



衛生福利部食品藥物管理署  
「多元行銷健康化粧品粧知識」  
需求說明書

中華民國109年10月

# 衛生福利部食品藥物管理署

## 「多元行銷健康化粧品粧知識」

### 需求說明書

#### 壹、背景說明（計畫緣起）：

為讓民眾獲得正確的化粧品安全及使用資訊，衛生福利部食品藥物管理署已推行「化粧品安全三重奏，聰明漂亮購—知規定、識標示、正確用」之觀念，透過超人氣宣導大使「阿喵」為主，搭配妞妞、貝蒂、肯尼及帥哥哥形象，製作衛生教育宣導資訊、漫畫、貼文、動畫等素材，並搭配自媒體「TFDA 化粧品安全使用」臉書粉絲團，以生動活潑的方式提供民眾選購及使用化粧品之正確資訊。

110 年除既有的衛生教育知識外，將配合化粧品衛生安全管理法與民眾息息相關之政策，如化粧品標示、產品登錄查詢、一般牙膏漱口水納入化粧品管理等資訊，提升民眾了解政策，此外，仍將持續深化衛教知識性，強化虛擬通路及實體活動之互動性，以創新活潑之方式，促使民眾獲得正確知識之觀念，以提升選購及使用化粧品時之自我保護力。

#### 貳、計畫執行工作內容（或規格內容說明）：

##### 一、計畫執行內容：

##### （一）宣導主軸、重點及人物形象：

1. 宣導主軸：化粧品衛生安全管理法規及管理政策為基礎，導入即將施行與民眾相關之政策，如標示、登錄、一般牙膏漱口水納入化粧品管理等，為年度宣導主軸。
2. 宣導重點：可透過問卷調查、風險評估選擇民眾常用之化粧品產品及搭配消費者常見迷思，並配合化粧品衛生安全管理法與民眾相關之政策進行溝通。
3. 宣導形象：可參考本署既有宣導標語圖像及需搭配公仔形象【貝蒂、妞妞、肯尼、阿喵、帥哥哥】，設計整體本年度視覺 1 式 (本署已製作相關素材形象，可參考臉書 TFDA 化粧品安全使用粉絲團)。

標語	化粧品安全三重奏，聰明漂亮購—知規定、識標示、正確用				
參考圖像					
名稱	阿喵	貝蒂	妞妞	肯尼	帥哥哥
圖像					

(二) 依照本案規劃之衛教主軸及主題，並依照設計之整體視覺及人物風格規劃製作短片及懶人包等，可供運用於各式宣導通路之素材：

1. 短片：1 式與化粧品安全選用相關之創意動畫短片(至少 30 秒)，製作主題可參考本年宣導重點，劇本編寫應具故事性，並能促使消費者分享傳遞之意願，並能引起社群話題，內容應報請本署同意。
2. 懶人包：製作至少各 1 式 A4 圖檔，可在 Line、臉書、社群網路等媒介傳遞。

(三) 網路合作：結合知名部落客以插畫或四格插圖方式宣導化粧品至少 6 式，內容可依本署 TFDA 化粧品安全使用粉絲團/部落格、闢謠專區、宣導專區發想)，並以本署形象阿喵與其合作加深情境方式為佳，加深民眾化粧品相關之正確觀念；每次合作結束均須提交效益分析報告(含觸及率/互動次數等)。

(四) 媒體通路：

1. 戶外媒體：依本署衛生教育主軸及主題，協助設計刊登內容，並購買至少 **2 個** 不同類型之靜態戶外媒體(如北/桃/高捷運廣告、京站天吊貼.....等)，走期至少 2 周，內容應報請本署同意，並應提供 AI、JPG 檔(解析度不得小於 300dpi)、影音檔。
2. 網路媒體：將本案製作之短片，透過至少 **1 式** 網路媒體，加強推廣，瀏覽次數不得少於 1 萬。

