

第十二届海峡两岸暨港澳大学生职业技能（能力）大赛

本科组“国际市场营销”赛项规程¹

一、赛项名称

赛项名称：国际市场营销

赛项组别：大陆地区本科组、台港澳地区高校组

竞赛形式：团体线上（港澳台高校组） 团体线下（大陆本科组）

竞赛地点：福建工商学院

竞赛专业大类：工商管理大类

归属职业工种及编号：电子商务师（4-01-06-01）

归属职业技术标准：人社厅发〔2022〕33号

对应学科专业名称：电子商务、跨境电子商务、工商管理、国际商务、市场营销等

二、竞赛目的

本项目旨在服务国家“贸易强国战略”与“高水平对外开放”的部署，以技能竞赛为纽带，搭建海峡两岸暨港澳青年在国际市场营销领域的专业交流平台，促进海峡两岸暨港澳在国际市场营销教育与实践方面的经验互鉴与融合创新。竞赛核心目标如下：

1. 以赛促学，提升专业能力：对接国际市场营销的新技术、新业态、新模式，聚焦数字与AI营销的融合应用，让参赛选手掌握融汇海峡两岸暨港澳经验、特色与国际前沿的营销业务流程，

培养其国际市场开拓、数据分析、跨文化沟通及可持续发展的核心能力。

2. 以赛促教，深化教学改革：通过竞赛检验教学成果，引领国际市场营销相关专业的建设与“三教”改革，推动“岗课赛证”协同育人，强化数智化教学改革的示范效应，促进现代职业教育高质量发展。

3. 产教融合，赋能产业发展：推动与跨境电子商务行业龙头、产教融合型企业的深度合作，将产业真实需求融入人才培养环节，共同为经济社会发展和高水平开放格局输送高素质技术技能人才。

4. 相互借鉴，促进资源共享：共同营造海峡两岸暨港澳崇尚技能、交流互鉴的良好氛围，并强化赛后资源转化，将竞赛成果转化为课程、教材与实训项目，反哺教学，实现资源共享与持续发展。

三、竞赛内容

（一）竞赛依据

1. 教学标准

序号	标准单位	中文标准名称
1	教育部	电子商务类教学质量国家标准
2	教育部	工商管理类教学质量国家标准

2. 国际惯例

序号	国际惯例名称
1	联合国国际贸易法委员会《联合国国际货物销售合同公约》(the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods)
2	国际商会《2020 国际贸易术语解释通则》(Incoterms International Rules for the Interpretation of Trade Terms)

3	国际商会《跟单信用证统一惯例(UCP600)》(Uniform Customs and Practice for Documentary Credits)
4	国际商会《托收统一规则 (URC522)》(Uniform Rules for Collections)
5	世界海关组织《商品名称及编码协调制度》(The Harmonized Commodity Description and Coding System)

3. 国家及行业标准

序号	标准号	标准名称
1	GB/T 41126-2021	跨境电子商务出口经营主体信息描述规范 (Cross-border E-commerce Specification for Information Description of Export Business Entities)
2	GB/T 41128-2021	跨境电子商务出口商品信息描述规范 (Cross-border E-commerce Specification for Information Description of Export Commodities)
3	GB/T 40105-2021	跨境电子商务交易要求 (Cross-border E-commerce Transaction Requirements)
4	GB/T 40290-2021	跨境电子商务进口商品信息发布规范 (Cross-border E-commerce Specification for Information Release of Imported Goods)
5	GB/T 40292-2021	跨境电子商务电子运单规范 (Cross-border E-commerce Electronic Waybill Specifications)
6	GB/T 39676-2020	跨境电子商务物流信息申报和支付信息申报电子单证 (Cross-border E-commerce Electronic Documents for Logistics Information Declaration and Payment Information Declaration)
7	GB/T 37146-2018	跨境电子商务电子舱单基础信息描述 (Cross-border E-commerce Basic Information Description of Electronic Manifest)
8	GB/T 37147-2018	跨境电子商务电子订单基础信息描述 (Cross-border E-commerce Basic Information Description of
9	GB/T 37148-2018	跨境电子商务电子报关单基础信息描述 (Cross-border E-commerce Basic Information Description of Electronic Customs Declaration)
10	GB/T 30055-2013	国际货运代理报关服务质量要求 (Quality Requirements for Customs Declaration Service of International Freight Forwarders)
11	GB/T 39456-2020	国际贸易业务流程规范订单处理 (International Trade Business Process Specification Order Processing)

12	GB/T 39455-2020	国际贸易业务流程规范货运代理 (International Trade Business Process Specification Freight Forwarding)
13	HS/T 32-2010	报关服务作业规范 (Operation Specification for Customs Declaration Service)
14	HS/T 38-2013	报关服务质量要求 (Quality Requirements for Customs Declaration Service)

