

2025 年泗洪马拉松赛事运营服务项目
项目编号：JSZC-321324-JHZY-C2025-0031 号

政府采购合同

采购单位（全称）：泗洪县教育局

成交供应商（全称）：南京魔盒信息科技有限公司

2025 年泗洪马拉松赛事运营服务项目

政府采购合同

采购单位（全称）：泗洪县教育局（简称甲方）

成交单位（全称）：南京魔盒信息科技有限公司（简称乙方）

依照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》等相关法律规定，遵循平等、自愿、公平和诚信的原则，双方就 2025 年泗洪马拉松赛事运营服务项目 相关事项协商一致，达成如下合同条款：

一、乙方向甲方提供总价值为贰佰捌拾伍万元整 (¥: 2850000.00) 的标的(服务)。

序号	服务费用简述	单价（元）	数量	合价（元）	备注
1	总体策划及赛事设计	50000.00	1 项	50000.00	
2	竞赛组织	2100000.00	1 项	2100000.00	
3	跑者服务	300000.00	1 项	300000.00	
4	项目实施方案及要求	400000.00	1 项	400000.00	
总计	大写：贰佰捌拾伍万元整（¥：2850000.00）				

二、服务期限、服务地点

（一）服务期限：自合同签署生效之日起至乙方提供所有服务工作结束时止。

（二）服务地点：甲方指定地点。

三、项目内容

本次采购的赛事运营服务包括但不限于：2025 年泗洪马拉松的赛事策划、竞赛组织、品牌定位与推广、市场开发、竞赛组织和器材保障、媒体宣传推广、新闻发布会、赛事网络直播、赛道和场地布置、赛事奖金、志愿者招募管理、后勤接待保障、各类资料印制、赛事保险、医疗救援等，以及其实施过程中所产生的全部费用(不包括安保、医疗救护包含救护车和常规急救药品、电力、网络、环卫、官媒宣传、场地等所涉及的人员的工作保障、餐饮、住宿、设备、药品、补贴等)，具体要求如下：

（一）总体策划及赛事设计

充分展现泗洪的自然风光和文化底蕴，紧密贴合“湿地之都，水韵泗洪”的赛

事主题，力争将泗洪马拉松赛事打造成为省内领先的全程马拉松品牌，总体策划包括但不限于：

1.主题口号与形象设计：制定富有感染力的赛事主题口号，设计包含主视觉图案、完赛纪念牌等在内的赛事形象设计。

2.文化与自然融合：将“湿地之都，水韵泗洪”和“绿水青山”的城市特色融入赛事的各个环节，从赛道规划到宣传材料，都能感受到泗洪的独特魅力。

3.品牌一致性：确保所有赛事相关的视觉元素和宣传材料在风格和色彩上保持一致性，强化品牌识别度。

4.跑者体验优先：在赛事策划和执行过程中，始终以提升跑者体验为核心，确保赛事的每一个细节都能满足跑者的需求和期待。

5.持续品牌推广：通过与媒体的合作、社交媒体的运用以及公关活动的策划，不断扩大泗洪马拉松的品牌影响力。

6.特色赛事公告：特色浓郁的赛事竞赛规程、线路说明、报名须知等通告、通知。

（二）竞赛组织

1.赛事认证

严格依据《中国境内马拉松赛事组织标准》，按中国田径协会 A 类赛事标准进行运营管理：

（1）中国田径协会赛事认证：负责赛事在中国田径协会的注册、管理工作，并承担相应费用，承担省田协的技术服务工作。

（2）特邀运动员：国内健将级选手 20 名以上。

（3）兴奋剂检测：负责与中国反兴奋剂中心签订兴奋剂检测协议，并按照中国田协以要求做好兴奋剂检测和检查官保障工作。

（4）中国田协赛事认证：负责中国田协路跑赛事认证申请系统相关申报事项，办理中国田协 A 类赛事技术认证，并承担全额认证费用。

（5）赛后按照中国田协的要求，在规定时间内及时报送相关数据或材料。

2.风险评估及赛事陈述

（1）风险评估：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。

3.赛事报名费用及奖金

(1) 赛事报名费用（单位：人民币）：选手报名费用由供应商统一收取并用于本次赛事活动运营。

全程马拉松项目：150 元/人。

半程马拉松项目：100 元/人。

(2) 赛事奖金：根据中国田径协会制定的赛事奖金相关规定制定奖金发放的详细方案，赛事全部奖金由乙方承担，赛事奖金总额不低于人民币 15 万元，具体奖励名次和金额由赛事规程设定，非中国籍运动员获奖按比赛当日汇率发放等值的人民币。

