

附件 3

全国轻工互联网营销师职业技能大赛 技术工作文件（试行）

互联网营销师大赛组委会

2024 年 6 月 18 日

全国轻工互联网营销师职业技能大赛 技术工作文件（试行）

目 录

一、技术描述

- （一）项目概况
- （二）基本知识与能力要求

二、试题与评判标准

- （一）试题依据
- （二）试题具体内容
- （三）省预选（专项）赛、全国总决赛评价细则

三、竞赛细则

- （一）省（自治区、直辖市）级预选（专项）赛
- （二）全国总决赛

四、竞赛场地、设施设备安排

- （一）赛场规格要求
- （二）场地布局图
- （三）基础设施清单
- （四）竞赛选手自带工具、材料清单表
- （五）设备及软件专业度标准清单

五、安全、健康要求

- （一）人员安全、健康要求
- （二）场地安全、健康安排
- （三）卫生防疫

一、技术描述

（一）项目概况。

全国轻工互联网营销师职业技能大赛（以下简称互联网营销师大赛）是指在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行营销推广的竞赛项目。

互联网营销师大赛设立直播销售员、视频创推员、平台管理员 3 个赛项。直播销售员、视频创推员赛项为单人赛，平台管理员为三人赛，均设置职工（社会人员）组和学生组两个组别。

直播销售员重点考核选手计算预热投入产出比、分析研判网络舆情风险信息、按需制定产品营销方案、进行直播预演并根据预演效果调整总决赛营销方案、产品链接加挂（撤销）和直播销售能力、售后及复盘等能力；视频创推员重点考核选手计算预热投入产出比、提炼产品关键标签及卖点、结合产品卖点设计视频创意方案、运用多种拍摄手法展示产品特性、脚本创作并对素材进行包装、视频推广、售后及复盘等能力；平台管理员重点考核选手间的综合配合度，能制定现场技术团队协作规则并编写规则方法、能综合整理三人赛方案并组织协调各赛项人员相互配合执行、能按制定的产品营销方案进行直播、能结合产品卖点设计视频创意方案并运用多种拍摄手法展示产品特性、能协调、引流资源并扩大宣传渠道、能随时查看网络舆论监控数据、提供产品实时数据、现场设备管理方案、售后及复盘等能力。

大赛组委会按《互联网营销师国家职业技能标准（2021 年版）》（以下简称《标准》）要求组织专家出具大赛试题，其中理论考试占总成绩的 30%，实际操作占总成绩的 70%。总成绩相同者，以实操比赛成绩高者优先；实操比赛成绩依然相同，以理论考试时间短者优先；若仍不能分出先后，取相同名次。

（二）基本知识与能力要求。

互联网营销师职业技能大赛对选手理论知识、工作能力的要求，以及各项要求的权重比例。

1. 基本知识

相关要求	
1	互联网营销基础知识理论
基本知识	职业道德基本知识 计算机及网络应用知识 营销基础知识 传播内容制作基础知识 产品基础知识 安全基础知识 相关法律法规知识

知识要求	计算机及移动设备操作相关知识 网络应用相关知识 营销学基本概念 互联网营销定义和分类 互联网营销传播特点 互联网营销策略及主要方法 摄影、录像拍摄基础知识 图片、视频编辑制作基础知识 视听语言表达基础知识 新媒体应用知识 产品分类知识 产品质量知识 特殊产品宣传知识 网络信息安全知识 设备及操作安全知识 场地环境安全知识	
2	互联网营销实操知识	
技能要求	工作准备	1 直播硬件设备搭建 2 直播间网络测试、下载安装直播软件 3 布置直播间 4 发布产品链接 5 提交直播产品营销纸质方案 6 填写直播清单
	直播销售员	1 根据直播产品营销方案，将产品特性整理为脚本和手卡 2 播中展现直播能力 3 能根据直播产品营销方案进行直播销售，播中展示直播技巧 4 讲解大赛参赛指定产品

		5 介绍大赛参赛品牌 6 设计粉丝互动环节
	视频创推员	1 提交电子及纸质拍摄方案各一份 2 根据脚本使用相关设备软件拍摄产品 3 根据拍摄方案使用相关设备软件拍摄产品 4 视频剪辑能力 5 能在平台上按大赛要求#&@标签 6 投流 7 视频需可挂带货链接 8 复盘
	平台管理员	1 直播数据提交 2 视频数据提交 3 使用后台功能管理评论 4 使用直播界面配置功能 5 直播结束后收尾 6 复盘
	售后与复盘	1 售前预测数据进行复核 2 复盘直播产品营销方案数据部分 3 复盘直播产品整体营销方案 4 直播数据提交（决赛当天直播数据及预热期直播数据） 5 视频数据提交（视频数据及平台链接和电子版视频文件）
比分	不同赛项及不同组别分别计算	

2. 能力要求

理论竞赛得分表（占总成绩 30%）

竞赛类目 竞赛项目		直播销售员	视频创推员		单人赛
				平台管理员	三人赛
基本要求	职业道德	5	5	5	
	基础知识	15	15	15	
相关知识要求	工作准备	10	10	10	
	产品信息收集			5	
	产品确定及规划			5	
	直播营销	45		20	
	视频创推		45	15	
	技术支持与互动管理			10	
	售后与复盘	25	25	15	
合计		100	100	100	

实操竞赛得分（占比总成绩 70%）

竞赛类目 竞赛项目		直播销售员	视频创推员		单人赛
				平台管理员	三人赛
相关知识要求	工作准备	20	20	20	
	产品信息收集			5	
	产品确定及规划			5	
	直播营销	60		20	
	视频创推		60	30	
	技术支持与互动管理			15	
	售后与复盘	20	20	5	
合计		100	100	100	

二、试题与评判标准

（一）试题依据。

1、内容依据：《标准》《互联网营销师国家职业技能评价教材》（以下简称《教材》）。

2、方法依据：国家题库开发技术规程。

（二）试题具体内容。

大赛由理论考试和实际操作两部分组成，均以《互联网营销国家职业技能标准（2021 版）》中三级/高级工及以下各等级的要求设计竞赛命题。

直播销售员重点考核选手计算预热投入产出比、分析研判网络舆情风险信息、按需制定产品营销方案、进行直播预演并根据预演效果调整总决赛营销方案、产品链接加挂（撤销）和直播销售能力、售后及复盘等能力；视频创推员重点考核选手计算预热投入产出比、提炼产品关键标签及卖点、结合产品卖点设计视频创意方案、运用多种拍摄手法展示产品特性、脚本创作并对素材进行包装、视频推广、售后及复盘等能力。平台管理员重点考核选手间的综合配合度，能制定现场技术团队协作规则并编写规则方法、能综合整理三人赛方案并组织协调各赛项人员相互配合执行、能按制定的产品营销方案进行直播、能结合产品卖点设计视频创意方案并运用多种拍摄手法展示产品特性、能协调、引流资源并扩大宣传渠道、能随时查看网络舆论监控数据、提供产品实时数据、现场设备管理方案、售后及复盘等能力。

