

「2019-2020 年馬來西亞(含汶萊地區)穆斯林市場公關宣傳案」 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：台灣觀光協會吉隆坡辦事處（以下簡稱機關）。

三、計畫名稱：2019-2020 年馬來西亞(含汶萊地區)穆斯林市場公關宣傳案。

四、計畫目標：

為提高臺灣觀光品牌於馬來西亞及汶萊地區穆斯林市場之知名度，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，本計畫以公關活動為主，相關媒體宣傳為輔，以增加該兩地區穆斯林旅客赴臺觀光人數。

五、主要客層與行銷重點：針對穆斯林中高階層客群，以「美食」、「購物」、「樂活」及「臺灣觀光年曆」等機關宣傳主題設計公關行銷主軸及亮點（可針對全年度計畫設計行動標語(SLOGAN)），強化臺灣為「穆斯林友善環境」之旅遊目的地意象。

（一）年輕族群：20 歲至 35 歲之自由行旅客、背包客。

（二）親子旅遊：35 歲至 60 歲之家庭旅遊。

六、經費預算：

預算金額馬幣 245 萬元整（含稅，約合新臺幣 1,976 萬 1,700 元）。

七、履約期間：自決標日起 1 年內(含驗收)。

八、委託辦理內容：

（一）邀請馬來西亞及汶萊地區具知名度及影響力之穆斯林藝人（或名人）擔任臺灣觀光代言人，代言人需配合拍攝臺灣觀光宣傳影片及出席公關活動。

（二）拍攝 1 支臺灣觀光宣傳影片，需剪輯成 15 秒、30 秒及 60 秒 3 種規格，影片需能於製作完成後於馬來西亞及汶萊地區公開場合及媒體廣告通路播放至少 1 年。

（三）辦理至少 **6 場** 馬來西亞觀光宣傳推廣活動，活動形式內容由廠商自行發想提案，內容均須包含活動事前宣傳操作：

1. 配合機關指定之大型推廣活動(例如 MATTA 旅展)，代言人需出席至少 2 場。

2. B2C 大型展銷會計 1 場，需自行邀集臺馬兩地清真相關產業或穆斯林

友善旅遊業者參展，代言人需出席。參加民眾需達 500 人以上。

3. 深度推廣活動：北馬、中馬、南馬各 1 場共計 3 場，3 場累積參加人次需達 300 人以上。
- (四) 辦理至少 **1 場**臺灣觀光推廣活動：需結合航空公司及旅行社募客至臺灣參加該場活動，活動形式內容由廠商自行發想提案，出席人數至少達 100 人。
- (五) 邀請馬來西亞及汶萊地區穆斯林主流媒體赴臺辦理熟悉旅遊合計至少 **2 次**（熟悉旅遊出席媒體代表累計需達 16 人以上，且本案廠商均需派員參加）。邀請之媒體以各類別旅遊相關主流媒體為主，需事先檢附媒體名單及背景資料，經機關同意後始得邀請，並確保報導露出。上揭熟悉旅遊行程由廠商提出建議並經機關同意後，隨行人員及受邀人員之機票費用由廠商支付；受邀人員及隨行人員之落地接待費用皆由機關支付。
- (六) 提供臺灣觀光主題宣傳資訊：廠商須於履約期間內發佈至少 20 則觀光主題宣傳資訊（發佈前需經機關同意，每則可以英文或馬來文呈現。汶萊需發佈至少 5 則，馬來西亞需發佈至少 10 則）於機關同意之馬來西亞及汶萊主流平面報紙或雜誌中曝光露出。另每則資訊需同步於 Facebook /Instagram 等穆斯林討論度高之網路社群媒體(粉絲頁)曝光露出。
- (七) 設計編印馬來文穆斯林主題旅遊手冊 1 本 (A5 尺寸，頁數含封面封底至少 50 頁，印刷份數至少 5,000 份)。
- (八) 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。
- (九) 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) 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. 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（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. 代言同意文件。

8. 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：

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。評選方式說明如下：

(一) 各廠商經簡報、詢答後，由各評選委員分別予以評分。

(二) 評選項目與配分：

	評選項目	配分(分)
1	整體宣傳計畫策略擬定與規劃	15
2	代言人效益、公關活動、宣傳影片、媒體邀訪、旅遊手冊…等各工作項目內容及進度規劃	35
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	15
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

(三) 評選程序：詳投標須知第 63 點。