



經濟部工業局108年度
專案計畫契約及計畫書

計畫名稱：台灣設計產業翱翔計畫(2/3)

契約編號：108121411

執行期間：

全程：自107年01月01日至109年12月31日

本年度：自108年01月01日至108年12月31日

主辦單位：經濟部工業局

執行單位：台灣創意設計中心

目 錄

第 1 部分 基本資料

壹、基本資料表.....	1-1
貳、執行進度及查核點.....	2-1
參、經費預算表.....	3-1
肆、人力需求表.....	4-1
伍、派遣人力表.....	5-1
陸、出國計畫表.....	6-1
柒、分包/協辦計畫及分包/協力單位明細.....	7-1
捌、設備使用費明細表.....	8-1

第一部份 基本資料

壹、基本資料表

契約編號	108121411														
計畫名稱	台灣設計產業翱翔計畫(2/3)														
執行單位	台灣創意設計中心														
計畫主持人	宋同正	職稱	執行長							參與人月	4				
聯絡人資料	姓名	劉矩宏						傳真							
	電話	27052112#23					Email	johnliu@tdc.org.tw							
承辦單位	知識服務組			承辦人員			陳全政			分機	2417				
簽約金額	1. 政府經費					2. 自籌款				合計(1+2)					
	科技預算	<input type="checkbox"/> 委辦費 <input type="checkbox"/> 研究發展 <input checked="" type="checkbox"/> 推廣服務 <input type="checkbox"/> 人才培訓	67,560,000 元			6,405,000 元				76,765,000 元					
		補助款(含代管)	2,800,000 元												
	其他	委辦費	0 元			0 元									
		補助款(含代管)	0 元												
	3. 經常支出(限政府預算)					70,360,000 元				合計 (3+4)	70,360,000 元				
4. 資本支出(限政府預算)					0 元										
預期成果	1. 諮詢/診斷/轉介輔導廠商 家數 10 件數 2. 簽約輔導廠商 家數/ 件數 預估當年度降低生產成本 0 元/增加產值 0 元 本項政府經費 0 元/自籌款 0 元 3. 人才培訓 A. 在職班 班次/ 人次 / 人時/課程(教材)更新率 (%) B. 養成班 班次/ 人次 / 人時/課程(教材)更新率 (%) C. 職能基準[] 項能力鑑定制度規劃/ 辦理[] 能力鑑定考試項目[] D. 產學合作培育人才 辦理[]領域 / 共[] 案/大專以上[] 人/高職[] 人 E. 重點產學專業人才需求調查[]份 本項政府經費 0 元/自籌款 0 元 4. 預估當年度新增就業人數共 人 , 促成投資(推動小組必填本欄) 案/金額 0 元 5. 研究報告 份; 決策依據 項 6. 技術活動 場次 7. 其他:														
年度	管制目標	月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
108	預定工作進度%	預定	3.00	4.55	6.55	8.65	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	7.25	
		預定累計	3.00	7.55	14.10	22.75	32.75	42.75	52.75	62.75	72.75	82.75	92.75	100	
	預定撥款進度%	預定	0.00	0.00	20.00	0.00	35.00	0.00	0.00	0.00	0.00	35.00	0.00	0.00	10.00
		預定累計	0.00	0.00	20.00	20.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	90.00	90.00	90.00	100

貳、執行進度及查核點

一、總計畫甘特圖

月份	108 01月	108 02月	108 03月	108 04月	108 05月	108 06月	108 07月	108 08月	108 09月	108 10月	108 11月	108 12月	權重	人力數量分析
分項計畫														
推動設計接軌國際行銷台灣設計	1.65	2.75	3.85	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	2.75	55	92人月
打造設計知識與美學推廣平台	1.35	1.80	2.70	3.15	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	45	52人月
每月工作進度%	3.00	4.55	6.55	8.65	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	7.25	100	合計 144 人月
累計工作進度%	3.00	7.55	14.10	22.75	32.75	42.75	52.75	62.75	72.75	82.75	92.75	100		

註：1. 總甘特圖查核點請詳分項計畫甘特圖之說明。

2. 權重為工作量之比重與人月數無絕對關係。

分項計畫甘特圖(依總計畫甘特圖所列每一工作項目，分項列表)

推動設計接軌國際行銷台灣設計

月份	108 01月	108 02月	108 03月	108 04月	108 05月	108 06月	108 07月	108 08月	108 09月	108 10月	108 11月	108 12月	權重	政府 經費	自籌 經費
工作項目															
推動金點設計獎國際化					*1		*3 *4			*5		*7	81.8	31,871,699 元	3,150,000 元
協助設計服務業拓展市場					*2						*6		18.2	5,624,418 元	315,000 元
每月工作進度%	3.00	5.00	7.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	5.00	100	小計政府經費： 37,496,117 元	小計自籌經費： 3,465,000 元
占總計畫權重 55%	1.65	2.75	3.85	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	5.50	2.75	55.00		

查核點概述

序號	日期	查核點概述
1	2019/05/31	辦理金點新秀設計獎初選、決選及頒獎典禮各1場以上
2	2019/05/31	組團參加國內外展會活動1案
3	2019/07/31	受理金點概念設計獎申請達2,500件以上
4	2019/07/31	受理金點設計獎申請達2,200件以上，至少7國家參與
5	2019/10/31	辦理金點概念設計獎初選、複選、決選評審作業各1場
6	2019/11/30	組團參加國內外展會活動累計2案以上，參加廠商20家以上
7	2019/12/31	辦理金點設計獎系列獎項推廣活動10場以上、國內評審作業3場以上，及頒獎典禮1場

註：權重為工作量之比重與經費無絕對關係。

註：分項甘特圖工作項目政府經費及自籌款皆不含公費及營業稅。

註：分項甘特圖之經費應與分項計畫預算表之經費一致。

打造設計知識與美學推廣平台

月份	108 01月	108 02月	108 03月	108 04月	108 05月	108 06月	108 07月	108 08月	108 09月	108 10月	108 11月	108 12月	權重	政府 經費	自籌 經費
工作項目															
辦理台灣設計展						*1				*6	*7		53.3	16,535,135 元	0 元
推展全民設計美學教育							*4			*5		*8	33.3	11,123,637 元	2,520,000 元
強化設計知識擴散與異業交流						*2 *3						*9 *10	13.4	2,405,111 元	420,000 元
每月工作進度%	3.00	4.00	6.00	7.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	100	小計政府經費 : 30,063,883 元	小計自籌經費 : 2,940,000 元
占總計畫權重 45%	1.35	1.80	2.70	3.15	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	45.00		

查核點概述

序號	日期	查核點概述
1	2019/06/30	規劃2019台灣設計展1案
2	2019/06/30	辦理設計相關講座10場
3	2019/06/30	辦理設計相關工作坊、讀書會或交流活動5場
4	2019/07/31	辦理主題特展1場次
5	2019/10/31	辦理主題特展累計2場次
6	2019/10/31	辦理台灣設計展開幕典禮1案
7	2019/11/30	辦理台灣設計展1案，參展設計公司及廠商至少50家，媒體露出200則以上
8	2019/12/31	辦理主題特展累計3場次以上，媒體露出20則以上
9	2019/12/31	辦理設計相關講座累計20場以上，參加人數至少500人次
10	2019/12/31	辦理設計相關工作坊、讀書會或交流活動累計10場以上，參加人數至少100人次

註：權重為工作量之比重與經費無絕對關係。

註：分項甘特圖工作項目政府經費及自籌款皆不含公費及營業稅。

註：分項甘特圖之經費應與分項計畫預算表之經費一致。

參、經費預算表

台灣設計產業翱翔計畫(2/3)

經費預算總預算表

108年01月01日至108年12月31日

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
一、直接薪資					
1. 專任研究人員費用	12,554,111	20,000	12,574,111	17.00	1. 專任研究人員費用：12,574,111 元 1. 計畫主持人：492,332元 2. 共同主持人：0元 3. 協同主持人：2,979,175元 4. 研究員：3,166,768元 5. 副研究員：5,234,436元 6. 助理研究員：701,400元 7. 研究助理：0元
小計	12,554,111	20,000	12,574,111	17.00	
二、管理費					
	7,845,886	200,000	8,045,886	10.88	1. 管理費：8,045,886 元
小計	7,845,886	200,000	8,045,886	10.88	
三、其他直接費用					
1. 人事費	8,317,608	2,000	8,319,608	11.25	1. 人事費：8,319,608 元 (1)加班費：3,000 元 (2)臨時聘雇人力：640,620 元 (3)派遣人力：7,675,988 元
2. 旅運費	1,887,928	2,000	1,889,928	2.56	2. 旅運費：1,889,928 元 (1)租車費：21,428 元 (2)短程車資：67,000 元 (3)國外專家學者來台旅費：87,500 元 (4)國內旅費：564,000 元 (5)國外旅費：1,000,000 元 (6)運費：150,000 元
3. 維護費	50,000	2,000	52,000	0.07	3. 維護費：52,000 元 (1)維護費：52,000 元
4. 業務費	32,213,017	5,874,000	38,087,017	51.49	4. 業務費：38,087,017 元 (1)資料蒐集費：600,000 元 (2)其他：2,418,333 元 (3)水電費：651,996 元 (4)顧問費：200,000 元 (5)郵電費：129,000 元 (6)專業服務費：14,412,000 元 (7)稿費：1,780,000 元 (8)按日按件計資酬金：339,000 元 (9)租金：5,574,008 元 (10)物品-消耗品：93,000 元 (11)廣宣費：900,000 元 (12)資訊服務費：502,000 元 (13)印刷費：2,192,000 元 (14)會議活動費：8,295,680 元
5. 設備使用費	46,308	0	46,308	0.06	5. 設備使用費：46,308 元
小計	42,514,861	5,880,000	48,394,861	65.43	
四、公費					
	1,427,999	0	1,427,999	1.93	1. 公費：1,427,999 元
小計	1,427,999	0	1,427,999	1.93	
伍、營業稅					
	3,217,143	305,000	3,522,143	4.76	1. 營業稅：3,522,143 元
小計	3,217,143	305,000	3,522,143	4.76	

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
金額	67,560,000	6,405,000	73,965,000	100.00	
占總經費%	91.34	8.66	100.00	100.00	

管理費用明細表

按年度計畫人事費(不含管理人員人事費)占其所有業務部門人事費
(不含管理人員人事費)之比率分攤。

按年度計畫收入(不含計畫衍生收入)占其所有業務收入
(不含計畫衍生收入及捐贈收入)之比率分攤。

管理費用明細表			
項次	項目	經費	計算公式及說明
1	電話及通訊費	183,906	$800,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
2	辦公室水電費	160,918	$700,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
3	資訊服務費	232,181	$1,010,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
4	辦公室物品消耗品	75,861	$330,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
5	廣告費	4,598	$20,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
6	設備使用費	390,800	$1,700,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
7	管理人員薪資	5,517,179	$24,000,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
8	辦公室租金	1,264,353	$5,500,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
9	辦公室維護費	55,172	$240,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
10	設備租金	160,918	$700,000 \times (12,574,111/54,698,005)$
合計			8,045,886

台灣設計產業翱翔計畫(2/3)
推動設計接軌國際行銷台灣設計
分項計畫預算表

108年01月01日至108年12月31日

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
一、直接薪資					
1. 專任研究人員費用	8,271,079	10,000	8,281,079	11.20	1. 專任研究人員費用：8,281,079 元 計畫主持人：0元/人年*0.0人月/12月=0元 共同主持人：0元/人年*0.0人月/12月=0元 協同主持人：1,430,004元/人年*25.0人月/12月=2,979,175元 研究員：1,133,076元/人年*16.0人月/12月=1,510,768元 副研究員：892,032元/人年*51.0人月/12月=3,791,136元 助理研究員：0元/人年*0.0人月/12月=0元 研究助理：0元/人年*0.0人月/12月=0元
小計	8,271,079	10,000	8,281,079	11.20	
二、管理費					
	5,200,906	100,000	5,300,906	7.17	1. 管理費：5,300,906 元 (1)人事費：4,000,000 元 (2)旅運費：1,000 元 (3)維護費：20,000 元 (4)業務費：1,279,906 元
小計	5,200,906	100,000	5,300,906	7.17	
三、其他直接費用					
1. 人事費	3,471,500	1,000	3,472,500	4.69	1. 人事費：3,472,500 元 (1)加班費：1,500 元 150元/人時*10人時=1,500元 (2)臨時聘僱人力：60,000 元 1,500元/天*40人天=60,000元 (3)派遣人力：3,411,000 元 47,375元/人月*72人月=3,411,000元
2. 旅運費	1,120,500	1,000	1,121,500	1.52	2. 旅運費：1,121,500 元 (1)短程車資：40,000 元 400元/人次*100人次=40,000元 (2)國內旅費：14,000 元 A. 計畫人員旅費：10,000 元 (1)中部：2,500元/人次*2人次=5,000元 (2)南部：5,000元/人次*1人次=5,000元 B. 委員及專家旅費：4,000 元 2,000元/人次*2人次=4,000元 (3)國外旅費：1,000,000 元 A. 出國計畫：1,000,000 元 (A)泰國(曼谷)35,000元/人次*3人次=105,000元 (B)新加坡(新加坡)35,000元/人次*3人次=105,000元 (C)中國(深圳、上海、石家莊)76,250元/人次*8人次=610,000元 (D)中國(深圳)60,000元/人次*3人次=180,000元 (4)國外專家學者來台旅費：57,500 元

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
3. 維護費	49,000	1,000	50,000	0.07	A. 住宿:5,000/人次*1人次=5,000元 B. 交通:2,500/人次*1人次=2,500元 C. 機票:50,000/人次*1人次=50,000元 (5)運費:10,000元 10,000元/趟*1趟=10,000元 3. 維護費:50,000元 (1)維護費:50,000元 (A)機電設備維護1,000元/月*10月=10,000元 (B)辦公室修繕4,000元/月*10月=40,000元
4. 業務費	16,632,041	3,187,000	19,819,041	26.80	4. 業務費:19,819,041元 (1)按日按件計資酬金:84,000元 A. 口譯費:70,000元 14,000元/人天*5人天=70,000元 B. 演講費:4,000元 4,000元/時*1時=4,000元 C. 出席費:10,000元 2,500元/人次*4人次=10,000元 (2)顧問費:100,000元 20,000元/人月*5人月=100,000元 (3)稿費:1,650,000元 A. 撰編譯稿:50,000元 特別稿件(譯稿)4元/字*12,500字=50,000元 B. 審查費:1,600,000元 (A)金點設計獎評審費800元/件*750件=600,000元 (B)金點新秀設計獎評審費800元/件*750件=600,000元 (C)金點概念設計獎評審費800元/件*500件=400,000元 (4)租金:1,304,000元 A. 房屋租金:660,000元 推動辦公室租金55,000元/月*12月=660,000元 B. 場地租金:620,000元 (A)金點新秀設計獎評選及頒獎典禮場地租金100,000元/天*3天=300,000元 (B)金點設計獎評選及頒獎典禮場地租金160,000元/天*2天=320,000元 C. 設備租金:24,000元 推動辦公室影印機租金2,000元/月*12月=24,000元 (5)郵電費:100,000元 A. 電話及通訊費:50,000元 5,000元/月*10月=50,000元 B. 郵資及快遞費:50,000元 5,000元/月*10月=50,000元 (6)物品-消耗品:45,000元 3,750元/月*12月=45,000元 (7)印刷費:1,653,000元

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
5. 設備使用費	22,524	0	22,524	0.03	<p>A. 深圳展宣傳文宣品設計印製50元/份*2,000份=100,000元 B. 文博會NEXT展宣傳文宣品設計印製25元/份*2,000份=50,000元 C. 金點新秀設計獎文宣品設計印刷40元/份*10,000份=400,000元 D. 金點概念設計獎文宣品設計印刷40元/份*10,000份=400,000元 E. 金點設計獎文宣品設計印刷40元/份*17,500份=700,000元 F. 計畫期中、期末成果報告印刷300元/份*10份=3,000元</p> <p>(8)廣宣費：200,000 元 A. 國內廣告費：200,000元 50,000元/則*4則=200,000元</p> <p>(9)資訊服務費：200,000 元 金點設計獎官網及報名系統維護費20,000元/月*10月=200,000元</p> <p>(10)專業服務費：11,482,000 元 A. 金點新秀設計獎、金點設計獎頒獎典禮公關活動費2,500,000元/案*2案=5,000,000元 B. 金點設計獎系列獎項攝錄影62,500元/案*4案=250,000元 C. 金點設計獎品牌行銷服務4,112,000元/案*1案=4,112,000元 D. 金點概念設計獎及金點設計獎海外徵件服務費500,000元/案*3案=1,500,000元 E. 金點設計展策展費200,000元/案*1案=200,000元 F. 國際展會策展費200,000元/案*1案=200,000元 G. 國際展會公關活動費200,000元/案*1案=200,000元 H. 國際展會展場現場攝錄影20,000元/案*1案=20,000元</p> <p>(11)其他：841,041 元 A. 印花稅及規費：61,000 元 台灣設計產業翱翔計畫契約印花稅61,000元 B. 專案辦公室清潔管理費：96,000元 8,000元/月*12月=96,000元 C. 保險費：5,000 元 展場展品保險5,000元/場*1場=5,000元 D. 雜支：679,041 元 a. 銀行手續費1,416元 b. 保全服務費43,200元 3,600元/月*12月=43,200元 c. 金點設計獎獎座製作600,000元/案*1案=600,000元 d. 什支34,425元</p> <p>(12)會議活動費：2,160,000 元 A. 場地佈置：900,000 元 300,000元/場*3場=900,000元 B. 展覽裝潢：1,200,000 元 (A)文博會NEXT展展覽裝潢200,000元/案*1案=200,000元 (B)深圳展展覽裝潢1,000,000元/案*1案=1,000,000元 C. 會議餐點：60,000 元 80元/人次*750人次=60,000元</p> <p>5. 設備使用費：22,524 元 1,877元/月*12月=22,524元</p>

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
小計	21,295,565	3,190,000	24,485,565	33.10	
四、公費					
	943,038	0	943,038	1.27	1. 公費:943,038 元 =(8,271,079+5,200,906)*0.07
小計	943,038	0	943,038	1.27	
伍、營業稅					
	1,785,529	165,000	1,950,529	2.64	1. 營業稅:1,950,529 元 =(8,281,079+5,300,906+24,485,565+943,038)*0.05
小計	1,785,529	165,000	1,950,529	2.64	
金額	37,496,117	3,465,000	40,961,117	55.37	
占總經費%	50.69	4.68	55.37	55.37	

台灣設計產業翱翔計畫(2/3)

打造設計知識與美學推廣平台

分項計畫預算表

108年01月01日至108年12月31日

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
一、直接薪資					
1. 專任研究人員費用	4,283,032	10,000	4,293,032	5.80	1. 專任研究人員費用：4,293,032 元 計畫主持人：1,476,996元/人年 *4.0人月/12月=492,332元 共同主持人：0元/人年*0.0人月/12月=0元 協同主持人：0元/人年*0.0人月/12月=0元 研究員：1,242,000元/人年 *16.0人月/12月=1,656,000元 副研究員：865,980元/人年 *20.0人月/12月=1,443,300元 助理研究員：701,400元/人年 *12.0人月/12月=701,400元 研究助理：0元/人年*0.0人月/12月=0元
小計	4,283,032	10,000	4,293,032	5.80	
二、管理費					
	2,644,980	100,000	2,744,980	3.71	1. 管理費：2,744,980 元 (1)人事費：2,207,178元 (2)旅運費：1,000元 (3)維護費：20,000元 (4)業務費：516,802元
小計	2,644,980	100,000	2,744,980	3.71	
三、其他直接費用					
1. 人事費	4,846,108	1,000	4,847,108	6.55	1. 人事費：4,847,108 元 (1)加班費：1,500 元 150元/人時*10人時=1,500元 (2)臨時聘雇人力：580,620 元 A. 1,450元/人天*350人天 =507,500元 B. 2,080元/人天*33人天=68,640元 C. 140元/人時*32人時=4,480元 (3)派遣人力：4,264,988 元 46,868元/人月*91人月 =4,264,988元
2. 旅運費	767,428	1,000	768,428	1.04	2. 旅運費：768,428 元 (1)租車費：21,428 元 A. 設計展租車5,714元/天*2天 =11,428元 B. 設計展租機車250元/天*40天 =10,000元 (2)短程車資：27,000 元 A. 300元/人次*70人次=21,000元 B. 400元/人次*15人次=6,000元 (3)國內旅費：550,000 元 A. 委員及專家旅費：15,000元 (A)南部：3,000元/人次*5人次 =15,000元 B. 計畫人員旅費：535,000元 (A)中部：3,500元/人次*10人次 =35,000元 (B)南部：5,000元/人次*100人次 =500,000元 (4)國外專家學者來台旅費：30,000元

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
3. 維護費	1,000	1,000	2,000	0.00	A. 住宿:5,000/人次*1人次=5,000元 B. 機票:25,000/人次*1人次=25,000元 (5)運費:140,000元 20,000元/趟*7趟=140,000元 3. 維護費:2,000元 (1)維護費:2,000元 A. 機電設備維護500元/月*2月=1,000元 B. 辦公室修繕500元/月*2月=1,000元
4. 業務費	15,580,976	2,687,000	18,267,976	24.70	4. 業務費:18,267,976元 (1)按日按件計資酬金:255,000元 A. 演講費:112,000元 4,000元/人時*28人時=112,000元 B. 出席費:25,000元 2,500元/人次*10人次=25,000元 C. 鐘點費:48,000元 2,000元/人時*24人時=48,000元 D. 口譯費:70,000元 14,000元/人天*5人天=70,000元 (2)顧問費:100,000元 20,000元/人月*5人月=100,000元 (3)稿費:130,000元 A. 撰編譯稿:130,000元 特別稿件(譯稿)4元/字 *32,500字=130,000元 (4)租金:4,270,008元 A. 房屋租金:4,270,008元 松菸辦公室租金355,834元/月 *12月=4,270,008元 (5)水電費:651,996元 A. 松菸辦公室水電費44,333元/月 *12月=531,996元 B. 主題特展水電費10,000元/月 *12月=120,000元 (6)郵電費:29,000元 A. 電話及通訊費:15,000元 1,500元/月*10月=15,000元 B. 郵資及快遞費:14,000元 1,400元/月*10月=14,000元 (7)物品-消耗品:48,000元 4,000元/月*12月=48,000元 (8)印刷費:539,000元 A. 台灣設計館主題展文宣品印刷 2元/份*50,000份=100,000元 B. 台灣設計館摺頁印刷5元/份 *50,000份=250,000元 C. 台灣設計館門票印刷1.6元/條 *60,000條=96,000元 D. 台灣設計館志工感謝狀及聘書印 刷100元/份*430份=43,000元 E. 設計圖書館文宣品印刷10元/份 *5,000份=50,000元 (9)資料蒐集費:600,000元 50,000元/月*12月=600,000元 (10)廣宣費:700,000元 A. 台灣設計展國內廣告費 100,000元/案*5案=500,000元 B. 台灣設計館主題特展廣告費 50,000元/案*4案=200,000元

	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	占總經費%	
5. 設備使用費	23,784	0	23,784	0.03	(11) 資訊服務費：302,000 元 A. 台灣設計展官網維護費 200,000元/案*1案=200,000元 B. 台灣設計館資訊設備維護費 5,000元/月*12月=60,000元 C. 台灣設計館官網維護費1,000元 /月*12月=12,000元 D. 設計圖書館系統維護2,500元/月 *12月=30,000元 (12) 專業服務費：2,930,000 元 A. 台灣設計展開幕典禮公關活動 1,200,000元/案*1案=1,200,000元 B. 台灣設計展主視覺設計 700,000元/案*1案=700,000元 C. 台灣設計展主題館策展 600,000元/案*1案=600,000元 D. 台灣設計展攝錄影及後製 100,000元/案*1案=100,000元 E. 台灣設計展路燈旗製作50,000元 /案*1案=50,000元 F. 台灣設計館主題展開幕茶會之活動 主持人費用20,000元/場次*4場 次=80,000元 G. 台灣設計館主題展文宣設計 30,000元/場次*4場次=120,000元 H. 台灣設計館主題展攝錄影 20,000元/場*4場次=80,000元 (13) 其他：1,577,292 元 A. 印花稅及規費：9,000 元 合約印花稅3,000元/案*3案 =9,000元 B. 保險費：100,000 元 展覽保險20,000元/場*5場 =100,000元 C. 專案辦公室清潔管理費 : 657,996 元 松菸辦公室清潔管理費54,833元 /月*12月=657,996元 D. 油料費：1,000 元 1,000元/月*1月=1,000元 E. 雜支：809,296 元 a. 銀行手續費300元 b. 保全服務費69,996元 松菸辦公室保全服務費 5,833元/月*12月=69,996元 c. 房屋使用管理費49,167元/月 *12月=590,004 d. 非消耗品10,000元/月*10月 =100,000元 e. 什支48,996元 (14) 會議活動費：6,135,680 元 A. 展覽裝潢：5,000,000 元 1,000,000元/案*5案 =5,000,000元 B. 會議餐點：535,680 元 a. 活動便當80元/人次*600人次 =48,000元 b. 台灣設計館志工誤餐費80元 /人次*508人次/月*12月 =487,680元 C. 場地佈置：600,000 元 100,000元/場*6場=600,000元 5. 設備使用費：23,784 元 1,982元/月*12月=23,784元
小計	21,219,296	2,690,000	23,909,296	32.33	
四、公費					

	預 算 數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合 計		
			金額	占總經費%	
	484,961	0	484,961	0.66	1. 公費:484,961 元 =(4,283,032+2,644,980)*0.07
小計	484,961	0	484,961	0.66	
伍、營業稅					
	1,431,614	140,000	1,571,614	2.12	1. 營業稅:1,571,614 元 (4,293,032+2,744,980+23,909,296 +484,961)*0.05
小計	1,431,614	140,000	1,571,614	2.12	
金額	30,063,883	2,940,000	33,003,883	44.62	
占總經費%	40.65	3.97	44.62	44.62	

肆、人力需求表

姓名	學歷 (畢業年月)	經歷及工作年資	職級	在本計畫所 擔任之職務	規劃執行 工時 (人月)
艾淑婷	學士 (78/6)	貿協設計中心專員相關工作 經驗 /28.0年	協同主持人	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	7
李瑞欽	學士 (87/1)	歐特斯科技公司產品經理相 關工作經驗 /24.0年	協同主持人	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	6
孫善蓉	碩士 (94/1)	芑亞美術教育中心專員相關 工作經驗 /10.1年	協同主持人	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	12
洪明正	碩士 (83/6)	貿協設計中心專員相關工作 經驗 /23.0年	研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	1
劉雯婷*	學士 (89/6)	貿協設計中心專員 /15.0年	研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	6
劉矩宏	碩士 (90/1)	尚領國際貿易(上海)有限公 司專案經理相關工作經驗 /17.2年	研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	6
陳宜君	碩士 (98/6)	台灣創意設計中心相關工作 經驗 /8.0年	研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	3
鄭育芬	碩士 (96/6)	台灣創意設計中心相關工作 經驗 /10.0年	副研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	12
何英碧	碩士 (97/1)	台灣創意設計中心相關工作 經驗 /10.4年	副研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	3
陳侶伶	碩士 (103/7)	台灣創意設計中心行政專員 相關工作經驗 /4.5年	副研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	12
周如蕙	學士 (98/6)	台灣創意設計中心助理專員 相關工作經驗 /8.2年	副研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	12
蔡昀蓉	學士 (96/6)	台灣創意設計中心相關經驗 /8.42年	副研究員	推動設計接軌國際行銷台灣 設計	12
宋同正	博士 (94/6)	國立台灣科技大學工商業設 計系特聘教授 /27.0年	計畫主持人	打造設計知識與美學推廣平 台	4
楊玉婷	碩士 (93/6)	戰國策國際顧問公司專案襄 理相關工作經驗 /13.1年	研究員	打造設計知識與美學推廣平 台	8
常靜潔	學士 (79/6)	貿協設計中心專員相關工作 經驗 /21.0年	研究員	打造設計知識與美學推廣平 台	8
溫雅婷	碩士 (98/5)	華碩電腦股份有限公司、宏 碁股份有限公司 /8.42年	副研究員	打造設計知識與美學推廣平 台	8
陳筱迪	碩士 (98/6)	台灣創意設計中心相關工作 經驗 /7.8年	副研究員	打造設計知識與美學推廣平 台	12
陳婕苓	學士 (102/6)	台灣創意設計中心相關經驗 /4.24年	助理研究員	打造設計知識與美學推廣平 台	12
合 計					144

