门店营运沙盘对抗软件
实训指导书

目录

一、竞赛内容.....1
二、软件操作说明.....2
1.准备实验阶段.....2
2.第一年操作流程.....3
3.第二年操作流程.....15
4 .第三年操作流程.....16
5. 第四年操作流程.....16
6. 第五年操作流程.....16
7. 赛事结束.....16
三、其他功能模块.....17
四、注意事项.....18
五、评分规则.....19
1、财务能力.....19
2、业务能力.....19
六、销售规则.....20
1、物品价格分评定（70%）.....20
2、广告分数评定（16%）.....20
3、门店资质分评定（10%）.....20
4、促销活动（4%）.....20
5、物品销售率.....21

一、 竞赛内容

本次上机模拟操作竞赛采用深圳市中诺思科技股份有限公司自主研发的《门店营运沙盘对抗软件》，采用教学考试结合的形式，包括企业规划、物流配送、补货配货、资金核算等知识点的内容，门店需连续运营 5 年。

以第一年为例：

第一年	
时间节点	**竞赛内容**
年初规划	完成公司创建、商圈需求查看、订货计划、广告预算、市场分析操作等。
第一季度	完成收货（补货）、配送、门店陈列、定价、促销、广告投放、盘点、促销、巡店操作等。
第二季度	完成收货（补货）、配送、定价、促销、广告投放、盘点、促销、巡店操作等。
第三季度	完成收货（补货）、配送、定价、促销、广告投放、盘点、促销、巡店操作等。
第四季度	完成收货（补货）、配送、定价、促销、广告投放、盘点、促销、巡店操作等。

二、 软件操作说明

1.准备实验阶段

推荐使用谷歌浏览器、IE11、IE8 等浏览器访问，使用选手账号进行登录。

登录界面

选手登录后，进入软件赛事管理界面，计时显示 Waiting 时为赛事未开启，显示 Start 时点击图标既可以参与赛事，如下图 3。

赛事管理界面

2.第一年操作流程

1) 第一年年初规划

第一年年初主要完成公司的创建，查看市场调查内的商圈需求，完成年度预算的订货计划和广告预算，完成年度预算后需要在公司管理模块完成本年度的市场分析。

❖ **第一步：**赛事开始后，直接进行【公司创建】，输入公司名称，点击【下一步】完成配送中心的租用，完成公司的创建。

公司创建

❖ **第二步：**在【市场调查】内的【商圈需求】查看本年度本区域商圈需求数量，根据参与竞赛的学生数量，设置合理的订货计划。点击【公司管理】下的【年度预算】完成第一年度的订货计划的配置，点击【广告预算】，完成广告预算金额的配置

备注：年度预算的配置是可操作项，如果年初完成订货计划的配置会极大的方便每个季度在【订货管理】内进行收货。如果不进行预配置，需要在每个季度【订货管理】内完成补货。

商圈需求

备注：每类商品的商圈需求分别为第一季度到第四季度。

年度预算配置

❖ **第三步：**在【公司管理】内的【市场分析】进行本年度销售预测及下年度销售计划。

备注：第一年只做本年度销售预测，自第二年开始需要做上年度销售预测及本年度销售计划，可参考【案例参考】进行分析，市场分析只可在年初进行，做市场分析时要参考案例，系统在进行评分的时候会参考案例内的相关关键词。

2) 第一年第一季度

在第一季度完成门店的租赁，如果已经在年初进行了订货计划的配置，可直接进行收货，否则需要进行补货操作。

❖ **第四步：**点击【门店管理】中的【门店租赁】，选择城中创建第一家门店，新增门店时也可对各区域商圈需求数量进行查看，在第一季度新增门店的时候系统会随机出现 5 道连锁问题，选手可进行回答，5 道问题全部回答正确，在创建门店的时候会返还一部分资金。创建门店时可以选择安保功能，选择安保后，本门店不会出现盗窃及抢劫等随机事件，安保费用为每季度扣除门店创建费用的 10%。

备注：第一年到第二年只能有一家门店，门店的类型有 3 种选择，大卖场最多可经营 5 类货物，大卖场创建资金为 50 万，每季度每家大卖场需要额外支付运营费用 5 万，每多经营一类货物，门店运营费用每季度增加 1 万，每季度每家门店的运营费用最多为 10 万；标准店最多可经营 3 类货物，创建资金为 30 万，每季度每家标准店需要额外支付运营费用 5 万，每多经营一类货物，门店运营费用每季度增加 1 万，每季度每家门店的运营费用最多为 8 万；社区店最多可以经营 2 类货物，创建资金为 20 万，每多经营一类货物，门店运营费用每季度增加 1 万，每季度每家门店的运营费用最多为 7 万。不同类型的门店每个季度的经营费用不同，经营的商品越多，在合理经营的范围内，销售额会越多。

