

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9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 | 16,351,185 | | | | | |
| 體育署 | 線上媒合會宣傳-104人力銀行APP | 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) | 112.09.04-112.09.17; 不限次數 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 85,000 | 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APP | | |
| | 整體計畫宣傳-故事報導 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.09.08、112.09.20; 2則 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 50,000 | | | 今周刊官網 | | |
| | 整體計畫宣傳-YT廣告 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.09.04-112.09.17; 不限次數 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 150,000 | | | Youtube | | |
| 體育署 | 國民體育日 | 112年度全民運動整體行銷案 | 電視媒體 | 112.9.1-112.9.15; 720檔次 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 3,840,000 | 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。 | 中視、台視、華視、民視、東森家族、八大家族、三立家族、TVBS家族、福斯家族、Eleven Sports家族、緯來家族、探索家族、年代家族、非凡家族 | | |
| | 體育表演會 | | 電視媒體 | 112.9.1-112.9.16; 480檔次 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 2,690,000 | | | | | |
| 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) | 112.9.1-112.9.8; 2則 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 953,000 | 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。 | 自由時報電子報(9/7)、中時新聞網(9/8) | | |
| | 體育表演會 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.9.6-112.9.8; 2則 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 855,000 | | | | 聯合新聞網(9/8)、壹蘋果(9/6) | |
| | 國民體育日 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.9.1-112.9.24; 181.5萬人次 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 1,042,000 | | | | YouTube、ONE AD、Facebook | |

| 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 | 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) | 112.9.1-112.9.24; 1則 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | - | 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。 | GQ電子雜誌 | 加值回饋 |
| | 體育表演會 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.9.1-112.9.16; 127萬人次 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 690,000 | | | YouTube、ONE AD、Facebook | |
| | 體育表演會 | | 電視媒體 網路媒體(含社群媒體)轉播 | 112.9.16; 1則 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 2,750,000 | | | 年代、中視、壹綜合、LINE TODAY | |
| 體育署 | i運動FB、IG及YT圖文影音曝光 | 112年度全民運動社群媒體維運案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.09.01; 33.5萬人次 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 200,000 | 翹起運動有限公司 | 提升政策及活動能見度 | Facebook、IG、Youtube | |
| 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) | 112.9.1-112.9.10; 5萬人次 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 0 | 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。 | 7-11影音 | 加值回饋 |
| | 體育表演會 | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.9.1-112.9.10; 5萬人次 | 全民運動組 | 單位預算 | 國家體育建設 | 0 | | | 7-11影音 | 加值回饋 |
| 體育署 | 運動企業認證徵件宣傳 | 112年度運動企業認證系列活動案 | 平面媒體 | 112.9.1-112.9.30; 1則 | 全民運動組 | 運動發展基金 | 非亞奧運及基層運動人才培育計畫 | 90,000 | 遠見天下文化出版股份有限公司 | 提升我國職工族群規律運動人口比例及使企業主提升員工運動福利。 | 遠見雜誌(單頁廣告) | |
| | 運動企業認證徵件宣傳 | | 平面媒體 | 112.9.1-112.9.30; 1則 | 全民運動組 | 運動發展基金 | 非亞奧運及基層運動人才培育計畫 | 82,000 | | | 哈佛商業評論全球繁體中文版(單頁廣告) | |
| 體育署 | 運動產業媒體資訊平台宣傳 | 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) | 112.9.22-112.9.28; 不限次數(亞運宣傳片行政院院長、體育署署長); 亞運出賽名單3篇; 亞運抽獎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 | 98,000 | 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 | |
| | | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.9.18-112.9.24; 周天成、黑嘉嘉拍立得抽獎各1則 112.9.21-112.9.27; 亞運濾鏡抽獎1則 112.9.22-112.9.28; 不限次數(亞運宣傳片行政院院長、體育署署長); 亞運出賽名單3篇 | 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 | | | | Instagram | |
| 體育署 | | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.9.14-112.9.20; 不限次數(今天不只聊運動ep2、動滋戰報8月號、我也是運動咖欸ep1) 112.9.18-112.9.24; 不限次數(我也是運動咖欸ep2) 112.9.22-112.9.28; 不限次數(亞運宣傳片行政院院長、體育署署長) | 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 | | | | YouTube | |