4.路线规划及起终点设置

(1) 路线规划：路线符合中国田协 A 类赛事要求，乙方协调国际田协认证的丈量员完成赛道丈量工作，绘制赛事卫星、行政区域线路图、线路海拔图。

(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。

(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七条终点布置）。

5.赛道保障及搭建

根据赛道保障及搭建需要制定专项方案，包括但不限于：

(1) 能量补给：提供饮用水、功能饮料、一次性杯子、运动员补给食品（面包、香蕉等）。

(2) 降温设施：赛道设置防高温设施及物资，包括但不限于喷淋棚，海绵块，冰块等。

(3) 医疗点：根据赛事要求设立医疗救护点（至少每 2.5 公里 1 个），配备医疗急救点的急救包和体外除颤设备（AED）。

(4) 流动医疗：根据赛事要求设立流动救护自行车（每 2 公里 1 个），并配备专业救护人员及急救包（含药品）、体外除颤设备（AED）。

(5) 交通工具：提供比赛物资运输、寄存赛事包等需求的厢式货车，志愿者和裁判员接送、运动员摆渡、运动员收容等需求的大巴，嘉宾接送等需求的商务车或小轿车等。

(6) 卫生保洁：提供移动公厕以及环保跑者等。

6. 起点布置

制定起点布置专项方案，报组委会审定后执行。

(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（需便于及时拆/撤除）。

(4) 起点医疗点：需覆盖整个起跑区域（如起跑区域太长难以覆盖服务，可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：需设置专门区域，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：1.5 米高度 2 个，1 米高度 1 个。

(12) VIP 室：配直播电视机、茶歇点心、地毯。

(13) 嘉宾室：配直播电视机、茶歇点心、地毯。

(14) 观摩区：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 62: 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)。

7. 终点布置

(1) 终点门: 根据终点实际情况分别搭建全程马拉松项目、半程马拉松项目、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。

(3) VIP 室: 配直播电视机、茶歇点心、地毯。

(4) 嘉宾室: 配直播电视机、茶歇点心、地毯。

(5) 嘉宾观摩区: 设置观摩区。

(6) 新闻发布厅: 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 6 个通道需求搭建。

(14) 奖牌和完赛包领取区: 按照不少于 6 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 500 个。

(16) 冰敷区: 全程马拉松项目、半程马拉松项目分别设置不少于 100 平方米区域, 配备座椅。

(17) 拉伸区: 全程马拉松、半程马拉松项目分别设置 2 个区域, 各不少于 120 平方米, 共设 2 个拉伸区, 配备瑜伽垫; (各配备示范员不少于 12 人, 男女各少低于 6 人)。

(18) 特色服务区：根据市场开发情况和组委会要求，搭建“品味大闸蟹”、“品双沟美酒”及沐足等休闲服务区域。

(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：按比例设置。

(22) 直播间：5 米×5 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。

注：所有临建要求抗风 7 级，铺设地毯。

8.赛前装备领取

策划参赛包领取流线设计，制定场地搭建方案。

(1) 参赛手册：负责设计制作参赛指南（电子）、秩序册（电子）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 2 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 1000：1。

(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。

9.裁判员

(1) 赛事总管：国家级田径裁判，且有至少 2 年执裁路跑赛事经验，其他各主要岗位（发令、检录、起终点、检查、计时、饮水饮料、赛后、竞赛秘书、

仲裁)必须为国家级田径裁判,以上岗位必须由省级田径协会或省级路跑赛事监管单位选派。

(2) 国派裁判: 5 人。

(3) 省派裁判: 6 人。

(4) 县派裁判: 80 人。

(5) 负责编写制作技术官员手册。

(6) 对讲机: 200 台(须为 4G 新式标准,满足赛事相关参数)。

(7) 负责裁判所需的电脑、打印机和相应耗材。

(8) 负责裁判员劳务费和国省裁判差旅费。

(9) 裁判员评优: 赛后开展裁判员评优并制作发放证书。

10.其他

(1) 策划赛事 logo、主视觉、赛事线路特征描述、马拉松博览会、完赛奖牌、号码布、赛道指示牌、成绩证书、志愿者证书、工作人员证、车辆通行证、媒体记者证等物料。

