

2020 年江苏省职业院校技能大赛高职赛项规程

一、赛项名称

赛项编号: JSG202037

赛项名称: 电子商务技能

赛项组别: 高职组

赛项归属专业大类: 财经商贸大类

二、竞赛目的

赛项对接产业前沿技术,促进大数据技术和移动商务技术在高职电子商务专业中的教学应用,引领职业院校专业建设与课程改革。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,展示职业教育改革成果,全面提升教学质量,推动电子商务从业人员整体水平的提升,激发大学生电子商务创业热情,推动“大众创业、万众创新”在高等职业教育中落地实施。

三、竞赛内容

本赛项以网店开设装修、运营推广、客户服务等关键任务完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容,全面考察选手的数据分析能力、视觉营销能力、营销策划能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力、商品整合能力和团队合作能力。

表 1 竞赛内容与岗位、知识、技能

| 竞赛内容 | 岗位 | 知识 | 技能 | |
|------|--------------------|--|----------------------------|--------|
| 开设装修 | 网络编辑 | 商品实务 商品信息采集与描述 商务网页设计与制作 移动商务 跨境电子商务 | 商品整合能力 视觉营销能力 营销策划能力 | 数据分析能力 |
| 客户服务 | 网络客服 | 客户服务与管理 | 客户服务能力 | |
| 运营推广 | 运营经理 推广专员 店长 | 网络营销 网络贸易 电子商务创业 | 网络营销能力 店铺规划能力 创业能力 | |

表 2 竞赛内容与分值、竞赛方式、竞赛时间

| 竞赛阶段 | 竞赛内容 | 分值 | 竞赛方式 | 竞赛时间 |
|------|------|------|---------|--------|
| 第一阶段 | 开设装修 | 30 分 | 2 人分工合作 | 120 分钟 |
| | 客户服务 | 10 分 | 2 人分工合作 | 20 分钟 |
| 第二阶段 | 运营推广 | 60 分 | 4 人分工合作 | 300 分钟 |

四、竞赛方式

（一）本赛项为团体赛。每支参赛队由 1 名领队、4 名参赛选手、2 名指导教师组成。

（二）本赛项根据报名参赛队数设置赛场数量，一般 1 个赛场 10 个参赛队（具体根据参赛队数进行调整），有 10 个机位，每个参赛队 1 个机位，每个机位三台计算机，其中 1 台备用。比赛前进行抽签，确定各参赛队所在的赛组和机位号。

五、竞赛流程

（一）赛事流程

第一天：参赛队报到——领队会——熟悉赛场；

第二天：检录进场、两次抽签——第一阶段比赛——午餐（比赛现场）——第二阶段比赛——晚餐（承办方指定）——成绩评定——成绩发布会（赛项点评、公布成绩）。

（二）赛事流程

| 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 | 参赛队及领队集中前往学校 | | |
| | 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 | 回住宿地 | | |
| 竞赛日 | 7:30 | 参赛队前往赛场 | 各参赛队 | |
| | 7:45 | 竞赛场地前 | 各参赛队工作人员 | 竞赛场地前 |
| | 7:50 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 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 | 领队、指导教师入场 | | 竞赛场地观摩区 |
| 9:30~12:00 | 装修和客服 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| 12:00~12:30 | 午餐 | 参赛选手、裁判 工作人员 | |
| 12:30~17:30 | 运营推广 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| 17:30~18:30 | 各参赛队晚餐 | 参赛选手、领队、指导教师 | 食堂 |
| 18:30 | 各参赛队入场 | 各参赛队 | 报告厅 |
| 18:30~19:30 | 闭幕式 | 领导、嘉宾、裁判长、裁判、各参赛队 | 报告厅 |
| 19:40 | 各队返程 | 各参赛队 | |

六、竞赛赛卷

本赛项包括网店开设装修、客户服务、运营推广三部分内容,网店开设装修、客户服务、运营推广均为公开赛题并于开赛1个月前公布。其中网店开设装修、客户服务建立至少10套赛题的题库,正式赛题要求于比赛当日,经试题库随机排序后,在现场监督人员监督下由裁判长指定相关人员抽取。

（一）开设装修（样卷）

按照开店流程完成网店注册、认证、设置操作。在竞赛软件允许的结构范围内,利用竞赛软件提供的素材,完成PC电商店铺、移动电商店铺、跨境电商店铺首页的“店铺标志、店铺招牌、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计与制作,完成PC电商店铺、移动电商店铺、跨境电商店铺商品详情页的“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,按照下面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)、店招设计

设计要求:店标(Logo)、店招大小适宜、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。

PC电商店铺要求:制作1张尺寸为230*70像素、大小不超过150K的图片

作为店标；PC 电商店铺不制作店招。

移动电商店铺要求：制作 1 张尺寸为 100*100 像素、大小不超过 80K 的图片作为店标；制作 1 张尺寸为 642*200 像素、大小不超过 200K 的图片做为店招。

