

2023 年全省职业院校技能大赛高职组财经商贸类 互联网+国际贸易综合技能赛项竞赛规程

一、竞赛名称

赛项名称：互联网+国际贸易综合技能

英文名称：Internet Plus Integrated Skills in International Trade

赛项组别：高职

赛项归属产业：现代服务业

二、竞赛目的

本赛项以服务“构建国内国际双循环相互促进的新发展格局”为目标，以助力“一带一路”建设为核心，以国际贸易最新业态发展为推动，瞄准世界高水平的国际贸易行业技能，在检验教学成果的同时，搭建专业、课程、培养机制改革平台，促进专业建设、教学改革深入实施，切实提高教学质量和人才培养水平。

赛项设计充分发挥技能大赛对高校专业建设的促进和引领作用，以高难度的竞赛内容要求，实现对学生的团队协作创新能力、沟通能力、尽责抗压能力及专业岗位能力的综合检验；以高水平的技能竞赛质量为杠杆，努力营造全社会崇尚技能的氛围；以高标准的竞赛模式为抓手，全面推行“教、学、做、练、赛”一体化教学模式，提高全国高校学生的参与度，为“互联网+”背景下国际贸易教育教学改革提供了新的思路与方向。以此为基础，探索建立适应国际贸易新形势下的世界高水平职业岗位标准，为院校教学课程设置及岗位职业能

力培养提供有效依据,从而实现产教深度融合,在高校和行业中营造尊重技能、崇尚技能的浓厚氛围。

三、竞赛内容

(一) 竞赛内容

本竞赛分为外贸 B2B 模块、外贸 B2C 模块两项内容。

外贸 B2B 模块:各参赛院校选手通过外贸 B2B 平台推广公司和产品,带来业务机会,并与模拟其他国家(或地区)公司的选手磋商交易,业务操作至合同签订为止。选手需在规定时间内争取尽量多的业务机会,体现业务多样性,同时还必须做好每笔业务的成本核算,实现利润最大化。

外贸 B2C 模块:各参赛院校选手通过外贸 B2C 数据运营推广公司和产品,以努力提升公司的投资回报率(ROI)为目标,以回合制竞争博弈为形式,对国际市场环境数据和公司运营结果数据进行挖掘与分析,完成外销产品开发、国内采购、产品上下架、国际市场定价、引流、国际物流配送、国际支付、财务管理等各个运营环节的决策实施,并且在逐次展开的回合中不断优化本公司的数据运营战略与决策。考察选手外贸 B2C 数据运营的需求意识、成本意识、风险意识、利润意识、竞争意识及数据挖掘分析能力和运营决策能力。

竞赛内容详见表 1。

表 1 “互联网+国际贸易综合技能”竞赛内容与时长

比赛内容	比重	时长
外贸 B2B 模块：基于 B2B 跨境平台的产品展示、营销推广、进出口价格核算、成本控制、贸易磋商和合同签订。	50%	4 小时
外贸 B2C 模块：基于外贸 B2C 数据挖掘及分析，开展商品开发及采购、营销推广、价格核算、国际物流管理、财务管理等运营活动。	50%	5 小时

（二）竞赛方案

1. 外贸 B2B 模块

（1）竞赛方式为上机竞赛；

（2）竞赛总时间为 4 小时；

（3）竞赛形式为模拟不同国家间进行进出口贸易。每个参赛队的 2 组选手通过组内 2 名选手的团队合作，与其他参赛队伍开展进出口贸易；

（4）选手需完成 B2B 跨境平台推广、进出口交易磋商、进出口业务成本核算、进出口合同的缮制与审核等贸易流程；

（5）同一学校、同一参赛队、同一国家的选手无法进行交易；

（6）各笔业务进行至合同签订确认即告完成，无需完成后续履约过程。业务盈亏情况以相应预算表中实际发生额数字为准；

（7）所有业务采用统一的保险条款及投保加成，海运方式下按照“协会货物(A)险条款（ICC Clause A）+战争险（War Risks）+罢工险（Strike）”进行投保，空运方式下按照“航空运输一切险（Air Transportation All Risks）+战争险（War Risks）+罢工险（Strike）”进行投保，且投保加成统一为 110%；

(8) 单笔业务成交金额不能超过公司当前资金，且不允许贷款；

(9) 每组选手可完成的业务笔数不超过 20 笔。

2. 外贸 B2C 模块

(1) 竞赛方式为上机竞赛；

(2) 竞赛共计 8 回合，竞赛总时间为 5 小时；

(3) 每个参赛队的 2 组选手通过组内 2 名选手的团队合作，开展外贸 B2C 数据运营，与其他参赛队模拟的同质企业在同一市场环境中展开竞争；

(4) 每回合开始后，参赛队可根据当前市场快讯、汇率、税收政策、仓储物流及海外仓信息、外贸 B2C 平台政策、竞品信息等，结合企业运营产生的财务、订单、利润、库存等数据，进行数据挖掘与分析，制定企业运营战略及决策，并在系统中实施；

(5) 每回合每店铺发布新商品数量上限为 50 个，每回合每店铺在售商品数量上限为 100 个。

(6) 每回合结束后，系统将根据当前所有参赛队所做的决策，结合当前市场环境进行运算，给出各参赛队运营结果与成绩。参赛队可根据运营结果对运营战略及决策进行优化，并付诸实施，直至比赛结束；

(7) 参赛队如出现资金链断裂等情况，可导致经营的公司破产。参赛队在公司破产后可重新创建公司继续经营，直至比赛结束。

四、竞赛方式

(一) 本竞赛为团体赛，团体赛不得跨校组队，同一学校相同项

目报名参赛队不超过 3 支。每队 4 名选手（鼓励有条件的院校选派在籍留学生参与组队），不超过 2 名指导教师。1 名领队老师可由指导老师兼任。每支队伍的 4 名学生以自由组合方式自行分为 2 组，共同参加外贸 B2B 模块及外贸 B2C 模块的竞赛，分组一旦确定不可更改。

（二）外贸 B2B 模块、外贸 B2C 模块采用同样的竞赛场地。竞赛场地设在体育馆或电脑机房，场地内设置满足参赛队伍数量的竞赛环境，场地将根据报名参赛队伍数量分隔成多个区域，每个区域内设置多个赛位。一个参赛队的每个小组的两名选手一个机位，每个机位两台电脑，其中一台电脑备用，桌椅备足。比赛期间，每个参赛队的 2 组选手被分配在不同的区域。比赛连续进行，比赛过程中不同组选手不允许进行接触和交流。

五、竞赛流程

表 2 竞赛流程

日期	时间	事项	参加人员	地点	备注
报到日 (竞赛前1日)	9:00-14:00	参赛队报到，安排住宿，领取资料	工作人员、参赛队	住宿酒店	报到时需要出示参赛学生学生证、身份证、保险单
	9:00-14:00	裁判、仲裁、监督报到	工作人员	住宿酒店	
	14:00-14:30	裁判培训工作会议	裁判长、裁判员、监督组、专家组	会议室	
	15:00-15:30	领队会	各参赛队领队、裁判长	会议室	
	15:30-16:00	熟悉场地	各参赛队	竞赛场地	
	16:30	检查封闭赛场	裁判长、监督组	竞赛场地	
	16:40	返回住宿宾馆	参赛队领队	竞赛场地	
竞赛日	7:00	参赛队住宿宾馆门口集合，	各参赛队	住宿酒店	

日期	时间	事项	参加人员	地点	备注
		集体乘车往赛场			
	7:20	竞赛场地前整队	参赛选手、抽签加密裁判	抽签区域	
	7:30-8:00	检录进场 第一次加密抽签（抽序号）	各参赛队	抽签区域	按照竞赛指南参赛队伍名单顺序抽签
		第二次加密抽签（抽赛位号）	参赛选手、抽签加密裁判	抽签区域	选手进入赛场按照赛位号就座
	7:50	领队、指导教师入场		观摩休息区	
	8:00-12:00	外贸 B2B 模块	参赛选手、裁判	竞赛场地	
	12:00-13:00	午餐	参赛选手、裁判	竞赛场地	选手不允许离开竞赛场地
	13:00-13:40	外贸 B2C 模块（R1）	参赛选手、裁判	竞赛场地	第一回合
	13:40-14:20	外贸 B2C 模块（R2）	参赛选手、裁判	竞赛场地	第二回合
	14:20-15:00	外贸 B2C 模块（R3）	参赛选手、裁判	竞赛场地	第三回合
	15:00-15:40	外贸 B2C 模块（R4）	参赛选手、裁判	竞赛场地	第四回合
	15:40-16:20	外贸 B2C 模块（R5）	参赛选手、裁判	竞赛场地	第五回合
	16:20-17:00	外贸 B2C 模块（R6）	参赛选手、裁判	竞赛场地	第六回合
	17:00-17:40	外贸 B2C 模块（R7）	参赛选手、裁判	竞赛场地	第七回合
	17:40-18:00	外贸 B2C 模块（R8）	参赛选手、现场裁判	竞赛场地	第八回合
	18:20	封闭赛场	裁判	竞赛场地	

六、竞赛规则

（一）报名资格

参赛选手须为高等职业院校全日制在籍学生；本科院校中高职类

全日制在籍学生可报名参加高职组比赛。五年制高职学生报名参赛的，四、五年级学生参加高职组比赛。

（二）报名要求

参赛选手和指导教师报名获得确认后不得随意更换。如备赛过程中参赛选手和指导教师因故无法参赛，须由学校行政部门于开赛5个工作日之前出具书面说明，经竞赛组委会办公室核实后予以更换。竞赛开始后，参赛队不得更换参赛队员，允许队员缺席比赛。

（三）赛前准备

1. 领队会议：比赛日前一天下午召开领队会议，由各参赛队伍的领队和指导教师参加，会议讲解竞赛注意事项并进行赛前答疑。

2. 熟悉场地：比赛日前一天下午开放赛场，熟悉场地。

3. 抽签仪式：比赛前一小时内举行抽签仪式，由各参赛队自行确定一名选手抽签，通过抽签确定各参赛队伍的赛场座次。

4. 参赛队员入场：参赛选手应提前15分钟到达赛场，凭参赛证、身份证检录，经体温检测后，按要求入场，不得迟到早退。现场裁判负责核对参赛队员信息；严禁参赛选手携带任何电子设备、通讯设备及其他相关资料与用品入场。

（四）比赛期间

1. 各参赛队伍打开电脑，根据对应的账号密码进入竞赛平台，由裁判长宣布比赛开始，各参赛队伍开始竞赛。

2. 竞赛过程中，如有疑问，参赛选手应持“咨询”示意牌示意，项目裁判长应按照有关要求及时予以答疑。如遇设备或软件等故障，

参赛选手应持“故障”示意牌示意。项目裁判长、技术人员等应及时予以解决。确因计算机软件或硬件故障，致使操作无法继续的，经项目裁判长确认，予以启用备用计算机。如遇身体不适，参赛选手应持“医务”示意牌示意，现场医务人员按应急预案救治。

3. 竞赛过程中不得在任何地方出现与参赛者身份信息相关的内容，一经发现，以作弊论处，取消比赛成绩并通报。

（五）成绩公布

1. 竞赛结束后，经公示程序后，裁判公布竞赛结果，并将成绩登录在竞赛成绩单上。

2. 必要的裁判等相关人员签字后，裁判长签字。赛场裁判将数据进行备份和保存，成绩单提交给竞赛组委会备案。

3. 参赛代表队若对赛事有异议，可由领队按规程提出书面申诉。

七、竞赛环境

（一）外贸 B2B 模块、外贸 B2C 模块竞赛场地设在体育馆或电脑机房，场地内设置满足参赛团队数量的竞赛环境，分隔成 A、B 两个区域，每个区域内设置相应数量的赛位。一个参赛队的每个小组的两名选手一个机位，每个机位两台电脑，其中一台电脑备用，桌椅备足。

