同风格的女性的穿着需求。在女神节来临之际，艾依旗舰店运营部决定挑选一款平时销量好、好评率高的爆款雪纺裙作为此次女神节的活动商品，活动主题为“华丽衣裙，装点美丽”。为了更好地营造活动氛围，给店铺的新老消费者全新的视觉体验，运营主管安排小萌重新设计一个详情描述页面，提高商品转化率，提升店铺人气。

具体筹备细节如下：

近期受到恶劣天气影响，快递时效受限，店铺可正常下单，但是发货及物流运输时间都会有所延迟，对此，小萌打算在详情描述页面最显眼的位置告知消费者上述信息；目前店铺的主营商品是服装，该类商品大多需要模特进行试穿展示；通过对客服反馈的接待信息进行分析，店铺目标人群对穿搭比较有研究，在购买服装的时候，通常会同时下单多件商品进行组合搭配，详情描述页面中也需要对该款雪纺裙的搭配推荐作出展示；同时近期有一部分消费者出现买错颜色的问题，为了提高消费者的购买体验，减少这类问题的发生，需要对商品的颜色、版型等相关信息作出详细的说明。

基于以上细节，小萌需要从商品属性类、商品展示类、温馨提示类、实力展示类、关联销售类等内容中选出四类对雪纺裙的 PC 端详情描述页面进行视觉营销设计。

店铺及雪纺裙商品相关信息如下表所示：

雪纺裙				
搭配推荐				
雪纺裙标题	法式碎花雪纺裙温柔风新款方领气质长裙女			
雪纺裙 基本信息	价格	299 元	颜色	橘色、蓝色
	面料	雪纺	尺码	S/M/L
	领型	方领	风格	通勤
	版型	A 型	袖长	短袖
	裙长	中长裙	图案	碎花

②PC 端活动页视觉营销设计

根据店铺运营策略，运营部决定在女神节活动当天（开始时间为 10 月 8 日 0 点）策划一场“免单”活动，店铺现有一款运动套装售价 399 元，前 20 名下单购买的消费者立享免单资格。“免单”活动的规则确定之后，运营主管安排小萌根据活动内容设计一个活动页面。

③移动端店铺首页视觉营销设计

在女神节到来之际，艾依旗舰店开始紧锣密鼓地筹备商品并进行营销活动策划。为了提前给女神节活动造势，吸引更多的消费者，运营主管安排小萌对店铺的首页重新进行装修设计。选定活动商品后，小萌决定以此次女神节的活动主题“华丽衣裙，装点美丽”为基础，根据店铺定位、目标消费者特征以及营销目标确定店铺首页装修风格，并设计首页的布局，从而更好地传递品牌形象、展示商品并引导分流。

具体筹备细节如下：

此次女神节活动的目标消费群体为时尚女性，相较于商品本身，她们更关注品牌，小萌需要思考店招包含的内容，通过对店铺后台的访问数据进行分析，小萌发现店铺的大多数目标消费者偏好于通过穿着场景分类浏览本店铺的衣服，她需要根据店铺的主营商品，从主流的女装分类中挑选出适合本店铺的类别；首页第一屏除了展示店招和导航栏之外，还需要通过轮播图对店铺重要信息和主推商品进行展示，小萌决定在轮播图的位置添加 2 张图片。

本次活动的主推商品是全店铺连续 6 个月销量领先的爆款商品——百褶裙；另有两款运动套装、长袖睡衣由于刚刚上市暂时没有销售数据，暂不参加此次女装节促销活动，作为店铺的次推新品进行展示。

基于以上细节，小萌需要从“店铺招牌+导航栏”、“轮播图”、“热销爆款”、“折扣专区”、“新品上新”等内容中选出四类对移动端店铺首页进行视觉营销设计。

店铺相关信息如下表所示：

主营商品	
女装主流 场景分类	运动、居家、日常、大码女装、宴会、职场
店铺公告	受到暴雨天气影响，山东、江苏、河北地区暂不发货，具体发货时间另行通知，给您带来的不便敬请谅解。
品牌理念	艾依是一家快时尚女装品牌，自成立以来不断探索女性的穿着时装，希望通过青春时尚、鬼马别致的产品，带给女性自由的穿搭体验，穿出属于成年人的天真、精致与魅力。

（2）具体考核要求

①PC 端商品详情页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成 PC 端商品详情页的视觉营销设计。

②PC 端活动页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成 PC 端活动页的视觉营销设计。

③移动端店铺首页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成移动端店铺首页的视觉营销设计。

2. 网上交易管理

（1）背景资料

艾依服饰旗舰店经过一段时间的经营，积累了大量的客户，为提升客户的购物体验，运营主管决定对已经购买过店铺商品的客户进行客户画像分析，通过总结和提炼客户信息，实现精准销售。

近段时间店铺上新了一款卫衣，经过一个月的销售，有了一定的成交量，运营主管想对客户评价尤其是差评（3星及以下）进行分析，来发现该商品的问题，以便进行优化调整。

2021年5月4日，运营主管对部分商品进行销售情况调查，现需根据日销售表进行销售统计，形成销售报表。因为服装销售有着流行趋势变化快、销售时段相对较短的特点，所以在服装销售的过程中，只有掌握了服装销售和市场顾客需求情况的变化规律，才能根据消费者对销售方案的反应，迅速调整商品组合及库存，调整商品价格、改变促销策略、抓住商机、提高商品周转速度、减少商品积压。

