

一、资格要求

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的具体要求如下：

①法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明；②财务状况报告（经合法审计机构出具的 2023 或 2024 年度完整的财务审计报告，或提供 2025 年基本开户银行【后附基本存款账户信息】出具的有效的资信证明）；③提供 2025 年任意 3 个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，如不需缴纳税收和社保的，须提供有效的证明材料；④具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；⑤参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明（自行声明）。

根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询、记录和证据留存，查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则：由代理机构对供应商信用记录进行甄别，对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，应当拒绝其参与政府采购活动。

二、评审标准

一、供应商资格审查

序号	供应商名称 资格审查内容	A-1	A-2	A-X
1	法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明；(复印件或扫描件加盖投标单位公章)			
2	财务状况报告（经合法审计机构出具的 2023 或 2024 年度完整的财务审计报告，或提供 2025 年基本开户银行【后附基本存款账户信息】出具的有效的资信证明）；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）			
3	提供 2025 年任意 3 个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，如不需缴纳税收和社保的，须提供有效的证明材料；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）			
4	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；(自行承诺加盖投标单位公章)			
5	参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；(自行声明加盖投标单位公章)			
6	根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》(财库〔2016〕125 号)规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询、记录和证据留存，查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则：由代理机构对供应商信用记录进行甄别，对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，应当拒绝其参与政府采购活动。			
7	法律法规及采购文件规定的其他要求。			
8	结 论			

二、符合性审查

A 包

序号	供应商名称		A-1	A-2	A-X
	审查内容				
1	商务符合性	满足“第五章 第一节 商务要求”所有条款。			
2	技术符合性	/			
3	无效标审查	按本项目采购文件无效标条款规定，审查是否通过。			
审查结论（通过或不通过）					

B 包

序号	供应商名称		A-1	A-2	A-X
	审查内容				
1	商务符合性	满足“第五章 第一节 商务要求”所有条款。			
2	技术符合性	满足“第五章 第二节 服务内容及要求”所有条款。			
3	无效标审查	按本项目采购文件无效标条款规定，审查是否通过。			
审查结论（通过或不通过）					

三、评标标准

1. 本次评标采用综合评分法：

2. 综合评分法，是指响应文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的供应商为中标候选人的评标方法。

3. 评分的主要因素分为价格因素、技术因素和商务因素。评分因素详见评分表。评标分值保留至两位小数。评标时，评标专家依照评分表对每个有效供应商的响应文件进行独立评审、打分。

（一）评分细则：

评分标准涉及到需提供的资料、文件等必须是真实有效的，弄虚作假者一经查实其投标将做无效投标处理，同时该供应商相关违法行为将提交到财政监督管理部门处理。

A包：

评审项	评 分 标 准	分值
报价分 (10 分)	投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×10 注： 1. 评标基准价指满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价，	10 分

	投标报价指满足招标文件要求的各投标单位的投标报价。 2. 本项目由小型和微型企业（含监狱企业、残疾人福利性单位）承接的，投标报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。 3. 评标委员会认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查的供应商的报价，有可能影响服务质量或者不能诚信履约的，应当要求其在合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；供应商不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。	
商务分 (60分)	一、业绩： 供应商提供2022年至今供应商实施过的宣传媒体执行、大型活动策划推广项目业绩，每提供一个业绩得4分，满分20分。 注：须提供清晰完整的合同复印件加盖公章（以签订合同时间为准）。	20分
	二、业主评价： 供应商提供业绩中甲方单位出具的服务评价证明复印件并加盖公章，每提供一个满意或同等评价的证明资料得1分，满分5分。 注：服务评价复印件加盖公章，与投标人提供的业绩合同不匹配的不得分。	5分
	三、拟投入项目负责人 1. 项目负责人传媒行业工作经验≥ 5年，同时具有高级传媒行业职称的得4分；$3 \leq$项目负责人传媒行业工作经验< 5年，同时具有中级传媒行业职称的得2分；$2 \leq$项目负责人传媒行业工作经验< 3年，同时具有初级级传媒行业职称的得3分得1分，其他不得分。 注：供应商须提供为项目负责人缴纳的2025年至开标日任意3个月社保证明材料复印件、相关单位出具的工作经验证明（格式自拟）、身份证复印件、职称证复印件，以上证明均需加盖公章。 2. 提供项目负责人2022年至今实施过的类似业绩，每提供一个业绩得2分，满分6分。 注：须提供有效业绩合同复印件为证明资料，并加盖公章。（有效业绩需体现项目负责人名字）。	10分

	四、拟投入团队人员 1. 针对本项目配备团队专业人员10人及以上，其中包含但不限于：记者、编辑、导演、美编、设计、策划等完全满足得10分。 2. 以上人员中每提供一个具有高级职称的得5分，每提供一个具有中级职称的得2分，每提供一个具有初级职称的得1分，此项满分10分。 注：此项不含项目负责人，须提供人员名单（包括姓名、电话、职位），相关职称证作为佐证材料并加盖公章，名单格式详见范本拟投入团队人员名单。	20分
	五、承诺函 供应商承诺投入本项目的项目负责人、团队人员不得随意更换，如确需更换的应取得采购人同意，更换后的人员应具备胜任该项工作的能力且具有同等资格条件，如违反承诺采购人有权终止合同，中标人赔偿相应损失的得2分。 注：承诺函格式自拟并加盖公章，不提供不得分。	2分
	六、企业管理制度 供应商提供完整的管理制度（包含但不限于：财务管理制度，行政管理制度，考勤管理制度，人事管理制度，薪酬福利制度，档案管理制度等），每提供一项得0.5分，最多3分。	3分
技术分 (30分)	一、技术参数响应评审： 完全满足或优于招标文件“第五章 第二部分 服务内容及要求”的得10分，其中带“▲”条款每有一项负偏离扣0.5分，其他每有一项负偏离扣0.2分，扣完为止。 注：需按技术参数要求提供证明材料，未提供则视为负偏离。	10分
	二、服务方案 1. 根据本项目服务的特点提供服务方案，方案内容包括但不限于： ①活动营销策划方案，提供得1分，否则不得分。 ②户外媒体投放方案，提供得1分，否则不得分。 ③设计创意方案，提供得1分，否则不得分。 ④宣传推广方案，提供得1分，否则不得分。	20分

	⑤设施设备物料配备、供货安装、包装运输、人员配置计划、售后服务、服务响应机制、服务保障质量措施、安全管理计划及应急处理方案，提供得1分，否则不得分。 2. 评标委员会根据方案的详细程度、合理性、可行性等进行综合评分。 ①内容描述清晰，思考问题全面，有较强的实施性、针对性、可行性，并符合本项目实际情况的得15分； ②内容描述清晰，思考问题基本全面，对本项目具有实施性、可行性，基本符合本项目实际情况的得10分； ③内容描述清晰且基本合理，思考问题基本全面，基本符合本项目实际情况的得5分； ④内容不完整、不切实际，不实用于本项目的不得分。	
政策性加分 (5分)	节能、环境标志产品： 投标产品属于节能产品、环境标志产品的（强制采购产品除外），在评审过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加0.3分；如投标产品同时属于节能产品和环境标志产品的，每一项加0.5分，最高不得超过2分。须提供投标产品在财政部、发展改革委、生态环境部等部门出具的品目清单所在页和国家市场监管总局确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书（复印件加盖投标单位公章）。	2分
	少数民族投标主产品： 对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品(不含附带产品)，享受政策性加分和价格扣除，在总得分基础上加3分。投标主产品按照不得低于本采购项目预算金额50%进行确定。 1. 少数民族自治区：内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、西藏自治区； 2. 享受少数民族自治待遇的省份：青海省、云南省、贵州省。	3分

B包：

评审项	评 分 标 准	分值
-----	---------	----

报价分 (10 分)	投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×10 注： 1. 评标基准价指满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价，投标报价指满足招标文件要求的各投标单位的投标报价。 2. 本项目由小型和微型企业（含监狱企业、残疾人福利性单位）承接的，投标报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。 3. 评标委员会认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查的供应商的报价，有可能影响服务质量或者不能诚信履约的，应当要求其在合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；供应商不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。	10 分
商务分 (70 分)	一、业绩： 供应商提供2022年至今供应商实施过的类似业绩，每提供一个业绩得3分，满分15分。 注：须提供清晰完整的合同复印件加盖公章（以签订合同时间为准）。	15分
	二、拟投入项目负责人 1. 项目负责人具有媒体行业相关专业的高级职称得2分；具有媒体行业相关专业的中级职称得1分。 注：提供职称证复印件加盖公章。 2. 项目负责人具备媒体行业相关专业5年及以上工作经验得3分。 注：供应商须提供为项目负责人缴纳的2025年至开标日任意3个月社保证明材料复印件、相关单位出具的工作经验证明（格式自拟）、身份证复印件，以上证明均需加盖公章。 3. 供应商提供项目负责人2022年至今实施过的类似有效业绩，每提供一份得2分，满分10分。 注：须提供有效业绩合同复印件为证明资料，并加盖公章。（有效业绩需体现项目负责人名字）。	15分
	三、拟投入团队人员 1. 针对本项目配备团队专业人员10人及以上，其中包含但不限于：制片编导、播音员、后期、记者、广告经营等完全满足得12分。	17分

	2. 以上人员中每提供一个具有高级职称的得5分，每提供一个具有中级职称的得2分，每提供一个具有初级职称的得1分，此项满分5分。 注：此项不含项目负责人，须提供人员名单（包括姓名、电话、职位），相关职称证作为佐证材料并加盖公章，名单格式详见范本拟投入团队人员名单。	
	四、承诺函 供应商承诺投入本项目的项目负责人、团队人员不得随意更换，如确需更换的应取得采购人同意，更换后的人员应具备胜任该项工作的能力且具有同等资格条件，如违反承诺采购人有权终止合同，中标人赔偿相应损失的得3分。 注：承诺函格式自拟并加盖公章，不提供不得分。	3分
	五、企业管理制度 供应商提供完整的管理制度（包括但不限于：财务管理制度，考勤管理制度，人事管理制度，薪酬福利制度，档案管理制度等），每提供一项得1分，最多5分。	5分
	六、其他媒体宣传推广 在采购文件宣传媒体的基础上，每提供一个省级及以上媒体平台宣传资源得3分，满分15分。 注：媒体资源是供应商自有的，提供相关印证材料；媒体资源不是供应商自有的，提供合同复印件或附条件生效的合作意向协议，并加盖公章。	15分
技术分 (20 分)	一、服务方案 1. 根据本项目服务的特点提供服务方案，方案内容包括但不限于： ①视频内容采编方案，提供得1分，否则不得分。 ②视频制作方案，提供得1分，否则不得分。 ③策划方案，提供得1分，否则不得分。 ④安全管理计划及应急处理方案，提供得1分，否则不得分。 ⑤服务响应机制、服务保障质量措施，提供得1分，否则不得分。 2. 评标委员会根据方案的详细程度、合理性、可行性等进行综合	20分

	评分。 ①内容描述清晰，思考问题全面，有较强的实施性、针对性、可行性，并符合本项目实际情况的得15分； ②内容描述清晰，思考问题基本全面，对本项目具有实施性、可行性，基本符合本项目实情况的得10分； ③内容描述清晰且基本合理，思考问题基本全面，基本符合本项目实际情况的得5分； ④内容不完整、不切实际，不实用于本项目的不得分。	
政策性加分(5分)	节能、环境标志产品： 投标产品属于节能产品、环境标志产品的（强制采购产品除外），在评审过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加0.3分；如投标产品同时属于节能产品和环境标志产品的，每一项加0.5分，最高不得超过2分。须提供投标产品在财政部、发展改革委、生态环境部等部门出具的品目清单所在页和国家市场监管总局确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书（复印件加盖投标单位公章）。	2分
	少数民族投标主产品： 对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品(不含附带产品)，享受政策性加分和价格扣除，在总得分基础上加3分。投标主产品按照不得低于本采购项目预算金额50%进行确定。 1. 少数民族自治区：内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、西藏自治区； 2. 享受少数民族自治待遇的省份：青海省、云南省、贵州省。	3分

1. 价格分采用低价优先法计算，即满足采购文件要求的前提下，最低有效投标报价作为评标基准价，其价格分为满分。其余供应商价格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) × 价格分

2. 评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。

3. 因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。

(1) 中小企业价格扣除（含监狱企业、残疾人福利性单位），在供应商资格、

符合性审查均满足采购文件的前提下：

1) 如专门面向中小企业采购，供应商的报价不享受价格扣除优惠政策。

2) 如非专门面向中小企业采购，则对小型和微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位报价给予10%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。价格扣除只针对投标报价未超过财政控制值的供应商有效。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

①中小企业价格扣除

根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）及相关规定，中小企业须提供中小企业声明函且声明函所载内容必须真实，如有虚假，将依法承担相应责任，包括取消中标资格、投标保证金不予退还等。

中小企业划分标准依照工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部联合下发的《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）执行。（中小企业划型标准附后）

②监狱企业价格扣除

根据《财政部 司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68号）及相关规定，监狱企业参加政府采购活动时，应当提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

③残疾人福利性单位价格扣除

根据《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）及相关规定，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

（四）评标总得分计算方法：

评标总得分 = $F_1 + F_2 + \dots + F_n$

F_1 、 F_2 …… F_n 分别为各项评审因素的得分；

注：以上打分计算最终得分保留小数两位。

（五）排序原则：采用综合评分法的，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列；得分且投标报价相同的并列。响应文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分排名前三名的供应商为中标候选人。

（六）中标原则：

1. 本项目分包中标，供应商可对多个包进行投标，但一家供应商最多只能中一个包。

2. A包得分第一的供应商为A包中标供应商；B包得分第一的供应商若已中A包，则得分第二的供应商为B包中标供应商；（本项目分为2个包，评标委员会按A包到B包的顺序依次进行评标推荐）

五、本评标办法的解释权归采购代理机构。

三、商务要求

A包

一、采购分项要求

（一）传统实体店渠道形象建设

1. 服务时间：自合同签订之日起90个日历日内完成。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 安装要求

