

云南省体育彩票管理中心 2026 年品牌宣传系列活动

服务采购项目

询价函

致：（潜在供应商的名称）

云南省体育彩票管理中心按照《云南省体育彩票管理中心采购管理办法》以及有关法律法规和规章的规定，现对“云南省体育彩票管理中心 2026 年品牌宣传系列活动服务采购项目”进行询价。贵单位若有意向，请按以下要求填报报价材料。

一、项目概况

（一）项目名称：云南省体育彩票管理中心 2026 年品牌宣传系列活动服务采购项目

（二）项目简介：立足健康中国、体育强国及全民健身国家战略，结合云南省各类资源特色，依托四大优质传播载体，开展中国体育彩票全域品牌宣传工作：云南群众体育氛围浓厚，传统大众赛事为体彩宣传提供场景支撑；独特山地地貌推动户外运动普及，专业公益救援队伍是传递公益责任的优质载体；新兴潮流轻运动快速普及，贴合新时代全民运动发展趋势；云南非遗与文旅资源丰富，城市流量场景密集，为“体育+文化+文旅”融合传播提供阵地。

中国体育彩票坚守“来之于民 用之于民”的发行宗旨，深耕多个核心领域，长期以公益金支撑云南相关事业发展。当前大众对体彩品牌认知单一，对其多元价值贡献认知不足，

亟须开展软性品牌宣传，展现体彩综合品牌价值。强化体彩作为体育事业、公益事业、文旅文化事业坚实后盾的核心定位，实现品牌价值传播与地方事业发展的双向赋能。

（三）预算金额：50万元

（四）采购范围及内容：

（一）群众性足球赛事宣传

本年度，在云南省范围内选择一场有知名度和影响力的赛事，作为中国体育彩票宣传公益形象和提升品牌知名度的平台，通过现场氛围营造以及线上多层次、多平台、多角度的宣传，将体彩品牌元素、公益理念深度融入赛事活动全流程，展示国家公益彩票的责任与担当，以及为社会公益事业和中国体育事业作出的重要贡献，提升体彩品牌的社会认知度，相关内容及标准如下：

体彩品牌宣传条件：足球赛事活动在云南省内举办，赛制赛程不少于 80 场，参与人数不少于 1000 人的群众性足球赛事活动；

项目分类	项目描述	项目数量	单价	合计	验收标准及方式
赛场物料展示	赛事活动名称和中国体育彩票 logo 出现在赛场主 KV、围栏喷绘、颁奖仪式背景等 4 类赛场物料	≥4 类			现场查验物料，确认赛事名称与中国体育彩票 logo 出现在 4 类物料显要位置，提供物料设计稿及现场照片
原创内容生产与发布	原创稿件中包含中国体育彩票品牌内容，每篇不少于 800 字	≥15 篇			原创稿件文字，确认中国体育彩票品牌出现在 15 篇 800 字以上原创稿件中，
	报纸媒体对赛事活动进行整版专版报道，报纸栏头设计包含中国体育彩票 logo，照片包含中国体育彩票 logo，文字稿件内容包含中国体育彩票内容，	≥10 个			提供报纸原版版面、稿件全文、报头设计稿，确认中国体育彩票 logo 出现在不少于 10 个整版专版报纸栏头上，触达人群≥50 万人次

	中国体育彩票 logo 出现在不少于 10 个整版专版报纸栏头上，触达人群≥100 万人次				
	在官方平台进行赛事活动报道，内容包含中国体育彩票公益宣传，其中央级不少于 3 家，省级不少于 5 家、市级不少于 5 家，报道次数不少于 50 次，触达人群≥100 万人次；	≥50 次			提供所有媒体报道链接、截图、发布记录，确认报道次数≥50 次，触达人群≥100 万人次，覆盖指定媒体清单及阅读人次体现
	在主流媒体平台视频号上对赛事活动进行短视频新闻报道，短视频界面上需有中国体育彩票 logo，触达人群不少于 40 万人次	≥20 条			提供所有短视频链接、播放量截图，确认视频数量≥20 条，界面含中国体育彩票 logo，总播放量≥40 万人次，后台播放数据
赛事直播宣传	开设活动图片直播专区，专区设计含赛事名称与中国体育彩票 logo，所有图片带中国体育彩票 logo 水印	≥1000 张			提供图片直播专区链接、专区设计稿、图片水印截图，图片数量不少于 1000 张，确认所有要素符合要求
	赛事开幕式及颁奖仪式网络直播，直播期间播放中国体育彩票品牌宣传短片	≥3 次			提供直播回放、宣传片播放记录截图，确认每场直播中国体育彩票宣传片播放≥3 次
现场主持宣传	赛事现场主持人口播环节，介绍中国体育彩票品牌理念、公益理念、游戏玩法等内容	≥2 场			提供赛事现场录音、主持稿，确认口播内容完整覆盖中国体育彩票相关宣传要点
报名 APP 界面开发	赛事活动指定报名界面内嵌赛事名称与中国体育彩票 logo	1 套 APP 界面			提供 APP 界面截图、上线版本确认，确认赛事名称与中国体育彩票 logo 在报名界面清晰展示
总计					

