苏体产〔2023〕2号

关于开展2023年苏州市体育服务综合体

申报评审工作的通知

各市、区文体广电和旅游局（文化体育和旅游局、教育体育和文化旅游委员会），苏州工业园区宣传和统战部（文体旅游局），苏州高新区文化体育和旅游局，各旅游度假区：

根据《省体育局关于加快体育服务综合体建设的指导意见》（苏体经〔2017〕6号）文件精神，决定开展2023年苏州市体育服务综合体申报评审工作，现就有关事项通知如下：

**一、申报评审类型**

本次申报评审的体育服务综合体分为体育中心型、全民健身中心型、商业中心内嵌型、特色型等四种类型。

**二、申报评审程序**

1．申报单位根据自身实际情况确定申报综合体类型并填写相应申报材料（文字报告提纲详见附件1，表格详见附件2、附件3），于2023年2月24日前按照属地原则向本地体育主管部门提交申请报告书及相关证明材料。

2．各市、区体育部门请于2023年3月3日前将申报材料及电子版汇总后报送至苏州市体育局体育产业处。

3．苏州市体育局将根据各市、区上报的申报材料进行形式审查，组织专家评审，根据需要进行实地考察。

**三、申报评审条件**

1．申报单位需是具有独立法人资格的体育服务综合体业主单位或运营单位，且近3年没有严重或较严重失信行为。

2．申报单位必须在江苏省体育产业统计名录库范围。申报单位可登录省体育局网站首页“江苏省体育产业统计直报系统http://61.155.3.84:19980/ep/login?sys=jsty”进行查询并填报相关数据（用户名为企业的统一社会信用码，初始密码Abc@202101），未入库企业可通过市、县（市、区）体育局进行增补。

3．综合体应全部或者一期建设完成并且投入运营使用。仅在规划设计或建设过程中尚未投入使用的不得申报。

4．综合体业态内容必须具备综合性，除体育赛事和训练等服务功能外，须包括体育培训、全民健身、体育运动相关的休闲娱乐等配套功能中的一类或多类功能。单一功能的体育中心不得申报。

