



衛生福利部食品藥物管理署

107 年「網路名人聯合反毒宣導推廣計劃案」

需求說明書

中華民國 107 年 10 月

衛生福利部食品藥物管理署

107 年「網路名人聯合反毒宣導推廣計劃案」

需求說明書

壹、背景說明（計畫緣起）：

藥物濫用行為不只影響個人身心健康，對家庭甚至整個社會亦造成極大的傷害。據本署「103 年全國物質使用調查」結果顯示，12 至 64 歲的民眾中約有 23 萬人曾經藥物濫用；首次使用非法藥物的動機「好奇」占 67.1%，首次使用非法藥物的地點「同學或朋友家」占 40.3%，曾經從「同學、同事或朋友」拿到或買到非法藥物為 55.1%。另依「106 年藥物濫用案件暨檢驗統計年報」資料顯示 106 年藥物濫用種類排名前三位分別為海洛因 16,537 人次(占總藥物濫用通報案件數 50.2%)、(甲基)安非他命 9,995 人次(占 30.3%) 及愷他命 2,278 人次(占 6.9%)。

為深化民眾對藥物濫用危害認知，本計畫擬以整合多方新媒體資源進行藥物濫用防制宣導，邀集青少年關注的網路社群代表人物，以特效化妝方式呈現吸毒後的形貌變化，並搭配個人經驗與呼籲訪談，透過靜態拍攝、動態影像與衛教宣導素材於網路及大專院校暨國高中社群曝光，以增強年輕群眾對吸毒產生後遺症與不良影響之瞭解與警戒。

貳、計畫執行工作內容（或規格內容說明）：

一、計畫執行內容：網路社群名人與親身經歷者宣導、素材製作、互動平台及社群行銷。

（一）執行內容重點：

1. 網路社群名人與親身經歷者宣導：配合機關需求，提出至少 20 位於青少年族群中具有重大影響力（社群總訂閱/追蹤人數超過 100 萬人，或其他機關同意之人選）的社群代表人物（下稱 KOL）名單，經機關同意邀請其中至少 5 位

參與本計畫，廠商另應邀約至少 1 位曾受毒害、且目前已戒治成功的親身經歷者共同參與本案。參與一天拍攝、並配合對應訪問與用於網路宣傳，或邀請 KOL 或親身經歷者出席本案相關公開活動(如發表會等)。

2. 內容素材製作：

(1) **特效化妝**：廠商應經臨床與具實際經驗之相關專業顧問指示後協助 KOL 與親身經歷者進行特殊化妝，精確呈現經毒害一年、三年、五年（指妝容；另年數僅提供參考用）共三階段不同之外貌型態。

(2) **平面攝影**：廠商應安排專業攝影人員、場地、服裝與所有攝影所需器材為 KOL 與親身經歷者進行平面拍攝。全體 KOL、個別 KOL 與個別親身經歷者，每外貌型態（毒害一年、三年、五年妝容）皆須拍攝一組照片，包括但不限於臉部、全身、情境。廠商應提供所有拍攝之原始照片，並應機關需求精修與調整其中至少 60 張做為本案正式宣傳之用。

(3) **動態影像**：廠商應安排專業攝影人員動態紀錄專案執行整體過程、側拍紀錄、人物訪談。另除應提供過程完整之動態影像檔案予機關外，並應剪輯製作宣傳影片，規格如下：

①影片長度：180 秒長度及 30 秒長度各 1 支。

②拍攝工具：為 HDCAM(含)以上之錄影機錄製。

③正片規格：HD 規格、解析度 1920 x 1080/60i MXF 影片格式，片尾標註衛生福利部及本署 LOGO 及廣告 2 字，字幕與無字幕檔案各一份。

(4) **社群素材**：廠商應根據機關需求，提供上述內容發佈於社群平台或相關媒體所需之宣傳素材，其形式包括但不限於懶人包、單張圖片、宣傳文案，至少 8 組。

3. 互動平台：

(1) **互動元素**：廠商應結合上述內容素材，搭配衛教與反毒教育內容以小遊戲或其他機關認可之方式設計具互動性且可完整兼容於桌上型電腦與行動裝置之網頁。

(2) **架設與維運**：廠商應提供上述互動平台自啟用起(驗收合格次日起算)至少 3 年之網路空間、網址或根據機關需求架設至機關指定空間並連結至指定網址，並應確保 3 年內該平台之內容均能正常呈現。