（二）竞赛场地（内/外）设置主席台、观众席，便于竞赛全程的观摩和监督；

（三）竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围；

（四）局域网络。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，不连接 INTERNET，禁止外部电脑接入。

（五）安全保障。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。

（六）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。

八、技术规范

（一）依据国际规范：

《联合国国际货物销售合同公约》

(the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods, CISG)

国际商会《跟单信用证统一惯例 (UCP600)》

(Uniform Customs and Practice for Documentary Credits)

《2020 国际贸易术语解释通则》

(Incoterms International Rules for the Interpretation of Trade Terms)

国际商会《托收统一规则 (URC522)》

(Uniform Rules for Collections, ICC Publication No.522)

（二）依据国家标准：

GB/T 31232.1 电子商务统计指标体系第 1 部分：总体

GB/T 31232.2 电子商务统计指标体系第2部分：在线营销

GB/T 38652-2020 电子商务业务术语

（三）依据职业教育国家教学资源库：

《职业教育国际贸易专业国家教学资源库》

九、技术平台

表3 竞赛场地设备规格要求

品名	规格要求说明
参赛选手计算机	满足支持竞赛软件的硬件及软件要求。
网络连接设备	提供网络布线、交换机。
竞赛服务器	CPU：Xeon 2.0G（双核）以上；内存：16GB（含）以上；硬盘：2T（含）以上，有C盘，D盘两个以上硬盘分区；网卡：千兆网卡；操作系统：Windows Server 2008 R2 SP1（或Windows Server 2008 Service Pack 2、Windows Server 2012、Windows Server 2012 R2），安装IIS 7.0以上；数据库：Microsoft SQL Server 2008 R2
竞赛平台	世格数字国际贸易综合技能实训平台软件

十、成绩评定

（一）评分标准

竞赛各模块评分标准如下：

1. 外贸B2B模块

表 4 外贸 B2B 模块评分细则

项目	要素	评分细则	分值
业务推广 (共 2.5 分)	建站管理	管理公司信息: 须完善公司信息,全部填写完整则得满分 0.2 分,具体包括 5 个主营业务(每个 0.01 分)、10 个更多经营产品(每个 0.004 分)、设置公司标志(0.022 分)、设置 3 个公司形象展示图(每个 0.022 分)及公司详细信息的填写(0.022 分)。	0.2
		完成 A&V 认证得 0.05 分。	0.05
		加入金品诚企并完成管理能力评估得 0.05 分。	0.05
		完成店铺装修,包括更换主题和 Banner,各 0.05 分。	0.1
	产品管理	发布产品的数量,发布 1 个产品得 0.1 分,5 个满分。	0.5
		发布产品的质量,包括产品标题、关键词、产品图片、原产地等产品属性、物流信息(包括发货期、港口等)、产品详情等,此项得分取所有产品页面的平均分。	0.5
		认证商品个数,每个 0.02 分,5 个得满分。	0.1
		橱窗产品个数,每个 0.02 分,5 个得满分。	0.1
		创建产品分组的个数,每创建一个一级分组得 0.02 分,5 个得满分。	0.1
		发布采购需求数量,每个 0.02 分,5 个满分。	0.1
	采购直达	采购需求的内容,主要考察填写的完整性和正确性,此项得分取所有采购需求的平均分。	0.4
		发布公司广告的数量,每条 0.05 分,3 条满分。	0.15
	公司广告推广	发布公司广告的质量,标题和内容要求均为英文,能较好地展示公司,突出公司的主营产品等。此项得分取所有公司广告的平均分。	0.15
寻找客户 (共 16 分)	客户群的多样化	考核“历史业务”中交易的客户数,每个客户 0.8 分,20 个不同的客户得满分。	16
业务磋商 (共 4 分)	出口业务磋商	此项得分为“历史业务”中的每笔出口业务的“出口业务磋商”得分的平均分。具体每笔业务的评分如下: 1.发出的函电中须有类型为“发盘”的函电,有则得 0.25 分,否则不得分;	2

		<p>2.发出的“发盘”函电的标题中需选择合同交易产品名称，符合要求得 0.25 分，否则不得分；</p> <p>3.发出的“发盘”函电的正文中需正确选择/填写以下要素：产品、销售数量及单位、单价（币别、金额、销售单位、贸易术语、港口信息）、总金额及币别、结算方式、运输方式、装运港、目的港、保险条款（每个要素 0.1 分，共 1.5 分），符合要求得分，否则不得分；</p> <p>注意：如有多次“发盘”，至少有一封函电需正确选择/填写标题及所有要素。</p>	
	进口业务磋商	<p>此项得分为“历史业务”中的每笔进口业务的“进口业务磋商”得分的平均分。具体每笔业务的评分如下：</p> <p>1.发出的函电中须有“询盘”和“接受”两种类型的函电，每个类型各 0.25 分，有则得分，否则不得分，共 0.5 分；</p> <p>2.发出的“询盘”函电的正文中需选择合同交易产品，符合要求得 0.3 分，否则不得分；</p> <p>3.发出的“接受”函电的标题中需选择合同交易产品名称，符合要求得 0.3 分，否则不得分；</p> <p>4.发出的“接受”函电的正文中需正确选择/填写以下要素：产品、销售数量及单位、单价（币别、金额、销售单位、贸易术语、港口信息）、结算方式（每个要素 0.1 分，共 0.9 分），符合要求得分，否则不得分；</p> <p>注意：</p> <p>（1）如有多次“询盘”，至少有一封函电需正确选择合同交易产品</p> <p>（2）如有多次“接受”，至少有一封函电需正确选择/填写标题及所有要素。</p>	2
进出口价格核算 （共 8）	出口成本预算	此项得分为：“历史业务”中出口成本预算表的平均得分 × 4%。	4
	进口成本预算	此项得分为：“历史业务”中进口成本预算表的平均得分 × 4%。	4
签订合同 （共 4 分）	进出口合同订立	“历史业务”中每笔进出口业务得 0.2 分，20 笔满分。	4
业务多样性 （共 28.5	成交产品数	“历史业务”中出口产品应多样化，每个不同的产品（按产品编号）得 0.8 分，10 个满分。	8

分)		“历史业务”中进口产品应多样化, 每个不同的产品 (按产品编号) 得 0.8 分, 10 个满分。	8
	主要贸易术语的掌握和运用	“历史业务”中出口业务贸易术语使用种类数量, 使用一种得 0.25 分, 6 种得满分。	1.5
		“历史业务”中进口业务贸易术语使用种类数量, 使用一种得 0.25 分, 6 种得满分。	1.5
	主要结算方式的掌握和运用	“历史业务”中出口业务结算方式使用种类数量, 使用一种得 0.25 分, 5 种得满分。	1.25
		“历史业务”中进口业务结算方式使用种类数量, 使用一种得 0.25 分, 5 种得满分。	1.25
	海运、空运两种运输方式的合理运用	“历史业务”中海运业务的数量, 每笔 0.25 分, 12 笔满分。	3
		“历史业务”中空运业务的数量, 每笔 0.5 分, 8 笔满分。	4
盈利能力 (共 37 分)	公司盈利能力	<p>公司盈利率 = (当前资金 - 初始资金) / 初始资金 = 每笔业务盈亏额之和 / 初始资金 每笔业务盈亏额为“历史业务”中预算表实际发生额一栏的“预期盈亏额”。</p> <p>公司盈利率小于等于 0 则此项得分为 0; 公司盈利率越高, 此项得分越高, 达到 900% 得满分。</p> <p>评分结果举例: 公司盈利率为 100%, 得 2.35 分 公司盈利率为 200%, 得 4.39 分 公司盈利率为 300%, 得 6.32 分 公司盈利率为 400%, 得 8.19 分 公司盈利率为 500%, 得 10.02 分 公司盈利率为 600%, 得 11.8 分 公司盈利率为 700%, 得 13.56 分 公司盈利率为 800%, 得 15.29 分 公司盈利率为 900%, 得 17 分</p>	17
	业务利润率	<p>此项得分为“历史业务”中的每笔进出口业务的“业务利润率”得分的平均分。 每笔业务的“业务利润率”得分根据该业务预算表实际发生额一栏中“预期盈亏率”来评分, 数值越大则分数越高, 达到 50% 得满分。</p> <p>每笔业务的评分结果举例: 业务利润率为 5%, 得 2.52 分 业务利润率为 10%, 得 4.7 分 业务利润率为 15%, 得 6.77 分</p>	20

		业务利润率为 20%，得 8.77 分 业务利润率为 25%，得 10.72 分 业务利润率为 30%，得 12.63 分 业务利润率为 35%，得 14.51 分 业务利润率为 40%，得 16.36 分 业务利润率为 45%，得 18.19 分 业务利润率为 50%，得 20 分 例如：某同学一共完成 3 笔业务，业务一盈亏率为 15%，业务二盈亏率为 20%，业务三盈亏率为 30%，则： 业务利润率得分 = (6.77+8.77+12.63) / 3 = 9.39 分	
--	--	---	--

6 种贸易术语为：CIF、FOB、CFR、CIP、FCA、CPT

5 种结算方式为：100%T/T、T/T（定金+尾款）、L/C、D/P、D/A

2. 外贸 B2C 模块

外贸 B2C 模块成绩由参赛队在系统中运营的公司分数构成。如果团队经营过多家公司（如破产后重建新公司），则取这些公司分数的最高值。具体计算方法如下：

（1）公司分数

公司分数受多种因素影响，这些因素包括“投资回报率分数”和“破产影响系数”。

公司分数计算公式：

$$S_c = S_r \times \begin{cases} F_b, & \text{公司破产} \\ 1, & \text{公司健康} \end{cases}$$

其中：

S_c = 公司分数

S_r = 投资回报率分数

F_b = 破产影响系数

设置：

$$F_b = 0.5$$

(2) 投资回报率分数

投资回报率分数受多种因素影响，这些因素包括“投资回报率数值分数”和“投资回报率排名分数”。

投资回报率分数计算公式：

$$S_r = \frac{S_{rr} \times w_{rr} + S_{rv} \times w_{rv}}{w_{rr} + w_{rv}}$$

其中：

S_r = 投资回报率分数

S_{rr} = 投资回报率排名分数

w_{rr} = 投资回报率排名分数权值

S_{rv} = 投资回报率数值分数

w_{rv} = 投资回报率数值分数权值

设置：

$$w_{rr} = 80$$

$$w_{rv} = 20$$

①投资回报率数值分数

投资回报率数值分采用分档方式计算，根据投资回报率所处档次计算其对应分数。

投资回报率数值分数计算公式：

$$S_{rv} = \begin{cases} S_0, & ROI < R_0 \\ S_0 + \frac{S_1 - S_0}{R_1 - R_0} \times (ROI - R_0), & R_0 \leq ROI < R_1 \\ S_1 + \frac{S_2 - S_1}{R_2 - R_1} \times (ROI - R_1), & R_1 \leq ROI < R_2 \\ S_2 + \frac{S_3 - S_2}{R_3 - R_2} \times (ROI - R_2), & R_2 \leq ROI < R_3 \\ S_3 + \frac{S_4 - S_3}{R_4 - R_3} \times (ROI - R_3), & R_3 \leq ROI \leq R_4 \\ S_4, & R_4 < ROI \end{cases}$$

其中：

S_{rv} = 投资回报率数值分数

ROI = 投资回报率

设置：

$S_0 = 20$	$R_0 = 0.00\%$
$S_1 = 50$	$R_1 = 200.00\%$
$S_2 = 75$	$R_2 = 500.00\%$
$S_3 = 95$	$R_3 = 1500.00\%$
$S_4 = 100$	$R_4 = 3000.00\%$

