

## 客家委員會

# 「2025 年參加國內美食暨觀光旅遊展會計畫」勞務採購案 需求規範說明書

### 一、目的：

為推廣客庄在地美食、觀光旅遊，規劃參與國內具指標性之「2025 高雄旅行公會國際旅展」、「2025 臺灣美食展」及「2025ITF 台北國際旅展」，結合客家人文美食、產業、觀光旅遊等面向，強化客庄美食觀光旅遊亮點及產業特色，以促進客庄旅遊及美食產業發展。

### 二、履約期程：自決標日起至 115 年 4 月 30 日止。

### 三、經費規模：

總經費以新臺幣（以下同）1,500 萬元（含稅）。（為跨年度預算：114 年度預算占 80%，計 1,200 萬元，115 年度預算占 20%，計 300 萬元。115 年度所需經費如未獲立法院審議通過或經部分刪減，得依政府採購法第 64 條規定辦理），廠商所投服務建議書報價超過預算者為不合格標，不予減價機會。

### 四、委託服務內容：

#### 【1】專案人力需求

工作項目	規格	備註
【1-1】 駐會人員派 用	<p>1. 廠商應於 114 年 5 月 1 日起派駐全職駐點人員 2 名於本會，並配合本會辦公時間，負責本案相關業務聯繫接洽及其他交辦案件之處理，條件及薪資詳契約書第 8 條第 17 款規定。</p> <p>2. 本項人員薪資為固定金額，不納入議價範</p>	<p>1. 派駐人員須經本會同意，且履約期間如本會認為不適任者，應無條件另擇派適任人員；惟仍應依勞動基準法相關規定辦理。</p> <p>2. 本計畫執行期間，加班費</p>

工作項目	規格	備註
	<p>圍；另加班費、差旅費及福利金均檢據覈實報支。</p>	<p>支出補貼費用最高以 6 萬元為上限；交通費及住宿費最高以 4 萬元(未稅)為上限，皆採覈實支付，超過部分經本會同意則另行辦理契約協議。</p> <p>3. 廠商應為每位派駐人員編列每年新臺幣 3,000 元之福利經費(未滿 1 年部分依派駐月數所占比例計算)，由廠商自行規劃福利項目，執行數原則不得低於編列數之 90%。</p> <p>4. <u>依據職業安全衛生法第 20 條第 1 項及勞工健康保護規則第 16、17 條規定，雇主於僱用勞工時，應施行體格檢查；對在職勞工應定期（未滿 40 歲每 5 年 1 次、40 歲以上未滿 65 歲每 3 年 1 次、年滿 65 歲每年 1 次）實施一般健康檢查，</u></p>

工作項目	規格	備註
		<p><u>檢查費用並由雇主負擔；</u>  <u>所定檢查距勞工前次檢查</u>  <u>未超過定期檢查期限，經</u>  <u>勞工提出證明者，得免實</u>  <u>施。請投標廠商以匡列金</u>  <u>額（檢據覈實支付）方式</u>  <u>編列相關費用（派駐勞工</u>  <u>每人以新臺幣 1,500 元為</u>  <u>上限）。</u></p> <p>5. <u>得標廠商應依上開規定實</u>  <u>施派駐勞工體格檢查(新進</u>  <u>人員)或一般健康檢查(在</u>  <u>職人員)，並給予派駐勞工</u>  <u>半日公假及檢查費用之補</u>  <u>助。倘派駐勞工尚未超過</u>  <u>定期檢查期限(包含勞工於</u>  <u>同一任職單位或過去任職</u>  <u>單位已實施體格檢查或一</u>  <u>般健康檢查未超過期限</u>  <u>者)，惟廠商仍要求實施體</u>  <u>格檢查或一般健康檢查，</u>  <u>不予認列公假，相關費用</u></p>

工作項目	規格	備註
		<b>亦由廠商自行吸收，不得於契約價金中支付。</b>
<b>【1-2】</b> 僱主意外責任保險	廠商應於駐會人員派用期間，投保僱主意外責任險，承保範圍詳契約書第10條第2款規定。	應於人員到會前辦妥保險，相關證明文件(保險單正本1份及繳費收據副本1份)後送會核備。
<b>【2】辦理參展前置作業、規劃</b>		
工作項目	規格	備註
<b>【2-1】</b> 專案執行及策展團隊	<ol style="list-style-type: none"> <li>按執行月數共14個月計之，包括成立策展團隊，為全案聯繫、協調、溝通及相關行政事宜費用。</li> <li>廠商應成立專案策展團隊，包含策展人、空間設計、視覺傳達、網路直播行銷、客家文化等具專業工作人員至少各1人，實際負責「2025高雄旅行公會國際旅展」、「2025臺灣美食展」及「2025ITF臺北國際旅展」參展整體規劃設計及本計畫推動事宜。</li> <li>廠商應洽談旅展網路平台合作機制，訂定合作內容及相關費用分潤等。相關規劃須經本會同意後執行。</li> <li>廠商應訂定美食展相關招商規範，辦理參展業者招商所需各項行政作業，若有費用收取之規</li> </ol>	

