

竞争性磋商文件

招标编号：CYZC-2025-150433

招标项目：2025 年中国男篮热身赛-中国 VS 波黑国际男篮
对抗赛运营服务

招标单位：南京市体育竞赛和社会体育指导中心

招标类别：服务类



江苏驰驿招标代理有限公司

二〇二五年五月



目 录

第一章	竞争性磋商邀请	2
第二章	竞争性磋商须知	5
第三章	成交标准	13
第四章	磋商项目需求	16
第五章	合同草案条款及格式	36
第六章	响应文件格式	61



第一章 竞争性磋商邀请

江苏驰驿招标代理有限公司（以下简称“招标代理机构”）受南京市体育竞赛和社会体育指导中心（委托单位名称，以下简称“招标人”）委托，就2025年中国男篮热身赛-中国VS波黑国际男篮对抗赛运营服务（磋商项目名称）进行竞争性磋商，兹邀请符合资格条件的投标人提交响应文件和磋商。

1、招标编号：CYZC-2025-150433

2、项目内容：负责 2025 年中国男篮热身赛-中国 VS 波黑国际男篮对抗赛的赛事运营，拟定比赛时间及对手：2025 年 7 月 27 日、7 月 29 日，共 2 个比赛日，1 个赛区，中国男篮对阵波黑国家男篮。具体比赛时间及对手以实际发生为准。

项目经费说明：本项目采用“服务费用零支付”的方式进行采购，并于赛后根据实际门票销售收入情况进行分成。赛事总投入费用约 440 万元，所需经费由赛事运营商通过市场化运作解决，确保赛事顺利有序进行。

3、投标人应具备下列资格条件，并提供证明材料(包括但不限于)：

3.1 投标人的基本条件：

(1) 具有独立承担民事责任的能力（提供法人或者其他组织的营业执照，自然人的身份证明）；

(2) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供参加本次磋商活动前的会计报表, 成立不满一个月不需提供）；

(3) 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力（根据项目需求提供履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料或相关加盖公章的承诺函）；

(4) 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（提供参加本次磋商活动前六个月内（至少一个月）依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料）；

(5) 参加磋商活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（提供参加本次磋商活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明）。

3.2 招标人根据磋商项目的特殊要求规定的特定条件：无。

3.3 拒绝下述投标人参加本次磋商活动：

(1) 投标人单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加本项目的磋商活动；

(2) 凡为磋商项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投



标人，不得再参加本项目的磋商活动；

(3) 拒绝列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单中的投标人参加本项目的磋商活动。招标人或招标代理机构通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询投标人信用记录并保存。

4、欢迎各潜在投标人前来获取磋商文件：

4.1 请投标人提供以下要求的证明文件的复印件，且须加盖投标人公章后方为有效，审核通过后获取磋商文件：

(1) 投标人的企业法人营业执照副本复印件、税务登记证副本复印件、组织机构代码证复印件或三证合一的营业执照副本复印件；

(2) 投标人法定代表人授权委托书原件和委托代理人的身份证原件及复印件。

4.2 磋商文件获取信息：

(1) 磋商文件出售方式：人民币 100 元/套，售后不退；

(2) 磋商文件出售日期：招标公告发布之日起至 2025 年 5 月 22 日为止，每天 8:30-12:00, 13:30-17:30（北京时间，节假日除外）；

(3) 磋商文件出售地址：南京市鼓楼区水佑岗 6 号 4 楼 403 室，领取本次磋商文件后才可参加此次磋商活动。

注：除接受现场获取磋商文件外，投标人还可通过电话、邮箱获取。可电联 025-58956158 后将加盖公章的证明文件扫描件、获取项目的主要信息、汇款信息等发送至招标代理机构邮箱 43284017@qq.com。

5、集中现场考察或答疑：招标人不组织，投标人可自行联系招标人。未考察现场或考察工作不详细的投标人成交后，不得以不完全了解现场情况为理由而向招标人提出任何索赔或其他要求，对此招标人不承担任何责任并将不作任何答复。

6、是否接受联合体：否。

7、磋商保证金数额及交纳办法：无。

8、响应文件份数：纸质版响应文件一式叁份（壹份正本、贰份副本），电子版响应文件壹份（一般应为PDF格式、U盘或光盘形式、随纸质正本文件一并提交）。当纸质正本文件与副本、电子版文件不一致时，以纸质正本文件为准。电子版文件用于存档，投标人须承担前述不一致造成的不利后果。每份纸质文件须清楚标明“正本”或“副本”字样。



9、提交响应文件开始时间：2025年5月27日14时10分；

提交响应文件截止时间：2025年5月27日14时30分。

10、提交响应文件地点（不接受传真、邮寄）：南京市鼓楼区水佑岗6号4楼403-1室（开标大厅）。提交响应文件截止时间过后，招标代理机构将组织专家与投标人进行磋商，请投标人法定代表人或其授权委托代表出席。

11、招标人联系方式

联系人：苏女士

联系电话：15251825368

地 址：南京市秦淮区中山东路448号普华大厦15楼

12、招标代理机构联系方式

联系人：刘工

联系电话：025-58956151

传 真：025-58956153

地 址：南京市鼓楼区水佑岗6号

邮 箱：17366359344@163.com

13、公告媒体

13.1 本磋商公告在南京公共采购信息网 (<https://njgc.jfh.com>) 公示发布，敬请各投标人关注；

13.2 若有关本次磋商存在变动或修改，敬请各投标人及时关注南京公共采购信息网 (<https://njgc.jfh.com>) 发布的关于本项目的信息更正公告。

请各投标人领取本次磋商文件后，认真阅读各项内容，进行必要的磋商准备，按磋商文件的要求详细填写和编制响应文件，并按以上确定的时间、地点准时提交响应文件。

江苏驰驿招标代理有限公司

2025年5月15日



第二章 投标人须知

投标人须知前附表

序号	名称	内容
1	招标人	名称：南京市体育竞赛和社会体育指导中心 地址：南京市秦淮区中山东路 448 号普华大厦 15 楼 联系人：苏女士 电话：15251825368
2	招标代理机构	名称：江苏驰驿招标代理有限公司 地址：南京市鼓楼区水佑岗 6 号 联系人：刘工 电话：025-58956151
3	磋商项目名称	2025年中国男篮热身赛-中国 VS 波黑国际男篮对抗赛运营服务
4	分包划分与实施地点	一个分包，南京市
5	投标人企业信用信息	(1) 查询人：招标代理机构或招标人； (2) 查询渠道：“信用中国”（www.creditchina.gov.cn）、“中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn）； (3) 查询截止时间：提交响应文件截止时间前一日； (4) 查询记录留存方式：由招标代理机构负责将投标人各网站信用记录截图打印保存，并作为本项目档案资料留存； (5) 查询结果处理：对列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他失信记录的投标人进行书面或电子邮箱形式通知，并要求禁止参加本次磋商活动。
6	响应文件拒收情形	在磋商文件要求提交响应文件的截止时间之后送达的。
7	无效响应文件情形	(1) 本章 7.2、7.3 加※项要求提供的证明材料缺失或无效的； (2) 响应文件中未响应磋商项目需求中规定的实质性要求的； (3) 最终报价不符合磋商文件中规定的要求的； (4) 不符合法律、法规和磋商文件规定的其他实质性要求的。
8	盖章要求	投标人响应文件中加盖的公章仅能使用与投标人名称一致的标准公章，不得使用其他形式（如带有“专用章”、“合同章”、“财务章”、“业务章”等字样）的印章；否则，按无效响应文件处理。

一、总 则

1、适用法律

1.1 中华人民共和国、江苏省及南京市等有关法律、规章和规定等。



2、定义

2.1 “投标人”是指参加磋商竞争，并符合磋商文件规定资格条件的法人、其他组织或者自然人。

2.2 “服务”指本磋商文件中所述服务。

2.3 “用户或使用单位”是指本项目招标人。

2.4本赛事的“主办方”是指中国篮球协会（简称“中国篮协”）和深篮体育（北京）有限公司（简称“深篮公司”）。

3、政策功能

3.1 招标人或招标代理机构将在“信用中国”（www.creditchina.gov.cn）、“中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn）对投标人进行信用信息查询，并将网站查询有关记录留存（财库[2016]125号）。

4、磋商费用

4.1 投标人应承担所有与准备和参加磋商有关的费用，无论磋商结果如何，招标代理机构和招标人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

4.2 本次采购招标代理服务费用由中标人参照计价格【2002】1980号文件规定的基准费率计算支付给招标代理机构。注：以本项目赛事总投入费用的估额440万元为招标代理服务费的计算基数。

4.3 本次采购招标代理服务费在中标人领取中标通知书时结算。

二、响应文件编制

5、投标人应当按照磋商文件的要求编制响应文件，并对其提交的响应文件真实性、合法性承担法律责任。

6、响应文件的语言、计量单位、货币和编制

6.1 提交的响应文件、技术文件和资料，包括相关说明，以及投标人与招标代理机构就有关磋商的所有来往函电均应使用中文。响应文件中若有英文或其他语言文字的资料，应提供相应的中文翻译资料。对不同文本响应文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

6.2 投标人所使用的计量单位应为国家法定计量单位。

6.3 本文所述金额均为人民币。

6.4 响应文件应字迹清楚、内容齐全、不得涂改。如有修改，修改处须有投标人公章或法定代表人或其授权磋商代表签字。

6.5 响应文件的编制应按照磋商文件统一规定的格式，投标人可根据自身实际情况进



行添加调整。响应文件统一用A4规格幅面打印、装订成册并编制目录，由于编排混乱导致响应文件被误读或查找不到，责任由投标人承担。

6.6 投标人应在响应文件中写清相应的项目招标编号、项目名称、投标人全称、地址、电话、传真等，如有必要，可以增加附页，作为响应文件的组成部分。

6.7 投标人应将响应文件用档案袋或封套密封，封面并注明项目招标编号、项目名称、投标人全称等。

7、响应文件的组成

7.1 投标人应当根据磋商文件要求编制响应文件，并根据自己的商务能力、技术水平对磋商文件提出的要求和条件逐条标明是否响应。响应文件由商务部分、技术部分、价格部分，以及其他部分组成。

7.2 响应文件的商务部分。商务部分是证明投标人有资格参加磋商和成交后有能力履行合同的文件，这些文件应能满足竞争性磋商文件的要求，包括但不限于下列文件，其中加※项目不得有缺失或无效：

- (1) ※磋商申请及声明；
- (2) ※法定代表人授权委托书及委托代理人的身份证复印件；
- (3) ※第一章竞争性磋商邀请中3.1投标人的基本条件规定的证明文件；
- (4) ※第一章竞争性磋商邀请中3.2招标人根据磋商项目的特殊要求规定的特定条件的证明文件；
- (5) 合同草案条款；
- (6) 投标人认为需要提供的其他资格证明文件和商务资料；
- (7) 《商务条款偏离表》。

7.3 响应文件的技术部分。技术部分是证明投标人提供的服务是合格的，并符合磋商文件要求的证明文件，以及对服务的详细说明，这些文件可以是文字资料、图纸（表）和数据等。提供的服务如与磋商文件要求有不符之处，应说明其差别之所在。包括但不限于下列文件，其中加“※”项目不得有缺失或无效：

- (1) 服务内容的详细说明；
- (2) ※项目实施方案；
- (3) 验收标准、技术资料；
- (4) 服务承诺；
- (5) 投标人认为需要提供的其他技术资料等；



(6) 《技术条款偏离表》。

7.4 响应文件的价格部分

(1) 投标人须对自身所得实际门票销售收入分成比例进行报价，一旦成交，报价不变。

7.5 响应文件的其他部分。其他部分由投标人根据编制响应文件需要提供的其他相关文件。

8、磋商保证金：无。

三、响应文件签署与提交

9、响应文件的正本和副本均由投标人法定代表人或经正式授权并对投标人有约束力的委托代理人用不褪色墨水书写签署。

10、投标人应当在磋商文件要求提交响应文件的截止时间前，将响应文件密封送达指定地点。

11、有下列情形之一的响应文件将拒收：

11.1 在磋商文件要求提交响应文件的截止时间之后送达的。

四、磋商

12、联合体（本项目不接受联合体投标）

12.1 两个以上的自然人、法人或者其他组织可以组成一个联合体，以一个投标人的身份共同参加采购活动。

12.2 以联合体形式参加投标的，联合体各方均应当符合第一章竞争性磋商邀请 3.1 规定要求；招标人根据采购项目的特殊要求规定投标人特定条件（第一章竞争性磋商邀请 3.2 规定要求），联合体各方中至少应当有一方符合招标人规定的特定条件。由同一专业的投标人组成的联合体，联合体中有同类资质的投标人按照联合体分工承担相同工作的，按照资质等级较低的投标人确定资质等级，并以投标全权代表方的应答材料作为商务评审的依据。由不同专业的投标人组成联合体，首先以投标全权代表方的应答材料作为认定资质以及商务评审的依据，涉及行业专属的资质，按照所属行业对应的投标人的应答材料确定。

12.3 联合体各方之间应当签订共同投标协议，明确约定联合体各方承担的工作和相应的责任，并将共同投标协议连同投标文件一并提交。联合体各方签订共同投标协议后，不得再以自己名义单独在同一项目中投标，也不得组成新的联合体参加同一项目投标。

13、磋商组织



13.1在提交响应文件时间截止后，招标代理机构在规定的的时间和地点组织磋商小组分别与投标人进行磋商。

13.2磋商工作由招标代理机构负责组织，具体磋商事务由依法组建的磋商小组负责。

14、磋商程序

14.1磋商小组评审投标人所递交的响应性文件，并根据磋商文件规定的程序、评定成交的标准等事项与实质性响应磋商文件要求的投标人进行磋商。未实质性响应磋商文件的响应文件按无效处理，磋商小组应将告知有关投标人。

14.2磋商小组所有成员集中与单一投标人分别进行磋商，所有参加磋商的投标人均有同等的磋商机会。

14.3磋商过程中，磋商小组根据磋商文件和磋商情况可能实质性变动磋商需求中的技术、服务要求以及合同草案条款。实质性变动是磋商文件的有效组成部分，磋商小组将以书面形式通知所有参加磋商的投标人。**磋商文件第四章磋商项目需求所有文字说明及技术要求均为实质性要求。**

14.4为保证在磋商小组要求投标人解释或者澄清其响应文件时能够及时得到回复，在磋商开始后，投标人应保持其响应文件上联系方式的通讯畅通；投标人法定代表人或授权代表或自然人本人也可以直接到磋商现场等候。投标人的澄清、说明或者更正应在磋商小组向其提出澄清、说明或者更正要求后十分钟内以书面形式提交给磋商小组，该书面材料由法定代表人或授权代表签字或加盖公章。在磋商期间，如磋商小组联系未果（在十分钟内联系五次）或者投标人在二十分钟内未按时提交书面材料，则视为投标人放弃上述权利，相关后果自负。

14.5投标人应当按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求重新提交响应文件，并由其法定代表人或授权代表签字或者加盖公章。

14.6磋商结束后，磋商小组将要求所有继续参加磋商的投标人在规定时间内提交最后报价。最后报价由其法定代表人或授权代表签字或者加盖公章，最后报价是投标人响应文件的有效组成部分。

14.7 已提交响应文件的投标人，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。

14.8 出现下列情形之一的响应文件按照无效处理：

- (1) 本章7.2、7.3加※项要求提供的证明材料缺失或无效的；
- (2) 响应文件中未响应磋商项目需求中规定的实质性要求的；
- (3) 最终报价不符合磋商文件中规定的要求的；



(4) 不符合法律、法规和磋商文件规定的其他实质性要求的。

14.9 出现下列情形之一的，磋商终止：

- (1) 所有投标人的响应文件被磋商小组认定为无效的；
- (2) 出现影响磋商公正的违法、违规行为的；
- (3) 所有投标人的最终报价均不符合磋商文件中规定的要求的；
- (4) 因重大变故，磋商任务取消的。