②投资回报率排名分数

将投资回报率按照从高到低的顺序进行排名（最高的排名为 1），不同排名对应不同的分数。

投资回报率排名分数计算公式：

$$S_{rr} = s_{rr}^{\max} - (N - 1) \times \frac{s_{rr}^{\max} - s_{rr}^{\min}}{C - 1}$$

其中：

S_{rr} = 投资回报率排名分数

s_{rr}^{\min} = 投资回报率排名分数最小值

s_{rr}^{\max} = 投资回报率排名分数最大值

N = 投资回报率排名

C = 团队总数量

设置：

$$s_{rr}^{\min} = 20$$

$$s_{rr}^{\max} = 100$$

（二）评分方法

1. 裁判员选聘：建立职业院校技能大赛赛项裁判库。由竞赛组委会在赛项裁判库中抽取赛项裁判人员。裁判长 1 名，加密裁判 2 名，现场裁判数量根据参赛队伍数量确定。

2. 评分方法：外贸 B2B 模块、外贸 B2C 模块竞赛均为机考评分。记分员负责在监督人员监督下完成统分工作，统分表需由记分员、监督员、裁判长共同签字确认。统分后，记分员负责在监督人员监督下完成汇总计分工作，汇总计分表。成绩汇总结束后，由加密裁判对汇总成绩进行还原，形成竞赛队最终成绩单。在正式公布比赛成绩之前，任何人员不得随意泄露评分结果。

参赛队竞赛总分计算公式：

参赛队的竞赛总分=外贸 B2B 模块得分×50%+外贸 B2C 模块得分

×50%

注：参赛队的竞赛总分四舍五入保留两位小数。

参赛队各模块得分公式如下：

外贸 B2B 模块得分=参赛队 2 组选手得分的平均分（四舍五入保留两位小数）

外贸 B2C 模块得分=参赛队 2 组选手得分的平均分（四舍五入保留两位小数）

3. 成绩复核：为保障成绩评判的准确性，监督组将对赛项总成绩排名前 30%的所有参赛队伍（选手）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%。如发现成绩错误以书面方式及时告知裁判长，由裁判长更正成绩并签字确认。复核、抽检错误率超过 5%的，裁判组将对所有成绩进行复核。

4. 赛项最终得分按 100 分制计分。赛项最终成绩复核后经裁判长、监督组签字后进行公示。公示时间为 1 小时。成绩公示无异议后，由仲裁长和监督组长在成绩单上签字，并在闭幕式上公布竞赛成绩。

十一、奖项设置

本赛项奖项设团体奖。以赛项实际参赛队总数为基数，一、二、三等奖获奖比例分别为 10%、20%、30%（小数点后四舍五入）。

获得一等奖的参赛队指导教师由组委会颁发优秀指导教师证书。

十二、赛场预案

针对竞赛过程中可能出现的不可控因素，制定以下预案。如竞赛场地电脑出现故障，遵循以下处理办法和程序。

参赛选手举手示意裁判员，经裁判员/技术人员确认非人为因素造成故障，予以启用备用电脑（如需将原电脑中的文件转移至备用电脑上，需由裁判员/技术人员负责处理，如果文件不能恢复，视为不可抗力因素），继续完成答题，裁判员应安抚学生情绪并做好情况记录工作。

十三、赛项安全

赛事安全是技能竞赛一切工作顺利开展的先决条件，是赛事筹备和运行工作必须考虑的核心问题。赛项组委会采取切实有效措施保证大赛期间参赛选手、指导教师、工作人员及观众的人身安全。

（一）比赛环境

1. 组委会须在赛前组织专人对防疫工作、比赛现场、住宿场所和交通保障进行考察，并对疫情防控及安全工作提出明确要求。赛场的布置，赛场内的器材、设备，应符合国家防疫要求及有关安全规定。如有必要，也可进行赛场仿真模拟测试，以发现可能出现的问题。承办单位赛前须按照组委会要求排除安全隐患。

2. 赛场周围要设立警戒线，防止无关人员进入发生意外事件。比赛现场内应参照相关职业岗位要求为选手提供必要的劳动保护。在具有危险性的操作环节，裁判员要严防选手出现错误操作。

3. 承办单位应提供保证应急预案实施的条件。对于比赛内容涉及高空作业、可能有坠物、大用电量、易发生火灾等情况的赛项，必须明确制度和预案，并配备急救人员与设施。

4. 组委会须会同承办单位制定开放赛场和体验区的防疫工作及

人员疏导方案。另外还须设置齐全的指示标志，增加引导人员，并开辟备用通道。

5. 大赛期间，承办单位须在赛场管理的关键岗位，增加力量，建立安全管理日志。

6. 参赛选手进入赛位，赛事裁判及工作人员进入竞赛场所，严禁携带通讯、照相摄录设备，禁止携带记录用具。如确有需要，由赛场统一配置、统一管理。赛项可根据需要配置安检设备对进入赛场重要部位的人员进行安检。

（二）生活条件

1. 比赛期间，原则上由组委会统一安排参赛选手和指导教师食宿。承办单位须尊重少数民族的信仰及文化，根据国家相关的民族政策，安排好少数民族选手和教师的饮食起居。

2. 比赛期间安排的住宿地应具有宾馆/住宿经营许可资质。以学校宿舍作为住宿地的，大赛期间的住宿、卫生、饮食安全等由组委会和提供宿舍的学校共同负责。

3. 大赛期间有组织的参观和观摩活动的交通安全由组委会负责。组委会和承办单位须保证比赛期间选手、指导教师和裁判员、工作人员的交通安全。

4. 各赛项的安全管理，除了可以采取必要的安全隔离措施外，应严格遵守国家相关法律法规，保护个人隐私和人身自由。

（三）组队责任

1. 各学校组织代表队时，须安排为参赛选手购买大赛期间的人身

意外伤害保险。

2. 各学校代表队组成后，须制定相关管理制度，并对所有选手、指导教师进行安全教育。

3. 各参赛队伍须加强对参与比赛人员的安全管理，实现与赛场安全管理的对接。

（四）应急处理

比赛期间发生意外事故，发现者应第一时间报告赛项组委会，同时采取措施避免事态扩大。赛项组委会应立即启动预案予以解决并上报上级主管机构。赛项出现重大安全问题可以停赛，是否停赛由赛项组委会决定。事后，赛项组委会应向上级主管机构报告详细情况。

（五）处罚措施

1. 因参赛队伍原因造成重大安全事故的，取消其获奖资格。

2. 参赛队伍有发生重大安全事故隐患，经赛场工作人员提示、警告无效的，可取消其继续比赛的资格。

3. 赛事工作人员违规的，按照相应的制度追究责任。情节恶劣并造成重大安全事故的，由司法机关追究相应法律责任。

十四、竞赛须知

（一）参赛队须知

1. 参赛队名称统一使用学校名称；不接受跨校组队报名。

2. 参赛队员在报名获得审核确认后，原则上不再更换，如筹备过程中，队员因故不能参赛，须由学校行政部门于相应赛项开赛5个工作日之前出具书面说明，经大赛组委会办公室核实后予以更换；竞赛

开始后，参赛队不得更换参赛队员，允许队员缺席比赛。

3. 参赛队按照大赛赛程安排，凭大赛组委会颁发的参赛证和有效身份证件参加比赛及相关活动。

4. 参赛队员需要购买保险。

（二）指导教师须知

1. 各参赛代表队要发扬良好道德风尚，听从指挥，服从裁判，不弄虚作假。如发现弄虚作假者，取消参赛资格，名次无效。

2. 各代表队领队要坚决执行竞赛的各项规定，加强对参赛人员的管理，做好赛前准备工作，督促选手带好证件等竞赛相关材料。

3. 竞赛过程中，除参加当场次竞赛的选手、执行裁判员、现场工作人员和经批准的人员外，领队、指导教师及其他人员一律不得进入竞赛场地。

4. 参赛代表队若对竞赛过程有异议，在规定的时间内由领队向赛项仲裁工作组提出书面报告。

5. 对申诉的仲裁结果，领队要带头服从和执行，并做好选手工作。参赛选手不得因申诉或对处理意见不服而停止竞赛，否则以弃权处理。

6. 指导老师应及时查看有关赛项的通知和内容，认真研究和掌握本赛项竞赛的规程、技术规范和赛场要求，指导选手做好赛前的一切技术准备和竞赛准备。

（三）参赛选手须知

1. 参赛选手应按有关要求如实填报个人信息，否则取消竞赛资格。

2. 参赛选手凭统一印制的参赛证和有效身份证件参加竞赛。

3. 参赛选手应认真学习领会本次竞赛相关文件，自觉遵守大赛纪律，服从指挥，听从安排，文明参赛。

4. 参赛选手请勿携带与竞赛无关的电子设备、通讯设备及其他资料与用品。

5. 参赛选手应提前 15 分钟抵达赛场，凭参赛证、身份证件检录，按要求入场，不得迟到早退。

6. 参赛选手应按抽签结果在指定位置就座。

7. 参赛选手须在确认竞赛内容和现场设备等无误后开始竞赛。在竞赛过程中，如有疑问，参赛选手应持“咨询”示意牌示意，项目裁判长应按照有关要求及时予以答疑。如遇设备或软件等故障，参赛选手应持“故障”示意牌示意。项目裁判长、技术人员等应及时予以解决。确因计算机软件或硬件故障，致使操作无法继续的，经项目裁判长确认，予以启用备用计算机。如遇身体不适，参赛选手应持“医务”示意牌示意，现场医务人员按应急预案救治。

8. 各参赛选手必须按规范要求操作竞赛设备。一旦出现较严重的安全事故，经裁判长批准后将立即取消其参赛资格。

9. 竞赛时间终了，选手应全体起立，结束操作。

10. 在竞赛期间，未经执委会的批准，参赛选手不得接受其他单位和个人进行的与竞赛内容相关的采访。参赛选手不得将竞赛的相关信息私自公布。

（四）工作人员须知

1. 工作人员必须统一佩戴由大赛组委会签发的相应证件，着装整

齐。

2. 工作人员不得影响参赛选手比赛，不允许有影响比赛公平的行为。

3. 服从领导，听从指挥，以高度负责的精神、严肃认真的态度做好各项工作。

4. 熟悉比赛规程，认真遵守各项比赛规则和工作要求。

5. 坚守岗位，如有急事需要离开岗位时，应经领导同意，并做好工作衔接。

6. 严格遵守比赛纪律，如发现其他人员有违反比赛纪律的行为，应予以制止。情节严重的，应向竞赛组委会反映。

7. 发扬无私奉献和团结协作的精神，提供热情、优质服务。

十五、申诉与仲裁

本赛项在比赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，代表队领队可在比赛结束后 1 小时之内向仲裁组提出书面申诉。赛项仲裁工作组在接到申诉后的 2 小时内组织复议，并及时反馈复议结果。赛项仲裁工作组的仲裁结果为最终结果。

高职组“互联网+国际贸易综合技能”赛项 样题 1

外贸 B2B 模块

一、贸易国家

中国、日本

二、注册公司

公司已完成注册，无需选手自己填写。

三、业务推广

通过 B2B 跨境电子商务平台进行公司和产品的推广和宣传，获得进出口业务机会。

1. 建站管理

（1）管理公司信息

完善自己的公司信息，需填写公司的主营业务、更多的经营产品、公司详细信息、设置公司标志、公司形象展示图。管理及查看公司的营业执照、管理体系证书、产品检测报告、荣誉证书、专利证书等。

要求：

- ①主营业务：填写公司的主营业务，要求为英文，尽量完整，至少填写 1 项，最多可填写 5 项。
- ②更多的经营产品：填写公司的其他经营产品，要求为英文，尽量完整，最多可填写 10 项。
- ③公司详细信息：描述公司的详细信息，要求为英文，尽量填写完整。
- ④设置公司标志：从系统给定的图片中任意选择一个作为公司标志。
- ⑤公司形象展示图：从系统中选择图片，最多 3 张。