门店租赁

❖ **第五步：**点击【订货管理】，选择需要进行接收的货物，进行【收货】操作，不需要的货物可以进行【退货】处理，如下图。

备注：退货不需要不需要支付货物资金，若没有进行年初预算的订货计划，需要点击【补货】，货物直接补货到配送中心。

收/补货

❖ **第六步：**完成货物的订单处理后进行配送。点击【配送管理】模块中的【配送计划】，选择需要配送的门店，输入需要配送的货物数量，然后生成【配送计划】，点击【配送】即完成配送中心内货物到门店的配送过程。

备注：每次配送都会产生 2000 块的配送费用，选择配送数量的时候一定要注意配送中心商品的库存，一定要和配送商品进行对应，否则会导致库存不足无法完成配送。

配送计划

❖ **第七步：**对配送到门店的货物进行陈列操作。点击【门店管理】内的【门店陈列】，选择需要陈列的商品，选择陈列方式，点击【陈列】即可。

备注：陈列操作只需要在门店租赁后行一次陈列即可，若新增门店，此门店内的物品需要再进行一次陈列操作，陈列操作需要选择正确的陈列方式，陈列错误会影响该物品的销售，陈列一次需支出 500 元，门店内的物品可多次陈列。可以在门店管理下的【销售清单】内查看货物上一季度的销售情况。

门店陈列

❖ **第八步：**对商品的价格进行调整，调整商品价格后才能产生销售利润。选手需要对每类商品的价格进行调整，以达到最优销售。点击【门店管理】内的【定价管理】，此处的价格为系统在总店价格的基础上新增以后的价格，可以在此基础上进行额外调整，选择需要调价的门店，输入新的价格，点击【确定】，即完成调价的操作。

备注：此处的调价对货物的销量有影响，可以在市场调查中的门店调查内查看每个区域每个公司其它选手的定价，也可根据实际销售量进行调整商品定价。此定价不可高于原采购价格的 4 倍。

门店调价

❖ **第九步：**在完成第一季度陈列以后，我们可以进行【广告投放】的操作，点击【门店管理】中的【广告投放】选择你需要进行投放广告的门店。在进行广告投放操作时，系统有一定的概率会随机出现 5 道题，回答正确可以返还一定的广告投放费用。总部广告及门店广告的投放对门店的销售额有一定的影响，门店的广告可以修改每季度投放的期数。此步操作只会对下一季度的销售量产生影响，若不进行广告投放，下一季度也会产生销售量。

备注：广告的投放是需要占用成本的，若投放量过大，可能造成销售额获得利润小于广告的费用，导致利润为负。进行广告投放的时候一定要合理选择投放金额及期数。门店商品陈列数量足够及商品价格一样的前提下，不进行广告投放的销售量小于投放广告产生的销售量。

广告投放

❖ **第十步：**进行广告投放操作后，我们可以在【门店管理】处的【促销活动】进行促销操作。选择需要促销的门店及促销的方式，进行提交即可。促销一次一家门店需要额外支付 50000 元的促销费用，促销会提升该物品的销售。

促销活动

❖ **第十一步：**系统将会随机出现列表展示以下几种随机事件，偷窃：商场运营过程中出现物品丢失现象，直接从物品扣除，在【门店管理】内进行【盘点】操作，经过盘点可得知物品丢失，盘点一次计入管理费用 1500 元。打劫：商场运营过程中遭受打劫直接损失一部分资金。劳资纠纷：门店星级状态较低时，发生劳资纠纷的概率增加，会影响门店资质的评分。残次品：在【订货管理】进行收货时有一定的概率会收到残次品，残次品不计入库存，不需要额外支出此残次品的费用。

备注：在创建门店时如果设置了安保（也可以在门店管理-门店状态处开启/关闭安保），将不会发生偷窃和抢劫等随机事件。但劳资纠纷有一定概率会出现，劳资纠纷会影响门店的星值状态，发生劳资纠纷将会降 1 颗星。残次品只会影响你的订货计划，若货物不足，可额外进行补货操作。

盘点

❖ **第十一步：**进行盘点操作后，我们可以在【门店管理】处的【巡店】进行巡店操作。点击【门店管理/巡店】，选择要巡店的店，点击【巡店】，系统会随机出现 1 种巡店状态：营业前巡店、营业高峰期巡店、闭店后巡店，每次出现 10 道题目，有 3 个正确选项，选择后完成巡店操作，如果连续两个季度巡店并回答正确，门店状态增加一颗星，门店最高可达到 4 颗星。门店星值低于三颗星时，有一定的几率会发生劳资纠纷，门店星值越低，发生劳资纠纷后对销售的影响越大。

