

全国新职业和数字技术技能大赛

连锁经营管理师项目

技术工作文件

全国新职业和数字技术技能大赛组委会技术组

2022年2月

目 录

一、技术描述.....	1
(一) 项目概要.....	1
(二) 基本知识与能力要求.....	1
二、试题与评判标准.....	4
(一) 试题.....	4
1.模块简述.....	4
(1) 模块 A: 虚拟门店建设.....	4
(2) 模块 B: 数字化沙盘博弈.....	4
(3) 模块 C: 案例分析与汇报.....	4
2.命题标准.....	4
3.命题方案.....	5
(二) 比赛时间及试题具体内容.....	5
1.比赛时间安排.....	5
2.试题.....	5
3.竞赛日程与流程.....	6
(三) 评判标准.....	8
1.分数权重.....	8
2.评判方法.....	8
3.竞赛总成绩计算方法.....	9
(四) 公布方式(保密安排).....	9
三、竞赛细则.....	9
(一) 评分流程说明.....	9
(二) 竞赛须知.....	9
1.参赛队须知.....	9
2.参赛选手须知.....	10
3.工作人员须知.....	11
4.裁判员须知.....	11
5.其他.....	13

(三) 申诉与仲裁.....	13
四、竞赛场地、设施设备安排.....	13
(一) 赛场规格要求.....	13
(二) 场地布局图.....	14
(三) 基础设施清单.....	15
五、安全、健康要求.....	18
六、开放考核场地.....	18
七、绿色环保.....	19
八、样题.....	19
(一) 模块 A：虚拟门店建设.....	19
(二) 模块 B：数字化沙盘博弈.....	22
(三) 模块 C：案例分析与汇报.....	24

一、技术描述

（一）项目概要

连锁经营管理师（职业编码 4-01-02-06）是由人力资源社会保障部牵头举办的全国新职业技能大赛赛项之一，此次比赛技术工作文件参照全国行业职业技能竞赛连锁经营管理师赛项技术文件制定。

连锁经营管理师是运用连锁经营管理工具及相关技术，进行业态定位、品类管理、营销企划、顾客服务、视觉营销等工作，负责门店营运业务管理的人员。

连锁经营管理师项目是指根据《连锁经营管理师国家职业技能标准》（2020年版）中三级/高级工的工作要求，对包括产品管理、营销管理、营运管理、信息与数字化管理、人员管理、财务管理等门店综合管理技能的竞赛项目。比赛采用职业技能实操模拟形式进行。

（二）基本知识与能力要求

根据全国行业职业技能竞赛连锁经营管理师赛项技术文件，参考《连锁经营管理师国家职业技能标准》（2020年版）的内容梳理本次技能大赛的基本知识与工作能力要求。具体内容如下表：

相关要求		权重比例 (%)
1	产品管理	22
基本 知识	-产品陈列原则；产品管理的工作流程；产品销售与利润评估的指标；产品市场与竞争店的评估内容与标准 -产品销售分析的主要指标与分析方法；产品价格带和关联度分析方法；购物篮系数分析的方法 -产品采购合同执行及计划编制要求；特殊产品临时订单操作流程；产品自动补货计算方法与流程 -库存数据的内容与统计分析方法；门店盘点报告的内容与编制要求	

工作能力	<p>-能对产品陈列进行设计并实施；能实施产品经营计划，并进行周期性评估；能评估市场与竞争店的经营状况；能实施供应商评估及商户资质的检核与年度复查</p> <p>-能计算产品单品数，并分析采销匹配度；能分析产品价格带和产品关联度；能分析购物篮系数</p> <p>-能制定产品采购计划、调整采购需求，并执行采购合同；能实施特殊产品与临时订单产品的订货；能设置自动补货参数</p> <p>-能统计与分析库存数据；能编制门店盘点报告</p>	
2	营销管理	
基本知识	<p>-顾客需求与购买行为调查的内容和步骤；顾客需求与购买行为的分析方法</p> <p>-促销计划与预算的编制方法；调整促销产品的价格方法；广告促销策略的适用范围</p>	20
工作能力	<p>-能实施顾客需求与购买行为调查；能分析顾客需求与购买行为</p> <p>-能编制促销计划与预算；能制定促销价格与广告促销策略</p>	
3	营运管理	
基本知识	<p>-门店营运操作规范、标准与流程督查要点；门店产品与服务质量的督查标准；门店环境与企业形象标准督查要点</p> <p>-顾客需求类别与识别方法；复杂顾客投诉的处理流程；</p> <p>-门店公共安全与内部安全检查项目及要求；安全隐患的类别与排查内容；消防演练的流程与规范；冲突处理流程与方法</p>	25
工作能力	<p>-能督查与评估门店运营规范、标准和流程执行情况；能监督与评估门店产品和服务质量标准执行情况；能督查</p>	

	与评估门店环境和企业形象标准执行情况	
4	信息与数字化管理	
基本 知识	-顾客数据分析方法；门店销售预测与库存信息化管理方法；销售管理系统操作与数据分析方法 -顾客管理系统操作与数据分析；新媒体在营销活动中的应用方法 -电子文档制作方法；信息数据加工与处理方法；移动终端办公软件操作方法	10
工作 能力	-能运用顾客系统获取消费群体分析数据并处理；能运用信息管理系统获取销售预测、智能补货、物料库存数据并整理；能运用销售管理系统进行销售统计分析 -能运用顾客营销系统进行精准营销； -能运用办公软件起草电子文件、分析数据，并编制分析报告；能运用办公软件进行数据合并、修正与计算	
5	人员管理	
基本 知识	-面试评估方法；实施培训的方法与注意事项 -绩效改进方案的制定方法；绩效面谈的内容、流程与方法；团队协作的方法与要求；团队建设方法与内容	5
工作 能力	-能制定员工绩效改进方案	
6	财务管理	
基本 知识	-产品损耗统计与分析方法；盘盈或盘亏原因及处理方法 -门店资金结算流程；应收账款预警和催收原则； -门店销售日报表分析方法；门店库存日报表分析方法； 门店毛利日报表分析方法；门店利润日报表分析方法	18

