

项目技术、服务、政府采购合同内容条款及其他商务要求

一、项目概况

为认真落实市委主要领导关于大运会的最新指示精神，进一步扩大活动辐射效应，立体化推进大运会宣传展示，广泛开展全民健身运动，营造人人参与、服务、支持大运会的浓厚氛围，我台充分发挥自身策划、传播优势，拟开展“大运有你 体育大篷车”活动，引领健康生活新风尚。采购成都市广播电视台“大运有你 体育大篷车”活动执行服务。

二、项目内容及要求

（一）服务内容

本次活动需开展为期两天的线下落地活动，以“大运 Team 篮球赛（3v3；1v1）、明日大运青训&比赛、明日扣篮王（扣篮对决）、城市最强一大运挑战赛、助力大运”等赛事活动，篮球明星球员到场、Cuba（中国大学生篮球联赛）职业明星球员现场互动等形式，广泛吸引青年大学生群体和运动爱好者自发参与，并同步开展线上传播，重点面向青年大学生群体和运动爱好者等进行精准推广，持续营造大运会成都主场氛围，面向全球宣传推广成都大运会。

（二）服务要求

1、“大运有你 体育大篷车”篮球线下落地活动（暂定名）预热

（1）预热阶段前期：

①时间要求：合同签订后一周内。

②服务内容及要求：报名启动，官宣及海报推出。

a 活动报名

开发赛事报名小程序并使用小程序进行活动报名，本次“大运有你 体育大篷车”活动方便用户线上报名参与。

b 态度海报设计

设计本次活动的主 KV，主题符合“大运有你 体育大篷车”，通过活动延展大篷车对应的成都城市态度海报，通过将大运会、成都三城三都建设、天府文化等相关概念结合，通过活动内容数据、成都文化，传达成都市民对于大运的期待及决心，从而传达成都的“大运精神”。

③宣传要求：活动启动后 2 天内，通过宣传渠道（包括但不限于一线主流新闻 APP、大运会官网及微信官号、大运会视频号推广、大运频道及大运会传播平台、看度传播矩阵、四川高校微博及微信等主流媒体）陆续推广。

（2）预热阶段中期：

①时间要求：活动启动第二周。

②内容要求：主题漫画故事创作。

二次元形象与大运吉祥物“蓉宝”联动，打造主题漫画故事，传递弘扬大运会精神，青春精神，助力成都大运会吸引更多年轻群体的关注。以漫画的形式渗透泛二次元人群，助力大运会在高校的内容传播，推动 90 后和 Z 世代年轻人了解大运、关注大运、参与大运。

③宣传要求：宣传渠道包含但不限于一线主流新闻 APP、大运会

官网及微信官号、大运会视频号推广、大运频道及大运会传播平台、看度传播矩阵、四川高校微博及微信等主流媒体，推广时间不少于 3 天。

（3）预热阶段后期：

①时间要求：活动启动第三周。

②内容要求：拍摄预热短片、录制 KOL 口播等短视频，引爆 social 传播。

a 结合城市宣传拍摄活动预热短片

结合预热前期和中期的活动反响，策划延时视频拍摄，拍摄录制篮球大篷车运输、搭建、布置、成型全过程，并结合成都全市整体宣传规划，带动文旅体协同发展，引爆活动开始前第一轮 social 传播。

b 录制 KOL 口播等短视频

KOL 口播视频将在活动开始前陆续上线，需邀请两位篮球界知名 KOL 达人、大学生 CUBA KOL 或腾讯解说天团录制嘉宾 ID 口播视频和嘉宾 ID 混剪视频，用于赛前宣传。通过 CUBAKOL 发声，推动全国大学生群体对大运会的讨论与关注。

③宣传要求：宣传渠道包含但不限于一线主流新闻 APP、大运会官网及微信官号、大运会视频号推广、大运频道及大运会传播平台、看度传播矩阵、四川高校微博及微信等主流媒体，推广时间不少于 3 天。

