

「2025 年馬來西亞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：2025 年馬來西亞地區臺灣觀光主題車體廣告整合宣傳案。

四、計畫目標：

為維持臺灣觀光品牌於馬來西亞地區之能見度，吸引馬來西亞民眾積極赴臺旅遊，強化目標客群對臺灣觀光產品之認識，爰規劃以電子召車系統小客車及大眾運輸系統雙層大客車車體廣告創造臺灣相關宣傳話題，輔以波段媒體宣傳，以開拓馬來西亞旅客赴臺觀光商機。

五、經費預算：

預算金額馬幣 200 萬元整（含稅，約合新臺幣 1555 萬元）。

六、履約期間：自簽約日起 8 個月內履行採購標的之供應。

七、委託辦理內容：

（一）**主題廣告整合設計**：依據臺灣觀光特色主題元素（例如山海景觀、知名地標、節慶活動或鐵道漫遊等），與馬來西亞知名藝術創作團隊合作，提案至少 3 款廣告設計。

（二）**車體廣告製作、安裝及維護**：

1. 小客車車體廣告：募集馬來西亞地區電子召車系統（例如 Grab 或 Airasia ride 等）所屬小客車至少 185 台，其中 135 台（雪隆地區）需 Full Wrap 全車體包膜，含兩側車門、整體後備箱、引擎蓋、車內廣告裝飾及安裝車頂立體廣告物，另 50 台（亞庇地區）需 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，相關設計規格需符合馬國政府小客車相關管制規定。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，相關車體廣告應連續宣傳至少 3 個月，全數車輛合計行駛至少 160 萬公里，以確保整體宣傳效益。

2. 雙層大客車車體廣告：於快捷通巴士（Rapid KL Bus），針對雪隆市區路線至少執行 10 台雙層大客車車體廣告（含車體包膜、兩側車門、整體後備箱），相關設計規格需符合馬國政府大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、安裝及宣傳相

關車體廣告應連續宣傳至少 2 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。

- (三) **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；需邀請馬來西亞地區平面或網路之中文、英文及馬來文媒體（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項目。
- (四) **虛實整合系列宣傳活動**：於列車廣告宣傳期間，規劃運用網路媒體或自媒體於多元網路社群平臺（例如 Facebook、Instagram 或 Youtube 等）辦理抽獎互動遊戲（含抽獎獎品）及宣傳貼文至少 20 篇；並於東馬亞庇地區辦理至少 1 場供民眾參與實體宣傳活動，以擴大整體廣告效益；活動形式內容由廠商自行發想提案。另製作專案活動所需相關主題宣傳品至少 1 款共 500 份。
- (五) **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。
- (六) 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) **主題廣告整合設計**：約 10%。
- (二) **車體廣告製作、安裝及維護**：約 75%。
- (三) **車體廣告首發宣傳活動**：約 8%。
- (四) **虛實整合系列宣傳活動**：約 7%。

九、著作權相關規定：

- (一) 廠商因履行本案契約所完成之著作，以廠商為著作人，機關取得著作財產權。廠商並承諾對機關及其同意利用之人不行使著作人格權。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. 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：

「2025 年馬來西亞地區臺灣觀光主題車體廣告整合宣傳案」招標規範

	評選項目	配分(分)
1	車體廣告設計及理念	30
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	10
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。