



2024

金砖国家职业技能大赛（金砖国家未来技能和技术挑战赛）

直播电商运营

BRICS-FS-32

样题 TP（省级/区域选拔赛）

2024 年 04 月



目 录

一、竞赛方式	1
二、竞赛内容	1
三、赛项模块和时间要求	1
四、竞赛试题	3
（一）理论考核	3
（二）实操考核	4
五、评分标准	7

一、竞赛方式

1. 不设参赛组别。年龄在 16 周岁（2008 年 1 月 1 日以前出生）- 35 周岁（1989 年 1 月 1 日以后出生）的职业院校（含高职本科、技工院校）及本科院校在校师生、企事业单位职工等均可作为参赛选手的身份报名参赛；

2. 组队方式：每支参赛队由 3 名选手、不超过 2 名指导专家组成、团队支持人员（领队）构成，其中选手和指导专家为报名参赛必备人员，同一单位限报 2 支队伍。同一队伍，指导专家和参赛选手不能为同一人。

二、竞赛内容

分为理论认知模块和技能实操模块。

理论认知模块对直播选品、活动策划、直播销售、直播运营、直播电商法律法规等进行考核，共计 100 道题目，分为单选、多选、判断等题型。

技能实操模块对直播电商运营操作技能进行综合考核，要求参赛选手在规定时间内在给定的企业经营情境下，根据情境要求，完成直播商品管理、直播促销管理、直播内容策划、直播推广策划、直播间装修、直播销售、直播互动、直播数据分析。

赛项竞赛形式为上机竞赛，可开启 2 台电脑。

三、赛项模块和时间要求

竞赛时间为 4 小时，其中理论认知模块 1 小时；实操模块 3 小时，其中直播实施 0.5 小时。模块时间为倒计时，结束后不可作答。

小组考核成绩=理论考核成绩×30%+实操考核成绩×70%；

实操考核具体内容如下：

模块	任务名称	竞赛内容	竞赛时长 (min)	分值 权重
1	直播商品管理	根据商品资料及商品展示直播背景、商品信息，对商品进行产品结构定位，科学地完成数据化选品；根据所选商品的历史销	90	36%

2024 金砖国家职业技能大赛（金砖国家未来技能和技术挑战赛）

		售数据，对所选商品的采购数量以及主推商品进行确认；根据商品特征，完成对商品的主图、辅图、商品名称、关键词、直播价、库存、上下架、销售策略以及商品详情的编辑。		
2	直播 促销管理	展示直播场景，设置直播中需要的优惠券、秒杀活动和福袋抽奖活动。通过对商品的属性与活动的属性分析，分别设置优惠券活动、商品秒杀活动以及福袋抽奖活动吸引更多的流量、下单量。		
3	直播 内容策划	根据市场数据及直播商品，确定直播主题和直播时间，对直播开场、直播过程、直播结尾的内容进行策划，策划直播暖场方式、粉丝召回、单品讲解方式、直播互动方案等环节内容。根据商品资料及直播主题，设计直播流程，提炼商品卖点，完成整场直播脚本的撰写。		
4	直播 推广策划	根据直播推广需求，分析行业数据，明确目标受众画像，合理规划推广资金，制定直播推广策略，进行直播广告投放，完成直播推广，以提升直播间的展现量、点击量、点击率和转化率。		
5	直播间装 修	根据直播策划内容，搭建直播间，并对直播间进行装修，设置直播间名称、直播间欢迎语、直播间屏蔽词、直播间快捷短语、直播间信息、直播时间设置、直播间封面设置、直播商品上架等内容。	30	6%
6	直播销售	根据直播脚本，主播需要在移动端直播App中完成三个商品的直播销售讲解，包括直播开场、直播商品讲解、直播粉丝互动活动讲解、商品销售促单以及直播收尾等内容，并在直播过程中上架商品链接。PC端直播中台展示直播看板、直播商品和直播互动，同时展示直播商品数据、用户来源。助播根据直播脚本，完成直播中台操作，包括直播间粉丝文字回复互动、直播间商品上下架、直播间商品讲解快速链接设置、直播商品在线改价等内容，协助主播完成正常直播销售。	30	29%
7	直播互动	根据直播互动方案，在直播后台完成直播互动的预设。在直播过程中，助播积极与观众分批次优惠券发放、开启秒杀活动、抽奖等福利互动以及弹幕互动，活跃直播		9%