4. 社群行銷：

(1) 應配合機關需求，安排每位 KOL 及親身經歷者就本案發布至少 2 則之社群宣傳貼文。

(2) 應配合機關需求，以數位廣告或其他機關認可之方式安排本案相關宣傳內容於指定社群或媒體露出(投放通路包含但不限於 Facebook Newsfeed、YoutuberView、Google Adwords、Google banner ad、Bing ads、Dcard banner ad、Meteor banner 等)，總觸及人數至少 300 萬人、12 萬貼文互動、15 篇不重複報導等。

(3) 應針對本案所製作內容，調整成合適的檔案格式或輸出方式(如 banner、行動裝置、網路或其他廣告等)，宣導反毒暨衛教知識、規劃發布與宣傳計畫，其方式包括但不限於媒體發稿、換稿等曝光方式。

二、本計畫案(採購標的)執行內容之主要部分：

本採購標的範圍之全部。

本案採購標的範圍之部分：本案之推廣、整體規劃與管理應由廠商自行履約。

參、履約期限(執行期間)：

廠商應自決標日起至 107 年 12 月 20 日以前完成履行採購標的之供應。

廠商應自決標日起 日曆天、 工作天內完成履行採購標的之供應。

其他：。

肆、履約地點：(請勾選)

招標機關地點：

衛生福利部食品藥物管理署（台北市南港區昆陽街 161-2 號）

招標機關指定地點(請敘明)：

伍、投標廠商基本資格及應檢附之資格證明文件：

一、投標廠商基本資格（具下列資格之一者）及應檢附之資格證明文件（廠商需提出資格文件影本繳驗，必要時本署並得通知廠商提供正本供查驗）：

財（社）團法人團體、公、協、學會

公（私）立大專院校

公立學術研究機構

政府機關及其附屬之研究機構

經政府合法登記之公司、行號、機構

經政府合法登記之醫療機構（含醫院、診所）

經政府合法登記之合作社

二、應檢附之資格證明文件：

廠商登記或設立證明影本【如：如公司登記或商業登記證明文件、非屬營利事業之法人、機構或團體依法須辦理設立登記之證明文件、工廠登記證、許可登記證明文件、執業執照、開業證明、立案證明或其他由政府機關或其授權機構核發該廠商係合法登記或設立之證明文件】。

上開證明，廠商得以列印公開於目的事業主管機關網站之資料代之。【注意：依經濟部 98 年 4 月 2 日經商字第 09802406680 號公告：「直轄市政府及縣（市）政府依營利事業統一發證辦法所核發之營利事業登記證，自 98 年 4 月 13 日起停止使用，不再作為證明文件。」準此，投標廠商如以營利事業登記證作為資格證明文件，而無其他足資證明之文件者，視為資格不符】

本採購屬經濟部投資審議委員會公告「具敏感性或國安(含資安)

疑慮之業務範疇」之資訊服務採購，廠商不得為大陸地區廠商、第三地區含陸資成分廠商及經濟部投資審議委員會公告之陸資資訊服務業者。(上開業務範疇及陸資資訊服務業清單公開於經濟部投資審議委員會網站 <http://www.moeaic.gov.tw/>)。