（1）根据服务清单要求，按照服务项目技术参数，设计、定制采购人需求的各项服务所需物品。

（2）根据采购人要求，按照提供门店面积，装饰需求等具体情况，对服务物料进行测量及安装。

（3）设计安装前期，对服务方案进行设计，设计方案经采购人审核通过后交由中标单位进行制作及安装实施。

4. 中标单位提供服务期限内7×24小时的支持服务；要求远程响应时间小于0.5小时，贵阳市区到达现场处理时间小于2小时，其余市州到达现场处理时间小于8小时。

5. 交货地点：贵州省范围内采购人指定的地点(全省各市州体彩中心、直管县工作站)。

6. 交货时间：采购人指定时间内全部制作完成运到采购人指定地点并完成安装。

7. 交货费用：与交货有关的费用(包括但不限于运输费、包装费、保险费、装卸费等)以及安装调试等标准伴随服务费用均已包含在中标价格内，由中标方承担。中标方无条件执行采购人关于本项目有关设备交付地点先后顺序确定及后期或有调整的相关安排，并承诺不得因此要求增加任何差旅费等采购费用。合同履行过程中，中标方未按约定执行方案或行义务的，应承担违约责任。

8. 售后服务：服务清单中的货物在质保期内，所有产品一旦发生质量问题，中标方保证在接到通知后，应在2小时内响应；并派合格的维修工程师在72小时内到用户现场进行维修，费用由中标方负责。如中标方在接到通知的72小时内没有处理问题，则视为中标方承认质量问题并承担由此而发生的一切费用。质保期间产品的一切质量问题，更换部件及产品本身质量原因造成的直接经济损失应全部由中标方自行负责。

9. 质保期：服务清单中的货物质保期不低于1年，国家规定或生产厂家有更长质保期的，按更长规定执行。

10. 承诺：中标方承诺履行过程中所使用的一切材料、产品、技术均符合国家及行业标准，符合国家环保卫生的相关要求；若中标方违反承诺，应承担违约责任。（提供承诺函）

11. 知识产权：

（1）按采购人的签字稿样执行。由采购人提出制作需求的设计样稿及成稿，其所有元素的知识产权和专利归采购人所有。若在设计中，因中标方设计涉及侵犯他人知识产权，责任由中标方承担，若采购人因此承担赔偿责任，采购人有权要求中标方支付全部赔偿金、诉讼费、律师费等。

（2）中标方应保证所提供的货物或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权等，所使用的字体、素材等不能侵犯第三方的知识产权，如有造成的损失由中标方自行承担。

（3）中标方在依照采购人的要求进行工作期间，如发现提供的技术要求不合理，应当在10日内书面通知采购人；采购人应当在3个工作日内回复，书面提出修改意见。中标方在规定的时间内未得到答复，应按采购人的签字样本予以执行。

（4）中标方对于承揽的工作，应当严格保密，生产完毕后，销毁印版及废页。因中标方故意或重大过失违反保密义务，给采购人造成损失的，中标方应当向采购人支付本合同总金额5%的违约金。

12. 其他要求：

（1）中标方必须无条件保证所提供投标产品的制造、检验以及提供技术服务完全符合国家有关产品制造和验收标准。为投标品名的原厂正品并附有厂家的保修单，按国家规定执行三包政策，保修期限按国家或生产厂家之规定承诺执行。如果有不符之处，中标方应在投标文件中加以说明，并提请采购人注意。

（2）采购人保留签约前后对产品规格、数量及产品部件选择的变更权利。中标方应承诺对货物修改、变更给予充分配合，并及时调整产品供货。

（3）实体店门头制作安装，中标方需出具第三方监理公司对于采购服务清单中所有产品的验收合格资料，相关费用由中标方承担，采购方不承担任何费用。

(4) 中标方须在投标文件中说明并承诺售后服务的内容和期限，并详细告知售后服务联系负责人的电话及地址。（提供承诺函）

(5) 本项目招标文件、招标内容及要求总价包干，中标方须考虑项目涉及的前期测量、完工、验收合格直至移交采购人正常使用时，产生的一切费用，采购人后期不追加任何费用。如果恶意低价中标，将取消其中标资格，并向财政部门备案将其纳入不良行为记录名单。

(6) 中标方须承诺自行缴纳政府监管部门相关规费及保险等。（提供承诺函）

(7) 中标方须承诺若中标后，将完全按照招标文件的要求，独立完成项目施工过程中的一切对外对接工作。（提供承诺函）

(8) 中标方须承诺，在本项目的施工环节中出现任何安全事故须由中标方承担，并提供投入本项目的施工人员交纳安全生产保险证明。（提供承诺函）

(9) 中标方须承诺，施工过程中，涉及的所有场地协调等工作，均由中标方自行负责，产生的任何不良影响和后果与采购人无关。（提供承诺函）

(10) 实体店门头制作安装、背景墙制作安装，中标方需确保配备不少于二组完整的人员团队，每组团队应包含测量、记录、施工、安装等专业人员，以保障项目顺利开展。

13. 付款方式：合同签订后，中标供应商按照中标价的10%向采购人支付履约保证金，采购人在收到履约保证金后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款；在12月10日前，采购人支付中标供应商该部分中标金额剩余50%项目进度款；待全部批次货物交接完成且验收合格后，采购人在1个月内无息退还中标供应商履约保证金。

（二）“青春同行 公益筑梦”公益项目

1. 服务时间：自合同签订之日起一年内完成。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 供应商需提供策划方案，策划方案应得到采购人书面认可后予以执行，执行内容包括但不限于场地硬化、物资采购、设施安装等。

4. 中标供应商职责：

4.1 负责设施的供货、运输、现场移动、安装、调试等, 并负担由此产生的一切

费用，保持24小时电话响应，48小时内到达维修现场。

4.2 提供良好的服务保障，提供详细的服务计划书和服务承诺书；各项服务质量标准、要求必须达到国家相关文件要求，否则采购人有权要求退、换货，一切损失由中标人自行承担。

4.3 在各项目施工期间，供应商应检查、排除施工场所的安全隐患且须为项目施工工人购买人身意外险，并承担因意外事故导致的一切后果。

4.4 场地及器材上须有中国体育彩票元素设计及中国体育彩票捐赠标志。

5. 质保期：自双方签署验收合格报告之日起，在非人为损坏的情况下，此项目采购的所有设施质保期1年；

6. 费用：货物采购费用、场地建设费用、人工费、运输费、保险费等。

7. 费用结算要求：

7.1 结算单中须包含所有采购的物料照片及受助单位确认书，器材或场地应有明显中国体育彩票元素和标志（标志应能长期使用，形式包括但不限于激光刻印、铭牌等），若无明显标志，扣除中标价10%的费用。

7.2 活动结算单中须包含策划方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

8. 付款方式：合同签订后，中标供应商按照中标价的10%向采购人支付履约保证金，采购人在收到履约保证金后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款；2025年12月20日前，采购人支付中标供应商该部分中标金额剩余50%项目进度款；项目完成，采购人在验收合格后1个月内无息退还中标供应商履约保证金。

（三）体育彩票小型落地推广活动

1. 服务时间：在2025年11月30日前完成合同约定内容。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 结算要求：活动结算单中须包含活动方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

4. 相关追责条款

4.1 采购方提前10天提出活动需求后，中标供应商必须在5个自然日内给予回复，

回复超过时限或因中标供应商原因导致活动场地变更或无法开展，应承担（扣款）未开展的该场活动总价40%费用，择期或更换场地开展；

4.2 未经采购方允许，场地开展活动为独家进行，不得私下与其他公司或单位达成协议共享场地，否则该场活动费用不予报销；

4.3 前期准备必须在活动当天上午10点前完成，否则按照该场活动价格的20%进行扣款；

4.4 现场负责人需在活动开始前至少3天与体彩中心对接活动舞台搭建具体位置、互动环节等多个内容，未进行的扣除该场活动总价的10%；

4.5 现场开展活动遇特殊情况，未经过双方协商同意外，出现供应商演出人员发生迟到、服装不齐，人员未到位的情况，将扣除活动总价的10%，如采购人临时取消活动，在非不可抗力因素下，供应商有权追偿活动已经产生实际费用；

4.6 所有现场物物料等由供应商自行保管及运输，采购方不承担现场任何安装、托运、保管等工作，采购人会指派人员对活动监督，监督活动每个环节开展情况；

4.7 活动完毕需请采购方在当地的执行负责人签字确认，包含搭建情况、活动执行情况等，无现场签字即视为供应商该场活动不合格，不予报账；

4.8 活动启动时间点由采购人指定。

4.9 供应商应自觉保护开展活动场地的自由设施及环境，若出现损坏，由供应商自行承担。

5. 安全风险防范方案及应急预案

5.1 工作任务：供应商须配套活动安全风险防范工作方案及突发事件应急预案来加强活动的安全保障及应急管理、应急响应和应急处置工作，确保能及时有效地实施应急救援，保障活动的顺利进行。

5.2 工作目标：落实安全风险主体责任，逐级明确安全目标，层层落实安全责任，强化安全监督管理，进一步夯实安全风险基础，防止发生人身事故，及时应对安全问题。

5.3 工作要求

（1）成立安全保障小组，开展隐患排查安全风险工作，落实风险防控，提高安全管理水平，将风险消灭在萌芽状态，在减少安全事故发生基础上，及时应对处理安

全问题。

(2) 根据活动场地和活动中存在的具体风险，完善优化活动情况和安保措施。

(3) 制订科学的、实操的安保工作措施，根据措施设立相应专职工作人员。

(4) 及时汇总、掌握风险隐患情况，针对风险源和风险级别，提出相应的应急处置措施。

6. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款。项目验收合格后，采购人一次性支付中标供应商该部分中标金额剩余50%尾款。

(四) 国风主题文化展示体验活动

1. 服务时间：在11月30日前完成合同约定内容。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 结算要求：活动结算单中须包含活动方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

4. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款。项目验收合格后，采购人一次性支付中标供应商该部分中标金额剩余50%尾款。

5. 安全风险防范及应急处理

5.1 工作任务：

(1) 供应商应检查并清除活动场地隐患；

(2) 须为活动购买保险（如场地责任险、个人短期意外险等）；

(3) 配套活动安全风险防范工作方案及突发事件应急预案来加强活动的安全保障及应急管理、应急响应和应急处置工作；

(4) 确保能及时有效地实施应急救援，保障活动的顺利进行。

5.2 工作目标：落实安全风险主体责任，强化安全监督管理，进一步夯实安全风险基础，防止发生人身事故，及时应对安全问题。

(五) 体彩联名主题活动

1. 服务时间：在11月30日前完成合同约定内容。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 结算要求：活动结算单中须包含活动方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

4. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款。项目验收合格后，采购人一次性支付中标供应商该部分中标金额剩余50%尾款。

5. 安全风险防范及应急预案

5.1 工作任务：

（1）供应商应检查并清除活动场地隐患；

（2）须为活动购买保险（如场地责任险、个人短期意外险等）；

（3）配套活动安全风险防范工作方案及突发事件应急预案来加强活动的安全保障及应急管理、应急响应和应急处置工作；

（4）确保能及时有效地实施应急救援，保障活动的顺利进行。

5.2 工作目标：落实安全风险主体责任，强化安全监督管理，进一步夯实安全风险基础，防止发生人身事故，及时应对安全问题。

（六）媒体宣传服务

1. 服务时间：服务时间的起止时间具体以采购人的通知为准

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 验收标准、规范

3.1 由贵州省体育彩票管理中心牵头负责投放媒体验收，验收方式按照投放计划采用不定期抽查，如果抽查未达到采购人要求，则视为不合格。（中标服务商每做完一个宣传点，须提供该点的宣传证明材料包含照相或录像等供采购人备查）

3.2 一次验收不合格的宣传点，未及时修改调整的且不提供其他补偿措施的，按该点所投入宣传金额的 15%，作为处罚金扣除并作警告。

4. 售后服务

4.1 供应商须提供 7×24 小时热线服务；

4.2 供应商在接到采购人关于广告内容变更的通知时，须在采购人通知的时间内作更新。

5. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后 1 个月内，采购人向中标供应商

支付该部分中标金额 50%作为预付款。所有媒体均开始上刊后，支付该部分中标金额 30%作为项目中期款。项目执行完并验收合格后，采购人一次性支付该部分中标金额 20%尾款。

6. 其他要求

6.1 中标服务商应在服务结束后，向采购人提供完善、完整的宣传点的宣传总结报告，报告中应包含所有宣传点的发布照相、中途变更宣传内容的照相，报告电子版、照相图片及录像需便于采购人保存。

6.2 中标供应商在合同签订前，需向采购人提供中标包代理所有媒体广告发布授权书。

6.3 如若中标后，在服务期内原创、策划、制作的宣传音频视频等服务，不存在任何侵犯第三方及其授权许可人的知识产权的情形，包括但不限于商标权、专利权、外观设计、著作权以及我国法律规定的知识产权权利及关联权利。承诺期限为终身，如有侵犯，由供应商独立承担相关责任及后果。

6.4 建立购买服务台账，记录相关文件、工作计划方案、项目和资金批复、项目进展和资金支付、工作汇报总结、重大活动和其它有关资料信息，接受和配合相关部门对资金使用情况进行监督检查。

二、投标有效期：

投标截止时间起生效，有效期为 90 日历天。

三、验收标准、规范：

按国家或行业相关规定、规范进行验收。

四、其他未尽事宜，待中标签约时双方再议。

B包

1. 服务时间：服务时间的起止时间具体以采购人的通知为准。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 验收标准、规范

3.1 由贵州省体育彩票管理中心牵头负责投放媒体验收，验收方式按照投放计划采用不定期抽查，如果抽查未达到采购人要求，则视为不合格。（中标服务商须提供该点的宣传证明材料包含照相或录像等供采购人备查）

3.2 一次验收不合格的宣传点，未及时修改调整的且不提供其他补偿措施的，按该点所投入宣传金额的 15%，作为处罚金扣除并作警告。

4. 售后服务

4.1 供应商须提供 7×24 小时热线服务；

4.2 供应商在接到采购人关于广告内容变更的通知时，须在采购人通知的时间内作更新；

5. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后 1 个月内，采购人向中标供应商支付中标金额 50%作为预付款。当年 12 月 5 日前，支付中标金额 30%作为中期款。项目执行完毕并验收合格后支付乙方中标金额剩余 20%尾款。

