

2024 年湖南省电子商务师（跨境电子商务师）
职业技能大赛

技术工作文件

2024 年 11 月

目录

2024年湖南省电子商务师（跨境电子商务师）职业技能大赛	1
一、技术描述	3
（一）赛项概要	3
（二）竞赛标准	3
二、试题与评判标准	3
（一）竞赛样题	3
（二）比赛时间及试题具体内容	16
1. 比赛时间安排	16
2. 试题具体内容	16
（三）评判标准	18
1. 评分细则	18
三、竞赛细则	20
（一）竞赛流程安排	20
（二）工作要求	20
1. 赛场设备确认	20
2. 赛前说明会	20
3. 参观赛场	20
4. 检录	20
5. 抽签	20
6. 入场	21
7. 纪律要求	21
8. 违规情形	21
（三）裁判组分工	21
四、竞赛场地、设施设备安排	21
（一）赛场规格要求	21
（二）基础设施清单	22
1. 赛场提供设备设施	22
2. 禁止携带物品	22
五、安全、健康要求	22

一、技术描述

（一）赛项概要

电子商务师（跨境电子商务师）项目是指在互联网及现代信息技术平台上，选手作为卖家完成视觉营销设计，做好客户服务和跨境电商基础运营，并利用网络推广等手段提高店铺运营效果的竞赛项目。该赛项内容对接数字经济下人才培养的新技术、新要求、新规范，致力于培养适应产业数字化转型升级和企业技术创新需求的高素质技术技能人才。

职业名称	电子商务师
职业编码	4-01-06-01
所在分类	4 社会生产服务和生活服务人员》4-01 批发与零售服务人员》4-01-06 电子商务服务人员》4-01-06-01 电子商务师

（二）竞赛标准

按照《电子商务师国家职业技能标准（2022版）》三级（高级工）的知识和技能要求为基准，参照电子商务和跨境电子商务从业人员典型工作任务，结合主流电商平台的视觉设计操作规范、网店推广竞价与排名机制、网上交易管理流程、网络客户服务原则、电子商务数据分析与应用方法、跨境电商基础运营、跨境电商推广要求等设计和执行本赛项。

二、试题与评判标准

（一）竞赛样题

电子商务师项目样题

竞赛试题涵盖视觉营销设计、网上交易管理、网络客户服务、电

子商务数据分析与应用、网络推广五部分内容。由专家组长（裁判长）组织专家组编制本赛项竞赛试题。实操考核详细样题如下：

1. 视觉营销设计

（1）背景资料

①PC 端商品详情页视觉营销设计

艾依旗舰店是一家女装店铺，针对目标用户设计了不同系列的商品，满足不同风格的女性的穿着需求。在女神节来临之际，艾依旗舰店运营部决定挑选一款平时销量好、好评率高的爆款雪纺裙作为此次女神节的活动商品，活动主题为“华丽衣裙，装点美丽”。为了更好地营造活动氛围，给店铺的新老消费者全新的视觉体验，运营主管安排小萌重新设计一个详情描述页面，提高商品转化率，提升店铺人气。

具体筹备细节如下：

近期受到恶劣天气影响，快递时效受限，店铺可正常下单，但是发货及物流运输时间都会有所延迟，对此，小萌打算在详情描述页面最显眼的位置告知消费者上述信息；目前店铺的主营商品是服装，该类商品大多需要模特进行试穿展示；通过对客服反馈的接待信息进行分析，店铺目标人群对穿搭比较有研究，在购买服装的时候，通常会同时下单多件商品进行组合搭配，详情描述页面中也需要对该款雪纺裙的搭配推荐作出展示；同时近期有一部分消费者出现买错颜色的问题，为了提高消费者的购买体验，减少这类问题的发生，需要对商品的颜色、版型等相关信息作出详细的说明。

基于以上细节，小萌需要从商品属性类、商品展示类、温馨提示

类、实力展示类、关联销售类等内容中选出四类对雪纺裙的 PC 端详情描述页面进行视觉营销设计。

店铺及雪纺裙商品相关信息如下表所示：

雪纺裙				
搭配推荐				
雪纺裙标题	法式碎花雪纺裙温柔风新款方领气质长裙女			
雪纺裙 基本信息	价格	299元	颜色	橘色、蓝色
	面料	雪纺	尺码	S/M/L
	领型	方领	风格	通勤
	版型	A型	袖长	短袖
	裙长	中长裙	图案	碎花

