

采购需求

项目名称：2022 中国（海南）体育用品和装备进口博览会

项目编号：ZRZB-2022-016

采购预算：924 万元（A 包：703.55 万元 B 包：220.45 万元）

A 包：

一、项目背景

为助力海南自由贸易港和国际旅游消费中心建设，巩固 2021 首届中国（海南）体育用品和装备进口博览会的重要成果，我厅拟与中国体育用品业联合会于 2022 年 11 月 25 日-27 日在海南海口举办 2022 中国（海南）体育用品和装备进口博览会（以下简称“2022 体博会”）。

二、项目概况

（一）展会中文名称

2022 中国（海南）体育用品和装备进口博览会

（二）展会英文名称

2022 China (Hainan) Sporting Goods and Equipment Import Expo

（三）展会主题

开放合作、互惠发展

（四）展会日期

2022 年 11 月 25 日—27 日（周五、周六、周日）

（五）展会地点

海南国际会展中心

（六）展会规模

以国际疫情趋于平稳为前提，设定展会规模：

展区面积 37500 m²，邀请参展商不少于 300 家，其中国际进口品牌约占 60%，中外合资及国内品牌约占 40%。参展地区涵盖中国港澳台地区，覆盖欧洲、美洲、亚洲主要体育运动强国。参展商包括但不限于体育组织、赛事组织、世界体育品牌企业、体育中介企业、体育媒体推广企业、体育健身娱乐企业、体育管理运营企业、体育科研机构和体育科技公司等。参展领域涉及体育用品、体育教育培训、体育旅游、体育金融、体育健康、体育竞赛、体育科研等。预计专业买家人数超过 300 人，预计总参观人数超过 90000 人次。

三、项目内容及要求

（一）招展及展商服务管理

统筹管理

1. 统筹制定展商组织工作；
2. 展商组织统筹管理，审查、监督并汇总展商组织执行机构工作进展，对组展执行工作进行管理和负责。
3. 核心策展团队，策展、规划、执行全周期服务，预计服务 6 个月。核心团队不少于 20 人，团队核心成员具备五年以上大型展会办展经验，咨询内容包含：策展、选题、任务分解、执行标准制定、服务商遴选、运营咨询等。
4. 编制撰写“展览策划方案”、“展览组织方案”、“展览内容规划”，

编制“展览工作总结方案”。

5. 展商现场服务：展会现场服务包干费用，服务内容：展商报到，协调主场、布展应急协调处理，海外参展品牌代收货、展台搭建监理、展台验收。

6. 信息服务：包含邀展客户数据购买（1000条）、10万条数字营销发布费（短信）、2000条工作通讯费。

7. 买家组织及服务：海内外相关体育协会、高校、体育馆、体育产业负责人、体育企业家等（含买家组织及服务期间所涉及的通讯、为期30天服务工时）

（二）专业买家邀请

负责展会招商工作。参展商包括但不限于境内外体育组织、赛事组织、世界体育品牌企业、体育中介企业、体育媒体推广企业、体育健身娱乐企业、体育管理运营企业、体育科研机构 and 体育科技公司等。参展领域涉及体育用品、体育教育培训、体育旅游、体育金融、体育健康、体育竞赛、体育科研等。邀约服务参展企业及品牌不少于300个。

（三）主场运营管理服务

1、主场搭建：包含主场标展、地毯、接待区、洽谈区、媒体采访区、服务台、疫情防控站等主场配套搭建。

2、现场安全保障：包含安保人员及安检设备（含4个安检门、6个手持金属探测仪、2台安检X光机、搜排爆、20台对讲机）

3、防疫物资保障服务：疫情保障消毒服务、防疫物资保障、人体测温仪、消毒器械等。

4、主场运营保障服务

展会服务工作人员（不少于 80 人/天）、展馆保洁（不少于 15 人/天）、工作用房（嘉宾及工作人员住宿 4 晚，不少于 350 间）、工作用车（4-6 座不少于 18 辆）、工作用车（24 座不少于 9 辆）

（四）安全保障

1、展会安检门禁系统的实施、管理等工作，做好安检工作方案和安检突发事件处置预案。

2、展会期间公安、消防保障工作的组织、实施。提供《安全保卫工作方案》、《紧急情况疏散方案》等安全工作方案，提供《消防灭火和应急疏散预案》预案。

3、展馆场地内的交通疏导和停车管理等工作。

4、体博会展会期间咨询、投诉处理工作。

5、制定及组织实施《疫情防控保障方案》

四、商务要求

1. 服务期限：2022 年 11 月 25 日—27 日（周五、周六、周日）。

2. 成果交付地点：采购人指定的交付地点。

3. 付款方式：由采购人与成交人在合同中约定。

4. 报价：报价应为一切相关费用的包干价，不得高于采购预算金额，否则将被否决，实际费用超出报价部分由成交供应商通过市场运作解决。

B包：

一、项目背景

为助力海南自由贸易港和国际旅游消费中心建设，巩固 2021 首届中国（海南）体育用品和装备进口博览会的重要成果，我厅拟与中国体育用品业联合会于 2022 年 11 月 25 日-27 日在海南海口举办 2022 中国（海南）体育用品和装备进口博览会（以下简称“2022 体博会”）。

