

江西省第二届职业技能大赛

“互联网营销”项目技术工作文件

(省赛精选)

2025 年 3 月

目录

1.项目简介	1
1.1 项目描述	1
1.2 考核目的	1
1.3 相关文件	2
2.基本能力与职业标准	2
3.竞赛内容	4
3.1 考核内容	4
3.2 竞赛模块	5
3.3 模块简述	5
3.4 命题方式	6
3.5 竞赛日程及地点安排	6
4.评分标准	8
4.1 竞赛试题配分	8
4.2 评价分（主观）	10
4.3 测量分（客观）	11
4.4 评分流程说明	12
4.5 统分方法	13
4.6 裁判构成和分组	13
5.竞赛相关设施设备	16
5.1 场地设备	16
5.2 材料（系统软件）	17
5.3 竞赛选手自备的设备和工具	17
5.4 竞赛场地禁止自带使用的设备和材料	18
6.项目特别规定	18
6.1 设备检查	18
6.2 本项目赛题采用中文语种进行展示。	18
6.3 技术违规	18
6.4 技术违规的处罚规定	20

7.赛场布局要求	21
8.健康和绿色环保	22
8.1 参赛选手安全要求	22
8.2 赛事安全要求	23
8.3 绿色环保要求	23
9.开放赛场	24

本项目技术工作文件（技术描述）是对本竞赛项目内容的框架性描述，正式比赛内容及要求以竞赛最终公布的赛题为准。

1.项目简介

1.1 项目描述

互联网营销师项目以互联网营销师的主要工作任务为参照，围绕互联网选品、短视频创推、直播营销等主要工作技能要求设置赛项内容，参赛选手运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行多平台营销推广，综合运用大数据、网络媒体平台等工具，完成图文推广、视频推广、市场信息分析、商品分析与规划、营销内容设计与制作、营销活动设计与实施、直播策划、直播实施、直播售卖、直播互动、直播复盘等内容的考核。

通过举办技能竞赛，鼓励和引导广大从业人员、教师、学生积极投入行业技能提升、技能研发与技能创新的行列中来，促进成员之间相互交流、合作，进一步加强全社会对互联网营销新职业的认知，提高行业影响力。

该项目对应的职业（工种）：互联网营销师（4-01-06-02）。

1.2 考核目的

本赛项以全国技能大赛为主要参照，旨在通过高标准的竞赛要求，促使参赛选手接触并掌握国际及国内前沿的互联网营销理念、技术与方法。竞赛内容严格参照《互联网营销师国家职业标准》，结合三级（高级工）要求，确保考核标准与职业资格认证体系衔接，提升从业者社会认同感。

竞赛内容精心选择能够反映互联网营销领域关键技能的任务。涵盖市场分析、直播营销策划制定、数字营销推广、方案策划等核心环节。通过这些任务的考核，全面检验选手在信息收集与处理、营销策略构建、数字化工具运用以及数

据解读与优化等方面的实操能力，确保选拔出具备扎实专业技能的优秀人才。

秉持公平公正原则贯穿整个赛项。从竞赛规则制定、赛题设计、评分标准确立到评委选拔与监督，每一个环节都严格把控。保证所有考生在相同的条件下参与竞赛，竞赛过程透明、评分客观，避免任何形式的偏袒与不公，让竞赛结果真实反映考生的实际水平，维护竞赛的权威性与公信力。

1.3 相关文件

参赛选手除阅读本文件外，开展本技能项目竞赛还需配合其他相关文件一同使用。

竞赛项目结合行业及其职业岗位对人才培养的需求，参照表中相关国家/行业/职业标准制定：

序号	标准号	中文标准名称
1	GB21671-2008	基于以太网技术的局域网系统验收测评规范
2	LD/T81.1-2006	职业技能实训和鉴定设备技术规范
3	ISO/IEC14496-5-2001/Amd36-2015	信息技术音频 – 可视对象的编码
4	ISO 15076-1-2010	图像技术色彩管理 – 架构、文件格式和数据结构
5	ISO/IEC 15445:2000	信息技术、文件描述和处理语言、超文本置标语言（HTML）
6	ECMA-262 5thEdition	ECMAScript 脚本语言规范
7	W3C.REC-HTML520141028	W3C HTML5 推荐标准
8	REC-css-ui-320180621	W3C 层叠样式表第二版第一次修订

