

山东省大学生跨境电商创新实践大赛 文件

鲁跨赛组[2019]04 号

关于举办第十一届山东省大学生科技节 “敏学杯”跨境电商创新实践大赛 山东省总决赛网络评选赛通知

各有关单位：

根据山东省大学生跨境电商创新实践大赛竞赛组委会《关于举办第十一届山东省大学生科技节“敏学杯”跨境电商创新实践大赛竞赛通知》（鲁跨赛组[2019]01 号）及相关竞赛的实施方案的通知，现就山东省总决赛网络评选赛通知如下：

一、参赛对象：

各参赛院校在知识赛（60 分及以上）和选拔赛基础上，向组委提交参赛队伍参加总决赛，每支参赛队由 3 名参赛选手和 1-2 名辅导教师组成。

二、山东省总决赛网络评选赛

（一）山东省总决赛网络评选赛分为本科组和高职高专组。

（二）山东省总决赛网络评选赛。采用团体赛的形式，参赛选手自行组成团队（每个团队由 3 名选手和 1 至 2 名辅导教师组成），采取远程竞赛的方式，即参赛队无需集中，只需在竞赛期间登录竞赛执委

会指定的服务器进行操作即可。

(三) 山东省总决赛网络评选赛使用平台。

1. 亚马逊

2. 速卖通

(四) 山东省总决赛网络评选赛登录网址: www.sdssfw.com

(五) 山东省总决赛网络评选赛评分细则 (见附件 1)

三、竞赛日程安排:

赛事阶段	比赛方式	事 项	日 期	说 明
山东省总决赛	远程竞赛	观 看 竞 赛 环 境	9 月 27 日	08:15-08:30
		正式比赛 (第一场) (完成亚马逊平台模拟赛)	9 月 27 日	08:30-10:00
		正式比赛 (第一场) (完成速卖通平台模拟赛)	9 月 27 日	10:20-11:50
		观 看 竞 赛 环 境	9 月 27 日	13:35-13:50
		正式比赛 (第二场) (完成亚马逊平台模拟赛)	9 月 27 日	13:50-15:20
		正式比赛 (第二场) (完成速卖通平台模拟赛)	9 月 27 日	15:40-17:10
		观 看 竞 赛 环 境	9 月 28 日	08:15-08:30
		正式比赛 (第三场) (完成亚马逊平台模拟赛)	9 月 28 日	08:30-10:00
		正式比赛 (第三场) (完成速卖通平台模拟赛)	9 月 28 日	10:20-11:50
		观 看 竞 赛 环 境	9 月 28 日	13:35-13:50
		正式比赛 (第四场) (完成亚马逊平台模拟赛)	9 月 28 日	13:50-15:20
		正式比赛 (第四场) (完成速卖通平台模拟赛)	9 月 28 日	15:40-17:10
		公布入围名单	9 月 30 日	公布总决赛现场赛名单及获奖通知

四、收费标准：参赛队伍按照每支参赛队伍 360 元的标准收取参赛费，参赛报名费请于 2019 年 9 月 25 日前全额汇款至如下指定账户，请注明“跨境山东总决赛参赛费”

单 位：济南诚美信息咨询有限公司

开户行：齐鲁银行济南金牛支行

账 号：86611762101421003153

将有技术支持单位统一开据发票。

五、报名方式：各参赛院校请于 9 月 22 日前将《参赛队伍报名表》以电子邮件的方式发送至：shangwudasai10@163.com

六、其他事项：在跨境电商创新实践大赛组织实施中，如遇任何问题，请及时与大赛组委会联系。

七、联系方式：

山东省大学生跨境电商创新实践大赛竞赛组委会秘书处

地 址：济南市天桥区无影山中路 153 号香港国际 7 号楼 2 单元 1007 室

联系人：靳成功 王 磊

电 话：0531—86591892

网 址：www.sdssfw.com

邮 箱：shangwudasai10@163.com

附件

1. 平台绩效指标评分细则（见附件 1）

2. 山东省总决赛网络评选赛报名回执

山东省大学生跨境电商创新实践大赛竞赛组委会



附件 1：各平台绩效指标评分细则

1. 理论知识内容及要求：

对跨境电商行业有初步了解并且熟悉现阶段的主流跨境电商平台，了解 B2C 平台速卖通及亚马逊和 B2B 阿里巴巴国际站的平台规则。

2. 技能模块内容及要求

模块 A：

竞赛时间：90 分钟

竞赛任务：要求学生登录跨境电商实战实训-速卖通平台，模拟跨境电商企业在国际跨境电商平台上进行 B2C 经营模式的销售。

竞赛要求：在竞赛时，根据平台中当天提供的竞赛专用案例背景，在一个模拟的贸易环境中，每个人扮演一家公司的经营人员，为几种指定的商品开展跨境电商营销工作，完成速卖通平台注册、认证、供应商选择、商品选择、开通速卖通店铺、装修店铺、产品上架、交易磋商、产品销售、产品订购、物流快递等一系列操作。需要学生根据对已学知识的理解，快速准确地完成案例。

3. 评分标准：

得分由 4 部分组成，20 分的速度分，40 分的交易额分、40 分的商品发布效果分（店铺访问量），最后扣去错误扣分。

以从开始答题到开始交易步骤所用时间作为记速时长，速度最快的（记速时长最短）为 20 分，其他学生按记速时长与第一名的反比乘以 20 分（时

间越长得分越低)。

以学生处理订单的交易额作为交易额分基准，交易额最大的为 40 分，其他学生按交易额与第一名的比例乘以 40 分（访问量越低得分越低）。

以学生得到的平台访问量（访问量与虚拟订单量源自相同的算法，结果是一样的）作为商品发布效果分基准，访问量最大的为 40 分，其他学生按访问量与第一名的比例乘以 40 分（访问量越低得分越低）。

三个得分相加，再减去错误扣分，即为最终得分。如果最终得分为负数，则计为 0 分。

每个客户有初始的购买意向（金额），根据到达统一客户进度的前后次序，前 20 名同学会获得 20%-1%不同的购买意向加成，这是获得更高业务分的一项条件。

学生发布的商品价格，如果低于建议销售价，不会增加客户的购买意向，但是在购买意向除以价格后可能会获得更高一点的采购数量。同时，更低的销售价也是获得更高访问量（源自客户搜索商品时对价格的考虑因素）从而影响商品发布分的一项条件。

学生发布的商品价格，如果高于建议销售价，会大幅降低客户的购买意向（乘以两个价格之比的 3 次方），如果最终购买意向除以价格的结果小于 1，则会失去该客户。同时，高于建议价的商品价格也会影响商品发布分（降低访问量）。