

「2018-2019 年印度尼西亞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：2018-2019 年印度尼西亞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印度尼西亞（以下簡稱印尼）地區市場之知名度，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，本計畫將加強對當地媒體、旅遊業者推廣，並搭配對民眾之觀光推廣活動，以增加該地區旅客赴臺觀光人數。

- 五、主要客層與行銷重點：針對印尼地區兩大目標客群

- (一) 20 歲至 35 歲之自由行旅客。
- (二) 35 歲至 60 歲之家庭親子旅遊。

主要範圍以雅加達、泗水及棉蘭等 3 大城市為主，其他二線城市為輔；以「美食」、「購物」、「浪漫」、「樂活」、「臺灣觀光年曆」及「2018 海灣旅遊年」、「2019 小鎮漫遊年」等宣傳主題設計公關行銷主軸及亮點活動，強調「Time for Taiwan 旅行臺灣，就是現在」之旅遊目的地意象。

- 六、經費預算：

預算金額美金 65 萬元整 (含稅，約合新臺幣 1,950 萬元)，其中針對印尼地區業者及媒體部分預算占比不少於 40%、印尼地區民眾部分不少於 50%。

- 七、履約期間：自決標日起 1 年內(含驗收)。

- 八、委託辦理內容：

- (一) 針對印尼地區業者及媒體部分

1. 組成臺灣觀光推廣服務團隊，其工作重點包括：

- (1) 蒐集東亞競爭旅遊目的地（如：日、韓、港、澳等地）於印尼地區行銷推廣狀況，並針對印尼民眾出國旅遊決策特性研提市場研究報告。廠商應於決標後 30 天內研提期初報告，履約期間應每季或應機關需求，更新現況調查報告。
- (2) 於決標後 30 天內彙提本市場 outbound 業者名單（包括傳統組團社與線上旅行社），並規劃辦理業者輔導作業，至少包括下列

工作事項：

- i、規劃開發新增上架旅行業者：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 20 家（包含本市場躉售業者至少 5 家），並需提供公司簡介及送客實績。
 - ii、針對旅行業者辦理教育訓練：針對販售臺灣旅遊商品之業者，於上、下半年辦理至少 1 場臺灣旅遊產品銷售教育訓練（每場參加業者至少 15 家，每家至少 2 名）；並於教育訓練結束後1 個月內提送成果報告及業者建議事項。
- (3) 協助機關籌備參加當地旅展或自辦推廣會參展等相關事宜。
 - (4) 於本案執行期間輔導至少 4 家業者向機關申辦廣告促銷分攤案。
 - (5) 服務團隊成員薪資、保險及相關福利需依據印尼政府規定及當地勞工法規辦理，並由廠商於合約價金內自行辦理。團隊成員需至少 1 人為曾於臺灣之大專院校留學，並通曉中文及印尼語者。

2. 規劃舉辦熟悉之旅

- (1) 邀請印尼地區旅遊業者及主流媒體赴臺參加熟悉旅遊分別至少 3 次，至少需達 60 人（上下半年各 3 次，參加業者及媒體代表累計需達 40 位為穆斯林，且本案廠商均需派員參加）。
- (2) 邀請業者代表需為負責臺灣旅遊推廣相關部門成員、媒體代表則以旅遊相關主流媒體為主；廠商需事先檢附名單及背景資料，經機關同意後始得邀請。行程須依業者或媒體需求先行規劃並供機關審核及調整，經機關同意後始可辦理。返印尼後廠商須確保媒體報導露出及輔導業者包裝行程銷售。
- (3) 上揭熟悉旅遊隨行人員之機票費用由廠商自付，受邀人員機票費用由機關支付；受邀人員及隨行人員之落地接待費用皆由機關支付。

(二) 針對印尼地區民眾部分

1. 協助機關成立臺灣觀光資訊諮詢服務專線 (Hotline)，並於雅加達市區設置至少 15 平方公尺之台灣觀光資訊展示空間，提供印尼地區旅客資訊諮詢與宣導品兌換等服務，前開服務空間需由廠商自行提供，並為符合當地相關法規之工作場所。