2.基本能力与职业标准

本赛项参照《国家职业技能标准》互联网营销师三级/高级相关要求命题，参赛选手应当具备以下知识点和技能点。

相关要求		权重比例 (%)
1、直播营销		50
基本知识	市场信息分析； 选品方案制定方法； 商品价格分析方法； 直播规划要点； 脚本策划要素； 直播开场技巧； 团队配合技巧； 个人情绪管控技巧； 直播售卖技巧及方法； 直播间气氛调动技巧； 直播互动的常见方式； 直播间突发状况处理方法； 直播复盘分析要点； 直播策略的调整原则。	
工作能力	市场信息分析的能力； 直播规划的能力； 脚本策划的能力； 直播间视觉营销设计的能力； 直播数据分析的能力； 个人情绪管理的能力； 直播间氛围调动的能力； 商品售卖的能力； 突发状况应变的能力。	
2、数字营销推广		25
基本知识	数据分析的基本方法； 数字营销推广的基本方法； 数字营销推广平台广告推荐的基本原理； 数字营销推广平台广告排名的基本规则； 数字营销推广平台广告扣费的基本规则； 目标受众分析的基本维度； 目标受众分析的方法； 目标受众定向的基本原则； 数字营销推广账户的基本结构； 数字营销推广账户搭建的技巧； 数字营销推广竞价原则； 数字营销推广创意编辑设计方法与技巧； 数字营销推广效果分析的维度与方法。	
工作能力	数据分析的能力； 目标受众分析、定位的能力；	

	数字营销推广账户搭建的能力； 数字营销推广地域、时间设置能力； 竞价策略制定的能力； 数字营销推广创意编辑优化的能力； 数字营销推广效果分析的能力。	
3、方案策划		
基本知识	营销活动设计理念； 不同营销活动设计技巧； 营销活动传播渠道； 营销活动传播方法与营销文案的类型； 营销文案的传播渠道； 营销文案的撰写技巧； 营销文案的特点； 图文排版的技巧； 图文制作的方法； 图文排版工具使用技巧； 营销效果分析的方法。	25
工作能力	营销活动主题策划的能力； 营销活动策划的能力； 营销活动传播路径制定的能力； 营销活动效果设计的能力； 营销活动页面制作的能力； 商品营销文案撰写的能力； 品牌营销文案撰写的能力； 设计并制作企业营销宣传海报的能力； 分析营销活动效果的能力。	

3.竞赛内容

3.1 考核内容

3.1.1 命题标准

本项目竞赛试题的命题标准是不低于互联网营销师职业（工种）国家职业技能标准三级/高级技能相关知识命题。

3.1.2 基本内容

竞赛采用个人赛形式，包括理论知识竞赛和实践操作。竞赛内容包含 3 个模块：模块 A “直播营销” 分值为 50 分，模块 B “数字营销推广” 分值为 25 分，模块 C “方案策划” 分值为 25 分。

3.1.3 公布方式

本次竞赛属于不公开赛题的竞赛。比赛当天，由裁判长现场公示赛题。

3.2 竞赛模块

模块 编号	模块名称	竞赛时间 min	分数		
			评价分	测量分	合计
A	直播营销	180	25	25	50
B	数字营销推广	60	0	25	25
C	方案策划	120	15	10	25
总计		360	40	60	100

3.3 模块简述

3.3.1 模块 A：“直播营销”

参照互联网营销师《国家职业技能标准》三级/高级工所对应的职业要求设计直播策划竞赛内容。直播营销环节占总成绩 50%，考核时间为 180 分钟。

进行数据分析，选出直播所需商品并进行采购定价合理规划商品角色定位。根据背景资料完成直播的主体直播脚本的策划，创建直播设置直播相关信息。直播时长要达到 15 分钟，并且直播间讲解的主推商品能够正确关联商品链接，直播过程中没有 10 秒以上的卡顿和冷场情况。直播过程中包含开场介绍、主推产品介绍、粉丝互动、催单、直播结束，在商品介绍时有商品属性、特色、卖点的介绍，有商品的特写展示。同时，要回答弹幕中出现的相关问题。结尾需要包含引导关注、感谢语等内容。

3.3.2 模块 B：“数字营销推广”

参照互联网营销师《国家职业技能标准》三级/高级工所对应的职业要求设计数字营销推广竞赛内容。数字营销推广环节占总成绩 25%，考核时间为 60 分钟。

根据背景资料，策划营销活动主题与内容，完成营销活动宣传文案的制作。结合推广资金，制定并实施数字营销推广策略，通过选择媒体价格、类型、粉丝数量、地域等图文推广和视频推广，以付费方式获得不同广告位置的展现机会，并带来更多的展现量和点击量，将信息传递给目标受众，促进商业价值变现。包括设置媒体组、设置创意、推广效果数据分析与优化等操作。

3.3.3 模块 C：“方案策划”

参照互联网营销师《国家职业技能标准》三级/高级工所对应的职业要求设计方案策划竞赛内容。方案策划环节占总成绩 25%，考核时间为 120 分钟。

根据背景资料，参赛选手根据竞赛试题要求，在规定时间内，使用赛场提供的参赛设备开展比赛。策划营销活动主题和内容，制作营销活动宣传文案，完成营销活动宣传，并分析宣传文案的营销效果；策划企业宣传主题和内容，制作企业营销宣传海报，完成企业宣传，并通过数据分析企业宣传海报的营销效果。

