

2025 年吉林省体育彩票实体店综合运营服务项目合同

甲方（招标人）：吉林省体育彩票管理中心

乙方（中标服务商）：洛阳小虎鲸传媒科技有限公司

根据《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，甲、乙双方就 2025 年吉林省体育彩票实体店综合运营服务项目（第二包）、0773-2541GNJLFWGK0918/02（项目名称、项目编号），经平等协商达成合同如下：

一、合同文件

本合同所附下列文件是构成本合同不可分割的部分，组成合同的各项文件应互相解释，互为说明，解释合同文件的优先顺序如下：

- （一）合同格式以及合同条款
- （二）中标通知书
- （三）中标服务商在评标过程中做出的有关澄清、说明、承诺或者补正文件
- （四）中标服务商投标文件
- （五）招标文件
- （六）本合同附件

同一层次的合同文件规定有矛盾的以较后时间制定的为准。

二、合同的范围和条件

本合同的范围和条件应与上述合同文件的规定相一致。

三、服务项目

本合同所提供的服务项目内容：详见本合同附件：服务需求偏离表（与投标文件中投标服务明细表一致）。

四、合同金额 合同金额为人民币 354.15 万元，大写：叁佰伍拾肆万壹仟伍佰元整。

五、付款方式

1. 签订合同后，中标供应商出具《2025 年吉林省体育彩票实体店综合运营服务实施方案》，采购方审核通过后，中标供应商提供等额有效发票交与招标人，招标人在 15 个工作日内办理支付手续，支付合同总额的 50%作为首款。招标人的首款可用于抵扣本项目合同后续需要支付的费用。项目执行过程中，达到工作目标“第一阶段综合运营服务的 600 家实体店，在服务周期内产生的实体店销量（即开票销量除外）净增量，完成销量考核指标 50%销量净增量完成；所服务实体店满意度达到 80%以上”的，并提供该

阶段的验收材料，采购方验收通过后 15 日内向中标供应商支付合同总额剩余的 50%。

2. 上述工作目标完成情况以中国体育彩票帷胜决策分析系统“已结”销量为准。

3. 该项目服务费中包含物资费用、前期调研、课程开发、印刷、制作、服务工作人员成本（含人员保险）、器材、办公用品、交通食宿、税金等所有费用。

六、服务期限、地点

1、服务期限：合同签订之后，以合同签订日期为准，共 6 个月。

2、服务地点：吉林、延边、白山、通化、辽源、梅河口地区。

七、服务质量

乙方提供的服务应符合国家（或行业）规定标准。

八、知识产权

乙方应保证甲方所使用的服务成果免受第三方提出的侵犯其知识产权的诉讼。

九、违约条款

1、乙方延迟提供服务，每延迟 3 日，按合同金额的 1% 支付违约金。

2、一方不按期履行合同，并经另一方提示后 15 日内仍不履行合同的，守约方有权解除合同，违约方要承担相应的法律责任。

3、如因一方违约，双方未能就赔偿损失达成协议，引起诉讼或仲裁时，违约方除应赔偿对方经济损失外，还应承担因诉讼或仲裁所支付的律师代理费等相关费用。

4、其它应承担的违约责任，以《中华人民共和国合同法》和其它有关法律、法规规定为准，无相关规定的，双方协商解决。

5、按照本合同规定应该偿付的违约金、赔偿金等，应当在明确责任后 15 日内，按银行规定或双方商定的结算办法付清，否则按逾期付款处理。

十、不可抗力条款

因不可抗力致使一方不能及时或完全履行合同的，应及时通知招标代理机构及另一方，双方互不承担责任，并在 15 天内提供有关不可抗力的相应证明。合同未履行部分是否继续履行、如何履行等问题，可由双方协商解决。

十一、争议的解决方式

合同发生纠纷时，双方应协商解决，协商不成可以采用下列 2 种 方式解决：

1、提交 甲方所在 仲裁委员会仲裁；

2、向 甲方所在 人民法院诉讼。

十二、补充协议

合同未尽事宜，经双方协商可签订补充协议，所签订的补充协议与本合同具有同等的法律效力，补充协议的生效应符合本合同的有关规定。合同补充条款应同时报政府采购监督管理部门备案。