（4）线下活动开展阶段

①时间要求：线下活动期间。

②内容要求：嘉宾口播内容、短视频回顾及现场解说天团形成微博话题。

结合成都“三城三都”建设方向，打造大篷车“城市主场”线下场景。同时邀请体育 KOL（新生代体育达人，在网络或校园中受欢的体育达人）2 名、DK 扣篮团队 2 名和女主播（职业女主播，主持过 NBA 专业篮球赛事节目）1 名（体育 KOL、DK 扣篮团队及女主播的建议名单见附件 1、附件 2 和附件 3）现场助阵，通过为时 2 天的专业赛事和大众互动，为市民带来深度的运动氛围独特体验。现场发起城市助力环节，让市民为大运会送上祝福。并以朋友圈、短视频等形式进行传播。同时邀请体育赛事节目职业女主播到场，为迎接成都大运造势。通过 KOL、女主播，带动粉丝群体关注和发声，传达大运精神、迎接大运到来。

③宣传要求：线下活动期间，通过宣传渠道（包含但不限于一线主流新闻 APP、大运会官网及微信官号、大运会视频号推广、大运频道及大运会传播平台、看度传播矩阵、四川高校微博及微信等主流媒体）陆续推广。

（5）后续宣传：

①时间要求：活动后闭环及大运会 6 月 26 日开始前。

②内容要求：短视频回顾及新闻稿件发布。

结合当代人喜爱的短视频表达方式，制作短视频，时长在 60s 以内，将活动现场的精彩瞬间再剪辑创作进行二次传播；将持续推出当天活动的亮点新闻稿，维持活动热度，宣传活动成果。

③宣传要求：通过宣传渠道（包含但不限于一线主流新闻 APP、大运会官网及微信官号、大运会视频号推广、大运频道及大运会传播平台、看度传播矩阵、四川高校微博及微信等主流媒体）宣传不少于 2 天，发布频次不少于 20 次/天。

2、线下活动内容

（1）活动场地

成交供应商负责落实活动场地，活动场地主要由四部分组成：

①活动主场地采用地板进行篮球比赛对抗，场地四周全面开放，观众游客可自由观赛，活动主场地全天运营接受现场报名；

活动主场地需求：

规划场地面积：不少于 500 m²

场地布置需求：平整无坡度，无障碍物

用电量：不低于 50KW

需要的承重：不低于 30 吨

②大屏幕区域，应援式大篷车【定制篮球大篷车，需包括车头和车身】由供应商提供，活动开始前将运输至现场，大篷车可多场景可停放，安排 LED【LED 显示屏 P3 （5000mm*3500mm）】屏幕轮播成都大运会核心宣传内容。

③应援涂鸦墙为不小于 2*3 米的喷绘布，开放全民涂鸦，与现场观众分享涂鸦，留下大运寄语，助力大运举行。

④互动区规模不小于 50 m²，可以自由互动，以此全面助力大运会。主要开展互动活动：快速投篮机、篮球涂鸦区、球鞋澡堂、潮流

服饰 diy、胸章 diy（含胸章材料）。活动场地建议选择自然人流量较高的区域，对于活动宣传以及对应破圈传播，增加传播力度广度均有所帮助加持。

⑤大运特色展区规模不小于 50 m²，在大运特色氛围营造上增加大运特色互动展区，现场展示并售卖大运会官方纪念商品。

建议场地：凤凰山体育馆门口 、东郊记忆。

（2）活动流程

由供应商根据活动内容制定活动流程方案。

（3）活动内容

①大运 Team 篮球赛（3v3；1v1）

大运 Team 篮球赛采用 3v3；1v1 形式共分为男子组、女子组、青少年组。

具体赛制由供应商在执行方案里具体设置。

②城市最强-大运挑战赛

具体赛制由供应商在执行方案里具体设置。

③大运扣篮王（扣篮对决）

大篷车全国扣篮人才再次聚集，并邀请《扣篮联盟》部分扣将参与。

具体赛制由供应商在执行方案里具体设置。

④助力大运

场边设置大运助力涂鸦墙，大众写下对大运的寄语，同时开展短视频录制，为大运加油，为赛事助力。

⑤互动助力

用户参与投篮机游戏，游戏规则及赛制由供应商在执行方案里具体设置。

（4）参与嘉宾

kol 将现场参与本次活动，提升竞技难度，燃爆全场。并且参与人与以下嘉宾都将录制口播宣传成都大运会及体育大篷车活动，并通过发送微博带动自身粉丝关注和参与，点燃成都大运会主场氛围。

