



技术说明 (仅供选拔赛参考)

BRICS-FS-13_网络营销

目 录

1 项目简介	3
1.1 项目描述	3
1.2 竞赛目的	3
1.3 参赛对象	3
1.4 相关文件	3
2 选手需具备的能力	4
3 竞赛项目	8
3.1 竞赛模块	8
3.2 模块简述	9
3.3 命题方案	12
4 评分标准	12
4.1 评分方法	12
4.1.1 评价分（主观）	12
4.1.2 测量分（客观）	13
4.1.3 主观评估与客观评估的运用	13
4.2 评分程序	13
4.2.1 过程评分	13
4.2.2 结果评分	13
4.2.3 违规扣分	13
4.3 成绩计算	14
4.3.1 抽检复核	14
4.3.2 统分方法	14
4.3.3 成绩并列	14
4.4 裁判构成和分组	14
4.4.1 裁判组	14
4.4.2 裁判建议	14
4.4.3 评判中的纪律和要求	15
5 竞赛相关设施设备	15

5.1 竞赛技术平台标准	15
5.2 环境要求	15
5.3 设备清单	16
5.3.1 技术平台	16
5.3.2 硬件规格	16
6 竞赛须知	17
6.1 赛前	17
6.2 赛中	17
7 赛场布局要求	18
8 健康和绿色环保	18
8.1 比赛环境	18
8.2 安全要求	18
8.3 环境保护	19
8.4 疫情防控	19

1 项目简介

1.1 项目描述

网络营销赛项是指运用互联网和网络营销等方面的专业知识和技术技能，依据服务规范以及比赛要求完成市场分析、商品规划、直播营销、营销活动设计、营销素材制作、网络媒体营销推广等比赛内容，综合运用数字化营销能力完成企业网络营销推广的竞赛项目。

1.2 竞赛目的

本赛项为落实习近平主席在金砖国家领导人第十三次会晤上提出的关于举办金砖国家职业技能大赛，为五国职业院校和企业搭建交流合作平台的倡议，推动金砖国家在教育领域的深度合作交流，搭建具有高水准和鲜明职业教育特色的赛事平台，实现培养国际化、高技术技能、未来技术技能人才的目标。

随着互联网、大数据、人工智能和云计算等现代信息技术不断取得突破，网络营销正在我国全面推进发展。随着国家“新基建”“新能源”的发展需求，网络营销能力成为中国未来经济“双循环”的重要引擎。

通过本项目竞赛，使参赛选手能熟练掌握网络营销工具和网络营销思维的应用能力，重点突出市场分析、商品规划、直播营销、营销活动设计、营销素材制作、网络媒体营销推广等技能考核，促进培养具备网络营销力的高素质技术技能人才。

1.3 参赛对象

本赛项为团队赛，每个团队 2 名选手，年龄在 16-35 岁（含）的职业院校（含技工类院校）在校学生、教师均可作为参赛选手。

1.4 相关文件

本项目技术工作文件包含项目技术工作的相关信息。除阅读本文件外，开展本技能项目竞赛还需配合竞赛指南、竞赛规则、设备工具使用说明、技术工作论坛相关文件等

一同使用。

2 选手需具备的能力

本竞赛是对网络营销技能的展示和评估。测试知识应用和技能操作方面的能力。参赛选手需要按照网络营销工作标准（或要求）展示网络营销技能。

技能标准与规范		占比（%）
1	市场分析	10
	个人需要知道和理解： ● 市场分析方法与技巧 ● 目标用户数据采集与分析方法 ● 市场现状数据采集与分析方法 ● 竞争对手数据采集与分析方法 ● 商品数据分析方法与技巧 ● 数据分析图表制造方法 ● 信息分类与比对方法 个人应能够： ● 对采集到的信息进行分类和比对 ● 开展目标用户定位与分析 ● 进行市场现状分析 ● 进行竞争对手选择与分析 ● 数据分析图表制作 ● 根据调研数据分析撰写调研报告	
2	商品规划	10
	个人需要知道和理解： ● 产品和竞品价格的比对方法 ● 产品和竞品功能的比对方法 ● 营销方案的编写方法 ● 商品规划方法与技巧 ● 商品数据分析方法与技巧 ● 商品组合设计方法 ● 商品卖点挖掘技巧与方法	