3.4 命题方式

本项目为赛前需对试题保密的项目。赛前 1 周进行竞赛平台培训并提供竞赛试用账号，建立技术答疑微信群解答技术问题。赛前，赛区组委会应商本赛区相关项目专家组长，参照本项目全国技能大赛试题命制、公布的方法和程序，结合国内保密工作管理要求，命制和公布样题，确保比赛公平、公正。

3.5 竞赛日程及地点安排

互联网营销项目竞赛在南昌技师学院举行，竞赛时间暂定为 2025 年 4 月，具体时间以大赛正式通知为准。

3.5.1 参赛选手在开赛前一天，携带参赛证、身份证入赛场指定区域抽取赛场号。在本赛场开赛前 30 分钟，携带参

赛证、身份证、赛场号进入大赛检录区进行检录。检录完毕后，抽取参赛序号，根据参赛序号抽取工位号，迟到 30 分钟不得入场。

3.5.2 按照抽签工位号入场，将参赛证件放在指定位置，合理规范摆放竞赛物品，检查设备情况并填写设备情况确认单，如有问题及时向工作人员报告。

3.5.3 遵守赛场纪律和裁判的规定，尊重赛场裁判及工作人员。

3.5.4 竞赛完成后，参赛选手应自觉清扫工位卫生，按裁判要求有序离场。

3.3.5 竞赛日程安排

日期	时间	工作内容	相关人员
C-3	全天	裁判到达竞赛场地报道。	裁判
		参赛选手到达竞赛场地报到。	参赛选手
C-2	全天	裁判培训、参赛选手熟悉设施设备场地	裁判长、裁判长助理、参赛选手、裁判、场地经理、技术支持人员
C-1	全天	裁判培训、参赛选手熟悉设施设备场地、验收封存设施设备场地	裁判长、裁判长助理、参赛选手、裁判、场地经理、技术支持人员
C1	全天	参赛队到达竞赛场地前集合。	裁判长、裁判长助理、参赛选手、裁判、场地经理、技术支持人员
		参赛选手 进行大赛检录； 第一次抽签加密（抽工位号）； 第二次抽签加密。	
		进入赛场准备。	
		模块 A “直播营销”	
		导出参赛选手作品。	
		裁判评分	
C2	全天	参赛队到达竞赛场地前集合。	裁判长、裁判长助理、参赛选手、裁判、场地

		参赛选手 进行大赛检录； 第一次抽签加密（抽工位号）； 第二次抽签加密。	
		进入赛场准备。	
		模块 B “数字营销推广” 模块 C “方案策划”	
		导出参赛选手作品。	
		裁判评分	
C3	全天	作品、技术点评	参赛选手、裁判、裁判长、裁判长助理

备注：根据竞赛实际参赛人数，具体时间会有所调整，以实际发布为准。

4.评分标准

本项目评分标准分为测量和评价两类。凡可采用客观数据表述的评判称为测量；凡需要采用主观描述进行的评判称为评价。

可参考该项目全国技能大赛评分标准。

4.1 竞赛试题配分

竞赛操作环节考核围绕三个模块进行评分，具体评分标准如下表所示：

序号	任务模块		技能考核点	分数权重 (%)
1	模块 A: 直播营销	市场信息分析	根据提供的商品选择至少 3 款产品；区分所选商品的定位：引流款、利润款、形象款，且定位合理。	50%
		直播规划	主题策划：主题类型、直播主题设计、直播流程时间策划。 互动策划：直播开场、促销活动、直播中粉丝互动、直播结尾至少包含一个互动。	

		脚本策划	整场直播脚本须包含预热、直播互动、产品介绍、催单、直播结束语，脚本内容撰写详细、逻辑清晰、有创意且符合背景资料。	
		直播创建	根据直播规划设置直播标题，设置直播封面、选择直播内容、添加购物车。	
		直播实施	直播开场：自我介绍进行直播间预热； 产品介绍：通过问题、故事、痛点引出产品；能够正确介绍商品属性；能够讲解商品的卖点突出商品优势；有商品的细节展示。 直播互动：直播开场、促销活动、直播中粉丝互动、直播结尾至少包含一个互动，并且能够有效活跃直播间氛围。 催单：能够正确引导粉丝下单，增加下单的紧张氛围，促进成交。 直播结束：直播收尾，引导关注将关注转化为粉丝，感谢等内容。	
		直播回放视频	直播讲解过程整体非常流畅，衔接自然，没有 10 秒以上的卡顿冷场。	
		整体效果	能对商品进行加工，内容有吸引力，直播情绪氛围饱满。	
2	模块 B: 数字营销推广	设置投放媒体组	需要包括选择推广的媒体，选择媒体价格、类型、粉丝数、地域等包括图文推广和视频推广、不限和制定预算。	25%
		设置广告计划	包括选择投放的视频或图文、设置广告受众、选择广告预算和出价、设置广告推广标题。	
		设置创意	投放软文、图片、视频的创意编辑	
		推广效果分析与优化	对广告效果数据进行分析，并利用预算余额再次进行推广；最终获得的展示数和点击数是多个周期获得展示数之和点击数之和。	
3	模块 C: 方案策	策划标题	规范合理；吸引用户观看点击停留；无明显错误无错别字	25%

