

# 財團法人公共電視文化事業基金會 「115 年公視+數位行銷廣告」委託專業服務案 需求說明書

## 壹、專案背景

財團法人公共電視文化事業基金會（以下簡稱本會）為推廣「公視+」平台內容，擴大 OTT 使用族群與「公視+」品牌認知度，擬採購數位媒體廣告以轉換至平台影片播放、會員註冊為成效標的，並持續優化投廣操作，擴大平台經營成效。

## 貳、履約期限

自決標日起至 116 年 1 月 15 日止。

## 參、預算金額

採固定金額給付，**預算為新臺幣 430 萬元整**（含稅；若所提預算低於上限金額者，依所提預算給付。）

## 肆、執行內容

### 一、擬定廣告行銷計畫：

廠商得參考本會公視+平台 <https://www.ptsplus.tv/zh> 頻道內容營運模式，以及內容分類屬性，針對提升平台內容觀看效益、擴大公視+品牌認知度，於委託專業服務案計畫書中提出線上數位廣告行銷策略、投放項目、保證成效、預算分配與時程等規劃內容。

### 二、廣宣規劃與執行：

行銷內容以公視+全頻道：小公視（親子兒少）／戲劇／紀錄片／生活藝文節目／直播為主，任務與需求細節如下：

- 採購目標：**投廣 KPI 主要為優化轉換至公視+平台播放與會員註冊，需追蹤轉換事件：平台影片播放次數、會員註冊至設定密碼頁為成效依據。
- 採購內容：**本案須依照公視+品牌屬性、頻道內容類型等，從具代表性或適合之數位媒體中，挑選並規劃數位媒體採購計畫。

媒體類型例如但不限於：入口網站、搜尋引擎、新聞網站、社群媒體、兒少與親子類網站、Google 聯播網、YouTube、Facebook、Instagram、LINE 或其他適合之社群廣告項目等。依提出之廣告平台屬性，配合本會需求協助製作宣傳素材、操作廣告設定，或依廠商專業評估提出執行建議，並須視各種狀況機動性調整內容。各執行項目須配合本會需求進行業務內容之修改與調整，如因政策、節目播出時程調整等臨時因素，而需延後或取消辦理，則原定該項宣傳經費彈性調撥至其他類型廣告宣傳經費使用，經雙方議定後實施。

3. **保證成效**：廠商依預算範圍與宣傳期程，提出各類廣告投放規劃，須以具體數據說明預估執行成效：可保證達成之轉換公視+ 平台播放次數與會員註冊數，規劃經本會同意後執行，並視為履約標的。
4. **廣告執行服務**：廣告數據須透明化供查詢監控真實成效，且每日定時回報最新成效數據報表，並於每月製作月報（包含執行紀錄成效報表、廣告上刊截圖、廣告成果分析與改善建議等），配合出席月會簡報討論成效；廣告執行期間須因應受眾反應、市場輿論即時調整廣告優化投放，並視情況提出廣告調整建議，以及相關的執行問題協助或諮詢服務。

## 伍、宣傳期程

本案預計自決標日起至 116 年 1 月 15 日止，所執行宣傳內容及波段時程由本會指定之。

## 陸、驗收及付款期程規劃

本案自決標日起至 116 年 1 月 15 日止，分三階段審查。

- 一、 第 1 階段：得標廠商與本會召開工作會議後，於決標次日起 14 個工作天內，提出廣告行銷計畫書 1 式 3 份（含電子檔）予本會審查，經書面同意、驗收通過後給付本案 15% 之契約價金。
- 二、 第 2 階段：廠商須於 115 年 8 月 15 日前（含）完成期中執行目標

(全案採購目標 50% 之成效)，並繳交期中成果報告書（含電子檔）1 式 3 份予本會審查，經書面驗收通過後給付 45% 價金。廠商須出具發票或收據送本會請領契約價金，並提供請款明細資料供核對。

- 三、第 3 階段：廠商須於 116 年 1 月 15 日前（含），繳交全案成果報告書一式 3 份（含電子檔）予本會審查，經書面驗收通過後給付 40% 價金。廠商須出具發票或收據送本會請領契約價金，並提供請款明細資料供本會核對。
- 四、成果報告書需含以下內容：（一）本案各工作事項（包含每月執行紀錄、廣告截圖、刊載報表、使用者及效益分析圖表、相關宣導內容設計圖檔等）、（二）廣告託播成果分析與改善建議。

## 柒、其他注意事項

- 一、本案之媒體宣傳行銷事項應遵照「預算法第 62 條之 1 執行原則」及「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」規定辦理：明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以新聞置入性行銷方式進行。其他事項悉依有關法令規定辦理。
- 二、廠商得於廣告行銷計畫書提出可促進本案整體行銷效益、提高附加價值之創意方案，並經本會同意後方可執行，並不得另收取任何費用。廠商所提創新或回饋服務於查驗及驗收時，應比照契約之規定。

## 三、著作財產權規範：：

1. 本採購標的引用資料如有涉及著作權或其他權利爭議糾紛，應由得標廠商完全負責，概與本會無涉。
2. 得標廠商同意本採購標的之著作財產權及依本採購標的計畫完成之一切著作財產權，於著作完成時，無償讓與本會。

## 捌、計畫書份數、撰寫格式及內容

### 一、計畫書份數、撰寫格式

計畫書 1 式 8 份，宜由左至右橫寫，以 A4 大小紙張、12 至 20 號字

繕打，並加封面（應加註財團法人公共電視文化事業基金會「115 年公視+數位行銷廣告」委託專業服務案計畫書）、目錄、頁碼，且裝訂成冊（雙面印刷及使用非塑膠材質裝訂者尤佳）如有調查結構、研究流程等相關內容時，可改用其他規格摺疊為 A4 大小。另彩色或黑白印刷不拘，以能表現內容為原則。

## 二、計畫書內容（應包含下列各款內容）：

1. 行銷宣傳背景與目的。
2. 行銷宣傳項目與時程。
3. 行銷宣傳方法研究與設計（請明述量化之行銷設計與廣告配置）。
4. 行銷廣告費用明細：請分項逐一就廣告支出項目、數量、單價、稅金及總價詳列經費配置明細表，報價應含服務與設計費用、稅捐等一切所需經費。廠商之經費配置明細表總金額低於新台幣 430 萬元整（含稅）時，依廠商報價給付（請註明「自願減價」字樣；未註明者亦視同自願減價）；若廠商之經費配置明細表總金額高於新台幣 430 萬元整（含稅），則為不合格標，不列為評選對象。
5. 預期成果。
6. 執行團隊（請明述行銷宣傳執行、人員專業、經驗及實績以及實際參與本案的顧問群）。
7. 相關經驗與實績。
8. 創新加值服務：廠商得依專業提出其他可達成宣傳目的之其他創新加值服務（不另加計費），或提供達成企業社會責任指標(CSR)：如為員工加薪、友善家庭措施、友善性別、友善族群、辦理綠色採購等，並應在計畫書內說明。