教育部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國114年第3季

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
總計(其中114年度公務預算5,312萬1,000元)								**17,654,127**		以113年度公務預算支應：本季無執行數，累計已執行152萬3,124元 以114年度公務預算支應：本季執行518萬1,139元，累計已執行2,038萬5,538元		
教育部主管(不含體育署)小計(其中114年度公務預算4,101萬1,000元)								**5,155,139**		以113年度公務預算支應：本季無執行數，累計已執行152萬3,124元 以114年度公務預算支應：本季執行462萬5,139元，累計已執行1,709萬4,538元		
體育署(114年9月9日升格為運動部)小計(其中114年度公務預算1,211萬元)								**12,498,988**		其中以公務預算支應：本季執行55萬6,000元，累計已執行329萬1,000元		
教育部小計(114年度公務預算2,833萬6,000元)								**4,450,526**		以113年度公務預算支應：本季無執行數，累計已執行106萬6,869元 以114年度公務預算支應：本季執行445萬526元，累計已執行1,027萬3,748元		
1. 教育部	藝秀臺網站	以行政協助委託國立臺灣藝術大學辦理「教育部藝秀臺表演藝術教育影音平臺經營計畫(113-115)」	網路	114.7.1-114.9.30	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	25,000	國立臺灣藝術大學(永鉦實業)	廣告投放Meta系統(Facebook、Instagram)，總曝光數約65,500次，網站導流點擊數約2,800次。	Meta系統數位廣告	
2. 教育部	廣播節目「老師好」	部分補助社團法人中華民國全國教師會辦理與國立教育廣播電臺合作節目「老師好」實施計畫	廣播	114.1.1-114.12.31(涵蓋期程)；114年第3季計12次(廣播次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	180,000	社團法人中華民國全國教師會	增強優秀現場教學經驗分享，豐富教師職涯，並促進社會對教育之瞭解與參與等。	國立教育廣播電臺	
3. 教育部	教育家網站	以政府採購法委託教育家網站辦理114年教育家網站採購案	網路	114.4.29-115.4.28(涵蓋期程)；114年第3季計12次(刊登次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	52,500	親子天下股份有限公司	教育家網站每月不重複造訪人次新增約6,000人次。	教育家網站	
4. 教育部	第3屆終身學習節系列活動（含試辦「終身學習券」）	以行政指示委請國立臺灣科學教育館辦理「教育部「第3屆終身學習節暨114年『中央政府推動建立員工學習制度』及『全國終身學習楷模選拔』」計畫」	網路	114.5.26-114.12.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	44,125	國立臺灣科學教育館（水創藝股份有限公司）	透過Facebook貼文宣導終身學習票券資訊，提供大眾可快速獲取使用期限、登記流程、使用場域等相關資訊，以擴大鼓勵民眾參與。	9篇Facebook貼文	
				114.5.26-114.12.31				14,700	國立臺灣科學教育館（釷土整合設計有限公司）	透過Facebook貼文宣導，宣傳終身學習節廣為周知，鼓勵民眾踴躍參與。	Facebook社群平臺	
				114.5.26-114.12.31				14,000		透過Facebook貼文宣導終身學習節資訊，提供大眾可快速獲取活動資訊管道，以擴大鼓勵民眾參與。	Facebook社群平台（含貼文圖片製作及貼文推廣等）	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
5. 教育部	祖父母節全國性活動	以政府採購法委託無敵家娛樂股份有限公司辦理教育部「114年度祖父母節全國性活動」採購案	網路	114.7.1-114.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	160,000	無敵家娛樂股份有限公司	透過多元媒宣管道推廣「祖父母節全國性活動」，呼籲民眾重視「代間關係」及「代間學習」等議題。	Facebook社群平台(內容含網路投件、貼文推廣等)	
6. 教育部	「MUSE大玩家-TEAM-MUSE」活動	以行政指示委請國立海洋生物博物館辦理國立社教機構及文化機構聯合行銷計畫	網路	114.7.1-114.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	165,000	國立海洋生物博物館（國立海洋科技博物館，由竣宥多媒體企業社執行）	透過網路媒體鼓勵親子參與「MUSE大玩家-Team MUSE」活動。	1個Facebook粉絲專頁，包括推廣本活動廣告投放、Facebook網路抽獎活動、統整LINE用戶資料、及寒假集章活動	
7. 教育部	廣播節目「超級公民GO」	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理114年法治教育廣播節目「超級公民GO」計畫	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	107,751	國立教育廣播電臺	透過教育電臺提供優質節目內容，加強學生、家長及教師了解具重要性及影響性之法治教育資訊，提供正確並實用的法治教育內容。以涵養國民法治教育素養及宏觀視野，促進國民增加法律知識及法律素養。	國立教育廣播電臺	
8. 教育部	廣播節目「性別平等 Easy Go 」	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理廣播節目「性別平等 Easy Go 」	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	78,750	國立教育廣播電臺	透過節目(直播與廣播)，引發收聽師生與家長對於性別平等教育議題的關注，培養其性別敏感度，進而產生性別意識，有助於性別教學與相關業務推動，並期能成為收聽聽眾接觸性別平等教育議題之平臺與資源。	國立教育廣播電臺	
9. 教育部	廣播節目「特別的愛」	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理114年特殊教育廣播節目「特別的愛」計畫	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	164,001	國立教育廣播電臺	透過教育電臺提供優質節目內容，建立社會大眾對特殊教育的正確概念。提供偏鄉或離島地區的教師、家長更多元特殊教育資源。讓社會大眾更能理解及接納身心障礙學生。	國立教育廣播電臺	
10. 教育部	廣播節目「大專登山安全教育訓練」	廣播節目「大專登山安全教育訓練」出席費	廣播	114.6.10	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	5,000	王○亮 劉○彰	為提升大專學生山難預防與應變能力，降低山難傷亡，鼓勵學生在安全前提下親近山林，教育部每年推動此訓練，邀請承辦單位分享課程內容與教學經驗等，鼓勵各大專學生參與。	國立教育廣播電臺	
11. 教育部	廣播節目「教育開講」	廣播節目「教育開講」受訪人出席費及交通費案	廣播	114.1.1-114.2.28	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	8,040	林○燦 陳○聰	透過教育電臺訪談專家學者，促進社會大眾對特殊教育的了解和重視，以利特殊教育的發展。	國立教育廣播電臺	
12. 教育部	生命教育廣播節目	以行政指示方式委請國立教育廣播電臺辦理生命教育廣播節目	廣播	114.1.1-114.12.31	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	186,750	國立教育廣播電臺	結合大眾傳播媒體資源推動生命教育。	國立教育廣播電臺	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
