

电子商务师

国家职业技能标准

(征求意见稿)

1 职业概况

1.1 职业名称

电子商务师^①。

1.2 职业编码

4-01-02-02

1.3 职业定义

在互联网及现代信息技术平台上，从事商务活动的人员。

1.4 职业技能等级

本职业共设五个等级，分别为：五级/初级工、四级/中级工、三级/高级工、二级/技师和一级/高级技师。

1.5 职业环境条件

室内、室外。

1.6 职业能力特征

具有一定的学习能力、动手能力、计算能力、语言表达能力和人际沟通能力；身心健康，视觉、听觉正常。

1.7 普通受教育程度

初中毕业（或相当文化程度）。

1.8 培训参考学时

五级/初级工 80 标准学时；四级/中级工 60 标准学时；三级/高级工 60 标准学时；二级/技师 40 标准学时；一级/高级技师 40 标准学时。

1.9 职业技能鉴定要求

1.9.1 申报条件

具备以下条件之一者，可申报五级/初级工：

^①本职业包含网商、跨境电子商务师、服务电子商务师三个工种。

(1) 累计从事本职业或相关职业^②工作 1 年（含）以上。

(2) 本职业或相关职业学徒期满。

具备以下条件之一者，可申报四级/中级工：

(1) 取得本职业或相关职业五级/初级工职业资格证书（技能等级证书）后，累计从事本职业或相关职业工作 4 年（含）以上。

(2) 累计从事本职业或相关职业工作 6 年（含）以上。

(3) 取得技工学校本专业^③或相关专业^④毕业证书（含尚未取得毕业证书的在校应届毕业生）；或取得经评估论证、以中级技能为培养目标的中等及以上职业学校本专业^⑤或相关专业^⑥毕业证书（含尚未取得毕业证书的在校应届毕业生）。

具备以下条件之一者，可申报三级/高级工：

(1) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格证书（技能等级证书）后，累计从事本职业或相关职业工作 5 年（含）以上。

(2) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格证书（技能等级证书），并具有高级技工学校、技师学院毕业证书（含尚未取得毕业证书的在校应届毕业生）；或取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格证书（技能等级证书），并具有经评估论证、以高级技能为培养目标的高等职业学校本专业^⑦或相关专业^⑧毕业证书（含尚未取得毕业证书的在校应届毕业生）。

(3) 取得本科院校本专业^⑨或相关专业^⑩毕业证书（含尚未取得毕业证书的在校应届毕业生）；或具有大专及以上学历本专业或相关专业毕业证书，并取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格证书（技能等级证书）后，累计从事本职业或相关职业工作 2 年（含）以上。

^②相关职业：营销员、商品营业员、摊商、互联网营销师、连锁经营管理师、采购员、客服、呼叫中心服务员、网约配送员、易货师等。

^③技校本专业：电子商务、跨境电子商务。

^④技校相关专业：市场营销、网络营销、连锁经营与管理、国际贸易、工商企业管理等。

^⑤中职本专业：电子商务、跨境电子商务。

^⑥中职相关专业：跨境电子商务、网络营销、移动商务、客户服务、市场营销、连锁经营与管理、旅游服务与管理、酒店服务与管理等。

^⑦高职本专业：电子商务、跨境电子商务。

^⑧高职相关专业：移动商务、网络营销、国际商务、市场营销、汽车营销与服务、连锁经营管理、旅游管理、酒店管理、电子商务技术、房地产经营与管理、大数据技术与应用等。

^⑨本科本专业：电子商务、跨境电子商务。

^⑩本科相关专业：市场营销、国际经济与贸易、工商管理、旅游管理、物流管理、大数据技术与应用等。

具备以下条件之一者，可申报二级/技师：

(1) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格证书（技能等级证书）后，累计从事本职业或相关职业工作 4 年（含）以上。

(2) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格证书（技能等级证书）的高级技工学校、技师学院毕业生，累计从事本职业或相关职业工作 3 年（含）以上；或取得本职业或相关职业预备技师证书的技师学院毕业生，累计从事本职业或相关职业工作 2 年（含）以上。

具备以下条件者，可申报一级/高级技师：

取得本职业或相关职业二级/技师职业资格证书后，累计从事本职业或相关职业工作 4 年（含）以上。

1.9.2 鉴定方式

分为理论知识考试、技能考核以及综合评审。理论知识考试主要采用笔试、机考等方式进行，主要考核从业人员从事本职业应掌握的基本要求和相关知识要求；技能考核主要采用现场操作、模拟操作、机考等方式进行，主要考核从业人员从事本职业应具备的技能水平；综合评审主要针对技师和高级技师，通常采取审阅申报材料、答辩等方式进行全面评议和审查。

理论知识考试、技能考核和综合评审均实行百分制，成绩皆达 60 分（含）以上者为合格。

1.9.3 监考人员、考评人员与考生配比

理论知识考试中的监考人员与考生配比不低于 1:15，且每个考场不少于 2 名监考人员；技能考核中的考评人员与考生配比 1: 15，且考评人员为 3 人以上单数；综合评审委员为 3 人以上单数。

1.9.4 鉴定时间

理论知识考试时间不少于 90 分钟；技能考核时间不少于 90 分钟；综合评审时间不少于 15 分钟。

1.9.5 鉴定场所设备

理论知识考试在标准教室或计算机教室进行；技能考核根据工作要求，在可接入计算机局域网及互联网的教学设备和软件的教室，综合评审在标准教室或会议室进行。

2 基本要求

2.1 职业道德

2.1.1 职业道德基本知识

2.1.2 职业守则

- (1) 遵纪守法，爱岗敬业
- (2) 诚信为本，热情服务
- (3) 保守秘密，注重安全
- (4) 勇于开拓，积极创新

2.2 基础知识

2.2.1 网络应用基础

- (1) 网络基础知识
- (2) web 浏览技术知识
- (3) 网络安全知识
- (4) 数据库基础知识
- (5) 互联网应用知识
- (6) 网上银行基础知识
- (7) 网上商店基础知识
- (8) 电子政务知识

2.2.2 电子商务基础

- (1) 电子商务基本概念
- (2) 电子商务交易安全知识
- (3) 电子交易的安全技术分类
- (4) 电子交易的安全协议知识

2.2.3 网络营销基础

- (1) 网络营销基本概念
- (2) 网络营销基本方法
- (3) 网络营销基础操作
- (4) 网络营销特点与优势

2.2.5 物流基础

- (1) 物流基本概念

- (2) 物流管理基础
- (3) 物流操作方法
- (4) 物流流程控制

2.2.6 商品基础

- (1) 商品流通基础
- (2) 商品流通环节知识
- (3) 商品流通分类知识
- (4) 商品流通渠道知识
- (5) 商品编码知识
- (6) 商品编码管理知识

2.2.7 网络客户服务基础

- (1) 网络客户服务基本概念
- (2) 网络客户服务主要方法
- (3) 网络客户服务基本原则
- (4) 网络客户服务注意事项

2.2.8 网上支付知识

- (1) 网上支付基本概念
- (2) 第三方支付平台知识
- (3) 第三方支付平台分类
- (4) 第三方支付平台特点

2.2.9 电子商务法规基础知识

- (1) 电子商务法规知识
- (2) 《电子商务法》基本知识

2.2.10 电子商务安全基础知识

- (1) 交易安全基础
- (2) 交易注意事项
- (3) 交易管理办法
- (4) 文件加密与解密知识
- (5) 数字证书管理基础知识

(6) 安全防护基础

2.2.11 数据分析基础知识

(1) 商务数据分析基本概念

(2) 商务数据分析基本方法

(3) 商务数据分析指标体系

2.2.12 财务分析及投资方案基础

(1) 财务数据分析基本概念

(2) 投融资方案设计基本方法

3. 工作要求

本标准对五级/初级工、四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师的技能要求和相关知识要求依次递进，高级别涵盖低级别的要求。本职业包含三个工种：网商、跨境电子商务师、服务电子商务师。工作要求各级别表格中工作内容标注工种的，为各工种单独考核项；未标注的为共同考核项。

