

## 第四章 采购需求

### 一、采购项目名称：2025 桂阳半程马拉松赛

### 二、项目基本要求：

（一）办赛标准：按照中国田径协会最新颁发的《中国田径协会路跑管理文件汇编》相关标准执行。

（二）赛事特色：着力把桂阳半程马拉松打造成为城市品牌和金牌赛事，充分展示桂阳良好的人文环境、城市面貌和市民精神风貌，进一步推动群众体育和全民健身活动广泛开展，为打造“冠军之城”城市名片增光添彩，加快建设全国百强县为目的，特举办 2025 桂阳半程马拉松。

（三）媒体传播：途径广泛，覆盖面广，报道和转载数量大，展现桂阳县的城市活力，传播赛事正能量。

### 三、项目基本情况

（一）履行时间：自签订合同之日起至本项目比赛实施并完成全部交接和收尾工作；举办时间以采购人确定的时间为准。

（二）履行地点：采购人指定地点。

（三）赛事项目及规模：2025 桂阳半程马拉松赛事计划总规模 4600 人，其中：半程马拉松 3000 人、十公里跑 600、欢乐跑 1000 人。

（四）赛事线路：

#### 1.半程马拉松线路：

桂阳文化园古城西门（起点）——文化路——芙蓉东路——芙蓉东路（折返）——芙蓉路——冠军路——龙潭东路——龙潭东路（折返）——龙潭路——莲花大道——莲花大道（折返）——龙潭路——文化路——桂阳文化园古城西门（终点）

#### 2.十公里跑线路：

桂阳文化园古城西门（起点）——文化路——芙蓉东路——芙蓉东路（折返）——芙蓉路——冠军路——龙潭东路——龙潭东路（折返）——龙潭路（折返）——文化路——桂阳文化园古城西门（终点）

#### 3.欢乐跑线路：

桂阳文化园古城西门（起点）——文化路——芙蓉东路——芙蓉东路（折返）

——芙蓉路——冠军路——龙潭东路——文化路——桂阳文化园古城西门(终点)  
以湖南省田径协会丈量线路为准。

(五) 知识产权要求:

1. 本次采购的中标人提供的所有设计方案归采购人所有, 在服务期限内著作权、版权、专利权和使用权归采购人所有(署名权除外)。

2. 投标人须保证所提供的设计方案及资料均未侵犯他人的知识产权, 否则由投标人承担全部责任。

#### 四、项目具体内容及要求

马拉松赛事运营按照《中国田径协会路跑管理文件汇编》执行。中标供应商负责 2025 桂阳半程马拉松总体策划和赛事运营工作, 包括但不限于赛事总体策划、选手招募、竞赛组织、赛道规划、赛道丈量和布置、场地规划与布置、裁判工作、志愿者管理、跑者服务、赛事服务、宣传推广, 医疗救护配合, 赛事安保交通配合、志愿者与选手交通接驳配合、物资与后勤保障、市场招商, 并承担实施过程中除安保物资、医疗物资、接驳车辆、移动厕所等政府资源的相关费用外的全部费用。

(一) 赛事总体策划

做好赛事总体策划, 包括但不限于赛事亮点策划, 规划赛事线路, 制定赛事筹备推进工作计划表和组委会方案, 要求能充分展示马拉松赛事特点, 赛事总体策划方案经赛事组委会确认后, 由供应商组织实施。