	● 商品活动设计技巧 个人应能够： ● 比对产品与竞品之间的价格差异 ● 比对产品与竞品之间的功能差异 ● 根据企业需求制定产品营销方案 ● 判定不同营销方式的合作风险 ● 设计不同类型商品组合 ● 挖掘商品组合卖点与优势 ● 设计商品组合价格 ● 传播推广商品组合 ● 设计商品营销活动 ● 传播推广商品活动	
3	客户分类管理	10
	个人需要知道和理解： ● 客户管理方法 ● 客户标签类型 ● 客户标签管理 ● 客户分类分层方法 ● 客户维护技巧 ● 社群粉丝活跃度提升技巧 ● 社群留存方法 ● 分类建群技巧 ● 社群打卡机制 个人应能够： ● 选择目标用户 ● 确定需触达人群的属性，制定需触达人群标签 ● 制定用户触达计划 ● 为目标用户设置标签 ● 将客户进行分类分层设置 ● 定期维护客户关系 ● 根据新用户的标签属性进行用户分类 ● 对各类新用户进行细分，细化并增加标签内容及用户需求 ● 根据标签属性，对新用户进行分类建群	

	● 提高客户满意度	
4	直播营销	20
	个人需要知道和理解： ● 营销话术的表达技巧 ● 根据直播脚本测试营销流程 ● 营销流程的测试方法 ● 团队协作的直播脚本编写要求 ● 平台优惠及产品折扣的介绍方法 ● 团队配合技巧 ● 营销方案的调整方法 ● 个人情绪管控技巧 ● 直播间气氛调动技巧 ● 直播策略的调整原则 个人应能够： ● 编写团队协作的直播脚本 ● 使用营销话术介绍产品特点 ● 介绍平台优惠及产品折扣信息 ● 组织团队进行直播预演 ● 根据预演效果调整营销方案 ● 调动直播间气氛 ● 根据用户反馈实时调整直播策略	
5	营销活动设计	15

	个人需要知道和理解： ● 营销活动类型 ● 营销活动设计理念 ● 不同营销活动设计技巧 ● 营销活动传播渠道 ● 营销活动传播方法 个人应能够： ● 策划营销活动主题 ● 设计营销活动环节 ● 制定营销活动传播路径 ● 预测营销活动效果	
6	营销内容设计与制作	15
	个人需要知道和理解： ● 商品卖点提炼的方法 ● 营销文案的类型 ● 营销文案的传播渠道 ● 营销文案的撰写技巧 ● 营销文案的特点 ● 图文排版的技巧 ● 图文制作的方法 个人应能够： ● 设计并制作商品营销页面 ● 设计并制作营销活动页面 ● 撰写商品营销文案 ● 撰写品牌营销文案 ● 设计并制作企业营销宣传海报	
7	网络媒体营销推广	20
	个人需要知道和理解： ● 网络媒体营销推广的基本方法 ● 网络媒体平台广告推荐的基本原理	

	● 网络媒体平台广告排名的基本规则 ● 网络媒体平台广告扣费的基本规则 ● 目标受众分析的基本维度 ● 目标受众分析的方法 ● 目标受众定向的基本原则 ● 网络媒体营销推广账户的基本结构 ● 网络媒体营销推广账户搭建的技巧 ● 网络媒体营销推广竞价原则 ● 网络媒体营销推广创意编辑与设计方法与技巧 ● 网络媒体营销推广效果分析的维度与方法 个人应能够： ● 分析企业营销背景与企业基本信息 ● 分析、定位目标受众 ● 搭建网络媒体营销推广账户 ● 设置网络媒体营销推广的地域与时间 ● 制定合理的竞价策略 ● 编辑优化网络媒体营销推广创意 ● 分析网络媒体营销推广效果 ● 根据推广效果数据进行优化推广	
--	---	--

