

經濟部
媒體政策及業務宣導執行情形表
 中華民國114年12月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
經濟部	擴大內需 提振經濟相關-普發現金1萬元	114年經濟部整體政策宣導行銷案	網路媒體	114.12.02-114.12.31	綜規司	公務預算(經濟部) 公務預算(經濟部) 公務預算(產業發展署) 公務預算(中小及新創企業署) 非營業特種基金預算(推廣貿易基金)	一般行政 科技專案 工業技術升級輔導 中小企業科技應用 貿易推廣工作計畫	558,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	1. 約5,011,040觀看/觸及/曝光/互動點擊。 2. 配合普發現金一萬元，推廣經濟部嚴選臺菜餐廳的幸福好滋味，同時「經濟部教你花一萬」官網，串聯全國商圈、夜市與市場提供優惠，鼓勵使用數位福袋探索臺灣美食景點，期盼透過消費帶動內需市場，形成臺灣經濟的良性循環。	Facebook、Instagram、KOL影音行銷、自由時報、壹𬞟新聞網、ETtoday、三立新聞網、NOWnews、東森新聞網	左列3項宣導項目係屬「114年經濟部整體政策宣導行銷案契約」之執行項目，該採購案預算來源如列示。
經濟部	能源轉型穩定供電議題-綠能及光電謠言澄清	114年經濟部整體政策宣導行銷案	廣播媒體、網路媒體	114.08.21-114.12.31	綜規司	非營業特種基金預算(能源研究發展基金)	能源研究發展工作計畫	1,893,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	1. 約9,370,932觀看/觸及/曝光/互動點擊/收聽人數。 2. 透過影音實證光電與生態共存，以科普知識與實測光電板安全無毒，籲請全民理性查證，共同遏止假訊息。分享台電第一線搶修人員真實故事，強調技術安全與專業供電並重，化解綠能疑慮提升電網韌性。	Facebook、Instagram、Youtube、Podcast、三立新聞網、快樂聯播網、寶島聯播網、桃園電台、府城電台、高屏溪電台、新聲電台、大漢之音電台、台南線上電台、OTT聯播網、自由時報、壹𬞟新聞網、Ettoday、三立新聞網、NOWnews、東森新聞網、中央社、LINE TV、關鍵評論網、Google行動裝置聯播網、LINE廣告聯播及影音製作	
經濟部	民生用水安全相關-基隆河油污事件及相關補助資訊	114年經濟部整體政策宣導行銷案	網路媒體	114.12.04-114.12.16	綜規司			113,840	士奇傳播整合行銷股份有限公司	1. 約624,554觸及/曝光/互動點擊/收聽人數。 2. 因應基隆河油污事件，台水與水利署聯手應變，全力防護基隆水源、穩基隆供水。同時，提供清洗水塔補助、擴大水費減免等，並強化預警能力與巡查，確認符合飲用標準後，再恢復基隆河取水，守護在地用水安全。	Facebook、Instagram	