工作項目	規格	備註
	<p>劃，收入應配合本會主計程序辦理繳庫作業。</p> <p>5. 於美食展前辦理輔導參展業者銷售技巧，提升營業績效。</p> <p>6. 廠商須配合本會需要出席所召開之工作及檢討會議。</p>	
<p><b>【2-2】</b> 展場行政工作</p>	<p>配合各展會管理單位所須圖文申請、廣宣及工作證申領等行政作業，並辦理全場場控、工作人員手冊製作、訓練及工作分配。</p>	
<p><b>【2-3】</b> 旅展遊程行銷、媒合及資源整合推廣與前置作業</p>	<p>1. 廠商應於旅展期間設置專業人員於展區，提供各項遊程、美食之洽商、銷售或媒合服務，並配合大會活動安排。</p> <p>2. 整合浪漫臺三線、風起六堆及花東幸福臺九線之客庄及桐花觀光旅遊等產業特色資源，洽邀客庄小旅行社區團隊、遊程競賽獲獎團隊、客庄重點發展區相關合法旅宿(含旅行社、觀光旅館、旅館民宿(好客民宿)等)、餐飲業者建立合作模式，以線上線下聯合促銷、或直播拍賣方式，凸顯客家品牌獨特性。</p> <p>3. 廠商應於旅展前協助既有小旅行遊程團隊、遊程競賽體驗團隊或旅宿業者與旅行社合作，高雄旅展至少媒合 5 條、台北國際旅展應至少媒合 10 條(不含高雄旅展)開發主題遊程，上架</p>	<p>相關規劃須經本會同意後執行。</p>

工作項目	規格	備註
	<p>於旅行社或旅遊平台，並平均分配於客庄 369 各區，實際帶領體驗當地文化魅力。</p>	
<p><b>【2-4】</b> 辦理旅展線上客家館並媒合平台業者設置客家專區</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 與旅行業者或平台業者(如：KLOOK、KKday 及旅遊相關平台)合作，配合旅展設置客家專區至少 10 案。</li> <li>2. 配合旅展設置線上客家館，包含設計製作網頁及展會期間維管事宜，並於上線前進行弱點掃描；另須提出鼓勵民眾至線上客家館消費之誘因，如線上議題活動等之規劃。</li> <li>3. 結合至少 20 家旅行社推出至少 120 條客庄多元化旅遊行程或推薦民宿，其中應包括有 10 條 2 日(含)以上之客庄旅遊商品。</li> </ol>	<p>相關規劃須經本會同意後執行。</p>
<p><b>【3】參加「2025 高雄旅行公會國際旅展」</b></p>		
工作項目	規格	備註
<p><b>【3-1】</b> 展區規劃</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 參展主題：以「客家形象館」之文化展示、互動體驗、推薦遊程等特色，規劃具集客性、創意性旅遊展區。於開展前 1.5 個月提出策展方案。</li> <li>2. 攤位規劃：以承租 20 個標準攤位(3m*3m)之場域為原則(另主辦單位提供相關優惠措施，廠商不得另立名目要求增加經費)。</li> <li>3. 展區內容：應設計符合參展主題之舞臺宣傳活</li> </ol>	<p>廠商投標之服務建議書請列為「暫訂」規劃，實際場地之整體展區規劃、意象設計及布置，應於開展前 1.5 個月前提供本會，本會同意後，據以辦理。</p>

工作項目	規格	備註
	<p>動區、洽談休息區、現場多媒體視覺呈現(若以LED電視牆架設，應為高畫素P4等級)、服務台、文宣放置區等，並配置適當動線及公共空間與倉庫休息區。</p> <p>4. 展區主視覺及攤位設計：應區分浪漫臺三線、風起六堆及幸福臺九線，針對各區域旅遊焦點呈現個別風格(含主視覺、行銷亮點及商品票券促銷方案等)，並以易懂、具安全性、互動性高，可有效吸引民眾進入展場之大型創意展產裝置為佳。</p> <p>5. 活動期間現場每日應安排專職工作人員(含清潔、導覽、諮詢等)。</p>	
<p><b>【3-2】</b> <b>活動規劃</b></p>	<p>1. 宣傳記者會：依活動主題配合旅遊展主辦單位規劃辦理2場宣傳記者會，須含現場布置、媒體邀約、新聞稿撰寫、媒體資料袋及文宣品(30份)。</p> <p>2. 辦理開幕式貴賓巡場及活動規劃事宜。</p> <p>3. 合作推廣：挖掘本案推薦景點特色與亮點，並與客庄遊程競賽獲獎團隊、社造組織與旅行者及客庄旅宿業者合作，推廣特色旅遊商品，並於展會現場直播販售及發送折價券等。</p> <p>4. 集客活動：至少須包含以下內容但不限，投標</p>	<p>1、記者會及各項活動之人選、團體及執行內容事項須經本會同意，與服務建議書內容不同時，以本會同意內容為主。</p> <p>2、本場次經費不含場地租用、水電及清潔費，已於本案【8-1】項編列，廠商不得另外提出經費項目。</p> <p>議題活動及互動教育體驗為本</p>

工作項目	規格	備註
	<p>廠商可提出優規方案：</p> <p>(1) 線上線下聯合促銷活動(每日至少 3 場)</p> <p>(2) 主題活動或表演(每日至少 1 場)</p> <p>(3) 名人推廣說明會(每日至少 1 場)</p> <p>(4) 活動前須進行現場集客，請並規劃相關行銷事宜(含文宣品發送等)。</p> <p>5. 主持人：展會期間(4 天)包含開幕式及活動現場皆需配置展場主持人 1 名，人選須能以華語及客語雙語穿插主持，適時炒熱現場氣氛。</p>	<p>會初步規劃，廠商如能研提更利於本案之作法更佳。</p>

