

“江苏工匠” 岗位练兵职业技能竞赛活动
2023 年江苏省跨境电子商务运营职业技能竞赛

赛项技术文件
（职工组/学生组）

申办单位：京东科技信息技术有限公司

2023 年 7 月

目 录

一、 本赛项基本描述	1
二、 选手应具备的能力	7
三、 竞赛内容	10
四、 评分方法与赛场管理	10
五、 场地设施	11
六、 赛事纪律	12
七、 竞赛样题	15

一、 本赛项基本描述

本赛项竞赛由京东科技信息技术有限公司单位主办，参赛对象为面向企事业单位职工（含教师）和各类技工（职业）院校、高等院校有学籍的在校学生，竞赛以跨境电子商务师的典型工作内容的完成质量为背景，围绕视觉设计、理论考试、客服处理、经营策略、营销推广的工作环节，本赛项职工组依据电子商务师（三级）考核标准，学生组参照电子商务师（四级）考核标准来展开比赛。

1.1 竞赛目的

考核选手的跨境电子商务运营职业的理论知识和实际操作能力。应具备跨境电子商务行业岗位相关的知识和技能，能够快速掌握跨境电商店铺选品、跨境电商营销推广、跨境电商店铺装修、跨境电商客户服务的核心能力，通过非技术干预手段完成跨境电子商务运营职业的理论知识和实际操作，掌握跨境电商整体运营思维和跨境电子商务专业理论知识，提升选手店铺视觉设计能力、客户服务能力、数据分析能力、运营推广水平，提高选手跨境电商经营管理能力和店铺运营评估分析能力。

1.2 竞赛内容

竞赛由五个模块组成，即跨境电商视觉设计，跨境专业理论考试，跨境电商客服处理，跨境电商经营策略，跨境电商营销推广等五大模块，每模块按百分制评分，每名参赛选手各模块成绩按配分比例折算，计入最终成绩。分别考核选手的跨境店铺视觉设计能力、跨境专业基础理论掌握能力、跨境客户服务能力、跨境数据分析能力、跨境经营

策略制定能力、跨境营销推广能力及店铺运营评估分析能力。

1、模块 M1：跨境电商视觉设计

利用赛事提供的计算机、商品原始图、商品详情页及素材图等，制作商品主辅图、店招、轮播图并通过“跨境电子商务技能竞赛平台”完成上传，调整店铺分类，观察店铺整体效果，保证风格统一、设计优美。

2、模块 M2：跨境专业理论考试

本模块利用所学的跨境电子商务专业理论知识有效时间内在竞赛平台上回答试卷提出的不同的问题，题型包括单选题、多选题、判断题、填空题。

3、模块 M3：跨境电商客服处理

利用竞赛平台提供的在线客服比赛系统，在有效时间内回答模拟客户提出的不同的问题。

回答准确：按照相应岗位的标准话术，独立回答来自多个客户（机器人）的不同问题，根据正确关键词以及语句表由系统自动评分，回答错误不得分。

及时回答：平均响应速度在 30s 内。

4、模块 M4：跨境电商经营策略

通过竞赛系统中提供的各个国家及电商平台各项资讯数据，进行相关分析判断，制定合理的销售经营策略，通过对行业数据及产品供应链数据，进行合理的产品选择与发布，通过不同的营销手段，对产品进行营销设计，合理定价，以及控制相关成本，实现产品销量增加，

销售利润最大化。系统将依照全年运营模拟经营，以季度为运营周期，每个季度独立核算，最终以四个季度核心运营数据进行评分排名。

（1）国际市场调研

根据竞赛系统提供的相关数据与商品信息，以国家市场经济环境，政治法律环境，文化环境等维度进行数据分析，形成国际市场环境认知；通过产品需求及供应等情况，了解国际市场产品需求；以市场营销渠道进行分析，了解竞争同行数据，便于进一步制定营销计划。