*為派駐工業局人員

執行人力工時統計表 (人力需求表各職級人月總數與預算表各職級人月總數一致)	
職級	規劃執行工時(人月)
計畫主持人	4.00
共同主持人	0
協同主持人	25.00
研究員	32.00

副研究員	71.00
助理研究員	12.00
研究助理	0
合 計	144

伍、派遣人力表

派遣單位/ 公司名稱	姓名	學歷	工作經歷及年資	在本計畫所 擔任之職務	預定投入人月
才庫人力資源顧問股份有限公司	鄭素美	學士	台灣創意設計中心副企劃師 /4.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	梁祐榕	學士	晰彤國際資訊企業社 /3.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	林煜展	學士	台灣創意設計中心副企劃師 /3.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	1
才庫人力資源顧問股份有限公司	陳彥伶	學士	台灣創意設計中心副企劃師 /3.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	待聘	學士	/年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	11
才庫人力資源顧問股份有限公司	蔡秀英	學士	台灣創意設計中心 /13.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	6
才庫人力資源顧問股份有限公司	劉貴榕	碩士	台灣創意設計中心副企劃師 /7.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	6
才庫人力資源顧問股份有限公司	余淑韻	學士	台灣創意設計中心 /16.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	6
才庫人力資源顧問股份有限公司	吳珮璇	碩士	社團法人中華民國全國中小企業總會文創專員 /4.0年	推動設計接軌國際行銷台灣設計	6
才庫人力資源顧問股份有限公司	待聘	學士	/年	打造設計知識與美學推廣平台	11
才庫人力資源顧問股份有限公司	張櫻馨	學士	好像本事(股)公司 /2.0年	打造設計知識與美學推廣平台	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	陳冠帆	碩士	台灣創藝設計中心 /6.0年	打造設計知識與美學推廣平台	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	馮昀婕	學士	財團法人台灣創意設計中心 /0.4年	打造設計知識與美學推廣平台	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	陳乃慧	學士	台灣創意設計中心副企劃師 /0.5年	打造設計知識與美學推廣平台	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	陳璇葢	學士	台灣創意設計中心專員 /2.0年	打造設計知識與美學推廣平台	8
才庫人力資源顧問股份有限公司	陳曉然	碩士	台灣創意設計中心 /6.0年	打造設計知識與美學推廣平台	12
才庫人力資源顧問股份有限公司	吳育瑞	學士	聯合數位文創(股)公司 /0.5年	打造設計知識與美學推廣平台	12
合 計					163

陸、出國計畫表

單位：新台幣元

出國類別 (開會、訪問、談判、考察)	擬前往地區 (國家或城市或其它)	出國內容重點	出國效益	預計天數	擬派人數	旅費預算				歸屬預算科目	備註
						交通費	生活費	辦公費	合計		
開會,其他 (宣推)	泰國(曼谷)	辦理金點設計獎及概念獎宣傳	辦理金點設計獎活動,鼓勵業者報名,設計及報名,提升設計獎系項件數	5	3	45,000	51,000	9,000	105,000	差旅出國預算	
開會,其他 (宣推)	新加坡(新加坡)	辦理金點設計獎及概念獎宣傳	辦理金點設計獎活動,鼓勵業者報名,設計及報名,提升設計獎系項件數	5	3	45,000	51,000	9,000	105,000	差旅出國預算	
開會,其他 (宣推)	中國(石家莊、上海、深圳)	辦理金點設計獎海外會評選	辦理金點設計獎海外會複審,降低參賽者負擔,提高參賽件數	10	8	220,000	370,000	20,000	610,000	差旅出國預算	含外部評審委員
其他(參展)	中國(深圳)	帶團參加深圳國際工業設計大展	協助服務國際輸出商機,提升國際設計形象	9	3	60,000	110,000	10,000	180,000	差旅出國預算	
合計	-	-	-	29	17	370,000	582,000	48,000	1,000,000	-	-

柒、分包/協辦計畫及分包/協力單位明細

分包/協辦事項	預定分包/協辦金額(元)				應配合完成時間(年月)	預定分包/協力單位	備註
	政府經費	自籌款	合計(含稅)	合計(未稅)			
(無)							

捌、設備使用費明細表

設備名稱	折舊年數	購置年月	購置成本	數量	計算公式(a)	使用比率(b)	使用費(c) = (a)*(b)
電腦網路系統	6	104年9月	94,571	1	15,756	100%	15,756
冷(暖)氣機	5	105年8月	35,238	1	5,868	100%	5,868
電視機	6	105年9月	56,189	1	8,028	100%	8,028
個人電腦	5	106年5月	51,958	2	10,392	100%	10,392
冷(暖)氣機	5	106年6月	37,619	1	6,264	100%	6,264
合計							46,308

$$\text{註: 計算公式(a)} = \left[\frac{C}{N} + \left(C * \frac{N-(X-1)}{N} \right) * R \right]$$

C：購置成本

X：第X年

N：折舊年數

R：銀行放款利率

台灣設計產業翱翔計畫
 代管補助款預算表
 (108年1月1日起至108年12月31日止)

單位：元

項目 會計科目	預算數				計算方式說明
	政府經費	自籌款	合計		
			金額	佔總經費%	
一、直接薪資	0	0	0	0	
小計	0	0	0	0	
二、管理費	0	0	0	0	
小計	0	0	0	0	
三、其他直接費用	0	0	0	0	
1.人事費	0	0	0	0	
2.旅運費	0	0	0	0	
3.材料費	0	0	0	0	
4.維護費	0	0	0	0	
5.業務費	0	0	0	0	
6.委託勞務費	0	0	0	0	
7.設備使用費	0	0	0	0	
8.代管補助款	2,800,000	0	2,800,000	100	1.金點概念年度最佳設計獎\$1,200,000 \$400,000/人*3人=\$1,200,000 2.金點新秀年度最佳設計獎\$800,000 \$100,000/人*8人=\$800,000 3.金點新秀設計獎\$800,000 \$20,000/人*40人=\$800,000
小計	2,800,000	0	2,800,000	100	
四、公費	0	0	0	0	
五、營業稅	0	0	0	0	
合計金額	2,800,000	0	2,800,000	100	

目 錄

頁次

第 2 部分 計畫書內容	
壹、計畫目標	2
一、目標說明	2
二、預期效益、主要績效指標(KPI)及目標值.....	14
貳、計畫執行內容	15
一、執行方法	15
(一)推動設計接軌國際行銷台灣設計	15
(二)打造設計知識與美學推廣平台	26
二、人才培訓作業管理規範	39
三、資訊系統處理作業規劃	39
參、資源需求	40
肆、計畫可行性分析	42
伍、邀標審查委員會意見回復	46
陸、工作差異分析表	47
第 3 部分 構想書	48
第 4 部分 投標須知(延續性計畫免附).....	57
第 5 部分 契約書	58
第 6 部分 議價(約)決標紀錄影本	95
第 7 部分 招標構想書工作項目調整表.....	96

第 2 部份 計畫書內容

壹、計畫目標

一、目標說明

(一) 政策依據

1. 設計是國力象徵，需持續推動

蔡總統於台北市世界設計之都「國際設計大展」開幕典禮表示「設計力是國力象徵」，各種產業從產品開發、量產，都要經過設計環節，設計不僅能改變城市，更能帶動產業升級、強化農業行銷，推廣本土觀光以及公共建設品質，同時也會鼓勵民間廠商，勇敢大方投資設計，並透過政府力量持續支持設計產業發展，讓設計產業成為台灣不可忽視的競爭優勢。

2. 設計是文化科技，文化白皮書之五大推動主軸

配合總統文化白皮書之五大推動主軸，推動文化科技施政計畫與在地化、國際化。設計就是一種文化科技，將配合政策，透過在地化文化與科技的創新深耕，在國際上協助產業創造最大價值，以達成善用文化軟實力重返國際社會目標。

3. 設計是推動「亞洲矽谷」下的基盤計畫之一

為加速產業轉型升級，政府推動五大創新產業，作為驅動台灣下世代產業成長的核心。技術服務業發展計畫(包含設計、資訊等技術業)隸屬「亞洲矽谷」基盤計畫之一。

故本計畫將依據政府政策方向及目標辦理，透過與亞洲新興市場之合作及開發，推動台灣設計整合產業之國際發展，並促進相關產業加值升級。

(二) 台灣設計產業發展現況

設計服務產業與景氣波動之間有連動性，當景氣面臨衝擊較大時，許多大型企業內部設計部門，可能受到營運影響而減少開發新產品；景氣復甦成長時，則相對會開發更多新產品，增加對於產品設

計服務的需求。近六年我國產品設計產業之廠商家數皆呈現成長趨勢，2016年廠商家數為3,319家，成長率達6.28%（如圖1）。營業額2012年至2015年皆呈現成長的狀態，2015年達新臺幣605.64億元，但2016年出現下滑現象，約減少5.34%，為新臺幣573.31億元（如圖2）。

圖 1 2011~2016 年產品設計產業之家數成長概況

（單位：家、百分比）

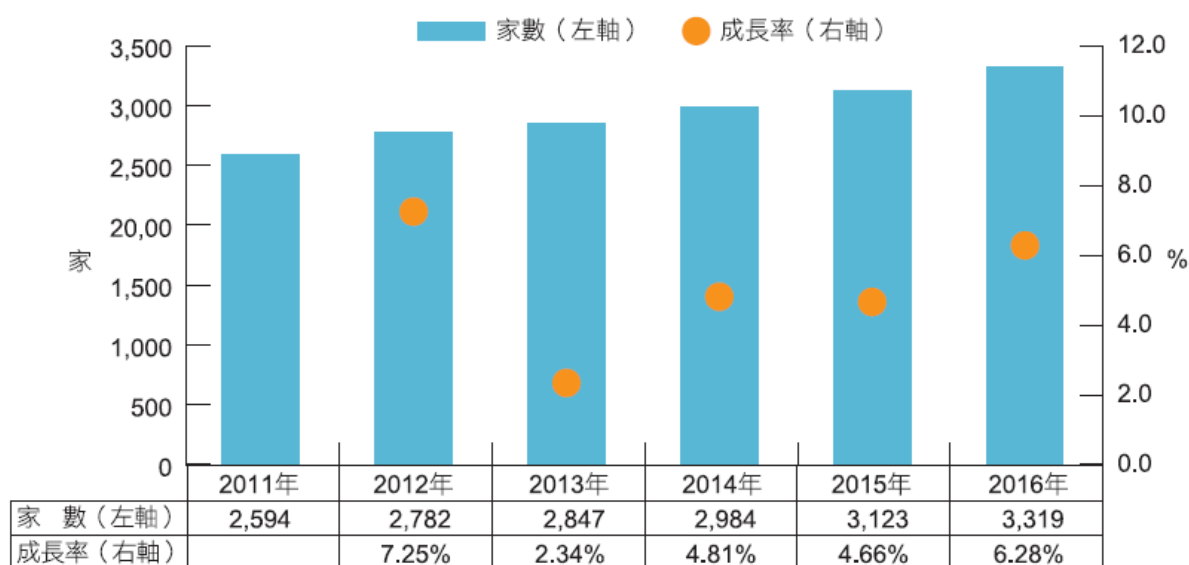
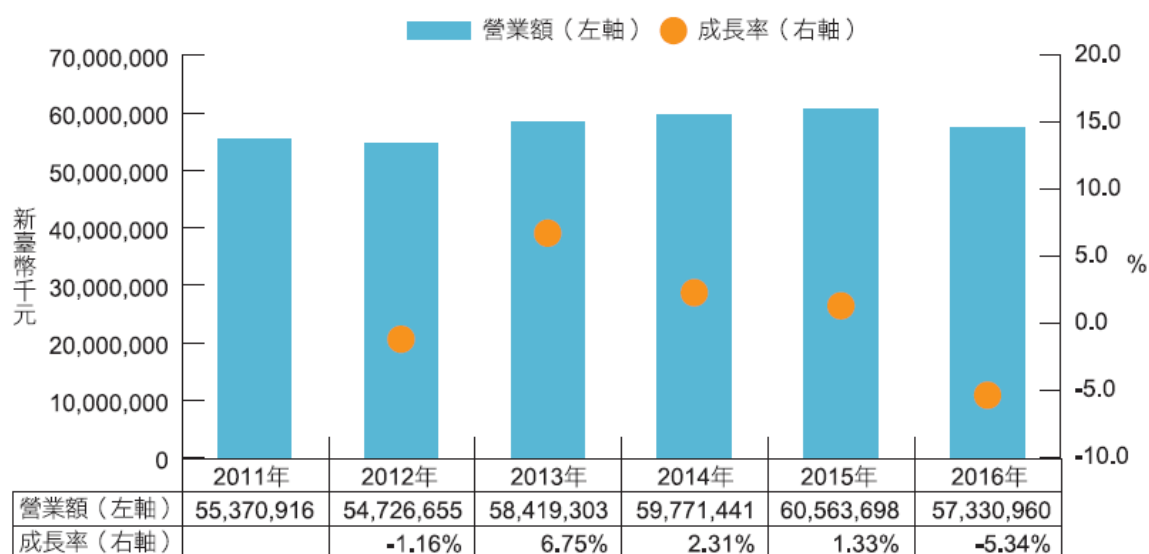


圖 2 2011~2016 年產品設計產業之營業額概況

（單位：新臺幣千元、百分比）

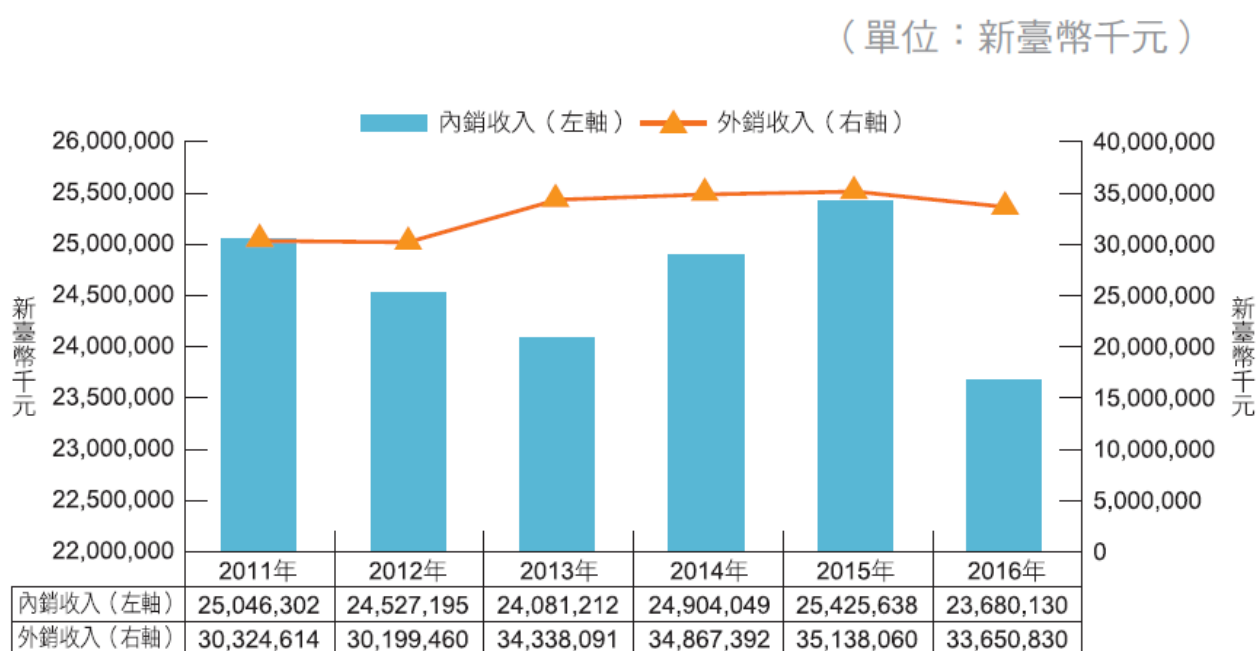


註：資料來源為2017臺灣文化創意產業發展年報

由於2016年我國自行車業於歐美、中國大陸市場尚未復甦，持續進行去庫存化，智慧型手機消費市場也呈現衰退，加上全球個人電腦市場已連續五年呈現出貨量下滑趨勢等因素影響，使得各廠商對於新品開發與推出量有所保留。此外，部分大型業者陸續於集團內設立產品設計、工業設計部門（In House），導致整體產品設計產業領域之衛星公司營業規模與營收成長力道受到侷限與壓力，造成營業額連帶下滑之勢。

產品設計產業之內外銷表現以外銷市場為導向，其內銷金額於2015年達到近年高點，然2016年下滑6.87%至新臺幣236.8億元，為2013年以來首次負成長；而在外銷方面，近年以2015年的成長表現最好，2016年則較2015年減少4.23%，為新臺幣336.51億元（如圖3）。

圖3 2011~2016年產品設計產業之內外銷概況



註：資料來源為2017臺灣文化創意產業發展年報

受惠於2016年我國舉辦「2016臺北設計之都」，以及適逢臺灣設計師週活動邁入第10個年頭，在「包裝設計」與「未分類其他專門設計服務」均呈現向上發展的態勢。「2016臺北世界設計之都—國際設計大展」之主題為「不斷提升的城市」，於松山文創園區開展，設有「設計量能館」、「臺北風格1、2館」、「國際城市1、2館」，以

及「讀衣時尚藝術跨界展」等六大主題展館，展出內容包括產品設計、視覺設計、書法與服裝等跨領域創作設計作品。此外，2016臺灣設計師週推出13項展覽與活動，包含展覽、設計論壇、設計沙龍與工作坊等，超過200位臺灣與國際設計師參與。

產品服務業於國際市場拓展方面，為創造國際市場商機，自2012年起，由文化部主辦、台灣創意設計中心執行「文化創意產業國際拓展計畫」，持續以「Fresh Taiwan」臺灣館形象前進全世界各大展會參展，透過多元行銷方式整合行銷，建立臺灣設計之國際形象，提高臺灣設計國際上知名度及能見度，激發國際合作與交流，達成協助業者海外通路拓展的效益。2016年「Fresh Taiwan」以點、線、面、體積、時間作為維度，試圖融合臺灣的「自然」與「人文」兩大元素，豐富呈現2016年的副標題：「Multi-Dimension」之內涵。

設計服務業國際合作方面，也有很多的突破。經濟部為創造國際市場商機，推動設計師以團隊合作、行銷合作名義，與國際品牌合作，開發主題性商品，看準東南亞設計市場的未來發展，2017年組團參加泰國曼谷國際禮品家飾展，爭取臺灣設計在東協市場的商機；另外在地方產業的服務方面，部分設計師更前進日本市場，與日本東京都墨田區政府合作，協助當地廠商開發特色商品，間接拓展日本設計服務市場，提高臺灣設計國際上知名度及能見度。

我國「產品設計產業」過往的思維，大都圍繞在產品本身的功能與品質上。近年來，在社會大眾對於富有文化與創意意涵的產品需求逐漸提升之下，產品設計產業除了注重產品硬體本身之外，也逐漸重視使用者的體驗，包括產品使用的功能體驗、包裝或外觀上的視覺體驗，以及產品使用的觸感體驗等，帶動產品設計產業朝向「體驗」的方向前進。同時，在當前高齡化與少子女化的趨勢下，透過人因工程的設計理念，設計出符合不同族群使用者需求與體驗的產品，亦成為整體產業發展新路徑。綜整產品設計產業發展趨勢如下：

1. 綠能產品平價化

綠能產品普遍售價較高，推出市場初期銷售較為疲軟。產品設計部

門隨著市場的意見回饋、相關產業鏈的建置、協力廠商的合作，在新一代的產品設計當中，以多數消費者可以接受的價格範圍，作為開發的主要考量，如我國新創電動機車品牌第2代產品。

2. 體驗為王

產品設計除了須符合當前潮流的外型與風格外，具有一定水準的效能與功能、提供使用者舒適的體驗，成為當前消費者所關注的面向。例如將Ultrabook筆記型電腦打造成電競等級之水準；電動機車除具綠能、吸睛的外型外，亦擁有高扭力、高時速、遠程能力；使用特殊天然材質（如月桃葉）製成的家具（或器皿）不再只是裝飾品，而是擁有美觀、具在地文化與傳統技術、舒適實用的日常生活用品。

3. 面向高齡少子女化的消費市場

在我國與其它先進國家之人口組成邁向高齡化、少子女化的趨勢之下，面向缺乏醫療照護、長照人力的（高齡）使用者成為一新興開發的客群。例如透過社會學方法設計出之兼具實用且效益，符合人因工程的輔助失智老人專用餐具；結合智慧型手機APP設計之「膝關節復健智能穿戴」，讓患者能夠自主地訓練大腿肌，以達有效減緩疼痛與退化；以及為解決糖尿病患者在日常生活中的問題「糖友健康手環」等。

4. 臺灣在地文化的連結

隨著文化部推動「愈在地、愈國際」政策，設計師深入臺灣，開始大量取材本土元素，與當地的工藝產業深度交流，共同改良或開發產品，此雙贏模式讓工藝予以保留、產業找回市場，正是設計價值所在，期待更多傳統技術延續傳承。例如將傳統的古物轉變成現代容器；以傳統藺編、榫卯工藝設計開發家飾及個人用品；以及重新設計傳統花茶沖泡方式，讓花瓣能夠在沖泡之後於玻璃杯中綻放。除了透過臺灣傳統技術、材料進行產品設計吸引市場目光外，最重要的是能夠藉此傳承我國傳統工藝、技藝生生不息。

5. 設計業團隊化提供跨領域設計服務

設計業者開始整合各種技術領域，包含材料、人機介面、軟體，乃至於生產及行銷等人才，共同協助產業解決產品開發問題。藉此提升設計服務的角色與專業度，同時對專案掌握度與執行度更加緊密。

(三) 課題與對策

1. 發展課題

(1) 全球設計獎競爭激烈且趨向同質化，發展獨特觀點國際設計獎項有助我國設計發展：

A. 獲得國際設計獎是企業有效吸引媒體及市場興趣的有效方

式，更能透過網路、全球巡迴展覽、博物館展示等方式，直接躍上國際舞台，是企業及設計師行銷全球的捷徑。國際設計獎提供審視產品創意的契機，除了實用性、美學、創新性之外，進一步驅動設計師跳脫框架進行突破性思考，促使企業做到破壞式創新。

B. 我國企業及設計師以往在各種國際設計競賽中頻頻獲獎，曾經是亞洲獲得國際四大設計獎最多的國家。國際四大獎項之評審觀點，多以西方美學及歐美消費者使用習慣為主，但隨著國際獎項競爭激烈並趨向同質化的今天，發展東方的設計觀點及特有之文化生活習性的獎項將是未來重要課題，並以此獎項國際高度創造全球影響力以取得華人市場設計發言權，將是引導我國設計發展，鋪陳我國設計品牌出路的一個重要的發展方向。

(2) 透過設計展覽帶動企業及設計品牌從概念到市場的產業鏈完整性：

A. 全球創意、設計產業發達的國家或都市，每年多以固定舉辦的設計展會活動(如設計節、設計週)的方式，展現該國設計之特色展現生活同步脈動的設計美學，提出年度主張以擴大國際影響力。定期的大型展會活動能展現台灣當代設計思維、設計師獨道特色與魅力、設計能量、風格與特色，將對提高民眾美學素養、增進商業媒合機會與國際交流有正面助益。

B.另一方面，近年來我國設計師品牌及企業透過國際設計導向商展，在國際上逐漸形成一股台灣風格品牌勢力，透過參加國際設計展會，使企業及設計師品牌檢視自我在國際市場的定位及價值，也能清楚了解品牌在國際設計供應鏈上的欠缺及需要補強之處，是面向全球市場，擴大國際視野最佳發展契機。

(3) 產業及產品邊界日趨模糊，設計聚落產生跨界能量鼓勵創意溫度持續發生：

A. 產業發展快速及產品服務虛實整合趨勢使商品邊界日趨模

糊，設計師需要更多元的知識與跨界的刺激提升自我，文化發展、循環經濟、新技術應用等議題，與強調生活美學、生活價值觀、生活風格有機會進行跨界交融，進而找到台灣的創新價值。創意聚落能將一群具有創意才能、從事創意產出、喜好主題不同但都對新奇事物具有高度興趣的人，聚集於特定空間所形成的群體，並碰撞創意火花。

B. 近年來國內外重視設計創意發展的城市，形成許多共創空間的創意聚落，以輕鬆、交流、溫度、創意方式促進各類創意人交流機會的軟硬體設施，促進各項議題的發生、討論及發展。我國應運用現有優質軟、硬體空間及各項服務，提供一個新的創意氛圍場域，成為台灣最具代表性的設計創意聚落。

2. 因應對策

(1) 推動金點設計獎國際化，擴大全球的影響力

A. 建立公平公開評審制度，採用評審召集人制度，並於海外地區辦理初審、複審作業，使獎項的評審更趨專業及公開透明。

B. 設置獎項分級分類制度，依據目標對象設定有不同金點設計系列獎項，而三個不同類別獎項分別為金點設計獎（專業設計師）、金點概念設計獎（新銳設計師）及金點新秀設計獎（學生設計師）。

C. 提高頒獎典禮規格層級，升級頒獎典禮規格，打造成為全球設計盛會。另外，更將原本隱身於幕後的得獎者推向前台，增加

個人、企業及得獎作品曝光機會，使其獲得最大的尊榮。

D. 配合政府的新南向政策，積極推動與其他亞洲地區（例如，新加坡、泰國、印尼、馬來西亞等）之設計中心或組織建立策略性合作夥伴關係，以擴大新南向地區之投件數，加速建立起本獎項在亞洲之優質服務與品牌形象，持續朝向全球頂尖設計獎項之列邁進。

E. 結合募資平台及創投機制，提升概念作品量產化之可能性；金點新秀設計獎與教育部合作，輔導優秀得獎學生出國深造，爭取更高榮譽；於SOGO百貨辦理展售會及協助得獎作品於PChome、露天及friDay等電商平台販售。

(2) 建構設計展銷服務平台，擴大國內外設計市場

A. 辦理大型具代表性的台灣設計展會，促成中央設計資源與地方文化元素及地方產業合作，引進國內外最新設計型態與趨勢外，深度探索在地文化元素，希望透過設計擴散文化影響、擴大在地生活型態及人文風俗的能見度，翻轉地方能量，共同搭起產業、設計師、民眾及政府單位多贏的重要舞台。

