

經濟部國際貿易署 113 年度「貿易政策溝通推廣計畫」

附件 2-2

經費配置表(範例)

項次	項目	數量	單位	單價	金額	規格說明
<b>一、媒體新趨勢-社群媒體經營(預算規劃 42%)</b>						
1-1	靜態貼文	265	則			至少 265 篇(不含轉發分享其他粉絲專頁)，本署可彈性於正負 20%以內調整，增加數量未超過 20%，廠商不得據以加價；減少數量超過 20%，本署可依每則單價據以減價收受。
1-2	動態貼文	10	則			至少 10 篇（不含轉發分享其他粉絲專頁），本署可彈性於正負 20%以內調整，增加數量未超過 20%，廠商不得據以加價；減少數量超過 20%，本署可依每則單價據以減價收受。
1-3	外稿貼文(KOL 或網紅)	1	則			靜態或動態不拘。
1-4	粉絲互動活動	2	場			含贈送之簡易禮品費用。 <b>本項採實報實銷</b> ，依廠商提供之相關購買證明或收據金額給付。 (2 場共計 50 份，每份單價須為新臺幣 200 元以上)
1-5	Facebook 粉絲專頁經營管理	1	式			含更新、設計、維護、廣告投放、數據分析、其他粉專互動、置放多種貼文類型、SEO 關鍵字優化、即時回覆民眾提問等。

1-6	1-6-1	YouTube 官方帳號經營 管理	1	式			含更新、設計、維護、廣告 投放、數據分析、即時回覆 民眾提問等。
	1-6-2	YouTube 官方帳號影片 製作	4	支			影片製作(含後製剪輯、封 面圖製作等)與發布與宣傳
1-7	1-7-1	LINE@ 官方帳號經營 管理	1	式			含更新、設計、維護、貼文 重製、數據分析、製做自動 回應訊息、編輯多樣類型圖 文及影片訊息、設定圖表選 單、即時回覆民眾提問、AI 智慧訊息機器人等。
	1-7-2	LINE@ 官方帳號訊息 購買費	1	式			含 Line@官方帳號平臺固 定月費， <u>本項採實報實銷</u> ， 依廠商提供之相關購買證 明或收據金額給付。
1-8	社群媒體首頁、 大頭貼、橫幅		10	式			含更新、設計、維護等，製 做至少 10 式，若因機關需 求或特定政策，需另製作 2 式因應(以上各式須至少提 供 2 款供本署挑選)。
1-9	專案人員進駐		1	式			計畫執行期間派駐 1 名人 員至本署協助各項宣導素 材製作、編撰電子週報及其 他臨時交辦事項、貼文發 布、社群監控等工作。遇有 粉絲提問即時回報留言、私 訊內容。另須每月提報社群 媒體統計情形。 含勞保、健保、就業及保險 費用。
小計							
二、口碑行銷力－網路及平面媒體通路購買（預算規劃以 5%為原則，採實報實銷）							
3-1	報紙廣告		1	式			

3-2	雜誌廣告	1	式			
3-3	網路媒體廣告	1	式			依本署需求購置，設計樣式及數量由廠商於預算範圍內自行規劃；惟每項曝光數須達 100 萬人次以上
小計						
三、跨界串流力(預算規劃 5%)						
3-1	實體說明會	5	場			含廣宣費、場地租借費、講師費、文宣設計輸出、場地布置、燈光音響、活動人員、活動紀錄、報名系統建置、餐飲費、保險費、差旅費、滿意度調查與回收分析、課程簡報美化等(場次均為暫定，屆時依本署需求彈性調整辦理。)
3-2	線上直播及 Slido 提問回覆	1	式			本項採 <u>實報實銷</u> ，依廠商提供之相關購買證明或收據金額給付。
四、新媒觀測室（預算規劃以 13%為原則）：						
4-1	購置輿情系統	1	式			本項採 <u>實報實銷</u> ，依廠商提供之相關購買證明或收據金額給付。
4-2	輿情蒐集人員	1	式			2 至 3 名
五、跨界串流力 - 辦理說明會/研討會（預算規劃 5%）：						
5-1	實體說明會	5	場			
5-2	線上直播及 Slido 提問回覆	5	場			本項採實報實銷，依廠商提供之相關購買證明或收據金額給付
六、貿易面面觀（預算規劃以 9%為原則）：						
6-1	活動規畫	1	式			

6-2	行政雜費	1	式			
七、其他工作事項（預算規劃以 25%為原則，採實報實銷）：						
7-1	臨時交辦事項	1	式			本項採 <b>實報實銷</b> ，依廠商提供之相關購買證明或收據金額給付。
小計						
總計						(含稅)

➤ 以上所列為必要項目，廠商可依規劃彈性增加項目。