**2019年全省职业技能大赛电子商务赛项竞赛规程**

**（高职组教师组）**

**一、赛项名称**

（一）赛项名称

电子商务技能

（二）赛项归属产业类型

现代服务业

（三）赛项归属专业大类

专业大类：财经商贸大类（63）

专业类：电子商务类（6308）

专业代码：630801

专业名称：电子商务

专业代码：630802

专业名称：移动商务

**二、赛项申报单位**

兰州资源环境职业技术学院

**三、赛项目的**

赛项以网店开设装修、网店客户服务、网店运营推广三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采编能力、视觉营销能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力以及团队合作能力。

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才整体水平的提升，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。

**四、赛项设计原则**

（一）坚持公开、公平、公正；

参赛选手比赛使用的竞赛平台、规则和赛前公布内容一样，比赛采用软件评分，比赛过程、结果客观公正。

（二）赛项关联职业岗位面广、人才需求量大、职业院校开设专业点多；

电子商务已成为我国重要的社会经济形式和现代流通方式，也成为调整经济结构、转变经济发展方式的重要途径，电子商务正在成为未来中国经济发展的重要引擎。电子商务产业既是我国发展最快的新兴高科技产业之一，又是我国企业战略转型的重要手段之一。我国电子商务急剧发展，使得电子商务人才严重短缺，未来5年，我国3000多万家中小企业中，将有很多企业尝试电子商务，国内电子商务人才需求量将达到300万以上。根据高等职业学校专业设置备案结果显示已有1136所学校开设电子商专业，41所学校开设移动商务专业，为了满足社会需求和服务经济发展，促进电子商务专业建设和教学改革，电子商务技能竞赛将发挥引领作用。

（三）竞赛内容对应相关职业岗位或岗位群、体现专业核心能力与核心知识、涵盖丰富的专业知识与专业技能点；

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **竞赛内容** | **岗位** | **知识** | **技能** |
| 开设装修 | 网络编辑网店美工 | 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 跨境电商 | 商品采编能力 视觉营销能力  | 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 |

（四）竞赛平台成熟。

2015-2016年“全国职业院校技能大赛”高职电子商务赛项均在天津商务职业学院成功举办两届。其中，2015年比赛共有来自全国29个省市77支队伍308名选手参加，2016年比赛共有来自全国29个省市81支参赛队的324名选手同场竞技。两届大赛比赛全程无任何技术故障，竞赛平台稳定，顺利完成全部比赛内容，比赛得到了参与者的一致认可。每届国赛前共有20多个省、市、自治区进行了省选拔赛，竞赛平台在此期间也表现出了极强的稳定性，成熟可靠，保证了竞赛的公平、公正、顺利有序的进行。

**五、赛项方案的特色与创新点**

（一）竞赛内容选择

依据电子商务企业重要岗位：网络编辑、网店美工、运营经理、推广专员、网络客服、店长，确定网店装修、运营推广、客户服务等关键任务作为竞赛内容。在往届赛项方案基础上，增加移动商务、跨境电商技能竞赛内容，紧贴行业产业发展需要，对接产业前沿技术。

（二）竞赛过程安排

赛项要求竞赛团队在规定时间内分工合作，完成一个网店从开设、装修、推广、客户服务完整的经营流程。竞赛过程和真实工作过程一致。

（三）竞赛结果评判

数据化运营是电子商务企业必由之路，采用真实运营数据作为竞赛评分标准真实、客观、公正。

（四）竞赛资源转化

赛项体现了电子商务、移动商务、跨境电商相关岗位群对专业知识、专业技能、新技术应用的要求，并将这些成果转化为专业的培养目标、课程体系以及教材体系。基于赛项的试题、案例、音频、视频、专家点评、比赛访谈等各类资源成果，建设电子商务技能训练资源库。

**六、竞赛内容简介**

电子商务技能竞赛包括网店开设装修、运营推广、客户服务三项竞赛内容。

开设装修：在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的素材，完成网店首页的“店铺招牌、导航、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计与制作，完成商品详情页的“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。

运营推广：选手根据竞赛平台提供市场模型进行市场分析；租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；根据运营数据进行搜索引擎优化（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；针对消费人群开展促销活动，制定商品价格，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，调整经营策略，创造最大利润。

客户服务：根据竞赛平台买家的提问，及时准确地做好客户服务工作。

**七、竞赛方式（含组队要求、是否邀请境外代表队参赛）**

1. 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3支。每支参赛队由4名参赛选手，严格按照《2019年全国职业院校技能大赛参赛报名办法》和大赛执委会相关通知执行。

2、本赛项不邀请国际团队参赛，欢迎国际团队观摩。

1. **竞赛时间安排与流程**

以具体比赛日程为准

**九、竞赛试题**

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，至少于开赛1个月前公布赛题。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。

1. 开设装修（样题）

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1200\*500像素、大小不超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；图片素材由竞赛组委会提供。

•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；建议使用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；图片要求宽度为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，建议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；建议使用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（样题）

选手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30个客户。斜体字为“规定用语”，样题如下：

1．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（您若有需要请在拍下后在*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

2．关于物流

买家：什么时候能发货？

客服：亲，每天*下午四点*前拍下付款的订单是*当天发货*的，*四点后次日发货*，您的订单我们今天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。

3．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1：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2：您好，我是海信电视本地的技术服务人员，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2：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10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。