跨境电商店铺要求：制作 1 张尺寸为 230*70 像素、大小不超过 150K 的图片作为店标；跨境电商店铺不制作店招。

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。

PC 电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 727*416 像素、大小不超过 150K 的图片。

移动电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 608*304 像素、大小不超过 150K 的图片。

跨境电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 980*300 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。

PC 电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 800*800 像素、大小不超过 200K 的图片；

移动电商店铺要求：制作 4 张尺寸为 600*600 像素、大小不超过 200K 的图片；

跨境电商店铺要求：制作 6 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。

PC 电商店铺要求：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。

移动电商店铺要求：商品详情页所有图片总大小不能超过 1536K；图片建议宽度为 480~620 像素、高度不超过 960 像素；当在图片上添加文字时，建议中文字体大于等于 30 号字，英文和阿拉伯数字大于等于 20 号字；若添加文字内容较多，可使用纯文本的方式进行编辑。

跨境电商店铺要求：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。

（二）客户服务（样卷）

选手完成系统给出的综合素养考核后,通过在线即时聊天工具完成多类目商品售前、售中、售后服务,针对客户服务过程中“规定用语”采用软件自动评分。选手可以利用竞赛软件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”,样题如下:

1. 综合素养

1) 应对压力的有效反应 (C)

- A. 逃避压力 B. 面对更大的压力去挑战
C. 与其他有过类似经验的人交流 D. 改变自己

2) 面对持负面观点的客户，不管他的看法是否正确，处理时可以使用以下技巧（ABCD）

- A. 积极聆听 B. 中立模式 C. 保证尽力 D. 重新聚焦

2. 关于发票

买家：可以开发票吗？

客服：亲，本店提供正规发票的，发票随货物一起发给您的（您若有需要在拍下后在备注中写清楚发票的抬头，请放心挑选心仪的宝贝哦）。

买家：发票可以开办公用品吗？

客服：亲，我们开具的是正规的增值税发票，按照税务部门的有关规定只能如实开具的，敬请谅解。

3. 关于物流

买家：什么时候能发货？

客服：亲，每天下午四天前拍下付款的订单是当天发货的，四点后次日发货，您的订单我们会尽快安排给您发货哦。

买家：发什么快递？多久能到？

客服：亲，本店商品统一发送申通快递的，正常情况下3-5天可到达，请耐心等待哦。

买家：可以发顺丰吗？

客服：亲，如果您有特殊要求，可以给您发顺丰的，但是需要补一下差价哦，敬请谅解。

4. 关于技术支持

买家：上个月刚买的海信电视机，现在屏幕就出问题了，我要退货！

客服：亲，您购买的商品已经超过无理由退换货期限了，但是您的商品还在保修期期限内，可以帮您联系我们的技术服务人员进行维修，您看可以吗？

买家：好吧，你帮我联系一下吧。

客服：您的电视机屏幕现在是什么情况？

买家：你好，现在电视机屏幕上突然出现了一条线。

客服：您好，请不要着急，48小时内我们会上门为您维修。

（三）运营推广

参赛团队以卖家角色，分析数据魔方，做好区域、商品、人群定位；租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；根据数据魔方进行搜索引擎优化（SEO）操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价（SEM）推广、获取尽可能多的付费流量，进行站外推广（电视广告、网盟、百度竞价排名）获取尽可能多的站外流量，引导买家进店消费；针对不同消费人群采取不同策略，制定商品价格，促成交易，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整策略，创造最大利润。

1. 数据魔方

系统内置动态的市场模型——“数据魔方”，提供市场需求数据和关键词数据。

市场需求数据包括期初4类以及以后的十几类商品在15个城市中4种人群的需求量和市场平均价格。卖家根据市场需求数据，分析热销商品，以尽可能低

的价格采购商品；分析买家区域分布，就近建立配送中心；确定目标人群，推出团购、秒杀、套餐、促销等优惠活动，促成交易。

关键词数据提供买家搜索的关键词展现量、点击量、点击率、转化量、转化率、平均点击单价、搜索相关性等信息。根据关键词数据，判断“买家怎么来”。买家通过搜索关键词来寻找所需要的商品，一方面卖家通过优化标题的关键词尽可能匹配买家搜索的关键词，即 SEO，属于自然流量；另一方面卖家通过设置与推广商品相关的关键词和点击价格，在买家搜索相应关键词时获得推广商品展现与点击，卖家按照所获流量（点击数）付费，进行商品精准推广，即 SEM，属于付费流量。卖家通过 SEO 和 SEM 引导买家进店消费。

