



KING ONE
DESIGN
王 一 設 計

109年度臺灣產業形象廣宣計畫

臺灣市場「台灣精品樂活日」

場地設計與裝潢施工招標案 服務建議書

案號：1092307011

投標日期：109.09.28

投標單位：王一設計有限公司

提案封面資訊

企劃書印製數量：11份

請協助製作封面、封底、內頁、分隔頁

標案基本資料

出標單位 : 財團法人中華民國對外貿易發展協會

標案名稱 : 「台灣精品樂活日場地設計與裝潢施工」招標案

活動日期 : 109年10月31日至11月1日，每日11時至19時(暫定)

標金 : 新台幣 4,300,000元(含稅)

截標日 : 109/9/28 (一) 17:00

[後續擴充]

預算金額上限新台幣3,800,000元

場地位置面積 :

臺北世界貿易中心展覽大樓一館1樓D區全區

總面積約4,300平方公尺

(參考平面圖，請參考後方說明)



標案規範

預計作業時程：

- 進場施工：暫定109年10月29日至10月30日(共2天)，每日8時至17時(共9小時/日)。
(須於10月30日17時前完成裝潢工程及所有陳列擺設)
- 撤場施工：暫定109年11月1日18時至20時(2小時)小撤。109年11月2日6時至11時(5小時)正式撤場
- 結案驗收：2020 年 12 月 31 日。

【備註說明】相關時程將依據後續實際執行狀況再做調整。



場地平配圖



- 800m2 展示/展售區
- 300m2 F&B區
- 360m2 野餐區
- 14m2 贈品區
- 14m2 366實體牆
- 18m2 品牌故事區
- 90m2 消費者活動區
- 54m2 舞台(10M*6M)
- 300吋LED牆+左右木作背板
- 貴賓室
- 報到處
- 媒體貴賓接待處

September 10, 2020

標案規範

比稿設計公司須提出下列項目：

1. 活動各主題區個別之平面圖與各面向透視圖或立體模型

活動場地各區個別之平面規劃圖、立面規劃圖、彩色透視圖、照明配置構想及動線分析圖，並標示詳細尺寸

2. 展覽陳設與多媒體設計構想

3. 風格設計概念

4. 各主題區個別動線配置圖

5. 照明配置構想、視聽音響硬體設備配置構想，及燈光音響控制台操作人員經歷。

6. 工作時程分配表

7. 預算分配

8. 專案人員配置表

9. 配合執行裝潢施工之承包商資料

10. 相關經驗實例

評選項目及其權重：

1. 場域情境營造企劃創意、整體造型設計(30分)。
2. 視覺表現、裝飾擺設方式之創意與材料運用(25分)。
3. 空間利用、動線安排之合理性與可行性(10分)。
4. 廠商及配合承包商執行能力與相關經驗(15分)。
5. 預算分配之合理性(20分)。

標書需求

A. 活動場域中公共區域裝飾設計及布置：

- 走道及公共空間 (動線清楚、通透)，地面規劃(配合主題設計-草皮 or地台)
- 場地外圍隔板
- 大型拍照裝置(牆)
 - ▣ 入口主題設計拱門(必要)
 - ▣ 場中大型裝飾物(活動名稱、台灣精品logo等字樣，可多利用燈殼字、多媒體材質)
 - ▣ 入口背板或形象牆 (須融入整體活動氛圍)(世貿一館信義路及世貿廣場入口處)
- 設置5個符合活動主題之情境造型裝置或網美拍照情境裝置，每個區域至少3x3平方公尺(僅初步建議，確切尺寸可依實際況調整)。設計內容能融入活動名稱、台灣精品logo等字樣為佳。各個情境裝置可視狀況分布於園區各主題區或公共場域。
- 大型裝飾道具
 - ▣ 各項指示看板
- 燈光氛圍營造 及 全場視聽音響
- 空中空間設計布置
 - ▣ 空中氛圍營造，如：logo投射燈、gobo燈、空中氣球...等。
- 服務臺



