

# 2024 天目湖马拉松项目采购协议

(主要合同条款)

甲方:溧阳市文体广电和旅游局

合同编号:

乙方:南京善跑体育科技有限公司

签订地点:江苏省常州市溧阳市

签订日期:2024年8月12日

根据2024天目湖马拉松项目的采购结果,按照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》的规定,经买卖双方协商,本着平等互利和诚实信用的原则,一致同意签订本合同。

## 第一条 项目概况

溧阳市拟于2024年11月10日举行“2024天目湖马拉松”(简称“天马”),本项体育赛事由溧阳市人民政府等主办,溧阳市文体广电和旅游局承办。参加人员来自市内、省内、国内及国外的马拉松爱好者,规模要求在15000人以上,其中马拉松为3000人以上,半程马拉松为6000人以上,10km健康跑为3000人以上,5km亲子欢乐跑为3000人以上。

## 第二条 合同总价及付款方式

1. 合同总价:(大写)肆佰陆拾柒万柒仟捌佰陆拾捌元肆角肆分;(小写)4677868.44元。(含项目备用金20万元,附分项报价清单。)

### 2. 付款方式:

2.1 合同签订一个月内,支付合同价的30%;

2.2 赛前支付至合同价的60%;

2.3 赛后提交赛事总结报告及赛事媒体简报后,并经采购人确认已保质保量完成合同约定业务后支付剩余价款,剩余价款需扣除备用金人民币20万元。(如中标人在履约期间未能保质保量完成合同约定义务,除承担相关责任外,采购人有权取消中标人后续3年赛事运营投标资格)。

2.4 中标人按照采购人要求并根据支付进度开具发票。

### 3. 乙方银行账户信息为:

账户名称:南京善跑体育科技有限公司

开户行:招商银行南京分行营业部

银行账号:125910137510000

### **第三条 合同期限**

自本合同签署生效之日起至乙方所承担的赛事全部工作结束止；但根据本协议约定提前解除或终止的除外。

### **第四条 乙方承担的赛事运营内容及范围**

#### **(一) 总体要求**

负责承担包括但不限于“2024 天目湖马拉松”赛事总体思路策划、赛事整体设计、竞赛组织、媒体宣传推广、赛道和场地布置、赛事安全保障、赛事医疗保障、赛事志愿服务、赛事后勤保障、竞赛和器材保障、交通接驳、运动员服务、配套活动与氛围营造、赛事市场招商及商务开发、应急预案、展示城市特色、各类资料印制、赛事保险、执行人员配备等一切赛事相关事务，并承担相应费用，实施方案符合最新修订的《中国田径协会路跑赛事办赛指南》及路跑赛事相关文件要求，确保赛事顺利有序进行。

#### **(二) 项目服务内容（包括且不限于以下）**

- 1、负责赛事总体策划；
- 2、负责赛事整体设计；
- 3、负责赛事的竞赛组织；
- 4、负责媒体宣传推广；
- 5、负责赛道和场地布置；
- 6、负责赛事安全保障；
- 7、负责赛事医疗保障；
- 8、负责赛事志愿服务；
- 9、负责赛事后勤保障、交通接驳；
- 10、负责跑者服务；
- 11、负责配套活动与氛围营造；
- 12、负责赛事市场招商及商务开发；
- 13、负责赛事应急预案及紧急支援方案的提供；
- 14、负责展示城市特色；
- 15、负责各类资料印制；
- 16、负责意外保险及赛事责任保险；

- 17、负责执行人员（运营机构）配备；
- 18、负责开闭幕式、颁奖仪式等工作；
- 19、承担赛事核定执行内容的一切费用；
- 20、赛事主办方要求的其他工作。

### （三）项目实施方案及具体服务要求

#### 1、赛事总体策划

包括但不限于赛事主题口号、达到的目标及实施路径、赛事线路特征描述、细化制定运营执行方案及各专项方案等，要求能充分展现“天马”赛事特点，符合溧阳自然和人文特征；赛事主题、品牌打造须与城市品牌结合；赛事须与城市旅游结合；配套活动须丰富有特色；赛事规划须有很好的亮点和创新，并易于传播。

#### 2、赛事整体设计

（1）包含且不限于赛事主题设计、赛事形象设计、视觉设计、赛事 logo 设计、完赛纪念奖牌设计、赛事服装设计、赛事物资整体设计、印刷证件设计等。

（2）视觉设计要求：设计符合溧阳城市气质、历史文脉、旅游资源和“天马”人文风格的视觉识别系统，形成特点鲜明、风格独特的主视觉应用（包括但不限于舞台、证件、指示牌等），同时确保美观、独特、与赛事主题匹配。参照赛事主视觉效果，根据组委会需求，设计制作奖牌、参赛选手号码簿、赛道指示牌、成绩证书、志愿者证书、工作人员证件、车辆证件、赛事周边等赛事相关物料。

#### 3、赛事的竞赛组织

（1）根据《中国田径协会路跑管理文件汇编（2024）》规定要求，按照中国田协 A1 类赛事标准制定竞赛组织实施方案，竞赛组织须合理有序，保障赛事的顺利举办；

##### （2）赛事认证

中国田协赛事认证：中标人负责中国田协路跑赛事认证申请系统相关申报事项，中国田协赛事赛事技术认证，并承担全额认证费用；

##### （3）风险评估及赛事陈述

①风险评估：赛前对赛事进行风险评估，获得有资质单位出具的风险评估报告；

②赛事陈述：申报通过中国田径协会、江苏省体育局组织的赛事陈述，并根据相关意见建议整改到位。

#### **(4) 赛事组织**

①结合本项目需求做好竞赛总体规程编制工作；

②赛事报名、抽签，见“（14）参赛选手报名”

③计时设备：赛事使用电子感应计时系统，计时点按照赛道每5公里、折返点及最远端进行分布，号码布芯片数量依参赛人数规模而定，计时点每5公里1个（根据赛道实际情况进行微调），赛道最远端折返点感应计时，在各计时项目的终点使用经中国田协审定的终点摄像计时系统；