(2) 制订赛道和场地布置方案,各类平面布置图、效果图,以及各类物品的数量和总体施工计划安排。

(3) 提供参赛选手、赛事技术代表、技术官员、裁判员、工作人员、赛事志愿者投保人身意外险(其中含参赛选手意外死亡保险)。

(4) 按照赛事规模提供参赛选手号码布、完赛奖牌、存放衣物袋、参赛服装、完赛毛巾、完赛包等其他必备的选手参赛、完赛物资。

(5) 负责提供符合比赛要求的感应器计时系统和芯片。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。

(6) 负责招募官方领跑员、配速员,并提供官方配速员的相关装备、食宿。

(三) 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.负责运动员报名、审核、通知、答疑。

3.负责运动员安检、签到、审核、免责声明签署、号码布与芯片发放、参赛

包发放。

- 4.负责比赛起点运动员饮水、引导等服务。
- 5.负责比赛终点运动员物资发放、引导获奖运动员参加颁奖仪式。
- 6.负责运动员住宿推荐服务。
- 7.负责向运动员提供旅游产品和旅游推介服务。
- 8.负责向选手提供赛事照片拍摄及下载(含摄影摩托)。
- 9.负责运动员完赛包、奖牌、完赛证书（电子）等完赛物资的设计与采购。

（四）项目实施方案及要求

1.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）赛事报名及抽签：

制定专项方案，内容至少包括：

- 做好赛事报名系统开发与维护，做好报名人员的注册登记，做好运动员安全协议、参赛声明等文字材料的起草和签订。

- 报名须知：编写报名须知，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。

- 网络报名：按照组委会报名时间要求，在不同时间段做好泗洪马拉松官网、微信小程序、微信公众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。

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

- 参赛选手资格审查：按照组委会要求，参赛选手资格审查工作。

- 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）。

- 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。

- 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。

• 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。

• 赛事报名系统平台开发和运营维护：负责官方网站、官方微博、微信平台的搭建，以及赛事的报名、完赛全流程服务，并承担相应费用。

(3) 计时设备：号码布芯片数量需满足全程马拉松、半程马拉松参赛人数，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，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 28 名、全程马拉松项目 14 人，半程马拉松项目 14 人。

(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：对泗洪马拉松赛事的专业度、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。

2.组织机构

(1) 乙方应结合赛事规模配备转播组、重大仪式部、竞赛部、宣传部、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，乙方拟投入本项目团队成员应不少于 30 人，其中应配备以下人员：

• 参与过中国田协举办的马拉松竞赛组织培训并取得相应合格证书的人员 3 名。

• 参与过中国田协举办的马拉松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 2 名。

• 参与过中国田协举办的马拉松医疗培训并取得相应合格证书的人员 3 名。

3.安全保障

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，包括但不限于：

- (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。

4.医疗保障

制定赛事医疗救援工作方案，详细列出比赛中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）。

- (1) 医疗救护点：至少每 2.5 公里 1 个，配备急救包和体外除颤设备（AED）。
- (2) 救护车：至少 25 辆。
- (3) 医院绿色通道：定点医院开通。
- (4) AED：每 2 公里 1 个，配备专业救护人员及急救包（含药品）、体外除颤设备（AED）和对讲机，每个分区由专人负责。
- (5) 负责配备 ≥ 80 人的具有医师执业证、其他急救证书（美国心脏协会AHA—CPR AED 急救证书或红十字救护员证或医疗救护一级社会体育指导员证等同等级别的急救证书）的医疗救援队，配备不少于 80 台 AED 专业医疗救护设备进行医疗救护。
- (6) 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。
- (7) 负责引进合作良好且赛事医疗急救经验丰富的知名医疗组织，全面系统组建赛事医疗团队，开展专业赛事医疗急救培训及应急突发情况处理培训。