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
經濟部	防災治水相關-地方重大治水工程	114年經濟部整體政策宣導行銷案	網路媒體	114.12.16-114.12.20	綜規司	公務預算(經濟部) 公務預算(經濟部) 公務預算(產業發展署) 公務預算(中小及新創企業署) 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) 非營業特種基金預算(能源研究發展基金)	一般行政 科技專案 工業技術升級輔導 中小企業科技應用 貿易推廣工作計畫 能源研究發展工作計畫	50,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	1. 約369,149觸及/曝光/互動點擊。 2.懇請大家支持明年預算，提升防災韌性包含抽水站改建、排水拓寬及分洪工程等，以降低水患風險，朝最高安全標準目標邁進。	Facebook、Instagram	左列5項宣導項目係屬「114年經濟部整體政策宣導行銷案契約」之執行項目，該採購案預算來源如列示。
經濟部	台糖製糖與職人工藝議題	114年經濟部整體政策宣導行銷案	網路媒體	114.12.09-114.12.10	綜規司			125,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	日本池田社長，因掃貨台糖精製細砂糖爆紅後，親訪台糖公司交流，台糖藉此展現糖品優勢，雙方更進一步洽談合作，期待將臺灣蔗香細砂糖推向國際市場。	Facebook、Instagram、Youtube影音製作	
經濟部	因應關稅強化經濟韌性相關-經濟部支持措施	114年經濟部整體政策宣導行銷案	平面媒體、網路媒體	114.04.01-114.12.31	綜規司			2,510,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	1. 約3,177,100觀看/觸及/曝光/互動點擊。 2.約發行200,000本。 3.面對台美關稅衝擊與國際變局的挑戰，經濟部編列460億元預算，推出外銷與貸款加碼、研發補助、海外據點補助等四大支持措施，全力協助企業轉型升級因應環境變動並強化全球布局。	Youtube、農民曆、鏡週刊、自由時報、民視新聞網及影音製作	
經濟部	經濟部網路平台推廣-網路經營分析及影音素材製作	114年經濟部整體政策宣導行銷案	網路媒體	114.07.01-114.12.31	綜規司			722,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	經濟部每週網路社群經營數據分析、廣宣會議、教育訓練以及社群影音拍攝、素材製作包含所需之圖庫授權使用，以利政策推動。	經新聞網站、Facebook、Instagram、Youtube、LINE、Threads、Podcast及社群影音素材製作	
經濟部	經濟部LINE官方帳號網路平台推廣維運	114年經濟部整體政策宣導行銷案	網路媒體	114.07.01-114.12.31	綜規司			755,460	士奇傳播整合行銷股份有限公司	經濟部政策議題推廣含專屬ID、訊息費、模組功能API系統服務及維運，經濟部官方帳號累計好友達：153,016人。	經濟部LINE官方帳號好友	

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
經濟部	行政院經貿談判辦公室概述臺灣打造臺美高科技及經濟戰略夥伴關係之策略	打造臺美高科技及經濟戰略夥伴關係媒體廣告宣傳採購案	平面媒體	114.12.01-114.12.31	行政院經貿談判辦公室	公務預算	一般行政	135,000	台灣美國商會	台灣美國商會目前有約1000位個人會員，代表超過500家企業，月刊實體發送會員，且可於網路上免費閱讀，讀者多為企業人士，有助臺美企業及利害關係人了解政府提出以臺灣模式，協助我方企業擴大對美投資，深化臺美經貿合作，打造臺美高科技及經濟戰略夥伴關係。	台灣美國商會(AmCham Taiwan)Topics雜誌12月刊	行政院經貿談判辦公室預算編列於經濟部項下。
經濟部	5/21加強宣導傳市品牌好市加倍購特色主題活動	114年度推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型計畫	網路媒體	114.05.21-114.05.31	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	80,000	財團法人中國生產力中心	累計觀看次數達9,142位，觸及達3,538人次。	Facebook	左列5項特別預算編列於經濟部項下，經濟部商業發展署於本月辦理經費核銷。
經濟部	6/12加強宣導傳市品牌好市加倍購特色主題活動(成果片)	114年度「推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型委外服務」	網路媒體	114.06.12-114.06.30	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	100,000	財團法人中國生產力中心	REEL短影片累計觀看次數達130,000位，觸及數達76,486人次，貼文按讚數201位。	Facebook	
經濟部	7/19-7/20強化廣告宣「114年推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型」計畫品牌推廣活動「2025台灣市博會」北區場	114年度「推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型」計畫品牌推廣活動「2025台灣市博會」北區場	網路媒體	114.07.19-114.07.31	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	40,000	財團法人中國生產力中心	KOL直播影片累計觀看數達305,000位，貼文按讚數252位；REEL短影片累計觀看次數達248,383位，觸及數達126,716人次，貼文按讚數418位。	Facebook	
經濟部	9/6-9/7強化廣告宣「114年推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型」計畫品牌推廣活動「2025台灣市博會」中區場	114年度「推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型委外服務」	網路媒體	114.09.06-114.09.30	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	40,000	財團法人中國生產力中心	KOL直播影片累計觀看數達450,000位，貼文按讚數346位；REEL短影片累計觀看次數達263,082位，觸及數達131,828人次，貼文按讚數351位。	Facebook	
經濟部	9/1-9/21「花蓮街區集點趣集點Fun起來」週末限時限定街頭表演活動宣傳	疫後街區店家升級轉型計畫	網路媒體	114.09.18-114.09.30	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	1,726	財團法人商業發展研究院	累計好友數達3,363位，觸及達519,778人次。	商業發展研究院南部院區LINE官方帳號好友	

