

「2023-2024 年菲律賓市場臺灣觀光公關宣傳案」 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：2023-2024 年菲律賓市場臺灣觀光公關宣傳案。
- 四、計畫目標：

為提高臺灣觀光品牌於菲律賓地區旅遊市場之知名度，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，規劃沿用「Panahon Sa Taiwan」為主軸名稱，設計公關宣傳主題，運用菲律賓名人推廣臺灣為旅遊目的地意象，創造相關宣傳素材，輔以菲國旅遊業者及航空公司推出活動限定臺灣旅遊產品，提高臺灣觀光品牌於菲律賓市場（以下簡稱本市場）之知名度，強化其民眾對臺灣觀光產品之好感度及購買意願，以增加本市場旅客赴臺觀光人數。

- 五、經費預算：

預算金額美金 65 萬元整（含稅，約合新臺幣 1,994 萬 5,250 元）。

- 六、履約期間：機關指定日期起 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表**：邀請菲律賓地區具知名度及影響力之藝人或名人(社群媒體追隨者達 500 萬以上)擔任臺灣觀光宣傳代言人，代言人應配合出席機關指定之大型推廣活動至少 **3 場**；代言人出席每場活動至少配合 10 篇社群貼文，每場活動累積按讚數至少達 100 萬，以擴大宣傳效益；另製作宣傳代表相關主題宣傳品至少 2 款共 500 份。
- （二）**製作臺灣觀光宣傳影片**：邀請臺灣觀光宣傳代表拍攝至少 1 支臺灣觀光代言影片，需剪輯成 15 秒、30 秒及 60 秒 3 種規格，另需剪輯 180 秒以上版本之幕後花絮；相關影片完成後應辦理宣傳記者會至少 **1 場**，並可供機關於菲律賓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 500 萬次以上。
- （三）**辦理旅遊主題宣傳活動**：運用臺灣觀光宣傳代言人形象與菲國旅遊業者或航空公司推出專案限定之台灣旅遊產品；辦理相關宣傳活動至少 **4 場**，代言人需配合出席活動及事前宣傳，並拍攝臺灣旅遊相關主題宣傳

短片於其網路平台宣傳，每場至少配合 10 篇貼文，累積按讚數至少達 100 萬，以擴大宣傳效益。其中至少一場需於臺灣辦理(粉絲出席至少 1000 人)，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媒體宣傳操作。

- (四) **辦理媒體赴臺熟悉旅遊**：邀請菲律賓媒體(含 KOL)赴臺熟悉之旅至少 2 批(邀訪行程及媒體名單應經機關同意)，累計參加媒體代表需達 20 人次且廠商每次均需派員陪同;後續確保每家媒體報導露出 2 篇以上，上揭熟悉旅遊受邀人員、廠商隨行人員及本處陪同人員之機票、落地接待等與旅程相關之所有費用均由廠商支付。
- (五) **提供各類觀光文宣素材**：設計編輯旅遊主題手冊 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，且配合影片公開播映期程完稿，可供機關於菲律賓及臺灣公開場合使用至少 2 年)、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)，每本印刷份數至少 1,000 份。
- (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。



*Panahon sa
Taiwan*



【觀光品牌】

【行動標語】

【心型視覺輔助圖形】

- (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。

九、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表：25%
- (二) 製作臺灣觀光宣傳影片：30%
- (三) 辦理旅遊主題宣傳活動：30%
- (四) 辦理媒體赴臺熟悉旅遊：10%

(五) 提供各類觀光文宣素材：5%

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. 代言同意文件。
8. 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	20
2	代言人效益與廣告效益	25
3	經費運用合理性	25
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。