（2）目标市场分析

根据目标市场数据大盘，消费人群画像，网购消费习惯等参数，进行数据分析，制定目标市场销售策略，确保销售计划顺利执行。

（3）电商平台分析

通过对不同平台的热销品类，人群定位，价格区间等数据进行分析评估，选择最适合自己销售的产品平台，并且能够通过数据分析，制定平台后续的运营规划，快速达成销售目标。

（4）供应链产品分析

通过对供应链产品库的产品进行类目分析，价格分析，产品参数属性统计等工作，在资金预算允许的范围内，制定合理的产品采购计划，便于完成后期的产品备货及销售。

（5）店铺注册及产品上架

通过对店铺操作专业程度，按照平台规定和要求，完成店铺信息登记注册，以及根据系统提供的产品素材包，包括产品图片，产品关键词，产品参数属性，产品 SKU 编码等相关信息进行产品上架发布。

（6）产品营销渠道设置

根据系统数据进行营销渠道设置，设置包括相应站内付费推广，推荐广告位出价，以及站外推广，线下渠道投放等，获取尽可能多的站外流量，引导买家进店消费，增加店铺销售金额。

5、模块 M5：跨境电商营销推广

通过竞赛系统中提供的市场行情、店铺经营等各类数据，在对相关数据分析的基础上，进行店铺运营与推广，通过系统模拟选手运营数据进行评分排名。

（1）店铺选品

根据竞赛系统提供的相关数据与商品信息，以类目数据、性别、年龄、类目偏好、购买力、品牌、流量来源等维度进行数据分析，构建对应品类、人群画像，完成选品及人群定位。

（2）店铺营销策略

根据资金需求，控制成本，分析财务指标，制定营销策略，并完成相应的营销活动设置，包括店铺优惠套餐、满即送、限时则扣、优惠卡券等活动。

（3）店铺引流

通过对用户购物行为、区域信息、类目属性、用户具象行为等维度的数据分析进行精准定向，快速触达目标用户。

根据系统数据进行关键词优化、获取尽可能多的自然流量

根据系统数据设置相应站内付费推广，推荐广告位出价，推广商品、活动或店铺展示在站内广告位上

根据营销策略合理进行站外推广，获取尽可能多的站外流量，引导买家进店消费。

(4) 运营推广目标评估

最终系统模拟相应的投入金额、利润情况、销售额、店铺流量、点击率、转化率等多维度进行评分排名。

(三) 命题方式

本项目竞赛试题的命题方式：

1、本赛项试题不能提前公开，竞赛试题与评分标准在赛前密封，由大赛组委会保管。

2、赛前1个月公布比赛试题样题（包括赛题任务、评分标准）。

(四) 命题方案

本赛项试题不提前公开，全部采用封闭命题的形式，参与试题开发专家须事先签订保密协议，但参赛队的专家或者与选手有利益关系的专家不能参与试题开发工作。所有评分标准与评分表需在赛前密封，由组委会制定部门及人员保管。

1.3 竞赛方式

采取理论考试和技术实操方式进行竞赛，2个部分成绩按比例进行换算，总分100分制。

模块编号	模块名称	总分	
		分数	比例
M1	跨境电商视觉设计	100	20%

M2	跨境专业理论考试	100	15%
M3	跨境电商客服处理	100	15%
M4	跨境电商经营策略	100	30%
M5	跨境电商营销推广	100	20%
总分		100	

1.4 竞赛时间

(1) 每名选手理论竞赛时间 45 分钟。

M2: 跨境专业理论考试 (45 分钟)

(2) 操作技能比赛总时间 315 分钟。

M1: 跨境电商视觉设计 (90 分钟)

M3: 跨境电商客服处理 (45 分钟)

M4: 跨境电商经营策略 (120 分钟)

M5: 跨境电商营销推广 (60 分钟)

1.5 配分比例

比赛项目	比赛内容	评判要点	分值
跨境电子商务运营	理论考核	单选题	40
		多选题	40
		判断题	20
		合计	100
	实操考核	视觉设计	100
		客服处理	100
		经营策略	100
		营销推广	100
		合计	400

