

## 計畫名稱：109 年度「加強提升我國展覽國際競爭力方案」

### 第 2 季執行情形

計畫介紹：

為提升我國展覽產業專業化、國際化及科技化程度，並提高我國專業展全球知名度與影響力，爰執行「加強提升我國展覽國際競爭力方案」。

#### (一) 109 年度第 2 季預算及工作內容

109 年第二季預算新台幣 90,825 千元，全年法定預算新台幣 252,500 千元，主要工作內容為配合產業需要開發及強化展覽、加強洽邀外商人士來臺觀展及採購、辦理重要展覽行銷推廣、強化臺灣國際專業展科技化服務及網站推廣。

#### (二) 第 2 季績效說明

主要項目	年度目標	本季完成量	累計完成量
配合產業需要開發及強化展覽	辦理 1 項展覽。	無	無
辦理重要展覽行銷推廣	辦理 35 案展覽國內外推廣活動。	已辦理 3 案展覽國內外推廣活動，包括資通訊及生技醫療及綠能。	已辦理 7 案展覽國內外推廣活動，產業包括化學及製品、生技醫療、綠能及資通訊等。

主要項目	年度目標	本季完成量	累計完成量
強化臺灣國際專業展科技化服務及網站推廣	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 維運臺灣國際專業展網站系統，網站流量為310萬訪次。</li> <li>2. 網路投放關鍵字、社群及多媒體廣告，總計為臺灣國際專業展導入138萬1,000次點擊率及1,400萬次曝光數。</li> <li>3. 服務10,000家參展廠商上載商品型錄於網站。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 維運臺灣國際專業展網站系統，網站流量為97萬5,000訪次。</li> <li>2. 網路投放關鍵字、社群及多媒體廣告，總計為臺灣國際專業展導入1萬7,716次點擊率及28萬9,880次曝光數。</li> <li>3. 已服務1,746家參展廠商上載商品型錄於網站。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 維運臺灣國際專業展網站系統，網站流量為121萬9,000訪次。</li> <li>2. 網路投放關鍵字、社群及多媒體廣告，總計為臺灣國際專業展導入9萬9,728次點擊率及96萬4,766次曝光數。</li> <li>3. 已服務2,186家參展廠商上載商品型錄於網站。</li> </ol>