

文化內容策進院

2021 年 TCCF 創意內容大會整合行銷規劃勞務採購案

需求說明書

110 年 2 月 8 日

壹、計畫目標

為有效整合臺灣文化內容產業、促進跨域跨業合作及因應數位趨勢，本院於 2020 年整合辦理「創意內容大會(TCCF)」，展會活動將以臺灣故事為核心，推動「整合」、「互動」、「創新」、「國際」為四大升級標的，使該活動成為台灣文化內容產業面對全球市場的門面窗口及綜合集散地，進而達到充沛台灣內容創作能量、促進跨業交流機會發揮市場影響力、以及國際整體外銷等策略目標，利用更強的故事力整合國內文化內容，規劃 TCCF 年度行銷方案與整合各活動安排。

貳、計畫名稱

2021 創意內容大會整合行銷規劃勞務採購案。

參、計畫履約期間

自決標日起至 110 年 12 月 18 日。

肆、計畫金額

新台幣 2,304 萬(含稅)，採總包價法。

伍、委辦工作項目

一、策略規劃

以四大升級標的「整合」、「創新」、「互動」、「國際」出發，因應數位趨勢促進跨域跨業合作之計畫目標，透過資料蒐集，以實證方法分析彙整近 2 年內國內外相關內容交易會辦理概況及成效，並且提出具創新概念之本展會整體執行策略，配合本院年度主題提出策展主題規劃及總體論述，針對展會安排前、中、後期之完整行銷策略規劃。

二、綜合展務規劃

- (一) 視覺設計：主視覺系統設計規劃，包含 CIS 系統規劃及相關活動視覺設計應用至少 20 式及公共工程視覺設計等，皆須配合本院決議。
- (二) 展會內容前期規劃，包含活動整體時程安排(記者會、開幕、活動日期、交流活動等)、周邊活動亮點規劃等，相關安排皆須配合本院討論與決議。
- (三) 聘用國際顧問協助策展，須至少聘請一名舉辦過相關國際展會，或同等級之全球展會活動專家，協助擔任本次活動策展總籌，以協助展會升級並具國際視野，相關安排須配合本院討論，本院有最終決定權。

三、活動行銷規劃及執行

(一) 辦理記者會(至少 2 場次)

1. 活動正式開幕前記者會 1 場：依據本活動整合目標，提出展會活動亮點，使本活動能夠創造高效益的曝光，透過記者媒體向大眾媒體傳達最新的訊息，以達成 TCCF 宣傳品牌行銷之目標，須規劃適恰場地(至少國內四星以上或同等級場域)、佈置、提供致詞稿、媒體訪綱、活動議程、記者會亮點安排、記者及貴賓邀請、伴手禮及資料袋等。
2. 媒體茶敘 1 場：安排媒體茶敘，協助文策院與媒體之關係建立及對話，協助展會活動暖身，需安排提供媒體訪綱及活動議程及場地(至少國內四星以上或同等級場域)及整體活動行銷物之設計撰稿。
3. 其他活動亮點計畫及安排曝光統籌(包括作業時程訂立、宣傳方法與通路、文宣 EDM 等，經本院同意後執行)，並依據需求協助辦理記者會或同等曝光宣傳活動。
4. 須定期與市場展、未來展承辦商開會，了解活動並安排個展會亮點。

(二) 廣告規劃與執行(包含宣傳影片投放)

1. 安排全年度之網路廣告、戶外廣告、電子/紙本媒體、置入報導，協助增加活動全球曝光及活動品牌建立。
2. 利用社群媒體、自媒體或關鍵字操作等數位行銷方式，利用分眾行銷，協助活動品牌建立，提升民眾知曉度，觸及率至少達 1 千萬次。

(三) 活動宣傳影片及製作(雙語，至少 4 支)

1. 前導宣傳影片：製作具影像性、故事性及商業潛力之活動前導影片，供媒合推介及行銷活動中展示運用，影片應包括本院形象並引起關注度，配合文策院需求提供對應規格。
2. 國際性主題形象影片：確認主視覺後應製作主題形象影片，需包含長、短版及雙語版本，俾利後續活動運用，該影片需含活動主視覺，並蘊含故事力、創意力、設計力，配合文策院需求提供對應規格。
3. 活動紀錄影片：包含活動前期規劃、展會現場、開幕及交流活動等安排影像紀錄，並剪輯成片。
4. 成果影片：包含展會現場、開閉幕及交流活動，以及相關活動成果(包含：媒合、論壇、活動亮點等)，以故事力包裝整體成果並有效傳達本活動核心價值，配合文策院需求提供對應規格。
5. 影片規格不應低於 1080P，解析度至少達 1920x1080 且長寬比為 16:9 的影片。
6. 根據行銷需求，提供亮點宣傳影片規劃，提供社群媒體使用。