5.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，包括但不限于：

- (1) 落实赛事解说嘉宾、现场主持人以及礼仪服务人员。承担特邀嘉宾接

待工作、开幕式服装等及其费用。

(2)为赛事设置的人数规模提供质量必须符合国家相关行业标准的饮用水、功能饮料；提供足够数量的纸杯、吸水海绵，为赛事能量补给站提供数量足够的能量胶、水果、面包等各类补给食品；提供比赛前一天和当天的志愿者、裁判员、工作人员午餐和必备的后勤保障物资。

(3) 提供赛事所需车辆，包括但不限于厢式货车 ≥ 20 辆，志愿者和裁判员接送摆渡 ≥ 20 辆，商务车或小轿车、媒体车辆、摩托车等 ≥ 20 辆。

(4) 设置移动卫生间 ≥ 200 个。

(5) 赛道设置防高温设施及物资，包括但不限于喷淋设施、海绵块，冰块等。

(6) 赛事相关的保险及赔偿、补偿由成交供应商负责，并承担所有费用。成交供应商负责参赛选手、裁判员、志愿者、工作人员等相关赛事人员的赛事保险以及马拉松赛事、马拉松博览会期间的公众责任险的购买，选手人身意外险、猝死险、中暑身故险。

(7) 提供比赛所需的录像设备。

(8) 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。

6.赛事志愿服务

制定赛事志愿服务专项方案

(1) 招募要求：招募赛事志愿者 1200 人左右，其中具有医师执业证、其他急救证书（美国心脏协会 AHA—CPR AED 急救证书、红十字救护员证、急救中心初级救护员证）或经过专业培训的医学专业志愿者 400 名左右。

(2) 负责组织培训、岗位分配、实战演练和比赛期间的集结投放。

(3) 负责落实志愿者保险、服装、证件、工作餐、交通等必要保障。

(4) 负责编写制作志愿者手册。

(5) 提供志愿者纪念品、志愿服 1 套、1 顶帽子、手册、证书、餐饮和人身意外险。

7.视觉设计

(1) 深度挖掘泗洪文化历史特色，结合城市风光与赛事策划亮点设计视觉

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。

（2）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，并承担相应费用。

8.市场招商

做好赛事商业运作和市场开发，扩大赛事品牌知名度。但在确定赛事冠名赞助商前须征得甲方及组委会同意。

（1）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。

（2）招商赞助费用归属成交供应商，由成交供应商合理安排补充赛事费用。

9.宣传推广

制定赛事宣传推广方案，包括但不限于：

（1）宣传周期。

（2）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。

（3）宣传媒介：

- 不低于国家级 5 家、省级 6 家、市县级 20 家以上媒体参与报道，其中央视电视新闻媒体宣传报道不少于 1 次。

- 国家级体育类媒体全覆盖，全媒体宣传曝光量达到 1000 万人次。

- 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和赛事记录，并围绕跑者关心的问题策划编辑全系列图文，科学、准确、有效的信息发布与日常维护。

- 主动对接各类自媒体关于赛事及城市的宣传推广，构建反应快、速覆盖全面的宣传推广体系。

（4）赛事直播

- 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。

- 平台直播：在微信、微博、抖音、快手等平台网络直播，不少于 20 家网

络直播平台。

（5）产品输出

- 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。

- 主题宣传片制作：摄制“泗洪马拉松”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。

- 视觉设计：设计符合泗洪城市气质、历史文脉和“泗洪马拉松”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）。

- 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。

（6）氛围营造

- 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）、客运枢纽大屏及广告位。

- 设置“泗洪马拉松”起终点及县城重点公交站台（不少于 5 个）广告位。

（7）嘉宾主持

- 安排 1 名具有马拉松赛事解说经历的嘉宾现场解说赛事。

- 安排 1 名具有主持中国田协 A 类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。

- 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）担任泗洪马拉松形象大使，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。

10、舆情管控

根据赛事中可能出现的舆情做好相关的舆情分析、舆情跟踪、舆情处置等措施，减少赛事的负面影响。

11、赛事应急方案

针对马拉松赛事中经常出现的因天气、环境、交通、人员等情况做好应急排

除及相关的应急处理措施，保障赛事安全有序。

（五）其他要求

1.乙方提供的赛事包和完赛补给及纪念品不得低于 2024 年泗洪马拉松标准。

2.乙方核心物资采购（主要包含急救、计时等）合同需报备甲方。

3.全马报名选手不低于 2000 人，每少一人扣除运营费用 500 元/人，封顶 50 万元；半马报名选手不低于 4000 人，每少一人扣除运营费用 500 元/人，封顶 50 万元；欢乐跑报名选手不低于 4000 人，每少一人扣除运营费用 500 元/人，封顶 50 万元。