①DK 扣篮团队 2 位（建议名单详见附件 3）。

②本土相关体育 kol 2 位（建议名单详见附件 1）。

③女主播 1 位（建议名单详见附件 2）。

（5）现场观众

联动 15 名成都本地著名体育 KOL 和体育达人（建议名单见附件 1）现场助阵，吸引两天线下参与互动体验人数 2 万+（实际参与人数可根据疫情防控要求调整）。

（6）活动奖品

本次活动需设置多元素大运会奖品奖项，包含活动特色奖品和大运特色奖品，刺激用户参与。

（7）宣传推广要求

本次活动传播范围覆盖全国，重点渗透青年大学生群体和运动爱好者，引导篮球爱好者圈层和泛体育关注用户的参与。线上传播内容预估超过 1 亿次社交覆盖，话题**曝光量** 5000 万+，受众满意度达到 90%，营造人人知晓、人人参与的大运氛围，全面引爆大运营销声量。

①微信视频号朋友圈广告精准推广

深入结合微信朋友圈广告属性，链接大运频道、看度新闻视频号，内容直链接推广视频，扩大大运影响力，点燃成都大运会主场氛围。

②KOL 现场发布

本地或体育 KOL 精选现场精彩画面进行发布，累计曝光量不少于 100 万次，至少涵盖娱乐类、生活类、篮球类等多种不同类型群体，精准触达目标受众。

③本地短视频高燃剪辑

精选活动现场高燃环节进行剪辑，邀请本地多家短视频平台同步推送，精准覆盖受众群体，累计曝光量不少于 300000 次。

④媒体报道

在国家级媒体、省级媒体、KOL 自媒体等超过 60 家媒体对活动相关内容进行报道。

宣传报道的媒体平台中至少包含：国家级媒体平台 5 个（如《人民日报》或人民网、新华社、中国日报等同级媒体）；省级/市级媒体平台 15 个（如《四川日报》或川观新闻、《成都日报》或锦观新闻等同级媒体）；KOL 自媒体平台 20 个（如韩雨洋、徐通、许文浩、张菊、石一童、柯雨晨、曹振兴、陈靖、杜俊江、高浩森、何玉婷等）；高校自媒体平台 20 个（如四川大学新鲜事儿、西南交通大学新鲜事儿、电子科技大学新鲜事儿、成都理工大学新鲜事儿、四川传媒大学新鲜事儿、西南石油大学新鲜事儿等）。

（8）项目执行要求：

①严格按照本项目服务内容及要求、合同方案执行，确保项目达到预期效果。

②依据实时国际环境，加强科学研判，制定舆情应对处置预案，做好防控，确保不出现有关成都大运的不利舆情。

③制定安全保卫应急预案，确保各项活动期间技术设备及参会人员、观众的安全。

④配备专业执行团队，满足项目需求，其中指定团队负责人1名即为本项目管理人员，负责与采购人沟通协调。

⑤供应商负责 KOL 和体育达人的邀请（KOL 和体育达人建议清单见附件）

⑥成交供应商须指派专人负责与采购人联系后期服务事宜。

★三、商务要求

（一）服务期限：从合同签订之日起至 2022 年 6 月 26 日止。

（二）报价要求：供应商报价包含保证整个服务的一切费用及税费。

（三）付款方式：

合同签订后且在收到成交供应商提供的合法有效的发票后 10 个工作日内，采购人向对应成交供应商支付不低于合同款 40%的预付款；服务结束 10 日内验收，验收合格后，在收到成交供应商提供的合法有效的发票后 10 个工作日内，采购人向成交供应商支付剩余应付款项。

