台灣觀光協會「2025 年度展會及刊物社群」 數位行銷宣傳及數位廣告投放招標案

一、計畫目標

為強化本會 2025 年舉辦之兩大展覽「台灣美食展」及「ITF 台北國際旅展」展前宣傳聲量，透過數位媒體密集曝光展訊內容，有效觸及目標及潛在客群，深化民眾對兩大展覽的品牌印象與展覽參與意願，帶動購票觀展熱潮。此外，為提高本會出版之《台灣觀光》日文刊及韓文刊社群於日、韓市場曝光度，期透過整合性廣告投放，以提升整體宣傳效益與社群互動參與度。

二、基本資訊

(一) 2025 台灣美食展

1. 基本介紹

台灣美食展今年邁入第 36 年，舉辦的目的是要凝聚各方力量，共同展示台灣多元的美食風貌，形塑台灣美食文化價值，成為美食觀光產業前進的動力，以美食帶動觀光，將台灣美食的魅力傳遞給更多國內外旅客。今年以「海鮮 - 鮮味款待」為展覽主題，從漁港直送鮮活料理上桌、傳承百年的道地風味，再到異國多元料理味覺創新，以海洋文化款待每一位觀展民眾。

2. 官方平台

- (1) 官網：<https://www.tcetva.tw/>
- (2) FB 粉專：<https://www.facebook.com/taiwanculinaryexhibition/>
- (3) IG 粉專：https://www.instagram.com/tce_taiwan/

3. 時間地點

- (1) 日期：2025 年 8 月 1 日 (五) 至 8 月 4 日 (一) 10:00-18:00
- (2) 地點：台北世貿一館 A、D 區

4. 售票資訊

- (1) 預售票 180 元(9 折)：7 月 10 日至 7 月 31 日
- (2) 現場票 200 元(原價)：8 月 1 日至 8 月 4 日

5. 2024 年台灣美食展客群輪廓

- (1) 性別：女性(64%)多於男性(34.7%)。
- (2) 年齡：以 40-49 歲(21.9%)最多，其次為 30-39 歲(19.3%)、50-59 歲

- (19.2%)、60 歲以上(17.3%)、20-29 歲(16.5%)。
- (3) 居住地：以北部為主(90%)。
- (4) 展訊來源：台灣美食展官網(56%)、Facebook 粉專(23.5%)、親友推薦(15.3%)、網路新聞(8.9%)、Instagram 粉專(7%)、電視(6.4%)、網路廣告(5.5%)、世貿一館周邊廣告(4.2%)、捐血贈票(3.5%)、YouTube(3.2%)。
- (5) 逛展目的：品嚐各地美食(81.5%)、購買伴手禮(25.4%)、純休閒娛樂(16.9%)、聽美食講座(16.5%)、購買餐券(15.8%)、學習料理手法(13.6%)、欣賞名廚手藝(9.2%)。
- (6) 參觀次數：初次參觀(48.5%)、參觀 2 次(21.4%)、參觀 5 次以上(12.7%)、參觀 3 次(12.6%)、參觀 4 次(4.6%)。

(二) 2025 ITF 台北國際旅展

1. 基本介紹

ITF 台北國際旅展邁入第 39 年，不僅是全台旅遊界關注度最高、規模最大、歷史最久，也是亞太地區人氣最高的旅遊盛會，熱愛旅遊的民眾想要尋找最新旅遊資訊和好康不可錯過的年度必逛旅展。集結上百個國家及城市、航空公司、旅行社、飯店、遊樂園等單位齊聚，各種優惠產品一站式滿足國內外各種旅遊需求，還有超萌吉祥物大遊行及各國精彩表演活動。

2. 官方平台

- (1) 官網：<https://www.taipeiitf.org.tw/>
- (2) FB 粉專：<https://www.facebook.com/tvaitf/>
- (3) IG 粉專：https://www.instagram.com/itf_taipei/

3. 時間地點

- (1) 日期：2025 年 11 月 7 日 (五) 至 11 月 10 日 (一) 10:00-18:00
- (2) 地點：台北南港展覽館一館 1、4 樓