**【4】參加「2025 台灣美食展」**

工作項目	規格	備註
<p><b>【4-1】</b> 資源整合與前置規劃</p>	<p>整合浪漫臺三線、風起六堆及花東幸福臺九線之客庄在地美食等產業特色資源，延續「HA-Food」概念結合客家小炒全國爭霸賽獲獎店家、客庄地區特色美食、名物伴手禮等業者，並訂定參展店家遴選機制，於開展前 2 個月提出策展方案。</p>	<p>本項規劃需經召開會議討論，參與業者應平均分配於客庄 369 各區，本會同意後執行。</p>
<p><b>【4-2】</b> 展區規劃</p>	<p>1. 參展主題：美食展以節慶活動、客家美食街或主辦單位訂定等主題，融合各地特色客庄飲食，規劃具「國際品味」之客家風味美食展區、可吸引人潮、刺激消費之策略方案。</p> <p>2. 攤位規劃：以承租 40 個標準攤位(3m*3m)之場域為原則(另主辦單位提供相關優惠措施，廠</p>	<p>廠商投標之服務建議書為暫訂規劃，實際場地之整體展區規劃、意象設計及布置規劃，須於開展前 2 個月，經本會同意後，據以辦理。</p>

工作項目	規格	備註
	<p>商不得另立名目要求增加經費)。</p> <p>3. 參展業者：應徵選合宜業者參展，並以本會輔導認證之客家美食餐廳、客家小炒獲獎餐廳或獲選客家名物伴手禮店家等為主要邀展對象。</p> <p>4. 展區內容：現場設計符合參展主題之舞臺宣傳活動區、店家展示區、美食文化示範展演區、互動教育體驗(DIY)區、服務台等，現場並可搭配科技互動設計元素(若以 LED 電視牆架設，應為高畫素 P4 等級)，與配置適當動線及公共空間與倉庫休息區、餐飲製作保存設備等。</p> <p>5. 展區主視覺及攤位設計：須依參展類型、策展主題個別風格規劃設計(含主視覺、攤位設計、行銷亮點及商品票券促銷方案等，前揭主視覺部分因美食展及旅展屬性不同，須分別設計)。</p> <p>6. 活動期間現場每日應安排專職工作人員(含清潔、導覽、諮詢等)。</p>	
<p><b>【4-3】</b> <b>活動規劃</b></p>	<p>1. 宣傳記者會：依活動主題配合美食展主辦單位規劃辦理 2 場宣傳記者會，須含現場布置、媒體邀約、新聞稿撰寫、媒體資料袋及文宣品(30 份)。</p>	<p>1、記者會及各項活動之人選、團體及執行內容事項須經本會同意，與服務建議書內容不同時，以本會同意內</p>

工作項目	規格	備註
	<p>2. 辦理開幕式貴賓巡場及活動規劃事宜。</p> <p>3. 議題活動：</p> <p>(1) 展覽期間配合展會主題規劃辦理至少 20 場活動。</p> <p>(2) 活動內容可包含適合主題之表演節目、促銷活動(如品牌推介、名人分享或利用社群媒體操作行銷議題)、趣味表演賽(如美食PK賽、廚藝秀等)、票券規劃銷售(餐券、體驗券)、DIY 體驗(每日至少 2 時段)。</p> <p>(3) 活動前須進行現場集客，參加民眾數須達座位區數 9 成，請規劃相關集客活動(含文宣品發送等)。</p> <p>(4) 展場期間每日至少規劃 1 名具宣傳話題之亮點名人作為議題活動規劃安排。</p> <p>4. 主持人：展會期間(4 天)包含開幕式及活動現場皆需配置展場主持人 1 名，人選須能以華語及客語雙語穿插主持，適時炒熱現場氣氛。</p>	<p>容為主。</p> <p>2、本場次經費不含場地租用、水電及清潔費，已於本案【8-1】項編列，廠商不得另外提出經費項目。</p> <p>3、議題活動及互動教育體驗為本會初步規劃暫定之名稱，廠商如能研提更利於本案之作法更佳。</p>

**【5】參加「2025 ITF 台北國際旅展」**

工作項目	規格	備註
<p><b>【5-1】</b> 展區規劃</p>	<p>1. 以「客家形象館」之文化展示、互動體驗、推薦遊程等特色，規劃具集客性、創意性旅遊展區。於開展前 2 個月提出策展方案。</p>	<p>廠商投標之服務建議書請列為「暫訂」規劃，實際場地之整體展區規劃、意象設計及布</p>