3、试卷题型、题量与配分

理论知识竞赛原则上实行统一题型、题量与配分，详见下表：

题 型	题 量	配 分	总 分
单项选择题（B）	60 题	每题 1 分	60 分
多项选择题（G）	20 题	每题 1 分	20 分
判断题（C）	20 题	每题 1 分	20 分
合计	100 题		100 分

4、评判标准及排名

分数权重：理论成绩占比 30%，实操成绩占比 70%。

计算方式：总成绩=理论成绩×30%+实操成绩×70%。

排名按照总成绩排序决定竞赛名次。总成绩相同者，以实操比赛成绩高者优先；实操比赛成绩依然相同，以理论考试时间短者优先；若仍不能分出先后，取相同名次。

5、评判方法

选手在轻工云平台进行理论竞赛，理论成绩依据标准答案系统自动评分。

实操成绩依据互联网营销师实操竞赛考试点由裁判员进行评分。裁判员以各代表队推荐、组委会广泛征集择优遴选产生，不同模块选聘不同裁判员执裁，裁判员依据每个考试点打分后进行取平均值得出最终分数。

（三）省预选（专项）赛、全国总决赛评价细则

（直播销售员）竞赛评分规则表【职工（社会人员）】					
评分内容		分值	评分方式	评分规则	
理论竞赛		100	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分，理论总成绩 100 分×0.3=最终理论竞赛成绩；	
实操竞赛	直播准备【三大核心点】（20分）	比赛现场提交选手身份证明、填写赛前清单	2	现场/线上审阅	清单内容与实际相符 1~2 分 清单内容与实际不相符 0 分
		确认大赛产品链接绑定完成度	2	现场/线上审阅	清单内容与实际相符 2 分 清单内容与实际不相符 0 分
		直播间网络测试	1	现场/线上审阅	能顺利开播 1 分（必须为整数）
		硬件设备搭建	1	现场/线上审阅	能顺利开播 1 分（必须为整数）
		布置直播间	4	现场/线上审阅	根据现场实际完成情况打分 0~4 分
		提交纸质团队直播营销方案两份（含选品）	10	现场/线上审阅	根据提交方案完整度打分 1~10 分（必须为整数） 未提交方案 0 分
	直播营销【播中】最少 90 分钟（60 分）	直播前、直播中粉丝互动	8	现场/线上审阅	直播间互动有序、流畅 1~8 分 裁判巡视期间直播间无互动 0 分
		直播间镜头仪态、服装/妆容形象	8	现场/线上审阅	直播间仪态、服装、妆容、形象良好 1~8 分 不符合法律法规、公序良俗 0 分
		口齿清晰、表达顺畅、直播相关话术熟练掌握，应对突发事件	10	现场/线上审阅	直播间话术流程掌握及应对突发情况临场反应 1~10 分
		指定讲解直播产品不低于 10 款	15	现场/线上审阅	指定产品高于 10 款（含） 15 分 指定产品低于 10 款（不含） 0 分

		直播选品品牌不低于 5 个品牌	4	现场/线上审阅	直播选品品牌不低于 5 个品牌 4 分 直播选品品牌低于 5 个品牌 0 分
		直播技巧与直播方案符合度	15	现场/线上审阅	直播技巧与直播方案符合度 1~15 分
	售后 与复 盘(20 分)	直播选品策略方案与实际达成分析报告提交	4		根据提交方案完整度打分 1~4 分 未提交方案 0 分
		直播销售数据提交：总决赛预热期数据（实际销售额=GMV-退货金额）总决赛订单数据提交；总决赛全场 GMV 数据提交；总决赛退货金额；	4	后台数据	销售额（退货率需低于 20%，退货率高于等于 20%此项无成绩）按（预热期+总决赛）销售额总额占比排名 1%—10% 4 分 11%—30% 2 分 31%—100% 1 分
		直播后台数据提交：直播间访问量、本场新增关注人数、本场点赞数；	4		数据排名 1—4 分 以直播间访问量排序 1%—10% 2 分，再以新增关注人数排序 1%—10% 1 分，最后以点赞数排序 1%—10% 1 分；
		直播结束后复原直播间及垃圾清理	2		根据恢复度打分 1~2 分 未复原打扫 0 分
		提交本场直播消耗品清单	2		根据完整度打分 1~2 分 未填写 0 分
		提交本场直播复盘报告	4		根据详尽程度打分 1~4 分 未提交 0 分
		实操总分	100	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	总分成绩（理论）占比		30	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分，理论总成绩 100 分 X0.3=最终理论竞赛成绩；
	总分成绩（实操）占比		70	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	选手总成绩		100	数据汇总	理论竞赛成绩+实操竞赛成绩

(视频创推员) 竞赛评分规则表【职工（社会人员）】					
评分内容		分值	评分方式	评分规则	
理论竞赛	参考互联网营销师国家标准 3 级内容		100	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分，理论总成绩 100 分 X0.3=最终理论竞赛成绩；
实操竞赛	视频准备【三大核心点】 提前 10 天发布	提交产品拍摄方案（电子及纸质各一份）	10	现场/线上审阅	视频内容与指定产品相符 1—10 分 不提交无分 0 分
		提交拍摄脚本（电子及纸质各一份）	6	现场/线上审阅	视频内容与指定产品相符 1—6 分 不提交无分 0 分
		提交参赛短视频电子版（格式：MP4；清晰度：1080P） 时间长度 30 秒	4	现场/线上审阅	满足一项给 2 分共 4 分（必须为整数） 不提交没有分值，不足 30 秒不能继续参评
		视频发布设置标签格式统一要求： #全国轻工互联网营销师职业技能大赛 #我为 XX 品牌代言 @品牌方（抖音、快手、小红书）	6	现场/线上审阅	标签格式正确有一项给 2 分共 6 分 标签格式错误（含错别字）该项不给分 未设置标签格式统一要求的不予以晋级省预选赛、总决赛
		提交参赛短视频链接必须挂平台带货链接	6	现场/线上审阅	短视频带货链接完整 6 分 短视频带货链接不完整 0 分
		结合产品特点制作视频与拍摄方案是否一致	10	现场/线上审阅	根据方案拍摄完成度 1~10 分（必须为整数） 未按方案拍摄 0 分