4. 国家法规

序号	法规名称
1	《中华人民共和国进出口关税条例》 (Regulations of the People's Republic of China on Import and Export Tariffs)
2	《中华人民共和国进出口货物原产地条例》 (Regulations of the People's Republic of China on the Origin of Imported and Exported Goods)
3	《中华人民共和国海关进出口货物查验管理办法》 (Administrative Measures for the Inspection of Imported and Exported Goods by the Customs of the People's Republic of China)
4	《中华人民共和国海关进出口货物报关单填制规范》 (Specification for Filling in Import and Export Goods Declaration Form of the Customs of the People's Republic of China)
5	《关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告》 (Announcement on the Supervision of Cross-border E-commerce Retail Import and Export Commodities)

5. 港澳台职业标准

台湾地区经济主管部门 iPAS 电子商务规划师

台湾地区经济主管部门 iPAS 数字营销分析师

(二) 竞赛内容和时长

竞赛模块	竞赛内容	比重	时长
------	------	----	----

国际数字营销推广	本模块旨在考察参赛者在数字营销技术广泛应用环境下，运用站内外两种营销推广渠道，面向海外市场开展营销推广的能力。竞赛内容分为国际市场营销方案策划、跨境电商站内推广和国际搜索引擎营销三部分，全面考察参赛者在不同数字营销平台上的营销推广技能与战略思维。国际市场营销方案策划包括推广策略制定等内容；跨境电商站内推广包括站内商品优化、商品推广和品牌推广、站内推广效果分析与优化等内容；国际搜索引擎营销包括搜索引擎营销渠道选择、搜索引擎优化、搜索引擎广告营销、搜索引擎展示广告营销、搜索引擎推广效果分析与优化等内容。	60%	2 小时
营销智能体开发与应用	本模块旨在考察参赛者根据国际市场营销自动化、精准化业务需求，利用零代码智能体开发平台，完成不同类型智能体的搭建，解决企业在全局化营销中面临的“多维度复杂性”与“营销效率瓶颈”问题。竞赛内容包括市场研究与洞察类智能体开发、内容营销类智能体开发、搜索引擎推广类智能体开发。	40%	2 小时

（三）竞赛日程安排

日期	时间	事项	地点与参加人员
11 月 7 日	14:00~16:30	给参赛学生开放平台及匹配账号	线上
11 月 15 日	10: 00	平台操作及规则培训会	线上、参赛学生
11 月 23 日	9: 00-15: 30	师资培训	福州工商学院、相关教师
11 月 29 日	10: 00	平台操作及问题解答	线上、参赛学生
报到日 12 月 6 日	14:00~14:30	参赛队报到	福州工商学院、参赛院校
	15:00~15:30	领队会议	福州工商学院、参赛院校
	15:30~16:00	熟悉赛场	福州工商学院、参赛院校
竞赛日	08:00~08:30	检录、一次加密抽签	福州工商学院、参赛院校

12月7日	08:30~09:00	二次加密抽签	福州工商学院、参赛院校
	09:00~11:00	国际数字营销推广 (本科组、台湾暨港澳地区高校组)	福州工商学院、参赛院校
	11:00~12:00	午餐	福州工商学院、参赛院校
	12:00~14:00	营销智能体开发与应用 (本科组、台湾暨港澳地区高校组)	福州工商学院、参赛院校

(四) 竞赛日程补充说明

1. 承办方将根据实际报名情况,另行组织师资培训等配套活动,相关活动的具体时间、形式及参与要求,将在报名工作结束后通过大赛官方渠道发布专项通知。

2. 若因组委会要求或报名后实际情况需调整竞赛相关安排,亦将同步发布正式通知,敬请各参赛单位关注后续信息。

四、竞赛方式

(一) 竞赛以团体赛方式进行,不设多赛道。

(二) 竞赛队伍组成:

1. 团体赛:每个院校限一个代表队参加决赛(不含台港澳地区高校组),每个代表队由4名参赛选手组成(港澳台代表队由3名参赛选手组成),每个代表队指导教师不超过2名,1个指导教师只能指导1支队伍。大陆高校之间不得跨校组队。决赛参赛队伍总数原则上不低于20支,不超过80支(不含台港澳地区高校组),超出须进行选拔赛。

2. 台港澳地区高校代表队(单独组队,不分设本科组和高职组),代表队组队形式有三种:台港澳地区高校在校学生组队、台港澳地区高校与大陆高校联合组队(台港澳地区高校在校学生

