

教育部體育署(含運動發展基金)
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8月

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 | 預期效益 | 刊登或託播對象 | 備註 |
|------|-------------------|-----------------------------------|-------------|------------------------|----------|------|--------|-----------|------------------|---|--|------|
| | | | | | | | 體育署小計 | 1,955,691 | | | | |
| 體育署 | 媒合會宣傳-104人力銀行網站首頁 | 112年度推動企業聘用運動指導員暨國民體適能專業人才提升計畫委辦案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.7.31-112.8.6;不限次數 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 42,500 | 社團法人中華民國全國中小企業總會 | 1.鼓勵企業聘用體育運動相關專業背景人員,辦理體育運動活動,養成公司員工運動習慣,推廣運動風氣。 2.以具傳播效率與針對不同之目標閱聽對象,運用合適傳播媒介,達成計畫各項工作目標。 3.年度建置400個職缺數與履歷數,並藉由辦理企業職工運動補助作業,輔導企業聘用50名運動指導員,與提供50家(人)次輔導諮詢服務。 | 104人力銀行-網站首頁(黃金大版位) | |
| 體育署 | 整體計畫宣傳-活動網路平臺 | 112年全國登山日推廣計畫 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.1-112.10.31;不限次數 | 全民運動組 | 單位預算 | 體育教育推展 | 200,000 | 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,俾使民眾安全登山,樂在山林。 | 112年全國登山日計畫網頁、LINE官方帳號「112年全國登山日」、Facebook「Taiwan Mountain 台灣山岳」 | |
| | 整體計畫宣傳-形象宣傳影片 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.1-112.10.31;不限次數 | 全民運動組 | 單位預算 | 體育教育推展 | 300,000 | | | | |
| 體育署 | 國民體育日 | 112年度全民運動整體行銷案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.25-112.8.31;不限次數 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 500,000 | 貝立德股份有限公司 | 提升國人對於本署推動國民體育日知曉度及辨識度。 | YouTube、ONE AD、Facebook | 廠商回饋 |
| | | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.25-112.8.31;1則 | | | | - | | | | |
| 體育署 | 體育表演會 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.15-112.8.31;1則 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 100,000 | | | 台灣時報新聞網 | |
| 體育署 | 「青春動滋券」政策及領券廣告宣導 | - | 平面媒體 | 112.8.24-112.8.30;1則 | 運動產業及企劃組 | 單位預算 | 一般行政 | 0 | 今周行銷股份有限公司 | 提升青春動滋券能見度,鼓勵青年積極領券至做運動、看比賽業者消費抵用。 | 今周刊 | 廠商回饋 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----------------------------------|---------------------------|-------------|-------------------------|----------|--------|--------------------|---------|--------------|---|---------------------------|------|
| 體育署 | 運動產業媒體資訊平台宣傳 | 本署112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.26-112.8.30; 不限次數 | 運動產業及企劃組 | 運動發展基金 | 健全運動產業環境促進體育運動發展計畫 | 12,000 | 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、提升政策宣導知曉度。 | Facebook、IG | |
| | 賽事轉播宣傳 | | 電視媒體 | 112.8.1-112.8.6; 1則 | 運動產業及企劃組 | 運動發展基金 | 健全運動產業環境促進體育運動發展計畫 | 192,000 | | | 三立家族、中天家族、TVBS家族 | |
| | | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.9-112.8.13; 不限次數 | | | | 5,000 | | | YouTube | |
| | 新聞專題宣傳 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.1-112.8.10; 不限次數 | 運動產業及企劃組 | 運動發展基金 | 健全運動產業環境促進體育運動發展計畫 | 25,000 | | | YouTube | |
| 體育署 | 「111學年度全國中等學校跆拳道錦標賽」賽事轉播及行銷宣導 | 無 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.2.10-112.2.26; 不限次數 | 運動產業及企劃組 | 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 | 中華中小學跆拳道聯合總會 | 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。 | YouTube | 8月核結 |
| 體育署 | 「中華民國111學年度全國中小學師生手球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導 | 無 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.2.15-112.2.22; 不限次數 | 運動產業及企劃組 | 運動發展基金 | 健全運動產業環境促進體育運動發展計畫 | 89,516 | 中華民國手球協會 | 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。 | YouTube | 8月核結 |
| 體育署 | 青春動滋券 | 112年度教育政策文宣通路採購案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.08.01-112.08.31 | 運動產業及企劃組 | 運動發展基金 | 健全運動產業環境促進體育運動發展計畫 | 369,675 | 民視文化事業股份有限公司 | 透過Google、IG、YouTube等網路投放，讓青春動滋券的發放運用更廣。 | Google精準受眾(學生)、IG、Youtube | |