（二）匹克球赛事品牌宣传

本年度，在云南省范围内选择一项潮流群众体育赛事活动，活动为年轻人可广泛参与的项目，参与人数不少于 300 人次的潮流赛事活动，作为中国体育彩票宣传公益形象和品牌知名度平台，在潮流赛事短视频、图文集锦、战报报道中，全程融入体彩品牌元素与文字介绍，突出“体彩助力潮流全民健身”的核心宣传主题。相关内容及标准如下：

项目分类	项目描述	项目数量	单价	合计	验收标准及方式
赛场物料展示	赛事活动名称和中国体育彩票 logo 出现在赛场主 KV、围栏喷绘、颁奖仪式背景、场地指引牌等赛场物料	≥4 类			现场查验物料，确认赛事名称与中国体育彩票 logo 出现在 4 类物料显要位置，提供物料设计稿及现场照片
	赛场周边设置中国体育彩票“顶呱刮”即开彩票销售体验区并配备桌椅	≥20 m²			现场查验体验区面积及桌椅配置，提供体验区现场照片及布置确认单
	赛事期间推出中国体育彩票“每周之星”互动评选活动，通过微信小程序方式，由球队推选及大众投票选出当周最佳球员	4 周			提供微信小程序评选页面截图、每周投票数据及评选结果公示，确认 4 周评选活动完整执行
原创内容生产与发布	主流平面媒体官方公众号对活动进行报道，报道中须提及中国体育彩票公益公信形象	≥3 家			提供公众号链接及截图，确认不少于 3 家主流平面媒体官方公众号发布报道，且内容提及中国体育彩票公益公信形象，宣传触达人数不少于 100 万人次
	中国体育彩票品牌出现在原创赛事稿件中，每篇稿件不少于 800 字	≥5 篇			提供原创稿件全文，确认中国体育彩票品牌出现在 5 篇 800 字以上原创稿件中
	邀请多家省级媒体对赛事进行报道，突出体彩主题	≥6 家媒体、≥10 次报道			提供所有媒体报道链接、截图及发布记录，确认报道次数≥10 次，覆盖不少于 6 家指定媒体清单，内容突出体彩主题，宣传触达人数不少于 100 万人次
	在主流媒体平台视频号上发布活动短视频内容，每条短视频不少于 10 秒，短视频界面需有中国体育彩票 logo 及中国体育彩票统一尾版	≥8 条			提供所有短视频链接及播放量截图，确认视频数量≥8 条、每条时长≥10 秒，界面含中国体育彩票 logo 及统一尾版
赛事直播宣传	对赛事开幕式及颁奖仪式进行网络直播，直播期间播放中国体育彩票相关品牌宣传短片	直播≥3 小时、宣传片播放≥20 次			提供直播回放链接、宣传片播放记录截图，确认直播总时长≥3 小时，中国体育彩票品牌宣传短片播放≥20 次
图片直播专区建设	开设活动图片直播专区，专区设计含赛事名称与中国体育彩票 logo，所有图片均带有中国体育彩票 logo 水印	≥50 张			提供图片直播专区链接、专区设计稿及图片水印截图，确认所有图片带中国体育彩票 logo 水印，图片数量≥50 张
现场主持宣传	赛事现场主持人口播环节，介绍中国体育彩票品牌理念、公益理念等内容	≥20 次			提供赛事现场录音、录像回放，确认口播次数≥20 次，内容完整覆盖中国体育彩票品牌理念