3.1 五级/初级工

本等级涉及三个工种。网商考核职业功能第1、2、3、4、5、6项，跨境电子商务师考核第1、2、4、6项，服务电子商务师考核第1、2、3、4、5、6项。

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 产品及服务信息管理	1.1 文字资料采编	1.1.1 能根据发布要求进行产品及服务文字信息录入 1.1.2 能根据电子商务平台要求整理产品及服务文字信息	1.1.1 电子商务平台产品及服务文字信息发布要求 1.1.2 产品及服务文字信息录入注意事项 1.1.3 产品及服务文字信息整理方法
	1.2 图片拍摄与处理	1.2.1 能根据电子商务平台对图片的要求，使用拍摄器材进行产品及服务图片拍摄 1.2.2 能根据电子商务平台对图片的要求，使用图片快捷处理工具进行产品及服务图片处理	1.2.1 电子商务平台对产品及服务图片要求的内容 1.2.2 产品及服务图片拍摄基本技巧 1.2.3 产品及服务图片处理工具 1.2.4 产品及服务图片处理基本技巧
	1.3 视频拍摄与处理	1.3.1 能按照电子商务平台对视频内容和格式的要求，使用拍摄器材进行产品及服务视频拍摄 1.3.2 能按照电子商务平台对视频内容和格式的要求，使用视频快捷处理软件进行产品及服务视频处理	1.3.1 电子商务平台对产品及服务视频要求 1.3.2 产品及服务视频拍摄基本技巧 1.3.3 产品及服务视频处理工具 1.3.4 产品及服务视频处理基本技巧
2. 线上店铺设计与装修	网商	2.1 店铺注册及认证	2.1.1 店铺注册流程及注意事项 2.1.2 店铺认证流程及注意事项 2.1.3 店铺基本信息设置要求
		2.2 商品信息设置	2.2.1 能根据商品资料，录入商品销售信息并发布 2.2.2 能根据商品资料，录入图文描述信息并发布 2.2.1 销售信息的填写要点 2.2.2 图文信息发布要求 2.2.3 物流模板设置方法 2.2.4 售后服务信息设置注意

	及发布	2.2.3 能根据店铺要求, 录入物流信息并发布 2.2.4 能根据店铺要求, 录入售后服务信息并发布	事项
	跨境电子商务网店信息设置	2.3.1 能根据账户资料, 结合跨境电商平台要求, 设置店铺账户信息 2.3.2 能根据店铺资料, 结合跨境电商平台要求, 设置店铺信息 2.3.3 能根据商品分类信息, 设置店铺商品分类栏目 2.3.4 能根据运费组合方案, 设置店铺运费模板	2.3.1 账户信息设置内容 2.3.2 店铺信息撰写技巧 2.3.3 商品分类创建方法 2.3.4 运费模板设置注意事项
	跨境电子商务商品发布	2.4.1 能根据跨境电商平台商品标题撰写规则, 结合商品信息, 发布商品标题 2.4.2 能根据属性填写规范, 结合商品信息, 发布商品属性 2.4.3 能根据平台图片发布规则, 上传商品图片 2.4.4 能根据跨境电商平台详情描述设置规则, 发布商品详情描述	2.4.1 标题撰写规则 2.4.2 属性填写规范 2.4.3 图片发布规则 2.4.4 详情描述设置规则
	服务电子商务店铺开设	2.5.1 能根据服务电商平台的要求, 完成店铺注册 2.5.2 能根据服务电商平台的要求, 完成店铺认证 2.5.3 能根据服务电商平台的要求, 完成店铺基本信息设置	2.5.1 服务电商店铺注册流程及注意事项 2.5.2 服务电商店铺认证流程及注意事项 2.5.3 服务电商店铺基本信息设置要求
	服务项目发布	2.6.1 能根据服务电商平台的规则, 完成服务项目上架下架操作 2.6.2 能根据服务项目发布流程, 进行服务项目基本内容的发布	2.6.1 服务电商角色组成 2.6.2 服务电商平台服务项目上架下架注意事项 2.6.3 服务项目发布流程
3. 营销推广	网商 图文短视频内容推广	3.1.1 能根据图文的呈现形式和受众群体, 选择合适的图文发布渠道完成图文发布 3.1.2 能根据短视频的呈现形式和受众群体, 选择合适的短视频发布渠道完成图文发布	3.1.1 常见的图文发布渠道及其特性 3.1.2 常见的短视频发布渠道及其特性
	直播推广	3.2.1 能根据直播平台要求注册网络直播账号 3.2.2 能根据直播活动内容进行直播前引流 3.2.3 能通过商品介绍和直播活动引导粉丝购买 3.2.4 能在直播中与粉丝进行互动, 提高粉丝活跃度, 引导粉丝关注直播间和分享直播间	3.2.1 常见直播平台类型及特点 3.2.2 直播前引流方法及技巧 3.2.3 商品直播的展示及介绍方法

			3.2.4 引导粉丝关注和分享直播间的方法及技巧
	服务推广	3.3 图文短视频内容推广	3.3.1 能使用模板，撰写符合商家定位，满足服务受众需求的软文 3.3.2 能根据短视频内容创意脚本，用常见工具软件拍摄制作营销短视频 3.3.3 能根据内容的呈现形式和受众群体，选择合适的内容发布渠道完成内容发布
	电子商务师	3.4 服务项目直播推广	3.4.1 能根据特定的直播平台要求注册商家网络直播账号 3.4.2 能依据商家用户基础对直播活动内容进行直播前引流 3.4.3 能在直播中与粉丝进行互动，提高粉丝活跃度，引导粉丝关注直播间和分享直播间 3.4.4 能通过服务体验介绍和直播活动引导新粉丝购买或老粉丝复购，收藏商家并去线下门店体验服务
4. 业务处理	网商	4.1 订单操作	4.1.1 能根据电子商务平台规则进行商品订单查询 4.1.2 能根据电子商务平台规则进行商品订单确认
		4.2 物流操作	4.2.1 能根据网店订单进行商品库存查询 4.2.2 能根据网店订单进行商品发货处理
	跨境电商电子商务师	4.3 跨境电商订单基础操作	4.3.1 能根据跨境电商订单状态，完成不同类型的筛选 4.3.2 能根据海外客户要求，结合订单内容，修改已生成订单信息 4.3.3 能根据海外客户要求，结合订单状态，延长订单收货时间
		4.4 跨境电商商品发货处理	4.4.1 能根据跨境电商订单要求和商品特点，选择合适的物流方式，及时完成线下发货。 4.4.2 能根据跨境电商订单要求，通过跨境电商平台，及时完成线上发货。 4.4.3 能根据跨境电商订单要求，按照合同约定时间，准时完成信保订单发货。
			4.1.1 网络商品订单内容 4.1.2 网络商品订单处理流程 4.1.3 网络商品订单处理注意事项
			4.2.1 商品安全库存 4.2.2 第三方物流选择标准 4.2.3 第三方物流联络技巧
			4.3.1 常见的订单类型 4.3.2 订单的基本内容 4.3.3 平台订单管理规则
			4.4.1 物流方式的选择依据 4.4.2 发货规则及流程 4.4.3 商品发货注意事项

	服务电子商务师	4.5 服务订单操作	4.5.1 能根据服务电商平台的规则，确认服务项目订单的相关内容 4.5.2 能根据服务电商平台的规则，启动服务交付 4.5.3 能根据服务电商平台的规则，进行服务项目基本流程转换操作	4.5.1 服务项目订单的常规内容 4.5.2 服务项目订单的常规操作流程 4.5.3 典型服务电商平台的订单操作方法
		4.6 服务履约监控	4.6.1 能根据服务电商平台的规则，监控服务项目各环节通知的准确性 4.6.2 能根据服务电商平台的规则，监控服务履约的完整性 4.6.3 能根据服务电商平台的规则，进行服务异常的处理通告	4.6.1 服务项目各环节的常规通知 4.6.2 典型服务项目的完整性 4.6.3 典型服务项目的异常情形
5. 客户服务	网商	5.1 客户接待与沟通	5.1.1 能根据客户服务原则，接待来访的网络客户 5.1.2 能根据客户服务话术规范，与客户进行沟通	5.1.1 网络客户服务原则 5.1.2 网络客户服务话术规范 5.1.3 网络客户接待要求 5.1.4 网络客户沟通方法
		5.2 客户交易促成	5.2.1 能根据与客户的交谈情况进行商品推荐 5.2.2 能根据客户需求对未付款订单进行催付 5.2.3 能根据客户需求进行商品关联销售	5.2.1 商品推荐原则 5.2.2 商品推荐策略 5.2.3 订单催付技巧 5.2.4 关联销售技巧
		5.3 客户问题处理	5.3.1 能根据客户需求对客户提出的商品相关问题进行处理 5.3.2 能根据客户需求对客户提出的物流相关问题进行处理	5.3.1 商品问题常见类型 5.3.2 物流问题常见类型 5.3.3 商品问题处理的方法和技巧 5.3.4 物流问题处理的方法和技巧
	服务电子商务师	5.4 客户接待与沟通	5.4.1 能根据服务项目背景，利用各种平台沟通工具履行对各类客户的首次接待责任 5.4.2 能根据客户服务话术要求，引导客户表达对服务项目的诉求	5.4.1 服务客户的流程及原则 5.4.2 客户服务的话术规范 5.4.3 与服务客户沟通方法
		5.5 客户交易促成	5.5.1 能根据服务项目的特征与优势，进行服务项目推荐 5.5.2 能根据客户需求进行服务项目产品关联销售	5.5.1 服务项目交易促成方式 5.5.2 服务项目交易促成策略 5.5.3 服务项目关联销售技巧
		5.6 服务问题	5.6.1 能根据客户疑惑，定位用户问题类型 5.6.2 能利用线上即时通讯工具，回答客户常见问题	5.6.1 服务项目常见问题类型 5.6.2 服务项目常见问题的回答方法与技巧

