

總統府主管
媒體政策及業務宣導預算分析報告
中華民國114年度

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	標案金額	得標廠商	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	預期效益	宣導成效	刊登或託播對象	備註
中央研究院	「故事」網路平台及社群媒體推廣研之有物人文與社會科學領域文章	113年科普平台整合推廣計畫—人文與社會科學領域採購案	445,000	史多禮股份有限公司	網路媒體	113.07.12-114.06.16	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	178,000	推廣研之有物人文與社會科學領域文章至「故事」網路平台及社群媒體，提升觸及與文章能見度。	宣導期間113年7月至114年6月，轉載於廠商網站上之研之有物文章總點擊數至少1萬8,000次，內容搭配社群媒體平台貼文(臉書貼文、Instagram貼文與限時動態貼文)總觸及數至少33萬3,000次。Podcast節目總下載數至少6,000次，內容搭配社群媒體平台貼文(臉書貼文、Instagram貼文與限時動態貼文)，總觸及數至少14萬次。	「故事」官方網站、社群媒體(臉書、Instagram)及Podcast社群媒體(SoundOn, Spotify, Apple Podcast)	標案金額445,000元採分期付款，前已於113.07.12-114.06.16宣導託播完畢，並支付第一、二款共267,000元，8月付最後一期款178,000元。
中央研究院	中研院社群推廣中研院活動及研究成果	中研院網路平台	2,417	Meta	網路媒體	114.01.01-114.03.15	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	2,417	加強粉絲專頁推廣服務。	宣導期間114年1月至3月，於中研院社群平台(Facebook、Instagram)加強粉絲專頁推廣服務，刊登近20日廣告，累計超過10萬次曝光。	中研院網路平台(臉書、Instagram、YouTube等)	
中央研究院	「國家地理」網路平台及社群媒體推廣研之有物文章	114年科普平台整合推廣計畫—國際數位媒體	440,000	大石國際文化有限公司	網路媒體	114.03.25-114.12.15	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	440,000	推廣研之有物文章至「國家地理」網路平台及社群媒體，提升觸及與文章能見度。	宣導期間114年3月至12月，中研院研之有物文章在平台網頁總瀏覽次數至少7萬次；社群媒體Facebook貼文總觸及至少80萬人次；Instagram貼文總觸及至少7萬人次，限時動態總觸及至少3萬人次。	「國家地理」官方網站及社群媒體(臉書、Instagram)	
中央研究院	「科學人」紙本雜誌與網路平台及社群媒體推廣研之有物文章	114年科普平台整合推廣計畫—實體出版雜誌	448,000	台灣科學人股份有限公司	紙本媒體與網路媒體	114.03.25-114.12.15	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	448,000	推廣研之有物文章至「科學人」紙本雜誌與網路平台及社群媒體，提升觸及與文章能見度。	宣導期間114年3月至12月，擇4個月刊登實體雜誌跨頁文章各1篇，每篇2頁。中研院研之有物平台之文章在廠商網頁總瀏覽次數至少4,000次，社群媒體Facebook貼文總觸及至少20萬人次，Instagram貼文與限時動態總觸及至少1.6萬人次；活動推廣於Facebook貼文總觸及至少7.5萬人次。	「科學人」紙本雜誌、官方網站及社群媒體(臉書、Instagram)	