(五) 辦理化粧品衛生教育相關記者會 **至少 1 場**：

1. 主題：依本署需求之主題如彩粧、洗髮劑、染燙髮劑等規劃。
2. 時間及場地：配合本署期程於衛生福利部新聞發佈室辦理。
3. 內容：可結合時事、常見民眾迷思，並邀請至少 1 名專家現身說法、示範，另可評估結合 TFDA 化粧品安全使用粉絲團直播，記者會之主題、內容及規劃應報請本署同意。
4. 其他事項：
  - (1) 需設計記者會設計物(如簡報、桌牌、立牌製作/輸出)、場地布置。
  - (2) 配合記者會規劃全國性電視或平面或網路即時媒體報導露出。
  - (3) 協助記者會錄影、拍攝。
  - (4) 提交記者會之媒體監測露出資料。

(六) 設計製作電子書、印製造型小卡及宣導品：

1. 多媒體互動電子書：製作 **1 式** 之電子書，由本署提供化粧品知識內容，美編設計內容須以活潑有趣之圖文、漫畫及影音呈現，並可於手機、電腦及本署網頁使用。
2. 宣導造型小卡 **1 式至少 1,000 份**。前述製作物須經本署同意始得製作，完稿後須提供設計 AI 檔及 JPG 檔(解析度不得小於 300dpi)。
3. 客製化宣導品之設計、製作 **至少 1 種**：如阿喵萬年曆等，製作費用編列不得低於本案契約價金總額 4%，應提供規劃製作之種類樣式供本署挑選，經本署同意始得製作，完稿後須提供設計 AI 檔及 JPG 檔(解析度不得小於 300dpi)。【需提出至少 3 款，供機關選擇】

(七) 行銷「TFDA 化粧品安全使用」臉書粉絲團

1. 應於決標日起 10 日內完成年度行銷策略規劃，包含每月刊登主題、互動活動、封面等，如於 109 年決標，則自 110 年 1 月 1 日起 10 日內完成。
2. 貼文：每周至少 4 則 定期更新貼文資訊，其中 3 則須與化粧品正確選購及安全使用主題相關，圖貼文之美編應提交 AI 及 JPG(解析度不得小於 300dpi)檔。
3. 喵的日常：利用本署已製作之阿喵人偶裝拍攝製作喵的日常主題，每月至少 4 則，1 則需為小劇場短片、3 則以照片貼文或 GIF 方式呈現。
4. 迷思解析：每個月至少 1 則，不限以短片或圖文方式呈現，以圖文方式呈現者須提交 AI 及 JPG(解析度不得小於 300dpi)檔。
5. 搭配節日如情人節、母親節、端午節或特殊活動等結合化粧品知識設計粉絲團封面，至少 5 式，設計圖文提交 AI 及 JPG(解析度不得小於 300dpi)檔。
6. 辦理粉絲互動活動：
  - (1) 每月辦理 1 次 粉絲互動活動(不限以貼文、GIF、直播等形式)，活動主題應與化粧品安全使用主題相關，抽獎禮品至少 2 項由得標廠商提供，禮品總價值不低於新台幣 2,200 元。
  - (2) 搭配節日辦理至少 5 場 次快閃粉絲互動活動，活動主題得以加深粉絲認識宣導公仔或化粧品安全使用主題規劃，搭配節日如農曆新年、情人節、兒童節、母親節、端午節等辦理，並結合化粧品知識，抽獎禮品至少 1 項由得標廠商提供，禮品總價值不低於新台幣 1,000 元。
7. 每月提供上月粉絲團經營成效，分析表應包含貼文觸及率/每月總績效/粉絲數/成長率等。
8. 每月至少 1 次(每次至少 7 日)，運用粉絲團、貼文廣告等宣傳方案觸及更多臉書網友，將目標對象導向衛生教育內容(如：懶人包、宣導活動、宣導遊戲…等)，提升臉書粉絲團能見度。
9. 粉絲團人數按讚人數須較 109 年成長 15%(成長%中台灣用戶須