2021年4月16日，艾依服饰旗舰店因部分连衣裙销售状况良好，现需采购一批连衣裙，根据店铺采购管理规定，采用定期订货法进行采购，订货提前期为3天，订货间隔周期为30天，采购价格需为销售定价的45%。（注：店铺目前无在途货运量和进行中销售订单）

（2）具体考核要求

①客户画像分析

要求：能够对客户的性别、年龄、兴趣爱好、来源分布、流量占比进行分类管理。

②交易评价分析

要求：能够根据交易评价信息，对好评、差评分类管理，分析差评原因。

③销售报表制作

要求：能根据销售信息，对销售数据按要求分类统计，以便管理。

④采购计划制定

要求：能够根据销售数据表和库存数据表，制定采购计划。

3. 网络客户服务

（1）背景资料

艾依服饰旗舰店的运营主管想要进行社群运营，从而增强店铺与客户之间的黏性，运营主管安排小莹来完成这项工作。小莹根据店铺的情况，完成了社群创建。

社群创建完成后，小莹想要针对不同用户进行分层运营。小莹需要对店铺用户进行

数据分析，将不同的粉丝拉入不同的社群，以便营销活动的开展。

小莹的社群已经运营了一段时间，因为前期推广进行得不错，社群成员数量已经达到目标人数，小莹下一步需要思考的问题是如何提高用户的忠诚度。小莹决定面向所有用户做积分签到活动，用户得到的积分可以去积分商城兑换奖品。

通过后台数据分析，小莹发现店铺的客户流失严重，于是决定通过社群推广活动来调动粉丝的活跃性，同时也增加社群人员数量，让更多的人参与进来，小莹以抽奖为主题策划了一场活动。

（2）具体考核要求

①社群建立

要求：按照背景描述，建立社群，完成社群头像、社群名称、社群介绍、成员上限、入群条件等信息的设置。

②社群邀新

要求：按照背景描述，将符合社群要求的客户邀请进入社群。

③社群运营

要求：按照背景描述，完成活动名称、活动时间、活动对象、每天签到固定奖励、连续签到额外奖励、活动说明以及分享等信息的设置。

④客户活动运营

要求：按照背景描述，完成活动信息、奖品信息、展示信息、分享信息等内容的设置。

4. 电子商务数据分析与应用

（1）背景资料

艾米电子公司主营女装类目，其运营中心负责多家网店的运营。王涛是艾米运营中心的项目主管。李华是刚通过面试进入该公司的实习生，实习岗位为业务数据分析专员。项目主管安排李华对网店的运营数据（客户数据表、流量数据表、营销活动数据表）进行分析，了解网店日常运营过程中的重要指标，以监控网店的日常运营情况。

在对公司的运营数据整理和分析之后，项目主管又安排李华对网店一周的数据进行分析，主要分析这一周当中订单的情况。

（2）具体考核要求

1) 商务数据统计与分析

要求：能够对流量来源、转化率、复购率、客单价及营销活动等进行分析。

2) 商务数据报表设计与制作

要求：能够分析出订单数据报表中的概况、区域分布、支付方式分布、订单取消原因、操作终端、用户性别分布等关键指标。

5. 网络推广

(1) 背景资料

请以卖家角色，在给定的推广资金内，为一家经营网店进行推广活动。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、引力魔方营销策略、标题优化策略，通过直通车推广获得竞价排名，获得更多的展现量、点击量、成交量，在推广过程中能够采用合理的推广策略提高关键词质量分，降低关键词点击花费。通过引力魔方营销定位精准人群，锁定优质资源位，为店铺带来精准流量，增加商品的展现量、点击量、成交量。直通车推广与引力魔方营销的目的是通过有限的花费获得合理的点击量与成交量。网店目前经营的商品有：

罗马仕充电宝：

2. 1A 快速充电，热销 750 万件急速发货。采用智能充电技术，快速充电、手机/平板蓄电不伤机，终端充电更省时，强化充电速度。智能检测手机/平板内部充电管理芯片，自动调节输出电量，兼容苹果、三星、小米、华为、HTC、魅族、oppo 等手机及平板电脑。双 USB 连接端口，智能识别输出，可以自动检测双输出口电流大小，满足各充电终端需求。

百驼连衣裙：

高档桑蚕丝 亲肤亮色不缩水不掉色。一到夏天，连衣裙就很流行，真丝面料，柔软舒适，还象征着品牌与格调，展现或优雅或浪漫的气质。简约圆领设计，时尚大气修饰脸型，凸显颈部性感迷人的锁骨；常规的短袖设计，流畅的线条尽情展现女性的优雅别致，飘逸的裙摆设计，优雅大气，裙摆做工精准，车工走线，展现品质；简约印花设计，舒适与时髦同行，zara 等一线品牌设计理念，夏季时尚女装之选。

(2) 具体考核要求

①根据搜索引擎的排名规则，完成 SEO 优化，提高商品自然搜索排名。

②根据搜索引擎推广的竞价机制，完成 SEM 推广，获取精准流量，提高商品的点击

量和成交量。

③根据推荐引擎推广的推荐机制，完成信息流推广，增加商品有效曝光，提高商品的点击量和成交量。