6. 其他要求

6.1 中标服务商应在服务结束后，向采购人提供完善、完整的宣传点的宣传总结报告，报告中应包含所有宣传点的发布照相、中途变更宣传内容的照相，报告电子版、照相图片及录像需便于采购人保存。

6.2 中标供应商在合同签订前，需向采购人提供中标包代理所有媒体广告发布授权书。

6.3 如若中标后，在服务期内原创、策划、制作的宣传音频视频等服务，不存在任何侵犯第三方及其授权许可人的知识产权的情形，包括但不限于商标权、专利权、外观设计、著作权以及我国法律规定的知识产权权利及关联权利。承诺期限为终身，如有侵犯，由供应商独立承担相关责任及后果。

6.4 建立购买服务台账，记录相关文件、工作计划方案、项目和资金批复、项目进展和资金支付、工作汇报总结、重大活动和其它有关资料信息，接受和配合相关部

门对资金Usage情况进行监督检查。

7. 投标有效期:

投标截止时间起生效，有效期为 90 日历天。

8. 验收标准、规范:

按国家或行业相关规定、规范进行验收。

9. 其他未尽事宜，待中标签约时双方再议。

四、采购需求

A包

一、采购清单：

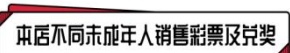
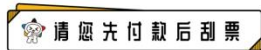
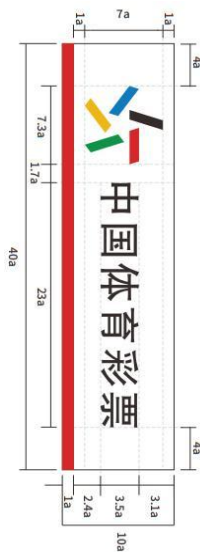
序号	分项名称	单项限价（万元）
1	传统实体店渠道形象建设	300
2	“青春同行 公益筑梦”公益项目	160
3	体育彩票小型落地推广活动	50
4	国风主题文化展示体验活动	75
5	体彩联名主题活动	75
6	媒体宣传服务	560

二、采购要求：

（一）传统实体店渠道形象建设

序号	服务名称	限价（元）	数量/单位	技术参数要求	参考图片
1	即开切票器	598	600个	1. 产品尺寸：约177×175×140mm； 2. 切角位置：剪角作废虚线位置； 3. 收纳盒容量：约1000张； 4. 工作噪音：≤65dB； 5. 输入电源：220v/50Hz； 6. 工作效率：48w； 7. 重量：≤4kg（包含电源）； 8. 同时可切数量：5-20张，切票无粘连； 9. 小型桌面化，外观表面光滑、平整，无划痕、毛刺等缺陷，对于关键表面，抛光处理； 10. 外壳材质：塑料；切刀	

				材质：金属； 11. 智能双重防护，具有良好的耐久性，足够的安全性，良好的可靠性； 12. 根据采购人具体要求定制。	
2	体彩 logo 玩法标识贴	6	40000 个	1. 尺寸：约110×110mm； 2. 材质：亚克力； 3. 厚度：约2mm； 4. 工艺：UV印制+激光切割； 5. 表面覆膜，高清印刷，图案字迹清晰，防水防晒，结实耐用，边角圆滑规整，自带背胶，牢固便捷； 6. 款式：5种，每种款式8000个，根据采购人具体要求定制； 7. 包装要求：5种款式为一套包装；	    
3	安全警示贴	6	65025 张	1. 尺寸：约100×300mm； 2. 厚度：≥7mm； 3. 材质：PVC； 4. 工艺：高清印刷； 5. 高清印刷，图案字迹清晰，耐磨防滑防水防晒，自带背胶，牢固便捷； 6. 款式：5种，每种款式13005个，根据采购人具体要求定制；	   

				7. 包装要求：5种款式为一套包装。	
4	展示体验中心警示标语贴	17	650个	1. 尺寸：约100×330mm； 2. 材质：亚克力； 3. 厚度：约2mm； 4. 工艺：UV印制+激光切割； 5. 表面覆膜，高清印刷，图案字迹清晰，防水防晒，结实耐用，边角圆滑规整，自带背胶，牢固便捷； 6. 款式：5种，每种款式130个，根据采购人具体要求定制； 7. 包装要求：5种款式为一套包装。	    
5	门头卡布灯箱	606	1650平方米	1. 实际尺寸根据中标后现场测量后得出； 2. 门头框架使用5cm×5cm铝合金金属框架(8毫米铝合金厚度)，龙骨防锈乙炔焊接，高强度防爆扣槽被弯固定，防水胶条封边； 3. 直接将卡布灯箱镶嵌在框架之内。卡布灯箱下方留有5处1cm×1cm大小通风口防止因热量形成水蒸气导致电源损	

				坏； 4. 外部用UV印刷封面，四周包边，防雨、防晒、防高温炸裂。可以抗击3000KB，龙骨防锈乙炔焊接，防止生锈、断裂； 5. LED冷光源矩阵式发亮，亮度不得低于400cd/m²，电源220V，采用接地连接； 6. 按要求设计和印制相应内容； 7. 后附示例参考图，根据采购人具体要求定制。	
6	背景墙制作	1048	954 平米	1. 整体造型，厚度6-8cm； 2. 材质：1.5mm木质板和1.5mm密度板，亚克力装饰； 3. 发光字，宽度约15cm； 4. 整体打磨哑/亮面烤漆； 5. 包装：防水打包膜整体内包，五层加厚加硬瓦楞纸箱外包，四周泡沫填充； 6. 品牌3500K LED硅胶暖光灯带，长度10米，质保一年，电源国标阻燃2.5线； 7. 按要求设计和印制相应内容； 8. 后附示例参考图，根据	

				采购人具体要求定制。	
--	--	--	--	------------	--

（二）“青春同行 公益筑梦”公益项目

1. 内容：为彰显中国体育彩票社会公益性，为加强乡村振兴工作推进，助力全民健身事业发展，拟在全省范围内选取 5 个项目地点开展“青春同行 公益筑梦”公益项目。

2. 要求：

2.1 为加强体彩品牌知名度，所采购的设施及场地布置中须有明显中国体育彩票元素；包括但不限于木工搭建、pvc 雕刻、立牌、展板等。

2.2 采购内容如下表，要求供应商报价不得超过最高限价。

序号	项目内容
1	贵阳市云岩区金关街道特勤消防站公益项目
2	黔西南州安龙县普坪镇戈塘初级中学公益项目
3	毕节市七星关区实验中学公益项目
4	正安县土坪镇乡村篮球场公益项目

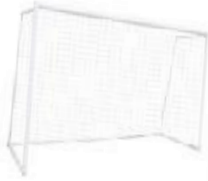
2.3 需求清单

（1）贵阳市云岩区金关街道特勤消防站公益项目包含 1080 平米足球场地换新装饰、2 个足球门及围网建设，要求场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序号	品名	技术参数	数量及单位	图片示意
1	人造草坪足球场	一、草丝产品描述： 1. 草丝形状：挤出高挺立加筋直单丝； 2. 草丝颜色：深绿/浅绿（4米相间斑马铺装）； 3. 草纤维磅重（Dtex）：PE9500； 4. 草高：50mm±1mm（不含底布高度），行距：3/4inch； 5. 密度：≥10500针/平方米，草坪底布背胶：环保丁苯乳胶； 6. 草坪底布编织工艺：一型走针； 7. 卷宽：4米（卷长：按场地实际需要）； 8. 辅料要求：石英砂（粒径20-40目）填充不低于25KG/平方	1080平方	

	米；TPE环保颗粒（粒径1-4mm）填充不低于4KG，使用环保双组份草坪专用胶水； ▲9. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准进行氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试有害物质释放量及有害物质含量均未检出，耐酸性(30%H_2SO_4，168h)、耐碱性(20%Na_2CO_3，168h)均合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告； ▲10. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018、GB/T 14833-2020标准检测拉伸强度≥ 11Mpa，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试抗滑值≥ 85BPN、拉断伸长率$\geq 45\%$、阻燃性能 I 级、拉伸强度保留率$\geq 85\%$，尺寸稳定性横向、纵向均小于等于0.5%的合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告； ▲12. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准测试草丝拉断力≥ 12N、单簇草丝拔出力≥ 40N，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）老化后测试草丝拉断力保留率$\geq 91\%$、单簇草丝拔出力保留率$\geq 95\%$，冲击吸收、垂直变形均合格的专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。 二、TPE人造草坪填充颗粒及双组份胶水技术要求： 1. 品名：TPE人造草坪填充颗粒，形状：五叶花瓣状，外径：2.8-3mm, 颜色：绿色，高聚物含量$\geq 20\%$； ▲2. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB36246-2018《中小学合成材料面	
--	---	--

		层运动场地》标准的检验报告； ▲3. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB/T 7757-2009、GB/T 7759.1-2015、GB/T 7759.2-2014、GB/T 1685-2008标准，出具在高温80℃、低温-40℃交替放置600小时后压缩应力应变性能、压缩永久变形、压缩应力松弛的检测报告，且判定结果显示“符合”； ▲4. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构在高温80℃、低温-40℃交替放置500小时后依据GB/T10707-2008标准出具的燃烧性能（FV-0级）的检测报告且单项结论判定“符合”； ▲5. 提供双组份胶水符合GB36246-2018强制标准的合格检验报告； 6. 人造草坪足球场必须有体彩设计元素。		
2	镀锌钢管圆管组合式围网	1. 日字型高6米宽3米组合式围网 1.1 围网：采用优质低碳镀锌铁丝，内径$\geq 2.1\text{mm}$，包塑后外径$\geq 3.6\text{mm}$，网孔尺寸为$50\text{mm} \times 50\text{mm} \pm 2\text{mm}$，包塑层使用高密度进口PE原粒，并添加抗UV原料合成材料进行包裹； 1.2 管材：立柱与横杆采用一次成型无焊接的Q235热镀锌圆钢管，厚薄标准，抗冲击能力强，具备优质的防腐防锈能力。立柱镀锌钢管直径不小于76mm，壁厚不小于3mm，横杆直径不小于60mm，壁厚不小于2.5mm，上中下三条横杆； 1.3 扣件材料：采用精钢冲压而成，贴抱式设计，将立杆与横杆紧密连接，稳定性强，灵活组装； 1.4 预埋件：全铝合金材质，尺寸不小于$\Phi 81 \times 1.5 \times 450\text{mm}$，立柱插入地面深度不小于400mm，底部配备有定位杆，使立柱不直接接触泥土，起到疏水作用，防止杂质腐蚀管材，增强材料的使用耐久度，也能够快速完成安装基础； 1.5 压网条：采用高密度规格为$18 \times 3.8\text{mm}$的扁铝，表面经超耐候聚酯粉末静电喷涂，防腐防锈；	270平方	

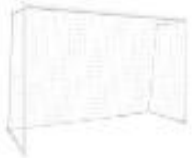
		1.6 螺丝：采用国标304不锈钢螺丝与镀锌尾钻螺丝固定，安装牢固，防腐蚀能力强，满足场地长期使用标准。 2. 球场进出场地双开门： 2.1 门采用不小于49×60×1.2mm凹型管； 2.2 门框左右和上横杆采用不小于50×50×2mm热镀锌方管，下横杆采用不小于40×20×2mm热镀锌扁管； 2.3 门门采用304不锈钢制作，门框内拉墨绿色PE包塑围网，拉网条采用不低于Φ8mm铝条； 2.4 表面做纯聚酯粉末静电喷涂； ▲2.5 为保证产品的质量及抗变形能力，PE包塑围网产品表面应均匀完整，颜色一致，提供具有CMA或CNAS标志的力学性能试验报告，符合GB/T 2976现行标准，经标准规定直径的芯棒上紧密缠绕8圈后，覆塑层无破裂，符合GB/T 26941.5现行标准要求，网丝抗拉强度≤960MPa； ▲2.6 为保证场地及产品的稳固性及抗变形能力，组合式围网固定螺丝需提供具有CMA或CNAS的力学性能试验报告，符合《GB/T 3098.6-2023》标准要求，检测结果抗拉强度≥770MPa，规定塑性延伸强度≥750Mpa，硬度试验检测结果≥95HRB； 2.7 围网上必须有体彩设计元素。		
3	5人制足球门	1. 5人制足球比赛用的矩形足球门； 2. 球门内口宽度×高度：3000mm×2000mm； 3. 球门立杆和横梁均采用直径76mm×3mm（小学）的优质钢管制成，上设网钩，置网方便，网球系统柱两侧撑杆采用直径48×2.5mm的钢管制成，后横杆采用直径为32mm×2.5mm的钢管制成，横梁和立杆上没有可能危害到运动员安全的链接物件露在外面。足球门应能承受的水平拉力为1000N，足球门横梁能承受2700N的静负荷，横梁不应出现断裂和明显的永久变形。球门组装完成后，立杆与地面垂直，横梁与立杆的夹角为90度，连接件周边处理圆滑，无棱角，表	2个	

		面抛丸喷砂，静电喷涂； ▲4. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机构认证证书复印件并加盖投标人公章； 5. 器材必须有体彩设计元素。		
--	--	---	--	--

（2）黔西南州安龙县普坪镇戈塘初级中学公益项目包含 2925 平米足球场地换新装饰及 2 个足球门建设，要求建设场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序号	品名	技术参数	数量及单位	图片
1	人造草坪足球场	一、草丝产品描述： 1. 草丝形状：挤出高挺立加筋直单丝； 2. 草丝颜色：深绿/浅绿（4米相间斑马铺装）； 3. 草纤维磅重（Dt_{tex}）：PE9500； 4. 草高：50mm±1mm（不含底布高度），行距：3/4inch； 5. 密度：≥10500针/平方米，草坪底布背胶：环保丁苯乳胶； 6. 草坪底布编织工艺：一型走针； 7. 卷宽：4米（卷长：按场地实际需要）； 8. 辅料要求：石英砂（粒径20-40目）填充不低于25KG/平方米；TPE环保颗粒（粒径1-4mm）填充不低于4KG，使用环保双组份草坪专用胶水； ▲9. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准进行氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试有害物质释放量及有害物质含量均未检出，耐酸性（30%H₂SO₄，168h）、耐碱性（20%Na₂CO₃，168h）均合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告； ▲10. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018、GB/T 14833-2020标准检测拉伸强度≥	2925 平方	

