

招標規範書**壹、說明**

經濟部國際貿易局(以下簡稱本局)為使民眾及企業瞭解貿易政策及措施，期透過專業公關公司協助規劃政策行銷與廣宣策略，經由 Facebook 粉絲專頁、Instagram(IG)官方帳號、LINE@官方帳號等社群媒體，併同每周發布電子報、不定期辦理線上/線下說明會等方式，與民眾及廠商交流、溝通，宣傳貿易政策及措施，透過多元溝通管道，強化政策推動效益。

貳、執行期間：

自決標日(如決標日早於 110 年 1 月 1 日則自 110 年 1 月 1 日)起至 110 年 12 月 31 日止。

參、廠商服務項目及工作範圍需求**一、社群媒體經營（預算規劃以 80%為原則）：****1. Facebook 粉絲專頁：**

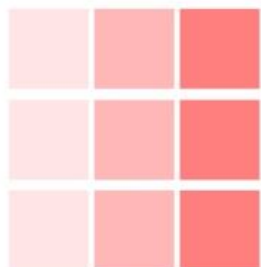
- (1) 經營並管理本局現有 Facebook 粉絲專頁帳號。
- (2) 廠商須依據本局受眾範圍進行粉專角色規劃設定(如風格特色、個性或是發言方式等)，而非僅配合本局業務內容，藉以提高粉專記憶點；另為使本局粉專發文口吻一致，請派遣專人依據業務內容改寫每篇貼文文案，不可僅有置放 icon 或簡易修正文字。
- (3) 廠商須於工作計畫書提出：
 - A. 目標受眾(TA)及預訂達成目標：受眾輪廓須從年齡性別、工作產業、受眾位置等數據，精確鎖定 TA 關鍵字，藉以設計符合不同受眾興趣的內容。
 - B. Facebook 廣告投放：須提供投放 FB 廣告之標的、頻率及刊登位置(手機裝置和電腦平臺，電腦平臺中除動態訊息外，需另有插播影片和右側廣告欄等)

- C. 如何達成目標：當月總數量五分之一貼文(數量無條件進位計算),單篇需達觸及人數 5,000 人、按讚數 100 次、互動次數 30 次。
- D. 與其他公部門粉專互動：請列出與本局相關之公部門粉專至少 3 個，於契約執行期間隨時關注，俾利本局進行轉貼、分享、留言、按讚等交流互動(每月至少各 1 次)，以上所有回應須經本局同意方可發布。
- E. 提出至少 3 種不同貼文類型，如輪播、多圖貼文、影片、直播等，以達吸引關注、增加互動之效果。
- F. 辦理至少 2 場互動遊戲與粉絲互動，並規畫互動遊戲贈送之簡易禮品每場至少 25 份，禮品單價須為新臺幣 200 元以上。**本項採實報實銷**，依廠商提供之相關購買證明或收據金額給付。
- G. 運用 SEO 關鍵字優化模式及其他行銷策略(如「自動邀請按讚」、「外部導流」等)，提升本局粉專能見度(廠商驗收時須提出相關數據證明曝光度提升程度)。

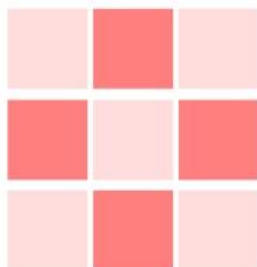
2. Instagram(IG)官方帳號：

- (1) 經營並管理本局現有 Instagram 官方帳號。
- (2) IG 官方帳號追蹤人數於本案契約結束(110 年 12 月 31 日)時，須達至少 1,000 人。
- (3) 依據 IG 發文特性(視覺化、圖片化為主，文字為輔)，自 FB 貼文中擇適當圖文經編排或重製後發布(發布內容須經本局同意)；適時運用 IG 排版方式設計發文內容，如三個一列、交叉排版、同色排版、九宮格等(範例如下圖)，廠商須先準備好 9 篇貼文(圖+文+Hashtag+版面設計)以利建立本局品牌形象。