13. 教育部	2025年LMIT社群增粉案-臺灣生活文化專題單字/句型、節慶活動、課程推廣/活動紀錄等	部分補助財團法人高等教育國際合作基金會114年度工作計畫	網路	114.7.1-114.7.31（涵蓋期程）	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	35,000	財團法人高等教育國際合作基金會(潮網科技股份有限公司)	推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣，偕同外部數位行銷公司共同進行LMIT社群媒體平臺經營，包含：社群貼文內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升LMIT社群互動及能見度。本月社群媒體發布4篇貼文，Facebook社群粉絲數增加50人。	Facebook Instagram	
				114.8.1-114.8.31（涵蓋期程）				35,000		推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣，偕同外部數位行銷公司共同進行LMIT社群媒體平臺經營，包含：社群貼文內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升LMIT社群互動及能見度。本月社群媒體發布4篇貼文，Facebook社群粉絲數增加50人。	Facebook Instagram	
				114.9.1-114.9.30（涵蓋期程）				35,000		推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣，偕同外部數位行銷公司共同進行LMIT社群媒體平臺經營，包含：社群貼文內容企劃、素材產製、線上諮詢服務等相關事宜，以期提升LMIT社群互動及能見度。本月社群媒體發布11篇貼文，Facebook社群粉絲數增加2,000人。	Facebook Instagram	
14. 教育部	推廣影片學華語到臺灣 Learn Mandarin in Taiwan 年度形象片海外宣傳/社群廣告	部分補助財團法人高等教育國際合作基金會114年度工作計畫	網路	114.7.1-114.7.31（涵蓋期程）	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	10,000	財團法人高等教育國際合作基金會(台北數位廣告股份有限公司)	推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣及送華語到世界，以提升臺灣華語教育的國際能見度與好感度，為後續國際招生與合作奠定良好基礎。本月YouTube頻道追蹤數增加約2,000人。	Google YouTube	
				114.8.1-114.8.31（涵蓋期程）				10,000		推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣及送華語到世界，以提升臺灣華語教育的國際能見度與好感度，為後續國際招生與合作奠定良好基礎。本月YouTube頻道追蹤數增加約2,000人。	Google YouTube	
				114.9.1-114.9.30（涵蓋期程）				10,000		推廣臺灣華語形象、吸引國際學生學華語到臺灣及送華語到世界，以提升臺灣華語教育的國際能見度與好感度，為後續國際招生與合作奠定良好基礎。本月YouTube頻道追蹤數增加約18,000人。	Google YouTube	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
15. 教育部	114-115年度TaiwanGPS留學宣導說明會第2場次	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理114年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	114.7.12-114.12.31（涵蓋期程）	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	12,000	財團法人商業發展研究院	1.以法國留遊學主題為主，邀請法國在臺協會法國教育中心代表簡介法國學制及相關獎學金申請；並邀請3名本部獎學金受獎生分享。 2.宣導教育部各項獎學金申請及留遊學定型化契約。 3.藉此提升本部各項留學獎補助能見度，鼓勵更多臺灣學子勇敢踏出舒適圈，達成出國留學夢想並拓展國際視野。 4.活動參與80人，符合每場目標60人次預期效益。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官方網站	
16. 教育部	Study in Taiwan數位媒體行銷及影音廣告投放	Study in Taiwan社群媒體經營與行銷 / 留學臺灣社群經營案	網路	114.7.1-114.7.31（涵蓋期程）	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	105,555	財團法人高等教育國際合作基金會(潮網科技股份有限公司)	為提昇留學臺灣(SIT)品牌知名度，持續經營6大社群媒體，偕同外部行銷公司共同進行社群經營（含內容產製、設計與社群互動等）以期提升SIT社群聲量及網站流量。 本月6大社群平台共計發布88篇貼文，且高達20.5萬瀏覽人次，達原訂目標值之兩倍，符合成效考核標準。	Instagram Facebook LinkedIn Threads X	
				114.8.1-114.8.31（涵蓋期程）				105,555		為提昇留學臺灣(SIT)品牌知名度，持續經營6大社群媒體，偕同外部行銷公司共同進行社群經營（含內容產製、設計與社群互動等）以期提升SIT社群聲量及網站流量。 本月6大社群平台共計發布140篇貼文，且高達74.2萬瀏覽人次，達原訂目標值之兩倍，符合成效考核標準。	Instagram Facebook LinkedIn Threads X	
				114.9.1-114.9.30（涵蓋期程）				105,555		為提昇留學臺灣(SIT)品牌知名度，持續經營6大社群媒體，偕同外部行銷公司共同進行社群經營（含內容產製、設計與社群互動等）以期提升SIT社群聲量及網站流量。 本月6大社群平台共計發布224篇貼文，且高達58.1萬瀏覽人次，達原訂目標值之五倍，符合成效考核標準。	Instagram Facebook LinkedIn Threads X	
17. 教育部	教育部115年表揚推展本土語言傑出貢獻獎徵件活動	以政府採購法委託傳動數位設計印刷有限公司辦理教育部115年表揚推展本土語言傑出貢獻獎採購案	廣播 網路	114.7.18-114.9.30	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	60,000	傳動數位設計印刷有限公司	透過廣播媒體及網路媒體周知徵件活動，鼓勵各界參與推薦事宜，期以獎勵表揚長期對於本土語言付出及貢獻者。	好事聯播網及線上新聞媒體	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
18. 教育部	技職大玩JOB LINE@推廣宣傳	以行政指示國立高雄科技大學辦理「114技職永續破風者-職業試探與適性發展聯合推動總辦計畫」	網路	114.7.1-114.9.30	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	2,520	國立高雄科技大學(台灣連線股份有限公司)	利用技職大玩JOB社群網絡(LINE@服務)，推廣各項行銷內容，期能透過網路社群達到宣導效益。	LINE	
19. 教育部	技職動起來Facebook小編人力僱用	以行政指示國立高雄科技大學辦理「114技職永續破風者-職業試探與適性發展聯合推動總辦計畫」	網路	114.8.1-114.8.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	18,718	國立高雄科技大學	聘用人力製作圖文素材、EDM，利用技職動起來粉絲專頁、活動網站，推廣各項行銷內容，期能透過社群媒體達到宣導效益。	Facebook 活動網站	
20. 教育部	「技職嘉年華-高雄篇」活動紀錄影音	以行政指示國立高雄科技大學辦理「114技職永續破風者-職業試探與適性發展聯合推動總辦計畫」	網路	114.7.1-115.3.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	25,000	國立高雄科技大學(象恩異耳創意工作室)	協助拍攝與製作「技職嘉年華-高雄篇」活動紀錄影音，分別於技職動起來Facebook和技職大玩JOB的YouTube頻道上架，期能透過網路社群達到宣導效益。	Facebook YouTube	
