

總統府主管
媒體政策及業務宣導預算分析報告
中華民國115年第2季

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	研之有物社群推廣研之有物文章	《研之有物》 網路平台	65,000	Meta	網路媒體	115.01.01 -115.12.15	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	0	加強粉絲專頁推廣服務。	宣導期間115年1月1日至115年6月24日，中研院研之有物社群媒體Facebook貼文總觀看次數至少68萬次以上。	研之有物網路平台(臉書、Instagram)	本案預計於115年9、12月核銷付款。
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	115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	115.05.15 -115.07.03	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	0	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115年5月15日至115年6月29日，中研院研之有物文章在官網瀏覽8萬8,163次，社群媒體FB觸及19萬7,557次，Instagram貼文觸及18萬9,310次，IG限時動態8,718次。	「國家地理」官方網站及社群媒體(臉書、Instagram)	本案分2期付款，預計於115年8、12月核銷付款。
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	115年科普平台整合推廣計畫—實體出版雜誌	670,000	台灣科學人股份有限公司	紙本媒體 與網路 媒體	115.06.29 -115.11.03	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	0	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。	115年6月29日甫刊登第一期合作文章，宣導成效將於第3季分析報告彙報。	「科學人」紙本雜誌、官方網站及社群媒體(臉書、Instagram)	本案分2期付款，預計於115年10、12月核銷付款。
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	115年科普平台整合推廣計畫—人文與社會科學領域採購案	360,000	史多禮股份有限公司	網路媒體	115.05.26 -115.10.02	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	0	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115年5月26日至115年6月29日，已發布研之有物文章1篇限時動態，瀏覽次數2,441次，觸及數2,101次。	「故事」官方網站、社群媒體(臉書、Instagram)及Podcast社群媒體(SoundOn, Spotify, Apple Podcast)	本案分3期付款，預計於115年7月、9月、12月核銷付款。
中央研究院	朱家驊院長科普講座活動直播及錄影	中央研究院活動直播及錄影	20,000	上準國際有限公司	網路媒體	115.05.19	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	20,000	於活動當日(115.05.19)錄影及直播，並於當日刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	於活動當日完成現場直播與錄影，並產製影片1部刊播於中研院網路平台。115年5月19日發布迄今，觀看次數至少達2,800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115年第2季

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	辦理中研院115年跨縣市科普演講活動	中央研究院115年跨縣市科普演講活動採購案	117,120	鈺輝有限公司	網路媒體	115.05.20-115.11.30	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	0	推廣中研院跨縣市科普演講活動，製作1分鐘活動宣傳花絮影片1支、2場活動演講影片順剪(每場活動至多3位)，以及規劃社群媒體行銷，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、Instagram等平台。	115年5月20日迄今，協助推廣中研院跨縣市科普演講活動，並規劃社群媒體行銷，每場活動製作文案1則(含圖文)，並調整文宣設計用於Facebook、Instagram貼文等。115年6月5日活動出席人數超過500人次。	平面媒體、網路新聞、社群媒體(臉書、Instagram)	本案預計於115年12月核銷付款。
中央研究院	卸任院長、新任院長交接典禮活動攝、錄影	中央研究院活動攝、錄影	12,000	上準國際有限公司	網路媒體	115.06.18	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	12,000	於活動當日攝、錄影，供新聞發稿、社群(Facebook、Instagram)發文使用，提升宣傳效益。	於活動當日攝、錄影，並刊播於中研院新聞稿及網路平台。115年6月18日發布迄今，瀏覽次數至少達4萬次，並持續累積中。	平面媒體、網路新聞、社群媒體(臉書、Instagram)	
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	4,763	Canva Proprietary Companies Limited	網路媒體	115.06.04-116.05.26	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	0	編輯、製作圖片刊播於中研院網路平台，提升宣傳效益。	本案購買一年份權限，供編輯、製作圖片後於中研院網路平台刊播，提升宣傳效益，自115年6月4日起已提供素材計13篇。	中研院網路平台(臉書、X、Instagram、YouTube等)	本案預計於115年7月核銷付款。
中央研究院	諾貝爾系列講座活動錄影--臺灣橋梁計畫	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	115.04.15	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115年4月至6月觀看次數為361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--臺灣橋梁計畫	中央研究院活動錄影	10,500	上準國際有限公司	網路媒體	115.04.15	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115年4月至6月觀看次數為344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--臺灣橋梁計畫	中央研究院活動錄影	10,500	上準國際有限公司	網路媒體	115.05.04	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115年5月至6月觀看次數為393次。	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115年第2季

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	人物訪談形象影片製作(全球首創！楊欣洲所長用AI解讀健康風險，成果登上Nature Communications)	影片製作	22,050	八號影像有限公司	網路媒體 (含社群媒體)	115.04.20 上架播送	生醫轉譯研究中心	非營業特種基金	科研領航政策計畫	22,050	人物訪談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，預計觀看次數達1,000次。	115年4月20日累計至6月25日止，Facebook(臉書)瀏覽次數1,053次、YouTube觀看次數56次。	YouTube、 臉書	
	人物訪談形象影片製作(【從空汙到癌症風險】廖勇柏教授談臺灣研究如何站上國際舞台)					115.04.21 上架播送					人物訪談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，預計觀看次數達1,000次。	115年4月21日累計至6月25日止，Facebook(臉書)瀏覽次數1,234次、YouTube觀看次數36次。		
	人物訪談形象影片製作(臺灣人健康數據大解密！國衛院許惠恒副院長揭密：糖尿病早知道、睡眠習慣竟影響健康未來？)					115.04.22 上架播送					人物訪談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，預計觀看次數達1,000次。	115年4月22日累計至6月25日止，Facebook(臉書)瀏覽次數907次、YouTube觀看次數52次。		