**附件2：**

**中国马拉松年会的组织标准**

* + - 1. **方案与决策**

年会的所有方案均应由承办单位制定并提交马委秘书处审核确认后方可实施。

* + - 1. **年会总体策划**
  1. 年会主题及内容设计均需紧密服务于推动马拉松在中国更好发展的目的，结合马拉松及相关运动在中国发展的现状，策划、提供符合会员需求、符合行业发展需求的年会内容。
  2. 环节设置中马委发布年度马拉松报告、公布行业规范调整内容、未来规划等应预留2小时，由马委负责其中的发言人员以及发布内容。
  3. 承办单位应预留1小时（主会场或分会场）用于马委战略合作伙伴的发布活动。
  4. 其他环节均可由承办单位进行设计，其中应至少包含4个不同赛事或机构代表的经验交流，并应包含1位以上国际嘉宾讲演，鼓励创新会员之间的互动交流形式。
  5. 年会标识设计及视觉识别系统应与中国马拉松标识和谐统一。
  6. 会议接待标准应符合国家政策。
     + 1. **与会人员**
  7. 年会参会人员包括田协代表约20人，马委特邀委员、赛事会员代表、机构及俱乐部会员代表、特邀嘉宾等约250－300人。
  8. 除马委会员外，承办单位可邀请主要媒体、承办地政府主要领导出席。数量及名单需与马委确认。
  9. 在场地许可情况下，可向非会员开放旁听会议或参加年会其他活动。
     + 1. **与会人员服务**
  10. 根据会议成本核算，承办单位可适度收取会议以及相关活动的报名费用，但应确保：

报名费:

马委会员每家可有1名代表免收报名费

中国田协共同主办赛事可有2名代表免收报名费

马委会员增报人员（最多1人）不高于1500元

如场地允许，非马委会员赛事可报名参会，每个赛事不多于1人，报名费不高于2500元

报名费中应涵盖会议过程中的茶歇、会议资料、招待酒会等

田协代表（20人以内）及特邀嘉宾（含1-2名外国嘉宾）、特邀媒体（20人以内）不得收取报名费用，且住宿、餐饮费用、往返机票或火车票、本地主要机场/火车站至会场抵离交通全部由承办单位负责。

* 1. 承办单位应与马委信息技术合作伙伴共同确定在中国马拉松信息平台使用的年会报名系统设计，并负责会议通知撰写、代表报名、信息确认。
  2. 承办方应负责国际特邀演讲嘉宾的邀请和外事手续、机票预订。
  3. 承办单位应提前一周通过短信、邮件提示参会代表会议时间、地点、气候信息，以及抵达会场的交通安排。
  4. 会议前一天应在机场、车站等主要交通地点安排与会代表的接站以及代表抵达会议现场的交通
  5. 承办单位应提前与会场所在酒店或临近酒店洽谈总部酒店及会员酒店，为与会代表提供优惠价格，并告知与会代表预定方式。
  6. 马委将为与会代表集中制作嘉宾、代表证件，承办单位应按要求提交所有人员信息，并安排工作人员对入场人员严格查验证件。
  7. 承办单位应从年会开始前一天到结束后一天在总部酒店提供与会人员接待处，负责接待、分发会议资料、证件、答疑等。
  8. 承办单位应在会议资料中提供详细的议程安排，说明各项活动的时间、地点以及参与群体。
  9. 承办单位应在会议结束当天及结束后一天至少各安排1次到机场及1次火车站的大巴，方便与会代表离会。
  10. 会议结束后2周内，承办单位应将会议内容制作成光盘发送给所有与会人员，或者与马委信息技术合作伙伴向与会人员提供通过马拉松信息平台凭密码下载的方式。同时将会议文件印刷成册寄达与会人员。
      + 1. **年会会场布置**
  11. 年会主会场应至少可容纳250人。
  12. 年会会场背景板、主要路牌均应展示中国田协、中国马拉松以及马委战略合作伙伴标志。
  13. 听众区排序为演讲嘉宾、马委特邀委员、赛事会员、机构会员、俱乐部会员。
  14. 听众席应放置名牌，标注姓名及代表单位，同时提供水、笔、笔记用纸。
  15. 会场后部或侧面至少提供矿泉水取用。
  16. 如有分会场，则主、分会场均应有明显布置说明进行的活动议题。
  17. 必须用清晰的路标引导与会人员抵达会场。
      + 1. **中国马拉松年度宣传片**
  18. 承办单位负责收集各赛事会员的素材。
  19. 负责创意、构思和制作中国马拉松年度宣传片并在会议现场播放。
  20. 宣传片长度应在10分钟以内。
      + 1. **年会转播、摄影摄像和文字记录**
  21. 年会应通过马委互联网视频合作伙伴提供独家直播。
  22. 承办单位负责与马委互联网视频合作伙伴协调直播需配合事项。
  23. 承办单位应安排摄影、摄像、速记人员对会议主要内容进行记录。

* + - 1. **年会宣传推广**
  1. 年会举办一周前至少应发布一篇新闻稿对年会进行预热。
  2. 年会主会场会议内容结束应立即发布活动综述新闻稿。
  3. 鼓励积极通过新媒体、各种创新形式对年会进行主动积极传播，推广中国马拉松的积极形象。
  4. 承办单位负责稿件撰写，并获得马委确认。
  5. 承办单位会后负责制作媒体剪报。
     + 1. **年会商业合作及媒体合作**
  6. 年会宣传曝光是马委战略合作伙伴的重要赞助权益，年会所有宣传资料、会场布置中均应体现马委战略合作伙伴标识。
  7. 年会活动设置中应优先给予马委战略合作伙伴安排推广活动的机会。
  8. 年会如进行赞助开发，应遵循以下原则：
     + 冠名赞助商不得与马委合作伙伴品类冲突，合同期为1年。
     + 年会只可开发与马委战略合作伙伴无冲突的产品类别，其中包括地产、酒店、饮料、服装等，所有类别均应提前与马委确认
     + 年会赞助机会应优先通知马委会员单位。
     + 年会赞助商标识只能出现在马委战略合作伙伴之后，并应明确其仅为年会赞助商，其曝光应体现于马委战略合作伙伴之间的层级差异。
     + 年会如进行年会分项活动赞助，应优先确认马委战略合作伙伴的赞助意向，如合作伙伴无赞助意向，方可向其他企业售卖。
  9. 年会如进行媒体合作，应遵循以下原则：
     + 媒体合作伙伴标识只能出现在年会赞助商标识之后，并应明确其仅为年会媒体合作伙伴，其曝光不得优于年会赞助商。
     + 年会的视频直播权利不得授予任何互联网媒体，仅可由马委的互联网视频服务合作伙伴提供。
     + 年会媒体合作不得授予独家合作，例如独家门户网站合作、独家平面媒体合作等，而应对所有媒体开放。
  10. 年会如有需赞助的分项活动，例如早餐会等，应首先与马委战略合作伙伴确认赞助意向。
  11. 承办单位可在会议资料、现场布置等中标明自身的承办单位身份，联合承办的企业在会议现场布置中，最多可出现两家企业的标志，但在会议文字资料中可出现全部企业名称。
  12. 年会的收入（含报名费收入、赞助收入、媒体合作收入等）扣除举办成本后如有结余，应向马委缴纳结余的50%用于马委未来的工作经费。