

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容 | 媒體類型 | 宣導期程   | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額       | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象             | 備註 |
|----------|----------------|------|--|----------|-------------------|----------|------------|-----------------------|---|---------------------|----|
| 合計數      |                |      |  |          |                   |          | 65,849,499 |                       |   |                     |    |
| 經濟部國際貿易局 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 60,000     | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與會外產業媒體及出版社做廣告交換，吸引進出口公會會員及進出口貿易業者，計曝光108,000次廠商讀者。        | 貿易雜誌/雜誌內頁           |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 60,000     | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與會外產業媒體及出版社做廣告交換，吸引電電公會會員及28至55歲電機電子有關產業讀者，計曝光45,000次廠商讀者。 | 電電時代/雜誌內頁           |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 198,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，觸及IT產業高階經理人，與CIO IT經理人做廣告交換，計曝光108,000次廠商讀者。               | CIO IT經理人/雜誌內頁      |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 60,000     | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與會外產業媒體及出版社做廣告交換，觸及中國生產力中心會員及財經企管相關興趣之讀者群，計曝光180,000次廠商讀者。 | 能力雜誌/雜誌內頁           |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.09.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 200,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與國內最大美語雜誌廣告交換，計曝光1,200,000次一般讀者。                           | 空中美語/雜誌內頁           |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 108,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，觸及機械相關產業業者，與會外產業媒體機械雜誌的第一品牌做廣告交換，計曝光270,000次廠商讀者。          | 機械新刊/雜誌內頁           |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.12.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 63,000     | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與會計協會廣告交換，計曝光逾6,600次廠商讀者。                                  | 會計月刊/內頁             |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.11.01-<br>111.11.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 70,000     | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與會外產業媒體及出版社做廣告交換，計曝光370,000次廠商讀者。                          | 中華徵信所TOP5000雜誌/雜誌內頁 |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 網路媒體 | 111.12.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 358,800    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，於中華徵信所官網刊登廣告，並寄送電子報給用戶8萬人次，協助貿協取得360張經貿透視雙周刊實際訂單。          | 中華徵信所/網站、電子報        |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.10.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 80,000     | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與台灣經濟研究院廣告交換，計曝光7,000次企業廠商讀者。                              | 台經月刊/雜誌內頁           |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.10.31<br>111.12.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 164,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳貿易出版品開發潛在訂戶，與國內最大會展雜誌廣告交換，計曝光70,000次廠商讀者。                                | 活動平台雜誌/雜誌內頁         |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.09.01-<br>111.09.30                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 118,650    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與台灣金融研訓院做廣告交換，觸及研訓院財經專業會員人士以及相關讀者，計曝光45,000次廠商讀者。          | 銀行家月刊/內頁            |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.10.01-<br>111.10.31<br>111.12.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 180,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與專案經理雜誌廣告交換，計曝光40,000次企業廠商讀者。                              | 專案經理/內頁             |    |
| 經濟部國際貿易局 |                | 平面媒體 | 111.12.01-<br>111.12.31                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 150,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與會外產業媒體及出版社做廣告交換，計曝光1,500次紡織業廠商會員。                         | 紡織趨勢/內頁             |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容       | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額      | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|----------------------|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|-----------|-----------------------|---|--|----|
| 經濟部國際貿易局 |                      | 平面媒體 | 111.07.21-<br>111.08.21 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 299,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與工商財經數位股份有限公司合作，該報每日發行量逾30萬份，宣傳期間總曝光約300萬次，取得雙周刊訂閱200份。                                  | 工商時報/刊頭廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                      | 網路媒體 | 111.10.01-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 30,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 雙周刊官網與台經月刊出版品資料庫辦理廣告交換，共計吸引4萬5,000人次曝光。   | 台經院官方網站/Banner   |    |
| 經濟部國際貿易局 |                      | 網路媒體 | 111.12.09-<br>111.12.19 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 57,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳貿易出版品開發潛在訂戶，於Facebook投放廣告，總曝光次數為893,165次，觸及人數259,392人，點擊次數8,019次，曝光效果良好。                               | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 |                      | 網路媒體 | 111.12.09-<br>111.12.19 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 56,800    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳貿易出版品開發潛在訂戶，運用Google關鍵字廣告加強宣傳，總曝光次數為893,165次，觸及人數17,424人，點擊次數2,596次。                                   | Google關鍵字廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                      | 網路媒體 | 111.10.17-<br>111.11.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 398,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳經貿透視雙周刊開發潛在訂戶，與「工商周集團」合作，總曝光約300萬次，並取得200份國際商情雙周刊訂閱訂單  | 商周財富網/網站<br>良醫健康網/網站<br>商周顧問/官網<br>Alive/官網                                  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣經貿網年中會員招募宣傳廣告      | 網路媒體 | 111.07.27-<br>111.09.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 425,775   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 共吸引超過743萬曝光人次，吸引195人加入LINE好友。   | Google聯播網廣告、Google P-max廣告   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣經貿網年終促銷會員招募廣宣      | 網路媒體 | 111.11.08-<br>111.12.09 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 750,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 鎖定國內25-55歲對出口貿易、家電、財金、電商、金流服務有興趣的族群，於網路媒體投放廣告。Facebook廣告著重台灣經貿網潛在會員名單蒐集、Yahoo及Line則著重台灣經貿網品牌曝光，共累計逾800萬次曝光。 | Facebook<br>LINE<br>Yahoo  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣經貿網數位課程行銷暨潛在會員客戶宣傳 | 網路媒體 | 111.09.12-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 99,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 鎖定國內24-60歲對出口貿易、展覽、代工、B2B、紅酒、房地產、外匯市場、零售有興趣又同時是任職於進出口廠商，及本身是中小企業主，進行FB名單型廣告投放，共計收集57筆潛在客戶名單。                | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 如何運用NFT打造企業數位資產      | 網路媒體 | 111.03.15-<br>111.05.15 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 33,075    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為精準吸引企業報名，使用多項廣告受眾過濾條件，共計曝光365,428次，吸引123家企業報名。   | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 企業ESG淨零轉型，一次了解永續準則   | 網路媒體 | 111.09.09-<br>111.10.04 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 15,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 曝光396,425次，吸引168家企業報名，並有5家企業會後洽詢台灣經貿網會員與ESG認證服務。  | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 111年度台灣經貿網年度大會       | 網路媒體 | 111.10.25-<br>111.11.03 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 21,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本次廣告共計曝光3,925,584次，吸引更多臺灣中小企業廠商至現場參加活動。   | 自立晚報官網首頁/banner橫幅廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                      | 網路媒體 | 111.10.28-<br>111.11.16 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 32,999    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 鎖定國內24-65歲對出口貿易、競品、跨境電商有興趣的族群。雙北區域投放Facebook名單型廣告，強化報名人數並提高會員大會活動出席率。雙北以外區域以強化活動曝光為主，共計達成85,624次曝光數。        | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣經貿網會員產品流量提升計劃第2期   | 網路媒體 | 111.07.12-<br>111.08.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 50,400    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 進行台灣經貿網買賣旺產品分類媒體宣導，吸引1,304萬次海外買主曝光，以提升後續會員產品流量開發成效。   | Google 關鍵字廣告<br>Google 聯播網廣告<br>Google Display & Video 360多元媒體平台<br>Facebook |    |
| 經濟部國際貿易局 |                      | 網路媒體 | 111.07.12-<br>111.08.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 21,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 進行台灣經貿網產業雲會員產品分類媒體宣導，吸引419萬次海外買主曝光，以提升後續會員產品流量開發成效。   |  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                      | 網路媒體 | 111.07.12-<br>111.08.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 1,957,200 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 進行台灣經貿網會員產品分類媒體宣導，吸引1億1,300萬次海外買主曝光，以提升後續會員產品流量開發成效。  |  |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                         | 媒體類型          | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|--|---------------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|---|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 台灣經貿網會員產品流量提升計畫第3期                     | 網路媒體          | 111.09.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 47,250  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 進行台灣經貿網產業雲會員產品分類媒體宣導，吸引397萬次海外買主曝光，13.2萬潛在買主造訪台灣經貿網產品頁面。  | Google 關鍵字廣告<br>Google 聯播網廣告<br>Google Display & Video 360多元媒體平台 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 東京時尚匯集展                                | 網路媒體          | 111.10.12-<br>111.10.19 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 6,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 鎖定日本東京在地45-64歲男性相關企業主或採購人員發布廣告，吸引潛在買主於展覽期間到訪參觀，曝光9,752次。  | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022 DATE SUMMIT 數位商務大趨勢國際論壇           | 網路媒體、<br>平面媒體 | 111.07.01-<br>111.09.08 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 130,001 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案透過網路、網站及雜誌廣告總計達成逾1000萬曝光量，兩日活動達成逾6,000觀看次數，活動後一個月累計逾萬觀看數。   | Google聯播網廣告<br>今周刊/網站<br>ACCUPASS/網站<br>今周刊/紙本雜誌                 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022年台灣經貿網VR專區(9個主題)                   | 網路媒體          | 111.08.31-<br>111.12.06 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 282,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 台灣經貿網為5個VR館及4專區各產業廠商國際推廣及促進我商產業國際能見度，依據各館及專區產業執行數位行銷投放，強化國際買主關注，提升曝光，為我商推廣，透過Google聯播網投放，總計達成超過1,500萬次曝光。   | Google聯播網  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣經貿網外語推廣國際新聞稿發佈服務                     | 網路媒體          | 111.09.12-<br>111.12.08 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 469,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為加強曝光台灣經貿網各項推廣，運用美通社PRNewswire全球發稿服務3篇，各宣傳汽配、災防、元宇宙產業，本會提供新聞稿及照片，由美通社協助翻譯並發布於聯播網中全球商業媒體，發布後提供成效報告。汽配產業新聞轉載763次、災防產業新聞轉載818次、元宇宙產業轉載803次，達成率皆超越目標650次。 | 美通社PRNewswire/歐美財經聯播網、AP、雅虎、CNET                                 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022台灣經貿網VR核心產業館方案數位行銷案(醫療、循環經濟、資通訊新館) | 網路媒體          | 111.12.08-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 307,029 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 台灣經貿網VR核心產業館下半年陸續有循環經濟館、醫療館、資通訊館等3個新館上線，為宣傳提升館內產品曝光度及商機數，針對健康醫療、綠能環保、5G元宇宙網通等群體進行Google聯播網宣傳，總計達成超過800萬次曝光。   | Google多媒體聯播網廣告   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 第三季台灣經貿網12專區社群行銷案                      | 網路媒體          | 111.08.12-<br>111.12.15 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 541,866 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為12個產業專區增加社群曝光，包含ICT、災防、五金等專區，以宣傳台灣產業的特色貼文進行廣告，經由長達半年的Facebook廣告來長期經營社群媒體，並帶來總計32,143個互動數。  | Facebook貼文互動與導流廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 日本樂天臺灣館年末數位行銷案                         | 網路媒體          | 111.11.21-<br>111.12.11 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 199,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 投放樂天臺灣館之台灣經貿網專頁及10家具銷售潛力之臺灣館廠商投放Google聯播網廣告，全案總計達成357萬2,414次曝光(達成率114%)。  | Google聯播網廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣經貿網買賣旺聖誕專區年末數位行銷案                    | 網路媒體          | 111.11.21-<br>111.12.11 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 120,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | Google關鍵字搜尋總點擊數共計達成805次(達成率126.7%)，聯播網總點擊數共計13,017次(達成率104%)。搜尋關鍵字聚焦產品本身文案，再透過聯播網觸及對聖誕節相關內容有興趣之受眾，並鎖定25-34歲為主力投遞對象，並加強手機裝置使用者的投放。                     | Google search、Google Display Network多媒體廣告聯播網                     |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣台灣經貿網@科隆五金展 樣品展活動頁面                  | 網路媒體          | 111.09.05-<br>111.10.04 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 27,300  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效策展規劃，為向海外買主推廣線上展活動頁面，透過Google關鍵字廣告帶來175,350次國際曝光量。  | Google聯播網廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣台灣經貿網@新加坡國際食品展活動頁面                   | 網路媒體          | 111.08.22-<br>111.09.18 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 27,300  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效策展規劃，為向海外買主推廣線上展活動頁面，透過Google關鍵字廣告帶來261,045次國際曝光量。  | Google聯播網廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣台灣經貿網@杜塞道夫醫療器材展樣品展活動頁面               | 網路媒體          | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 27,300  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效策展規劃，為向海外買主推廣線上展活動頁面，透過Google關鍵字廣告帶來147,463次國際曝光量。  | Google聯播網廣告  |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                     | 媒體類型      | 宣導期程   | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象        | 備註 |