项目分类	项目描述	项目数量	单价	合计	验收标准及方式
					及公益理念宣传要点
报名小程序界面开发	赛事活动指定报名微信小程序界面内嵌赛事名称与中国体育彩票 logo	1 套 小程序界面			提供微信小程序报名界面截图及上线版本确认，确认赛事名称与中国体育彩票 logo 在报名界面清晰展示
公益与品牌传播	赛事结束后制作赛事精彩集锦视频及公益宣传短片，中国体育彩票官方享有赛事活动所有原创内容及素材，可进行二创和宣推	集锦视频 + 公益短片各 1 条、全部原始素材			提供精彩集锦视频、公益宣传短片成品及全部原始素材文件（含照片、视频、设计源文件），确认素材完整可用于二次创作和宣传推广
总计					

（三）非遗传承文化活动宣传

中国体育彩票与非遗文化活动的深度结合，是公益属性与文化传承的双向赋能。体彩以公益属性为非遗活化传承提供落地场景与传播支持，让非遗文化走进生活、走近大众，打破非遗传播的圈层壁垒。

选择在昆明市区内开展的非遗文化展示活动，面积不少于 400 平方米，参与人流量日均不少于 60000 人次，非遗活动开展不少于 15 天，借助非遗文化展示，实现公益理念与非遗文化的双重触达，既助力非遗活态传承，也让体彩的公益价值更具象、更有温度，实现社会效益与品牌价值的互相融合。

	项目分类	项目描述	项目数量	单价	合计
非遗文化展演	邀请非遗文化传承团队参与现场活动不少于 1 场，驻场时间不少于 30 分钟	1			1.活动执行前提交传承团队介绍、资质证明、驻场流程方案，经甲方审核确认后方可执行 2.提供活动现场视频记录+多角度实拍图，核查驻场时长达标、活动流程完整，同步确认体彩品牌场景露出规范 3.留存活动执行确认单备查

	针对非遗文化传承人进行采访，采访内容中包含#中国体育彩票品牌话题及中国体育彩票形象			1.采访提纲、体彩品牌话题话术提前提交甲方审核，确保品牌表述符合官方规范、公益定位准确 2.交付采访完整原始音视频素材，核查品牌话题完整植入、表述无错漏 3.采访内容发布后，同步提供云南广播电视台等官方渠道的发布链接与发布截图 【采访区背景板】 1.设计稿（含体彩 LOGO、品牌口号落位）提前提交甲方审核，符合体彩官方视觉规范后方可制作； 2.现场多角度实拍图核查，背景板尺寸与约定一致（约 5 m²），体彩 LOGO 处于视觉核心位置，尺寸不小于背景板总面积的 1/10，标识清晰无破损； 3.现场核查物料制作质量与安装平整度。 【官方媒体采访（云南广播电视台）】 1.采访提纲、体彩品牌植入话题话术提前报审，确保品牌表述准确、公益定位合规； 2.提供采访内容播出/发布的官方链接与发布截图。
	互动区快闪展位包含体育彩票品牌内容不少于 3 项			1.展位整体设计稿、体彩品牌元素落位方案提前报审甲方，确认符合体彩官方视觉规范后方可制作搭建 2.现场多角度实拍图核查，品牌内容项数达标，LOGO 处于展位视觉醒目位置，清晰无破损 3.现场核查展位搭建质量与品牌呈现规范度 【快闪展位】 1.展位整体设计方案（含体彩品牌露出位置）提前经甲方审核确认； 2.现场实拍图核查，体彩品牌元素置于展位醒目位置，呈现规范、物料完整无破损； 3.现场核查展位搭建质量与展示效果。

