

「2019-2020 臺灣觀光馬來文與印尼文網站 製作維護及馬印菲汶網路行銷計畫」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：「2019-2020 臺灣觀光馬來文與印尼文網站製作維護及馬印菲汶網路行銷計畫」。
- 四、計畫目標：鑑於東南亞國家赴臺旅客人次大幅成長，旅客對臺灣觀光資訊之需求激增，爰將繼續維運臺灣觀光局現有馬來文與印尼文 2 國語版網站內容，以提升旅客查詢臺灣旅遊資訊、穆斯林接待環境的介紹之便利性及友善度，另針對轄區 4 國（馬來西亞、印尼、菲律賓及汶萊）辦理網路行銷計畫。
- 五、廠商應給付之標的及工作事項：
 - (一) 網站 (www.taiwan.net.my) 更新及維護：
 1. 維護機關網站現有功能（包含前、後臺），並配合機關要求，加強原網站各項功能更新（包含網頁設計安全考量、資料庫使用安全考量及網頁資訊服務安全要求等），並維持正常運作。
 2. 配合機關需求，隨時進行本案網頁資訊新增、修正及更新（如配合臺灣觀光年曆重要活動宣傳製作網頁橫幅（Banner）。
 3. 定期檢視並更新 2 國語系網站內容，以提供使用者即時、正確的觀光旅遊資訊。
 4. 自簽約日起 1 年以內，配合機關要求不定期更新網站文字維護及更新（含最新消息與活動），字數以英文字計算，於 2 萬 5 千字以內翻譯成馬來文與印尼文 2 國語系。文案之翻譯、編改寫及審稿費用由得標廠商於專案中支應。
 5. 廠商應提供以馬來文與印尼文為母語之專業翻譯顧問，並提供翻譯者學經歷等相關資料供機關審核，機關對於該顧問之資格保有最後同意權，履約期間若需更換亦需經由機關同意。本案如經審查有翻譯品質不良或使用翻譯軟體譯稿之情事，得標廠商須無條件同意更

換，並負責衍生之相關損失。

6. 預算需包括網站伺服器費用及提供機關至少 8 組電子郵件企業帳號（每個帳號容量至少 30G）。
7. 網站須納入民眾之服務滿意度調查。
8. 於提送期中與期末報告時彙整提供本案網站流量分析報告。

(二) 機關經營之馬來西亞社群媒體維運：

1. 臉書粉絲團（名稱：Time for Taiwan TTBKL）
 - (1) 每個月至少發布 15 至 20 篇與臺灣觀光相關之內容（含文字/圖片/影音）。
 - (2) 每季至少舉辦 1 次線上互動活動，促進粉絲之間互動性，以提升粉絲人數與活躍度（例如：互動遊戲、投稿、比賽等）。
 - (3) 於提送期中與期末報告時彙整提供粉絲團相關數據分析報告。
2. Instagram（帳號：timefortaiwan_my）：每個月至少發布 10 至 15 篇與臺灣觀光相關之內容（含文字/圖片/影音）。
3. Social Hub (<http://social.taiwan.net.my/>)：
 - (1) 維護該網站現有功能（包含前、後臺）。
 - (2) 提升網站互動性及留言品質。例如：舉辦線上活動，利用赴臺遊記貼文分享舉辦競賽…等。
 - (3) 於提送期中與期末報告時彙整提供網站相關數據分析報告。

(三) 建置及維運印尼社群媒體：

1. 成立臉書粉絲團（名稱暫定為 Time for Taiwan TTBD）及 Instagram（名稱暫定為 timefortaiwan_id）。
2. 臉書粉絲團
 - (1) 每個月至少發布 15 至 20 篇與臺灣觀光相關之內容（含文字/圖片/影音）。
 - (2) 每季至少舉辦 1 次線上互動活動，促進粉絲之間互動性，以提升粉絲人數與活躍度（例如：互動遊戲、投稿、比賽等）。
 - (3) 於提送期中與期末報告時彙整提供粉絲團相關數據分析報告。
3. Instagram：每個月至少發布 10 至 15 篇與臺灣觀光相關之內容（含

文字/圖片/影音)。

(四) 網路行銷推廣：

1. 研擬及進行馬來西亞、印尼、菲律賓、汶萊市場網路行銷推廣計畫，如：廣告購買、辦理線上活動等，提升臺灣觀光品牌於該 4 國之知名度，增加赴臺興趣並提升馬來文、印尼文網站瀏覽人數及回訪率。另馬、印市場需分別針對穆斯林與一般大眾訂定計畫。
2. 網路行銷推廣計畫費用至少佔本專案總經費 60%，各市場行銷費用比例分配如下：馬來西亞 40%、印尼 25%、菲律賓 25%、汶萊 10%（前揭比例為原則，廠商可自行調配±5%）。

(五) 本案廠商須對本案網站內容進行定期備份工作，基本要求如下：

1. 程式原始碼與資料庫更新時廠商應立即備份。
2. 每月須針對全網站及資料庫定期備份，並於每月 10 日前將前一個月備份紀錄以電子郵件交付機關承辦人。

(六) 廠商應符合下列資訊安全需求：

1. 廠商須避免建置開發程式留有任何形式之系統後門，以免危害未來系統及資訊安全。
2. 系統軟體之安全漏洞防護，廠商必須無條件進行修補，必要時得配合修改已開發之程式，以及更新系統軟體版本。
3. 為防止 SQL Injection 及 XSS 攻擊，廠商應提供安全的應用程式及防範措施。
4. 網站系統開發語言應採一致性之開發設計工具，具有易偵錯、易維護等特性，且須兼顧資訊安全，程式及資料庫應具備可隨時且容易移轉至其他相似環境伺服器之功能。
5. 每次程式上線前及異動後，廠商均應進行資訊安全檢測。
6. 需配合機關進行資安演練。

