

文化內容策進院
2025 年 ESG for Culture 影響力展會勞務採購案
(案號 1131210004)

採購需求說明書

壹、採購案背景與目標

為深化推動臺灣文化內容產業發展，促進文化內容產業生態系之完善，引進企業 ESG(Environment, Social, Governance)多元資源與文化內容產業長期商業合作，文化內容策進院(下稱本院)將執行「2025 年 ESG for Culture 影響力展會」，以臺灣影視、流行音樂、出版、動畫、遊戲、漫畫、時尚設計、視覺藝術、表演藝術、文化科技及其他等文化內容產業，與企業共創新商業模式。本計畫將展示企業與文化內容產業多元合作模式之倡議與推廣，本院作為企業與文化內容業者的專業媒合平臺，透過不同企業核心本業與文化內容業者多元面向之深度合作，亦促成有利展現文化內容影響力價值之環境，結盟擴大 ESG for Culture 專業服務生態圈，創造產業共好及建構新夥伴關係。

本採購案預計規劃執行「2025 年 ESG for Culture 影響力展會勞務採購案」，整合五大方向，將臺灣內容產業推向企業 ESG 商業市場，成為臺灣影響力之商務盛會，目標如下：

- 一、「ESG for Culture 影響力獎」開幕式暨頒獎典禮：聚焦臺灣 ESG 合作專案，表彰企業與文化內容業者的創新合作成果，激勵更多企業參與文化內容產業商業模式，提升 ESG 與文化內容結合的影響力。
- 二、「企業與文化內容業者對談舞台」：提供企業與文化內容業者深入交流的平臺，促進跨界對話與合作機會，分享雙方跨產業合作成功經驗與挑戰，帶動整體產業間的學習與成長。
- 三、「企業專題講座」：深入解析企業在文化內容產業合作中的具體實踐與成效，探索多元 ESG 實踐方法，鼓勵企業持續推動文化相關專案，提升企業對文化創新價值的認知與

投入意願。

四、「文化內容產業商業提案」舞台：鼓勵文化內容業者提交創新商業模式，與企業建立合作機會，建立多元合作管道。

五、「文化影響力展位」聯合展出：集中展示企業與文化內容合作的成功案例，傳遞創新合作的實踐成果，展現文化內容產業多元樣貌與商業潛力，吸引更多資源注入。

貳、標案名稱

2025 年 ESG for Culture 影響力展會勞務採購案

參、計畫履約期間

自決標日起至 114 年 12 月 31 日。

肆、計畫金額

新台幣 360 萬元整(含稅)，採總包價法。2026 年後續擴充金額以新臺幣 360 萬元為上限。(本院得就業務推動需求評估是否後續擴充，後續擴充實際金額以立院審核通過之預算為準。)

伍、活動日期

114 年 11 月 21 日(五)至 11 月 22 日(六)，共兩日。時程規劃如下：

一、彩排時間：114 年 11 月 20 日(四)13:00-17:00。

二、正式展期：114 年 11 月 21 日(五)至 11 月 22 日(六)，共兩日。

三、上述時程廠商應於服務建議書上提出適當建議，時程得依工作會議或本院同意後據以調整，實際執行時間應依本院核定為準。

陸、活動地點

一、由廠商提供活動地點，並由本院同意後辦理。

二、場地坪數至少 200 坪以上。如華山 1914 文創產業園區或其他同等級以上之合適地點。

三、廠商應遵守場地使用規則，提交場地所需之資料，並負擔進撤場清潔費用等相關支出，展期間含進撤場人員皆須符合場地之規定進行施工，若於進場、活動或撤場期間造成活動場地損害或違反場地使用規則，執行廠商應積極協助修復及支付修繕或賠償費用。