工作項目	規格	備註
	<p>2. 攤位規劃：以承租 20 個標準攤位(3m*3m)之場域為原則(另主辦單位提供相關優惠措施，廠商不得另立名目要求增加經費)。</p> <p>3. 展區內容：應設計符合參展主題之舞臺宣傳活動區、洽談休息區、現場多媒體視覺呈現(若以 LED 電視牆架設，應為高畫素 P4 等級)、服務台、文宣放置區等，並配置適當動線及公共空間與倉庫休息區。</p> <p>4. 展區主視覺及攤位設計：應區分浪漫臺三線、風起六堆及幸福臺九線，針對各區域旅遊焦點呈現個別風格(含主視覺、行銷亮點及商品票券促銷方案等)，並以易懂、具安全性、互動性高，可有效吸引民眾進入展場之大型創意展產裝置為佳。</p> <p>5. 活動期間現場每日應安排專職工作人員(含清潔、導覽、諮詢等)。</p>	<p>置，應於開展前 1.5 個月前提 供本會，本會同意後，據以辦理。</p>
<p><b>【5-2】</b> 活動規劃</p>	<p>1. 宣傳記者會：依活動主題配合旅遊展主辦單位規劃辦理 2 場宣傳記者會，須含現場布置、媒體邀約、新聞稿撰寫、媒體資料袋及文宣品(30 份)。</p> <p>2. 辦理開幕式貴賓巡場及活動規劃事宜。</p> <p>3. 合作推廣：挖掘本案推薦景點特色與亮點，並</p>	<p>1、 記者會及各項活動之人選、團體及執行內容事項須經本會同意，與服務建議書內容不同時，以本會同意內容為主。</p> <p>2、 本場次經費不含場地租</p>

工作項目	規格	備註
	<p>與客庄遊程競賽獲獎團隊、社造組織與旅行業者及客庄旅宿業者合作，推廣特色旅遊商品，並於展會現場直播販售及發送折價券等。</p> <p>4. 集客活動：至少須包含以下內容但不限，投標廠商可提出優規方案：</p> <p>(1) 線上線下聯合促銷活動(每日至少 3 場)</p> <p>(2) 主題活動或表演(每日至少 1 場)</p> <p>(3) 名人推廣說明會(每日至少 1 場)</p> <p>(4) 活動前須進行現場集客，請並規劃相關行銷事宜(含文宣品發送等)。</p> <p>5. 主持人：展會期間(4 天)包含開幕式及活動現場皆需配置展場主持人 1 名，人選須能以華語及客語雙語穿插主持，適時炒熱現場氣氛。</p>	<p>用、水電及清潔費，已於本案【8-1】項編列，廠商不得另外提出經費項目。</p> <p>3、議題活動及互動教育體驗為本會初步規劃，廠商如能研提更利於本案之作法更佳。</p>
<b>【6】辦理參展績效統計及檢討報告</b>		
工作項目	規格	備註
<b>【6-1】 參展績效統計</b>	<p>廠商應於各會展期間提供每日銷售額等統計數據外，並計算參觀人次，並應於各展會結束後追蹤後續之銷售效益<u>至標案結束</u>，綜整參展績效；另線上客家館部分，亦請於線上展期間，每個月提供銷售額等統計數據。</p>	<p>須請廠商於各展會開始前 1 個月提供參展指標。(如銷售額或靠櫃人次目標值)</p>
<b>【6-2】 問卷調查及</b>	<p>製作問卷(可採紙本或手機、平板電腦等形式)，辦理展會民眾滿意度調查，每場至少 500 份問</p>	<p>內容須經本會同意。</p>

工作項目	規格	備註
洽談紀錄作業	卷，並於活動結束後，分別提出活動效益與統計分析，並紀錄洽談參展店家業者相關消費者回饋及經營策略意見。	
【6-3】 分析報告	廠商應於各展會結束次日起7日內提出分析報告(計2式)，內容須包含(但不限於) 策展概述、展會成果及綜合分析等項目。	
【6-4】 活動紀錄	本案2場活動全程紀錄照片，解析度須達300dpi以上，結案時應彙整交付精選照片各至少200張之電子檔，並以隨身碟供本會保存運用。	
<b>【7】文宣品及媒體行銷</b>		
工作項目	規格	備註
【7-1】 媒體推廣宣傳	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 規劃及執行整體推廣宣傳計畫，並負責新聞稿、致詞稿提供及媒體發布等事宜。</li> <li>2. 各場展會前，應運用多元媒體組合，加強傳播行銷及報導推播，如：電視媒體、平面媒體、數位媒體及社群媒體、搜尋關鍵字及自有公關通路等，積極安排媒體採訪報導，以強化活動宣傳效益(每場次活動訊息露出至少10則)，及配合會展推播訊息作業。</li> </ol>	須提供媒體露出情形一覽表，內容包含平面、數位及網路媒體等資料，及配合會展推播訊息等。
【7-2】 文宣推廣宣傳-文宣之設	<p><b>文宣之設計與製作：</b></p> <p>製作「2025 高雄旅行公會國際旅展」、「2025 臺灣美食展」及「2025ITF 臺北國際旅展」客家主</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 文宣品之設計、製作與寄送須經本會同意。</li> <li>2. 相關行銷宣傳製作物，依預</li> </ol>