划	策划文案	结构清晰合理；能够吸引阅读查看；文案内容逻辑清晰；突出活动主题和内容；能够引导促进转发和点赞、评论。
	H5 海报标题	规范合理；吸引用户观看点击停留；无明显错误无错别字
	H5 海报文案	简洁明了，能够提取重点文案；无明显错误符合产品属性；无错别字；突出主题和特点；促进停留和点击；促进转发、点赞、评论。
	H5 海报	海报制作 3 张，内容合理不重复可为系列海报；每张海报有主标题和副标题；排版美观大方，字体使用合理；能够突出产品优势和特点。
	整体效果评估	能够分析历史数据和本次数据；计算出阅读率和转化率；分析阅读率和转化率的趋势变化。
	分渠道效果数据分析	分析对比不同渠道的阅读量和新增粉丝数；对比文案海报的转化率；分析各渠道成交额变化趋势；

4.2 评价分（主观）

评价分（Judgement）打分方式：3 名裁判为一组，各自单独评分，计算出平均权重分，除以 3 后再乘以该子项的分值计算出实际得分（四舍五入，保留小数点后两位）。裁判相互间分差必须小于等于 1 分，否则需要给出确切理由并在小组长或裁判长的监督下进行调分。

权重表如下：

权重分值	要求描述
0 分	各方面均低于行业标准，包括“未做尝试”
1 分	达到行业标准
2 分	达到行业标准，且某些方面超过标准

3 分	达到行业期待的优秀水平
-----	-------------

样例：方案策划海报 – 美观、创意、色彩搭配、内容形式、设计风格、方向

权重分值	要求描述
0 分	内容形式、方向、设计风格不符合要求
1 分	内容形式、方向、设计风格符合要求
2 分	具有一定的创意，内容形式、方向、设计风格符合要求
3 分	创意新颖，内容形式、方向、设计风格符合要求，颜色搭配合理

4.3 测量分（客观）

测量分（Measurement）打分方式：按模块设置若干个评分组，每组由 3 名及以上裁判构成。每个组所有裁判一起商议，在对该选手在该项中的实际得分达成一致后最终只给出一个分值。若裁判数量较多，也可以另定分组模式。

测量分评分准则样例表：

测评内容	项目特征描述	配分	标准值	测量值	得分
阅读率	是否正确计算	2	45%	45%	2
阅读率	是否正确计算	2	45%	31%	0

4.3.1 测评点

依据赛项标准的能力目标和技能目标，互联网营销赛项旨在考查选手在网络营销策划、推广执行、数据分析等方面的综合能力。赛项目标是提升选手的数字化营销和策划能力，例如可将营销方案的创新性、可行性、目标明确性等作为测评点。根据赛项所涉及的知识领域，如互联网营销基础知识，包括市场调研方法、网络营销工具、直播技巧、消费者行为分析等。

依据任务模块设置和技能操作，将赛项内容分解为不同

的任务模块，针对每个模块确定具体的测评点。如直播营销策划和直播的效果，短视频投放营销效果。技能操作根据赛项中要求选手进行的具体技能操作，确定技能水平的测评点。

4.3.2 测评工具

序号	名称	型号/参数	备注
1	电脑	CPU: I5 以上，内存: 16G 以上，能使用浏览器和 WPS 考试教育版，安装暴风影音、极域学生端、图片查看器等，局域网和广域网通畅。	裁判
2	耳机	入耳式耳机，线长 2 米	
3	中性笔		
4	文件夹	A4	
5	铅笔		
6	橡皮		

4.4 评分流程说明

本项目采用事后结果评分机制，设有时间分。在直播营销模块的直播实施环节，要求直播时长需严格控制在 14 分钟至 16 分钟之间。第一天比赛结束，直播营销模块完成后即刻进行评分。第二天赛程中，数字营销推广与方案策划模块依次开展，待这两个模块全部结束后，随即进行对应环节的评分工作。整个评分流程紧密贴合比赛进程，确保各模块评分的及时性与准确性，从而全面、客观地评估参赛选手在不同阶段的表现。

所有选手成绩不并列，但当成绩出现并列时，应以第一模块或分值占比最大模块成绩高低进行排序和决定；如果成绩还是相同，则依次再按 B 模块、C 模块成绩或分值占比第二大至占比最小模块成绩，同理排序决定排名，排名前者为胜者。

4.5 统分方法

本项目严格遵循严谨规范的评分流程，以确保比赛结果的公正与准确。各模块比赛结束后，即刻进入评分环节。在直播营销模块的直播实施结束，且直播时长符合 14 分钟至 16 分钟的要求后，评委将依据既定评分标准对选手表现进行打分。随后，由裁判长对该模块的评分结果进行细致复核，逐一审阅每位评委的打分情况，确保评分无疏漏、无偏差，保障评分过程的公平性与严谨性。