|----------|------------------------------------|-----------|--|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|----------------|----|
| 經濟部國際貿易局 | 推廣台灣經貿網@印尼國際塑橡膠、包裝、印刷及製藥設備展樣品展活動頁面 | 網路媒體      | 111.10.01-111.10.30                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 27,300  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效策展規劃，為向海外買主推廣線上展活動頁面，透過Google關鍵字廣告帶來129,833次國際曝光量。   | Google聯播網廣告    |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣台灣經貿網@泰國（東盟）電子科技展樣品展活動頁面         | 網路媒體      | 111.10.27-111.11.25                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 27,300  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效策展規劃，為向海外買主推廣線上展活動頁面，透過Google關鍵字廣告帶來172,399次國際曝光量。   | Google聯播網廣告    |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣台灣經貿網@美國汽車售後服務零配件活動頁面            | 網路媒體      | 111.10.15-111.11.13                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 27,300  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效策展規劃，為向海外買主推廣線上展活動頁面，透過Google關鍵字廣告帶來239,590次國際曝光量。   | Google聯播網廣告    |    |
| 經濟部國際貿易局 | 美國丹佛夏季戶外用品零售展展後曝光_行銷織襪、眼鏡館廠商展品     | 網路媒體      | 111.10.24-111.11.06                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 6,300   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 鎖定美國地區25-65歲紡織、眼鏡、流行配件相關企業主及採購人員。廣告累計觸及2,336人，吸引689位潛在買主造訪織襪虛擬館及眼鏡虛擬館瀏覽我商展品，買主並於Facebook 廣告頁面互動留下太棒了及很高興知道這個網頁。有效提升虛擬館內我商國際能見度。        | Facebook廣告     |    |
| 經濟部國際貿易局 | 韌性供應鏈夥伴大會                          | 網路媒體、平面媒體 | 網路媒體<br>111.10.25-111.10.31<br>報紙<br>111.10.13 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 168,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣韌性供應鏈夥伴大會，透過自由時報平面及數位廣告推播，數位廣告實際曝光數1,000,191次，達成率為110.02%。  | 自由時報/報紙內頁、官網廣告 |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                    | 網路媒體、平面媒體 | 網路媒體<br>111.10.13-111.10.19<br>報紙<br>111.10.25 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 98,250  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣韌性供應鏈夥伴大會，透過工商時報平面及數位廣告推播，數位廣告實際曝光數500,054次，達成率為101.1%。   | 工商時報/報紙內頁、數位廣告 |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                    | 網路媒體、平面媒體 | 網路媒體<br>111.10.13-111.10.19<br>報紙<br>111.10.26 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 99,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣韌性供應鏈夥伴大會，透過聯合報平面及數位廣告推播，數位廣告實際曝光數342,046次，達成率為119%。  | 聯合報/報紙內頁、數位廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                    | 網路媒體、平面媒體 | 網路媒體<br>111.10.25-111.10.31<br>報紙<br>111.10.13 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 96,600  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣韌性供應鏈夥伴大會，透過經濟日報及數位廣告推播，數位廣告實際曝光數85,917次，達成率為103%。  | 經濟日報/報紙內頁、數位廣告 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 宣傳美國臺灣形象展                          | 網路媒體      | 111.10.11-111.10.15                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 87,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為爭取更多曝光度，透過興趣及居住地區篩選出更多對展覽的商品感興趣的潛在顧客，打響展覽知名度。鎖定21至40歲年齡層，居住在華盛頓及巴爾地摩地區，且搭配本展展出主題，鎖定興趣關鍵字為商業、科技、電動車、醫療、運動休閒。曝光達2,211,176次，點擊數逾7,000人次。 | Google聯播網廣告    |    |
| 經濟部國際貿易局 | 泰國臺灣形象展-臺灣植物性食品展示專區                | 網路媒體      | 111.08.31-111.09.02                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 301,805 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 由網紅Farmiscooking、TidReviews、Naefit於個人社群平台Facebook及IG發文及直播，觸達超過107萬3,690人次。   | Facebook、IG    |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣穆斯林端莊時尚活動                        | 網路媒體      | 111.09.14-111.09.27                            | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 85,050  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效活動規劃，為向海外買主及民眾推廣線上網頁及發表會活動直播，透過Google聯播網廣告帶來693,174次國際曝光量。   | Google聯播網廣告    |    |

| 推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表 |  |      |                         |          |                   |          |           |                       |   |  |    |
|--------------------------------------|--|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|-----------|-----------------------|---|--|----|
| 單位：元                                 |  |      |                         |          |                   |          |           |                       |   |  |    |
| 機關名稱                                 | 宣導項目、<br>標題及內容   | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額      | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象  | 備註 |
| 經濟部國際貿易局                             |  | 網路媒體 | 111.09.22-<br>111.09.27 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 101,670   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 向海外買主及民眾推廣線上網頁及發表會活動直播，於波灣地區知名媒體社群平台Gulf News的臉書及Instagram刊登活動廣告，總曝光35,852次，當天直播觀看人次達目標量。   | Facebook、IG  |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 2022年越南臺日企業商機研討會   | 網路媒體 | 111.09.26-<br>111.10.26 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 3,141     | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為邀請越南當地臺商參加臺日第三地研討會，委託當地越南知名華商採購情報網Vietnam buyer's guide網站曝光研討會報名資訊，吸引對和日商共同在當地市場開發的臺商參加，計曝光達12,152次。   | Vietnam buyer's guide網站                              |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 隱形眼鏡產業推廣英文節目(英文系列節目第5集)  | 網路媒體 | 111.07.01-<br>111.07.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 13,035    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 觀看次數：51,558人次。<br>主要觀看國家：馬來西亞、義大利、捷克、日本、英國。   | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 智慧交通產業推廣英文節目(英文系列節目第6集)  | 網路媒體 | 111.08.01-<br>111.08.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 10,659    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 觀看次數：31,278人次。<br>主要觀看國家：墨西哥、義大利、加拿大、美國、英國。   | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 智慧醫療產業推廣英文節目(英文系列節目第7集)  | 網路媒體 | 111.09.01-<br>111.09.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 18,641    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 觀看次數：43,841人次。<br>主要觀看國家：泰國、義大利、美國、英國、新加坡。  | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 電動車產業推廣英文節目(Taiwan Insight EP04—This Is "Why Taiwan" When It Comes to Electric Vehicles) | 網路媒體 | 111.06.15-<br>111.06.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 14,497    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 影片點閱率：20,531次<br>觀看時數：1,113.4小時<br>主要觀看國家：墨西哥、義大利、加拿大、英國、美國<br>共計協助推廣5家廠商   | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 推貿工作活動(包括臺灣食品全球GO、韌性供應鏈夥伴大會、減碳行動力企業碳健檢、全球數位經濟新商模市調發表等工作)                                 | 網路媒體 | 111.08.01-<br>111.09.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 272,149   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 社群經營成效<br>1. LINE：27,034人追蹤、發布累計273則，累計觸及人數612,745人。<br>2. Facebook：粉絲專頁16,196人追蹤、粉絲專頁累計觸及數137,686人；發布累計219則、發布內容累計觸及人數298,890人、發布內容累計互動數8,347人次。<br>3. Instagram：粉絲專頁1,818人追蹤、粉絲專頁累計觸及數11,473人；發布累計92則、發布內容累計觸及人數22,948人、發布內容累計互動數2,307人次。 | LINE<br>Facebook<br>Instagram                        |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 巴黎時尚家居設計展(Masion & Objet Paris)  | 網路媒體 | 111.08.31-<br>111.10.15 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 45,150    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 透過全線上進行法國、美國、日本、澳洲、德國等行銷推廣，發布貼文宣傳60組達成近280萬觸及數，點擊次數超過7.8萬次,有助提升品牌知名度促成商機。   | LINE<br>Facebook<br>Twitter                          |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 美國臺灣形象展  | 網路媒體 | 111.09.26-<br>111.10.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 374,490   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 針對一般買主及媒體投放廣告，共計觸及495,469次，點擊次數為3,497次，平均點擊率為0.71%。   | LinkedIn   |    |
| 經濟部國際貿易局                             |  |      | 111.08.15-<br>111.10.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 4,798,438 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳美國臺灣形象展，於紙本報紙刊登一篇新聞稿及網路媒體刊登1篇新聞稿及社群媒體張貼宣傳貼文等，展期間共獲8,300人次到場參觀，獲得226篇網路媒體露出。  | 華盛頓郵報/海外網站<br>華盛頓Top新聞/海外網站<br>Facebook<br>Instagram |    |
| 經濟部國際貿易局                             |  |      | 111.11.21               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 43,378    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大美國臺灣形象展展後效益，於網路媒體刊登新聞稿，共獲327篇網路媒體露出。   | 美通社/海外網站   |    |
| 經濟部國際貿易局                             | 臺灣生技健康產業赴美國拓銷團   | 網路媒體 | 111.09.27-<br>111.10.11 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 225,586   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳創新醫療論壇及美國臺灣形象展生技醫療館，於網路社群媒體刊登文章及貼文，以吸引到場參觀。LinkedIn曝光次數4,298次、Twitter曝光次數2,857次、   | Facebook<br>LinkedIn<br>Twitter                      |    |



推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容             | 媒體類型          | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象   | 備註 |
|----------|----------------------------|---------------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|---|----|
| 經濟部國際貿易局 | 創新醫療論壇                     | 網路媒體          | 111.09.27-<br>111.10.11 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 254,221 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | FB曝光次數633次、Goodday bio曝光次數34,381次。(創新醫療論壇於美國形象展中辦理，同期亦辦理生技健康赴美拓銷團，為擴大宣傳效益2案合併宣傳)   | 美知名生技協會Biotechnology Innovation Organization之電子報              |    |
| 經濟部國際貿易局 | 五金產業赴日拓銷團                  | 網路媒體、<br>平面媒體 | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 160,261 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 日刊工業及金屬產業係為日本指標性工業刊物，廣告於活動前開始投放，總計洽邀272家日商至現場洽談會與我商洽談。   | 日刊工業／報紙<br>金屬產業新聞／banner橫幅廣告、報紙                               |    |
| 經濟部國際貿易局 |                            | 平面媒體          | 111.11.07-<br>111.11.25 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 176,051 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 物流新聞、日經MJ、螺絲週刊為日本大型平面媒體，廣告於活動前開始投放，總計洽邀254家日商至現場洽談會與我商洽談。  | 物流新聞／報紙<br>日經MJ／報紙<br>螺絲週刊／報紙                                 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022年赴歐扣件團一對一採購洽談會         | 網路媒體          | 111.11.15-<br>111.11.22 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 100,059 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本拓銷團之一對一採購洽談會投放廣告主要為吸引買主到場與我商洽談，波蘭站計洽邀24位買主至現場與我商洽談。   | 波蘭扣件雜誌/官網<br>波蘭媒體Elamed media group/電子報                       |    |