占 80%以上)。

#### (八) 戶外活動 **2** 場

1. 宣導主題：認識「知規定、識標示、正確用」及常見化粧品如染髮、防曬等產品正確使用知識。
2. 辦理方式：其中一場須以異業結盟方式辦理如漫博會、音樂節等。
3. 活動時間：辦理時間以假日為原則，每場 1 日至少 4 小時。
4. 活動地點：北部至少辦理 1 場，以交通便利、民眾方便到達、能吸引人潮為主。
5. 空間規劃：活動以 6X3 公尺為主，得以貨櫃、玻璃屋或帳棚形式呈現，並需規劃阿喵人偶裝放置及著裝場地，實際呈現方式得依執行場地調整。
6. 必要執行項目：

##### (1) 空間設計與布置

- A. 案內需包括結構設計、說明立牌設計輸出、地毯、水電、網路、燈具、桌椅、展示架…等展出需要之所有設備租用與施工。
- B. 需於活動建議書(企劃書)中載明攤位設計概念及圖像初稿。

##### (2) 活動規劃：須至少包含多媒體播放區、互動遊戲及體感行銷、阿喵人偶見面會互動及靜態展示等，兼具趣味及知識性。

- A. 多媒體播放區：可撥放本計畫及本署已製作之相關影音素材
- B. 互動遊戲及體感行銷：各 **1** 式透過趣味互動方式吸引民眾參與。
- C. 阿喵人偶見面會互動：依活動時間須規劃阿喵人偶裝與民眾互動。

##### (3) 活動廣宣品製作

- A. EDM：配合活動宣傳設計 EDM，內容應報請本署同意，並提供 AI 檔及 JPG 檔。
- B. 宣導品：配合活動設計並製作創意周邊宣導品，至少 2,000 份，實際製作數量得依辦理活動情況進行調整，設計內容應報請本署同意，並提供 AI 檔及 JPG 檔。【需提出至少 3 款，

供機關選擇】

- (4) 活動印章：設計至少 2 款印章，供本次活動使用。
- (5) 媒體行銷：網路媒體、平面媒體等通路，至少規劃 2 式 不同媒體行銷方式，以達廣邀民眾參與之目的。
- (6) 活動應全程錄影及拍攝照片紀錄，並將 2 場活動剪輯成影音紀錄 1 式。
- (7) 人力及服裝
  - A. 活動時間現場除得標廠商負責人員 2 至 4 名外，每場活動需有 1 名活動主持人及至少 5 名工讀生協助活動執行、帶動現場氣氛。
  - B. 計畫內需負責工作人員與工讀人力之交通、餐點與茶水...等所有費用。
  - C. 本活動協助人員均應統一服裝，以提升工作人員辨識度。
- (8) 活動效益：每場次實際參與人次不得少於 400 人，活動周邊觸及人次不得少於 5,000 人次，媒體行銷觸及、曝光人次不得少於 20 萬。

(九) 行動阿喵快閃互動 5 場：

1. 時間：可結合節日及活動，每場 60 分鐘。
2. 地點：北中南熱鬧地區或與賣場合作均可。
3. 內容：以快閃形式結合簡單粧知識，透過阿喵與民眾互動，同時搭配臉書直播方式辦理。
4. 文宣品：配合互動活動設計並製作創意周邊宣導品，至少 1,000 份，實際製作數量得依辦理活動情況進行調整，設計內容應報請本署同意，並提供 AI 檔及 JPG 檔。【需提出至少 3 款，供機關選擇】
5. 人力及服裝：活動時間現場得標廠商負責人員至少需 2 名，並視需求聘請工讀人力，人員均應統一服裝，以提升工作人員辨識度。

