

## 文化內容策進院

# 「2021TCCF 創意內容大會未來內容主題展」勞務採購案 需求說明書

2021 年 1 月

### 壹、計畫目標

為積極推動文化科技創新應用，以支持我國影視、音樂、出版、動漫遊戲、視覺與表演藝術等文化內容產業發展，文化內容策進院(下稱本院)於「2021 創意內容大會 (Taiwan Creative Content Fest)」建置未來內容主題展，策劃展示臺灣重要創意內容產業時代輪廓的展示場，呼應後疫情時代的危機與轉機。

本院規劃於今(2021)年持續辦理未來內容典範案例展示體驗，匯聚國內外具代表性之業者及作品參與展示，展示內容產業新 IP 加值及科技應用之成果，強化產業鏈結與曝光機會。鼓勵業界將臺灣在地多元文化素材透過創新的產製流程，善用數位科技催生更多精采的文化原生 IP 及衍生創作，並鼓勵內容產業業者跨域合作資源整合。

### 貳、廠商資格

合法登記立案之公司、行號、法人、機構或團體。

### 參、計畫履約期間

自決標日起至 2021 年 11 月 30 日。

### 肆、計畫金額

新台幣 2,100 萬元整(含稅)，採總包價法。

### 伍、活動日期

110 年 11 月 10 日(三)至 11 月 12 日(五)，共 3 日。

### 陸、活動地點

松山文創園區 2 號倉庫、3 號倉庫 (台北市光復南路 133 號)。本院已完成場地預定及租用，包含以下日期：

- 一、進場：110 年 11 月 5 日(五)至 11 月 9 日(二)，共 5 日。
- 二、活動：110 年 11 月 10 日(三)至 11 月 12 日(五)，共 3 日。
- 三、撤場：110 年 11 月 13 日(六)，共 1 日。

若因投標廠商所提企劃案內所需額外新增費用，包括且不限於租用之場地費用、夜間進場費用或、工作人員使用空間等相關支出，投標廠商應規劃內含於本標案價金內。

## 柒、委辦工作項目

### 一、策略規劃

以「整合」、「創新」、「互動」、「科技」出發，因應數位趨勢促進跨域、跨業合作之計畫文化內容發展目標，透過資料蒐集，以實證方法分析彙整、提出具創新概念之未來內容典範案例展示體驗執行策略，並針對活動提出具體執行方法。

以實證方法分析彙整近 2 年內國際間重要相似類型之內容交易活動辦理概況及成效，包括因應全球後疫情狀況下數位展會服務應用整合創新方法，訂定展區名稱、主題及內涵，並邀請專業策展人就各展區進行整體規劃、設計及裝置，策展規劃未來內容展區(策展人及參展名單需經本院同意)：

- (一) 未來內容展：展覽以具前瞻性及科技力之文化內容業者(包含商品或服務)及具體驗性作品為主，並包含至少 2 組國際團隊參展，作品授權費用應內含於本標案價金內。
- (二) 商務徵展機制設計執行：規劃商務徵展機制並推動公開徵展作業，需廣邀未來內容及相關技術廠商報名參展，相關規劃包含但不限於攤位配置、徵展說明會及媒合活動等，相關規劃需經本院同意後執行。

### 二、綜合展務

- (一) 整體空間配置規劃：以效益最大化為原則，妥善利用承租空間規劃整體配置。其配置應包含未來內容展示體驗區、徵展廠商區、交流空間、大會人員工作空間及參展業者儲物空間等(欲若有額外增加之租用空間需求，費用應

包含於本案標金內)。

- (二) 公共工程及視覺設計：場內公共工程包括但不限於活動形象裝置、活動場地指引、廠商立牌、報到接待處、等相關製作物、施工及設備租用，總體設計施作風格須具備國際展會規格，並配合本院擬定之主視覺設計(由本院另案執行)，活動相關公共工程及文宣品設計，須經本院同意後執行。投標廠商亦可於企劃書中提出建議設計主視覺設計建議方向。
- (三) 現場執行：現場參觀動線須以優化使用者體驗為前提，活動現場工作人員須經完善員工訓練，並妥善安排各現場人員之執行工作內容。因應疫情影響實體活動進行，廠商應就疫情發展提出相關活動執行規劃如社交距離、非實體活動模式及應變機制如防疫措施、疑似案例安置空間及通報流程等，並提出疫情備案之經費調整方案。