B. 由於設計業者多為小型或微型企業，資源較為有限，若以個別公司單打獨鬥赴海外參加國際展會，其成效不甚理想。因此透過評審具潛力企業品牌或新銳設計師品牌海外參展，整合統一形象參加國際會展，搭配推廣活動，成功行銷台灣設計。

C. 提供募資、生產、行銷及通路等完整服務創價資訊。提升企業及設計師品牌國際展覽接洽能力，審視產業及產品在整體國際行銷之缺口並加以補強。

(3) 整合設計跨域平台，打造創意設計聚落

A. 於近年受到國內外設計師、創意人喜好的松山文創園區內 打造創意聚落，提升台灣設計館及設計圖書館軟、硬體設施，提供容易親近輕鬆、有溫度、創意氛圍的平台。

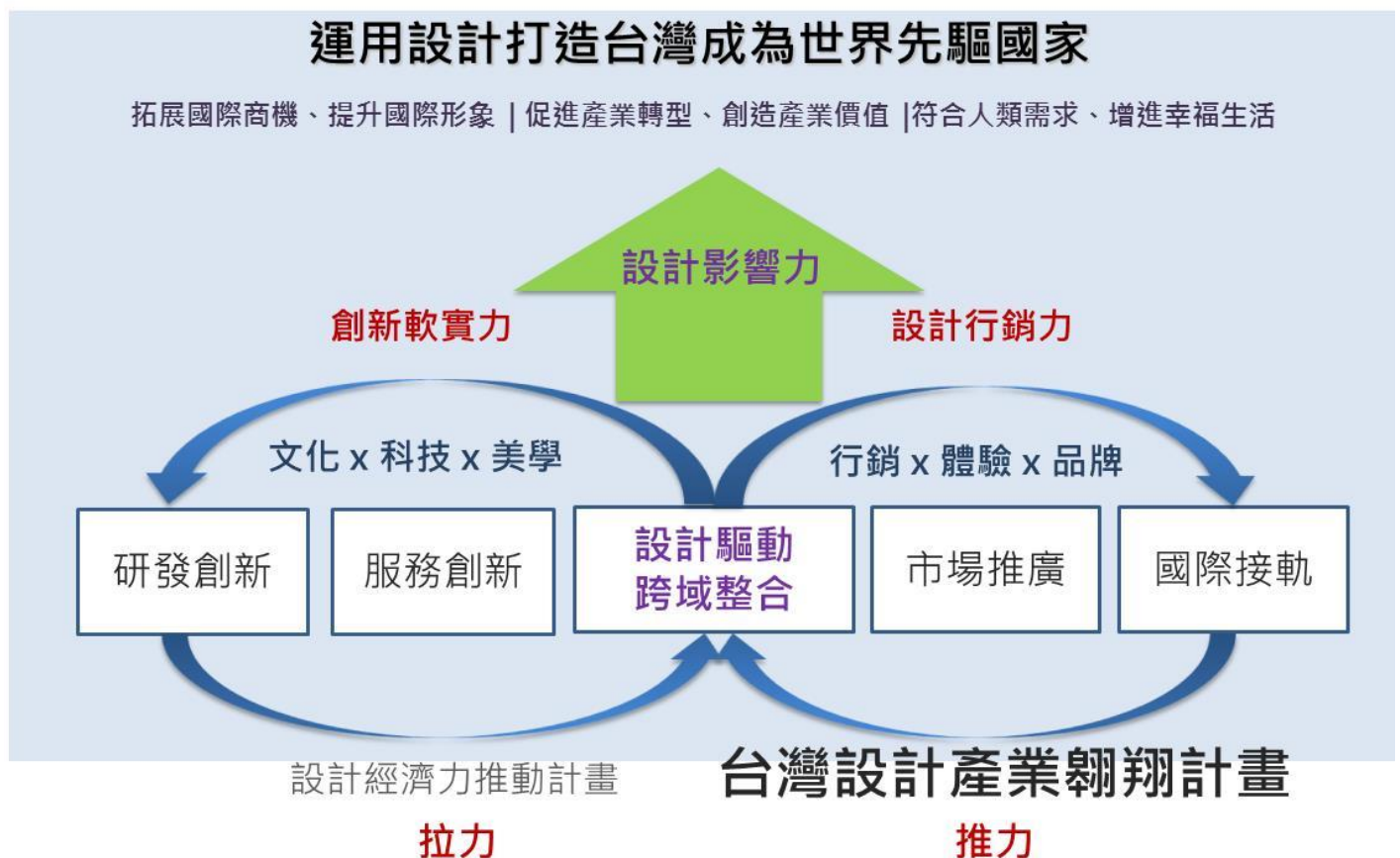
B. 舉辦各項演討會、創意展示、跨域對談、跨界工作營等活動，培養年輕一代開放態度進行交流，提供相關設計資源，協助組

成跨領域團隊發表各項議題解決方案，成為台灣最有創意活力之聚落，並促進國際交流。

(四) 計畫說明

1. 背景

目前經濟部推動設計相關計畫有「台灣設計產業翱翔計畫」與「設計經濟力(Designomics)推動計畫」兩計畫，共同推動以設計翻轉時代的影響力作為手段，透過設計推廣及產業輔導，奠定設計產業發展的重要基礎能量，打造台灣成為世界先驅國家。



2. 計畫目標

台灣產業過去已在資通訊科技打下厚實根基，未來政府將引導台灣設計能量，藉由「軟」、「硬」實力結合，並配合五大創新產業之亞洲·矽谷推動方案，以「科技生活化應用」擴大全球的影響力，深化國際鏈結，帶動我國軟實力國際輸出，並以「高規格獎項」整合我國設計軟實力，以科技應用、美學加值及系統整合，作為產業升級轉型的重要驅動力，引導我國產業朝高值化發展。

本計畫目標說明如下：

- 辦理台灣設計展，參觀人數達20萬人次，媒體露出200則以上。除活絡設計產業之發展，同時發掘地方特色元素，為地方產業開創市場。
- 以辦理主題特展、設計相關講座及工作坊之方式，強化設計知識擴散與異業交流，吸引5萬人次以上參與，活絡台灣設計產業發展環境。

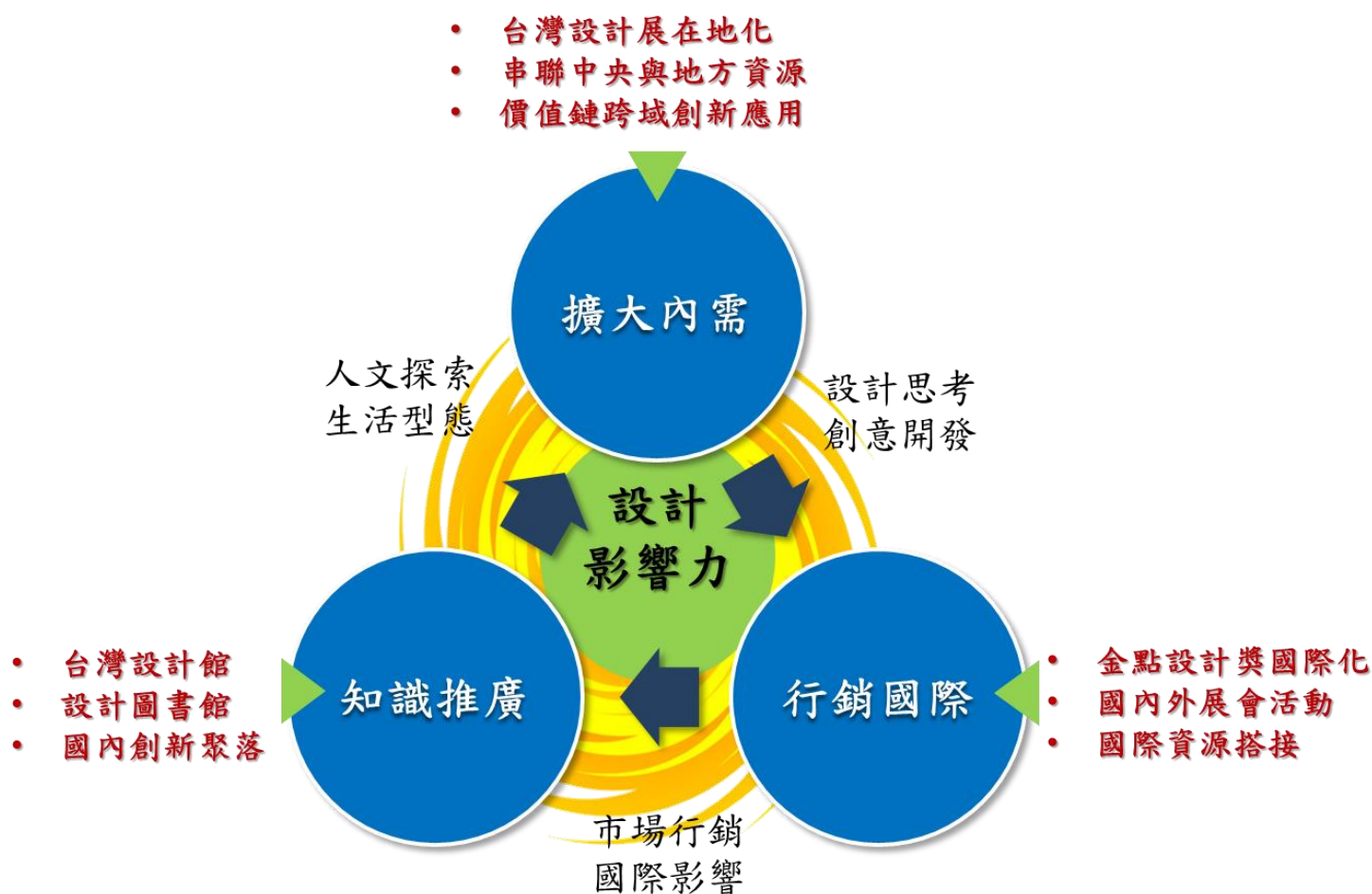


推動設計接軌國際
行銷台灣設計

打造設計知識與美學
推廣平台

- 推動金點設計獎國際化，至少7個國家參與，國內外媒體報導100則以上，總收件數達2,200件以上，擴大金點設計獎影響力。
- 協助我國設計業者拓展國際市場，取得新台幣4,000萬元之商機，並提升台灣設計品牌之國際能見度

3. 推動策略



(1) 行銷國際

A. 推動金點設計獎國際化

- 落實複審及分類評選制度，強化獎項專業度達到國際水準。
- 辦理金點設計論壇，擴大對東南亞及東北亞華人市場影響力。
- 架構展、銷完整服務平台，提供行銷、通路、募資、輔導等多元服務。

B. 參與國際設計專業展會

- 參與國際重要設計展會，拓展設計服務及品牌外銷市場，提升台灣設計國際影響力。
- 辦理設計服務國際推廣活動，提升我國設計師參與國際事務能力及國際視野。
- 鏈結國際資源，搭接設計產業於國際展會、市場、通路、代理、

媒體、廣宣、活動等國際行銷體系。

(2) 擴大內需

A. 整合中央與地方資源共創價值

導入中央設計輔導能量，串聯地方產業資源，以設計力發掘地方特色元素，以台灣設計能量促進地區產業或服務之創新加值，並帶動地方觀光效益。

B. 打造台灣最重要設計交流平台

提出台灣年度設計論述主張，型塑台灣最具設計創新價值代表性之設計展，成為活絡設計產業發展、推廣設計師品牌之最重要舞台。

C. 提升全民創意設計及美學認知

邀請優質設計品牌及策展人共同策展，提出設計美學概念，透過廣宣、活動、媒體報導帶動全民生活美學提升。

(3) 知識推廣

A. 發展並強化設計創新聚落

提供台灣設計產業更多元、深入、具啟發性的資訊，並加強與設計產業合作，串連創作、製造、消費者三方，發展台灣設計產業創意環境。

B. 打造前瞻實驗之創意平台

邀請國內新生代策展人、設計品牌廠商、國際設計推動單位合作，策劃具話題性、前瞻性之展覽，除推動設計美學外，成為台灣與國際設計交流之重要聚點。

二、預期效益、主要績效指標(KPI)及目標值

(一)主要績效指標表：

屬性	績效指標		初級產出量化值	效益說明	重大突破
經濟效益 (產業經濟發展)	N.協助提升我國產業全球地位		1.組團參加國內外展會活動 2 案以上，參加廠商 20 家以上。 2.辦理金點設計獎評選，參賽申請達 2,200 件以上。 3.辦理金點概念設計獎評選，參賽申請達 2,500 件以上。	1.協助設計服務業拓展國際市場，促成國際設計媒合至少 20 案，促成商機達新台幣 4 仟萬元。 2.樹立「金點設計」尊榮形象，並以其一致性之品牌與形象，為設計產品加值，協助廠商創造產值。	-
社會影響	社會福祉提升	其他	1.辦理台灣設計展，吸引 10 萬人次以上參觀。 2.維運台灣設計館，吸引 5 萬人次以上參觀。	1.辦理台灣設計展，活絡設計產業之發展，推廣設計師品牌，創造台灣設計師展現自我風格及特色之舞台。 2.維運台灣設計館並藉由主題特展，建立設計美學跨領域交流平台，增進全民美學素養。	-

貳、計畫執行內容

一、執行方法

(一)推動設計接軌國際行銷台灣設計

1.推動金點設計獎國際化

(1) 背景

金點設計獎獲經濟部工業局支持，於 103 年 3 月 5 日行政院政務會談中由經濟部提出本獎項國際化之未來發展方向，獲得行政院院長同意，並指示列為設計產業發展之重點工作，國際化契機如下：

A. 國際缺乏亞洲觀點的國際設計獎項

國際四大獎項之評審觀點，多以西方美學及歐美消費者使用習慣為主。亞洲的設計觀點或特有之文化、生活習性等，若有獎項予以突顯或詮釋，將可創造全球影響力，並可取得亞洲設計發言權。

B. 台灣歷史最悠久、最具公信力的獎項

本獎項辦理已邁入第 38 年，較華語地區其他設計獎項(如中國大陸之紅星獎、香港之亞洲最具影響力設計獎等)，已累積最多經驗與知名度；評審小組囊括國內外權威設計大師，評審過程嚴謹，且具公信力。

C. 亞洲市場已成國際兵家必爭之地

亞洲市場目前為世界第一大經濟體，台灣正好居於亞洲市場之重要位置，若能把握良機，建立本獎於華語市場之高度，將能成為歐美廠商進軍亞洲市場之重要跳板。

(2) 推動目標

A. 短期目標

(A) 辦理「金點設計獎」系列獎項評選作業，建立本獎專業、權威之形象，使金點設計獎成為優質設計產品代名詞。

(B) 師法國際獎項，落實分類評審制度，並推行至全系列獎項，並配合國際趨勢，調整競賽分類制度，以提升獎項專業度。

(C) 以年度最佳設計獎樹立設計界之標竿典範，表彰設計師及製造商卓越之設計成就。

(D) 深耕新秀獎及概念獎，鼓勵新創團隊或企業勇於發展創新概念，並協助透過獎項於國際間爭取發言權。

B. 長期目標

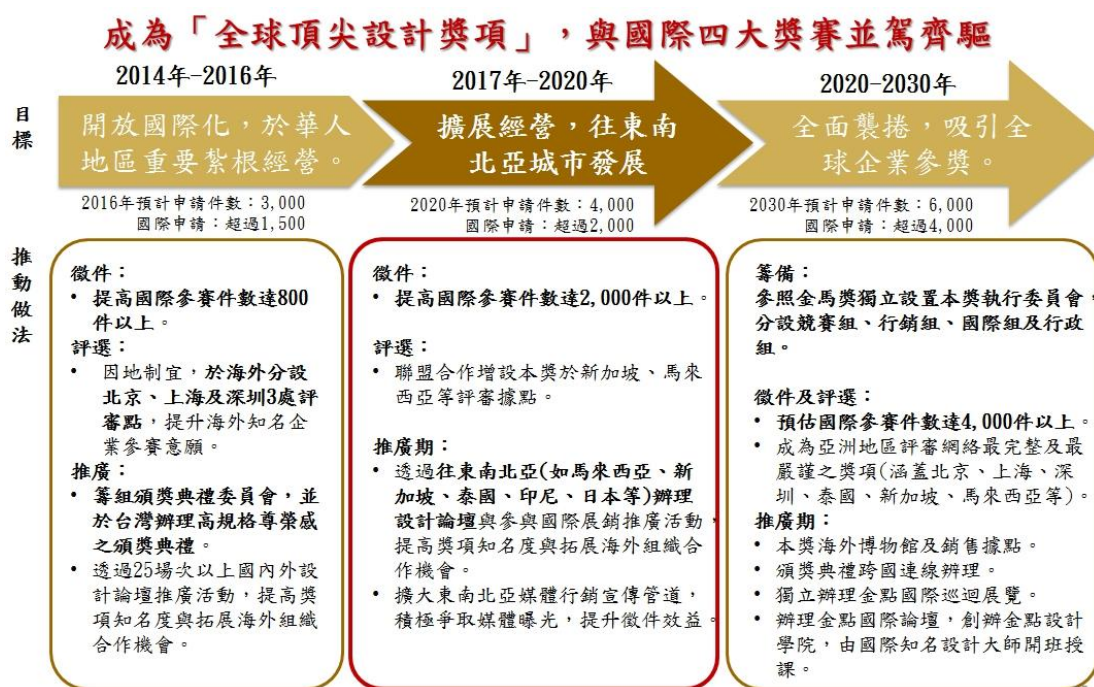
(A) 打造「金點設計獎」優質形象，鼓勵消費者選用金點設計產品，促進產品銷售效益，同時提升全民設計美學認知及生活品質。

(B) 藉由逐年推動，提升台灣於國際間之形象，並替台灣設計產業奠定台灣於亞洲市場之地位。

(C) 打造金點設計獎成為亞太地區以華語市場為主最專業之權威獎項，進入亞洲市場的國際企業最具影響力的平台。

(3) 推動架構

A. 各期程目標與推動作法



B. 獎項分類架構

(A) 金點設計獎：針對專業設計師，目標為已上市量產之作品。

(B) 金點概念設計獎：針對新銳設計師，目標為尚未上市之概念性作品。

(C) 金點新秀設計獎：針對新一代設計展參展學生之展出作品。

(4) 實施策略

A. 擴散金點設計獎國際影響力

(A) 走出台灣，放眼國際，響應南向政策，加強南向國家如新加坡、馬來西亞、泰國、越南、印尼等地之宣傳推廣。

(B) 與南向國家設計組織合作，共創徵件平台，提升當地設計業者對本獎之認知度及認同感。

B. 持續推動「金點設計獎」系列品牌分眾策略，並提出革新作法以提升品牌質感與國際高度



(A) 金點設計獎：師法國際設計獎項，調整參賽類別及評審機制，並推行至全系列獎項，提升專業度以期未來能與國際獎項並駕齊驅。

(B) 金點概念設計獎：結合募資平台及創投機制，提升概念作品量產化之可能性。

(C) 金點新秀設計獎：與國際設計趨勢接軌，增設社會設計類，鼓勵設計學子為改善社會而設計。

C. 針對不同族群及專業屬性，分眾分流至不同獎項

D. 媒體行銷及社群操作營造獎項口碑

E. 國內外行銷推廣活動經營品牌形象

F. 舉辦具備國際品質之專業頒獎典禮

G. 導入研究機制以數據分析掌握獎項發展方向

- (A) 針對金點設計獎品牌形象做市場調查分析，以了解得獎對廠商品牌加分之效益及市場反應。
- (B) 針對得獎作品及廠商進行深入訪談及分析，以了解市場趨勢及產業走向，作為產業發展之參考依據。

(5) 執行步驟及方法

A. 辦理「金點設計獎」

(A) 徵件

- a. 經營海外合作夥伴，透過組織力量將獎項影響力擴散。
- b. 維運官方網站及報名評選系統，透過官網、臉書及微博持續露出金點設計獎相關活動訊息。
- c. 辦理國內外推廣活動、展覽及目標對象拜會等活動。
- d. 印製金點設計獎專刊，並針對目標參賽者發送徵件文宣等方式提升參賽件數。

(B) 評選

- a. 依據金點設計獎實施要點辦理兩階段評選作業。
- b. 通過第一階段選拔(初審及複審)者即為「金點設計獎得獎產品」，授予其使用「金點設計標章」之權利，並獲參加第二階段年度最佳設計獎選拔(決選)之資格。
- c. 通過第二階段年度最佳設計獎選拔者，即為金點設計獎年度最佳設計獎得主。

(C) 頒獎典禮

辦理金點設計獎頒獎典禮一場，以公開儀式頒發本年度金點設計獎及金點概念設計獎年度最佳設計獎，年度最佳設計獎得獎業者及設計團隊將獲頒獎狀一紙。

B. 辦理「金點概念設計獎」

(A) 徵件

- a. 維運報名評選系統，透過官網、臉書及微博持續露出相關活

動訊息。

- b. 辦理推廣說明會。
- c. 針對目標參賽者發送徵件文宣等方式提升參賽件數。

(B) 評選

- a. 依據金點設計獎實施要點辦理兩階段評選作業。
- b. 通過第一階段選拔之作品，即為金點概念設計獎得獎作品，並獲參加第二階段年度最佳設計獎選拔之資格。
- c. 通過第二階段年度最佳設計獎選拔者，即為金點概念設計獎年度最佳設計獎得主。

(C) 頒獎典禮

為擴大活動效益，將與金點設計獎頒獎典禮合併辦理，金點概念設計獎年度最佳設計獎得獎設計團隊將獲頒獎金及獎狀。

C. 辦理「金點新秀設計獎」

(A) 徵件

- a. 維運報名評選系統，透過新一代設計展官網、臉書持續發布活動訊息。
- b. 辦理校園推廣說明會。
- c. 發函國內設計大專院校，發送徵件訊息提升參賽件數。

(B) 評選

- a. 依照設計類別分為8大類，辦理初選及決選兩階段評選。
- b. 各類別將分別評選，將選出年度最佳新秀設計獎各類別1名，及金點新秀設計獎各類別5名。

(C) 頒獎典禮

將於新一代設計展展覽現場辦理金點新秀設計獎頒獎典禮，得獎設計團隊將獲頒獎金及獎狀。

(6) 預期成效

A. 量化效益

- (A) 辦理金點設計獎系列獎項推廣活動 10 場以上。
- (B) 辦理金點設計獎評選申請達 2,200 件以上，至少 7 國家參與。

- (C) 辦理金點設計獎國內外評審作業 3 場，及頒獎典禮 1 場。
- (D) 辦理金點概念設計獎初選、複選、決選評審作業各 1 場。
- (E) 辦理金點概念設計獎評選申請達 2,500 件以上。
- (F) 辦理金點新秀設計獎初選、決選及頒獎典禮各 1 場以上。

B. 質化效益

- (A) 創造產業價值，透過獎項認證提升作品市場價值及實際產值。
- (B) 建立產業高自信心，讓台灣設計成為令台灣驕傲的品牌。
- (C) 產生社會價值，潛移默化影響消費者選購習慣，提升設計的無形影響力。
- (D) 奠定「全球華人市場最頂尖設計獎項」定位，掌握市場發言權。

2. 協助設計服務業拓展市場

(1) 推動目標

為擴大台灣設計於海外市場之商機，將公開徵選台灣設計服務業者與設計品牌，參加中國深圳與臺灣文博會國際型展覽，辦理通路拜會及設計產業媒合活動；以協助提升台灣設計的品牌知名度，促進台灣設計服務業與國際合作交流，鼓勵台灣設計服務業者拓展國際業務，擴大海外市場開拓與推廣效益。

(2) 活動期程與地點

A. 臺灣文博會

(A) 時間：2019 年 4 月 24 日至 28 日，共 5 天

(B) 地點：松山文創園區 台灣設計館 金點區

B. 深圳國際工業設計大展

(A) 時間：2019 年 11 月 5 日至 11 月 7 日，共 3 天

(B) 地點：深圳會展中心 2 號館（中國廣東省深圳市福田區福華三路）

(3) 辦理方式

本計畫將公開徵選具有設計能量高、具在地特色，並擁有國際接單潛力之產品與市場性的設計公司以及設計品牌參加。展覽與活動將與國內外經貿單位以及設計組織合作，接洽邀約專業買家及具經貿關係人員參與，擴大海外市場開拓與推廣效益，向全球客戶推廣台灣設計優勢與形象。本計畫預計辦理活動項目如下：

A. 臺灣文博會

(A) 時間：2019 年 4 月 24 日至 28 日，共 5 天

(B) 地點：松山文創園區展場之「NEXT」展區(台灣設計館 金點區)

(C) 活動內容

臺灣文博會為臺灣年度最大的文創商品展會，一直以來在亞太地區被視為最具設計力的國際展之一。其以「Design Thinking」為軸，期許以深度策展方式引領臺灣文化趨勢發展及帶動國民對文化議題的思考，並提供文創商品交流及交易的平臺，集結台灣及世界各地最具有實力，也最有潛力的設計品牌前來共襄盛舉。文博會依不同的屬性領域分為三大展場（松山文創園區-商品交易區、華山文創園區-文化概念館、花博公園爭艷館-授權領域）。松山文創園區展區作為文博會的創意商品區，共同展現台灣的整合設計實力，結合科技、創新與文化生活等元素來擴充消費者體驗，更提供尋找設計服務與製造開發的合作對象之廠商，輸銷台灣設計的加值技術與專業服務之專業的最佳商務平台。

(D) 展出內容與規劃

a. 展出規劃：甄選 16 家國內新創設計品牌或業者，以 Taiwan Design-NEXT 為主題和識別形象，結合 B2B 接單及 B2C 零售型態於一體，製作專屬宣傳摺頁聯合宣傳，共同行銷。

b. 甄選對象

(a) 國內從事自有品牌且具備設計服務能力之業者。

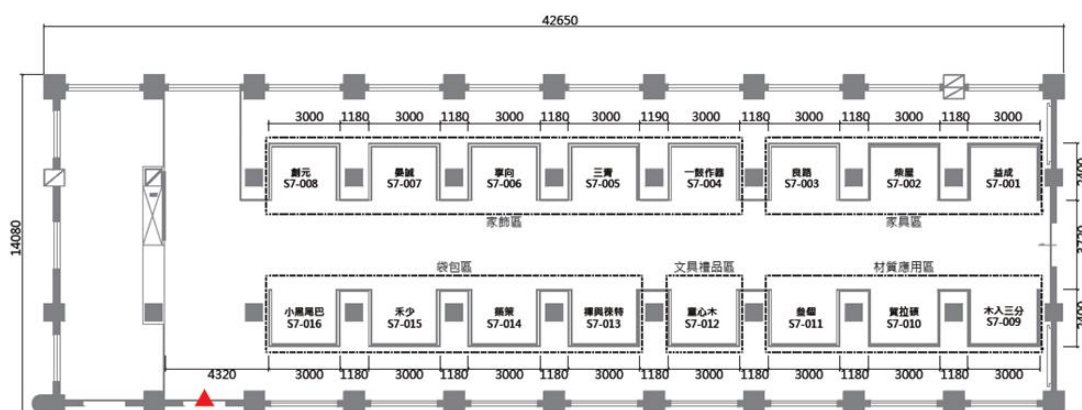
(b) 須為 3 年內新創品牌，具市場發展潛力之公司或工作室。

(c) 參展內容必須包含1件(或1系列)之新品(於2018~2019年發表)。

c. 展出面積：16 個攤位(每攤位尺寸：寬 300cm*深 240cm*高 240cm)。

d. 設備：每攤位 4 盞軌道燈、2 張摺疊椅、1 面統一設計之攤位招牌。

e. 展場平面(暫定)



B.2018 深圳國際工業設計大展

(A)時間：2019 年 11 月 5 日至 11 月 7 日，共 3 天

(B)地點：深圳會展中心 2 號館 (中國廣東省深圳市福田區福華三路)

(C)展覽介紹

深圳市工業設計行業協會主辦的第六屆深圳國際工業設計大展，「2018 深圳國際工業設計大展」，以「“設計賦能·賦能設計 DESIGN DRIVES [Knowledge] DRIVES DESIGN”」為主題，展館面積 15,000 平方米，是全球規模最大的工業設計大展，大展聚焦智慧硬體、可穿戴設備、機器人、無人機、電子競技、虛擬實境、珠寶、開源創客、智慧生活、眾籌平臺、加速器、孵化器等領域的最新設計及技術，瞄準現代工業設計開放創新趨勢，將展出來自中國、美國、德國、西班牙、英國、荷蘭、丹麥、日本、韓國、義大利、加拿大等 30 多個國家和

