

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱       | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象   | 備註 |
|------------|---------------------------------|------------------------|------|---|-----------|-------------------|----------|-------------------|-------------------|---|---|----|
| <b>合計數</b> |                                 |                        |      |   |           |                   |          | <b>17,935,969</b> |                   |   |   |    |
| 經濟部國際貿易署   | 「淨零碳排趨勢與綠色商機」說明會                | 「淨零碳排趨勢與綠色商機」說明會       | 網路媒體 | 113.03.18-113.03.20、113.04.01-113.04.07 | 秘書室對外溝通小組 | 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            | 臺灣時報股份有限公司        | 為本署高雄辦事處辦理「淨零碳排趨勢與綠色商機」說明會，透過臺灣時報官網Banner橫幅廣告宣傳，擴充中南部民眾參與度。   | 臺灣時報社官網/Banner橫幅廣告                                |    |
| 經濟部國際貿易署   | 台灣大未來國際高峰會-全球市場新機遇與挑戰：MIT的國際化戰略 | 113年度貿易政策溝通推廣計畫        | 網路媒體 | 113.06.26-113.06.27                     | 秘書室對外溝通小組 | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 434,000           | 群策公關顧問有限公司        | 論壇(6/26-6/27)現場2天共471人參與，共吸引154,241人次線上參與觀看，並於數位媒體推廣播放。   | 今周刊/官網、FB   |    |
| 經濟部國際貿易署   | 貿易政策及措施                         | 113年度貿易政策溝通推廣計畫        | 網路媒體 | 113.04.01-113.06.30                     | 秘書室對外溝通小組 | 非營業特種基金預算(推廣貿易基金) | 貿易推廣工作計畫 | 1,061,688         | 群策公關顧問有限公司        | 為宣傳貿易政策及措施相關訊息，4-6月發布FB貼文35篇，LINE貼文35則，至6月底FB追蹤數171,355人，LINE好友數17,600人。  | 貿易署Facebook、LINE                                  |    |
| 經濟部國際貿易署   | 「中小企業如何追上綠色產業最新趨勢」Podcast       | 113年度我國對外經貿連結溝通計畫      | 網路媒體 | 113.04.10-113.12.31                     | 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 | 150,000           | 話鹿學人有限公司          | 宣傳本年度本署計劃辦理之歐盟碳邊境調整機制(CBAM)說明會及相關服務等，加強大眾對本署協助企業因應CBAM輔導措施之瞭解。  | 「法客電台」Podcast頻道                                   |    |
| 經濟部國際貿易署   | 臺灣展覽新趨勢Studio-資通訊               | 113年度「加強提升我國展覽國際競爭力方案」 | 網路媒體 | 113.04.01-113.04.15                     | 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 | 200,000           | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 為宣傳臺灣展覽新趨勢Studio(資通訊)，透過美國Embedded Computing Design3次媒體電子報及banner推廣podcast節目，總計下載次數為1,152次(本集下載次數高於該媒體平均下載次數；另據統計，上線一個月podcast下載次數平均為141次)。 | Embedded Computing World媒體官網banner、電子報            |    |
| 經濟部國際貿易署   | 臺灣展覽新趨勢Omni-Studio-智慧移動         | 113年度「加強提升我國展覽國際競爭力方案」 | 網路媒體 | 113.04.17-113.04.20                     | 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 | 31,920            | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 請國外網紅Two Bit da Vinci發布5支短影音(YouTube Shorts)介紹5家我國業者及其產品，並發布於其YouTube頻道，累積觀看次數達29,294次。   | YouTube   |    |
| 經濟部國際貿易署   | 臺灣展覽新趨勢Omni-Studio-智慧移動         | 113年度「加強提升我國展覽國際競爭力方案」 | 網路媒體 | 113.04.29-113.05.28                     | 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 | 159,000           | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 為宣傳智慧移動產業推廣影片，透過Youtube廣告推播，活動影片共計14萬7,726人次觀看。   | YouTube   |    |
| 經濟部國際貿易署   | 2024年臺灣形象展                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約   | 網路媒體 | 113.03.06-113.04.17                     | 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 | 60,000            | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 透過Google與Meta廣告動態消息及貼文推送，宣傳2024年臺灣形象展(包含印尼、印度、泰國三展)，宣導期間總計曝光116,822次。   | 1. Google多媒體廣告<br>2. Meta廣告(包含Facebook及Instagram) |    |
| 經濟部國際貿易署   | 2024年臺灣形象展                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約   | 網路媒體 | 113.01.30-113.03.27                     | 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 | 297,931           | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 透過Google與Meta廣告動態消息及貼文推送，宣傳2024年臺灣形象展(包含印尼、印度、泰國三展)，宣導期間總計曝光2,228,120次。   | 1. Google多媒體廣告<br>2. Meta廣告(包含Facebook及Instagram) |    |
| 經濟部國際貿易署   | 2024年泰國臺灣形象展                    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約   | 網路媒體 | 113.04.10-113.04.19                     | 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 | 30,000            | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 廣告累積總曝光量：3,133,879次。<br>廣告總點擊數：3,139次。  | 自立晚報電子報廣告   |    |
| 經濟部國際貿易署   | 2024年泰國臺灣形象展                    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約   | 網路媒體 | 113.03.28-113.05.31                     | 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  | 透過Google與Meta廣告動態消息及貼文推送，宣傳2024年泰國臺灣形象展，宣導期期間總計曝光855,049次。  | 1. Google多媒體廣告<br>2. Meta廣告(包含Facebook及Instagram) |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象                                 | 備註 |
|----------|------------------------------|----------------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|---------|-------------------|--|---|----|
