

財團法人台灣設計研究院
「2026 臺北時裝週 SS27 公關行銷規劃執行」採購案
徵求建議書

壹、緣起

臺北時裝週自 2018 年起辦理，比照國際四大時裝週作法於每年 3 月及 10 月分別辦理秋冬（AW）、春夏（SS）季度活動，以具有市場潛力的品牌秀為核心，搭配結合文化時尚跨界議題的開幕活動、品牌秀、民眾專場、靜態展、採洽會、論壇、市集等周邊活動，建立屬於臺灣時尚產業交流平臺。

自 AW26 起，臺北時裝週正式啟動轉型，從單一時尚展演活動升級為支持品牌成長、連結市場與國際舞臺的產業推動平臺，以「強化臺北時裝週作為永續時尚核心樞紐」為願景，透過建立品牌階梯式培育體系：成熟品牌、成長品牌、新銳品牌，依發展階段分層扶植，形成可持續的產業成長鏈，增強品牌轉單效益、協助品牌逐步強化商業能量。

除品牌培育外，臺北時裝週也積極串聯設計、布料、製造、通路等上下游產業資源，建構從創作、製造到行銷的完整時尚生態系，並結合時尚周邊產業，創造更多跨域合作與產業價值。關於曝光與商業潛力，臺北時裝週以推升臺灣設計師品牌登上國際舞臺為目標，持續提升臺灣品牌於全球時尚產業的識別度，拓展海外市場與商業機會，打造具有國際競爭力的臺灣設計師品牌國家隊，進一步建立臺灣時尚的國際形象與品牌信任度。

貳、辦理單位

主辦單位：文化部

共同主辦單位：經濟部

協辦單位：臺北市政府

策劃執行單位：台灣設計研究院、中華民國紡織業拓展會

參、展會資訊

時間：115 年 10 月 15 日至 10 月 18 日（共 4 天）

地點：空總國家文化基地古蹟大樓（臺北市大安區建國南路一段 177 號）
（詳細時間依主辦單位最終公告）

肆、 經費

本案預算總計新臺幣 2,700,000 元整（含稅）。

伍、 臺北時裝週 SS27 活動介紹

SS27 臺北時裝週將首度移師**空總國家文化基地**（以下簡稱空總）辦理，響應古蹟修復啟用後的「晴空季」系列活動，於逾 80 年歷史的古蹟大樓中展開最新一季臺灣時尚展演。活動預計匯集伸展台走秀（RUNWAY）、形象展演（PRESENTATION）、響應活動（EVENT）與風格展（TRADE SHOW）等多元形式，並同場呈現 2026 年時尚產業跨域計畫成果。

透過打開城市空間，讓源自臺灣的時尚能量進駐空總，結合 B2B 商務媒合與 B2C 大眾消費體驗，打造兼具產業交流、品牌曝光及大眾參與的時尚平台。本季亦將整合記者會、開幕等活動、秀展機制，串聯媒體、異業合作資源。並結合國際交流與品牌輔導，強化臺北時裝週作為臺灣時尚產業推動平台的角色。

主要展會內容包含以下：

- （一）伸展台走秀 RUNWAY：集結品牌年度完整系列，透過經典伸展台發表，展現引排最新設計概念與作品風格
- （二）形象展演 PRESENTATION：非伸展台的多元展演形式，以創新手法展現當季品牌風格與設計細節
- （三）響應活動 EVENT：品牌策劃多元會外活動串聯交流與展演，激發跨界合作與互動可能
- （四）風格展 TRADE SHOW：串聯品牌與國際買主洽談合作，推動臺灣時尚設計、拓展全球市場

上述活動將於空總國家文化基地辦理，依活動屬性配置不同空間。古蹟大樓及戰情大樓除作為品牌展演場域外，亦規劃媒體服務空間、展前記者會、開幕活動及相關行政服務機能等，場域示意圖如下：



陸、 本案徵求需求與執行項目

臺北時裝週 SS27 公關行銷策略將以**展會內容與參展品牌**為核心，整合影像內容、議題策劃、媒體公關及社群溝通，透過官方平臺、新聞媒體、家外廣告及數位社群等多元傳播渠道，擴大展會聲量並提升社會關注，引導產業人士與民眾共同參與。