4.主办方可提供体育、旅游、公安、交警、城管、交通、卫生、住建等需要政府配合协调的资源。

5.比赛路线涉及的地方政府的配合。

6.根据需要对比赛路线进行整修及简易改造。

7.乙方需在赛前 70 天完成中国田径协会注册且在 10 月 11 日至 10 月 28 日期间，未同时运营其他路跑赛事。

（六）知识产权要求

本次采购的乙方提供的有关设计方案的署名权归供应商所有，著作权、版权、专利权和使用权归甲方所有（署名权除外）。

乙方须保证响应文件及资料均未侵犯他人的知识产权，否则必须承担全部责任。

（七）赞助招商说明

1.赞助、招商及冠名单位需为国内一线品牌，双方可共同开展招商工作，所有赞助单位需经甲方审核确认，赞助费用、物资及权益归中标赛事运营使用。

2.赛事公司现金招商所得由赛事公司支配用于赛事运营。其他现金赞助招商所得 10%支付赛事公司，90%抵扣赛事运营费用，超出赛事运营 300 万的现金赞助，统一由财政支配，其他实物招商全部用于赛事运营。

3.赛事资金拨付与赛事推进工作相结合，甲方根据工作推进报告拨付赛事阶段性运作经费，如因乙方自身原因没有完成工作推进表中的相关工作，甲方有权延迟、核减赛事经费拨付。

未尽事宜，按照泗洪马拉松组委会要求执行。

四、付款方式

预付款：赛事当年总合同款的10%，签订合同后收到供应商发票 10 个工作日内支付；

进度款：赛前 30 日支付赛事当年总合同款的 40%；赛后提交赛事结案报告及赛事媒体简报，并经采购人确认其保质保量完成合同约定业务后，余款根据考核结果支付。

备注：

- (1) 可以采用数字人民币支付；
- (2) 资金支付的时间：收到供应商发票 10 个工作日内；
- (3) 资金支付的条件：满足相应阶段的要求且收到供应商发票；
- (4) 在签订合同时，供应商明确表示无需预付款或者主动要求降低预付款比例的，采购人可不适用前述规定。

五、甲方的权利和义务

5.1 甲方负责向乙方陆续提供赛事整体运营的资源材料及相应服务条款。

5.2 甲方拥有本次赛事的举办权。

5.3 甲方应协同乙方负责落实、保障赞助企业与合作单位的权益，努力为乙方完成赛事运营及招商任务创造相应的条件，并为乙方人员赛事活动期间办公提供合适的场所。

5.4 甲方负责配合乙方向赞助企业出具证明依据，证明赛事赞助招商的合法性，以便赞助企业核实。

5.5 除赛事的运营招商外，乙方不得以赛事组委会、承办方或甲方的名义进行招商。

六、乙方的权利和义务

6.1 乙方应严格遵守国家有关法律法规，不得超越赛事运营权限开展活动。马拉松选手报名费由乙方收取。

6.2 在赛事运营期限内，乙方有权在资源回报条款范围内对赛事资源进行整体策划、包装后开展发布、招商工作。

6.3 乙方开展赛事运营工作以及与合作单位、赞助企业洽谈业务中所产生的费用，由乙方承担。

七、违约条款

7.1 乙方不按期完成合同约定的内容，除不可抗力因素或甲方造成原因外，如乙方发生违约，按合同总金额的 0.5%支付违约金。

7.2 非因甲方原因，乙方不履行本合同规定的义务，致使工作延误，甲方有权要求其强制或解除合同，并要求乙方等额赔偿由此造成的一切损失。

7.3 本项目不得转让、分包，如有发生，无条件清理乙方退场，所造成的一切损失由乙方负责。

7.4 甲方按合同约定的时间和方式向乙方支付合同款。

7.5 甲方因违约未按合同要求支付合同款的，按合同总金额的 0.5%支付违约金。

7.6 任何一方违反合同约定，另一方均有权要求其赔偿因违约造成的损失；双方另有约定的除外。

7.7 甲方逾期退还履约保证金的违约责任：除应当退还履约保证金外，还应当按中国人民银行同期贷款基准利率上浮 20%后的利率支付超期资金占用费，但因乙方自身原因导致无法及时退还的除外。