21. 教育部	「部長給問嗎?技職教育政策宣導」影音	以行政指示國立高雄科技大學辦理「114技職永續破風者-職業試探與適性發展聯合推動總辦計畫」	網路	114.7.18-115.3.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	60,000	國立高雄科技大學(洋洋創意影像工作室)	拍攝與製作「部長給問嗎?技職教育政策宣導」影音，分別於技職動起來Facebook和技職大玩JOB的YouTube頻道上架，期能透過網路社群達到宣導效益。	Facebook YouTube	
22. 教育部	技職永續破風者—串聯行銷、展場開幕與誓師活動規劃執行	以行政指示國立高雄科技大學辦理「114技職永續破風者-職業試探與適性發展聯合推動總辦計畫」	電視 平面 網路	114.8.2-115.3.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	200,000	國立高雄科技大學(釷土整合設計有限公司)	辦理技職永續技職破風者誓師及職業試探體驗展開幕，透過電視台新聞報導(直播、重播、電視台YouTube)、電子新聞報導等媒體宣傳，和展場聯合社群宣傳(技職動起來Facebook、技職大玩JOB的YouTube)，以達職探、適性發展之宣傳效益。	三立電視台 自由時報(電子) Facebook YouTube	
23. 教育部	技職永續破風者串聯行銷與展場開幕、誓師活動報導	以行政指示國立高雄科技大學辦理「114技職永續破風者-職業試探與適性發展聯合推動總辦計畫」	網路	114.7.12-115.3.31	技術及職業教育司	單位預算	技術職業教育行政及督導	52,500	國立高雄科技大學(商傳媒)	辦理技職永續破風者串聯行銷與職業試探展場開幕、誓師活動，透過網路電子新聞報導媒體宣傳，以達展場及活動宣傳效益。	自由時報 經濟日報 LINE TODAY 風傳媒 理財週刊 Yahoo新聞	
24. 教育部	114年反毒有功人士團體頒獎典禮	以政府採購法委託集思創意顧問股份有限公司辦理114年「表揚社會各界反毒有功人士團體頒獎活動」勞務採購案	平面 網路 電視	114.6.24-114.6.30	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	75,000	集思創意顧問股份有限公司	藉由公開表揚在反毒宣導工作上表現卓越之有功人士，彰顯其投入與貢獻，鼓舞更多民眾參與反毒行列，提升社會各界對毒品防制的重視與支持，形塑全民共同防毒、守護青少年健康成長之正向氛圍。	網路影音 YouTube Yahoo	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
25. 教育部	國家防災日	以政府採購法委託深得行銷股份有限公司辦理推動防災教育暨國家防災日系列活動推廣計畫	網路	114.8.1-114.10.31	資訊及科技教育司	單位預算	資訊及科技教育行政督導	240,000	深得行銷股份有限公司	利用網路媒體宣傳國家防災日相關活動，使大眾瞭解防災教育之意涵，加深防災意識之觀念，促使防災教育向下扎根。	Facebook Instagarm	
26. 教育部	114-115年度TaiwanGPS留學宣導說明會第3場次	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理114年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	114.8.16-114.12.31（涵蓋期程）	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	12,000	財團法人商業發展研究院	1.以日本留遊學主題為主，邀請台日交流促進會講師簡介日本學制及相關獎學金申請；並邀請2名本部獎學金受獎生分享。 2.宣導教育部各項獎學金申請及留遊學定型化契約。 3.藉此提升本部各項留學獎補助能見度，鼓勵更多臺灣學子勇敢踏出舒適圈，達成出國留學夢想並拓展國際視野。 4.活動參與82人，符合每場目標60人次預期效益。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官方網站	
27. 教育部	ColleGo! 2025年家長講座	補助臺北醫學大學執行「大學選才與高中育才輔助系統」第三期程計畫	網路	114.10.19-114.11.8	高等教育司	單位預算	高等教育行政及督導	9,920	臺北醫學大學	製作家長日相關推廣影片3支，協助參與本次活動家長關注高中學生生涯探索過程遇到的迷惘與挑戰，達成生涯推廣宣導效益。	YouTube	
28. 教育部	教師節敬師影片	以政府採購法委託方成事股份有限公司辦理114年度「教師節敬師影片」採購案	網路	114.4.8-114.11.7(涵蓋期程)；114年第3季計2次(2支影片各刊登一次)(刊登次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	135,000	方成事股份有限公司	YouTube影片觀看數達10萬人次。	教育部YouTube頻道	
29. 教育部	敬師月教師節專刊	以政府採購法委託財團法人國語日報社辦理114年敬師月教師節專刊採購案	平面	114.9.28(涵蓋期程)；114年第3季計1次(刊登次數)	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育及藝術教育行政及督導	84,000	財團法人國語日報社	提振教師專業精神，喚起社會大眾尊師重道的精神及發揚尊師重道優良傳統。	國語日報	
30. 教育部	2025年第六屆臺灣科學節	以行政指示委請國立科學工藝博物館辦理2025年第六屆臺灣科學節專案辦公室計畫	網路	114.9.1-114.11.16	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	90,000	國立科學工藝博物館(影響力數據顧問股份有限公司)	透過網路媒體鼓勵民眾參與「2025年第六屆臺灣科學節」活動。	Facebook粉絲專頁 Instagram LINE官方帳號(含廣告投放)	
31. 教育部	第十屆教育部臺灣台語及臺灣客語文學獎徵稿活動	以政府採購法委託傳動數位設計印刷有限公司辦理第十屆教育部臺灣台語及臺灣客語文學獎活動計畫採購案	廣播 網路	114.9.1-114.10.31	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	50,000	傳動數位設計印刷有限公司	透過廣播及網路媒體周知各界有關文學獎徵文活動，以鼓勵全民參與本土語言文學創作，推廣臺灣台語及臺灣客語文學。	廣播電臺(好事聯播網)，網站(獎金獵人)	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
32. 教育部	「114年性別平等教育日特展」議題政策宣導	中央社外文新聞中心專訪節目之出席費	平面	114.4.20	學生事務及特殊教育司	單位預算	學生事務與特殊教育行政及督導	2,500	柯○熒	透過中央社外文新聞中心宣導「114年性別平等教育日特展」相關內容。	中央社外文新聞中心	
33. 教育部	「每一篇貼文，都是你的數位足跡！」宣導影片	以行政協助委託國立陽明交通大學辦理全民資訊素養推廣計畫	電視	114.1.1-114.12.31	資訊及科技教育司	單位預算	資訊與科技教育行政及督導	596,496	國立陽明交通大學(三維影片製作公司)	透過宣導短片向民眾傳導正確的網路使用觀念。	台視、中視、華視、民視、原民台	
34. 教育部	114-115年度TaiwanGPS校園場學人經驗分享暨說明會-國立成功大學	以政府採購法委託財團法人商業發展研究院辦理114年教育部「海外人才經驗分享及國際連結」計畫採購案	網路	114.9.20-114.12.31（涵蓋期程）	國際及兩岸教育司	單位預算	國際及兩岸教育交流	11,400	財團法人商業發展研究院	1.邀請3名本部獎學金受獎生（1名留學將學金、2名歐盟獎學金）分享。 2.宣導教育部各項獎學金申請及留遊學定型化契約。 3.藉此提升本部各項留學獎補助能見度，鼓勵更多臺灣學子勇敢踏出舒適圈，達成出國留學夢想並拓展國際視野。 4.活動參與76人，符合每場目標60人次預期效益。	海外人才經驗分享及國際連結計畫Facebook及官網	
35. 教育部	MUSE大玩家	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.7.14-114.7.20	終身教育司	單位預算	終身教育行政及督導	0	民視文化事業股份有限公司	投放網頁Banner廣告，吸引更多民眾暑期前往部屬社教館所參加活動。	民視新聞網	廠商回饋
				114.8.11-114.8.17				0			民視新聞網	廠商回饋
36. 教育部	學美場景Action	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.7.21-114.7.27	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	0	民視文化事業股份有限公司	投放網頁Banner廣告，吸引更多民眾前往觀展，了解校園美感計畫改造成果。	民視新聞網	廠商回饋