		间氛围，分批次不断完成拉新粉丝、促单、粉丝召回等任务，同时配合主播讲解进度，完成直播互动推送。		
8	直播复盘	系统提供直播数据、商品数据、粉丝数据等，用户根据数据进行直播复盘分析、复盘优化。	30	20%
合计			180	100%

四、竞赛试题

本次赛项的命题工作由赛项专家组负责，按照竞赛规程规定内容进行整体设计，划分理论认知考核和技能实操考核两个模块。完整样题将在正式比赛前 1 个月公布，为参赛选手预留充足训练时间。正式赛题开启前绝密，与样题赛题思路、考察知识 80% 内容保持一致。

比赛开始前半个月，开放竞赛平台练习。

（一）理论考核

1. 单选题

（1）以下哪项不属于直播前的准备工作？（ ）。

- A. 直播订单发货 B. 直播间设备搭建
C. 确定直播目标与活动策略 D. 直播脚本策划

（2）直播预热中，下列哪种预热方式是收费的？（ ）。

- A. 主播 A 在微博发布直播预热文案
B. 主播 B 在直播即将结束时，发布次场直播预告
C. 主播 C 在抖音 dou+ 投放双 11 预热短视频
D. 主播 D 在小红书发布聚划算直播预热文案

2. 多选题

（1）下列哪些数据属于直播间复盘的关键数据？（ ）。

- A. 市场分析数据
B. 停留时长

C.粉丝分析数据

D.封面点击率

(2) 直播间连麦的玩法有很多，以下情形中，哪些选项描述的是正确的？

()。

A.直播间与行业或品类专家连麦，可以提升直播间在该领域的专业度

B.直播间与品牌或产品的设计师连麦，可以大大的提升用户对该直播间的好感度和信任度

C.直播间可以跟其他的直播间连麦互动，可以有效地拉高直播间的关注度

D.直播间可以跟达人连麦，如果粉丝和用户画像一致的话，转粉率也会大大提升

E.推进农业农村绿色发展

3.判断题

(1) 营销过程中获取的信息只要符合国家法律法规的相关规定就不需要保密。()

(2) 某主播直播过程中发现有用户在其直播间互动区发布虚假广告或骚扰信息，针对此种情况，最好的处理方法是联合真爱粉与该用户对峙。()

(二) 实操考核

直播企业背景

彩云之巅电子商务有限公司经营各地特色水果，其中主推热带水果，如金枕榴莲、阳光玫瑰、山竹、芒果等。该团队经过前期的调研后，在某平台完成了直播入驻，注册名为“彩云之巅优选直播间”。为了迎接即将到来的五一黄金周，运营人员张大力特意挑选了店铺的高口碑热销商品进行销售，用好的产品回馈自己的直播间粉丝。活动的第一场直播计划在 2023 年 5 月 1 日中午 12 点进行。5 款备选商品如下：金枕榴莲、阳光玫瑰、哈密瓜、芒果、苹果。

2024 金砖国家职业技能大赛（金砖国家未来技能和技术挑战赛）

任务要求

参赛团队以彩云之巅电子商务有限公司负责人陈石及其团队的身份，根据商品资料等背景信息，完成直播选品和定价、规划推广资金、撰写脚本、策划直播主题和互动方案、进行广告投放等直播策划。在直播策划的基础上进行直播运营，开展直播间装修、直播销售、直播互动等活动，要求从**5**款备选商品中选择**3**款商品进行直播策划和运营，每款商品至少直播**1**轮。在直播结束后，根据直播平台后台数据进行复盘分析。