2. 办公场所设立

办公场所设立包含选择办公城市、选择办公场所类型和招贤纳士三部分，卖家只能设立一个办公场所。根据不同城市的城市影响力、租金差、工资差等信息选择合适的办公城市；根据办公场所的容纳人数、租赁价格、维修费用等信息选择合适的办公场所；根据员工的业务能力、工资增长率及基本工资选择合适的人员。

3. 配送中心设立：

包括租赁、改建、搬迁、退租、设配区五个功能，每个城市只能建立一个配送中心。

租赁：根据体积、租赁价格、维修费用、管理费用及搬迁费用选择合适的配送中心；

改建：若租赁时选择的配送中心不能满足实际需求，则可以进行改建；改建时，若是将体积小的改为体积大的，则补充租金差价；若是体积大的改为体积小的，不退还租金差价；

搬迁：改变仓库的所在城市；搬迁需支付相应费用，若搬迁至租金高的城市则需补充相应差价，反之搬迁至租金低的城市不退还差价；搬迁时仓库必须空置。

退租：把闲置的仓库退租，若不退租则到期后系统默认续租；退租时，仓库必须空置；每中间退租，则需支付整期人员工资。

设配区：为每个配送中心设置默认的配送区域及默认的物流方式；若多个配送中心选择的默认配送区域里包含若干个相同的城市，则在这些城市中按照租赁

配送中心操作的顺序确定默认的配送中心。

4. 店铺开设

开设 C 店：C 店不可以进行站外推广。

开设 B 店：筹备周期需要 4 期，每期费用为 60；B 店可以进行站外推广，获取站外流量。

5. 网店装修

店铺装修增加视觉值，每种装修费用不同，获得的视觉值也不同；店铺的视觉值每期都会下降 10。

6. 采购投标

提交采购投标方案，系统自动评判中标方；只能在有配送中心的城市进行投标；采购投标时，同一种商品投标单价高的成交，直到所有商品全部成交为止。如果竞标价格相同，则与供应商的关系值高的优先成交；如果竞标价格相同，与供应商的关系值也相同，则媒体影响力高的优先成交；继续比较社会慈善，销售额，投标提交的先后顺序来依次交易。

7. 商品入库

采购中标城市配送中心的容量大于入库商品的体积时方可入库。

8. 商品发布

价格制定：

商品价格=商品一口价+物流运费（卖家承担运费时为 0）。

物流运费：

发布商品时卖家可以选择卖家承担运费或买家承担运费。买家承担运费时，卖家可以创建运费模板或者直接输入各种物流方式的物流运费，买家会将商品一口价和物流运费一同支付给卖家；但卖家可以采用任意物流方式运输（只要在买家规定的时间内送达，否则将承担退单的违约责任），配送完成后由卖家支付物流公司的实际运费。卖家承担运费时，买家只需将商品一口价支付给卖家，配送完成后由卖家支付物流公司的实际运费。

创建运费模板时，卖家可分别设置各种物流方式的默认运费及每超过一件需要增加的运费；每超过一件需要增加的运费不能高于默认运费的 0.5 倍；直接输入各种物流方式的物流运费时，此物流运费为整单（若干件）的物流运费。

售后服务：

保修会产生售后服务费用。

9. SEO 优化

每种商品最多可以选择 7 个标题关键词，通过优化标题关键词尽可能匹配买家搜索的关键词，在买家搜索某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的自然排名。

SEO 排名得分=关键词相关性（数据魔方提供）*SEO 关键词匹配方式得分*0.4+商品绩效得分*0.06。

SEO 关键词匹配方式分为：完全匹配、高度匹配、部分匹配。

只有当买家搜索的词与卖家设置的标题关键词完全相同时称为完全匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 1；当买家搜索的词是卖家设置的标题关键词的子集时称为高度匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 0.5；当买家搜索的词与卖家设置的标题关键词文字部分匹配时称为部分匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 0.2。

例如，卖家标题关键词设置为“韩版 棉衣”，三种匹配方式如下：买家搜索关键词为“韩版 棉衣”时，匹配方式为完全匹配；买家搜索关键词为“韩版”或“棉衣”时，匹配方式为高度匹配；买家搜索关键词为“男款 棉衣”或“韩版 外套”这一类型词时，匹配方式为部分匹配。

商品绩效：

商品绩效得分（总分 100）=商品点击率得分+商品点击量得分+商品转化率得分+商品转化量得分+退单率得分+保修得分。

商品展现量：该商品被展现的次数。

商品点击量：该商品被点击的次数。

商品点击率：商品点击量/商品展现量。

商品转化量：该商品最终达成的成交单数。

商品转化率：商品转化量/商品点击量。

商品退单量：该商品累计退单的数量。

商品退单率：商品退单量/商品成交量（订单数）。

保修：售后服务类型，会产生售后服务费用。

10. SEM 推广：

通过对自己所销售商品相关的关键词出具一定的竞价价格，在买家搜索其中某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的搜索排名。