4. 售票資訊

- (1) 早鳥票 150 元(75 折)：10 月 14 日至 10 月 15 日 (2 天)
- (2) 預售票 180 元(9 折)：10 月 16 日至 11 月 6 日 (22 天)
- (3) 展期票 200 元(原價)：11 月 7 日至 11 月 10 日 (4 天)

5. 2024 年 ITF 台北國際旅展客群輪廓

- (1) 性別：女性(60.8%)多於男性(39.1%)。

- (2) 年齡：以 30-39 歲(28.1%)最多，其次為 40-49 歲(26.4%)，20-29 歲(18.1%)、50-59 歲(15.8%)、60 歲以上(8.6%)。
- (3) 居住地：以北部(87.8%)為主。
- (4) 展訊來源：Facebook(20.5%)、官網(17.7%)、網路(21.9%)、親友推薦(17.3%)、網路新聞(16.6%)、網頁廣告(12%)、LINE(7.2%)、Instagram(7.2%)、電視(6.8%)、YouTube(4.3%)。
- (5) 逛展目的：購買國外旅遊行程(39.8%)、蒐集旅遊資訊(32.1%)、購買餐券(28.2%)、購買住宿券(22.8%)、領取免費贈品(21.9%)、購買國內旅遊行程(21.8%)、體驗異國風情(18.4%)、增加休閒娛樂(16.7%)、滿足好奇心(15.3%)。
- (6) 最感興趣的攤位類別：國外區(39.8%)、旅遊相關(39%)、航空/交通運輸(29.9%)、旅行社(26%)、旅館(22.9%)、主題樂園(15%)、政府主題館(13.9%)。
- (7) 最感興趣的展出內容：優惠旅遊產品(45.7%)、各式活動贈品(40.2%)、體驗活動(34.7%)、抽獎(34.1%)、表演宣傳活動(19.3%)。
- (8) 參觀次數：首次參觀(34.6%)、參觀 5 次以上(28.9%)、參觀 2 次(20.7%)、參觀 3 次(11.5%)、參觀 4 次(4%)。

(三) 《台灣觀光》日文刊及韓文刊社群

1. 基本介紹

《台灣觀光》刊物致力於由不同角度發掘台灣在地故事和多元旅遊魅力，並依各市場偏好推出日文雙月刊、韓文雙月刊。刊物讀者以本會會員、政府觀光機構、國際旅遊業者及專業人士為主，並同步陳列於五星級飯店大廳、機場貴賓室、旅遊服務中心，以及全台各大圖書館等，廣泛觸及海內外高端消費者與深度旅遊愛好者。《台灣觀光》日文刊及韓文刊主要目標客群為來台觀光、交流之日韓旅客，刊物除了陳列於國內重要旅遊場域，也分別送至觀光署東京、大阪、首爾、釜山駐外辦事處，發送予觀光交流重要企業及民眾。

2. 官方平台

- (1) 電子版刊物：<https://www.tva.org.tw/Publications>
- (2) 日文刊 FB 粉專：<https://www.facebook.com/profile.php?id=61573910529011>
- (3) 日文刊 IG 粉專：<https://www.instagram.com/taiwandesu/>
- (4) 韓文刊 FB 粉專：<https://www.facebook.com/profile.php?id=61574284191551>
- (5) 韓文刊 IG 粉專：https://www.instagram.com/taiwanholic_kr/

三、委辦事項

(一) 數位廣告投放

1. 依據兩大展覽策展內容及《台灣觀光》日韓文刊社群之目標客群，擬定媒體投放策略、廣告素材建議及宣傳期程規劃。
2. 依投放媒體與目標受眾習性發想文案、素材尺寸調整與版本優化(設計基本素材如主視覺、展訊文字等由本會提供)。
3. 每週提供成效報告，並能即時優化投放內容，結案時須提交完整成效報告。

(二) 新聞口碑及網紅合作

1. 新聞口碑議題規劃，創造展覽品牌聲量與話題討論度。
2. 透過 KOL 宣傳，強化活動曝光與觸及率。
3. 結案時須提交完整成效報告。

備註：需於展覽及社群廣告投遞結束後提供結案報告，內容應包括目標客群之性別、年齡、職業、地區等分析，各項媒體投放之截圖畫面、成效評估及來年操作建議，並視情況赴本會進行結案報告說明。