	11Mpa, 经过氙灯老化500小时+雨水(3%乙酸, 40℃)老化500小时+高低温老化20次循环(每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时)后测试抗滑值$\geq$85BPN、拉断伸长率$\geq$45%、阻燃性能 I 级、拉伸强度保留率$\geq$85%, 尺寸稳定性横向、纵向均小于等于0.5%的合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。 ▲12. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准测试草丝拉断力$\geq$12N、单簇草丝拔出力$\geq$40N, 经过氙灯老化500小时+雨水(3%乙酸, 40℃)老化500小时+高低温老化20次循环(每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时)老化后测试草丝拉断力保留率$\geq$91%、单簇草丝拔出力保留率$\geq$95%, 冲击吸收、垂直变形均合格的专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。 二、TPE人造草坪填充颗粒及双组份胶水技术要求: 1. 品名: TPE人造草坪填充颗粒, 形状: 五叶花瓣状, 外径: 2.8-3mm, 颜色: 绿色, 高聚物含量$\geq$20%; ▲2. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB36246-2018《中小学合成材料面层运动场地》标准的检验报告; ▲3. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB/T 7757-2009、GB/T 7759.1-2015、GB/T 7759.2-2014、GB/T 1685-2008标准, 出具在高温80℃、低温-40℃交替放置600小时后压缩应力应变性能、压缩永久变形、压缩应力松弛的检测报告, 且判定结果显示“符合”; ▲4. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构在高温80℃、低温-40℃交替放置500小时后依据GB/T10707-2008标准出具的燃烧性能(FV-0级)的检测报告且单项结论判定“符合”;	
--	---	--

		▲5. 提供双组份胶水符合GB36246-2018强制标准的合格检验报告； 6. 人造草坪足球场必须有体彩设计元素。		
2	5人制足球门	1. 5人制足球比赛用的矩形足球门； 2. 球门内口宽度×高度：3000mm×2000mm； 3. 足球门由立杆、横梁、两侧撑杆、两侧横杆和后侧横杆组成； 4. 球门立杆和横梁均采用直径76mm×3mm（小学）的优质钢管制成，上设网钩，置网方便，网球系统柱两侧撑杆采用直径48×2.5mm的钢管制成，后横杆采用直径为32mm×2.5mm的钢管制成，横梁和立杆上不可能危害到运动员安全的链接物件露在外面。足球门应能承受的水平拉力为1000N，足球门横梁能承受2700N的静负荷，横梁不应出现断裂和明显的永久变形。球门组装完成后，立杆与地面垂直，横梁与立杆的夹角为90度，连接件周边处理圆滑，无棱角，表面抛丸喷砂，静电喷涂； ▲5. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机构认证证书复印件并加盖投标人公章； 6. 器材必须有体彩设计元素。	2个	

（3）毕节市七星关区实验中学公益项目包含 1120 平米足球场地换新装饰、2 个足球门及围网和顶网建设，要求建设场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序号	品名	技术参数	数量及单位	图片
1	人造草坪足球	一、草丝产品描述： 1. 草丝形状：挤出高挺立加筋直单丝； 2. 草丝颜色：深绿/浅绿（4米相间斑马铺装）； 3. 草纤维磅重（Dtex）：PE9500； 4. 草高：50mm±1mm（不含底布高度），行距：3/4inch；	1120平方	

球 场	5. 密度：≥10500针/平方米，草坪底布背胶：环保丁苯乳胶； 6. 草坪底布编织工艺：一型走针； 7. 卷宽：4米（卷长：按场地实际需要）； 8. 辅料要求：石英砂（粒径20-40目）填充不低于25KG/平方米；TPE环保颗粒（粒径1-4mm）填充不低于4KG，使用环保双组份草坪专用胶水； ▲9. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准进行氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试有害物质释放量及有害物质含量均未检出，耐酸性(30%H₂SO₄，168h)、耐碱性(20%Na₂CO₃，168h)均合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告； ▲10. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018、GB/T 14833-2020标准检测拉伸强度≥11Mpa，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环(每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时)后测试抗滑值≥85BPN、拉断伸长率≥45%、阻燃性能 I 级、拉伸强度保留率≥85%，尺寸稳定性横向、纵向均小于等于0.5%的合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告； ▲12. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准测试草丝拉断力≥12N、单簇草丝拔出力≥40N，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）老化后测试草丝拉断力保留率≥91%、单簇草丝拔出力保留率≥95%，冲击吸收、垂直变形均合格的专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。 二、TPE人造草坪填充颗粒及双组份胶水技术要求： 1. 品名：TPE人造草坪填充颗粒，形状：五叶花瓣状，外径：		
--------	--	--	--

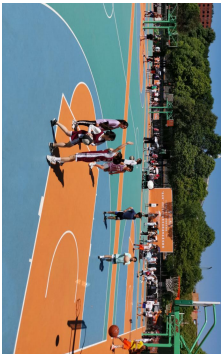
		2. 8-3mm, 颜色: 绿色, 高聚物含量$\geq 20\%$; ▲2. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB36246-2018《中小学合成材料面层运动场地》标准的检验报告; ▲3. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB/T 7757-2009、GB/T 7759.1-2015、GB/T 7759.2-2014、GB/T 1685-2008标准, 出具在高温80℃、低温-40℃交替放置600小时后压缩应力应变性能、压缩永久变形、压缩应力松弛的检测报告, 且判定结果显示“符合”; ▲4. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构在高温80℃、低温-40℃交替放置500小时后依据GB/T10707-2008标准出具的燃烧性能(FV-0级)的检测报告且单项结论判定“符合”; ▲5. 提供双组份胶水符合GB36246-2018强制标准的合格检验报告; 6. 人造草坪足球场必须有体彩设计元素。		
2	镀锌钢管组合式围网 日字型高	1. 6M高组合式围网 1.1 围网: 采用优质低碳镀锌铁丝, 内径$\geq 2.1\text{mm}$, 包塑后外径$\geq 3.6\text{mm}$, 网孔尺寸为$50\text{mm} \times 50\text{mm} \pm 2\text{mm}$, 包塑层使用高密度进口PE原粒, 并添加抗UV原料合成材料进行包裹; 1.2 管材: 立柱与横杆采用一次成型无焊接的Q235热镀锌圆钢管, 厚薄标准, 抗冲击能力强, 具备优质的防腐防锈能力。立柱镀锌钢管直径不小于76mm, 壁厚不小于3mm, 横杆直径不小于60mm, 壁厚不小于2.5mm, 上中下三条横杆; 1.3 扣件材料: 采用精钢冲压而成, 贴抱式设计, 将立杆与横杆紧密连接, 稳定性强, 灵活组装; 1.4 预埋件: 全铝合金材质, 尺寸不小于$\Phi 81 \times 1.5 \times 450\text{mm}$, 立柱插入地面深度不小于400mm, 底部配备有定位杆, 使立柱不直接接触泥土, 起到疏水作用, 防止杂质腐蚀管材, 增强材料的使用耐久度, 也能够快速完成安装基础;	816平方	

6 米 宽 3 米	1.5 压网条：采用高密度规格为18×3.8mm的扁铝，表面经超耐候聚酯粉末静电喷涂，防腐防锈； 1.6 螺丝：采用国标304不锈钢螺丝与镀锌尾钻螺丝固定，安装牢固，防腐蚀能力强，满足场地长期使用标准。 2. 球场进出场地双开门： 2.1 门采用不小于49×60×1.2mm凹型管； 2.2 门框左右和上横杆采用不小于50×50×2mm热镀锌方管，下横杆采用不小于40×20×2mm热镀锌扁管； 2.3 门门采用304不锈钢制作，门框内拉墨绿色PE包塑围网，拉网条采用不低于Φ8mm铝条； 2.4 表面做纯聚酯粉末静电喷涂。 ▲3. 为保证产品的质量及抗变形能力,PE包塑围网产品表面应均匀完整，颜色一致，提供具有CMA或CNAS标志的力学性能试验报告，符合GB/T 2976现行标准，经标准规定直径的芯棒上紧密缠绕8圈后，覆塑层无破裂，符合GB/T 26941.5现行标准要求，网丝抗拉强度≤960MPa； ▲4. 为保证场地及产品的稳固性及抗变形能力,组合式围网固定螺丝需提供具有CMA或CNAS的力学性能试验报告,符合《GB/T 3098.6-2023》标准要求，检测结果抗拉强度≥770MPa，规定塑性延伸强度≥750Mpa，硬度试验检测结果≥95HRB； 6. 围网上必须有体彩设计元素。		
3 足 球 场 隔 离 顶 网	1. 产品参数： 1.1 产品材质：PE聚乙烯绳编制而成，有结； 1.2 产品特点：抗氧化、吸水性小，电绝缘性优良、质地轻、柔软、易造型、透光性好、无毒； 1.3 加工工艺：四边拷克，顶部每隔300mm配一个钢圈； 1.4 使用线径2.0mm PE白色编织有结网，网孔：150×150mm，钢丝绳拉紧支撑； 1.5 颜色：白色。 ▲2. 隔离软网符合《GB/T1040.4-2006》标准，其拉断力≥900N，提供第三方检测中心出具的具有CMA、CNAS标志的检测报告	1120 平方	

		复印件加盖供应商公章； ▲3. 隔离软网通过紫外光老化试验$\geq 70h$，耐光色牢度4级，无明显变色，无粉化，无剥落，提供第三方检测中心出具的具有CMA、CNAS标志的检测报告复印件加盖供应商公章。		
4	5人制足球门	1. 5人制足球比赛用的矩形足球门； 2. 球门内口宽度$\times$高度：3000mm$\times$2000mm； 3. 足球门由立杆、横梁、两侧撑杆、两侧横杆和后侧横杆组成； 4. 球门立杆和横梁均采用直径76mm$\times$3mm（小学）的优质钢管制成，上设网钩，置网方便，网球系统柱两侧撑杆采用直径48$\times$2.5mm的钢管制成，后横杆采用直径为32mm$\times$2.5mm的钢管制成，横梁和立杆上没有可能危害到运动员安全的链接物件露在外面。足球门应能承受的水平拉力为1000N，足球门横梁能承受2700N的静负荷，横梁不应出现断裂和明显的永久变形。球门组装完成后，立杆与地面垂直，横梁与立杆的夹角为90度，连接件周边处理圆滑，无棱角，表面抛丸喷砂，静电喷涂； ▲5. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机构认证证书复印件并加盖投标人公章； 6. 器材必须有体彩设计元素。	2个	

（4）正安县土坪镇乡村篮球场公益项目包含 1300 平米篮球场地换新装饰、篮球架 2 个、照明设施及简易看台建设，要求建设场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序号	品名	技术参数	数量及单位	图片示意
----	----	------	-------	------

1	硅 PU 篮 球 场	1. 产品描述： 6mm厚预制型全塑硅PU球场面层，粘结胶为悬浮型单组份无溶剂聚氨酯跑道卷材专用粘结胶；预制卷材为胶体含量不少于35%的全聚氨酯材料预制成型（非聚氨酯海绵体、TPU粘合垫、PVC垫、EPDM粘合垫、橡胶粘合垫、纤维垫）后切片的微气囊结构弹性垫（卷材）；加强反弹层为高强度无溶剂型，聚氨酯胶体（预聚体）含量不少于35%的单组份有机硅改性聚氨酯，表面耐磨面层为高聚物含量>50%的高强度、高耐候、高韧性的双组份反应型水性丙烯酸涂料。铺设完成后表面一体无拼接缝，现场施工不添加任何有机溶剂。使用寿命：≥10年。 ▲1. 所用预制型聚氨酯卷材及半预制硅PU球场面层成品必须分别符合GB/T 43565-2023有害物质限量以及气味、物理性能、1500h人工气候老化性能、336h湿热老化性能、无机填料全项检验要求，提供具有“CMA”或“CNAS”资质的检测机构出具的测试合格抽样型式检验报告； ▲2. 半预制硅PU球场面层所用预制型聚氨酯卷材高聚物含量>35%，加强层非固态材料胶体主料高聚物含量>35%，面漆材料高聚物含量>50%；面层成品高聚物含量>35%。提供具有“CMA”或“CNAS”资质的检测机构出具的符合GB/T 14837.1-2014或GB/T 14837.2-2014或同等标准报告抽样测试合格报告； ▲3. 半预制型球场面层达到国际篮联FIBA一级运动地板物理性能，并且球反弹率>90%，垂直变形<2mm，尺寸稳定性<0.5%，2500小时UV老化后拉伸强度>1MPa，拉断伸长率>100%，	1300 平方	
---	------------------------	--	------------	--

		提供具有“CMA”或“CNAS”资质的国家篮联FIBA授权实验室出具的测试合格报告； ▲4. 半预制硅PU球场面层的可萃取有机卤素化合物EOX必须为未检出，可溶性有机碳DOC≤50mg/L且符合DIN 18035-6:2021或同等标准的盖有“CMA”或“CNAS”资质的合格检测报告； ▲5. 半预制硅PU球场面层气味浓度、气味强度符合T/CBMF121-2021、GB/T 43353-2023标准检测要求，提供具有“CMA”或“CNAS”资质的检测机构出具的符合要求报告； ▲6. 半预制硅PU球场面层经168h酸雨浸泡后，外观面层颜色无明显变化，拉伸强度>1MPa，拉断伸长率>100%，符合中小学及幼儿园、大专院校、公共及社会体育场地面层要求，提供依据T/SCSVA0002.1-2023标准具有“CMA”或“CNAS”资质的检测机构出具的检测合格报告。		
2	移动式单臂篮球架	1. 器材应符合GB19272-2011标准要求； 2. 篮架伸臂1850mm, 篮圈上沿距地面3050mm； 3. 篮板规格：1800mm×1050mm，篮板配用国家通用的高强度安全玻璃篮板； 4. 篮架为箱式配重箱：箱体前高度660mm，箱体后高度500mm。宽度1000mm, 长度2000mm, 钢板厚度2.5mm，箱内放置配重500KG； 5. 篮架立柱采用150mm×150mm的矩形钢管，管壁厚度不低于3mm，篮架横臂采用150mm×150mm钢管，管壁厚度不低于3mm； 6. 篮架前拉杆采用42×3mm优质钢管，后拉杆采用40×60×3mm矩形管； 7. 配置弹性篮圈，篮圈采用直径20mm优质圆钢制	2个	