工作項目	規格	備註
計及製作	<p>題館宣傳摺頁，配合會展主題設計，簡介客家特色食材及料理、客庄特色餐廳等，至少 2,200 份（高雄旅展至少 400 份以上、美食展至少 800 份以上及 ITF 臺北國際旅展至少 1,000 份，全彩雙面印製，皆含寄送，紙質以環保、再生為佳）。</p>	<p>算法第 62-1 條之規定，明確標示其為廣告，且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。</p> <p>3. 宣傳摺頁規格為本會建議，廠商可以專業研提更優、更具創意之規劃。</p>
<p><b>【7-3】</b> 文宣推廣宣傳-創意文宣品</p>	<p>應配合活動主題製作具紀念價值之創意文宣品，作為記者會、滿額贈、打卡禮、抽獎及線上館促銷活動之禮贈品，以吸引人潮(用於活動現場者，各場至少 500 份)；用途、品項及數量應配合各場之整體規劃。</p>	<p>1. 含設計費及製作費</p> <p>2. 經費以 50 萬元為上限，須檢據覈實支付。</p> <p>3. 文宣(文宣品)之設計及用途規劃，以能刺激會展人潮為主，並須經本會同意。</p>
<b>【8】其他</b>		
工作項目	規格	備註
<p><b>【8-1】</b> 場租</p>	<p>1. 廠商應負擔各場場租及場地必要之附加費用，並支應策展與執行(含進場、撤場)所需各項費用，包含並視各會展現場所需具備之水電、清潔、施作、粉刷、空調、消防、燈具、各類配管、保固維護、撤除、運費及規費等項目。</p> <p>2. 場地租用(含進場、撤場)期間，應依場地管理</p>	<p>場租以 600 萬元估列並為上限，結案時檢據覈實報支。</p>

工作項目	規格	備註
	單位規定自主管理，廠商若有使用不當衍生之危安或違規罰款情事，應負責改善或繳納罰款。	
<b>【8-2】 保險</b>	<p>廠商應於各展會期間，於活動區域內投保公共意外責任險，承保範圍包含：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 每一個人體傷責任 600 萬元。</li> <li>2. 每一意外事故體傷責任 3,000 萬元。</li> <li>3. 每一意外事故財損 200 萬元。</li> <li>4. 保險期間內每人最高賠償金額 6,400 萬元。</li> </ol> <p>美食展需加保食品中毒附加條款。</p>	
<b>【8-3】 雜支</b>	辦理活動相關事項，如郵資寄送、交通運輸、製圖列印、環境清潔、餐具茶水及參展團隊交通住宿補貼等事務相關採購。	
<b>【9】結案事宜</b>		
工作項目	規格	備註
<b>【9-1】 結案成果報告</b>	<p>廠商應於民國 115 年 4 月 30 日前提送成果報告書（含活動照片及相關新聞資料等）及相關文宣品（含成品及其印刷檔、JPG 圖形檔）辦理結案，紙本與電子檔各 3 份，所附圖檔須達 800 萬畫素以上。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 結案報告除紙本外，電子檔應以隨身碟儲存。</li> <li>2. 相關電子檔應以隨身碟儲存，並於隨身碟圖標清楚標示內容、讀取軟體需求、電子檔容量、出版時間等，並附保存盒。</li> </ol>

全案執行內容、方式、項目及辦理期程，均須經本會同意後實施。

五、辦理期程查核：

時 程	工 作 項 目	各分項 付款比例
第 1 期(20%) (決標後 20 日內)	提出本案之細部執行計畫(其具體執行內容仍須本會另行同意後執行)。	20%
第 2 期(30%) (114 年 8 月 30 日前)	完成「2025 高雄旅行公會國際旅展」	15%
	完成 2025 臺灣美食展	15%
第 3 期(30%) (114 年 11 月 30 日前)	完成 2025 ITF 臺北國際旅展。	30%
第 4 期(20%) (115 年 4 月 30 日前)	完成全案計畫工作項目，並檢送全案成果報告書 1 式 3 份 (含電子檔)。	20%

六、侵權責任承擔：

履約如有侵害第三人合法權益，應由廠商負責 處理並承擔一切法律責任。

七、服務建議書：

服務建議書一式 12 份，一律以 A4 紙張中文橫式撰寫（圖表可用 A3 紙張製作摺成 A4 尺寸）。首頁須加蓋投標廠商及負責人印章，第 2 頁為目次及頁碼索引，其次為本文，請依序編頁碼排列整齊，雙面印刷左側裝訂；製作服務建議書及契約簽訂前所需之成本由廠商自行負擔。並請依前述委託服務內容，依下列規定撰寫：

- (一) 執行計畫內容：依據委辦事項（含本案執行構想、理念、計畫內容、工作項目、執行進度、實施方法與步驟、整體空間規劃草案、執行期程、預期效益、相關文宣試編設計樣稿等）逐項敘明，另以表格方式簡要敘明提供服務數量及規格。如能提供其他附加價值，亦得於服務建議書內說明。
- (二) 計畫內使用之軟、硬體設備及資源等。
- (三) 本案經費執行財務規劃：預估本案所需之各項明細費用，依工作項目及規劃內容，具體填寫數量、規格、單價及總價（含稅），並參照本會經費明細表

格式（如附件1）編列。

- (四) 廠商執行本案工作人員編組、簡介組織團隊：應詳列公司、團體組織及專責成員、分包廠商，所列工作人員（係指服務建議書內所列人員）應符合採購評選委員會審議規則、採購評選委員會委員須知等相關規定，併請檢附同意書；符合上開規定未檢附同意書者，列入評分之參考。
- (五) 計畫執行工作流程及時程進度管制規劃。
- (六) 附件內容應包括投標廠商簡介及曾經辦理相當規模（或以上）之相關活動實績（得標承作部分，不含分包）或其他有關事項。
- (七) 廠商企業社會責任(CSR)指標：