工作能力	-能统计产品损耗并分析原因；能分析存货盘盈或盘亏原因 -能实施资金结算；能建立应收账款台账，并催收 -能分析销售日报表和库存日报表；能分析毛利日报表和利润日报表	
合计		100

二、试题与评判标准

（一）试题

1. 模块简述

（1）模块 A：虚拟门店建设

虚拟门店建设主要包括门店建设与商品陈列两部分内容，本模块以 3D 虚拟门店建设软件为竞赛平台，让选手从连锁经营门店建设与店内商品陈列两个方面进行深度虚拟仿真，重点考查选手的门店管理尤其是门店装修、商品陈列的技巧与方法。

（2）模块 B：数字化沙盘博弈

数字化沙盘博弈是基于数字化经营背景，模拟连锁经营企业的战略、营销、采购、门店运营等环节，让选手进行综合分析决策博弈，重点考察选手对于连锁经营管理门店的全面经营管理能力。

（3）模块 C：案例分析与汇报

案例分析与汇报是充分考虑连锁经营行业多业态的特点，让各参赛队结合所属单位实际情况与从业经验进行案例分析，在规定时间内提交分析报告(PDF 格式)，并进行汇报答辩。本模块重点考查分析内容的针对性、正确性与整体性，分析方法的科学新与合理性，以及选手的现场表现。

2. 命题标准

本项目依据中华人民共和国人力资源和社会保障部制定的《连锁经营管理师国家职业技能标准（2020 年）版》。

3. 命题方案

赛前将根据竞赛组委会的相关要求，适时组织命题专家与参赛队就技术工作文件进行交流与解答。

(1) 一般注意事项

- 1) 赛题、评分方案和标准规范之间的关系是比赛质量的主要指标。
- 2) 赛题不会对技能大赛的规章制度进行考核。

(2) 赛题的模式/结构

比赛将尽可能模拟真实连锁企业的工作场景，考核内容会有一些能够反映连锁经营管理核心角色和 workflows 等的任务，还会涉及工作常见问题，比如各类沟通和交流等。

(二) 比赛时间及试题具体内容

1. 比赛时间安排

模块	模块内容	时长 (min)
模块 A	虚拟门店建设	150
模块 B	数字化沙盘博弈	180
模块 C	案例分析与汇报	360

2. 试题

序号	竞赛模块	职业功能	工作（考查）内容	占比
A	虚拟门店建设	门店规划	门店动线设计、卖场布局规划、商品陈列设计与落实	30%
		营运管理	规范与质量管理	
B	数字化沙盘博弈	产品管理	产品分类、产品分析、采购管理、库存管理	60%
		财务管理	资产管理、资金管理、报表识别	
		营销管理	市场定位、营销策划、渠道管理	
		市场开发管理	商圈分析、市场分析、投资分析	
		信息与数字化管理	信息数据分析	
	财务分析	资产管理、资金管理、报表分析		
C		营销管理	顾客需求分析、促销管理、营销策划	10%

案例 分析与 汇报	营运管理	规范与质量管理、客服管理、安全与危机管理
	信息与数字化管理	信息数据分析、数字化运营
	人员管理	团队与绩效管理

3. 竞赛日程与流程

序号	日期	时间	内容	地点	备注
1	比赛前	13:30-14:00	参赛队报到	赛场接待处	
2	一天	14:00-15:30	参赛队勘察场地、设备检查等	赛场内	一次加密
3	第一天	8:30-9:00	检录并抽签	赛场接待处	二次加密
4		9:00-11:30	模块 A 竞赛	竞赛场地	
5		11:30-12:30	选手午休		
6		12:30-15:30	模块 B 竞赛	竞赛场地	
7		15:30-18:30	模块 C 竞赛(第一部分)	竞赛场地	案例分析、报告制作。
8	第二天	8:30-11:00	模块 C 竞赛(第二部分)	竞赛场地	案例分析汇报答辩。
9		11:30-13:30	成绩汇总		

赛项流程

EVENT PROCESS



（三）评判标准

1. 分数权重

分数权重与考核权重比例一致。虚拟门店建设、数字化沙盘博弈、案例分析与汇报三个考核模块分数分别占比 30%、60%、10%。

序号	竞赛模块	分数	
		评价分	总分占比
模块 A	虚拟门店建设	100	30%
模块 B	数字化沙盘博弈	100	60%
模块 C	案例分析与汇报	100	10%
合计			100%