總統府主管
媒體政策及業務宣導預算分析報告
中華民國114年度

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	標案金額	得標廠商	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	預期效益	宣導成效	刊登或託播對象	備註
中央研究院	臺灣傳播調查資料庫徵求網路使用行為研究參與者	臺灣傳播調查資料庫 2024年經驗取樣調查研究	970	Meta Platforms Ireland Limited	網路媒體	114.02.01 -114.02.21	人文社會科學研究中心	公務預算	自然及人文社會科學研究-人文及社會科學研究	970	增加曝光度以吸引更多受眾來參與臺灣傳播調查資料庫經驗取樣調查計畫。	宣傳期間自114年2月1日至21日止，臉書觸及人數達3萬1,236次，連結點擊次數達355次，參與人數達309人。	臉書、Instagram 粉絲專頁	
中央研究院	辦理中研院114年跨縣市科普演講活動	中央研究院114年跨縣市科普演講活動採購案	60,000	鈺輝有限公司	網路媒體	114.04.24 -114.12.15	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	60,000	推廣中研院跨縣市科普演講活動，每場活動均剪輯活動影片順剪2支，並規畫社群媒體行銷，每場活動製作文案1則(含製作圖片及撰寫文案)，並調整文宣設計用於Facebook側邊欄廣告、Instagram廣告等。	推廣中研院跨縣市科普演講活動，每場活動均剪輯活動影片順剪2支，並規畫社群媒體行銷，每場活動製作文案1則(含製作圖片及撰寫文案)，並調整文宣設計用於Facebook側邊欄廣告、Instagram廣告等。114年5月28日與11月12日兩場活動，出席人數共超過400人次。	平面媒體、網路新聞、社群媒體(臉書、Instagram)	
中央研究院	《科技報導》紙本雜誌與電子報及社群媒體推廣中研院核心設施文章	中研院「114年全院性核心設施服務推廣計畫」採購案	200,000	財團法人台北市科學出版事業基金會	紙本雜誌與網路媒體	114.04.30 -114.11.28	學術及儀器事務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	200,000	撰文推廣中研院全院性核心設施，藉由其通路觸及潛在使用客群。	宣導期間114年4月至11月，完成核酸先導設施、整合型蛋白質結構與功能分析、台灣小鼠診所及高通量基因體核心設施等4篇深度專訪，以及1篇關鍵議題研究中心專文之製作與刊登。推廣採實體與數位並進，除按期寄送《科技報導》至全國大專院校與業界外，更透過電子報(總寄送逾1.2萬份)及社群媒體行銷。	紙本雜誌、電子報、社群媒體(臉書)	
中央研究院	製作社群平台圖片	社群平台圖片製作之軟體付費版會員方案	3,540	Canva Proprietary Companies Limited	網路媒體	114.06.01 -114.06.30	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	3,540	編輯、製作圖片刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	購買1年份權限，供編輯、製作圖片後於中研院網路平台刊播，提升宣傳效益(114年中研院社群平台共發布約200篇貼文)。	製圖後使用於中研院網路平台(臉書、Instagram、YouTube、X等)	
中央研究院	朱家驊院長科普講座活動錄影	中央研究院活動直播攝錄影	17,000	上準國際有限公司	網路媒體	114.05.13	資訊服務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	17,000	活動影片上架於中研院網路平台(YouTube)，以提升學術推廣與科普宣導效益。	於活動當日錄影及直播，並產製影片1部刊播於中研院網路平台，114年5月至12月觀看次數至少達1.5萬次，並持續累積中。	中研院網路平台(YouTube)	