本採購允許合作社參與投標，投標廠商為合作社者，應附具合作社章程，且章程業務項目需涵蓋本採購委託工作項目。

■廠商納稅之證明：

(1) 營業稅繳稅證明：為營業稅繳款書收據聯或主管稽徵機關核章之最近一期營業人銷售額與稅額申報書收執聯。廠商不及提出最近一期證明者，得以前一期之納稅證明代之。新設立且未屆第一期營業稅繳納期限者，得以營業稅主管稽徵機關核發之核准設立登記公函代之；經核定使用統一發票者，應一併檢附申領統一發票購票證相關文件。(本項適用於依營業稅法須報繳營業稅者之情形)

(2) 所得稅證明：

最近一期之所得稅申報證明文件。廠商不及提出最近一年證明文件者，得以前一年之納稅證明文件代之。

(3) 營業稅或所得稅之納稅證明，得以相同期間內主管稽徵機關核發之無違章欠稅之查復表代之。

(4) 依法免繳納營業稅或所得稅者，應繳交核定通知書影本或其他依法免稅之證明文件影本。

廠商依工業團體法或商業團體法加入工業或商業團體之證明影本（如：會員證）。

陸、預估經費：

一、採購金額：新臺幣 440 萬元整。

■ 本案預算金額：新臺幣 440 萬元整，內容如下：(請勾選 ■)

■ 委託服務費用預算金額：新臺幣 440 萬元整。

(一) 投標廠商應依委託服務費用，分別提列各項經費後加總填報總價投標。

(二) 注意：投標廠商報價不得逾預算金額，投標廠商報價超過預算金額者，依政府採購法第 50 條第 1 項第 2 款暨行政院公共工程委員會 96 年 10 月 2 日工程企字第 09600396110 號函規定，列為不合格標，不予減價機會。

本採購機關得依採購法第 22 條第 1 項第 7 款規定，保留未來向得標廠商增購之權利，擬增購之項目及內容：

(一) 本案保留後續擴充之期間為____年，其經費為新台幣○○○元整。

(二) 本案保留後續擴充之項目及內容：

無保留後續擴充

柒、服務建議書（企劃書）撰寫格式、內容及相關規定：

一、本案投標廠商是否須延聘相關專家學者組成「專家諮詢、顧問團隊或工作團隊」（下統稱「專家諮詢小組」）等類似組織或編組，以執行本計畫，並於服務建議書(企劃書)提報該等小組成員名單： 否

二、請依下列 格式撰寫服務建議書（企劃書）： 本署委託勞務計畫書格式；

未限定格式；

三、經費編列請按 資訊服務委外經費估算原則 衛生福利部食品藥物管理署非科學技術類委託辦理計畫經費編列原則及基準(並填寫本案需求說明書附件 3 之預估經費項目一覽表)

衛生福利部及所屬機關科學技術類委託研究計畫經費編列原則及基準辦理。除 A3 尺寸繪製之必要圖表（說）外，建議用 A4 縱向紙張，內文應以中文由左至右橫式繕打撰寫（如有必要時，得以英文註記）。宜加目錄、編頁碼（下方置中）、加封面（不須編頁碼）並裝訂成冊。