（2）A&V 认证

完成公司 A&V 认证，获得认证标志。

（3）管理能力评估

加入金品诚企，管理查看管理能力评估报告（企业能力评估报告、主营产品认证报告）。

（4）店铺装修

从系统中选择店铺主题及设置 Banner，注意店铺整体风格。

2. 管理产品

（1）发布产品

选择产品类别，填写产品详情，发布产品供进口客户搜索、查看。具体填写内容为：

- ①产品名称：填写英文，不超过 128 个字符。产品名称应包含商品的英文名全称、产品特征（属性）等，避免罗列和堆砌。
- ②产品关键词：填写英文，至少填写 1 个关键词，最多可填写 3 个。
- ③产品图片：从图片银行中选择 1-6 张对应商品的图片。
- ④产品属性：包括原产地、3 个产品属性、毛净重、体积，根据系统中的商品资料填写。
- ⑤交易信息：包括 FOB 价、最小起订量、结算方式，根据自己的实际需求填写。
- ⑥物流信息：包括发货时间、港口、供货能力，根据自己的实际需求填写。
- ⑦产品详情：使用英文进行详细描述。可包含产品标题、产品描述（具体为产品规格型号、属性等）、产品展示图、包装和运输、公司信息等内容。

（2）管理产品

管理已发布的产品，可对产品进行编辑、下架等操作。

（3）管理认证产品

加入金品诚企后，即可设置主营认证产品，最多 10 个。

（4）管理橱窗产品

加入金品诚企后，即可设置橱窗产品，最多 40 个。

（5）产品分组与排序

创建店铺内产品分组，并设置组内商品排序，使店铺内的商品排序更合理。

3. 采购直达

发布和管理采购需求。发布的采购需求要求将产品关键词、订单需求数量和单位、采购需求详细信息、期望单价、目的港、支付方式等要素填写完整。

4. 公司广告推广

标题和内容均要求为英文，内容尽量完整清晰。

四、寻找客户

1. 寻找目标客户

途径一：通过在 B2B 跨境电子商务平台中主动搜索与查看产品、店铺、采购需求等信息，筛选出目标客户，并与其建立业务关系，获得进出口业务机会。

途径二：通过发布公司广告、发布产品，推销自己的公司和产品，吸引进口商联系和询盘，获得出口业务机会。

途径三：通过发布采购需求，吸引出口商前来联系和报价，获得进口业务机会。

2. 与客户建立业务关系

开始一笔新业务，输入对方账号，选择业务类型（出口业务或进口业务），给对方发送建立业务关系的函电，待对方回复后即可进入业务磋商环节。

五、业务磋商

1. 流程

（1）进口商发送询盘邮件。

（2）出口商计算出口报价。

（3）出口商发送报价邮件。

（4）进口商收取出口商报价邮件，填写进口成本预算表，核算出成本与利润，确定还盘还是接受。

（5）进口商发送还盘或接受邮件。

2. 要求

（1）一笔业务的磋商过程，询盘、发盘、接受这 3 个环节必不可少，还盘可以没有。

（2）所有函电的标题和正文必须为英文，写作格式要规范。

（3）“发盘”函电的正文中需写全以下要素，错写漏写均不得分：产品、数量、单价（完整的表达）、总金额、结算方式、运输方式、装运港、目的港、保险条款等；

注意：发盘要素的标题必须为英文，且与下表中“发盘要素标题（英文）”完全一致（必须包含英文半角冒号），具体内容必须与最终签订合同中的条款吻合（具体参考下表中的“内容”），否则无法得分。

发盘要素	发盘要素标题(英文)	内容
产品	Product:	与合同中商品完全一致
数量	Quantity:	与合同中商品数量完全一致 格式: 数字+单位 (注意单复数) 例如: 200 PCS
单价	Unit Price:	与合同中商品单价完全一致, 并要表达完整 例 如 : USD 20.5 PER CARTON CIF NEWYORK, AMERICA
总金额	Amount:	与合同总金额完全一致 格式: 币别+数字 例如: GBP 35000
结算方式	Payment:	与合同中结算方式完全一致, 必须完整表达 例如: T/T 30% IN ADVANCE AND 70% WITHIN 30 DAYS AFTER SHIPMENT DATE
运输方式	Means of Transport:	与合同中运输方式完全一致, 具体为 BY VESSEL 或 BY AIR
装运港	Port of Shipment:	与合同中装运港完全一致 格式: 港口, 国家 例如: HAMBURG, GERMANY
目的港	Port of Destination:	与合同中目的港完全一致, 格式同装运港
保险条款	Insurance:	与合同中保险条款完全一致 例如 FOB 方式下保险条款如下: TO BE COVERED BY THE BUYER.

参考范例:

Product:01005 CANNED SWEET CORN

Quantity:10000 CARTONS

Unit Price:USD 5.3 PER CARTON CIF NEWYORK, AMERICA

Amount:USD53000

Payment:L/C AT 30 DAYS AFTER SIGHT

Means of Transport:BY VESSEL

Port of Shipment:SHANGHAI, CHINA

Port of Destination:NEWYORK, AMERICA

Insurance:FOR 110 PERCENT OF THE INVOICE VALUE COVERING INSTITUTE CARGO
CLAUSES (A), INSTITUTE WAR CLAUSES, INSTITUTE STRIKES CLAUSES.

(4) 交易磋商的结果必须与正式签订的合同一致。

(5) “接受” 函电的正文中包含关键词 “accept” 或 “accepted”。

六、填写进出口成本预算表

进出口双方都必须严格依照双方最终商定的各项条款在系统中填写最终的成本预算表。合同签订完成后，进出口成本预算表会显示“实际发生额”，即为正确答案。

出口商填写出口成本预算表：

出口成本预算表

有关项目	预算费用 (USD)	实际发生金额
汇率	USD 1 = USD 0 USD 1 = 0	
成本栏	收购价 (含税进货价款) USD 0.00 出口退税收入: USD 0.00 A. 实际采购成本: USD 0.00	0.00 0.00 0.00
费用	商 检 费: USD 0.00 报 关 费: USD 0.00 出 口 税: USD 0.00 银 行 费 用: USD 0.00 其 他: USD 0.00 B. 国内费用: USD 0.00 出口总成本C (FOB/FCA成本): USD 0.00 C=A+B 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
用	出口运费F: USD 0.00 USD 0.00 CFR/CPT成本:(=C+F) USD 0.00 0.00 出口保费I: USD 0.00 总保险率: 0.00 ‰ 投保加成: 0.00 % 投保金额: 0.00 CIF/CIP成本:(=C+F+I) USD 0.00 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
报价栏	预期盈亏率: 0.00 % 预期盈利额或亏损额P: 0.00 对外报价 (FOB/FCA): (=C+P) 0.00 对外报价 (CFR/CPT): (=C+F+P) 0.00 对外报价 (CIF/CIP): (=C+F+I+P) 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00

进口商填写进口成本预算表：

进 口 成 本 预 算 表

标号	预算项目(RMB)	实际发生金额
汇率	RMB 1 = USD 0 RMB 1 = 0	
1	FOB /FCA成交价 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
2	国外运费： USD 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
3	CFR/CPT成交价：（=1+2） 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
4	国外保费： RMB 0.00 总保费率： 0.00 ‰ 投保加成： 0.00 % 投保金额： 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00
5	CIF/CIP成交价：（=3+4） 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
6	进口关税： RMB 0.00	0.00
7	完税成本：（=5+6） RMB 0.00	0.00
8	商 检 费： RMB 0.00 报 关 费： RMB 0.00 消 费 税： RMB 0.00 增 值 税： RMB 0.00 其 他： RMB 0.00 国内费用： RMB 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
9	银行费用： RMB 0.00 信用证费用： RMB 0.00 信用证付款手续费： RMB 0.00 D/A、D/P付款手续费： RMB 0.00 T/T付款手续费： RMB 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
10	总成本：（=7+8+9） RMB 0.00 0.00	0.00 0.00
11	国内市场销货收入： RMB 0.00	0.00
12	（预期）盈亏额：（=11-10） RMB 0.00 预期盈亏率： 0.00 %	0.00 0.00

七、签订合同

根据进出口双方的磋商结果由出口商起草合同，检查无误后签字盖章并发送给进口商确认。

进口商须仔细检查合同各项条款，如有异议，应拒绝合同，并联系出口商要求其尽快修改；

如无异议，即可确认合同，则该笔业务会进入到“历史业务”中，标志着该业务全部完成。

SALES CONFIRMATION						
Messrs:				No.		
				Date:		
Dear Sirs,						
We are pleased to confirm our sale of the following goods on the terms and conditions set forth below;						
Choice	Product No.	Description	Quantity	Unit	Unit Price	Amount
[select... ▼] [select... ▼]						
[添加] [修改] [删除]						
Total:					[▼] []	
Say Total:						
Payment:	select... ▼ select... ▼					
Packing:						
Port of Shipment:	select... ▼					
Port of Destination:	select... ▼					
Shipment:	select... ▼ [] select... ▼					
Shipping Mark:						
Quality:						
Insurance:						
Documents:						
Any dispute arising from or in connection with this Contract shall be submitted to Pocib International Economic and Trade Arbitration Commission for arbitration which shall be conducted in accordance with the PIETAC's arbitration rules in effect at the time of applying for arbitration. The arbitral award is final and binding upon both parties.						
BUYERS			SELLERS			
(Manager Signature)			盖章 (Manager Signature)			

外贸 B2C 模块

销售平台：A 平台（亚马逊），B 平台（速卖通）

销售品类：围巾、皮带

回合数量：8 个回合

初始资金：20 万元

一、创建公司

公司已完成注册，无需选手自己创建。

二、市场调研

分析不同国家的消费者需求、汇率、外贸 B2C 平台政策、物流政策、竞品等各种市场环境，掌握市场需求和市场方向，制定经营策略。

（一）环境数据

了解市场环境、货币、税收以及融资等情况。

1. 市场环境

分析市场快讯，了解外贸 B2C 的市场环境以及未来可能的变化趋势，捕捉商机，合理筹划运营决策，并把握不同国家市场规模和市场需求。

2. 货币

了解外汇牌价与汇率走势。

3. 税收

了解各项税收的征收标准、缴纳时间。

4. 贷款

了解中小企业信用贷款和应收账款质押贷款两种贷款方式的要求、发放时间、利率、还贷周期等信息。

（二）市场前期调研

访问外贸 B2C 平台的前端页面，调研在线平台所有在售商品的信息，包括商品标题、定价、好评分以及销售额排名等，改进销售策略。

（三）外贸 B2C 平台

了解各外贸 B2C 平台特点与政策，包括市场渗透率、热搜词排行、销售方案和费用、账期以及备货周期。

1. 市场渗透率

了解各外贸 B2C 平台在不同国家的市场渗透率，分析不同国家消费者对不同平台的偏好程度。

2. 热搜词排行榜

了解各外贸 B2C 平台中不同品类的热搜关键词排行榜，分析不同商品的需求情况。

3. 销售方案和费用

了解各外贸 B2C 平台的销售方案和费用明细，销售费用包含佣金和订阅费。了解费用金额、扣除的时间以及扣除的方式。分析不同平台之间的销售费用差异。

4. 账期与备货时间

了解各外贸 B2C 平台与卖家结算销售账款的周期和备货周期。如果卖家没有能够在备货期内及时完成发货，订单将自动取消，并对卖家评级产生不良影响。

（四）仓储物流

了解不同物流服务的时效与价格，国内仓与海外仓的收费计算方法。根据所售产品的特点以及物流服务的价格和时效性来选择合适的物流方式。

1. 物流服务

了解物品计费重量（实际重量和体积重量）的计算方法，以及不同物流方式运送到不同国家的运费情况。可使用服务查询估算国际物流的运费。

2. 国内仓库

了解国内仓库的仓储费率以及库存商品清仓抛售价格的计算方法。

3. 海外仓库和平台自建物流配送

了解不同国家的海外仓库和平台自建物流的政策，仓储费用、配送服务费用的计算方法。了解海外仓库存商品清仓抛售价格的计算方法。

三、采购管理

国内商品采购平台提供不少于 500 种商品，每款商品包括图片、价格、起订量、物流成本、包装、货描、品级等信息。在不同回合，商品的采购价格与供应量可能会发生动态变化。选手可综合各种数据测算性价比、进行选品，并制定采购计划。