		结合产品特点视频拍摄技法是否与脚本一致	10	现场/线上审阅	根据脚本拍摄完成度 1~10 分（必须为整数） 未按脚本拍摄 0 分
		能使用专业设备多手法拍摄展示产品特性	10	现场/线上审阅	与方案相符、画面艺术性 1—10 分 呈现静态视频 0 分
		通过短视频展示视频剪辑手法及能力	12	现场/线上审阅	短视频剪辑呈现度 1~12 分 低于 30 秒 0 分
		通过筛选流量资源确定投放对象并取得流量（不限制金额）	6	现场/线上审阅	短视频有投放记录并取得流量 6 分 短视频没有投放记录 0 分
	售后 与复 盘	短视频播放参与人次，超过 500 人次参评；	8	现场/线上审阅	排名 1%—10% 8 分 11%—30% 4 分 31%—100% 1 分
		短视频点赞次数，超过 1000 人次参评；	2	现场/线上审阅	排名 1%—10% 2 分 11%—30% 1 分 31%—100% 0.5 分
		短视频转发次数，超过 200 人次参评；	6	现场/线上审阅	排名 1%—10% 6 分 11%—30% 3 分 31%—100% 1 分
		短视频订单数据提交，退货金额数据提交；	4	现场/线上审阅	退货率不超过 20%可排名 排名 1%—10% 4 分 11%—30% 2 分 31%—100% 1 分
	实操总分		100	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	总分成绩（理论）占比		30	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分，理论总成绩 100 分 X0.3=最终理论竞赛成绩；
	总分成绩（实操）占比		70	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	选手总成绩		100	数据汇总	理论竞赛成绩+实操竞赛成绩

（直播销售员）竞赛评分规则表【学生组】

		评分内容	分值	评分方式	评分规则
理论竞赛		参考互联网营销师国家标准3级内容	100	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分， 理论总成绩 100 分×0.3=最终理论竞赛成绩；
实操竞赛	直播准备【三大核心点】	比赛现场提交选手身份证明、填写赛前清单	2	现场/线上审阅	清单内容与实际相符 1—2 分 清单内容与实际不相符 0 分
		确认大赛产品链接绑定完成度	2	现场/线上审阅	清单内容与实际相符 2 分 清单内容与实际不相符 0 分
		直播间网络测试	1	现场/线上审阅	能顺利开播 1 分（必须为整数）
		硬件设备搭建	1	现场/线上审阅	能顺利开播 1 分（必须为整数）
		布置直播间	4	现场/线上审阅	根据现场实际完成情况打分 0~4 分
		提交纸质团队直播营销方案两份（含选品）	10	现场/线上审阅	根据提交方案完整度打分 1~10 分（必须为整数） 未提交方案 0 分
	直播营销【播中】不低于90分钟	直播前、直播中粉丝互动	8	现场/线上审阅	直播间互动有序、流畅 8 分 裁判巡视期间直播间无互动 0 分
		直播间镜头仪态、服装/妆容形象	8	现场/线上审阅	直播间仪态、服装、妆容、形象良好 1~8 分 不符合法律法规、公序良俗 0 分
		口齿清晰、表达顺畅、直播相关话术熟练掌握，应对突发事件	10	现场/线上审阅	直播间话术流程掌握及应对突发情况临场反应 1~10 分
		指定讲解直播产品不低于10款	15	现场/线上审阅	指定产品高于10款（含） 15 分 指定产品低于10款（不含） 0 分

		直播选品品牌不低于 5 个品牌	4	现场/线上审阅	直播选品品牌不低于 5 个品牌 4 分 直播选品品牌低于 5 个品牌 0 分
		直播技巧与直播方案符合度	15	现场/线上审阅	直播技巧与直播方案符合度 1~15 分
	售后 与复 盘	直播选品策略方案与实际达成分析报告提交	4		根据提交方案完整度打分 1~4 分 未提交方案 0 分
		直播销售数据提交：总决赛预热期数据（实际销售额=GMV-退货金额）总决赛订单数据提交；总决赛全场 GMV 数据提交；总决赛退货金额；	4	后台数据	销售额（退货率需低于 20%，退货率高于等于 20%此项无成绩）按（预热期+总决赛）销售额总额占比排名 1%—10% 4 分 11%—30% 2 分 31%—100% 1 分
		直播后台数据提交：直播间访问量、本场新增关注人数、本场点赞数；	4		数据排名 1—4 分 以直播间访问量排序 1%—10% 2 分，再以新增关注人数排序 1%—10% 1 分，最后以点赞数排序 1%—10% 1 分；
		直播结束后复原直播间及垃圾清理	2		根据恢复度打分 1~2 分 未复原打扫 0 分
		提交本场直播消耗品清单	2		根据完整度打分 1~2 分 未填写 0 分
		提交本场直播复盘报告	4		根据详尽程度打分 1~4 分 未提交 0 分
		实操总分	100	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	总分成绩（理论）占比		30	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分，理论总成绩 100 分 X0.3=最终理论竞赛成绩；
	总分成绩（实操）占比		70	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	选手总成绩		100	数据汇总	理论竞赛成绩+实操竞赛成绩

（视频创推员）竞赛评分规则表【学生组】

		评分内容	分值	评分方式	评分规则
理论竞赛		参考互联网营销师国家标准 3 级内容	100	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分， 理论总成绩 100 分×0.3=最终理论竞赛成绩；
实操竞赛	视频准备 【三大核心点】 提前 10 天发布	提交产品拍摄方案（电子及纸质各一份）	10	现场/线上审阅	视频内容与指定产品相符 1—10 分 不提交无分 0 分
		提交拍摄脚本（电子及纸质各一份）	6	现场/线上审阅	视频内容与指定产品相符 1—6 分 不提交无分 0 分
		提交参赛短视频电子版（格式：MP4；清晰度：1080P）时间长度 30 秒	4	现场/线上审阅	满足一项给 2 分共 4 分（必须为整数） 不提交没有分值，不足 30 秒不能继续参评
	视频创作及推广（专	视频发布设置标签格式统一要求： #全国轻工互联网营销师职业技能大赛 #我为 XX 品牌代言 @品牌方（抖音、快手、小红书）	6	现场/线上审阅	标签格式正确有一项给 2 分共 6 分 标签格式错误（含错别字）该项不给分 未设置标签格式统一要求的不予晋级省预选赛、总决赛
		提交参赛短视频链接必须挂平台带货链接	6	现场/线上审阅	短视频带货链接完整 6 分 短视频带货链接不完整 0 分
		结合产品特点制作视频与拍摄方案是否一致	10	现场/线上审阅	根据方案拍摄完成度 1~10 分（必须为整数） 未按方案拍摄 0 分

	业评 审评 分)	结合产品特点视频拍摄技法是否与脚本一致	10	现场/线上审阅	根据脚本拍摄完成度 1~10分（必须为整数） 未按脚本拍摄 0分
		能使用专业设备多手法拍摄展示产品特性	10	现场/线上审阅	与方案相符、画面艺术性 1—10分 呈现静态视频 0分
		通过短视频展示视频剪辑手法及能力	12	现场/线上审阅	短视频剪辑呈现度 1~12分 低于30秒 0分
		通过筛选流量资源确定投放对象并取得流量（不限制金额）	6	现场/线上审阅	短视频有投放记录并取得流量 6分 短视频没有投放记录 0分
	售后 与复 盘	短视频播放参与人次，超过200人次参评；	8	现场/线上审阅	排名1%—10% 8分 11%—30% 4分 31%—100% 1分
		短视频点赞次数，超过500人次参评；	2	现场/线上审阅	排名1%—10% 2分 11%—30% 1分 31%—100% 0.5分
		短视频转发次数，超过50人次参评；	6	现场/线上审阅	排名1%—10% 6分 11%—30% 3分 31%—100% 1分
		短视频订单数据提交，退货金额数据提交；	4	现场/线上审阅	退货率不超过20%可排名 排名1%—10% 4分 11%—30% 2分 31%—100% 1分
	实操总分		100	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	总分成绩（理论）占比		30	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分，理论总成绩 100分 X0.3=最终理论竞赛成绩；
	总分成绩（实操）占比		70	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分，实操总成绩 X0.7=最终实操竞赛成绩；
	选手总成绩		100	数据汇总	理论竞赛成绩+实操竞赛成绩