15、评定成交方法和标准

15.1 采用综合评分法。即在最大限度地满足竞争性磋商文件实质性要求前提下，按照磋商文件中规定的各项因素进行综合评审后，以评审总得分最高的投标人作为中标候选人或者中标人的评审方法。

15.2 综合评审的主要因素是：详见第三章节。

16、确定中标候选人

16.1 在综合比较与评价后按照得分高低顺序对投标人进行排列。得分相同的，按报价分由高到低顺序排列。得分且报价分相同的，按技术指标优劣顺序排列。磋商小组将综合排名第一的投标人确定为中标候选人。

16.2 磋商小组根据磋商过程和结果编写评审报告。

17、确定中标人

17.1 评审结果确定后，招标人在评审现场可根据中标候选人名单委托授权磋商小组直接确定中标人。

17.2 招标人如未授权委托直接确定中标人的，招标代理机构将在评审结束后2个工作日内将评审报告送招标人确认。

17.3 招标人在收到评审报告后5个工作日内，从评审报告提出的中标候选人中，按照排序由高到低的原则确定中标人。

17.4 中标人确定后，将在原信息发布媒体上公告，中标人应及时到招标代理机构（南京市鼓楼区水佑岗6号4楼403室）领取成交通知书。

17.5 成交通知书对招标人和中标人具有同等法律效力。

17.6 招标代理机构对未中标的投标人不作未中标原因的解释。

17.7 所有响应文件都将作为档案保存，不论成交与否，招标代理机构均不退回。

18、签订合同

18.1 中标人应当自成交通知书发出之日起三十日内，与招标人签订磋商项目合同，所



签订的合同不得对磋商文件和响应文件作实质性修改。

18.2 招标人不得向中标人提出任何不合理的要求作为签订合同的条件，不得与中标人私下订立背离合同实质性内容的协议。

18.3 除不可抗力等因素外，成交通知书发出后，招标人改变成交结果，或者中标人拒绝签订磋商项目合同的，应当承担相应的法律责任。

18.4 中标人除发生法律规定的不能预见、不能避免并不能克服的客观情况外不得放弃或拒绝签订合同的。放弃或拒绝签订合同的，在一至三年内禁止参加南京市体育竞赛和社会体育指导中心组织的招标活动。

18.5 中标人拒绝签订磋商项目合同的，或因不可抗力或者自身原因不能履行磋商项目合同的，招标人可以视情与排位在中标人之后第一位的中标候选人签订磋商项目合同，也可以重新开展磋商活动。

18.6 磋商项目合同履行中，招标人需追加与合同标的相同的服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与投标人协商签订补充合同，但所有补充合同的项目金额不得超过原合同金额的百分之十。

五、询问、质疑、投诉和诚实信用

19、询问

19.1 投标人对磋商活动事项有疑问的，可以依法向招标代理机构或招标人提出询问，招标人或者招标代理机构在三个工作日内对投标人依法提出的询问作出答复，但答复的内容不涉及商业秘密。

20、质疑

20.1 投标人认为磋商文件、磋商过程和成交结果使自己的合法权益受到损害的，可以在知道或者应当知道其权益受到损害之日起三个工作日内，将书面质疑文件原件送达招标代理机构。

20.2 质疑文件应包括以下主要内容，并按照“谁主张、谁举证”的原则，附上相关证明材料。否则，招标代理机构不予受理：

- (1) 质疑项目名称、招标编号、招标公告发布时间、磋商时间；
- (2) 提起质疑的日期、具体的质疑事项及事实根据（具体条款）；
- (3) 认为自己合法权益受到损害或可能受到损害的相关证据材料；
- (4) 质疑投标人名称、地址、邮编、联系人、联系电话（包括座机、手机、传真号码等）；



(5) 质疑文件应当署名，质疑人为自然人的，应当由本人签字并附有效身份证明；质疑人为法人或其他组织的，应当由法定代表人签字并加盖单位公章；

(6) 投标人委托代理质疑的，应当向被质疑人提交授权委托书，并载明委托代理的具体权限和事项。

20.3 质疑投标人是指直接参加本项目磋商活动的投标人；对磋商文件提出质疑的，应自投标人获得磋商文件之日起计算，且应当在提交响应文件截止之日前提出；对磋商过程提出质疑的，自磋商程序环节结束之日起计算；对成交结果提出质疑的，自成交结果公告期限届满之日起计算。

20.4 投标人提出的询问或者质疑超出招标人对招标代理机构委托授权范围的，投标人应向招标人提出。

20.5 投标人不得虚假质疑和恶意质疑，并对质疑内容的真实性承担责任。投标人或者其他利害关系人通过捏造事实、伪造证明材料等方式提出异议或投诉，阻碍磋商活动正常进行的，属于严重不良行为，招标代理机构将提请相关部门将其列入不良行为记录名单，并依法予以处罚。

20.6 招标代理机构在收到投标人的书面质疑后将及时组织调查核实，在五个工作日内作出答复，并以书面或电子邮件形式通知质疑投标人和其他有关投标人，答复的内容不涉及商业秘密。招标代理机构遵循“谁过错谁负担”的原则，有过错的一方承担调查论证费用。

21、投诉

21.1 质疑投标人对招标人、招标代理机构的答复不满意或者招标人、招标代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后七个工作日内向招标人同级纪检监察部门投诉。

22、诚实信用

22.1 投标人之间不得相互串通报价，不得妨碍其他投标人的公平竞争，不得损害招标人和其他投标人的合法权益。

22.2 投标人不得以向招标代理机构工作人员、磋商小组行贿或者采取其他不正当手段谋取中标

22.3 投标人不得虚假承诺，否则，按照提供虚假材料谋取中标成交处理。

22.4 投标人应自觉遵守磋商、评审纪律，扰乱磋商、评审现场秩序的，属于失信行为，失信行为将被记入投标人诚信档案。



第三章 成交标准

序号	评审因素	评审标准	分值
1	分成比例 报价	<p>满足招标文件要求且供应商所得分成比例最低的投标报价为评标基准价，其得分为满分。</p> <p>其他供应商的得分统一按照下列公式计算：投标报价得分=(评标基准价 / 投标报价)×20（小数点保留两位）。</p> <p>注：此部分最终报价比例不得高于 50%，否则按无效投标处理。</p>	20
2.1	技术 服务	<p>评委根据供应商提供的竞赛组织工作执行方案进行评分。</p> <p>竞赛组织工作科学安全，环节设置顺畅合理，竞赛标准规范，方案专业的得 7 分；</p> <p>竞赛组织工作较为科学，环节设置较为合理，方案一般的得 4 分；</p> <p>竞赛组织工作缺乏合理性，方案缺乏创新性，可实施性较差的得 1 分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	7
2.2		<p>评委根据供应商提供的客户群体人员的劳务管理、餐饮、住宿、交通等安排的描述和说明进行评分。</p> <p>方案内容明确、细节清晰、可操作性强，贴合用户需求的得 7 分；</p> <p>方案内容较明确、细节较清晰、可操作性较强的得 4 分；</p> <p>方案内容不明确、细节不清晰、不可行的得 1 分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	7
2.3		<p>评委根据供应商提供的竞赛专业设备配备、场地设施保障、物资保障方案等进行评分。</p> <p>方案详细具体、全面、设备设施配备齐全，满足竞赛需要的得 6 分；</p> <p>方案较为详细具体，较能满足竞赛需要的得 3 分；</p> <p>方案简单、笼统，无法满足竞赛需要的得 1 分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	6
2.4		<p>评委根据供应商项目可执行性进行评分，包括项目整体框架、团队分工、人员经验、项目各环节时间进度安排等。</p> <p>整体项目框架及团队分工清晰合理，人员经验丰富，进度计划安排完善的得 8 分；</p> <p>整体项目框架与团队分工较合理，人员经验一般，进度计划较合理的得 5 分；</p> <p>整体项目框架与团队分工欠缺合理性，人员经验较差，进度计划不合理的得 2 分；</p> <p>未提供方案不得分。</p> <p>注：要求响应文件中提供团队人员的履历介绍、岗位职责、工作年限、专业特长以及供应商为其缴纳的近六个月任意一月的社保记录等相关证明材料。</p>	8



2.5		<p>评委根据供应商提供的市场开发方案是否具备完成赛事市场开发能力，提交计划书内容是否清晰，层级设置是否合理，市场开发方案是否可行以及操作性进行评分。</p> <p>市场开发方案内容清晰、全面，市场开发案例丰富，具有高质量客户资源的得12分；</p> <p>市场开发方案内容一般，开发能力较强，较能满足采购项目需要的得8分；</p> <p>市场开发方案简单、笼统，开发能力弱，无法较好满足采购项目需要的得4分；</p> <p>市场开发方案差，未能体现开发能力，无法满足采购项目需要的得1分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	12
2.6		<p>评委根据供应商提供的票务运营服务方案，包括但不限于：门票的制售、市场定位分析、运营规划、验检等进行评分。</p> <p>服务方案详细具体、完整，市场定位分析具体全面，运营规划合理可行，对门票制售、验检的组织、实施等各环节控制有力的得10分；</p> <p>服务方案基本完整，市场定位分析及运营规划基本全面、可行，对门票制售、验检的组织、实施等各环节控制较为有力的得6分；</p> <p>服务方案简单、笼统，市场定位分析及运营规划有欠缺，对门票制售、验检的组织、实施等各环节控制力度差的得2分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	10
2.7		<p>评委根据供应商提供的医疗保障方案进行评分。</p> <p>医疗保障方案细致全面，配置合理，完全满足项目需要的得6分；</p> <p>医疗保障方案一般，较能满足项目需要的得3分；</p> <p>医疗保障方案较差，无法较好满足项目需要的得1分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	6
2.8		<p>评委根据供应商针对本项目提供的宣传推广方案进行评分。</p> <p>方案详细、具体，宣传媒体资源丰富，能为本项目传播起到一定效果的得12分；</p> <p>方案一般，宣传媒体资源基本满足采购项目需要，预期传播效果一般的得8分；</p> <p>方案简单、笼统，宣传媒体资源有限，预期传播效果不理想的得4分；</p> <p>方案差，宣传媒体资源不足，预期传播效果无法保障的得1分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	12
2.9		<p>评委根据供应商提供的风险管理方案进行评分，包括但不限于与相关部门对接协调处理方案、应急预案及保障措施等。</p> <p>能够提供完善的协调处理方案及保障措施，保证活动顺利开展的得6分；</p> <p>能够提供较完善的协调处理方案及保障措施，保证活动正常开展的得3分；</p> <p>协调处理方案及保障措施简单，可实施性较差，无法保证活动正常开展的得1分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>	6



3	业绩	2021 年 1 月 1 日以来（以合同签订时间为准），供应商每提供一个国家级及以上级别篮球赛事运营项目合同业绩的得 2 分，最多得 6 分。提供合同复印件加盖公章。	6
---	----	---	---

说明：所有认证、证明和业绩均以有效的证明文件的复印件为依据。



第四章 磋商项目需求

一、项目概况

(一) 赛事名称：2025 年中国男篮热身赛-中国 VS 波黑国际男篮对抗赛

(二) 主办方：中国篮球协会、深篮体育（北京）有限公司

(三) 拟定比赛时间及对手：

2025 年 7 月 27 日、7 月 29 日，共 2 个比赛日，1 个赛区，中国男篮对阵波黑国家男篮。具体比赛时间及对手以实际发生为准。

(四) 赛事地点：根据中篮协申办要求，需符合专业篮球赛事的比赛和训练场馆及配套设备。比赛场馆拥有至少 6000 坐席，具有标准木地板，稳定的供电系统，能够保障比赛用电顺畅供应。灯光不低于 2000 LUX。配备不少于 5 个休息室、1 个会议室及 3 个办公室，供球队、裁判及相关赛事工作人员使用。

(五) 项目经费说明：本项目采用“服务费用零支付”的方式进行采购，并于赛后根据实际门票销售收入情况进行分成。赛事总投入费用约 440 万元（详见附件三、预算明细），所需经费由赛事运营商通过市场化运作解决，确保赛事顺利有序进行。

二、服务内容

(一) 负责赛事竞赛组织工作，包括但不限于：

1、根据采购人需求负责设计、制作赛事背景板、秩序册、成绩册、请柬及采购人授权的其它宣传品，并承担相应费用。赛事主背景板至少 1 块，秩序册至少 100 本。

2、负责竞赛组织及管理工作，包括但不限于做好竞赛场地管理、裁判员服务与管理等，按照采购人要求做好计时记分与成绩信息服务相关工作，具体要求包括但不限于：

(1) 为比赛的准备工作配置专门的执行团队，并保证执行团队执行人员全力配合采购人、参赛球队，确保比赛高质量、高标准地完成；

(2) 严格按照采购人、参赛球队的需求做比赛和训练期间的场馆、酒店的安保工作；

(3) 根据采购人对赛事的安排及要求，负责宣传、安保、防火、环保、票务等赛事的竞赛组织和管理，如若发生任何人员的人身伤害和/或财产损害等情况，供应商应当承担全部责任。采购人代为承担责任的，有权向供应商追偿；

(4) 严格控制和管理场馆内的秩序，并对替补席等区域周围用警戒绳隔离，至少安排 4 名保安人员看守；



(5) 积极配合采购人、主办方、央视等人员对比赛场馆、酒店、交通等方面的前期考察工作，并安排专人负责接待并落实相关工作。

(6) 中国主场城市文化展示，在供应商所承办所有赛事中，在所有现场观众座席上铺设国家队主场文化衫，文化衫设计标准由采购人统一提供，由供应商负责制作及发放，供应商不得在设计及制作中增加任何商业元素。用以打造主场球迷文化和城市氛围。

3、赛事场馆及设施要求。负责与比赛场馆签订使用协议，并支付场馆租赁、能耗等所有相关费用。预估场馆使用日期为7月20日至7月30日，最终使用期限由采购人、运营商和场馆方共同商议决定。具体赛事场馆及设施要求如下：

(1) 供电与灯光：

1.1 体育馆主电源工作室位置、保证主备两路负荷在80-100千瓦，如电源负荷达不到要求，应租用发电车；体育馆负责将符合要求的电源配电箱拉到转播车附近。

1.2 场馆内灯光照度明亮不低于2000勒克司，且应从赛场两侧（最好是从赛场上方）提供均匀光源。

1.3 全场的灯光照明应从当天第一场比赛90分钟前开始直到最后一场比赛结束30分钟后止。训练时场馆内的灯光应与比赛时一样。

1.4 体育馆需保证有光端机和光缆。

(2) 广告及宣传：

非经采购人同意，场馆内不得有任何广告或品牌标识；对无法拆除的现有广告或品牌标识，应予遮盖。

(3) 传播与报道

3.1 在场馆为转播车、卫星车及音频车提前到达体育馆停车位置，并应在其周边设立警戒线，提供24小时安全保卫。

3.2 在体育馆内提供一间20平米的电视工作用房，该房间应在转播车附近，且内设桌椅及饮水机一台。

3.3 如场馆大屏幕要转播车提供比赛信号，请自行准备有BNC接头的视频线。

3.4 转播信号传输专用网络：场馆应为转播制作团队提供一条200M以上带宽的网络专线，且上下行带宽对称，至少包含两个固定IP地址。

3.5 文字记者席：需设置在看台，设置相关隔离（1米线），并设置桌裙或椅背贴，如遇特殊情况需设置在其他位置，则供应商提前与采购人沟通协商。

3.6 摄影师区域：需在每边篮架两侧各准备一排长凳，如遇热门场次，可增加为两



排（第二排需垫高）。保证没有任何视线遮挡（或需搭建平台以抬高视线），并备有充足的电源插座和网络。该区域需设立专门的安保进行人员管理，只有身着摄影师背心（或佩戴其他辅助通行物）的人员可以出入该区域。

3.7 混采区：需设立在球队返回更衣室的流线上，需留有充足的空间，该区域需设立专门的安保进行人员管理。需准备符合赞助商曝光需求的混采背景板。照明条件均匀明亮，色温 4200K 左右。

