

2023 年安徽省职业院校技能大赛

高职组电子商务赛项

赛卷E

模块 1：电商产品开发

一、情境创设

康旭家居是一家主营抽纸盒、晾衣架、垃圾桶等产品的家居用品企业，秉持“品质造就精致生活，创意成就美好人生”的理念，希望通过产品带给用户高品质、有趣味的生活。随着电子商务行业的兴起，企业对线上销售渠道愈加重视。为此，康旭家居计划开设一家网店，经营各类居家用品。请根据对市场数据的分析，挖掘市场需求，明确目标客户画像及市场定位，制定互联网产品规划和开发方案，完成数据化选品，并对产品渠道进行评估测试，合理选择产品供应及发布渠道，提高产品竞争优势。

二、任务设计

任务 1 市场需求挖掘

任务背景：

极简生活的理念倡导人们应保持家庭环境的井然有序、干净整洁，符合 20-35 岁年轻消费群体的思想观念，该类群体对具有整理归纳、居家存储等功能的产品需求较大。在网店开设前，康旭家居对现有的产品线进行了调查，发现能满足上述人群需求的居家储物类产品的品类较少，无法满足当下的市场需求。为了开拓居家储物类产品的市场，需要扩充居家储物类产品的品类。为此，产品部对居家储物类产品的市场情况进行调研并分析，明确该类产品的目标客户需求及产品定位，为后期居家储物类产品的开发提供依据。

部分背景数据如下所示：

姓名	性别	年龄	地址	下单产品
于霞	女	34	山东	收纳箱
何兆霞	女	22	河南	收纳盒
丁兴宝	男	35	广东	置物架
丁传奇	女	28	河南	收纳盒
谢登荣	女	27	河南	收纳盒
伏道珍	女	30	山西	收纳袋
谢志雯	女	25	安徽	收纳盒
王文宇	男	29	山东	置物架
张都梅	女	34	湖南	收纳盒

任务要求：

1. 根据目标客户相关数据，进行目标客户分析，明确客户需求痛点；
2. 根据市场数据，进行竞争对手分析，明确产品竞争优劣势；
3. 根据客户画像及竞争对手分析结果，明确市场需求及产品定位。

操作过程：

1. 根据给定的数据，从目标客户的基本属性、地域因素、心理因素等维度，对目标客户的消费心理、消费行为等进行分析，明确目标客户对居家储物类产品的需求；

2. 根据给定的数据，选用合适的竞争对手分析方法，从销售数据、市场占有率等维度对竞争对手进行分析，判断不同品类居家储物类产品竞争的优势、劣势、机会、威胁等；

3. 根据客户画像分析及竞争对手分析的结果，明确不同品类居家储物类产品的市场需求及产品定位。

任务2 数据化选品

任务背景：

在完成居家储物类产品的市场需求分析后，产品部发现目前市面上的居家储物类产品主要包括收纳盒、收纳箱、收纳袋、置物架等，根据康旭家居的实际情况和开发需求，产品部决定从中选择几款产品进行开发。为了降低产品开发的风险，提高产品的收益，需要对不同产品的产品生命周期及投资回报率进行分析，从产品的所处阶段、价格、利润率、开发成本等维度，选择几款合适的产品进行开发。

任务要求：

1. 根据产品的相关数据，分析目标产品的生命周期，明确产品所处的阶段；
2. 根据产品的相关数据，分析产品的投资回报率，评估目标产品开发的可行性；
3. 根据产品生命周期及投资回报率分析结果，完成数据化选品。

操作过程：

1. 根据产品的市场需求及定位，明确居家储物类产品的产品规划和开发需求；
2. 根据给定的数据，对不同居家储物类产品的生命周期进行分析，明确不同居家储物类产品的所处阶段；
3. 根据给定的数据，对不同居家储物类产品的投资回报率进行分析，明确不同居家储物类产品的投资回报率，评估目标产品开发的可行性；
4. 根据分析的结果，选择满足开发需求的产品。

任务3 产品供应渠道评估

任务背景：

通过对不同居家储物类产品的生命周期及投资回报率进行分析，完成了产品选择工作。接下来，需要为其选择一个产品供应渠道。由于不同产品供应渠道的产品质量、产品价格、地理位置、交付能力、售后服务等方面存在差异，在产品采购前，需要对现有的产品供应渠道进行分析，评估不同产品供应渠道的综合实力并进行分级，从中选择最优的产品供应渠道。部分背景数据如下所示：

标准	权重	渠道 1	渠道 2	渠道 3	渠道 4	渠道 5	渠道 6
产品质量	20	15	18	12	18	16	17
产品价格	30	28	22	16	21	18	28
地理位置	10	8	6	5	7	5	9
交付能力	20	15	19	10	15	17	18
售后服务	20	14	16	16	14	16	17