地區的 7,000 餘件創新設計精品。

(D) 展出內容與活動規劃

a. 展出規劃

深圳國際工業設計大展至 2019 年共七屆，本中心將第 6 度參與，先前主要以推廣國內獲得金點設計獎及各國際獎項的設計文創精品及台灣文創品牌打開知名度，2018 年參展首度結合策展主題，以策展主軸規劃展區整體形象，展出內容以策展主題規劃「主題策展區」及「設計服務業者展區」兩大展區，展出成效獲得廣大的迴響。2019 年參展內容將延續 2018 年之展出規劃，期望藉由精緻的展出內容，提升台灣設計服務形象，更能進一步帶動交易。甄選 10 家國內新創設計服務業者，以 Taiwan Design Power 為主題和識別形象，製作專屬宣傳摺頁聯合宣傳，共同行銷。

b. 辦理徵展評選作業

(a) 徵展範疇及內容：國內自創品牌、業者、個人設計師品牌皆可申請參加，徵選重點為台灣具原創性、概念創新性及前瞻性，並符合中國市場需求之商品及設計，預計招募 10 家品牌商。

(b) 徵選類別

- 國內產品設計相關產業。
- 國內包裝設計與視覺傳達相關產業。
- 國內品牌顧問服務相關產業。
- 國內空間及建築設計相關產業。
- 數位多媒體設計…等設計服務相關產業。

(c) 評分標準

針對經營現況及產品設計發展潛力、外銷實績與能力等項目進行評分，評分比重及重點如下：

評分項目	比重	評分重點
------	----	------

創新力	40%	服務項目所表現的創新性、趨勢性及未來發展潛力。
整合力	25%	提供服務項目的完整性、整合性及供應能力。
市場力	35%	服務項目應具備目標市場需求及後續投入市場的接案能力。

c. 聘請顧問辦理參展品牌諮詢及講座

為使參展廠商更進一步瞭解中國地區的商業模式以及市場趨勢以及針對深圳展會性質調整各參展商的參展策略，於展前辦理貿易講座及顧問一對一諮詢服務，邀請專業顧問指導參展洽商技巧並分享協助品牌拓展中國市場之經驗談。

d. 辦理設計產業媒合活動及通路拜會

(a) 內容：展會開始前帶領台灣設計業者親至當地知名且具規模的百貨/零售等通路拜會，並於展期間促進媒合台灣的優勢產品與專業設計服務，增加參展業者與買主媒合成功機會；同時展會期間於展會現場安排小型會議室辦理媒合活動，安排每位參展業者上台介紹品牌優勢產品及專業設計服務，藉由台灣設計品牌業者與買家交流，提升台灣設計產品輸銷，促進海外市場之設計服務、產業技術合作與新產品開發之機會。

(b) 建議參訪之通路

洽商單位	代表性說明
TCL 創新孵化基地	TCL 集團工業研究院、TCL 創投、寬帶資本、十方基金、北京創客空間、華友會等知名機構於深圳合力打造「TCL 創新孵化基地」，定位為關注智慧硬體、互聯網電視、移動互聯網等領域的產業趨動型孵化器，在深圳與北京都有超過 1000 平米的創客空間。 TCL 創新孵化基地除了提供創客項目

洽商單位	代表性說明
	<p>落地、基礎原件、3D 打印、硬體測試實驗室等服務外，也透過 TCL 集團能量匯聚眾多天使投資人和投資機構資金，進一步打造創客、企業、投資人服務的對接平台，希望以創新創業思維帶動傳統產業的智能升級，進一步為行業、市場注入新的活力！</p>
騰訊 CDC	<p>騰訊 CDC，全稱“騰訊用戶研究與體驗設計（Customer Research & User Experience Design Center）”，2003 年開始組建，正式成立於 2006 年 5 月，是騰訊公司級的設計團隊，分佈深圳、北京、成都三地，致力於提升騰訊產品的使用者體驗，探索互聯網生態體驗創新。為中國指標性公司，值得再度前往參訪。</p>
洛可可設計有限公司	<p>洛可可設計（深圳）有限公司是一家實力雄厚的國際化整合創意公司，一直以產品為核心，服務範圍囊括產品開發前期的研究與策略諮詢、工業設計創意、結構設計、UI 設計、產品商業推廣期的品牌設計等的一站式服務，是目前唯一獨攬四項國際頂級設計大獎、得到中央電視台、鳳凰衛視、國務院新聞辦、德國商業週刊等重量級媒體多次報導的設計公司，也是中國對外宣傳創意產業的主力代表。</p>

(二)打造設計知識與美學推廣平台

1.辦理台灣設計展

(1)計畫背景

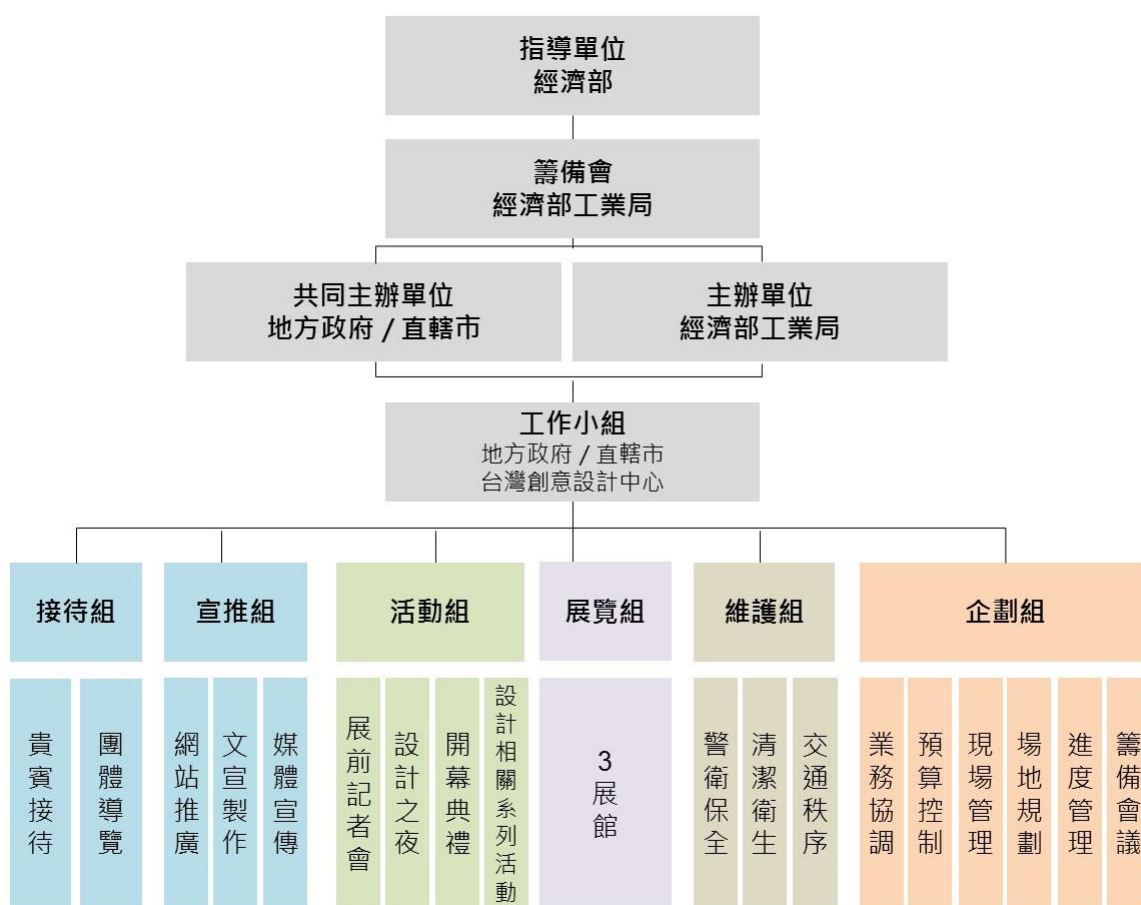
- A. 為提升全民設計美學素養，自 92 年起開始舉辦「台灣設計博覽會」(台灣設計展前身)由經濟部工業局與地方縣市政府共同辦理，過去 16 年曾在臺北、宜蘭、高雄、臺南及臺中舉辦，並於 2011 年及 2016 年擴大辦理為「2011 臺北世界設計大展」及「2016 國際設計大展」，成功讓台灣設計躍上國際舞台，並帶動設計產業發展及民眾對設計之認知與興趣。
- B. 自 105 年起「台灣設計展」改變辦理方式，將展覽平台向上延伸至地方產業輔導(如 105 年協助台東建立「台東好物」品牌行銷日本)，向下育成地方設計人才，活化地方閒置空間，協助規劃轉型為育成中心(如 106 年協助宜蘭規劃「中興文創園區產業育成中心」)，並連結國際設計資源，將設計在地化，行銷國際化。
- C. 102 年曾為協助臺北市政府爭取「2016 世界設計之都」主辦權，以專案方式與臺北市政府合作辦理「2013 台灣設計展」，亦於 105 年搭配臺北市政府舉辦「2016 世界設計之都」活動，與該市府合作辦理「國際設計大展」，創下 87 萬參觀人次佳績；107 年則串聯臺中市政府舉辦之「2018 臺中世界花卉博覽會」之國際活動，為花博暖身活動，凸顯臺中市在地文化之外，亦納入中部豐富之產業特色，透過與臺中市政府合作輔導在地產業，促使業者重視設計，並彰顯在地產業之設計能量，達成未來爭取「2022 世界設計之都」之長期目標。

(2)推動目標

- A. 促進全民對設計、創意及美學之價值的認知，透過展覽將設計美學普及全民生活。

- B. 藉由辦理設計展覽，活絡設計產業之發展，推廣設計師品牌，創造台灣設計師展現自我風格及特色之舞台。
- C. 整合中央與地方資源，並導入中央設計輔導能量，促進屏東地區產業或服務之創新加值。
- D. 透過設計展會活動，整合地方產官學研能量，凝聚發展共識，促進地方強化文化觀光效益。

(3)推動架構



(4)實施策略及方法

A.展覽概述

(A)辦理單位

由經濟部工業局及縣市政府共同主辦，台灣創意設計中心執行。

(B)展覽範疇

廣及各設計相關領域，如產品(工業)設計、視覺傳達設計、包

裝設計、數位多媒體設計、空間設計、時尚設計、工藝設計、
創意生活設計、建築設計、服務設計或公共裝置藝術設計等。

(C)資源共享平台

由中央導入設計輔導之資源與能量，整合地方政府發展產業的
政策或市政建設，打造資源共享平台，以設計增值，創造地方
特色產業新風貌，並以設計展作為發表舞台。

(D)展出時程

日期：暫訂 108 年 10 月

時間：暫訂上午 10 時至下午 6 時。

B.展覽及活動規劃(以下展覽及活動內容皆為暫定)

(A)主場館

初步規劃至少 3 大展館，由經濟部工業局及屏東縣政府文化處
共同規劃辦理。

展館名稱 (名稱暫定)	規劃內容
展館 1	展出主軸為「特色農業」 屏東不只有萬巒豬腳，現在還是產出世界冠軍巧克力的可可果故鄉。可可業者在 2018 年世界巧克力大賽，打敗比利時、義大利等傳統巧克力製造強國，獲得 4 面金牌，帶動屏東黑金商機。農業為屏東主要的重點產業，技術的改良及創新的思維，不但帶動農業升級轉型，更進一步帶動飲食文化及週邊食器、包裝等相關行業的發展。展館 1 將以屏東的特色農業為主軸，除展現屏東在地強項，也將展出別出心裁的食尚屏東新風貌。
展館 2	展出主軸為「文化觀光」 具特色的文化祭典是一個地方重要的觀光命脈。屏東是一個多元族群融合的縣市，有閩南、眷村、平埔、原民、客家等不同文化。一年四季，

	<p>黑鮪魚觀光文化季、東港迎王祭典、排灣族五年祭、半島歌謠祭、溫泉觀光文化季…等，各具特色及精神。展館 2 將以屏東的文化觀光為主軸，在注入新的思維後，為屏東的文化觀光再造有別於以往的形象與內涵。</p>
展館 3	<p>展出主軸為「社會福利」</p> <p>屏東縣內老年人口 12.5 萬人，比率占 15%，高於全台平均值的 13%，老化指數是 133.51%，也比全台平均值 97.68% 要高，高齡長照是屏東社會福利網相當重要的一環。透過鄉里間設置關懷據點，與社區、教會、廟宇合作，善用閒置空間，一村里設立一關懷據點，讓長者們願意走出家門。展館 3 將以屏東的社會福利為主軸，以設計思考的模式，為屏東的全齡照護福利網路絡，發展更符合縣民需求之作法。</p>

(B) 衛星展

屏東縣政府文化處以勝利星村創意生活園區」及「青創聚落」兩地作為衛星展之展出基地，將呈現大屏東地區「地、產、人」之多元樣貌，吸引更多人投入創作領域，並凸顯南台灣城市脈動及創新生命力。

(C) 周邊活動及空間

活動名稱 (名稱暫定)	規劃內容
臺北展前記者會	由主辦單位經濟部工業局辦理，結合主題表現、展覽發表及其他造勢活動，為本年台灣設計展揭開序幕。
屏東展前記者會	由共同主辦單位屏東縣市政府文化處辦理，展現地方人文特色，為台灣設計展作最後暖身。

活動名稱 (名稱暫定)	規劃內容
開幕典禮	於開幕當天舉行，恭請府院長官蒞臨開幕。(暫定於屏東演藝廳舉行)
設計之夜	經濟部及屏東縣政府之首長共同主持，以屏東在地食材，加入創意巧思作為妝點，並融合在地文化表演，展現南台灣之星的特色與熱情。邀請當地廠商及設計相關推廣單位、參展設計師、策展團隊等貴賓共襄盛舉，輕鬆交流。
攤車市集	邀請屏東特色餐飲及文創業者參與，以造型胖卡為主，向參觀民眾推廣屏東在地特色農特產、風味飲食、文創商品…等內容。
假日活動	屏東為南台灣觀光大城，近年來積極吸引藝術團體及年輕人進駐或回流。擬透過本展創造假日表演舞台，讓新創及在地藝術表演工作者能夠展現實力，以熱情的演出歡迎來自各地的參觀者。

C. 展覽執行策略

(A) 主視覺設計及應用

- a. 為強化台灣設計展印象及展覽前期宣傳效益，將依當年度展覽主題規劃主視覺設計，並延伸應用製作相關文宣，如海報、展覽摺頁、路燈旗等文宣製作物。
- b. 因應國際設計趨勢，降低紙品出版之文宣品，規劃環保方式之宣傳，如 EDM、Facebook 粉絲頁、電子版展覽摺頁等等。

(B) 官方網站維運及 Facebook 粉絲團操作

- a. 建構 2019 台灣設計展網域，提供參觀民眾參觀資訊、展館介紹、活動訊息、電子摺頁下載等用途。
- b. 於展前及展中波段式操作 Facebook 粉絲團議題，規劃發文策略後定期產出內容，透過粉絲團引起設計展潛在客群注意力、按讚、溝通、互動、點擊等實質效益。

(C) 媒體行銷規劃

運用多種媒體工具，集合數位、報紙、雜誌、廣播之媒體平台，將 2019 台灣設計展的展覽訊息傳遞給全國大眾知曉。另，期望能透過專題報導、影片、社群行銷的形式，將本展之活動精髓完整呈現，藉以加深民眾對於本展之品牌形象，進而提升設計產業之能見度。

(D) 志工招募作業

擬招募熱愛設計、文創之夥伴，協助台灣設計展導覽活動，提供參觀民眾導覽服務，使參觀民眾能以更多元及更深入的角度欣賞 2019 台灣設計展，進而強化全民對於台灣設計展業之認知及提升民眾美學素養。

(E) 短期工作人員聘僱

擬聘請短期工作人員負責開幕典禮參訪團動線引導、展覽期間服務參觀民眾之疑難雜症等其他事項及協助布/撤展、環境清潔、展品及庶務用品搬運等事務性工作。

(F) 辦理徵求各縣市政府共同主辦「2020 台灣設計展」

「2020 台灣設計展」以公開徵求各縣市政府共同主辦之方式，整合中央與地方資源，以強化導入中央設計輔導能量，促進在地產業或服務之創新加值為目標。

(5) 預期成效

- A. 辦理台灣設計展 1 案(含開幕典禮及記者會)，參展設計公司及廠商至少 50 家，參觀人數達 20 萬人次，媒體露出 200 則以上。
- B. 透過辦理台灣設計展，結合相關設計活動及產業輔導成果，為地方帶入設計資源，發掘屏東地區設計美學特色，強化全民設計教育。
- C. 整合國內外設計資源並推動民間企業團體參與，發揮整合之綜效，為屏東傳統的農業及觀光產業挹注跨界觀點，並為屏東全齡之照護福利，創造全新蛻變。

2.推展全民設計美學教育

(1)推動目標

- A.以博物館概念為規劃基礎，呈現世界及台灣設計發展，保存並陳列國內外具代表性之設計作品，賦予其設計推廣、教育及展示等功能，提供民眾一個兼具教育與休閒之美學空間，進而瞭解設計產業現況，增進全民美學素養。
- B.以主題特展及辦理相關活動之方式，深耕全民設計美學教育，讓參觀者感受豐沛的創意能量，認識國內外設計新穎思維及趨勢，瞭解設計美學之意義與內涵。

(2)執行步驟及方法

A.營運管理

分為場域、典藏品及志工之管理。館內設備定期維護；館內展品收藏與管理；持續辦理「台灣設計館志工隊」志工招募，並進行志工培訓、進修與管理，以協助台灣設計館館務運作、服務參觀民眾、場域管理及秩序維護等工作。

B.展覽策劃

(A)規劃符合當代議題與設計潮流之展覽主題，邀集設計、藝術、文化與產業各界共同投入，與設計師、設計公司、設計推廣單位、藝術家或廠商等，進行展品徵集事宜。

(B)配合主題特展規劃，進行展場裝潢布置，呈現設計與文化創意之豐富展出內容。

(C)預計辦理之展覽(以下內容皆為暫定)

a. 軟:硬-實踐跨域創新的未來

(a)展期：1-4月

(b)展覽內容：2018台灣設計展以「軟：硬—超越想像的產業未來」為主題，在台中文化創意產業園區盛大展出，在以製造為本的大台中地區，透過「軟」、「硬」之間的對話，以未來為軸線，從數位科技、智慧材料、職人工藝及城市設計等多元面向，打開對於未來產業的各種可能性，引起

各界廣大的迴響。因此再次邀請曾熙凱團隊，將展覽轉換到台灣設計館展出，除了延續主題以外，進而思考加入其他創新的議題。「設計」是未來的核心競爭力，未來複雜問題不能靠單一領域來解決，而是需要更多的跨域知識和技能投入。因此「跨域」與「創新」成為進一步探討的課題，透過一些已發生或正在發生的實際案例，如台中花博中一聆聽花開的聲音機械花，台電變電箱—城市街角美化等，讓大眾知道「設計」不只能運用在於製造業與科技業之中，也能夠在公共與政府領域整合各種專業，為產業創造新的價值之外，更能夠為世界創造美好的未來生活。

b. 茶文化展覽

(a)展期：4-6月

(b)展覽內容：從茶產地的角度切入，結合並發揮體驗經濟，展現職人與技術，並展示從需求出發而衍生出的相關茶具與產品，引導出產地與產業真正具有經濟價值的素材，吸引民眾與國際媒體認識產地，進而吸引觀光人潮回到產地。

c. 北歐平面設計展

(a)展期：7-9月

(b)展覽內容：以北歐平面設計的歷史與發展為主軸，展示其具代表性的平面設計相關海報、書籍等作品，展現多元豐富的美感思維。

C. 舉辦教育推廣活動

(A)展覽期間同步舉辦講座、展演、示範等推廣活動，引導民眾互動體驗，深化設計美學教育。

(B)提供導覽服務，完整介紹策展精神與意涵，提升參觀民眾對展覽內容與設計美學之認知。

(C)規劃展覽教育宣導行程，提高各界參訪意願，建構設計美學宣導管道。

D. 行銷公關

(A)配合主題特展規劃主視覺相關宣傳品之設計與製作，例如酷卡、摺頁、旗幟等文宣品，並針對北部及中部寄送予學校、圖書館、美術館等文化單位，強化展覽訊息之傳播。

(B)網路及平面媒體：以經營台灣設計館 facebook 社群為主，培養本館固定觀展群眾。另外運用如台灣創意設計中心設計雜誌、臉書、設計波酷網，以及國內外文化推廣單位(如松山文創園區、地方政府文化局網站、文化藝術部落格等)之推廣平台，宣傳本館及主題特展訊息，提升知名度，吸引民眾參觀。

(3)預期成效

規劃辦理主題特展 3 場以上，吸引 5 萬參觀人次，媒體露出 20 則以上。

3.強化設計知識擴散與異業交流

(1)推動目標

A.提供最新且豐富的設計資訊，延伸閱讀深度，成為設計觀點傳播媒體。

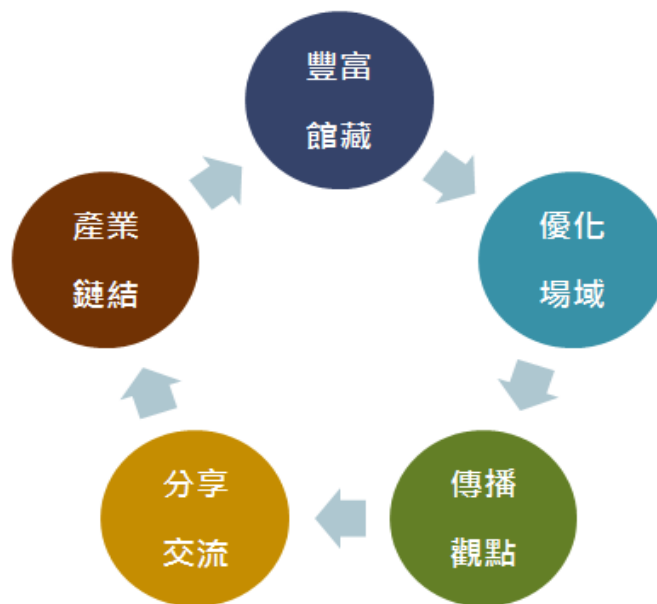
B.整合跨領域講座、工作營，激發能量，建立設計交流網絡。

C.透過議題式展覽及活動，促成產業鏈間的聯繫與合作。



(2) 實施策略

- A. 豐富館藏，訂閱及傳播國內外最新設計相關雜誌及書籍。
- B. 優化空間與服務，營造舒適閱讀空間，成為一個交換想法的場域及設計工作交流空間。
- C. 舉辦設計師聚會活動，分享交流最新設計觀點，並透過FB及網站傳遞與發聲。
- D. 舉辦獨特而有價值之議題展覽、講座、工作坊，串聯設計能量，建立跨域合作交流。
- E. 透過社會議題，加強異業合作交流，擴大設計資源多元性及橫向鏈結合作。



(3) 執行步驟及方法

A. 辦理設計書刊資料募集與採購作業

- (A) 定期採購國內外最新設計相關書籍及期刊，落實設計館藏的發展。設計類圖書、期刊預計採購內容包含工業設計、視覺傳達、商業設計、室內設計、時尚設計、建築設計、互動多媒體設計、生活風格、品牌行銷等近百種多元設計領域之書籍、期刊。
- (B) 羅搜國內外設計相關之非書媒體、材質、紙樣、色票等收集，做為圖書館特色館藏發展。

B. 優化閱讀服務及空間品質

- (A) 圖書管理系統: 導入圖書管理及查詢系統, 完善圖書、非書媒體及文件資料的維護; 館內設置館藏查詢設備, 提供讀者更完整資訊, 充分運用館內書籍與相關資源。
- (B) 優化書目管理系統: 優化書櫃索書指引、書籍條碼標示, 提升館內索書服務, 提高書籍使用率。
- (C) 提供學習、交流、發掘的閱讀環境: 將社群交流納入空間使用考量, 鼓勵讀者互動討論, 提供具備多樣彈性的閱覽空間, 規劃展覽區、閱讀區、沙龍區, 營造舒適閱讀空間、交換想法的場域、設計工作空間。
- (D) 圖書館軟硬體設備強化與維護: 提供舒適的閱讀環境, 不定期視使用情況汰換燈具及陳列書籍之道具, 提供良好使用體驗。
- (E) 進化成為設計共同工作空間: 館內設置掃描器、影印機、色票機、插座等服務, 同時營造自由開放的交流氛圍。

C. 舉辦國內外設計師聚會深度分享設計案例, 建立設計網絡定期週間舉辦設計師聚會

星期三不讀書 (暫定), 集邀不同領域如平面設計、裝幀設計、工業設計、建築設計等工作人員, 分別由經典、流行、個人的切面深入討論, 令深厚知識累積而成的「洞察力」與「精準度」, 激發兼具實用與美感的工作產出。

D. 辦理設計相關展覽、講座、工作坊, 建立交流平台, 深化設計資訊內容

- (A) 策劃主題性展覽每年 10 案: 以設計及創作為核心, 策劃包含工業設計、視覺設計、時尚設計、建築設計、互動多媒體設計、生活風格、品牌行銷... 等多元設計領域之相關展覽。
- (B) 舉辦設計相關講座每年 20 案: 邀請國內外知名設計師及創作者, 分享其設計思考及專案經驗, 促進跨領域對話及交流, 提供會員更多元的資訊蒐集管道。
- (C) 舉辦設計相關工作坊與其他交流專案 10 案: 與設計師、創作

者合作舉辦工作坊或參訪活動，透過實際的手作、體驗或互動，深化設計思考之層次。

(D)撰寫設計相關領域採訪報導每年 30 案：透過圖書館專度報導能力，採訪設計師及相關領域人物，打造觀點散播的平台。

E.辦理跨領域活動，重塑新設計體驗，提升使用率與黏著度

(A)舉辦展演活動：策畫影像、戲劇、音樂、舞蹈相關活動，藉由高感動態的五感應用，延伸設計的可能性，創造跨界的靈感激發。

(B)與藝文單位合作：策畫市集、設計體驗、集體創作、行為藝術等相關活動，聚合各領域創作者與大眾，提高民眾參與度，推廣設計的意識。

(C)舉辦公共時事相關活動：策畫公共議題活動，藉由對社會時事的洞察力，尋求以設計觀點解決問題的思考進程。

(D)與台灣設計館、設計商店策劃合作活動，串連跨域之產業與群眾，如設計祭典、色彩聚會等大型藝文慶典，凝聚設計產業、提高設計能見度。

F.增加異業合作交流，擴大設計資源多元性及橫向鏈結

(A)與出版社及雜誌合作活動：策畫設計相關出版新書分享會，並透過圖書館場域進行設計交流。邀請設計師、創作家於圖書館展出設計創作並分享創作理念，提供展演空間，並藉此提供會員更多元的資訊。

(B)與教育機構串連合作：與設計相關之教育機構合作辦理設計活動，推廣多元面向之設計思考，並推廣設計圖書館的服務。

(C)結合本中心產業設計輔導合作：與相關產業合作辦理發表、交流活動，推廣設計產學的合作，並推廣設計圖書館的服務。

G.辦理圖書館專業設計形象推廣

(A)為強化圖書館專業設計形象，每年視覺改版推出，包含入場門票、門票之設計，傳達品牌創新概念與實驗精神。

(B)落實視覺形象於圖書館旗幟、看板、文宣之應用，定期維護、

汰新。

(C)辦理與國內外設計師設計合作案，透過活動主視覺設計、展覽設計、策展規劃等，強化圖書館專業設計形象與能見度。

H.辦理圖書館資源宣傳推廣

(A)經營設計圖書館線上推廣服務平台 1 案：透過網路社群媒體如 FB、網站等，經營線上訊息推廣，辦理會員訊息傳達、活動發布、讀者互動、圖書資訊分享及公告發布等。