巡店

3) 第一年第二季度

第二季度的操作流程同第一季度。

备注：可以在门店销售额排行版查看上一季度商品的销售额，在门店管理中的销售清单模块可以查看每季度的货物销售量。可以根据每一季度的销售量进行门店价格的调整及补货。

4) 第一年第三季度

第三季度的操作流程操作同第一季度。

备注：可以在门店销售额排行版查看上一季度商品的销售额，在门店管理中的销售清单模块可以查看每季度的货物销售量。可以根据每一季度的销售量进行门店价格的调整及补货。

5) 第一年第四季度

第四季度的操作流程操作同第一季度。

备注：可以在门店销售额排行版查看上一季度商品的销售额，在门店管理中的销售清单模块可以查看每季度的货物销售量。可以根据每一季度的销售量进行门店价格的调整及补货。

3.第二年操作流程

第二年的年初不需要进行公司创建，其他操作流程同第一年。

备注：每一年的商圈需求可能是不一样的，但第一年的销售量可以作参考，便于进行年度预

算的时候进行采购计划数量的配置及门店价格的调整。

4.第三年操作流程

第三年的年初规划操作流程同第二年，但第三年年初规划完成后会进入一个门店竞价时间段，在【门店管理】中的【竞价管理】进行门店竞价，每个人只可通过竞价获得一家门店，竞价完成后进入第三年第一季度。

备注：门店竞价规则为同一个竞价门店价高者得，如果价格相同，以最早提交时间为中标者。竞价成功后可直接在竞价管理处进行新的门店租赁操作，对新增门店进行配送后需要重新进行陈列及门店定价操作，此门店将会产生新的运营费用及经营费用，选择货物配送的时候要对两个门店分别进行配送操作，一定要注意操作时间。需要在本季度规定的时间内完成操作。

5.第四年操作流程

第四年的操作流程同第三年，但第四年没有门店竞价的操作，第四年开放所有门店，选手可以在【门店租赁】处选择合适的区域进行门店新增，每个选手一共可租赁 10 家门店，新增的门店需要进行额外的陈列操作。

在第四年第一季度进行新增门店操作的时候系统会随机出现 5 道连锁问题，选手可进行回答，5 道问题全部回答正确，在创建门店的时候会返还一定的资金。

备注：此处的 10 家门店，包括第一年租赁获得的和第三年招标获得的。大家在创建门店的时候需要对每家门店进行商品配送操作，若配送中心货物不足，需要在【订货管理】内进行【补货】。配送时一定要注意观看每季度的结束时间，若租赁门店过多，却没有进行货物的配送，将会占用大量门店运营成本，下一季度且不会产生销售量。

6.第五年操作流程

第五年的操作流程同第四年，若门店租赁数量未满 10 家，可以继续进行门店新增操作，但一定要注意企业资金，每个门店每个季度将会产生一定的运营成本。

备注：此处的 10 家门店，包括第一年租赁获得的和第三年招标获得的。大家在创建门店的时候需要对每家门店进行商品配送操作，若配送中心货物不足，需要在【订货管理】内进行【补货计划】。配送时一定要注意观看每季度的结束时间，若租赁门店过多，却没有进行货物的配送，将会占用大量门店运营成本，下一季度且不会产生销售量。

7.赛事结束

赛事结束后系统会产生一个操作评分，评分细则参考评分规则。

总结

三、 其他功能模块

1) 公司管理

◆ 公司状态：可以查看公司内门店的数量、每个门店的销售额及公司资金。

◆ 公司定价：可以在此处查看和调整总部商品的定价及查看各门店的定价情况。公司创建后进行调价将会对各门店的价格产生影响，但各门店可以对价格进行单独调整，见门店管理内【定价管理】。

2) 门店管理

◆ 门店状态：可设置各门店的安全库存和开启/关闭安保，当门店陈列内货物的数量小于设置的最低库存，系统会自动生成一条配送计划，配送计划单配送的数量为设置的最大库存。若配送中心有库存，可直接进行配送。若配送中心无库存，需要进行补货操作，才可进行配送。

◆ 调货申请：可以在各个门店之间进行调货，会产生调货费用。调出门店商品总数小于 500 时，可全部调出；调出门店商品总数大于 500 而三成总数小于 500 时，最大调出数 500；