四、上述活動地點廠商應於服務建議書上提出適當建議，實際活動場地得依工作會議或本院同意後據以調整。

柒、委辦工作項目

一、「ESG for Culture 影響力獎」開幕式暨頒獎典禮

(一) 日期：114 年 11 月 21 日(五)上午。

(二) 廠商應配合展會需求規劃，並提供以下服務：

1. 達成目標

(1) 邀請至少 3-5 個各部會、各縣市政府等單位出席。

(2) 總出席企業人數至少 300 人次參與，並提供完整出席名單。

(3) 邀請至少 1 組團隊進行開場演出。

2. 工作內容

(4) 廠商應負責場次時段、主題規劃、流程規劃、主持人建議名單、表演團隊(含出席費用)、相關製作物輸出、座位安排、座位貼等，實際執行內容，應由依本院核定為準。

(5) 廠商應配合展會場次數需求，提供彩排場控及主要流程之人員及舞台硬體相關前後台人員協助。

(6) 廠商應配合需求進行相關行政協調、活動現場執行、貴賓接待及休息室規劃等事宜。

(7) 餐飲：可包含鹹點、甜點、軟性飲料。

(三) 若有不可抗力之因素或邀約困難，應提前告知，雙方使得彈性協商調整。

二、文化內容產業商業提案舞台

(一) 日期：114 年 11 月 21 日(五)下午。

(二) 廠商應配合展會需求規劃，並提供以下服務：

1. 邀請 40 家參展團隊進行一場企業 ESG 商業提案，參展名單由本院核定。
2. 總出席企業人數至少 200 人次參與，並提供完整出席名單。
3. 廠商應配合展會場次數需求，提供彩排場控及主要流程之人員及舞台硬體相關前後台人員協助。
4. 場次時段、主題規劃、主持人/講師由本院核定，廠商應配合需求進行相關行政協調、活動現場執行、講者接待及休息室規劃等事宜。
5. 餐飲：可包含鹹點、甜點、軟性飲料。
6. 廠商應配合本院工作時程及系統之規劃，協助整合簡報資料，並執行相關客服事項。

三、企業專題講座

(一) 日期：114 年 11 月 22 日(六)上午。

(二) 廠商應配合展會需求規劃，並提供以下服務：

1. 邀請 4 家知名企業進行一場專題分享，企業名單由本院核定。
2. 總出席人數至少 200 人次參與，並提供完整出席名單。
3. 廠商應配合展會場次數需求，提供彩排場控及主要流程之人員及舞台硬體相關前後台人員協助。
4. 場次時段、主題規劃、主持人/講師由本院核定，廠商應配合需求進行相關行政協調、活動現場執行、講者接待及休息室規劃等事宜。
5. 餐飲：可包含鹹點、甜點、軟性飲料。
6. 廠商應配合本院工作時程及系統之規劃，協助整合

簡報資料，並執行相關客服事項。

四、企業與文化內容業者對談舞台

(一) 日期：114 年 11 月 22 日(六)下午。

(二) 廠商應配合展會需求規劃，並提供以下服務：

1. 邀請 9 家企業進行對談，共 3 場次，分享雙方合作經驗之成果，名單由本院核定。
2. 總出席人數至少 200 人次參與，並提供完整出席名單。
3. 廠商應配合展會場次數量需求，提供彩排場控及主要流程之人員及舞台硬體相關前後台人員協助。
4. 場次時段、主題規劃、主持人/講師由本院核定，廠商應配合需求進行相關行政協調、活動現場執行、講者接待及休息室規劃等事宜。
5. 餐飲：可包含鹹點、甜點、軟性飲料。
6. 廠商應配合本院工作時程及系統之規劃，協助整合簡報資料，並執行相關客服事項。

五、文化影響力展位展出

(一) 日期：114 年 11 月 21 日(五)至 114 年 11 月 22 日(六)。

(二) 廠商應配合展會需求規劃，並提供以下服務：

1. 邀請 40 家文化內容業者展示與企業合作 ESG 之成果，名單由本院核定。
2. 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，其配置應包含交易展示區，並包括各區域之場地佈置，實際執行內容應依本院核定為準。
3. 展位規劃與硬體設備：廠商應規劃至少 40 家展位，並提供參展商展攤所需之設備(包含但不限於展攤隔板、1 桌 2 椅、展攤編號標示、補光燈、電源插座、主視覺輸出服務)，並應提出展位選配設備或特裝額外服務之規劃(如：額外桌椅設備、特殊裝潢需求對