5．综合体必须有企业化运作的市场主体，并且以面向全民体育消费市场为主。单纯服务于比赛训练任务的不得申报。

6. 已入选历年苏州市体育服务综合体的项目毋须重复申报。

**四、申报评审材料**

申报单位应提交以下材料：

1．体育服务综合体申报报告一份（500字左右文字简介，5张以上高清3M以上图片）；

2．《苏州市体育服务综合体建设基本情况表》一份（加盖公章）；

3．《\*\*\*型体育服务综合体申报表》一份（加盖公章）；

4．申报单位企业法人营业执照（或事业单位法人证书/社团法人登记证书、无三证合一需提供组织机构代码证等）复印件；

5．综合体运营单位2021、2022年度会计报表复印件，包括资产负债表、损益表、现金流量表等；

6．相关填报内容的证明材料。

请将所有申报材料及相关证明材料，按照顺序装订成册，一式两份。

申报材料邮寄地址：苏州市体育局体育产业处（五卅路175号）。

联系人：杨泽霞，电话：65230217，邮箱：42653763@qq.com

附件：

1、体育服务综合体申报报告提纲

2、体育服务综合体建设基本情况表

3、苏州市体育服务综合体申报表（分四种类型）

 苏州市体育局

 2023年2月3日

苏州市体育局体育产业处 2023年2月3日印发

附件1：

**体育服务综合体申报报告提纲**

一、体育服务综合体申报单位基本情况；

二、体育服务综合体运营情况和社会效益、经济效益情况；

三、体育服务综合体发展设想。

附件2：

体育服务综合体建设基本情况表

|  |  |
| --- | --- |
| 单位名称（盖章） |  |
| 项目建设投资额（万元） |  | 项目建设类型及建设时间 | □新建 建成时间□改造 建成时间 |
| 建设资金来源 | □财政资金 □国有企业投资 □其他 |
| 产权归属单位名称 |  |
| 运营单位名称 |  |
| 运营单位性质 | 事业单位（□公益一类□公益二类 □自收自支）企业（□国有独资□国有企业□民营企业□混合所有制□其他）事企合一（填写事业和企业单位具体名称） |
| 体育服务综合体类型 | □体育中心型□全民健身中心型□商业中心内嵌型□特色型 |
| 体育场地面积（平方米） |  | 体育场馆座位数（个） | 体育场体育馆游泳馆其他（ ） |
| 运动项目开展情况 | 现有项目 |  |
| 可拓展项目 |  |
| 体育服务开展情况 | 体育培训 □是 □否运动健身指导 □是 □否专业训练 □是 □否场馆开放 □是 □否 |
| 配套功能情况 | 现有功能 | □商业（购物、餐饮）；开展商业服务建筑面积 □文化娱乐酒店；开展文化娱乐酒店服务建筑面积 □会展；开展会展服务建筑面积  |
| 可开拓功能 | □办公□居住□运动康复医疗□其他 |

附件3-1：

|  |
| --- |
| **体育中心型体育服务综合体申报表** |
| **序号** | **指标内容** | **填报内容** | **说明** |
| 1 | 综合体园区场地面积 |  | 指可供训练、比赛、健身活动的有效面积。室内场地从内墙计算，有看台的场地从看台下计算，室外场地除包括比赛规定的尺寸外，还包括必要的安全区、缓冲区、无障碍地带。 市级 □ 区县级 □ |
| 2 | 综合体建筑面积 |  |  |
| 3 | 综合体观众座位数 |  |  |
| 4 | 运动项目数量和名称（含室外运动项目） |  |  |
| 5 | 配套项目（需列明） |  | 包含购物、餐饮、休闲、娱乐、教育、会展 |
| 6 | 配套项目累计建筑面积 |  |  |
| 7 | 配套项目占综合体建筑面积的百分比 |  |  |