1.6 考核方式

(1) 理论考试：考前对已公布的试题进行不超过 30%的修改、调整，选手通过线上机试系统完成理论考试，考试完成后由考试系统出具分数。

(2) 技术实操：在比赛开始时，向选手公布实操题目，选手按照试题要求现场进行设计操作。

二、 选手应具备的能力

2.1 参赛选手应具备的技术能力

具有一定的学习和计算能力；

具有计算机操作能力；

具有利用相关软件进行数据整理与分析的能力；

具有对文字、语音进行分析、理解、处理的能力。

2.2 参赛选手应掌握的基本知识

(1) 跨境专业理论考试

选手应该能够做到：

能掌握跨境电子商务专业理论知识：包括（《跨境电子商务实务》、《跨境电子商务网络营销》、《跨境电子商务业务沟通》、《跨境电子商务英语》等）；

能掌握跨境电子商务专业岗位基础知识：包括（《跨境客服沟通技巧》、《图形图像制作》、《商品摄影与图片处理》、《跨境店铺注册申请》、《网络营销基础》、《视频剪辑与后期处理》、《网络编辑》等）；

能掌握跨境电子商务专业岗位核心知识：包括（《跨境电商品牌策划》、《跨境电商美工》、《跨境电商网店运营》、《跨境电商网络营销实战》、《跨境新媒体运营》、《跨境新媒体短视频运营》等）。