②PC 端活动页视觉营销设计

根据店铺运营策略，运营部决定在女神节活动当天（开始时间为 10 月 8 日 0 点）策划一场“免单”活动，店铺现有一款运动套装售价 399 元，前 20 名下单购买的消费者立享免单资格。“免单”活动的规则确定之后，运营主管安排小萌根据活动内容设计一个活动页面。

③移动端店铺首页视觉营销设计

在女神节到来之际，艾依旗舰店开始紧锣密鼓地筹备商品并进行营销活动策划。为了提前给女神节活动造势，吸引更多的消费者，运营主管安排小萌对店铺的首页重新进行装修设计。选定活动商品后，小萌决定以此次女神节的活动主题“华丽衣裙，装点美丽”为基础，根据店铺定位、目标消费者特征以及营销目标确定店铺首页装修风格，并设计首页的布局，从而更好地传递品牌形象、展示商品并引导分流。

具体筹备细节如下：

此次女神节活动的目标消费群体为时尚女性，相较于商品本身，她们更关注品牌，小萌需要思考店招包含的内容，通过对店铺后台的访问数据进行分析，小萌发现店铺的大多数目标消费者偏好于通过穿着场景分类浏览本店铺的衣服，她需要根据店铺的主营商品，从主流的女装分类中挑选出适合本店铺类别；首页第一屏除了展示店招和导航栏之外，还需要通过轮播图对店铺重要信息和主推商品进行展示，小萌决定在轮播图的位置添加 2 张图片。

本次活动的主推商品是全店铺连续 6 个月销量领先的爆款商品——百褶裙；另有两款运动套装、长袖睡衣由于刚刚上市暂时没有销售数据，暂不参加此次女装节促销活动，作为店铺的次推新品进行展示。

基于以上细节，小萌需要从“店铺招牌+导航栏”、“轮播图”、“热销爆款”、“折扣专区”、“新品上新”等内容中选出四类对移动端店铺首页进行视觉营销设计。

店铺相关信息如下表所示：

主营商品	
女装主流 场景分类	运动、居家、日常、大码女装、宴会、职场
店铺公告	受到暴雨天气影响，山东、江苏、河北地区暂不发货，具体发货时间另行通知，给您带来的不便敬请谅解。
品牌理念	艾依是一家快时尚女装品牌，自成立以来不断探索女性的穿着时装。希望通过青春时尚、鬼马别致的产品，带给女性自由的穿搭体验，穿出属于成年人的天真、精致与魅力。

(2) 具体考核要求

①PC 端商品详情页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成 PC 端商品详情页的视觉营销设计。

②PC 端活动页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成 PC 端活动页的视觉营销设计。

③移动端店铺首页视觉营销设计

要求：能够根据背景资料，构思并完成移动端店铺首页的视觉营销设计。

2. 网上交易管理

（1）背景资料

艾依服饰旗舰店经过一段时间的经营，积累了大量的客户，为提升客户的购物体验，运营主管决定对已经购买过店铺商品的客户进行客户画像分析，通过总结和提炼客户信息，实现精准销售。

近段时间店铺上新了一款卫衣，经过一个月的销售，有了一定的成交量，运营主管想对客户评价尤其是差评（3星及以下）进行分析，来发现该商品的问题，以便进行优化调整。

2021年5月4日，运营主管对部分商品进行销售情况调查，现需根据日销售表进行销售统计，形成销售报表。因为服装销售有着流行趋势变化快、销售时段相对较短的特点，所以在服装销售的过程中，只有掌握了服装销售和市场顾客需求情况的变化规律，才能根据消费者对销售方案的反应，迅速调整商品组合及库存，调整商品价格、改变促销策略、抓住商机、提高商品周转速度、减少商品积压。

2021年4月16日，艾依服饰旗舰店因部分连衣裙销售状况良好，现需采购一批连衣裙，根据店铺采购管理规定，采用定期订货法进行采购，订货提前期为3天，订货间隔周期为30天，采购价格需为销售定价的45%。（注：店铺目前无在途货运量和进行中销售订单）

