

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11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	流感防治（公費流感疫苗第二階段開打了）	平面	11/15	公共關係室	-	-	-	凱絡媒體服務股份有限公司	加強宣導流感防治重要性及施打流感疫苗重要性	太平洋日報
病病管制署	流感防治（呼籲長者及學齡前幼兒儘速接種流感疫苗）	廣播	11/29	公共關係室	-	-	-	凱絡媒體服務股份有限公司	加強宣導流感防治重要性及施打流感疫苗重要性	寶島新聲
病病管制署	新A流防治（防疫醫師遠離新型A型流感）	新媒體	11/18	公共關係室	-	-	-	凱絡媒體服務股份有限公司	宣導新型A型流感防疫知識	蘋果新聞網、YAHOO新聞
病病管制署	傳染病防治（第十屆東南亞及西太平洋雙區聯合應用流行病學研討會）	網路	11/2	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	分享交流傳染病監測、疫情調查資訊及COVID-19防治經驗	民視新聞網/民視家族粉絲團
病病管制署	流感防治（公費流感疫苗第二階段開打了）	平面	11/15	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	加強宣導流感防治重要性及施打流感疫苗重要性	自由時報基宜花版
病病管制署	新A流防治（防疫醫師帶你遠離新型A型流感）	新媒體	11/18	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	宣導新型A型流感防疫知識	民視新聞網/民視家族粉絲團
病病管制署	流感防治（公費流感疫苗開打了）	電視	11/1-11/7	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	加強宣導流感防治重要性及施打流感疫苗重要性	民視數位台

病病管制署	流感防治(勇氣篇)	電視	11/22-11/26	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	加強宣導流感幼兒施打流感疫苗重要性	知性旅遊&青年頻道
病病管制署	禽流感及腸病毒防治(小喜與朋友們系列兒歌)	網路	11/1-11/7	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	宣導幼兒禽流感及腸病毒防治重要性	Googl聯播網廣告
病病管制署	禽流感及腸病毒防治(小喜與朋友們系列兒歌)	網路	11/11-11/16	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	宣導幼兒禽流感及腸病毒防治重要性	好事聯播網、城市廣播網、寶島聯播網、大千電台BANNER連結
病病管制署	愛滋防治(呼籲各界築起戰勝愛滋之4道防線)	網路	11/30	公共關係室	-	-	-	民視文化事業股份有限公司	呼籲民眾勇於接受愛滋篩檢,正視愛滋議題	民視新聞網/民視家族粉絲團
病病管制署	流感防治(公費流感疫苗第二階段開打了)	平面	11/2	公共關係室	疫苗基金	印刷裝訂與廣告費	84,000	民意傳播顧問股份有限公司	加強宣導流感防治重要性及施打流感疫苗重要性	中華日報

衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11月(依112年5月12日社家企字第1120105653號函新增)

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
社會及家庭署	歡迎導盲犬進入公共場所	新媒體	7/27-11/30	身心障礙福利組	公務預算	110年社會福利業務-推展家庭支持服務-業務費	200,000	聯利媒體股份有限公司	粉專貼文觸及共達5,000觸及	社會及家庭署Facebook
社會及家庭署	身心障礙楷模金鷹獎	新媒體	11/18-11/27	身心障礙福利組	公務預算	03 推展身心障礙者福利服務	127,040	三立電視股份有限公司	輪播版位預估曝光5,000,000次	Google聯播網
社會及家庭署	身心障礙楷模金鷹獎	新媒體	11/18-11/27	身心障礙福利組	公務預算	03 推展身心障礙者福利服務	127,040	三立電視股份有限公司	輪播版位預估曝光300,000次	
社會及家庭署	身心障礙楷模金鷹獎	新媒體	11/18-11/27	身心障礙福利組	公務預算	03 推展身心障礙者福利服務	148,280	三立電視股份有限公司	總曝光數達30萬次以上	Mobile影音
社會及家庭署	身心障礙楷模金鷹獎	新媒體	11/14-11/27	身心障礙福利組	公務預算	03 推展身心障礙者福利服務	0	三立電視股份有限公司	輪播版位，曝光1,200,000次	三立新聞網(PC)
社會及家庭署	國際身心障礙者日系列活動_金鷹獎	新媒體	11/3-11/27	身心障礙福利組	公務預算	03 推展身心障礙者福利服務	0	集思創意顧問股份有限公司	預期數：200,000次	衛生福利部社會及家庭署Youtube(E線上影展)
社會及家庭署	社會福利服務中心簡介	電視	11/5-11/24	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	媒體政策及業務宣導費	2,000,000	格威傳媒股份有限公司	預估觀看觸及約7,800,000人次。	(1)TVBS、民視、三立、東森、年代、非凡、寰宇及壹電視新聞家族頻道。 (2)三立臺灣台、衛視中文台、東森戲劇台、八
社會及家庭署	社會福利服務中心簡介	戶外	11/8-11/14	家庭支持組	-	-	0	格威傳媒股份有限公司	預估觀賞200,000檔次。	曼都、名留、日式威廉、亂剪等350家連鎖美髮沙龍聯播電視。