總統府主管
媒體政策及業務宣導預算分析報告
中華民國114年度

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	標案金額	得標廠商	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	預期效益	宣導成效	刊登或託播對象	備註
中央研究院	吳大猷院長科普講座活動錄影	中央研究院活動錄影	10,500	上準國際有限公司	網路媒體	114.09.02	資訊服務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	10,500	活動影片上架於中研院網路平台 (YouTube)，以提升學術推廣與科普宣導效益。	於活動當日錄影，並產製影片1部刊播於中研院網路平台，114年11月至12月觀看次數至少達700次，並持續累積中。	中研院網路平台 (YouTube)	
中央研究院	2025年中研學術大會活動演講影片	2025年中研學術大會活動攝錄影服務	298,000	上準國際有限公司	網路媒體	114.08.05-114.09.30	資訊服務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	292,000	編輯、製作影片刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	完成編輯、製作影片一部。	中研院網路平台 (臉書、Instagram、YouTube、X等)	標案金額298,000元，已於114.08.05-09.30宣導託播完畢，並支付款項共292,000元。
中央研究院	臺灣傳播調查資料庫徵求網路使用者	臺灣傳播調查資料庫2025年經驗取樣調查研究	5,276	Meta Platforms Ireland Limited	網路媒體	114.07.25-114.09.30	人文社會科學研究中心	公務預算	自然及人文社會科學研究-人文及社會科學研究	5,276	增加曝光度以吸引更多受眾來參與臺灣傳播調查資料庫經驗取樣調查計畫，預期參與人數約300人。	宣傳期間自114年7月至9月，臉書曝光次數達4萬56次；Instagram達2萬9,863次。經曝光推廣後，參與人數達408人。	臉書、Instagram 粉絲專頁	
中央研究院	國際科學平台EurekAlert!發佈研究成果新聞資訊	中央研究院研究成果發佈於網路平台	5,802	美國科學促進會 (American Association for the Advancement of Science, AAAS)	網路媒體	114.10.01-114.10.31	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	5,802	研究成果新聞資訊發布於國際科學平台EurekAlert!，提升中研院科研成果之國際能見度。	發布1篇國際頂級期刊《科學》(Science)之研究成果，提升中研院科研成果國際能見度，114年10月至12月觀看次數至少達1,000次，並持續累積中。	美國科學促進會創立之全球性科學新聞發布平台EurekAlert!	
中央研究院	院區開放日主題演講	中央研究院活動錄影	105,000	聯合映像有限公司	網路媒體	114.10.19	資訊服務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	105,000	刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	配合活動需求，於彩排場次與正式活動直播，並產製影片1部刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	中研院網路平台 (YouTube)	
中央研究院	研之有物社群推廣研之有物文章	《研之有物》網路平台	42,684	Meta	網路媒體	114.01.01-114.11.30	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	42,684	加強粉絲專頁推廣服務。	宣導期間114年1月至11月，中研院研之有物社群媒體Facebook貼文總觸及至少120萬人次。	研之有物網路平台 (臉書、Instagram)	
中央研究院	中央通訊社新聞照片授權申請案	新聞照片公開播放授權申請	8,400	中央通訊社	網路媒體		秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	8,400	提升中研院專題報導內容豐富性。	申請之新聞照片將於三立電視「話時代人物」節目專訪報導播出，提升節目內容的豐富性，該節目透過電視台與網路平台 (YouTube) 播放。	三立電視頻道與網路平台 (YouTube)	於12月申請照片授權並核銷付款，預計115年公開播出。

總統府主管
媒體政策及業務宣導預算分析報告
中華民國114年度

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	標案金額	得標廠商	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	預期效益	宣導成效	刊登或託播對象	備註
中央研究院	院區開放暨兒童科普日活動攝錄影	中央研究院活動攝錄影	49,058	鈺輝有限公司	網路媒體	114.10.19	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	49,058	刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	配合活動需求，產製貼文於中研院網路平台(臉書、Instagram)，提升宣傳效益，114年10月至12月貼文總瀏覽次數至少4.5萬次。	中研院網路平台(臉書、Instagram)	
中央研究院	臺灣精準醫療計畫(TPMI)研究成果新聞資訊發布於國際科學平台EurekAlert!	中央研究院研究成果發布於網路平台	15,131	美國科學促進會(American Association for the Advancement of Science, AAAS)	網路媒體	114.12.01-114.12.31	秘書處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	15,131	研究成果新聞資訊發布於國際科學平台EurekAlert!，提升中研院科研成果之國際能見度。	發布2篇國際頂級期刊《自然》(Nature)之研究成果，提升中研院科研成果國際能見度，114年12月兩篇觀看次數至少達1,000次，並將持續累積。	美國科學促進會創立之全球性科學新聞發布平台EurekAlert!	
中央研究院	國際研究生學程(TIGP)博士班招生	國際研究生學程(TIGP)招生行銷宣傳業務	34,500	Media OutReach	網路媒體	114.12.23-114.12.31	國際事務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	34,500	吸引優秀學生申請國際研究生學程(TIGP)	606家國際媒體刊登招生資訊。	Media OutReach	
中央研究院	「中央研究院講座」活動錄影	中央研究院活動錄影	10,500	東濬文化傳播事業有限公司	網路媒體	114.11.17	資訊服務處、國際事務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	10,500	刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	宣導期間114年11月至12月觀看次數為221次。	中研院網路平台(YouTube)	
中央研究院	諾貝爾系列講座活動錄影	中央研究院活動錄影	10,500	東濬文化傳播事業有限公司	網路媒體	114.11.20	資訊服務處、國際事務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	10,500	刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	宣導期間114年11月至12月觀看次數為237次。	中研院網路平台(YouTube)	
中央研究院	諾貝爾系列講座活動錄影	中央研究院活動錄影	10,500	上準國際有限公司	網路媒體	114.12.01	資訊服務處、國際事務處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	10,500	刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	114年12月宣導期間觀看次數為107次。	中研院網路平台(YouTube)	
中央研究院	國家生技研究園區宣傳短片中英文版影像製作	國家生技研究園區宣傳短片中英文版影像製作	119,000	微果創意媒體工作室	網路媒體	114.12.01-114.12.31	生醫轉譯研究中心	公務預算	自然及人文社會科學研究-生命科學研究	119,000	透過更新既有中英文宣傳短片，強化園區對外資訊之正確性與一致性，提升政策傳達與整體專業形象。	藉由中英文宣傳短片的更新，使政策訊息能更廣泛觸及目標族群，提升園區對外宣導的有效性與影響力，114年12月總觸及數達113次。	國家生技研究園區臉書、YouTube頻道	