| 8 | 附近是否有地铁站/距离 |  | 无地铁的城市此项不填 |
| 9 | 园区环境美观、整洁、舒适；功能分区合理 |  |  |
| 10 | 园区内水电、燃气、消防、安保、供热、应急设施和疏散系统、急救系统配置合理，设备完好，经有关部门检验合格，符合正常使用要求 |  |  |
| 11 | 综合体内部公共空间环境整洁、舒适，装饰风格体现体育运动主体 | 是□ 否□ |  |
| 12 | 达到各项体育运动场地及空间符合相关体育赛事规则要求，同时达到《体育建筑设计规范》JGJ31-2003的要求 | 是□ 否□ |  |
| 13 | 更衣、淋浴空间整洁卫生，全年室内环境舒适度（温度、新风等）达到国家相关规范要求 | 是□ 否□ |  |
| 14 | 安全疏散系统、应急设施、急救系统配置合理，设施完善，维护完好，定期检验合格 | 是□ 否□ |  |
| 15 | 平均每年来体育服务综合体进行运动的人次 | 万人次 | 不含赛事观众人数 市级 □ 区县级 □ |
| 16 | 体育综合体所属室外公共区域及室外健身器材全年免费开放 |  |  |
| 17 | 体育综合体区域内公共体育场地、设施全民健身日免费向公众开放 |  |  |
| 18 | 体育综合体区域内公共体育场地、设施用于提供体育及相关服务、并向公众开放的面积比例不低于60% |  |  |
| 19 | 综合体场馆全年开放天数 |  | 由于大型赛事、演出等占用时间计入开放时间；内部训练、维修、展销会等活动占用的时间计入不开放时间 |
| 20 | 每年赛事活动举办次数 | 次 | 国家级、国际赛事每次计2次，省级及以下赛事计1次，其他赛事观众人数超座位数50% 计1次，低于50% 但高于30%计0.5次 |
| 21 | 每年文艺演出、文化活动举办次数 | 次 | 活动参与人数大于1000人，计1次 |
| 22 | 全年体育培训累计人次 | 人次 |  |
| 23 | 每年国民体质测试、运动能力评估和科学健身指导的人次 | 人次 |  |
| 24 | 每年承接专业运动队训练累计天数（如有） |  |  |
| 25 | 提升城市文化（对应项打勾） |  | 形成城市（城区）的地标，成为市民喜爱的运动休闲场所、城市知名运动场所的品牌 |
|  | 建筑形象独特，受到来此参与运动人士的喜爱，运动场所有一定知名度 |
|  | 建筑形象有一定特色，受到来此参与运动人士的喜爱 |
| 26 | 资产方成立了体育服务综合体提升服务质量、盈利能力和资产增值为目标的商业化运营机构 | 是□ 否□ |  |
| 27 | 通过目标考核模式、委托管理等方式提升综合体服务水平、盈利能力和资产增值 | 是□ 否□ |  |
| 28 | 通过BOT、PPP、基金合作等方式提升改造既有体育设施、提升其服务质量、盈利能力和资产增值 | 是□ 否□ |  |
| 29 | 信息化管理（对应项打勾） |  | 完全实现网络化服务和信息化管理，提供网络预订，具备场馆联网健身消费的适用条件。建立场馆运营动态管理系统和统计分析数据库 |
|  | 基本实现网络化服务，提供网络预订。建立信息化管理系统，初步实现动态管理并具有场馆公共信息适时发布、健身人次统计等基本功能 |
|  | 基本实现网络化服务。具有场馆公共信息适时发布、健身人次统计等基本功能 |
| 30 | 标准化与品牌（对应项打勾） |  | 全面实行标准化管理，形成可复制的管理与服务模式，建立连锁经营，进行品牌输出 |
|  | 规范化、标准化管理水平较高，取得明显成效，形成一定品牌效应 |
|  | 管理制度健全、规范，执行情况良好 |

