

國家電影及視聽文化中心

「114 年《In 影視聽生活誌》編輯、設計及印刷」勞務採購案

(案號：2025-P001)

投標廠商評選須知

1、 本案將由本中心依「國家電影及視聽文化中心採購作業實施規章」成立採購評選委員會（下稱評選委員會），並參考「採購評選委員會組織準則」、「採購評選委員會審議規則」及「最有利標評選辦法」辦理評選。

2、 評選作業：

(一) 投標文件經審查合於招標文件規定者，始得為評選之對象。

(二) 資格審查通過之廠商其評選日期、地點為本中心另行通知。出席簡報，報告次序依服務建議書送達本中心時間先後排列。

(三) 簡報及答詢出席簡報人員，每一廠商至多 2 人為限，主要簡報者並須為本案之工作團隊成員，委員聽取廠商簡報後，依評選作業說明評定優勝廠商。

(四) 輪到該廠商簡報時，若經 3 次唱名仍未到場進行簡報者，視同放棄「簡報與答詢」，該項目以「0」分計，評選委員則依所提服務建議書內容評分。每一投標廠商之簡報時間以 15 分鐘為限，12 分鐘到鈴響一聲提醒，15 分鐘到鈴響兩聲，廠商立即停止簡報；答詢時間以 10 分鐘為限（採統問統答），委員發言時間不計入答詢時間，8 分鐘到鈴響一聲提醒，10 分鐘到鈴響兩聲，廠商應立即停止說明。各廠商簡報時其他廠商須退席，委員會評選時所有廠商一律退席。

(五) 簡報方式得以口頭、平面或多媒體展示方式呈現，本中心於評選會議場地提供 110V 電源、投影機及投影布幕供廠商使用，其他所需設備由廠商自行準備。廠商就所提建議書之內容、特性、功能等作簡要說明，並接受評選委員之詢答。簡報答詢現場不得另發放計畫更新或補充之資料。

3、

評選標準

| 評選項目 | 評選子項 | 配分 |
|----------|---|------|
| 廠商履約能力 | 與本案履約相關實績、廠商業界聲譽、工作團隊專業能力與經驗、總編輯與團隊人員之學歷、經歷等。 | 20 分 |
| 專業服務規劃能力 | 履約時程規劃：對於交稿日後完成排版、送樣、校稿、印刷及裝封等作業時間規劃。 | 10 分 |
| | 服務建議書內容執行方式之周延性及完整性，含遇急況與改稿之應對能力之說明。 | 10 分 |

| 評選項目 | 評選子項 | 配分 |
|-------------|--|-----|
| 企劃執行與視覺管理 | 提出適切本刊物調性之單元規劃、對先前期數的內容建議、視覺風格方針及印務規劃，藉此如何提升本中心品牌推广，影響潛力影迷，並提高周邊居民對本中心之認知，進而增加來館意願與正面印象之相關規劃。 | 15分 |
| 行銷推廣與交流能力評估 | 對影視聽領域之專業人士、產業之瞭解以及合作經驗；對地方推廣、生活藝文消息、流行時事與媒體傳播之敏感度；針對刊物曝光之實體據點建議與效益回報方式，及能夠協助刊物推廣之潛在可能(例：廠商擁有之自媒體與受眾)。 | 15分 |
| 經費編列合理性 | 對經費運用之掌握、各細節價格之詳實，以及單價、數量之合理性。 | 20分 |
| 簡報及答詢 | 廠商簡報與答詢時是否可以清晰表達理念，同時針對問題提出合理詳實之說明。 | 10分 |

4、 優勝廠商評定方式：

總評分法

~~(一) 由工作小組提出初審意見，評選委員就初審意見、廠商資料、評選項目逐項討論後，各評選委員依評選項目，填寫評分表之個別廠商各項目及子項評分，交由本中心作業人員計算個別廠商之平均總評分(計算至小數點以下二位數，小數點以下第三位四捨五入)，未達○分者不得列為協商及議價對象。若所有廠商平均總評分均未達○分時，則優勝廠商從缺並廢標。~~

~~(二) 平均總評分在○分以上之最高分廠商，如無待協商項目，且經出席評選委員過半數之決定者為優勝廠商。平均總評分在○分以上之第2名以後廠商，如無待協商項目，且經出席評選委員過半數之決定者，亦得列為優勝廠商。~~