（四）服务地点：采购人指定地点。

（五）验收时间、方法与标准：

1、采购内容履约完毕后 10 日内由采购人组织验收。

2、本项目采购人及其委托的采购代理机构将严格按照政府采购相关法律法规以及《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）的要求进行验收。

3、验收结果合格的，采购人全额支付剩余合同款项；验收不合格得，采购人将不予支付剩余合同款项，并报告本项目同级财政部门按照政府采购法律法规进行处理。

（六）违约责任

1、采购人违约责任

（1）因采购人原因逾期支付合同款的，除应及时付合同款外，应向成交供应商支付欠款总额万分之一/天的违约金；逾期付款超过 30 天的，成交供应商有权终止合同；

（2）采购人支付的违约金不足以弥补成交供应商损失的，还应按成交供应商损失尚未弥补的部分，支付赔偿金给成交供应商。

2、成交供应商违约责任

（1）成交供应商所提供的服务有不符合采购文件要求及本项目合同约定的，成交供应商应向采购人支付合同约定的违约金，并须在采购人规定的整改期限内改正，否则视作成交供应商不能履约而违约。

(2) 成交供应商不能履约而违约的，采购人有权终止合同，并须全额退还采购人已经付给成交供应商的款项及其利息。

(3) 成交供应商偿付的违约金不足以弥补采购人损失的，还应按采购人损失尚未弥补的部分，支付赔偿金给采购人。

(4) 因成交供应商管理不善或操作不当等原因造成采购人、成交供应商或第三方人身、财产事故、等其它安全生产事故的，由成交供应商承担责任并负责善后处理，造成采购人经济损失的，成交供应商应给予采购人经济赔偿。产生事故的直接原因，以相关主管部门的鉴定为准。

四、其他要求

★供应商应承诺为本项目提供的所有服务符合现行国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。（提供承诺函原件）

五、磋商内容、磋商过程中可实质性变动的内容

(一) 在磋商过程中，磋商小组可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。

(二) 打★号的内容为采购项目实质性要求。

(三) 本章实质性要求未明确证明材料的，在对应的商务应答表或服务偏离表或技术偏离表中应答即可。

附件 1：体育 KOL 人士建议名单

序号	姓名/称呼	简介	备注
1	石一童	中国篮坛女神、《我要打篮球》球员、前 WCBA 浙江女篮球员	体育 KOL 人
2	钱盼盼(我不是盼盼)	篮球达人 MC	体育 KOL 人
3	柯雨晨	路人王三冠王、成都单挑王	体育 KOL 人
4	曹振兴	校园篮球达人	体育 KOL 人
5	陈靖	篮球达人	体育 KOL 人
6	邓典果(邓典果 DDG)	篮球达人，音乐 Rapper	体育 KOL 人
7	杜俊江	中国大学生 3x3 篮球联赛全国总冠军成员	体育 KOL 人
8	高浩森	校园篮球达人	体育 KOL 人
9	何玉婷	篮球达人	体育 KOL 人
10	姜文建	Air China 扣篮团队成员、篮球达人	体育 KOL 人
11	李保兴	路人王 5 冠王、职业 3v3 球员、成都 CGP 街球厂牌球员	体育 KOL 人
12	李佳鸿	篮球达人	体育 KOL 人
13	廖瑜楠	篮球达人	体育 KOL 人
14	林冠粤	校园篮球达人	体育 KOL 人
15	龙飞	篮球达人	体育 KOL 人
16	彭先鹏	篮球达人	体育 KOL 人
17	邱维实	篮球达人	体育 KOL 人
18	尚传杰(勾)	中国勾手第一人，篮球达人	体育 KOL 人

