



四川技能大赛—广元市第十届职业技能大赛  
互联网营销师项目

技  
术  
文  
件

2025 年 9 月

# 目 录

一、竞赛对象 .....	1
二、竞赛标准 .....	1
三、竞赛内容 .....	1
四、竞赛场地与设施设备要求 .....	2
五、竞赛方式与注意事项 .....	4
六、竞赛成绩认定 .....	6
七、申诉与仲裁 .....	11
八、主要参考资料 .....	12

## 一、竞赛对象

在我市从事互联网营销或电商相关行业的全市从业人员（含职业院校、民办职业培训机构教师和学生），且符合广元市第十届职业技能大赛报名条件的从业者，均可报名参加比赛。

## 二、竞赛标准

本次竞赛以互联网营销师《国家职业技能标准（2021年版）》四级有关知识和技能要求为依据，结合数字经济领域发展实际需求，适当增加产业新知识、新技术、新技能等内容。

## 三、竞赛内容

### 3.1 项目概况

互联网营销师赛项对接产业前沿技术，对接互联网营销师国家职业技能标准。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，推动互联网营销从业人员整体水平的提升，激发利用互联网营销技术技能进行创业的热情。

### 3.2 竞赛模块

互联网营销师赛项分为两个模块进行。分别为直播营销和数字营销推广两个模块。竞赛时长共 7 小时，直播营销 4 小时，数字营销推广 3 小时。

### 3.3 命题要素和内容

每个选手应具备基本的互联网营销师职业素养、从业知识和技能，具备专业能力，可以在数字化信息平台上，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。

### 3.4 考核模块

竞赛包含直播营销与数字营销推广两个模块。

模块名称	竞赛时间	竞赛分值
直播营销	240 分钟	70 分

数字营销推广	180 分钟	30 分
--------	--------	------

#### 四、竞赛场地与设施设备要求

##### 4.1 赛场规格要求

赛场设置满足竞赛要求的足量工位，每个工位面积不低于 2.0 m<sup>2</sup>，工位间隔不低于 70 厘米；设置评分裁判工位。每个工位包含 1 套桌椅、1 台电脑、1 套鼠标键盘、1 个补光灯以及 1 套直播商品等必备设备。工位设置挡板以及直播背景板，在直播前需自行调整背景板至合适直播的位置。赛场内设置竞赛区、技术服务区、评分室等，其中评分室满足裁判同时评分。

备注：以赛场实际布局为准

##### 4.2 基础设施清单

场地基本设备工具清单表

序号	主体设备名称	型号
1	竞赛服务器	英特尔至强 E5 系列 E5-2683 v4 16 核以上 CPU；32GB 以上内存；硬盘：500G 以上、转速：10000 RPM 或固态 P4510； 预装 Windows Server 2008 R2 操作系统及 IIS 7.5； 千兆网卡。
2	核心交换机	千兆 24 口交换机
3	交换机	千兆 48 口交换机
4	交换机	千兆 24 口交换机
5	路由器	TP-LINKAC1900 双频千兆无线路由器
6	主控计算机	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、谷歌浏览器；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 办公软件。
7	参赛选手计算	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、谷歌浏览器；预装录屏软件；

	机	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 办公软件。
8	裁判等工作人员计算机	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、谷歌浏览器；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 办公软件。
9	直播补光灯	可自由拉伸，最长 1.7m，USB 充电，包含白光、暖光、暖白光三色温，可自由调节亮度；可立在地上或者摆在桌上。
10	裁判耳机	直插型、头戴式或挂耳式有线耳机，线长不低于 1.5m。
11	直播商品模型	实物；仿真模型，尺寸、颜色与实际产品相同，实心泡沫材质，同品类模型尺寸、颜色保证一致。

选手自带工具、材料清单表

序号	名称	技术规格
1	直播耳机	直插型、入耳式有线耳机，线长不低于 1.5m。
2	直播手机	安卓 (Android)，满足前摄主摄均达 500 万像素或以上，3GB+32GB 或以上。