任务要求：

1. 根据产品供应渠道评估标准，完成产品供应渠道的评估；
2. 根据产品供应渠道评估结果，对产品供应渠道进行分级；
3. 根据产品供应渠道选择标准，进行产品供应渠道选择。

操作过程：

1. 评估产品供应渠道；
2. 对产品供应渠道进行分级管理；
3. 完成产品供应渠道选择。

任务 4 产品发布渠道测试

任务背景：

在完成居家储物类产品采购后，康旭家居需要选择一个合适的产品发布渠道并发布产品。由于不同产品发布渠道的用户规模、盈利情况、订单数量等指标存在较大差距，在产品发布前，需要对不同的产品发布渠道的流量

数据、销售数据等进行分析，同时，结合不同产品发布渠道内家居日用产品的销售情况，选择多个产品发布渠道进行测试，根据测试结果从中选择合适的产品发布渠道并完成产品发布。

任务要求：

1. 根据产品发布渠道测试标准，完成产品发布渠道的测试；
2. 根据产品发布渠道测试结果，完成产品发布渠道的选择。

操作过程：

1. 产品发布渠道测试；
2. 产品发布渠道选择；
3. 根据发布要求，完成产品发布。

模块 2：视觉营销

一、情境创设

康旭家居是一家在某主流电商平台经营家居用品类目的网店，主要面向中青年消费群体，请根据网店营销需求及产品定位，结合目标客户特征，分析标志、色彩、字体等视觉传达元素，对网店首页、产品主图视频、产品详情页进行视觉营销设计，增加网店页面访问深度，提高产品转化率。

二、任务设计

任务 1 网店首页视觉营销设计

任务 1-1 PC 端网店首页视觉营销设计

任务背景：

为了提高网店销量，吸引更多新客户，康旭家居网店计划推出家居节促销活动。为了配合活动的宣传与推广，准备对 PC 端网店首页重新进行视觉营销设计。对此，需要为网店设计 1 张店招图片，同时以卷尺、泡脚桶、拖

把、削皮刀等产品为基础，分别为每款产品设计 1 张轮播图片。图片设计完成后，需要对 PC 端网店首页进行整体布局设计，达到增加页面浏览深度、提高网店曝光量的效果。产品素材如下所示：

网店首页视觉营销设计素材							
卷尺							 产品介绍
泡脚桶							 产品介绍
拖把							 产品介绍
削皮刀							 产品介绍

店招图片尺寸为 950*120 像素，大小不超过 3M；轮播图片尺寸 950*250 像素，大小不超过 3M。

任务要求：

1. 根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照店招图片的设计规范及平台规则完成店招设计；
2. 根据网店营销需求及产品定位，规划轮播图片展示内容，并结合给定的设计素材，遵照轮播图片设计规范及平台规则完成轮播图片设计；
3. 根据平台规则，选择首页布局模块并进行合理编辑，完成 PC 端网店首页布局设计。

操作过程：

1. 设计 1 张店招图片；

2. 设计 4 张轮播图片；

3. 通过页面编辑功能，完成 PC 端网店首页整体设计，包括设计模块的选择编辑、页面的布局管理等。

4. 发布 PC 端网店首页。

任务 1-2 移动端网店首页视觉营销设计

任务背景：

为了提升网店整体的视觉效果，提高活动的参与度，在完成 PC 端网店首页的视觉设计之后，需要对移动端网店首页进行视觉营销设计，进一步营造活动氛围，满足移动端网店客户的视觉需求。对此，网店准备继续以卷尺、泡脚桶、拖把、削皮刀等产品为基础，分别为每款产品设计 1 张轮播图片。图片设计完成后，需要对移动端网店首页进行整体布局设计，增加网店首页的吸引力，提高活动的营销效果。轮播图建议尺寸 1200*600 像素，大小不超过 2M。

任务要求：

1. 根据网店营销需求及产品定位，规划轮播图片展示内容，并结合给定的设计素材，遵照轮播图片设计规范及平台规则，完成轮播图片设计；

2. 根据平台规则，选择首页布局模块并进行合理编辑，完成移动端网店首页布局设计。

操作过程：

1. 设计 4 张轮播图片；

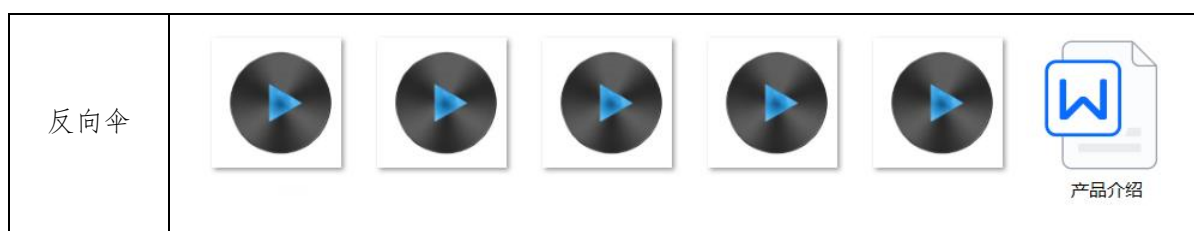
2. 通过页面编辑功能，完成移动端网店首页整体设计，包括设计模块的选择编辑、页面的布局管理等。

