

財團法人台灣設計研究院

**「2026 臺北時裝週 SS27 品牌秀專案服務」採購案(案號：
1151003103)
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

二、交付份數：一式【4 份】(依評審小組人數調整)。

三、計畫緣起

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、靜態展、採洽會、論壇、市集等周邊活動，逐步建立屬於臺灣的時尚產業交流平台，成為亞洲不可或缺的時尚發聲地。

臺北時裝週作為推動臺灣時尚設計產業發展的重要平台，致力於打造一個專業、穩定、具國際視野的交流盛會，期待每個季度的臺北時裝週，不僅匯聚時尚設計能量，更透過這個時裝盛典，協助品牌進行年度系列發表、與媒體及市場建立連結，同時促成商業合作、持續推動品牌在國內外持續發展。

2026 年為臺北時裝週的轉型元年。為了展現臺灣品牌的多元面貌，AW26 導入了更具彈性的展演形式——除了經典的走秀 (Runway) 之外，更新增形象展演 (Presentation) 與響應活動 (Event)，全面展現臺灣時尚生態系的創新動能與豐富特色。

活動之外，也持續深耕品牌培育與跨域合作，協助品牌實質對接產業與市場、串接上下游生態系，期望能進一步擴大周邊產業的參與，帶動未來發展潛力。

四、預算金額：新臺幣 1,100,000 元整 (含稅)

五、履約期程：決標次日起至 115 年 11 月 20 日止

六、展會資訊

時間：115 年 10 月 15 日至 10 月 18 日 (共 4 天)

財團法人台灣設計研究院

地點：空總國家文化基地（臺北市大安區建國南路一段 177 號）

七、本案需求與執行項目

「臺北時裝週 SS27」將延續臺北時裝週之願景與定位，為支持不同發展階段之品牌，本屆品牌秀特別導入 RUNWAY、PRESENTATION 及響應活動 EVENTS 等多元展演型態。為確保各型態發表順利推動，特委請執行單位協助整體專案服務與現場控管。

本專案主要執行項目如下：

- （一） 品牌溝通與需求對接：負責與各參展品牌建立溝通管道，協調秀展期間相關 執行細節及品牌特殊需求。
- （二） 品牌秀程規劃的溝通與統整：彙整並提供大會所需之各品牌秀展資訊，包含品牌介紹、展演規劃、場次與時程、活動流程建議、秀場與後台時程安排及管理；音樂版權申請書收集以及活動現場執行和監督等。
- （三） 負責行銷與媒體所需之宣傳素材、稿件及圖文資料之收集與整理；規劃藝人及 KOL 之溝通、採訪協調與宣傳事宜；彙整秀程攝錄影需求並安排直播時程；協調與彙整大會文宣手冊內容；執行模特兒定裝、作品商借歸還等其他行銷宣傳相關衍生事項。
- （四） 展務及票務資訊彙整：各秀程票務及席次規劃彙整、貴賓名單統整；活動入場方式、接待人員的配置等。
- （五） 買家洽商系統說明與引導：與品牌溝通說明買家洽商系統的登記、確認各品牌洽商及媒合活動場次規劃，以利大會媒合確認與活動現場洽商，包含訂貨會時間、地點資訊收集等。
- （六） 專案統籌與進度管控：負責專案整體時程規劃、進度追蹤、資源整合與跨單位溝通，確保各階段工作如期如質推進。
- （七） 展會現場執行與應變：負責秀展現場硬體資訊彙整與執行，如：硬體設備、攝錄影需求，或直播現場的溝通執行，彩排與正式演出流程控管、後台管理及現場突發狀況之即時應變處理。
- （八） 品牌結案報告收集與統整：執行單位負責發放、催收效益調查問卷，並同步負責各參與品牌「結案報告」之收集、檢核與資料統整。

財團法人台灣設計研究院

八、預計服務品牌家數

展演形式	服務品牌家數
RUNWAY	至少 4 家，實際服務內容視本屆辦理實情調整
PRESENTATION	至少 8 家，實際服務內容視本屆辦理實情調整
EVENTS	至少 8 家，實際服務內容視本屆辦理實情調整

九、本案聯絡人：

- (1) 有關本採購案比稿內容之諮詢，請洽 02-2745-8199 分機 580 呂小姐。
- (2) 採購事宜聯繫窗口：02-2745-8199 分機 106 許小姐；分機 212 潘小姐

十、投標：郵寄時請於郵件封套上註明**廠商名稱、地址、「2026 臺北時裝週 SS27 品牌秀專案服務」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。