

經濟部國際貿易署
113 年度「運用數位新貿易模式計畫」
招標規範書

壹、計畫緣起：

- 一、在全球數位轉型浪潮下，數位科技加速創新應用，衝擊傳統商業模式及企業生存，為提升我國出口業者數位化能力，應用數位科技工具拓展海外市場，以加速爭取國際商機，經濟部國際貿易署(以下稱貿易署)爰規劃於 113 年至 115 年辦理 3 年期「運用數位新貿易模式計畫」(以下稱本計畫)。
- 二、本計畫期能透過導入數位科技應用，以及新創業者數位技術能量，並依據出口業者之產業性質、企業現況、數位能力等差異，提供診斷諮詢服務、進行數位科技國際拓展客製化輔導，及相關創新作法，提升我國出口業者數位能力，進而拓展海外市場。

貳、投標資格：

依我國法律設立登記或合法立案之公司或商號、財團法人、社團法人、工商團體等。

參、經費：

一、預算金額：

- (一) 113 年度委辦計畫經費為新臺幣(以下同)5,130 萬元。
- (二) 貿易署有權視法定預算金額調整本計畫之金額及工作項目。

二、後續擴充期程：

本計畫後續擴充期程為 2 年(114~115 年)，3 年總計 1 億 5,390 萬元，得標廠商之執行績效若經期中審查通過及 7~9 月工作成果報告符合計畫執行進度者，貿易署得與得標廠商協議次一年工作內容，並於該年度期末審查會議通過後，方辦理下年度計畫議價事宜。若執行績效未獲審查通過，則後續年度由貿易署重新辦理招標。

肆、工作項目及內容：

一、目標對象：

1. 符合中小企業認定標準並依出進口廠商登記辦法之規定向貿易署登記之出進口廠商，且不得為陸資企業。
2. 符合「辦理推廣貿易業務補助辦法」第 4 條第 1 項第 1 款規定之「臺灣區級工業、輸出業同業公會」，以及「省(市)、縣(市)級進出口商業同業公會」之輸出入相關同業公會(以下稱公協會)。

二、全程規劃：

本計畫為 3 年期計畫，投標廠商提出服務建議書之內容除第 1 年(113 年)之詳細工作內容外，尚應包含全程(114 年至 115 年)之推動目標與藍圖(依各目標市場別及推廣標的分述)、各年度推動之重點執行事項、關鍵績效指標(KPI)(包括量化及質化指標)，以及於 115 年預計達成之總目標及願景。本計畫執行前 2 年，應於每年 11 月 15 日前提出下一年度推動策略及重點工作項目。

三、工作項目及內容：

投標廠商所提出服務建議書內容，應包括「出口業者數位診斷與諮詢」(占總經費 20%)、「數位科技國際拓展客製化輔導」(占總經費 60%)、「計畫規劃管理與成果擴散」(占總經費 20%)，本計畫如須辦理廣宣業務。前述工作占總經費之比例可在 5%範圍內彈性調整，113 年(第 1 期)計畫應至少包括下列工作項目及 KPI：

(一) 出口業者數位診斷與諮詢

1. 提供數位化診斷服務與諮詢系統或工具，以協助我國出口業者瞭解本身數位化程度。
2. 籌組數位科技顧問諮詢團，針對數位導入、運用程度不同之業者提供國際行銷策略與數位科技應用企業健檢及諮詢建議。
3. 研析我國出口業國際行銷數位發展程度，以掌握我國業者現況、痛點與需求，並提出精進作法與政策建議。

(二) 數位科技國際拓展客製化輔導

1. 鏈結產業資源，提出數位科技創新服務之輔導對象。
2. 籌組數位行銷與具國際市場經驗之數位科技服務團。

3. 規劃設計數位行銷輔導機制，依據業者國際行銷數位運用程度及需求，提供輔導措施，加速我國業者運用數位貿易技術能量。
4. 提供客製化數位工具導入及整體國際行銷應用，協助業者開發國際市場，提升我國產業能見度。