平台管理员竞赛评分规则表					
评分内容		分值	评分方式	评分规则	
理论竞赛		参考互联网营销师国家标准3级内容	100	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分，理论总成绩100分×0.3=最终理论竞赛成绩；
实操竞赛	【播前】	比赛现场提交选手身份证明、填写赛前清单、确认大赛产品链接绑定完成度	4	现场/线上审阅	清单内容与实际相符 4分 清单内容与实际不相符 0分
		直播间网络测试、硬件设备搭建、布置直播间	6	现场/线上审阅	根据现场实际完成情况打分 0~6分（必须为整数）
		提交纸质团队直播营销方案两份（含选品）	10	现场/线上审阅	根据提交方案完整度打分 1~10分（必须为整数） 未提交方案 0分
	【三大核心点】	提交产品拍摄策划与脚本（电子及纸质各一份）	7	现场/线上审阅	根据提交脚本完整度打分 1~7分（必须为整数） 未提交脚本 0分
		视频发布设置标签格式统一要求： #全国轻工互联网营销师职业技能大赛 #我为XX品牌代言（+选手专属话题） @品牌方（抖音、快手、小红书）	3	现场/线上审阅	标签格式统一 3分 标签格式有错误 0分 未设置标签格式统一要求的不予以晋级省预选赛、总决赛
		提交带货短视频一条（不低于30秒）必须挂带货链接	3	现场/线上审阅	根据提交短视频完整度打分 1~3分（必须为整数） 未挂带货链接 0分
		能使用专业设备多手法拍摄展示产品特性	5	现场/线上审阅	与方案相符、画面艺术性 1—5分 呈现静态视频 0分
		结合产品特点制作视频拍摄方案，是否与脚本一致	4	现场/线上审阅	根据脚本拍摄完成度 1~4分（必须为整数） 未按脚本拍摄 0分

		通过短视频展示视频剪辑手法及能力	4	现场/线上审阅	短视频剪辑呈现度 1~4 分 低于 30 秒 0 分
		通过筛选流量资源确定投放对象并取得流量（不限制金额）	4	现场/线上审阅	短视频有投放记录并取得流量 4 分 短视频没有投放记录 0 分
	直播营销【播中】不低于 90 分钟	直播前、直播中粉丝互动	2	现场/线上审阅	直播间互动有序、流畅 2 分 裁判巡视期间直播间无互动 0 分
		直播间镜头仪态、服装/妆容形象	3	现场/线上审阅	直播间仪态、服装/妆容形象良好 1~3 分 不符合法律法规、公序良俗 0 分
		口齿清晰、表达顺畅、直播相关话术熟练掌握，应对突发事件	4	现场/线上审阅	直播间话术流程掌握及应对突发情况临场反应 0~4 分
		指定讲解直播产品不低于 10 款	5	现场/线上审阅	指定产品高于 10 款（含） 5 分 指定产品低于 10 款（不含） 0 分
		直播选品品牌不低于 5 个品牌	1	现场/线上审阅	直播选品品牌不低于 5 个品牌 1 分 直播选品品牌低于 5 个品牌 0 分
		直播技巧与直播方案符合度	5	现场/线上审阅	直播技巧与直播方案符合度 0~5 分
	平台管理员（售前策略、售后数据与行为	总决赛预热期直播	5	线上审阅	根据线上表现、销售额、订单数、退货金额及 SKU 数量综合评分 0~5 分
		直播选品策略方案与实际达成分析报告提交	5	现场审阅	根据提交方案完整度打分 1~5 分 未提交方案 0 分
		直播数据提交：	7	后台数据	销售额（退货率需低于 20%，退货率高于等于 20%此项无成绩）按（预热期+总决赛）销售额总额占比排名 1%—10% 4 分 11%—30% 2 分 31%—100% 1 分
		短视频数据提交：	7	后台数据	数据排名 1—7 分 以直播间访问量排序 1%—10% 4 分，再以新增关注人数排序 1%—10% 2 分，最后以点赞数排序 1%—10% 1 分；

	复盘)	直播结束后复原直播间及垃圾清理	2	现场审阅	根据恢复度打分 1~2 分 未复原打扫 0 分
		提交本场直播消耗品清单	2	现场审阅	根据完整度打分 1~2 分 未填写 0 分
		提交本场直播复盘报告	2	现场审阅	根据详尽程度打分 1~2 分 未提交 0 分
	实操总分		100	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分， 实操总成绩×0.7=最终实操竞赛成绩；
总分成绩（理论）占比			30	内容审阅	理论竞赛结束后，依据竞赛答案进行评分， 理论总成绩 100 分×0.3=最终理论竞赛成绩；
总分成绩（实操）占比			70	综合数据	实操竞赛结束后，密封竞赛文件交由裁判委组进行打分， 实操总成绩×0.7=最终实操竞赛成绩；
选手总成绩			100	数据汇总	理论竞赛成绩+实操竞赛成绩。

三、竞赛细则

（一）省（自治区、直辖市）级预选（专项）赛。

各省（自治区、直辖市）执委会负责协调和组织本省预选（专项）赛、市（地）级选拔赛的正常举办。

项 目	内容细则	备 注
参赛 条件	从事本职业或相关职业的企（事）业单位职工、自由职业者和相关专业全日制在籍生（具有全日制学籍的在校创业学生，不得以职工或社会人员身份参赛），均可报名参加相应赛项和组别的竞赛，其中参加直播销售员赛项的选手，参赛账号须满足各电商平台的实名账号注册条件。	在省级赛事开始前，须对所有参赛选手进行职业能力培训，并颁发轻工互联网营销师职业能力评价证书。
竞赛 时间	不晚于 2024 年 9 月 30 日。	各省（自治区、直辖市）执委会落实执行。
参赛 环境	线下竞赛。	需要有开幕式、职业技能竞赛、闭幕式等环节。
竞赛 方式	理论竞赛不少于 90 分钟+实操竞赛不少于 90 分钟。 总成绩计分方式为：总成绩=理论考试得分（30%）+实操竞赛得分（70%）。	竞赛分为上、下两个半场。上半场理论竞赛；下半时实操竞赛。
竞赛 产品	大赛组委会提供 1-10 款竞赛产品，为选手竞赛必选品。各省（自治区、直辖市）执委会根据实际情况再增补 10-40 款竞赛产品，为本省竞赛可选品。	按大赛产品征集文件执行。
竞赛 账号	参赛账号为选手实名电商平台账号。	选手所提供的账号必须是本人实名信息相同的账号，不得借用他人账号，如有发现则取消参赛资格。
竞赛 流程	1、各省（自治区、直辖市）执委会印发本省竞赛通知； 2、组织选手报名，并参加职业技能培训（实训）； 3、组织预选（专项）赛，公布评选名次等相关信息；	各省（自治区、直辖市）执委会落实执行。