④赛后成绩公布：选手成绩统计，官网公示、短信提示、制作成绩册，按照中国田协的最新要求，在规定的时间内上报赛事的相关报告和数据；

⑤比赛录像：分段计时点、折返点、起终点设置比赛录像，记录比赛全过程；

⑥赛后选手服务：提供参赛选手赛后成绩查询、成绩证书下载、个人专属参赛照片及视频材料下载服务；

⑦配速员招募：招募专业选手配速员5名、大众选手配速员50名，男女各占50%；

⑧赛事资料制作：做好秩序册、参赛指南、成绩册、志愿者手册、技术官员手册等赛事相关手册制作；

⑨赛事总结评估：结合电信、移动、联通等运营商提供的大数据，对“天马”赛事专业度、贡献度和关注度等方面进行全面监测分析，做好赛事总结复盘，出具评估报告（需第三方专业权威机构出具）。

#### **(5) 路线规划及起终点设置**

①路线规划：符合中国田协A1类赛事要求，起终点直线距离不超过总距离50%，起终点间海拔下降与赛道总距离的比例不超过千分之一，起点出发直段、终点冲刺直段不少于200米，经“B”级及以上资质丈量员丈量赛道出具丈量报告；

②起点设置：起点需配备主席台、VIP室、嘉宾室、嘉宾观摩区、检录区、存衣区、特邀选手准备区、大众选手热身区、领操台等，并在起点区域科学设置厕所比例，做好安全、医疗和保洁等保障工作（起点区域具体搭建要求见第（6）

条起点布置)；

③. 终点设置：终点需配备新闻发布厅、兴奋剂检测室、VIP 室、嘉宾室、医疗室、赛后控制中心、赛后指挥中心、男女更衣室、颁奖台、完赛包领取区、恢复区、拉伸区、存衣包领取区、媒体拍摄台，并在终点区域科学设置厕所比例，做好安全、医疗和保洁等保障工作（终点区域具体搭建要求见第（7）条终点布置）。

#### （6）赛道保障及搭建

赛道的场地、器材、设施和设备等都应当由赛事运营商具体负责，并提前制定场地设施规划和工作方案，在比赛日之前 1 个月提交采购人批准后组织实施，并在比赛日当天 0 时全部到位，在比赛开始前确保通过采购人的检查验收。

按照《中国田径协会路跑赛事办赛指南》进行赛道布置，具体包括但不限于起点拱门、终点拱门、起点检录区、终点成绩统计区、终点物品发放区、终点衣物领取区、里程提示牌、补给提示牌、导引提示牌、地贴指示、沿线饮用水和饮料食品补给站、隔离带、工作帐篷、A 字牌、冲刺带、活动桌椅、各类宣传广告片和道旗、注水旗等。应制定赛道布置方案，包含形象设计、各类平面布置图，以及各类物品的数量和总体施工计划安排，赛道布置方案须经采购人和组委会同意后组织实施。

①饮水/用水站、饮料站设置：自起点开始每隔 5 公里设置 1 个饮料站（提供功能性饮料），二个饮料站中间设饮水/用水站。

具体设置如下：

饮料站：5 公里处、10 公里处、15 公里处、20 公里处、25 公里处、30 公里处、35 公里处、40 公里处；

饮水/用水站：7.5 公里处、12.5 公里处、17.5 公里处、22.5 公里处、27.5 公里处、32.5 公里处、37.5 公里处。

瓶装饮用水 $\geq 50000$  瓶（市场价 $\geq 2$  元/瓶，规格 $\geq 500\text{ml}$ ，价格参照溧阳大润发挂牌价）；饮料站不少于 7 个，瓶装功能性饮料 $\geq 40000$  瓶（市场价 $\geq 4$  元/瓶，规格 $\geq 500\text{ml}$ ，价格参照溧阳大润发挂牌价）、一次性杯子 $\geq 80000$  个（规格：高 $\geq 8.4\text{cm}$ ，上口直径 $\geq 7.7\text{cm}$ ，下口直径 $\geq 5.3\text{cm}$ ，容量 9.5 盎司 $\geq 270\text{ml}$ ， $\geq 300$  克纯木浆淋膜纸材质并须加印赛事相关 logo）；根据路线实际情况及跑者需求，按照组委会要求可适量增加；

- ②能量补给站设置：能量站不少于7个，赛道距离起点7.5公里、12.5公里、17.5公里、22.5公里、27.5公里、32.5公里、37.5公里处各设置1个能量补给站。能量胶总数不少于15000支，盐丸总数不少于15000个（根据路线实际情况及跑者需求，按照组委会要求可适量增加品种）；
- ③医疗点：起终点、沿途分布，2.5公里开始每2.5公里设一个点位。每个医疗点应至少配备1个急救单元，每个急救单元至少包括但不限于：心电监护仪1台、软担架1个、轮椅1架、10L/瓶氧气瓶2只、氧气袋1支、止血带1根、绷带10卷、纱布5包、冰袋10袋、20ml/支50%葡萄糖溶液10支、250ml/支5%葡萄糖溶液5支、50ml碘伏2瓶、速效救心丸1盒、人丹2盒；
- ④提供通用移动公厕(租赁)  $\geq 350$  个。沿途厕所应至少每5公里间隔摆放，起点出发后在2公里、4公里增加厕所摆放，沿途厕所应至少按途经总人数的600:1计算总数，厕所应设在饮料站和饮水/用水站至少10米之后，起点卫生间数量不少于总人数的1/60；
- ⑤根据赛事需求提供 $\geq 160$ 顶帐篷（帐篷为租赁，其中100顶帐篷规格为 $\geq 3$ 米\*3米，60顶篷房规格为 $\geq 5$ 米\*5米）
- ⑥赛事保洁：做好赛事保洁工作（比赛前三天至比赛当天），包括但不限于参赛装备发放、嘉年华、赛道、完赛装备发放、赛后拉伸、赛后展示等区域。在确保不影响运动员参赛的情况下，及时迅速清理赛道起终点及补给点垃圾，在各站点设置垃圾箱，站点实行不间断循环保洁（比赛当天不少于4次），专人对道路、人行道进行不间断循环保洁（比赛当天不少于4次）；
- ⑦硬隔离：赛道全程须采取硬隔离方式，确保赛道安全有序；
- ⑧指示牌：高度不低于2.5米，核心内容信息位置高度不低于2米，数量不少于90个，根据组委会要求设计、制作、搭建；
- ⑨直播信号塔：根据直播需要在沿途搭建满足直播的信号塔；
- ⑩设备看护：所有临建设备、物资等需配备安保力量进行看护，包括但不限于赛前装备物资、赛道补给物资、转播车设备、完赛物资等存放区域。