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(得標廠商)	預期效益(成效分析)	刊登或託播對象	備註
37. 教育部	敬師月	以政府採購法委託民視文化事業股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.9.16-114.9.28	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	23,710	民視文化事業股份有限公司	透過電視、網路媒體等通路宣傳敬師月，希望透過宣導影片的播放，感謝教學現場教師夥伴辛勞，並表達對教師之敬意與謝意。	Google聯播廣告 (曝光70萬)	
				114.9.16-114.9.28				18,150			Yahoo原生廣告 (點擊2,500次)	
				114.9.16-114.9.28				50,200			YouTube影音廣告 (收視1.4萬)	
				114.9.16-114.9.28				61,050			社群影音 (Facebook+Instagram觀看5萬次)	
				114.9.16-114.9.28				42,340			新聞類APP (點擊5,000次)	
				114.9.16-114.9.28				42,340			Google聯播網(Dcard) 點擊5,000次	
				114.9.16-114.9.28				20,400			LINE TODAY (點擊1,000次)	
		以政府採購法委託閣林文創股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.9.16-114.9.28	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	0	閣林文創股份有限公司		三立新聞網PC+Mobile (內頁文末推薦)	廠商回饋
			電視	114.9.16-114.9.28				409,500			TVBS家族、三立家族、親子組合(CPRP收視率購買)	
				114.9.16-114.9.28				0			三立家族電視廣告，1組300秒/3組，頻道時段不指定	廠商回饋
				114.9.16-114.9.28				0			三立新聞文字訊息 (21字內,快訊)	廠商回饋
		以政府採購法委託士奇傳播整合行銷股份有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.9.16-114.9.28	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	70,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司		Google DV360 (6.4萬 views)	
				114.9.16-114.9.28				140,000			YouTube影音廣告 (5萬view)	
			電視	114.9.16-114.9.28				0			MOD 30秒/檔，共1000檔	廠商回饋
		以政府採購法委託中華電視股分有限公司辦理114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.9.15-114.9.28	師資及藝術教育司	單位預算	師資培育與藝術教育行政及督導	52,500	中華電視股分有限公司		Facebook (觀看2.5萬次)	
			電視	114.9.15-114.9.28				126,000			華視新聞時段組(5A)	
				114.9.15-114.9.28				0			無線台、新聞台 (30秒各40檔)	廠商回饋

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
國民及學前教育署小計(114年度公務預算599萬8,000元)								**168,979**		以113年度公務預算支應：本季無執行數，累計已執行45萬6,255元 以114年度公務預算支應：本季執行16萬8,979元，累計已執行63萬8,977元		
1. 國教署	學生學習技巧相關主題與科系介紹共5篇、冷知識分享共3篇、心理輔導短影片共9則、反詐騙故事共2篇	典範教育影音地圖學生生涯探索學習資源推廣計畫	網路	114.7.1- 114.9.30	高中組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	39,750	國立臺灣藝術大學（Facebook）	透過社群媒體宣導學生於學習上需要之相關資訊，幫助學生解決生活及升學等處遇問題。	Instagram	
2. 國教署	幼兒教保服務（公共化及準公共機制）廣播節目	114年幼兒教保服務（公共化及準公共機制）廣播節目計畫	廣播 網路	114.7.1- 114.9.30	學前組	單位預算	國民及學前教育行政及督導	129,229	國立教育廣播電臺	為了讓更多家長及幼教從業人員了解國教署推動的教保服務公共化政策及準公共機制。	國立教育廣播電臺及該臺官方網站	執行期程： 114.1.1~114.12.31 執行金額： 480,000 （一次撥付） 預計製播集數： 52集
3. 國教署	環島戶外教育季	114年度教育政策宣導推廣採購案	網路	114.7.14- 114.7.10	秘書室	單位預算	國民及學前教育行政及督導	0	中華電視股份有限公司	投放網頁Banner廣告，以吸引更多民眾暑期前往各戶外教育館所參加課程及活動。	華視新聞網	廠商回饋
				114.7.28- 114.8.3				0	民視文化事業股份有限公司	投放網頁Banner廣告，以吸引更多民眾暑期前往各戶外教育館所參加課程及活動。	民視新聞網	廠商回饋
				114.8.18- 114.8.24				0				廠商回饋
				114.8.8				0	閣林文創股份有限公司	轉PO戶外教育資源平臺粉絲團貼文，以吸引更多民眾暑期前往各戶外教育館所參加課程及活動。	Facebook	廠商回饋

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
青年發展署小計(114年度公務預算655萬1,000元)								0		公務預算本季無執行數，累計已執行613萬6,000元		
1. 青年署	主題式服務方案：丹娜絲災後落果整理　服務紀錄	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.7.22	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	崑山科技大學	推廣志工中心活動訊息、成果。	中央社、經濟日報、視傳媒新聞、強勢新聞、中華新聞雲(電子報)	廠商回饋
2. 青年署	高澎中心主題式服務方案：丹娜絲災後落果整理服務活動紀錄	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.7.15 114.7.16	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	財團法人和春文教基金會	推廣志工中心活動訊息、成果。	自由時報、中時新聞網、聯合新聞網、台灣好報(電子報)	廠商回饋
3. 青年署	新北金中心主題式服務方案：我們不一樣但我們一樣	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.7.21	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人舊鞋救命國際基督關懷協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	金門日報(電子報)	廠商回饋
4. 青年署	新北金中心志工培力課程：團隊建造工作坊	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.7.30	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人舊鞋救命國際基督關懷協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	金門日報(電子報)	廠商回饋
5. 青年署	第2屆青志國內參訪活動紀錄；青志季、志工交流分享會活動宣傳	114年「青年志工行動競賽表揚暨培力交流活動」徵求承辦單位勞務採購案(113年後續擴充)	網路	114.7.2- 114.7.30	公共參與組	單位預算	青年公共參與		思高本事有限公司	青志行動Facebook觸及1,294人次； 青志行動Instagram觸及1,965人次。	Facebook、Instagram	預計11月撥付