| 經濟部國際貿易署 | 2024年美墨供應鏈商機拓展團              | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.03.11-113.03.18 | 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 | 94,500  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 廣告累積總曝光量：31,887次<br>廣告總點擊數：27,011次   | 1. 商業周刊官網動態消息廣告<br>2. 商業周刊派送電子郵件行銷(EDM) |    |
| 經濟部國際貿易署 | 2024年揭開穆斯林市場面紗 掌握兆元清真商機研討會   | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.02.05-113.04.10 | 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 | 40,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 廣告累計曝光873,856次，吸引11,259人次至活動報名頁面。  | Facebook動態消息(Feeds)                     |    |
| 經濟部國際貿易署 | 2024年烏克蘭重建合作說明會暨洽談會          | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.04.09-113.04.15 | 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 | 124,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 產業網及科技網橫幅廣告(Banner)累計曝光數12萬次，點閱數337次；電子郵件行銷(EDM)發送51,130件，開啟點閱率15.75%；參加人數180家次。 | Digitimes中文網橫幅廣告(Banner)、電子郵件行銷(EDM)    |    |
| 經濟部國際貿易署 | 2024年新加坡國際食品展臺灣館             | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.03.26-113.04.11 | 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 | 32,602  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 廣告累計曝光145,494次，吸引1,918人次至Taiwanfoods頁面。  | Facebook動態消息(Feeds)                     |    |
| 經濟部國際貿易署 | 2024年越南國際包裝及食品加工展臺灣館         | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.03.15-113.04.15 | 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 | 60,815  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 於越南當地專業產業媒體TechnologyMag網站橫幅宣傳臺灣館，宣導期間達12,929瀏覽人次。                               | 越南電子雜誌TechnologyMag                     |    |
| 經濟部國際貿易署 | 2024年中南美洲拓銷團                 | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.03.25           | 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 | 52,156  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 於阿根廷Ambito Financiero(網路商業版)刊登阿根廷站貿易洽談會活動前新聞稿一篇，觸及41,180個用戶，新聞稿瀏覽人次達80,471次。     | 阿根廷經貿大報Ambito Financiero(網路商業版)         |    |
| 經濟部國際貿易署 | 臺灣產業低碳永續形象影片-EP01工具機產業形象影片   | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.02.01-113.03.31 | 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 | 13,115  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 於英文YouTube頻道播放，截至3月底達成觀看人數53,200次。   | YouTube-TAITRA GLOBAL頻道                 |    |
| 經濟部國際貿易署 | 臺灣產業低碳永續形象影片-EP02 體育用品產業形象影片 | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.05.07-113.12.31 | 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 | 172,096 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 於英文YouTube頻道播放，截至6月底達成觀看人數139,746次，觀看時數3,549.7小時。                                | YouTube-TAITRA GLOBAL頻道                 |    |
| 經濟部國際貿易署 | 臺灣產業低碳永續形象影片-EP03 扣件產業形象影片   | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.05.29-113.12.31 | 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 | 143,937 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 於英文YouTube頻道播放，截至6月底達成觀看人數47,694次，觀看時數1,034.3小時。                                 | YouTube-TAITRA GLOBAL頻道                 |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象             | 備註 |
|----------|--|----------------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|---------|-------------------|---|---------------------|----|
| 經濟部國際貿易署 | 2024新南向新興市場中文節目<br>-EP01印尼<br>-EP02波蘭<br>-EP03紐澳 | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.04.05-113.12.31 | 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 | 395,047 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 於中文YouTube頻道播放<br>-第1集(印尼)截至6月達成觀看人次26,914, 觀看時數485小時。<br>-第2集(波蘭)截至6月達成觀看人次88,670, 觀看時數3,483小時。<br>-第3集(紐澳)截至6月達成觀看人次124,020, 觀看時數6,800小時。 | YouTube-經貿! 了解一下頻道  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 台灣經貿網020整合行銷-科隆五金展活動頁行銷                          | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.02.15-113.03.06 | 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 | 15,750  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 參展專頁於行銷期間, 總計累計209,530次曝光。  | Google關鍵字廣告         |    |
| 經濟部國際貿易署 | 台灣經貿網020整合行銷-波蘭凱爾策工業展活動頁行銷                       | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.03.02-113.03.22 | 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 | 10,500  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 參展專頁於行銷期間, 總計累計80,794次曝光。   | Google關鍵字廣告         |    |
| 經濟部國際貿易署 | 台灣經貿網020整合行銷-新加坡國際食品展                            | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.04.06-113.04.26 | 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 | 10,500  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 參展專頁於行銷期間, 總計累計44,833次曝光。   | Google關鍵字廣告         |    |
| 經濟部國際貿易署 | 2024全球B2C跨境電商說明會暨洽談會                             | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.04.01-113.04.22 | 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 | 50,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 廣告宣導期間累計曝光52萬9,530次。  | Facebook動態消息(Feeds) |    |