占比必须大于等于 40%)、大陆高校台港澳籍学生组队(必须全部由台港澳籍学生组成)。一位指导教师最多指导 2 支队伍,指导本科组参赛队伍的教师不能再指导台港澳高校组参赛队伍。决赛队伍不得少于 5 支。

其中,台港澳地区高校代表队(台港澳地区高校在校学生组队、台港澳地区高校与大陆高校联合组队)可采用线上视频连线的形式参赛,各参赛单位负责为本单位选手准备竞赛场地与参赛设施设备,做好赛前相关线上设备准备调试工作。

五、竞赛试题

竞赛试题涵盖国际数字营销推广和营销智能体开发与应用。竞赛前公开竞赛样题,正式赛题由专家组长组织专家组编制。

六、竞赛规则

(一) 选手报名:参赛选手和指导教师报名获得确认后不得随意更换。如比赛前参赛选手和指导教师因故无法参赛,须由参赛院校于开赛前 10 个工作日内出具书面说明,经大赛执委会办公室核实后予以更换;团体赛选手因特殊原因不能参加比赛时,由大赛执委会办公室根据赛项的特点决定是否可进行缺员比赛,并上报大赛执委会备案。如发现未经报备,实际参赛选手与报名信息不符的情况,均不得入场。

(二) 熟悉场地:比赛日前一天下午开放赛场,熟悉场地。

(三) 入场规则:选手入场时,逐个核查竞赛选手参赛号,对于选手携带的个人身份证件统一保管,对于违规物品立即收缴;实际参赛选手与报名信息不符的情况,不得入场。

(四) 赛场规则

1.检录。由检录工作人员依照检录表进行点名核对，学生需出示身份证与学生证。

2.加密。竞赛当日进行两次加密，分别由两组加密裁判组织实施加密工作，管理加密结果。监督仲裁员全程监督加密过程。

3.引导。参赛选手凭赛位号进入赛场，现场裁判负责引导参赛选手至赛位前等待竞赛指令。

4.宣布开始。由裁判长宣布比赛开始，各参赛队开始竞赛。

5.比赛现场问题处理。竞赛过程中，如遇设备故障，参赛选手应举手示意。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，经裁判长同意，予以启用备用计算机，并根据实际情况酌情给予时间补偿。如遇身体不适，参赛选手应举手示意，现场医务人员按应急预案救治。如有其它问题，参赛选手应举手示意，裁判应按照有关要求及时予以答疑。

(五) 离场规则：参赛选手比赛中途不得擅自离开赛场；竞赛内容完成后经裁判长同意可离开赛场。

(六) 成绩评定与结果公布

本赛项评分方法为机考评分，成绩评定过程中的所有材料须由相应裁判签字确认，更正成绩需经裁判本人、裁判长及监督仲裁组长在更正处签字。

记分员将解密后的各参赛队伍(选手)成绩汇总成比赛成绩，经裁判长、监督仲裁组长签字，公示 1 小时且无异议后，公布比

赛结果。

七、竞赛环境

(一) 竞赛场地。设在体育馆内或电脑机房，设置满足所有参赛团队的竞赛环境。

(二) 赛位装备。赛场各赛位统一使用清晰的工位标识，一个参赛队一个机位，每个机位两台电脑，其中一台备用，1 张桌子，四把椅子。

(三) 赛场氛围。竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围。

(四) 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。

(五) 电源要求。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。

八、技术规范

(一) 教学标准

序号	标准单位	中文标准名称
1	教育部	电子商务类教学质量国家标准
2	教育部	工商管理类教学质量国家标准

(二) 国际惯例

序号	国际惯例名称
1	联合国国际贸易法委员会《联合国国际货物销售合同公约》(the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods)
2	国际商会《2020 国际贸易术语解释通则》(Incoterms International Rules for the Interpretation of Trade Terms)

3	国际商会《跟单信用证统一惯例(UCP600)》(Uniform Customs and Practice for Documentary Credits)
4	国际商会《托收统一规则 (URC522)》 (Uniform Rules for Collections)
5	世界海关组织《商品名称及编码协调制度》 (The Harmonized Commodity Description and Coding System)