評分項目及說明	證明文件	注意事項
<p>1. 近一年內曾替員工普遍性加薪(2分)</p> <p>(1) 普遍性加薪，係指事業單位80%以上員工獲得加薪。</p> <p>(2) 配合勞動部公告之<u>最低工資</u>依法調升者非屬加薪。</p>	<p>近一年內加薪公文或公告、團體協約、勞資會議紀錄、工資清冊等，足以證明事業單位內勞工加薪文件。</p>	<p>調整勞保投保薪資資料</p> <p><b>非屬</b>證明文件。</p>
<p>2. 於投標文件載明後續履約期間給與全職從事本採購案之員工薪資(下稱員工薪資)至少超過機關刊登招標公告日之<u>勞動部公告最低工資(下稱最低工資)1.1倍以上</u>(2分)：員工薪資為<u>勞動基準法第2條第3款所稱「工資」</u>(指勞工因工作而獲得之報酬；包括工資、薪金及按計時、計日、計月、計件以現金或實物等方式給付之獎金、津貼及其他任何名義之經常性給與均屬之)，但不含加班費。</p>	<p>投標文件內載有<u>後續履約期間全職從事本採購案員工之薪資文件或資料</u>。</p>	<p>如以報價清單作為佐證文件，廠商得標後應於履約或驗收階段提供員工薪資之佐證資料（領據或匯款證明等）予本會查驗，並列為驗收事項，如有不符，本會得比照契約第4條第1款規定(減價收受)計算方式辦理。</p>
<p>3. 提供員工「工作與生活平衡」措施(1分)：相關措施項目如：友善家庭措施(如育</p>	<p>勞動契約、工作規則或公告、團體協約、勞資會議紀錄、員工性別人數及比率文</p>	

<p>嬰假或侍親假)、友善性別(含多元性別)、友善族群(含對不同族群之友善措施,例如廠商運用多元文化議題辦理內部訓練,藉以提升員工對於多元文化之認知及素養,或超額進用原住民族員工)、友善中高齡者及高齡者、友善身心障礙或弱勢團體人士、員工協助方案、企業托兒、健康促進、彈性工時與工作安排措施(如因家庭照顧或健康因素,提供彈性調整工作時間、地點或內容等)。</p>	<p>件、進用身心障礙或弱勢團體人士之人數及比率文件、運用多元文化議題辦理內部訓練證明文件、進用中高齡者及高齡者之人數及比率文件、超額進用原住民員工之人數及比率文件,或其他足以證明之文件。</p>	
<p>4. 辦理綠色採購(1分): 廠商採購綠色產品於環境部「民間企業及團體綠色採購申報平臺」完成申報綠色採購。</p>	<p>最近一年度於環境部「民間企業及團體綠色採購申報平臺」下載之「綠色採購金額證明文件」。</p>	

註：以上所附證明文件應為原始核准(公布、簽訂等)文件之影本或影像檔，如屬另行製作文件均不予採認。

(八) 若有其他未盡事宜，依據「政府採購法」及相關規定辦理；截止收件日前本會對招標事項如有變更，得修改另行公告之。

#### 八、資訊安全需求

(一) 本專案如若有關資通系統，應遵守下列事項：

##### 1、資通安全責任

- (1) 廠商應遵守資通安全管理法、其相關子法及行政院所頒訂之各項資通安全規範及標準，並遵守機關資通安全管理及保密相關規定。此外機關保有對廠商執行稽核的權利。
- (2) 契約履約或終止後，廠商應刪除或銷毀執行服務所持有機關之相關資料，或依機關之指示返還，並保留執行紀錄。
- (3) 廠商提供服務，如違反資通安全相關法令、發現資通系統有被入侵跡象或知悉發生資安事件時，必須立即通報機關，提出緊急應變處置，並配合機關做

後續處理。

(4) 廠商應配合機關所辦理之資通安全稽核、檢測及各項資安演練，針對稽核及演練缺失或建議進行改善，並針對中風險弱點於2個月內、高風險弱點於1個月內負責修補改善。

(5) 廠商應提供下列資安檢測服務：

■資安檢測：

a. ■網頁弱點檢測，提出安全檢測報告，範圍至少應包含弱密碼、SQL Injection 及 XSS 等常見弱點或漏洞，並於檢測完畢後針對中風險於2個月內、高風險於1個月內負責修補改善。

b. 檢測時間：■新系統上線前

(6) 廠商交付之軟硬體及文件，應先行檢查是否內藏惡意程式(如病毒、蠕蟲、特洛伊木馬、間諜軟體等)及隱密通道(covert channel)，涉及利用非受託者自行開發之系統或資源者，並應標示非自行開發之內容與其來源及提供授權證明。廠商於上線前應清除正式環境之測試資料與帳號及管理資料與帳號。

