

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月

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
病病管制署	登革熱防治-雨後落實「巡、倒、清、刷」，預防登革熱	網路/文字訊息	8/9-8/15	公共關係室	-	-	0	民視文化事業股份有限公司	宣導登革熱防治	民視新聞網

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月（依112年5月12日社家金字第1120105653號函新增）

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
社會及家庭署	110年慶祝母親節「媽媽的斜槓人生」系列	專案企劃（活動、文案設計、及通路投放）	3/3-8/10	婦女福利及企劃組	公務預算	業務費	819,000	芒果遊戲股份有限公司	1. Facebook觸及率：110,073人次。 2. 遊戲系統平台 (1)網頁瀏覽量774,836人次。 (2)使用者人數量逾3萬人次。	臉書粉絲團、YT、芒果遊戲遊戲系統平台
社會及家庭署	身心障礙福利機構及團體秋節聯合推廣	網路	8/1-8/7	身心障礙福利組	基金預算	-	127,040	三立電視股份有限公司	預估曝光300,000次	Youtube串流廣告
社會及家庭署	身心障礙福利機構及團體秋節聯合推廣	網路	8/1-8/7	身心障礙福利組	基金預算	-	43,690	三立電視股份有限公司	預估觀看30,000次	FaceBook PPA Video
社會及家庭署	身心障礙福利機構及團體秋節聯合推廣	戶外	8/1-8/14	身心障礙福利組	基金預算	-	121,660	三立電視股份有限公司	300,000檔次曝光	樂樂小黃車內電視廣告
社會及家庭署	身心障礙福利機構及團體秋節聯合推廣	專案企劃（活動、文案設計、及通路投放）	8/1-8/31	身心障礙福利組	公務預算	業務費	458,500	集思創意顧問股份有限公司	預估活動網站觸及人次達6,000人次，播出電視媒體廣告20檔，ICRT廣告81檔。	臉書粉絲團、ICRT、活動官網。
社會及家庭署	兒少收出養制度	戶外	8/2-8/8	家庭支持組	基金預算	-	388,500	聯利媒體股份有限公司	強化民眾建立正確收養觀念，播出廣告323,624檔次	台北捷運月台層電視廣告、全省711便利商店iCHANNEL
社會及家庭署	預防兒少遭擅帶離家	戶外	8/1-8/31	家庭支持組	基金預算	-	188,100	聯利媒體股份有限公司	引導民眾以子女利益為依歸，理性處理監護權爭議，播出廣告303,690檔次	全省國光BUS TV
社會及家庭署	未成年懷孕預防及家庭支持	戶外	8/15-8/21	家庭支持組	基金預算	-	137,900	聯利媒體股份有限公司	強化民眾對於全國未成年懷孕諮詢專線及求助網站訊息認知，播出廣告252檔次。	全省全家便利商店電視Fami Channel
社會及家庭署	未成年懷孕預防及家庭支持	戶外	8/15-8/21	家庭支持組	基金預算	-	119,000	聯利媒體股份有限公司	強化民眾對於全國未成年懷孕諮詢專線及求助網站訊息認知，播出廣告49檔次。	全省711便利商店電視iChannel
社會及家庭署	110年臺灣女孩日宣導活動(A110015)	平面、網路媒體	110/08/02-10/30	兒少福利組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	1,360,000	聯合線上股份有限公司	1. Facebook貼文宣傳、網路媒體報導24則露出及線上直播論壇等合計觸及4,379,434人。 2. 報紙平面媒體4則露出，合計觸及3,568,190人。 共計受益人數7,547,624人	1. 網路媒體：Yahoo新聞、Line Today、Pchome新聞網、Hinet生活誌、台灣新聞聯播網等12家媒體 2. 社家署官方Facebook、官方YouTube 3. 平面媒體：聯合報

衛生福利部主管機關(含國營事業、基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月(1110315)

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
食品藥物管理署	推廣「TFDA化粧品安全使用粉絲團」	臉書粉絲專頁推廣	110.8.24-8.31	醫療器材及化粧品管理組	藥03	政策宣導費	13,582	群策公關顧問有限公司	提升民眾化粧品安全使用認知	網路	
食品藥物管理署	推廣「藥物濫用防制衛教」	網路遊戲	110.8.01-12.31	管制藥品組	藥粧02	政策宣導費	347,800	爆米花數位資訊股份有限公司	提升民眾反毒知識	網路	
食品藥物管理署	新住民宣導食品標示	廣播	110.8.18-8.31	食品組	食07	政策宣導費	96,330	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾食品安全認知	寶島客家電台周一至周五	
食品藥物管理署	推廣正確使用洗髮精	臉書粉絲團	110.8.09	企劃及科技管理組	食07	政策宣導費	94,500	牛蛙股份有限公司	提升民眾化粧品安全使用認知	「老闆這魚」臉書粉絲團	