(2) 跨境电商视觉设计

选手应当能够做到：

Photoshop 软件的熟练运用；

能够根据店铺及品牌调性，进行 LOGO 设计；

能根据视觉营销需求进行店铺及产品的整体文案策划；

能根据店铺定位，进行店铺首页制作与发布；

能根据店铺的经营理念，制作出高解析度及一定创新性的店招，

能根据店铺所经营商品制作出分类合理的导航；

能根据店铺的营销目标、市场国家，节日文化，商品卖点，制作主题明确、风格统一的 Banner；

能根据设计方案制作不同产品的主辅图；

能为不同的商品选择合适的商品发布方式；

能根据平台规则完成商品图片的上传；

能为商品设置相应的类别；

能为不同的商品设置基本信息，包括多语种设置；

能根据视觉营销需求进行店铺整体风格设计；

能根据视觉营销需求进行店铺配色方案设计。

(3) 跨境电商经营策略

选手应当能够做到：

确定跨境电子商务数据分析目标；

根据数据分析目标制定数据采集与处理方案；

能制定跨境市场调研计划，包括但不限于国际市场经济环境，政治法律环境，文化环境，商品供需及价格情况，营销竞争分析等；

能根据跨境行业数据等进行跨境相关产品及行业的发展现状和趋势分析；

能根据海外消费者需求的特点，确定各个国家消费者对于产品的需求的类型；

能根据海外消费者需求的类型，确定各个国家消费者对于产品的购买偏好；

能对海外消费者购买的影响因素进行分析，锁定需求；包括但不限于产品材质颜色，规格尺寸，物流方式，产品价格等。

能利用跨境选品分析工具，筛选并确定目标市场及相关商品；选

择适合的商品进行销售。

能利用跨境商品定价模型，通过采购成本，包装成本，退换货率，国际货币汇率换算对商品进行合理的多币种定价；

能通过产品数据分析，总结产品销售情况变化原因，选择销售表现差的商品，进行商品针对性优化，提升产品数据；

能通过跨境仓库及海外仓数据合理制定仓库租赁计划；

能通过订单商品及客户信息，结合国际物流相关规定，费用成本，时效服务等，制定合理的物流路线，降低物流时间并节约产品销售成本；

(4) 跨境电商营销推广

选手应该能够做到：

能根据跨境店铺的运营策略，完成营销推广策略及工具匹配；

能通过对店铺流量数据分析，进行针对性的营销优化，提升店铺相关流量；

能结合跨境店铺运营策略，制定店铺营销推广方案，包括但不限于站内推广，站外推广，社媒推广等。

能根据品牌定位，制定品牌推广计划，包括但不限于产品矩阵设计，品牌口号设计，品牌功能卖点提炼展示等；

能根据推广策略，制定推广计划、推广组、推广创意、落地页等执行策略；

能根据推广策略进行推广计划搭建；

能对营销推广效果进行数据分析与评估，总结与制定下一阶段营销推广计划，分析维度包括但不限于曝光量，点击量，转化率等；

能根据营销定位制定营销目标，且选择合适的推广渠道，推广时间，推广内容等；

能根据店铺运营策略设置店铺促销方案，确保促销指标达成。包括但不限于店铺粉丝关注，满减优惠，组合套装，邮费减免，活动赠品等。

(5) 跨境电商客服处理

选手应该能够做到：

具备跨境电商基础英语语言能力；

能设计并管理客户忠诚度计划，提高客户忠诚度；

能分析客户流失的原因,制定挽回客户的策略,提高客户挽回率;
能制定社会化客户运营策略,提高用户活跃度和留存率;
能结合行业知识和日常客服问题,提取高频知识场景;
能根据智能客服配置规则,搭建智能客服知识库,提高智能客服机器人的正确率;
能通过数据分析和客户反馈,完善和优化智能客服知识库;
能通过与客户沟通,记录客户信息和客户反馈问题;
能运用常见数据分析工具,分析客户信息,进行客户分类;
能根据不同类别客户需求,提供差异化营销服务;
能解答客户售前、售中、售后咨询问题;
能提高店铺好评;
能处理客户退换货;
能够处理客户投诉。

三、 竞赛内容

3.1 命题原则

赛项组委会组织有关专家统一制定竞赛规则。竞赛专家委员会负责本赛项的命题工作。赛项建立 2 套赛卷的赛题库。正式赛卷于竞赛当日,经赛卷随机排序后,在监督组的监督下由裁判长指定相关人员抽取正式赛卷与备用赛卷。

3.2 命题方式

本项竞赛理论命题方式采用单选题,多选题,判断题模式。技术实操命题立足于当下跨境电商热点行业场景进行命题设计。

四、 评分方法与赛场管理

4.1 评分方法

本赛项采用基于自动评分和主观评分规则,具体评分是根据评分

表进行的，实际评分时由裁判长组织裁判按小组进行评分，裁判长不直接参与评分。

竞赛评分由平台软件系统和裁判共同完成。客观评分由系统自动统计生成分数；人工评分部分，由多名评分裁判评分，去掉一个最高分和一个最低分，其余裁判打分的平均值作为相关模块/题目的最后得分。

每个模块评分完成后，裁判长对 M1、M2、M3、M4、M5 模块成绩进行复核，复核正确后裁判长在原始记录评分表上签字。

4.2 赛场管理

(1) 在确保竞赛不被干扰的前提下，赛场面向媒体、行业专家、指导教师开放。

(2) 卫生间、医疗、维修服务、补给站和垃圾分类回收点都在警戒线范围内，以确保大赛在相对安全的环境内进行，杜绝发生选手与外界交换信息、串通作弊的情形。

(3) 设置安全通道和警戒线，确保进入赛场的大赛参观、采访、视察的人员限定在安全区域内活动，以保证大赛安全有序进行。

(4) 疫情防控：按照江苏省疫情防控政策要求，设立赛场疫情隔离场所，成立疫情防控小组，配套疫情防控相关设备设施，保障健康安全办赛。

五、 场地设施

5.1 比赛场地

竞赛场地设在空旷的大厅或者实训中心。

5.2 比赛设施

1. 技能比赛场地：符合大赛规定配有监控装置。
2. 裁判休息室 1 间（裁判轮值休息）。
3. 赛务办公室 1 间（赛场附近，供大赛组委会、巡视员、仲裁人员使用）。
4. 技术支持办公室 1 间（赛场附近，技术支持人员使用）。
5. 纸张、笔、电脑、打印机、时钟等评分设施设备。

六、 赛事纪律

6.1 竞赛纪律

1、本次竞赛将严格遵守公平、公正、公开的原则。竞赛组委会将采取多项措施，对竞赛标准、程序、方法及赛场规范管理，切实保证竞赛质量。对竞赛中出现的任何违规行为，一经查出严肃处理，并追究责任。