### （7）起点布置

制定起点布置专项方案，报组委会审定后执行，起点需配备主席台、VIP室、嘉宾室、嘉宾观摩区、检录区、存衣区、特邀选手准备区、大众选手热身区、点

火仪式区、升旗台、领操台等，并在起点区域科学设置厕所比例，做好安全、医疗和保洁等保障工作，具体布置包括但不限于以下内容：

①起点安检：结合起点场地条件和参赛选手数量，设置足量安检通道，配备人脸识别设备；

②检录及芯片工作区：配备足量芯片计时扫描仪用于比赛当天现场检录；

③起点门：按照组委会要求，根据起点实际情况搭建起点门（须便于及时拆除/撤除）；

④起点医疗点：须覆盖整个起跑区域（如起跑区域太长难以覆盖服务，须配备电动自行车和对讲机，以便医疗人员能迅速到达）；

⑤特邀选手准备区：须设置专门区域，留有足够长度供特邀选手热身跑；

⑥男女更衣室：配备 8 个男女更衣室，其中，特邀选手男女各 1 个，大众选手男女各 3 个；

⑦主席台：搭建主席台（根据起点实际情况确定搭建规格），配地毯；

⑧主背景：根据主席台尺寸及现场实际情况搭建主背景，搭建 LED 大屏（大屏需符合户外参数要求），配备专业音响和话筒设备；

⑨起点大屏：在主席台对面搭建约 120 平方米 LED 大屏及候赛区两块 50 平方米大屏（大屏需符合户外参数要求）；

⑩领操台：不少于 4 个（需配备领操员 8 名，要求 4 男 4 女）；

⑪摄像台：≥3 台，其中 1.5 米高度的摄像台 2 台以上，1 米高度的摄像台 1 个以上；

⑫VIP 室：须配直播电视机、茶歇点心、地毯；

⑬嘉宾室：须配直播电视机、茶歇点心、地毯；

⑭观摩区：须设置能够容纳≥100 人的嘉宾 VIP 观摩区；

⑮厕所设置：男性人数占比大于等于 60%、女性人数占比小于等于 40%，厕所比例不低于 60:1；男性人数占比小于等于 60%，女性人数占比大于等于 40%，厕所比例不低于 50:1；

⑯存衣区：按照不高于 1: 500 的比例配备厢式货车（每辆货车上存衣包装载不超过 500 个），并额外配备 1-2 辆作为紧急备用。

## （8）终点布置

制定终点布置专项方案，并报组委会审定后执行，终点需配备新闻发布厅、兴奋剂检测室、VIP室、嘉宾室、医疗室、赛后控制中心、赛后指挥中心、男女更衣室、颁奖台、完赛包领取区、恢复区、拉伸区、存衣包领取区、媒体拍摄台，并在终点区域科学设置厕所比例，做好安全、医疗和保洁等保障工作，具体布置包括但不限于以下内容：

