

教育部主管基金111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱 | 宣導項目、標題及內容 | 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 | |
|----------|------------|----------------------|-------------|-------------------|-------|--------|-----------------|---------|------------------|--|--|------------------------------------|
| 體育署合計 | | | | | | | 11,326,900 | | | | | |
| 單位預算小計 | | | | | | | 1,061,900 | | | | | |
| 1. | 體育署 | 學生水域安全宣導 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.7.1-111.8.8 | 學校體育組 | 單位預算 | 體育教育推展 | 581,500 | 啟示廣告公司 | 透過觀看動畫影片提升受眾對於水域安全的認知，並學會遭遇溺水時，該如何正確救溺。 | Facebook Instagram Youtube | 主視覺設計、活動網頁設計及建置粉絲團貼文共計11萬元，為廠商加值回饋 |
| 2. | 體育署 | 111年全國登山日推廣計畫 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.8.1-111.10.31 | 全民運動組 | 單位預算 | 體育教育推展 | 460,400 | 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。 | 全國登山日網頁、Facebook | |
| 3. | 體育署 | 身心障礙運動推廣-線上活動資訊露出 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.20-111.9.30 | 全民運動組 | 單位預算 | 體育教育推展 | 20,000 | 太乙媒體事業有限公司 | 提升身心障礙者接收運動資訊度，提高升建立規律運動習慣之可能性；並藉此提升國人對於身心障礙者運動權之認識。 | Google、Yahoo、YouTube、Facebook、Instagram、Line | |
| 運動發展基金小計 | | | | | | | 10,265,000 | | | | | |
| 1. | 體育署 | 線上媒合會宣傳-104人力銀行APP廣告 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.7.4-111.7.17 | 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 | 102,500 | 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。 | 104人力銀行APP | |
| | | 整體計畫宣傳-宣傳短片、YT廣告 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.6.30-111.7.17 | | | | 362,000 | | 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。 | 「運動好人才企業動起來」計畫網頁、Facebook粉絲專頁、Youtube | |

教育部主管基金111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱 | 宣導項目、標題及內容 | 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 |
|--------|--------------------------------|-------------|-------------------|----------|--------|--------------------|---------|------------------|---|----------------------------|------|
| 2. 體育署 | 運動產業媒體資訊平台宣傳 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.7.13-111.8.2 | 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 | 700,000 | 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。 | Facebook、Youtube、Instagram | |
| | 新聞專題露出 | 電視媒體 | 111.7.1-111.7.31 | | | | | | | 緯來體育台、緯來精采台 | |
| | 國內運動賽事露出 | 電視媒體 | 111.7.11-111.7.30 | | | | | | | 東森家族、民視家族 | |
| | | 網路媒體(含社群媒體) | 111.7.21-111.7.30 | | | | | | | Youtube | |
| 3. 體育署 | 111年全國室外拔河錦標賽暨2022世界室外錦標賽國手選拔賽 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.4.25-111.5.1 | 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 | 中華民國拔河運動協會 | 提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度。 | Facebook | |
| 4. 體育署 | 整體計畫宣傳-故事報導 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.8.8 | 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 | 26,500 | 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。 | 今周刊官網 | |
| 5. 體育署 | 體育表演會-30秒CF廣告 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.8.19-111.8.31 | 全民體育組 | 運動發展基金 | 非亞奧運及基層運動人才培育計畫 | 266,000 | 貝立德股份有限公司 | 為響應國民體育日三免費一優惠政策，爰其中一項免費為體育表演會活動免費參與，並同步轉播，為提升民眾活動參與率及轉播收視率，爰進行廣告託播。 | Youtube ONE AD | |
| 6. 體育署 | 運動企業認證徵件宣傳媒體露出 | 平面媒體 | 111.7.1-111.7.31 | 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 | 0 | 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。 | 《哈佛商業評論》全球繁體中文版7月號 | 廠商回饋 |