四、執行預算

本案總預算為新台幣 150 萬元整 (含稅)。

預算建議分配比例參考如下，可再提出最具宣傳效益之配比建議：

(一) 台灣美食展

1. Google Ads : 6%
2. Meta Ads : 14%
3. 新聞口碑及網紅合作 : 25%

(二) ITF 台北國際旅展

1. Google Ads : 6%
2. Meta Ads : 14%
3. 新聞口碑及網紅合作 : 25%

(三) 《台灣觀光》日文刊及韓文刊社群

1. Meta Ads : 10%

五、履約期間

以下執行期程將視簽約日依實際日期調整：

(一) 台灣美食展：2025 年 6 月 15 日至 8 月 4 日

(二) ITF 台北國際旅展：2025 年 9 月 29 日至 11 月 10 日

(三) 《台灣觀光》日文刊及韓文刊社群：2025 年 6 月 15 日至 12 月 31 日

六、投標截止日期

2025 年 5 月 26 日 (一) 下午 5 時止。

七、投標方式

投標時請檢附下方第八項之文件，並於指定時間前以紙本文件及寄達或親送至本會。

(一) 收件資訊：

1. 收件地址：10692 台北市大安區忠孝東路四段 285 號 8 樓之 1
2. 收件人：高韻如專員收
3. 電話：02-27522898 分機 59

(二) 請於信封註記：投標案名、投標公司名稱

八、投標文件

(一) 服務建議書

1. 內容需包含：

- (1) 2025 年度展會數位行銷宣傳企劃書 (含 TA 設定、數位廣告、媒體、KOL 合作與投放規劃、預算分配、預期效益、執行時程、優化機制、額外增值服務等內容)，以及《台灣觀光》社群平台進行整合性廣告投放)。
- (2) 公司簡介及代表性合作案例。
- (3) 報價明細表 (含稅價計，需加蓋公司大小章)。

2. 繳交規格

- (1) 紙本一式 5 份，以 A4 規格紙張印製。
- (2) 電子檔一份，可存於 USB，連同紙本寄至本會；亦可將檔案 E-mail 至李宜潔專員 jessielee@tva.org.tw，郵件主旨請註明：「2025 年度展會及刊物社群_數位廣告投放及數位行銷宣傳提案」

(二) 資格證明文件

1. 公司登記或設立證明 (影本)。
2. 最近一期營業稅完稅證明文件 (影本)。

九、決標方式

本案為專業性之勞務採購，將以廠商提案之服務內容、品質及價格依下方第十一項評選

標準評定之。

十、 決標日期

另訂 (不公告)。

十一、 評選作業及方式

- (一) 本會擇期由評選委員會針對符合資格審查之投標廠商所提服務建議書，召開評選會議，進行內容規劃完整性、提案執行可行性、履約能力妥適性、經費概算合理性等部分之評選。
- (二) 評選會議：確切日期另行通知，廠商均應派員參加，親自到場簡報說明。
- (三) 採序位法，評選項目之評分加總轉換為序位後，以序位合計值最低且平均總分在 80 分以上者為最優廠商，依此排序次優等。最優廠商有 2 家以上時，標價低者為優先議價對象，若報價相同時，擇平均總分較高者優先議價商；評選項目及配分如下(總分 100%)：
 1. 全案執行規劃之完整性及妥適性 40%
 2. 工作團隊成員及過去執行相關案件實績 20%
 3. 經費運用合理性及工作期程規劃 20%
 4. 加值項目 10%
 5. 簡報與答詢說明 10%

十二、 其他

- (一) 廠商獲選後，應於議價後起 15 日內與本會簽訂契約，逾期未簽訂者，視同放棄資格，1 年內不得參與本會委託業務之甄選。但因其它非可歸責於該廠商之事由，經本會另訂適當期限，而於期限內完成簽約者，不在此限。
- (二) 如因天災或事變等不可抗力或不可歸責於契約當事人之事由，致未能依時履約者，得展延履約期限；不能履約者，得免除契約責任 (廠商不得額外收取費用)。
- (三) 有任何問題可逕電 **02-27522898 分機 31 李宜潔專員**洽詢。