(三) 国家及行业标准

序号	标准号	标准名称
1	GB/T 41126-2021	跨境电子商务出口经营主体信息描述规范 (Cross-border E-commerce Specification for Information Description of Export Business Entities)
2	GB/T 41128-2021	跨境电子商务出口商品信息描述规范 (Cross-border E-commerce Specification for Information Description of Export Commodities)
3	GB/T 40105-2021	跨境电子商务交易要求 (Cross-border E-commerce Transaction Requirements)
4	GB/T 40290-2021	跨境电子商务进口商品信息发布规范 (Cross-border E-commerce Specification for Information Release of Imported Goods)
5	GB/T 40292-2021	跨境电子商务电子运单规范 (Cross-border E-commerce Electronic Waybill Specifications)
6	GB/T 39676-2020	跨境电子商务物流信息申报和支付信息申报电子单证 (Cross-border E-commerce Electronic Documents for Logistics Information Declaration and Payment Information Declaration)
7	GB/T 37146-2018	跨境电子商务电子舱单基础信息描述 (Cross-border E-commerce Basic Information Description of Electronic Manifest)
8	GB/T 37147-2018	跨境电子商务电子订单基础信息描述 (Cross-border E-commerce Basic Information Description of
9	GB/T 37148-2018	跨境电子商务电子报关单基础信息描述 (Cross-border E-commerce Basic Information Description of Electronic Customs Declaration)
10	GB/T 30055-2013	国际货运代理报关服务质量要求 (Quality Requirements for Customs Declaration Service of International Freight Forwarders)
11	GB/T 39456-2020	国际贸易业务流程规范订单处理 (International Trade Business Process Specification Order

		Processing)
12	GB/T 39455-2020	国际贸易业务规范货运代理 (International Trade Business Process Specification Freight Forwarding)
13	HS/T 32-2010	报关服务作业规范 (Operation Specification for Customs Declaration Service)
14	HS/T 38-2013	报关服务质量要求 (Quality Requirements for Customs Declaration Service)

(四) 国家法规

序号	法规名称
1	《中华人民共和国进出口关税条例》(Regulations of the People's Republic of China on Import and Export Tariffs)
2	《中华人民共和国进出口货物原产地条例》(Regulations of the People's Republic of China on the Origin of Imported and Exported Goods)
3	《中华人民共和国海关进出口货物查验管理办法》(Administrative Measures for the Inspection of Imported and Exported Goods by the Customs of the People's Republic of China)
4	《中华人民共和国海关进出口货物报关单填制规范》(Specification for Filling in Import and Export Goods Declaration Form of the Customs of the People's Republic of China)
5	《关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告》(Announcement on the Supervision of Cross-border E-commerce Retail Import and Export Commodities)

(五) 港澳台职业标准

台湾地区经济主管部门 iPAS 电子商务规划师

台湾地区经济主管部门 iPAS 数字营销分析师

九、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 及以上操作系统；预装火狐、谷歌浏览器；预装 office2010 及以上版本；预装录屏软件；预装搜狗拼音、五笔、微软拼音等中文输入法和英文输入法。

现场布置	工位隔断、环境布置、桌椅等。
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 E5-2683 v4 十六核以上 CPU；16GB 以上内存；硬盘：500G 以上；转速：10000 RPM 或固态 P4510；千兆网卡。 预装 Windows Server 2012 R2 操作系统及 IIS 7.5；预装 Microsoft SQL Server 2008 数据库及以上。

十、成绩评定

（一）成绩评定：

模块	评分内容		评分细则	分值	评分方式
国际数字营销推广	国际市场营销方案策划	推广策略制定	推广渠道选择正确，推广产品选择精准，各渠道推广预算分配合理。	3 分	机考评分
	跨境电商站内推广	站内商品优化	优化商品选择合理；商品标题关键词布局合理、可读性强；商品属性填写完整、精准；详情描述优化合理。	6 分	机考评分
		站内商品推广	推广计划制定明确，推广关键词选择及关键词对应出价精准，推广预算配置合理，推广点击量、成交量数据达预期。	9 分	机考评分
		站内品牌推广	推广日期设置合理，投放地域选择精准，创意图片、创意文案符合要求，落地页设置正确，预算设置精准，推广点击量、成交量数据达预期。	6 分	机考评分
		站内推广效果分析与优化	推广效果数据采集全面且正确；分析结论撰写准确；问题诊断正确，优化措施选择合理。	6 分	机考评分
	国际搜索引擎营销	搜索引擎营销渠道选择	目标市场特征、目标受众分析准确；推广渠道效果及用户分析精准；综合评估得分计算正确，推广渠道选择合理。	3 分	机考评分
		搜索引擎优化	优化商品关键词填写规范；图片选择恰当，网址链接填写准	6 分	机考评分