十三、合同保存

本合同一式肆份，经甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章后生效。甲方壹份，乙方贰份，招标代理机构壹份。

十四、其他需要补充的内容：

1、乙方应按招标文件、投标文件及乙方在谈判过程中做出的书面说明或承诺提供及时、快速、优质的服务。

2、其他服务内容：无

需方：吉林省体育彩票管理中心

地址：吉林省长春市自由大路2800号

法定代表人：

或授权委托人：

签字日期：

邮政编码：

电话：

传真：

联系人：

开户银行：

账户名称：

账号：

供方：洛阳小虎鲸传媒科技有限公司

地址：河南省洛阳市西工区红山街道党湾社区1组43号

法定代表人：

或授权代理人：

签字日期：

邮政编码：471000

电话：15194572493

传真：

联系人：

开户银行：中国银行股份有限公司洛阳七里河支行

账户名称：洛阳小虎鲸传媒科技有限公司

账号：257285885792

合同附件：

中标通知书

中标通知书

洛阳小虎鲸传媒科技有限公司：

贵公司于2025年05月14日对2025年吉林省体育彩票实体店综合运营服务（第二包）（项目编号：0773-2541GNJLFWGK0918/02），进行了投标。经过评标委员会的评定，确认贵公司中标。

请贵公司在接到中标通知书30日内，尽快与吉林省体育彩票管理中心联系，签署合同并办理相关事宜。

中标价格：人民币叁佰伍拾肆万壹仟伍佰元整

（¥3,541,500.00元）

特此通知。

中金招标有限责任公司

2025年05月16日

服务需求偏离表

项目名称：2025 年吉林省体育彩票实体店综合运营服务（第二包）

包：第二包

项目编号：0773-2541GNJLFWGK0918/02

序号	招标文件服务需求	投标文件服务响应	是否偏离	备注
1	一、项目概述 为全面塑造中国体育彩票品牌价值，系统化提升吉林省体育彩票实体店综合运营能力，深化渠道精细化管理和服务质量。计划通过公开采购的方式，引入专业化的第三方综合运营服务团队，通过实体店综合业务能力提升、实体店分层精细化运营、游戏玩法营销推广、市场调研与数据支持等服务内容，进一步加强吉林省体育彩票实体店的经营	一、项目概述 为全面塑造中国体育彩票品牌价值，系统化提升吉林省体育彩票实体店综合运营能力，深化渠道精细化管理和服务质量。计划通过公开采购的方式，引入专业化的第三方综合运营服务团队，通过实体店综合业务能力提升、实体店分层精细化运营、游戏玩法营销推广、市场调研与数据支持等服务内容，进一步加强吉林省体育彩票实体店的经营	无偏离	完全响应

规范,促进吉林省体育彩票市场有序、健康发展,全方位提升体育彩票代销者的自主运营能力层级,切实推动全省体育彩票销量增长与市场健康发展。 二、采购需求 (一) 项目基本概况 1、服务时间:2025年4月至2025年9月(计划时间),最终服务周期及开展时间以合同签订时间为准,共计6个月。 2、网点数量:第二包600家(吉林、延边、白山、通化、辽源、梅河口)。 3、服务地点:全省所有地市,分2个包(每个包覆盖600个体育彩票实体店网点)。	规范,促进吉林省体育彩票市场有序、健康发展,全方位提升体育彩票代销者的自主运营能力层级,切实推动全省体育彩票销量增长与市场健康发展。 二、我方采购需求响应为: (一) 项目基本概况 1、服务时间:2025年4月至2025年9月(计划时间),最终服务周期及开展时间以合同签订时间为准,共计6个月。 2、网点数量:第二包600家(吉林、延边、白山、通化、辽源、梅河口)。 3、服务地点:全省所有地市,分2个包(每个包覆盖600个体育彩票实体店网点)。		
---	---	--	--