比赛共包含**8**个任务，分别为商品管理、直播促销管理、直播内容策划、直播推广策划、直播间装修、直播销售、直播互动、直播数据分析。

任务 1：直播商品管理

直播团队根据给定的商品销售数据，结合商品详细介绍，对商品进行评估，从**5**款备选商品中选择**3**款直播商品，对商品角色进行定位，明确商品在直播间的作用，合理规划运营资金，完成**3**款直播商品的采购。根据商品特征，完成对商品的商品主图、商品辅图、商品标题、关键词、直播价、库存以及商品详情等内容的编辑。

任务 2：直播促销管理

直播团队根据给定的商品销售数据，结合商品详细介绍，对商品的属性与活动的属性进行分析，分别设置优惠券活动、商品秒杀活动以及福袋抽奖活动等商品促销形式设置。

任务 3：直播内容策划

直播团队根据直播商品，策划本场直播的主题，分析市场数据，总结不同时间段的流量特点，为本场直播策划合适的时间，并且在直播开场、商品介绍、直播收尾等环节设计直播互动方案。根据直播主题以及互动方案，设计直播流程与各环节的时间，结合商品详细信息，根据直播商品销售策略，运用**FAB**法则等

2024 金砖国家职业技能大赛（金砖国家未来技能和技术挑战赛）

方法提炼商品卖点，完成直播脚本的撰写。

任务 4：直播推广策划

直播团队根据商品信息及行业数据，完成目标人群分析，包括年龄、性别、地域、兴趣偏好等数据，形成客户画像。根据直播推广需求，结合给定的推广资金、图文、视频素材等内容，明确目标受众群体，确定推广目标，合理分配推广预算，制定直播推广策略，为后续直播推广实施提供参考。

直播团队根据直播推广策略，选择图文推广或短视频推广，创建推广计划，结合目标受众特点，从多维度完成目标受众定向，精准圈定受众标签，设置直播推广预算及出价方式，确定推广内容投放位置，添加推广创意，完成直播推广实施，提升展现量、点击量、点击率等指标数值。

任务 5：直播间装修

直播团队根据直播间用户的特点，设置直播间标题、欢迎语、屏蔽词、快捷短语、直播间信息、高频问题回复等内容，完成直播场景搭建。直播团队可通过 PC 端模拟直播间场景，对直播间进行装修、背景设置、器材选择、基础信息设置以及直播中台在直播前需要设置的商品展现、数量设置、上下架功能等内容。

任务 6：直播销售

直播团队根据直播脚本，完成一场 30 分钟的不间断直播。在直播开场环节，主动向直播间用户问好，自我介绍，预告直播主题及亮点活动等，完成直播开场预热；在商品销售环节，以问题情境引入、热点引入等方式自然地引入直播商品，介绍商品属性及卖点，并配合商品细节展示，通过商品日常价格与直播价格的对比，突出促销活动的吸引力，商品上架后及时引导用户购买；在直播收尾环节，结合直播销售情况，完成引导用户关注直播间、致谢等，提升商品销售量、粉丝数量等指标数值。在直播过程中，主播人设特色鲜明，妆容、发型、服饰搭配适宜，表情管理到位，直播过程中能配合肢体动作，把控直播节奏，营造

良好的直播氛围，不得出现不雅行为，如不文明用语或手势等。

任务 7：直播互动

直播团队根据直播互动方案，开展优惠券、秒杀等活动，在直播过程中积极与观众进行优惠券发放、抽奖、订单处理等互动，引导直播间用户参与，活跃直播间氛围。团队人员要配合主播讲解进度推送抽奖、优惠券发放等互动活动。当评论区有弹幕问题弹出时，主播需要组织合适的话术，及时完成弹幕问题处理。