四、封面應載明計畫名稱、投標廠商、申請機構（或團體）名稱，廠商、機構（或團體）之負責人姓名及計畫提出日期。

- 五、投標廠商應提出**服務建議書（企劃書）一式 10 份【其中一份請勿裝訂，以利複製】及電子檔光碟 1 份**參與投標評選，所提服務建議書（企劃書）經提出後不得退換或更換補件。
- 六、若於服務建議書（企劃書）中引用相關書籍資料，應加註引用書籍名稱，且不得有「互相抄襲」情形。如未予登載加註，且內容有雷同之處，由評選委員視其抄襲情節輕重，給予相對較低之分數。
- 七、**服務建議書（企劃書），其撰寫應至少包括下列內容：**
- （一）專案概述:簡述專案目標、範圍、時程、作業方式。
 - （二）實施策略與方法: 至少包含下列重點
 1. KOL 及親身經歷者之演出規劃:
 - (1)本案搭配之 KOL、親身經歷者清單與推薦原因。
 - (2)本案搭配之特殊化妝廠商與其實際作品範例。
 - (3)本案宣傳用社群素材至少 1 則試作範例。
 2. 工作進度規劃：
工作進度的管控規劃、執行效益評估，應力求具體明確。
 3. 管理建議：
專案組織與管理（含專案工作團隊成員、參與人員之學經歷及負責之工作項目）。
 - （三）團隊合作經驗及執行實績：
廠商應明確區分工作責任及作業方式、應變計畫（Contingency Plan）及近三年內承接相關專案經驗，並檢附相關證明文件（影本）。
 - （四）經費分析：各項經費之細部概算及投標廠商應針對本案所列各項需求作業，分析其各工作項目之對應經費編列(參考預估經費項目一覽表，附件 3)。
- 八、**本案執行計畫內容如有涉及人體研究，得標廠商應依 100 年**

12月28日公布施行之人體研究法規定，於議價前（無者免填），取得倫理委員會審查通過之相關文件，倘未於前揭期限內取得，或其審查未獲通過，致契約無法繼續履行者，本署得解除契約且不賠償廠商之損失，該審查結果併履約成果辦理驗收。【備註：計畫涉及人體研究或個人隱私資料之收集等需依照「人體研究法」相關規定辦理。】

- 九、研討會場地應依行政院 95 年 7 月 14 日院授主會三第 0950004326A 號函之規定，各項會議及講習訓練，以在機關內部或公設場地辦理為原則。
- 十、本案應確實依照政府機關政策文宣規劃執行注意事項及預算法第 62 條之 1 之規定，辦理政策宣導，應明確標示其為「廣告」二字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。
- 十一、以人為對象之研究，即需進行性別統計分析及差異評估，並於關鍵字中加註「性別」。
- 十二、如購置 500 萬元以上儀器，應建立管理機制並將儀器資料併成果報告送本署納管，必要時，本署得要求得標廠商向本署簡報，或派員進行實地稽查，於計畫結束後依儀器作業性質開放查詢使用(補助或委辦案件適用，無者免)。
- 十三、派員出國請依「本署補(捐)助或委辦計畫派員出國作業要點」規定，人數、天數應力求精簡。每次人數以不超過二人為原則，同一年度內接受本署補助出國之次數，每人以一次為原則(補助或委辦案件適用，無者免)。

捌、甄選作業方式及程序：

一、受理投標方式：

- (一) 廠商應將投標文件相關資格證明文件及服務建議書（企劃書）（一式 10 份【其中一份請勿裝訂，以利複製】及電子檔光碟 1 份）等相關文件資料，以不透明容器密封，於截止投標期限前，以郵遞或專人送達招標機關指定場所。
- (二) 投標廠商應於外標封詳填本標案「案名」、「案號」、「廠

商名稱」及「地址」等資料，以利審查。

(三) 投標廠商所送未通過審查之服務建議書(企劃書)與附件資料，除本署保留部份數量作為備查使用，將於決標或無法決標後退還投標廠商。

二、**審標與評選**：本案採**一次投標**，**不分段開標**，並依「**資格規格審查**」、「**企劃書評選**」及「**議價**」三階段進行。

(一) **資格規格審查**：依本案投標須知規定審查投標廠商之資格(應檢附資格證明文件)及規格(服務建議書(企劃書))應檢送份數及撰寫架構，經資格規格審查符合招標文件規定之投標廠商，始得進入後續評選。

(二) **服務建議書(企劃書)評選**：符合資格者，由本署通知進行現場評選，並由參與評選廠商進行簡報及答詢後，由各評選委員依評選評比表各項評審標準評分。

(三) **議價**：評選結果經機關核定後，依本案招標文件規定，洽優勝廠商辦理議價。

玖、**招標、決標、評選方式及原則**：

一、**招標方式**：

(一) 限制性招標。

(二) 依採購法第 22 條第 1 項第 9 款辦理：(請勾選)

