

計畫名稱：109 年度「加強提升我國展覽國際競爭力方案」

第 3 季執行情形

計畫介紹：

為提升我國展覽產業專業化、國際化及科技化程度，並提高我國專業展全球知名度與影響力，爰執行「加強提升我國展覽國際競爭力方案」。

(一) 109 年度第 3 季預算及工作內容

109 年第三季預算新台幣 77,850 千元，全年法定預算新台幣 252,500 千元，主要工作內容為配合產業需要開發及強化展覽、加強洽邀外商人士來臺觀展及採購、辦理重要展覽行銷推廣、強化臺灣國際專業展科技化服務及網站推廣。

(二) 第 3 季績效說明

主要項目	年度目標	本季完成量	累計完成量
配合產業需要開發及強化展覽	辦理 1 項展覽。	無	無
辦理重要展覽行銷推廣	辦理 35 案展覽國內外推廣活動。	已辦理 8 案展覽國內外推廣活動，產業包括汽機車零配件、生技醫療及機械零組件等。	已辦理 15 案展覽國內外推廣活動，產業包括化學及製品、生技醫療、綠能、資通訊、汽機

主要項目	年度目標	本季完成量	累計完成量
			車零配件及機械零組件等。
強化臺灣國際專業展科技化服務及網站推廣	<ol style="list-style-type: none"> 1. 維運臺灣國際專業展網站系統，網站流量為310萬訪次。 2. 網路投放關鍵字、社群及多媒體廣告，總計為臺灣國際專業展導入138萬1,000次點擊率及1,400萬次曝光數。 3. 服務10,000家參展廠商上載商品型錄於網站。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 維運臺灣國際專業展網站系統，網站流量為103萬4,000訪次。 2. 網路投放關鍵字、社群及多媒體廣告，總計為臺灣國際專業展導入41萬6,050次點擊率及340萬2,965次曝光數。 3. 已服務4,617家參展廠商上載商品型錄於網站。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 維運臺灣國際專業展網站系統，網站流量為225萬3,000訪次。 2. 網路投放關鍵字、社群及多媒體廣告，總計為臺灣國際專業展導入51萬5,778次點擊率及436萬7,731次曝光數。 3. 已服務6,803家參展廠商上載商品型錄於網站。