	4、服务目标：服务期内，全省网点总销量环比增长1.6 亿元（每个包对应增长8000 万元）。 （二）服务详细内容 1、实体店综合业务能力提升 线上培训：制定系统全面的线上培训课程体系，以线上视频培训或线上直播培训的方式，每个包安排不少于 60 场培训，培训内容涵盖体育彩票游戏玩法基础知识、销售技巧、游戏规则、赛事分析、合规运营等多方面内容，通过线上平台定期推送课程，并设置在线测试、互动答疑等环节，确保培训效果，提升实体店销售人员的专业素养和业务能	4、服务目标：服务期内，全省网点总销量环比增长1.6 亿元（每个包对应增长8000 万元）。 （二）服务详细内容 1、实体店综合业务能力提升 线上培训：制定系统全面的线上培训课程体系，以线上视频培训或线上直播培训的方式，第二包安排61 场培训，培训内容涵盖体育彩票游戏玩法基础知识、销售技巧、游戏规则、赛事分析、合规运营等多方面内容，通过线上平台定期推送课程，并设置在线测试、互动答疑等环节，确保培训效果，提升实体店销售		
--	--	---	--	--

	线下培训：委托每个包中标供应商开展不少于 10 场线下培训活动。邀请行业专家、资深销售人员，为体彩从业人员（代销者、彩票机构管理人员）进行面对面授课，通过案例分析、实操演练等形式，提供体彩各玩法的营销宣传推广、客户服务、经营管理、销售方法、责任意识等课程，强化销售人员对知识的理解和运用。 驻店指导：安排专业运营服务人员定期驻店，与实体店销售人员共同工作，现场指导销售技巧、客户沟通方法、票种推荐策略等，及时解决实际销售中遇到的问题，每个包组服务期内驻店指导不少于 800 次，驻店期间填写详细的驻店指导记录表，反馈问题及解决方	线下培训：我方开展 10 场线下培训活动。邀请行业专家、资深销售人员，为体彩从业人员（代销者、彩票机构管理人员）进行面对面授课，通过案例分析、实操演练等形式，提供体彩各玩法的营销宣传推广、客户服务、经营管理、销售方法、责任意识等课程，强化销售人员对知识的理解和运用。 驻店指导：安排专业运营服务人员定期驻店，与实体店销售人员共同工作，现场指导销售技巧、客户沟通方法、票种推荐策略等，及时解决实际销售中遇到的问题，本包组服务期内驻店指导不少于 800 次，驻店期间填写详细的驻店指导记录表，反馈问题及解决方		
--	--	--	--	--

	案。 2、实体店分层精细化运营服务 分层标准制定：依据所服务体彩实体店的销售业绩、经营面积、地理位置、客户流量等多维度因素，科学合理地将所服务的实体店划分为新增、中低销量和高销量三个层级，明确各层级的具体划分标准和评估周期，确保分层结果客观准确、动态更新，为针对性服务提供坚实依据。 新增实体店服务措施：为新增实体店制定运营帮扶计划，安排经验丰富的服务人员与新增实体店销售人员一对一结对帮扶，通过实地指导、经验分享等方式，助力其快速提升销售技	案。 2、实体店分层精细化运营服务 分层标准制定：依据所服务体彩实体店的销售业绩、经营面积、地理位置、客户流量等多维度因素，科学合理地将所服务的实体店划分为新增、中低销量和高销量三个层级，明确各层级的具体划分标准和评估周期，确保分层结果客观准确、动态更新，为针对性服务提供坚实依据。 新增实体店服务措施：为新增实体店制定运营帮扶计划，安排经验丰富的服务人员与新增实体店销售人员一对一结对帮扶，通过实地指导、经验分享等方式，助力其快速提升销售技		
--	--	--	--	--

	巧和运营能力；同时，为新增实体店优先提供各类营销资源支持，确保新增实体店在开业后的前 3 个月内能够稳定运营并实现销量的逐步攀升。 中低销量实体店服务 措施：深入剖析中低销量实体店的经营困境，从店面形象、游戏玩法专区建设、服务流程、营销推广等多个角度量身定制提升方案。针对实体店实际情况开展服务，规范销售人员服务流程，提高购彩者满意度；同时，结合当地市场特点和购彩者需求，为其量身定制个性化的营销推广方案，每月对提升措施的执行情况和效果进行跟踪评估，并及时调整优化策略。	巧和运营能力；同时，为新增实体店优先提供各类营销资源支持，确保新增实体店在开业后的前 3 个月内能够稳定运营并实现销量的逐步攀升。 中低销量实体店服务 措施：深入剖析中低销量实体店的经营困境，从店面形象、游戏玩法专区建设、服务流程、营销推广等多个角度量身定制提升方案。针对实体店实际情况开展服务，规范销售人员服务流程，提高购彩者满意度；同时，结合当地市场特点和购彩者需求，为其量身定制个性化的营销推广方案，每月对提升措施的执行情况和效果进行跟踪评估，并及时调整优化策略。		
--	--	--	--	--