	非遗文化主题活动现场物料包含中国体育彩票品牌内容，不少于 5 类物料。			1.所有物料设计样稿须经甲方审核通过后方可制作 2.现场实拍图核查，物料种类不少于 5 类，体彩品牌标识印制清晰、位置醒目 3.留存物料实物样张或现场清点记录，权益落地可追溯核查 【视频宣传】 1.轮播视频脚本、成片提前提交甲方审核，视频中规范植入体彩品牌标识与合作信息，表述符合官方要求； 2.交付轮播视频原文件，留存播放数据台账备查。
	活动现场美陈展示包含中国体育彩票 logo、吉祥物形象，不少于 6 类			1.全位置设计方案、品牌元素应用规范提前报审甲方，确保体彩视觉元素统一，LOGO、吉祥物尺寸比例符合体彩视觉规范
	非遗文化主题联合中国体育彩票活动新闻通稿不少于 3 篇，文中须包含中国体育彩票品牌形象及内容（内容可为活动预热、实时报道），300 字/篇			1.通稿文案、配套图片提前提交甲方审核，正文明确体现体彩品牌身份，传递公益理念 2.每篇提供发布链接与发布截图，核查单篇字数不少于 300 字，品牌内容表述准确完整 3.形成发布台账，统计发布渠道与阅读量数据备查 【新闻通稿（≥3 篇，≥300 字/篇）】 1.通稿文案、配图提前报审，正文明确体现体彩品牌合作身份，传递公益理念； 2.每篇提供发布链接与发布截图，核查发布平台为云南广播电视台、云南网、云视新闻七彩云等同级别省级及以上媒体，单篇字数达标； 3.形成发布台账，汇总发布平台、阅读量等数据。
	非遗文化主题联合中国体育彩票活动新闻提供可对外宣发短视频不少于 3 条，30 秒/条			1.视频脚本、成片提前经甲方预审，视频设置体彩 LOGO 压屏，品牌信息表述符合规范 2.交付高清成片文件，核查每条时长不少于 30 秒，品牌元素清晰、露出时长占比合理 3.提供发布链接与播放数据截图，满足官方二次传播需求 【宣传短视频（≥3 条，≥30s/条）】 1.视频脚本、成片提前预审，视频设置体彩 LOGO 压屏，内容提及体彩品牌合作信息； 2.提供发布链接与后台数据截图，核查发布平台为官方媒体视频号/抖音号，每条时长

					达标，品牌标识清晰、表述准确； 3.交付高清成片原文件。
平台发布	非遗文化主题联合中国体育彩票活动新闻通稿不少于3篇，须包含不少于3家省级媒体平台公众号				1.通稿内容、拟发布平台清单提前报审甲方确认 2.提供全部平台发布链接与后台发布截图，核查发布平台为云南广播电视台、云南网、云视新闻七彩云等同级别省级官方媒体，数量达标，正文体彩品牌内容完整 3.交付每篇推文阅读量数据截图，形成完整发布验收台账
	非遗文化主题联合中国体育彩票活动新闻视频不少于3条，视频须添加中国体育彩票 logo，须包含不少于3家省级媒体平台视频号/抖音号				1.视频成片、拟投放平台清单提前提交甲方审核，确认体彩 LOGO 植入位置、时长符合规范 2.提供各平台发布链接与发布截图，核查平台级别、数量达标，视频中品牌标识清晰可识别 3.交付每条视频播放量数据截图，留存发布记录备查
	现场照片直播，照片直播均带中国体育彩票 logo，不少于X张				1.照片直播水印样式、LOGO 尺寸提前提交甲方审核，符合体彩视觉规范 2.提供照片直播链接与后台导出原图，核查照片数量达标，每张照片均带有规范的体彩 LOGO 水印 3.核查照片内容覆盖活动全流程，品牌露出场景占比合理，满足二次传播需求 【活动纪实照片】 1.交付不少于200张高清活动原图，按场景分类归档； 2.照片须包含足量体彩品牌露出场景（背景板、展位、物料等），画面清晰可用于官方二次传播； 3.提供照片原文件交付清单。
合计					

（四）户外救援宣传

中国体育彩票通过应急救援体系平台，在全民应急科普与专业救援培训中融入体彩品牌理念，选择一支云南省内的户外救援团体，在救援演练、集训、培训等活动中融入中国体育彩票品牌内容。让体彩的公益价值更具象可感，既强化