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月（1101012新增「藍字」部分）

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
國民健康署	原民語之胃癌防治宣導廣播帶版權展延（2年）	其他	08/09	癌症防治組第一科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	15,762	凱絡	持續強化原民對於胃癌防治觀念。	原住民電台
國民健康署	檳榔防制暨口腔癌防治	其他（音樂版權授權展延）	08/09	癌症防治組第一科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	7,466	凱絡	持續針對高嚼檳族群，如運輸業者、農漁民等進行宣導	警廣等電台
國民健康署	癌症篩檢	活動/記者會	08/26	癌症防治組第一科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	99,548	凱絡	電子媒體採訪：三立、民視、八大、東森、公視、人間、自由、UDN等共計8家。平面媒體：至少5家。	凱絡
國民健康署	大腸癌篩檢及預防	電視	07/21-08/03	癌症防治組第一科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	722,993	三立	30秒GRPs為56.09，約等於1121萬8仟人次觀看。	三立家族、無線電視、新聞台等

國民健康署	大腸癌篩檢及預防	網路	07/21-08/03	癌症防治組第一科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	281,145	三立	預期曝光次數 7507000次	GOOGLE聯播網、FACEBOOK、LINE TODAY
國民健康署	大腸癌篩檢及預防	廣播	08/02-08/08	癌症防治組第一科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	106,160	三立	約340萬人次收聽。	飛碟聯播網、青春電台、正港電台、大千電台、高雄港都電台、中台灣廣播
國民健康署	肝癌防治	廣播	07/25-08/08	癌症防治組第二科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	258,000	民視	播出360檔，提高民眾對於肝癌防治的宣導認知以及應注意之事項。	新聞無所不談
國民健康署	肝癌防治	廣播	07/28-08/13	癌症防治組第二科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	90,100	民視	播出68檔，提高民眾對於肝癌防治的宣導認知以及應注意之事項。	無敵南霸天組合
國民健康署	肝癌防治	廣播	07/28-08/06	癌症防治組第二科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	130,000	民視	播出270檔，提高民眾對於肝癌防治的宣導認知以及應注意之事項。	飛碟聯播網

國民健康署	肝癌防治	廣播	07/28-08/16	癌症防治組第二科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	218,000	民視	播出320檔，提高民眾對於肝癌防治的宣導認知以及應注意之事項。	好事聯播網
國民健康署	肝癌防治	網路	07/27-08/08	癌症防治組第二科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	159,030	民視	預計曝光數達470,000次	Youtube、Google聯播廣告
國民健康署	我該不該做低劑量電腦斷層檢查	網路	08/23-08/29	癌症防治組第三科	-	-	0	三立	曝光2,000,000次	三立新聞網mobile
國民健康署	我該不該做低劑量電腦斷層檢查	平面	08/09-08/18	癌症防治組第三科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	477,936	三立	有線綜合： CPRP=5500(未稅)/10秒，預估30秒GRPs=10.61 有線新聞： CPRP=6500(未稅)/10秒，預估30秒GRPs=14.36	三立新聞、三立台灣
國民健康署	我該不該做低劑量電腦斷層檢查	電視	08/16-08/29	癌症防治組第三科	基金預算	32衛生保健工作 800擴大推動國家防癌工作 245業務宣導費	979,000	民視	10秒GRPs預估達成195.8	民視、民視新聞、TVBS新聞、TVBS、東森新聞、東森財經
國民健康署	各大報訊息稿	平面	08/25-08/27	菸害防制組第三科	-	-	0	凱絡	-	自由時報、聯合報