二、项目概况

（一）展会中文名称

2022 中国（海南）体育用品和装备进口博览会

（二）展会英文名称

2022 China (Hainan) Sporting Goods and Equipment Import Expo

（四）展会主题

开放合作、互惠发展

（四）展会日期

2022 年 11 月 25 日—27 日（周五、周六、周日）

（五）展会地点

海南国际会展中心

三、项目内容及要求

（一）海南推介宣传活动—“海南自贸港体育旅游招商推介会”

1. 会场租赁（不少于 500 m²会议室+小会议室 30 m²）
2. 推介会搭建：包括但不限于不小于 100 m²舞台+LED 屏、灯光及音响设备、签到处桁架+喷绘布、海南体育特色形象展示区、指引牌+

地贴等。

3. 推介会服务：包括但不限于整体设计（含效果图及主视觉、桌牌、形象展示区、宣传海报等舞台设计等）、主持人（普通话三级甲等或以上（主持人仅需根据组委会的流程稿进行主持控场）、现场司仪及邀请不少于 300 名嘉宾等。

（二）体育发展推广活动—“2022 中国体育消费及赋能发展论坛”

1. 会场租赁（不少于 500 m²会议室+小会议室 30 m²）

2. 论坛搭建：包括但不限于不小于 100 m²舞台+LED 屏、灯光及音响设备、签到处桁架+喷绘布、海南体育特色形象展示区、指引牌+地贴。

3. 论坛服务：包括但不限于整体设计（含效果图及主视觉、桌牌等舞台设计）、主持人（二级甲等或以上，主持人需拥有随机应变及撰稿能力，对演讲嘉宾进行深度总结）、现场司仪及邀请不少于 200 名嘉宾等

（三）配套赛事活动

1. 中国（海南）体博会羽毛球全国公开赛（拟）

包括赛事策划及设计（含赛事氛围设计、赛事赛制策划、赛事营销策划、赛事结案方案）、赛事运营及招募（含参赛证、参赛奖品、招募参赛者等）、赛事裁判及场地、比赛器材及赛事氛围布置等。

2. 中国（海南）体博会体育篮球全国公开赛（拟）

包括赛事策划及设计（含赛事氛围设计、赛事赛制策划、赛事营销策划、赛事结案方案）、赛事运营及招募（含参赛证、参赛奖品、招募参赛者等）、赛事裁判及场地、比赛器材及赛事氛围布置等。

（四）会展启动宣传活动—2022 中国（海南）体育用品和装备进口博览会开幕式

1. 开幕式搭建：包括但不限于不小于 140 m² 舞台+LED 屏、仪式各环节装置、灯光（含搭建服务、灯光光师 2 名、LED 染色灯、摇头灯、灯光设计等）、音响、椅子等。
2. 开幕式服务：整体设计（含效果图）、主持人（二级甲等或以上，主持人需拥有随机应变及撰稿能力，对主旨发言进行深度总结）、节目安排（至少有关于海南特色或体育节目至少 2 个）、现场司仪等。

（五）宣传内容策划及营销推广

1. 线下宣传

商圈及住宅电梯框架广告（投放周期不少于 2 周）、商圈户外大屏广告（不少于 2 块、投放周期不少于 2 周）、灯杆道旗（长滨路及前往会展中心的部分公路道旗广告不少于 200 套）、公交车广告（不少于 12 辆公交车身左右两侧+后侧，投放周期不少于 30 天）等。

2. 线上宣传

互联网平台信息流推广（抖音、小红书、微信朋友圈等互联网平台的信息流及直播总计曝光量不低于 850 万）、官方网站管理（优化中国（海南）体博会官方门户网站升级，含 UI 设计、服务器升级、运营管理）、国内媒体宣传（国内主流媒体宣传稿推送（不同角度内容不少于 20 篇稿件），包括但不限于新华网、人民网、中国新闻社、海南日报、海南在线、体育总会官网、新浪网体育、人民网体育、凤凰网体育、腾讯体育等）、海外媒体宣传（包括但不限于纽约时报网、

欧洲时报网、等同等量级海外媒体)等。

3. 宣传片制作(90-120秒中英文宣传片)及现场全程摄影摄像(包含室内外航拍,及总结视频制作,推介会+展馆+论坛+赛事现场图片总计不少于800张,视频不少于4条)。

4. 主场氛围营造

主场氛围营造宣传物料设计、打卡装置(立体字/留影合照区等不少于100平米、地贴等装置合计不少于10平米)、户外主题20米形象大门头不少于1个、户外道旗—彩旗、指引牌等。

5. 形象宣传物料

手提袋(不少于1000个)、工作衫(不少于200条)、证件(不少于2000张,含参展商、工作人员、组委会、媒体、专业观众、观众证件等)、宣传画册(不少于2000册、包含不少于10页内容策划及版面设计)

四、商务要求

1. 服务期限:2022年11月-12月(具体以合同签订为准)。

2. 成果交付地点:采购人指定的交付地点。

3. 付款方式:由采购人与成交人在合同中约定。

4. 报价:报价应为一切相关费用的包干价,不得高于采购预算金额,否则将被否决,实际费用超出报价部分由成交供应商通过市场运作解决。