①终点门：根据终点实际情况分别搭建马拉松项目、半程马拉松项目、健康跑项目、亲子欢乐跑项目终点门（需便于及时拆/撤除）；

②颁奖台：根据终点现场情况搭建颁奖台和背景板，配备专业音响和话筒设备；

③VIP室：须配直播电视机、茶歇点心、地毯；

④嘉宾室：须配直播电视机、茶歇点心、地毯；

⑤嘉宾观摩区：须设置观摩区；

⑥新闻发布厅：须配备桌椅和音响话筒；

⑦兴奋剂检测室：配男、女厕所（厕所按规定配备镜子）；

⑧赛后控制中心：设控制中心；

⑨赛后指挥中心：设指挥中心；

⑩特邀选手更衣室：男女各1个；

⑪大众选手更衣区：根据终点实际情况，搭建大众选手更衣区，男女各1个，要求每个更衣区不少于50平方米，配备桌椅；

⑫摄像区：2米×2米×1.5米（高）2个，2米×2米×1米（高）1个；

⑬毛巾和水领取区：按照不少于10个通道需求搭建；

⑭奖牌和完赛包领取区：按照不少于10个通道需求搭建；

⑮存衣包领取区：按选手参赛号码段分区摆放，每个区域存放存衣包不超过250个；

⑯冰敷区：马拉松项目、半程马拉松项目分别设置不少于300平方米区域，配备座椅；

⑰拉伸区：马拉松项目、半程马拉松项目、健康跑项目、亲子欢乐跑项目分别设置2个区域，各不少于300平方米，共设2个拉伸区，配备瑜伽垫；

⑱拉伸区舞台：马拉松项目、半程马拉松项目、健康跑项目、亲子欢乐跑项



目分别搭建拉伸区舞台（各配备示范员不少于12人，男女各少低于6人）；

⑲疏散接驳区：按疏散线路设置不同的接驳区域；

⑳医疗室：根据主管部门要求，在终点配备医疗室；

㉑厕所配置：设置厕所数量比例不低于300:1；

㉒直播间：3米×18米，布置满足直播、转播要求的光纤等必要设备；

㉓展示区：根据市场开发情况和组委会要求，负责搭建赞助商、非遗文化等展示区域；

㉔所有临建要求抗风7级，铺设地毯。

### （9）赛前装备领取

①参赛手册：负责设计制作参赛指南、秩序册等，报组委会审定后执行；

②检录区：检录区设置人脸识别，并配有身份证扫描仪，根据报名人数，至少安排5个普通通道和1个人工通道；

③咨询台：设置2个咨询台；

④号码布（含芯片）领取区：根据报名人数和分区规则，安排号码布领取台，每个领取台原则上分配不超过1000个号码布；

⑤参赛服领取区：根据参赛服装尺码设置领取台；

⑥参赛包领取区：根据参赛物资准备参赛包，包括但不限于盐丸、能量棒、保温毯、一次性雨衣、赞助商物资等；

⑦芯片检测区：至少设置4个芯片检测台；

⑧医疗救护区：至少设置4个工作台，配备医疗急救物资，提供医疗咨询服务；

⑨厕所：厕所数量比例300:1；

⑩现场展示：装备发放现场配套组织赞助商、媒体宣传等展示活动。

（10）负责赛事技术代表、技术官员、裁判员、特邀官方领跑员、领操员等人员的落实。

①保险：为所有参赛选手、赛事技术代表、技术官员、裁判员、工作人员投保人身意外险（含突发性死亡保险赔付金额不低于人民币150万元）；为赛事购买赛事公众责任险（公众责任险最低赔付金额不低于人民币1000万元）；

②费用及接待要求：承担赛事技术代表、技术官员、裁判员比赛前及比赛期间的

差旅费、劳务费、食宿接待，差旅费和劳务费按同类赛事相关标准执行；住宿宾馆要求不低于三星级（提供早餐），午餐、晚餐标准每人每餐不低于 80 元；

③负责编写制作技术官员手册；

④裁判员评优：赛后开展裁判员评优并制作发放证书。

(11) 特邀运动员：须特邀 10 名以上国内外精英运动员参赛；

(12) 组建竞赛团队，详见“16、执行人员（赛事组织机构）配备”；

(13) 负责提供符合比赛要求的感应计时系统和芯片，提供满足比赛要求的裁判员、后勤保障人员、医疗救护人员的无线通讯系统和设备；提供裁判所需的电脑、打印机和相应耗材；提供比赛所需的录像设备；

#### (14) 参赛选手报名

①“天马”官方平台更新维护：做好官方平台视觉设计，历年选手信息维护，确保数据安全完整；

②制定赛事竞赛规程、线路说明、报名须知等赛事对外公布的通告、通知；

③报名须知包括但不限于报名时间、费用、报名方式、参赛要求、抽签办法、免签规则、抽签时间、缴费时间等，报组委会审定后发布；

④网络报名：按照 2024 年“天马”报名时间要求，在不同时间段做好“天马”官网、微信小程序、微信公众号、抖音官方账号等端口网络报名工作，确保各端口访问和报名功能流畅，不得发生网络安全问题和访问崩溃等故障；

⑤客服工作：做好赛事期间客服工作，包括电话、邮箱、官方账号（官网、公众号、抖音、微博）等，制定客服工作人员统一答复口径，报组委会审定后执行。

⑥配合组委会及时做好比赛期间数据筛查审核和整理工作（包括但不限于报名、抽签、装备领取、参赛情况、完赛情况等）；

⑦免签选手整理：根据免签规则，做好免签选手的筛选和整理工作，其中速度选手的成绩以中国马拉松数据库数据为准，需与相关单位对接并做好比对工作；

⑧抽签及公证：策划制定报名抽签方案、做好程序设计调试，完成抽签彩排，组织现场抽签仪式，并安排公证处公证，按照公证处要求完成抽签公证工作；

⑨手机短信相关提示：负责提供报名、领物、比赛、天气、成绩等赛事全流程信息提示服务；

⑩组织竞赛报名、抽签和物料领取工作，并将竞赛报名时间、抽签时间和物料领

取时间以及规模控制纳入赛事策划方案报采购人同意后实施；

⑪赛事报名系统平台，包括官方网站、官方微博、微信平台的维护、更新，后期具体运营管理、全国赛事报名的渠道、赛事推广及宣传等工作；

⑫负责参赛报名选手资格审查，完赛成绩证书打印、参赛照片的上传均在平台上进行；

⑬报名费（单位：人民币）：

马拉松：150 元/人；

半程马拉松：120 元/人；

健康跑：80 元/人；

亲子/欢乐跑：50 元/人；（家庭亲子套餐 120 元/3 人、情侣套餐 80 元/2 人）

⑭报名费用由中标人收取，归属中标人，并有中标人合理安排补充赛事费用；

⑮赛事报名结束后，中标人必须与世界田联、国家体育总局反兴奋剂中心和中国田径协会所公布的禁赛名单进行核验。

⑯中标人应对赛事的规程、须知、手册、报名表等内容，做好《中华人民共和国民法典》关于“自甘风险”条款的解释及安全风险提示工作。

### （15）赛事奖金

本次赛事总奖金额为人民币贰拾伍万元整（¥250000.00 元），由中标人承担赛事奖金支出（个人所得税由获奖者自理）

供应商中标后须提供详细奖金分配方案，获得组委会认同后才可以实施。

### （16）保障赛事物资

包含但不限于参赛选手号码布 $\geq 15000$ 张（需提供四种颜色的号码布用于区分全程马拉松、半程马拉松、健康跑及亲子欢乐跑参赛选手，材质为杜邦纤维纸，规格为大 24 厘米 $\times$ 20 厘米、小 12 厘米 $\times$ 6 厘米）、完赛纪念奖牌 $\geq 15000$ 个（需提供奖牌设计方案及奖牌图片）、参赛包（需加印赛事名称及 logo） $\geq 15000$ 个、完赛包（需加印赛事名称及 logo） $\geq 15000$ 个（参赛包及完赛包的具体物品清单详见后附物资清单）、参赛服及完赛服各（需舒适、轻盈、结实、透气、速干，并加印赛事名称及 logo） $\geq 15000$ 件、完赛浴巾（需加印赛事名称及 logo） $\geq 15000$ 条、完赛食品 $\geq 15000$ 份等其他必备的选手参赛和完赛物资；