	4、向大赛组委会提报晋级选手名单； 5、组织晋级选手及领队等相关人员参加全国总决赛。	
裁判员	由各省（自治区、直辖市）执委会选聘。 裁判员需持有轻工大赛裁判员资格证，且在有效期内。	各省裁判员人数为单数，由各执委会裁判长负责。
争议解决	当遇到争议的时候，技术问题交由裁判委员会商议解决；如非技术问题则交由监审委员会解决，所有争议问题和事项需进行相关文件汇总，并报送裁判组作存档。	详见《大赛实施方案》
材料保管	竞赛期间，所有纸质评判表（含修改的评判表）均由裁判长保管。竞赛结束后，由裁判长统一报送各执委会。	
成绩公布	在竞赛成绩确认后，各执委会裁判长须组织预选（专项）赛全体裁判员和参赛选手进行技术总结和点评，并公布选手成绩。预选（专项）赛竞赛结束后2周内，各执委会将预选（专项）赛全部参赛选手成绩单和信息进行汇总和审核并加盖公章后，报组委会裁判组。	
竞赛纪律	1、所有参赛选手按照竞赛相关规定进行竞赛； 2、不得在竞赛过程中发布不当言论； 3、不得出现涉及政治言论； 4、不得虚构产品功能和功效； 5、不得虚假承诺和言语煽动。	
应急处理	1、赛场突发问题处理。竞赛期间，如在预选（专项）赛内出现因设施设备故障、选手伤病等突发问题，由裁判长组织处理，各执委会提供相应保障；如在公共区域内出现各类突发事件、参赛选手在竞赛期间受伤或生病等情况，由各执委会统一组织处理。 2、中断竞赛时间处理。竞赛过程中，因参赛选手个人原因导致竞赛中断，中断的时间计入参赛选手竞赛时间，不予补偿；非因参赛选手个人原因造成的竞赛中断，中断时间不计入参赛选手竞赛时间，并予以补足。竞赛中断的原因，由裁判长会同当值裁判员在选手回避的情况下作出判断，并尽快告知参赛选手。参赛选手处理伤病中断竞赛的按个人原因导致竞赛中断处理，无法继续参赛的，按已完成竞赛部分计算成绩。	

（二）全国总决赛

大赛组委会负责全国总决赛执行。

项目	内容细则	备注
参赛条件	各预选（专项）赛中单人赛各赛项各组别的前3名，三人赛各组别前2名进入全国总决赛。	在全国总决赛赛事开始前，大赛组委会对所有参赛选手情况进行核查。
竞赛时间	暂定2024年10月。	具体时间、地点另行通知
参赛环境	线下竞赛（根据实际情况，酌情制定线上竞赛备选方案）。	
竞赛方式	理论竞赛不少于90分钟+实操竞赛不少于90分钟。总成绩计分方式为：总成绩=理论考试得分（30%）+实操竞赛得分（70%）。	竞赛分上下两个半场。上半场理论竞赛，下课时实操竞赛。
竞赛产品	大赛组委会提供1-10款竞赛产品，为选手竞赛必选品。	按大赛产品征集文件执行。
竞赛账号	参赛账号为选手自己的电商平台账号。	选手所提供的账号必须是本人实名信息相同的账号，不得借用他人账号，如有发现则取消参赛资格。
竞赛流程	1、各执委会提报本省晋级选手名单，大赛组委会复核； 2、总决赛：理论竞赛+实操竞赛； 3、公布评选名次等相关信息； 4、颁发相关奖项。	各执委会按大赛组委会要求执行。
裁判员	由大赛组委会择优选聘。 裁判员需持有轻工大赛裁判员资格证，且在有效期内。	裁判员人数为单数，由大赛组委会裁判委组负责。
争议解决	当遇到争议的时候，技术问题则交由裁判委员会商议解决；如非技术问题则交由监审委员会解决，所有争议问题和事项需进行相关文件汇总，并报送裁判组作存档。	详见《大赛实施方案》

材料保管	竞赛期间,所有纸质评判表(含修改的评判表)均由裁判长保管。竞赛结束后,由裁判长统一报送大赛组委会办公室。	
成绩公布	在竞赛成绩确认后,预选(专项)赛裁判长须组织预选(专项)赛全体裁判员和参赛选手进行技术总结和点评,并公布选手成绩。预选(专项)赛竞赛结束后2周内,执委会将预选(专项)赛全部参赛选手成绩单和信息进行汇总和审核并加盖公章后,报大赛组委会裁判组。	
竞赛纪律	1、所有参赛选手按照竞赛相关规定进行竞赛; 2、不得在竞赛过程中发布不当言论; 3、不得出现涉及政治言论; 4、不得虚构产品功能和功效; 5、不得虚假承诺和言语煽动; 6、不得数据造假; 7、比赛期间总订单退货率不得超过 20%。	
应急处理	1、赛场突发问题处理。竞赛期间,如在总决赛期间出现因设施设备故障、选手伤病等突发问题,由裁判长组织处理,大赛组委会提供相应保障;如在公共区域内出现各类突发事件、参赛选手在竞赛期间受伤或生病等情况,由大赛组委会统一组织处理。 2、中断竞赛时间处理。竞赛过程中,因参赛选手个人原因导致竞赛中断,中断的时间计入参赛选手竞赛时间,不予补偿;非因参赛选手个人原因造成的竞赛中断,中断时间不计入参赛选手竞赛时间,并予以补足。因补足时间造成竞赛延期的,比赛规划整体顺延。竞赛中断的原因,由裁判长会同当值裁判员在选手回避的情况下作出判断,并尽快告知参赛选手。参赛选手处理伤病中断竞赛的按个人原因导致竞赛中断处理,无法继续参赛的,按已完成竞赛部分计算成绩。	