第二天赛程中，数字营销推广与方案策划模块按序开展。当这两个模块全部完成后，评委同样会依据相应评分细则给出分数。之后，裁判长再次履行复核职责，对这两个模块的评分结果进行全面复查，确保评分的一致性和公正性。

待所有模块的评分工作完成，且经裁判长复核无误后，裁判长安排对应的统分人员承担起统分任务。逐一汇总各模块分数，精确计算每位参赛选手的总得分。统分结束后，裁判长会将最终成绩录入专用系统，整个流程无缝衔接，保障评分结果的高效传递与妥善保存，全面、客观地评估参赛选手在不同阶段的表现，确保比赛结果真实反映选手实力。

4.6 裁判构成和分组

4.5.1 裁判组

裁判长：裁判长由大赛组委会另行确定后公布；

裁判员：一般由参赛代表队派专业人员组成，各参赛代表队限派 1 人。

4.5.2 裁判任职条件

裁判员应具有团队合作、秉公执裁等基本素养，原则上须具备下列条件之一：

- 1.思想品德优秀，身体健康，年龄原则上不超过 60 岁；
- 2.具有本职业（赛项）高级工及以上职业资格或中级及以上专业技术职务；

- 3.有省级以上职业技能竞赛相关技术工作经历;
- 4.具备省级职业技能竞赛裁判员资格;
- 5.省级赛事技术专家。

裁判员需参加本项目赛前培训方可上岗。

4.5.3 裁判长职责

- 1.全面负责竞赛技术、裁判及争议处置等工作。
- 2.解读竞赛赛题及技术文件,牵头组织开展裁判员培训会议。
- 3.以分组形式安排裁判组任务分工, 监督裁判员各项工作。
- 4.现场裁定有关裁判争议, 协助仲裁组做出仲裁处理。
- 5.对扰乱赛场秩序, 干扰裁判员工作, 经裁判长讨论后酌情扣分, 情况严重者取消竞赛资格。
- 6.裁判长在裁判员测评中, 可进行抽查, 若出现失职, 第一次进行警告, 同时对本代表队选手按规定给予扣分处罚, 第二次取消执裁资格。
- 7.比赛过程中, A、B、C、N 模块由裁判小组随机进行评测, 小组签字后交给裁判长, 再由裁判长审核后交由工作人员进行分数汇总, 最终成绩由裁判长公布。

4.5.4 裁判员职责

- 1.按照裁判长分组分工, 具体承担比赛现场赛务工作, 公平公正开展具体裁判和测评工作, 并对本小组承担执裁工作的评判结果签字确认。
- 2.查看选手身份证和随身佩戴的对应工位号。
- 3.组织选手在赛前检查环境、设备、工具等, 选手签字确认, 审核选手自带设备工具是否符合要求, 保障选手人身安全和设备正常使用。
- 4.协助裁判长解答技术及考核工作问题。
- 5.详实记录选手考核过程, 及时提出意见建议。

6.遵照执行考核回避、保密等规则及议定事项。

7.接受裁判长和监督仲裁组的抽查和监督。

4.5.5 裁判评判工作及纪律要求

1.裁判员出入赛场要佩戴胸牌，衣着整齐，举止大方，不大声喧哗，听从指挥，按照裁判长统一安排分组开展工作。

2.裁判员要严格遵守保密规定，正式比赛期间，不允许携带通信设备、智能设备、存储设备，比赛期间，不允许泄露任何比赛信息，不允许单独离开赛场或单独与场外人员交流沟通。

3.裁判过程中实行回避政策，各代表队推荐的裁判员不参与本代表队选手和本地区代表队选手的执裁、测量、评分等工作，不得与本代表队选手和本地区代表队选手现场交流、指导。

4.各项目裁判组在选手报到、检录阶段，要按照本项目比赛细则要求，对选手携带的工具等进行严格检查，避免选手违规携带物品进入赛场对比赛成绩造成影响。

5.每一阶段（模块）比赛结束，需参赛选手离场的，各项目裁判组要在裁判长带领下，会同技术保障组，对每个工位的设备、设施、比赛工件（成果）、工具、材料等进行全面检查，确认无误后统一安排选手退场。

6.执裁过程中，出现技术争议、测评争议等问题由裁判长负责解释并裁定。

4.5.6 预期分组与分工方案

裁判长根据竞赛模块，将裁判均分为 N（3~5）个基本裁判组。N 个基本裁判组在赛前和赛中分别担任一个赛场的现场裁判工作，并确保裁判和参赛选手不来自同一个参赛单位。赛后从 N 个基本裁判组选取一定数量的裁判组成主观裁判组，承担全体参赛选手的主观评分工作；基本裁判组的剩余裁判分别组成 N 个客观裁判组，分别承担一个参赛选手组