#### (17) 兴奋剂检测

负责与国家体育总局反兴奋剂中心沟通兴奋剂检测相关事项,承担兴奋剂检测费用、兴奋剂检测官员差旅和食宿费用。

(18) 赛后按照世界田联和中国田协的要求,在规定时间内及时报送相关数据或材料;根据比赛时间节点明确倒计时实施进度计划及配备相应的工作人员。

#### 4、媒体宣传推广

制定宣传推广专项方案,整合宣传资源,运用多种手段,构建形式多样、全方位、多角度的宣传格局,为赛事的顺利举办营造良好舆论环境,做好招展招商和市场推介服务,提高此次比赛的知名度与影响力。

(1) 做好赛事官网、官微、公微的开发与维护,确保系统安全可靠高效运行;

(2) 宣传周期:根据赛事进度分阶段执行,包括但不限于赛事报名启动、赛前一个月、赛前一星期、赛前三天、赛前一天、比赛当天、赛后一天、赛后一周、赛后一个月等重点时段;

(3) 充分利用官网、官微、公微在报名前、赛前、赛中、赛后不同阶段发布赛事最新信息,赛事记录,并围绕跑者关心的问题策划编辑全系列图文,科学准确有效地推送。

(4) 平台维护:负责及时做好“天马”相关网站、公众号、小程序、抖音、微博等官方平台信息更新与维护,其中官网内容需提供中英文双语页面;

(5) 宣传媒介:

①与国、省、市级主流媒体及网络自媒体开展赛事宣传推广、赛事直播、舆情处置等宣传服务工作;全媒体宣传曝光量达到 1000 万人次

②国、省级主流媒体不少于 30 家(包括但不限于人民网、新华网、中央电视台、中国体育报、新华日报、江苏广播电视台等)参与报道(非转载);其央视新闻媒体宣传报道不少于 1 次(每次时长 $\geq$ 60 秒);

③网络自媒体头部用户不少于 50 个,包括但不限于微信、微博、抖音、今日头条、快手、小红书、哔哩哔哩、网易、百度、搜狐等网络平台,邀请来溧参赛或现场报道的不少于 30 个;

④与溧阳市融媒体合作,包括但不限于纸媒、电视、电台、城市户外大屏、公交

广告、公众号等平台。

#### (4) 赛事直播

①信号制作：引进专业直播团队进行航拍，制作高清直播信号，供多平台同步直播、转播；

②平台直播：国家级直播平台不少于4个，省级直播平台不少于4个，市级直播平台不少于4个，包括但不限于常州电视台等，在微信、微博、抖音、快手等平台网络直播，需达到100多个网络端口，面向不少于100个城市直播；

③对接网络直播，制定充分体现天目湖特色的网络直播方案并实施，保障网络直播需要的交通、食宿、费用等。

#### (6) 产品输出

①宣传图文及视频：各宣传媒介参与赛事及城市宣传推广，发布内容需经组委会审定，各宣传时段图文宣传不少于60条、短视频宣传不少于30条；

②主题宣传片制作：“天马”公益宣传片不少于2部，其他包括但不限于报名时、赛前1个月、1周、3天、1天、比赛当天发布花絮，制作赛事总结片；

(7)官网、官微、公微推送的图文信息须经采购人和组委会新闻宣传部同意后负责组织实施。

(8)建立舆情应对机制，在宣传主管部门的指导下，做好赛事舆情的应对处置工作。

(9)负责邀请专业领域专家、关键意见客户等对赛事进行网络自媒体宣传，负责其交通、食宿、劳务等费用。

注：供应商须按照上述需求（可高不可低于上述需求）制定宣传推广方案，并明确不同渠道推广计划。

### 5、赛事安全保障

(1)协助公安部门制定赛事安保工作方案、应急处置工作方案和交通管制工作方案；

①起点安保：交通保障、集结流线管控、现场管控；

②终点安保：交通保障、现场管控、疏散流线管控；

- ③赛道安保：赛道管控、交通保障、赛道巡查、赛道周围城管巡逻；
- ④直播点安保：直播点管控、转播车、直播机位安全；
- ⑤无人机反制：比赛现场配备无人机反制系统；
- ⑥其他安保：反恐防爆、住地保卫、协调保障、机动应急；
- ⑦根据主管部门及组委会要求，赛事当天总体安保力量配备不少于 2500 人。

(2) 负责竞赛路线的隔离，安检门以及铁马、锥形筒、隔离带、隔离指示牌等相关隔离设施、设备的购置或租赁所有费用，其中：安检门（租赁）不少于 10 套，铁马（租赁）不少于 12000 片；

注：2023 年赛事留有以下物品可用（中标人须根据实际数量增补）：锥筒（70CM）300 个、停车指示标志（80\*120CM）带落到式打开支架 60 个、违停标志（80\*120CM）带落到式打开支架 40 个、禁止驶入标志（80\*120CM）带落到式打开支架 60 个、分流标志（90\*150CM）带落到式打开支架 30 个、分流标志（120\*160CM）带落到式打开支架 10 个，如须增补，投标人应在报价清单中列明所需物资的单价，结算时按实结算；

(3) 负责做好重大决策、社会稳定风险评估工作，社会风险评估费用由中标人承担；

(4) 赛事当天安保人员劳务费≤360 元/人（包含安保人员的车辆、用餐、劳务）；承担外地抽调特警人员的餐饮、交通等费用（参照 2023 年赛事 110 人进行分项报价），投标人需在报价清单中列明安保人员劳务费的单价（元/天），结算时按实结算；