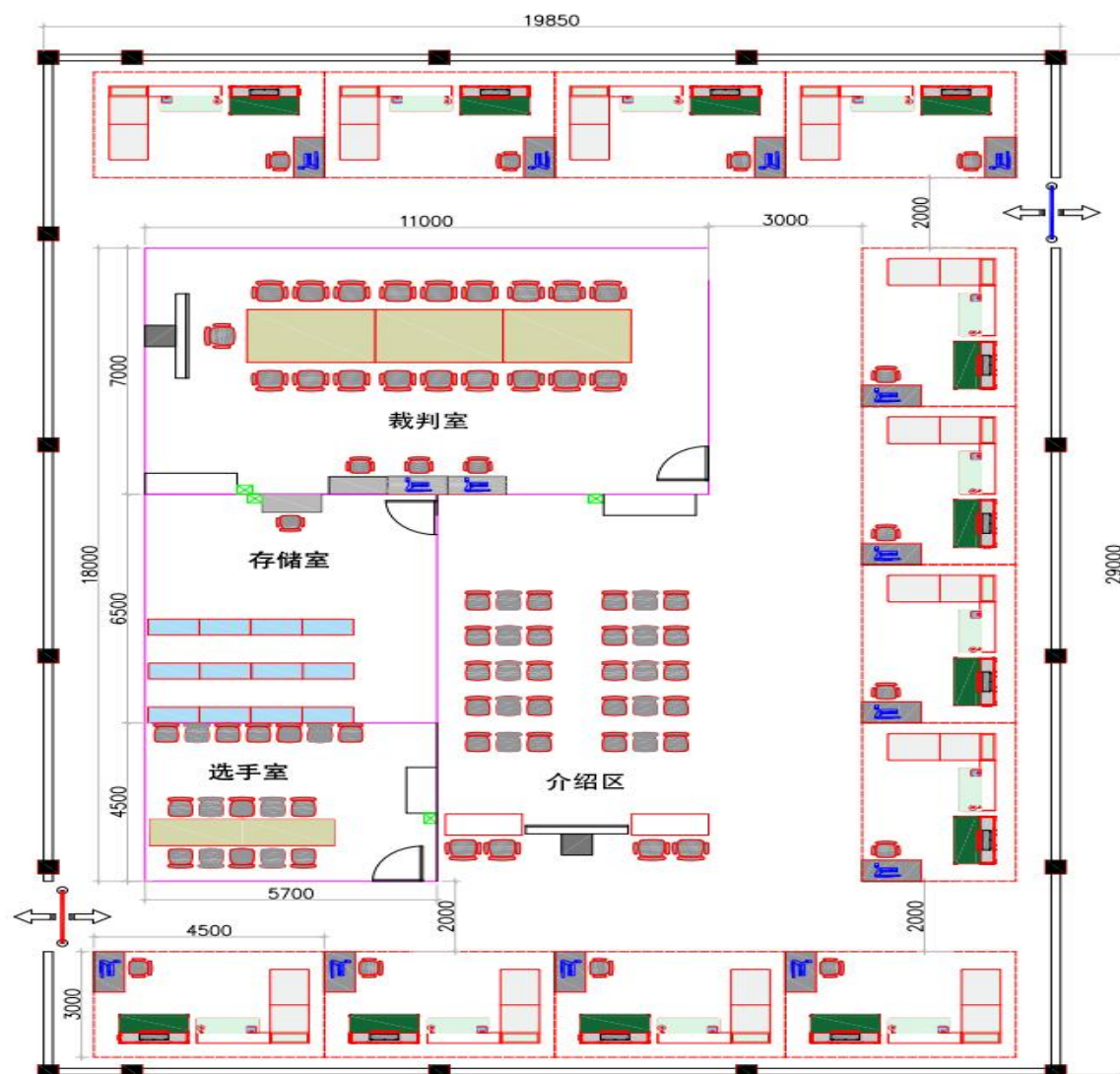
四、竞赛场地、设施设备等安排

（一）赛场规格要求

场地类型	大 小	具体要求	数 量	备 注
直播间	3m×3m	每个直播间的间隔不低于 0.5 米,直播间配备桌椅、环形灯、直播支架、声卡、数据线和电源、补光灯、收音器。	50+	根据各地方的情况搭建对应数量的直播间。
脚本讲解室	8m×8m	配备会议桌椅、LED 屏及相关配套设备。		播放视频的设备
化妆间	8m×8m	男女化妆间各一个。	2	配置化妆座椅及化妆镜。
裁判室	10m×10m	配备会议桌椅、LED 屏及相关配套设备。	2	LED 屏幕尺寸不低于 70 寸
设备储藏室	8m×8m	电子设备及物资储备各一个。	2	
选手(工作人员)休息室	8m×8m	配备选手休息座椅。	7	单人赛休息室 3 个,三人赛休息室 2 个,工作人员休息室 2 个。
产品室	8m×8m	产品展架及产品。	4	按照类别类。
会议室	10m×10m	用于工作统筹安排。	1	

（二）场地布局图

各预选（专项）赛根据实际情况，制定清晰的布局图（以赛事实际面积设计布局），参考例图如下：



(三) 基础设施清单

序号	名称	数量	技术规格（建议）
1	支架	1 个/选手	最长长度：55cm 适用机型：5.7—8.4cm
2	补光灯	2 个/选手	功率：14W/24W/50W 色温：3000—6000K 工作环境温度：-30~+50℃ 调光模式：无级调光 输入：AC100-240V 储藏环境温度：-30~+65℃ 使用寿命：50,000 小时
3	排插	1 个/选手	额定电压：250V（电源插孔） 额定电流：10A（电源插孔） 额定功率：2500W 插座数量：4 插位或以上 电源线长度：1.8 米 阻燃标准：750℃ 安全性能：3C 认证 工作温度：-10℃至+40℃ 国家标准 执行标准： Q/DXQMK0001-2015
4	电脑桌	1 个/选手	尺寸：60cm*40cm*71cm
5	椅子	1 个/选手	高 960mm，深 670mm，中心距 590mm
6	直播间展架	1—2 个/选手	尺寸：200cm*40cm*150cm

(四) 竞赛选手自带工具、材料清单表

序号	名称	数量	技术规格（建议）
1	手机	1 只/选手	ROM 容量： 128GB、256GB 后置：200 万像素以上 前置： 1200 万像素以上 内存： 4GB 分辨率： 1792x828 像素以上
2	高清摄像头	1 个/选手	产品类型：电脑摄像头 感光元件：CCD 动态分辨率：1024×768 静态分辨率：1024×768 接口类型：Micro 压缩格式 H.264 其他参数：内置麦克风和扬声器, 720p 高清直播
3	补光灯	2 个/选手	功率：14W/24W/50W 色温：3000—6000K 工作环境温度：-30~+50℃ 调光模式：无级调光 输入：AC100-240V 储藏环境温度：-30~+65℃ 使用寿命：50,000 小时
4	排插	1 个/选手	额定电压：250V（电源插孔） 额定电流：10A（电源插孔） 额定功率：2500W 插座数量：4 插位或以上 电源线长度：1.8 米 阻燃标准：750℃ 安全性能：3C 认证 工作温度：-10℃至+40℃ 国家标准 执行标准： Q/DXQMK0001-2015
5	电脑	1 个/选手	CPU 型号：Intel 酷睿 i5 10400 CPU 频率：2.9GHz 最高睿频：4.3GHz 总线规格：DMI3 8GT/s 纠错 缓存：L3 12MB 内存容量：8GB 内存类型：DDR4 2666MHz

