**“月运动·越健康”2024年成都市温江区漫享城市运动计划活动服务采购项目采购需求**

**1、采购项目概况**

为贯彻落实《关于加快推进新时代体育强省建设的实施意见》、《成都市全民健身实施计划（2021-2025年）》的要求，不断提升群众增强体育健身意识，形成崇尚健身、参与健身的良好氛围。同时，作为四川唯一的全国首批全民运动健身模范区，不断探索全民健身与全民健康深度融合新路径，同时带动文体旅游产业经济和运动休闲消费经济多元化发展，打造全国首个全民健身引导性品牌，为温江区高质量发展加快构建“3+6”现代化产业体系贡献力量。 以新活力、潮时尚、促销费的健身运动项目为主线贯穿全年，以“1+5”模式开展全年活动，即1场启动仪式；每月1场全域悦跑计划；每月1场新兴全民健身项目推广计划；每季度1场运动主题促消费品牌活动计划；1项运动场景孵化打卡计划（培育6条跑步路线，5个主题运动场景）；1项全年全域阵地参与联动计划（联动9各镇街、15所留炼运动场、全区各单项体育协会、体育俱乐部、体育产业基地等举办N场主导性系列活动）。

**2、服务内容及服务要求**

**（1）服务内容**

采购包1：

采购包预算金额（元）: 1,420,000.00

采购包最高限价（元）: 1,420,000.00

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量 | 标的金额 （元） | 计量单位 | 所属行业 | 是否涉及核心产品 | 是否涉及采购进口产品 | 是否涉及采购节能产品 | 是否涉及采购环境标志产品 |
| 1 | “月运动·越健康”2024年成都市温江区漫享城市运动计划活动服务采购项目 | 1.00 | 1,420,000.00 | 项 | 其他未列明行业 | 否 | 否 | 否 | 否 |