6. 青年署	屏東中心主題式服務方案：2025走讀屏東舊城區-外語導覽	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.8.9	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人屏東縣青年願景屏台發展協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	自由時報、屏東時報電子報、PChome新聞、Yahoo!新聞、屏東新聞PT News、蕃薯藤yamNews	廠商回饋
7. 青年署	8-9月青志季主題活動宣傳、台中場志工分享會預告及回顧、第2屆青志獎海外參訪活動紀錄	114年「青年志工行動競賽表揚暨培力交流活動」徵求承辦單位勞務採購案（113年後續擴充）	網路	114.8.2- 114.8.20	公共參與組	單位預算	青年公共參與		思高本事有限公司	青志行動Facebook觸及9,603人次；志工團Instagram觸及3,848人次。	Facebook、Instagram	預計11月撥付
8. 青年署	教師場分享會宣傳；志工交流分享會、志工中心聯繫交流活動紀錄	114年「青年志工行動競賽表揚暨培力交流活動」徵求承辦單位勞務採購案（113年後續擴充）	網路	114.9.1- 114.9.14	公共參與組	單位預算	青年公共參與		思高本事有限公司	青志行動Facebook觸及51100人次； 青志行動Instagram觸及1853人次。	Facebook、Instagram	預計11月撥付
9. 青年署	中彰投青年志工中心｜立法院議政園區「小小議長民主特攻隊」登場 展現最萌民主課堂	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.13	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	傳動經營管理顧問股份有限公司	推廣志工中心活動訊息、成果。	中時新聞網、工商時報、經濟日報	廠商回饋

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
10. 青年署	114年青年好政系列-Let's Talk公共參與基礎人才培訓課程宣傳	「114年青年好政系列-Let's Talk及青年諮詢組織交流」勞務採購案	網路	114.9.15-114.10.13	公共參與組	單位預算	青年公共參與		商周編輯顧問股份有限公司	協助招募114年公共參與基礎人才培訓課程培訓學員至少70人。	Facebook、EDM	預計12月撥付
11. 青年署	【宜蘭中心主題式服務方案】 創意水燈文化體驗工作坊： 七大角頭廟開源資料庫建置	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.16	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	思高本事有限公司	推廣志工中心活動訊息、成果。	Wikimedia Taiwan	廠商回饋
12. 青年署	花蓮青年志工中心｜9/22日在吉安舉辦「社區熱力開機」聯繫會議	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.18-114.9.22	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人花蓮縣鳳林鎮觀光旅遊發展協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	東台灣新聞網、更生日報	廠商回饋
13. 青年署	【宜蘭中心主題式服務方案】 來場不一樣的海洋生活體驗： 海洋街角館實境遊戲開跑囉！	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.19	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	思高本事有限公司	推廣志工中心活動訊息、成果。	蕃薯藤	廠商回饋
				114.9.22				0			PChome新聞	廠商回饋
14 青年署	中彰投青年志工中心｜教育部青年發展署青年志工齊聚一堂 共學防災救援技能	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.21	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	傳動經營管理顧問股份有限公司	推廣志工中心活動訊息、成果。	中時新聞網、工商時報、經濟日報	廠商回饋
15 青年署	桃連中心-響應國際淨灘日 青年署號召青年守護海洋	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.23	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	中原大學	推廣志工中心活動訊息、成果。	Yahoo奇摩新聞	廠商回饋
16 青年署	社區熱力開機｜成功圓滿，花蓮青年志工中心凝聚在地能量，共創合作願景	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.24	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人花蓮縣鳳林鎮觀光旅遊發展協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	東台灣新聞網	廠商回饋
17 青年署	花蓮青年志工中心，青年扎根花蓮低碳旅遊與廖快菸樓文化走讀培力課程，開放報名	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.24-114.9.29	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	社團法人花蓮縣鳳林鎮觀光旅遊發展協會	推廣志工中心活動訊息、成果。	東台灣新聞網	廠商回饋
18 青年署	雲嘉中心-青年志工走入在地 暑期營隊臺泰太厲害	「113-114年青年志工中心」勞務採購案	網路	114.9.26	公共參與組	單位預算	青年公共參與	0	國立中正大學	推廣志工中心活動訊息、成果。	Peopo公民新聞	廠商回饋

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
19　青年署	114年青年壯遊點宣導	「114年青年壯遊點計畫徵求承辦廠商」採購案	網路	114.7.7-114.7.11	國際及體驗學習組	單位預算	青年國際及體驗學習		社團法人中華民國全國中小企業總會	透過網路社群媒體宣傳青年壯遊點。	Facebook、Instagram	預計11月撥付
				114.8.4-114.8.11 114.8.26-114.8.28							Facebook、Instagram	預計11月撥付
				114.9.1-114.9.8 114.9.11-114.9.18 114.9.22-114.9.29							Facebook、Instagram	預計11月撥付
國家圖書館小計(114年度公務預算2萬4,000元)								**0**				
國立教育廣播電臺小計(114年度公務預算5萬2,000元)								**5,634**		公務預算本季執行5,634元，累計已執行1萬5,813元		
1.　教育電臺	教育電臺直播節目、活動推廣	114年度LINE帳號推廣方案採購案	網路	114.7.1-114.7.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	1,260	LINE（臺灣連線股份有限公司）	鼓勵民眾參與教育電臺直播節目與兒童廣播活動。訊息受眾年齡層以40-44歲為最多，其次為45-49歲。	LINE	
2.　教育電臺	教育電臺親子節目、活動推廣			114.8.1-114.8.31	推廣組	單位預算	臺務業務活動	2,187	LINE（臺灣連線股份有限公司）	鼓勵民眾參家教育電臺廣播遊學活動，收聽親子節目與英語節目。訊息受眾年齡層以40-44歲為最多，其次為45-49歲。	LINE	
3.　教育電臺	教育電臺雙語節目、官網節目推廣			114.9.1-114.9.30	推廣組	單位預算	臺務業務活動	2,187	LINE（臺灣連線股份有限公司）	鼓勵民眾收聽教育電臺製播雙語節目、官方網站新節目推播。訊息受眾年齡層以40-44歲為最多，其次為45-49歲。	LINE	
4.　教育電臺	Channel+親子頻道推廣收聽	114年度Facebook廣告採購案	網路	114.8.15-114.10.15	推廣組	單位預算	臺務業務活動		水星數位科技有限公司	鼓勵民眾收聽教育電臺親子頻道節目及使用線上親子共學資源。	Facebook	俟委刊結束後，預計於11月前驗收付款。