(B)辦理書刊推廣每年 20 案：運用設計資訊平台、藝文媒體、生活風格媒體及圖書線上推廣平台，定期發布新書資訊與活動訊息。

(C)結合中心出版刊物宣傳：於設計網站平台刊登圖書館重點服務介紹，提高設計圖書館曝光率及黏著度。

(D)辦理圖書館外部推廣活動：參與國內大型設計展，例如：新一代設計展、臺灣文博會，推廣設計圖書館之服務。

(4)預期效益

A. 運用台灣設計館及設計圖書館，打造設計知識與美學推廣平台，連結起製造者、創作者、使用者三方，共榮台灣設計發展環境。

B. 辦理設計相關講座 20 場以上，邀請國內外知名設計師及創作者，分享其設計思考及專案經驗，參加人數至少 500 人次。

C. 辦理設計相關工作坊、讀書會等設計交流活動 10 場以上，透過實際體驗與互動，深化設計思考之層次，參加人數至少 100 人次。

二、人才培訓作業管理規範

本項無。

三、資訊系統處理作業規劃

本項無。

參、資源需求

一、設備需求

設備名稱 / 規格	數量	需求情形		
		自有	租用	購置
1. 機械設備				
· 電腦網路系統	1	✓		
· 個人電腦	2	✓		
2. 雜項設備				
· 冷(暖)氣機	2	✓		
· 電視機	1	✓		

二、場地需求

(一)台灣創意設計中心辦公室

台北市光復南路 133 號(租用)

(二)經濟部工業局設計產業旗艦計畫推動辦公室

台北市大安區信義路三段 41 號 3 樓(租用)

三、人才培訓開班經費分析

本項無。

四、資訊系統及設備經費分析

(一)資訊系統人力開發及維護費用

本項無。

(二)軟硬體設備及其他資訊處理費用

項目	品名／規格／型號	數量	單價(元)	購/租/使用	預計購置時間/租用或使用期間	總價(元)	備註

硬體 設備 經費	電腦網路系統	1	15,756	使用	108/1/1-108/12/31	15,756	
	個人電腦	2	5,196	使用		10,392	
小 計						26,148	
軟體 工具 經費	無						
	小 計						0
其他 資訊 處理 經費	無						
	小 計						0
合 計						26,148	

肆、計畫可行性分析

一、組織架構

(一) 國家級的設計中心

台灣創意設計中心係由外貿協會、政府與民間企業出資成立。以設計為加值內涵，推動國內產業升級轉型為目標。組織最高層級為董事會，設董事13至17人，目前共有董事17人。董事長由經濟部派任，現任董事長由張基義董事長擔任，並由執行長與2位副執行長總領中心業務規劃與執行。

(二) 跨領域整合團隊

台灣創意設計中心工作團隊為整合企管、行銷、展覽策畫、設計輔導、藝術行政、法律等相關領域人員組成。該工作團隊多為國內外知名學校之碩士級以上人士，專業素養高，從事推廣設計價值、產業輔導服務及趨勢研究服務工作，技術與經驗豐富，與產業保持密切連繫，熟悉產業變化與廠商設計需求。並業務功能分為14個單位，目前員額編制為98人，彼此相互支援與合作。

(三) 海外合作網絡

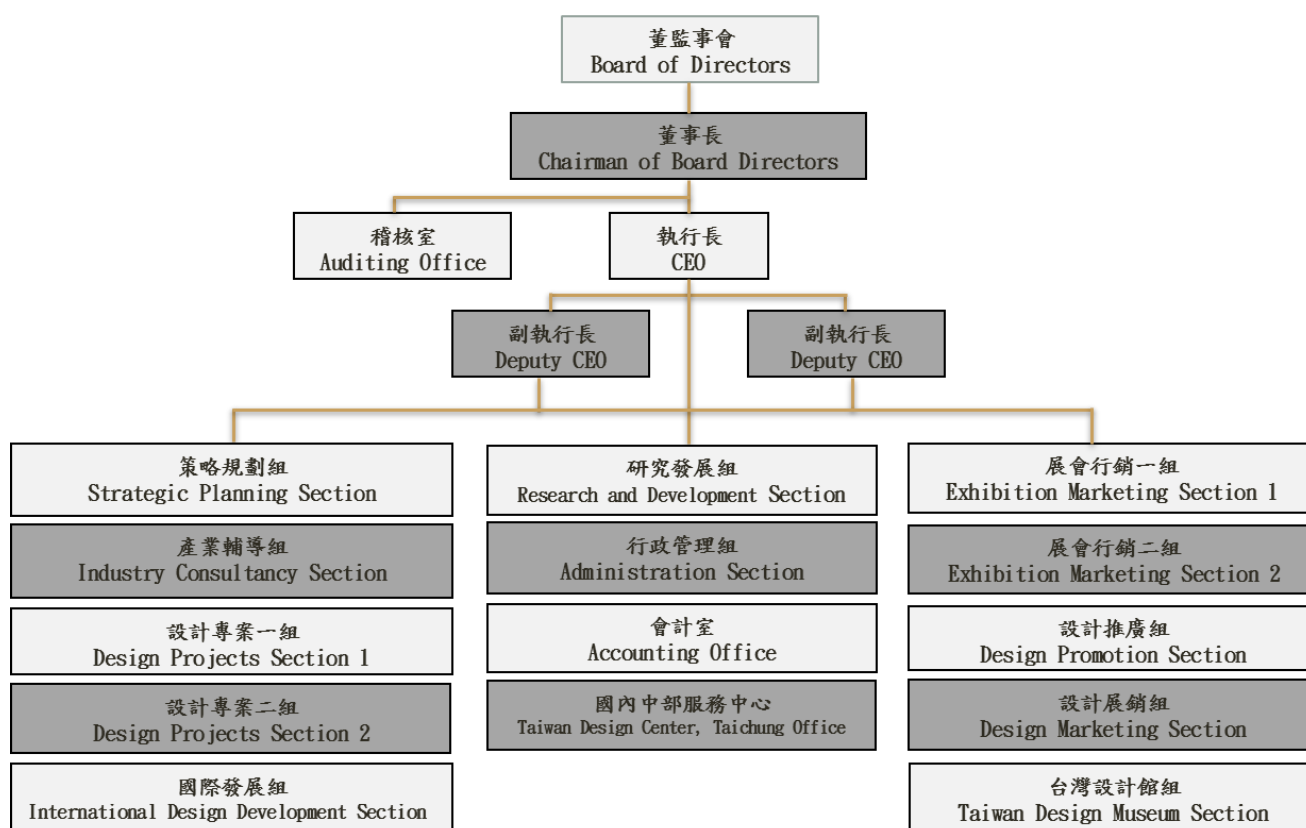
本中心過去在德國杜塞道夫及美國舊金山成立2處海外「臺北設計中心」，並自2012年起在日本東京設置東京駐在員，整合外貿協會駐外單位形成合作網絡，擁有豐富之國際市場情資資訊及商機管道，對產業提供自產品開發輔導到建立品牌與市場拓展全方位服務。

二、計畫管理能力

本中心歷年執行行政院原民會、客委會、經濟部工業局、經濟部中小企業處、臺北市政府、新北市政府、基隆市政府、臺中市政府等各部會計畫，執行嚴謹，分工權責明確，管理檢討等事項均依主管機關規定辦理，執行計畫更連續獲經濟部列管考評評定為優等。

三、台灣創意設計中心組織架構說明

財團法人台灣創意設計中心組織架構
Taiwan Design Center Organizational Chart



台灣創意設計中心執行長—宋同正/Tung-Jung Sung 畢業於澳洲 Macquarie University 管理博士，曾為國立台灣科技大學設計系教授兼系主任，現則為特聘教授，專長領域為設計管理、服務設計、產品設計、社會創新與設計，共計有18期刊論文研究成果及4本專書。



期刊論文 (近 7 年)

1. Wu, Chih-Shiang and **Sung, Tung-Jung** (2017). Applying service design in R&D-based organization from core technology to product-service system development, *Touchpoint: A Journal of Service Design*, 9(1), 12-18.
2. 王怡美、**宋同正**，2017，法國時尚之旗袍物語，歷史文物，第27卷，第8期，頁32-42。
3. Yang, Chen-Fu and **Sung, Tung-Jung** (2016). Service Design for Social Innovation through Participatory Action Research, *International Journal of Design*, 10(1), 21-36. (SCI-E/SSCI/A&HCI)
4. Lee, Chih-Jen, Cai, Deng-Chuan, and Sung, Tung-Jung (2015). The Study of Non-Linear Relationship in Theme Restaurant Servicescape Attributes, *Bulletin of Japanese Society for the Science of Design*, 6(1), 29-39. (DOI: 10.11247/jssdj.62.1_29).
5. Yang, Chen-Fu, Wu, Chih-Shiang, Gong, Yin, and **Sung, Tung-Jung** (2015). Design for Transformation – A Case Study of the Dechnology Project by ITRI, *Touchpoint: A Journals of Service Design*, 7(1), 22-27.

6. Ho, Shu-Shiuan, Yi-Fang Yang, and **Sung, Tung-Jung*** (2014). Store Image Consistency: New Insights into Stakeholder Engagement, *Design Management Journal*, 9(1), 23-35. (DOI: 10.1111/dmj.12011).
7. **宋同正***, 2014, 序-服務設計的本質內涵和流程工具, 設計學報 (THCI core), 第 19 卷, 第 2 期。
Sung, Tung-Jung (2014). PREFACE- Service design: concepts, processes & tools. *Journal of Design* (THCI core), 19(2), 1-8. (in Chinese)
8. 何舒軒、**宋同正**, 2014, 綜論服務設計學術研究發展, 設計學報 (THCI core), 第 19 卷, 第 2 期, 頁 45-66。
9. Yang, Chen-Fu, Wu, Chih-Shiang, Lu, Yi-Ta, and Ho, Shu-Shiuan, and **Sung, Tung-Jung** (2014). 5% Design Action - Cancer Screening Service Innovation in Taiwan, *Touchpoint: A Journal of Service Design*, 6(2), 44-49.
10. 王怡美、**宋同正**, 2014, 知識管理應用於戲劇服裝設計：以《量·度》為例, 設計研究學報, 第7期, 頁38-49。
11. 李志仁、蔡登傳、張朝旭、**宋同正**, 2013, 服務場域實體環境因子對消費行為意圖之影響：以主題餐廳為例, 科技學刊, 第22卷, 第1期, 頁19-34。
12. 李志仁、**宋同正**、蔡登傳, 2012, 服務場域與品質知覺之關聯性：以主題餐廳為例, 設計學報 (THCI core), 第17卷, 第4期, 頁1-19。
13. **宋同正**、張哲肇、李佳頤、候宜廷、張文璋、楊耀州, 2012, 高齡者智慧健康照護之產品使用性研究－以智慧藥盒為例, 人因工程學刊, 第 14 卷, 第 1 期, 頁 15-26。
14. **宋同正***、何舒軒, 2012, 設計公司之環境不確定、穩健性設計能力和經營績效, 設計學報 (THCI core), 第 17 卷, 第 1 期, 頁 41-58。
15. **Sung, Tung-Jung** and Wu, Chih-Shiang (2011). The effects of design integration mechanism on the maturity levels of a collaborative design team. *International Journal of Networking and Virtual Organizations*, 9(4), 369-381. (doi:10.1504/IJNVO.2011.043804)
16. Mager, Birgit and **Sung, Tung-Jung** (2011). Designing for services. Special Issue Editorial, *International Journal of Design*, 5(2), 1-3. (SCI-E/SSCI/A&HCI)
17. Chang, Wen-Wei, **Sung, Tung-Jung**, Huang, Heng-Wei, Hsu, Wei-Chih, Kuo, Chi-Wei, Chang, Jhe-Jhao, Hou, Yi-Ting, Lan, Yi-Chung, Kuo, Wen-Cheng, Lin, Yu-Yen, and Yang, Yao-Joe* (2011). A smart medication system using wireless sensor network technologies. *Sensors & Actuators A: Physical*, 172(1), 315-321. (SCI/EI) (doi:10.1016/j.sna.2011.03.022)
18. **Sung, Tung-Jung***, Lu, Yi-Ta, and Ho, Shu-Shiuan (2010). Time-based strategy and business performance under environmental uncertainty: An empirical study of Taiwan's design firms. *International Journal of Design*, 4(3), 29-42. (SCI-E/SSCI/A&HCI)

專書編輯 (近 7 年)

1. **Tung-Jung Sung** (Editor-in-Chief), 2014, 2014 Asian Smart Living International School Report - Redesign for Sustainability, Ministry of Education, Taiwan: Taipei. (ISBN: 978-9-8604-2020-3).
2. **宋同正**、何舒軒, 2014, Lai-Bwabei：應用於龍山寺文化觀光旅遊的前瞻概念服務設計 (第八章), 陳玲鈴、阮昌榮、鄭錦燦 (編), 察覺 & 反思：探索設計與科技及工藝的跨領域創新, 行政院國家科學委員會, 台北：(ISBN: 978-986-04-0361-9), 頁 204-225。
3. **Tung-Jung Sung** (Editor-in-Chief), 2013, 2012 Asian Smart Living International School Report - Redesign for Sustainability, Ministry of Education, Taiwan: Taipei. (ISBN: 978-986-03-7078-2).
4. **Tung-Jung Sung** and Sue-Ching Jou (Editors-in-Chief), 2013, 2011 Asian Smart Living Summer School Report - Innovation and Connections, Ministry of Education, Taiwan: Taipei. (ISBN: 978-986-03-6961-8).

科技部專題計畫 (近 7 年)

以行為改變設計觀點探討高齡者健康促進之研究 (MOST 106-2410-H-011 -024 -MY3)	主持人	2017/08/01 ~ 2020/07/31
從服務設計觀點探討服務接觸和顧客參與對顧客體驗、認知價值及滿意度之影響 (MOST 103-2410-H-011 -018 -MY3)	主持人	2014/08/01 ~ 2017/07/31

人文及社會科學發展處期刊評比 (NSC101-2420-H-002-006- J10202)	藝術學門主持人	2013/11/01 ~ 2014/06/30
發展永續台北創意城市-以符碼消費為基礎之創意服務平台－子計畫二：創意服務之符碼消費設計 (NSC101-2420-H-011-001-SS3)	主持人	2012/01/01 ~ 2014/12/31
從服務設計觀點探討自助服務顧客參與對顧客愉悅體驗之影響 (NSC_100-2410-H-011-031-MY3)	主持人	2011/08/01 ~ 2014/07/31
觀光旅遊智慧創新服務之概念設計 (NSC 99-2218-E-011-024)	主持人	2010/09/01~ 2011/05/31

教育部專題計畫 (近 7 年)

104 年度智慧生活整合性人才培育計畫辦公室-智慧生活國際教育發展規劃推動分項計畫辦公室 (臺教資(二)字 1050035452 號)	主持人	2016/04/01~ 2017/06/30
102 年度智慧生活整合性人才培育計畫辦公室-智慧生活國際教育發展規劃推動分項計畫辦公室 (臺教資(二)字 1020136436 號)	主持人	2013/10/01~ 2014/08/31
2014 亞洲智慧生活國際學院 (臺教資(二)字 1020160378 號)	主持人	2013/11/01~ 2014/06/30
2012 亞洲智慧生活國際學院 (教部建字第 10143 號)	主持人	2012/07/01~ 2013/03/31
2012 智慧生活整合性人才培育計畫辦公室- 子計畫二 智慧生活國際教育發展規劃推動分項計畫 (教部建字 10120 號)	主持人	2012/04/01~ 2013/06/30

發明及新式樣專利

發明	中華民國	物體感測裝置	I449937	
新式樣	中華民國	附印章之清潔液瓶	D172576	
新式樣	中華民國	影音明信片自助販賣機	D149369	2023/07/19
新式樣	中華民國	自助擲筊求籤機	D145857	2023/01/30
新式樣	中華民國	藥盒充電座	D145228	2022/12/30
新式樣	中華民國	自助咖啡機	D142118	2022/06/09
新式樣	中華民國	象棋組	D141658	2021/03/17
新式樣	中華民國	用藥器具	D138551	2021/10/22
新式樣	中華民國	藥盒	D138550	2021/10/22
新式樣	中華民國	攜帶型藥袋	D135234	2021/09/10

伍、邀標審查委員會意見回復

審 查 意 見	辦 理 情 形
<p>1. 推動金點設計獎國際化等目標具體，與計畫構想書尚符合。惟建議效益宜有更精確的 Outcome 或 Impact 的定義(如發言權、能見度、創造特色、開創市場等)。</p> <p>2. 協助設計服務業拓展市場等工作項目皆有具體可行的作法。建議五大項工作再次盤整其相互支援增強的整體策略模式，以發揮本計畫綜效。</p> <p>3. 在經費經簡化中，仍能提高投報比，維持高效能工作推動。</p> <p>4. 可行性分析合理，但深化成果推行部分宜強化。</p>	<p>1. 謝謝委員的建議。本計畫主要以「高規格獎項」擴大全球的影響力，同時建構設計展銷服務平台，擴大國內外設計市場。因此本計畫主要 KPI 除推動金點設計獎國際化之參賽國家數、報名件數及國內外媒體報導數，以掌握台灣設計國際話語權；還包括辦理大型具代表性的台灣設計展會之參展設計公司及廠商家數、參觀人數等，及促成中央設計資源與地方文化元素及地方產業合作案數等。</p> <p>2. 謝謝委員的建議。本計畫五大項工作在執行前，將再次盤整各工作之主客觀需求與環境條件，必要時可相互支援，以期運用有限資源創造效益最大化。</p> <p>3. 謝謝委員的鼓勵。</p> <p>4. 謝謝委員的建議。未來各項工作完成後，將持續追蹤後續效益，蒐集過去至今的累積成效，透過數據的分析，深化成果的呈現，並有效擴散與分享，提升計畫整體綜效。</p>

陸、工作差異分析表

工作項目	差異分析	調整理由	規格、功能、效益增減說明
本項無	<input type="checkbox"/> 無差異 <input type="checkbox"/> 差異說明：	<input type="checkbox"/> 依議價記錄辦理 <input type="checkbox"/> 依評選委員會建議 <input type="checkbox"/> 其它：	

第 3 部分 構想書

(107.10.09 版)

「台灣設計產業翱翔計畫」計畫構想書 (案號：108121411)

一、計畫緣起

在全球化與知識經濟時代的浪潮下，為因應競爭環境與政經時空環境的變遷，國家整體發展能量將蓄積於知識能量帶來的動態應變力。而知識經濟的核心，即是最具特色的在地人文元素，以及擁有打破疆界沒有上限的「創新」能力，這些都是穿透、結合各個領域的強大軟實力。面對未來科技、市場等典範移轉的新時代，積極發展人文元素並建設創新型國家才是國家發展戰略的核心，更是提高國家競爭力的關鍵。

蔡總統於台北市世界設計之都「國際設計大展」開幕典禮表示「設計力是國力象徵」，因此，透過推動國家級獎項「金點設計獎」國際化，發展東方的設計觀點及特有之文化生活習性的獎項將是未來重要課題，並以此獎項國際高度創造全球影響力以取得華人市場設計發言權，將是引導我國設計發展，鋪陳我國設計品牌出路的一個重要的發展方向。

全球創意、設計產業發達的國家或都市，每年多以固定舉辦的設計展會活動(如設計節、設計週)的方式，展現該國設計之特色展現生活同步脈動的設計美學，提出年度主張以擴大國際影響力。定期的大型展會活動能展現台灣當代設計思維、設計師獨道特色與魅力、設計能量、風格與特色，將對提高民眾美學素養、增進商業媒合機會與國際交流有正面助益。

我國政府此時正以臺灣成為全球運用設計帶動國家升級轉型典範，建立臺灣設計服務業在亞太地區之領導地位為願景，持續推動設計產業發展，並配合政府推動五大創新產業之亞洲矽谷推動方案，以科技應用、美學加值及系統整合，作為產業升級轉型的重要驅動力，以「科技生活化應用」擴大全球的影響力，深化國際鏈結，創造我國軟實力的國際影響力與商機。

二、分項計畫、工作項目及說明(條列式)

(一)分項計畫及內容說明：

1.「推動設計接軌國際行銷台灣設計」分項計畫(權重：55%)

(1) 推動金點設計獎國際化(45%)

A.辦理「金點設計獎」系列獎項評選作業，建立本獎專業、權威之形象。

B. 師法國際獎項，落實分類評選以提升獎象專業度。

C.以年度最佳設計獎，表彰設計師及製造商卓越之設計成就。

(2) 協助設計服務業拓展市場(10%)

A.公開徵選台灣設計服務業者與設計品牌參加國內外展會活動。

B. 辦理通路拜會及設計產業媒合活動。

2.「打造設計知識與美學推廣平台」分項計畫(權重：45%)

(1) 辦理台灣設計展(24%)

A.結合地方政府共同辦理大型具代表性的台灣設計展會。

B. 辦理徵求各縣市政府共同主辦「2020 台灣設計展」。

(2) 推展全民設計美學教育(15%)

A.以辦理主題特展及相關活動之方式，深耕全民設計美學教育。

B.台灣設計館場域、典藏品及志工之營運管理

(3) 強化設計知識擴散與異業交流(6%)

A.透過設計圖書館提供最新且豐富的設計資訊，延伸閱讀深度，成為設計觀點傳播媒體。

B.整合跨領域講座、工作營，激發能量，建立設計交流網絡。

(二)分項計畫內容如涉有產業專業人才發展計畫之培訓課程、資訊系統/網站及會議/講習訓練，應分別載明下列相關事項：(無則免填)

1.培訓課程：本計畫無。

2.資訊系統/網站：本計畫無。

3.會議/講習訓練：

本計畫各工作項目中所須配合辦理之會議/講習訓練，應遵守經濟部訂頒之「經濟部及所屬機關構辦理各類會議及講習訓練作業規定」(請參閱作業手冊附錄 38)。

(三)因應「個人資料保護法」及其施行細則之施行，計畫執行如涉及個人資料之蒐集、處理及利用，應注意下列事項及相關法令：

- 1.個人資料之蒐集或電腦處理，應經當事人書面同意、執掌必要範圍內、對當事人權益無侵害之虞，且符特定目的，始得為之（個資法修正施行後，應加上告知程序）。個資利用時，應與法定職務必要範圍內為之，並與特定目的相符。
- 2.加強個人資料存取加解密及去識別化等防護功能，以及新增、修改、查詢、列印等必要 log 之記錄(且評估時應注意資料成長量及保存期限之規劃)。
- 3.除前述安全控管措施外，應自行或委由通過資訊安全相關認證之專業廠商強化資料安全防護作業之執行。

(四)計畫執行單位提供駐本局支援人員之個人電腦（參考規格詳如附表），請依本局「支援人員電腦軟硬體管理要點」（請參閱作業手冊附錄 45）及相關規定辦理。

(五)計畫執行如有處理機敏資料，應加強資訊安全作業並依本局「機敏資料保護注意事項」（請參閱作業手冊附錄 39）及相關規定辦理。

(六)專案計畫成立之辦公室與計畫執行單位辦公室之資安防護措施應同等級，如分屬不同地點，應以虛擬私有網路(VPN)等技術連結資訊網路，俾利執行單位直接控管計畫辦公室之資訊安全；如無法連結資訊網路，執行單位仍應負責另建計畫辦公室之資安防護措施(防火牆、入侵偵測、入侵防禦等防駭措施)，並每週定期檢視相關日誌。

(七)提供政府開放資料集(計畫執行過程相關產出，如有可對外開放之資料，建議至少對外開放 1 個 3 星等以上資料集，無則免填)：

三、本計畫之主要部分(應由得標廠商自行履行，不得分包之部分)：

(合計：76%)。

(一)「推動設計接軌國際行銷台灣設計」分項計畫項下「推動金點設計獎國際化」工作項目及「協助設計服務業拓展市場」工作項目。

(二)「打造設計知識與美學推廣平台」分項計畫項下「推展全民設計美學教育」工作項目及「強化設計知識擴散與異業交流」工作項目。

四、廠商代管補助款之金額及說明：

金點概念設計獎及金點新秀設計獎，經評審小組審查決議為獲獎作品，代本局頒發獎座或獎狀，撥付獎金並執行結案手續。代管金額新

台幣：2,800,000 元。

五、廠商自籌款之金額及說明：

基於使用者付費原則，以及提升科技資源運用效益，本局計畫如辦理輔導廠商、研討會及培訓課程之工作項目，應有自籌款比例(有關自籌款規定請參閱作業手冊第 3 章 p.3-1)。

(一)配合本計畫第一分項計畫項下之推動金點設計獎國際化工作之報名費，自籌款須全數使用於該工作項目不得移作他用。自籌款為新台幣：3,150,000 元。

- 1.收取對象：申請參加金點設計獎評選之廠商
- 2.收取標準：依公告之標準
- 3.收取超收時之處理：依契約規定辦理
- 4.收取不足之處理：依契約規定辦理

(二)配合本計畫第一分項計畫項下之協助設計服務業拓展市場工作，協助有意願組團參加國內外展會活動之廠商，受其自費部分為之，其自費比例為 30%，自籌款須全數使用於該工作項目不得移作他用。自籌款為新台幣：315,000 元。

- 1.收取對象：申請參加國際展會活動之廠商
- 2.收取標準：依公告之標準
- 3.收取超收時之處理：依契約規定辦理
- 4.收取不足之處理：依契約規定辦理

(三)配合本計畫第二分項計畫項下之推展全民設計美學教育之台灣設計館門票收入，自籌款須全數使用於該工作項目不得移作他用。自籌款為新台幣：2,520,000 元。

- 1.收取對象：參觀台灣設計館之一般民眾或國內外機關團體
- 2.收取標準：依公告之標準
- 3.收取超收時之處理：依契約規定辦理
- 4.收取不足之處理：依契約規定辦理

(四)配合本計畫第二分項計畫項下之強化設計知識擴散與異業交流之設計圖書館會員費收入，自籌款須全數使用於該工作項目不得移作他用。自籌款為新台幣：420,000 元。

- 1.收取對象：使用設計圖書館之企業或一般民眾
- 2.收取標準：依公告之標準
- 3.收取超收時之處理：依契約規定辦理

4.收取不足之處理：依契約規定辦理

5.收取不足之處理：依契約規定辦理

六、分項工作金額上限(適用服務成本加公費法)

出國計畫經費，金額新台幣：1,000,000 元。

七、完成採購後之預期使用情形及其效益目標(條列式)

(一) 推動金點設計獎國際化，耕耘東南/北亞市場，擴大金點設計獎影響力。

(二) 帶領台灣設計品牌業者參與國際重要展會，協助廠商拓展外銷市場，爭取最大經濟效益，並提升台灣設計品牌之國際能見度。

(三) 運用台灣設計展串聯中央與地方資源，以設計力發掘地方特色元素，為地方產業開創市場，同時擴大展現台灣設計能量，營造台灣設計美學生活型態或風格。

(四) 運用台灣設計館、設計圖書館，提供台灣設計產業更多元、深入、具啟發性的資訊，並加強與設計產業合作，連結起製造者、設計創作者及使用者三方，共榮台灣設計產業發展環境。

八、評估使用情形及其效益之分析指標。本項目為巨額採購案件必書寫項目，即含保留後續增購權利之採購金額新台幣 2 千萬元(含本數)以上之案件，如使用人數或次數、使用頻率、工作人力、工作成果、產量、產能、投資報酬或收益(條列式)。

(一) 推動金點設計獎國際化，爭取國際發言權，至少 7 個國家參與，國內外媒體報導 100 則以上(國外報導 50 則以上)，總收件數達 2,200 件以上。

(二) 帶領我國設計服務業者參與國際重要展會，創造商機達新台幣 4,000 萬元以上，提升台灣設計品牌國際能見度。

(三) 辦理台灣設計展，參觀人數達 20 萬人次，媒體露出 200 則以上。藉由辦理設計展覽，活絡設計產業之發展，同時發掘地方特色元素，為地方創造特色，也為地方產業開創市場。