		解答		
6. 商务数据分析	6.1 电子商务数据获取	6.1.1 能使用网店后台获取网店的基础数据 6.1.2 能通过访问第三方数据平台获取电子商务行业的基础数据 6.1.3 能通过公开数据渠道获取竞争对手的电子商务基础数据	6.1.1 网店后台使用方法 6.1.2 第三方数据平台访问方法 6.1.3 商务网站访问方法 6.1.4 电子商务的基础数据内容	
	6.2 电子商务数据整理	6.2.1 能使用电子表格整理网店电子商务的基础数据 6.2.2 能使用电子表格整理行业电子商务的基础数据 6.2.3 能使用电子表格整理竞争对手的电子商务基础数据	6.2.1 电子表格使用方法 6.2.2 电子商务数据整理方法	

3.2 四级/中级工

本等级涉及三个工种，三个工种的每项职业功能都有考核内容。

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求	
1. 产品及服务信息管理	1.1 文字资料采编	1.1.1 能根据电子商务平台发布要求进行产品及服务文字信息采集 1.1.2 能根据电子商务平台要求撰写产品及服务文字信息	1.1.1 产品及服务文字信息采集途径 1.1.2 产品及服务文字信息采集方法 1.1.3 产品及服务文字信息撰写注意事项 1.1.4 产品及服务文字信息撰写技巧	
	1.2 图片拍摄与处理	1.2.1 能根据电子商务平台对图片的要求，进行产品及服务图片拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择 1.2.2 能根据电子商务平台对图片的要求，协调产品及服务图片的委托拍摄和处理工作	1.2.1 产品及服务图片拍摄方式选择规则 1.2.2 产品及服务拍摄器材的种类与特点 1.2.3 产品及服务图片拍摄原则 1.2.4 产品及服务图片处理原则	
	1.3 视频拍摄与处理	1.3.1 能根据电子商务平台对视频的要求，进行产品及服务视频拍摄方式以及拍摄器材、处理软件的选择 1.3.2 能按照电子商务平台对视频的要求，协调产品及服务视频的委托拍摄和处理工作	1.3.1 产品及服务视频拍摄方式选择原则 1.3.2 视频拍摄器材的种类与特点 1.3.3 产品及服务视频拍摄原则 1.3.4 产品及服务视频处理原则	
2. 线上店铺设计与装修	网 商	2.1 装修元素制作	2.1.1 能根据网店文案设计方案，进行网店文案的制作 2.1.2 能根据网店图片设计方案，进行网店图片的制作 2.1.3 能根据网店视频设计方案，进行网店视频的制作	2.1.1 网店文案制作技巧 2.1.2 网店图片制作技巧 2.1.3 网店视频制作技巧
		2.2 用户页面装修	2.2.1 能根据首页设计方案，进行网店首页装修 2.2.2 能根据详情页设计方案，进行商品详情页装修 2.2.3 能根据自定义页设计方案，进行网店自定义页装修	2.2.1 网店首页装修方法 2.2.2 网店详情页装修方法 2.2.3 网店自定义页装修方法
	跨 境 电 商 网 店 首 页	2.3 跨境电商网店首页	2.3.1 能根据跨境电商网店Logo设计规范，结合店铺海外市场定位，设计并制作网店Logo 2.3.2 能根据网店首页Banner设计规范，结合商品推荐主题，设计并制作跨境电商	2.3.1 网店Logo的类型 2.3.2 网店Logo设计技巧 2.3.3 Banner设计规范 2.3.4 店招的设计原则

	务	设计 与 制 作	网店首页 Banner 2.3.3 能根据网店首页店招设计规范, 结合跨境电商网店首页风格, 设计并制作网店店招	
		2.4 跨 境 电 商 商 品 详 情 页 设 计 与 制 作	2.4.1 能根据商品主图设计规范, 设计与制作商品主图 2.4.2 能根据商品辅图设计规范, 设计与制作商品辅图 2.4.3 能根据详情描述图片设计规范, 设计与制作商品详情描述图片 2.4.4 能根据详情页设计规范, 完成详情页图文混排	2.4.1 商品详情页构成 2.4.2 商品主图设计规范 2.4.3 商品辅图设计规范 2.4.4 详情描述图片设计规范 2.4.5 详情页设计规范
		2.5 营 销 活 动 页 设 计 与 制 作	2.5.1 能根据节日主题, 设计与制作节日营销活动页 2.5.2 能根据促销活动主题, 结合促销活动商品, 设计与制作促销活动页 2.5.3 能根据店铺会员活动规则, 设计与制作会员活动页	2.5.1 节日活动主题类型 2.5.2 促销活动页设计技巧 2.5.3 会员活动页设计方法
		2.6 跨 文 化 装 修 元 素 的 制 作	2.6.1 能根据设计方案, 结合文化元素, 制作文字样式 2.6.2 能根据设计方案, 结合文化元素, 制作图片样式 2.6.3 能根据设计方案, 结合文化元素, 制作视频样式	2.6.1 各国文化元素特点 2.6.2 文化元素设计方法 2.6.3 文化元素运用技巧
		2.7 服 务 项 目 环 节 设 置	2.7.1 能进行服务项目入口环节设置 2.7.2 能进行服务项目选项功能设置 2.7.3 能进行服务项目结束环节设置	2.7.1 服务项目入口环节 2.7.2 服务项目选项功能 2.7.3 服务项目结束环节
	电 子 商 务 师	2.8 店 铺 及 服 务 项 目 装 修	2.8.1 能进行店铺及服务项目风格设置 2.8.2 能进行服务项目及环节文案设置 2.8.3 能进行服务项目及环节图片设置 2.8.4 能进行服务项目及环节视频设置	2.8.1 服务电商店铺及服务项目风格类型 2.8.2 服务项目及环节文案设置技巧 2.8.3 服务项目及环节图片设置技巧 2.8.4 服务项目及环节视频设置技巧
3. 营销推广	网 商	3.1 网 店 促 销	3.1.1 能根据节假日设定网络促销规则 3.1.2 能进行主题活动促销策划与实施 3.1.3 能收集和整理促销效果信息	3.1.1 常用节假日促销技巧 3.1.2 常用店铺主题活动促销技巧 3.1.3 网络促销信息收集和整理方