SEM 排名得分=质量分*竞价价格。

质量分=关键词搜索相关性*0.4+商品绩效*0.06。

竞价价格：为取得靠前的排名为某关键词所出的一次点击的价格。

卖家实际为某个 SEM 关键词的一次点击支付的费用=该关键词排名下一名的竞价价格*(下一名的质量得分/本组的质量得分)+0.01

例如，一个卖家 A 与卖家 B 都选取了“办公家具”这个关键词做 SEM 推广，且在该关键词的搜索排名中卖家 A 排名第一，卖家 B 排名第二。卖家 A 竞价价格为 1.5，卖家 B 竞价价格为 1。卖家 A 该词质量分 10 分，卖家 B 该词质量分 8 分。则卖家 A 实际为该关键词一次点击支付的费用=1*(8 分/10 分)+0.01=0.81 元。

SEM 关键词匹配方式分为：精确匹配、中心匹配、广泛匹配。

精确匹配是卖家投放的关键词与买家搜索的关键词完全相同才能被搜索到；

中心匹配是指卖家投放的关键词是买家搜索的关键词的子集时也能被搜索到；

广泛匹配是指卖家投放的关键词与买家搜索的关键词有一部分相同即可被搜索到。

例如：

设置为精确匹配时，卖家投放“棉衣”，买家搜索“棉衣”时可搜索到卖家；

设置为中心匹配时，卖家投放“棉衣”，买家搜索“韩版 棉衣”也可搜索到卖家；

设置为广泛匹配时，卖家投放“韩版 棉衣”，买家搜索“韩版”或“短款 棉衣”时可搜索到卖家。

11. SEM 管理：

每个推广组对应一个商品，但是每个商品可以对应多个推广组，所以针对同一个商品的不同关键词设定不同的竞价价格可以更好的达到 SEM 推广效果。

12. 团购：

团购价格=商品价格×团购折扣。

13. 秒杀：

秒杀价格=商品价格×50%。

14. 套餐：

套餐可组合多种商品搭配出售，套餐价格=套餐包含商品的单价总和。

15. 促销：

满就送、多买折扣、买第几件折扣促销。

16. 站外推广：

只有 B 店才允许站外推广。选手可以通过站外流量（电视广告、网盟、百度竞价排名等渠道）来获取新的订单。

17. 订单分发：

分为手动分发和自动分发两种；手动分发需要选择货物出库的配送中心，自动分发按照已设定好的配送范围自动选择货物出库的配送中心；自动分发可以选择全部自动分发或者分批自动分发。

18. 物流选择：

分为手动安排和自动安排两种；手动安排需要选择运输货物的物流方式，自动安排按照已设定好的物流方式自动安排；自动安排可以选择全部自动安排或者分批自动安排。

19. 货物出库：

根据订单的到货周期，合理安排商品出库。

如果未在订单要求期限之前送到，客户将拒绝签收。

系统会按照物流路线信息自动扣除实际运费。

20. 货物签收：

无论任何物流方式配送的订单，货款均在签收后直接到账。

21. 财务：

支付应付款。

系统自动计算人员工资、租赁费、管理费、维修费、应交税费。

短贷利率：5%，民间融资利率：15%，长期贷款利率：10%。

22. 信誉度

获得订单后，在客户的需求期限内正常交货，获得 1 的信誉度；违约第 1 单，获得-1 的信誉度，违约第 2 单获得-2 的信誉度，依次类推，违约的第 N 单获得

-N 的信誉度。

信誉度为负后无法获得来自综合人群、品牌人群的订单。

23. 关账：

每轮经营结束关账后，系统自动提供“利润表”和“资产负债表”，自动计算各组的得分。

七、竞赛规则

（一）竞赛报名

1. 各高职院校按照大赛组委会规定的报名要求，通过“江苏省职业院校技能大赛网络报名系统”报名参赛。

2. 参赛对象为全省独立设置的全日制普通高等职业院校在籍在校学生，江苏联合职业技术学院四至五年级在籍在校学生。参赛选手年龄不超过 25 周岁，年龄计算截止时间为 2020 年 5 月 1 日。已获得过全国或江苏省职业院校技能大赛一等奖的学生不得再参加同一项目比赛。

3. 不得跨校组队，同一学校报名参赛队不超过 1 队，联合职业技术学院经过选拔可报 3-5 个队。

4. 参赛选手和指导教师报名，获得确认后不得随意更换。比赛前参赛选手和指导教师因故无法参赛，须由学校相应赛项开赛前 10 个工作日出具书面说明，并按参赛选手资格补充人员并接受审核，经省大赛组委会办公室同意后予以更换。