本赛项禁止携带手机(直播手机除外)、U 盘等通讯及具有存储功能的设备进入赛场，赛场配发的各类工具、材料，选手一律不得带出赛场。

### 4.3 选拔赛场地要求

4.3.1 竞赛场地设在体育馆内或电脑机房，场地内设置满足若干选手的竞赛环境，分成若干个赛场。

4.3.2 一个参赛选手一个机位，每个机位两台电脑，其中一台电脑备用，一张桌子，每人一把椅子，一套补光灯三脚架。

4.3.3 竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围。

4.3.4 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，无线网络采用 AC+AP 的方式组建，实现无线信号赛场全覆盖。

4.3.5 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。

## 五、竞赛方式与注意事项

### 5.1 命题流程与方式

竞赛试题的命题由赛项专家组长负责，正式比赛前由裁判长随机抽取赛题为竞赛题目。

竞赛试题涵盖直播营销、数字营销推广两部分内容，素材在全部选手比赛完成、离开赛场后可公开。

### 5.2 裁判组和选手

裁判组设裁判长 1 名，加密裁判、评分裁判和现场裁判若干名。裁判长负责竞赛现场所有执裁事宜，加密裁判分别负责竞赛两次加密，评分裁判负责需要评分项目，现场裁判负责现场执裁。

由裁判长宣布比赛开始，各参赛队开始竞赛。

### 5.3 竞赛项目和内容

#### 5.3.1 直播营销

根据背景资料完成市场信息分析、直播规划、脚本策划、创建直播、直播装修、直播推广、直播复盘等任务，并根据背景资料完成直播售卖，包括直播开场、商品讲解、直播间互动、直播收尾等任务。

#### 5.3.2 数字营销推广

参赛选手利用虚拟资金，以数字营销推广岗位人员角色，在给定的推广资金范围内，模拟通过媒体平台进行图文预告、品牌图文故事等图文推广和商品介绍、品牌介绍等视频推广。选手需要结合推广资金及投放对象，根据给定的背景资料，分析图文和视频内容，确定目标受众群体，通过人群标签圈定目标受众，以付费推广方式获得

图文、视频在不同广告位置的强势展现机会，增加展现量和点击量，将信息传递给目标受众，促进商业价值变现。

## **5.4 竞赛注意事项**

### **5.4.1 赛前**

#### **1. 赛场设备确认**

根据实际需要，裁判长于赛前 2~3 天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 1 天进行集中培训、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. 赛前说明会**

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说明会，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，抽取并公布竞赛产品。

#### **4. 参观赛场**

说明会结束后，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，由场地经理检查赛场，确保赛场无异常后封闭赛场；赛前 2 小时由场地经理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 1 小时，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。

### **5.4.2 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，直播过程中不得干扰其他参赛选手，严禁扰乱秩序。

3. 评分：由评分裁判对直播营销模块的主观评分内容进行人工评分；由竞赛系统对直播营销模块的客观评分内容与数字营销推广模块进行自动评分。当出现多名选手总成绩并列时，优先以各选手数字营销推广模块成绩的高低进行排名。

4. 汇总与公示：由裁判长汇总成绩，确认无误后公示。

### 5.4.3 违规情形

1. 参赛选手必须穿着大赛统一提供的参赛服装参加比赛，选手不得穿戴、携带有显示个人信息的衣物等，策划内容、短视频或直播视频内透露参赛选手个人信息，直播营销模块判 0 分；

2. 直播时出现侮辱、暴力、低俗、荒诞等不良行为，直播营销模块判 0 分；

3. 竞赛时间終了，选手应全体起立，结束操作。

## 六、竞赛成绩评定

### 6.1 评分流程

直播营销模块由系统客观评分和评分裁判对每个参赛作品进行评分。数字营销推广模块由系统客观评分。

### 6.2 评分方法

直播营销模块总成绩 70 分（其中理论测试分数占比 50%），数字营销推广模块总成绩 30 分。

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	直播营销	240	50%	50%	70
B	数字营销推广	180		100%	30