3. 发布移动端网店首页。

任务2 产品主图视频编辑与制作

任务背景：

活动期间，网店计划上架一款反向伞，在对网店同类型产品进行对比分析后发现，带有主图视频的产品销量较高。为了提高反向伞的销量，需要为反向伞添加产品主图视频。对此，需要规划产品主图视频的展示内容，并进行编辑与制作。产品素材如下所示：



任务要求：

1. 根据网店营销需求及产品定位，结合目标消费群体的购买心理特征，规划产品主图视频的展示内容，完成主图视频的内容策划；
2. 根据给定的设计素材，利用视频剪辑模板，遵照产品主图视频的设计规范及平台规则，完成主图视频的编辑与制作。

操作过程：

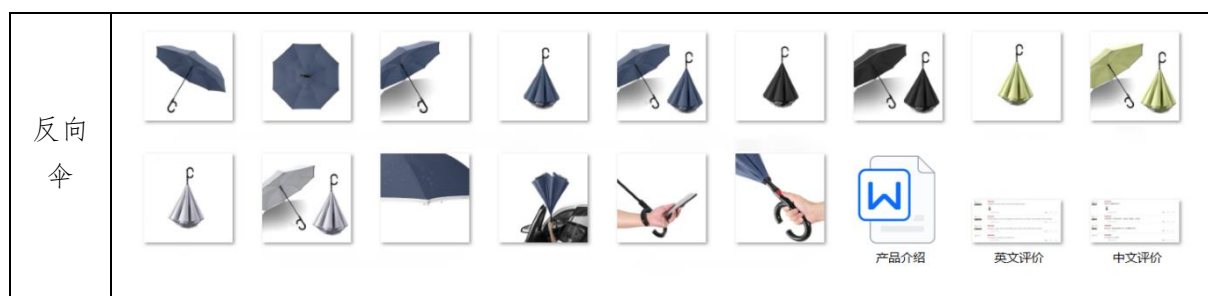
1. 策划产品主图视频的展示内容；
2. 完成产品主图视频编辑与制作。

任务3 产品详情页视觉营销设计

任务背景：

在完成反向伞的主图视频编辑与制作之后，网店准备继续完成反向伞产品详情页的视觉营销设计。对此，需要根据产品信息与素材图片，结合活动期间的产品详情页展现需求，为反向伞设计主图图片与详情描述。产品素

材如下所示：



产品主图图片尺寸为 800*800 像素，大小不超过 3M；产品详情描述图片宽度为 750 像素，总高度不超过 35000 像素。

任务要求：

1. 根据网店营销需求及产品定位，规划产品主图的展示内容，遵照产品主图的设计规范与要求，结合给定的设计素材，完成产品主图设计；
2. 根据网店营销需求及产品定位，明确产品详情描述的构成要素，结合目标群体的消费心理，明确产品详情描述的展示要点，完成详情描述设计。

操作过程：

1. 设计 5 张产品主图图片；
2. 设计产品详情描述；
3. 发布产品详情页。

模块 3：网店营销与运营推广

一、情境创设

蔚优购有限公司成立于 2016 年，是一家传统线下零售企业，经营产品涵盖家用电器、服装服饰、珠宝首饰等综合品类。随着互联网技术的日益发展以及线上购物平台的冲击，传统零售业面临着消费需求饱和、销售增速下降的情况，逐渐趋向于线上线下双线发展。基于这种大背景下，蔚优购计划入驻某电商平台发展线上业务，为此，专门组建了线上网店运营团队，全面

负责网店在不同经营周期的营销与运营推广工作，持续提高网店竞争力及盈利能力。

运营团队在筹备期间，对即将经营的连衣裙、风衣等主要产品进行了市场调研，得到了相关的市场分析数据。市场分析数据预测了未来五个经营周期内，主营产品的市场需求量、价格趋势等相关信息，并分析了目前北京、沈阳、石家庄、天津等十五个城市，品牌人群、综合人群等四类主要消费人群的市场需求情况、市场平均价格等基本数据，收集了电商平台相关品类主流关键词的展现量、点击量、转化量、点击率等相关数据。

