

「2024 年菲律賓旅遊業者輔導暨主題產品推廣活動採購案」 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：臺灣觀光署駐曼谷辦事處（以下簡稱機關）。

三、計畫名稱：2024 年菲律賓旅遊業者輔導暨主題產品推廣活動採購案。

四、計畫目標：

為提高臺灣觀光品牌於菲律賓市場(下稱本市場)之知名度，強化目標客群對臺灣觀光品牌 3.0 之認識，進而衝刺 2024 至 2025 年赴臺人次，針對菲國組團旅行業者(下稱旅行業者)規劃辦理定期分區教育訓練並輔導辦理廣告分攤、搭配旅遊產品促銷專案規劃辦理旅遊業者邀訪作業及辦理市場特性調研作業，積極媒合臺菲雙邊業者創造合作商機，促其包裝臺灣旅遊產品，以提升對臺灣產品熟悉度並擴大臺灣旅遊產品販售據點，另於馬尼拉選定合適地點完成駐馬尼拉臺灣觀光旅遊服務處籌設作業、人力安排及辦理揭牌活動，發揮在地服務精神。

五、經費預算：總預算金額美金 60 萬元整 (含稅，約合新臺幣 1,947 萬 6,000 元)。

六、履約期間：決標日起 15 個月內履行採購標的之供應。

七、委託辦理內容：廠商須完整規劃下列委辦事項，並確切執行，且須配合機關召開之不定期工作會議，以確保本案整體執行效益。本案廣告素材或執行計畫均需於事前送機關審核通過後，始得據以執行或露出。

(一) **辦理市場特性研究作業**：針對菲國民眾出國旅遊決策特性與日本、韓國、香港、新加坡及泰國等競爭國推廣現況研提市場研究報告，並應於決標後 30 天內研提期初報告，履約期間應再更新至少 3 次（按季）現況調查報告。

(二) **辦理旅行業者輔導作業**：廠商應彙整本市場 outbound 業者名單（含傳統組團社與線上旅行社），並規劃辦理菲國組團業者輔導及臺灣地接業者媒合作業，至少完成下列工作事項：

1. **規劃開發新增產品上架旅行業者**：研提一年內可拓展臺灣旅遊商品上架之旅遊業者名單至少 150 家，並需提供公司簡介及送客實績。

2. **輔導旅遊業者分攤廣告**：執行業者拜會面談作業至少 200 家次，以協助業者妥善推廣臺灣旅遊產品；另應輔導旅行業者辦理臺灣旅遊產品廣告促

銷至少 30 家次(需檢附廣告以供查核佐證)。

3. **針對旅行業者辦理教育訓練**：於菲律賓分區辦理臺灣主題性旅遊產品銷售教育訓練，教育訓練累積參加業者至少達 200 家次；並須於教育訓練結束後 1 個月內提送成果報告及業者建議事項。另須規劃設計臺灣觀光主題線上測驗課程，輔導業者銷售人員完成線上測驗至少 800 人次。

(三) 規劃辦理潛力業者邀訪作業：

1. 配合機關推廣主題或送客促銷活動，邀請具開發赴臺觀光市場潛力之旅行業者，辦理至少 150 人次 5 天 4 夜之臺灣熟悉旅遊（馬尼拉及宿霧地區旅行業者至少各 1 梯次；廠商均須派員全程陪同，於隨團期間處理團體相關事務）。
2. 邀請名單須經機關同意後始可邀請，廠商應於行程中安排臺灣觀光產業交流活動，返菲後須輔導旅行業者包裝相關主題行程販售，並須提供邀訪成果報告。
3. 上揭熟悉旅遊受邀人員及廠商隨行人員機票、落地接待…等旅程相關費用均由廠商支付。另機關得派員隨團，機關隨行人員除在臺行程車資由廠商支付外，其餘費用由機關支付。

(四) 辦理特定主題產品推廣專案：藉由參加 2 場當地旅展及自行辦理 1 場 Taiwan Travel Fair 辦理溫泉、主題樂園或休閒農場等特定旅遊主題產品推廣專案，需包含針對該專案之廣告宣傳作為，並運用 KOL 辦理虛實整合宣傳活動，規模如下：