整體溝通內容將聚焦於時尚進入城市文化場域的價值，以及品牌秀、響應活動、風格展與跨域設計等展演亮點，深化臺北時裝週與城市文化、大眾生活及時尚產業之間的連結，同時強化臺北時裝週作為臺灣時尚產業交流與國際接軌平台的品牌定位。本案重要活動節點如下：

日期	重要節點
115 年 9 月 15 日	臺北時裝週 SS27 展前記者會
115 年 9 月 15 日 - 10 月 1 日	設計師訪談系列短影音發佈
115 年 10 月 15 日	臺北時裝週 SS27 開幕活動
115 年 10 月 15 日 - 10 月 19 日	SS27 每日精華短影音發佈

本案執行範圍涵蓋**展前記者會**及**開幕活動**兩大核心項目，並整合規劃媒體宣傳策略，串聯前期暖身、活動期間曝光及後續成果擴散，擴大臺北時裝週 SS27 的品牌影響力與活動效益。

一、展前記者會及開幕活動

展前記者會及開幕活動兩大核心項目之預算規劃為 1,485,000 元整 (含稅)，其中個項目之規格需求與說明彙整如下：

(一) 展前記者會

1. 時間：115 年 9 月 15 日 (二) 下午 14:00-15:00 (暫定)
2. 地點：空總戰情大樓多媒體廳與周邊空間
3. 傳達重點：SS27 整體規劃，包含秀展主題、跨域設計亮點、商展主題與品牌、國際論壇、活動時程與觀秀邀請
4. 期待成效：透過記者會宣告活動亮點及媒體關係經營，提高觀秀與報導意願

項次	項目	執行內容說明
1	活動規劃	1. 記者會需安排「品牌走秀」環節，搶先亮相參展品牌之服裝作為報導亮點，預計包含 13 家品牌。 2. 需製作影片作為記者會中介紹臺北時裝週 SS27 之活動亮點與內容，並提出腳本與相關規劃。 3. 活動企劃及執行規劃應包含整體流程、場地配置、賓客進場及走秀動線、合照環節等細節。 4. 品牌走秀預計為 13 家品牌，應包含 LED 畫面製作、背板及站台規劃與製作、基本燈光、秀導、音樂、後臺經理、dresser、模特及妝髮規劃等硬體及人力配置。 5. 提供至少兩位中英雙語主持人之建議人選。 6. 活動餐點及酒水規劃為 70 人，應包含場地配置與服務人力，且餐點酒水之項目預算不可超過 140 元 / 人 (含稅)。 7. 設計並製作相關輸出物，如拍照背板、麥克風套、座位貼等。 8. 經費包含活動企劃、專案統籌、進度追蹤、現場執行、餐點及飲品、主持人、主持稿及致詞稿提供、媒體公關 (新聞稿提供、採訪通知、新聞發佈)、品牌走秀之模特、妝髮、硬體、燈光、音樂、相關

		製作物等細項。 9. 需搭配規劃媒體邀約之期程，包含媒體名單規劃、媒體邀約、採訪通知、新聞稿發佈與觀秀連結設計。
2	活動執行	1. 完成活動前場佈、活動現場執行，並於活動後協助場地復原與清潔。 2. 安排充足的工作人力確保活動順利進行，包含簽到、動線引導、餐點酒水服務、主持人、現場機動及相關工作人員。本院同仁也將協助貴賓接待及現場活動協力。 3. 提供活動流程（含 LED 螢幕規劃）、主持稿、長官致詞稿。 4. 正式活動前需安排技術彩排與總彩排，並由本院確認主持、技術、硬體、合照動線等細節符合預期效果。 5. 當日協助佈置記者會報到桌所需之簽到表、名片盤及媒體資料袋等。 6. 製作中文新聞資料（含新聞稿、採訪通知等），新聞稿字數約 1,000 字，有關新聞稿所需之素材由本院提供。
3	成果驗收	1. 須於活動結束兩週內提供活動成果及相關成效與數據，包含新聞稿、主持稿、致詞稿、媒體發送名單、媒體出席名單（簽到表）、媒體報導之清單（含文章連結）。 2. 提供本案相關之工作文件與檔案，如活動細流、影片及腳本、會議簡報、相關製作物設計稿及實體輸出物等。
4	其他配合事項	1. 配合主辦及執行單位召開工作會議、協調會議等以確保活動執行方向符合臺北時裝週之策劃。 2. 搭配本院籌備時程，提供品牌走秀環節之活動規劃、素材收集時程（含服裝及品牌新聞稿等），並