任务 8：直播数据分析

直播团队根据直播后台，分析流量、销售、用户等相关数据，评估直播整体效果，完成相关题目作答。

任务题目：

1) 直播间访问次数在何时达到了峰值？（ ）

A.20:02 B.20:09 C.20:16 D.20:01

2) 请根据分渠道用户首次来源数据分析，此次直播分渠道引流占比最高的是（ ）。

直播-关注 B.广告 C.主播 D.视频

3) 下列指标中能够描述直播数据实时趋势的有哪些？（ ）

A.观看次数 B.访问次数 C.新增粉丝数 D.商品点击次数

4) 已知用户人均价值=引导成交金额/直播间访问用户数，则本场直播用户人均价值为。（四舍五入保留 2 位小数）

五、评分标准

小组竞赛成绩=理论考核成绩×30%+实操考核成绩×70%；

小组最终得分保留小数点后两位。

具体评分细则如下：

2024 金砖国家职业技能大赛（金砖国家未来技能和技术挑战赛）

项目	考核内容	评分标准	分值
理论考核	单选、多选、判断，共 100 题，其中单选 60 题，每题 1 分。多选 20 题，每题 1.5 分。判断 20 题，每题 0.5 分。		100
直播策划	直播商品管理	根据任务背景，选择正确产品品类，确定库存和产品价格，本项满分 11 分： 1. 直播选品合理，满分 1 分； 2. 商品角色定位准确，满分 2 分； 3. 商品采购及定价合理，满分 1 分； 4. 商品销售策略制定合理，满分 1 分； 5. 商品标题设计合理，满分 1 分； 6. 商品主图设计准确，满分 2 分； 7. 商品详情页设置准确，满分 3 分。	11
	直播促销管理	直播互动内容设计合理，满分 3 分	3
	直播内容策划	根据任务背景，完成直播策划，本项满分 12 分： 1. 直播主题及时间策划合理，满分 2 分； 2. 直播流程及各环节时间合理，满分 2 分； 3. 直播脚本逻辑清晰且有创意，满分 8 分。	12
	直播推广策划	根据任务背景，完成直播推广，本项满分 10 分： 1. 通过对年龄分布、性别分布、区域分布、人群分布等维度的数据进行精准定向分析，形成客户画像，满分 5 分； 2. 根据分析结果设计营销策略，进行广告投放，提升展现量、点击量、点击率等指标数值，满分 5 分。	10
直播实施	直播间装修	1. 直播间欢迎语准确，满分 1 分； 2. 直播间屏蔽词设置准确，满分 1 分； 3. 直播间快捷短语设置准确。满分 1 分； 4. 直播间场景布置合理，满分 2 分； 5. 直播间信息设置合理，满分 1 分。	6
	直播销售	1. 直播开场预热要素完整，满分 3 分； 2. 商品引入话术合理，满分 3 分； 3. 商品属性及卖点讲解准确，满分 4 分； 4. 销售促单具有吸引力，满分 3 分； 5. 直播收尾讲解要素完整，满分 3 分； 6. 主播礼仪得体、形象良好、人设鲜明，满分 3 分； 7. 商品上架及时，满分 3 分； 8. 直播达到规定时长，满分 1 分； 9. 直播粉丝召回、粉丝拉新话术表达合理，满分 3 分；	29

2024 金砖国家职业技能大赛（金砖国家未来技能和技术挑战赛）

		10. 促单合理，引导粉丝下单，满分 3 分。	
	直播互动	1. 互动方式选择合理，满分 3 分； 2. 互动实施步骤准确，满分 3 分； 3. 互动节奏把控合理，满分 3 分。	9
直播复盘	直播复盘	完成直播数据复盘作答，包含单选、多选、判断题，共 40 题，满分 20 分。	20



2024金砖国家职业技能大赛（金砖国家未来技能和技术挑战赛）