| 經濟部國際貿易署 | TaitraXAmazon 2024全球重點市場跨境電商研討會                  | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.04.21-113.05.05 | 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 | 20,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 廣告累計曝光443,139次。   | Facebook動態消息(Feeds) |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務                                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 300,000 | 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, 於空中美語刊登廣告, 觸及雜誌會員及相關興趣之讀者群, 計每月曝光300,000次一般讀者。  | 空中美語/內頁             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務                                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 120,000 | 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, 於能力雜誌刊登廣告, 觸及中國生產力中心會員及財經企管相關興趣之讀者群, 計每月曝光60,000次廠商讀者。  | 能力雜誌/內頁             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務                                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 120,000 | 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, 於貿易雜誌刊登廣告, 吸引進出口公會會員及進出口貿易相關業者, 計每月曝光 36,000次廠商讀者。  | 貿易雜誌/內頁             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務                                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 189,000 | 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, 於機械新刊刊登廣告, 計每月曝光90,000次廠商讀者。  | 機械新刊/內頁             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務                                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 346,500 | 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, 於CIO IT經理人刊登廣告, 計每月曝光 36,000次廠商讀者。   | CIO IT經理人/內頁        |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象   | 備註 |
|----------|----------------|----------------------|--------------|---------------------|------|-------------------|----------|---------|-------------------|--|---|----|
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體         | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 168,000 | 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，於活動平臺刊登廣告，計每月曝光60,000次廠商讀者。   | 活動平臺/內頁   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體         | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 84,000  | 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，於會展年鑑刊登廣告，計每月曝光 60,000次廠商讀者。  | 會展年鑑/內頁   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體         | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 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，於台經月刊刊登廣告，計每月曝光 32,000次廠商讀者。  | 台經月刊/內頁   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體<br>網路媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 31,500  | 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，於銀行家月刊、銀行家官網刊登廣告，觸及研訓院財經專業會員人士以及相關讀者，計每月曝光 45,000次廠商讀者。   | 銀行家月刊/內頁<br>銀行家官網banner                                   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體         | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 126,000 | 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，於會計研究月刊刊登廣告，計每季曝光42,000次廠商讀者。   | 會計研究月刊/內頁   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體         | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 240,000 | 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，於中華徵信電子報刊登廣告，計曝光120,000次廠商讀者。   | 中華徵信電子報/BANNER  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳經貿透視雙周刊業務    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 平面媒體         | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 180,000 | 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，於專案經理刊登廣告，計每月曝光70,000次企業廠商讀者。   | 專案經理/內頁   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 商務英語密集班招生      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體         | 113.02.17-113.03.15 | 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 | 189,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣導期程間，關鍵字及多媒體廣告總計曝光5,481,928次；Meta廣告呈現1,858,636次、觸及326,524人次。  | 1. Google關鍵字廣告及多媒體廣告。<br>2. Meta廣告（包含Facebook及Instagram）。 |    |
| 經濟部國際貿易署 | 113年國企班招生宣傳    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體         | 113.02.01-113.03.09 | 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 | 311,850 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 國企班招生說明會透過Accupass之社群媒體及APP對其會員行銷，輔以Google聯播網(GDN)廣告，擴大目標受眾。宣導期程間，投放效益如下：<br>1. Accupass平臺廣告：包含於網頁橫幅廣告(Banner)、APP推播、LINE訊息等，總曝光1,623,650次、總點擊5,020次。<br>2. Google聯播網(GDN)廣告：總曝光2,869,176次、總點擊22,392次。 | 1. Google聯播網(GDN)廣告。<br>2. Accupass活動通平臺廣告。               |    |