序号	名称	数量	技术规格（建议）
			硬盘容量：256GB 以上 光驱类型：无内置光驱 显卡类型：集成显卡 显存容量：共享内存容量 显示器尺寸：21.5 英寸 显示器分辨率：1920x1080 显示器描述：LED 宽屏 有线网卡：1000Mbps 以太网卡 数据接口：4×USB2.0，4×USB3.1 音频接口：2×耳机/麦克风两用接口 视频接口：1×VGA，1×HDMI 网络接口：1×RJ45（网络接口） 其他接口：1×电源接口 机箱类型：立式 尺寸：324.3*154*293mm
6	鼠标	1 个/选手	工作方式：光电 连接方式：有线 人体工学：右手设计 最高分辨率：12000dpi 最大加速度：40G 供电模式：USB 供电 系统支持：Windows 10, Windows 8, Windows 7, Windows Vista
7	键盘	1 个/选手	连接方式：有线 键盘接口：USB 按键数：107 键 键盘布局：全尺寸式 按键行程：中 按键寿命：5000 万次 多媒体快捷键：支持 音频接口：支持 键盘线长 1.8m 键盘尺寸 443.5×153×38mm 供电模式 USB 供电 系统支持 Windows 10, Windows 8, Windows 7, Windows Vista, Windows XP

（五）设备及软件专业度标准清单

直播拍摄设备清单				
设备名称	说明	直播中的应用	特点	专业度
带有摄像头的移动式设备	手机，平板等	利用移动设备自带摄像头进行拍摄直播	便捷，一体化	普
带有摄像头的笔记本电脑	带有前置摄像头的笔记本电脑	利用笔记本电脑前置摄像头进行拍摄直播	一体化，性能稳定	普
网络摄像头	各品牌摄像头	利用摄像头进行拍摄直播	方便布置多机位	普
自动对焦/可变焦摄像头	可自动对焦/变焦/遥控的专用摄像头	利用摄像头进行拍摄直播，自动对焦/变焦/跟踪更加便捷	自动对焦变焦适合多机位多种直播形式	专业
具有直播功能的相机/摄像机	单反/微单/民用摄像机	通过拍摄设备自带或直播控制端的视频采集卡进行直播	拍摄数据可调整性强	专业
广播级摄像设备	专业摄像转播设备	专业转播设备	广播级别，系统成熟	专业

直播推流设备清单				
设备名称	说明	直播中的应用	特点	专业度
移动设备	手机，平板等	移动设备中安装的直播软件进行播控	一体化，便捷，容易上手	普
装有直播软件的电脑	笔记本电脑或台式	系统中装有直播软件及推流软件的电脑	调控各种直播数据，可多平台同时推流	专业
直播控制台	专业直播控制台	控制多机位多数值操控	直播视频信号，音频信号多机位精准控制	专业

直播音频设备清单				
设备名称	说明	直播中的应用	特点	专业度
移动端自带收音设备	手机，平板等	移动端自带收音设备	便捷、一体化	普
带有麦克风的有线/无线耳机	带有前置摄像头的笔记本电脑	利用笔记本电脑前置摄像头进行拍摄直播	优化收声效果	普
直播设备端自带收音设备	各品牌摄像头	利用摄像头进行拍摄直播	一体化	普
指向性麦克风/桌面立式麦克风	指向性麦克风	定向收声	指向性收音，收音效果更佳	专业
无线分体式麦克风	无线麦克风 便携	隐蔽、收声清晰、距离远	可移动，独立收音，一麦一人	专业

灯光设备清单				
设备名称	说明	直播中的应用	特点	专业度
移动设备用微型 LED 补光灯	微型 LED 补光灯	夹在移动设备上布光	轻便	普
各类环形 LED 补光灯	环形 LED 灯	正面补光	补面光眼神光	普
大型 LED 补光灯（不含灯光附件）	平板，条状，柔性 LED 灯等	便捷布光	功率大，可配合灯架进行各角度布光	专业
专业影视级灯光（含灯光附件）	专业级灯光配合各种灯光附件	可以达成各种光效，控制光线质量	控光精准，布光灵活	专业

直播音频设备清单				
设备名称	说明	直播中的应用	特点	专业度
移动端自带收音设备	手机，平板等	移动端自带收音设备	便捷、一体化	普
带有麦克风的有线/无线耳机	带有前置摄像头的笔记本电脑	利用笔记本电脑前置摄像头进行拍摄直播	优化收声效果	普

直播音频设备清单				
设备名称	说明	直播中的应用	特点	专业度
直播设备端自带收音设备	各品牌摄像头	利用摄像头进行拍摄直播	一体化	普
指向性麦克风/桌面立式麦克风	指向性麦克风	定向收声	指向性收音，收音效果更佳	专业
无线分体式麦克风	无线麦克风 便携	隐蔽、收声清晰、距离远	可移动，独立收音，一麦一人	专业

视频推创拍摄设备清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
移动设备	手机、平板等具有摄像功能的个人移动设备	设备饱和度极高，便携，拍摄收声一体化，部分具有AI功能	iPhone/iPad 华为/华为 pad 小米/小米 pad Vivo oppo 三星 等	普通	拍摄模式相对简单，拍摄参数可调整性不大。操作技巧相对简单（部分移动设备具有专业模式除外）
数码运动相机	具有视频拍摄功能的运动型相机	适配各类使用环境，便携，拍摄收声一体化，部分具有全景拍摄功能，部分自带稳定器功能	Gopro 系列 大疆 Action/osmo pocket 系列 Insta360 影石全系列 等	普通	一体化设计 轻便 使用场景多 多为定焦镜头组 方便多机位布置 多种色彩管理 手持/单人使用

视频推创拍摄设备清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
数码相机	具有视频摄像功能的微单/单反数码相机	设备饱和度较高，大尺寸感光元器件，拍摄收音一体化，配合高光学素质镜头	Sony A 系列/α/zv 系列 Canon EOS/EOS R 系列 Nikon D/Z 系列 Fujifilm X/GFX 系列 Panasonic S 系列 等	专业	更高光学解析度镜头组 大尺寸感光元器件 尺寸适中易携带 具有手持操作性 操作相对容易上手 拍摄视频格式多 多种色彩管理 拍摄参数调整范围大 非专业/专业人士均可使用 可单人/多人操作
小型数码摄像机（电影级）	可适配于电影级别的摄像机	保有量小 搭配各类镜头 光学素质佳 可拓展空间大	Sony FX 系列 大疆如影 4D Blackmagic design 系列 Z CAM E/F 系列 等	专业	更高光学解析度镜头组 大尺寸感光元器件 尺寸适中具有一定的携带性 配合稳定器可以实现手持操作 操作相对复杂 拍摄视频格式多 多种色彩管理 拍摄参数调整范围大 专业人士使用 多为团队合作操作