（二）熟悉场地规则

1. 各参赛队统一有序的熟悉场地，熟悉场地时限定在指定区域，不允许进入比赛区。

2. 熟悉场地时严禁与现场工作人员进行交流，不发表没有根据以及有损大赛整体形象的言论。

3. 熟悉场地时严格遵守大赛各种制度，严禁拥挤、喧哗，以免发生意外事故。

（三）入场规则

1. 参赛选手按规定的时间准时到达赛场检录区集合。

2. 裁判将对各参赛选手的身份进行核对。参赛选手须提供参赛证、身份证、经学校注册的学生证，证件上的姓名、年龄、相貌特征应与参赛证一致。

3. 裁判检验参赛选手的工具、量具及书写物品，不允许携带任何通讯及存储设备、纸质材料等物品，检查合格后进入赛场抽签区。

4. 一级加密选手按抽签顺序号依次抽取参赛编号，二级加密凭参赛编号抽取比赛工位号，然后在指定区域等待；在现场裁判的指挥下有序进入赛场，按抽取的比赛工位号就位。

（四）赛场规则

1. 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。

2. 由裁判长宣布比赛开始，各参赛队开始竞赛。

3. 竞赛过程中，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。

4. 运营推广竞赛结束后，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。

5. 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布。公布时间为 2 小时。成绩公布无异议后，由仲裁员在成绩单上签字，并在闭赛式上公布竞赛成绩。

6. 比赛过程中，严重违反赛场纪律影响他人比赛者，违反操作规程不听劝告者，越界影响他人者，有意损坏赛场设备或设施者，经现场裁判报告裁判长，经大赛组委会办公室同意后，由裁判长宣布取消其比赛资格。

（五）离场规则

1. 比赛结束前 15 分钟，裁判长提示一次比赛剩余时间。

2. 比赛结束信号给出，由裁判长宣布终止比赛。

3. 裁判长宣布终止比赛时，选手应停止竞赛任务的操作。

4. 裁判长宣布终止比赛后，现场裁判组织、监督选手退出工位，站在工位边

的过道上。裁判长宣布离场时，现场裁判指挥选手统一离开赛场。

5. 全部选手离场后，需要补时的选手重新进入工位，现场裁判宣布补时操作开始后，补时选手开始操作。现场裁判宣布补时时间到，选手应停止操作，离开赛场。

6. 选手离场后，到指定的休息场所用餐、等待评定比赛成绩。

（六）成绩评定与管理规则

1. 成绩管理的机构及分工

成绩管理机构由裁判组、监督组和仲裁组组成。裁判在大赛裁判库中随机抽取，监督组和仲裁组由大赛组委会办公室指派。

1) 裁判组实行“裁判长负责制”，设裁判长 1 名，全面负责赛项的裁判分工、裁判评分审核、处理比赛中出现的争议问题等工作。

2) 裁判员根据比赛需要分为检录裁判、加密裁判、现场裁判和评分裁判。

检录裁判：负责对参赛队伍（选手）进行点名登记、身份核对等工作；

加密裁判：负责组织参赛队伍（选手）抽签，对参赛队信息、抽签代码等进行加密；

现场裁判：按规定做好赛场记录，维护赛场纪律，评定参赛队的过程得分；

评分裁判：负责对网店开设装修的结果按评分细则进行评分。

3) 监督组对裁判组的工作进行全程监督，并对竞赛成绩抽检复核。

4) 仲裁组负责接受由参赛队领队提出的对裁判结果的申诉，组织复议并及时反馈复议结果。

2. 成绩管理流程

检录——一次抽签加密——确定参赛编号——二次抽签加密——确定工位号——成绩评定与复核——加密信息解密——成绩公布。

3. 比赛成绩评定

由评分裁判依据评分表，对选手的比赛成绩进行评定。

八、竞赛环境

（一）每一个赛场地内设置满足 10 个参赛队的竞赛环境；一个参赛队一个机位，每个机位三台相同配置的计算机，其中一台备用，两张桌子，四把椅子。

（二）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。采用独立网络环境，不连接 INTERNET，禁止外部计算机接入。

（三）竞赛场地内设置观摩区，便于竞赛全程的观摩和监督。

(四) 竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图, 营造竞赛氛围;

(五) 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。

(六) 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: $230V \pm 5\%V$ 。

九、技术规范

参赛团队遵循以下规范:

教学要求:《国家电子商务专业标准》和《国家级电子商务专业教学资源库》。

网店开设装修: 采用淘宝、天猫、速卖通、京东网店的首页和详情页的知识和技能, 设计和制作 PC 电商店铺、移动电商店铺、跨境电商店铺的首页、详情页。

网店客户服务: 采用淘宝旺旺的知识和技能完成售前、售中、售后服务。

网店运营推广: 采用阿里巴巴直通车、百度凤巢的知识和技能, 开展 SEO/SEM 推广。

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。 |
| 网络连接设备 | 提供网络布线、千兆交换机 |
| 竞赛服务器 | 配置要求: 英特尔至强 E5 系列四核以上 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。 |
| 竞赛软件 | 中教畅享“电子商务综合实训与竞赛系统 V4.0” |