| 經濟部國際貿易署 | 113年國企班招生宣傳    | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體         | 113.02.06-113.04.08 | 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 | 180,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣導期程間，於Dcard投放圖文廣告，總曝光數：13,880,533次；總點擊數：32,439次。  | Dcard圖文廣告   |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|--|----------------------|------|---|------|-------------------|----------|---------|-------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易署 | 113年國企班招生宣傳                              | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.02.06-113.04.08                     | 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 | 800,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣導期程間，於各主流社群及影音平臺投放圖文及影音廣告，包含Yahoo搜尋廣告、Meta旗下的FB/IG圖文廣告、Google關鍵字搜尋及聯播網(GDN)廣告、YouTube影音廣告，主要吸引25-34歲受眾點擊與觀看，各平臺投放效益如下：<br>1. Yahoo搜尋廣告：總曝光數4,126,409次、總點擊數5,877次。<br>2. Meta旗下的FB/IG圖文廣告：總曝光數1,949,821次、總點擊數48,196次。<br>3. Google關鍵字及聯播網(GDN)廣告：關鍵字總曝光數69,936次、總點擊數4,481次；聯播網廣告總曝光數4,398,689次、總點擊數86,807次。<br>4. YouTube影音廣告：總曝光數835,076次、總觀看數362,628次。 | 1. Yahoo搜尋(YSM)廣告。<br>2. Meta(FB/IG)圖文廣告。<br>3. Google關鍵字搜尋及聯播網(GDN)廣告。<br>4. YouTube影音廣告。 |    |
| 經濟部國際貿易署 | 113年國企班招生宣傳                              | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.02.01、113.02.22、113.03.08、113.03.29 | 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 | 200,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 共發送四次簡訊推播，總點擊數共1,951次，簡訊點擊率皆達3%以上，高於市場平均點擊率2%。   | TAmelia靜態圖文簡訊廣告  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 新南向人才儲備專班<br>印尼、印度課程招生                   | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.03.27-113.04.11                     | 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 | 100,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳期間，FB動態消息廣告觸及人數達1,497,367人次，點擊次數28,618次。   | Facebook動態消息(Feeds)  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 透過LinkedIn等方法<br>有效開發新加坡&馬來<br>西亞B2B市場課程 | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.04.12-113.05.09                     | 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 | 70,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳期間曝光1,181,870次，點擊連結次數6,866次。   | Facebook動態消息(Feeds)  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 東部國際人才特訓班<br>宣傳                          | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.03.27-113.05.12                     | 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 | 94,500  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳期程間，廣告投放效益說明如下：<br>1. Facebook廣告觸及258,319人次，點擊次數33,278次。<br>2. LINE廣告曝光1,746,617次，廣告點擊次數14,271次。   | 1. Facebook動態消息(Feeds)。<br>2. Line Ads廣告版位。  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 特殊語言課程招生                                 | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.04.12-113.04.30                     | 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 | 90,000  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳期間Google Ads總曝光5,999,809次，點擊12,369次。   | Google Ads：多媒體廣告(Google Display Network, GDN)、搜尋廣告(關鍵字廣告)。                                 |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象   | 備註  |
|----------|------------------------------|----------------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|--------|-------------------|--|---|-----|
| 經濟部國際貿易署 | 經貿專題班宣傳                      | 經濟部113年度推廣貿易工作計畫委辦合約 | 網路媒體 | 113.05.01-113.05.30 | 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 | 60,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳期間Google Ads總曝光3,384,852次，點擊7,548次；Facebook總曝光54,105次，點擊2,277次。  | 1.Google Ads：多媒體廣告(Google Display Network, GDN)、搜尋廣告(關鍵字廣告)。<br>2.FB：動態消息(Feeds)。 |     |
| 經濟部國際貿易署 | 臺灣出口面臨轉型挑戰「數位新貿易模式」能帶來什麼優勢？  | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.04.18           | 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，至少曝光2,000次。                    | 經濟日報電子報   | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 臺灣對新南向國家的影響力與合作機會            | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.05.10           | 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 | 0      | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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，至少曝光2,000次。       | 經濟日報電子報   | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 2024下半年掀AI手機戰 通話即時翻譯成亮點      | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.05.20           | 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 | 0      | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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.TVBS網路新聞涵蓋全球政經動態，並致力於專業的深度報導與強化國際視野。 | TVBS網路新聞  | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 河內餐飲文化 催動觀光商機                | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.06.04           | 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       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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，至少曝光2,000次。       | 經濟日報電子報   | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 新南向專家來臺交流 助業者掌握貿易先機          | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.06.13           | 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 | 0      | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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，至少曝光2,000次。       | 經濟日報電子報   | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 新南向專家來臺跨產業交流 助業者掌握在地商情取得貿易先機 | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.06.13           | 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 | 0      | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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.今日新聞為臺灣第一個，且規模最大的網路原生即時新聞網站。         | 今日新聞  | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 東協產業專家引路 打下新南向市場             | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.06.14           | 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 | 0      | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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.工商時報電子報涵蓋全球政經動態，並致力於專業的深度報導與強化國際視野。  | 工商時報電子報   | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 公協會海外參展 科技助攻                 | 113年新南向市場創新行銷計畫      | 網路媒體 | 113.06.16           | 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 | 0      | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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，至少曝光2,000次。       | 經濟日報電子報   | 回饋。 |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象                     | 備註  |
|----------|--|-------------------------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|-----------|-------------------|---|-----------------------------|-----|
| 經濟部國際貿易署 | 虛實整合 集客力加乘   | 113年新南向市場創新行銷計畫               | 網路媒體 | 113.06.16           | 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 | 0         | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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，至少曝光2,000次。  | 經濟日報電子報                     | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 防災減害 借助智慧應用  | 113年新南向市場創新行銷計畫               | 網路媒體 | 113.06.16           | 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 | 0         | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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，至少曝光2,000次。  | 經濟日報電子報                     | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 專家來台解析商機 促進新南向市場開發   | 113年新南向市場創新行銷計畫               | 電視媒體 | 113.06.16           | 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 | 0         | 財團法人商業發展研究院       | 1.為推廣本計畫市場趨勢與商機，並置入計畫輔導資源，透過網路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.TVBS新聞台收看人數達405萬人，居為全台電視頻道之最。   | TVBS新聞台                     | 回饋。 |
| 經濟部國際貿易署 | 推廣越南新產品新技術發表會活動  | 113年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」         | 網路媒體 | 113.04.01-113.04.05 | 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 | 5,000     | 財團法人中華民國紡織業拓展會    | 為推廣臺灣紡織業創新產品與技術，運用YouTube影音平臺進行點擊率數位推廣，YouTube達50,000點擊率。   | YouTube                     |     |
| 經濟部國際貿易署 | 推廣歐美線上新產品新技術發表會活動  | 113年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」         | 網路媒體 | 113.06.17-113.06.23 | 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 | 30,000    | 財團法人中華民國紡織業拓展會    | 為推廣臺灣紡織業創新產品與技術，運用YouTube影音平臺及LinkedIn商業社群媒體平臺進行點擊率數位推廣，YouTube達20,000點擊率，LinkedIn貼文達22則響應數。  | YouTube及Linkedin            |     |
| 經濟部國際貿易署 | 台灣在生態紡織品方面處於領先地位，展示創新及永續發展<br>Taiwan Leads In Eco-Textiles, Showcasing Innovation And Sustainability               | 113年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」         | 網路媒體 | 113.06.30-113.07.30 | 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 | 36,860    | 財團法人中華民國紡織業拓展會    | 於英國國際紡織專業媒體Innovation in Textiles網站刊登專文宣導，藉以提升我紡織產業國際能見度並傳遞優質產業形象。該媒體每年有42.2萬瀏覽人次，逾2萬名訂戶，分別位於200個國家(歐洲39%、亞洲31%、美洲26%及其他)。  | 英國Innovation in Textiles/網站 |     |
| 經濟部國際貿易署 | 推廣臺灣紡織業者之企業及產品創新永續亮點，標題如：From agricultural waste to eco-friendly fibre、AB65 from fishing nets to socks and gloves等 | 113年度「紡織品整合行銷與商機開發計畫」         | 網路媒體 | 113.05.01-113.09.30 | 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 | 1,010,396 | 財團法人中華民國紡織業拓展會    | 於英國國際紡織專業媒體World Textile Information Network (WTiN) 網站刊登受輔導業者之專文宣導，藉以提升我紡織產業國際能見度並傳遞優質產業形象。WTiN是英國權威並擁有130年歷史的紡織訊息公司，為全球紡織製造業提供商業及技術情報等相關專業資訊，對於紡織產業數位訊息的收集、分析、整合及傳播具有高度的專業技術。該媒體刊文為訂閱制，擁有超過2萬名紡織相關專業會員，其社群生態圈共有超過7萬5千名訂閱者關注。 | 英國WTiN/網站                   |     |
| 經濟部國際貿易署 | 113年下半年個別廠商赴海外參展補助計畫   | 113年委託辦理「補助公司或商號參加海外國際展覽業務計畫」 | 網路媒體 | 113.04.19-113.05.31 | 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 | 79,100    | 台北市進出口商業同業公會      | 為宣傳113年下半年個別廠商赴海外參展補助計畫，於Google關鍵字廣告推播相關訊息。   | Google關鍵字廣告                 |     |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象                                     | 備註 |