國民健康署	無菸職場宣導 (網路、平面)	網路	08/02- 08/08	菸害防制 組第三科	基金預 算	31菸害防制工作 200營造無菸支持 環境，辦理菸害教 育宣導 245業務宣導費	527,656	三立	1. Google聯播網 廣告：曝光 4,000,000次 2. Yahoo：為 3,000,000次 3. Gmail：預計點 擊7,200次。	Google聯播 網、Yahoo廣 告、Gmail廣 告、商業週刊
國民健康署	菸害防制宣導 (榕樹下戒菸篇)	電視	08/19- 08/28	菸害防制 組第三科	-	-	0	凱絡	-	MOD Barker
國民健康署	藍領戒菸(逗陣 來戒菸)	廣播	08/09- 08/22	菸害防制 組第三科	基金預 算	31菸害防制工作 200營造無菸支持 環境，辦理菸害教 育宣導 245業務宣導費	257,160	三立	共播出813檔，預 估觸及3,225萬人 次。	飛碟聯播網、 HIT FM聯播 網、正聲AM電 台
國民健康署	KOL合作(菜朝)	網路	08/20	菸害防制 組第三科	基金預 算	31菸害防制工作 200營造無菸支持 環境，辦理菸害教 育宣導 245業務宣導費	177,860	三立	於該名KOL之 Facebook及 Instagram露出宣 導圖文。	Facebook、 Instagram
國民健康署	戒菸宣導-網路 溫度計	網路	08/25	菸害防制 組第三科	基金預 算	31菸害防制工作 200營造無菸支持 環境，辦理菸害教 育宣導 245業務宣導費	348,138	三立	於網路溫度計大 數據分析平台露 出宣導文章。	網路溫度計大 數據分析平台

國民健康署	社區健康推廣 (「陪練」也不虧！運動互相有照應！)	網路(文字訊息)	08/16	社區健康組第一科	-	-	0	民視	呼籲民眾選擇適合的運動，維持動態生活	民視新聞網
國民健康署	母乳哺育(母乳哺育你我一同守護)	活動/記者會	08/12-08/15	婦幼健康組第二科	基金預算	32衛生保健工作 201提升婦女健康及母子保健服務-營造母親親善哺乳環境 245業務宣導費	233,000	民視	新聞露出至少12則。	民視文化
國民健康署	助圓夢、安心生，國家跟你一起	網路	07/24-07/30	婦幼健康組第三科	-	-	0	三立	總曝光2,003,060次	三立新聞網
國民健康署	代謝症候群	網路	08/19	慢性疾病防治組第	-	-	0	宏將	-	民視新聞粉絲團
國民健康署	影片(就醫提問單、糖尿病防治-腎病變篇)音樂版權展延	其他	08/02	慢性疾病防治組第三科	基金預算	32衛生保健工作 400提升中老年健康促進方案 245業務宣導費	98,840	宏將	影片「就醫提問單」展延無限期；影片「糖尿病防治-腎病變篇」展延5年	宏將
國民健康署	長者防跌妙招手冊	網路	07/12-07/18、07/26-08/01	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	宏將	強化長者對於防跌妙招的認識。	電台網站Banner(中廣流行網、好事聯播網)
國民健康署	肺阻塞防治	廣播	08/18-08/31	慢性疾病防治組第三科	基金預算	32衛生保健工作 400提升中老年健康促進方案 245業務宣導費	237,730	東森	強化民眾對肺阻塞防治的認識，收聽人次約984,000。	草根鄉親聯播網組合(8台)+都會計程車運將聯播網(5
國民健康署	代謝症候群	網路(訊息)	08/19	慢性疾病防治組第	-	-	0	宏將	-	民視數位新聞網



國民健康署	代謝症候群	活動/記者會	08/19	慢性疾病防治組第三科	基金預算	32衛生保健工作 400提升中老年健康促進方案 245業務宣導費	75,322	士奇	新聞露出至少25則，電視台至少5家。	士奇
國民健康署	代謝症候群	網路	08/19	慢性疾病防治組第	-	-	0	宏將	-	中廣流行網電台APP
國民健康署	糖尿病防治	網路(貼文)	08/25	慢性疾病防治組第	-	-	0	宏將	-	民視新聞粉絲團
國民健康署	C肝篩檢	網路	08/23	慢性疾病防治組第	-	-	0	聯利	強化C型肝炎篩檢重要性認知	TVBS新聞網
國民健康署	C肝篩檢	網路	8/23-8/29	慢性疾病防治組第	-	-	0	民視	強化C型肝炎篩檢重要性認知	民視官網廣告BANNER
國民健康署	代謝症候群	電視	8/19	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	士奇	-	TVBS、民視、八大、三立、壹電視
國民健康署	預防代謝症候群	網路	08/20	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	東森	讓國人了解預防代謝症候群自我健康管理之重要性	新頭條網站
國民健康署	C肝篩檢	網路	08/19	慢性疾病防治組第	-	-	0	凱絡	強化C型肝炎篩檢重要性認知	YAHOO新聞網
國民健康署	代謝症候群	戶外	08/06-08/19	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	宏將	-	信義A8戶外電視牆