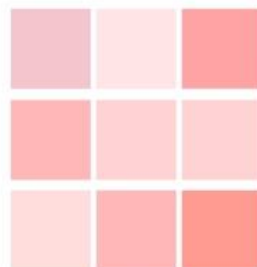
IG排版方式



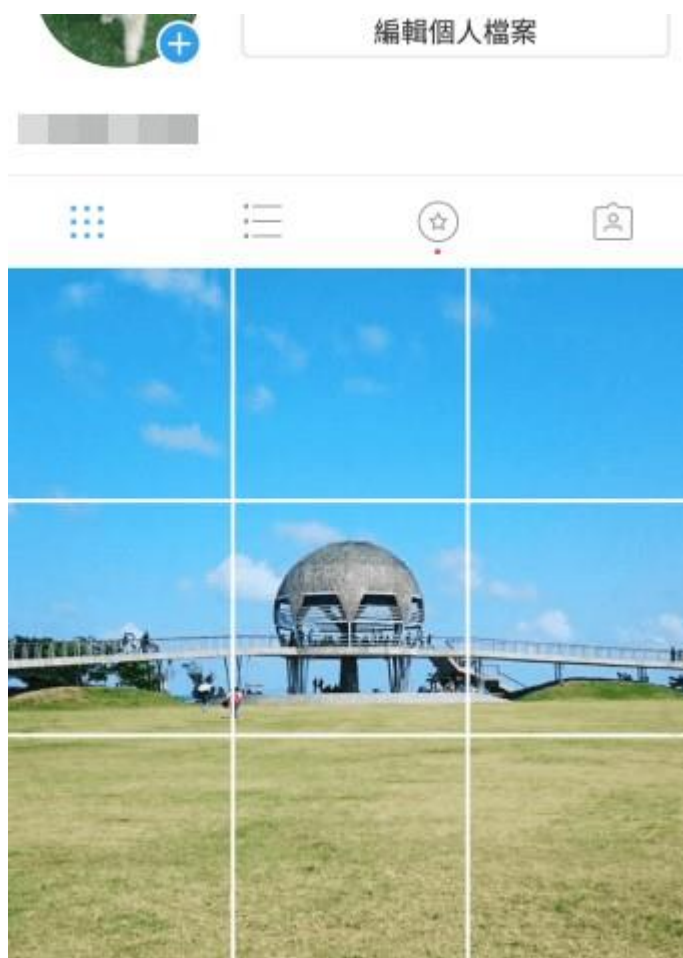
3個一列



交叉排版



同色排版



- (4) 交叉推廣，觸發合作夥伴品牌：尋找適當 IG 帳號藉由互相標籤對方，拓展雙方知名度(所擇合作夥伴須經本局同意)。
- (5) IG 廣告投放：依據本局目標受眾、地區、年齡、性別等投

放廣告並追蹤廣告成效，每月至少需於動態、限時動態或探索欄位置放 1 則。

(6) 限時動態、精選動態及 hashtag 管理：

A. 利用 IG 限時動態分享新貼文：可適時運用即時留言直接與粉絲互動(須經本局同意方可進行)，如：問答功能、票選功能、評分功能等，促進粉絲間的互動性與趣味性，縮短追蹤者與貿易局之距離。

B. 精準設定 hashtag：運用「hashtag 金字塔策略」增加流量。

3. LINE@官方帳號：

(1) 經營並管理本局現有 LINE@官方帳號。

(2) 運用 LINE 多元訊息格式：編輯多樣類型圖文及影片訊息(如多頁訊息、橫式/直式影片等)、置頂重要資訊等，快速引導 LINE 好友獲取資訊。

(3) 使用 AI 自動回應訊息功能(自動回覆功能／關鍵字回覆)：廠商須以本局政策(如紓困專區、新南向等議題)至少 1 項產出相關回覆內容，將連結、影片、圖片或新聞稿等設計成簡易對話，交由 LINE 機器人以便即時回覆民眾。

(4) 廠商須參考 LINE 好友受眾分布，適時修正 FB 貼文內容以符合 LINE 官方帳號推播需求。

(5) 每月訊息購買費金額(含固定月費)，將採實報實銷方式處理，廠商於請款時務必提供相關購買證明或收據。

4. 廠商須就以上三項工作內容(Facebook 粉絲專頁、Instagram(IG) 官方帳號、LINE@官方帳號)，配合本局業務推動措施及經貿政策議題等內容設計、規劃及製作各項兼具創意及美感之宣導圖片、文字及影音(含直播)素材，依據各社群媒體宣傳特性修改後發布，以增加各界對本局業務之知曉度及認知度，並儘量利用網路串聯及擴散，製圖流程如下：