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
經濟部	9/1-9/21「花蓮街區店家升級轉型起來」活動前發佈宣傳	疫後街區店家升級轉型計畫	網路媒體	114.09.01-114.09.21	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	330,000	財團法人商業發展研究院	社群推廣影片，累積獲得觀看次數達87,384次，按讚數2,062次、互動4,574次、分享452次。	台灣好報網、台灣新聞雲、Pchome新聞、Yahoo新、Facebook、Instagram	左列4項特別預算編列於經濟部項下，經濟部商業發展署於本月辦理經費核銷。
經濟部	普發萬元來街區消費最精彩，還能拍照打卡、帶伴手禮回家	疫後街區店家升級轉型計畫	網路媒體	114.10.30-114.10.31	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	3,461	財團法人商業發展研究院	累計好友數達4,880位，觸及達543,344人次。	商業發展研究院南部院區LINE官方帳號好友	
經濟部	街區店家數位轉型好幫手，超實用六堂免費上線課程推廣宣傳	疫後街區店家升級轉型計畫	網路媒體	114.11.29-114.11.30	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	4,948	財團法人商業發展研究院	累計好友數達6,481位，觸及達559,820人次。	商業發展研究院南部院區LINE官方帳號好友	
經濟部	11/1-11/30強化廣告宣「114年推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型」計畫品牌推廣活動「2025台灣市博會」	114年度「推動傳統市集攤舖疫後強化產業體質升級轉型委外服務」	網路媒體	114.11.01-114.11.30	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	40,000	財團法人中國生產力中心	KOL直播影片累計觀看數達328,000位，貼文按讚數286位；REEL短影片累計觀看次數達442,714位，觸及數達133,692人次，貼文按讚數295位。	Facebook	
經濟部	從街角到餐桌，看街區店家轉型故事，七集成果影片行銷宣傳	疫後街區店家升級轉型計畫	網路媒體	114.12.23-114.12.31	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	3,460	財團法人商業發展研究院	累計好友數達6,493位，觸及達591,668人次。	商業發展研究院南部院區LINE官方帳號好友	本項特別預算編列於經濟部項下。
經濟部	強調小店家落實低碳化及智慧化措施，報導店家升級轉型成果	疫後街區店家升級轉型計畫	電視媒體	114.12.13	商業發展署	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	推動產業及中小企業升級轉型	79,000	財團法人商業發展研究院	觸及20,429人次。	民視-感動心臺灣	本項特別預算編列於經濟部項下。
合計								7,584,895				

填表說明：

1. 本表係依預算法第62條之1規範，凡編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體(含社群媒體)及電視媒體辦理政策及業務宣導為填表範圍。
2. 「機關名稱」應包含國營事業、基金、財團法人，所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
3. 「標案/契約名稱」請填列政府電子採購網之「標案名稱」，倘為小額採購、行政委託及補助案件等無須刊登政府電子採購網者，則以辦理媒體政策及業務宣導相關文件（如契約書）為依循。
4. 「宣導期程」請依委託製播宣導之涵蓋期程，並針對季內刊登(播出)時間或次數填列，如113.01.1-113.10.25(涵蓋期程)；113.10.1、113.12.1(播出時間)或2次(刊登次數)。
5. 「執行單位」係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
6. 「預算來源」請查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
7. 「預算科目」屬總預算、特別預算及政事型特種基金請填至業務(工作)計畫；業權型基金填至損益表(收支餘額表)3級科目(XX成本或XX費用)；財團法人填至收支營運表3。
8. 機關如有公益或廠商回饋免費廣告等補充說明，請列入備註欄表達。