	高销量实体店服务措施: 为巩固高销量实体店的优势地位并进一步拓展其市场空间,除了提供购彩者维护服务和运营经验分享外,协助其整合新媒体矩阵与 AI 智能工具,构建数字化营销体系,开发新的销售渠道,提升销售转化率及运营效能;同时,组织高销量实体店参与跨区域的经验交流活动,学习借鉴其他地区先进运营模式和成功经验,激发创新灵感,不断优化销售策略和服务模式,持续提升销量和市场竞争力,发挥示范引领作用,带动所服务的实体店整体销量提升。 3、游戏玩法营销推广 活动方案执行: 根据总	高销量实体店服务措施: 为巩固高销量实体店的优势地位并进一步拓展其市场空间,除了提供购彩者维护服务和运营经验分享外,协助其整合新媒体矩阵与 AI 智能工具,构建数字化营销体系,开发新的销售渠道,提升销售转化率及运营效能;同时,组织高销量实体店参与跨区域的经验交流活动,学习借鉴其他地区先进运营模式和成功经验,激发创新灵感,不断优化销售策略和服务模式,持续提升销量和市场竞争力,发挥示范引领作用,带动所服务的实体店整体销量提升。 3、游戏玩法营销推广 活动方案执行: 根据总	
--	--	--	--

	局中心、省、市体彩中心制定的营促销活动方案，指导实体店进行推广、宣传，确保活动顺利、有序开展。在活动前对实体店销售人员进行详细培训，使其熟悉活动规则、奖品奖项、宣传话术等内容；活动期间定期到店检查宣传物料张贴、摆放情况，监督活动执行进度，及时协调解决活动中出现的问题。 营销素材宣发指导：供应商成立线上指导团队，负责营销推广素材的转发督导及使用指导，通过线上渠道及时向实体店推送媒体内容物料，包括每日赛事观点、分析、游戏经验分享等，（其中包含提供竞猜型游戏电子海报设计不少于 180 张；提供不少于 52 条	局中心、省、市体彩中心制定的营促销活动方案，指导实体店进行推广、宣传，确保活动顺利、有序开展。在活动前对实体店销售人员进行详细培训，使其熟悉活动规则、奖品奖项、宣传话术等内容；活动期间定期到店检查宣传物料张贴、摆放情况，监督活动执行进度，及时协调解决活动中出现的问题。 营销素材宣发指导：我方成立线上指导团队，负责营销推广素材的转发督导及使用指导，通过线上渠道及时向实体店推送媒体内容物料，包括每日赛事观点、分析、游戏经验分享等，（其中包含提供竞猜型游戏电子海报设计 180 张；提供 52 条竞猜游戏焦点赛事		
--	---	--	--	--

	竞猜游戏焦点赛事短视频解析，剖析所选场次两队各项数据情报，使用短视频的形式分发用于业主宣传）；并指导实体店合理运用营销素材进行店内宣传，对实体店提出的玩法疑问进行解答，提供个性化指导服务。 店内营销活动策划与开展：结合当地市场特点和购彩者需求，策划并组织实体店开展店内营销活动，每个包组服务期内店内营销活动开展不少于 100 场，增强实体店的吸引力和竞争力，每次活动前制定详细的活动计划和预算，活动结束后进行效果评估和总结，为后续活动提供参考。 4、市场调研与数据支持服	短视频解析，剖析所选场次两队各项数据情报，使用短视频的形式分发用于业主宣传）；并指导实体店合理运用营销素材进行店内宣传，对实体店提出的玩法疑问进行解答，提供个性化指导服务。 店内营销活动策划与开展：结合当地市场特点和购彩者需求，策划并组织实体店开展店内营销活动，每个包组服务期内店内营销活动开展 100 场，增强实体店的吸引力和竞争力，每次活动前制定详细的活动计划和预算，活动结束后进行效果评估和总结，为后续活动提供参考。 4、市场调研与数据支持服务		
--	--	--	--	--

