

# 中国职工互联网营销大赛运营手册

## 一、解决痛点

（1）提高职工创业就业能力、激发职工创新创业热情、促进职工直播电商人才的培养、提升劳动者就业创业能力、强化职工队伍素质化教育，通过培养一批职工直播带货的“领头羊”，带动更多有需求的职工实现转岗转业、创业再就业；

（2）“互联网+营销”是中小企业走向品牌化，实现健康可持续发展的重要途径，互联网营销人才对中小企业的转型升级具有重要意义和价值，为企业互联网营销带来更多的机遇；

（3）帮助落实财政预算单位的消费帮扶工作；

（4）帮助单位完成职工福利集中采购；

（5）帮助推动非财政预算单位的消费帮扶工作。

## 二、时间安排

（一）**报名时间：**即日 00 点至 2022 年 12 月 17 日截止。

（二）**初赛：**2022 年 12 月 18 日—2023 年 1 月 15 日（2023 年 1 月 1 日—1 月 2 日公布复赛榜单）；

（三）**复赛：**2023 年 2 月 6 日—2023 年 2 月 19 日（1 月 18 日—1 月 19 日公布总决赛榜单）；

（四）**总决赛：**2023 年 2 月 22 日—2023 年 2 月 28 日（将对大众组和专业组选手直播销售额、销售单数分别作以统计，总决赛结束后 15 天内公布最终结果）。

### 三、组织参赛

- 1、**报名路径：**职教讲堂微信公众号，右下角“我要”-“参加比赛”。
- 2、**参赛培训费：**300 元/人，企业参赛人员需参加培训，职工个人参赛者、专业组个人均可免费参加，培训费在报名时填写报名表处缴纳，未缴纳成功者报名不成功。由于支付订单技术实现问题，职工个人参赛者和专业组个人在报名时缴纳 1 分钱，报名成功后可联系客服退还。
- 3、**佣金：**参加大赛的选手分大众组和专业组，大众组主播选手参赛期间比赛时段无佣金，通过培训的大众组主播选手在非比赛时段销售大赛选品库产品有相应佣金。专业组主播选手参赛期间（含非比赛时段）所有销售的大赛选品库产品均有相应佣金。

### 四、消费帮扶

消费帮扶是社会各界通过采购、消费来自脱贫地区、脱贫人口的产品与服务，帮助脱贫群众增收的一种帮扶方式。各地将消费帮扶的内容扩展为实物产品、服务产品、体验产品。不仅仅是农产品，还包括服务产品，以及与之相适应的体验产品，即与实物产品、服务产品相关的餐饮、休闲、观光、娱乐等产品，包括脱贫地区的青山绿水好空气，以及物质文化遗产和非物质文化遗产。本次大赛期间，财政部通过召开工作推进会、建立定期通报机制等方式，强力统筹推进采购份额预留、采购执行等工作，推进脱贫地区农副产品的采购。

本次大赛将创新拓展消费帮扶的渠道，通过从 832 平台选品作为参赛商品，推动参赛选手积极推广营销，实现扩大脱贫地区农户产品的销售。同时，这些产品拥有 832 脱贫地区属性，参赛者代表本单位

进行此类产品销售，所有代表本单位参赛者所销售的由 832 平台提供给大赛的产品，所有销售额均可按照政策要求完成采购数据对接，算作本单位的消费帮扶任务份额。

## **五、职工福利**

根据《基层工会经费收支管理办法》的规定，工会经费可以用于职工福利的项目一共有六大项，后全国总工会《关于〈关于加强基层工会经费收支管理的通知〉的补充通知》，《补充通知》规定这些福利可以有：