3.8 瞬采区（如需）：需在比赛结束后，将瞬采背景板放置于场边。新闻发布厅：需至少容纳 40 人（带有专业设备）的隔音房间，配有发布坐席（3 个），足额的记者坐席，适合距离的视频媒体拍摄平台，3 个固定座式麦克风和 3 个无线麦克风等；照明条件均匀明亮，色温 4200K 左右。

3.9 媒体工作间：需设有媒体工作间，并配有至少 40 人的桌椅、充足的电源插座和网络。需配有饮用水和小食。

（4）场馆布置与设施：

4.1 场馆主场地应在第一个比赛日前至少 2 天可供球队完全使用。

4.2 为比赛配置 7 组场边 LED 广告机，广告机规格及参数要求由主办方提供。

4.3 在场馆内悬挂参赛队所属国国旗；赛前需奏两国国歌，升国旗（国歌和国旗将由主办方提供）。

4.4 场馆内应至少设有一个计分牌，用以显示比分、球员得分和犯规次数，以及其他与比赛相关的信息；另应配备一个具有相同功能的备用计分牌。

4.5 在球场两侧的底线后面，应为摄影记者专门提供一个区域，记者们可坐在地板上或较矮的座椅上进行拍摄。

4.6 在记录台两侧应各安排 1 个球员席，外国队球员席放置 20 个带靠背的座位，中国队球员席放置 30 个带靠背的座椅。

4.7 在场馆内为每个参赛球队设有运动员专用休息室，可锁闭或提供安保服务。休息室位置尽量靠近赛场，面积应至少可容纳 30 人，并配有运动员专用卫生间、30 把椅子、1 块大白板、1 台可连接电脑的电视、4 支水性马克笔、1 块板擦、不少于两箱的矿泉水。休息室配有冰箱，训练和比赛时用来冰冻矿泉水及功能性饮料等；每场比赛为球队提供至少 10kg 冰。

4.8 场馆内还应有裁判和赛事官员的更衣室，每个更衣室应尽可能靠近赛场，其面积应至少可容纳 5 人，且配有至少 1 个卫生间、5 把椅子、不少于两箱的矿泉水。



4.9 场馆内应有 1 个可容纳 16 人的拉拉队更衣室，并配有相应的化妆桌椅。

4.10 供应商应为采购人在场馆内设有安排 1 个储藏室，其面积应不小于 20 平方米，且应带锁。

4.11 在参赛球队训练及比赛期间应提供相应的急救服务。须在场内设置医疗席，为比赛全程提供两位医生、两位护士、一辆救护车（配有专职司机及一切必要医疗设备），训练全程提供一位医生、一位护士、一辆救护车的医疗保障。并为赛事协调定点医院及就医绿色通道。从赛场到定点急救医院的急救室再到救护车的道上不应有任何障碍。

4.12 场馆、训练馆等球队可能出现的公共场所需始终配备不少于 1 台自动体外除颤仪（AED），供比赛期间紧急情况的急救处理使用。

4.13 设置记录台，配备至少 8 个座椅，在记录台后设置技术台，比记录台至少抬高 40-60cm，配备至少 12 个座椅。为记录台配备高速专线网络。设置 1 名 24 秒计时员（24 秒控制器）、计时员（比赛时钟控制器）、1 名技术代表（信号发生器、麦克）、1 名助理记录员（大屏幕控制装备或电脑）、1 名宣告员（信号发生器、麦克、秒表）、1 名记录员（记录表、球权交替拥有指示器、全队累计犯规显示器）、主持人和音响师（电源、音响接口、麦克）、1 名技术统计（网线、激光打印机、直拨电话、电源）、电视台字幕席（电源）。

4.14 场馆内应设有 1 个至少容纳 15 人的会议室并有无线网络覆盖，供技术会使用。

4.15 场馆内应设有 1 个可容纳至少 30 人的贵宾室，其位置应靠近贵宾入口和贵宾席，贵宾室内应提供茶和点心，不少于两箱的矿泉水；应主办方要求，供应商应在场馆内设置专门用于主办方招待其宾客的贵宾室。贵宾和记者应设有不同的专用通道。

4.16 保证比赛场馆所有更衣室、会议室和贵宾休息室的空调正常工作；主席台贵宾区有单独卫生间。

（5）其他

5.1 在参赛球队训练和比赛期间或团队活动举办期间，场馆内温度应始终控制在摄氏 22 至 25 度之间。

5.2 场馆内应保持清洁，不得吸烟；并应有足够的、清洁的卫生间。

5.3 体育馆窗户及观众通道务必有遮挡，便于白天转播比赛。

4、赛事场馆广告

（1）供应商承诺，馆内不能出现任何未经采购人审核的广告、品牌和产品；

1.1 除非采购人另有规定，供应商应确保在馆内、环廊不出现任何非国家队赞助商



广告，所有区域不出现任何利用赛事或国家队进行的、非主办方官方授权或非国家队赞助商的活动或广告宣传等。供应商同意，采购人有权在赛事开始前对场馆进行考察以确保场馆符合上述约定。

1.2 经采购人确认馆外现有的长期固定广告可以继续保留，但本协议签署后，供应商不得在馆外新增商业设施，亦不得在馆外新增广告位。

1.3 经采购人确认环廊内和馆外现有的固定商业设施可以继续保留，但本协议签署后，供应商不得在环廊内和馆外新增商业设施，亦不得在环廊内和馆外新增广告位。如馆内涉及国家队赞助商竞争品牌需遮挡。

(2) 在遵守采购人对于在场馆内发布广告的要求，为包括但不限于 LED 广告屏、固定广告板、横幅广告、实物或模型广告、背景板广告、地贴广告等广告设备和器材提供相应的空间和位置；

2.1 供应商应向采购人提供场馆的详细平面图，并拆除原有的广告或物品，确保主办方和其指定的第三方在赛事的第一场比赛前 2 天即对比赛场馆进行布置；

2.2 供应商须保证场馆 24 小时有人负责配合主办方完成上述工作；

2.3 供应商须保证提供铲车等安装设备和 4 名具有场地广告安装经验的人员协助主办方完成上述工作。

(3) 对于本协议项下供应商所享有的赛场广告，应自行负责设计、制作、运输、安装、维护、拆卸。其中供应商应至少在赛事的第一场比赛开始 3 周前将用于 LED 广告屏的画面要求告知采购人；

3.1 提供赛场固定广告板，并负责该等广告板的安装和拆除；提供赛场 LED 广告屏，并负责 LED 广告屏的运输、安装、维护和拆卸。LED 屏须为平面全彩 P4 屏，LED 广告机与地面夹角应为 90 度。

3.2 未经采购人事先同意，不得在场馆内组织或允许任何第三方组织球迷方阵。

3.3 未经采购人事先同意，不得允许任何人在场馆内散发或摆放带有公司名称或标识的啦啦棒或其他物品。

5、商业展位

在遵守承办地公安、消防相关规定及场馆条件许可的情况下，按采购人要求在比赛场馆外、场馆大厅及走廊免费为采购人预留商品展位和销售摊位，并为该等商品展位和销售摊位的搭建及报批提供帮助，具体以双方书面或邮件确认为准。

6、负责提供竞赛器材并承担相应费用，包括但不限于：篮架 2 个，比赛计时钟、



进攻计时钟至少一套，品牌得到赛事主办方同意；犯规标示牌、交替拥有指示器、信号发生器至少一套。

7、负责组织赛前联席会议和裁判员会议（1-2场，约50人），配合组织新闻发布会相关保障工作。

8、配合落实赛事活动的体育展示服务（现场MC和DJ由赛事主办方提供并付费，运营商需要做好对接工作），设计和实施开赛仪式等仪式活动，并承担相应费用。

（二）负责赛事运行各项工作，包括但不限于：

1、赛事批文

（1）根据届时有效的法律、法规等，负责获取相关行政主管机构及其他各级政府部门（包括体育、公安、消防、税务等主管部门）对举办赛事、团队活动及其他可能的主题活动的批准。其中，供应商应最少在赛事开始30天前向采购人提供相关行政主管机构有关赛事安排的批准函以及赛事宣传推广（包括赛事广告发布）计划，经采购人核准后，负责该计划的具体实施。

（2）根据相关规定，为受邀球队的全体人员办理相关邀请函，并于第一场比赛开始30日前将上述邀请函原件提供给采购人，供受邀球队的全体人员办理来华签证使用。

2、总体策划

运营商应当在中标之日起30天内提交赛事活动的总体策划方案、筹备工作总体进度安排，提交采购人审核后实施；比赛结束7个工作日内提交赛事总结报告，15个工作日内配合提交赛事评估所需的各项资料，相关评估工作由采购人确定的评估单位开展，评估费用由采购人负责。

3、财务管理

运营商应当建立赛事财务管理机制，任命1名财务负责人，与采购人密切配合做好赛事活动财务、采购、审计管理。运营商应当在中标之日起30日内提交赛事全口径财务预算方案，并与赛事活动总体策划方案做好衔接，经采购人审定后实施。比赛结束后30日内提交预算执行情况报告。运营商应配合采购人安排的第三方审计公司开展赛事审计，相关费用由采购人承担。

4、负责赛事全流程安全管理工作，包括但不限于赛前开展风险评估，赛中赛后做好赛事场地安全、人身安全、舆情安全等管控工作，至少指派1名安全专管员落实相关事宜。采购人协调公安部门为赛事活动提供统一的安保服务，由运营商负责协调对接相关安保团队落实安保措施。



5、负责本次赛事活动的场地布局和运行流线图的设计，得到主办方和采购人的同意后方可实施。

6、赛事其他人员：

(1) 组织和安排不少于 50 人的赛事服务志愿者团队，其中应提供至少 2 名能流利使用英语或波斯尼亚语的志愿者作为各支参赛球队的联络员。

(2) 提供不少于 12 名的辅助裁判员和技术统计人员。

(3) 符合国际篮联要求的电脑统计设备（详情请见上述赛事场馆及设施要求），且每节比赛结束后出具相关的统计数据。

(4) 为赛事邀请拉拉队现场表演，并负责其相关费用。

7、赛事接待

负责赛事的每支参赛球队、裁判员、官员、工作人员及其他相关人员的接待并承担相关的费用，具体如下：

供应商应根据本要求做好接待工作，并承担费用。其中，酒店标准为：五星级及以上；如酒店未划分星级，则需在满足住宿标准基础上，酒店接待餐厅必须获得食品卫生安全 A 级证书，所有向参赛运动队供应的餐食须符合体育总局反兴奋剂相关规定的要求，酒店公共场所需配备不少于 1 台自动体外除颤仪（AED），供各相关人员出现紧急情况的急救处理使用。

(1) 裁判员接待（含食宿及交通费用）

1.1 人数：不少于 4 人，接待时间为赛前 2 天。房间数量为不少于 4 个单间或标准间，使用不多于 1 次小型会议室。

1.2 住宿：五星级及以上酒店。

1.3 饮食：保证每日 3 餐、比赛日 4 餐。提供 1 名当地联络员，并安排其在当地的食宿。

1.4 交通：提供 1 辆中巴，负责当地交通和机场接送。

1.5 其他：每人每天 1 套衣物的洗衣费用。

1.6 房间的杂费和电话费用自理。

1.7 提供赛前联席会、领队会的会议室（25 人以上），并承担相关费用。

(2) 参赛国际球队（含食宿、交通、训练等费用）

负责安排受邀球队共【25】人的接待，最长接待时间为赛前 3 日至赛后 1 日（如因航班原因不能按时离境，则接待至受邀球队离境为止）。



2.1 交通:

①提供便利的机场出入关及行李托运条件。

②分别为每支受邀球队提供空调大巴车 1 辆（45 座以上），小车 1 辆，行李车 1 辆（1.5 吨以上），负责机场接送及城市间交通。

③提供酒店到球场的警车开道。

2.2 住宿：五星级及以上酒店。分别为每支受邀球队提供 15 个单人间，7 个标准间，1 个储藏室，1 个医疗室，每队需要至少三个房间有浴缸，并在训练和比赛后可以提供足够的冰块用于冰浴。一个可容纳 30 人的会议室并配有电视机、投影仪、DVD 机、白板、白板笔、以及纸笔等文具；并摆放赛事用水。以上房间应安排在同一楼层，且 24 小时楼层保安，并采取措施保证相对隔离以及安全和安静。

2.3 饮食：保证每日 3 餐在独立区域提供西式自助餐。训练及比赛当日赛前提供简餐，包括但不限于三明治、水果、咖啡、酸奶等；并为场馆休息室内提供果品茶点。

2.4 翻译：分别为每支受邀球队提供 1 名男性当地联络员和 1 名男性英语翻译。

2.5 承担外队场地训练安排，具体时间以外队商议确认为准。

2.6 其他:

①负担运动员和教练员每人每天 2 套衣物（每套包括但不限于训练服上衣、训练服短裤、紧身衣、紧身裤、内衣裤、球袜等运动衣物）的洗衣费用。

②如受邀球队开通房间内国际长途电话，话费由其自理。

③所有房间的杂费由受邀球队自理。

④自受邀球队到达赛事举行地之日始直至赛事结束，负责每天免费为其在比赛场馆内安排训练场地，并保证灯光和空调等设施的正常运行。

（3）中国国家队（负责食宿、交通、训练等费用）

负责安排参加赛事的国家队【45】人的接待，最长接待时间为赛前 3 日至赛后 2 日。

3.1 交通

①提供便利的机场出入关及行李托运条件。

②提供空调大巴车 2 辆（45 座以上），行李车 1 辆（1.5 吨以上）；负责机场接送及城市间交通。

③提供酒店到球场的警车开道。

3.2 住宿：五星级及以上标准酒店。提供 1 个套间、16 个单人间、14 个标准间，1 个储藏室，2 个医疗室，一个可容纳 40 人的会议室并配有电视机、投影仪、DVD 机、白



板、白板笔、以及纸笔等文具；并摆放赛事用水。以上房间应安排在同一独立楼层，且24小时楼层安保，并采取措施保证相对隔离以及安全和安静。

3.3 饮食：保证每日4餐在独立区域享用中西式混和自助餐；其中一餐提供简餐，包括但不限于三明治、水果、咖啡、酸奶等；并为场馆休息室内提供果品茶点。

3.4 其他：

①提供1名男性当地联络员。

②负担运动员、教练员每人每天2套衣物（每套包括但不限于训练服上衣、训练服短裤、紧身衣、紧身裤、内衣裤、球袜等运动衣物）的洗衣费用，官员每人每天1套衣物的干洗。

③所有房间的杂费由国家队自理。

④教练员、队员房间的长途话费自理。

⑤自国家队到达赛事进行地之日始直至赛事结束，负责每天免费为其在比赛场馆内安排训练场地，并保证灯光和空调等设施的正常运行。

（4）主办方领导及工作组

负责安排参加赛事的主办方工作组（包括中国篮球协会人员、主办方工作人员）30人的接待，接待时间为赛前两天（其中有不超过8名前期准备工作人员赛前5天到达），并承担其在赛事举办地的如下，具体接待标准为：

4.1 住宿：五星级标准，2个套间，不少于15个单人间（或不含套间，不少于17个单人间），7个标准间。

4.2 饮食：提供独立就餐区域用餐（中西混合自助餐），保证每日3餐、比赛日4餐；按照比赛实际需要，为主办方工作人员提供不限于酒店或场馆的临时性用餐。

4.3 交通：

①为中国篮球协会副主席（含）以上官员配备专车；为主办方副总经理（含）以上人员配备专车。

②为工作组至少提供1辆大巴车，负责当地交通和机场接送。

③供应商应预留房间和车辆，以备机动。

4.4 其他：

①每人每天1套衣物的洗衣。

②所有房间的杂费和话费由甲方自理。

③提供1名当地联络员。



(5) 媒体

5.1 提供媒体指定酒店信息。

5.2 负责参赛球队比赛和训练期间，媒体在当地的交通（45座大巴车）。

5.3 负责参赛球队比赛和训练期间，央视团队在当地的交通（45座大巴车，1-2辆，以满足实际到达赛场转播人员数量为准）。

(6) 其他

6.1 在参赛球队训练和/或比赛时，每天分别为每支球队按球队需求提供2次足够量的冰块（每次约不少于15公斤），并为每支球队提供白毛巾25条（可从饭店借用的，由供应商随队工作人员负责保管，用后由供应商收回）。