(七) 品質管制：

專案執行期間，機關得視需求要求廠商應與機關相關人員召開工作會議，檢討專案執行情形，以管控工作進度。

(八) 其他需求：

1. 廠商履約結果涉及智慧財產權者，機關取得全部權利。
2. 廠商因履行契約所完成之著作，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。廠商日後如有利用之必要，應以書面向機關申請，經機關同意後方得使用。
3. 若履行合約前廠商已開發完成之電腦程式著作，其智慧財產權歸廠商所有，惟廠商須提供原始程式碼予機關永久無償使用，並同意機關關於必要時得授權他人使用。
4. 廠商為維護本專案系統與架設網站（或網頁）所提供之相關軟硬體設備等之所有權歸機關所有。
5. 廠商未經機關書面同意，不得將契約內容洩漏予與履約無關之第三人。
6. 廠商履約期間所知悉之機關機密或任何不公開之文書、圖畫、消息、物品或其他資訊，均應保密，不得洩漏工作內容。
7. 本案使用之軟體工具如包含第三者開發之產品（或無法判斷是否為第三者之產品時），應經合法授權使用。如隱瞞事實或取用未經合法授權使用之軟體或識別標誌、圖檔等，致使機關遭致任何損失或聲譽損害時，廠商應負一切損害賠償責任（含訴訟、律師及賠償費用）。
8. 本案如使用前開第三者開發之軟體工具，應注意其資訊安全性。
9. 於本契約有效期間內，廠商應提供機關技術諮詢工作。
10. 廠商如經由本網站所蒐集之個人資料，應確實遵守該國家個人隱私及資料保護法等相關資訊安全規範，同時對於資料蒐集目的以外之個人資料使用，須經當事人書面同意或於填寫基本資料時設計欄位並說明其特定用途，由當事人依自由意願簽註同意提供作為特定目的之使用。
11. 廠商於專案執行期間，如機關進行網站整併，廠商應配合移轉相關資料至機關總部平台，並負責測試新平台相關功能。

（九）成果交付：

1. 書面期中及期末報告，包括：網站及機關經營之社群媒體之流量及相關數據分析、截圖、活動成果...等。
2. 網站及資料庫備份紀錄。

六、履約期限：

- (一) 第1年(2019年)自契約生效日起1年止，完成履約採購標的之供應。得視績效後續擴充1年。
- (二) 第2年(2020年)：得標廠商經機關召開正式審查會議，評定第1年宣傳計畫執行成效符合機關要求者（依機關評選標準，半數以上出席委員評分超過75分），取得第2年優先承作權後，廠商需再提出第2年服務建議書，經審查會議通過後（依機關評選標準，半數以上出席委員評分超過75分），始取得優先議價權得進行議價簽約作業。

七、預算經費：每年度採購預算金額馬幣 1,065,000 元整，約合新臺幣 8,480,595 元整（含稅）。其中網路行銷推廣計畫費用至少佔本專案總經費 60%，各市場行銷費用比例分配如下：馬來西亞 40%、印尼 25%、菲律賓 25%、汶萊 10%（前揭比例為原則，廠商可自行調配±5%）。

八、服務建議書格式及內容：

- (一) 應採中文或英文橫式書寫，以 A4 格式印製，裝訂線在左側並加編頁碼裝訂成冊。
- (二) 份數：1 式 6 份並附電子檔光碟片 1 式 1 份。
- (三) 服務建議書製作大綱至少包括：
 1. 目錄
 2. 前言
 3. 網站維運規劃。
 4. 機關經營之社群媒體維運規劃。
 5. 網路行銷推廣計畫。
 6. 廠商履約規劃、專案管理及網站文案翻譯及審稿團隊之規劃（應說明翻譯審稿人員之學經歷）。
 7. 本案計畫時程及進度表（甘特圖）、各項工作時程控管及交付項目說明。

8. 廠商建置網站工作實績、經驗說明。
9. 價格分析及合理性（完成本案全部工作之預估費用，詳列說明各工作項目之經費分配及計價方式）。
10. 其他（廠商如有其他有利於本案執行之建設性項目或服務，於本章節提出。）

九、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，由各評選委員分別予以評分。
- (三) 評選項目與配分：

	評選項目	配分	
1	服務建議書內容之完整性、可行性及對服務事項之瞭解程度	50 1. 對本案整體規劃及設計構想。 2. 執行方式及工作內容是否允當。 3. 網站及社群媒體維運能力、網路行銷計畫之可行性及效益。 4. 廠商履約規劃、專案管理及網站文案翻譯及審稿團隊之規劃。 5. 廠商對於本案提出之創意或建設性項目	50
2	工作期程與進度的規劃與掌控	10 工作時間分配與進度控管方法之適當性	10
3	經費的合理性	20 工作項目經費概算及用途分配之合理性	20
4	廠商履約能力、專案管理規劃。	10 1. 廠商建置網站工作實績、經驗說明。 2. 專案人力與配置執行各階段工作的能力與可靠程度。 3. 計畫主持人及主要工作成員學養及資歷之適合程度 4. 廠商及工作團隊承辦類似案件之實績	10
5	廠商簡報及現場詢答	10	
	合計	100	

十、 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) 獲議價權之廠商，應於機關正式通知之日起 **10 個工作日內** 議價。服務建議書為契約之一部分，若無故未議價者，視為棄權，並由次一名廠商取得議價權。

十一、 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。