的客观评分工作；全部裁判工作均采取回避制度，裁判不对来自同一参赛单位的参赛选手进行评判。

1.各裁判不得在工作时间，无故迟到、早退、中途离开工作场地，否则将视其影响程度进行相应处理，直至取消裁判资格。裁判必须服从竞赛规则要求，应自觉服从裁判长的管理，认真履行相关工作职责和流程。裁判在工作期间不得使用手机、照相、录像等设备。

2.裁判根据抽签确定执裁内容。

3.检测监督裁判不得干扰检测人员，对于检测技术的质疑只能向裁判长提出，并由裁判长视相关问题作出解释和解决。

4.主观评判裁判评判时不得相互讨论，不得引导他人判断。

5.现场裁判不得接近正在竞赛的参赛选手，不得在竞赛参赛选手附近评论或讨论任何问题。

6.裁判长有权对评判后，造成不良影响等情况的裁判，做出终止其裁判工作的处理。

7.赛前由裁判长组织所有裁判集中培训学习竞赛工作流程，明确裁判分工及执裁内容。

5.竞赛相关设施设备

应包括以下几方面：选手可以自带的材料和工具；针对裁判员的工具和设备使用上的规定；场地内禁止使用的材料和设备清单

5.1 场地设备

序号	设备名称	型号	单位	数量
1	电脑桌		张	30
2	电脑椅		把	30
3	电脑	处理器 I7 十代独立显卡 1060TI,	台	30

		内存 16G，显示器配 23.8 英寸，配备键盘鼠标		
4	摄像头	海康威视 E14a	个	30
5	补光灯	可放置在桌面	个	30
6	领夹麦克风	有收音功能，接收器包含 3.5mm 接口，可插入电脑麦克风接口	个	30
7	监听耳机	2m 线上，可插入电脑耳机孔	个	30

5.2 材料（系统软件）

序号	设备名称	型号	单位	数量
1	互联网营销直播电商综合实训系统	V3.0	套	2
2	Windows 操作系统	Windows11	套	1
3	Google Chrome	2020	个	1
4	搜狗输入法	/	个	1
5	WPS Office	教育考试版	个	1
6	Adobe Photoshop	2020	个	1
7	暴风影音播放器	/	个	1
8	极域	2019 学生端	个	1
9	直播商品	两种商品	个	60
10	A4 纸	A4 白纸	张	90
11	中性笔	/	支	30

5.3 参赛选手自备的设备和工具

序号	设备名称（或图片）	型号	单位	数量
1	/	/	/	/
2	/	/	/	/
3	/	/	/	/
4	/	/	/	/
5	/	/	/	/

除以上列表的材料、工具以外的材料、工具需报备裁判长同意后才能带入赛场使用。

5.4 竞赛场地禁止自带使用的设备和材料

序号	设备和材料名称
1	有关参赛学校及个人信息
2	任何通信及存储设备
3	纸质材料

6.项目特别规定

6.1 设备检查

检录完成进入赛场后首先进行竞赛设备的检查调试，例如：耳机、摄像头、领麦等，需注意领麦的使用：领麦检查无误后及时关闭领麦电源，防止还未进行使用的电池电量耗尽；在开启电源使用领麦过程中，需要接收器和领麦家收音进行配对，配对成功后需要进行录屏测试检查收音正常，防止设备连接到赛场其他收音设备。如若发现问题应及时示意现场裁判由技术人员进行检查处理。

6.2 本项目赛题采用中文语种进行展示。

6.3 技术特别说明

6.3.1 参赛选手在比赛期间经检录后实行封闭管理，通过一次加密和二次加密环节确定当天比赛的场次和工位，不得擅自变更。

6.3.2 竞赛用设备由赛场统一提供，各参赛队可以根据需要选择使用现场提供的设备、仪器、工具。

6.3.2 参赛选手在竞赛过程中不得擅自离开赛场，如有特殊情况，须经裁判人员同意。参赛选手休息、饮水、上洗手间等，不安排专门用时，统一计在竞赛时间内，竞赛计时工具，以赛场设置的时钟为准。

6.3.4 竞赛期间参赛选手不准携带任何有关参赛学校及

个人信息入场比赛，不允许携带任何通信及存储设备、纸质材料等物品进入赛场，赛场内提供必需用品。

6.3.5 所有人员在赛场内不得喧哗，不得有影响其他参赛选手比赛的行为。

6.3.6 比赛过程中，参赛选手须严格遵守安全操作规程，并接受裁判的监督和警示，以确保人身及设备安全。参赛选手如因个人原因操作不当造成人身安全事故和设备故障时，裁判长有权中止该队比赛；如非参赛选手个人原因出现设备故障而无法比赛，由裁判长视具体情况做出裁决（调换到备份赛位或调整至最后一场次参加比赛）；如裁判长确定设备故障可由技术支持人员排除故障后继续比赛，将给参赛队补足所耽误的比赛时间。