2. 评判方法

本项目评分标准为评价分。凡需要采用主观描述进行的评判称为评价。

（1）虚拟门店建设采用评价分计算方式

评价分打分方式：一般由 5-7 名裁判组成一组，每组对所有参赛队的作品进行打分，以平均分（保留小数点后两位）作为本部分最终成绩。

（2）数字化沙盘博弈采用评价分计算方式

本模块以裁判员给出的各队 EVA 总和作为唯一赋分依据，裁判员参考软件给出的 EVA 值确认每队的实际 EVA 值，最后进行汇总，具体赋分方式如下：

EVA 总和（即四期裁判员给出的 EVA 值相加）第一名的参赛队成绩为 100 分，其它各队成绩计算公式如下：

$$\text{某队成绩} = \frac{\text{该队的EVA总和}}{\text{第一名EVA总和}} \times 100$$

本模块成绩采用四舍五入的方法保留小数点后面 2 位，经营破产的参赛队本模块成绩为 0 分。

备注：EVA 等于税后经营利润减去债务和股本成本，是所有成本被扣除后的剩余收入（Residual income）。EVA 是一种评价企业经营者有效使用资本和为股东创造价值能力，体现企业最终经营目标的经营业绩考核工具。

（3）案例分析与汇报评分标准

评价分打分方式：一般由 5-7 名裁判组成，各自单独评分，以去掉最高分和最低分后的平均分（保留小数点后两位）作为本部分最终成绩。

3. 竞赛总成绩计算方法

本竞赛总成绩由三个竞赛模块的成绩乘以相应模块权重求和得到，采用四舍五入方法保留小数点后两位。

若总成绩出现同分情况，则采用四舍五入前的总成绩原始分值进行比较，确定最终排名顺序。

（四）公布方式（保密安排）

1. 至少赛前 30 天开放平台试用，公开试题为练习题。
2. 至少赛前 15 天安排虚拟门店建设、数字化沙盘模拟两个模块线上模拟训练。

三、竞赛细则

（一）评分流程说明

此次技能大赛采用由裁判长组织裁判进行复核并统分，然后由工作人员录入系统的方法。

（二）竞赛须知

1. 参赛队须知

（1）参赛选手应为年满 16 周岁，法定退休年龄以内的中国大陆相应从业人员（职工身份，包括教师、博士后研究人员），按户籍属地原则（或在当地工作满 1 年以上）报名参赛。本赛项为团队赛，每省限 2 名选手参赛，选手须来自同一省份。已获得“中华技能大奖”、“全国技术能手”荣誉的人员，不以选手身份参赛。

（2）参赛队员在报名获得审核确认后，原则上不再更换，如竞赛筹备过程中，队员因故不能参赛，须于相应赛项开赛 10 个工作日之前向组委会出具书面说明并按相关规定补充人员并接受审核。

（3）各参赛队按竞赛组委会赛事练习通知进行软件练习，若在开放练习阶段无练习视同放弃练习权利。

（4）各参赛队在竞赛期间要注意饮食卫生，防止身体不适影响参赛。

（5）各参赛队在竞赛期间，参赛单位应保证参赛选手的安全，防止交通事

故和其它意外事故的发生，避免因事故原因无法参赛。

(6) 各参赛队要发扬良好道德风尚，听从指挥，服从裁判，不弄虚作假。

(7) 各参赛队比赛时需按组委会要求，统一着装。

2. 参赛选手须知

(1) 参赛选手应严格遵守竞赛规则和竞赛纪律，服从裁判员和竞赛工作人员的统一指挥安排，自觉遵守网络赛场秩序，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。

(2) 参赛选手在赛前熟悉竞赛设备和竞赛软件时，应该严格遵守竞赛设备工作守则和竞赛设备安全操作规程，杜绝出现安全事故及网络故障。

(3) 参赛选手不得自行将通讯工具、任何技术资料、工具书、自编电子或文字资料、笔记本电脑、通讯工具、摄像工具以及其他即插即用的硬件设备带入参赛单位指定的比赛现场，否则取消选手比赛资格。同时，为保证比赛公平性，大赛组委会将指派裁判人员到比赛现场全程监督参赛队比赛情况。

(4) 参赛选手应严格按竞赛流程进行竞赛。

(5) 参赛选手必须持本人身份证，按竞赛规定的时间，到指定比赛现场参赛。

(6) 裁判长宣布比赛开始，参赛选手方可进行竞赛操作，所有特殊信息将现场发布，参赛选手须要注意接收信息。

(7) 参赛选手必须及时备份竞赛中自己的竞赛数据，并将全部数据文件存储至计算机指定盘符下，不按要求存储数据，导致数据丢失者，责任自负。

(8) 竞赛过程中，选手若需休息、饮水或去洗手间，一律计算在比赛时间内。饮水由赛场统一提供。

(9) 竞赛过程中，参赛选手须严格遵守相关操作规程，确保人身及设备安全，并接受裁判员的监督和警示，若因选手个人因素造成人身安全事故和设备故障，不予延时，情节特别严重者，由大赛裁判组视具体情况做出处理决定（最高至终止比赛）并由裁判长上报竞赛监督仲裁组；若因非选手个人因素造成设备故障，由大赛裁判组视具体情况做出延时处理并由裁判长上报竞赛监督仲裁组。