		確保與參展品牌、設計師之間的溝通順暢。 3. 所有設計及製作物必須先與本院討論溝通後得實行之。 4. 配合空總國家文化基地之場地相關規範。
--	--	--

(二) 開幕活動

1. 時間：115 年 10 月 15 日上午 10:00-11:00 (暫定)
2. 地點：空總戰情大樓與古蹟大樓一樓
3. 傳達重點：SS27 臺北時裝週活動日程、風格展、市集與國際論壇
4. 期待成效：搭配風格展 (TRADE SHOW) 開放時間，以開幕活動邀集貴賓及媒體，正式宣告臺北時裝週 SS27 盛大登場
5. 執行內容說明：
活動流程中應規劃「風格展巡禮」環節

項次	項目	執行內容說明
1	活動規劃	1. 開幕活動需安排「風格展巡禮」環節，由主持人引導貴賓媒體走訪風格展並進行介紹，後續細節將由本院共同協作，並確認走逛空間與拍照點之設計。 2. 活動企劃及執行規劃應包含整體流程、場地配置、活動動線、合照環節等細節。 3. 提供至少兩位中英雙語主持人之建議人選。 4. 活動餐點及酒水規劃為 70 人，應包含場地配置與服務人力。 5. 設計並製作相關輸出物，如拍照背板、麥克風套、座位貼等。 6. 經費包含活動企劃、專案統籌、進度追蹤、現場執行、餐點及飲品、主持人、主持稿及致詞稿提供、媒體公關（新聞稿提供、採訪通知、新聞發佈）、相關製作物等細項。 7. 需搭配規劃媒體邀約之期程，包含媒體名單規劃、媒體邀約、採訪通知、新聞稿發佈。

2	活動執行	1. 完成活動前場佈、活動現場執行，並於活動後協助場地復原與清潔。 2. 安排充足的工作人力確保活動順利進行，包含簽到、動線引導、餐點酒水服務、主持人、現場機動及相關工作人員。本院同仁也將協助貴賓接待及現場活動協力。 3. 提供活動流程、主持稿、長官致詞稿。 4. 設計並製作 LED 影像內容，可搭配使用戰情大樓一樓兩側之 LED 螢幕播放。 5. 正式活動前需安排技術彩排與總彩排，並由本院確認主持、技術、硬體、合照動線等細節符合預期效果。 6. 當日協助佈置活動報到桌所需之簽到表、名片盤及媒體資料袋等。 7. 製作中文新聞資料（含新聞稿、採訪通知等），新聞稿字數約 1,000 字，有關新聞稿所需之素材由本院提供。
3	成果驗收	1. 須於活動結束一個月內提供活動成果及相關成效與數據，包含新聞稿提供、主持稿、致詞稿、媒體發送名單、媒體出席名單（簽到表）、媒體報導之清單（含文章連結） 2. 提供本案相關之工作文件，如活動細流、會議簡報、相關製作物設計稿及實體輸出物等。
4	其他配合事項	1. 配合主辦及執行單位召開工作會議、協調會議等以確保活動執行方向符合臺北時裝週之策劃。 2. 所有設計及製作物必須先與本院討論溝通後得實行之。 3. 配合空總國家文化基地之場地相關規範。

二、媒體公關操作及社群行銷規劃

媒體公關操作及社群行銷規劃等宣傳策略之預算規劃為 1,215,000 元整（含稅），各項目之規格需求與說明彙整如下：

（一）媒體公關操作

為協助臺北時裝週之媒體公關操作，廠商規應劃相對應之行銷策略與宣傳排程，並擔任整體宣傳規劃、媒體關係顧問之角色，以優化臺北時裝週之宣傳成效與活動聲量。

項次	項目	執行內容說明
1	媒體採訪通知	應於活動前 3 天發送各秀出席藝人名單，並於活動期間每日於媒體聯繫群組發佈隔日秀場藝人名單。
2	新聞稿發稿	1. 發布品牌秀、響應活動採訪通知與新聞稿。 2. 閉幕活動新聞稿發稿。 3. 於走秀結束後 4 小時內發佈品牌秀後新聞稿及秀照。
3	成果驗收	需提供發稿媒體名單與相關執行成果，並彙整媒體露出連結列表，提供本院進行確認。
4	其他配合事項	任何活動相關之新聞稿與資訊發佈，應與本院確認後方可執行。