(三) 計畫規劃管理與成果擴散

1. 研擬專案申請須知與制定審核機制，設置單一服務窗口受理申請案件與辦理申請案件審核作業。
2. 舉辦計畫說明會及成果發表會，以擴大計畫執行成效。
3. 辦理受輔導業者媒合洽談會爭取海外商機。
4. 指派計畫主持人或團隊之工作人員出席貿易署召開或通知出席或列席之會議，並協助貿易署準備會議資料及製作會議紀錄。
5. 辦理本計畫相關管考作業及貿易署交辦與本計畫相關工作事項。

(四) 其他有助業者拓展海外市場之數位行銷創新作法，包括但不限於下：

1. 請結合產業需求，研提有效協助數位行銷推廣之創新作法(如數據分析與應用等)。
2. 創新作法可配合貿易署所辦理海外拓銷活動，規劃辦理海外拓銷事宜或其他拓展市場之創新作法，並思考結合國內相關產業公協會專業能量辦理。

四、投標廠商服務建議書之內容，應至少包括以下：

- (一)完整說明資源如何有效分配運用，標示各項工作投入預算占本計畫「其他直接費用」之權重分配。
- (二)逐項條列各項工作，說明整體及分項工作之 KPI 或預期效益。
- (三)應至少完成下列量化指標及 KPI：
 1. 完成我國出口業者數位化程度診斷與諮詢服務至少 750 家。
 2. 提供出口業者數位培訓課程 350 家次。
 3. 協助我國 500 家出口業者導入數位科技工具服務。
 4. 辦理公協會客製化數位工具導入 3 案。

5. 舉辦成果發表暨媒合洽談會 1 場次。

(四)上述所列之計畫工作項目為執行 113 年度本計畫至少必須完成之工作，惟投標廠商於研提服務建議書時，得為執行創意及新增其他工作項目之規劃，以增加本計畫之綜效。

五、組成本計畫工作團隊：

(一)本計畫須配置至少 6 名全職編制內人力(屬「直接薪資」之全職人力)，若擬再聘用外包人力，則外包人力不得超過全部投入人力之 1/4，且外包人力薪資應編列於「其他直接費用」。除計畫主持人及協同主持人得以部分支薪方式兼職，其餘人員均需為執行本計畫之全職人員，並由全職主管負責督導及落實相關工作，人員名單及專職工作分配須經貿易署認可。

(二)薪資編列應依照「經濟部及所屬機關委辦計畫預算編列基準—經濟部主管輔助行政類委辦計畫經費編列原則及基準」。

六、本計畫網站及相關網路社群之資通安全需求：

(一)投標廠商辦理資通系統(如：網站、資料庫)之建置、維運或資通服務之提供(以下簡稱受託業務)應遵循以下相關法規、規範要求，並不得有違反國家資通安全要求與貿易署員工資通安全作業規定：

1. 資通安全管理法(含施行細則及子法)。
2. 行政院及所屬各機關資訊安全管理要點。
3. 經濟部及貿易署資訊安全政策規範。
4. 個人資料保護法及個人資料保護法施行細則。
5. 資通系統籌獲各階段資安強化措施。
6. 經濟部及所屬機關個人資料保護管理要點。