		成，并配有篮网； 8. 篮架各部焊接要求严密牢固，不应有漏焊，虚焊，包渣，裂纹等缺陷； 9. 外形尺寸：4475×1800×3950mm； ▲10. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机构认证证书并加盖投标人公章； 11. 器材必须有体彩设计元素。		
3	球场照明灯具	配置明细：300W专业球场照明灯具，配套专业电源，压铸铝一体式散热灯体，光学透镜无玻璃化灯具。配光角度120°，光源色温5700K，Ra:70，灯珠光效：150Lm/w，防护：IP65户外防水，灯具设计寿命设大于30000小时，电源输入电压180-240V，功率因素：≥95%；灯体尺寸：625×310×76，灯具重量约8KG，安装高度：7-10米，安装杆径：60mm。	12盏	
4	球场灯柱	1. 灯杆材料：优质Q235碳素钢钢材； 2. 灯杆高度：7米高； 3. 灯杆材质：热镀锌材质； 4. 表面处理：户外专用塑粉，颜色待定； 5. 光源类型：不含灯具； 6. 上口径(mm)：≥60； 7. 下口径(mm)：≥144； 8. 管壁厚(mm)：≥3.5； 9. 法兰尺寸(mm)：≥280×280； 10. 法兰厚度(mm)：≥10。	6杆	
5	篮球场周	1. 水泥砼标号C25，技术要求表面：不跑沙、不起灰、不下沉、不开裂、原浆收光一次成型； 2. 平整度：3m直尺不超过3mm误差。但严禁由于平整度达不到要求薄层贴补沙浆行为，否则将会	1项	

边 看 台 修 筑	导致严重后果； 3. 切伸缩缝要求，深3-4cm，宽4-5mm，切缝后要清扫铲除并彻底清洗缝两侧残留的粉末或再次新凝固的类似混凝土的物体； 4. 严禁雨天施工，包括小雨天气也必须停工； 5. 竣工后看台表面做丙烯酸面层，必须有体彩设计元素。		
-----------------------	--	--	--

（三）体育彩票小型落地推广活动

1. 基本要求

1.1 时间：在 2025 年 11 月前完成合同约定内容。

1.2 活动场次：一场 1 天。

1.3 活动场地

适合商业推广的商场、公园、会展中心等场地。不少于 150 平方米，场中无遮挡、地平符合标准。

1.4 活动主题

以国风、国漫、COSPLAY、音乐会等潮流元素为核心，打造体彩产品融合非遗、动漫、音乐文化的体验展示活动。

1.5 活动宣传

省级电视媒体在活动前中后期进行预热宣传及跟踪报导，新媒体并同步宣传推广。

1.6 人员

现场需要有 KOL、活动人员（主持人、角色扮演者、乐手、演艺人员等）、文创老师、拍照、摄像人员、工作人员、产品讲解员、安保人员。

1.7 现场搭建

由主舞台、互动区域、打卡区域、产品展示区域四个区域构成。

1.8 舞台表演

古风舞蹈、杂技、魔术、民乐、乐队、脱口秀、非遗文化艺术灯等演绎节目

1.9 现场互动

活动每日均有互动游戏环节包括不限于角色巡游、抽奖互动、剧本杀、歌舞快闪、趣味小游戏、随机宅舞、文创体验等。

1.10 奖品

在地推活动中的对参与活动群体发放奖品。

1.11 活动现场安全

中标供应商需要对执行活动制定和执行活动安全风险控制及突发事件应急预案，并为活动购买保险。

2. 具体要求

2.1 场地预定

采购方需提前 30 天提出活动需求，中标供应商必须在接到活动需求后的 5 个自然日内给予回复，回复超过时限或回复确定后因中标供应商原因导致活动场地变更或无法开展，将在支付进度款时扣除活动合同总额 20%费用，同时采取择期或更换场地开展；

2.2 活动策划

自确定活动执行时间之日起，中标供应商需在两周内完成活动实施方案，未按时提供或方案举要较大疏忽错漏导致活动延期开展，将在支付进度款时扣除活动合同总额 2%费用，同时要求中标供应商重新提供实施方案。

2.3 媒体

2.3.1 省级媒体矩阵平台粉丝量不少于 500 万人，新媒体传播平台不少于 3 个，前期预热不少于 20 天预热宣传，前期、中期不少于 3 个官方新媒体平台直播、后期热度维系。

2.3.2 预热宣传片累计时长不低于 3 分钟，制作费用根据相关文件要求不得高于 15000 元/分钟，超过 3 分钟按照 3 分钟计算，制作新媒体平台 H5 页面一个，准备活动预热稿件不少于 3 条，在省内至少 3 家主流媒体进行投放，同时配合贵州体彩进行公众号、抖音等自媒体平台传播规划及内容创作，吸引人群参加。

2.3.3 活动现场直播，需由专业团队依据采购人需求提供抖音及其他平台直播，直播账户需求由双方根据实际情况商议。直播时长不少于 6 个小时。

2.3.4 未完成媒体需求，在支付进度款时扣除活动合同总额 15%费用，单序号需求扣除 5%。

2.4 活动人员

2.4.1 活动现场要有与行业相符的 KOL 参与，KOL 不少于 2 人到现场参加活动，其粉丝数量不低于 30 万人（可根据总粉丝数不少于 30 万人协调 KOL 数量，最多不超过 10 人）。若为音乐会类型，需要至少保证不少于 7 个集体或个人音乐团体及个人参与活动演出。

2.4.2 动漫 coser 不少于 10 人，动漫 coser 需配合需要进行巡演、互动游戏等互动活动，同时相应现场活动氛围营造的相关需要。

2.4.3 现场工作人员不少于 10 人，负责维护互动游戏区域及协调现场相应事务，工作人员需着与主题相符的服饰及佩戴工作证。

2.4.4 舞台演绎人员不少于 15 人，演绎人员需提前 3 个小时到场，并在现场协助 coser 营造氛围，

2.4.5 活动主持人，每场不少于 1 人，每个活动日 12 点后负责主舞台协调及现场活动氛围营造工作。需要有大型商演、展销会等活动等主持经验。

2.4.6 产品讲解员，每场不少于 3 人，负责产品区域讲解、体验及展示工作，需要有商演模特相应经验，其中包括大型展销、比赛等场景经历，需提交相应资料及产品培训

2.4.7 文创讲师不低于 4 人，负责文创区域体验的互动。

2.4.8 拍照摄像人员不低于 4 人，负责活动前中后期及现场的信息拍摄，并按招标要求提供相应素材及成品。

2.4.9 安保人员，现场安保人员不低于 3 人，有丰富现场活动突发事件处理经验

2.4.10 上述活动人员必须保证形象气质佳、有高度服务水平及风险防空意识，需提供相应经验或者经历等电子资料。

2.4.11 未完成活动人员需求，在支付进度款时扣除活动合同总额 25% 费用，单序号需求扣除 2.5%。

2.5 场地建设

2.5.1 主舞台 1 个，主舞台具有观赏性，不小于 70 平方米、屏幕构成范围不少于 40 平方米、舞台布置道具不低于 4 种。屏幕区域由 led 主屏及副屏构成所需设计的屏幕，舞美、灯光、音箱等搭建流程及成品须符合中华人民共和国文

化行业标准中关于舞台、灯光、道具等产出相关的规范及要求。按需提供符合行业标准的同类规模。

2.5.2 场地搭建,根据场地进行材料选择,材料包括但不限于钢铁、亚克力、KT板、塑料等,按照采购人需求进行搭建,户外需防水防风,室内需美观。体验区不少于8个,功能区不少于4个,打卡点不少于2个。户外时各区域最大不低于 $2\times 2\text{ m}^2$,室内时结合场地限制各区域不超过 $5\times 5\text{ m}^2$ 。

2.5.3 未完成场地建设需求,在支付进度款时扣除活动合同总额20%费用,单序号需求扣除10%。

2.6 互动活动

2.6.1 文创体验,文创讲师在体验环节中指导参与人群体验与活动主题相关的潮流文创DIY手作,种类不低于四种(国风创意饮品制作、插花创作、饰品DIY、剪窗花、手绘、画扇等),要求讲师对所宣讲的主题有三年以上从业经验或相关技能职称;每种体验须提供参与文创设计必需的预制品及必须品(如插花需提供鲜花、包装纸、彩笔等);每种体验至少提供能制作150份成品的预制品及必需品。

2.6.2 互动游戏,在八个互动体验区中进行与品牌相关的互动游戏,如剧本杀、你比我猜、射箭、拼图、猜谜、模拟演奏、投壶、套圈、冰壶、踢毽子、跳绳等趣味游戏,需提供游戏耗材、虚拟货币等。

2.6.3 活动奖品发放系统,结合贵州体彩服务号构建活动期间奖品兑换、发放及抽奖环节的系统架设。

2.6.4 未完成互动活动需求,在支付进度款时扣除活动合同总额20%费用,单序号需求扣除10%。

2.7 安全应急方案、举措及执行

2.7.1 应急小组,成立安全保障小组,开展隐患排查安全风险工作,落实风险防控,提高安全管理水平,将风险消灭在萌芽状态,在减少安全事故发生基础上,及时应对处理安全问题。

2.7.2 制定预案,根据活动场地和活动中存在的具体风险,完善优化活动情况和安保措施。制订科学的、实操的安保工作措施,根据措施设立相应专职工

作人员。及时汇总、掌握风险 隐患情况，针对风险 源和风险级别，提出相应的应急处置措施。

2.7.3 现场执行，根据采购人需求拟定现场风险防控方案应急小组不少于 3 人，安保不少于 5 人，根据具体实施场地配套医护人员。

2.7.4 未完成安全需求，在支付进度款时扣除活动合同总额 3%费用，单序号需求扣除 1%。

2.8 其他需求

2.8.1 现场负责人需在活动开始前至少 10 天与采购人对接活动舞台搭建具体位置、互动环节等多个内容，未进行的扣除该场活动总价的 10%；

2.8.2 未经采购方允许，场地开展活动为独家进行，不得私下与其他公司或单位达成协议共享场地，否则该场活动费用不予结算；

2.8.3 所有现场物料等由供应商自行保管及运输，采购方不承担现场任何安装、托运、保管等工作，采购人会指派人员对活动监督，监督活动每个环节开展情况；

2.8.4 活动准备（物料运输、场地搭建等）必须在活动当天上午 10 点前完成，否则按照该场活动价格的 20%进行扣款；

2.8.5 供应商应自觉保护开展活动场地的自由设施及环境，若出现损坏，由供应商自行承担；

2.8.6 如采购人临时取消活动，在非不可抗力因素下，供应商有权追偿活动已经产生实际费用；

2.8.7 现场开展活动若出现演出人员迟到、服装不齐、现场秩序混乱等不利于品牌形象的情况，将扣除活动总价的 10%；

2.8.8 活动完毕需请采购方在当地的执行负责人签字确认, 包含搭建情况、活动执行情况等，无现场签字即视为供应商该场活动不合格，不予结算；

2.8.9 若活动执行过程中出现各类安全事故, 如工作人员受伤、搭建物倒塌、现场秩序混乱引起人员踩踏等，由中标供应商承担责任并消除后续影响；

表 1. 场地分类表

场地分类	所处位置	限价
A 类场地	世纪金源	8 万/场

	青云集市	
	人民广场	
	黔灵山公园	
	观山湖公园	
	河滨公园	
	花果园购物中心	
	花果园海豚广场	
	亨特城市广场	
	鸿通城中庭	
	大十字广场	
	甲秀楼	
B 类场地	万象汇	4 万/场
	花果园嗨购街区	
	悦然时光	
	观山湖万达广场	
	数博万达广场	
	大上海云岩万达广场	
	花溪公园	
	万象城	
	未来方舟燕隼公园	
	南国花锦	
	太平路网红街区	

表中为目标路段及街道名称，具体执行场地以采购人需求为准

（四）国风主题文化展示体验活动

1. 场次

在省内青年人群聚集地（如大学城、高校、公园等）开展一场国风文化展示体验活动，活动连续开展两天，每天活动时长不低于 6 小时。

2. 主题

结合当时的社会热点、潮流趋势，选择年轻群体接受度较高的国风文化主题作为展示体验活动主体（示例：非遗文化项目体验课、传统体育运动会、汉婚表演等）。

▲3. 现场布置需要涵盖内容：

3.1 活动现场面积要求不低于 300 m²，主屏搭建不低于 60 m²，舞台需设梯步，须有明显的中国体育彩票 logo。

3.2 活动使用的主背景、体彩吉祥物乐小星周边、各类打卡点、展示点造型图案须为供应商原创设计，不可侵权或盗用他人作品，贵州省体育彩票管理中心有权使用所创作作品除著作权以外的所有知识产权。

3.3 活动需搭建主题门头一个，高度不得低于三米；要求结合体彩元素搭建主题美陈一个，占地面积不低于 4m×4m，高度不限。

3.4 活动需搭建至少 4 个互动体验项目（画扇创作、剪纸创作、插花创作、手绘玻璃饰品创作、手串创作等），每项互动体验项目至少能容纳 3 人同时体验。互动体验要求每项至少聘请一位指导老师在体验环节中指导参与人群体验与活动主题相关的互动项目；每种体验须提供相应的预制品及必须品（如画扇创作须提供扇子、颜料、毛笔等）；每种互动体验至少提供 200 份预制品及必需品。