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

评价分（Judgement）打分方式：3 名裁判为一组，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，裁判相互间评分等级不能超过 1，否则需要给出确切理由并在裁判长的监督下进行调分。取平均分作为最终得分。

测量分（Measurement）打分方式：系统和裁判评分。测量分由系统根据评分细则自动打分，测量分最终成绩由竞赛平台导出后由裁判组签字确认；评价分由裁判组根据评分细则在竞赛系统进行打分，评价分最终成绩由裁判长与评分裁判签字确认。两份成绩由裁判长交给录分员，录分员录入评分系统，导出后由裁判长、评分裁判和录分员签字并公布。

### 6.3 成绩并列

当出现多名选手总成绩并列时，优先以各选手数字营销推广模块成绩的高低进行排名。如若依然存在成绩相同，则依次按照直播营销模块成绩进行排名。

备注：本赛项出现所有模块成绩都相同的情况极小。

### 6.4 评分细则

#### 6.4.1 直播营销

### 电脑端评分

项目	评分项	评分细则	评分方式	分值
市场信息分析	商品数据分析及选品	所选的商品达到 5 款，包含直播的 2 款商品且符合背景要求。	测量分	2.5
	商品角色定位	5 款商品的角色定位符合要求，且包含引流款、利润款、形象款，商品定位数量比例合理。	测量分	
	商品采购及定价	商品采购数量规划合理，不超出给定的运营资金； 日常售价不得高于市场价格。	测量分	
	促销利益点设计	直播价格不得高于网店日常售价且符合商品定位；	测量分	
直播规划	主题策划	主题类型及直播主题设计需符合背景要求；	评价分	1
	互动策划	直播开场、商品促销及直播收尾至少包含一个互动； 互动玩法形式至少包含 3 种，总计互动用时不得超过 8 分钟； 玩法内容描述完整，规则清晰。	评价分	1.5
脚本策划	整场直播脚本策划	整场直播脚本必须包含直播开场、商品介绍、直播收尾、直播互动环节； 合理规划直播互动顺序，实现直播间流量利用的最大化。 整场脚本策划内容需符合背景资料。	评价分	7.5
	单品直播脚	每款商品单品脚本按模板要求撰写，包括还原	评价分	

	本策划	场景介绍、抬高需求、展示卖点、灌输理念、卖促进成交等内容；单品脚本策划内容需符合背景资料。		6
直播装修	欢迎语设置	至少设置 10 条欢迎语，且包含优惠活动、观众昵称、直播商品等。	测量分	2
	屏蔽词设置	30 个屏蔽词分类正确。	测量分	2
	快捷短语设置	快捷短语设置符合各层级粉丝的需求。	测量分	1
直播总体效果	根据选手设置的付费推广和免费推广项目以及制定的互动方案，系统会在用户直播结束计算出用户的观看总人数、新增粉丝数、商品点击数量、商品转化数量、成交数量及总销售额和总利润，并根据权重公式计算出本次直播的综合效果，所有选手根据排名，得分递减。		测量分	12
直播复盘	直播复盘	根据直播数据大盘，完成直播间流量数据、销售数据、粉丝数据等内容的统计分析，结果正确。	测量分	4.5

### 直播售卖 APP 端评分

内容	评分细则		评分方式	分值
直播策划	商品主图	商品主图 1 设置正确，且每款商品主图数量达到 5 张	测量分	2
	商品详情图	商品包含正确的商品属性图、商品特点图、商品整体图、商品特写图、配送说明图、售后说明图	测量分	3
	直播间商品链接	讲解的商品正确关联商品链接	测量分	2