(7) 廠商須針對各版本進行版本管理，並依照資安管理相關規範提供權限控管與存取紀錄保存。

(8) 廠商應確實執行組態管理，以確保系統之完整性及一致性，以符合機關對系統品質及資通安全的要求。

(9) 廠商未依照機關作業規範或雙方同意之工作規定，致洩漏系統內個人資料，負完全賠償責任。

(10) 廠商未依照本條資通安全責任規定執行，因此造成機關損害部分，應負損害賠償責任；如致他人權利受有損害時，廠商亦應負責。

(11) 本案若有分包情形，廠商應確保分包商資通技術服務之可用性，並要求分包商亦遵循本會相關資通安全規範。

(12) 專案期間產出之系統於活動結束：無需保留，請承商備份後移除，並通知綜規處協助確認。

2、本專案主機存放位置：其他。

(二) 本專案相關人員作業及服務，應遵守下列事項：

- 1、廠商專案人員應簽署保密同意書/保密切結書。
- 2、廠商作業人員出入本會辦公場所，並應遵守本會資通安全規範要求及配合安全管制、門禁管理、作業管理等措施，不得派任或委託經主管機關通知具危害國家安全疑慮之人員進入本會機房及其他設施重地，進行相關設備安裝、維護、校準等作業，或進行涉及本會網路系統資源、用戶個人資料及通信內容相關之資通系統軟體或遠端系統連線之維運及測試作業。
- 3、廠商作業人員非經本會同意，不得自行攜入資通訊處理設備至本會工作區域及機房，且不得私自接取本會之網路。
- 4、廠商提供之服務禁止使用中國大陸廠牌資通訊設備(軟體、硬體及服務)，如附件 2，並於決標日後提供。

(三)本專案如若涉及個人資料，應遵守下列事項：

- 1、個人資料之蒐集、處理或利用，廠商應依個資法施行細則第 12 條之要求，執行各項個人資料管理相關措施，依個資法施行細則第 8 條要求，接受本會之監督，並宜參考本會「HAKKA-COM-2-07-02\_個人資料保護契約條款(範本)」範本簽署契約條款，本會必要時得到場進行查核。
- 2、防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏，採取適當之安全措施，應包含資料安全稽核機制以及使用紀錄、軌跡資料及證據保存之事項。
- 3、個人資料透過任何應用程式(網頁、電子信件、通訊軟體等)進行傳輸、儲存、查詢、電子資料提供時，應加強傳輸過程資料加密、身分鑑別及防火牆等資訊安全措施。

(四)本案如有行銷宣傳、文化推廣、教育訓練、藝文表演、節目製作、提供公眾活動或使用之場地等相關情形，應遵守下列事項：

- 1、禁止使用中國大陸廠牌資通訊軟、硬體與服務。
- 2、供不特定人士直接收視或收聽影像或聲音之設備，不得為中國大陸廠牌產品。

(五)本專案如若物聯網(IoT)設備，應注意下列事項：

- 1、應盤點 IoT 設備：帳號/密碼、系統版本、是否開放對外。
- 2、處理原則：

(1) 變更 IoT 管理介面的預設密碼，確保密碼強度符合安全性原則。

- (2) 確認 IoT 設備的系統為最新版本，並且執行安全性更新。
- (3) 控管 IoT 設備對內部系統之連線，並禁止自網際網路存取 IoT 設備管理介面。
- (4) 強化 IoT 設備監控，如有異常行為，請立即斷網。

#### 九、開放資料需求

- (一) 本案資料，廠商宜依「政府資料開放」格式整備及更新，以供本會相關資料庫應用。
- (二) 開放資料需依行政院政府資料開放平臺網站訂定之「政府資料開放優質標章暨深化應用獎勵措施修正規定」中資料開放可取得性、易於被處理、易於理解等原則進行規劃。
- (三) 為提供一致性介接資料介面，並達成系統間(Machine to Machine,M2M)資料交換之原則，廠商應依國家發展委員會訂定之共通性應用程式介面規範及描述標準(Open API Specification,OAS)，並須提供符合 OAS 標準之說明文件(電子檔)，提供符合 RESTful 風格之資料介接(取得、新增、修改、刪除)OpenAPI 服務。

附件 1

客家委員會委託辦理

「2025 參加國內美食暨觀光旅遊展會計畫」勞務採購案

經費明細表

項次	品項及規格	單位	數量	單價	複價	備註
一、專案人力需求						
1-1	駐會人員派用	人*月	24	35,650	855,600	自 114 年 5 月 1 日起 派駐全職駐點人員 2 名（中級助理），含 勞保、健保(含補充保 費)、勞退金及獎金； （中級助理每月基本 薪資為 3 萬 5,650 元）
1-2	駐會人員勞、健保（含補充 保費）及勞退金（廠商負擔 部分）	月	24			雇主每月需負擔 2 名 駐點人員勞、健保及 勞退費用，須含稅， 請依政府相關法令最 新規定編列
1-3	駐會人員工作獎金	人*年	2	35,650	71,300	依全年 1 個月薪資乘 以全案在職天數所占 比例計算
1-4	駐會人員加班費	式	1	60,000	60,000	本項請勿修改