社會及家庭署	110年度兒童權利公約第2次國家報告發表記者會 (A110011)	網路、平面、廣播及電視媒體	110/11/08-12/05	兒少福利組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	媒體政策及業務宣導費	688,000	聯合線上股份有限公司	<p>網路媒體：Facebook貼文宣傳，合計觸及316,866人次、累積按讚2,179人次。Google聯播網及關鍵字廣告4則露出，共22日次。電子新聞4則露出，共62日次。數據類媒體全案觸及1,401,764人。</p> <p>2. 平面媒體：2家露出1則，共2日次。</p> <p>3. 廣播媒體：中廣播1則，2日共35檔次</p> <p>4. 電視媒體：6家播放1則，共6日次</p>	<p>1. 網路媒體：Google聯播網、關鍵字廣告、聯合新聞網、台灣之音、蕃薯藤新聞、中時新聞網、新浪新聞、Yahoo新聞、Life新聞、Pchome新聞、尋夢好新聞、台灣好新聞、Line today等</p> <p>2. 平面媒體：國語日報、聯合報</p> <p>3. 廣播媒體：中廣</p> <p>4. 電視媒體：公視、民視、東森新聞、TVBS、壹電視、非凡商業新聞</p>
--------	-----------------------------------	---------------	-----------------	-------	-----------------	------------	---------	------------	--	--

衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11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
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念	新媒體	9/14-11/10	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	2,221,000	格威	閱覽人次為52.8萬人次(528,147)	Yahoo新聞「贏得人緣和健康，專家提醒別碰電子煙」資訊專區
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念	其他(焦點團體訪談)	11/15	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	150,000	格威	邀請8位無菸癮之高中職學生進行電子煙危害健康認知之焦點團體訪談，以作為後續針對高中職生製作電子煙防制宣導素材之重要參考。	格威
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念	戶外	11/11-11/24	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	208,986	格威	觸及青少年族群，合計播出1,600檔次。	7-11、全家及萊爾富等便利商店之店內電視
國民健康署	網路Banner輪播	新媒體	11/12-11/18	菸害防制組第三科	-	-	0	凱絡	女性戒菸圖卡廣告 共計7天	好事聯播網
國民健康署	酒害防制宣導(「拒絕勸酒、少喝酒」、「酒精不耐症」)	素材	11/01	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	87,448	凱絡	錄製廣播帶台語及客語版各2支，共計4支。	凱絡
國民健康署	酒害防制宣導	廣播	11/08-11/22	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	676,742	凱絡	共計1,086檔	銀髮族聯盟、草根鄉親聯播網組合、外島聯盟聯播網等
國民健康署	防菸宣導-電視與戶外託播	戶外媒體	11/16-11/30	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	199,427	東森	電視媒體預估達4.38個10秒GRPs，戶外媒體共播出286,832檔。	三立家族頻道、7-11 ichannel

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	建立電子煙危害正確觀念	其他(焦點團體訪談)	11/28	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	100,000	格威	曾使用電子煙之高中職學生進行電子煙危害健康認知之焦點團體訪談,以作為後續針對高中職生製作電子煙防制宣導素材之重要參考。	格威
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念	網路(關鍵字)	10/01-11/30	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	656,000	格威	引導民眾觸及Yahoo奇摩電子煙專區,提升民眾對電子煙之危害認知,以提高Yahoo奇摩電子煙專區之瀏覽人次。	Google、Yahoo
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念	新媒體	09/15-11/30	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	644,000	格威	跨媒體微型期刊素材共19款,於各類型網站進行廣告投放,以提高Yahoo奇摩電子煙專區之瀏覽人次。	蘋果日報等新聞網站、卡提諾與Dcard等平台台灣寶可夢資訊站、遊戲百科、TVBS漫畫等娛樂討論
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念-跨媒體微型期刊廣告刊登	網路媒體	09/15-11/30	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	2,100,000	格威	透過本年度製作之19款跨媒體微型期刊,於各類型網站進行廣告投放,以提高Yahoo奇摩電子煙專區之瀏覽人次。	蘋果日報等新聞網站、卡提諾與Dcard等平台台灣寶可夢資訊站、遊戲百科、TVBS漫畫等娛樂討論區論壇
國民健康署	女性菸害防制-戶外	戶外	11/01-11/14	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	429,716	凱絡	百貨影城美食街共播出5,320檔,屈臣氏電視聯播網共播出154,000檔	百貨影城美食街、屈臣氏電視聯播網
國民健康署	女性菸害防制	新媒體	11/01-11/15	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	394,870	凱絡	Facebook達成10,000次點選、Vpon達成800萬次曝光	Facebook、Vpon

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	女性菸害防制	新媒體	10/26-11/01	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	199,096	凱絡	透過1,000位網友瀏覽廣告後分享至個人FB頁面	JAG社群平台
國民健康署	女性菸害防制	新媒體	11/19-11/25	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	609,728	凱絡	專文瀏覽次數超過35,000次。	Yahoo健康
國民健康署	戒菸	新媒體	10/07-11/01	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	163,900	三立	不重複下載數各超過42,000、14,000次	M觀點、人渣文本(Podcast)
國民健康署	防菸	新媒體(素材)	11/24	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	309,056	東森	製作影片1支	東森噪咖粉絲頁、YouTube頻道
國民健康署	防菸宣導	電視、戶外、新媒體	10/01-11/28	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	994,421	東森	電視預估達31.05個10秒GRPs、戶外媒體共播出358,540檔、網路媒體共125,000觀	東森、年代、非凡、三立家族頻道、7-11 channel、東森新聞粉絲頁
國民健康署	無菸環境	素材(影片)	11/09	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	1,210,300	民視	製作20秒無菸環境宣導短片共3支。	民視
國民健康署	無菸環境	新媒體(素材)	11/15	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	153,900	民視	製作「不吸菸，謝謝您!無菸新禮貌運動」網路圖卡共6則，並串聯宣導影片，吸引民眾討論並提升宣導影片之觸及廣度	Facebook、Instagram
國民健康署	無菸環境	新媒體	11/15-11/30	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	1,105,800	民視	廣告總曝光數達1,600萬次	新聞X論壇類頻道聯播，手遊APP串聯、Youtube影音廣告、LINE Today、臉書等
國民健康署	無菸環境	電視	11/15-11/30	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	532,000	民視	收視率(GRPs)總和達92.2	民視無線台、民視新聞台