(10) 参赛选手在竞赛过程中不得擅自离开赛场，如有特殊情况，需经裁判员同意后，特殊处理。

(11) 参赛选手在比赛过程中，如遇问题，需举手向裁判人员提问，或在现场反馈。

(12) 裁判长在比赛结束前 15 分钟在现场发布比赛结束时间。裁判长宣布比赛结束后，选手应立即停止竞赛操作，现场裁判员监督竞赛设备、软件的停止。

(13) 竞赛结束后，由现场裁判员和选手检查确认提交的内容，现场裁判员当选手面确认最终成绩，选手在成绩确认表签字确认。

(14) 比赛结束，选手应立即清理现场，包括竞赛设备及周边卫生并恢复竞赛设备原始状态等。经现场裁判员和现场工作人员确认后方可离开工位。

(15) 参赛选手在竞赛期间未经组委会的批准，不得接受其他单位和个人进行的与竞赛内容相关的采访；参赛选手不得私自公开比赛相关资料。

(16) 参赛选手不得在比赛任何环节过程中或通过答题文档资料等泄露个人所在单位信息，一经发现按舞弊处理。

3. 工作人员须知

(1) 工作人员必须服从赛项组委会统一指挥，佩戴工作人员标识，认真履行职责，做好竞赛服务工作。

(2) 工作人员按照分工准时上岗，不得擅自离岗，应认真履行各自的工作职责，保证竞赛工作的顺利进行。

(3) 工作人员应在规定的区域内工作，未经许可，不得擅自进入竞赛场地。如需进场，需经过裁判员同意，核准证件，有裁判跟随入场。

(4) 如遇突发事件，须及时向裁判员报告，同时做好疏导工作，避免重大事故发生。

(5) 竞赛期间，工作人员不得干涉及个人工作职责之外的事宜，不得利用工作之便，弄虚作假、徇私舞弊。如有上述现象或因工作不负责任的情况，造成竞赛程序无法继续进行，由组委会视情节轻重，给予通报批评或停止工作，并通知其所在单位做出相应处理。

(6) 各类赛务人员必须统一佩戴由大赛组委会签发的相关证件，着装整齐。

(7) 除现场裁判员和参赛选手外，其他人员不得进入竞赛区域。

4. 裁判员须知

(1) 裁判员资格：a. 具有良好的职业道德和心理素质，严守竞赛纪律，服

从组织安排，责任心强。b. 具有较强组织协调能力、团队合作精神、临场应变能力及果断执裁能力。具有本职业或相近职业技师（含）以上职业资格证书（或职业技能等级证书）或副高级（含）以上专业技术职称。c. 具有在本职业项目领域从事省级或行业职业技能竞赛执裁经验，熟悉赛项所涉及职业的专业知识和操作技能。d. 从事赛项所涉及专业（职业）相关工作 5 年及以上，具备良好的文字和语言表达能力，有丰富的考评工作经验（包含教学、科研或产品等），能够独立进行评判和评价工作。e. 年龄在 65 岁以下，身体健康，能胜任现场裁判工作，无任何违法违规记录，且获得工作单位支持，能在规定时间内参与执裁工作，并按要求完成指定任务。

（2）裁判员须佩带裁判员标识上岗。执裁期间，统一着装，举止文明礼貌，接受参赛人员的监督。

（3）严守竞赛纪律，执行竞赛规则，服从赛项组委会和裁判长的领导。按照分工开展工作，始终坚守工作岗位，不得擅自离岗。

（4）裁判员的工作分为加密裁判、现场执裁、评判裁判等。

（5）裁判员在工作期间严禁使用各种器材进行摄像或照相。

（6）现场执裁的裁判员负责检查选手携带的物品，违规物品一律清出赛场，比赛结束后裁判员要命令选手停止竞赛操作。

（7）竞赛中所有裁判员不得影响选手正常竞赛。

（8）严格执行赛场纪律，不得向参赛选手暗示或解答与竞赛有关的内容。及时制止选手的违纪行为。对裁判工作中有争议的技术问题、突发事件要及时处理、妥善解决，并及时向裁判长汇报。

（9）要提醒选手注意操作安全，对于选手的违规操作或有可能引发人身伤害、设备损坏等事故的行为，应立即制止。

（10）严格执行竞赛项目评分标准，做到公平、公正、真实、准确，杜绝随意打分；严禁利用工作之便，弄虚作假、徇私舞弊。

（11）严格遵守保密纪律。裁判员不得私自与参赛选手或代表队联系，不得透露竞赛的有关情况。

（12）裁判员必须参加赛前培训，否则取消竞赛裁判资格。

（13）竞赛过程中如出现问题或异议，服从裁判长的裁决。

(14) 竞赛期间，因裁判人员工作不负责任，造成竞赛程序无法继续进行或评判结果不真实的情况，由组委会视情节轻重，给予通报批评或停止裁判资格，并通知其所在单位做出相应处理。

(15) 第一天比赛结束后，裁判员可携带手机离场。

5. 其他

(1) 对于公众开放的要求：公众可在赛场指定区域进行观摩，不得进入选手竞赛区域。

(2) 竞赛应注重环境保护，绝不允许破坏环境，提倡绿色环保办赛。

(三) 申诉与仲裁

1. 参赛队对不符合大赛规定的设备、工具、软件，有失公正的评判、奖励，工作人员的违规行为以及竞赛成绩有疑问等，均可提出申诉。

2. 申诉应在成绩公示后 1 小时内提出，超过时限将不予受理。申诉时，由参赛队领队向组委会递交书面申诉报告；申诉报告须有申诉的参赛队领队及参赛选手具名签字。报告应对申诉事件的发生时间、内容或现象、涉及的人员，以及申诉的依据和理由等进行充分举证，实事求是陈述。对事实依据不客观、举证不恰当不充分、仅凭主观臆断形成的申诉，组委会有权不予受理。