國立臺灣藝術教育館小計(114年度公務預算5萬元)								**0**		公務預算本季無執行數，累計已執行3萬元		
財團法人高等教育國際合作基金會小計								**530,000**				
1.　財團法人高等教育國際合作基金會	年度合作校院國際招生宣傳[榮譽9校]	114年度合作校院回饋服務：社群平台宣傳	網路	114.7.1-114.9.30（涵蓋期程）	財團法人高等教育國際合作基金會	財團法人預算	管理費用—媒體政策及業務宣導費	270,000	台北數位廣告股份有限公司	協助年度合作校院推廣各校品牌形象，精準鎖定國際學生透過影音進行深度溝通高教口碑價值。	YouTube	
	年度合作校院國際招生宣傳[鑽石11校]							165,000			YouTube	
	年度合作校院國際招生宣傳[金卡19校]							95,000			YouTube	

備註：1.114年7-9月本部及所屬機關（構）、財團法人(不含體育署)於網站公告之宣導執行金額515萬5,139元，與本表執行金額同。
　　2.表內受委託廠商名稱與得標廠商名稱不同者，得標廠商名稱以括弧表達。

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
體育署(114年9月9日升格為運動部)小計(其中114年度公務預算1,211萬元)								**12,498,988**		其中以公務預算支應：本季執行55萬6,000元，累計已執行329萬1,000元		
1. 體育署	全民運動政策宣導、兒少運動教練知能政策宣導、總統盃政策宣導、國民體適能指導員政策宣導、水域安全政策宣導	114年度全民運動整體行銷暨社群媒體維運案	網路	114.7.1-114.7.31	全民運動署	單位預算	國家體育建設	153,000	貝立德股份有限公司	提升政策及賽事能見度，總觸及811,935人次。	LINE TODAY、Yahoo運動、Facebook、YouTube、Instagram、Vamos Sports翊起運動	
				114.8.1-114.8.31				153,000		提升政策及賽事能見度，總觸及974,867人次。		
2. 體育署	整體計畫宣傳-活動網路平臺	114年全國登山日推廣計畫	網路	114.8.1-114.10.31	全民運動署	單位預算	體育教育推展	250,000	台灣山岳報導有限公司	鼓勵國人自主參與登山運動，推展全民登山理念，並強化登山安全知能及觀念推廣，相關資訊曝光總觸及人數達6,000,000人次。	114年全國登山日計畫網頁、LINE官方帳號「114年全國登山日」、Facebook「Taiwan Mountain 台灣山岳」、「健行筆記」	
3. 體育署	身心障礙運動選手行銷及宣導	114年全國身障者參與國際體育運動競賽與活動委辦計畫	網路	114.6.15-114.7.30	適應運動司	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	328,125	中華帕拉林匹克總會(聚流股份有限公司)	提升身心障礙運動選手行銷及宣導能見度，總觸及逾216,000人次。	TSNA Facebook、Yahoo、LINE TODAY	
		114年全國聽障者參與國際體育運動競賽與活動委辦計畫	網路	114.9.15-114.9.30	適應運動司	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	150,000	中華民國聽障者體育運動協會(翊起運動有限公司)	提升身心障礙運動選手行銷及宣導能見度，總觸及評估逾10,000人次。	YouTube、Instagram	
		身心障礙全民融合運動與CRPD運動平權推廣計畫	網路	114.3.1-114.9.30	適應運動司	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	150,000	國立臺灣師範大學	依據CRPD規範促進社會支持融合運動氛圍，推廣身心障礙運動平權，倡議共融運動賽事資訊，累計瀏覽次數：571,278次。	Facebook、Instagram、YouTube	
4. 體育署	活動官網設置、社群媒體宣傳、網路廣告等	114年全民運動賽事-3對3籃球賽活動計畫委辦案	網路	114.7.1-114.11.30	競技運動司	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	1,000,000	上寰整合行銷有限公司	提升3對3籃球運動之報名參賽隊數，預計報名隊數達960隊。	Facebook、Instagram	
5. 體育署	「114年全民運動賽事-街舞大賽」活動報名資訊	「114年全民運動賽事-街舞大賽」活動計畫案	廣播	114.8.1-114.8.31	全民運動署	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	150,000	勝星娛樂股份有限公司	提升報名組數宣傳曝光，預計報名隊伍數達576隊。	中廣流行網(台北台/新竹台/苗栗台/台灣台/嘉義台/台南台/高雄台/宜蘭台/花蓮台/台東台，共計10台)	
			網路	114.8.22-114.8.31				800,000	勝星娛樂股份有限公司	提升報名及賽事時間曝光宣傳，圖文廣告4,700,000以上曝光次數。	網路聯播網DSP(共計109個網站)	
				114.8.22-114.8.31				200,000	勝星娛樂股份有限公司	提升報名及賽事時間曝光宣傳，圖文廣告1,000,000以上曝光次數。	Facebook、Instagram	
				114.8.22-114.8.31				600,000	勝星娛樂股份有限公司	提升報名曝光宣傳，影音廣告2,000,000以上曝光次數。	Facebook、Instagram(共計20個街舞網紅影片)	
				114.8.22-114.8.31				200,000	勝星娛樂股份有限公司	提升報名曝光宣傳，圖文廣告3,333,333以上曝光次數。	台灣LINE社群平台	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
6. 體育署	「114年全民運動賽事-街舞大賽」啟動記者會媒體露出	「114年全民運動賽事-街舞大賽」活動計畫案	平面、網路、電視	114.8.6-114.8.10	全民運動署	運動發展基金	非亞奧運及基層運動人才培育計畫	200,000	勝星娛樂股份有限公司	提升運動賽事資訊推廣全民運動街舞項目參賽，預計報名隊伍數達576隊。	民眾日報、台灣時報、民視、華視、東森新聞、壹電視、緯來體育台、聯合報、經濟日報、工商時報、風傳媒、新頭殼、POPDaily、台灣產經新聞網、台灣郵報、PChome新聞網、壹蘋新聞網、民視新聞網、運動筆記、警政時報、TVBS、LINE TODAY、MSN、鏡報、鏡電視、自由時報、Yahoo、WOWSight、華視新聞網、臺灣時報、民眾日報、教育廣播電台官網新聞、觀傳媒	
7. 體育署	「2025臺灣盃全國啦啦隊錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025臺灣盃全國啦啦隊錦標賽」	網路	114.6.28-114.6.29	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	120,000	中華民國台灣競技啦啦隊協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達226,465人次。	Facebook、YouTube	
8. 體育署	「114年宏道盃全國冰石壺錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年宏道盃全國冰石壺錦標賽」	網路	114.5.24-114.5.25	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國冰石壺協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達240,733人次。	Facebook、YouTube	
9. 體育署	「114年國家代表隊選拔賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年國家代表隊選拔賽」	網路	114.5.27-114.5.28	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國冰石壺協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達221,314人次。	Facebook、YouTube	