	手侠)		
19	苏烨	中国扣篮达人，校园篮球达人	体育 KOL 人
20	唐工清	校园篮球达人	体育 KOL 人
21	王妞	校园篮球达人	体育 KOL 人
22	王戌	校园篮球达人	体育 KOL 人
23	王子敬	篮球达人	体育 KOL 人
24	吴浪	篮球达人	体育 KOL 人
25	吴楠	原 CBA 金强总冠军球员、全明星扣篮王	体育 KOL 人
26	闫思琦	篮球达人	体育 KOL 人

附件 2：女主播建议名单

序号	姓名/称呼	简介	备注
1	美娜	NBA 女主播、NBA Style 品牌模特、《Kiks》定番杂志模特、佳得乐功能运动饮料推广人、第三届《超新星全运会》运动员，微博坐拥 193 万粉丝。主播美娜不仅主持过“NBA 球星中国行”、“科比新书推荐会”、“2020 天津卫视德云社春节相声晚会”，还担任《女主播大乐透》、《中场不安定》、《超新星全运会》以及《我要打篮球》节目主持人。	NBA 女主播
2	雪儿	NBA 女主播、KPL 解说员、第二届《超新星运动会》运动员、视频号 Pink 大赛主播，拥有微博粉丝 31 万。曾担任《女主播大乐透》、《中场不安定》、《超新星全运会》、《2019 王者荣耀冬季冠军杯》、《漫游 NBA》等热门节目主持人。	NBA 女主播
3	王小七	《王者荣耀》赛事主播、库里中国行主持人、公众号“多巴胺老邮差”博主、第二届《超新星全运会》运动员、拥有微博粉丝 150 万。曾主持《中场不安定》、《女主播大乐透》、《女主播，冲！》等热门节目。	职业女主播
4	小南	NFL、耐克高中联赛、KPL、NBA2KOL2 线上战“疫”赛季后赛解说员，第三届《超新星运动会》运动员、2019FIBA 单边记者。坐拥微博粉丝 80 万的主播小南曾担任“王者荣耀世冠夏令营”、“MLB 美职棒大联盟联合腾讯体育现场发布会”主持人，还参与主持《篮板青春》、《NBA 晚自习》等热门节目。	职业女主播
5	果果	腾讯视频 NBA 女主播、第三届《超新星运动会》运动员、企鹅跑线上领跑官，微博拥有 76 万粉丝。曾担任库兹马中国行线下见面会以及热门节目《女主播大乐透》、《中场不安定》、《超新星全运会》主持人。此外，主播果果曾机智救场，将商业化权益完美融入。	职业女主播

6	刘佳依 (佳依)	NBA 球星中国行主持人、企鹅跑线上领跑官、《鞋会食堂》嘉宾,拥有微博粉丝 90 万。同时也是热门节目《女主播大乐透》、《中场不安定》主持人。	职业女 主播
7	吴迪	参加 2020CBA 总决赛解说,担任 2019 特步企鹅跑线下、腾讯体育社区许愿池活动、特步企鹅跑、CBA 赛事以及《中场不安定》节目主持人,拥有微博粉丝 5.6 万。	职业女 主播
8	张薪 (小新)	腾讯视频 NBA 女主播、NBA2KOL2 线上战疫赛解说员,担任 2019 篮球世界杯大篷车线下主持人以及《中场不安定》节目主持人,拥有微博粉丝 4.4 万人。	职业女 主播

附件 3：扣篮团队 KOL 建议名单

序号	姓名/称呼	简介	备注
1	韩雨洋	中国扣篮行业奠基人，Air China 扣篮团队创始人	篮球明星 KOL
2	徐通	Air China 扣篮团队成员、3X3 黄金联赛扣篮大赛冠军、野球帝成员	篮球明星 KOL
3	许文浩	Air China 扣篮团队成员、阿迪达斯扣篮大赛冠军	篮球明星 KOL
4	张菊	Air China 扣篮团队成员、HARDCORE GYM 综合体能训练馆创始人之一	篮球明星 KOL