|----------|--|-------------------------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|---------|-------------------|--|---|----|
| 經濟部國際貿易署 | 113年下半年個別廠商赴海外參展補助計畫                   | 113年委託辦理「補助公司或商號參加海外國際展覽業務計畫」 | 平面媒體 | 113.04.19-113.05.31 | 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 | 50,000  | 台北市進出口商業同業公會      | 為宣傳113年下半年個別廠商赴海外參展補助計畫，於能力雜誌推播相關訊息。   | 能力雜誌  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 113年補助公司或商號參加海外國際展覽業務計畫-下半年補助公告說明會網路直播 | 113年委託辦理「補助公司或商號參加海外國際展覽業務計畫」 | 網路媒體 | 113.05.09           | 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 | 12,000  | 台北市進出口商業同業公會      | 辦理線上說明會1場(於貿易署臉書直播)，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332位廠商出席。                                       | 貿易署Facebook                                 |    |
| 經濟部國際貿易署 | 113年MEET TAIWAN社群平臺營運執行                | 113年推動臺灣會展產業發展計畫              | 網路媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 51,114  | 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923,900人次。  | Facebook                                    |    |
| 經濟部國際貿易署 | 113年MEET TAIWAN社群平臺營運執行                | 113年推動臺灣會展產業發展計畫              | 網路媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 8,727   | 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801,579人次。  | Instagram                                   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 113年MEET TAIWAN社群平臺營運執行                | 113年推動臺灣會展產業發展計畫              | 網路媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 14,961  | 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174,845人。   | Google聯播網<br>Yahoo原生廣告                      |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳「MEET TAIWAN 打開會展地圖」年度形象             | 113年推動臺灣會展產業發展計畫              | 網路媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 500,000 | 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，點擊數約390,000次。   | Google多媒體廣告、<br>Google多媒體聯播網廣告、<br>Facebook |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳臺灣會展：打開會展地圖及臺灣永續會展                   | 113年推動臺灣會展產業發展計畫              | 平面媒體 | 113.05.10-113.05.31 | 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 | 315,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 該媒體之季刊發行量為8,000冊，主要訂閱用戶為國際(亞洲為主)之會議與展覽業者與相關企業，為永續致力，其網站亦提供電子版本之雜誌閱讀，網站每月固定訂閱戶約16,000名，此篇報導觸及約30,000人次。 | 新加坡專業會展媒體M&C<br>ASIA/雜誌                     |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳MEET TAIWAN年度行銷主題「會展廊帶」              | 113年推動臺灣會展產業發展計畫              | 網路媒體 | 113.05.10-113.05.31 | 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 | 172,799 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳「MEET TAIWAN」年度行銷主題「會展廊帶」，提升臺灣會展國際曝光度，觸及約20,000人次。   | 歐洲專業會展媒體AMI/網站                              |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳貿易署以會展活動推動臺灣會展軟硬實力                   | 113年推動臺灣會展產業發展計畫              | 平面媒體 | 113.06.01-113.06.30 | 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 | 100,800 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳貿易署以會展活動推動臺灣會展軟硬實力，發行冊數4,500冊。   | 活動平臺Eventplatform/雜誌                        |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6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(委辦單位)    | 預期效益   | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|---------------------------|--------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|---------|------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易署 | 德國嵌入式電子與工業電腦應用展-台灣精品館媒體廣宣 | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.04.01-113.04.30 | 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 | 354,270 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 針對歐盟市場推廣臺灣工業電腦產業，搭配德國嵌入式電子與工業電腦應用展期間辦理台灣精品發表會，並與德國主流媒體如Spiegel、Faz等宣傳本活動訊息與發佈新聞稿，強調臺灣智慧科技解決方案，發表企業包括維田、圓剛、元太、廣積等企業，預計觸達664萬人次。   | Handelsblatt、FAZ、Süddeutsche Zeitung、Spiegel、Wirtschaftswoche/以上網站   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 泰國國際建材及裝潢材料展台灣精品館及發表會     | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.04.30-113.05.05 | 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 | 514,996 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 為提升東協建材業界對台灣精品及MIT企業之認知度及信賴度，於展覽期間安排專業媒體，以強化我國智慧家居產業的正面印象為主軸，邀請督洋生技、宏基智新及笠源科技等企業做進行專訪，共獲刊70篇報導，觸達120萬人次。   | Bangkok Biz News、Nation TV、Thai News Biz、Ibiz News Media、Bangkok Today/網站  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 印尼臺灣形象展台灣精品館及產品發表會        | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.04.29-113.05.18 | 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 | 698,371 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 於活動前透過GDN關鍵字廣告、Instagram、Facebook及YouTube廣告宣傳台灣精品館展出資訊，促成買主及消費者實體參觀，預計觸達超過300萬人次；另展覽期間透過社群名人產品體驗影片強化宣傳，提升與買主及消費者互動。展覽前中後共發布3篇新聞稿，獲印尼當地MNC Channel、Investor Daily、Sindonews.com等電視、報紙及網路媒體報導共60篇，並於Media Indonesia、KOMPAS.com刊登2篇專題報導，預計觸達超過300萬人次。 | GDN關鍵字廣告<br>Instagram<br>Facebook<br>YouTube<br>MNC Channel/電視<br>JAK TV/電視<br>Investor Daily/報紙<br>Media Indonesia/報紙<br>Sindonews.com、KOMPAS.com、Indonesian Newspaper、Indonesian online media/網站 |    |