委託專業服務 委託資訊服務 委託技術服務。

(三) 公開評選優勝廠商後辦理議價。

二、**決標原則**(採購法第 52 條第 1 項第 3 款)：(擇一勾選)

依採購法第 22 條第 1 項 第 9 款 第 10 款 第 11 款

第 14 款準用最有利標。

三、**決標方式**：(擇一勾選)

(一) 採訂有底價並以 總價決標 單價決標

(二) 本案採 非複數決標

分項、複數決標

分區、複數決標

固定金額決標

四、評選方式及評定原則：

- (一) 本案採序位法一評分轉序位評比，並將價格納入評比。
- (二) 由本署依法組成採購評選委員會辦理評選，並由各評選委員依據各投標廠商所提服務建議書（企劃書），按本案所列評選項目及配分，評定各廠商之得分。
- (三) 全部評選項目之合計總分數（滿分）為 100 分，由各評選委員就評選項目及配分，填寫評比評分表（含序位）乙份，交由工作人員計算總平均分數及序位總和。
- (四) 評選委員會出席委員評分結果，總平均分數達 75 分（含）以上者為合格廠商；總平均分數未達 75 分者為不合格廠商。經評定為不合格者，不得作為優勝廠商。
- (五) 評選委員對於廠商價格項目之給分，將考量該價格相對於所提供服務標的之合理性，以決定其得分，而非僅與其他廠商之價格高低相較而決定其得分。
- (六) 評選委員會之評選作業，以「記名方式秘密為之」為原則。會議中除評選委員就投標廠商所提資料、簡報有關內容提出發問外，其他列席人員均不得發問。
- (七) 優勝廠商評定方式：經計算各投標廠商之序位數總和結果，以總序位合計數最低且經評選委員會出席委員過半數決定者為第一優勝序位廠商，次低者為第二優勝序位廠商，依此類推。
- (八) 評定優勝廠商之優勝序位後，依優勝序位及下列方式與優勝廠商辦理議價（議約）：
 1. 優勝廠商為 1 家者，以議價方式辦理。
 2. 優勝廠商在 2 家以上者，依優勝序位，自最優勝者起，依序以議價方式辦理。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。
- (九) 序位第一之廠商有 2 家以上且標價相同時，將依下列■方式辦理，決定第一優勝序位廠商，次一優勝序位如有相同情形時，比照下

列方式辦理：(請擇一勾選)

- 對序位合計值相同之廠商再行綜合評選一次，以序位合計值最低者為第一優勝序位廠商，綜合評選後之序位合計值仍相同者，抽籤決定之。
- 擇配分最高之評選項目之得分合計值較高者為第一優勝序位廠商，得分仍相同者，抽籤決定之。
- 擇獲得評選委員評定序位第一較多者為第一優勝序位廠商，仍相同者，抽籤決定之。

(十) 本案依優勝序位選出下列優勝廠商，並辦理議價：(請擇一勾選)

- 本案依優勝序位選出 1 名優勝廠商，並辦理議價，如經 3 次減價結果仍未進底價，除有依採購法第 53 條規定，得採超底價決標之情形外，本案得宣布廢標。
- 本案依優勝序位選出至多 2 名優勝廠商，並依序辦理議價，第一優勝序位廠商議價不成，則由第二優勝序位廠商遞補，依此類推。

五、 評選項目、標準及配分：

項次	評 選 項 目	配 分
1	計畫內容是否符合本案需求及其完整性與合理性(含網路社群名人與親身經歷人選名單、內容素材製作、互動平台設計、社群行銷適切性及執行方法【步驟】可行性等)	30
2	工作計畫期程、執行進度及期限規劃之合理性(含進度規劃、品質控管及保證措施等)。	10
3	投標廠商之組織專業執行能力、適當性與相關工作成果。(含專業能力、相關計畫承辦經歷、工作小組組織規模、技術人力及過去辦理類似案件之經驗及執行能力)	20
4	報價及經費組成內容之合理性分析(價格分配合理性)。	20