			法及技巧
	3.2 电 商 平 台 活 动 实 施	3.2.1 能根据产品特性选择合适的平台活动 3.2.2 能解读平台活动报名规则,选择平台活动进行报名 3.2.3 能根据活动规则,通过营销管理工具设置活动	3.2.1 营销活动分类、规则 3.2.2 平台活动报名技巧 3.2.3 营销活动设置流程、注意事项
	3.3 网 络 直 播 推 广	3.3.1 能根据直播受众的兴趣,策划直播活动主题 3.3.2 能在直播主题框架下挖掘产品卖点,形成大致的直播方案 3.3.3 能够撰写与直播策划方案相对应的直播活动脚本	3.3.1 直播主题策划思路、方法和技巧 3.3.2 产品卖点挖掘和内容呈现技巧 3.3.3 直播活动脚本的常用类型撰写技巧
跨境 电 子 商 务 师	3.4 店 铺 与 产 品 推 广	3.4.1 能根据店铺营销方案,应用相关营销工具,执行产品推广 3.4.2 能根据店铺营销方案,应用相关营销工具,执行平台内品牌与店铺推广计划 3.4.3 能根据需要,设置智能营销推广,能读懂推广数据	3.4.1 产品营销工具的种类和作用 3.4.2 品牌营销工具的种类和作用 3.4.3 智能营销工具的种类和作用
	3.5 跨 境 电 商 平 台 活 动 实 施	3.5.1 能根据平台活动报名条件,选择合适的平台活动 3.5.2 能根据平台活动报名要求,准备平台活动报名所需资料 3.5.3 能根据平台报名流程,结合店铺及商品资料,完成平台活动报名 3.5.4 根据活动规则,利用营销工具,设置活动	3.5.1 平台活动类型 3.5.2 平台活动报名流程 3.5.3 店铺营销活动类型 3.5.4 店铺营销活动设置方法
服 务 电 子 商 务 师	3.6 服 务 电 商 平 台 活 动 推 广	3.6.1 能够根据商家的营销策略选择恰当的平台活动 3.6.2 能够选择参与活动的服务项目或者服务项目组合 3.6.3 能够针对活动过程中可能出现的风险进行识别和应对	3.6.1 平台活动的类型及特点 3.6.2 平台活动的主要内容 3.6.3 平台活动常见风险及应对策略
	3.7 门 店 活 动 实 施	3.7.1 能够根据门店促销活动目标,确定合适的促销方式及推广渠道 3.7.2 能够依据门店促销内容完成门店海报广告的设计与制作 3.7.3 能够在多种营销活动中根据店铺现状配置合适的活动组合 3.7.4 能够对活动过程进行控制与调整	3.7.1 门店促销及其作用和类型 3.7.2 门店促销的控制点 3.7.3 门店促销的方式、方法 3.7.4 门店促销的组合方式

		3.8 线上 线下 整合 推广	3.8.1 能运用线上门店推广工具和产品促销工具，引导消费者精准触达门店 3.8.2 能利用线下门店为线上商铺导流，提升门店营业额 3.8.3 能够联动平台线上资源、门店会员资源，实施线上线下整合推广方案	3.8.1 线上推广类型、方法及其作用 3.8.2 线下推广类型、方法及其作用 3.8.3 线上线下整合推广方法渠道类型
4. 业务处理	网 商	4.1 商 品 管 理	4.1.1 能根据电商平台规则进行商品上架处理 4.1.2 能根据电商平台规则进行商品下架处理	4.1.1 商品上下架原则 4.1.2 商品上下架技巧
		4.2 订 单 管 理	4.2.1 能结合买家需求、库存情况等信息，安排订单发货 4.2.2 能根据客户退货请求，进行退货处理 4.2.3 能根据客户换货要求，进行换货处理	4.2.1 常见订单类型 4.2.2 发货注意事项 4.2.3 退货处理流程及技巧 4.2.4 换货处理流程及技巧
	跨 境 电 子 商 务 师	4.3 网 店 账 户 维 护	4.3.1 能根据平台政策和规则变动，及时完善店铺的账户信息 4.3.2 能根据账号关联原因排查账号关联要素，防止账号发生关联 4.3.3 能根据公司制度和人员变动，设置和维护店铺子账号 4.3.4 能根据卖家账户表现，及时避免和预判账户中存在的风险	4.3.1 账户信息完善的内容 4.3.2 账号关联的因素 4.3.3 防止账号关联的技巧 4.3.4 子账号设置的方法 4.3.5 衡量账户表现的指标
		4.4 跨 境 电 商 选 品	4.4.1 能利用跨境电商平台，选出热销商品和潜力商品 4.4.2 能使用第三方选品工具，选出热销商品和潜力商品 4.4.3 能利用社交媒体，选出热销商品和潜力商品	4.4.1 平台选品的方法 4.4.2 常见的第三方选品工具 4.4.3 社交媒体选品的技巧

		4.5 日常 订单 处理	4.5.1 能根据店铺退货制度，结合客户退货要求，进行订单退货处理 4.5.2 能根据店铺换货制度，结合客户换货要求，进行订单换货处理 4.5.3 能根据订单状态，结合客户要求，进行异常订单处理 4.5.4 能根据信保订单起草要求，结合合同内容，起草信保订单 4.5.5 能根据信保订单退款处理规则，结合客户退款请求，进行信保订单退款处理	4.5.1 平台退换货政策 4.5.2 退换货处理技巧 4.5.3 异常订单类型 4.5.4 异常订单处理方法 4.5.5 信保订单起草流程 4.5.6 信保订单退款处理方法
		4.6 国际 物流 选择	4.6.1 能利用国际运价查询工具，结合出运时间和地点，查询运价信息 4.6.2 能根据不同物流公司报价，结合商品情况，核算国际运费 4.6.3 能根据客户要求，结合物流成本和时效，选择合适的国际物流方式	4.6.1 国际运价查询工具 4.6.2 国际运费核算方法 4.6.3 国际物流选择方法
	服务 电子 商务 师	4.7 服务 对接	4.7.1 能根据服务电商平台的规则，进行服务项目各相关方的要素协调 4.7.2 能根据服务电商平台的规则，协调服务项目各相关方的数据对接	4.7.1 典型服务项目的相关方 4.7.2 典型服务项目相关方的要素特征 4.7.3 典型服务项目相关方的数据对接内容
		4.8 服务 交付 操作	4.8.1 能根据服务电商平台的规则，进行服务交付的状态跟踪 4.8.2 能根据服务电商平台的规则，协调服务交付各相关方的业务操作	4.8.1 典型服务项目的服务交付状态 4.8.2 典型服务项目的服务交付各相关方 4.8.3 典型服务项目的服务交付各相关方业务操作内容
5. 客户 服务	网 商	5.1 智 能 客 服 训 练	5.1.1 能根据智能客服配置规则，搭建智能客服问答知识库 5.1.2 能对配置好的智能客服问答知识库进行应答测试	5.1.1 常见问题场景分类 5.1.2 智能客服配置规则 5.1.3 知识库配置技巧 5.1.4 应答测试方法
		5.2 客 户 关 系 维 护	5.2.1 能通过与客户沟通，收集客户信息 5.2.2 能按照客户分类标准，完成客户分类 5.2.3 能根据不同类别客户需求，提供差异化营销服务	5.2.1 客户信息收集内容及方法 5.2.2 客户分析及分类方法 5.2.3 影响客户满意度和忠诚度的因素 5.2.4 差异化营销方法

跨境电商电子商务师	5.3 售前 咨询 交流	5.3.1 能根据商品资料,使用外语回复客户商品基本信息相关的问题 5.3.2 能根据商品报价单,使用外语回复客户商品价格相关的问题 5.3.3 能根据店铺物流方案,使用外语回复客户物流相关问题进行交流	5.3.1 常见的商品问题 5.3.2 询盘回复技巧 5.3.3 物流问题类型
	5.4 售后 问题 处理	5.4.1 能根据物流信息,使用外语回复客户物流相关问题 5.4.2 能根据退换货要求,使用外语回复客户退换货相关问题 5.4.3 能根据目的地清关要求,使用外语回复客户清关问题 5.4.4 能根据客户要求,结合订单信息,使用外语回复订单信息修改相关问题	5.4.1 包裹查询方法 5.4.2 退换货回复技巧 5.4.3 清关注意事项 5.4.4 订单确认内容
	5.5 网店 FAQ 设置	5.5.1 能根据客户物流方面的高频问题,结合店铺物流方案,设置物流相关的常见问题及回复 5.5.2 能根据客户支付方面的高频问题,结合店铺支付条款,设置支付相关的常见问题及回复 5.5.3 能根据客户退换货方面的高频问题,结合店铺退换货政策,设置退换货相关的常见问题及回复	5.5.1 常见的物流问题 5.5.2 常见的支付问题 5.5.3 退换货政策
	5.6 客户 关系 维护	5.6.1 能通过与客户沟通,收集客户信息 5.6.2 能通过客户标签建立客户与服务项目环节及门店的关联 5.6.3 能根据不同类别客户需求,提供差异化服务	5.6.1 服务客户的信息收集内容及方法 5.6.2 服务客户的分类、分析方法 5.6.3 差异化营销策略
服务电子商务师	5.7 投诉 问题 处理	5.7.1 能根据客户投诉问题,进行投诉问题分类 5.7.2 能根据客户需求,处理客户服务项目投诉 5.7.3 根据客户问题处理程序,提出解决方案 5.7.4 能够根据各类型客户评价,做好用户线上评价的运营维护	5.7.1 投诉意见划分标准 5.7.2 服务客户的投诉处理流程 5.7.3 服务客户的投诉处理方法与技巧 5.7.4 服务客户评价的维护原则