| 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 | 運動產業媒體資訊平台宣傳 | 112年度國內運動賽事錄影轉播及行銷宣導委辦案 | 電視媒體 | 112.9.21-112.10.5; 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 | 165,000 | 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 | 三立家族(動滋訂閱宣傳片) | |
| 體育署 | 賽事轉播宣傳 | | 電視媒體 | 112.8.31-112.9.10; 1則(TVBS家族) 112.9.11-112.9.20; 各1則(非凡家族、東森家族) | 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 | 384,000 | | 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 | TVBS家族(青春動滋券)、非凡家族、東森家族(9月宣傳片) | |
| 體育署 | | | 廣播媒體 | 112.9.7-112.9.20; 各1則20秒 | 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 | 115,000 | | 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。 | 好事聯播網 中廣新聞網 | |
| 體育署 | | | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.31-112.9.6; 不限次數(青春動滋券) 112.9.13-112.9.20; 不限次數(9月宣傳片) 112.8.31-112.9.9; 不限次數(google關鍵字) 112.9.14-112.9.20; 1則(新聞聯播網) | 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 | 40,000 | | 提升政策宣導知曉度。 | YouTube google關鍵字 新聞聯播網 | |
| 體育署 | 新聞專題宣傳 | | 電視媒體 | 112.9.20-112.10.8(亞運期間), 4支主題-電競/射擊/拳擊/武術 | 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 | 240,000 | | 提升政策宣導知曉度。 | 緯來體育 | |
| 體育署 | 「2023春季踢拳錦標賽」賽事轉播及行銷宣導 | 無 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.7-112.8.13; 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 | 21,850 | 中華民國踢拳道協會 | 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。 | Facebook YouTube | 9月核結 |
| 體育署 | 「112年青年盃全國軟式網球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導 | 無 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.3.20-112.3.27; 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 | 135,135 | 中華民國軟式網球協會 | 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。 | Facebook YouTube | 9月核結 |
| 體育署 | 「2023台灣女子棒球聯賽」賽事轉播及行銷宣導 | 無 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.6.26-112.7.2; 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 | 193,200 | 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。 | Facebook YouTube | 9月核結 |
| 體育署 | 「2023婕斯羽霸盃全國青少年羽球錦標賽」賽事轉播及行銷宣導 | 無 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.8.14-112.8.20; 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 | 165,000 | 中華運動競技教育發展協會 | 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。 | Facebook YouTube | 9月核結 |

| 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 | Facebook社群經營 | 112年度教育政策文宣通路採購案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.03.01-112.09.30 | 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 | 100,000 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 透過臉書社群貼文及分享達到部內政策宣導 | Facebook | |
| 體育署 | 互動式網站設計製作(前期企劃設計開發) | 112年度教育政策文宣通路採購案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.08.01-112.09.30 | 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 | 300,000 | 民視文化事業股份有限公司 | 建置並透過互動式網站進行網路互動，並從中達到部內重點政策的宣導效果， | 互動式網站 | |
| 體育署 | LINE官方帳號 | 112年度教育政策文宣通路採購案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.06.01-112.09.30 | 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 | 295,000 | 三立電視股份有限公司 | 透過LINE官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣本部政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。 | LINE | |
| 體育署 | LINE系統模組 | 112年度教育政策文宣通路採購案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.06.01-112.09.30 | 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 | 405,000 | 三立電視股份有限公司 | 透過LINE官方帳號社群行銷經營方式宣傳，推廣本部政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。 | LINE | |
| 體育署 | 部內重大政策運用社群媒體進行宣傳 | 112年度教育政策文宣通路採購案 | 網路媒體(含社群媒體) | 112.08.01-112.09.30 | 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 | 217,000 | 民視文化事業股份有限公司 | 透過臉書、IG社群行銷經營方式宣傳，推廣本部政策，並經由數位社群網網相連，達到多方推廣的效益。 | Facebook Instagram | |