二、任务设计

任务1 网店营销方案制定

任务背景：

网店运营初期，首先需要了解目标市场的现状及需求情况，分析当前经营周期下连衣裙、风衣等产品的市场基本数据，包括热销产品、目标消费人群、主要营销方式等，明确当前市场的消费趋势及行业竞争情况，围绕产品运营、流量获取、营销转化等运营过程中的主要环节，制定网店当前经营周期的营销方案，用以保证下一经营周期的网店营销与运营推广工作的顺利进行。并在经营过程中不断对网店营销方案进行优化，不断提高各个经营周期的引流转化能力，持续提高网店竞争力及盈利能力。

任务要求：

1. 根据网店运营目标，对当前经营周期下的目标市场数据进行分析，明确消费趋势及行业竞争情况；
2. 根据目标市场数据分析结果，从产品运营、流量获取、营销转化等角度制定当前经营周期的网店营销方案；
3. 根据当前经营周期的营销数据，不断优化网店营销方案，持续提高网店在不同经营周期的盈利能力。

操作过程：

1. 基于行业热销产品、消费人群、营销方式等数据对目标市场进行分析；
2. 基于产品运营、流量获取、营销转化等角度制定网店营销方案；
3. 根据经营数据不断优化网店营销方案，持续提高网店盈利能力。

任务2 网店运营推广

任务2-1 产品品类管理

任务背景：

前期已经完成了市场调研及消费者行为分析，目前购买该类产品的
主要消费人群为品牌人群、综合人群等。通过对上述人群进行分析，明确了不
同目标人群的消费特点之后，运营团队需要据此对当前经营周期下的连衣
裙、风衣等产品的生命周期、各类人群对产品的需求等数据进行分析，明确
不同经营周期下的产品品类，确定目标产品，确定并优化不同经营周期下的
产品价格。

任务要求：

1. 根据产品的市场占有率情况，结合目标消费人群特点，明确不同经营
周期下的产品定位；
2. 根据产品的销售情况及市场需求变化，分析影响产品定价的因素，确
定并优化不同经营周期下的产品定价。

操作过程：

1. 分析市场需求数据，明确产品定位，完成产品定价；
2. 分析网店销售数据，优化产品定位与定价。

任务2-2 流量获取

任务背景：

产品品类相关信息明确之后，需要分析当前经营周期下市场连衣裙、风衣等品类主流关键词的展现量、转化量、点击量、点击率、转化率等数据。根据流量获取策略，合理分配资金预算，针对选定的目标产品进行站内站外推广，并在推广过程中不断优化流量获取策略，提高下一运营周期网店及产品的曝光率。

任务要求：

1. 根据流量获取策略，完成站内免费推广，并根据推广结果，对下一经营周期的站内推广策略进行优化调整；
2. 根据流量获取策略，完成站外付费推广，并根据推广结果，对下一经营周期的站外推广策略进行优化调整。

操作过程：

1. 挖掘关键词，优化产品信息，完成站内免费推广；
2. 搭建推广账户，设置推广关键词，合理分配预算，完成站内付费推广；
3. 选择站外推广方式，合理分配预算，完成站外付费推广。

任务 2-3 营销转化

任务背景：

流量是网店运营的基础，转化是网店运营的核心，通过站内站外推广获取流量之后需要根据营销需求，分析不同营销方式的特点，选择合适的营销活动类型并完成营销活动的策划。并根据不同经营周期的运营状况，合理调整营销活动策略，提高下一经营周期连衣裙、风衣等产品的转化率。

任务要求：

1. 根据营销转化策略，结合当前经营周期下的产品销售数据及运营现

状，策划营销活动，设置营销活动基本信息；

2. 根据营销转化结果，优化营销转化策略，提高下一经营周期的产品转化率。

操作过程：

1. 策划营销活动并设置营销活动基本信息；

2. 分析活动数据，优化营销转化策略。

任务3 网店运营数据分析与应用

任务背景：

经过三个周期的运营，蔚优购线上网店多款产品销量与日俱增。为了进一步提高网店竞争力，提升未来两个经营周期的盈利能力。运营团队需要对现阶段网店的销售数据、财务数据、竞争数据等进行分析。根据分析结果，优化网店营销方案，降低资金浪费，提高下一周期网店的竞争力。

任务要求：

1. 根据网店及产品的流量获取、营销转化结果，对销售数据进行分析诊断，并据此优化网店营销方案。

2. 根据网店的现金流、运营成本、财务报表等数据，对财务数据进行分析，并据此优化资金分配，降低资金浪费。

3. 根据网店及产品的市场占有率，对竞争网店及竞争产品进行分析，并据此优化产品运营策略，提高网店竞争力。

操作过程：

1. 对网店的销售数据、财务数据、竞争数据等进行分析；

2. 根据数据分析结果，优化网店营销方案。