（二）社群行銷規劃

整體宣傳依活動進程分階段推進，透過產業議題、展演場域、時尚知識及品牌資訊等內容，逐步建立大眾對 SS27 臺北時裝週的認識與期待。並且，配合活動時程陸續揭露參與品牌、品牌故事、展演內容及系列活動資訊，透過展前暖身、重點資訊發布與活動期間即時內容，持續累積討論熱度、擴大曝光及社群互動，深化大眾對臺北時裝週的品牌印象與影響力。

項次	項目	執行內容說明
----	----	--------

1	設計師訪談系列 短影音製作	1. 邀請本季參與品牌設計師分享系列創作歷程，透過人物訪談、工作場景紀錄及作品細節拍攝，呈現品牌創作理念與設計歷程，於活動前作為社群宣傳素材，提升民眾對品牌及臺北時裝週之認識與期待。 2. 規劃整體影片企劃、視覺風格、拍攝腳本及拍攝規劃。 3. 與各品牌設計師進行訪談內容溝通，彙整訪綱並安排拍攝時程。 4. 完成本季 13 位品牌設計師之人物訪談拍攝。 5. 完成影片剪輯、中英雙語字幕、調光調色、音效及配樂（須具合法授權）。 6. 影片拍攝品質應具一致性之整體視覺風格，畫面穩定且構圖完整，收音清晰並有效降低環境噪音干擾；光線、色彩及影像品質須符合商業宣傳使用標準。影片運鏡與剪輯節奏應符合社群平台觀看習慣，兼具故事性、流暢度及品牌形象，以提升整體觀賞體驗與宣傳效益。 7. 配合主辦、策劃執行單位意見修正影片內容。 8. 完成共 5 支直式影音製作，每支影片長度約 2 - 2.5 分鐘，影片規格為 9:16，並配合本院整體行銷時程，由台灣設計研究院於官方社群平台發布。 9. 本系列短影音應配合本案整體行銷時程，於 115 年 9 月 15 日至 10 月 1 日期間，依主辦單位規劃之發布排程，完成社群平台發布作業。
2	SS27 每日精華 短影音製作	1. 規劃並製作每日精華短影音，拍攝內容應包含（不限於）展期間各日設計師訪談共 13 家品牌、伸展台畫面、藝名人採訪、秀場氛圍後台及現場紀錄等，呈現每日展演亮點與整體活動特色，作為社群平台宣傳及活動成果紀錄使用。 2. 規劃整體影片企劃、視覺風格、拍攝腳本及拍攝規劃。 3. 彙整品牌設計師及藝名人訪綱並安排拍攝時程。

		- 每日精華短影音應於當日拍攝、剪輯，最晚需隔日中午前發出。 - 依活動內容整合當日各品牌亮點及設計師訪談內容，呈現完整敘事。 - 完成中英文雙語字幕、調光調色、音效、配樂（須具合法授權）及圖卡製作。 - 影片拍攝品質應具一致性之整體視覺風格，畫面穩定且構圖完整，收音清晰並有效降低環境噪音干擾；光線、色彩及影像品質須符合商業宣傳使用標準。影片運鏡與剪輯節奏應符合社群平台觀看習慣，兼具故事性、流暢度及品牌形象，以提升整體觀賞體驗與宣傳效益。 - 配合主辦、策劃執行單位意見修正影片內容。 - 完成共 4 支直式影音製作，每支影片長度約 2.5 - 3 分鐘，影片規格為 9:16，並配合本院整體行銷時程，由台灣設計研究院於官方社群平台發布。 - 本系列短影音應配合本案整體行銷時程，於 115 年 10 月 15 日至 10 月 19 日期間，依主辦單位規劃之發布排程，完成社群平台發布作業。
3	成果驗收	- 完成版影片（含字幕）：依本案規格完成剪輯，提供含字幕版本。 - 完成版影片（無字幕）：提供無字幕版本，以利後續多元應用。 - 原始拍攝素材：交付本案所有原始拍攝素材，供主辦單位後續運用。 - 字幕檔：提供可編輯之字幕檔。 - 配樂授權證明：如使用授權音樂，應提供合法授權證明文件，確保無著作權疑慮。 - 成果檔案：所有成果應依主辦單位指定格式及命名方式整理，並存放於指定雲端空間或儲存媒介完成交付。
4	其他配合事項	任何活動相關之社群內容發佈，應與本院確認後方可執