**（2）服务要求**

采购包1：

标的名称：“月运动·越健康”2024年成都市温江区漫享城市运动计划活动服务采购项目

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 参数性质 | 序号 | 技术参数与性能指标 |
| ★ | 1 | **（1）1场启动仪式**  供应商负责启动仪式活动现场主持、设备租赁、运输、安装、拆卸和维护，以及启动仪式期间相关设备的提供。 |
| ★ | 2 | **（1）每月1场全域悦跑计划**  面向温江区各镇街主要景点、运动打卡点开展主题跑活动。每场活动不低于200人内参加，参与者根据当月活动比赛规则自主选择报名，根据当场活动比赛规则进行参赛。 |
| ★ | 3 | **（1）每月1场新兴全民健身项目推广计划**  以第十二届世界运动会为契机发展各项新兴运动，培育时尚体育文化，为全民健身注入新活力。包括飞盘嘉年华、斯巴达力量体能挑战、商超定向寻宝挑战赛、体能·卡巴迪嘉年华、花样跳绳嘉年华、自行车（滑板）泵道技能挑战赛、笼式足球邀请赛、电子竞技等新兴项目进行全民健身项目推广。 |
| ★ | 4 | **（1）每季度1场运动主题促消费品牌活动计划**  以品牌活动为主线，每季度开展一场，充分将体育+文化、体育+消费相融合，选择在体育场馆、运动场景、文化地标、著名美食店、商超等，点位设置消费情景、拍照打卡情景等，有意识引导市民和参与者休闲消费，融入文旅体商等各领域产业、消费集群、“温江有礼，礼遇好市”集市文化，真正呈现体育带动产业消费。 |
| ★ | 5 | **（1）1项运动场景孵化打卡计划**  根据周边场景、市民锻炼集中度、文化氛围、消费场景等深度提升5个运动场景（光华商圈、江安河绿道、金马滨河公园、和林稻海环线、鲁家滩湿地公园），并在此基础上新增不少于1个运动场景（留炼运动场）。场景融入运动打卡积分装置标识，以活动带动区域健身氛围、联动商圈商家以消费券形式共同参与，带入摊位经济展销，带动商圈消费，共同促进体育+消费、体育+休闲、体育+旅游深入融合，集中重点打造运动休闲消费场景。 |
| ★ | 6 | **（1）1项全年全域阵地参与联动计划**  ①联动各个镇街开展系列全民健身活动。  ②联动留炼运动场开展系列主题全民健身活动、体育志愿者指导服务活动。  ③联动体育机构、协会共同开展全民健身主题活动。  ④联动商圈商铺、文体旅游消费场景、摊位集市等入驻全年活动列。 |
| ★ | 7 | **（1）比赛报名及奖励**  ①全年活动全部采取网络报名方式，通过“金温江”、“温江文体旅”等微信、微博平台同步发布链接参与活动报名；  ②全年每月主题活动、跑步活动等，参与并完成活动，将为参与者颁发完赛奖牌及纪念品；  ③全年系列奖牌设计紧靠“3+6” 现代产业和“温江一家亲”设计思路，融入温江文体旅游产业基地、场景、地标等，充分展现文体旅游现代产业体系元素；并设计制作整体完赛坚持参与全民健身活动，再壮大“月运动，越健康”运动群体。 |
| ★ | 8 | **（1）活动宣传管理**  把握主流媒体，发挥主流媒体覆盖面广、权威性高的特点，利用网络新媒体的优势，加强两微一端融媒体融合发稿，同时充分利用各协会自身宣传平台，将包装成为温江区获得全民运动健身模范区后的重点孵化品牌，力争在《学习强国》、《中国体育报》、《国家体育总局官网》、CCTV5央视频道等得到专题报道。  ①预热阶段：每一项活动前，制作预热报名推文、海报，面向全区市民招募，自主报名参赛，同事增强宣传运动场景及沿线周边文体旅游产业；  ②中期阶段：①在活动现场，除邀请媒体（温江融媒体、运动成都、成都电视台等）到现场报道采访外，通过图片、小视频花絮录制、街拍等形式，让全民健身活动形式逐渐趋于年轻时尚化；②评选“运动达人”、“运动引领人”、“运动合伙人”，关注长期运动健身过程中突出的运动爱好者，讲述宣传他们的运动故事，引领带动身边人参与全民健身作用，塑造月运动·越健康的市民代表人物形象，让更真实、更生动的例子讲述温江特色的全民健身品牌活动故事；  ③后期阶段：对活动本身进行回顾以及活动影响力带来的社会效益和经济效益进行宣传报道。 |
| ★ | 9 | （1）供应商负责全年活动效果的设计及活动的策划、执行及资料的收集整理报送；  （2）全年活动由采购方负责活动整体的管理；  （3）供应商负责每场活动期间所需要场地的勘测、布置及维护；  （4）供应商负责每场活动期间整体效果的策划、搭建和维护等；  （5）供应商负责每场活动的裁判员、工作人员以及其他主要人员的培训和安排，并确保他们准点到岗工作；  （6）供应商负责全年整体活动的宣传报道、摄影摄像、直播服务及现场视频录制剪辑工作。 （7）供应商负责每场活动现场的安全保障，提供医护人员、应急物资等保障服务。 （8）供应商制定每场活动的各项执行方案，确保项目开展有序。 （9）供应商负责每场活动的器材等设备提供。 （10）供应商应严格按照己确认的工作方案和工作流程提供服务，无条件地接受采购方对其工作质量的监督检查。 （11）在服务期限内，项目组成员应保持稳定，以保证服务工作的正常进行。供应商可根据项目实际需求和业务需要对成员作出合理调整。若更换人员，应以相当资格与技能的人员替换，同时须经采购人备案同意后方可更换。 （12）如因成交人在工作中因玩忽职守、疏忽大意等所造成的损失，须按实际作出赔偿，情节严重的，采购人有权终止合同，并追究其法律责任。 （13）本次采购中，任何违反磋商文件规定，在投标过程中违法违纪或采用不正当竞争手段的，一经查实，即取消投标单位本次投标资格，已经成交的，终止委托合同，一切后果由责任方负责。 （14）安全要求：在本项目服务期内，因供应商自身原因导致重大安全责任事故和社会事件，采购人有权终止服务协议，由此产生的后果由供应商自行承担。（本14小项需提供单独承诺函，格式自拟。）注：需单独提供承诺函的，供应商需在技术服务要求偏离表中进行响应，并在响应文件格式“供应商应提交的相关资格证明材料”中单独提供承诺函，格式自拟。 |

**（3）人员配置要求**

采购包1：

无

**（4）设施设备要求**

采购包1：

无

**（5）其他要求**

采购包1：

无

**3、商务要求**

**（1）服务期限**

采购包1：

自合同签订之日起244日

**（2）服务地点**

采购包1：

温江区各镇街主要景点、运动打卡点及温江区域各体育场馆、运动场景、文化地标、著名美食店、商超等

**（3）考核（验收）标准和方法**

采购包1：

按照《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》（财库〔2016〕205号）、《政府采购需求管理办法》的要求进行项目验收。

**（4）支付方式**

采购包1：

分期付款

**（5）支付约定**

采购包1： 付款条件说明： 合同签订生效后，收到发票 ，达到付款条件起 14 日内，支付合同总金额的 50.00%。

采购包1： 付款条件说明： 项目结束验收合格后，收到乙方的相关报账资料后 ，达到付款条件起 14 日内，支付合同总金额的 50.00%。

**（6）违约责任及解决争议的方法**

采购包1：

合同生效后，除不可抗力外，如甲乙一方变更、中止或者终止政府采购合同的，应对另一方受到的损失予以赔偿或者补偿。 甲乙双方如因履行本合同发生纠纷，应友好协商解决，如协商无果可向甲方住所地人民法院提起诉讼。

**4、其他要求**

无