6.2 为主客队领队和团长、主席台贵宾以及中外记者提供主客队的中英文出场名单。

6.3 每场比赛的当日体育馆广播应配英文翻译，大屏幕应用中英文书写。

6.4 在球场主席台上为主办方、主客队领队和团长、比赛和裁判监督以及邀请的贵宾安排专座，并摆放中英文桌签。

6.5 赛后新闻发布会后，参赛球队主教练和翻译如果未能随各自球队大巴车离开，供应商应安排车辆将他们送回宾馆。

6.6 如出现本要求和标准中没有涉及到的情况或发生不可预见的费用，供应商仍应按照采购人的要求及接待要求和标准严格安排上述工作，发生的费用由供应商解决。

8、证件：负责设计制作符合属地公安部门要求的赛时通行证件（车证、人证），具体要求如下：（以下证件数量均指单场比赛证件数量）：

(1) 工作证 60 张：其中全场通行证 40 张，外场通行证 20 张；

(2) 电视转播工作证 75 张：其中可进入内场以及看台上的转播位置的工作证 35 张；

(3) 媒体证件 100 张：其中文字记者证 40 张，摄影记者证 60 张；

(4) 官员证件 30 张；

(5) 停车证 20 张：其中贵宾车证 5 张、工作车证 15 张；

注：上述证件数量仅为预估数量，实际需求数量以双方书面或邮件确认为准；采购人有权在赛事的第一场比赛开始 10 个工作日前获得上述相关证件。

(三) 市场开发：

1、广告及宣传（具体广告及宣传位置图详见下述附件一《场地广告位置图》）。经采购人事先同意，指定赛事赞助商在行使以下权利时须遵循权利保留、权利限制原则



（具体国家队赞助商相关情况详见下述附件二《国家队赞助商及其产品种类和范围》）。
供应商为赛事招募的所有赞助商，都需要经采购人审核并经采购人出具书面认可文件后，
供应商方可与该赛事赞助商开展合作。供应商招徕的赛事赞助收入全部归供应商所有。
供应商可开发的赞助商类别及数量：冠名赞助商（1 家）、赛事赞助商（不超过 4 家）、
赛事供应商（不超过 4 家），具体的权益类别如下：

- （1）赛事冠名权；
- （2）在赛场中圈地面发布广告；
- （3）在馆内位于电视转播主摄像机对面上方观众席围栏上悬挂 2 条横幅广告，该
横幅广告可授权给赛事冠名赞助商以外的赛事赞助商，具体体现形式须经采购人确认；
- （4）在赛场 LED 广告屏上发布 8 分钟广告，但同一赛事赞助商的广告时间不得超
过 6 分钟；
- （5）在场馆大屏幕上（如有且设备允许）发布 15 秒广告，赛事冠名赞助商可发布
30 秒广告；（供应商可发布自身宣传广告）
- （6）赛场赛事名称横幅 1 条体现赛事冠名赞助商，横幅体现形式应为“【赛事冠
名商+赛事名称】”（具体位置以双方确认为准）；
- （7）在赛事新闻发布会背景板上展示赛事赞助商标识和供应商企业标识；（具体
展示位置及比例以双方确认为准）
- （8）经采购人审核并同意后在场馆内设置 3 个展位，每家赞助商展位数量不超过 1
个，设置及制作费用由供应商承担。

2、赛事印刷品。

- （1）在经采购人同意的基础上，在比赛门票背面和票套（包括电子票和票套）上
展示赛事赞助商的标识和票务公司的名称或发布广告；
- （2）赛事冠名赞助商拥有赛事秩序册 1 页/1p 广告页，其它各赛事赞助商在比赛秩
序册上享有半页广告页；
- （3）赛事赞助商的标识在赛事印刷品上的大小与国家队官方赞助商相同。
- （4）供应商不得在赛事印刷品的制作中对主办方的广告设计等做特殊处理，以致
损害主办方广告权益及发布效果。

3、赞助商其他权益。

- （1）可安排 1 个赛事赞助商代表为比赛跳球；
- （2）有权在每场比赛的节间或暂停时进行 1 次赛场活动，具体时间、内容和形式



以双方书面或邮件确认为准。

4、供应商需针对所制定的赞助方案和赞助体系中赞助商应享有的回报和礼遇，做好赞助商服务和品牌保护，全面、有效地对本次赛事做好市场开发工作。

（四）票务开发：

1、供应商负责进行赛事的门票销售工作，采购人与供应商将按约定对门票全部销售收入进行分成。

2、供应商免费提供给采购人的门票如下：（以下门票数量均指单场比赛门票数量）：

2.1 主席台除前排桌签嘉宾按领导级别就坐外，主席台座席第一排 10 张，第二排及以上 5 张；

2.2 贵宾票 50 张；如经采购人确认后可设置场地席，供应商提供场地席票数占总场地席票数的 50%；

2.3 甲级票（第一档票价及以上区域）300 张，其中不少于 120 张需为主队替补席一侧背后座席；剩余 180 张应为主机位同对侧座位；如因票档设计无法满足，甲乙双方将另行协商；

2.4 非甲级票（第二档票价及以上区域）135 张；

2.5 若场馆设有包厢，采购人可获得不少于 2 个包厢的票或通行权限（赠票除外）；

2.6 其它区域坐席（具体双方另行商定）门票 100 张；

2.7 门票等级说明：

-如因特殊情况需设置场地席，需经采购人确认且按照门票约定给予相应数量赠票；

-如门票只设两档票价，则按以下方式确定门票等级：贵宾票为第一档票价及以上未设票价区域（即场地席设置）；前 5 排为贵宾票；6-15 排为甲级票，且前述座位的位置应在主机位同侧或对侧；

-最后 5 排不能作为非甲级票。

2.8 若采购人在比赛开始 15 天前提出购票要求，可以九折优惠购买不多于 300 张门票，具体票价以双方确认为准；

2.9 采购人有权在赛事的第一场比赛开始 10 个工作日前获得上述门票。

3、双方一致同意并认可，就本协议所涉的由承办方承办的赛事的票务（门票售卖及相应开发）问题，协议双方应在门票正式对外销售前，对票务相关核心问题，包括但不限于门票分类、不同级别门票售价、门票图案上的商业开发等，进行协商。经双方协商一致并以书面形式对前述问题进行确认后，乙方方可进行门票的设计、印制及相应的



销售工作等。

4、为杜绝“黄牛”倒票乱象，供应商须对票证发售、流通、查验、售后维权等环节建立全链条防范措施。同时严禁出现供应商单位内部人员、票务平台等参与非法倒票获利行为，如出现除解除合同外，还将依据《中华人民共和国治安管理处罚法》、《中华人民共和国刑法》的相关规定将相关违法人员或线索移交公安机关处理，并赔偿因此给采购人造成的损失。

5、运营商需做好赛事的观众服务工作，包括观众检票、指引、发放观众T恤、失物招领、医疗等方面。

（五）新闻管理及媒体运行

1、在场馆内配备记者专用席位、配套设备、新闻中心、新闻发布会会场（配备复印机和上网设备以及相应工作人员）、混合采访区、记者专用通道。（具体要求详见上述赛事场馆及设施要求）。

2、在遵守采购人要求的前提下，负责记者报名、制证、食宿、交通和采访等比赛的新闻管理及媒体运行工作。

3、提供符合国际比赛要求的新闻服务设施和条件，并配置专门的新闻部门和人员。

4、对采访比赛的媒体人员进行严格管理，严格遵守持许可证或通行证进入指定区域原则，该等证件的颁发由采购人审核决定，进入摄影记者区域的媒体人员在场馆内应身着由主办方提供的符合其身份的记者背心或辅助通行物；

5、落实采购人指定的电视转播机构与比赛体育馆的配合协调工作，提供符合要求的电视转播条件。若场馆不能满足转播用电要求，应安排供电车和不断电源协助甲方做好电视转播工作。

6、需任命1-2名媒体运行联络官，承担包括但不限于以下工作：

7、负责在前期报名工作中负责与地方媒体文字、视频记者、地方摄影记者的接洽；负责按照相关标准设置媒体运行功能区及功能房；在官方训练期间、赛时及赛后配合主办方媒体运行负责人管理媒体及摄影流程，监督媒体、图片采集行为；协助媒体证件的申请和发放；负责确保赛事得到积极向上的媒体宣传。

（六）宣传、媒体和直播：

依据采购人要求配合指定及相关媒体进行传播，推广赛事成果，展现城市特色，承担相应差旅及劳务费用。包括但不限于：

1、建立合作媒体资源。媒体资源应省级媒体5家、市级媒体3家、线上平台及社



交媒体 15 家推广。原创报道内容不低于 20 篇，报道总转载量不低于 5000 篇次。供应商根据主办方和采购人要求组织的如赛前新闻发布会、赛事推广活动等，需提前沟通并经采购人审核后落实。

2、氛围营造：在城市公交站、地铁站、户外大屏等多种形式投放赛事活动广告，其中公交、地铁投放点位不少于 5 个，户外大屏不少于 3 块，至少在赛前 1 周开始投放；在赛场周边主要干道投放道旗广告不少于 50 面，至少在赛前 3 天布置到位。

3、配合赛事直播。比赛由中央电视台体育频道进行直播，运营商需做好与央视体育频道的对接，做好直播的相关支持工作。

4、摄影摄像。组建不少于 10 人的官方摄影团队，拍摄赛事相关照片，并安排图片直播、精修，制作图片相册库。配赛事级摄影。

5、赛事短片：制作和拍摄赛事宣传片和纪录片。赛前 1 个月内提交总长不少于 1 分钟的宣传片（如主办方制作官方宣传片，运营商需配合做好传播）。赛后 15 个工作日内提交时长 1 至 2 分钟的纪录片。

6、与采购人共同做好舆情管控工作。

（七）其他事项：

1、负责为赛事活动采购保险，包括但不限于“大型活动责任险”、所有参与人员的“人身意外险”，“人身意外险”保额不低于 50 万元/人。

2、负责在采购人的协助下完成赛事各项报批手续并支付相关费用。

3、运营商应当主动配合采购人共同做好赛事活动组织的法律事务工作，积极预防法律风险，承担因违约或侵权造成采购人或第三人权益损失的全部法律责任。负责确保赛事运营期间所使用的信息、资料、方案、图片、视频、歌曲、字体等均不侵犯任何第三方知识产权及其他合法权益，同时做好赛事活动知识产权管理，向采购人提供赛事音像及图片、文字资料等（至少四套）。

4、供应商采购专业的翻译公司在赛事筹备和举办期间提供相应的笔译和口译服务，确保各类材料和会议活动所涉翻译的准确性、高效性和一致性；按照采购人要求建立赛事相关术语表，赛事期间需要呈现、印刷、露出的各类物品、标识、出版物等均需采购人审核确认。

5、负责积极为赛事活动进行市场开发、票务开发，并报备相关情况。

6、负责提供赛事审计需要的各类材料。

7、使用经采购人批准的正式名称提及赛事和参赛球队。



8、经采购人批准在指定区域设置广告、发布广告。并在行使本招标要求项下相关权利时，确保发布的广告及其内容须符合相关法律的规定，若广告内容侵犯任何第三方的知识产权、名誉权、肖像权等，供应商应负责处理并承担全部责任；如因此给采购人造成损失的，供应商应承担赔偿责任。

9、未经采购人事先书面同意，供应商不得或允许任何第三方在场馆内外发布与主办方和其赞助商产品类别相冲突的产品或服务广告，保护主办方和国家队赞助商的产品独家性。主办方享有的广告及宣传权利如下：

(1) 在电视转播主摄像机对面球场边线一侧以及球场底线两侧的赛场 LED 显示屏上发布广告。

(2) 在篮球架的篮板及篮球架下方的防撞板上发布广告。

(3) 在底线缓冲区发布地板供应商广告。

(4) 在除中圈以外的赛场其余地面上发布广告。

(5) 在赛场替补席两侧、参赛球队休息室以及赛后新闻发布会现场放置实物或模型广告。

(6) 在场馆（即举行比赛或团体活动的体育馆及其副馆，下同）大屏幕上播放广告。

(6) 在主办方享有横幅悬挂位置的优先选择权的基础上，在场馆内（即包括赛场、观众区（含包厢）、媒体休息室、新闻发布厅等后台工作区、场馆大厅和环廊（包括观众通道、贵宾通道及贵宾室、地下停车场），下同）位于电视转播主摄像机对面上方观众席围栏上悬挂横幅广告（规格为：长 10 米，宽 1 米，下同）。

(7) 主办方有权享有在馆外（即体育馆建筑主体外属于体育馆管辖的比邻区域，下同）悬挂横幅的权利，主办方可自行确定横幅内容。

(8) 在赛事的新闻发布会背景板（规格为：高 2.8 米，宽 5 米，下同）和球员采访背景板中双方书面协商上发布广告。

(9) 在场馆内、外组织各类宣传、推广活动的权利。

(10) 主办方及主办方指定的国家队赞助商等有权在场馆大厅和环廊设置展位（规格为：面积不低于 30M²，下同），且享有优先选择权。搭建及物料制作费用由主办方或国家队赞助商承担；水、电等基础设施费由供应商承担，同时供应商负责前期安保及消防等报批手续。如涉及展位押金，供应商应在展位设置前通知主办方，由主办方统一告知国家队赞助商（下同）。



(11) 在场馆内、外免费设立展区并提供或销售国家队赞助商产品、国家队展品陈列等，有权在贵宾区提供国家队赞助商产品。

(12) 以上所有权利均须遵循竞品排斥原则，具体国家队赞助商相关情况详见附件二《国家队赞助商及其产品种类和范围》。

10、未经采购人事先书面同意，不得在赛事的宣传推广中与国家队赞助商及其产品类别相冲突的企业合作。

11、未经采购人事先书面同意，不得对主办方标识、国家队标识以及赛事标识进行使用。

12、维持场馆内外的秩序，负责主办方、参赛球队全体人员的人身及财产安全。

13、采购人根据自身实际需求组织的相关赛事活动，供应商必须予以配合。

三、服务期限：合同签订之日起至比赛结束且工作任务全部履约完成。

四、审计要求：供应商应配合采购人安排的第三方审计公司开展赛事审计和上级部门审计检查，相关费用由采购人承担。

五、门票销售收入分成

(一) 根据实际门票销售收入情况由采购人与供应商进行分成，且不论本赛事门票收益情况如何，采购人保底必须获得现金人民币 160 万元的分成，供应商所得分成比例报价要求如下：

分成比例报价：供应商所得分成不得高于实际门票销售收入的 50%，供应商须对此部分进行自身所得分成比例的报价，最终报价比例高于 50% 的，按无效投标处理。

(二) 门票分成结算：

采购人所得分成要求分两次结算：

1、第一次结算：合同签订后一周内供应商向采购人指定账户一次性支付采购人所得保底分成金额的 50%（即：人民币 80 万元）（合同自收到供应商支付的此足额金额后方可生效）；

2、第二次结算：赛事结束后再根据实际门票销售收入情况向采购人支付剩余分成金额。

注：

(1) 本文所述的采购人保底必须获得现金人民币 160 万元的分成，即意味着根据本次采购确定的分成比例经计算后采购人所得分成如达不到现金人民币 160 万元的，则



供应商须在第二次结算时一次性予以补齐。如根据本次采购确定的分成比例经计算后采购人所得分成超过现金人民币160万元的，则根据计算结果在第二次结算时一次性向采购人足额支付剩余分成金额。