			确、合理。		
		搜索引擎 搜索广告 营销	搜索广告系列设置准确合理； 广告展现量、点击量、花费、 成交量等数据表现达预期。	9 分	机考 评分
		搜索引擎 展示广告 营销	展示广告系列设置准确合理； 广告展现量、点击量、花费、 成交量等数据表现达预期。	6 分	机考 评分
		搜索引擎 推广效果 分析与优 化	推广数据填写正确；分析结论 撰写准确；问题诊断精准，优 化措施选择合理。	6 分	机考 评分
营销智 能体开 发与应 用	市场研究与洞察类智能 体开发		智能体结构完整，运行流畅； 通过比对系统内置结果与实 际输出内容，利用 AI 模型分 析输出内容的语义相似性与 逻辑一致性，进行综合评分。	10 分	机考 评分
	内容营销类智能体开发			10 分	机考 评分
	搜索引擎推广类智能体 开发			20 分	机考 评分

（二）获奖：

团体赛决赛奖项一般不超过各项目参赛总数的 40%，其中：一等奖 6%，二等奖 14%，三等奖 20%。团体赛项超出决赛团队限制且举办预赛的团体决赛奖项（按决赛参赛人数不超过 1 个组 80 队，2 个组合计 120 队计算）可以控制在 50%，其中：一等奖 8%，二等奖 16%，三等奖 26 %。台港澳地区高校组团体赛达到 5 支队以上的，至少可以设置一、二、三等奖各 1 名（不足 5 支队伍的依次递减，或设二、三等各 1 名，或仅设三等奖 1 名），为鼓励台港澳地区高校参赛另增设优秀奖若干名。

（三）所有未获得竞赛奖项的参加决赛的团队和个人，均可以得到组委会颁发的参加决赛的参赛证书，以资鼓励。

（四）成绩及获奖审定：监督员作为赛项监督仲裁工作组长，裁判长作为组员，决赛成绩由裁判长及监督员签字，现场公示 1

小时无异议后由承办校负责上传竞赛管理系统，获奖名次由报名评审管理平台自动生成。对于选手的申诉，仲裁组须在规定时间进行认真调查处理，处理结果及时反馈给申诉人，并向组委会报备。竞赛结果以组委会名义、省教育厅代章形式公布。

十一、申诉与仲裁

采用两级仲裁方式解决有关赛项申诉。设两级监督仲裁机构，分别为“竞赛承办校仲裁委员会”和“赛项监督仲裁工作组”。

（一）一级申诉及复议

1. 参赛队对赛事过程公平公正存疑的，应当场比赛结束后（选手离开赛场）1小时内提出申诉；对于成绩计算、统分存疑的，在成绩公布后1小时内提出申诉。

申诉应在事实清楚，证据充分的前提下，由参赛队领队以书面形式向赛项监督仲裁工作组提出申诉。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。

2. 赛项监督仲裁工作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。

（二）二级申诉及仲裁

1. 代表队对赛项监督仲裁工作组复议结果不服的，可由所在院校分管校领导，向竞赛承办校仲裁委员会提出书面申诉，申诉书须由参赛队所在院校盖章确认。

2. 竞赛承办校仲裁委员会本着公平、公正原则，在充分了解情况后，书面告知仲裁结果，此仲裁结果为最终结果。事后，竞

赛承办校仲裁委员会须将申诉事项经过及仲裁结果情况及时报大赛组委会办公室。

（三）申诉其他要求

1. 申诉方必须提供真实的申诉信息并严格遵守申诉程序，不得以任何理由采取过激行为扰乱赛场秩序。如出现以下情况的：①越级申诉；②拒绝接受仲裁结果；③采取过激行为扰乱赛场秩序；④擅自在网络或社交平台上发表不当言论等，大赛组委会将采取工作通报及限制下一年度大赛相关赛项的参赛名额等措施。

2. 申诉方可提出放弃申诉。如在约定时间和地点申诉人离开，视为撤诉。

十二、竞赛观摩

1. 本赛项设置观摩室。

2. 新闻媒体等进入赛场必须经过赛项执委会允许，由专人陪同并听从现场工作人员的安排和管理，不能影响比赛进行。

十三、竞赛视频

1. 赛场内部署无盲点录像设备，对抽签加密外的竞赛全过程进行摄录。

2. 竞赛将通过线上平台进行全程或部分赛程的实况转播，以保证竞赛的公开、透明。

十四、竞赛须知

（一）参赛队伍及选手须知

1. 参赛队名称统一使用规定的代表队名称。

2. 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。

3.参赛队员需要购买保险。

(二) 指导教师须知

1.指导教师应该根据专业教学计划和赛项规程合理制定训练方案，认真指导选手训练，培养选手的综合职业能力和良好的职业素养，克服功利化思想。

2.指导教师应该根据赛项规程要求做好参赛选手保险办理工作，并积极做好选手的安全教育。

3.指导教师参加赛项观摩等活动，不得违反赛项规定进入赛场，干扰比赛正常进行。

4.指导教师应自觉遵守大赛各项制度，尊重专家、裁判、监督仲裁及工作人员。要引导和教育参赛选手对于认为有影响个人比赛成绩的裁判行为或设备故障，按照赛项指南规定和大赛制度与裁判、工作人员进行充分沟通或赛后提出申诉，不得在网络、微信群等各种媒体发表、传播有待核实信息和过激言论。对比赛过程中的争议问题，要按大赛制度规定程序处理，不得采取过激行为。