標書需求

B. 舞台區：

含舞臺架設、舞臺所須設計輸出、燈光及視聽音響硬體設備、舞臺周邊觀眾席配置布置、倉儲規劃...等

➤ 活動舞臺1個：

- ❑ (至少容納1個5-6人樂團(含鼓、電子琴...等較大型樂器設備)大小，並可供產品走秀需求
- ❑ 須為架高舞臺，附上下樓梯

➤ 背板製作 (需有明顯清楚之台灣精品logo及活動名稱)

➤ 大型銀幕 (300吋 LED螢幕)

➤ 音響視聽設備、燈光裝置及控台

- ❑ 提供專業控台操作人員，並提出音響設備、燈光設備控台主要負責人之經歷。

➤ 儲藏室 (存放大型硬體設備外箱及舞臺用品之儲藏空間)

➤ 舞台前將會規畫大型公共區域(瑜珈、野餐)：可容納100-200人於該區域進行有氧或瑜珈類型運動，或觀賞音樂表演及進行野餐活動。

➤ 規劃約100個可輕鬆欣賞表演之座椅(可搭配整體風格情境善用各式媒材)

➤ 活動首日須準備貴賓長官於臺下參與之座椅。



標書需求

C. 台灣精品產品情境展示形象區及市集區(預計約800平方公尺):

含各產業形象展示區、展售市集規劃、大型產品體驗區、台灣精品形象牆、各產業展示區情境裝置與布置、倉儲規劃...等。

- 整區分為運動休閒產品、資通訊產品、居家與保健美妝產品及交通工具**4大情境展示**
- **台灣精品品牌故事區**
 - ❑ **台灣精品故事牆**及**互動裝置**等設計增加互動性
- 規劃一小型牆面，設置**電商平臺導購專區**輸出及相關裝飾道具
- 融入台灣精品「Taiwan Excellence」logo為主宣傳標誌
- 規劃(展示約5-10家企業產品)及提供企業銷售的**市集獨立小攤位設計**(各產業皆須約5-8個銷售小攤位)，每個小攤位尺寸規格約2x2 m
- 運動休閒產品主題區旁須規劃較大型自行車**騎乘體驗區**，並採情境式規劃設計。
- **儲藏室**
- **展示輔助設備**(透明壓克力架、架高展臺、人形模特兒、背包掛架、燈具掛架及按摩椅地毯等)
- **展品說明牌** (靜態說明牌、動態影音說明牌)
 - ❑ 15至20臺10.1吋以上平板電腦 (容量32G以上)，並規劃各項產品說明、照片及影片播放

標書需求

D. 餐飲市集及用餐座位區 (300平方公尺):

輕食餐飲攤位設計與配置、食品展售攤位設計、簡易用餐座位區設計配置...等。

- 10-15個餐車或餐飲攤位(攤位規格約3x3平方公尺)
- 100-150平方公尺之用餐區及野餐區。
- 儲藏空間 (放置冰箱、食材及烹飪器具等)
- 具簡易洗滌功能之洗滌區。

裝潢形象及風格：

野餐樂活的熱鬧氛圍，立食、風格桌椅、趣味背景錯落其間，與產業主題形象區互為表裡，呼應嘉年華的終極主題。

提案：

- 台灣精品餐飲市集之平面規劃圖(含大致尺寸)
- 動線分析及裝潢風格示意參考圖



設計理念

以「台灣精品生活節」為主軸，打造情境式主題樂園，結合體驗行銷、輕食野餐、運動樂活、音樂表演、品味生活分享、網美打卡熱點...等形式，讓民眾在全家同樂、可買可玩的氛圍中了解台灣精品生活消費品的亮點、內涵，實現「讓臺灣最好的產品進入每個人生活中，為生活帶來改變」的品牌精神。