| 經濟部國際貿易署 | 歐洲自行車臺灣產業發表會              | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.05.23           | 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 | 133,012 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 宣傳歐洲自行車臺灣產業發表會及推廣參加發表會廠商相關資訊，運用SAZbike Online Showroom及Newsletter將資訊發送給超過4,500位自行車產業重要專業人士。  | SAZbike/網站   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 臺灣PChome台灣精品專區母親節短期促銷宣傳   | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.04.30-113.05.31 | 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 | 100,000 | 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，5月搭配PChome站內母親節檔期辦理「台灣精品專區短期促銷活動」，同步投放網路媒體廣告及購買商品P幣回饋。  | 1. Line<br>2. Facebook<br>3. Instagram   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-美國                 | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.04.25-113.06.30 | 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 | 453,600 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 為推廣台灣精品及提升臺灣產業形象，於台灣精品美國市場製作原創行銷素材，並於各社群平臺宣傳推廣，截至6月底已累計觸達超過60萬人次。  | Facebook<br>Instagram  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-歐盟                 | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.05.06-113.06.30 | 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 | 99,750  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 為推廣台灣精品及提升臺灣產業形象，於台灣精品歐盟市場製作原創行銷素材，並於FB、IG平臺宣傳推廣，預計粉絲增加4,000人次，互動5萬人次，觸達300萬人次。  | Fabook<br>Instagram  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-日本                 | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.04.01-113.06.30 | 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 | 723,085 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 為推廣台灣精品及提升臺灣產業形象，於日本市場製作原創行銷素材，並於各社群平臺宣傳推廣，截至6月底已累計觸達超過30萬人次。  | Facebook<br>Instagram<br>X<br>YouTube  |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6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(委辦單位)    | 預期效益   | 刊登或託播對象                                      | 備註 |
|----------|----------------|--------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|---------|------------------|--|--|----|
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-印度      | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.04.15-113.06.30 | 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 | 214,998 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 於印度市場各類數位平臺推廣台灣精品之精神、得獎品牌及產品推廣貼文，截至6月底已累計超過25,200次互動、觸達超過130萬人。  | Facebook<br>Instagram<br>Twitter<br>Linkedin |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-印尼      | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.05.17-113.06.30 | 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 | 315,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 為推廣台灣精品及提升臺灣產業形象，於印尼市場製作原創行銷素材，並於各社群平臺宣傳推廣，截至6月底已累計觸達超過200萬人次。   | Facebook<br>Instagram<br>YouTube             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-越南      | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.06.06-113.06.30 | 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 | 210,669 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 於越南數位社群平臺FB及IG發布台灣精品獲獎產品介紹貼文及短影音，截至6月底已累計觸達超過38萬人次。  | Facebook<br>Instagram                        |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-泰國      | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.05.17-113.06.30 | 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 | 662,235 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 為推廣台灣精品及提升臺灣產業形象，於泰國市場製作原創行銷素材，並於各社群平臺宣傳推廣，截至6月底已累計觸達超過108萬人次。   | Facebook<br>LINE                             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-馬來西亞    | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.06.07-113.06.17 | 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 | 315,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 為推廣台灣精品及提升臺灣產業形象，於馬來西亞市場製作原創行銷素材，並於各社群平臺宣傳推廣，截至6月底已累計觸達超過136萬人次。   | Facebook<br>Instagram                        |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳台灣精品-菲律賓數位行銷 | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.05.14-113.06.30 | 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 | 332,268 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 於菲律賓FB及IG平臺，運用原創行銷素材推廣臺灣產品、產業形象、萬人聽見臺灣精品及永續活動，截至6月底已累計觸達16萬人次。   | Facebook<br>Instagram                        |    |
| 經濟部國際貿易署 | 台灣精品選拔宣傳       | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.05.21-113.06.28 | 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 | 135,492 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 於B2B社群平臺LinkedIn刊登台灣精品選拔廣告，透過該平臺的專業性及影響力，吸引更多臺灣企業參加選拔，共觸達301,302人次，受眾包含企業高階主管、決策者、產品經理等人士。   | LinkedIn                                     |    |