(二)投標廠商辦理受託業務之相關程序及環境，應具備完善之資通安全管理措施或通過第三方驗證，並應依循專案契約條款，確保遵守相關資訊安全協定及安全管理責任。

(三)投標廠商應配置充足且經適當之資格訓練、擁有資通安全專業

證照或具有類似業務經驗之資通安全專業人員。

- (四) 受託業務包括客製化資通系統開發者，受託廠商應提供該資通系統之安全性檢測（源碼檢測、網站安全弱點檢測、系統滲透測試）證明。
- (五) 投標廠商執行受託業務，違反資通安全相關法令或知悉資通安全事件時，應立即通知貿易署及採行之補救措施。
- (六) 貿易署已導入資訊安全管理系統（Information Security Management System(ISMS)）規範，所有專案須遵循 ISO 27001 規範，並不定期接受上級單位進行稽核，驗證期間如需得標廠商配合辦理之事項，得標廠商應配合之，如有衍生相關費用，得標廠商應自行吸收。
- (七) 配合貿易署 ISMS 規範，執行資訊安全檢測、備份回復演練、資安稽核及系統還原營運持續演練等資訊安全演練。
- (八) 貿易署保有與廠商同意之適當方式對廠商及其分包廠商以派員稽核、委由資通安全管理法主管機關籌組專案團隊稽核或其他適當方式執行相關稽核或查核的權利。投標廠商需配合貿易署辦理計畫網站稽核作業，並根據稽核報告、改善事項，規劃與辦理改善作業。
- (九) 委託關係終止或解除時，受託廠商應返還、移交、刪除或銷毀履行契約而持有之資料，並留存相關紀錄。
- (十) 投標廠商應依「資通安全責任等級分級辦法」附表九「資通系統防護需求分級原則」完成資通系統安全等級普級，並依貿易署資通安全責任等級完成附表十資通系統防護基準之控制措施。
- (十一) 廠商至少每年需檢附相關佐證紀錄提報受託業務資通安全執行情形；必要時，需配合貿易署辦理受託業務稽核作業，並根據稽核報告、改善事項，規劃與辦理改善作業。
- (十二) 依據貿易署 ISMS 規範，得標廠商需配合每月微軟發布之安全性修補程式及貿易署資安服務廠商定期資安掃描結果（含

系統弱點、滲透測試、網頁弱點等)，於時限內（如下表）修補完成；但有特殊狀況經貿易署同意者可延長修補期限。

掃描類別	系統弱點	網頁弱點	滲透測試
弱點等級	嚴重/高/中/低	嚴重/高/中/低	嚴重/高/中/低
2週內完成處理	嚴重/高		
1週內完成處理		嚴重/高/中/低	嚴重/高/中/低
依貿易署同意處理	中/低		

(十三) 經貿易署同意後，得複委託他廠商辦理受託業務並簽署合約，廠商與複委託之廠商應負連帶責任。

(十四) 於年度專案文件(如系統分析手冊或系統規格書)明列使用 open source 之程式源碼來源。

(十五) 投標廠商需針對參與計畫網站開發或維護相關作業之員工、雇員、分包商及臨時人員(以下簡稱維運人員)宣導廠商所建置或維護計畫網站資通安全管理要求。

(十六) 投標廠商至少每半年需檢附相關佐證紀錄向貿易署提報廠商所建置或維護計畫網站資通安全辦理情形。

(十七) 知貿易署或廠商發生資安事件時，均必須於 1 小時內通報機關，提出緊急應變處置，並配合機關做後續處理；必要時得由資通安全管理法主管機關於適當時機公告與事件相關之必要內容及因應措施，並提供相關協助。

七、全程(113 年至 115 年)投標廠商應至少完成之量化指標及 KPI：

- (一)完成我國出口業者數位化程度診斷與諮詢服務至少 2,400 家。
- (二)提供出口業者數位培訓課程 1,200 家次。
- (三)協助我國 1,700 家出口業者導入數位科技工具服務。
- (四)辦公協會客製化數位工具導入 10 案。

(五)舉辦成果發表暨媒合洽談會 3 場次。

伍、總經費之報價方式：

一、貿易署將負擔之經費項目如下：

(一)直接費用(含直接薪資、管理費用、其他直接費用)。

(二)公費應依照「經濟部及所屬機關委辦計畫預算編列基準－委辦計畫公費編列原則」編列。

(三)營業稅。

(四)以上各項費用總和，不得超過本招標案總經費。

二、投標廠商經費編列注意事項：各項經費之編列，需依本計畫所列工作項目及內容詳列經費需求及其計算方式，且各經費項目編列標準請依「機關委託專業服務廠商評選及計費辦法」及「經濟部及所屬機關委辦計畫預算編列基準－經濟部主管輔助行政類委辦計畫經費編列原則及基準」之規定辦理。直接薪資經議定後不得與其他項目經費流用，另直接薪資可編列之項目不得逾採購法所規範之項目。各項經費編列應本摶節謹慎原則，各科目之編列原則如下表，並請列出預算編列計算方式：