6. 商务数据分析	6.1 电子商务数据采集	6.1.1 能使用电子商务数据采集工具采集网店运营相关数据 6.1.2 能使用电子商务数据采集工具采集行业相关数据 6.1.3 能使用电子商务数据采集工具采集竞争对手相关数据	6.1.1 电子商务数据主要来源 6.1.2 电子商务数据采集工具 6.1.3 电子商务数据采集方法
	6.2 电子商务数据清洗	6.2.1 能对电子商务数据中的空值和缺失值进行处理 6.2.2 能对电子商务数据中的重复值进行处理 6.2.3 能对电子商务数据中的异常值进行处理 6.2.4 能对电子商务数据的数据类型进行修改	6.2.1 电子商务数据清洗工具 6.2.2 电子商务数据清洗方法 6.2.3 电子商务数据类型

3.3 三级/高级工

本等级涉及三个工种，三个工种的每项职业功能都有考核内容。

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求	
1. 产品及服务信息管理	1.1 产品及服务品类信息管理	1.1.1 根据品类规划设置产品及服务品类信息 1.1.2 根据品类调整修改产品及服务品类信息	1.1.1 产品及服务品类 1.1.2 产品及服务品类规划 1.1.3 产品及服务品类调整	
	1.2 产品及服务组合信息管理	1.2.1 根据组合规划设置产品及服务组合信息 1.2.2 根据组合优化修改产品及服务组合信息	1.2.1 产品及服务组合 1.2.2 产品及服务组合规划 1.2.3 产品及服务组合优化	
	1.3 产品及服务的价格信息管理	1.3.1 能进行产品及服务的成本计算 1.3.2 能进行产品及服务的价格调整	1.3.1 产品及服务的成本计算方法 1.3.2 产品及服务的价格调整方法	
2. 线上店铺设计与装修	网商	2.1 整体风格设计	2.1.1 能根据视觉营销需求进行网店风格定位 2.1.2 能根据视觉营销需求设计网店配色方案	2.1.1 视觉营销的内涵与价值 2.1.2 网店视觉营销实施原则 2.1.3 网店视觉的构成要素 2.1.4 网店配色基本法则
		2.2 装修元素设计	2.2.1 能根据视觉营销需求设计网店文案样式 2.2.2 能根据视觉营销需求,进行网店图片装修元素设计制作 2.2.3 能根据视觉营销需求,进行网店视频装修元素设计制作	2.2.1 文案字体常见类型 2.2.2 文案字体风格设计的一般规则 2.2.3 商品图片类型及设计原则 2.2.4 宣传图片类型及设计原则 2.2.5 网店视频设计技巧
		2.3 用户页面设计	2.3.1 能根据视觉营销需求进行网店首页设计 2.3.2 能根据视觉营销需求进行商品详情页设计 2.3.3 能根据视觉营销需求进行网店自定义页设计	2.3.1 首页设计吸睛法则 2.3.2 营销型分类引导设计 2.3.3 详情页营销助力设计技巧 2.3.4 营销宣传页设计思路
	跨境电商电子商务整体风格	2.4 跨境电商电子商务整体风格	2.4.1 能根据店铺定位,结合商品特点,确定店铺风格 2.4.2 能根据店铺风格,结合视觉营销需求,制作店铺配色方案 2.4.3 能据店铺风格,结合视觉营销需求,设计店铺使用字体	2.4.1 风格定位的方法 2.4.2 色彩搭配的原则 2.4.3 字体使用原则

	师	设计		
		2.5 跨境 电 商 店 铺 布 局 设 计 与 优 化	2.5.1 能根据店铺风格, 结合海外消费者需求及浏览习惯, 设计店铺首页布局 2.5.2 能根据商品特性, 结合海外消费者购物心理, 设计商品详情页布局 2.5.3 能通过详情页数据分析, 结合海外消费者行为路径, 优化商品详情页布局 2.5.4 能通过店铺首页数据分析, 结合海外消费者需求, 优化店铺首页布局	2.5.1 首页布局构成 2.5.2 详情页布局构成 2.5.3 详情页分析指标 2.5.4 首页分析指标
		2.6 跨 文 化 装 修 元 素 设 计	2.6.1 能根据目标地文化特点, 结合店铺定位, 提取文化元素 2.6.2 能根据提取的文化元素, 结合商品特性, 挖掘表现形式 2.6.3 能根据表现形式, 结合营销需求, 制定设计方案	2.6.1 文化元素提取方式 2.6.2 设计表现方式 2.6.3 设计方案撰写技巧
	服务 电 子 商 务 师	2.7 整 体 风 格 设 计	2.7.1 能根据视觉营销需求, 进行服务项目风格定位 2.7.2 能根据视觉营销需求, 设计服务项目配色方案	2.7.1 视觉营销的内涵与价值 2.7.2 服务电商视觉营销实施原则 2.7.3 服务电商视觉的构成要素 2.7.4 服务电商配色基本法则
		2.8 装 修 元 素 设 计	2.8.1 能根据视觉营销需求, 进行服务项目文案样式设计 2.8.2 能根据视觉营销需求, 进行服务项目图片装修元素设计 2.8.3 能根据视觉营销需求, 进行服务项目视频装修元素设计	2.8.1 服务电商文案样式类型及设计技巧 2.8.2 服务电商图片装修元素类型及设计技巧 2.8.3 服务电商视频装修元素类型及设计技巧
	3. 营销推广	网 商	3.1 搜 索 引 擎 推 广	3.1.1 能进行网店推广商品的关键词挖掘, 建立关键词词库 3.1.2 能根据搜索排名规则, 进行商品标题的优化 3.1.3 能根据推广目标与推广预算, 制定关键词竞价推广策略 3.1.4 能根据推广效果数据, 优化关键词质量分与出价、创意及人群设置
3.2 信 息 流 推			3.2.1 能根据任务背景, 制定网店、商品、直播、短视频、图文等信息流广告推广策略 3.2.2 能根据推广策略进行推广计划搭建	3.2.1 信息流广告排名原理与扣费规则 3.2.2 信息流人群定向与资源位

	广	3.2.3 能根据推广策略,制定推广计划、推广组、推广创意、落地页等执行策略	3.2.3 信息流推广账户数据分析方法
跨境电商电子商务师	3.3 国际搜索引擎推广	3.3.1 能通过多种渠道挖掘与整理商品外语关键词,建立关键词词库 3.3.2 能根据国际平台搜索排名规则,结合商品表现,优化商品详情页 3.3.3 能根据推广目标,结合推广预算,制定竞价推广计划 3.3.4 能根据竞价推广计划,制定选词和出价策略,完成关键词竞价推广	3.3.1 关键词挖掘的方法 3.3.2 平台搜索排名规则 3.3.3 关键词优化的技巧 3.3.4 竞价推广原理
	3.4 海外社交媒体推广	3.4.1 能根据海外社交媒体推广方案,开发KOL和网络红人资源,拓展海外推广渠道 3.4.2 能根据海外社交媒体特性,结合品牌定位和商品特点,撰写并发布推广内容 3.4.3 能根据海外媒体推广方案,制做创意内容,进行海外媒体广告投放	3.4.1 海外推广渠道开发方法 3.4.2 社交媒体文案撰写技巧 3.4.3 社交媒体广告投放技巧
	3.5 跨境电商直播推广	3.5.1 能根据直播活动内容,选择渠道进行直播引流 3.5.2 能根据直播商品特点,结合粉丝特征,撰写直播脚本 3.5.3 能在直播中使用外语准确传达商品卖点和介绍直播间活动, 3.5.4 能在直播中使用外语与粉丝进行及时互动,引导粉丝购买	3.5.1 直播前引流方法 3.5.2 直播脚本撰写技巧 3.5.3 直播间活动类型 3.5.4 引导粉丝关注直播间方法
服务电子商务师	3.6 创意营销	3.6.1 能够进行创意营销策划,让客户了解商家,增加商家知名度 3.6.2 能够通过对产品内容和形式的创意策划,提高产品对用户的吸引力 3.6.3 能依据互联网创意营销方法与工具并能够通过主动创新营销方案,协助品牌营销目标的达成	3.6.1 创意营销特点 3.6.2 创意营销设计技巧、方法、工具 3.6.3 创意营销设计方式及作用 3.6.4 营销创新点
	3.7 整合营销	3.7.1 能根据营销推广策略,制定和优化站内站外整合营销推广方案 3.7.2 能根据服务电商电商平台、各类搜索引擎、行业BBS、社交媒体等各自的特点,进行站内站外整合营销推广方案的实施	3.7.1 站内推广方法及技巧 3.7.2 站外推广方法及技巧 3.7.3 营销整合设计思路