5	對本計畫案內容之掌握及瞭解程度等（履約控管嚴密性及效益評估可期性）。	10
6	廠商企業社會責任(CSR)指標：為員工加薪(如近一年內曾替員工普遍性加薪、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(不含加班費)至少新臺幣3萬元以上)、提供員工「工作與生活平衡」措施等。	5
7	簡報及答詢	5

六、本案之「評選評比表（序位法-評分轉序位法）」及「評選評比總表（序位法-評分轉序位法）」（詳如附件 1、2）。

七、簡報及答詢：

- （一）投標廠商至少應由負責人或指定授權人員 1 人出席評選委員會議簡報。列席簡報人數最多 2 人，所有參與人員請攜帶身分證件備查。
- （二）簡報之順序，將於本署完成資格審查後，當場由資格審查合格廠商抽籤決定。廠商簡報時，其他廠商應退出場外。
- （三）簡報時間及地點，由本署另行通知資格合格廠商。簡報型態由廠商自行決定，除會議室現有播放硬體設備外，其他必要設備由投標廠商自行攜帶準備。
- （四）資格審查合格廠商應就所提服務建議書（企劃書）內容對本案採購評選委員會進行口頭簡報（20 分鐘）與答詢（10 分鐘）。簡報結束前 3 分鐘按鈴聲—短音，簡報時間到按鈴聲—長音，廠商應即停止簡報。（參與簡報廠商如達 3 家以上，本署得經所有參與簡報廠商同意後，酌予縮短簡報時間為 15 分鐘）
- （五）簡報時廠商若經本署唱名三次未到者，視同放棄「簡報及答詢」機會，該項目以「0」分計，評選委員得逕依服務建議書（企劃書）內容進行評分。
- （六）簡報資料以服務建議書（企劃書）原有方案內容表達為主，現場不接受廠商補充資料，且簡報不得更改投標文件內容。廠商

另外提出變更或補充資料者，該資料不納入評選。

(七) 問題答詢：簡報結束後，得由各評選委員就廠商簡報及服務建議書（企劃書）內容提出詢答。

(八) 所有參與評選廠商，均不給予任何經費補助。

(九) 評選合格者，如發現有資料提列不實或抄襲之情事者，由廠商自負相關責任，且本署得立即取消其議價資格。

八、評選結果經機關奉核後，另行通知各投標廠商，並依規定辦理後續作業。

拾、驗收及付款：

一、驗收方式：(請擇一勾選■)

本案採分段查驗及期末成果報告 1 次驗收，其驗收得以下列方式進行：(請擇一勾選■)