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	失智友善(「2021年奇憶旅程伴您啟程」成果發表活動暨記者會)	活動	11/09-11/10	社區健康組第二科	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	800,000	席綸整合行銷有限公司	網路新聞預計100萬次瀏覽量	席綸整合行銷有限公司
國民健康署	失智友善(「奇憶旅程伴您啟程」巡迴展)	新媒體	11/15	社區健康組第二科	-	-	0	凱絡	行動橫幅廣告預計30萬次曝光率。	LINE全網聯播網
國民健康署	失智友善(「奇憶旅程伴您啟程」巡迴展)	平面(訊息稿)	11/15	社區健康組第二科	-	-	0	凱絡	預計30萬次曝光率。	雜誌
國民健康署	國民營養健康(植物性為主之低碳飲食)	素材(影音)	07/20-11/19	社區健康組第四科	基金預算	32衛生保健工作 675推動國民營養與健康飲食工作(含肥胖防治業務) 245業務宣導費	265,459	凱絡	影音食譜8支	凱絡
國民健康署	國民營養健康	新媒體(貼文)	11/01-11/25	社區健康組第四科	基金預算	32衛生保健工作 675推動國民營養與健康飲食工作(含肥胖防治業務) 245業務宣導費	55,000	好食課股份有限公司	總觸及數10,000以上	「食在好健康」臉書粉絲團
國民健康署	均衡飲食(小小廚師營特別企劃)	新媒體(含素材)	08/16-11/10	社區健康組第四科	基金預算	32衛生保健工作 675推動國民營養與健康飲食工作(含肥胖防治業務) 245業務宣導費	863,210	民視	完成課程素材一式(影片2支,學習單3式),活動貼文及影片總觸及數達40,000以上	民視
國民健康署	代謝症候群(腰圍篇)	新媒體	11/25-11/29	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	15,000	東森	573,714曝光數	Google
國民健康署	糖尿病防治	電視	11/05-11/18	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	848,000	宏將廣告股份有限公司	提升民眾糖尿病防治認知,預估曝光:3,607,884人次。	中視、TVBS/TVBS新聞、民視新聞、三立台灣、緯來綜合、八大戲
國民健康署	心血管疾病防治	新媒體	11/22-11/28	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	261,924	宏將廣告股份有限公司	預估曝光數:7,936,508次	新聞網站聯播網
國民健康署	糖尿病防治	廣播	11/05-11/18	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	261,475	宏將廣告股份有限公司	提升民眾糖尿病防治知能,共執行440檔。	好事聯播、城市廣播、蓮友廣播、正聲台東台、民立廣
國民健康署	高血壓防治	廣播	11/15-11/28	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	56,532	宏將廣告股份有限公司	提升民眾高血壓防治知能,共執行112檔。	城市廣播



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	高血壓防治	廣播	11/22-11/28	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	54,208	宏將廣告股份有限公司	提升民眾高血壓防治知能，共執行56檔。	快樂聯播網
國民健康署	預防高血壓	新媒體（貼文）	11/19	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾高血壓防治的認知。	民視新聞粉絲團
國民健康署	肺阻塞(COPD)防治	新媒體	11/17	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾COPD肺阻塞防治的知能。	醫起543 (Podcast)
國民健康署	肺阻塞(COPD)防治	新媒體	11/15	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾COPD肺阻塞防治的知識	名醫真心話 (Podcast)
國民健康署	肺阻塞(COPD)防治	新媒體	11/15	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾COPD肺阻塞防治的知識	民視新聞
國民健康署	預防糖尿病	新媒體	11/05-11/18	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	148,660	宏將廣告股份有限公司	預估曝光數：3,968,254次	健康聯播網
國民健康署	預防糖尿病	新媒體	11/05-11/18	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	138,375	宏將廣告股份有限公司	預估曝光數：2,802,721次	LINE Today
國民健康署	預防糖尿病	新媒體	11/05-11/18	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	988,394	宏將廣告股份有限公司	預估曝光數：502,646次	GVN、YT、FB影音組合
國民健康署	預防糖尿病	新媒體	11/05-11/26	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	247,098	宏將廣告股份有限公司	提升民眾糖尿病防治的知能，幫助民眾建立正確的糖尿病知識和健康生活型態	建置活動網頁、抽獎活動及製作懶人包
國民健康署	預防心血管疾病	新媒體	10/25-11/21	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	397,155	士奇傳播整合行銷股份有限公司	臉書：預估10,000次點擊率；LINE多媒體聯播網：預估曝光數1,000,000	國健署FB、line
國民健康署	預防糖尿病	素材（影音記錄）	11/2	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提供八大、台視、TVBS、中視、大愛、民視、華視7家電視開露出用。	士奇傳播整合行銷股份有限公司
國民健康署	預防心血管疾病	新媒體	11/24	慢性疾病防治組第三科	-	-	0	宏將廣告股份有限公司	民視新聞粉絲團1篇，提升民眾對心血管疾病認知。	民視新聞粉絲團貼文
國民健康署	長者健康整合式功能評估(ICOPE)	素材	11/16	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	217,360	東森	推廣長者健康整合式功能評估(ICOPE)政策，製作長者功能自評量表圖卡及配音音檔輔助民眾檢測使用	東森