3. 组委会在受理申诉后的 1 小时内组织调查处理，并及时反馈处理结果。

4. 申诉人及申诉参赛队不得无故拒不接受仲裁结果；不得采取过激行为刁难、攻击工作人员，否则视为放弃申诉。

5. 申诉人及申诉参赛队不得因提起申诉或对申诉仲裁意见不服而停止竞赛或滋事挑起不良事端，否则按赛事弃权处理。

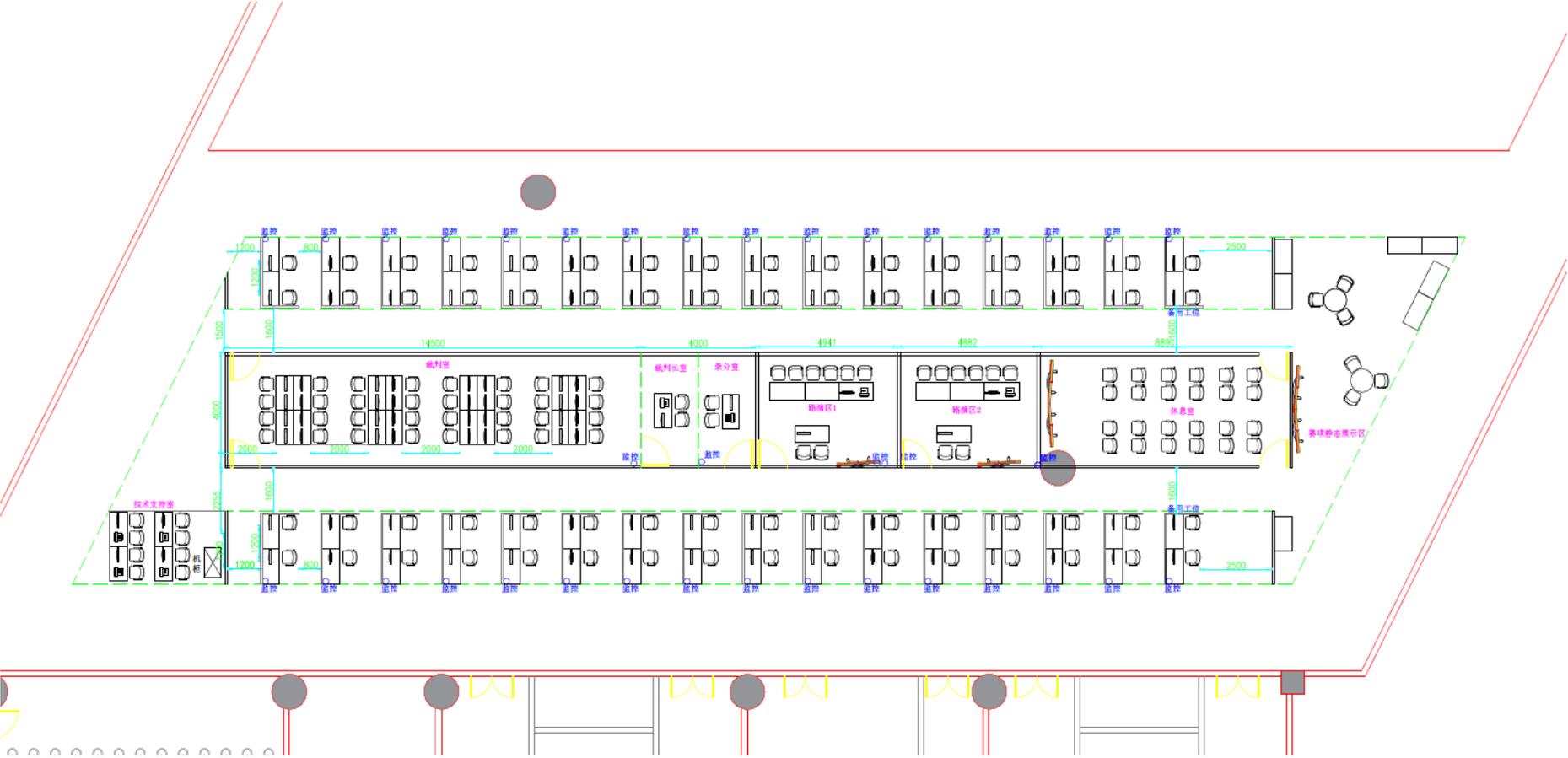
6. 大赛不因申诉事件而组织重赛。

四、竞赛场地、设施设备等安排

(一) 赛场规格要求

说明本项目场地总体面积 456 m²（其中总长度 38m、总宽度 12m），工位数量 32 个（2 个备用），每个工位的面积 2.88 m²（含长度 2.4m、宽度 1.2m），工位间隔 1.4m。

(二) 场地布局图



（三）基础设施清单

列表说明赛场提供和选手自带的与竞赛直接相关的设施、设备清单（注明哪些是赛场提供，哪些是选手自带。如无需选手自带，须注明）。

连锁经营管理师项目赛场提供设施、设备清单表

设备编号	场地设施清单	名称	需求规格描述	应用区域	备注
1	IT 软件类	数字化沙盘博弈软件	<p>满足不小于 100 人同时在线并发经营博弈；</p> <p>操作与管理控制端页面皆采用网页界面显示，支持移动终端操作系统可为 Android/iOS 手机，或平板电脑；</p> <p>公司设定：提供团队分工权限，设有团队角色与各角色分工，提供不同的经营决策；</p> <p>经营决策限制条件，避免角色做成决策的基本逻辑错误，协作经营功能，利用各部门数据，相互稽核，完成企业决策流程；</p> <p>软件在线评分；</p> <p>提供 EVA 分析结果，评定经营博弈的赛后成绩；</p> <p>支持在线结果下载。</p>	选手赛位	
2	IT 软件类	虚拟门店建设软件	<p>满足多支队伍按照案例，建设门店，相互数据隔离，互不影响；</p> <p>支持商品模型、货架模型、装修素材、灯光素材、消防素材、促销素材等 3D 素材的背包，并可编辑，支持模型单位属性、地图区域类型、模型分类</p>	选手赛位	