十一、成绩评定

(一) 评分文件

1. 评分标准

| 项目 | 内容 | 评分细则 | 分值 |
|----|----|------|----|
|----|----|------|----|

| | | | | |
|------------|--------------------|--|---|-------|
| 开 设 装 修 | 总 则 | 1. 在所有需要以图片展示的得分项目中, 如果有图片变形模糊失真等情况存在, 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. 如果竞赛作品与赛题完全不相关, 则该项不得分。4. 跨境店铺在视觉展现方面应考虑到国外客户对电商网站的视觉偏好, 如果与 PC 端一致, 只是将中文改成英文或拼音, 那么跨境店铺各部分要在实际得分基础上减半。5. 如果在作品中任何位置显示参赛院校或者参赛选手信息的, 则开设装修环节计零分。 | | / |
| | PC 电 商店 铺 | 首 页 | 店标设计独特, 有一定的创新性, 并且能够反映出店铺所销售的商品。 | 0.5 分 |
| | | | 网店 Banner 图片主题统一 (0.5 分), 与店铺经营商品具有相关性 (0.5 分), banner 设计具有吸引力并且具有一定的营销导向 (0.5 分), banner 整体设计能够提高店铺整体风格 (0.5 分)。 | 2 分 |
| | | 详 情 页 | 商品标题体现商品属性特点卖点的关键词 (每个关键词 0.1 分, 最高到 0.5 分为止)。 | 0.5 分 |
| | | | 商品图片 (1 主 3 辅, 第 1 张为主图, 其余为辅图), 图片设计美观 (0.8 分), 主题突出 (0.6 分), 有视觉冲击力 (0.6 分)。 | 2 分 |
| | | | 商品相关属性描述, 需包含商品属性, 特点, 卖点, (3 分) 适用人群, 配送, 支付, 售后, 评价等相关内容的信息 (1 分); 此部分图文混排得分更高。 | 4 分 |
| | 移动 电 商店 铺 | 能够按照要求把 PC 电商店铺的内容准确无误的移植到移动电商店铺, 不存在缺项漏项 (0.5 分)。移动电商店铺完整独立 (0.5 分)。 | | 1 分 |
| | | 内容完整的前提下, 移动电商店铺的图片不能存在模糊失真或者压缩变形的情况出现。 | | 2 分 |
| | | 移动电商店铺的店招设计能够突出店铺的特色, 与店标搭配协调 | | 0.5 分 |
| | 跨境 电 商店 铺 | 首 页 | 店标设计独特, 有一定的创新性, 并且能够反映出店铺所销售的商品。 | 0.5 分 |
| | | | 网店 Banner 图片主题统一 (0.5 分), 与店铺经营商品具有相关性 (0.5 分), banner 设计具有吸引力并且具有一定的营销导向 (0.5 分), 能够提高店铺整体风格 (0.5 分)。 | 2 分 |
| | | | 网店产品展示设计风格统一 (0.5 分), 产品分类清晰 (0.5 分) | 1 分 |
| | | 详 情 页 | 设置给定商品的英文标题, 商品标题体现商品属性特点卖点的关键词 (每个关键词 0.2 分, 最高到 1 分为止), 英文表达准确 | 1 分 |
| | | | 商品图片 (6 张), 图片设计美观, 主题突出 (0.5 分), 图片要真实, 不过分修饰 (0.5 分)。 | 1 分 |
| | | | 商品相关属性描述, 需包含商品属性, 特点, 卖点 (1 | 3 分 |

| | | | |
|---------|------|--|-----|
| | | 分），适用人群，配送，支付，售后，评价等相关内容的信息（1分）；英文表达准确，图片内容真实，不允许过度修饰（1分）。 | |
| | 营销策划 | 网店整体装修中能够体现营销策划的相关内容，含有推荐商品、促销活动的标识和以促销为目的的宣传用语，但是不允许过分夸张（1分）；跨境店铺装修中的促销用语不允许出现错别英文单词（1分）。 | 2分 |
| | 视觉营销 | 店铺首页及商品详情页的装修要重点突出，符合目标消费者的浏览习惯（1分），布局设计上能够引导消费者的视觉关注点，层次清晰，能够通过视觉的冲击和审美视觉感观提高买家的兴趣，达到产品推广的目的（1分）。 | 2分 |
| 客 户 服 务 | 回答准确 | 每个客户服务团队两名选手，先分别完成系统内的综合素养考核题，各回答10个问题，每题0.25分，再按照不同服务岗位进行分工，在规定的时间内（120秒），按照相应岗位的标准话术，独立回答来自多个客户的不同问题。每回答正确1题得0.05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最终成绩。 | 15分 |
| 运 营 推 广 | | 软件以各队“所有者权益”为主，企业可持续性经营能力为辅自动计算经营得分，每个赛场根据各队的经营得分进行排序，第一名60分，按照名次递减5分，第二名55分依次类推。 | 60分 |