1）、教育培训中的优秀学员可以发放奖励，也就是职工的素质提高培训等教育培训中如果成绩优秀的话，可以获得奖励。

2）、基层文体活动可以有奖励，可以为参加人员发放少量纪念品。

3）、公益活动中看教育类电影的电影票、文艺演出，体育比赛的门票、春游秋游可以购买门票。

4）、职工生日、婚丧嫁娶、退休离岗的慰问可以使用经费支出。

5）、劳动模范、先进职工医疗休养补贴可以使用该经费。

6）、困难家庭、家庭大病救助、意外事故、子女就学慰问可以使用公会经费。

7）、逢年过节慰问品发放；

8）、职工教育优秀学员(自学)奖励；

9）、文艺汇演、体育比赛奖励；

- 10)、工会会员生日慰问;
- 11)、工会活动伙食补助费、夜餐费;
- 12)、工会费组织会员看电影;
- 13)、工会会员春游秋游活动。

传统职工福利实现方式: 1) 由基层工会直接集中采购, 分发至职工; 2) 搭建商城平台, 基层工会直接采购商城兑换积分, 将积分发放给职工, 职工可以在商城通过消耗积分兑换产品。

本次大赛可以帮助完成职工福利: 本次大赛选品严格把关, 每个产品经过层层论证, 统一进入大赛选品池, 职工可以在大赛期间购买带有工会福利的产品, 根据自己在本单位的报销额度进行报销。

## **六、流量输出**

本次大赛鼓励企业/个人通过自己的宣传, 扩大销售额, 为消费帮扶和职工福利尽力落实。抖音平台将会为大赛提供相当量的流量扶持, 扩大宣传面。参赛选手和单位可向大赛组委会购买流量包推广自己, 提高销售额。

## **七、渠道报名服务**

凡是单项渠道有超过 1000 人报名的, 通过开通具有渠道独立 ID 的大赛报名渠道二维码, 进行包括但不限于自有参赛群体以及通过渠道宣传、商务拓展等多种推广途径号召专业主播/MCN 报名参加本次大赛的服务。

## 八、大赛选品服务

按照大赛选品需求，对接拥有抖音/快手/京东等线上店铺的商家筛选洽谈合适产品如大赛直播选品库，并对接招商团长产品佣金链接直至大赛结束。

## 九、大赛招商服务

根据大赛招商权益，商务洽谈并对接品牌方进行大赛的赞助、冠名等。

## 十、地方区域分赛

本次大赛尝试地方区域分赛合作申办，申办条件及要求如下：

- 1、申办单位在当地具有洽谈、签订、履行合同的主体资格及相关专业素养或技能，并保证提供的服务不损害任何个人、组织、企业等的合法权益，亦不违反国家有关法律法规的规定。
- 2、组织报名指标：申办单位有分赛组织、执行能力，按照省会城市、地级市划分，分别保证完成最低省会城市 1000 名报名者、地级市 500 名报名者的资格审查指标。
- 3、大赛宣传指标：申办单位在当地举办本大赛地方分赛需完成本城市人口 50% 的广告覆盖率，不少于 20 条地方媒体的曝光内容，形式包含不限于赛事新闻、参与者报道、企业宣传等。
- 4、决赛直通名额：申办单位在当地举办本大赛地方分赛最终可以提供 2 人参加全国总决赛。

5、地方特色选品指标：申办单位在当地举办本大赛可以在总的大赛选品池中加入本城市地方特色或者当地企业的产品，不超过大赛总货盘 20%，并有资格推荐这些产品进入大赛总产品池。

6、分赛专场落地指标：申办单位在分赛期间至少组织 6 场地方官方专场直播。

7、申办单位需要缴纳分赛举办的保证金，保证不违反大赛规则进行分赛举办。

### **地方分赛的权益：**

1、报名费收益：报名费的 30%。

2、销售额总收益：地方产品在地方的销售额团长佣金 50%，总赛产品在地方分赛的销售额的团长佣金 25%。

3、招商权益：可在当地招商，分赛的招商收益全部归当地分赛的申办方，如成功推荐给全国总赛，则获取 20%招商权益。

4、荣誉：凡是完成以上指标的单位，将获得大赛组委会颁发的先进组织奖。