10. 體育署	「中華民國大專校院113學年度飛盤爭奪賽錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「中華民國大專校院113學年度飛盤爭奪賽錦標賽」	網路	114.5.10-114.5.11	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	140,000	中華民國飛盤協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達225,819人次。	Facebook、YouTube	
11. 體育署	「第47屆全國中正盃障礙超越錦標賽(積分第1站)」賽事轉播及行銷宣導	「第47屆全國中正盃障礙超越錦標賽(積分第1站)」	網路	114.4.18-114.4.19	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國馬術協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達225,448人次。	Facebook、YouTube	
12. 體育署	「2025全國小學籃球夏季聯賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025全國小學籃球夏季聯賽」	網路	114.8.1-114.8.7	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國國民小學體育總會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達226,399人次。	Facebook、YouTube	
13. 體育署	「114年第32屆全國少年跆拳道錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年第32屆全國少年跆拳道錦標賽」	網路	114.6.4-114.6.8	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國跆拳道協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達194,358人次。	Facebook、YouTube	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
14. 體育署	「114年四維膠帶盃第59屆學童網球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年四維膠帶盃第59屆學童網球錦標賽」	網路	114.5.19-114.5.20	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國運動與休閒協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達199,370人次。	Facebook、YouTube	
15. 體育署	「2025第20屆鯨神盃全國龍舟錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025第20屆鯨神盃全國龍舟錦標賽」	網路	114.5.3-114.5.28	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國運動與休閒協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達193,644人次。	Facebook、YouTube	
16. 體育署	「114年全國輕艇競速錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年全國輕艇競速錦標賽」	網路	114.6.21-114.6.22	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國輕艇協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達256,084人次。	Facebook、YouTube	
17. 體育署	「第2屆超級大專盃全國橋藝大賽」賽事轉播及行銷宣導	「第2屆超級大專盃全國橋藝大賽」	網路	114.8.30-114.8.31	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國橋藝協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達223,484人次。	Facebook、YouTube	
18. 體育署	「114年全國國小盃擊劍錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年全國國小盃擊劍錦標賽」	網路	114.6.12-114.6.15	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	中華民國擊劍協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達228,818人次。	Facebook、YouTube	
19. 體育署	「2025就是棒全國社區棒球春季聯賽-台灣大賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025就是棒全國社區棒球春季聯賽-台灣大賽」	網路	114.6.28-114.6.29	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	120,000	台灣社區棒球聯盟	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達1,590,000人次。	Facebook、YouTube	
20. 體育署	「114年親子棒球全國錦標賽」賽事轉播及行銷宣導	「114年親子棒球全國錦標賽」	網路	114.4.5-114.4.6	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	台灣社區棒壘球發展協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達280,948人次。	Facebook、YouTube	
21. 體育署	「第5屆GSIIIA格壘雅北虎旗社會人排球聯賽賽事」轉播及行銷宣導	「第5屆GSIIIA格壘雅北虎旗社會人排球聯賽賽事」	網路	114.6.7-114.6.8	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	140,000	全球運動產業整合交流協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達228,057人次。	Facebook、YouTube	
22. 體育署	「2025台灣女子棒球聯賽南區開幕周」賽事轉播及行銷宣導	「2025台灣女子棒球聯賽南區開幕周	網路	114.7.9-114.7.20	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	120,000	社團法人台灣女子棒球運動推廣協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達7,357人次。	Facebook、YouTube	
23. 體育署	「2025火星人棒球大會暨U13全國少棒邀請賽」賽事轉播及行銷宣導	「2025火星人棒球大會暨U13全國少棒邀請賽」	網路	114.7.30-114.8.1	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	100,000	社團法人台灣火星人運動發展協會	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度、提升政策宣導知曉度；賽事觀賞觸及人次總計達1,733人次。	Facebook、Instagram	
24. 體育署	一度放棄！拳擊女王陳念琴奧運奪牌 磨合教練「情同父女」	跨域辦理體育運動文化數位典藏平台-臺灣風華紀事計畫	網路	114.5.26-114.7.31	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	150,000	民間全民電視股份有限公司(與國立高雄師範大學、國立臺灣藝術大學合作辦理)	辦理運動文化記憶與再現相關基礎建置工作，逐步完備運動歷史敘事，作為產業應用及後續建置運動博物館之基礎；賽事觀賞觸及人次總計達30,000人次。	YouTube	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