(三) 工作人员须知

1.工作人员须统一佩戴由大赛组委会签发的相应证件，着装整齐。

2.工作人员不得影响参赛选手比赛，不允许有影响比赛公平行为。

3.服从领导，听从指挥，以高度负责的精神、严肃认真的态度

度做好各项工作。

4.熟悉比赛规程，认真遵守各项比赛规则和工作要求。

5.坚守岗位，如有急事需要离开岗位时，应经领导同意，并做好工作衔接。

6.严格遵守比赛纪律，如发现其他人员有违反比赛纪律的行为，应予以制止。情节严重的，应向竞赛组委会反映。

7.发扬无私奉献和团结协作的精神，提供热情、优质服务。

十五、安全预案

（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，在原位静待，不喧哗不交流不走动。

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：

1.参赛选手举手示意，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）参赛选手发生意外受伤或急病等情况

应按下列步骤进行处理：

1. 参赛选手举手示意。

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。

（四）无法进行线下竞赛预案

为应对不可抗力导致线下竞赛无法举行的突发情况，特制定本线上转接预案：一旦确认启动，将立即通知所有参与者，并启用备用线上竞赛平台及技术支援方案；竞赛流程将同步调整为线上模式，通过双机位监考、全程录像等方式确保竞赛公平公正性，保障竞赛在特殊情况下仍能安全、高效、公正地顺利完成。

附件：1. 试卷样卷

2. 安全承诺书

3. 竞赛教师交流 QQ 群

附件 1

试卷样卷

模块一：国际数字营销推广（共 60 分）

简悦服饰有限公司（Jianyue Clothing Co., Ltd.）是一家销售女士服装的跨境电商店铺，主营产品涵盖连衣裙、牛仔裤、衬衫、风衣等时尚女装。随着跨境电商成为未来国际贸易的必然趋势，国际市场营销将为跨境电商企业商品销售、品牌塑造提供新的机遇。请根据公司及经营商品资料，结合国际市场营销目标，完成国际市场推广方案策划、跨境电商站内推广及国际搜索引擎推广等国际市场营销工作。

任务 1：推广策略制定（3 分）

为进一步扩大商品的曝光面，触达更多潜在客户，提高品牌知名度与影响力，实现规模经济效益，计划制定国际市场推广方案，明确推广目标及内容，指导国际市场推广活动的开展。为此，运营人员统计了过去开展的国际市场推广活动的相关数据，结合店铺运营目标规划，准备通过多种推广渠道进行国际市场推广活动。

请根据渠道、商品表现数据，结合推广渠道用户参与度分析，明确推广渠道及推广商品，并根据推广目标，结合店铺及商品数据分析，规划推广预算。

任务 2：站内商品优化（6 分）

平台大促活动结束后，店铺流量逐渐稳定。但是，经过一段时间观察，推广专员发现店内几款商品流量增长进入瓶颈期。为获得更多的展现机会，增加免费搜索流量，帮助商品突破流量瓶颈，林宇计划选择流量较少且利润较高的商品进行商品优化。

请根据商品信息及优化目标，结合商品表现，明确优化商品，并根据买家搜索习惯，优化商品标题、详情页及属性。

任务 3：站内商品推广（9 分）

简悦服饰在黑色星期五来临之际，为了提升店铺内产品的整体销量，增强行业竞争力，运营人员计划对店铺商品在一定的推广资金范围内进行一个周期的商品推广，实现部分爆款商品的打造与新品或滞销品的促活。

请根据店铺商品与推广目标，合理分配推广资金，制定并实施推广策略，完成关键词的添加、出价，进行创意与人群定向策略的制定与实施，提出优化方案。

任务 4：站内品牌推广（6 分）

为实现店铺流量的增长，提高商品的成交量，运营人员计划本月为店铺内爆款商品——女士衬衫开启品牌推广，在给定的资金范围内实现爆款商品的海量曝光。

请根据店铺商品信息及推广目标，合理分配预算，制定并实施商品钻展广告投放策略，完成时间及地域定向设置、创意制作，提出品牌推广优化方案。

任务 5：站内推广效果分析与优化（6 分）

为了持续增强市场竞争力，运营人员要对近一周的站内推广数据进行深度挖掘与科学分析，以便找出更有效的推广模式。通过对浏览量、转化率、用户留存等一系列关键指标的精细化研究，制定出更为精准的推广策略，进一步提升产品市场占有率。