(2) 门票销售收入可先进票务售票平台，但供应商须保证赛事结束后门票销售收入情况在经采购人审定后的十天内能够确保采购人指定的账户收到第二次结算时剩余分成金额，否则供应商须承担此金额给付的责任。

六、其他要求

(一) 本技术规范要求提出的是最低限度的基本技术要求，并未对所有技术细节作出规定，供应商应提供符合本技术要求和国家标准、行业标准的优质产品及服务。

(二) 供应商承担因该赛事引发的最终法律、经济责任（包括但不限于人员伤亡、财产的赔付责任）。

(三) 供应商充分考虑本项目合同实施期间可能发生的一切费用及政策风险，并承担由此而带来的风险。

(四) 供应商应确保安全生产，做好安全生产，做好相关安全措施，对服务人员的人身安全、物资安全及周边环境的安全负有全责。在项目实施过程中出现供应商原因造成的生产、安全、环境或者其他事故，由供应商承担一切责任并负责消除对采购人的不利影响，如采购人因此承担了任何责任，有权向供应商全额追偿。

七、服务保障和自罚承诺

(一) 供应商应对照磋商文件要求（具体见磋商文件第四章），说明所提供服务已对采购人的需求做出了实质性的响应，或申明与需求的偏差和例外。

(二) 供应商可以在投标文件中提出不同的服务标准和保障承诺，使评标委员会相信替代服务相同于或优于原需求。

八、响应编制，除磋商文件要求外，还包括但不限于以下内容：

(一) 提供服务的总体服务设想、服务于本项目的重点、难点、思路等。

(二) 服务方案、服务的岗位设置、部门职责、操作流程、各类规章制度及针对所做的研究方案等。

(三) 实施方案、质量标准等。

(四) 服务承诺及服务措施。

备注：

1、本章所有要求均为实质性要求，不允许负偏离，否则作为无效报价。



2、所有实质性要求在竞争性磋商中经招标人代表确认允许进行实质性变动。

3、如有疑问请与招标人联系。

附件一《场地广告位置图》（以实际赛场安排位置为准）



主机位

附件二《国家队赞助商及其产品种类和范围》（采购人将不时更新本附件）

一、耐克一鞋、服装、护具、运动休闲服装和配饰、运动监测装置等运动装备、运动服装以及体育用品等

二、怡宝一饮用水、非酒精类饮料

三、Molten一比赛用球、球车

四、赛锐博-（Therabody）筋膜枪、J气动压缩靴、振动泡沫轴

五、领动科技-运动科技服务

六、美凯地板-运动木地板

七、商汤科技-人工智能；运动表现分析平台

八、电视转播机构

如国家队赞助商有更新，采购人将另行书面通知供应商。

附件三、预算明细



序号	类别	内容	单价 (元)	数量	数量	预算金额(元)	备注
(一)	场馆和器材					1,800,000.00	
1	场馆租赁	包含租金、能耗等				1,150,000.00	预估
2	地板					0	国家队赞助商提供
3	体育器材	包括篮架、计时记分设备和软件、记录台设备等				100000	租赁为主
4	比赛用球	球和球车				0	国家队赞助商提供
5	临建搭设					100000	
6	家具白电					50000	租赁
7	LED广告板					100000	租赁, 价格为预估
8	景观搭建	包括场馆和酒店				300000	
(二)	后勤保障					801300	
1	住宿(裁判员)	7.25-7.30	600	5	5	15000	
2	住宿(波黑队)	7.25-7.30	600	24	5	72000	
3	住宿(中国队)	7.26-7.31	600	34	5	102000	
4	住宿(深篮公司提前到达人员)	7.22-7.30	600	4	8	19200	
5	住宿(中国篮协和深篮公司)	7.25-7.30	600	20	5	60000	
6	餐饮(裁判员)	按5人计	400	5	5	10000	
7	餐饮(波黑队)	按25人计	400	25	5	50000	
8	餐饮(中国队)	按45人计	400	45	5	90000	
9	餐饮(深篮公司提前到达人员)	按8人计	400	8	8	25600	
10	餐饮(中国篮协和深篮公司)	按22人计	400	22	5	44000	
11	餐饮(组委会工作人员和志愿者)	150人/天, 按5天计	100	150	5	75000	
12	会议室	2间会议室, 使用5天	5000	2	5	50000	
13	交通(大巴)	按15辆计, 每辆平均使用5天	1500	15	5	112500	含志愿者大巴
14	交通(小车或商务)	按5辆计, 每辆平均使用5天	1000	5	5	25000	
15	饮用水					0	国家队赞助商提供
16	食用冰	每队每天至少30公斤				1000	
17	洗衣	含毛巾清洗				50000	预估
(三)	宣传推广					530000	
1	媒体、摄影摄像团队邀请和服务					100000	
2	社交媒体推广	社交媒体、垂类媒体话题活动推广				150000	
3	线下推广	机场、火车站、				200000	



		城市广告大屏等					
4	视频制作	包括宣传片和总结片				80000	
(四)	赛事组织					170000	
1	记录台人员	预估 10 人, 按 6 天计	500	6	10	30000	
2	办公用品					5000	
3	体育展示	含啦啦队等				100000	DJ 和 MC 由深篮公司支付费用
4	秩序册和其他出版物					10000	
5	志愿者补贴	预估 100 人	50	100	5	25000	
(五)	安保和医疗					655000	
1	安保	按每场安保费 30 万元计				600000	
2	证件	车证和人证				5000	
3	医疗	一辆救护车配两医两护和必要药品				50000	
(六)	其他					443700	
2	保险					20000	
3	茶歇					20000	
4	服装 (工作人员和志愿者)	T 恤两件	100	200		20000	
5	服装 (主场文化衫)	需要为球迷提供主场文化衫	10	18000		180000	按照每场比赛 9000 件计
6	网络	含有线和无线				100000	
7	不可预见费					103700	
	合计					4400000	

注：该预算明细仅供参考，但供应商对本次赛事总投入费用必须达到 440 万元。

第五章 合同草案条款及格式



项目合同

合同编号：_____

项目名称：_____

招标人：_____

中标人：_____

签订日期：_____



合同编号：CYZC-2025-150433

招标人：（以下称甲方）

中标人：（以下称乙方）

住所地：

住所地：

根据《中华人民共和国民法典》等法律法规的规定，甲乙双方按照招标代理机构的竞争性磋商结果签订本合同。

第一条 合同标的

一、项目概况

（一）赛事名称：2025年中国男篮热身赛-中国 VS 波黑国际男篮对抗赛

（二）主办方：中国篮球协会、深篮体育（北京）有限公司

（三）拟定比赛时间及对手：

2025年7月27日、7月29日，共2个比赛日，1个赛区，中国男篮对阵波黑国家男篮。具体比赛时间及对手以实际发生为准。

（四）赛事地点：根据中篮协申办要求，需符合专业篮球赛事的比赛和训练场馆及配套设备。比赛场馆拥有至少6000坐席，具有标准木地板，稳定的供电系统，能够保障比赛用电顺畅供应。灯光不低于2000 LUX。配备不少于5个休息室、1个会议室及3个办公室，供球队、裁判及相关赛事工作人员使用。

（五）项目经费说明：本项目采用“服务费用零支付”的方式进行采购，并于赛后根据实际门票销售收入情况进行分成。赛事总投入费用约440万元（详见附件三、预算明细），所需经费由乙方通过市场化运作解决，确保赛事顺利有序进行。

二、服务内容

（一）负责赛事竞赛组织工作，包括但不限于：

1、根据甲方需求负责设计、制作赛事背景板、秩序册、成绩册、请柬及甲方授权的其它宣传品，并承担相应费用。赛事主背景板至少1块，秩序册至少100本，成绩册至少50本。

2、负责竞赛组织及管理工作，包括但不限于做好竞赛场地管理、裁判员服务与管理等，按照甲方要求做好计时记分与成绩信息服务相关工作，具体要求包括但不限于：

（1）为比赛的准备工作配置专门的执行团队，并保证执行团队执行人员全力配合甲方、参赛球队，确保比赛高质量、高标准地完成；

（2）严格按照甲方、参赛球队的需求做比赛和训练期间的场馆、酒店的安保工作；

（3）根据甲方对赛事的安排及要求，负责宣传、安保、防火、环保、票务等赛事



的竞赛组织和管理，如若发生任何人员的人身伤害和/或财产损失等情况，乙方应当承担全部责任。甲方代为承担责任的，有权向乙方追偿；

(4) 严格控制和管理场馆内的秩序，并对替补席等区域周围用警戒绳隔离，至少安排4名保安人员看守；

(5) 积极配合甲方、主办方、央视等人员对比赛场馆、酒店、交通等方面的前期考察工作，并安排专人负责接待并落实相关工作。

(6) 中国主场城市文化展示，在乙方所承办所有赛事中，在所有现场观众座席上铺设国家队主场文化衫，文化衫设计标准由甲方统一提供，由乙方负责制作及发放，乙方不得在设计及制作中增加任何商业元素。用以打造主场球迷文化和城市氛围。

3、赛事场馆及设施要求。负责与比赛场馆签订使用协议，并支付场馆租赁、能耗等所有相关费用。预估场馆使用日期为7月20日至7月30日，最终使用期限由甲方、乙方和场馆方共同商议决定。具体赛事场馆及设施要求如下：

(1) 供电与灯光：

1.1 体育馆主电源工作室位置、保证主备两路负荷在80-100千瓦，如电源负荷达不到要求，应租用发电车；体育馆负责将符合要求的电源配电箱拉到转播车附近。

1.2 场馆内灯光照度明亮不低于2000勒克司，且应从赛场两侧(最好是从赛场上方)提供均匀光源。

1.3 全场的灯光照明应从当天第一场比赛90分钟前开始直到最后一场比赛结束30分钟后止。训练时场馆内的灯光应与比赛时一样。

1.4 体育馆需保证有光端机和光缆。

(2) 广告及宣传：

非经甲方同意，场馆内不得有任何广告或品牌标识；对无法拆除的现有广告或品牌标识，应予遮盖。

(3) 传播与报道

3.1 在场馆为转播车、卫星车及音频车提前到达体育馆停车位置，并应在其周边设立警戒线，提供24小时安全保卫。

3.2 在体育馆内提供一间20平米的电视工作用房，该房间应在转播车附近，且内设桌椅及饮水机一台。

3.3 如场馆大屏幕要转播车提供比赛信号，请自行准备有BNC接头的视频线。

3.4 转播信号传输专用网络：场馆应为转播制作团队提供一条200M以上带宽的网络



专线，且上下行带宽对称，至少包含两个固定 IP 地址。

3.5 文字记者席：需设置在看台，设置相关隔离（1 米线），并设置桌裙或椅背贴，如遇特殊情况需设置在其他位置，则乙方提前与甲方沟通协商。

3.6 摄影师区域：需在每边篮架两侧各准备一排长凳，如遇热门场次，可增加为两排（第二排需垫高）。保证没有任何视线遮挡（或需搭建平台以抬高视线），并备有充足的电源插座和网络。该区域需设立专门的安保进行人员管理，只有身着摄影师背心（或佩戴其他辅助通行物）的人员可以出入该区域。

3.7 混采区：需设立在球队返回更衣室的流线上，需留有充足的空间，该区域需设立专门的安保进行人员管理。需准备符合赞助商曝光需求的混采背景板。照明条件均匀明亮，色温 4200K 左右。

3.8 瞬采区（如需）：需在比赛结束后，将瞬采背景板放置于场边。新闻发布厅：需至少容纳 40 人（带有专业设备）的隔音房间，配有发布坐席（3 个），足额的记者坐席，适合距离的视频媒体拍摄平台，3 个固定座式麦克风和 3 个无线麦克风等；照明条件均匀明亮，色温 4200K 左右。

3.9 媒体工作间：需设有媒体工作间，并配有至少 40 人的桌椅、充足的电源插座和网络。需配有饮用水和小食。

（4）场馆布置与设施：

4.1 场馆主场地及训练馆（如需）应在第一个比赛日前至少 4 天可供球队完全使用。

4.2 为比赛配置 7 组场边 LED 广告机，广告机规格及参数要求由主办方提供。

4.3 在场馆内悬挂参赛队所属国国旗；赛前需奏两国国歌，升国旗（国歌和国旗将由主办方提供）。

4.4 场馆内应至少设有一个计分牌，用以显示比分、球员得分和犯规次数，以及其他与比赛相关的信息；另应配备一个具有相同功能的备用计分牌。

4.5 在球场两侧的底线后面，应为摄影记者专门提供一个区域，记者们可坐在地板上或较矮的座椅上进行拍摄。

4.6 在记录台两侧应各安排 1 个球员席，外国队球员席放置 20 个带靠背的座位，中国队球员席放置 30 个带靠背的座椅。

4.7 在场馆内为每个参赛球队设有运动员专用休息室，可锁闭或提供安保服务。休息室位置尽量靠近赛场，面积应至少可容纳 30 人，并配有运动员专用卫生间、30 把椅子、1 块大白板、1 台可连接电脑的电视、4 支水性马克笔、1 块板擦、不少于两箱的



矿泉水。休息室配有冰箱，训练和比赛时用来冰冻矿泉水及功能性饮料等；每场比赛为球队提供至少 10kg 冰。

4.8 场馆内还应有裁判和赛事官员的更衣室，每个更衣室应尽可能靠近赛场，其面积应至少可容纳 5 人，且配有至少 1 个卫生间、5 把椅子、不少于两箱的矿泉水。

4.9 场馆内应有 1 个可容纳 16 人的拉拉队更衣室，并配有相应的化妆桌椅。

4.10 乙方应为甲方在场馆内设有安排 1 个储藏室，其面积应不小于 20 平米，且应带锁。

4.11 在参赛球队训练及比赛期间应提供相应的急救服务。须在场内设置医疗席，为比赛和训练全程提供一个医生、一个护士、一辆救护车（配有专职司机及一切必要医疗设备）的医疗保障。并为赛事协调定点医院及就医绿色通道。从赛场到定点急救医院的急救室再到救护车的道上不应有任何障碍。

4.12 场馆、训练馆等球队可能出现的公共场所需始终配备不少于 1 台自动体外除颤仪（AED），供比赛期间紧急情况的急救处理使用。

4.13 设置记录台，配备至少 8 个座椅，在记录台后设置技术台，比记录台至少抬高 40-60cm，配备至少 12 个座椅。为记录台配备高速专线网络。设置 1 名 24 秒计时员（24 秒控制器）、计时员（比赛时钟控制器）、1 名技术代表（信号发生器、麦克）、1 名助理记录员（大屏幕控制装备或电脑）、1 名宣告员（信号发生器、麦克、秒表）、1 名记录员（记录表、球权交替拥有指示器、全队累计犯规显示器）、主持人和音响师（电源、音响接口、麦克）、1 名技术统计（网线、激光打印机、直拨电话、电源）、电视台字幕席（电源）。

4.14 场馆内应设有 1 个至少容纳 15 人的会议室并有无线网络覆盖，供技术会使用。

4.15 场馆内应设有 1 个可容纳至少 30 人的贵宾室，其位置应靠近贵宾入口和贵宾席，贵宾室内应提供茶和点心，不少于两箱的矿泉水；应主办方要求，乙方应在场馆内设置专门用于主办方招待其宾客的贵宾室。贵宾和记者应设有不同的专用通道。

4.16 保证比赛场馆所有更衣室、会议室和贵宾休息室的暖气或空调正常工作；主席台贵宾区有单独卫生间。

（5）其他

5.1 在参赛球队训练和比赛期间或团队活动举办期间，场馆内温度应始终控制在摄氏 22 至 25 度之间。

5.2 场馆内应保持清洁，不得吸烟；并应有足够的、清洁的卫生间。



5.3 体育馆窗户及观众通道务必有遮挡，便于白天转播比赛。

4、赛事场馆广告

(1) 乙方承诺，馆内不能出现任何未经甲方审核的广告、品牌和产品；

1.1 除非甲方另有规定，乙方应确保在馆内、环廊不出现任何非国家队赞助商广告，所有区域不出现任何利用赛事或国家队进行的、非主办方官方授权或非国家队赞助商的活动或广告宣传等。乙方同意，甲方有权在赛事开始前对场馆进行考察以确保场馆符合上述约定。