设备编号	场地设施清单	名称	需求规格描述	应用区域	备注
			<p>等字段增删改查，提供不少于 160 个不同的素材模型，素材类型不少于 10 种；</p> <p>支持案例数据编辑，案例内容设置灵活可配，须支持至少 14 种考核计分点配置，计分点支持非标准答案的梯度计分，陈列区域、货架、单个品项均支持计分配置。</p> <p>支持对案例地图、卖场区域、陈列商品、陈列货架、卖场通道等内容进行设置，设置内容须与后台配置基础素材关联；支持展现饱满陈列、黄金线陈列、关联陈列、纵向陈列、先进先出等常见商品陈列原则。支持货架分层设置、单品项商品设置、单区域属性设置等操作；</p> <p>支持学员任务数据实时保存，门店装修模块多类型设施装修摆放，同时支持区域货架及关联商品自动生成，支持区域货架手动陈列、货架商品手动陈列，以便还原场景评分；</p> <p>支持主观评分及系统自动评分两种模式，其中区域设置、商品陈列、货架陈列、促销陈列支持系统自动阶梯评分；</p> <p>支持还原学员装修陈列数据,包含装修数据、区域设置数据、货架设置数据、</p>		

设备编号	场地设施清单	名称	需求规格描述	应用区域	备注
			商品设置数据、促销设置数据等。		
3	IT 硬件类	电脑	CPU: I5, 内存: 16G 操作系统: Win7 或以上 浏览器: 谷歌 74 版本或以上 屏幕分辨率: 1366X768 或以上 (宽屏 16:9); 1440x900 或以上 (宽屏 16:10) 显卡: 独显, 显存 2G 或以上 上网带宽: 10M 或以上 (稳定)	选手赛位	
4	IT 软件类	Office	Office 2016 以上 (确保软件注册激活可用)	裁判区域	
5	工具设备类	科学计算器	支持 2、8、10、16 进制转换	选手赛位	
6	耗材类	打印纸 (A4)	若干	选手赛位	
7	耗材类	签字笔	黑色, 简约碳素笔	选手赛位	
8	服务类	赛题植入	比赛设备支持商需保证提供赛题在支持设备上的植入服务, 并进行相关测试, 提供测试演示和测试报告, 确保比赛的顺利进行。	比赛区域	
9	服务类	技术支持	比赛设备支持商需提供现场技术支持, 准备充足备件和设备保障预案, 确保比赛顺利进行。	比赛区域	

连锁经营管理师项目选手自带工具、材料清单表

序号	名称	数量	技术规格
1	无需选手自备材料		
2			
XX			

如无需选手自带工具、材料，或禁止选手携带进入赛场，或从赛场带出的工具、材料等，需在此说明。

通常情况下：未明确在选手携带工具清单中的，一律不得带入赛场。另外，赛场配发的各类工具、材料，选手一律不得带出赛场。

五、安全、健康要求

承办单位应设置专门的安全防卫防疫组，负责比赛期间健康和安​​全事务。主要包括检查比赛场地、车辆交通及其周围环境的安全防卫；制定紧急应对方案；督导比赛场地用电等相关安全问题；监督与会人员食品安全与卫生；分析和处理安全突发事件等工作。

1. 在比赛现场配备专职的安全保障人员和相关的安全设备，安排专人在现场办公并及时处理突发安全事件。
2. 比赛场地附近应设置医疗救护站，并配备专业医务人员。随时处理比赛中出现的人员伤病问题。
3. 安排符合食品要求的食品和饮料，以确保比赛过程中的饮食安全。
4. 特别注意比赛场地用电等相关安全问题，以保证参赛人员的绝对安全。
5. 本项目将严格执行组委会疫情防控要求，做好相关防疫措施与准备工作。

六、开放考核场地

1. 封闭式场地。
2. 赛场内除指定的裁判、工作人员外，其他人员须经组织委员会同意或在委员会负责人陪同下，佩带相应的标志方可进入赛场。

3. 允许进入赛场的人员，只可在规定区域内观摩比赛。
4. 允许进入赛场的人员，应遵守赛场规则，不得与选手交谈，不得妨碍、干扰选手竞赛。
5. 允许进入赛场的人员，不得在场内吸烟。

七、绿色环保

1. 赛场严格遵守我国环境保护法。
2. 使用绿色环保材料。
3. 使用电子文件，尽量不打印纸质版。
4. 赛场所有废弃物应有效分类并处理，尽可能地回收利用。

八、样题

（一）模块 A：虚拟门店建设

【比赛要求】

虚拟门店建设主要包括门店建设与商品陈列两部分内容，本模块以智能化虚拟门店建设软件为竞赛平台，让选手从连锁经营门店建设与店内商品陈列两个方面进行深度虚拟仿真，重点考查选手的门店管理尤其是门店装修、商品陈列的技巧与方法。