		3.8 会 员 营 销	<p>3.8.1 能根据不同会员营销渠道引入新会员客户</p> <p>3.8.2 能依据促活、会员管理等行为对会员进行维护</p> <p>3.8.3 能根据行为跟踪和有针对性的活动等方式促进会员消费</p> <p>3.8.4 能在指导下建立用户会员成长体系,并可以策划落地线上线下会员活动</p>	<p>3.8.1 会员引入方式</p> <p>3.8.2 会员维护方法及技巧</p> <p>3.8.3 会员转化方法及技巧</p> <p>3.8.4 会员成长体系建设方法</p>
4. 业务处理	网 商	4.1 采 购 管 理	<p>4.1.1 能根据运营策略、库存及销售情况制定商品补货计划</p> <p>4.1.2 能根据商品补货计划对商品采购价格和采购量进行管理</p>	<p>4.1.1 商品补货原则</p> <p>4.1.2 商品补货注意事项</p> <p>4.1.3 采购价格管理方法</p>
		4.2 销 售 管 理	<p>4.2.1 能根据网上交易信息,进行客户信息的管理</p> <p>4.2.2 能根据交易明细,完成交易评价处理</p> <p>4.2.3 能根据交易数据,分析销售数据,制作销售报表</p>	<p>4.2.1 客户信息管理技巧</p> <p>4.2.2 交易评价处理方法</p> <p>4.2.3 销售报表制作方法</p>
	跨 境 电 子 商 务 师	4.3 跨 境 交 易 促 成	<p>4.3.1 能通过多种渠道,挖掘并整理目标客户信息,分析目标客户需求</p> <p>4.3.2 能根据境外目标客户需求,结合商品特性,撰写外文开发信</p> <p>4.3.3 通过邮件或线上交流工具等形式与客户沟通交流,完成交易磋商</p> <p>4.3.4 根据磋商结果,生成订单,以交易合同、商业发票等形式确认订单</p>	<p>4.3.1 客户信息挖掘渠道</p> <p>4.3.2 客户需求分析方法</p> <p>4.3.3 外文开发信撰写技巧</p> <p>4.3.4 商务谈判的技巧</p> <p>4.3.5 商务合同基础、商业发票制作知识</p>
		4.4 跨 境 电 商 店 铺 交 易 管 理	<p>4.4.1 能利用订单管理工具,结合跨境电商交易状态,进行订单管理</p> <p>4.4.2 能根据订单评价状态,结合评价内容,进行交易评价管理</p> <p>4.4.3 能根据跨境电商店铺营销计划,结合商品销售表现,进行商品管理</p>	<p>4.4.1 订单管理技巧</p> <p>4.4.2 评价管理方法</p> <p>4.4.3 商品定价方法</p>
		4.5 跨 境 物 流 管 理	<p>4.5.1 能根据国际物流运输要求,结合商品特点,设计物流包装</p> <p>4.5.2 能根据物流需求,结合不同渠道特点,进行物流渠道开发</p> <p>4.5.3 能利用海外仓管理系统,结合海外仓模式和服务内容,进行海外仓管理</p>	<p>4.5.1 商品包装技巧</p> <p>4.5.2 物流渠道管理策略</p> <p>4.5.3 海外仓管理技巧</p>

		4.6 跨境 电商 综合 服务	4.6.1 能根据跨境电商进出口监管政策,结合跨境电商监管方式,办理跨境电商进出口通关 4.6.2 能根据跨境电商税收政策,准备退税资料,办理跨境电商出口退税 4.6.3 能根据跨境电商税收政策,核算缴税金额,办理跨境电商进口缴税 4.6.4 能根据跨境电商外汇政策,准备结汇资料,办理跨境电商结汇	4.6.1 跨境电商通关政策 4.6.2 跨境电商税收政策 4.6.3 跨境综合税计算方法 4.6.4 跨境电商外汇政策	
		服务 电子 商务 师	4.7 服务 交付 管理	4.7.1 能依托服务电商平台的功能,进行服务交付相关方的评价管理 4.7.2 能依托服务电商平台的功能,进行服务交付各相关方的调配 4.7.3 能依托服务电商平台的功能,进行服务交付的线上线下协同	4.7.1 典型服务项目的服务交付各相关方评价方法 4.7.2 典型服务项目的服务交付各相关方调配方法 4.7.3 典型服务项目的服务交付线上线下协同方法
			4.8 服务 项目 运营 管理	4.8.1 能依托服务电商平台的功能,进行服务项目效益及质量评估 4.8.2 能依托服务电商平台的功能,制定服务项目客户运营优化措施 4.8.3 能依托服务电商平台的规则,制定服务项目活动运营优化措施	4.8.1 典型服务项目的效益及质量评估方法 4.8.2 典型服务项目的客户运营优化方法 4.8.3 典型服务项目的活动运营优化方法
5. 客户 服务	网 商	5.1 社 群 管理	5.1.1 能根据企业需求,进行社群的定位,并建立社群 5.1.2 能通过推广渠道,吸引用户加入社群,提高社群用户数 5.1.3 能制定社群运营策略,提高社群用户活跃度和留存率	5.1.1 社群定位方法 5.1.2 社群推广策略与技巧 5.1.3 社群用户运营策略与技巧	
		5.2 客 户 关 系 管理	5.2.1 能设计并管理客户忠诚度计划,提高客户忠诚度 5.2.2 能分析客户流失的原因,制定挽回客户的策略,提高客户挽回率	5.2.1 客户忠诚概念与意义 5.2.2 客户忠诚度管理方法 5.2.3 客户流失的原因 5.2.4 挽回流失客户的方法	

	跨境电子商务师	5.3 售后纠纷与投诉处理	5.3.1 能根据店铺纠纷处理原则,处理买家因未收到货产生的纠纷 5.3.2 能根据店铺纠纷处理原则,处理买家因货物描述不符产生的纠纷 5.3.3 能根据店铺纠纷处理原则,处理买家因物流问题产生的纠纷 5.3.4 能根据店铺纠纷处理原则,处理买家因海关扣留产生的纠纷	5.3.1 未收到货纠纷处理原则 5.3.2 货不对板纠纷处理原则 5.3.3 物流纠纷处理技巧 5.3.4 海关纠纷产生原因
		5.4 跨境客户关系管理	5.4.1 能根据客户信息收集原则,通过不同的渠道,收集目标地区客户信息 5.4.2 能根据收集到的客户信息,按照店铺客户分类原则,对境外客户进行分类 5.4.3 能根据不同类型客户特征,结合营销目标,制定差异化营销策略	5.4.1 客户信息收集渠道 5.4.2 客户分类方法 5.4.3 差异化营销策略
	服务电子商务师	5.5 会员精准服务	5.5.1 能进行会员分级分类管理 5.5.2 能够根据会员用户画像,提供会员个性化服务	5.5.1 会员管理分类方法 5.5.2 会员用户画像方法与技巧 5.5.3 会员运营策略与技巧
		5.6 用户评价管理	5.6.1 能制定用户对服务项目及内容的评价方案 5.6.2 能根据用户评价情况,主动回访并协商解决方案	5.6.1 服务项目评价的原则 5.6.2 服务项目评价的方法 5.6.3 服务项目评价管理的策略
6. 商务数据分析	6.1 电子商务数据加载	6.1.1 能根据电子商务数据分析的要求,进行数据分析工具选择 6.1.2 能将电子商务相关数据加载到数据分析工具中 6.1.3 能根据数据分析内容的要求,在数据分析工具中设置数据模型	6.1.1 商务数据分析工具的选择方法 6.1.2 数据分析工具的数据加载方法 6.1.3 数据分析工具中数据模型设置方法	
	6.2 电子商务数据报表设计制作	6.2.1 能根据业务需求,设计电子商务数据报表的整体结构 6.2.2 能根据业务需求,选择电子商务数据报表中需展示的业务指标及相应的可视化图表类型 6.2.3 能使用报表制作工具制作各项指标的可视化图表 6.2.4 能按照整体结构要求完成电子商务数据报表制作	6.2.1 电子商务数据报表的设计原则 6.2.2 电子商务数据报表中的业务指标 6.2.3 数据可视化图表的类型及特点 6.2.4 电子商务数据报表的制作方法	

