

「2024 臺灣特色觀光圈旅遊主題宣傳案」 招標規範

一、本採購案適用政府採購法（以下簡稱本法）及其主管機關所訂定之規定。

二、招標機關：臺灣觀光協會吉隆坡辦事處（以下簡稱機關）。

三、計畫名稱：2024 臺灣特色觀光圈旅遊主題宣傳案。

四、計畫目標：

為聚焦推廣臺灣特色觀光圈，展現山海旅遊主題特色，提高臺灣主題觀光品牌於馬來西亞出境旅遊市場之知名度，強化目標客群對台灣觀光產品之認識，進而提升其赴臺灣觀光意願，依據網路/平面媒體及 KOL 宣傳內容需求，規劃辦理多元媒體赴臺參訪並辦理多元宣傳工作，以積極吸引馬來西亞深度重遊客群，強化自由行旅客赴臺動機，提升馬來西亞市場送客動能，以增加馬國旅客赴臺觀光人數。

五、經費預算：

預算金額馬幣 90 萬元整（含稅，約合新臺幣 6,534,900 萬元）。

六、履約期間：機關日期起 12 個月內履行採購標的之供應。

七、委託辦理內容：

（一）**製作特色觀光宣傳影片**：針對臺灣北、中、南、東等 4 區分別拍攝特色觀光圈宣傳影片至少 4 部，每部剪輯成 30 秒規格，可供機關於馬來西亞及臺灣之公開場合及媒體廣告通路播放至少 2 年（自公開播映當日起算）。履約期間各版本影片於網路影音平台累積觀看次數應達 50 萬次以上。

（二）**辦理媒體組團赴臺參訪**：辦理至少 4 梯次不同特色主題媒體參訪團，邀請馬來西亞媒體(含 KOL)至少 20 家(邀訪行程及媒體名單應經機關同意)赴台參訪，且廠商每次均需派員陪同；後續每家平面媒體報導露出 4 篇以上及每位 KOL 於其網路平台宣傳露出 20 篇以上，總累積觸及率 300 萬次。上揭媒體受邀人員、廠商隨行人員之機票、落地接待等與旅程相關之所有費用及陪同人員落地接待車資均由廠商支付。。

（三）**辦理特色主題宣傳活動**：運用 KOL 影響力辦理相關宣傳活動至少 2 場及宣傳記者會至少 1 場，每場至少配合 15 篇貼文，各場活動形式內容由廠商自行發想提案，內容均需包含活動事前與事後主流媒體宣傳操作。

- (四) **製作創意主題遊程摺頁**：設計編輯中英文版**創意主題**遊程摺頁 4 款，每款印刷份數至少 1,000 份，及提供電子檔由機關後續永久加印使用。
- (五) **其他一增值服務（本項非屬計價項目）**：辦理提升本案整體執行效益之**增值**創意提案，惟本項工作不納入經費預算分配，並請註明搭配之工作項目及執行成本，以便機關履約管理。
- (六) **其他一增值服務（本項非屬計價項目）**：辦理提升本案整體執行效益之**增值**創意提案，惟本項工作不納入經費預算分配，並請註明搭配之工作項目及執行成本，以便機關履約管理。
- (七) 機關 CI 識別及觀光宣傳行動標語（如下圖）需運用於廣告素材內。

【觀光品牌】



- (八) 為執行本計畫，得經雙方確認工作項目後委請廠商為之，廠商除有正當理由外，應配合辦理。本案廣告素材或執行計畫需於事前送機關審核，通過後始執行、刊登。

八、經費預算建議分配比例：廠商可參考下列比例自行調配±2%

- (一) **製作特色觀光宣傳影片**：32%
- (二) **辦理媒體組團赴臺參訪**：30%
- (三) **辦理特色主題宣傳活動**：28%
- (四) **製作創意主題遊程摺頁**：10%

九、著作權相關規定：

- (一) 廠商因履行本案契約所完成之著作，其著作財產權之全部於著作完成之同時讓與機關 2 年。廠商並同意不行使著作人格權。廠商保證對其人員因履行契約所完成之著作，與其人員約定以廠商為著作人，享有著作財產權及著作人格權。
- (二) 廠商應保證本案完成之著作所引用的材料、道具、音樂或其他著作，已依法取得在國、內外重製、編輯、公開播送、公開演出、公開上映、公開傳輸、租售、視聽產品之重製發行及剪輯為影音出版品之著作權或授權，使其併同本案服務建議書所完成之著作，機關得為任何利用，並得授權非營利機構作非營利行為之觀光宣傳，無須另行支付費用。
- (三) 因著作權或授權等所衍生之法律、權利糾紛，均由得標廠商自負全責；

如因此致機關遭受第三人主張權利或指控違法者，應由得標廠商賠償機關因此所受一切費用及損失，包含但不限於律師費用、訴訟費用、和解賠償金、差旅費等。

(四) 本案其他著作權相關規定，詳見本案契約書。

十、服務建議書格式及內容：

(一) 裝訂規則及交付：

1. 採中文或英文橫式書寫，以 A4 格式印製，採雙面印刷為原則，並編列頁碼及加裝封面。
2. 封面應書明採購案名稱、廠商名稱、負責人及本案聯絡人聯繫資訊。
3. 裝訂方式：裝訂線在左側，裝訂成冊。

(二) 份數：一式 6 份並附電子檔光碟 2 份。

(三) 服務建議書至少應包含以下內容：

1. 目標對象分析及行銷主軸
2. 針對第 7 點委託辦理內容提出內容規劃構想、本計畫預計效益及關鍵績效指標。
3. 執行本案工作人員人力計畫（須籌組專案團隊辦理，並應明確區分其工作責任及作業方式）。
4. 本案計畫時程及進度表。
5. 專案內容暨經費單價表。
6. 其他可提供之增值服務（納入評分考量，得標後列為應執行事項；請勿列入與「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」規定不符之媒體項目）。
7. 過去執行相關案件實績說明。

(四) 服務建議書內容於交付後，廠商不得主動提出修改或增訂。

十一、評選標準與評選方式：

由機關依規定組成「採購評選委員會」，並根據政府採購法第 22 條第 1 項第 9 款規定「委託專業服務、技術服務、資訊服務或社會福利服務，經公開客觀評選為優勝者」為優勝廠商。評選方式說明如下：

(一) 各廠商經簡報、答詢後，由各評選委員分別予以評分。

(二) 評選項目與配分：

	評選項目	配分(分)
--	------	-------

1	整體宣傳計畫規劃	25
2	媒體效益	25
3	經費運用合理性	20
4	廠商之規模、能力與類似專案實績；本案工作 團隊學經歷專業性與配合度	15
5	廠商簡報及現場詢答	10
6	增值服務提案內容	5
	合計	100

(三) 評選程序：詳投標須知第 63 點。