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	天冷保暖抗寒「慢、熱、起、穿、行」5招	網路媒體	11/29	慢性疾病防治組第三科	免費加值回饋項目		0		衛教宣導民眾天冷保暖抗寒「慢、熱、起、穿、行」5招，避免心血管疾病急性發作	民視新聞網
國民健康署	預防糖尿病前期	其他媒體	08/20-11/09	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	255,314	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾糖尿病前期的知能，並協助民眾了解糖尿病前期血糖正常值	網路互動行銷活動內容企劃與執行、媒體宣傳
國民健康署	2021聯合國世界糖尿病日記者會	素材（影音記錄）	11/2	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	民視	新聞露出	民視新聞
國民健康署	「早產兒居家照護 醫護齊守護」記者會	素材（影音記錄）	11/15	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	民視	新聞露出	民視新聞
國民健康署	「2021全民GO健康 健康新意GO」作品徵選結果記者會	素材（影音記錄）	11/23	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	民視	新聞露出	民視新聞
國民健康署	「2021台灣健康城市暨高齡友善城市」頒獎典禮	素材（影音記錄）	11/26	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	民視	新聞露出	民視新聞
國民健康署	研發遠距智慧銀髮科技互動平台5D計畫成果發表會	素材（影音記錄）	11/05-11/08	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	「奇憶旅程 伴你啟程」成果發表活動	素材（影音記錄）	11/09-11/11	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	每年近5000人慢性阻塞性肺病（COPD）死亡 立即戒菸 遠離「咳、痰、喘」記者會	素材（影音記錄）	11/12-11/15	監測研究及健康教育組第三科	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	「早產兒居家照護 醫護齊守護」記者會	素材（影音記錄）	11/15-11/18	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	「2021全民GO健康 健康新意GO」作品徵選結果記者會	素材（影音記錄）	11/23-11/25	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	「2021台灣健康城市暨高齡友善城市」頒獎典禮	素材（影音記錄）	11/26-11/28	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	國健署提醒 保暖抗寒5招：慢、熱、起、穿、行	素材（影音記錄）	11/22-11/24	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	「2021全民GO健康 健康新意GO-健康傳播素材徵選活動」	素材（影音記錄）	11/23	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	東森	新聞露出	東森新聞
國民健康署	「2021全民GO健康 健康新意GO-健康傳播素材徵選活動」	素材（影音記錄）	11/23	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	凱絡	新聞露出	台視新聞、八大電視
國民健康署	檳榔健康危害防制暨口腔癌防治記者會	素材（影音記錄）	11/30	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	民視	新聞露出	民視新聞
國民健康署	檳榔健康危害防制暨口腔癌防治記者會	素材（影音記錄）	11/30	監測研究及健康教育組第三	-	-	0	三立	新聞露出	三立新聞
國民健康署	檳榔防制暨口腔癌防治-白沙屯拱天宮媽祖聯名拒檳宣導專案	戶外	10/12-11/11	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	273,750	凱絡	共三十台公車車體，刊登30日，預估9,000,000次瀏覽人次	桃園、新竹、苗栗地區公車

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	檳榔防制暨口腔癌防治-白沙屯拱天宮媽祖聯名拒檳平安符	其他	09/01-11/10	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	632,125	凱絡	共製作11035個，提供宣導11,035人次	凱絡
國民健康署	大腸癌防治宣導-長青篇F	新媒體	11/03-11/16	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	298,620	凱絡	300,000次觀看人次	LITV OTT影音聯播網
國民健康署	大腸癌防治-長青篇30秒	新媒體	11/10-11/23	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	248,850	凱絡	160,000次保證觀看	AD2互動影音聯播網
國民健康署	大腸癌防治-長青篇10秒	新媒體	11/17-11/30	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	139,370	凱絡	100,000次保證觀看瀏覽人次	YOUTUBE影音平台
國民健康署	大腸癌防治-長青篇	新媒體	11/17-11/23	癌症防治組第一科	-	-	0	凱絡	500,000次曝光	YAHOO全網輪播
國民健康署	大腸癌防治-長青篇30秒	新媒體	11/03-11/16	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	248,850	凱絡	249,000次保證瀏覽人次	各大新聞影音聯播網
國民健康署	大腸癌防治-長青篇30秒	戶外	11/08-11/14	癌症防治組第一科	-	-	0	格威	50000檔，大台北地區共9000台車，預計450,000,000次觀看人次	樂樂小黃車內電視廣告
國民健康署	大腸癌防治-長青篇30秒	新媒體	11/01-11/30	癌症防治組第一科	-	-	0	格威	15,000,000次曝光數	各大免費資源平台
國民健康署	大腸癌防治-長青篇30秒	新媒體	11/01-11/30	癌症防治組第一科	-	-	0	格威	3,000,000次曝光數	手機行動廣告聯播網APP內頁廣告
國民健康署	大腸癌防治-長青篇30秒	電視	11/10-11/19	癌症防治組第一科	-	-	0	凱絡	910檔，預估910,000,000人次觀看	MOD Barker
國民健康署	大腸癌防治-長青篇30秒	新媒體	10/25-11/07	癌症防治組第一科	-	-	0	民視	預估280,000人次瀏覽	民視官網廣告BANNER
國民健康署	婦癌防治	新媒體	10/29-11/02	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	331,233	士奇	達50,000次影音曝光。	AD2互動影音聯播網
國民健康署	婦癌防治	戶外	10/11-11/10	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	291,480	士奇	預估接觸約5,040,000人次。	苗栗客運、高雄客運、花蓮客運、國光客運