| 經濟部國際貿易局 |                            | 網路媒體          | 111.11.21-<br>111.11.25 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 112,250 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      |  | Google Ads<br>Facebook<br>LinkedIn                            |    |
| 經濟部國際貿易局 |                            | 網路媒體<br>平面媒體  | 111.11.14、<br>111.11.22 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 206,181 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本拓銷團之一對一採購洽談會投放廣告主要為吸引買主到場與我商洽談，英國站計洽邀33位買主至現場與我商洽談。   | Torque雜誌/雜誌內頁、官網、電子報<br>Fastener + Fixing雜誌／雜誌內頁、官網           |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣食品連環購-越南場                | 網路媒體          | 111.10.19-<br>111.10.22 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 66,123  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 1. 為擴大宣傳25家臺灣業者食品，吸引當地消費者至現場試吃試飲參與活動，以加深對臺灣食品的印象及新品興趣。<br>2. 超過20家買主到場，消費者參與達320人，獲媒體露出達7則；後續應4位買主需求，安排與10家參與本場之我商進行11場次採購洽談，商機5萬美元。 | 越南商業新聞網站<br>24h Vietnamnet<br>CafeBiz<br>Kết Nối Doanh Nghiệp |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣食品連環購-馬來西亞場              | 網路媒體<br>平面媒體  | 111.10.26-<br>111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 147,902 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 1. 為擴大宣傳25家臺灣業者食品，吸引當地消費者至現場試吃試飲參與活動，以加深對臺灣食品的印象及新品興趣。<br>2. 獲當地11家媒體報導47則，回收買主問卷30份予我商參考，另消費者現場互動數達7,966人次。                         | Facebook<br>星洲日報/當地報紙<br>The Star/當地報紙                        |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣穆斯林端莊時尚活動                | 網路媒體          | 111.09.09-<br>111.09.27 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 77,631  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本案為020實體線上雙效活動規劃，為向海外買主及民眾推廣線上網頁及發表會活動直播，透過Google聯播往廣告帶來2,865,949次國際曝光量。   | Google聯播網廣告（針對買來西亞市場）   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022年阿拉伯半島智慧方案、汽車零配件、機械拓銷團 | 網路媒體          | 111.10.01-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 40,166  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳本拓銷團，並洽邀重要買主，特製作EDM，共計邀得杜拜及科威特相關買主共計107家，成果豐碩。  | 對外貿易發展協會/網路電子報  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022年新南向智慧產業經貿訪問團          | 網路媒體          | 111.10.20-<br>111.11.28 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 181,755 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為擴大宣傳及洽邀泰國智慧產業業者，於曼谷台貿中心FB廣宣，以吸引到場洽談。共計觸達率245,314人次,吸引7,656人次按讚。   | Facebook  |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                            | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象                         | 備註 |
|----------|---|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|---|---------------------------------|----|
| 經濟部國際貿易局 | Taiwan Insight<br>(產業推廣英文節目)              | 網路媒體 | 111.08.01-<br>111.12.31 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 696,428 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣臺灣隱形眼鏡、水資源循環經濟、元宇宙、精密扣件、植物肉、手工具產業，製作專業英文節目介紹，上述節目共計觀看次數逾9萬8千人次，主要收看國家包括越南、泰國、英國、美國、日本、印度等，觀看時數逾5千小時。<br><br>另為推廣工具機、自行車、汽車零配件、電動車、隱形眼鏡、智慧交通產業、智慧醫療等主題節目，另於LinkedIn、Facebook社群平台投放廣告。LinkedIn曝光數為155,065人次，點擊數1,081人次；Facebook曝光數為3,225,151人次，點擊數130,910人次，互動數34,159人次。 | YouTube<br>LinkedIn<br>Facebook |    |
| 經濟部國際貿易局 | 新南向人才儲備專班(台北)                             | 網路媒體 | 111.08.25-<br>111.09.19 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 90,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | FB：總曝光822,160人次、點擊15,262人次。<br>Line：總曝光2,547,127人次、點擊6,283人次。<br>報名人數達預期效果。   | Facebook、Line                   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 產業英語人才培訓計畫                                | 網路媒體 | 111.06.17-<br>111.09.15 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 105,500 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | FB：總曝光759,010人次、點擊20,437人次。<br>KPI達成率超過原定目標。  | Facebook                        |    |
| 經濟部國際貿易局 | 短期經貿及語言課程招生                               | 網路媒體 | 111.09.12-<br>111.10.07 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 99,999  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | FB：總曝光901,981人次、點擊11,485人次。<br>Line：總曝光2,441,800人次、點擊4,736人次。<br>報名人數超過預期效果。  | Facebook、Line                   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 新南向人才儲備專班(高雄)<br>【深入越南】篇                  | 網路媒體 | 111.10.06-<br>111.10.19 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 99,999  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | FB：總曝光501,556人次、「貿易經營實務入門班」獲最高點擊數1,125人次。<br>Line：總曝光3,809,037人次、點擊8,103人次。<br>報名人數達預期效果。   | Facebook、Line                   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 溫哥華台貿中心貿易推廣業務服務項目                         | 平面媒體 | 111.01.01-<br>111.12.31 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 7,700   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 卑詩省台灣商會(TCCBC)贈送該會會員及轄區內僑界相關人士「卑詩省台灣商會年刊」，並擁有全球各區域臺灣商會幹部讀者，廣泛協助推廣溫哥華台貿中心業務及服務項目。  | 卑詩省台灣商會年刊/雜誌                    |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022金貿獎<br>2022 International Trade Award | 網路媒體 | 111.11.12-<br>111.11.20 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 276,000 | 中華電視股份有限公司            | 廣告推廣「金貿獎活動官網」並以主視覺製作Bannner廣告，點擊Banner廣告後將連結至活動網站，以提升點閱率及擴大觀看者的廣度。曝光數達1,400,000次以上。   | Google聯播網廣告(國內)                 |    |
| 經濟部國際貿易局 |   | 網路媒體 | 111.11.12-<br>111.11.20 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 168,000 | 中華電視股份有限公司            | 廣告推廣「金貿獎活動官網」並以主視覺製作Bannner廣告，點擊Banner廣告後將連結至活動網站，以提升點閱率及擴大觀看者的廣度。曝光數達1,500,000次以上。   | Google聯播網廣告(國外)                 |    |
| 經濟部國際貿易局 |   | 網路媒體 | 111.11.15-<br>111.11.29 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 52,000  | 中華電視股份有限公司            | 華視官網及APP廣告推廣「金貿獎活動官網」並以主視覺製作Bannner廣告，點擊Banner廣告後將連結至活動網站，以提升點閱率及擴大觀看者的廣度。  | 華視／官網、APP                       |    |
|          |   |      |                         |          |                   |          |         | 7                     |   |                                 |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                    | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目         | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象  | 備註  |
|----------|-----------------------------------|------|-------------------------|----------|-------------------|--------------|---------|-----------------------|---|--|-----|
| 經濟部國際貿易局 |                                   | 網路媒體 | 111.10.25-<br>111.11.07 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 120,000 | 中華電視股份有限公司            | 國外網路新聞媒體報導，包含菲律賓、印尼、新加坡、馬來西亞、泰國、越南等國家，觸及讀者達5,685,432,450次數。   | Yahoo News Indonesia、Yahoo Finance UK、Africa Business、Yahoo News Malaysia、Yahoo News Philippines/以上為網站 |     |
| 經濟部國際貿易局 | 拓外銷拚貿易!17家傑出企業獲經濟部金質獎             | 電視媒體 | 111.10.05               | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 100,000 | 中華電視股份有限公司            | 宣傳臺灣金質獎活動舉行相關資訊，積極推廣相關得獎廠商，並介紹本案相關議題。   | 華視電視台  |     |
| 經濟部國際貿易局 | 2022金質獎得獎廠商宣傳系列短片                 | 電視媒體 | 111.10.25-<br>111.11.10 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 244,800 | 中華電視股份有限公司            | 宣傳臺灣金質獎各得獎廠商，並露出本案LOGO及主視覺。接觸人數達710,000次以上。   | 華視電視台  |     |
| 經濟部國際貿易局 |                                   | 電視媒體 | 111.10.25-<br>111.11.10 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 61,200  | 中華電視股份有限公司            | 宣傳臺灣金質獎各得獎廠商，並露出本案LOGO及主視覺。   | 華視電視台／MOD  |     |
| 經濟部國際貿易局 |                                   | 電視媒體 | 111.11.14-<br>111.11.28 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 183,600 | 中華電視股份有限公司            | 宣傳臺灣金質獎各得獎廠商，並露出本案LOGO及主視覺。   | 東森亞洲台  |     |
| 經濟部國際貿易局 | 2022金質獎<br>璀璨金獎<br>貿易之星           | 平面媒體 | 111.10.12               | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 130,000 | 中華電視股份有限公司            | 本次廣編稿藉10月5日舉辦之2022金質獎頒獎典禮，肯定為臺灣提升國際能見度及經濟發展的臺灣在地績優廠商，並向全球經貿產業夥伴們宣布，臺灣對經貿未來展望及跨國經貿合作之意願。工商時報發行量每日約25萬。   | 工商時報/報紙  |     |
| 經濟部國際貿易局 | 2022金質獎-最佳貿易貢獻<br>獎得獎廠商宣傳短片       | 網路媒體 | 111.09.01-<br>111.11.15 | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 595,000 | 中華電視股份有限公司            | 拍攝金質獎得獎廠商形象短片，並透過國內外電視、Youtube廣告宣傳，增加臺灣金質獎各得獎廠商之整體知名度及產業合作契機，並露出本案LOGO及主視覺。觀看數合計達238,000次以上。  | Youtube  |     |
| 經濟部國際貿易局 | 2022金質獎頒獎典禮                       | 網路媒體 | 111.10.05               | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 50,000  | 中華電視股份有限公司            | 於華視官方Youtube頻道、貿易局FB粉絲專頁進行金質獎頒獎典禮全程線上直播，利用OB轉播車+五機作業，使直播水準有效提升，而透過華視原有人氣流量，有效增加活動知名度與觀看人數。觀看數達12,000次以上。  | Youtube<br>Facebook  |     |
| 經濟部國際貿易局 | 印尼食品加工市場新商機<br>商研院聯手產業公協會 勇闖新南向市場 | 網路媒體 | 111.10.12               | 發展<br>組  | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 引新聞每日約有1,300瀏覽人次；Yahoo!新聞每日約有63萬瀏覽人次，預計曝光5,000次；Hinet生活誌網站，每日約有7萬瀏覽人次，預計曝光800次。 | 引新聞/網站<br>Yahoo!新聞/網站<br>Hinet生活誌/網站   | 回饋。 |



推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容           | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註  |
|----------|--------------------------|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|--|-----|
| 經濟部國際貿易局 | 掌握綠能環保新商機 臺灣企業勇闖馬來西亞市場   | 網路媒體 | 111.10.18               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次；新頭條新聞目前有1萬名追蹤粉絲數，預計曝光1,000次；Hinet生活誌網站，每日約有7萬瀏覽人次，預計曝光800次；蕃新聞每日約有，每日約有2.4萬瀏覽人次，預計曝光300次；Yahoo!新聞每日約有63萬瀏覽人次，預計曝光5,000次。 | 經濟日報/網站<br>Yahoo!新聞/網站<br>新頭條/網站<br>蕃新聞/網站<br>Hinet生活誌/網站  | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 業務力：開發海外市場最後一哩路          | 網路媒體 | 111.10.20               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次。   | 經濟日報/網站  | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 泰國餐旅業搶外送商機               | 網路媒體 | 111.10.24               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次。   | 經濟日報/網站  | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 餐旅業智慧化與自動化發展<br>臺企入星的新機會 | 網路媒體 | 111.10.26               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次。   | 經濟日報/網站  | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | WOW! TAIWAN PROJECT      | 網路媒體 | 111.09.01-<br>111.09.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 351,000 | 財團法人商業發展研究院           | 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，預期可徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。  | 網站橫幅廣告/Banner<br>1. 印尼網站(buletindewata、pikiran-rakyat、detik、ayobandung、suaramerdeka、lombokinsider、snaptik、tribunnews、jabarekspres、feednews)<br>2. 印度網站(freefirenickname、teerresults、bestofglamour、pagalworld、keralalotteries、chartkalyan、dhankeari、softgoza、aajtak、taboolanews)<br>3. 泰國網站(kapook、pptvhd36、matichon、lottosociety、komchadluek、9poto、amarintv、yadungkhaw、thaihit、nationtv)<br>4. 菲律賓網站(researchers、filipinoceleb、realmscans、bleacherbreaker、pcsolottoupdates、aubtu、topnotcher、pinoyswertres、feedbly、unilad)<br>5. 越南網站(xahoi360、hocdientu、thuemayphotocopy、sugs、cuongphim、 |     |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容          | 媒體類型         | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象   | 備註  |
|----------|-------------------------|--------------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|---|-----|
| 經濟部國際貿易局 |                         | 網路媒體         | 111.10.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 234,000 | 財團法人商業發展研究院           | 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，預期可徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。  | Google關鍵字   |     |
| 經濟部國際貿易局 |                         | 網路媒體         | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 97,500  | 財團法人商業發展研究院           | 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，預期可徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。  | 網站橫幅廣告／Banner<br>1. 印尼網站(buletindewata、pikiran-rakyat、detik、ayobandung、suaramerdeka、lombokinsider、snaptik、tribunnews、jabarekspres、feednews)<br>2. 印度網站(freefirenickname、teerresults、bestofglamour、pagalworld、keralalotteries、chartkalyan、dhankesari、softgoza、aajtak、taboolanews)<br>3. 越南網站(xahoi360、hocdientu、thuemayphotocopy、sugs、cuongphim、 |     |
