

## 「2024 年泰國地區臺灣觀光主題大眾運輸廣告宣傳案」 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：**臺灣觀光署駐曼谷辦事處**（以下簡稱機關）。
- 三、計畫名稱：2024 年泰國地區臺灣觀光主題大眾運輸廣告宣傳案。
- 四、計畫目標：

為持續深耕泰國市場並推廣臺灣美食、樂活及文化，加強臺灣觀光品牌 3.0 於泰國市場曝光度，強化目標客群對臺灣旅遊產品之認識，爰辦理大眾運輸廣告採購案打造吸睛亮點，結合開幕式記者會、搭配社群媒體宣傳及輔以線上線下活動，擴大泰國首遊客人次並提升重遊客比例。
- 五、經費預算：

預算金額泰銖 2,000 萬元整（含稅，約合新臺幣 1,809 萬 6,000 元）。
- 六、履約期間：決標日起 10 個月內履行採購標的之供應。
- 七、委託辦理內容：
  - （一）**廣告稿設計**：依據機關推廣主軸美食、樂活與文化，於曼谷地區透過 BTS、MRT 及車站站內設計廣告，須融入臺灣觀光品牌 3.0 與行動標語（SLOGAN），設計規格需符合當地大眾運具相關管制規定。
  - （二）**廣告製作安裝與維護**：依據機關同意之設計稿進行相關廣告物製作、安裝、刊登及宣傳期間安全維護，相關廣告應連續宣傳至少 2 個月，以確保整體宣傳效益，費用包含廣告設計、製作及刊登等相關費用。**預計自 2024 年第 4 季起配合泰國出境旅遊旺季(12 月跨年、3 月學校假期、4 月潑水節)各項廣告需分波段刊登。服務建議書應敘明刊登期程與期程排定理由。廣告項目如下：**
    1. 2 臺 BTS(車體包覆+車廂內部+天花板)列車設計廣告，至少行駛 3 個月，車體需分別依不同主題呈現，並與該車車廂內部設計相互呼應
    2. 1 臺 MRT(車廂內部+天花板+地板)列車設計廣告，至少行駛 3 個月
    3. 於 BTS-BTS、MRT-MRT 或 BTS-MRT 之兩線交會站中選擇兩個車站刊登包站廣告至少 2 個月，須分別依不同主題呈現。(個別車站每月人流須分別達至少 1 百萬及 2 百萬)
  - （三）**廣告首發宣傳活動**：為配合廣告上路擴大宣傳，需於曼谷市區規劃舉辦至少 1 場媒體宣傳活動，並邀請平面或電子媒體(名單需經機關同意)至

少 20 家(需包含至少 2 家主流電視臺)，並確保每家媒體報導露出 1 篇以上，費用包含新聞稿撰寫及發佈、媒體邀請、場地租用、設備佈置、主持人及接待人員等相關費用。

- (四) **線上線下整合宣傳**：於廣告執行期間，規劃運用 google 關鍵字、Facebook、Instagram、YouTube、KOL 或異業合作等方式進行宣傳曝光，並辦理相關線上線下整合宣傳活動以擴大廣告宣傳效益。
- (五) **其他創意加值服務提案**：其他有助於提高廣告曝光度、延長廣告宣傳效益及吸引目標市場消費者來臺旅遊之創意提案。
- (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、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。

#### 九、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. 針對第七點委託辦理內容提出內容規劃構想、預期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、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) 評選會簡報使用語言：以中文為主，英文為輔。

(四) 評選項目與配分：

	評選項目	配分(分)
1	車體及站內廣告設計與理念	25
2	整體宣傳計畫規劃與廣告效益	30
3	經費運用合理性	20
4	廠商之規模、能力及過往類似專案實績；執行本案工作人員能力與專業性、配合度	10
5	增值服務	10
6	簡報及答詢	5

「2024 年泰國地區臺灣觀光主題大眾運輸廣告整合宣傳案」招標規範

	合計	100
--	----	-----

(五)評選程序：詳投標須知第 63 點。