

「2024 年印尼大雅加達地區臺灣觀光主題車體廣告整合宣傳案」 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 年印尼大雅加達地區臺灣觀光主題車體廣告整合宣傳案。
- 四、計畫目標：為提高臺灣觀光品牌於印尼地區知名度，強化目標客群認識臺灣觀光多元主題，爰以電子召車系統之小客車及雅加達專線巴士(Transjakarta) 車體廣告創造臺灣相關宣傳話題，輔以波段媒體宣傳，以開拓印尼旅客赴臺觀光商機。
- 五、經費預算：預算金額美金 560,000 元整（含稅，約合新臺幣 1,827 萬 5,600 元）。
- 六、履約期間：自決標日起 8 個月內履行採購標的之供應。
- 七、委託辦理內容：
 - (一) 主題車體廣告整合設計、製作、安裝及維護：依據臺灣觀光宣傳主題，規劃辦理下列車體廣告作業：
 1. 小客車車體廣告：於大雅加達地區募集電子召車系統（例如 Grab 或 Gojek 等）所屬小客車至少 300 台；提案至少 3 款主題車體廣告設計（Full Wrap 全車體包膜，含兩側車門、整體後備箱、引擎蓋及車內廣告裝飾），其中至少 150 台需設有 LED 車頂廣告，相關設計規格需符合印尼政府之小客車相關管制規定並取得刊登權利。機關擇定設計稿後進行全車體廣告物製作、安裝及宣傳期間安全維護，相關車體廣告須連續宣傳至少 3 個月，每月每台車應累計行駛至少 3,000 公里，應於考量宣傳效益後於服務建議書敘明上路宣傳期程。
 2. 大巴士車體廣告：於大雅加達巴士快速交通系統(BRT)之雅加達專線巴士(Transjakarta)，針對蘇迪曼大道路線至少執行 10 台加長型巴士(Articulated bus)車體廣告；提案至少 2 款主題車體廣告設計（Half Wrap 車體包膜，Side Window 含兩側車門、Full Back 整體後備箱），相關設計規格需符合印尼政府之巴士相關管制規定並取得刊登權利。機關擇定設計稿後進行全車體廣告物製作、安裝及宣

傳期間安全維護，相關車體廣告須連續宣傳至少 3 個月，應於考量宣傳效益後於服務建議書敘明上路宣傳期程。

- (二) **車體廣告首發宣傳活動**：配合車體廣告上路宣傳造勢，規劃辦理至少 1 場媒體宣傳活動（記者會）；需邀請印尼地區平面（須含印/英/中文各 3 大主流媒體如 KOMPAS、The Jakarta Post、國際日報等）或網路媒體（瀏覽量至少 10 萬或粉絲數至少 10 萬）（媒體名單應經機關同意）至少 20 家，後續應確保每家媒體報導露出 1 篇以上。費用包含新聞稿撰寫、媒體邀請、場地租用及設備佈置及司儀接待人員等費用。
- (三) **網路社群媒體互動宣傳**：於車體廣告宣傳期間，規劃運用網路媒體平臺（Facebook、Instagram 或 YouTube 等多元網路社群平臺）辦理抽獎互動遊戲（含活動贈品）及宣傳貼文至少 50 篇；並辦理相關虛實整合宣傳活動以擴大實體車體廣告之網路宣傳效益。
- (四) **其他創意增值宣傳服務**：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。

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) **主題車體廣告整合設計、製作、安裝及維護**：約 80%。
- (二) **車體廣告首發宣傳活動**：約 10%。
- (三) **網路社群媒體互動宣傳**：約 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。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. 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，必須載明廣告上刊日期。
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）。
7. 過去執行相關案件實績說明。

(四) 本案其他著作權相關規定，詳見本案契約書。

(五) 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	車體廣告設計及理念	35
2	整體宣傳計畫規劃與廣告效益	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	5
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。