【样题背景】

现在你应聘到一家超市企业，全权负责新店开业，请根据任务说明，利用所学知识，完成以下任务，帮助新店顺利开业吧。

【任务①：门店装修】

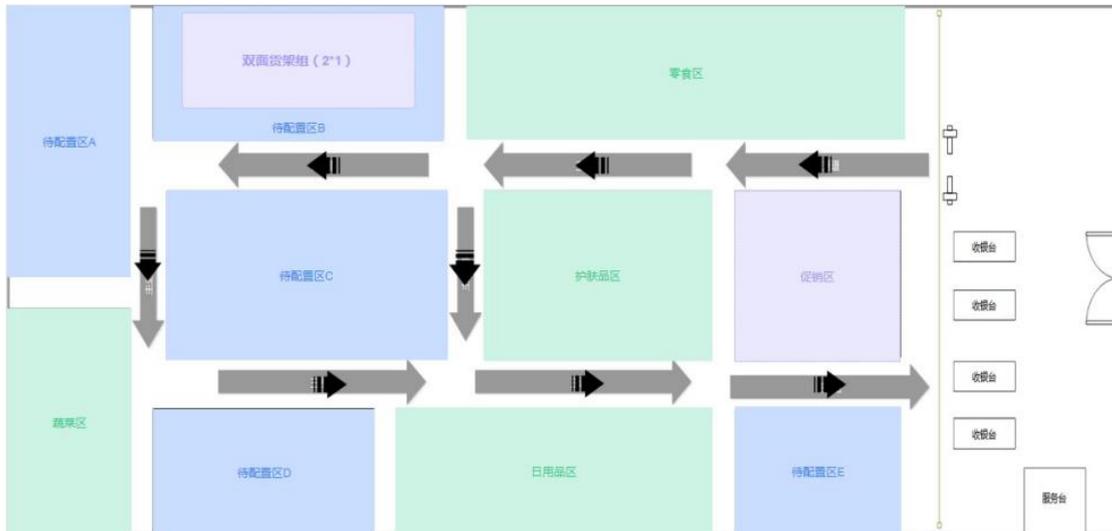
根据调研资料可知，本店定位为生活超市，主营产品为生鲜、蔬菜、日用百货等，请通过给出的材料，至少完成以下位置的装修陈列。

1. 超市出、入口
2. 收银通道
3. 服务台
4. 门头

5. 墙壁
6. 地板
7. 开业促销标语
8. 安全通道指引
9. 灯光

【任务②：平面布局】

请根据图中营业区域的关联性，确定空白区域营业商品类型。请根据图中营业区域的关联性，确定空白区域营业商品类型。待配置区：肉类区、饮料区、水果区、文具区、家电区。



【任务③：区域设置】

目前饮料区还有货架没有摆设，请根据营业面积、货架尺寸、副通道宽度确定货架数量。

已知：

1. 饮料区域的面积为长 13 米，宽为 6.1 米；
2. 副通道间隔为 1.5 米；
3. 货架组长度:3 米（1.5m*2），宽度为 1 米；
4. 货架须横向陈列（横向面向出、入口）；
5. 暂不考虑货架与陈列区域边线的间隔。

【任务④：商品陈列】

现提供双面货架如下，请根据题目说明，完成货架一面的商品陈列，陈列商品为冲饮类咖啡。

货架尺寸为：

横向宽度：150cm

可调节总高度：136 厘米，底座高度 17cm

深度：44cm

陈列时，须遵循以下原则：

1. 由于咖啡不同包装规格差异较小且销量差距较大，在本题环境中不采用上小下大原则；

2. 冲饮类商品所占货架数为 2，软件中的模型为 2 个货架组成的货架组；

3. 商品贡献率不足 2%的商品需要淘汰，剩下商品须全部陈列，且按商品贡献率重新计算后商品贡献度（率）从左到右陈列；

4. 商品贡献率按公平货架原则进行计算，商品贡献率=销量占比*0.3+销售额占比*0.4+毛利占比*0.3，其中毛利占比为商品总毛利润占整体毛利润的百分比；

5. 陈列排面数=陈列米数*商品贡献度/商品宽度，并四舍五入取整数；

6. 陈列时，须满足纵向陈列原则，当商品陈列排面大于 1 列（4 个排面数），且多余列的纵向陈列≤50%时，不单独一列，当多余列商品>50%时，补足纵向陈列货架层；当商品陈列排面数不足 4，且陈列排面数≥3 时，补足整列；当陈列排面数<3 时，按实际数量陈列；

7. 不同口味商品，按商品贡献度从左到右陈列，相同口味咖啡相邻陈列；

8. 当同时存在陈列排面数超过 1 列及不足 1 列的商品时，优先陈列超过 1 列的商品商品；

9. 陈列排面数不满 1 列的商品，按陈列线从上到下进行陈列；

10. 陈列时，商品不可超过货架深度及宽度，允许留出不足一个商品宽度的位置；

11. 陈列商品中，最高商品距离顶部距离须大于 3 厘米，且每层高度相同；

12. 商品须按保质期调整深度陈列顺序。

商品陈列基础数据：

商品名	口味	尺寸：深 (单位:cm)	尺寸：宽 (单位:cm)	尺寸：高 (单位:cm)	进货价	售价	月销量
KOPIKO 拿铁咖啡意式速溶咖啡 384g	意式	8.39	31.1	18.44	16.9	27.8	82
illy 深度烘焙咖啡	深度烘焙	9.54	17.91	21.53	23.6	39.9	64