1.2 经甲方确认馆外现有的长期固定广告可以继续保留，但本协议签署后，乙方不得在馆外新增商业设施，亦不得在馆外新增广告位。

1.3 经甲方确认环廊内和馆外现有的固定商业设施可以继续保留，但本协议签署后，乙方不得在环廊内和馆外新增商业设施，亦不得在环廊内和馆外新增广告位。如馆内涉及国家队赞助商竞争品牌需遮挡。

(2) 在遵守甲方对于在场馆内发布广告的要求，为包括但不限于 LED 广告屏、固定广告板、横幅广告、实物或模型广告、背景板广告、地贴广告等广告设备和器材提供相应的空间和位置；

2.1 乙方应向甲方提供场馆的详细平面图，并拆除原有的广告或物品，确保主办方和其指定的第三方在赛事的第一场比赛前 2 天即对比赛场馆进行布置；

2.2 乙方须保证场馆 24 小时有人负责配合主办方完成上述工作；

2.3 乙方须保证提供铲车等安装设备和 4 名具有场地广告安装经验的人员协助主办方完成上述工作。

(3) 对于本协议项下乙方所享有的赛场广告，应自行负责设计、制作、运输、安装、维护、拆卸。其中乙方应至少在赛事的第一场比赛开始 3 周前将用于 LED 广告屏的画面要求告知甲方；

3.1 提供赛场固定广告板，并负责该等广告板的安装和拆除；提供赛场 LED 广告屏，并负责 LED 广告屏的运输、安装、维护和拆卸。LED 屏须为平面全彩 P4 屏，LED 广告机与地面夹角应为 90 度。

3.2 未经甲方事先同意，不得在场馆内组织或允许任何第三方组织球迷方阵。

3.3 未经甲方事先同意，不得允许任何人在场馆内散发或摆放带有公司名称或标识的啦啦棒或其他物品。

5、商业展位



在遵守承办地公安、消防相关规定及场馆条件许可的情况下，按甲方要求在比赛场馆外、场馆大厅及走廊免费为甲方预留商品展位和销售摊位，并为该等商品展位和销售摊位的搭建及报批提供帮助，具体以双方书面或邮件确认为准。

6、负责提供竞赛器材并承担相应费用，包括但不限于：篮架 2 个，比赛计时钟、进攻计时钟至少一套，品牌得到赛事主办方同意；犯规标示牌、交替拥有指示器、信号发生器至少一套。

7、负责组织赛前联席会议和裁判员会议（1-2 场，约 50 人），配合组织新闻发布会相关保障工作。

8、配合落实赛事活动的体育展示服务（现场 MC 和 DJ 由赛事主办方提供并付费，乙方需要做好对接工作），设计和实施开赛仪式等仪式活动，并承担相应费用。

（二）负责赛事运行各项工作，包括但不限于：

1、赛事批文

（1）根据届时有效的法律、法规等，负责获取相关行政主管机构及其他各级政府部门（包括体育、公安、消防、税务等主管部门）对举办赛事、团队活动及其他可能的主题活动的批准。其中，乙方应最少在赛事开始 30 天前向甲方提供相关行政主管机构有关赛事安排的批准函以及赛事宣传推广（包括赛事广告发布）计划，经甲方核准后，负责该计划的具体实施。

（2）根据相关规定，为受邀球队的全体人员办理相关邀请函，并于第一场比赛开始 30 日前将上述邀请函原件提供给甲方，供受邀球队的全体人员办理来华签证使用。

2、总体策划

乙方应当在中标之日起30天内提交赛事活动的总体策划方案、筹备工作总体进度安排，提交甲方审核后实施；比赛结束7个工作日内提交赛事总结报告，15个工作日内配合提交赛事评估所需的各项资料，相关评估工作由甲方确定的评估单位开展，评估费用由甲方负责。

3、财务管理

乙方应当建立赛事财务管理机制，任命 1 名财务负责人，与甲方密切配合做好赛事活动财务、采购、审计管理。乙方应当在中标之日起 30 日内提交赛事全口径财务预算方案，并与赛事活动总体策划方案做好衔接，经甲方审定后实施。比赛结束后 30 日内提交预算执行情况报告。乙方应配合甲方安排的第三方审计公司开展赛事审计，相关费用由甲方承担。



4、负责赛事全流程安全管理工作，包括但不限于赛前开展风险评估，赛中赛后做好赛事场地安全、人身安全、舆情安全等管控工作，至少指派1名安全专管员落实相关事宜。甲方协调公安部门为赛事活动提供统一的安保服务，由乙方负责协调对接相关安保团队落实安保措施。

5、负责本次赛事活动的场地布局和运行流程图的设计，得到主办方和甲方的同意后方可实施。

6、赛事其他人员：

(1)组织和安排不少于30人的赛事服务志愿者团队，其中应提供至少2名能流利使用英语或西班牙语的志愿者作为各支参赛球队的联络员。

(2)提供不少于12名的辅助裁判员和技术统计人员。

(3)符合国际篮联要求的电脑统计设备（详情请见上述赛事场馆及设施要求），且每节比赛结束后出具相关的统计数据。

(4)为赛事邀请拉拉队现场表演，并负责其相关费用。

7、赛事接待

负责赛事的每支参赛球队、裁判员、官员、工作人员及其他相关人员的接待并承担相关的费用，具体如下：

乙方应根据本要求做好接待工作，并承担费用。其中，酒店标准为：五星级及以上；如酒店未划分星级，则需在满足住宿标准基础上，酒店接待餐厅必须获得食品卫生安全A级证书，所有向参赛运动队供应的餐食须符合体育总局反兴奋剂相关规定的要求，酒店公共场所需配备不少于1台自动体外除颤仪（AED），供各相关人员出现紧急情况的急救处理使用。

(1)裁判员接待（含食宿及交通费用）

1.1 人数：不少于4人，接待时间为赛前2天。房间数量为不少于4个单间或标准间，使用不多于1次小型会议室。

1.2 住宿：五星级及以上酒店。

1.3 饮食：保证每日3餐、比赛日4餐。提供1名当地联络员，并安排其在当地的食宿。

1.4 交通：提供1辆中巴，负责当地交通和机场接送。

1.5 其他：每人每天1套衣物的洗衣费用。

1.6 房间的杂费和电话费用自理。



1.7 提供赛前联席会、领队会的会议室（25人以上），并承担相关费用。

（2）参赛国际球队（含食宿、交通、训练等费用）

负责安排受邀球队共【25】人的接待，接待时间为赛前3日至赛后1日（如因航班原因不能按时离境，则接待至受邀球队离境为止）。

2.1 交通：

①提供便利的机场出入关及行李托运条件。

②分别为每支受邀球队提供空调大巴车1辆（45座以上），小车1辆，行李车1辆（1.5吨以上），负责机场接送及城市间交通。

③提供酒店到球场的警车开道。

2.2 住宿：五星级及以上酒店。分别为每支受邀球队提供15个单人间，7个标准间，1个储藏室，1个医疗室，每队需要至少三个房间有浴缸，并在训练和比赛后可以提供足够的冰块用于冰浴。一个可容纳30人的会议室并配有电视机、投影仪、DVD机、白板、白板笔、以及纸笔等文具；并摆放赛事用水。以上房间应安排在同一楼层，且24小时楼层保安，并采取措施保证相对隔离以及安全和安静。

2.3 饮食：保证每日3餐在独立区域提供西式自助餐。比赛当日赛前提供简餐，包括但不限于三明治、水果、咖啡、酸奶等；并为场馆休息室内提供果品茶点。

2.4 翻译：分别为每支受邀球队提供1名男性当地联络员和1名男性英语翻译。

2.5 承担外队场地训练安排，具体时间以外队商议确认为准。

2.6 其他：

①负担运动员和教练员每人每天2套衣物（每套包括但不限于训练服上衣、训练服短裤、紧身衣、紧身裤、内衣裤、球袜等运动衣物）的洗衣费用。

②如受邀球队开通房间内国际长途电话，话费由其自理。

③所有房间的杂费由受邀球队自理。

④自受邀球队到达赛事举行地之日始直至赛事结束，负责每天免费为其在比赛场馆内安排训练场地，并保证灯光和空调等设施的正常运行。

（3）中国国家队（负责食宿、交通、训练等费用）

负责安排参加赛事的国家队【45】人的接待，接待时间为赛前3日至赛后2日。

3.1 交通

①提供便利的机场出入关及行李托运条件。

②提供空调大巴车2辆（45座以上），行李车1辆（1.5吨以上）；负责机场接送



及城市间交通。

③提供酒店到球场的警车开道。

3.2 住宿：五星级及以上标准酒店。提供1个套间、16个单人间、14个标准间，1个储藏室，2个医疗室，一个可容纳40人的会议室并配有电视机、投影仪、DVD机、白板、白板笔、以及纸笔等文具；并摆放赛事用水。以上房间应安排在同一独立楼层，且24小时楼层安保，并采取措施保证相对隔离以及安全和安静。

3.3 饮食：保证每日4餐在独立区域享用中西式混和自助餐；其中一餐提供简餐，包括但不限于三明治、水果、咖啡、酸奶等；并为场馆休息室内提供果品茶点。

3.4 其他：

①提供1名男性当地联络员。

②负担运动员、教练员每人每天2套衣物（每套包括但不限于训练服上衣、训练服短裤、紧身衣、紧身裤、内衣裤、球袜等运动衣物）的洗衣费用，官员每人每天1套衣物的干洗。

③所有房间的杂费由国家队自理。

④教练员、队员房间的长途话费自理。

⑤自国家队到达赛事进行地之日始直至赛事结束，负责每天免费为其在比赛场馆内安排训练场地，并保证灯光和空调等设施的正常运行。

（4）主办方领导及工作组

负责安排参加赛事的主办方工作组（包括中国篮球协会人员、主办方工作人员）30人的接待，接待时间为赛前两天（其中有不超过8名前期准备工作人员赛前5天到达），并承担其在赛事举办地的如下，具体接待标准为：

4.1 住宿：五星级标准，2个套间，不少于15个单人间（或不含套间，不少于17个单人间），7个标准间。

4.2 饮食：提供独立就餐区域用餐（中西混合自助餐），保证每日3餐、比赛日4餐；按照比赛实际需要，为主办方工作人员提供不限于酒店或场馆的临时性用餐。

4.3 交通：

①为主办方副主席（含）以上官员配备专车；为主办方副总经理（含）以上人员配备专车。

②为工作组至少提供1辆大巴车，负责当地交通和机场接送。

③乙方应预留房间和车辆，以备机动。



4.4 其他:

- ①每人每天1套衣物的洗衣。
- ②所有房间的杂费和话费由甲方自理。
- ③提供1名当地联络员。

(5) 媒体

5.1 提供媒体指定酒店信息。

5.2 负责参赛球队比赛和训练期间,媒体在当地的交通(45座大巴车)。

5.3 负责参赛球队比赛和训练期间,央视团队在当地的交通(45座大巴车,1-2辆,以满足实际到达赛场转播人员数量为准)。

(6) 其他

6.1 在参赛球队训练和/或比赛时,每天分别为每支球队按球队需求提供2次足够量的冰块(每次约不少于15公斤),并为每支球队提供白毛巾25条(可从饭店借用的,由乙方随队工作人员负责保管,用后由乙方收回)。

6.2 为主客队领队和团长、主席台贵宾以及中外记者提供主客队的中英文出场名单。

6.3 每场比赛的当日体育馆广播应配英文翻译,大屏幕应用中英文书写。

6.4 在球场主席台上为主办方、主客队领队和团长、比赛和裁判监督以及邀请的贵宾安排专座,并摆放中英文桌签。

6.5 赛后新闻发布会后,参赛球队主教练和翻译如果未能随各自球队大巴车离开,乙方应安排车辆将他们送回宾馆。

6.6 如出现本要求和标准中没有涉及到的情况或发生不可预见的费用,乙方仍应按照甲方的要求及接待要求和标准严格安排上述工作,发生的费用由乙方解决。

8、证件:负责设计制作符合属地公安部门要求的赛时通行证件(车证、人证),具体要求如下:(以下证件数量均指单场比赛证件数量):

- (1) 工作证60张:其中全场通行证40张,外场通行证20张;
- (2) 电视转播工作证75张:其中可进入内场以及看台上的转播位置的工作证35张;
- (3) 媒体证件100张:其中文字记者证40张,摄影记者证60张;
- (4) 官员证件30张;
- (5) 停车证20张:其中贵宾车证5张、工作车证15张;

注:上述证件数量仅为预估数量,实际需求数量以双方书面或邮件确认为准;甲方



有权在赛事的第一场比赛开始 10 个工作日前获得上述相关证件。

（三）市场开发：

1、广告及宣传（具体广告及宣传位置图详见下述附件一《场地广告位置图》）。经甲方事先同意，指定赛事赞助商在行使以下权利时须遵循权利保留、权利限制原则（具体国家队赞助商相关情况详见下述附件二《国家队赞助商及其产品种类和范围》）。乙方为赛事招募的所有赞助商，都需要经甲方审核并经甲方出具书面认可文件后，乙方方可与该赛事赞助商开展合作。乙方招徕的赛事赞助收入全部归乙方所有。乙方可开发的赞助商类别及数量：冠名赞助商（1 家）、赛事赞助商（不超过 4 家）、赛事供应商（不超过 4 家），具体的权益类别如下：

（1）赛事冠名权；

（2）在赛场中圈地面发布广告；

（3）在馆内位于电视转播主摄像机对面上方观众席围栏上悬挂 2 条横幅广告，该横幅广告可授权给赛事冠名赞助商以外的赛事赞助商，具体体现形式须经甲方确认；

（4）在赛场 LED 广告屏上发布 8 分钟广告，但同一赛事赞助商的广告时间不得超过 6 分钟；

（5）在场馆大屏幕上（如有且设备允许）发布 15 秒广告，赛事冠名赞助商可发布 30 秒广告；（乙方可发布自身宣传广告）

（6）赛场赛事名称横幅 1 条体现赛事冠名赞助商，横幅体现形式应为“【赛事冠名商+赛事名称】”（具体位置以双方确认为准）；

（7）在赛事新闻发布会背景板上展示赛事赞助商标识和乙方企业标识；（具体展示位置及比例以双方确认为准）

（8）经甲方审核并同意后在场馆内设置 3 个展位，每家赞助商展位数量不超过 1 个，设置及制作费用由乙方承担。

2、赛事印刷品。

（1）在经甲方同意的基础上，在比赛门票背面和票套（包括电子票和票套）上展示赛事赞助商的标识和票务公司的名称或发布广告；

（2）赛事冠名赞助商拥有赛事秩序册 1 页/1p 广告页，其它各赛事赞助商在比赛秩序册上享有半页广告页；

（3）赛事赞助商的标识在赛事印刷品上的大小与国家队官方赞助商相同。

（4）乙方不得在赛事印刷品的制作中对主办方的广告设计等做特殊处理，以致损



害主办方广告权益及发布效果。

3、赞助商其他权益。

(1) 可安排 1 个赛事赞助商代表为比赛跳球；

(2) 有权在每场比赛的节间或暂停时进行 1 次赛场活动，具体时间、内容和形式以双方书面或邮件确认为准。

4、乙方需针对所制定的赞助方案和赞助体系中赞助商应享有的回报和礼遇，做好赞助商服务和品牌保护，全面、有效地对本次赛事做好市场开发工作。

(四) 票务开发：

1、乙方负责进行赛事的门票销售工作，甲方与乙方将按约定对门票全部销售收入进行分成。

2、乙方免费提供给甲方的门票如下：（以下门票数量均指单场比赛门票数量）：

2.1 主席台除前排桌签嘉宾按领导级别就坐外，主席台座席第一排 10 张，第二排及以上 5 张；

2.2 贵宾票 50 张；如经甲方确认后可设置场地席，乙方提供场地席票数占总场地席票数的 50%；

2.3 甲级票（第一档票价及以上区域）300 张，其中不少于 120 张需为主队替补席一侧背后座席；剩余 180 张应为主机位同对侧座位；如因票档设计无法满足，甲乙双方将另行协商；