附件3-2：

|  |
| --- |
| **全民健身中心型体育服务综合体申报表** |
| **序号** | **指标内容** | **填报内容** | **说明** |
| 1 | 综合体园区场地面积 |  | 指可供训练、比赛、健身活动的有效面积。室内场地从内墙计算，有看台的场地从看台下计算，室外场地除包括比赛规定的尺寸外，还包括必要的安全区、缓冲区、无障碍地带。 市级 □ 区县级 □ |
| 2 | 综合体建筑面积 |  |  |
| 3 | 运动项目数量和名称（含室外运动项目） |  |  |
| 4 | 配套项目（需列明） |  | 包含购物、餐饮、休闲、娱乐、教育、会展 |
| 5 | 配套项目累计建筑面积 |  |  |
| 6 | 配套项目占综合体建筑面积的百分比 |  |  |
| 7 | 附近是否有地铁站/距离 |  | 无地铁的城市此项不填 |
| 8 | 综合体内部公共空间环境整洁、舒适，装饰风格体现体育运动主体 | 是□ 否□ |  |
| 9 | 达到各项体育运动场地及空间符合相关体育赛事规则要求，同时达到《体育建筑设计规范》JGJ31-2003的要求 | 是□ 否□ |  |
| 10 | 更衣、淋浴空间整洁卫生，全年室内环境舒适度（温度、新风等）达到国家相关规范要求 | 是□ 否□ |  |
| 11 | 安全疏散系统、应急设施、急救系统配置合理，设施完善，维护完好，定期检验合格 | 是□ 否□ |  |
| 12 | 来综合体进行运动的人员数量 | 万人次 | 不含赛事观众人数 市级 □ 区县级 □ |
| 13 | 场馆全年开放天数 |  | 由于大型赛事、演出等占用时间计入开放时间；内部训练、维修、展销会等活动占用的时间计入不开放时间 |
| 14 | 每年赛事活动举办次数 | 次 |  |
| 15 | 每年举办公众开放性活动次数 | 次 | 含表演、展览、讲座、社区活动、社会实践、体验活动等 |
| 16 | 全年体育培训累计人次 | 人次 |  |
| 17 | 每年国民体质测试、运动能力评估和科学健身指导的人次 | 人次 |  |
| 18 | 提升城市文化（对应项打勾） |  | 形成城市（城区）的地标，成为市民喜爱的运动休闲场所、城市知名运动场所的品牌 |
|  | 建筑形象独特，受到来此参与运动人士的喜爱，运动场所有一定知名度 |
|  | 建筑形象有一定特色，受到来此参与运动人士的喜爱 |
| 19 | 专业化管理团队（对应项打勾） |  | 由专业化连锁经营公司管理 |
|  | 由专业化公司管理 |
|  | 由非专业机构管理 |
| 20 | 信息化管理（对应项打勾） |  | 完全实现网络化服务和信息化管理，提供网络预订，具备场馆联网健身消费的适用条件。建立场馆运营动态管理系统和统计分析数据库 |
|  | 基本实现网络化服务，提供网络预订。建立信息化管理系统，初步实现动态管理并具有场馆公共信息适时发布、健身人次统计等基本功能 |
|  | 基本实现网络化服务。具有场馆公共信息适时发布、健身人次统计等基本功能 |
| 21 | 标准化与品牌（对应项打勾） |  | 全面实行标准化管理，形成可复制的管理与服务模式，建立连锁经营，进行品牌输出 |
|  | 规范化、标准化管理水平较高，取得明显成效，形成一定品牌效应 |
|  | 管理制度健全、规范，执行情况良好 |
| 22 | 有突发事件应急预案、定期进行安全检查、培训和演习 | 是□ 否□ |  |
| 23 | 每年场地设施维护次数 |  |  |