		行。
--	--	----

柒、 履約期程

自決標日起至 115 年 11 月 6 日止。

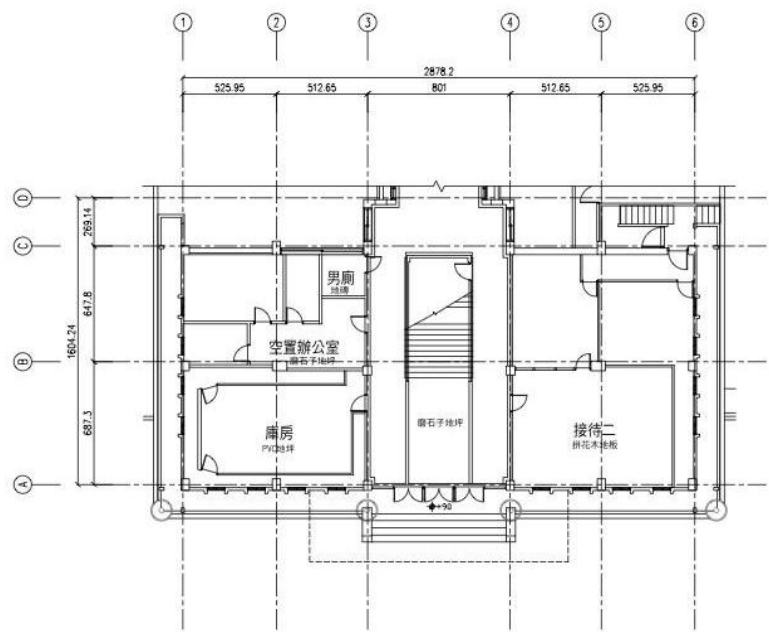
捌、 重要事項

1. 所有製作物須為投標廠商自行創作或設計之原創作品，嚴禁抄襲或仿冒他人著作或作品；如有違反者，一經查獲，除取消得標資格外，將保留法律追訴權。
2. 所有活動企劃、設計及製作物必須先與本院溝通後得實行之。