國民健康署	更年期專線	廣播	08/18-08/31	慢性疾病防治組第三科	基金預算	32衛生保健工作 400提升中老年健康促進方案 245業務宣導費	226,190	東森	持續提供更年期婦女保健諮詢及提升自我健康管理，推估收聽人次約829,000。	婦女新知聯播網廣播組合與生活好厝邊150聯播網，共15台
國民健康署	菸害防制（我的英雄老爸不吸菸）	其他（新聞素材）	8/5-8/8	菸害防制組第三科	-	-	0	三立	鼓勵民眾透過戒菸成功案例尋求正確戒菸管道與心情調適。	一般民眾
國民健康署	菸害防制（我的英雄老爸不吸菸）	其他（新聞素材）	8/5	菸害防制組第三科	-	-	0	凱絡	提高菸害防制記者會之宣導效益，於非凡新聞進行露出。	一般民眾
國民健康署	健康氣象跨域服務	其他（新聞素材）	8/24-8/25	社區組	-	-	0	三立	提高國健署「健康APP」新聞露出	一般民眾
國民健康署	預防代謝症候群（防疫宅家腰圍八九十安康）	其他（新聞素材）	8/16-8/20	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	三立	加強民眾代謝症候群之健康識能。	一般民眾

國民健康署	母乳哺育(你我一同守護)	其他(新聞素材)	8/12-8/13	婦幼組	-	-	0	三立	推廣哺餵母乳與爸爸媽媽共同攜手關懷寶寶健康之宣導政策。	一般民眾
國民健康署	定期癌症篩檢(健康IN癌症OUT)	其他(新聞素材)	8/26-8/27	社區組	-	-	0	三立	記者會新聞露出	一般民眾
國民健康署	定期癌症篩檢(健康IN癌症OUT)	其他(新聞素材)	8/26-8/27	社區組	-	-	0	東森	宣導定期癌症篩檢、早期發現早期治療重要性。	一般民眾

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月（1101102補登）

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
國民健康署	熱傷害防制	廣播	06/15-08/31	社區健康組	基金預算	32衛生保健工作 500健康友善支持環境(社區、職場及學校含健康體能業務) 245業務宣導費	94,710	內政部警政署警察廣播電臺	加強國人對防範熱傷害等相關之健康識能，共計播放89檔次。	中央廣播電台

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月

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
心理及口腔健康司	COVID-19醫事人員心理健康支持方案	網路/文字訊息	8/16-9/2	1科	-	-	0	民視文化事業股份有限公司	提供醫事人員心理健康支持方案相關訊息	民視新聞網

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月（110/12/06新增）

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
社會救助及社工司	兒童及少年未來教育發展帳戶	LINE TV廣告宣導影片	8/1-8/4	1科	-	-	0	民視文化事業股份有限公司	保證29,000次以上觀看	LINE TV影片前廣告(30秒素材)
社會救助及社工司	兒童及少年未來教育發展帳戶	有線頻道廣告	8/18-9/6	2科	-	-	0	格威傳媒股份有限公司	1. 緯來體育台廣告，播出70檔(8/18-8/27)，推估接觸人次為572,712人次。 2. 緯來戲劇台，播出20檔(8/28-9/6)，推估接觸人次	1. 有線電視_緯來體育台 2. 有線電視_緯來戲劇台

衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月 (1101228刪除重複項目)