2. 規劃辦理觀光推廣宣傳活動

- (1) 廠商應規劃辦理至少 4 場主題性觀光推廣活動，其中雅加達地區辦理至少 2 場、泗水及棉蘭分別至少 1 場，可結合機關參加之旅展或推廣會辦理，每場次活動民眾出席需達 100 人以上。
 - (2) 設計製作主題宣傳禮品至少 1,500 份（本項工作執行經費至多為計畫經費 3%），品項、種類及數量需經機關同意後方可製作，另廠商需配合提供倉儲空間協助保管文宣、禮品及其他推廣業務所需之物品。
 - (3) 設計編撰印尼文版旅遊手冊 1 本 (A5 尺寸，頁數含封面封底至少 50 頁)，並應印刷份數至少 5,000 份。
- (三) **其他一增值服務（本項非屬計價項目）**：廠商得餉外提出且執行其他非屬前述委辦事項之增值創意提案，以強化本案觀光宣傳效益，吸引目標市場消費者來臺旅遊。（服務建議書內需提供合理之參考價值，得標後本項亦列入履約項目）
- (四) 機關 CI 識別及觀光宣傳行動標語(如下圖)需運用於推廣素材內。



【觀光品牌】

Saatnya Berkunjung ke Taiwan

【行動標語】



【心型視覺輔助圖形】

- (五) 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。

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) 本契約標的所需製作材料，概由廠商負責。所引用之資料、道具及音樂，如涉及他人權利時，廠商應事先取得權利人書面同意其著作於本案永久

在國內外公開使用，含著作權之各種使用方式。如有涉及著作權或其他權利爭議糾紛，應由廠商完全負責，概與機關無涉。

- (三) 本案之執行內容項目、製作品質、進度等，均須在機關審核同意下進行，若有違反情形，機關得終止契約關係，得標廠商應賠償機關得標價款總額 20%。
- (四) 本案之新聞發布權歸屬機關，非經機關同意，得標廠商不得對外發布採購標的進行情形，否則機關得終止契約關係，得標廠商應賠償機關得標價款總額 20%。
- (五) 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. 目標對象分析及行銷主軸
- 2. 針對第 8 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及服務團隊人選之學、經歷（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) 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。本案採 1 階段評選，評選方式說明如下：

1. 各廠商經簡報、答詢後，由各評選委員分別予以評分。
2. 評選項目與配分如下：

	評選項目	配分 (分)
1	整體宣傳計畫策略擬定與規劃	15
2	針對印尼地區業者及媒體計畫、針對印尼民眾推廣觀光宣傳活動、禮品、旅遊手冊...等各工作項目內容、進度規劃及創意	40
3	廠商之規模、能力、過去與觀光推廣機構合作之實績；執行本案工作人員能力與專業性、配合度	10
4	經費運用合理性	20
5	廠商簡報及現場詢答	10
6	增值服務	5
	合計	100

3. 本採購以「序位法」評定優勝廠商，價格納入評比，評選委員於各評選項目及子項之評分加總轉換為序位後，彙整合計各廠商之序位，以出席委員過半數評分高於 75 分(含)以上且序位合計值最低廠商為序位第一，如其標價合理，無浪費公帑情形，無待協商項目，且經出席評選委員過半數之決定，並簽報機關首長或其授權人核定後為優勝廠商。出席委員過半數評分高於 75 分(含)以上之序位第二以後廠商，如其標價合理，無浪費公帑情形，無待協商項目，且經出席評選委員過半數之決定，並簽報機關首長或其授權人核定後，亦得列為優勝廠商。評分不合格廠商並不予合計序位總數。
4. 評選結果優勝廠商有 2 家以上同序位時，以標價低者優先議價；如標價又相同時，以擇『配分最高之評選項目之得分合計值較高者』優先議價，若再相同者，則由廠商推派代表抽籤決定之，若

廠商未推派代表，則由會議主席代為抽籤決定之。評選結果非優勝廠商有 2 家以上同序位時，將列為同等序位。

(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。廠商簡報前如唱名 3 次未到者（包括遲到者），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。
4. 獲選廠商所提服務建議書應為契約之 1 部份。

十二、議價與簽約：

- (一) 詳投標須知第 63 條。
- (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。

十三、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。