（2）具体考核要求

①客户画像分析

要求：能够对客户的性别、年龄、兴趣爱好、来源分布、流量占比进行分类管理。

②交易评价分析

要求：能够根据交易评价信息，对好评、差评分类管理，分析差评原因。

③销售报表制作

要求：能根据销售信息，对销售数据按要求分类统计，以便管理。

④采购计划制定

要求：能够根据销售数据表和库存数据表，制定采购计划。

3. 网络客户服务

(1) 背景资料

艾依服饰旗舰店的运营主管想要进行社群运营，从而增强店铺与客户之间的黏性，运营主管安排小莹来完成这项工作。小莹根据店铺的情况，完成了社群创建。

社群创建完成后，小莹想要针对不同用户进行分层运营。小莹需要对店铺用户进行数据分析，将不同的粉丝拉入不同的社群，以便营销活动的开展。

小莹的社群已经运营了一段时间，因为前期推广进行得不错，社群成员数量已经达到目标人数，小莹下一步需要思考的问题是如何提高用户的忠诚度。小莹决定面向所有用户做积分签到活动，用户得到的积分可以去积分商城兑换奖品。

通过后台数据分析，小莹发现店铺的客户流失严重，于是决定通过社群推广活动来调动粉丝的活跃性，同时也增加社群人员数量，让更多的人参与进来，小莹以抽奖为主题策划了一场活动。

(2) 具体考核要求

①社群建立

要求：按照背景描述，建立社群，完成社群头像、社群名称、社群介绍、成员上限、入群条件等信息的设置。

②社群邀新

要求：按照背景描述，将符合社群要求的客户邀请进入社群。

③社群运营

要求：按照背景描述，完成活动名称、活动时间、活动对象、每天签到固定奖励、连续签到额外奖励、活动说明以及分享等信息的设置。

④客户活动运营

要求：按照背景描述，完成活动信息、奖品信息、展示信息、分享信息等内容的设置。

4. 电子商务数据分析与应用

(1) 背景资料

鹏飞电子商务公司是一家集生产、销售、服务于一体的电子商务零售企业，2010年正式入驻多个电子商务平台，主营电子商品、家居用品、服装鞋帽、礼品饰品等多个品类。前期各大电子商务平台流量大、竞争小，凭借良好的品质以及优质的服务，公司不断扩大市场份额，在激烈的市场竞争中占据了一席之地。

近几年，随着商品同质化严重，流量越来越贵，获客成本越来越高，公司面临主力商品销售额下降、仓储中心库存积压、市场推广效果持续不佳等困境。为此，公司决定打破大量铺货的经营模式，针对

不同的目标市场进行精细化运营，寻求运营蓝海，并成立了商务数据分析部门，通过采集并分析目前比较热门的小众市场商品、客户、供应商、竞争对手、营销推广等方面的数据，进行商品同类竞争态势、替代品竞争、客户群体、供应链风险、营销推广效果等分析与可视化呈现，实现精准化营销，走出经营困境。

商务分析部门需要对竞争对手数据进行分析，运用BI工具，从商品、时间、城市、订单类型、消费人群等维度建立多维分析指标体系，对竞争对手的销量、销售额等数据进行多维图表展示分析。

为了控制营销推广成本，需对营销推广数据进行分析，制定精准化营销策略，根据进店关键词数据表，运用BI工具，从SEO点击量、SEO转化量、SEO转化率、SEM点击量、SEM转化量、SEM转化率、点击花费、平均点击单价、销售额、投入产出比等维度建立多维分析指标。

为了针对目标客户群体实现精准化运营，鹏飞电子商务公司需要对客户数据进行分析，明确客户特征，进而为电子产品、家居用品、服装鞋帽、礼品饰品等品类的营销策略优化提供数据支持。运用BI工具，从四类客户群体特征、销售数据、营销特征等维度建立整体和多期变动的多维分析指标体系，对销售额、物流方式、活动类型进行分析。

（2）具体考核要求

①竞争对手数据分析

要求：运用帕累托模型对竞争对手进行分层定位图表呈现，完成

竞争对手金字塔的构建，确定行业领袖、实力相当的企业、实力略弱的企业，明确当前目标市场真正的竞争对手。

②营销推广数据分析

要求：分析不同进店关键词对店铺销售实现效果的影响，为制定精准化销售策略提供参考依据。

③客户数据分析

要求：从各客户群体销售贡献度对比、各特征客户群体表现对比等角度建立分析指标，完成客户数据多维分析图表呈现，探索不同客户的销售额贡献程度、营销活动敏感程度，实现精准化运营，促进业绩增长。