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	乳癌防治	新媒體	11/05	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	88,960	士奇	了解民眾過去一年對於乳癌防治相關議題的聲量與話題性，以利往後規劃相關議題與投放合適的媒體素材。	Big data網路大數據測分析服務
國民健康署	婦癌防治	廣播	10/15-11/10	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	245,160	士奇	預估接觸約1,450,000人次。	好事聯播網、正聲電台
國民健康署	婦癌防治	新媒體	11/05-11/16	癌症防治組第二科	免費加值回饋項目		0	士奇	預估接觸約25,000人次	人氣粉絲團PO文宣傳
國民健康署	婦癌防治	新媒體	11/08-11/21	癌症防治組第二科	免費加值回饋項目		0	士奇	預估接觸500,000人次。	關鍵評論網、電影神搜、運動視界、癮科技、INSIDE、eld等平台
國民健康署	肝癌防治	新媒體	11/01-11/14	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	239,891	凱絡	預估完整觀看240,000次。	Live TV聯播網
國民健康署	子宮頸癌及肝癌防治	戶外	10/18-11/07	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	383,250	凱絡	預估接觸約3,259,800人次。	家樂福、全家店頭廣播聯播
國民健康署	出生性別比	新媒體	05/10-11/15	婦幼健康組第一科	免費加值回饋項目		0	聯利	於110年5月10日至11月15日於TVBS新聞網站露出九天，並連結至本署官網影音專區-反性別篩檢頁面。本次宣傳合計曝光次數：每則文字快訊預估200萬次*9則=1800萬。	TVBS新聞網 首頁快訊
國民健康署	母乳哺育	新媒體	10/22-11/04	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	138,000	民視	總曝光數460,000	YouTube影音廣告

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11月（1110105補填報）

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	兒童安全座椅宣導	電視	11/10-11/16	婦幼健康組第四科	-	-	0	民視	於男性組合頻道露出，提升民眾安全椅正確使用方式之效益。	民視男性頻道組合
國民健康署	視力及安全睡眠環境宣導	電視	11/10-11/22	婦幼健康組第四科	-	-	0	聯利	於TVBS亞洲台露出，提升民眾兒童視力預防及嬰幼兒安全睡眠環境之	TVBS亞洲台
國民健康署	糖尿病預防與宣導記者會	其他	11/23	慢性疾病防治組第三科	基金預算	32衛生保健工作 400提升中老年人健康促進方案 245業務宣導費	2,935	士奇傳播整合行銷股份有限公司	設計及製作簡報美編1式	其他
國民健康署	辦理「2021年奇憶旅程 伴你啟程」北、中、南區實體巡迴展共4場	其他	11/09-11/27	社區健康組第二科	基金預算	32衛生保健工作 400提升中老年人健康促進方案 245業務宣導費	1,000,000	席綸整合行銷有限公司	參與本案相關活動約為5,000人次	無
國民健康署	全穀雜糧活動宣傳	廣播	11/23-11/29	社區健康組第四科	-	-	0	凱絡	電台網站輪播banner7天	飛碟聯播網

國民健康署	「全穀星攻略」以及「穀神BUFFET私房料理」活動	網路	11/24-11/30	社區健康組第四科	-	-	0	民視	曝光數125,000次	Yahoo原生廣告
國民健康署	「全穀星攻略」以及「穀神BUFFET私房料理」活動	網路	110/11/19	社區健康組第四科	-	-	0	民視	刊登文字訊息廣告1篇，觸及50,000人次	民視新聞網