召開審查會議。

以書面資料審查。

本案採分期書面審查 (以書面資料 召開審查會議) 驗收。

本案採一次書面審查 (以書面資料 召開審查會議) 驗收。

其他：

二、本案採 1 次付款方式辦理：完成書面審查驗收後辦理付款。

三、其他事項：

(一) 得標廠商應於履約期限前，將期末成果報告（一式 5 份及電子檔光碟 1 份），以公文送達機關辦理書面驗收及結案手續。

(二) 得標廠商實際完成履約之日期，以機關收文日為準。

(三) 其餘事項請參照本案契約書。

拾壹、罰則：詳如本案契約書（草案）

拾貳、其他相關事項：

- 一、本案投標廠商投標文件應包括下列內容：
- (一) 投標廠商之資格文件（請依本案投標須知辦理）。
 - (二) 投標廠商之服務建議書（企劃書）（內容需包含需求說明書附件 3）（一式 10 份及電子檔光碟 1 份）。
- 二、廠商投標時，請將前條所列投標文件裝入不透明容器（封套）密封，並於截止投標期限前以掛號、快遞或專人親送等方式送達本署【衛生福利部食品藥物管理署（台北市南港區昆陽街 161-2 號秘書室）】，投標信封上應註明「本案採購案名」、「案號」及「投標廠商名稱」、「地址」。凡逾時送達或未載明採購案名、案號及投標廠商名稱，以致無法判別為本標案者，皆視為無效標。
- 三、本案報價應含各細項費用及一切稅賦。
- 四、投標廠商報價不得逾預算金額，投標廠商報價超過預算金額者，依政府採購法第 50 條第 1 項第 2 款暨行政院公共工程委員會 96 年 10 月 2 日工程企字第 09600396110 號函規定，列為不合格標，不予減價機會。
- 五、本案得標廠商應繳履約保證金金額(無者免填)：(請勾選■)
- 一定金額：_____； 契約金額之一定比率：5 %。
- 六、本案得標廠商應繳保固保證金金額(無者免填)：(請勾選■)
- 一定金額：_____； 契約金額之一定比率：2 %。
- 七、本案保固期限：自驗收合格之次日起算 3 年。(無者免填)
- (備註:保固項目為本案需求說明書貳、一、(一)3. 互動平台：
廠商應提供上述互動平台自啟用起(驗收合格次日起算)至少 3 年之網路空間、網址或根據機關需求架設至機關指定空間並連結至指定網址，並應確保 3 年內該平台之內容均能正常呈現。)
- 八、得標廠商之專業服務成果，如侵害第 3 人合法權益時，由廠商負責處理，並承擔一切責任。

九、本案需求說明書及廠商服務建議書（企劃書）之內容，決標後均視為契約之一部分，非因不可抗力之因素，經契約雙方書面同意，不得變更。

十、本案經費屬 107 年度預算，須經立法院審議通過，若有刪減或刪除，將配合調整經費或終止契約，倘遭立法院凍結不能如期支付，得延後辦理支付，或因會計年度結束，機關須依規定辦理該款項保留作業時，得視保留核定情形，再行支付，機關不負延遲責任。■本案部份經費財源為菸品健康福利捐，屬特定收入來源；年度進行中該收入來源如有短收情形，致無法支應契約價金時，機關得通知廠商，調減價金、解除或終止契約。

十一、本案經議價決標後，得標廠商應於決標日起 3 日內，依下列規定，調整決標單價分析表經費：

（一）人事費：自決標日起算調整。

（二）業務費：扣除調整後之人事費後，其餘按決標金額比率逐項調整（不得僅單純調整某項），無法除盡之部分得調至「管理費」項下。

（三）調整後之各項單價，不得高於原報各項單價金額，另調整後之總價金額應與決標價相同。

（四）採固定金額給付之經費，於決標後無須調整各項單價。

（五）核實支付項目之費用調整方式：

1.採固定金額給付：議價決標後，免調整單價。

2.非採固定金額給付：議價決標後，須依決標金額比率調整各項單價。

（六）調整後之單價分析表，應經請購單位人員審查確認無誤，始得辦理後續契約書印製事宜。

十二、決標後 5 日內（無者免填），得標廠商需提出詳細工作進度表及細部執行計畫，以作為履約進度掌控之依據。

十三、委託製作之各項作品（含宣導）及設計附件，其著作財產權歸屬於本署。

十四、本採購標的所需製作之材料、設備，概由投標廠商負責。

十五、如對本採購案規格內容有任何疑問，請電洽本署**管制藥品組（室）**

聯絡地址：（請勾選 ）

衛生福利部食品藥物管理署（台北市南港區昆陽街 161-2 號）

聯絡電話：02-2787-7646 **黃健和 先生**

衛生福利部食品藥物管理署
廠商評選評比表
(序位法-評分轉序位法)