接服務)，實際執行內容應依本院核定為準。

4. 展會服務規劃與執行：提出展會整體規劃、參展規則，實際參展單位須達 40 家展位。
5. 提出參展暨選位說明會 1 場：包括製作參展商參展重要時程及注意事項說明簡報，並說明規劃規則與進場等方式。

六、舉辦合作意向書簽署發布會

為行銷 ESG for Culture 之相關倡議活動，廠商應配合協助本院辦理合作意向書簽署發布會。

- (一) 辦理日期：自決標日起至 114 年 12 月 31 日前。
- (二) 場次：於履約期間內至少辦理 12 場。企業名單由本院核定。
- (三) 辦理地點：以本院員工休息室為主。
- (四) 工作內容如下：
 1. 安排合作意向書簽署發布會場次時間。
 2. 合作意向書簽署發布會主題規劃。
 3. 提供建議主持人員名單。
 4. 提供平面攝影師 1 名。
 5. 工作人員至少 2 位。
 6. 至少提供餐點、飲品。
 7. 每場合作意向書簽署發布會前一至二週擬定新聞稿，並於發布會後至少曝光 3 則以上新聞行銷。
 8. 應配合本院需求進行相關行政協調、活動現場執行等相關事宜。

七、ESG for Culture 年度主視覺設計及製作

得標廠商應於得標後 30 個日曆天(含)內完成主視覺設計，並延伸 4 種應用系統設計，包含年度影響力展會、影響力獎項宣傳、新媒體影音、工作坊、說明會等相關由本院辦理之 ESG 活動授權運用。

八、文宣品設計及製作

- (一) 2025 年 ESG for Culture 影響力展會：依 ESG for Culture 年度主視覺圖及設計規範，延伸設計、排版製作紙本/電子手冊、社群圖卡製作、LED 燈牆、活動背板、主舞台拍照區等。
- (二) 展會平面圖：依展會主視覺圖及設計規範，延伸設計、排版製作。
- (三) 活動手冊製作：廠商須於本案執行期間規劃辦理《2025 ESG for Culture 影響力展會》中文版(紙本實體及電子版)，其中紙本實體手冊須印製至少達 500 本(含)以上。內容包含本計畫案之活動一覽表、ESG for Culture 影響力獎項、各活動場次與談者介紹等相關資料等，文字內容由本院提供，由廠商協力進行美術設計及排版。廠商須提案版型與規格，並經過本院同意後始得進行。
- (四) ESG for Culture 影響力獎座設計：使用回收材質、再生材料進行獎座設計、排版製作，經本院核定設計後，包含得獎者單位資訊設計(實體製作由本院建置不需包含於本案)。
- (五) 合作意向書簽署發布會物品輸出：依照 ESG for Culture 年度主視覺，延伸印製背板一式(W425×H200cm)、簽署版(W100×H60cm)一式、手拿牌一式(W60×H15cm)，由本院核定後印製。

九、媒體行銷宣傳

- (一) 媒體宣傳規劃：為傳達本案推動目的、宗旨、年度工作成效、願景目標等，向文化內容相關產業業者及新創產業相關業者傳達並展示本計畫案之價值，同時向潛在上市櫃企業、中小企業、合作機構等宣傳本計畫案成效。廠商須於本案執行期間，規劃執行媒體行銷工作項目，並搭配工作執行及活動安排進行相關宣傳，廠商提案後經本院同意始得進行。
- (二) 網路行銷宣傳：本案宣傳期預計於 114 年 9 月至 11 月辦理，廠商須於本案徵件宣傳期間，至少於 40 篇(含)以上

文化內容產業、創新創業、永續平台、ESG 平台相關或本院指定之社群平台和網路媒體露出宣傳素材至少 2 波段(則)以上。具體露出網路平台、行銷宣傳規劃及辦理執行方式，廠商需提案並經本院同意後始得辦理。

(三) 社群圖卡製作：廠商須於本案宣傳期間，製作 Facebook 及 IG 圖卡 1 式，電子郵件 EDM 1 式，社群平台及網路媒體行銷宣傳素材至少 2 波段(則)以上進行推播，廠商須提案圖卡內容，並經與本院討論後始得定案執行。