3 竞赛项目

3.1 竞赛模块

模块 编号	模块名称	竞赛内容	竞赛时间	分数		
				评价分	测量分	合计

一	市场分析与商品规划	完成目标用户数据分析 完成市场现状数据分析 完成竞争对手数据分析 分析商品组合数据 挖掘商品组合卖点 设计商品组合价格 设计商品促销活动 商品组合社群传播 商品活动社群传播	120 分钟	0	100	100
二	直播营销	完成直播间商品选择 设计并撰写直播脚本 完成直播间设计与搭建 开展直播预热推广 开展直播销售活动 完成直播数据分析	150 分钟	20	80	100
三	营销活动与内容设计	设计营销活动主题与内容 制作营销活动宣传文案 设计企业宣传主题和内容 制作企业营销宣传海报	120 分钟	100	0	100
四	网络媒体营销推广	根据企业背景,分析行业人群分布特点分析企业图文、视频等营销内容,确定目标受众群体; 结合营销预算,制定推广计划,完成图文、视频等营销内容的付费推广,分析营销报表,优化推广效果。	120 分钟	0	100	100
合计				120	280	400

3.2 模块简述

模块一：市场分析与商品规划

竞赛时间：120 分钟

竞赛任务：

参赛选手根据竞赛试题要求，在规定赛场内，使用赛场提供的参赛设备开展比赛，完成市场分析，包括目标用户分析、市场现状分析、竞争对手分析，对网店商品进行规划设计，完成商品组合设计、商品组合卖点挖掘、商品组合价格设计、商品活动设计，

对商品活动进行社群传播推广。

竞赛要求：

(1) 完成目标用户数据分析

通过数据分析，对目标用户的年龄、性别、职业、消费水平、购物时间偏好、价格敏感度、消费者囤货偏好等内容进行统计分析，生成目标用户画像，并对消费者画像信息进行描述，分析全面、客观、准确。

(2) 完成市场现状数据分析

从产品、销售量、销售额等方面进行经营现状数据的统计与分析，分析全面、客观、准确。形成经营数据分析组合图，并对经营现状进行描述，内容合理。

(3) 完成竞争对手数据分析

从市场占有率、规模、美誉度等方面进行竞争对手数据统计与分析，分析全面、客观、准确。形成竞争对手分析雷达图，并对竞争商品信息进行描述，内容描述合理。

(4) 分析商品组合数据

根据商品销售数据，设计不同类型商品组合，商品组合中单品数量设置正确、商品组合库存数量设置正确，组合商品选择准确，组合的商品符合背景资料，商品组合设计合理、科学。

(5) 挖掘商品组合卖点

设计商品组合卖点和优势，提炼商品组合关键信息，既要体现商品组合的优势，又要体现组合中单件商品的特点和卖点等信息，组合优势具有吸引力。

(6) 设计商品组合价格

根据商品组合数量和商品组合成本合理设计商品组合价格，每个商品组合的定价范围符合背景资料。

(7) 设计商品促销活动

根据商品规划的情况，为对应的商品设置活动，让商品根据营销吸引力。

(8) 在社群传播商品组合

将设计好的商品组合在社群中进行传播推广，要求商品组合具有特色和吸引力。

(9) 在社群传播商品活动

将设计好的商品活动在社群中进行传播推广，要求商品活动设计有吸引力。

模块二：直播营销

竞赛时间：150 分钟

竞赛任务：

参赛选手根据竞赛试题要求，在规定赛场内，使用赛场提供的参赛设备开展比赛，完成直播营销的考核，完成直播间选品、直播脚本设计、直播间搭建、直播预热、直播实施、直播复盘。

竞赛要求：

(1) 完成直播间商品选择

根据背景资料和相关商品数据，完成直播间商品选择，商品组合包含引流款、主推款、

高毛利款、平价款等，使直播间商品组合有吸引力。

(2) 设计并撰写直播脚本

根据给定的主推款商品确定直播主题，设计一场 10 分钟直播活动的直播脚本。要求主题鲜明且符合背景资料，时间分配合理、内容完整，脚本全面且流程设计逻辑清晰，互动营销配置合理。

(3) 完成直播间设计与搭建

结合案例背景设置主推款产品标题、主图和详情图，正确关联直播商品链接，配置直播活动后台，完成直播间的设计与搭建。

(4) 开展直播预热推广

将制作好的直播预热素材进行传播推广，开展直播前的预热推广，完成直播引流。

(5) 进行直播活动开展

录制 1 场 10 分钟的直播活动。对直播间商品进行展示和销售，与直播间粉丝进行充分互动，引导关注和下单。直播环节包括直播开场、产品讲解、直播互动、直播结尾。

(6) 完成直播数据分析

根据直播销售过程中的相关数据，对数据进行整理和分析，对直播活动进行直播复盘，找到直播间存在的问题并给出优化建议。

模块三：营销活动与内容设计

竞赛时间：120 分钟

竞赛任务：

参赛选手根据竞赛试题要求，在规定赛场内，使用赛场提供的参赛设备开展比赛。设计营销活动主题和内容，制作营销活动宣传文案，完成营销活动宣传；设计企业宣传主题和内容，制作企业营销宣传海报，完成企业宣传。

