

贵州省黔东南州国际长跑 比赛承办服务项目

黔东南州文体广电局

一、项目基本情况

贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛是结合黔东南州绮丽的山水风光、浓郁的民族文化、独特的苗侗地域风情而精心策划的一项路跑活动，分“三天三地三赛段”在凯里、雷山、镇远进行，因其超长赛时、超长距离、超极限的设计而在国内外路跑赛事中享有一定的知名度。该赛事于 2011 年开始组织举办，2012 年被中国田径协会授予了“国际路跑银牌赛事”荣誉称号，2013~2016 年连续 4 年跻身“中国马拉松金牌赛事”系列。由于以政府投资、政府主导型为主的办赛模式，一定程度上浪费了财力、物力和人力，不利于赛事的长远发展，2015 年，黔东南州对贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛采取政府购买服务方式进行。

二、项目实施过程

（一）明确购买主体

经黔东南州人民政府同意，将“贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛”通过政府购买服务方式进行运营推广后，结合往年赛事举办工作经验及部门工作职责，确定由黔东南州文体广电局作为购买主体，专门负责赛事购买和审核评估工作。

（二）确定购买内容

根据相关文件精神和工作开展需要，确定政府购买服务的内容为“2015~2017 年贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛”的竞赛组织、宣传推广、市场

开发、后勤保障等方面，政府只负责安全保障、后备医疗服务、周边环境整治等环节。同时，对承接主体的权利与义务提出了明确要求，例如，“承接主体作为环雷公山挑战赛独家运营推广单位，可利用赛事进行市场开发，逐步实现赛事市场化，并获取赛事营运收入”，但同时同时对参赛运动员总人数、外籍运动员人数、奖金金额以及赛事宣传、媒体广播等关键因素进行考核。

（三）合理确定购买预算金额

因往年举办超 100 公里跑赛事，除州级财政每年预算安排 300 万元外，省、州两级体育局以及凯里、雷山、镇远三个承办县市还需投入资金约 800 万元，每年共计约 1100 万元。为减轻各级财政负担，达到节约财政资金和促进赛事持续开展的目标，通过大量市场调研和政府相关机构评审，最终确定采购“2015 ~ 2017 年贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛”的预算金额为 760 万元，分 3 年逐步支付 300 万元、260 万元和 200 万元来付清。

（四）选择承接主体

在明确购买主体、购买内容和购买预算金额后，最终通过政府采购程序确定北京欧迅体育文化股份有限公司作为“2015 ~ 2017 年贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛”赛事承办工作的承接主体，负责赛事的运营推广，中标金额为 755 万元，分 3 年逐步付清，其中，2015 年支付 300 万元，2016 年支付 260 万元，2017 年支付 195 万元。这比预算金额少了 5 万元。

（五）签订采购合同

确定承接主体后，按照购买内容要求，由黔东南州文体广电局草拟了政府采购合同，同时为确保合同全面、合法，将草拟的合同报送州人民政府以及州法制办进行了审查。在审查通过后，与北京欧迅体育文化股份有限公司正式签约。同时，为确保赛事达到预期效果，合同规定北京欧迅体育文化股份有限公司需缴纳 75 万元履约保证金，在合同履行后，若无违约行为，方全额退还。

（六）评估评价

2015 年、2016 年赛事结束后，由黔东南州文体广电局组织对北京欧迅体育文化股份有限公司承担的每项工作，按照合同要求进行了细致的评估评价。经评估，各个项目均达到了合同规定的要求，部分项目还超标准完成，比如在赛事宣传方面，由于宣传的力度直接影响市场开发的成果，为了获得更大的市场开发回

报，企业在赛事宣传方面做了大量工作和投入，无论是宣传媒体的数量还是宣传的范围，都超出了合同的规定，达到了预期效果。

三、项目成效和亮点

（一）减轻了财政负担

往年举办超 100 公里跑活动，都是靠政府投资的方式进行，花费了大量资金。仅 2013 年，州、县两级财政及省体育局就投入了 1100 万元，用于开展赛事活动。采取政府购买服务方式运作后，2015 ~ 2017 年，仅由州级财政投入 755 万元，各相关县市仅负责安全保障、后备医疗服务及周边环境整治等相关工作，减轻了各级财政负担，节约了财政资金，同时赛事效果也远超以往。