	6.3 电子商务数据分析	6.3.1 能对交易相关数据进行统计分析 6.3.2 能对营销活动相关数据进行统计分析	6.3.1 商务数据统计分析的作用 6.3.2 交易数据分析方法 6.3.3 营销活动数据分析方法
--	--------------	--	---

3. 4 二级/技师

本等级涉及三个工种，三个工种的每项职业功能都有考核内容。

职业功能	工作内容		技能要求	相关知识要求
1. 产品及服务信息管理	1.1 产品及服务品类规划		1.1.1 能制定产品及服务品类规划方案 1.1.2 能使用选品分析工具，筛选并确定目标产品及服务 1.1.3 能选用定价模型对产品及服务进行定价，并设计价格调整规则	1.1.1 产品及服务品类角色定位方法 1.1.2 产品及服务选品的渠道和方法 1.1.3 产品及服务评估步骤 1.1.4 产品及服务价格结构、定价模型、影响价格的因素 1.1.5 产品及服务的定价方法
	1.2 产品及服务组合优化		1.2.1 能根据品类规划方案制定产品及服务组合方案 1.2.2 能根据销售情况制定产品及服务组合优化方案	1.2.1 产品及服务组合设置原则 1.2.2 产品及服务组合优化策略
2. 营销推广	网商	2.1 网络营销定位与目标确定	2.1.1 能根据市场情况、企业品牌价值、商品特征，进行网络营销定位 2.1.2 能根据企业现状、市场需求、目标用户确定网络营销目标	2.1.1 网络营销定位的含义与方法 2.1.2 品牌定位的方式、过程、策略 2.1.3 网络营销目标类型与制定流程
		2.2 网络营销策略制定与实施	2.2.1 能根据网络营销定位及目标，确定推广内容、推广渠道及推广方式 2.2.2 能根据推广内容、推广渠道及推广方式，制定并实施推广策略	2.2.1 品牌生命周期与内容策略 2.2.2 网络推广渠道与推广方式 2.2.3 常见的网络推广策略
		2.3 网络营销效果分析与策略优化	2.3.1 能通过数据分析对网络营销效果进行分析与评估 2.3.2 能根据网络营销效果分析进行网络营销策略优化	2.3.1 网络营销效果分析与评估指标 2.3.2 网络营销策略优化原则与方法
	跨境电商电子商务师	2.4 跨境电商营销策略制定	2.4.1 能根据营销目标，结合品牌定位，制定海外社交媒体营销策略 2.4.2 能根据营销目标，结合商品品类，制定店铺营销活动策略 2.4.3 能根据营销目标，结合营销预算，制定搜索引擎营销策略 2.4.4 能根据营销目标，结合平台特征，制定跨境直播营销策略	2.4.1 市场定位的方法 2.4.2 营销活动策略制定方法 2.4.3 搜索引擎营销技巧 2.4.4 直播营销模式

		2.5 跨境营销实施方案制定	2.5.1 能根据跨境营销策略, 结合境外市场调研, 制定跨境社交媒体营销实施方案 2.5.2 能根据店铺营销活动策略, 结合商品和用户特征, 制定店铺营销活动实施方案 2.5.3 能根据搜索引擎营销策略, 结合商品和用户特征, 制定跨境搜索引擎营销实施方案 2.5.4 能根据跨境直播营销策略, 结合商品和用户特征, 制定跨境直播营销实施方案	2.5.1 营销方案制定的流程 2.5.2 营销方案制定的方法 2.5.3 营销方案制定的内容
		2.6 跨境全网营销实施管理	2.6.1 能组建跨境全网营销团队, 明确岗位职责与分工, 制定激励政策 2.6.2 能够协同组织实施跨境电商平台营销、搜索引擎营销及社会化媒体营销等全网营销活动 2.6.3 能够根据跨境全网营销实施的阶段性结果, 优化调整实施过程, 提升营销效率	2.6.1 全网营销的概念 2.6.2 跨境电商营销团队角色与职责 2.6.3 全网营销实施的流程
	服务电子商务师	2.7 服务营销策略制定	2.7.1 能根据市场竞争状况确定商家服务营销的目标 2.7.2 能根据服务营销目标、市场状况以及平台政策环境, 制定服务营销策略	2.7.1 营销活动的流程、方式、方法 2.7.2 营销策略制定的方法 2.7.3 营销策略设计注意事项
		2.8 服务营销实施方案制定	2.8.1 能根据服务策略, 确定服务营销内容、服务营销渠道及服务营销方式 2.8.2 能根据撰写和优化全网服务营销方案	2.8.1 服务营销的内容、分类 2.8.2 目标受众的需求 2.8.3 服务营销方式、方法和策略
		2.9 全网营销实施管理	2.9.1 能使用工具分析估算各个渠道的服务环节成本、活动利润等, 调整营销方案的实施方向 2.9.2 能够对标营销目标, 理解目标用户, 形成关键策略拆解, 并熟练使用适合的营销方法获得预期结果	2.9.1 营销活动成本估算方法及引流方法 2.9.2 营销实施注意事项
3. 业务处理	网商	3.1 采购管理	3.1.1 能根据运营策略制定采购计划 3.1.2 能根据采购计划制作采购标书并进行招投标 3.1.3 能根据运营策略选择合适的供应商并对采购费用进行控制	3.1.1 采购计划的主要内容 3.1.2 商品采购价格制定原则 3.1.3 供应商选择方法 3.1.4 采购费用控制措施

跨境电商电子商务师	3.2 仓储管理	3.2.1 能根据运营策略, 选择适合的仓储地点 3.2.2 能根据采购计划, 租赁或建立适合的仓库 3.2.3 能使用仓储管理系统, 对仓库信息进行分析和管理的	3.2.1 仓储地点选择的影响因素及方法 3.2.2 仓库的租赁或建立流程 3.2.3 库存信息分析方法
	3.3 物流管理	3.3.1 能根据运营策略, 选择物流方式 3.3.2 能根据跨境零售进口申报要求, 完成入区申报、出境申报和汇总申报 3.3.3 能根据跨境零售出口申报要求, 完成进境申报、出区申报和税款缴纳的	3.3.1 物流方式及其选择方法 3.3.2 跨境进口申报要求 3.3.3 跨境出口申报要求
	3.4 跨境电商运营策略制定	3.4.1 能根据店铺运营规划, 结合市场调研, 明确运营目标 3.4.2 能根据运营目标, 结合商品特点, 进行目标用户画像分析 3.4.3 能根据运营目标, 结合目标用户画像分析, 制定供应链策略 3.4.4 能根据目标用户画像, 结合目标用户需求, 制定客户服务策略	3.4.1 网络市场调研的流程 3.4.2 用户画像分析方法 3.4.3 供应链策略 3.4.4 客户服务管理方式
	3.5 跨境电商运营框架设计	3.5.1 能设计各项运营工作流程与制度, 搭建跨境电商业务运营体系 3.5.2 能根据运营策略, 结合目标市场需求, 设计采购方案 3.5.3 能根据市场供给和需求规律, 结合商品特点, 设计仓储方案 3.5.4 能根据客户分布, 结合配送需求, 设计配送方案	3.5.1 跨境电商业务运营体系 3.5.2 采购方案制定方法 3.5.3 库存控制方法 3.5.4 配送线路优化技巧
	3.6 跨境电商履约管理	3.6.1 能根据与客户交易磋商的结果, 拟定销售合同 3.6.2 能根据销售合同条款, 执行委托生产和采购 3.6.3 能根据合同装运条款, 准时进行准运, 完成跨境货物交付	3.6.1 跨境电商履约流程 3.6.2 合同拟定注意事项 3.6.3 合同装运条款解读
	3.7 服务项目品牌管理	3.7.1 能根据运营策略, 进行服务项目品牌设计 3.7.2 能根据服务品牌的特征, 组织服务项目品牌传播	3.7.1 服务项目品牌设计的主要内容 3.7.2 服务项目品牌传播方法
	服务电子商务		