項次	品項及規格		單位	數量	單價	複價	備註
							(覈實支付)
1-5	駐會人員差旅費		式	1	40,000	40,000	本項請勿修改 (檢據覈實支付)
1-6	福利經費		人*年	2	3,000	6,000	本項請勿修改 (檢據覈實支付)
1-7	健康檢查		人*年	2	1,500	3,000	本項請勿修改 (檢據覈實支付)
	小計						
<b>二、辦理參展前置作業</b>							
2-1	專案執行及策展團隊						
2-2	展場行政工作						
2-3	旅展遊程行銷、媒合及資源 整合推廣及前置規劃						
2-4	辦理旅展線上客家館並媒合 平台業者設置客家專區						
	小計						
<b>三、參加「2025 高雄旅行公會國際旅展」</b>							
3-1	展區規 劃	參展主題、主視覺 及場地設計	場	1			
		展區規劃及建館、 音響器材租借	場	1			
		水電工程	場	1			

項次	品項及規格		單位	數量	單價	複價	備註
		攤商展示(售)隔間 租借	式	1			
3-2	活動規 劃	宣傳記者會	場	2			
		各開幕式貴賓巡 場、活動及主持人 規劃	天	4			
		議題活動	場	20			
	小計						
四、參加「2025 臺灣美食展」							
4-1	資源整合與前置規劃		式	1			
4-2	展區規 劃	參展主題、主視覺 及場地設計	場	1			
		展區規劃及建館、 音響器材租借	場	1			
		水電工程	場	1			
		攤商展示(售)隔間 租借	式	1			
4-3	活動規 劃	宣傳記者會	場	2			
		各開幕式貴賓巡 場、活動及主持人 規劃	天	4			
		議題活動	場	20			

項次	品項及規格		單位	數量	單價	複價	備註
	小計						
五、參加「2025 ITF 臺北國際旅展」							
5-1	展區規 劃	參展主題、主視覺 及場地設計	場	1			
		展區規劃及建館、 音響器材租借	場	1			
		水電工程	場	1			
		攤商展示(售)隔間 租借	式	1			
5-2	活動規 劃	宣傳記者會	場	2			
		各開幕式貴賓巡 場、活動及主持人 規劃	天	4			
		議題活動	場	20			
	小計						
六、辦理參展績效統計、紀錄							
6-1	參展績效統計		式	1			
6-2	問卷調查及洽談紀錄作業		式	1			
6-3	展會分析報告		式	1			
6-4	活動記錄		場	3			
	小計						
七、文宣品及媒體行銷							

項次	品項及規格	單位	數量	單價	複價	備註
7-1	文宣推廣宣傳-文宣之設計與製作	份	2,200			
7-2	開發創意文宣品-創意文宣品 (匡列經費)	式	1	500,000	500,000	(檢據覈實支付)
	小計					
八、其他						
8-1	場租 (匡列經費)	式	1	6,000,000	6,000,000	(檢據覈實支付)
8-2	保險	場	3			
8-3	活動紀錄	場	3			
8-4	雜支	式	1			
	小計					
九、結案						
9-1	結案成果報告	式	1			
	小計					
十、營業稅						
10-1	營業稅					以 5%計列
	總計(含稅)					

1. 請依本需求規範說明書所列規格，以變動費用與固定費用分列說明本案經費估算基礎。
2. 品項至少應包含印製費、包裝費、運(遞)送費、人事費、業務費、企劃費、圖文版權使用費及其他執行本案所需費用分析，並得視規劃內容自行增加調整表列項目。
3. 各營業項目一律以淨價編列，將所有項目金額合計後另加計 5%營業稅即為全案總價。

## 《請於投標時，納入服務建議書》

### 附件 2：切結書

#### 切結書（範例）

本廠商\_\_\_\_\_參與（招標機關）辦理（標的名稱）招標案，對於廠商之責任，包括刑事、民事與行政責任，已充分瞭解相關之法令規定，並願確實遵行，簽結承諾事項如下：

1. 本公司目前是否有中國大陸地區廠商或人民持股情形？

本公司無中國大陸地區廠商或人民持股情形。

有中國大陸地區廠商或人民持股情形，其佔比情形及相關說明如下：

2. 本公司及涉及本案之分包廠商是否為中國大陸地區廠商？

本公司及涉及本案之分包廠商皆非屬中國大陸地區廠商。

有中國大陸地區廠商，說明如下：\_\_\_\_\_

3. 執行本案之團隊成員是否有中國大陸國籍人士(多重國籍者，若有屬中國大陸國籍者亦屬之)？

執行本案之團隊成員皆無陸籍人士。

本案之團隊成員有陸籍人士，說明如下：\_\_\_\_\_

4. 本公司及涉及本案之分包廠商，是否於中國大陸地區(含香港、澳門)設立相關團隊據點？如是，則該據點與本案履約間之關係為何？

否，本公司及涉及本案之分包廠商，皆未於中國大陸地區設立相關團隊據點。

是，該據點與本案履約間之關係，說明如下：\_\_\_\_\_

5. 本公司針對本案所提供機關(共用)產品或服務之所屬一切資料存取、備份及備援之實體所在地是否有置於中國大陸地區(含香港、澳門)之情形？或跨該等境內傳輸相關資料？

否，本公司針對本案所提供機關(共用)產品或服務之所屬一切資料存取、儲存、備份及備援

等作業，皆無置於中國大陸地區(含香港、澳門)之情形，且未經該等境內傳輸相關資料。

是，有置於中國大陸地區(含香港、澳門)或該等境內傳輸相關資料，說明如下：\_\_\_\_\_

投標廠商： (簽名蓋章)

負責人： (簽名蓋章)

中華民國 年 月 日