

## 「2024 年馬來西亞地區臺灣觀光大眾運輸系統整合宣傳案」 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：2024 年馬來西亞地區臺灣觀光大眾運輸系統整合宣傳案。

四、計畫目標：

為維持臺灣觀光品牌於馬來西亞地區之能見度，並吸引馬來西亞民眾積極赴臺旅遊，強化目標客群對臺灣觀光產品之認識，爰以大眾運輸系統相關戶外廣告為媒介，創造臺灣相關宣傳話題，輔以波段媒體宣傳，以開拓馬來西亞旅客赴臺觀光商機。

五、經費預算：

預算金額馬幣 180 萬元整（含稅，約合新臺幣 1270 萬 9,800 元）。

六、履約期間：自簽約日起 8 個月內履行採購標的之供應。

七、委託辦理內容：

- （一）**吉隆坡大眾運輸系統車廂廣告**：依據臺灣觀光特色主題元素（例如山海景觀、知名地標、節慶活動或鐵道漫遊等），規劃於吉隆坡大眾運輸系統（例如 KL Monorail Line）列車製作廣告（至少 4 節車廂，含車體外觀及車廂內部），與馬來西亞知名藝術創作團隊合作，提案至少 3 款廣告設計。經機關擇定設計稿後進行廣告製作、安裝及宣傳期間安全維護，相關列車廣告應連續宣傳至少 3 個月。
- （二）**吉隆坡大眾運輸系統車站廣告**：依據臺灣觀光特色主題元素，規劃於吉隆坡大眾運輸車站內製作廣告（含站內燈箱、大廳牆壁及車站入口等廣告版位），搭配列車廣告風格提案至少 3 款廣告設計；廣告露出車站須為該運輸系統車站每日乘客流量前 5 名，相關車站廣告應連續宣傳至少 3 個月。
- （三）**車廂廣告記者發表會**：配合列車廣告首發宣傳造勢，規劃辦理至少 1 場媒體宣傳活動；需邀請馬來西亞地區平面、電子或網路之中文、英文及馬來文媒體（媒體名單應經機關同意）至少 20 家，後續應確保每家媒體報導露出 1 篇以上。費用包含新聞稿撰寫、媒體邀請、場地租用及設備佈置及司儀接待人員等費用。
- （四）**整合相關宣傳活動**：於列車廣告宣傳期間，規劃運用網路媒體或自媒體

於多元網路社群平臺（例如 Facebook、Instagram 或 Youtube 等）辦理抽獎互動遊戲及宣傳貼文至少 20 篇；並於吉隆坡區辦理至少 1 場供民眾參與實體宣傳活動，以擴大整體廣告效益；活動形式內容由廠商自行發想提案。另製作專案活動所需相關主題宣傳品至少 3 款共 3000 份。

- (五) **其他創意加值宣傳服務**：辦理提升本案整體執行效益之加值創意提案，惟本項工作不納入經費預算分配，並請註明搭配之工作項目及執行成本，以便機關履約管理。
- (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；本案廣告素材或執行計畫需於事前送機關審核，通過後始執行、刊登。

#### 八、經費預算建議分配比例：廠商可參考下列比例自行調配±2%

- (一) 吉隆坡大眾運輸系統車廂廣告：約 30%。
- (二) 吉隆坡大眾運輸系統車站廣告：約 30%。
- (三) 車廂廣告記者發表會：約 10%。
- (四) 整合相關宣傳活動：約 30%。

#### 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. 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）。
3. 本案計畫時程及進度表。
4. 專案內容暨經費單價表。
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）。
6. 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。

(二) 評選方式：廠商經簡報、答詢後，由各評選委員分別評分。

(三) 評選項目與配分：

	評選項目	配分(分)
1	廣告設計及理念	30
2	整體宣傳計畫規劃與廣告效益	25
3	經費運用合理性	20
4	廠商之規模、能力與類似專案實績；本案工作團隊學經歷專業性與配合度	10

「2023 年馬來西亞地區臺灣觀光主題車體廣告整合宣傳案」招標規範

5	加值服務	10
6	簡報及答詢	5
	合計	100

(四)評選程序：詳投標須知第 63 點。