竞赛要求：

(1) 设计营销活动主题与内容

根据企业营销目标，结合商品特性和目标客户特点，设计营销活动主题、活动时间、活动参与方式、活动优惠力度、活动传播路径。

(2) 制作营销活动宣传文案

根据营销文案传播特点，结合营销活动主题和内容，撰写吸引点击的文案标题，采用图文混排的方式，完成营销活动宣传文案的制作。

(3) 设计企业宣传主题和内容

根据企业宣传目标，分析目标客户特性，结合企业定位和商品特点，设计企业宣传主题和内容，传达企业文化和理念。

(4) 制作企业营销宣传海报

根据图文内容传播特点，结合企业宣传主题和内容，选择合适的图片素材，采用图文

结合的方式，完成企业营销宣传海报的制作。

模块四：网络媒体营销推广

竞赛时间：120 分钟

竞赛任务：

参赛选手根据企业背景，分析行业人群分布特点与企业图文、视频等营销内容，确定目标受众群体；结合营销预算，制定推广计划，完成图文、视频等营销内容的付费推广，并分析营销报表，进行推广优化。

竞赛要求：

(1) 分析行业人群分布特点与企业图文、视频等营销内容

根据行业洞察数据，分析行业人群的地域、年龄、性别、兴趣行为、活跃时间段、手机品牌等方面特征的分布情况；并根据企业背景资料，分析要推广的图文、视频等营销内容，确定目标受众群体，为网络媒体营销推广提供参考。

(2) 制定推广计划，完成网络媒体营销推广的基本设置

结合营销预算，制定推广计划，完成广告组预算、广告组名称、广告受众、广告计划预算、出价、创意标题等方面的基本设置，并结束一个周期的网络媒体营销推广。

(3) 根据营销报表，分析推广效果数据分析，并进行推广优化

完成一个周期的网络媒体营销推广活动后，不同广告组、广告计划在不同推广费用下，会带来不同的营销效果，当仍有预算时，可以分析效果数据，并利用预算余额再次进行推广。

3.3 命题方案

本项目技术文件内容基于金砖国家职业技能大赛的技术要求，如有修订由裁判长进行少量整合修订后于赛前 7 天公布。

4 评分标准

4.1 评分方法

本项目评分标准分为测量和评价两类。凡可采用客观数据表述的评判称为测量，凡需要采用主观描述进行的评判称为评价。

4.1.1 评价分（主观）

评价分（Judgement）主要是指依据评分裁判意见而进行的评估与评分，评分裁判按照评分细则进行评分。这样的评估用于对评估对象的素质做出主观判定，需至少 3 名裁判参与评估，每个裁判都应该做出自己的评估，最终取三位裁判的平均分。

4.1.2 测量分（客观）

测量分（Measurement）由大赛系统自动评定并给出分值，评分的基准点在评分细则中进行明确界定。

4.1.3 主观评估与客观评估的运用

模块 编号	模块名称	竞赛时间	分数		
			评价分	测量分	总计
一	市场分析与商品规划	120 分钟	0	100	100
二	直播营销	150 分钟	20	80	100
三	营销活动与内容设计	120 分钟	100	0	100
四	网络媒体营销推广	120 分钟	0	100	100
合计			120	280	400

4.2 评分程序

按竞赛模块设置若干个评分组，每组由 3 名及以上裁判构成。每个小组必须至少包括一名经验丰富的专家。评分裁判不得对其所在单位的选手进行评估。

4.2.1 过程评分

评分裁判依据现场打分表，对参赛队的操作规范、现场表现等进行评分。评分结果由选手、裁判员签字确认。

4.2.2 结果评分

对选手提交的竞赛成果，依据赛项评价标准，由评分裁判对主观描述部分进行评价评分，由大赛系统对客观数据表述部分进行测量评分。

4.2.3 违规扣分

选手竞赛中有下列情形者将予以扣分：

- 1) 因违规操作损坏赛场提供的设备，污染赛场环境等严重不符合职业规范的行为，视情节扣总分 5-10%，情况严重者取消竞赛资格。
- 2) 扰乱赛场秩序，干扰裁判员工作，视情节扣总分 5-10%，情况严重者取消竞赛资格。
- 3) 没有按照竞赛规程和任务书要求，着装不规范、资料归档不完整，视情节扣总分 5-10%。