| 經濟部國際貿易局 | 新南向出口實戰論壇 運用數位科技掌握市場新商機 | 網路媒體<br>電視媒體 | 111.11.15               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 為推廣本計畫成果內容，透過網路媒體與電視媒體發布成果論壇資訊，擴散商情成果予大眾參考。<br>1. 經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次。<br>2. 民視新聞平均收視人數17.8萬。<br>3. 工商時報網約有5萬人訂閱，中時電子報網站，每日約有30萬瀏覽人次，預計曝光5,000次。<br>4. Yahoo!新聞每日約有63萬瀏覽人次，預計曝光5,000次<br>6. Hinet生活誌網站，每日約有7萬瀏覽人次，預計曝光800次。<br>7. nownews，每日約有3萬瀏覽人次，預計曝光500次。 | 工商時報／網站<br>經濟日報／網站<br>民視新聞／電視媒體<br>中時新聞網／網站<br>Yahoo新聞!／網站<br>Hinet生活誌／網站<br>nownews／網站   | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 台澳女性企業領袖對話 推動性平受肯定      | 網路媒體         | 111.11.23               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 為推廣本計畫輔導資源，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>1. 經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次。<br>2. 自由時報網站，每日約有30萬瀏覽人次，預計曝光3,000次。<br>3. 工商時報網約有5萬人訂閱，中時電子報網站，每日約有30萬瀏覽人次，預計曝光5,000次。<br>4. 風傳媒，每日約有1萬瀏覽人次，預計曝光500次。   | 工商時報／網站<br>經濟日報／網站<br>風傳媒／網站<br>中時新聞網／網站<br>自由時報／網站   | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 2022新南向論壇 剖析新生活新商機      | 網路媒體         | 111.11.03               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫年度成果發表會，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 引新聞每日約有1,300瀏覽人次；Yahoo!新聞每日約有63萬瀏覽人次，預計曝光5,000次；Hinet生活誌網站，每日約有7萬瀏覽人次，預計曝光800次。   | 引新聞、Yahoo雅虎、HiNet、PCHOME、蕃新聞、台北郵報、LIFE、match生活網、經濟日報、工商時報、新頭條、Gothe、LTVNews、旅食樂、民生頭條、商傳媒、蕃薯藤／<br>以上皆為網站或網站  | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 數位貿易時代新買家 成功出口新南向市場     | 網路媒體         | 111.11.04               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院<br>10     | 1. 為推廣本計畫年度成果發表會，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次。  | 經濟日報、翻報、新頭條、Gothé’、LTVNews、旅食樂、民生頭條、引新聞、Yahoo雅虎、HiNet、PCHOME、蕃新聞、台北郵報、LIFE、match生活網／<br>以上皆為網站或網路   | 回饋。 |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                     | 媒體類型         | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目         | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象   | 備註  |
|----------|------------------------------------|--------------|-------------------------|----------|-------------------|--------------|---------|-----------------------|---|---|-----|
| 經濟部國際貿易局 | Taiwan Can Solve !新南向<br>各國出題 業者有解 | 網路媒體         | 111.11.07               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫年度成果發表會，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 工商時報網約有5萬人訂閱，中時電子報每日約有30-50萬人點閱，預計至少曝光5,000次；引新聞每日約有1,300瀏覽人次；經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次；Hinet生活誌網站，每日約有7萬瀏覽人次，預計曝光800次；Yahoo!新聞每日約有63萬瀏覽人次，預計曝光5,000次；蕃新聞每日約有，每日約有2.4萬瀏覽人次，預計曝光300次。 | 工商時報、引新聞、Yahoo雅虎、HiNet、PCHOME、蕃新聞、台北郵報、LIFE、match生活網、POPDAILY波波黛莉、台灣產經、經濟日報／<br>以上為網站或網路                | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 實戰論壇洞見趨勢 引領業者出海新南向                 | 網路媒體         | 111.11.15               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫年度成果發表會，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 壹蘋新聞網站每日瀏覽率達50萬；中時電子報每日約有30-50萬人點閱，預計至少曝光5,000次；引新聞每日約有1,300瀏覽人次；Yahoo!新聞每日約有63萬瀏覽人次，預計曝光5,000次；蕃新聞每日約有2.4萬瀏覽人次，預計曝光300次。  | 壹蘋新聞網、中時新聞網、周刊王、引新聞、Yahoo雅虎、HiNet、PCHOME、蕃新聞、台北郵報、LIFE、match生活網、POPDAILY波波黛莉／<br>以上為網站或網路               | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 「新領域 找商機」建構新南向出口生態系 打造韌性供應鏈        | 網路媒體         | 111.12.05               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 0       | 財團法人商業發展研究院           | 1. 為推廣本計畫年度成果發表會，透過網路媒體與平面媒體發布新南向市場相關商情資訊，徵集更多業者參與計畫或運用計畫相關資源。<br>2. 引新聞每日約有1,300瀏覽人次；經濟日報網站，每日約有20萬瀏覽人次，預計曝光2,000次；Hinet生活誌網站，每日約有7萬瀏覽人次，預計曝光800次；Yahoo!新聞每日約有63萬瀏覽人次，預計曝光5,000次；蕃新聞每日約有，每日約有2.4萬瀏覽人次，預計曝光300次。  | 引新聞、Yahoo雅虎、HiNet、PCHOME、蕃新聞、LIFE、match生活網、POPDAILY波波黛莉、OwlNews、新頭條、Gothe、LTVNews、旅食樂、民生頭條／<br>以上為網站或網路 | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易局 | 杜拜海灣資訊科技展(GITEX)設置台灣精品館            | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.09.26-<br>111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 271,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 與中東當地知名媒體合作，製作報導事前宣傳台灣精品於杜拜海灣資訊展(GITEX)展出資訊，並於10月展覽期間邀請當地主流媒體至台灣精品館參觀並促成獲刊報導，共獲得17篇報導，觸達157,000人次。  | 1. Mashable、T3、Geek Fence、GN Tech、Intelligent CIO/以上均為網站搭配實體雜誌宣傳<br>2. Khaleej Times/報紙<br>3. Facebook  |     |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品遊艇產業推廣媒體合作報導                   | 網路媒體         | 111.08.01-<br>111.10.24 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 174,876 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 1. 與美國主要遊艇雜誌Yachting合作報導台灣遊艇產業及台灣精品銀質獎獲獎產品。<br>2. Yachting於8月訪談台灣精品獲獎企業並撰寫報導，於9月美國羅德岱堡遊艇展期間於Yachting官方網站、會員電子報及Facebook露出。<br>3. 總計4篇報導，觸達1,525,156人次。  | 美國Yachting遊艇雜誌/官網、會員電子報、Facebook貼文  |     |
| 經濟部國際貿易局 | 德國台灣精品智慧移動線上發表會                    | 網路媒體         | 111.09.22-<br>111.10.06 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 420,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳德國台灣精品智慧移動線上發表會，於活動前發佈廣編稿及新聞稿，發表會獲elektroautonews等專業媒體及德國著名平臺報導，總計獲刊報導達58篇，觸達2,924,387人次。   | visionmobility/網站<br>elektroautonews/網站<br>emobilitaet/網站<br>atuomedienportal/網站                        |     |
| 經濟部國際貿易局 | 日本大阪台灣精品形象概念店                      | 網路媒體         | 111.09.01-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 178,429 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳日本大阪台灣精品形象概念店活動，於Smart New網頁入口投放廣告，並以台灣精品官網活動頁為登入頁面，觸達約2,000,000人次。   | Smart News/網站<br>台灣精品官網/網站  |     |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容            | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額      | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|---------------------------|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|-----------|-----------------------|---|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 印度資通訊展及印度臺灣形象展台灣精品館廣宣     | 網路媒體 | 111.03.01-<br>111.10.27 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 326,545   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 透過Facebook、Instagram、YouTube及Business Standard、IndiaToday、ANI產業媒體曝宣傳台灣精品形象與產品，觸達3,383,892人次。              | 1. Facebook<br>2. Instagram<br>3. Twitter<br>4. YouTube<br>5. Business Standard, India Today, PTI, ANI/<br>以上網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 美國臺灣形象展台灣精品館廣宣            | 網路媒體 | 111.10.12-<br>111.10.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 330,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 透過Facebook、Instagram及美國媒體平臺PR Newswire、BusinessWire發布新聞稿宣傳台灣經品館，吸引美國民眾到場參觀並同步提升台灣精品整體形象，觸達超過12,000,000人次。 | 1. Facebook<br>2. Instagram<br>3. Google聯播網廣告<br>4. PR Newswire、BusinessWire/ 以上網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 印度市場媒體宣傳                  | 網路媒體 | 111.07.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 280,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於台灣精品印度LinkedIn專頁每周至少發文一篇、增加5,000名粉絲。   | LinkedIn   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 愛無界行動數位教室                 | 網路媒體 | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 178,062   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於愛無界行動數位教室記者會邀請媒體採訪、報導，國內外露出報導29篇，觸達36,212,680人次。   | PDI/ Inquirer.net、Philstar.com、Manila Bulletin<br>、Manila Standard、BusinessMirror、The Manila Times、Daily Tribune、Malaya Business Insight、Chinese Commercial News、United News、Chinese Journal Today、Marketmonitor.com.ph、Philippine News Agency/ 以上網站 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品 X TaipeiPlas 線上發表會   | 網路媒體 | 111.09.28-<br>111.11.18 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 180,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 搭配臺北國際塑橡膠機械展辦理線上發表會，邀請泰國、馬來西亞、越南及波蘭四國專業媒體線上參與，及發布新聞稿，協助宣傳臺灣塑膠機械產業形象。獲刊報導15篇，觸達225,527人。                   | Electricity & Industry、Khaosod Online、PRACHACHAT<br>、Green Network、Engineering Today、Injection Moulding Asia、Bernama 、BKSFE、Terkini、Maya Nasional、大馬財經網、Technology MAG、VNAutomate、Elamed、Mechanik/ 以上網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣智慧機械產業形象影片先進市場篇-歐美市場廣宣  | 網路媒體 | 111.11.04-<br>111.11.17 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 59,801    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 推廣臺灣智慧機械產業形象影片新興市場篇，對東南亞、南亞、南美、中東等新興市場曝光，觀看數達169,066人次。   | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣智慧機械產業形象影片先進市場篇-日本市場廣宣  | 網路媒體 | 111.11.11-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 79,500    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於台灣精品日本YouTube專頁推廣臺灣智慧機械產業形象影片先進市場篇，對日本市場曝光，預計吸引65,000人次觀看。   | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 與美國資通訊媒體CNET合作推廣台灣精品      | 網路媒體 | 111.09.30-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 3,220,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 促成2篇專題報導，觸達北美資通訊相關產業讀者3,900,000人次。  | CNET/網站<br>ZDNet/網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣PChome台灣精品專區雙11短期促銷活動廣告 | 網路媒體 | 111.11.01-<br>111.11.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 20,000    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為提升PChome電商平臺台灣精品專區流量及商品導購串聯，搭配PChome站內雙11檔期辦理「台灣精品專區短期促銷活動」，同步於搜尋網站投放網路媒體廣告，預計觸達50,000人次。                | Google聯播網廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品Yahoo新聞文章專欄           | 網路媒體 | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 46,200    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 露出1篇台灣精品專題，觸達7,500瀏覽人次。   | Yahoo/網站   |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                   | 媒體類型         | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額      | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象   | 備註 |
|----------|----------------------------------|--------------|-------------------------|----------|-------------------|----------|-----------|-----------------------|--|---|----|
| 經濟部國際貿易局 | 印度台灣精品電競賽                        | 網路媒體         | 111.08.01-<br>111.12.01 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 455,874   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 獲刊共計50篇報導，媒體及社群平台等總觸達3,850,000人次。  | Telecom Today、Digital Terminal、Animation Xpress、VarIndia、Trendated、Techno Fall、The Prevalent India、Online And You、Global Prime News、Business News This Week、Business News Week、Mti News、Konexio Network、Mumbai Newsbox、Media Bulletins/以上網站 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 德國醫療展(MEDICA)台灣精品館-大會數位廣告        | 網路媒體         | 111.10.01-<br>111.11.11 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 360,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 在德國醫療展(MEDICA)官方App及官方網站上以Banner曝光台灣精品參展訊息，兩者合計預計觸達10萬人次(官網60,000人次、APP40,000人次)。  | 大會官網<br>官方APP   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 德國醫療展台灣精品館暨產品發表會廣宣               | 網路媒體         | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 740,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 1.舉辦台灣精品產業形象記者會，邀請醫療專業媒體如Medizin & Technik、Konradin、European Hospital、KTM Krankenhaus、Springer Medizin、Krankenhaus Zeitung、E-HEALTH-COM、Management & Krankenhaus 及買主如 MLE Brand、SiS AV Medicare、Stadt Düsseldorf等共40家出席。<br>2.發布2篇新聞稿，獲得 healthcare-in-europe.com、RHEINISCHE POST、Springer Medizin等報導。 | healthcare-in-europe.com/網站<br>RHEINISCHE POST/網站<br>Springer Medizin/網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品機械產業專題報導                     | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 186,694   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 1.與泰國唯一仍發行紙本雜誌的Manufacturing Review合作，配合泰國金屬加工展展期，對台灣精品機械企業與產品進行廣宣。<br>2.該雜誌以英泰雙語出刊，專題文章也將刊登於官網、FB，預計觸達泰國及亞太地區之專業機械業者20,000人次。   | 泰國Manufacturing Review/雜誌內頁<br>泰國Manufacturing Review/FB貼文  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 馬來西亞國際綠色科技環保產品展(IGEM)台灣精品館及記者會廣宣 | 網路媒體         | 111.10.01-<br>111.11.01 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 184,535   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於吉隆坡展出10家獲獎企業共45項產品，展覽期間搭配大會掛旗、報到處及包柱指引海報，並規劃多項體驗活動，總計獲刊報導77篇，觸達170,650人次。   | Facebook<br>Instagram   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品選拔及表揚                        | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.10.25-<br>111.11.25 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 1,698,800 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於國內媒體刊登平面及數位廣告，宣傳台灣精品獎得獎名單，並同步公告金銀質獎入圍名單，預計觸達1,500,000人次。  | 1.工商時報/報紙內頁、網站<br>2.中時新聞網/網站<br>3.經濟日報/報紙內頁、網站<br>4.壹蘋新聞網/網站<br>5.聯合新聞網/報紙內頁、網站<br>6.自由時報/報紙內頁<br>7.東森ettoday /網站<br>8.Google聯播網廣告<br>9.Yahoo關鍵字<br>10.中央通訊社/網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 越南市場媒體宣傳                         | 電視媒體         | 111.07.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 280,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 與越南國家電視臺(VTV)合作促成電視報導至少9篇，觸達至少2,000,000人次。   | 越南國家電視臺(VTV)  |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容             | 媒體類型         | 宣導期程                | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額      | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|----------------------------|--------------|---------------------|----------|-------------------|----------|-----------|-----------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 日本台灣精品企業形象線上論壇廣編稿與後測問卷     | 網路媒體         | 111.11.24-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 173,635   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 以永續為主題舉辦論壇，由元太、中華紙漿、興采發表永續產品優勢與理念，並與日本代表座談，於GLOBE+播出，11/24首播後發布後測問卷調查觀眾意見，並以廣編稿增強曝光，觸達約10,000人次。   | GLOBE+/網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 日本台灣精品企業形象數位刊物廣告           | 網路媒體         | 111.09.26-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 154,955   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 在AERA.dot時事網站下建立專屬網站刊登刊物，並於AERA.dot首頁刊登廣告作為刊物入口，約觸達20,000次瀏覽。  | AERA.dot/官網  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品與知名媒體專題合作              | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.08.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 1,588,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為持续提升國內大眾對於台灣精品及臺灣產業形象正面評價及更深度認識，進而促進購買意願，透過與國內知名媒體合作專題企劃，透過議題行銷向國內大眾介紹及推薦台灣精品得獎產品，預計觸達3,500,000人次。  | 1.系列專題：巨思文化集團旗下雜誌：經理人、數位時代、Shopping Design/雜誌內頁<br>2. 數位：巨思文化集團旗下雜誌：經理人、數位時代、Shopping Design/官網<br>3. FB<br>4. Youtube<br>5. Podcast |    |
| 經濟部國際貿易局 | 與越南市場知名媒體推廣台灣精品            | 網路媒體         | 111.12.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 122,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 提升越南市場受眾對於台灣精品及臺灣產業形象的認知度與好感度，促成至少2篇報導，觸達至少100,000人次。  | 1. VN Express/網站<br>2. Cong Thuong/網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 越南市場全年度數位行銷                | 網路媒體         | 111.10.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 120,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 粉絲增加8,019人次、互動數37,115人次、觸達4,109,082人次。   | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 泰國市場社群媒體貼文                 | 網路媒體         | 111.10.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 70,960    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 粉絲增加1,744人、累計粉絲119,589人、互動數208,833人次、觸達2,985,486人次。  | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 產經媒體合作案                    | 網路媒體         | 111.10.31-111.11.27 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 990,450   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 與日本產經新聞社合作推廣台灣精品，觸達1,815,000人次。  | 產經新聞社/官網   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 日本市場全年度數位行銷                | 網路媒體         | 111.10.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 360,570   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 全年FB粉絲增加1,538人次，互動數31,000人次；Twitter粉絲增加20,000人次，互動數190,500人次，觸達1,380,621人次。  | Facebook<br>Twitter  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 德國VFMZ雜誌針對台灣精品機械產業專題報導     | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.10.19-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 957,257   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | VFMZ雜誌為德國當地著名的出版社之一，出版品包含精密工具機、機械工程、自動化技術與智慧工廠等工業雜誌，並為德國EMO展和漢諾威工業展等知名大展合作媒體。今年再度與該雜誌合作，並於旗下3本專業機械雜誌實體加線上刊登(官網和電子報)，包含Der Konstrukteur、World of Industries、Industrielle Automation，共觸及35萬德國專業機械業者。 | VFMZ/官網<br>VFMZ/雜誌內頁   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 德國Konradin雜誌針對台灣精品機械產業專題報導 | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.12.02-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 474,150   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | Koradin雜誌為德國大型媒體集團之一，今年首度合作，並於旗下針對自動化設備和機械工程領域的Industrie Anzeige雜誌刊登台灣精品自動化專刊，共觸達190,000人次。  | Koradin/官網<br>Koradin/雜誌內頁   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 德國市場全年度數位行銷                | 網路媒體         | 111.10.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 2,295,412 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 粉絲增加1,610人、累計粉絲87,027人、互動數215,010人次、觸達2,739,752人次。   | Facebook<br>Instagram  |    |



推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                              | 媒體類型         | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額      | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|---|--------------|-------------------------|----------|-------------------|----------|-----------|-----------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 印度市場全年度B2B行銷推廣活動廣宣                          | 網路媒體<br>電視媒體 | 111.09.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 1,050,807 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 與印度最大的商業新聞台India TV、ZEEHINDUSTAN、News24、Newsnation合作，於黃金時段播放台灣精品形象廣宣影片，加深民眾對台灣精品的優質形象及多元化發展，計觸達1,478,000人次。另以台灣精品為主軸撰寫資通訊主題專欄，與印度最大的商業傳媒之一Zee News合作，透過專業的報導讓印度相關專業人士及消費者更深入了解臺灣資通訊產業發展及提升台灣精品企業優質形象，計觸達1,020,000人次。 | 1.YouTube<br>2.Linkedin<br>3.印度電視頻道<br>4.Tech 2、Gadgets Now、Gadgets 360、HT Tech、Beebom、Analytics Insight、Business Today、The CEO、Fortune India/網路媒體電子報  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 印度市場電競產業廣宣案                                 | 網路媒體         | 111.11.23-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 129,381   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 促成至少75篇報導，觸達至少800,000人次。   | Pocketgamerbiz、insidesport、APNews、Indiaweb2.0、sportskeeda、globalPrime News、Express computers、Digit、loopymagazine、Skoar、Buildotech、Project Monitor、CW&NBC、mharorajasthan.in、foxinterviewer.com/以上網站 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 印度市場全年度數位行銷                                 | 網路媒體         | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 103,196   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | Facebook粉絲增加51,500人次、互動數100,000人次，觸達45,000,000人次。  | Facebook<br>Instagram  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 美國市場數位行銷                                    | 網路媒體         | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 1,858,534 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | Facebook、Instagram社群平臺粉絲共增加59,191人，貼文總互動數為455,874 人次，總觸達10,856,813 人次。   | Facebook<br>Instagram<br>Twitch<br>Youtube   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 日本市場台灣精品社群專頁推廣臺灣智慧機械產業形象影片先進市場篇廣宣           | 網路媒體         | 111.12.05-<br>111.12.12 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 69,800    | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 透過台灣精品日本市場Facebook及Twitter專頁推廣臺灣智慧機械產業形象影片先進市場篇，共觸達1,460,565人次，觀看132,833人。   | Facebook<br>Twitter  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品LinkedIn專頁推廣臺灣智慧機械產業形象影片                | 網路媒體         | 111.11.30-<br>111.12.15 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 768,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 透過台灣精品LinkedIn平臺推廣臺灣智慧機械產業系列形象影片、塑膠機產業及紡織機產業影片，共觸達1,792,392人次，點擊觀看1,360,652人。  | LinkedIn   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 馬來西亞百萬網紅Alieff Irfan透過玩遊戲以馬來文介紹台灣精品企業產品宣傳影片 | 網路媒體         | 111.12.10-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 388,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 與KOL-Alieff Irfan (454萬訂閱者) 合作拍攝影片，透過玩遊戲的方式介紹台灣精品產品特色，觀看次數達619,499次。   | Youtube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品馬來西亞社群媒體加強曝光貼文                          | 網路媒體         | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 110,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 平均每月有21篇貼文，粉絲增加4,755人，互動數達543,225人次、觸達2,253,108人次。   | Facebook<br>Instagram  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 馬來西亞市場年度podcast媒體宣傳                         | 網路媒體         | 111.01.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 226,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 與BFM、Jason Liu Podcast合作12集，每集約30分鐘，透過與2022年台灣精品獲獎企業線上對談，把台灣精品產品的好說給馬來西亞民眾，累計至今平均每集約觸達超過20,000人次。  | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 印尼市場年度數位宣傳                                  | 網路媒體         | 111.12.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 704,160   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 單一平臺共計30篇以上貼文，Facebook粉絲增加669,280人、Instagram粉絲增加150,054人。  | Facebook<br>Instagram  |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容              | 媒體類型 | 宣導期程                | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|-----------------------------|------|---------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 運用 IESF 電競世界錦標賽活動曝光台灣精品贊助案  | 網路媒體 | 111.10.01-111.12.12 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 486,280 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於資格賽線上開打、記者會、賽程直播、開幕、閉幕典禮、現場大型掛旗等多重管道曝光台灣精品標誌、播放台灣精品形象影片，據大會估計，決賽觀賽人數約50,000人次，加上線上資格賽總計觀賽超過2,000,000人次。 | Garudaku/官網<br>YouTube<br>Instagram  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 運用 IESF 電競世界錦標賽曝光台灣精品公關活動廣宣 | 網路媒體 | 111.10.01-111.12.12 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 193,050 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 印尼3家媒體Jpnn、Wartabali、Posbali線上專訪台灣精品企業，媒體露出5篇觸達約1,000,000人次。   | 1. Facebook<br>2. Instagram<br>3. Twitter<br>4. YouTube<br>5. Jpnn、Wartabali、Posbal/網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 運用 IESF 電競世界錦標賽活動曝光台灣精品媒體廣宣 | 網路媒體 | 111.11.15-111.12.12 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 620,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於3家媒體刊登台灣精品活動訊息、宣傳台灣精品，計觸達約1,000,000人次。  | etik Inet、Esports id、Jagat Review/網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品智慧金屬加工線上發表會             | 網路媒體 | 111.11.09-111.11.15 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 81,177  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 獲刊共計23篇報導，媒體及社群平臺等總觸達90,540人次。   | The Sun Daily、Bernama、Malaysiakini、Focus Malaysia、SME Magazine Malaysia、Daily Express、Malaysia Voice、佳禮中文資訊網、大馬財經網、The Page商頁/以上網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣PChome台灣精品專區聖誕跨年慶短期促銷活動   | 網路媒體 | 111.12.16-111.12.29 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 20,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為提升PChome電商平臺台灣精品專區流量及商品導購串聯，於12/16-29搭配PChome站內聖誕跨年檔期辦理「台灣精品專區短期促銷活動」，同步於搜尋網站投放網路媒體廣告，預計觸達50,000人次。     | Google聯播網廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 菲律賓市場全年度數位行銷                | 網路媒體 | 111.09.01-111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 750,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳Casa Ekselente共6集的影片，社群觸達及互動人次成長6倍以上均創新高，搭配影片發布新聞稿，曝光共計29篇、觸達1,574,919人次。                              | STARRING ENTERTAINMENT、theeventstribune.com、eyesonmanila、Erica Yu-B、.LIONHEARTV、jaysmin.com、DULDULAO DOT NET This Day & Beyond、On The Spotlight、loveteacherangel、Dad On The Move、MAKE MOMMAS SHINE、bits-en-pieces、pinoyopolis、Jayson Biadog、Bedalyn Aguas/以上網站 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣精品Yahoo新聞文章專欄             | 網路媒體 | 111.12.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 323,400 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 刊登7篇台灣精品文章，觸達52,500瀏覽人次。   | Yahoo  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 愛無界台灣精品公益活動廣宣               | 網路媒體 | 111.01.15-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 91,016  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於奈洛比當地宣傳愛無界台灣精品公益活動，徵集提案。  | National Media、Daily Nation/網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣臺灣紡織業永續創新形象影片             | 網路媒體 | 111.10.01-111.10.06 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 50,000  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過Youtube影音平台及LinkedIn商業媒體平台推廣臺灣永續創新紡織品形象影片，預計點擊次數達30,000次。  | Youtube、LinkedIn   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣紡織業永續創新主題形象影片多語系配音製作      | 網路媒體 | 111.10.01-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 121,000 | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 製作永續創新形象影片多語版，將透過計畫網站等自媒體，以及國際紡織專業展、海外顧問、友好公協會等管道推廣，傳遞產業優質形象予目標品牌客群。                                     | 計畫網站、Facebook、YouTube、LinkedIn   |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容  | 媒體類型 | 宣導期程                | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象   | 備註 |