附件3-3：

|  |
| --- |
| **商业中心内嵌型体育服务综合体申报表** |
| **序号** | **指标内容** | **填报内容** | **说明** |
| 1 | 商业中心总建筑面积 |  |  |
| 2 | 室外活动场地面积 |  |  |
| 3 | 商业中心内的体育服务相关建筑面积 |  |  |
| 4 | 运动项目数量和名称（含室外运动项目） |  |  |
| 5 | 配套项目（需列明） |  | 包含购物、餐饮、休闲、娱乐、教育、会展 |
| 6 | 附近是否有地铁站/距离 |  | 无地铁的城市此项不填 |
| 7 | 综合体内部公共空间环境整洁、舒适，装饰风格体现体育运动主体 | 是□ 否□ |  |
| 8 | 达到各项体育运动场地及空间符合相关体育赛事规则要求，同时达到《体育建筑设计规范》JGJ31-2003的要求 | 是□ 否□ |  |
| 9 | 更衣、淋浴空间整洁卫生，全年室内环境舒适度（温度、新风等）达到国家相关规范要求 | 是□ 否□ |  |
| 10 | 安全疏散系统、应急设施、急救系统配置合理，设施完善，维护完好，定期检验合格 | 是□ 否□ |  |
| 11 | 来综合体进行运动的人员数量 | 万人次 |  |
| 12 | 每年赛事活动举办次数 | 次 |  |
| 13 | 每年举办公众开放性活动次数 | 次 | 含表演、展览、讲座、社区活动、社会实践、体验活动等 |
| 14 | 每周提供体育培训或课程频率 |  |  |
| 15 | 提升城市文化（对应项打勾） |  | 形成城市（城区）的地标，成为市民喜爱的运动休闲场所、城市知名运动场所的品牌 |
|  | 建筑形象独特，受到来此参与运动人士的喜爱，运动场所有一定知名度 |
|  | 建筑形象有一定特色，受到来此参与运动人士的喜爱 |
| 16 | 专业化管理团队（对应项打勾） |  | 由专业化连锁经营公司管理 |
|  | 由专业化公司管理 |
|  | 由非专业机构管理 |
| 17 | 智能化与安全管理（对应项打勾） | 是□ 否□ | 完全实现网络化服务和信息化管理，提供网络预订，具备场馆联网健身消费的适用条件。建立场馆运营动态管理系统和统计分析数据库 |
| 18 | 综合体有系统建筑智能化设计和智慧化管理系统 | 是□ 否□ |  |
| 19 | 有突发事件应急预案、定期进行安全检查、培训和演习 | 是□ 否□ |  |
| 20 | 每年场地设施维护次数 |  |  |
| 21 | 开发引进新兴体育业态、科技类竞技、创新体育活动（需列明） |  |  |
| 22 | 定期考核各项运动场地使用情况、优化运动项目和培训课程供给、淘汰不合理项目 | 是□ 否□ |  |
| 23 | 标准化与品牌（对应项打勾） |  | 全面实行标准化管理，形成可复制的管理与服务模式，建立连锁经营，进行品牌输出 |
|  | 规范化、标准化管理水平较高，取得明显成效，形成一定品牌效应 |
|  | 管理制度健全、规范，执行情况良好 |
| 附件3-4：**特色型体育服务综合体申报表** |
| **序号** | **指标内容** | **填报内容** | **说明** |
| 1 | 场地园区面积 |  |  |
| 2 | 综合体建筑面积 |  |  |
| 3 | 场地园区总投入 |  |  |
| 4 | 体育服务部分总投入 |  |  |
| 5 | 室内外场地设施能够满足同时进行运动活动人员数量 | 人 |  |
| 6 | 运动项目数量和名称（需列明） |  | 定向越野、航空飞行、野外生存、徒步登山、野外露营、团队拓展、航海模型、航空模型、无线电测向、野战定向，以及攀岩、速降，骑马、山地车、冰雪、帆船、赛车、漂流、潜水、冲浪、钓鱼、跳伞、网球、游泳 |
| 7 | 配套项目（需列明） |  | 包含购物、餐饮、休闲、娱乐、教育、医务室和急救设施 |
| 8 | 配套项目面积占综合体面积的百分比 |  |  |
| 9 | 距离中心城市车程 |  |  |
| 10 | 15分钟车程内具备清洁卫生的住宿设施 |  | 床位数 |
| 11 | 营地区域内是否实现WiFi全覆盖 | 是□ 否□ |  |
| 12 | 营地环境整洁、舒适，装饰风格体现体育运动主体 | 是□ 否□ |  |
| 13 | 各项运动环境及设施达到国家相关规范要求 | 是□ 否□ |  |
| 14 | 更衣、淋雨空间整洁卫生，保证卫生和基本舒适条件 | 是□ 否□ |  |
| 15 | 平均每年来体育综合体进行运动的人次 |  |  |
| 16 | 每年举办赛事活动的次数 |  |  |
| 17 | 每年举办公众开放性活动（含社区活动、社会实践、体验活动）次数 |  |  |
| 18 | 每周提供体育培训或课程频率 |  |  |
| 19 | 运动场地对公众开放情况（包含有偿使用） |  |  |
| 20 | 创造就业岗位人数 |  |  |
| 21 | 提升城市文化（对应项打勾） |  | 综合体形成地区性的地标，成为周边城市喜爱的运动休闲目的地 |
|  | 综合体形成地区性的地标，受到来此参与运动人士的喜爱，运动场所有一定知名度 |
|  | 综合体受到来此参与运动人士的喜爱 |
| 22 | 专业化管理团队（对应项打勾） |  | 由专业化连锁经营公司管理 |
|  | 由专业化公司管理 |
|  | 由非专业机构管理 |
| 23 | 体育相关技能服务人员数量 |  | 持有职业证书的教练、培训人员数量 |
| 24 | 有完整的信息化管理，包括场地预订管理、会员管理、培训管理、运营流程、统计分析 | 是□ 否□ |  |
| 25 | 有系统智能化设计和智慧化管理系统 | 是□ 否□ |  |
| 26 | 有突发事件应急预案、定期进行安全检查、培训和演习 | 是□ 否□ |  |
| 27 | 开发引进新兴体育业态、科技类竞技、创新体育活动（需列明） |  |  |
| 28 | 定期考核各项运动场地使用情况、优化运动项目和培训课程供给、淘汰不合理项目 | 是□ 否□ |  |
| 29 | 标准化与品牌（对应项打勾） |  | 全面实行标准化管理，形成可复制的管理与服务模式，建立连锁经营，进行品牌输出 |
|  | 规范化、标准化管理水平较高，取得明显成效，形成一定品牌效应 |
|  | 管理制度健全、规范，执行情况良好 |