请根据站内推广数据及推广数据指标，分析站内推广效果，结合效果分析结论，制定站内推广效果优化措施。

任务 6：搜索引擎推广渠道选择（3 分）

简悦服饰为了将近期新上市的夏季新款连衣裙推广给目标市场，并实现销售增长，依据企业预算与资源，准备进行搜索引擎推广。企业现有部分市场，需结合各个地区的推广情况，选择目标市场进行搜索引擎推广。

请根据推广需求及预算，分析搜索引擎渠道的投放效果，结合简悦服饰目标市场的受众特点，精确地制定推广策略，选择合适的推广渠道。

任务 7：搜索引擎优化（6 分）

在过去的几个月里，简悦服饰其搜索流量和转化率并未达到预期。营销人员首先分析了连衣裙产品在谷歌搜索引擎中的自然排名，根据推广目标及产品信息，从关键词、推广描述、标题标签、网站链接等角度进行优化，以提升在搜索引擎中的排名和在线可见性。

请根据商品及店铺相关信息，结合搜索引擎推广方案，进行搜索引擎优化。

任务 8：搜索引擎搜索广告营销（9 分）

圣诞节来临之际，简悦服饰为了获取更多的销量，计划进行搜索引擎广告营销。为了使得推广营销的效益最大化，店铺负责人通过对市场的调研对地域、受众特征、兴趣分类等方面数据进行收集，结合市场调研数据和店铺营销需求，利用给定推广预算，制定合适的营销策略，确保广告能精准送达客户，通过引导客户点击商品网址，形成更多的转化，获得更多的收益。

请根据简悦服饰店铺推广目标，结合市场调研数据，完成搜索引擎搜索广告营销。

任务 9：搜索引擎展示广告营销（6 分）

店铺十周年来临之际，简悦服饰为了进一步获取更多的网站流量，计划开展搜索引擎展示广告营销。店铺负责人深入市场调研，对地域、受众特征、主题流量等方面数据进行收集。结合市场调研数据和店铺十周年营销战略，利用充分的推广预算，制定合适的营销策略，精准引导客户点击店铺网址，吸引更多目标客户访问店铺网站，获得更多的转化。

请根据店铺需求目标，结合市场调研数据，完成搜索引擎展示广告地理位置、投放日期、投放时间等广告设置，完成广告系列的发布。

任务 10：搜索引擎推广效果分析与优化（6 分）

简悦服饰近期上新一款衬衫，为进一步提高该商品的销量及知名度，公司进行了搜索引擎推广。经过一段时间的推广，衬衫的知名度有了显著提升。为确保下个月的销售效果显著增强，运

营人员计划对该月份搜索引擎推广流量进行全面分析，通过深入了解流量来源、转化效率等关键因素，进一步优化推广策略，助力公司业务持续增长。

请根据搜索引擎推广数据，结合推广效果指标，分析搜索引擎推广效果，制定推广效果优化措施。

模块二：营销智能体开发与应用（共 40 分）

任务 1：市场研究与洞察类智能体开发（10 分）

目前，简悦服饰主要依赖人工方式进行市场数据搜集与分析，该方式不仅效率低下、成本高昂，更难以系统、量化地评估各市场的竞争格局与行业规模，导致市场洞察深度不足、决策滞后，已成为制约其精准营销与战略布局的关键效率瓶颈。

为突破此瓶颈，简悦服饰计划开发“市场研究与洞察类智能体”，通过任务型 workflows 整合文档提取器、问题分类器与大语言模型（LLM）等核心节点，实现对女装行业成交数据与竞争对手数据的自动化处理与分析，输出国际市场女装行业调研报告，为企业店铺运营与市场进入策略提供高效、精准的数据支撑。

任务 2：内容营销类智能体开发（10 分）

简悦服饰（Jianyue Clothing Co., Ltd.）作为一家主营女装的跨境电商企业，其市场遍及北美、欧洲及澳洲等地。在全球化营销过程中，企业面临的核心挑战在于内容创作的“质”与“量”难以兼顾：不同市场的文化背景、审美习惯及社交平台规则差异巨大，依赖人工团队撰写本地化营销文案，不仅产能有限、成本

高企，更难以保证内容能精准触动当地消费者情感，导致品牌传播效率低下与营销转化瓶颈。

为破解这一难题，简悦服饰亟计划开发“内容营销类智能体”。以聊天助手为交互界面，通过设计的提示词工程，深度融合目标市场的文化特性与平台偏好，生成兼具本土化与高转化率的营销文案，从而助力品牌以更低成本、更高效率精准触达全球多元消费者，提升营销 ROI 与品牌影响力。