色調、材質上延伸主視覺的整體感，讓符合精品調性、美學的穿透性、活潑感，在展場中自然流動、呈現，引領民眾在走動、停駐間，感受台灣精品的質感、魅力。



On the Leading Edge of
World Trade
#Taiwan #TAITRA
#Digital Society



**TAIWAN
EXCELLENCE**

Everyday Excellence



KING ONE DESIGN

主視覺

去吧！

台灣精品未來樂園
創造新未來



T A I W A N E X C E L L E N C E



KING ONE DESIGN

參考風格



參考風格-整體空間規劃



參考風格-整體空間參考



參考風格- 牆面、入口



參考風格



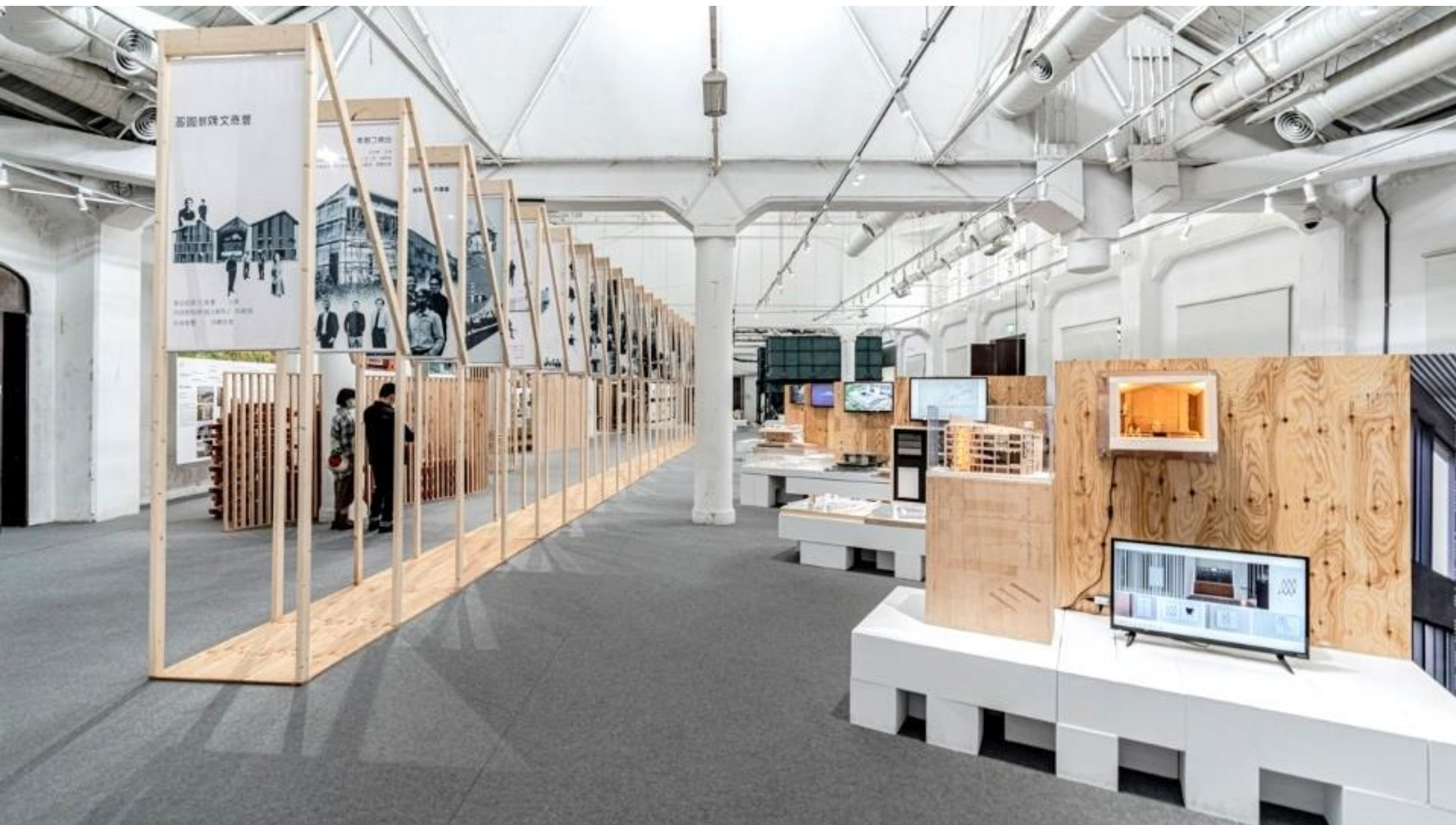
參考風格



參考風格 - 空間動線



參考風格-空間動線



參考風格-展售區



參考風格-服務台 燈光搭配



參考風格-美拍



參考風格-美拍



參考風格-美拍



專案時程