(四) 宣傳、專訪影片：廠商須於本案執行期間，製作活動前、後至少 1 支(含)以上，規格為專訪、活動花絮影片等不等，為至少 3 分鐘(含)以上長度及相關後製。以下為影片須包含之活動：

1. 「ESG for Culture 影響力獎項」獎項面試。
2. 4-5 組企業及文化內容業者專訪。
3. 出機拍攝至少 6 次，包含工作坊、MOU 簽署等活動畫面。

(五) 展會花絮成果影片：廠商須於本案執行期間進行平面、動態攝影紀錄，並於本計畫活動結束後將照片、影片素材經剪輯後產出至少 1 支(含)以上成果影片，並以無償方式授權本院進行非營利之播放、使用，範圍包括利用影片重製、散布、改作、公開傳輸及公開播送。內容及片長需與本院討論後始得定案執行。以下為影片須包含之活動：

1. 「ESG for Culture 影響力獎項」頒獎典禮。
2. 「企業與文化內容業者對談舞台」。
3. 「企業專題講座」。
4. 「文化內容產業提案」舞台。
5. 「文化影響力展位」展出。

十、舞台硬體

活動期間舞台使用時段應依展會需求規劃並配合辦理，實

際執行內容應依本院核定為準：

- (一) 舞台活動性質(暫定)：開幕式暨頒獎典禮、開場演出、企業專題講座、企業與文化內容業者對談、文化內容業者商業提案等。
- (二) 場地空間：至少 300 人座位。
- (三) 硬體設備：包含不限於桌椅、舞台設計及布置、字卡設計、控台、視訊設備、燈光設備、音響設備、LED 螢幕、電視螢幕、媒體攝影高台、媒體使用空間，實際硬體規格應依場地配置配合本院需求調整。
- (四) 人力安排：須包含但不限於舞台監督、舞台助理、技術人員、活動執行、座位引導及報到人員。

十一、公共空間及工作區(實際需求依本院核定為準)：

- (一) 服務台：綜理大會客服、接待、展證及物資發放等大會相關服務事宜所需之空間及相關事項，設備包含但不限於桌、椅。
- (二) 貴賓室：至少 1 間，設備包含但不限於桌、椅、茶桌、沙發椅等。
- (三) 舞台區休息室：至少 1 間，設備包含但不限於桌、椅、梳化用品等。
- (四) 工作人員室：依實際空間及需求規劃工作人員空間及儲物空間等。
- (五) 商務洽談交流區：洽商區空間規劃與硬體設備，廠商應規劃至少安排 2 桌之洽商空間(每桌空間應包含不限於 1 桌 4 椅、電源插座等)，並配合場域區隔獨立空間。

十二、綜合展務

- (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) 空間設計圖：廠商應依展會所需場地空間進行規劃「ESG for Culture 影響力展會」各活動需求，空間及動線配置設計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。
- (三) 人力配置與現場活動執行：綜理展會綜合服務工作人力安排與訓練，需於活動前安排現場工作人力與行前訓練，於 ESG for Culture 影響力展會活動期間，協助諮詢服務台接待、活動進行與現場維護、客服諮詢等服務，且須配合 ESG for Culture 影響力展會整體活動駐點引導與諮詢，並配置工作人員。
- (四) 總與會者：ESG for Culture 影響力展會(兩整日)整體進出人數須達 2,000 人次以上。
- (五) 展前客服人員安排與訓練：廠商應安排客服人員駐點(地點應配合本院安排)，協助展前業者各式洽詢服務。
- (六) 展會之活動報名系統(例如：ACCUPASS)，惟廠商須配合使用及熟習系統操作流程。
- (七) 開場演出：廠商應邀約演出團隊，協助展前業者各式洽詢服務。
- (八) 茶水、餐點規劃與執行：廠商應提供活動所需茶水、餐點放置指定位置(例如：主舞台活動交流區)。
- (九) 平面及動態攝錄影紀錄：廠商應配合展會場次數量需求紀錄活動，需配備必要軟硬體設備及人力，並記錄各項活動平面靜態及動態拍攝。
- (十) 網路服務：廠商應負擔展會所需之網路服務(含 Wi-Fi)，包含提供參展商、與會者、工作人員等使用。
- (十一) 事務印表機：於指定區域區須配置 1 台事務印表機。
- (十二) 無線對講機：廠商應提供至少 10~20 台供本院與廠商即時聯繫使用。
- (十三) 醫護(救護)人員：規劃緊急通報、送醫流程，現場需