(二) 竞赛组织

(1) 制定竞赛规程。

(2) 负责官方微信公众号的维护, 做好赛事报名工作及参赛资格审查。

(3) 负责赛道丈量工作, 确保比赛里程的准确性。

(4) 场地规划与布置。

(5) 由采购方进行志愿者招募, 供应商负责志愿者的管理、培训、岗位分配。

(6) 设计制作提供各类证件、包括但不限于参赛者证书(电子版)、车辆通行证、媒体记者证、工作人员证、官方手册、裁判证、裁判员手册、志愿者证书。

(7) 供应商负责选手咨询服务、赛后选手服务组织实施。

### (三) 宣传推广

(1) 负责制定各类媒体宣传推广方案。

(2) 采用形式多样的新媒体手段，策划富有传播力的宣传活动，不断提高赛事知晓度、参与度。

### (四) 医疗救护

(1) 供应商按照主办方要求协助医疗保障部门做好医疗救护方案组织及实施，按中国田径协会相关要求标准配备急救器材，费用由采购方负责。

### (五) 物资与后勤保障

(1) 提供赛事所需的竞赛装备物资。

(2) 提供满足赛事需要且质量符合国家相关行业标准的饮用水、运动饮料和吸水海绵。为赛事能量补给站提供数量足够且质量符合国家相关行业标准的能量胶、各类食品。

(3) 采购方提供赛事所需的移动公厕数量及摆放地点，提供满足移动公厕清洁所需的保洁人员。

(4) 供应商负责赛事竞赛用车、志愿者和裁判接送用车，采购方负责运动员收容大客车、转运车、接驳车等。供应商负责赛事期间裁判员、志愿者、运动员接驳车及应急车辆的线路规划，起终点转运车的线路规划。

(5) 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的购买。

(6) 供应商根据赛事组委会制定的安全保卫（交通）方案和医疗保障方案，协助本地安保部门和卫健部门做好赛事安全保卫工作、赛道交通管制工作和医疗保障工作。

### (六) 应急预案

供应商协助制定赛事应急预案，并按预案准备和应对。

### (七) 市场开发

(1) 制订赛事市场开发方案，包括各等级相关体系以及赞助商权益回报。须报采购人审批，批准后方可组织实施。

## 五、履约要求

(一) 采购人协助成交供应商办理赛事的各项承办组织工作的手续，协调相

关行政管理部门。

**（二）运营商权利：**

1. 本次赛事所有参赛运动员的报名费收入归运营商所有。
2. 运营商享有桂阳半程马拉松赛事所有商业动作和市场开发的收益。
3. 赛事招商的收入归运营商所有。

（三）采购人有权对成交供应商行使市场开发权以及运行赛事的方式、方案等进行监督审核；如采购人认为成交供应商的开发、运行行为不利于赛事，或有违法律、法规、政策的，采购人有权要求成交供应商限期整改，由此产生的责任及损失由成交供应商承担。

（四）若因政府工作要求或采购人原因导致赛事延期或取消的，则合同相应进行顺延，其中双方权利与义务按合同的约定继续执行；因政府或者采购人原因导致赛事延期或者取消的，采购人将补偿成交供应商前期投入成本。以上情况具体通过签订补充协议解决。

（五）付款方式：签订合同后，中标人按计划开展工作，在赛事举办前 15 日内付中标金额的 70%；赛事结束 30 日内，在采购人确认中标人如约履行各项义务、完成各项善后工作，无任何对本次比赛可能造成不良影响的遗留问题后，采购人向中标人一次性付清余款。

**六、售后服务**

- （一）项目实施期间项目组提供 7\*24 小时服务保障。
- （二）及时汇报项目的进展情况。
- （三）无条件的配合采购人统筹项目及验收工作。

**七、项目报价说明**

（一）报价说明：本项目最高投标限价 100 万元（含税）；赛事经费不足部分由中标人通过招商方式市场开发筹集解决，自负盈亏。

（二）本次报价包含 2025 桂阳半程马拉松赛事服务中的赛事筹备、现场服务、竞赛组织管理、竞赛物资保障、市场开发权益回报体现、宣传推广、赛事品牌建设、跑者服务、赛事保险等工作等相关费用，安保物资、医疗物资、接驳车辆、移动厕所等政府资源的相关费用由采购单位负责。

**注：在磋商过程中，磋商文件的技术、服务要求以及合同草案条款可能发生实**

质性变动。如有，磋商小组将以书面形式告知所有参加磋商的投标人，投标人应以书面形式进行回应和答复。