视频推创拍摄设备清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
电影级数码摄像机	电影级别摄像机	保有量小 搭配各类镜头 光学素质佳 可拓展空间大	ARRI Alexa 系列 RED Komodo Sony CineAlta 系列 Canon C 系列 Z Cam E/F 系列部分型号 等	专业	更高光学解析度镜头组 大尺寸感光元器件 尺寸大不易携带 不具备手持操作性 操作复杂 拍摄视频格式多 多种色彩管理 拍摄参数调整范围大 专业人士使用 团队合作操作

视频推创拍摄附件清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
小型稳定器	载重较小的稳定器	自身重量轻 尺寸小 适配移动设备/运动相机	大疆 osmo 系列 智云 Smooth 系列 魔爪 mini 系列 飞宇 VB 系列 等	普通	为移动设备/运动相机提供更加稳定画面的设备小巧便携 手持单人使用

视频推创拍摄附件清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
中/大型稳定器	可适配单反数码相机/小型数码摄像机的稳定器	自身重量适中 承重能力强 尺寸适中便携	大疆如影系列 智云 WBS/云鹤系列 魔爪 Aircross 系列 飞宇蝎子系列 等	专业	方便携带 拥有多种拍摄模式 画面稳定能力强 可拓展多种附件 手持/单人使用
滑轨	直线或曲线滑动轨道	直线/曲线轨道 适配多种拍摄设备	各品牌	专业	提供拍摄设备直线或曲线运动稳定的轨迹 小/中/大型设备 单人/多人操作
摇臂	摄像机大范围运动控制设备	应用于大范围高低俯仰拍摄	各品牌	专业	提供摄像设备稳定的大范围高低俯仰运动 大型设备 多人操作
无人机	航拍设备	提供航拍镜头	大疆 mavic/悟系列 道通 EVO 系列 派诺特 Bebop 系列 等	专业	多种视角拍摄 便携 远距离遥控操作 单/双人操作

视频推创拍摄音频清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
移动端自带收音设备	手机，平板等	设备自带	移动设备	普通	移动端自带收音设备 自动操作

视频推创拍摄音频清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
指向性麦克风	可适配单反数码相机/小型数码摄像机的稳定器	定向收声	路德 Rode Sony BOYA 神牛 等	专业	定向收音 适配多种拍摄设备 配备降噪配件 自带收音数值调节功能
无线分体式麦克风	无线麦克风	便携 收声精准 分体设备收声距离远 适配多种拍摄设备	Sony 路德 Rode 神牛 优篮子 BOYA 等	专业	可移动 独立收音 一麦一声 隐蔽 收声距离远 适配多种拍摄设备 配备降噪配件 自带收音数值调节功能

视频推创灯光清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
微型 LED 补光灯	微型 LED 补光灯	自身重量轻 尺寸小 适配移动设备/运动相机	各品牌	普通	安装在移动设备上 进行补光
小型便携 LED 补光灯	小型/便携型补光灯	自供电 尺寸重量轻 便携	爱图仕 神牛 永诺 智云 等	普通	棒灯 环形灯 柔性/充气型 小型低功率 (<60W)

视频推创灯光清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
便携 LED 补光灯	便携型补光灯	自供电 便携 可安装控光附件	爱图仕 神牛 永诺 智云 等	专业	电池/DC 供电 可安装多种控光附件 色温稳定，显色指数高
大型补光灯	各型大功率补光灯	功率大 可安装控光附件	爱图仕 神牛 永诺 智云 等	专业	平板, COB 灯珠类型 直流电补光灯 可安装多种控光附件 色温稳定，显色指数高
专业影视级补灯光	大型大功率灯光	大功率 可安装控光附件	ARRI 爱图仕 神牛 等	专业	大功率补光灯 可安装多种控光附件 色温稳定，显色指数高

视频创推剪辑设备清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
移动设备	移动设备	便携	各手机/平板电脑	普通	手机/平板电脑上运用软件进行剪辑

视频创推剪辑设备清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
桌面笔记本 /台式计算机终端	搭载操作系统的计算机终端	图形图像运算力强	Windows 系统 MAC 系统 Linux 系统 鸿蒙系统 等	专业	计算机终端设备装载视频剪辑软件用来进行视频剪辑

视频创推剪辑软件清单					
设备名称	设备简介	特点	常用型号	专业度	解释
移动端剪辑软件	装载在移动端设备上的剪辑软件	便捷 操作简单 快速网络输出	剪映 必剪 VUE QUIK 小影 爱剪辑 等	普通	平板，COB 灯珠类型 直流电补光灯 可安装多种控光附件 色温稳定，显色指数高
桌面端剪辑设备	装载在计算机终端上的剪辑软件	剪辑功能强大 调色功能强大 多种软件协同操作 视频包装功能强 插件多	Adobe Premiere pro Final cut pro DaVinci Resolve 剪映 pro Edius 等	专业	专业剪辑软件 功能强大 算法强大 可调色 可与其他软件配合 可输出多格式多规格视频 可安装多种插件

五、安全、健康要求

大赛组委会、各执委会应做好以下安全、健康保障工作。

（一）人员安全、健康要求。

组委会、各执委会为预选（专项）赛全体参赛人员提供安全、健康服务保障，预选（专项）赛全体参赛人员须遵守竞赛安全、健康有关规定。

1、按照国家相关法规，组委会、各执委会提出安全、健康要求，并于临赛集中培训期间，由裁判长组织全体裁判员及参赛选手学习掌握。组委会、各执委会制定《互联网营销师竞赛参赛选手安全、健康承诺书》，并于赛前2天，组织参赛选手完成签署。

2、组委会、各执委会应在比赛现场设置急救站，配备专业医务人员和设备，做好医疗应急准备。

3、组委会、各执委会应确保所提供食品和饮料的安全，任何参赛选手和其他人员不得私自携带食品和饮料进入竞赛位置。

4、组委会、各执委会为竞赛区域所有参赛选手，及涉及竞赛工作的所有人员购买人身意外伤害保险。

5、进入竞赛区域的人员，应严格按照竞赛区域安全、健康规定，做好安全防护。

（二）场地安全、健康安排。

组委会、各执委会应提供赛场安全健康设施保障。竞赛各区域设置合理，符合安全、健康和环保要求。

1、按规定竞赛赛场安全疏散通道，配备消防器材等应急处理设施设备和人员，张贴竞赛区域安全健康规定、图示等，并事先制定应急处理预案，安排专人负责赛场紧急疏导等工作。

2、提供安全照明和通风等设施设备。对易产生有害气体的竞赛项目，应配备完善的排风和处理设施。对涉及易燃易爆、化学腐蚀和有毒有害物品的项目，要按照国家有关规定，在预选（专项）赛安全、健康规定中予以明确，制定管理措施，并随竞赛细则公布。

（三）卫生防疫。

由组委会、各执委会按照国家及当地卫生防疫的相关规定，制定防疫工作相关措施。对赛前集中技术工作对接，竞赛报到、住宿、交通，以及赛场人流控制、卫生防疫等各方面提出明确要求和具体措施安排。各参赛选手及各类相关人员必须遵照执行。