採購案號：107TFDA-N-011

採購案名：107 年「網路名人聯合反毒宣導推廣計畫案」

日期： 年 月 日

評 分		廠商名稱							
評選項目及配分									
項次	評 選 項 目	配 分	評 分	評 分	評 分	評 分	評 分	評 分	評 分
1	計畫內容是否符合本案需求及其完整性與合理性(含網路社群名人與親身經歷人選名單、內容素材製作、互動平台設計、社群行銷適切性及執行方法【步驟】可行性等)	30							
2	工作計畫期程、執行進度及期限規劃之合理性(含進度規劃、品質控管及保證措施等)。	10							
3	投標廠商之組織專業執行能力、適當性與相關工作成果。(含專業能力、相關計畫承辦經歷、工作小組組織規模、技術人力及過去辦理類似案件之經驗及執行能力。)	20							
4	報價及經費組成內容之合理性分析(價格分配合理性)。	20							
5	對本計畫案內容之掌握及瞭解程度等(履約控管嚴密性及效益評估可期性)。	10							
6	廠商企業社會責任(CSR)指標：為員工加薪(如近一年內曾替員工普遍性加薪、於投標文件載明後續履	5							

評 分		廠商名稱						
評選項目及配分								
	約期間給與全職從事本採購案之員工薪資(不含加班費)至少新臺幣3萬元以上)、提供員工「工作與生活平衡」措施等。							
7	簡報及答詢。	5						
總 分 (總滿分：)								
序 位								
評選委員簽名：			意見	意見	意見	意見	意見	意見

- 註：1. 序位評比方式：就各評選項目分別評分後加總為總分，並依總分高低轉換為序位，再加總計算各廠商之序位數。
2. 評選完成後，本表併評選委員會委員代號對照表彌封，並由評選委員會議主席或承辦人於彌封處簽章。
3. 本案合格分數為 75分，受評選廠商總分為90分以上或 75分 以下者，委員應加註意見。

衛生福利部食品藥物管理署
廠商評選評比總表
(序位法-評分轉序位法)

採購案號：107TFDA-N-011

採購案名：107 年「網路名人聯合反毒宣導推廣計畫案」

日期： 年 月 日

廠 商 名 稱		評 分 標 價		序 位		評 分		序 位		評 分		序 位		評 分		序 位	
出席評選委員		評分	序位	評分	序位	評分	序位	評分	序位	評分	序位	評分	序位				
A 委員																	
B 委員																	
C 委員																	
D 委員																	
E 委員																	
F 委員																	
G 委員																	
序位合計數																	
總評分/總平均分數																	
是否達合格分數																	
優勝廠商序位 (全部出席評選委員綜合 考量及過半數決議)																	
出 席 委 員 簽 名	姓名																
	職業																
	姓名			請 假 委 員		姓名											
	職業					職業											

註：受評廠商之總評分平均分數未達合格分數 75 分者，不得為優勝廠商。

107年「網路名人聯合反毒宣導推廣計畫案」預估經費一覽表
(服務建議書內包含但不限於以下項目)

附件 3

項次	項目	說明	單位	數量	單價 (元)	複價 (元)	備註
1	意見領袖 (KOL)與親身 經歷者演出	意見領袖活動(如發表會) 出席	人	5			
		意見領袖文章發布	則	10			
		親身經歷者活動(如發表 會)出席	人	1			
		親身經歷者文章發布	則	2			
		其他(請廠商自行填寫)					
2	內容製作	特殊化妝與服裝搭配	式	18			
		平面攝影	式	7			
		宣傳影片	式	1			
		互動式平台	式	1			
		社群宣傳素材	組	8			
		其他(請廠商自行填寫)					
3	其他需求	配合機關需求設計、修改、 製作之檔案	式	1			
		媒體與廣告採購	式	1			
		其他(請廠商自行填寫)					
合計(含稅)		元					
備註 1. 詳細表內單位、數量，請投標廠商依實際估列，如有不夠使用，可自行增列。 2. 以上價格均含稅。							