四、仓储管理

查看库存商品清单，通过调仓计划将库存商品在不同的仓库之间进行调拨（包括本地仓与海外仓），调仓需要花费一定的时间周期来完成。可对库存商品进行清仓抛售以盘活资金。

（一）库存清单

查看商品在各个仓库详细的库存数量等信息。

（二）清仓抛售计划

制定清仓抛售计划。

（三）调仓计划

建立海外仓，制定调仓计划，填写相关的调仓信息，对各商品在各个仓库的备货数量进行调拨。

五、店铺运营

（一）创建店铺

选手可创建一个或者多个店铺。店铺一经创建，不予撤销。

（二）商品管理

对商品进行管理操作，包括商品上下架、商品标题价格等编辑修改操作。进行商品上架操作时，撰写产品标题、核算产品成本、确定产品价格及折扣、设置产品上架量、选择物流方式及出库地点。

1. 发布商品（每回合发布新商品数量上限为 50 个，店铺在售商品数量上限为 100 个）

（1）商品标题：撰写英文标题，包含商品的英文名称、产品特征（属性）等，展现商品特点，避免罗列和堆砌。

（2）商品价格：确定商品价格，设置折扣，折扣后的价格即为商品的销售价格。

（3）库存：选择发货仓库，并确定上架量。

（4）物流：针对不同地区买家选择合适的物流方式，制定相应的运费策略。

2. 管理商品

管理已发布的商品，对产品进行编辑、下架等操作。

（三）营销推广

1. 平台营销工具

通过平台营销工具制定商品引流决策，可对每一个上架商品设定单次点击价格和预算限额，并且充值店铺账户。

2. 社交网络营销工具

通过社交网络营销工具制定商品引流决策，可为每一个上架商品选择软文广告或网红直播方式，选择对应地区和套餐。

（四）展示设计

通过展示设计提升商品的视觉吸引力，不同套餐对应不同成本和效果。

（五）订单

查看历史订单的不同状态以及发货情况。

订单的状态包括等待发货、已发货、已完成、未履行和退货。订单需要在备货期内完成发货，否则会形成未履行订单，已经产生的未履行订单在一段时间内都将影响该店铺商品的销售。

六、财务管理

（一）资金

查询当前回合所有支出和收入的项目明细及可使用资金。

（二）贷款

可通过中小企业信用贷款、应收账款质押贷款两种方式进行融资。

七、运营结果分析

运营结果数据在每回合末动态产生，反映该回合的决策质量和成果，选手需要通过挖掘财务、订单、利润、库存四大类运营结果的关键数据，结合市场快讯、汇率、税收政策、仓储物流及海外仓信息、外贸 B2C 平台的政策、竞品信息等进行深入分析，制定企业运营战略及决策。

（一）财务分析

1. 资产负债表

分析资产负债表，了解企业在某个时间点的财务状况。主要包含了“资产”部分和“负债及所有者权益”部分。最终的投资回报率即取决于资产负债表中的“未分配利润”与“实收资本”的比值。

2. 利润表

分析利润表，了解企业在一定期间的经营成果和盈利状况。通过对一定阶段的收入、费用、

支出进行归类，深入分析企业的盈利状况。

利润表中的“净利润”金额即为对应时间内资产负债表中的“未分配利润”金额。

3. 现金流量表

分析现金流量表，了解公司在一定时期实际的现金流入和现金流出的情况，保证公司健康经营。如果在回合结束计算时现金余额小于 0，则公司会破产。

4. 企业所得税纳税申报表

查看企业所得税缴纳情况，包括营业收入、营业外收入、营业支出、营业利润、应纳所得税额、税率、实际应缴纳所得税额以及实际已缴纳所得税额等。

5. 店铺应收账款结算计划表

查看店铺应收账款结算计划表，了解公司所有经营店铺的应收账款结算情况。对照不同的结算周期查看具体的结算信息。在每个结算日期的明细中，查看该结算日期下结算订单的相关信息。

6. 贷款还款计划表

查看贷款还款计划表，了解公司在各个还款周期的贷款与还款情况，包括当期本金、当期利息、管理费、当期应还款总额、剩余应还款总额以及还款状态等信息，合理规划资金使用。

7. 物流服务费用结算计划表

查看物流服务费用结算计划表，了解各物流服务在不同回合周期的费用情况，估算公司需要缴纳的物流费用，做好资金管理。

（二）订单分析

从订单层面分析外贸 B2C 公司的运营成果。

1. 订单收入

订单收入包括订单总收入、地区订单收入、店铺订单收入和商品订单收入。从公司、地区、店铺和商品这四个方面统计分析外贸 B2C 公司的订单收入情况。具体包括每个回合的订单数量、销售商品的收入、买家支付的运费以及订单总额，统计并分析公司在外贸 B2C 平台的总体销售业绩。

2. 商品订单量排名

分析商品在外贸 B2C 平台中的订单量和对应排名，了解商品在该平台的销售和竞争情况。

3. 商品流量和订单

对比分析商品的曝光量、浏览量、转化率和订单等关键数据，寻找商品运营中存在的具体问题，从商品选品、标题、定价、营销等方面不断优化运营策略。

4. 商品流量来源

对比分析商品的不同流量来源，包括站内流量、平台营销工具流量、社交网络营销工具流量和店内流量，思考如何增加商品的流量，带动销售业绩。

5. 店铺广告业绩

通过分析广告业绩报表，了解商品广告的使用情况，优化广告投入决策，增加广告的精准度以及影响力，提高广告投入的回报率，提升销售业绩。

（三）利润分析

从利润层面分析外贸 B2C 公司的运营情况，包括营业收入、地区销售利润、店铺销售利润和单个商品销售利润。通过运营过程中的具体收入、成本、毛利以及毛利率，分析盈利或亏损的原因。

（四）库存分析

1. 库存清单

查询过往回合的商品库存情况，包括国内仓和海外仓的库存明细。

2. 发货信息

分析各个平台的商品发货情况，包括订单的产生时间、最迟发货时间、订单数量、对应的出库地点、物流方式和实际发货时间等。查看订单的履行情况。

3. 库存动销率

通过库存动销率分析和优化商品库存管理策略。

八、日程表

查看日程表，明确具体费用的缴纳时间，规避破产的风险。在某回合结束时，如果可用现金低于 0，公司将会立即破产且无法进入下一回合。在某回合开始时，如果可用现金低于 0，公司将会濒临破产，在该回合结束之前，使资金转负为正，可避免公司破产。

高职组“互联网+国际贸易综合技能”赛项 样题 2

外贸 B2B 模块

一、贸易国家

古巴、俄罗斯

二、注册公司

公司已完成注册，无需选手自己填写。

三、业务推广

通过 B2B 跨境电子商务平台进行公司和产品的推广和宣传，获得进出口业务机会。

1. 建站管理

（1）管理公司信息

完善自己的公司信息，需填写公司的主营业务、更多的经营产品、公司详细信息、设置公司标志、公司形象展示图。管理及查看公司的营业执照、管理体系证书、产品检测报告、荣誉证书、专利证书等。

要求：

- ①主营业务：填写公司的主营业务，要求为英文，尽量完整，至少填写 1 项，最多可填写 5 项。
- ②更多的经营产品：填写公司的其他经营产品，要求为英文，尽量完整，最多可填写 10 项。
- ③公司详细信息：描述公司的详细信息，要求为英文，尽量填写完整。
- ④设置公司标志：从系统给定的图片中任意选择一个作为公司标志。
- ⑤公司形象展示图：从系统中选择图片，最多 3 张。

（2）A&V 认证

完成公司 A&V 认证，获得认证标志。

（3）管理能力评估

加入金品诚企，管理查看管理能力评估报告（企业能力评估报告、主营产品认证报告）。

（4）店铺装修

从系统中选择店铺主题及设置 Banner，注意店铺整体风格。

2. 管理产品

（1）发布产品

选择产品类别，填写产品详情，发布产品供进口客户搜索、查看。具体填写内容为：

- ①产品名称：填写英文，不超过 128 个字符。产品名称应包含商品的英文名全称、产品特征（属性）等，避免罗列和堆砌。
- ②产品关键词：填写英文，至少填写 1 个关键词，最多可填写 3 个。
- ③产品图片：从图片银行中选择 1-6 张对应商品的图片。
- ④产品属性：包括原产地、3 个产品属性、毛净重、体积，根据系统中的商品资料填写。
- ⑤交易信息：包括 FOB 价、最小起订量、结算方式，根据自己的实际需求填写。
- ⑥物流信息：包括发货时间、港口、供货能力，根据自己的实际需求填写。
- ⑦产品详情：使用英文进行详细描述。可包含产品标题、产品描述（具体为产品规格型号、属性等）、产品展示图、包装和运输、公司信息等内容。

（2）管理产品

管理已发布的产品，可对产品进行编辑、下架等操作。

（3）管理认证产品

加入金品诚企后，即可设置主营认证产品，最多 10 个。

（4）管理橱窗产品

加入金品诚企后，即可设置橱窗产品，最多 40 个。

（5）产品分组与排序

创建店铺内产品分组，并设置组内商品排序，使店铺内的商品排序更合理。

3. 采购直达

发布和管理采购需求。发布的采购需求要求将产品关键词、订单需求数量和单位、采购需求详细信息、期望单价、目的港、支付方式等要素填写完整。

4. 公司广告推广

标题和内容均要求为英文，内容尽量完整清晰。

四、寻找客户

1. 寻找目标客户

途径一：通过在 B2B 跨境电子商务平台中主动搜索与查看产品、店铺、采购需求等信息，筛选出目标客户，并与其建立业务关系，获得进出口业务机会。

途径二：通过发布公司广告、发布产品，推销自己的公司和产品，吸引进口商联系和询盘，获得出口业务机会。

途径三：通过发布采购需求，吸引出口商前来联系和报价，获得进口业务机会。

2. 与客户建立业务关系

开始一笔新业务，输入对方账号，选择业务类型（出口业务或进口业务），给对方发送建立业务关系的函电，待对方回复后即可进入业务磋商环节。

五、业务磋商

1. 流程

（1）进口商发送询盘邮件。

（2）出口商计算出口报价。

（3）出口商发送报价邮件。

（4）进口商收取出口商报价邮件，填写进口成本预算表，核算出成本与利润，确定还盘还是接受。

（5）进口商发送还盘或接受邮件。

2. 要求

（1）一笔业务的磋商过程，询盘、发盘、接受这 3 个环节必不可少，还盘可以没有。

（2）所有函电的标题和正文必须为英文，写作格式要规范。

（3）“发盘”函电的正文中需写全以下要素，错写漏写均不得分：产品、数量、单价（完整的表达）、总金额、结算方式、运输方式、装运港、目的港、保险条款等；

注意：发盘要素的标题必须为英文，且与下表中“发盘要素标题（英文）”完全一致（必须包含英文半角冒号），具体内容必须与最终签订合同中的条款吻合（具体参考下表中的“内容”），否则无法得分。

发盘要素	发盘要素标题(英文)	内容
产品	Product:	与合同中商品完全一致
数量	Quantity:	与合同中商品数量完全一致 格式: 数字+单位 (注意单复数) 例如: 200 PCS
单价	Unit Price:	与合同中商品单价完全一致, 并要表达完整 例 如 : USD 20.5 PER CARTON CIF NEWYORK, AMERICA
总金额	Amount:	与合同总金额完全一致 格式: 币别+数字 例如: GBP 35000
结算方式	Payment:	与合同中结算方式完全一致, 必须完整表达 例如: T/T 30% IN ADVANCE AND 70% WITHIN 30 DAYS AFTER SHIPMENT DATE
运输方式	Means of Transport:	与合同中运输方式完全一致, 具体为 BY VESSEL 或 BY AIR
装运港	Port of Shipment:	与合同中装运港完全一致 格式: 港口, 国家 例如: HAMBURG, GERMANY
目的港	Port of Destination:	与合同中目的港完全一致, 格式同装运港
保险条款	Insurance:	与合同中保险条款完全一致 例如 FOB 方式下保险条款如下: TO BE COVERED BY THE BUYER.

