

## 「2024-2025 Salam Taiwan 穆斯林友善旅遊主題影片宣傳案」

### 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：台灣觀光協會吉隆坡辦事處（以下簡稱機關）。
- 三、計畫名稱：2024-2025 Salam Taiwan 穆斯林友善旅遊主題影片宣傳案。
- 四、計畫目標：

為提高臺灣觀光品牌於馬來西亞地區穆斯林旅遊市場之知名度，強化目標客群對臺灣觀光產品之認識，進而提升其赴臺灣觀光意願，規劃沿用「Salam Taiwan」為主軸名稱，設定宣傳推廣主題，運用穆斯林名人推廣臺灣為「穆斯林友善」旅遊目的地意象，創造相關宣傳素材，輔以波段媒體宣傳，以增加穆斯林旅客赴臺觀光人數。
- 五、經費預算：

預算金額馬幣 250 萬元整（含稅，約合新臺幣 1,806 萬 5,000 元）。
- 六、履約期間：簽約日期起 18 個月內履行採購標的之供應。
- 七、委託辦理內容：
  - （一）**推出臺灣觀光宣傳代言人**：邀請馬來西亞地區具知名度及影響力（網路社群追隨者達 300 萬以上）之穆斯林名人擔任臺灣觀光宣傳代言人，參與馬來西亞地區實體宣傳活動至少 2 場，並於網路社群宣傳臺灣觀光相關資訊至少 40 次，累積按讚數至少達 80 萬；另製作宣傳代表相關主題宣傳品至少 2 款共 1000 份，以提升臺灣觀光品牌於穆斯林社群能見度。
  - （二）**規劃協助虛實整合宣傳**：邀請馬來西亞地區旅遊相關穆斯林網路名人（網路社群追隨者達 50 萬以上）至少 4 名，個別配合出席馬來西亞地區宣傳活動至少共 4 場，並以網路影片或社群貼文等方式宣傳臺灣觀光相關資訊至少共 75 次，累積按讚數至少達 75 萬。
  - （三）**製作臺灣觀光宣傳影片**：邀請臺灣觀光宣傳代言人拍攝穆斯林旅遊主題之臺灣觀光宣傳影片綜合主題至少 1 部，至少需剪輯 15 秒、30 秒及 60 秒三種標準版本，另需剪輯 180 秒以上版本之幕後花絮，相關影片完成後須辦理記者會宣傳至少 1 場，並可供機關於馬來西亞、汶萊、印尼地區及臺灣地區公開場合及媒體廣告通路播放至少 20 個月（自公開播映當日起算）。另製作主題性宣傳影片至少 4 部，至少需剪輯 30 秒及 60 秒兩種標準版本並波段辦理宣傳活動（實體/線上）。

- (四) **觀光宣傳影片媒體廣告**：於吉隆坡地區 3D 電子廣告看板播出 15 秒臺灣觀光宣傳影片，播放至少 1 個月。另履約期間各版本影片於網路影音平臺累計觀看次數應達 300 萬次以上。
- (五) **提供各類觀光文宣素材**：設計編輯馬來文穆斯林主題旅遊文宣手冊 2 款，分別為臺灣觀光宣傳代表款（A5 尺寸，頁數含封面封底至少 50 頁，印刷份數至少 1,000 份，且配合影片公開播映期程完稿，可供機關於馬來西亞、汶萊及臺灣地區公開場合使用至少 20 個月）、普通款（A5 尺寸，頁數含封面封底至少 50 頁，可供機關永久使用）。
- (六) **其他創意增值服務提案**：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) **推出臺灣觀光宣傳代言人**：約 30%。
- (二) **規劃協助虛實整合宣傳**：約 15%。
- (三) **製作臺灣觀光宣傳影片**：約 40%。
- (四) **觀光宣傳影片媒體廣告**：約 13%。
- (五) **提供各類觀光文宣素材**：約 2%。

**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。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 1 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. 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）。
3. 本案計畫時程及進度表。
4. 專案內容暨經費單價表。
5. 其他可提供之專業服務及增值服務（納入評分考量，得標後列為應執行事項）。
6. 代言同意文件。
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：

(一) 評選標準：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、技術服務或資訊服務，經公開客觀評選為優勝者」為優勝廠商。

(二) 評選方式：廠商經簡報、答詢後，由各評選委員分別評分。

(三) 評選項目與配分：

	評選項目	配分(分)
1	整體宣傳計畫策略擬定與規劃	20

「2024-2025 年馬來西亞穆斯林市場臺灣觀光公關宣傳案」招標規範

2	宣傳代表效益、公關活動、宣傳影片、旅遊手冊…等各工作項目內容及進度規劃	30
3	廠商之規模、能力、過去與觀光推廣機構合作之實績；執行本案工作人員能力與專業性、配合度	15
4	經費運用合理性	20
5	增值服務	10
6	簡報及答詢	5
	合計	100

(四)評選程序：詳投標須知第 63 點。