2. 评分表

评分表根据赛项评分标准，由命题专家拟定，裁判根据评分表对选手的比赛成绩进行评定（评分表见样题）。

（二）评分方法

1. 裁判共计若干人，裁判长1人，加密裁判2人，现场裁判和评分裁判若干人。

2. 网店开设装修的评分方式为结果评分，由评分裁判进行主观评分。每个参赛队作品由若干名评分裁判进行评分，去掉一个最高分，去掉一个最低分，取剩余裁判评分的平均分为最终得分。

（三）成绩审核与产生

1. 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。

2. 赛项最终得分：按100分制计分，最终成绩经复核无误，由加密裁判在监督员的监督下解密，由裁判长、监督人员签字确认。

十二、奖项设定

（一）参赛选手奖

根据竞赛成绩，从高到低排序，按参赛人数的 10%设一等奖，20%设二等奖，30%设三等奖。

（二）指导教师奖

对获得一、二、三等奖选手的指导教师颁发指导教师奖。

十三、赛场预案

（一）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。

（二）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. 竞赛软件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。

（三）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。

(四) 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专家组汇报, 并由赛项专家组向赛项执委会汇报, 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生安全的原则下, 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。

(五) 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. 现场裁判做好参赛选手工作, 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。赛项承办校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

赛项专家组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专家组要求排除安全隐患。

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。

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。

专家组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。

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。

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

比赛期间，原则上由赛项承办校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。

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、饮食安全等由赛项承办校和提供宿舍的学校共同负责。

大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。

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）参赛队责任

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专家组，同时采取措施避免事态扩大。专家组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，专家组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代表队名称。

2. 参赛队员在报名获得审核确认后，原则上不再更换，如筹备过程中，选手因故不能参赛，所在学校需出具书面说明并按相关规定补充人员并接受审核；竞赛开始后，参赛队不得更换参赛队员，（允许队员缺席比赛）。

3. 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。

4. 各参赛队统一安排参加比赛前熟悉场地环境的活动。

5. 各参赛队准时参加赛前领队会，领队会上举行抽签仪式抽取场次号。

6. 各参赛队要注意饮食卫生，防止食物中毒。

7. 各参赛队在比赛期间，应保证所有参赛选手的安全，防止交通事故和其它意外事故的发生，为参赛选手购买人身意外保险。

8. 各参赛队要发扬良好道德风尚，听从指挥，服从裁判，不弄虚作假。

（二）指导老师须知

1. 各指导老师要发扬良好道德风尚，听从指挥，服从裁判，不弄虚作假。指导老师经报名、审核后确定，一经确定不得更换。

2. 对申诉的仲裁结果，领队和指导老师应带头服从和执行，还应说服选手服从和执行。

3. 指导老师应认真研究和掌握本赛项比赛的技术规则和赛场要求，指导选手做好赛前的一切准备工作。

4. 领队和指导老师应在赛后做好技术总结和工作总结。

（三）参赛选手须知

1. 参赛选手应遵守比赛规则，尊重裁判和赛场工作人员，自觉遵守赛场秩序，服从裁判的管理。

2. 参赛选手应佩戴参赛证，带齐身份证、注册的学生证。在赛场的着装，应符合职业要求。在赛场的表现，应体现自己良好的职业习惯和职业素养。

3. 进入赛场前须将手机等通讯工具交赛场相关人员保管，不能带入赛场。未经检验的工具、电子储存器件和其他不允许带入赛场物品，一律不能进入赛场。

4. 比赛过程中不准互相交谈，不得大声喧哗；不得有影响其他选手比赛的行为，不准有旁窥、夹带等作弊行为。

5. 参赛选手在比赛的过程中，应遵守安全操作规程，文明的操作。通电调试设备时，应经现场裁判许可，在技术人员监护下进行。

6. 比赛过程中需要去洗手间，应报告现场裁判，由裁判或赛场工作人员陪同离开赛场。

7. 完成比赛任务后，需要在比赛结束前离开赛场，需向现场裁判示意，在赛场记录上填写离场时间并签工位号确认后，方可离开赛场到指定区域等候评分，离开赛场后不可再次进入。未完成比赛任务，因病或其他原因需要终止比赛离开赛场，需经裁判长同意，在赛场记录表的相应栏目填写离场原因、离场时间并签工位号确认后，方可离开；离开后，不能再次进入赛场。