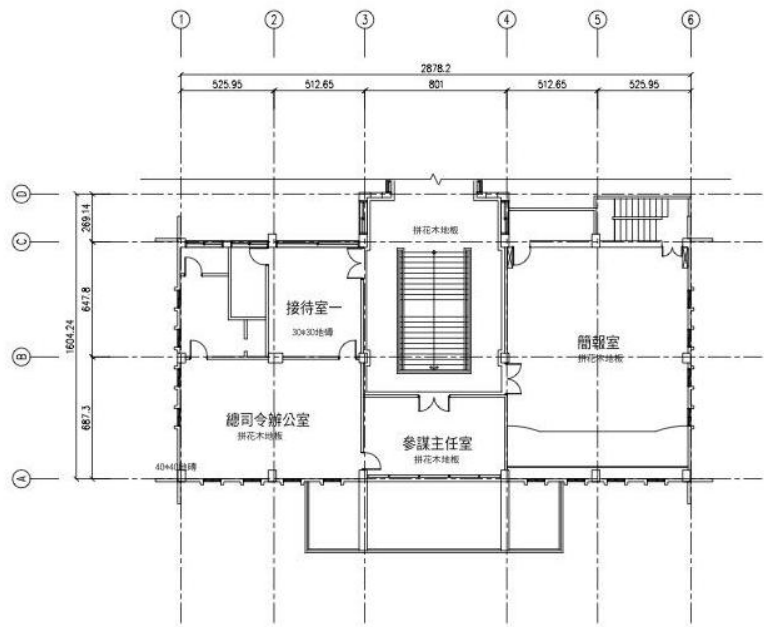
玖、 本案聯絡人

有關本採購案內容之諮詢，請洽 02-2745-8199 分機 396 張小姐。

附件 1-1 空總國家文化基地戰情大樓平面圖



① 戰情大樓1F平面圖



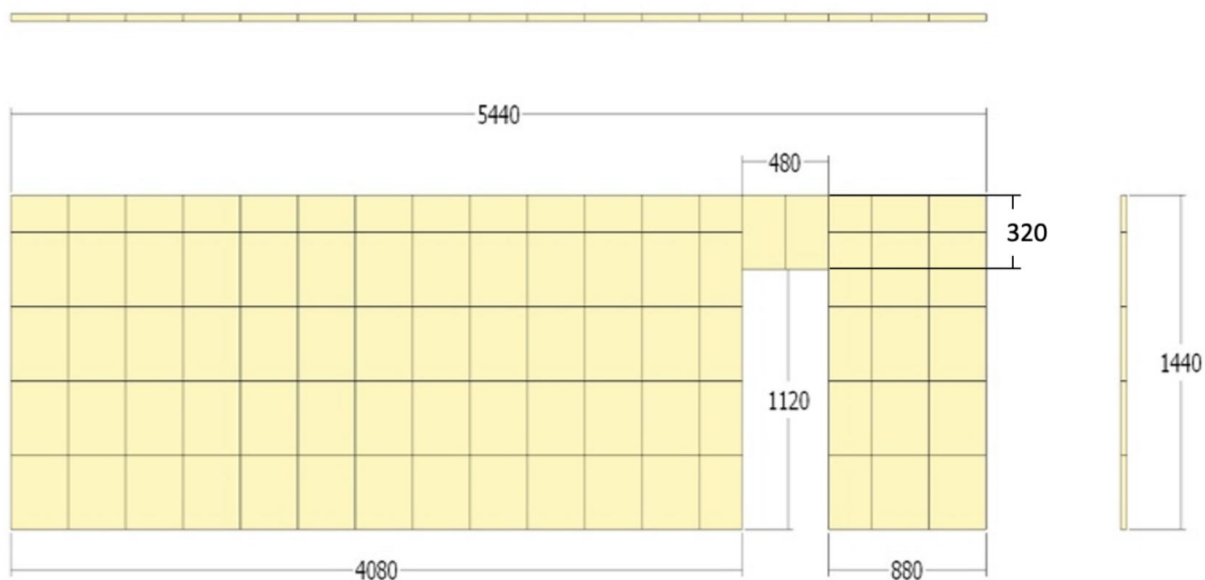
① 戰情大樓2F平面圖

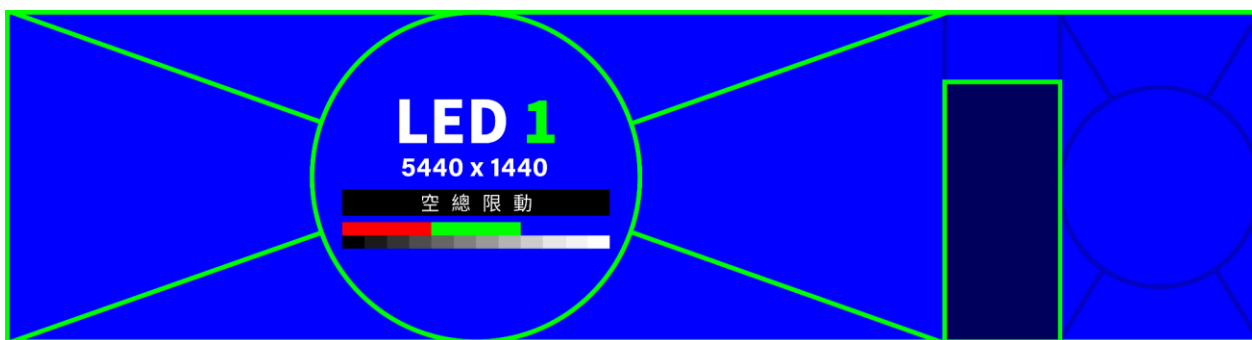
附件 1-2 空總戰情大樓 LED 螢幕規格

位置	尺寸 (cm)	解析度	影片支援格式	空間示意圖
一樓大廳 兩側	1088*288	5440*1440	.MP4 、.TS 、 .MPG 、.MPEG 、.PS 、.AVI 、 .HEVC 、.H264	
二樓多媒 體廳	704*288	3520*1440	.MP4 、.TS 、 .MPG 、.MPEG 、.PS 、.AVI 、 .HEVC 、.H264	