八、履约保证金

8.1 履约担保：是否收取履约保证金：☒是 ☐否。

8.2 收取履约保证金形式：履约保函。

8.3 收取履约保证金金额：按采购合同金额的 2%（使用江苏政府采购电子履约保函（保险）代替缴纳履约保证金，按采购合同金额的 1.2%）计取。

8.4 履约担保期限：至项目履约验收合格之日止。

九、知识产权

乙方应保证甲方免除并承担由于甲方在其本国使用该项目时而引起第三方提出的侵犯专利权、知识产权或设计权的起诉、行政程序索赔、请求等以及甲方为此而产生的损失和损害、费用和支出（包括律师费）。

十、合同的组成部分

本合同条款、成交通知书、竞争性磋商文件、响应文件及投（竞）标人在开

标时的书面承诺等构成合同的组成部分。

十一、合同生效及审核

本合同经甲方、乙方签字盖章后生效，合同签订的内容不能超出竞争性磋商文件和响应文件的实质性内容。

十二、合同争议

甲乙双方应通过友好协商，解决在执行本合同中所发生的或与本合同有关的一切争议。如果协商仍得不到解决，任何一方均可按“中华人民共和国民法典”规定提交调解和仲裁以及向泗洪县人民法院起诉。

十三、其他事项

合同在执行过程中出现的未尽事宜，双方在不违背本合同的原则下协商解决，协商结果以书面形式记录在案，作为本合同附件，与本合同具有同等效力。

十四、适用法律

本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

十五、合同份数

本项目实行网签合同，甲乙双方电子签章后自行下载。

甲方：_____（盖章）

地址：泗洪县洪泽湖东大街 37 号

法定（授权）代表人：_____

联系人：朱佳_____

联系电话：0527-86226774_____

2025 年 07 月 25 日



乙方：_____（盖章）

地址：南京市建邺区白龙江

19 号舜禹大厦 23 层

法定（授权）代表人：_____

联系人：孔繁磊_____

联系电话：18805170780_____

2025 年 07 月 25 日



2025 年泗洪马拉松赛事运营服务项目考核指标

考核内容	考核事项	考核明细	考核要点	考核办法
内部管理 (30 分) (规范度)	竞赛组织 岗位设置 (15 分)	部门划分 (5 分)	考察体育赛事活动运营机构的部门划分的合理性	机构具有综合协调、竞赛组织、场地器材、招商运营、志愿者招募、收容工作、文案设计、新闻宣传、市场营销等部门，部门完备，每有一项得 1 分，最高得 5 分。
		岗位设置 (5 分)	考察体育赛事活动运营机构的部门岗位设置的合理性	机构各部门岗位划分、职责范围规定、人员分工等与服务运营内容科学匹配、高效合理，岗位设置合理得 5 分，岗位设置一般得 3 分，岗位设置欠佳得 1 分。
		组织建立 (5 分)	考察体育赛事活动运营机构的党团工会组织建立情况	机构建立党团、群团组织的，每有一项得 1 分，最高得 5 分。
	制度体系 (15 分)	人事管理 (5 分)	考察机构专、兼职从业人员数量及相关资质情况	专职人员（签订两年以上工作合同）每人得 1 分；兼职裁判员（签订短期工作合同）每人得 0.5 分，最高 4 分；本项最高得 5 分。
		流程管理 (5 分)	考察体育赛事活动运营机构的业务流程管理情况	建立清楚的业务流程，有业务流程图、流程说明和进度表，包括从赛事活动运营竞争、赛事运营准备、启动、进行到结束等各个环节的时间、进度、组织、沟通、成本、风险管理等；每个环节得 1 分，最高得 5 分，无流程图、流程说明不得分。
		安全管理 (5 分)	考察体育赛事活动运营机构的安全管理情况	安全管理方案齐全，有安全教育培训、安全设施和设备、医疗救援、隐患排查、事故应急预案，每具备一项得 1 分，最高得 5 分，无安全管理方案不得分。
项目运作 (20 分) (专业度)	平台建设 (10 分)	信息平台 (5 分)	考察体育赛事活动运营机构运用信息技术自主开发系统的情况	利用现代信息技术，借助互联网或局域网等建立在线报名、编排、成绩发布等系统；具有战略合作系统；系统为自主开发并有知识产权；每满足一项，得 1 分，最高得 5 分。