科目	編列原則說明
直接薪資	1. 直接薪資經議定後不得流出及流入。 2. 僅編列直接從事專業服務工作人員之實際薪資且不得超過總經費之 20%。 3. 直接薪資編列應依照「經濟部及所屬機關委辦計畫預算編列基準－經濟部主管輔助行政類委辦計畫經費編列原則及基準」。
管理費用	1. 包括未在直接薪資項下開支之管理及會計人員之薪資、保險費、水電及冷暖氣費用、機器設備及傢俱等之折舊或租金、辦公事務費、機器設備之搬運費、郵電費、業務及人力發展費用或專業聯繫費用及有關之稅捐等。 2. 全部管理費用不得超過「直接薪資」加其他直接費用之 10%，且不得超過直接薪資扣除非經常性給與之獎金後之 100%。

科目	編列原則說明
其他直接費用	包括執行本計畫所需直接薪資以外之各項直接費用，如海外整合行銷活動各項直接費用、差旅費、資料收集費、專利費、外聘顧問之報酬、電腦軟體費、圖表報告之複製印刷費及有關之各項稅捐、會計師簽證費用等。
媒體政策及業務宣導費	1. 係指依預算法第 62 條之 1 規定，透過四大媒體(包括平面媒體、廣播媒體、網路媒體「含社群媒體」及電視媒體)配合政府推動各項政策辦理之宣導經費。 2. 本計畫應在總經費項下編列「媒體政策及業務宣導費」科目，且不得超過 150 萬元。
公費	指廠商提供專業服務所得之報酬，包括風險、利潤及有關之稅捐等。公費應依照「經濟部及所屬機關委辦計畫預算編列基準」編列，不得按直接薪資及管理費用之金額依一定比率增加。
營業稅	依實際負擔覈實編列。

陸、服務建議書規格

一、服務建議書應以 A4 紙張中文橫式撰寫，雙面列印裝訂成冊，頁數不得超過 150 頁，且一經提出概不退還或更換，亦不接受補件。

二、服務建議書內容應至少包括下列項目：

- (一)計畫願景及目標(分年及全程)，並提出推動整體構想及策略。
- (二)計畫架構：簡要列出分項工作、預期成果及 KPI。
- (三)本計畫甘特圖及查核點：詳列各工作項目之每月預定實施進度及查核點。
- (四)工作項目、內容及實施方法。
- (五)量化及質化預期成效、KPI(包括對出口接單之貢獻或關聯性)。
- (六)本計畫工作團隊：包括執行團隊分工情形、成員背景、計畫主持人是否為廠商專職及參與政府委託計畫情形。
- (七)本計畫辦公室：辦公室需已配置可供工作團隊成員使用之電腦、印表機、影印機等基本設備，無須全數新購。
- (八)分包計畫明細：若有分包情形，須於服務建議書說明自行履行範

圍，若未說明則視同得標廠商自行履行所有工作項目

(九)出國計畫明細：執行本計畫工作如需安排出國行程，應提出出國計畫書，依據「國外出差旅費報支要點」規定及本於撙節原則明列出國地點、天數、預算、人數、出國任務等項目。

(十)標價分析：

1. 依工作項目與經費配置之關係編列經費分析表並詳述投入人力成本及經費需求概算、應支付之稅捐及規費等，彙列經費總表。
2. 服務建議書之報價視同標價。

(十一)投標廠商簡介及工作實績：應將過去完成或正進行與本案相關或類似之經驗，分別舉述並註明其服務項目、服務期間、委託單位及代表，並能提出客觀之佐證資料(如實績證明)。

柒、評選項目及標準：

- 一、服務建議書內容之創新加值性、完整性、可行性—占 40 分。
- 二、執行團隊之數位行銷及諮詢輔導能力、學經歷及人力配置—占 15 分。
- 三、總標價及其組成之正確性、完整性、合理性—占 20 分。
- 四、履約能力、設備資源及過去執行相關計畫之績效與經驗—占 10 分。
- 五、資安作為、資安管理規劃及執行方式；資安事件通報、應變及處理機制—占 5 分。
- 六、簡報內容及答詢—占 10 分。

捌、評選方式：

- 一、投標廠商應提出一式 15 份服務建議書參與評選，且一經提出概不退還或更換，亦不接受補件，所需經費由投標廠商自理。
- 二、貿易署將就本計畫評選 1 家為得標廠商。
- 三、投標廠商提出服務建議書之同時應檢附資格證明文件，其投標資格經貿易署先行審核合格者，由貿易署聘請相關領域之專家學者組成評選委員會進行評選。
- 四、評選委員分別就服務建議書內容、計畫主持人及其重要團隊成員之