(四) 推展全民設計美學教育，規劃辦理主題特展 3 場以上，吸引 5 萬參觀人次，媒體露出 20 則以上。

(五) 強化設計知識擴散與異業交流，辦理設計相關講座、工作坊 2 等推廣活動 30 場以上。

九、本案全部工作項目及驗收標準

分項計畫項目	預估金額	工作項目	驗收標準
推動設計接軌國際行銷台灣設計	39,921 仟元	1. 推動金點設計獎國際化 2. 協助設計服務業拓展市場	1.1 辦理金點設計獎系列獎項推廣活動 10 場以上、金點設計獎參賽申請達 2,200 件以上、至少 7 個國家參與、國內評審作業 3 場以上，及頒獎典禮 1 場。 1.2 辦理金點概念設計獎初選、複選、決選評審作業各 1 場，參賽申請達 2,500 件以上。 1.3 辦理金點新秀設計獎初選、決選及頒獎典禮各 1 場。 2.1 組團參加國內外展會活動 2 案以上，參加廠商 20 家以上。
打造設計知識與美學推廣平台	32,350 仟元	1. 辦理台灣設計展 2. 推展全民設計美學教育 3. 強化設計知識擴散與異業交流	1.1 含開幕典禮 1 場，參展設計公司及廠商至少 50 家，媒體露出 200 則以上。 2.1 規劃辦理主題特展 3 場以上，媒體露出 20 則以上。 3.1 辦理設計相關講座 20 場以

			上，參加人數至少 500 人次；辦理設計工作坊、讀書會或交流活動 10 場以上，參加人數至少 100 人次。
合計	72,271 仟元		

十、本案採購標的如有疑問請洽詢業務承辦人陳全政，27541255 分機 2417

十一、投標廠商應注意事項（無投標須知或未公告案件之注意事項，公告案件者以下請刪除）

- (一) 本案預計政府經費新台幣：資本門 0 元整，經常門 72,271,000 元整，合計 72,271,000 元整(含實報實支新台幣：0 元)，另廠商須提自籌款新台幣：6,405,000 元整。
- (二) 本計畫屬 研究發展 推廣服務 人才培訓；計畫經費採計 總包價法 服務成本加公費法。計畫屬性及其經費需求請參考「經濟部及所屬機關委辦計畫預算編列基準」。
- (三) 符合營業稅法第 8 條第 1 項第 31 款規定者，免納營業稅（投標廠商如未依營業稅法第 8 條第 2 項規定，向主管稅捐稽徵機關或財政部申請核准放棄免納營業稅者，不得編列營業稅）。
- (四) 本案無押標金及履約保證金。
- (五) 委託工作期限：自民國 108 年 1 月 1 日至民國 108 年 12 月 31 日。
如決標日已逾委託工作期限之始日者，始日以決標日起算。
- (六) 投標文件之內容涉及智慧財產權歸屬及侵害第三人合法權益時，由廠商負責處理並承擔一切法律責任。
- (七) 本計畫如有下列情形，廠商必須遵守，且本局不負任何賠償責任。
 1. 本計畫如於立法院審查預算時指定刪除，本局即撤銷本標案。
 2. 如於立法院審查預算時指定刪減本計畫經費或刪減本局總經費或政策改變須調整委辦工作項目，致影響本計畫執行者，雙方得協議變更計畫內容後議價(以議價時招標構想書工作項目調整表為準)
 3. 本局或本計畫經費若經立法院凍結者，甲方得就預算凍結部分訂定本計畫凍結之工作項目及金額，乙方於甲方通知後不得執行及動支；本局經費如經行政院列為準備者，甲方得就預算列

為準備部分訂定本計畫凍結或刪減之工作項目及金額，乙方於
甲方通知後不得執行及動支。

(八)若經行政院列為準備，如有下列情形，廠商必須遵守，且本局不
負任何賠償或補償責任。

1.本局函報行政院核定動支經費時未獲通過，本計畫即宣告廢
標。

2.本局函報行政院核定動支經費時獲部分通過，致影響本計畫執
行者，雙方得協議變更計畫內容後議價(以議價時招標構想書
工作項目調整表為準)。

(九)得標廠商應於議價決標後 7 個工作天內，依本局公告專案計畫作
業手冊規定格式(網址：<https://www.moeaidb.gov.tw>)檢送計畫書、
委辦契約書辦理簽約。

經濟部工業局個人電腦規格書		
項次	品名	主要規格
1	作業系統：	提供Windows 10 64bit 中文專業版最新版(作業系統軟體版本必須符合)
2	中央處理器：	1. Intel 第6代 Core i5 四核心2.2GHz(含)以上 2. TDP(Thermal Design Power)(熱設計功率)35W(含)以下 3. 內建Intel® HD Graphics 530 (含)以上繪圖顯示核心功能
3	系統記憶體：	提供8GB(含)以上
4	I/O 界面：	1. 內建6個USB埠(含)以上插槽，可外接USB Floppy、USB Printer、USB 行動碟等設備，其中至少2個USB3.1埠(含)以上插槽 2. 麥克風插孔 x1，耳機插孔 x1 3. 1 x RJ45，1 x HDMI-OUT 4. 6合1讀卡機(SD/SDHC/MMC/SDXC/MS/MS PRO)
5	硬碟機：	內建1個(含)以上 SATA 介面，並提供1TB(含)以上 SATA 硬碟1個
6	光碟機：	DVD/CD 複合式燒錄光碟機
7	顯示介面：	提供整合型2D/3D/Video Accelerator 視訊晶片或獨立顯示晶片，最高支援32-bit 色1920*1080(含)以上解析度
8	網路介面：	提供整合型 Ethernet controller 支援10/100/1000Base-T Ethernet 埠1個(含)以上，另提供內建整合式無線區域網路介面，支援802.11 b/g/n/ac 無線網路標準 支援 TCP/IP with DNS and DHCP
9	鍵盤：	USB 介面外接104鍵(含以上)中英文 for Windows (含倉頡, 注音, 大易印刷字鍵)
10	滑鼠：	1. 光學滑鼠，解析度400dpi(含)以上 2. 接頭：USB 3. 按鍵數目：二鍵(含)以上附滾輪功能 4. 附滑鼠墊
11	電源供應器：	1. 輸出功率：120W(含)以上 2. 附電腦延長線：長度1.5M(含)以上，五個三孔插座,10A(含)以上
12	螢幕：	提供23吋(含)以上IPS面板、Full HD 1080P彩色螢幕，解析度1920x1080(含)以上

第 4 部分 投標須知(延續性計畫免附)

第 5 部分 契約書

契約編號：108121411

經濟部工業局專案計畫 委辦契約書

經濟部工業局 108 年度專案計畫委辦契約書

(107.12.28版)

契約編號：108121411

計畫名稱：台灣設計產業翱翔計畫（以下簡稱本計畫）

立契約書人：經濟部工業局(以下簡稱甲方)及財團法人台灣創意設計中心
(以下簡稱乙方)雙方同意依政府採購法(以下簡稱採購法)及其
主管機關訂定之規定，訂定本契約，共同遵守，其條款如下：

第一條 契約文件及效力

(一) 契約包括下列文件：

1. 招標文件及其變更或補充。
2. 投標文件及其變更或補充。
3. 決標文件及其變更或補充。
4. 契約本文、附件及其變更或補充。
5. 依本契約所提出之履約文件或資料。
6. 經甲方審定核可之「經濟部工業局 108 年度台灣設計產業翱翔計畫」專案計畫計畫書及其變更或補充(以下簡稱本專案計畫書)。

(二) 契約文件，包括以書面、錄音、錄影、照相、微縮、電子數位資料或樣品等方式呈現之原件或複製品。

(三) 本契約所含各種文件之內容如有不一致之處，除另有規定外，依下列原則處理：

1. 契約條款優於招標文件內之其他文件及本專案計畫書所附記之條款。但附記之條款有特別聲明者，不在此限。
2. 本專案計畫書，其內容優於招標文件、投標文件及決標文件。
3. 招標文件之內容優於投標文件之內容。如投標文件經甲方審標優於招標文件之內容者，不在此限。招標文件如允許乙方於投標文件內特別聲明，並經甲方於審標時接受者，以投標文件之內容為準。
4. 文件經甲方審定之日期較新者優於審定日期較舊者。
5. 大比例尺圖者優於小比例尺圖者。

6. 決標紀錄之內容優於開標或議價紀錄之內容。
 7. 同一優先順位之文件，其內容有不一致之處，屬甲方文件者，以對乙方有利者為準；屬乙方文件者，以對甲方有利者為準。
 8. 本契約之附件與本契約內之乙方文件，其內容與本契約條文有歧異者，除對甲方較有利者外，其歧異部分無效。
 9. 招標文件內之標價清單，其品項名稱、規格、數量，優於招標文件內其他文件之內容。
- (四) 本契約文件之一切規定得互為補充，如仍有不明確之處，應依公平合理原則解釋之。如有爭議，依採購法之規定處理。
- (五) 本契約文字：
1. 本契約文字以中文為準。但下列情形得以外文為準：
 - (1) 特殊技術或材料之圖文資料。
 - (2) 國際組織、外國政府或其授權機構、公會或商會所出具之文件。
 - (3) 其他經甲方認定確有必要者。
 2. 本契約文字有中文譯文，其與外文文意不符者，除資格文件外，以中文為準。其因譯文有誤致生損害者，由提供譯文之一方負責賠償。
 3. 本契約所稱申請、報告、同意、指示、核准、通知、解釋及其他類似行為所為之意思表示，除契約另有規定或當事人同意外，應以中文(正體字)書面為之。書面之遞交，得以面交簽收、郵寄、傳真或電子資料傳輸至雙方預為約定之人員或處所。
- (六) 契約所使用之度量衡單位，除另有規定者外，以法定度量衡單位為之。
- (七) 契約所定事項如有違反法令或無法執行之部分，該部分無效。但除去該部分，契約亦可成立者，不影響其他部分之有效性。該無效之部分，甲方及乙方必要時得依契約原定目的變更之。
- (八) 契約正本 2 份，甲方、乙方雙方各執 1 份，並由甲方、乙方雙方各依規定貼用印花稅票。副本 16 份，由甲方執副本 8 份，乙方執副本 8 份分別執用。副本如有誤繕，以正本為準。

第二條 履約標的及執行期間

- (一) 乙方應給付之標的及工作事項除本契約規定外，詳如本專案計畫書，

執行期間自民國 108 年 1 月 1 日起至 108 年 12 月 31 日止。如決標日已逾委託工作期限之始日者，始日以決標日起算。

- (二) 除本契約另有約定外，代管補助款之管理規定悉依本專案計畫書辦理。
- (三) 於乙方代管甲方補助款之情形，乙方應於補助款契約中明訂，受補助者辦理科研採購應遵守「科學技術研究發展採購監督管理辦法」與補助甲方所規定之事項及違約責任，並得約定科研採購之方式。

第三條 契約價金/服務費用及結算方式

- (一) 契約價金/服務費用結算方式(由甲方擇一於招標時載明)：

服務成本加公費法。

1. 本契約之服務費用上限為新台幣陸仟柒佰伍拾陸萬元整（以下簡稱「上限金額」），包括直接費用(直接薪資、管理費用及其他直接費用，其項目由甲方於招標時載明)、公費及營業稅。
2. 公費，為定額壹佰肆拾貳萬柒仟玖佰玖拾玖元，不得按直接薪資及管理費之金額依一定比率增加，且全部公費不得超過直接薪資及管理費用合計金額之 30%。
3. 本契約服務費用不包含乙方自籌款及代管甲方補助款。乙方自籌款為新台幣陸佰肆拾萬伍仟元整，代管甲方補助款為新台幣貳佰捌拾萬元整。
4. 本契約所稱契約總價金，係指本契約服務費用與乙方自籌款之總和。
5. 乙方應記錄各項費用並提出憑證(包括各項費用之發票、收據、記錄或報表)，甲方並得至乙方及乙方分包廠商處所辦理查核。
6. 本契約服務費用之結算方式：依「機關委託專業服務廠商評選及計費辦法」規定之服務成本加公費法。

- (二) 本契約所稱之乙方自籌款，限於乙方因執行本計畫向第三人所收取之金額。自籌款之支用範圍以履行本契約義務之用途為限，其支用認定期間為本契約之執行期間。

- (三) 本契約所稱之甲方對應款，指本專案計畫書載有乙方自籌款部分對應之甲方負擔款項。

第四條 契約價金/服務費用之給付條件

(一)除契約另有約定外，依下列條件辦理付款：

1. 乙方請領價金/服務費用時應提出憑證（即電子或紙本統一發票，無統一發票者應提出收據，所提文件，應有出具人之簽名或蓋章。但慣例無需簽名或蓋章者，不在此限。）及本契約規定文件，依下列規定辦理付款：

服務成本加公費法

- (1) 第 1 期經費於本契約簽訂後憑乙方開立憑證，甲方撥付本**服務費用** 20%。
 - (2) 第 2 期經費於乙方 4 月底工作進度達計畫書預定進度，且經費實支進度累計達已撥款項之 75% 時，憑乙方於 5 月 10 日前提出計畫執行進度報告 2 份、經費累計表 3 份及開立之憑證，經甲方審核同意後，續撥本**服務費用**之 35%。
 - (3) 第 3 期經費於乙方 8 月底工作進度達計畫書預定進度，且經費實支進度累計達已撥款項之 75% 時，憑乙方於 9 月 10 日前提出計畫執行進度報告 2 份、經費累計表 3 份及開立之憑證，經甲方審核同意後，續撥本**服務費用**之 35%。
 - (4) 尾款按實際支用金額結算，但不超過本**服務費用**之 10%，於工作完成時，由乙方檢附本計畫當年度會計報表一式 3 份，於 108 年 12 月 26 日前送達甲方，經甲方認可並於驗收合格後，憑乙方憑證撥付。但執行期間末日非為 108 年 12 月 31 日，乙方應於依本契約第 13 條第 6 項檢送驗收文件時，一併檢送本計畫當年度會計報表一式 3 份予甲方。
2. 補助款部分：
 - (1) 第 1 次於本契約簽訂及補助乙方個案計畫核定後，憑乙方開立領據撥付補助款總額 0%。
 - (2) 後續補助款之撥付，於補助款專戶經費剩餘達已撥款項 10% 以內時，由乙方推估下一季經費需求，憑乙方開立領據、補助款專戶經費運用明細表及受補助對象之原始憑證或領據經甲方審核同意後，續撥補助款。
 - (3) 受補助對象之原始憑證應分類整理並裝訂成冊，如有必要，經

甲方通知乙方應將原始憑證影本並同會計報告函送甲方。但經甲方同意，原始憑證實施就地查核之單位(或受補助對象)，原始憑證得免送核。

- (二)實施校務基金之學校受託辦理計畫應依「國立大學校院校務基金設置條例」辦理。
- (三)除不可歸責於甲方之因素或乙方有未符合本契約之規定外，乙方於符合前述各款付款條件後提出證明文件。甲方於 15 工作天內完成審核程序後，通知乙方提出請款單據及憑證，並於接到乙方請款單據後 15 工作天內付款。但涉及向補助機關申請核撥補助款者，付款期限為 30 工作天。
- (四)驗收後付款：於驗收合格後，甲方於接到乙方提出請款單據後 15 工作天內，一次無息結付尾款。但涉及向補助機關申請核撥補助款者，付款期限為 30 工作天。
- (五)甲方辦理付款及審核程序，如發現乙方有文件不符、不足或有疑義而需補正或澄清者，甲方應一次通知澄清或補正，不得分次辦理。其審核及付款期限，自資料澄清或補正之次日重新起算；甲方並應先就無爭議且可單獨計價之部分辦理付款。
- (六)因非可歸責於乙方之事由，甲方有延遲付款之情形，乙方投訴對象：
 - 1. 經濟部工業局政風室；
 - 2. 經濟部；
 - 3. 法務部廉政署；
 - 4. 經濟部採購稽核小組；
 - 5. 行政院公共工程委員會；
 - 6. 行政院主計總處。
- (七)乙方計價領款之印章，除另有規定外，以乙方於投標文件所蓋之章為之。
- (八)契約價金/服務費用總額，除另有規定外，為完成契約所需全部材料、人工、機具、設備及履約所必須之費用。

第五條 契約價金/服務費用之調整

- (一)契約價金採總價給付者，未列入標價清單之項目或數量，其已於契約載明應由乙方施作或供應或為乙方完成履約所必須者，仍應由乙方負

責供應或施作，不得據以請求加價。

- (二) 契約價金/服務費用，除另有規定外，含乙方及其人員依中華民國法令應繳納之稅捐、規費及強制性保險之保險費。
- (三) 中華民國以外其他國家或地區之稅捐、規費或關稅，由乙方負擔。
- (四) 乙方履約遇有下列政府行為之一，致履約費用增加或減少者，契約價金/服務費用得予調整：
 - 1. 政府法令之新增或變更。
 - 2. 稅捐或規費之新增或變更。
 - 3. 政府公告、公定或管制價格或費率之變更。
- (五) 前款情形，屬中華民國政府所為，致履約成本增加者，其所增加之必要費用，由甲方負擔；致履約成本減少者，其所減少之部分，得自契約價金/服務費用中扣除。屬其他國家政府所為，致履約成本增加或減少者，契約價金/服務費用不予調整。

第六條 稅捐

- (一) 以新臺幣報價之項目，除招標文件另有規定外，應含稅，包括營業稅。但由自然人投標者，不含營業稅，但仍包括其必要之稅捐。
- (二) 以外幣報價之勞務費用或權利金，加計營業稅後與其他乙方之標價比較。但決標時將營業稅扣除，付款時由甲方代繳。
- (三) 外國廠商在中華民國境內發生之勞務費或權利金收入，於領取價款時按當時之稅率繳納營利事業所得稅。上述稅款在付款時由甲方代為扣繳。但乙方在中華民國境內有分支機構、營業代理人或由國內廠商開立統一發票代領者，上述稅款在付款時不代為扣繳，而由該等機構、代理人或廠商繳納。

第七條 契約價金/服務費用處理及支給方式

- (一) 記錄及支給：

服務成本加公費法。

- 1. 就執行本契約之收支事項，乙方應設置專帳記錄（補助款部分應設立專戶專帳記錄，專戶所產生之孳息收入，應繳回國庫），以備查核。補助款部分，應依甲方規定按季編製收支會計報表

- (應併附各受補助對象之原始憑證或領據；如已報就地審計核准者，則免附原始憑證或領據)，並於每季結束後次月 10 日前上傳至甲方所指定之計畫管理系統，並函知甲方備查。相關原始憑證及政府採購法第 98 條僱用身心障礙者及原住民或繳納代金之證明文件，乙方應分類妥為保管，以備審計單位查核。
2. 本契約服務費用之支用以本專案計畫書所編各款費用(直接薪資、管理費、其他直接費用及公費)為報支上限，且超出報支上限部分甲方不予給付，各款費用間不得相互流用。
 3. 補助款專戶及補助乙方之個案計畫補助款執行結果如有賸餘，其賸餘款應如數繳回甲方。前述賸餘款包含對應之管理費。
- (二) 甲方所指派之會計稽核人員與本契約承辦人員得隨時查閱乙方及乙方分包廠商本契約之相關文件、單據及帳冊，乙方及乙方分包廠商應予以配合。如發現支付不符規定時，甲方應以書面通知改正，乙方及乙方分包廠商應予照辦。甲方如有溢付款項者，乙方應立即依甲方之要求退還。
- (三) 中央主計甲方、審計甲方及中央財政主管甲方得赴乙方實地調查，本契約總價金及其給付之運用狀況，並要求提供報告，乙方應予配合。
- (四) 人事費之支用，實際投入人月數應符合計畫書人力需求表之約定，與人力需求表不符部分，除不超過總人事費，且實際投入人月數以計畫書人力需求表 5% 為上限，其餘甲方不予給付。
- (五) 本契約各工作項目中甲方對應款之支出，應依該工作項目甲方對應款與乙方自籌款比率分攤。
- (六) 乙方於結案時應提出自籌款收支報告表。乙方實際收取金額未達該工作項目乙方自籌款額度時，甲方得按乙方自籌款與甲方對應款之比例減少給付甲方對應款金額，若已給付，得請求返還。乙方實際收取之金額超過本契約約定之乙方自籌款金額時，於扣除乙方自籌款支出後，乙方應繳交剩餘金額之 50% 予甲方。如辦理培訓課程者，因配合重點政策及特殊身分學費優惠措施推行，致培訓課程實際收取之自籌款總金額未超過契約金額，則依實際培訓特殊身分人數採實報實支方式辦理，惟培訓人數之結案驗收指標應維持不變。
- (七) 於本契約未約定乙方自籌款金額之情形下，乙方不得以執行本契約

之名義向第三人收取任何費用。若乙方在本契約未約定乙方自籌款金額下仍向第三人收取費用時，應將所收取之金額悉數繳交甲方。

- (八) 乙方如有承接本局委託執行「補助款」事項者，須於每年年終將發放予企業或個人(不含公立學校及政府機構)當年度實際支付之補助金額(無須預扣稅)向所轄之稅捐單位申報該所得(列屬 95A 實報實銷之政府補助款)並印發扣繳憑單。另於次年 1 月 15 日前將各計畫補助款總核發金額向本局出納申報，再由本局開立扣繳憑單予貴單位。

第八條 履約期限

- (一) 本契約所稱日(天)數，除另有載明外，係以日曆天計算。以日曆天計算者，所有日數均應計入。
- (二) 期日：
1. 履約期間自指定之日起算者，應將當日算入。履約期間自指定之日後起算者，當日不計入。
 2. 履約標的須於一定期間內送達甲方指定之場所者，履約期間之末日，以甲方當日下午下班時間為期間末日之終止。當日為甲方之辦公日，但甲方因故停止辦公致未達原定截止時間者，以次一辦公日之同一截止時間代之。

第九條 履約管理

- (一) 與契約履約標的有關之其他標的，經甲方交由其他廠商承包時，乙方有與其他廠商互相協調配合之義務，以使該等工作得以順利進行。因工作不能協調配合，致生錯誤、延誤履約期限或意外事故，其可歸責於乙方者，由乙方負責並賠償。如有任一廠商因此受損者，應於事故發生後儘速書面通知甲方，由甲方邀集雙方協調解決。
- (二) 契約所需履約標的材料、機具、設備、工作場地設備等，除契約另有規定外，概由乙方自備。
- (三) 乙方接受甲方或甲方委託之機構之人員指示辦理與履約有關之事項前，應先確認該人員係有權代表人，且所指示辦理之事項未逾越或未違反契約規定。乙方接受無權代表人之指示或逾越或違反契約規定之指示，不得用以拘束甲方或減少、變更乙方應負之契約責任，

- 甲方亦不對此等指示之後果負任何責任。
- (四) 甲方及乙方之一方未請求他方依契約履約者，不得視為或構成一方放棄請求他方依契約履約之權利。
- (五) 轉包及分包：
1. 乙方不得將契約轉包。非於計畫書中列明為分包事項及預定分包金額者，均應由乙方自行履行，不得分包。本履約標的如屬經濟部投資審議委員會網站公告之「具敏感性或國安(含資安)疑慮之業務範疇」，乙方不得以大陸地區廠商、第三地區含陸資成分廠商及經濟部投資審議委員會網站公告之陸資資訊服務業者為分包廠商。乙方亦不得以不具備履行契約分包事項能力、未依法登記或設立，或依採購法第 38 條及第 103 條規定不得參加投標或作為決標對象或作為分包廠商之廠商為分包廠商。
 2. 乙方擬分包之項目及分包廠商，甲方得予審查。乙方得分包予其他具備履行契約分包事項能力並依法登記或設立之廠商，並應將逾本契約總價金 20% 或新臺幣 3 百萬元以上之分包契約及計畫書送甲方備查。對於分包廠商履約及經費核銷之部分，不論是否有甲方之同意或備查，乙方仍應負完全責任。分包契約報備於甲方者，亦同。
 3. 分包廠商不得將分包契約轉包或分包。其有違反者，乙方應更換分包廠商。
 4. 乙方違反不得轉包之規定時，甲方得解除契約、終止契約，並得要求損害賠償。
 5. 前款轉包廠商與乙方對甲方負連帶履行及賠償責任。再轉包者，亦同。
- (六) 乙方及分包廠商履約，不得有下列情形：僱用無工作權之人員、供應不法來源之履約標的、使用非法車輛或工具、提供不實證明、違反人口販運防制法、非法棄置廢棄物或其他不法或不當行為。
- (七) 乙方應對其履約場所作業及履約方法之適當性、可靠性及安全性負完全責任。
- (八) 乙方之履約場所作業有發生意外事件之虞時，乙方應立即採取防範措施。發生意外時，應立即採取搶救、復原、重建及對甲方與第三

人之賠償等措施。

- (九) 甲方於乙方履約中，若可預見其履約瑕疵，或其有其他違反契約之情事者，得通知乙方限期改善。
- (十) 乙方不於前款期限內，依照改善或履行者，甲方得採行下列措施：
- 1.使第三人改善或繼續其工作，其危險及費用，均由乙方負擔。
 - 2.終止或解除契約，並得請求損害賠償。
 - 3.通知乙方暫停履約。
- (十一) 甲方提供之履約場所，各得標廠商有共同使用之需要者，乙方不得拒絕與其他廠商共同使用。
- (十二) 履約所需臨時場所，除另有規定外，由乙方自理。
- (十三) 乙方履約人員對於所應履約之工作有不適任之情形者，甲方得要求更換，乙方不得拒絕。
- (十四) 於本契約工作項目涉及甲方政策文宣之規劃執行時，乙方須依「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 規定辦理。乙方無論以何種型態辦理政策宣導，均應明確標示廣告二字以及辦理或贊助機關名稱，否則相關經費不予核銷；如因乙方違反相關規範，致事後遭審計機關剔除經費，甲方亦將辦理經費收回。
- (十五) 乙方履約內容涉及架設網站開放外界使用者，應依國家通訊傳播委員會訂頒之無障礙網頁開發規範辦理。

第十條 個人資料保護

- (一) 乙方為履行本契約而有蒐集、處理、利用個人資料之必要時，或接受甲方或甲方指示之機構所交付之個人資料時，應指定專人辦理安全維護事項，防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。
- (二) 蒐集、處理、利用義務
1. 乙方為履行本契約而蒐集、處理或利用個人資料時，應依甲方應適用之規定為之，包括個人資料保護法、個人資料保護法施行細則、經濟部及所屬機關個人資料保護管理要點、經濟部工業局個人資料保護管理要點等相關規定。
 2. 乙方僅得於履行本契約之必要範圍內，蒐集、處理或利用個人資料。
 3. 乙方認為甲方之指示有違反個人資料保護法、個人資料保護法施行

細則、經濟部及所屬機關個人資料保護管理要點、經濟部工業局個人資料保護管理要點、其他個資法律或其法規命令者，應立即停止蒐集、處理或利用該個人資料並立即敘明理由通知甲方。

4. 乙方對於因履行本契約而取得之個人資料，不得有下列情形：

- (1) 利用個人資料行銷或為與本契約之履行無關的處理或利用。
- (2) 非經甲方事前書面同意，對個人資料為特定目的外之處理或利用。
- (3) 未經甲方事前書面同意，以任何方式或方法將個人資料提供予第三人或揭露予第三人知悉。
- (4) 對於個人資料為乙方或分包廠商之資料庫之連結。
- (5) 對於個人資料為非法之處理或利用。

5. 行政機關、司法機關或或個人資料本人以外之第三人具備一定法定事由而向乙方請求提供個人資料時，乙方應立即通知甲方並由甲方決定是否提供該資料。

(三) 安全管理措施

1. 乙方依第一項規定，指定專人辦理之安全維護事項應包含下列 11 項措施，並以與所欲達成之個人資料保護目的間，具有適當比例為原則：

- (1) 配置管理之人員及相當資源。
- (2) 界定個人資料之範圍。
- (3) 個人資料之風險評估及管理機制。
- (4) 事故之預防、通報及應變機制。
- (5) 個人資料蒐集、處理及利用之內部管理程序。
- (6) 資料安全管理及人員管理。
- (7) 認知宣導及教育訓練。
- (8) 設備安全管理。
- (9) 資料安全稽核機制。
- (10) 使用紀錄、軌跡資料及證據保存。
- (11) 個人資料安全維護之整體持續改善。
- (12) 其他甲方書面指示業務執行應注意事項。