5. 网络推广

(1) 背景资料

请以卖家角色，在给定的推广资金内，为一家经营网店进行推广活动。需根据系统给定的资源，分析店铺内的商品、买家搜索需求与搜索习惯、买家特征，根据分析结果与掌握的专业知识制定直通车推广策略、引力魔方营销策略、标题优化策略，通过直通车推广获得竞价排名，获得更多的展现量、点击量、成交量，在推广过程中能够采用合理的推广策略提高关键词质量分，降低关键词点击花费。通过引力魔方营销定位精准人群，锁定优质资源位，为店铺带来精准流量，增加商品的展现量、点击量、成交量。直通车推广与引力魔方营销的目的是通过有限的花费获得合理的点击量与成交量。网店目前经营的商品有：

罗马仕充电宝：

2.1A 快速充电，热销 750 万件急速发货。采用智能充电技术，快速充电、手机/平板蓄电不伤机，终端充电更省时，强化充电速度。智能检测手机/平板内部充电管理芯片，自动调节输出电量，兼容苹果、三星、小米、华为、HTC、魅族、oppo 等手机及平板电脑。双 USB 连接端口，智能识别输出，可以自动检测双输出口电流大小，满足各充电终端需求。

百驼连衣裙：

高档桑蚕丝 亲肤亮色不缩水不掉色。一到夏天，连衣裙就很流行，真丝面料，柔软舒适，还象征着品牌与格调，展现或优雅或浪漫的气质。简约圆领设计，时尚大气修饰脸型，凸显颈部性感迷人的锁骨；常规的短袖设计，流畅的线条尽情展现女性的优雅别致，飘逸的裙摆设计，优雅大气，裙摆做工精准，车工走线，展现品质；简约印花设计，舒适与时髦同行，zara 等一线品牌设计理念，夏季时尚女装之选。

（2）具体考核要求

①根据搜索引擎的排名规则，完成 SEO 优化，提高商品自然搜索排名。

②根据搜索引擎推广的竞价机制，完成 SEM 推广，获取精准流量，提高商品的点击量和成交量。

③根据推荐引擎推广的推荐机制，完成信息流推广，增加商品有效曝光，提高商品的点击量和成交量。

跨境电子商务师项目样题

1. 跨境电子商务平台运营

南京心语服饰有限公司，创建于 2008 年 10 月。是一家集服装设计、生产、销售、服务为一体的品牌运作化公司。自建立以来，心语（XINYU）品牌秉持“人人都能享受时尚之美”的理念，坚持在设计上给予服装足够的搭配空间，以满足现代都市女性注重独立个性、追求生活品质、关注新鲜时尚事物、以简单的方式表达时尚的特点。随着国内市场占有份额的饱和，接下来准备通过跨境电商的方式开拓国际业务。

根据店铺及经营商品资料，结合运营目标，完成跨境店铺开设、商品管理、店铺营销推广、日常订单管理、网店会话设置、网店客户服务等跨境电商运营工作。

2. 跨境电子商务推广

参赛选手模拟为正在运营的店铺做直通车推广、钻展广告推广和标题优化，店铺中商品的类目、价格、运费、属性等已经在前期的运营活动中设置合理，并获得了一定的交易数据，要求选手在系统给定的推广资金范围内为店铺进行一个周期的推广活动。参赛选手需分析给定的商品数据和关键词数据，根据分析结果进行直通车推广和钻展广告推广，在推广资金预算的范围内获取尽可能多的曝光量、点击量和成交量，并提高点击率、转化率；进行标题优化，尽可能地提高标题优化得分。

1. 资源分析

系统内置资源数据，辅助网店推广策略的制定、实施与优化。主要是商品数据、关键词数据。

2. 直通车推广

直通车推广包含建立重点推广计划和快捷推广计划。重点推广计划适用于重点商品的推广管理；快捷推广适用于普通商品的批量推广，使推广更加方便快捷。参赛选手首先要为商品分配推广方式，即判定商品适合重点推广计划还是快捷推广计划，并为推广计划设置计划消耗上限，按照不同推广计划类型，执行推广计划。

3. 钻展广告推广

钻展广告推广是基于合约推广 CPM 付费方式下，选择合适的推广商品，根据时间流量数据，选择最佳的投放时间；根据不同地域流量数据和地域类目偏好数据设置投放地域；根据商品特性完成投放创意的制作与设置；根据钻展推广目标和推广预算，完成预估展现量的设置，进而提高推广商品的点击量和成交量。