	务 信息收集与分析：定期开展市场调研，通过对代销者和购彩者进行问卷调查、现场访谈、线上互动等多种方式收集购彩者的意见和建议，每月形成一份详细的市场调研报告，分析市场趋势、购彩者需求变化等信息，并反馈至省市中心，为下一步服务提供数据依据和改进方向。 销量动态监测：建立完善的实体店销售数据跟踪机制，定期收集、整理和分析各实体店的销售数据，及时识别低效网点，并深入分析其低效原因，针对低效网点制定个性化的针对性提升方案，定期对低效网点的提升情况进行跟踪评估，促	信息收集与分析：定期开展市场调研，通过对代销者和购彩者进行问卷调查、现场访谈、线上互动等多种方式收集购彩者的意见和建议，每月形成一份详细的市场调研报告，分析市场趋势、购彩者需求变化等信息，并反馈至省市中心，为下一步服务提供数据依据和改进方向。 销量动态监测：建立完善的实体店销售数据跟踪机制，定期收集、整理和分析各实体店的销售数据，及时识别低效网点，并深入分析其低效原因，针对低效网点制定个性化的针对性提升方案，定期对低效网点的提升情况进行跟踪评估，促进低效网点数量逐步减少，		
--	--	--	--	--

	进低效网点数量逐步减少，整体效果得到有效提升。 （三）分阶段实施计划 整个服务期限分为两个阶段实施： 1、第一阶段：基础建设与初步提升（前3个月） 线上培训：完成线上培训平台的搭建与测试，推出基础课程，确保平台稳定运行，组织销售人员参与线上学习，建立学习档案。 线下培训：开展首次线下集中培训，涵盖体彩基础知识、销售技巧、合规运营等内容，提升销售人员专业素养。 驻店指导：开始驻店指导工作，了解实体店运营状况，提供现场指导与支持。	整体效果得到有效提升。 （三）分阶段实施计划 整个服务期限分为两个阶段实施： 1、第一阶段：基础建设与初步提升（前3个月） 线上培训：完成线上培训平台的搭建与测试，推出基础课程，确保平台稳定运行，组织销售人员参与线上学习，建立学习档案。 线下培训：开展首次线下集中培训，涵盖体彩基础知识、销售技巧、合规运营等内容，提升销售人员专业素养。 驻店指导：开始驻店指导工作，了解实体店运营状况，提供现场指导与支持。 营销推广：根据营销推		
--	--	--	--	--

	营销推广：根据营销推广方案，启动首批营销活动，包括物料准备、宣传推广等，提升品牌知名度。 市场调研：开展初步市场调研，收集数据，为后续策略调整提供依据。 2、第二阶段：深化拓展与效果巩固（后3个月） 线上培训：根据第一阶段反馈，优化课程内容，推出专业课程，满足不同层次学习需求。 线下培训：开展进阶线下培训，强化销售人员实战能力，提升服务水平。 营销推广：依据前期效果，调整营销策略，深化推广活动，进一步提升市场影响力。	推广方案，启动首批营销活动，包括物料准备、宣传推广等，提升品牌知名度。 市场调研：开展初步市场调研，收集数据，为后续策略调整提供依据。 2、第二阶段：深化拓展与效果巩固（后3个月） 线上培训：根据第一阶段反馈，优化课程内容，推出专业课程，满足不同层次学习需求。 线下培训：开展进阶线下培训，强化销售人员实战能力，提升服务水平。 营销推广：依据前期效果，调整营销策略，深化推广活动，进一步提升市场影响力。 市场调研与数据支持：		
--	---	--	--	--

	市场调研与数据支持： 深入分析市场数据，制定针对性提升方案，助力销量增长。 驻店指导：持续进行驻店指导，巩固提升效果，解决问题，确保运营水平持续提升。 （四）考核指标 （1）服务期内，每个包组需完成 8000 万元净增量，2 个包组共完成 1.6 亿元净增量； 环比销量基数：以服务之日起，前推 6 个月加 10 天的电彩销量总和（按彩票年+已结销量为依据）。（本核算周期已去除 10 天的春节休市期）。 净增量测算方式：服务之日起至合同截止日止，以	深入分析市场数据，制定针对性提升方案，助力销量增长。 驻店指导：持续进行驻店指导，巩固提升效果，解决问题，确保运营水平持续提升。 （四）考核指标 （1）服务期内，每个包组需完成 8000 万元净增量，2 个包组共完成 1.6 亿元净增量； 环比销量基数：以服务之日起，前推 6 个月加 10 天的电彩销量总和（按彩票年+已结销量为依据）。（本核算周期已去除 10 天的春节休市期）。 净增量测算方式：服务之日起至合同截止日止，以未参加服务的网点（不含		
--	--	--	--	--