### 三、線上機制協作

- (一) 展場環境、展品內容及活動資訊須以文字、圖像、或 360VR 環景等形式，最晚於展期首日同步展示於活動官網或其他本院指定之線上平台，活動官網及其他線上平台由本院另案執行(欲增加建置之費用應包含於本案標金內)。
- (二) 須與院方其他線上系統執行單位共同協作，包含展會資訊、宣傳設計、大會相關活動、報名報到系統及參展商系統等需求。

### 四、活動宣傳品設計製作

- (一) 針對未來內容主題展區及展品資訊製作文宣品及周邊紀念小物：包括但不限於中、英文活動紙本宣傳摺頁或手冊 1000 份、紀念小物共 1,000 份，相關規劃及設計應配合本院需求調整。
- (二) 活動記錄：應至少活動現場靜態攝影紀錄。
- (三) 其他與活動宣傳有關之增值服務或建議方案。

## 五、成效調查

- (一) 針對當年度參展業者及活動執行狀況，設計成效調查表 1 式。內容至少須包括量化成果、質化成果、活動滿意度調查，於得標後配合本院需求或專家顧問意見調修，並且於展會結束後即時執行調查並提供成效調查報告。
- (二) 根據本院需求與規劃，執行前一年度 TCCF 創意內容大會參展單位之長期成效追蹤調查。

## 六、疫情影響備用方案

因「嚴重特殊傳染性肺炎」(COVID-19)疫情尚未結束，目前尚無法預知未來疫情發展是否會為影響實體活動進行，故廠商應就疫情發展提出相關活動備案(如社交距離、非實體活動模式)及應變機制(如防疫措施、疑似案例安置空間及通報流程等)，並提出疫情備案之經費調整方案。本院並得依據疫情發展情形，與廠商辦理契約變更作業。

## 七、其他

- (一) 廠商需提出預定承辦本案之人力組織架構，以及計畫主持人與主要工作人員之學經歷、專長等書面資料以供評選，其組成需具備文化內容、出版、影視傳播及辦理大型國際展會經驗等。相關專業計畫主持人及專職人員應出席各次工作會議，若無法出席需事先請假並經本院同意。如未具有服務項目內部份之專業能力，應以協力廠商委請相關之專業顧問支援提供服務，但須在參與本案人力項目中註明，且簽約後，除有特殊原因經報經本院同意外，不得任意撤換。
- (二) 活動安全措施規劃及執行，需為本活動之所有參與相關人員辦理公共意外責任險(包含但不限於所有工作人員、國內外貴賓、參與廠商、來賓及觀眾)，每一個人體傷責任之保額至少為新台幣 500 萬元，每一意外事故體傷責任之保險金額至少為新台幣 5,000 萬元，每一意外事故財損之保險金額至少新台幣 500 萬元，保險期間最高賠償金額至少為新台幣 1 億元。其餘保險內容請見契約書

保險條款。

## 捌、工作期程

- 一、於 2021 年 8 月 16 日前，提出期中報告
- 二、於 2021 年 11 月 30 日前，提出期末報告，詳細說明全案各工作項目執行成果，並檢附佐證資料。
- 三、上述時程得依工作會議或本院同意後據以調整。

## 玖、保密事項

本計畫執行期間，廠商因執行本計畫所取得之各項資訊(含補助或輔導業者資訊、補助內容、業者聯繫資料、活動規劃等)，未經本院同意，不得作非關本計畫之其他使用。

## 壹拾、企劃書規格

### 一、企劃書製作與交付

- (一) 格式：一律採 A4 紙張雙面列印，直式橫書方式製作，封面上端註明辦理「2021TCCF 創意內容大會未來內容主題展勞務採購案」，下端註明廠商名稱及日期，並製作目錄，說明標題與頁次，各頁均應加註頁碼。
- (二) 份數：1 式 12 份(含電子檔 1 式)。

### 二、企劃書內容

- (一) 依需求書內容規劃每一工作項目。
- (二) 經費明細表：請依各工作項目逐一編列，每個項目應輔以內容、數量、說明及預算金額(含稅)。
- (三) 執行能力(包括廠商簡介、展覽策展規劃能力、其餘本標案應具備之相關能力、預期效益及成果實績說明、預計投入本案之人力、物力及資源等)，並將過去完成或正進行中之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、委託單位及業主代表，並出具完成證明書(實績證明文件得為影本);無相關實績者得免說明或附證明文件。

(四) 專案管理進度時程表(每一工作項目內容、各工作項目階段之流程圖逐項規劃)。