参考范例:

Product:01005 CANNED SWEET CORN

Quantity:10000 CARTONS

Unit Price:USD 5.3 PER CARTON CIF NEWYORK, AMERICA

Amount:USD53000

Payment:L/C AT 30 DAYS AFTER SIGHT

Means of Transport:BY VESSEL

Port of Shipment:SHANGHAI, CHINA

Port of Destination:NEWYORK, AMERICA

Insurance:FOR 110 PERCENT OF THE INVOICE VALUE COVERING INSTITUTE CARGO
CLAUSES (A), INSTITUTE WAR CLAUSES, INSTITUTE STRIKES CLAUSES.

(4) 交易磋商的结果必须与正式签订的合同一致。

(5) “接受” 函电的正文中包含关键词 “accept” 或 “accepted”。

六、填写进出口成本预算表

进出口双方都必须严格依照双方最终商定的各项条款在系统中填写最终的成本预算表。合同签订完成后，进出口成本预算表会显示“实际发生额”，即为正确答案。

出口商填写出口成本预算表：

出口成本预算表

有关项目	预算费用 (USD)	实际发生金额
汇率	USD 1 = USD <u>0</u> USD 1 = <u>0</u>	
成本栏	收购价 (含税进货价款) USD <u>0.00</u> 出口退税收入: USD <u>0.00</u> A. 实际采购成本: USD <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00
费用	商 检 费: USD <u>0.00</u> 报 关 费: USD <u>0.00</u> 出 口 税: USD <u>0.00</u> 银 行 费 用: USD <u>0.00</u> 其 他: USD <u>0.00</u> B. 国内费用: USD <u>0.00</u> 出口总成本C (FOB/FCA成本): USD <u>0.00</u> C=A+B <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
用	出口运费F: USD <u>0.00</u> USD <u>0.00</u> CFR/CPT成本:(=C+F) USD <u>0.00</u> <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00 0.00
	出口保费I: USD <u>0.00</u> 总保险率: <u>0.00</u> ‰ 投保加成: <u>0.00</u> % 投保金额: <u>0.00</u> CIF/CIP成本:(=C+F+I) USD <u>0.00</u> <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
报价栏	预期盈亏率: <u>0.00</u> % 预期盈利额或亏损额P: <u>0.00</u> 对外报价 (FOB/FCA): (=C+P) <u>0.00</u> 对外报价 (CFR/CPT): (=C+F+P) <u>0.00</u> 对外报价 (CIF/CIP): (=C+F+I+P) <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00

进口商填写进口成本预算表：

进 口 成 本 预 算 表

标号	预算项目(RMB)	实际发生金额
汇率	RMB 1 = USD 0 RMB 1 = 0	
1	FOB /FCA成交价 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
2	国外运费： USD 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
3	CFR/CPT成交价：（=1+2） 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
4	国外保费： RMB 0.00 总保费率： 0.00 ‰ 投保加成： 0.00 % 投保金额： 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00
5	CIF/CIP成交价：（=3+4） 0.00 RMB 0.00	0.00 0.00
6	进口关税： RMB 0.00	0.00
7	完税成本：（=5+6） RMB 0.00	0.00
8	商 检 费： RMB 0.00 报 关 费： RMB 0.00 消 费 税： RMB 0.00 增 值 税： RMB 0.00 其 他： RMB 0.00 国内费用： RMB 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
9	银行费用： RMB 0.00 信用证费用： RMB 0.00 信用证付款手续费： RMB 0.00 D/A、D/P付款手续费： RMB 0.00 T/T付款手续费： RMB 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
10	总成本：（=7+8+9） RMB 0.00 0.00	0.00 0.00
11	国内市场销货收入： RMB 0.00	0.00
12	（预期）盈亏额：（=11-10） RMB 0.00 预期盈亏率： 0.00 %	0.00 0.00

七、签订合同

根据进出口双方的磋商结果由出口商起草合同，检查无误后签字盖章并发送给进口商确认。

进口商须仔细检查合同各项条款，如有异议，应拒绝合同，并联系出口商要求其尽快修改；

如无异议，即可确认合同，则该笔业务会进入到“历史业务”中，标志着该业务全部完成。

SALES CONFIRMATION						
Messrs:				No.		
				Date:		
Dear Sirs,						
We are pleased to confirm our sale of the following goods on the terms and conditions set forth below;						
Choice	Product No.	Description	Quantity	Unit	Unit Price	Amount
[select... ▼] [select... ▼]						
[添加] [修改] [删除]						
Total:					[▼] []	
Say Total:						
Payment:	select... ▼ select... ▼					
Packing:						
Port of Shipment:	select... ▼					
Port of Destination:	select... ▼					
Shipment:	select... ▼ [] select... ▼					
Shipping Mark:						
Quality:						
Insurance:						
Documents:						
Any dispute arising from or in connection with this Contract shall be submitted to Pocib International Economic and Trade Arbitration Commission for arbitration which shall be conducted in accordance with the PIETAC's arbitration rules in effect at the time of applying for arbitration. The arbitral award is final and binding upon both parties.						
BUYERS			SELLERS			
(Manager Signature)			盖章 (Manager Signature)			

外贸 B2C 模块

销售平台：A 平台（亚马逊），C 平台（WISH）

销售品类：围巾、男士外套

回合数量：8 个回合

初始资金：20 万元

一、创建公司

公司已完成注册，无需选手自己创建。

二、市场调研

分析不同国家的消费者需求、汇率、外贸 B2C 平台政策、物流政策、竞品等各种市场环境，掌握市场需求和市场方向，制定经营策略。

（一）环境数据

了解市场环境、货币、税收以及融资等情况。

1. 市场环境

分析市场快讯，了解外贸 B2C 的市场环境以及未来可能的变化趋势，捕捉商机，合理筹划运营决策，并把握不同国家市场规模和市场需求。

2. 货币

了解外汇牌价与汇率走势。

3. 税收

了解各项税收的征收标准、缴纳时间。

4. 贷款

了解中小企业信用贷款和应收账款质押贷款两种贷款方式的要求、发放时间、利率、还贷周期等信息。

（二）市场前期调研

访问外贸 B2C 平台的前端页面，调研在线平台所有在售商品的信息，包括商品标题、定价、

好评分以及销售额排名等，改进销售策略。

（三）外贸 B2C 平台

了解各外贸 B2C 平台特点与政策，包括市场渗透率、热搜词排行、销售方案和费用、账期以及备货周期。

1. 市场渗透率

了解各外贸 B2C 平台在不同国家的市场渗透率，分析不同国家消费者对不同平台的偏好程度。

2. 热搜词排行榜

了解各外贸 B2C 平台中不同品类的热搜关键词排行榜，分析不同商品的需求情况。

3. 销售方案和费用

了解各外贸 B2C 平台的销售方案和费用明细，销售费用包含佣金和订阅费。了解费用金额、扣除的时间以及扣除的方式。分析不同平台之间的销售费用差异。

4. 账期与备货时间

了解各外贸 B2C 平台与卖家结算销售账款的周期和备货周期。如果卖家没有能够在备货期内及时完成发货，订单将自动取消，并对卖家评级产生不良影响。

（四）仓储物流

了解不同物流服务的时效与价格，国内仓与海外仓的收费计算方法。根据所售产品的特点以及物流服务的价格和时效性来选择合适的物流方式。

1. 物流服务

了解物品计费重量（实际重量和体积重量）的计算方法，以及不同物流方式运送到不同国家的运费情况。可使用服务查询估算国际物流的运费。

2. 国内仓库

了解国内仓库的仓储费率以及库存商品清仓抛售价格的计算方法。

3. 海外仓库和平台自建物流配送

了解不同国家的海外仓库和平台自建物流的政策，仓储费用、配送服务费用的计算方法。了解海外仓库存商品清仓抛售价格的计算方法。

三、采购管理

国内商品采购平台提供不少于 500 种商品，每款商品包括图片、价格、起订量、物流成本、包装、货描、品级等信息。在不同回合，商品的采购价格与供应量可能会发生动态变化。选

手可综合各种数据测算性价比、进行选品，并制定采购计划。

四、仓储管理

查看库存商品清单，通过调仓计划将库存商品在不同的仓库之间进行调拨（包括本地仓与海外仓），调仓需要花费一定的时间周期来完成。可对库存商品进行清仓抛售以盘活资金。

（一）库存清单

查看商品在各个仓库详细的库存数量等信息。

（二）清仓抛售计划

制定清仓抛售计划。

（三）调仓计划

建立海外仓，制定调仓计划，填写相关的调仓信息，对各商品在各个仓库的备货数量进行调拨。

五、店铺运营

（一）创建店铺

选手可创建一个或者多个店铺。店铺一经创建，不予撤销。

（二）商品管理

对商品进行管理操作，包括商品上下架、商品标题价格等编辑修改操作。进行商品上架操作时，撰写产品标题、核算产品成本、确定产品价格及折扣、设置产品上架量、选择物流方式及出库地点。

1. 发布商品（每回合发布新商品数量上限为 50 个，店铺在售商品数量上限为 100 个）

（1）商品标题：撰写英文标题，包含商品的英文名称、产品特征（属性）等，展现商品特点，避免罗列和堆砌。

（2）商品价格：确定商品价格，设置折扣，折扣后的价格即为商品的销售价格。

（3）库存：选择发货仓库，并确定上架量。

（4）物流：针对不同地区买家选择合适的物流方式，制定相应的运费策略。

2. 管理商品

管理已发布的商品，对产品进行编辑、下架等操作。

（三）营销推广

1. 平台营销工具

通过平台营销工具制定商品引流决策，可对每一个上架商品设定单次点击价格和预算限额，并且充值店铺账户。

2. 社交网络营销工具

通过社交网络营销工具制定商品引流决策，可为每一个上架商品选择软文广告或网红直播方式，选择对应地区和套餐。

（四）展示设计

通过展示设计提升商品的视觉吸引力，不同套餐对应不同成本和效果。

（五）订单

查看历史订单的不同状态以及发货情况。

订单的状态包括等待发货、已发货、已完成、未履行和退货。订单需要在备货期内完成发货，否则会形成未履行订单，已经产生的未履行订单在一段时间内都将影响该店铺商品的销售。

六、财务管理

（一）资金

查询当前回合所有支出和收入的项目明细及可使用资金。

（二）贷款

可通过中小企业信用贷款、应收账款质押贷款两种方式进行融资。

七、运营结果分析

运营结果数据在每回合末动态产生，反映该回合的决策质量和成果，选手需要通过挖掘财务、订单、利润、库存四大类运营结果的关键数据，结合市场快讯、汇率、税收政策、仓储物流及海外仓信息、外贸 B2C 平台的政策、竞品信息等进行深入分析，制定企业运营战略及决策。

（一）财务分析

1. 资产负债表

分析资产负债表，了解企业在某个时间点的财务状况。主要包含了“资产”部分和“负债及所有者权益”部分。最终的投资回报率即取决于资产负债表中的“未分配利润”与“实收资本”的比值。