6.3.7 完成竞赛任务期间，不得与其他学校参赛选手讨论，不得旁窥其他学校参赛选手的操作。

6.3.8 参赛选手若提前完成任务，应举手向裁判示意，申请进行比赛考核，结束时间由裁判记录，但申请比赛考核后不得再进行任何调试操作。

6.3.9 完成赛项任务及交接事宜或竞赛时间结束，应到指定地点，待工作人员宣布竞赛结束，方可依次离开，在考场区域内禁止大声喧哗，以免影响其他参赛选手。

6.3.10 遵守赛场纪律，使用文明用语，尊重裁判、工作人员和其他参赛选手，不得辱骂裁判和赛场工作人员，不得打架斗殴。

6.3.11 任何人不得以任何方式暗示、指导、帮助参赛选手，一经发现，视情节轻重酌情扣除参赛选手成绩或取消比赛资格。

6.3.12 比赛过程中，除参加当场次比赛的参赛选手、执行裁判、现场工作人员外，其他人员一律不得进入比赛现场；比赛结束后，参赛人员应根据指令及时退出比赛现场。对不

听劝阻、无理取闹者追究责任，并通报批评。

6.3.13 在比赛结束前有时间提醒，裁判长发布比赛结束指令后所有未完成比赛队立即停止操作，按要求清理赛位，不得以任何理由拖延竞赛时间。

6.3.14 参赛选手不得将竞赛记录单、仪器、设备和工具等与比赛有关的物品带离赛场。

6.3.15 参赛队需按照竞赛要求进入考核赛道进行操作，并准确记录自己的参赛队的工位号。

6.4 参赛选手有下列情节之一，相应项成绩计为零分

6.4.1 竞赛期间违规透露参赛选手或其单位任何信息者。

6.4.2.在竞赛现场内与他人（队）交头接耳，或有偷看、暗示等作弊行为者。

6.4.3.竞赛期间使用通信工具与他人联系者。

6.4.4.裁判根据大赛要求宣布竞赛结束后，仍强行作答或操作者。

6.4.5.不服从裁判的裁决，扰乱竞赛秩序，影响竞赛进程，情节恶劣者。

6.4.6.其他违反大赛规则不听劝告者。

6.4.7.参赛选手如造成竞赛使用仪器设备损坏，视情节由当事人单位承担赔偿责任；参赛选手不得触动非竞赛用仪器设备，如造成仪器设备损坏，由当事人单位承担赔偿责任并通报批评；对恶意破坏仪器设备等情节严重者，送交司法机关处理。

6.4.8.非大赛工作人员和参赛选手一律不得超越赛场指定的安全范围，不听劝阻造成后果者，追求其责任，并对其所在单位进行通报批评。

6.4.7.各参赛队（参赛选手）须按照大赛规定和赛题要求递交竞赛成果，禁止在竞赛成果上做任何与竞赛无关的标记；除大赛规定参赛选手填写的信息外，不能出现透露参赛

选手身份的任何信息，否则视为作弊，相应赛项的成绩为零。

6.4.8.参赛队（参赛选手）参加实践操作竞赛前，应穿戴好防护用品并进行安全检查，如发现问题应及时解决，无法解决的问题应及时向裁判报告；裁判视情况予以判定，并协调处理。未执行有关安全规程而造成不良后果，由责任方承担相应责任；对参赛选手未发现的安全隐患或违章操作行为，裁判应及时指出并予以纠正，酌情扣除参赛选手实践操作成绩并记录。

7.赛场布局要求

7.1 赛场现场保证良好的采光、照明和通风、供电和供电应急设备。

7.2 参赛选手独立竞赛工位的竞赛场地配备电脑桌和电脑椅，工位至少为 6 m²（2m * 3m），工位间隔至少 2 米，确保参赛队之间互不干扰。

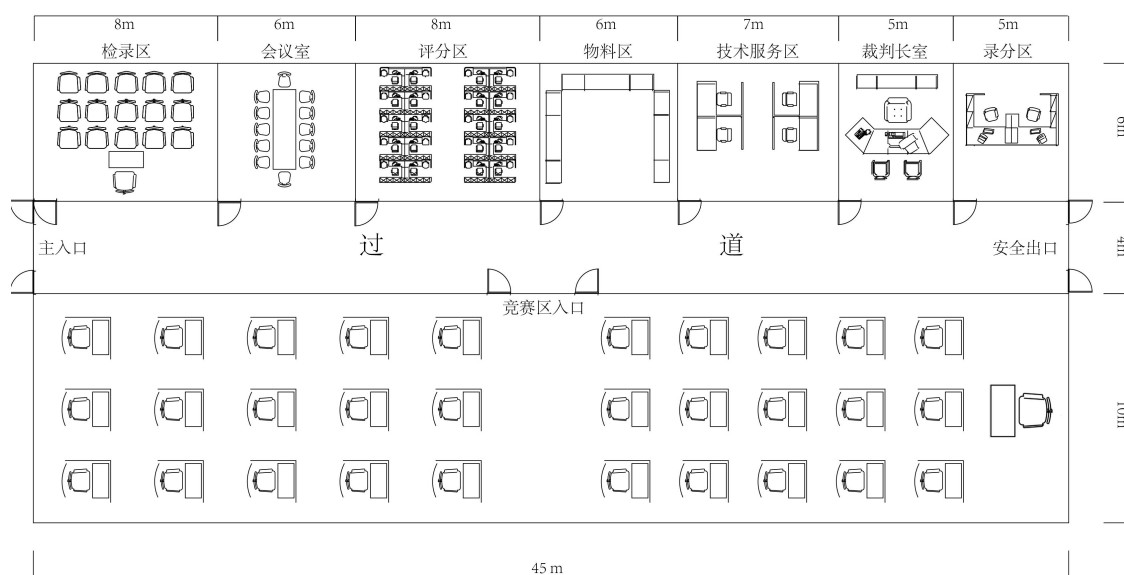
7.3 赛场设置检录区、竞赛操作区、裁判评判区、工具材料区、参赛选手休息（候赛）区、观摩通道等区域等。