3.5 活动需搭建 1—2 个符合国风文化的拍照打卡点，占地不低于 2m×2m，可根据实际情况略作调整，（如茶室、传统节日、非遗文化主题等）。

3.6 在文化展示体验活动中需要主持人一名，持有相关证书，从事现场主持工作 3 年以上，有与本次采购项目相关类似经验。

3.7 活动主舞台需展现至少六个不同的、符合国风主题的表演环节（古筝表演、古舞表演、茶艺表演、汉婚表演等），表演总时长不低于 40 分钟。

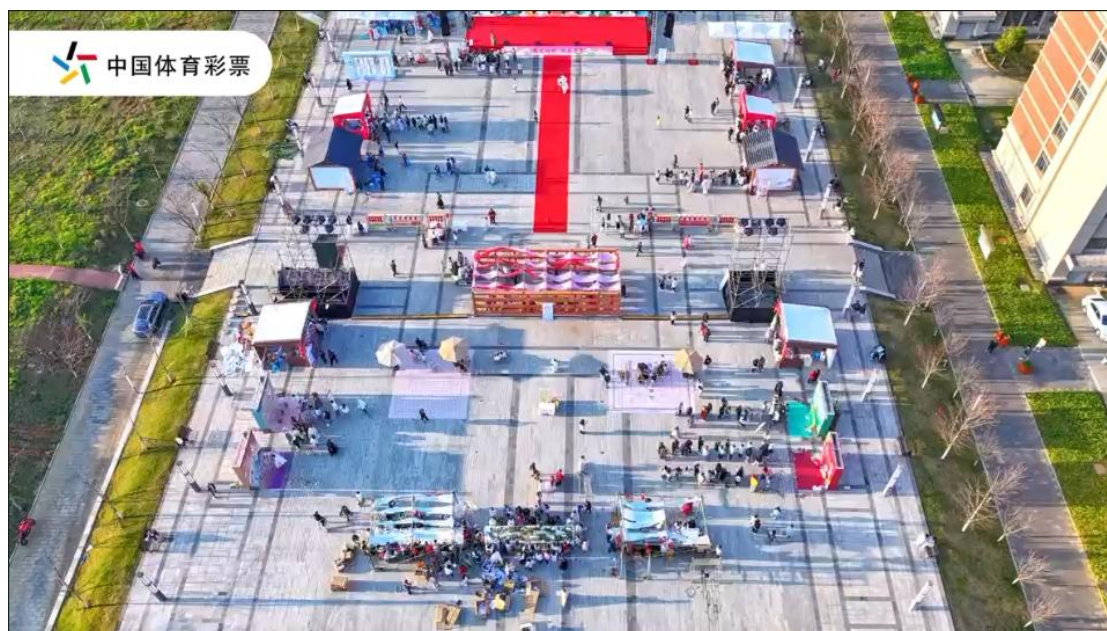
3.8 活动现场邀请至少两个在抖音平台上粉丝数量不低于 50 万且创作内容符合国风主题的 KOL 到现场参加活动，要求设计 KOL 与现场活动人群互动环节，且在其抖音账号上发布与本次活动内容相关视频。

3.9 活动要求配置相应的氛围布置，如灯光、桌椅、交流展示台、国风文化展示等。

3.10 活动要求配置符合国风主题的体彩周边作为互动体验的礼品，并设置阶梯兑换规则，要求总数量不低于 1000 份：其中前期预热设置 100 份；活动现场每天发放 400 份，共 800 份；活动后期在自媒体平台精选优秀发布内容赠送 100 份纪念品。具体纪念品内容由供应商和采购人协商决定，平均每份礼品价值控制在 100 元以内。

3.11 活动开始前至少十天进行活动宣传，要求拍摄预热宣传片一条（时长控制在 2-4 分钟），制作费用根据有关文件要求不得高于 15000 元/分钟，准备活动预热稿件一条，要求不低于 800 字，在省内至少 3 家主流媒体进行投放，吸引人群参加。

3.12 活动提供专业摄像、照相服务，要求不少于 4 人；在活动结束后十天内将活动录制的视频、照片编辑制作完成后提供给采购人，要求活动视频不少于两条，一条时长 1 分钟用于在短视频平台发布，一条时长 2—4 分钟用于主流媒体推广，制作费用根据有关文件要求不得高于 15000 元/分钟；要求精选照片不低于 30 张；并发布活动总结文稿一篇，要求不低于 800 字，在省内至少 3 家主流媒体进行投放。



案例图



案例图



案例图

(五) 体彩联名主题活动

1. 场次

在贵阳市内 24 家“去茶山”门店开展体彩联名主题活动，活动连续开展 15 天，每天活动时长不低于 10 小时。

2. 目标

以贵州本土奶茶品牌“去茶山”年轻群体客户为目标，贵州体彩与去茶山的开展一次跨界合作，体现双方共同推动公益事业的联合力量，强调公益行动的社会意义；以茶饮为纽带，将体彩的公益使命转化为消费者触手可及的善意行动，通过“一杯茶，一束光”的具象表达，深化公众对公益体彩的认知与情感联结。

▲3. 联名活动需求清单

序号	需求名称	数量	参数	备注
1	产品主 KV 及延展产品设计及文案	1 项	根据双方品牌 VI 和活动内容，对整个活动期间涉及的美陈、联名包装、海报、宣传文案等进行策划和设计，且需保证为原创内容。	/
2	联名冷饮杯	10000 个	▲联名冷杯 12/16oz 1. 材质：塑料杯 95mm 口径，pet 材质，尺寸：12ozPET 杯：上口径 95mm，下口径 58mm，杯身 110mm； 2. 16ozPET 杯：上口径 95mm，下口径 62mm，杯身 125mm。	▲部分涉及去茶山及体彩品牌统一形象和食品材质安全标准，须符合国家相关标准及品牌方要求。
3	联名手提袋	60000 个	▲（单杯/双杯纸袋） 1. 材质：120g 牛皮纸、自粘袋锯齿面； 2. 双杯袋尺寸：宽 203×高 270×侧宽 110mm； 3. 单杯袋尺寸：宽 120×高 267 侧宽 60mm。	
4	联名吸管	60000 根	▲吸管及包装 1. 材质：环保甘蔗吸管，尺寸：	

			口径 8mm×长度 210mm,独立纸包装多色色印刷/1.2g; 2. 材质: 环保甘蔗吸管, 尺寸: 口径 13mm×长度 210mm, 独立纸包装多色色印刷/2.8g。	
5	联名杯套	60000 个	异形制作,根据设计及 vi 制定相关杯套。	
6	联名冰箱贴	10000 个	1. 材质: 亚克力/金属; 2. 大小: 约 5cm×5cm(异形); 3. 厚度: 不低于 4 毫米(含 2 毫米软磁); 4. 含设计、打样、开模、包装、运费等。	/
7	去茶山店内基本氛围包装	1 项	(24 个去茶山门店)的窗贴、台卡、海报和店外围挡广告位、兑奖人员工作处等的物料制作和布置。	/
8	线下公益展陈	1 项	活动期间需在如贵阳万象城/南国花锦等去茶山门店所在商场搭建不少于 20 平方米的场地,用于展示活动公益帮助对象。 包含设计、物料制作、现场搭建、场地租赁等。	/
9	民族特色展演活动	1 项	1. 邀请省内少数民族文化表演团体(12 名)到贵阳一家去茶山门店附近开展少数民族(非遗)文化展演活动; 2. 包含师生居住地到贵阳的往返包车费用、贵阳市内交通包车费用、购买人身意外保	活动时间为 1 天,被邀请的团体活动当天出发到贵阳,活动结束后当天返回出发地

			险费、餐饮、现场安保等可能产生的费用。	
10	“自然客厅”公益互动活动	1 项	1. 结合公益主题、邀请省内少数民族文化表演团体、媒体方、社会公众等开展一次线下公益互动活动，如非遗技艺学习展示、茶艺学习等； 2. 包含现场活动物料制作、媒体邀请、宣传等。	与上述活动同日穿插进行
11	公益海报制作	1 项	根据活动内容产出不少于 4 张海报，包含现场拍摄、后期设计制作、线上线下布置等费用。	/
12	公益视频制作	1 项	1. 包含内容策划、现场拍摄、后期制作、线上线下推广等； 2. 成品总时长不低于 3 分钟； 3. 清晰度不得低于 1920 × 1080。	根据有关文件要求，公益视频应为 II 类媒体播放片，拍摄制作费用，不得高于 15000 元每分钟，超过 3 分钟的，按 3 分钟计算。
13	音乐宣言制作	1 项	1. 包含内容策划、词曲授权、编曲、录音、后期制作、线上线下推广等； 2. 成品总时长不低于 3 分钟。	根据有关文件要求，音乐宣言应为 II 类媒体播放片，拍摄制作费用，不得高于 15000 元每分钟，超过 3 分钟的，按 3 分钟计算。
14	流量曝光	1 项	邀请不少于 15 名小红书万粉	/

			及以上 KOL 参与本次活动并在其账号上发布相关内容。	
15	媒体	1 项	活动期间图文消息报道不低于 10 条。	/
16	兑奖工作人员	1 项	活动期间需要在 24 家去茶山门店驻守，负责兑换礼品并登记信息，每个门店至少配备 1 名兑奖工作人员，每天驻店时间不少于 10 小时。	/
17	摄影摄像	1 项	整个活动期间需派专业拍照、摄影人员不少于 4 人记录活动精彩瞬间。精选照片不少于 200 张，产出视频不少于 2 条，每条不低于 30 秒。	/

4. 其他要求

4.1 活动期间使用的全部设计图案须为原创作品，版权需归贵州省体育彩票管理中心所有。

4.2 活动开始前需要进行活动预热宣传：准备活动预热稿件一条，要求不低于 500 字，在至少 5 家省内、1 家央级主流媒体进行投放，吸引人群参加。

（六）媒体宣传服务

类别	媒体形式	数量	播出形式及时间	备注
天眼新闻	转发和采写动态新闻，不低于20条。		以图文或视频等形式展现，服务期12个月。	
多彩贵州网	转发和采写动态新闻，不低于20条。		以图文或视频等形式展现，服务期12个月。	
广播	FM91.6		FM91.6套播广告，一天8次。12个月服务期。	FM91.6时间安排 08:00 09:30 10:30 12:30 14:30 16:30 17:30 18:30;

中国体育报	动态新闻等		平面和相关APP等对贵州体彩信息进行宣传报道，报道不低于12条。12个月服务期。	
新华网	在新华网贵州频道发布不低于12条体彩信息。		服务期12个月	
人民网	在人民网贵州频道发布不低于12条体彩信息。		服务期12个月	
户外广告	美的悦然广场LED屏（观山湖区）	1	15秒视频，每日不低于80次，12个月。	早上10点到下午8点间
	贵阳奥体中心LED屏	12场	（中乙赛）比赛场地周围，每场不低于8次，每次不低于5秒。	比赛期间, 90分钟内。
	电梯语音广告	150	服务期6个月	
	楼宇 电梯内正前方投影广告	250	15秒视频，规格90×38cm，每日120次以上播出频次，服务期12个月。	早上9点至下午6点
	全民健身中心户外大牌	3	常挂，服务期12个月。	宣传位物料更换、制作
	阳明祠附近游泳场馆户外宣传位	3	常挂，服务期12个月。	宣传位物料更换、制作
	灯箱广告（北京路地铁站H口附近地下停车场）	150	常挂，服务期12个月。	灯箱宣传物料制作、更新
新媒体账号策划运营推广	抖音、微博	2	服务期12个月	全年：抖音30期； 微博80期

新媒体账号（抖音）策划运营推广说明

1. 账号基本信息

账号名：贵州体彩。

定位：宣传推广贵州体彩。

2. 账号具体定位

2.1 基于贵州体彩中心的内容架构，孵化短视频IP。

2.2 以孵化IP为基础，以内容丰富性结合贵州体彩中心的形象特性，完善该IP的独特性。

2.3 再通过内容运营培养该IP在短视频传播平台的影响力，平台以：抖音主流短视频平台传播为主。

2.4 账号风格以轻松治愈系为主要体现方式，同时结合当下新鲜热点以达到新媒体传播效力。

3. 内容定位

3.1 该IP的内容定位，以亲近生活化的情感类IP为主线衍生，通过视觉化的镜头语言，设定为故事向、剧情向、治愈向结合vlog的多元表现形式，同时以背包客主人公角色探取公益地图足迹。

3.2 时长：不超过3分钟。

3.3 内容架构来完整表达每一期内容主旨

3.4 对标账号参考：房琪kiki（治愈系旅游账号）、何香蓓betty、阿园的逃跑计划。

3.5 主要内容选题：①快乐操场项目；②旭日助学项目；③彩店彩风；④体彩追梦人；⑤公益金资助项目；⑥责任彩票公信力建设；⑦产品游戏宣传⑧合规经营等。

4. 制作费用及运营模式

官方抖音运营，用于发布品牌宣传、产品动态信息。

4.1 视频制作费：具体参考“贵州省财政厅关于省级宣传片拍摄制作费预算支出标准”，实现全年30条播放量，每期前期+后期制作时长为10个工作日。

4.2 数据根据网络反馈，投放范围、投放目标、投放类型做实时更新调整，根据不同需求具体投放抖+、OCPM（广告智能优化投放）、CPM（按曝光扣费）、CPC（按点击扣费）、CPV（按观看次数扣费）、CPA（按行为效果扣费：如注册账号、购买账号商品等）、CPT（开屏广告：按广告展示时间计费）。投放平台：抖音。

流量投放费用：根据官方app的流量投放具体定价，全年运营账号粉丝量保

持在10万以上(包含视频拍摄团队产生的差旅费用及账号所需运营的一切费用)。

发布与账号维护:

①视频尺寸统一,培养受众视觉习惯,提供受众特征数据。

②内容发布文案注意易错字词,并带与本次内容相关的热门话题。

③发布时需带上定位地址。

④评论区多互动、实时控评、不要出现负面评价。

⑤维护好数据,新内容更新前做到数据分析及抖+流量投放的指数。内容发布后存取流量投放报告和曝光、粉丝、互动量等数据凭证。

⑥内容展示活动多,需要避免掉被限流的关键字。

⑦需每日实时监控账号数据,每月提供后期账号运营每期内容数据报告及投放凭证。

⑧持续养号(1)随机刷一些附近的人视频、创造用户活跃的数据(2)返回首页随机刷一部分比较火的视频,进行留意与有关体彩的正面留言互动(3)点开人数较多的直播,每天最少挂半个小时以上,养号周期一般3-5天,最佳的周期时长是7天。养号过程中的在线浏览视频时长,保证至少1小时并且分间断,即上午刷半个小时左右之后,间隔3-5小时,再刷剩下的半个小时抖音。模拟正常用户使用行为的养号技巧,能够对应增加抖音账号的权重,为账号加分。