	务 师	3.8 服务项目质量控制	3.8.1 能根据经营目标, 选择适合的服务项目质量标准, 制定服务项目质量指标体系 3.8.2 能根据经营目标, 组织服务项目反馈及质量监测 3.8.3 能根据经营目标, 进行服务项目质量评价	3.8.1 服务项目质量标准 3.8.2 服务项目质量指标体系 3.8.3 服务项目质量评价
4. 商务数据分析		4.1 电子商务数据分析	4.1.1 能根据市场数据, 对竞争对手运营情况进行分析 4.1.2 能对客户相关数据进行分析, 明确客户画像 4.1.3 能根据采购、库存、销售数据, 对商品进行综合分析	4.1.1 竞争对手运营情况分析方法 4.1.2 客户数据分析方法 4.1.3 商品综合分析方法
		4.2 电子商务数据应用	4.2.1 能根据市场数据分析结果进行目标市场定位优化 4.2.2 能根据流量数据分析结果进行流量来源优化 4.2.3 能根据交易数据分析结果进行转化率提升	4.2.1 根据数据分析进行目标市场优化的方法 4.2.2 优化流量来源的方法 4.2.3 根据数据分析结果提升转化率的方法
5. 技术管理与培训		5.1 人员管理	5.1.1 能根据业务要求, 对管辖范围内低级别岗位人员的工作进行统筹安排 5.1.2 能根据岗位要求对管辖范围内的低级别岗位人员进行考核	5.1.1 工作统筹安排方法 5.1.2 岗位考核方法
		5.2 人员培训	5.2.1 能根据培训计划要求, 对管辖范围内的低级别岗位人员进行培训 5.2.2 能根据培训计划要求, 对人员培训工作进行效果评估	5.2.1 岗位培训方法 5.2.2 培训效果评估指标

3.5 一级/高级技师

本等级不区分工种。

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 电子商务战略规划	1.1 行业分析	1.1.1 能根据行业政策、企业所处环境，对所处行业的发展现状和存在问题进行分析 1.1.2 能根据分析结果，预测行业发展趋势 1.1.3 能根据行业分析结果，撰写行业市场的需求分析报告	1.1.1 宏观环境分析的内容 1.1.2 微观环境分析的内容 1.1.3 行业分析的基本方法 1.1.4 行业分析报告的内容
	1.2 竞争对手分析	1.2.1 能使用市场调研方法，收集相关企业情报信息，识别企业竞争对手 1.2.2 能根据情报信息，确定竞争对手的商业模式 1.2.3 能根据企业竞争模型，分析竞争对手的优劣势 1.2.4 能根据数据分析撰写竞争对手分析报告	1.2.1 竞争对手数据收集 1.2.2 竞争对手的类型 1.2.3 竞争对手分析方法 1.2.4 竞争对手分析报告的内容
	1.3 企业电子商务战略分析	1.3.1 能根据企业内部因素及外部环境变化，制定企业电子商务战略规划 1.3.2 能根据企业在市场中的地位以及行业竞争状况，制定企业电子商务竞争策略 1.3.3 能撰写企业电子商务战略分析报告	1.3.1 企业的战略结构组成 1.3.2 企业战略规划过程 1.3.3 行业竞争策略分析方法 1.3.4 电子商务战略分析报告的内容
2. 电子商务模式设计	2.1 电子商务模式分析	2.1.1 能对行业企业的电子商务模式进行调研 2.1.2 能提炼行业电子商务模式核心要素 2.1.3 能针对行业商业模式核心要素，进行行业企业电子商务模式对比分析	2.1.1 电子商务模式的类型 2.1.2 电子商务模式的构成要素 2.1.3 电子商务模式的分析方法
	2.2 电子商务模式确定	2.2.1 能根据战略定位选择电子商务模式 2.2.2 能结合市场变化和企业特点进行电子商务模式创新 2.2.3 能撰写电子商务模式分析报告	2.2.1 典型电子商务模式成功因素 2.2.2 电子商务模式创新方法 2.2.3 电子商务模式分析报告的内容
3. 商务数据分析	3.1 经营数据分析	3.1.1 能对电子商务项目进行成本分析 3.1.2 能对电子商务项目进行收入分析 3.1.3 能对电子商务项目进行效益分析 3.1.4 能根据报表分析结果，编写电子商务项目分析报告	3.1.1 电子商务项目成本分析方法 3.1.2 电子商务项目收入分析方法 3.1.3 电子商务项目效益分析方法 3.1.4 电子商务项目分析报告的内容

	3.2 财务数据分析	<p>3.2.1 能根据资产负债表，对企业偿债能力、营运能力进行分析</p> <p>3.2.2 能根据利润表，对企业的盈利能力、发展能力进行分析</p> <p>3.2.3 能根据现金流量表，对企业盈利质量、筹资与支付能力以及风险进行分析</p> <p>3.2.4 能根据报表分析结果，编写企业财务分析报告</p>	<p>3.2.1 电子商务企业财务报表分析的方法</p> <p>3.2.2 电子商务企业资产负债表分析的内容</p> <p>3.2.3 电子商务企业利润表分析的内容</p> <p>3.2.4 电子商务企业现金流量表分析的内容</p> <p>3.2.5 电子商务企业财务分析报告的内容</p>
4. 技术管理与培训	4.1 人员管理规划	<p>4.1.1 能根据企业整体发展战略，规划组织结构</p> <p>4.1.2 能根据组织结构规划，设置电商各级岗位及要求</p> <p>4.1.3 能根据岗位工作任务的要求，进行技术管理制度的制定及优化</p> <p>4.1.4 能根据企业发展规划和岗位要求，进行人员配置</p>	<p>4.1.1 电子商务企业组织结构规划方法</p> <p>4.1.2 电子商务企业岗位及要求的设置方法</p> <p>4.1.3 电子商务企业技术管理制度的内容</p> <p>4.1.4 电子商务企业人员配置方法</p>
	4.2 人员培训规划	<p>4.2.1 根据电商岗位要求制定岗位培训计划</p> <p>4.2.2 根据岗位培训计划指导人员培训工作</p>	<p>4.2.1 电子商务企业岗位培训计划内容</p> <p>4.2.2 电子商务企业岗位培训计划编写方法</p> <p>4.2.3 电子商务企业岗位培训工作的注意事项</p>

4. 权重表

4.1 理论知识

项目 \ 技能等级		五级/初级工 (%)			四级/中级工 (%)			三级/高级工 (%)			二级/技师 (%)			一级/高级技师 (%)
		网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	
基本要求	职业道德	5			5			5			5			5
	基础知识	30			25			20			5			5
相关知识要求	产品及服务信息管理	10			10			10			10			-
	线上店铺设计与装修	15	20	15	10	15	10	10	10	10	-	-	-	-
	营销推广	10	-	10	15	10	10	15	15	10	20	20	20	-
	业务处理	10	20	10	10	15	15	10	15	15	20	20	20	-
	客户服务	10	-	10	10	10	15	15	15	15	-	-	-	-
	商务数据分析	10	15	10	15	10	10	15	10	15	20	20	20	20
	电子商务战略规划	-			-			-			-			25
	电子商务模式设计	-			-			-			-			25
技术管理与培训	-			-			-			20			20	
合计		100			100			100			100			100

4.2 技能操作

项目		五级/初级工 (%)			四级/中级工 (%)			三级/高级工 (%)			二级/技师 (%)			一级/高级技师 (%)
		网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	网商	跨境电子商务师	服务电子商务师	
技能要求	产品及服务信息管理	20			20			15			15			-
	线上店铺设计与装修	15	35	15	15	15	15	15	10	15	-	-	-	-
	营销推广	20	-	15	20	15	15	20	25	15	25	20	20	-
	业务处理	15	30	15	15	20	15	15	20	20	20	20	25	-
	客户服务	15	-	20	15	15	20	15	15	20	-	-	-	-
	商务数据分析	15			15			20	15	15	20	25	20	25
	电子商务战略规划	-			-			-			-			25
	电子商务模式设计	-			-			-			-			25
	技术管理与培训	-			-			-			20			25
合计		100			100			100			100			100