

「2018 年印尼地區臺灣觀光大型媒體廣告宣傳案」 招標規範

- 一、 本採購適用政府採購法（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：「2018 年印尼地區臺灣觀光大型媒體廣告宣傳案」。
- 四、 計畫目標：提高臺灣觀光品牌於印尼地區知名度，強化目標客群對臺灣觀光產品之認識，及提升該地區民眾購買臺灣行程意願，最終達成增加該地區旅客赴臺觀光人數目標。
- 五、 經費預算：預算金額美金 65 萬元整（含稅）。其中電影院映前廣告預算約占約 45%、商業辦公大樓室內電子看板廣告預算占約 35%及網路媒體預算占約 20%。（前揭比例為原則，廠商可自行調配±5%，各項總計為 100%）
- 六、 履約期間：自決標日起 6 個月內（含驗收）。
- 七、 委辦事項：

依機關設定目標「Time for Taiwan 旅行臺灣，就是現在」主軸，規劃印尼地區 2018 年下半年媒體採購計畫，以雅加達、泗水及棉蘭等 3 大城市為主，透過大型、多元廣告通路，全方位宣傳臺灣觀光意象。本案期透過各式廣告露出，推廣及行銷旅行臺灣，強化臺灣觀光品牌形象，擴大宣傳效益。委辦事項如下：

於下列媒介投放機關提供之臺灣觀光形象廣告（廠商需依投放媒介之不同改版影片，影片重製費由廠商負擔），各媒介之廣告露出期均需至少 3 個月，全部檔次需於 2018 年 11 月 30 日前播映及露出完畢。

(一) 電影院映前廣告

於雅加達、泗水及棉蘭電影院之電影放映前時段露出由機關提供之 30 秒臺灣觀光宣傳廣告，該廣告播出時段，需保證播出順序至少為電影播映前之倒數第 3 個廣告，每一電影院播放天數累計至少達 90 天，且需為該城市入場人次（Admission）前 10 大之電影院。

(二) 商業辦公大樓之室內電子看板廣告

運用機關所提供之臺灣觀光形象廣告影片，重製適合於雅加達與泗水中央商業區商業辦公大樓之公共空間電子看板露出版本並播送。

(三) 網路媒體宣傳廣告

使用網路社群媒體宣傳臺灣形象廣告（例如：於 youtube 播放機關所

提供之 30 秒臺灣觀光形象廣告、手機之網頁廣告、知名部落客通路等)。費用包含廣告刊登費、廣告設計費及印尼文翻譯費。

- (四) 其他—加值服務(本項非屬計價項目):依據本市場年度公關宣傳方針,廠商得額外提出且執行其他非屬前述委辦事項之加值創意提案(如影視合作、名人帶路等),以強化本案宣傳效益,吸引本市場目標消費群赴臺旅遊。(服務建議書內請提供合理之參考價格)
- (五) 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。



Saatnya Berkunjung ke Taiwan

【觀光品牌】

【心型視覺輔助圖形】

【行動標語】

- (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。本案廣告地點、素材與執行計畫需於事前送機關審核,通過後始執行、刊登。

八、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。

九、服務建議書格式及內容：

(一) 裝訂規則及交付：

1. 建議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：1 式 6 份並附電子檔光碟片 1 式 1 份。

(三) 服務建議書至少應包含以下內容：

1. 宣傳廣告之播出方式、日期、時段、廣告位置、目標受眾分析等。
2. 整體專案規劃（含宣傳通路、廣告位置及播出時段之分析、成本效益分析及其他創意項目規劃等）。
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）如：文字稿撰寫及美術設計人員（相關工作經驗之說明）等。
4. 專案內容暨經費單價表（含媒審費、翻譯費、後製費、播映費、翻譯費、時段與次數、完整媒體組合表、各宣傳媒體經費配置及各細項之單價）。
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；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）。

(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、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。本案進入評選廠商達 7 家以上者，採 2 階段評選。若進入評選廠商未達 7 家，採 1 階段評選，評選方

式說明如下：

1. 一階段評選：(進入評選廠商未達 7 家採用)

(1) 各廠商經簡報、答詢後，由各評選委員分別予以評分。

(2) 評選項目與配分：

	評選項目	配分(分)
1	選用露出媒體或組合之預估宣傳效益及與目標市場契合度	45
2	廠商之規模、能力、經驗及執行本案工作人員能力與專業性、配合度	20
3	經費運用合理性	20
4	廠商簡報及現場詢答	10
5	加值服務	5
合計		100

(3) 評選程序：

- A. 採序位法，由評選委員依投標廠商之服務建議書評分，依評選標準分別評分後加總，並依加總分數高低轉換為序位(得分最高者序位為 1，次高者序位為 2，依此類推)評定廠商優勝序位。經出席委員過半數以上評分達 **75 分以上(含)** 者即列為合格廠商，評分不合格廠商並不計入序位總數。
- B. 合格廠商由機關合計序位總數，以序位合計總數最低者開始排序名次，序位合計總數最低者為第 1 名，次低者為第 2 名，依此類推，並經出席評選委員過半同意方得列為優勝廠商。機關依優勝序位，自最優勝者起，依序以議價方式辦理。若序位合計總數相同時，以標價低者優先議價，標價相同時，則以評選項目「**選用露出媒體或組合之預估宣傳效益及與目標市場契合度**」獲得各出席評選委員之得分合計值最高者優先議價，若該項目之合計值仍相同者，則抽籤決定之。