## 6、赛事医疗保障

(1) 制定赛事医疗保障及救援工作方案

①医疗点：根据赛事要求规划设立医疗救护点（每 2.5 公里 1 个）；每个医疗点配备医疗人员和医疗设施；明确医疗点的位置和其提供的医疗服务（急救、健康护理、救护车服务、电话联络等）；

②救护车：≥25 辆；

③医院绿色通道：定点医院开通；

④AED 跑者：配备电动自行车、对讲机，每个分区由专人负责，AED 数量不少于

100 部；

⑤赛事当天配备 $\geq 400$ 人的具有专业人员的医疗救援队，其中医疗专业人员占比约 40%（约 100 名医生、100 名护士）；具有医师执业证、其他急救证书（美国心脏协会 AHA-CPR AED 急救证书、红十字救护证、急救中心初级救护员证）或经过专业培训并取得相关证书的医疗志愿者占比约 70%；配备专业医疗救护设备进行医疗救护；

（2）设置赛前训练指导、运动前防护、运动损伤救治、急救知识普及等活动；负责承担医疗救援队在赛事期间的差旅费、劳务费和食宿接待；

（3）承担医疗救援队所需救援包、药品等设备设施购置费用（投标时须详细列明品种、数量及单价）。

## 7、赛事志愿服务

制定赛事志愿服务专项方案

①招募要求：赛事需要志愿者总人数 $\geq 2500$ 名，包括语言类志愿者约 10 人，后勤接待志愿者约 50 人，医疗保障与赛后恢复志愿者约 500 人，辅助裁判约 1600 人，其他志愿者约 800 人；

②根据裁判组的要求做好志愿者的培训、实战演练、岗位分配和比赛期间的集结投放；

③负责落实志愿者保险、服装、铭牌、工作餐、交通、证书等必要保障；

④为每名志愿者提供 1 件上衣、1 顶帽子和人身意外险，同时支付医学专业志愿者 $\geq 200$ 元/天、其他赛事志愿者 $\geq 150$ 元/天；

⑤负责编写制作志愿者手册；

⑥组织优秀志愿者团建活动；赛后开展志愿者评优并制作发放证书；

注：供应商须按照上述需求（不低于上述需求）制定志愿者服务方案，并要求方案中要根据比赛时间节点明确倒计时实施进度计划，以及相应的工作人员配备情况。负责承担志愿者的保险购买、证书制作、餐饮保障、车辆摆渡等全部费用。

## 8、赛事后勤保障、交通接驳

（1）**赛事后勤保障**：制定接待、食宿、交通、物资运输等后勤保障专项方案，承担嘉宾接待工作及其费用；

①酒店接待：负责嘉宾、裁判员、特邀运动员、特邀媒体等人员住宿，接待酒店不低于3星级标准；

②餐饮接待：负责嘉宾、裁判员、特邀运动员、特邀媒体等人员在溧阳期间用餐；

③工作人员及志愿者工作餐：根据比赛当天的志愿者、技术官员、裁判员、工作人员等岗位总人数，配备早餐及午餐餐包，1份/餐/人，每顿餐标必须包括真空包装面包2个（克重 $\geq$ 120g）、纯牛奶1瓶（盒装、规格 $\geq$ 250ml）、火腿肠1根（克重 $\geq$ 50g）、巧克力1条（克重 $\geq$ 20g）等必备后勤保障物资（需在投标时提供赛道物品清单、参赛选手餐包清单、工作人员餐包清单，拒绝三无产品）；

④车辆保障：根据组委会要求制定专项方案并执行，包括但不限于观摩车、接送站车、起终点转场车、接驳车、运输车、收容车等，其中厢式货车15辆（长度 $\geq$ 4.2米），裁判员接送、运动员收容大客车15辆（座位 $\geq$ 45座），运动员专用接驳车 $\geq$ 80辆，商务车（座位 $\geq$ 7座）或小轿车 $\geq$ 15辆；