2.4 非甲级票（第二档票价及以上区域）135 张；

2.5 若场馆设有包厢，甲方可获得不少于 2 个包厢的票或通行权限（赠票除外）；

2.6 其它区域坐席（具体双方另行商定）门票 100 张；

2.7 门票等级说明：

-如因特殊情况需设置场地席，需经甲方确认且按照门票约定给予相应数量赠票；

-如门票只设两档票价，则按以下方式确定门票等级：贵宾票为第一档票价及以上未设票价区域（即场地席设置）；前 5 排为贵宾票；6-15 排为甲级票，且前述座位的位置应在主机位同侧或对侧；

-最后 5 排不能作为非甲级票。

2.8 若甲方在比赛开始 15 天前提出购票要求，可以九折优惠购买不多于 300 张门票，具体票价以双方确认为准；

2.9 甲方有权在赛事的第一场比赛开始 10 个工作日前获得上述门票。



3、双方一致同意并认可，就本协议所涉的由承办方承办的赛事的票务（门票售卖及相应开发）问题，协议双方应在门票正式对外销售前，对票务相关核心问题，包括但不限于门票分类、不同级别门票售价、门票图案上的商业开发等，进行协商。经双方协商一致并以书面形式对前述问题进行确认后，乙方方可进行门票的设计、印制及相应的销售工作等。

4、为杜绝“黄牛”倒票乱象，乙方须对票证发售、流通、查验、售后维权等环节建立全链条防范措施。同时严禁出现乙方单位内部人员、票务平台等参与非法倒票获利行为，如出现除解除合同外，还将依据《中华人民共和国治安管理处罚法》、《中华人民共和国刑法》的相关规定将相关违法人员或线索移交公安机关处理，并赔偿因此给甲方造成的损失。

5、乙方需做好赛事的观众服务工作，包括观众检票、指引、发放观众T恤、失物招领、医疗等方面。

（五）新闻管理及媒体运行

1、在场馆内配备记者专用席位、配套设备、新闻中心、新闻发布会会场（配备复印机和上网设备以及相应工作人员）、混合采访区、记者专用通道。（具体要求详见上述赛事场馆及设施要求）。

2、在遵守甲方要求的前提下，负责记者报名、制证、食宿、交通和采访等比赛的新闻管理及媒体运行工作。

3、提供符合国际比赛要求的新闻服务设施和条件，并配置专门的新闻部门和人员。

4、对采访比赛的媒体人员进行严格管理，严格遵守持许可证或通行证进入指定区域原则，该等证件的颁发由甲方审核决定，进入摄影记者区域的媒体人员在场馆内应身着由主办方提供的符合其身份的记者背心或辅助通行物；

5、落实甲方指定的电视转播机构与比赛体育馆的配合协调工作，提供符合要求的电视转播条件。若场馆不能满足转播用电要求，应安排供电车和不间断电源协助甲方做好电视转播工作。

6、需任命1-2名媒体运行联络官，承担包括但不限于以下工作：

7、负责在前期报名工作中负责与地方媒体文字、视频记者、地方摄影记者的接洽；负责按照相关标准设置媒体运行功能区及功能房；在官方训练期间、赛时及赛后配合主办方媒体运行负责人管理媒体及摄影流程，监督媒体、图片采集行为；协助媒体证件的申请和发放；负责确保赛事得到积极向上的媒体宣传。



(六) 宣传、媒体和直播:

依据甲方要求配合指定及相关媒体进行传播,推广赛事成果,展现城市特色,承担相应差旅及劳务费用。包括但不限于:

1、建立合作媒体资源。媒体资源应省级媒体5家、市级媒体3家、线上平台及社交媒体15家推广。原创报道内容不低于20篇,报道总转载量不低于5000篇次。乙方根据主办方和甲方要求组织的如赛前新闻发布会、赛事推广活动等,需提前沟通并经甲方审核后落实。

2、氛围营造:在城市公交站、地铁站、户外大屏等多种形式投放赛事活动广告,其中公交、地铁投放点位不少于5个,户外大屏不少于3块,至少在赛前1周开始投放;在赛场周边主要干道投放道旗广告不少于50面,至少在赛前3天布置到位。

3、配合赛事直播。比赛由中央电视台体育频道进行直播,乙方需做好与央视体育频道的对接,做好直播的相关支持工作。

4、摄影摄像。组建不少于10人的官方摄影团队,拍摄赛事相关照片,并安排图片直播、精修,制作图片相册库。配赛事级摄影。

5、赛事短片:制作和拍摄赛事宣传片和纪录片。赛前1个月内提交总长不少于1分钟的宣传片(如主办方制作官方宣传片,乙方需配合做好传播)。赛后15个工作日内提交时长1至2分钟的纪录片。

6、与甲方共同做好舆情管控工作。

(七) 其他事项:

1、负责为赛事活动采购保险,包括但不限于“大型活动责任险”、所有参与人员的“人身意外险”,“人身意外险”保额不低于50万元/人。

2、负责在甲方的协助下完成赛事各项报批手续并支付相关费用。

3、乙方应当主动配合甲方共同做好赛事活动组织的法律事务工作,积极预防法律风险,承担因违约或侵权造成甲方或第三人权益损失的全部法律责任。负责确保赛事运营期间所使用的信息、资料、方案、图片、视频、歌曲、字体等均不侵犯任何第三方知识产权及其他合法权益,同时做好赛事活动知识产权管理,向甲方提供赛事音像及图片、文字资料等(至少四套)。

4、乙方采购专业的翻译公司在赛事筹备和举办期间提供相应的笔译和口译服务,确保各类材料和会议活动所涉翻译的准确性、高效性和一致性;按照甲方要求建立赛事相关术语表,赛事期间需要呈现、印刷、露出的各类物品、标识、出版物等均需甲方审



核确认。

5、负责积极为赛事活动进行市场开发、票务开发，并报备相关情况。

6、负责提供赛事审计需要的各类材料。

7、使用经甲方批准的正式名称提及赛事和参赛球队。

8、经甲方批准在指定区域设置广告、发布广告。并在行使本招标要求项下相关权利时，确保发布的广告及其内容须符合相关法律的规定，若广告内容侵犯任何第三方的知识产权、名誉权、肖像权等，乙方应负责处理并承担全部责任；如因此给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿责任。

9、未经甲方事先书面同意，乙方不得或允许任何第三方在场馆内外发布与主办方和其赞助商产品类别相冲突的产品或服务广告，保护主办方和国家队赞助商的产品独家性。主办方享有的广告及宣传权利如下：

(1) 在电视转播主摄像机对面球场边线一侧以及球场底线两侧的赛场 LED 显示屏上发布广告。

(2) 在篮球架的篮板及篮球架下方的防撞板上发布广告。

(3) 在底线缓冲区发布地板供应商广告。

(4) 在除中圈以外的赛场其余地面上发布广告。

(5) 在赛场替补席两侧、参赛球队休息室以及赛后新闻发布会现场放置实物或模型广告。

(6) 在场馆（即举行比赛或团体活动的体育馆及其副馆，下同）大屏幕上播放广告。

(6) 在主办方享有横幅悬挂位置的优先选择权的基础上，在场馆内（即包括赛场、观众区（含包厢）、媒体休息室、新闻发布厅等后台工作区、场馆大厅和环廊（包括观众通道、贵宾通道及贵宾室、地下停车场），下同）位于电视转播主摄像机对面上方观众席围栏上悬挂横幅广告（规格为：长 10 米，宽 1 米，下同）。

(7) 主办方有权享有在馆外（即体育馆建筑主体外属于体育馆管辖的比邻区域，下同）悬挂横幅的权利，主办方可自行确定横幅内容。

(8) 在赛事的新闻发布会背景板（规格为：高 2.8 米，宽 5 米，下同）和球员采访背景板中双方书面协商上发布广告。

(9) 在场馆内、外组织各类宣传、推广活动的权利。

(10) 主办方及主办方指定的国家队赞助商等有权在场馆大厅和环廊设置展位（规



格为：面积不低于 30M²，下同），且享有优先选择权。搭建及物料制作费用由主办方或国家队赞助商承担；水、电等基础设施费由乙方承担，同时乙方负责前期安保及消防等报批手续。如涉及展位押金，乙方应在展位设置前通知主办方，由主办方统一告知国家队赞助商（下同）。

（11）在场馆内、外免费设立展区并提供或销售国家队赞助商产品、国家队展品陈列等，有权在贵宾区提供国家队赞助商产品。

（12）以上所有权利均须遵循竞品排斥原则，具体国家队赞助商相关情况详见附件二《国家队赞助商及其产品种类和范围》。

10、未经甲方事先书面同意，不得在赛事的宣传推广中与国家队赞助商及其产品类别相冲突的企业合作。

11、未经甲方事先书面同意，不得对主办方标识、国家队标识以及赛事标识进行使用。

12、维持场馆内外的秩序，负责主办方、参赛球队全体人员的人身及财产安全。

13、甲方根据自身实际需求组织的相关赛事活动，乙方必须予以配合。

第二条 门票销售收入分成

（一）根据实际门票销售收入情况由甲乙双方进行分成，且不论本赛事门票收益情况如何，甲方保底必须获得现金人民币 160 万元的分成，具体分成比例约定如下：

乙方所得分成为实际门票销售收入的____%，甲方所得分成即为实际门票销售收入的____%。

（二）门票分成结算：

甲方所得分成要求分两次结算：

1、第一次结算：合同签订后一周内乙方向甲方指定账户一次性支付甲方所得保底分成金额的 50%（即：人民币 80 万元）（合同自收到乙方支付的此足额金额后方可生效）；

2、第二次结算：赛事结束后再根据实际门票销售收入情况向甲方支付剩余分成金额。

注：

（1）本合同所述的甲方保底必须获得现金人民币 160 万元的分成，即意味着根据本合同确定的分成比例经计算后甲方所得分成如达不到现金人民币 160 万元的，则乙方



须在第二次结算时一次性予以补齐。如根据本合同确定的分成比例经计算后甲方所得分成超过现金人民币 160 万元的，则根据计算结果在第二次结算时一次性向甲方足额支付剩余分成金额。

(2) 门票销售收入可先进票务售票平台，但乙方须保证赛事结束后门票销售收入情况在经甲方审定后的十天内能够确保甲方指定的账户收到第二次结算时剩余分成金额，否则乙方须承担此金额给付的责任。

第三条 组成本合同的有关文件

下列关于CYZC-2025-150433号的竞争性磋商文件、乙方响应文件，或与本次磋商活动方式相适应的文件，以及有关附件是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力，这些文件包括但不限于：

- 1、乙方提供的响应文件和报价表；
- 2、技术条款偏离表；
- 3、磋商承诺/服务承诺；
- 4、成交通知书；
- 5、甲乙双方商定的其他文件。

第四条 权利保证

1、乙方应保证所有服务内容原创，不得侵犯任何第三方知识产权，甲方在使用该服务或其任何一部分时不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权或其他权利的起诉。一旦出现侵权，乙方应承担全部责任并负责消除对甲方的不利影响，如甲方因此承担了任何责任，有权向乙方全额追偿。

2、乙方应确保安全生产，做好安全生产，做好相关安全措施，对服务人员的人身安全、物资安全及周边环境的安全负有全责。在项目实施过程中出现乙方原因造成的生产、安全、环境或者其他事故，由乙方承担一切责任并负责消除对甲方的不利影响，如甲方因此承担了任何责任，有权向乙方全额追偿。

3、乙方承担因该赛事引发的最终法律、经济责任（包括但不限于人员伤亡、财产的赔付责任）。

4、乙方应对在赛事运营过程中知悉的甲方商业秘密、赛事相关未公开信息等予以保密。若乙方违反保密义务，向任何第三方披露、使用或允许第三方使用上述保密信息，乙方应向甲方支付违约金 30 万元。若违约金不足以弥补甲方因此遭受的损失，乙方还



应承担全部赔偿责任，包括但不限于甲方因商业秘密泄露导致的经济损失、声誉损害赔偿等费用。同时，甲方有权立即解除合同，并要求乙方返还因本项目已获取的所有收益。

第五条 质量保证

乙方所提供的服务的技术规格应与本合同第一条合同标的内容相一致；若技术性能无特殊说明，则按国家有关部门最新颁布的标准及规范为准。

第六条 交付和验收

1、服务期限：合同签订之日起至比赛结束且工作任务全部履约完成。

2、验收标准：按行业通行标准和乙方响应文件的承诺（不低于国家相关标准）。

乙方承诺的内容包括但不限于以下：

（1）所提供服务的对甲方的需求做出了实质性的响应。

（2）在本项目服务过程中若有违反相关法律法规等事项，造成较为恶劣社会影响的，乙方接受相关主管部门的处罚。

（3）乙方配合甲方安排的第三方审计公司开展赛事审计和上级部门审计检查，相关费用由甲方承担。

第七条 违约责任

1、如乙方不能交付服务的（包括赛事总投入费用约 440 万元），甲方有权解除合同，解除合同的通知自到达乙方时生效，此外还应向甲方支付赛事总投入费用 5%的违约金；如违约金不足以弥补甲方损失的，乙方还应当赔偿甲方所有损失，包括但不限于紧急采购支出。若乙方未按照合同约定的时间和方式向甲方支付门票分成收益，每逾期 1 日，应按照逾期支付金额的千分之五向甲方支付违约金。逾期超过 30 日的，甲方有权解除合同，并要求乙方立即支付全部逾期收益及违约金，同时乙方需向甲方支付相当于赛事总投入费用 20%的额外赔偿金。若乙方逾期支付收益给甲方造成其他损失，乙方还应承担相应的赔偿责任。

2、乙方所交付的服务不符合合同规定的，甲方有权拒收、解除合同。甲方拒收的、解除合同，并向甲方支付赛事总投入费用 5%的违约金。甲方未拒收的，招标代理机构发现后将向有关部门反映，并责成乙方按照磋商结果提供服务。

3、在乙方承诺的内容，如经乙方两次整改仍不能达到合同约定的质量标准，按第 2 款处理，同时，乙方还须赔偿甲方因此遭受的损失。

4、若乙方组织的宣传活动（包括但不限于新闻发布会、赛事推广活动等）出席的主流媒体数量未达到合同约定标准，每少一家主流媒体，乙方需向甲方支付违约金 20



万元。

5、若乙方制作的赛事宣传片、纪录片等宣传资料，在内容质量、时长等方面不符合合同约定要求，乙方需在甲方规定时间内进行整改。若未在规定时间内完成整改，乙方需向甲方支付10万元违约金，并承担因宣传资料质量问题导致赛事宣传效果受损的相应责任。

6、若乙方未能按照合同约定建立相应的媒体资源，每缺少一家媒体资源，乙方需向甲方支付10万元违约金。

7、若乙方未能实现合同约定的报道数量及转载量目标（如原创报道内容不低于20篇，报道总转载量不低于5000篇次等），按照未完成比例向甲方支付违约金，违约金计算方式为：（未完成的报道数量或转载量/约定的报道数量或转载量）×10万元。

8、若乙方未能按照合同约定的时间和要求为参赛球队、裁判员、主办方工作组等提供机场接送及城市间交通服务，出现迟到等情况，每迟到一次，乙方需向甲方支付5万元违约金。若因迟到导致相关人员误机、误车等严重后果，乙方需承担因此产生的一切额外费用（包括但不限于改签机票、住宿费用等）。

9、若乙方提供的酒店住宿标准未达到合同约定的五星级及以上标准（或相应食品卫生安全A级餐厅等要求），甲方有权要求乙方在2小时内升级至符合标准的酒店。若乙方未能按时完成升级，乙方需按照实际住宿天数，以每人每天2000元的标准向甲方支付违约金。