	未参加服务的网点（不含 2025 年新增网点）的电彩销量平均环比增长率为参照，所服务网点的平均环比增长率减去未参加服务网点的平均环比增长率得出净增长率，净增长率乘以相应服务网点环比销量基数得出净增量。 核算公式：参加服务的网点 6 个月的净增量=（参加服务网点的平均环比增长率-未参加服务网点的平均环比增长率）*参加服务网点的环比销量基数 （2）所服务实体店满意度不低于 80%。 （五）项目团队要求 拟投入项目人员需出具项目岗位配置清单，人员配置合理、岗位职责明确，	2025 年新增网点）的电彩销量平均环比增长率为参照，所服务网点的平均环比增长率减去未参加服务网点的平均环比增长率得出净增长率，净增长率乘以相应服务网点环比销量基数得出净增量。 核算公式：参加服务的网点 6 个月的净增量=（参加服务网点的平均环比增长率-未参加服务网点的平均环比增长率）*参加服务网点的环比销量基数 （3）所服务实体店满意度不低于 80%。 （五）项目团队要求 拟投入项目人员出具项目岗位配置清单，人员配置合理、岗位职责明确，附加以往项目服务经验描述。		
--	--	--	--	--

	附加以往项目服务经验描述。 为保证培训质量的稳定性，未经采购人书面同意，供应商不得随意更换培训师团队成员。在培训过程中，如发现培训师存在教学水平不达标、网点满意度低等问题，采购人有权要求供应商及时更换培训师，供应商应积极配合并在规定时间内完成人员调整，确保培训工作的正常推进。 (六)服务周期及时效要求 服务周期为6个月，自合同签订后，接到甲方可执行《服务实施方案》通知之日起计算。供应商需严格按照服务计划和时间节点推进各项工作，确保在规定时间内完成全部服务内容，并	为保证培训质量的稳定性，未经采购人书面同意，我方不随意更换培训师团队成员。在培训过程中，如发现培训师存在教学水平不达标、网点满意度低等问题，采购人有权要求我方及时更换培训师，我方积极配合并在规定时间内完成人员调整，确保培训工作的正常推进。 (六)服务周期及时效要求 服务周期为6个月，自合同签订后，接到甲方可执行《服务实施方案》通知之日起计算。我方严格按照服务计划和时间节点推进各项工作，确保在规定时间内完成全部服务内容，并达到预期的服务目标。对于关键服务节点，如培训活动的开		
--	--	--	--	--

	达到预期的服务目标。对于关键服务节点,如培训活动的开展、营销推广方案的执行等,需提前向采购人报备具体时间安排,接受采购人的监督检查。 (七) 保密条款 供应商在参与本项目投标及项目实施过程中,可能会接触到采购人及体育彩票实体店的相关商业机密、购彩者个人信息等敏感资料。供应商需与采购人签订保密协议,对所知悉的保密信息予以严格保密,不得向任何第三方泄露、披露或用于本项目以外的其他目的。保密期限为自投标文件递交之日起至项目结束后的1年内,如在此期间发生信息泄露事件,供应商将承担相	展、营销推广方案的执行等,提前向采购人报备具体时间安排,接受采购人的监督检查。 (七) 保密条款 我方在参与本项目投标及项目实施过程中,可能会接触到采购人及体育彩票实体店的相关商业机密、购彩者个人信息等敏感资料。我方与采购人签订保密协议,对所知悉的保密信息予以严格保密,不向任何第三方泄露、披露或用于本项目以外的其他目的。保密期限为自投标文件递交之日起至项目结束后的1年内,如在此期间发生信息泄露事件,我方将承担相应的违约责任和赔偿损失,采购人有权依法追究其法律责任。		
--	---	--	--	--

	应的违约责任和赔偿损失， 采购人有权依法追究其法 律责任。			
--	-------------------------------------	--	--	--