任务 3：搜索引擎推广类智能体开发（20 分）

简悦服饰（Jianyue Clothing Co., Ltd.）作为一家主营女装的跨境电商企业，其产品通过多个跨境电商平台销往北美、欧洲及澳洲等市场。随着营销推广成本的上涨，企业在营销推广中，面临的核心挑战在于关键词策略的“精准性”与“覆盖面”难以平衡，不同语言市场的消费者搜索习惯与表达方式迥异，人工进行关键词挖掘与本地化适配不仅工作繁重、周期长，且难以系统性地从海量商品数据与客户评论中洞察高价值关键词，导致广告投放效果不佳与获客成本高昂。

为攻克此难题，简悦服饰计划开发“搜索引擎推广智能体”，通过任务型 workflows，整合文档提取器与大语言模型（LLM）等核心节点，自动处理店铺商品信息与客户评论数据，实现跨平台、多语言的关键词智能挖掘，并能自动适配目标市场的语言表达习惯，最终实现关键词的精准分类与结构化输出，为高效、精准的全球搜索引擎营销活动提供核心数据支撑。

附件 2

第十二届海峡两岸暨港澳大学生职业技能（能力）大赛 ——国际市场营销竞赛安全参赛承诺书

本人自愿参加第十二届海峡两岸暨港澳大学生职业技能（能力）大赛-国际市场营销竞赛，为进一步提高廉洁自律意识及安全意识，我郑重作出如下承诺：

1. 尊重大赛组委会及秘书处，尊重专家和仲裁，尊重其他参赛单位和选手；

2. 遵守道德，遵守大赛纪律，至大赛结束前，不私下接触其他参赛单位和团队成员、专家、裁判员、仲裁员，不参与以大赛名义举办的收费培训，不收受他人的财物或其他好处；

3. 遵守公正、公平原则，不干预裁判员、仲裁员等工作，影响比赛成绩；

4. 不发表、不传播没有根据并对大赛产生不利影响的言论；

5. 不隐瞒按规定应该回避的事项；

6. 对于涉嫌泄密事宜，愿接受、协助、配合相关部门的监督检查，并履行举证义务；

7. 承诺参赛队员必须身体健康，高血压、心脏病、血糖过高或者过低及传染病等疾病患者不能参赛，不隐瞒，否则出现事故，后果自负；

8. 承诺参赛队员妥善保管好自己的贵重物品，防止丢失，其参赛期间的安全由队员本人负责。

9. 承诺比赛过程中把参赛队员安全放在第一位，比赛过程中，量力而为，出现因自身身体方面的原因导致的意外伤害事故由本人自行负责。

如若发生上述问题，自愿承担相关责任。

特此承诺！

承诺人（签名）：

日期：

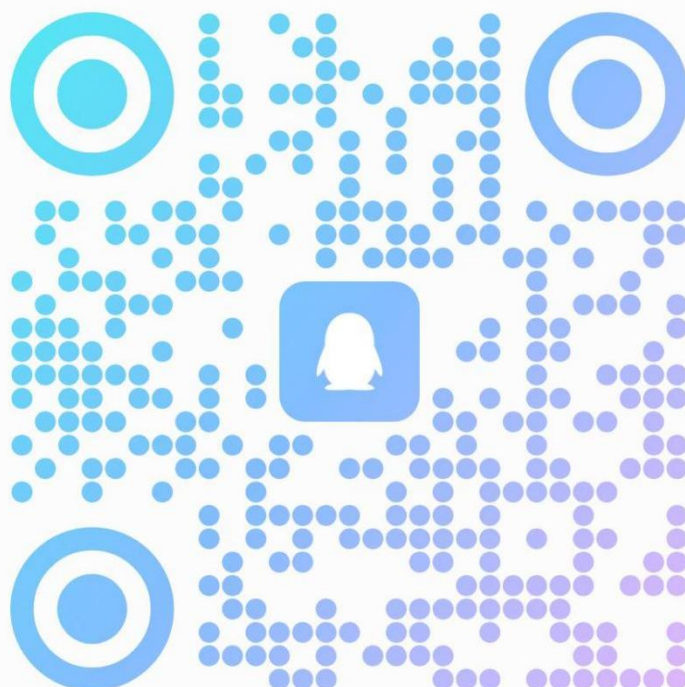
附件 3

竞赛教师交流 QQ 群



第12届海职赛国际市...

群号: 933249675



QQ 群号 : 933249675

扫一扫二维码，入群聊

