

## 「2019-2020 年馬來西亞穆斯林市場業者輔導暨送客活動採購案」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：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 年馬來西亞穆斯林市場業者輔導暨送客活動採購案。
- 四、計畫目標：

為提高臺灣觀光品牌於「馬來西亞穆斯林旅遊市場（以下簡稱本市場）」之知名度，強化目標客群對臺灣觀光產品之認識，針對「馬國穆斯林組團旅行業者（以下簡稱旅行業者）」辦理輔導教育訓練與推廣會，積極媒合臺馬雙邊業者創造產業合作商機，促其包裝臺灣穆斯林旅遊產品。另搭配規劃具體送客促銷方案，增加業者販售誘因，擴大吸引馬國穆斯林赴臺觀光。
- 五、主要客層與行銷重點：針對北馬、中馬與南馬穆斯林中高階層客群，以「美食」、「購物」、「樂活」、「臺灣觀光年曆」及「小鎮漫遊」等機關宣傳主題，輔導業者包裝相關穆斯林旅遊產品，強化臺灣為「穆斯林友善環境」之旅遊目的地意象。本案至少針對本市場 2 大目標客群：
  - （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 70 萬元整（含稅，約合新臺幣 561 萬 6,800 元）。
- 七、履約期間：自決標日起至 2020 年 10 月底前完成全數工作，並於 11 月底前送交機關驗收。
- 八、委託辦理內容：
  - （一）辦理穆斯林旅行業者輔導作業：廠商應彙提本市場 outbound 穆斯林業者名單，並規劃辦理旅行業者輔導及臺灣地接業者媒合作業，至少包括下列工作事項：
    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行業者名單至少 20 家（需包含本市場躉售業者至少 5 家，需包含北馬、中馬與南馬業者），並需提供公司簡介及送客實績。
    2. 於本案執行期間輔導至少 5 家旅行業者向機關申辦廣告促銷經費分攤案。
    3. 針對旅行業者辦理教育訓練及 B2B 業者推廣會：針對販售臺灣旅遊商品

之業者，於北馬、中馬與南馬各辦理至少 1 場臺灣旅遊產品銷售教育訓練與 B2B 業者推廣會（辦理期程與地點應經機關同意後始可辦理，廠商需自行邀集旅行業者與臺灣清真相關產業或穆斯林友善旅遊業者），累積馬國參加業者至少達 75 家次；並需於教育訓練與推廣會結束後 1 個月內提送成果報告及業者建議事項。

(二) 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 3 梯次 6 天 5 夜或 7 天 6 夜之臺灣熟悉旅遊（北馬、中馬與南馬地區旅行業者至少各 1 梯次；每梯次廠商均須派員全程陪同，於隨團期間處理團體之相關事務）。
2. 邀請名單須經機關同意後始可邀請，另廠商須依業者需求，先行規劃行程供機關審核及調整，行程經機關同意後始可辦理，返馬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之機票、落地接待…等跟旅程相關之所有費用均由廠商支付。
4. 履約期間參加業者代表累積需達 30 家次以上。

(三) 辦理送客促銷方案：需分別針對團體旅遊與自由行市場需求，與航空公司及旅行業者合作辦理主題優惠促銷方案，需包含針對該促銷方案之廣告宣傳作為，並於執行期間達成送客 2,000 人次之專案促銷實績（團客與自由行旅客之送客人數各占一半）。

(四) 增值服務：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。

(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、經費預算建議分配比例：

(以下列比例為原則,廠商可自行調配±5%,各項總計為 100%)

- (一) 辦理穆斯林旅行業者輔導作業：約 35%。
- (二) 規劃辦理潛力業者邀訪作業：約 20%。
- (三) 辦理送客促銷方案：約 45%。

十、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。

#### 十一、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. 針對目標對象提出出國旅遊決策、旅遊習性與動向調查分析。
- 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. 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。

十二、 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、資訊服務或社會福利服務，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	目標對象分析與整體工作計畫策略擬定與規劃	10
2	辦理穆斯林旅行業者輔導作業、規劃辦理潛力業者邀訪作業、辦理送客促銷方案…等各工作項目內容及進度規劃	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	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。