4. 标题优化

结束直通车推广后，店铺中商品获得了一定的曝光量、点击量、成交量，为了商品自然排名，参赛选手要针对具体的商品进行标题优化。标题优化需要借助关键词数据和商品详细信息，并结合标题撰写原则进行标题关键词的添加、删除、组合，优化后可以通过搜索关键词的方式查看商品的实时排名，并根据排名反馈继续优化标题，直到获得能够满足推广目标的商品排名。

（二）比赛时间及试题具体内容

1. 比赛时间安排

电子商务师项目决赛时间安排：电子商务师决赛总时长 4 小时， 视觉营销设计模块、电子商务数据分析与应用模块、 网上交易管理、网络客户服务、网络推广5个模块，参赛选手需在规定时间内完成竞赛内容。

跨境电子商务师项目决赛时间安排：跨境电子商务师决赛总时长 4 小时，跨境电子商务平台运营模块和跨境电子商务推广模块，参赛选手需在规定时间内完成竞赛内容。

2. 试题具体内容

电子商务师项目试题具体内容：

（1）视觉营销设计

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、商品详情页、商品活动页的布局设计等。

（2）网上交易管理

在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的背景资料与 数据，完成销售管理部分的“客户画像分析、交易评价分析、销售报 表制作”的操作与处理，完成采购管理部分的“采购计划制定”的操 作与处理。

（3）网络客户服务

包括“社群建立、社群邀新、社群运营”等社群管理操作，以及“客户活动运营”等客户关系管理操作。

（4）电子商务数据分析与应用

围绕企业背景提供的 5 个会计年度的动态经营数据，通过商务数据采集、商务数据处理、商务数据分析、数据可视化进行竞争对手数据分析、营销推广数据分析、客户数据分析，进行企业经营效果评估，考察选手企业经营业务数据选取采集、处理与数据分析的能力。

(5) 网络推广

参赛选手以卖家角色，在给定的推广资金范围内为一家正在运营的店铺模拟进行一个周期的推广活动。选手需根据系统给定的资源分析店铺内的商品、买家搜索需求与搜索习惯、买家特征，根据分析结果与掌握的专业知识制定直通车推广策略、引力魔方营销策略、标题优化策略，通过直通车推广，获得商品竞价排名，增加商品展现量，提高点击量、点击率、转化量、转化率；通过引力魔方营销定位精准人群和资源位，进行创意的强势展现，增加点击量、点击率、转化量和转化率；通过标题优化提高标题相关性，以提高商品的展现量、点击量和点击率。

跨境电子商务师项目试题具体内容：

(1) 跨境电子商务平台运营

在竞赛平台允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的素材和资源，完成跨境电子商务平台的店铺开设运营，主要包含账号注册及设置、商品发布与管理、营销与推广、日常订单管理、网店客户服务等一系列操作。

(2) 跨境电子商务推广

各参赛选手通过竞赛系统，在系统给定的推广预算范围内，为一家正在运营的店铺做一个周期的模拟推广活动，包括直通车推广、钻

石广告推广和标题优化。采用合理的推广策略增加商品的曝光量、点击量、转化量，提高商品的点击率和转化率；通过标题优化提高商品自然排名来增加商品曝光量，提高标题优化得分。

（三）评判标准

1. 评分细则

电子商务师项目（100分）：

①网络推广模块（30分）

网络推广模块采用评分系统自动评分的方式，满分30分，评分细则说明如下：

网络推广结束后，系统自动给出每个参赛选手的实际点击量、转化量、标题优化的三部分数据，根据三部分的数据对所有参赛选手的推广结果分别进行排名。点击量第一名的参赛选手得分20分，转化量第一名的参赛选手得分30分，标题优化第一名的参赛选手得分50分，其余名次点击量成绩=20分×本参赛选手点击量/第一名点击量，转化量成绩=30分×本参赛选手转化量/第一名转化量，标题优化成绩=50分×本参赛选手标题优化/第一名标题优化。最后将各参赛选手网络推广的成绩按30分进行折算。