總統府主管
媒體政策及業務宣導預算分析報告
中華民國114年度

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	標案金額	得標廠商	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	預期效益	宣導成效	刊登或託播對象	備註
中央研究院科學研究基金	臺灣人體生物資料庫相關資訊	Facebook行銷活動廣告費用	1,759	Meta Platforms Ireland Limited	網路媒體	114.01.10-114.05.31	生醫轉譯研究中心	非營業特種基金預算	科研環境領航計畫	1,759	增加曝光度以吸引更多民眾來參與臺灣人體生物資料庫計畫。	114年1月至5月，瀏覽數達10萬3,127次。	Facebook(臉書)	
中央研究院科學研究基金	臺灣人體生物資料庫相關資訊	2025年第39屆環境分析研討會_大會手冊	10,000	中華民國環境分析學會	平面媒體	114.05.07-114.05.08	生醫轉譯研究中心	非營業特種基金預算	科研環境領航計畫	10,000	增加曝光度以吸引更多研究者來申請使用臺灣人體生物資料庫資料。	114年5月7、8日參與人數約500人。	2025年第39屆環境分析研討會_大會手冊	
中央研究院科學研究基金	臺灣人體生物資料庫相關資訊	2025年5月7日精準醫療產業論壇	2,000	中華民國環境分析學會	平面媒體	114.05.07	生醫轉譯研究中心	非營業特種基金預算	科研環境領航計畫	2,000	增加曝光度以吸引更多研究者來申請使用臺灣人體生物資料庫資料。	114年5月7日參與人數約100人。	2025年5月7日精準醫療產業論壇	
中央研究院科學研究基金	臺灣人體生物資料庫同意書說明影片	影片製作及播送	173,250	影響視覺科技有限公司	網路媒體	114.08.12-114.08.31	生醫轉譯研究中心	非營業特種基金預算	科研環境領航計畫	173,250	說明影片讓大眾可快速瞭解本計畫，以達到正面良好形象以吸引更多民眾來參與計畫。	114年8月12日至31日止，網路觀看次數858次。	YouTube、Facebook(臉書)	
中央研究院科學研究基金	114年臺灣人體生物資料庫形象影片	影片製作	298,200	八號影像有限公司	網路媒體		生醫轉譯研究中心	非營業特種基金預算	科研環境領航計畫	298,200	形象影片讓大眾可快速瞭解本計畫，以達到正面良好形象以吸引更多民眾來參與計畫及提升資料釋出。		YouTube、Facebook(臉書)	已於114年11月核銷付款，預計115.01.02上架播送。
中央研究院科學研究基金	114年臺灣人體生物資料庫形象影片(英文配音)	影片製作	15,750	八號影像有限公司	網路媒體		生醫轉譯研究中心	非營業特種基金預算	科研環境領航計畫	15,750	形象影片英文版讓國外相關研究學者及大眾可快速瞭解本計畫，以達到正面良好形象以吸引更多民眾來參與計畫及提升資料釋出。		YouTube、Facebook(臉書)	已於114年12月核銷付款，預計115.01.02上架播送。