	直播时长	直播时长达到 10 分钟	测量分	2
	商品标题	商品标题关键词符合背景资料介绍内容	评价分	2
直播实 施	直播开场	直播开场包含以下四项内容：问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动	评价分	4
	商品介绍	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种	评价分	5
		正确介绍商品基本属性	评价分	2
		有商品特色、卖点的介绍	评价分	4
		有商品日常价格、直播促销价的说明，并使用倒计时营造抢购氛围	评价分	4
		能够将 FAB 法则（属性、作用、益处）融入到商品介绍中。	评价分	4
		有商品的特写展示	评价分	2
	信息卡设置	选择合适的信息卡模板，设计相关信息，内容需符合直播活动背景；信息卡至少设置 2 个。	评价分	3
	直播互动	弹幕问题出现的 20 秒内完成回答且回答内容符合背景资料	评价分	6
	直播结尾	结尾收场时要包含以下两项内容：引导关注、感谢语	评价分	2
	直播视频	直播画面始终围绕主播或竞赛商品，画面清晰明亮；直播过程中没有 10 秒以上的卡顿、冷场	评价分	3
直播效果整体评价	优秀：能对背景资料进行加工，内容讲解逻辑清晰，节奏把控到位，内容有吸引力，直播讲解充满激情	评价分	10	

		<p>良好：直播内容讲解有条理，直播流程完整，内容充实，直播语气抑扬顿挫</p> <p>一般：直播内容讲解基本清晰，直播流程及内容相对完整，但语调平淡无激情</p> <p>较差：直播讲解频繁看稿，节奏混乱，内容无吸引力</p>		
--	--	---	--	--

#### 6.4.2 数字营销

竞赛内容	评分标准	评分方法	分值
数字营销推广	<p>全程录屏。通过展现量、点击量和点击率反馈选手的数字营销推广的效果。展现量满分 5 分、点击量满分 15 分、点击率满分 10 分，每项效果最好的选手获得该项成绩的满分，其余选手以与该项第一名的比值作为权重进行加权计算，总分为三项成绩之和。</p> <p>具体计算为：</p> <p>展现量的第一名的团队展现量得分 5 分，点击量的第一名团队点击得分 15 分，点击率的第一名团队点击率得分 10 分，其余名次参赛团队的展现量成绩=5 分*本选手展现量/展现量第一名团队的展现量，点击量成绩=15 分*本选手点击量/点击量第一名团队的点击量，点击率成绩=10 分*本选手点击率/点击率第一名团队的点击率。各选手最终成绩=展现量成绩+点击量成绩+点击率成绩。同时，裁判将审核录屏，一旦发现参赛团队有违规操作行为，则该项目记为 0 分。</p>	测量评分	30

### 七、申诉与仲裁

(一) 参赛选手对有失公正的检查、评判，以及工作人员的违规行为等，均可有序地提出申诉。

(二) 选手重大申诉均须在赛后 1 个小时内以书面形式向竞赛评判委员会提出。竞赛评判委员会要认真负责地受理选手申诉，并在 30 分钟内将处理意见通知当事人。

(三) 裁判现场裁决时，参赛选手不得因申诉或对处理意见不服而停止竞赛，否则按弃权处理，如还有不服，赛后 30 分钟内书面向裁判组申诉。裁判组 30 分钟内作出答复，对裁判组意见不服的，自接到裁判组意见 30 分钟内书面向竞赛评判委员会申诉，竞赛评判委员会 30 分钟内做出裁决。

(四) 竞赛评判委员会的裁决为最终裁决。

## 八、主要参考资料

参考资料包含但不限于以下文献：

1. 《4-01-02-07 网络营销师》国家职业技能标准四级（中级工）的知识和技能要求。
2. 《四川技能大赛—首届新职业技能大赛网络营销师赛项》项目技术工作文件。
3. 《四川技能大赛—川藏经济协作试验区职业技能邀请赛网络营销师赛项》项目技术工作文件。
4. 《四川技能大赛—第六届“四川工匠杯”职业技能大赛网络营销赛项》项目技术工作文件。
5. 《四川技能大赛—四川省第八届农民工技能大赛网络营销赛项》项目技术工作文件。