(1) 廠商依據本局提供之貼文規劃表，每日須於中午前提供至少 1 篇圖文，多於 1 篇者至遲於當日下午 4 時前提供；若因本

局緣故(如不及提供照片等因素)延誤交圖時間，不計入此項規範。

(2) 若須更改圖面，如屬大幅修正，至遲請於通知後半天至 1 天內提供；如屬小幅修改，請於通知後 1 小時內提供。

(3) 設計之圖面須以創意標題為主，除非必要，盡量避免直接引述計畫名稱或政策措施。

(4) 廠商於製圖時不可採用未經授權之網路照片或圖片。

5. 上述社群媒體基本門檻如下（本局可視情況調整相關數量）：

(1) Facebook 粉絲專頁：總貼文量 1 年至少 **240** 篇(不含轉發分享其他粉絲專頁及本局辦理活動)

A. 靜態貼文：每篇含文字內容發想，搭配圖片設計或其他靜態素材，至少 230 篇(不含轉發分享其他粉絲專頁及本局辦理活動)。

B. 動態貼文：每篇含文字內容發想，並搭配影音或其他動態訊息製作，至少 10 篇。

(2) 靜態及動態貼文數量，本局可彈性於正負 20%以內調整，且廠商不得據以加價。

(3) LINE@官方帳號：原則搭配 Facebook 同步發布，另視業務需要重製或設計其他相關貼文素材，另需有圖文選單之維護管理。

(4) Instagram(IG)官方帳號：擇適當 Facebook 貼文發布，另視業務需要重製或設計相關其他貼文素材。

(5) 邀請 KOL(意見領袖)或網紅製作至少 1 則推廣本局政策相關貼文(靜態或動態不拘)，以上人選須經本局同意方可邀請。

(6) 上開社群網站(Facebook、IG 官方帳號及 LINE@官方帳號)之首頁、大頭貼、橫幅等視覺設計，依據四季變換，製作至少 **4 式(其中 1 式須為動態設計)**；若因機關需求或特定政策，需另製作 **2 式**因應(以上各式須至少提供 2 款供本局挑選)。

6. 本局各社群媒體之即時更新、設計、維護、營運及粉絲留言即時監控回報機制。

7. 每月定期提報本局各社群媒體之統計分析說明(不可僅提供數據，須有後續質化解析)，如 Facebook、IG 官方帳號及 LINE@粉絲人數變化、各貼文之觸及、按讚分析，及粉絲留言彙整歸納等，以作為精進貼文之參考。
8. 廠商須派遣 1 名專案人員至本局駐點，協助辦理前述業務項目、編撰電子週報、綜合彙整本局相關輿情及其他臨時交辦事項，該專案人員須具備下列條件：
- (1) 單眼相機、手機拍攝能力及錄影機操作能力。
 - (2) 繪圖、修圖、照片美化、後製及編輯；運用海報製作軟體等。
 - (3) 熟悉 Microsoft office 文書處理(Word、Excel、Power Point 等)、圖檔軟體(Photo cap、Adobe Illustrator 等)及網際網路操作
 - (4) 美編設計、排版、文字撰擬製作等技能。
9. 本項目履約期間內，乙方未達甲方依本專案需求規範書所定之工作項目規範及服務水準，除可歸責甲方之事由或有不可抗力原因且經甲方書面同意者外，依本點規定計算違約金(每點以新臺幣 1,000 元計價)。甲方應以書面通知乙方之計罰項目及點數。違約計罰表如下(期末計算扣款)：

評估項目	評斷方式	要求基準	計罰方式
粉絲留言即時監控回報	所有粉絲得留言之處(含電子週報)，如有負面或答覆之必要者，皆應於 2 小時內回報；如為晚間 6 時後之留言，應於次日 9 時前回報；周末或例假日之留言，應於首上班日 9 時前回報。	每月統計	未依時效規定者，1 則留言計 1 次，每月累計達 3 次計罰 1 點，達 6 次計罰 2 點(以此類推)。

評估項目	評斷方式	要求基準	計罰方式
駐點人員管理	駐點人員未配合規定上、下班時間出勤。	每月統計	除甲方另有要求或經甲方同意請假外，駐點人員未準時到勤且未指派代理人(或備援人力)時，超過2次，計罰1點。
	未依規定辦理人員更換(含離職、不適任)及工作交接。	每次統計	超過期限之次日起，每日計罰0.5點。