2. 二階段評選：(進入評選廠商達 7 家以上者採用)。

(1) 第 1 階段初審：

A. 採書面審查，由評選委員評定入圍廠商後，進入第 2 階段決選。機關將書面通知進入第 2 階段決選廠商。

B. 評選項目與配分：

	評選項目	配分(分)
1	企劃書內容之完整性	50
2	媒體規劃與效益分析及與目標市場契合度	50
合計		100

C. 評分方式：採總評分法辦理，全部評選項目總滿分為 100 分，平均分數須達 75 分以上(含)，且需過半數委員評分達 75 分以上(含)者始得成為入圍廠商進入第 2 階段決選。

(2) 第 2 階段評(決)選

A. 各廠商經簡報、答詢後，由各評選委員分別予以評分。

B. 評選項目與配分如下：

	評選項目	配分(分)
1	各工作項目內容、進度規劃及宣傳效益	45
2	廠商之規模、能力、經驗及執行本案工作人員能力與專業性、配合度	20
3	經費運用合理性	20
4	廠商簡報及現場詢答	10
5	加值服務	5
合計		100

C. 採序位法，由評選委員依投標廠商之服務建議書評分，依評選標準分別評分後加總，並依加總分數高低轉換為序位(得分最高者序位為 1，次高者序位為 2，依此類推)評定廠商優勝序位。經出席委員過半數以上評分達 75 分

以上（含）者即列為合格廠商，評分不合格廠商並不計入合計序位總數。

- D. 合格廠商由機關合計序位總數，以序位合計總數最低者開始排序名次，序位合計總數最低者為第 1 名，次低者為第 2 名，依此類推，並經出席評選委員過半同意方得列為優勝廠商。機關依優勝序位，自最優勝者起，依序以議價方式辦理。若序位合計總數相同時，以標價低者優先議價，標價相同時，則以評選項目「各工作項目內容、進度規劃及宣傳效益」獲得各出席評選委員之得分合計值最高者優先議價，若該項目之合計值仍相同者，則抽籤決定之。

(二) 簡報：

1. 參加評選廠商以送到標單順序決定簡報次序（時間、地點由機關另行通知），簡報必須由本案之執行團隊為之。有權參加評選之每一投標廠商人數限 4 人。
2. 簡報以中文為主，英文為輔，簡報總時間以不超過 20 分鐘為限，機關得視投標廠商家數機動調整簡報及答詢時間，於接受委員 10 分鐘詢答後退場。簡報形式由廠商自行決定。簡報之內容，以廠商投標文件內容為限，廠商另外提出變更或補充資料，應不納入評選。廠商簡報前如於唱名 3 次未到或遲到超過 5 分鐘未抵現場者，視同放棄簡報及答詢權利，且該廠商之「廠商簡報及現場答詢」項目以零分計算。
3. 評選結果當日不宣佈，俟核定後另行通知。

十一、議價與簽約：

- (一) 經評選委員會評選為優勝者為優勝廠商，取得優先議價權，若議價不成或棄權，則依序由次優廠商經核定取得議價權。
- (二) 得標廠商應於機關正式通知 10 個工作天內與機關簽訂契約書，若無正當理由拒不簽約，依政府採購法相關規定辦理。

十二、依採購法第 101 條，機關辦理採購發現廠商有下列情形之一，應將其事

實及理由通知廠商，並附記如未提出異議者，將刊登政府採購公報：

- (一) 容許他人借用本人名義或證件參加投標者。
- (二) 借用或冒用他人名義或證件，或以偽造、變造之文件參加投標、訂約或履約者。
- (三) 擅自減省工料情節重大者。
- (四) 偽造、變造投標、契約或履約相關文件者。
- (五) 受停業處分期間仍參加投標者。
- (六) 犯第 87 條至第 92 條之罪，經第一審為有罪判決者。
- (七) 得標後無正當理由而不訂約者。
- (八) 查驗或驗收不合格，情節重大者。
- (九) 驗收後不履行保固責任者。
- (十) 因可歸責於廠商之事由，致延誤履約期限，情節重大者。
- (十一) 違反第 65 條之規定轉包者。
- (十二) 因可歸責於廠商之事由，致解除或終止契約者。
- (十三) 破產程序中之廠商。
- (十四) 歧視婦女、原住民或弱勢團體人士，情節重大者。

十三、本採購如有不法，檢舉電話與信箱地址如下：

- (一) 法務部調查局，電話：+886-2-2918-7777，新店郵政六 0000 號信箱。
- (二) 交通部觀光局政風室，電話：+886-2-23491741，臺北市忠孝東路四段 290 號 7 樓。
- (三) 交通部採購稽核小組，電話：+886-49-2370030，傳真：
+886-49-2391517，南投市中興新村省府路 6 號。
- (四) 中央採購稽核小組：臺北市信義區松仁路 3 號 9 樓，
+0800-2-8789-7500。
- (五) 法務部廉政署受理檢舉電話：+0800-286-586；檢舉信箱：1009 國史館郵局第 153 號信箱，傳真檢舉專線：+0800-2-2381-1234；臺北市中正區博愛路 166 號。臺北市調查處：臺北市大安區基隆路二段 176 號，臺北市郵政 60000 號信箱，電話：+886-2-27328888。