2. 利润表

分析利润表，了解企业在一定期间的经营成果和盈利状况。通过对一定阶段的收入、费用、支出进行归类，深入分析企业的盈利状况。

利润表中的“净利润”金额即为对应时间内资产负债表中的“未分配利润”金额。

3. 现金流量表

分析现金流量表，了解公司在一定时期实际的现金流入和现金流出的情况，保证公司健康经营。如果在回合结束计算时现金余额小于 0，则公司会破产。

4. 企业所得税纳税申报表

查看企业所得税缴纳情况，包括营业收入、营业外收入、营业支出、营业利润、应纳税所得额、税率、实际应缴纳所得税额以及实际已缴纳所得税额等。

5. 店铺应收账款结算计划表

查看店铺应收账款结算计划表，了解公司所有经营店铺的应收账款结算情况。对照不同的结算周期查看具体的结算信息。在每个结算日期的明细中，查看该结算日期下结算订单的相关信息。

6. 贷款还款计划表

查看贷款还款计划表，了解公司在各个还款周期的贷款与还款情况，包括当期本金、当期利息、管理费、当期应还款总额、剩余应还款总额以及还款状态等信息，合理规划资金使用。

7. 物流服务费用结算计划表

查看物流服务费用结算计划表，了解各物流服务在不同回合周期的费用情况，估算公司需要缴纳的物流费用，做好资金管理。

（二）订单分析

从订单层面分析外贸 B2C 公司的运营成果。

1. 订单收入

订单收入包括订单总收入、地区订单收入、店铺订单收入和商品订单收入。从公司、地区、店铺和商品这四个方面统计分析外贸 B2C 公司的订单收入情况。具体包括每个回合的订单数量、销售商品的收入、买家支付的运费以及订单总额，统计并分析公司在外贸 B2C 平台的总体销售业绩。

2. 商品订单量排名

分析商品在外贸 B2C 平台中的订单量 and 对应排名，了解商品在该平台的销售和竞争情况。

3. 商品流量和订单

对比分析商品的曝光量、浏览量、转化率和订单等关键数据，寻找商品运营中存在的具体问题

题，从商品选品、标题、定价、营销等方面不断优化运营策略。

4. 商品流量来源

对比分析商品的不同流量来源，包括站内流量、平台营销工具流量、社交网络营销工具流量和店内流量，思考如何增加商品的流量，带动销售业绩。

5. 店铺广告业绩

通过分析广告业绩报表，了解商品广告的使用情况，优化广告投入决策，增加广告的精准度以及影响力，提高广告投入的回报率，提升销售业绩。

（三）利润分析

从利润层面分析外贸 B2C 公司的运营情况，包括营业收入、地区销售利润、店铺销售利润和单个商品销售利润。通过运营过程中的具体收入、成本、毛利以及毛利率，分析盈利或亏损的原因。

（四）库存分析

1. 库存清单

查询过往回合的商品库存情况，包括国内仓和海外仓的库存明细。

2. 发货信息

分析各个平台的商品发货情况，包括订单的产生时间、最迟发货时间、订单数量、对应的出库地点、物流方式和实际发货时间等。查看订单的履行情况。

3. 库存动销率

通过库存动销率分析和优化商品库存管理策略。

八、日程表

查看日程表，明确具体费用的缴纳时间，规避破产的风险。在某回合结束时，如果可用现金低于 0，公司将会立即破产且无法进入下一回合。在某回合开始时，如果可用现金低于 0，公司将会濒临破产，在该回合结束之前，使资金转负为正，可避免公司破产。

高职组“互联网+国际贸易综合技能”赛项 样题 3

外贸 B2B 模块

一、贸易国家

古巴、日本

二、注册公司

公司已完成注册，无需选手自己填写。

三、业务推广

通过 B2B 跨境电子商务平台进行公司和产品的推广和宣传，获得进出口业务机会。

1. 建站管理

（1）管理公司信息

完善自己的公司信息，需填写公司的主营业务、更多的经营产品、公司详细信息、设置公司标志、公司形象展示图。管理及查看公司的营业执照、管理体系证书、产品检测报告、荣誉证书、专利证书等。

要求：

- ①主营业务：填写公司的主营业务，要求为英文，尽量完整，至少填写 1 项，最多可填写 5 项。
- ②更多的经营产品：填写公司的其他经营产品，要求为英文，尽量完整，最多可填写 10 项。
- ③公司详细信息：描述公司的详细信息，要求为英文，尽量填写完整。
- ④设置公司标志：从系统给定的图片中任意选择一个作为公司标志。
- ⑤公司形象展示图：从系统中选择图片，最多 3 张。

（2）A&V 认证

完成公司 A&V 认证，获得认证标志。

（3）管理能力评估

加入金品诚企，管理查看管理能力评估报告（企业能力评估报告、主营产品认证报告）。

（4）店铺装修

从系统中选择店铺主题及设置 Banner，注意店铺整体风格。

2. 管理产品

（1）发布产品

选择产品类别，填写产品详情，发布产品供进口客户搜索、查看。具体填写内容为：

①产品名称：填写英文，不超过 128 个字符。产品名称应包含商品的英文名全称、产品特征（属性）等，避免罗列和堆砌。

②产品关键词：填写英文，至少填写 1 个关键词，最多可填写 3 个。

③产品图片：从图片银行中选择 1-6 张对应商品的图片。

④产品属性：包括原产地、3 个产品属性、毛净重、体积，根据系统中的商品资料填写。

⑤交易信息：包括 FOB 价、最小起订量、结算方式，根据自己的实际需求填写。

⑥物流信息：包括发货时间、港口、供货能力，根据自己的实际需求填写。

⑦产品详情：使用英文进行详细描述。可包含产品标题、产品描述（具体为产品规格型号、属性等）、产品展示图、包装和运输、公司信息等内容。

（2）管理产品

管理已发布的产品，可对产品进行编辑、下架等操作。

（3）管理认证产品

加入金品诚企后，即可设置主营认证产品，最多 10 个。

（4）管理橱窗产品

加入金品诚企后，即可设置橱窗产品，最多 40 个。

（5）产品分组与排序

创建店铺内产品分组，并设置组内商品排序，使店铺内的商品排序更合理。

3. 采购直达

发布和管理采购需求。发布的采购需求要求将产品关键词、订单需求数量和单位、采购需求详细信息、期望单价、目的港、支付方式等要素填写完整。

4. 公司广告推广

标题和内容均要求为英文，内容尽量完整清晰。

四、寻找客户

1. 寻找目标客户

途径一：通过在 B2B 跨境电子商务平台中主动搜索与查看产品、店铺、采购需求等信息，筛选出目标客户，并与其建立业务关系，获得进出口业务机会。

途径二：通过发布公司广告、发布产品，推销自己的公司和产品，吸引进口商联系和询盘，获得出口业务机会。

途径三：通过发布采购需求，吸引出口商前来联系和报价，获得进口业务机会。

2. 与客户建立业务关系

开始一笔新业务，输入对方账号，选择业务类型（出口业务或进口业务），给对方发送建立业务关系的函电，待对方回复后即可进入业务磋商环节。

五、业务磋商

1. 流程

（1）进口商发送询盘邮件。

（2）出口商计算出口报价。

（3）出口商发送报价邮件。

（4）进口商收取出口商报价邮件，填写进口成本预算表，核算出成本与利润，确定还盘还是接受。

（5）进口商发送还盘或接受邮件。

2. 要求

（1）一笔业务的磋商过程，询盘、发盘、接受这 3 个环节必不可少，还盘可以没有。

（2）所有函电的标题和正文必须为英文，写作格式要规范。

（3）“发盘”函电的正文中需写全以下要素，错写漏写均不得分：产品、数量、单价（完整的表达）、总金额、结算方式、运输方式、装运港、目的港、保险条款等；

注意：发盘要素的标题必须为英文，且与下表中“发盘要素标题（英文）”完全一致（必须包含英文半角冒号），具体内容必须与最终签订合同中的条款吻合（具体参考下表中的“内容”），否则无法得分。

发盘要素	发盘要素标题(英文)	内容
产品	Product:	与合同中商品完全一致
数量	Quantity:	与合同中商品数量完全一致 格式: 数字+单位 (注意单复数) 例如: 200 PCS
单价	Unit Price:	与合同中商品单价完全一致, 并要表达完整 例 如 : USD 20.5 PER CARTON CIF NEWYORK, AMERICA
总金额	Amount:	与合同总金额完全一致 格式: 币别+数字 例如: GBP 35000
结算方式	Payment:	与合同中结算方式完全一致, 必须完整表达 例如: T/T 30% IN ADVANCE AND 70% WITHIN 30 DAYS AFTER SHIPMENT DATE
运输方式	Means of Transport:	与合同中运输方式完全一致, 具体为 BY VESSEL 或 BY AIR
装运港	Port of Shipment:	与合同中装运港完全一致 格式: 港口, 国家 例如: HAMBURG, GERMANY
目的港	Port of Destination:	与合同中目的港完全一致, 格式同装运港
保险条款	Insurance:	与合同中保险条款完全一致 例如 FOB 方式下保险条款如下: TO BE COVERED BY THE BUYER.

参考范例:

Product:01005 CANNED SWEET CORN

Quantity:10000 CARTONS

Unit Price:USD 5.3 PER CARTON CIF NEWYORK, AMERICA

Amount:USD53000

Payment:L/C AT 30 DAYS AFTER SIGHT

Means of Transport:BY VESSEL

Port of Shipment:SHANGHAI, CHINA

Port of Destination:NEWYORK, AMERICA

Insurance:FOR 110 PERCENT OF THE INVOICE VALUE COVERING INSTITUTE CARGO
CLAUSES (A), INSTITUTE WAR CLAUSES, INSTITUTE STRIKES CLAUSES.

(4) 交易磋商的结果必须与正式签订的合同一致。

(5) “接受” 函电的正文中包含关键词 “accept” 或 “accepted”。

六、填写进出口成本预算表

进出口双方都必须严格依照双方最终商定的各项条款在系统中填写最终的成本预算表。合同签订完成后，进出口成本预算表会显示“实际发生额”，即为正确答案。

出口商填写出口成本预算表：

出口成本预算表

有关项目	预算费用 (USD)	实际发生金额
汇率	USD 1 = USD 0 USD 1 = 0	
成本栏	收购价 (含税进货价款) USD 0.00 出口退税收入: USD 0.00 A. 实际采购成本: USD 0.00	0.00 0.00 0.00
费用	商 检 费: USD 0.00 报 关 费: USD 0.00 出 口 税: USD 0.00 银 行 费 用: USD 0.00 其 他: USD 0.00 B. 国内费用: USD 0.00 出口总成本C (FOB/FCA成本): USD 0.00 C=A+B 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
用	出口运费F: USD 0.00 USD 0.00 CFR/CPT成本:(=C+F) USD 0.00 0.00 出口保费I: USD 0.00 总保险率: 0.00 ‰ 投保加成: 0.00 % 投保金额: 0.00 CIF/CIP成本:(=C+F+I) USD 0.00 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
报价栏	预期盈亏率: 0.00 % 预期盈利额或亏损额P: 0.00 对外报价 (FOB/FCA): (=C+P) 0.00 对外报价 (CFR/CPT): (=C+F+P) 0.00 对外报价 (CIF/CIP): (=C+F+I+P) 0.00	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00