2、要切实加强组织领导，加强赛场管理，严肃纪律，保证竞赛顺利进行。裁判员、监督人员及其他工作人员有舞弊行为的，除立即终止其竞赛工作资格外，还将以竞赛组委会的名义通报批评。

3、参赛选手发现裁判员、监督人员及其他工作人员有舞弊行为的，要及时向竞赛组委会举报和揭发。

4、工作人员和参赛选手要按规定的时间、地点、场次参加比赛，不得无故迟到、早退和自行其事。

5、参赛选手需尊重裁判人员和监督人员，服从评判和管理，若有疑义，可向裁判长反映。

6、要严格遵守竞赛作息时间，注意安全，讲究卫生，爱护公物。

6.2 选手纪律

1、参赛选手需携带竞赛证件、身份证等证件进入赛场，并将手机关机。未带证件者，不得参赛。

2、理论考试开始前 15 分钟，选手凭证件进入规定考场，并将准考证身份证放在考桌左上角，以便监考人员查验。选手必须用黑色签字笔在试卷指定位置上作答，考试过程中，选手应独立完成答卷，不得左顾右盼、互借文具。

3、参赛选手必须按竞赛时间进入赛场，迟到 30 分钟者不得参加竞赛。

4、参赛选手在比赛开始前 30 分钟进入比赛候考区，在现场工作人员引导下，进行赛前准备，检查并确认所需物品。

5、裁判长宣布比赛开始，参赛选手方可进行操作，比赛开始计时。

6、竞赛在规定的时间内结束时，参赛选手应立即停止操作，不得以任何理由拖延竞赛时间，若提前结束比赛，应向裁判员举手示意，经裁判员同意后，视为结束比赛。

7、参赛人员应爱护赛场所有设施，自觉维持赛场环境卫生，操作设备应谨慎，不得违章操作，如遇损坏、丢失等现象照价赔偿。

8、比赛过程中，参赛选手须严格遵守操作规程，确保人身及设备安全，并接受裁判员的监督和警示，出现设备故障等问题时，参赛选手应请裁判员对故障处进行确认，对于因设备自身故障造成暂停和时间损失，由各评判小组对该参赛选手的比赛时间酌情增补。

9、参赛选手应严格遵守竞赛规则和竞赛纪律，不得随意相互交谈或擅自离开赛场，自觉维护赛场秩序，如有特殊情况，需经裁判员或工作人员同意后作特殊处理。

10、参赛选手在竞赛过程中须主动配合评判工作，服从裁判员和竞赛工作人员的统一安排，如果对竞赛的裁决有异议，由裁判员报裁判长做出处理。

11、参赛选手在竞赛过程中，如遇问题需举手向裁判人员提问，选手之间相互询问按作弊行为处理，取消参赛资格。

12、竞赛过程中，凡弄虚作假、冒名顶替者，将取消其参赛资格，告知相关单位予以通报批评。

13、竞赛过程中，选手若需休息、饮水或去洗手间，一律计算在操作时间内。

14、比赛终了时间一到，一律停止操作，无视停止口令继续操作者成绩作废。

6.3 裁判员纪律

1、裁判员在比赛前必须了解赛场情况及比赛规则和注意事项，不得泄露比赛的有关信息。

2、赛前裁判员要集中学习有关文件，明确责任和分工，熟悉和掌握比赛的具体要求，严格遵守竞赛规则，做到评判公正，一视同仁。

3、裁判员应在工作前 30 分钟到达比赛场地，佩戴好评判证，将手机处于关闭状态。裁判员应仪表整洁，语言举止文明礼貌，服从裁判长的领导，遵守评判职业道德，文明评判。

4、参赛选手进入考场时，裁判员要认真检查选手的竞赛证件和身份证件，确保无差错，发现与证件不符者，裁判员有权制止本参赛选手的竞赛资格。

5、裁判员严格遵守竞赛规则，认真执行竞赛项目的评分标准，以公平、公正、真实、一视同仁的原则，准确把握评分尺度，对在竞赛执裁过程中出现徇私舞弊的情况，一经查实，裁判长有权取消其执裁资格，并报竞赛组委会备案。