10、若乙方提供的餐饮服务未达到合同约定的标准（如未提供西式自助餐、中西式混合自助餐等），或出现食品卫生安全问题，乙方需向甲方支付10万元违约金，并承担因此导致的一切后果（包括但不限于人员医疗费用、赛事延误损失等）。

11、若单场比赛实际观众上座率低于合同约定的最低标准（如低于70%等），乙方需按照实际未达到的座位数×单价（单价可根据门票不同区域价格综合计算）向甲方支付违约金。

12、在新闻宣传过程中，若乙方发布的内容侵犯第三方知识产权、名誉权、肖像权等合法权益，导致甲方被追究法律责任或遭受损失，乙方应承担甲方因此产生的全部费用，包括但不限于赔偿金、诉讼费、律师费等。同时，乙方需向甲方支付违约金20万元。若因乙方新闻宣传内容不当，对赛事形象或甲方声誉造成严重负面影响，乙方应采取积极有效的措施消除影响，并根据影响程度向甲方支付10万-50万元的额外赔偿金。



13、若因乙方在赛事运营中的违约或侵权行为，致使甲方对第三方承担赔偿责任、法律费用或其他任何形式的责任，甲方有权向乙方进行全额追偿。乙方应在收到甲方追偿通知后的10个工作日内，向甲方支付甲方已承担的全部费用。若乙方未按时支付，每逾期1日，应按照未支付金额的千分之三向甲方支付逾期违约金。同时，乙方还需承担甲方为实现追偿权而产生的合理费用，如差旅费、调查费等。

14、若因乙方原因（如赛事组织混乱、服务质量差、市场开发不当等）导致赛事形象受损，在社交媒体、新闻媒体等渠道引发重大负面舆情（如被主流媒体报道负面新闻、社交媒体上出现大量负面评论等），乙方需及时采取措施进行舆情公关处理，并按照每次负面舆情事件的严重程度向甲方支付10万元-50万元的违约金。

15、乙方在承担上述一项或多项违约责任后，仍应继续履行合同规定的义务（甲方解除合同的除外）。甲方未能及时追究乙方的任何一项违约责任并不表明甲方放弃追究乙方该项或其他违约责任。

16、乙方响应属虚假承诺，或经权威部门监测提供的服务不能满足竞争性磋商文件要求，或是由于乙方的过错造成合同无法继续履行的，乙方应向甲方支付不少于赛事总投入费用30%赔偿金。

第八条 项目履约验收

- 1、甲方有权对乙方项目实施执行过程及完成结果进行履约验收；
- 2、甲方可以邀请参加本项目的其他投标人或者第三方机构参与验收，乙方应积极配合并响应；
- 3、参与验收的投标人或者第三方机构的意见作为验收书的参考资料一并存档。

第九条 合同的变更和终止

- 1、本合同一经签订，甲乙双方不得擅自变更、中止或终止合同。
- 2、除发生法律规定的不能预见、不能避免并不能克服的客观情况外，甲乙双方不得放弃或拒绝履行合同。

第十条 合同的转让

乙方不得擅自部分或全部转让其应履行的合同义务，否则一切后果由乙方承担，甲方有权解除合同，解除合同的通知自到达乙方时生效，此外还应当赔偿赛事总投入费用20%的违约金，如本协议其他条款的违约责任更严格，以更严格者为准。

第十一条 争议的解决

- 1、因服务的质量问题发生争议的，应当邀请国家认可的质量检测机构对服务质量



进行鉴定。符合标准的，鉴定费由甲方承担；不符合质量标准的，鉴定费由乙方承担。

2、因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，甲、乙双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，则采取以下第（1）种方式解决争议：

（1）向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼；

（2）向南京仲裁委员会按其仲裁规则申请仲裁。

如没有约定，默认采取第2种方式解决争议。

3、在仲裁期间，本合同应继续履行。

4、因诉讼或仲裁产生的相关费用及开支（包括但不限于公证费、诉讼费、保全担保费、鉴定费、律师费、交通费用）均由败诉方承担。

第十二条 诚实信用

乙方应诚实信用，严格按照磋商文件要求和服务承诺履行合同，不向甲方进行商业贿赂或者提供不正当利益。

第十三条 合同生效及其他

1、本合同自签订之日起生效。

2、本合同一式四份，甲乙双方各执二份。

3、本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

甲方（招标人）：（盖章）

乙方（中标人）：（盖章）

代表人：

代表人：

电 话：

电 话：

开户银行：

开户银行：

帐 号：

帐 号：

附件一《场地广告位置图》（以实际赛场安排位置为准）



主机位

附件二《国家队赞助商及其产品种类和范围》（采购人将不时更新本附件）

一、耐克—鞋、服装、护具、运动休闲服装和配饰、运动监测装置等运动装备、运动服装以及体育用品等

二、怡宝—饮用水、非酒精类饮料

三、Molten—比赛用球、球车

四、赛锐博-（Therabody）筋膜枪、J气动压缩靴、振动泡沫轴

五、领动科技-运动科技服务

六、美凯地板-运动木地板

七、商汤科技-人工智能；运动表现分析平台

八、电视转播机构

如国家队赞助商有更新，采购人将另行书面通知供应商。

附件三、预算明细



序号	类别	内容	单价 (元)	数量	数量	预算金额(元)	备注
(一)	场馆和器材					1,800,000.00	
1	场馆租赁	包含租金、能耗等				1,150,000.00	预估
2	地板					0	国家队赞助商提供
3	体育器材	包括篮架、计时记分设备和软件、记录台设备等				100000	租赁为主
4	比赛用球	球和球车				0	国家队赞助商提供
5	临建搭设					100000	
6	家具白电					50000	租赁
7	LED广告板					100000	租赁, 价格为预估
8	景观搭建	包括场馆和酒店				300000	
(二)	后勤保障					801300	
1	住宿(裁判员)	7.25-7.30	600	5	5	15000	
2	住宿(波黑队)	7.25-7.30	600	24	5	72000	
3	住宿(中国队)	7.26-7.31	600	34	5	102000	
4	住宿(深篮公司提前到达人员)	7.22-7.30	600	4	8	19200	
5	住宿(中国篮协和深篮公司)	7.25-7.30	600	20	5	60000	
6	餐饮(裁判员)	按5人计	400	5	5	10000	
7	餐饮(波黑队)	按25人计	400	25	5	50000	
8	餐饮(中国队)	按45人计	400	45	5	90000	
9	餐饮(深篮公司提前到达人员)	按8人计	400	8	8	25600	
10	餐饮(中国篮协和深篮公司)	按22人计	400	22	5	44000	
11	餐饮(组委会工作人员和志愿者)	150人/天, 按5天计	100	150	5	75000	
12	会议室	2间会议室, 使用5天	5000	2	5	50000	
13	交通(大巴)	按15辆计, 每辆平均使用5天	1500	15	5	112500	含志愿者大巴
14	交通(小车或商务)	按5辆计, 每辆平均使用5天	1000	5	5	25000	
15	饮用水					0	国家队赞助商提供
16	食用冰	每队每天至少30公斤				1000	
17	洗衣	含毛巾清洗				50000	预估
(三)	宣传推广					530000	
1	媒体、摄影摄像团队邀请和服务					100000	
2	社交媒体推广	社交媒体、垂类媒体话题活动推广				150000	
3	线下推广	机场、火车站、				200000	



		城市广告大屏等					
4	视频制作	包括宣传片和总结片				80000	
(四)	赛事组织					170000	
1	记录台人员	预估 10 人, 按 6 天计	500	6	10	30000	
2	办公用品					5000	
3	体育展示	含啦啦队等				100000	DJ 和 MC 由深篮公司支付费用
4	秩序册和其他出版物					10000	
5	志愿者补贴	预估 100 人	50	100	5	25000	
(五)	安保和医疗					655000	
1	安保	按每场安保费 30 万元计				600000	
2	证件	车证和人证				5000	
3	医疗	一辆救护车配两医两护和必要药品				50000	
(六)	其他					443700	
2	保险					20000	
3	茶歇					20000	
4	服装 (工作人员和志愿者)	T 恤两件	100	200		20000	
5	服装 (主场文化衫)	需要为球迷提供主场文化衫	10	18000		180000	按照每场比赛 9000 件计
6	网络	含有线和无线				100000	
7	不可预见费					103700	
	合计					4400000	

注：该预算明细仅供参考，但乙方对本次赛事总投入费用必须达到 440 万元。



2025年中国男篮热身赛-中国 VS 波黑国际男篮对抗赛运营服务

响应文件

招标编号：_____

投 标 人：_____（单位公章）

_____年__月__日



目 录

一、磋商申请及声明	X
二、法定代表人授权委托书及委托代理人的身份证明文件的复印件	X
三、第一章竞争性磋商邀请 3.1 投标人的基本条件规定的证明文件	X
四、第一章竞争性磋商邀请 3.2 招标人根据磋商项目的特殊要求规定的特定条件的证明文件	X
五、第三章成交标准要求提供的方案或相关证明材料等	X
六、服务方案	X
七、无围标、串标行为承诺函	X
八、表格格式	X



一、磋商申请及声明格式

磋商申请及声明

致：南京市体育竞赛和社会体育指导中心

江苏驰驿招标代理有限公司

根据贵方_____（项目名称）_____（招标编号）磋商邀请，正式授权下述签字人_____（姓名和职务）代表_____（投标人名称），提交响应文件并参加磋商。

据此函，签字人兹宣布同意如下：

1、我们的资格条件完全符合相关法律法规和本次磋商要求，我们同意并向贵方提供了与本次磋商活动有关的所有证据和资料。

2、项目名称：_____。

3、我们已详细审核全部磋商文件及其有效补充文件，我们放弃对磋商文件任何误解的权利，提交响应文件后，不对磋商文件本身提出质疑。否则，属于不诚信和故意扰乱磋商活动行为，我们将无条件接受处罚。

4、一旦我方成交，我方将根据磋商文件的规定，严格履行合同，保证于承诺的时间内完成本项目规定的服务内容。

5、我方决不提供虚假材料谋取成交、决不采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人、决不与招标人、其它投标人或者招标代理机构恶意串通、决不向招标人、招标代理机构工作人员和磋商小组进行商业贿赂、决不拒绝有关部门监督检查或提供虚假情况，如有违反，无条件接受贵方及相关管理部门的处罚。

6、我方正式通讯方式为：

地 址：_____

电 话：_____

传 真：_____

7、我方正式开户银行和帐号为：

开户银行：_____

帐 号：_____

投标人授权代表姓名（签字）：_____



投标人名称（公章）：_____

日期：_____年____月____日



二、法定代表人授权委托书及委托代理人的身份证明文件的复印件

法定代表人授权委托书

致：南京市体育竞赛和社会体育指导中心

江苏驰驿招标代理有限公司

本授权书声明：注册于_____（投标人住址）的
_____（投标人名称）法定代表人_____（法定
代表人姓名、职务）代表本公司授权在下面签字的_____（投标人代表姓名、
职务）为本公司的合法代理人，就贵方组织的_____（项目名
称），_____（招标编号）进行磋商报价，以本公司名义处理一切与之有关的
事务。

本授权书于 年 月 日签字生效，特此声明。

法定代表人签字：

授权委托人签字：

日 期： 年 月 日

委托代理人的身份证明文件的复印件：

委托代理人在本单位缴纳的近三个月任意二月的社保证明材料：

（企业成立不满三个月无需提供）



三、第一章竞争性磋商邀请 3.1 投标人的基本条件规定的证明文件

（一）具有独立承担民事责任的能力：

1、如投标人是企业（包括合作企业）的，应提供在工商部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”（法人分支机构由于不能独立承担民事责任，不能以分支机构的身份参加磋商活动，只能以法人身份参加，银行、保险、石油石化、电力、电信等特殊行业的除外）；

2、如投标人是事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”；

3、如投标人是非企业专业服务机构的，应提供有效的执业许可证等证明文件；

4、如投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”；

5、如投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。

（二）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：

1、健全的财务会计制度指投标人能够严格执行现行的财务会计管理制度，财务管理制度清晰，能够按规定真实、全面地反映企业的生产经营活动；

2、依法作出的财务状况报告包括经审计的财务报告或银行出具的资信证明或其他会计报表等，能够清晰反映投标人的商业信誉情况；

3、投标人成立不满一个月的则可以不需要提供其他财务状况报告。

（三）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力：

1、根据项目需求提供履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；

2、可提供与项目实施有关的相关设备购置或租赁票据，或者相关服务人员用工合同，也可以提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力承诺函（格式自拟并加盖公章）。

（四）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：

1、缴纳税收证明材料：投标人参加磋商活动前六个月内（至少一个月）内缴纳增值税或营业税或企业所得税凭据；

2、缴纳社会保障资金证明材料：投标人参加磋商活动前六个月内（至少一个月）内缴纳社会保险的凭据（专用收据或社会保障缴纳清单）；

3、依法免税或不需要缴纳社会保障资金的投标人应提供相关证明材料。

（五）参加磋商活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（提供参加本次磋商活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明）。



无重大违法记录声明格式

致：南京市体育竞赛和社会体育指导中心

江苏驰驿招标代理有限公司

我单位_____（投标人名称）郑重声明：

参加磋商活动前 3 年内在经营活动中_____（在下划线上如实填写：有或没有）
重大违法记录。

（说明：重大违法记录是指投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。）

声明人：（盖章）

年 月 日

四、第一章竞争性磋商邀请 3.2 招标人根据磋商项目的特殊要求规定的特定条件的
证明文件

注：投标人应当按照磋商文件规定的要求提供相关证明材料，如未做要求，则可以不予提供。



五、第三章成交标准要求提供的方案或相关证明材料等

注：各投标人根据企业自身实际情况以及对本项目的理解，并结合磋商文件第三章成交标准中各评审因素提供相关证明文件，格式自拟，证明文件包括但不限于以下内容：各方案要求、相关业绩、荣誉，以及成交标准要求的其他相关证明文件。

六、服务方案

注：服务方案是证明投标人提供的服务是合格的、并符合磋商文件要求的证明文件，服务方案包括但不限于：服务内容的详细说明、项目实施方案、验收标准、技术资料、服务承诺等，这些文件可以是文字资料方案、图纸（表）和数据等。各投标人根据企业自身情况及对磋商文件响应程度进行编制响应文件，格式自拟。



七、无围标、串标行为承诺函

致：南京市体育竞赛和社会体育指导中心
江苏驰驿招标代理有限公司

我单位_____（投标人名称）郑重声明：

- 一、我单位遵循公开、公平、公正、诚实守信的原则，依法依规参与本项目竞标。
- 二、我单位在本项目招标投标活动中，未参与围标、串标。
- 三、我单位如被查实在本项目招标投标活动中存在围标、串标的，递交投标文件行为作为实施串通投标违法行为的关键环节，由我单位及法定代表人承担相应的法律责任，接受相应行政处罚和失信惩戒。因我单位围标、串标行为所导致的一切责任均与采购人、采购代理机构无关。

声明人：（盖章）

年 月 日



八、表格格式（仅供参考，可按需调整或删除）

（一）门票销售收入分成（首次报价）

序号	名称	报价	备注
1	供应商所得实际门票销售收入分成比例的报价	_____ %	此部分最终报价比例不得高于50%，否则按无效投标处理。

投标人名称：_____（盖章）



(四) 项目负责人简介表

项目名称：

招标编号：

姓名	性别	年龄	专业	联系方式	职称	工作经验年限	个人业绩

投标人名称：_____（盖章）

(五) 技术团队配置表

项目名称：

招标编号：

序号	姓名	性别	年龄	专业	职称	工作经验年限

说明：如果行数不够，请自行增加。

投标人名称：_____（盖章）

(六) 投标人类似业绩情况表格式

序号	项目名称	招标单位	合同金额	合同签订时间	联系人及电话	备注

说明：投标人根据本格式要求如实填写业绩情况表，并附业绩合同复印件。

投标人名称：_____（盖章）