衛生福利部主管機關(含國營事業、基金、財團法人)110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11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	備註
食品藥物管理署	宣導食藥署官方LINE@	平面	11/12聯合報 11/13自由時報 11/26聯合報	企劃及科技管理組	食07	政策宣導費	0	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾對食藥醫粧正確認知	11/12聯合報 11/13自由時報 11/26聯合報	加值回饋
食品藥物管理署	醫療器材正確使用	臉書粉絲團	110/11/5-11/19	企劃及科技管理組	食07	政策宣導費	49,464	牛蛙股份有限公司	提升民眾醫療器材正確使用安全認知	「食用玩家」臉書粉絲團	
食品藥物管理署	新冠肺炎疫苗宣導	網路	110/11/26	企劃及科技管理組	科01	政策宣導費	0	厚策思維有限公司	提升民眾對疫苗安全認知	食力foodNEXT·食事求實的知識頻道	加值回饋
食品藥物管理署	110度優良廚師頒獎典禮	影音紀錄	11/20三立新聞台 11/22民視新聞	食品組	食07	政策宣導費	0	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾對食品安全正確認知	11/20三立新聞台 11/22民視新聞	加值回饋
食品藥物管理署	110度優良廚師頒獎典禮	網路	110/11/24	食品組	食07	政策宣導費	0	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾對食品安全正確認知	關鍵評論網	加值回饋
食品藥物管理署	預防食品中毒及認識食品標示網路活動宣導	網路	110/11/22-11/26	食品組	食07	政策宣導費	100,000	聯合報股份有限公司	提升民眾對食品安全正確認知	聯合新聞網PC首頁巨無霸廣告(含圖片製作;曝光數750,000imps)	
食品藥物管理署	預防食品中毒及認識食品標示網路宣導	網路	110/11/22-12/5	食品組	食07	政策宣導費	90,000	聯合報股份有限公司	提升民眾對食品安全正確認知	Google聯播網廣告(含圖片製作;曝光數2,000,000imps)	
食品藥物管理署	預防食品中毒及認識食品標示網路宣導	手機廣告	110/11/22-11/30	食品組	食07	政策宣導費	80,000	聯合報股份有限公司	提升民眾對食品安全正確認知	Line lap廣告(含圖片製作;曝光數)	
食品藥物管理署	癒健醫材，讓我照顧你—居家醫材插畫徵件活動	入口網站	110/11/16-11/19	醫療器材及化粧品管理組	藥03	政策宣導費	60,687	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾醫療器材安全使用認知	YAHOO全網使用者	
食品藥物管理署	癒健醫材，讓我照顧你—居家醫材插畫徵件活動	其他類型	110/11/16-11/19	醫療器材及化粧品管理組	藥03	政策宣導費	72,248	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾醫療器材安全使用認知	Google內容聯播網 GDN(桌機+手機)共5,000次點選	
食品藥物管理署	癒健醫材，讓我照顧你—居家醫材插畫徵件活動	入口網站	110/11/10	醫療器材及化粧品管理組	藥03	政策宣導費	0	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾醫療器材安全使用認知	青春線上指南廣播電台	加值回饋

食品藥物管理署	網購藥品	各地方電台口播 訊息	110/11/12	藥品組	藥07	政策宣導費	0	士奇傳播整合行銷股 份有限公司	提升民眾用藥知 能	幸福電台	加值回饋
食品藥物管理署	推廣「守護厝邊 安全用藥粉絲團」	粉絲專業推廣	110.11.30- 110.12.6	藥品組	藥07	政策宣導費	800	台灣年輕藥師協會	提升民眾用藥知 能	網路	
食品藥物管理署	吃藥	社群影音平台	110/11/18	藥品組	藥07	政策宣導費	141,605	士奇傳播整合行銷股 份有限公司	提升民眾用藥知 能	「10秒鐘教室」 臉書粉絲團	
食品藥物管理署	化粧品3新制	戶外媒體	110.11.01- 11.30	醫療器材及化粧品 管理組	藥03	政策宣導費	99,750	百官爵廣告有限公司	讓民眾了解法規 新制度，提升選 購化粧品辨識力	台北轉運站燈箱	
食品藥物管理署	安全染髮	臉書粉絲團	110.11.12	醫療器材及化粧品 管理組	藥03	政策宣導費	29,971	群策公關顧問有限公 司	提升民眾用化粧品 安全使用認知	「小本丸」插畫 家聯名合作製圖	
食品藥物管理署	推廣「TFDA化粧品 安全使用粉絲團」	粉絲專業推廣	110.11.25-12.2	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	提升民眾用化粧品 安全使用認知	網路	
食品藥物管理署	毒品偽裝宣導	語言學習類雜誌	11月份	管制藥品管理組	藥粧02	政策宣導費	118,678	士奇傳播整合行銷股 份有限公司	提升民眾反毒知 識	大家說英語	



衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11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	ADHD注意力不足過動症、產後憂鬱症	新媒體	11/29、11/30	1科	-	-	0	東森電視事業股份有限公司	50,000觀看數	東森新聞粉絲專頁

衛生福利部 (含國營事業、基金、財團法人)110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11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
社會保險司	國民年金	新媒體	10/18-11/14	二科	-	-	0	三立電視股份有限公司	曝光數約 11,202,409人 次	三立新聞 PC+MOBILE文末 推薦
社會保險司	國民年金	廣播	11/1-11/20	二科	-	-	0	民視文化事業股份有限公司	接觸人次約 2,800,000人次	人人電台 山海屯電台 港都電台 連花電台
社會保險司	國民年金	新媒體	11/1-11/10	二科	-	-	0	民視文化事業股份有限公司	曝光數約 265,881人次	Banner LineToday
社會保險司	國民年金業務	廣播	11/1-11/30	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	787,416	建國廣播股份有限公司、正聲廣播股份有限公司、中國廣播股份有限公司、台灣廣播股份有限公司	共計播出4,096 檔，依各電台 收聽率，至少 觸及113萬人	全國各地區電 台
社會保險司	E-Bill國民年金電子帳單 (邱彥翔)	平面	11/8	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	1,114,940	旭豐多媒體行銷有限公司	依據各報閱報 率，預計觸及 261.5萬人次。	中國時報、聯 合報、自由時 報 更生日報

社會保險司	E-Bill國民年金電子帳單(邱彥翔)	新媒體及網路媒體	11/1-11/7	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	122,122	年代網際事業股份有限公司	預估曝光次數約250,040次。	ETtoday新聞雲
社會保險司	國民年金五大給付(插畫家蔡朝)	新媒體及網路媒體	11/17	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	242,302	年代網際事業股份有限公司	截至11/30,至少觸及12.7萬人次。	Facebook
社會保險司	E-Bill國民年金電子帳單(邱彥翔)	新媒體及網路媒體	11/1-11/10	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	0	年代網際事業股份有限公司	預估觸及約5萬人。	電影官方網站
社會保險司	E-Bill國民年金電子帳單(邱彥翔)	新媒體及網路媒體	11/2	勞動部勞工保險局	-	-	0	年代網際事業股份有限公司	共計發放94,732份。	年代售票網

衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11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
長期照顧司	照顧服務員形象	新媒體	11-12月	二科	基金預算	04長照2.0政策溝通宣導	999,500	聯利媒體股份有限公司	Facebook影音廣告曝光80萬次、Youtube影音廣告20萬次、Yahoo廣告10萬次、Apple Daily蘋果日報曝光100萬次、TA Media App影音廣告250萬次、TVBS家族影音刊登1則	Facebook影音廣告、Youtube影音廣告、Yahoo廣告、Apple Daily蘋果日報、TA Media App影音廣告、TVBS家族影音刊登
長期照顧司	110年住宿式服務機構補助方案	素材	11-12月	一科	基金預算	04長照2.0政策溝通宣導	490,000	聯利媒體股份有限公司	-	民眾
長期照顧司	1966長照需求自我評估	新媒體	12/1-12/7	二科	基金預算	04長照2.0政策溝通宣導	714,100	聯利媒體股份有限公司	更新中	UDN婆媽黃金組合、Nownews重點訊息強力套裝、Ettoday社會重點即時曝光、蘋果日報、Google聯播網
長期照顧司	長照政策宣導	素材	11/25-12/5	二科	基金預算	04長照2.0政策溝通宣導	200,000	聯利媒體股份有限公司	-	一般大眾

長期照顧司	照顧服務員形象	電視媒體	12/1-12/7	二科	基金預算	04長照2.0政策 溝通宣導	1,502,250	聯利媒體股份有限公司	更新中	TVBS午晚間新聞超強組合、民視新聞台、三立家族
長期照顧司	1966長照專線不用等篇	電視媒體、新媒體	11-12月	二科	基金預算	04長照2.0政策 溝通宣導	1,600,000	東森電視事業股份有限公司	更新中	中視、民視、民視新聞台、TVBS家族、三立家族、新媒體於Line、Google影音廣告、OTT聯播網託播

衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：11月 (1101228新增、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
保護服務司	老人保護	電視	11/8-11/28	2科	資源回饋	-	-	三立電視股份有限公司	透過本部製作之老人保護影片，針對特定族群(如老年族群及中壯年族群)收視率較高之頻道，以有線電視宣導通路方式，加強社會大眾對此議題之重視及對家庭暴力通報的概念，預計可撥出至少30檔，觸及人數可達50萬人次	一般民眾/三立家族
保護服務司	親密關係暴力	素材(影片)	11/11-11/24	2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
保護服務司	親密關係暴力	廣播(含素材製作)	11/5-12/4	2科	家庭暴力及性侵害防治基金	110年度家庭暴力及性侵害防治基金-01暴力防治三級預防計畫-印刷裝訂與廣告費-業務宣導費	235,659	凱絡媒體服務股份有限公司	針對年輕族群及上班通勤族收聽率較高之廣播電台，以置入廣播宣導形式，向視聽大眾傳達有關精神暴力之議題，期以有效減少及預防是類暴力之發生。整體預計撥出360檔，收聽人次可達30萬人次	年輕族群及通勤族/BEST好事聯播網-台北好事電台FM98.9、台中山海屯電台FM90.3、高雄港都電台FM98.3、花蓮蓮花電台FM93.5
保護服務司	親密關係暴力	新媒體	11/11	2科	家庭暴力及性侵害防治基金	110年度家庭暴力及性侵害防治基金-01暴力防治三級預防計畫-印刷裝訂與廣告費-業務宣導費	261,310	凱絡媒體服務股份有限公司	依據主題需求由超人氣大數據行銷-網路溫度計蒐集網路海量資料，透過網路宣傳模式，向年輕族群的閱讀者傳達有關精神暴力的各種樣態及議題，並搭配本年度製作之精神暴力影片做呼應，期以有效預防是類暴力之發生。企劃議題排行榜並策動至少4家主流媒體報導。	一般民眾
保護服務司	親密關係暴力	新媒體	11/1-11/10	2科	家庭暴力及性侵害防治基金	110年度家庭暴力及性侵害防治基金-01暴力防治三級預防計畫-印刷裝訂與廣告費-業務宣導費	200,342	凱絡媒體服務股份有限公司	以本年度製作之「親密關係精神暴力宣傳短片」於女性族群常瀏覽之網路社群平台或APP中，以影片置入行銷方式是向類族群宣導有關精神暴力議題，期以增加民眾對精神暴力之瞭解，並減少暴力之發生。整體預計撥出10天，瀏覽人次可達16.4萬人次。	一般民眾/OTT聯播網：愛奇藝、LineTV、LiTV、麥卡貝、KKTV、vidol、四季、民視、蘋果日報、YahooTV、CHOCO TV、dailymotion、TouchTV、中天快點TV，
保護服務司	親密關係暴力	活動	11/30	2科	公務預算	110年度公務預算/保護服務業務/03強化保護服務及推展兒保醫療中心/2054一般事務	123,884	凱絡媒體服務股份有限公司	預計透過記者會形式，向社會大眾剖析有關精神暴力的各種樣態，並提供民眾自我量測的方式，喚醒民眾在面對精神暴力時，應適時求助或尋求專業諮詢，以落實強化社會安全網計畫，並提升保護服務資源之效益。	一般民眾
保護服務司	特別企劃	其他	10/25-11/14	2科	家庭暴力及性侵害防治基金	110年度家庭暴力及性侵害防治基金-01暴力防治三級預防計畫-印刷裝訂與廣告費-業務宣導費	6,968	凱絡媒體服務股份有限公司	No6/特別企劃/其他-視需求指定項目(0.07式)/老人保護30秒廣播授權延長1年	一般民眾
保護服務司	親密關係暴力	影音紀錄(60秒內)	11/30	2科	-	-	-	凱絡媒體服務股份有限公司	親密關係精神暴力宣導-看見看不見的傷台灣婦女遭受親密關係暴力統計調查記者會電視出機活動影音紀錄1次	一般民眾