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
保護司	老人保護	廣播	8/16-8/30	二科	資源回饋	-	0	格威傳媒股份有限公司	係針對中南部及東部地區老年族群置入廣播宣導，加強社會大眾對家庭暴力通報的概念及對老人保護議題的重視，整體預計撥出60檔次	國聲電台、成功電台、蘭陽廣播電台、蓮友電台
	老人保護	戶外	8/16-9/15	二科	資源回饋	-	0	格威傳媒股份有限公司	透過30秒短片，向視聽者傳達有關老人保護議題，期以提升社會大眾對該議題之重視及求助管道。約264,000檔/月檔/月(約550台播放方式，平均每台車每日行駛8小時，每小時播放2檔)	國光BUS TV-全線
	老人保護	廣播	8/9-8/18	二科	公務預算	110年度公務預算/保護服務業務/03強化社會安全網計畫/0200業務費/2054一般事務	297,633	凱絡媒體服務股份有限公司	加強社會大眾對家庭暴力通報的概念及對老人保護議題的重視，預計收聽人次可達60萬人次。	正聲台北電台、客家電台、中部調頻電台、嘉雲廣播電台、曾文溪廣播電台、正聲高雄電台、大寶桑電台、金馬之聲、幸福廣播電台、關懷電台、山城電台、嘉義之音及南方之音電台等13家廣播電台
	親密關係暴力	素材(影片)	8月-12月	二科	公務預算	110年度公務預算/保護服務業務/03強化社會安全網計畫/0200業務費/2054一般事務	406,483	凱絡媒體服務股份有限公司	本次針對「親密關係精神暴力宣傳」主題，規劃製作90秒動畫影片(含腳本發想、2D製作、剪接、後製、配音、頻寬、音樂授權)-預計將同步上刊至關鍵評論網媒體平台-Youtube 頻道與 Facebook Brand Studio，影片並以圖文形式製作為廣編進行推廣，影片影音廣告推廣14天，預計瀏覽量1.5萬次、觸及人數3萬人。	關鍵評論網媒體平台-Youtube 頻道與 Facebook Brand Studio及本部官方粉絲頁及本司Youtube頻道

衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月(1101108補登)

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
綜合規劃司	孕產婦心理健康(孕媽咪神隊友,都有小撇步)	新媒體	8/18-8/30	綜合規劃司	菸金	245業務宣導費	990,000	民視文化事業股份有限公司	曝光達7,142,857以上	鎖定網路使用行為進行廣告精準投遞,觸及曾搜尋過懷孕、生產、育兒相關議題的網友
綜合規劃司	孕產婦心理健康	戶外	8/12-8/25	綜合規劃司	菸金	245業務宣導費	1,714,880	民視文化事業股份有限公司	曝光約11,345,460秒	PDP電視聯播(台北捷運+新北環狀線)、高捷月台電視影音聯播、7-11 Open-Channel、車隊LiFE TV影音廣告、國光客運車內影音
綜合規劃司	孕產婦心理健康(孕婦篇、產婦篇)	宣導品、網路	8/25、8/27	綜合規劃司	菸金	245業務宣導費	186,220	民視文化事業股份有限公司	加強宣導孕產婦心理健康議題,提升與建立民眾對於求助管道的了解	民眾
綜合規劃司	疫情心理健康	素材、廣播	8/1-8/31	綜合規劃司	菸金	245業務宣導費	450,000	格威傳媒股份有限公司	1.錄音製作國、台語版廣播素材各乙支。	HIT FM聯播網、好事聯播網、寶島新聲



衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：8月（1101207修正）

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
社會保險司	109年國民年金動畫/像極了愛情篇	網路	8/8-8/21	二科	加值回饋	-	-	三立電視股份有限公司	影片曝光率為5,603,665次	三立新聞PC+Mobile文末
社會保險司	國民年金相關業務	廣播	8/1-8/31	勞動部勞工保險局	衛生福利部主管國民年金保險基金	業務費用	16,480	內政部警政署警察廣播電台	共計播出20檔，依電台收聽率，至少觸及287.5萬人。	警廣
社會保險司	國民年金業相關務	廣播	8/1-8/31	勞動部勞工保險局	衛生福利部主管國民年金保險基金	業務費用	730,860	每日廣播事業股份有限公司、飛碟廣播股份有限公司、快樂廣播事業股份有限公司、人人廣播股份有限公司	共計播出3,915檔，依各電台收聽率，至少觸及141.2萬人。	全國各地區電台
社會保險司	郭子乾「國保遺屬年金，讓愛不間斷」、「國保電子帳單，E下就搞定」	平面（全十）	8/18、8/25	勞動部勞工保險局	衛生福利部主管國民年金保險基金	業務費用	90,000	民眾傳播事業有限公司	依紙本發行量，每日至少觸及3萬人。	民眾日報

更新至112年12月7日10:05止