|----------|---|------|---------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|---|---|----|
| 經濟部國際貿易局 | Sustainable Innovation: Turning Waste into Fabrics  | 網路媒體 | 111.10.15-111.10.28 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 78,473  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過國外線上展覽平臺，將業者拍攝之線上新產品新技術發表會影片，推播給國外品牌買主，預計促成網路瀏覽量達2,000人次。   | 德國Performane Days展電子報   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣臺灣紡織業永續創新形象影片   | 網路媒體 | 111.11.01-111.11.07 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 50,000  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過Youtube影音平臺及LinkedIn商業媒體平臺推廣臺灣永續創新紡織品形象影片，預計點擊次數達30,000次。   | Youtube、LinkedIn  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣永續創新紡織品及波蘭拓銷活動  | 平面媒體 | 111.11.01-111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 28,599  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過波蘭專業戶外運動雜誌 Outdoor Biznes，推廣臺灣永續創新紡織品及波蘭拓銷活動，傳遞產業優質形象及廠商活動資訊予目標市場客群。                                | Outdoor Biznes雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣紡織業永續創新主題形象影片日語配音製作   | 網路媒體 | 111.11.16-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 36,540  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 製作永續創新形象影片日語版，將透過計畫網站等自媒體，以及Facebook、YouTube、LinkedIn推播，傳達產業優質形象，提升產業市場曝光度。                           | 計畫網站、Facebook、YouTube、LinkedIn  |    |
| 經濟部國際貿易局 | Taiwan Textilindustrie eco innotech unterstützt FIFA Weltmeisterschaft Katar 2022/Taiwan Textile Industry Eco Innotech Assisted FIFA World Cup Qatar 2022(德 | 網路媒體 | 111.11.17           | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 95,000  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 法新社(AFP)總部位於法國巴黎，是歐洲知名國際通訊社，在約110個國家設有辦事處，透過該通訊社於目標市場德國推廣，傳遞臺灣於國際重要賽事扮演推手的重要角色與優質形象。                  | 法新社(AFP)  |    |
| 經濟部國際貿易局 | Invisible Champions in the Locker Room: Taiwan Textiles Federation Products Shine at the 2022 FIFA World Cup in Qatar                                       | 網路媒體 | 111.11.18           | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 95,000  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 美國之國際通訊社Newsfile，受北美和國際企業信賴。透過該通訊社於目標市場美國推廣，傳遞臺灣於國際重要賽事扮演隱形冠軍之重要角色與優質形象。                              | 國際通訊社Newsfile   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣臺灣永續創新紡織品   | 網路媒體 | 111.11.18-111.11.23 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 300,000 | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過關鍵字推廣計畫網站永續創新紡織品，並透過 Youtube影音平台、Facebook 社群媒體平台、LinkedIn商業媒體平台推廣臺灣新產品新技術紡織品圖文及影音廣宣，預計曝光量達500,000次。 | 計畫網站、Facebook、YouTube、LinkedIn  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣臺灣優質紡織業者與永續機能之創新紡織品   | 網路媒體 | 111.03.16-111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 510,000 | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過計畫網站、Facebook社群平臺、LinkedIn商業社群平臺、China Post媒體平臺及多家國際通訊社推廣臺灣優質永續、機能紡織品，並傳遞臺灣優質形象。                    | 計畫網站、Facebook、LinkedIn，以及China Post、國際通訊社(Bloomberg彭博社、Apnews美聯社、AFP German法新社、Newsfile、Businesswire、Yahoo finanzen)、越南VN Reporter等國際網路媒體平臺 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣臺灣紡織業永續創新形象影片   | 網路媒體 | 111.09.01-111.11.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 30,000  | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過Youtube影音平臺推廣臺灣永續創新紡織品形象影片，預計點擊觀看數達30,000次。   | YouTube   |    |
| 經濟部國際貿易局 | Taiwan, a country cases about sustainable development and introduce advanced technology   | 網路媒體 | 111.10.23-111.11.04 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 189,000 | 財團法人中華民國紡織業拓展會<br>17  | 透過關鍵字推廣臺灣永續創新紡織品，並透過Facebook社群平臺推廣臺灣紡織新產品新技術，預計曝光量達440,000次。  | 計畫網站、Facebook   |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                       | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象                        | 備註 |
|----------|--------------------------------------|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|--------------------------------|----|
| 經濟部國際貿易局 | 推廣臺灣永續創新紡織品<br>Sustainable solutions | 平面媒體 | 111.11.30-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 134,794 | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過英國紡織媒體WTiN旗下TWIST雜誌刊登廣宣，推廣臺灣永續創新紡織品，傳遞產業優質形象及拓銷活動資訊予目標市場客群。  | WTiN國際紡織專業媒體之TWIST雜誌           |    |
| 經濟部國際貿易局 | 推廣臺灣永續機能創新紡織品及永續創新形象影片               | 網路媒體 | 111.12.01-<br>111.12.06 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 265,461 | 財團法人中華民國紡織業拓展會        | 透過關鍵字推廣，以及YouTube影音平臺、Facebook 社群平臺、LinkedIn商業社群平臺推廣臺灣永續創新紡織品及紡織產業與永續創新形象影片，預計曝光量達500,000次。  | 計畫網站、Facebook、YouTube、LinkedIn |    |
| 經濟部國際貿易局 | 國際媒體行銷宣傳                             | 網路媒體 | 111.10.10-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 70,706  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 以推廣臺灣會展的整合性以及學術的專業為辦理國際型會展會議的優勢。預期點閱率達14,100次。   | 比利時雜誌Boardroom/官方網站電子廣告編輯      |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                      | 網路媒體 | 111.10.10-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 108,100 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 介紹臺灣為落實聯合國永續發展目標，積極舉辦永續會議，打造綠色場館，同時協助臺灣會展產業者導入綠色永續的國際認證，以多面向展現臺灣對環境保護與永續經營的會展形象。預期點閱率達5,050次。  | 新加坡雜誌M&CAsia/官方網站電子廣告編輯        |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                      | 網路媒體 | 111.10.20-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 108,100 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 利用EDM宣傳廣編稿內容，增加廣編稿點擊率，以email發送給訂閱戶10,000份。預期觸及率達5,050次。  | 新加坡雜誌M&CAsia/電子傳單EDM           |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                      | 網路媒體 | 111.10.21-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 108,100 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於社群平臺貼文宣傳廣編稿內容，增加廣編稿點擊率。預期觸及率達5,050次。  | 新加坡雜誌M&CAsia/雜誌Facebook貼文      |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                      | 網路媒體 | 111.10.20-<br>111.10.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 51,012  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 藉10月4日舉辦之2022 Open Arms from MEET TAIWAN國際交流記者會，向全球會展產業夥伴們展示，臺灣是安全開放且可信賴的會展首選目的地。今年十月起歡迎各國業者蒞臨，臺灣的會展專業與科技以及新場館的落成，將推動2023年各式令人期待的活動。預期點閱率達15,000次。           | 香港雜誌MIX/官方網站電子廣告編輯             |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                      | 平面媒體 | 111.10.22               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 149,880 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳臺灣積極發展成為綠色會展永續目的地，並介紹本計畫今年多項措施，如:會展永續行動方案及永續獎勵旅遊示範行程，吸引各國來臺辦理相關會展活動。預估發行量為213,488本。  | 英國雜誌經濟學人/雜誌(紐澳版)               |    |
| 經濟部國際貿易局 | 國際媒體行銷宣傳                             | 平面媒體 | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 70,705  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本次廣編稿藉10月4日舉辦之2022 Open Arms from MEET TAIWAN 國際交流暨記者會，向全球會展產業夥伴們正式宣布，臺灣會展產業以其數位領先地位，創意與創新，和產業的韌性將於今年十月歡迎各國參與者蒞臨台灣，並在明年以更多精彩的會展會議開啟台灣全新的MICE篇章。預期發行約14,100本。 | 比利時雜誌Boardroom/紙本雜誌廣告編輯        |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                      | 網路媒體 | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 70,706  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本編廣告配合推廣「永續獎勵旅遊示範行程」並以主視覺製作Bannner廣告，點擊Banner廣告後將連結至活動網站，以提升點閱率及擴大觀看者的廣度。預期點閱率達14,100次。  | 比利時雜誌Boardroom/官網banner橫幅廣告    |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容      | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象                                  | 備註 |
|----------|---------------------|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|---|--|----|
| 經濟部國際貿易局 |                     | 網路媒體 | 111.12.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 108,100 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 針對臺灣安全安心的商務環境、專業創新的會展服務、以及堅韌厚實的產業動能，宣傳後疫情時代的臺灣足以支持完成創新又成功的會展活動，帶動會展產業的多元及蓬勃發展。預期點閱率達5,050次。   | 新加坡雜誌M&CAsia/官方網站電子廣告編輯                  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                     | 網路媒體 | 111.12.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 108,100 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 利用EDM宣傳廣編稿內容，增加廣編稿點擊率，以email發送給訂閱戶10,000份。預期觸及率達5,050次。   | 新加坡雜誌M&CAsia/電子傳單EDM                     |    |
| 經濟部國際貿易局 |                     | 網路媒體 | 111.12.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 108,100 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於社群平臺貼文宣傳廣編稿內容，增加廣編稿點擊率。預期觸及率達5,050次。   | 新加坡雜誌M&CAsia/雜誌臉書貼文                      |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣會展網搜尋引擎數位流量成長     | 網路媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 857,144 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳「MEET TAIWAN」臺灣會展網，提升臺灣會展國際曝光度，點擊數達57萬次。  | Google關鍵字、Google聯播網廣告                    |    |
| 經濟部國際貿易局 | MEET TAIWAN社群媒體網路行銷 | 網路媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 123,810 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳「MEET TAIWAN」Facebook粉絲專頁及貼文，達成Facebook貼文總觸及數60萬人次。   | Facebook                                 |    |
| 經濟部國際貿易局 |                     | 網路媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 4,762   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳「MEET TAIWAN」Instagram 粉絲專頁及貼文，達成Instagram貼文總觸及數1.6萬人次。   | Instagram                                |    |
| 經濟部國際貿易局 |                     | 網路媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 9,521   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 導流網路受眾至「MEET TAIWAN」Facebook粉絲專頁，Facebook粉專追蹤人數達成600人次追蹤。   | Google聯播網廣告<br>Yahoo原生廣告<br>Facebook粉絲專頁 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022年高雄國際食品展        | 網路媒體 | 111.10.03-<br>111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 96,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | Line Lap廣告於LINE 貼文串、LINE Today、LINE Smart Channel等版位露出廣告，亦針對訪客興趣/行為進行鎖定，總曝光數1,355,615次。Google聯播網廣告透過Google大數據於食品產業相關類別網站投放廣告，吸引目標客群進入網站，總曝光數3,215,792次。 | LINE LAP廣告、<br>Google聯播網廣告               |    |
| 經濟部國際貿易局 |                     | 網路媒體 | 111.10.10-<br>111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 105,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | OneAD採用創意互動版位與台灣前百大指標性媒體，跨網跨平台投遞本次展覽資訊，以蓋版手機網頁形式呈現廣告內容，曝光達400,110次，不重複觸及超過25萬人。   | Google聯播網廣告                              |    |
| 經濟部國際貿易局 |                     | 網路媒體 | 111.10.01-<br>111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 98,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 藉由電信data撈取食品廠或相關業者主要受眾及喜愛美食的一般消費者，精準投放廣告，主動曝光於手機廣告上，聯播網廣告總曝光數1,688,838次、發送簡訊廣告11,429封。  | 台灣大哥大(TAmelia)/TAmelia聯播網廣告              |    |