		推广平台 (5 分)	考察体育赛事活动运营机构自有宣传推广渠道打造情况	拥有自己的宣传推广平台,并能够及时更新(近一个月有更新内容),包括官方网站、微信公众号、官方抖音号、官方头条号、官方快手号、官方微博、百度贴吧等。每有一项得 1 分,最高得 5 分。
	办赛经验 (10 分)	体育融合 (5 分)	考察机构已有的体育赛事活动与相关领域、行业的融合经验	制定赛事宣传推广方案,深度挖掘泗洪文化历史特色,结合城市风光与赛事策划亮点,运用多种宣传手段,开展赛事宣传工作,构建形式多样、全方位、多角度的宣传格局,保证赛事知名度,提升泗洪城市影响力。体育+旅游、体育+人文特色、体育+自然资源、体育+历史传统、体育+风俗民俗、体育+娱乐、体育+购物等相关体育融合经验,每满足一项得 1 分,最高 5 分。
		知识产权 (5 分)	考察机构参与开发体育赛事活动知识产权的情况	1.赛事主题口号、通过赛事举办所要达到的目标及其实施路径、赛事形象设计(包含 logo、主视觉等)、完赛纪念牌设计、本次赛事线路特征描述、马拉松博览会等。参与设计体育赛事活动专属名称、会徽、吉祥物、音乐、主题口号、奖牌等元素,得 2 分。 2.商标、专利、著作权等知识产权,每具有 1 项,得 1 分,最高 3 分。
经营绩效 (20 分) (效益度)	经济效益 (10 分)	机构收入 (5 分)	体育赛事活动运营的总收入	总收入(万元)×0.1 分,最高得 5 分。
		机构利润 (5 分)	体育赛事活动产生的利润	利润(万元)×0.2 分,最高 5 分。
	社会影响 (5 分)	机构输出 (5 分)	机构履行的社会责任义务情况	履行的社会责任义务,举办公益活动、志愿服务、扶危助困、体育消费监测或产业统计等的次数,每次得 1 分,最高得 5 分。(需提供主办单位的证明材料或证书)。

	市场开发 (5分)	市场开发 (5分)	市场开发方案	承诺开发赞助总额、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等，方案的合理性、可行性，最高得5分。
外部评价 (30分) (品牌度)	媒体宣传推广 (15分)	媒体宣传推广 (15分)	考察体育赛事活动运营机构被主流新闻媒体、官方网站正面宣传报道情况	主流媒体报道，国家级（由政府直接管辖，直接服务于国际及政府的官方媒体）每次得5分，省级（由省级政府直接管辖）每次得3分，市级每次得1分。网络及新媒体报道，每次得1分。同一事件报道，按最高级别计，不累加。最高15分。
	成果发布 (15分)	成果发布 (15分)	考察体育赛事活动运营机构研究成果或工作经验总结推广情况	规划编制、标准研制、刊物论文发表、会议典型发言、政府部门采用或认定的机构成果。国家级得每项得5分、省级得3分、市级得2分。同一内容按最高级，最高得15分。

注：

1、考核结果：

- (1) 考核成绩在 90 分以上（不含 90 分）全额支付尾款费用；
- (2) 考核成绩在 90—80 分（含 90 分）之间的，支付尾款费用标准的 90%；
- (3) 考核成绩在 80—70 分（含 80 分）之间的，支付尾款费用标准的 80%；
- (4) 考核成绩在 70—60 分（含 70 分）之间的，支付尾款费用标准的 70%；
- (5) 考核成绩在 60 分及以下的，不支付尾款费用。

2、本办法由泗洪县教育局负责解释，考核内容和标准如有调整，以书面调整内容为准。

3、本考核指标作为本项目采购文件组成部分，作为政府采购合同附件执行。