②视觉营销设计模块（30分）

序号	评分项	分值	评分方式
1	店铺首页排版与布局	12分	

2	商品详情页排版与布局	12分	评价分
3	活动页视觉营销设计	6分	

③网上交易管理模块（10分）

评分项	评分细则	分值
网上交易管理	评分内容包括：采购日期的计算、采购量的计算、采购价格计算、客户画像分析、评价处理等。	10分

④网络客户服务模块（10分）

评分项	评分细则	分值
网络客户服务	评分内容包括：社群建立要求分析、社群建立流程、客户活动分析和发布等。	10分

⑤电子商务数据分析与应用模块（20分）

评分项	评分细则	分值
电子商务数据分析与应用	评分内容包括：竞争对手数据分析、营销推广数据分析、客户数据分析等。	20分

跨境电子商务师项目（100分）：

竞赛环节	内容	评分细则	分值
跨境电子商务平台运营	跨境网店开设	根据店铺和员工资料，完成跨境网店账号注册及认证、子账号管理等。	5
	商品发布与管理	根据商品管理要求，完成模板设置、商品发布、商品标题优化及商品上下架的处理等。	15
	店铺营销与推广	根据营销推广目标，完成店铺营销营销推广等。	5
	日常订单管理	根据订单状态，完成订单的发货及退换货处理等。	5
	客户服务与沟通	根据客户服务与沟通规范，利用平台沟通工具，完成网店回话设置、客户问题处理、客户交易促成、客户关系维护等。	20

跨境电子商务推广	<p>系统自动计算各参赛选手（队）该环节的点击量、转化量、标题优化的三项数据，并根据三项数据分别进行排名。其中点击量第一名得分 20 分、成交量第一名得分30 分、标题优化第一名得分 50 分，其他名次的得分分别按照其获得的点击量、成交量、标题优化与该项数据排名第一名的点击量、成交量、标题优化的比例进行加权计算。</p> <p>各参赛选手（队）该环节最终成绩按照此模块在整个赛项的分值占比进行折算</p>	50
----------	---	----

三、竞赛细则

（一）竞赛流程安排

详见参赛指南

（二）工作要求

1. 赛场设备确认

根据实际需要，专家组长（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. 赛前说明会

报到完毕后，本赛项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。

3. 参观赛场

说明会结束后，参赛选手参观赛场。

4. 检录

由检录工作人员依照检录表进行点名核对，并检查确定无误后向专家组长（裁判长）递交检录单。

5. 抽签

竞赛当日进行抽签，抽签后参赛选手中途不得擅自离开赛场。由工作人员组织实施抽签工作，管理抽签结果。

6. 入场

每位选手按照赛位号到指定位置，等待比赛。

7. 纪律要求

竞赛过程中严禁交头接耳，不得干扰其他参赛选手，严禁扰乱秩序。

8. 违规情形

(1) 选手不得穿戴、携带有显示参赛单位和个人信息的衣物等。

(2) 在比赛操作过程中，出现任何透露个人信息的行为，该选手所做模块判定为 0 分。

(三) 裁判组分工

本赛项设立裁判组，由裁判长、现场裁判、抽签裁判和评分裁判组成。裁判长负责组织裁判员培训、安排裁判员分工等；现场裁判负责维持竞赛现场纪律、解决竞赛现场问题等工作；抽签裁判负责组织抽签；评分裁判负责评定选手成绩。

四、竞赛场地、设施设备等安排

(一) 赛场规格要求

1. 竞赛场地内设置满足所有参赛选手的竞赛环境。赛场内设置竞赛区、技术服务区、评分室、录分室等，其中评分室满足评分裁判同时评分。

2. 每个赛位包含 1 套桌椅、1 台电脑、1 套鼠标键盘等。

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. 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。

5. 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。

6. 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。

(二) 基础设施清单

1. 赛场提供设备设施

序号	名称	规格要求说明
1	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 及以上操作系统；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office 办公软件；离线版有道翻译。
2	裁判等工作人员计算机	配置要求：酷睿 I5 双核 3.0 以上 CPU；8G 以上内存；100G 以上硬盘；千兆网卡。预装Windows7 及以上操作系统；预装火狐浏览器；预装全拼、搜狗输入法等；预装 office 办公软件。
3	网络连接设备	提供网络布线、千兆交换机等
4	现场布置	环境布置、桌椅等
6	竞赛服务器	配置要求：英特尔至强 E5 系列十六核以上 CPU；16GB 以上内存；硬盘：500G 以上、转速：10000RPM 或固态 P4510；千兆网卡。

2. 禁止携带物品

本赛项禁止选手携带与竞赛无关的手机等通讯类设备和U 盘等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。

五、安全、健康要求

为确保事故为零，需提升所有参赛队伍的职业健康及安全意识。
即按照相关安全规定、设备、工器具安全操作规程，在整个竞赛过程
保持场地整洁、材料物件及工器具摆放整齐。