學經歷及專業、經費編列情形、KPI 合宜性、投標廠商簡報及答詢等進行評選，並以統問統答方式提出問題詢答，評選委員提問時間不受限制。簡報內容以不逾越服務建議書範圍為限，並自行攜帶簡報所需資料，出席簡報人數不得超過 5 人，且計畫主持人或協同主持人務必出席，如 2 人皆未出席，針對「簡報內容與答詢」項目酌減 5 分。簡報人員不限主持人或協同主持人，但須為本計畫工作團隊成員(以上人員請準備身分證明文件以供查驗)。簡報時間以 20 分鐘為限(18 分鐘短響鈴 1 次作為提醒，20 分鐘整長響鈴，即請結束簡報；外國投標廠商以外文簡報者，應備有中文同步翻譯，且簡報時間不得因同步翻譯而延長)，投標廠商回答時間原則以 15 分鐘為限(13 分鐘短響鈴 1 次作為提醒，15 分鐘整長響鈴)，主席得視評選委員質詢問題之多寡，酌予調整詢答時限。

五、資格審查合格之投標廠商，依其投件時間送達貿易署之順序作為簡報順序，投標時間較早者，簡報順序在前，簡報日期及地點另行通知；廠商若遲到 5 分鐘以內，該遲到時間原則計入簡報 20 分鐘內。廠商未於簡報時間開始後 5 分鐘內到場者，視為放棄簡報，不得入場簡報，由評選委員就服務建議書文件內容逕予評分。未出席簡報及現場詢答者，不影響其投標文件之有效性，故仍須納入評選，第 6 評選項目「簡報內容與答詢」為 0 分。

六、本案採限制性招標公開評選優勝廠商議價，並依序位法將價格納入評比方式辦理。評選委員對於價格之評比，應考量該價格相對於所提供標的之合理性，以決定其評比結果，而非與其他廠商之報價相較而決定其評比結果。

七、評選步驟如下：

(一)依評分表所列各評選項目之配分，分別評分後加總，並換算為序位，再加總計算各廠商之序位：個別委員對各廠商之評選項目分別評分於「廠商評選表」後加總，並依加總分數高低轉換為序位，廠商分數經出席委員過半數評分達 75 分(含)以上始納入評比，再彙整

合計合格廠商之序位，序位合計數最低者評為優勝第 1 名，次低者評為優勝第 2 名，依此類推。如優勝序位第 1 名有兩家，無法排定序位者，則依「機關委託專業服務廠商評選及計費辦法」第 8 條第 2 款但書「但有 2 家以上廠商為同一優勝序位者，以標價低者優先議價。」若仍相同，擇配分最高之評選項目之得分合計值較高者優先議價，如前述得分合計值仍相同時，則以抽籤決定優勝廠商，並依優先順序辦理議價作業。

(二)依序位名次於「廠商評選結果彙總表」填寫評比結果並應由所有出席委員簽名確認，決議應經出席委員過半數之同意行之。

(三)評比結果為第 1 名廠商取得優先議價權利，若第 1 名放棄議價或議價不成，則與第 2 名議價，依此類推。

玖、附則

一、立法院審查預算如有下列情形，廠商必須遵守，且貿易署不負任何賠償責任：

(一) 本計畫如於立法院審查預算時指定刪除，貿易署即終止契約。

(二) 如於立法院審查預算時指定刪除本計畫經費或刪除貿易署總經費或政策改變須調整委辦工作項目，致影響本計畫執行者，雙方得協議變更計畫內容後減價（以議價時工作項目調整表為準）。

(三) 簽約後所須經費如未獲立法院審議通過或經凍結，得依政府採購法第 64 條（政策變更）規定辦理，其中補償廠商因此所生之損失，並不包含所失利益在內。

二、投標文件之內容涉及智慧財產權歸屬及傷害第 3 人合法權益時，由投標廠商負責處理並承擔一切法律責任。

三、本案得標廠商如有廣宣規劃，應依預算法第 62 條之 1 規定辦理。