（二）减少了人力物力

往年举办赛事时，每年从州直、各县市有关部门中抽调 1000 余人、近 100 辆车协助赛事工作，且还需投入大量的物力保障才能完成。2015 年由北京欧迅体育文化股份有限公司进行承办后，因公司有一套人员专门组织整个赛事活动，各县只负责安保、医务及部分后勤工作，其余人员都是公司自行聘请、解决。而且，车辆派遣、物资供给等物力保障工作也全部由公司负责，减少了政府部门大量人力、物力的投入。

（三）扩大了宣传效应

往年举办超 100 公里跑活动，其宣传模式大都以政府召开新闻发布会为主，从 2015 年起，采取政府购买服务方式进行市场运作后，北京欧迅体育文化股份有限公司利用自身资源优势，加强对内宣传、对外宣传、特色活动宣传和社会宣传、广告宣传，使赛事关注度、知名度和美誉度得到了明显提高。以参赛运动员为例，如表 1 所示，2011 年共有 157 名运动员参加；2012 年有 18 个国家和地区 219 名运动员参加；2013 年有 21 个国家和地区 303 名运动员参加；2014 年，有 25 个国家和地区的 334 名运动员前来参赛；2015 年，有 27 个国家和地区的 507 名运动员参加比赛；而 2016 年，前来参赛的运动员达到了 1083 名。赛事期间，还争取到 20 家企业参与赛事赞助，同比增长了 50%。

表 1 贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛历年数据对比表

年份	财政投入资金（万元）	参赛国家和地区数（个）	运动员数（个）
2013	1100	21	303
2014	1100	25	334
2015	300	27	507
2016	260	18	1083

赛后，中央电视台、贵州电视台、《贵州日报》、《新世纪体育报》以及新华网、新浪网、腾讯网、凤凰网等近 100 家新闻媒体单位进行了专题报道，进一步提高了黔东南的对外宣传力度。

（四）找准体育产业发展切入点

体育产业是体育及相关产业的总称，以体育健身休闲、体育竞赛表演和体育用品制造与销售为主营业务。黔东南州具有得天独厚的山水资源以及民族文化资源优势，是开展山地户外运动、体育健身运动、体育竞赛表演的理想场所，贵州环雷公山超 100 公里跑国际挑战赛实行“政府购买、市场运作”推广运营的成功模式启示我们，黔东南的文化体育产业可以依托良好的民族文化资源和户外运动资源来挖掘、开展，并通过市场运作模式组织举办民族节庆、体育赛事等活动，不断做强做大文化体育产业。

（五）深化体育管理体制改革，推进管办分离

党中央《关于深化行政管理体制改革的意见》指出，要按照政事分开、事企分开和管办分离的原则，推进行政、事业单位分类改革。管办分离是体育管理体制改革的重要方向，超百赛事市场化运作，改变了以往政府管理、政府办赛模式，实现了管办分离，有效防止了腐败现象的发生。

四、问题与建议

（一）承接主体少、弱、小

由于当地承接政府购买服务的机构和社会组织少、规模小、力量薄弱，不能很好地承接政府转移的部分公共职能。如，在确定承接主体时，最先拟通过公共资源交易中心采取公开招投标方式确定承接主体，由于参与竞争单位数量不足，

导致2次流标，调整为竞争性谈判方式，也因只有1家单位报名参与而流标，最后采用单一来源采购方式确定承接主体——北京欧迅体育文化股份有限公司，还是经济发达地区的机构。建议下一步要加强社会组织承接政府购买服务培训和示范平台建设，更好地支持社会组织培育发展。

（二）没有建立健全由购买主体、服务对象及第三方共同参与的绩效评价机制

目前的绩效评价主要由购买主体根据合同进行，没有规范有序地建立起各关联方参与的绩效评价机制，绩效评价的考核因素不全面。下一步应积极推进第三方评价，充分发挥专业机构在绩效评价中的作用，并将绩效评价结果与合同资金支付挂钩。