(十) 網路衛生教育有獎徵答活動至少 2 場：

1. 以趣味互動的方式每場次至少 2 式 小遊戲，搭配抽獎活動以吸引

- 目標族群，活動目的為推廣衛生教育之正確安全使用化粧品觀念。
2. 網路有獎徵答之活動呈現方式可使用嵌入網頁方式呈現或其他，惟須手機或電腦均可使用。
  3. 每場活動禮品總價值不低於 25,000 元
  4. 活動結束後應提供遊戲原始檔 1 份，使該遊戲須可置於本署網頁繼續使用，並評估及繳交成效報告。
  5. 每場活動需製作 EDM，完稿後須提供設計 AI 檔及 PNG 檔。
  6. 每場活動之辦理需結合網路行銷(列舉如：各大網路平台、入口網站等)至少 1 式，以提升民眾參與，每場參與人次不得少於 8,000 人次，瀏覽人次不得低於 1 萬人次。
- (十一) 製作阿喵公仔人偶裝 1 式，以本署已製作之阿喵布偶裝為基礎概念，強化其固有特色製作 1 式。
- (十二) 本案使用本署已製作之阿喵布偶裝，於執行期間需協助保養、清潔等相關事項，如有毀損需負責維修，執行完畢後亦需清潔完成送回本署。
- (十三) 投標廠商得視計畫內容規劃額外提供創意或回饋事項，以展現創意、啟發性為佳。
- (十四) 本案之執行內容均須報本署同意後始得執行。
- (十五) 得標廠商應協助本署辦理相關文書作業及各相關單位溝通協調事務，包括：(本項經費編不得低於本案契約價金總額 1%)
1. 負責本專案本署之聯絡總窗口，需具有耐心、積極、負責、期程安排及準時提交資料等能力，協助處理本專案有關之溝通、協調與配合等工作。
  2. 協助本署設計衛生教育圖片、文字等，並因應宣導需求協助合適素材中英文雙語化。
  3. 配合緊急事件及重大新聞事件之衛生教育。
  4. 負責定期檢視計畫執行結果。
  5. 其他衛生教育之交辦事項(如支援設攤活動事宜等)。

## 二、本計畫案（採購標的）執行內容之主要部分：

- 本採購標的範圍之部分：本案宣導通路之素材；媒體通路採購；宣導活動（包含有獎徵答活動、戶外活動、阿喵快閃等）；記者會；設計電子書、造型小卡、宣導品、貼文、活動文宣等主要部份之項目，應由得標廠商自行履行，不得分包。

## 參、履約期限（執行期間）：

- 廠商應自決標日起（如於 109 年決標，則履約期限自 110 年 1 月 1 日起）至 110 年 12 月 31 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：

- 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）：計畫執行內容（五）、（八）、（九）之活動地點

## 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
- 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、工廠登記證明文件、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/>)。

### ■ 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)。

前述相關證明，下列單位得以組織條例、規程之影本或准予投標之  
公函正本(附於投標文件內)代之：

1. 公(私)立大專院校
2. 政府機關及其附屬之研究機構

三、另如允許合作社為投標廠商，且投標廠商為合作社者，應依合作社法  
之規定，並附具合作社章程，且章程業務項目需涵蓋本採購委託工作  
項目。

## 陸、預估經費：

一、採購金額：新台幣 470 萬元整。

■ 本案預算金額：新台幣 470 萬元整，內容如下：

■ 委託服務費用預算金額：新台幣 470 萬元整。

採固定金額給付之項目及費用：新台幣 仟 佰 拾 萬 仟  
佰 拾 元整。

1. 項目如下：

2. 採固定金額給付之經費，列入本案議價(約)範圍。惟決  
標後無須調整各項單價。

核實支付項目及費用：新台幣 仟 佰 拾 萬 仟 佰 拾 元整。

1. 核實支付項目如下：

2. 核實支付項目之費用：

採固定金額給付：列入本案議價(約)範圍。惟決標  
無須調整各項單價。

非採固定金額給付：列入本案議價(約)範圍，決標  
後須依決標金額比率調整各項單價。

(一)投標廠商應依■委託服務費用及□固定金額給付□核實支付項  
目，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：