粉 45g							
雀巢金牌馆卡布奇诺咖啡(12条*20g)	卡布奇诺	4.68	22.86	14.58	23.9	34.9	89
雀巢 1+2 无蔗糖咖啡(7条*11g)	无蔗糖	5.33	11.97	19	6.9	9.7	211
雀巢 1+2 奶香微研磨咖啡(30条*15g)	奶香-微研磨	5.38	30	19	26.9	36.4	32
雀巢醇品速溶黑咖啡(48包*1.8g)	醇品-无蔗糖	5.31	21.33	18	25.5	36.9	272
雀巢 1+2 特浓微研磨咖啡(30条*13g)	特浓-微研磨	5.38	30	19	23.5	36.4	479
雀巢 1+2 奶香咖啡(7条*15g)	奶香	5.33	11.97	19	6.9	9.7	213
雀巢 1+2 原味咖啡(42条*15克)	原味	5.38	30	19	28.9	36.4	58
雀巢 1+2 特浓咖啡(7条*13g)	特浓	5.33	11.97	19	6.9	9.7	452
雀巢 1+2 无蔗糖咖啡(30条*11g)	无蔗糖	5.38	30	19	31.3	36.4	76
雀巢 1+2 原味咖啡(100条 x15g)	原味	9.68	15.2	24.23	87.2	102	362
雀巢 1+2 特浓咖啡(90条*13g)	特浓	9.68	15.2	24.23	77.5	92	187
麦斯威尔奶香速溶咖啡(30条*13g)	奶香	5.89	27.13	18.94	25.5	39.9	14
麦斯威尔原味速溶咖啡(90条*13g)	原味	9	13.39	21.9	65.3	98.8	43
OWL 特浓速溶咖啡粉(100条*20g)	特浓	9.15	13.6	22.24	67.4	99	176
老誌行白咖啡浓香味速溶咖啡(10包*30g)	浓香	17.61	18.95	17.25	17.9	29.9	221
雀巢 1+2 原味咖啡(7条*15g)	原味	5.33	11.97	19	7.3	9.7	542
雀巢金牌馆摩卡咖啡(12条*21g)	摩卡	4.68	22.86	14.58	26.9	34.9	105

(二) 模块 B: 数字化沙盘博弈

【比赛要求】

数字化沙盘博弈是基于数字化经营背景，模拟连锁经营企业的战略、营销、

采购、门店运营等环节，让选手进行综合分析决策博弈，重点考察选手对于连锁经营管理门店的全面经营管理能力。沙盘博弈共计 4 个季度，共计 180 分钟。数字化沙盘博弈竞赛环境样题即为给定一个沙盘初始环节数据。

经营模式	复合型商店		市场规模	大	
总体市场经济环境					
商品季节指数	春	夏	秋	冬	
服饰	100	120	150	120	
生鲜	100	120	150	120	
家居百货	100	120	100	150	
洗涤日化	100	100	150	130	
包装食品	100	140	130	120	
景气循环周期	短	景气起始阶段	扩张		
景气影响幅度	中	景气对于滞销门槛的影响	无		
税率					
市场利率	3%	所得税率	17%		
产业背景环境	服饰	生鲜	居家百货	洗涤日化	包装食品
营销活动影响	大	大	大	小	小
价格弹性	小	小	小	大	大
商品定价上限¥	¥1,500	¥1,000	¥1250	¥100	¥25
商品定价下限¥	¥350	¥250	¥70	¥20	¥8
商品滞销门槛%	80	80	60	60	60
企业营运状况					

公司股本规模	¥20,000,000	总公司采购管理费用	¥100,000	
固定成本	总公司 ¥150,000	市中心店 ¥400,000	住宅区店 ¥350,000	郊区店 ¥300,000
各门市变动成本率	0.15	折旧方式	直线折旧	
广告促销费上限¥	¥6,000,000	广告效果递延效应	无	
员工训练费上限¥	¥2,000,000	教育训练效果递延效应	小	
库存管理费率	库存费用¥0以下，免收 库存费用¥1,000,000以下，费率为0.05 库存费用¥3,000,000以下，费率为0.08 库存费用¥3,000,000以上，费率为0.13			
促销活动费用计算	周年庆=¥200,000+2*广告促销费 换季=¥0+1.8*广告促销费 商品特价=¥0+1.6*广告促销费			

(三) 模块 C: 案例分析与汇报

案例背景简况:

附表中的数据（下载链接：<https://share.weiyun.com/5yudUCI>），是一家现代化大型商城30名随机样本顾客12个月（2017年11月-2018年10月），在该商城购物的消费及统计数据。

该综合商城，位于国际化城市中心区域的十字路口处。商城区域一共由8个楼层组成，在经营方式上既有商城统一收银的大卖场以及百货，也包括商户独立收银的租赁商铺（如个别服装品牌、和大部分六楼、七楼的餐饮娱乐店铺），商城总经营面积超过7万平方米，商城共有近千个停车位，比邻地铁站出入口，商城前共有12条公交线路通过。地下一层是一个大卖场和精品街；地面一层经营品类和业态主要以黄金珠宝、化妆品、服装名品店、咖啡休闲、西式快餐店为主；二层到五层以各式服装、鞋帽、针纺、家庭百货和家用电器为主；六层和七层经营餐饮、健身、影城等娱乐休闲业态。

该商城于2016年5月正式开业，数据提供期间的12个月内，商城统一收银部分的日均POS交易笔数为4800笔（没有包括各个租赁业态店铺的数据）。

请根据所给数据进行如下分析:

1. 对随机样本数据进行购物者行为的分析。包括但不限于，对顾客的购买次数、购买金额、和所购买商品的消费特点等方面的分析。同时，鼓励选手对

该商城客群结构进行不同纬度的分析和判断。

2. 通过上述购物者行为的分析，请参赛选手对该商城当时的经营状况进行描述和评估。包括但不限于，商城定位、楼层卖场特点、商品经营特点、营销活动特点等方面。

3. 根据对该商城经营状况的描述和评估，请参赛选手针对商城的经营，提出不少于3条提升业绩的合理化建议。包括但不限于，消费者营销、品类管理、消费升级，智慧零售等方面。

4. 将上述分析及分析结果制作PPT，并进行展示汇报，相关评分要求见《案例分析与汇报评分标准》。