| 經濟部國際貿易局 |                     | 電視媒體 | 111.10.01-<br>111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 315,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於展前一周刊登電視廣告於三立都會、東森財經、民視新聞、華視等四大電視台，加強宣傳展覽資訊，總計播出96檔次。  | 三立都會台、東森財經台、民視新聞台、華視/電視廣告                |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                 | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源                      | 預算科目         | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位)    | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|--------------------------------|------|-------------------------|----------|---------------------------|--------------|---------|--------------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 再生能源、綠電運用及智慧<br>儲能論壇           | 網路媒體 | 111.09.15-<br>111.10.20 | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 100,000 | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | 讀者群從科技業者及科技業高層，擴及關切能源及綠電議題之專業人士，符合此次論壇主要受眾輪廓，擬辦理一日(上、下午兩場次)論壇，每場吸引約200名國內外專業人士參與之目標，最終共吸引250人次參加。論壇投放之商業周刊網路橫幅廣告-PC廣告(頻道首頁+內文頁banner)最終曝光量為104萬次，較原訂的40萬次目標增加160%；商業周刊網路橫幅廣告-行動廣告(頻道首頁+內文頁)banner最終曝光量達75萬次，亦較40萬次預計目標大幅成長。                                  | 商業周刊banner橫幅廣告   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 智慧移動論壇                         | 網路媒體 | 111.10.04-<br>111.10.12 | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 18,386  | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | 透過該平台針對關注電動車、自駕車、智慧移動等相關人士投放廣告，點擊數達1,149次。   | Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                | 網路媒體 |                         | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 63,000  | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | 向大眾提供完整產業訊息及最新技術趨勢，並熟稔電動車、ICT等產業相關議題，網站每月曝光數超過600萬次、不重複訪客數超過90萬人，電子報預計發送給50,000名相關業者及有興趣之民眾。   | DIGITIMES / 電子報  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                | 網路媒體 | 111.10.04-<br>111.10.26 | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 358,946 | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | 1. 宣傳「智慧移動論壇」，吸引汽機車、智慧移動相關業者線上及線下參與論壇，共計455人出席論壇。<br>2. 論壇直播累積觀看次數9,342次。<br>3. Google多媒體聯播網總曝光數1,309,521次、點擊數達9,609次、FB廣告點擊數達2,629次以上。<br>4. 中經社發送1萬筆論壇EDM，給資料庫中國外汽機車及智慧移動相關業者。<br>5. DIGITIMES向其海外讀者發送4萬5,000筆EDM。<br>6. 八大新聞海外新聞發布：歐美及東南亞地區，新聞曝光數預計達300則。 | Google聯播網、<br>YouTube廣告、<br>Facebook連外廣告、<br>中經社電子報、<br>DIGITIMES EDM、<br>八大新聞/網路媒體發布新聞稿 |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                | 網路媒體 | 111.10.11-<br>111.10.27 | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 114,000 | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | 1. 宣傳「智慧移動論壇」，吸引汽機車、智慧移動相關業者線上及線下參與論壇。<br>2. Google多媒體聯播網實際曝光數達130,9521次、點擊數則有9,227次；FB廣告曝光數累計750,060次，互動次數達2,517次、。   | Google聯播網廣告、Facebook   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-塑橡膠機械/創新塑料/製鞋機械 | 網路媒體 | 111.09.20-<br>111.10.01 | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 220,000 | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會暨記者會-塑橡膠機械/創新塑料/製鞋機械」，吸引國內外共62人實體及線上參加。累計觀看次數9,634次。  | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-自行車產業           | 網路媒體 | 111.09.13-<br>111.10.04 | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 237,000 | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | Youtube廣告投放成果如下，曝光：96,930次 觀看：44,268次 觀看率：45.67%。  | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-再生能源            | 網路媒體 | 111.05.09-<br>111.05.20 | 發展<br>組  | 非營業特種基<br>金預算(推廣<br>貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 231,560 | 財團法人中華<br>民國對外貿易<br>發展協會 | 發送電子報予DMG Asia買主資料庫中與再生能源有關之南向國家買主(包含東協、中東國家等)，於宣導期程中共發送兩次電子報，每次共發送4,000筆買主名單，可有效觸及潛在業者。   | 新加坡DMG Asia活動公關公司電子報   |    |



推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                   | 媒體類型         | 宣導期程                | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位)          | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|----------------------------------|--------------|---------------------|----------|-------------------|----------|---------|--------------------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-再生能源              | 網路媒體         | 111.05.09-111.05.20 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 8,000   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 再生能源海外推廣說明會刊登Youtube廣告，針對新加坡、馬來西亞及泰國等南向國家投放廣告，累積觀看次數8036次數。  | Youtube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-再生能源(馬來西亞、泰國、新加坡) | 網路媒體         | 111.07.15-111.07.21 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 8,400   | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-再生能源場次」影片播出，累積觀看人次8,035次。  | YouTube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-木工機械(北美場)         | 網路媒體         | 111.07.21-111.08.10 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 229,999 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 為加強曝光和宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-木工機械」，於美國最大木工產業媒體Woodworking Network官方網站播放，活動當天邀請65家北美木工機相關業者、公協會和媒體線上觀看，累積觀看人次5,120次。 | 美國最大木工產業媒體Woodworking Network/網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-塑橡膠機械機械產業(墨西哥場次)  | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.08.01-111.09.07 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 135,162 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 本次活動與墨西哥專業媒體Plastics Technology Mexico合作辦理並於該專業雜誌刊登廣告及發送活動宣傳訊息，與巴西場次說明會合計共133位業者、媒體、公協會代表媒體線上參與。               | Plastic Technology Mexico/網站、雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-塑橡膠機械機械產業(巴西場次)   | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.08.01-111.09.07 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 122,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 本次活動與巴西專業媒體Plastico Industrial合作辦理並購買該媒體官網banner，與墨西哥場次說明會合計共133位業者、媒體、公協會代表媒體線上參與。直播影片累積觀看人次為7,691次。          | Plastico Industrial/網站、雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-生技醫療              | 網路媒體         | 111.06.10-111.06.23 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 250,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | Google關鍵字搜尋點擊達1,934次，曝光111,140次；Youtube觀看數達178,291次，曝光386,653次；Facebook互動導流達5,273次，曝光14,476次。                  | Google關鍵字、Facebook、YouTube   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-智慧農業              | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.07.05-111.08.15 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 138,331 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-智慧農業場次」影片播出，累積觀看人次997次。  | 巴西農機與農業網站/雜誌(Máquinas & Inovações Agrícolas)、美洲時報 (Chinês América Times) |    |
| 經濟部國際貿易局 | AIoT應用論壇                         | 網路媒體         | 111.10.03-111.10.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 430,500 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 宣傳經濟部國際貿易局AIoT應用論壇活動，宣傳期間海外曝光共212,516次。  | Google聯播網廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-生技醫療              | 平面媒體         | 111.10.12           | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 250,934 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-生技醫療」，吸引當地生醫相關業者及潛在買主觀看。採日本最大的新聞媒體日經產業新聞(NIKKEI BUSINESS DAILY)曝光廣告，該媒體每日發行50,000份報紙。        | 日經產業新聞(NIKKEI BUSINESS DAILY)/報紙   |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                  | 網路媒體         | 111.12.02-111.12.09 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 52,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會               | 本論壇以日文為主，投放單一國家日本，於Facebook平台上曝光次數達到7,464次；Youtube平台達到40,153次。   | Facebook<br>Youtube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-扣件及手工具(義大利場次)     | 網路媒體         | 111.10.01-111.10.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 16,900  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 <sup>21</sup> | 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-扣件及手工具(義大利)」，洽邀潛在買主赴現場參加說明會，促成45位買主、產業代表及媒體與會，共計有5篇媒體報導露出。                                   | Ferrutensil網站/banner橫幅廣告   |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                      | 媒體類型         | 宣導期程                      | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|-------------------------------------|--------------|---------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-扣件及手工具(杜塞道夫場次)       | 網路媒體         | 111.08.25-<br>111.09.25   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 94,928  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-扣件及手工具(杜塞道夫場次)」，洽邀潛在買主赴現場參加說明會，促成45位買主、產業代表及媒體與會，共計有33篇媒體報導露出。                         | EZ Eisenwar-enzeitung網站、FZ profiboerse網站、Dähne Verlag網站、DIY online網站、Torque Expo網站、Mondopratico網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-扣件及手工具(巴西場次)         | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.09.01-<br>111.09.16   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 162,950 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-扣件及手工具(巴西)」，洽邀潛在買主赴現場參加說明會，促成53位買主、產業代表及媒體與會，共計有有26篇媒體報導露出。                            | Metal Mecanic網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                     |              | 111.07.01-<br>111.09-30   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 |         | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      |  | Revista de Parafuso雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                                     |              | 111.09.01-<br>111.09.30   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 |         | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      |  | Revista P&S雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-能源(泰國)               | 網路媒體         | 111.09.05-<br>111-09.16   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 243,124 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 1. 宣傳「臺灣國際專業展海外推廣說明會-能源（實體及線上）」，活動吸引52位專業買主及19位媒體出席，影片於上架YouTube，已累積觀看人次8,528次。<br>2. 該活動獲泰國當地32篇媒體報導露出。 | Facebook、Bangkokbiznews網站、Green Network網站、Engineering Today網站、Electricity & Industry網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-車聯網及車用電子(泰國)         | 網路媒體         | 111.10.12-<br>111.11.08   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 245,540 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 促成當地產業及媒體約65人參加臺灣國際專業展海外推廣說明會-車聯網及車用電子，並獲19餘篇媒體報導。   | Facebook、Autolife Thailand網站、Manufacturing Review網站、Car Online網站、Spot Radio網站、Manager Daily網站、Naew Na網站、Siam Rath網站、Thai Post網站、Daily News網站 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 再生能源論壇                              | 網路媒體         | 1111.11.10-<br>1111.11.17 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 237,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本論壇之Youtube影片廣告預計投放德、英、日、韓、新加坡、越南、泰國、菲律賓等能源重要市場，廣告投放期間總曝光次數188,283次，觀看次數為77,289人次。                       | Youtube廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 塑橡膠永續發展論壇                           | 網路媒體         | 111.08.29-<br>111.09.30   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 189,999 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本論壇實體上午場共102位，下午場共220位，不重複現場參與人數為257人，另為加強此論壇於線上觀看流量投入Google廣告，線上直播影片共計5,652次觀看。                         | Google聯播網廣告、Google   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-智慧運動及智慧紡織            | 網路媒體         | 111.11.16-<br>111.11.30   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 235,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本論壇之Youtube影片，廣告投放期間觀看次數為91,946次。  | Youtube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 臺灣國際專業展海外推廣說明會-車聯網及車用電子(阿拉伯聯合大公國場次) | 網路媒體         | 111.10.12-<br>111.11.04   | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 247,607 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 促成當地產業及媒體約80人參加「臺灣國際專業展海外推廣說明會-車聯網及車用電子」，並獲20餘篇媒體報導。   | Facebook、Instagram、Khaleej Times、Gulf News、Tire and part website   |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容    | 媒體類型         | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目         | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|-------------------|--------------|-------------------------|----------|-------------------|--------------|---------|-----------------------|---|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | UFI官方媒體EW合作刊登台灣特刊 | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 407,900 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 本刊係UFI官方合作指定媒體，為與UFI國際組織合作、接觸國際會展人士之最佳平台，每一期發行16,115份紙本版、8,466名數位版，觸及總人數高達73,743人(依據其發行地區比例，約觸及亞洲地區18,878人、歐洲地區18,583人、北美地區14,454人、英國6,194人，其他地區15,643人)，第一期報導於10月以實體及數位方式出刊，已於本年11月14日之UFI全球年會(UFI Global Congress)上進行推廣與發送，於年會現場交誼區等皆提供會場人士翻閱細讀，觸及現場超過400名國外會展相關業者及專業人士；第二期於12月出刊，將持續宣傳至112年2月份，並將於2023年UFI全球CEO Summit會議上進行發送宣傳。 | Exhibition World (EW)/網站、雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 台灣國際智慧製造暨系統整合展    | 網路媒體         | 111.11.17-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 65,646  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 刊登東南亞自動化媒體Industrial Automation Asia (IAA)10-11月電子書廣告頁，每期發行量26,126份，邀請國外買主預先登記觀展或參觀線上展。   | Industrial Automation Asia (IAA)網站   |    |