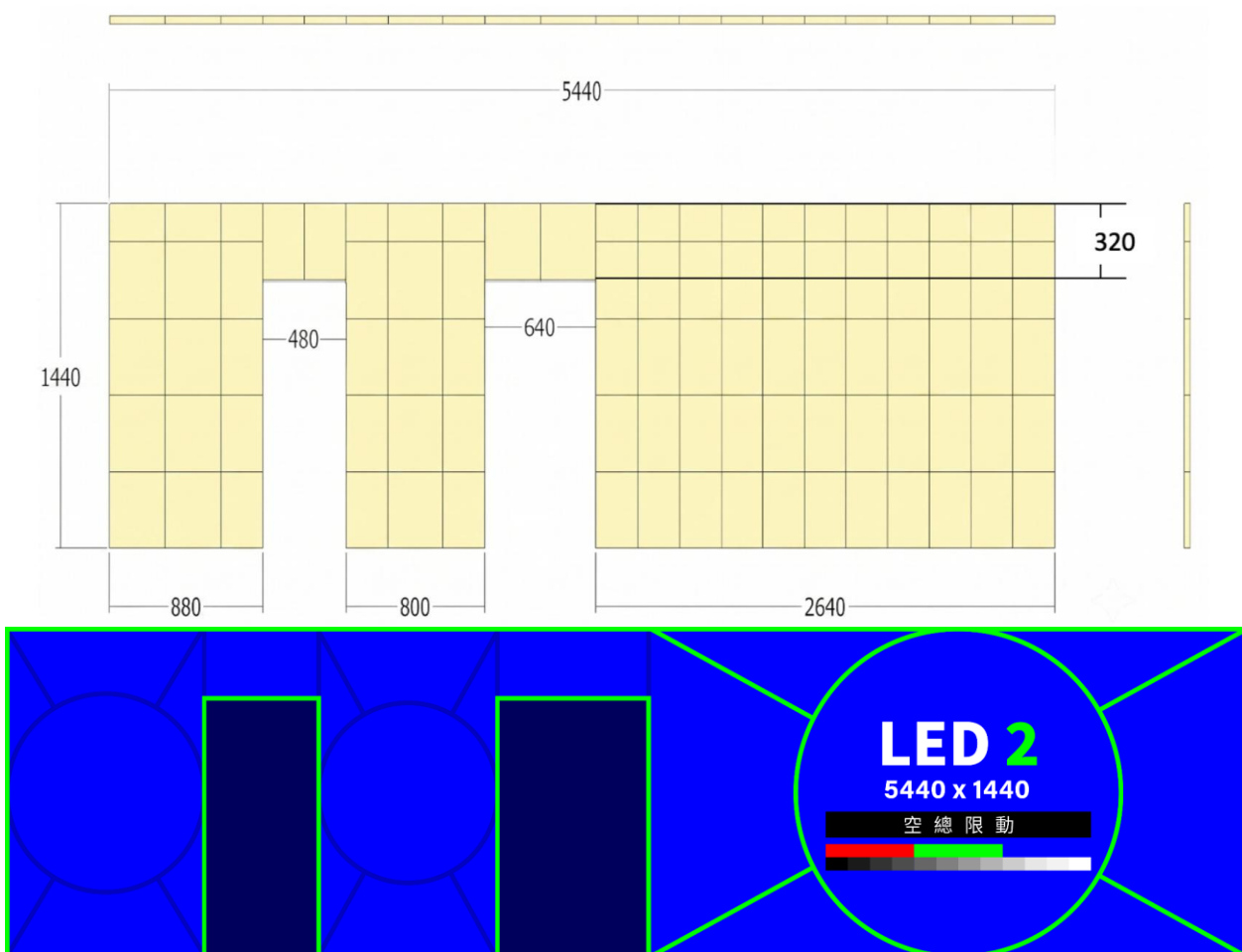
顯示器細部解析圖及視訊圖：

1. 戰情大樓 1F 面向大廳右側 LED





2. 戰情大樓 1F 面向大廳左側 LED



3. 戰情大樓 2F 多媒體廳內 LED