进口商填写进口成本预算表：

进 口 成 本 预 算 表

标号	预算项目(RMB)	实际发生金额
汇率	RMB 1 = USD 0 RMB 1 = <input type="text"/> 0	
1	FOB /FCA成交价 <u>0.00</u> RMB <u>0.00</u>	0.00 0.00
2	国外运费： USD <u>0.00</u> RMB <u>0.00</u>	0.00 0.00
3	CFR/CPT成交价：（=1+2） <u>0.00</u> RMB <u>0.00</u>	0.00 0.00
4	国外保费： RMB <u>0.00</u> 总保费率： <u>0.00</u> % 投保加成： <u>0.00</u> % 投保金额： <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00 0.00
5	CIF/CIP成交价：（=3+4） <u>0.00</u> RMB <u>0.00</u>	0.00 0.00
6	进口关税： RMB <u>0.00</u>	0.00
7	完税成本：（=5+6） RMB <u>0.00</u>	0.00
8	商 检 费： RMB <u>0.00</u> 报 关 费： RMB <u>0.00</u> 消 费 税： RMB <u>0.00</u> 增 值 税： RMB <u>0.00</u> 其 他： RMB <u>0.00</u> 国内费用： RMB <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
9	银行费用： RMB <u>0.00</u> 信用证费用： RMB <u>0.00</u> 信用证付款手续费： RMB <u>0.00</u> D/A、D/P付款手续费： RMB <u>0.00</u> T/T付款手续费： RMB <u>0.00</u>	0.00 0.00 0.00 0.00 0.00
10	总成本：（=7+8+9） <u>RMB 0.00</u> <u>0.00</u>	0.00 0.00
11	国内市场销货收入： RMB <u>0.00</u>	0.00
12	（预期）盈亏额：（=11-10） RMB <u>0.00</u> 预期盈亏率： <u>0.00</u> %	0.00 0.00

七、签订合同

根据进出口双方的磋商结果由出口商起草合同，检查无误后签字盖章并发送给进口商确认。

进口商须仔细检查合同各项条款，如有异议，应拒绝合同，并联系出口商要求其尽快修改；

如无异议，即可确认合同，则该笔业务会进入到“历史业务”中，标志着该业务全部完成。

SALES CONFIRMATION						
Messrs:				No.		
				Date:		
Dear Sirs,						
We are pleased to confirm our sale of the following goods on the terms and conditions set forth below;						
Choice	Product No.	Description	Quantity	Unit	Unit Price	Amount
[select... ▼] [select... ▼]						
[添加] [修改] [删除]						
Total:					[▼] []	
Say Total:						
Payment:	select... ▼ select... ▼					
Packing:						
Port of Shipment:	select... ▼					
Port of Destination:	select... ▼					
Shipment:	select... ▼ [] select... ▼					
Shipping Mark:						
Quality:						
Insurance:						
Documents:						
Any dispute arising from or in connection with this Contract shall be submitted to Pocib International Economic and Trade Arbitration Commission for arbitration which shall be conducted in accordance with the PIETAC's arbitration rules in effect at the time of applying for arbitration. The arbitral award is final and binding upon both parties.						
BUYERS			SELLERS			
(Manager Signature)			盖章 (Manager Signature)			

外贸 B2C 模块

销售平台： B 平台（速卖通）、C 平台（WISH）

销售品类：皮带、男士外套

回合数量：8 个回合

初始资金：20 万元

一、创建公司

公司已完成注册，无需选手自己创建。

二、市场调研

分析不同国家的消费者需求、汇率、外贸 B2C 平台政策、物流政策、竞品等各种市场环境，掌握市场需求和市场方向，制定经营策略。

（一）环境数据

了解市场环境、货币、税收以及融资等情况。

1. 市场环境

分析市场快讯，了解外贸 B2C 的市场环境以及未来可能的变化趋势，捕捉商机，合理筹划运营决策，并把握不同国家市场规模和市场需求。

2. 货币

了解外汇牌价与汇率走势。

3. 税收

了解各项税收的征收标准、缴纳时间。

4. 贷款

了解中小企业信用贷款和应收账款质押贷款两种贷款方式的要求、发放时间、利率、还贷周期等信息。

（二）市场前期调研

访问外贸 B2C 平台的前端页面，调研在线平台所有在售商品的信息，包括商品标题、定价、

好评分以及销售额排名等，改进销售策略。

（三）外贸 B2C 平台

了解各外贸 B2C 平台特点与政策，包括市场渗透率、热搜词排行、销售方案和费用、账期以及备货周期。

1. 市场渗透率

了解各外贸 B2C 平台在不同国家的市场渗透率，分析不同国家消费者对不同平台的偏好程度。

2. 热搜词排行榜

了解各外贸 B2C 平台中不同品类的热搜关键词排行榜，分析不同商品的需求情况。

3. 销售方案和费用

了解各外贸 B2C 平台的销售方案和费用明细，销售费用包含佣金和订阅费。了解费用金额、扣除的时间以及扣除的方式。分析不同平台之间的销售费用差异。

4. 账期与备货时间

了解各外贸 B2C 平台与卖家结算销售账款的周期和备货周期。如果卖家没有能够在备货期内及时完成发货，订单将自动取消，并对卖家评级产生不良影响。

（四）仓储物流

了解不同物流服务的时效与价格，国内仓与海外仓的收费计算方法。根据所售产品的特点以及物流服务的价格和时效性来选择合适的物流方式。

1. 物流服务

了解物品计费重量（实际重量和体积重量）的计算方法，以及不同物流方式运送到不同国家的运费情况。可使用服务查询估算国际物流的运费。

2. 国内仓库

了解国内仓库的仓储费率以及库存商品清仓抛售价格的计算方法。

3. 海外仓库和平台自建物流配送

了解不同国家的海外仓库和平台自建物流的政策，仓储费用、配送服务费用的计算方法。了解海外仓库存商品清仓抛售价格的计算方法。

三、采购管理

国内商品采购平台提供不少于 500 种商品，每款商品包括图片、价格、起订量、物流成本、包装、货描、品级等信息。在不同回合，商品的采购价格与供应量可能会发生动态变化。选

手可综合各种数据测算性价比、进行选品，并制定采购计划。

四、仓储管理

查看库存商品清单，通过调仓计划将库存商品在不同的仓库之间进行调拨（包括本地仓与海外仓），调仓需要花费一定的时间周期来完成。可对库存商品进行清仓抛售以盘活资金。

（一）库存清单

查看商品在各个仓库详细的库存数量等信息。

（二）清仓抛售计划

制定清仓抛售计划。

（三）调仓计划

建立海外仓，制定调仓计划，填写相关的调仓信息，对各商品在各个仓库的备货数量进行调拨。

五、店铺运营

（一）创建店铺

选手可创建一个或者多个店铺。店铺一经创建，不予撤销。

（二）商品管理

对商品进行管理操作，包括商品上下架、商品标题价格等编辑修改操作。进行商品上架操作时，撰写产品标题、核算产品成本、确定产品价格及折扣、设置产品上架量、选择物流方式及出库地点。

1. 发布商品（每回合发布新商品数量上限为 50 个，店铺在售商品数量上限为 100 个）

（1）商品标题：撰写英文标题，包含商品的英文名称、产品特征（属性）等，展现商品特点，避免罗列和堆砌。

（2）商品价格：确定商品价格，设置折扣，折扣后的价格即为商品的销售价格。

（3）库存：选择发货仓库，并确定上架量。

（4）物流：针对不同地区买家选择合适的物流方式，制定相应的运费策略。

2. 管理商品

管理已发布的商品，对产品进行编辑、下架等操作。

（三）营销推广

1. 平台营销工具

通过平台营销工具制定商品引流决策，可对每一个上架商品设定单次点击价格和预算限额，并且充值店铺账户。

2. 社交网络营销工具

通过社交网络营销工具制定商品引流决策，可为每一个上架商品选择软文广告或网红直播方式，选择对应地区和套餐。

（四）展示设计

通过展示设计提升商品的视觉吸引力，不同套餐对应不同成本和效果。

（五）订单

查看历史订单的不同状态以及发货情况。

订单的状态包括等待发货、已发货、已完成、未履行和退货。订单需要在备货期内完成发货，否则会形成未履行订单，已经产生的未履行订单在一段时间内都将影响该店铺商品的销售。

六、财务管理

（一）资金

查询当前回合所有支出和收入的项目明细及可使用资金。

（二）贷款

可通过中小企业信用贷款、应收账款质押贷款两种方式进行融资。

七、运营结果分析

运营结果数据在每回合末动态产生，反映该回合的决策质量和成果，选手需要通过挖掘财务、订单、利润、库存四大类运营结果的关键数据，结合市场快讯、汇率、税收政策、仓储物流及海外仓信息、外贸 B2C 平台的政策、竞品信息等进行深入分析，制定企业运营战略及决策。

（一）财务分析

1. 资产负债表

分析资产负债表，了解企业在某个时间点的财务状况。主要包含了“资产”部分和“负债及所有者权益”部分。最终的投资回报率即取决于资产负债表中的“未分配利润”与“实收资本”的比值。

2. 利润表

分析利润表，了解企业在一定期间的经营成果和盈利状况。通过对一定阶段的收入、费用、支出进行归类，深入分析企业的盈利状况。

利润表中的“净利润”金额即为对应时间内资产负债表中的“未分配利润”金额。

3. 现金流量表

分析现金流量表，了解公司在一定时期实际的现金流入和现金流出的情况，保证公司健康经营。如果在回合结束计算时现金余额小于 0，则公司会破产。

4. 企业所得税纳税申报表

查看企业所得税缴纳情况，包括营业收入、营业外收入、营业支出、营业利润、应纳税所得额、税率、实际应缴纳所得税额以及实际已缴纳所得税额等。

5. 店铺应收账款结算计划表

查看店铺应收账款结算计划表，了解公司所有经营店铺的应收账款结算情况。对照不同的结算周期查看具体的结算信息。在每个结算日期的明细中，查看该结算日期下结算订单的相关信息。

6. 贷款还款计划表

查看贷款还款计划表，了解公司在各个还款周期的贷款与还款情况，包括当期本金、当期利息、管理费、当期应还款总额、剩余应还款总额以及还款状态等信息，合理规划资金使用。

7. 物流服务费用结算计划表

查看物流服务费用结算计划表，了解各物流服务在不同回合周期的费用情况，估算公司需要缴纳的物流费用，做好资金管理。

（二）订单分析

从订单层面分析外贸 B2C 公司的运营成果。

1. 订单收入

订单收入包括订单总收入、地区订单收入、店铺订单收入和商品订单收入。从公司、地区、店铺和商品这四个方面统计分析外贸 B2C 公司的订单收入情况。具体包括每个回合的订单数量、销售商品的收入、买家支付的运费以及订单总额，统计并分析公司在外贸 B2C 平台的总体销售业绩。

2. 商品订单量排名

分析商品在外贸 B2C 平台中的订单量和对应排名，了解商品在该平台的销售和竞争情况。

3. 商品流量和订单

对比分析商品的曝光量、浏览量、转化率和订单等关键数据，寻找商品运营中存在的具体问题

题，从商品选品、标题、定价、营销等方面不断优化运营策略。

4. 商品流量来源

对比分析商品的不同流量来源，包括站内流量、平台营销工具流量、社交网络营销工具流量和店内流量，思考如何增加商品的流量，带动销售业绩。

5. 店铺广告业绩

通过分析广告业绩报表，了解商品广告的使用情况，优化广告投入决策，增加广告的精准度以及影响力，提高广告投入的回报率，提升销售业绩。

（三）利润分析

从利润层面分析外贸 B2C 公司的运营情况，包括营业收入、地区销售利润、店铺销售利润和单个商品销售利润。通过运营过程中的具体收入、成本、毛利以及毛利率，分析盈利或亏损的原因。

（四）库存分析

1. 库存清单

查询过往回合的商品库存情况，包括国内仓和海外仓的库存明细。

2. 发货信息

分析各个平台的商品发货情况，包括订单的产生时间、最迟发货时间、订单数量、对应的出库地点、物流方式和实际发货时间等。查看订单的履行情况。

3. 库存动销率

通过库存动销率分析和优化商品库存管理策略。

八、日程表

查看日程表，明确具体费用的缴纳时间，规避破产的风险。在某回合结束时，如果可用现金低于 0，公司将会立即破产且无法进入下一回合。在某回合开始时，如果可用现金低于 0，公司将会濒临破产，在该回合结束之前，使资金转负为正，可避免公司破产。