4.3 成绩计算

4.3.1 抽检复核

为保障成绩统计的准确性，监督组对赛项总成绩排名前 10 名的所有参赛队伍的成绩进行复核；对其余成绩进行抽检复核，抽检覆盖率不得低于 15%。监督组将复检中发现的错误通过书面方式及时告知裁判长，由裁判长更正成绩并签字确认。错误率超过 5%的，则认定为非小概率事件，裁判组需对所有成绩进行复核。

4.3.2 统分方法

各评分小组分别对各自分管的模块进行评分，评分成绩表由每一个参与评判的裁判员签字确认后提交给裁判长妥善保存。原始评分表由各组裁判进行复核签字后，由裁判长确认后交工作人员录入系统。

4.3.3 成绩并列

按照顺序依次比对四个模块成绩。例如总分相同，比对模块一成绩，成绩高者排名靠前。若总分相同且模块一成绩相同，比对模块二成绩，成绩高者排名靠前，依次类推。

4.4 裁判构成和分组

4.4.1 裁判组

裁判组成员负责各项赛务工作。主要包括参与确定竞赛项目和比赛规则、评分标准及相关竞赛技术性文件；负责竞赛场地、设备等的检验；负责全过程竞赛的执裁工作和竞赛成绩的汇总、审核、报批、发布。

裁判组下设 2 个工作组，各组的职责如下：

(1) 赛务组

负责有关赛务工作安排。主要包括负责竞赛场次安排及选手抽签工作。

(2) 监考组

负责竞赛现场的检录、监考工作，主要包括：核对选手证件；维护赛场纪律；控制竞赛时间；记录赛场情况，做好监考记录；纠正选手违规行为，并对情节严重者及时向裁判长报告；参与竞赛的抽签工作。

4.4.2 裁判建议

(1) 裁判长工作

- 做好与赛区的沟通协调，落实比赛各项技术工作。
- 按时、认真完成本项目技术工作文件的编制工作。
- 带头坚持并维护公平公正原则，遵守保密纪律，不得透露影响比赛公平公正的技术信息。
- 做好本项目裁判员的赛前培训，主持本项目网上论坛。

- 采取回避、交叉、无记名工件（作品）等多种保证公平、公正的措施，组织全体裁判员做好本项目评判和相关技术工作。

(2) 裁判员工作

- 严格执裁，公平公正，不徇私舞弊。
- 了解掌握比赛各项技术规则、要求。
- 服从裁判组技术工作安排，认真做好本职工作。
- 认真参与各项技术工作，对有争议的问题，应提出客观、公正、合理的意见建议。
- 坚守岗位，不迟到、早退，严格遵守执裁时间安排，保证执裁工作正常进行。

4.4.3 评判中的纪律和要求

- (1) 竞赛前，裁判员需将所有具有通信功能、拍摄功能、存储功能的电子设备上交；
- (2) 竞赛期间，裁判员应尽量避免离开赛场，无执裁期间在裁判员区域进行休息；
- (3) 裁判员不得参与非本人执裁工位的任何执裁及技术评判工作；
- (4) 竞赛期间，裁判员不得与任何单位选手进行技术交流；
- (5) 竞赛过程中，裁判员不可长时间、近距离观察选手操作；
- (6) 竞赛过程中，裁判员不可对选手进行任何暗示性动作或语言提示；
- (7) 竞赛过程中，若发生安全故障，裁判员可第一时间暂停考核；
- (8) 竞赛过程中，若产生由于非选手操作引起的设备、安全故障，需技术人员处理时，裁判员应及时将选手调整到备用工位继续竞赛，期间产生的时间差不计入总竞赛时间；
- (9) 竞赛过程中，若裁判员发生技术争议，以裁判长决议为准；
- (10) 裁判长可对所有裁判员的打分过程公平、公正性进行监督。