(四) 保密義務

1. 乙方及其分包廠商對於因履行本契約而取得之個人資料，負有保密義務，不因本契約之解除、終止或完成而失其效力。
2. 乙方及其分包廠商應使其履約人員，包括但不限於受雇人、受聘人、代理人或履行輔助人，遵守本項保密義務，不因其不執行本契約所定之工作或與其法律關係(包括但不限於僱傭合約、代理合約或委任合約)之解除、終止或完成而失其效力。
3. 乙方及其分包廠商與其履約人員(包括但不限於受雇人、受聘人、代理人或履行輔助人)之法律關係解除、終止或完成時(包括但不限於離職或解職)，應要求該等人員返還因執行本契約所定之工作，而蒐集、處理、利用之個人資料。

(五) 分包之管理

1. 就分包之部分，如有涉及個人資料之蒐集、處理或利用，乙方應就分包之項目及分包廠商，進行個資保護之監督管理，且乙方對於分包廠商之履約部分、個人資料蒐集、處理與利用行為或個人資料保護能力，不論乙方有無同意或知悉分包廠商之個人資料之蒐集、處理或利用行為，皆應負完全責任。
2. 乙方應依本契約規定限定分包廠商得蒐集、處理、利用個人資料之範圍，並依個人資料保護法、個人資料保護法施行細則、經濟部及所屬機關個人資料保護管理要點、經濟部工業局個人資料保護管理要點等相關規定，對該分包廠商為適當之監督。
3. 乙方依本契約規定更換分包廠商時，如有交付個人資料予原分包廠商或原分包廠商因履約而有蒐集、處理或利用個人資料時，乙方應要求該廠商刪除或銷毀前述個人資料與返還個人資料之載體，並提供刪除、銷毀或返還個人資料之時間、方式、地點等紀錄；於有必要時，乙方應依甲方之要求，實地查訪該廠商之刪除、銷毀作業。如因刪除、銷毀、或返還不實，致使甲方受有損害，乙方應賠償甲方所受之損失。
4. 乙方因違反本契約不得轉包之規定，而遭甲方解除或終止契約時，如有交付個人資料予轉包廠商或轉包廠商因履約而有蒐集、處理或利用個人資料時，乙方應要求該廠商刪除或銷毀前述個人資料與返還個人資料之載體，並提供刪除、銷毀或返還個人資料之時間、方

式、地點等紀錄；於有必要時，乙方應依甲方之要求，實地查訪該廠商之刪除、銷毀作業。如因刪除、銷毀、或返還不實，致使甲方受有損害，乙方應賠償甲方所受之損失。再轉包者，亦同。

(六)當事人權利行使時之義務

乙方執行本契約業務，接獲個人資料本人行使權利時，應依相關規定予以回覆，並做成記錄，供甲方備查。

(七)資料提供義務

1. 乙方應主動提供於履行本契約期間所蒐集之個人資料檔案、個人資料檔案保有之依據及特定目的、個人資料之類別等相關資訊，以利甲方每季依個人資料保護法第 17 條規定，定期公開之用。
2. 甲方要求乙方提供於履行本契約期間所蒐集個人資料檔案及相關資料時，乙方不得拒絕。

(八)緊急事故通知

1. 乙方為履行本契約業務而蒐集、處理、利用個人資料時，應設置緊急事故應變通報窗口及當事人聯繫單一窗口。
2. 乙方於履行本契約期間，如有違反個人資料保護法、個人資料保護法施行細則或其他法令規定，致個人資料被竊取、洩漏、竄改或其他侵害時，應於知悉時，立即通知甲方並採取適當之因應措施，以防止損害擴大；廠商應於查明侵害發生之原因後，將個人資料被侵害之事實及已採取之因應措施，包括但不限於涉及個資範圍、採行及預定採行之補救措施，經甲方同意後，依法以適當方式通知個人資料本人。
3. 乙方應協助甲方通知個人資料本人有關於個人資料被侵害之事實及已採取之因應措施，並應協助甲方為後續之個人資料侵害事故處理與應變。

(九)定期確認

1. 甲方得針對乙方的個人資料安全管理措施實施情形進行確認，並將確認結果記錄之；必要時，得派員進行實地訪查或委託專業人員進行查核，乙方應予配合。
2. 甲方於訪查或查核後，認有缺失，得以書面敘明理由請乙方限期改善，乙方應予配合。

(十)安全管理措施實施之改善義務

1. 甲方得針對個人資料保護法、個人資料保護法施行細則、經濟部及所屬機關個人資料保護管理要點、經濟部工業局個人資料保護管理要點及乙方所提供之「委外廠商個資安全管理措施說明表」及「委外廠商個資安全管理措施自評表」實施訪查或查核，乙方不得拒絕或規避。
2. 甲方根據第一款規定實施稽核，乙方如有陳述不實、違反相關法令或未確實執行「委外廠商個資安全管理措施說明表」或「委外廠商個資安全管理措施自評表」，得以書面敘明理由要求乙方限期改善，逾期未為改善者，視同未依第 11 項、第 12 項規定送交「委外廠商個資安全管理措施說明表」或「委外廠商個資安全管理措施自評表」，依第 13 條第 13 項處理。

(十一)「委外廠商個資安全管理措施說明表」及相關說明之提供義務

1. 乙方應於簽約時提供「委外廠商個資安全管理措施說明表」，並說明已辦理或擬辦理之安全管理措施內容；乙方並應於第一次執行進度報告提送前完成各項措施之辦理。
2. 乙方於填寫說明表時，應於「委外廠商個資安全管理措施說明表」中「廠商是否已界定個人資料範圍」欄位敘明預定蒐集、處理、或利用個人資料之類別、期間、地區、對象及方式、保有個人資料之依據及特定目的。
3. 乙方應於第一次執行進度報告提送前完成各項措施之辦理。
4. 如有接受自甲方或甲方指定之機構所交付之個人資料時，應一併於「委外廠商個資安全管理措施說明表」中「廠商是否已界定個人資料範圍」欄位敘明有關於此等資料之處理與利用期間、地區、對象及方式、保有個人資料之依據及特定目的。
5. 乙方於履約過程如涉及委託他人蒐集、處理或利用個人資料，包括但不限於分包、專業服務採購等情形，乙方應一併於「委外廠商個資安全管理措施說明表」中「廠商是否已界定個人資料範圍」欄位，敘明委託之項目、受委託廠商、受委託廠商因履行委託項目而預定蒐集、處理、或利用個人資料之類別、期間、地區、對象及方式、保有個人資料之依據及特定目的、以及受委託廠商就個人資料保護

法施行細則第十二條第二項採取之措施。

6.契約之變更，如有新增個人資料之蒐集、處理或利用，乙方應於送請甲方同意變更內容時，一併提供委外廠商個資安全管理措施說明表」及相關說明；如無處理或利用個人資料之必要，乙方應於送請甲方同意變更內容時，一併敘明個人資料之處理方法；就分包之部分，亦同。

7.逾期未送交甲方者，依第 13 條第 13 項處理。

(十二)「委外廠商個資安全管理措施自評表」及相關說明之提供義務

1.乙方應依據第 11 項「委外廠商個資安全管理措施說明表」所填寫之各項措施辦理情形，於第一次執行進度報告提送時，一併提出「委外廠商個資安全管理措施自評表」。

2.乙方填寫「委外廠商個資安全管理措施自評表」時，應於各項安全管理措施之自評項目欄位中，敘明各項措施之辦理情形，並以附件之方式，檢附相關佐證資料，包括但不限於個人資料保護法及相關法令、甲方所要求之安全維護機制、訓練宣導、事故應變機制、內部稽核等紀錄。

3.逾期未送交甲方者，依第 13 條第 13 項處理。

(十三)損害賠償責任

1.乙方違反本條第 1 項至第 8 項、第 9 項第 1 款或第 14 項，或甲方依第 9 項第 2 款提出限期改善建議，乙方未依期限進行改善時，甲方得依情節輕重為以下的處理；若機關受有損害，並得請求賠償：

(1)以書面通知受託者終止或解除契約之部分或全部。

(2)要求減少部分或全部價金。

(3)按契約總價的千分之三，計收違約金，但以新台幣 1 百萬元為上限。

2.乙方因執行本契約業務而違反個人資料保護法、個人資料保護法施行細則，致當事人個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害情事，應負損害賠償責任。

3.甲方如因乙方執行本契約而違反個人資料保護法、個人資料保護法施行細則，而遭受損害時，得向乙方請求損害賠償。若因此遭第三人請求損害賠償時，應由廠商負責處理並承擔一切法律責任（如於

訴訟中，乙方應協助機關為必要之答辯及提供相關資料，並應負擔因此所生之訴訟費用、律師費用及其他相關費用，並負責清償甲方因此對第三人所負之損害賠償責任)。

(十四)履約中或契約終止時資料的刪除或返還義務

- 1.於契約履行期間，甲方得隨時要求乙方刪除或銷毀因履行本契約而持有之個人資料，及返還個人資料之載體，且不得留存任何備份，乙方不得拒絕並應配合提供相關文件或說明。
- 2.如乙方所執行之專案計畫為多年期計畫，應於全程計畫之最後一年度執行期間屆滿前一個月，刪除或銷毀因履行本契約持有之個人資料，及返還個人資料之載體。但有特殊事由，經甲方事前以書面同意並指定適當之保留期限者，不在此限。
- 3.如乙方所執行之專案計畫為一年期計畫，應於計畫執行期間屆滿前一個月，刪除或銷毀因履行本契約而持有之個人資料，及返還個人資料之載體。但有特殊事由，經甲方事前以書面同意並指定適當之保留期限者，不在此限。
- 4.有關本項第 1 款至第 3 款之返還個人資料之載體，乙方得以交付甲方指定之第三人為之。
- 5.乙方於履行本契約之期間內，如發生得終止或解除本契約之事由，甲方得要求乙方於指定之期限內，刪除或銷毀因履行本契約而持有之個人資料，及返還個人資料之載體，且不得留存任何備份，乙方不得拒絕並應配合提供相關文件或說明。
- 6.乙方依本項第 1 款至第 3 款及本項第 5 款規定，刪除、銷毀或返還個人資料時，應於事前通知甲方並提供甲方刪除、銷毀或返還個人資料之時間、方式、地點等紀錄。如有必要，甲方得自行或委託專業人員實地查訪刪除、銷毀或返還個人資料作業，乙方不得拒絕。
- 7.乙方於履行契約期間，依本契約規定，經甲方書面同意轉讓契約全部或一部予他廠商時，如有將個人資料移轉予受讓契約之廠商時，應作成相關記錄並提供予甲方備查，包括移轉之原因、移轉之對象(即受讓契約之廠商)、移轉對象得保有該項個人資料檔案之依據及證明、移轉之方法、時間、地點等。

第十一條 使用本契約價金/服務費用及補助款購置財物之歸屬

- (一)以本契約價金/服務費用及補助款所購置、定製之財物，其產權及相關一切權利應歸甲方單獨所有，乙方應依照行政院編印「國有公有財產手冊」內財產管理及相關法令辦理，並不得設定抵押貸款、處分、隱匿或租借，甲方得定期與不定期派員進行財產檢查，乙方應予配合。如本契約被解除或終止，經甲方請求，乙方應立即將該等財物返還予甲方，不得主張留置或其他任何權利或抗辯。
- (二)乙方對於以本契約價金/服務費用或補助款所購置、定製之財物，應負妥善保管責任。
- (三)以本契約價金/服務費用及補助款所購置之財物及設備，於本契約完成後得另由甲方、乙方雙方簽訂契約，借予乙方保管使用，但甲方得隨時收回自用。

第十二條 人員經費編列及聘用之限制

- (一)乙方履約人員對於所應履約之工作有不適任之情形者，甲方得要求更換，乙方不得拒絕。
- (二)乙方及其分包廠商執行政府機關所有計畫之人員經費編列(含本計畫及政府機關其他所有補助及委辦計畫)，當年度各個計畫人員執行計畫之總人月數以執行期間最始日至執行期間最終日之期間為上限，並不得超過 12 人月。如有違反之情事，甲方得自本契約價金/服務費用中扣除超出部分之款項，並得另外請求相當於扣除款項之懲罰性違約金。
- (三)乙方如有依「勞工退休金條例」第 14 條規定為所屬人員提繳退休金時，乙方人事成本有關退休金部分，其提繳率依中央主管機關所訂之「勞工退休金月提繳工資分級表」以 6% 計算。
- (四)人事費劃分為研究員級、副研究員級、助理研究員級及研究助理級等職級，乙方各職級人事費酬勞(含薪給暨其他酬勞)之編列，原則上依甲方標準，並需依「機關委託專業服務廠商評選及計費辦法」第 13 條規定且總合不得超過本計畫經費之人事費總額。
- (五)乙方及其分包廠商為政府捐助成立之財團法人者，聘用支領軍公教退休(伍、職)給與人員轉(再)任為職員時，應依「公務人員退休法」

及其他關於退休（職、伍）給與或財團法人薪資處理相關法令規定辦理及支給薪資。如有未符本款規定之情事，甲方得解除或終止本契約。乙方應於簽約時提供「聲明書」，保證乙方職員薪資給與符合前段規定。

- (六)乙方及其分包廠商不得僱用或委任以下人員參與本計畫相關工作之執行，若有違反者，甲方得以「乙方履約人員不適任」處理或扣除該員薪資，並得處以上限金額0.1%之懲罰性違約金：
1. 違反政府採購法第15條第1項或公務員服務法第14條之1之規定（公務員旋轉門條款）者
 2. 曾經擔任本計畫採購評選委員會之委員者。
- (七)乙方應依身心障礙者權益保障法、原住民族工作權保障法及採購法規定僱用身心障礙者及原住民。僱用不足者，應依規定分別向所在地之直轄市或縣（市）勞工主管機關設立之身心障礙者就業基金及原住民族中央主管機關設立之原住民族綜合發展基金之就業基金，定期繳納差額補助費及代金；並不得僱用外籍勞工取代僱用不足額部分。甲方應將國內員工總人數逾100人之廠商資料公開於政府電子採購網，以供勞工及原住民族主管機關查核差額補助費及代金繳納情形，甲方不另辦理查核。

第十三條 契約之工作報告

- (一)本契約進行中，甲方得隨時派員瞭解本契約之進行狀況，乙方有提供詢答及相關資料之義務；且甲方得請乙方報告計畫執行情形或作成果發表，乙方不得拒絕，如有缺失，甲方得要求乙方改善。
- (二)乙方應於108年5月及9月10日前將「專案計畫執行進度報告」及「資訊系統（含網站）管理暨資安檢核表」上傳至甲方所指定之計畫管理系統，並函知甲方備查。
- (三)乙方應於108年7月15日前，依甲方規定之格式，上傳期中執行成果報告至甲方所指定之計畫管理系統，並函知甲方備查。甲方得召集有關人員予以檢討或實地實物考察或書面審查，並得要求乙方舉行簡報，如有缺失，甲方得要求乙方改善。
- (四)乙方實際契約工作進度落後本契約工作進度10%以上，經甲方書面通

- 知限期改善仍未改善者，每次扣本契約價金/服務費用 5%懲罰性違約金，但以新台幣 1 百萬元為上限，並得連續處罰。
- (五)乙方應於 108 年 11 月 30 日前，依甲方規定時間、格式上傳期末執行成果報告及「資訊系統（含網站）管理暨資安檢核表」至甲方所指定之計畫管理系統，並函知甲方備查。甲方得召集有關人員予以檢討或實地實物考察或書面審查，並得要求乙方舉行簡報，如有缺失，甲方得通知乙方應於 108 年 12 月 26 日前完成改善修正，以利執行驗收程序。
- (六)乙方應於驗收前，依「經濟部工業局專案計畫作業手冊」(以下簡稱「作業手冊」)所定格式提出執行成果報告書及執行人力工時一覽表，上傳至甲方所指定之計畫管理系統，驗收時提供分包廠商驗收紀錄供甲方查核。
- (七)乙方應給付本專案計畫書所定之標的及工作事項。如屬中長期(2 年以上)計畫終結之年度計畫，乙方除依前項提出年度執行成果報告外，並應於驗收前彙編以前年度執行成果報告書，並提出全程執行成果總報告，上傳至甲方所指定之計畫管理系統。計畫書、專案計畫執行成果報告及公開發行之印刷品，書籍及相關刊物，須依「經濟部識別體系設計規範」辦理。
- (八)本契約執行有資訊系統（包括網站）之開發建置與維護更新且設置於甲方者，乙方應於驗收前，參照「經濟部工業局資訊作業開發建置標準規範」之規範將相關文件依甲方規定之格式，上傳至甲方所指定之計畫管理系統；其中如含有網站設計者，無論是否設置於甲方，其網站首頁均應依「作業手冊」規定製作。
- (九)本契約執行期間及結案後 1 年內，基於政府對計畫或預算之管制上之考量，乙方應依甲方要求提出相關資料或簡報，並不得據以要求增加給付。
- (十)甲方得於本契約執行中或結束後 1 年內對乙方執行契約績效進行評鑑，乙方必須配合。
- (十一)乙方人員應依本專案計畫出國計畫執行，且出國前仍須專案報甲方核定後方得執行。如因政策改變，甲方得變更乙方出國計畫，並刪減必要經費。本契約執行中如有新增或變更出國計畫之必要者，須

於甲方核准後方得執行。

- (十二)乙方人員執行出國計畫，應依規定格式至甲方所指定之計畫管理系統上傳出國報告及填寫出國報告摘要表，繳交期限為返國後 3 個月內(出國地點為大陸地區者為返國後 1 個月內)，如返國日距驗收日不足 3 個月者，至遲應於驗收日之前 1 日繳交。
- (十三)乙方依據本契約應繳交或上傳之專案計畫執行進度報告、出國報告、會計報表、委外廠商個資安全管理措施說明表及委外廠商個資安全管理措施自評表等，逾期未送交甲方指定之場所者，每樣每日處以本契約價金/服務費用 0.05% 之懲罰性違約金；逾期超過 5 日以上者，每逾 1 日每樣處以本契約價金/服務費用 0.01% 之懲罰性違約金。
- (十四)前項懲罰性違約金累計至全部送交甲方指定之場所為止(如以郵局掛號郵寄者，以郵戳為憑)，但每樣懲罰性違約金以新臺幣 5 萬元為上限。

第十四條 契約研發成果之歸屬

- (一)以本契約總價金/服務費用所獲得除著作權外之智慧財產權與研究成果(以下簡稱研發成果)歸乙方或其分包廠商所有。
- (二)乙方保證甲方就本契約獲得之研發成果，應享有永久、無償、全球、非專屬及不可讓與之實施權利。

第十五條 契約研發成果之管理及運用

- (一)乙方就其取得本契約之研發成果，應負管理運用之責，包括申請、確保及維護國內外權利、授權、讓與、收益、委任、信託、訴訟或其他一切與管理或運用有關之行為。乙方並應使其分包廠商或受補助對象就其取得本契約研發成果之管理、申請、維護、運用、授權、讓與等，亦受本條各項及第 21 條各項規定之拘束。
- (二)乙方得以授權、讓與、信託及其他適當之方式運用研發成果。除經甲方事前書面同意外，應依下列各款辦理：
1. 以公開及有償方式為之。
 2. 以供我國研究機構或企業在我國管轄區域內製造或使用為優先。

- (三) 乙方經甲方事前書面同意後，得將研發成果無償授權、有償讓與、無償讓與或信託其他研究機構或企業。
- (四) 乙方運用研發成果，若涉及我國有關技術輸出入、境外製造、使用或其他法令規定時，應符合相關規定，並檢具相關文件報甲方同意。
- (五) 乙方為無償讓與時，應與受讓人約定受讓人應依本條之規定及「經濟部科學技術研究發展成果歸屬及運用辦法」運用研發成果，且運用所獲得之總收入應依第 16 條之規定繳交予甲方。
- (六) 乙方不得自行將研發成果商品化。但經乙方公告 3 月後，國內無企業有意願予以商品化，並經甲方事先書面同意者，不在此限。
- (七) 乙方於運用研發成果前，應依公開程序將研發成果公告。但依其性質或法令另有規定者，不在此限。研發成果之公告，應以刊登網際網路、全國性報紙、函告業界相關公會及辦理研發成果說明會等方式為之。
- (八) 研發成果公告後達 3 年以上，經乙方認定不具有運用價值者，乙方得發布讓與之公告；3 個月內無人請求受讓時，經甲方事前書面同意後，得終止繳納與智慧財產權相關之維護費用。
- (九) 如有下列各款情形之一者，甲方得自行或依申請，要求乙方將研發成果授權他人實施，或於必要時將研發成果收歸國有：
 - 1. 研發成果之所有權人或智慧財產權人或其受讓人或專屬被授權人，於合理期間無正當理由未有效運用研發成果，且申請人曾於該期間內以合理之商業條件，請求授權仍不能達成協議。
 - 2. 研發成果之所有權人或智慧財產權人或其受讓人或專屬被授權人，以妨礙環境保護、公共安全或公共衛生之方式實施研發成果。
 - 3. 為增進國家重大利益。
- (十) 甲方依前項規定行使前項權利前，應將通知書或申請書送達研發成果之所有權人或智慧財產權人或其受讓人或專屬被授權人，限期 3 個月內答辯；逾期不答辯者，甲方得逕行處理。
- (十一) 本契約研發成果管理及運用之未盡事宜，悉依「政府科學技術研究發展成果歸屬及運用辦法」及「經濟部科學技術研究發展成果歸屬及運用辦法」之規定辦理。

第十六條 契約研發成果之收入

- (一) 乙方為公、私立學校或政府研究機關（構），且乙方自籌款占本契約總價金未達 50% 者，應將管理或運用研發成果所獲得之收入 20% 繳交甲方。
- (二) 乙方為公、私立學校或政府研究機關（構），且乙方自籌款占本契約總價金 50%（含）以上者，應將管理或運用研發成果所獲得之收入 10% 繳交甲方。
- (三) 乙方為研究機構或企業，且乙方自籌款占本契約總價金未達 50% 者，應將管理或運用研發成果所獲得之收入 50% 繳交甲方。
- (四) 乙方為研究機構或企業，且乙方自籌款占本契約總價金 50%（含）以上者，應將管理或運用研發成果所獲得之收入按甲方實際支應比例繳交。
- (五) 前 4 項所指之收入，係指乙方所取得之授權金、權利金、價金、股權或其他利益。
- (六) 研發成果歸屬於乙方之分包廠商所有者，準用前 5 項規定。
- (七) 乙方應於結案時，依甲方所規定之格式，將研發成果清單繳交甲方。研發成果於嗣後取得者，應於取得該研發成果之日後 10 日內以書面通知甲方。
- (八) 乙方應於會計年度終了後 20 日內，依甲方規定格式向甲方提出該年度研發成果之運用情形，並提供相關佐證資料。必要時，甲方得要求乙方提出說明。
- (九) 對管理運用研發成果之總收入，乙方應單獨設帳管理，並隨同前項研發成果運用情形之提出，繳交甲方。
- (十) 乙方將研發成果商品化所獲得之總收入，準用本條之規定。

第十七條 著作之使用與發行

- (一) 依本契約完成之著作，不論乙方或其分包廠商有無自籌款，均以甲方為著作財產權人，非經甲方授權，乙方或其分包廠商不得重製、改作、編輯、散布、公開口述、公開上映、公開播送、公開演出、公開傳輸、公開展示及出租上開著作。乙方對外公開發表時，應經甲方同意，並於報告上標明經濟部工業局委託辦理。

- (二)乙方或其分包廠商如為法人時，應保證對其受僱人及其他參與本契約之任何第三人執行本契約所完成之著作，應依著作權法第 11 條第 1 項但書及第 12 條第 1 項但書之規定，與其受僱人及該第三人約定以乙方或其分包廠商為著作人，以甲方為著作財產權人。
- (三)乙方並應使其分包廠商及受僱人就其依本契約完成著作之著作權歸屬、使用、發行、發表等亦受本條前 2 項規定之拘束。

第十八條 契約變更及轉讓

- (一)甲方於必要時得於契約所約定之範圍內通知乙方變更契約(含新增項目)，乙方於接獲通知後，除雙方另有協議外，應於 10 日內向甲方提出契約標的、價金/服務費用、履約期限、付款期程或其他內容須變更之相關文件予甲方。契約價金/服務費用之變更，其底價依採購法第 46 條第 1 項之規定。
- (二)乙方於甲方接受其所提出須變更之相關文件前，不得自行變更契約。除甲方另有請求者外，乙方不得因前項之通知而遲延其履約期限。
- (三)乙方執行本契約若因特殊原因需變更主持人、工作項目、支出科目(適用總包價法者，僅限於實報實支之項目)、分包事項或其他本契約所載事項，應於變更前敘明理由及變更內容，最遲於本契約第 2 條執行期間截止日 2 個月前，送請甲方同意並作成書面且經雙方簽名或蓋章後始准執行。如經雙方同意延長執行期限超過 108 年 12 月 31 日者，應於 108 年 12 月 26 日前，將價金保留之會計報表送達甲方。
- (四)契約約定之採購標的，其有下列情形之一者，乙方得敘明理由，檢附規格、功能、效益及價格比較表，徵得甲方書面同意後，以其他規格、功能及效益相同或較優者代之。但不得據以增加契約價金/服務費用。其因而減省乙方履約費用者，應自契約價金/服務費用中扣除。
1. 契約原標示之廠牌或型號不再製造或供應。
 2. 契約原標示之分包廠商不再營業或拒絕供應。
 3. 因不可抗力原因必須更換。
 4. 較契約原標示者更優或對甲方更有利。
- (五)契約之變更，非經甲方及乙方雙方合意，作成書面紀錄，並簽名或蓋章者，無效。

(六) 乙方不得將契約之部分或全部轉讓予他人。但因公司分割或其他類似情形致有轉讓必要，經甲方書面同意轉讓者，不在此限。

乙方依公司法、企業併購法分割，受讓契約之公司（以受讓營業者為限），其資格條件應符合原招標文件規定，且應提出下列文件之一：

1. 原訂約廠商分割後存續者，其同意負連帶履行本契約責任之文件；
2. 原訂約廠商分割後消滅者，受讓契約公司以外之其他受讓原訂約廠商營業之既存及新設公司同意負連帶履行本契約責任之文件。

第十九條 驗收

(一) 乙方履約所供應或完成之標的，應符合契約規定，具備一般可接受之專業及技術水準，無減少或減失價值或不適於通常或約定使用之瑕疵。

(二) 驗收程序：甲方得於 108 年 12 月 26 日之後舉行驗收會議，以執行本契約驗收程序，乙方應予配合，不得主張以本契約第 13 條成果報告之提出或執行中之核定等而免除。

(三) 履約標的完成履約後，廠商應對履約期間損壞或遷移之機關設施或公共設施予以修復或回復，並將現場堆置的履約機具、器材、廢棄物及非契約所應有之設施全部運離或清除，並填具完成履約報告，經機關勘驗認可，始得認定為完成履約。

(四) 履約標的部分完成履約後，如有部分先行使用之必要，應先就該部分辦理驗收或分段審查、查驗供驗收之用。

(五) 甲方進行成果驗收時，乙方應會同參與之。

(六) 甲方辦理成果驗收時，應製作紀錄，由參加人員會同簽認。

(七) 驗收有瑕疵時之處理：

1. 驗收結果與規定不符，而不妨礙安全及使用需求，亦無減少通常效用或本契約預定效用，經甲方檢討不必拆換、更換或拆換、更換確有困難，或不必補交者，得於必要時減價收受。

2. 依前款規定採減價收受者，按不符項目標的之本契約價金/服務費用減價 80%，並處以減價金額 20% 之違約金。減價及違約金之總額，以該項目之契約價金為限。培訓課程養成班結案媒合率未達標準者，不符項目標的之契約服務費用以未達標準之差距比例乘以該計畫養成班之開班執行費用，為減價計算方式。