二、代收代付項目及費用：新台幣 仟佰拾萬仟佰拾元整。

(一) 代收代付項目如下：

(二) 本部分費用，不列入本案預算金額，投標廠商免提列報價。

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

是，投標廠商應依本案服務建議書(企劃書)「貳、計畫執行工作內容(或規格內容說明)：○○、○○」規定，組成「○○○○○○○○」，並依下列規定辦理：

1. 投標廠商於得標後，應於「決標日起○日(日曆天)內」，提報全體專家學者名單及其書面同意文件送本署，經本署同意後，始得據以執行；未依前開期限提報者，依契約規定計罰逾期違約金。投標廠商無須於服務建議書(企劃書)內載明成員名單，未依規定仍提列者，依採購法第 50 條第 1 項第 2 款規定，列為不合格標。

2. 投標廠商應於服務建議書(企劃書)內載明專家學者成員名單，併檢附所列全體專家學者之書面同意文件，未完整檢附者，依採購法第 50 條第 1 項第 2 款規定，列為不合格標。

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、無經費編列標準。
- 四、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。
- 五、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。
- 六、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】**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。
- 七、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。
- 八、**服務建議書（企劃書）**，其撰寫應至少包括下列內容：
  - （一）計畫緣起
  - （二）計畫目的
  - （三）企劃書內容應包含
    1. 本案企劃；對本活動各項執行計畫需求規劃及執行方法。（本需求說明書 p2-8 頁）
    2. 價格分析：投標廠商應針對本案所列各項需求作業，分工作項目之對應經費。
      - （1）載明報價組成內容(含人力成本分析)。
      - （2）各項產品規格單價清單（資源總表）。
    3. 本案內容相關執行經驗與能力
  - （四）預定進度及成果。
  - （五）公司管理與組織。
  - （六）廠商企業責任 CSR 指標。
- 九、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  決標日起  日

內，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。】

- 十、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。
- 十一、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。
- 十二、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」。
- 十三、如購置 1000 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)。
- 十四、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)。
- 十五、廠商不得以本署名義，從事與履行契約工作項目無關之行為。違者視情節輕重，本署得要求廠商停止履約至改善為止；逾期未改善或情節重大者，依契約第 16 條第(一)款第 12 目或第 15 目規定，終止或解除契約。如造成本署損害，本署得請求損害賠償，並得自應付價金中扣抵。
- 十六、廠商如有編列租金費用，嗣後若有使用本署場地之情形，應依比例調減租金費用。

## 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】）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。

## 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：  
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）：

- 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：

(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，其他列席人員於徵得主席同意後，得對廠商提出詢問，未經同意者不得發問。

(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：

- 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：

- 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。

#### 五、評選項目、標準及配分：

項次	評 選 項 目	配分
1	計畫內容是否配合本案需求及計畫之完整性與合理性（含執行方法及步驟之周詳及可行性、人力配置之適切性等）	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。	20
5	對本計畫案內容之掌握及瞭解程度等	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(15分鐘)與答詢(8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12分鐘與答詢6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：

■ 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：

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：（請載明）

### 二、本案採分 3 期付款方式辦理：

(一) 第 1 期款：於簽約完成後、政府研究資訊系統(GRB)登錄資料(計畫摘要填報 <http://www.grb.gov.tw/index.htm>)，將領據、GRB 登錄資料送機關審核無誤後，且 110 年度預算經立法院審議通過後，給付契約總價 30%（即◎佰◎拾◎萬◎仟◎元整）。

(二) 第 2 期款：於 110 年 7 月 15 日前完成期中報告（1 式 3 份），

與完成 GRB 期中報告摘要填報後經機關查驗認可，  
給付契約總價 40 % (即◎佰◎拾◎萬◎仟◎元整)。

- (三)第 3 期款：於 110 年 12 月 10 日前完成期末報告初稿 1 式 3 份；  
並於 109 年 12 月 31 日前繳交期末書面報告定稿(書面 1 式 5 份及電子檔光碟 2 份)、完成 GRB 期末報告實際成果之績效資料及佐證資料填報。經機關驗收合格，無待解決事項後，給付契約總價 30 % (即◎佰◎拾◎萬◎仟◎元整)。