25. 體育署	運動部成立前議題專訪文宣	運動部成立前議題專訪文宣	網路	114.6.15	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	145,000	放言科技媒體股份有限公司	提升政策能見度；專訪瀏覽人次總計達15,111人次。	Facebook、放言官方網站	
26. 體育署	運動部成立宣傳圖卡設計	運動部成立宣傳圖卡設計案	網路	114.7.7-114.9.8	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	11,000	林○儀	提升政策能見度；瀏覽人次總計達3,288人次。	Facebook、Instagram、YouTube	
27. 體育署	國內運動賽事轉播宣傳(U15棒、桌球菁英賽、台中金龍棒球、台中盃田徑、就是棒社區棒球畢業盃、劍道大賽)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.7.26-114.8.3、114.8.2-114.8.10、114.8.5-114.8.10、114.8.18-114.8.31、114.8.25-114.8.29、114.8.27-114.8.31	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	332,000	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數21,999人次。	YouTube	
28. 體育署	國內運動賽事轉播宣傳(U15棒+桌球菁英賽、桌球菁英賽+台中金龍棒球、台中盃田徑、就是棒社區棒球畢業盃、劍道大賽)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	114.7.28-114.8.9、114.8.2-114.8.10、114.8.20-114.8.31、114.8.23-114.8.28、114.8.25-114.8.31	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	1,696,500	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觸及人數1,500,000人次。	三立家族、非凡家族、民視無線、愛爾達體育家族	
29. 體育署	國內運動賽事轉播宣傳(女子棒球、安聯小小世界盃)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	114.7.5-114.7.13、114.7.11-114.7.20	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	666,600	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觸及人數1,000,000人次。	TVBS家族、台視家族	
30. 體育署	國內運動賽事轉播宣傳(女子棒球、安聯小小世界盃)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.7.6-114.7.13、114.7.14-114.7.20	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	178,500	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數7,333人次。	YouTube	
31. 體育署	國內運動賽事轉播宣傳(沙灘手球錦標賽、合氣道錦標賽)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	電視	114.9.9-114.9.15、114.9.16-114.9.27	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	726,600	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觸及人數1,500,000人次。	中天家族、東森家族	
			網路	114.9.9-114.9.15、114.9.16-114.9.27				214,250		提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數7,333人次。	YouTube	

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（得標廠商）	預期效益（成效分析）	刊登或託播對象	備註
32. 體育署	新聞專題露出(運彩贊助-威剛科技、高爾夫球青春動滋券、越野跑、國球國造運動科技)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.7.28-114.8.6	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	458,332	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數22,500人次	YouTube	
33. 體育署	新聞專題露出(運動產業發展條例《璞園》)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.8.27-114.9.2	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	78,850	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；曝光數89,286人次。	台灣大哥大(TA media)	
			網路	114.9.12-114.9.21	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	78,850	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數7,000人次。	YouTube	
34. 體育署	新聞專題露出(台東運動觀光、運動數據平台發展計畫、臺灣風華紀事計畫)	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.8.4-114.8.14、114.8.14-114.8.23、114.8.14-114.8.23	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	360,332	緯來電視網股份有限公司	提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度；觀看數16,875人次。	YouTube	
35. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳(動滋sports)-reaction*2	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.8.29-114.9.3	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	265,641	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度，觸及數105,264人次。	Instagram	
36. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳(動滋sports)-節目正片*2	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.8.29-114.9.3	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	265,660	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度，觀看數25,000人次。	YouTube	
37. 體育署	運動產業媒體資訊平台宣傳(動滋sports)-影片reaction*3、貼文*7	113年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案	網路	114.9.1-114.9.7、114.9.24-114.9.30	產業及科技司	運動發展基金	健全運動產業環境促進體育運動發展計畫	696,748	緯來電視網股份有限公司	提升政策宣導知曉度，觸及數160,000人次。	Facebook	

備註：1.114年7-9月體育署(114年9月9日升格為運動部)於網站公告之宣導執行金額1,249萬8,988元，與本表執行金額同。
2.表內受委託廠商名稱與得標廠商名稱不同者，得標廠商名稱以括弧表達。