(2) 交通接驳：负责制定参赛选手领物、参赛和赛后摆渡方案并提供摆渡车辆；车辆产生的所有费用由中标供应商承担。

(3) 赛事资料汇总：搜集整理赛事图文资料、影像资料（包括纸质档和电子档）交组委会归档备案；

## 9、跑者服务

(1) 展陈布置：参赛包领取处同时提供赞助商展示及产品现场体验，增加多元化的相关服务，如打卡墙、摄影摄像、参赛服印字等，提升跑者赛前体验；

(2) 个性化服务：起点、终点和赛道沿线提供个人摄影摄像服务，所有参赛选手可查询下载个人专属比赛照片和视频；

(3) 完赛服：免费制作发放完赛服；

(4) 个性化设置：根据赛事情况设计选手PB服（或装备、纪念品）、比赛装备等赛事周边产品；

(5) 赛事周边：设计开发不少于10种“天马”赛事周边产品；

(6) 赛后服务：赛后提供多种形式的打卡、成绩拍照、参赛纪念、奖牌刻字等



服务，渲染仪式感、提升跑者赛后体验；

(7) 完赛包：为各项目完赛选手发放完赛包，提供包括但不限于完赛奖牌、赛事纪念品、完赛食品（含饮用水、功能饮料、水果、面包、溧阳特色美食等）、毛巾等。

## 10、配套活动与氛围营造要求

### (1) 配套活动

- ①计划组织官方训练营，策划相关方案并承担组织费用；
- ②组织线上志愿者啦啦队选拔赛等线上活动，提升赛事宣传效果；
- ③组织“天马”嘉年华活动：根据赛事市场开发情况，制定“天马”嘉年华策划方案，嘉年华搭建区域不小于5000平方米，负责比赛赞助商及溧阳特色文体展示搭建工作及展区展会服务；
- ④组织邀请特邀跑者，为特邀跑者提供免费直通报名服务；
- ⑤组织精英选手见面会：参赛包领取最后1天（赛前1天）组织精英选手见面会；
- ⑥安排1名具有马拉松赛事解说经历的嘉宾现场解说赛事；
- ⑦安排1名具有主持世界田联金标牌或中国田协金牌马拉松赛事经历的中英双语主持人，现场主持活动当日赛前热身、起跑仪式、颁奖仪式等环节；
- ⑧形象大使：选拔1名在体育领域具有较大影响力、曾经获得世界冠军荣誉、形象积极健康阳光的运动员（现役优先）担任溧阳马拉松形象大使，并保障其能根据赛事需要出席相关重要仪式活动、配合进行赛事现场解说；
- ⑨组织创新活动：协助组委会举办城市招商推介会等创新活动；
- ⑩组织文体展演：比赛当天赛道沿途组织多种形式的文体展演，放大城市宣传效应，提升跑者参赛体验；
- ⑪协助组委会召开赛事协调会、赛事复盘会等相关活动。

### (2) 氛围营造

- ①设置大型楼宇（不少于5处）、星级宾馆（不少于10处）、户外大屏（不少于5处）、客运枢纽（南京南站、溧阳高铁站、溧阳汽车总站）广告位；

②设置“天马”起终点及市区重点公交站台（不少于5个）广告位；

③设置“天马”主题巴士；

④制定赛事起点的氛围营造方案

⑤制定赛事终点的氛围营造方案

⑥制定赛事沿线的氛围营造方案

## 11、赛事市场招商及商务开发

(1) 制作赛事市场招商方案；

(2) 设计赛事商务体系，根据商务体系，对应制作不同层级赛事赞助商招商与权益回报方案；

(3) 组织专业招商团队负责招商，确保足够的赛事经费；

(4) 所有赞助单位需经采购单位和赛事组委会审核确认，赞助费用、物资及权益归中标单位赛事运营使用；

(5) 赞助、招商及冠单位名称须具有一定影响力的品牌；

(6) 确保赛事有冠名商，对于赛事市场招商、赞助商等级、市场开发以及招商权益分配等内容须合理安排；

赛事相关市场开发方案报组委会审定，市场开发过程中不可更换尚在“天马”赛事合同、协议期内的赞助商，并遵守原赞助合同、协议中所涉及的排他条款约定；

(7) 赛事相关市场开发方案报组委会审定，市场开发过程中不可更换尚在“天马”赛事合同、协议期内的赞助商，并遵守原赞助合同、协议中所涉及的排他条款约定；

(8) 赛事的商业开发不得违背体育精神和道德风尚；

(9) 须明确赛事赞助商享有的权益与承担的责任，任何赞助商不得直接或间接干预比赛与竞赛组织工作；中标人须对赞助商渠道名额严格规范管理，按照竞赛规程审核参赛人员资格、管控名额用途、严格报名流程，禁止转售和倒卖名额；

(10) 赛事广告应符合《广告法》相关要求，规范展示形式，广告内容应积极健康，充分展示体育运动精神与马拉松文化内涵，避免内容低俗化、庸俗化；

(11) 赛事禁止接受烟草品牌赞助，任何酒类产品不能作为赛事冠名赞助商，且

比赛过程中不得提供 20 度以上的酒类产品。

## 12、赛事应急预案及紧急支援方案

供应商须针对竞赛和器材保障、志愿者招募管理、媒体宣传推广、后勤保障、交通接驳、赛道和场地布置、医疗救援、赛事安保、舆情等工作可能遇到的突发性情况制定应急预案。

## 13、展示溧阳城市特色的方案和措施

## 14、各类资料印制

①负责各类证件和印刷资料，包括但不限于：足够数量中英文的秩序册、赛事工作手册、参赛指南、嘉宾证、志愿者证、车辆通行证、安保人员证、媒体记者证、工作人员证等；

②提供获奖运动员的奖杯、奖牌、证书、鲜花等。

## 15、意外保险及赛事责任保险

①为所有参赛选手、赛事技术代表、技术官员、裁判员、工作人员投保人身意外险（含突发性死亡保险赔付金额不低于人民币 150 万元）；

②为赛事购买赛事公众责任险（公众责任险最低赔付金额不低于人民币 1000 万元）。

## 16、执行人员（赛事组织机构）配备

（1）供应商应结合本项目服务要求配备执行人员，包括但不限于赛事总监、运营团队、赛道和现场布置团队、安保团队、后勤保障团队及医疗救护团队、媒体宣传推广及舆情处理团队、赛事市场招商团队、配套活动与氛围营造的策划团队、应急管理团队、转播组、重大仪式部、竞赛部、志愿者管理部门、安保清洁部等职能机构。

（2）为确保赛事项目顺利实施，供应商拟投入本项目团队成员应不少于 15 人，其中应配备以下人员：

①参与过中国田协举办的路跑竞赛组织培训并取得相应合格证书的人员 4 名；

②参与过中国田协举办的路跑赛事媒体传播或舆情管理专题培训并取得相应合格证书的人员 3 名；

③参与中国田协举办的路跑赛事医疗体系构建与急救管理专题培训并取得相应

合格证书人员 3 名。

17、提供开赛仪式和颁奖仪式方案

18、承担赛事核定执行内容的一切费用

19、赛事主办方要求的其他工作

## 第五条 权利和义务

### 1. 甲方权利与义务

1.1、甲方有权要求乙方全面、高效、优质的履行合同规定的要求（包括招标文件的要求及履约过程中甲方交待的事项）以及乙方承诺的义务（包括投标文件的承诺）。乙方未能如期达到本合同要求，甲方有权解除本合同，除没收履约保证金外，乙方应赔偿甲方相应的损失。