7.4 竞赛现场各区域之间有明显标志或警示带；符合消防安全规定，现场消防器材和消防栓合格有效；应急照明设施状态合格；赛场明显位置张贴紧急疏散图；赛场出入口专人负责，随时保证安全通道的畅通无阻；标明消防器材、安全通道、洗手间等位置

7.5 竞赛现场需通风良好、照明需符合教室采光规范。

7.6 赛场配备电子监控系统，赛场外配备屏幕可观摩并监视考场。

7.7 场地布局图



具体赛场布局图以实际为准。

8.健康安全和绿色环保

8.1 参赛选手安全要求

8.1.1 参赛选手应严格遵守设备安全操作规程。

8.1.2 参赛选手根据规定确认竞赛设备是否正常，严格遵守赛场规章，接受裁判的监督和警示，文明竞赛。

8.1.3 参赛选手请勿触碰比工位上 220V 强电插座，注意用电安全。

8.1.4 根据参赛小组情况，冗余准备 5%~10% 硬件设备，防止比赛现场因硬件设备故障影响赛项进行的情况。

8.1.5 为避免现场突然断电的情况，承办单位应准备发电机或备用电源方案，保证赛事正常进行。

8.1.6 赛场必须留有安全通道。比赛前必须明确告知参赛选手和裁判安全通道和安全门位置。赛场必须配备灭火设备，并置于显著位置。

8.1.7 禁止参赛选手及所有参加赛事的人员携带任何有毒有害物品进入竞赛现场。

8.1.8 参赛选手停止操作时，应保证设备的正常运行，比赛结束后，所有设备保持运行状态，不要拆、动硬件连接，确保设备正常运行和正常评分。

8.2 赛事安全要求

8.2.1 赛项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。赛场的布局，赛场内的器材、设备，应符合国家有关安全规定。

8.2.2 承办单位应设置专门的安全保卫组，负责竞赛期间健康和卫生事务。监督与会人员食品安全与卫生；分析和处理安全突发事件等工作。

8.2.3 赛场周围设警戒线，防止无关人员进入，发生意外事件。

8.2.4 承办单位应提前做好应急预案实施，必须明确制度和预案，并配备急救人员与设施。

8.2.5 赛项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，除了设置明确标识外，须增加引导人员，并开辟备用通道。

8.2.6 竞赛期间，赛项承办单位须在赛场管理的关键岗位，增加力量，负责不间断的安全巡查，建立安全管理日志。

8.2.7 在参赛选手进入赛位，赛项裁判工作人员进入工作场所时，赛项承办单位有责任提醒、督促参赛选手、赛项裁判工作人员严禁携带通讯、照相摄录设备，禁止携带未经许可的用具。如确有需要，由赛场统一配备、统一管理。赛项可根据需要配置安检设备，对进入赛场重要区域的人员进行安检。

8.3 绿色环保要求

8.3.1 赛场严格遵守我国环境保护法。

8.3.2 赛场所有废弃物应有效分类处理，尽可能地回收利用。

8.3.3 竞赛相关人员，要注意保持环境整洁卫生，垃圾集中存放。

8.3.4 每场竞赛结束后，参赛选手要做到工完场清，赛场保洁人员要保障赛场整体的环境卫生，体现安全、整洁、有序。

9.开放赛场

9.1 为了便于媒体、企业代表以及院校师生等社会各界人士了解大赛，赛场设有开放区，用于大赛观摩和采访。在一切畅通的情况下，全时段开放。

9.2 参加观摩人员可在规定时间地点集合，以小组为单位，在赛场引导员引导下按指定路线有序进入赛场观摩。观摩时不得大声喧哗，严禁与选手进行交谈。不得在赛位前长时间停留，以免影响选手比赛，不准向场内裁判及工作人员提问，拍照时禁止使用闪光灯，凡违反规定者，立即取消其参观资格。