5 竞赛相关设施设备

5.1 竞赛技术平台标准

为了保证比赛公开、公平、公正，在选择比赛器材、软件、技术平台均经过严格的筛选，所有指标均符合金砖国家职业技能大赛赛项设备与设施管理办法的相关标准，确保赛事顺利进行。

大赛所有软件均为正版软件，建议使用的技术平台的成熟性、可靠性、通用性、兼容性均良好。

5.2 环境要求

竞赛场地：竞赛场地满足比赛需求。建议场地设在体育馆内、图书馆大厅或电脑机

房等,赛场根据承办院校场地面积及参赛报名队伍数量灵活调整。现场保证良好的采光、照明和通风,提供稳定的水、电和供电应急设备。竞赛过程中,赛场采用网络安全控制,严禁场内外信息交互。

竞赛设备:所有竞赛设备由预赛组委会/决赛组委会负责提供和保障,竞赛区按照参赛队数量准备比赛所需的软硬件平台,为参赛队提供标准竞赛设备。

竞赛赛台:每个赛台上标明编号。

网络设备: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,可访问外网服务器;

网络安全: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;

用电要求: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。

媒体宣传:在竞赛不被干扰的前提下赛场面向媒体、行业专家开放,允许媒体、行业专家在规定的时段内沿指定路线进行现场参观。竞赛场地内可设置背景板、宣传横幅及壁挂图,营造竞赛氛围。

5.3 设备清单

5.3.1 技术平台

使用赛程	平台名称	规格描述
实操考核	在线竞赛系统	在线竞赛系统(实操模块)基于真实案例数据和海量素材资源,以智能化的业务操作平台为载体,完成网络营销策划、商品选择与规划、网络营销调研、营销活动设计、营销素材制作、直播营销、网络媒体推广等技术技能的竞赛需求。

5.3.2 硬件规格

序号	设备名称	规格	适用
1	电脑	CPU: I5,内存: 8G 操作系统: Win7 或以上 浏览器: 谷歌 65 版本或以上 屏幕分辨率: 1280*1024 或以上(普屏); 1366x768 或以上(宽屏 16:9); 1440x900 或以上(宽屏 16:10) 上网带宽: 10M 或以上(稳定)	参赛选手及评委

2	直播设备	电容麦克风、直播手机、耳机、三脚架、补光灯、直播商品，其中手机需配置 Android 10 以上操作系统，4GB+64GB 以上内存，前摄摄像头 500 万以上像素。	参赛选手
3	打印机	标准设备	预赛及决赛

6 竞赛须知

6.1 赛前

(1) 根据项目实际需要，裁判长与场地负责人于赛前 2-3 天对场地设备设施等准备工作进行最终确认；裁判长与裁判员于赛前 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。

(2) 参赛选手报到时需领取参赛证、参赛资料、参赛物料、餐券、抽取参赛选手编号，报到完毕后统一前往赛场，熟悉场地。

(3) 选手的出场顺序以学校为单位抽签决定，同一院校选送的多名选手，在同一场完成比赛，确因设备等特殊原因不能同场时，必须安排相邻场次，不得隔场。

(4) 赛前 30 分钟，到指定检录口进行检录，由检录人员核实编号，开赛后迟到 15 分钟的选手视为自动放弃参赛。

(5) 检录完毕，每位选手按照抽签工位号到指定位置，所有通讯、照相、摄像、磁盘等工具一律不得带入比赛现场。

6.2 赛中

(1) 由现场裁判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) 竞赛过程中严禁交头接耳，也不能相互借用工具。各参赛选手间不能走动、交谈。