1.2、甲方有权对乙方的合同履约和实施情况、质量、效果进行全面的技术指导、检查、管理和监督，对发现的问题及时向乙方提出书面或口头改进意见，并限期予以整改。

1.3、甲方有权对乙方不履行合同义务及其投标承诺的行为进行合同款项扣罚及经济处罚。

1.4、甲方应按时向乙方支付合同款项，如出现有合同款项扣罚或经济处罚的情况，将在扣罚相关金额后进行余额的支付。

1.5、甲方需积极协助配合乙方开展相关工作，协助乙方解决问题、使之顺利开展相关工作。

1.6、甲方可要求乙方调整不合格项目组成员及员工，并在要求的时间内及时调整到位。

### 2. 乙方权利和义务

2.1、乙方有权根据本合同约定获得合同款项、赛事商业运作和市场开发收益、赛事报名费。

2.2、乙方应全面、高效、优质的履行合同约定各项要求（包括招标文件的要求及履约过程中甲方交待的事项）以及己方承诺的义务（包括投标文件的承诺）。

2.3、乙方应按甲方和赛事组委会的要求开展工作，如在合同履约过程中出现计划或方案变更情况时，应及时向甲方提出，并在征得甲方的同意后方可实施。

2.4、乙方应按照赛事组委会办公室要求设立响应的项目组，每个项目组应的相对独立的，应合理确定各项目组的工作人员，全程参与组委会各工作机构的工作，积极配合赛事保障工作有关职能部门，做好赛事的各项筹备和保障工作，确保赛事安全、成功举办。

2.5、乙方应接受甲方的管理、监督、检查及指导，在项目实施过程中出现问题应及时的纠正并向甲方进行通报。

2.6、乙方应维护赛事组委会及甲方的声誉和利益，服从甲方的统一安排。

2.7、甲方不承担乙方在合同履行过程中因其责任引起的一切事故、法律纠纷和经济责任，乙方须自行负责并处理合同履行过程中与第三方发生的所有事故、法律纠纷及一切费用。

2.8、乙方应严格遵守国家有关法律、法规，若有违反，由此造成的一切后果由乙方承担。乙方如因上述原因使合同性质发生改变，甲方不负赔偿责任。

2.9、乙方在制作、运输及安装施工过程中，应严格按照国家有关操作规程和施工规范进行作业。任何由乙方原因造成的事故及赔偿均由乙方负责承担。

2.10、乙方应做好赛事的各类文书资料的收集整理工作，赛事结束后统一移交给甲方立卷、归档。

2.11、本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

## 第六条 履约保证金

1、乙方于合同签订后7日内缴纳人民币伍拾万元至以下账户，作为本合同的履约保证金。

单位名称：溧阳市财政局；

账号：1105026329000048339；

开户行：工行江苏常州分行溧阳西门支行。

2、履约保证金退还方式：原账户退还。

3、履约保证金退还时间：最终验收合格后15日内。

4、履约保证金退还条件：最终验收合格后。

## 第七条 违约责任

1. 除因不可抗力，如自然灾害，重大灾难或政府法令的原因以外，双方不得违背合同，如有一方违约，另一方可要求赔偿损失。

2. 甲乙双方需按本合同的各项条款履行义务或提供服务,若其中一方违反本合同约定的内容,应对相关事宜负责,对违约所造成的后果负责,并负相关法律责任,且承担由此而造成的经济损失。

3. 如果甲、乙双方任意一方不能够遵守和执行本合同条款,守约方保留终止合同的权利,违约方还应赔偿给守约方因为不能执行合同而带来的损失。因乙方违约造成甲方损失的,甲方从乙方交纳的履约保证金中扣除,履约保证金不足以弥补损失的,甲方有权向乙方追加赔偿。

4. 如乙方在履约期间未能保质保量完成合同约定义务,除承担相关责任外,甲方有权取消乙方后续3年赛事运营投标资格

## **第八条 特别约定**

1、2025年06月30日前,“2024天目湖马拉松”赛事如果获评“中国田径协会路跑赛事典型案例”,甲方将额外奖励乙方人民币贰拾万元。

2、赛事报名人数不足15000人,每少一个人扣除乙方300元。如甲方需增加赛事规模,增加规模在1000人以内,乙方不额外增加补贴。如增加人数超过1000人,每增加一个人额外给予乙方200元补贴。

## **第九条 不可抗力**

1. 不可抗力事件发生后,应立即通知对方,并寄送有关权威机构出具的证明。
2. 在合同有效期间发生不可抗力,导致合同不能或不能全部履行,双方互不承担因不可抗力造成合同不能正常履行的责任,但不影响任何一方对不可抗力先前发生的违约行为合法追偿。
3. 遇国家政策性调整,影响合同履行,双方协商解决。

## **第十条 合同终止**

如果一方严重违反合同,并在收到对方违约通知书后在30天内仍未能改正违约的,另一方可立即终止本合同。

## **第十一条 争议的解决**

因执行本合同所发生的或者与本合同有关的一切争议将由合同双方通过友好协商解决。如果不能协商一致,合同任何一方有权将争议诉讼至甲方所在地人民法院。

## **第十二条 适用法律**

本合同的执行和争议的解决应适用中华人民共和国的法律并按中华人民共和国的法律进行解释。

### 第十三条 本合同组成部分及解释顺序

1. 本合同
2. 中标通知书
3. 投标文件及附件
4. 招标文件、书面答疑及其它补充、更正文件
5. 标准、规范、图纸及有关技术文件
6. 其他

双方有关的洽商、变更等书面协议或文件均为合同的组成部分。

### 第十四条 合同生效

1. 本合同自买卖双方签字盖章后生效。
2. 本合同一式四份，甲方二份，乙方一份，招标代理机构一份，具有同等法律效力。
3. 合同执行期内，买卖双方均不得随意变更或解除合同。合同如有未尽事宜，须经双方共同协商，做出补充规定，补充规定与本合同具有同等效力，也可按照《中华人民共和国民法典》的规定执行

甲方（公章）：

地址：

法定代表人：

委托代理人：

电话：

2024年 8 月12日



乙方（公章）：

地址：

法定代表人：

委托代理人：

电话：

2024年 8 月12日