四、週邊活動行銷宣傳

活動宣傳：包含開幕活動、晚會、周邊交流活動等，撰寫新聞稿，提供記者名單，相關內容應經本院同意後據以提供後續承辦商執行。

五、建置活動網站

- (一)提出網站架構與各資訊區塊規劃，應於提出示意介面圖，網站基本功能應以 109 年「創意內容大會」為基礎，並於企劃書中提出改版升級規劃，以新媒體技術傳達本院展會核心價值。網站應至少包含以下功能：
 1. 消息發布、廠商基本資訊及展會作品資料露出
 2. 配合本院其他行銷規劃，串接直播等功能
 3. 中、英雙語
 4. 手機/網頁雙版本，需能配合 IOS/ Android 雙系統。
- (二)整合整體活動網頁安排需以線上版 TCCF 做整體規劃，且使用者介面需符合便利性並具有邏輯，視覺設計亦需切合活動主題，利用影音或其他技術呈現創意內容大會。
- (三)網站需建置於本院雲端空間中，相關規格需符合行政院頒布之資安規格。
- (四)廠商應於得標後，安排專責資訊人員與本院官網及系統廠商串接，並提供可上稿之後臺帳號密碼予本院使用，安排專人教學，該網站建置完成後之相關權利歸本院所有。
- (五)得標後廠商應配合本院對接未來資料庫及蒐集業者資料，以便作為本院整合產業市場資訊公開平台之資料庫素材。

六、活動宣傳品設計製作

- (一)文宣品：包括但不限於中英文活動專刊、摺頁至少 1,500 份、機場燈箱廣告、電子報規劃與發布(含版型設計製作、內容規劃、期數與內容波段操作、發送對象等)、邀請卡設計製作、活動證件設計製作(可規劃以電子版或電子憑證操作)。
- (二)活動伴手禮及禮品規劃：規劃並設計本活動紀念品/伴手禮至少 1,500 份，相關規劃、設計及數量應配合本院需求調整。

(三)其他與活動宣傳有關之加值服務或建議方案。

七、成效調查

針對整體行銷規劃成果檢討，包含廣告安排、網頁、參展廠商、買家、觀眾等，各設計成效調查表 1 式。內容至少須包括量化成果、質化成果、活動滿意度調查、媒體露出成果、社群網站觸及成效、網站瀏覽人次、線上互動數等聲量調查，於得標後配合本院需求或專家顧問意見調修，並且於展會結束後執行調查並提供成效調查報告，成效 KPI 暫定如下：

類型	平台	KPI
社群 (每月提供社群發文及露出規劃，安排至少 1 個社群宣傳活動)	Facebook	1000 萬次觸及率 / 影片播放 10 秒以上次數需達 200 萬次
	Youtube	觀看次數達 20 萬次
新聞 (每月至少 2 篇與文策院/創意內容大會有關新聞操作)	傳統紙媒	至少 10 則
	國內線上	原生+轉載達 250 則
	國外線上	原生+轉載達 50 則

八、整合 TCCF 活動脈絡

- (一)須指派執行總監，與文策院協力統籌活動，並安排專案負責人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)成立專案團隊主責本案行銷活動執行，該團隊至少 5 人，具中英雙語流利溝通能力及行銷經驗，能即時回答相關展會問題並提供即時協助，並配合院內會議派員出席。
- (三)前導規劃完成後，需負責與未來主題內容展、內容交易市場展活動承辦廠商對接並整合工序，俾利整體活動完整執行並無資訊接收之落差。
- (四)廠商需提出預定承辦本案之人力組織架構及協力廠商名

單(檢附廠商合作意向書),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。

(五)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。

(六)活動安全措施規畫及執行,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、講者、買家、參與廠商、表演人員及團隊、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 200 萬元,保險期間最高賠償金額至少為新台幣 1 億 400 萬元。

九、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。

陸、工作期程

- 一、於簽約後 30 日,提出年度行銷規劃,說明全案各工作項目預計執行成果。
- 二、於簽約後 60 日需提出第一份完整活動企劃書,包含場域規劃、主視覺提案、市場展及行銷活動亮點策劃等。
- 三、於活動完成 30 日內需提出完整結案報告,需包含活動辦理成效、活動知曉度及各項活動之效益分析報告。

四、上述時程得依工作會議或本院同意後據以調整。

柒、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。

捌、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「**2021 年 TCCF 創意內容大會整合行銷規劃勞務採購案**」，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。
- (三)交付方式：詳招標公告。

二、企劃書內容

- (一)依需求說明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、業主代表，並出具完成證明書(實績證明文件得為影本)。
- (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)。