

財團法人台灣設計研究院

「2026 台灣設計展品牌推廣企劃」採購案 (案號：1151002454) 徵求建議書

一、 企劃書規格包含下列：

- (一) 採用 A4 紙張，橫書雙面列印或簡報資料
- (二) 團隊介紹：含相關專業背景介紹、業務經驗、獲獎紀錄等
- (三) 報價單
- (四) 品牌推廣企劃提案一式

二、 交付份數：一式【4 份】。

三、 背景說明

(一) 計畫簡介

「台灣設計展」自舉辦以來，每年透過公開徵求合作方式與各縣市政府共同合作主辦，整合中央與地方資源，展現台灣設計的創意能量，涵蓋文化、生活及公共建設等多元領域，成為台灣設計界的重要年度活動。發展至今，歷年參觀人次已累積超過 4,000 萬，不僅提升全民設計美學素養，也帶動在地產業創意發展。

(二) 2026 台灣設計展主題說明——桃園流

桃園，存在於流動之間。

在機場轉機，在高鐵換乘，在高速公路上疾行——人們穿梭其間，卻未曾停下來看見這座城市如何在移動之中生成自己。水在台地之間流動，留下埤塘與河道的紋理；飛機起降、列車穿梭，城市的節奏自移動之中展開。

桃園並非靜止的目的地，而是一座在往返之間持續形成的城市，在每一次經過裡慢慢長出輪廓。交通帶動連結，連結促成交換，資源、資訊與產業在不同方向之間快速流通，形塑出通透而高效的日常運作。有人在此抵達，有人從此出發，使城市保持開放與彈性，成為台灣與世界之間

財團法人台灣設計研究院

的重要接口。

行進帶來改變，產業轉型與科技發展重塑生活節奏；多元文化在日常中交織，多方力量逐步匯流，使新的城市樣貌在更新中成形。桃園不刻意追逐風格，而是在創新、智慧與循環之間長出節奏；設計梳理流動的脈絡，讓分散的力量在行進之中聚集成勢。

當所有匯流在此交織成形，桃園不只是承接移動，而是開始定義移動；不只是回應變化，而是生成方向——讓潮流在此發生。

流動 # 流通 # 匯流 # 潮流

(三) 計畫說明

為強化旨述展覽之宣傳效益，並呈現展覽意涵及地方特色，擬執行本案品牌推廣企劃製作。期藉由進行品牌推廣企劃，轉譯活動亮點，於社群媒體創造議題並引發共鳴，累積展覽話題聲量，提升大眾對展覽主題、策展內容及城市特色之認識與連結，極大化整體宣傳效益。

四、 預算金額：新臺幣 700,000 元整 (含稅)

五、 履約期程：決標次日起至 115 年 11 月 30 日止

六、 規格需求

本案以 2026 台灣設計展品牌推廣為核心，涵蓋社群策略規劃與執行製作，項目包含：

序	項目	內容
1	社群策略規劃	以展覽主題與桃園在地特色提出社群策略規劃，內容包含但不限於擬定品牌推廣策略與設計社群互動機制。
2	展訊宣傳內容企劃	提出宣傳展訊之社群推廣企劃，內容包含但不限於圖片版型設計製作與文案提供。

財團法人台灣設計研究院

3	延伸話題內容企劃	延伸展覽資訊與在地特色，提出社群話題操作之內容企劃，內容包含但不限於圖片版型設計製作與文案提供。
4	專案執行控管	內容包含但不限於專案執行過程中之交付提案製作、執行文件整理、進度與時程控管、參與相關會議等。

七、 本案聯絡人：

- (一) 有關本採購案比稿內容之諮詢，請洽 02-2745-8199 分機 591 俞小姐。
- (二) 採購事宜聯繫窗口：02-2745-8199 分機 106 許小姐；分機 212 潘小姐。

八、 投標：郵寄時請於郵件封套上註明**廠商名稱、地址、「2026 台灣設計展品牌推廣企劃」採購案**，送達台灣設計研究院採購工作小組收（11072 台北市光復南路 133 號 2 樓）；專人送達請送至本院服務台。以上送達方式皆須依招標公告之**截止收件期限（下午 17:00）前送達**，逾期恕不受理，如有延誤應自行負責。