1. 參加當地旅展
 - (1) 1 場在馬尼拉、1 場在其他城市(如宿霧、克拉克、達沃等)
 - (2) 展攤大小至少 36 平方公尺，並邀請 3-5 家業者販售臺灣產品，期間需安排與民眾互動橋段，並結合網紅媒體進行宣傳
2. 自辦旅展
 - (1) 選擇菲律賓馬尼拉地區知名商場舉辦 1 場 Taiwan Travel Fair 旅展
 - (2) 邀請 3-5 家航空公司或旅行業者參與展售，另需規劃表演或體驗活動，現場互動人數達 500 人次，並結合網紅媒體進行宣傳

(五) 完成駐馬尼拉臺灣觀光旅遊服務處籌設與維運、人力聘僱及揭牌活動：於馬尼拉市中心(金融中心 Makati)選定人流來往頻繁，有利臺灣觀光品

牌宣傳之合適地點籌設駐馬尼拉臺灣觀光旅遊服務處。

1. 服務處場地租賃與維運 1 年：須包含接待空間、倉儲空間與內部辦公空間(共計至少 100 平方公尺，含管理費、稅金及水電網路等)，並辦理服務處空間佈置與設計製作(含品牌意象設計與佈置、辦公隔間、水電配線等)、辦公服務設備租賃(招牌製作、辦公室硬體、電視、簡報投影設備等)及相關行政支出，並辦理 1 場啟動儀式宣傳活動(含場地佈置、主持人、攝影、業者邀請、茶點、贈品及媒體宣傳等)。
 2. 駐點人員聘僱至少 2 名：專案期間每週工作日為週一至週五，工時每天 9 點至 18 點，依照菲國當地勞工聘用規定辦理。
 3. 服務處場地之租賃如於本案履約結束後非由原得標廠商賡續辦理，則需由新廠商以原址為原則續租，惟如遇機關業務調整或其他外部因素(如：業主不願續租、大樓翻新無法提供服務等)，無法續租原址，則新廠商須另覓合適地點，原址之裝潢拆遷及復原工作需由原得標廠商負責完成。
 4. 服務處維運及駐點人員進駐，須於簽約後 3 個月內完成，期間至少一年，並隨本案執行完畢後結束。
- (六) 其他—加值服務：其他有助於吸引目標市場消費者來臺旅遊、增強臺灣觀光宣傳效益之創意提案。
- (七) 機關 CI 識別(臺灣觀光品牌 3.0)及觀光宣傳行動標語(如下圖)需運用於推廣素材內。

*Panahon sa
Taiwan*

TAIWAN
WAVES OF WONDER

【行動標語】

【臺灣觀光品牌 3.0】

八、經費預算建議分配比例：廠商可參考下列比例自行調配±3%

- (一) 辦理市場特性研究作業：約 3%。
- (二) 辦理旅行業者輔導作業：約 26%。
- (三) 規劃辦理潛力業者邀訪作業：約 17%。
- (四) 辦理特定主題產品推廣專案：約 22%。
- (五) 完成駐馬尼拉臺灣觀光旅遊服務處籌設與維運、人力聘僱及揭牌活

動：約 30%。

(六) 其他—加值服務：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 份並附電子檔光碟 1 份。

(三) 服務建議書至少應包含以下內容：

1. 菲律賓近 3 年出國旅遊屬性、媒體閱聽趨勢、廣告醞釀期、於菲律賓地區最有效之廣告方式分析及亞洲其他競爭國在菲律賓之觀光宣傳策略分析
2. 針對委託辦理內容（詳本規範第七條）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) 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)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)各廠商經簡報(中文或英文)、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	目標對象分析與整體工作計畫策略擬定與規劃	10
2	辦理菲律賓旅行業者輔導及邀訪等作業工作項目內容及進度規劃	25
3	辦理特定主題產品推廣專案工作項目內容及進度規劃	10
4	駐馬尼拉臺灣觀光旅遊服務處籌設與維運、人力聘僱及揭牌活動等規劃	15
5	廠商之規模、能力、過去與觀光推廣機構合作之實績(如:航空公司、國家觀光旅遊局及旅遊業者等);執行本案工作人員能力與專業性、配合度	10
6	經費運用合理性	20
7	增值服務	5
8	廠商簡報及現場答詢	5
	合計	100

(三) 評選程序:詳投標須知第 63 點。