~~(三) 優勝廠商為1家者，以議價方式辦理；優勝廠商在2家以上者，依優勝序位以依序議價方式辦理。如有2家(含)以上優勝廠商總評分相同者，其議價順序為：~~

~~1. 招標文件未訂明固定服務費用或費率者，以標價低者優先議價。該等廠商報價仍相同者，參考「最有利標評選辦法」第14條規定，辦理方式如下(擇一勾選；未勾選者，為選項〈1〉)：~~

~~(1) 對總評分相同廠商再行綜合評選一次，以總評分最高者優先議價。綜合評選後之總評分或商數仍相同者，抽籤決定之。~~

~~(2) 擇配分最高之評選項目之得分較高者優先議價。得分仍相同者，抽籤決定之。~~

~~2. 招標文件已訂明固定服務費用或費率者，參考「最有利標評選辦法」第 14 條規定，辦理方式如下（擇一勾選；未勾選者，為選項〈1〉）：~~

~~(1) 對總評分相同廠商再行綜合評選一次，以總評分最高者優先議價。綜合評選後之總評分或商數仍相同者，抽籤決定之。~~

~~(2) 擇配分最高之評選項目之得分較高者優先議價。得分仍相同者，抽籤決定之。~~

~~（四）評選委員評選評分表及評選總表如附件。~~

■序位法

（一）由工作小組提出初審意見，評選委員就初審意見、廠商資料、評選項目逐項討論後，由各評選委員辦理序位評比，就個別廠商各評選項目及子項分別評分後予以加總，並依加總分數高低轉換為序位。個別廠商之平均總評分（計算至小數點以下二位數，小數點以下第三位四捨五入），未達 70 分者不得列為協商及議價對象。若所有廠商平均總評分均未達 70 分時，則優勝廠商從缺並廢標。

（二）評選委員於各評選項目及子項之評分加總轉換為序位後，彙整合計各廠商之序位，以平均總評分在 70 分以上之序位合計值最低廠商為第 1 名，如無待協商項目，且經出席評選委員過半數之決定者為優勝廠商。平均總評分在 70 分以上之第 2 名以後廠商，如無待協商項目，且經出席評選委員過半數之決定者，亦得列為優勝廠商。

（三）優勝廠商為 1 家者，以議價方式辦理；優勝廠商在 2 家以上者，依優勝序位以依序議價方式辦理。如有 2 家（含）以上優勝廠商序位合計值相同者，其議價順序為：

1. 招標文件未訂明固定服務費用或費率者，以標價低者優先議價。該等廠商報價仍相同者，參考「最有利標評選辦法」第 15 條之 1 規定，辦理方式如下（擇一勾選；未勾選者，為選項〈1〉）：

(1) 對序位合計值相同廠商再行綜合評選一次，以序位合計值最低者優先議價。綜合評選後之序位合計值仍相同者，抽籤決定之。

(2) 擇配分最高之評選項目之得分合計值較高者優先議價。得分仍相同者，抽籤決定之。

(3) 擇獲得評選委員評定序位第一較多者優先議價；仍相同者，抽籤決定之。

2. 招標文件已訂明固定服務費用或費率者，參考「最有利標評選辦法」第 15 條之 1 規定，辦理方式如下（擇一勾選；未勾選者，為選項〈1〉）：

(1) 對序位合計值相同廠商再行綜合評選一次，以序位合計值最低者優先議價。綜合評選後之序位合計值仍相同者，抽籤決定之。

(2) 擇配分最高之評選項目之得分合計值較高者優先議價。得分仍相同者，抽籤決定之。

(3) 擇獲得評選委員評定序位第一較多者優先議價；仍相同者，抽籤決定之。

(四) 評選委員評選評分表及評選總表如附件。

5、 補充說明及規定：

(一) 投標文件澄清：投標文件如有需投標廠商說明者，將參考政府採購法第 51 條及其施行細則第 60 條辦理。

(二) 評選委員會委員名單保密規定 (擇一勾選)