(3) 比赛过程中，选手若需休息、饮水或去洗手间，一律计算在操作时间内。

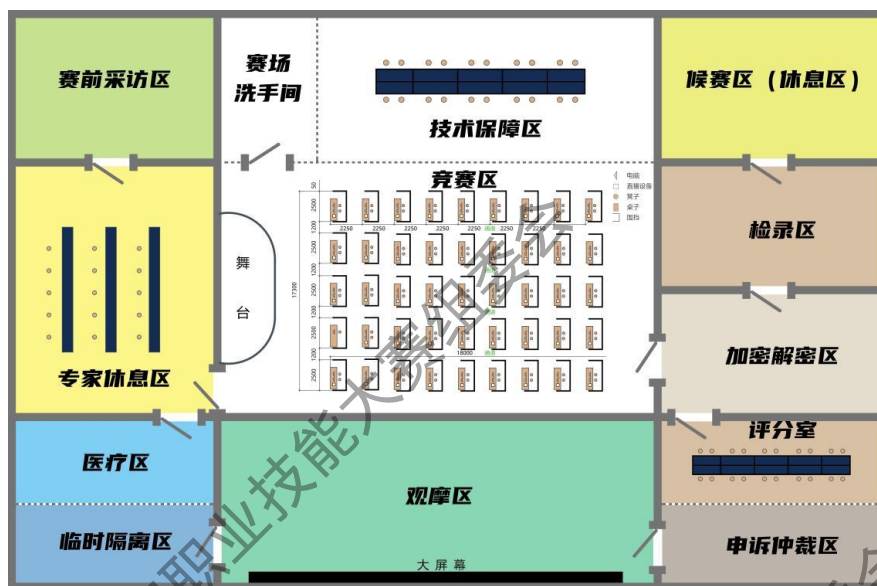
(4) 选手进入赛场后，不得擅自离开赛场，因病或其他原因离开赛场或终止比赛，应向裁判示意，须经赛场裁判长同意，并在赛场记录表上签字确认后，方可离开赛场并在赛场工作人员指引下到达指定地点。

(5) 选手须按照程序提交比赛结果，配合裁判做好赛场情况记录，并签字确认，裁判提出签名要求时，不得无故拒绝。

(6) 裁判长发布比赛结束指令后所有未完成任务参赛选手立即停止操作，按要求

清理赛位，不得以任何理由拖延竞赛时间。

7 赛场布局要求



8 健康安全和绿色环保

8.1 比赛环境

- (1) 竞赛场地光线充足，照明良好；供电供水设施正常且安全有保障；场地整洁。
- (2) 竞赛场地设置隔离带，非裁判员、参赛选手、工作人员不得进入比赛场地。
- (3) 赛场设有保安、消防、医疗、设备维修待命，以防突发事件。
- (4) 赛场设置安全通道和警戒线，确保进入赛场的大赛参观、采访、视察的人员限定在安全区域内活动，以保证大赛安全有序进行。

8.2 安全要求

(1) 安全培训

赛前设备管理人员对选手进行安全操作培训，选手应严格依照设备安全使用说明进行操作。如发现选手进行违规设备操作，裁判及考务人员应及时通报裁判长并中止比赛。

如选手发现设备出现操作安全问题，应及时通报考务人员及裁判长，进行安全处理。

(2) 安全设施

赛场必须留有安全通道。比赛前必须明确告诉选手和裁判员安全通道和安全门位置。赛场必须配备灭火设备，并置于显著位置。

(3) 有毒有害物品的管理和限制

禁止选手及所有参加赛事的人员携带任何有毒有害物品进入竞赛现场。

(4) 医疗设备与措施

赛场必须配备相应医疗人员和急救人员，并备有相应急救设施。

8.3 环境保护

赛场严格遵守我国环境保护法，赛场所有废弃物应有效分类并处理，对于选手未使用完的材进行回收。

8.4 疫情防控

(1) 实施“外防输入、内防扩散”策略，及时有效的采取各种预防措施，依法、科学、规范统一防控应对新型冠状病毒感染肺炎，切实做到“早发现、早报告、早隔离”，确保参赛人员、裁判及工作人员身体健康和生命安全。

(2) 各参赛人员、裁判及工作人员要充分认识疫情严峻性、复杂性，高度重视新型冠状病毒感染的肺炎等传染病防控工作，按照管理原则，关注疫情变化，加强疾病宣传，及时启动预案，落实防控措施，力做好防控工作，坚决防止疫情扩散蔓延。

(3) 除比赛中、就餐时除外，其余时间在公共场所必须全程佩戴防护物品(口罩)。

(4) 全程监管，设置隔离区，建立突发事件绿色通道。确保如遇受伤、体温异常等突发事件，可立即与医院形成无缝对接。关注疫情变化，加强疾病宣传，及时启动预案，落实防控措施，全力做好防控工作，坚决防止疫情扩散蔓延。