二、編撰電子週報（預算規劃以 5% 為原則）：

1. 編排電子報排版，以活潑、清晰、易閱讀且圖文並茂方式呈現；依據本局業務內容設計版型或規劃版面，如：焦點議題(Hot Topic)、活動資訊(Event Information)、貿易小辭典(Knowledge)等欄位，並依業務需求，機動調整主題。
2. 除本局相關業務及政策措施外，每2月須規劃邀請至少1位客座專家學者撰寫與經貿議題相關之文章，以增加電子報豐富度。
3. 依據四季變換，製作至少4式電子週報封面視覺設計；若因機關需求或特定政策，需另製作2式因應(以上各式須至少提供2款供本局挑選)。

三、辦理相關說明會/研討會（預算規劃以 15% 為原則）：

1. 規劃及舉辦本局業務相關說明會/研討會共6場，規格如下：
 - (1) 場次及人數：臺北每場次人數須250人以上、其餘地區每場次人數須60人以上(惟場次數、說明會主題、地區、人數等項目得視業務推動情形彈性調整之)。
 - (2) 除實體說明會，視情況同步辦理線上直播及Slido提問回覆等相關措施，並將直播影片上傳至活動網站或提供予本局進行後續使用。本項費用採實報實銷，廠商於請款時務必提供相關購買證明或收據。
2. 規劃以各式廣宣媒體廣邀民眾及業者參與，以達成各場次目標，活動結束後提交書面報告，內容應包括：活動重點、滿意度問卷

調查、回饋意見、整體滿意度及相關檢討建議等，上述分析除量化指標(報名人數及參與人數等)外，須有質化分析，而非僅記錄聽眾意見，否則無法判定活動實際辦理成效。

肆、其他

- 一、配合本局不定期召開工作會議，至遲於會議前 2 天提供簡報檔案予本局，並於會議當天依與會人數備妥資料，提供執行進度簡報說明。
- 二、其他規定請詳閱本案投標須知、評選作業要點及契約書，違反相關規定者（如未依限完成相關工作、執行內容未符一定規格數量等），本局得處以逾期違約金、懲罰性違約金、減價，廠商不得異議。
- 三、本招標規範書未載明之事項，依政府採購相關法令辦理。

伍、廠商與經費：

- 一、本項工作廠商應組成專業工作團隊：
 1. 成員應包括計畫主持人、協同主持人及媒體廣宣、管理企劃、文宣、會計等相關支援人力，並指定善於溝通之專案經理人員與本局聯繫。另派駐 1 名專案人員協助辦理相關業務。
 2. 團隊應配合出席本局相關討論會議並提案簡報，與本局各單位代表溝通與協調，並適時提供相關廣宣建議。
- 二、配合施政方向，協助相關業務推廣，並執行本局相關交辦事項，並依本局意見修正。
- 三、須依本局保密規定辦理相關工作。
- 四、本案採總包價法，預算金額為新臺幣 440 萬元整（因本局 110 年預算尚未獲立法院通過，未來本案預算若經刪減，本局將保留契約變更之權利。）

陸、服務建議書格式及內容：

一、服務建議書格式

1. 投標者應提出服務建議書一式 15 份參與評選，所提服務建議書經提出後不得退換或更換補件。

2. 服務建議書請採 A4 直式橫書，編列頁碼並裝訂成冊，簡報資料亦同，惟可橫式書寫。
3. 投標服務建議書之摘要表應包括：計畫名稱、執行期間、預估經費、投標廠商、計畫主持人、協同主持人、聯絡人之姓名及聯絡電話，並自行製表。
4. 服務建議書中若引用相關書籍資料，應加註引用書籍名稱，不得有抄襲之情形。如未予登載加註，且內容有雷同之處，由評選委員視其抄襲之情節輕重，給予相對較低之分數。

二、服務建議書內容

1. 服務建議書名稱。
2. 目錄。
3. 依上述工作項目及內容擬定具體規劃，內容應包括：
 - (1) 工作計畫及時程(應包括預期進度及績效查核點)、具體企劃內容(請依前開第參條委託廠商規劃執行內容逐一敘明)。
 - (2) 可提供之加值服務，提出執行創意及新增其他工作項目之規劃，以增加本計畫之效益。
 - (3) 以圖表表示預定執行進度，亦須列出每月工作項目查核點及工作進度占總計畫工作進度之百分比。
 - (4) 專案團隊及工作經驗，含：主要工作成員姓名、職稱、學經歷及與本案相關之工作經驗。
 - (5) 各項工作預算分析及經費比重分配，並請依附件 2-2 範例方式填寫完整(含細項經費分析，所有項目價格均應含稅)。
 - (6) 其他(視需要自行提供)。