| 經濟部國際貿易局 |                   | 網路媒體         | 111.10.07-<br>111.11.25 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 26,258  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 於泰國知名智慧製造媒體網站Manufacturing Review刊登英文新聞稿乙篇，並由該媒體免費翻譯為泰文同步宣傳，該篇新聞稿共計曝光19,017次。   | Manufacturing Review (MR)網站  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                   | 網路媒體         | 111.10.15-<br>111.11.15 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 280,800 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 針對泰國、越南、印度、馬來西亞等市場搭配工業原料與設備、工廠自動化、零售設備與技術、電子與電機產品等主題投放廣告，共計曝光70萬1,935次，點擊數2萬8,654次。   | Google聯播網廣告  |    |
| 經濟部國際貿易局 |                   | 平面媒體         | 111.07.15               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 12,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 台灣科學工業園區科學工業同業公會製作「南科產業園地」雙月刊會訊提供會員廠商及其從業員工訊息和產業動態平台，每期紙本發送共計4,200份，有效觸及新竹、台中及台南園區之潛在參觀業者，促使業者預先登記觀展。   | 南科產業園地會訊/雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 越南胡志明市工具機展發表會     | 網路媒體         | 111.06.23-<br>111.07.07 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 600,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣越南工具機展發表會，透過社群媒體智機官方LinkedIn, GDN及GOOGLE關鍵字行銷活動，徵集更多買主參加活動。  | LinkedIn<br>GOOGLE<br>Google聯播網廣告<br>GOOGLE關鍵字   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 越南胡志明市工具機展發表會     | 網路媒體<br>電視媒體 | 111.06.23-<br>111.07.14 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 553,488 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣越南工具機展發表會，透過下列當地媒體管道宣傳。<br>1. 透過越南當地電視台TODAY NEWS 及財經新聞台FBNC及其社群媒體平台推廣報導本次活動。<br>2. 透過越南當財經網頁平台(CafeF)及專業雜誌Automation Today官網banner向買主推廣，徵集更多買主參加活動。<br>3. 拍攝證言影片及直播發表會，並透過Youtube廣告推廣，增加觀看數。  | 1. 越南當地電視頻道TODAY NEWS 及財經新聞台FBNC<br>2. 越南當地財經雜誌(CafeF)及專業雜誌Automation Today媒體/官網<br>3. Youtube |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容      | 媒體類型         | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象   | 備註 |
|----------|---------------------|--------------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|---|---|----|
| 經濟部國際貿易局 | 塑橡膠機暨製鞋機商機日         | 網路媒體         | 111.07.26-<br>111.09.28 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 39,350  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣塑橡膠機暨製鞋機商機日，透過泰國塑橡膠公會(TPIA及TRA)官網Banner及官方Facebook向會員廠商宣傳，徵集更多買主參加活動。                                  | 泰國塑橡膠公會(TPIA)及(TRA)/官網、官方Facebook。                                    |    |
| 經濟部國際貿易局 | 杜塞道夫塑橡膠展發表會         | 平面媒體         | 111.09.01-<br>111.10.26 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 281,420 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣杜塞道夫塑橡膠展發表會，透過塑膠專業媒體雜誌Plastics Technology曝光，觸及更多潛在買主參加活動。  | Plastics Technology塑膠專業媒體雜誌/雜誌內頁                                      |    |
| 經濟部國際貿易局 | 土耳其工具機展發表會          | 平面媒體         | 111.09.21-<br>111.10.05 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 282,499 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣土耳其工具機展發表會，透過當地專業媒體雜誌ST Makina Magazine、Metal Makina Magazine、Makina Store Magazine等媒體推廣活動，徵集更多買主參加活動。 | ST Makina Magazine、Metal Makina Magazine、Makina Store Magazine雜誌/雜誌內頁 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 杜塞道夫塑橡膠展發表會         | 網路媒體         | 111.10.12-<br>111.10.26 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 142,802 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣杜塞道夫塑橡膠展發表會，透過社群媒體智機YouTube及官方LinkedIn等數位行銷推廣，徵集更多買主參加活動。  | YouTube、LinkedIn  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 土耳其工具機展及杜塞道夫塑橡膠展發表會 | 網路媒體         | 111.09.19-<br>111.10.28 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 800,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣土耳其工具機展及杜塞道夫塑橡膠展發表會，透過社群媒體智機官方LinkedIn, GDN及GOOGLE關鍵字行銷活動，徵集更多買主參加活動。                                  | LinkedIn<br>Google聯播網廣告<br>GOOGLE關鍵字                                  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 日本工具機展及印尼製造展發表會     | 網路媒體         | 111.11.01-<br>111.12.05 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 600,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣日本工具機展及印尼製造展發表會，透過社群媒體智機官方LinkedIn, GDN及GOOGLE關鍵字行銷活動，徵集更多買主參加活動。                                      | LinkedIn<br>Google聯播網廣告<br>GOOGLE關鍵字                                  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 杜塞道夫塑橡膠展發表會         | 平面媒體         | 111.09.15-<br>111.10.26 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 491,854 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣杜塞道夫塑橡膠展發表會，透過塑膠專業雜誌K-Zeitung及Extrusion曝光廣告，觸及更多潛在買主參加活動。  | K-Zeitung及Extrusion雜誌/雜誌內頁  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 日本工具機展發表會           | 網路媒體         | 111.11.08-<br>111.11.13 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 182,374 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣日本工具機展發表會發表會，透過當地專業媒體日刊工業曝光廣告，觸及更多潛在買主參加活動。  | 日刊工業/官網   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 精密零組件赴日本拓銷團         | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.11.26               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 130,320 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣精密零組件赴日拓銷團，透過日本專業媒體雜誌日刊工業曝光，觸及更多潛在買主參加活動。  | 日刊工業/雜誌、官網  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 精密零組件赴日本拓銷團         | 網路媒體<br>平面媒體 | 111.11.26               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 111,032 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣精密零組件赴日拓銷團，透過日本專業媒體雜誌生產財及透過GDN曝光，觸及更多潛在買主參加活動。   | 生產財/雜誌<br>Google聯播網廣告   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 印尼製造展發表會            | 網路媒體         | 111.11.20-<br>111.12.03 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 102,371 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會      | 為推廣印尼製造展台灣智慧機械參展，透過運用多元數位投放促成GDN曝光，觸及更多潛在買主參加活動。  | Google聯播網廣告、Facebook、Youtube  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 上半年補助公告說明會網路直播      | 網路媒體         | 111.11.09               | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 8,000   | 台北市進出口商業同業公會          | 辦理線上說明會1場(於貿易局臉書直播)，向廠商說明補助公告內容、申請方式、核銷注意事項，並線上回答廠商提問。計達277位廠商出席。   | 本局Facebook  |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容                       | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目     | 執行金額    | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|--------------------------------------|------|-------------------------|----------|-------------------|----------|---------|-----------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易局 | 補助公協會辦理貿易推廣計畫說明會                     | 網路媒體 | 111.11.01-<br>111.11.30 | 發展組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 95,000  | 社團法人中華民國管理科學學會        | 1.上傳說明會影片至補助公協會參加國際展覽系統、專案辦公室官網、貿易局Facebook，累計觀看人次計 173,524人。<br>2.為宣傳計畫補助資訊、通知說明會等相關公告，截至11月底共發布LINE貼文24則，LINE@好友數297人。   | Facebook<br>Line<br>部分公協會官網  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022國際組織日                            | 網路媒體 | 111.10.17-<br>111.10.31 | 多邊組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 355,000 | 話鹿學人有限公司              | 為利民眾了解WTO及對我國重要性，於外交部辦理之「2022國際組織日」設置WTO攤位，會後製作活動花絮影片，並完整收錄WTO測驗問答供民眾獲取相關知識，影片已於111年12月16日上架至「法律白話文」Youtube頻道及Instagram，觀看數達6.9萬次。                                   | Youtube<br>Podcast、<br>Apple Podcast、<br>Google Podcast、<br>KKBOX、<br>Spotify、<br>Youtube等網路媒介 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 減碳趨勢下的企業策略與綠色商機                      | 網路媒體 | 111.12.15-<br>111.12.31 | 多邊組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 300,000 | 話鹿學人有限公司              | Podcast委託「全球串連早安新聞」專訪工研院張超群策略長，以專家角度深入探討國際減碳趨勢及我國產業優勢與商機，收聽數達2.9萬次；Youtube影片委託「這裡很無聊」參訪綠色工廠，以生活化及輕鬆的方式，傳達減碳議題與民眾生活息息相關，點閱率達5萬次。                                      |  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 與時俱進的對外拓銷                            | 網路媒體 | 111.12.01-<br>111.12.31 | 多邊組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 300,000 | 話鹿學人有限公司              | 專訪局長製作Podcast及Youtube影片各1則，分享本局如何於國際間推廣我國形象，協助廠商拓銷海外市場，及對外拓銷策略上，如何隨著時代與環境演變，走向數位化及多元化發展。Podcast部分由「敏迪選讀」製作，收聽數達18萬次；影片由「泛科學」製作，於111年12月28日露出，點閱率預計達3萬次。              |  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 從第27屆聯合國氣候變遷大會(COP27)看政府角色及臺灣企業之未來挑戰 | 網路媒體 | 111.12.12-<br>111.12.31 | 多邊組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 300,000 | 話鹿學人有限公司              | 由「法客電台」製作Podcast及Youtube影片各1則，Podcast部分預計專訪本部研發會莊銘池執行秘書，分享渠親赴埃及出席COP27會議的觀察，以及減碳趨勢下政府的角色，收聽數達1.8萬次；影片預計專訪台灣綜合研究院侯仁義副院長，以學者角度分享減碳趨勢下產業面臨之機會與挑戰，受眾以產業界為主，點閱率預計達1,000次。 |  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 第二十二屆國際經貿法學發展學術研討會                   | 網路媒體 | 111.08.27-<br>111.09.03 | 多邊組      | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 0       | 國立政治大學                | 為宣傳「第二十二屆國際經貿法學發展學術研討會」，線上刊登研討會訊息。線上觀看人次累計逾600人。   | 本局Facebook、LINE、電子報<br>國立政治大學國際經貿組織暨法律研究中心官網及Facebook  |    |
| 經濟部國際貿易局 | 2022產業戰略高峰會論壇-打造韌性供應鏈生態系             | 網路媒體 | 111.09.13               | 溝通小組     | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 217,000 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司        | 論壇(9/13)現場共220人參與，共計吸引11,464人次線上參與觀看，並於數位媒體推廣播放。   | 經濟日報/官網、FB   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 南臺灣智慧機械週                             | 網路媒體 | 111.11.13-<br>111.11.22 | 溝通小組     | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 20,000  | 臺灣時報社股份有限公司           | 為本局辦理南臺灣智慧機械週活動，透過臺灣時報官網Banner宣傳，擴充中南部民眾參與度。   | 臺灣時報社/官網   |    |

推廣貿易基金111年第4季(10-12月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>標題及內容   | 媒體類型 | 宣導期程                    | 執行<br>單位 | 預算來源              | 預算科目         | 執行金額      | 受委託廠商名<br>稱<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象                        | 備註 |
|----------|--|------|-------------------------|----------|-------------------|--------------|-----------|-----------------------|--|--------------------------------|----|
| 經濟部國際貿易局 | 本局簡介影片製作   | 網路媒體 | 111.12                  | 溝通<br>小組 | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 550,000   | 士奇傳播整合行銷股份有限公司        | 於本局官網、YouTube廣宣，使民眾更瞭解本局業務。  | 本局官網、YouTube                   |    |
| 經濟部國際貿易局 | 數位新南向影片製作  | 網路媒體 | 111.12                  | 溝通<br>小組 | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 2,249,880 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司        | 於本局官網、新南向專網、YouTube、FB、LINE、電子報等廣宣，有利民眾更瞭解新南向相關政策與成果。                      | 本局官網、新南向專網、YouTube、FB、LINE、電子報 |    |
| 經濟部國際貿易局 | 貿易政策及措施  | 網路媒體 | 111.10.01-<br>111.12.31 | 溝通<br>小組 | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 972,210   | 群策公關顧問有限公司            | 為宣傳貿易政策及措施相關訊息，10-12月發布FB貼文55篇，LINE貼文5則，至12月底FB追蹤數169,098人，LINE好友數14,714人。 | 本局Facebook、LINE                |    |
| 經濟部工業局   | 2022年台灣最佳國際品牌價值揭曉  | 平面媒體 | 111.12.14-<br>112.01.10 | 基金會(工業局) | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣<br>工作計畫 | 400,000   | 財團法人台灣經濟研院            | 於國內媒體刊登平面及數位廣告，宣傳台灣最佳國際品牌得獎名單，預計觸及人數可達125,000人次。                           | 天下雜誌/雜誌內頁                      |    |
| 經濟部國際貿易局 | 即將告別充滿混亂、不安的2022，國際政經上的大事件要步入尾聲了嗎？前瞻關鍵2023！不可不知的國貿動態、政經互動何處去 | 網路媒體 | 111.12.07-<br>111.12.31 | 多邊<br>組  | 公務預算              | 國際貿易         | 195,000   | 財團法人中華經濟研究院           | 以輕鬆易懂的方式提供大眾經貿情勢資訊與分析交流，累計收聽次數已達6,000次。                                    | Podcast、Facebook               |    |