调出门店商品三成总数大于 500 时，最大调出三成商品

◆ 销售清单：可以在此处查看货物每年每季度的销售门店、销售数量、销售金额、销售季度等信息。

3) 配送管理

◆ 仓储管理：在此处可以查看配送中心货物的库存。

4) 费用管理

◆ 融资管理：企业产生利润后，第二年可以在此处进行贷款，贷款金额不能超过公司上一年利润的 3 倍，贷款分为长期贷款和短期贷款，长期贷款为 1-3 年，在每年年初可进行长期贷款，年息为 10%。短期贷款为 1-3 个季度，可在每季度进行贷款，季息为 5%。

◆ 应付账款管理：在此处可以查看货物的账期及需要还款的情况，可以在账期内进行手动还款操作，若不进行手动还款，系统会在账期结束后进行自动扣款，并发送还款公告。

◆ 财务报表：在此处可以查看公司的利润表及资产负债表。

5) 市场调查

◆ 门店调查：可以查看每个区域每个门店的商品定价，可作为门店定价参考。

◆ 销售排行榜：可以查看每个公司的季度和年度销售额排行榜。

◆ 公告：系统内发布的公告在这里都可以进行查看。

◆ 商圈需求：可以对每年度每个区域的需求进行查看。

◆ 广告调查：可以对上季度每家企业投放的广告，广告额为企业内总店及所有门店投放之和。

四、 注意事项

◆ 第一年和第二年只有 1 家门店，第三年开始门店竞价，竞价成功的可获得第 2 家门店，第四年和第五年开放全部门店，每个选手可创建 10 家门店。

◆ 第四年进行门店租赁时要及时进行货物配送及门店陈列，门店租赁要产生额外的门店运营费用，若没有及时进行货物配送及陈列将没有销售额。

◆ 设定年度预算和进行补货计划时，可先查看商圈需求后再进行设置。

◆ 个人信息栏会显示大家的身份信息及资金变化情况；公告栏实时显示商品的扣费情况，采购的商品会有一个账期，在账期结束后系统会自动还款，也可以在费用管理模块，应付账款管理处选择手动还款。

◆ 销售流程进入下一季度时，系统会在此时计算此季度的销售量，计算完成后进入下

一季度。

◆ 每个季度的操作都需要在规定的时间内完成，进入下一季度无法继续完成上一个季度的操作，没有操作的季度无销售额，且扣除每季度的门店运营等费用。

五、 评分规则

1、财务能力

评分模块	考核内容	分数
财务能力	根据财务资产排行计分（各年份及全过程排名）	36
	贷款信息	4
	各年的利润达到指标	10
合计	50	

2、业务能力

评分模块	考核内容	分数
第一年业务	第一季创建公司、订货计划、广告预算、创建门店、市场分析、商品订货、陈列、有效销售、盘点、促销、巡店、空仓、配送、调价	6
	广告操作（广告金额大于设定值、与广告预算相符度）	4
第二年业务	订货计划、广告预算、市场分析、有效销售、盘点、促销、巡店、空仓、配送、调价	6
	广告操作（广告金额大于设定值、与广告预算相符度）	4
第三年业务	订货计划、广告预算、市场分析、有效销售、盘点、促销、巡店、空仓、配送、调价	6
	广告操作（广告金额大于设定	2

	值、与广告预算相符度）	
	竞价模块（竞价及竞价成功）	2
第四年业务	订货计划、广告预算、市场分析、有效销售、盘点、促销、巡店、空仓、配送、调价、门店数量	9
	广告操作（广告金额大于设定值、与广告预算相符度）	1
第五年业务	订货计划、广告预算、市场分析、有效销售、盘点、促销、巡店、空仓、配送、调价、有效库存排名	9
	广告操作（广告金额大于设定值、与广告预算相符度）	1
合计	50	

六、 销售规则

以本市场本产品广告额及物品价格投放大小顺序依次选单；本季度本市场广告投放总额及促销占比 20%、物品价格分占比 70%【以综合评价法排名】，门店资质占比 10%【门店大中小、品类规模】

1、物品价格分评定（70%）

根据各商家的报价类比，即报价低，价格分相对越高。

2、广告分数评定（16%）

广告分数=平面广告分+电视广告分+互联网广告分+门店 DM 广告分

3、门店资质分评定（10%）

门店创建时选定的大卖场、标准店、社区店和品类规模会对门店资质分数产生影响。

4、促销活动（4%）

该门店进行促销后，提升该门店物品的销售率。

5、物品销售率

第一季度销售率=（自身门店分数占所有商家分数总合）*100%

其他季度销售率门店物品销售率=（自身门店分数占所有商家分数总合）*80% + 上一季度该物品销售率*20%。