柒、審標與評選：

- 一、本採購採一次投標，並依序辦理資格審查、規格審查(服務建議書評選)及議價。
- 二、資格審查：經審查符合本案投標須知所規定投標廠商資格及應檢附之文件者，始繼續審查其「服務建議書」；資格不符者，其「服務建議書」不予審查，該標不予考慮，並退還其服務建議書(廠商自行

領回)。

三、服務建議書評選：

1. 本局邀集專家、學者及政府相關單位人員組成評選委員會並依採購評選委員會組織準則及審議規則辦理評選。
2. 資格符合之投標廠商，其服務建議書將分送採購評選委員審查。
3. 簡報及詢答：
 - (1) 簡報答詢及評選時間、地點由本局另行通知。
 - (2) 投標廠商簡報時間為 10 分鐘(含樣帶播放時間)，答詢時間以10 分鐘為原則，皆採統問統答。簡報結束前 1 分鐘按鈴聲 1 短音，簡報時間到時按鈴聲 1 長音，並得切斷麥克風及投影機電源，廠商應即停止發言。
 - (3) 投標廠商於評選會議時，應由計畫主持人或協同主持人出席簡報，如 2 人皆未出席，針對「簡報與答詢」項目酌減 5 分。簡報人員應為團隊成員。出席簡報總人數不得超過 5 人，所有參與人員請攜帶身分證件備查。
 - (4) 簡報之先後順序，依廠商送件時間先後決定之。廠商簡報時，其他廠商應退出場外。
 - (5) 簡報時廠商若經本局唱名 3 次未到者，視同放棄「簡報及答詢」機會，該評選項目不予計分，評選委員得以服務建議書逕行評分。
 - (6) 簡報所需設備，投標廠商須自行攜帶並提前至會場準備。
 - (7) 簡報資料以在服務建議書原有方案內表達為主，現場廠商另外提出之補充資料，該資料不納入評選。
 - (8) 評選結果之通知及後續作業另依投標須知及採購法辦理。
 - (9) 所有參選單位，均不給予任何經費補助。
 - (10) 評選合格者，如發現有提列不實或抄襲資料之情事者，應自負相關責任，且本局有權立即取消其議價資格。
4. 服務建議書問題質疑：各評選委員就廠商簡報及服務建議書之疑點提出質疑，廠商當場得提出補充資料說明，惟該項補充資料不納入評選。

5. 評選委員會之審查、議決等評選作業，以「記名方式秘密為之」為原則。會議中除評選委員得就投標廠商所提資料、簡報有關內容提出發問外，其他列席人員均不得發問。

三、優勝廠商評定方式：

1. 本採購案預計選出 1 家最優勝廠商。
2. 採購評選委員會之決議，應有所有委員二分之一以上出席，出席委員過半數同意行之。
3. 服務建議書審查及簡報完成後，即於原地點進行評選。
4. 各評選委員依據各投標廠商所提服務建議書及簡報內容依據所列評選項目及配分評定各廠商之得分。
5. 全部評選項目之合計總分數（滿分）為 100 分，由各評選委員就評選項目及配分，填寫評選表乙份，評分後加總，依總分轉換序位，總分最高者，序位第 1、總分次高者，序位第 2…依此類推。
6. 各投標廠商之評分應經出席委員過半數評分達 75 分(含)以上者方為合格廠商，始得計算序位總和，總序位最低者為第 1 名，次低者為第 2 名，餘依此類推，評選結果排定名次後，須經評選委員會過半數決定者方為優勝廠商。本案由優勝序位第 1 名之廠商取得與本局優先議價之權利，如第 1 名廠商議價不成，則由第 2 名遞補，依此類推。
7. 若有 2 家(含)以上廠商優勝序位相同時，以標價低者優先議價，若標價相同者，擇配分最高之評選項目之分數較高者優先議價，得分仍相同者，抽籤決定之。
8. 當日廠商簡報完畢後，即進行排名統計工作(含評選結果)；擇日依優勝序位依序辦理議價事宜。

捌、評選項目及配分：

- 一、服務建議書內容 40%：工作計畫之完整性、可行性及創意(含加值服務)。
- 二、能力 30%：投標廠商組織規模與實績、計畫主持人及相關工作人員之學歷及相關工作經驗。

- 三、價格合理性 20%：相對於所提供標的、各工作項目之經費分配合理性等。
- 四、簡報與答詢 10%：簡報內容是否具體並符合所提服務建議書內容，問題理解及答詢是否明確。