1. 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。

 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；每期中间退租，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。

1. 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。

1. 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。

1. 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。

1. 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。

1. 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。

1. 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。

商品绩效：

商品绩效=商品点击率+商品点击量+商品转化率+商品转化量+退单率+保修。

1. 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关键词的一次点击所付的费用=该关键词排名下一名的竞价价格\*(下一名的质量得分/你的质量得分)+0.01

SEM关键词匹配方式分为：精确匹配、中心匹配、广泛匹配。

精确匹配时，只有当卖家搜索的词与卖家投放的关键词完全相同才能被搜索到；

中心匹配时，当买家搜索的词是卖家投放的关键词的子集时也能被搜索到；

广泛匹配时，买家搜索的词与卖家投放的关键词有一部分相同即可被搜索到。

1. 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。

1. 团购：

团购价格=商品价格×团购折扣。

1. 秒杀：

秒杀价格=商品价格×50% 。

1. 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。

1. 促销：

满就送、多买折扣、买第几件折扣促销。

1. 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。

1. 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。

1. 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。

1. 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。

1. 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。

1. 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%。

1. 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；超出客户需求期限交货，获得-3的信誉度；超出客户需求期限仍未发货，获得-4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。

1. 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。

**十、评分标准制定原则、评分方法、评分细则**

（一）评分标准制定原则

评分标准由赛项专家组制定，赛前公布。严格按照《2016年全国职业院校技能大赛成绩管理办法》中规定的评分方法实施。

（二）评分方法

1.成绩评定：网店客户服务、运营推广评分方式为机考评分。网店开设装修的评分方式为结果评分，由5名评分裁判对参赛队伍提交的网店装修采取主观评分。

2．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%的所有参赛队伍（选手）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。

3．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。

（三）评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **内容** | **评分细则** | **分值** |
| 开 设装 修 | 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，与店铺经营商品具有相关性，banner设计具有与吸引力并且具有一定的营销导向，设计的规格提高店铺整体风格。 | 4分 |
| 推荐商品及促销活动 | 0.5 |
| 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0.2分，最高到1分为止） | 1分 |
| 商品图片（1主3辅），图片设计美观，主题突出，有视觉冲击力。 | 2分 |
| 商品相关属性描述，需包含商品属性，特点，卖点，促销，配送，支付，售后等相关内容的信息；此部分图文混排得分更高。 | 4分 |
| 商品描述中体现了该商品的适用人群，以及说明了对该类人群的价值及优势。 | 1分 |
| 整个详情页页面布局重点突出，不是所有内容的堆砌，能够抓住消费者的视觉热点，层次清晰，符合视觉营销的基本要求。 | 1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。移动电商店铺完整独立。 | 2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 | 1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，文字店标则须为英文。 | 1分 |
| 网店Banner图片主题统一，与店铺经营商品具有相关性，banner设计具有与吸引力并且具有一定的营销导向，能够提高店铺整体风格。 | 2分 |
| 网店产品展示设计风格统一，产品分类清晰 | 1分 |
| 详情页 | 设置给定商品的英文标题，商品标题需含有能够体现商品属性、特点、卖点的关键词，最少3个，最多5个，英文表达准确 | 2分 |
| 商品图片（6张），图片设计美观，主题突出，有视觉冲击力 | 1分 |
| 商品相关属性描述，需包含商品基本属性、特点、配送、支付、评论以及售后保障等相关内容的信息，英文表达准确。 | 2分 |
| 能有效体现商品促销主题，有促销为目的宣传用语，但不允许过分夸张，无错别英文单词。 | 1分 |
| 客 户服 务 | 回答准确 | 每个客户服务团队两名选手，在规定的时间（120秒）内，按照不同服务岗位的标准话术，分工协作回答来自多个客户的不同问题。每题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。 | 10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 |

**十一、奖项设置**

 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%。

**十二、技术规范**

参赛团队遵循以下规范：

职业标准：《电子商务师国家职业标准》

教学要求：《国家级电子商务专业教学资源库》

**十三、建议使用的比赛器材、技术平台和场地要求**

1. 比赛器材与技术平台

|  |  |
| --- | --- |
| 品名 | 规格要求说明 |
| 参赛选手计算机 | 配置要求：酷睿I3 双核3.0以上CPU ；4G以上内存；500G以上 硬盘；千兆网卡。预装 Windows7操作系统；预装Internet Explorer8.0以上浏览器和火狐浏览器；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 Adobe Photoshop CS6 版本。            |
| 网络连接设备 | 提供网络布线、交换机、竞赛用服务器 |
| 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 2008 Server Enterprise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”。 |

（二）场地要求

1. 一个参赛队一个机位，每个机位三台电脑，其中一台电脑备用，两张桌子，四把椅子；
2. 竞赛场地内设置主席台、观众席，便于竞赛全程的观摩和监督；
3. 竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围；
4. 竞赛场地内设置大屏幕，屏幕实时显示竞赛过程和竞赛结果。
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。采用独立网络环境，不连接INTERNET，禁止外部电脑接入。
6. 安全保障。采用统一的杀毒软件对服务器进行防毒保护。屏蔽竞赛现场使用的电脑USB接口。部署具有网络管理、账号管理和日志管理功能的综合监控系统。
7. 采用双路供电；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。

**十四、安全保障**

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。