8. 裁判长发出停止比赛的指令，选手（包括需要补时的选手）应立即停止操作进入通道，在现场裁判的指挥下离开赛场到达指定的区域等候评分。需要补时的选手在离场后，由现场裁判召唤进场补时。

9. 如对裁判员的执裁有异议，可在 2 小时内由领队向赛项仲裁组以书面形式

提出申述。

10. 遇突发事件，立即报告裁判和赛场工作人员，按赛场裁判和工作人员的指令行动。

（四）工作人员须知

1. 工作人员必须服从赛项组委会统一指挥，佩戴工作人员标识，认真履行职责，做好服务赛场、服务选手的工作。

2. 工作人员按照分工准时上岗，不得擅自离岗，应认真履行各自的工作职责，保证竞赛工作的顺利进行。

3. 工作人员应在规定的区域内工作，未经许可，不得擅自进入竞赛场地。如需进场，需经过裁判长同意，核准证件，有裁判跟随入场。

4. 如遇突发事件，须及时向裁判长报告，同时做好疏导工作，避免重大事故发生，确保竞赛圆满成功。

5. 竞赛期间，工作人员不得干涉及个人工作职责之外的事宜，不得利用工作之便，弄虚作假、徇私舞弊。如有上述现象或因工作不负责任的情况，造成竞赛程序无法继续进行，由赛项组委会视情节轻重，给予通报批评或停止工作，并通知其所在单位做出相应处理。

（五）裁判员须知

1. 裁判员执裁前应参加培训，了解比赛任务及其要求、考核的知识与技能，认真学习评分标准，理解评分表各评价内容和标准。不参加培训的裁判员，取消执裁资格。

2. 裁判员执裁期间，统一佩戴裁判员标识，举止文明礼貌，接受参赛人员的监督。

3. 遵守执裁纪律，履行裁判职责，执行竞赛规则，信守裁判承诺书的各项承诺。服从赛项专家组和裁判长的领导。按照分工开展工作，始终坚守工作岗位，不得擅自离岗。

4. 裁判员有维护赛场秩序、执行赛场纪律的责任，也有保证参赛选手安全的安全责任。时刻注意参赛选手操作安全的问题，制止违反安全操作的行为，防止安全事故的出现。

5. 裁判员不得有任何影响参赛选手比赛的行为，不得向参赛选手暗示或解答

与竞赛有关的问题，不得指导、帮助选手完成比赛任务。

6. 公平公正的对待每一位参赛选手，不能有亲近与疏远、热情与冷淡差别。

7. 赛场中选手出现的所有问题如：违反赛场纪律、违反安全操作规程、提前离开赛场等，都应在赛场记录表上记录，并要求学生签工位号确认。

8. 严格执行竞赛项目评分标准，做到公平、公正、真实、准确，杜绝随意打分；对评分表的理解和宽严尺度把握有分歧时，请示裁判长解决。严禁利用工作之便，弄虚作假、徇私舞弊。

9. 竞赛期间，因裁判人员工作不负责任，造成竞赛程序无法继续进行或评判结果不真实的情况，由赛项组委会视情节轻重，给予通报批评或停止裁判资格，并通知其所在单位做出相应处理。

十六、申诉与仲裁

（一）各参赛队对不符合赛项规程规定的设备、工具、材料、计算机软硬件、竞赛执裁、赛场管理及工作人员的不规范行为等，可向赛项仲裁组提出申诉。

（二）申诉主体为参赛队领队。

（三）申诉启动时，参赛队以该队领队亲笔签字同意的书面报告的形式递交赛项仲裁组。报告应对申诉事件的现象、发生时间、涉及人员、申诉依据等进行充分、实事求是的叙述。非书面申诉不予受理。

（四）提出申诉应在赛项比赛结束后2小时内提出。超过2小时不予受理。

（五）赛项仲裁组在接到申诉报告后的2小时内组织复议，并及时将复议结果以书面形式告知申诉方。申诉方对复议结果仍有异议，可由领队向大赛仲裁工作组提出申诉。大赛仲裁工作组的仲裁结果为最终结果。

（六）申诉方不得以任何理由拒绝接收仲裁结果；不得以任何理由采取过激行为扰乱赛场秩序。仲裁结果由申诉人签收，不能代收；如在约定时间和地点申诉人离开，视为自行放弃申诉。

（七）申诉方可随时提出放弃申诉。

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. 不得违反江苏省职业院校技能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

- （一）赛场内部署无盲点录像设备，能实时录制赛场情况。
- （二）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、其他

- （一）参赛选手及相关工作人员，由赛项承办院校统一安排食宿，费用自理。
- （二）本技术文件的最终解释权归大赛组织委员会。