教育部主管基金111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱 | 宣導項目、標題及內容 | 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 |
|-------------|----------------------|-------------|-------------------|----------|--------|--------------------|---------|------------------|---|------------------|----|
| 7. 體育署 | 「運動i臺灣2.0」原住民族專案資訊露出 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.7.29 | 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 | 10,000 | 國立高雄科技大學 | 介紹「運動i臺灣2.0」各地特色賽事及活動，鼓勵民眾踴躍參加，據以培養運動習慣，實踐運動健身快樂人生的目標。 | LINE官方帳號「i運動資訊」 | |
| 8. 體育署 | 111年全國總統盃曲棍球錦標賽 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.7.21-111.7.26 | 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 | 65,000 | 中華民國曲棍球協會 | 提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度。 | Facebook、Youtube | |
| 9. 體育署 | 第3屆全國中小學空手道對抗賽 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.8.6-111.8.14 | 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 | 210,000 | 中華民國空手道協會 | 提升國人賽事觀賞人口，增加基層賽事曝光度。 | Facebook、Youtube | |
| 10. 體育署(分攤) | 國民體育日 | 網路媒體(含社群媒體) | 111年9月 | 運動產業及企劃組 | 運動發展基金 | 健全運動產業環境促進運動發展計畫 | 90,000 | 三立電視 | 透過Youtube桌機版及行動版投放國民體育日影片，達到預估觀看50,000次人數的傳播效益。 | Youtube | |
| 11. 體育署 | 「運動i臺灣2.0」體適能檢測資訊露出 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.21 | 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 | 10,000 | 國立高雄科技大學 | 介紹「運動i臺灣2.0」各地特色賽事及活動，鼓勵民眾踴躍參加，據以培養運動習慣，實踐運動健身快樂人生的目標。 | LINE官方帳號「i運動資訊」 | |
| | 國民體育日圖文推廣訊息 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.9、111.9.16 | | | | 16,000 | | | | |
| | 全國登山日圖文推廣訊息 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.5 | | | | 8,000 | | | | |
| | 國民體育日線上懶人包 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.1-111.10.2 | | | | 12,000 | | | | |
| 12. 體育署 | 整體計畫宣傳-故事報導 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.1、111.9.22 | 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 | 53,000 | 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。 | 今周刊官網 | |

教育部主管基金111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱 | 宣導項目、標題及內容 | 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 |
|---------|---------------|-------------|-------------------|-------|--------|-----------------|-----------|----------------|--------------------------------|--|------|
| 13. 體育署 | 國民體育日-30秒CF廣告 | 電視媒體 | 111.9.1-111.9.17 | 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 | 3,600,000 | 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、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-30秒CF廣告 | 電視媒體 | 111.9.1-111.9.17 | | | | 2,400,000 | | | | |
| 14. 體育署 | 國民體育日 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.7-111.9.9 | 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 | 820,000 | 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)、台灣時報新聞網、信傳媒 | |
| | 國民體育日-30秒CF廣告 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.1-111.9.11 | | | | 317,000 | | | | |
| 15. 體育署 | 體育表演會 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.6-111.9.17 | 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 | 470,000 | 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。 | 聯合新聞網(9/6)、東森新聞(9/8) | |
| | 體育表演會-30秒CF廣告 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.1-111.9.16 | | | | 317,000 | | | | |
| 16. 體育署 | 國民體育日-30秒CF廣告 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.8.25-111.9.11 | 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 | 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。 | Facebook廣告投放 | 廠商回饋 |
| 17. 體育署 | 體育表演會-30秒CF廣告 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.8.17-111.9.16 | 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 | 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。 | Facebook廣告投放 | 廠商回饋 |
| 18. 體育署 | 運動企業認證宣傳媒體露出 | 平面媒體 | 111.9.1-111.9.30 | 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 | |

教育部主管基金111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

| 機關名稱 | 宣導項目、標題及內容 | 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 |
|---------|------------------|-------------|------------------|-------|--------|-----------------|---------|----------------|--------------------------------|--|------|
| 19. 體育署 | 運動企業認證 宣傳媒體露出 | 廣播媒體 | 111.9.2-111.9.30 | 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 | 0 | 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。 | Apple Podcasts 《請聽，哈佛管理學》 | 廠商回饋 |
| 20. 體育署 | 體育表演會媒體露出 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.1-111.9.17 | 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 | 130,000 | 名衍行銷股份有限公司 | 提升國人對於本署推動國民體育日知曉度及辨識度。 | Yahoo 新聞、HiNet 生活誌、LINE TV、NOWnews、聯合報、中時新聞網 | |
| | 國民體育日媒體、影音露出 | 網路媒體(含社群媒體) | 111.9.1-111.9.20 | | | | 70,000 | | | Yahoo 新聞、HiNet 生活誌、LINE TV、NOWnews、聯合報、中時新聞網、YouTube | |