6、裁判员要严格执行比赛纪律，对选手的违规行为，进行严肃处理，并记录在案。对竞赛中出现的严重违纪和不安全行为应及时警告，必要时可以终止比赛。

7、裁判员在工作时要尊重参赛选手，与参赛选手交流时应注意方式，避免影响参赛选手情绪。

8、对于竞赛过程中出现的问题或争议，裁判员不允许在选手面前进行争论，应及时向裁判长汇报，服从裁判长的裁决，避免与参赛选手和相关人员发生争执，否则取消参赛或评判资格。

9、裁判员要坚守岗位，不得擅自离开、闲聊，不得无故干扰选手竞赛，不得同参赛选手交谈与竞赛无关的话题、不得给予参赛选手任何竞赛规则范围内的提示，不得在执裁过程中接听任何电话。

10、裁判员要认真执行各项规章制度，对在整个竞赛过程中未公平、公正，弄虚作假或者隐瞒事实不报的，将根据情节轻重予以处理，并全公司通报批评，在以后组织的技能竞赛活动中，不再参与任何执裁工作。

6.4 工作人员纪律

1、全体工作人员必须佩带统一的工作证，服从组委会统一指挥，认真履行职责，做好比赛服务工作。

2、全体工作人员要按分工准时到岗，尽职尽责做好各项工作，保证比赛顺利进行。

3、比赛出现的有关问题应与各项目比赛负责人及时联系，妥善处理。

4、比赛期间工作人员不准在赛场内使用手机。

七、 竞赛样题

7.1 理论考核样题

下列关于电子商务的说法正确的是（）

- A. 电子商务的本质是技术
- B. 电子商务就是建网站
- C. 电子商务是泡沫
- D. 电子商务本质是商务

7.2 实操考核样题

M1 模块跨境电商店铺装修

1. 店铺装修规则

本次竞赛题目为：

商品类目：箱包皮具，共 4 种商品

主题：“Top level bags, Top level quality”

活动：**【Time: Dec10-Dec15, up to 60% off】**

设计要求：围绕商品活动主题，选择适合本次商品的风格类型进行创作。设计风格与本次商品要有相关性，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；图文结合的图片必须能较好的反映出该商品的功能特点，保证图片有较高的清晰度，文字不能影响图片的整体美观，不得本末倒置，并对商品的图片进行美化处理；必须使用大赛提供商品图片，不得脱离主题。

一、店招

设计要求：制作一张贴合主题“Top level bags, Top level quality”的图片作为店招，设计独特，具有一定的创新性。

具体要求：图片上传尺寸为 1920px*120px，仅支持 jpg、jpeg、png 格式，每张图片小于等于 2M。

二、电脑海报

设计要求：海报设计要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。店铺的设计是销售四种商品海报设计需围绕**【Special offering 60% off】**为主题图文结合；介绍本次商品信息（优势、亮点、功能）；要凸显“Time: Dec10-Dec15, up to 60% off”的活动页面主题。素材由竞赛组委会提供，提供的图片中共有四种商品，一种商品一张海报。

具体要求：设计 5 个海报展示，尺寸为 1920px*630px，仅支持 jpg、jpeg、png 格式，每张图片小于等于 2M。

三、店铺分类

设计要求：设计 2-5 个分类展示。

具体要求：每个导航字数控制在 30 个字以内，设计应贴合店铺商品类型。

四、店铺商品

(1) 商品标题

设计要求：商品标题应与对应类目一致，不得出现与该商品无关内容，不得堆砌关键词，不得在标题前加热卖、新品、疯抢、直降、清仓、推荐、爆款、首发等促销语。

具体要求：每个商品标题字数不超过 128 个字。

(2) 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，保证图片有较高的清晰度，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：一种商品设计 5 张主图展示，四种商品共 20 张主图，使用尺寸 800x800 像素、大小不超过 1M 的正方形图片，支持 jpg、jpeg、png 格式。