了品牌公信力，也让公益理念伴随出行场景深度触达大众，
实现守护民生安全，传递公益正能量。

	项目分类	项目描述	项目数量	单价	合计	验收标准及方式
	现场宣传展架物料露出	演训比武活动现场、各场次公益培训现场布设体彩公益主题易拉宝展架，内容包含体彩公益理念、项目资助说明，统一使用官方视觉规范	演训活动现场 8 个；公益培训现场 8 个，合计 16 个			1.展架设计稿经甲方预审 2.现场实拍图核查，展架摆放于入口、签到处等醒目位置，标识清晰无破损
	活动现场横幅露出	秋季常态化集训、公益培训、演训比武活动现场悬挂体彩公益宣传横幅，标注体彩 LOGO 与“中国体育彩票公益金资助”字样	常态化集训 6 条、公益培训 4 条、演训比武活动 2 条，合计 12 条			1.横幅文案、字体符合体彩视觉规范 2.现场悬挂实拍图核查，悬挂位置醒目、内容完整清晰
	人员制式服装露出	所有参与集训、演训、公益培训的队员、讲师、现场工作人员，全程统一穿戴印有中国体育彩票 LOGO 臂章的制式队服，实现活动全场景动态品牌露出	覆盖 80 名参与人员，配套 80 套队服臂章；全周期所有线下活动全程穿戴，合计 80 套			1.臂章样式经甲方审核确认； 2.活动现场影像、图片资料核查，全员规范穿戴，臂章位置统一、标识清晰可识别
	救援训练装备标识露出	体彩公益金资助采购的绳索、担架、急救包、通信设备等核心救援训练装备，统一粘贴“中国体育彩票”专属标识，活动现场全程展示	核心装备标识贴，全活动周期使用，合计 50 套			1.标识样式经甲方确认； 2.装备实拍图核查，标识粘贴于装备醒目位置，可追溯、可盘点核查
	公益培训配套物料露出	山地安全公益培训发放的科普手册、安全折页（或其他等效活动物料），在封面及内页固定位	4 场活动，每场发放 200 份，合计 800 份			1.物料设计样稿经甲方审核通过； 2.现场发放实拍图、发放签到

		置 植 入 体 彩 LOGO，随培训同 步发放至受众				台账核查，物料 发放可追溯
	活 动 工 作 证 件 露 出	演训比武、公益培 训的所有工作人 员、裁判、参训人 员证件，统一印制 体彩 LOGO 标识， 活动全程佩戴	演训活动证件 50 张，培训 50 张，合计 100 张			1. 证 件 设 计 样 稿经甲方审核； 2. 现 场 实 拍 图 核查，人员规范 佩戴，标识清晰
	现 场 主 持 / 宣 讲 口 播 露 出	在全省综合演训比 武开闭幕式、各场 次山地安全公益培 训开场、秋季常态 化集训开场环节， 由现场主持人或宣 讲讲师进行标准化 口播，明确播报 “本次活动由中国 体育彩票公益金资 助”，传递“公益体 彩 乐善人生”品 牌理念；口播统一 话术提前报审	演训比武开闭 幕式；公益培 训开场；常态 化集训开场			1. 口播统一话 术须经甲方审 核确认后方可 执行； 2. 提供每场活 动口播环节的 现场视频 / 音 频记录，核查口 播内容完整、表 述准确； 3. 现场随机抽 查执行情况，确 保场次无遗漏、 表述无错漏
	垂 类 官 方 公 众 号 图 文 推 文	垂类官方公众号发 布活动专题推文， 正文首段明确标注 “本次活动由中国 体育彩票公益金资 助”，文中植入带体 彩品牌露出的活动 图片，文末标注体 彩品牌公益信息	演训比武专题 推文 1 篇、公 益培训推文 1 篇、集训纪实 推文 1 篇，合 计 3 篇			1. 推文文案、配 图提前经甲方 预审； 2. 提供发布链 接与阅读量后 台截图，品牌露 出位置、内容符 合规范要求
	主 流 媒 体 新 闻 通 稿	针对全省综合演训 比武核心活动，撰 写体彩公益主题新 闻通稿（含新闻图 片），投放至云南本 地主流官方媒体平 台，突出体彩公益 金赋能应急救援的 公益价值	3 篇（每篇投 放至不少于 1 家央级媒体、2 家省级媒体）			1. 通稿文案经 甲方审核确认； 2. 提供媒体发 布链接与发布 截图，稿件正文 明确体现体彩 公益资助身份