保護服務司	兒童保護懶人包製作及國際兒童人權宣導推廣	其它	11/20-11/24	4科	公務預算	110年度公務預算/保護服務業務/03強化保護服務及推展兒保醫療中心/2054一般事務	1,324,984	凱絡媒體服務股份有限公司	1.衛福部臉書圖文廣告5000次點選。2.未來Family42萬粉絲數臉書po文宣傳(10萬次觸及)與廣告推播(45萬次曝光)3.親子天下103萬粉絲數臉書(20萬次觸及)與廣告推播(155萬次曝光)	未來Family、親子天下臉書粉絲頁
保護服務司	逆境少年家庭支持服務捐贈儀式記者會	活動	11/18	4科	公務預算	110年度公務預算/保護服務業務/03強化保護服務及推展兒保醫療中心/2054一般事務	124,198	凱絡媒體服務股份有限公司	預估新聞露出10則	一般民眾
保護服務司	兒少保護(疏忽是孩子的隱形殺手)	新媒體	11/25-11/31	4科	-	-	0	凱絡媒體服務股份有限公司	全網輪播廣告,數量2次,共執100萬次廣告曝光	網路Yahoo banner廣告
保護服務司	兒少保護(疏忽是孩子的隱形殺手)	新媒體	11/1-11/21	4科	-	-	0	格威傳媒股份有限公司	預估曝光300萬次	手機行動廣告聯播網APP內頁廣告
保護服務司	兒少保護(疏忽是孩子的隱形殺手)	新媒體	11/1-11/14	4科	-	-	0	三立電視股份有限公司	google聯播網預估曝光500萬次;youtube串聯廣告預估觀看8萬次	google聯播網;youtube串聯廣告

## 衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)110年第4季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

月份：11月

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	電視	11/1-11/7	4科	菸金	245業務宣導費	210,300	民視文化事業股份有限公司	26檔(780秒)	民視新聞台、緯來日本台
綜合規劃司	COVID-19及C肝防治	素材製作(社群貼文圖卡)	11月	4科	菸金	245業務宣導費	244,512	格威傳媒股份有限公司	強化民眾應知的疫情相關訊息及C肝篩檢協助理解內容，提升相關衛教理解。	官方社群平台
綜合規劃司	C肝防治	新媒體(社群貼文圖卡)	8/01-11/30	4科	菸金	245業務宣導費	9,648	格威傳媒股份有限公司	強化民眾C肝篩檢協助理解內容，提升相關衛教理解。	官方社群平台
綜合規劃司	C肝防治	電視	10/25-11/17	4科	菸金	245業務宣導費	3,031,254	凱絡媒體服務股份有限公司	10" CPRP5,000	台視、中視、華視、民視、東森家族、迪士尼家族、緯來家族、中天家族、年代家族、非凡家族、民視新聞、LS Time電影、八大家族、TVBS家族、三立家族
綜合規劃司	C肝防治	廣播	10/25-11/23	4科	菸金	245業務宣導費	1,006,365	凱絡媒體服務股份有限公司	國台客語素材輪播於，共計1,950檔	中廣、飛碟、亞洲、好事、寶島、快樂、原住民(合歡山、後山、大寶)、雲嘉南勞動組合(雲嘉台、嘉雲台、嘉義之音、臺南線上、曾文溪)、高屏勞動組合(鳳鳴、南方之音、金台灣)
綜合規劃司	C肝防治	戶外	10/25-11/23	4科	菸金	245業務宣導費	1,410,272	凱絡媒體服務股份有限公司	強化民眾C肝防治認知，影音聯播共1,620檔、戶外廣播宣傳車10台、超商open channel全台聯播14天	國光客運站、7-11便利商店



綜合規劃司	C肝防治	新媒體	9/28-11/19	4科	菸金	245業務宣導費	953,096	凱絡媒體服務股份有限公司	說明C肝防治及治療宣導重點，強化民眾C肝防治認知。	知名插畫家（八耐舜子）、健康類媒體（早安健康）
綜合規劃司	C肝防治	新媒體	11/5-11/26	4科	菸金	245業務宣導費	1,034,450	凱絡媒體服務股份有限公司	說明C肝防治及治療宣導重點，強化民眾C肝防治認知。	Youtube、Facebook
綜合規劃司	C肝防治	素材製作、寄送	11/5-11/19	4科	菸金	245業務宣導費	622,514	凱絡媒體服務股份有限公司	強化民眾C肝防治認知。	22縣市衛生局（海報3000張、橫布條大尺寸800條、小尺寸2533條）

更新至112年12月7日10:15止