| 經濟部國際貿易署 | 歐洲自行車展宣傳       | 提升臺灣產業國際形象計畫 | 網路媒體 | 113.06.01           | 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 | 73,500  | 財團法人中華民國對外貿易發展協會 | 於活動前宣傳7月3日歐洲自行車臺灣產業發表會活動，及推廣5家參加歐洲自行車臺灣產業發表會廠商包含桂盟(KMC)、宏碁(Acer eBii)、建大輪胎(KENDA)、志合訊息(WhizU)及彥豪金屬(TEKTRO)，運用RadMarkt雜誌專刊將資訊發送給超過11,250名自行車產業重要專業人士。 | Radmarkt/官網、線上雜誌                             |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益  | 刊登或託播對象  | 備註 |
|----------|--------------------------------|---------------------------|------|---------------------|------|-------------------|----------|---------|-------------------|---|--|----|
| 經濟部國際貿易署 | 馬來西亞體驗行銷活動暨媒體見面會               | 提升臺灣產業國際形象計畫              | 網路媒體 | 113.06.07-113.06.17 | 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 | 637,350 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 針對馬來西亞市場辦理體驗行銷活動，建置「台灣精品福熊樂園」，舉行台灣精品媒體見面會暨產品發表會，與馬來西亞主流媒體如Oriental Daily、Feminime及Berita RTM合作宣傳本活動訊息與發佈新聞稿，進行主題專訪介紹出台灣精品在健康領域、未來視訊會議設備的趨勢發展，發表企業包括膜淨材料、耀主科技、高登智慧等企業，促成56篇媒體報導，觸達459,000人次。                                       | Facebook<br>Instagram<br>社群名人<br>Oriental Daily、<br>Newsbee、Feminime、Berita RTM/以上網站 |    |
| 經濟部國際貿易署 | 歐洲臺灣形象展台灣精品館宣傳                 | 提升臺灣產業國際形象計畫              | 網路媒體 | 113.06.04-113.06.11 | 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 | 134,190 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 宣傳歐洲臺灣形象展，吸引民眾報名貴賓導覽及3場發表會。   | LinkedIn   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 日本電商通路宣傳                       | 提升臺灣產業國際形象計畫              | 網路媒體 | 113.05.24-113.06.11 | 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 | 163,265 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 於日本電商通路短期促銷期間投放平臺廣告，增加活動曝光度，總觸達約10萬人次。  | 日本樂天電商平臺/網站  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 智慧機械海外推廣計畫-宣傳韓國工具機展發表活動        | 經濟部國際貿易署113年度「智慧機械海外推廣計畫」 | 網路媒體 | 113.03.01-113.04.30 | 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 | 420,000 | 財團法人精密機械研究發展中心    | 為推廣韓國工具機展臺灣聯合記者會及產品發表會，以電子郵件行銷(EDM)作為抵達頁面(landing page)，網頁內容包含臺灣館廠商資訊、產品發表會及商機媒合等細節，透過SIMTOS官方電子報E-Newsletter、官網媒合廣告進行宣傳，並輔以社群媒體(Facebook、Youtube)圖文視覺化設計貼文，針對當地相關產業潛在買主進行投放，數位媒體廣宣之綜效，與實體產品發表、商機媒合等搭配，吸引眾多買主參加，增加媒合機率並加強臺灣廠商曝光度。 | SIMTOS 大會官網、電子報/網路<br>電子郵件行銷(EDM)<br>Facebook<br>Youtube                             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 智慧機械海外推廣計畫-宣傳美國佛羅里達橡膠展NPE 2024 | 經濟部國際貿易署113年度「智慧機械海外推廣計畫」 | 網路媒體 | 113.04.23-113.05.24 | 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 | 130,054 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 為提高智慧機械海外推廣計畫在美國佛羅里達橡膠展中推廣臺灣橡膠機品牌形象，並吸引國際買主與媒體參與，透過大會官媒的西文平臺曝光活動訊息，以提升於中南美洲市場的曝光度及聲量。   | 美國Noticias de NPE en Espal/網站  |    |
| 經濟部國際貿易署 | 智慧機械海外推廣計畫-宣傳智慧機械海外推廣計畫官網與活動   | 經濟部國際貿易署113年度「智慧機械海外推廣計畫」 | 網路媒體 | 113.03.21-113.06.30 | 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 | 505,200 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 為提升「智慧機械海外推廣計畫」曝光度，透過Google關鍵字廣告、GDN聯播網及社群平臺宣傳官方網站與活動，年度目標瀏覽人次達170,000次。  | Google關鍵字/網路<br>GDN聯播網廣告/網路<br>LinkedIn/網路<br>YouTube/網路                             |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳113年國際經濟商務人員報考資訊             | 113年度「國際經貿青年培力計畫」         | 網路媒體 | 113.05.06-113.06.06 | 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 | 30,000  | 台北市進出口商業同業公會      | 運用短文及圖卡方式發布相關資訊，鼓勵同學報名參加活動，觸及人數達12萬人次、點擊數達1萬人次，期能吸引更多大專院校同學參加。  | Facebook、<br>Instagram   |    |
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳國際經貿人才培訓講座4-5月份場次            | 113年度「國際經貿青年培力計畫」         | 網路媒體 | 113.05.06-113.05.31 | 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 | 20,000  | 台北市進出口商業同業公會      | 運用短文及圖卡方式發布相關資訊，鼓勵同學報名參加活動，觸及人數達8萬人次、點擊數達0.6萬人次，期能吸引更多大專院校同學參加。   | Facebook、<br>Instagram   |    |

經濟部國際貿易署  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國113年第2季(4-6月)

單位：元

| 機關名稱     | 宣導項目、<br>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<br>(委辦單位) | 預期效益   | 刊登或託播對象   | 備註 |
|----------|-----------------|----------------------------|------|-------------------------|------|-------------------|----------|---------|-------------------|--|---|----|
| 經濟部國際貿易署 | 宣傳2024國際經貿菁英研習營 | 113年度「國際經貿青年培力計畫」          | 網路媒體 | 113.05.09-<br>113.05.31 | 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  | 台北市進出口商業同業公會      | 運用短文及圖卡方式發布相關資訊，鼓勵同學報名參加活動，觸及人數達12萬人次、點擊數達1萬人次，期能吸引更多大專院校同學參加。                                       | Facebook、Instagram                              |    |
| 經濟部國際貿易署 | 推廣「運用數位新貿易模式計畫」 | 經濟部國際貿易署113年度「運用數位新貿易模式計畫」 | 網路媒體 | 113.06.01-<br>113.08.15 | 發展組  | 公務預算              | 數位貿易     | 250,000 | 財團法人中華民國對外貿易發展協會  | 為提高運用數位新貿易模式計畫曝光度，以吸引更多中小企業來報名，鎖定目標為中小企業、外銷有興趣等之對象及相關關鍵字，於Google及Facebook加強曝光，預計曝光數各約100萬次、點擊數各約1萬次。 | 1. Facebook：動態消息。<br>2. Google Ads：多媒體廣告、關鍵字廣告。 |    |