### 三、其他事項：

- (一) 期中報告查驗內容(需完成目標項目)：

1. 完成規劃短片、懶人包及網路合作。
2. 完成本案之媒體通路(戶外、網路)規劃及期程。
3. 完成規劃記者會等相關事項。
4. 完成規劃電子書、造型小卡及宣導品。
5. 完成阿喵公仔人偶裝設計規劃。
6. 應提交規劃整年度 TFDA 化粧品安全使用粉絲團經營方向，包含每周、每月刊登主題、化粧品迷思解析貼文、互動活動、喵的日常等。另完成 66 則貼文資訊、10 則喵的日常、辦理 5 次粉絲互動活動及 2 次快閃活動，粉絲團人須較 109 年同期成長 8%。
7. 完成規劃戶外活動、行動阿喵快閃及網路衛生教育有獎徵答活動。

- (二) 得標廠商應於履約期限前，將期末成果報告(書面 1 式 5 份及電子檔光碟 2 份)，以公文送達機關辦理書面驗收結案手續。

- (三) 得標廠商實際完成履約之日期，以機關收文日為準。

- (四) 代收代付部分於全案計畫執行完成，並經本署驗收合格無誤後，由得標廠商檢據辦理核銷，核實支付。

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（請依本案投標須知辦理）：
  - （一）投標廠商之資格文件。
  - （二）**投標廠商聲明書**。
  - （三）**招標投標及契約文件(三用文件)**。
  - （四）標價清單。
  - （五）投標廠商之服務建議書（企劃書）（**一式 10 份**）【其中一份請勿裝訂，以利複製】。
- 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、地址，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)：  
 一定金額：\_\_\_\_\_； 契約金額之一定比率：\_\_\_\_\_％。
- 六、本案得標廠商應繳保固保證金金額(無者免填)：  
 一定金額：\_\_\_\_\_； 契約金額之一定比率：\_\_\_\_\_％。
- 七、本案保固期限：自驗收合格之次日起算\_\_\_\_年。(無者免填)
- 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、本案經費係屬 110 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、終止或解除契約，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。
- 十一、本案契約總價曾經減價而確定者，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      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、依財政部 108 年 9 月 25 日台財稅字第 10800675830 號函重申，委託(辦)計畫之承接機關或團體應注意加值型及非加值型營業稅法相關規定，其取得之受託勞務銷售金額應依規定徵免營業稅，如有疑義請另洽稅捐稽徵機關。

十六、**本案規格承辦人，本署醫療器材及化粧品組方小姐，地址：台北市南港區昆陽街 161-2 號；電話：02-2787-7568**，依採購法第 41 條「廠商對招標文件內容有疑義者，應於招標文件規定之日期前，以書面向招標機關請求釋疑。」，同法第 75 條「廠商對於機關辦理採購，認為違反法令或我國所締結之條約、協定，致損害其權利或利益者，以書面向招標機關提出異議。」

衛生福利部食品藥物管理署

附件 1

廠商評選評比表（序位法-評分轉序位法）

採購案號：110TFDA-MD-008

採購案名：「多元行銷健康化粧品粧知識」

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
1	計畫內容是否配合本案需求及計畫之完整性與合理性(含執行方法及步驟之周詳及可行性、人力配置之適切性等)	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。	20						
5	對本計畫案內容之掌握及瞭解程度等	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						
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：序位評比依下列方式辦理：就各評選項目分別評分並轉換為序位，再加總計算各廠商之序位數。

衛生福利部食品藥物管理署

附件 2

廠商評選評比總表 (序位法-評分轉序位法)

採購案號：110TFDA-MD-008

採購案名：「多元行銷健康化粧品粧知識」

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	評 分	序 位
出席評選委員										
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。