至少配置合格護理、急救人員各一名。

十三、其他配合事項

- (一) 須指派資訊對接窗口，即時提供本院辦理之其他相關活動所需之資料彙整及提供，並且支援人員邀請和接待等庶務事項。
- (二) 得標後，應配合本院每月至少一次工作會議。
- (三) 物資贊助：若展會有相關物資之需求，廠商可提贊助建議名單(如展位配置之電視、活動酒水餐點等)，惟須符合展會贊助原則辦理，經本院同意後洽談。
- (四) 廠商應將展會結束後剩餘之物資、物品運送至本院。
- (五) 本案廠商須配合本院出席場地技術協調溝通會議。
- (六) 其他與活動有關之增值服務或建議方案。
- (七) 成效調查與活動成果報告書：
 1. 廠商應於活動期間配合本院需求，提供即時統計數據，參展廠商、企業類型等。
 2. 活動成效調查：針對 ESG for Culture 影響力展會設計成效問券調查 1 式。內容至少須包括量化成果、質化成果、活動滿意度調查，廠商於得標後配合本院需求調修，並且於活動結束後即時執行調查，並於結案報告書提供成效調查結果。
 3. 展會後辦理檢討會議。
- (八) 廠商因執行本採購案所取得之各項資訊，未經本院同意，不得作非關本採購案之其他使用。
- (九) 廠商應配合承租場地規定及注意事項配合辦理，並配合相關技術協調會議或工作會議。
- (十) 本案相關文宣品、製作物優先支持環保材料，以促進自然資源保育與環境保護為目的，符合永續循環之條件。

捌、工作期程

- 一、廠商應於決標次日起至 30 個工作日(含)內提送工作計劃書、保險單正本或保險機構出具之保險證明文件 1 份及繳費收據

副本。

二、廠商應於 114 年 9 月 30 日(含)前，提出期中報告(含電子檔一份)

三、廠商應於 114 年 12 月 31 日(含)前，提出期末報告(含電子檔一份)，詳細說明全案各工作項目執行成果，並檢附佐證資料。

四、上述時程得依工作會議或本院同意後據以調整。

玖、服務建議書規格

一、服務建議書製作與交付

(一)格式：一律採 A4 紙張彩色雙面列印，直式橫書方式製作，若有 A3 版面，需折成 A4 大小，封面上端註明辦理「2025 年 ESG for Culture 影響力展會勞務採購案」，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 10 份。

(三)交付方式：詳招標公告。

二、服務建議書內容

(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)。

壹拾、注意事項

- 一、採購評選委員自接獲評選有關資料之時起，不得就該採購案參加投標、作為投標廠商之分包廠商或擔任工作成員。其違反者，本院應不決標予該廠商。
- 二、投標廠商之服務建議書中所呈現之工作成員(依據行政院公共工程委員會96年8月7日工程企字第09600302640號函，工作成員範圍，包含投標廠商之投標文件所述人力組織及參與或協助該採購案之相關人員均屬之)，如有不屬投標廠商之人員，須取得其同意書，投標時並一併附具同意書之影本，未檢附時，則視為該人員未同意擔任工作成員，並請評選委員酌予扣減相關評選項目分數。
- 三、本案招標文件及廠商投標文件均為契約之一部分。
- 四、廠商所提之服務建議書，未得標廠商要求發還投標文件者，本院得保留其中1份，其餘發還；得標廠商之服務建議書著作財產權歸本院所有。得標廠商應將定案之服務建議書做成光碟片於簽約時一併提供，供本院使用。