

農業部媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年1月

項次	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
1	農業部	社群媒體維運經營(含社群媒體辦理政策宣導、打擊假消息即時回應或民眾疑問圖卡、影片製作)	114年度加強新媒體農業傳播計畫	網路	114. 1	秘書處	公務預算 非營業特種基金	各單位分攤經費來源預算科目如下： 1. 農業部：農業管理 2. 林業保育署：林業發展 3. 漁業署：漁業管理 4. 農村水保署：農村再生基金-農村再生規劃及人力培育計畫 5. 農業金融署：農業金融業務 6. 動植物防疫檢疫署：動植物防疫管理 7. 農糧署：農糧管理 8. 農水署：農田水利發展	247, 500	中華電視股份有限公司	維運農業部臉書粉絲專頁、line@及YT頻道等社群媒體，製作圖卡訊息及影音，並協助處理重大記者會直播及相關臨時交辦事件。透過本部自媒體向民眾傳遞正確的農業知識，擴散農政訊息能見度。	農業部FB、LINE@、YT及IG	
2	農業部	「農漁畜產任君選 金蛇迎春過好年」記者會直播	小額採購	網路	114. 1. 17	秘書處	公務預算	一般行政-基本行政工作維持-一般事務費		綵陞創意整合行銷有限公司	農曆春節係民眾採購年貨、送禮、祭祀、親友團聚的高峰期，同時帶動蔬果、魚肉、花卉等農產品的消費需求。為充裕供應年節所需，農業部盤點農、漁、畜產品的節前供應狀況，規劃調配措施，同時農業部舉辦記者會及線上直播，確保國人皆能安心採購所需食材。	農業部FB	廠商回饋
3	農業部	農業缺工相關議題	113年度農業人力媒合管理平台計畫	網路	114. 1. 1- 114. 12. 18	農民輔導司	非營業特種基金	農村再生基金-農村再生規劃及人力培育計畫-農村農產業人力活化計畫		凌誠科技股份有限公司	1. 持續強化宣傳能量、運用社群媒體等多元管道提升宣傳能量，推廣平臺及APP的使用率。 2. 辦理農業人力平臺、社群媒體及APP協助推播農業缺工相關議題。	農業人力資源平臺、「農業缺工小精靈」FB&Line@「農業缺工好幫手」APP	廠商回饋
4	農業部	計畫輔導成果推廣	114農產電子商務包裝及品牌輔導專案管理	網路	115. 1. 1- 115. 1. 30	國際事務司	非營業特種基金	農損基金-農產品全球通路拓展計畫	150, 000	台灣設計研究院	製作計畫輔導成果影音素材並於社群媒體FB推廣	農業部FB粉專	

填表說明：
1. 媒體、網路媒體(含社群媒體)及電視媒體辦理政策及業務宣導為填表範圍。

- 2. 所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
- 3. 凡案件等無須刊登政府電子採購網者，則以辦理媒體政策及業務宣導相關文件（如契約等）之案名填列。
- 4. 填列，如109.10.1-109.12.31(涵蓋期程)；109.10.1、109.12.1(播出時間)或2次(刊登次數)。
- 5. 關或國營事業之內部業務承辦單位。
- 6. 預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
- 7. 益表（收支餘絀表）3級科目（xx成本或xx費用）；財團法人填至收支營運表3級科目（xx支出或xx費用）。
- 8. 費廣告等補充說明，請列入備註欄表達。