3. 乙方履約結果經甲方驗收認定有瑕疵且可限期完成改善者，甲方得要求乙方限期改正，乙方應於接獲甲方通知後自費予以修正或重做。但以該通知不逾履約結果驗收後 1 年內者為限。其屬部分驗收者，亦同。
 4. 逾期未改正者，依第 20 條第 3 項規定計算逾期違約金。但逾期未改正仍在契約原訂履約期限內者，不在此限。
- (八) 乙方不於前款期限內改正、拒絕改正或其瑕疵不能改正者，甲方得採取下列措施之一：
1. 自行或使第三人改正，並得向乙方請求償還改正必要之費用。
 2. 終止或解除契約或減少契約價金/服務費用。
- (九) 因可歸責於乙方之事由，致履約有瑕疵者，甲方除依前 2 項規定辦理外，並得請求損害賠償。
- (十) 甲方所為之驗收並不免除乙方依本契約或依應適用之法令所應負之責任。甲方於驗收時未能發現瑕疵，仍得於發現瑕疵時依前三項處理。

第二十條 遲延履約

- (一) 乙方履約有違約金、損害賠償、或其他任何依本契約應支付之金額；或有採購標的損壞或短缺、不實行為、未完全履約、不符契約規定、溢領經費或減少履約事項等情形時，甲方得自應付之本契約價金/服務費用中扣抵；其有不足者，經甲方通知，乙方應於接獲通知後 30 日內給付。乙方如有偽造、變造、隱匿等不實行為者，甲方除得解除或終止本契約外，得另請求相當於本契約公費金額之懲罰性違約金(服務成本加公費法)。
- (二) 乙方履約有下列情形之一者，甲方得暫停給付契約價金/服務費用至情形消滅為止：
1. 履約實際進度因可歸責於乙方之事由，落後預定進度達 10% 以上者。
 2. 履約有瑕疵經書面通知改善而逾期未改善者。
 3. 未履行契約應辦事項，經通知仍延不履行者。
 4. 乙方履約人員不適任，經通知更換仍延不辦理者。
 5. 其他違反法令或契約情形。

- (三)逾期違約金，以日為單位，乙方如未依照本契約規定期限完成履約標的之供應，應按逾期日數，每日依本契約價金/服務費用 1‰計算逾期違約金。但未完成履約之部分不影響其他已完成部分之使用者，得按未完成履約部分之本契約價金/服務費用，每日依其 1‰計算逾期違約金。
- (四)契約訂有分段進度及最後履約期限，且均訂有逾期違約金者，屬分段完成使用或移交之情形，其逾期違約金之計算原則如下：
- 1.未逾分段進度但逾最後履約期限者，扣除已分段完成使用或移交部分之金額，計算逾最後履約期限之違約金。
 - 2.逾分段進度但未逾最後履約期限者，計算逾分段進度之違約金。
 - 3.逾分段進度且逾最後履約期限者，分別計算違約金。但逾最後履約期限之違約金，應扣除已分段完成使用或移交部分之金額計算之。
 - 4.分段完成期限與其他採購契約之進行有關者，逾分段進度，得個別計算違約金，不受前目但書限制。
- (五)契約訂有分段進度及最後履約期限，且均訂有逾期違約金者，屬全部完成後使用或移交之情形，其逾期違約金之計算原則如下：
- 1.未逾分段進度但逾最後履約期限者，計算逾最後履約期限之違約金。
 - 2.逾分段進度但未逾最後履約期限，其有逾分段進度已收取之違約金者，於未逾最後履約期限後發還。
 - 3.逾分段進度且逾最後履約期限，其有逾分段進度已收取之違約金者，於計算逾最後履約期限之違約金時應予扣抵。
 - 4.分段完成期限與其他採購契約之進行有關者，逾分段進度，得計算違約金，不受第 2 目及第 3 目之限制。
- (六)採部分驗收或分期驗收者，得就該部分或該分期之金額計算逾期違約金。
- (七)逾期違約金之支付，機關得自應付價金中扣抵；其有不足者，得通知廠商繳納或自保證金扣抵。
- (八)逾期違約金之總額(含逾期未改正之違約金)，以契約價金/服務費用總額之 20% 為上限。
- (九)甲方及乙方因下列天災或事變等不可抗力或不可歸責於契約當事人之事由，致未能依時履約者，得展延履約期限；不能履約者，得免除契

約責任：

1. 戰爭、封鎖、革命、叛亂、內亂、暴動或動員。
2. 山崩、地震、海嘯、火山爆發、颱風、豪雨、冰雹、水災、土石流、土崩、地層滑動、雷擊或其他天然災害。
3. 墜機、沉船、交通中斷或道路、港口冰封。
4. 罷工、勞資糾紛或民眾非理性之聚眾抗爭。
5. 毒氣、瘟疫、火災或爆炸。
6. 履約標的遭破壞、竊盜、搶奪、強盜或海盜。
7. 履約人員遭殺害、傷害、擄人勒贖或不法拘禁。
8. 水、能源或原料中斷或管制供應。
9. 核子反應、核子輻射或放射性污染。
10. 非因乙方不法行為所致之政府或甲方依法令下達停工、徵用、沒入、拆毀或禁運命令者。
11. 政府法令之新增或變更。
12. 我國或外國政府之行為。
13. 其他經甲方認定確屬不可抗力者。

(十)前項不可抗力或不可歸責事由發生或結束後，其屬可繼續履約之情形者，應繼續履約，並採行必要措施以降低其所造成之不利影響或損害。

(十一) 主張不可抗力或不可歸責事由之一方，應於事件發生及結束後 30 日內立即檢具事證，以書面通知他方，逾期不為通知者，不得據以主張展延履約期限及免除契約責任。不能履約期間逾 90 日者，任一方均得終止本契約，並準用第 22 條第 2 項及第 16 項之規定。

(十二) 乙方履約有遲延者，在遲延中，對於因不可抗力而生之損害，亦應負責。但經乙方證明縱不遲延給付，而仍不免發生損害者，不在此限。

(十三) 乙方未遵守法令致生履約事故者，由乙方負責。因而遲延履約者，不得據以免責。

(十四)因可歸責於乙方之事由致延誤履約進度，情節重大者之認定，除招標文件另有規定外，適用採購法施行細則第 111 條規定。(甲方得於招標文件載明情節重大之認定方式)

第二十一條 權利及責任

(一) 侵權行為之規範：

1. 乙方執行本契約應注意不得侵害他人之營業秘密、智慧財產權或其他權利，如因故意或過失不法侵害他人（含國內外自然人及法人）之營業秘密、智慧財產權或其他權利，乙方應負最終且完全之法律上責任及費用，包括甲方所發生之費用。甲方並得請求損害賠償。
2. 乙方保證依本契約所交付之工作成果及研發成果並無侵害他人之營業秘密、智慧財產權或其他權利之情事。
3. 甲方如因乙方執行本契約或交付之本契約工作成果及研發成果致遭第三人主張涉及侵害他人營業秘密、智慧財產權或其他權利時，乙方應協助甲方為必要之答辯及提供相關資料，並負擔甲方因此所生之訴訟費用、律師費用及其他相關之費用，並應負責清償甲方因此對第三人所負之損害賠償責任。但前述情節若經乙方舉證證明係因甲方人員修改乙方依本契約所交付之本契約研發成果所致者，由甲方負責自行解決，但乙方應依甲方之要求協助甲方答辯，並提供必要之協助，因此所生之費用由甲方負擔。

(二) 乙方應擔保第三人就履約標的，對於甲方不得主張任何權利。

(三) 乙方履約，其有侵害第三人合法權益時，應由乙方負責處理並承擔一切法律責任及費用，包括甲方所發生之費用。甲方並得請求損害賠償。

(四) 本契約執行中，乙方應善盡實施環境衛生及安全之責並避免損害第三人之權利，倘乙方人員或其他第三人因執行本契約致生命、健康、財產或其他權益受損害時，乙方應負最終且完全之法律上責任，若甲方因而受第三人之請求或涉訟(包括但不限於國家賠償責任)，則乙方應協助甲方為必要之答辯及提供相關資料，並負擔甲方因此所生之訴訟費用、律師費用及其他相關費用，並應負責清償甲方因此對第三人所負之損害賠償責任(包括但不限於國家賠償責任)。

(五) 除另有規定外，乙方如在契約使用專利品，或專利性履約方法，或涉及著作權時，其有關之專利及著作權益，概由乙方依照有關法令規定處理，其費用亦由乙方負擔。

- (六) 甲方及乙方應採取必要之措施，以保障他方免於因契約之履行而遭第三人請求損害賠償。其有致第三人損害者，應由造成損害原因之一方負責賠償。
- (七) 甲方對於乙方、分包廠商及其人員因履約所致之人體傷亡或財物損失，不負賠償責任。對於人體傷亡或財物損失之風險，乙方應投保必要之保險。
- (八) 乙方依契約規定應履行之責任，不因甲方對於乙方履約事項之審查、認可或核准行為而減少或免除。
- (九) 履約及賠償連帶保證廠商應保證得標廠商依契約履行義務，如有不能履約情事，即續負履行義務，並就甲方因此所生損失，負連帶賠償責任。
- (十) 履約及賠償連帶保證廠商經甲方通知代乙方履行義務者，有關乙方之一切權利，包括尚待履約部分之契約價金，一併移轉由該保證廠商概括承受，本契約並繼續有效。乙方之保證金及已履約而尚未支付之契約價金，如無不支付或不發還之情形，得依原契約規定支付或發還乙方。
- (十一) 乙方與其連帶保證廠商如有債權或債務等糾紛，應自行協調或循法律途徑解決。
- (十二) 甲方應依「中央政府各機關採購公務車輛作業要點」第 2 點規定辦理公務車輛之採購，不得於採購契約項目，納列提供甲方使用之公務車輛。
- (十三) 甲方依乙方履約結果辦理另案採購，因乙方計算數量錯誤或項目漏列，致該另案採購結算增加金額與減少金額絕對值合計，逾該另案採購契約價金總額 5% 者，應就超過 5% 部分占該另案採購契約價金總額之比率，乘以本契約價金總額計算違約金。但本款累計違約金以本契約價金總額之 10% 為上限。

第二十二條 契約終止、解除及暫停執行

- (一) 乙方履約有下列情形之一者，甲方除得通知乙方暫停執行並停止支付相關本契約價金/服務費用外，並得不經定期催告逕以書面通知乙方終止契約或解除契約之部分或全部，且不補償乙方因此所生之損失。於

本契約解除後，就已撥付給乙方之本契約價金/服務費用，除經甲方書面同意就該契約價金/服務費用之全部或一部得不予返還予甲方外，乙方應於接獲甲方書面通知之日起 30 日內返還甲方，甲方如有損害並得請求損害賠償，且不補償乙方因此所生之損失：

1. 因可歸責於乙方之原因停止執行本契約，或乙方遲誤工作，致其進度落後逾預定進度 20% 以上，經甲方通知限期改善，仍不改善、未改善或改善未符預定進度者。
2. 執行內容與乙方依本契約所定應給付之標的及工作事項或其他雙方所同意之計畫或約定不符，且經甲方通知限期改善，仍不改善、未改善或改善仍不符合通知者。
3. 違反採購法第 39 條第 2 項或第 3 項之專案管理廠商。
4. 有採購法第 50 條第 2 項前段規定之情形者。
5. 有採購法第 59 條規定中止或解除契約之情形者。
6. 乙方或其人員犯採購法第 87 條至第 92 條之罪，經判決有罪確定者。
7. 違反不得轉包及分包之規定者。
8. 因可歸責於乙方之事由，致延誤履約期限，情節重大者
9. 偽造或變造契約或履約相關文件，經查明屬實者。
10. 擅自減省工料情節重大者。
11. 無正當理由而不履行契約者。
12. 審查、查驗或驗收不合格，且未於通知限期內依規定辦理者。
13. 有破產或其他重大情事，致無法繼續履約者。
14. 乙方未依契約規定履約，自接獲甲方書面通知之次日起 10 日內或書面通知所載較長期限內，仍未改善者。
15. 違反第 7 條第 2 項到第 3 項或第 10 條第 10 項第 1 款之規定而乙方或乙方分包廠商未能配合相關人員之查核工作，經甲方通知限期改善而未改善者。
16. 若乙方為一般民間社團法人或財團法人(非政府投資或捐助成立者)，有委任甲方現職人員擔任董事或監事等重要職務之情形，經甲方通知限期改善而未改善者。
17. 乙方有以本計畫，向其他政府機關(構)申請補助，或已向其他政

府機關(構)取得補助，仍向甲方申請補助者。

18. 本採購如屬經濟部投資審議委員會網站公告之「具敏感性或國安(含資安)疑慮之業務範疇」，乙方於履約期間因股份或資本額變動而成為經濟部投資審議委員會網站公告之陸資資訊服務業者。

19. 違反環境保護或勞工安全衛生等有關法令，情節重大者。

20. 違反法令或其他契約規定之情形，情節重大者。

(二)第 1 項情形甲方得不解除本契約，而僅終止本契約，於本契約終止後，甲方得對乙方已完成合於給付標的及工作事項或本專案計畫書部分，按已完成工作之比例核算應支之費用予以結案，但乙方應先將本契約終止前所應完成之工作成果交付及轉讓給甲方。因驗收瑕疵致終止本契約者亦同。

(三)甲方未依前 2 項規定通知乙方終止或解除契約者，乙方仍應依契約規定繼續履約。

(四)違反第 1 項第 12 款規定者，甲方除得解除契約或終止契約外，得另請求相當於契約價金/服務費用 5%之懲罰性違約金。

(五)本契約得經雙方書面同意終止之。乙方有重大喪失債信之情事，或經宣告或自行聲請破產、解散、清算、重整或停止業務運作達 2 個月以上情形之一者，本契約當然終止，甲方無須為任何書面通知。

(六)乙方對本契約委辦案任何人要求、期約、收受或給予賄賂、佣金、比例金、仲介費、後謝金、回扣、餽贈、招待或其他不正當利益。分包廠商亦同。違反規定者，甲方除得停止支付款項外，並得終止或解除契約，或將溢價及利益自契約價款中扣除。

(七)乙方之執行業務人員，於執行受託業務時，有接受與業務有利害關係者之饋贈財物、飲宴應酬、請託關說，或有假借業務上之權力、方法、機會圖利本人或第三人不正利益之情形者，甲方得視情節輕重，逕以書面解除、終止契約或扣款驗收。

(八)本局或本計畫經費若經立法院凍結者，甲方得就預算凍結部分訂定本計畫凍結之工作項目及金額，乙方於甲方通知後不得執行及動支；本局經費如經行政院列為準備者，甲方得就預算列為準備部分訂定本計畫凍結或刪減之工作項目及金額，乙方於甲方通知後不得執行及動支。

- (九)本計畫經費（部分或全部）若為行政院列為準備者，如於函報行政院核定動支經費時未獲通過或獲部分通過，致影響本計畫執行者，雙方得協議變更計畫內容後議價(以議價時招標構想書工作項目調整表為準)。如無法達成變更計畫之協議者，甲方得逕以書面解除本契約且不負任何賠償或補償責任。
- (十)契約經依前 9 項規定或其他因可歸責於乙方之事由致終止或解除者，甲方得依其所認定之適當方式，自行或洽其他廠商完成被終止或解除之契約；其所增加之費用及損失，由乙方負擔。無洽其他廠商完成之必要者，得扣減或追償契約價金/服務費用，不發還保證金。甲方有損失者亦同。
- (十一)契約因政策變更，乙方依契約繼續履行反而不符公共利益者，甲方得報經上級機關核准，終止或解除部分或全部契約，並補償乙方因此所受之損害。但不包含所失利益。
- (十二)依前項規定終止契約者，乙方於接獲甲方通知前已完成且可使用之履約標的，依契約價金/服務費用給付；僅部分完成尚未能使用之履約標的，甲方得擇下列方式之一洽乙方為之：
1. 繼續予以完成，依契約價金/服務費用給付。
 2. 停止製造、供應或施作。但給付乙方已發生之製造、供應或施作費用及合理之利潤。
- (十三)非因政策變更而有終止或解除契約必要者，準用前 2 項規定。
- (十四)乙方未依契約規定履約者，甲方得隨時通知乙方部分或全部暫停執行，至情況改正後方准恢復履約。乙方不得就暫停執行請求延長履約期限或增加契約價金/服務費用。
- (十五)因非可歸責於乙方之情形，甲方通知乙方部分或全部暫停執行，得補償乙方因此而增加之必要費用，並應視情形酌予延長履約期限。但暫停執行期間累計逾 6 個月者，乙方得通知甲方終止或解除部分或全部契約。
- (十六)於本契約解除或終止後 30 日內，已產生之研發成果應由乙方無償移轉給甲方。乙方逾期不為移轉者，應給付甲方每日以本契約價金/服務費用 1% 計算之懲罰性違約金，直至移轉完成為止。
- (十七)本契約終止時，自終止之日起，雙方之權利義務即消滅。契約解除

時，溯及契約生效日消滅。雙方並互負相關之保密義務。

第二十三條 保密及資訊安全條款

- (一)本條所稱應保密文件及資料，係指：
1. 甲方在業務上定義為密、機密、極機密或絕對機密之一切文件及資料，包括與其業務或研究開發有關之內容。
 2. 與乙方派至甲方提供勞務之派遣勞工的工作有關，其成果尚不足以對外公布之資料、訊息及文件。
 3. 依法令須保密或受保護之文件及資料，例如個人資料保護法所規定者。
- (二)乙方履約期間所知悉之應保密文件及資料，以及任何不公開之文書、圖畫、消息、物品或其他資訊，均應保密，不得洩漏。
- (三)未經甲方事前書面同意，乙方不得向任何與本契約之履行無關之第三人揭露本契約之內容及應保密文件及資料。
- (四)乙方因履行本契約而須將本契約內容或因履行本契約而取得之應保密文件及資料揭露予第三人時，應以該第三人與履約有關，且揭露之內容應為該第三人確有必要知悉者為限。
- (五)乙方應使乙方執行本契約之人員，包括但不限於乙方之受僱人、受任人、分包乙方等，以書面切結保密義務，並受本條之拘束。
- (六)乙方執行本契約如有資訊系統（包括網站）之開發建置與更新維護者，應遵守下列各款規定：
1. 乙方應遵守行政院及甲方所頒訂之各項資訊安全規範、標準及相關規定。
 2. 乙方應負責處理及通報甲方有關本專案之資訊安全事件，並依甲方所定之安全事件處理及回報程序辦理。乙方如未能即時處理或通報甲方，致甲方或第三人遭致損失者，乙方應負賠償責任。
- (七)乙方執行本契約應依行政院及甲方資通安全要求，執行必要之系統設定及修補等改善措施。
- (八)乙方因執行本契約需要，而蒐集、處理或利用民眾個人資料，應符合個人資料保護法及其他相關法令規範，若有違反，致民眾個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害情事者，應負損害賠償責任（包含

財產、非財產上之損害），及相關刑事、行政責任。如致甲方遭受損害，亦應對甲方負損害賠償責任，包含但不限於因此所致甲方涉訟所需支付之訴訟費用、律師費用及對第三人之賠償。

第二十四條 爭議處理

(一) 甲方、乙方雙方因履約而生爭議者，應依法令及契約規定，考量公共利益及公平合理，本誠信和諧，盡力協調解決之。其未能達成協議者，宜先報請經濟部「公共工程履約爭議處理小組」協處，協處不成者，得以下列方式處理之：

1. 依政府採購法第 85 條之 1 規定向公共工程委員會採購申訴審議委員會(地址:台北市松仁路 3 號 9 樓,電話:(02)87897530、87897523)申請調解。
2. 提起民事訴訟。
3. 於徵得甲方同意並簽訂仲裁協議書後，甲方、乙方雙方同意依下列規定提付仲裁：
 - (1) 本仲裁地點為中華民國台北市，仲裁機構為中華民國仲裁協會。
 - (2) 本仲裁庭之組成，為甲方、乙方各選一仲裁人，再由甲方、乙方選定之仲裁人共推第三仲裁人為主任仲裁人。
 - (3) 仲裁人於選定後 30 日內未共推主任仲裁人時，應聲請法院為之選定主任仲裁人，不得由本仲裁之仲裁機構選定之。
 - (4) 本仲裁之仲裁人於乙方向甲方提出仲裁之要求之日起算前 3 年內擔任乙方或其關係企業之仲裁人或代理人兩次以上者，不得擔任本件仲裁之仲裁人或主任仲裁人。
 - (5) 本仲裁庭不得適用衡平原則為判斷。
 - (6) 調解案經採購申訴審議委員會提出調解建議或調解方案，因甲方不同意致調解不成立者，其仲裁審議及判斷之範圍，以經行政院公共工程委員會調解之範圍為限，但經甲方、乙方雙方書面合意變更或追加者，不在此限。
 - (7) 本仲裁除仲裁判斷之評議外，仲裁程序及仲裁判斷書均應公開。
 - (8) 其他悉依仲裁法之規定。
4. 依其他法律申(聲)請調解。
5. 依契約或雙方合意之其他方式處理。

- (二)調解、訴訟或仲裁期間，乙方仍需依照甲方指示，繼續執行契約內之相關工作。
- (三)履約爭議發生後，履約事項之處理原則如下：
 - 1. 與爭議無關或不影響之部分應繼續履約。但經甲方同意無須履約者不在此限。
 - 2. 乙方因爭議而逕行暫停履約，其因爭議結果被認定無理由者，不得就暫停履約之部分要求延長履約期限或免除契約責任。
- (四)本契約以中華民國法律為準據法，並以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。

第二十五條 其他

- (一)廠商對於履約所僱用之人員，不得有歧視婦女、原住民或弱勢團體人士之情事。
- (二)乙方履約時不得僱用甲方之人員或受甲方委託辦理契約事項之機構之人員。
- (三)乙方授權之代表應通曉中文或甲方同意之其他語文。未通曉者，乙方應備翻譯人員。
- (四)甲方與乙方間之履約事項，其涉及國際運輸或信用狀等事項，契約未予載明者，依國際貿易慣例。
- (五)甲方及乙方於履約期間應分別指定授權代表，為履約期間雙方協調與契約有關事項之代表人。
- (六)依據「政治獻金法」第7條第1項第2款規定，與政府機關（構）有巨額採購契約，且於履約期間之廠商，不得捐贈政治獻金。
- (七)本契約未約定事項，雙方得另以書面作成補充約定且經雙方簽名或蓋章後，視為本契約之一部分。本契約未規定之執行事項依本局「專案計畫作業手冊」規定辦理；「專案計畫作業手冊」未載明之事項，依採購法及民法等相關法令。
- (八)甲方或其上級機關基於業務所需之契約執行管理制度，乙方應予配合。

立約人：甲 方：經 濟 部 工 業 局
代表人：呂正華

乙 方：財團法人台灣創意設計中心
代表人：張基義

中 華 民 國 1 0 8 年 1 月 1 日

第 6 部分 議價(約)決標紀錄影本

格式 3-02-45

開標/議價/決標/流標/廢標紀錄 (106.04.27 版)

時間：107 年 12 月 27 日下午 4 時 0 分

地點：本局 4 樓知識服務組會議室(價格標)

案號	108121411		開標次別	第 次		
標的名稱及數量摘要	台灣設計產業翱翔計畫		招標方式	<input type="checkbox"/> 公開招標 <input type="checkbox"/> 選擇性招標 <input checked="" type="checkbox"/> 限制性招標 <input type="checkbox"/> 比價 <input checked="" type="checkbox"/> 議價		
刊登政府採購公報日期			上網日期			
投標廠商	標價	優先減價後之標價	第 1 次比減價格後之標價	第 2 次比減價格後之標價	第 3 次比減價格後之標價	
1 財團法人台灣創意設計中心	72,271,000.00		72,270,000.00	67,560,000.00		
審標結果/流標原因/廢標原因	<p>一、<input checked="" type="checkbox"/>本案投標廠商計__家，開標前合格投標廠商計__家，審標結果__家符合招標文件規定，其餘__家不合格。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>本案係分段開標第一階段資格審查__家符合招標文件規定，擬進入第二段標。</p> <p>二、財團法人台灣創意設計中心公司報價(減價後)新台幣(下同) <u>67,560,000.00</u> 元整最低，且在底價 <u>67,560,000.00</u> 元整以內，經主持人當場依政府採購法第 52 條第 1 項第 3 款宣布決標。</p> <p>三、<input type="checkbox"/>投標廠商未達 3 家，經主持人當場宣布流標。</p> <p>四、<input type="checkbox"/>開標後經審標結果，無得為決標對象之廠商，經主持人當場宣布廢標。</p> <p><input type="checkbox"/>各合格投標廠商報價均超過核定底價，經主持人當場依本法第 53 條宣布廢標</p> <p>五、其他：</p>					
決標原則、得標廠商及決標金額	<p>決標原則：依政府採購法第 52 條第 1 項第 1 款。(準用)</p> <p>得標廠商：財團法人台灣創意設計中心</p> <p>決標金額：新台幣 <u>陸仟柒佰伍拾陸萬元整</u> (中文大寫)</p> <p>其他：</p> <p><input type="checkbox"/>該最低標廠商偏低經認定無降低品質故宣布決標。</p> <p><input type="checkbox"/>廠商之總標價低於底價之 80%，經認定顯不合理有降低品質不能誠信履約之虞，該廠商須限期提出說明或擔保，<input type="checkbox"/>書面說明如附件，<input type="checkbox"/>廠商現場口頭說明：</p> <p><input type="checkbox"/>限期說明期限： 年 月 日，說明如為本局接受或繳交差額保證金則為得標廠商。</p>			簽名(或蓋章)	 (不通知投標廠商到場者，免簽名或蓋章)	
決標過程	<p><input type="checkbox"/>各合格投標廠商比減價結果仍超過核定底價，惟最低標價仍符合本法第 53 條第 2 項規定額度內，本局因確有緊急情事，暫予保留，俟完成法定程序後決標。</p> <p><input type="checkbox"/>本案報經核准以超底價決標，超底價金額：○元整，比率：○%。說明(必須決標之緊急情事)：</p> <p><input type="checkbox"/>本案業經機關首長或其授權人員核准，本次公告未能取得 3 家以上廠商之書面報價或企劃書時，改採限制性招標方式辦理。</p>					
異議或申訴事件	<p><input checked="" type="checkbox"/>無</p> <p><input type="checkbox"/>本局依本法第 48 條第 1 項不予開標，暫停採購程序</p> <p><input type="checkbox"/>尚未解決之異議或申訴事件處理情形：</p>					
備註	<p><input checked="" type="checkbox"/>上級機關監辦授權文號：106.3.29 經總字第 10602983460 號(價格標)</p> <p><input type="checkbox"/>本案主計室核准書面審核監辦，<input type="checkbox"/>本案政風室核准書面審核監辦。</p> <p>得標廠商應注意事項：已當場書面影印通知現場廠商，其餘會後傳真或電子郵件</p> <p>1.得標廠商應於議價決標後 7 個工作天內，至本局計畫管理系統上完成計畫書填寫及上傳相關資料(網址：https://idbpmptpi.narl.org.tw)。</p> <p>2.計畫主持人不得於同一期間擔任超過 2 項政府委託研究計畫之計畫主持人，如有特殊情形，應經本局專案簽核。</p> <p>3.<input type="checkbox"/>應於○日內(不含例假日)繳交履約保證金，為新台幣○元(為契約價金 10%)</p> <p>4.<input type="checkbox"/>本案因預算刪減，故議價時以工作項目調整表為準。</p> <p>5.<input checked="" type="checkbox"/>本案屬後續擴充，如原(或前一年度)採購案未能合格驗收，本局得撤銷決標。</p>					
會辦人員	 (價格標)			 會計室：(價格標)		
記錄	 (價格標)		主持人	 (價格標)		

第 7 部分 招標構想書工作項目調整表

本項無。