本案於本中心之資訊網站公開 評選委員名單 (網址：<https://www.tfai.org.tw/tender/list>)。

本案經本中心衡酌個案特性及實際需要，不予公開評選委員會委員名單，該名單於開始評選前予以保密。廠商不得探詢委員名單。

(三) 本中心保留本案於無法評定優勝廠商時，得參考政府採購法第 56 條及第 57 條規定，就所有評選項目採行協商措施之權利。

本案不採協商措施，經評選而無法評定優勝廠商者，即廢標。

(四) 參考「採購評選委員會審議規則」第 14 條之 1 規定，採購評選委員自接獲評選有關資料之時起，不得就該採購案參加投標、作為投標廠商之分包廠商或擔任工作成員。其違反者，本中心應不決標予該廠商。

(五) 本案決標後，採購評選委員不得擔任得標廠商該案之履約工作成員，或協助履約。得標廠商不得委任或聘任本採購案評選委員為前項之工作；其有違反者，本中心得終止或解除本案採購契約。

(六) 投標廠商於服務建議書不符合招標文件規定之情形，例如無資料、不符合規格等，給予相關評選項目或子項較低之評分。

國家電影及視聽文化中心

「114年《In 影視聽生活誌》編輯、設計及印刷」勞務採購案

(案號案號：2025-P001)

評選委員評選評分表 (適用於序位法)

評選委員編號：_____

日期： 年 月 日

| 評選項目 | 評選子項 | 配分 | 廠商編號及得分 | | | 評選意見 (優點、缺點) |
|-----------|---|----|---------|---|---|-----------------|
| | | | 甲 | 乙 | 丙 | |
| 廠商履約能力 | 與本案履約相關實績、廠商業界聲譽、工作團隊專業能力與經驗、總編輯與團隊人員之學歷、經歷等。 | 20 | | | | |
| 專業服務規劃能力 | 履約時程規劃：對於交稿日後完成排版、送樣、校稿、印刷及裝封等作業時間規劃。 | 10 | | | | |
| | 服務建議書內容執行方式之周延性及完整性，含遇急況與改稿之應對能力之說明。 | 10 | | | | |
| 企劃執行與視覺管理 | 提出適切本刊物調性之單元規劃、對先前期數的內容建議、視覺風格方針及印務規劃，藉此如何提升本中心品牌推廣，影響潛力影迷，並提高周邊居民對本中心之認知，進而增加來館意願與正面印象之相關規劃。 | 15 | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|-----|--|--|--|--|
| 行銷推廣與交流能力評估 | 對影視聽領域之專業人士、產業之瞭解以及合作經驗；對地方推廣、生活藝文消息、流行時事與媒體傳播之敏感度；針對刊物曝光之實體據點建議與效益回報方式，及能夠協助刊物推廣之潛在可能(例：廠商擁有之自媒體與受眾)。 | 15 | | | | |
| 經費編列合理性 | 對經費運用之掌握、各細節價格之詳實，以及單價、數量之合理性。 | 20 | | | | |
| 簡報及答詢 | 廠商簡報與答詢時是否可以清晰表達理念，同時針對問題提出合理詳實之說明。 | 10 | | | | |
| 得分合計 | | 100 | | | | |
| 序位 | | | | | | |
| 備註：本人知悉、並遵守「國家電影及視聽文化中心採購評選委員會委員須知」之內容。 | | | | | | |

評選委員簽名：

國家電影及視聽文化中心
評選委員評選總表（適用於序位法）

採購案：「114年《In 影視聽生活誌》編輯、設計及印刷」勞務採購案

（案號：2025-P001） 日期： 年 月 日

| 廠商編號 | | 甲 | | 乙 | | 丙 | |
|------------|-------|---|----|------|----|------|----|
| 廠商名稱 | | | | | | | |
| 評選委員 | | 得分加總 | 序位 | 得分加總 | 序位 | 得分加總 | 序位 |
| 1 | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | |
| 廠商標價 | | | | | | | |
| 總評分/平均總評分 | | | | | | | |
| 序位和(序位合計) | | | | | | | |
| 序位名次 | | | | | | | |
| 全部評選 委員 | 姓名 | | | | | | |
| | 職業 | | | | | | |
| | 出席或缺席 | | | | | | |
| 其他記事 | | 1. 評選委員是否先就各評選項目、受評廠商資料及工作小組初審意見，經逐項討論後，再予評分： 2. 不同委員評選結果有無明顯差異情形（如有，其情形及處置）： 3. 評選委員會或個別委員評選結果與工作小組初審意見有無差異情形（如有，其情形及處置）： 4. 評選結果於簽報機關首長或其授權人員核定後方生效。 | | | | | |

出席評選委員簽名：