⑨拍摄内容画质清晰,要求画质呈现在1080P及以上,非特殊情况剪辑中不能一镜到底。

⑩发布优化,内容在12:00—1:30;6:00—11点发布,提前10分钟发布平台有一个审核时间。定位到人群密集的地方发布。积极引导点赞、评论、分享、视频的文案正向乐观描述。抖音小助手、参与话题等。

内容规范,(1)封图,保持整个UI的一致性,简洁干净,同时注意避免上线后被右边的互动区域所遮挡;(2)标题,提炼简单易懂的关键内容,字数12以内,尽量保持做成封面时为两行以内;(3)正文,语言精炼有文采,内容深刻走心,引人共鸣;(4)字幕,使用辨识度高的字体,字号大小适中,不被页面悬浮内容遮挡。

注意事项,视频里面禁止带有硬广、水印、烟酒、纹身、涉政、诋毁侮辱他人、着装暴露、内容低俗不雅、色情与频繁私信粉丝、抄袭、冒充抖音官方人员、

带有黄赌毒血腥武器（刀枪等）。禁止使用模拟器频繁登录账号。禁止频繁切换帐号、禁止同IP下挂十几个账号。

新媒体账号（微博）策划运营推广说明

内容定位上以打造集公益传播、体育精神弘扬、彩票文化普及于一体的综合性微博平台。通过以图文和短视频为载体的生动的故事讲述、及时的资讯发布、互动的话题讨论，展现贵州体彩的社会责任、公益成果及品牌魅力，同时加强与用户的情感连接，提升品牌影响力和用户粘性。

图集：每周至少1期，由单张至多张图片及文字组成。短视频：每月1期，时长不超过3分钟。总80期。

刊播：根据需求安排。选题涉及但不限于①快乐操场项目 ②旭日助学项目 ③体育赛事速递 ④体彩追梦人 ⑤公益金资助项目 ⑥责任彩票、公信力建设 ⑦产品游戏宣传 ⑧互动话题讨论 ⑨体彩知识小课堂 ⑩节日特别策划 ⑪合规经营等。费用含图文及视频制作费、发布与账号培育、维护、安全运维等。

互动活动：

为提升抖音、微博账号粉丝互动活跃度，增强用户粘性，现计划通过评论区奖品互动活动（如抽奖、热评奖励等）吸引用户参与。活动需兼具实用性、趣味性、传播属性（如定制周边、文创产品、生活用品等）。奖品需符合抖音平台规则，禁止包含敏感信息或违规内容。具体产品及价格需得到需求方认可，要求提供奖品总价不低于 20 万元，单价不超过 100 元（价格需包含邮费）。

三、其他要求：

由于体彩吉祥物衍生品为全国统一形象及材质，以上活动如需使用体彩吉祥物衍生品的，可在指定供货商处采购，价格参考只包含物料本身，快递运输费用另算。供应商也可根据参数，按照相关标准自行定制。

类 目	图 片	参 数	价 格 参 考	样 品 制 作 厂 商
主形象衍生品				

手办摆件		1. 材质：PVC颗粒成型。 2. 工艺：搪胶。 3. 喷漆：外观表面喷油（哑光漆、珠光漆）。 4. 印制：印刷花纹移印。 5. 外包装：透明塑封+纸盒。 6. 尺寸：15cm(高)×14.8cm×8.1cm。	100	公司：开封市积海文化传媒有限公司 联系人：艾金宝 电话：13839996662
公仔		1. 面料：200g锦纶。 2. 填充物：食品级雪花粒子。 3. 缝制工艺：双棉带车缝。 4. 其它：吊牌、织唛、水洗标。 5. 外包装：纱网袋。 6. 小号：25cm(高)×23cm(宽)×12cm。 7. 总重 110-120g。	45	公司：广州市和谐动漫产业有限公司 联系人：邓尧权 电话：18102282116
人偶服		1. 面料：水晶超柔。 2. 工艺：内膜采用EVA雕刻工艺，海绵填充。 3. 外包装：防水布袋+防压木架。 4. 尺寸：1.85m(高)×1.5m(宽)×0.85cm(厚)。	4500	公司：北京鸿福昌盛文化发展有限公司 联系人：王同昌 电话：13522912791 18510736856
其它形象应用衍生品				

卫衣		1. 面料：精棉毛圈面料。 2. 前身大面积印花，左臂组合logo印花。 3. 克重：350g。 4. 印制工艺：荧光印刷+热转印刷。	130	北京千百度服装有限公司 联系人：李晓萌 电话：010-64890815
		1. 面料：奥黛尔毛圈面料。 2. 克重：350g。 3. 印制工艺：热转印刷。		
T恤		1. 面料：纯棉双纱面料。 2. 克重：200g。 3. 印制工艺：荧光印刷+热转印刷。	65	
帆布包		1. 材质：帆布、克重405g。 2. 印制工艺：荧光印刷+热转印刷，加隐形口袋。 3. 尺寸：41cm×37cm。	65	
			58	
钥匙链		1. 材质：铝合金。 2. 工艺：烤漆入色+滴胶。 3. 尺寸：高45mm 厚度2mm。	20	北京君诺达科技有限公司 王仕军 18901059900

抱枕		1. 面料棉麻；填充物PP棉。 2. 印制工艺：丝网印刷。 3. 尺寸：44cm×44cm。	35	印想未来 （北京） 数码科技 有限公司 董夏艳 13466401 852
帽子		1. 面料棉。 2. 印制工艺：丝网印刷。	21	印想未来 （北京） 数码科技 有限公司 董夏艳 13466401 852
T恤	 	1. 面料：40支新疆长绒棉。 2. 克重：220克。 3. 工艺：丝印+热转印。	75	北京千百 度服装有 限公司 李晓萌 010-6489 0815
口罩	 	1. 材质：无纺布×熔喷布。 2. 工艺：数码喷绘。 3. 外包装：医用透析纸+复合膜。 4. 尺寸：17.5×9.5cm。	10	
徽章		1. 材质：锌合金。 2. 工艺：烤漆+滴胶。 3. 配件：磁铁 +磁铁帽。	28	北京君诺 达科技有 限公司

		4. 包装：OPP袋。 5. 尺寸：35×35mm以内。		王仕军 18901059 900
运动款公仔		1. 面料：200g锦纶。 2. 填充物：食品级雪花粒子。 3. 缝制工艺：双棉带车缝；其它：吊牌、织唛、水洗标。 4. 外包装：纱网袋。 5. 小号：25cm(高)×23cm(宽)×12cm。 6. 总重110-120g。	55	广州市和谐动漫产业有限公司 邓尧权 18102282 116
足球		1. 材质：TPU。 2. 克重：400-450克。 3. 工艺：数码印刷。 4. 5号尺寸：直径约为21.5cm。	86	厦门蓝猫萌娃商贸有限公司 张傲娟 13328790 387
运动款人偶服		1. 面料：水晶超柔。 2. 工艺：内膜采用EVA雕刻工艺，海绵填充。 3. 外包装：防水布袋+防压木架。 4. 1.85m(高)×1.5m(宽)×0.85cm。	8900	北京鸿福昌盛文化发展有限公司 王同昌 13522912 791 18510736 856
钥匙链		1. 材质：pvc软胶。 2. 钥匙环材质：锌合金。 3. 高60mm 厚度33mm。	20	广州吉占开物文化科技有限

				公司 黄女士 13690928 626
文具套装		3个文件夹+1个书签+一个毛毡本+1个毛粘本+1个腰封	66	欧德易 13811704 800
毛毡包		毛毡收纳袋+包装: opp袋	16.8	
毛毡本		1. 毛毡+活页+100g道林纸。 2. 张数: 80张。 3. 包装: opp袋。 4. 封面: 14.5×14。 5. 内页12.5×12.5cm。	33.6	
乐小星足球+包装			79.2	欧德易 13811704 800
飞盘+束口袋		1. 飞盘: 175G, PE, 赛级。 2. 包装: 210D涤纶, 可背, 35×40cm, 束口袋。	37.2	

冰箱贴		一套 4 个（直径 3 厘米+包装盒封）	30	
双面渔夫帽		1. 材质：双面纯棉。 2. 印刷方式：数码印刷。 3. 包装方式：opp袋单独包装+外包装。 4. 标准头围。 5. 尺寸：55-58头围。	45.6	
书签		磁吸书签笔（乐小星造型，1 个画面）	2.4	
文件夹		1. L 异型文件夹材质：30 丝 PVC。 2. 包装方式：单个OPP袋。每套文具套装放3个。 3. 尺寸：30.5×21cm。	6	
透明 A5 贴纸			6	
乐小星春节系列手		PVC 软胶，预计 6 种动作一套+包装	321	木青商贸 17718371 221

办				
保温杯		不锈钢保温杯，印制画	59	
乐小星龙年毛绒玩偶		1. 尺寸：高度 32cm。 2. 外层材质：精品绒。 3. 内层材质：水晶超柔布。 4. 填充物：PP 棉。 5. 工艺：刺绣、织唛。 6. 包装：OPP 袋。	52.8 （500 套起 订） 46.8 （1000 个起 订）	中体彩运 营公司 孙立飞 13511079 838
乐小星龙年手办		1. 尺寸：高度7-8厘米。 2. 材质：PVC软胶。 3. 包装：四色印刷插口盒。 4. 备注：新春季即开票同款，体彩&东来也联名款。	27.7 （500 套起 订） 25.9 （1000 个起 订）	
乐小星午休套装		1. 一套三件，包含毯子、抱枕、眼罩。 2. 毯子：100% 聚酯纤维150cm×100cm。 3. 抱枕：水晶超柔46×33×	160.8 （200 套起 订） 136.8	中体彩运 营公司 孙立飞 13511079 838

		10cm。 4. 眼罩：仿真丝10×10.7cm。 5. 包装：三款产品外部OPP袋包装，整套为四色印刷裱糊瓦楞纸盒+通用吊牌。	(500套起订)	
乐小星MINI手办		1. 一整套6只，每只有单独包装及身份卡。 2. 主体尺寸：每只高度4cm。 3. 主体材质：PVC软胶。 4. 备注：每只底部不同文字，随遇而安、身强力壮、情投意合、如鱼得水、学富五车、旗开得胜。	75(500套起订)	
			48.9(2000套起订)	
乐小星陶瓷摆件		1. 尺寸：高30cm，宽25cm。 2. 材质：主体陶瓷，底部布艺垫。	198(200套起订)	
			156(1000套起订)	
旅行收纳袋		1. 尺寸：420×330mm。 2. 材质：防水尼龙斜纹290D。 3. 工艺：织唛布贴×5个、pvc软胶章×2个。 4. 手提肩带：编织提花。	59	
随身医疗		收纳包×1；棉签×10；创可贴×12；驱蚊贴×12；单片装清洁湿巾×10 包装材质：eva。	24	中体彩运营公司 孙立飞

包	 完成设计初稿			13511079 838
折叠椅		折叠椅尺寸：33×33公分，产品面料：600D牛津布，钢管规格：Φ14mm喷塑钢管，最大承重100kg。	36	
棒球帽	 3、乳白色+红	纯棉斜纹帆布，车缝刺绣工艺，帽扣拼色。	33	
运动擦汗巾		1. 擦汗巾尺寸：30×80公分，材质：速干聚酯纤维，带吊牌；定制硅胶包装。 2. 硅胶包装材质：环保硅胶，尺寸：125×99×71mm，壁厚2.5mm，带挂钩。	27	
胶囊晴雨伞		五折八骨胶囊雨伞，撑开直径：96cm；收伞高度20cm；撑开高度：57cm；伞品净重：290g，外面加带背带布套。卡纸盒包装。	59	

大容量帆布包		1. 16安涤棉覆膜。 2. 热转印工艺。 3. 30×38×10cm。	54	中体彩运营公司 孙立飞 13511079838
定制雨衣		磨砂加厚环保Eva材质，热压拼接成型工艺，logo多色多处丝印。	49	
折扇		绢布折扇：双面图案，10寸，33cm。	19	
乐小星标准版玩偶		尺寸：30cm，材质：水晶超柔；工艺：电绣+，包装，单独opp袋包装。	42	
乐小星足球运动手		工艺：PVC硬胶注塑一体成型，5种造型一套+包装+身份卡。	165	中体彩运营公司 孙立飞 13511079838

办				
乐小星全民健身手办		工艺：PVC软胶，6种造型一套+包装+身份卡。	195	
乐小星大乐透手办		工艺：PVC软胶，1种造型一套+包装。	33	
乐小星斜挎包			42	

B包

一、采购清单：

序号	服务名称	限价（万元）
1	电视媒体宣传服务	700

二、采购要求：

需求概况：借助省内特色优势媒介资源，提升品牌传播质量及效能，提高各类人群及社会公众对于体彩公益公信形象及体彩品牌的价值认同。

服务期：2025年9月26日至2026年9月25日。

（一）打造《动感贵州》（初定名）体育公益栏目

打造《动感贵州》体育公益栏目。

1. 节目品牌植入：

（1）宣传口号（待合作开始后确定）

体彩，有你更精彩；体育，因体彩更精彩。

全民健身中国强，体育彩票圆梦想。

体育强国，体彩圆梦。

你未必光芒万丈，但始终温暖有光。

（2）主持人口播

欢迎收看由贵州省体育彩票管理中心与*****联合制作的《动感贵州》。

（3）记者开场词

这里是由贵州省体育彩票管理中心与*****联合制作的《动感贵州》栏目...。

（4）栏目片头植入

植入中国体育彩票名称及LOGO，表示本栏目由中国体育彩票与*****联合制作。

（5）演播室植入

演播室背景板植入中国体育彩票名称及LOGO。

2. 播出时段：

每周六晚间 20:30-21:00

3. 播出时长:

总时长 30 分钟

4. 播出频次:

首播: 周六 (20:30-21:00) 共播出 52 期 (重播除外)

重播: 周日 (00:55-01:20); 周日 (17:28-17:50)

5. 栏目版块设计:

(1) **阳光体彩:** 深入挖掘典型人物、故事, 全面展示体育彩票的公益性。首先, 重点报道体彩公益金对于体育事业的支持和建设; 其次, 为加强群众对体育公益金用途的了解, 针对体彩公益金在扶贫、水利建设、弱势群体帮扶等方面所作出的贡献进行专题报道, 展现“公益体彩、民生体彩、责任体彩、诚信体彩”的新理念。让更多的人认识到, 体彩公益金是有温度、有情怀的体彩, 更是有责任、有担当的体彩。

(2) **体育“黔”沿:** 重点关注全省体育事业的发展, 宣传省内各大重要赛事, 采访报道全省体育新闻, 并进行深度专题报道, 进一步挖掘新闻背后的故事, 展示贵州体育的发展成就。

(3) **黔味体育:** 以专题形式展示贵州的传统民族特色体育项目, 对外展示和推介我省的传统民族特色体育及旅游发展成就。

(4) **王牌会客厅:** 以专题形式对贵州体育人物或者团队进行专访, 邀请各类比赛队伍 (如: 体操队、足球队) 及优秀贵州籍运动员到演播间进行访谈, 强调故事性。以人物访谈和人物特写相结合的形式进行报道, 打造贵州体育名片, 让观众充分感受到贵州体育事业发展的成果, 展示贵州体育人的独特魅力, 打造贵州本土体育明星, 促进贵州体育形象的提升。

(5) **体育故事:** 讲述每个体育项目背后的故事和体坛历史。和观众一起分享体育小知识、体育趣闻。

(6) **跟我“动”起来:** 邀请专业健身教练、社会体育指导员向观众演示如何科学健身, 录制健身视频, 并在手机客户端进行播放。

(7) **运动小课堂:** 邀请运动专家及医学专家作为指导, 向观众介绍科学运动的基本常识。比如: 如何正确跑步、如何正确热身、如何选择合适的运动装备等。

（8）文体旅黔行 VLOG（动感旅游）：以主持人出镜的方式，到贵州及国内多个体育旅游景点、体彩公益金资助项目进行体验，以此对外展示贵州丰富的体旅资源，促进贵州体育旅游示范区建设，侧面反映出体彩公益金的贡献。

（9）赛事直播：

全年针对贵州省内举办的各类重大体育赛事，提供不低于 80 场直播。在进行体育赛事直播的过程中，将与体彩相关的周边商品摆放在直播间显眼的位置，如体彩乐小星、纪念品等。此外，在直播画面的适当位置，植入体彩的 LOGO，确保在观众观看比赛的同时，能够频繁地接触到这一品牌标识。不仅如此，在赛事直播期间，可进行解说员口播，同时在直播的间隙时间，播放体彩公益宣传片。

现场组建专业的赛事直播团队，包括导演、摄像、导播、技术保障及赛事解说员等人员不低于 30 名。同时现场配备 SONY 摄像机，SONY 切换台、编码器、网络传输设备、矩阵，各类佳能、富士镜头、TALLY 及通话系统等专业的直播设备。使用配置合理，具备完善的应急备份系统，能满足各类型的直播要求。确保直播画面清晰、流畅，音画同步，并提供多机位、慢动作回放等专业效果。

在赛事直播期间，利用全媒体矩阵，对全年省内各大体育赛事进行全网分发。同时，相关内容也将同步推送至贵州省体育局官方账号。针对重点赛事，将展开全国主流媒体的广泛分发，以进一步扩大赛事的辐射范围和影响力。

高清转播车直播：10 场

利用专业转播车辆，结合先进的移动传输技术，搭建起 10 个以上的多机位高清信号传输系统，以实现现场直播。适用于大型且复杂的场地赛事直播。

大型赛事直播：20 场

针对具有广泛影响力的大型体育赛事，将采用高清转播设备与技术，进行现场多机位切换直播，确保赛事精彩瞬间能够实时、高清地呈现给观众。

轻量化直播：30 场

利用电视台轻量化传输设备，搭建 4 个左右机位高清信号进行直播。

单机位直播：20 场

通过电视台的移动传输设备，搭建起一个机位进行现场直播。

（备注说明：根据每期节目时长、内容等情况安排播出，每期节目内容将会灵活调整）。

（二）在王牌栏目开设贵州体彩公益新闻专版

在流量较好栏目中开设同名版块“动感贵州”，通过不定期动态报道及专题策划等形式，对贵州体彩相关内容及贵州体育工作进行宣传。该板块播放时，包含片头和角标，同时还有“中国体育彩票”LOGO 植入。

（三）在流量较好的自有 APP 开设二级导航和专区

在流量较好的自有手机客户端上开设二级导航页面和专区，内容涵盖最新体彩公益事业动态、贵州体育资讯、《动感贵州》栏目回顾、体彩公益活动链接入口、电视节目互动端口等。

1. 通过大小屏互动，将《动感贵州》栏目播出的体彩公益节目视频及相关图文信息、贵州体育资讯、赛事消息等定期上传到专区，观众可以随时浏览转发。

2. 根据活动需要，在 APP 上设计推出电视互动渠道，如电视口令等方式，为由体彩冠名的活动进行抽奖和赠送礼物。

3. 在 APP 对重大赛事、活动进行直播，并分发至今日头条、新浪微博、抖音、快手等全网络媒体平台，促进传播范围最大化。

4. 进一步运营栏目专属抖音号，以短视频的形式及时发布各类信息。

（四）体彩线下活动

1. 举办公益助学启动仪式

要求举办启动仪式，并负责启动仪式策划执行和宣传报道。地点面积不得少于 150 平方米，包含舞台、灯光、音响、主持人、演艺人员、服装、化妆等，拍摄活动主题片至少 3 条；安排 1 场捐赠仪式；为参加活动的师生代表和演员购买短期保险并提供交通和用餐，参加学生和演员不少于 50 人；配套相应的宣传资源。

2. 贵州体彩 2025 年“快乐操场”、“快乐体操”、“青春同行 公益筑梦”公益项目启动仪式

2.1 数量：配合全省“公益体彩 快乐操场”、“公益体彩 快乐体操”、“青春同行 公益筑梦”项目开展，共 20 次；

2.2 费用：背景喷绘 20 张（长 6 米，高 3 米）、桁架 20 次（与背景尺寸相符）、音响 20 次、话筒 20 次、捐赠牌匾 20 块、物料运输及其他配套布置 20 场；如果活动需要桌子、桌布，供应商应当给予配合，不收取费用。

注：由于受助单位大多位于偏远地区，请供应商充分考虑路程因素后报价。
(20 场活动场地覆盖全省 9 个市州，每个市州 2-5 处。具体明细，待采购人确定后提供给中标供应商)。

2.3 相关要求：

2.3.1 活动前的策划方案须经过采购人确认。

2.3.2 活动结算单中须包含策划方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

2.4. 验收要求：20 场捐赠仪式完成后，经参加仪式的采购人现场进行书面验收。

3. “相约体彩”公信力建设活动

3.1 目标：

开展 2025 年度“相约体彩”开奖观摩活动一场。

3.2 行程安排

日期	时间	内容
第一天	全天	前往北京并入住酒店
第二天	上午	参观即开印厂
	下午	前往开奖大厅进行签到
	晚上	现场观摩开奖
第三天	全天	返回贵阳

3.3 内容

预计该活动参加人数为 40 人次，人员包含省内主流媒体人员、KOL 流量明星、体彩公益活动受助者、购彩者等。所有去北京的人员名单须由采购人审核同意。需为参加活动的人员按贵州省公务人员出差标准提供居住地至北京的住宿、餐饮、用车、保险和交通等相关服务。

3.3.1 住宿

根据活动天数，需为参加活动人员提供住宿，每 2 人一间标准间，不足 2 人则提供单人标间，按《中央和国家机关工作人员赴地方差旅住宿费标准明细表》规定每人每日住宿费用不得超过 500 元，原则上预定酒店应距离北京市中国体育

彩票丰台区开奖大厅：（北京市丰体南路 55 号）不超过 10 公里，供应商可按最高价进行报价，活动结束后凭住宿发票实报实销。

3.3.2 餐饮

活动期间需为活动人员按每人每天 100 元标准提供三餐。

3.3.3 用车（北京市内）

活动期间供应商需提供车辆用于活动人员市内交通，往返于市内机场、火车站、住宿酒店、活动场地等，需要车辆情况如下：

序号	车型要求	车况要求	司机要求	用途
1	45 座（含）以上空调旅游大巴	车况良好，安全舒适，3 年内新车	具备五年以上安全驾驶旅游大巴经验	负责活动人员市内交通

3.3.4 保险

在活动开始前，供应商须为所有参与活动的人员购买人身意外保险，费用由供应商承担。

3.3.5 交通费

活动前，供应商需根据采购人提供的名单及经采购人确认的招募名单联系参加本次活动的人员，并为其制定行程、为活动人员预定居住地至北京之间的往返的车票或机票（供应商应考虑部分人员从贵州省内其他城市到达贵阳，再从贵阳到达北京的情况），活动结束后凭相关报销凭证实报实销。活动出发日及到达日当天，按每人 80 元标准发放交通补助，用于参加人员往返当地汽车站、火车站、飞机场等，活动期间不另外发放交通补助。

3.4 物料

活动前期，供应商应当按照采购人实际需求制作横幅、乐小星公仔、活动服装、背包等宣传物料。

要求如下：

3.4.1 横幅（两条）

相约体彩 贵州观摩团

“微光行动·希望工程”旭日助学研学活动

——横幅颜色规格：标准印刷色大红（M100，Y100）；

——横幅字体：大黑体，字号为 40cm，颜色规格为标准印刷色（Y100）；

——相约体彩 logo：长度 45cm。

3.4.2 乐小星公仔：

参照体彩衍生品标准，要求数量 40 个。

3.4.3 活动服装

参照体彩衍生品标准，设计制作活动服装，要求数量 40 件。（预计开展时间为 11 月，充分考虑天气因素设计服装。）

3.4.4 背包：

参照体彩衍生品标准，提供斜挎包或便携背包，要求数量 40 个。

3.4.4 带队人员

针对本项目组建专业的活动策划执行团队，团队主要成员应具备相应的资格和资质、具备本项目所需的专业知识和多年的此类项目经验，并在类似项目中担任相同角色。组成人员和具体要求包括但不限于：

3.4.4.1 领队负责人：具有 5 年以上相关服务经验，在投标单位工作 3 年以上，需参与所有执行工作。

3.4.4.2 活动专项对接人员：具有 3 年以上相关服务经验。

项目执行时，需投标方须指定领队负责人并说明团队人员的角色分配，同时需要向采购人提供团队人员配置明细表及人员联系表。为更好地完成采购项目：投标方需明确由专人负责主动与采购方项目负责人进行沟通，建立良好的沟通机制，将项目进行遇到的问题、采用的解决方法、产生的阶段性成果等相关事项按照采购人要求定期及时地反馈。项目负责人及活动专项对接人员须全程陪同所有活动。

3.5 相关要求

针对本项目所包含的住宿、交通、差旅补助等相关费用应作出预算，凭各类发票及报销凭证实报实销，其余策划、执行、设计费用按供应商报价结算。

4. 体彩公益金项目宣传

4.1 内容：邀请不低于5家省内知名媒体（10人以内）对省内5个优秀公益金项目进行实地探访并拍摄报道，各公益金项目可能在全省9个市州。

4.2 产出要求：

4.2.1 项目图文消息报道不低于10条。

4.2.2 项目专题报道（包含视频）不低于5条。

4.2.3 公益金项目专题片不低于3条（每条时长不低于3分钟）。（注：上述产出需要在邀请的所有媒体投放）

4.3 内容

4.3.1 供应商需提供策划方案，并对产出产品技术参数（清晰度、时长、数量等）进行说明，产品清晰度不得低于1920×1080。

4.3.2 供应商需根据以上内容报出价格细项（税费、交通费、食宿费、物料制作费、视频制作费、刊播费等），不能报出单品价格的视为无效投标。

参照《中央和国家机关工作人员赴地方差旅住宿费标准明细表》标准，贵州省内住宿费用每人每日280—300元。

根据有关文件要求，公益金项目专题片应为Ⅱ类媒体播放片，拍摄制作费用不得高于15000元每分钟，超过3分钟的，按3分钟计算。

4.4 中标供应商职责：

4.4.1 负责此项目的统筹安排，保持24小时电话响应。

4.4.2 提供良好的服务保障，提供拍摄团队资历证明（专业证书、以往成果案例等）；产出内容未经采购人确认，不得对外宣传。

4.4.3 产品应带有体彩logo，应符合《中国体育彩票品牌视觉识别管理手册》相关要求。

5. 公益民生宣传片拍摄

要求：

5.1 根据采购人工作需要，拍摄公益民生主题宣传片1条。

5.2 拍摄取景处可能位于省内各地，需要拍摄人员实地拍摄；拍摄地处体彩公益宣传可能缺少或损坏，如遇相应情况，需要重新制作相应宣传后进行拍摄。

5.3 中标供应商须拟定脚本，脚本经采购人审核通过后方可进行拍摄；

5.4 宣传片时长控制在 3--7 分钟内；根据正片内容，需要剪辑一条 1 分钟竖版用于在短视频平台投放。

5.5 要求宣传片清晰度不得低于 1920×1080，包含片头、花字、落版及字幕，采购人对样片进行修改；修改完成经采购人确认后方可对外刊播。

5.6 宣传片投放：要求至少在两家省内媒体及一家央级媒体上进行投放，至少有一个媒体平台单条链接浏览量不低于十万次。

5.7 供应商需根据以上内容报出价格细项（税费、物料制作费、视频制作费、设备租赁费、刊播费等），不能报出单品价格的视为无效投标。

5.8 根据有关文件要求，公益金项目专题片应为Ⅱ类媒体播放片，拍摄制作费用不得高于 15000 元每分钟，超过 3 分钟的，按 3 分钟计算。

（6）以体彩中心重要活动及产品为主题策划活动

要求举办两场体彩游戏产品助力销售活动，包括但不限于网络直播、线下+线下互动、网络竞猜等形式的具体内容，邀请广大观众参与，按照年度体育彩票宣传主题，活动主题可能为“大乐透派奖”、“顶呱刮宣传”、“竞彩活动”等，具体以采购人要求为准，要求助力体育彩票销售并配套不低于 20 万元的实物奖品。要求每场需拍摄活动宣传片一条。