	高 清 活 动 纪 实 图 片	每场活动拍摄高清纪实原图，重点拍摄体彩背景板、队服臂章、物料露出等品牌场景，按活动分类归档交付甲方，可用于体彩官方渠道二次传播	演训比武精选高清图 50 张；公益培训 80 张；集训各 50 张；总计 180 张			1. 交付原图文件； 2. 图片须包含清晰可识别的体彩品牌元素，品牌露出占比合理（图片水印）
	官 方 短 视 频 平 台 发 布	围绕演训比武、公益培训、常态化集训场景，制作品牌主题短视频，发布至垂类自媒体官方视频号、抖音号；视频开头/结尾设置体彩 LOGO 压屏，视频字幕/口播/内容提及“中国体育彩票公益金支持”	演训主题短视频 1 条、公益培训短视频 1 条、集训纪实短视频 1 条，合计 3 条			1. 视频脚本、成片提前经甲方预审； 2. 提供发布链接与播放量数据截图，品牌标识清晰、口播/字幕信息准确
	实 际 救 援 场 景 原 始 视 频 素 材 交 付	交付实际救援场景的原始视频素材，须包含足量体彩品牌露出镜头，供甲方官方渠道二次剪辑、宣传使用	累计素材时长不少于 30 分钟			1. 如有救援行动须交付实际救援原始视频文件，画面清晰稳定； 2. 素材中品牌露出镜头占比不低于 30%，满足二次创作需求
合 计						

（以上表格详见附件：云南省体育彩票管理中心 2026 年品牌宣传系列活动服务采购项目采购范围、内容及标准）

（五）项目地点：甲方指定的云南省内地点。

（六）交货期/服务期限/项目完成时间：合同签订之日起在 2026 年 11 月 30 日前完成全部宣传组织、执行、总结及资料验收工作。

（七）其他要求：

1. 按照采购需求公开采购，100%符合采购要求；
2. 足球赛事宣传触达人次： ≥ 100 万人次；
3. 潮流运动宣传触达人次： ≥ 100 万人次；
4. 户外救援科普培训人次： ≥ 200 人次；
5. 非遗文化活动宣传触达人次： ≥ 200 万人次；
6. 拍摄活动相关视频： ≥ 22 条（包含但不限于群众体育活动、科学运动科普、赛事活动展示、非遗文化传承等内容）；
7. 活动整体满意度达到 $\geq 90\%$ ；
8. 活动安全事故、负面舆情事故率=0，活动期间未发生任何安全及负面舆情事件；

二、供应商资格要求

（一）合法经营资格：具有独立承担民事责任能力的法人，其他组织或自然人，拥有合法有效的营业执照。

（二）供应商有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。参加相关采购或合作三年内，在经营活动中没有重大违法记录。

（三）供应商未被“信用中国”网站列入失信被执行人、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。

三、报价要求

（一）供应商需根据本项目采购内容结合自身实际进行完整报价，需结合自身优势，在预算内对本函要求的基础服

务内容进行补充和优化（包括但不限于提升物料品类和品质、拓展宣传渠道、增加赛事亮点、优化后勤保障等），明确服务流程、实施计划、人员配置、安全保障等细节，确保方案具备可操作性。

（二）报价须包含完成本项目所需的一切费用，少报、漏报、错报均视为已包含在其报价中。

（三）需对所有服务项目进行逐项、分层级细化报价，明确单价、数量、单位、合价、总价、参数，详细列明费用构成（如宣传费、采写费、发布费、拍摄费等），报价需真实、合理、性价比高、贴合市场行情。

（四）根据附件一的格式要求提供：报价函、法定代表人身份证明书、法定代表人授权委托书、单位基本情况（包括但不限于：单位营业执照、资质证书、开户许可证等）、报价明细表、技术/服务响应情况、实施方案等并在相应位置加盖单位公章和法人签字或签章，在递交截止时间前，将密封好的报价文件送至指定地点。

四、报价文件的递交

报价文件递交截止时间为 2026 年 8 月 19 日 17:00 时；
报价文件递交的地点：云南省体育彩票管理中心 宣传部（云南省昆明市西山区希望路 45 号），逾期送达的或不符合规定的报价文件将被拒绝。

五、联系方式

采购需求部门：宣传部

联系人：章老师

电 话：0871 -64622528

邮 箱：56404351@qq.com

邀请单位：云南省体育彩票管理中心

2026年8月17日

