

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	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		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。	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1、2款共267,000元，8月付最後一期款178,000元。
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	220,000	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。	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)	標案金額440,000元採分期付款，本案執行期程為114.03.25~114.12.15，已於8月核銷支付第1款共220,000元，12月付最後一期款220,000元。
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	224,000	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。	本案執行期間，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；中研院活動推廣於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)	標案金額448,000元採分期付款，本案執行期程為114.03.25~114.12.15，已於8月核銷支付第1款共224,000元，預計於12月付最後一期款224,000元。
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	鉦輝有限公司	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	0	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側邊欄廣告、Instagram廣告等。	協助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。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)	預計於12月核銷付款，本季未有執行金額。

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	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」採購案文章	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	學術處	公務預算	一般學術研究及評議-學術研究與人才培育	0	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。	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12,000份）及社群媒體行銷。	紙本雜誌、電子報、社群媒體(臉書)	預計於12月核銷付款，本季未有執行金額。
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。	剪輯並上架1支活動影片，透過中研院YouTube平台進行宣傳，提升活動曝光度並累積觀看次數。	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，前已於114.08.05~114.09.30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行為研究參與者	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。	宣傳期間臉書曝光次數達40,056次；Instagram達29,863次。經曝光推廣後，參與人數達408人。	臉書、Instagram粉絲專頁	已於114.07.25~114.09.30宣導託播完畢，並於8月支付4,182元、9月支付1,094元，共計5,276元
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		生醫轉譯研究中心	非營業特種基金預算	科研環境领航計畫	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。	參與人數約100人。	2025年5月7日精準醫療產業論壇	已於114.05.07宣導託播完畢，7月付款。
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	科研環境领航計畫	173,250	讓大眾可快速瞭解臺灣人體生物資料庫計畫，以達到正面良好形象以吸引更多受眾來參與計畫。	網路觀看次數858次。	臉書、YouTube	